

## 女性 1000 人に聞く「バレンタインデーに関する調査」

今年のバレンタインに「チョコを渡す」86%、義理チョコの平均個数は 7.5 個  
チョコレート平均購入予算 本命 1,768 円と義理 617 円で格差は 3 倍  
バレンタインデーにあげたいブランド 1 位「ゴディバ」、2 位「ロイズ」、3 位「六花亭」

2006 年 2 月 10 日  
株式会社マクロミル  
(証券コード:東証一部 3730)

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、社長：福羽泰紀）は、全国の 10 代～30 代の女性を対象に、「バレンタインデーに関する調査」を実施いたしました。調査手法はインターネットリサーチ。調査期間 2006 年 2 月 6 日（月）～2 月 7 日（火）、有効回答数は 1030 名から得られました。

### 【調査結果概要】

#### 【1】今年のバレンタインに「チョコを渡す」86%、義理チョコの平均個数は 7.5 個

今年のバレンタインデーにチョコレートを誰かに渡す予定があるか尋ねたところ、86%の人が「渡す予定である」と回答しました。渡す予定がある人のうち、本命チョコを渡す予定の人は 46%、義理チョコは 41%、自分用にチョコレートを購入する女性も 26%いることがわかりました。また、バレンタインデーに渡す義理チョコの個数を聞いたところ、1 人平均 7.5 個でした。

#### 【2】チョコレート平均購入予算 1 個あたり 本命 1,768 円と義理 617 円で格差は 3 倍

バレンタインチョコレートの購入平均予算（1 個あたり）について尋ねたところ、本命チョコは 1,768 円、義理チョコは 617 円と、その格差は 3 倍であることがわかりました。あわせて自分用チョコレートの平均購入予算を聞いたところ 1,215 円でした。自分にも少し高級なチョコレートを購入して、バレンタインというイベントを楽しんでいる様子が見えます。

#### 【3】女性にとっての義理チョコの意味は「日頃の感謝の気持ちを表す機会」

今年義理チョコを渡す予定がある人に、義理チョコを渡す意味を聞いたところ、「日頃の感謝の気持ちを表す機会」が 69%でトップでした。次いで、「コミュニケーションの円滑化」（49%）、「楽しい年中行事」（32%）となりました。反対に「義務的なイベント」と回答した人は 23%に留まっており、義理チョコに対してポジティブなイメージを持っている人が多いことがわかりました。

#### 【4】バレンタインデーにあげたいブランド、1 位「ゴディバ」、2 位「ロイズ」、3 位「六花亭」

バレンタインデーにあげたいチョコブランドを聞いたところ、1 位「ゴディバ」（50%）、2 位「ロイズ」（25%）、3 位「六花亭」（15%）という結果になりました。また、自分で食べたいチョコブランドは、1 位「ゴディバ」（50%）、2 位「六花亭」（38%）、3 位「ロイズ」（37%）で、あげたいチョコと自分で食べたいチョコは、いずれも上位トップ 10 に同じブランドがランクインしています。

# 「バレンタインデーに関する調査」

## 【調査結果詳細】

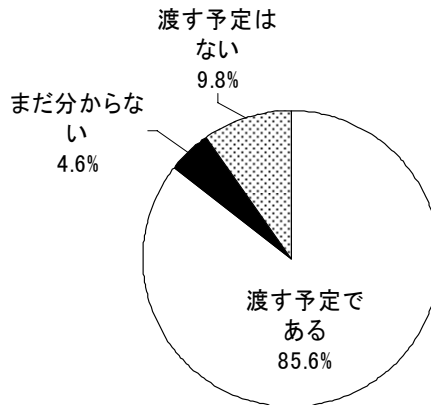
### ■調査概要

調査方法:	インターネットリサーチ
調査地域:	全国
調査対象:	16～39歳のマクロミルモニタ会員の女性
有効回答数:	計1030サンプル
調査日時:	2006年2月6日(月)～2月7日(火)
調査機関:	株式会社マクロミル

### ■今年のバレンタインにチョコを渡す予定である 86%

今年のバレンタインデーにチョコレートを誰かに渡す予定があるか尋ねたところ、86%の人が「渡す予定である」と回答しました。渡す予定がある人のうち、本命チョコを渡す予定の人は46%、義理チョコは41%、自分用にチョコレートを購入する女性も26%いることがわかりました。

