

● 花購入率 婚姻有無、居住形態、都市規模別

Q1

花の購入率は、属性でかなりの違いや地域差

既婚者（45%） > 未婚者（33%）

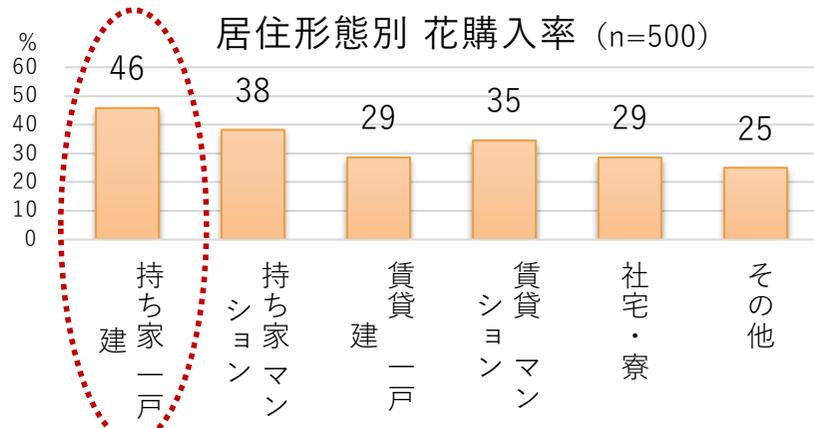
一戸建て持ち家（46%） > マンション持ち家（38%） > マンション賃貸（35%）

人口20～30万規模の都市（59%）に注目 平均（39%）を20ポイント上回る

※福島市、徳島市、津市など（巻末参考資料「家計調査」切り花支出額上位市 参照）



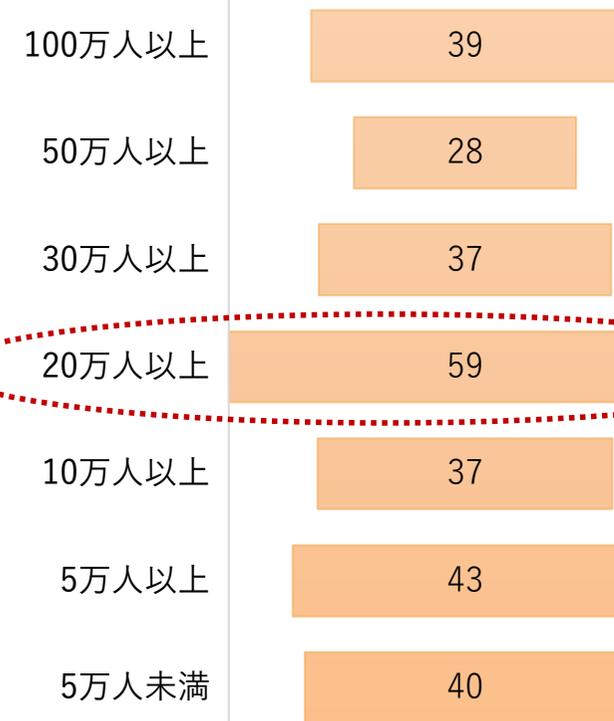
注：国勢調査によれば、20～50代の既婚率は55%（2020年）。本調査では53%



