②パーソナルフラワーギフト需要拡大
若年層花贈り体験創出活動

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

1.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～　活動概要

◆企画の背景

新たな関係性を築く若年層と祖父母、「敬老の日」再構築で、世の中の話題作り＆体験者を全国に！

◆全体概要

「【花と歌】～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～」として、
AI短歌生成サイトの立ち上げ、敬老の日をきっかけに若年層の花贈り体験を促す、
および、gaku@渋谷PARCOにて「Z世代」を対象としたワークショップ「花あそ部」特別授業をリアル開催。

◆目的・ステートメント

大切なひとに想いを伝える。
それはカンタンなようでむずかしい。

平安時代の日本では、
ことばを交わす代わりに歌（短歌）に花を添えて贈られたそうです。
中世のアラビアでは、手紙の代わりに花がやりとりされました。

ひとは長い歴史の中で、
ことばにできない想いを花や歌に込めて贈りあってきました。
花と歌が時代をこえて愛されてきたのは、
人の気持ちをつなぐものだからなのかもしれません。

9月。
日本の敬老の日をはじめ、
中国や日本では不老長寿を願う重陽の節句、アメリカでは祖父母の日など、
世界中で身近な年長者を敬い感謝を伝える季節がはじまります。

そんな時期に合わせて、若い世代の人が自分のおじいちゃんおばあちゃんに
ふだん言えない気持ちを花と歌に込めて届ける機会を提供したいと思います。

「花あそ部」と歌人・岡野大嗣さんがコラボレーション。
9月はじめから特設サイトを通じて、
若い人が自分らしい短歌と花を選んで創れるツールを公開。
敬老の日前日にはパルコgakuにて岡野大嗣さん×Z世代による
「花と歌」特別ワークショップを開催します。

9月いっぱいかけて、
若い人たちが「花と歌」という文化に触れながら、
年代を超えた新しい心のつながりを実感する
きっかけをつくっていければと思います。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

1.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～　活動概要

◆スマートホン画面キャプチャ

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

1.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～　活動概要

◆LINE送信機能

送信者	受信者

【送信者】
「この花と歌をLINEで贈る」をクリック

【受信者】
LINEにメッセージが届く
⇒添付URLから、花と歌を受け取る

◆近隣の花店に送客するための花屋MAP

「近くの花屋を探す」の
アイコンをクリック
⇒GoogleMapへ遷移
⇒現在地周辺の花屋を表示

LINE転送数

LINKS CREATED
1,379

■LINE転送リンクの生成数

TOTAL CLICKS
922

■送られたリンクのクリック数

全体のユーザー数（2702人）に対し、
約2人に1人が他者へ短歌を送信

送られたリンクのクリック数＝
贈られた短歌の開封率は、
約67%が開封していた結果。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

◆PR活動概要

●PR TIMESよりニュースリリース配信
＊国産花き需要拡大推進協議会（花の国日本協議会）　2種
＊Dentsu Craft Tokyo…　1種

●関係各社によるSNS配信・サイト掲載など

●メディアプロモート

●全国205校の高等学校に告知用のポストカードを配布

●【花と歌】～花いけと短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～「花あそ部」特別授業

◆販促物：ポストカード

花いけジャパンプロジェクト（全国高校生花いけバトル事務局）のご協力で、全国205校の高等学校に10,250枚のポストカードを発送、教諭の方から生徒たちにご紹介いただいた。これにより**全国の多くのZ世代の若者たちの体験が創出できた**。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

◆「花あそ部」特別授業～花いけと短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～

参加者は高校生が中心。それぞれ祖父母との想い出を辿りながら瑞々しい短歌と花を制作。各人の真摯な姿勢も発表も素晴らしく、胸がアツくなる授業だった。

■イベント概要

日程：　2022年9月18日（日）
時間：　①11:30～14:30　②16:00～19:00　（各回180分）
会場：　GAKU（渋谷パルコ 9階）
対象：　原則10代の方、経験不問
参加人数：　計14名
募集サイト：　https://gaku.school/news/hanaasobu20220918/
参加費：無料

※参加者には、事前に短歌に関するオンライン授業を受けていただく
※GAKUのポッドキャスト「ガクジン」に岡野大嗣さんが登場（公開日：10/26前編・11/2後編）

■当日のプログラム

10代の参加者と共に、おじいちゃん・おばあちゃんへ、ふだんは言えない気持ちを伝えるための「花と歌」をつくる。

「歌」のパート（講師：歌人 岡野大嗣さん）

おじいちゃん・おばあちゃんとの思い出や記憶をたどりながら、自分だけの短歌をつくっていく。AIサポートツール【花と歌】も活用しながら、自分の感じたことを、自分だけの言葉で表現することを目指す。

「花」のパート（講師：花あそ部・日向雄一郎さん）

おじいちゃん・おばあちゃんとの思い出や記憶、つくった短歌をもとに花をいける。“たて書き”で言葉をつむぐ短歌と同じように、花をえらび、立てる、“たて花”というスタイルで、自分だけの思いを表現。
出来上がった“たて花”と短歌は、そのままおじいちゃん・おばあちゃんへの贈り物として当日お持ち帰りいただく。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

◆PR施策の結果

9/1（木）　「花と歌」サイトローンチ＆ワークショップ開催告知リリース
9/18（日）　ワークショップ開催後、事後リリースを配信

結果として【新聞8件】・【WEB113件】で、**【合計121件】**の媒体での露出を獲得。
広告換算金額は**【約6,540万円】**に上った。

新聞では**中央紙（朝日新聞）**や**業界紙（花卉園芸新聞）**での取り上げ、
またWEBでは、**オリコンニュース**や**LINEニュース**など波及力の高いメディアでの取り上げもあり、
幅広い露出獲得につながった。

媒体	件数	広告換算金額
新聞	8件	¥11,728,040
WEB	113件	¥53,685,275
合計	121件	¥65,413,315

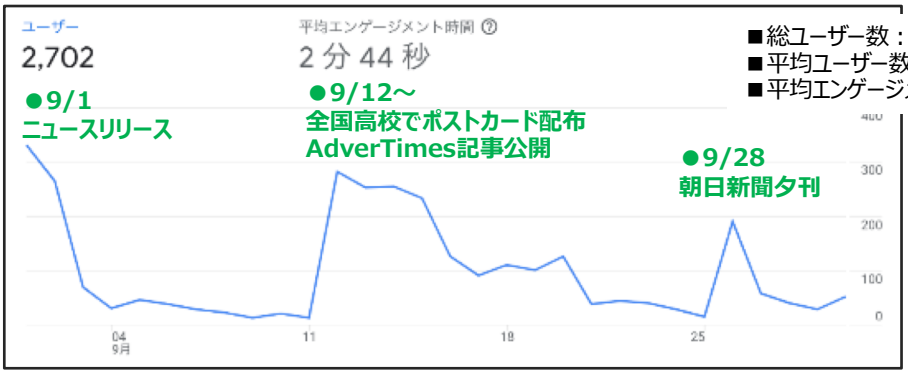
◆「花と歌」特設サイト（9/1～9/30の1ヶ月限定公開）

【総ユーザー数 約2,700名】・【平均滞在時間 約2分45秒】という結果となり、多くの方がそれぞれ、じっくりとAI短歌生成をした仮説が立てられる。
（単なるサイト訪問ではなく、長い時間をかけてこのコンテンツを楽しんでいる。）

また、**約2人に1人が生成短歌をLINEで他者に送信**しており、その相手の**開封率も約70%**と、高い数字が得られた。

さらに、サイトアクセスは主要都市にとどまらず、**全国の幅広い地域からの来訪**が確認できた。
全国205校の協力をいただき、ポストカードを配布したことが主要因と考えられる。

「じっくりと短歌を作り」、「それを贈りたい相手に贈り」、「その想いを受け取る」という**目的としていた一連の行動が喚起できた**と捉えられる。



■総ユーザー数：2,702
■平均ユーザー数/日：90人
■平均エンゲージメント時間：2分44秒

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

国産花き需要拡大推進協議会

◆2022年9月1日（木）ニュースリリース配信

PRTIMES https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000014.000054763.html

報道関係各位

2022年9月1日
国産花き需要拡大推進協議会
（一般社団法人 花の国日本協議会）

9月、「敬老の日」をきっかけに祖父母や年長者に感謝の気持ちを伝えてみませんか？

ふだん言えない気持ちを花と歌(短歌)に込めて届ける
AIメッセンジャー【花と歌】特設サイトを9/1(木)から限定公開

「花あそ部」ワークショップに歌人・岡野大嗣さんが初登壇！
Z世代向け【花と歌】特別授業を渋谷パルコGAKUにて9/18(日)開催

URL：https://hana-to-uta.jp

国産花き需要拡大推進協議会（東京都港区、会長：井上 英明／事務局：一般社団法人 花の国日本協議会）は、農林水産省「令和4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」事業の一環として、2022年9月19日（月・祝）「敬老の日」をきっかけに、Z世代の若年層が、日頃言えない祖父母への感謝や尊敬の気持ちを、花と歌（短歌）に込めて届ける機会を提供すべく、AIサポートによるメッセンジャーツール【花と歌】特設サイトを9月1日（木）に公開します。

【花と歌】は、Dentsu Lab Tokyo、Dentsu Craft Tokyo、朝日新聞社メディア研究開発センターがそれぞれの技術とアイデアを活用して開発した短歌生成のためのAIサポートツールで、国産花き需要拡大推進協議会のアイデアをプラスし、若年層と「敬老の日」をターゲットに、9月の旬の花のイラストや花言葉を交え、プロデュースされたものになります。

さらに、一般社団法人 花いけジャパンプロジェクト（東京都港区、代表理事：日向 雄一郎）が主宰する、渋谷パルコGAKU「花あそ部」とコラボレーションし、「敬老の日」前日の9月18日（日）に、10代の学生を対象とした【花と歌】特別授業を開催します。気鋭の歌人・岡野大嗣さんを短歌の講師に迎え、短歌の本質を学びながら、思いを託す花を自らえらび、生けて、“歌を添えた花”を祖父母への贈り物として仕上げます。

古来から人々にとって、心を伝える手段であった【花と歌】という文化に触れながら、「敬老の日」の花贈りを通じて、世代を超えた新しい心のつながりを実感できる体験を、創造できればと思います。

《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
事務局・一般社団法人 花の国日本協議会　Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

（リリース続き）

◆AIメッセンジャー【花と歌】特設サイト、9月1日（木）公開

特設サイトでは、「思い出を花にしたためる」をテーマに、和歌・短歌の作成を支援します。
祖父母の思い出や、季節や、花をきっかけ、気づいたAIが作歌をリポート。個人でもAIが短歌を組み合わせた「花と歌」を作成、LINEなどで花束に添えることができます。また、出来上がった作品を保存するマイページ機能も搭載しています。日頃言えない感謝を伝えたい、懐かしい思い出、花と命のストーリーをつくるきっかけにしたいと考えています。

特設サイトURL： https://hana-to-uta.jp
公開期間： 2022年9月1日（木）～9月30日（金）

▼サイト画面イメージ

▼全国150校へ配布（ポストカード）

《本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先》
●広報・一般社団法人 花の国日本協議会 Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

■主体：国産花き需要拡大推進協議会

「花のある暮らしを広めたい」という想いから、花の魅力を発信する仲間が集まり、日本の伝統的な文化の継承に向け組織化を進めた一団体。主に「花の授業」やカフェ（ムクイ）などの活動を通じ、本、カード、メッセージ、などを通じた知識と体験による活動・ほかめ様々なプロモーション、コミュニケーション活動、啓発を行っている。18年前、宮城県石巻市の被災者支援（手芸品のワークショップ）、今年は中国からスタートの「GREEN RESCUE」（ギモテ）プロジェクト、本部の相談は、東日本大震災（平成23年）直後の仮設住宅に暮らす方々。ジャパンフラワー協会プロジェクト推進、地域の一員としての活動しています。

名称： 国産花き需要拡大推進協議会
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）
事務局： 一般社団法人 花の国日本協議会 東京都渋谷区南麻布1-6-30
HP： https://hananokuni.jp/

■本体企画・プロデュース：

Dentsu Lab Tokyo（https://dentsulab.tokyo）
Dentsu Lab Tokyo（デンツラボトウキョウ）は、様々な企業・機関が、ともにより豊かな社会の実現を目指すクリエイティブのR&D組織です。「PLAYFUL SOLUTION」をキーワードに、ユーザーエクスペリエンスのクリエイティブ、ビジネスクリエイティブ、テクノロジーとアイデアを通じて、人のこころを動かす価値創造を、ともに中小企業を含む企業様とともに実現しています。

Dentsu Craft Tokyo（https://dentsucraft.tokyo）
各社のトップクリエーターが集い、新しいクリエイティブ価値を生み出すDentsu Craft Tokyo は、2019年10月1日に設立。会社情報、ユーザーエクスペリエンスのクリエイティブ、プロデュース、広告デザイン、ブランディングなどの専門家が集まり、ビジネスに貢献する新しいユーザー体験、新しいコミュニケーションを創造するクリエイティブ、ソリューションを、「Human Magic」をキーワードに掲げ、アイデアの実現を目指す。業種を問わず、ビジネスを通じて、クリエイティブ業界に対しても、新しい技術、新しい表現、新しい人材育成の可能性を提供します。

朝日新聞社メディア総合研究センター（https://asashi.com/）
人工知能を駆使する先端テクノロジーを用い、新聞紙上のテキストデータを、自動的に関連する写真・動画を選ぶ作業を行っています。ネット・SNSの情報収集を同時にすることで、自然言語処理による高精度な解析・動画を選ぶ作業を行っています。ネット・SNSの情報収集を同時にすることで、自然言語処理による高精度な解析・動画を選ぶ作業を行っています。

■ワークショップ企画：一般社団法人 花いけジャパンプロジェクト（https://hanaikebuki.com/）

日本の伝統的な「おもてなし」の精神を、「花いけ」を通じて、世界へ発信する。「花いけ」は、ただ花を生けるだけではなく、自然の美しさを通じて、人と人、人と自然、人と社会をつなぐ、心を豊かにする文化です。「花いけ」は、「花を生ける」ことを通じて、「人を生ける」ことを学ぶ。「花いけ」は、「花を生ける」ことを通じて、「人を生ける」ことを学ぶ。

「花あそ部」について
人は誰でも、花をいけることができます。花をいけることは、だれにでもできる。
その花は、だれ一人として、同じものは存在しない。
わたしたちは、自分と、自然と、世界を、発見することになります。
自分を、ありのままで、受け入れることは、そのままで、尊重されることです。
「花をいける」、「花を生ける」ことから、やがて、「自分」に出会います。
「花あそ部」から、一人一人が、いろんなことを感じる、考える、そして、感じることが、心を豊かにする、「花の力」です。

《本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先》
●広報・一般社団法人 花の国日本協議会 Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

◆「花あそ部」特別授業【花と歌】～花いけと短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～
9月18日（日）開催 @渋谷パルコgaku

「敬老の日」に向けて、10代の学生を対象とした、【花と歌】特別授業を開催します。歌人・岡野大嗣さんが「花あそ部」に初登場します。

■イベント概要

日程： 2022年9月18日（日）
時間： ①11:30～14:30 ②16:00～19:00 （各回180分）
会場： GAKU（渋谷PARCO 9階）
対象： 原則10代の方、経験不問
定員： 各回10名程度 （追加募集中）
募集サイト： https://gaku.school/news/hanaasobu20220918/
参加費：無料

