

【報道関係各位】

～働く男女 1000 人に聞く～**バレンタイン実態調査 2015**

- **働く女性のチョコ購入率は 81%、**  
チョコ購入予定者の平均予算は「**4,986 円**」で、**2 年前より 831 円アップ!**
- **チョコ予算ランキング、働く女性トップは「仕事の義理チョコ」、**  
**2 位「自分へのご褒美チョコ」、3 位「本命チョコ」**
- **本命チョコは愛情こもった“手作り派”が多数! 85%が「味」、75%が「見た目」を重視**
- **“手作り派”の 7 割が「スマホ・携帯」でレシピサイトをチェック、2 年前より 25%の大幅増**
- **女性からの感謝の気持ちに気づいていない男性多数! ?**  
**バレンタインどんな日? 女性「日頃の感謝の気持ちを伝える日」、男性「普段と変わらない日」**

2015 年 1 月 22 日  
株式会社マクロミル

株式会社マクロミル（本社：東京都港区、代表執行役：小西克己）は、全国の 20～49 歳の社会人を対象に、「～働く男女 1,000 人に聞く～バレンタイン実態調査 2015」を実施しました。

調査手法はインターネットリサーチ。調査実施日は 2015 年 1 月 13 日（火）。有効回答数は 1,000 名。

＜調査結果＞

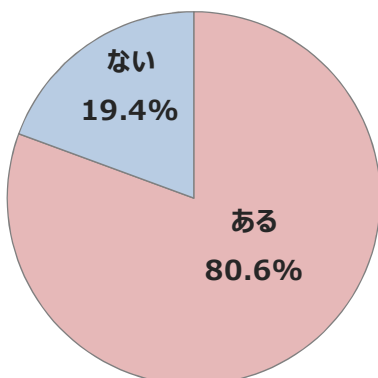
- **働く女性のチョコ購入率は 81%、**  
**チョコ購入予定者の平均予算は「4,986 円」で、2 年前より 831 円アップ!**

全国の 20～49 歳の働く女性に、バレンタインチョコの購入予定があるかを尋ねたところ、81%が「ある」と回答しました。また、購入予定がある人にその合計予算を尋ねると、平均は「4,986 円」で、2 年前より 831 円アップしています。男性の皆さん、今年のバレンタインチョコに期待が持てそうです。【図 1】【図 2】

【図1】働く女性のバレンタインチョコ購入率

＜ベース：働く女性全体：n=500＞

- Q. 今年、バレンタインのチョコレートを購入する予定がありますか。  
※手作り用の材料購入、自分用のチョコも含まれます。



【図2】バレンタインチョコに掛ける合計予算の平均額

（ベース：バレンタインチョコを購入する人/n=403）

- Q. 今年のバレンタインの「チョコ」予算をお知らせください。



※異常値のサンプルは削除

■ **チョコ予算ランキング、働く女性トップは「仕事の義理チョコ」、  
2位「自分へのご褒美チョコ」、3位「本命チョコ」**

バレンタインチョコの購入予定の人に、1人あたりの予算を尋ねました。もっとも予算が高かったのは「仕事関連の義理チョコ」で2,499円、次いで「自分へのご褒美チョコ」2,303円、「本命チョコ」2,074円で、働く女性がチョコに掛ける金額では、本命の相手よりも、仕事関連の人や自分へのご褒美の方が高いことが判明しました。

【図3】

【図3】バレンタインチョコに掛ける合計予算の平均額

<ベース：バレンタインチョコを購入する人/n=403>

Q.今年のバレンタインの「チョコ」予算をお知らせください。(1人あたり)

本命チョコ	n=286	平均 2,074 円
ファミチョコ	n=183	平均 1,536 円
女友達への友チョコ	n=95	平均 1,514 円
男友達への義理チョコ	n=58	平均 1,377 円
仕事関連の義理チョコ	n=171	平均 2,499 円
自分へのご褒美チョコ	n=107	平均 2,303 円

