

2008年 バレンタインデーに関する調査

- 今年のパレンタインデーに「チョコレートの購入予定がある」女性社員は78%
- 本命チョコの購入予算は、1個当たり2,217円。
自分用チョコの購入予算は2,302円で、本命チョコより高い
- 本命チョコに添えて、プレゼントを贈る予定が「ある」人は40%
- 会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」28%、「ない方がいい」72%

2008年2月8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20～39歳の女性社員（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2008年1月29日（火）～1月30日（水）。有効回答は515名から得られました。

【調査結果概要】

【1】今年のパレンタインデーに「チョコレートの購入予定がある」女性社員は78%

全国の女性社員（公務員含む）に、今年のパ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たところ、78%の人が「購入の予定がある」と回答しました。チョコレートを購入する予定の人に、チョコレート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69%、「彼氏ではないが気に入っている男性」にあげる人は10%となっています。また、義理チョコとして「会社の上司」にあげる人は約半数の47%、「家族」にあげる人は43%となっています。一方、自分自身のために購入する人は18%になりました。

【2】本命チョコの購入予算は、1個当たり2,217円。 自分用チョコの購入予算は2,302円で、本命チョコより高い

本命チョコ、義理チョコ、自分用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2,217円、義理チョコは848円、自分用チョコは2,302円となり、自分用チョコの予算が最も高い結果となりました。

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55%でした。「手作り」の割合は若年層ほど高い結果となっています。自分用チョコに関しては、本命チョコ、義理チョコに比べ「有名ブランド店」が41%と高い割合になっており、女性社員の自分用チョコレートへのこだわりが窺われます。

【3】本命チョコに添えて、プレゼントを贈る予定が「ある」人は40%

本命チョコの購入予定がある人に対して、本命チョコに添えてプレゼントを贈る予定があるかを尋ねたところ、「（予定が）ある」と回答した人は40%となりました。年代別にみると、若年層ほど「（予定が）ある」と回答した割合が高くなっています。さらに、プレゼントを贈る予定がある人に何を贈るのかを尋ねたところ、「洋服」が20%で最も多く、次いで「マフラー・ストール」が14%、「ネクタイ」が11%となりました。

【4】会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」28%、「ない方がいい」72%

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」かを尋ねました。肯定的な意見（「あった方がいい」4%+「どちらかといえばあった方がいい」25%）は28%でした。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」34%+「どちらかといえばない方がいい」38%）は全体で72%に上りました。

また、会社での義理チョコのやりとりが「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71%で最も多く、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66%、「楽しい年中行事だから」が25%となりました。一方、義理チョコのやりとりが「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たところ、「面倒だから」が71%で最多、次いで「お金がかかるから」が60%、「相手に気を遣わせるのが悪いから」が51%となりました。

「2008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歳以下の女性会社員 ※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:	2008年1月29日(火)～1月30日(水)
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

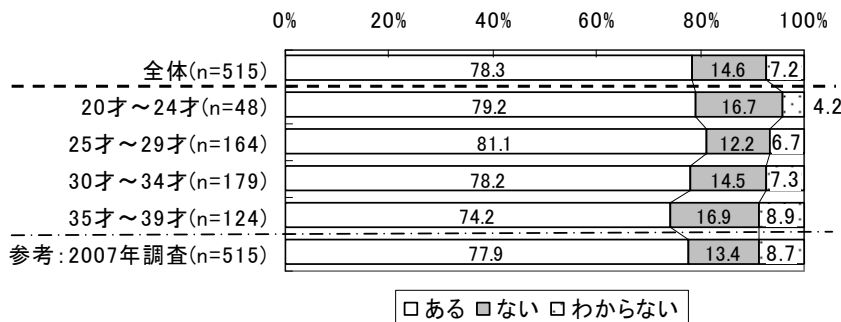
■今年のバレンタインデーに「チョコレートの購入予定がある」女性会社員は78%

チョコをあげる対象は「夫、彼氏」69%、「会社の上司」47%、「自分自身」18%

全国の女性会社員(公務員含む)に、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たところ、78%の人が「購入の予定がある」と回答しました。

チョコレートを購入する予定の人に、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69%、「彼氏ではないが気に入っている男性」にあげる人は10%となっています。また、義理チョコとして「会社の上司」にあげる人は約半数の47%、「家族」にあげる人は43%となっています。一方、自分自身のために購入する人は18%になりました。

