

## 2007年 バレンタインデーに関する調査

- 今年のバレンタインデーに「チョコレートの購入予定がある」女性会社員は78%
- 本命チョコの購入予算は、1個あたり平均2,148円
- 本命チョコで62%、義理チョコで40%の人が、「お返し」を期待
- 会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」26%、「ない方がいい」74%

2007年2月7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:辻本秀幸)は、全国20~30代の女性会社員(公務員含む)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2007年1月22日(月)~1月23日(火)。有効回答数は515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デーに、「チョコレートの購入予定がある」女性会社員は78%

今年のバレンタインデーにチョコレートの購入予定があるかを尋ねてみたところ、78%の女性会社員が「購入の予定がある」と回答しました。また、チョコレートの購入予定がある人に、チョコレートをあげる相手について尋ねたところ、「夫、彼氏」にあげる人は71%で最多となりました。次いで、「会社の上司」にあげると回答した人は約半数の48%、「家族」にあげる人は44%となっています。

#### 【2】本命チョコの購入予算は、1個あたり平均2,148円

本命チョコ、義理チョコを購入する際の1個あたりの予算に関しては、本命チョコの平均が約2,148円、義理チョコは約799円となっています。本命チョコと義理チョコでは、1個あたりの平均購入予算の差が、約1,350円となりました。

#### 【3】本命チョコで62%、義理チョコで40%の人が、「お返し」を期待

本命チョコのお返しを期待するか尋ねてみたところ、「期待する」(「期待する」22%+「どちらかといえば期待する」40%)は、62%となりました。一方、義理チョコのお返しを期待するかについては、「期待する」(「期待する」9%+「どちらかといえば期待する」31%)は40%でした。

本命チョコに期待するお返しとしては、「アクセサリ」が46%でトップ。次いで「食事」41%、「ケーキ」25%となっています。また、義理チョコのお返しとしては、「クッキー」が57%でトップ、次いで「チョコレート」49%、「ケーキ」37%となっています。

#### 【4】会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」26%、「ない方がいい」74%

会社での「義理チョコ」のやりとりについて尋ねたところ、肯定的な意見(「あった方がいい」3%+「どちらかといえばあった方がいい」23%)は26%に留まりました。年代別にみると、若年層ほど「義理チョコ」に対する肯定的な意見は高くなっており、20~24才では44%を占めました。「あった方がいい」理由としては「コミュニケーションを深めるにはいい機会だから」が73%で最も高く、次いで「日頃の感謝の気持ちを表すのにいい機会だから」が69%となりました。

一方、会社での「義理チョコ」のやりとりについて否定的な意見(「ない方がいい」39%+「どちらかというとな方がいい」35%)は全体で74%に上りました。その理由として挙げられたのは、「面倒だから」が最も高く73%、次いで「お金がかかるから」が62%となっています。

「2007年 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:	20歳以上39歳以下の会社員女性 ※公務員含む (マクロミルモニタ会員)
有効回答数:	515人
調査日時:	2007年1月22日(月)～1月23日(火)
調査機関:	株式会社マクロミル

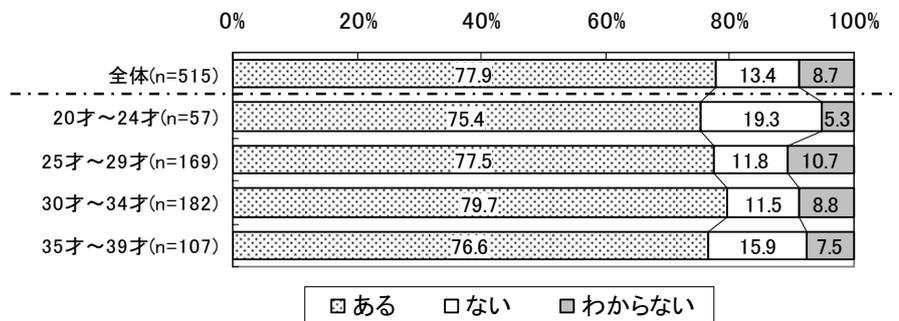
I. チョコレートをあげる予定について

- 今年のバレンタインデーに「チョコレートの購入予定がある」女性会社員は78%  
チョコをあげる対象は「夫、彼氏」71%、「会社の上司」48%、「家族」44%

今年のバレンタインデーにチョコレートの購入予定があるか尋ねてみたところ、78%の人が「購入の予定がある」と回答しました。また、チョコレートを購入する予定がある人に、チョコレートをあげる相手について尋ねたところ、本命チョコとして「夫、彼氏」にあげる人は71%、「彼氏ではないが気に入っている男性」にあげる人は13%となっています。また、義理チョコとして「会社の上司」にあげると回答した人は約半数の48%、「家族」にあげる人は44%となっています。その他、自分自身のために購入する人は16%になりました。

