

# インナー大会 プレゼン部門 2019 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学名（フリガナ）	学部名（フリガナ）	所属ゼミナル名（フリガナ）
フリガナ）トウヨウダイガク	フリガナ）ケイエイ	フリガナ）ナカノゼミナル
東洋大学	経営	中野ゼミナル

※大会申込書に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入し、「有」の場合は使用するスライド番号も記載してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	PPT 内動画 （有・無）	動画使用 スライドページ
フリガナ）ディーチーム	フリガナ）シンミ コウキ	4	無	
D チーム	新見 滉希			

※当日使用する PC、マイク、レーザーポインター機能付きワイヤレスプレゼンターは会場に準備しております。

これらは個別にご用意いただいても大学施設・設備の関係上ご利用いただけませんのであらかじめご了承ください。

発表時に使用する成果物（例：商品化した●●、店舗で配布したパンフレット、調査時に使用したアンケート）

※成果物の配布は、『禁止』とさせていただきます。

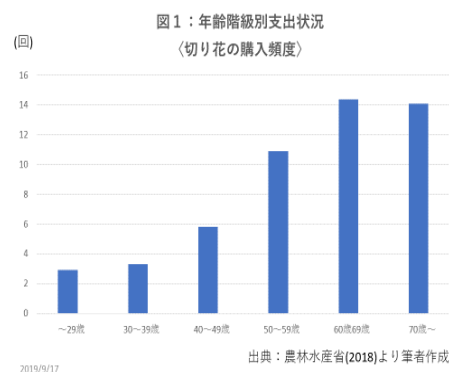
研究テーマ（発表タイトル）

LIFE with FLOWER

※必ず「企画シート作成上の注意」を確認してから、ご記入をお願いいたします。

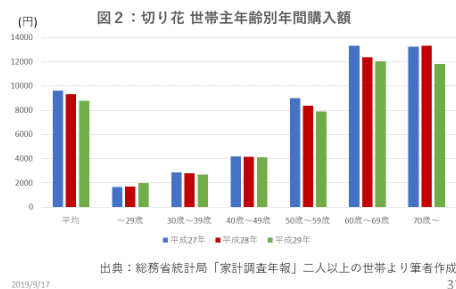
## 1. 研究概要（目的・狙いなど）

農林水産省(2018)によると、20代の若者の花卉の購入頻度及び購入額は他年代と比較すると少なく、また、総務省統計局(2017)によると、平成2年から平成28年にかけて20代の花卉の購買額の減少は著しい。全国花き振興協議会(2019)によると、20代・30代の世代はお盆やお彼岸等の行事ごとにおける花卉を購入する文化も薄れている。すると若い世代は花と触れ合い、購入する習慣がなくなり、花卉業界は衰退してしまう可能性がある。また、農林水産省(2014)によると、花卉業界は日本の第一産業の中で重要な位置を占めており、その国際力強化は緊要な課題となっている。加えて、花卉に関する伝統と文化は、国民の生活に深く浸透し、国民の



心豊かな生活の実現に重要な役割を担っている。

そこで私たちは、若者が花を購入しない原因を解明し、その改善に向けたプランを提案し、若者の花卉の消費を促すことを目的としている。花を買う習慣作りのきっかけを提供することが研究の狙いである。



## 2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

花卉の購入頻度及び購入額は年々減少している。年配層と比較し、若者の購買額が低いことは昔と今でも変わってはいない。しかし、少子化等の要因を考慮した上でも 20 代の花卉離れは深刻である。年配層の花卉の消費が多い要因は、お盆やお彼岸のお供え用で花を購入する機会が多いことが考えられる。花き振興協議会(2019)によると、以前までは墓参りの際に花を買っていた中年層の世代も花を買わなくなる傾向にある。このように、若いうちに花卉に触れるきっかけがなければ、花卉離れはますます進行してしまう恐れがある。

街頭インタビュー調査によると、若い世代が昔に比べ花を買わなくなったのは景気の影響が大きいと考えられる。バブル期等と比べ、経済的な余裕がないことから、実用的ではない花卉にそれほどお金を割けないという現状がある。しかし、景気の問題は私たちが解決できる問題ではないため、現在の若者が花を買わない原因をアンケートを用いて分析した。その結果、若者が花を買わない要因として最も大きいのは、花を買う目的がないということであった。

若者に人気のある花屋にインタビューを行ったところ、価格面での手軽さや花を買うことへのハードルを下げたカジュアルさを SNS を用いて発信することにより、誰かに花をプレゼントするという目的を作っていることがわかった。私たちは、それらの要素を含んだ商品のプランを提案し、誰かに花をプレゼントするという目的を作り出すことにより、若者の花卉の消費促進を促す。

