

環境に配慮した花／日持ち保証販売 意識調査について

MPSジャパン株式会社

環境に配慮した花／日持ち保証販売 意識調査について

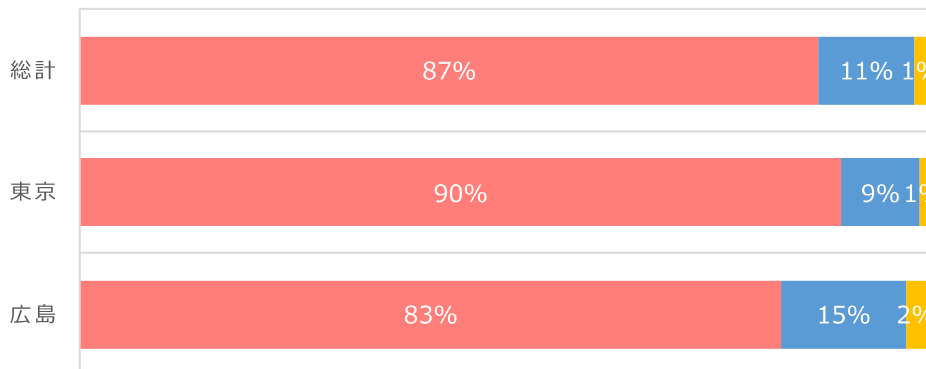
花店利用者を対象に、「環境に配慮した花」と「日持ち保証販売」について意識調査を実施

	東京	広島
協力店	日比谷花壇／ワンダーフラワー 品川、浜松、新橋、渋谷、恵比寿、 目黒、自由が丘、武蔵小山(合計 10店舗)	フラワーショップみやもと 広島市、五日市、東広島 (合計5店舗)
期間	2022年1月26日～30日	2022年1月29日～31日
収集数	690件	427件

女性が8割以上

性別を教えてください

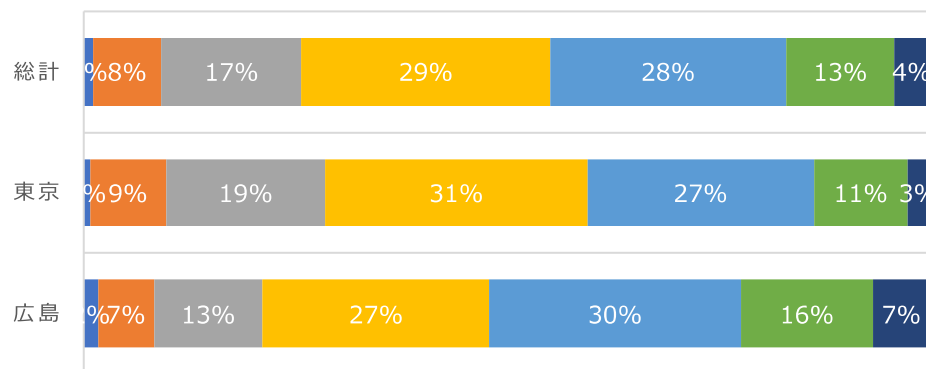
■女性 ■男性 ■(その他／未回答)