※コロナ感染拡大状況により、開催延期の可能性があります
※参加者には、事前に短歌に関するオンライン授業を受けていただきます
※GAKUのポッドキャスト「ガクジン」に岡野大嗣さんが登場されます（公開日：10/26前編・11/2後編）

■当日のプログラム

10代の参加者と共に、おじいちゃんおばあちゃんへ、ふだんは言えない気持ちを伝えるための「花と歌」をつくります。

「歌」のパート
歌人 岡野大嗣さんを講師に迎え、おじいちゃん・おばあちゃんとの思い出や記憶をたどりながら、自分だけの短歌をつくっていきます。AIリポートツール【花と歌】も活用しながら、自分の感じたことを、自分だけの言葉で表現することを目指します。

「花」のパート
おじいちゃん・おばあちゃんとの思い出や記憶、つくった短歌をもとに花をいけます。
"たて書き"で言葉をつむぐ短歌と同じように、花をえらび、立てる、"たて花"というスタイルで、自分だけの思いを表現していきます。

出来上がった"たて花"と短歌は、そのままおじいちゃん・おばあちゃんへの贈り物として当日お持ち帰りいただきます。

▼過去のワークショップの様子（2022年2月「花あそ部 おくる編～フラワーバレンタイン～」）

《本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先》
●広報・一般社団法人 花の国日本協議会 Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

■短歌講師：歌人・岡野大嗣氏 プロフィール

歌人。2014年に第1歌集『サイレンと犀』、19年に第2歌集『たやすみなさい』（ともに書肆侃侃房）を刊行。18年、木下龍也との共著歌集『玄関の明るい穴から差してくる光のように生まれたはずだ』、19年に谷川俊太郎と木下龍也との詩と短歌の連詩による共著『今日は誰にも愛されたかった』、21年に第3歌集『音楽』（ともにナナロク社）を刊行。21年、がん経験者による歌集『黒い雨と白い雨との境目にグレーではない光が見える』（左右社）を監修した。関西の月刊誌『MeetsRegional』で「レッツ短歌！」連載中。 反転フラップ式案内表示機と航空障害灯をこよなく愛する。

<メッセージ>

にわかには共有できないあなただけの祖父母への思いを、31音の「うた」に収めてみませんか。

わたしたちの感情は、喜・怒・哀・楽の四色だけでは表現できないもの。それぞれのあわいには無限階のグラデーションがあります。これまで気づかずにいた、気づいていたけどなかったことにしてきた祖父母への思い を静かに抱きとめて「うた」にする。そんなワークショップにしたいと思っています。

短歌は初めてという方もぜひ。どんな表現を志す方にも得るものがあるはずです。お会いできる日を楽しみにしています。

歌人・岡野大嗣

■事務局：一般社団法人 花の国日本協議会

花き業界の有志により構成され、2010年に発足した「フラワーバレンタイン推進委員会」が、2014年10月に一般社団法人 花の国日本協議会となる。2011年にスタートした花贈りを啓発するプロモーション「フラワーバレンタイン」をはじめ、年間を通じ、花き業界および異業種との連携によって、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るプロモーションを実施。2015年秋より、ホームユースの消費拡大を推進する「WEEKEND FLOWER」企画を全国で本格展開。

名称： 一般社団法人 花の国日本協議会 Flowering Japan Council
理事長： 井上 英明（株式会社パーク・コーポレーション代表取締役）
事務局： 東京都渋谷区南麻布1-6-30 5F
HP： https://hananokuni.jp/

2022/1/10～ 5回記事化

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

◆2022年9月18日（日）「花と歌」特別授業事後リリース配信

PRTIMES https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000015.000054763.html

報道関係各位

2022年9月18日
国産花き需要拡大推進協議会
（一般社団法人 花の国日本協議会）

9月19日（月・祝）「敬老の日」に花贈りを！

「花あそ部」に歌人・岡野大嗣さんが登壇

10代向け【花と歌】特別授業
～花いけと短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～

を、9月18日(日)渋谷パルコGAKU（9階）にて開催！

～参加した学生の声「敬老の日は電話をするくらいだったが、花を贈ることは素敵だと思った。」～

国産花き需要拡大推進協議会（東京都港区、会長：井上 英明／事務局：一般社団法人 花の国日本協議会）は、一般社団法人 花いけジャパンプロジェクト（東京都港区、代表理事：日向 雄一郎）が主宰する、渋谷パルコGAKU（9階）「花あそ部」とコラボレーションし、「敬老の日」前日の9月18日（日）に、10代の学生を対象とした【花と歌】特別授業を開催。短歌の講師として、気鋭の歌人・岡野大嗣さんにご登壇いただきました。

授業は、昼の部、夕方の部の2回。高校生を中心とした14才～19才の14名が参加し、それぞれの祖父母に向けて、ふだんは言えない感謝の気持ちを伝えるための「花と歌」をつくる、という内容で行いました。

参加者たちは岡野大嗣さんから事前にオンラインでレクチャーを受け、授業当日はその短歌をさらにブラッシュアップしていきました。短歌生成AIサポートツールの活用にもトライし、AIが作る短歌をヒントにしながら、自身のオリジナル短歌を創作していくような場面もありました。さらに、花屋さんのように様々な花が並ぶ教室で、短歌をイメージしながら思いを託す花を自らえらび、花器に生け、“歌を添えた花”を祖父母への贈り物に仕上げていきました。

最後は、作った短歌と花を一人一人発表し、祖父母への感謝の気持ちや想い出を託した「花と歌」について、しっかりと話していただきました。

《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
事務局・一般社団法人 花の国日本協議会　Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

（事後リリース続き）

【当日参加者・講師・主催者の声】

●参加者の声
ワークショップに参加した真栄田さんは、「もともと短歌をつくるのが好きだったが、（自分の作品に）腑に落ちない部分があり、今回岡野先生とお話しながらつくることで納得できるものになった。敬老の日は電話をするくらいだったが、花を贈ることは素敵だと思ったので、敬老の日に限らずでも花を贈ったり手紙を書いたりしたい。短歌生成AIサポートツールは使ったことがあり、全部（そのまま使う）というよりは、部分的に自分では思いつかないすごくいいと思うところ（ワード）があった」とコメント。5歳から花を生けているという藤本さんは、「普段短歌をつくることはなかった。全く別の芸術の組み合わせだったが、新たな作品ができ、おもしろかった。敬老の日は「おめでとう」と言うだけで終わっていたが、（今回のような）アートにするなど見せ方（ツール）を頑張れば（気持ちを伝えることが）できると思った。」と話してくれました。

●日向雄一郎さん（一般社団法人 花いけジャパンプロジェクト 代表理事）
今回のような"短歌と花の組合せ"はあまりないチャレンジだったが、自分の意志がストレートに反映された想いこもった花いけが見られた。花を選ぶ時になんとなくの感覚で選びがちだけれど、贈りものだったり想いを伝える際には、一度想いを言葉におきかえることで短歌がその想いを紐解くきっかけになる。AIは、すべてをそのままというよりは、自分なりに咀嚼して自分の想いをのせるサポートツールとして活用できそうな手ごたえを感じた。今後、全国の学校や若い世代の皆さんたちにもひろげていきたい。

●岡野大嗣さん（歌人）
短歌ができればそれを糸口に、花選びのイメージにつなげていけるのではないかと思ってはいたが、みなさん納得いくまで作品と向き合い、心の動きにぴったりくる言葉を探していたのが印象的だった。
AIは無限に言葉を生成できるが、それをそのまま使うというよりは、生成した言葉と対峙することでインスピレーションを受け、「本当に自分の言いたいことはなにか」と深く考え自分の思いに気づくきっかけになっていたのだと感じた。

●国産花き需要拡大推進協議会（事務局: 一般社団法人花の国日本協議会）小川典子
「敬老の日」に向けて、自分と祖父母との想い出を表現した10代の学生たち。自分の中から引き出した言葉は、楽しかった時間だったり、ホロ苦いお説教だったり、少し哀しい現実だったり。彼ら一人一人が紡いだ短歌とその想いを込めて選んだ花からは、大切にしてもらってきたことへの感謝の気持ちが瑞々しく溢れていた。ペンでしたためた短歌を丁寧に折り、生けた花にキュッと結ばれた瞬間、花を贈る尊さを見たようで、胸が熱くなった。

■【花と歌】特別授業の様子

※撮影時のみマスクを外して撮影を実施しています

（AI相談所）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

◆授業で大活躍！？短歌生成AIサポートツールの技術を用いた
AIメッセンジャー【花と歌】特設サイトのご紹介

特設サイトでは、「思い」を起点にした花ゑらび、短歌づくりを提案します。
祖父母への思いや贈りたい花をもとに、短歌AIが作歌をサポート。選んだ花とつくった短歌を組み合わせた「花と歌」を、LINEなどで相手に贈ることができます。また、近隣の花店を探すマップ機能も搭載しています。日頃言えない気持ちや、言葉にならない思い、花と歌の力を借りて伝えるお手伝いをします。
本メッセンジャーツールのもとになる、短歌生成AIサポートツールは授業でも一部活用し、AIと人間が織お短歌の違いに触れながら、短歌の本質について同僚さんに解説していただきました。

特設サイトURL: https://hana-to-uta.jp
公開期間：　2022年9月1日（木）～9月30日（金）

▼サイト展開イメージ

▼全国205高校へ案内（ポストカード）

《本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先》
事務局・一般社団法人 花の国日本協議会　Mail: info@hanaenokuni.jp（担当：小川・新井）

◆「花あそ部」特別授業【花と歌】～花いけと短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～
9月18日（日）開催 @渋谷パルコGAKU（9階）

「敬老の日」に向けて、10代の学生を対象にした、【花と歌】特別授業を開催します。歌人・岡野大嗣さんが「花あそ部」に初登場します。

■イベント概要　※イベントは終了いたしました。

日程：　2022年9月18日（日）
時間：　①11:30～14:30　②16:00～19:00　（各回180分）
会場：　GAKU（渋谷パルコ 9階）
対象：　原則10代の方、経験不問
定員：　各回10名程度
募集サイト：　https://gaku.school/news/hanaasobu20220918/
参加費：無料

※コロナ感染拡大状況により、開催延期の可能性があります
※参加者には、事前に短歌に関するオンライン授業を受けていただきます
※GAKUのポッドキャスト「ガクジン」に岡野大嗣さんが登場されます（公開日：10/26前編・11/2後編）

■当日のプログラム
10代の参加者と共に、おじいちゃん・おばあちゃんへ、ふだんは言えない気持ちを伝えるための「花と歌」をつくります。

「歌」のパート
歌人 岡野大嗣さんを講師に迎え、おじいちゃん・おばあちゃんとの思い出やお礼を思いを巡らせながら、自分だけの短歌をつくっていきます。AIメッセンジャー【花と歌】も活用しながら、自分の感じたことを、自分だけの言葉で表現することを目指します。

「花」のパート
おじいちゃん・おばあちゃんとの思い出や感謝、つくった短歌をもとに花をいけます。
"たて開き"で言葉をつむぐ短歌と同じように、花をえらび、立てる、"たて花"というスタイルで、自分だけの思いを表現していきます。

出来上がった"たて花"と短歌は、そのままおじいちゃん・おばあちゃんへの贈り物として当日お持ち帰りいただきます。

《本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先》
事務局・一般社団法人 花の国日本協議会　Mail: info@hanaenokuni.jp（担当：小川・新井）

■主催：国産花き需要拡大推進協議会

「花のある豊かな社会」を実現するために、花の新たな需要を創出し、日本の花き産業全体の振興に取り組む花文界の有志団体、企業者の消費動向やライフスタイルの変化から仮説を導き、ホームユースやイフト・ユースにおける花の新たな需要を創出するための様々なプロモーション、「コミュニケーション活動」を取り組んでいます。主な活動は、令和元年度から継続する「＊花のABCワークショップ」、令和3年度からスタートの「GREENS RESCUE」、＊ポップアップ・ストアなど。本取り組みは、農林水産省「令和4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」事業の一環として実施しています。

名称：　国産花き需要拡大推進協議会
会長：　戸上 英明（株式会社パーク・コーポレーション代表取締役）
事務局：　一般社団法人 花の国日本協議会　東京都港区南麻布1-6-30 5F
HP：　https://homeuse-hana.jp/

■全体企画・プロデュース：

Dentsu Lab Tokyo（https://dentsulab.tokyo）
Dentsu Lab Tokyo（デンツウ・ラボ・トウキョウ）は、研究・企画・開発が一体となったクリエーティブのR&D組織です。「PLAYFUL SOLUTION（おもしろがらない＊フィロソフィ）」としながら、デジタルテクノロジーとアイデアによって、人の心を動かす表現開発や、いま世の中が求める社会の課題解決を実践しています。

Dentsu Craft Tokyo（https://dentsucraft.tokyo）
各社のトップクリエーターが共鳴し、新しいクラフトの姿を提案するDentsu Craft Tokyoは、2019年3月1日に始動。会社と組織、エージェンシーとプロダクション、クリエーティブとプロデュース、広告とそれ以外の枠組みを超え、中目黒に立ち上がったメンバーが各社に所属するクリエーターが共に働く、構想力×制作力×実現力が同居するクリエーティブハウスです。"Human Magic"をコンセプトに掲げ、アイデアの出発から制作、実現までをコントロールし同時に、クリエーティブ業界に対しても、新たな表現、新たな制作体制、新たな人材育成の在り方を提案します。

朝日新聞社メディア研究開発センター（https://cl.asahi.com/）
人工知能を始めとする先端メディア技術と、新聞社ならではの豊富なテキストや写真、音声などの情報を活用し、社内外の問題解決を目指すとともに、自然言語処理や画像処理などの先端技術の研究・開発を進めています。これまで新聞コンテンツの創造的な利活用に必要な、データ・ナレッジベースや表現への作品制作・展示を行うとともに、最近では若年層人材の育成力を高めるAIの開発にも取り組んでいます。

■ワークショップ企画：一般社団法人 花いけシャパンプロジェクト（https://hanaikebattle.com/）

日本の花文化にとって、いまの時代にふさわしいかたちとは何か考え、「花いけバトル」という、かつて前例のないメソッドでの知名度プロジェクトを全国各地で展開しているのが、花いけシャパンプロジェクトです。「花いけ」の楽しみを一人でも多くの人にとどけたい。花いけの魅力をわかりやすく伝え、感じることができるようにする。日本の伝統的な花文化が、知らず知らずのうちに見直されていく人切なキッカケを創り上げるプロジェクトとなり、日本の花文化の復興に大きなインパクトを与えながら、今日にそなえています。2017年「日本フラワービジネス大賞」受賞（農林水産省）、2018年イベントアワード日本イベント大賞（優秀）（経済産業省）。また、10代の若者たちがリフレッシュの原点、出会う学びの集積地である総合バトルGAKUにて、2021年より「花あそ部」の構成を展開。10代の若者たちが様々なアプローチを介して花から学び、気づき、そして感じることが出来る場をつくり出しています。

