

— Yahoo!リサーチ「2010年バレンタインデーに関する調査」—

本命にはチョコだけではない!? 3割以上が、チョコ以外のモノ・コトも一緒に贈りたい。義理チョコ「なくなればいい」の声が3割にのぼるが、「逆チョコ」「友チョコ」などの新たなスタイルを望む様子も

<http://www.yahoo-vi.co.jp/research/100126.html>

調査期間：2010年1月8日～10日/インターネットウェブ定量調査により、首都圏の20～30代女性400人を対象に実施

2010年1月26日

ヤフーバリューインサイト株式会社

Yahoo!リサーチを運営するヤフーバリューインサイト株式会社(本社/東京都中野区、代表取締役社長/田部 信)では、「バレンタインデー」に関する調査を、自社調査専用パネルを対象に実施しました。

2月14日の定番行事といえば「バレンタインデー」ですが、最近では男性から女性に贈る「逆チョコ」、女性同士で贈り合う「友チョコ」、自分向けの「Myチョコ」といった新たなスタイルも浸透し始めているようです。

Yahoo!リサーチでは、20代～30代の女性を対象に、“本命”と“義理”それぞれのバレンタインギフトの内容や、贈り分け方法、重視点、そしてバレンタインデーという行事そのものに対する考え方などを探る調査を行いました。

調査結果トピックス

- ・義理チョコ「贈る予定なし」が4割と最多、従来の慣習は衰退傾向か。義理チョコ相手には「女性」の同僚や友人も
- ・本命にはチョコだけではない!? 3人に1人はプラスαの「モノ」「コト」を組み合わせて贈る
- ・ギフトには“自分らしさ”に加え、本命には“相手への思い”、上司には“間違いのないセレクト”、同僚には“ユニークさ”を表現
- ・義理チョコの習慣「なくなればいい」が3割以上。20代を中心に、逆チョコや友チョコなどの新しいスタイルを望む声強い

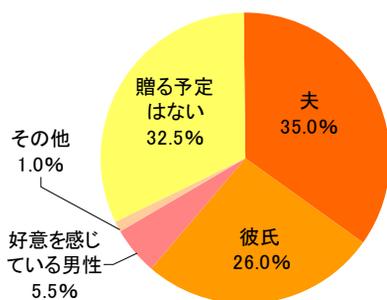
【1】義理チョコ「贈る予定なし」が4割と最多、従来の慣習は衰退傾向か。義理チョコ相手には「女性」の同僚や友人も

今年のバレンタインデーにもっともギフトを贈りたい本命の相手をひとりだけ答えてもらったところ、「夫」(35%)が最も多く、次の「彼氏」(26%)と合わせ、約6割の女性が特定のパートナーへ本命ギフトを贈りたいと考えているようです。夫や彼氏以外の「好意を感じている男性」は6%と少なく、20～30代の女性にとって“バレンタインデーに告白する”という慣習は衰退しつつある様子です。「贈る予定はない」という人も3割強にのぼりました。

次に、本命以外(以下、義理)でギフトを贈りたい相手を複数回答で聞いたところ、「贈る予定はない」が42%と最も多く、世の男性にとって、さみしい結果となりました。贈る相手は、「父親」(29%)が最も多く、義理チョコの相手として定番のイメージが強い「男性の同僚・友人」(20%)や「男性の上司・目上の男性」(16%)は意外にも2割以下という結果でした。一方で、「女性の同僚・友人」が14%など、いまやバレンタインギフトの相手は男性だけとは限らないようです。

ギフトを贈りたい相手【本命・義理別】 全体 n=400

もっともギフトを贈りたい本命の相手 単一回答



義理の相手 複数回答



【本件についてのお問い合わせ先】 ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/contact/index.php>