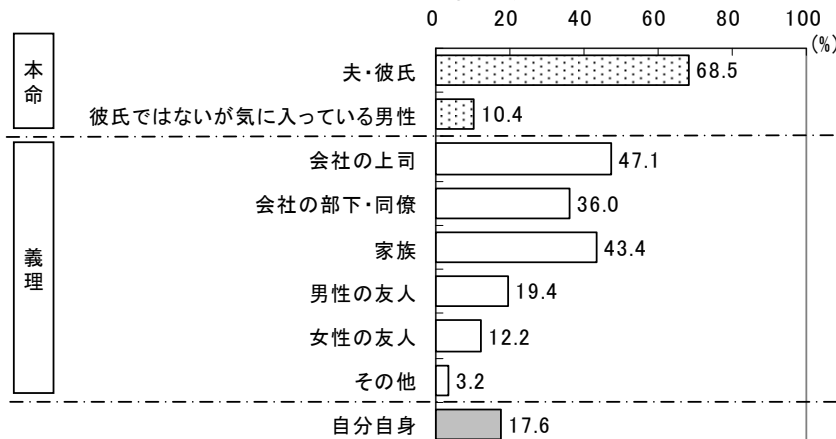
【図1】今年のバレンタインデーにおける
チョコレート購入予定の有無
Q.今年、バレンタインデーのために
チョコレートを購入する予定がありますか。



□ある □ない □わからない

【図2】チョコレートをあげる相手

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。<複数回答>
(ベース:チョコレートの購入予定がある人/n=403)



■本命チョコの購入予定先は、「デパート」が55%で最多

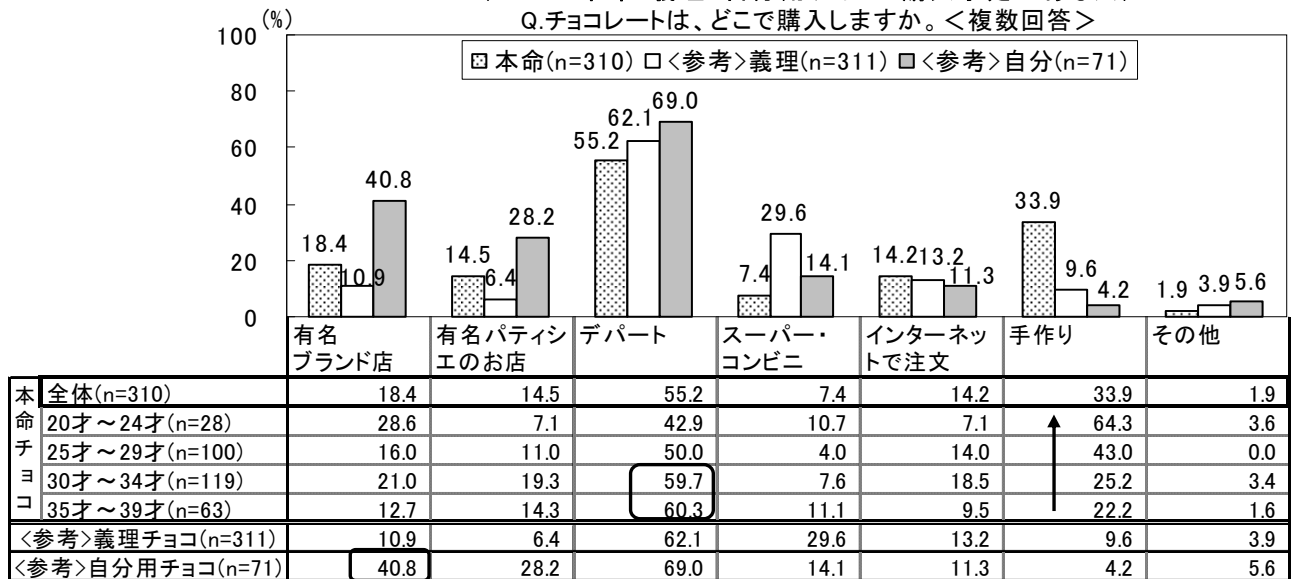
本命チョコの購入予算は、1個当たり2,217円

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55%でした。次いで「手作り」が34%、「有名ブランド店」が18%となっており、「手作り」の割合は若年層ほど高い結果となりました。年代別にみると「デパート」で購入する予定の人は、30代で約6割となり、20代に比べ高い割合となっています。

