

4. 共通コミュニケーションツール (公式ホームページ、facebook、Twitter、スマホ用無料アプリ)

【共通コミュニケーションツール】 公式ホームページ

目的: 「フラワーバレンタイン」の情報プラットフォームとするため初年度より制作。
スマートフォンユーザーにはFacebookを活用してHPへの誘導を図る。昨年度と同様に、HP上にFacebookとTwitterを連動させ、読者の回遊性を高めた。昨年度より全国の「FVイベント情報」コーナーを設け、本年度もできるだけ多くのイベント告知に努めた。

TOPページ

<http://www.flower-valentine.com/> 2014年12月1日(月)〜グランドオープン



1月以降のTOPページ

中央に「J-WAVE」様「ジャパンレストランウィーク」様とのタイアップバナーの設置



著名人インタビューページ更新「男子注目！花贈り指南」

📞	ハリー 杉山 さん
Message	
📞	千場義雅 さん
📞	井上英明 さん
Back Number	
📞	太田光代 さん
📞	哀川翔 さん
📞	楠本修二郎 さん
📞	夏木マリ さん
📞	パンツェッタ・ジローラモ さん
📞	竜馬 さん



新企画ページ

今年からスタートした新企画
『3 LOVE STORIES』の説明



【共通コミュニケーションツール】 公式ホームページ

Be
flower
Be
mine ♡

タイアップ企画 メディアや商業施設などとの大型タイアップ企画の紹介ページ

J-WAVE × フラワーバレンタイン

J-WAVE 81.3FM × **Be flower Be mine**

バレンタインデーに花と音楽を贈ろう。
Flower Valentine with J-WAVE

バレンタインデーに花と音楽を贈ろう。
Flower Valentine with J-WAVE 81.3 FM

バレンタインデーの本来の姿として、最近注目されている「フラワーバレンタイン」。世界標準のバレンタインデーは、男女がお互いに愛を伝え合い、そして男性から女性へ花を贈ることがスタンダード！そんな素敵な文化を伝えていくという、新しいムーブメントにJ-WAVEが賛同！

J-WAVE特設サイトでは、男性からバレンタインに花を贈りたい女性へのメッセージを事前に募集。フラワーバレンタインに合わせて贈りたい一輪挿しのような究極のラブリングラムを、各番組の男性ナビゲーターが心を込めてメッセージと共に送ります！

Information
実施期間 2015年2月2日（月）～2月14日（土）
※1月19日（月）から告知スタート。メッセージ募集は2月10日（水）まで。

Shibuya Hikarie × フラワーバレンタイン

Hikarie × **Be flower Be mine**

LOVE フラワーバレンタイン

男性から女性に花を贈る2月14日

愛と感謝の気持ちを花に託して伝えよう。渋谷ヒカリエが提案するバレンタインデーの習慣。愛の心を込めて贈る花のメッセージ。渋谷ヒカリエが提案するバレンタインデーの習慣。愛の心を込めて贈る花のメッセージ。

渋谷ヒカリエで体験するフラワーバレンタイン

オトナのあたらしいライフスタイルを提案しつづける渋谷ヒカリエで、フラワーバレンタインを体験してみませんか？

Special Event 1
渋谷ヒカリエで体験するフラワーバレンタイン
～渋谷ヒカリエで体験する～

Special Event 2
渋谷ヒカリエで体験するフラワーバレンタイン
～渋谷ヒカリエで体験する～

Special Event 3
渋谷ヒカリエで体験するフラワーバレンタイン
～渋谷ヒカリエで体験する～

Roppongi Hills × フラワーバレンタイン

roppongi hills × **Be flower Be mine**

LOVE フラワーバレンタイン

男性から女性に花を贈る2月14日

Information
実施期間 2015年2月2日（月）～2月14日（土）
※1月19日（月）から告知スタート。メッセージ募集は2月10日（水）まで。

Flower Valentine Ambassador Yoshimasa Hoshiba Presents

ISSETAN MEN'S
フラワーバレンタインプレゼント

Information
開催日時 2月7日（土）14:00～、17:00～
開催場所 新宿伊勢丹メンズ館1階正堂広場
参加費 無料 ※各品先着100名

Information
開催日時 2月7日（土）13:30～16:00
開催場所 新宿伊勢丹メンズ館1階プロモーション
参加費 無料 ※入場フリー

Information
開催日時 2月7日（土）13:30～16:00
開催場所 新宿伊勢丹メンズ館1階プロモーション
参加費 無料 ※入場フリー

【共通コミュニケーションツール】 公式ホームページ

Be
flower
Be
mine ♡

AEON CINEMA × Flower Valentine

Ac AEON CINEMA × **Be flower Be mine**

Flower Valentine
幕間CF上映

Information
上映期間 2015年1月24日（土）～2月13日（金）

Information
上映期間 2015年2月14日（土）

FY2015イベントレポート Chapter 1

20世紀フォックス映画『きつと、星のせいじゃない。』
フラワーバレンタイン

きつと、星のせいじゃない。 GirlsAward

日本公開に先駆け、2月4日TOKYO DOME CITY HALLで、日本最大級のファッション&音楽イベント、GirlsAwardプロデュースによるプレミアイベントが行われました。劇中、主人公のガールが大好きなヘイゼンにオレンジ色のチューリップをプレゼントする場面が会場に共感し、フラワーバレンタインがコラボレーション！イベントは人気モデル6名によるファッションショー&トークショーに続き、日本版イメージソング「I'll Infinity」を歌うAAAがスペシャルゲストで登場。会場観客1,400名からの抽選で選ばれた1名へ、劇中ガールと同じオレンジ色のチューリップの花束を手渡すサプライズが発表されると会場は歓声の渦に！映画の上映時にはスマホアプリ「花贈りnavi」をダウンロードしていただいた先着300名の方へ、お土産にオレンジ色のチューリップを一輪プレゼント。皆さまの笑顔がとて印象的でした。

