

日本全国 「花のある暮らし」を 広げる大作戦

花のホームユース
需要拡大 実証事業

花知識レベル

驚き、生活者たちの

花に対する知識と購入率は
関係していた！

一般家庭の花の消費は、1997年のピーク以降右肩下がり。それに歯止めをかけるべく、花のホームユース需要拡大に向け取り組んでいるのが、令和元年度 農林水産省からの採択を受け進めている助成事業（令和元年度 次世代国産花き産業確立推進事業）です。

新しい花の需要を創出することを目的に取り組む本事業では、2019年夏から2020年春までさまざまな消費実態調査や実証実験を行いました。本冊子はそれらの結果の中で、特に花店の方に知っていただきたい内容のダイジェスト版になります。

ホームユースという花需要を拡大することで、店のファンを増やし、それが巡り巡ってギフトなどの購入につながり、店の顧客増加&売上アップ、さらには「花のある暮らし」の広がりが花業界全体を押し上げてくれるはず。日本全国の花店の皆様とともに「花のある暮らし」を全国に広げ、世界一、花や緑が身近で豊かな日本を一緒に作っていきましょう！

事業実施主体：国産花き需要拡大推進協議会



買わない理由に潜んだ
生活者のホンネとは!?

まず知って
おきたい

花屋さんの 「今のお客様」

今の切り花消費を支えているのは主に50代以上の女性。

ここ数年の調査結果で特に気になるのは、「30～40代の購入率の低さ」と「女性の花離れ」。

現在の購入層である元気なシニアはもちろん大切だが、

若い世代や共働きでますます忙しくなる女性たちが花に触れていない実態を放置することは、
10年後20年後の切り花消費をより縮小させてしまう可能性が……！

忙しい30～40代は
花をあまり
買っていない……！

じわじわ減っている切り花消費

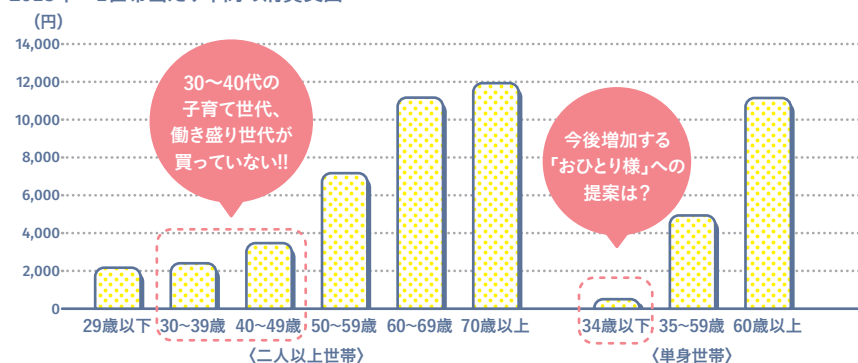
約10年前の切り花の消費支出を見ると、年平均1万円ぐらい。2018年には8,026円（月平均669円）となりじわじわと、しかし確実に減ってきているのが現状。

30～40代の低過ぎる購入率、 女性の著しい花離れ

現在の切り花消費を支えているのは、主に50代以上の世代が中心。この世代はいけばなやフラワーアレンジメントブームなどを経た、花になじみのある世代だ。一方30～40代はそういった花に触れる機会があまりないまま大人になった世代。今現在花になじみがない彼女らが、歳を重ねれば自動的に今の50代以降と同じように花を買うようになる…とは考えにくい。さらに、女性のホームユース切り花の購入がここ10年でなんと半減している。

