

株式会社 明治

 〒104-8306 東京都中央区京橋2-2-1
 Tel: 03-3273-0700 Fax: 03-3273-0900
<http://www.meiji.co.jp/>

報道関係各位

10代～70代の男女2,000人の声からわかった 2017年のバレンタイン動向

バレンタイン予測 2017

国内No.1チョコレートシェアの明治(*)が予測。今年のバレンタインの6つの傾向。

株式会社 明治(代表取締役社長:川村 和夫)は、首都圏・中京圏・関西圏の10代～70代の男女2,000人を対象に、バレンタインに関する意識と実態調査を行いました。その調査結果から、今年のバレンタインの傾向を予測します。

※出典：株式会社インテージSRI（全国チョコレート市場）2014年4月～2015年3月累計メーカー販売金額

予測①

男性70代のチョコもらう率は20代と同率に。健康チョコを贈り合うかも

アクティブシニアはバレンタインもアクティブ。シニア女性の4割がバレンタインに参加。70代男女の6割がバレンタインに健康チョコを希望。

予測②

本命手作りチョコは準備じっくり・事前リサーチ重視の時代へ

女性があげる本命チョコは「手作りチョコ」が人気第1位で「1ヵ月以上前」から準備。恋人にあげるチョコは準備期間が最長。

予測③

バレンタインを一緒に体験したい、『チョコパ』がブームの兆し

バレンタインは、相手と一緒にチョコを手作り体験したいし、一緒に時間を共有したい。

予測④

渡す時間でわかるかも 朝チョコ 夕チョコ 夜チョコ

朝チョコ:あっさりサクッとあげる義理チョコ 夕チョコ:みんなでワイガヤの友チョコ 夜チョコ:2/14の夜に2人だけの時間で手渡す本命チョコ。

予測⑤

格差広がる 本命チョコはバブル復活かも?

恋人へのチョコは2,501円と最高値。“BEAN to BAR”など高価格チョコが影響か。夫へのチョコは恋人より千円ダウンの1,584円に。

予測⑥

欲しければ 優しくしてね 日ごろから

男性の3割はバレンタインにチョコがもらえないと肩身が狭いと感じ、チョコをもらえる男性は、もらえない男性に比べ、日ごろから親切で褒め上手。

調査概要

- 実施時期 2016年12月14日(水)～12月16日(金)
- 調査手法 インターネット調査
- 調査対象
 - 事前調査: 首都圏(東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県)・中京圏(愛知県、三重県、岐阜県)
 - 関西圏(大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県) 在住の15歳～74歳の男女12,792人
 - 本調査: 今年のバレンタインでチョコを渡す・もらう予定の首都圏・中京圏・関西圏在住の15歳～74歳の男女2,000人

アクティブシニアはもちろんバレンタインに参加。

60代女性の4割がチョコを渡し、70代男性のチョコもらう率は20代男性とほぼ同率に。

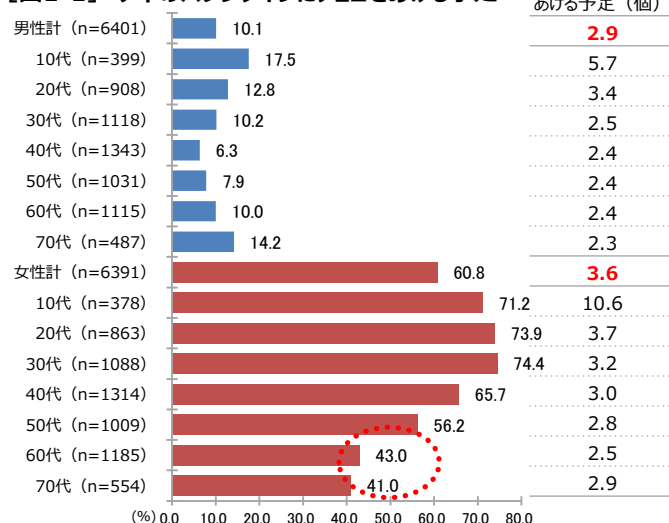
まず首都圏・中京圏・近畿圏の10代～70代の男女12,792人に、今年（2017年）、バレンタインにチョコをあげる・もらう予定について聞くと、女性の60.8%がチョコをあげる予定、男性の40.5%がチョコをもらう予定と答えています。また、男性の10.1%がチョコをあげる予定で、女性の22.0%がチョコをもらう予定と答えており、バレンタインは女性から男性へチョコを贈る日ではなく、男女ともにチョコを贈り合う日へと進化しているようです。

また、チョコをあげる、もらうともに男性より女性の方が多く、男性はあげる、もらうともに2.9個ですが、女性はあげる（3.6個）より多くもらいたい（4.2個）と望んでいます[図1-1][図1-2]。

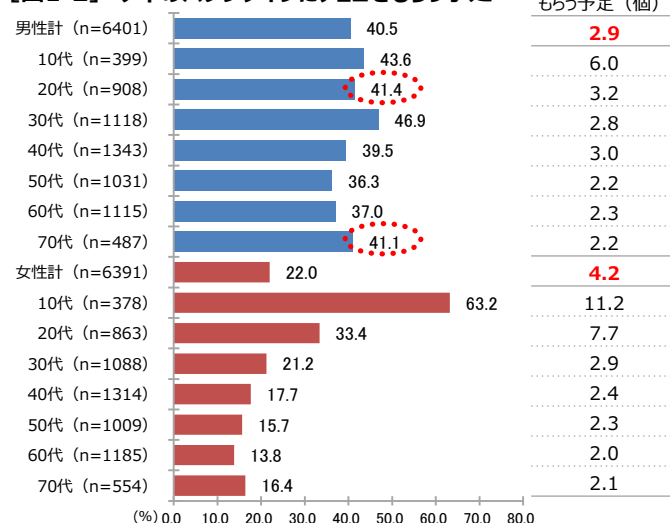
年代別に見ると、チョコをあげるのは10代～30代の女性が7割を超えています。シニア女性も4割（60代：43.0%、70代：41.0%）がバレンタインに参加する予定です。

一方、チョコをもらう予定の男性は、30代（46.9%）が最も多くなっていますが、70代男性は41.1%と、20代男性（41.4%）とほぼ同率です。アクティブシニアと称される今の60代・70代にとって、バレンタインもアクティブに参加するイベントのひとつになっているようです。

【図1-1】 今年のバレンタインにチョコをあげる予定



【図1-2】 今年のバレンタインにチョコをもらう予定



★チョコ個数はあげる・もらうと回答した人の平均個数

シニア世代へのバレンタインチョコは、健康志向のチョコが喜ばれそう。

60代の約半数、70代の6割が健康志向のチョコをあげたいし、もらいたい。

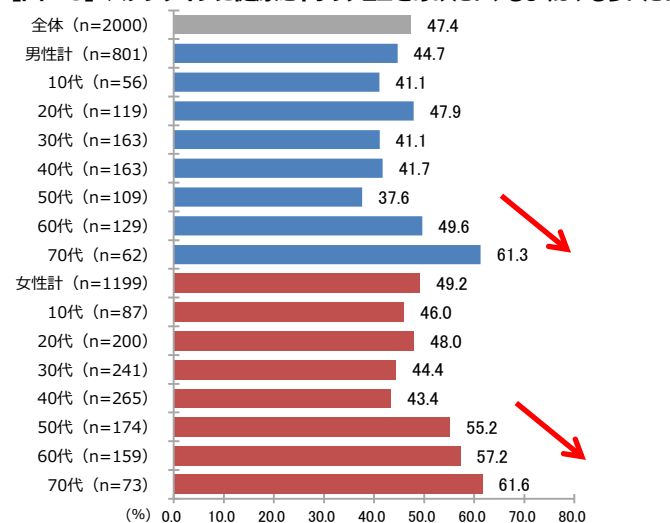
昨今のチョコレート市場では、高カカオチョコレートなどの健康志向を打ち出したチョコレートが多く登場しており、その市場規模は、ここ数年、堅調に伸長し続けています。

