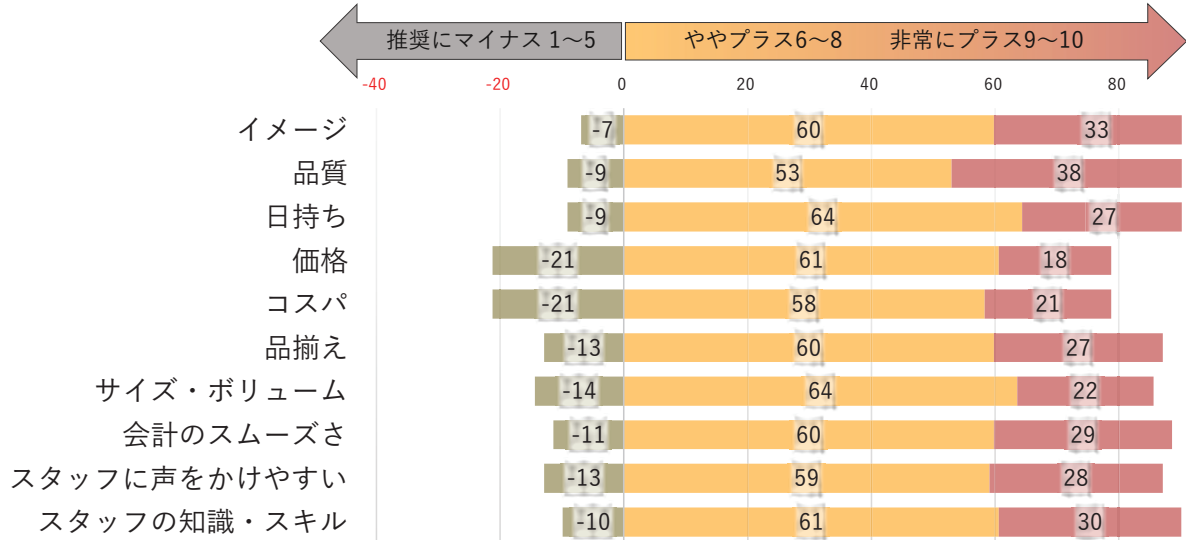


- ・日比谷花壇の本調査回答者 (現ユーザー) の評価
品質では4割弱が「非常にプラス」 スタッフのスキルや日持ちも推奨押上げ
- ※ 実店舗利用者に絞って集計 (ネット利用・併用者は除く)

推奨 (NPS)に影響する項目 ポジティブ vs とネガティブ評価

日比谷花壇 (n=132、本調査回答者のうち実店舗利用者)

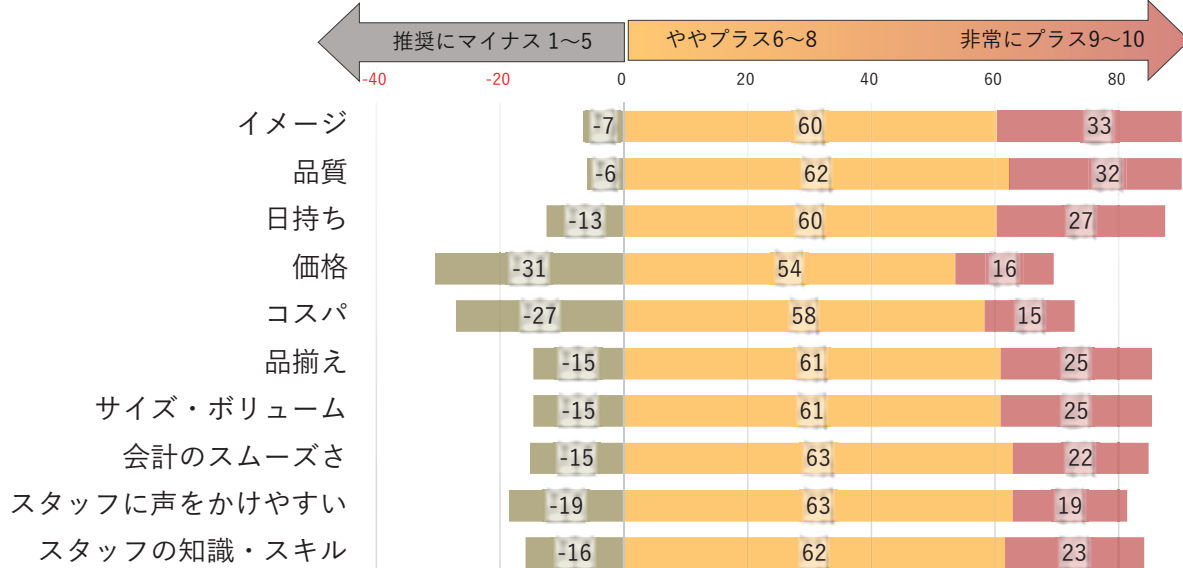


注：本調査回答者 一部項目は実店舗を前提としているため、ネット利用者 (併用者含む) 25名分を除いて集計
出典：国産花き生産流通強化推進協議会 (2024) 「花店利用者調査」 (スクリーニング)

- ・青フラ現ユーザー ホームユース比率が高いこともあってか、価格やコスパには厳しい
- ・イメージや品質、日持ちは、推奨にかなり貢献
- ・スタッフのサービス面は、コスパに次いでマイナス要因となりやすい領域

推奨 (NPS)に影響する項目 ポジティブ vs とネガティブ評価

青フラ (n=151、本調査回答者のうち実店舗利用者)

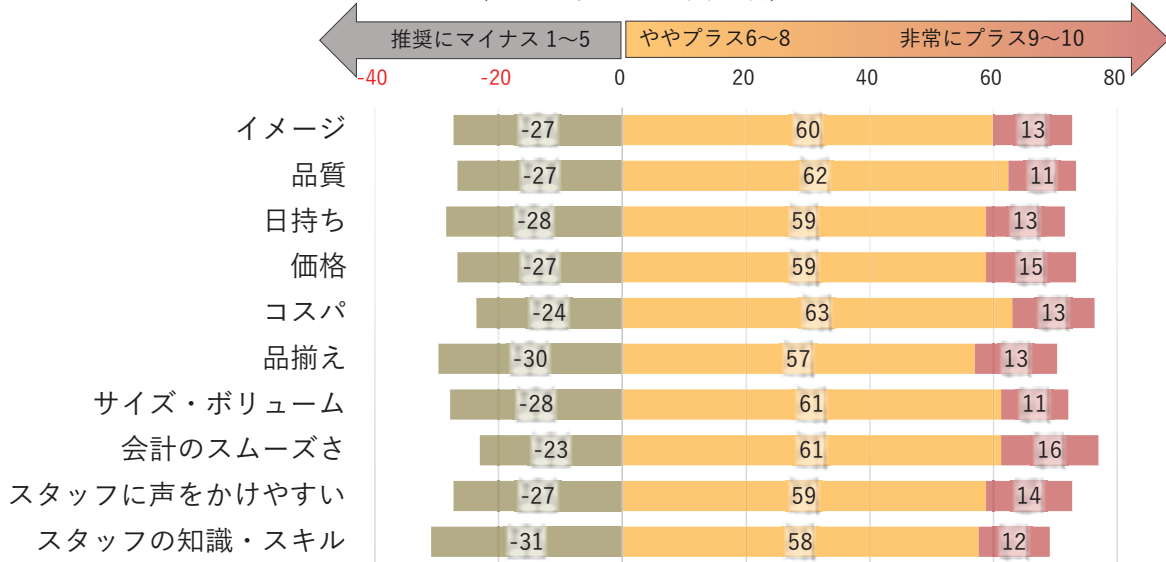


注：本調査回答者 一部項目は実店舗を前提としているため、ネット利用者 (併用者含む) 7名分を除いた集計値
出典：国産花き生産流通強化推進協議会 (2024) 「花店利用者調査」 (スクリーニング)

- ・イオン現ユーザーでは、価格よりもむしろ スタッフの知識 (不在も含む?) や品揃えの方が、推奨のマイナス要因になりやすい

推奨 (NPS)に影響する項目 ポジティブ vs とネガティブ評価

イオン (n=165、本調査回答者)

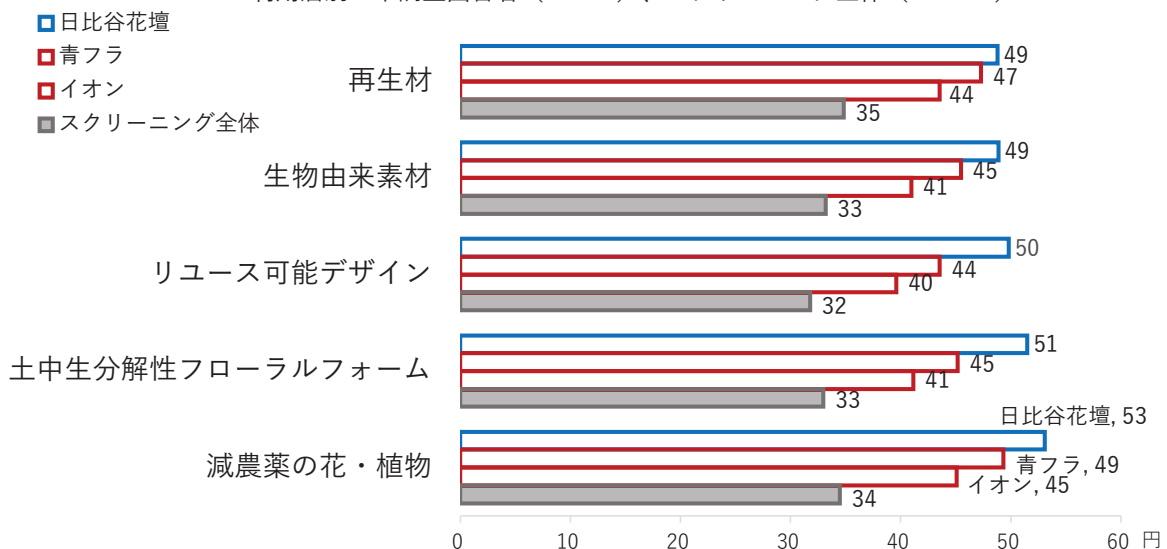


注：本調査回答者 イオンは、利用店舗の自由回答を見る限り、ネット利用者なし
 出典：国産花き生産流通強化推進協議会 (2024) 「花店利用者調査」 (スクリーニング)

環境資材に対する支払意思額 (1000円の花に対するプレミアム) 平均

- ・花束 (1000円) に対し、環境資材を使った場合、どれくらいの価格アップを受け入れられるか
- ・非購入者を含む全体では どの資材も 30円前半増まで
- ・本調査回答者 (現ユーザー) に限ると 40~50円台なら受容可能
 減農薬の花では 平均約50円アップも

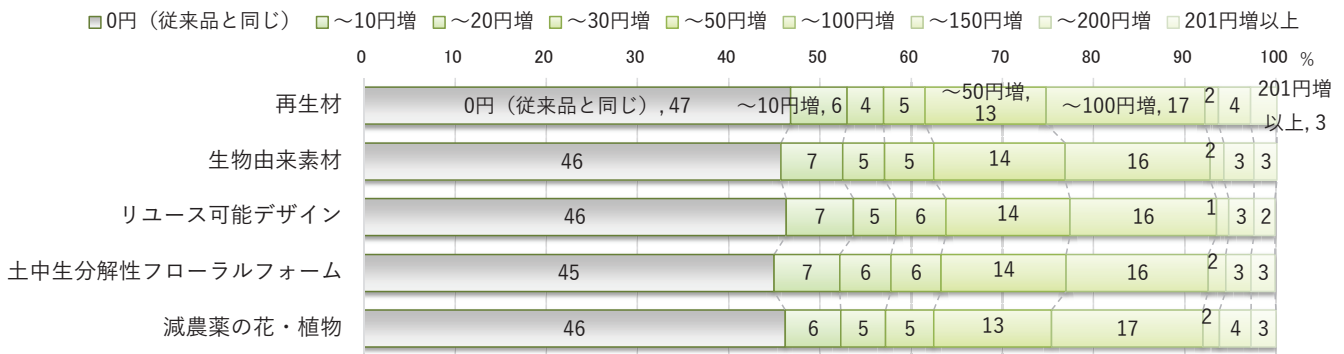
環境資材に対する支払意思額
 価格1000円の花について 受容できる増分 (プレミアム) 平均
 利用店別 本調査回答者 (n=480)、スクリーニング全体 (n=4984)



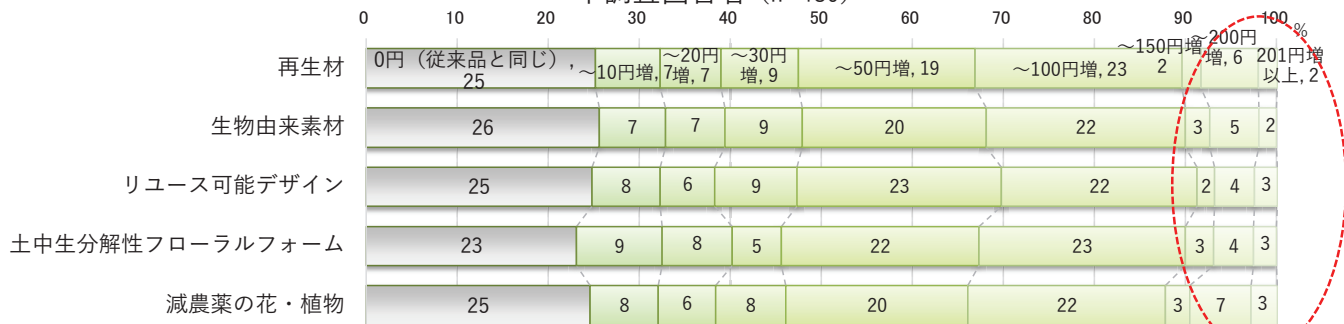
注：平均許容額は、選択肢の金額帯の中央の値を階級値として計算 例えば10円増までは5円、200円増までは175円、201円以上は225円とした。階級値×該当者数を合計し、総額を回答者数nで割って算出
 出典：国産花き生産流通強化推進協議会 (2024) 「花店利用者調査」 (スクリーニング)

