

## 速報！2015年大人のバレンタイントレンド調査

## まずは自分用に、そして本番、と2回楽しむバレンタイン キーワードは「高級感」「センス」「こだわり」「オリジナリティ」

株式会社ハースト婦人画報社(本社:東京都港区、代表取締役社長&CEO:イヴ・ブゴン)が、カタログギフト大手のリンベル株式会社(本者:東京都中央区、代表取締役社長:東海林秀典)と共同運営する通信販売事業「**婦人画報のおかいもの**」は、月間PV数250万、雑誌社ならではの発掘力を活かし、日本全国、世界各地から、食品や雑貨を中心に商品点数約2000点を扱う通販サイトです。

今回、全国のユーザーを対象に、これから本格的な商戦を迎える、**バレンタインチョコレート**について、20代から60代までの男女254名を対象に、意識調査を行いました。

「婦人画報のおかいもの」では、2015年バレンタイン商品の販売を1月6日からスタートしており、そこでの売れ行きも、今回の調査結果を裏付けるような動きを見せています。

### <おもな調査結果>

- ・バレンタインチョコレートを「買う」(92%)
- ・購入個数は「2～3個」(36%) 「4～5個」(28%) 「6～9個」(13%) 「1個」(10%)
- ・プレゼントする前に「自分でも試してみたい」(87%)
- ・購入のポイントベスト4は「味のこだわり」(75%)、「センスあるパッケージ」(46%)、「人と違うオリジナリティ」(39%)、「高級感」(33%)
- ・購入場所は「お取り寄せ・通信販売」(63%)が人気。デパート(82%)に次ぐ  
(※複数回答)
- ・1個当たりの金額は**自分用には高いものを選ぶ傾向も**

★「婦人画報」世代の大人の女性は、“バレンタイン”を大切な人に想いを伝える機会としてだけでなく、こだわりのチョコレートに出会う機会として「自分用」にも購入し、楽しんでいる。

★選ぶポイントは、「こだわり」「オリジナリティ」「おしゃれなパッケージ」「高級感」が上位にあり、人とは差別化したい心理が強い。

★「こだわり」商品を探す手段として、「お取り寄せ」を活用する方も多い。

# 【アンケート調査結果】

## ●今年のバレンタインはチョコレートを買う予定ですか？ ●何個くらい買う予定ですか？

買う	92%
買わない	1%
わからない	3%
その他	4%

1個	10%
2~3個	36%
4~5個	28%
6~9個	13%
10~19個	10%
20個以上	3%

## ●どなた向けに買う予定ですか？（複数回答）

彼・パートナー・夫	74%
自分	50%
職場などの義理用	38%
友人	25%
その他	24%

## ●プレゼント前に自分でも食べてみたいと思いますか？

思う	89%
思わない	7%
わからない	4%

★回答者のほとんどが「複数購入」。自分用も半数おり、プレゼントの前に購入して「2度楽しみたい」方も多数いました。

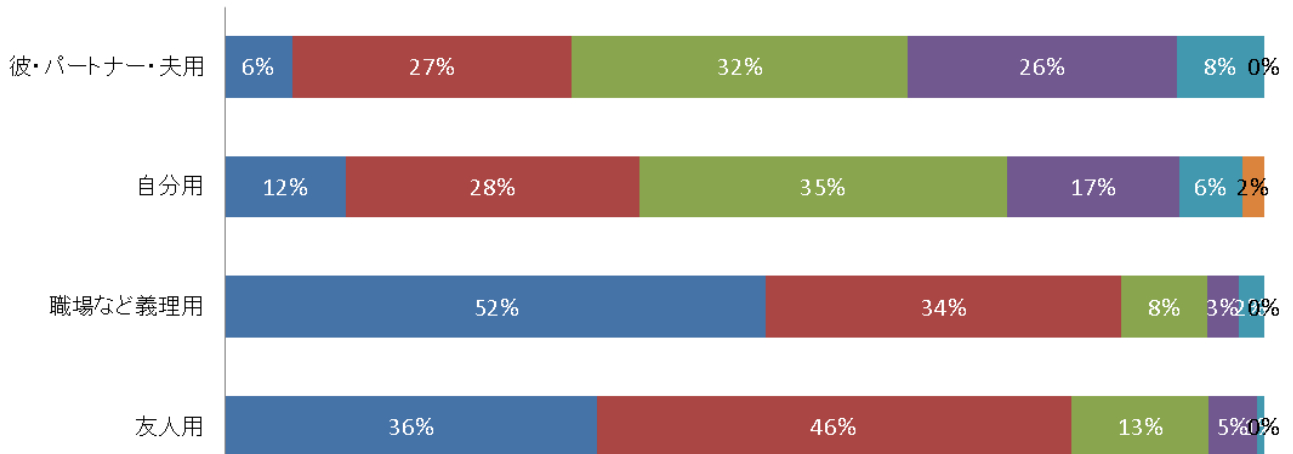
## ●チョコレートを選ぶ際にポイントとなるのは？（複数回答）

味にこだわりのあること	75%
センスがあるパッケージであること	46%
人と違うオリジナリティがあること	39%
高級感があること	33%
誰もが知っているブランドであること	7%
価格が安いこと	4%
著名人がすすめているもの	2%