## 3. 研究テーマの課題

私たちが独自に行なったアンケート調査によると、若者の花卉離れの課題として、一番に花を買う目的がないことが挙げられる。その背景には、花卉の値段が高いという認識や、一輪ではなく束で買うものという先入観があり、ちょっとしたプレゼント(目的)として花が候補に挙がりにくいのではないかと考えた。そのため、私たちは手軽に花を買えることや、花の魅力について若者に認知させる必要があると考える。加えて、若者顧客が花を購入する際に求めることとして、花自体の美しさや香り、花のアレンジの仕方、ラッピングのセンス、日持ちするかどうか等が挙げられ、若者の花卉の購買を促すためには、プレゼントのような誰かにあげるという目的を持たせ、さらにアレンジの仕方やより日持ちするといったプラス要素を備えた商品を販売することが重要であると考えた。

## 4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

上記の課題を解決するために、私たちは花卉の新しい販売方法を考えた。切り花の持ちを良くするために用いられる「エコゼリー」と、クリアカップを使用した販売方法である。エコゼリーを用いて、花の日持ちを良くさせ、さらに、右記の写真のように色つきのエコゼリー(カラーエコゼリー)を使用することにより、SNS 映えに敏感な若者の購買がより期待できる。カップに花卉を挿して販売することにより、一輪からでも綺麗に可愛く飾ることが出来、さらに花瓶を用意することなくすぐに飾ることが可能になるため、より低価格で買えるようになり、手間も省くことが出来る。若者が花卉を購入するきっかけ作りとして考案した。



## 5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

まず、現在の花卉市場について詳しく話を聞くために全国花き振興協議会にインタビューを行なった。そこで、30～40 世代ですら花文化が薄れており、若いうちに花卉に触れる機会が少ないと、その後もなかなか購買に至らないということがわかった。グラフやデータからではわからない実際に花卉業界が置かれている深刻な状況や今後狙うべきターゲット層が明らかになった。

そこで、実際に花屋に訪れる顧客の年齢層を知るために、都内の花屋 61 店舗に電話にてインタビュー調査を行なった。全体的な傾向として顧客の年齢層は 30 代～50 代であった。そんな中で、若者顧客を多く獲得できている花屋があった。その花屋が若者の間で話題になり、多くの若者顧客を獲得できている要因を分析するためにインタビュー調査を行なった。

その花屋が、若者顧客を獲得できている要因は、花の手軽さやカジュアルさを若者に認知させ、気軽に誰かにプレゼントするという「目的」を生み出していることが分かった。パッケージングにこだわり、一輪でも綺麗に可愛らしく飾ることができるようにしたため、花は数輪～束で購入するものといった考えを払拭させた。値段も手ごろで、若者にも手が出しやすい。SNS に敏感な年代だからこそ、シェアしたくなるような商品ということ、これらが若者顧客を獲得できている要因である。

このインタビューをふまえ、私たちは若者をメインターゲットとした、カジュアルさや手軽さを備えた他人にプレゼントしたくなるような商品の企画に取り掛かった。まず、若者を対象に、花をプレゼントする際に求めること、必要なことをアンケート調査で聞き出した。すると、花の色や美しさ、アレンジやラッピングのセンス、日持ちするかどうか等の要因が挙がった。

私たちは、これらの要素も加え、カラーエコゼリーと透明カップを用いた「カラーエコゼリーフラワー」を考案した。透明のカップにカラーエコゼリーを入れ、そこに 1 輪～数輪の花(顧客の希望に沿って)を挿して販売する。一輪からでも綺麗に飾れるようなカジュアルさがあり、価格面も若者でも手が出しやすい値段に設定した。さらに、カラーエコゼリーを用いることで、より華やかに彩ることができる、エコゼリーの各色の量の配分や挿す花の種類によって自分乃至は相手の好みにアレンジすることができる、普通の水で育てるよりも日持ちするといった付加価値も提供する。若者をターゲットとしているため、認知してもらうためには SNS の活用が欠かせないと考える。SNS に投稿したいと思ってもらうために、カラーエコゼリーを用いた。加えて、カップで販売することにより、花瓶を用意することなくすぐ家に置けることや、エコゼリーを用いて、水交換等の手間を省く等、初めて花を購入する人の利便性にも考慮した。

