

消費者アンケートレポート

オークネット総合研究所

2014年11月17日

『花の購入について』

情報流通支援サービスの株式会社オークネット（本社：東京都港区／社長：藤崎清孝／URL：<http://www.aucnet.co.jp/>）は、「花の購入について」と題したアンケート調査を実施致しました。以下、その回答結果について報告致します。

1. 実施概要

調査方法：インターネット上から回答

調査期間：2014年 9月18日（木）～2014年10月1日（水）

回答数：1,723人

調査企画：オークネット総合研究所

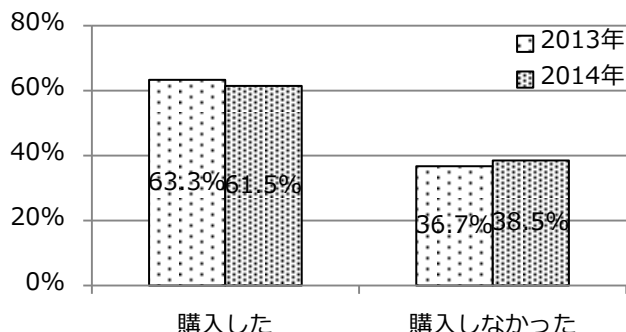
回答群	10代	20代	30代	40代	50代	60代～	計	割合
男性	26	151	223	174	132	85	791	45.9%
女性	32	280	319	166	85	50	932	54.1%
計	58	431	542	340	217	135	1,723	
割合	3.4%	25.0%	31.5%	19.7%	12.6%	7.8%		

2. アンケート結果概要

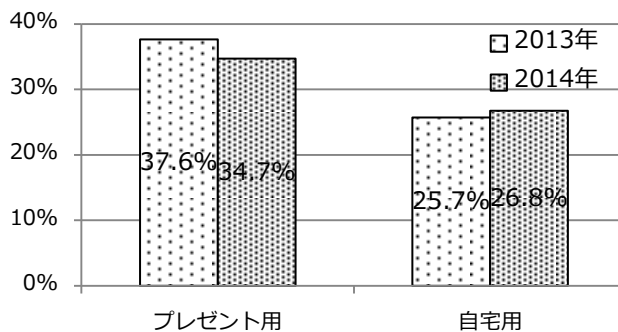
- ・ 過去1年に切り花を購入した回答者は61.5%となり、前回2013年9月の調査と比較すると1.8ポイント減少した。
- ・ 用途別の花の購入は、プレゼント用34.7%、自宅用26.8%となった。
- ・ 花を購入する基準は「好みの品種・品目」が最多(23.5%)となった。前回調査では「価格が安い」が最多であったが、今回5.4ポイント減少した。
- ・ フラワーバレンタインの認知率は全体で15.8%となり、男性14.0%、女性17.3%となった。参加率(受け取った経験も含め)は全体では3.8%に留まったが、30代38.5%が最多となった。
- ・ 花屋で併売してほしいものは「雑貨・手土産」が34.0%と最多となり、次いで「切り花関連商品」26.8%、「仏具関連商品」14.3%となった。

オークネット総合研究所では昨年引き続き、花の購買に関する意識調査を実施した。
 (昨年の結果：<http://www.aucnet.co.jp/research/20130924.pdf>)

まず、過去1年間で切り花を購入した機会について尋ねたところ、購入経験がある回答者は61.5%となり、昨年と比較した結果、全体では切り花の購入比率は1.8ポイント減少する結果となった。(図表1)



図表1：過去1年間の切り花購入有無



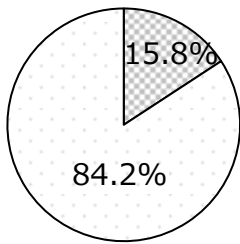
図表2：過去1年間の切り花用途別購入状況

そして、過去1年間で花を購入した回答者に対して、用途別購入状況を確認すると「プレゼント用を買う機会が多かった」が34.7%、「自宅用を買う機会が多かった」26.8%となった。(図表2) また、購入する花の基準について尋ねてみると、「好みの品種・品目」が23.5%と最多となった。前回最多であった「価格が安い」は昨年から5.4ポイントと最も減少した。(図表3) この1年で消費者の購買傾向は、価格重視から好み重視へと変化したことが分かる。花の購買において、2014年4月の消費増税の影響は小さいようだ。

回答群	2013年9月		2014年9月		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
好みの品種・品目	281	23.2%	298	23.5%	+0.3P
好みの色	245	20.2%	284	22.4%	+2.2P
鮮度が良い	145	12.0%	246	19.4%	+7.5P
価格が安い	290	23.9%	235	18.5%	-5.4P
好みの花の形	110	9.1%	103	8.1%	-0.9P
手入れが簡単	6	0.5%	43	3.4%	+2.9P
香りが良い	60	5.0%	39	3.1%	-1.9P
長さがある	53	4.4%	12	0.9%	-3.4P
花言葉が良い	8	0.7%	5	0.4%	-0.3P
好みの産地	11	0.9%	2	0.2%	-0.7P
その他	3	0.2%	-	-	
総計	1,212		1,267		

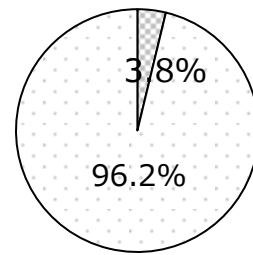
図表3：購入する花の基準

続いて、花き関係者で組織されるフラワーバレンタイン推進委員会が、男性向けに2011年から消費拡大を目的に取り組んでいる「フラワーバレンタイン」の影響を調べるために、認知率・参加率(受け取った経験も含め)について尋ねてみたところ、認知率は15.8%となり(図4)、男女別では男性14.0%、女性17.3%となった。参加率は3.8%となり(図5)、年代別では30代が最多(38.5%)となった。(図6) フラワーバレンタインが日本の代表的イベントとして定着し、消費拡大という目的を達成するためには、まだ時間がかかるようだ。



