



青山フラワーマーケット について

担当教員

林 誠

【報告内容】

I. テーマ設定理由

II. 青山フラワーマーケット紹介

III. 調査報告

IV. nicolai bergmann

VI. まとめ

I. テーマ設定理由

- 就職先として考えている
- 青山フラワーマーケットのディスプレイや商品制作、接客方法…に興味がある
- 実際に見て見たいと思った

Ⅱ．青山フラワーマーケット紹介

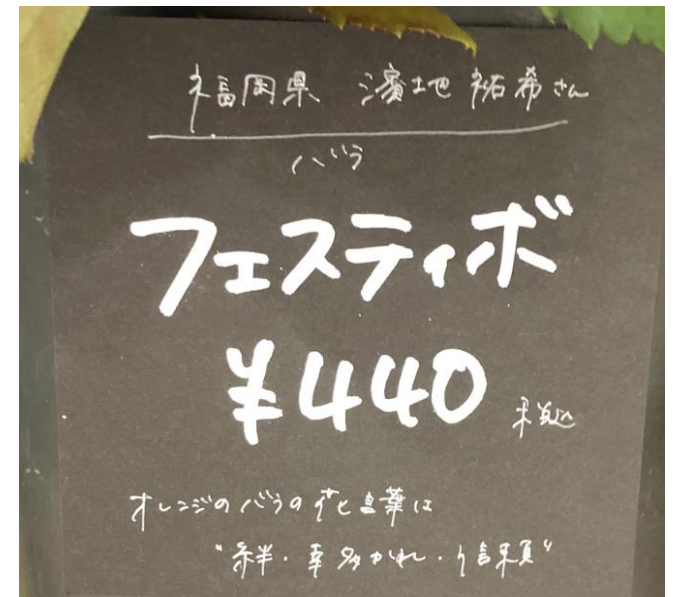
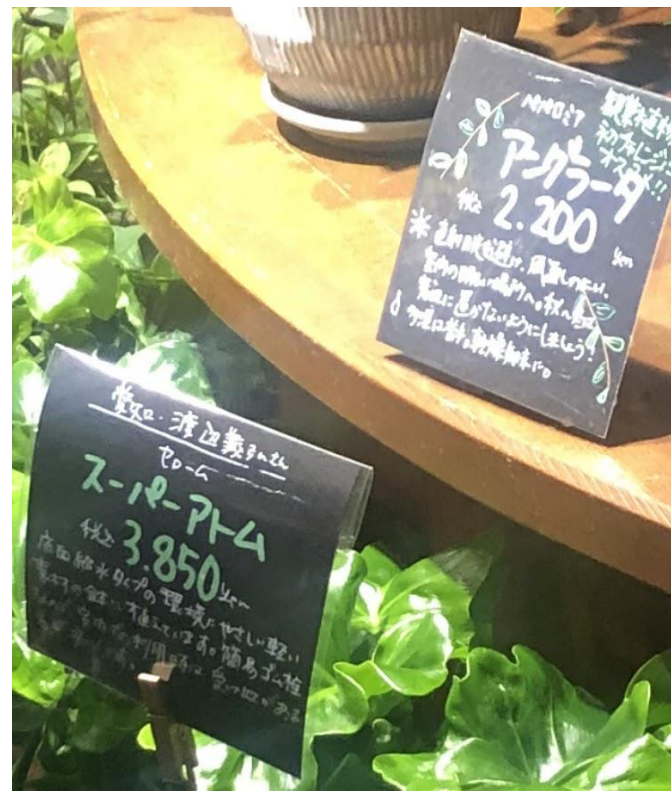
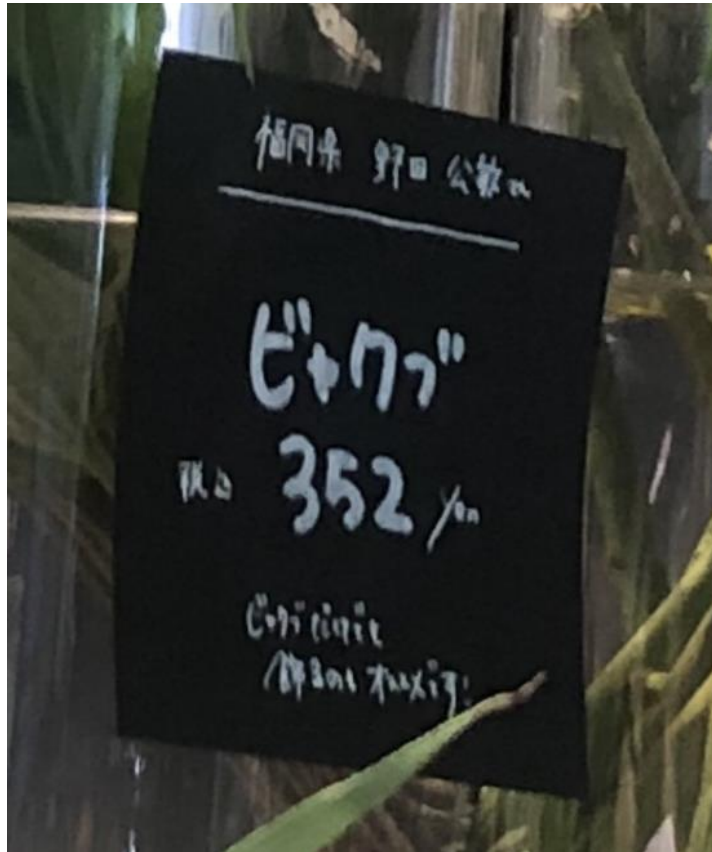
Living With Flowers Every Day

