



2020年2月5日  
株式会社 ONE COMPATH

電子チラシサービス「Shufoo!」、バレンタインに関する意識調査

## 令和初のバレンタイン、トレンドは感謝を伝える「サンクスチョコ」！

### 義理チョコ文化にうんざり？「ない方がいい」6割超

凸版印刷株式会社のグループ会社である株式会社 ONE COMPATH（ワン・コンパス、本社：東京都港区、代表取締役社長 CEO：早川 礼 ※1）が運営する国内最大級の電子チラシサービス「Shufoo!（シュフー）」（※2）は、「Shufoo!」を利用する全国の既婚女性のうち 6,794 名に「バレンタインに関する意識調査」を行いました。毎年様々なトレンドが生まれ、商品のおいしさも見た目もどんどん進化している日本のバレンタイン。本調査を通じて、令和初のバレンタインのトレンドが見えてきました。

#### 「バレンタインに関する意識調査」

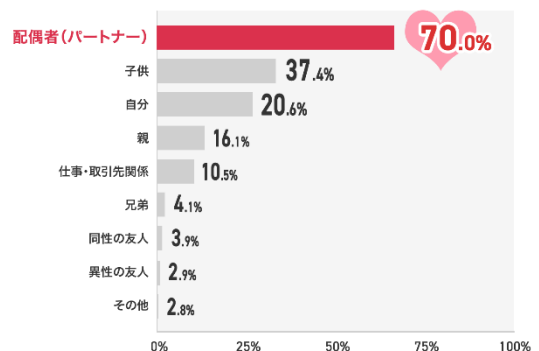
- ・ 愛情や義理よりも感謝を伝えたい！トレンドは「サンクスチョコ」
- ・ 義理チョコ「ない方がいい」6割超
- ・ バレンタインギフト「購入する」が7割
- ・ 主婦は「おいしさ」で選ぶ！
- ・ バレンタインの全体予算は二極化傾向
- ・ 「高カカオチョコレート」、「ルビーチョコレート」に注目
- ・ チョコ以外では「服」「パンツ」「靴下」など衣料品の人気上昇

#### ■ バレンタインギフトを贈る相手は「配偶者」、「子供」に次いで「自分」

今年のバレンタインデーに誰にギフトを贈るかという質問では、「配偶者」が70%とダントツ。さらに「子供」が37.4%と続いていることから、家族間でバレンタインを楽しむ方が多いことがわかります。

次いで「自分」が20.6%と、「親」、「仕事・取引先関係」よりも高く、せっかくのバレンタインは自分も楽しみたいという意向が伝わります。

Q. 今年のバレンタインデーについて、ギフトを誰かに贈る予定はありますか？ 贈る対象者としてあてはまるものをすべてお選びください。

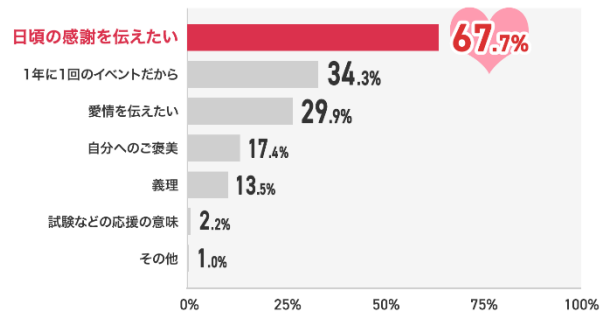




## ■トレンドは「サクスチョコ」!

バレンタインギフトを贈る目的は、約7割が「日頃の感謝を伝えたい」と回答しました。バレンタインといえば好きな異性に「本命チョコ」を渡し愛を伝えるイベント、というイメージが強くありますが、主婦にとっては「愛情」よりも日頃の感謝を込めた「サクスチョコ」がトレンドの様です。

Q. バレンタインギフトを贈る目的を教えてください。



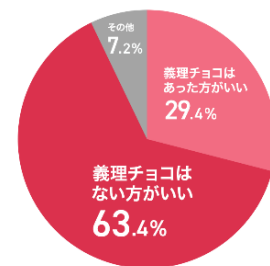
Shufool.