義理チョコ、自分用チョコでも本命チョコと同様、「デパート」が購入予定先として最も高い割合になっていますが、義理チョコでは「デパート(62%)」に次いで「スーパー・コンビニ」が30%と、本命チョコ、自分用チョコに比べ「スーパー・コンビニ」での購入が多くなっています。

自分用チョコに関しては、本命チョコ、義理チョコに比べ「有名ブランド店」が41%と高い割合になっており、女性会員の自分用チョコレートへのこだわりが窺われます。

【図3】チョコレートの購入経路
(ベース:本命/義理/自分用チョコの購入予定がある人)
Q.チョコレートは、どこで購入しますか。<複数回答>



※n=30以下は参考値としてご覧ください。

本命チョコ、義理チョコ、自分用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2,217円、義理チョコは848円、自分用チョコは2,302円となり、自分用チョコの予算が最も高い結果となりました。2007年の調査と比較すると、本命チョコ、義理チョコのいずれも予算が若干高くなっています。

【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/自分用チョコの購入予定がある人)

Q.チョコレート1個当たりの購入予算をお知らせ下さい。
※プレゼントなどの価格は除き、チョコレートのみの価格をお答え下さい。
※手作りの場合はチョコレート1個当たりの材料費をお答え下さい。

<本命チョコ>

年齢	平均(円)
20才~24才(n=28)	1,921
25才~29才(n=100)	2,216
30才~34才(n=119)	2,252
35才~39才(n=63)	2,283

本命チョコ全体(n=310)	2,217
----------------	-------

<参考:2007年調査>

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)	816
25才~29才(n=101)	835
30才~34才(n=104)	861
35才~39才(n=72)	865

義理チョコ全体(n=311)	848
----------------	-----

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

<自分用チョコ>

年齢	平均(円)
20才~24才(n=7)	1,229
25才~29才(n=18)	4,350
30才~34才(n=29)	1,556
35才~39才(n=17)	1,847

自分チョコ全体(n=310)	2,302
----------------	-------

自分チョコ全体	未調査
---------	-----

※n=30以下は参考値としてご覧ください。

■本命チョコ、自分自身へのチョコでは「ゴディバ」が大差でトップ

義理チョコでは、「モロゾフ」が15%、次いで「メリーチョコレート」が14%

本命チョコの購入予定メーカーとしては、「ゴディバ」が25%でトップ。次いで「ピエールマルコリーニ」が12%、「ロイズ」が9%となりました。一方、義理チョコでは「モロゾフ」が15%でトップ、僅差で「メリーチョコレート」14%、「ゴディバ」13%となっています。また、自分用チョコでは、本命チョコ同様、「ゴディバ」が27%でトップとなりました。2007年調査と比較しても、本命チョコ、自分用チョコにおいて「ゴディバ」が2位に大差をつけてトップになっていることから、「ゴディバ」は本命、自分用チョコとして強いポジションを堅持している様子が窺われます。

【図5】購入を予定しているメーカー

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

Q.あなたは、どのブランドのチョコレートをあげる予定ですか。＜複数回答＞

＜本命チョコ＞

順位	メーカー名(n=252)	(%)
1位	ゴディバ	24.6
2位	ピエールマルコリーニ	12.3
3位	ロイズ	8.7
4位	ジャン=ポール・エヴァン	8.3
5位	デメル/モロゾフ	各6.3

＜義理チョコ＞

順位	メーカー名(n=294)	(%)
1位	モロゾフ	14.6
2位	メリーチョコレート	13.9
3位	ゴディバ	12.9
4位	ロイズ	10.5
5位	ロッテ	7.8

