

花屋が工夫している 販売方法について

担当教員 吉田 久美子

1. 目的
2. 調査した場所
3. 調査先の概要
4. 調査内容
5. 考察
6. まとめ

1. 目的

- 花屋の知識を増やす
- 様々な花屋を知る

2. 調査した場所

- ・青山フラワーマーケット
- ・ニコライバーグマン
- ・dried flower もりたば～moritaba

3. 調査先の概要

＊ 青山フラワーマーケット

天神ソラリアステージビジョン前店

ショッピング

モールの1階



✿ ニコライバーグマン 福岡店

百貨店の
地下2階



✿ dried flower もりたば～moritaba

園芸店のエコマルシェオニズカ
の一角



4. 調査内容

- ・ディスプレイをする上で工夫していること
- ・ディスプレイを変える頻度
- ・季節ごとに変えている販売方法
- ・集客方法

～ディスプレイをする上で 工夫していること～

✿ 青山フラワーマーケット

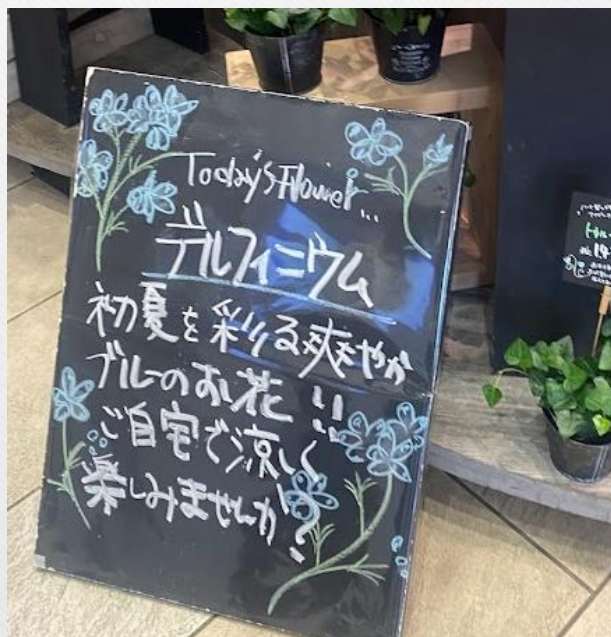
- ・全体の統一感



- 色でまとめて置くこと

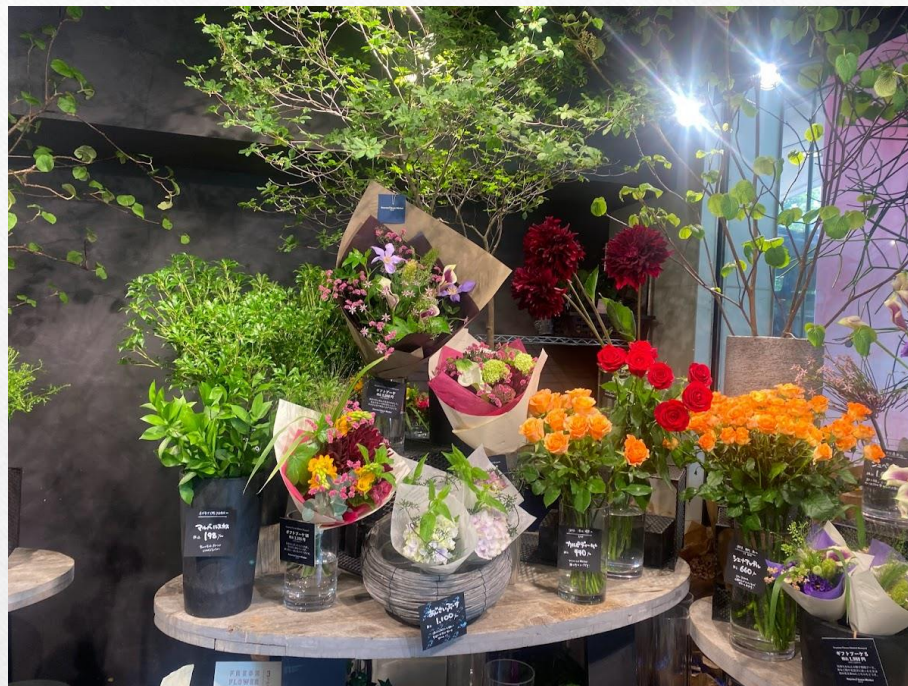


- おすすめの花を
中心に置く



- お客様の目線に
合わせて商品を置く





花束の作り置き商品

～ディスプレイをする上で 工夫していること～

✿ ニコライバーグマン

- ・全店舗で統一したものを作る

・店の空間を うまく生かす



・メンテナンスを する





ドーム型のアレンジも販売されていた

～ディスプレイをする上で 工夫していること～

✿ dried flower もりたば～moritaba

・色でみせる



- フェアが正面にくるようにする



～ディスプレイを変える頻度～

✿ 青山フラワーマーケット

・お花が入荷する

月・水・金曜日

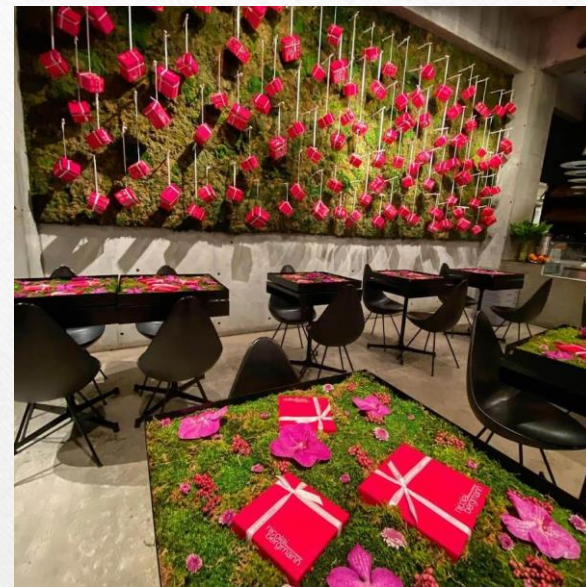
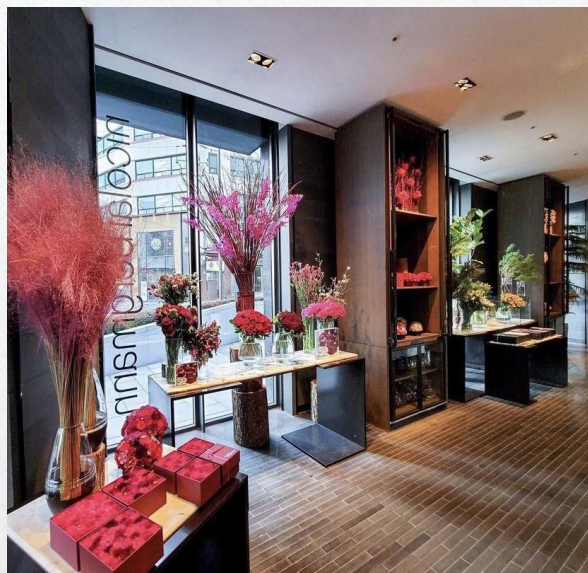
