

花き業界のデジタル産業拡大のための ニーズ・受容性把握調査

定量一次調査報告書

目 次

■ 調査背景		2 p
■ 調査概要		3 p
■ 調査結果サマリー		4 p
■ 調査結果詳細編【SC調査】		17 p
回答者プロフィール		18 p
直近半年以内の購入ギフト		19 p
直近半年以内の購入ギフト		20 p
普段の生活への花の取り入れ方		21 p
花ギフトとの関わり／直近で花ギフトをもらった・贈った時期		22 p
花ギフトをもらった・贈った回数／花ギフトをもらった・贈った相手		23 p
花ギフトをもらったシーン		24 p
花ギフトを贈ったシーン		25 p
花ギフトを直近 1 年以内に購入したお店		26 p
花ギフトを直近で購入したお店		27 p
各お店での花ギフト購入回数		28 p
直近でもらった花ギフトのスタイル		31 p
直近で贈った花ギフトのスタイル		32 p
花ギフトのブランド		33 p
花ギフトの購入価格		34 p
■ 調査結果詳細編【本調査】		35 p
ギフトとして花を選んだ理由		36 p
花ギフトと一緒に贈ったもの		37 p
花ギフトの購入重視点		38 p
実店舗での購入理由		39 p
実店舗購入時の困りごと		40 p
インターネットサイトでの購入理由		41 p
インターネットサイト購入時の困りごと		42 p
非花ギフト購入者の花ギフトの購入検討状況		43 p
花ギフトを選ばない理由		44 p
花ギフト 嬉しいと感じた部分		45 p
花ギフト 特別感を感じた部分		46 p
花ギフト購入時のプラスアルファの要素		47 p
花ギフトの困りごと		48 p

調査背景

フラワーデジタルマーケティング協議会（以下「FDMC」）主導で、ジャパンフラワー強化プロジェクトを推進されている。事業目標は、花き算出額の増加である。地域局所的な施策や購入意欲がある層のみを対象とした施策を実施しているが、花購入未習慣層への広域での施策アプローチができていないことに課題感をお持ち。そこで調査を通して、50代以下への花習慣化に向け、花き業界が持続可能な需要創出を行うための要素を把握したいとお考え。また、花ギフト市場における消費金額と体験要素の関連性を明らかにし、花き業界の拡大を図っている。

本件では、2段階のステップに分けて調査を実施。

一次調査では、花ギフト市場における消費者の需要（ニーズ）を把握する。【仮説出し】

二次調査では、一次調査の結果から得られた需要を基に、「資材やコンテンツなど」を検討・試作を行い、消費機会の増加および消費金額の拡大に繋がるかを明らかにする。【仮説評価】

2

調査概要

調査目的	経験者の花ギフトの体験から、花ギフトの価値とは何かを仮説立てを行う。											
調査対象者条件	- 調査エリア：全国 - 性別：男女 - 年齢：20～59歳 - 花ギフト購入経験者： 直近半年以内に花ギフトを贈った経験のある人 & これまでに花ギフトをもらったことのある人 - 花ギフト購入未経験者： 直近半年以内に花ギフトをもらったが、これまで贈ったことはない人											
サンプルサイズ ・ 割付イメージ	本調査800ss - 割付①：花ギフト購入経験者 - 割付②：花ギフト購入未経験者	<table><tr><td></td><td>20－30代</td><td>40－50代</td></tr><tr><td>割付①</td><td>200 s</td><td>200 s</td></tr><tr><td>割付②</td><td>200 s</td><td>200 s</td></tr></table>		20－30代	40－50代	割付①	200 s	200 s	割付②	200 s	200 s	
	20－30代	40－50代										
割付①	200 s	200 s										
割付②	200 s	200 s										
調査手法	インターネット定量調査（クロス・マーケティング アンケートモニター）											
調査期間	2023年8月10日（木）～ 8月17日（木）											