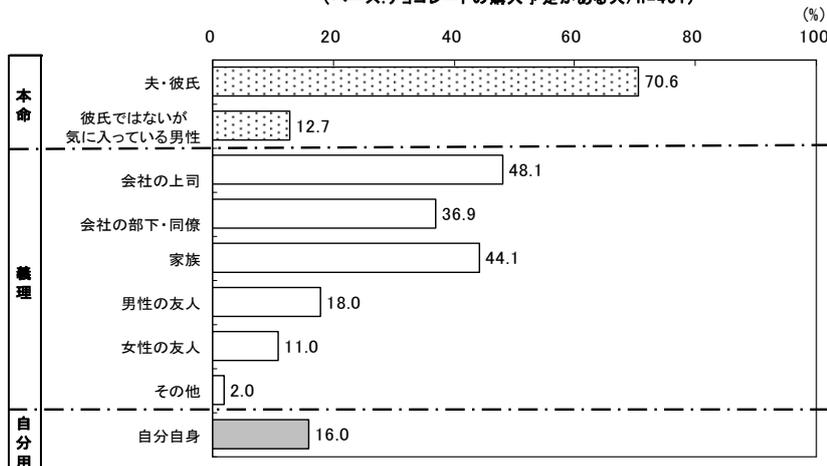
Q. 今年、バレンタインデーのためにチョコレートを購入する予定がありますか。

【図1】今年のバレンタインデーにおけるチョコレート購入予定の有無



Q. あなたは、誰のためにチョコレートを購入する予定ですか。(いくつでも)

【図2】チョコレートあげる相手<複数回答>  
(ベース:チョコレートの購入予定がある人/n=401)



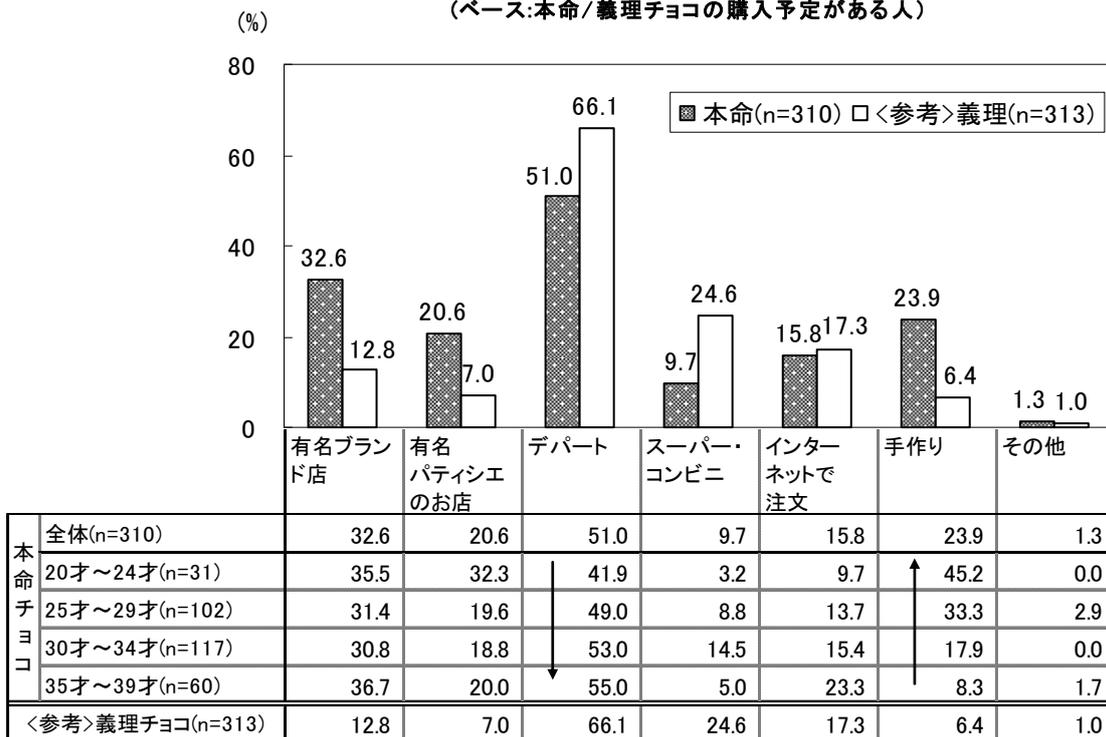
■ 本命チョコの購入予定先は、「デパート」が51%、次いで「有名ブランド店」33%、  
本命チョコの購入予算は、1個あたり平均2,148円

