

## 2. 事業概要・スケジュール



## 2. 事業概要・スケジュール

### 国産花き需要拡大推進協議会 設立趣意

平成以降のホームユースの花の消費動向は、『21世紀の潤いのある豊かな社会の実現』をテーマに開催された「花の万博 EXPO'90」の影響により、1992年までは漸増するものの、それ以降、横ばいとなり、1997年をピークに13,130円（総務省 家計調査年報より）あった一世帯当たりの切り花の消費金額は、その後、漸減し続け、2018年では8,026円まで減少しています。

その背景として、2008年のリーマンショックによる世界的な金融危機や2011年の東日本大震災など、経済環境の悪化や天変地異による影響が大きいと考えられますが、主たる要因は、お盆やお彼岸といった催事における花の利用の減少、花の飾り場である床の間や仏壇の減少等、消費者のライフスタイルや住環境の変化に対する花き業界の対応不足によるものだと考えられます。今後、少子高齢化や共働き世帯の増加等の社会環境の変化、情報通信技術の革新による消費環境の変化により、ますます、消費実態との格差が広がり、消費が縮小されることが想定されます。

（一社）花の国日本協議会では、2015年秋より、ホームユースの花の消費低迷の打開策として、「花と素敵な週末を」というコンセプトのもと、花のある豊かな暮らしを楽しむ“きっかけ作り”を行い、物日に依存しない花店の日々の売上を創出する「ウィークエンドフラワー」プロモーションに取り組んでおります。しかしながら、その活動は、首都圏を中心とした一部のエリアに留まり、全国的な活動への広がりが求められているところです。また、プロモーション施策についても、消費者の住環境や生活実態に即した効果的な実効力のある企画が求められております。

このたび、（一社）花の国日本協議会では、日本の花き消費を盛り上げ、花のある豊かな国民生活を実現するべく、平成31年度の農林水産省の助成事業に公募し、4/3付けで「国産切り花のホームユース需要拡大のためのプロモーション事業」採択の通知を受けました。事業の実施に際しては、花き業界が一丸となった全国的な活動とするため、（一社）花の国日本協議会の枠組みを越えて、全国の花きの関係者、業界団体、異業種の皆様と連携のもと、新たな事業実施団体「国産花き需要拡大推進協議会」を設立することとしました。

全国の花き業界の関係者の皆様には、本事業の趣旨と実施団体の設立にご賛同を賜るとともに、国産切り花のホームユース需要拡大のための消費者及び花店の実態調査、プロモーションの実施と販売実証、効果的なプロモーション手法のモデル化、事業成果の普及啓発等、事業活動へのご参画をお願い申し上げます。

平成31年4月 26日  
国産花き需要拡大推進協議会  
設立発起人代表 井上 英明

## 2. 事業概要・スケジュール

### ◆事業概要

国産花き需要拡大推進協議会では、切り花の家計支出が1997年をピークに漸減している現状を鑑み、消費者のホームユース花の消費実態やグループインタビュー、花店のホームユース花の販売実態を調査し、消費実態とのギャップや購入につながりにくい要因を掘り下げ、消費者のライフスタイルや住環境にフィットした花のある豊かな暮らしのプロモーションを試み、販売実証を行う。また、販売実証により得られた成果については、効果的なプロモーション手法としてモデル化し、全国の主要都市で周知活動と推進活動を行い、ホームユース花の消費を拡大させる。

### ◆事業内容

- ①ホームユース用途の切り花の消費実態調査（全国の政令指定都市20か所）  
※ 家庭の花消費のコアターゲットである女性を対象（年代別・世帯別：単身・専業主婦・共働きなど）
- ②花店のホームユース用途の切り花の販売実態調査（全国の主要6都市の花店）  
※ ホームユース用途の販売アイテムの品揃え、販売動向など。
- ③①の消費実態調査結果を踏まえたグループインタビューの実施（首都圏）  
※ 花のある暮らしに消極的な消費者の深層心理、購入のきっかけや動機を掘り下げ。
- ④ホームユース用途の切り花の消費拡大プロモーションの実施（全国の主要6都市の花店）  
※ 花店でホームユース用途の切り花を購入するきっかけづくり、継続購入のためのプロモーション。
- ⑤消費拡大の店頭プロモーションの販売実証（全国の主要6都市の花店）  
※ 店頭プロモーションの被験者、非被験者の追跡調査を行い、購入率や購入頻度の効果を検証する。
- ⑥事業実施報告会の開催（全国の主要6都市）※ 新型コロナウイルス感染防止対策のため中止
- ⑦Webサイトによる事業成果の報告、普及啓発活動（全国）
- ⑧本事業による2023年の効果検証（MPSジャパン（株）「花と野菜、環境に関する調査」による検証）自宅用花の購入率 20.2%→25.0%、購入頻度の高い層（3～4回）のシェア拡大 39.8%→50.0%

◆活動範囲 全国の主要6都市（ホームユースの潜在的な需要の見込めるエリア）  
仙台（北海道・東北エリア）、東京（関東エリア）、名古屋（中部・北陸エリア）、大阪（関西エリア）、広島（中国・四国エリア）、福岡（九州・沖縄エリア）

