

ホノテ HONote 通信 by MACROMILL

Vol.98 働く男女 1,000 人に聞く、バレンタイン定点調査 2018

バレンタインを控え、今年は誰にどんなチョコを贈ろうかな〜と考えている女性も多いのではないのでしょうか。また、男性のチョコ購入実態も明らかにしました！前年（2017年）に実施した同調査結果と比較してご紹介します。

■ Topics

- 【1】働く男女のバレンタインチョコ購入率、女性は 85%、男性も 22% !
- 【2】女性も男性も「本命」と「自分」のためにバレンタインチョコを購入？ “チョコ購入予定者”のうち、「本命チョコ」は女性 66%・男性 58%が、自分への「ご褒美チョコ」は男女共に 4 割超が購入
- 【3】バレンタインチョコの平均予算は「3,687 円」、前年より 508 円ダウン
- 【4】バレンタインチョコはどこで買う？ 1 位は「百貨店」でダントツ！
- 【5】参考にしたい“手作りチョコレシピ”ランキング【オンライン版】、1 位「クックパッド」79%、2 位「DELISH KITCHEN（デリッシュキッチン）」20%、3 位「kurashiru（クラシル）」17%

■ 調査結果

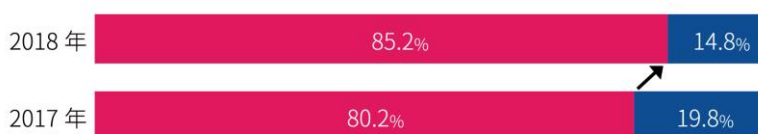
【1】働く男女のバレンタインチョコ購入率、女性は 85%、男性も 22% !

バレンタインチョコの購入予定を尋ねました。

今年は、働く女性の 85%が購入を予定しており、前年（2017 年）の同調査と比較すると、5 ポイント増です。また働く男性の 22%がバレンタインチョコを購入予定と、少し意外とも思える結果が出ています。※男性は前年とほぼ同水準の購入率。

●バレンタインチョコの購入率（女性）

ベース：女性全体（n=331）



● 購入する ● 購入しない

●バレンタインチョコの購入率（男性）

ベース：男性全体（n=669）



【2】女性も男性も「本命」と「自分」のためにバレンタインチョコを購入？ “チョコ購入予定者”のうち、「本命チョコ」は女性66%・男性58%が、自分への「ご褒美チョコ」は男女共に4割超が購入

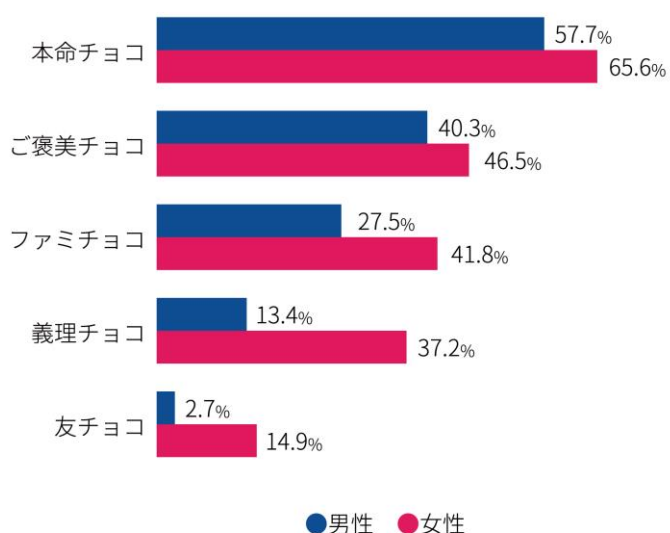
バレンタインチョコを購入する人は、誰に贈るためのチョコを購入するのでしょうか。男女別に比較しました。

1番多いのはやはり「本命チョコ」！バレンタインチョコを購入予定の女性66%、男性58%が、恋人や配偶者、お気に入りの人などの本命の相手へチョコを贈ることが分かりました。2番目は自分のための「ご褒美チョコ」。バレンタインの限定商品など、ちょっと贅沢なチョコが発売されることもあってか、男女共に4割超が自分のためにバレンタインチョコを購入するようです。