40～50代で6割

年齢を教えてください

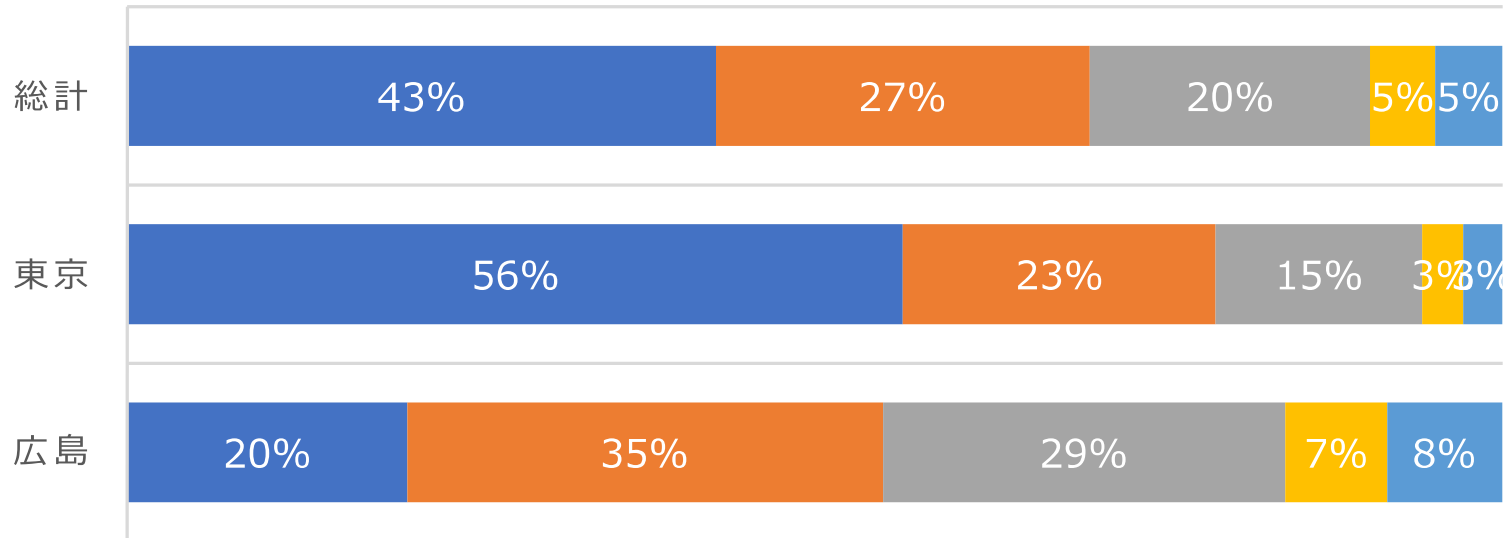
■10代以下 ■20代 ■30代 ■40代 ■50代 ■60代 ■70代以上



回答者の半数以上が月に1回以上花を買っている人

お花をどれくらいの頻度で買っていますか？

- 1週間に1回程度
- 数週間に1回程度
- 数ヶ月に1回程度
- 1年に1回程度
- ほとんど買うことはない



イベントの様子(東京)

展示販売をし、店頭でQRコードを掲示しアンケートに答えていただく方法で実施



イベントの様子(広島)

展示販売をし、店頭でQRコードを掲示しアンケートに答えていただく方法で実施

ゆめタウン広島店



サンリブ五日市店



ゆめタウン東広島店



ゆめタウン五日市店



マックスバリュ楽々園店



グラフの見方

<https://www.nttcoms.com/service/nps/summary/>

NPS(ネットプロモータスコア)の考え方を活用して、10段階で聞き取り



推奨者

9、10と答えた人。この人たちはあなたの会社のサービスを愛用し、いつも周りの人に薦めてくれます。



中立者

7、8と答えた人。この人たちは大方、中立的な立場をとっていて、特に薦めることもなければ悪口を言うこともありません。しかし何かのきっかけで競合に移りやすい人たちです。



批判者

0~6と答えた人。この人たちはあなたの会社のサービスの購入を考えている人たちに対して、ネガティブなクチコミを広げます。そして時として顧客対応社員のやる気をなくさせる人たちです。