【2】本命にはチョコだけではない!? 3人に1人はプラスαの「モノ」「コト」を組み合わせて贈る

次に、本命・義理別に、バレンタインギフトに贈りたいものを3つまで答えてもらい、その結果を、「チョコなどの食べ物（チョコに加えて菓子やケーキなどの食べ物までを含む）」、「モノ（洋服や服飾小物、家電・ゲームなど）」、「コト（ドライブやディナー、パーティなどのイベント的なお祝い）」の3タイプに分類し、チョコ以外のギフトの構成比や、それらの組み合わせパターンを確認しました。

まず、本命へのギフトは「チョコなどの食べ物」のみが56%で、次いで「チョコなどの食べ物」と「コト」の組み合わせが14%、「チョコなどの食べ物」と「モノ」の組み合わせが12%、「チョコなどの食べ物」と「モノ」と「コト」という組み合わせが6%という結果で、合計3割強の人は、チョコなどの食べ物に加えてプラスアルファのプレゼントを贈りたいと考えているようです。

義理の相手へのギフトは、「チョコなどの食べ物」のみという人が88%と大半で、義理の相手にチョコなどの食べ物以外をプレゼントすることはほとんどないようです。

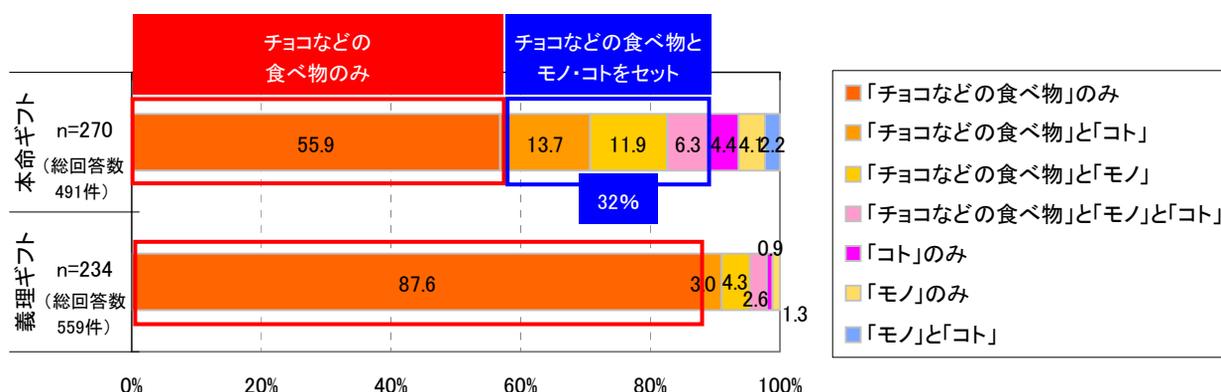
ギフトの組み合わせパターン【本命・義理別】

本命ギフト 組み合わせパターン (n=270)

義理ギフト 組み合わせパターン (n=234)

複数回答
(3つまで)

* 本命ギフトは【もっとも贈りたい相手】、義理ギフトは複数の【贈りたい相手】ごとに贈りたいギフトを回答いただいたときの組み合わせパターン。「チョコ」「モノ」「コト」それぞれの具体的項目を一括で提示し、複数回答(3つまで)の結果を回答者ベースで集計。



チョコなどの食べ物: 「有名パティシエのチョコ」「高級ブランド・メーカーのチョコ」「チョコレート以外のお菓子、和菓子、ケーキ」等
モノ: 「服飾小物(ネクタイ、ハンカチ、スカーフ、マフラー、手袋など)」「洋服、衣類」「バッグ、靴、財布」「家電製品、ゲーム機器」等
コト: 「バレンタインランチやディナー」「映画鑑賞、観劇、コンサート鑑賞」「ドライブ、日帰り旅行」「体験型ギフト(パラグライダー、陶芸教室体験など)」等

