

④ #花とフォト 新たなブライダル切り花需要創出活動



1. ブライダル切り花需要創出活動「#花とフォト」とは？

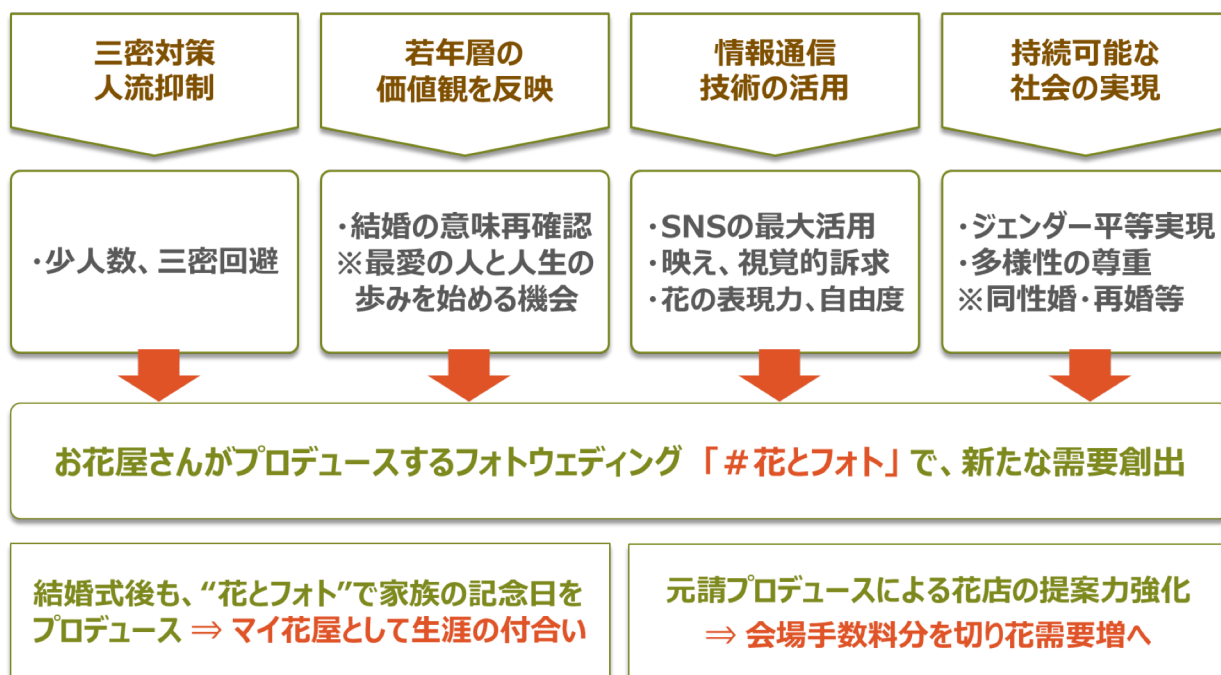
§ 背景と狙い

- ・ **新型コロナウイルスの感染拡大による結婚披露宴の中止や延期**
※全国の結婚式場各社の延期組数：27万組、損失額：9,500億円。(2020.4~2021.3)
出所：日本ブライダル文化振興協会と結婚情報サービス「ゼクシィ」記者発表
- ・ **三密対策の実施による結婚披露宴の招待客人数の減少**
※披露宴の招待客人数：平均 42.8人。前年の調査より、23.5人減少。(2020.4~2021.3)
出所：ゼクシィ 結婚トレンド調査2021
- ・ **結婚適齢期世代の若年層の生活様式や消費行動の変化**
※SNSがコミュニケーションの中心となり、SDGs を重視する価値観が高まっている。



ポストコロナ社会の新たな生活様式や結婚適齢期世代の価値観の変化に対応した新しい結婚式のスタイルを花業界より提案するとともに、お花のブランド価値を活かしたフォトウェディングサービス「#花とフォト」のモニター撮影を通じて、潜在ニーズや満足度の調査を実施し、新たな切り花需要創出の可能性を探る。

§ ポストコロナ社会に対応した新しいウェディングスタイルとは？

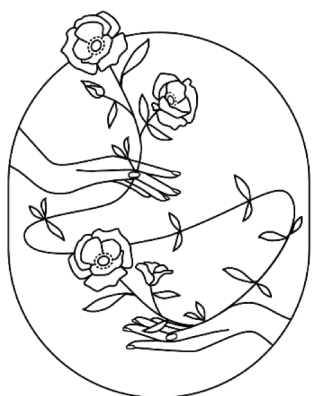


1. ブライダル切り花需要創出活動「#花とフォト」とは？

§ 実施内容

- ① **モニター募集とアンケート（2021.10.8～14） 376組の応募あり**
※募集メディア：結婚準備情報アプリ「Wedding News」の特集記事、Instagram
- ② **花き業界向けセミナー開催（2021.11.4、8） 105組の参加あり**
※タイトル：ポストコロナ時代の新しいウェディングを考える「#花とフォト」セミナー
- ③ **全国8拠点で9組のモニター撮影（2021.11.26～2022.1.27）**
※開催拠点：札幌・東京・横浜・名古屋・大阪・神戸・広島・福岡
- ④ **撮影モニターのグループインタビュー（2022.1.29、2.12）**
- ⑤ **撮影モニターの体験レポート、プレスリリースの配信（2022.3.4）**
※配信メディア：結婚準備情報アプリ「Wedding News」の特集記事、Instagram
<https://www.weddingnews.jp/magazine/216532>
- ⑥ **「#花とフォト」の専用アカウントのInstagramの開設（2022.3.4）**
※ https://www.instagram.com/hana_to_photos/
- ⑦ **「#花とフォト」の商標調査及び商標出願（2022.3.11）**
- ⑧ **「#花とフォト」運営改善検討会の開催（2022.3.24、29）**

