

令和2年度花きの新需要開拓につながるビジネスモデル事業化可能性調査委託事業

花や緑の効用・家庭とオフィスへの導入状況に関する調査

調査報告書

農林水産省

目次

1. 調査全体の概要	- 5 -
1-1. 目的	- 5 -
1-2. 花き市場の現状と課題	- 5 -
1-3. 本事業の取組内容	- 6 -
1-4. 調査手法	- 7 -
2. 消費者調査（一般家庭における花や緑の購入実態調査／調査A C）	- 9 -
2-1. 調査概要	- 9 -
2-1-1. 調査 A（一次調査・導入状況、効用、課題、ニーズ等）	- 9 -
2-1-2. 調査 C（二次調査・具体的な態様）	- 10 -
2-2. 調査 A－調査結果	- 13 -
2-2-1. 一般家庭における花や緑の導入状況	- 13 -
2-2-2. 花や緑の効用	- 21 -
2-2-3. 購入促進の課題	- 29 -
2-2-4. 新しいニーズ	- 39 -
2-2-5. 新たな需要開拓のターゲット層	- 42 -
2-3. 調査 C①②③－調査結果	- 45 -
2-3-1. 切り花の購入目的、選び方	- 45 -
2-3-2. 切り花の購入実態	- 49 -
2-3-3. 切り花の飾り方、手入れの実態	- 56 -
2-3-4. 課題とニーズ	- 59 -
2-4. 調査 C④－調査結果	- 63 -
2-4-1. 贈答の実態	- 63 -
2-4-2. 贈答の効果	- 67 -
2-4-3. 贈答の課題、ニーズ	- 69 -
3. 職場における花や緑の導入実態調査	- 74 -
3-1. 調査概要	- 74 -
3-1-2. 調査 B（一次調査・職場用）	- 74 -
3-1-3. 調査 D（二次調査・職場：導入者用）	- 75 -
3-2. 調査 B－調査結果	- 76 -
3-2-1. オフィスにおける花や緑の導入状況	- 76 -
3-2-2. オフィスにおける、花や緑の効用	- 84 -
3-2-3. オフィスにおける、花や緑の導入の障壁	- 88 -
3-2-4. 新たなニーズ	- 94 -
3-3. 調査 D－調査結果	- 97 -
4. 事例調査結果（調査E）	- 102 -
4-1. 調査概要	- 102 -
4-1-1. 調査の目的	- 102 -
4-1-2. 調査方法	- 102 -
4-2. 調査結果	- 102 -

4-3. 議事録.....	- 106 -
5. サブスクニーズ調査結果（調査F）	- 131 -
5-1. 調査概要	- 131 -
5-2. 調査結果	- 131 -
6. 体験モニター調査結果（調査H）	- 135 -
6-1. 調査概要	- 135 -
6-1-1. ①自宅へのサブスクリプション（定額サービス）体験.....	- 135 -
6-1-2. ②贈答体験.....	- 147 -
6-1-3. ③オフィスでの設置体験.....	- 152 -