【3】ギフトには“自分らしさ”に加え、本命には“相手への思い”、上司には“間違いのないセレクト”、同僚には“ユニークさ”を表現

バレンタインギフトを贈る相手ごとに、贈りたいチョコや食べ物の種類と、選ぶ際の重視点を複数回答で聞きました。

本命の相手に贈りたいギフトは「手作りのチョコやお菓子など」が43%と最も多く、「高級ブランド、メーカーのチョコ」(24%)など2位以下を大きく離しました。重視点は、「自分らしさが表われている」(45%)、「相手が欲しいものである」(39%)、「サプライズ(驚き)を感じてもらえる」(24%)、「手紙やメッセージカードを添える」(22%)など、自分らしさに加えて、相手への思いや愛情が伝わることにに関する項目が上位を占めました。

男性の上司・目上の男性への義理チョコには、「身近なブランド、メーカーのチョコ」(42%)が最も多く、2位の「高級ブランド・メーカーのチョコ」(27%)を15ポイント以上回るなど、本命との違いが顕著でした。重視点は、「自分らしさが表われている」(28%)、「クチコミでの評判が高い」(23%)、「流行を取り入れている、先取りしている」(23%)などが同等レベルのスコアで上位に並ぶ結果で、目上の男性には、クチコミや流行を取り入れた“間違いのない”セレクトであることが重要なようです。

男性の同僚・友人への義理チョコは、「身近なブランド、メーカーのチョコ」(37%)、「見た目や味がユニークなチョコ」(28%)、「手作りのチョコやお菓子など」(27%)が上位を占め、重視点では、「自分らしさが表われている」(36%)、「ユニークである、面白みがある」(25%)のスコアが特に高く、親しみやユニークさを表わすことが選択のポイントのようです。

いずれの相手にも、「自分らしさが表われている」ことが最も重視されており、バレンタインギフトには、その女性の個性が表現されているといえそうです。

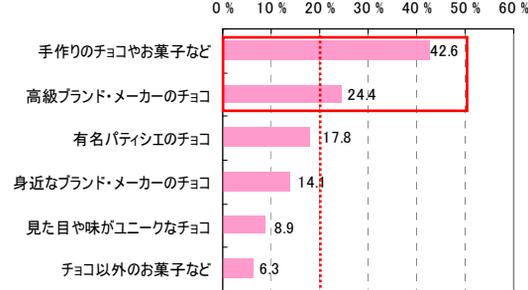
さらに、チョコや食べ物の項目ごとの平均予算をみると、本命では「高級ブランド・メーカーのチョコ」「有名パティシエのチョコ」がいずれも2,600円台と群を抜いて高額で、その他は1,200~1,400円台でした。義理チョコでは、いずれも本命チョコよりも3~4割程度安く、また、贈る率の高かった「身近なブランド・メーカーのチョコ」「見た目や味がユニークなチョコ」をはじめ、1,000円を切る価格のものが多く、金額面でも本命と義理の差が見られました。