そこで、今年のバレンタインにチョコをあげる、またはもらう予定と答えた2,000人に、健康志向のチョコをあげたい、もしくは、もらいたいかと聞くと、約半数（47.4%）がバレンタインに健康志向のチョコを選びたいと答えています。

年代別で見ると、シニア世代ほど健康志向のチョコへの関心が高く、70代では男女とも6割（男性61.3%、女性61.6%）が賛同しています[図1-3]。

シニアのバレンタインは、健康志向のチョコを贈り合うことが広がりそうです。

【図1-3】 バレンタインに健康志向のチョコをあげたい、もしくは、もらいたい



バレンタインチョコをあげる女性は、本命には断然「手作りチョコ」を贈りたい！

でも、もらう側の男性は手作りにこだわらず、好きなチョコや手ごろなチョコでいい。

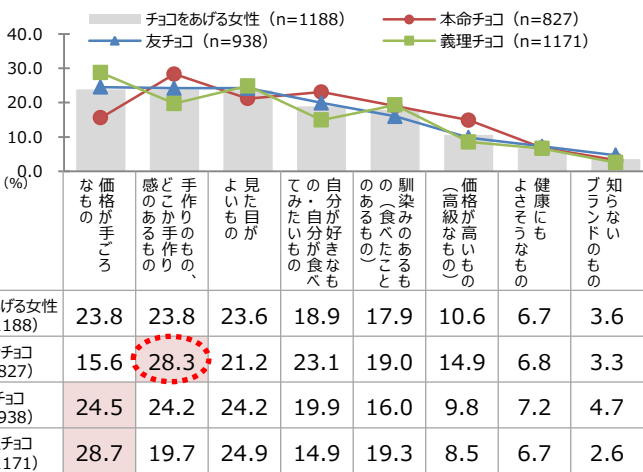
バレンタインチョコをあげる予定の女性に、本命チョコ、友チョコ、義理チョコのそれぞれでどんなチョコをあげる予定かを聞いてみました。

本命チョコでは「手作りのもの、どこか手作り感のあるもの」(28.3%)がトップ。今年も気持ちを込めたいチョコは手作りで、というのがバレンタインチョコの王道のようです。友チョコや義理チョコは、「価格が手ごろなもの」(友チョコ24.5%、義理チョコ28.7%)がトップですが、友チョコの2位、義理チョコの3位は「手作りのもの」(友チョコ24.2%、義理チョコ19.7%)。贈り手からすると「バレンタインはやつぱり手作りチョコで♥️」という気持ちが強いようです[図2-1]。

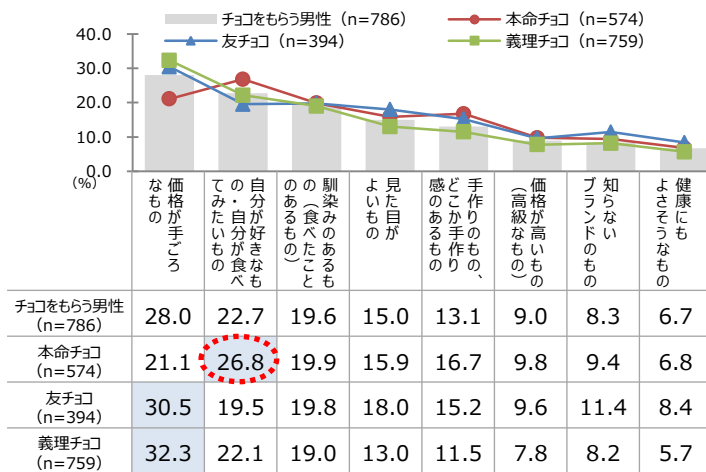
一方、もらう側の男性が期待しているチョコは、本命チョコは「自分が好きなもの・自分が食べてみたいもの」(26.8%)、友チョコや義理チョコは「価格が手ごろなもの」(友チョコ30.5%、義理チョコ32.3%)がトップでした[図2-2]。

男性は手作りへのこだわりは低いようですが、もしあなたが手作りチョコを受け取ったなら、「あなたが本命」というサインと受け止めてもいいのかもしれませんが。また、女性は、男性が「自分が好きなもの・自分が食べてみたいもの」を欲しがっているという傾向から、今年の本命チョコの準備は、相手がどんなものが好きか、事前のリサーチが重要となりそうです。

【図2-1】 今年のバレンタインにあげるチョコのタイプ



【図2-2】 今年のバレンタインにもらいたいチョコのタイプ



2月になるとバレンタインの準備が本格化。

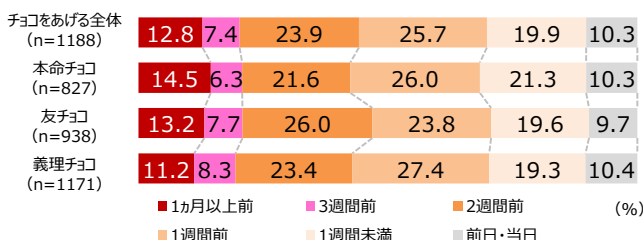
恋人に贈るチョコは1か月以上前から時間をかけて準備。

バレンタインチョコの準備はいつ頃から始めるか聞くと、「2週間前」(23.9%)から「1週間前」(25.7%)がボリュームゾーンとなり、「2月になるとバレンタインの準備を始める」が一般的です。

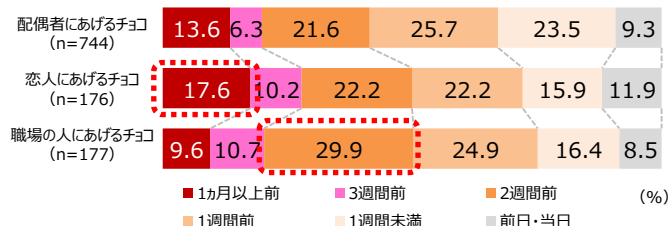
前日や当日に用意する女性が1割程度(10.3%)いる一方、「1か月以上前」(12.8%)から準備する女性もほぼ同数おり、本命チョコでは1か月以上前から準備する女性が14.5%と友チョコ、義理チョコに比べ最も多くなっています[図2-3]。本命チョコにはじっくり時間をかけて準備したい、という女心が表れているようです。

相手別に見ると、その傾向はより顕著で、「1か月以上前」から準備するのは恋人にあげるチョコが17.6%と配偶者や職場の人にあげるチョコに比べ多いのに対し、職場の人にあげるチョコは「2週間前」(29.9%)が多く、準備期間が短くなっています[図2-4]。

【図2-3】 今年のバレンタインチョコの準備を始める時期 (チョコ別)



【図2-4】 今年のバレンタインチョコの準備を始める時期 (相手別)