§ 「#花とフォト」のコンセプト



#花とフォト
つながる咲顔

『#花とフォト』は、「花」と「写真」の持つ表現力やメッセージ性を活かし、形式や慣習、ジェンダーにとらわれない、様々な結婚のカタチを「花」でプロデュースするフォトウェディングサービス。

結婚式に先立ち、ドレスや着物で記念撮影をする従来の「前撮り」サービスとは異なり、花店が中心となり、カメラマンやヘアメイク、ドレスショップとチームを組んで、おふたりの叶えたい結婚のカタチをお伺いし、写真映えのする花いっぱいの空間で、おふたりだけのオリジナルフォトを創り上げるのが魅力。

※「咲顔（えがお）」という言葉は、花のつぼみが開く様子を「笑顔」に例えた表現となります。

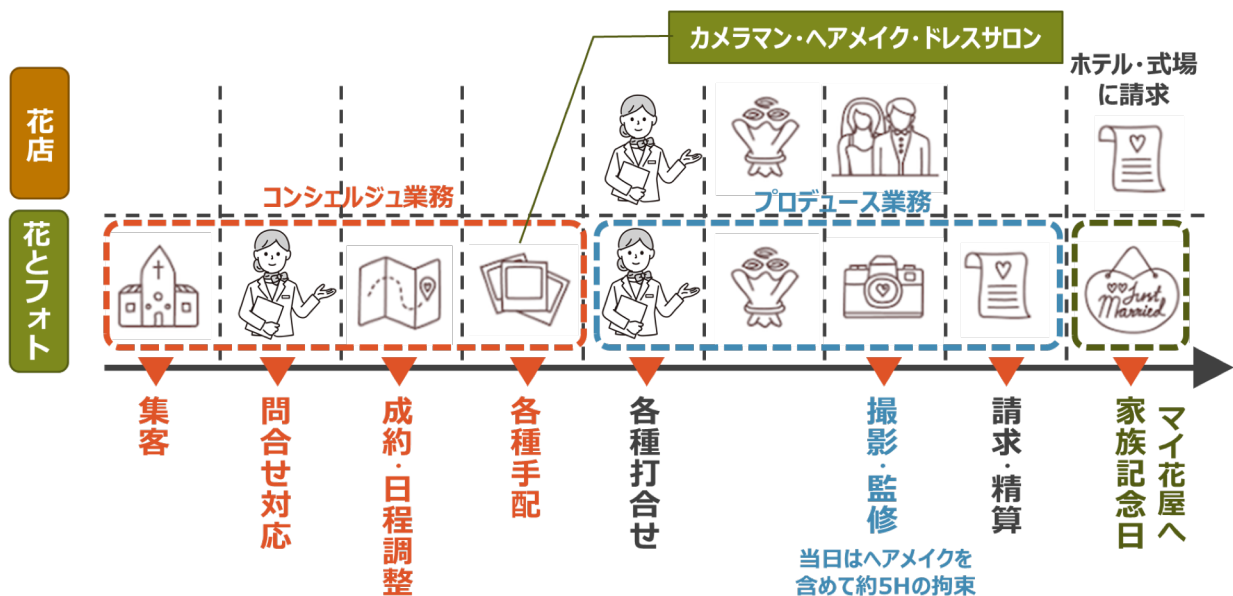
1. ブライダル切り花需要創出活動「#花とフォト」とは？

§「#花とフォト」プランの内容

内訳	Dress up Plan	Basic Plan
販売価格（税別）	300,000円	200,000円
洋装衣装レンタル（2名様分）	○	-
洋装衣装着付け（2名様分）	○	-
ヘアメイク（2名様分）	○	○
生花装飾	○	○
生花ブーケ、ブトニア、ヘアード	○	○
カメラマン（撮影データ100カット）	○	○

※会場費はロケーション会場により異なるため、別途お見積。

§「#花とフォト」の仕事の流れ



1. ブライダル切り花需要創出活動「#花とフォト」とは？

§ モニター撮影のロケーション



モエレ沼公園



大田区立田園調布せせらぎ公園



大阪中央公会堂



神戸北野異人館 ラインの館



横浜市大倉山記念館



大高緑地



尾道市マリン・ユース・センター



旧福岡県公会堂貴賓館

一般的なホテルや式場等の施設ではなく、自然豊かな公園、歴史的建造物、開放的なマリーナなど、各地域で愛される公共施設を中心に花とフォトでオリジナリティの高い結婚式を表現できるロケーションを選定。

※ 今後、同じコンセプトの全国各地の撮影ロケーションを開拓。また、「ふたりの思い出やゆかりのある場所」、「共通する趣味に関する場所」など、出張撮影対応も検討。

2. 「#花とフォト」モニター体験レポート

§ 大田区立田園調布せせらぎ公園（東京）



私の彼はFTMです。LGBTQは今でこそ世の中で取り上げられるようになりましたが、一般的に普通と言われるような交際・結婚ではないため、これまで、どこか胸を張って彼ですと言えない場面がたくさんありました。今では理解してくれた周りの人、支えてくれた人達はもちろん、たくさんの人に自分達の自然体でこれから一緒に生きていくということを伝えたいと思い、モニターに応募しました。