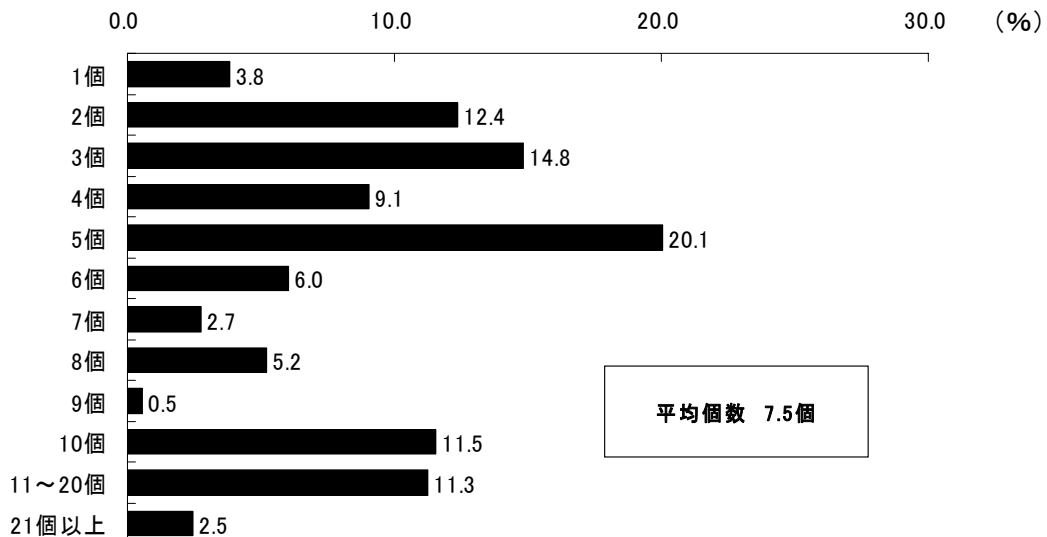
Q. あなたは今年のバレンタインデーにチョコレートを渡す予定がありますか？(単一回答)  
<ベース> 全員(n=1030)



### ■義理チョコの個数 1人平均 7.5個

今年義理チョコを渡す予定がある人に、何個渡すか聞いたところ、1人平均7.5個でした。

Q. あなたが渡す予定の義理チョコの個数を教えてください。(数値回答)  
<ベース> バレンタインデーに義理チョコレートを渡す予定がある人(n=364)

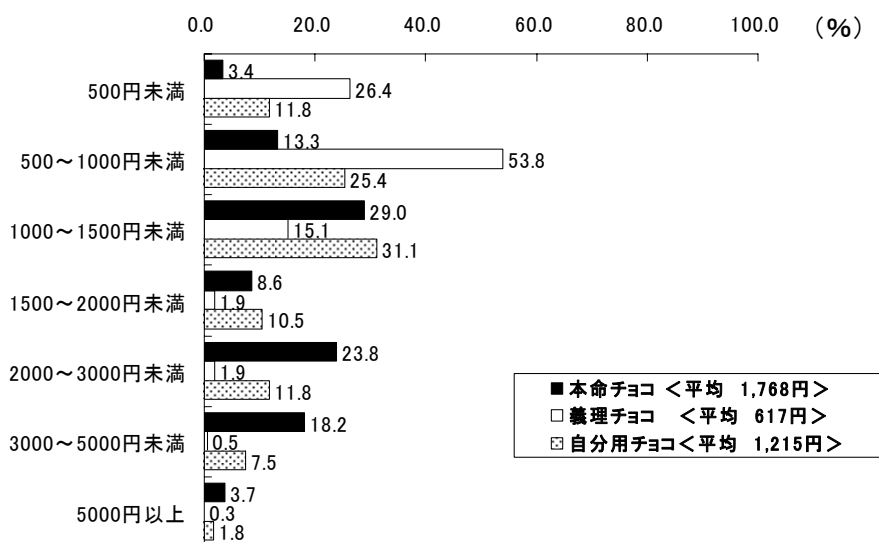


## ■チョコレート平均購入予算 本命 1,768 円と義理 617 円で格差は 3 倍

バレンタインチョコレートの購入平均予算（1 個あたり）について尋ねたところ、本命チョコは 1,768 円、義理チョコは 617 円と、その格差は 3 倍であることが分かりました。あわせて自分用チョコレートの平均購入予算を聞いたところ 1,215 円でした。自分にも少し高級なチョコレートを購入して、バレンタインというイベントを楽しんでいる様子が見えます。

Q. チョコレート1個あたりの購入予算を教えてください。(数値回答)

<ベース> 本命チョコ:バレンタインデーに本命チョコを渡す予定がある人(n=407)  
 義理チョコ:バレンタインデーに義理チョコを渡す予定がある人(n=364)  
 自分用チョコ:バレンタインデーに自分用チョコを購入する予定がある人(n=228)



