

## 2009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1個当たりの、平均購入予算は2,201円  
義理チョコの平均購入予算は826円、自分用チョコは2,034円
- 本命チョコで57%、義理チョコで45%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」29%、「ない方がいい」71%

2009年2月3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才の女性会社員（公務員含む）を対象に、「2009年 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2009年1月21日（水）～1月22日（木）。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%

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、彼女」にあげる人は70%、「彼女ではないが気に入っている男性」にあげる人は12%となりました。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52%、「会社の部下・同僚」にあげる人は41%となりました。一方、自分自身のために購入する人は17%でした。

#### 【2】本命チョコ1個当たりの、平均購入予算は2,201円 義理チョコの平均購入予算は826円、自分用チョコは2,034円

本命チョコ、義理チョコ、自分用チョコを購入する際の1個あたりの予算を尋ねたところ、本命チョコの平均は2,201円、義理チョコが826円、自分用チョコが2,034円となり、本命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52%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「有名ブランド店(35%)」「有名パティシエのお店(47%)」が、本命チョコ、義理チョコに比べ高い割合になりました。

#### 【3】本命チョコで57%、義理チョコで45%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+どちらかといえば期待する）と回答した人は57%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+どちらかといえば期待する）と回答した人は45%でした。

#### 【4】会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」29%、「ない方がいい」71%

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」と思うか尋ねました。肯定的な意見（あった方がいい+どちらかといえばあった方がいい）は29%でした。年代別にみると、肯定的な意見は20代に比べ30代で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+どちらかといえばない方がいい）は全体で71%に上りました。

また、それぞれ理由を尋ねたところ、会社での義理チョコ肯定派は「コミュニケーションを深めるにはいい機会だから(75%)」、「日頃の感謝の気持ちを表すのにいい機会だから(64%)」が上位に上がりました。否定派は「面倒だから(73%)」が最多、次いで「お金がかかるから(64%)」「相手に気を遣わせるのが悪いから(51%)」という回答が多く上がりました。

「2009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:	2009年1月21日(水)～1月22日(木)
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

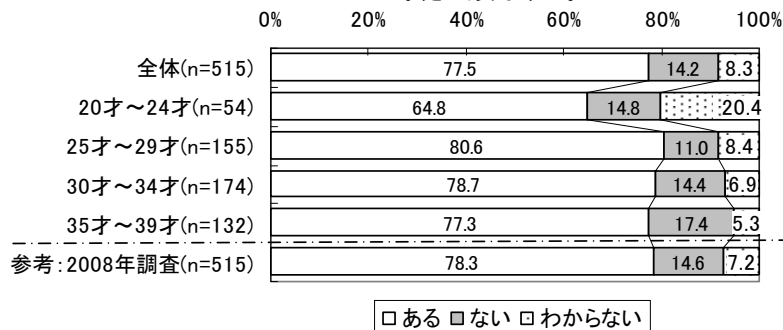
- 今年のパレンタインデーに「チョコレートの購入予定がある」女性会社員は78%  
チョコをあげる対象は「夫、彼氏」が70%で最多、次いで「会社の上司」が52%

全国の女性会社員(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。(図1)

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70%、「彼氏ではないが気に入っている男性」にあげる人は12%となりました。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52%、「会社の部下・同僚」にあげる人は41%となりました。一方、自分自身のために購入する人は17%でした。(図2)

