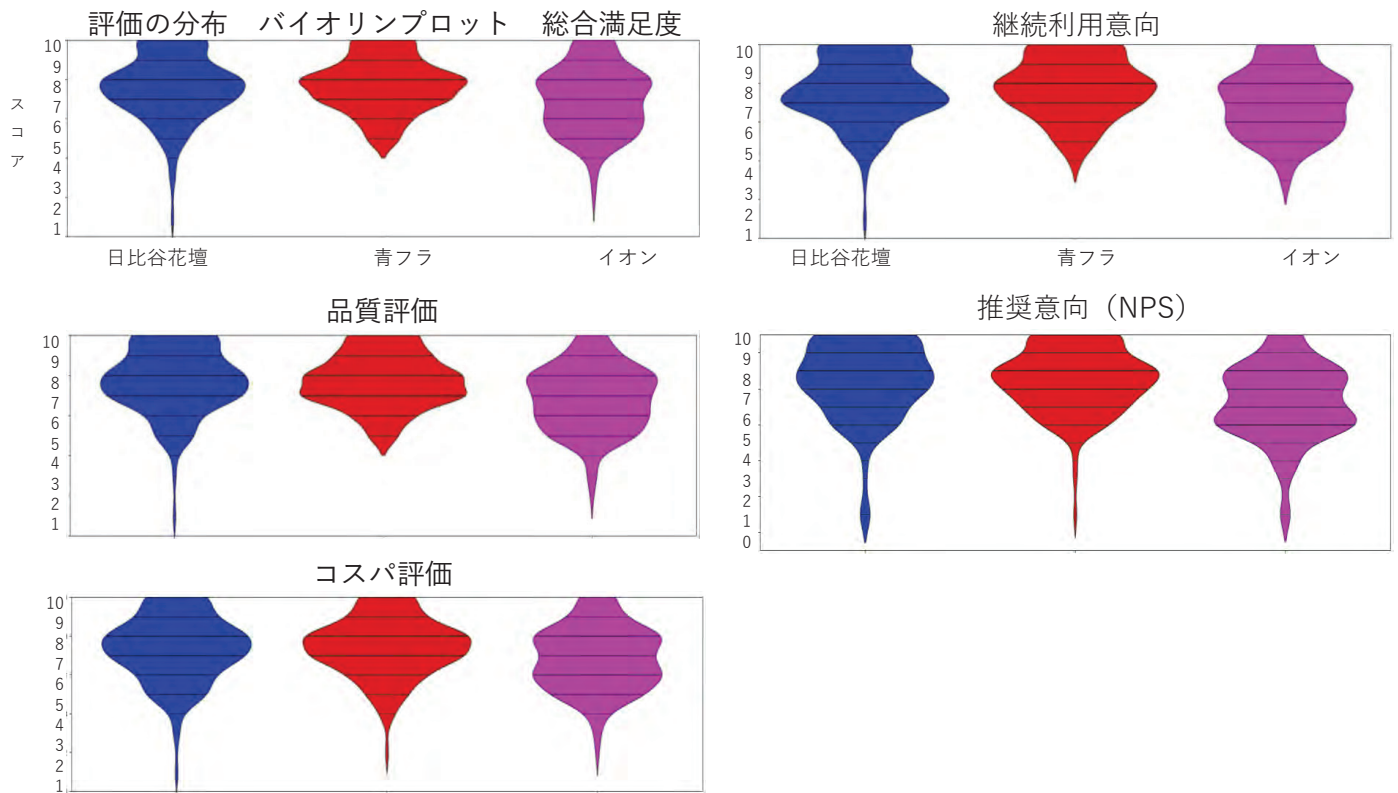


・10点満点評価の分布 青フラは低い評価の層が少ない・ない（特に総合満足と品質）



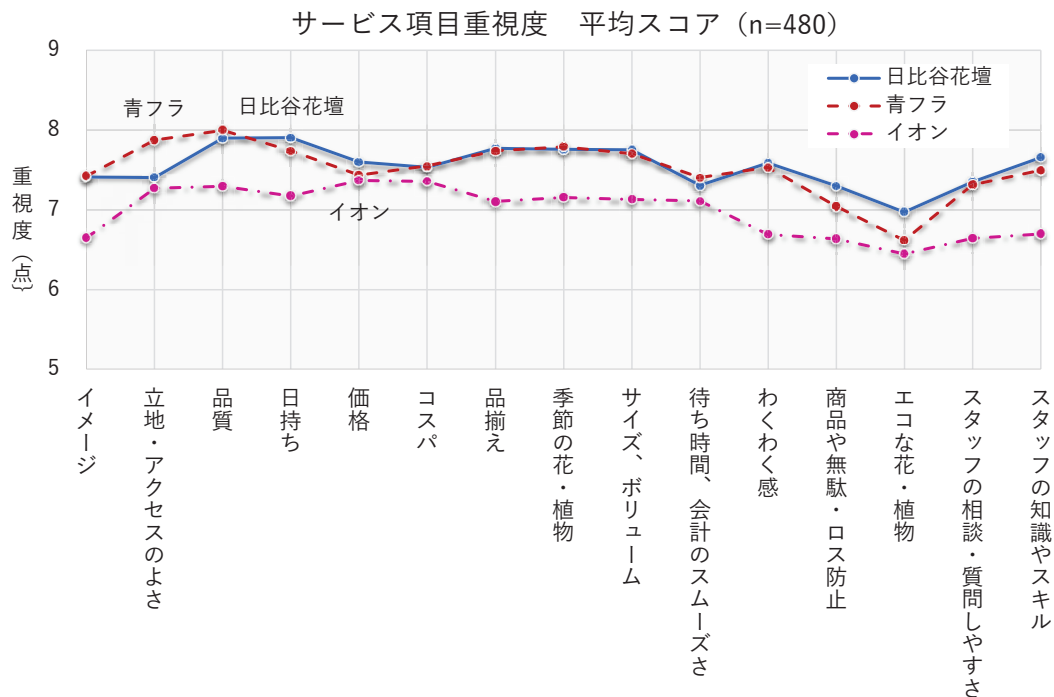
注：縦軸はスコア（10点満点） 推奨意向のみ「0点」を含む0～10点までの11段階（他は1～10まで10段階）
出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

2024 gerda research

37

花小売 サービス項目 重視度

- ・今回は 項目の「評価」ではなく「重視度」を聞いている
 - ・日比谷・青フラでは 品質や日持ちが大切
 - ・価格とコスパでは 3社同程度 ただしイオンでは価格・コスパが最重要
- ※ ネット利用者を含む



注：各項目10点満点 ネット利用者含む 重視の度合を尋ねており、評価を直接聞いているわけではない
出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

- ・ネットを除くリアル店舗利用者に絞っても、おおむね同傾向
- ・日比谷花壇で「無駄・ロス防止」「エコな花」「スタッフのスキル」の重視度がやや高め

サービス項目別 重視度 リアル店舗利用者（ネット利用・併用者除く）（n=448）

	重視項目	全体 n	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	448	132	151	165
1	イメージ	7.1	7.4	7.4	6.6
2	立地・アクセスのよさ	7.6	7.5	7.9	7.3
3	品質	7.7	7.8	8.0	7.3
4	日持ち	7.6	7.8	7.7	7.2
5	価格	7.5	7.6	7.5	7.4
6	コスパ	7.5	7.5	7.6	7.4