単位：いずれも%

出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2023）「花の消費選好」

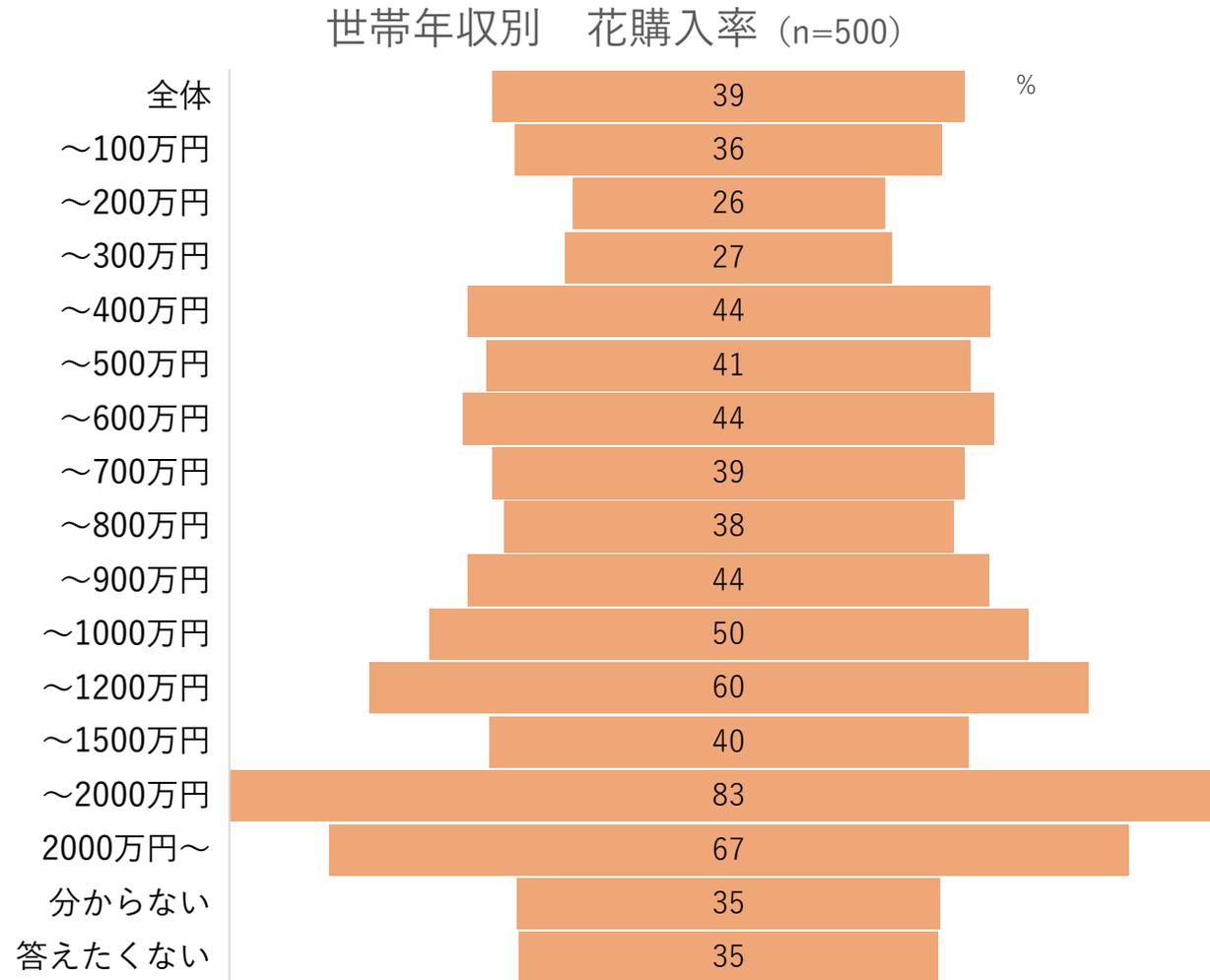
都市規模別 花購入率 (n=500)