一緒に手作りしたり、パーティーしたり、時間も体験も共有したい。

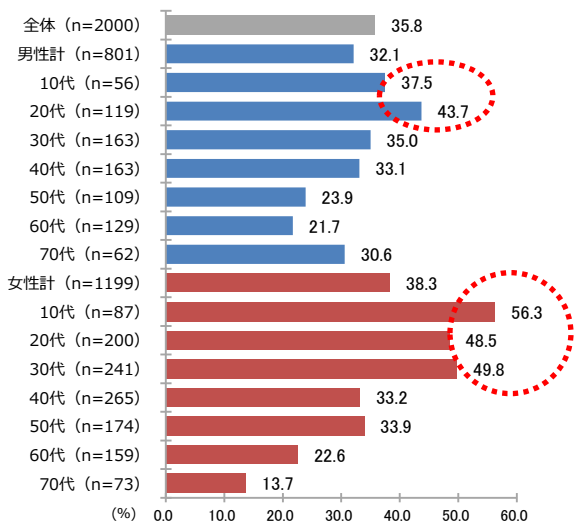
体験型バレンタイン『チョコパ』ブームが到来の兆し。

チョコを一緒に作るなどバレンタインに関する時間を共有したいかと聞くと、3人に1人（35.8%）は「共有したい」と答えています。特に10代女性56.3%、20代女性48.5%、30代女性49.8%、20代男性43.7%など若い世代にその意識が高いことから[図3-1]、今後は、バレンタインに向けてチョコと一緒に作るチョコパーティー（チョコパ）や、バレンタインの準備で盛り上がるプレバレンタインなどのイベントがさらに顕在化しそうです。

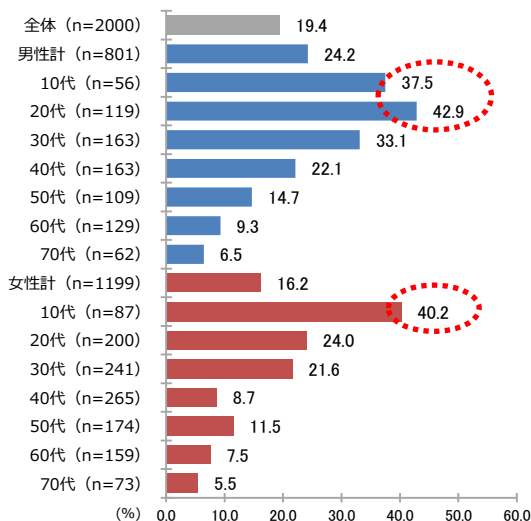
また、バレンタインチョコをあげる相手と一緒にチョコ作りをしたいかと聞くと、女性（16.2%）よりも男性（24.2%）の方が、「一緒に作りたい意向」が高くなっています。10代男性37.5%、20代男性42.9%、10代女性40.2%など、若い世代ほど一緒に作りたいと思っているようです。[図3-2]。

料理男子やスイーツ男子が増えている昨今、チョコと一緒に作って時間も体験もシェアすることで絆を深める、そんなバレンタインの過ごし方がこれからは増えてくるかもしれません。

[図3-1] バレンタインチョコ作りなどで時間を共有したい



[図3-2] あげる相手と一緒にチョコ作りをしたい



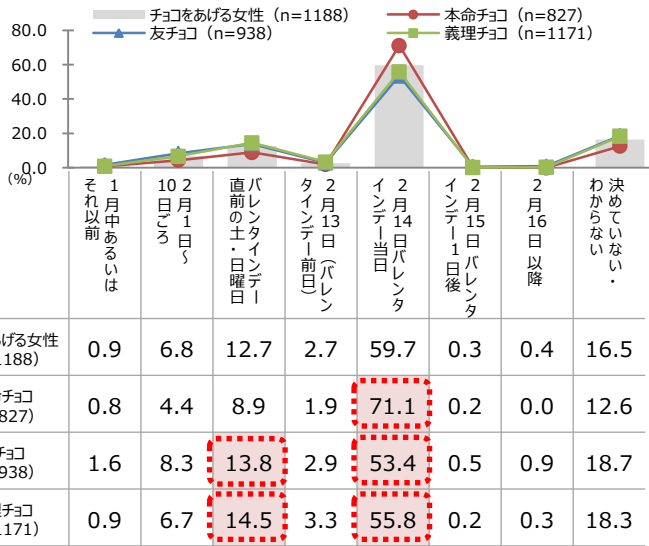
夜に二人っきりで直接手渡すのは本命チョコ、夕方みんなでワイガヤするのが友チョコ、午前中にみんなの前で渡すのが義理チョコ。ビミョーな違いを読み取れば友だち以上になれるかも!?

今年のバレンタインデー（2/14）は火曜日ですが、チョコをあげたりもらったりするのは、いづどんなシーンで行われるのでしょうか？

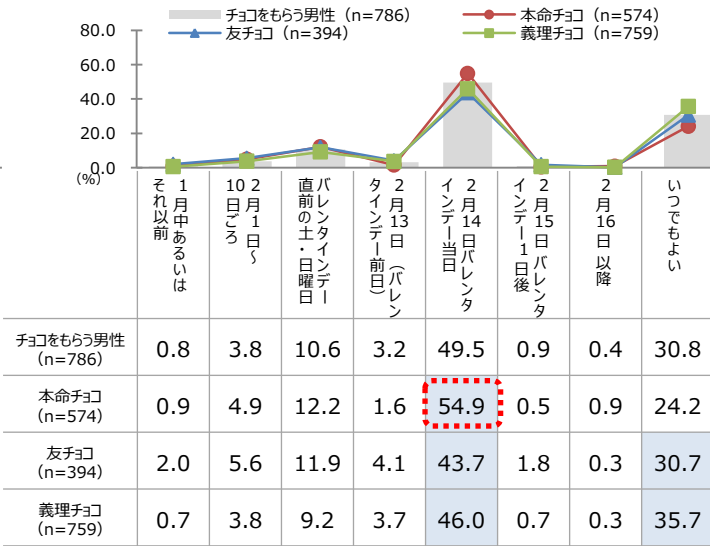
女性が本命チョコをあげるのは「2/14バレンタインデー当日」（71.1%）が最も多く、“2/14一点集中”となっています。友チョコや義理チョコは半数以上が「2/14バレンタインデー当日」にあげる予定ですが、バレンタインデー直前の土日にあたる「2/11か2/12」（友チョコ13.8%、義理チョコ14.5%）に渡すこともあり、本命チョコに比べ分散しています[図4-1]。

一方、男性がチョコをもらいたい日は、やはり「2/14バレンタインデー当日」が多いものの、「いつでもよい」という意見も少なくなく、あげる側に比べ集中度は低いようです[図4-2]。

【図4-1】 バレンタインチョコを渡す日



【図4-2】 バレンタインチョコをもらいたい日



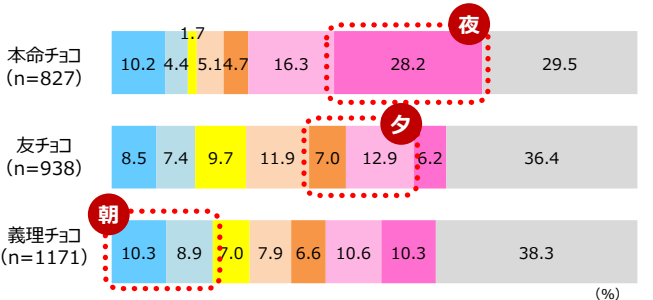
次に女性がチョコを渡す時間では、本命チョコは19時以降の「夜」（28.2%）が最も多くなっています。また、友チョコは13時～15時の「午後」（11.9%）か17時以降の「夕方」（12.9%）、義理チョコは「朝」（10.3%）か17時以降の「夕方」（10.6%）に渡すという意見が多くなっています[図4-3]。

