株式会社IDA

R5年度ジャパンフラワー強化プロジェクト推進 オフィス向けの需要拡大推進事業（コワーキングスペースでの実証）報告書

2023 年 11月 15 日 - 2023年 11月 22日（8日間）

目的

若い働く世代での花き普及を目指し、R5年度は地方でのコワーキングスペース（フレキシブルオフィス含む）でも、50代以下の社会人へのコミュニケーション活性化に花きが活かせるか実証として花がある日常を体感するイベントを行う。国産花きPRサイトとの情報連携も進めて、国産花きの認知が高まる仕掛けを行う。コワーキングスペース運営者側にとって、花を用いる体験をしてもらうことで、コワーキング運営者側が花を購入し、花の利活用を検討してもらう。

上記の目的から以下2点が大きなポイントになる。

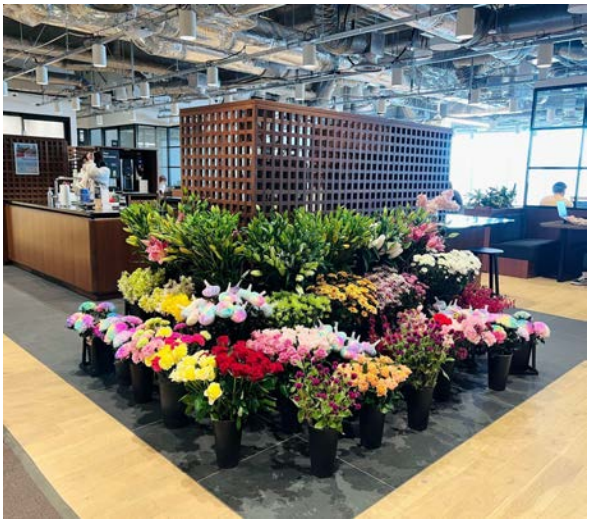
1：フレキシブルオフィスの運用会社が花を用いた企画を行うことに、運営会社としてメリットを感じてもらえるのか
2：そのメリットが都心部と地方と変わらないものなのか

内容

令和5年度はWeWork Japan 合同会社様が提供しているフレキシブルオフィスWeWork（以下WeWork）の仙台、大阪、東京の3拠点において、50代以下の社会人に対しコミュニケーション活性化に花きが活かせるか実証するとともに、地方への横展開にマニュアルを活用するモデル実証を行った。以下ディスプレイ方法にて、50代以下の社会人へのコミュニケーション活性化に花きが活かせるか実証（運営者、利用者共に、花がある空間を体感してもらい、花を軸としたコミュニケーションによる空間の価値向上）した。

場所

場所は以下地方を含む3拠点にてそれぞれ8日間開催。
1：宮城県仙台市宮城野区榴岡1-1-1 JR仙台イーストゲートビル 2F　WeWork JR仙台イーストゲートビル
2：大阪市中央区難波5-1-60 なんばスカイオ 27F　WeWork なんばスカイオ
3：東京都港区西新橋1-1-1 9F 10F　WeWork 日比谷FORT TOWER



実施結果概要

＜運営会社視点＞

フレキシブルオフィス（コワーキングスペース、シェアオフィス）の運営会社の立場にたった場合、本イベントでは、「花」の活用方法やニーズの掘り起こしができた。R5年度に実施したイベントは、特に50代以下の社会人を対象として、花を通じたコミュニケーション活性化の可能性を探求した。アンケート結果から、東京、大阪、仙台の各拠点においても、フレキシブルオフィスを利用する年齢層は主に50代以下であることが確認できた。地方でも、この年齢層がコミュニケーションを取りやすい、仕事に適した環境に惹かれる傾向が見られた。

運営会社のメンバーによるアンケート結果（詳細は後述）から運営会社が花を購入し、活用するメリットは以下のように考えられる。

1：幅広い層へのアプローチ
　花は多くの人々に受け入れられやすく、普段イベントに参加しない層にもアプローチしやすいことが示されている。

2：コミュニケーションの促進
　花を通じて普段話さない人々がコミュニケーションを取るきっかけになり、メンバー間の交流が増えたとの報告がある。

3：空間の魅力向上
　花があることで空間が華やかになり、生花の彩りが印象を大きく変えると感じられている。

4：メンバーエンゲージメントの向上
　花をきっかけにメンバー同士が交流を深め、エンゲージメントが高まる効果があることが示されている。

5：差別化要素としての効果
　花の存在がオフィスの差別化要素となり、利用者やゲストに好印象を与え、新規利用者の獲得にも寄与していることが分かる。

6：メンタルヘルスの向上
　花の存在が癒しを提供し、メンバーのメンタルヘルスの向上に寄与している可能性がある。

フレキシブルオフィスの特色として、利用者間のコミュニケーションを促進する環境があるが、これをさらに活性化させることは一貫した課題である。今回のイベントでは、花を装飾することで、利用者やゲストに対して差別化された空間を提供すると同時に、花を通じたコミュニケーションが促進された。これにより、運営会社は花を用いたイベント企画の効果を実感した。

全国には2000以上のフレキシブルオフィス（コワーキングスペース、シェアオフィス）が存在する。今回の調査結果から、都市部も地方も50代以下の年齢層が主流であることが明らかになったため、今後は全国のフレキシブルオフィスにおける展開が期待される。

＜利用者視点＞

フレキシブルオフィス（コワーキングスペース、シェアオフィス）の利用者として、運営会社が提供する「花」は、互いのコミュニケーションのきっかけを増やす効果があった。地方においても、フレキシブルオフィス運営会社を中心に、50代以下の社会人に対して花を取り入れた生活を仕事の中で体験する機会が提供された。これにより、オフィス内の雰囲気が向上し、日常的なコミュニケーションに新たな彩りが加わったと感じている。またR4に花イベント参加した方がその後花購入頻度が増加したというフィードバックもあり、人が集まる場所に花を提供することは、運営会社としてのメリットもあるが、利用者の行動にも変化をもたらすのではないかと考察できる。

利用者によるアンケート結果（詳細は後述）から利用者として、花がフレキシブルオフィス（コワーキングスペース、シェアオフィス）にあるメリットは以下のように考えられる。