シンボルツリーの花装飾が素敵で屋外ならではの良さを感じ、従来のフォトウェディングよりも記憶に残ると思いました！

※FTMとは、「Female to Male」の略。トランスジェンダーと総称される人たちのうち、女性として出生し、性自認が男性である人のことを指します。

§ 大高緑地（名古屋）



妊娠、出産の後に結婚式をしようと思っていましたが、コロナになってしまい先延ばしに…。

写真も残せてなかったので、何か記念に残したいと思い、また、お花がメインのフォトウェディングというプランは聞いたことなかったし、お花が好きだったので応募しました！

お花の装飾や色合いのバランスが本当に素敵で、私達に華を添えてくれるのが感じとれました。「#花とフォト」チームのみなさんが撮影に携わるとこんなに素敵な作品になるのだと感動しました。

2. 「#花とフォト」モニター体験レポート

§ 大倉山記念館（横浜）



国際結婚をしてから3年ほど経ちますが、コロナの影響や様々な理由より結婚式を行うことが難しくなり、日本での挙式を楽しみにしていた相手側のご両親や、心待ちにしてくれていた私の両親に、また何も終え残せていない私達2人に、何か形に残せるものとして、記念に両家にお届け出来たらいいなと思い応募しました。

エレガントでクラシカルな雰囲気テーマの生花の装飾は、お花が生き生きして見え、世界観がとても素敵で幸せでした♡今後、子供が生まれた時にニューボーンフォトとして利用してみたり、誕生日毎にお花を変えて手軽に撮るのもいいなと感じました。

§ 神戸北野異人館 ラインの館（神戸）



結婚式を3度延期し去年の6月に女の子が生まれ、予算的にもフォトウエディングは諦めていましたが、今回のモニターキャンペーンを知り、やりたい！という思いが沸いてきたので応募しました。また、娘の名前はお花の「ランタンキュラス」にちなんだ名前なので、ご縁があれば嬉しいなと思いました！

会場のお花はシンプルな色合いなのに迫力のある感じがとても気に入りました。子供が生まれてから、ふたりで写真を撮る機会があまりない中で、自然な雰囲気のふたりのショットがお気に入りです！

2. 「#花とフォト」モニター体験レポート

§ 大阪市中心公会堂（大阪）



主人が台湾出身なので、台湾で挙式を考えているのですが新型コロナの影響で台湾に行くことができず、いつ式を挙げられるか全く予測できない状況でした。写真だけでもあると、非常に嬉しいと思い応募させていただきました。

また、お花がテーマのフォトは聞いたことなかったので撮ってみたいと思いました！

お気に入り、幻想的な雰囲気でもクラシカルな会場ともマッチしたカット。希望のショットが撮れて嬉しかったです！

§ 旧福岡県公会堂貴賓館（福岡）



子どもの出産やコロナで結婚式も出来ず、フォトウエディングだけはしたいと考えていたタイミングで、この募集を知り応募しました。私たち夫婦はお花が大好きで今までいろんなところへ見に行っては主人の趣味のカメラで記念撮影をしてきました。特に中央公会堂の近くにはバラ園もあり、あの辺りは結婚前からよく行っていた私たちの思い出の場所です。そんな思い出の地で、たくさんのお花に囲まれた素敵な写真が撮れると素敵だなと思いました！

ブーケや装飾の色合いは、雰囲気などお伝えしていた好みの通りで、予想以上に素敵でビックリ！お花が本当に綺麗で可愛くておしゃれで、贅沢な花遣いに満足しました。

2. 「#花とフォト」モニター体験レポート

§ 大倉山記念館（横浜）



結婚式というのを想像したこともなかった男同士のふたりですが、パートナーとの宝物のような瞬間を残しておきたいと思い、モニターに応募しました。

自分達が主役というフォトで緊張はしましたが、現場の雰囲気がとても温かく、ふたりの個性に寄り添ってくれる対応は、親しみが持てました。和やかな雰囲気の中で、たくさんのお花に囲まれた撮影は特別で贅沢な印象を持ちました。撮影できてよかったと思いました。

§ モエレ沼公園（札幌）



コロナ禍のため結婚式をすることが良いのか迷っていましたが、結婚式のために購入していたお気に入りドレスを着て、夫婦の思い出を作りたいという気持ちがあり、応募しました。以前に、ロケーションフォトを利用したことがありますが、「お花でプロデュース」というコンセプトのフォトウエディングは他に見たことがなく、独自の企画に興味を感じました。

今回、東京からモニター撮影に参加しましたが、都心では叶えることのできない「モエレ沼公園」ならではの広大なスケールの白樺とふたりの雰囲気が好きでこの一枚を選びました。二人で旅行した思い出である北海道で撮影ができて良かったです！

2. 「#花とフォト」モニター体験レポート

§ 尾道市マリン・ユース・センター（広島）



思い出の詰まったふたりの大切な場所「尾道」でモニター撮影があるということ、しかも「花とフォト」という私にとって、とても魅力的なプランだったことから、募集を見てすぐに彼に「応募したい！」と伝えました。彼も尾道や海が大好きなので、「応募しよう！」と言ってくれました。

他では経験できない素敵な空間で等身大でありのままを切り取ってくださる感じがとても素敵でした！ フローリストやカメラマン、ヘアメイクのみなさんがたくさん盛り上げてくれて、終始笑いの絶えない楽しい撮影でした♪