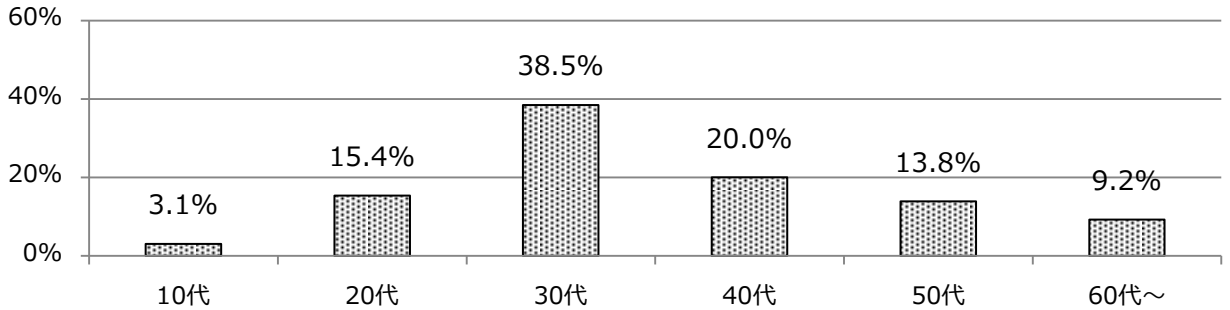
□ 知っている □ 知らない

図表4：フラワーバレンタインの認知率



□ 参加したことがある □ 参加したことはない

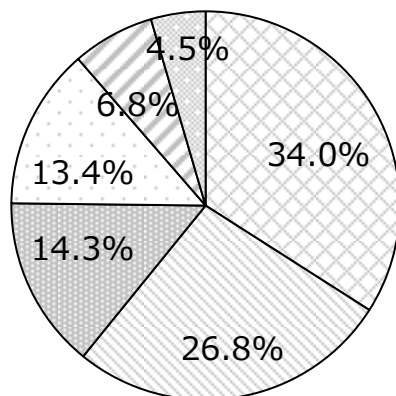
図表5：フラワーバレンタインの参加率



図表6：年代別_フラワーバレンタインの参加率

最後に、フラワーショップで併売してほしいものについて尋ねてみると、「雑貨・手土産」が34.0%と最多となり、次いで「切り花関連商品」が26.8%となった。(図表7)

消費者はフラワーショップに対して、「花を売買する場」だけでなく「花の利用シーンを想定した関連商品も提供する場」を求めているのではないかと推察される。切り花を購入する消費者が減少する中で、切り花併売モデルは消費者とフラワーショップの双方に大きな価値があると同研究所は考えている。



- 雑貨・手土産(菓子・メッセージカード・ワインなど)
- 切り花関連商品(花瓶・ハサミ・書籍など)
- 仏具関連商品(線香・ローソク・らくがん・布巾など)
- 併売希望なし
- 生鮮食品(野菜・フルーツ・魚・肉など)
- 日用品(洗剤・医療品・トイレトペーパーなど)

図表7：花屋で併売してほしい商品について

本資料に関するお問合せは下記までご連絡ください。
また、本資料を利用される際は提供元を「オークネット総合研究所」と明記の上、ご利用ください。

オークネット総合研究所 松井

〒107-8349東京都港区北青山2-5-8

青山OMスクエア

TEL：03-6440-2530

URL：<http://www.aucnet.co.jp/news/>

3. アンケート結果

設問1

経年調査

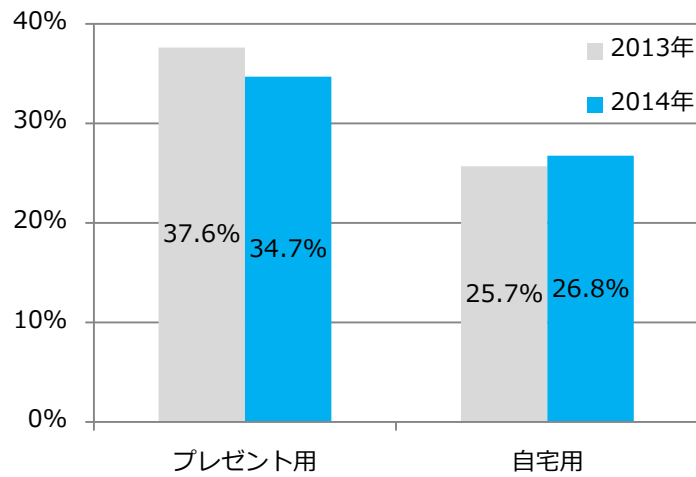
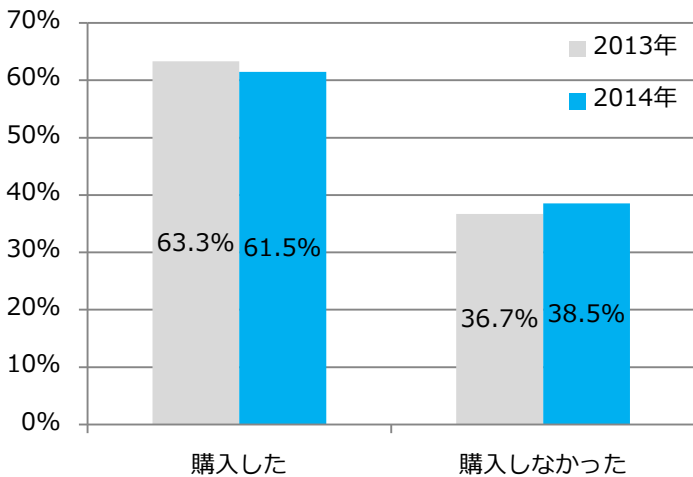
【共通設問】

過去1年で、花（切り花）を買った機会について、お答えください。(n=1,723)

過去1年で花を買った回答者は61.5%となり、そのうち「プレゼント用を買う機会が多かった」が34.7%、「自宅用を買う機会が多かった」が26.8%となった。

2013年9月の前回調査と比較すると花を買った回答者は1.8ポイント減少したが、「自宅用を買う機会が多かった」は1.1ポイント増加した。

回答群	2013年		2014年		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
プレゼント用を買う機会が多かった	656	37.6%	598	34.7%	-2.9P
自宅用を買う機会が多かった	448	25.7%	461	26.8%	+1.1P
買う機会はなかった	640	36.7%	664	38.5%	+1.8P
総計	1,744		1,723		