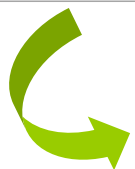
■大型タイアップ企画のパートナー企業様のご紹介(ロゴ掲載可の企業のみ掲載)

特別協賛（タイアップ、および各種イベントにご協力いただく企業様です）

J-WAVE	JAPAN RESTAURANT WEEK 2015	Ac AEON CINEMA	Shibuya Hikarie	roppongi hills
J-WAVE	Japan Restaurant Week	イオンシネマ	渋谷ヒカリエ	六本木ヒルズ
MORI	COLLAGE	CONRAD TOKYO	Mercedes-Benz Connection	20世紀フォックス映画
森ビル	コラージュ	コンラッド東京	メルセデス・ベンツ コネク ション	20世紀フォックス映画
花 時 間	株式会社 朝日出版社	UNIVERSAL	UNIVERSAL MUSIC	
花時間	朝日出版社	ユニバーサルミュージック		

全国FVイベント情報

2014年度からTOPページに専用のバナーを設け、読者が情報にリーチしやすいよう工夫。全国から事前に寄せられた公認イベント申請の内容をベースに、北から南へ、北海道から順に道府県別に掲載した。



2015.02.14 New!!
【香川県】 フラワーバレンタイン in かがわ 2015

香川県花き園芸協会では、男性から女性に花を贈る「フラワーバレンタイン」を広く国民の方に知っていただくため、バレンタインデーに、丸亀町グリーンからドリーム下に向けて花電車（トキラクター）ことちゃん・こどもちゃんと共に、一般のお客様にもご参加いただける楽しいイベントです。

◆日時：2月14日（土）13:30～
◆場所：ことでん丸亀町グリーン 発

◆内容：
①午前11:30（金）新橋小学校3年生が花車として花電車を走ります。
②ことちゃん・こどもちゃんが花電車に乗って、高松の大使、園内の花屋さんと一緒にパレードします。花電車を作ってくれた小学生たちにも参加を呼びかけます。
③参加者と花に飾りあうミニイベントを行いました。ことちゃんから贈るのことちゃんへ素敵な花束のプレゼント。
④フラワーバレンタイン特設ステージで記念写真撮影

【主催】 香川県花き園芸協会
協賛：株式会社高松花市場、香川県花卉産出組合、花の贈りがわ推進委員会、株式会社朝日ダンボール
ご取材など問合せ先： 香川県花き園芸協会フラワーバレンタイン実行委員長 森 TEL 090-1006-6032

TOPページ内 NewTopics

花の国日本協議会主催の首都圏イベント情報掲載

New Topics

2015.02.14 New!!
【東京都】 2月14日バレンタインデー、ピンク色の東京タワーでお花プレゼント♪
2月14日（土）、バレンタインデー当日の日没頃、東京タワーがピンク色に染まります。今年はJ-WAVEの生番組とスペシャルなコラボ企画もある予定です。そんなピンクに染まった東京タワーで、フラワーバレンタインデートはいかがでしょう？
◆日時：2月14日（土）18:00～ なくなり次第終了
◆場所：東京タワー展望台

2015.02.14 New!!
【東京都】 コンラッド東京「コラージュ」 《一夜限定》フラワーバレンタインディナー～DOZEN ROSES～
コンラッド東京モダンフレンチ「コラージュ」では、今年も「フラワーバレンタインディナー～DOZEN ROSES～」を開催いたします。シャンパンで乾杯の後、女性に向けて贈られる12本のバラの花束と前田慎也の最先端のモダンフレンチは、テーブルに彩りを添え、女性の心を奪むことをお約束します。スマートに愛の表現をしたいジェントルメンのためにトータルなおもてなしを演出します。
◆日時：2015年2月14日（土）ディナータイム 17:30～21:00
◆場所：コンラッド東京 28階 モダンフレンチ「COLLAGE(コラージュ)」

2015.02.13 New!!
【東京都】 セルリアン東急 スーツェアンレストラン バラの花束プレゼント♪
今年のバレンタインディナーはホテルレストランへぜひ♪
素敵なフラワーバレンタインをご体感ください。
◆日時：2月13日（金）、14日（土）
◆場所：セルリアン東急 スーツェアンレストラン 横

2015.02.14 New!!
※受付終了 【東京都】 メルセデス・ベンツ・コネクション「アップステアーズ」 ヴァイオリニスト竜馬&ギタリストYUTAKA フラワーバレンタインミニライブ
バレンタインデー当日の夜、東京・六本木「メルセデス・ベンツ コネクション」2階のレストラン「アップステアーズ」にて、フラワーバレンタインのテーマ曲「flower valentine」を作曲したヴァイオリニスト竜馬氏とギタリストYUTAKA氏によるミニライブを開催します。
◆日時：2月14日（土）19:00～
◆場所：メルセデス・ベンツ コネクション（東京）2階 アップステアーズ（東京都港区六本木7-3-10）

2014.12.25 New!!
＜ジャパン・レストラン・ウィーク2015＞と本年度もタイアップ決定



2015.02.14 New!!
【東京都】 コンラッド東京「コラージュ」 《一夜限定》フラワーバレンタインディナー～DOZEN ROSES～

コンラッド東京モダンフレンチ「コラージュ」では、今年も「フラワーバレンタインディナー～DOZEN ROSES～」を開催いたします。
◆日時：2015年2月14日（土）ディナータイム 17:30～21:00
◆場所：コンラッド東京 28階 モダンフレンチ「COLLAGE(コラージュ)」