相手により渡す時間を区別することで、バレンタイン当日をうまくやりくりしているようです。

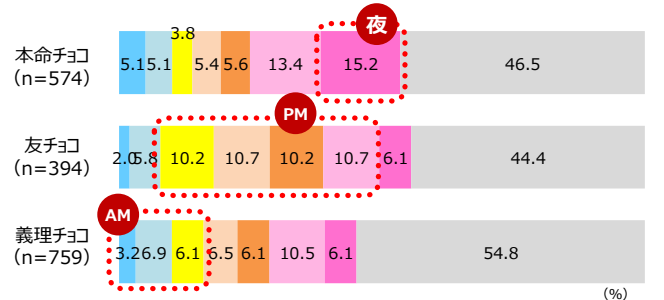
一方、もらう側の受け取り希望時間は、本命チョコは「夜」か17時以降の「夕方」が多く、友チョコは「午後から夕方」、義理チョコは「夕方」か「午前中からお昼」にかけて、という結果となりました[図4-4]。

あげる側の女性も、もらう側の男性も、その時間帯によりチョコの意味を理解するという、暗黙の了解が形成されているようです。

【図4-3】 バレンタインチョコを渡す時間



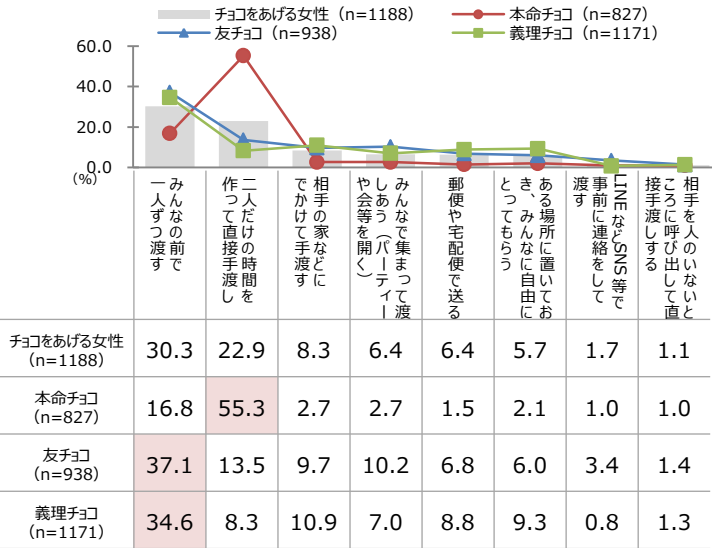
【図4-4】 バレンタインチョコをもらいたい時間



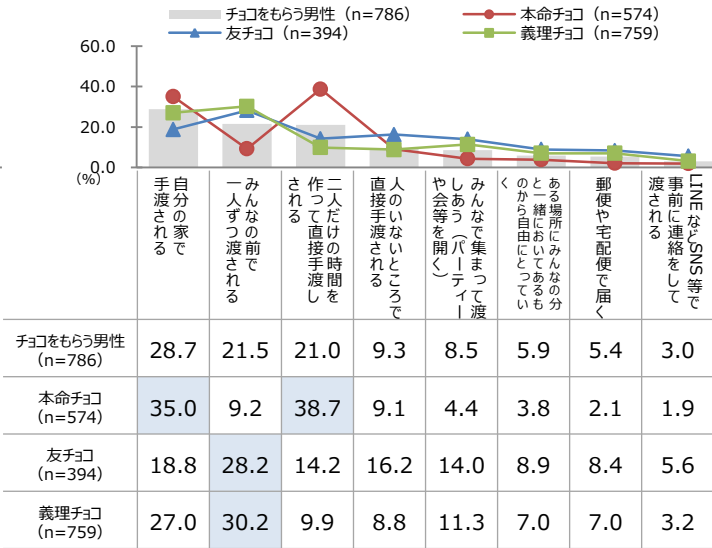
バレンタインチョコを渡すシーンでは、本命チョコは「二人だけの時間を作って直接手渡す」(55.3%)が鉄板です。一方、友チョコや義理チョコは「みんなの前で一人ずつ渡す」(友チョコ37.1%、義理チョコ34.6%)がお約束のようです[図4-5]。

チョコをもらいたいシーンも同様に、本命チョコなら「二人だけの時間を作って直接手渡しされる」(38.7%)が「自分の家で手渡しされる」(35.0%)ことを希望しています。友チョコや義理チョコなら「みんなの前で一人ずつ渡される」(友チョコ28.2%、義理チョコ30.2%)となっています[図4-6]。

【図4-5】バレンタインチョコを渡すシーン



【図4-6】バレンタインチョコをもらいたいシーン



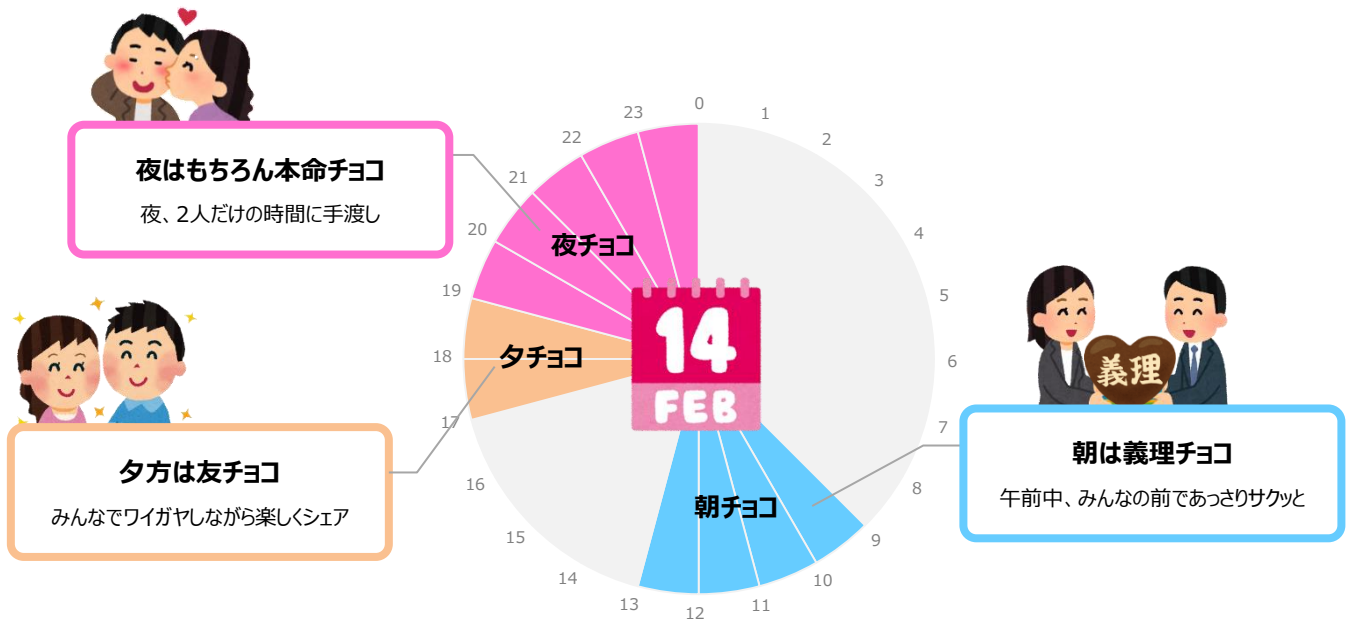
これらの結果から、同じバレンタインチョコでも込める思いにより、渡すシーンが異なることがわかりました。

