

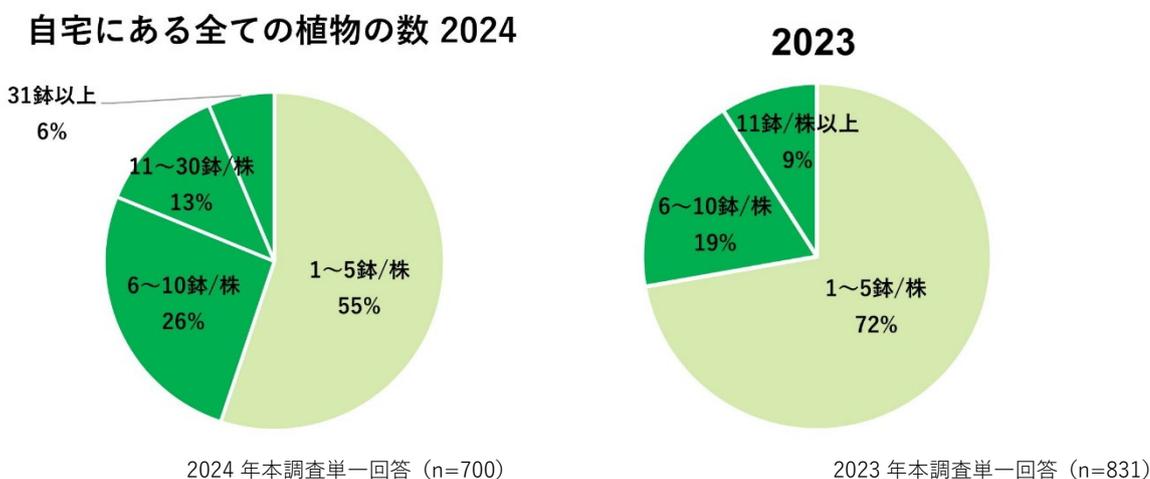
～【三井不動産グループ 第一園芸調べ】観葉植物に関するアンケート調査結果～
自宅にある植物の数約2割増加／「植物が好きになった」Z世代が86%で最多、前年比14ポイント増／2024年は「集中力UP効果」がポイント伸ばす

花と緑に関する事業を展開する第一園芸株式会社（本社：東京都品川区、代表取締役社長：山村勝治、三井不動産グループ）は、国内に住む10～50代を対象に観葉植物に関するアンケート調査を実施しました。

【本調査のポイント】

- 「自宅にある全ての植物の数」が増加、6鉢以上の方は2023年から17ポイント増
- 約8割の方が観葉植物を育てることで「植物が好きになった」と回答、7割の方が「他の植物にも興味を持った」と回答するなど植物全体への興味が急増
- 「植物が好きになった」世代別では20代の86%が最多で、前年より14ポイント増加
- 約8割の方が観葉植物を「自分で購入」、理由は「好き/趣味だから」が8割で、2022年から22ポイント増加。選ぶ基準は「葉の色や柄」や「希少性」に注目が集まる
- 観葉植物から感じる効果は外的要因から内的要因へ、2024年は「集中力UP効果」と「リラックス効果」がポイント増
- 「持っている」「欲しい」1位は「多肉・塊根植物」、ハーブ類の人气が上昇

■約5割の方が自宅にある全ての植物の数が6鉢以上と回答、2023年の約3割から17ポイント増加
自宅にある植物の数について聞いたところ、「1～5鉢」が55%で最多で、次いで「6～10鉢」が26%、「11～30鉢」が13%、「31鉢以上」が6%となりました。この中から6鉢以上と回答した人を合算すると45%となり、2023年と比較すると17ポイント増加していることから、自宅にある植物のボリュームが増加していることがわかりました。

