

女性1,000人に“バレンタインデーの過ごし方”のアンケート調査を実施 62.2%が「バレンタインデーはコミュニケーションを図る機会」 自分用・プレゼント用のどちらも重視するのは高級感や特別感

オンラインショップにてミルクチョコレートブランド「Murir（ミュリル）」を展開している株式会社エーデルワイス（本社：兵庫県神戸市、代表取締役：比屋根 祥行）は、全国の30～40代の女性1,000名を対象にコロナ禍3年目となる今年の「バレンタインデーの過ごし方」について調査を実施しました。

また、2022年11月23日に、働く女性による「バレンタインに関する座談会」を実施し、チョコレートの魅力や選ぶポイント、バレンタインの過ごし方などについて詳しくお話を伺いました。



【調査概要とサマリー】

調査期間：2022年11月14日～15日

調査方法：インターネット調査

調査対象：全国の30～40代の女性1,000名

調査主体：株式会社エーデルワイス

Point1 バレンタインデーの在り方は多様化している

回答者の約6割にとって、バレンタインデーとは「誰かとコミュニケーションを図る機会の場合」である。「自分へのご褒美」の回答が18.4%。バレンタインのあり方は多様化している。

Point2 大切な人へ、「市販のチョコレート」を贈るが大多数

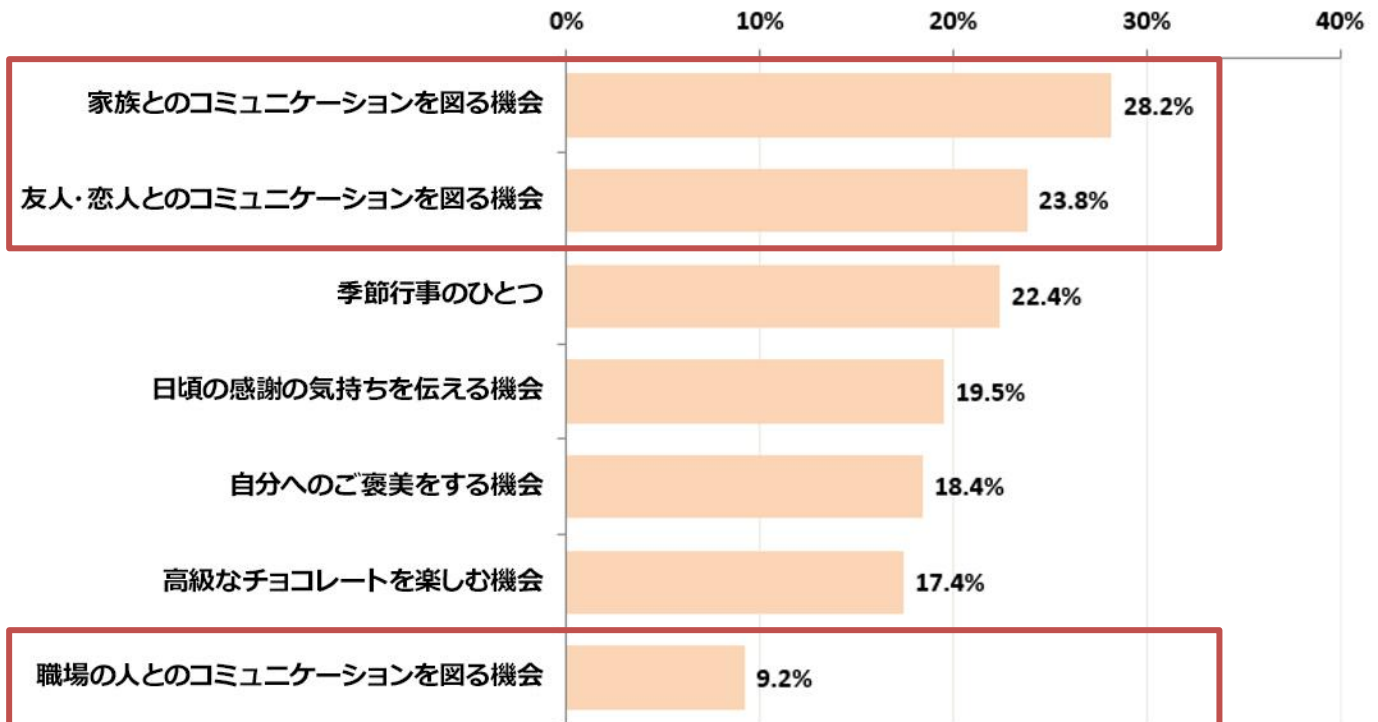
プレゼントを贈る相手は、「配偶者・恋人」が71.4%と最多。義理や社交辞令でなく、大切な人に贈るという傾向にある。また、贈ろうと思っているものについては、68.4%と半数以上の人々が「市販チョコレート」と回答。