環境に配慮した花への認識

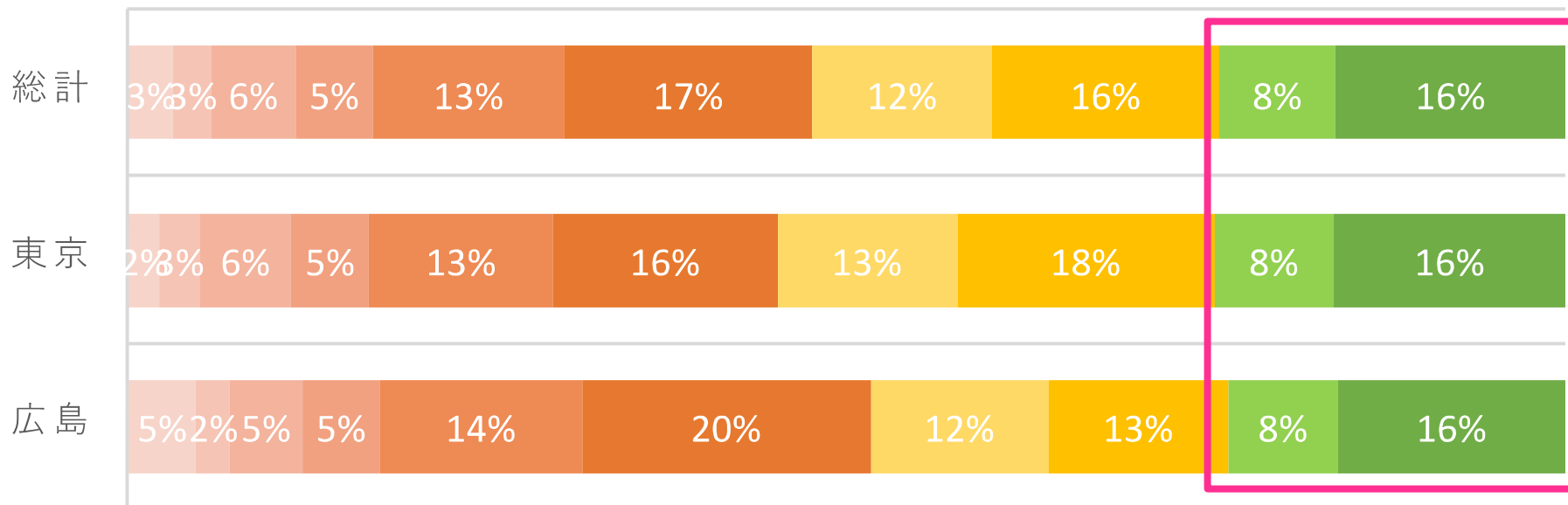
「環境に配慮したお花」への購入意識がある人は4～5人に1人

お花を購入する時の判断基準として、価格や見た目に差がない場合、「環境に配慮したお花」であることを、
どれくらい重要視したいですか？

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

←全くそう思わない

非常にそう思う→

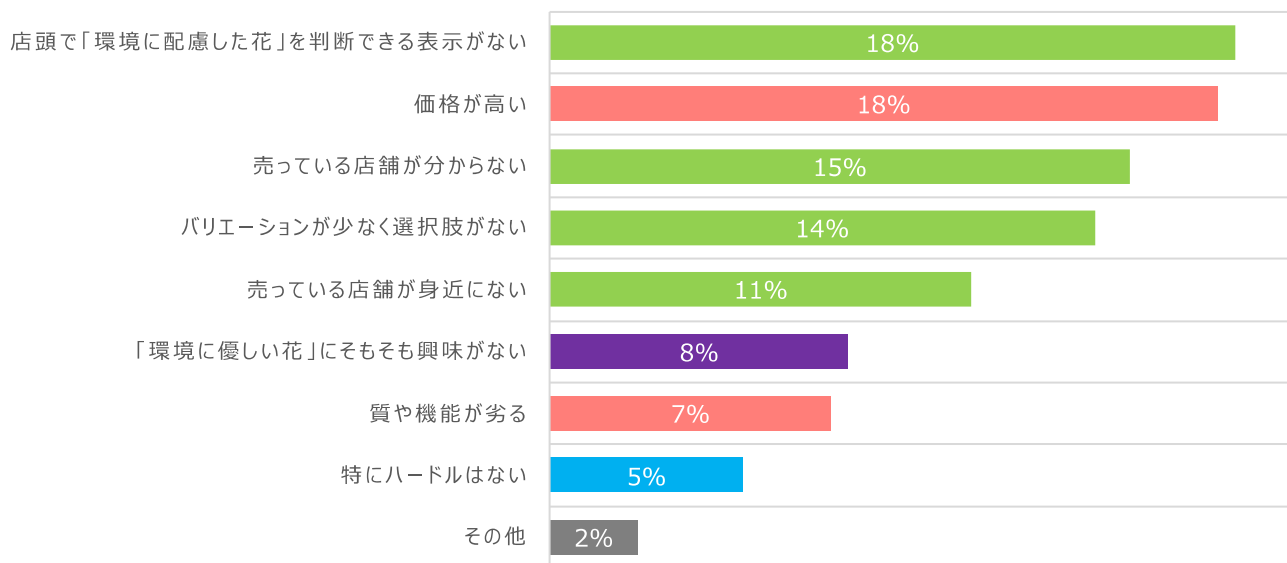


環境に配慮した花への認識