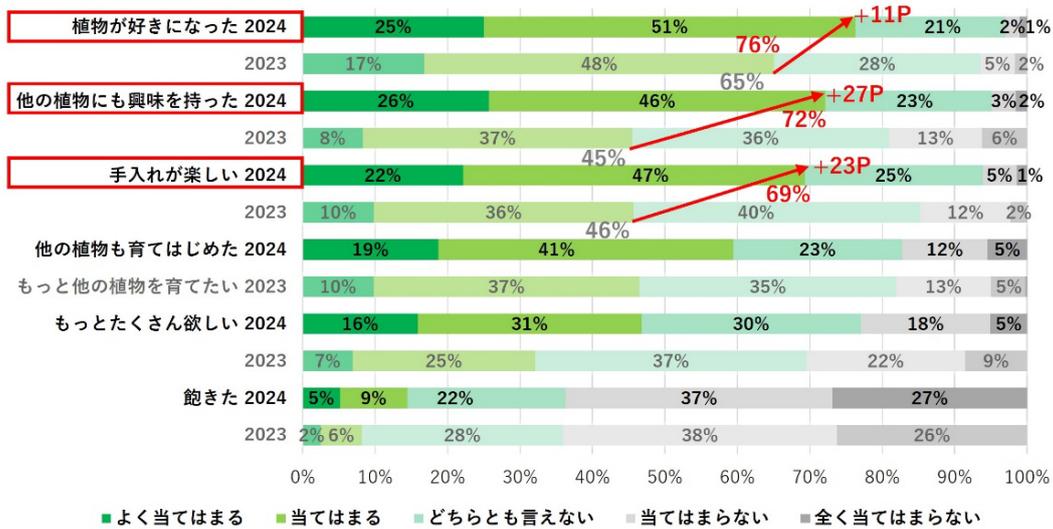


■約8割の人が観葉植物を育てることで「植物が好きになった」と回答、7割の人が「他の植物にも興味を持った」と回答するなど植物全体への興味が急増

観葉植物を育てている人に、育てる上で感じていることを聞いたところ、「植物が好きになった」に対して「よく当てはまる」が25%、「当てはまる」が51%となり、全体の76%が「植物が好きになった」と回答しました。2023年の合算値65%と比較すると11ポイント増加しています。

また、「他の植物にも興味を持った」では、「よく当てはまる」が26%、「当てはまる」が46%で、合算値72%となり、2023年の45%から27ポイント増加しました。さらに、「手入れが楽しい」と回答した人が23ポイント増加。「他の植物も育てはじめた」「もっとたくさん欲しい」の項目も合算値で増加しており、全体として植物に対して興味の度合いが上がっていることがわかりました。

観葉植物に対して感じていること

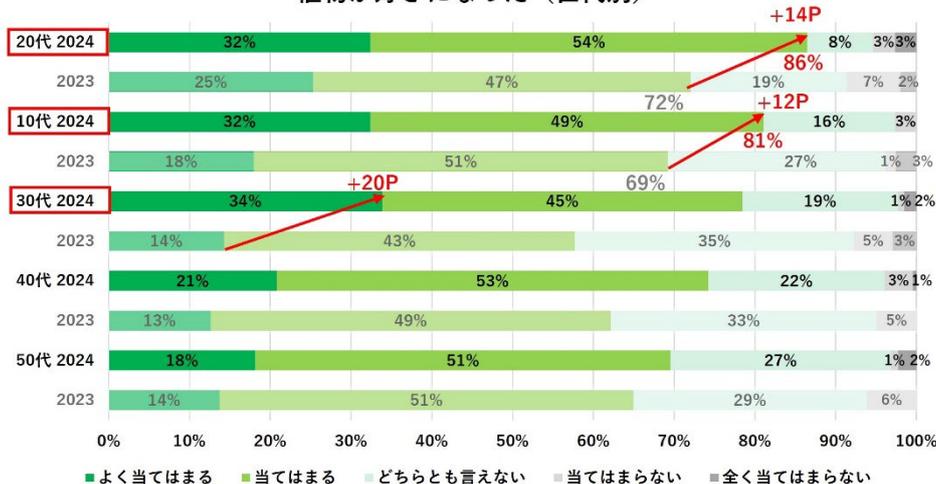


本調査複数回答 2024年 (n=700) 2023年 (n=831)

■世代別「植物が好きになった」は最多が20代、次いで10代のZ世代が増加

観葉植物を育てる上で「植物が好きになった」と回答した人を世代別で見ると、「よく当てはまる～当てはまる」の合算値で80%を超えたのが、20代86%、10代81%のZ世代でした。一方、2023年との比較では「よく当てはまる」がもっとも増えたのが30代の34%で、前年から20ポイント増加しています。

植物が好きになった (世代別)