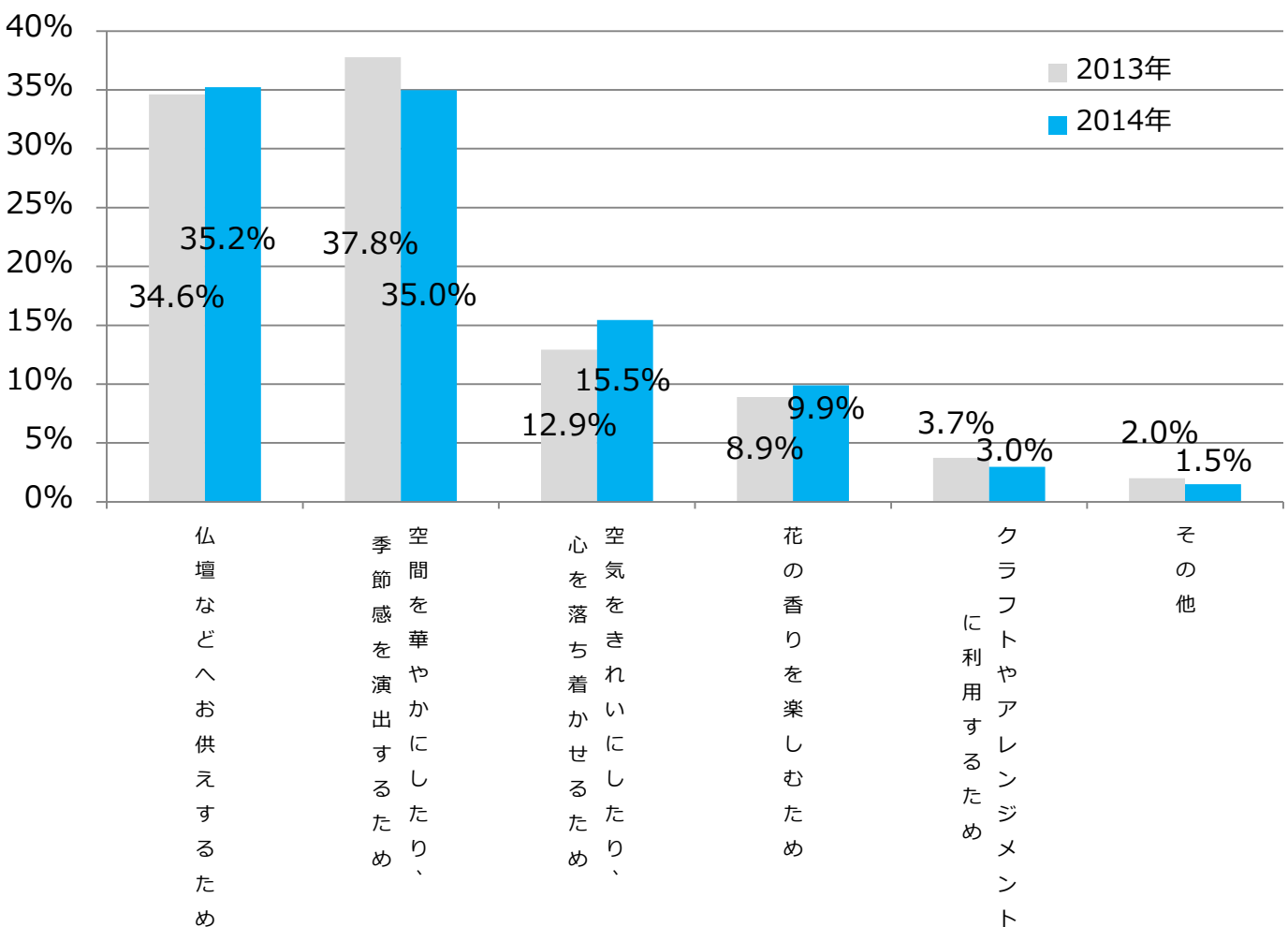
【条件設問】※複数選択可

花を購入する理由について、当てはまるもの全てお答えください。

条件：「自宅用に買う」機会が多かった回答者(n=809)

自宅用に買う理由としては、「仏壇などへお供えするため」が35.2%となり、次いで「空間を華やかにしたり、季節感を演出するため」が35.0%と僅差で続いた。

回答群	2013年		2014年		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
仏壇などへお供えするため	241	34.6%	285	35.2%	+0.6P
空間を華やかにしたり、季節感を演出するため	263	37.8%	283	35.0%	-2.8P
空気をきれいにしたり、心を落ち着かせるため	90	12.9%	125	15.5%	+2.5P
花の香りを楽しむため	62	8.9%	80	9.9%	+1.0P
クラフトやアレンジメントに利用するため	26	3.7%	24	3.0%	-0.8P
その他	14	2.0%	12	1.5%	-0.5P
総計	696		809		



【条件設問】

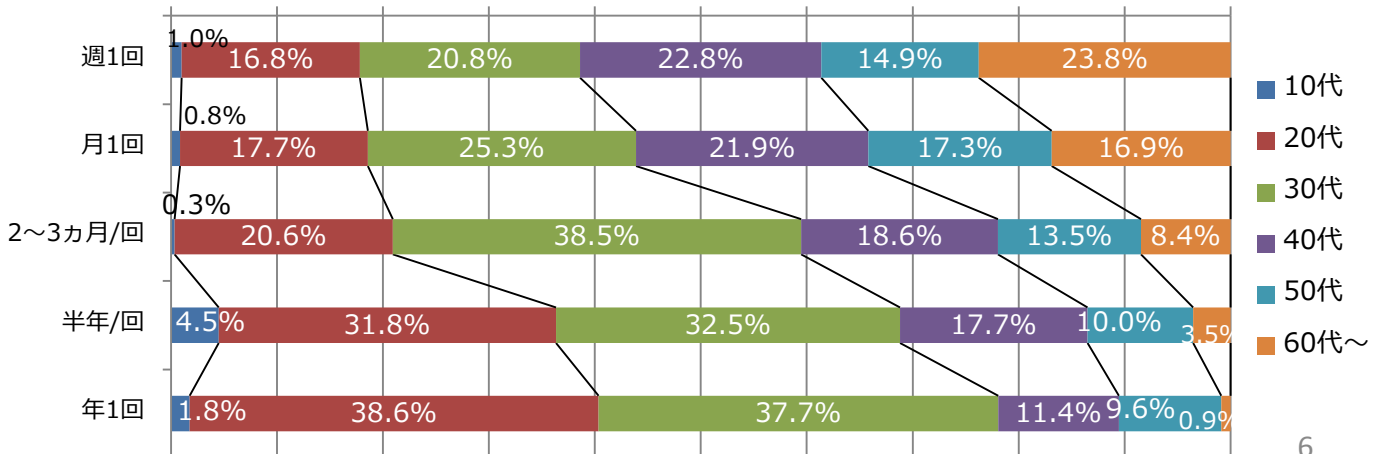
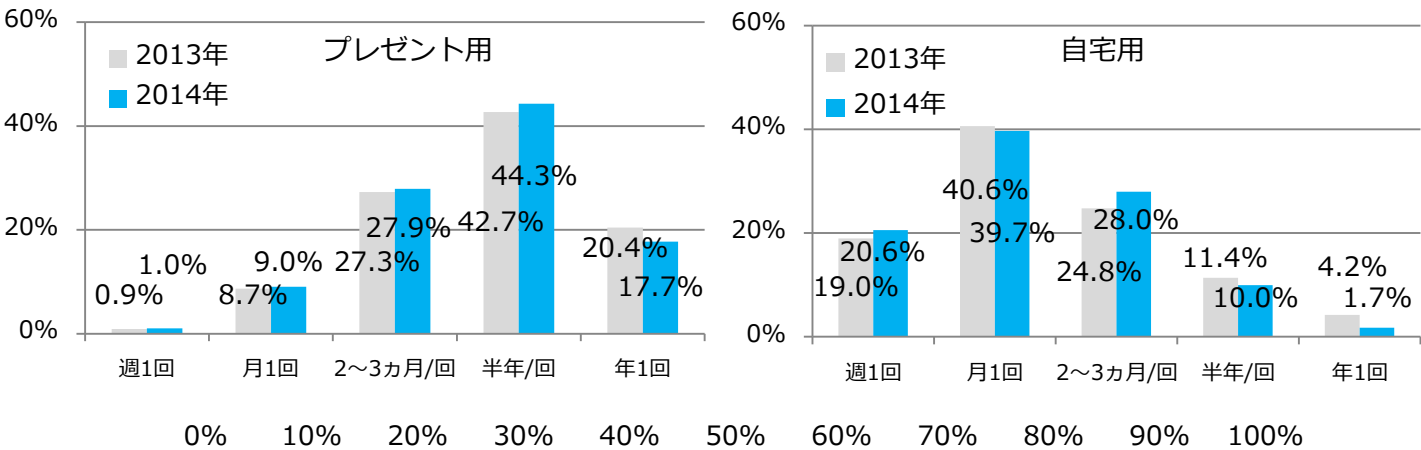
お答えいただいた機会で、購入した頻度はどのくらいでしたか。