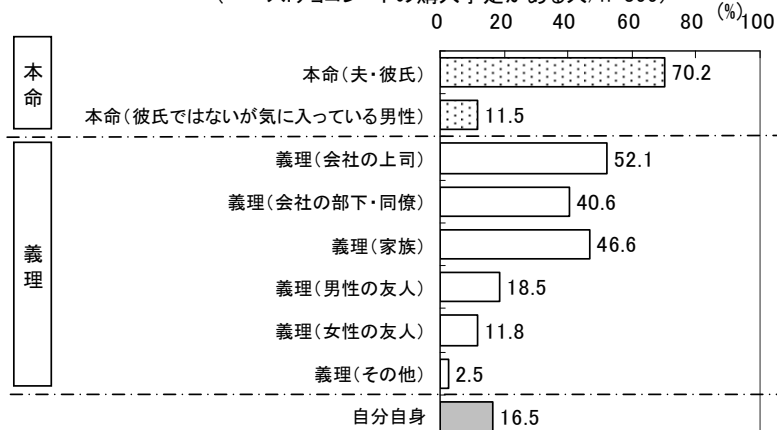
【図1】今年のパレンタインデーにおける  
チョコレート購入予定の有無

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。



【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=399)



■ 本命チョコの購入予定先は、「デパート」が52%でトップ  
本命チョコ1個当たりの、平均購入予算は2,201円

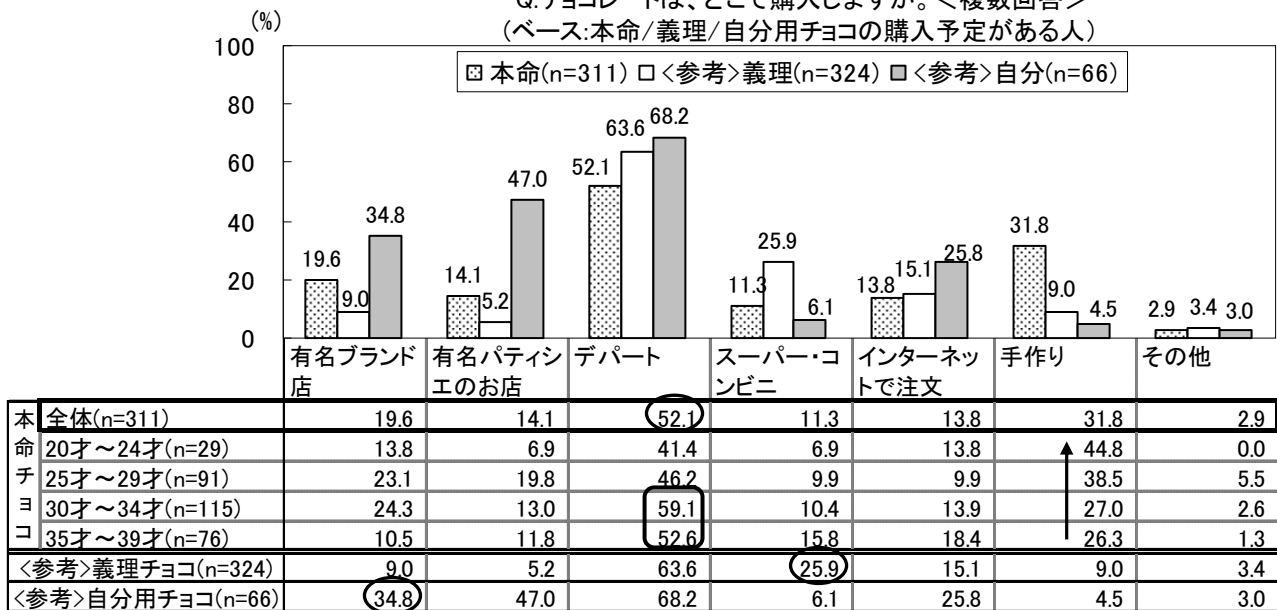
本命チョコの購入予定先として最も多いのは、「デパート」で52%でした。次いで「手作り」が32%、「有名ブランド店」が20%となっており、「手作り」の割合は若年層ほど高い結果となりました。年代別にみると「デパート」で購入する予定の人は、30代で5割以上となり、20代に比べ高い割合となっています。

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60%以上で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」に次いで「スーパー・コンビニ」が26%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「有名ブランド店(35%)」「有名パティシエのお店(47%)」が、本命チョコ、義理チョコに比べ高い割合になりました。(図3)

【図3】チョコレートの購入経路

Q.チョコレートは、どこで購入しますか。＜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)



