

① 花の初心者向け ホームユース需要拡大定着活動

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆活動の背景とコンセプト

コロナ禍を通じたライフスタイルの変化により、花への関心がかつてないほど高まっている今こそ、花を扱う・飾る際の基本的な知識とハウツー＝「#花のABC」を多くの大人たちにお伝えし、「花のある暮らし」が生活者にしっかりと定着するよう、積極的にはたらきかける必要があります。

国産花き需要拡大推進協議会では、令和元年より「花に興味はあるけれど暮らしに取り入れていない」

「花に興味があって飾りはじめたけれど、基本がわからずうまく飾れない」という、**花初心者（主に20代～40代）の大人たちを対象**とした「#花のABCワークショップ」を実施してまいりました。

本ワークショップ体験をきっかけに、花へのハードルが下がり、花を身近に感じて花の購入を始める方が大勢いらっしゃる事が、検証されています。

さらに、体験者の感動が熱いうちに、花店への来店を促し、コミュニケーションを深めていただく

「フラワーパスポート」を付加することで、**花店のファン**になっていただき、**新規顧客に繋げる**

送客プログラムまでフォローしていくことが肝要です。参画いただく花店の意識にも変化が現れ、

花のある暮らしを広げる「#花のABCワークショップ」の必要性を実感していただいています。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

**#花のABC
ワークショップ**

About

これさえわかれば大丈夫、初めて花と暮らす時に知っておきたい
7つの基礎知識 #花のABCがワークショップになりました。

花のある暮らしに憧れはあるけれど、花の取り扱いに自信がない、飾り方がわからない、花屋さんでちょっとハードル高い・・・そんな風にお感じの方にこそぜひ体験していただきたい「#花のABCワークショップ」です。

ちょっとしたコツで花がぐんと長持ちするハワツツや、簡単おしやれな飾り方を花屋さんが伝授！どんなワークショップなのか、こちらのサイトをぜひのぞいてみてください。

花に興味はあるけれど花のある暮らしをしていない潜在客層※3人に1人
花の取り扱いや飾り方の知識がない20代-40代 約70%-80%
多くの大人が「花がわからない」コンプレックスを抱えている

⇒花屋さんハードル高い意識の根本原因

満足度99%
のカリキュラム

花長持ちが
大きな
成功体験

花店との
心理的距離
縮まる

花って楽しい！！

※政令指定都市在住の20代~60代
女性2,000人のアンケート調査より
(令和元年実施)

「花のある暮らしにスイッチ」明快な態度変容！



教材に使用しているリーフレット
「花のある暮らしヒント07」



花店向け実施マニュアル動画
(印刷用マニュアルデータもあり)

マニュアル
完備！！



「フラワーパスポート」
花店で花引換券



#花のABCワークショップ
公式サイト
<https://homeuse-hana.jp/abc/>



「花のある暮らしに興味はあるけれど花を買っていない」人を
花ユーザーに変え、お店の新規顧客にするためのプログラム
＝「#花のABC ワークショップ」

本年度は有料実施による、花のホームユース顧客の拡大定着化実証事業

令和元年度から活動をスタート、#花のABCワークショップへの参加者や実施花店から新たな
ホームユース需要拡大に有効な施策として実証してきた活動で、その有効性が確認されています。
本年度事業では、当カリキュラムを花店およびエリア活動において、自律的かつ継続的な活動と
して実装できるよう、“有料”開催でも有効であることを実証する活動を行います。

◆依頼内容：有料制「#花のABCワークショップ」の開催

～企画・募集・実施（1回10名程度）

※運営収支は開催花店様ご負担

～参加者へのアンケート依頼・実施レポート作成

※委託費用のお支払い

アンケートは事務局で作成し、アンケートフォームのQRコードをご案内します

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆参加店舗一覧

No	開催店	開催日	曜	時間	開催場所	参加人数	参加費(円)	花交換数	花交換率	
1	有限会社花よ志	2025/2/11	火	11時、14時	花よ志(自店)	11	1,000	22	100.0%	
2	有限会社花よ志	2025/2/25	火	11時、13時、15時	posyroom(イオンモール支店)	11	1,000			
3	フローラ45	2025/2/16	日	10:00-11:30	フローラ45ビル	3	1,000	10	100.0%	
4	フローラ45	2025/2/22	土	10:00-11:30	フローラ45ビル	7	1,000			
5	フラワーカドヤ	2025/2/21	金	10:30-11:30	フラワーカドヤ本店	7	2,200	19	95.0%	
6	フラワーカドヤ	2025/2/22	土	10:00-11:00	フラワーカドヤ本店	6	2,200			
7	フラワーカドヤ	2025/2/22	土	14:00-15:00	フラワーカドヤ本店	7	2,200			
8	株式会社光花(ヒカリカ)	2025/3/3	月	10:00-11:00	レクス長良	10	2,000	10	100.0%	
9	小椋生花店	2025/3/21	金	14:00-15:00	ちえの森ちづ図書館	10	1,000	10	100.0%	
10	有限会社キタザワ(花と緑のキタザワ)	2025/2/27	木	15:00-16:00	古民家カフェharu	2	1,000	10	100.0%	
11	有限会社キタザワ(花と緑のキタザワ)	2025/3/9	日	14:30-15:30	古民家カフェharu	8	1,000			
12	株式会社花茂 市原店	2025/2/9	日	10:00-11:00	はなも市原店	8	1,000	12	85.7%	
13	株式会社花茂 市原店	2025/2/9	日	11:00-12:00	はなも市原店	3	1,000			
14	株式会社花茂 茂原店	2025/2/9	日	14:00-15:00	はなも茂原店	3	1,000			
15	株式会社リベルテ 武蔵小杉店	2025/2/23	日	11:00-12:00	ららテラス武蔵小杉4階	6	1,500	12	100.0%	
16	株式会社リベルテ 武蔵小杉店	2025/2/23	日	15:00-16:00	ららテラス武蔵小杉4階	6	1,500			
17	株式会社リベルテ 三鷹店	2025/2/22	土	11:00-12:00	JR三鷹駅改札内4F イベントスペース	0	1,500	3	100.0%	
18	株式会社リベルテ 三鷹店	2025/2/22	土	14:00-15:00	JR三鷹駅改札内4F イベントスペース	1	1,500			
19	株式会社リベルテ 三鷹店	2025/2/25	火	11:00-12:00	JR三鷹駅改札内4F イベントスペース	1	1,500			
20	株式会社リベルテ 三鷹店	2025/2/25	火	14:00-15:00	JR三鷹駅改札内4F イベントスペース	1	1,500			
21	株式会社リベルテ 亀戸店	2025/2/15	土	11:00-12:00	カメイドクロック4階 カメラボ	10	1,500	18	90.0%	
22	株式会社リベルテ 亀戸店	2025/2/15	土	14:00-15:00	カメイドクロック4階 カメラボ	10	1,500			
23	株式会社リベルテ 成増店	2025/2/8	土	11:00-12:00	リベルテ成増店 店内	4	1,500	20	100.0%	
24	株式会社リベルテ 成増店	2025/2/8	土	14:00-15:00	リベルテ成増店 店内	4	1,500			
25	株式会社リベルテ 成増店	2025/2/11	火	11:00-12:00	リベルテ成増店 店内	4	1,500			
26	株式会社リベルテ 成増店	2025/2/11	火	14:00-15:00	リベルテ成増店 店内	4	1,500			
27	株式会社リベルテ 成増店	2025/2/16	日	11:00-12:00	リベルテ成増店 店内	4	1,500	19	95.0%	
28	株式会社リベルテ 浦和店	2025/2/22	土	13:00-14:00	アトレ浦和ウエストエリア3F 風の広場	10	1,500			
29	株式会社リベルテ 浦和店	2025/2/22	土	15:00-16:00	アトレ浦和ウエストエリア3F 風の広場	10	1,500			
30	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/17	月	11:00-12:00	マルヤマクラス内1F イベントスペース	10	1,000	18	90.0%	
31	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/17	月	14:00-15:00	マルヤマクラス内1F イベントスペース	10	1,000			
32	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/17	月	11:00-12:00	ルクア大阪内イベントスペース	6	1,000	19	95.0%	
33	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/17	月	13:00-14:00	ルクア大阪内イベントスペース	7	1,000			
34	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/17	月	14:30-15:30	ルクア大阪内イベントスペース	7	1,000	18	90.0%	
35	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/22	土	11:00-12:00	博多阪急 イベントスペース	10	1,000			
36	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/22	土	14:00-15:00	博多阪急 イベントスペース	10	1,000	18	90.0%	
37	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/24	月	11:00-12:00	エスバル仙台 イベントスペース	10	1,000			
38	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/24	月	13:00-14:00	エスバル仙台 イベントスペース	10	1,000	14	70.0%	
39	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/26	水	13:00-14:00	hana-kichi 引き換えは本店	10	1,000			
40	株式会社パーク・コーポレーション	2025/2/26	水	16:00-17:00	hana-kichi 引き換えは本店	10	1,000			
						40	271	-	252	92.9%

開催実績 40回(19店舗)
参加人数 271名
花交換数 252回
花交換率 92.9%(再来店率)

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆ワークショップ時配布教材&体験直後のアンケート



▲花のある暮らしヒント07

▼フラワーパスポート



本日は #花のABCワークショップ に
ご参加ありがとうございました！

①ご体験後すぐに
アンケートにご回答ください！

右のQRコードをスマートフォンで読み取って
いただきますと、アンケート画面が開きます。
5分ほどでご回答いただけます。

※2ヶ月後くらいに、ご登録のメールアドレスに、「第2回目アンケート」を当ワークショップ主催者
(国産花き需要拡大推進協議会) よりご送付させていただきます。そちらもぜひご協力ください。

②「フラワーパスポート」(特典)をご確認ください。

講師担当の花店より、特典の詳細について説明を受けてください。

- 花の引換え期間
- 引換え花店の所在地、営業時間、定休日など

③Instagram投稿プレゼントキャンペーン開催♪

ワークショップのご感想や、ご自宅に花を飾った様子などを、ぜひ貴方のInstagramにご投稿ください。素敵なご投稿をくださった方から抽選で10名様に、書籍『花と器の素敵な合わせ方 (誠文堂新光社)』をプレゼントいたします！

指定ハッシュタグ⇒ #花のABCワークショップ
#(花店名)

キャンペーン詳細は、2025年2月上旬にサイト『#花のABCワークショップ』内で紹介します。
<https://homeuse-hana.jp/abc/>

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「(有)花よ志」(群馬県)

●実施日：2025/2/11(火) @花よ志、2/25(火) @posyroom
(イオンモール支店) ●参加人数：22名 ●参加費：1,000円
●フラワーパスポート交換率：100%

◆集客の方法

ポスター、Instagram



◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

お花の切り方などの説明を、真剣に聞いてくださっていました。
フラワーベースに活けたお花を見て、同じ花で活けたのにみんな違うと楽しそうに見比べていました。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

ほとんどの方が、またやってほしいと言ってくれました。
お花の交換の時、このお花はどう切ればいいですかと、お客様から質問をいただいたり、お花を触る楽しさを実感していただけたと感じました。



◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価 ※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

ワークショップの後、定期サブスクにも興味を持たれるなどまたお花屋さんに足を運びたいというのが見えたことに、敷居を低くできたという有効性を感じました。

→次のページに続く。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

「(有)花よ志」(群馬県)

◆以前、参加費無料で実施していた時と比べて、今回有料化したことで感じられた「有効性」「メリット」など。

→言葉は悪いのですが、花というより無料というものに食いつく人ではなく、お花に興味があるけど自分では枯らしてしまう不安があって手が出せないなどのお話をしてみれば、今後に関わる可能性が高いお客様と出会える確率が高くなったので、とても有効性を感じました。

◆参加者について（既存客か、新規客か？）

→既存のお客様が、初めてだけど興味ある子がいると、お友だち（新規客）を連れて参加してくれたりしたので、何名かは既存の方も参加していますが、チラシを店頭に出しているのを見て問合せをしてくださった方やインスタ告知を見ての問合せが多かったので7割位は新規の方だったのかなと思います。
ほかのお花屋さんに行っているという人もいると思うので新規であっても花屋さん初心者かは不明です・・・

◆参加費と仕入原価について

→原価は本店でのイベントが700～800円位で、支店のイベントではチューリップの高いのを使用したため900円位でした。その後のパスポート用のお花はスタッフに原価1000円くらいと伝えてお渡ししました。



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「フラワースタジオ ヒカリカ」(岐阜県)

◎実施日：2025/3/3 (月) @レクサス長良
◎参加人数：10名 ◎参加費：2,000円
◎フラワーパスポート交換率：100%

◆集客の方法

お花に興味のある若い世代の方が多く取引先様へご提案したところ、是非開催してほしいというお声を頂戴し、先様のスペースを使用しておこないました。10名以上のご要望をいただきましたが、10名(男性6女性4)とさせていただきました。

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

同じお花なのに、いろいろなデザインができていました。男性が多かったですが楽しそうに活けていらしかったです。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

よりお花に興味をもてただけになりました。お花に関するご質問をいただいたり、おうちでのお花を活けてみたらとても安らいだので継続して飾りたいというお声もございました。

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

きっかけとしてとても有効だと考えます。始めやすい価格帯で一度体験することができれば、花活きの楽しさを知っていただければ、継続につながります。また、再来店を促す交換の仕組みも大変有効です。



◆以前、参加費無料で実施していた時と比べて、今回有料化したことで感じられた「有効性」「メリット」など。

→主催者の目線からとしましては、やはり、原価だけでもいただくことにより、金銭的負担が少なくなる事。 お客様は今回福利厚生のため、会社負担です。

◆参加者について(既存客か、新規客か?)