「花あそ部」について
人はなぜ、心惹かれるのか？花をいけることの原点が、そこにある。
その神秘がいったいどこからやってきたのかを探るために、
わたしたちは西さんと共に、自然の森を旅することにします。
何かを見つけることができるならば、それはとても素晴らしいことです。
ほんの少しでも、心が揺さぶられたら、それはとても嬉しいことです。
花をいけながら、一人一人がいろんなことを感じられる場をつくりたいと願います。

花あそ部

《本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先》
事務局・一般社団法人 花の国日本協議会　Mail: info@hanaenokuni.jp（担当：小川・新井）

■短歌講師：歌人・岡野大嗣氏 プロフィール

歌人。2014年に同人歌集『サイレンと雨』。19年に第2歌集『たやすみなさい』（ひとに歌詞提供）を刊行。18年、木下龍也との共著歌集『玄関の鍵は開けておく』を刊行。21年、がん経験者による歌集『癌になって思いだしたこと　でもなくしたものは思えない』（左右社）を出版。関西の戸村氏が「MeetsRegional!!」で「レッツ短歌！」連載中。反射フラップ式車内表示機と航空障害灯などよく保守。

■事務局：一般社団法人 花の国日本協議会

花き業界の有志により構成され、2010年に発足した「フラワーバレンタイン推進委員会」が、2014年10月に一般社団法人 花の国日本協議会となる。2011年にスタートした花贈りを提案するプロモーション「フラワーバレンタイン」をはじめ、年間を通じ、花き業界および関連企業の連携によって、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るプロモーションを展開。2015年秋より、ホームユースの消費者人を対象とする「WEEKENDFLOWER」活動を全国で本格始動。

名称：　一般社団法人 花の国日本協議会　Flowering Japan Council
理事長：　戸上 英明（株式会社パーク・コーポレーション代表取締役）
事務局：　東京都港区南麻布1-6-30 5F
HP：　https://hanaenokuni.jp/

花の国日本協議会
Flowering Japan Council

（事後リリース続き）

《本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先》
事務局・一般社団法人 花の国日本協議会　Mail: info@hanaenokuni.jp（担当：小川・新井）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

Dentsu Lab Tokyo

◆2022年9月15日（日）ニュースリリース配信

PRTIMES https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000008.000088502.html

PRTIMES

Top | テクノロジー | モバイル | アプリ | エンタメ | ビューティー | ファッション | ライフスタイル | ビジネス | グルメ

テクノロジーとアイデアで社会課題の解決をするDentsu Lab Tokyoが「花贈り」に馴染みの薄い若年層へ花との新しい出会いをプロデュース　贈りたい花をもとに作る短歌AIツール「花と歌」を開発

「敬老の日」の前日である9月18日（日）には歌人・岡野大嗣氏による10代限定特別授業を開催。特設サイトにて期間限定公開：https://hana-to-uta.jp

Dentsu Lab Tokyo所属事務局

2022年9月15日 11時00分

テクノロジーを起点とした社会課題の解決や、ふたたらしい表現開発を目指すDentsu Lab Tokyo（東京都港区）は、普段言えない気持ちを花と歌（短歌）に込めて贈れる短歌生成AIサポートツール「花と歌」をDentsu Craft Tokyo、朝日新聞社メディア研究開発センターと共同で企画・プロデュースしました。若年層が花を贈るきっかけとなる「敬老の日」に合わせ、日本花き生産者協議会（会長：竹下英明／小橋正：　一般社団法人花のHLB本協議会）のご協力を仰ぎ小橋の場として、9月1日(木)から9月30日(金)まで特設サイトで公開します。

花と短歌のAIメッセンジャー「花と歌」開発の経緯

新型コロナウイルス感染拡大後、おうち時間の増加により、ご自宅に花を飾る人が増えています。一方で、若年層4,000人を対象に実施した消費者調査によると、若年層の8割は「花屋さんにあまり行かない・ほとんど行かない」と回答しており、その多くが「花屋さんに行く用事がないから」を理由としてあげています。若年層の多くが「花はギフトに適している」と考えていつつ、実際の「花贈り」はハードルが高いようで未体験者が多く、若年層と花にはまだまだ距離があります。※若年層4000人へギフト意識調査2020年日本花き生産協議会（花のHLB日本協議会）調べ

そこで、若年層と花の接点創出、若年層が花贈りを行う体験を促すために、短歌生成AIサポートツール「花と歌」を公開。若年層が「敬老の日」を きっかけに、日頃言えない祖父母への感謝や労いの気持ちを、花と短歌に込めて届ける機会を提供します。

また、今回は「敬老の日」に向けて高校生に「花と歌」を体験していただくため、全国205の高校にてQRコードから特設サイトにアクセスできるポストカードを配布しました。

ひとは長い歴史の中で、
ことばにできない思いを花や歌に込めて贈りあってきました。
そして2022年秋、そんな営みに新しい一頁が加わります。

「花と歌」。それは花と短歌のメッセンジャー。
贈りたい相手との思い出と、似合いそうな花を選ぶだけで
短歌AIが作歌をお手伝いします。

九月十九日は、敬老の日。
あなたのおじいちゃん・おばあちゃんに
ふだんは言えない気持ちを贈ってみませんか。

花 Hana と Uta 歌　hana-to-uta.jp　2022.9.1-9.30

Dentsu Lab Tokyo　コピーライター・プランナー　川鍋梨紗子コメント

平安時代の日本では、和歌に花や枝を添えた「文付枝」が贈られていたそうです。今の時代でも、花や歌を媒体に思いを伝えあうような、そんなやりとりができたら素敵だなと想像しました。短歌AIとの共同制作が、大切な人との思いを振り返り、思いを伝えるきっかけとなったら嬉しいです。

TwitterなどSNS告知

Dentsu Lab Tokyo @d_labtokyo · 9月15日

普段言えない気持ちを、花と歌にこめる短歌生成AIサポートツール「花と歌」をDentsu Craft Tokyo、朝日新聞社メディア研究開発センターと共同で企画／プロデュースしました。9月19日 敬老の日に、日頃の感謝を届けてみてください

@PRTIMES_JP

#敬老の日のプレゼント

prtimes.jp

テクノロジーとアイデアで社会課題の解決をするDentsu Lab Tokyoが…

Dentsu Lab Tokyo運営事務局のプレスリリース（2022年9月15日 11時00分）テクノロジーとアイデアで社会課題の解決をするDentsu Lab …

Dentsu Lab Tokyo @d_labtokyo · 9月15日

▼「花と歌」メッセージカード

Dentsu Lab Tokyo @d_labtokyo · 9月15日

ひとは長い歴史の中で、
ことばにできない思いを花や歌に込めて贈りあってきました。
そして2022年秋、そんな営みに新しい一頁が加わります。

「花と歌」。それは花と短歌のメッセンジャー。
贈りたい相手との思い出と、似合いそうな花を選ぶだけで
短歌AIが作歌をお手伝いします。

九月十九日は、敬老の日。
あなたのおじいちゃん・おばあちゃんに
ふだんは言えない気持ちを贈ってみませんか。

花 Hana と Uta 歌　hana-to-uta.jp　2022.9.1-9.30

Dentsu Craft Tokyo

各種SNSで告知

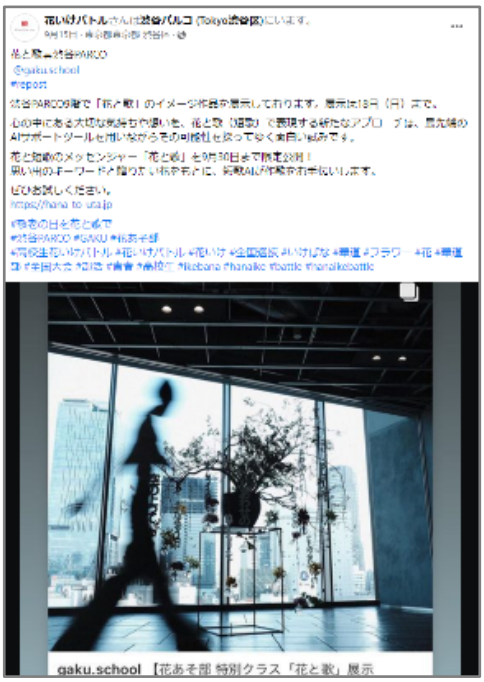
Dentsu Craft Tokyo @d_craftTokyo

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

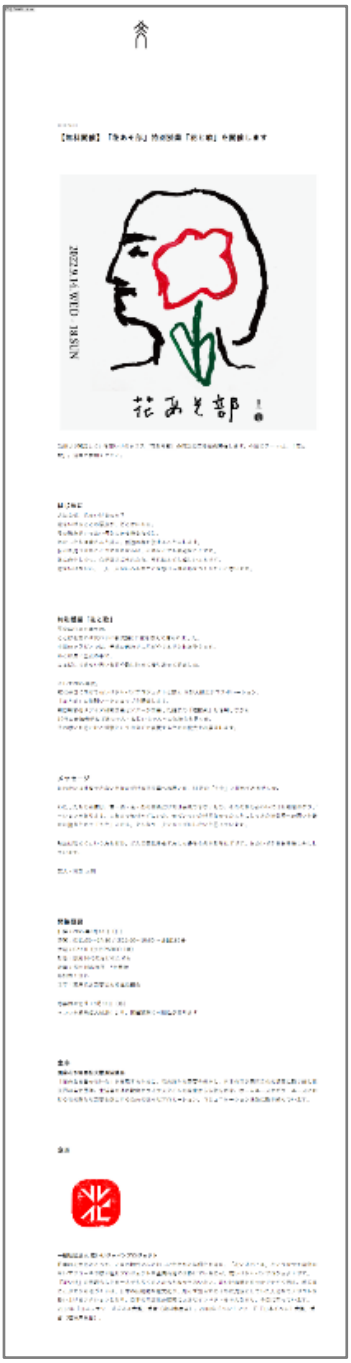
花いけジャパンプロジェクト

TwitterなどSNS告知



渋谷PARCO「gaku」

公式サイト&SNSで告知



国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

歌人　岡野大嗣さん　Twitterで多数告知

花の国日本協議会　各種SNSで告知

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

◆メディア露出例

2022年9月15日 花卉園芸新聞

国産花き需要拡大推進協

AIが作歌をサポート「敬老の日」へ特設サイト

花と歌に気持ち込め届ける

国産花き需要拡大推進協議会（井上英明会長、事務局＝花の国日本協議会）は、9月19日の「敬老の日」をきっかけに、Z世代の若年層が、日ごろ言えない祖父母への感謝や尊敬の気持ちを、花と歌（短歌）に込めて届ける機会を提供すべく、AIサポートによるメッセンジャーツール【花と歌】特設サイトを9月1日に公開した。農水省「令和4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」事業の一環。

【花と歌】は、Dentsu Lab Tokyo, Dentsu Craft Tokyo, 朝日新聞社メディア研究開発センターが各技術とアイデアを活用して開発した短歌生成のためのAIサポートツール。国産花き需要拡大推進協議会のアイデアをプラスし、若年層と「敬老の日」をターゲットに、9月の旬の花のイラストや花言葉を交え、プロデュースされた。

サイトでは、「思い」を起点にした花選びと、短歌作りを提案。祖父母との思い出と贈りたい花をもとに、短歌AIが作歌をサポート。選んだ花と作った短歌を組み合わせた「花と歌」を、LINEなどで相手に贈ることができる。近隣の花店を探すマップ機能も搭載。公開期間は2022年9月1日～9月30日▼https://hana-to-uta.jp/

さらに、（一社）花いけジャパンプロジェクト（日向雄一郎代表理事）主宰の、渋谷パルコGAKU「花あそ部」とコラボレーションし、「敬老の日」前日の9月18日に、10代の学生を対象とした「花と歌」特別授業を開催する。

気鋭の歌人・岡野大嗣さんを講師に、短歌の本質を学びながら、思いを託す花を自ら選び、いけて、「歌を添えた花」を祖父母への贈り物として仕上げる。

古来から心を伝える手段であった花と歌という文化に触れながら、「敬老の日」の花贈りを通じて、世代を超えた新しい心のつながりを実感できる体験を創造できれば、としている。

2022年9月28日 朝日新聞夕刊（全国）

祖父母への思い 花と短歌に込めて

「敬老の日」イベント AIもサポート

ふだん言えない祖父母への気持ちを花と短歌に込めよう――。「敬老の日」前日の18日、10代の学生を対象にしたワークショップが東京都内で開かれた。

講師は歌人の岡野大嗣さん。集まった学生たちは、祖父母との思い出を呼び起こしながら作歌に取り組んだ。岡野さんは「思い出は美しくなくてもいい。心に深く残っているものを歌にしてほしい」と語りかけ、一人一人にアドバイスをしていった。

朝日新聞社メディア研究開発センターが開発した「短歌AI」も活用された。短歌のリズムや言葉の並び方をAIに学習させたもので、キーワードや書き出しを入力すると、瞬時に無数の短歌を生成する。詠みたい思い出、情景はあるけれど、うまく短歌にできないという参加者は、AIの出力結果も参考にしながら短歌を完成させていった。

参加者たちは短歌ができると、作品に合わせて祖父母への贈り物にする花を選んだ。藤なきさん（13）が詠んだのは、「直路地で集めてたよね室物2人で挿したねこたちのふん。」。祖母と参加した地域の清掃活動を歌にした。「短歌も花も正解がない。難しいけれど、だからこそ自由で楽しかった」

細田愛音さん（13）は、厳しくもあたたかかったに違出を思い出した、「だらしない！」声が聞こえる瞬間に祖母が浮かんで正座な私。短歌AIが出力した「瞬間に祖母」というフレーズを取り入れた。

イベントは国産花き需要拡大推進協議会の主催。ワークショップは一般社団法人「花いけジャパンプロジェクト」が企画した。祖父母への思い出や贈りたい花をもとに短歌AIが作歌をサポートする特設サイト（https://hana-to-uta.jp/）が30日まで公開中。（田中瞳子）

短歌に合わせて花を選ぶ参加者たち＝東京都渋谷区

2022年9月22日 朝日新聞デジタル

朝日新聞デジタル ＞ 政治

短歌でよみがえるおばあちゃんの姿　歌人岡野大嗣さんが10代に講義

有料記事

田中瞳子　2022年9月22日 11時00分

完成した短歌と花を手にする参加者たち＝東京都渋谷区

ふだん言えない祖父母への気持ちを花と短歌に込めよう――。「敬老の日」に合わせ、10代の学生を対象にしたワークショップが18日、東京・渋谷パルコのイベントスペース「GAKU（ガク）」で開かれた。

講師は歌人の岡野大嗣（だいじ）さん。集まった10代の学生たちは祖父母との思い出を呼び起こしながら作歌に取り組んだ。岡野さんは「思い出は美しくなくてもいい。心に深く残っているものを歌にしてほしい」と語りかけ、一人一人にアドバイスをしていった。

短歌の実作例として岡野さんは、この日の早朝を詠んだ。《まだねてる渋谷を起こさないようにPARCOへの小さなハイキング》。「明日になったら忘れてしまっているようなちょっとした心の動き。でも、短歌にするといつでも思い返せるんです」

「短歌ＡＩ」も活用

朝日新聞社メディア研究開発センターが開発した「短歌AI」も活用された。五・七・五・七・七の短歌のリズムや言葉の並び方をAIに学習させたもので、キーワードや書き出しを入力すると、瞬時に無数の短歌を生成する。詠みたい思い出、情景はあるけれど、うまく短歌にできないという参加者は、AIの出力結果も参考にしながら短歌を完成させていった。

参加者たちはできた歌に合う花を選んで花瓶に生け、花と短歌を祖父母への贈り物として持ち帰った。

「だらしない！」叱られた思い出も

朝日新聞文化部 @asahi_bunka · 9月22日

短歌でよみがえるおばあちゃんの姿　歌人岡野大嗣さんが10代に講義

asahi.com

短歌でよみがえるおばあちゃんの姿　歌人岡野大嗣さんが10代に講義...