- ・非購入者を含む全体では 半数弱が「0円」（プレミアムなし）
- ・本調査回答者（現ユーザー）では 資材によっては 10%前後の人が 150円以上増も受け入れ

環境資材に対する支払意思額の分布（1000円の花に対するプレミアム）
スクリーニング全体（n=4984）



本調査回答者（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」（スクリーニング）

物流負荷低減に貢献しうる川下ニーズ

まとめと課題

まとめと課題（物流負荷軽減に関連して）

● 需要平準化

一部の物日の購入率が高い 特に母の日に購入が集中しており、回答者の4～5割近い 物日以外（自宅用や個人のギフト等）は3～4割

母の日は満足度が高めなので、エントリーやライトユーザーの次の購入、特に自宅用やカジュアルギフト（需要平準化）につなげたい

● 花のサイズ

自宅用花では小さめ志向は顕著 最適サイズは平均30cm前後、青フラは20cm台が中心 スマートフラワーは、物流負荷軽減と顧客ニーズ充足に同時に貢献しうると推測される

一方で、小ぶりになるにつれ値頃感も低くなり、40cm台なら2770円だが、20cm未満では1220円と半額以下（3社平均）

売場のメリハリ、用途別使い分け、作業効率・生産性・スタッフへの負荷も勘案すべき

・顧客満足とサステナビリティのジレンマ：「お客様ファースト」だけでよいのか？
例 No.1のヨドバシドットコム ポイント+「全品配送無料」で顧客の強い支持
消費者からみれば「コスパ」（品質に対して割安な価格）
⇨物流の担い手からみれば「過剰品質」（品質に対して安すぎる価格）* = 物流インフラ圧迫

参考 サービス業の顧客満足度 JCSI日本版顧客満足度調査2021年度 上位企業

業界・業種	企業数	顧客期待	知覚品質	知覚価値 (コスパ)	顧客満足	推奨意向	ロイヤルティ
通信販売	15	78.0 FANCLonline	81.0 ヨドバシ.com	82.7 ヨドバシ.com	85.1 ヨドバシ.com	75.7 ヨドバシ.com	78.9 ヨドバシ.com
シティホテル	8	84.7 帝国ホテル	84.4 帝国ホテル	80.8 帝国ホテル	84.6 帝国ホテル	80.7 帝国ホテル	76.5 帝国ホテル
自動車販売店	15	84.8 レクサス店	84.8 レクサス店	77.4 レクサス店	83.7 レクサス店	80.0 レクサス店	74.2 レクサス店
飲食	24	77.3 びっくりドンキー	78.3 びっくりドンキー	80.5 サイゼリヤ	81.3 びっくりドンキー	73.9 木曾路	71.7 サイゼリヤ
花小売店	6	80.8 日比谷花壇	78.8 日比谷花壇	77.3 日比谷花壇	80.7 日比谷花壇	76.6 日比谷花壇	76.1 日比谷花壇
スーパー マーケット	14	73.9 成城石井	74.3 成城石井	77.3 オーケー	79.0 オーケー	69.4 コストコ	76.7 オーケー
生活用品店/ ホームセンター	12	74.0 無印良品	76.1 無印	76.0 Seria	78.1 無印	72.9 無印	71.7 カインズ
コンビニ	8	69.6 セイコーマート	72.8 セイコーマート	75.3 セイコーマート	76.3 セイコーマート	66.6 7-11	68.8 7-11

データ：日本生産性本部 サービス産業生産性協議会

* 首藤若菜「物流危機は終わらない」岩波書店、2018年、深尾京司・池内健太「サービス品質の日米比較」『生産性レポート』4号、2017年7月

最後に

- 「マーケティング」の定義：34年ぶりの刷新（2024年1月）
「マーケティングとは、**顧客や社会とともに価値を創造・浸透**させること
それによりステークホルダーとの関係を醸成し、**豊かで持続可能な社会を実現するためのプロセス**」（公益社団法人日本マーケティング協会）
⇒ 1990年の定義では「企業等が公正な競争を通じて行う市場創造活動」)
- 生産・流通の「見えない品質」について伝える必要
生活者「コスパ」志向
⇒ 日本の物流は「過剰品質」（価格に対し品質が高すぎ 例：無料配送）
生活者には、花の審美的品質だけでなく、生産・環境や物流の持続可能性を担保する「見えない品質」（プロセス）の価値とコストを理解してもらう必要がある

再生材や減農薬など環境配慮に割増価格を支払う意思のある顧客層がいることは、この調査からもわかっている。まずこうしたセグメントから、プロセスに関わる見えない品質への意識を広めていくべきではないか

- 物流をはじめ、サービスの担い手の働き方・エンゲージメント
「お花屋さんは綺麗なお花を見てワクワクする場所なのに親しみやすい店員さんが少ない。お花を心から愛していて、それをお客さまに伝えたい熱い気持ちを持つお花屋さんにお世話になりたい」（20代女性、自由回答）
- 運転手は花を運ぶだけでなく、生き生きした花とともに感動を運ぶ。花店のスタッフは、花の美しさに生命を吹き込み、花の価値を最大限引き出して顧客に届ける。彼ら彼女らは、顧客と共に「花のある豊かな生活」を創る最前線に立つ。
- 花店はサービス業であり、接客は難易度の高いサービス領域である。花の価値を顧客に伝える役割を果たすには、働き手の内発的なエンゲージメント（モチベーション、ビジョンへの共感と貢献意欲）を育てることが大切である。たとえごく一部であっても、「親しみやすい店員さんが少ない」と顧客が感じるようなケースがあるとしたら、背景には、働く「人」の位置付けについての問いが潜んでいる。
- 花産業の持続性を考える時、運転手、スタッフはじめ花に関わるすべての「人」の働き方、組織がチームとして人をどう生かすかは経営戦略のコアであり、深く掘り下げて考えていくべき課題ではないだろうか。

巻末資料 A

花店利用者調査 質問票・単純集計表

本調査

花店利用者に関するアンケート(本調査) 概要

実施期間： 2024年1月29日～31日（水）

回答者： 関東一都六県在住モニターの20～50代男女 480名

対象店： 日比谷花壇、青山フラワーマーケット、イオン

調査手法： インターネット・アンケート

スクリーニング調査（後掲、7020人）により、対象店の「最近1年間の利用者」に対して、抽選で本調査回答依頼

スクリーニング時点では、主な属性の構成割合をできるだけ公式統計に近づけて実施

本調査では利用ベース

実 査： インタージ

回答者抽出とデータクリーニング

回答は、何段階かにわたって実際の利用者であり、明らかに矛盾した回答がないことを確認
スクリーニング

(1) 対象企業で「最近1年以内」に花や植物、関連商品を購入した人（SQ1）

(2) 当該店で、ギフト、自宅用など用途別の購入額が「0円」でない人（SQ2）

本調査

(3) 利用店舗・サービス、地域名記入（自由回答）

各社の出店状況と照合し、ブランド誤認や利用者でないと思われるケースは削除
店舗名等が「わからない」「覚えていない」場合は採用

(4) その他、自由回答の記入内容などから不自然な回答は削除

以上の結果、500サンプル納品中、480サンプルを採用している

【本調査】質問票・単純集計表

※紙数の制約のため、一部は%表のみ掲載、自由回答は一部省略

まず、【回答店】での、「花や植物」やその関連商品のご利用状況について、お尋ねします。
「最近1年以内の購入」について、お答えください。

Q1 利用店舗・サービス、所在地
最近1年間に、花や植物の購入の際、【回答店】のどの店を利用しましたか？利用したすべての店舗名と所在地について、覚えている範囲で記入してください。ネットや通販、サブスクリプションの場合は、サービスの名称をお答えください。思い出せなければ、「わからない」とご記入ください。（自由回答）

- 1 店舗名
- 2 所在地
- 3 サービスの名称（ネットや通販、サブスクリプションの場合）

注：【回答店】欄には、各人に対して、回答する対象店舗名が表示される（以下同）

注：Q1の選択肢1、2は必須記入、3は任意

※結果省略

Q2 購入内容
【回答店】で購入したものは何でしたか？（いくつでも）（複数回答）

	全体		日比谷花壇		青フラ		イオン	
	n	%	n	%	n	%	n	%
全体 n	480	-	157	-	158	-	165	-
1 ブーケ、アレンジメント	251	52.3	92	58.6	111	70.3	48	29.1
2 お供え・墓参り用生花	138	28.8	38	24.2	22	13.9	78	47.3
3 生花	216	45.0	67	42.7	71	44.9	78	47.3
4 苗物	26	5.4	12	7.6	3	1.9	11	6.7
5 観葉植物	66	13.8	21	13.4	13	8.2	32	19.4
6 鉢物（観葉植物以外）	40	8.3	22	14.0	6	3.8	12	7.3
7 ドライ、プリザーブド、押花、リース	52	10.8	21	13.4	13	8.2	18	10.9
8 花瓶・鉢	34	7.1	15	9.6	8	5.1	11	6.7
9 園芸用品	27	5.6	11	7.0	3	1.9	13	7.9
10 土・肥料・栄養剤など資材	25	5.2	13	8.3	3	1.9	9	5.5
11 花・植物の関連雑貨	31	6.5	15	9.6	5	3.2	11	6.7
12 ワークショップやレッスン（材料費含む）	6	1.3	5	3.2	1	0.6	0	0.0
13 この中にはない	5	1.0	0	0.0	2	1.3	3	1.8

注：「青山フラワーマーケット」は、以下「青フラ」と表記

Q3 用途

【回答店】での花や植物のご購入用途は何ですか？（いくつでも）（複数回答）

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	自宅の装飾	226	63	80	83
2	ギフト・プレゼント	298	112	123	63
3	お供え・墓参り	138	37	23	78
4	冠婚葬祭	61	26	10	25
5	イベント・お祝い	89	43	27	19
6	ペットの供養	21	8	5	8
7	上記以外	4	1	2	1

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	自宅の装飾	47.1	40.1	50.6	50.3
2	ギフト・プレゼント	62.1	71.3	77.8	38.2
3	お供え・墓参り	28.8	23.6	14.6	47.3
4	冠婚葬祭	12.7	16.6	6.3	15.2
5	イベント・お祝い	18.5	27.4	17.1	11.5
6	ペットの供養	4.4	5.1	3.2	4.8
7	上記以外	0.8	0.6	1.3	0.6

Q4 利用頻度（用途別）

最近1年間に、花や植物の購入の際、【回答店】をどれくらいの頻度で利用しましたか？
用途別に、利用回数を数値でお答えください。（1～100回）（数値回答）

平均値 外れ値を除く（外れ値=40回以上）

		全体		日比谷花壇		青フラ		イオン	
		n	頻度	n	頻度	n	頻度	n	頻度
	全体 n	480	-	157	-	158	-	165	-
1	自宅の装飾	219	4.2	62	4.3	62	4.5	79	4.0
2	ギフト・プレゼント	298	2.3	112	2.2	112	2.3	63	2.3
3	日常のお供え・墓参り	136	3.8	37	4.2	37	4.3	76	3.5
4	その他（冠婚葬祭、イベント他）	134	1.8	58	1.5	58	2.2	43	1.7

注：用途別購入状況を先に聞き（Q3）、各用途の購入者に質問、数値回答 各用途とも、出現率が少ない40回以上の回答は外れ値として除外して計算
外れ値（n）は、自宅用50回6名、100回1名、ギフト用0名、お供え用50回1名、100回1名、その他用途40回1名、100回1名
平均頻度は回/年

平均値 全体（外れ値を含む）

		全体		日比谷花壇		青フラ		イオン	
		n	頻度	n	頻度	n	頻度	n	頻度
	全体 n	480	-	157	-	158	-	165	-
1	自宅の装飾	226	5.9	63	5.0	80	6.3	83	6.2
2	ギフト・プレゼント	298	2.3	112	2.2	123	2.3	63	2.3
3	日常のお供え・墓参り	138	4.8	37	4.2	23	4.3	78	5.3
4	その他（冠婚葬祭、イベント他）	136	2.8	58	1.5	34	3.3	44	4.0

注：平均頻度は回/年

Q5 当店で1回あたり購入額（用途別）

【回答店】での花や植物の「1回あたり」の利用金額は、平均してどれくらいですか？
用途別にお答えください。（単一回答）

Q5_1 自宅の装飾用

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	226	63	80	83
1	300円以下	4	1	0	3
2	～500円	17	2	3	12
3	～1000円	66	12	21	33
4	～2000円	67	19	27	21
5	～4000円	37	11	22	4
6	～6000円	18	8	5	5
7	～8000円	4	4	0	0
8	～10000円	9	3	2	4
9	～15000円	2	1	0	1
10	～20000円	0	0	0	0
11	20000円超	2	2	0	0