※異常値のサンプルは削除

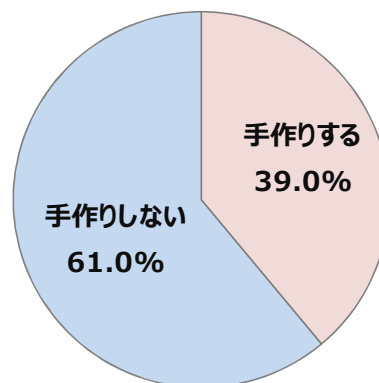
■ **チョコは手作りする？作る派は39%、買う派は61%**

バレンタインチョコを購入すると回答した人に、チョコは手作りするかを尋ねると、「手作りする」39%、「手作りしない」は61%でした。【図4】

【図4】チョコを手作りする割合

<ベース：バレンタインチョコを購入する人/n=403>

Q.チョコは手作りしますか。



■ **本命チョコは愛情こもった“手作り派”が多数！85%が「味」、75%が「見た目」を重視**

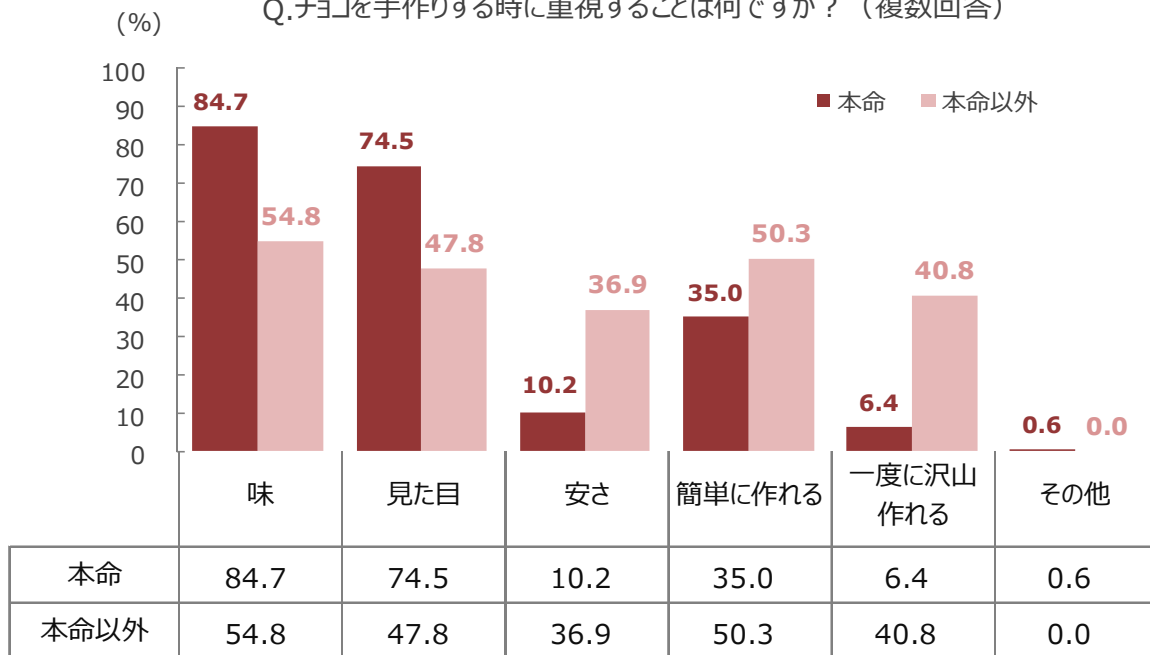
チョコを「手作りする」と回答した人に、手作りする時に重視することについて、“本命”“本命以外”それぞれについて尋ねると、“本命”では85%が「味」、75%が「見た目」を重視すると回答しました。【図5】