※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2,201円、義理チョコは826円、自分用チョコは2,034円となり、本命チョコの予算が最も高い結果となりました。2008年の調査と比較しても、本命チョコ、義理チョコの予算に大きな変化はありません。(図4)

【図4】チョコレート1個当たりの購入予算

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。(ベース:本命/義理/自分用チョコの購入予定がある人)

※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＞		＜義理チョコ＞		＜自分用チョコ＞	
年齢	平均(円)	年齢	平均(円)	年齢	平均(円)
20才～24才(n=29)	2,007	20才～24才(n=26)	725	20才～24才	※サンプル数が少ないため割愛します。
25才～29才(n=91)	2,179	25才～29才(n=106)	752	25才～29才	
30才～34才(n=115)	2,308	30才～34才(n=107)	878	30才～34才	
35才～39才(n=76)	2,142	35才～39才(n=84)	886	35才～39才	
本命チョコ全体(n=311)		義理チョコ全体(n=323)		自分チョコ全体(n=65)	
2,201		826		2,034	
＜参考:2008年調査＞					
本命チョコ全体(n=310)		義理チョコ全体(n=311)		自分チョコ全体(n=71)	
2,217		848		2,302	

※義理チョコ、自分用チョコで異常値をそれぞれ1サンプルずつ削除した。

※n=30以下は参考値としてご覧ください。

■ 本命チョコは「ゴディバ (32%)」、義理チョコは「モロゾフ (15%)」  
自分用チョコでは「ピエールマルコリーニ (24%)」がそれぞれ 1 位

本命チョコの購入予定メーカーとしては、「ゴディバ」が 32% でトップ。次いで「ピエールマルコリーニ」が 12%、「ジャン=ポール・エヴァン」が 11% となりました。義理チョコでは「モロゾフ」が 15% でトップ、僅差で「ゴディバ」が 12% となっています。また、自分用チョコでは、「ピエールマルコリーニ」が 24% でトップとなりました。2008 年調査と比較すると、自分用チョコでは、「ピエールマルコリーニ」が大きく上昇しトップ (2008 年調査の自分用チョコでは「ピエールマルコリーニ」は 8.5%) となっています。(図 5)

【図5】購入を予定しているメーカー

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＞

(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=249)	(%)
1位	ゴディバ	31.7
2位	ピエールマルコリーニ	12.4
3位	ジャン=ポール・エヴァン	11.2
4位	ロイズ	10.4
5位	デメル	8.8

＜義理チョコ＞

順位	メーカー名(n=307)	(%)
1位	モロゾフ	14.7
2位	ゴディバ	12.4
3位	ロイズ	10.1
4位	メリーチョコレート	9.4
5位	明治製菓/森永製菓/ロッテ	各7.8

＜自分用チョコ＞

順位	メーカー名(n=66)	(%)
1位	ピエールマルコリーニ	24.2
2位	ジャン=ポール・エヴァン	19.7
3位	ロイズ	18.2
4位	ゴディバ	16.7
5位	デメル	12.1

まだわからない	44.2
---------	------

まだわからない	55.7
---------	------

まだわからない	39.4
---------	------

【参考】2008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=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
---------	------

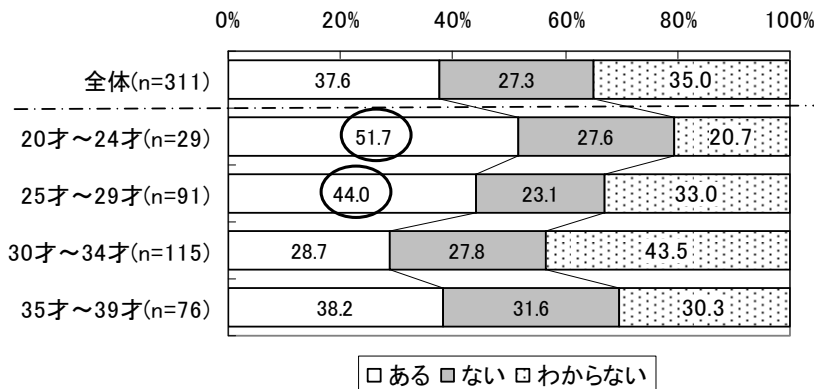
■ 本命チョコに添えて、プレゼントを贈る予定がある人は 38%

本命チョコの購入予定者に対して、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 38% となりました。年代別にみると、20代は 30代に比べ「(予定が)ある」と回答した割合が高くなっています。(図 6)