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	226	63	80	83
1	300円以下	1.8	1.6	0.0	3.6
2	～500円	7.5	3.2	3.8	14.5
3	～1000円	29.2	19.0	26.3	39.8
4	～2000円	29.6	30.2	33.8	25.3
5	～4000円	16.4	17.5	27.5	4.8
6	～6000円	8.0	12.7	6.3	6.0
7	～8000円	1.8	6.3	0.0	0.0
8	～10000円	4.0	4.8	2.5	4.8
9	～15000円	0.9	1.6	0.0	1.2
10	～20000円	0.0	0.0	0.0	0.0
11	20000円超	0.9	3.2	0.0	0.0

Q5_2 ギフト・プレゼント用

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	298	112	123	63
1	300円以下	1	1	0	0
2	～500円	2	0	2	0
3	～1000円	12	6	4	2
4	～2000円	41	9	15	17
5	～4000円	114	39	49	26
6	～6000円	89	38	39	12
7	～8000円	14	6	6	2
8	～10000円	17	7	7	3
9	～15000円	2	1	1	0
10	～20000円	1	1	0	0
11	20000円超	5	4	0	1

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	298	112	123	63
1	300円以下	0.3	0.9	0.0	0.0
2	～500円	0.7	0.0	1.6	0.0
3	～1000円	4.0	5.4	3.3	3.2
4	～2000円	13.8	8.0	12.2	27.0
5	～4000円	38.3	34.8	39.8	41.3
6	～6000円	29.9	33.9	31.7	19.0
7	～8000円	4.7	5.4	4.9	3.2
8	～10000円	5.7	6.3	5.7	4.8
9	～15000円	0.7	0.9	0.8	0.0
10	～20000円	0.3	0.9	0.0	0.0
11	20000円超	1.7	3.6	0.0	1.6

Q5_3 お供え・墓参り用

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	138	37	23	78
1	300円以下	1	1	0	0
2	～500円	11	0	0	11
3	～1000円	35	4	1	30
4	～2000円	47	12	9	26
5	～4000円	22	8	8	6
6	～6000円	12	6	3	3
7	～8000円	2	2	0	0
8	～10000円	7	3	2	2
9	～15000円	0	0	0	0
10	～20000円	0	0	0	0
11	20000円超	1	1	0	0

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	138	37	23	78
1	300円以下	0.7	2.7	0.0	0.0
2	～500円	8.0	0.0	0.0	14.1
3	～1000円	25.4	10.8	4.3	38.5
4	～2000円	34.1	32.4	39.1	33.3
5	～4000円	15.9	21.6	34.8	7.7
6	～6000円	8.7	16.2	13.0	3.8
7	～8000円	1.4	5.4	0.0	0.0
8	～10000円	5.1	8.1	8.7	2.6
9	～15000円	0.0	0.0	0.0	0.0
10	～20000円	0.0	0.0	0.0	0.0
11	20000円超	0.7	2.7	0.0	0.0

Q5_4 その他（冠婚葬祭、イベント他）

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	136	58	34	44
1	300円以下	2	1	0	1
2	～500円	2	0	1	1
3	～1000円	9	2	2	5
4	～2000円	20	5	3	12
5	～4000円	46	15	14	17
6	～6000円	27	16	10	1
7	～8000円	8	5	2	1
8	～10000円	13	7	1	5
9	～15000円	2	1	0	1
10	～20000円	2	1	1	0
11	20000円超	5	5	0	0

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	136	58	34	44
1	300円以下	1.5	1.7	0.0	2.3
2	～500円	1.5	0.0	2.9	2.3
3	～1000円	6.6	3.4	5.9	11.4
4	～2000円	14.7	8.6	8.8	27.3
5	～4000円	33.8	25.9	41.2	38.6
6	～6000円	19.9	27.6	29.4	2.3
7	～8000円	5.9	8.6	5.9	2.3
8	～10000円	9.6	12.1	2.9	11.4
9	～15000円	1.5	1.7	0.0	2.3
10	～20000円	1.5	1.7	2.9	0.0
11	20000円超	3.7	8.6	0.0	0.0

Q6 価格感度（自宅用切り花）

【回答店】で自宅用の花束（高さ25～40cm、季節の花中心に10本程度）を買う場合、いくらぐらいから、「高すぎて買えない」「高い」あるいは、「安い」「安すぎて買いたくない（品質が疑わしい）」と思いはじめますか？ 具体的な金額を、数字（円）でご記入ください。（上限20000円まで）（数値回答）

全体（自宅用非購入者含む）

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	479	156	158	165
1	高すぎて買えない	6473	7900	6138	5444
2	高い	4435	5385	4271	3693
3	安い	1681	2079	1655	1330
4	安すぎて買いたくない	701	898	644	570
	参考 自宅用平均購入額	2198	2934	2081	1771
	購入額－安いと思う額（差額）	517	854	426	441
	「安い」に対する購入額の比率 %	131%	141%	126%	133%

単位：円

注：自宅用非購入者は過去の経験または想定で回答 外れ値＝「安すぎて買いたくない」および「安い」15000円超除く（1名）
平均購入額は参考値 自宅用の購入価格帯（Q5）の中央値から算出 購入価格では「季節の花10本」の限定はない

自宅用購入者

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	225	62	80	83
1	高すぎて買えない	6045	7039	5671	5664
2	高い	4161	4761	3966	3901
3	安い	1516	1743	1568	1296
4	安すぎて買いたくない	612	737	595	535
	参考 自宅用平均購入額	2198	2934	2081	1771
	購入額－安いと思う額（差額）	683	1191	513	475
	「安い」に対する購入額の比率 %	145%	168%	133%	137%

注：自宅装飾用の花購入者（Q3_1選択者）について集計 外れ値＝「安すぎて買いたくない」および「安い」15000円超除く（1名）



Q7 当店・業態の利用割合（花・植物購入時）

花や植物を購入する際、だいたい、どのくらいの割合で【回答店】を利用していますか？
いままでの経験でお答えください。（単一回答）

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	いつも（必ず当店）	31	13	11	7
2	ほとんど（10回中8～9回）	61	14	26	21
3	だいたい（10回中6～7回）	108	45	24	39
4	ときどき（10回中4～5回）	96	33	39	24
5	たまに（10回中2～3回）	104	30	31	43
6	めったに利用しない（10回中1回以下）	51	14	15	22
7	今回初めて利用	29	8	12	9

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	いつも（必ず当店）	6.5	8.3	7.0	4.2
2	ほとんど（10回中8～9回）	12.7	8.9	16.5	12.7
3	だいたい（10回中6～7回）	22.5	28.7	15.2	23.6
4	ときどき（10回中4～5回）	20.0	21.0	24.7	14.5
5	たまに（10回中2～3回）	21.7	19.1	19.6	26.1
6	めったに利用しない（10回中1回以下）	10.6	8.9	9.5	13.3
7	今回初めて利用	6.0	5.1	7.6	5.5



Q8 店舗（サイト）滞在時間

【回答店】店内（ネットサイト）で買い物をする際、商品を選んで会計に進むまで、平均してどれくらいの時間、滞在されますか。※会計待ち時間は除く（単一回答）

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	2分未満	10	6	1	3
2	2～5分未満	76	19	24	33
3	5～10分未満	194	57	66	71
4	10～15分未満	108	35	39	34
5	15～20分未満	53	22	16	15
6	20分以上	39	18	12	9

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	2分未満	2.1	3.8	0.6	1.8
2	2～5分未満	15.8	12.1	15.2	20.0
3	5～10分未満	40.4	36.3	41.8	43.0
4	10～15分未満	22.5	22.3	24.7	20.6
5	15～20分未満	11.0	14.0	10.1	9.1
6	20分以上	8.1	11.5	7.6	5.5

Q9 物日の購入

この1年間で、【回答店】で花や植物を購入したことのある「日」についてお答えください。（いくつでも）
（複数回答）

度数表

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	全体 n	お正月	愛妻の日	バレンタインデー	ミモザの日	ホワイトデー	母の日	父の日	盆・彼岸	いい夫婦の日	クリスマス	どれも当てはまらない
全体	480	66	15	50	28	41	195	59	110	35	78	164
日比谷花壇	157	18	8	21	10	19	78	23	33	16	28	46
青フラ	158	17	5	15	10	13	65	18	12	13	32	65
イオン	165	31	2	14	8	9	52	18	65	6	18	53
一般生活者	197	38	3	13	10	7	89	17	72	11	21	47

注：一般生活者は「花の消費嗜好」調査から（国産花き生産流通強化推進協議会、2023年8月）。直近1年の花購入者対象、盆・彼岸はお盆の数値

横%表

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	全体 n	お正月	愛妻の日	バレンタインデー	ミモザの日	ホワイトデー	母の日	父の日	盆・彼岸	いい夫婦の日	クリスマス	どれも当てはまらない
全体	480	13.8	3.1	10.4	5.8	8.5	40.6	12.3	22.9	7.3	16.3	34.2
日比谷花壇	157	11.5	5.1	13.4	6.4	12.1	49.7	14.6	21.0	10.2	17.8	29.3
青フラ	158	10.8	3.2	9.5	6.3	8.2	41.1	11.4	7.6	8.2	20.3	41.1
イオン	165	18.8	1.2	8.5	4.8	5.5	31.5	10.9	39.4	3.6	10.9	32.1
一般生活者	197	19.3	1.5	6.6	5.1	3.6	45.2	8.6	36.5	5.6	10.7	23.9

Q10 花のサイズ（自宅用）

自宅用の切り花のサイズ（高さ）についてお伺いします。

自宅内に飾るサイズ、【回答店】で購入するサイズ、最適と感じるサイズは、それぞれどれくらいですか。

※飾っていない方は、過去の経験または想定でお答えください。

（飾るサイズ、購入サイズは複数回答、最適サイズは単一回答）

Q10_1 自宅内に飾るサイズ（複数回答）

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン	一般生活者
	全体 n	480	157	158	165	500
1	20cm未満	122	24	53	45	198
2	20～29cm	237	69	88	80	215
3	30～39cm	182	68	56	58	120
4	40～49cm	71	33	18	20	43
5	50～74cm	25	12	6	7	9
6	75cm～1m	7	4	2	1	4
7	1m超	6	4	2	0	3

注：一般生活者は「花の消費選好」調査から（国産花き生産流通強化推進協議会、2023年8月）

縦％表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン	一般生活者
	全体 n	480	157	158	165	500
1	20cm未満	25.4	15.3	33.5	27.3	39.6
2	20～29cm	49.4	43.9	55.7	48.5	43.0
3	30～39cm	37.9	43.3	35.4	35.2	24.0
4	40～49cm	14.8	21.0	11.4	12.1	8.6
5	50～74cm	5.2	7.6	3.8	4.2	1.8
6	75cm～1m	1.5	2.5	1.3	0.6	0.8
7	1m超	1.3	2.5	1.3	0.0	0.6

Q10_2 回答店で購入するサイズ（複数回答）

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	20cm未満	118	24	51	43
2	20～29cm	242	68	90	84
3	30～39cm	185	69	55	61
4	40～49cm	95	42	22	31
5	50～74cm	25	12	3	10
6	75cm～1m	7	4	1	2
7	1m超	2	1	1	0

縦％表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	20cm未満	24.6	15.3	32.3	26.1
2	20～29cm	50.4	43.3	57.0	50.9
3	30～39cm	38.5	43.9	34.8	37.0
4	40～49cm	19.8	26.8	13.9	18.8
5	50～74cm	5.2	7.6	1.9	6.1
6	75cm～1m	1.5	2.5	0.6	1.2
7	1m超	0.4	0.6	0.6	0.0

Q10_3 最適と感じるサイズ（単一回答）

度数表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン	一般生活者
	全体 n	480	157	158	165	500
1	20cm未満	71	14	30	27	184
2	20～29cm	199	53	77	69	181
3	30～39cm	135	51	37	47	96
4	40～49cm	57	30	11	16	8.6
5	50～74cm	16	7	3	6	5
6	75cm～1m	2	2	0	0	1
7	1m超	0	0	0	0	4

注：一般生活者は「花の消費選好」調査から（国産花き生産流通強化推進協議会、2023年8月）

縦%表

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン	一般生活者
	全体 n	480	157	158	165	500
1	20cm未満	14.8	8.9	19.0	16.4	36.8
2	20～29cm	41.5	33.8	48.7	41.8	36.2
3	30～39cm	28.1	32.5	23.4	28.5	19.2
4	40～49cm	11.9	19.1	7.0	9.7	5.8
5	50～74cm	3.3	4.5	1.9	3.6	1.0
6	75cm～1m	0.4	1.3	0.0	0.0	0.2
7	1m超	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8

【回答店】の花・植物やその関連サービスについて、あなたの評価をお伺いします。

Q11 総合満足度

【回答店】の商品やサービスについて、総合的に見て、どれくらい満足していますか？

「1. 全く満足していない」～「10. 非常に満足している」の10段階でお答えください。（単一回答）

度数表

	全体 n	1 1 全く満足していない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 10 非常に満足している
全体	480	1	1	4	6	47	65	106	141	48	61
日比谷花壇	157	1	0	2	2	9	17	39	47	14	26
青フラ	158	0	0	0	0	10	16	40	52	20	20
イオン	165	0	1	2	4	28	32	27	42	14	15

横%表

	全体 n	1 1 全く満足していない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 10 非常に満足している
全体	480	0.2	0.2	0.8	1.3	9.8	13.5	22.1	29.4	10.0	12.7
日比谷花壇	157	0.6	0.0	1.3	1.3	5.7	10.8	24.8	29.9	8.9	16.6
青フラ	158	0.0	0.0	0.0	0.0	6.3	10.1	25.3	32.9	12.7	12.7
イオン	165	0.0	0.6	1.2	2.4	17.0	19.4	16.4	25.5	8.5	9.1