§ 「#花とフォト」モニター撮影後の取り組み（尾道市マリン・ユース・センター）



※「#花とフォト」チームにて場所を選ばないフォトウェディングのPR告知をSNSで拡散

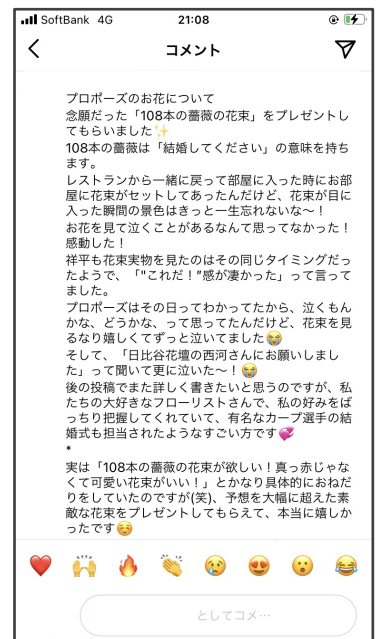
2. 「#花とフォト」モニター体験レポート

§ 「#花とフォト」モニター撮影後の反響（尾道市マリン・ユース・センター）



※撮影の次の日、尾道市マリン・ユースセンター 公園内に装飾を展示するとSNSを見た一般の方が子どもの記念日に撮影に来られた

§ 「#花とフォト」モニター撮影後の反響



※今回のモニターの方のからプロポーズ用の108本の花束のオーダーが入り、婚約に至る。

2. 「#花とフォト」モニター体験レポート

§ モニター体験レポート・ プレスリリースの配信、 インスタ開設 (2022.3.4)

ウェディングニュース
WeddingNews 全国

【体験レポ】お花屋さんがプロデュースするフォトウエディング「#花とフォト」



お花屋さんがプロデュースする「#花とフォト」は、自由でオリジナリティのある、形式や慣習にとらわれない結婚のカタチを表現できるフォトウエディング。今回は、緑豊かな公園や歴史的建造物で行われた、「お花がテーマ」のフォトウエディング「#花とフォト」体験モニターの様子をご紹介します。

[PR] 国産花き需要拡大推進協議会 2022.3.5 更新 2022.3.5 公開

目次

- ▶ お花屋さんがプロデュース！フォトウエディング「#花とフォト」って？
- ▶ 「#花とフォト」Instagramでもっと見る♡
- ▶ 「#花とフォト」プラン紹介

NEWS RELEASE 2022年3月4日
国産花き需要拡大推進協議会

報道関係者各位

**ポストコロナ時代に花店が提案するフォトウエディング
花いっぱい空間で叶う自由な結婚式
「#花とフォト」の取り組みをスタート
モニターによる「#花とフォト」のプロデュース事例と体験談を紹介**

<https://www.weddingnews.jp/magazine/216532>




■お花屋さんがプロデュースするフォトウエディング「#花とフォト」～つながる笑顔～とは？

婚礼業界では、新型コロナウイルスの感染拡大の影響で結婚披露宴の中止や延期が続き、さらには、三密対策のため、招待客数も大きく減少するなど、従来の結婚式の在り方が大きく変わり、結婚式場や関連の婚礼サービス各社は収益を大きく減損しています。また、結婚適齢期世代の若年層においては、SNSがコミュニケーションの中心となり、SDGsを重視する価値観が浸透するなど、コロナ禍を通じて生活様式や消費行動も加率的に変化しています。

このような婚礼マーケットや結婚式のスタイルの変化を背景に、国産花き需要拡大推進協議会では、ポストコロナ時代に対応した新しい結婚式のスタイルを花業界から発信するとともに、新型コロナウイルスの影響で結婚式の延期を余儀なくされた方や入籍はしたけれど結婚式を挙げられていない方、様々な制約から結婚式をあきらめた方を応援するための貢献活動をはじめました。

「#花とフォト」は、花と写真の持つ表現力やメッセージ性を活かし、形式や慣習、ジェンダーにとらわれない、様々な結婚のカタチを「花」でプロデュースするフォトウエディングのサービスとなります。結婚式に先立って、ドレスや着物で記念撮影する従来の「前撮り」とは異なり、花店が中心となり、カメラマンやヘアメイク、ドレスショップとチームを組んで、おふたりの叶えたい結婚のカタチをお伺いし、フォトジェニックな花いっぱいの空間で、おふたりだけのオリジナルフォトを創り上げるのが魅力です。

《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
国産花き需要拡大推進協議会 担当：鹿子木（カコギ）・小川
Mail: info@hananokuni.jp HP: <https://homeuse-hana.jp/>



hana_to_photos

11 投稿 128 フォロワー 8 フォロー中

【花とフォト】フォトウエディング「前撮り」
お花屋さんがプロデュースするフォトウエディング

【#花とフォト】～つながる笑顔～
花いっぱい空間で叶うオリジナルフォト... 続きを読む
[ws.formzu.net/dist/SS2403266/](https://www.formzu.net/dist/SS2403266/)

フォロー中▼ メッセージ



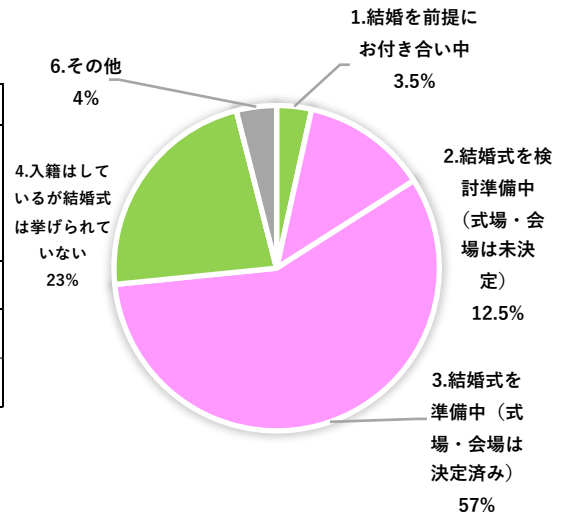
<https://www.weddingnews.jp/magazine/216532>

https://www.instagram.com/hana_to_photos/

3. モニター募集アンケート集計結果

§ 回答者のステイタス分類

今のあなたは、どの状況にあてはまりますか？		1.結婚を前提にお付き合い中	2.結婚式を検討準備中(式場・会場は未決定)	3.結婚式を準備中(式場・会場は決定済み)	4.入籍はしているが結婚式は挙げられていない	5.結婚式も入籍もしないが記念に写真を残したい	6.その他
ステイタス分類	実数						
全体	376	13	47	216	85	0	15
(A) プレ花嫁層	263	0	47	216	0	0	0
(B) 式未実施層	98	13	0	0	85	0	0