1：感情的な満足感
　多くの利用者が「花が好きだから」「明るい気持ちになるから」「幸せを感じる」と述べており、感情的な満足感や幸福感を得ていることがわかる。

2：空間の華やかさ
「見た目が華やか」「華やかな気分になれる」といった回答があり、花が空間を明るくし、美的な満足感を提供している。

3：特別感と感謝の表現
「特別感がある」「贈り物としての価値」などの回答から、花が特別な感情や感謝の表現としての役割を果たしていることが分かる。

4：癒しとリラクゼーション
「癒される」「リラックスできる」といった回答があり、花がメンタルヘルスに良い影響を与えていることが示されている。

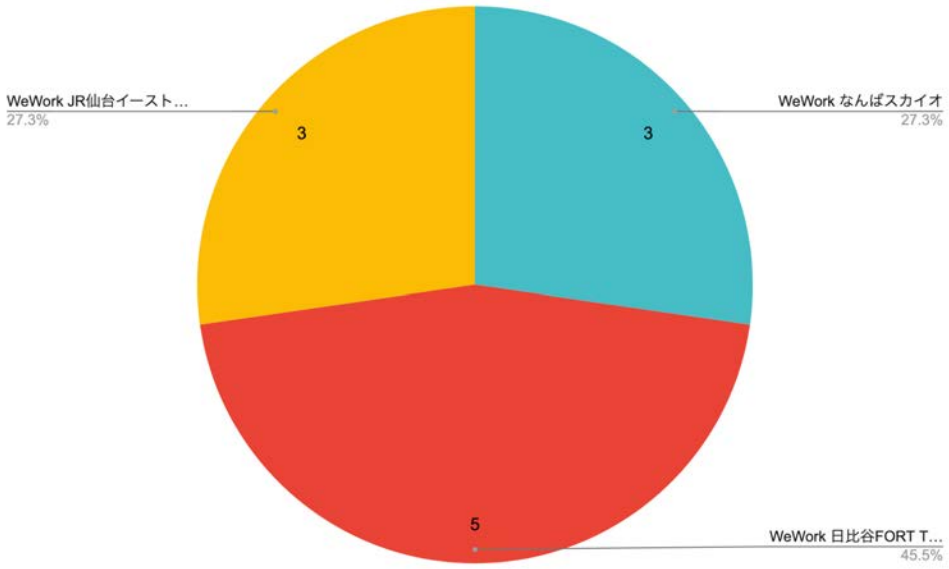
5：コミュニケーションの促進
「コミュニケーションのきっかけになる」「話題提供」といった回答から、花が人々の間のコミュニケーションを促進する効果があることがわかる。

6：一時的なものとしての価値
「枯れるからこそ大切にしたい」という意見もあり、花の一時的な美しさが人々に特別な感覚を与えている。

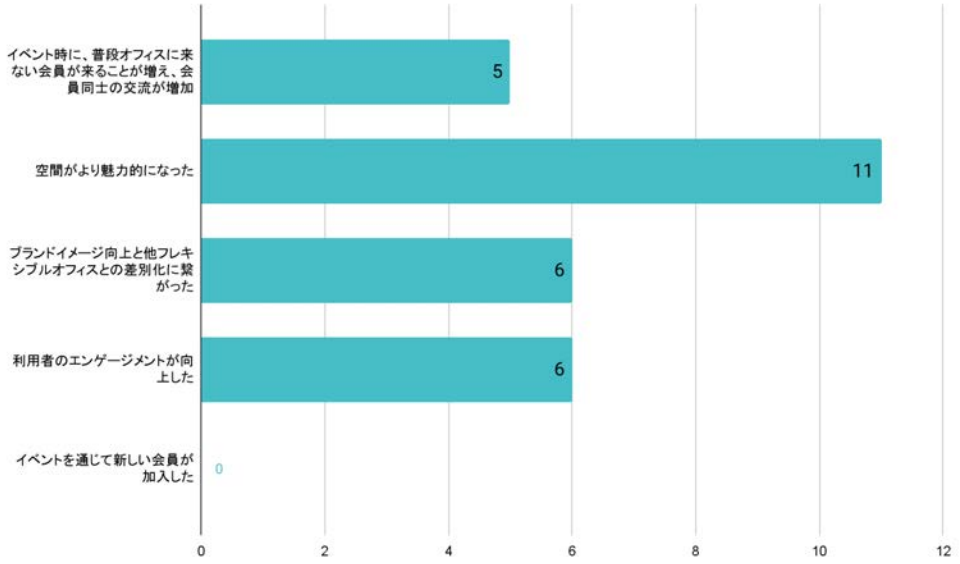
以下に、施設運営社と施設利用者へ実施したアンケート結果、最後に総括を記載します。

施設運営社様へのアンケート結果（回答数：11件）

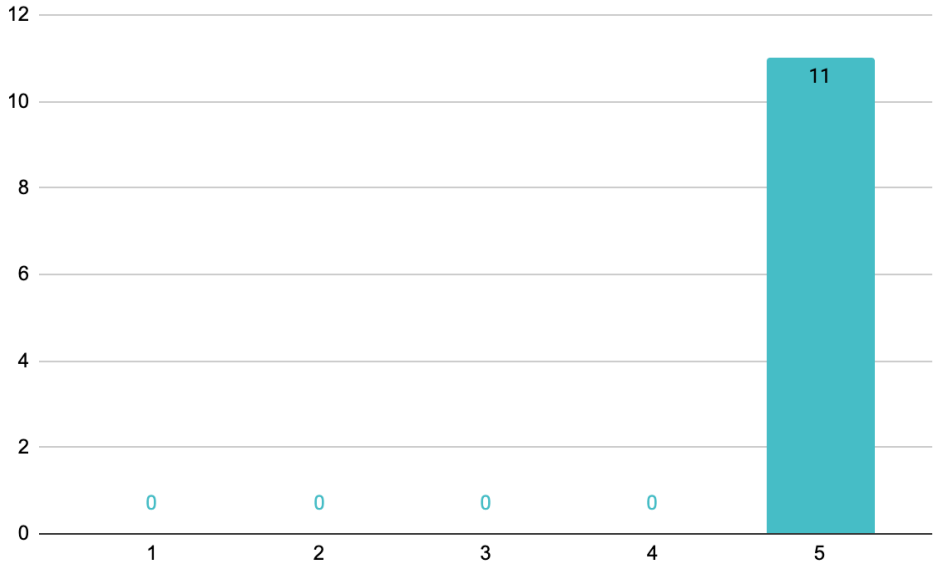
どちらの拠点のWeWork関係者様でしょうか？



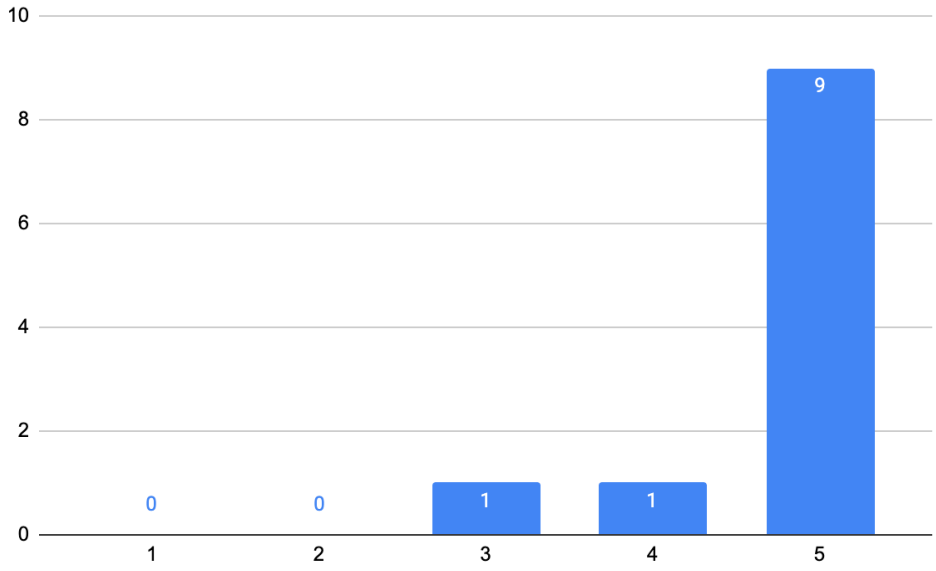
今回、国産の花を使ったイベントを実施したが、運営会社としてのフレキシブルオフィスの運営、価値向上、他フレキシブルオフィスとの差別化など、どのようなメリットを感じましたか？（複数回答可）



花の陳列はコワーキングスペースの雰囲気を良くしましたか？(1:良くなかった 5:良くなった)



花の陳列によって会員同士のコミュニケーションに良い影響はありましたか？(1:いい影響はなかった 5:いい影響があった)