Q12 品質評価

【回答店】の商品やサービスの「品質」は、総合的に見て、どれくらい優れていると思いますか？
「1. 全く優れていない」～「10. 非常に優れている」の10段階でお答えください。（単一回答）

度数表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		1 全く優れていない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 非常に優れている
全体	480	1	1	4	4	48	61	118	125	61	57
日比谷花壇	157	1	0	1	1	12	12	40	41	21	28
青フラ	158	0	0	0	0	8	16	46	43	25	20
イオン	165	0	1	3	3	28	33	32	41	15	9

横%表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		1 全く優れていない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 非常に優れている
全体	480	0.2	0.2	0.8	0.8	10.0	12.7	24.6	26.0	12.7	11.9
日比谷花壇	157	0.6	0.0	0.6	0.6	7.6	7.6	25.5	26.1	13.4	17.8
青フラ	158	0.0	0.0	0.0	0.0	5.1	10.1	29.1	27.2	15.8	12.7
イオン	165	0.0	0.6	1.8	1.8	17.0	20.0	19.4	24.8	9.1	5.5

Q13 コスト・パフォーマンス

【回答店】の商品やサービスの品質は、費やしたコスト（価格、手間）に見合う価値があると思いますか？
「1. 全くそう思わない」～「10. 非常にそう思う」の10段階でお答えください。（単一回答）

度数表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		1 全くそう思わない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 非常にそう思う
全体	480	1	2	4	11	56	76	108	127	49	46
日比谷花壇	157	1	0	2	2	18	18	38	41	18	19
青フラ	158	0	1	0	4	11	20	42	46	18	16
イオン	165	0	1	2	5	27	38	28	40	13	11

横%表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		1 全くそう思わない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 非常にそう思う
全体	480	0.2	0.4	0.8	2.3	11.7	15.8	22.5	26.5	10.2	9.6
日比谷花壇	157	0.6	0.0	1.3	1.3	11.5	11.5	24.2	26.1	11.5	12.1
青フラ	158	0.0	0.6	0.0	2.5	7.0	12.7	26.6	29.1	11.4	10.1
イオン	165	0.0	0.6	1.2	3.0	16.4	23.0	17.0	24.2	7.9	6.7

Q14 継続利用意向（ロイヤルティ）

今後もずっと、【回答店】を利用したいと思いませんか？「1. 全くそう思わない」～「10. 非常にそう思う」の10段階でお答えください。（単一回答）

度数表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		1 全くそう思わない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 非常にそう思う
全体	480	1	0	4	10	50	63	110	115	54	73
日比谷花壇	157	1	0	1	2	13	14	48	32	18	28
青フラ	158	0	0	0	3	11	17	34	43	23	27
イオン	165	0	0	3	5	26	32	28	40	13	18

横%表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		1 全くそう思わない	2	3	4	5	6	7	8	9	10 非常にそう思う
全体	480	0.2	0.0	0.8	2.1	10.4	13.1	22.9	24.0	11.3	15.2
日比谷花壇	157	0.6	0.0	0.6	1.3	8.3	8.9	30.6	20.4	11.5	17.8
青フラ	158	0.0	0.0	0.0	1.9	7.0	10.8	21.5	27.2	14.6	17.1
イオン	165	0.0	0.0	1.8	3.0	15.8	19.4	17.0	24.2	7.9	10.9

注：推奨意向については、スクリーニング調査のSQ3（NPS=Net Promoter Score）参照

Q15 利用時重視項目

店のサービスについて、項目別にお伺いします。

【回答店】の花・植物購入に際し、次の要素は、あなたにとって、どれくらい重要ですか？

「1. まったく重要でない」から「10. 非常に重要である」まで、10段階でお答えください。（単一回答）

※ 紙幅の制約により、平均値（10点満点）とTOP2の割合のみ掲載

平均スコア（10点満点）

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	イメージ	7.2	7.4	7.4	6.6
2	立地・アクセスのよさ	7.5	7.4	7.9	7.3
3	品質	7.7	7.9	8.0	7.3
4	日持ち	7.6	7.9	7.7	7.2
5	価格	7.5	7.6	7.4	7.4
6	コスパ	7.5	7.5	7.6	7.4
7	品揃え	7.5	7.8	7.7	7.1
8	季節の花・植物	7.6	7.8	7.8	7.2
9	サイズ、ボリューム	7.5	7.8	7.7	7.1
10	待ち時間、会計のスムーズさ	7.3	7.3	7.4	7.1
11	わくわく感	7.3	7.6	7.5	6.7
12	商品や無駄・ロス防止	7.0	7.3	7.0	6.6
13	エコな花・植物	6.7	7.0	6.6	6.4
14	スタッフへの相談や質問のしやすさ	7.1	7.4	7.3	6.6
15	スタッフの知識やスキル	7.3	7.7	7.5	6.7

注：選択肢14、15は実店舗を前提とした項目だが、ここではネット利用者も含む全体の集計値

重視度 TOP2の割合（縦％）

		全体	日比谷花壇	青フラ	イオン
	全体 n	480	157	158	165
1	イメージ	20.7	24.2	23.4	14.5
2	立地・アクセスのよさ	27.5	26.7	33.6	22.4
3	品質	30.6	33.1	34.8	24.2
4	日持ち	29.6	35.7	30.4	23.0
5	価格	25.9	28.0	24.1	25.4
6	コスバ	24.8	27.4	21.5	25.4
7	品揃え	26.2	33.2	28.5	17.6
8	季節の花・植物	25.2	30.6	28.5	17.0
9	サイズ、ボリューム	25.0	32.5	26.6	16.4
10	待ち時間、会計のスムーズさ	22.3	24.8	24.7	17.6
11	わくわく感	23.3	29.3	26.0	15.2
12	商品や無駄・ロス防止	18.6	24.9	18.4	12.8
13	エコな花・植物	15.6	21.0	15.9	10.3
14	スタッフへの相談や質問のしやすさ	21.4	25.4	22.8	16.4
15	スタッフの知識やスキル	26.7	34.4	29.1	17.0

注：選択肢14、15は実店舗を前提とした項目だが、ここではネット利用者も含む全体の集計値

Q16 よかった点、感動した経験

【回答店】を利用して、よかった点、印象に残ったエピソードや、感動した経験について教えてください。
具体的にご記入ください（400字以内）。（自由回答）

日比谷花壇 よかった点

1	常に気持ちよく買い物が出来てます	女性30代
2	次回の案内メールが届いたこと	女性50代
3	注文した商品が的確に先方に届く	女性50代
4	配送が迅速	男性50代
5	日時指定できたことが便利だった	女性20代
6	アレンジがいい	女性30代
7	種類が多い	女性20代
8	花の種類が多く店員も丁寧	女性20代
9	手軽に使える	男性50代
10	デザインが素敵な点	女性40代
11	大手なので在庫が多い	男性40代
12	いつも満足	女性40代
13	珍しい色や花に出逢えた時	女性40代
14	かわいいお花、珍しいお花が多い	女性20代
15	わかりやすい	男性20代
16	結婚式のブーケを作って頂き、印象に残っている	女性30代
17	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の時間となるため	女性40代
18	彼女へのプロポーズをする際に、親身に相談に乗ってくれた	男性30代
19	プロポーズ用にバラの花束を用意していただき、一生の思い出です	女性20代
20	アレンジやラッピングが良い	女性50代
21	プレゼント用に注文したブーケを上げる人の印象や話を聞いてアレンジして作って下さるので、イメージ通りの物が購入出来て嬉しかった	男性20代
22	故人の好みにあわせてブーケをあしらえてくださいました	女性30代
23	花束にする際の花選びで、感覚で伝えてもいい感じに見繕ってくれて、ステキにしてくれます	女性50代
24	だいたいの値段設定を言えばその通りの花ができる	男性50代
25	要望を聞いてスムーズに花束を作ってくれたのが嬉しかった	女性20代
26	色合いやお花のリクエストを伝えてアレンジメントを作成してもらった	女性30代
27	限られた予算のなかで上手くブーケなどアレンジしていただいた	女性40代
28	店員の感じが良かった	男性20代
29	混んでいても丁寧な接客。こちらの要望に適切な提案をしてくれた。季節ごとの店頭の華やかさが綺麗で見ただけで癒されます	女性40代
30	昔、母が入退院を繰り返していたころ、馴染みの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お花におまけで季節の花枝が追加されていたことがありました	男性50代

日比谷花壇 よかった点（続き）

31	相模大野駅にある店舗にて、真摯な接客を受けた	男性40代
32	店員さんが親切	男性20代
33	親切だった	男性20代
34	親切で、質問にもこたえてくれてナイスですね	男性30代
35	とにかく早い	男性50代
36	迅速に対応してくれて値段も安かった	男性30代
37	急いでいるときにも丁寧に迅速に対応くださった	男性40代
38	友人宅への手土産にちょうど良い花が選べず困っていたところ 店員の方が親身になって相談に乗ってくれたのがとても嬉しかったです。友人にも喜ばれました	女性40代
39	こちらの要望を可能な限り聞いてくれること	男性30代
40	綺麗に作ってくれる	男性40代
41	アレンジの融通が利きやすい アクセスが良く業務の途中で利用しやすい	男性40代
42	友人のフラメンコ発表会に持って行くので友人数人で一緒にオーダーしましたが、とてもおしゃれな大きな花束にしてくれた(恵比寿店)	女性50代
43	花びんがなくてもそのまま飾れるアレンジメントを購入しようとした際に その場で好きな花でアレンジしてくれた	女性40代
44	スムーズな対応	男性40代
45	接客が良かった	女性20代
46	丁寧な包装と、センスの良いラッピングにいつも、テンションがあがる	女性40代
47	花束を友達に贈るのにイメージがわからなくて店員さんに全てお任せしたところ 思っていた以上に素敵な花束を作って頂いて 友達も感動して泣いてました	女性50代
48	店員さんと相談しながら花を選ぶことが出来ること	女性30代
49	友だちの誕生日にブーケを贈りたいと思い、自分で1本ずつお花を選ぶ際に組み合わせ方や予算の相談に乗ってくださった	女性20代
50	妻の誕生日用に購入しましたが、スタッフの方がすぐ声をかけてくださり、選びやすかった	男性40代
51	アドバイスしてくれる	男性20代
52	店員さんの対応が良かった	女性20代
53	スタッフの方の対応が良かった	女性40代
54	対応が良かった	女性30代
55	商品知識が豊富	男性50代
56	質問に即答してもらえる	男性50代
57	退職する先輩への贈り物を選んだ際、スタッフさんの知識もあり要望に応じてくれて親切に対応してくれたので気持ちよく買い物できた	女性30代
58	ドライフラワーに向いている花を教えてもらった	女性50代
59	プラスに加えたい花の特徴や予算に応じて提案してくれた	女性40代
60	丁寧に対応してくださったこと	女性20代
61	お話を伺った店員の方が丁寧で、気持ち良く選ぶことができた	女性30代
62	迷っている時のおすすめが的確だった	女性50代
63	店員さんがお花の長持ちする方法を丁寧に教えてくれました	女性30代

日比谷花壇 よかった点（続き）

64	素敵なラッピングをしてくれた	女性20代
65	丁寧にラッピングしていただきました	女性40代
66	他店に比べて長く美しい	女性50代
67	長もちする	女性50代
68	正直、特になし。 ついでがある場所なので、えらんでいる、 割ともちはいい気がする	女性30代
69	失敗がない。日持ちがするので長く楽しめる	女性40代
70	他のお店と価格は変わらないのに、比べものにならないくらい日持ちする点が素晴らしいと思う。 つぼみの状態で購入すると、花が開く過程も楽しめる	女性40代
71	鮮度がいい	男性50代
72	値段は高いのですが、品質やアレンジメントは確かです	男性40代
73	ギフト用はお花質がよく、アレンジメントも綺麗で安心してプレゼントできる。 いつも喜んでもらえる	女性50代
74	いいにおいがした	男性30代
75	会社のサービスから選ぶ。 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のは、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のは嬉しかった	男性50代
76	ネット注文、不備なく届いた	女性30代
77	写真と同じような商品が届いたこと。日持ちも良かった	女性30代
78	胡蝶蘭を購入したが、花が大きく、3ヶ月以上咲いていたことに感動した	女性40代
79	喜ばれる	女性50代
80	喜んでもらった	女性30代
81	妻へのプレゼントとしてブーケを購入したが、とても喜んでもらった	男性30代
82	退職する先輩にプレゼントしたところ、喜んでもらった	男性30代
83	喜ばれた	男性40代
84	有名だから、あげると喜ばれる	女性40代
85	ギフトを送って喜ばれた	男性20代
86	親族等が喜んでくれた	女性50代
87	母の日に贈ったら喜んでもらった	男性40代
88	日比谷花壇は品質が高くて良いためとても喜んでもらった	女性20代
89	嫁が喜んでくれた	男性30代
90	贈った人に喜ばれる	男性50代
91	送った相手がいつも喜んでくれる	女性50代
92	便利	男性40代
	特になし・わからない 65件	