§ ターゲット仮説

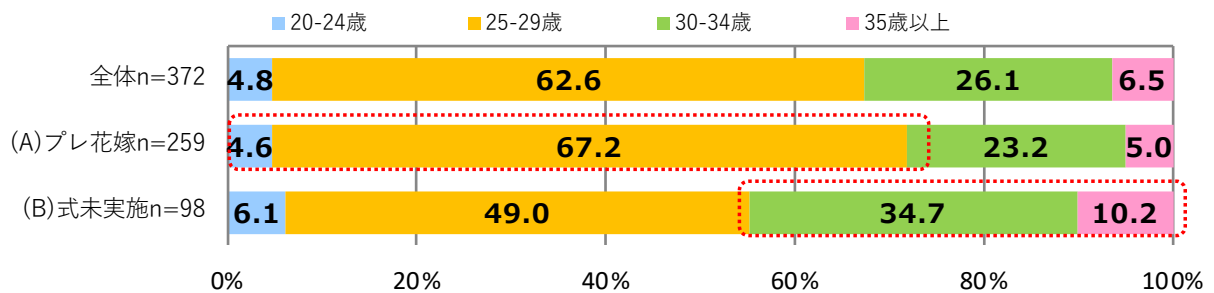
今回、「#花とフォト」のモニター募集と合わせて、コロナ禍での結婚式やフォトウェディングの志向調査を実施しました。
 ※実施期間：2021年10月8日（金）～10月14日（木）

応募者をA.結婚式の実施予定層、B.結婚式の未実施層、2つのグループに分類し、コロナ禍での結婚式やフォトウェディングのニーズについてクロス集計し、その傾向を考察しました。回答の一部を紹介します。

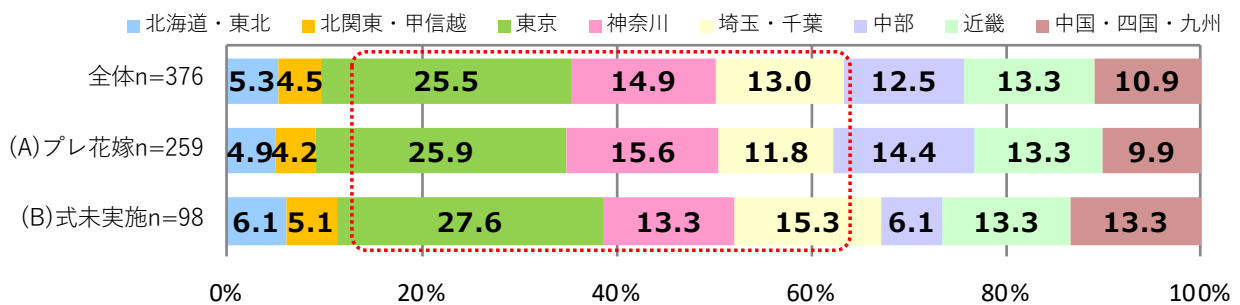
- ・ **Aグループ**：結婚式の実施予定層（式場・会場を決定済の方、検討中の方） **72.5%**
- ・ **Bグループ**：結婚式の未実施層（結婚を前提にお付き合い中の方、入籍のみの方） **27.5%**