本命チョコなら「2/14当日の夜に二人だけの時間に直接手渡し」、友チョコなら「午後みんなの前で」、義理チョコなら「朝、みんなの前で」が、バレンタインチョコの渡し方のスタンダードとなっているようです。

ということは、夜に二人っきりで手渡しされた友チョコには、実はラブの意味合いが込められているのかもしれないし、誤解されたくない相手には義理チョコとはっきりわかるよう、午前中にみんなの前で渡すことが肝心、といえるのかも。

今年のバレンタインは、チョコの数だけでなく、いつどうやってもらったかを気をつけてみると、案外身近で恋のチャンスが見つかるかもしれません。

2月14日バレンタインデー当日の女子のタイムテーブル



予測⑤ 格差広がる 本命チョコはバブル復活かも？

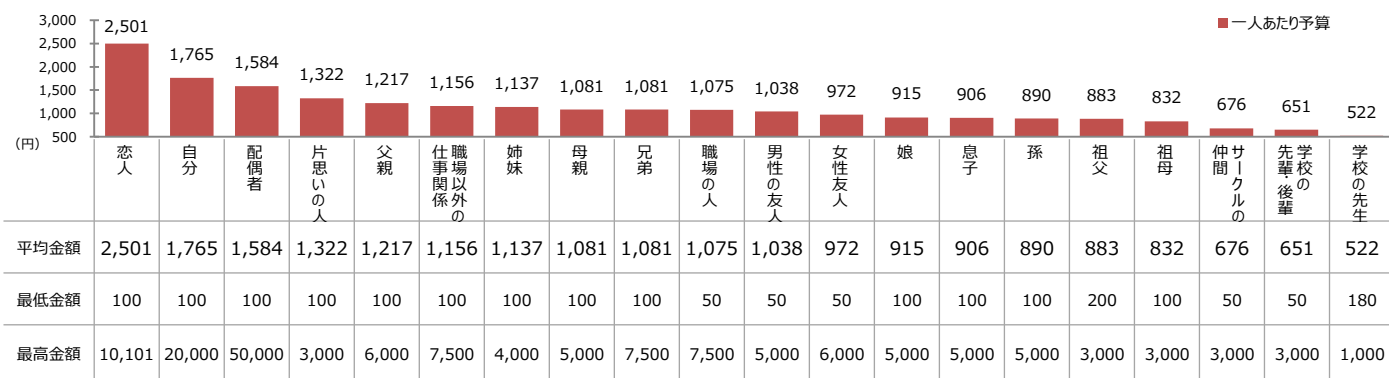
バレンタインチョコ予算は、彼>ワタシ>夫の順。彼と夫では1000円もの大差。
“手づくり”で“長時間”をかける本命チョコ。3つめのポイントは“高価格”。
本命チョコは、BEAN to BARをはじめとした高価格チョコがブームの予感。

バレンタインチョコにかかる予算を、チョコをあげる人ごとに聞いてみました。

最も予算が高いのが「恋人」への本命チョコで平均2,501円（最低金額100円、最高金額10,101円）です。以下、「自分」へのご褒美チョコ平均1,765円（最低100円、最高20,000円）、「配偶者」へのチョコ平均1,584円（最低100円、最高50,000円）の順となっています[図5-1]。

配偶者へのチョコと恋人へのチョコを比べると、1,000円もの開きがあります。彼氏から夫になると、チョコ予算はコストダウンされるようです。とは言え、本命チョコは『手作り』で『長時間』に加えて、『高価格』がポイントのようです。カカオ豆の買い付け・焙煎から製法などにこだわって作られた「BEAN to BAR」チョコをはじめとした、昨今話題の高価格チョコが本命チョコとしてブームになりそうです。

【図5-1】バレンタインチョコ予算（1人あたり）



女性のバレンタインチョコ出費は平均4,330円。

財布の紐が固い首都圏女性、太っ腹な関西女性、単価がリッチな中京女性。

バレンタインチョコにかかる総予算を三大都市圏別で見ると、最も予算をかけるのは関西女性（平均4,579円）で、最もシビアなのは首都圏女性（平均4,203円）となり、その差376円となりました。

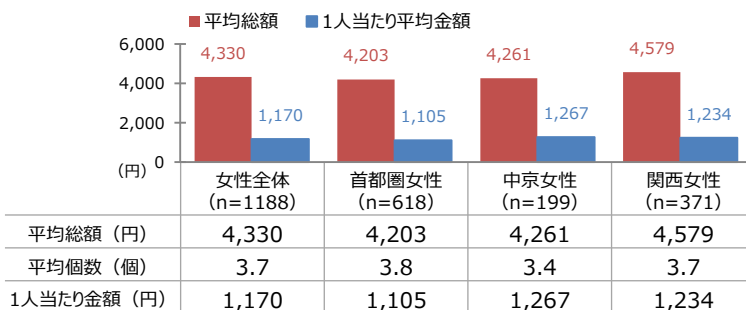
これを1個あたりの予算で見ると、首都圏女性は平均3.8個のチョコを渡すことから、1個あたりコストは1,105円となり、3エリアの中で最もシビアのようです。

一方、中京女性は、あげる個数が3.4個と最も少ないため、1個あたりの単価は1,267円と最も高くなっています[図5-2]。中京女性は、チョコを渡す相手を見極め厳選し、リッチなチョコを贈る傾向があるようです。

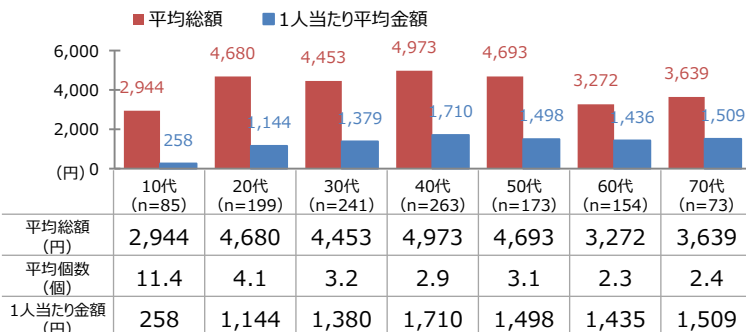
バレンタインチョコにかかる総予算を年代別で見ると、最も高いのは40代女性（4,973円）で、チョコの個数が2.9個と少ないことから、1個あたり単価は1,710円と最高値です。

一方、チョコ出費が最も低いのは10代女性で、総額2,944円です。予算が少ない中で、友チョコなど11.4個ものチョコを渡すことから、1個単価は258円と最安値です。限られた予算でどう賄っていくか、10代ならではの思案のしどころ、と言えそうです[図5-3]。

【図5-2】チョコにかかる総予算・エリア別



【図5-3】チョコにかかる総予算・年代別



★平均個数は本調査2,000人の平均となります。図1-1とは対象者が異なります。
 ★小数点以下は四捨五入のため、平均個数×一人あたり金額が総額とは一致しません。

男性にとってバレンタインチョコをもらえるかどうかは永遠のテーマ。

バレンタインチョコが欲しいなら、日ごろから親切に接するべし。最後のひと押しは“おねだり男子”で。

告白から感謝を伝える日へと変化しているバレンタインですが、男性にとって、チョコをもらえるかどうかはやはり一大事のようにです。

毎年ひとつはチョコをもらいたいかと聞くと、男性の62.7%が「もらいたい」と答えています。

10代が76.8%と最も高くなっていますが、60代（60.5%）、70代（58.1%）もチョコ意欲は高く、年齢に関係なく、バレンタインチョコは欲しい！というのが男性の永遠の願いのようです。