ふだん言えない祖父母への気持ちを花と短歌に込めよう――。「敬老の日」に合わせ、10代の学生を対象にしたワークショップが18日、東...

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

2.「花と歌」～花と短歌で敬老の日に気持ちを贈ろう～広報PR活動

（続き） ◆メディア露出例

2022年9月12日 AdverTimes

AdverTimes.（アドタイ）　2022年10月13日(木曜日)

マーケティング | 広告ビジネス・メディア | 販売促進 | クリエイティブ | 広報 | 海外情報 | コラム | キャリア支援 | セミナー | 特集 | 人事・人物

#DX・テクノロジー　#サステナビリティ・脱炭素　#行政・法規制　#ベーシック・実務

思い出と花言葉からAIで短歌を生成・共有するサイト「花と歌」公開

ブレーン編集部
2022.09.12 掲載

share

国産花き需要拡大推進協議会は9月1日、感謝を伝えたい相手との思い出や花言葉をもとに短歌が生成されるサイト「花と歌」を公開した。9月19日の「敬老の日」をきっかけに、若年層に祖父母への感謝や尊敬の気持ちを短歌で届けてもらおうという企画だ。

「花と歌」メインビジュアル。

日本最大規模の公募型広告賞
宣伝会議賞
応募期間：9月1日（木）～11月1日（火）15:00
一般部門　中高生部門　作品募集中

特設サイトでは、相手への「思い」を起点にした花選びと短歌づくりを提案。出来上がった短歌と花はLINEなどで相手に贈ることができ、近隣の花店を探すマップ機能も搭載している。公開期間は9月30日まで。

送りたい相手、思い出に残っていること、相手にぴったりな花を選ぶことで、その思い出と花言葉から短歌が作成される。

今回の企画を手がけたDentsu Lab Tokyoコピーライター/プランナーの川島梨紗子氏は「思い出と結びついた短歌をつくるには、どんな質問や選択肢があったらいいだろう？と考えながらつくりました。入力するキーワードだけでなく、選ぶ花の種類によっても短歌が変化するので、短歌AIとの共同制作を純粋にも楽しんでいただけたら嬉しいです」

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

【参照】「花と歌」企画に寄せられた反響例（一部）

◆一般ユーザーのSNS投稿より抜粋

あの「俵万智」さんもリツイート！

俵万智
@tawara_machi

これは楽しそう！
花と歌って似てるんだよなあ。なくても生きていけるかもしれないけど、あると人生が豊かになる。

≡甫|||通 @torutoru · 9月1日
#短歌AI に触れるサイトができました

「敬老の日」、ふだん言えない気持ちを花と歌（短歌）に込めて届けるAIメッセンジャー【花と歌】特設サイトを9/1(木)から限定公開　hana-to-uta.jp
prtimes.jp/main/html/rd/p... via @PRTIMES_JP
このスレッドを表示

午後10:43 · 2022年9月1日 · Twitter for iPhone

24 件のリツイート　**3** 件の引用ツイート　**253** 件のいいね

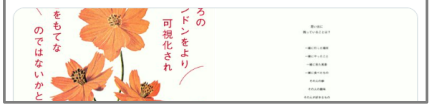
送る相手との思い出キーワードと、お花を選ぶと短歌を生成する「花と歌」で、この夏のうちの思い出を生成してみた。
———
「敬老の日」、ふだん言えない気持ちを花と歌（短歌）に込めて届けるAIメッセンジャー【花と歌】
hana-to-uta.jp
#花と歌

午後6:51 · 2022年9月3日 · Twitter for iPhone

よりみち

短歌AIで、かんたん短歌。「花と歌」（hana-to-uta.jp）

歌を送りたい相手を思い浮かべて、一緒に行った場所（ロンドン）などを入力し相手に似合う花を選ぶとAIが短歌を生成してくれる…のだけど、ちょっと自由詩みたいな感じにw でも自分じゃ思いつかない言葉のつらなりが逆に面白いかも。



楽しかったので共有✍
思い出と花言葉からAIで短歌を生成・共有する「花と歌」💐

小学生の授業の時ぶりに短歌つくりましたが、で架空の思い出を作って遊んでました()

9月末までの公開らしいのでもうすぐ終わりだ
やってみたい方はお早めに！

#花と歌 #短歌

hana-to-uta.jp
花と歌
9月19日は敬老の日。花と短歌にのせて、おじいち
ばあちゃんへ思いを伝えてみませんか。思い出と

午後5:20 · 2022年9月19日 · Twitter Web App

6 件のリツイート　**18** 件のいいね

株式会社 · 9月19日
返信先:
フォロー
よろしくお願いします🙏

試しにやってみたらよく分からない感じになりました💦

企画

【詩を贈る】
国内の花屋などが参加する国産花き需要拡大推進協議会は、花を贈ることの需要拡大を目的にしたサイト「花と歌」を公開しました。このサイトでは、贈りたい花と贈る相手への想いや思い出を入力すると、AIが短歌を作成し、LINEなどSNSで相手に贈ることができます。

午前9:25 · 2022年9月26日 · Twitter Web App

花と歌💐
思い出の花とキーワードからAIがぴったりの短歌をつくってくれるらしい。面白い試み！

hana-to-uta.jp

午後1:05 · 2022年9月16日 · Twitter for Android

6 件のリツイート　**19** 件のいいね

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

【参照】「花と歌」サイトフロー回遊動画 他

◆以下URLにて3つの動画キャプチャを格納

●体験フロー動画（PC）
●体験フロー動画（SP）
●選択した花別動画（SPのみ）

https://www.dropbox.com/sh/nixd1k6zgqc497r/AAA3N8q9_NAO2laLXMtJzYmka?dl=0
パスワード：hana

◆スタッフリスト

Dentsu Lab Tokyo × Dentsu Craft Tokyo × メディアラボ

朝日新聞メディアラボとタッグを組み、
AI技術を用い、短歌生成のアルゴリズムを実装していきます。

	役職	名前	所属
1	クリエーティブディレクター	保持 壮太郎	(つづく)
2	コピーライター、プランナー	川島 梨紗子	Dentsu Lab Tokyo
3	アートディレクター	上西祐理	北極
4	PRプロデューサー	根本陽平	電通PRコンサルティング
5	PRプランナー	辰野アンナ	電通
6	花選定・花言葉監修	小川典子	花の国日本協議会
7	ビジネスプロデューサー	藤田 宗弘	電通
8	プロデューサー	藤岡 将史	Dentsu Craft Tokyo
9	プロデューサー	羽角 和弘	Dentsu Craft Tokyo
10	プロジェクトマネージャー	鈴木 創太	Dentsu Craft Tokyo
11	エンジニア	田辺 雄樹	Dentsu Craft Tokyo
12	Webディレクター	中尾 仁士	電通クリエーティブX
13	テクニカルディレクター	米田 英史	電通クリエーティブX
14	エンジニア	日南 昌吾	AOIRO inc.
15	リサーチエンジニア、テクニカルディレクター	浦川 通	朝日新聞社メディア研究開発センター
16	リサーチエンジニア	田口 雄哉	朝日新聞社メディア研究開発センター
17	リサーチエンジニア	新妻 巧朗	朝日新聞社メディア研究開発センター
18	技術監修	田森 秀明	朝日新聞社メディア研究開発センター
19	歌人	岡野大嗣	

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

3.「国際女性デー2023」 活動概要

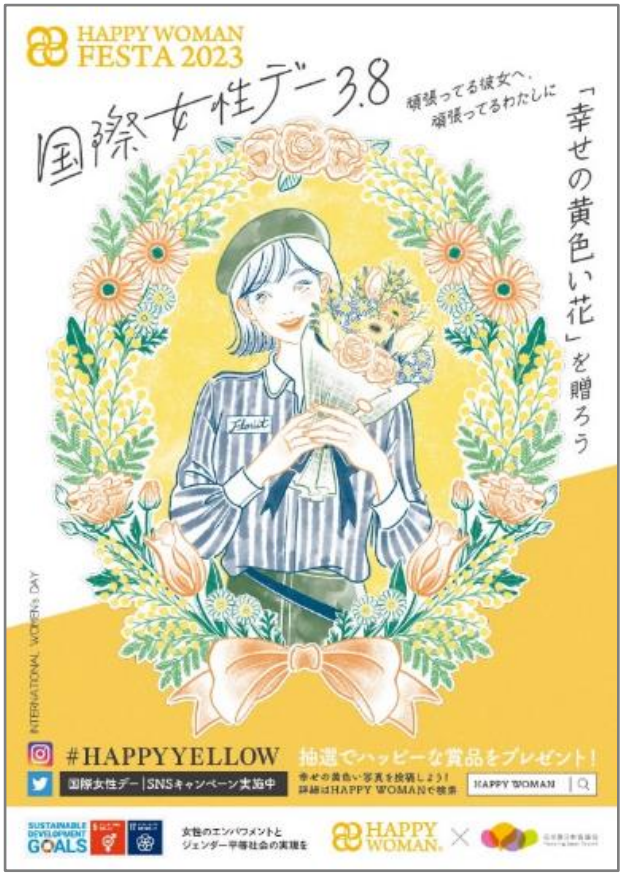
◆活動の背景・目的

SDGsが浸透にともない、企業の取り組みも増え、年々関心が高まる世界的な記念日「国際女性デー」。昨今のミモザ人気も手伝い、特に20代女性の認知度が断トツに高い中、花業界として「国際女性デー」の啓発に貢献すべく、「幸せの黄色い花」の花贈りを広げていく試み。
さらに、花業界で働く多くの女性たちのモチベーション向上にも繋げていきたい。

◆活動概要

●全国花店にA2ポスター・配布用ポストカード・SNS用画像の提供（FV・3LS連動）
●PRTIMES ニュースリリース配信（2/27）
●花店スタッフ用「フローリスト向け啓発チラシ」の作成・共有
●SNS用デジタルツール・ニシイズミユカさん「はなまるスタンプ」制作
●Twitter投稿キャンペーン実施（ニシイズミユカさんイラストプレゼント）
●小売企業とSNS・サイトなどで情報発信連動
●異業種コラボイベント「国際女性デー×花手水」（川越花手水フォトコンテスト）
●「国際女性デー」消費者調査

◆販促ツール：ポスターを全国花店に配布／SNS用画像を提供



2023年度版ポストカード
（花店店頭配布用）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

3.「国際女性デー2023」活動概要

◆花店スタッフ用
「フローリスト向け啓発チラシ」

「国際女性デー」の本来の意味や目的、花業界の取り組みやその意図について理解を深めるために制作。
公式サイトより各販促ツールのダウンロード可能に。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

3.「国際女性デー2023」 活動概要

◆SNS用デジタルツール・ニシイズミユカさんイラスト 「はなまるスタンプ」

国際女性デーメインビジュアルをご担当の**人気イラストレーター・ニシイズミユカさんがスタンプイラストを制作**。

実際の使用回数を調べることはできないが、GIPFY上での閲覧は**11種のスタンプ合計で約2,300,000回**。
GIPFYに利用期限はないため、引き続き以下いずれかのハッシュタグを検索すれば、各スタンプが利用可能。

#flower #womensday #yellowflower #フラワー #hanamaru #はなまる #イエローフラワー
#国際女性デー #happyyellow #はっぴーいえろー #幸せの黄色い花 #はなまる贈ろ

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

3.「国際女性デー2023」 活動概要

◆「はなまるスタンプ」活用投稿事例

Instagram

Twitter（花キューピット公式）

TikTok（KARENDO公式）

Instagram ストーリー（J-WAVE番組）

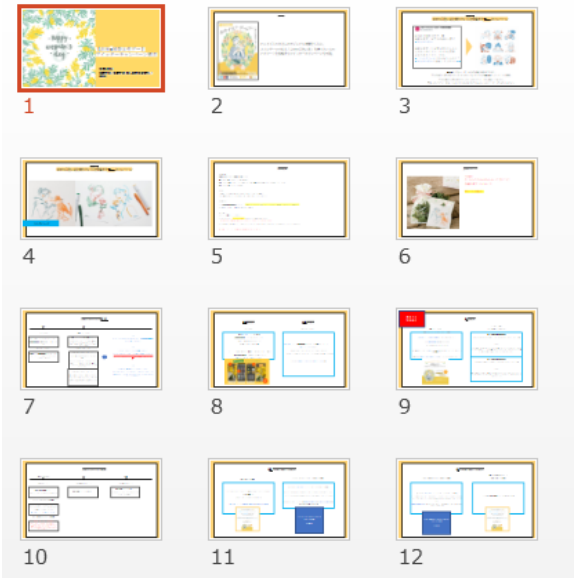
国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

3.「国際女性デー2023」 活動概要

◆公式Twitter
協力各社ヘッダー画像を
国際女性デー仕様に

◆SNS投稿マニュアル

各社で協力して、計画的に投稿するためのマニュアル。大手各社が同時多発で発信することで、「国際女性デー」の周知やTwitterキャンペーンの告知を最大化することが目的。



国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

3.「国際女性デー2023」活動概要

◆公式サイト（2/27～期間限定でフラワーバレンタインサイトトップへ移動）

https://www.flower-valentine.com/

HAPPY WOMAN FESTA2023サイト
キャンペーンにリンク

Twitter投稿キャンペーン
「はなまる」スタンプ紹介

異業種コラボ企画

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

4.「国際女性デー2023」 広報PR活動

◆2023年2月27日（月）ニュースリリース配信

PRTIMES http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000018.000054763.html

NEWS RELEASE

花の国日本協議会
Flowering Japan Council

報道関係者各位

2022年2月27日
一般社団法人 花の国日本協議会

HAPPY WOMAN®と花の国日本協議会が連携

3月8日「国際女性デー」を"花"で応援
「幸せの黄色い花」を通じて花業界も啓発に貢献
女性の幸せを願うスペシャルWEEKに！

https://www.flower-valentine.com/

ニシイズミユカさんイラストのInstagram用「はなまるスタンプ」や
投稿エピソードがイラストになるTwitterキャンペーンも実施

一般社団法人花の国日本協議会（東京都港区・理事長 井上英明、以下花の国日本協議会）は、全国約500店のフラワーショップと共に、世界的な記念日である「国際女性デー」のキャンペーンを本格化します。

イタリアの風習から「国際女性デー」のシンボルフラワーとなった「ミモザ」はじめ、春を告げる黄色の花々には幸福をよぶイメージがあります。また日本では、平安時代から今もなお3月3日「桃の節句」は女子の健康と幸せを願う日でもあることから、3月のはじまりは女性の幸せを願うスペシャルWEEKといえます。

いつも頑張ってくれている同僚や、応援したい友達、自分自身へのご褒美など、日頃の感謝やリスペクトの気持ちを込めて身近な人へ「幸せの黄色い花」を贈る・贈り合う提案を生活者にしながら、花業界も「国際女性デー」の啓発や活動促進に貢献していきます。

