

報道関係者各位

令和7年（2025年）8月26日

一般社団法人花の国日本協議会

学校法人近畿大学

近大生発案「花のきゅん曜日」で日常に花を 関西の生花店50店舗で一斉開催、若者のライフスタイルに新提案

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、近畿大学総合社会学部（大阪府東大阪市）総合社会学科社会・マスメディア系専攻 寺本誠ゼミと共同で、若者が日常的に花を楽しむ習慣づくりを目指すキャンペーン「#ビタミンフェア～花のきゅん曜日～」を、令和7年（2025年）8月28日（木）から9月7日（日）まで開催します。

本企画は、花の国日本協議会が事務局を担う国産花き需要拡大推進協議会が、農林水産省「令和7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」の助成を受け、若者が日常的に花に触れるきっかけをつくることを目的としています。



花のきゅん曜日 キービジュアル（左）、企画に取り組んだ総合社会学部生（右）

【本件のポイント】

- 近畿大学生が若者視点で企画したキャンペーンで、「日常に花を取り入れる」ライフスタイルを提案
- 生花店50店舗で「#ビタミンブーケ（ミニブーケ）」と一輪花の販売コーナーを一斉展開し、学生がSNSでも発信
- 花の購入が「特別な日」だけのものではないことを啓発し、「#ビタミンF」体験による若者のウェルビーイング向上をめざす

【本件の内容】

近畿大学寺本ゼミと花の国日本協議会は、令和7年（2025年）1月に近畿大学生249名を対象に花に関するアンケートを実施しました。調査では、花の購入機会は誕生日や行事など「特別な日」が中心で、日常的に自宅用に花を購入する学生は極少数であることが判明しました。一方で、花がもたらす癒しや家族との思い出など、日常生活における花の価値も見えてきました。

この結果を踏まえ、学生と協議会は「花のきゅん曜日」というコンセプトを開発。がんばった自分へのご褒美や友だちへのさりげない感謝など、日常的に花を楽しむ文化を広げることを目指します。

期間中、関西50店舗の協力花店で「#ビタミンブーケ（ミニブーケ）」や一輪花の販売コーナーを展開。SNSでは「#花のきゅん曜日」「#ビタミンF」を付けた投稿キャンペーンを行い、学生制作のTikTok動画などを通じて花の魅力を発信します。



#ビタミンブーケの事例① ※画像はイメージです



#ビタミンブーケの事例② ※画像はイメージです

【実施概要】

名 称：#ビタミンフェア～花のきゅん曜日～

日 時：令和7年（2025）年8月28日（木）～9月7日（日）

※8月29日（金）、9月5日（金）は、「花のきゅん（金）曜日」として、店舗にてオリジナルノベルティをプレゼントします。

実施場所：関西エリア（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）協力花店50店舗

NEWS RELEASE

【協力花店】

・サトウ花店 <http://www.satoh-hanamise.co.jp/>

CHOOTOM/SATOH-HANAMISE、S-fl'e'/SATOH-HANAMISE、大丸梅田店、大丸心斎橋店、千里店、Petit-Satoh みのお

・フローリスト京阪 <https://keihan-engei.com/florist>

京橋店、守口店、枚方店

・karendo <https://karendo.com/pages/shop>

あべのキューズモール店、アリオ八尾店、高槻阪急スクエア店、イオンモール堺鉄砲町店、ららぽーと堺店、ekim
o梅田店、ららぽーと和泉店、イオンモール四條畷店、ピオレ明石店、さんちか店、ららぽーと甲子園店、阪急西
宮ガーデンズ店、神戸ハーバーランドumie店、イオンモール橿原店、イオンモール大和郡山店、西大寺駅ナカ店、
近鉄百貨店橿原店、ラスパ西大和店

・青山フラワーマーケット <https://www.aoyamaflowermarket.com/category/SHOP/>

なんばウォーク店、なんばパークス店、天満橋店、上本町YUFURA店、天王寺MIO店、ekimo天王寺店、ル
クア大阪店、ディアモール大阪店、LINKS UMEDA店、JR茨木店、エミル高槻店、京阪枚方市駅店（ひらか
たもより市）、くずはモール店、アルデ新大阪店、プリコ神戸店、阪急神戸三宮店、御影クラッセ店、西宮阪急
店、コトチカ四条店、京都ポルタ店

・日比谷花壇 <https://shop.hibiyakadan.com/all/>

Hibiya-Kadan Style なんばCITY店、日比谷花壇 神戸阪急店

【SNSによる告知活動】

「がんばった自分にご褒美をあげたくなる日、照れくさくて言えないありがとうをさりげなく伝えたい日、花きゅんしませんか？」といったメッセージを添えて、学生が制作するTikTok動画を中心に展開します。（TikTok・Xは学生が担当、Instagramは花の国日本協議会が担当します）

TikTokアカウント：@hanakyun879

<https://www.tiktok.com/@hanakyun879>

Xアカウント：@hanakyun879

<https://x.com/hanakyun879>

Instagramアカウント：@weekendflower_official

https://www.instagram.com/weekendflower_official

NEWS RELEASE

【#ビタミンF】

心身や社会生活が満たされた状態である「ウェルビーイング（well-being）」の重要性が高まるなか、花やグリーンが人の心と体に良い影響を与えることが再認識されました※。こうした効果を「#ビタミンF（flowerのF）」と呼び、花や緑がウェルビーイングに与える好影響を伝える活動が広がっています。

※参照：2020年4月「Stay Home with FLOWERS おうちフラワーで私を元気に！」応募時アンケート

サイト「はじめて花屋」<https://hajimetehanaya.jp/vitaminf/well-blooming-project>（ウェルブローミングプロジェクト）<https://homeuse-hana.jp/wellblooming/>
公式note「お花とウェルビーイングのいい関係～#ビタミンFのヒミツ」https://note.com/wellblooming_pj

【総合社会学部総合社会学科 社会・マスメディア系専攻 寺本誠ゼミ】

拡張する広告コミュニケーションの可能性を探求・開拓しています。34年間の広告代理店の知見を活かし、広告、PR、メタバース、AI、事業開発など領域を横断した「面白い視点」で、学生と共に課題解決に取り組んでいます。

<https://www.kindai.ac.jp/sociology/research-and-education/teachers/introduce/teramoto-makoto--96b.html>

【一般社団法人花の国日本協議会】

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。花のホームユース需要拡大を推進する「WEEKEND FLOWER」企画他、現在は農林水産省「令和7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」の全国事業の一環で「国産花き需要拡大推進協議会」の事務局を担いながら、サステナブル（環境アクション）とウェルビーイング（#ビタミンF）を二軸とした「well-blooming project」など花業界のSDGs課題に積極的に取り組み中。

所在地：東京都港区南麻布1-6-30 5F

代表者：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）

設立：平成26年(2014年)10月

花の国日本協議会公式サイト：<https://hananokuni.jp/>

国産花き需要拡大推進協議会公式サイト：<https://homeuse-hana.jp/>

【本件に関するお問合せ先】

一般社団法人 花の国日本協議会 事務局 担当：小川

TEL：03-6555-3839 FAX：03-5656-0120

E-mail：info@hananokuni.jp