■ ステイタス別 プロフィール

【年代（Q10.生年月日より算出）】 n=372 ※未回答者4名をのぞく

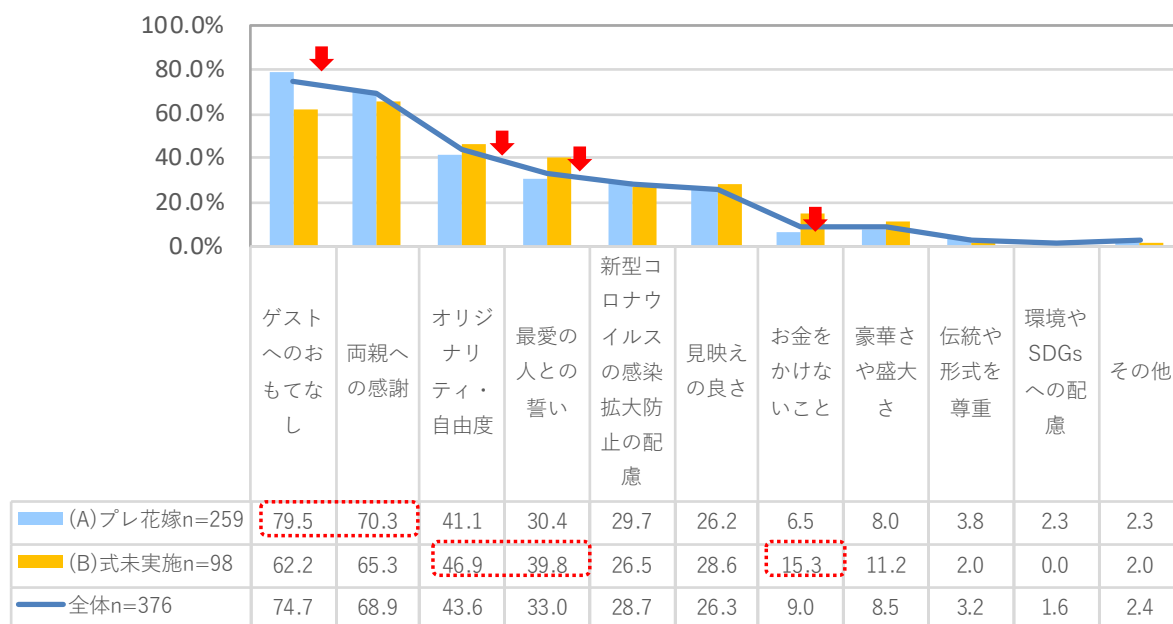


【居住地（Q10.お住まいの県）】



Aグループは29歳以下が約7割、**Bグループ**は年齢が高めの傾向。居住地では関東首都圏在住者が半数を占める。

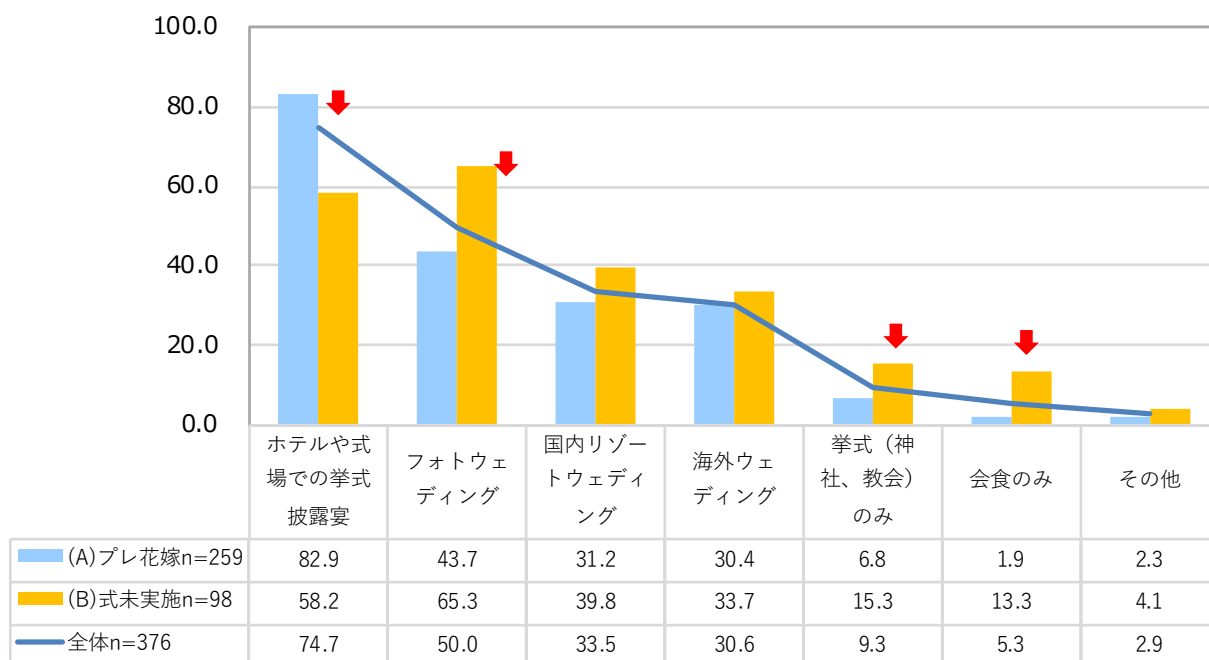
■ 結婚式で重視する点について（上位3つ回答） n=376



AグループとBグループでは、結婚式への意識が異なる結果となりました。**Aグループは「ゲストへのおもてなし」や「両親への感謝」を重視し、家族や友人とともに祝うという従来型の結婚式のスタイルを志向する傾向が見られました。**