10
8
6
4
2
0
0
0
1
1
9
1
2
3
4
5

コミュニケーションを活性化させるイベントとして、花を利用してよかったのは フレキシブルオフィス運営会社としてどのような点でしたか？

1. コミュニケーションと交流促進

・お花を通じてイベント参加のハードルを下げた

・普段話をしない人同士がコミュニケーションを取るきっかけになった

・メンバー間の交流が増えた

・メンバー同士で花を選ぶことで交流が生まれた

2. 空間の華やかさと良好な印象

・空間が華やかになり、好印象を与えた

・花の香りと共に利用者やゲストを出迎え、差別化につながった

・生花による印象の違い、彩りのある生花の効果

3. 花に関する多様性と選択

・花の見た目の華やかさ、バラエティに富んでいる

・贈呈用の花を選ぶ際の会話やコミュニケーションにつながる

4. 癒しと心地よさ

・花による癒しの効果

・メンバーがお花を選ぶ姿を見て価値を感じた

5. イベントや活動の可能性

・お花をキーワードにしたイベントでの共有体験

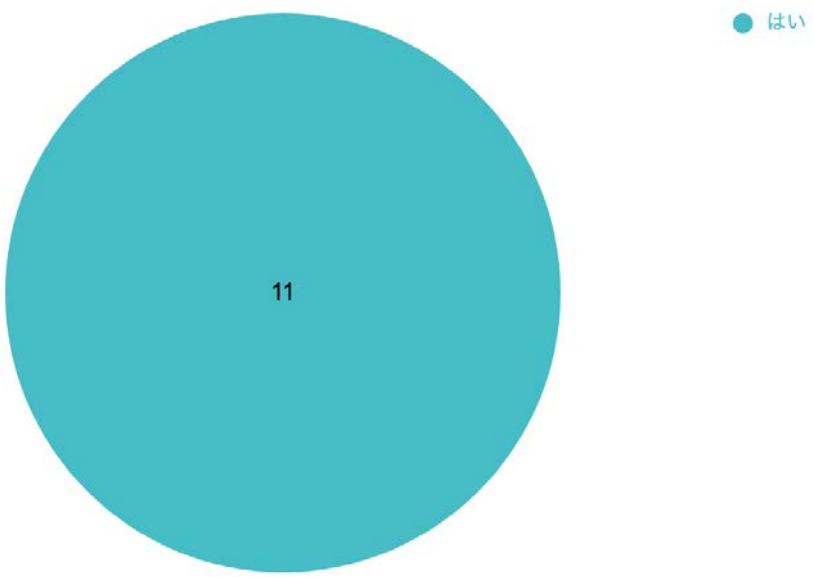
・お花を買う機会としてのイベント（お花を購入できる場所をオフィスに設置する）

6. 花に対する反応と関心

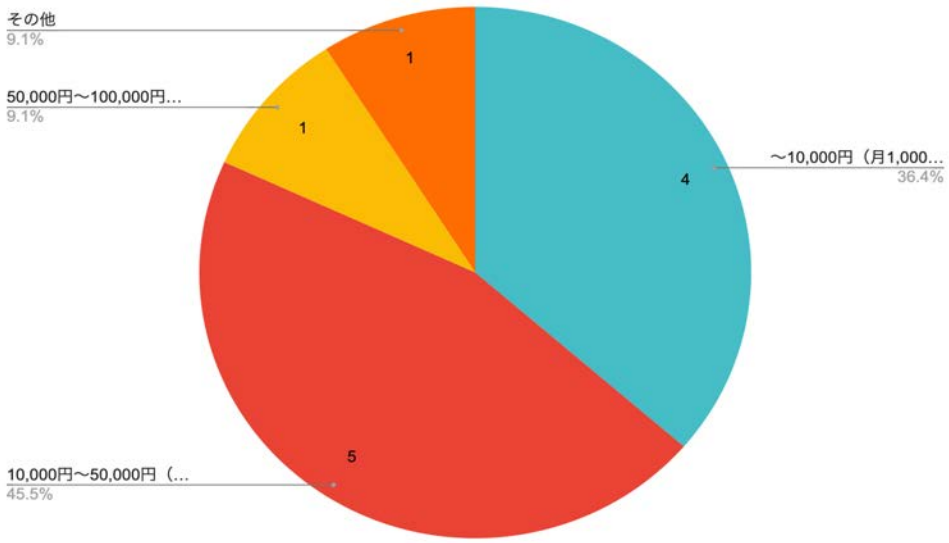
・お花についての問い合わせが多かった

・男性社員が気軽にお花に触れる機会を提供

今後も花を使った企画を継続して実施したいと思いますか？



今後、花のイベントを実施する場合、どの程度の年間予算で実施したいですか？



WeWork様にて、国産の花をもっと活用して頂くためのアイディアがありましたら教えてください。

1. イベント活用
  ・特定のイベントや記念日（母の日、バレンタインデーなど）での国産花の活用
  ・和文化を取り入れたフラワーアレンジメント教室やお抹茶教室などのイベントでの利用

2. 装飾としての利用
  ・季節を感じるための装飾
  ・各フロアのテーブルなどに小さな花を置くことで気分を変える

3. コミュニケーションと交流促進
  ・利用者同士の交流ツールとして利用
  ・国産生産者とオフィス内メンバーとのパネルディスカッションや課題解決プロジェクト

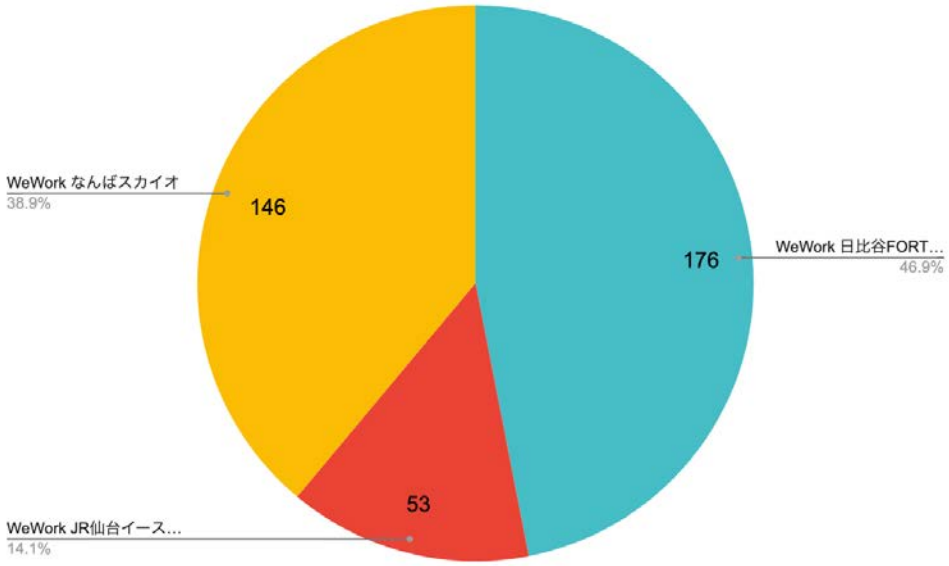
4. サブスクリプションサービス
  ・定期的に楽しめる花のサブスクリプションサービス