本命チョコの購入予定先として最も多いのは、「デパート」で51%、次いで「有名ブランド店」33%となっています。年代別にみると、高い年齢層ほど「デパート」を購入先として予定している人が多くなっています。一方、若年層ほど「手作り」が多く、20～24才では45%の人が「手作り」と回答しています。

義理チョコも本命チョコと同様、「デパート」が66%で最も多くなっていますが、2番目に多いのは「スーパー・コンビニ」で25%となっています。

Q. チョコレートは、どこで購入しますか。(いくつでも)

【図3】チョコレート購入経路<複数回答>  
(ベース:本命/義理チョコの購入予定がある人)



本命チョコ、義理チョコを購入する際の1個あたりの予算に関しては、本命チョコの平均が約2,148円、義理チョコは約799円となっています。本命チョコと義理チョコでは、1個あたりの平均購入予算の差が、約1,350円となりました。

Q. チョコレート1個あたりの購入予算をお知らせください。  
※プレゼントなどの価格は除き、チョコレートだけの価格をお答え下さい。

【図4】チョコレート1個当たりの購入予算  
(ベース:本命/義理チョコの購入予定がある人)

<本命チョコ>

年齢	平均(円)
20才～24才(n=31)	1,966
25才～29才(n=102)	2,188
30才～34才(n=117)	2,125
35才～39才(n=60)	2,218

本命チョコ 全体(n=310)	2,148
-----------------	-------

<義理チョコ>

年齢	平均(円)
20才～24才(n=34)	773
25才～29才(n=107)	742
30才～34才(n=112)	881
35才～39才(n=60)	762

義理チョコ 全体(n=313)	799
-----------------	-----

■ 本命チョコ、自分自身へのチョコでは「ゴディバ」がトップ、義理チョコでは、「モロゾフ」がトップ、僅差で「ロイズ」「ゴディバ」「メリーチョコレート」

本命チョコの購入予定メーカーとしては、「ゴディバ」が33%でトップ。次いで「ロイズ」が13%、「ピエールマルコリーニ」が7%となりました。一方、義理チョコは「モロゾフ」「ロイズ」「ゴディバ」「メリーチョコレート」が拮抗している状態です。自分自身へのチョコは本命チョコ同様、「ゴディバ」が25%でトップとなっています。「ゴディバ」は、バレンタインデーの本命用、もしくは女性が自分で食べたいチョコレートブランドとしてのポジションを確立しているようです。

Q. あなたは、どちらのブランドのチョコレートをあげる予定ですか。(いくつでも)

【図5】購入を予定しているメーカー<複数回答>

(ベース:本命/義理/自分自身チョコの購入予定がある人※「手作り」のみの方は除く)

<本命チョコ>

順位	メーカー名(n=273)	(%)
1位	ゴディバ	33.3
2位	ロイズ	13.2
3位	ピエールマルコリーニ	7.3
4位	デメル	6.6
5位	モロゾフ	6.6
まだわからない		41.8

<義理チョコ>

順位	メーカー名(n=303)	(%)
1位	モロゾフ	14.5
2位	ロイズ	13.2
3位	ゴディバ	12.9
4位	メリーチョコレート	12.2
5位	明治製菓/森永製菓	(各々)5.9
まだわからない		55.1

<自分自身チョコ>

順位	メーカー名(n=64)	(%)
1位	ゴディバ	25.0
2位	ピエールマルコリーニ	17.2
3位	ロイズ	15.6
4位	ジャン=ポール・エヴァン	12.5
5位	デメル/モロゾフ	(各々)7.8
まだわからない		43.8