7	品揃え	7.5	7.8	7.8	7.1
8	季節の花・植物	7.5	7.7	7.8	7.2
9	サイズ、ボリューム	7.5	7.7	7.7	7.1
10	待ち時間、会計のスムーズさ	7.3	7.4	7.4	7.1
11	わくわく感	7.2	7.5	7.5	6.7
12	無駄・ロス防止	7.0	7.4	7.0	6.6
13	エコな花・植物	6.7	7.1	6.7	6.4
14	スタッフの相談・質問しやすさ	7.1	7.5	7.4	6.6
15	スタッフの知識やスキル	7.3	7.7	7.5	6.7

注：一部の項目はネット利用の場合はあてはまりにくいいため、リアルの実店舗利用者に限って集計 ネット利用者（ネットのみ・実店舗併用合わせて32名）は除いて算出 青フラ7名（実店舗併用1名）、日比谷花壇25名（同3名）、イオン0名 ネット利用かどうかは、店舗名の自由回答記入から判別しうる限りの数値
出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

よい点、改善してほしい点 自由回答抜粋

よい点 自由回答 日比谷花壇

Q16

・相手が喜んだ（ギフト）、スタッフの接客・スキル、人生を飾る出来事の余韻 半面、自宅用の言及が少ない

<スタッフの洞察力、スキル> 46名

イメージ通りの花束（7名）、親身、迅速、親切、機転、相談しながら選べる、アドバイスが的確、知識、スキル

- ブーケをあげる人の印象を聞いてアレンジして下さり、イメージ通りの物が購入出来て嬉しかった（20代男性）
- 母が入院していた頃、スタッフの方と相談しながら見舞い花を購入していたが、亡くなったことを伝えたところ
仏花におまけで季節の花枝が追加されていた（50代男性）
- 友達に贈る花をお任せしたら 思った以上に素敵な花束を作って頂き **友達が感動して泣いてました**（50代女性）