〈切り花〉家計消費支出 1世帯当たり年間消費支出

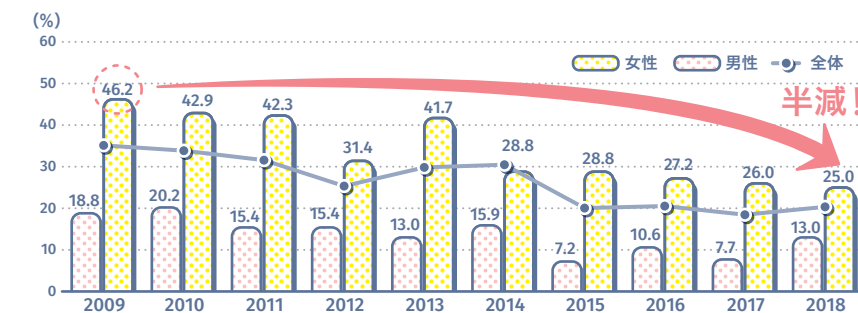
2018年 1世帯当たり年間の消費支出



出典：「家計調査」（総務省）からGDFresk作成 ※年齢は世帯主年齢。

最近1年間で購入 自宅用

性別 2009～2018年（n=520）



出典：2018年版「花と野菜、環境に関する調査」（MPSジャパン調べ）



花に興味は
あるけれど…

花を買っていない人たちの “買わない理由”に潜むホンネ

「価格が高い」「すぐ枯れてしまう」は、花を買わない理由としてよく挙がる二大回答。

実はこの答えの奥に“花を買っていない人たち”自身も気付いていないホンネが潜んでいた！

「価格が高い」
「すぐ枯れてしまう」は
“先入観”も大きい可能性

普段花を飾っている人ではなく、“花に興味はあるが、生活にはあまり取り入れていない”女性たちに花を買わない理由を聞いても「価格が高い」「すぐ枯れてしまう」の二大回答がやはり多数を占めた(全国政令指定都市在住25～65歳の女性2,000名対象「花のホームユース実態消費者調査」2019年※p.7-①より)。けれども、ちょっと待った！ それって実際は花購入経験がほとんどない人たちの回答では…!? 実体験にもとづかない、要は食わず嫌いのような“先入観”ではないか?と推測。

ホンネ 1 「花を扱う・飾るための知識」がない！

「あなたの切り花のいけ方(飾り方)やお手入れの知識について教えてください」という質問に対しては、2,000名の回答者のうち、7割以上が「ほとんど知識がないと思う」「あまり知識はないと思う」と回答(同①調べ※)。若い世代ほどその割合が高い。

年代別 切り花 知識レベル (n=2000)	20代		30代		40代		50代		60代	
	子無	子有	子無	子有	子無	子有	子無	子有	子無	子有
知識はあると思う	1.6	1.7	1.6	1.2	1.6	4.0	5.6	5.9	6.5	6.4
少し知識はあると思う	12.6	10.0	14.6	10.9	13.4	13.0	21.1	22.2	27.4	34.0
どちらともいえない	8.4	5.0	11.5	13.0	12.6	15.8	20.6	18.8	17.7	20.7
あまり知識はないと思う	17.4	21.7	19.0	24.7	26.7	25.7	23.3	23.8	24.2	19.7
ほとんど知識はないと思う	60.0	61.7	53.4	50.2	45.7	41.5	29.4	29.4	24.2	19.1

20代で8割、30代で7.5割、
40代で7割が「花の知識ナシ」と回答。

※全国20～60代の女性2,000名に対する
「現状認識&仮説構築のための定量アンケート調査」
2019年 ※p.7-①より ※単位は%

ホンネ 2 何も知らなすぎて、花店で質問すらできない…

花を飾らないがゆえに花の知識が乏しい人たちは、花屋さんに行っても「何も知らないから、何を質問してよいかわからない」そうだ。「見るだけって嫌がられそう」「花の値段がわからなくても気軽に聞けない」「1本だけください、なんて申し訳なくて言えない」と、花について知らない自分が恥ずかしく、花屋さんへの遠慮やハードルを感じている声も多々。

ホンネ 3 花を飾るって、ちゃんとしてないとダメ!?