条件：「自宅用を買う」もしくは「プレゼント用を買う」機会が多かった回答者 (n=1,059)

購入頻度を用途別に見ると、プレゼント用は「半年/回」44.3%、自宅用は「月1回」39.7%がそれぞれ最多となり、自宅用の購入頻度が高いことが分かった。

年代別では、10～30代よりも40～60代の方が購入頻度は高い結果となった。

回答群	2013年		2014年		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
週1回	91	8.2%	101	9.5%	+1.3P
月1回	239	21.6%	237	22.4%	+0.7P
2～3カ月/回	290	26.3%	296	28.0%	+1.7P
半年/回	331	30.0%	311	29.4%	-0.6P
年1回	153	13.9%	114	10.8%	-3.1P
総計	1,104		1,059		



【条件設問】

お答えいただいた機会で、1回あたりの平均購入金額はいくらくらいでしたか。

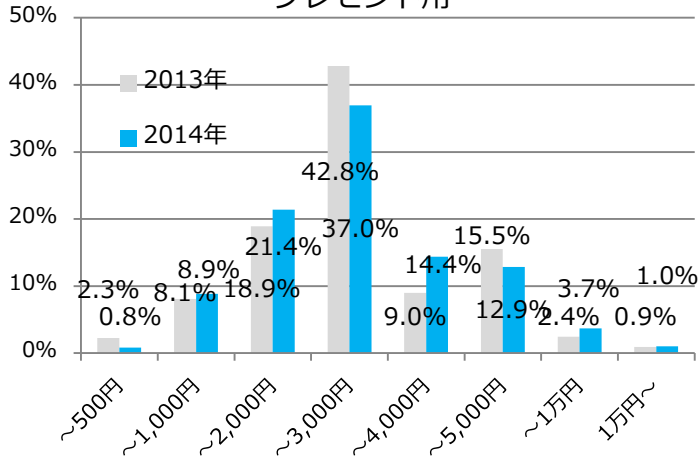
条件：「自宅用に買う」もしくは「プレゼント用に買う」機会が多かった回答者 (n=1,059)

平均購入金額を用途別に見ると、プレゼント用は「～3,000円」37.0%が最多となり、前回調査と比較すると5.8%ポイント減少した。

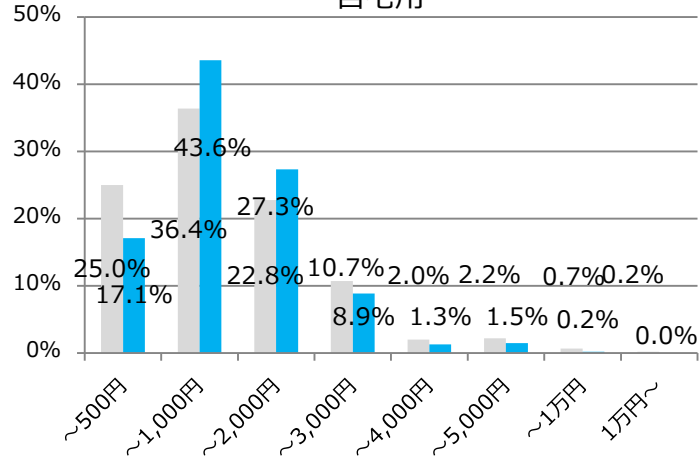
自宅用は「～1,000円」43.6%が最多となり、前回調査と比較すると7.2ポイント増加した。

回答群	2013年9月		2014年9月		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
～500円	127	11.5%	84	7.9%	-3.6P
～1,000円	216	19.6%	254	24.0%	+4.4P
～2,000円	226	20.5%	254	24.0%	+3.5P
～3,000円	329	29.8%	262	24.7%	-5.1P
～4,000円	68	6.2%	92	8.7%	+2.5P
～5,000円	112	10.1%	84	7.9%	-2.2P
～1万円	19	1.7%	23	2.2%	+0.5P
1万円～	7	0.6%	6	0.6%	-0.1P
総計	1,104		1,059		

プレゼント用



自宅用



【条件設問】

お答えいただいた機会に、最もよく購入する場所について、お答えください。

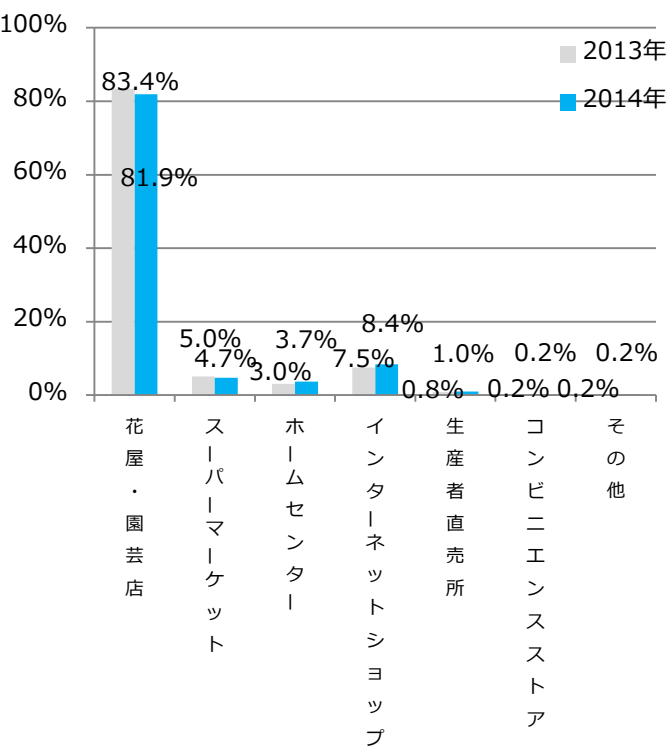
条件：「自宅用を買う」もしくは「プレゼント用を買う」機会が多かった回答者
(n=1,059)

