target

30代〜40代の男女に3つのプロモーション

FJCでは、花業界の連携にプラス、異業種とのタイアップもより強化することで、花や緑が身近にある日本人のライフスタイルを実現させます。向こう30年の消費の山である団塊ジュニア層（30代〜40代）を主なターゲットに、現在計画しているテーマは以下の3つです。

花贈り
「フラワーバレンタイン」
「愛妻の日」「ホワイトデー」など
男性から女性への
花贈り促進

①男性から女性への花贈り促進：「フラワーバレンタイン」をきっかけに、前後の花贈りイベントである「愛妻の日」「ホワイトデー」を含めた3ヶ月を包括して考え、花贈り強化月間としてまずは重点的に取り組みます。

ホームユース
「Weekend Flower」
食卓連動企画

②ホームユースの開拓：週末を素敵に過ごすための「Weekend Flower」企画を行います。日本最大級の料理ブログポータルサイト『レシピブログ』と連動し「花のある素敵な食卓提案」を展開します。花購入習慣化のきっかけ作り、花の扱い方や日持ちの啓蒙、家庭内における子供への花育効果が期待できます。

バースデー
生んでくれて
ありがとう！
母親・両親への
感謝の花贈り

③バースデーの活性化：「生んでくれてありがとう！」20歳の誕生日からは、自分を生み育ててくれた母親や両親へ感謝の気持ちを伝える花贈りを提案。365日を物日化するための取り組みですが、いつかこれが日本におけるごく普通の習慣になれば、とても素敵なことだと考えています。

activity

共に成長するために
—共通課題の解決に向けた新たな取り組み—

●学びあう機会の創出

全国各地の先進的な取り組みや成功事例を共有したり、人材育成やマーケティングの考え方など花業界における共通の課題について、セミナーや座談会など意見交換しながら学べる機会を作ります。

●花や緑の露出アップに向け、広報ＰＲの強化

2020年を好機と捉え、世界的に評価が高い日本産の花や、日本が世界に誇る花文化を国内外に発信。あらゆるスポーツイベントや、衣食住分野のPRにおいて、花が活用されるシーンを増やしていきます。また、広報ＰＲの専門家と協業し、花や緑に関連したライフスタイルトレンド情報、研究成果などをマスメディアに向けPRを強化することで露出をアップ。お客様に花の情報に触れていただく機会を増やしていきます。

●花業界に利用価値の高いプラットフォームを

日本初の消費者向け花贈り情報サービス・スマホ用無料アプリ『花贈りnavi』をさらに進化させ、より多くのユーザーを獲得し、ご参加花店に“送客”できるしくみを充実させていきます。
また、花業界の情報共有サイト『Flower Media』を制作し、花にまつわる「今」が一望できる情報提供を行います。種苗会社や生産地が全国の花店にネットアンケートできる市場調査機能はじめ、双方向でコミュニケーションできる環境を整備する計画です。

会員について

花の国日本協議会（FJC）は、花業界の川上から川下まで、企業や団体が業界を横断し団結して作る組織です。当協議会の会員は、正会員（法人会員・準法人会員・個人会員）と賛助会員から構成され、当協議会の基本理念に賛同していただける方は、所属する団体、企業に関係なくどなたでも入会できます。
正会員は法律上の「社員」となり、社員総会へ出席して当協議会の業務に対して意見を述べ、説明を求めることができます。また当協議会が作成するプロモーションツールやWEBサイトでの情報、などが優先的に提供されます。賛助会員は、当協議会の目的や活動に賛同し、花き業界の発展に協力していただける方で、主に花き業界以外からの参加を募っています。

会員の種類と会費

会費：1口1万円（毎年7月〜翌年6月までの1年間分を年額でお支払いただきます）

区分	種別	年会費	入会金	主な対象
正会員	法人会員	10口以上	5万円	花き業界の株式会社、有限会社、農協等
	準法人会員	1〜9口	1万円（※）	花き業界の株式会社、有限会社、農協等または生花店等の個人事業主
	個人会員	1口以上	1万円	花き業界に従事する個人
賛助会員		1口以上	なし	花き業界以外の法人または個人

（※）準法人会員の入会を希望される方のうち、当協議会の法人会員または後援団体として加入されている企業や団体に所属している場合は、入会金が免除されます。

入会の手続き

入会ご希望の方は、入会申込書をご記入の上、協議会事務局までご連絡ください。
折り返し入会金・会費のお支払方法をご案内いたします。

後援団体のご案内

当協議会の活動にご賛同いただき、全国各地で花きの普及啓発活動を通して、当協議会の運営をサポートいただける花き業界の団体や地方協議会からの後援を募っています。
詳しくは事務局までお問い合わせください。

お問合せ先

一般社団法人 花の国日本協議会 事務局
〒103-0004 東京都中央区東日本橋3丁目6-17 山一ビル4F
一般財団法人日本花普及センター（JFPC）内
TEL：03-3664-8739　FAX：03-3664-8743　MAIL：info@hananokuni.jp

一般社団法人
花の国日本協議会
Flowering Japan Council

introduction

『 FLOWERING Japan！』
世界一、花や緑が身近な日本に！

海外に行けば行くほど、日本の豊かさを再確認します。
それは、世界の旅行者が選ぶ都市ランキング1位に東京が選ばれたことや、
日本のレストランがミシュラン三つ星獲得数世界一ということからもわかりますし、
花業界で言えば、2012年フロリアードにおける品種コンテストの受賞数からして、
日本の花が素晴らしいことは明らかです。