本来、花のある暮らしは気軽にできるもの。ただ、日常的に花を飾っていない人たちにとっては違うようで…。よく聞いてみると「花を家に飾ること=ちゃんとしたスペースをしつらえて、たっぷりと花を飾ること」という思い込みがあることがわかった(花のホームユース実態定性調査/グループインタビュー2019年※p.7-②より)。部屋も狭いし大きな花瓶もないし飾り方も知らないし…だから私には無理、と諦めモード。

このホンネ、
どう解決する？

こうしたホンネを持つ女性たちに向け、花を扱う基本のABC・身近な雑貨×少ない花でも絵になる飾り方をデモンストレーションしたところ、「へーこんな簡単でいいんだ!」「これならできそう」と目から鱗の様子。デモ前とデモ後の表情の違いは歴然で、そこから「花の扱いの基本を知る・花に触れる機会」を創り出せば、これらのホンネを払拭できると仮定し、実証のため全国で試験的に花のABCを伝えるワークショップを行った。

その結果は……
次のページへGO!

空き缶を使うときは
落としのことも
伝えたい



ジャムの空き瓶や
おしゃれなビール瓶
なども花器になる!

1. キッチン雑貨や 空き瓶でもいいんだ!

わざわざ花器を用意せずとも、家の中に身近にあるアイテムで気軽にトライできることを知ること、花を飾ることに対するハードルがグッと下がった印象。キッチン雑貨のキャニスターや紅茶の空き缶に少量の花を飾るアイデアには感心する人続出! 特に反応の良かった項目のひとつ。

へー、
こういうモノに
飾るとかわいい。



花をいっぱい入れないと
いけないから大変だと思
っていたけど、
少ない花の量でも
いいんだと分かった!

花瓶だとちゃんと
飾らなきゃと
身構えちゃうので、
雑貨なら気軽に
嬉しい!

2. 花瓶は 清潔に保つべし!

ただ清潔にしようだけでなく「バクテリアの発生が抑えられ、花を長く楽しめる」と説明したところ、「花がすぐ枯れてしまう」と先入観のある人にも安心感を与えられたよう。とにかく「花を長く持たせる」関連の知識についての食いつきがスゴイ!

理想は
毎日洗う



知らないことだらけ!?

花の超初心者さんたちが 知って 喜んだこと

Best 7

枝分かれて切って
丈が短くなった花は、食材の
空き瓶などにいけるのもおすすめです



枝分かれの
部分で切って
花を分ける



5. スプレーって何? 途中で切って 大丈夫なの!?

スプレー咲きの花は小分けにカットしてもよい、ということを知らない率高し。長いまま飾ってしばらく楽しんだら小分けにして変化をつけてもよし、最初から小分けにしてボリュームを出してもよし、小さな器に少しずつつけて家の中のいろいろな場所に飾ってもよし、という提案に目を輝かせる人も。

One more point

狭いスペースにも! 飾る場所もいろいろ
暮らしの中で視界に花があるだけで、
癒されたり元気をもらったり♪

朝晩花を見ると
キレイになれるぞ!



洗面所

家事の途中、
花が目に入ると
元気がもらえる!



キッチン

来客時の
おもてなしにも!

小さな器に一輪ずつ、
トレーにいくつか並べる
スタイリングも
簡単オシャレ!



テーブル

枝分かれしているところで
切ったら、花って全部
枯れてしまうと
思っていた。

スプレー状のトルコギキョウは
うちの花瓶には長過ぎて
倒れそうだから
買わないようにしていた。



こんな風に
小分けにカットして
飾れるとは思
っていなかった!