ギフト(チョコなどの食べ物)内容/重視項目/平均予算【贈る相手別】

贈りたいチョコや食べ物のギフト

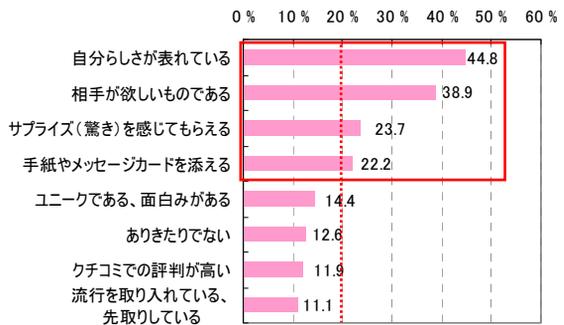
*「チョコなどの食べ物」の項目のみを抜粋

【本命の相手 (n=270)】

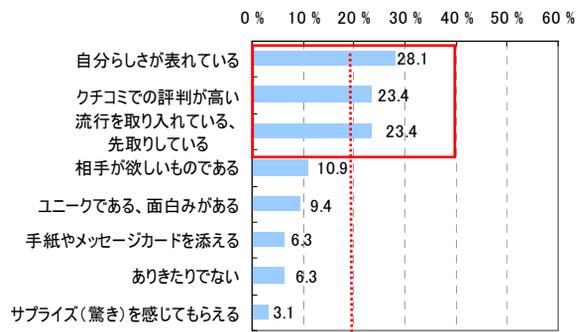
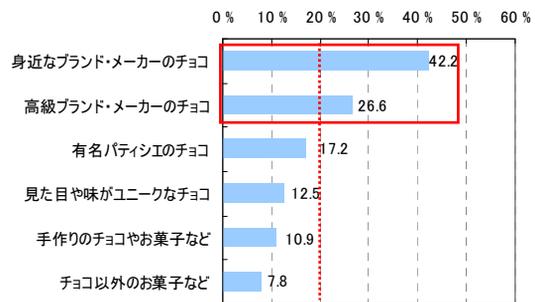


ギフト選びの重視点

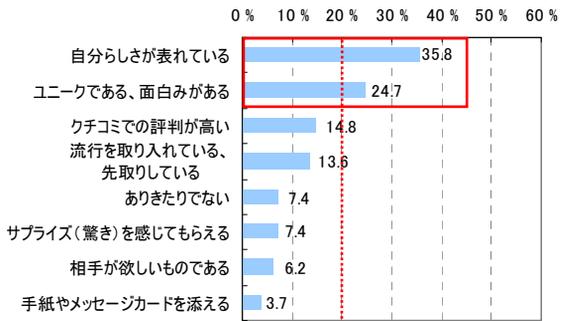
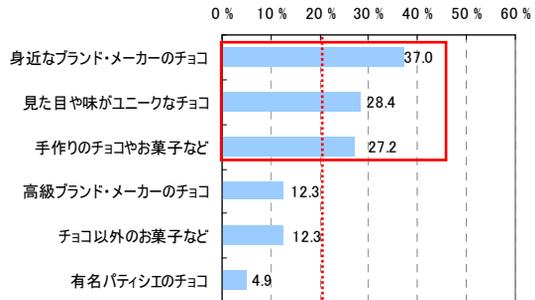
複数回答



【義理:男性の上司、目上の男性 (n=64)】



【義理:男性の同僚、友人 (n=81)】



「チョコなどの食べ物」の項目ごとの平均予算

自由回答

ギフト内容	相手別	平均予算 (円)						
		¥0	¥500	¥1,000	¥1,500	¥2,000	¥2,500	¥3,000
高級ブランド・メーカーのチョコ	本命(n=66)							2,659
	義理(n=40)							1,895
有名パティシエのチョコ	本命(n=48)							2,667
	義理(n=30)							1,783
身近なブランド・メーカーのチョコ	本命(n=38)							1,305
	義理(n=90)							814
見た目や味がユニークなチョコ	本命(n=24)							1,271
	義理(n=68)							760
チョコ以外のお菓子など	本命(n=17)							1,453
	義理(n=32)							926円
手作りのチョコやお菓子など	本命(n=115)							1,476
	義理(n=74)							730