5. 花の常設と知識提供
  ・受付横にお花を常設
  ・ビジネスに向いている花言葉を持つ花を紹介し、花知識を取り入れる機会の提供

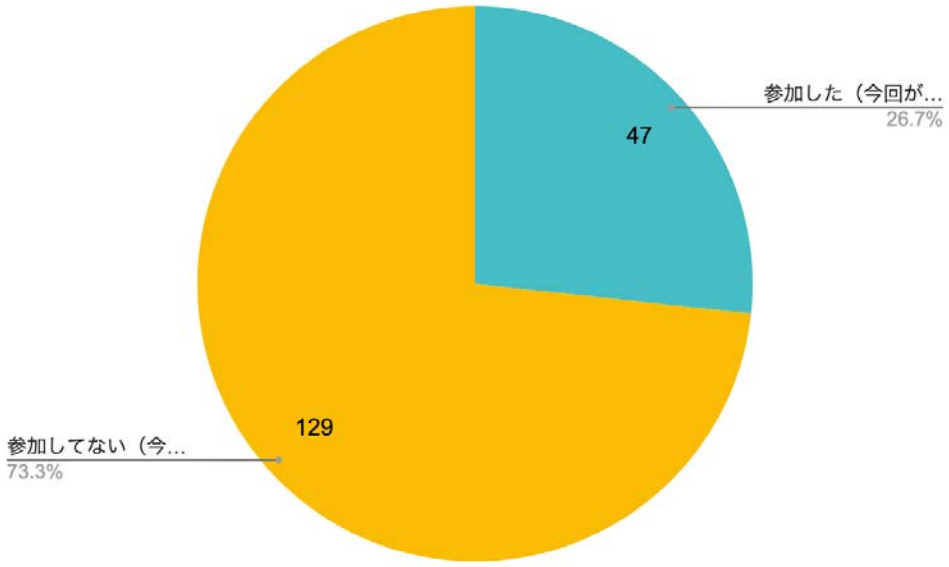
6. プレゼントとしての利用
  ・お花をプレゼントとして利用

施設利用者様へのアンケート結果（回答数：375件）

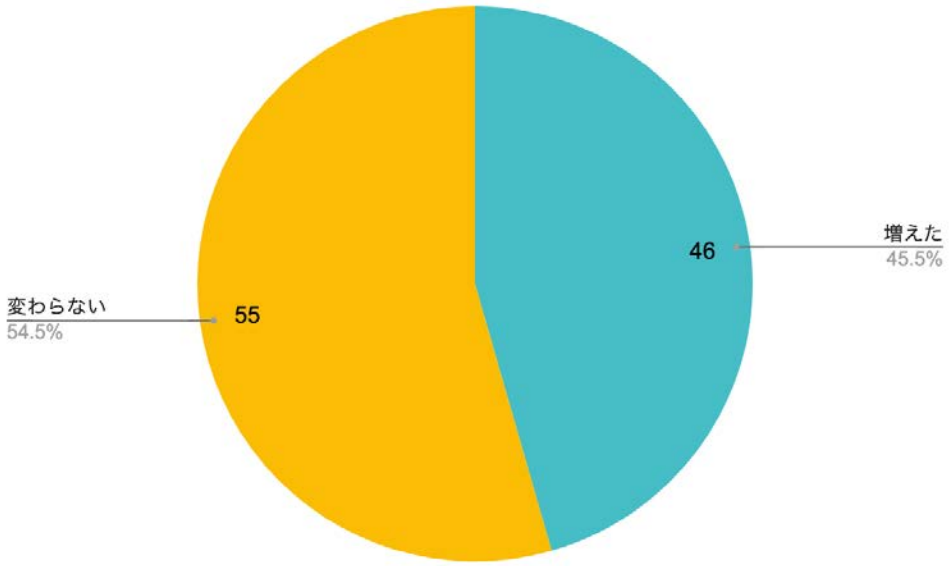
今回体験いただいた拠点はどちらですか？



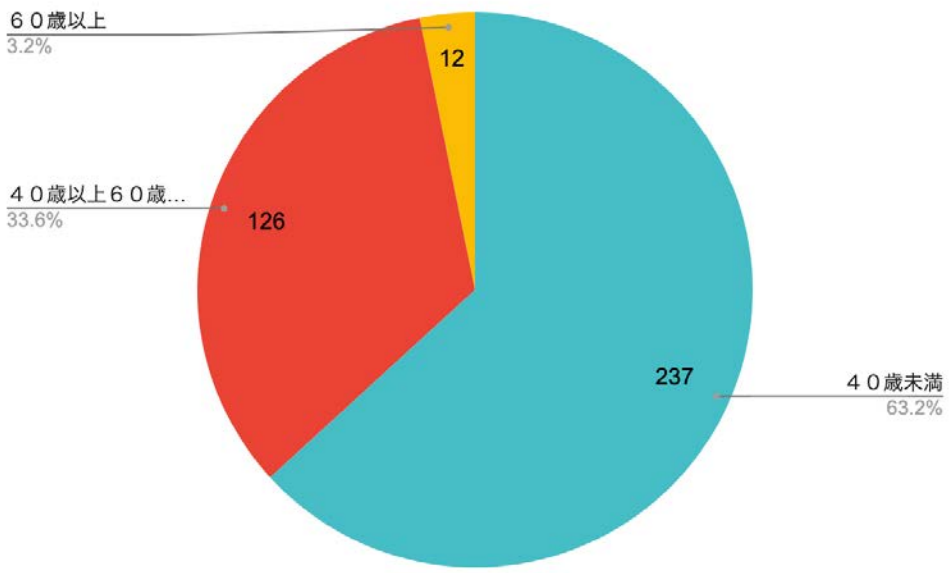
2022年（昨年）WeWorkパークフロントおよびフォートタワーで実施した本イベントに参加されましたか？



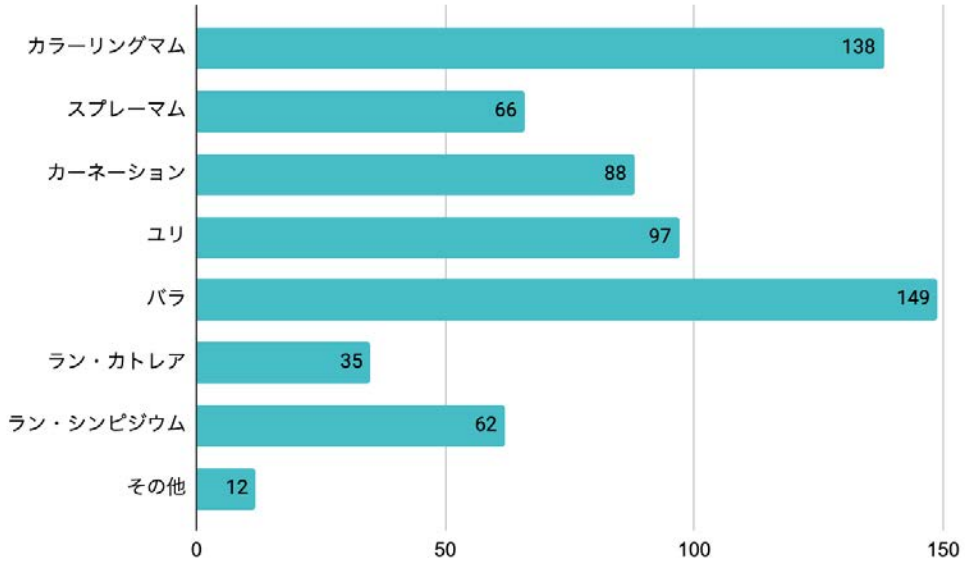
2022年（昨年）のイベント参加した方にお聞きします。昨年度のイベント参加後、花の購入頻度に変化はありましたか。