→新規客

◆参加費と仕入原価について

→2300円(ハサミ、花器、花材、持ち帰り袋)

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「株式会社フラワーカドヤ」（福井県福井市）

●実施日：2025/2/21（金）・2/22（土）@自店舗 ●参加人数：20名
●参加費：2,200円
●フラワーパスポート交換率：95%

◆集客の方法

自社Instagramと店頭チラシでの集客
（チラシの配布はせず）

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

・そもそも花に触れること自体身近ではないので、最初は実際にお花に触れることに対して楽しい反面、どう扱って良いのか不安そうな様子でした。段階を踏んで花の生け方を伝えると、皆さん難しいと言いつつも楽しそうに受講していらっしゃいました。

切花栄養剤を使うと億劫な水替えの頻度も減らせると同時に、切花も長持ちしますとお伝えすると、「今後花飾りの際はぜひ導入していきたい！」という方が多く見受けられました。自宅に花を飾るのに水替えが面倒で花持ちしないという点が皆さんの中でネックになっているのかなという印象を受けました。

・また以前無料版で参加させて頂いた時と同様に今回も、講師のデモンストレーションはレッスン内容の中でも最も評判が良かったように感じます。大層な花器を用意しなくても身近な空き瓶などを使って、少ない本数でもオシャレに飾れると知って、「これなら今日からでも始められそう！」とおしゃっていた参加者もいらっしゃいました。少ない本数からでも花のある暮らしは始められるという良いきっかけ作りになったのではないかなと思います。



◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

・当店では季節の花や行事に合わせた花飾りを身近に感じてもらえるようにと、月1でフラワーレッスンを定期開催しています。そういった当店独自のレッスンのお知らせもABCワークショップ内でしたところ、受講者の中には今回のABCワークショップでお花にとっても興味を持つことができたので、今後のレッスンにも積極的に参加したいとの嬉しいお声も頂くことができました。今回の参加者の中には、花のある暮らしを始めるにあたってお花屋さんに行くこと自体が高いハードルになっているという方もいらっしゃったので、このワークショップがお店とお客様の距離を縮める良い機会になったのではないかなと思います。

・開催後の参加者の反応を見ると、前回参加した無料版の時に比べてより積極的に花飾りを始めていきたいという方が多く見受けられたように感じました。また、ABCワークショップを有料で開催した分、自店の有料ワークショップも前回に比べて興味を持っていた方が多いような印象を受けたので、今後継続して参加いただける可能性は高いように感じました。

→次のページに続く。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

「株式会社フラワーカドヤ」(福井県福井市)

◆参加者について(既存客か、新規客か?)

→参加者割合 既存客3割、新規客7割

- ・既存客は自店の定期レッスンを過去に受講頂いたことのあるお客様(いずれもお花初心者レベルのレッスンを受講)
- ・新規客は来店は何度かあるが、日常生活において継続的に花飾りをしているわけではない、または、自店初来店の方

・前回の無料版では、特典目当ての方が半数以上、来店はパスポート交換まででそれ以降は続けてご来店された気配はなし(無料版での勧誘の際、特典が盛りだくさんをアピールし過ぎたこともあるかも、、、)

・対照的に有料版に来られた方は純粋に花の飾るコツを学びたいという姿勢の方が多く見受けられた印象、実際に断続的ではあるが、自店をご利用いただいている方が新規客の内の半数ほどいらっしゃる。(参加者募集の際、前回の無料版の時の反省を踏まえて、特典は大々的にはお知らせせず。しかし、参加希望は告知後、割と早い段階で定員に達した、期間は無料版の時と体感変わらず)

・有料版にしたことによって、#花のABCワークショップ本来の、『花のホームユース顧客の拡大定着化』という目的にふさわしい活動になったのではないかと思います

・また有料で参加してお花に興味を持っていただいたことによって、自店の有料レッスンも積極的にオススメしやすくなりました。

②参加費と仕入原価について

→参加費と仕入原価に特段の差はほとんどなし

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「フローラ45」（静岡県静岡市）

●実施日：2025/2/16（日）・2/22（土）@自店舗

●参加人数：10名 ●参加費：1,000円

●フラワーパスポート交換率：100%

◆集客の方法

自社アプリ

Instagram（Instagram投稿→）

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

皆さん、楽しそうでした。自分でいけられるようになりたいので、月1回程度、今回のようなワークショップをやってほしい、との声が多かったです。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

全員来てくれました。有料で集めた方が、花を買うことへの意識が高く、遅刻しない、子供がうるさくない、などのマナーも良かった。



◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

初心者も来ていましたが、時々花を買うけれど、自分で生けられない、という方も見えました。自分で生けるワークショップを続けていけば、自分で生けたい人が、花屋で自分で選べるようになっていくと思いました。

◆以前、参加費無料で実施していた時と比べて、今回有料化したことで感じられた「有効性」「メリット」など。

花を自分で生けられるようになりたいから、今後、3000円程度でも良いので、このようなレッスンを毎月開催してほしい、という問い合わせを何件か頂いた。花を買ってまで飾りたい、という気持ちの方が多かった。

◆参加者について（既存客か、新規客か？）

既存客6人、新規4人でした。募集が、自社アプリ（既存客）から始めたので、そのせいもあると思います。

◆参加費と仕入原価について

一人当たり2500円(税別)位。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「小椋生花店」（鳥取県）

◎実施日：2025/3/21（金）@ちえの森ちづ図書館
◎参加人数：10名 ◎参加費：2,000円
◎フラワーパスポート交換率：100%

◆集客の方法

・無料時と同様に、会場である「ちづ図書館」さんにチラシ（→）を貼って頂き、あとはSNS(Facebook、Instagram↓)で告知。



当店は現在スーパーでの置き花がメインの売り場で店舗はほぼ作業場となっており、来店はあまり無いのですが、若年層の方々がご来店の時など、「Instagramしてるから見てね」と、お声かけさせてもらっております。来店回数は少なくともSNSで当店の情報をキャッチしてる方が案外多く、今回もフォロワーさんがお友達に声をかけてくれて。。。と、言った感じで募集期間は短かったですが、10名はあっという間に満席となりました。

#花のABCワークショップ

農林水産省のジャパンフラワー強化、花のホームユース需要拡大を推進する事業として全国各地のお花屋さんで開催しているワークショップです。

以前、図書館で開催したワークショップの様子

花のABCワークショップ in ちえの森ちづ図書館

日時 2月23日(日)
14:00~15:00

場所 ちえの森ちづ図書館
つどいの部屋

募集 20代~50代の方

参加費 1,000円

**花の初心者さん
10名募集!**

※花の需要拡大を推進する事業のため参加対象があります。

日常がちょっと心地よくなる「花のある暮らし」へのワークショップです。
ちょっとしたコツを聞いて、みんなで楽しくお花を飾ってみましょう。

◎ 参加の申し込みは、小椋生花店またはちえの森ちづ図書館までお願いします。

✳ 花のABCワークショップに申し込みします

氏名	(20代 30代 40代 50代)
電話	参加費 1,000円 未 済

・以前の開催時の参加者の方が「楽しいから行ってみたい?」と、声をかけてくださったケースもありました。印象に残るワークショップとなっている事を嬉しく感じます。

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

初めは大変緊張しておられましたが、お花をいれ始めると皆さん、真剣ながらも表情がほぐれて行ったような気がします。皆さん難しい〜と、言われながらも「またこんな機会を作って欲しい」と、高評価を頂きました。

基本的に「お花初心者」を対象にしたワークショップですので、無料だったり、格安だったり「わ!お得!」と、飛びついて申し込みをしたのはいいけれど、いざ「お花のワークショップ」と、なると皆さん不安なようで、どの回も会場に来られた皆さんの顔は不安に満ちて、心配そうに緊張した面持ちの方がほとんど。「お花って、やっぱり難しい」と思われないように...

- ・使用するお花にできる限り1点は鳥取県産のお花を使うことで愛着を感じてもらう
- ・産地のお話をする（輸入、国産わかる限り説明しています）
- ・デモンストレーションを多めにを、心がけています

今回は開催時期が2月末で桃の節句が近かったので、家に眠っていた急須と湯呑みで和風なアイディアを提案。大変好評でした。皆さん、いろいろなお話が聞けて楽しかった!花瓶がなくてもお花飾れるんだ!と、お帰りの時は笑顔で帰って下さいます。

→次ページに続く

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

「小椋生花店」(鳥取県)

今回も統計を取ると言う事で20～50代で限定して募集しました。無料時には40代までとなっていました。高齡化の進む地域である事もあり、50代もまだまだお花については初心者の方も多く(おばあちゃん世代が花を扱うので手出し出来ずなお家が意外と多い)少し幅を持たせました。

(有料化となった)今回は(こちらが認識している)既存客の方は2～3名ほどで、仏花ではない「おうちに飾る花を楽しむ」という感覚で参加された新規の方が多かった印象です。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

当店は参加者全員にフラワーパスポートでの交換をして頂きました。フラワーパスポートいつも大好評です。

今回有料化した事で、無料の時よりもフラワーパスポートの存在を気にしておられる感でした。無料の時も当店は交換率は100%でしたが、より交換への関心は高かった気がします。

すでに「この前行けなかったけど、今度はいつする？」などの、お声を頂いており、花のABCワークショップは大変好評。鳥取県内の他店のスタッフからも「次回は(開催店として)参加してみたい」と、お声かけ頂きました。

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

当店は非常に狭い商圈ということもあり、まさに「一步を踏み出す」と、ワークショップ後の参加者の来店は非常に多いです。もちろん、毎回お花を買わないでも、ちょっと話に寄ったり...と、いった感じです。ピッチャーを手に入れることで、お花師が非常に身近になっているようで、「あのピッ

チャーに合うくらいのお花ってどれかな？」と、ご来店下さいます。どのような形になるかはわかりませんが、今後もABCワークショップの形を踏襲して自店で開催していく予定です。

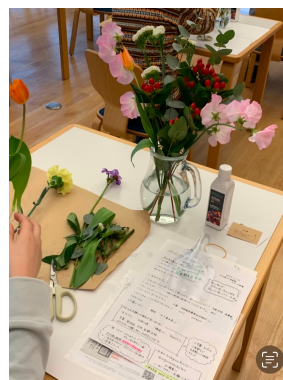
◆参加費と仕入原価について

・切り花は当日使用した花材費(原価)726円。資材に関してはピッチャーと栄養剤が、当店が負担した部分になります(両方合わせてざっくり1200円～1300円くらいでしょうか?)※ハサミに関しては今回は貸し出しという形にしましたのでお店の備品として購入。

・フラワーパスポートに関しては、原価は開催時とほぼ同じくらいかと思います。(価格の上がる3月に入ってのお渡しだったため、若干お花のボリュームは少なくなったかも?)

・ですので、だいたい参加者お一人に対して2800円くらいの原価かと思っています。

正直…お店の売り上げにはなっていないのですが、若年層の方を取り込む仕掛けですので、長い目で見て…「損して得取れ」と、言った感じです。(当店の場合は商圈が狭いので、ワークショップ参加者さんのリピーターが割といらっしゃるの、ある程度の成果は出ていると思っています。)



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「株式会社花茂」(千葉県)

- 実施日：2025/2/9（日）@自店
- 参加人数：10名 ●参加費：1,000円
- フラワーパスポート交換率：85.7%

◆集客の方法

- ・無料制…ワークショップ会場である音楽教室にてチラシ配布。
- ・有料制（今回）…自社店舗にて開催のため自社公式LINEにて画像（→）を配信。

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

一つ一つのレクチャーに熱心に耳を傾けてくれ、本当に楽しんで参加してくださっていました。そもそもお花に興味があって申込をしてくださっているの、反応については無料・有料問わず楽しそうだった。

参加者の客層：

無料制…ほとんどが新規客

有料制…全員既存客

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

参加者様より「大変豪華なお花をアレンジして持ち帰れて、リフレッシュできました。参加できて良かったです。またこういうイベントがあれば、是非参加させていただきたいと思います。ありがとうございました。」



◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

前回の無料時よりもお花の交換に来てくださる方が多かったです。

花の交換率の違い：

無料制（自店ではなく異業種コラボで実施）…

自店までなかなか足を延ばしてもらえなかったのではないかとと思う。

無料のため、もらいに来なくても自分自身は損をしない。当日は楽しんでもらえたが日経って再度お花を飾ろうというところまで気持ちが向かなかったかもしれない。

有料制（今回）…

自店の会員様で、店舗が生活圏内のため足を運びやすかったと思う。

お花に対する興味が前回の参加者よりもあったと思う。

参加費を支払っているの、引き換えないと損だと思ったかもしれない。

◆参加費と仕入原価について

1,500円ほど

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「花と緑のキタザワ」（静岡県）

◎実施日：2025/2/27（木）、3/9（日）@カフェharu

◎参加人数：10名 ◎参加費：2,000円

◎フラワーパスポート交換率：100%

◆集客の方法

弊社アプリ、インスタグラム、チラシによる集客を行いました。

また、自店でオリジナルで展開している「魔法の花瓶」のユーザーのお客様がご自身のお住まいのマンションの掲示板に告知いただいた事例がありました。

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

全くはじめてお花に触る方もいらっしゃったのですが、既存のお客様の参加が多かったような印象を持ちました。いずれも、花の品種の話、春の花の特徴、しくみ、水の揚げ方、切り方、長さのバランスなど、とても興味をもって聞いて下さいました。ご自宅でお花を育てている方からは鉢から切って飾る時の注意点などの質問もいただきました。初めて知ることも多くて楽しかったと言っていました。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

みなさんワークショップでのお花がどのくらい日持ちしたとか、短くなって、こんな風に飾ってますと写真を見せて下さる方も。メインの花がこれで、葉物が、などと、ワークショップ時のお花との違いを説明しながらお持ちいただきました。

後日、飾った写真を見せに来てくださる方もいらっしゃいました。

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価

※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

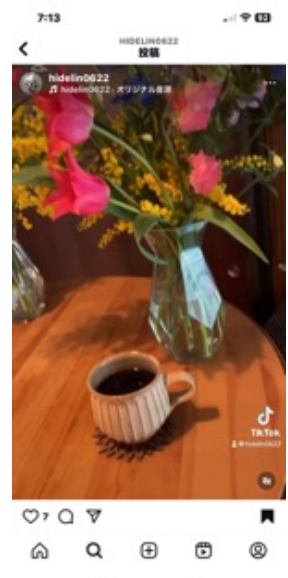
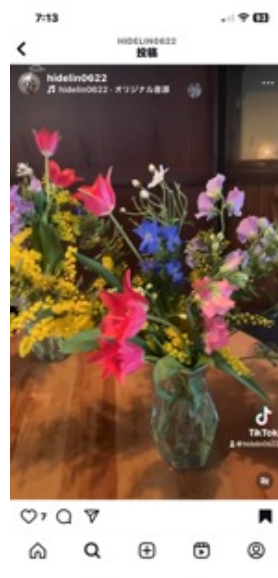
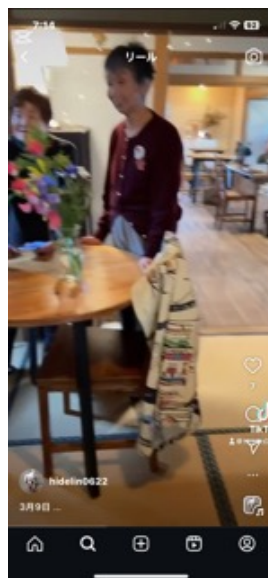
当日に使用した花瓶に合うお花を下さいと来店して下さいたり、活け替え様に小さめの花瓶をお求めくださる方も。新たに、サブスク会員になった下さった方が2名ありました。

無料開催と違い、集客に若干手間取った感じはありますが、本当に興味のある方が来てくださったと感じます。そのため後に繋がる方の割合が多かったです。

◆参加費と仕入原価について

花材費の目安は2000円上代（店頭価格で計算）原価率は40～50%。

花瓶は、店頭価格440円のもの、はさみは100均で用意しました。



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

① les millefeuilles de liberté 成増店 @店内

●実施日：2025/2/8（土）・2/11（火）・2/16（日）

●参加人数：20名 ●参加費：1,500円

●フラワーパスポート交換率：100%

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

思っていたよりも手入れは簡単で、栄養剤があれば水換えが3日に一回程度で大丈夫な事が、花を飾る事へのハードルが下がったと言って頂きました。短くなった時に切り分けて自宅にある瓶や缶を使ったデモンストレーションも好評。参考になったとおっしゃって頂きました。



◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

花持ちがとても良くて交換期限がギリギリになってしまったというお声が多かったです。簡単に家でお花を飾れるようになって嬉しいと言ったお声や、また買いにきますと言った、お声もいただき再来店への効果も感じました。

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価

※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

初心者の方も手の出しやすい価格帯でワークショップを開催できた事が、1番来店のきっかけになったと思います。ターゲットが明確で潜在顧客へのアプローチがしやすかったです。再来店に向けてのパスポートの準備があった事で、ご案内がスムーズでお客様にも喜んでいただけました。

② les millefeuilles de liberté 三鷹店 @ JR三鷹駅改札内4F イベントスペース

●実施日：2025/2/22（土）・2/25（火）●参加人数：3名 ●参加費：1,500円

●フラワーパスポート交換率：100%

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

お花に興味はあるけれど飾り方やお花選びが分からずきっかけがなかったとのこと。今回のワークショップでは難しさはなく基本が分かり楽しめたとお声をいただきました。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

今回うまく集客ができず3名の参加者でしたが、皆さまお花の交換に来ていただきました。その後もお2人の方が再来店されてお花をご購入いただいたり、何度かお話をする機会がありました。

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価 ※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

一度体験すると、今度はお店に行ってお花を選んでみよう！と、初心者さんにとってのハードルが下がり再来店のきっかけとなったことを実感しております。私たちスタッフも初心者さんのお悩みやお声を聞けるきっかけにもなりました。



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

③ les millefeuilles de liberté 武蔵小杉店 @ららテラス武蔵小杉4階

●実施日：2025/2/23（日）●参加人数：12名 ●参加費：1,500円

●フラワースポット交換率：100%

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

ワークショップ準備中から興味を示してくださる方が多く、当日参加の方も3名程いらっしゃいました。また、別日開催のご要望も4件あり、初めての方が挑戦しやすい価格帯と内容だった印象です。当日は、活ける際の疑問点を多くいただき、改めて初心者の目線を知るよい機会となりました。お花を切る位置や、活ける順番、花向きについての質問が一番多かったです。ワークショップ終了に近づくにつれ、立ち上がって花向きをご覧になったり、緊張が解けた楽しげなご様子で黙々と活ける方が目立ち、夢中になってお花と向き合っていました。終了後は、「楽しかったです」「家でお花を飾るのが今から楽しみです」とのお声をいただきました。追加でお花を購入される方もおりました。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

ワークショップ終了後、10日後以降に全ての方が再来店され、お気に召したお花を中心にご一緒に選んでご用意いたしました。お花に対して興味が広がったご様子で、飾りたいお花や挑戦したいお花についての会話がとても多かったです。

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価

※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

ワークショップを通して、花のある暮らしはハードルを高く感じやすいイメージから、豊かさや気分転換になるきっかけづくりになったと思います。生花店に立ち寄りやすい機会にも繋がりました。生花店を利用しない方へのアプローチ方法はなかなか難しいので、このようなプログラムは定期的にあると嬉しいです。



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

④ les millefeuilles de liberté 亀戸店 @カメイドクロック4階 カメラボ

●実施日：2025/2/15（土）●参加人数：20名 ●参加費：1,500円

●フラワーパスポート交換率：90%

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

・なかなか教えてもらう機会のないお花を長く楽しむためのコツを詳しく知ることができて良かった（よく切れるハサミを使う、花瓶を良く洗う、お花にあったお水の量、エチレングスを発生させるフルーツなどのそばに置かないなど、、、）

・同じ花材でもお花のカットにより仕上がり기가色々楽しめるのに驚いた

◆ワークショップ開催後の再来店時の花交換状況や参加者の反応や評価

・予算でご用意したお花のボリュームに驚き、喜ばれていました

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価

※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

・参加費が気軽にお試ししやすい価格なのは大きいと思います。
・フラワーベース付きなので準備に迷うこともなく、花瓶があればまたお花を飾りたいというきっかけになると思うのでとても有効的な内容だったと思います。

⑤ les millefeuilles de liberté 浦和店

@アトレ浦和ウエストエリア3F 風の広場

●実施日：2025/2/22（土）●参加人数：20名 ●参加費：1,500円

●フラワーパスポート交換率：95%

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

花瓶や栄養剤付きなのがとても好評。花をいける時の疑問点もご質問がたくさんあり活気があった。花器に花からいけるのとグリーンからいけるやり方2種を行ったので、コツを掴んで帰る方が多かったです。春の花で香りも楽しんでいただけた。また開催してほしいとの声を多くいただいた。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

みなさんボリューム感に驚かれています、また飾ります！とおっしゃっていただけた。前回の花も小さい花器にいけなおしたりしてワークショップの内容を実践しているという方も。

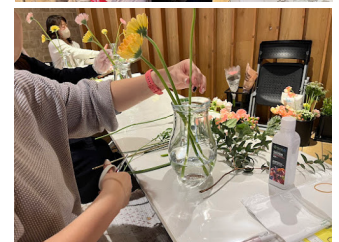
◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの

評価※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

・有料制にしてよかったと思う（会場セッティング、運搬、講師の確保など、準備と当日関わる人件費などがあるため）。

・プログラムとしてはポイントをお伝えして実践していただく時間が十分にあり、初心者の方にぴったりの内容だと思う。

・これを機に花をいけるハードルが下がった方もいらっしゃるのでは、花購入のきっかけ作りになったと思います。



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆有料制「#花のABCワークショップ」実証活動のレポート

「青山フラワーマーケット」(①東京、②札幌、③大阪、④仙台、⑤博多)

①青山フラワーマーケット ハナキチ (東京)

●実施日：2025/2/26 (水) ●参加人数：20名 ●参加費：1,000円 ●フラワーパスポート交換率：70%

②青山フラワーマーケット マルヤマクラス (札幌)

●実施日：2025/2/17 (月) ●参加人数：20名 ●参加費：1,000円 ●フラワーパスポート交換率：90%

③青山フラワーマーケット ルクア大阪

●実施日：2025/2/17 (月) ●参加人数：20名 ●参加費：1,000円 ●フラワーパスポート交換率：95%

④青山フラワーマーケット エスパル仙台

●実施日：2025/2/24 (月) ●参加人数：20名 ●参加費：1,000円 ●フラワーパスポート交換率：90%

⑤青山フラワーマーケット 博多阪急

●実施日：2025/2/22 (土) ●参加人数：20名 ●参加費：1,000円 ●フラワーパスポート交換率：90%

◆集客の方法

①～④弊社アプリ・ホームページのニュース・参加費用徴収はpeatixで実施

→①は弊社告知のみで満席 →②～④は弊社の告知だけでは満席にならず、館でチラシやPOPを作成してもらったところ満席になった。

⑤は告知集客、チケット販売などすべて博多阪急のシステムを使って実施

◆ワークショップ開催時のお客様の様子や反応、評価

どの店舗もお客様の満足度は高かった模様。視認性の高い場所（イベントスペースなど）で開催した店舗では通りすがりの方から「次はいつ実施するのか」等、次回参加したいとの声をいただいていた。館からはこういったイベントを今まで開催したことがなかったので今後も開催したいと好評の模様。

◆ワークショップ開催後の再来店時の花の交換状況や参加者の反応や評価

交換率は高め。その後顧客化したかまでは追えていません。

実施タイミング的にパスポート交換が3月にかかってしまい、店の繁忙期で再来店のお客様とゆっくりお話ししたりまでの対応が難かったのではないかと推察。

◆実施店としての有料制「#花のABCワークショップ」プログラムの評価

※初心者の花購入、花店来店のきっかけづくりの有効性

・本当に初歩的な内容だったが花に触れ合うきっかけになったと思う。教える側も普段の接客とは違ってとても刺激になった。

・栄養剤の有効性など、常にお店でも一言添える程度（お花の栄養剤つけてます。など）のことはやっているがしっかりと伝えられる機会が作れてよかった

・花瓶・はさみなどをお渡しすることで、花を買ってみようとおもうきっかけになったと思う。花瓶だけでなく小瓶や家にある空き瓶などにいける方法が好評だった

→次のページに続く。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

「青山フラワーマーケット」(①札幌、②仙台、③東京、④大阪、⑤博多)

◆実施の様子

▼①青山フラワーマーケット ハナキチ (東京)



▼③青山フラワーマーケット ルクア大阪



▼②青山フラワーマーケット マルヤマクラス (札幌)



▼④青山フラワーマーケット エスバル仙台



◀⑤青山フラワーマーケット 博多阪急



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

(続き)

「青山フラワーマーケット」(①札幌、②仙台、③東京、④大阪、⑤博多)

◆以前、参加費無料で実施していた時と比べて、今回有料化したことで感じられた「有効性」「メリット」など。

→→無料よりは有料のほうが花への興味が深い人が参加してくれると思うので継続的な潜在顧客度は高いと思う。

◆参加者について(既存客か、新規客か?)