Point3 特別な日だからこそ、違った過ごし方をしたい

特別な日の過ごし方の理想は、「家族や友達とワイワイ楽しく過ごす」、「いつもと違うゆったりとした自分時間」、「親しい人と大切な時間」がそれぞれ約2割。誰かと過ごす、または一人だけいつもと違う過ごし方の傾向に。

RESEARCH

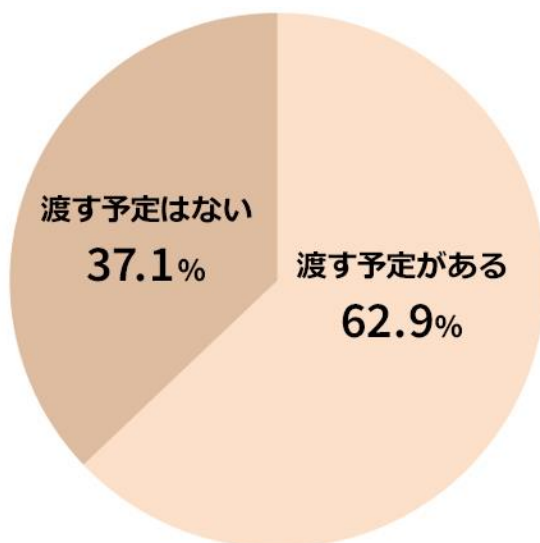
Q. あなたにとってバレンタインデーとは？(複数回答/N=1000)



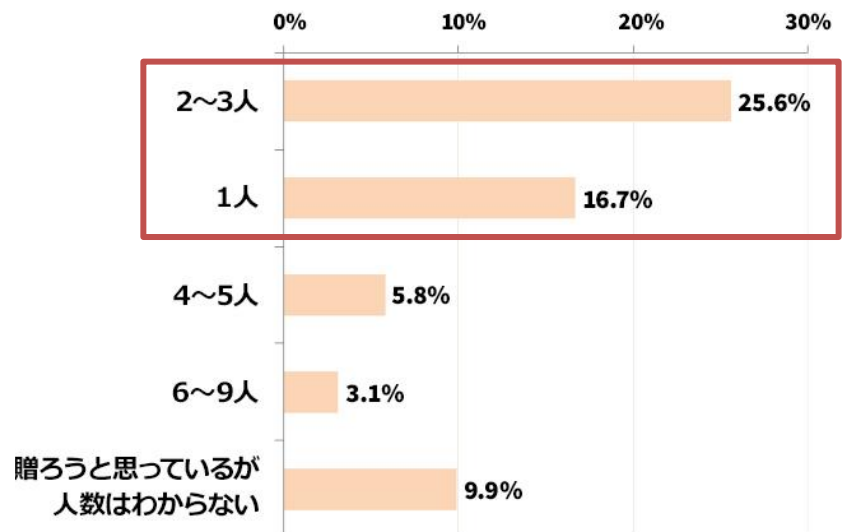
自分にとってバレンタインデーがどのようなものか聞いたところ、全体の62.2%が「コミュニケーションを図る機会」と回答しました。「自分へのご褒美」は18.4%で、バレンタインに自分へのチョコを用意する人もそれなりにいるようです。