＜自分用チョコ＞

順位	メーカー名(n=71)	(%)
1位	ゴディバ	26.8
2位	ジャン=ポール・エヴァン /モロゾフ	各12.7
4位	デメル/ロイズ	各11.3

まだわからない	45.6
---------	------

まだわからない	51.0
---------	------

まだわからない	43.7
---------	------

【参考】2007年購入を予定しているメーカー＜複数回答＞

(ベース:本命/義理/自分用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/モロゾフ	各6.6

＜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5.9

＜自分用チョコ＞

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7.8

まだわからない	41.8
---------	------

まだわからない	55.1
---------	------

まだわからない	43.8
---------	------

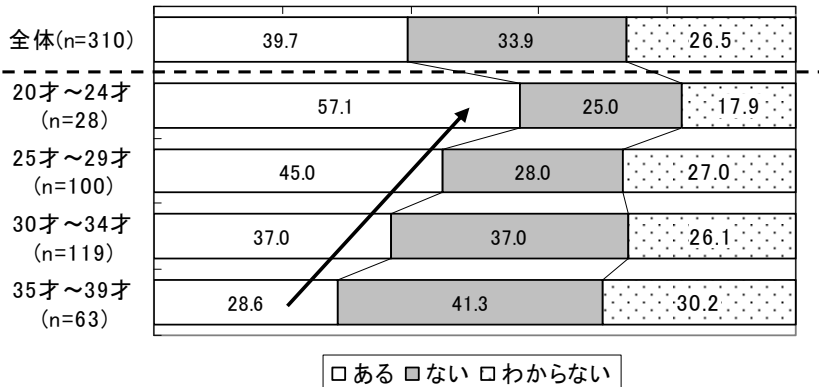
■本命チョコに添えて、プレゼントを贈る予定が「ある」人は40%

本命チョコの購入予定がある人に対して、本命チョコに添えてプレゼントを贈る予定があるか尋ねたところ、「(予定が)ある」と回答した人は40%となりました。年代別にみると、若年層ほど「(予定が)ある」と回答した割合が高くなっています。さらに、プレゼントを贈る予定がある人に何を贈るのか尋ねたところ、「洋服」が20%で最も多く、次いで「マフラー・ストール」が14%、「ネクタイ」が11%となりました。

【図6】本命チョコに添えて「プレゼント」をあげるか
(ベース:本命チョコの購入予定がある人)

Q6 あなたは、本命チョコに添えて何らかの「プレゼント」を贈る予定はありますか。

0% 20% 40% 60% 80% 100%



※n=30以下は参考値としてご覧ください。

【図7】本命チョコに添えてあげる予定のプレゼント
(ベース:本命チョコに添えてプレゼントをあげる予定がある人)

Q7 あなたは、本命チョコに添える「プレゼント」として、何を贈る予定ですか。＜複数回答＞

＜全体:n=123＞

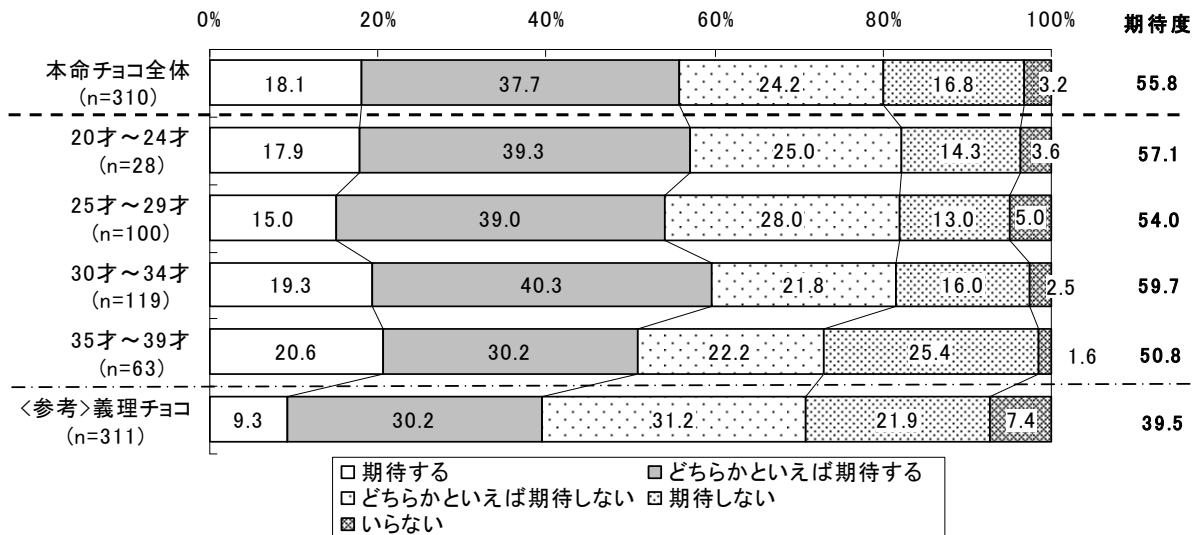
順位	プレゼント	(%)
1位	洋服	20.3
2位	マフラー・ストール	13.8
3位	ネクタイ	11.4
4位	財布	10.6
5位	アクセサリ	8.9
6位	ハンカチ	7.3
	インテリア雑貨	
8位	本	6.5
	お酒	
10位	定期入れ・名刺入れ	5.7
	キーホルダー・キーケース	