→新規がほとんどだと思いますが、店舗の常連さんも数人参加されていました。

◆参加費と仕入原価について

上代換算で8000円(人件費除く) 全店舗共通です。

ワークショップ花材	下代1000円	上代3000円
ピッチャー	下代600円	上代1300円
ハサミ	下代450円	上代900円
栄養剤ミニタンク	下代270円	上代450円
フラワーパスポート花材	下代1000円	上代3000円

下代合計 3320円 上代換算合計 8650円

これで人件費・会場費も含めると実際にはもっとかかっていると思います。

参加者がその後花を買うようになってくれたかは気になるところです。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆「#花のABCワークショップ」参加者によるInstagram投稿事例



2/16post フォロワー 3 いいね 2 (リベルテさん)



2/24 post フォロワー 316 いいね 7 (男性)



2/9post フォロワー 1225 いいね 330

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆ワークショップ実施検証① 体験者アンケートの実施

1.調査概要

「花のある暮らし」を始めるきっかけづくりとして全国**19店**の花店で花のABCワークショップを開催。花の初心者を中心に全国の花屋さんで募集した参加者が「花のABC」として切り花の基礎知識を体験。このワークショップの実施後にアンケートを実施。

参加者にはワークショップの評価及びパスポートの活用、その後の花店への利用意志及び実態、時間的経過の変化よりパスポートの活用及び花への意識変化を聞いている。取り組みの効果と「花のある暮らし」の習慣化に向けた考察を行っている。

1回目アンケート概要

- ・方法及び期間 ワークショップに参加者を対象とした参加後アンケート 1回目
2025年3月実施
- ・対象とスケール ワークショップ実施19店の参加者中
回答者 **244人** （有効回答件数）

2回目アンケート概要

- ・方法及び期間 ワークショップに参加者を対象とした参加後アンケート 2回目
2025年3月実施
- ・対象とスケール ワークショップ実施19店の参加者中
回答者 **102人** （有効回答件数）

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

第1回目アンケート項目

Q1～Q4 花を飾ることの実態・意識
 Q5～Q12 ワークショップ体験評価・得た事・感想
 Q14～Q17 花屋さん利用実態・課題

FACE	年齢・未婚×子どもの有無・職業	
Q1.	自宅でお花を飾っているか	SA
Q2.	切花の活け方（飾り方）やお手入れの知識	SA
Q3.	自宅にある花瓶や道具について、お持ちのもの、活用しているもの	MA
Q4.	花のある暮らしを実践する上で、課題や障害になっていること	MA
Q5.	ワークショップで紹介した花の扱い方について、今回初めて知ったこと	MA
Q6.	紹介した花の扱い方ABCの内容についての評価	SA
Q7.	花の飾り方で役に立ちそうだと、面白いと思った内容	MA
Q8.	ワークショップを体験して、花のある暮らしについての気持ち	SA
Q9.	ワークショップを体験して、自宅用切り花の購入についての気持ち	SA
Q10.	お花に触れて感じた気分	MA
Q11.	参加費はどの位が妥当か	SA
Q12.	今回ワークショップに参加した花店への交通手段	SA
Q13.	気づいた点、要望、感想（自由回答）	FA
Q14.	普段花屋さんに行きますか	SA
Q15.	花屋さんの選び方や使い分けかた	SA(Q14SQ)
Q16.	花屋さんに行った時に、気になることや困ったこと	MA(Q14SQ)
Q17.	花屋さんに「あまり行かない」または「行かない」理由	MA(Q14SQ)

第2回目アンケート項目

Q1～Q3 ワークショップで印象に残っている内容・役に立ったこと
 Q4 フラワーパスポートの利用状況
 Q5～Q9 花屋さんに行ってみての感想

FACE	年齢・未婚×子どもの有無・職業	
Q1.	ワークショップ参加後変化した花のある暮らしの状況	SA
Q2.	ワークショップで、「花の扱い方」で印象に残っていること	MA
Q3.	「花の飾り方」に関する知識で、実際に役に立ったと思うもの	MA
Q4.	「フラワーパスポート」のご利用状況	SA
Q5-1	実際に花屋さんに行ってみての感想	MA
Q5-2	フラワーパスポートを使っていない（花屋さんに行っていない）理由	MA
Q6.	自宅に花を飾る際に、利用したいと思われる花店	MA
Q7.	ワークショップ参加またはフラワーパスポート利用後の花店への心理的ハードルの変化	SA
Q8.	Q7でハードルが下がった、もしくは変わらずハードルを感じる理由（自由回答）	FA
Q9.	Q9「花のある暮らし」を実現する上で、問題と感じていること	FA

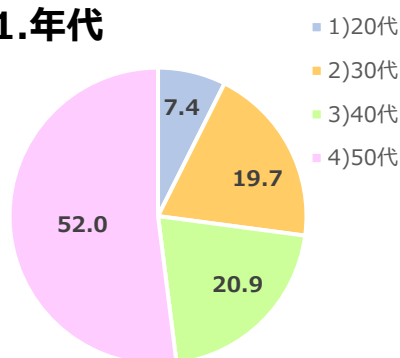
① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

回答者属性

参加者は平均年齢45.2歳。既婚者が70.9%、働いている人が79.5%

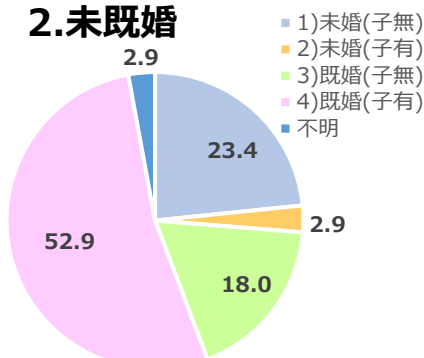
- 参加者は首都圏の在住者が多く、50代が52%を占め、平均年齢は45.2歳。
- 既婚者が7割に達し、子どものいる人が55.8%。職業では勤め人や自営・パートアルバイトなどで働いている人が8割に達した。

1.年代



平均年齢45.2歳

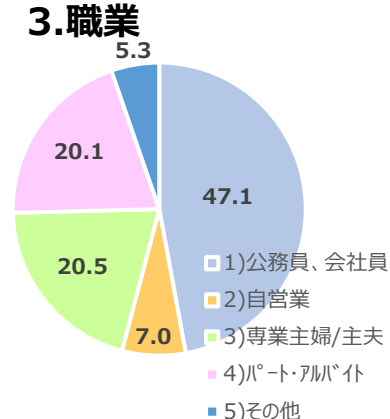
2.未婚既婚



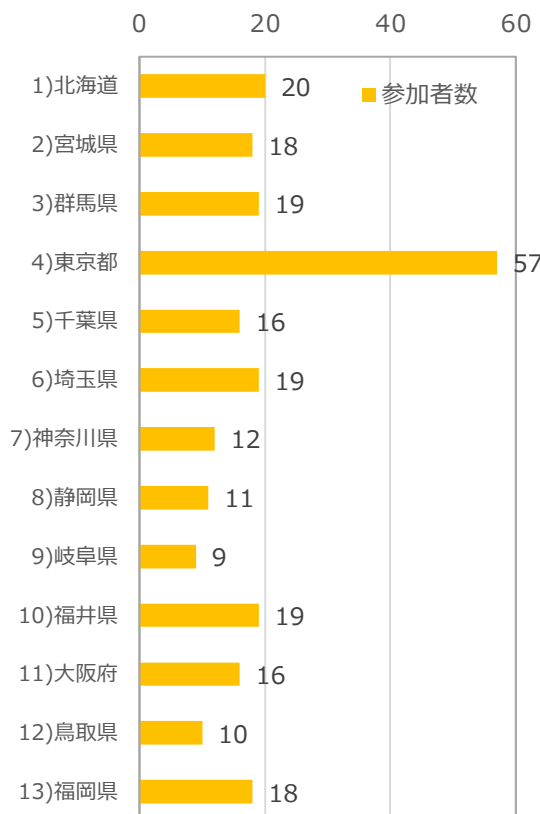
*未婚27.1%

*既婚73.0%

3.職業



4.地域（参加者実数）



5.店舗（参加者実数）

店舗名	n=244
1) 花よ志	9
2) Posy room (花よ志)	10
3) フローラ45	9
4) フラワーカドヤ	19
5) ヒカリカ	9
6) 小椋生花店	10
7) 花と緑のキタザワ	2
8) はなも市原店	11
9) はなも茂原店	5
10) リベルテ 武蔵小杉店	12
11) リベルテ 三鷹店	2
12) リベルテ 亀戸店	17
13) リベルテ 成増店	20
14) リベルテ 浦和店	19
15) AFM 札幌マルヤマクラス店	20
16) AFM ルクア大阪店	16
17) AFM 博多阪急店	18
18) AFM エスパル仙台店	18
19) AFM hanakichi	18

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

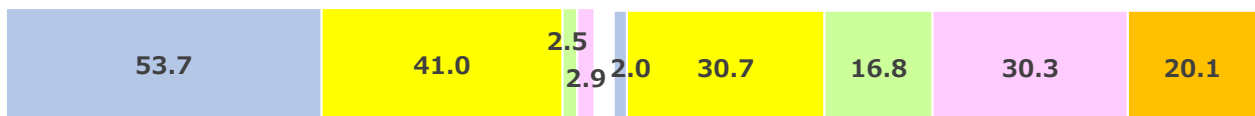
回答者の意識・実態

「花に興味があり定期的に飾っている」が53.7%。「切り花の知識がない」「どちらともいえない」人が67.2%。花屋さんへは「頻繁に」「たまに行く」が合わせて80.7%。今回WSには「花が好きでホームユース率も高い」が、知識には自信のない人の参加が多かった。

●「花に興味があり、定期的に飾っている」が人53.7%。 ●知識は「あまりない」「ほとんどない」人が50.4%。「どちらともいえない」を加えると7割近くが知識に自信がない人。 ●全体の7割以上が大小の花瓶を持っており、花切バサミは52.0%、切り花栄養剤を使っている人が32.0%。 ●花屋の利用については「頻繁に行く(25.8%)」「たまに行く(54.9%)」人が合計で8割に達する。「あまり行かない(13.9%)」「ほとんど行かない(5.3%)」という人は少数派で、花店に足を運ぶことのある人が多かった。

1.ホームユース利用状況

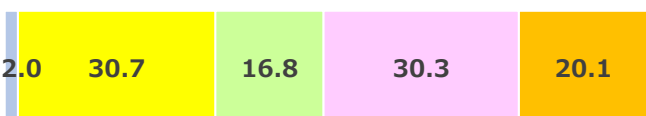
Q1.自宅にお花を飾ることがあるか



- 1) 興味があり、定期的に飾っている
- 2) 興味はあるものの、あまり飾っていない
- 3) 興味はそれほどないが、飾ることもある
- 4) それほど興味がなく、飾らない

