

2019年2月6日
凸版印刷株式会社

電子チラシサービス『Shufoo!』、バレンタインデーの調査 既婚女性にとってチョコの絶対的存在感は顕在、新定番ギフトに「パンツ」も

凸版印刷株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：金子眞吾）が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!（シュフー）」（※1）は、「Shufoo!」を利用する全国の既婚女性 5592名の消費者を対象に、バレンタインデーに関する意識調査を行いました。

もともと、日本のバレンタインデーといえば「意中の男性にチョコを贈る日」として普及してきましたが、近年では義理チョコや友チョコに代表されるような「身近な人にチョコレートを贈る」文化が一般的になり、未婚女性だけではなく男性や既婚女性など多くの方が参加するようになりました。そんな中、今年のバレンタインデーには、チョコレートメーカーのゴディバ ジャパンが「日本は、義理チョコをやめよう。」と書かれた新聞広告を公表して話題となり、一方で「ブラックサンダー」を製造する有楽製菓が「“義理チョコ文化”を全力で応援します」と公式ツイッターでつぶやき、この相対する2社の意見から義理チョコ論争に火が付きました。去年は義理チョコの是非を考えた方が多かったのではないのでしょうか。

Shufoo!では、家計を管理する人が多い既婚女性のみを対象に、バレンタインデーをどのように捉えているのかアンケート調査を実施しました。

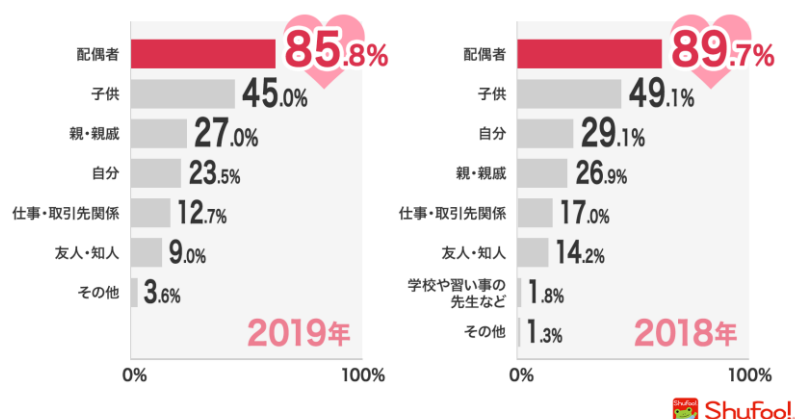
《バレンタインデーに関する実態調査》

- ほとんどが配偶者に渡す！
- 「モノを贈る」派、3位にパンツがランクイン
- 期待することは、チョコレートの非日常体験
- 義理チョコ論争は終わらない。「ない方がいい」58.7%、「あった方がいい」28.5%、「どちらでも」も多数
- 4人に1人が、代理でお返し品を購入

■減少傾向も、家族へのプレゼント率は高い

まずは、今年のバレンタインデーは誰にギフトを贈るかを聞いたところ、配偶者という回答が85.7%で、昨対比ではマイナス4%となりました。次いで子供が45.0%（昨対比-4.1%）、自分に贈ると回答した方は23.5%（昨対比-5.6%）でした。全体的に減少傾向にあるものの、家族を中心に贈る方が多いようです。

今年のバレンタインデーについて、ギフトを誰かに贈る予定はありますか？ ※複数回答

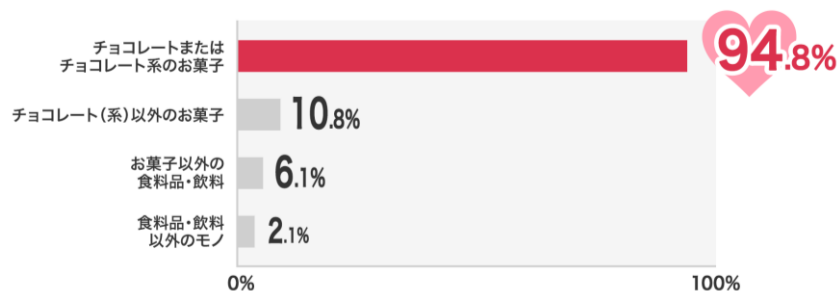


Shufoo!