Bグループは「オリジナリティ」や「最愛の人との誓い」を重視するという回答がAグループを上回り、ふたりのためにしたいことを重視する傾向が見られました。

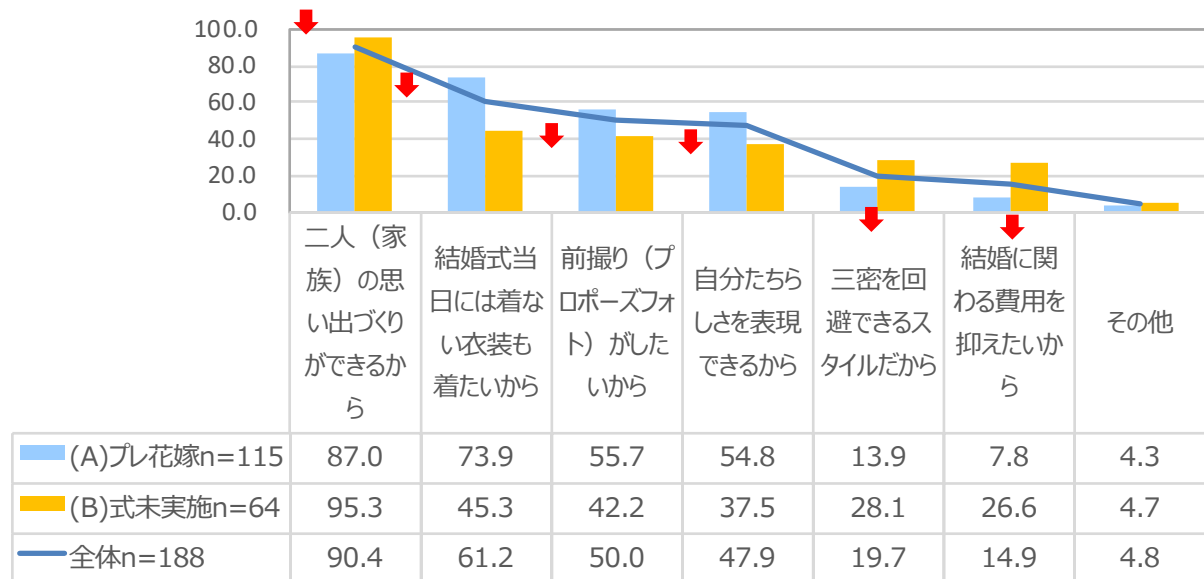
■ 実施したい結婚式のスタイルについて（複数回答） n=376



Aグループは「挙式披露宴」が、Bグループは「フォトウェディング」が最も実施したい結婚式のスタイルとの回答となりました。

また、「フォトウェディング」は、Aグループでも半数が実施したいとの回答結果となり、結婚式のスタイルとして定番化している傾向も読み取れました。

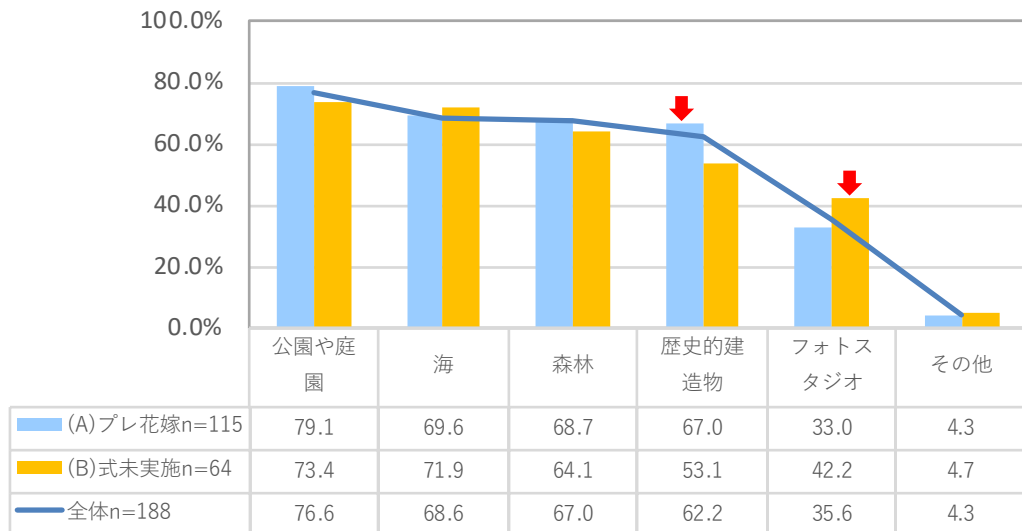
■ フォトウェディングの実施してみたい理由について（限定質問） n=188



Aグループでは、特に「当日には着ない衣装」「前撮り」「自分たちらしさの表現」が高い回答結果となりました。結婚式をさらに盛り上げるアイテムとして、人とは違うこだわりの「前撮り」を求めるニーズがあるのではないかと思います。

Bグループは「二人（家族）の思い出づくりができる」が最も高く、一方で「三密を回避できるスタイル」「結婚に関わる費用を抑えたい」がAグループに比べて強く、費用重視の傾向も見られました。

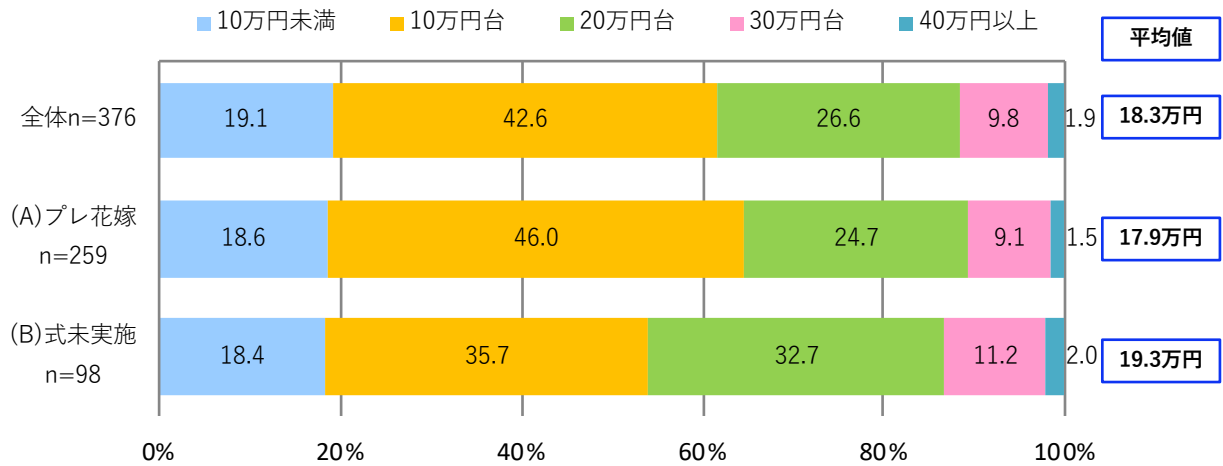
■ フォトウェディングをしてみたい場所について（複数選択） n=188



全体的に「公園や庭園」「海」「森林」等、自然の中でのロケーション撮影に人気が高い傾向がみられました。アンケートの自由回答では、「ふたりの思い出やゆかりのある場所」、「共通する趣味に関係する場所」で撮りたいなど、ストーリー性を重視する回答が多く寄せられました。

また、体験モニターのグループインタビューでは「#花とフォト」プランは、季節やロケーションを選ばず、花で叶えたい空間を自由に作れるところが魅力に感じる」との回答もありました。