最もよく購入する場所を用途別に見ると、プレゼント用は「花屋・園芸店」が81.9%と大半を占めた。一方、自宅用は「花屋・園芸店」49.5%で最多となったが、「スーパーマーケット」も3割を占める結果となった。

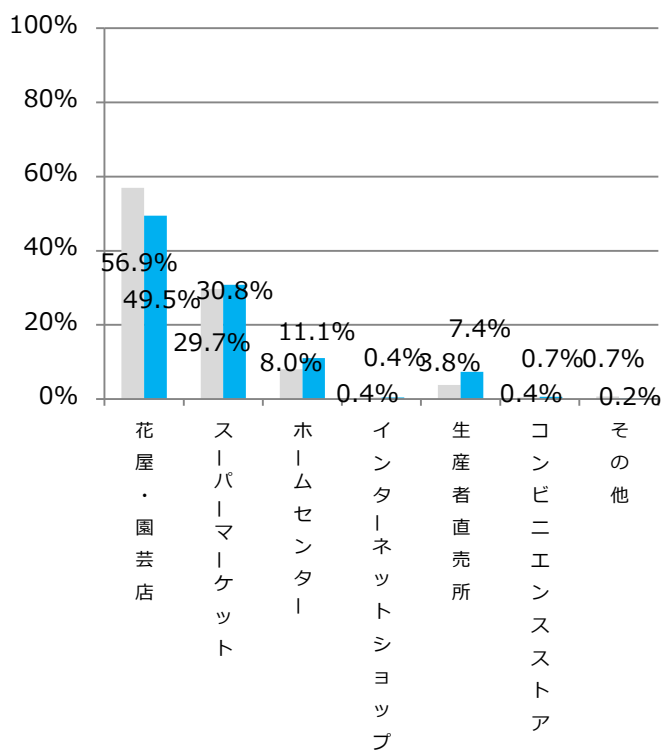
前回調査と比較すると、自宅用は「花屋・園芸店」での購入が減少し、「ホームセンター」や「生産者直売所」などでの購入が増加したことが分かった。

回答群	2013年9月		2014年9月		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
花屋・園芸店	802	72.6%	718	67.8%	-4.8P
スーパーマーケット	166	15.0%	170	16.1%	+1.0P
ホームセンター	56	5.1%	73	6.9%	+1.8P
インターネットショップ	51	4.6%	52	4.9%	+0.3P
生産者直売所	22	2.0%	40	3.8%	+1.8P
コンビニエンスストア	3	0.3%	2	0.2%	-0.1P
その他	4	0.4%	4	0.4%	0.0P
総計	1,104		1,059		

プレゼント用



自宅用



設問6

【条件設問】

購入する花はどのように選ぶことが多いですか。

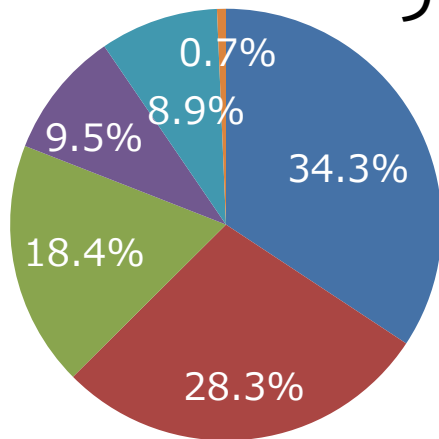
条件：「自宅用に買う」もしくは「プレゼント用に買う」機会が多かった回答者
(n=1,059)

花の選び方は「ミニブーケなどの出来合いの花束を選ぶ」が28.5%と最多となった。

しかし用途別に確認すると、プレゼント用は「イメージを伝え、お店の方に任せる」
34.3%、自宅用は「すべて自分で選ぶ」43.4%がそれぞれ最多となった。

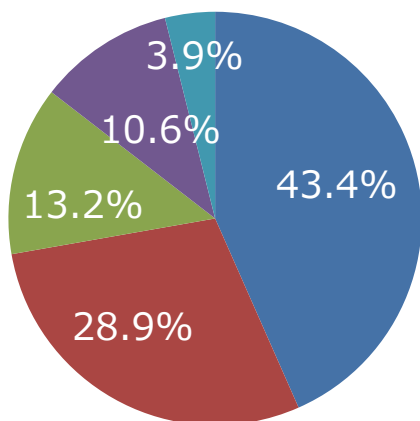
回答群	プレゼント用		自宅用		総計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
ミニブーケなどの出来合いの花束を選ぶ	169	28.3%	133	28.9%	302	28.5%
すべて自分で選ぶ	53	8.9%	200	43.4%	253	23.9%
イメージを伝え、お店の方に任せる	205	34.3%	18	3.9%	223	21.1%
一部の花材を指定した上で、お店に任せる	110	18.4%	49	10.6%	159	15.0%
お店の方のアドバイスを受けながら自分で選ぶ	57	9.5%	61	13.2%	118	11.1%
その他	4	0.7%	0	0.0%	4	0.4%
総計	598		461		1,059	

プレゼント用



- イメージを伝え、お店の方に任せる
- ミニブーケなどの出来合いの花束を選ぶ
- 一部の花材を指定した上で、お店に任せる
- お店の方のアドバイスを受けながら自分で選ぶ
- すべて自分で選ぶ
- その他

自宅用



- すべて自分で選ぶ
- ミニブーケなどの出来合いの花束を選ぶ
- お店の方のアドバイスを受けながら自分で選ぶ
- 一部の花材を指定した上で、お店に任せる
- イメージを伝え、お店の方に任せる
- その他