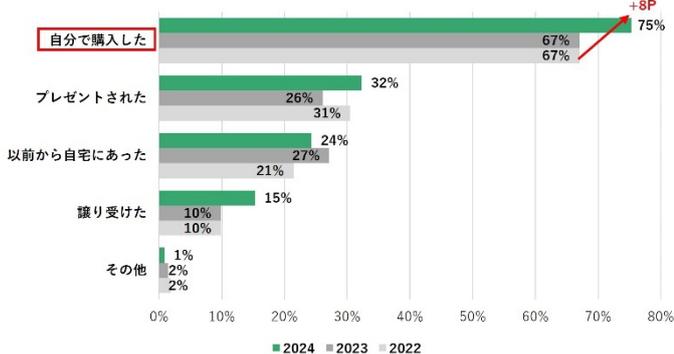
本調査複数回答 2024年 (n=700) 2023年 (n=831)

■約8割の人が観葉植物を「自分で購入」、理由は「好き/趣味だから」が8割で、2022年から22ポイント増加。選ぶ基準は「葉の色や柄」や「希少性」に注目が集まる

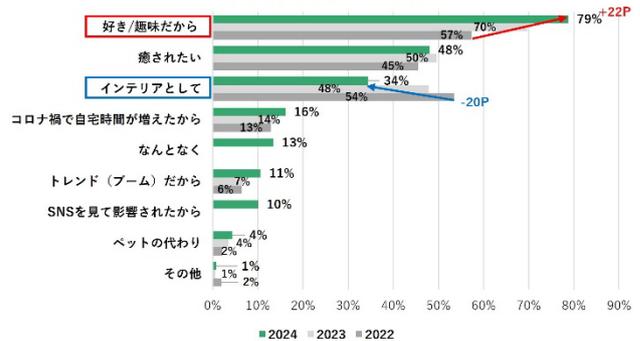
「観葉植物を入手した方法」について聞いたところ「自分で購入した」と回答した人が75%で、2023年、2022年の67%から8ポイント増加しました。

さらに、「観葉植物を購入した理由」で大きな変化があったのが、「好き/趣味だから」の79%で、2022年と比較すると22ポイント増加。「インテリアとして」の34%は2022年から20ポイント減少しています。

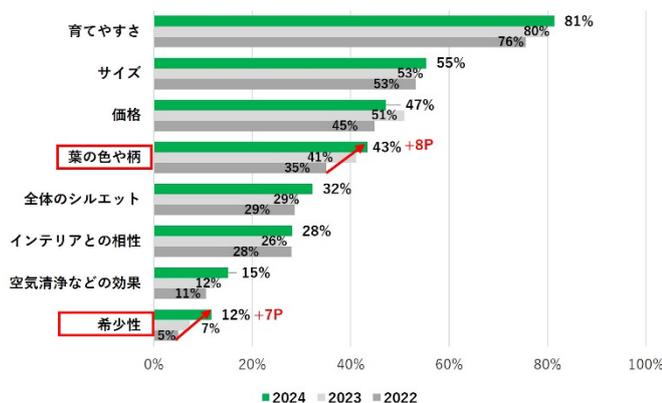
観葉植物を入手した方法



観葉植物を購入した理由



観葉植物を選ぶ基準



「観葉植物を選ぶ基準」で、最も多かったのは「育てやすさ」の81%。2022年から増加率が高かったのが「葉の色や柄」の8ポイントと、「希少性」の7ポイントです。

こうしたことから、2022年頃までは「インテリア」としての意味が強かった観葉植物が、2024年になると「趣味性」の高いアイテムとしても認知されていることがわかりました。

本調査複数回答 2024年 (n=700) 2023年 (n=831) 2022年 (n=860)