環境に優しい花は販売流通上の課題が根本的にあるうえ
「価格が高い」という印象が着いてしまっている可能性あり

「環境に配慮した花」を購入する事が困難となる
ハードルは何だと思えますか？

回答者76名



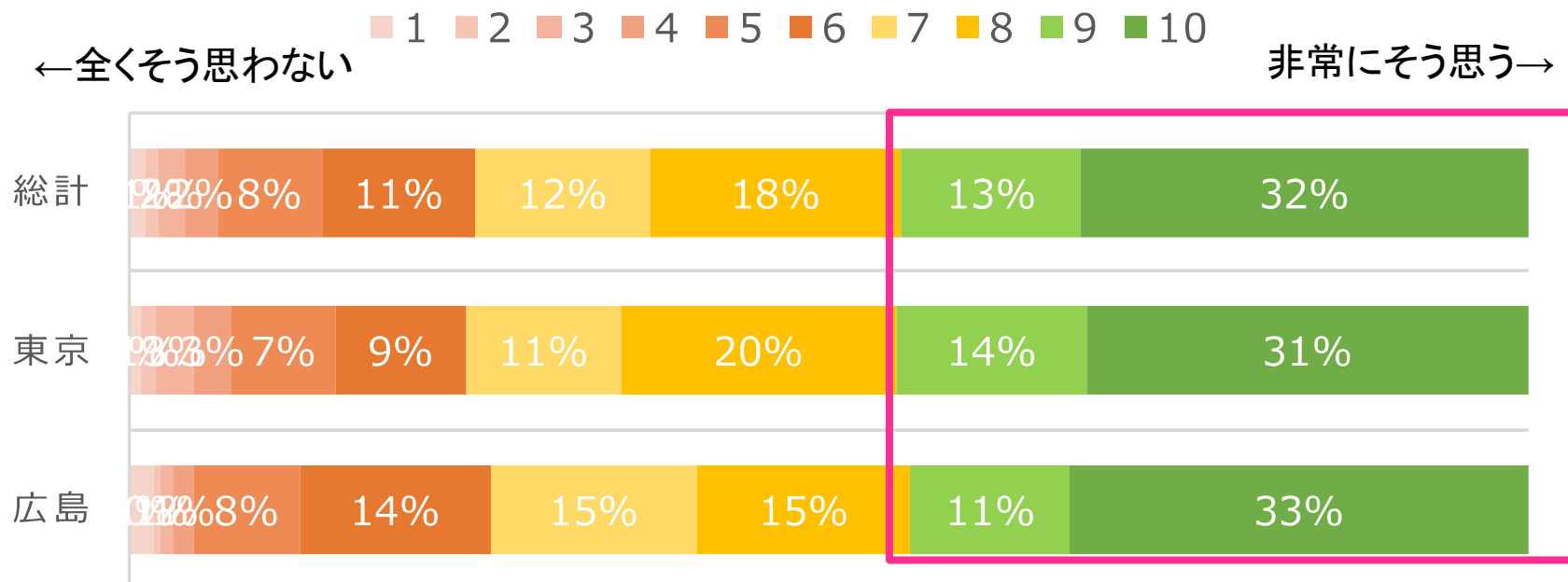
■ 販売流通上の課題

■ 商品についての認識

環境に配慮した花への認識

一方で、「環境に配慮したお花」店頭にあることが分かれば、約45%の人が優先して買ってみたいという意思があると思われる

お花屋さんの店頭で「環境に配慮したお花」であることが分かれば、それを優先して買ってみたいですか？
(価格や見た目に差がない場合)