また、「高級チョコを楽しむ機会」は17.4%で、「バレンタイン＝高級チョコレート」と考えている人が一定数いることがわかりました。

Q. 今年のバレンタインデーでプレゼントを渡す予定
(単回答/N=1000)



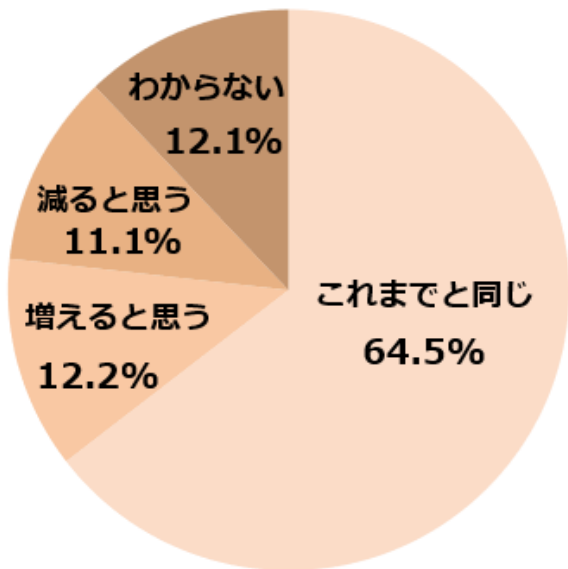
Q. 自分を含めてプレゼントを贈る人数
(単回答/N=1000)



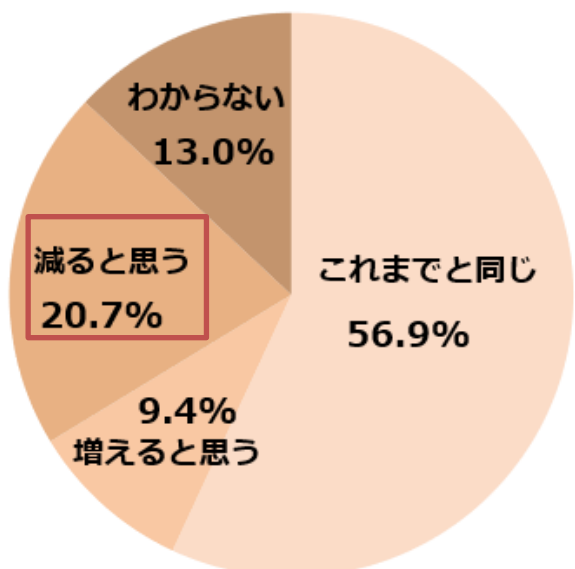
バレンタインデーにプレゼントを渡すかどうかの質問では、全体の6割以上は「誰かに渡す予定がある」という結果になりました。渡す人数については、3人以下の少人数に渡す人が多いようです。バレンタインは特別な人にプレゼントを贈るという傾向が伺えます。