3. 切り戻しながら飾ると長持ち

これを知らない人が意外に多し！ さらに切れないハサミだとグニュッと茎が潰れてしまう、そうすると水が吸い上げにくくなるから…など理由も添えると大きくなずき納得していた。



斜めに切ると花が水をたくさん吸えるって知って、納得。



4. 水に浸かる下葉は取り除く

これも知らない人が多し！ 下葉を取り除くことは知っていても、その理由を理解していない人も多数。理由を知ることで腑に落ちた模様。

花に興味はあっても買わない人たちは、花についての知識がほとんどない。その知識のなさが花への距離を遠ざけていて、価格が高いとか、すぐ枯れるとかいう実体験にもとづかないネガティブな先入観を払拭できないのでは？ この調査結果から導き出した仮説を裏付けるべく「簡単！花飾りで暮らしをセンスアップ♪」初心者さんに伝えたい花のABC&気軽におしゃれなリビングフラワー」と題して、超初心者向けワークショップの実証実験を行った。花を飾る基本を伝えるワークショップのなかでも、特に多くの人が「知って役に立つと思った、うれしかった」と答えた項目を抜粋してご紹介！ なかには花バサミの存在や、切り花栄養剤についてまったく知らない人も。わりと驚きの結果です。



長いままバランスよく飾る & 少ない花でもインテリアになる！

はじめからガチガチに比率などの説明はせず、自由な雰囲気だけでいけてもらった。戸惑ってっている人には「もし迷うようでしたら目安として…」とコツを説明するといけやすくなった様子。

花顔が横並びにならないよう、やや高低差をつけるとより自然に見えて素敵

花器の高さ：花の高さは、1:1がバランスよく飾る目安

花の量が少ない時は、やや前に倒していけるとおしゃれに見える



花束でないと綺麗に飾れないと思っていたけど、少しの量でも綺麗に飾れるんだなと思った！

7. グリーンやサブの花の合わせ方

グリーンがこんなに花を映えさせてくれるとは！という驚きの声。生け替える過程でグリーンだけになっても素敵なこと、例えばユーカリは人気のドライフラワーになる、なども伝えるとさらに反応よし。

枝モノなどは切り口にハサミを入れて割ってあげると水揚げがよくなる

グリーンは花より長めにいけてもバランスがよい！

器の口元にグリーンがあると全体が引き締まる



花とお店のファンを増やそう！

超初心者さん向け ワークショップレシピ

どんなことをしたらそんな結果になったの？

前ページの超初心者さんたちの声を掘り起こした
ワークショップのおおまかな内容を教えちゃいます

(概要は花のホームユース需要拡大プロモーション 実証プログラム※p.7-9を)。

【目的】

“花に興味はあるが、生活にはあまり取り入れていない”花の潜在客層＝超初心者に、花に触れてもらう機会を作る。**リースやアレンジメントなどの“作品作り”ではなく、それ以前の“基本の花の扱いや飾り方”が中心。**

【開催場所】

今回は、たとえば企業の昼休みや終業後の時間に会社の会議室で職員に向けて、保育園の昼休みに保育士さんに向けて、もしくはカフェやエステなど若い女性たちが集まる場所で開催。要は、**花屋さんにいらっしゃる従来の花好きのお客様ではなく、花の潜在客たちが集まる場所に花屋さんが出向いて、花に触れてもらう機会を設けた形だ。**

＼ 実際のワークショップの様子！ ／



【用意するもの】



・ピッチャー、キャニスター、空き瓶など花器として使える雑貨



・花2～3本(スタンダード2本＋スプレー1本)



・グリーン2～3本

【手順】 所要時間：約1時間

1. 花のいけ方をレクチャー。

- 花器を清潔に保つ。
- 切り花鮮度保持剤の正しい希釈。
- 下葉の処理。
- よく切れる清潔なハサミで、茎は斜めにカット。
- 水替え頻度について(基本は毎日、切り花鮮度保持剤を使用する場合は3日に一度が目安、水が汚れる前に取り替える等)。
- 水替えのたびに「切り戻し」する等、切り戻しの説明。

Point

それぞれの行動の理由を説明すると、より納得感が増し理解してもらえる！

2. 少ない花で、バランスよく飾るコツを伝授。

- 花を長いまま少量で飾るコツ。
- 基本のグリーン使い(ユーカリはドライになりやすい等も伝える)。
- 落とした下葉や小枝でも 小さなアレンジができるアイデア。