<相手に喜ばれた> 13名

- 嫁が喜んでくれた（30代男性）

<品揃え> 10名

豊富、珍しい花

<品質> 7名

品質が良い、香りがよい、ネット注文で写真通りの花

- 会社の10周年記念で、家族への花ギフトが社長から贈られた。大きくて・豪華で・香りがよくて、... 単身赴任して転職を薦めていた妻のゴキゲンがとてもヨクなった（50代男性）

<日持ち> 6名

<サービス> 5名

配送が迅速・確実、案内メール

<人生のイベント> 4名

結婚式・プロポーズのブーケ 思い出の余韻でずっと利用

- **結婚式の花(挙式、披露宴)を全て日比谷花壇にお願いした良き思い出**から、時が経っても日比谷花壇の購入を選択しています。**選んでいる時に、結婚式の時の温かい気持ちが蘇る素敵な買い物時間となるため**（40代女性）

<特になし・わからない>

65名

・素敵な・かわいい「ブーケ」（特徴語）、スタッフの感じよさ・スキル・提案力、花の名やPOPの表示

<品揃え> 37名

季節の花（5名）、きれい・かわいい・素敵なブーケ（17名）、センス、珍しい花・植物、花の関連商品が素敵
 ● 誕生日のプレゼントの時に**素敵なブーケ**を作ってもらい、自分にも欲しくなり、購入した（50代女性）
 ● 花に関する物も素敵な品揃え（30代女性）

<スタッフ> 37名

丁寧・感じが良い（7名）、アドバイス（5名）、イメージ通りの花束、柔軟、知識・スキル（5名）、提案力、親身
 ● 店員が **傾聴するように**オーダーを聞いてくれる（40代男性）
 ● （ペット供養の花）猫が亡くなったことを話したら 寄り添った言葉やアドバイスをいただきました（50代女性）

<喜ばれた> 8名

<店舗> 6名

入りやすい、花の回転が良い、店に入ると癒される

● お店に入った瞬間、たくさんのお花が並んで どれもきれいで **とても癒されました**（30代男性）

<利便性> 5名

立地がよい、手軽、店が多い、時間がなくても選びやすい

<日持ち> 4名

<情報提示> 4名

POPのわかりやすさ、入荷のお知らせ、花の名前が書いてある、ブーケのガイドブックでイメージ共有

● **季節の花が入荷していると、お店の前に目立つように表示があって、今日はここで買おうかな！という気持ちになる。最終入荷についても表示をしてくれているので、季節の移り変わりを感ぜられて良き**（50代女性）
 ● 花の種類や名前が書いてあるので意識するようになり、**好みの花の名前がわかるようになった**（50代女性）

<サイズ・ボリューム> 2名

サイズ感がよい、さまざまなサイズがある

<特になし・わからない>

51名



出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

・スタッフの対応はじめサービス面が好評 次いで商品（かわいい花や飾り）、価格・特売、利便性、鮮度保持剤

<スタッフ> 26名

相談できる（5名）、親切、優しい、感じが良い、親身、対応がよい、知識がある、ニーズに対応

● 売られている**切り花は丈が長いので切ってくれるのありがたい**です（40代女性）
 ● 母の日に蘭の花を購入。店員さんがニコニコしながら「偉いですね、素晴らしいお花を選んだね、お母さんは喜ぶでしょうね」と言われ、とても嬉しく感動しました。よいサービスの店だなあと感じました（20代男性）

<品揃え> 22名

花のきれいさ（7名）、豊富（4名）、マスコット・飾りがかわいい、買いたい花がある、季節の花、珍しい花

● 小さなギフト用**マスコット**付きが置いてあり、かわいいので気分が上がりました（50代女性）

<価格> 14名

コスパ（3名）、セール・曜日特売（5名）、手頃（4名）、価格帯がさまざま、観葉植物が安い

<利便性> 14名

朝から夜まで営業（2名）、墓参り途中で寄れる、手軽、ついでに買える（2名）、立地が良い（2名）

<店舗> 5名

レイアウトの分かりやすさ（3名）、清潔、イベント感

● **わかりやすく陳列してあり 選びやすかった**です（50代男性）

<日持ち> 4名

鮮度保持剤が付いてくる（2名）、観葉が枯れずによく育つ

<サービス（アフターサービス、クレーム対応）> 2名

● プレゼント品の花が **萎れたものが届いたが、連絡したら再度送ってもらえた**（50代女性）
 ● 後日、**問い合わせた際の対応等のアフターフォロー**（40代男性）