◆内容：
日本では「女性から男性へチョコレートを贈る日」とされるバレンタインですが、海外では、男女がお互いに愛や感謝の気持ちを伝えあう日というのが一般的。男性から女性に花を贈る習慣を広めるための「フラワーバレンタイン」、DOZEN ROSES＝12本のバラは、その1本1本に愛の意味をこめ、まさに贈る女性への花贈りのスタイルです。
シャンパンで乾杯の後、女性に向けて贈られる12本のバラの花束と前田慎也の最先端のモダンフレンチは、

【共通コミュニケーションツール】 公式ホームページ

Be
flower
Be
mine ♥
Flower Valentine

全国ショップリスト(ご協賛店舗)

10口以上ご協賛の小売(団体)
は地図の一覧の他に別途バナー
を設置(ローリング方式)&
それぞれのHPとリンクの特典あり

ショップデータ=
スマホ用無料アプリ『花贈りnavi』
の「お花屋さんMAP」と連動



映像コンテンツ紹介

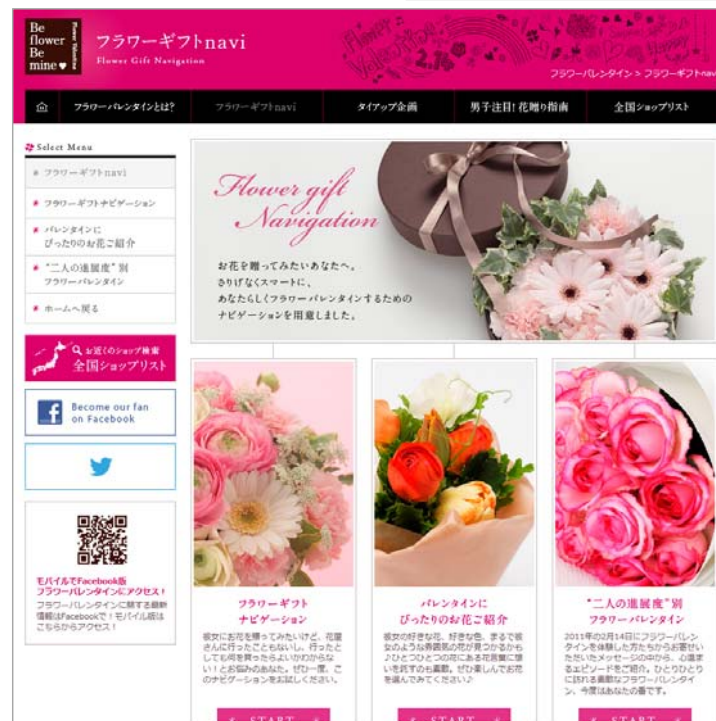
2013年度に制作した
オリジナルショートムービー、
フラッシュモブ映像の
ご紹介コーナー。

【共通コミュニケーションツール】 公式ホームページ

Be
flower
Be
mine ♥
Flower Valentine

「フラワーバレンタイン」とは？

そもそも「フラワーバレンタイン」とは？
を説明する「ABOUT」ページ。
本物のバレンタイン=世界標準の
バレンタイン、バレンタインの歴史や
各国事情などについて紹介する。
様々な花店のHPやブログ、SNSに
多数引用され、「フラワーバレンタイン」
について語っていただくために
ご活用いただいた。



フラワーギフトnavi

フラワーギフトナビゲーション
～花を購入することに慣れて
いないお客様(男性)のために

YES/NOで進んでいくと
6つのブーケのいずれかに
到達するゲーム
(昨年と同じ内容)

【共通コミュニケーションツール】 公式HPアクセス状況の分析

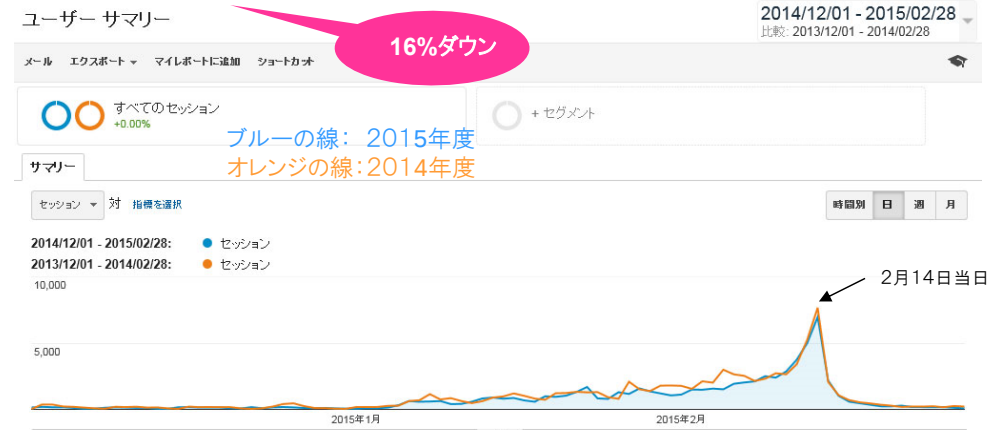


- 公式ホームページURL: <http://www.flower-valentine.com/>
 - ホームページグランド公開日: 2014年12月1日(月)
 - 総アクセス数: 221,173PV (2014年12月1日～2015年2月29日までの3ヶ月間の合計)
- ※プレゼントキャンペーンはスマホ用無料アプリ『花贈りnavi』に移行
※昨年同様、本年度もfacebook、TwitterなどSNS施策強化でモバイルは網羅できると考え、HPはモバイル版を制作せず、パソコン版のみとした。←次年度はサイトのスマホ版要検討

サイトへのアクセス数推移 (昨年同日比: 12月1日～2月28日)