また、男性の3人に1人（32.7%）は、バレンタインにチョコをもらえないと肩身が狭いと感じているようで、10代（48.2%）・20代（49.6%）の若い世代では、その思いがさらに強くなっています[図6-1]。

ではどのようにすれば、バレンタインにチョコがもらえるのでしょうか？

2016年のバレンタインにチョコをもらった男性（755人）と、もらえなかった男性（46人）の日ごろの行動を比較してみました。

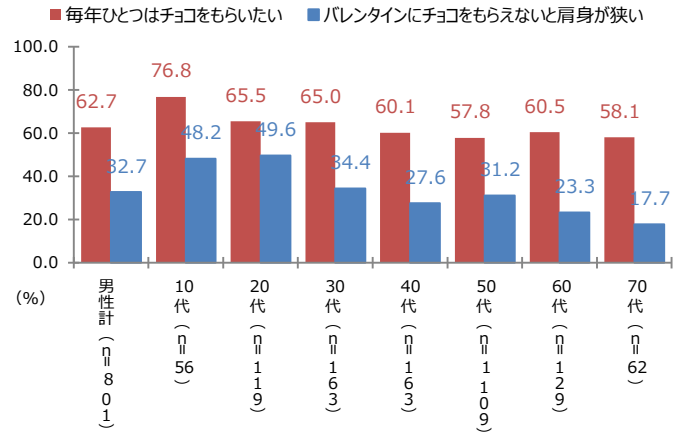
すると、もらった男性はもらえなかった男性に比べて、「日ごろから周りの人には親切にしている」（もらった50.3%>もらえなかった43.5%）、「日ごろから色々な人に積極的に話かけるようにしている」（もらった16.3%>もらえなかった13.0%）、「日ごろからなるべく人をほめるようにしている」（もらった14.4%>もらえなかった8.7%）など、日ごろのちょっとした努力や気配りがバレンタインチョコという結果となって表れているようです[図6-2]。

バレンタインチョコは、男性の日ごろの態度が評価された結果、いわば「男の通知表」といえるのかもしれませんが。

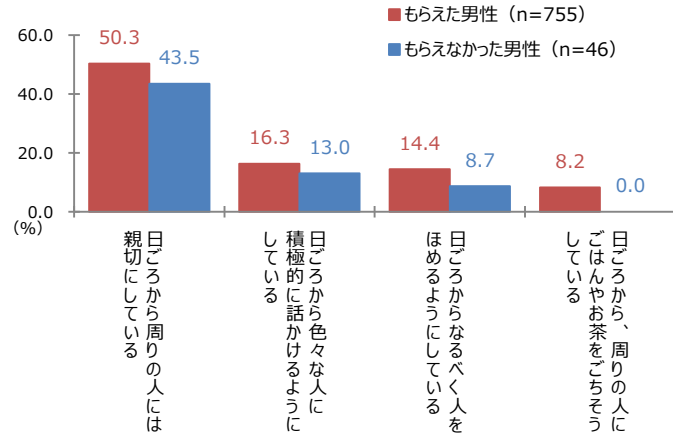
ちなみにバレンタイン直前の行動として、「もうすぐバレンタインだねと話題を持ち出す」（もらった2.5%<もらえなかった4.3%）だけだと、チョコはもらえないことが多いようです。「バレンタインチョコレートを素直にねだる」（もらった2.8%>もらえなかった2.2%）ことでその効果が出るかもしれません[図6-3]。

最後のひと押しは、なんとなくにおわせるのではなく、具体的にお願する“おねだり男子”の方が功を奏すようです。

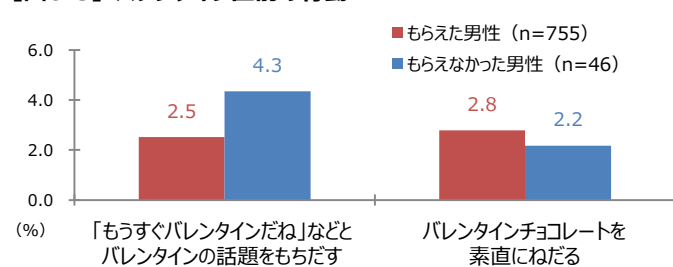
【図6-1】 男性にとってのバレンタインチョコ



【図6-2】 普段の行動



【図6-3】 バレンタイン直前の行動



今回の調査で、バレンタインチョコに関していくつかの傾向が見られたので、併せてご紹介します。

●初めてのバレンタインチョコ経験 男女とも40代までは小学生の頃に、50代は中学生で経験済み。60代以降は大人になって、初バレンタインチョコを経験。

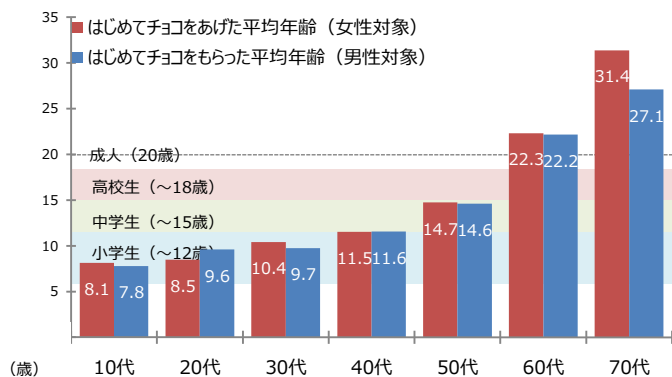
女性が初めてバレンタインチョコをあげた年齢は、10代は8.1歳、20代は8.5歳と、小学3年生でバレンタインデビューを果たしています。

年代が上がるとともに初バレンタイン年齢も高くなります。30代(平均10.4歳)・40代(平均11.5歳)は小学校高学年で、50代(平均14.7歳)は中学生で初バレンタインを経験しています。そして、60代は22.3歳、70代は31.4歳となり、当時のバレンタインはオトナの行事であったことがわかります[図7]。

チョコをもらう男性も同様で、10代(7.8歳)から40代(11.6歳)までは小学生時代に、50代(14.6歳)は中学生時代に初バレンタインを経験しますが、60代(22.2歳)と70代(27.1歳)では、20歳を過ぎてから初バレンタインを経験しています。

日本でバレンタインが普及したのは1970年代といわれており、今の70代が20代の頃です。いわば、今の70代は、日本のバレンタインを開拓した最初の世代です。子どもたちのイベントとして定着した感のある今のバレンタインですが、その歴史をたどると、今のシニアたちがドキドキしながら始めた、れっきとしたオトナイベントだったようです。

【図7】 はじめてのバレンタインチョコ年齢

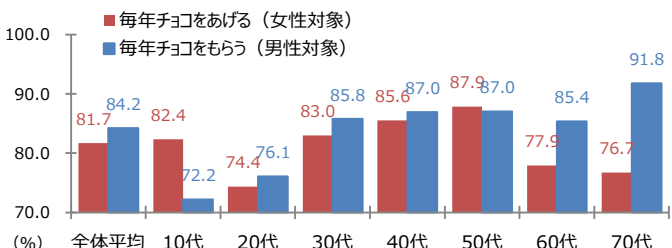


●バレンタインは毎年の恒例行事に。バレンタイン参加者の8割は「毎年」参加（あげる・もらう）している。

バレンタインに「毎年チョコをあげる」と答えた女性は81.7%、「毎年チョコをもらう」と答えた男性は84.2%となり、バレンタインは毎年恒例のイベントとなっているようです[図8]。

年代別に見ると、70代男性のチョコをもらう率が最も高く、91.8%が「毎年チョコをもらう」と答えており、シニアのモテぶり・現役ぶりがうかがえます。

【図8】 毎年チョコをあげる女性・もらう男性



●義理チョコバブル到来?! 職場の義理チョコ予算1,000円超えの理由とは?