2.切り花の知識

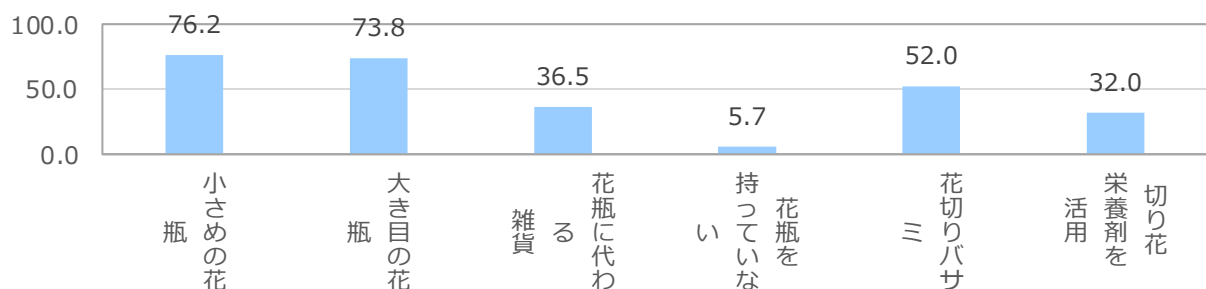
Q2.切花の活け方やお手入れの知識について



- 1) 知識はあると思う
- 2) 少し知識はあると思う
- 3) どちらともいえない
- 4) あまり知識はないと思う
- 5) ほとんど知識はないと思う

3.切り花関係所持品

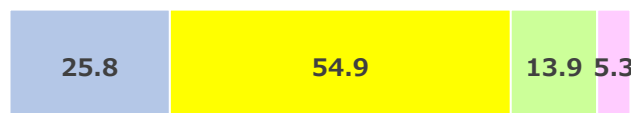
Q3.自宅で所持したり、活用している道具



「花に興味はあるが飾っていない」が4割強。「知識がない」と思っている人は約5割。

4.花屋さん利用状況

Q13.普段花屋さんに行きますか



選択肢「3」「4」はR3年度は47%、R4年度は38.4%、R5年度は31.2%

19.2%

- 1) 花屋さんには頻繁に行く
- 2) 花屋さんにはたまに行く
- 3) 花屋さんにはあまり行かない
- 4) 花屋さんにはほとんど行かない

「たまに行く」が5割強とR4・5年度とほぼ同じ割合。R3年度は4割程度

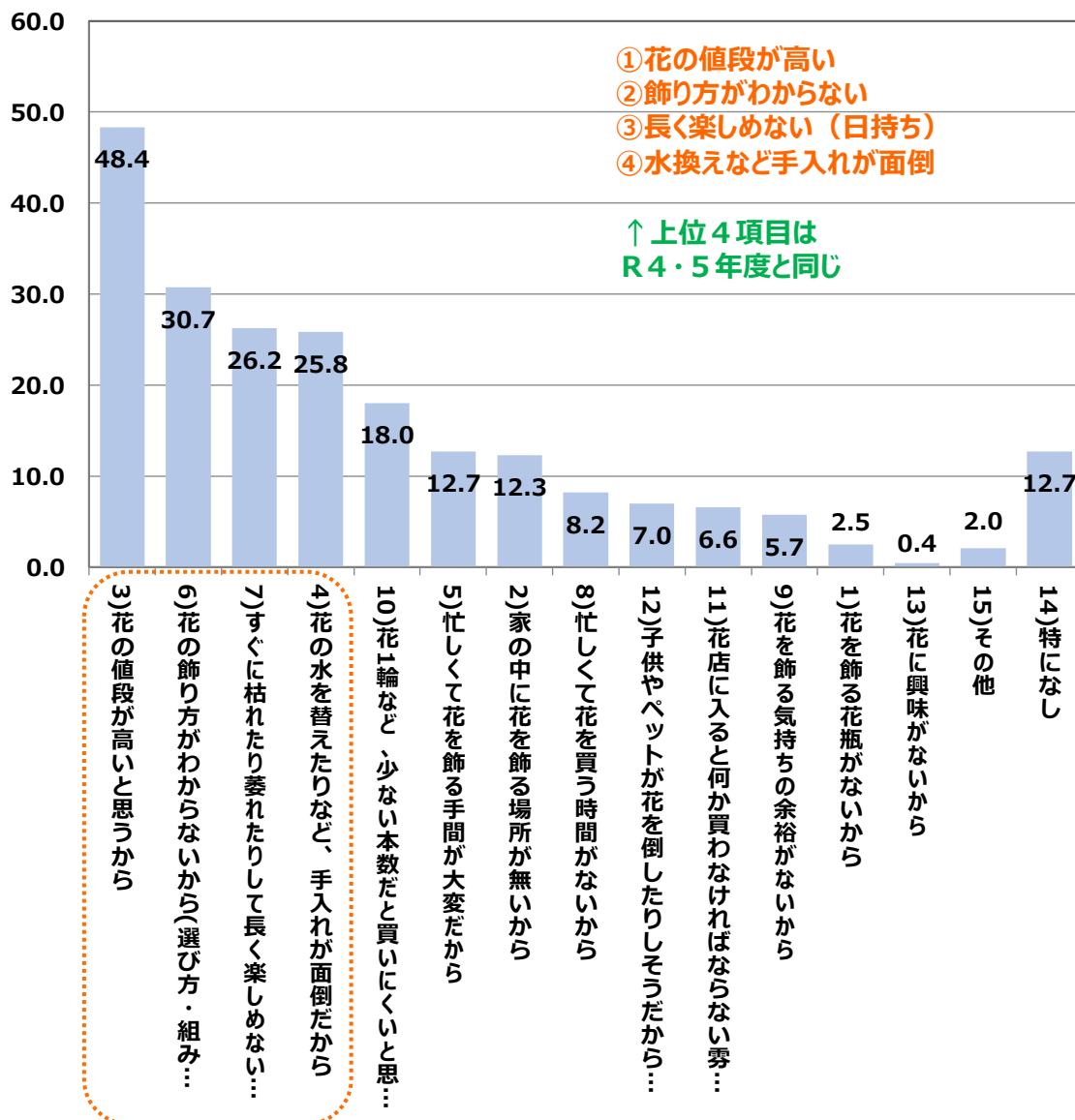
① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

今回の参加者にとって花のある暮らしの課題や障害となっているのは、「花の値段」「飾り方がわからない」「すぐに枯れたりして長く楽しめない」「手入れが面倒」「少ない本数だと買いにくい」など。値段の割にすぐに枯れてしまうもったいなさや、知識不足で満足 of いく楽しみ方ができないことがジレンマとなっているようだ。

- 花を飾ることの課題や障害としては、「花の値段が高いと思う」が最も多く、48.4%※。次いで「飾り方がわからない」30.7%、「すぐに枯れたり長く楽しめない」26.2%、「手入れが面倒」25.8%が、上位項目。※昨年35.7%

花のある暮らしを実践する上で、課題や障害になっていること

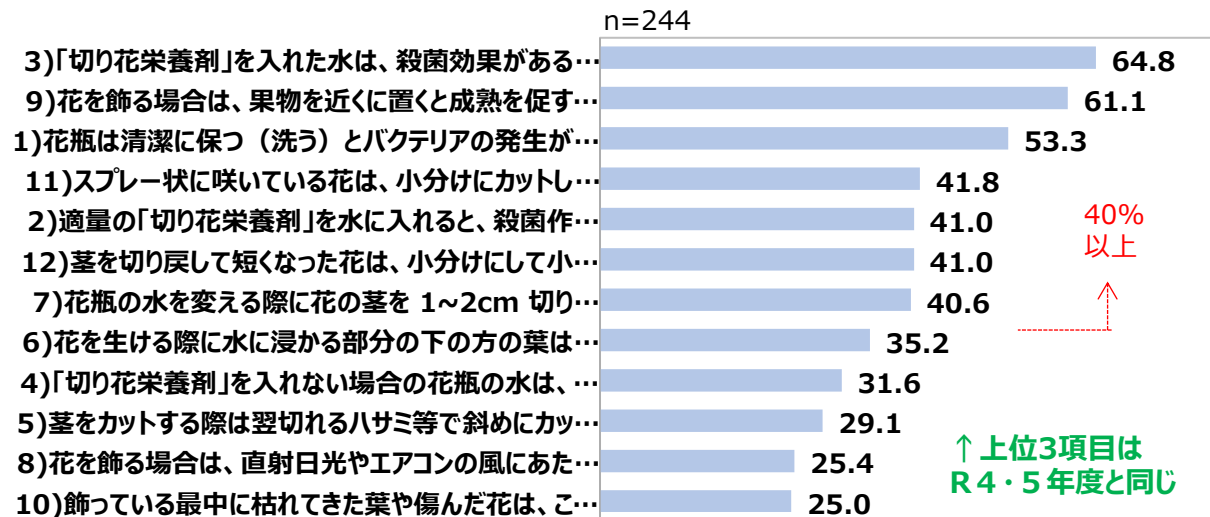
Q4 (MA) % 高い順



① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

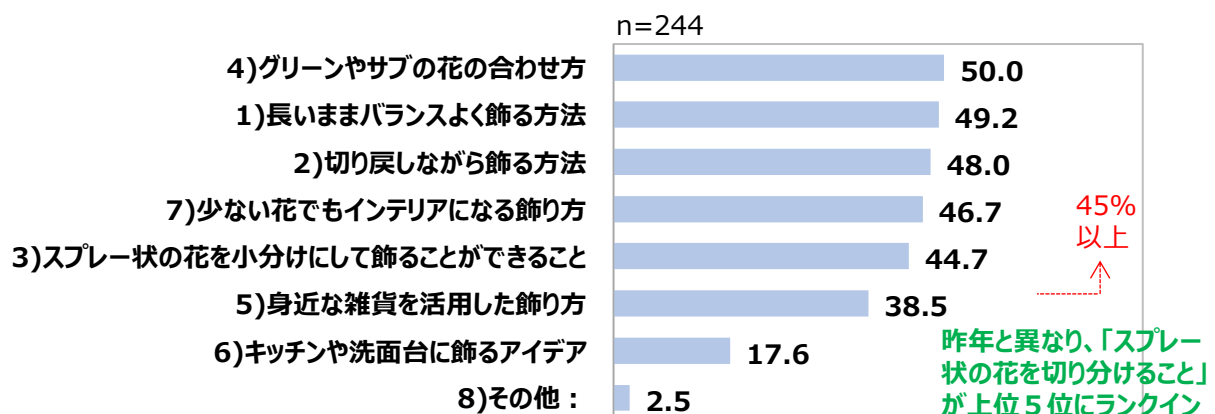
ワークショップ参加で得たこと・感じた気分

ワークショップで初めて知ったこと Q5 (MA) % 高い順



- 「Q5.ワークショップで初めて知ったこと」では「切り花栄養剤を入れた水には殺菌効果があり3日に一度取り替えれば良い」（64.8%）「果物を近くに置くのは避けた方がよい」（61.1%）、「花瓶を清潔に保つと花を長く楽しめる」（53.3%）が上位項目で、花を長く保つための基本的な知識が上位に上がっていた。
- さらに、「スプレー状の花を小分けにカット」「短くなった花は小分けにして小さな器に入れ替える」「水替えの際に茎を切り戻すと水を吸い上げやすくなる」などの花を長く楽しむための小ワザが強く印象に残っている模様。

花の飾り方で役に立ちそう・面白いと思った内容 Q7 (MA)% 高い順



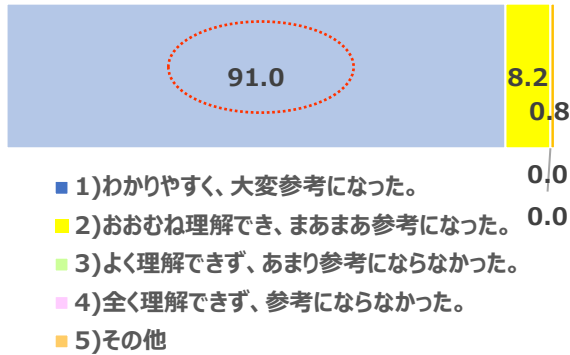
- 「Q7.花の飾り方で役に立ちそう・面白いと思った内容」では、「グリーンやサブの花の合わせ方」(50.0%)「長いままバランス良く飾る方法」(49.2%)、「切り戻しながら飾る方法」(48.0%)、「少ない花でもインテリアになる飾り方」(46.7%)、「スプレー状の花を小分けにして飾れる」(44.7%) など、8項目中5項目で45%以上の評価を得ており、参加者にとって学びの多いワークショップであったと言える。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

ワークショップ体験評価と変化

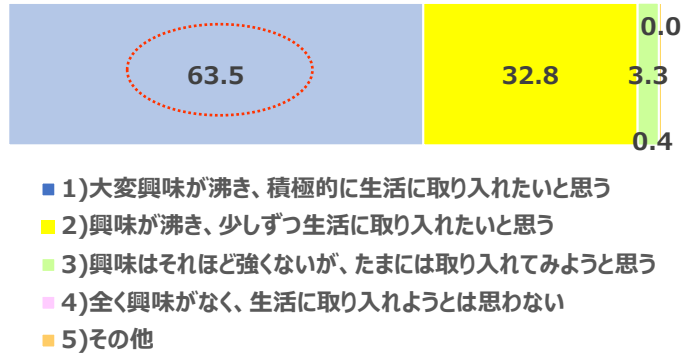
1.花の扱い方ABC の理解

Q6.紹介した花の扱い方ABCの内容の評価 (SA) %



2.ワークショップ体験結果

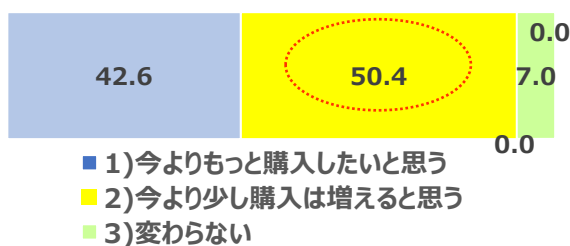
Q8.体験後の花のある暮らしについての気持ち (SA) %



- ワークショップ体験後、91.0%と非常に多くの人が「今回のWSが参考になった」と回答し、大成功を得た。
- 「大変興味が沸き、積極的に生活に取り入れたい」という人は全体の63.5%。「少しずつ取り入れたい」と回答した人を合わせると、全体の96.3%が「花に興味を沸き、生活に取り入れたい」と答えている。花を長く楽しむための扱い方や、上級テクニックをしっかりと伝えたことが大成功の要因と考えられる。