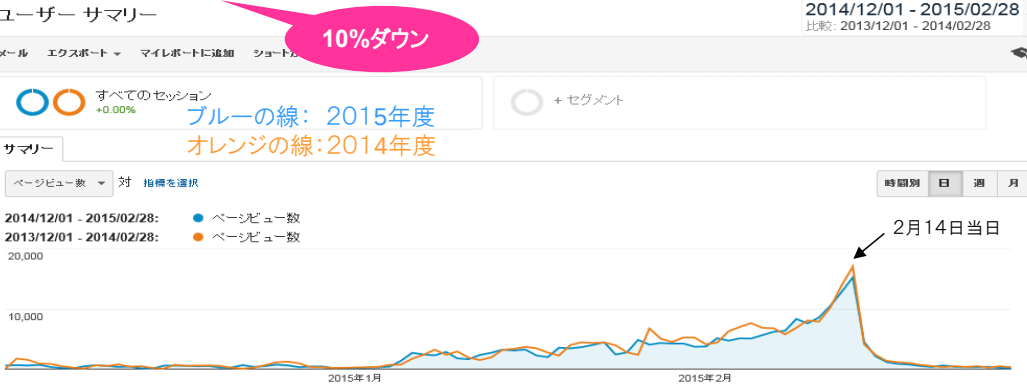
■サイトへの訪問者数

2015年度73,594人: 2014年度85,493人: 2013年度52,952人: 2012年度52,952人

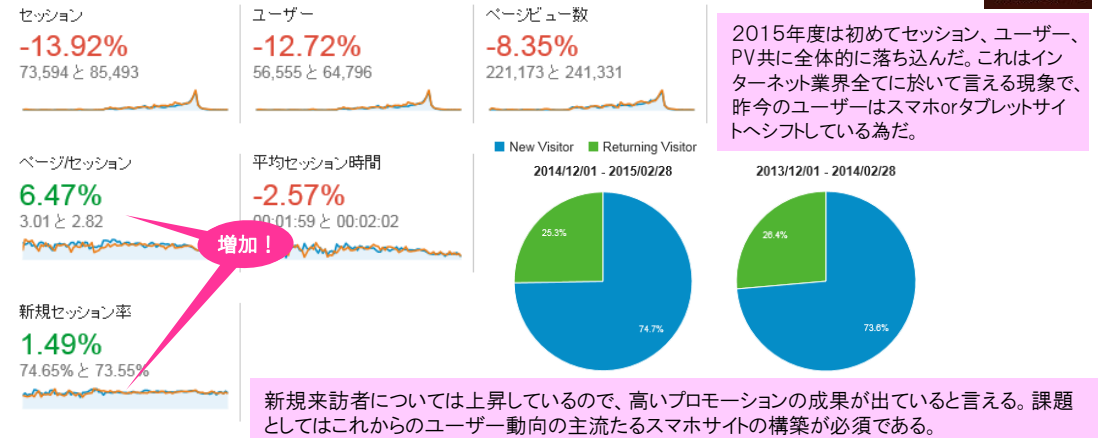


■サイトのページビュー数

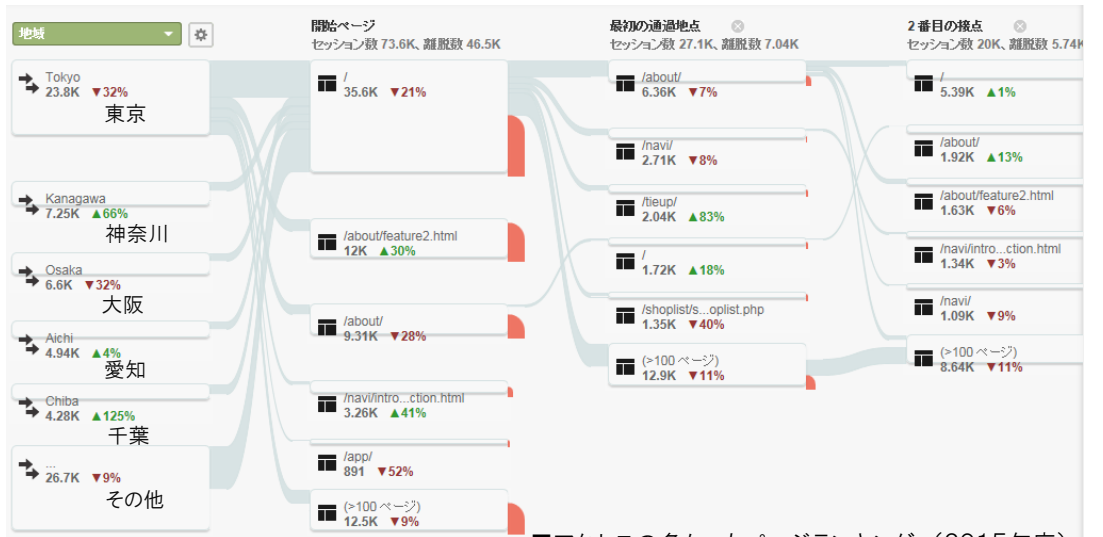
2015年度221,173: 2014年度241,331: 2013年度204,675: 2012年度176,075: 2011年度76,397



【共通コミュニケーションツール】 公式HPアクセス状況の分析



■地域別訪問数ボリュームとサイト内コンテンツ閲覧状況 (2015年度)



■アクセスの多かったページランキング (2015年度)

1.	/	57,007 (25.77%)	38,073 (23.74%)	00:01:05	35,103 (47.70%)
2.	/about/	26,870 (12.15%)	19,081 (11.90%)	00:01:09	9,279 (12.61%)
3.	/about/feature2.html	18,697 (8.46%)	15,810 (9.86%)	00:01:56	11,990 (16.29%)
4.	/navi/introduction.html	11,712 (5.30%)	7,120 (4.44%)	00:00:40	3,239 (4.40%)
5.	/navi/	10,929 (4.94%)	6,984 (4.36%)	00:00:18	302 (0.41%)
6.	/interview/	9,490 (4.29%)	5,885 (3.67%)	00:00:30	919 (1.25%)
7.	/tieup/	7,487 (3.39%)	6,108 (3.81%)	00:01:02	904 (1.23%)
8.	/about/feature3.html	5,638 (2.55%)	4,335 (2.70%)	00:00:48	303 (0.41%)
9.	/shoplist/	4,589 (2.07%)	3,235 (2.02%)	00:00:34	143 (0.19%)
10.	/navi/navigation.html	3,747 (1.69%)	2,481 (1.55%)	00:00:23	71 (0.10%)