国際女性デー2023　花の国日本協議会オリジナルポスター（左）花店店頭配布用ポストカード（中）SNS用画像（右）

《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
国際女性デー by フラワーバレンタイン事務局
Mail: info@hananokuni.jp （担当：小川・新井）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

4.「国際女性デー2023」広報PR活動

（続き）

NEWS RELEASE

花の国日本協議会
Flowering Japan Council

「女性のエンパワーメント推進と社会活性化」および「SDGs（持続可能な開発目標）推進」を目的としたHAPPY WOMAN実行委員会（事務局：一般社団法人HAPPY WOMAN）は、女性がいきいきと生きられるジェンダー平等の社会実現に向けて、国連が制定している3月8日の「国際女性デー」を日本の新たな文化として定着させるべく、2017年より『国際女性デー｜HAPPY WOMAN FESTA』をスタート。花の国日本協議会は、本活動に賛同し、初年度より構成団体として参画しています。

◆花を通じて「国際女性デー」の啓発に貢献します

ジェンダーギャップ指数が先進国最下位である日本。「国際女性デー」のシンボルフラワーである「ミモザ」を販売する花業界として、花を通じて女性の活躍を応援することで「国際女性デー」の啓発に貢献します。花を贈ることが、“ジェンダー平等”や“女性の幸せな生き方”を考えるひとつのきっかけとなるよう、社会に働きかけていきます。

昨今の気候変動の影響もあり、「ミモザ」の供給が不安定になっていることから、ミモザを代表とする「黄色～オレンジ色系の春の花々」を前面に打ち出しながら、「#幸せの黄色い花」を主軸にキャンペーンを展開します。春を告げる花々、例えばチューリップ、ラナンキュラス、フリージアや、定番花のバラ、ガーベラ、カーネーション、マムなどにも黄色・オレンジ色のビタミンカラーが数多く出回ります。手にするだけで、部屋にちょっと飾るだけで、気持ちが明るく元気になる「ビタミンF」効果（※1）も期待できます。

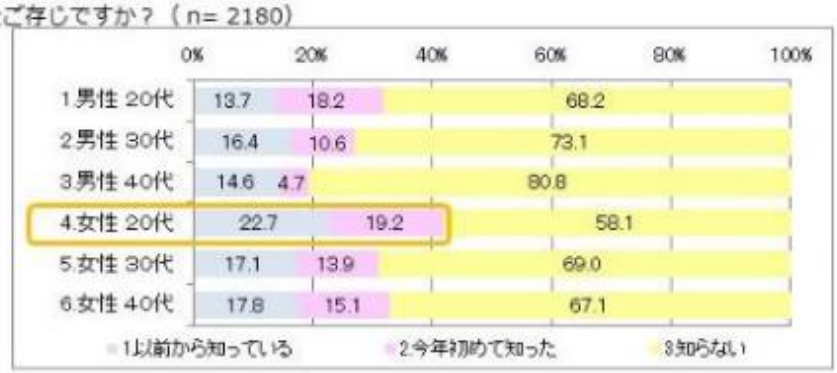
（※1）「花やグリーンの持つ癒きの効果」を「ビタミンF」と称し、2020年より花業界から発信しています。
公式サイト「はじめて花屋」内「ビタミンF」 https://hajimetehanaya.jp/vitaminf/

◆20代女性が最も高い「国際女性デー」への興味関心

国産花き需要拡大推進協議会（事務局：花の国日本協議会）が、2022年4月に実施した調査（※2）結果によると、20代～40代の全国男女2,180名のうち、国際女性デーの認知率は30.7%。性別・性年代別では、女性の認知率が35.2%と男性の26%を大きく上回り、20代がより認知率が高い傾向にあります。その中でも特に女性20代が41.9%と全体より大幅に高いスコアとなっており、若い世代を中心とした女性層での関心の高さが伺えます。学校教育でSDGsが浸透している年代であること、昨今のInstagramなどSNS上での「ミモザ」人気も関心の高さに寄与していると思われます。（※2）国際女性デー他花贈り実態意識調査

Q.「国際女性デー」をご存じですか？（n= 2180）

【性年代】
男性20代:n=358
男性30代:n=360
男性40代:n=364
女性20代:n=365
女性30代:n=368
女性40代:n=365



《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
国際女性デー by フラワーバレンタイン事務局
Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

4.「国際女性デー2023」広報PR活動

（続き）

NEWS RELEASE

花の国日本協議会 Flowering Japan Council

◆具体的な展開施策

本年度の施策は、「国際女性デー」への興味関心やSDGs課題意識が高い、これからの活躍がますます期待される2世代・若年層（20代～30代）の女性たちをターゲットに、InstagramなどのSNS投稿が楽しくなるオリジナルの「はなまるスタンプ」を開発。さらに、Twitterキャンペーンを展開することで、「はなまる」を贈りたくなる女性たちのエピソードを募集しながら、「国際女性デー」への理解と共感を促します。

●幸せの黄色い花「はなまるスタンプ」

幸せの黄色い花をモチーフにしたInstagram用「はなまるスタンプ」を開発。当キャンペーンのメインビジュアルを担当する人気イラストレーター・ニシイズミユカさんに描き下ろしていただきました。

「はなまるスタンプ」は、頑張ってくれたあの人に、頑張った自分に、「はなまる」の気持ちを込めて幸せの黄色い花を贈ろう！というメッセージを表現しています。

リズミカルに動くかわいいスタンプで、「国際女性デー」にまつわる発信やコミュニケーションを、花の画像と共に楽しむ機会を創出していきます。

使用方法は、Instagramのストーリーズ作成画面から「GIF」マークをタップし、「**happyyellow**」で検索すると、「はなまるスタンプ」11種類が表示されます。

●Twitterキャンペーン

#幸せの黄色い花 を贈りたい相手のエピソード投稿で、ニシイズミユカさんオリジナルイラスト化&プレゼント♪

応募期間：2023年3月1日（水）～3月13日（月）

応募条件：
① @f_valentine2023 をフォロー
②ハッシュタグ「**#幸せの黄色い花**」「**#はなまる贈ろ**」を付ける
③幸せの黄色い花を贈りたい相手（自分へでもOK）のエピソードを投稿！

当選ご案内：
・ご当選された方にはTwitterDMにてご案内します。
・対象アカウントはフォローのままでお願いします。
・一定期間内にご連絡がつかない方は当選を無効とします。

プレゼントの発送：3月下旬～4月上旬(予定)

公式サイト： https://www.flower-valentine.com/

国際女性デー2023「はなまるスタンプ」（上）
「はなまるスタンプ」使用方法（中）
Twitterキャンペーン告知画像（下）

《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
国際女性デー by フラワーバレンタイン事務局
Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

NEWS RELEASE

花の国日本協議会 Flowering Japan Council

◆「国際女性デー」オリジナルビジュアルに込めた想い

現代社会において、仕事と子育て、家事を両立しながら働く女性は数多くいらっしゃいますが、花業界においても、多くの女性たちが頑張って仕事をしています。自身の役割に責任を持って取り組み、夢や自己実現に向けて努力しています。そんな女性たちを応援し、ますます輝いて活躍の場を広げられるよう願いを込めて、春の花々に囲まれながら笑顔で接客するフローリストをモデルに、若い女性から絶大な人気を得るイラストレーター・ニシイズミユカさんに描き下ろしていただきました。頑張る女性を称えながら「幸せの黄色い花」で応援！という活動趣旨が伝わるデザインに、共感が広がっています。

●ニシイズミユカさんプロフィール
静岡県浜松市出身。東京都在住のイラストレーター。テキスタイルとファッションデザイナーの経験を活かし、数々の企業とのコラボ商品や化粧品パッケージ、広告、ファッション誌、ポートレートイベントなどで活躍中。2021年より、花の国日本協議会の活動「フラワーバレンタイン」および「3LOVE STORIES」のメインビジュアルを担当。近著に『2本のペンでなんでも描ける 2COLORSイラスト』（インプレス）。
Instagram・Twitter：@shirokumaizm

◆「国際女性デー」×「花手水」～タイアップ企画のご紹介

国際女性デー2023タイアップ企画
川越花手水フォトコンテスト2023Spring
ポスター画像

川越の街の花手水が「幸せの黄色い花」に染まる…！
川越花手水フォトコンテスト 2023 Spring

小江戸・川越の街が美しい「花手水（はなちょうず）」で彩られます。2023年3月4日（土）からは始まる第五回「川越花手水フォトコンテスト2023 Spring」では、そのスタートのタイミングで、最明寺、JR川越駅、ルミネ川越など10箇所の花手水が「幸せの黄色い花」に染まります！女性が活躍できる社会を目指して、川越から黄色い花を通じて活動を応援します。

5月7日（日）までの約2か月間、指定のインスタグラムのアカウントをフォローし、ハッシュタグ「#川越花手水フォトコンテスト」をつけて、撮影した花手水の写真を投稿してください。

場所：最明寺・彩乃菓・Sunny Side Terrace・百足屋・ウニクス川越・川越八幡宮・ルミネ川越、・JR川越駅・西武鉄道本川越駅・une brise
※花手水の花は週に1回以上入替があります。各店舗、観賞や撮影は自由にできます（店舗の休業日除く）

日時：2023年3月4日（土）～5月7日（日）
結果発表：5月21日（日）

フォトコンテスト詳細：
https://www.saimyouzi.com/info/2023/02/3457-2023-spring.html

お問合せ：川越花手水フォトコンテスト実行委員会事務局
担当・最明寺副住職 千田明寛氏 TEL：049-242-3921

《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
国際女性デー by フラワーバレンタイン事務局
Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

NEWS RELEASE

花の国日本協議会 Flowering Japan Council

◇HAPPY WOMAN実行委員会の活動とSDGs

HAPPY WOMAN実行委員会は、持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています。
SDGs「目標5：ジェンダー平等を実現しよう」は他のすべての目標と不可分であると明記されています。ジェンダー平等はSDGsの実現になくてはならない構成です。HAPPY WOMAN実行委員会は、パートナーの皆様と共に、SDGs推進、ジェンダー平等の社会実現に向けて活動していきます。

HAPPY WOMAN実行委員会公式サイト：
https://happywoman.online/sdgs/

※「HAPPY WOMAN®」および「HAPPY YELLOW®」はHAPPY WOMAN実行委員会（事務局：一般社団法人HAPPY WOMAN）の登録商標です。

◇一般社団法人 花の国日本協議会／国産花き需要拡大推進協議会

花き業界の有志により編成され、2010年に発足した「フラワーバレンタイン推進委員会」が、2014年10月に一般社団法人 花の国日本協議会となる。2011年にスタートした花贈りを啓発するプロモーション「フラワーバレンタイン」をはじめ、年間を通じ、花き業界および異業種との連携によって、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るプロモーションを実施。2015年秋より、ホームユースの消費拡大を推進する「WEEKEND FLOWER」企画を全国で本格展開。

なお、本活動は花の国日本協議会が事務局をつとめる「国産花き需要拡大推進協議会（https://homeuse-hana.jp/）」にて全国展開、農林水産省 令和４年度持続的生産強化対策事業推進・ジャパンフラワー強化プロジェクト推進事業を活用して進めています。

名称：　一般社団法人 花の国日本協議会　Flowering Japan Council
理事長：　井上 英明　（株式会社パーク・コーポレーション 代表取締役）
事務局：　東京都港区南麻布1-6-30 5F
HP：　https://hananokuni.jp/

花の国日本協議会
Flowering Japan Council

国際女性デー by フラワーバレンタイン【公式】
公式サイト：https://www.flower-valentine.com/
Twitter：　@f_valentine2023
Instagram: https://www.instagram.com/flowervalentine_official/

《 本件に関する報道関係者様からのお問い合わせ先 》
国際女性デー by フラワーバレンタイン事務局
Mail: info@hananokuni.jp（担当：小川・新井）

PR TIMES
企業名　：　一般社団法人花の国日本協議会
タイトル：　3月8日「国際女性デー」を“花”で応援
「幸せの黄色い花」を通じて花業界も啓発に貢献
HAPPY WOMAN®と花の国日本協議会が連携
女性の幸せを願うスペシャルWEEKに！
配信日時：　02月27日 11:15
http://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000018.000054763.html

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

4.「国際女性デー2023」 広報PR活動

◆異業種コラボ 「国際女性デー×川越花手水フォトコンテスト2023Spring」

FV2022～コラボスタート、本年度はFVプラス、国際女性デーでもご一緒いただく展開に。
川越市・最明寺様の呼びかけで、**川越の街10箇所で花手水フォトコンテスト、スタートは黄色の花で！**

フォトコンテストのスタート時は
「#幸せの黄色い花」でフィードがいっぱいに！

川越花手水フォトコンテスト2023Spring結果発表

最明寺 (2023年5月21日 08:52)

３月４日から５月７日にかけて開催された「川越花手水フォトコンテスト2023 Spring」今回はおかげさまで「３０７５件」のご応募がありました。

川越花手水フォトコンテスト実行委員会による厳正な審査の上、以下の２０枚の作品を入賞とさせていただきました。こちらで発表したのちに、最明寺公式Instagramアカウント「@saimyouji」より各当選者の方にDMを送らせていただきます。

今回もどれも素晴らしいお写真ばかりで、応募してくださった皆様に感謝申し上げます。

入賞作品にも
たくさんの「#幸せの黄色い花」！

【最明寺賞】

【ルミネ川越賞】

【川越八幡宮賞】

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

4.「国際女性デー2023」 広報PR活動

◆メディア露出例

2023年3月8日　テレビ埼玉 - Yahoo!ニュース
国際女性デー ミモザの花手水イベントでまちを彩る

愛知県尾張旭市の花店「フローリストみき」さんより報告：
市役所にて地元大学生による「国際女性デー」イベント
地方自治体でも「国際女性デー」の取り組み増えている模様

2023年3月9日
中日新聞朝刊市民版／WEB版

ギフトに女性活躍の願い

八日は国連が定める「国際女性デー」。金城学院大（名古屋市守山区）の三年生四人は同日、尾張旭市役所一階で、ハーブティーとミモザのドライフラワーを組み合わせたギフトセットを販売した。

ミモザの花は国際女性デーの象徴。四人は女性のリーダーシップを育むことを目指す同大の授業「WLI（Women's Leadership Initiative）」の一環で、「紅茶のまち」として知られる同市内のハーブティー専門店、生花店とコラボした。

心地よい味や香りを目標に試作を重ねた末に完成したのは、カモミールシナモンティー、フラワーレモンハーブティーの二種類。ミモザのドライフラワーで作った小さなブーケを添えた五十セットを用意し、一個千二百円で販売した。

「ほっとする香りがします」などと声を掛けると、来庁者や職員が次々に購入した。「おもてなしの気持ちと、女性の活躍が進むようにという希望をブーケに込めた」とメンバーの中島奈子さん（二）。同市多様性推進課の服部由布子主事（三）は「これから社会人になる当事者による呼びかけはいい啓発になった」と話した。