調査結果サマリー

4

総括

花／花ギフトの価値

ギフトとして『花』が選ばれる理由としては、「贈る相手が花が好き」「お祝い感を演出できる」といった理由がある。花を贈る経験が多いユーザーでは、「豪華さを表現できる」「贈る相手を考えた感が伝わる」といった理由も見られる。

花ギフトを購入する際の重視点としては、「価格」「花の色味」「贈る相手のイメージと合うこと」の回答が上位3位に上がり、重視されていることが分かる。一方で、「飾りやすさ」「花が長持ちする」「手入れが簡単そう」などについては、回答が2割を下回っている。

花ギフトをもらった際の困りごととしては、「花が長持ちしない」が最も高い。花ギフトを贈ったことがない人の花ギフトを選ばない理由としても、「日持ちしない」が上位に来ており、その他に「手入れが大変」「他のギフトを贈る」といった理由がある。

実店舗とECサイトでの購入の違い

実店舗で購入する理由としては、「実物が見られる」「その日に手に入る」といった実店舗ならではの利点・体験がある。一方で、「花を持って移動しづらい」「求めている花がない時がある」「待ち時間が生じる」などの困りごともある。

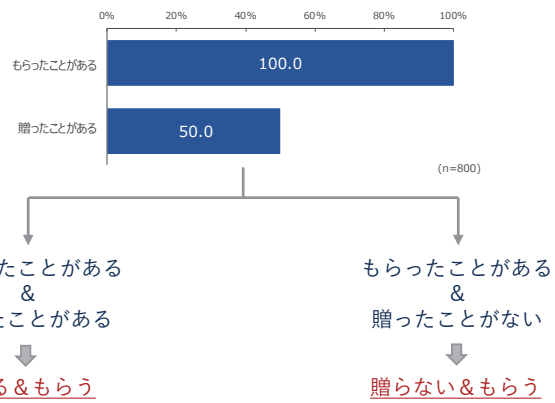
ECサイトでは、「届けてくれて便利」「自由な時間に買い物ができる」などの時間や距離／移動の削減や「商品をじっくり見られる」「検索がしやすい」といった理由もある。ただし、「サイズ感が分かりにくい」「イメージと違う可能性がある」といった困りごとや不安感も抱かれている様子。



