

「アニヴェルセル総研」第15弾、女性意識調査 『バレンタインに贈るチョコレートの予算とは？』 【驚愕】男性ショック！？バレンタイン義理チョコの平均予算が判明！

ゲストハウスウェディングを展開しているアニヴェルセル株式会社(代表取締役社長 中村 宏明)は、継続的に実態調査を行い、ホームページ上に設置したコンテンツ「アニヴェルセル総研」(<http://www.anniversaire.co.jp/brand/pr/soken1/>)に調査結果を公開しています。第15回目は、首都圏・関西在住の20歳から36歳の女性1,400名(有効回答数:906件)を対象に調査を行いました。「本命チョコ」と「義理チョコ」の購入予算に関する質問の調査結果を、以下にまとめております。

アニヴェルセル株式会社では、「幸せは、祝福されると記念日になる。」というコンセプトのもと、「アニヴェルセル総研」を通して、結婚に関する興味喚起を訴求してまいります。

「本命チョコ」、「義理チョコ」を購入される際、いくらくらいつかいますか？

もうすぐ、バレンタインデーです。この日に「女性が恋する男性にチョコレートを贈る」という風習は日本独自のものとされ、その起源も諸説あるようです。最近では女性から女性に贈る「友チョコ」や、男性が女性に贈る「逆チョコ」、また特別な機会がなければ購入しないような高級なチョコレートを自分用に買い求める「自分チョコ」の需要も増えているようです。

ところで「本命チョコ」と「義理チョコ」、最近ではみなさんがどれくらいの予算を考えているかご存じですか？

アンケート結果は、以下の通りです。

「本命チョコ」にかかる予算			「義理チョコ」にかかる予算		
1位	2,001円~3,000円	24.3%	1位	501円~1,000円	36.6%
2位	1,000円~2,000円	23.0%	2位	101円~500円	24.8%
3位	3,001円~4,000円	19.0%	3位	購入するつもりはない	20.5%
4位	購入するつもりはない	15.8%	4位	1,001円~1,500円	10.8%
5位	4,001円~5,000円	5.5%	5位	100円未満	2.3%
6位	1,000円未満	5.0%	6位	1,501円~2,000円	2.1%
7位	5,001円~6,000円	4.7%	7位	2,001円~2,500円	1.0%
8位	10,001円以上	1.0%	8位	2,501円~3,000円	0.8%
9位	6,001円~7,000円	0.8%	9位	5,001円以上	0.6%
10位	8,001円~9,000円	0.4%	10位	3,001円~4,000円	0.3%
11位	9,001円~10,000円	0.3%	11位	4,001円~5,000円	0.1%
12位	7,001円~8,000円	0.2%			

「本命チョコ」のボリュームゾーンは僅差で2千円台が1位。1万円以上かける人は…!?

1位「2001円~3000円」24.3%、2位「1000円~2000円」23.0%と、僅差の結果になりました。つまり、「本命チョコ」の相場は、1000円~3000円の範囲といえそうです。

また、6000円以上の「高額チョコレート」を購入している女性は2.7%でした。この数字を多いと見るか、少ないと見るか、チョコレートの値段が愛情の深さに比例するということはないでしょうけれど、1万円位上のチョコレートを贈られる男性は、どんな気持ちでそれを味わうのでしょうか。少し気になります。

それでは、「義理チョコ」の相場はどの程度でしょうか。

ANNIVERSAIRE

「義理チョコ」の相場は500円以上？以下？2千円以上かける人の割合は？

「義理チョコ」といえば、ワンコインで買える範囲のものを想像してしまいがちですが、「501円～1000円」が「500円以下」に10%以上の差をつけて1位に入る意外な結果となりました。「義理」の相場もこのところ上昇傾向ということでしょうか。

また、「本命チョコ」1000円～2000円の23%と、「義理チョコ」1000円～2000円の合計値(12.9%)を見比べてみると、チョコレートの値段で「本命」と「義理」を見極めるのはむずかしくなっているといえるかもしれません。

チョコレートをきっかけに結ばれる!? 恋人たちの記念日を大切に。

アンケートでは「本命チョコ」も「義理チョコ」も購入するつもりはないと回答された方がそれぞれ15.8%、20.5%いましたが、そんな方でもおそらく一度はバレンタインにチョコレートを贈ったことがあることと思います。これまで多くの恋人たちがチョコレートを贈ったりもらったりしながら、2月14日を祝ってきました。チョコレートを「口実」に、愛する人に思いを伝える。それが日本だけの風習だとしても、決して悪い習慣ではないと思います。バレンタインデーをきっかけに結ばれたカップルが日本にはどれだけいるのか。もしかしたら、「義理チョコ」がいつの間にか「本命チョコ」に変わったカップルもいるのでは？「義理チョコ」の相場が値上がりしているのも、実はそんな背景があるのかもしれないね。

【レポート記事のご案内】

当リリースの内容をもとに、アニヴェルセルの編集スタッフが一般のお客様に読みやすい記事へと編集したレポートを公開しています。こちらで使用している記事およびグラフやイラストなども、当社のリリースであることと、当該掲載記事へのリンクを掲載いただける場合は、自由にご利用いただけます。合わせてご利用ください。

アニヴェルセル総研: <http://www.anniversaire.co.jp/brand/pr/soken1/>

【調査概要】

表題 : 「女性意識」に関する実態調査

調査方法: インターネット調査

調査期間: 2014年9月12日～17日

有効回答: 906サンプル

アニヴェルセル株式会社について

1986年創業。「幸せは、祝福されると記念日になる。」を企業コンセプトに、全国14か所のウェディング施設の運営、記念日を軸とした商品の販売並びにサービスの提供を行っています。2010年10月、商号をフランス語で「記念日」を意味する『アニヴェルセル』に変更、これにあわせて2011年1月より全店舗の施設名称も『アニヴェルセル』に統一いたしました。

フランスで活躍した画家マルク・シャガールの代表作「アニヴェルセル」は、最愛の恋人ペラが突然訪れ、シャガールの誕生日を祝う感動のシーンです。そこに描かれているのは、ふたりの愛に満ちあふれた感動と祝福の時間であり、当社が理想とする最高の記念日のあり方でもあります。

<本リリースに関するお問い合わせ・ご取材依頼先>

アニヴェルセル株式会社 広報・PR室: 須崎ゆかり、^{かみこまき}上小牧怜奈

【mail】 pr@anniversaire.co.jp 【Tel】 045-948-6396 【Fax】 045-948-6923