RESEARCH

Q. プレゼントを贈る人数の変化
(単数回答/N=629)



Q. 義理チョコや社交辞令で贈る人数の変化
(単数回答/N=629)

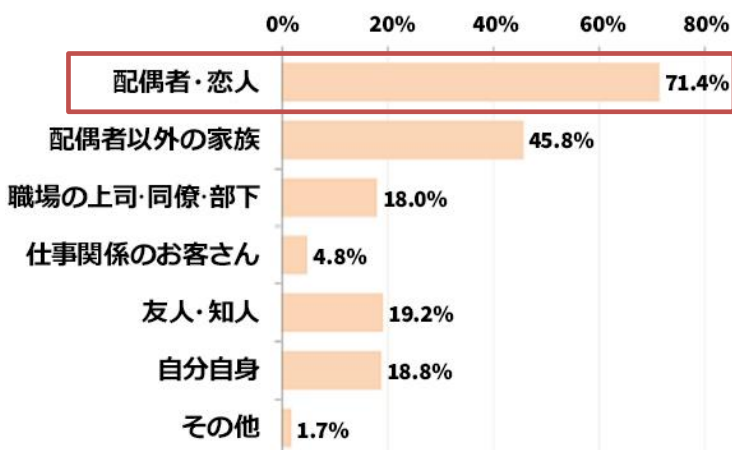


これまでと比べて、バレンタインにプレゼントを渡す人数の変化について、「これまでと同じくらい」と答えたのは全体の64.5%でした。「増える」、「減る」はどちらも1割程度の回答でした。

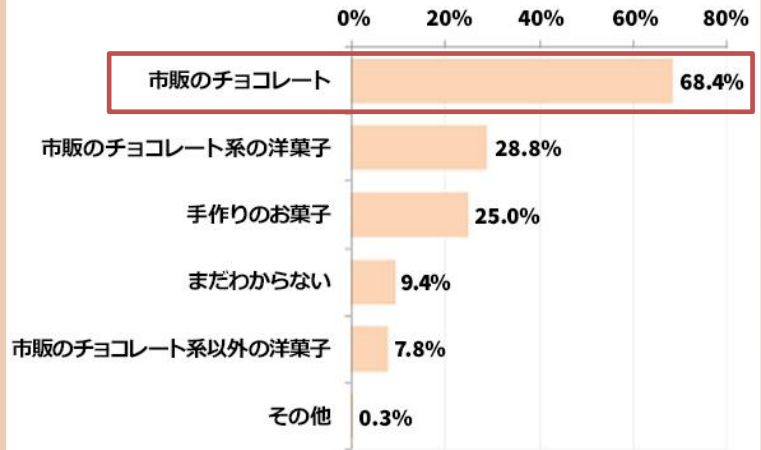
しかし、義理チョコや社交辞令のプレゼントの変化について同様に聞いたところ、「同じくらい」は56.9%、「減る」は20.7%という結果になりました。