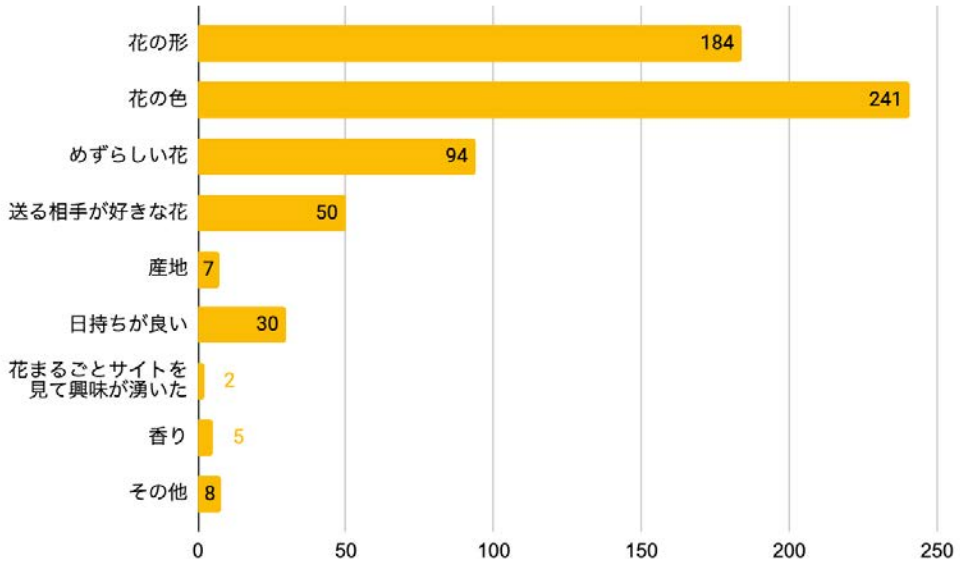
ご年齢について質問します。



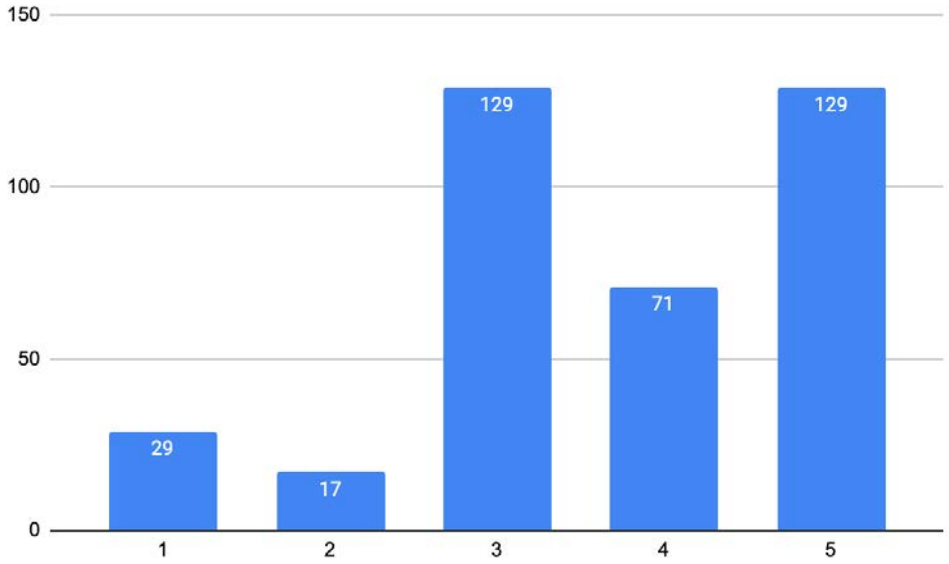
今回は国産の花をフロアに飾らせていただきました。フレキシブルオフィスを利用している皆様は今回どの花を取引相手や同じ場所を利用されている方に送りたいと思って選びましたか？（複数回答可）



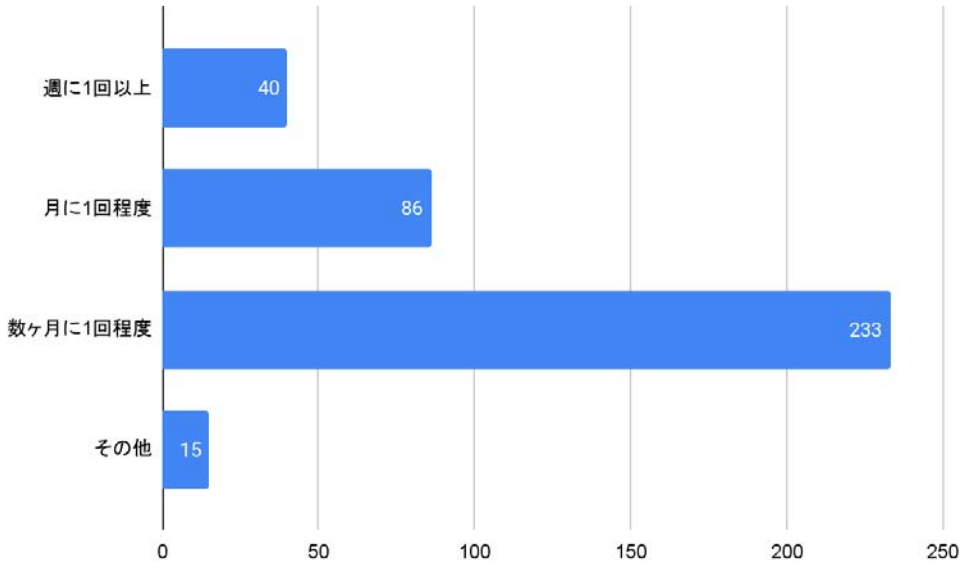
今回その花を選んだ理由はなんですか？（複数回答可）



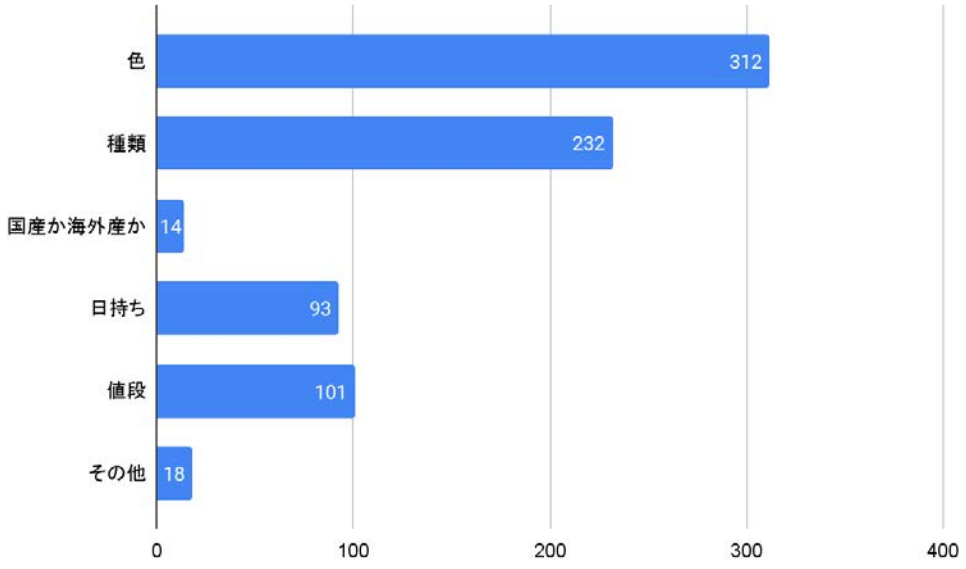
その花をきっかけに新しい出会いがあったり、相手（企業・個人）とのコミュニケーションが深まりましたか？(1:深まらない 5:深まった)



