

Job総研による『2022年 バレンタイン実態調査』を実施 コロナ禍で激減 8割超が“バレンタインなし”の背景に働き方の変化 ～ 時代を反映する職場の義理チョコ文化 反対派多数で消滅か ～

キャリアや就職・転職全般に関する研究や各種調査を行う機関『Job 総研^(※1)』を運営する株式会社ライボ（本社:東京都渋谷区 代表取締役：小谷匠 以下「ライボ」）は、565人の社会人男女を対象に「2022年 バレンタイン実態調査」を実施しました。同調査はコロナ禍で変化するバレンタインの実態や、職場での義理チョコ文化の賛否及び、バレンタインに何を送るかなどについて調査しました。



【コロナ禍で変化するバレンタイン】

コロナ禍で価値観やライフスタイルも大きく変化中、バレンタインに対する意識やその実態も大きな影響があることが予測されます。バレンタインのイメージは時代や社会情勢に伴ってその文化や捉えられ方などがさまざまに変化してきているイベントの1つです。

こういった背景から Job 総研では、565人の社会人男女を対象に“男女別”及び“年代別”のバレンタインに対するイメージや、コロナ禍前後でどのように変化したか、また、職場での義理チョコ文化の賛否などについて「2022年 バレンタイン実態調査」を実施しました。

【調査概要】

調査対象者	: 全国 / 男女 / 20～69歳
調査条件	: 1年以内～10年以上勤務している社会人 20人～1000人以上規模の会社に所属
調査期間	: 2022年1月28日～2月2日
サンプル数	: 565
調査方法	: インターネット調査

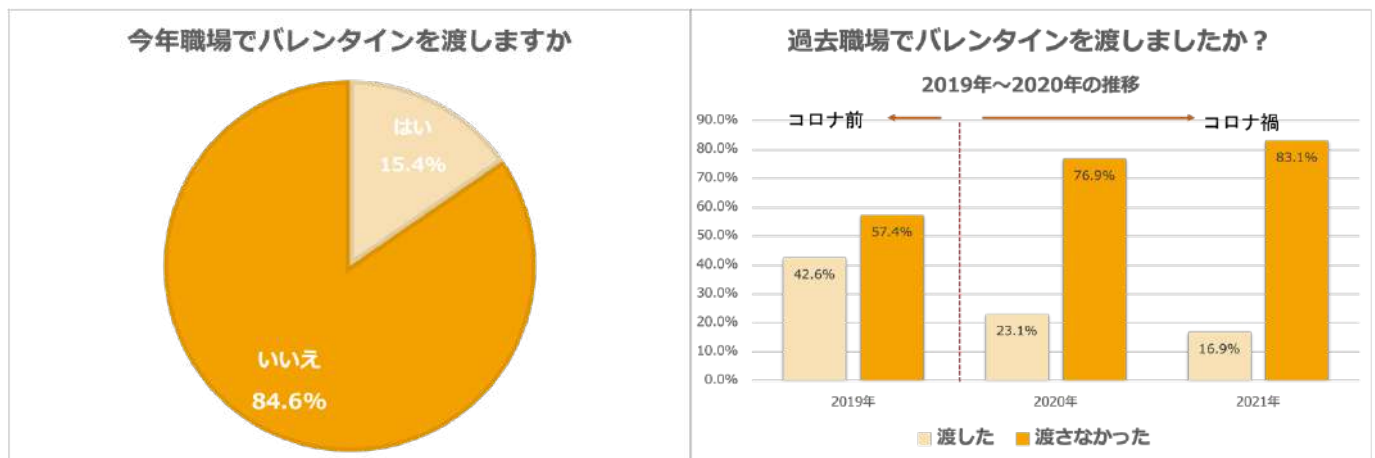
【TOPICS】

- ・女性回答者全体の84.6%が今年職場でバレンタインを渡さないと回答
- ・コロナ前の2019年からの推移でバレンタインを渡す人が毎年減少している
- ・バレンタインに対する意識について84.6%がコロナ前と比べて「変わらない」と回答
- ・何を渡すかについて78.3%が「チョコレート」と回答 予算は1000円以内が69.5%
- ・回答者全体の45.9%が「職場で義理チョコを渡す文化」について反対派