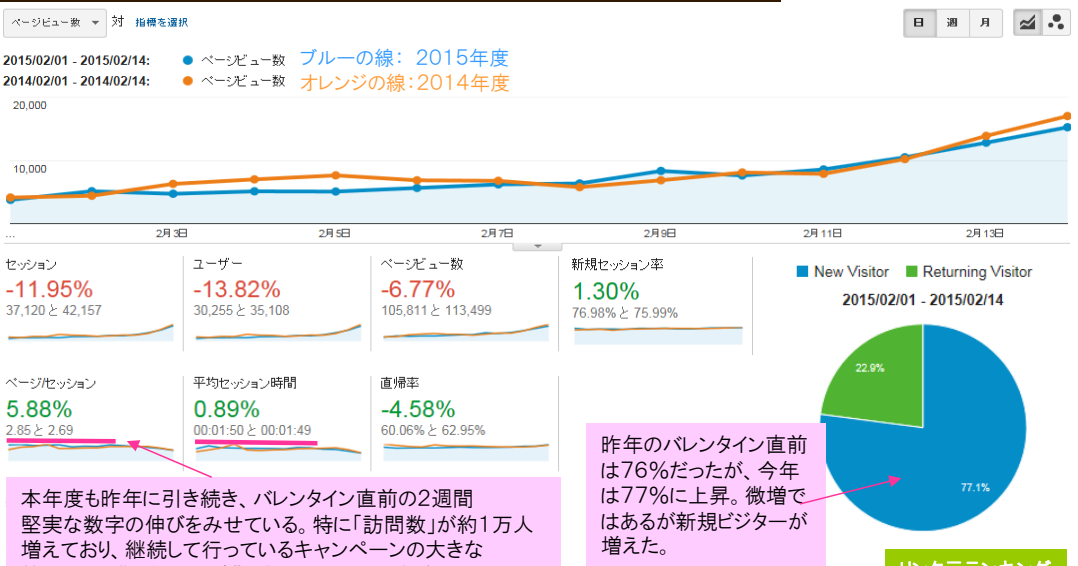
昨年アクセスの多いエリアは東京・大阪・愛知・神奈川・福岡の順だったが、今年は神奈川・千葉・愛知が急上昇。アクセスが多いページは「about」が最多。やはり「フラワーバレンタインについて」知りたい「新規ジッターの行動が伺える」。

今年も引き続き動向としては4位にアプリの紹介のページのアクセスが上ってきており、アプリへの関心の高さも伺える。

【共通コミュニケーションツール】 公式HPアクセス状況の分析



バレンタインデー直前2週間の動向（昨年度同日比）



本年度も昨年に引き続き、バレンタイン直前の2週間堅実な数字の伸びをみせている。特に「訪問数」が約1万人増えており、継続して行っているキャンペーンの大きな特徴である「認知の累積」の効果のせいか、急進的な伸びがあった昨年よりさらに伸びている。モバイル閲覧も多い。

サイトにアクセスがあるブラウザランキング

1. Safari	2014/12/01 - 2015/02/28	24,149 (32.81%)	77.48%
	2013/12/01 - 2014/02/28	21,898 (25.61%)	76.31%
変化率		10.28%	1.54%
2. Internet Explorer	2014/12/01 - 2015/02/28	17,013 (23.12%)	71.21%
	2013/12/01 - 2014/02/28	30,228 (35.36%)	71.97%
変化率		-43.72%	-1.05%
3. Chrome	2014/12/01 - 2015/02/28	14,776 (20.08%)	74.29%
	2013/12/01 - 2014/02/28	10,594 (12.39%)	69.33%
変化率		39.48%	7.15%
4. Android Browser	2014/12/01 - 2015/02/28		
	2013/12/01 - 2014/02/28		
変化率			
5. Safari (in-app)	2014/12/01 - 2015/02/28		
	2013/12/01 - 2014/02/28		
変化率			
37 変化率		-11.38%	2.42%

昨年PCが18%減っていたが、本年はさらに4%減った。PC(WinOS)を利用する人よりも、Safariを使うMacユーザーの方が閲覧数が多いため、昨年同様Android/iOSのスマホブラウザの伸びがその先に推測される。

また、昨年同様Android/iOSのスマホブラウザの伸びがその先に推測される。

昨年PCが18%減っていたが、本年はさらに43%の大幅ダウン。PC(WinOS)を利用する人よりも、Safariを使うMacユーザーの方が閲覧数が多いと想定される。昨今言われるサードウェーブ系男子という像がその先に推測される。また、昨年同様Android/iOSのスマホブラウザは着実な伸びをみせている。

リンク元ランキング

1. google / organic	2014/12/01 - 2015/02/28	26,882 (36.53%)
	2013/12/01 - 2014/02/28	26,089 (30.52%)
変化率		3.04%
2. yahoo / organic	2014/12/01 - 2015/02/28	17,111 (23.25%)
	2013/12/01 - 2014/02/28	19,079 (22.32%)
変化率		-10.32%
3. (direct) / (none)	2014/12/01 - 2015/02/28	9,472 (12.87%)
	2013/12/01 - 2014/02/28	17,621 (20.61%)
変化率		-46.25%
4. aoyamaflowermarket.com / referral	2014/12/01 - 2015/02/28	
	2013/12/01 - 2014/02/28	
変化率		
5. m.facebook.com	2014/12/01 - 2015/02/28	
	2013/12/01 - 2014/02/28	3,558 (4.16%)
変化率		-51.24%