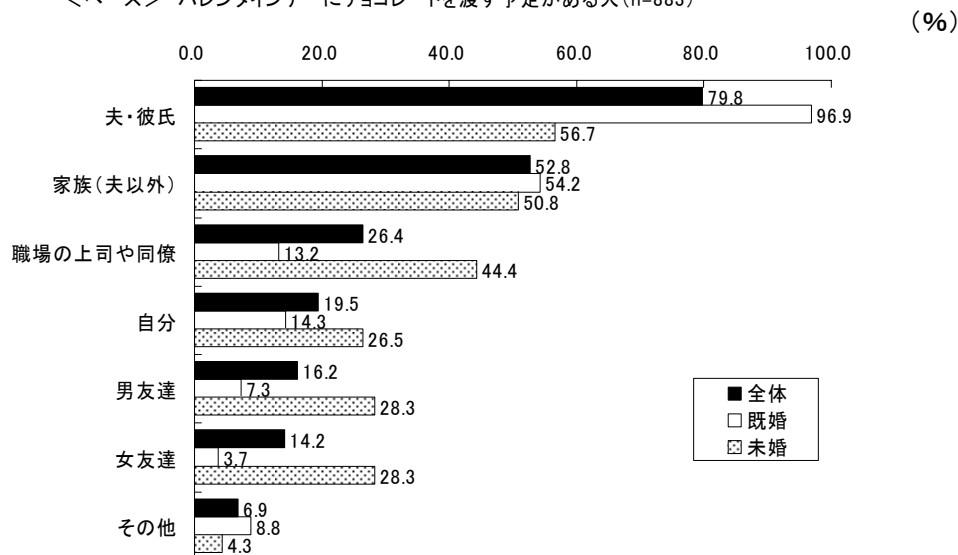
## ■ バレンタインチョコレート 既婚女性の 97%は夫へ、未婚女性の約 3 割は自分や男友達・女友達へ

今年のバレンタインデーにチョコレートを誰に渡す予定か尋ねたところ、トップは「夫・彼女」(80%)、次いで「家族(夫以外)」(53%)、「職場の上司や同僚」(26%)という結果になりました。

未婚女性別に見たところ、既婚女性の 97%が「夫」、54%は「家族(夫以外)」となっており、チョコレートは主に“家族”へ渡している状況が見えます。未婚女性においては「彼女」(57%)、「家族(夫以外)」(51%)、「職場の上司や同僚」(44%)が上位を占めましたが、約 3 割の人が「自分」(27%)、「男友達」(28%)、「女友達」(28%)と回答しており、ビジネス・プライベートにおいて幅広く渡す傾向が見られます。

Q. あなたは今年のバレンタインデーに誰にチョコを渡す予定ですか?(複数回答)

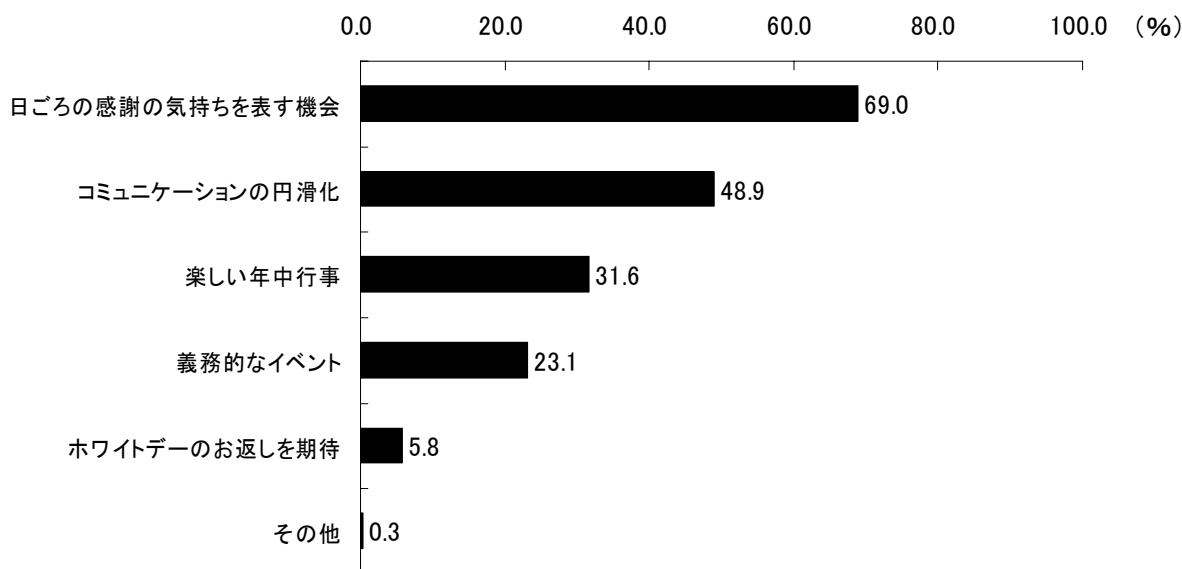
<ベース> バレンタインデーにチョコレートを渡す予定がある人(n=883)