## ■義理チョコ「ない方がいい」が6割超!

2年前、有名チョコレートメーカーの「日本は、義理チョコをやめよう。」というキャッチコピーが話題になりました。義理チョコを渡す文化について意見を聞くと、「義理チョコはない方がいい」という意見が63.4%を占め、多くの方が義理チョコ文化に対して後ろ向きな姿勢であることが読み取れます。

「その他」を選んだ方の中には、「義理チョコという言葉は無くてもいいとおもう。一年間の感謝の気持ちを表す手段としてはチョコなど渡す習慣はあってもよいのでは。(40代)」、「普段、感謝する機会がないのでこの様な形で表せるのは良いと思います。義理ではなく。(50代)」など、義理ではなくサクスチョコという位置づけであれば賛成、という意見も見られました。

Q. 日本の「義理チョコを渡す文化」について、意見を教えてください。



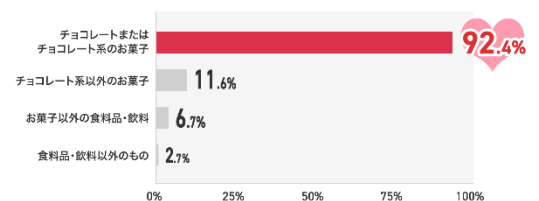
Shufool.

## ■チョコレートは絶対的王者、飲食料品以外では「服」「パンツ」「靴下」など衣料品が人気!

贈るギフトは「チョコレートまたはチョコレート系のお菓子」が92.4%と圧倒的で、絶対的な存在感を感じられる結果になりました。

一方、「食料品・飲料以外のもの」を選んだ方の中では、1番人気は「服」(20票)で、2番目が「パンツ」(13票)、3位が「酒類」(7票)でした。昨年の集計でも、上位3つを「酒類」、「服」、「パンツ」の順で占めていましたが、今年は「酒類」の順位が下がると同時に、「服」「パンツ」に加えて「靴下」「日用品」を選ぶという意見もあり、嗜好品よりも身に着けるものへの人気が高まったことがうかがえます。

Q. 何を贈る予定ですか?あてはまるものをすべてお選びください。



Shufool.

食品・飲料以外のギフト

2020年		
1位	服	20
2位	パンツ	13
3位	酒類	7
4位	靴下	5
5位	日用品	4

n=78

2019年		
1位	酒類	27
2位	服	24
3位	パンツ	14
4位	財布	5
4位	ネクタイ	5

n=133

Shufool.

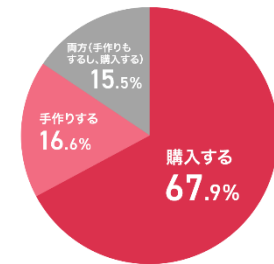


## ■ギフトは購入派が7割

贈るチョコレートやお菓子はどのように準備するか、という質問には購入派が67.9%と大多数を占めました。

例年、数多くのメーカーから様々なバレンタインギフトが登場しており、仕事や家事に忙しい主婦の「時短で効率よく準備したい」という意向が現れているのかもしれません。

Q. 贈る予定のチョコレート・お菓子について、どのように準備する予定ですか？



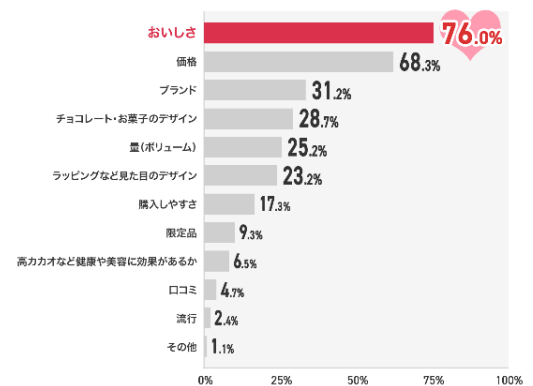
Shufoo!