5

花ギフトとの関わりによりセグメント化

花をもらったこと／贈ったことがあるかの有無

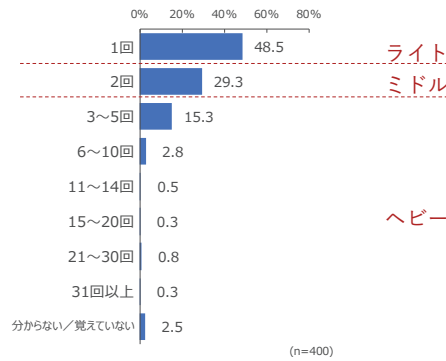


集計軸の説明

花ギフトの頻度により、さらにセグメント化

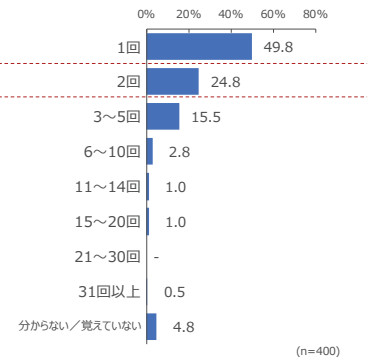
花ギフトを贈った回数

【贈る&もらうベース】



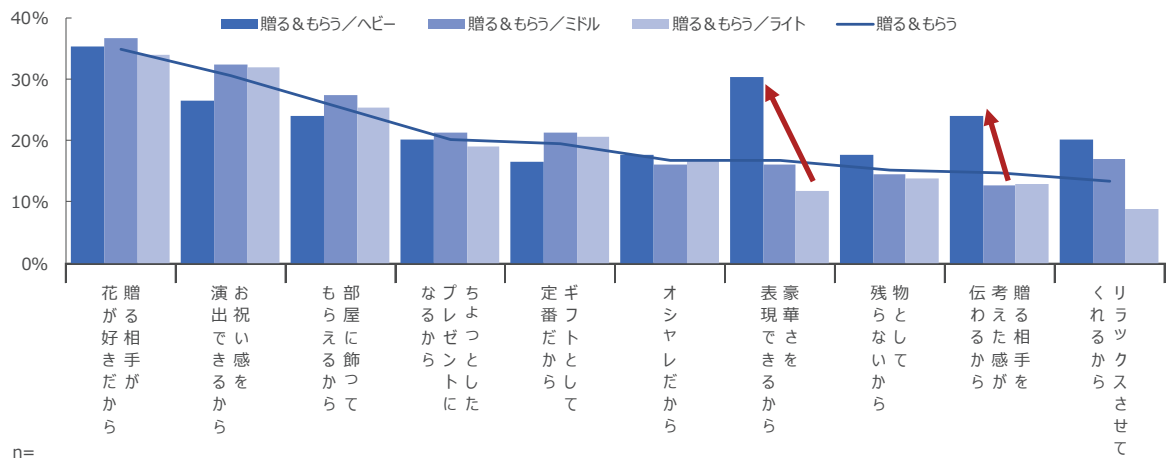
花ギフトをもらった回数

【贈らない&もらうベース】



ギフトに花を選んだ理由

- 花をギフトに選んだ理由は、「贈る相手が花が好きだから」が最も高く、次いで「お祝い感を演出できるから」「部屋に飾ってもらえるから」である。
- 【贈る&もらう／ヘビー】をみると、「豪華さを表現できるから」「贈る相手を考えた感が伝わるから」が【贈る&もらう】より10pt近く高い。



n=	400	79	117	194
贈る&もらう	35.0	35.4	36.8	34.0
贈る&もらう／ヘビー	30.5	26.6	32.5	32.0
贈る&もらう／ミドル	25.3	24.1	27.4	25.3
贈る&もらう／ライト	20.3	20.3	21.4	19.1
	19.5	16.5	21.4	20.6
	16.8	17.7	16.2	17.0
	16.8	30.4	16.2	11.9
	15.3	17.7	14.5	13.9
	14.8	24.1	12.8	12.9
	13.3	20.3	17.1	8.8

※上位10項目のみ記載

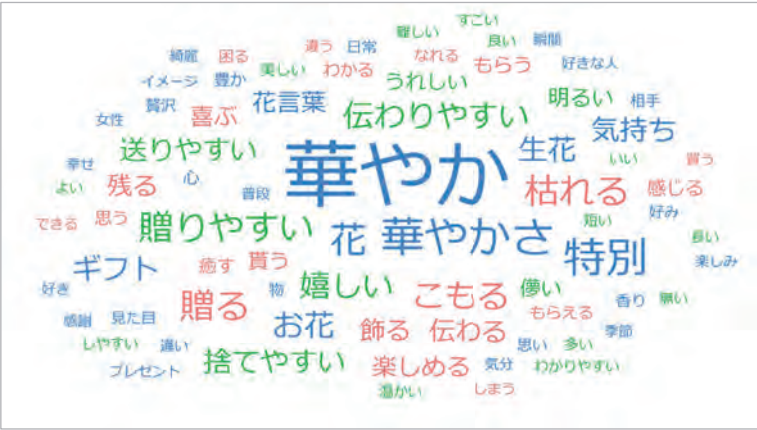
※贈る&もらうの値を基準に降順並び替え

Q1 あなたがギフトとして花を選んだ理由について、あてはまるものを全てお知らせください。花のギフトを贈ったことがない人は、贈る側をイメージしてお答えください。(MA) 【花ギフトを贈ったことがある人ベース】

花ギフトの価値／花以外のギフトの違い

- 花ギフトの価値として、「華やか／華やかさ」といった見た目に関する単語が多い。
- 「特別感がある」「気持ちがこもっている」「自分では買わないから贈られると嬉しい」「残らないから贈りやすい」という意見も散見される。