## ■女性にとっての義理チョコの意味は「日頃の感謝の気持ちを表す機会」

今年義理チョコを渡す予定がある人に、義理チョコを渡す意味を聞いたところ、「日頃の感謝の気持ちを表す機会」が69%でトップでした。次いで、「コミュニケーションの円滑化」(49%)、「楽しい年中行事」(32%)となりました。反対に「義務的なイベント」と回答した人は23%に留まっており、義理チョコに対してポジティブなイメージを持っている人が多いことが分かりました。

Q. あなたにとって義理チョコを渡すことにどのような意味がありますか？(複数回答)  
 <ベース> バレンタインデーに義理チョコレートを渡す予定がある人(n=364)



## ■バレンタインデーにあげたいブランド、1位「ゴディバ」、2位「ロイズ」、3位「六花亭」

バレンタインデーにあげたいチョコブランドを聞いたところ、1位「ゴディバ」(50%)、2位「ロイズ」(25%)、3位「六花亭」(15%)という結果になりました。また、自分で食べたいチョコブランドは、1位「ゴディバ」(50%)、2位「六花亭」(38%)、3位「ロイズ」(37%)で、あげたいチョコと自分で食べたいチョコは、いずれも上位トップ10に同じブランドがランクインしています。

Q. 以下項目にあてはまるチョコレートブランドを全てお知らせ下さい。(複数回答)  
 <ベース> 全員(n=1030)

### ■バレンタインデーにあげたいブランド

<上位10ブランド>

順位	ブランド名	(%)
1	ゴディバ	49.5
2	ロイズ	25.0
3	六花亭	15.0
4	メリーチョコレート	13.1
5	デメル	12.0
6	ピエールマルコリーニ	11.8
7	ラ・メゾン・デュ・ショコラ	9.1
8	ル ショコラティエ タカギ	9.0
9	アンテノール	8.4
10	テオブロマ	3.7

### ■自分で食べたいブランド

<上位10ブランド>

順位	ブランド名	(%)
1	ゴディバ	49.1
2	六花亭	37.5
3	ロイズ	37.2
4	ピエールマルコリーニ	15.7
5	デメル	15.1
6	ル ショコラティエ タカギ	13.7
7	ラ・メゾン・デュ・ショコラ	13.4
8	メリーチョコレート	11.9
9	アンテノール	10.4
10	テオブロマ	6.7

## 【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、独自開発した自動インターネットリサーチシステム【AIRs】(Automatic Internet Research System :エアーズ) を活用し、さまざまな企業の商品やサービス等に対する消費者の声をインターネットで瞬時に集めるネットリサーチのリーディングカンパニーです。国内 39 万人を超える消費者モニタ会員を対象に低価格・迅速なネットリサーチを提供する「QuickMill」を主力サービスに、携帯電話を活用したモバイルリサーチ「MobileMill」、世界各国の消費者を対象にした海外市場調査「GlobalMill」など様々なマーケティングリサーチサービスを展開しています。

社名 ■株式会社マクロミル  
本社 ■東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
URL ■www.macromill.com  
設立 ■2000年1月31日  
資本金 ■8億7,580万円 ※2005年6月末現在  
上場取引所 ■東証一部 (証券コード:3730)  
代表者 ■代表取締役社長 COO 福羽 泰紀  
従業員数 ■133名 (うち、契約社員5名) ※2006年1月末現在  
事業内容 ■インターネットを活用した市場調査(ネットリサーチ)

### —— 本件に関するお問い合わせ先 ——

株式会社マクロミル 広報担当：西沢・三井  
東京都港区港南 2-16-1 品川イーストワンタワー11F 〒108-0075  
TEL:03-6716-0707 FAX:03-6716-0701 E-mail:press@macromill.com

### 《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。  
<例> 「インターネット調査会社のマクロミルが実施した調査結果によると…」