

2017年12月

植物に対するイメージと花屋の来店率の関係

経営学部 経営学科 山崎ゼミ
B4R11020 今泉 友希

【卒業論文概要】

花はどこにでも咲いている。子供は道端の野花を摘んで誰かにプレゼントすることもあるが、大人は花屋へ行くことになる。筆者は花屋でアルバイトをしていたので、花を身近に感じていたが、一方、気軽に入れる場所なのかと疑問を持つようになった。さらに、近年、切り花への一般家庭の出費は減少傾向にあり、それに伴って花屋の売上げも減少している。そのような状況の中で、微力ながら花屋の活性化に貢献したいと考え本研究に至った。そこで、本研究では、先ず周囲の人々が『花屋は入りにくい』と感じているかどうか、20人に対して事前調査をした。事前調査は予想通り、『花屋は入りにくい』と感じているという結果がでた。その事前調査に基づいて、(1)花屋に入りにくい理由について調査し、(2)植物や花屋にどのようなイメージを持っているかを探求した。調査方法として、選択式と記述式の両方を取り入れたアンケートを作成し、データ収集を実施した。調査期間は2017年8月～10月に集中して行った。調査対象は、花屋に訪れた50人、花屋以外で50人、合計100人から回答を得た。調査結果は『花屋は入りにくい』と感じる人が67%いた。主な理由としては、明確な理由が無いと入りにくいということが挙げられた。また、植物と花屋とではイメージの差があることが分かり、さらに「普段花屋を利用する人」と「あまり利用しない人」では、植物に対するイメージの違いが現れた。性別及び、年齢により「花屋に入りにくいとの感じ方」に違いも現れた。この調査結果を踏まえて、花屋に入りにくいと感じる根本的な原因や、世の中の植物についての認識が花屋の来店率に関係しているかどうか考察した。