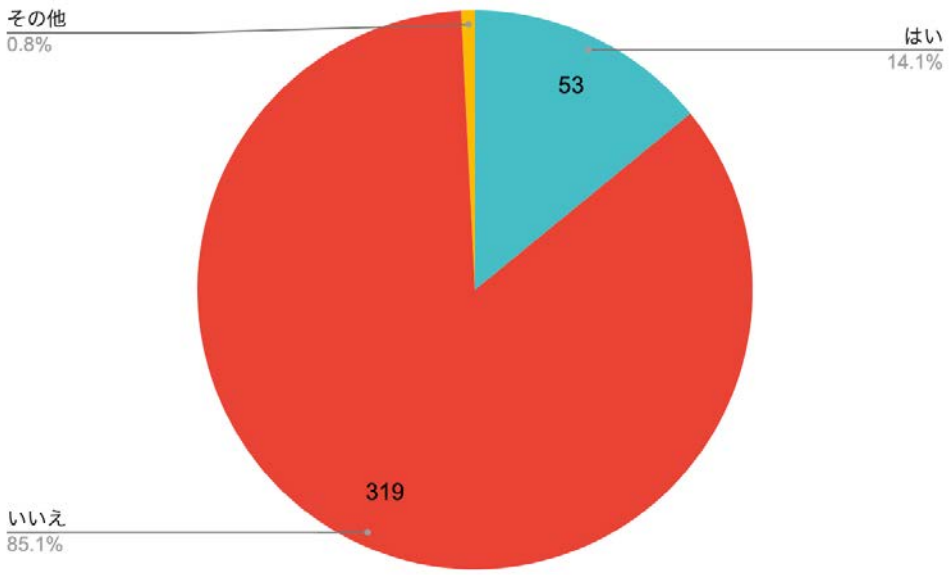
普段どのくらいの頻度で花を購入しますか？



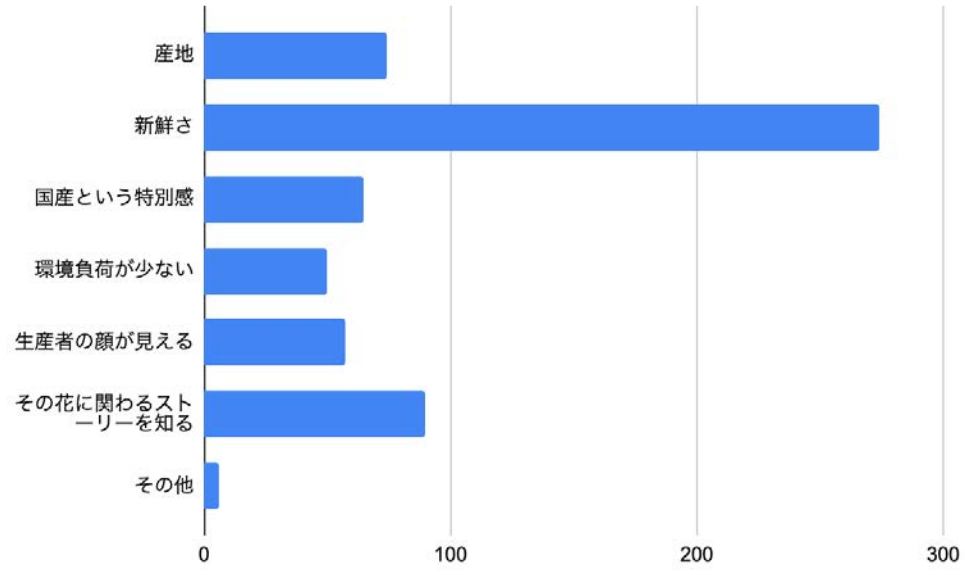
花を選ぶ際の重要な要因はなんですか？（複数回答可）



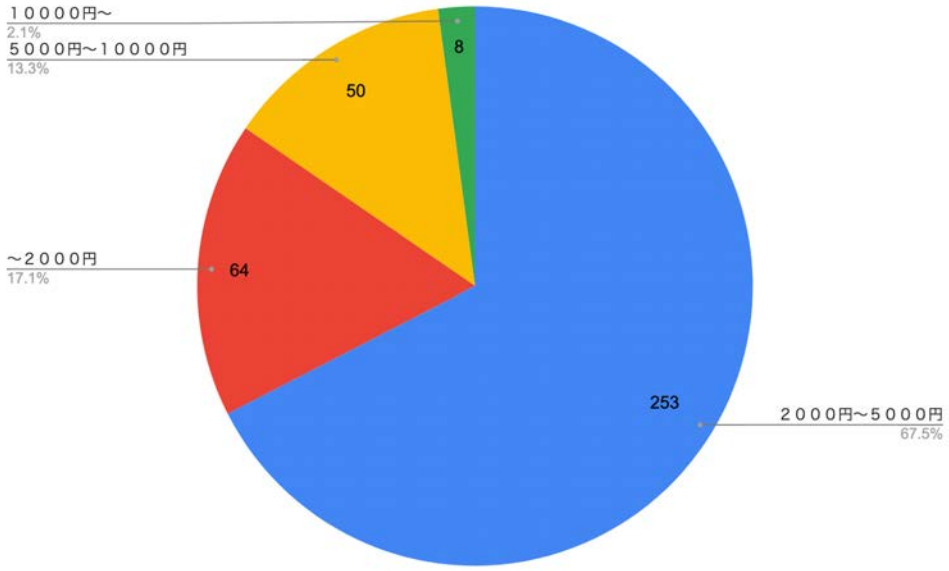
企業や友人への贈答用に花を選ぶとき、国産・海外産は重要な要素になりますか？



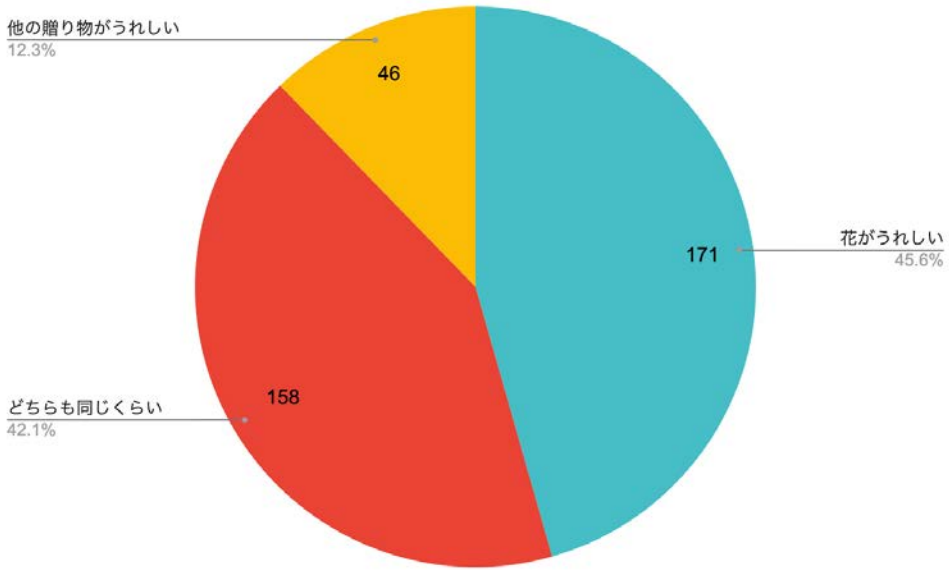
国産と海外産の花を選べる場合には、どういう魅力があると国産の花を選びたいと思いますか？（複数回答可）