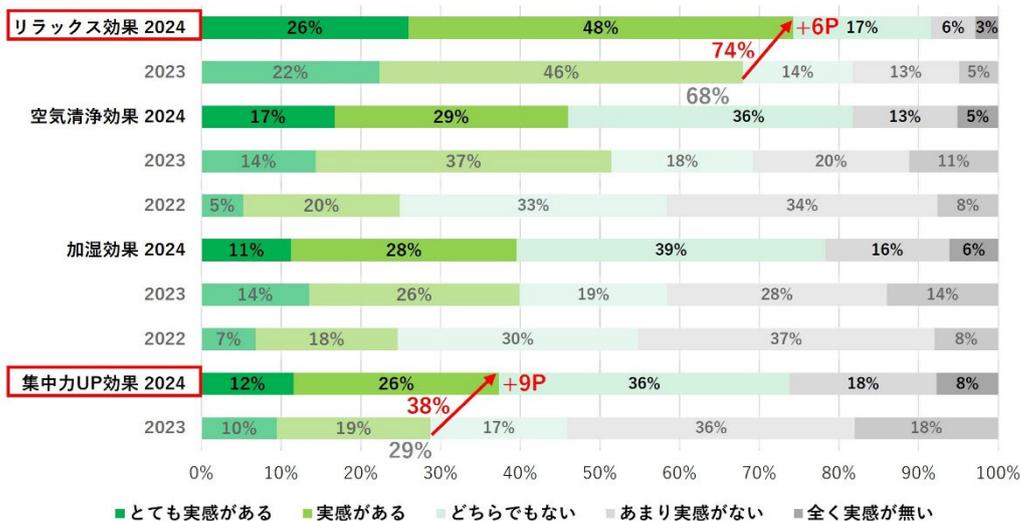
■観葉植物から感じる効果は外的要因から内的要因へ、「リラックス効果」が6ポイント増、Z世代の約5割が「集中力UP効果」を実感

「観葉植物の効果」について聞いたところ、最も多かったのが「リラックス効果」で、「とても実感がある」が26%、「実感がある」が48%でした。また、2024年に最も多く「とても実感がある～実感がある」が伸びたのが「集中力UP」効果で、2023年から9ポイント増加しています。

年代別では20代が最多となり「とても実感がある～実感がある」を合算すると52%、次いで10代が49%となり、Z世代の半数が観葉植物には「集中力UP効果」が感じられると回答しました。

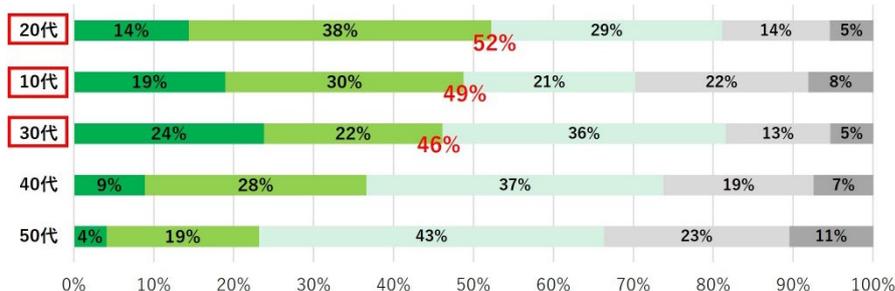
さらに、「とても実感がある」の項目で見ると、30代の24%が最多でした。

観葉植物の効果



本調査複数回答 2024年 (n=700)、2023年 (n=831) 2022年 (n=860)

観葉植物の集中力UP効果 (年代別)



2024年 本調査複数回答 (n=700)

■ 「持っている」「欲しい」1位は「多肉・塊根植物」、サボテン類を抑え「ハーブ類」の人气が上昇

「持っている」植物について聞いたところ「多肉・塊根植物」が36%で最多の回答で、2023年と比較すると9ポイント増加しています。2位の「サボテン類」は前年と同じく34%でした。3位は「ハーブ類」で、前年より11ポイント増加し順位を上げました。

「欲しい」植物でも1位は前年同様「多肉・塊根植物」で、7ポイント増加。2位は「ハーブ類」の30%で、前年より10ポイント増加して順位を上げています。

こうした結果から「多肉・塊根植物」の人气はさらに伸張。「サボテン類」から人气は「ハーブ類」へ移行。「ポトス」や「アイビー」といった「枝垂れる」植物を持っている人が増加し、「オリーブ」や「ガジュマル」といった「個性的な樹形」の植物が求められていることがわかりました。

	2024		2023			2024		2023	
持っている	多肉・塊根植物	36% +9P	サボテン類	34%	欲しい	多肉・塊根植物	32% +7P	多肉・塊根植物	25%
	サボテン類	34% ±0P	多肉・塊根植物	27%		ハーブ類	30% +10P	サボテン類	24%
	ハーブ類	30% +11P	ポトス	27%		オリーブ	27% +7P	モンステラ	21%
	ポトス	27% ±0P	ガジュマル	22%		サボテン類	27% -3P	ハーブ類	20%
	アイビー	23% +2P	アイビー	21%		ガジュマル	26% +8P	オリーブ	20%