自由回答を利用した簡易テキストマイニング結果（ワードクラウド）



【ワードクラウド】
スコアが高い単語を複数選び出し、その値に応じた大きさに表示しています。
単語の色は品詞の種類で異なり、青色が名詞、赤色が動詞、緑色が形容詞を表します。
スコアとはその単語の「重要度」を表す値として算出されており、テキストマイニングでは、「一般的な文書でよく出る単語は、重要視しない」、一方で「一般的な文書ではあまり出現しないのに頻出している単語は重視する」仕組みが取り入れられています。

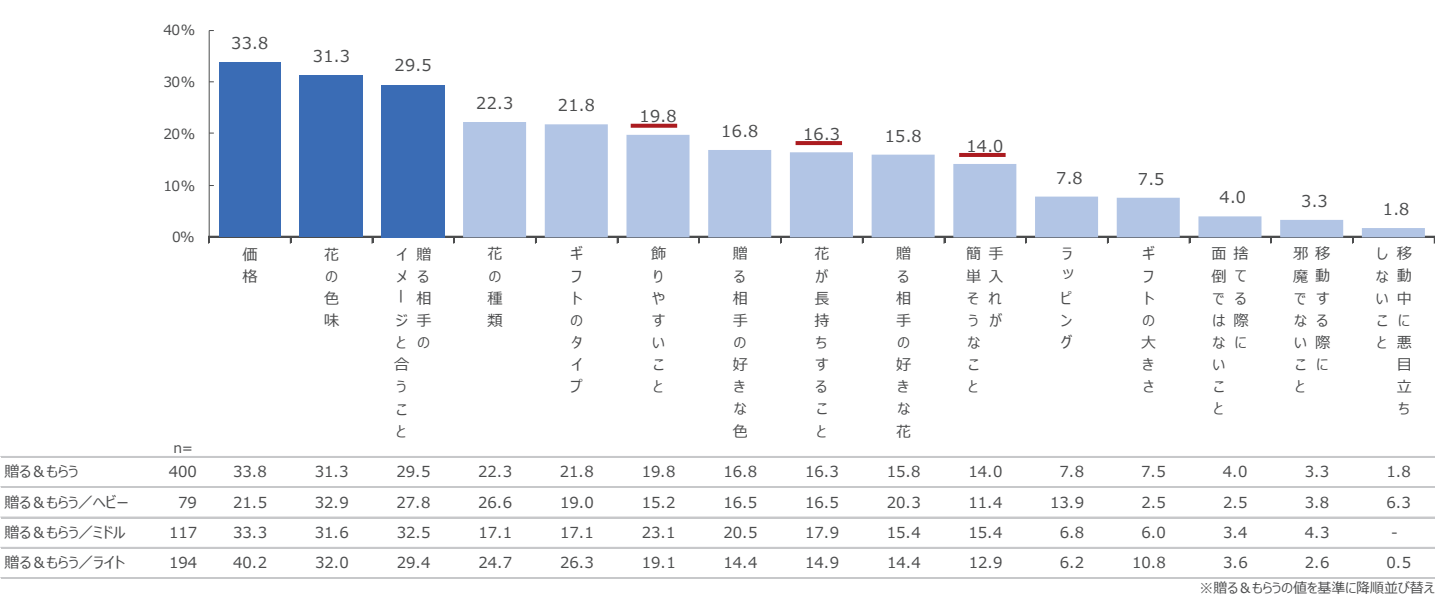
自由回答の抜粋

- ・花束は**特別感**がすごい。普段自分で買わない贅品こそ、人に贈られるとすごく**嬉しい**。
- ・**華やか**、枯れるまで日々変わる楽しさ、飾っておける。
- ・花言葉を意識したりして、お花を選ぶなど**気持ちがこもっている**と思う。
- ・**美しさ華やかさ**が、他の物品に比べて優れている。
- ・**花言葉**もあるし言葉にするのが苦手な人にも手助けできるようなプレゼントだと思う。
- ・**華やか**で気分が上がる。一週間ぐらいで処分することになるため、自分の好みではないものでも**残り続けない**のでいい
- ・お花のギフトは、誰しも**贈られて嬉しく感じる**ことだと思っています。プレゼントとしては、なかなか自分自身で自分の為に購入する機会は、ほとんど無いように思うことから、他の製品よりも気持ち的に貰って嬉しいと感じる点。
- ・**特別感**がある。相手への好意や尊敬、感謝が伝わる