■チョコレートの絶対的存在感と、じわじわ広がるパンツブーム

バレンタインデーのギフトとして、チョコレートまたはチョコレート系の菓子を贈る予定の方は94.8%で、他と大きく差をつけて圧勝。チョコレートの揺るぎない存在感を感じられる結果となりました。一方、「食料品・飲料以外のモノ」を選んだ方の自由回答として、「パンツ(下着)」という回答が3位になりました。近年、大手下着メーカーがバレンタインデー向けのキャンペーンを開催するなどして盛り上げていますが、主婦にもそのブームが広がっているようです。パンツのギフトは、定番となるのでしょうか。ほかには、「夫が好きなおかず」といった贈る相手に合わせて決める、という意見も見られました。

今年のバレンタインデーは 何を贈る予定ですか？※複数回答



Shufool!

「食料品・飲料以外のモノ」を選択した方の自由回答(有効回答数 133)

1位:酒類(27票) 2位:服(24票) 3位:パンツ(14票) 4位:財布(5票) 4位:ネクタイ(5票)

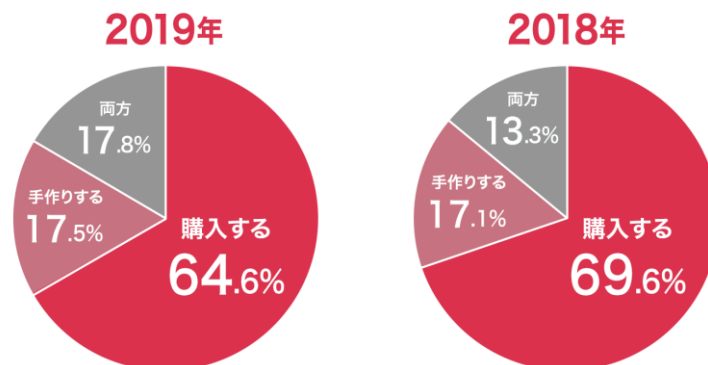
▽少数派の意見

チョコレートフォンデュの機械、(夫が)好きなおかず

■手作り+購入派が増加傾向

チョコレートやチョコレート系のお菓子を贈ると回答した方のうち、準備する方法として「購入する」が64.6%で大多数が購入予定ですが、昨対比では5.0%減となりました。代わりに、購入もするし手作りもする方が17.8%で、昨対比4.5%増となりました。今年はバレンタインデー直前の週末が3連休のため、手作りする時間を確保しやすいことも関係しているのかもしれませんが。

贈る予定のチョコレート・お菓子について、 どのように準備する予定ですか？

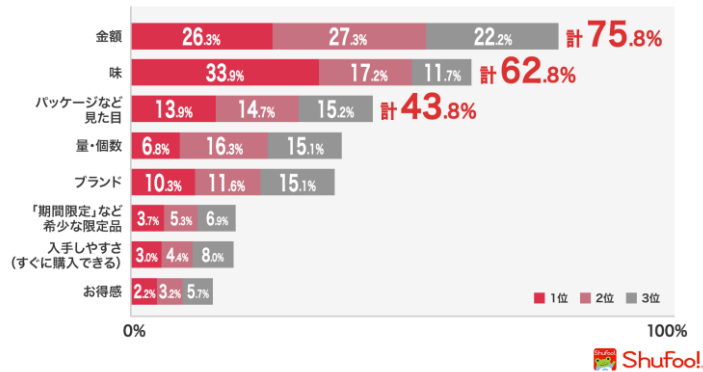


Shufool!