花を大切な人やお取引先へ贈る場合、どのくらいの価格帯のもの贈りたいですか？



仕事上付き合いのある方や取引先企業から、「花」と「他の贈り物」をもらう場合、「嬉しい」と感じるのはどちらですか？



上記の理由があれば教えてください。

1. 花への愛好
   ・花が好きで、華やかさや美しさを楽しむ
   ・花を見ることで幸せや元気を感じる
   ・花の一時的な美しさや特別感を重視

2. 花への実用的な懸念
   ・花は枯れる、お世話が必要、持ち運びが不便
   ・花瓶を持っていない、事務所内に飾る場所がない
   ・管理が大変、すぐに枯れる

3. 花以外の贈り物への評価
   ・菓子など実用的な贈り物の方が共有や分配が容易
   ・持ち帰りやすく、実用的な物を好む
   ・お菓子の方が配れる、職場での共有が容易

4. 贈り物への一般的な考慮
   ・贈る相手に合わせる、特別な感じがする
   ・贈り物自体が嬉しいが、持ち帰りやすさや相手との関係性を考慮
   ・相手が自分を思って選んでくれたことが重要

オフィスで国産の花をもっと利用して頂くにはどんなアイデアがありますでしょうか？

68名の利用者様からアイデアをいただいたので、以下にまとめる。

1. サブスクリプションサービスの特徴
  ・季節ごとの定期的な花の提供
  ・国産花の利用とPR
  ・ドライフラワーや廃棄花の再利用
  ・珍しい花や特定の特性を持つ花（例：匂いが強すぎないなど）

2. 利便性と維持
  ・日持ちが良く、水替えのしやすい花
  ・手入れが簡単な花
  ・簡易的なフラワーベース付きの花束

3. 価格とアクセシビリティ
  ・安価で手頃な価格設定
  ・オフィスや自宅での手軽な受け取り

4. イベントとワークショップ
  ・企業カラーに合わせたワークショップ
  ・季節やイベントごとの花コレクション
  ・お祝い事などのイベント企画

5. 教育的・文化的要素
  ・花に関するエピソードやストーリーの提供
  ・花言葉や産地の情報提供
  ・花にまつわる話題提供

6. 視覚的・感覚的な要素
・花の香り
・装飾としての視覚的な影響
・花のもたらす癒しや明るい雰囲気

7. 特別な用途
・退職時や特別な機会のサービス
・仏壇やお墓用の花
・フラワーアレンジメントのイベント

その他、花イベントについてフィードバックがございましたらご記入ください。

1. イベントへの感謝と肯定的な反応
・イベントに参加して嬉しかった、感謝の気持ち
・華やかな気分、癒やしを感じた
・花を見て心が洗われた、気分が上がった

2. イベントの再開催希望
・同様のイベントへの参加意欲
・再度実施されることへの期待

3. 花に関する新たな認識や発見
・花の国産と海外産を意識したのは初めて
・生産者のお顔やストーリーを知り、花の奥深さを感じた
・普段自分では手に取らない花に触れる機会

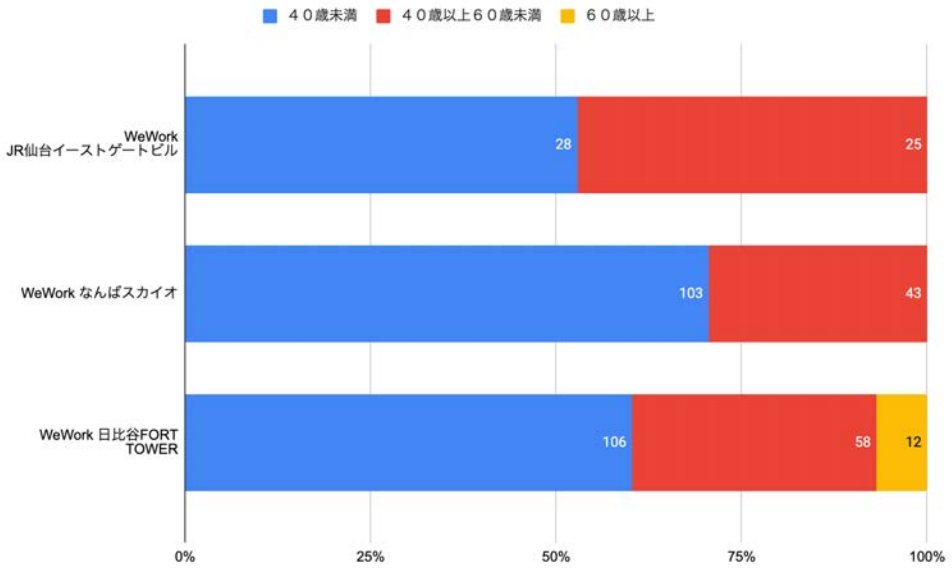
4. 花への個人的な関連付け
・自分の名前と同じ花が好き
・学生時代に華道を習っていた経験
・家でも定期的に花を飾ろうと思った

5. イベントに関する具体的な提案や要望
・早めに花をもらいたい、花がきれいなうちに欲しい
・ブーケを作ってほしい
・花束にメッセージを添えることの重視

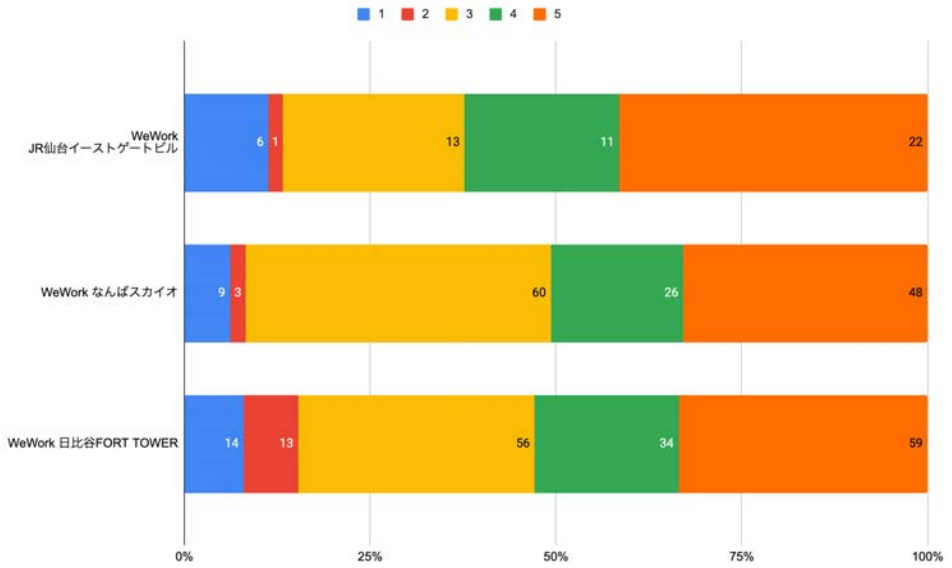
6. 花に関する一般的な感想
・花は心が豊かになる
・花の持ち帰りができることが嬉しい
・素敵な取り組みと感じた