2位のYahooが昨年より10%ダウン。直接検索も46%の減少。LINEやTESLAB、J-WAVEなどの新規メディアがラインナップしており、スマホニーズが高まっているのがわかる。

参考: 6位. Docomoサーチ、7位. TESLAB、8位. 日本花普及センター、9位. LINE、10位. Bing、11位. 東京タワー、12位. 青山フラワーマーケットECサイト、13位. J-WAVE

【共通コミュニケーションツール】 公式HPアクセス状況の分析



ソーシャルネットワーク経由のアクセス状況



ソーシャルネットワークセッション

1. Facebook	2014/12/01 - 2015/02/28	2,638 (84.39%)
2013/12/01 - 2014/02/28	5,085 (82.89%)	
変化率		-48.12%
2. Twitter	2014/12/01 - 2015/02/28	213 (6.81%)
2013/12/01 - 2014/02/28	803 (13.09%)	
変化率		-73.47%
3. Naver	2014/12/01 - 2015/02/28	118 (3.77%)
2013/12/01 - 2014/02/28	58 (0.95%)	
変化率		103.45%
4. Ameba	2014/12/01 - 2015/02/28	110 (3.52%)
2013/12/01 - 2014/02/28	112 (1.83%)	
変化率		-1.79%
5. FC2	2014/12/01 - 2015/02/28	20 (0.64%)
2013/12/01 - 2014/02/28	21 (0.34%)	
変化率		-4.76%
38 goo blog		

Facebookセッション

2,638 (84.39%)	Facebookが大幅に％を落としている。 フラワーバレンタインにリーチしそうな ユーザーは、もはやfacebookには存在 せず、違うメディアへ移ってしまっ ている可能性が高い。一方LINEと親 和性が高いNaverが数値を伸ばして いるが、フラワーバレンタインのサイ トルがスマホナイズしていないため、 そこまでの数値の伸びが出ていない。
5,085 (82.89%)	
-48.12%	
213 (6.81%)	
803 (13.09%)	
-73.47%	
118 (3.77%)	
58 (0.95%)	
103.45%	
110 (3.52%)	
112 (1.83%)	
-1.79%	
20 (0.64%)	
21 (0.34%)	
-4.76%	

Facebookが大幅に%を落としている。フラワーバレンタインにリーチしそうなユーザーは、もはやfacebookには存在せず、違うメディアへ移ってしまっている可能性が高い。一方LINEと親和性が高いNaverが数値を伸ばしているが、フラワーバレンタインのサイト側がスマホナイズしていないため、そこまでの数値の伸びが出ていない。

【共通コミュニケーションツール】 公式facebook

■数値調査期間 2015年1月24日(土)～2月14日(土) ※昨年調査同日

■実施結果 リーチ数 合計 68,953(昨年度:109,072)
ページへのいいね！獲得数合計 216(昨年度:175)
投稿へのいいね！獲得数合計 920(昨年度:1,006)

■主な内容
各種イベントの告知／メディア掲載情報の告知
オフィシャルサポーターバッチ配信
スマホ向けアプリ『花贈りnavi』紹介、ダウンロードプレゼントキャンペーン
全国ショップリスト／Youtubeなどの動画情報



リーチ数は減少したものの、ページへの新規「いいね！」の数は伸びている。また投稿への「いいね！」は減少、つまりfacebook自体のアクセスやアクティビティが世界的に急激に落ちている最中、リーチする人が減ったという事はそもそもfacebookへの関心が薄れているという事だが、「いいね！」が獲得出来ているという事は、「フラワーバレンタイン」の活動には興味・関心があるということが伺える。

また、投稿への「いいね！」は原則既存ユーザーが行う為、facebook自体へのアクセスが減っているのにそれに比例し減少している。本報告書でも後述するが、2015年急速にfacebook離れが進み、LINEやInstagramなどの新メディアへのアプローチが必須とされるであろう。

【共通コミュニケーションツール】 公式facebook

■「いいね！」獲得数ランキング

1位
いいね！
426人



2位
いいね！
402人



■「シェア」数ランキング

1位
シェア
75件
リーチ数
25,056人
※1月6日の
投稿につき
数値調査に
カウントされず



2位
シェア
71件



基本コンテンツ：フラワーバレンタインとは／全国ショップリスト など



豪華 プレゼントキャンペーン

スマホ用アプリ「花嫁U・navi」をダウンロードして、
豪華なプレゼントをもらっちゃおう！

特賞は夢のサプライズ演出
花いっぱいの上ホテルステイ





■参加期間 2014年1月14日～3月31日まで

■対象 夢のサ・ブライズ演出
「花いっぱいの上ホテルステイ」プレゼント(1名毎)

■抽選方法 「花嫁U・navi」プレゼント / 1万円相当(10名毎)
抽選にずいかにアクセス「花嫁U・navi」でプレイし、
アプリをダウンロード、アプリ100回遊ぶのが応募条件。

Available on the
 App Store

GET IT ON
 Google play

※プレゼントキャンペーンはアプリをダウンロードした方に対象を変更

フラワーバレンタイン 全国ショップリスト

フラワーバレンタインギフトをご検討の皆さま、
お近くのショップを見つけてください!