※義理: 相手ひとりあたりの平均予算

【4】義理チョコの習慣「なくなればいい」が3割以上。20代を中心に、逆チョコや友チョコなどの新しいスタイルを望む声強い

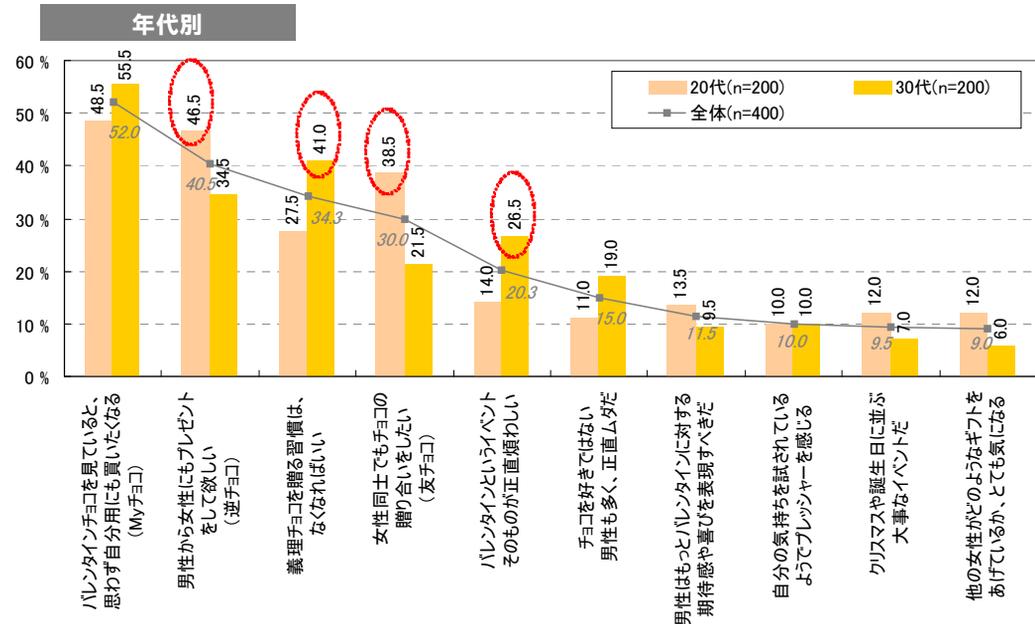
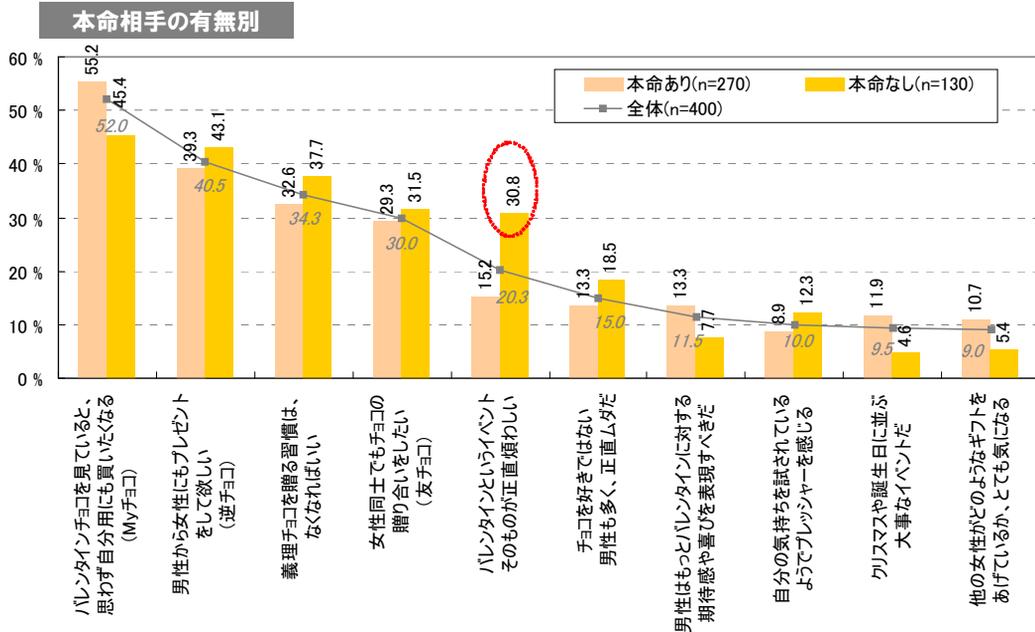
バレンタインデーに関する意識は、まず全体では「バレンタインチョコを見ていると、思わず自分用にも買いたくなる」(Myチョコ)、「男性から女性にもプレゼントをして欲しい」(逆チョコ)、「義理チョコを贈る習慣は、なくなればいい」、「女性同士でもチョコの贈り合いをしたい」(友チョコ)など、これまでのバレンタインデーの定義をくつがえす考え方が上位を占めました。義理チョコという慣習に対して“煩わしさ”を感じつつ、「Myチョコ」「逆チョコ」「友チョコ」といった新たなスタイルでバレンタインデーを楽しみたいと思っている様子が伝わってきます。