3. 花器ではなくキッチン雑貨など 身近なアイテムを使っていける。

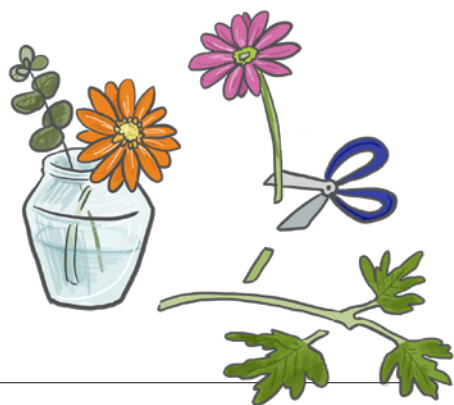
- ピッチャー、キャニスター、ジャムやソースの空き瓶、紅茶の空き缶(落としの使い方も含む)、マグカップ、グラス等。

4. スプレー花の飾り方。

- スプレー花(バラ、カーネーション、トルコギョウ等)＋グリーンで、小分けにカットして複数の器に飾る方法。
- 小さな器に活けて、ちょっとしたスペースに飾る。
- トレーなどにまとめて飾る等、見映えるスタイリングのアイデア。

Point

ワークショップ後にいけた花を撮影するための時間やスペースがあるとなお盛り上がる！
また、ドライフラワー化まで話をもっていけると生花に対するお得感が増します。



【対象者】

20～50代女性。1回5～6名程度。参加募集時に、「花に興味はあるが、生活にあまり取り入れていない」超初心者の方対象、と条件づけた。



ときに真剣に
ときに笑顔で♪

今回のワークショップ参加者へのアンケート(回答298名)のうち9割は、このワークショップを受けた後に「今よりも花を買いたくなった」と回答。ターゲットとしていた「潜在層＝花に興味はあるが生活に取り入れていない初心者」の方々の多くが**ワークショップ前と後で、花に対する印象が大きく変わったといえる！**

ワークショップを実施した 花屋さんの声も

今回ワークショップを実施してくれた全国6エリアの花屋さん、感想や意見を伺ったアンケート結果もウェブサイトにて公開予定。参加した花屋さんの生の声が聞けるインタビュー動画もぜひ！



本冊子のソースはコチラ。 各調査・実証実験の概要

① 花のホームユース消費者実態定量調査(アンケート)

「切り花を買わない層はどのくらいのボリュームで、なぜ買わないのか。その層の特徴は何か」「花のある暮らし」への興味はあるが、購入に至らないのはなぜか。【潜在層】の特徴は何か」に関して、意識・実態を知り、仮説を立て今後の施策を検討する目的で実施。

- 方法:ネットアンケート調査
- 概要:全国の政令指定都市在住の25歳～65歳の女性2,000人
- 実施期間:2019年6月24日～6月27日
- 質問内容:プロフィール(年齢、職業、居住地、家族構成、年収等の基本属性)／ライフスタイル実態(余暇の過ごし方、インテリア意識、イベント意識、情報収集方法、等)／花購入実態(購入頻度、金額、場所、動機、タイミング、好み、知識、環境、等)

② 花のホームユース消費者実態定性調査(グループインタビュー)

「①花のホームユース消費者実態定量調査(アンケート)」の結果をさらに深掘り。より具体的な生の声を聞き、①の結果を裏付けるために実施。

- 方法:グループインタビュー調査
- 概要:「花に興味はあるが、生活にあまり取り入れていない」いわゆる【潜在層】(今後、花の購入の可能性がありそうなターゲット)3グループ、現在すでに花を買っている層【現ユーザー】を1グループの計4グループで実施。
- 概要:25歳～65歳の女性、首都圏在住者
- 実施期間:2019年7月26日・27日
- 質問内容:花を買わない理由、興味があること、自宅のくつろぎの場所、花屋さんに対する印象など