■フォトウェディングを実施する場合の検討予算（限定質問） n=376



Aグループでは「10万円台」が46.0%と最も多く、Bグループでは費用重視の傾向がありながら「20万円台」と回答した方が32.7%と、検討予算がAグループよりBグループの方が高い結果となりました。これは、**結婚披露宴を挙げない代わりにフォトウェディングを選択するのなら、少し予算をかけても良いという意識**が働いたからか、もしくは、**フォトウェディング自体を結婚式に代わる価値あるイベントとして捉えている**からではないかと推察されます。

4. 令和3年度事業の総括と今後の取り組み

§ 令和3年度の活動考察

R3年度は、ポストコロナ社会の変化に対応したブライダル用途の新たな切り花需要を創出するべく、「花」と「写真」の持つ表現力等の優位性を生かしたフォトウェディングプランを造成し、モニター撮影を通じて、需要創出の可能性を実証するとともに「#花とフォト」の運営基盤の整備、結婚適齢期世代の若年層への認知向上に取り組んだ。

■ ポストコロナ社会のブライダルの新たな切り花需要創出の可能性を実証

お花屋さんがプロデュースするという企画の独自性や花と写真でつくるビジュアル面でのオリジナリティ・SNSの見映えの良さ、ジェンダーフリーで形式にとらわれない自由なスタイルの結婚式というコンセプトが評価された。

A：結婚式の実施予定層 ⇒ 高付加価値型の前撮り需要（結婚式を更に盛り上げるアイテム）

B：結婚式の未実施層 ⇒ ナシ婚層・諦め婚層向け新規需要開拓（結婚式に代わるイベント）

各々のターゲットに対し、新たな切り花需要創出の可能性を見出すことができた。

◎ 「#花とフォト」の優位性、訴求ポイント

- ・ 花いっぱいの特別な空間でSNS映えするフォトウェディングサービス（A・Bの訴求ポイント）
- ・ 花店がプロデュースするという企画の独自性（A・Bの訴求ポイント）
- ・ 結婚式当日とは異なるドレスやロケーションでの撮影（Aの訴求ポイント）
- ・ ジェンダーフリーで形式にとらわれない自由なスタイル（Bの訴求ポイント）
- ・ ふたり（家族）で祝う新しい結婚式のカタチ（Bの訴求ポイント）

※ モニター募集アンケート回答、グループインタビューより考察

■ 「花とフォト」の運営基盤の整備

「花とフォト」のモニター募集（集客）～ 各種手配・打ち合わせ ～ 当日施工等、モニター撮影を通じて、これまで花店にとって経験のない業務の課題整理、ノウハウの蓄積に取り組んだ。

コンシェルジュ業務：お客様の受付対応、撮影日程の調整と確定。撮影会場の予約

プロデュース業務：お客様の要望ヒアリング、各種手配と打ち合わせ。撮影当日の施工・進行管理

4. 令和3年度事業の総括と今後の取り組み

§ R4年度 事業実施計画の方向性

R4年度は、「#花とフォト」の更なるPRとサービスメニュー開発のためのモニター実証を継続するとともに、展開エリアの拡大と提供できる花店の展開支援につながる仕組みづくり、ターゲット志向別のモニター撮影キャンペーンを通じて

- ・ 結婚実施予定層（従来の結婚披露宴を求めるカップル、プレ花嫁）
- ・ 結婚未実施層（入籍済みの夫婦、再婚層、LGBTのカップル）

向けに【お花屋さんがプロデュースするフォトウェディング「#花とフォト」】の活動を広く周知し、ポストコロナ社会の新たなブライダル需要の創出に取り組む。

§ R4年度 事業の取組課題

■ 「花とフォト」サービスの拡充と認知拡大・集客強化

- ① 花き業界共通で使用できる「花とフォト」集客・問い合わせサイトの構築
- ② ターゲット別「花とフォト」モニター募集キャンペーンの実施
- ③ 「花とフォト」モニター撮影による集客コンテンツの拡充（Web・Instagram）
- ④ 「花とフォト」モニター体験レポートを活用したPR活動
- ⑤ 「花とフォト」モニター募集者、体験者へのターゲット別ニーズ調査

■ 全国で「花とフォト」サービスを利用できる花店の拠点づくり

- ⑥ コンシェルジュデスクの設置、受注接客ルールの整備（花店⇔デスク⇔お客様）
- ⑦ 花店による「花とフォト」モニター撮影の実施
- ⑧ 花店向け「花とフォト」サービスの展開に伴う勉強会及び実地研修の開催
- ⑨ フォトやヘアメイクの付帯サービスの品質基準づくり、全国の優良ベンダー開発

事業運営／（一社）花の国日本協議会事務局

企画・調査・実施・編集／和田幸一、鹿子木慶一、小川典子、十川雅子、新井悦子

イラスト／佐々絵里子（@flowereriy）

農林水産省 令和3年度 持続的生産強化対策事業のうち
ジャパンフラワー強化プロジェクト推進

**ホームユース需要拡大
パーソナルギフト需要創出
インドアグリーン需要定着
新たなブライダル切り花需要創出
事業実施報告書**

2022年3月 国産花き需要拡大推進協議会

発行 国産花き需要拡大推進協議会（花の国日本協議会：事務局）

〒106-8587 東京都港区南麻布1-6-30 5F

TEL : 03-6555-3839

<https://homeuse-hana.jp/>

無断複写・複製・転載等をご容赦ください。



農林水産省 令和3年度 持続的生産強化対策事業のうち
ジャパンフラワー強化プロジェクト推進

ホームユース需要拡大
パーソナルギフト需要創出
インドアグリーン需要定着
新たなブライダル切り花需要創出
事業実施報告書



2022年3月 国産花き需要拡大推進協議会