本命相手の有無別に見ると、「バレンタインというイベントそのものが正直煩わしい」で最も大きなスコア差があり、『本命あり』の15%に対し、『本命なし』は31%と倍以上のスコアとなりました。その他の多くの項目で、バレンタインデーというイベントに対して好意的な項目では『本命あり』が高く、否定的な項目では『本命なし』が高いという傾向が表れました。

また、年代別では、30代よりも20代のほうが逆チョコや友チョコなどの新しい形のバレンタインを要望する声強く、「義理チョコを贈る習慣は、なくなればいい」「バレンタインというイベントそのものが正直煩わしい」などでは30代のスコアのほうが10ポイント以上高いなど、若い年代ほどバレンタインを積極的に楽しもうとする女性が多いようです。

バレンタインに関する意識 【本命相手の有無別/年代別】 全体n=400

複数回答



<調査項目一覧>

- ・バレンタインデーにギフトを贈りたい相手
- ・贈りたいギフトのチョコ・モノ・コトの組み合わせパターン(贈る相手別)
- ・贈りたいギフトと予算(贈る相手別)
- ・ギフトを贈る際の重視項目(贈る相手別)
- ・バレンタインデーに対する意識・考え方

<調査概要>

調査目的 : バレンタインデーにおける本命と義理別のギフト内容や贈り分け方法、重視点などの実態やバレンタインデーに対する考え方を探る

調査方法 : インターネットウェブ定量調査

調査対象 : 首都圏 一都三県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)在住の20歳~39歳の女性 400人

割付 : 年代5歳刻み100S均等割付

調査期間 : 2010年1月8日(金)~1月10日(日)

<Yahoo!リサーチ メールマガジン「インサイト★ニュース」のご案内>

最新自主調査データやサービスのご紹介、マーケティングリサーチ関連情報などをお届けします。(月2回)

ご登録はこちらから: <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/mailmagazine/index.php>

<ヤフーバリューインサイト株式会社について>

「市場の生活者ニーズを捉え、マーケティング課題を解決し、企業の成長に貢献する価値を提供すること」、それが私たちの使命です。ヤフーバリューインサイト株式会社は、マーケティングリサーチのリーディングカンパニーとして、国内最大級かつ高品質な調査パネルを基盤に、インターネットリサーチから従来型手法まで、豊富なりサーチサービスを提供しています。2008年7月より、ヤフー株式会社と「Yahoo!リサーチ」ブランドの共同運営を開始し、Yahoo! JAPANを通じた調査パネルの充実、インターネットにおけるノウハウやインターネット利用動向の活用、そして、マーケティングテクノロジーの研究・開発を続け、これまでにないサービスや価値を提供してまいります。

会社名 : ヤフーバリューインサイト株式会社 <http://www.yahoo-vi.co.jp>

所在地 : 東京都中野区中央1-38-1 住友中野坂上ビル1F
TEL: 03-3367-1967(代表) FAX:03-3367-1961

新会社発足日: 2007年7月1日

資本金 : 7億円

代表者 : 代表取締役社長 田部 信(たなべ しん)

事業内容 : ・マーケティングリサーチ事業
・データ解析事業
・マーケティングコンサルティング事業

【 本件についてのお問い合わせ先 】

ヤフーバリューインサイト株式会社 マーケティングコミュニケーション室 広報

TEL: 03-3367-1959 FAX: 03-3367-1969

お問合せフォーム <https://www.yahoo-vi.co.jp/inquiry/form/index.php>

引用・転載時のクレジット表記について

Yahoo!リサーチの調査結果引用の際は、必ずクレジット/調査概要を明記いただけますようお願いいたします。
例)「Yahoo!リサーチ調べ / 全国〇~〇歳の男女〇名、2009年〇月〇日~〇月〇日実施」