<情報提示> 2名

● **入荷時期が掲げている**のがよかった（40代女性）

<特になし・わからない>

71名



出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

- ・価格：日比谷・青フラでは「もう少し安くして」が多数派
- ・「お花を心から愛し、それをお客様に伝えたい熱い気持ちを持つ花屋さんにお世話になりたい」
接客：店やスタッフより「花の価値を伝える」という役割へのエンゲージメントの課題
人的資源の位置づけ（教育、待遇、定着率、評価制度、従業員満足（ES）、心理的安全性）
- ・DX化・情報提示など多様なリクエスト（待ち時間や限定品アプリ通知、日持ちケア情報発信など）

利用店	テーマ	件数	改善してほしい点・リクエスト 内容
日比谷花壇	価格	19	高い・安くして、コスパ、価格帯（もっと広く、気軽に）
	リクエスト		主要駅以外にも出店して（4名）、センス良い仏花がほしい、ネット品増やして、色・予算別の花束セット、誕生日割引、ハードケース（花保護）、花の名前を持ち帰りたい
青フラ	価格	28	高い、アレンジのサービス料が高い、コスパ、低価格品を（8名）
	スタッフ	9	感じが悪い（4名）、花の扱い、知識、接客態度
	リクエスト		男性が買いやすい品、店頭独自品、ドライフラワーなど日持ちする花、サブスク・定額制、花瓶回収サービス、物日の1本単位販売、人気・限定品のアプリ通知、待ち時間表示、決済方法多く
イオン	品揃え	11	在庫切れ、変わった花もほしい
	スタッフ	7	店員がいない、人手不足（+混雑）、聞きづらい
	リクエスト		近くに出店して（3名）、鮮度に応じた値付けと情報発信、セール、花・花言葉・日持ちケアについて情報発信、小さな季節のブーケ、カジュアルな仏花、土地の花を扱って