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 21% で最も多く、次いで「ネクタイ」が 17%、「マフラー・ストール」が 13% となりました。(図 7)

【図6】本命チョコに添えて「プレゼント」をあげるか

Q.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。  
(ベース:本命チョコの購入予定がある人)



※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

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＞

(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)

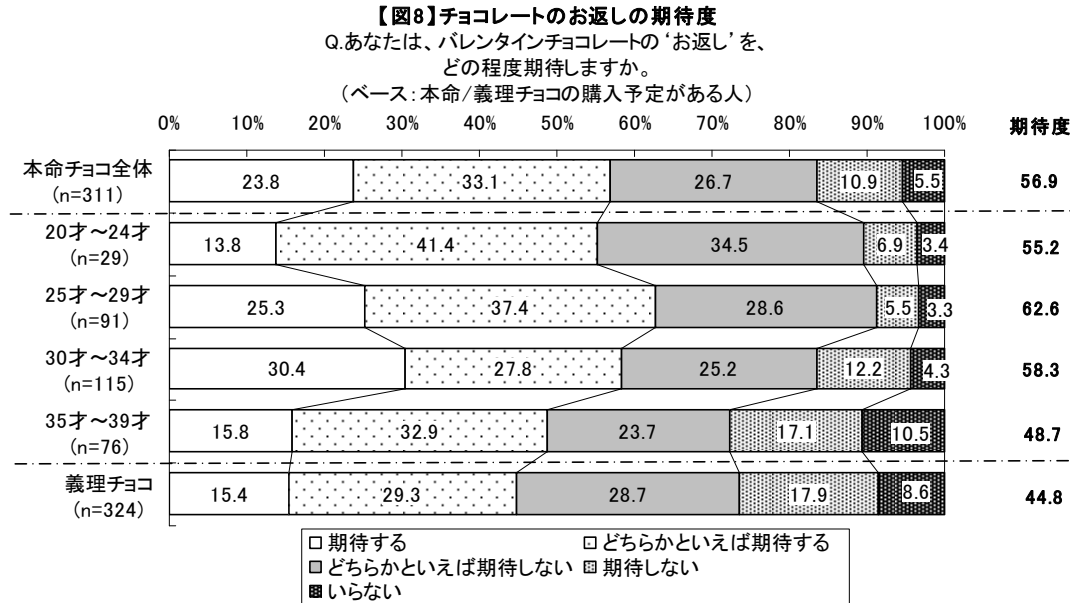
＜全体:n=117＞

順位	プレゼント	(%)
1位	洋服	20.5
2位	ネクタイ	17.1
3位	マフラー・ストール	12.8
4位	ハンカチ	11.1
5位	手袋	10.3
6位	CD・DVDソフト	7.7
7位	財布	6.8
	腕時計	
	インテリア雑貨	
	お酒	