環境に配慮した花への認識 まとめ

- ✓ 環境に配慮したお花を意識的に購入する人は一定数はいるものの決して多くはない(4~5人に1人)
- ✓ 環境に配慮した花は、流通販売上に課題が根本的にあるうえ、「価格が高い」という印象が着いてしまっている可能性あり。
- ✓ 一方で、店頭で「環境に配慮した花」があれば、価格や品質に差がなければ、それを優先して買おうという人が約半数いる。

「環境に配慮した花」は・・・

- 手に入りやすい環境であれば、その商品(またはそれを扱う店舗)が選ばれるフックになる可能性がある。
- 他のものよりも高く売れることは期待できないものの、差別化のひとつとなる。

日持ち保証販売

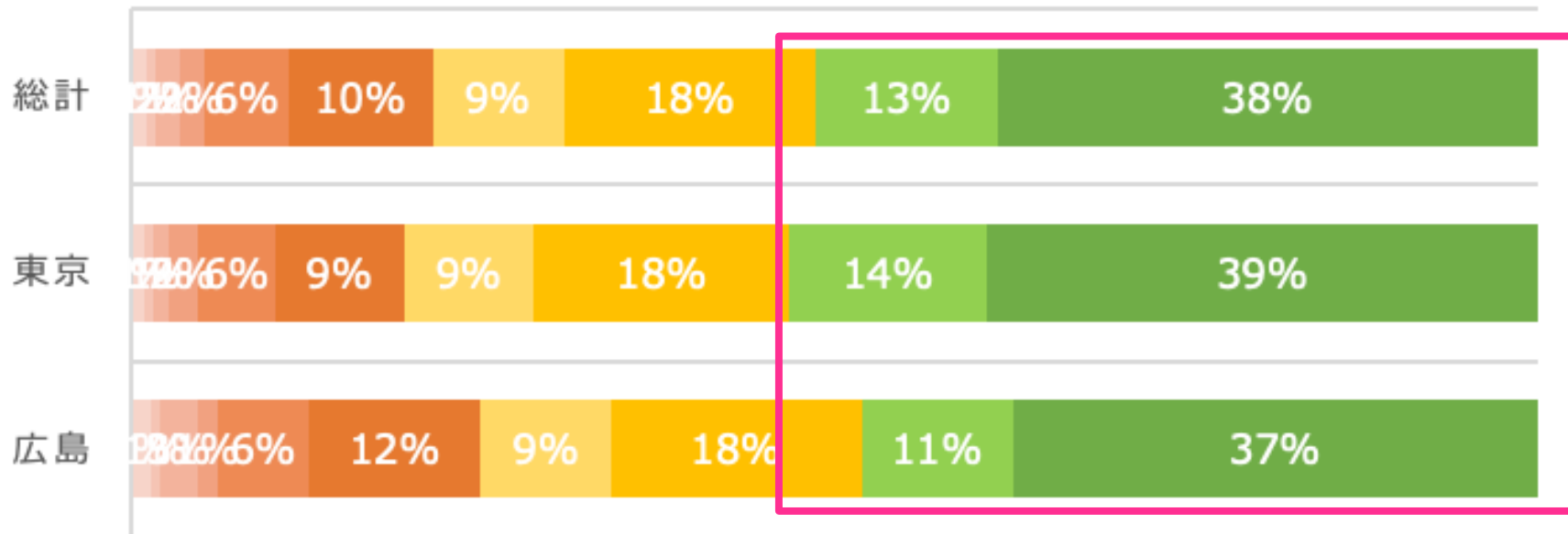
日持ち保証をしている事について半数が重要視したいと考え
購入判断の基準として極めて重要な項目であると思われる