- ・すぐに枯れてしまうので普段、自分用に購入するには贅沢に感じるのでもらえると**嬉しい**。人に贈る際は枯れたら捨ててもらえるので、**趣味にあわなくて困らせるのでは…とかの心配が少なく**て良い。
- ・食べ物などよりも手がかかるが、そのぶん**特別感**がある。特に普段花を飾る習慣がないので、室内がいつもと違う雰囲気になって余韻に浸れる。
- ・花好きな人には喜ばれる。長い間楽しめるし物が増えないから**贈りやすい**

SC21 花のギフトを贈ることにに関して、花以外のギフトと比べてどのような違いがあると思いますか。(FA) 【花ギフトを贈ったことがある人ベース】

花ギフト購入重視点

- 花ギフトの購入重視点は「価格」が最も高く、「花の色味」「贈る相手のイメージと合うこと」「花の種類」「ギフトのタイプ」「飾りやすいこと」が続く。
- 「飾りやすいこと」「花が長持ちすること」「手入れが簡単そうなこと」などの花自体とは関係ない項目については、重視されていないわけではないが、「価格」や「花の色味」よりも10pt以上数値が低い。



Q3 花のギフトを購入した際に重視したこととして、あてはまるものを3つまでお選びください。(MA) 【花ギフトを贈ったことがある人ベース】

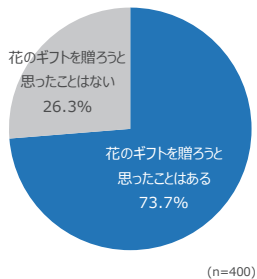
花をギフトとして選ばない理由／花ギフトの困りごと

■花ギフトを贈ったことがない人の中で、7割以上は「花のギフトを贈ろうと思ったことはある」と回答。
花ギフトを選ばない理由としては、「日持ちしない」「手入れが大変だから」などが上位にあがる。

