

花の“献立”店が提案

まもなく12月。パーティーや贈り物用の生花や、春に向けて育てる苗を買う時期になった。しかし、新品種の開発により種類が増えたこともあって、「どんな花を選んでいいかわからなくなった」という声もよく聞く。手入れや取り合わせの方法を教えてください。『提案型』の店舗が増えるなど、花の売り方、買いか方も様変わりしてきた。

(岡安大地)



川崎市麻生区にあるスーパー「Odakyu OX」で先月中旬に行われた「ダリアフェア」。野菜売り場の前に、豪華な山形産ダリアが約20種類並ぶ。花のコンサルティンク会社を営む鈴木千春さんが花束作りをしながら、「ダリアは大きいので、葉ものと合わせて」とまとまりやすいですよ」などと説明する。献立作りを提案する食品売り場にも似た試みに、訪れた客も興味津々だ。

この取り組みは、同店で花を委託販売するメルシーフラワー（神奈川県）と鈴木さんが初めて企画した。同社の社員や鈴木さんが売り場に立ち、きれいな飾り方や花を長持ちさ



苗植えに梅崎さん（通称）と通るお客様に「ダリアは大きいので、葉ものと合わせて」とまとまりやすいですよ」などと説明する。献立作りを提案する食品売り場にも似た試みに、訪れた客も興味津々だ。

せるコツなどを伝える。生花店にあまり行かない人に、花の魅力を知ってもらうのが目的で、来年から他店を含め、同様のフェアを行っていくという。

「家のどこに、どんな色の花をどう飾ればいいのか迷い、花を買うことをためらうお客

様は多い」と鈴木さんは指摘する。背景には、住まいや家族形態の変化がある。都市部の住居からは庭や床の間が減り、花の生け方を学ぶ機会も少なくなった。そこで、消費者が店に出向いた時に、花の飾り方や管理方法についての知識を得ようとする傾向が出てきているという。

法政大学教授・小川孔輔さんの研究室とビデオリサーチ社が、首都圏に住む1575人を対象に行った調査(昨年)によると、花を買わない理由(複数回答)は「手入れやメンテナンスが面倒」が38%。「興味が無い」の43%に次いで多かった。複数の生花店で定点観測を行ったところ、店の表から視線は配るが、奥に

飾り方や栽培法 客に指南

入らない客が多くいることが確認できた。「客が、店の表にある花について聞く」としても、店員がレジに張り付いていることが多い」と小川さんは話す。

青山フラワーマーケット(東京)は7月に南青山本店を改装した際、花を長持ちさせるための「水揚げ」という作業などを見せる「花のオーブンキッチン」を設けた。サカタのタネ(横浜)は今月、直営の「ガーデンセンター横浜」に、ユニークなパンジー売り場を設けた。同じケースに数品種の苗がまとめて置かれ、寄せ植えの見本写真を参考にそこから選ぶ仕組み。

同店の梅崎良祐さんは「花の種類が増えすぎて、消費者は選べきれない。近所の同士で栽培方法を教え合うことも減り、店側にアドバイスを求めてくる。ただ花を並べているだけでは客を逃してしまおう」と話す。



山形産ダリアを使って、買い物客の前でブーケを作る鈴木さん(Odakyu OXで)