## 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57%、義理チョコで45%の人が‘お返し’を期待

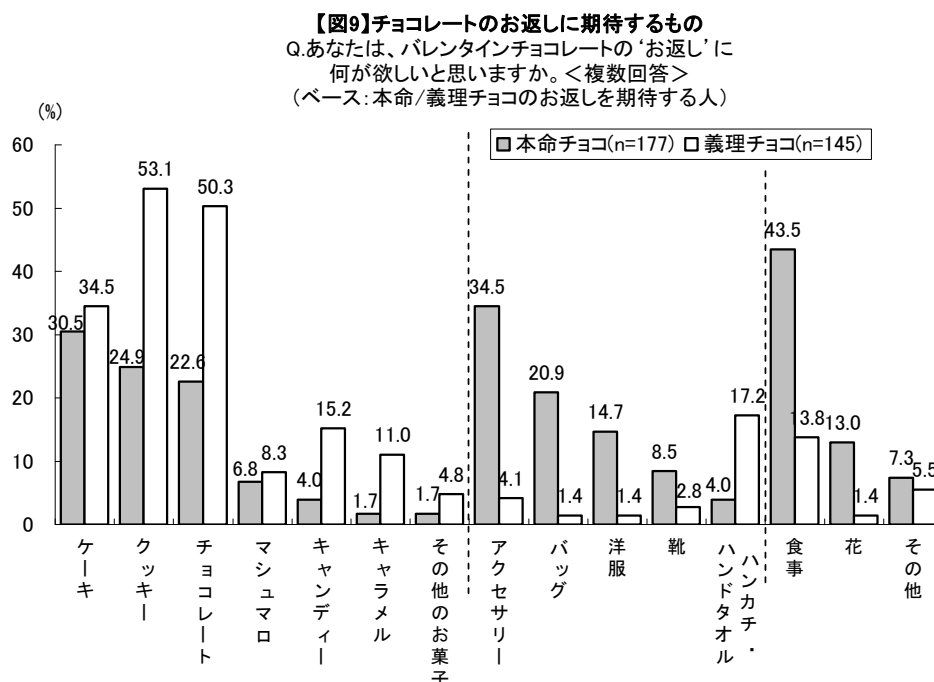
本命チョコに対するお返しを期待するか尋ねたところ、期待する（期待する+どちらかといえば期待する）と回答した人は57%となりました。一方、義理チョコへのお返しに関して、期待する（期待する+どちらかといえば期待する）と回答した人は45%でした。（図8）



※n=30 以下は参考値としてご覧ください。

### ■ 期待するお返しは、本命チョコの場合「食事」が44%、次いで「アクセサリ」が35% 義理チョコの場合、「クッキー」が53%、次いで「チョコレート」が50%

本命チョコに期待するお返しとしては、「食事」が44%でトップ。次いで「アクセサリ」35%、「ケーキ」31%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53%でトップ。次いで「チョコレート」50%、「ケーキ」35%となっています。（図9）