国際女性デーに合わせ市役所一階では、世界各国の男女の賃金格差を示したグラフを紹介するパネルなどとともに、ミモザの生花が飾られている。九日まで。（加藤慎也）

尾張旭で金城学院大生　ハーブティーとミモザ販売

ドライフラワー付きのハーブティーを販売する学生たち＝尾張旭市役所で

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

4.「国際女性デー2023」 広報PR活動

◆メディア露出例

2023年3月3日　16:00～　J-WAVE『START LINE』

ナビゲーターの長谷川ミラさんは
2023年度のHAPPY
WOMAN AWARD受賞者

「ひな祭り＆国際女性デー直前SP」企画

番組冒頭で、ニュースリリース掲載の「国際女性デー」性・年代別認知度など調査データや、SNSキャンペーン情報を告知いただく。あなたのまわりのハッピーウーマン企画／「幸せの黄色い花ブーケ」をプレゼント！

ニュースリリースが番組に採用！

【ご参照】

3/8「国際女性デー」に開催された、**HAPPY WOMAN®実行委員会**（＝活動パートナー）**主催の「HAPPY WOMAN AWARD2023」**の様子がTBSニュース他多くの番組に取り上げられる！

報道関係者からも
5年前10年前は
なかった報道、とコメント

**フジテレビ
「めざましテレビ」他
アナウンサー室動画も！**

 All Right Reserved. Copyright©

5.「国際女性デー2023」 SNSキャンペーン

◆Twitter投稿キャンペーン概要

●期間：2023年3月1日（水）～3月13日（月）

●概要：**国際女性デーに花を贈りたい人とその人とのエピソードを募集。**
抽選で3名様にニシイズミユカさんのオリジナルイラストをプレゼント。

●対象条件：　① @f_valentine2023 をフォロー
②「#はなまる贈ろ」「#幸せな黄色い花」を付ける

●当選案内：ツイッターDMにて、当選ご案内。→出来上がった原画を郵送でご当選者様にお送りする。

◆キャンペーンビジュアル

期間中集まったエピソードは20件ほどと残念ながら少なかったが、結果的に選ばれたのは
「母への感謝」が綴られた3名様。
それぞれにお写真を送っていただき、できるだけご本人たちに似せてニシイズミさんに描いていただいた。
（詳細次頁⇒）

◆キャンペーン告知（ニシイズミユカさん・フラワーバレンタイン公式Twitterなど）

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

5.「国際女性デー2023」 SNSキャンペーン

◆Twitterキャンペーン当選者へプレゼント
ニシイズミユカさんイラスト完成版

❝ やっぱりお母さんかなぁ。
小学校の入学式にミモザみたいな黄色の着物を
着て出席してくれたことを覚えています。
今では私がお母さんですね～。❞

❝ 私が幼い頃に亡くなった母に贈りたいです。
黄色のフリージアが好きだったそうで、
この時期になるとお花屋さんで必ず買って
飾っています。私の結婚式では、フリージア
やミモザを使ったブーケを作ってもらいました。❞

❝ 私は母に贈りたいです。
いつも笑顔で仕事をしている姿を近くで見るようになり
「母のようになりたいな」と思うと同時に
感謝と尊敬の気持ちでいっぱいです。
一緒に出かける時は、色んな話ができて幸せ　まだまだ
母から学ぶこと、学びたいことも沢山あるなと感じます。❞

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

6.「国際女性デー2023」 小売企業の活動事例

◆青山フラワーマーケット

●売上：既存店前年同日比　127.1%
　　既存店客数前年比　101.2%

●ポストカード活用

●店頭の様子
ミモザ単体やミモザのブーケが一日を通して売れていて、店舗によるが、**若いお客様やアジア系のお客様が多く来店**された。姉妹ブランドのカフェ・青山フラワーマーケット ティーハウスでも店内をミモザ一色で彩り、国際女性デーを盛り上げた。

AFM ラスカ茅ヶ崎店

カフェ 青山フラワーマーケット ティーハウス

AFM アミュエスト博多

▲店舗発信LINE

◀各SNS公式アカウント
Twitterはバズる！▼

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

6.「国際女性デー2023」 小売企業の活動事例

◆第一園芸

●店頭の様子
ミモザ単品、ブーケ、ミモザ（黄色）カラーのコーナーを作りご紹介。ミモザの花の人気もあり、**ギフトやご自宅用などで多く販売できた。認知度が上がってきていると感じる。**

Hibiya-Kadan Style　渋谷ヒカリエ店

◆日比谷花壇

ミモザ×黄色い花で「国際女性デー」コーナー

◆インターネット花キューピット＝マイナビニュースコラム

https://news.mynavi.jp/article/20230301-2598376/

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

7.「国際女性デー2023」 消費者調査結果

◆調査概要

国際女性デーの認知や花購入について＜花贈りに関する意識消費実態調査より＞

企画： 国産花き需要拡大推進協議会（花の国日本協議会が2011年より経年調査）
実査： 株式会社ウェルコインターナショナル
実施期間： 2023年3月16日（木）～ 2023年3月20日（月）
対象条件： 20～40代の男性546名、女性554名　　計1100名（全国）
調査方法： インターネット調査
※2021年にFVを「ジェンダーフリー化」を意識した対象条件に変更。性別の設問枠を廃止
※国際女性デーについての設問は2022年から追加された。

◆調査結果サマリー

国際女性デー認知（2022年からの質問）

■**「国際女性デー」の認知率は41.5%**（以前から＋今年初めて知った）。
「以前から知っている」が31.5%と22年から14.4ポイントと大きく上昇。女性や若年層での認知が高い。

■詳しい内容理解については、「国連が定めた」が57.7%で最も高い。花贈りに関連する**「ミモザの日」は全体で44.3%の結果で、女性での認知は5割に達した**。

■認知経路は、**「テレビ」が最も高く41.2%。**次いでSNS投稿26.3%、ウェブサイトやブログ15.6%の他、**花店の店頭ポスターが比較的高かった**。

■性別、年代別にみると、テレビは年代が高いほど、女性や若い世代はSNS、男性は花店ポスターやPOP、HAPPYWOMANFESTA2022のHPやその他サイト、新聞など情報経路が多岐にわたる傾向が見られた。

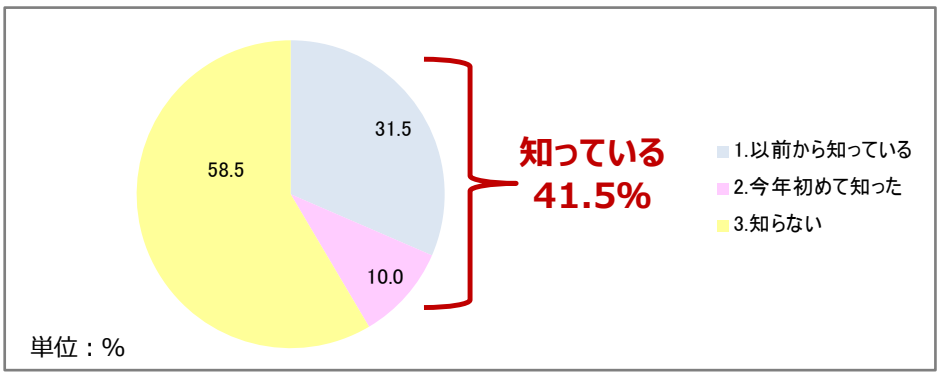
今年は各局朝の情報番組などで国際女性デーが多く取り上げられていたため、認知上昇にプラスに作用したとみられる。

国際女性デーの認知

Q5「国際女性デー」をご存じですか？　（ n= 1100、SA）

【全体】

n =1100



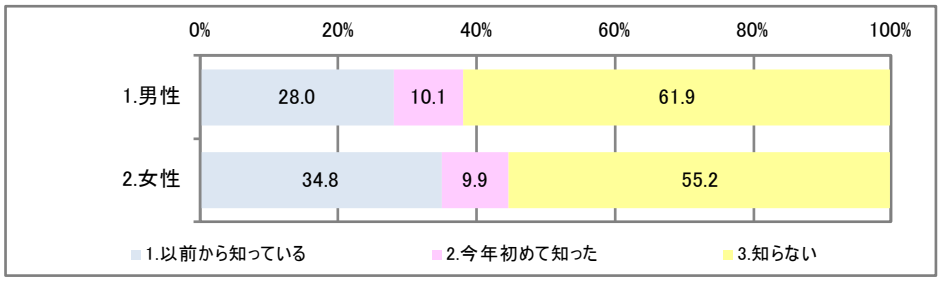
国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

7.「国際女性デー2023」 消費者調査結果

（続き）国際女性デーの認知

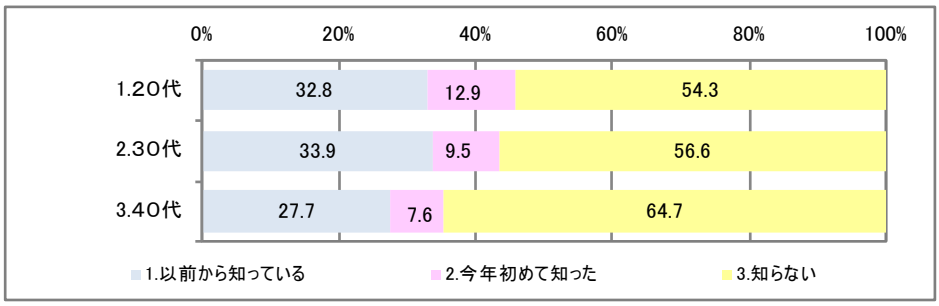
【性別】

男性：n =546
女性：n=554



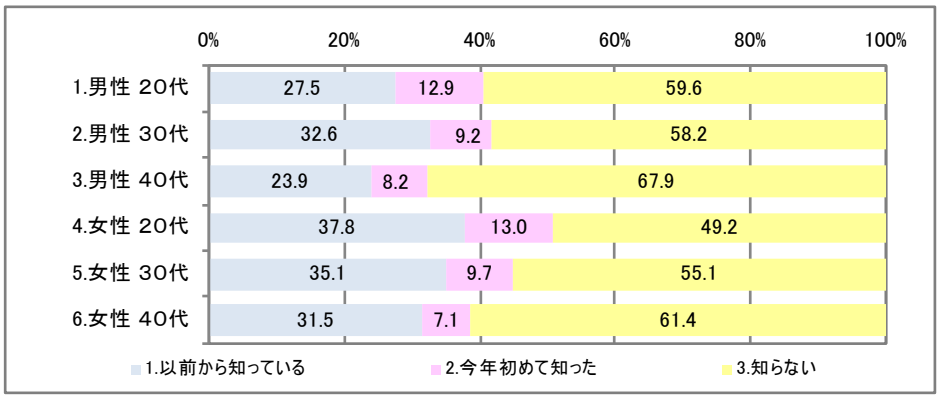
【年代】

20代：n =363
30代：n=369
40代：n=368



【性年代】

男性20代： n =178
男性30代： n =184
男性40代： n =184
女性20代： n =185
女性30代： n =185
女性40代： n =184



●国際女性デーの認知率は「以前から知っている」「今年初めて知った」が合わせて41.5%。「以前から知っている」人が3割を超えている。

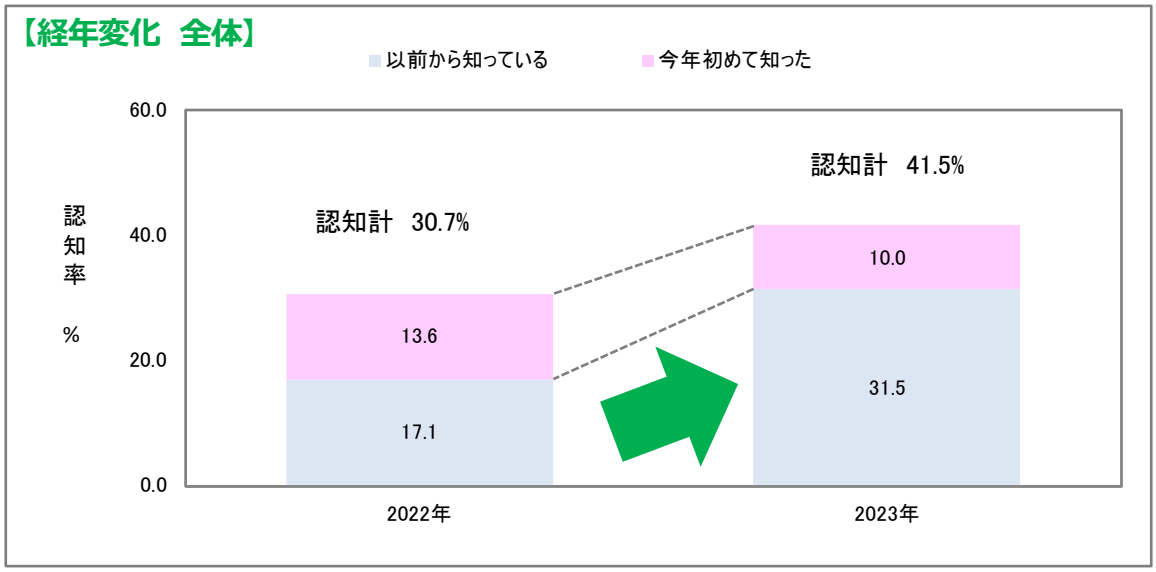
●性別では、**女性の認知率が44.7%と男性(38.1%)を大きく上回る**。
年代別では20代でより認知率が高い傾向にある。なかでも**特に女性20代が50.8%と全体より大幅に高いスコア**となっており、若い世代を中心とした女性層での認知浸透、関心の高さがうかがえる。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

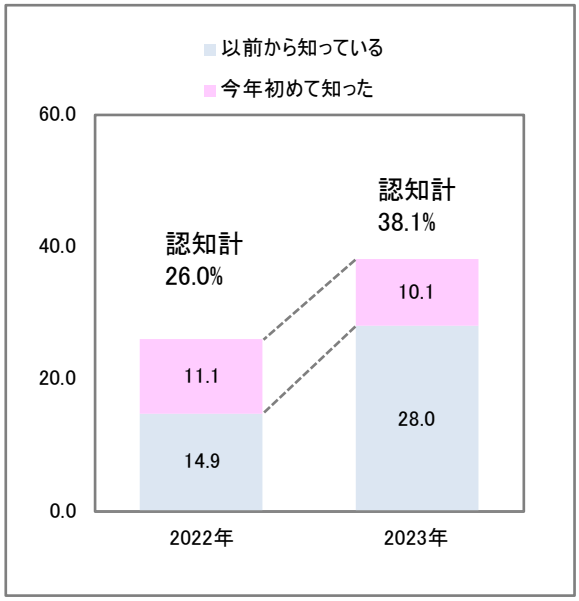
7.「国際女性デー2023」 消費者調査結果

（続き）国際女性デーの認知

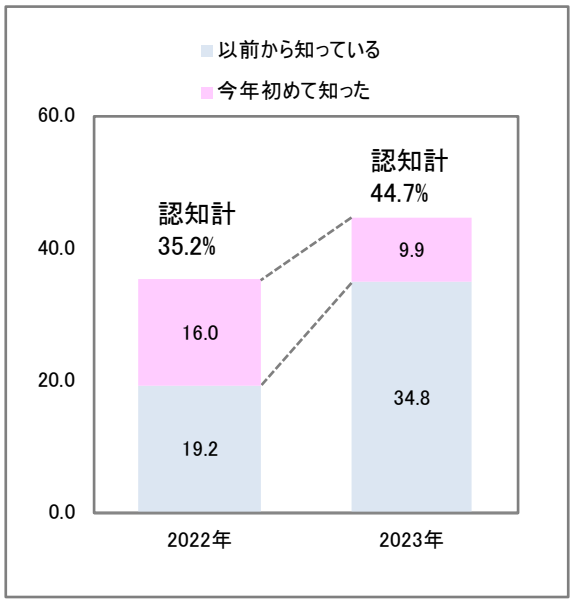
【経年変化　全体】



【経年変化　男性】



【経年変化　女性】



●国際女性デーは「以前から知っている」が22年17.1%、23年31.5%と大きく上昇（14.4ポイント増）し、「今年初めて知った」が減少。イベントの浸透状況がうかがえる。