青山フラワーマーケット よかった点

1	安いと 自宅用も楽しみやすいです	女性40代
2	良い花屋さん	男性30代
3	サイズ感がよく、色合いが綺麗	女性30代
4	様々なサイズの花束が用意されていて、好みに合わせて選びやすい	女性50代
5	アレンジメントの企画が良い	女性40代
6	品揃えの良さ、飾ってあるアレンジの良さが、購入の際にとっても参考になり、プレゼントを選ぶ時に選びやすい	男性40代
7	いろんな色や種類の花があって、選ぶ花を迷ってしまうくらいの楽しさがある	男性30代
8	カラフルな色の花を渡せた	女性20代
9	カワイイ花がたくさんある。アレンジがかわいい	女性40代
10	季節のお気に入りのお花が見つかった	男性30代
11	品揃えがいい。季節を感じるアレンジがある	男性40代
12	出来れば季節ごとに買いたいくらい、キレイなお花が並んでる	女性50代
13	季節の花がたくさんある	女性50代
14	季節によって花が違い、見ていて楽しい	女性20代
15	定額のキッチンブーケが可愛い	女性30代
16	いつもきれいな花が販売しており、とても満足しております!	女性40代
17	綺麗な花がたくさんあった	男性20代
18	いつも綺麗な花が用意されている	男性50代
19	種類がある	男性20代
20	すてき	男性20代
21	アレンジがいつも素敵	女性40代
22	いつもお店を拝見しても素敵なお花が並んでいて、母の出産祝いの素敵な花束を選べた	女性20代
23	誕生日のプレゼントの時に素敵なブーケ作ってもらい、自分にも欲しくなり、購入した	女性50代
24	センスのよいものが沢山あるのでそばを通ると買いたくなります	女性50代
25	センスが良い	女性40代
26	揃えている花のセンスが良い	女性20代
27	店頭のブーケに引かれて購入することがほとんどです。そのまま飾れて楽しめるところがいいと思います	女性50代
28	他店に置いてなかった商品置いてあったのを見つけたときはうれしかった	女性40代
29	たくさん種類があって、楽しかった	女性30代
30	色々な花がキレイに飾ってあってテンションがあがる	女性20代
31	花に関する物も素敵な品揃え	女性30代
32	ブーケが華やかで選ぶのが楽しい	女性30代

青山フラワーマーケット よかった点 (続き)

33	ブーケが色鮮やかでかわいい	女性50代
34	既に作成してあるブーケが可愛らしくて良い	女性20代
35	ブーケのデザインの提案が自分には合っている	女性50代
36	クリスマスの時期にポインセチアのブーケがあったのが嬉しかった。ポインセチアは鉢植えばかりで買いにくかったので	女性30代
37	コンパクトな店舗であるが品揃えが豊富なイメージがある	男性30代
38	たくさん種類があって 選ぶのが楽しい	女性20代
39	品揃えが豊富、店内が綺麗。お花が可愛いし店員さんが教えてくれて優しい	女性20代
40	見た事がない植物や花がある	女性30代
41	品揃えがいい	女性20代
42	POPがわかりやすく良かった	男性20代
43	【センター北店】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。また、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	女性50代
44	花の種類や名前が書いてあるので意識するようになり、自分の好みの花の名前がわかるようになった	女性50代
45	プレゼント用のブーケをお願いする際、ガイドブックのようなものがあり店員さんとイメージの共有がしやすかった	女性30代
46	婚約の花束を買った	男性20代
47	悩んでいるときに店員さんが声をかけてくれた	女性40代
48	球根の育て方を丁寧に教えてくれて助かった	女性20代
49	イメージを伝えてのアドバイスが良かった	女性50代
50	お店の人にアドバイスをいただいた	男性20代
51	知識がなくいったが、店員さんがアドバイスをくれ最高のものを用意してくれた	男性30代
52	こちらの希望を叶えつつ 予算内でおさめてくれて感謝します	女性40代
53	会社から近く いつも注文とおりに対応して頂き 感謝しております	男性50代
54	いつもラッピングが綺麗。伝えたイメージに合ったアレンジメントや花束を用意して下さる	女性20代
55	大雑把なイメージを伝えただけでしたがとても素敵なブーケを作ってくださいました	女性20代
56	スタッフの感じが良かった	女性50代
57	記念日にオススメのブーケを教えてくれた	女性30代
58	店員が 傾聴するようにオーダーを聞いてくれる	男性40代
59	先週土曜日にたまプラザ店に行きました。かすみ草の花束を別の店で買ったのですが、何か足りないためオレンジのパラ三本をかすみ草の花束と一緒にしてほしいとお願いしたところ丁寧に対応頂いたため、嬉しくて小さなブーケを追加で購入しました。ありがとうございました!	女性40代
60	ペットが亡くなった時に、店先でどれがいいのか悩んでいたら声を掛けていただきました。猫が亡くなったコトを話したら引かれるかなと思ったらそんなことなく寄り添った言葉やアドバイスしていただきました。ありがとうございました	女性50代

青山フラワーマーケット よかった点（続き）

61	親身になって相談に乗ってくれた事	女性20代
62	かわいいアレンジを作ってもらえて嬉しかった！	女性20代
63	素敵な仕上がりで相手にも喜んでもらえる	女性30代
64	作ってもらうブーケが素敵で満足しています	女性50代
65	母の誕生日に、選んでもらったが、素人にも分かりやすく説明してもらった	男性40代
66	特にはないが、いつもセンス良くまとめてもらえる	女性50代
67	店員さんが話し掛けやすく対応も良い印象	女性30代
68	商品を聞いたときに教えてくれた	女性40代
69	お花の名前や相性を教えていただいた	女性50代
70	店員さんに目的、色、予算を伝えたとこ複数提案してくれ、手際よく対応してもらえ、想定時間より早く余裕を持ってその後の予定に向かえた	女性30代
71	店員さんの接客が丁寧でいつも良いチョイスしてくれる	男性30代
72	気に入った花に合わせた他の花をアレンジして提案してくれて、長持ちする様なアドバイスをもらえてありがたかったです	女性40代
73	質問や悩んでいるときの相談に丁寧に答えて提案してくれるところ	女性50代
74	非常に丁寧な対応で購入していて気持ちよかった	男性40代
75	電話相談が丁寧	男性20代
76	丁寧な対応に感動した	男性30代
77	困っていたさいに丁寧に説明してくれて助かった	男性20代
78	丁寧。	女性40代
79	フラワーナイフの使用法を実践させてもらった	女性50代
80	結婚式を挙げない知人への贈答用に購入した際、目的や関係、予算などを確認しながら選んでもらい、満足のいくプレゼントになった	男性30代
81	ゆっくり話を聞いてくれる	女性40代
82	スタッフさんが優しい	女性50代
83	予想以上の出来栄であった	男性30代
84	店内やお花のアレンジのセンスが良く、いつもオシャレなところが気に入っている	女性30代
85	センスが良いが値段が高い	女性40代
86	入りやすかった	男性30代
87	必ずお客が店舗にいるので、生花の回転も良いのかと感じている	男性40代
88	値段は高いですが長持ちします	男性50代
89	いつ行っても、日持ちのする、新鮮な花を買えるのが良い。サイズ、ボリューム、ともに申し分ありません。また、利用させていただけます	男性40代
90	基本的にどこのお花屋さんよりもお花が長持ちするので嬉しいです	女性20代

青山フラワーマーケット よかった点（続き）

91	花が大きくて、割と日持ちがよい	男性40代
92	品質が良い	女性30代
93	おすすめされた花が相手に喜ばれたこと	男性30代
94	ギフト用として、喜ばれた	男性40代
95	妻にプレゼントした生花がとても喜んでくれたのでまた利用したいです	男性30代
96	プレゼントした相手に喜んでくれた	男性20代
97	友達が喜んでくれた	女性30代
98	希望価格で素敵なブーケを作っていただき、贈り物をおくった人も喜んで嬉しかった	女性20代
99	ブーケをプレゼントしたら喜んでくれた	女性20代
100	ブーケで珍しいお花が入っていて プレゼントしたらとても喜ばれた	女性40代
101	手軽に購入できて良いと思います	女性50代
102	自分で選ぶ時間がない時でも、カラーやバリエーションが豊富なブーケのラインナップがあって、とても便利	女性20代
103	たくさん店舗があり、使いやすい	男性20代
104	立地が良くて使いやすい	男性30代
105	立地が良くて、程良い品揃えと価格	男性30代
106	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	男性30代
107	企業ブランド	男性40代
	特になし・わからない 51件	

イオン よかった点

1	買いやすい立地と価格	女性30代
2	品ぞろえや立地	女性20代
3	品揃えが良く、一つの店で買いたいものが一通り揃えられるから非常に便利	男性30代
4	使いやすかった	男性30代
5	ついでにがすごく便利	女性30代
6	近くて使いやすい	男性40代
7	近くて選びやすい	男性40代
8	いつも気軽に利用してます	男性30代
9	自宅へ急な来客が決まり急いでお花を購入しにいったが、入り口にお店があり、直ぐに購入ができた	女性40代
10	朝早くから遅くまでやっているところ	女性20代
11	朝早くから営業してるので お墓参りの際に立ち寄れて事前にお花を買う手間がなくて助かってます	女性30代
12	利用しやすい	女性20代
13	利用しやすい	女性40代
14	喜んでもらえた	男性20代
15	送り先の方が凄く感謝してくれた	男性20代
16	生花の日持ちを良くする粉末剤を付けてくれ、嬉しかった	女性50代
17	日持ちする薬が付いてくるので、良かった	男性50代
18	以前購入した観葉植物が枯れずに良く成長している	女性50代
19	日持ちが良かった	女性50代
20	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	女性50代
21	いつでも綺麗な花を販売している	女性50代
22	いつも可愛い花が並んでいるなぁと思う	女性50代
23	きれい	女性40代
24	きれいにアレンジしてもらえた	女性50代
25	とても花が美しく、供えたいと思い利用しました	男性30代
26	華やかで色が鮮やか	男性30代
27	季節ごとのかわいい寄せ植え等見るだけでも楽しい	女性40代
28	レイアウトが分かりやすい	男性40代
29	わかりやすく陳列してあり 選びやすかったです	男性50代
30	売り場が綺麗	男性40代
31	買いやすいお店です	男性40代
32	ハロウィンやクリスマスの時期に、毎年イベント感ある素敵な商品が売っていて、子どもたちも楽しみにしている	女性40代

イオン よかった点 (続き)

33	手軽に買えて良い	男性20代
34	華やかに包んでもらった	女性20代
35	接客が優しい	男性20代
36	いろいろとシチュエーションに合わせてまとめてくれた	男性20代
37	値段に合わせたサイズの花を上手に作ってくれるところ	男性40代
38	スタッフの対応が丁寧	男性30代
39	丁寧な包装	女性50代
40	忙しそうだったのに丁寧な包装でくれた	女性20代
41	売り場担当者が感じが良く知識が豊富	女性20代
42	品揃えの豊富さは言うまでもなく、スタッフさんのお花に関する知識や熱量の高さが大変素晴らしく、系列店のスーパーとは思えないような個性あふれるお店でとても満足しております	男性20代
43	売られている切り花は丈が長いので切ってくれるのがありがたいです	女性40代
44	対応が良い	男性40代
45	店員の方の接客態度が良く、気持ち良く買い物できた	男性20代
46	親戚の一周忌様に見た目、日持ち、値段をこちらから相談した所、とても丁寧に相談にのってくれて、素敵なお花が買えました。とてもよかったです	女性50代
47	相談にのってくれる	女性40代
48	長さは、どれくらいがいいですかと質問したらこれくらいがいいですね、と教えてくれた	男性50代
49	店員が親身になってギフト用のフラワーを選んでくれて 嬉しい気持ちになった	女性40代
50	店員さんに色々教えてもらい購入できてよかったです	男性30代
51	いつも綺麗な花束を作ってくれることに尊敬	女性30代
52	親身になって対応してくれた	男性20代
53	店員が親切に対応してくれた	男性40代
54	店員さんがとても親切に対応して下さる	女性50代
55	いつも良い花を選んで頂ける、説明や世話のしかたなどいろいろ教えてもらえる	女性40代
56	接客がスムーズで感じ良かった	男性50代
57	母の日に、蘭の花を購入しました。レジの店員さんは、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」とのお話を言われ、とても、嬉しかったし、感動しました。よいサービス店だなあと思いました	男性20代
58	花束を頼む時、送る相手や好みのお花を聞いて貰いイメージ通りの花束になった	女性50代
59	店員さんがおすそめを教えてくださいました	男性30代
60	入荷時期がかかっているのがよかった	女性40代

イオン よかった点（続き）

61	育て方のアドバイスがあった	男性20代
62	品揃えが豊富で欲しかった種類のお花があったり、初めて見るお花があったり、いつも選ぶのが楽しいです	女性20代
63	思ったよりも種類が豊富で良かった	女性50代
64	種類が豊富	女性30代
65	品揃えが豊富、丁寧親切	男性30代
66	アレンジしたブーケがあるので助かります	女性50代
67	ドライフラワーも売っていて、値段も手頃で良かった	女性40代
68	ちょこっと家に飾りたい様な手頃な花束があって良かった	女性50代
69	花の種類が多く 店内を見るだけでも楽しい	女性40代
70	季節の花の種類が豊富でコストパフォーマンスもよく、対応も常に丁寧である	女性20代
71	買いたい花を買えた	男性30代
72	欲しい色の花がしっかり揃っていて助かった	男性30代
73	いつ立寄っても、可愛い飾りとアレンジメントがあります	女性50代
74	品揃え	男性40代
75	母の日に購入したが、種類が豊富だったので良かった。子どもがお小遣いで買える値段からあって良かったと思う	女性40代
76	本数が少なくても 値段の安いものが取り扱っている	女性20代
77	プレゼント品の花がしおれたものが届いたが、連絡したら再度送ってもらえたこと	女性50代
78	探しやすい広さ、店舗の雰囲気と従業員の接客姿勢。 後日、問い合わせた際の対応等のアフターフォロー	男性40代
79	安かった	男性30代
80	お手頃価格の観葉植物の種類が沢山あって楽しい	男性40代
81	手頃なお値段でアレンジしてくれる	女性40代
82	低価格で買える曜日があつたりする時に購入出来ると嬉しい	女性50代
83	買いやすいし、火曜日は安くて良い	女性50代
84	特売か何かで 1本100円くらいで自分で好きなように選べるころ	女性30代
85	新装開店直後だったので観葉植物が安く買えた	女性50代
86	時々セールをしている	女性20代
87	品揃えもそれなりにあり、値段もリーズナブル	男性30代
88	イオンはコスパがいいので定期的に購入しています	女性20代
89	コスパがいいと思う	男性40代
90	気軽に利用できる価格なので利用しています。でも花の鮮度が良くないと思われることが多く 日持ちも悪いと思います。すいません、良かったエピソードではなくて	女性50代