義理や社交辞令ではなく、本当にあげたいと思う人に対してプレゼントを贈る人が増えているようです。

Q. プレゼントを贈る相手 (複数回答/N=629)



Q. 贈ろうと思っているもの (複数回答/N=629)

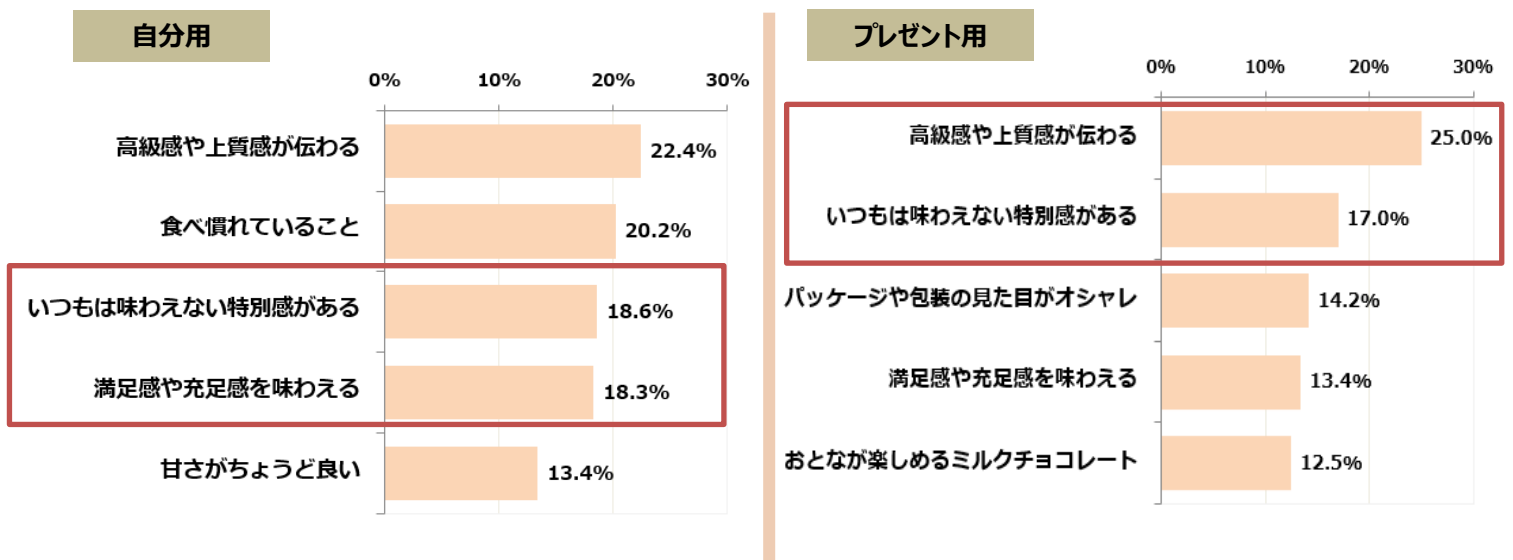


プレゼントを贈る相手についての質問では、「配偶者・恋人」が71.4%と最も多く、次いで「配偶者以外の家族」が45.8%となりました。やはり最も身近な人にプレゼントする人が多いようです。「自分自身」は18.8%となっており、自分へのご褒美としている人も多いことがわかりました。

何を贈るかについての質問では、68.4%と半数以上の人が「市販チョコレート」と回答しており、「手作りのお菓子」を大きく上回る結果となりました。

RESEARCH

Q. バレンタインデーのチョコレートを選ぶ際に重視するポイント（複数回答/N=1000）

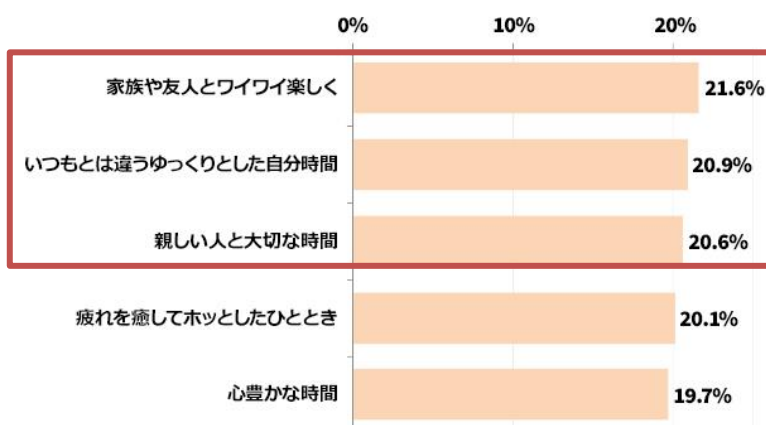


バレンタインのチョコレートを選ぶ際のポイントについては、自分用とプレゼント用どちらも「高級感や上質感が伝わる」（自分用22.4%/プレゼント用25.0%）、「いつもは味わえない特別感がある」（自分用18.6%/プレゼント用17.0%）が高い回答率となりました。

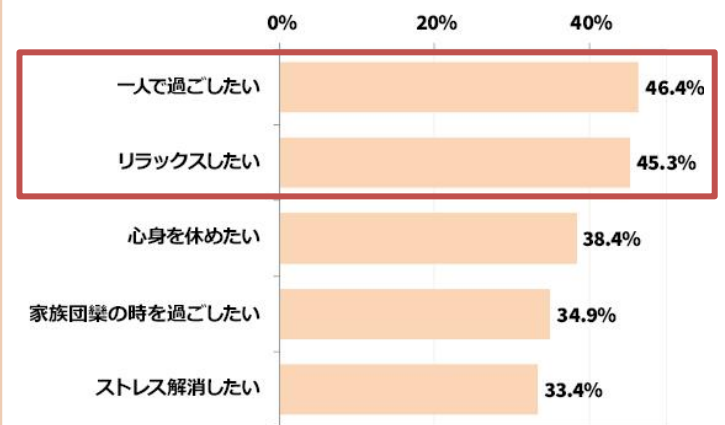
また、「特別感」や「満足感」は自分用の方が高く、約2割の方が自分用でもいつもとは違う満足感や特別感を味わいたいと思っていることがわかりました。