【コロナ前後で見る職場のバレンタイン】

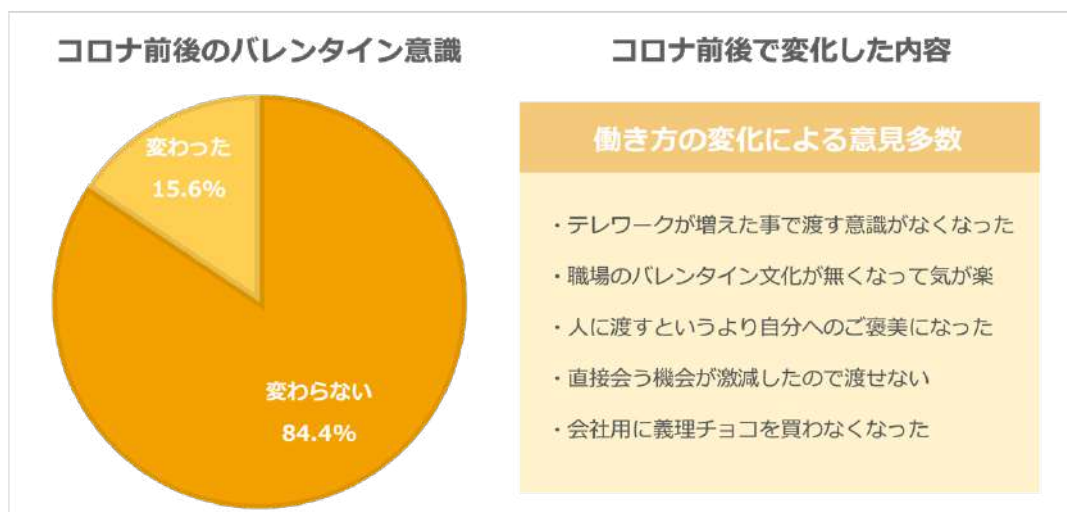
今年職場でバレンタインを渡すか否かについて、女性回答者全体の84.6%が「渡さない」と回答し、「渡す」と回答したのは15.4%になりました。

またコロナ前後で比較をとると、コロナ前の2019年は42.6%が「渡した」と回答していますが、コロナ禍に入った2020年には「渡した」の回答が23.1%と約半減し、2021年には16.9%と激減していることがわかります。つまり職場でのバレンタインは2020年を境に毎年減少しているという回答結果になりました。



【バレンタインに対する意識の変化】

コロナ禍を機に職場のバレンタインが減少している反面、バレンタインへの意識については男女回答者全体の84.4%が「変わらない」と回答し、「変わった」と回答したのは15.6%でした。



【「変わった」と回答した方の意見】

コロナ禍を機に働き方がテレワーク主流に変化したことで、職場の人との対面コミュニケーションの機会が減ったことを背景に、職場でのバレンタインに対して意識が変わったという意見が多く、中にはバレンタインそのものの価値観について触れている意見も多数見られました。

■女性の意見

- ・直接会うことが極端に減ったため、バレンタインをしないことが基本になった
- ・コロナ禍で職場のバレンタイン文化が無くなって気が楽になった
- ・人にあげると言うよりも自分へのご褒美という意味合いが強くなった