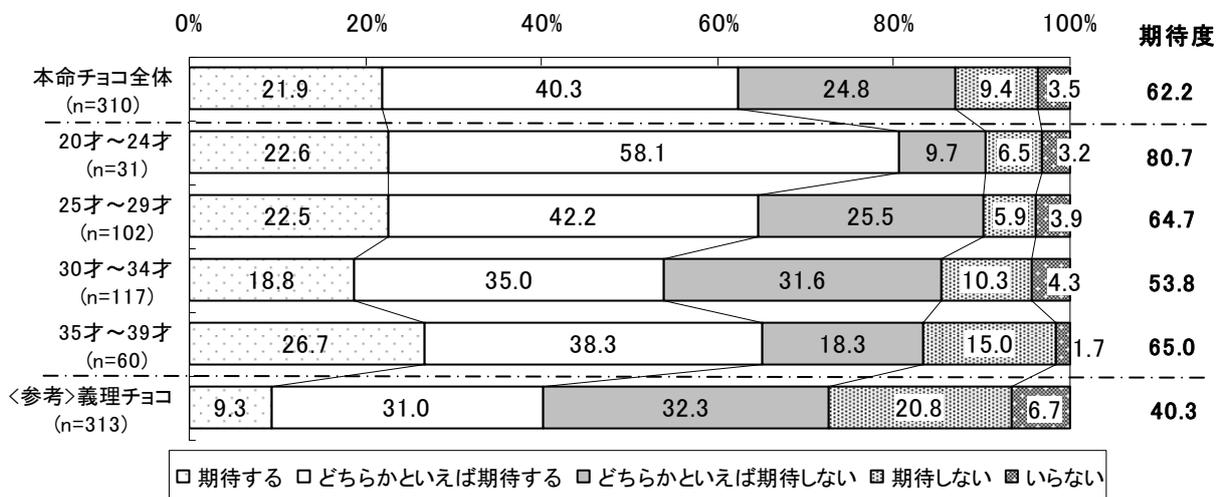
II. バレンタインチョコレートの‘お返し’について

■ 本命チョコで62%、義理チョコで40%の人が‘お返し’を期待

本命チョコのお返しを期待するか尋ねてみたところ、「期待する」(「期待する」22%+「どちらかといえば期待する」40%)人は、62%となりました。一方、義理チョコのお返しを期待するかについては、「期待する」(「期待する」9%+「どちらかといえば期待する」31%)人は40%でした。

Q. あなたは、バレンタインチョコレートの‘お返し’を、どの程度期待しますか。

【図6】チョコレートのお返しの期待度  
(ベース:本命/義理チョコの購入予定がある人)



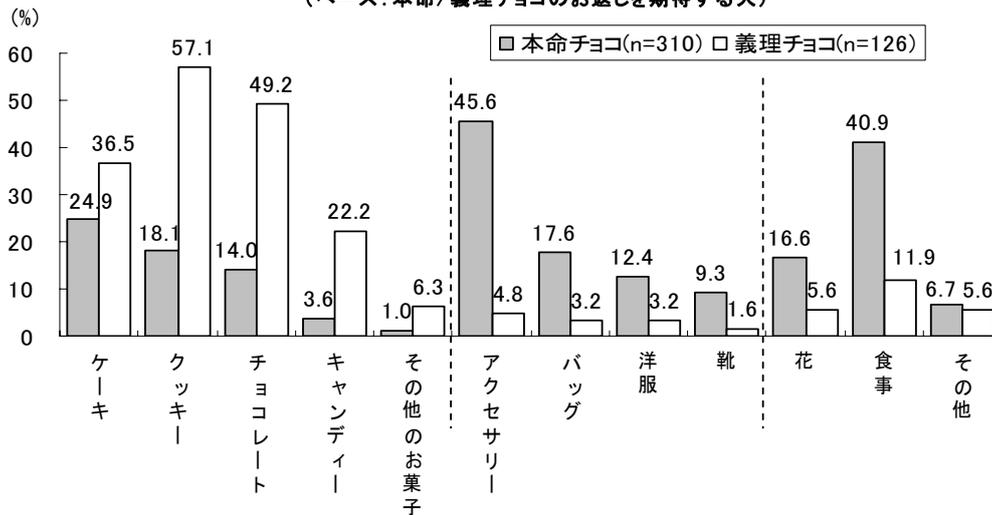
※期待度=「期待する」+「どちらかといえば期待する」

■ 本命チョコへのお返しに欲しいのは、「アクセサリ」46%、次いで「食事」41%  
義理チョコへのお返しに欲しいのは、「クッキー」57%、次いで「チョコレート」49%