～ディスプレイを変える頻度～

✿ ニコライバーグマン

- ・イベントごとで変える

母の日、夏、秋、クリスマス、正月、
バレンタイン、ホワイトデーの7回

母の日のディスプレイ



～季節ごとに変えている販売方法～

＊ 青山フラワーマーケット

- ・イベントごとにディスプレイをする

～季節ごとに変えている販売方法～

＊ニコライバーグマン

- ・季節感のある花を使う
お客様に季節を感じて
いただきたい

～季節ごとに変えている販売方法～

✿ dried flower もりたば～moritaba

- ・ドライでも季節感のある花を使う

～集客方法～

＊ 青山フラワーマーケット

- ・声かけをする

「こんにちは」、「いらっしゃいませ」

のあいさつをする

質問・お困りがないか聞く

～集客方法～

✿ ニコライバーグマン

- ・お客様に声かけ

お客様が会話を楽しんで
いただけるようにつとめている

～集客方法～

✿ dried flower もりたば～moritaba

- Instagramで
情報発信をしている



5. 考察

- 花屋はお客様のことを考えて
目線に合わせて商品を置いたり
声かけをしたりおすすめの花を
中心に置いたり工夫されていると
感じた

6. まとめ

- 切り花もドライフラワーも季節感を大事にしてお客様に季節を感じていただけるように工夫されていた
- 花屋の工夫されていることが分かり、知識を増やすことができた

～人気のドライフラワー～

ミモザ

↓生花



↓ドライフラワー



～人気のドライフラワー～ スモークツリー

↓生花



↓ドライフラワー

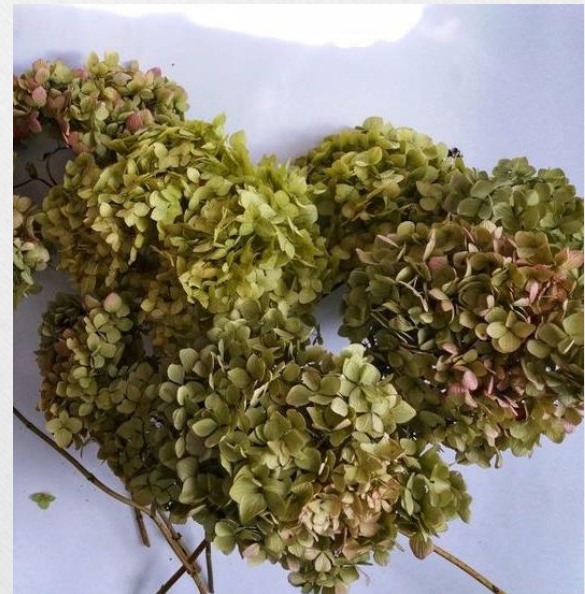


～人気のドライフラワー～ アジサイ

↓生花



↓ドライフラワー



～人気のドライフラワー～ テールリード

↓生花



↓ドライフラワー



～人気のドライフラワー～ パンパス

↓生花



↓ドライフラワー



ご清聴ありがとうございました