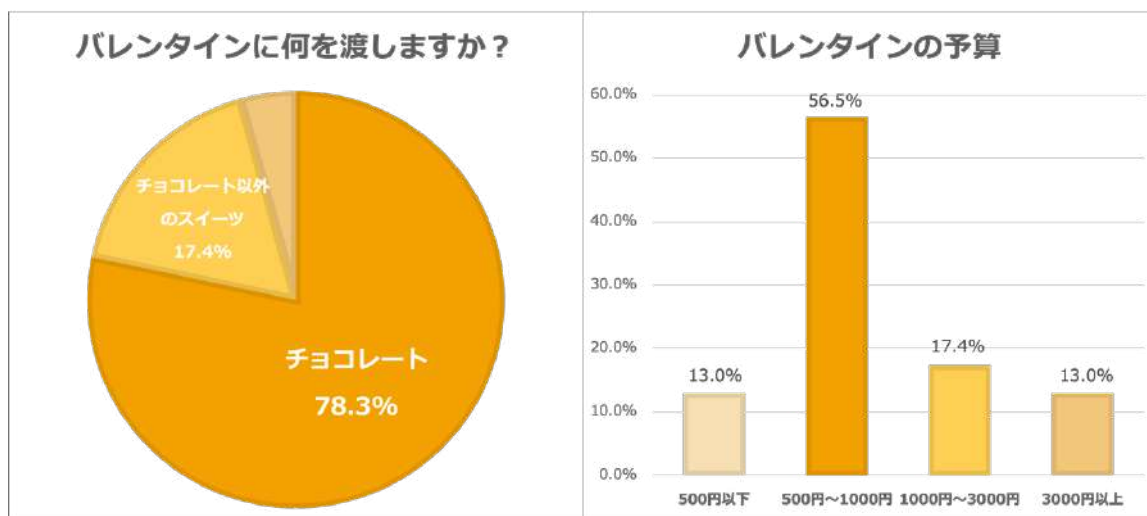
■男性の意見

- ・テレワーク主流になって貰える機会がなくなったので意識しなくなった
- ・職場のメンバーと対面で合わないのでも“貰えるかも”という期待感がなくなった
- ・仮に貰えたとしても衛生面が一層気になる時代なので市販品だと嬉しい

※詳細は別紙の「2022年 バレンタイン実態調査 報告書」をご参照ください^(※2)

【どのくらいの予算で何を渡すか】

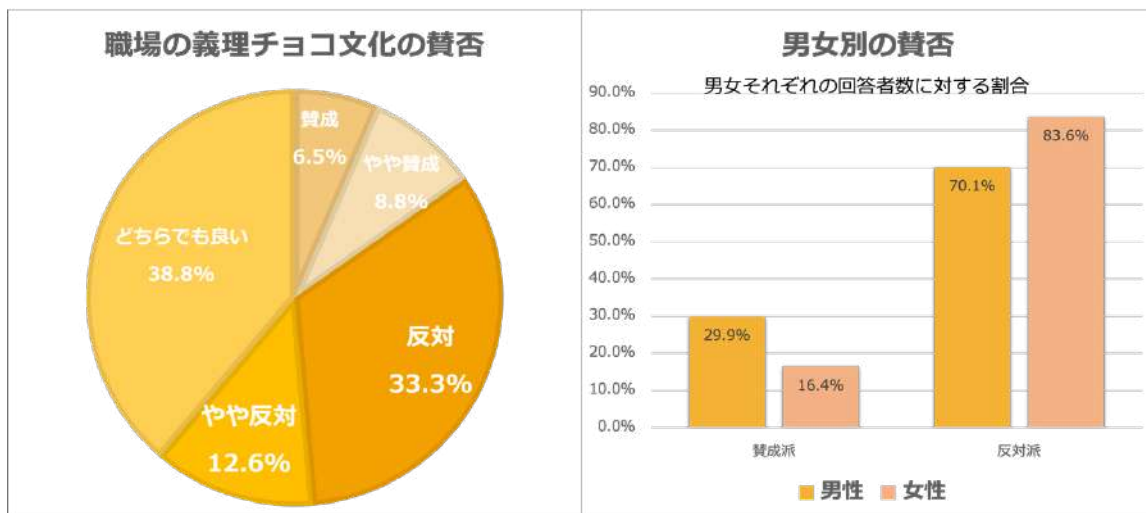
職場のバレンタインで何を渡すかについては、78.3%が「チョコレート」と回答し、「チョコレート以外のスイーツ」が17.4%、酒類が4.3%という回答結果になりました。※上記3つ以外の回答はありませんでした。また、バレンタインに使う予算では、「500円以下」が13.0%、「500円～1,000円ま」が56.5%で、合算した69.5%が1,000円以下であることがわかりました。また、「1,000円～3,000円」は17.4%で、「3,000円以上」は13.0%の回答結果になりました。