出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

45

物流負荷対策テーマ

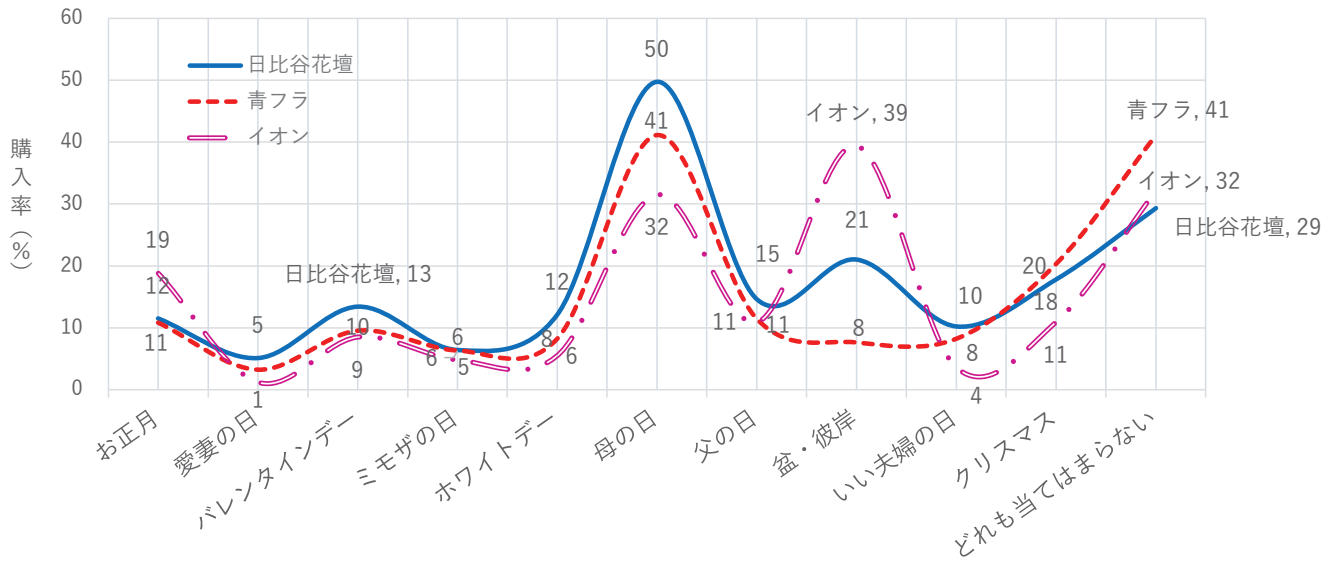
需要平準化（物日）

切花の規格 販売サイズとニーズ

- ・母の日の集中度が突出
 - ・イオンは 伝統的な物日にピーク（お正月、母の日、盆彼岸）
 - ・「どれにも当てはまらない」は 主な物日以外の自宅用や個人のギフト等（物日併用者除く）
- ※一部物日の購入率は、顧客の男女比や自宅用比率の多寡により、相対的に低くみえる場合あり

物日の購入率 2023～2024年（1月）

複数回答（n=480）

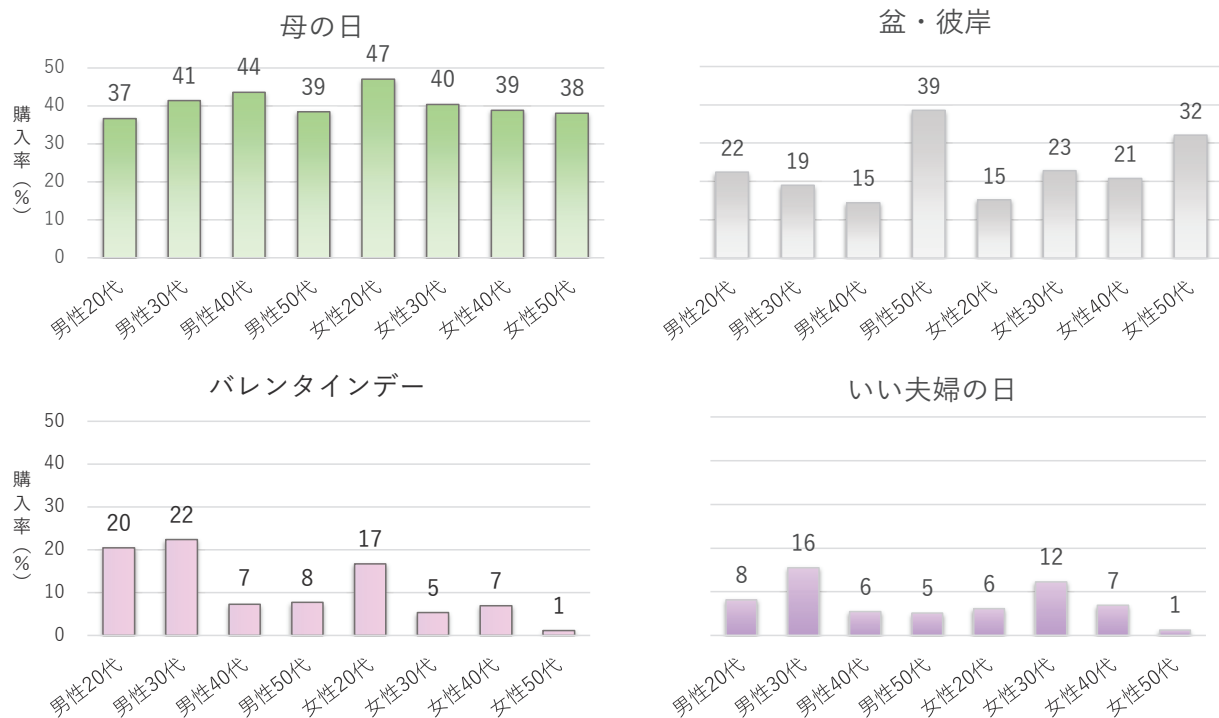


注：2024年1月29日～31日実施。最近1年間の購入について質問しており、お正月以外はほぼ前年の購入についての回答
愛妻の日については2023年と2024年の購入の両ケースが考えられる
出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