■花ギフトをもらった時の困りごととは、「花が長持ちしない」が最も高く、次いで「枯れたあとに捨てるのが申し訳ない」である。

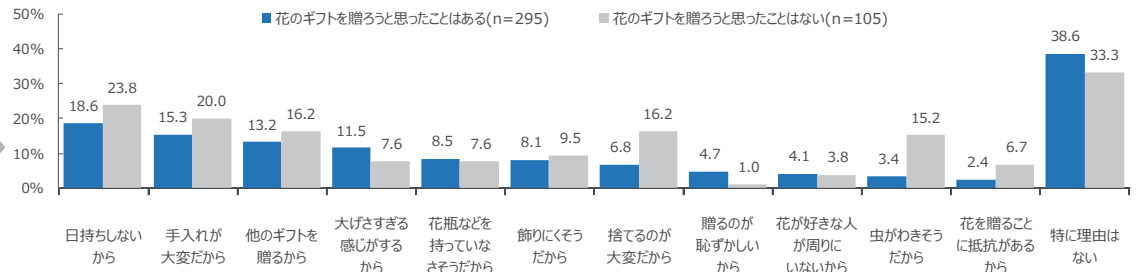
花ギフト検討経験

【花ギフト贈ったことがない人】



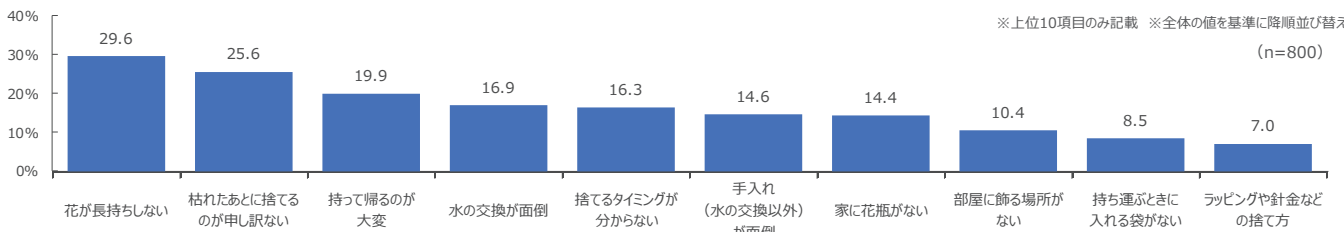
(n=400)

花ギフトを選ばない理由【花ギフト贈ったことがない人】



※花ギフトを贈ろうと思ったことはあるの値を基準に降順並び替え

花ギフトをもらった時の困りごと



※上位10項目のみ記載 ※全体の値を基準に降順並び替え (n=800)

Q8 花のギフトを贈ったことがない方にお伺いします。贈るギフトを考える際、花を贈ることを考えたことはありますか。(SA)【花ギフトを贈ったことがない人ベース】
Q9 花のギフトを贈ったことがない方にお伺いします。ギフトとして花を選ばなかった理由を教えてください。(MA)【花ギフトを贈ったことがない人ベース】
Q14 花のギフトをもらった場合の困りごととしてあてはまるものを教えてください。(MA)

10

一緒にあげた／嬉しいと感じた／特別感を感じた／+αの価値になるもの

■一緒にあげたものは「メッセージカード・手紙」がトップで、2位「寄せ書き」と20pt以上の差がある。

■嬉しいと感じた部分は「花の色合い」、特別感を感じたものは「花そのもの」、+αの価値になるものは「ラッピング」がトップ。

一緒にあげたもの(TOP5※お菓子やコスメなどは除く)



1	メッセージカード・手紙	34.0%
2	寄せ書き	13.5%
3	フラワーベース(花瓶など)	6.5%
4	思い出の写真	4.8%
5	栄養剤・延命剤	3.5%

(n=400)

嬉しいと感じた部分(TOP5)



1	花の色合い	50.1%
2	花の種類	30.8%
3	花ギフトのタイプ	30.5%
4	花の香り	21.6%
5	メッセージカード／寄せ書き	15.8%

(n=800)

特別感を感じたもの(TOP5)



1	花そのもの	40.1%
2	花ギフトのタイプ	36.1%
3	ラッピング	17.9%
4	メッセージカード	15.6%
5	花のケア方法の冊子／チラシ	5.0%

(n=800)

+αの価値になるもの(TOP5)



1	ラッピング	36.3%
2	メッセージカード	33.5%
3	花そのもの	29.5%
4	花ギフトのタイプ	21.5%
5	フラワーボックスの箱のデザインや形状	19.8%

(n=400)