本命は、高額なチョコを買うよりも、手作りで「味」と「見た目」を重視した、愛情のこもった“手作り派”という方が多いようです。

【図5】手作りチョコで重視すること

＜ベース：チョコを手作りする人 / n=157＞

Q.チョコを手作りする時に重視することは何ですか？（複数回答）



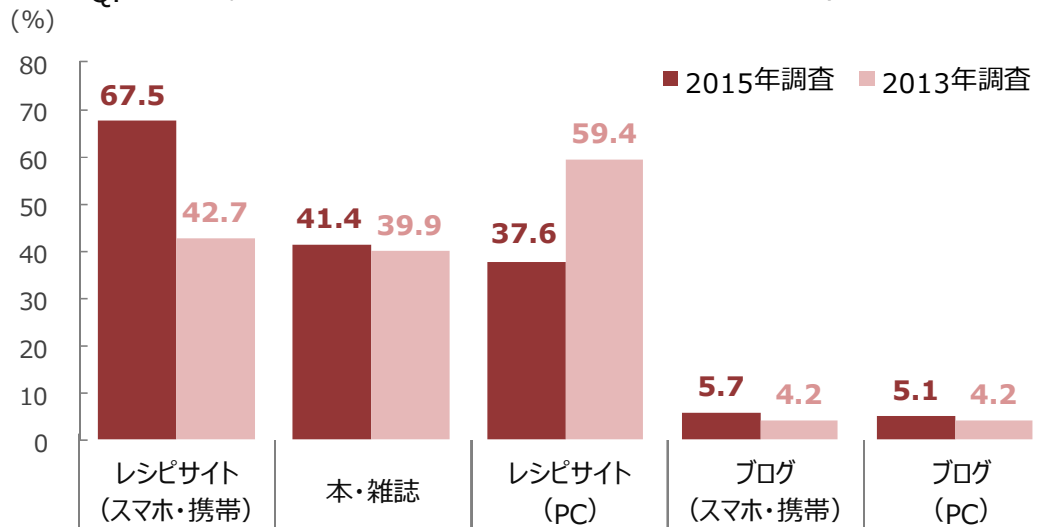
■ “手作り派”の 7 割が「スマホ・携帯」でレシピサイトをチェック、2 年前より 25%の大幅増

チョコを手作りする人に、どのレシピを参考にするか尋ねました。もっとも多かった回答は、「レシピサイト（スマホ・携帯）」で 68%の人が利用していることが分かりました。2013 年 1 月に実施した同調査と比較すると、25%の大幅増となっています。2 年前は PC からレシピサイトを参考にすることが主流でしたが、スマホの普及により、料理をしながらでも気軽にチェックできるレシピサイトが支持されるようになったようです。【図 6】