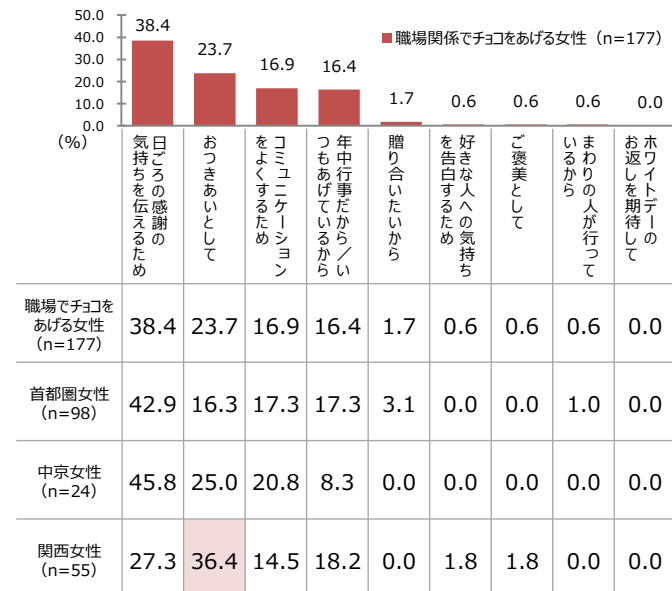
本文[図5-1]で、「職場の上司・同僚・後輩」(1,075円)や「男性の友人」(1,038円)へのチョコ予算は4桁となり、義理チョコといえども、そこそこの予算をかけていることがわかりました。

職場関係の人にチョコをあげる理由を聞くと、「日ごろの感謝の気持ちを伝えるため」(38.4%)がトップで、「おつきあいとして」(23.7%)、「コミュニケーションをよくするため」(16.9%)、「年中行事だから/いつもあげているから」(16.4%)の順となっています[図9]。

エリア別で見ると、首都圏女性と中京女性は「感謝の気持ち」の方が高くなっていますが、関西女性は「感謝」(27.3%)より「おつきあい」(36.4%)の意識が高く、関西の義理チョコはより儀礼的な意味合いが強いようです。

ちなみに、「ホワイトデーのお返しを期待して」という理由でチョコを贈る女性は0%でしたが、だからといってスルーしては男性の振る舞いとして疑問符がつきます。感謝の気持ちを受け取ったら、カタチにして返すのが大人の流儀ではないでしょうか。

【図9】 職場関係の人にチョコをあげる理由



●チョコをあげる相手・もらう相手ともに「配偶者」がトップ。

20代男性は「恋人」からのチョコを期待するも、20代女性は「恋人」より「父親」へのパパチョコを優先。

今年のバレンタインに女性がチョコをあげる相手は、「配偶者」（62.6%）、「息子」（27.0%）、「父親」（26.4%）、「自分」（24.9%）、「女性の友人」（17.3%）の順となり、「恋人」（14.8%）、「職場の上司・同僚・後輩」（14.9%）がほとんど同率となっています[図10-1]。

年代別に見ると、10代女性では「女性の友人」（70.6%）の友チョコがダントツ1位ですが、20代以降は「配偶者」がトップです。

また、30代までは「父親」が2位ですが、40代になると「息子」が2位に、60代になると「孫」が3位となり、女性のライフステージの変化に伴い、チョコをあげる相手も変わっていくようです。

一方、男性がチョコをもらえると予想する相手は、「配偶者」（57.4%）、「恋人」（24.4%）の順。女性よりもラブ度が高く、男性の方がよりロマンチック志向のようです。

年代別で見ると、10代は「恋人」（44.4%）より「女性の友人」（55.6%）の方が多いため、20代では「恋人」（56.4%）が、30代以降は「配偶者」がトップとなっています。また、30代から50代までは「職場の上司・同僚・後輩」が不動の第2位ですが、退職後は「娘」や「孫」からのチョコが期待されているようです[図10-2]。

また、「片思いの人」にチョコをあげる女性は1.5%、「片思いの人」からチョコをもらおうと予想する男性は1.9%と、いずれもTOP10圏外でした。

バレンタインの“告白する日”という本来の役割は、すっかり形骸化している、といえそうです。

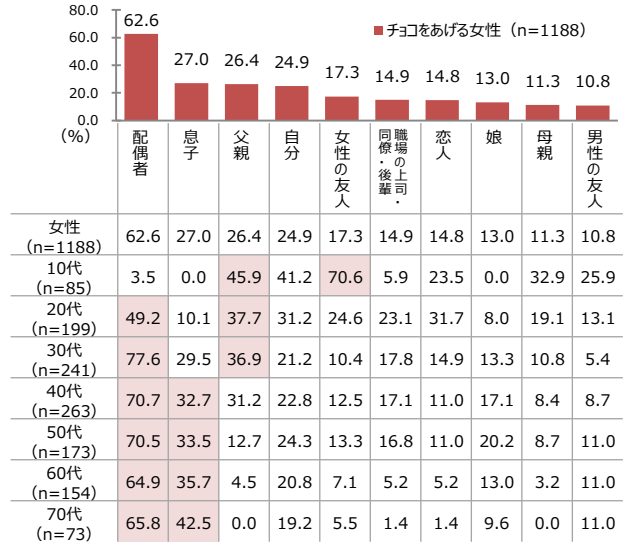
●義理でもうれしい?! 恋人より優先されるパパチョコ♥

チョコをあげる予定の女性に義理チョコの相手は誰かと聞くと、「職場の上司・同僚・後輩」（12.4%）ではなく、実は「父親」（20.2%）が1位、「配偶者」（12.6%）が2位となっています[図11]。[図10-1]の通り父親にチョコを贈る女性は多く、恋人よりも優先されていますが、実は義理チョコだったというオチ、のようです。

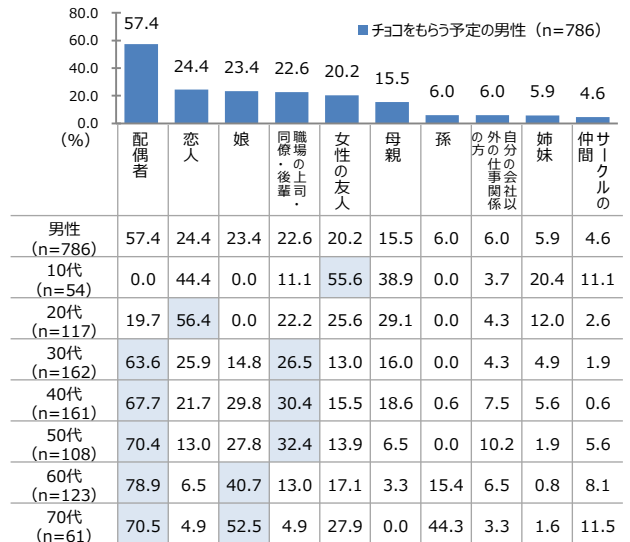
とはいえ、娘からのバレンタインチョコが、うれしくないはずがありません。義理とわかっていても、パパにはにんまり笑顔がこぼれます。