をコンセプトに、花や緑に囲まれた心ゆたかな
ライフスタイルを提案するフラワーショップ。

【特徴】

- 店舗責任者（店長）がお店をつくりあげる
- 他店には販売していないものも販売している
- POP→品種・品目・値段・産地・生産者・
花のポイント（花言葉や組み合わせ方）

POP





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
※1階





青山フラワーマーケット
天神地下街店
※地下





裝飾



Ⅲ. 調査報告

- こだわり
- ディスプレイ
- 花瓶について
- どの花が一番売れるのか
- 商品制作のコツ
- 仏花について
- 1日の来客数
- 接客のポイント

○こだわり

- ・作り物を多くする（地下も同様）

❁ ソラリアステージ店



❁ 地下街店



○ディスプレイ

- ・お店に合うように統一感をだす

✿ ソラリアステージ店



✿ 地下街店



○ディスプレイ

- ・遠くから見て絵になっていると良い



- おすすめの花を中心にもってくる



○花瓶について

- ・透明…入荷した花を入れている。
- ・透明×…入荷が前の花を入れている。

【透明】



【透明×】



○どの花が一番売れるのか

- ・季節によって変わる
- ・通年はバラ、今の時期は
デルフィニウム（青色）



○商品制作のコツ

- ・ 季節の花を取り入れる



- 同じ商品を制作するために皆でレシピを共有している。



○仏花について

- ・ 仏花少ないが0ではない
- ・ 季節の花などどれでも使えろと案内をする
- ・ お供えする相手がどう喜ぶかで花を選ぶ
- ・ 平均¥3000



※ネットで検索した写真です

○ 1 日の来客数 ※ 1 店舗の客数

- 平日：80人前後
- 土日：120人前後
- 母の日：400～600人
→1日レジフル稼働で500人
(お客さん常に並んでいる)
- 年末28, 29, 30日：300人前後

○接客のポイント

- ・ 相手が何を求めているのか、その背景を大切にしている
- ・ 気持ちを届ける仕事



青山フラワーマーケット感想

- ・お客様目線の接客に感動
- ・常にお客様を気にかけている
- ・雰囲気良かった
- ・POPが手書きなので温かみを感じ見ていて楽しかった

IV. nicolai bergmann



特徴

- アートを意識したディスプレイ
- 値札は統一して全て左置き
- 花を目立たせるために文字（説明）は少なめ
- 魅力は言葉で伝えること
- 店舗によってお店の雰囲気が違う

値札 左置き



nicolai bergmann 感想

- 青フラ→ナチュラル
nicolai bergmann→高級感, シック
- 壁と床がシックな色だから花が
より一層華やかに見えた
- 商品と一緒に雑誌が広げられ、
ディスプレイの1部になっていて素敵
だった



VI. まとめ

青山フラワーマーケットを調査して…

- ・目の当たりにしてお店の雰囲気、接客、ディスプレイ…想像以上に魅力的で就職したいという決断材料になった
- 今年の夏に東京の青山フラワーマーケットに行きたいと思う

✿ 今後意識していくこと

- お客様の要望に応えられるようになる
- 人の目をみて笑顔で話す
- 本，雑誌を読み自主的に学ぶ
(固定概念にしばられない)
- 美しく制作できるようになる

楽しんで花を生かす！

後悔のないように行動を起こす！



ご清聴ありがとうございました。