【図6】チョコを手作りする際、参考にするレシピ TOP5

<ベース：チョコを手作りする人 / n=157>

Q.チョコを手作りする際、どのレシピを参考にしますか。（複数回答）



2015年調査 (n=157)	67.5	41.4	37.6	5.7	5.1
2013年調査 (n=143)	42.7	39.9	59.4	4.2	4.2

■ **女性からの感謝の気持ちに気づいていない男性多数！？**

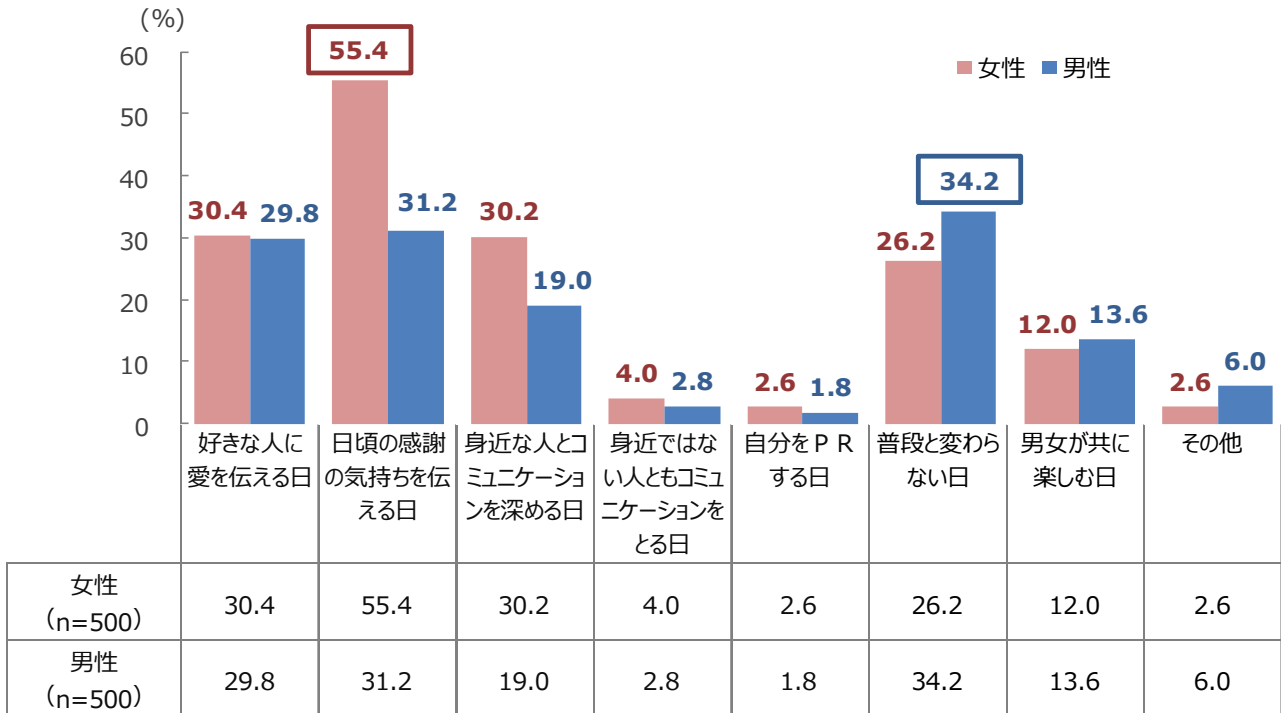
**バレンタインどんな日？女性「日頃の感謝の気持ちを伝える日」、男性「普段と変わらない日」**

働く女性と男性それぞれに、バレンタインはどんな日か尋ねました。女性は「日頃の感謝の気持ちを伝える日」が55%と最も多く、感謝や愛などを伝える日としてとらえているようです。一方男性は「普段と変わらない日」34%が最も多く、「日頃の感謝の気持ちを伝える日」と回答した人は女性よりも24ポイントも低く、31%にとどまりました。女性からの感謝の気持ちに気づいていない男性が多いのかもしれませんが。

【図7】バレンタインはどんな日？（男女別）

<ベース：働く男女全体/ n=1,000>

Q.あなたにとってバレンタインはどんな日ですか。（複数回答）



<調査概要>

- 調査方法 : インターネットリサーチ
- 調査対象 : 全国、20～49歳の会社員、公務員の男女（マクロミルモニタ会員）
- 有効回答 : 合計 1,000 サンプル（男性 500 サンプル、女性 500 サンプル）
- 調査実施日 : 2015年1月13日（火）
- 調査機関 : 株式会社マクロミル

<調査結果URL>

[http://www.macromill.com/r\\_data/20150122valentine/index.html](http://www.macromill.com/r_data/20150122valentine/index.html)

－ 調査結果の引用・転載、取材等に関するお問い合わせ先 －  
株式会社マクロミル 広報室：度会（わたらい）  
TEL：03-6716-0707 MAIL: [press@macromill.com](mailto:press@macromill.com)  
URL: <http://www.macromill.com/>