自分用、プレゼント用問わず、バレンタインデーのチョコレートには、やはり高級感や特別感のあるものを選ぶ傾向にあるようです。

Q. 記念日や特別な日の理想の過ごし方（複数回答/N=1000）



Q. 普段の余暇の過ごし方（複数回答/N=1000）



特別な日をどのように過ごしたいかという質問では、「家族や友達とワイワイ楽しく」（21.6%）、「いつもと違うゆっくりとした自分時間」（20.9%）、「親しい人と大切な時間」（20.6%）となりました。全体的に、誰かと過ごす、または一人でもいつもと違う過ごし方をしたいという傾向があることがわかりました。

普段の余暇の過ごし方では、「一人で過ごしたい」が46.4%、「リラックスしたい」が45.3%と、半数近くの方が、一人でリラックスして過ごすことを望んでいるようです。

まとめ

Point1 バレンタインデーの在り方は多様化している

今回のアンケート調査で、約6割の人がバレンタインは誰かとコミュニケーションを図る機会と回答しました。また、「自分へのご褒美」と考えている人は2割でした。

プレゼントを渡す人数に関する質問では、全体の6割以上は「誰かに渡す予定がある」という結果になりました。人に贈るだけでなく、自分へのご褒美など、バレンタインの意義が多様化しているのではないのでしょうか。

Point2 大切な人へ、「市販のチョコレート」を贈るが大多数

プレゼントを渡す相手についての質問では、「配偶者または恋人」が71.4%、「配偶者以外の家族」が45.8%と、身近な人へのプレゼントが多いという結果になりました。

義理チョコや社交辞令のプレゼントの変化については、20.7%が「減る」と答えており、義理チョコや社交辞令ではなく、大切な人へ贈るという傾向にあるようです。

また、プレゼントとして贈ろうと思っているものについては、「市販のチョコレート」が68.4%と最も多い結果となりました。バレンタインのトレンドは、昔ながらの「手作りのお菓子」から、「普段は味わえないオシャレなチョコレート」に変わっているようです。

さらに、チョコレートを選ぶ際に重視しているポイントについて、自分用とプレゼント用のどちらも共通して「高級感や上質感が伝わる」（自分用22.4%/プレゼント用25.0%）、「いつもは味わえないと特別感がある」（自分用18.6%/プレゼント用17.0%）が高い回答率となりました。バレンタインという特別な日だからこそ、日常とは違ったものを選ぶ傾向があるようです。

Point3 特別な日だからこそ、違った過ごし方をしたい

特別な日の過ごし方については、「家族や友達とワイワイ楽しく過ごす」、「いつもと違うゆったりとした自分時間」、「親しい人と大切な時間」にそれぞれ約2割ずつの回答がありました。

余暇の過ごし方では、「一人で過ごしたい」が46.4%、「リラックスしたい」が45.3%という結果になり、特別な日だからこそ、普段とは違った特別な過ごし方をしたいという人が多いようです。

バレンタインという特別な日に、
大切な人や頑張ってきた自分に上質な味わいのチョコレートを用意して、
いつもと違う大人な時間を過ごしてはいかがでしょうか？

次のページは、チョコレート好きな女性たちによるバレンタインデーに関する座談会の様子となります。

■ Interview

2022年11月23日（水）に東京都内で働くチョコレート好きな女性の方々にお集まりいただき、「バレンタインに関する座談会」を実施しました。対談では、チョコレートの魅力や選ぶポイント、バレンタインの過ごし方などを余すことなく語っていただきました。