●男女別の経年変化を見ると、男女ともに「以前から知っている」が大きく上昇しているが、女性では「今年初めて知った」が22年16.0%から23年9.9%と大幅に減少しており、女性層での認知浸透状況がうかがえる。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

7.「国際女性デー2023」消費者調査結果

（続き）国際女性デーの認知

【地域別】

3月8日「国際女性デー（ミモザの日）」の認知	地方別表							
	1.北海道	2.東北	3.関東	4.中部	5.近畿	6.中国	7.四国	8.九州
合計	**51**	**73**	**467**	**162**	**175**	**66**	**26**	**80**
1.以前から知っている	31.4	26.0	34.5	31.5	25.7	22.7	34.6	37.5
2.今年初めて知った	11.8	9.6	11.1	11.1	8.0	3.0	7.7	11.3
3.知らない	56.9	64.4	54.4	57.4	66.3	74.2	57.7	51.3

【大都市のある都道府県別】

3月8日「国際女性デー（ミモザの日）」の認知	大都市がある都道府県別表												
	1.北海道	2.宮城県	3.埼玉県	4.千葉県	5.東京都	6.神奈川県	7.静岡県	8.愛知県	9.京都府	10.大阪府	11.兵庫県	12.広島県	13.福岡県
合計	**51**	**21**	**105**	**54**	**153**	**108**	**21**	**62**	**29**	**68**	**47**	**25**	**29**
1.以前から知っている	31.4	33.3	36.2	25.9	37.3	42.6	28.6	37.1	17.2	26.5	34.0	24.0	51.7
2.今年初めて知った	11.8	0.0	13.3	5.6	10.5	9.3	19.0	12.9	10.3	8.8	8.5	4.0	3.4
3.知らない	56.9	66.7	50.5	68.5	52.3	48.1	52.4	50.0	72.4	64.7	57.4	72.0	44.8
						★		★					★

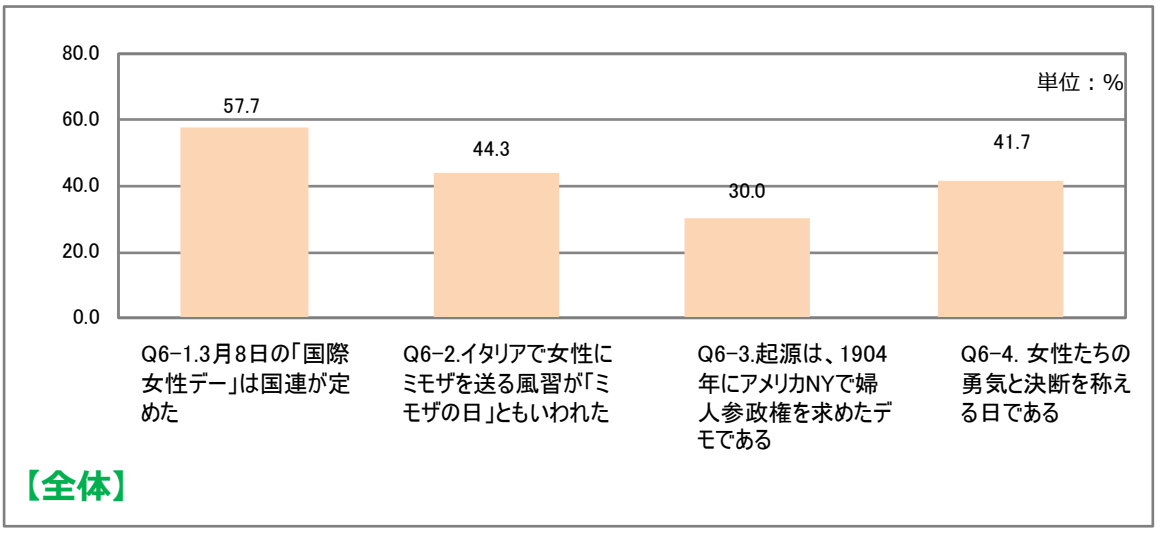
★「知らない」が50%以下、過半数が「知っている」県

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

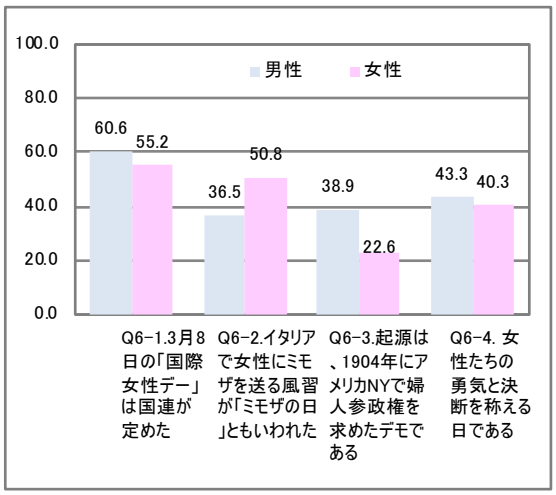
7.「国際女性デー2023」 消費者調査結果

国際女性デーの意味の理解

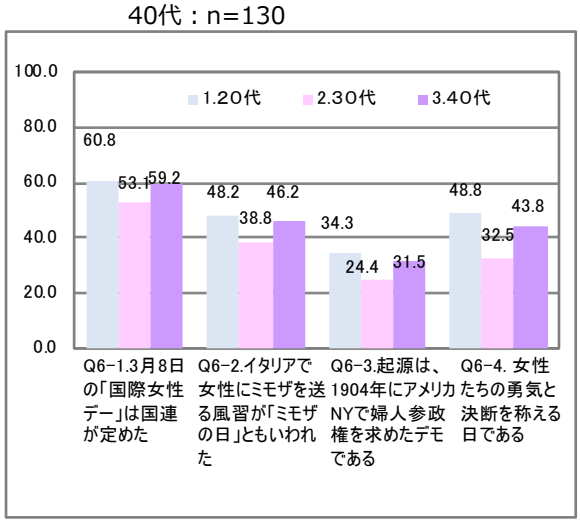
Q６「国際女性デー」について、あなたは以下のことをご存じですか？ （MA / n=456）



【性別】 男性：n=208
女性：n=248



【年代】 20代：n=166
30代：n=160
40代：n=130



●国際女性デーの意味の認知、**「3月8日は国連が定めた記念日」が最も高く57.7%**。次いで「イタリアの風習からミモザの日といわれている(44.3%)」「素晴らしい役割を担ってきた女性による勇気と決断をたたえる日(41.7%)」「起源はNYで婦人参政権を求めたデモ(30.0%)」。

●性別では**「ミモザの日」が女性が男性を大幅に上回っており**、“ミモザ”は女性層に伝わりやすいキーワードといえる。**年代別では20代でいずれの項目も上の世代を上回っており**、関心の高さがうかがえる。

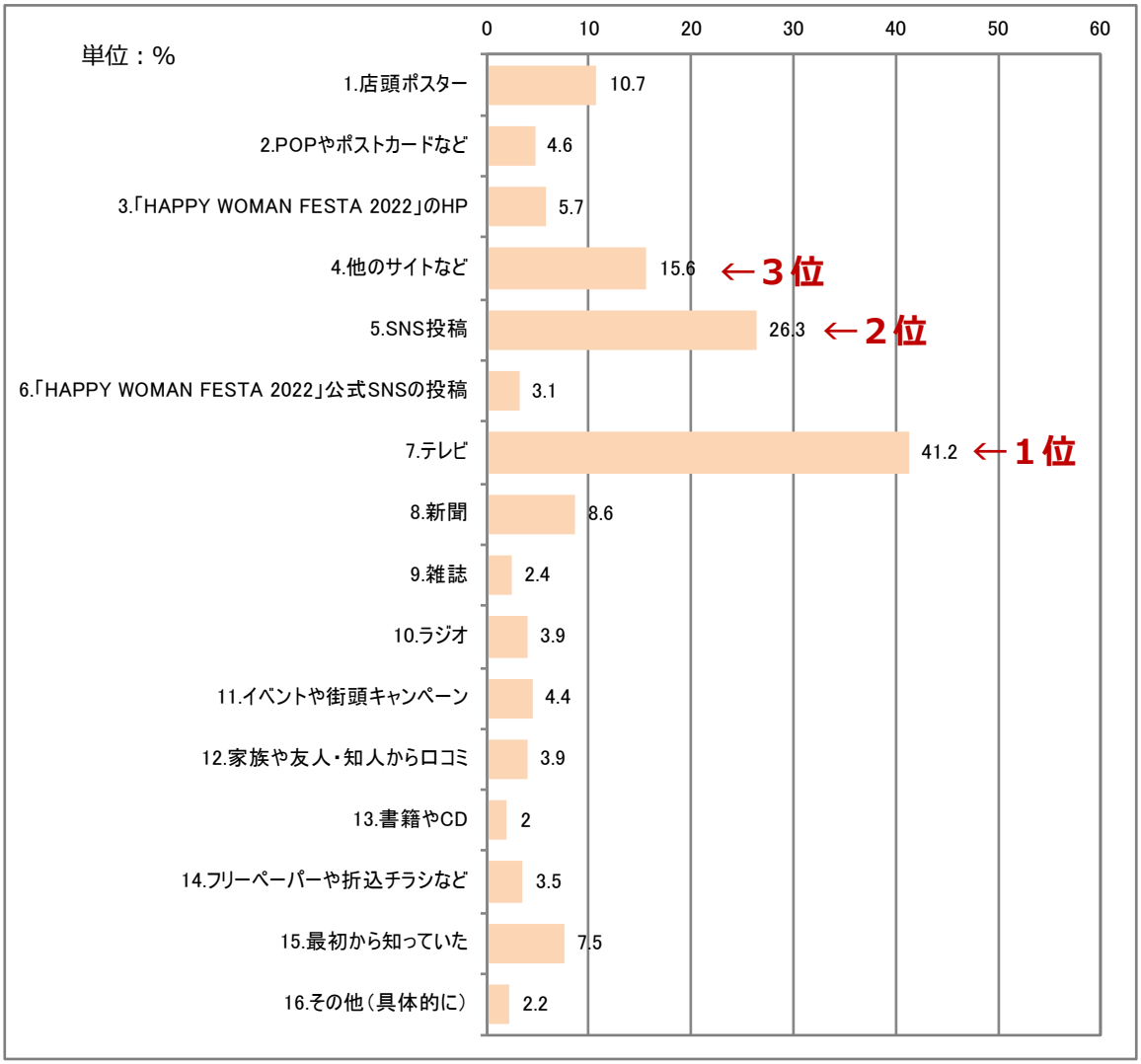
国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

7.「国際女性デー2023」 消費者調査結果

国際女性デーの認知経路

Q7 Q5で3月8日「国際女性デー（ミモザの日）を知っている」とお答えの方に伺います。
あなたは「国際女性デー（ミモザの日）」についてどこで知りましたか？（MA / n=456）

【全体】（全体：n=456）



●国際女性デーの認知経路をみると**「テレビ」が最も高く41.2%。次いで「SNS(26.3%)」**「他のサイトやブログ、YouTube(15.6%)」が上位に挙げられた。

●花店の店頭ポスターは10.7%、POP・ポストカードは4.6%。テレビとSNSによる認知浸透効果が特に高かったと言える。

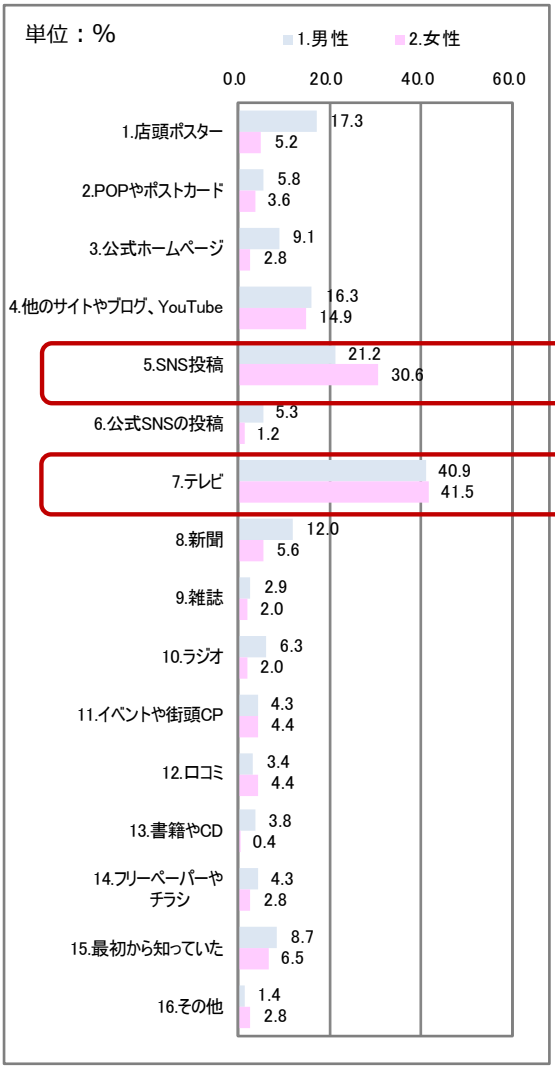
国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

7.「国際女性デー2023」 消費者調査結果

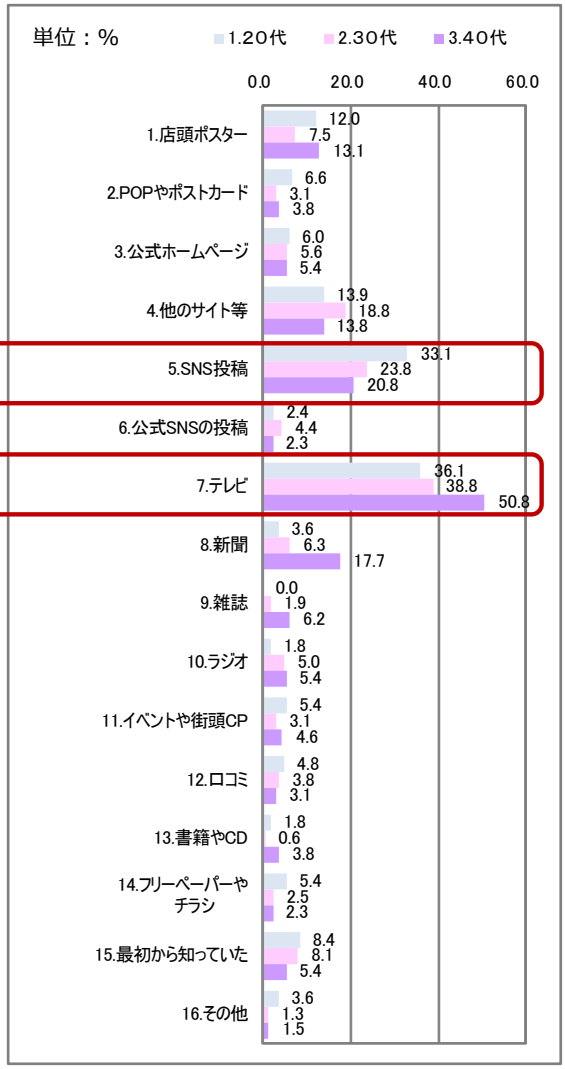
（続き）国際女性デーの認知経路

Q7 Q5で3月8日「国際女性デー（ミモザの日）を知っている」とお答えの方に伺います。
あなたは「国際女性デー（ミモザの日）」についてどこで知りましたか？（MA / n=456）