イオン よかった点（続き）

91	いろいろな価格帯があり良いなと思いました	女性30代
92	あまり高すぎず 買いやすい値段だった	女性20代
93	すぐに会計できた	女性40代
94	待ち時間が少なく済む	男性20代
	特になし・わからない 71件	

青山フラワーマーケット 改善点、リクエスト

1	回数券	男性20代
2	決済方法充実	男性20代
3	混んでいるときが多く 会計に時間がかかる	男性30代
4	レジを複数対応して欲しい	男性50代
5	値段、、、	男性20代
6	金額	女性40代
7	アレンジメントを頼んだ時のサービス料が高い	女性30代
8	枯れる間近の花のセール	女性40代
9	物価高で 1000円以下のお花が無くなった	女性50代
10	お買い得商品も増やしてほしい	女性50代
11	おつとめ品を増やしたらいいかもです	女性30代
12	小さくてもいいから、お手頃価格の商品を増やして欲しい	女性50代
13	コスパが悪い。ボリュームがもっとほしい。または低価格のものもほしい	男性40代
14	価格。コスパの悪さ	女性40代
15	自宅用に本数の少ない、すぐに持ち帰れる商品があれば嬉しい	女性50代
16	値段が少し高め ダイニング用より大きめで 自宅用の手頃な価格の花束が欲しい	女性20代
17	もう少し安い価格帯のものもあるとありがたい	女性30代
18	値段が高い	女性30代
19	値段が高い	男性20代
20	ちょっと価格がお高い	女性50代
21	値段がやや高い	女性20代
22	価格が高い	女性20代
23	ブランドイメージがあるので、価格がそれなりにすることは理解しているが、やはり少し高いという感じはする	男性30代
24	センスは良いが値段が高い	女性40代
25	少し価格が高い。季節の花がもう少し選べるくらい豊富だと嬉しい	女性30代
26	価格が高めなので日常の自宅用にはなかなか利用できない	女性50代
27	低価格帯のアレンジを増やしてほしい	男性40代
28	お手軽な価格	女性40代
29	手頃な価格をお願いします	男性50代
30	小さいブーケがいろいろあって嬉しいけど もう少し安ければなお嬉しい	女性30代
31	もう少し価格が安いと嬉しい	男性50代
32	もう少し安くして欲しい	女性20代

青山フラワーマーケット 改善点、リクエスト (続き)

33	ワンコインで買える色別ブーケ	男性30代
34	サービス	女性40代
35	花瓶の回収サービス(持参で割引券交換だとなお良し)	女性50代
36	サブスク	男性30代
37	毎月定額で花が選べるサービス	女性50代
38	待ち時間が長いときがある	女性50代
39	母の日などに、一本単位では売ってくれない	男性40代
40	品揃え	女性50代
41	種類	男性30代
42	スペースによる制約もあるだろうと思いますが、季節感のあるものの品揃えをもう少しあれば、嬉しいです	男性40代
43	特になし	女性30代
44	もう少し品揃えを増やして欲しい	女性20代
45	小さい店舗は仕方がないが、品揃えが少ないと感じる時がある	女性20代
46	おじさんが、気軽に買えるラインアップがほしい	男性40代
47	ネットとお店、同じ種類しか選択肢がなく、残念でした。店頭ならではの選択肢があれば嬉しい	女性40代
48	日持ちするドライフラワー等の商品拡充	男性30代
49	品揃えが多いとうれしい。早く売れてしまいそうな人気商品や限定商品を早く知りたいのでスマホのアプリにそのようなサービスがあるとうれしい	女性40代
50	待ち時間の表示 (だいたい良いので)	女性40代
51	会計のとき、とても感じが悪かったことがある。客の手元状況を配慮してください	女性40代
52	フェアをもっと開催して欲しい。もう少しスタッフ教育をしたほうがよい。スタッフにより差がある。店内にいた親子の子供がダリアの花をいたずらして首から落とした際に、スタッフに告げたら落ちた花を私の前で手で握りつぶして捨てた。商品として使えないのは理解できるが、人間の身勝手な切っ掛けで販売しているのだから、花が枯れるまでは責任を持って扱うべきだと思う。とてもショックだった	女性50代
53	ゆっくり見させて欲しい時もある	女性50代
54	青山フラワーマーケットに関わらずお花屋さんは綺麗なお花を見てワクワクする場所なのに親しみやすい店員さんが少ないイメージ。お花を心から愛していて、それをお客さまに伝えたい熱い気持ちを持つお花屋さんにお世話になりたい	女性20代
55	スタッフの親身さ	女性30代
56	接客サービスが悪い店舗が多いです(めんどくさそう、冷たい口調の対応、知識がなさすぎるなど)	女性40代
57	わたしが利用する2店舗は、近くに日比谷花壇があり、品質、値段、店員の知識などで(優れている場合もあるが)劣っていると感じる時がある。あと、お供え用を買いに行った時などは、あまり声かけされたくない。そっとしておいて欲しい。でも、何の用途で訪れたのかはわからないだろうから、仕方ないかもしれない。結論は、こちらが相談するまでは「いらっしゃいませ」以外の言葉は必要ない。横浜のある店は、店員がカウンター内に入っていて「いらっしゃいませ」を言ってくれない	女性50代

青山フラワーマーケット 改善点、リクエスト（続き）

58	ある駅の改札前(駅構内)にある店舗についてです。お花の包装を担当した女性店員さんの態度が悪くて、行きたくなくなるレベルです。とても嫌な思いをしました。ああいった態度の方には働いて欲しくありません	女性30代
59	色の組み合わせについて聞いたところ明らかにセンスがない組み合わせでも「良いと思います」って返事で、売ればなんでもいいのかと思った センスの良い配色や花の組み合わせをアドバイス出来る知識を持ってほしい	女性20代
60	狭い	女性40代
61	少し入りづらい	女性20代
62	店舗を分かりやすい場所へ	女性20代
63	店が狭い	女性50代
64	時々、あまり日持ちがしないことがある	女性50代
65	お店によって鮮度が違う。いつも見る店はいつもキレイな花が出るけど、他県の実家に持っていくこと多いので、本当はそっちの最寄り駅で買いたいけどイマイチ鮮度が良くないので買わなくなりました	女性50代
	特になし・わからない 93件	

イオン 改善点、リクエスト

1	セルフレジで、食品を購入した際に、係の人に、煽られ、早く終わりにしろみたいな雰囲気、凄く不愉快な気分の買い物でした。その店員さんイオンで、働く素質を持ってないのと思いました	男性20代
2	安売り	男性30代
3	時間がたつたお花は、ダメになる前にどんどん安くして、新しくして欲しい。安いから悪いのではなく、大切に飾っていけるように、ポップの工夫は必要だと思う。新旧混ざっているのに、価格が一緒だとがっかりです	女性50代
4	できる限り、値段を下げてください	男性30代
5	もう少し安くして欲しい	女性30代
6	価格を下げてください	女性40代
7	値段が高い	男性40代
8	QRコードが使えるようにして欲しい	男性40代
9	花言葉を教えてくれるサービスがあると嬉しいです	女性20代
10	ポイントが付く	男性30代
11	一袋あたりの本数を増やして欲しい	女性20代
12	種類を増やして欲しいです	女性30代
13	品揃えを豊富にしてほしい	男性50代
14	種類が少ないので、多くしてほしい	男性50代
15	もっと品揃えを増やして欲しい	男性20代
16	変わった花	女性40代
17	在庫切れが時々あるので、それがちょっと残念	男性30代
18	イベントがある日は、すぐ花がなくなる	男性50代
19	種類が少ない	女性30代
20	先日、砺波のチューリップを扱っていたので、その土地の花をたまに扱って欲しい	女性50代
21	バリエーションがほしい	女性20代
22	種類が少ない、コスパは悪そう	女性20代
23	より多くの方々にお花の美しさを知っていただくよう、広報やセールに力を入れていただければと思います	男性20代
24	日持ちを掲示してほしい	男性20代
25	花が長持ちするアドバイスを書いた紙などをいれて欲しい	女性40代
26	少しだとしても花を毎日飾りたいので、気兼ねなく1本から買いやすくなればうれしいです	女性40代
27	お部屋に飾れる小さな季節の花束があれば、気軽に購入したいです	女性50代
28	仏花はもう少しカジュアルなモノがあると買いやすい	女性50代
29	リボンのカラーを増やしてほしい	女性20代
30	店員に聞きづらい	女性20代

イオン 改善点、リクエスト（続き）

31	もう少しテキパキと動いて欲しい	男性40代
32	何分くらいで帰るのか聞くこともなく、それに合わせて水をつけるかどうかの判断もなく、花だけ渡された時は絶句したもう少し花を大事にすべき	女性20代
33	人手が不足して対応が遅いケースがよく見受けられる	男性40代
34	専門のスタッフがいたら 相談できることがある	女性40代
35	スタッフが常駐していないので、聞きたいことがあっても気軽に聞けない	女性50代
36	母の日で混雑していて聞きたいことがすぐに聞けない状況だった。イベント時の増員が必要。また通路での販売だったが、混雑していて列もなく、待っている人がたくさんいるのにならぬ後から来た人が先に会計した。待っていた人達は「なんで？」という表情。順番の対策をしないと不公平感が残る	女性50代
37	たまに日持ちしないお花がありますね（2日でダメになった）	女性50代
38	日持ちが悪かった	女性30代
39	鮮度が良くない。店舗にある時点で枯れている部分が多い花がある。日持ちも悪い	女性50代
40	特に鉢植え、切り花も品質が悪すぎる。店頭で置かれている物の手入れが行き届いていないから、当然購入後の日持ちも悪い。自宅から近いので仕方なく購入しているが、もし他があれば確実にそこで購入している。店員の態度も良くないし、もう少し反省し改善して欲しい	女性40代
41	栃木県内にイオンを建ててほしい	男性30代
42	イオン自体、川崎等は最寄りにならないため、もう少し店舗を増やしてもらえると自宅に飾れるお花とかを買いやすく助かります	女性30代
43	店舗が少ない	男性20代
44	清潔感	男性30代
45	狭いので店舗を広げてほしい	女性50代
46	会計場所付近が狭い	女性50代
47	一度足を踏み入れると、買わなきゃ出てこれない雰囲気を感ずる	女性50代
48	寂しい 暗い	男性40代
49	別に良いんですが なんか若干暗い	女性30代
	特になし・わからない 116件	

花店利用者に関するアンケート 20～50代男女、関東一都六県在住モニター対象 ネット調査

【本調査】フェイスシート

※紙数の制約のため、%表のみ掲載

F1 性別

	n	男性	女性
全体	480	41.9	58.1
1 日比谷花壇	157	47.8	52.2
2 青フラ	158	35.4	64.6
3 イオン	165	42.4	57.6

F2 年齢（平均年齢）

	n	歳
全体	480	40.3
1 日比谷花壇	157	40.4
2 青フラ	158	39.0
3 イオン	165	41.5

F1×F2 性別年齢別

	n	20代男性	30代男性	40代男性	50代男性	20代女性	30代女性	40代女性	50代女性
全体	480	10.2	12.1	11.5	8.1	13.8	11.9	15.0	17.5
1 日比谷花壇	157	10.2	10.8	14.0	12.7	12.1	13.4	11.5	15.3
2 青フラ	158	10.1	13.3	7.6	4.4	17.1	14.6	17.1	15.8
3 イオン	165	10.3	12.1	12.7	7.3	12.1	7.9	16.4	21.2

F3 居住地域

	n	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
全体	480	3.1	1.5	1.7	15.2	11.7	41.7	25.2
1 日比谷花壇	157	1.3	1.3	1.3	12.7	7.0	48.4	28.0
2 青フラ	158	1.3	0.6	0.6	11.4	12.0	51.3	22.8
3 イオン	165	6.7	2.4	3.0	21.2	15.8	26.1	24.8

F4 婚姻状態

		n	結婚している	結婚していない
	全体	480	51.5	48.5
1	日比谷花壇	157	56.1	43.9
2	青フラ	158	47.5	52.5
3	イオン	165	50.9	49.1

F5 同居の子供の数

		n	0人	1人	2人	3人	4人以上
	全体	480	64.4	17.7	13.3	3.5	1.0
1	日比谷花壇	157	56.7	21.7	14.0	7.0	0.6
2	青フラ	158	73.4	12.7	10.8	1.3	1.9
3	イオン	165	63.0	18.8	15.2	2.4	0.6

F6 世帯年収

		n	200万円未満	200～400万円未満	400～600万円未満	600～800万円未満	800～1000万円未満	1000～1200万円未満	1200～1500万円未満	1500～2000万円未満	2000万円以上	わからない	無回答
	全体	480	3.6	13.1	15.4	10.6	14.6	6.5	4.6	3.3	2.5	10.2	15.6
1	日比谷花壇	157	2.6	14.0	11.5	13.4	17.9	5.7	7.0	4.5	3.8	8.3	11.5
2	青フラ	158	2.5	12.0	13.9	9.5	14.5	10.1	4.4	4.4	1.9	9.5	17.1
3	イオン	165	5.4	13.4	20.6	9.0	11.6	3.6	2.4	1.2	1.8	12.7	18.2