本命チョコに期待するお返しとしては、「アクセサリ」が46%でトップ。次いで「食事」41%、「ケーキ」25%となっています。また、義理チョコのお返しとしては、「クッキー」が57%でトップ、次いで「チョコレート」49%、「ケーキ」37%となりました。

Q. あなたは、チョコレートの‘お返し’に何が欲しいと思いますか。(いくつでも)

【図7】チョコレートのお返しに期待するもの＜複数回答＞  
(ベース: 本命/義理チョコのお返しを期待する人)



Ⅲ. 会社での義理チョコのやり取りについて

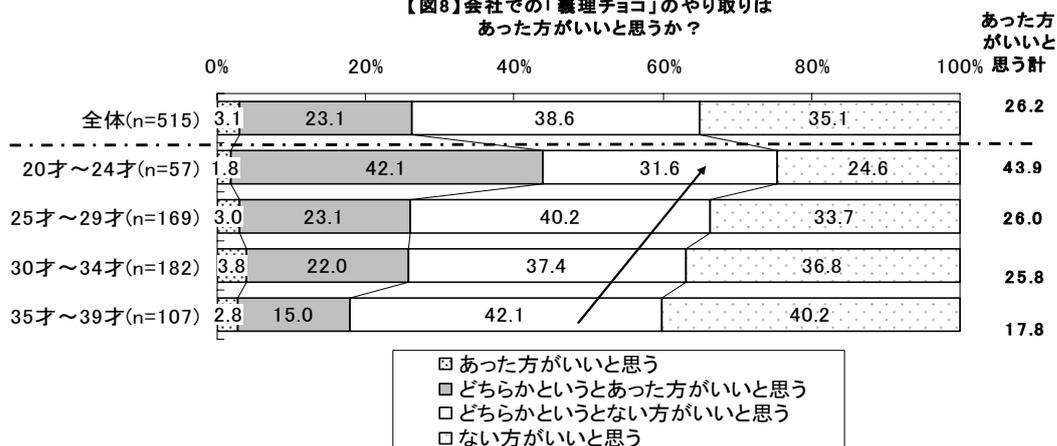
■会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」26%、「ない方がいい」74%

会社での「義理チョコ」のやりとりについて「あった方がいいと思う」か「ない方がいいと思う」かを尋ねてみました。肯定的な意見(「あった方がいい」3%+「どちらかといえばあった方がいい」23%)は26%に留まりました。年代別にみると、若年層ほど「義理チョコ」に対する肯定的な意見は高くなっており、20~24才で「あった方がいい」と思っている人は44%を占めました。