### ◆運営体制

検討委員は、会員及び連携協力を要する団体・企業等の中から、会長が選定して委嘱する。

- ①中央検討委員会 花き業界関係者、学識経験者、異業種の専門家等で構成。業界内外の様々な分野の有識者より助言を賜り、公正かつ適切な事業活動の支援指導を行う組織。
- ②企画検討委員会 活動範囲（全国6エリア）の主要な花店、流通業者で構成。ホームユース需要拡大のための各種実態調査、プロモーション活動、販売実証等を担う実務組織。

## 2. 事業概要・スケジュール

日程	協議会 事務局	各種調査・実証 プログラムの実施	企画検討委員会	中央検討委員会
5月	(20日) 東京 設立総会開催		企画検討委員就任	中央検討委員就任
6月	・消費者実態調査の内容確定 ・グループインタビューの内容 ・実証プログラムの内容 → 検討委員会の意見集約	(24日～27日) 消費者実態調査 2,000名 全国20政令指定都市 25歳～65歳女性	(06日) 第1回 東京開催 ・消費者・花店調査内容検討 ・グループインタビュー内容検討 ・実証プログラムの内容検討	(17日) 第1回 東京開催 ・消費者・花店調査内容確認 ・グループインタビュー内容確認 ・実証プログラム内容確認
7月	・花店調査の再検討 ・グループインタビュー内容確定 ・実証プログラム内容再検討	(26日～27日) グループインタビューの実施	(29日) 第2回 名古屋エリア (31日) 第2回 仙台エリア	
8月	(8月～9月) ・消費者実態調査 ・グループインタビュー の集計分析		(01日) 第2回 広島エリア (02日) 第2回 仙台エリア (05日) 第2回 名古屋エリア (06日) 第2回 仙台エリア ・実証プログラムの内容再検討	(21日) 第2回 東京開催 ・消費者実態調査報告の確認 ・グループインタビュー報告確認 ・実証プログラムの内容再確認
9月	各種調査・グループインタビュー の結果分析を踏まえた実証プロ グラムの実施内容の策定			
10月	・実証プログラムの決定 潜在層の消費者をリクルート 花のABCワークショップ実施 再来店花交換インセンティブ			
11月	・ワークショップ用花器備品手配 ・ワークショップマニュアル作成 ・実施17花店の企画推進	(上旬～1月) ・実証プログラム 「花のABCワークショップ」 参加者アンケートの実施		
12月		(11月～12月) ・花店ホームユース取組実態 調査実施 (487店の回答) ・花交換実証プログラム実施		
1月	(1月～2月) ・参加者アンケート集計分析 ・実証プログラムの検証 ・花店取組調査の集計分析 ・普及啓発ツールの企画 (Web、動画、紙ツール)	同上		
2月	・事業実施報告書の作成 ・普及啓発ツールの制作 (Web、動画、紙ツール)		(20日) 第3回 中央・企画 検討委員会の合同開催 (21日) ワークショップの実施 花店分科会	(20日) 第3回 中央・企画 検討委員会の合同開催
3月	事業実施報告会 (04日) 東京開催 (中止) (11日) 大阪開催 (中止) ・補助金実績報告の作成	←新型コロナ感染防止 対策のため		

### 3. 会員・検討委員リスト



### 3. 会員・検討委員リスト

## 国産花き需要拡大推進協議会 役員・会員・検討委員リスト 敬称略・順不同

会長	井上 英明	株式会社 パーク・コーポレーション	代表取締役
副会長	宮嶋 浩彰	株式会社 日比谷花壇	代表取締役社長
副会長	西家 正純	花キューピット 株式会社	相談役
副会長	磯村 信夫	株式会社 大田花き	代表執行役社長
監事	鈴木 勝美	株式会社 東京堂	代表取締役社長
監事	金子 和彦	株式会社 大田花き	執行役 管理本部長

### 会 員

株式会社 花佳	株式会社 名古屋花き
木本生花 株式会社	株式会社 ふろーりすとほうかえん
株式会社 多賀城フラワー	株式会社 花やの六さん
株式会社 花の店サトウ	株式会社 なにわ花いちば
株式会社 パーク・コーポレーション	株式会社 サトウ花店
株式会社 日比谷花壇	株式会社 花恋人
花キューピット 株式会社	株式会社 花満
株式会社 花茂	有限会社 フラワーショップみなと
株式会社 メルシーフラワー	有限会社 はやし作園(花の店りんりん)
株式会社 ゼントクコーポレーション	福岡県花卉農業 協同組合
株式会社 大田花き	花URARA
株式会社 自由が丘フラワーズ	株式会社 若松花のチモト
株式会社 フラワーオークションジャパン	菅家博昭(カスミ草生産者)
クリザール・ジャパン 株式会社	PCガーベラ
スミザーズオアシス ジャパン 株式会社	有限会社 ジャパンフラワードリーム
株式会社 東京堂	株式会社 サカタのタネ
株式会社 カインズ	

### 検 討 委 員

一般社団法人 日本花き卸売市場協会	MPSジャパン 株式会社
一般社団法人 全国花卸協会	一般社団法人日本フローラルマーケティング協会
一般社団法人 日本花き生産協会	GreenSnap 株式会社
一般社団法人 花の国日本協議会	株式会社 Crunch Style (Bloomee LIFE)
協同組合 全国花材流通協会	株式会社 TSUTAYA

### 事 務 局

一般社団法人 花の国日本協議会