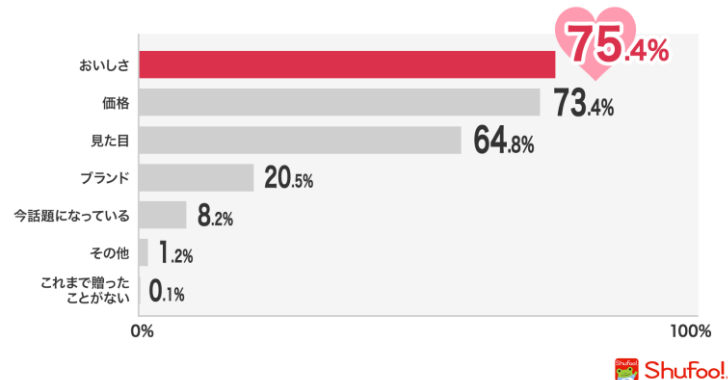
■主婦は「金額」で決める

チョコレートやチョコレート系のお菓子を購入する基準として1~3位までの優先順に聞いたところ、1位に「味」を選んだ方が最多の33.9%となり、納得したものを贈りたいという気持ちが垣間見える結果となりました。しかし全体で最も多く選ばれたのは「金額」の75.8%、次いで「味」の62.8%、「パッケージなど見た目」43.8%、という結果になりました。昨年の結果ではおいしさが最多でしたが、今年の結果では金額が上回り、堅実派が増えているようです。

[2019年]バレンタイン用のチョコレート・お菓子を
選ぶ際に重視するポイントがありますか？
優先順に1~3位を選んでください。



[2018年]バレンタイン用のチョコレート・お菓子を
選ぶ際に重視するポイントがありますか？ ※複数回答



■非日常のチョコ体験に期待

今年のパレンタインデーに期待することとして、「食べたことのないチョコを食べたい」「普段買えない高級チョコを食べたい」「珍しいチョコが欲しい」「普段は日本に入荷されないチョコが欲しい」など、非日常のチョコレート体験に期待する意見が多く寄せられました。そのほか「娘と一緒にチョコレートを作りたい」など、チョコだけではなくイベント自体の楽しさを共有したい、という意見も見られました。一方、「後日、特価になったチョコを買いたい」という意見も多く見られました。

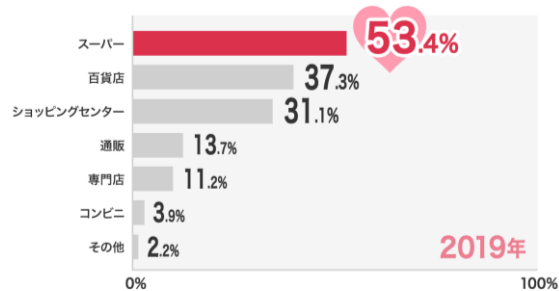
「今年のパレンタインデーに期待すること」自由回答(有効回答数 6685)

- ・食べたことのないチョコを食べたい
- ・普段買えない高級チョコを食べたい
- ・珍しいチョコが欲しい
- ・普段は日本に入荷されないチョコが欲しい
- ・娘と一緒にチョコレートを作りたい
- ・後日、特価になったチョコを買いたい

■購入するのはスーパー！

チョコレートを購入する場所は、「スーパー」が最多という結果になりました。時間のない主婦にとって、いつも行くスーパーで購入できるという身近さが魅力なのかもしれません。

今年のバレンタインギフトや関連商品（材料など）はどこで購入する予定ですか？ ※複数回答

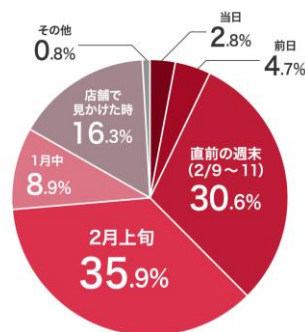


Shufool

■2月上旬には購入したい

いつ購入するか？という質問には、「2月上旬」が最も多く、次いで「直前の週末(2/9-11)」という結果になりました。「店舗で見かけた時に買う」という回答も16.3%と多くいましたが、その他を選択した方の中には既に購入した方が多く、中には2018年内には予約購入済みという方もいました。