● 花購入率 世帯年収別

Q1

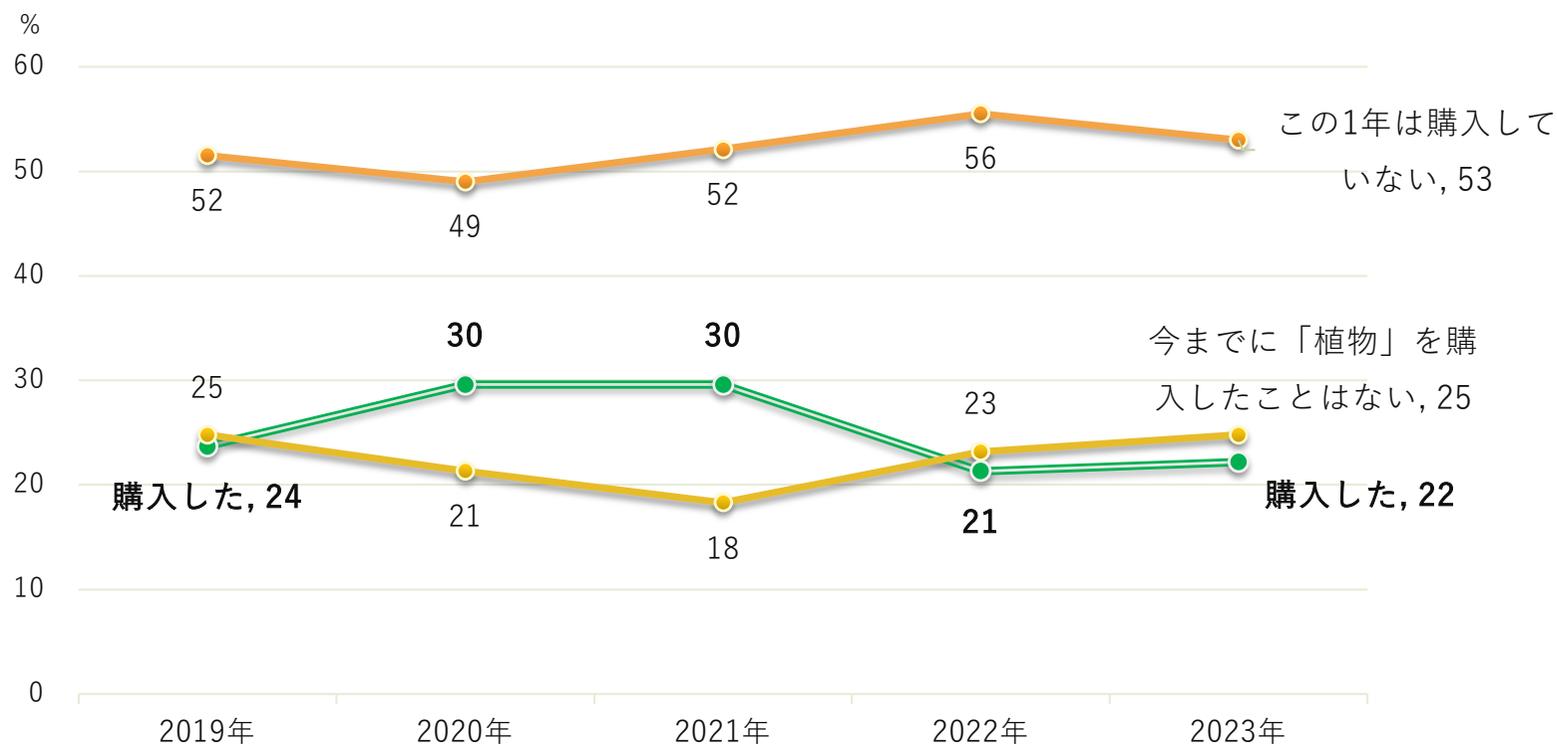
世帯年収100～300万円の購入率は2割台（花を買う余裕がない？）
2000万円以上は高めだが、実数が少ない（順にn=6、3）