【義理チョコ文化の賛否】

職場で義理チョコを配ることについては、「反対」が33.3%、「やや反対」が12.6%で合算した45.9%が反対派を回答しました。それに対し「賛成」は6.5%、「やや賛成」は8.8%で、合算した15.3%が賛成派の回答結果になりました。また、38.8%が「どちらでも良い」と回答しました。

同回答を男女別に見ると、「反対派の女性」は83.6%、「反対派の男性」は70.1%で女性の反対派が若干数多い回答結果になりました。



※詳細は別紙の「2022年 バレンタイン実態調査 報告書」をご参照ください(※2)

【調査まとめ】

この度実施した「2022年 バレンタイン実態調査」は、コロナ禍前後でのバレンタインの実態を調査しました。コロナ禍でテレワークが普及し、職場で対面のコミュニケーション機会が激減したことで、バレンタインを渡す機会がなくなり、2020年から徐々に職場のバレンタインはなくなる傾向が見られ、コロナ禍前の2019年と比較すると激減していることがわかりました。また、「職場でのバレンタインがなくなり気が楽になった」や、「衛生面が気になる」などコロナ禍におけるバレンタインの存在価値について触れる意見も多数見られたことから、今後バレンタインの在り方そのものが変わっていく可能性が推測できる調査結果になりました。

ライブでは今後も就職・転職・働き方などに関連する様々な調査を実施し、リアルで透明度の高い情報を発信することで個が活躍する社会の実現を目指してまいります。

【※2）2022年 バレンタイン実態調査 報告書】

報告書では同調査の属性や回答結果の詳細及び回答者コメントなどもより詳しくご確認いただけます。

<https://job-q.me/articles/13426>

【※1）Job 総研について】

Job 総研は就職・転職やキャリア全般に関する研究や各種調査の実施により、市場の現状と未来を分析し、社会へ発信することで就転職関連市場に貢献する事を目的とし立ち上げられました。就職・転職・働き方・ランキング・働く女性など多数のジャンルで信頼できる情報を発信していくことにより、就転職活動に役立てていただくことや、キャリアに関する不安や悩みを解決する一助として“個が活躍する社会により良い選択の機会”を提供し就転職市場に貢献してまいります。

【JobQ について】

「あなたが知りたい“働く”は誰かが知っている」をコンセプトに運営する JobQ の累計登録者数は 30 万人を超え、キャリアや転職に関する情報交換と相談ができるサービスです。具体的な企業名を検索して、現役社員や元社員による口コミだけではなく、仕事全般に関する悩みや就職・転職への不安など漠然とした内容も含まれ、匿名によるユーザー同士でコミュニケーションを取りながら、より良い選択をつくる場になっています。

■JobQ に投稿された“働き方”に関する Q&A

<https://job-q.me/categories/career>

【会社概要】

会社名	: 株式会社ライボ
設立	: 2015年2月3日
代表取締役	: 小谷 匠
所在地	: 〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1丁目19-9 第一暁ビル3階
事業内容	: キャリアや転職に特化した匿名相談サービス「JobQ」の企画・開発・運営
グループ会社	: 2019年3月1日 パーソルキャリア株式会社にグループイン
ホームページ	: https://laibo.jp/
JobQ	: https://job-q.me/

報道関係者様お問い合わせ先 株式会社ライボ 広報担当：堀 雅一

Tel・Fax：03-6416-1760 携帯：080-4193-1810

Mail：masakazu.hori@laibo.jp

※現在主にテレワークでの勤務形態をとっておりますので、誠に勝手ながらお問い合わせは携帯電話かメールにてお願い致します