このように、バレンタインチョコは「本命」もしくは「自分へのご褒美」で買うという人が、男女共に多いことが分かりました。また、家族への「ファミチョコ」、職場や知人などへの「義理チョコ」、仲の良い友達への「友チョコ」を購入する割合は男女で差が広がり、女性の方が12～14ポイント高くなっています。

●バレンタインチョコの贈り先 上位5位

ベース：バレンタインチョコを購入する人（n=431）／複数回答



【3】バレンタインチョコの平均予算は「3,687円」、前年より508円ダウン

バレンタインチョコを購入予定の人に、合計の予算を尋ねました。平均予算は「3,687円」で、前年の同調査と比較すると、508円ダウンしました。また、「1,000円以上～3,000円未満」の価格帯が最も多く55%でした。

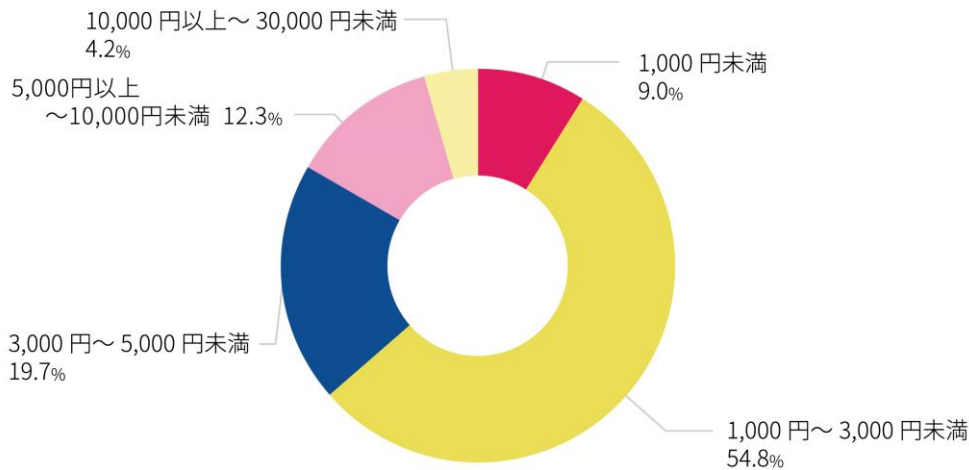
●バレンタインチョコの平均予算

ベース：バレンタインチョコを購入する人 (n=669)



●バレンタインチョコの予算

ベース：バレンタインチョコを購入する人 (n=669)



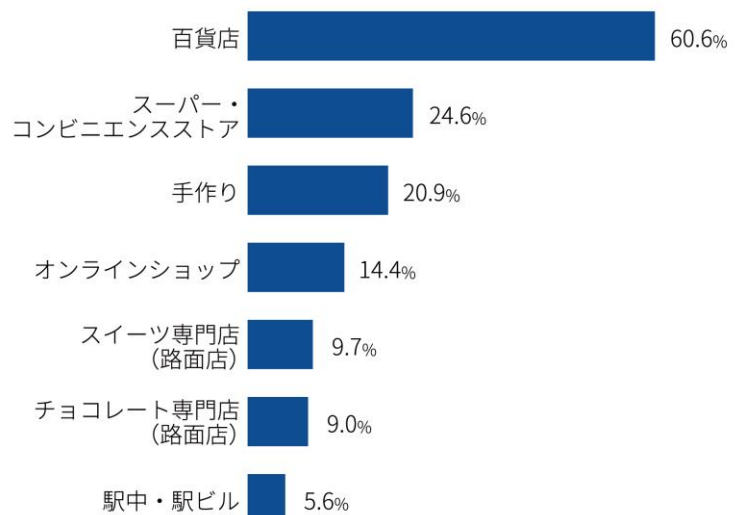
【4】バレンタインチョコはどこで買う？

1位は「百貨店」でダントツ！

バレンタインチョコはどこで購入する人が多いのでしょうか。最多は「百貨店」が61%でダントツ、2位は「スーパー・コンビニエンスストア」で25%でした。多くの人が「百貨店」でチョコを買おうと考えているようです。また3位は買った材料を使って「手作り」という回答で21%でした。