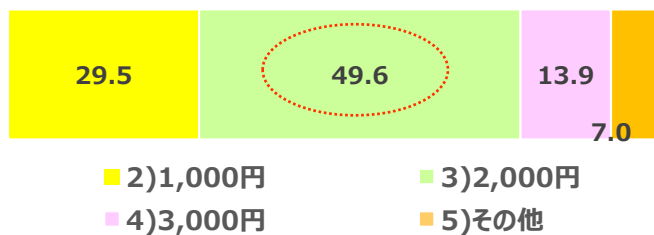
3.ワークショップ体験後の切り花の購入意向

Q9.体験後の自宅用切り花購入の気持ち (SA) %



4.ワークショップの料金設定

Q11. 有料で開催する場合、参加費はどの位の料金が妥当か (SA) %

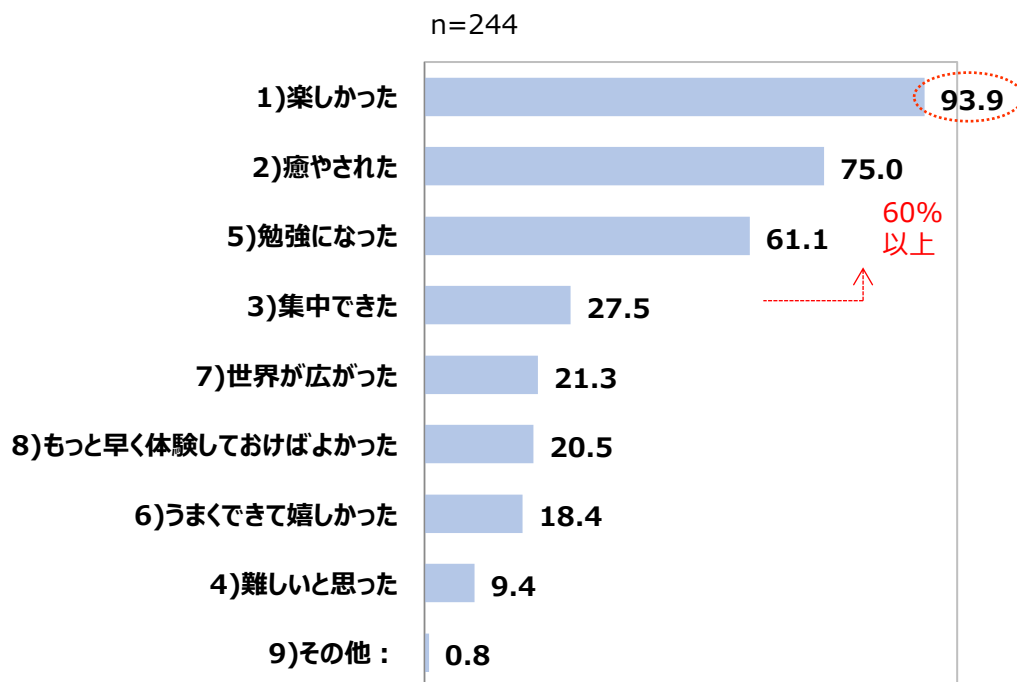


- 「今よりもっと購入したい」「今より少し購入は増える」と積極的な購入意向を見せている人は93.0%。自宅に花を飾る事への意識が高まっている。
- 参加費の料金設定については、「1000円」が29.5%で「2000円」が49.6%。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

ワークショップ体験後の気分

(お花に触れて感じた気分) Q10 (MA) % 高い順



- Q10.お花に触れて感じた気分では、「楽しかった」(93.9%)という評価が最も高く、次いで「癒やされた」(75.0%)、「勉強になった」(61.1%)などの好評が得られていた。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

自由回答 ワークショップ内容についての感想（まとめ）

- Q12で寄せられたワークショップ参加後の感想についての自由回答をまとめた。全回答件数は62件。
- 「全体」「年代別」「花の経験別」で回答をまとめた。回答数99件

1. 楽しさや満足度

■ 心が癒された、楽しいひとときでした

- 無心になれてお花の美しさに改めて癒やされました。普段の忙しさを忘れることができました。
- ワークショップに参加してとても楽しかったです。お花に触れる時間が自分にとってとても大切だと感じました。
- とても楽しく、お花を身近に感じることができました。また是非開催してほしいです。

■ 思いがけない驚きや発見があった

- ガーベラやスイートピーなどお花の種類によって切り方の違いが初めてわかり、目から鱗でした！
- 普段自分では買わない桜やコデマリの枝ものがあって嬉しかった。家に帰ってまた生け直す時間も楽しかった。
- 結構勘違いして覚えていたことが多く、それを正せたり新しい知識を得ることができて充実しました。

■ また参加したい気持ちになる

- 何度でも参加したい気持ちになりました！次回は友人も誘って参加したいと思います。
- 次のステップの講習があればぜひ受けたいです！季節に応じたテーマがあったら素敵だなと思います。
- また機会があれば参加したいです。参加者同士の交流も楽しかったです。

2. 学びや発見

■ 新しい知識が得られた

- ダリアの花の茎の切り方を知り、とてもよかったです。
- ガーベラやスイートピーなど切り方の違いが初めてわかり、目から鱗でした♪。
- 知らない事ばかり習うことができ、大変勉強になりました。

■ お花に対する興味が深まった

- 普段自分では買わない桜やコデマリの枝ものがあって嬉しかった。
- お花屋さんへ行くハードルが下がり、もっと通いたくなりました。
- 「普段選ばない色の組み合わせでしたが、興味が湧きました。

3. 教室や講師への評価

■ 講師やスタッフへの感謝

- 丁寧な対応と、気さくに声をかけで楽しく学べました。講師の方がとても素敵で、説明もわかりやすく、充実した時間を過ごせました。
- お花をいけている時に、気持ちが上がるような声掛けをし気持ちよくお花に触れる機会となりました。講師の方の優しさが印象に残りました。
- 講師の説明が丁寧でわかりやすかったです。スタッフの方々が終始親切で質問もしやすく、とてもありがたかった

■ 値段以上の満足度は価格と企画内容

- 参加代金がとてもお手軽価格で、盛りだくさんなお花の量で、大満足でした！複数回受けられる講座があれば、ぜひ参加したい
- 自分用のお花を購入するときでも質問しやすい雰囲気を感じ、気軽にお花を楽しめる機会を得られた。費用以上の価値
- ベースだけでなく、ハサミや栄養剤、フラワーパスポートまでついていて、参加費用が安すぎてびっくりしました。このようなビギナー向けの内容が継続的にあると嬉しいです。
- 説明用のレジュメが可愛くてわかりやすかったです。
- 栄養剤やハサミまでついていて参加費用が安すぎて驚きました。お花の量が豊富でとても満足でした。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

4. 要望

■ 継続的な開催を期待

- また参加したいです！月1回くらい開催されると嬉しいです。
楽しかったので、また開催してほしいです。定期的に開催してほしいです

■ すごくコスパが良い。是非継続を

今回のお花の講習は破格で、ピッチャーや思った以上の花材の量が含まれていました。栄養剤も。扱い方も丁寧に教えていただき、大変満足しました。今後も、もっと高くても良いので、このような機会が増えればぜひ参加したいです。
リーズナブルでとてもハードルが低く申し込みやすかったです。さらに、お値段の数倍に匹敵する質の高い内容と豊富な花材に大満足でした。何度でも参加したい気持ちになりました。
ベースだけでなく、ハサミや栄養剤、フラワーパスポートまで付いていて、参加費用が安すぎてびっくりしました！内容が充実していて、初心者にも親しみやすい価格設定だったので、友人にもぜひおすすめしたいと思います。

■ より詳細な知識を学びたい

- テーマを決めたワークショップがあると良いです。
- 花瓶や花の扱い方など、より深い学びを提供してほしいです
- 次のステップの講習があればぜひ受けたいです。
- 大阪でもレッスンをしてほしいです。

1. 年代別共通項目

- **共通する点**：年代に関わらず、「楽しい」「参加しやすかった」「また参加したい」というポジティブな評価が共通して見られる。
- **興味の広がり**：若い世代は「花を身近に感じる」きっかけとし、年齢が上がるにつれ「知識の深まり」や「生活の充実」に繋げる傾向がある。

2. 年代別特徴

【20～30代】

- **特徴**：若い世代では「楽しい」「癒された」といった感情的な満足感が多く見られる
「手軽に参加できた」「お値段がリーズナブル」という点を評価する声が目立つ。
- **コメント例**：
 - ・ 「とても楽しかったです！」（20代）
 - ・ 「参加代金がとってもお手軽価格で、大満足でした！」（30代）

【40～50代】

- **特徴**：具体的な学びや気づきを得たというコメントが多く、「勉強になった」「知識が増えた」といった表現が頻出した。また、花の扱いや飾り方への興味が深まったという声も目立つ。
- **コメント例**：
 - ・ 「切り戻しの方法を知り、とてもよかったです◎」（50代）
 - ・ 「知らない事ばかり習う事ができ、大変勉強になりました」（40代）

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

今後の可能性（態度変容への示唆）

※無料開催であったR4・5年度と同様、9割以上に態度変容が見られた

大変興味がわき積極的に取り入れたい＋
興味がわき少しずつ生活に取り入れたい

= **96.3%** (R5も96.3%)

今よりもっと購入したい＋今より少し購入が増える

= **93%** (R5は93.5%)

高評価を得られた要因

1. **楽しい体験** 花に触れることで心が癒され、日常の忙しさを忘れるひとときとなったことが、参加者の高評価につながっている。
2. **学びの提供** 参加者に新しい発見があった模様。
3. **リーズナブルな価格設定** 初心者でも参加しやすい価格帯が、多くの人々の参加を促す要因となったようである。

今回は有料のワークショップであったので、もともと花への興味や意識が潜在的、顕在的にある人たちと言える。よって有料であっても期待以上の中身であったという印象が持たれた。全体的には、今回のワークショップは例年以上に、参加者の満足度は高いものだった。よって以下のような異なる価格帯のワークショップのニーズも見られる。

- 複数回開催してほしい
 - 季節ごとのテーマや花材を活用したワークショップの開催
- 次のステップの提供
 - 初心者向けだけでなく、もう一段進んだ技術やテーマを学べるプログラムの追加
 - 「枝物や季節感をテーマにしたアレンジ方法」など、より深い知識の提供

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

ワークショップ参加者2回目アンケート サマリー

1.2回目回答者プロフィール

2回目回答者の平均年齢は47.5歳、既婚の有職者が多いが、1回目より専業主婦（夫）も増えている。花は自宅をよく飾っているが、切り花の知識にそれほど自信があるわけではない人達。有料化により平均年齢が上昇し、“花好き”な人が集まっ（てしまっ）たとみられる。

- 1回目より50代以上が多く、65.6%。既婚者が75.0%、専業主婦が28.4%だった。
- 1回目2回目ともに、自宅をよく花を飾っている人が多いが、切り花の知識は「少し知識はあると思う」が最も多く37.1%で、知識には自信がない人の方が多かった。

2.ワークショップ参加後の意識の変化

ワークショップ参加後、71.6%が花を暮らしに取り入れ始めた。

- 全体では「積極的に花を暮らしに取り入れた」41.2%、「少しずつ取り入れ始めた」30.4%で、71.6%がワークショップをきっかけに花を暮らしに取り入れている。加え「たまには取り入れてみようと思い始めた」人が22.5%で、9割以上が花のある暮らしを意識するようになった。

3.ワークショップ参加後の意識の変化及び感想

現在もワークショップで印象に残っていることは水を清潔に保ちながら花を長く楽しむテクニック。役に立ったことは、切り戻し方やバランスよく飾る上級テクニック。

- 2回目は、「花瓶を清潔に保つと花を長く楽しめる68.6%」「切り花栄養剤を入れると3日に1回の水替えでよい62.7%」「茎を切り戻して短くなった花は小分けにして小さな器に活け替えると長く楽しめる51.0%」「栄養剤の殺菌作用と栄養補給効果で花を長く楽しめる49.0%」「水に浸かる部分の下の方の葉は取り除くと、水を綺麗に保ちやすくなる46.1%」などの、“水の状態を良くして花を長く楽しむための基本的なコツ”が印象に残っているようだ。

4.フラワーパスポート利用と訪店花屋さん評価

フラワーパスポート利用者は全体で82.4%。WSに参加したことで花への興味がさらに高まり、講師がお店の人だったことや、お店への親近感などが足を運ぶ理由となった。

- 82.4%がパスポートを利用し、13.7%がその後も同じ店に足を運んだ。
- パスポートを利用した人やその後も同じ店を訪れた人の感想では「もっと花の事を知りたくなった51.0%」「ワークショップの先生がいるので安心して行ける49.0%」「店員さんと気軽に話すことができた39.8%」「フラワーベースにも興味が出てきた38.8%」となっている。
- パスポート非利用者7人の利用しなかった理由は「日々忙しくて利用する時間がないから」「持ち帰った花がまだキレイだから」「引き換え期間が短い（その他自由回答）」など。

2.- ① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

ワークショップ参加者2回目アンケート サマリー

5.利用したい花屋さんとは

まずはオープンな雰囲気、買うつもりがなくても気軽に入ることができ、自分で花の名前や値段、旬の花などを自由に確認することができるお店。その上で気兼ねすることなく店員と会話ができ、上手に飾るコツなど花を自宅で楽しむためのサポートが得られるお店が望まれている。

- 利用したい花店としては「オープンで入りやすい」「買わなくても気軽に花を見られる」「花の名前や値段が詳しく表記されている」「季節のおすすめや旬の花がわかりやすく並んでいる」が60%以上の上位項目で、店員に「わずらわされることなく」（ひとりでも）入りやすく、値段もわかり、かつ出やすい”店。次に期待されるのは「店員さんに気軽に相談できる」「花の鮮度や珍しい花などこだわりを感じる」「飾り方や長く楽しむちょっとしたコツがわかる」お店が挙げられた。

6.ワークショップ後のハードル変化

ワークショップ後、52.0%が今まで持っていた花店へのハードルが下がったと回答。自由回答では、「少量でいい」や「自由に飾っていい」というマインドの獲得が、全体に共通するブレイクスルーになっている。「切り花は自分のスタイルで楽しめればいい」と思えることが、継続や再訪意欲の鍵となっている。

Q8花を飾ることの実態別 ハードルが下がった／変わらず感じる理由の自由回答分析まとめ

Q1実態別	ポジティブな変化	新たなハードル
自宅で花を飾っていない人	● 「思ったより楽しい！」が強く出る ● 扱い方を知ってガラッと意識が変わる人が多い	● 小さな失敗（花が枯れた、飾り方に自信がない）で再び遠のくケースあり
花に興味があり飾っている人	● 「やっぱり好き」と再認識し、継続意欲が高い ● 自己流からプロの知識を得てアップデート	● より高い期待を持って店舗に行く → 接客で失望する場合もある