Shop List

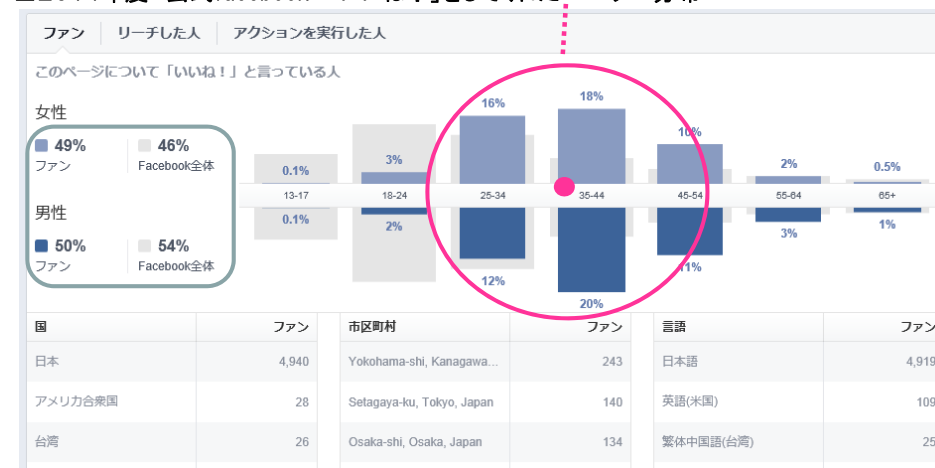
■参加店舗リスト

北海道	北海道	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県
東北	青森県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	神奈川県
関東	東京都					
中部	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県
近畿	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県
中国	岡山県	広島県	岡山県	広島県	山口県	
四国	徳島県	香川県	愛媛県	高知県		
九州	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県
沖縄	沖縄県					
Web	インターネットストア					
海外	海外ショップ					

■2015年度 公式facebook「いいね！」をしてくれたユーザー分布



■2014年度 公式facebook「いいね！」をしてくれたユーザー分布



昨年と比べ、まず男女比が男性が54%→50%となり、男女比が半分半分となった。また、ユーザー分布の中心点が少し右にシフトし、年齢層があがったことがわかる。つまり、ユーザーの加齢と比例してシフトしている結果だ。昨今、急激にfacebook離れが加速し、他メディアにユーザーがシフトしている。facebookユーザーが高齢化し、若年層のfacebook離れが進行している。

ここ2年、facebookをSNSの中心に捉えてきたが、今回の大幅なアクティビティの衰退を鑑み、まずはスマホサイトの構築と、FVキャンペーンのターゲット層のSNS使用実態を踏まえつつ、LINEやInstagramなどのメディアへのアプローチも来期は必須となりそうだ。

■フラワーバレンタイン公式Twitterアカウント

アカウント名 : @f_valentine2013
フォロワー数 1926



バレンタインデー前後の「フラワーバレンタイン」に関するつぶやきを集めてみた。
今年は例年にも増して、贈られて感動したという女性の画像つき投稿も目立った。(一部抜粋)

- 娘が彼にバレンタイン渡したら…フラワーバレンタインって事で
可愛いお花をもらってきた♪フラワーバレンタイン…知らなかった～(^_^;
- ただいまー！！1日早くバレンタインもらっちゃいました～お花もらうのは初めて
だな～フラワーバレンタインなんだってさ(^o^〇)ピンク好きだからって、ピンクが1番
多いのをもらって…(; ;)
- 花束もらっちゃった(((o(*∇*)o)))フラワーバレンタインって素敵だよな？
んで、ちゃんと花瓶ももってくべきだなんて感じた(笑)
- やべえええ。びっくりした。バレンタイン渡したら彼がこんな用意してた。
わお??真ん中の茶色の薔薇チョコレートらしい！洒落たことしやがって！！
手紙泣いたの内緒！
- 映画館でフラワーバレンタインとかいって、男の人から女の人に送るとかで
お花もらった！ちょっとハズニングあったけど(笑)楽しいバレンタインでした♡
- 親友の* *から「彼からのバレンタイン、鉢植えの花だったんだけど！なんで
鉢植えなの？！」という文句にみせかけたノロケメッセージがきました(〃▽〃)
- 花束 嬉しすぎたなーん！！花大好き♡会って速攻くれたのはびっくりしたけどw
逆バレンタイン？サプライズ？???笑
- 花やさんが来たので何かと思ったら、旦那さんがバレンタインの贈り物として
注文していたらしく、私と娘に花束が届きました(´▽`)びっくり
- 朝起きたら机の上におっきな花束が！バレンタインは男性が女性に花を贈る日？
いつから逆転してチョコになったんだろう？
- 街には花を持った女性がたくさん。メッセージカードを必死に選ぶお父さん達の
姿はどことなくカッコいい。男性から女性へ送るバレンタインもなかなかいいね。
- バレンタインデートしてきた♡花もってる男の人たくさん見かけて、素敵だなんて思ってた、
トイレ行ってる時に買ってきてくれたみたいで、わたしもお花もらった♡ステキな1日をありがとう♡