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56%、義理チョコで40%の人が‘お返し’を期待

本命チョコに対するお返しを期待するか尋ねたところ、「期待する」（「期待する」18%+「どちらかといえば期待する」38%）人は56%となりました。一方、義理チョコへのお返しに関して、「期待する」（「期待する」9%+「どちらかといえば期待する」30%）人は40%でした。

【図8】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)
Q.あなたは、「本命」チョコレートの‘お返し’を、どの程度期待しますか。



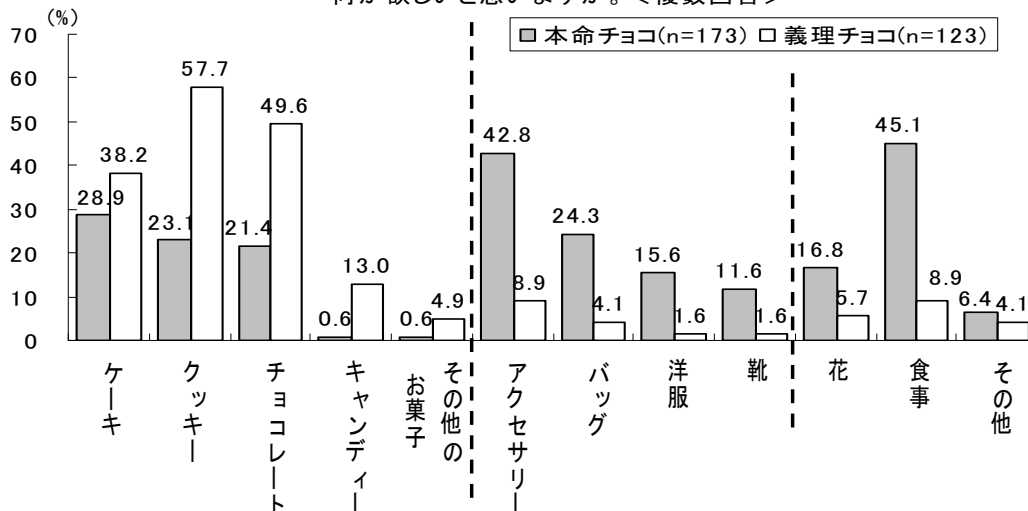
※n=30以下は参考値としてご覧ください。

■本命チョコへのお返しに欲しいものは、「食事」45%、次いで「アクセサリ」43%

義理チョコへのお返しに欲しいものは、「クッキー」58%、次いで「チョコレート」50%

本命チョコに期待するお返しとしては、「食事」が45%でトップ。次いで「アクセサリ」43%、「ケーキ」29%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58%でトップ。次いで「チョコレート」50%、「ケーキ」38%となっています。

【図9】チョコレートのお返しに期待するもの
(ベース:本命/義理チョコのお返しを期待する人)
Q.あなたは、「本命」チョコレートの‘お返し’に何が欲しいと思いますか。<複数回答>