2023年は22% 2022年比で0.9ポイント増

※花同様、2022年前後の落差は、部分的には調査会社と属性変更の影響の可能性

最近1年間の植物購入率の推移 2019～2023年



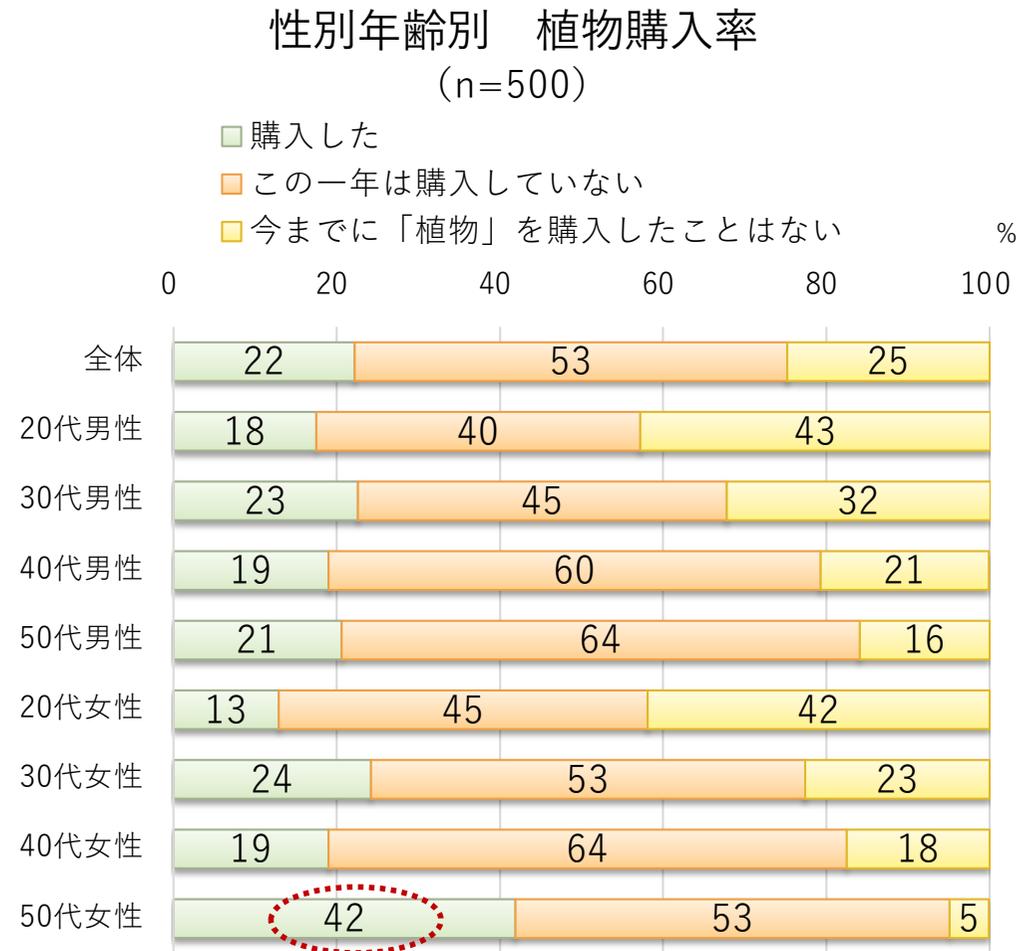
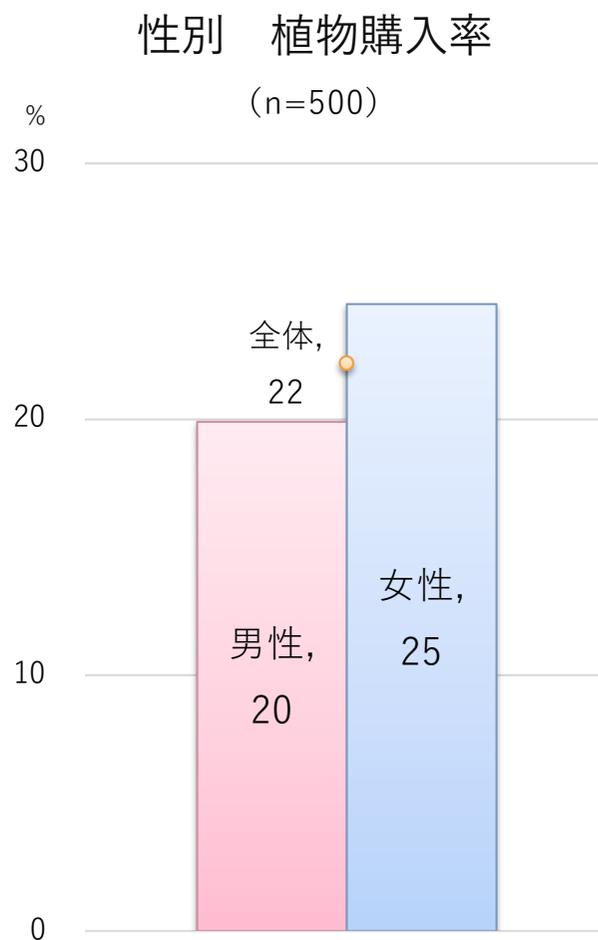
注：2021年まで男女比4：6、n=520、2022年から5：5、n=600。2008～2021年はマクロミル、2022年からインテージで調査
2023年未既婚比を国勢調査に準じて47:53に調整、n=500

