



東京園芸ニュース (28年度-88号)

平成29年1月 / 群馬県東京園芸情報センター

1月31日

今日は愛妻の日! 3 LOVE STORIESで花を贈る習慣を ～ 1月、2月、3月は花を贈る強化月間に ～

1、2、3月は花贈り強化月間に! 若い層から花を贈る習慣が定着か

2011年より、花き業界では2月14日のバレンタインデーに男性が花を贈る「フラワーバレンタイン」を定着させるための取組が(一社)花の国日本協議会などを中心に行われています。10年の計画でスタートした本企画は折り返しとなる5年を経過し、業界内では広く浸透がされてきていますが、今後は消費者の実際の購買行動につながる活動が求められる段階となっています。

また、バレンタインデーとともに、3月14日のホワイトデー、そして1月31日の愛妻の日を併せて「3 LOVE STORIES」という3ヶ月間にわたるプロモーションイベントも展開され、その3ヶ月は男性が花を贈る強化月間として取り組まれており、特に認知度の低い愛妻の日は今後の需要掘り起こしが期待されています。

(詳しくは、(一社)花の国日本協議会 Web サイトをご覧ください)

これまでのフラワーバレンタインなどの普及活動の成果として、徐々に消費者の花に対する意識に変化が見られています。同協議会が実施した調査によると、男性にとっての“花贈り”は「恥ずかしい、照れくさい」ことから各世代で「楽しい、わくわくする」ことへ意識が変化していることがわかりました。また、バレンタインデーに花を贈る男性が9.2%と、前々年の5.4%から増加しています。さらに、過去1年以内にプレゼントに花を購入した男性は41.2%で女性の40.4%を上回っており、特に20代男性は60.8%と性別、世代別の中で最も高い結果となりました。

((一社)花の国日本協議会第3回『花と恋愛の相関図』2016年1月より)



花の国あいちのフラワーバレンタインプロモーション

花き産出額が全国断トツ1位(27年576億円、農水省)を誇る愛知県では、愛知県内とともに都内でも大規模なフラワーバレンタインプロモーションのイベントを行っています。今年度は2月12日に東京六本木ヒルズにて「あなただけのスイートブーケ with あいちの花」と題し、大村知事によるPRの他、フラワーアレンジや花贈りパフォーマンス、オリジナルブーケ作成などが行われます。(実施主体/(一社)花の国日本協議会、六本木ヒルズ(森ビル株)等)



フラワーバレンタイントークショーwithあいち (2016年 日本橋三越特設会場)

花き市場でもフラワーバレンタイン商材の盛り上がり

年始や成人式需要を過ぎると、生花市場ではフラワーバレンタインのPRとともにホワイトデー、そして愛妻の日の需要に向けた商材が目立ち始めます。切花ではバラを中心に洋花類の需要が高まり、鉢物ではミニバラや洋ランの他、近年では多肉植物が定番商品となっています。(株)フラワーオークションジャパンでは事務所前にてフラワーバレンタイン向け商材の展示も行われバレンタイン仕様に装飾された商材の提案が行われるなど、近年産地からの個性ある商品提案も増えています。



市場もフラワーバレンタインを盛り上げる



フラワーバレンタインの商材提案



多肉植物もバレンタイン仕様