お花を購入する時の判断基準として「日持ち保証」
がされている事を、どれくらい重要視しますか？

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

←全くそう思わない

非常にそう思う→



日持ち保証販売

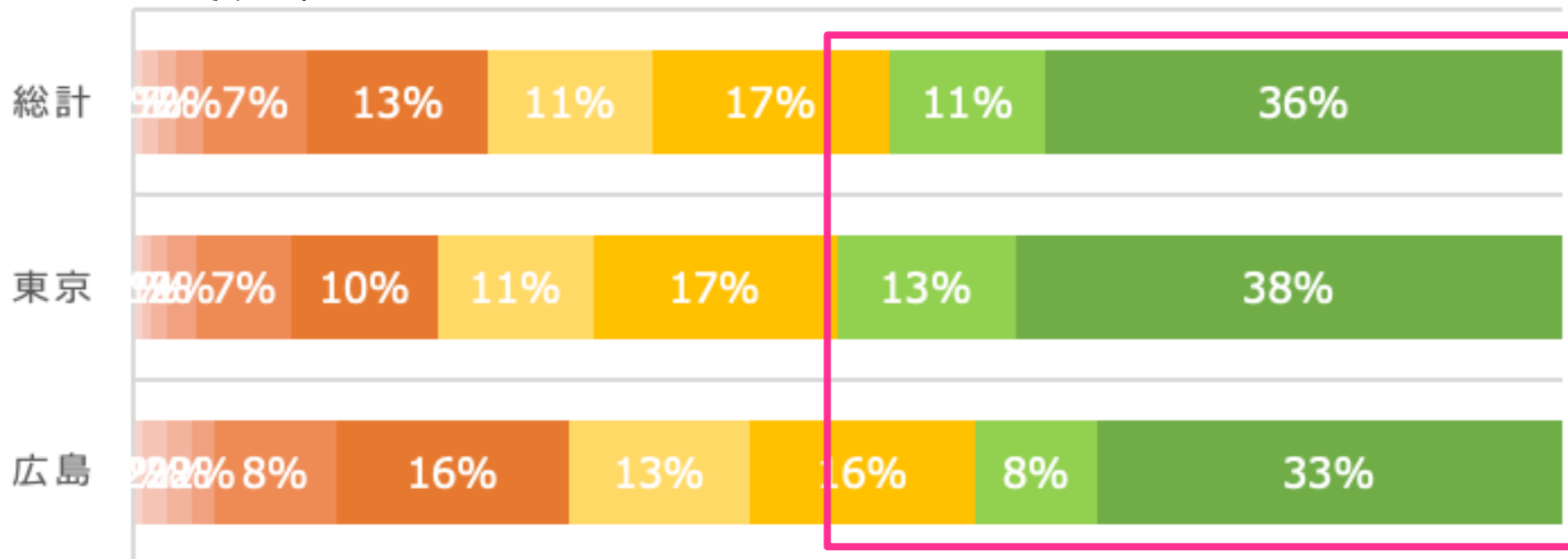
「日持ち保証販売」の満足度は40~50%と高い

当店で取り組んでいる「日持ち保証販売」について、お友達や家族などに、どれくらい勧める可能性がありますか？

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

←全くそう思わない

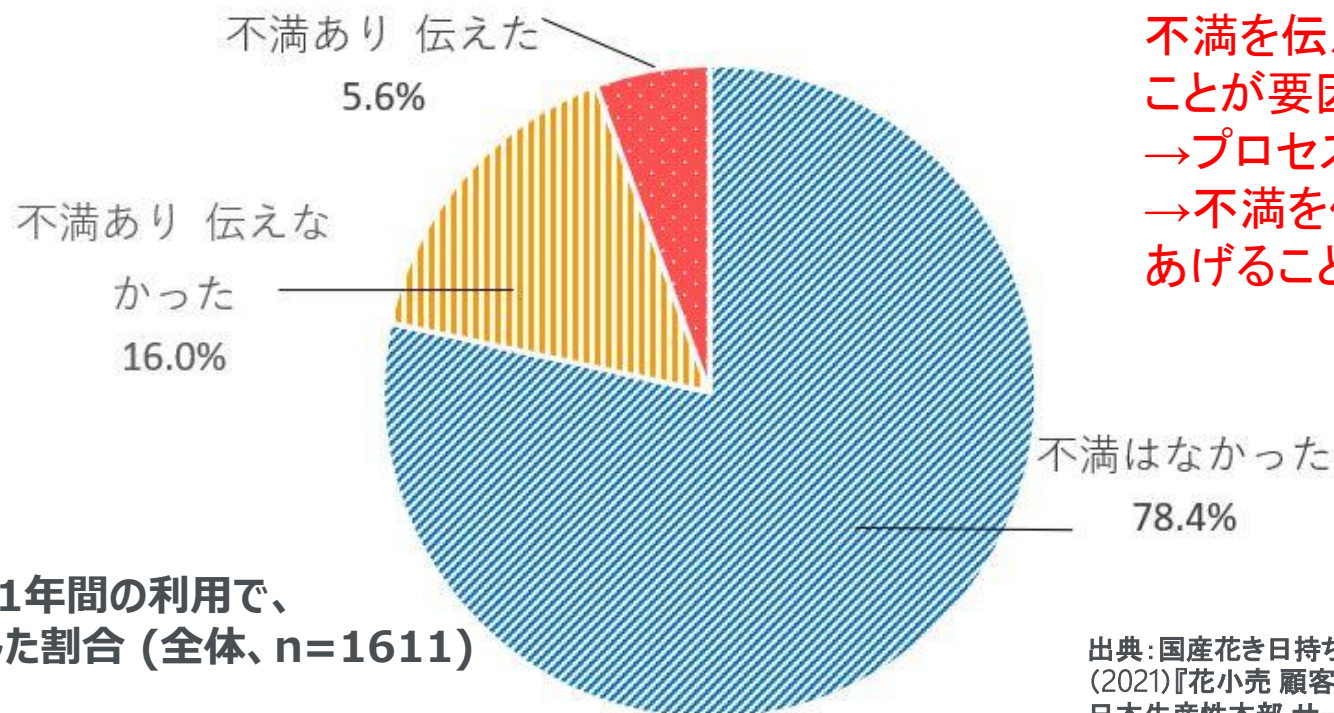
非常にそう思う→



(参考) 日持ち保証販売は不満を伝えやすくすること

花店利用者のうち、2割程度は何らかの不満を感じている。

うち4分の3は不快感、違和感、失望感をいだきつつ沈黙



不満を伝えることが要因か？
→プロセスが不透明
→不満を伝えやすくしてあげることが極めて重要

図表 最近1年間の利用で、不満を感じた割合 (全体、n=1611)

出典: 国産花き日持ち性向上推進協議会 (2021)『花小売 顧客満足構造』(受託先: 日本生産性本部 サービス産業生産性協議会)

いずれの企業においても、利用者の2割前後は、最近1年以内の利用時に、何らかの不満を感じたことがある。しかし、不満を誰かに伝える人は、不満を感じた人の4人に1人程度にとどまる (回答者全体の5.6%)。あとの4分の3 (全体の16.3%) は、不快感や違和感、失望感を抱きつつ、沈黙している。

日持ち保証への認識 まとめ

- ✓ お客は日持ち保証がされている事に対して重要に思っているうえ、日持ち保証販売をしている事に対する満足度も高い。

「環境に配慮した花」は・・・

- お客の顧客満足の基礎になっている？
- 「不満を伝えにくい」ことが沈黙のまま離れてしまっているお客を「日持ち保証販売」という仕組みで伝えやすくしてあげることによって安心感を与えている？

(参考) 切り花栄養剤について