つまり、日本人の感性の豊かさ、美意識の高さは世界最高ランクと言っても決して過言ではありません。
そのような素晴らしい美的素養を備えているにも関わらず、花に関してはどうでしょう？
まだまだ消費者の意識が花に向いていない、と言うのが現状ではないでしょうか？

2011年から始めた、男性から女性への花贈りがテーマのプロモーション活動“フラワーバレンタイン”。
その結果、確実に男性の意識の中に花というものの存在感が増してきている様に感じています。
世界有数の豊かな国に住む感性溢れる国民が、花という“本当の幸せ”をもたらしてくれる
素敵なものに興味を示さない訳がありません。

花や緑の素晴らしさ、花を贈る喜びを、私たちが伝えきれてこなかったのだと思います。
そこで皆様と共に、バレンタインのみならず、年間通して花や緑の素晴らしさを伝えながら、
日本を世界一花や緑が身近な国にしていきたいと思っています。

ワインと言えばフランス、ファッションと言えばイタリア、花と言えば日本、と言われる“花の国 日本”に！
「花の名前をいくつ言えますか？」と尋ねれたら、日本人が断トツ1位になる“花の国 日本”に！
子供に「大人になったら何になりたい？」と訊いたら「花屋さん！」という返事が一番多い“花の国 日本”に！
世界で紛争や悲劇が起こった時に、先ずは花を贈る“花の国 日本”に！

必ず出来ると信じています。

是非ご一緒に、『 FLOWERING Japan！』
世界一、花や緑が身近な日本を作っていきましょう！

花の国日本協議会
Flowering Japan Council

理事長　井上 英明

ロゴデザインに込めた想い

私たちにとって『花』とは、
愛や感謝の気持ちを伝えるもの、幸福な笑顔をもたらすもの、
人々に寄り添い癒すもの、心豊かな暮らしや情緒を育むもの
と考えています。

有機的な形の花びらそれぞれが、『愛』、『幸』、『癒』、『育』を象徴し、
4つの花びら全体で、まさに『花は心』であることを表現しています。

market

新しいマーケットの創出！
—フラワーバレンタイン—

フラワーバレンタインのキャンペーン活動では、花業界が一丸となって、
「男性から女性に花を贈る2月14日」の定着を目指し、取り組んできました。
この活動は、フラワーバレンタインという新しい物日の創出に留まらず、
日本における「男性の花贈り」という今までなかったマーケットを創造
する“きっかけ”作りと私たちは考えています。実際、スタート3年目から
は、バレンタインデーに限らず、ホワイトデーやいい夫婦の日、クリスマス
など、年間を通じて花店に男性客が増える、という現象が起きており、
フラワーバレンタインの本来の目的に近づいてきています。そしてこれら
は、全国の花関係者の熱意と協力で、都心部のみならず地方にも波及
しています。
今後も新たなお客様を創造していくテーマに集中し、共感してくださる
業界内外のパワーを結集して、花や緑のマーケットのパイをどんどん拡大
していきます。

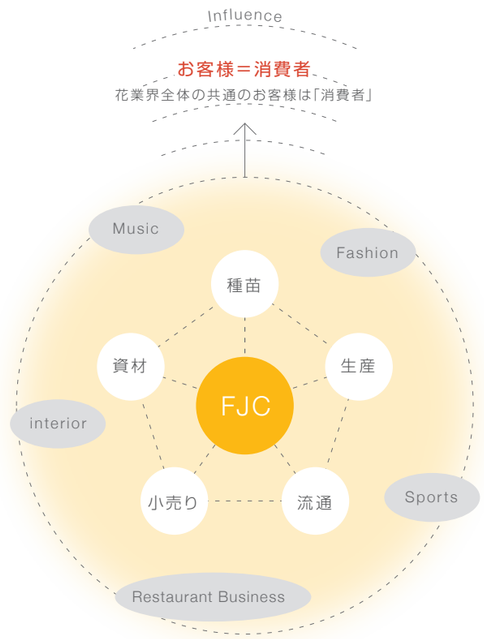
書籍、CD、映画館でのCM（ショートムービー）など、花店以外でも積極的にアピール！

全国の花関係者が一体となって取り組んでいます。メジャーな商業施設のコラボ先も多く、着実に定着しています。［写真（上段）渋谷ヒカリエ／（下段）六本木ヒルズ］

promotion

よりパワフルなプロモーションを！

FJCでは、1社1社では実現困難な花の消費拡大・需要喚起 プロモーションや、共通課題の解決を行います。マーケティングの専門的知見に基づいた本格的なプロモーション活動をスピーディーに実行、プランを遂行できる実動チームがあることがFJCの大きな強みです。そして、全国の花業界の皆様にはそれぞれの地域にて、既存の枠組みを超えプロモーションにご協力いただくことで、消費者に情報が届き共感していただき購入に至る、つまり花業界の強固な連携こそ、消費拡大の鍵を握る重要なファクターだと考えています。



また、例えばフラワーバレンタインでは、Mr.フラワーバレンタインのサッカー・三浦知良選手、ファッション界の干場義雅氏、ヴァイオリニスト竜馬氏など多くの著名人に共感いただき、「ジャパン・レストラン・ウィーク」とのタイアップなど飲食業界をはじめとする異業種、メジャーな商業施設やメディアのご賛同を得て、積極的なコラボレーションを展開しています。このように、求心力のある魅力的なストーリーをベースに、世の中に影響力が大きい著名な方々や、花と親和性が高い異業種をどんどん巻き込みながら、プロモーション活動をますますパワーアップしてまいります。

将来的には、世界への情報発信基地でもあるTOKYOで、異業種ともコラボレーションしながら、消費者に日本の花の素晴らしさを体感していただく「フラワーフェス」を開催するなど、わくわくする企画を提案してまいります。