●バレンタインチョコの購入先 上位7位

ベース：バレンタインチョコを購入する人 ※手作用の材料を含む (n=431) / 複数回答



【5】参考にしたい“手作りチョコレシピ”ランキング【オンライン版】、1位「クックパッド」79%、2位「DELISH KITCHEN（デリッシュキッチン）」20%、3位「kurashiru（クラシル）」17%

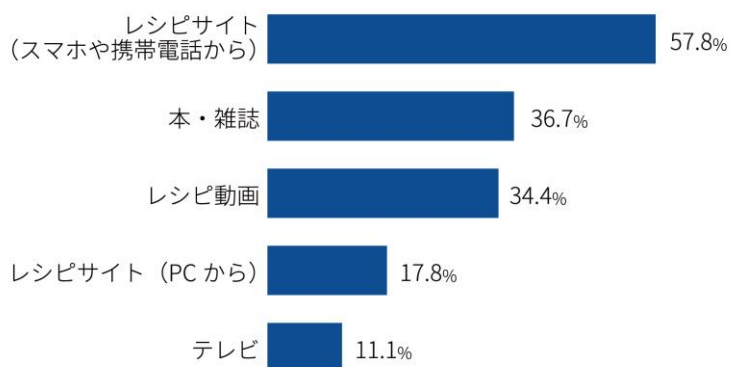
バレンタインチョコを手作りする予定の人に、参考にする手作りチョコレシピを尋ねました。

最多は「レシピサイト（スマホや携帯電話から）」で58%でした。料理をしながら手元でレシピを見ることができるためか、人気が集まっています。次いで、「本・雑誌」が37%、スマートフォンや携帯電話が普及する前には「レシピ本」がスタンダードでしたが、今も「レシピサイト（スマホや携帯電話から）」に次ぐ人気です。また3番目には最近話題になっている「レシピ動画」がランクインし、34%が利用することが分かりました。

また、「レシピサイト」や「レシピ動画」などオンラインで見ることができるレシピについて、利用する予定である具体的なサービス名を自由記述で回答してもらいました。最も多い回答は「クックパッド」79%！次いで、「DELISH KITCHEN（デリッシュキッチン）」20%、「kurashiru（クラシル）」17%、小数ではありますが、お菓子メーカーのWebサイトなども挙げられました。

●参考にする手作りチョコのレシピ 上位5位

ベース：チョコを手作りする人（n=90）／複数回答



●参考にしたい“手作りチョコレシピ”ランキング【オンライン版】

ベース：「レシピサイト（スマホや携帯電話から）」、「レシピ動画」を参考にしてバレンタインチョコを手作りする人（n=70）／自由記述

1位	クックパッド	78.6%
2位	DELISH KITCHEN（デリッシュキッチン）	20.0%
3位	kurashiru（クラシル）	17.1%
4位	お菓子メーカーのWebサイトページ（明治、グリコ、ロッテなど）	5.7%
	YouTube	5.7%

▼調査の詳細や、その他の調査結果は、以下のURLからダウンロードいただけます。

<その他の項目>

- ・ バレンタインチョコを手作りする理由
- ・ バレンタインに贈るチョコ以外のプレゼント
- ・ 理想のバレンタインデート
- ・ バレンタインに対する考え “10の質問” …など

市場調査メディア HoNote (ホノテ)

<https://honote.macromill.com/report/20180123/?cid=SL-PR>

▼「バレンタイン実態調査 2018」調査概要

調査主体 マクロミル

調査方法 インターネットリサーチ

調査対象 全国 20～49 歳の会社員・公務員の男女（マクロミルモニタ会員）

割付方法 平成 28 年総務省の労働力調査「雇用形態別雇用者数による、性年代別の正規雇用者の構成」の比率に合わせて割付／合計 1,000 サンプル

調査期間 2018 年 01 月 12 日（金）～2018 年 01 月 13 日（土）

※本文の数値は四捨五入した整数で表記しています。

※百分率表示は四捨五入の丸め計算をおこなっており、合計が 100%とならない場合があります。

－ 本レポート内容の引用・転載、取材等に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル ホノテ事務局：度会（わたらい）

Tel 03-6716-0792 Mail voice@macromill.com