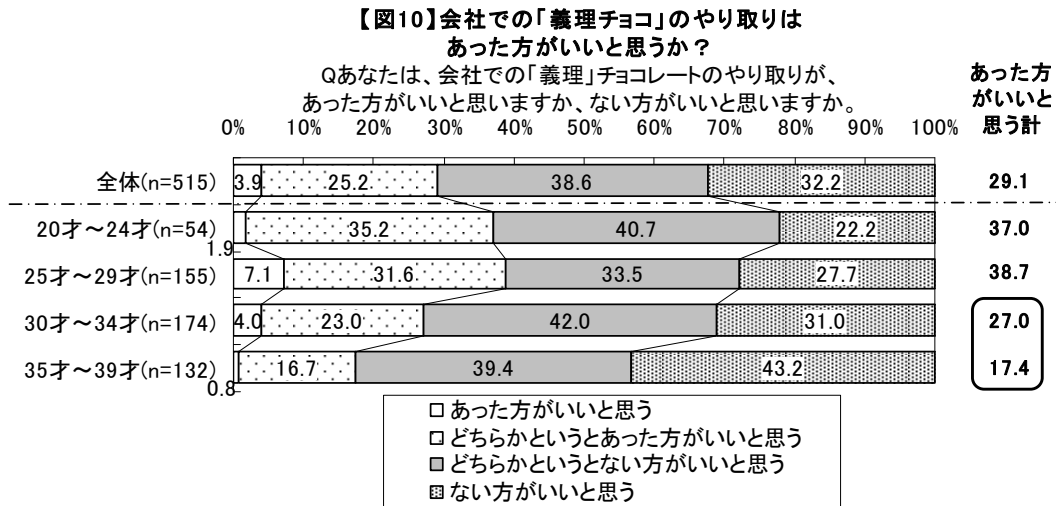


### Ⅲ. 会社での義理チョコのやり取りについて

#### ■ 会社での義理チョコのやりとり、「あった方がいい」29%、「ない方がいい」71%

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」と思うか尋ねました。肯定的な意見（あった方がいい+どちらかといえばあった方がいい）は29%でした。年代別にみると、肯定的な意見は20代に比べ30代で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+どちらかといえばない方がいい）は全体で71%に上りました。（図10）



#### ■ 会社での義理チョコのやりとり

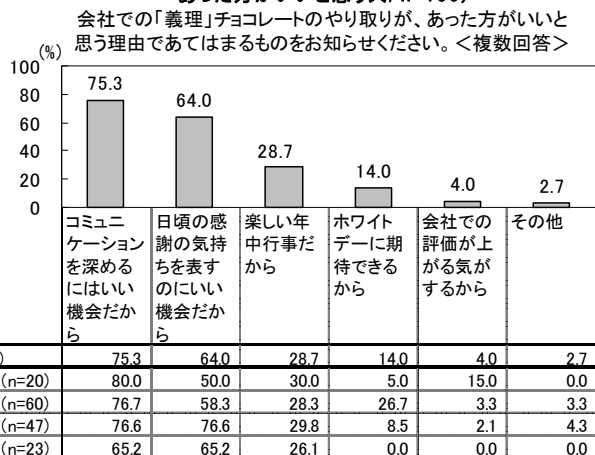
肯定の理由：「コミュニケーションを深める」「日頃の感謝の気持ちを表すいい機会」

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から」

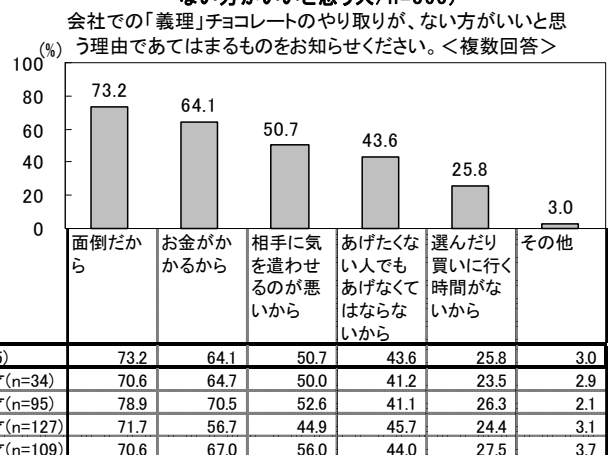
会社での義理チョコのやりとりについて「あった方がいいと思う」と回答した人に、その理由を尋ねたところ、「コミュニケーションを深めるにはいい機会だから」が75%で最も多く、次いで「日頃の感謝の気持ちを表すのいい機会だから」が64%、「楽しい年中行事だから」が29%となりました。（図11）

一方、義理チョコのやりとりは「ない方がいいと思う」と回答した人に、その理由を尋ねたところ、「面倒だから」が73%で最多、次いで「お金がかかるから」が64%、「相手に気を遣わせるのが悪いから」が51%となりました。（図12）