出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2023）「花の消費選好」

● 植物の購入率 性別年齢別

Q2

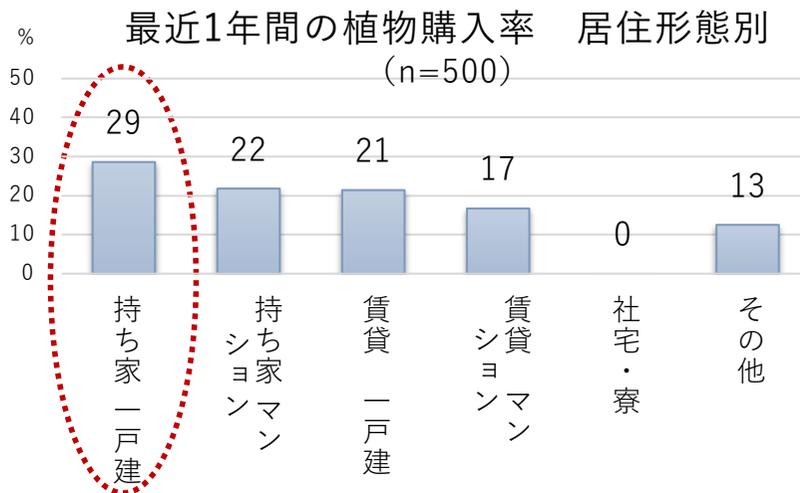
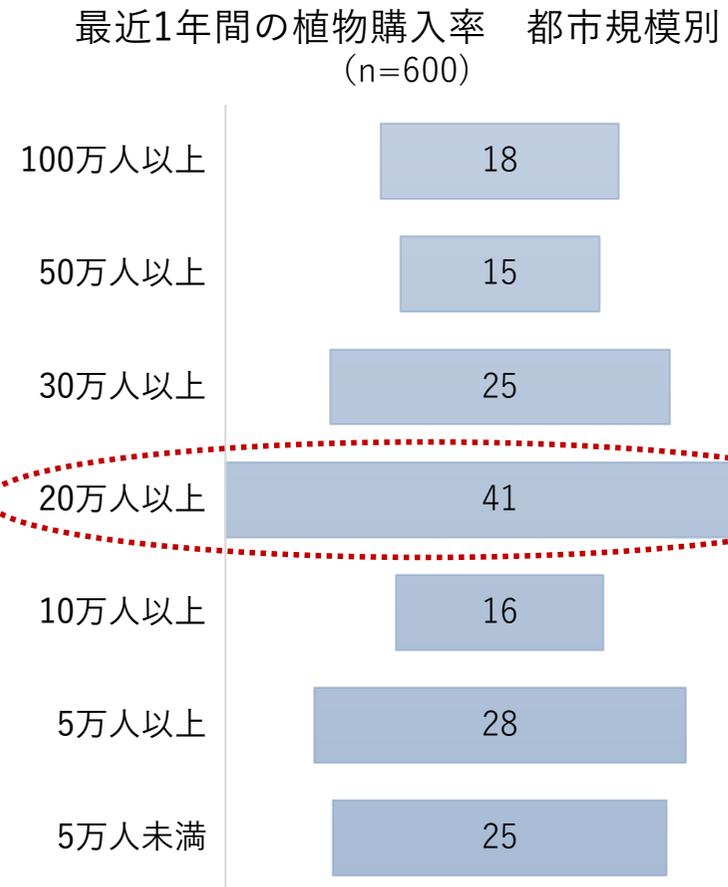
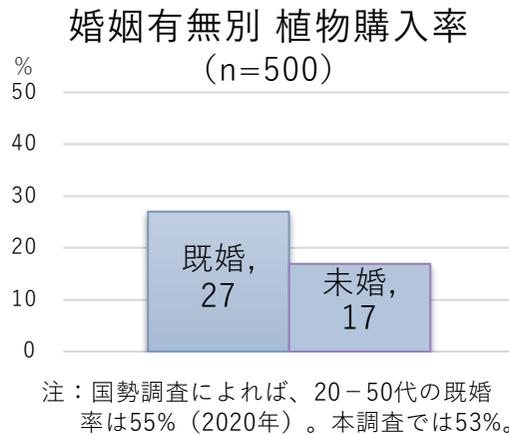
男性20%、女性25%が植物購入 花より低い、性差は小さめ
 花同様、50代女性がリード（42%）
 20代では「購入したことがない」が4割超、20代女性の購入率は13%にとどまる



● 植物購入率 婚姻有無、居住形態、都市規模別

Q2

既婚者 (27%) > 未婚者 (17%)
 一戸建て持ち家 (29%) > マンション持ち家 (22%) > 賃貸一戸建 (21%)
 人口20~30万規模の都市 (41%) は、全体平均 (22%) を19ポイント上回る