## ■主婦はおいしさ最重視！

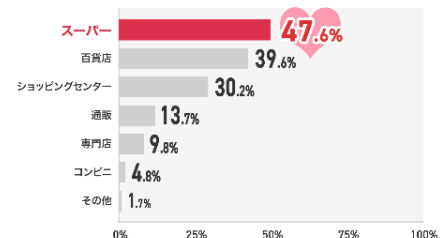
バレンタインギフト購入で重要視するポイントを聞くと、「おいしさ」が76%でトップとなりました。次いで「価格」が68.3%、以降、「ブランド」が31.2%、「チョコレート・お菓子のデザイン」が28.7%と続き、チョコレートやお菓子を購入する際、主婦はおいしさを最重要視しながら、ブランドやデザインなどにもこだわりを持っていることがわかりました。

購入場所は食料品などの普段の買い物とあわせて手軽に購入できる「スーパー」が47.6%で1番人気でした。

Q. チョコレート(チョコレート系のお菓子)を購入するにあたって重要視するポイントを以下の中からすべてお選びください。



Q. どこで購入する予定ですか？あてはまるものをすべてお選びください。



Shufoo!

## ■バレンタインの予算は二極化傾向

バレンタインギフトにかかるトータル予算を聞くと、最も多い予算帯は「1,000～3,000円未満」41.7%でした。

昨年と比較すると、「1,000円未満」が31.4%（昨年比+4.4ポイント）で、比較的低い予算で考えている方が増え、間の「3,000円～5,000円未満」が-1.2ポイントと減少気味。一方、「5,000円以上」が12.1%で+1.4ポイントと、高い予算帯でも増加傾向にあり、人によって費用のかけ方が二極化しているといえそうです。

バレンタイン全体予算

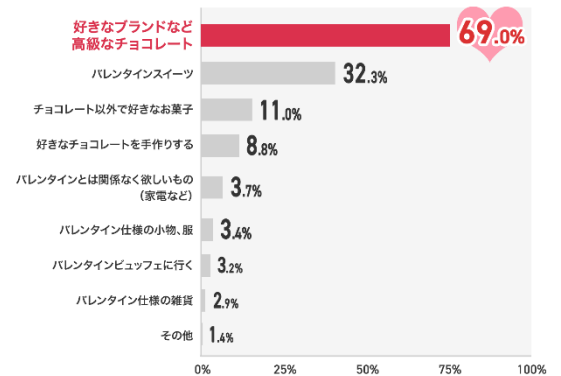
	2020年	2019年	
1,000円未満	31.4%	27%	増
1,000円～3,000円未満	41.7%	46.5%	減
3,000円～5,000円未満	14.7%	15.9%	減
5,000円以上	12.1%	10.7%	増

Shufoo!

## ■自分へのギフトは、断然高級チョコ！

最初の質問で「自分にバレンタインギフトを贈る」と答えた方に対し、何を贈りたいかを聞くと、「高級チョコレート」が7割の票を集めてダントツ。対して「チョコレート以外のお菓子」は10%程度と低く、様々なブランドからバレンタイン仕様の商品が登場する1年に1回のイベントだからこそ、自分へのご褒美に高級なチョコレートを用意したいという方が多いようです。

Q. 自分には、具体的にどのようなギフトを贈りたいですか？  
あてはまるものをすべてお選びください。

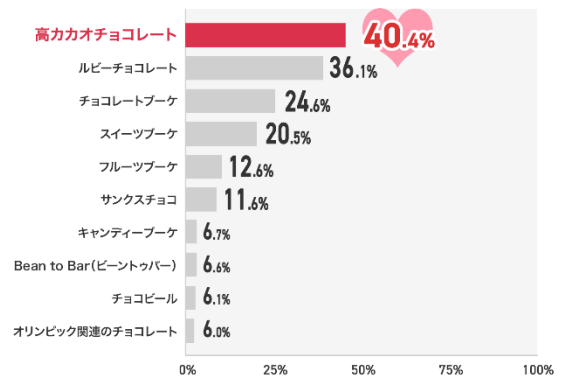


Shufoo!