【条件設問】

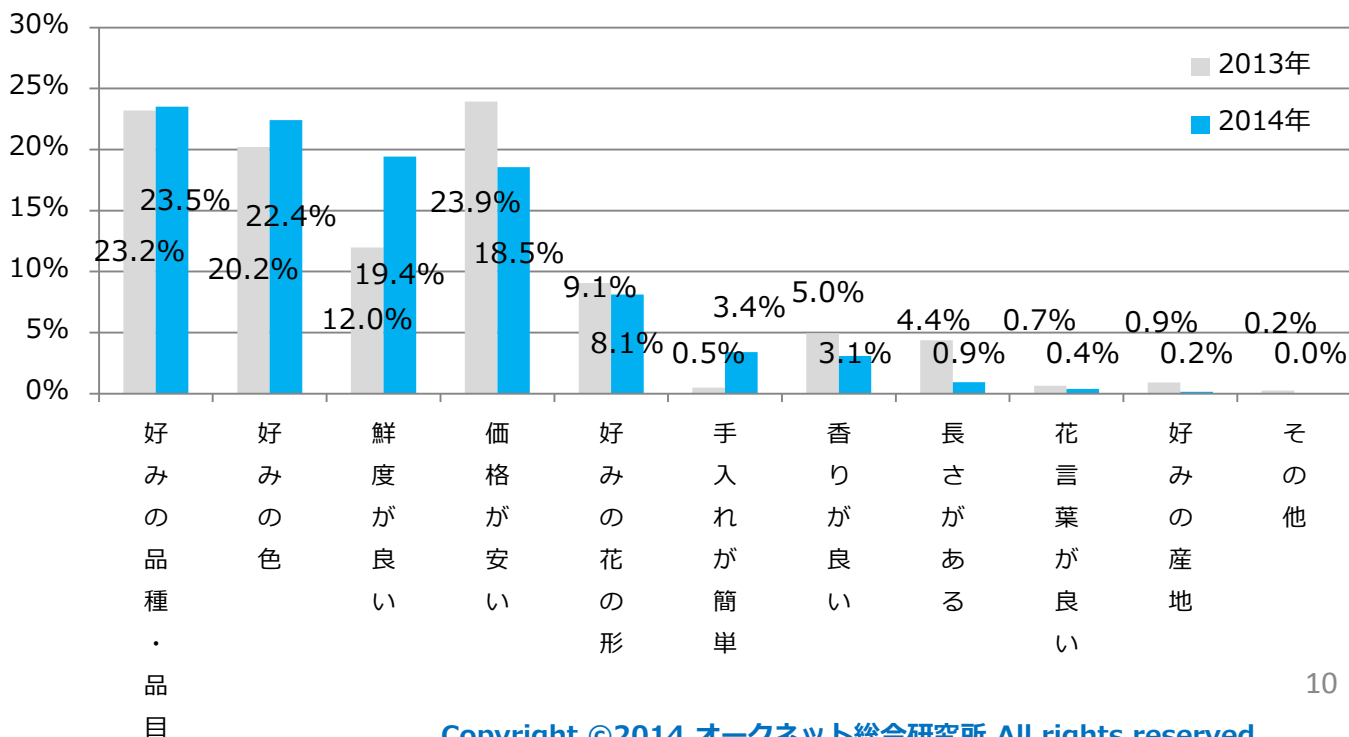
購入する花の基準を最大3つまで、お答えください。

条件：「自宅用に買う」もしくは「プレゼント用に買う」機会が多かった回答者
(n=1,059)

花を購入する基準は「好みの品種・品目」が23.5%と最多となり、次いで「好みの色」が22.4%となった。

前回調査と比較すると、「鮮度が良い」が7.5ポイント増加し、「価格が安い」が5.4ポイント減少した。

回答群	2013年		2014年		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
好みの品種・品目	281	23.2%	298	23.5%	+0.3P
好みの色	245	20.2%	284	22.4%	+2.2P
鮮度が良い	145	12.0%	246	19.4%	+7.5P
価格が安い	290	23.9%	235	18.5%	-5.4P
好みの花の形	110	9.1%	103	8.1%	-0.9P
手入れが簡単	6	0.5%	43	3.4%	+2.9P
香りが良い	60	5.0%	39	3.1%	-1.9P
長さがある	53	4.4%	12	0.9%	-3.4P
花言葉が良い	8	0.7%	5	0.4%	-0.3P
好みの産地	11	0.9%	2	0.2%	-0.7P
その他	3	0.2%	0	0.0%	
総計	1,212		1,267		



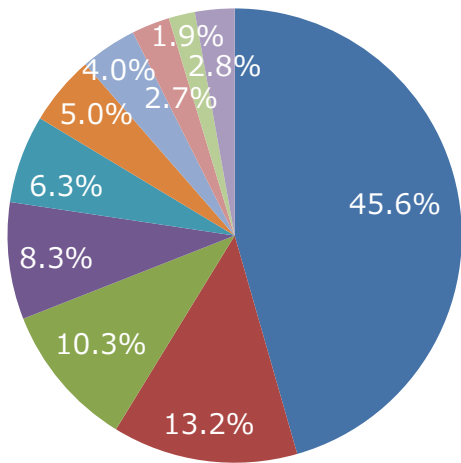
【条件設問】※複数回選択可

花を購入しなかった理由について、当てはまるものをお答えください。

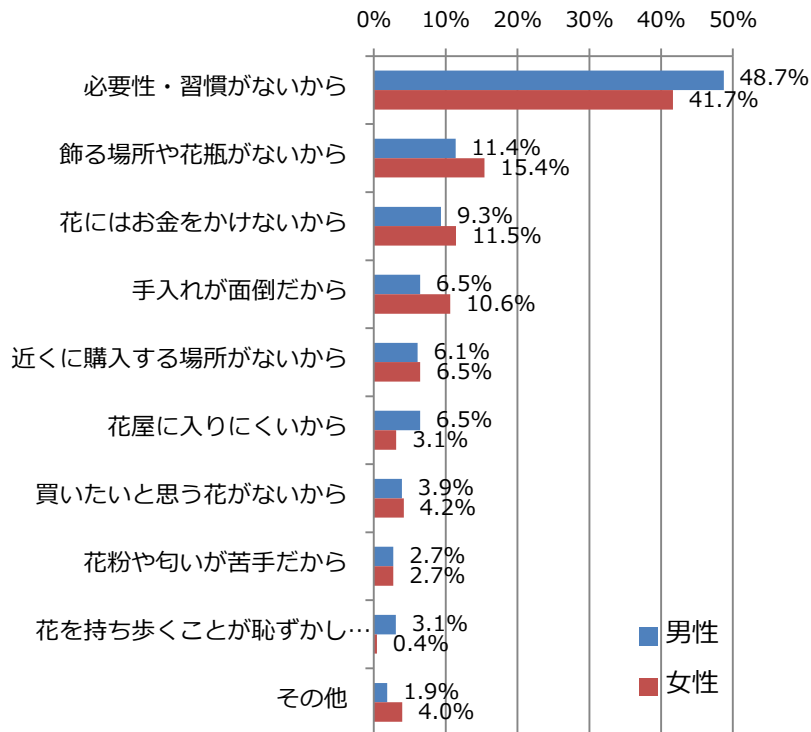
条件：花を買う機会がなかった回答者(n=664)