今年のバレンタインギフトや関連商品（材料など）はいつ頃購入予定ですか？ ※複数回答

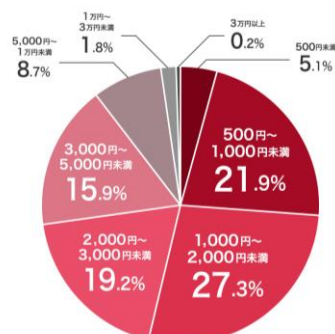


Shufool

■予算は500円～2,000円が約半数

バレンタインデーギフト用の予算として、1,000円～2,000円が最も多く26.8%、500～1,000円未満が21.1%となり、全体の47.9%が500円～2,000円以内と回答しました。2,000～3,000円未満が19.3%、3,000～5,000円未満が16.1%と両予算帯でもボリュームがあることから、ギフトを贈る人数や種類などによって予算に幅があると考えられます。

バレンタインギフトのトータルの予算を教えてください。

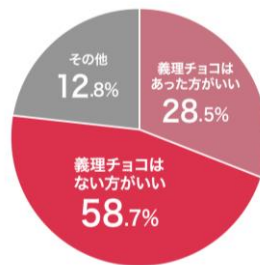


Shufool

■義理チョコ論争は終わらない

昨年、ゴディバ ジャパンが発表した「日本は、義理チョコをやめよう。」という新聞広告が話題になりましたが、義理チョコを渡す文化について質問したところ、「義理チョコはない方がいい」という回答が58.6%で半数以上になりました。一方「義理チョコはあった方がいい」という回答は28.6%で、少ないとは言えません。またその他の意見では「どちらでもいい」と自由回答した方が多くいたことから、今後も“義理チョコ論争”は続くものと考えられます。

義理チョコを渡す文化についてどう思いますか？

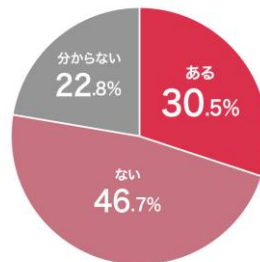


Shufoo!

■ホワイトデーのターゲットに主婦3割

家族がもらったギフトのお返し品を、もらった本人に代わって購入する予定があるか、という問いには、購入予定がある人が30.4%となりました。3割以上の主婦が、代理でお返し品を購入し、そのために予算を確保することがわかりました。家計を管理する主婦ならではの回答と言えます。本来、バレンタインデーのお返し品を贈るホワイトデーは男性ターゲットですが、主婦の消費動向も無視できない結果になりました。

夫や子供など家族がもらったバレンタインギフトのお返し品を、代理で購入する予定はありますか？



Shufoo!

【調査概要】

Shufoo! 利用者調査

調査エリア： 全国

調査対象者： 「シュフーポイント」会員（全年齢層の女性）

サンプル数： 合計有効回答サンプル数 5592 名

調査期間： 2019 年 1 月 21 日～1 月 23 日

調査方法： インターネットリサーチ

* 本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、以下のクレジットを必ず明記してください。

クレジット：「凸版印刷株式会社 『Shufoo!』 調べ」

※1) 「Shufoo!」について

凸版印刷が 2001 年 8 月より運営を開始し、20～40 代の女性を中心に利用されている国内最大の電子チラシサービス。大手流通各社、地域主力スーパーなど約 4,000 法人、約 116,000 店舗が参加。PV 数は月間 4 億 PV、ユニークユーザー数は月間 1,100 万（2018 年 12 月現在）となっています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また、生活者はスマートフォンやタブレット端末、PC など様々なデバイスから日本全国のチラシをはじめとするお買い物情報を閲覧することができます。

- PC <http://www.shufoo.net>
- iPhone <http://itunes.apple.com/jp/app/id373909230?mt=8>
- iPad <http://itunes.apple.com/jp/app/id373911706?mt=8>
- Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android>

<ご紹介に際してのお願い>

* 本ニュースリリースに記載している会社名および商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

* 本ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

以 上