7.花のある暮らしへの課題（自由回答）

花のある暮らしを実現する上での課題としては、【価格・気温・手間の3要素】が特に多く、暮らしの中で“続けること”へのハードルとなっていることが読み取れた。

Q1実態別	ポジティブな変化
自宅で花を飾っていない人	● 年齢・婚姻ステータス問わず「生活の中での優先度が低い」という共通構造あり。特に30代既婚層では、育児や家事の物理的制約が強く出る傾向。
花に興味があり飾っている人	● 年齢が上がるほど「花のある生活」が定着し、価格・品質・花の持ちに対する“ユーザー目線の目利き”が育っている。もともと花が好きなため、上手に切り花を生活に取り入れることができている。

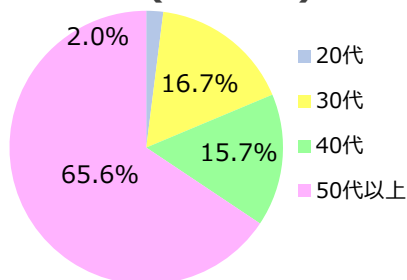
① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

第2回目アンケート：#花のABCワークショップ体験1～2ヶ月後 102名

回答者属性

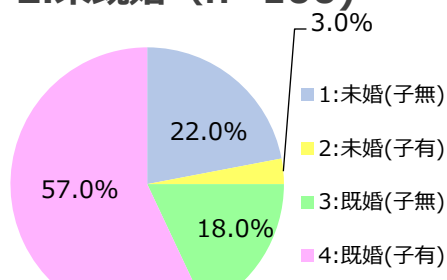
■参加者の平均年齢47.5歳。既婚者が75.0%、働いている人が71.6%だが専業主婦率も増加。

1.年代(n=102)



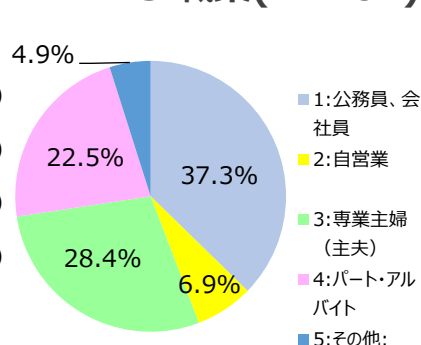
平均年齢（換算）47.5才

2.未既婚 (n=100)

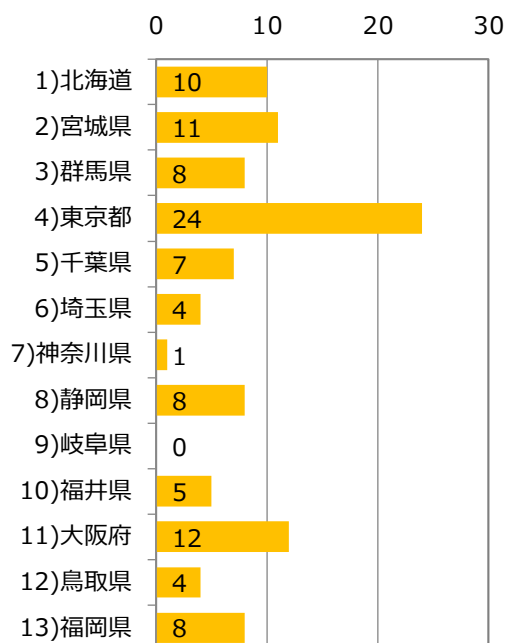


※不明者2名を除いて集計

3.職業(n=102)



4.地域 (n=102)



※数字は店舗ごとのアンケート回答者数。

5.店舗

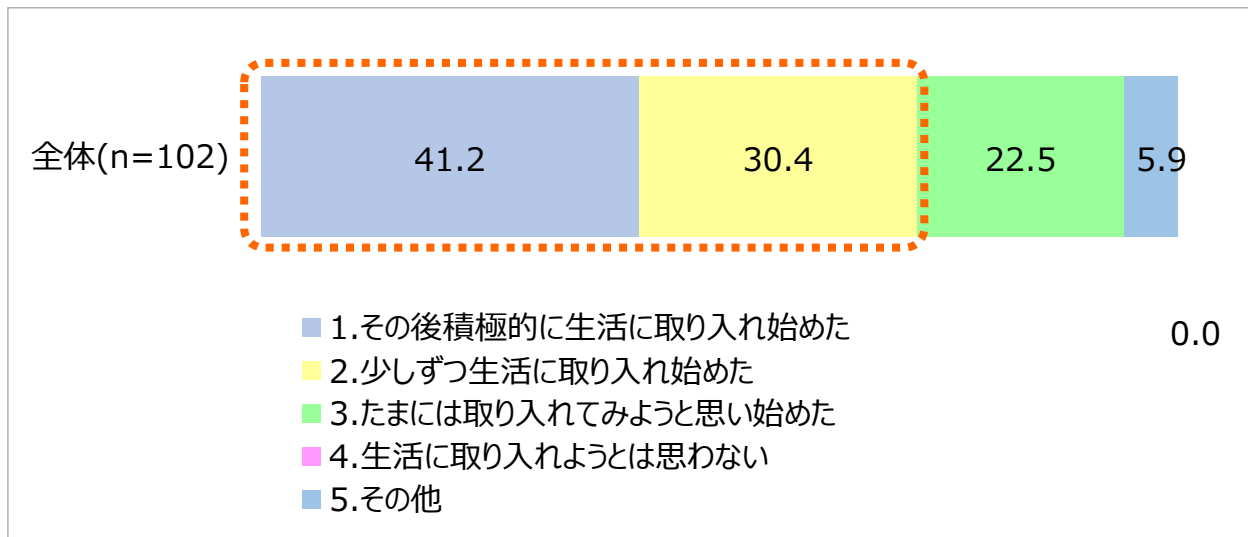
店舗名	n=102
1) 花よ志	5
2) Posy room (花よ志)	3
3) フローラ4 5	5
4) フラワーカドヤ	5
5) ヒカリカ	0
6) 小椋生花店	4
7) 花と緑のキタザワ	3
8) はなも市原店	7
9) はなも茂原店	0
10) リベルテ 武蔵小杉店	1
11) リベルテ 三鷹店	3
12) リベルテ 亀戸店	6
13) リベルテ 成増店	7
14) リベルテ 浦和店	4
15) AFM 札幌マルヤマクラス店	10
16) AFM ルクア大阪店	12
17) AFM 博多阪急店	8
18) AFM エスパル仙台店	11
19) AFM hanakichi	8

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

ワークショップ参加後の態度変容

1. ワークショップ参加後の変化

ワークショップにご参加後、花を暮らしに取り入れることについて変化はありましたか。Q 1 SA %



- 全体では「積極的に花を暮らしに取り入れた」41.2%、「少しずつ取り入れ始めた」30.4%で、**全体の71.6%がワークショップをきっかけに花を取り入れ始めている。**
- 「たまには取り入れてみようと思い始めた」の22.5%を加えると、**94.1%の人が花のある暮らしを意識するようになっている。**

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

フラワーパスポート利用状況

1. フLOWERパスポート利用状況

全体(n=102)

82.4

3.9 13.7

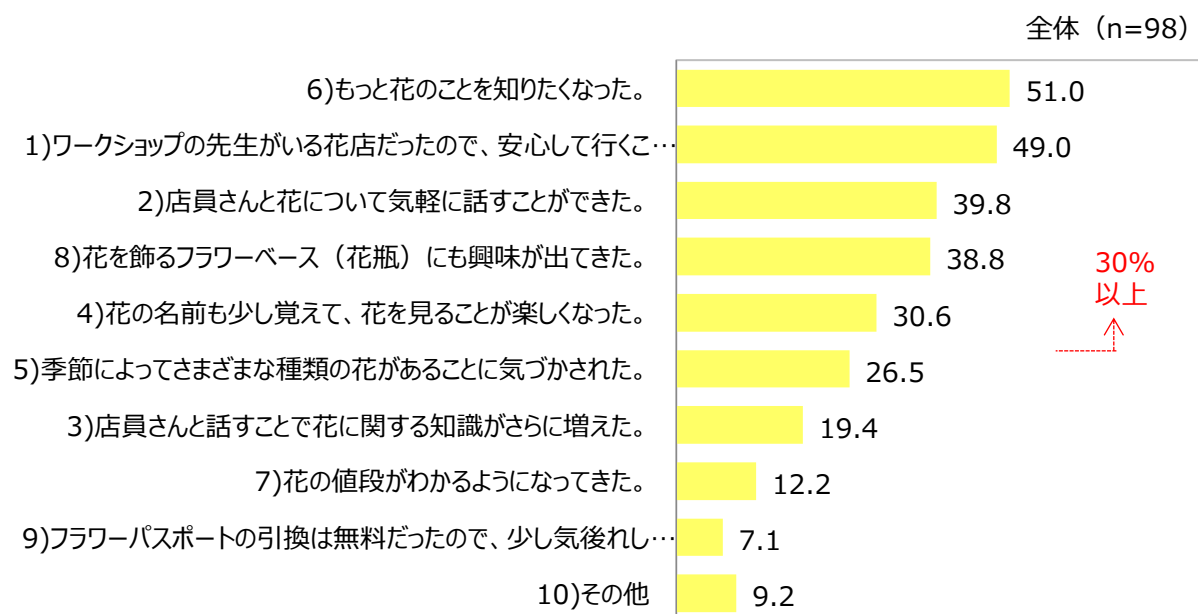
■ 1) 1回だけ利用した

■ 2) 利用していない

■ 3) フLOWERパスポートを利用し、その後同じ店舗で自分でも購入した。

2. フLOWERパスポート利用者感想（上記の1と3）

花屋さんに行った方にお聞きます。実際に花屋さんに行ってみてどうでしたか？ Q5 MA



■ **82.4%がパスポートを使用**（今年の81%から微増）、13.7%がその後も店に出向いている。使わなかった人は3.9%とわずかだった。

■ その後花屋さんに行った人の感想では「もっと花の事を知りたくなった」が51.0%、「ワークショップの先生がいるので安心して行けた」が49.0%、「店員さんと気軽に話せた」39.8%、「フラワーベースにも興味が出てきた」38.8%、「花を見ることが楽しくなった」33.9%、など、店員と気軽に話せるきっかけとなり、花への興味や楽しみが大きくなっている。

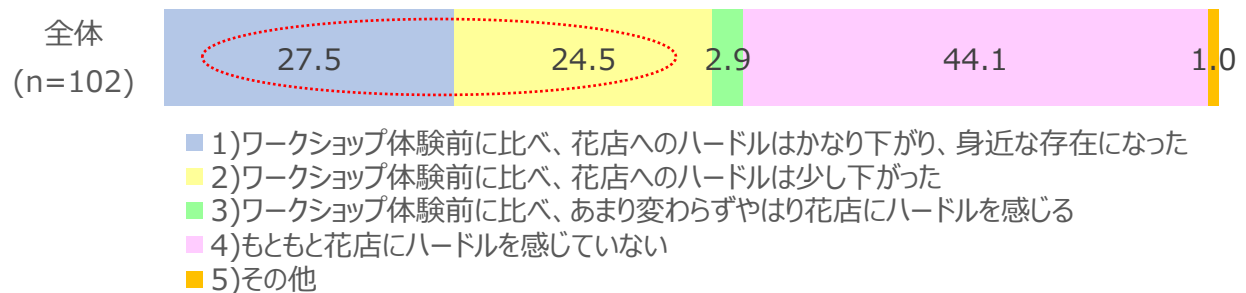
① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

花店へのハードルの変化

1. ワークショップ後の花店へのハードルの変化

今回のワークショップおよびフラワーパスポートを通じて、花店への心理的ハードルは以前と比べて変わりましたか。

Q7 SA %



- 2回目の回答者は1回目と比べて自宅で切り花を定期的に飾っている人が増えたため、全体の44.1%が「もともとハードルを感じていない」と回答した。
- 「体験前に比べ、ハードルはかなり下がり、身近な存在になった」が27.5%、「ハードルは少しは下がった」と答えた人が24.5%。回答者の半数が「ハードルが下がった」と回答している。
- 「変わらずハードルを感じる人」はわずか2.9%で、今回のWSが花店に足を運ぶための心理的障壁をげるきっかけになったと言えるだろう。

2. 花店へのハードルが下がった理由・自由回答（詳細は次ページ）

Q8 花店へのハードルが下がった、もしくは変わらずハードルを感じる理由を教えてください。
（自由回答）

回答数 54件／102人中	
かなり下がった	27件
少し下がった	24件
変わらずハードルを感じる	3件

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

花店へのハードルが下がった理由・自由回答

■ Q8で“ハードルが下がった”と答えた人（FA回答者件数：かなり下がった27件、少しさがった24件）

① 知識・経験の向上（ワークショップ参加の効果）

- 花の扱い方や飾り方のコツを知ったことで、**心理的なハードル**が下がった。
- ワークショップを通じて、「**少ない本数でもOK**」「**自分なりの飾り方でよい**」などの**気づき**を得た。
- 花の手入れ方法、長持ちさせる工夫などを学んだ。