【性別】 男性：n=208
女性：n=248



【年代】 20代：n=166
30代：n=160
40代：n=130



●性別でみると**「SNS(30.6%)」は女性が高い傾向**にある。
男性は「花店の店頭ポスター(17.3%)」「新聞(12.0%)」「公式ホームページ(9.1%)」などが女性より高めであった。

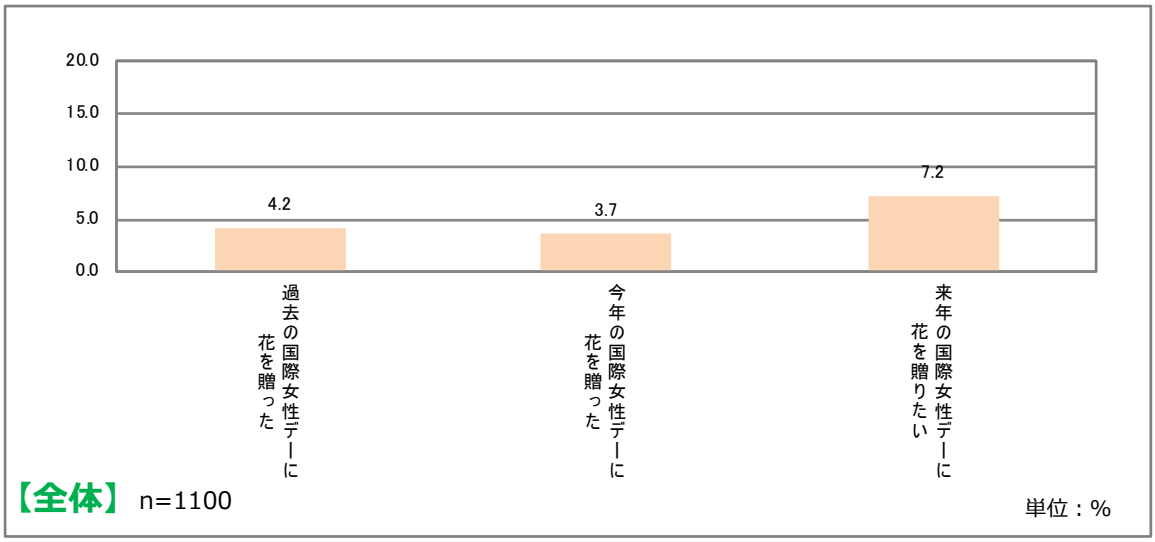
●年代別では、「テレビ」は年齢が高いほど、**「SNS」は若い世代ほど高くなる傾向**にある。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

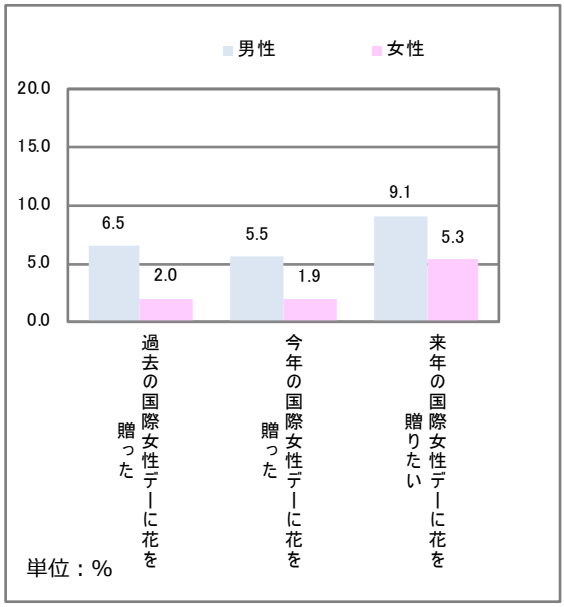
7.「国際女性デー2023」消費者調査結果

国際女性デーの購入率・購入意向

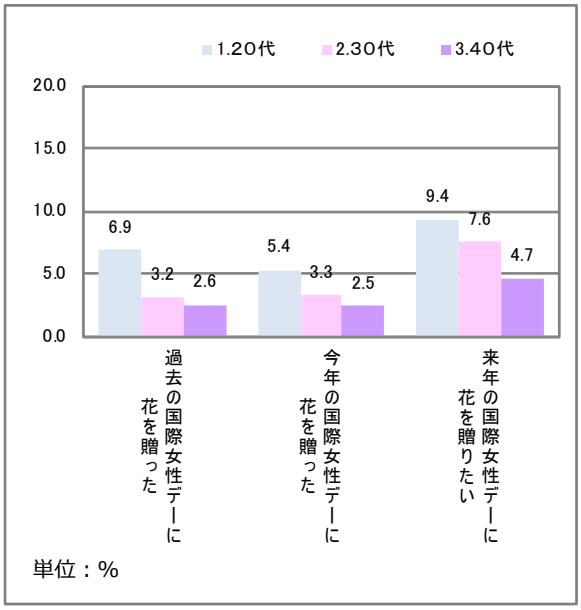
Q8 いい夫婦の日（11/22)、愛妻の日（1/31）、バレンタインデー、ホワイトデー、国際女性デー（3/8）に花を贈ることについて、以下の項目ごとに、ご自分にあてはまるかどうかをそれぞれお選びください。



【性別】 男性：n=1082
女性：n=1098



【年代】 20代：n=723
30代：n=728
40代：n=729



●今年の国際女性デーに花を贈った人は全体で3.7%。
●男性の購入率は女性を上回り5.5%。
●**「来年贈りたい」と答えた人は全体で7.2%。男性や20代で高く、それぞれ9.1%、9.4%。**

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

7.「国際女性デー2023」 消費者調査結果

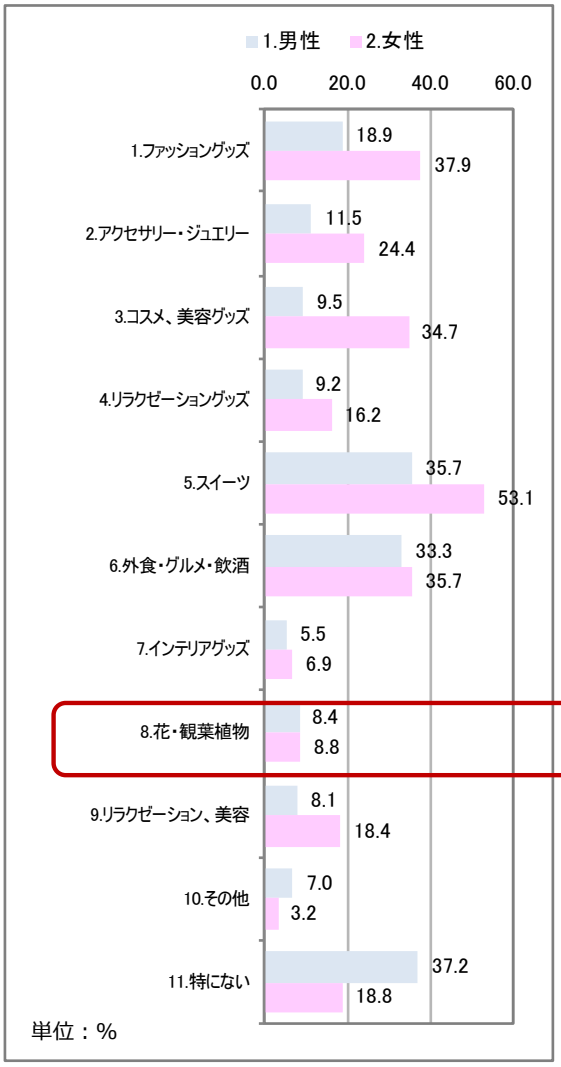
自分へのちょっとしたご褒美プレゼントについて

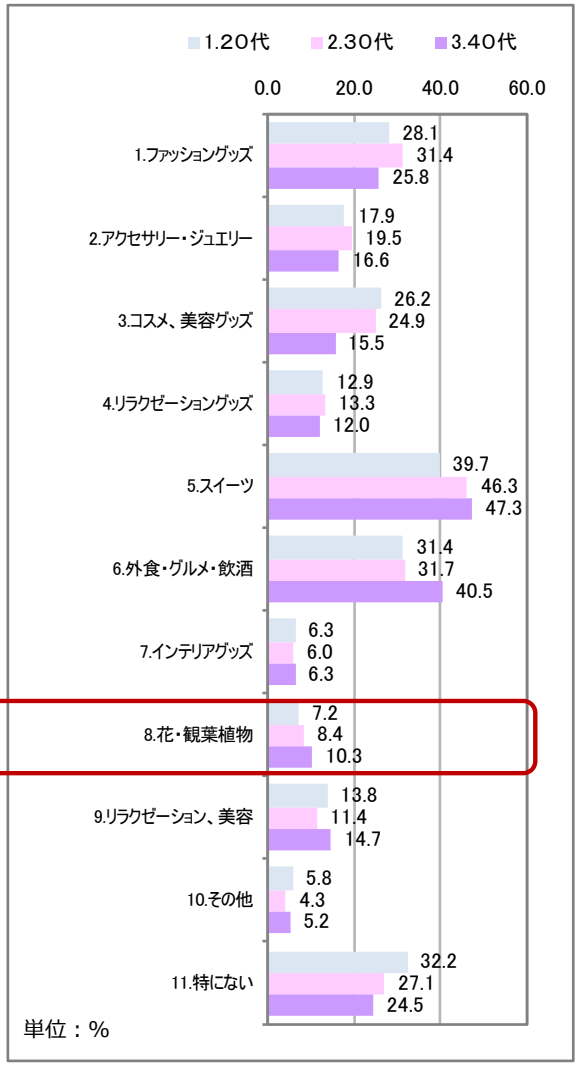
最近注目の
「自分へのご褒美」
ギフトについて

Q12.あなたは自分自身に「ちょっとしたご褒美プレゼント」をしようと思った時、
プレゼントしたいものを以下の中から最大５つ選んでください。（n= 1100 / 5MA）

【性別】 男性：n=1082
女性：n=1098

【年代】 20代：n=723
30代：n=728
40代：n=729





●女性は、「スイーツ」「ファッショングッズ」「コスメ・美容グッズ」「アクセサリー・ジュエリー」「リラクゼーション・美容」などのスコアが男性に比べ大幅に高い。
●年代では、**若い世代ほど「コスメ・美容」「ファッション」などが高く**、「スイーツ」「外食・グルメ・飲食」は上の世代でより高い傾向にある。

※「花・観葉植物」は総じて低いが、「○○○の時のご褒美は花」といった、シチュエーションとの掛け算提案が必要と感じた。

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©

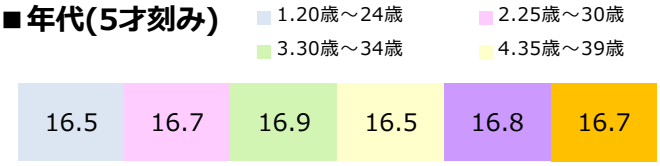
7.「国際女性デー2023」消費者調査結果

回答者フェース項目・単純集計表

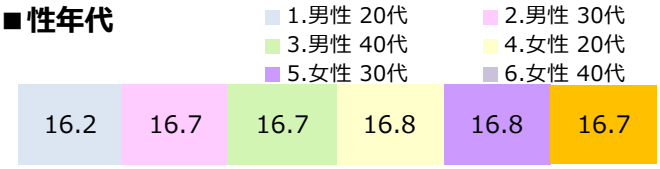
(%)

■性別

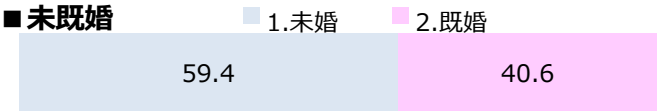
■年代(5才刻み)



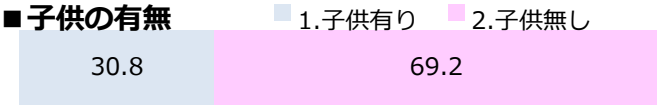
■性年代



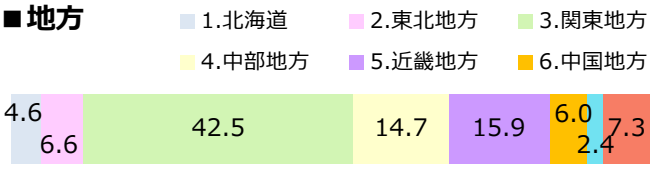
■未既婚



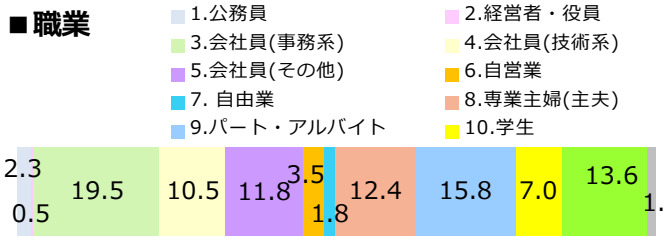
■子供の有無



■地方



■職業



(3) F3.都道府県...(SA)

No.	カテゴリー名	n	%
1	北海道	51	4.6
2	青森県	12	1.1
3	岩手県	10	0.9
4	宮城県	21	1.9
5	秋田県	8	0.7
6	山形県	12	1.1
7	福島県	10	0.9
8	茨城県	23	2.1
9	栃木県	10	0.9
10	群馬県	11	1.0
11	埼玉県	105	9.5
12	千葉県	54	4.9
13	東京都	153	13.9
14	神奈川県	108	9.8
15	新潟県	26	2.4
16	富山県	10	0.9
17	石川県	3	0.3
18	福井県	4	0.4
19	山梨県	3	0.3
20	長野県	15	1.4
21	岐阜県	13	1.2
22	静岡県	21	1.9
23	愛知県	62	5.6
24	三重県	8	0.7
25	滋賀県	10	0.9
26	京都府	29	2.6
27	大阪府	68	6.2
28	兵庫県	47	4.3
29	奈良県	10	0.9
30	和歌山県	11	1.0
31	鳥取県	8	0.7
32	島根県	5	0.5
33	岡山県	19	1.7
34	広島県	25	2.3
35	山口県	9	0.8
36	徳島県	4	0.4
37	香川県	9	0.8
38	愛媛県	7	0.6
39	高知県	6	0.5
40	福岡県	29	2.6
41	佐賀県	3	0.3
42	長崎県	9	0.8
43	熊本県	9	0.8
44	大分県	3	0.3
45	宮崎県	9	0.8
46	鹿児島県	7	0.6
47	沖縄県	11	1.0
	全体	1100	100.0

国産花き需要拡大推進協議会 All Right Reserved. Copyright©