一方、会社での「義理チョコ」のやりとりについて否定的な意見(「ない方がいい」39%+「どちらかというとな方がいい」35%)は全体で74%に上りました。

Q. あなたは、会社での「義理」チョコレートのやり取りが、あった方がいいと思いますか、ない方がいいと思いますか。

【図8】会社での「義理チョコ」のやり取りは  
あった方がいいと思うか？



■ 会社での義理チョコのやり取り、

肯定の理由：「コミュニケーションを深める」「日頃の感謝の気持ちを表すいい機会」

否定の理由：「面倒」「お金がかかる」

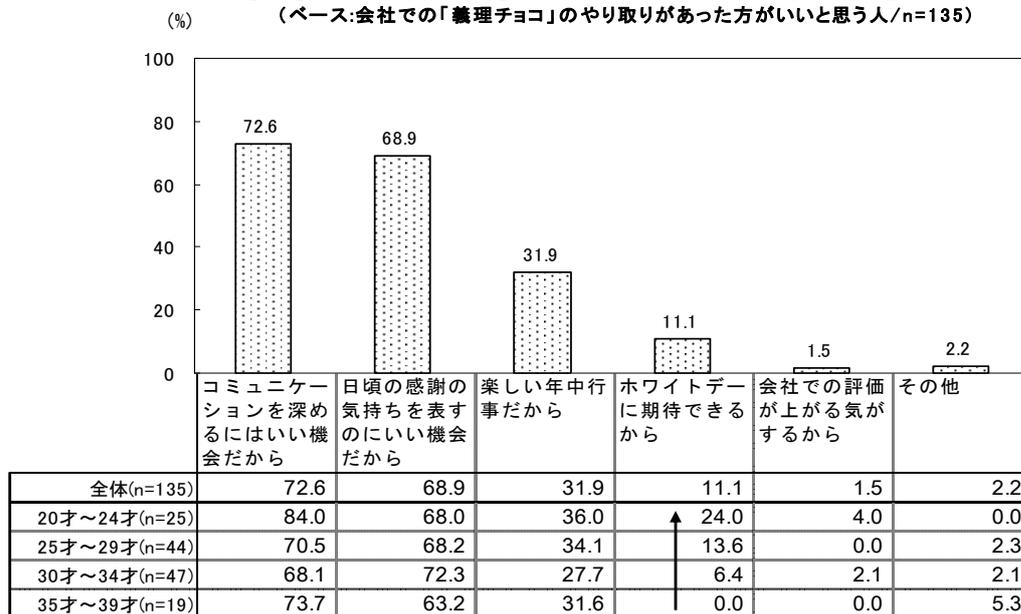
会社での義理チョコのやり取りが「あった方がいいと思う」と回答した人に、その理由について尋ねてみたところ、「コミュニケーションを深めるにはいい機会だから」が73%で最も高く、次いで「日頃の感謝の気持ちを表すのにいい機会だから」が69%となりました。

また、義理チョコのやり取りが「ない方がいいと思う」と回答した人に、その理由について尋ねてみたところ、「面倒だから」が最も高く73%、次いで「お金がかかるから」が62%となっています。

年代別にみると、年齢が高い人ほど「悪しき習慣だと思うから」が高くなっています。

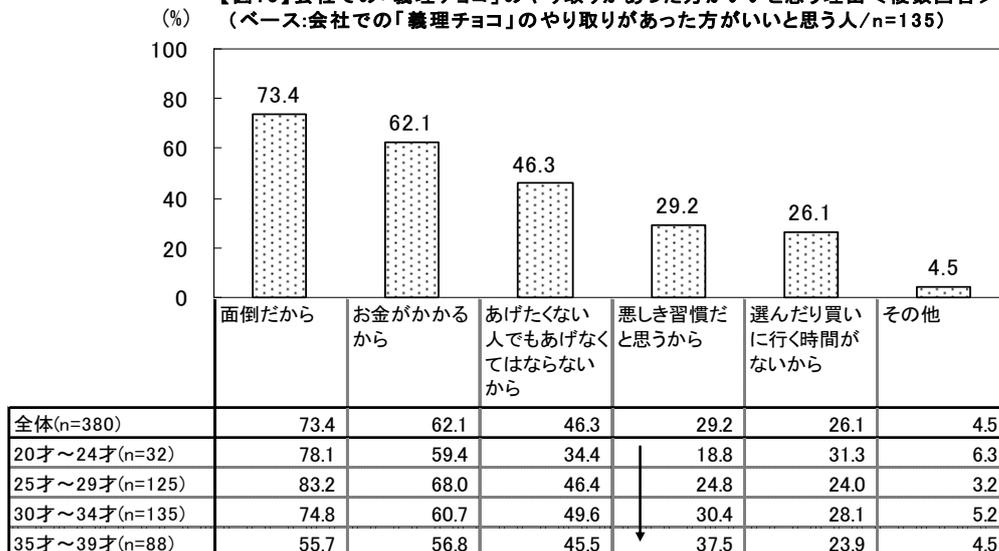
Q. 会社での「義理」チョコレートのやり取りが、あった方がいいと思う理由であてはまるものをお知らせください。(いくつでも)

【図9】会社での「義理チョコ」のやり取りがあった方がいいと思う理由<複数回答>  
(ベース:会社での「義理チョコ」のやり取りがあった方がいいと思う人/n=135)



Q. 会社での「義理」チョコレートのやり取りが、ない方がいいと思う理由であてはまるものをお知らせください。(いくつでも)

【図10】会社での「義理チョコ」のやり取りがあった方がいいと思う理由<複数回答>  
(ベース:会社での「義理チョコ」のやり取りがあった方がいいと思う人/n=135)



【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、企業の商品やサービスに対する消費者の声を、インターネットを活用して瞬時に集める“ネットリサーチ”専門の市場調査会社です。

国内46万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なリサーチを行う「QuickMill」のほか、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調査「GlobalMill」など、様々なネット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 ■8億9,738万円 ※2006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 辻本 秀幸  
従業員数 ■185名（うち、契約社員16名） ※2007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・関  
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…」