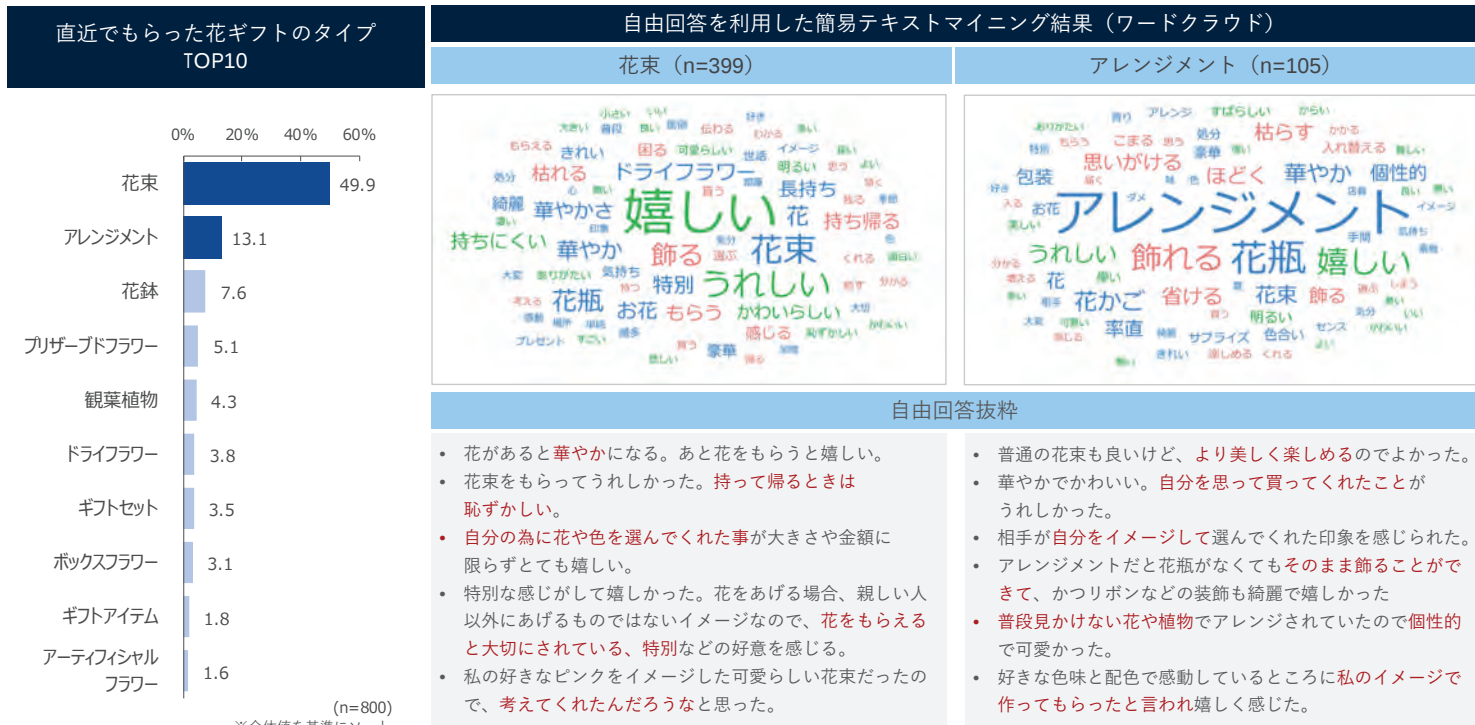
Q2 花のギフトと一緒に贈ったことがあるものを全て教えてください。(MA)【花ギフトを贈ったことがある人ベース】／Q11 花のギフトをもらった時に、嬉しいと感じた部分を教えてください。(MA)
Q12 花のギフトをもらった時に、特別感を感じた部分を教えてください。(MA)
Q13 花のギフトを購入する時に、プラスアルファの価値になると思われるものを全て教えてください。(MA)【花ギフトを贈ったことがある人ベース】

11

花ギフトタイプをもらったときの印象や感じたこと

花束／アレンジメント

- 自由回答をみると、花束は「自分のことを考えてくれたこと」に対して嬉しさを感じる回答が見られる。
- アレンジメントも同様の回答が見られたことに加え、「飾りやすさ」に対する意見も散見される。



実店舗で購入する理由・困りごと（TOP5）

- 実店舗で購入した理由をみると、【全体】では「実物を見られるから」「よく行くお店だから」「その日に手に入るから」があがる。【リピート層】では、「店員に相談したかったから」が3位にあがる。
- 困りごととしては、【全体】では「花を持って移動しづらい」が最も高く、「求めていた花がない時がある」「待ち時間が生じる」が続く。

実店舗

購入理由

全体（n=321）

1	実物を見られるから	38.0%
2	よく行くお店だから	22.4%
3	その日に手に入るから	21.8%
4	店員に相談したかったから	17.8%
5	季節の花が分かるから	17.4%

