

花き消費拡大活動の想定概要

消費拡大活動の方向性

←今後協議の上策定

[方向性イメージ] 心の豊かさ、ゆとりが益々重要視される中、花の効用を前提として花きを取り入れた潤いのある生活実現を可能とする、様々な消費拡大活動を実践する。

- (花の効用) ①生活空間を飾る(フラワーデザイン、生け花、盆栽、寄せ植え等) ②気持ちを伝える(母の日、花言葉、故人を表敬する仏花)
③快適環境を創造する(屋内緑化、景観形成、都市緑化、屋上・壁面緑化等)
④人を繋ぎ、コミュニティを創造する(花のまちづくり、オープンガーデン活動、花きイベント、フラワーツーリズム等)
⑤福祉を増進する(花き園芸福祉、科学・情報教育等) ※農林水産省(花き産業振興方針)より

相乗効果

消費拡大活動の考え方

1. 全体の活動を「4つの事業」に分けて推進
2. 中心となる「消費拡大事業」では、“年2回の山”を設け、大規模なキャンペーンを実施
3. 「広報」「調査・研究」「教育(啓蒙)」事業を合わせて実施することで、消費者・マスコミ・教育機関・消費拡大活動参加会員へ幅広く情報発信

相乗効果

消費拡大事業

直接的な消費拡大を目的としたキャンペーンとして、様々なメディアを活用した広告宣伝活動や店舗ツール制作及びイベント実施等の販売支援活動を実施

イメージタレントの起用

- ・内容: 認知度・高感度の高いタレントを起用

テレビCM

- ・15秒スポットCM (全国/2,000GRP程度)

ラジオCM

- ・内容: 20秒ネットスポット (全国/AM1局/1ヶ月)

WEB広告

- ・内容: 大型バナー広告 (ヤフートップ/1週間)

新聞広告

- ・内容: 15段カラー広告 (全国紙/2紙)

雑誌広告

- ・内容: 4色1ページ純広 (5紙程度)

交通広告

- ・内容: 電車中吊り広告 (全国5都市程度)

消費拡大 キャンペーン 活動

キャンペーンイベント

- ・内容: 街頭での花サンプリング (全国5都市)

店頭POP

- ・内容: リーフレット (B6 2つ折/10万部)

広報事業

消費者・メディア・会員向けに、「花」に関する幅広い情報を定期的に発信

ホームページ制作

- ・内容: 「花サイト」の制作

「花の日」記者発表会

- ・内容: 「花の日」に実施

ニュースレター配信

- ・内容: 最新情報月1回配信

広報誌の制作

- ・内容: 4色8ページ広報誌の制作(月刊/5万部)

広報活動

調査・研究結果の発信

効果の検証

調査・研究事業

「花」に関する調査や研究助成を継続的に行ないデータベースを作成、結果を最新情報として発信

消費者意識調査

- ・内容: 花に関する消費者意識調査の実施(年2回)

研究助成

- ・内容: 輸出について調査・研究

調査研究活動

教育啓蒙活動

教育(啓蒙)事業

教育機関での「花育」推進活動を中心に、フォーラムやセミナーなどの啓蒙活動を実施

「花育」推進活動

- ・内容: 小中学校への出張授業「花育」資材配布

フォーラムセミナー

- ・内容: 「花育」フォーラム/セミナーの開催(全国5都市)

フィードバック

効果の検証

効果の検証

フィードバック