主な物日の購入率 性別年齢別

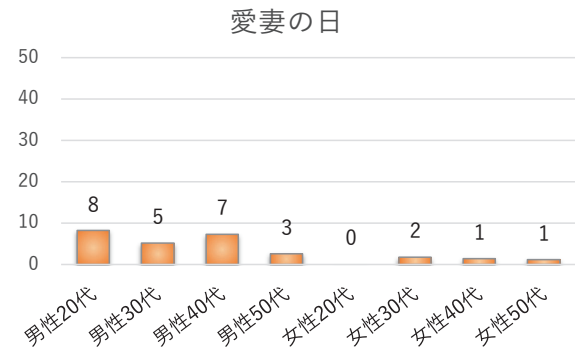
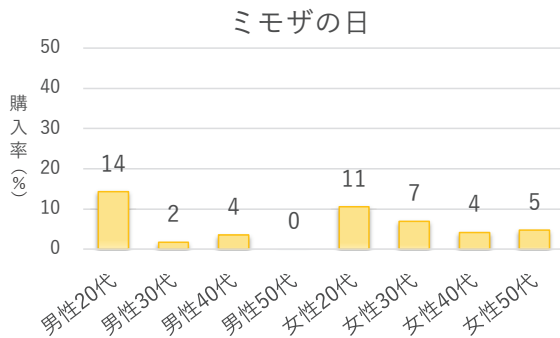
- ・バレンタインデー、いい夫婦の日は男性20～30代の利用が多い一方、女性の購入もあり

主な物日の購入率 性別年齢別（n=480）



・ミモザの日は20～30代中心

主な物日の購入率 性別年齢別 (n=480)



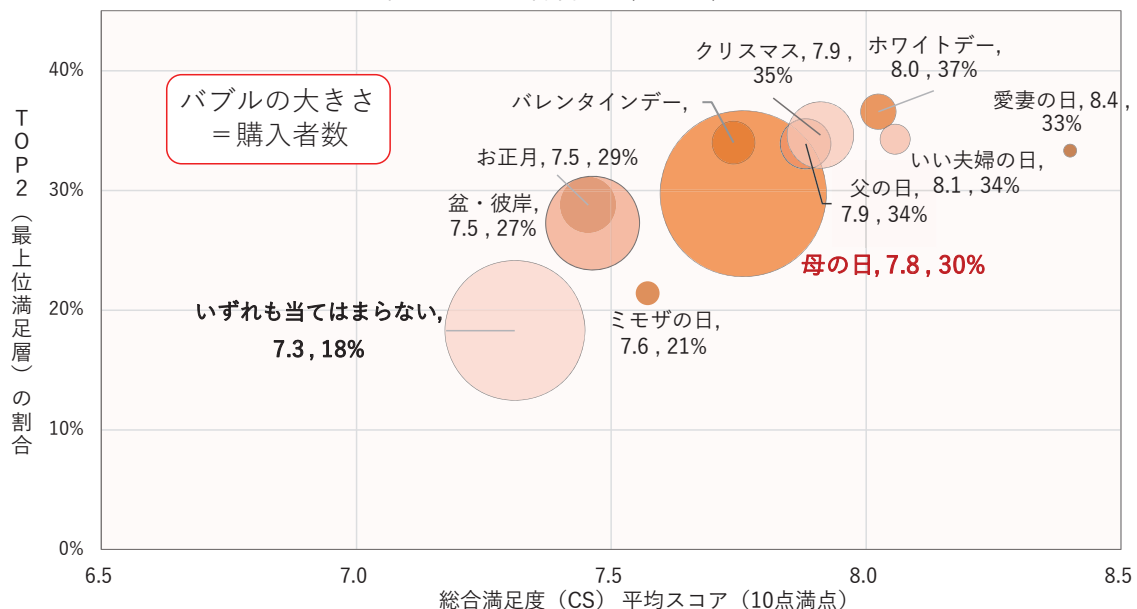
出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」

物日購入者の満足度 複数日購入者含む

Q9×Q11

- ・横軸＝各日の総合満足度（CS）平均値 縦軸＝高満足層（10段階中上位2段階）の比率
 - ・母の日：購入者多数（バブルが大きい）×満足度高め×高満足層も3割
 - ・「いずれも当てはまらない」（物日以外の自宅用・ギフト、日々のお供え他）の評価は「？」
- ※複数日購入者は、もともと ある程度ロイヤルなユーザーである可能性

物日購入者の満足度 平均スコアとTOP2の割合
複数日購入者含む (n=480)



注：2023年1月末実施。最近1年間の購入についての回答。複数日の利用者を含む全員。バブルの大きさは購入者数の多寡を表す。物日ごとに購入者を抽出、顧客満足度（10段階）を算出。横軸が平均、縦軸はTOP2＝満足度10段階中最上位2段階の評価の割合。満足度は総合的に質問、物日の満足度について直接尋ねているわけではない。
出典：国産花き生産流通強化推進協議会（2024）「花店利用者調査」