## 6. 結果や今後の取り組み

花屋 びわの木様に、私たちの提案の実用性や実現可能性を評価していただいた。注文が入ってからこの商品用に加工すれば良いため、無駄なロスが出なくて良い。若者顧客の獲得のために 500 円程度のブーケ等を作ったりしたが、売れなければ廃棄なので、労力と結果が割に合わなかった。顧客側の視点からもメリットがあるし、販売側の面から見ても導入しやすい、等のフィードバックを頂いた。お盆やお彼岸の時期はお供え用の花ばかりで、一般の花は全く売らないため導入するのは難しいが、それ以外の時期なら販売することは可能だと仰っていたので、今後さらに詳細を話し合った上で実際に販売を予定している。

また、モンソーフルール小石川店様にもフィードバックを頂いた。若者顧客は、花屋が最も苦手としているターゲットで、そこをターゲットとするならば、場所と時期を考える必要がある。花屋と協力して販売するならば繁忙期を狙い、さらには駅ナカ等の不特定多数の人の流れがあるところで販売するのが望ましいと仰っていた。花屋は自ら営業をかけることが難しく、店内に来てくれた顧客にしか花を売れないため、とにかく多くの人に見てもらえる場所で販売する必要があるということだ。

さらに全国花き振興協議会の関根様にもフィードバックを頂いた。カラーエコゼリーと花のコントラストが鮮やかで非常に映え、若者を対象とした時、有効だと考える。ファーストステップとして、花屋を利用したことのない若年層を花屋に導く「きっかけ」としては良い提案だと考える。プラスの提案として、花の種類、品目、産地などをシールやマスキングテープを用いて貼り、可愛さで店に入った顧客をそのまま固定させるために、花の価値をさりげなく伝えるのが良い、等のフィードバックを頂いた。

現段階では、実施できていないため実際に購入してもらえるのか、今回私たちが分析したこと以外に若者はどのような課題を抱いているのか、等は分析できていない。実施協力して下さる花屋があるため、販売をしたのちに顧客インタビューを行ない、「カラーエコゼリーフラワー」の価値を高める取り組みを行なっていく。

## 7. 参考文献

農林水産省 (2018)「花きの消費動向」

[http://www.maff.go.jp/j/study/kaki\\_sangyo/01/pdf/data5.pdf#search=%27%E8%BE%B2%E6%9E%97%E6%B0%B4%E7%94%A3%E7%9C%81+%E8%8A%B1+%E8%B3%BC%E5%85%A5%E9%A0%BB%E5%BA%A6%27](http://www.maff.go.jp/j/study/kaki_sangyo/01/pdf/data5.pdf#search=%27%E8%BE%B2%E6%9E%97%E6%B0%B4%E7%94%A3%E7%9C%81+%E8%8A%B1+%E8%B3%BC%E5%85%A5%E9%A0%BB%E5%BA%A6%27) 2019年8月23日閲覧.

農林水産省 (2019)「花きの現状について」2019年7月15日閲

覧,<http://www.maff.go.jp/j/seisan/kaki/flower/attach/pdf/index-47.pdf>

総務省(2017)「花卉の消費動向」<http://www.pref.shizuoka.jp/sangy>

### <企画シート作成上の注意>

※本企画シートは審査の対象となり、予選会・本選の前に、実行委員会から審査員(ビジネスパーソン・大学教員)の方々に事前にお渡しいたします。

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1チーム・1点提出してください。また、インナー大会終了後、プレゼン部門にご協力いただいている日経ビジネス様(株式会社日経BPマーケティング)に大会結果ページを作成いただいております。大会結果ページにはチーム名やご提出いただいた本企画シートが掲載されます。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、インナー大会プレゼン部門実行委員会への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、4ページ以内に収めてください。実行委員会から審査員に渡す際は、A4サイズでプリントし、4ページ目までをお渡しします。

※大会参加申込み時点から、チーム編成の変更(チームの人数・交代など)は、「不可」とさせていただきます。ただし、チームメンバーの留学等やむを得ない事情でチーム編成に変更が生じる場合は、実行委員会(プレゼン局)にご連絡ください。実行委員会側で協議のうえ、ご返答いたします。なお、参加申込書提出時からのチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日本学生経済ゼミナール関東部会・日経BP社・株式会社日経BPマーケティングは一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先(使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など)を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Webサイト上の資料を利用した場合は、URLとアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※パワーポイント内で動画を使用する場合は、必ず「有」とご記入ください。「有」の場合は使用するスライド番号も明記してください。動画を使用する際の注意事項は参加要項に記載しております。

※成果物を使用する場合は、必ず企画シートにご記入ください。企画シートにご記入が無い場合、発表当日のご使用を「不可」とさせていただきます。あらかじめご了承ください。

---

**↑ ここまでを4ページ以内におさめて、ご提出ください**