花を買わない理由は「必要性・習慣がないから」が45.6%と最多となり、約半数を占めた。男女別では男性48.7%、女性41.7%となり、必要性の低さから購入を控える男性が多いことが分かった。

回答群	男性			女性			総計		
	2013年	2014年	対比	2013年	2014年	対比	2013年	2014年	対比
必要性・習慣がないから	235	287	-1.3P	173	200	+2.9P	408	487	+1.0P
飾る場所や花瓶がないから	44	67	+2.0P	59	74	+2.2P	103	141	+1.9P
花にはお金をかけないから	32	55	+2.5P	41	55	+2.3P	73	110	+2.3P
手入れが面倒だから	22	38	+1.8P	50	51	-0.6P	72	89	+0.5P
近くに購入する場所がないから	40	36	-2.4P	33	31	-0.9P	73	67	-1.7P
花屋に入りにくいから	30	38	+0.1P	16	15	-0.5P	46	53	-0.1P
買いたいと思う花がないから	27	23	-1.8P	26	20	-1.7P	53	43	-1.8P
花粉や匂いが苦手だから	4	16	+1.9P	14	13	-0.4P	18	29	+0.7P
花を持ち歩くことが恥ずかしいから	22	18	-1.6P	11	2	-2.0P	33	20	-1.7P
その他	14	11	-1.1P	23	19	-1.2P	37	30	-1.2P
合計	470	589		446	480		916	1,069	



- 必要性・習慣がないから
- 飾る場所や花瓶がないから
- 花にはお金をかけないから
- 手入れが面倒だから
- 近くに購入する場所がないから
- 花屋に入りにくいから
- 買いたいと思う花がないから
- 花粉や匂いが苦手だから
- 花を持ち歩くことが恥ずかしいから
- その他



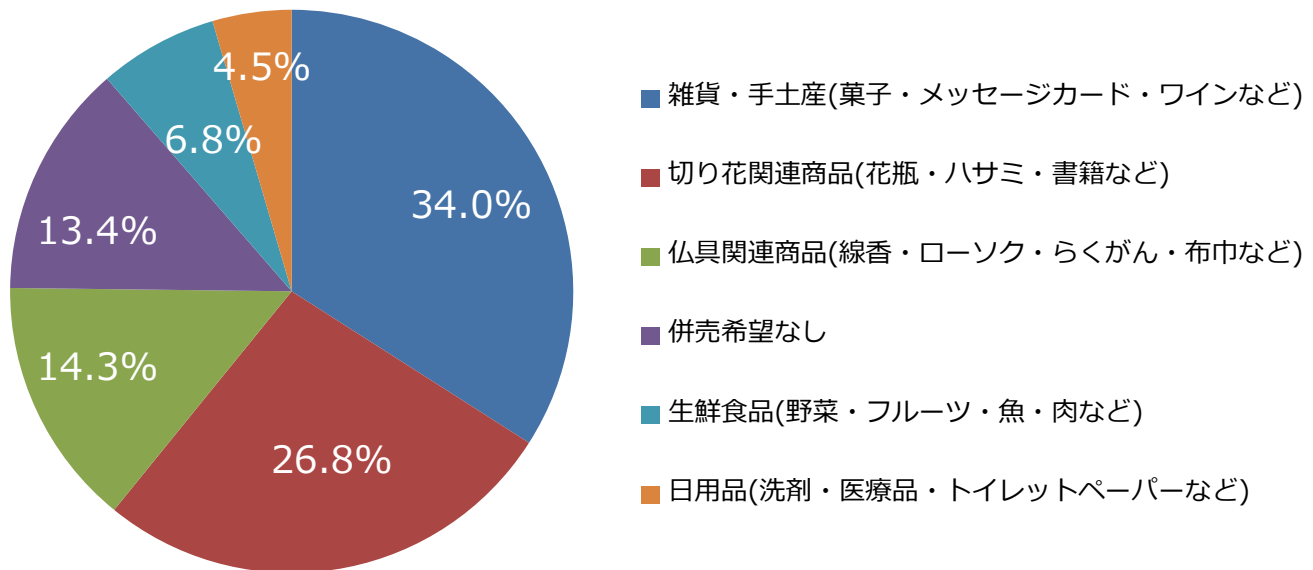
設問9

【共通設問】

花屋に併売してほしいものを最大3つまでお選びください。(n=2,644)

花屋で併売してほしいものについて尋ねてみると、「雑貨・手土産」が34.0%と最多となった。次いで「切り花関連商品」が26.8%、「仏具関連商品」14.3%と続き、花と関連する商品の併売希望が多い結果となった。

回答群	回答数	割合
雑貨・手土産(菓子・メッセージカード・ワインなど)	900	34.0%
切り花関連商品(花瓶・ハサミ・書籍など)	709	26.8%
仏具関連商品(線香・ローソク・らくがん・布巾など)	379	14.3%
併売希望なし	355	13.4%
生鮮食品(野菜・フルーツ・魚・肉など)	181	6.8%
日用品(洗剤・医療品・トイレットペーパーなど)	120	4.5%
総計	2,644	