3拠点（仙台、東京、大阪）の傾向について

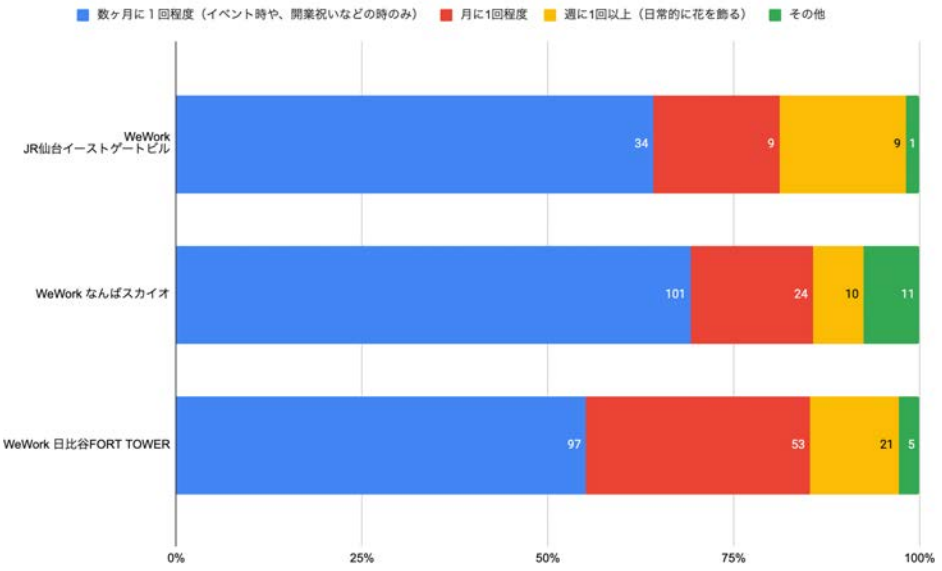
各拠点割合について



花をきっかけに新しい出会いがあったり、相手（企業・個人）とのコミュニケーションが深まりましたか？(1:深まらない 5:深まった)



普段どのくらいの頻度で花を購入しますか？



その他、花イベントについてフィードバックがございましたらご記入ください。

1. イベントへの感謝と肯定的な反応
   ・イベントに参加して嬉しかった、感謝の気持ち
   ・華やかな気分、癒やしを感じた
   ・花を見て心が洗われた、気分が上がった

2. イベントの再開催希望
   ・花を使ったイベントを継続してもらうようにwework側へお願いしたい
   ・同様のイベントへの参加意欲
   ・再度実施されることへの期待

3. 花に関する新たな認識や発見
   ・花の国産と海外産を意識したのは初めて
   ・生産者のお顔やストーリーを知り、花の奥深さを感じた
   ・普段自分では手に取らない花に触れる機会

4. 花への個人的な関連付け
   ・自分の名前と同じ花が好き
   ・学生時代に華道を習っていた経験
   ・家でも定期的に花を飾ろうと思った

5. イベントに関する具体的な提案や要望
・ブーケを作ってほしい
・花束にメッセージを添えることの重視

6. 花に関する一般的な感想
・花は心が豊かになる
・花の持ち帰りができることが嬉しい
・素敵な取り組みと感じた

・イベント全体についての総括（詳細）

2023年11月のイベント（以下：本イベント）は、WeWork利用者（個人事業主、企業利用者）に対しての開催となった。本イベントによって、都心部、地方の50代以下の社会人に対して仕事の空間に花がある日常、それによるコミュニケーション活性化について体感いただいた。

今回の目的は以下2点です。
1：フレキシブルオフィスの運用会社が花を用いた企画を行うことに、運営会社としてメリットを感じてもらえるのか
2：そのメリットが都心部と地方と変わらないものなのかを確認すること

フレキシブルオフィスでは、コミュニケーションと交流の促進を目指して、花を活用したイベントを実施しました。このイベントにより、花がオフィスの環境とオフィス利用者間の関係性にもたらす多大な影響を実証することができた。

まず、花を通じたコミュニケーションの活性化が顕著でした。イベントに参加するハードルが低下し、普段は交流の少ないメンバー同士が自然と会話を交わすようになった。共に花を選ぶ行為が、新たな交流のきっかけとなり、社員間の絆を深める助けとなったためである。

また、花によって空間が華やかに変化し、来訪者にも好印象を与えることができた。生花の彩りと香りが、オフィス環境を格別なものへと変化させ、訪問者にとって忘れがたい経験を提供した。

さらに、花の多様性が、メンバー間のコミュニケーションを豊かにした。花を見ながらの会話は、日々の業務を超えた新しい関係性を築く機会を提供した。
加えて、花は癒しと心地よさをもたらし、働く環境をより快適なものに変えた。メンバーがお花を見る姿は、日常の喧騒から離れた穏やかな時間を提供し、心の豊かさを感じさせた。

このイベントを通じて、花は単なる装飾以上の価値を持ち、オフィス環境に新たな活力をもたらすことが明らかになった。これらの結果は、今後のオフィス運営において花を積極的に活用するための貴重な示唆を提供している。

一方参加者側のアンケートからは、以下のような総括をまとめた。

イベント参加と花の購入頻度：
2022年のイベントには約26%の人が参加し、そのうち約49%がイベント後に花の購入頻度を増やした。これは、イベントが参加者の花に対する興味や購買行動に肯定的な影響を与えたことを示している。

参加者の年齢層と好み：
参加者の大多数は40歳未満で、花の色、形、珍しさ、相手が好む花などが好きな理由として挙げられた。これは、若年層の参加者が花に対して個人的な好みや贈り物としての意図を重視していることを示している。

コミュニケーションの深化：
約49%の参加者がイベントを通じてコミュニケーションが何らかの形で深まったと感じている。これは、花を通じた交流が有効であることを示している。

贈答用花の選択基準：
贈答用花を選ぶ際、色、種類、値段、日持ちが重要な要因であり、2千円から5千円の価格帯が最も人気でした。国産・海外産の選択は重要でないと見なされることが多いが、国産花の新鮮さや特別感は一部の人々にとって魅力的でした。

贈り物としての花の受け取り：
花を贈り物として受け取ることに対しては、多くの人がポジティブな感情を持っていることが明らかになった。一方で、花の実用性や管理の必要性などに対する懸念も存在する。

花と他の贈り物への評価：
花を贈り物として受け取ることを嬉しいと感じる人が多い一方で、他の贈り物が嬉しいと感じる人も存在し、贈り物の種類に対する個人の好みや実用性が大きな影響を与えていることがわかる。

・オフィス需要での花需要拡大案

1. イベントとワークショップの定期開催

花に関するイベントやワークショップを定期的に開催することで、オフィス内のコミュニケーションを促進し、花への関心を高める。

例えば、「フラワーアレンジメント教室」や「ローカルフラワーマーケット」をオフィス内で開催し、社員が直接花を選んだり、アレンジメントの技術を学ぶ機会を提供する。そのための提案を協会に所属する企業様にて実施することで、需要拡大の可能性が広がる。

2. フラワーサブスクリプションサービス

オフィス向けにカスタマイズ可能なフラワーサブスクリプションサービスを提供する。これにより、定期的に新鮮な花がオフィスに届けられ、空間が常に華やかに保たれる。

サブスクリプションは、季節ごとのテーマや特定の色合い、企業イメージに合わせたアレンジメントなど、カスタマイズが可能である。

3. コーポレートギフトとしての花

企業間のギフトやお祝い事、記念日などに花を贈る文化を推奨する。これにより、花がビジネスコミュニケーションの一部としての位置づけを強化する。

特別な日には、オフィス内で花を配布するなどして、社員間の絆を深めるイベントも企画する。

4. オフィス空間コンサルティング

オフィス空間の花の配置やデザインのコンサルティングサービスを提供する。これにより、オフィス環境を花で彩り、働く人々の気分を高めることができる。
空間に応じたサステナブルな選択や、季節ごとのデコレーションの提案を行う。

これらの提案は、オフィス環境における花の重要性を高め、花を通じて社員の幸福感やモチベーションを向上させることを目指している。また、ビジネスコミュニケーションや企業文化の一環として花を取り入れることにより、花の需要拡大に貢献することができる。

以上