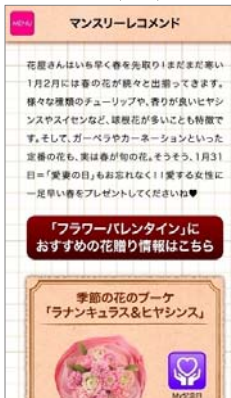


【共通コミュニケーションツール】スマートフォン向けアプリ『花贈りnavi』

■TOP画面



■マンズリーレコメンド



■お花屋さんMAP



■記念日リマインダー



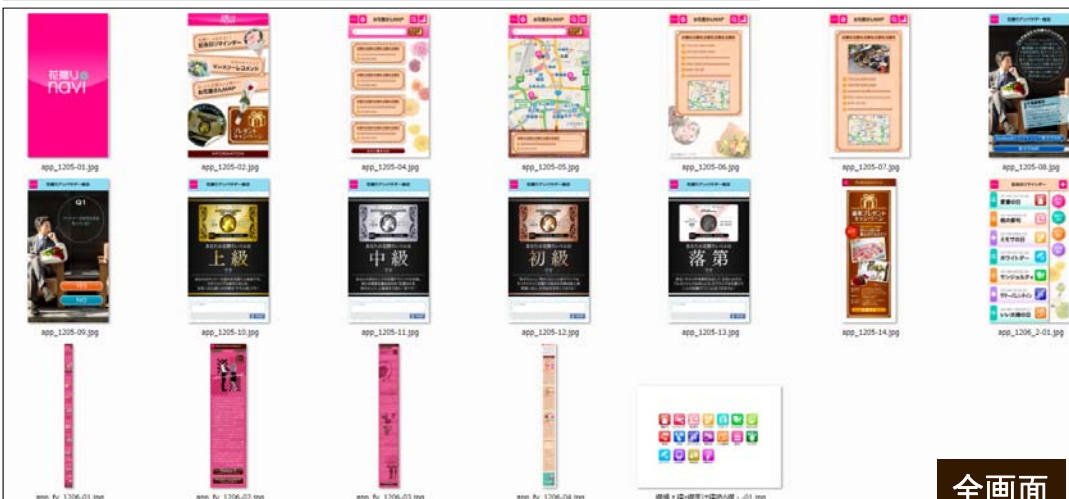
「記念日リマインダー」は花贈りに関する記念日を事前にお知らせしてくれる機能。
また、自分のプライベートな予定や、家族の誕生日、結婚記念日、My記念日なども登録が可能。
予定を忘れないように、3日前にリマインドしてくれるアラート機能付き。



「お花屋さんMAP」はスマートフォンのGPS機能を使い、現在地から一番近くの「お花屋さん」を教えてくれるサービス。
地図ビューとリストビューの2つの探し方があり、キーワード検索も可能で、店舗詳細ページからは基本情報の他、地図アプリと連携して店舗までナビゲーションする機能もある。
知らない街や駅で、急に花が必要になった際などに便利な機能。

今後は各店で自店の商品情報などが更新できるしくみや、将来的にはクーポンサービスのような機能も実装したい。

【共通コミュニケーションツール】スマートフォン向けアプリ『花贈りnavi』



全画面

豪華プレゼントキャンペーン

応募期間：2015年1月14日～3月31日

■プレゼントキャンペーン応募時アンケートより抜粋

応募者数：277名
(女性206名：男性71名)

年齢	質問1：本アプリ「花贈りnavi」をどちらでお知りになりましたか？	質問2：本アプリを活用してお花を贈りましたか？（もしくは近々贈る予定ですか？）	質問3：本アプリについてのご意見・ご要望をお聞かせください。
39	ウェブサイト	はい	今まで花を贈ることをしてあげられなかったので、今年は特別日頃の感謝とサプライズでプロポーズできるきっかけにしたい。
26	チラシ	はい	お花を贈るという文化が根付くのを願っています。こういったアプリなどで認知がたくさん広まりますように！
32	花を贈って／贈られて	はい	花についての知識が一切ないので、当たり前と思われているようなことも、載せてあると有り難いです。
26	ウェブサイト	はい	花言葉やアレルギー情報等があると素敵だと思います。現状でも大変見やすいですが、地図で花屋が分かるのが便利過ぎますね。最高です。
34	花屋などの店頭ポスター	はい	男性でも使えるアプリで重宝します。
28	他の人から聞いて	はい	近くの花屋がわかって良い
20	ウェブサイト	はい	記念日の時期に合わせた花選びや花言葉、本数の意味も載っていて贈るのが楽しくなります！
41	その他	はい	近所の花屋がわかって良い
27	ウェブサイト	はい	店舗検索機能がほしい
32	その他	はい	とても使いやすく、記念日には是非花を贈ろうと思う。
32	ラジオ	はい	日常的にさりげなく花を贈れる男になればと思っています。
22	花屋などの店頭ポスター	はい	アプリをみて友達や家族に花をイベントが無くてでも贈りたくなりました
17	その他	はい	季節のお花の紹介もして下さるので、お花について勉強をしている側として分かりやすく助かっています。
40	ラジオ	はい	さり気なくお花の事について調べられたり、オシャレな知識が身につくからとても便利です。
26	チラシ	はい	近くのお花屋さんがさがせてべんり 辞典などもほしい
23	チラシ	はい	ずっとお花のアプリを探していたので見つけた時はすごく嬉しかったです。ショップ検索の機能はすごく便利なのでこのアプリを使って色んなお花屋さん巡りをしたいと思います！
33	花屋などの店頭ポスター	はい	子供や会社の関係で花を贈る機会が多くなるので活用させていただきたいと思いました。
27	その他	はい	まだ使い始めたばかりで活用できていないが、今後家族や友人などにプレゼントする際の参考にしたり、お花を購入するきっかけにもなって良いと思う*
19	ウェブサイト	はい	とてもいいアプリだと思います。今までにない、アプリなので使おうと思いました
30	チラシ	はい	お花屋さんの情報を知れるのが嬉しいです！
45	その他	はい	花を大事な人に贈れるなんてステキなアプリです。花をもらおうと幸せな気持ちになるので贈って笑顔になって欲しい
45	花屋などの店頭ポスター	はい	季節の花や知らなかった記念日があった
45	チラシ	はい	お花が大好きで、買ったお花や贈ったお花を記録したり、何かお花に関する便利なアプリがあったらいいなあと思ってました。楽しく使ってみます。
32	その他	はい	記念日が入れられるのは良いのですが、誕生日など過ぎた月が入らないのは不便なので、入れられるようにして貰いたいのと、月毎に切り替えられたり、一覧なら過ぎた物は下に下がる形になると良いな。
52	花を贈って／贈られて	はい	知らなくて損したと思うほど便利です
33	チラシ	はい	お花を購入する際、どんなものを選んだらいいのか悩むことが多かったのですが、これからは「レコメンドフラワー」を参考にお花選びを楽しみたいです。

5. メディアタイアップ
FMラジオ・映画館・情報サイトなど