【回答例（要約を含む）】

「お花の扱い方を詳しく知ることができて、楽しみ方がわかった」
「花瓶いっぱいに生ける必要はないと知った」

② お店・店員との心理的距離が縮まった

- 店員と**話やすくなり、質問もしやすくな**った。店員との会話で「**お店が交流の場**」になったとの声も。

【回答例（要約を含む）】

「気軽にスタッフさんと話せるようになった」
「お花屋さんがお友達との交流の場となった」

③ 先入観の払拭・無知の解消

- 奥まで入りにくいという**心理的障壁がなくなった**。
- **一輪買い、少額でもOK**という認識の変化。
- **自分のペースで選べるようになった**安心感。

【回答例（要約を含む）】

「一輪だけでもかわいく飾れる」
「部屋に少し飾る用だけでも買いに行ける気軽さがあるのを知らなかった」

■ Q8で“変わらずハードルを感じる”と答えた人（FA回答者件数：3件）

① 価格面のハードル

- **花の価格が高い**という印象が拭えない。
- **少量でも高く感じる**ことがある。

【回答例（要約を含む）】

- 「アレンジ料など含めて意外と高い」
- 「**子育て中なので**花にお金をかけられない」

② 店舗体験との一貫性・信頼の問題

- ワークショップで良い印象があっても、**店舗対応でがっかりした**という声。
- **初心者への配慮が足りず**、購買体験でモヤモヤが残った。

【回答例（要約を含む）】

「期待して行ったのにアドバイスがなかった」
「初心者には花の良し悪しの判断が難しい」

③ 環境・雰囲気に対する不安

- 店内に他に客がいないと落ち着かない。
- 入店後に「目的がないと行きづらい」という意識。

【回答例（要約を含む）】

「居心地の悪さを感じる」
「ギフト目的じゃないと肩身が狭い」

- 今回のWS参加により花店へのハードルが下がったと回答した人は、WSで知識が向上したり切り花への先入観が払しょくされたことで自信が付き、またスタッフと顔見知りになったことなどからお店を身近に感じて気軽に足を運べるようになっていく。
- 「少量でもいい」「自由に飾っていい」というマインドの獲得が、全体に共通するブレイクスルーになっている一方で、店頭での体験（雰囲気・接客対応）にギャップがあると、むしろマイナスに働くことも。
- 「自分のスタイルでいい」と思えることが、継続や再訪意欲の鍵と考えられる。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

2. 花店へのハードルが下がった／ハードルを感じる理由(属性別分析)

① 年代別

年代	ポジティブな変化の要因	残るハードル
20代	● ワークショップでの学びを素直に吸収 ● 「飾ってみて楽しかった」が動機に	● 価格に敏感（「高い」との声が多い） ● 「入りづらい雰囲気」が依然として障壁
30代	● 子育てや家庭との両立の中で「一輪でも楽しめる」ことへの気づき ● 店員との関係性が大きな要因	● 金銭的・時間的コスト意識が強い ● 子連れでは入りづらいという声も
40代以上	● 「こうでなければならない」意識が和らぎ、自由に飾ることへの前向きさ ● 生活に潤いを求め花を取り入れる	● 店員の態度や接客レベルに敏感 ● 「昔の花屋のイメージ」が残っている

② ライフステージ別（仮に子育て中かどうか）

ライフステージ	ポジティブな変化の要因	残るハードル
子育て中	● ワークショップを「自分の癒しの時間」として活用 ● 手軽に飾れることへの気づき	● お金や時間の制約から「習慣化が難しい」 ● 店に子連れで行く心理的ハードル
単身・夫婦のみ	● 時間・気持ちに余裕があり、趣味的な広がり生まれている ● 店舗スタッフとの対話を楽しむ人が多い	● 「特に理由がないと買いに行きづらい」という意識が一部残る

③ Q1花を飾ることの実態別（花への興味と自宅で花を飾るかどうか）

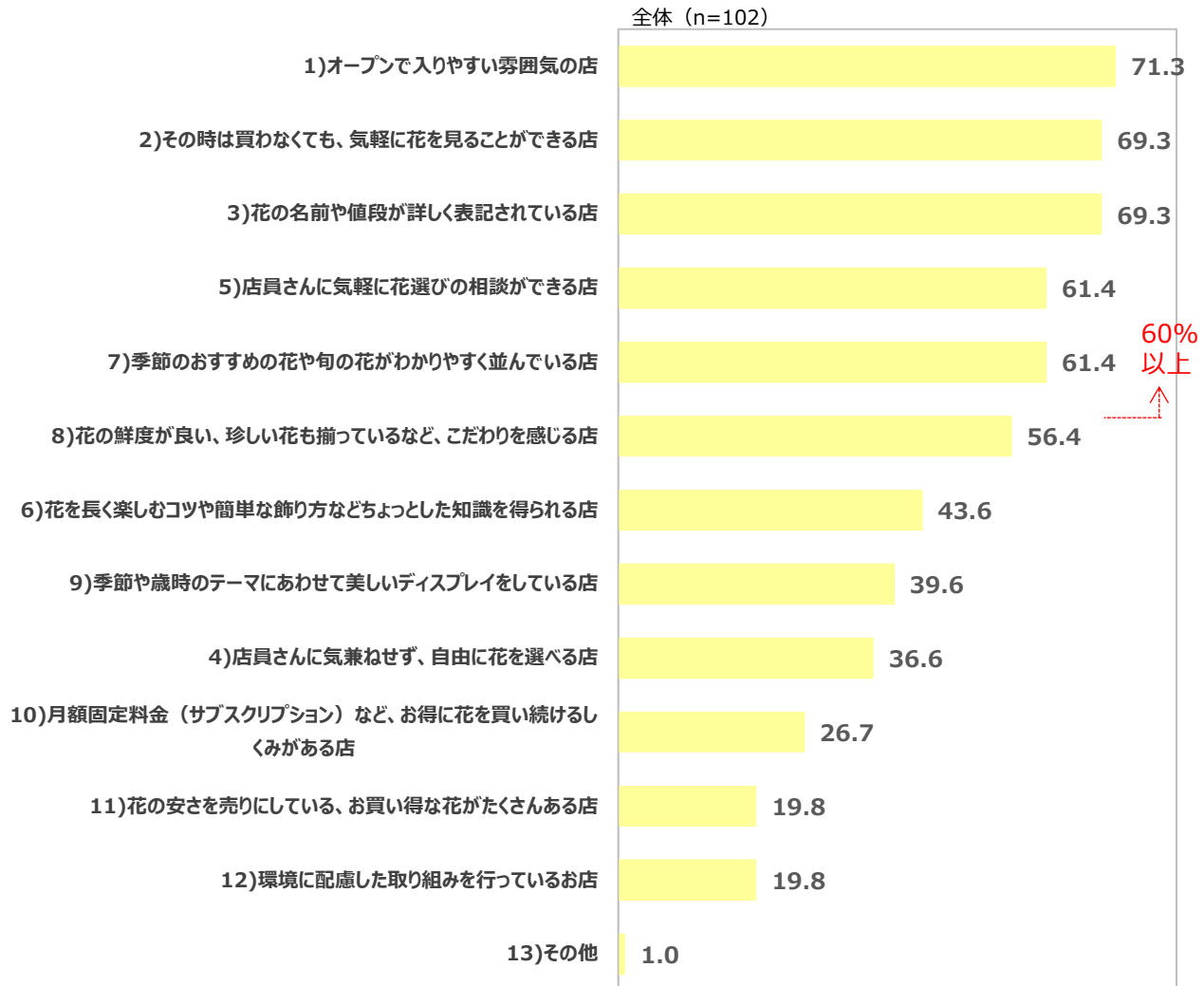
Q1実態別	ポジティブな変化	あらたなハードル
自宅で花を飾っていない人	● 「思ったより楽しい！」が強く出る ● 扱い方を知ってガラッと意識が変わる人が多い	● 小さな失敗（花が枯れた、飾り方に自信がない）で再び遠のくケースあり
花に興味があり飾っている人	● 「やっぱり好き」と再認識し、継続意欲が高い ● 自己流からプロの知識を得てアップデート	● より高い期待を持って店舗に行く → 接客で失望する場合もある

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

利用したい花屋さん像について

1. 利用したい花屋

あなたが自宅に花を飾る際に、利用したいと思われる花店を以下からお選びください。Q6 MA %



「オープンで入りやすい雰囲気（71.3%）」「買わなくても気軽に花を見ることができる（69.3%）」「花の名前や値段が詳しく表記されている（69.3%）」が上位

オープンな雰囲気ですら買わなくても気軽に入ることができ、まずは自分で花の名前や値段を確認することができるお店。次いで「店員さんに気軽に花選びの相談ができる（61.4%）」「季節のおすすめや旬の花がわかる（61.4%）」「花の鮮度や種類の豊富さ（56.4%）」のお店が50%以上。季節の花や珍しい花を目にすることができ、スタッフにも気軽に相談ができ、購入した花を長く楽しむことができるような工夫が凝らされた店が望まれている。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

花のある暮らしへの課題・自由回答まとめ

回答数

74件／102人中

1. 花のある暮らしへの課題

Q9 「花のある暮らし」を実現する上で、問題と感じていることは何でしょうか？(FA)

① 金銭的負担・価格に関する課題（33件）

●全体の約42%が価格を課題として言及。

- 「値段が高い」「物価高で仕方ない」「気軽に買えない」「生活必需品ではないため優先度が下がる」といった声が多く見られた。回答例：「1本だけだと購入しにくい、花束は高いので」「欲しい花を欲しいだけ購入できない」「生活必需品ではないため、優先度が後回しになってしまう」

② 気温・季節・室温による花の持ちの悪さ（16件）

●「夏場に傷みやすい」「暖房やエアコンで持ちが悪くなる」など、季節要因による課題が多く指摘。

●室温管理に手間がかかることや、気候変動の影響に対する不安の声も。

回答例：「室温が高くなってくこと」「温暖化で暑い日が多く、寒い時期でないと生花が長持ちしない」

③ 手入れ・時間・心の余裕のなさ（15件）

●水替えや花のケアなどの手間が負担という声。

●忙しい日常の中では「飾りたくても手が回らない」「心の余裕がない」といったジレンマが見られる。

回答例：「平日は時間がなくて花の水を変えられない」「花瓶の手入れが面倒」「時間と心の余裕」

④ 環境・スペース・飾る場所の問題（8件）

●「飾るスペースがない」「エアコンとの位置関係」「住環境により置きづらい」など、家庭内の物理的環境がハードルに。回答例：「飾るスペースがあまりない」「家にいる時間が短く、花にとって快適な環境を準備出来ない」

⑤ ペット・子供への配慮（5件）

●「ペットが植物を食べる」「子供が倒す」など家庭事情により飾れないという声も一部で。回答例：「ペットに有害な植物かどうか、注意点を確認する必要がある」「子供が小さいと、手の届く場所に置けない」

⑥ お店へのアクセス・買い方・購入体験（6件）

●「近所に花屋がない」「寄り道でサクッと買えない」など、購入チャネルの不便さを訴える声。

●「サブスク」「アットホームな雰囲気のお店」「安価な1本売り」などの要望も。

例：「通勤途中に入りたいと思う花屋がない」「もっと気軽に買えるお店がほしい」

⑥ 花瓶や花器などの備品の課題（3件）

●「花瓶がない」「花瓶の手入れが面倒」「アレンジの仕方がわからない」といった備品やスキル面での課題も。

上記「花のある暮らしへの課題」については、今後はさらなる普及活動とともに、小さな子どもがいても安心感のある割れない器などターゲットごとのカスタマイズなどを行えばより効果が期待できるものと思われる。

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

【アンケート総括】

今回WS参加により、花店へのハードルが下がったと回答した人は、

- WSで基礎知識をしっかりと学んだこと、
- 花の楽しさを知ったこと、
- 少ない本数でもOK、自分なりの楽しみ方でよいなどの気づきを得たこと、
- スタッフと顔見知りになったことで

などで、花店が身近に感じられるようになった。

またフラワーパスポートがお店に立ち寄る明確な目的となり、心理的障壁を下げることができたものと言える。

回答者全体の71.6%がワークショップをきっかけで花を取り入れ始めていることを考えると、本ワークショップが花の魅力に気づく、花屋さんに行くきっかけになっていると評価してよいのではないかな。

**無料開催、有料開催に関わらず
変わらない効果を得られたと言える。**

① 花の初心者向けホームユース需要拡大定着活動

◆フラワーパスポート＝ワークショップ体験後の送客プログラム

The image shows a flyer for the 'Weekend Flower Flower ABC Workshop' and a registration form. The flyer is green and white, featuring a house icon with a flower inside, the text 'WEEKEND FLOWER 花と素敵な週末を。', a QR code, and the hashtag '#花のABCワークショップ' with 'フラワーパスポート' below it. The registration form is white with a red circle, a date field for '引換期間' (Redemption Period), a name field 'お名前', and a QR code for a YouTube video. It also includes a section for a '投稿プレゼントキャンペーン開催' (Postage Present Campaign) with details about the contest and prizes.

R3年度交換率（3回）：63.2%

R4年度交換率（2回）：86.3%

R5年度交換率（1回）：83.3%



R6年度交換率（1回）：
92.9%
過去最高率達成