

リスト

資料



月刊「フローリスト」誌が創刊されたのは、1984年4月(5月号)。“フローリスト”という言葉になじみのうすい時代から、常に花業界のオピニオンリーダーとして多くの読者から支持を受けてまいりました。

本誌は「フラワービジネス」と「フラワーデザイン」の2つの柱を軸に構成されており、最新の花トレンドから販売ノウハウ、最新のフラワーデザインや各種資材の情報を随時発信しております。

花店はもちろん、花の生産・流通関連やフラワースクール、ウェディング関係など、「花」に関連するすべての業界に向けて、今後も専門性の高い良質な記事を提供し続けてまいります。

まずは読者アンケートをもとにした調査資料をご一読頂き、読者特性をつかんで頂きますとともに、宣伝戦略のツールとして是非「フローリスト」誌をご活用頂ければと存じます。

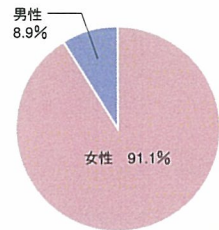
フローリスト

- 創刊 1984年4月
- 発行日 毎月8日
- 体裁 AB判 平とじ
- 仕上がり寸法 天地257mm×左右210mm

株式会社 誠文堂新光社 広告部
〒113-0033 東京都文京区本郷3-3-11
TEL:03-5800-5755
FAX:03-5800-5721

読者の性別

女性の支持を得ています



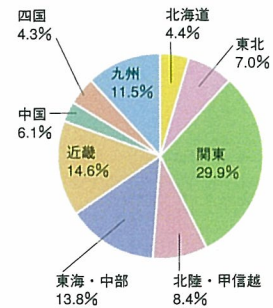
読者の9割以上が女性です。不況と言われるときでも、常に消費の牽引役を務めているのが現代女性。これと思えば、定めた趣味やお稽古ごとには投資を惜しみません。常にレベルアップを求める女性に応える雑誌です。

アンケートから

コンテストにチャレンジしたい、資格を取得したい、花をめぐるツアーに参加したい、トップアーティストの入賞作品が見たいなど、積極的に前向きな女性読者の熱意がうかがえます。生花店経営者や、独立をめざして生花店でアルバイト中の女性からは、資材の調達や利用法について多くの質問・意見が寄せられました。

配本率

全国どこでも読まれています



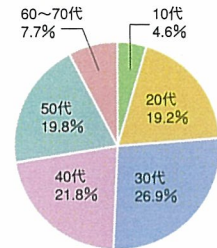
読者は全国に広がっています。特に東京、大阪、名古屋、福岡といった都市部を中心に読まれているのは、トレンドの先端を行く都会派女性の支持を受けていると言えます。

アンケートから

花に限らず、ファッション、カラー、コスメ、グルメなど、幅広いジャンルでのトレンド情報を求める声が多く寄せられました。ウェディング、フューネラルのほか、テーブルコーディネートやカラーコーディネートの世界でも注目されているようです。

読者の年齢層

現役世代に幅広い人気です



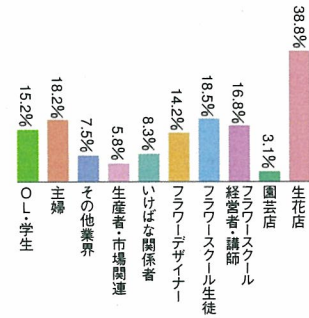
20代から50代でほぼ均等に読まれています。日常のさまざまなシーンで「花」の注目度が増していること、花ビジネスに参入する企業が増えていること、また、本誌がガーデニングや生け花など「花」の世界全般を広く見すえていることも人気の秘密でしょう。

アンケートから

幅広い世代から支持される理由の1つに、フラワーデザインの資格制度の普及が考えられます。花を見て楽しむだけに終わらず、資格を取得したい、あるいはその資格を活かしてフラワービジネスを始めたいといった目的を持つ読者が多いようです。

読者の属性 (複数回答)

花に関わる多彩な顔ぶれです



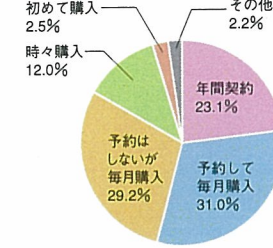
生花店主、スクール経営者、フラワーデザイナー、花き生産農家や農業指導者といった多くの「花のプロ」たちに読まれています。花を“売る”プロにとっては花材や資材の流行や利用法などの情報源として、“生産”のプロには消費動向を知る1冊として活用されています。

アンケートから

生花店には「即戦力」的なバイブルであり、デザイナーには目標であり教科書であり発表の場でもある、という声が多く聞かれました。一般読者も内容が「プロのレベル」であることを認識したうえで、より高いレベルの情報を期待して購読しています。

読者の購入形態

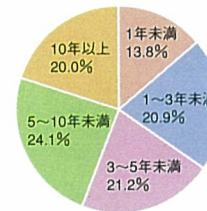
読者の8割以上が毎月購入



読者のうち8割以上が毎月読んでいる固定ファンです。読者が求めているのは「最新の情報」、そして季節感。イベントなどの告知広告や季節を先取りする商材広告は、読者には編集記事と同じくらい有用な情報です。新しい資材とその利用方法の紹介が期待されています。

読者の購買年数

新しい読者も増え続けています



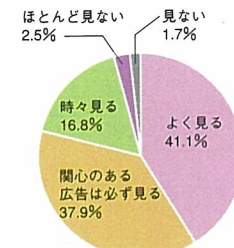
お付き合いの長さが平均しているのが特徴です。読み始めたらずっと続く、そこに新しい読者も加わっていることが読みとれます。

アンケートから

目で見楽しむ雑誌であると同時に、イベントやコンテストの情報、業界トレンドなどを知る手段として活用されているようです。「同じ会社の広告は連載感覚で見ると」「イベントや新商品の情報をもっと早く」、「流通動向が知りたい」など、実用面で非常に期待されていることが感じられます。

広告ページの注目度

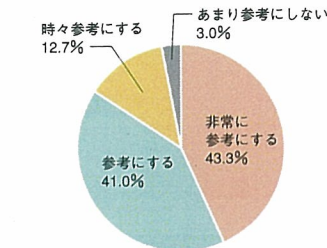
95%以上の読者の目が見えています



「よく見る」と答えた人が41.1%、「関心のある広告は必ず見る」「時々見る」を合わせると、実に95.8%の人が広告ページに注目しています。読者にとって、広告ページは記事と同様に重要な情報源となっていることがうかがえます。

広告ページの参考度

広告が読者のこころを動かします



広告を「非常に参考にする」、「参考にする」と回答した読者は、合わせて84.3%。目を通すだけでなく、広告が実際の判断に非常に重要な役割を果たしていることがわかります。

アンケートから

自由回答で多かったのが「新しい情報を」、「使用例をカラー写真で」という声です。読者は新しい資材が出るのを心待ちにしています。また、「通販で買いたい」という意見も多く寄せられました。その他、「イベント情報は早めに大きめに」、「道具類の広告がほしい」、「プレゼント、モニター企画が楽しみ」など、多くの読者が広告に期待していることが強く感じられます。

「フローリスト」読者への効果的なアプローチ

- ★トレンドに敏感な女性をターゲットに
- ★「上昇志向」「知識欲・学習意欲」「心の贅沢」がキーワード
- ★新商品や季節を先取り、タイムリーな広告を
- ★定期的な掲載がブランドを浸透させる
- ★上質な写真で視覚に訴える工夫を