【座談会の主なサマリー】

Point1 やはりバレンタインのあり方は変化している

アンケートの結果の通り、やはりバレンタインのあり方は多様化しているようです。座談会参加者の1人はバレンタインデーを、「恋愛感情抜きにして大切な人、本当にお世話になった人へ感謝を伝える良い機会」と捉えていました。

また、「自分へのご褒美として購入するのが毎年の楽しみ。年に一度のことだから、ちょっと贅沢なチョコレートを奮発している」との意見もありました。

Point2 試食を実施「やさしい甘みと上品な香り」「満足できる味わい」など大好評

オリジナルミルクチョコレート「Murir（ミュリル）」を試食してもらい、率直な感想を教えてくださいました。「ミルクチョコレートは甘ったるいというイメージがあったが、やさしい甘さで、後味もすっきりしていて驚いた」、「大切な人と過ごす特別な時間や、自分へのご褒美にじっくり味わいたい」など、ミュリルのやさしい甘みと上品な香りは、大人も満足できる味わいとのことでした。

座談会の詳細は下記ページにて公開しております。

URL:<https://shop.murir.net/view/news/list>

EVENT INFORMATION

催事告知

阪急うめだ本店「バレンタインチョコレート博覧会2023」にて、POPUPストアをオープンいたします。2022年10月1日よりMurirオンラインショップのみで販売を開始し、店頭でのテイクアウトの販売は今回が初めての実施となります。ぜひこの機会にお試しください。

展開期間：2023年1月20日（金）～2月14日（火）

場所：阪急うめだ本店 バレンタインチョコレート博覧会2023 7階 コトコトステージ 71

住所：〒530-8350 大阪府大阪市北区角田町8番7号

ブランド紹介

Murir（ミュリル）

ミルクのやさしさとカカオの深み、それぞれが持つ個性や表情を大切に、何度も試作を重ねて生まれた、オリジナルミルクチョコレート専門店“Murir”。

掛け合わせたのは、ユネスコ生物圏保存地域で育つストレスのない乳牛からいただいた稀少なメドゥミルクと、農園の環境や生態系に配慮して調達された高品質のエクアドル産カカオ豆。

くちどけ、なめらかさ、力強さ、コク、香り、新鮮さ、繊細さ、余韻...
1つ1つの要素にこだわり、ひとくちで気持ち安らぐ、心地よい時間をお届けします。

言葉にできない悲しみや、大切な人と分け合いたい喜びも、
ぜんぶ、ミルクチョコレートのやさしさに包み込んで。

人生もミルクチョコレートも、味わい深い。
おとなになったミルクチョコレート。

心癒される贅沢なひとときを、ぜひお楽しみください。

【Murirオンラインショップ】

<https://shop.murir.net/>



COMPANY

『世代を超えて愛され続ける“本物”を通して、夢のある豊かな生活に貢献する』という企業理念のもと、洋菓子とベーカリーのブランドを展開しております。「アンテノール」「ヴィタメール」「ルビアン」をはじめ、こだわりの7つのブランドから、おいしい幸せをお届けして参ります。

社名 株式会社エーデルワイス
本社 〒650-0021 神戸市中央区三宮町2丁目5-1
代表者名 代表取締役社長 比屋根 祥行
店舗数 79店舗
事業内容 洋菓子・パン・チョコレート等菓子類の製造販売・喫茶
公式HP <https://www.edelweiss.co.jp/>

〈本リリースに関するお問い合わせ先〉
Murir広報事務局（株式会社サステナブル内 担当：名越、齋藤）
TEL: 070-6990-6993 / MAIL: s.nakoshi@sustainable.co.jp

〈商品に関するお問い合わせ先〉
株式会社エーデルワイス マーケティング部（担当：友田）
TEL: 06-6426-2580 / MAIL: online@murir.net



EDELWEISS