**【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=150)



**【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=365)



※n=30以下は参考値としてご覧ください。

■ バレンタインデーにかかる全体予算、昨年と比べて

本命チョコは15%が「予算を上げる」、義理チョコは12%が「予算を下げる」

昨年との比較で、バレンタインデーにかかる予定の全体予算を尋ました。

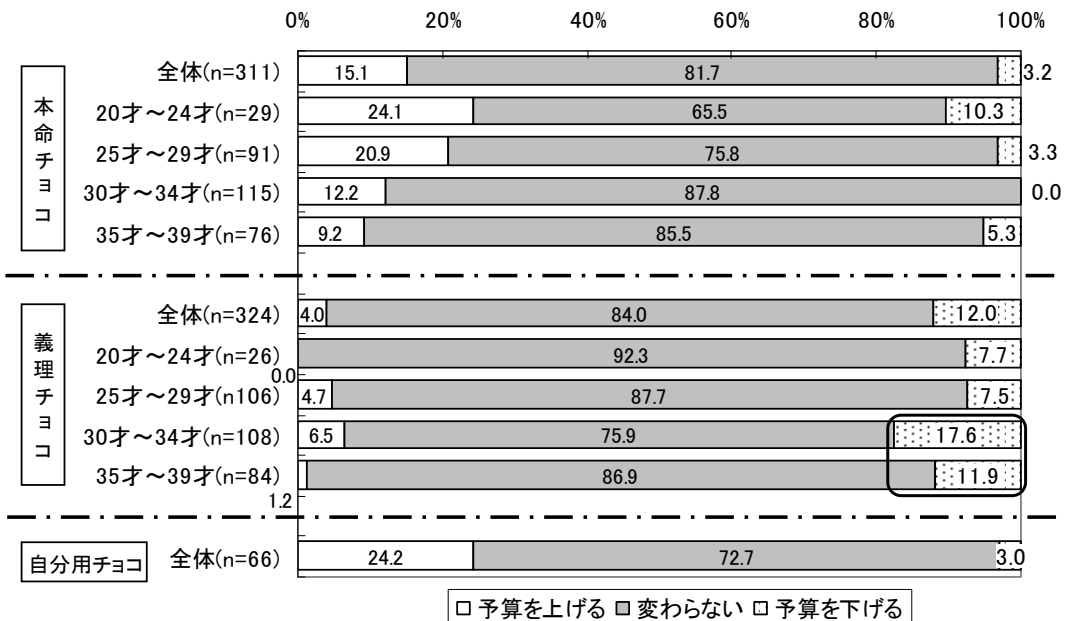
本命チョコでは「予算を上げる」と回答した人は15%で「予算を下げる（3%）」を10ポイント以上上回っています。年代別にみると、若年層ほど予算を上げる割合が高くなっています。

義理チョコでは「予算を上げる」と回答した人が4%で「予算を下げる（12%）」を8ポイント下回っています。年代別にみると、30代では「予算を下げる」と回答した人が20代に比べ高い割合になっています。（図13）

【図13】バレンタインデーの予算について

Q. あなたは今年、バレンタインデーの贈り物にかかる全体の予算を昨年と比べてどうする予定ですか。それぞれについてお答えください。  
（ベース:本命/義理/自分用チョコの購入予定がある人）

※義理チョコは、一人当たりの予算ではなく、全体予算としてお答えください。



義理チョコの予算を下げる理由としては、「年収が下がったから」「去年の冬のボーナスが少なかったから」といった収入面に関する理由や、「不況だから」といった経済面に関する理由、他には「貰ってもお返しをくれない人がいるから」といった理由もあがりました。（図14）

【図14】今年、義理チョコの予算を抑えようと思う理由

今年、バレンタインデーの贈り物にかかる予算を抑えようと思う理由は何ですか。具体的にご記入ください。【「義理」チョコレートについて】	年齢(才)	都道府県
去年の冬ボーナスが少ないので、なるべくお金が多く使いたくない。	28	神奈川県
年収が下がったので、それに見合うものにしたい。	28	大阪府
節約したいので	28	神奈川県
金額にかかわらず喜んでもらえると思うから	32	神奈川県
あげる人数を減らして出費を抑えたい	32	青森県
貰ってもお返しをくれない人もいますので、つまらないから。	33	東京都
不況だから豪華なものを義理で差上げると相手方に負担になる	36	東京都
収入が減ったため	38	香川県