設問10

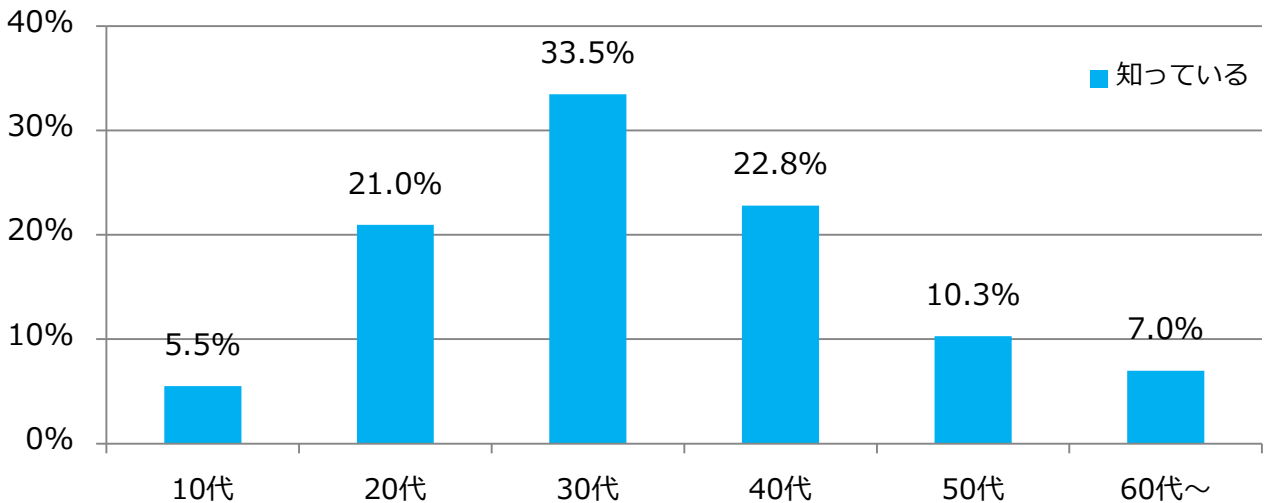
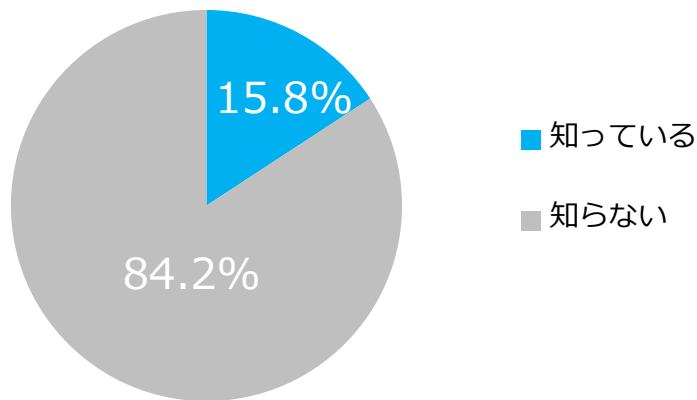
【共通設問】

フラワーバレンタインをご存知ですか？(n=1,723)

フラワーバレンタインの認知率は15.8%となり、年代別では30代前後が高いことが分かった。

2011年の開始から約4年たつが、今後も認知拡大の必要性を感じる結果となった。

回答群	男性		女性		総計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
知っている	111	14.0%	161	17.3%	272	15.8%
知らない	680	86.0%	771	82.7%	1,451	84.2%
総計	791		932		1,723	



設問11

【共通設問】

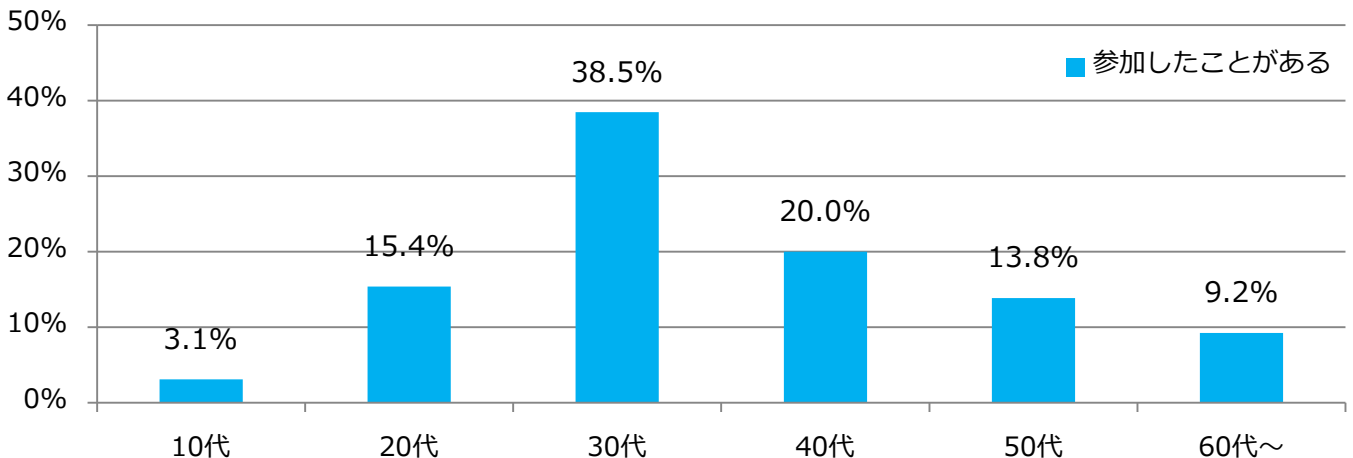
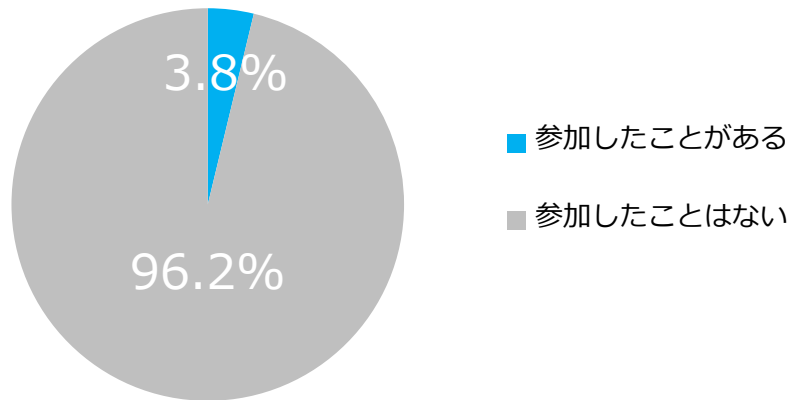
フラワーバレンタインに参加したことはありますか？

プレゼントされた経験も含め教えてください。 (n=1,723)

フラワーバレンタインの参加率については、プレゼントされた経験も含め、3.8%となり、男女別では男性3.5%、女性4.0%となった。

年代別では、30代が38.5%と最多となり、次いで40代20.0%、20代15.4%となることから、フラワーバレンタインは30代を中心に広まっていることが分かった。

回答群	男性		女性		総計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
参加したことがある	28	3.5%	37	4.0%	65	3.8%
参加したことはない	763	96.5%	895	96.0%	1,658	96.2%
総計	791		932		1,723	



【共通設問】

花の日持ち保証制度をご存知ですか。(n=1,723)

花の日持ち保証制度の認知度は13.1%となり、前回調査と比較すると4.7ポイント増加した。そして利用率は15.5%となり、前回調査と比較すると2.6%増加した。

年代別では、30代前後を中心に利用されていることが分かった。

回答群	2013年		2014年		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
知っている	147	8.4%	226	13.1%	+4.7P
知らない	1,594	91.6%	1,497	86.9%	-4.7P
総計	1,741		1,723		

回答群	2013年		2014年		対比
	回答数	割合	回答数	割合	
利用したことがある	19	12.9%	35	15.5%	+2.6P
利用したことはない	128	87.1%	191	84.5%	-2.6P
	147		226		