本調査複数回答 2024年 (n=700)、2023年 (n=831)

■市場では「多肉植物」のバリエーションが豊富に出回る（第一園芸 鉢物仕入担当 鈴木智子）

肌感覚ですが、観葉植物は商品サイクルが1~2か月で変化する傾向が年々顕著で、少量多品種で出荷する生産者が増えて色々な品種を目にする機会が増えました。人気の多肉、塊根、サボテンでは、多肉植物の出荷数が最も多いように思います。サイズも極小なタイプから大きなタイプまであり、どのサイズも人気です。一方、塊根植物やサボテンは、よりレアな物を求める傾向が強いようです。ハーブとガジュマルは現時点では出荷に変化を感じていません。オリーブは最近、幹が太いタイプが出回るようになりましたが、生産に時間が掛かるので入手しづらい傾向です。ちなみに、8月8日は「葉っぱの日」です。第一園芸の仕入れ状況からも観葉植物を通じて「植物好き」が増加傾向だと感じています。ぜひこの機会に、新たに観葉植物をご自宅で楽しませてみるのはいかがでしょうか？第一園芸では、店頭で観葉植物の選び方やお手入れ方法についてのアドバイスなども随時対応しておりますので、お気軽に店頭にお越しください。

<調査概要>

- ・調査内容：「観葉植物に関する調査」
- ・調査方法：インターネット調査
- ・調査対象：日本国内に住む10~50歳の男女
- ・調査人数：5,000人（うち「趣味または興味があるものが植物/園芸/ガーデニング」という回答者：700人）
- ・調査実施日：2024年7月1日~7月14日

※小数点以下は切り捨て

※2022年、2023年の調査結果は第一園芸調べ「観葉植物に関する調査」

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000208.000028146.html>（2022年8月1日発表）

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000129.000028146.html>（2023年8月7日発表）

※10~50歳の男女で再集計

■第一園芸株式会社 概要

第一園芸は、花と緑のプロフェッショナルとして創業126年を迎える、三井不動産グループの企業です。店舗やオンラインショップでの個人/法人向け商品の販売、婚礼装花、オフィスビルや商業施設などの都市緑化や公園・庭園などの造園・管理を手がける緑化事業、季節の空間装飾事業など、幅広い事業を展開しています。今後も第一園芸は花と緑に囲まれ豊かで潤いのある、そして持続可能な社会の実現を目指して挑戦しつづけます。

所在地：東京都品川区勝島1丁目5番21号 三井物産グローバルロジスティクス勝島20号館

代表者：代表取締役社長 山村勝治

創業：1898年（設立1951年）

資本金：4億8千万円

株主：三井不動産株式会社（100%）

URL: <https://www.daiichi-engei.jp/>

■三井不動産グループのサステナビリティについて

三井不動産グループは、「共生・共存・共創により新たな価値を創出する、そのための挑戦を続ける」という「&マーク」の理念に基づき、「社会的価値の創出」と「経済的価値の創出」を車の両輪ととらえ、社会的価値を創出することが経済的価値の創出につながり、その経済的価値によって更に大きな社会的価値の創出を実現

《本件に関する報道関係からのお問い合わせ》第一園芸株式会社 ブランド推進部 石川

Tel : 03-6404-1501 / Mail : info_pr@daiichi-engei.co.jp

したいと考えています。

また、2024年4月の新グループ経営理念策定時、「GROUP MATERIALITY（重点的に取り組む課題）」として、「1. 産業競争力への貢献」、「2. 環境との共生」、「3. 健やか・活力」、「4. 安全・安心」、「5. ダイバーシティ&インクルージョン」、「6. コンプライアンス・ガバナンス」の6つを特定しました。これらのマテリアリティに本業を通じて取り組み、サステナビリティに貢献していきます。

【参考】・「グループ長期経営方針策定」

<https://www.mitsuifudosan.co.jp/corporate/innovation2030/>

・「グループマテリアリティ」

https://www.mitsuifudosan.co.jp/esg_csr/approach/materiality/