## IV. バレンタインデーにまつわるエピソード

バレンタインデーにまつわるエピソードを自由解答形式で具体的に記入してもらいました。その結果、学生時代の思い出や、失敗談、手作りチョコの苦労話のほか、会社での義理チョコ事情に関してなど、様々なコメントが寄せられました。(図 15)

【図15】バレンタインデーにまつわるエピソード

バレンタインデーにまつわるエピソードがありましたら、できるだけ具体的にお知らせください。	年齢(才)	都道府県
彼氏がホワイトデーに手作りのケーキをくれた。不格好やったけどまじでうれしかった。	21	岐阜県
あげる為におもうと思って見に行ったが自分用の分もたくさん買ってしまったことがある。この時期たくさんチョコが販売されているので見たり選んだり楽しいな~と思ってます	24	群馬県
基本的に義理チョコでも3倍返しなので、会社の人には申し訳ない気も、毎年しています…	25	北海道
バレンタインに本命と義理の外の包装が一緒に間違えて反対をわたしてしまった！！しかも義理の方の人にかなり誤解されて、ずっと好きだと思われていた。	25	東京都
小学生のころ、手作り義理チョコをクラスメートにあげた。20個くらいつくり、その中にはずれ入りチョコを入れた。からしやわさびなど。教室でクラスメートがヒーヒー言っていて面白かった。	26	東京都
恋人に1度もチョコをあげないまま5年目の冬が過ぎようとしてたとき、遠まわしに「チョコがほしい」と言われました。要らないんじゃないかと、ほしいと言えなかつただけなのか…と長い付き合いにして初めて本心を知りました^^;	27	埼玉県
仕事が忙しかったので、デパートでチョコを買って済ませようと思ったが、前日になって手作りにしようと思った。思い立ったのが夜だったので、夜勤明けで寝ないで材料の買出しに行き、手作りする羽目に。バレンタイン当日は目の下にクマができており、一睡もしていなかったので、ゲツソリだった。	28	東京都
中学生のとき、好きな人の前まで行って直接渡そうと思ったけど、相手の親がでてきたらどうしようって思って、結局渡せずじまいで終わったことがあります。今ならメールのやりとりとかで、すんなり渡せたのかなあ…?	30	千葉県
職場の女性職員を代表してチョコレートを用意して一人ずつ配った時、「顔を見ながら渡されると嬉しいものだ」と言われました。手渡しをして良かったと思います。	32	新潟県
去年は会社の子が有志で、数人の男性にあげた。代表で買って来た人がケチで、かなり安いのを買ってきてしまい、一人100円くらいの出費だった。かなりかわいそうだった。ホワイトデーは、1000円のバームクーヘンだった。たぶんかなり気をつけているんだと思う。男性はかわいそうだと思うが、女性にとっては楽しいし、おいしいイベント。	32	東京都
会社で、「社内での年賀状のやり取りやバレンタインはやめましょう！」という通達が出たので、一昨年のバレンタインにチョコを渡さなかったら上司から「チョコがもらえなかった」とクレームが…(><)昨年はきちんと渡しましたが、今更…と言った感じでお返しもありませんでした(><)今年はどうしたらいいか考え中です^^;	34	千葉県
超高級チョコレートを1箱買い後輩を含め会社の人に1粒ずつ配ったら、1粒が1箱になってホワイトデーに返ってきた。申し訳ない。	34	東京都
ある年から会社で義理チョコを廃止しようということになり、女性一同でバレンタインデー当日も知らぬふりをして過ごしたが、チョコをもらえることを期待している男性も実は少なくなかったのか何か違和感を感じ、終日そんな男性の視線で針のむしろ状態で過ごすハメになり、それならば義理チョコを配るべきだったか？と一瞬全員で後悔した(笑)。	36	兵庫県
システムのエラーが続いていた時期、当時多めに持ってきていたチョコレートをシステム担当者に渡しました。「くれぐれもよろしく願います」の言葉つきで。	37	兵庫県



**【 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 78 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 ※2008 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 ■276 名 ※2009 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・大野  
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…」