★「ブランド」や「価格」よりも「こだわり」「センスあるパッケージ」「オリジナリティ」「高級感」が重視される結果となりました。ありきたりのものより差別化できるものを選びたい、という意識が見られます。

## ●贈り先ごとに、1個当たりにかかる金額はいくらくらいですか？

■～1,000円未満 ■1,000～2,000円未満 ■2,000～3,000円未満 ■3,000～5,000円未満 ■5,000～10,000円未満 ■10,000円以上



★購入予算10,000円以上と回答があったのは「自分用」だけ。自分へは奮発して、「ご褒美チョコ」という意味合いもあるようです。

# 【速報！「婦人画報のおかいもの」今年の売れ筋バレンタインチョコレート ベスト5】

(対象期間:2015年1月6日～1月15日)

	1	2	3	4	5
					
品名・価格	ボワット・ショコラ ¥2,500(税別)	獺祭ショコラ ¥2,000(税別)	トリュフチョコレート (10粒) ¥2,500(税別)	チョコラティーノ ネコ缶 ¥1,200(税別)	ショコラ de まるまる ¥2,500(税別)
ブランド	カフェ タナカ	ショコラティエ パレド オール	ORI di LANGA (オリディランガ)	カファレル	末富×マリベル
特徴	名古屋の老舗喫茶店「カフェ タナカ」発信のスイーツ。ショコラの宝石箱をイメージした8種のビーンズショコラは一度食べ出すと止まらないおいしさ。	大人気で入手困難といわれている、「獺祭」。その貴重な日本酒を使った贅沢なボンボンショコラ。吟醸香や、酒の酸味とカカオの苦みの出合いが素晴らしい、通好みの味わい	イタリアのピエモンテ州の香り豊かな黒トリュフが練りこまれたチョコレート。頬ばると、チョコの甘さとトリュフの芳醇な香りが一体となり、美味。20粒入り、30粒入りも販売中。	3世紀にわたるイタリア・トリノの老舗チョコレートブランド「カファレル」。上質な味わいと、キュートでカラフルな色使いの猫のイラストの丸い缶も、可愛らしくて人気の秘密。	創業120年余の京菓子司「末富」と、NYの人気ショコラティエ「マリベル」初のコラボレート商品が誕生。さっくりとした「麩焼き煎餅」の両面を、上質なチョコでコーティングした上品な味。

上記のランキングにもあるように、他では取扱いの少ない「オリジナリティ」があり、「センスある」パッケージの「婦人画報」ならではのチョコレートが人気を集めています。

## <報道関係者へのお願い>

本リリース内容の转载にあたりましては、「婦人画報のおかいもの調べ」という表記をお使い頂きますよう、お願い申し上げます。上記店舗への直接のコンタクトはご遠慮ください。取材などご希望の場合はハースト婦人画報社へご連絡をいただきますようお願い致します。

## <婦人画報のおかいものについて> URL: [www.fujingaho-shop.jp](http://www.fujingaho-shop.jp) | ツイッター: @fg\_gourmet

1905年(明治38年)に國木田独歩を初代編集長として創刊された、今年110周年を迎える日本で最も歴史のある女性誌『婦人画報』が厳選した、食品、ギフト、雑貨などを販売する通信販売事業が「婦人画報のおかいもの」です。カタログギフト販売の大手であるリンベル株式会社との共同事業として2011年にスタート。

## <ハースト婦人画報社について> URL: [www.hearst.co.jp](http://www.hearst.co.jp) | ツイッター: @Hfujingaho

株式会社ハースト婦人画報社は、日本、アメリカ、フランスの多角的なDNAを持つメディア企業です。創刊110年の『婦人画報』をはじめ、『エル・ジャポン』、『ヴァンサンカン』『ハーパーズ バザー』などの女性誌、男性誌の『メンズクラブ』、そして各種インテリア、フード、ウエディングなどのライフスタイル誌を発行しています。また、「エル・オンライン」などのメディアサイトや「エル・ショップ」などのEコマースも手掛けています。さらに、経験豊かな編集者を活かし、書籍の発行や企業出版にも積極的に取り組んでいます。