注：無回答は「答えたくない」「不明」の合計

F7 職業

		n	会社員	会社役員・管理職	公務員・団体職員	自営業	自由業・専門職	派遣・契約社員	パート・アルバイト	小学生以下	中学生	高校生	予備校生	専門学校生・短期大学生・大学生・大学院生	専業主婦・専業主夫	無職	その他
	全体	480	39.4	12.1	6.3	2.9	3.5	4.6	11.0	0.0	0.0	0.2	0.0	3.3	11.9	3.5	1.3
1	日比谷花壇	157	42.7	14.6	6.4	3.8	4.5	1.9	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	12.1	1.3	0.0
2	青フラ	158	42.4	9.5	8.9	3.2	1.9	5.7	8.9	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	10.1	3.8	1.9
3	イオン	165	33.3	12.1	3.6	1.8	4.2	6.1	15.8	0.0	0.0	0.6	0.0	1.8	13.3	5.5	1.8

F8 住居形態

		n	持ち家 一戸建	持ち家 マンション (分譲)	賃貸 一戸建	賃貸 マンション (アパート・公営を含む)	社宅・寮	その他
	全体	480	37.7	20.6	2.5	34.6	3.8	0.8
1	日比谷花壇	157	38.9	23.6	2.5	29.9	4.5	0.6
2	青フラ	158	24.7	22.2	2.5	46.2	4.4	0.0
3	イオン	165	49.1	16.4	2.4	27.9	2.4	1.8

巻末資料 B

花店利用者調査 質問票・単純集計表

スクリーニング調査

花店利用者に関するアンケート（スクリーニング調査）概要

実施期間： 2024年1月29日～31日（水）

回答者： 関東一都六県在住モニターの20～50代男女

対象店・業態：（本調査対象店=3店）日比谷花壇、青山フラワーマーケット、イオン
（スクリーニング調査のみ=7店・業種）花専門店、ヤオコー、スーパー（イオン、
ヤオコー以外）、カインズ、ユニクロフラワー、花や植物と、雑貨・カフェなど
のコラボ店、オザキフラワーパーク

調査手法： インターネット・アンケート

スクリーニング調査として、74782名に回答依頼、7020名回答

分析対象は、うち4984名分（5000名分納品、データクリーニング後の採用回答数）

本調査対象店の「最近1年間の利用者」に対して、抽選で本調査回答依頼

スクリーニング時点では、属性の構成割合をできるだけ公式統計に近づけて実施

（本調査では利用ベース）

実 査： インテージ

回答者抽出とデータクリーニング

回答は、何段階かにわたって実際の利用者であり、明らかに矛盾した回答がないことを確認
スクリーニング基準

(1) 対象企業で「最近1年以内」に花や植物、関連商品を購入した人

(2) 当該店で、ギフト、自宅用など用途別の購入額が「0円」でない人

本調査で以下の点で削除した回答（20サンプル）は、スクリーニング分も削除している

(3) 利用店舗・サービス、地域名記入（自由回答）

各社の出店状況と照合し、ブランド誤認や利用者でないと思われるケースは削除
店舗名等が「わからない」「覚えていない」場合は採用

(4) その他、自由回答の記入内容などから不自然な回答は削除

以上の結果、スクリーニングでは、5000サンプル納品中、4984サンプルを採用

【スクリーニング調査】質問票・単純集計表

※紙数の制約のため、一部の度数表等は割愛、自由回答は一部省略

SQ1 花店や量販店での、「花・植物」の購入についてお伺いします。

以下の店で、「花」や「植物」を購入したことがありますか？花びんや園芸用品など、関連商品も含むものとします。（単一回答）

度数表

		全体 n	1	2	3
			最近1年以内に購入した	1年以上前に購入した	購入したことはない
1	日比谷花壇	4984	215	605	4164
2	青山フラワーマーケット	4984	299	725	3960
3	花専門店（日比谷花壇、青フラ以外）	4984	498	574	3912
4	イオンの花売場（ルポゼ・フルールなど）	4984	277	366	4341
5	ヤオコーの花売場	4984	192	171	4621
6	スーパーの花売場（イオン、ヤオコー以外）	4984	675	625	3684
7	カインズの花・園芸売場	4984	304	333	4347
8	ユニクロフラワー（ユニクロの花売場）	4984	94	104	4786
9	花や植物と、雑貨・カフェなどのコラボ店	4984	139	212	4633
10	オザキフラワーパーク	4984	76	92	4816

注：全員に質問 本調査対象企業について「最近1年以内に利用した」人を選び、さらにSQ2でのスクリーニングを経て、抽選で本調査への回答を依頼

以下、「青山フラワーマーケット」は「青フラ」、「ユニクロ・フラワー」は「ユニクロ」と略

横%表

		全体 n	1	2	3
			最近1年以内に購入した	1年以上前に購入した	購入したことはない
1	日比谷花壇	4984	4.3	12.1	83.5
2	青山フラワーマーケット	4984	6.0	14.5	79.5
3	花専門店（日比谷花壇、青フラ以外）	4984	10.0	11.5	78.5
4	イオンの花売場（ルポゼ・フルールなど）	4984	5.6	7.3	87.1
5	ヤオコーの花売場	4984	3.9	3.4	92.7
6	スーパーの花売場（イオン、ヤオコー以外）	4984	13.5	12.5	73.9
7	カインズの花・園芸売場	4984	6.1	6.7	87.2
8	ユニクロフラワー（ユニクロの花売場）	4984	1.9	2.1	96.0
9	花や植物と、雑貨・カフェなどのコラボ店	4984	2.8	4.3	93.0
10	オザキフラワーパーク	4984	1.5	1.8	96.6

SQ2 花・植物 回答店での1回当たり購入額 用途別

【回答店】での「花・植物」の1回当たりの購入額は、平均してだいたいどれくらいでしたか？
用途別に100円単位でご記入ください（上限100,000円）。（数値回答）

SQ2_S1 自宅の装飾用

	全体 n	外れ値（3万円超）含む		外れ値除く	
		自宅用 購入者数 n	平均購入額 （円）	購入者数	平均購入額 （円）
全体	2483	1275	2,305	1269	1,961
1 日比谷花壇	324	155	3,772	154	3,147
2 青フラ	506	253	2,511	252	2,124
3 花専門店	348	158	2,228	156	1,680
4 イオン	336	202	2,296	201	1,810
5 ヤオコー	72	37	1,454	37	1,454
6 スーパー	525	231	1,215	231	1,215
7 カインズ	212	158	1,612	158	1,612
8 ユニクロフラワー	24	17	3,894	17	3,894
9 コラボ店	52	42	2,776	42	2,776
10 オザキフラワーパーク	27	22	5,977	21	3,405

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入した」または「1年以上前に購入した」人に対し質問 1人1店・業態（複数店・業態利用者はいずれか1つについて回答）すべての用途で「0円」の人は花・植物を買っていないとみなし、SQ3、SQ4の回答対象から外す SQ2の目的は花・植物を買っているかどうかの確認（スーパー利用者だが、食品のみ買っているような人の混入を避ける）記憶の薄れがありうるため、購入額はあくまで参考値（特に過去の購入者）
各用途とも、購入額は非購入者（購入額0円）は除いて計算 度数 nは用途ごとに異なる 過去の購入者含む以下同
外れ値は自宅用では3万円超（6件、うち10万円3件）として計算 全体nは各用途全て0円の回答者57名を含む合計値（以下同）
ユニクロは、1万円未満15名に限ると、平均購入額 1747円

SQ2_S2 ギフト用

	全体 n	外れ値（5万円超）含む		外れ値除く	
		ギフト用 購入者数 n	平均購入額 （円）	購入者数	平均購入額 （円）
全体	2483	1602	4,250	1599	4,070
1 日比谷花壇	324	294	5,291	293	4,968
2 青フラ	506	439	4,280	438	4,062
3 花専門店	348	260	4,107	260	4,107
4 イオン	336	214	4,466	213	4,017
5 ヤオコー	72	25	3,340	25	3,340
6 スーパー	525	232	2,998	232	2,998
7 カインズ	212	71	3,437	71	3,437
8 ユニクロフラワー	24	17	3,371	17	3,371
9 コラボ店	52	41	5,829	41	5,829
10 オザキフラワーパーク	27	9	3,456	9	3,456

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入した」または「1年以上前に購入した」人に対し質問 1人1店・業態（複数店・業態利用者はいずれか1つについて回答）
各用途とも、購入額は非購入者（購入額0円）は除いて計算 過去の購入者含む
外れ値はギフト用では5万円超（10万円3件）として計算

SQ2_S3 その他（お供え、冠婚葬祭、イベントほか）

		全体 n	外れ値（5万円超）含む		外れ値除く	
			その他用途 購入者数 n	平均購入額 （円）	購入者数	平均購入額 （円）
	全体	2483	1352	3,148	1349	2,940
1	日比谷花壇	324	151	6,072	150	5,513
2	青フラ	506	168	4,092	167	3,518
3	花専門店	348	182	3,004	182	3,004
4	イオン	336	227	3,271	226	2,843
5	ヤオコー	72	63	2,283	63	2,283
6	スーパー	525	406	1,786	406	1,786
7	カインズ	212	104	2,767	104	2,767
8	ユニクロフラワー	24	10	4,300	10	4,300
9	コラボ店	52	31	4,590	31	4,590
10	オザキフラワーパーク	27	10	1,990	10	1,990

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入した」または「1年以上前に購入した」人に対し質問 1人1店・業態（複数店・業態利用者はいずれか1つについて回答）
 各用途とも、購入額は非購入者（購入額0円）は除いて計算 過去の購入者含む
 外れ値はその他（お供え、冠婚葬祭、イベントほか）では5万円超（3件）として計算
 ユニクロとコラボ店は、1万円未満に限ると、ユニクロ購入者9名・平均購入額2556円、コラボ店27名・3048円

SQ3 顧客推奨度（NPS=Net Promoter Score（ネット・プロモーター・スコア））

【回答店】について、伺います。花や植物の購入について、その店を家族や知り合いなどに勧める可能性は、どの程度ありますか？ お勧め度を、「0. 勧める可能性は全くない」～「10. 勧める可能性は非常に高い」の11段階で評価してください。（単一回答）

度数表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		0 勧める可能性は全くない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 勧める可能性は非常に高い
全体 n	2426	99	19	23	63	96	705	348	414	376	98	185
1 日比谷花壇	324	4	2	1	3	7	59	38	73	65	26	46
2 青フラ	506	9	1	0	5	9	84	78	102	111	44	63
3 花専門店	348	24	3	5	9	10	124	53	45	46	10	19
4 イオン	336	11	2	4	10	12	114	53	54	51	8	17
5 ヤオコー	72	4	2	1	2	4	22	19	9	8	0	1
6 スーパー	525	41	8	10	27	35	203	64	64	49	5	19
7 カインズ	212	3	1	2	5	14	73	26	51	26	3	8
8 ユニクロフラワー	24	0	0	0	0	1	5	8	4	4	1	1
9 コラボ店	52	3	0	0	1	1	14	8	10	8	0	7
10 オザキフラワーパーク	27	0	0	0	1	3	7	1	2	8	1	4

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入した」または「1年以上前に購入した」人のうち、SQ2でいずれかの用途で100円以上購入した人（いずれも0円の57名を除く）に対して、利用した店・業態について1人1店で答えてもらっている（複数利用の場合は抽選）顧客推奨度（NPS）は11段階10点満点9～10点を付けた顧客を「推奨者」、7～8点を「中立者」、0～6点を「批判者」と分類、推奨者－批判者の割合(%)で算出

横%表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		0 勧める可能性は全くない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 勧める可能性は非常に高い
全体	2426	4.1	0.8	0.9	2.6	4.0	29.1	14.3	17.1	15.5	4.0	7.6
1 日比谷花壇	324	1.2	0.6	0.3	0.9	2.2	18.2	11.7	22.5	20.1	8.0	14.2
2 青フラ	506	1.8	0.2	0.0	1.0	1.8	16.6	15.4	20.2	21.9	8.7	12.5
3 花専門店	348	6.9	0.9	1.4	2.6	2.9	35.6	15.2	12.9	13.2	2.9	5.5
4 イオン	336	3.3	0.6	1.2	3.0	3.6	33.9	15.8	16.1	15.2	2.4	5.1
5 ヤオコー	72	5.6	2.8	1.4	2.8	5.6	30.6	26.4	12.5	11.1	0.0	1.4
6 スーパー	525	7.8	1.5	1.9	5.1	6.7	38.7	12.2	12.2	9.3	1.0	3.6
7 カインズ	212	1.4	0.5	0.9	2.4	6.6	34.4	12.3	24.1	12.3	1.4	3.8
8 ユニクロフラワー	24	0.0	0.0	0.0	0.0	4.2	20.8	33.3	16.7	16.7	4.2	4.2
9 コラボ店	52	5.8	0.0	0.0	1.9	1.9	26.9	15.4	19.2	15.4	0.0	13.5
10 オザキフラワーパーク	27	0.0	0.0	0.0	3.7	11.1	25.9	3.7	7.4	29.6	3.7	14.8