Memo

①②の調査の結果、25歳～65歳の女性の約25%が【現ユーザー】、「花に興味はあるが、生活にあまり取り入れていない」という【潜在層】が約35%、残りの約40%が【無関心層】。花の【潜在層】は各年代に存在し、**今後花を買う可能性が高い人は「3人に1人」と意外と周りにたくさんいることがわかった。**

③ 花のホームユースの需要拡大プロモーション実証プログラム

上記①②の調査結果から浮かび上がった【潜在層】「花に興味はあるが生活に取り入れていない初心者」を対象に「花のある暮らし」を始めるきっかけづくりとして、花の扱い方や飾り方の基本を伝えるワークショップを実施。

- 概要:全国6エリア(北海道・東北、関東、中部・北陸、関西、中国・四国、九州・沖縄)17の花店で実施。参加対象者は20～50代女性。ワークショップ後から6回、実施花店にて毎週花を1本受け取れるサブスクリプションも行う。ワークショップ直後からサブスク終了後まで、参加者の意識の変化や実態を追跡調査中。
- 実施期間:2019年11月～2020年3月

上記の調査・実証実験の概要は
ウェブサイトにて順次公開予定

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



調査協力:株式会社ウェルコ・インターナショナル

Column

花初心者さんのお悩み集@花屋さん

普段花をあまり買わない、いわゆる花を買う初心者さんたちは、花屋さんに行くことに対して高いハードルを感じるそう。そんな初心者さんから多くあったお悩みとリアルな声を、ちょっぴりご紹介。初心者さんたちの恐怖感やコンプレックスは思った以上にすごかった！初心者さんにも優しいお店作りのヒントがありそうです。



買わないと店に入っちゃダメそうな雰囲気…見るだけってダメですね？

花がきれいだからちょっと見てみたいときもあるものの、見るだけってダメそうな感じがして店に入れない。フラッと入る勇気ない。もっと入りやすい雰囲気ならいいのにな。お店の前にも値段が書いてある花が並んでいるとか。



花1本だけくださいって、言いたくても言えない！

お気に入りの1本を見つけたら、それだけが欲しい気分ときもある。けれど「1本だけくださいなんて、恥ずかしいし申し訳なくて、言えない、買えない…。1本だけ買うってありなんだろう？迷惑じゃない？



花の値段が書いてないとコワイなあ…

勇気を出して花屋さんに入って、値段が書いてなかったときの恐怖感たるや…。まだ買うか決めてない時点で、花の値段をお店の人に聞くのも戸惑う。オススメを聞いたとしても、お店の人の言うままに選んだら高くなりそう。



お店の人に気軽に声がかけられない

忙しそうだと声をかけづらくて、結局あきらめてしまう。お店の人に声をかけなくても購入できるようになっていれば、もう少し買いやすいかも。でも放置されるのも心細い…。「いらっしゃいませ」の声かけは欲しいかも。ほどよい距離感が希望。



Information

WEEKEND FLOWER

花と素敵な週末を。



「花と素敵な週末を」をテーマに、季節の花とハッピーに暮らすライフスタイルを提案。花を長く楽しむコツや手軽な飾り方を紹介した「フラワーレシピ」もウェブサイトからダウンロードできます。お客様に差し上げたり、POPにしたり、ホームユース拡販の店頭ツールとしてぜひご活用を。

*「フラワーレシピ」ダウンロード(フローリストONLINE)

<https://floristonline.jp/blog/category/weekend-flower>

*公式サイト <https://www.floweringjapan.com/weekendflower/>

*公式Facebook <https://www.facebook.com/weekendflower/>

*公式Instagram @weekendflower_official

公式InstagramはQRコードからご覧いただけます。



花の国日本協議会

「Flowering Japan! 世界一、花と緑が身近な日本に!」をスローガンに、主に「フラワーバレンタイン」「WEEKEND FLOWER」など、消費のバイを拡大し新たな花文化を創出するためのプロモーション活動や、共に成長するための業界向け勉強会「FLOWER SUMMIT」の開催などを行っています。

<https://hananokuni.jp/>