## ■主婦が気になるのは「高カカオチョコレート」と「ルビーチョコレート」！

毎年、トレンド商品が登場するバレンタイン。新しいタイプのチョコレートやお菓子、またそれ以外でも、バレンタインに関して気になるワードを教えてくださいました。トップは、40%の票を集めた「高カカオチョコレート」でした。高カカオチョコレートは美容・健康効果で最近注目を浴びている商品で、渡す相手にも気遣いが伝わり、「サンクスチョコ」としてぴったりのギフトなのではないでしょうか。次ぐ2番目は36.1%で「ルビーチョコレート」でした。ピンクの見た目がかわいらしく、ケーキなどのスイーツにも色々使われており、女性へのプレゼントにも喜ばれそうです。「チョコレートブーケ」、「スイーツブーケ」などお菓子をブーケ状にまとめた、見るからにおしゃれな商品も上位に入っています。美容・健康視点と、見た目のかわいさやおしゃれさが反映された、主婦ならではの結果になりました。

Q. 以下のバレンタインやチョコレートに関するワードの中で、気になるものがありましたら、すべて選択してください。



Shufoo!

定番チョコレートにとどまらず、多彩なバレンタインギフトが登場している今、贈る相手にあわせて商品を選ぶのもバレンタインの楽しみの一つです。これからさらに加速するであろう、令和最初のバレンタインの盛り上がり期待されます。

### 【調査概要】

「Shufoo!」利用者調査

調査エリア：全国

調査対象者：「シューポイント」会員（全年齢層の女性）

サンプル数：合計有効回答サンプル数 6,794名

調査期間：「シューポイント」会員向けアンケート 2020年1月14日～1月16日

調査方法：インターネットリサーチ

\* 本ニュースリリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、以下のクレジットを必ず明記してください。



# ONE COMPATH

## クレジット：「株式会社 ONE COMPATH 『Shufoo!』 調べ」

\* 小数点第二位以下は四捨五入しているため、比率の合計が 100%にならない場合があります。

### ※1 「株式会社 ONE COMPATH」について

地図検索サービス「Mapion」、電子チラシサービス「Shufoo!」などデジタルメディアの運営を中心に事業展開する凸版印刷株式会社のグループ会社。2019年4月1日、株式会社マピオンから社名を変更しました。「Mapion」「Shufoo!」のほか、ウォーキングアプリ「aruku&(あるくと)」、位置情報ゲーム「ケータイ国盗り合戦」、コミュニケーションアプリ「ふたりの」等を運営しています。

URL : <https://onecompath.com/>

### ※2 「Shufoo!」について

凸版印刷が 2001 年 8 月より運営を開始し、20~40 代の女性を中心に利用されている国内最大の電子チラシサービス。2019 年 4 月 1 日、株式会社 ONE COMPATH へ事業が継承されました。大手流通各社、地域主力スーパーなど約 4,200 法人、約 110,000 店舗が参加。PV 数は月間 4 億 PV、ユニークユーザー数は月間 1,100 万（2019 年 10 月現在）となっています。チラシの閲覧回数や閲覧部分のデータを収集・分析するマーケティング機能も備えています。また、生活者はスマートフォンやタブレット端末、PC など様々なデバイスから日本全国のチラシをはじめとするお買い物情報を閲覧することができます。

URL : ・PC <http://www.shufoo.net>

・携帯電話 <http://mobile.shufoo.net>

・iPhone <http://itunes.apple.com/jp/app/id373909230?mt=8>

・iPad <http://itunes.apple.com/jp/app/id373911706?mt=8>

・Android <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.toppan.shufoo.android>

\* 本ニュースリリースに記載された商品・サービス名は各社の商標または登録商標です。

\* ニュースリリースに記載された内容は発表日現在のものです。その後予告なしに変更されることがあります。

## ■ お問い合わせ先 ■

■ 株式会社 ONE COMPATH 東京都港区芝浦 3-19-26

広報（金原、戸田、千野、小西） [press@onecompath.com](mailto:press@onecompath.com) TEL : 03-3769-3501