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入」または「1年以上前に購入」、かつ、SQ2でいずれかの用途で100円以上購入した人（いずれも0円の57名を除く）に対して、利用した店・業態について1人1店で答えてもらっている（複数利用の場合は抽選で割り当て）
顧客推奨度（NPS）は11段階10点満点9～10点を付けた顧客を「推奨者」、7～8点を「中立者」、0～6点を「批判者」と分類、推奨者－批判者の割合(%)で算出

SQ3 顧客推奨度（NPS）本調査回答者

顧客推奨度 本調査回答者（現ユーザー）
度数表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		0 勧める可能性は全くない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 勧める可能性は非常に高い
1 日比谷花壇	157	4	0	1	1	2	20	14	31	32	20	32
2 青フラ	158	1	0	1	1	1	16	23	31	42	17	25
3 イオン	165	4	0	2	8	6	45	23	23	37	6	11

注：本調査回答者のスクリーニング調査での回答を集計

横%表

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
		0 勧める可能性は全くない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 勧める可能性は非常に高い
1 日比谷花壇	157	2.5	0.0	0.6	0.6	1.3	12.7	8.9	19.7	20.4	12.7	20.4
2 青フラ	158	0.6	0.0	0.6	0.6	0.6	10.1	14.6	19.6	26.6	10.8	15.8
3 イオン	165	2.4	0.0	1.2	4.8	3.6	27.3	13.9	13.9	22.4	3.6	6.7

顧客推奨度 スコア

		全体 n	A		B	B-A
			批判者 (0~6)	中立者 (7~8)	推奨者 (9~10)	顧客推奨度 (B-A)
	全体	2426	55.8	32.6	11.7	-44.1
1	日比谷花壇	324	35.1	42.6	22.2	-12.9
2	青フラ	506	36.8	42.1	21.2	-15.6
3	花専門店	348	65.5	26.1	8.4	-57.1
4	イオン	336	61.4	31.3	7.5	-53.9
5	ヤオコー	72	75.2	23.6	1.4	-73.8
6	スーパー	525	73.9	21.5	4.6	-69.3
7	カインズ	212	58.5	36.4	5.2	-53.3
8	ユニクロフラワー	24	58.3	33.4	8.4	-49.9
9	コラボ店	52	51.9	34.6	13.5	-38.4
10	オザキフラワーパーク	27	44.4	37.0	18.5	-25.9

注：顧客推奨度（NPS）は11段階10点満点9~10点を付けた顧客を「推奨者」、7~8点を「中立者」、0~6点を「批判者」と分類、推奨者－批判者の割合(%)で算出 過去の利用者（休眠・離脱ユーザー）を含む

SQ4 推奨度に影響するポイント

以下の要素は、あなたの【回答店】お勧め度にご影響していますか？

「1. 非常にマイナスに影響している」から「10. 非常にプラスに影響している」まで、10段階でお答えください。（マトリクス単一回答）

※ 紙幅の制約により、平均値（10点満点）とTOP2、下位5段階の割合のみ掲載

平均スコア（10点満点）

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		イメ ジ	品質	日持ち	価格	コスパ	品揃え	サイ ズ・ポ リユ ム	会計 のス ム ズさ	スタッ フに 声 を か け や す い	スタッ フの 知 識・ ス キ ル
全体	2426	6.7	6.8	6.6	6.4	6.4	6.4	6.4	6.8	6.4	6.3
1 日比谷花壇	324	7.6	7.6	7.3	6.5	6.5	7.3	7.1	7.1	6.9	7.0
2 青フラ	506	7.5	7.4	7.1	6.2	6.3	7.0	6.9	6.9	6.8	6.8
3 花専門店	348	6.5	6.8	6.5	6.4	6.4	6.5	6.5	6.7	6.6	6.7
4 イオン	336	6.5	6.4	6.4	6.5	6.5	6.3	6.3	6.7	6.4	6.2
5 ヤオコー	72	6.2	6.2	6.0	6.2	6.1	5.8	5.8	6.6	6.0	5.7
6 スーパー	525	6.0	6.1	6.0	6.4	6.4	5.6	5.8	6.6	5.9	5.5
7 カインズ	212	6.4	6.5	6.3	6.6	6.5	6.2	6.2	6.9	6.3	6.1
8 ユニクロフラワー	24	6.9	6.7	6.6	6.8	6.8	6.8	6.5	6.8	6.8	6.5
9 コラボ店	52	7.0	6.7	6.2	6.2	6.2	6.0	6.0	6.0	6.2	6.2
10 オザキフラワーパーク	27	7.2	7.1	6.7	6.4	6.5	7.5	7.2	6.7	5.9	6.6

単位：点（10点満点）

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入」または「1年以上前に購入」、かつ、SQ2でいずれかの用途で100円以上購入した人（いずれも0円の57名を除く）に対して、利用した店・業態について1人1店で答えてもらっている（複数利用の場合は抽選で割り当て） SQ3（推奨度）と同じ店・業態に対して回答

平均スコアは「1」～「10」（1=1点～10=10点）の合計を、全体（n）で割って算出

TOP2（最上位2段階評価の割合）

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		イメージ	品質	日持ち	価格	コスパ	品揃え	サイズ・ボリューム	会計のスムーズさ	スタッフに声をかけやすい	スタッフの知識・スキル
全体	2426	14.4	15.0	11.7	10.9	10.9	12.0	11.5	14.5	11.6	11.1
1 日比谷花壇	324	25.9	28.4	21.0	12.0	13.0	19.4	19.1	18.8	16.0	17.9
2 青フラ	506	25.9	23.7	19.4	11.9	10.9	18.4	16.4	17.0	15.0	14.4
3 花専門店	348	10.9	17.5	12.1	14.1	13.8	14.1	15.5	17.8	16.4	16.7
4 イオン	336	9.8	9.2	8.3	9.8	8.9	8.9	7.7	11.6	10.7	8.9
5 ヤオコー	72	2.8	1.4	0.0	4.2	4.2	2.8	4.2	12.5	6.9	2.8
6 スーパー	525	5.5	5.5	5.1	9.5	10.7	4.8	5.0	11.6	5.9	4.6
7 カインズ	212	6.6	8.5	5.7	10.4	10.4	8.0	6.1	11.8	7.1	5.7
8 ユニクロフラワー	24	12.5	12.5	8.3	12.5	8.3	16.7	8.3	4.2	12.5	8.3
9 コラボ店	52	19.2	9.6	3.8	3.8	3.8	0.0	3.8	5.8	3.8	9.6
10 オザキフラワーパーク	27	22.2	18.5	18.5	14.8	18.5	29.6	25.9	18.5	14.8	18.5

単位：%

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入」または「1年以上前に購入」、かつ、SQ2でいずれかの用途で100円以上購入した人（いずれも0円の57名を除く）に対して、利用した店・業態について1人1店で答えてもらっている（複数利用の場合は抽選で割り当て） SQ3（推奨度）と同じ店・業態に対して回答 過去の利用者を含む
TOP2は上位2段階（9、10）評価者の全体に対する割合

全10段階のうち下位5段階評価の割合

	全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
		イメージ	品質	日持ち	価格	コスパ	品揃え	サイズ・ボリューム	会計のスムーズさ	スタッフに声をかけやすい	スタッフの知識・スキル
全体	2426	26.6	24.2	29.2	32.7	31.8	32.1	32.0	24.8	33.1	35.8
1 日比谷花壇	324	10.2	10.2	16.4	30.6	30.2	12.3	16.0	18.8	22.8	21.3
2 青フラ	506	11.3	12.6	20.8	36.0	34.4	19.0	21.3	21.1	24.3	24.3
3 花専門店	348	29.9	25.6	30.7	36.2	34.2	31.3	32.2	28.7	32.8	28.4
4 イオン	336	30.1	30.1	30.7	28.3	28.3	32.4	33.9	25.3	32.7	36.9
5 ヤオコー	72	34.7	26.4	30.6	37.5	37.5	44.4	41.7	27.8	38.9	44.4
6 スーパー	525	46.3	37.9	42.3	33.5	32.6	53.9	49.1	27.8	46.9	57.1
7 カインズ	212	30.2	29.2	31.6	26.4	25.9	38.7	32.5	22.6	34.4	41.5
8 ユニクロフラワー	24	16.7	25.0	20.8	20.8	25.0	20.8	33.3	20.8	25.0	29.2
9 コラボ店	52	19.2	21.2	30.8	38.5	30.8	36.5	36.5	40.4	32.7	32.7
10 オザキフラワーパーク	27	18.5	14.8	33.3	29.6	37.0	11.1	22.2	29.6	40.7	37.0

単位：%

注：SQ1で、各店・業態で「最近1年以内に購入」または「1年以上前に購入」、かつ、SQ2でいずれかの用途で100円以上購入した人（いずれも0円の57名を除く）に対して、利用した店・業態について1人1店で答えてもらっている（複数利用の場合は抽選で割り当て） SQ3（推奨度）と同じ店・業態に対して回答 過去の利用者を含む

SQ5 環境資材の受容価格（1000円の花に対する増分）

人や環境に配慮された花や植物、資材（包装、用土、容器など）について伺います。

従来品の価格が1000円とした場合、それに対して、どれくらいの価格アップなら受け入れられますか？

（マトリクス単一回答）

度数表

		全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9
			0円 (従来品と同じ)	10円増 まで	20円増 まで	30円増 まで	50円増 まで	100円 増まで	150円 増まで	200円 増まで	201円 増以上
1	再生材	4984	2332	308	198	225	665	865	73	172	146
2	生物由来素材	4984	2279	338	230	269	718	790	73	163	124
3	リユース可能デザイン	4984	2310	367	229	276	680	800	64	142	116
4	土中生分解性フローラルフォーム	4984	2241	361	277	276	684	779	95	141	130
5	減農薬の花・植物	4984	2305	302	242	263	643	828	91	176	134

注：全員に質問

横%表

		全体 n	1	2	3	4	5	6	7	8	9
			0円 (従来品と同じ)	10円増 まで	20円増 まで	30円増 まで	50円増 まで	100円 増まで	150円 増まで	200円 増まで	201円 増以上
1	再生材	4984	46.8	6.2	4.0	4.5	13.3	17.4	1.5	3.5	2.9
2	生物由来素材	4984	45.7	6.8	4.6	5.4	14.4	15.9	1.5	3.3	2.5
3	リユース可能デザイン	4984	46.3	7.4	4.6	5.5	13.6	16.1	1.3	2.8	2.3
4	土中生分解性フローラルフォーム	4984	45.0	7.2	5.6	5.5	13.7	15.6	1.9	2.8	2.6
5	減農薬の花・植物	4984	46.2	6.1	4.9	5.3	12.9	16.6	1.8	3.5	2.7

単位：%

133



1000円の花に対する増分額平均（プレミアム）

		全体 n	平均増分額 (円)
1	再生材	4984	34.8
2	生物由来素材	4984	33.2
3	リユース可能デザイン	4984	31.8
4	土中生分解性フローラルフォーム	4984	33.0
5	減農薬の花・植物	4984	34.5

単位：円

注：平均許容額（1000円を定価とした場合、受入可能な増分）は、選択肢の前後の金額帯の中央の値を階級値として計算している（小数点以下切り捨て）

例えば「10円増まで」は5円、「200円増まで」は175円、「201円以上」は225円とした 階級値×該当者数を合計し、総額を回答者数 n で割って算出



134

【スクリーニング調査】フェースシート

※一部簡略化

基本属性

	回答者数	男：女	平均年齢	有配偶率	同居子供有	東京都在住
	n	%	歳	%	%	%
全体	4984	51：49	41.7	46.2	30.6	35.3

F1×F2 性別年齢別

	全体	20代男性	30代男性	40代男性	50代男性	20代女性	30代女性	40代女性	50代女性
全体 n	4984	521	579	702	744	511	548	668	711
%	100.0	10.5	11.6	14.1	14.9	10.3	11	13.4	14.3

F3 居住地域

	全体	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県
全体 n	4984	290	194	196	808	689	1757	1050
%	100.0	5.8	3.9	3.9	16.2	13.8	35.3	21.1

F4 婚姻状態

	全体	結婚している	結婚していない
全体 n	4984	2303	2681
%	100.0	46.2	53.8

F5 同居の子供の数

	全体	0人	1人	2人	3人	4人以上
全体 n	4984	3455	727	595	147	60
%	100.0	69.3	14.6	11.9	2.9	1.2

F6 世帯年収

	全体	200万円未満	200～400万円未満	400～600万円未満	600～800万円未満	800～1000万円未満	1000～1200万円未満	1200～1500万円未満	1500～2000万円未満	2000万円以上	わからない	無回答
全体 n	4984	346	723	884	623	457	217	154	85	63	641	791
%	100.0	6.9	14.5	17.7	12.5	9.2	4.4	3.1	1.7	1.3	12.9	15.9

注：無回答は「答えたくない」「不明」の合計

F7 職業

	全体	会社員	会社役員・管理職	公務員・団体職員	自営業	自由業・専門職	派遣・契約社員	パート・アルバイト	小学生以下	中学生	高校生	予備校生	専門学生・短期大学生・大学生・大学院生	専業主婦・専業主夫	無職	その他
全体 n	4984	1887	387	326	142	147	286	722	0	0	5	0	180	500	309	93
%	100.0	37.9	7.8	6.5	2.8	2.9	5.7	15.0	0.0	0.0	0.1	0.0	3.6	10.0	6.2	1.9

F8 住居形態

	全体	持ち家 一戸建	持ち家 マンション (分譲)	賃貸 一戸建	賃貸 マンション (アパート・公営を含む)	社宅・寮	その他
全体 n	4984	2042	752	120	1789	154	127
%	100.0	41	15.1	2.4	35.9	3.1	2.5