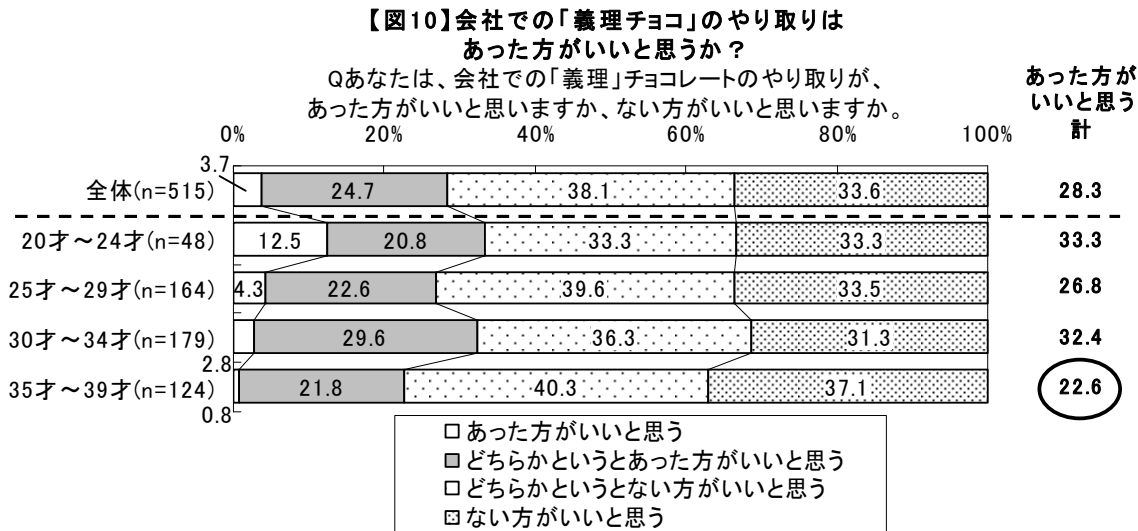


Ⅲ. 会社での義理チョコのやり取りについて

■会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」28%、「ない方がいい」72%

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」かを尋ねました。肯定的な意見（「あった方がいい」4%+「どちらかといえばあった方がいい」25%）は28%でした。年代別にみると、35才～39才で肯定的な意見の人は23%と、34才以下に比べ低い割合になっています。

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」34%+「どちらかといえばない方がいい」38%）は全体で72%に上りました。



■会社での義理チョコのやりとり

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」

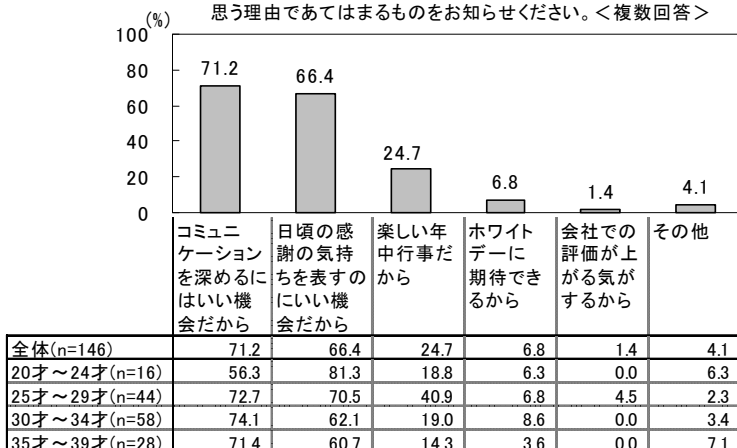
否定の理由：「面倒」「お金がかかる」「相手に気を遣わせるのが悪い」

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71%で最も多く、次いで「日頃の感謝の気持ちを表すのいい機会だから」が66%、「楽しい年中行事だから」が25%となりました。

一方、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たところ、「面倒だから」が71%で最多、次いで「お金がかかるから」が60%、「相手に気を遣わせるのが悪いから」が51%となりました。

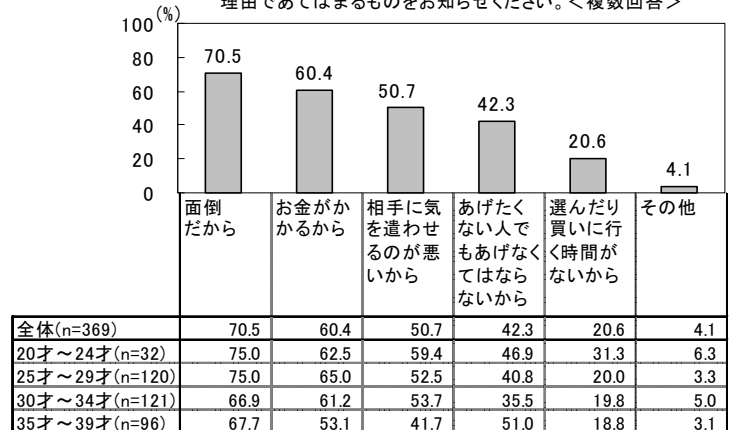
【図11】会社での「義理チョコ」のやり取りがあった方がいいと思う理由（ベース：会社での「義理チョコ」のやり取りがあった方がいいと思う人/n=146）

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。＜複数回答＞



【図12】会社での「義理チョコ」のやり取りがない方がいいと思う理由（ベース：会社での「義理チョコ」のやり取りがない方がいいと思う人/n=369）

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。＜複数回答＞



※n=30以下は参考値としてご覧ください。

【 株式会社マクロミル 会社概要 】

株式会社マクロミルは、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、インターネットを活用して瞬時に集めるインターネット市場調査会社です。

国内 60 万人を超える独自調査モニタを調査対象として迅速なネットリサーチを行う「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市場調査「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 ■9億3,035万円 ※2007年9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 ■207名 ※2008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：関・西沢
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…」