トライアルユーザー層（n=138）

1	実物を見られるから	40.6%
2	その日に手に入るから	25.4%
3	季節の花が分かるから	15.9%
3	店員にお任せしたかったから	15.9%
5	よく行くお店だから	14.5%
5	目的地に向かう途中にあるから	14.5%

リピートユーザー層（n=172）

1	実物を見られるから	37.2%
2	よく行くお店だから	26.7%
3	店員に相談したかったから	20.9%
4	その日に手に入るから	19.8%
4	季節の花が分かるから	19.8%

困りごと

全体（n=321）

1	花を持って移動しづらい	15.6%
2	求めていた花がない時がある	13.4%
2	待ち時間が生じる	13.4%
4	花が多すぎて選べない	11.2%
5	混雑している時がある	9.7%

トライアルユーザー層（n=138）

1	花を持って移動しづらい	18.1%
2	求めていた花がない時がある	12.3%
2	花が多すぎて選べない	12.3%
4	待ち時間が生じる	11.6%
5	必ず買わなければならない雰囲気がある	10.9%

リピートユーザー層（n=172）

1	求めていた花がない時がある	15.1%
2	待ち時間が生じる	14.5%
3	花を持って移動しづらい	14.0%
4	混雑している時がある	12.8%
5	花が多すぎて選べない	11.0%

Q4 花のギフトを店舗で購入したとお答えいただいた方にお伺いします。その理由について、あてはまるものをお知らせください。(MA)【実店舗利用者ベース】

Q5 花のギフトを店舗で買うときに、困ったことはありませんか。(MA)【実店舗利用者ベース】

14

ECサイトで購入する理由・困りごと（TOP5）

- ECサイトで購入した理由をみると、【全体】では「届けてくれて便利だから」「自由な時間に買い物ができるから」「検索がしやすいから」「商品や情報をじっくり見られるから」があがる。
- 困りごととしては、「サイズ感が分かりにくい」「イメージと違う可能性がある」「実物が届くまで見られない」があがる。

ECサイト

購入理由

全体（n=120）

1	届けてくれて便利だから	44.2%
2	自由な時間に買い物ができるから	33.3%
2	検索がしやすいから	33.3%
2	商品や情報をじっくり見られるから	33.3%
5	花の種類が豊富だから	25.8%

トライアルユーザー層（n=60）

1	届けてくれて便利だから	50.0%
2	自由な時間に買い物ができるから	43.3%
3	検索がしやすいから	38.3%
4	商品や情報をじっくり見られるから	36.7%
5	花の種類が豊富だから	31.7%

リピートユーザー層（n=54）

1	届けてくれて便利だから	35.2%
2	商品や情報をじっくり見られるから	31.5%
3	検索がしやすいから	29.6%
4	自由な時間に買い物ができるから	24.1%
5	花の種類が豊富だから	20.4%

困りごと

全体（n=120）

1	サイズ感が分かりにくい	31.7%
2	イメージと違う可能性がある	28.3%
3	実物が届くまで見られない	27.5%
4	配送料がかかる	17.5%
5	配送中に花が傷つく可能性がある	15.0%

トライアルユーザー層（n=60）

1	イメージと違う可能性がある	33.3%
2	サイズ感が分かりにくい	30.0%
2	実物が届くまで見られない	30.0%
4	配送料がかかる	21.7%
5	当日に届かない可能性がある	13.3%
5	花の鮮度が落ちる	13.3%

リピートユーザー層（n=54）

1	サイズ感が分かりにくい	31.5%
2	実物が届くまで見られない	24.1%
3	イメージと違う可能性がある	22.2%
4	配送中に花が傷つく可能性がある	18.5%
5	配送中にアレンジが崩れる可能性がある	16.7%

Q6 花のギフトをインターネットサイトで購入したとお答えいただいた方にお伺いします。その理由としてあてはまるものを全てお知らせください。(MA)【ECサイト利用者ベース】

Q7 花のギフトをインターネットサイトで買ったときに、困ったことはありませんか。あてはまるものをお知らせください。(MA)【ECサイト利用者ベース】

15