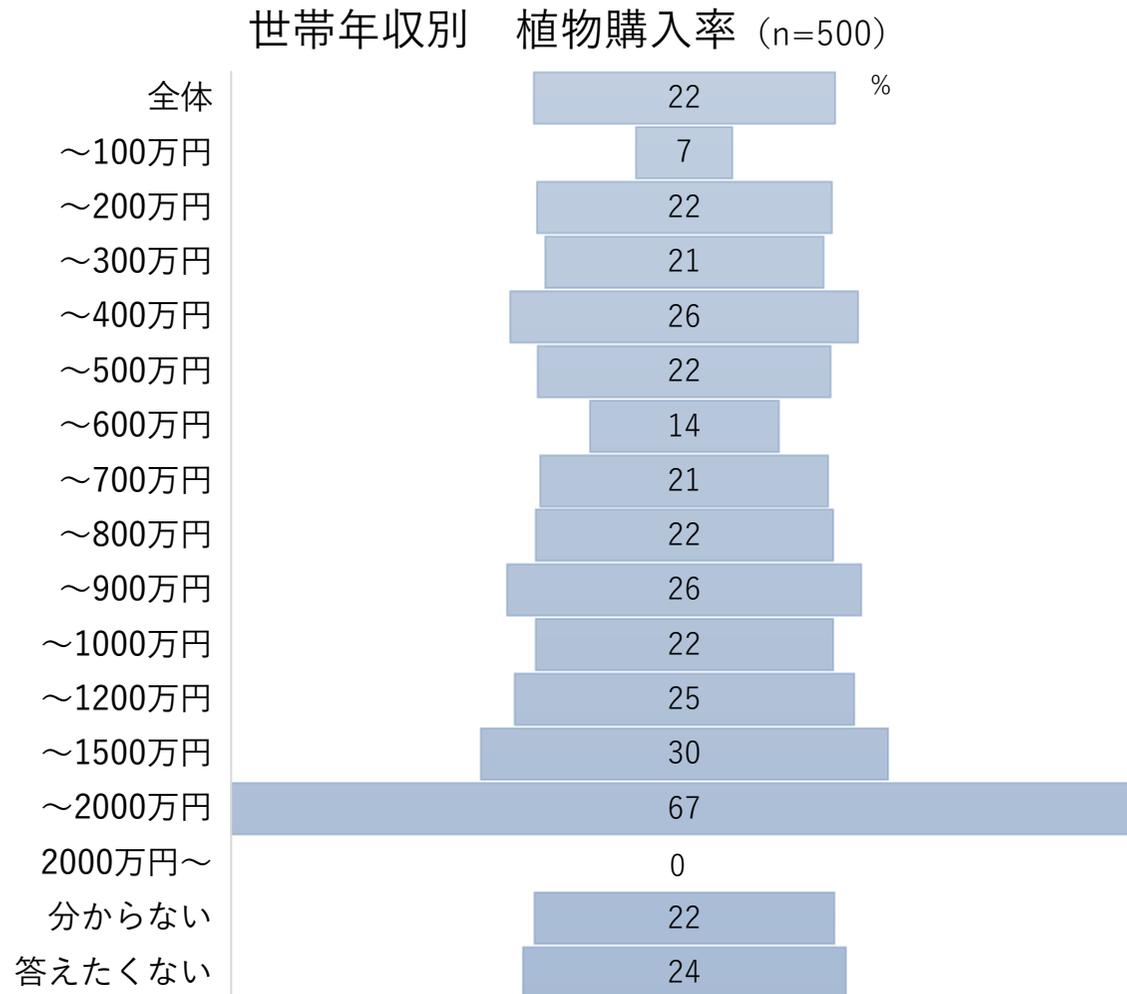


単位：いずれも%
 出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2023）「花の消費選好」

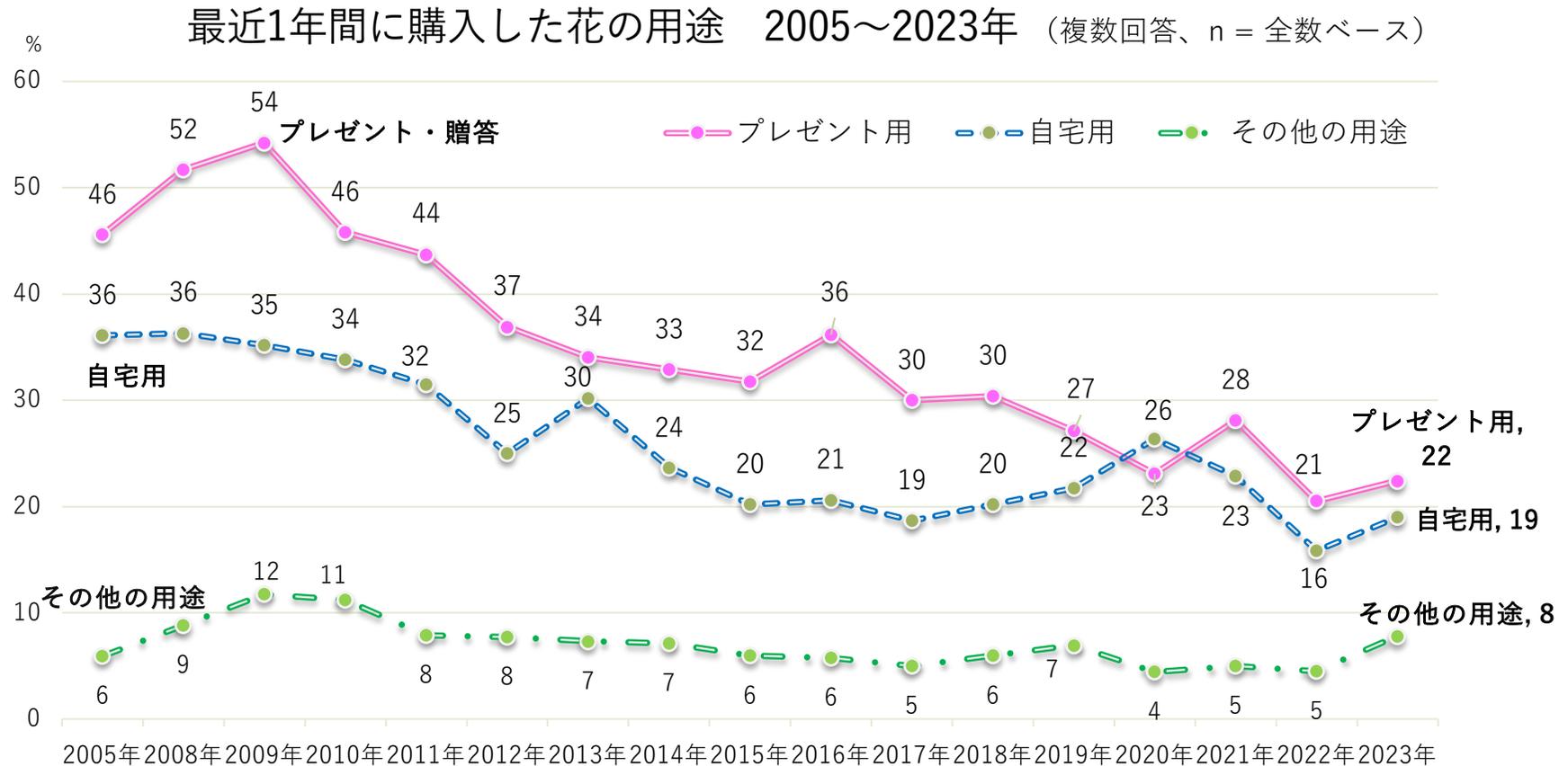
● 植物購入率 世帯年収別

Q2

植物の購入では、年収との関係ははっきりしない
100万円以下では明らかに買わない 一方、2000万円以上の購入率は「ゼロ」



2009年頃ピーク、大震災を経て低迷
 プレゼント用は22.4%（前年比1.9ポイント増）、自宅用は19%（同3.2ポイント増）
 2023年の自宅用の増加は、お供え需要が寄与している可能性（購入場面参照）



注：最近1年の花購入者に用途を尋ね、回答者全数で割り戻して算出
 2017年以前のデータはMPSジャパン提供 2021年まで男女比4：6、n=520、2022年から5：5、n=600
 2023年未既婚比を国勢調査に準じて47:53に調整、n=500
 調査会社は2005年はインターワイヤード、2008～2021年はマクロミル、2022年以降インテージ
 出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2023）「花の消費選好」