ちなみに、約半数の女性が義理チョコの相手は「特にない」（48.0%）と答えています。

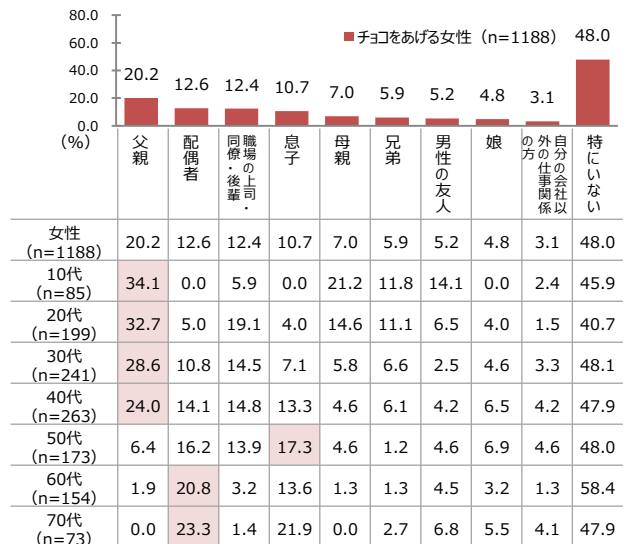
【図10-1】女性がバレンタインチョコをあげる相手TOP10



【図10-2】男性がバレンタインチョコをもらう相手TOP10



【図11】女性の義理チョコの相手



●バレンタインは、告白する日から「感謝の気持ちを伝える日」へと進化。

女性を対象にバレンタインにチョコをあげる理由を、あげる相手別に聞いてみました。

すると、配偶者も、恋人も、父親も、会社関係の人へも、女性がバレンタインにチョコをあげる理由は、「日ごろの感謝の気持ちを伝えるため」が第1位となっています[図12]。

バレンタインは好きや告白という恋愛の次元を超え、「感謝の気持ちをチョコに託して相手に伝える日」となっているようです。

次に、バレンタインは友達などとチョコレートを贈り合って感謝し合う日と思うかと聞くと、約半数（47.1%）が賛同。10代女性77.0%、20代女性58.5%、10代男性58.9%、20代男性58.8%など、若い世代の賛同が多くなっています[図13]。

これからのバレンタインは、チョコを贈り合って 感謝し合う、という側面がさらに強くなりそうです。

●男性の2割が実践する男性から女性への

「逆チョコ」。定着の陰にダンディシニアの継続力あり？

今年のバレンタインに参加すると答えた男性（801人）のうち、20.6%が「毎年チョコをあげている」と答え、70代男性では40.3%が毎年チョコをあげています。

毎年チョコをあげていると答えた男性に何年ぐらい続けているかと聞くと、平均で21.4年にもなり、70代では33.4年と人生の半分近くもチョコを贈り続けています[図14]。

男性から女性にチョコを贈る「逆チョコ」は、最近の現象と思われがちですが、実は30年以上も前から存在しています。長年実践しているダンディなシニアたちのおかげで、やっと世の中が追いついてきた、のかもしれない。

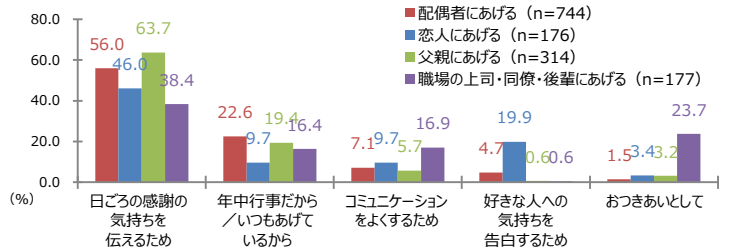
●逆チョコは見栄えが良くて高額なものに。男性の恋人チョコは女性の恋人チョコより1,000円も高い。

女性の本命チョコは「手作り」が主流でしたが、男性があげる逆チョコはSNS映える「見た目が良いもの」（妻28.0%、恋人38.2%）や「価格が高いもの」（妻23.0%、恋人34.5%）が主流です[図15-1]。

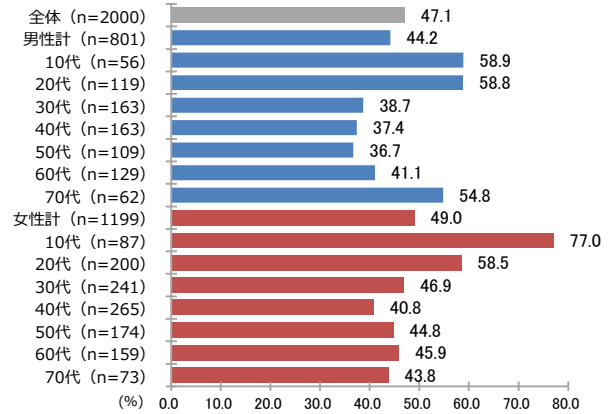
チョコ予算を比較すると、男性が妻へ贈るチョコは2,429円、女性が夫へ贈るチョコは1,584円と845円の差、恋人同士では男性→女性3,883円、女性→男性2,501円と1,382円もの差があります[図15-2]。

バレンタインチョコは女性より男性の方が出費が多いようで、総額は男性5,003円、女性4,330円となっています[図15-3]。

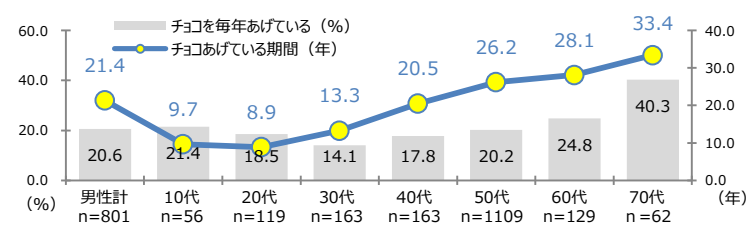
【図12】女性がバレンタインチョコをあげる理由



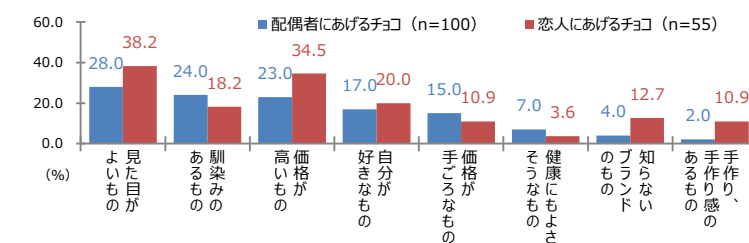
【図13】バレンタインは感謝をし合う日



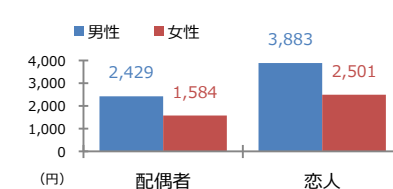
【図14】バレンタインにチョコを毎年贈る男性、その期間



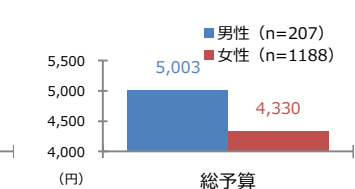
【図15-1】男性が女性にあげる逆チョコのタイプ



【図15-2】バレンタインチョコ予算



【図15-3】バレンタインチョコ総額



●バレンタインは日本三大大行事のひとつ。お正月、クリスマスに次ぎ、老若男女が楽しめる年中行事に。

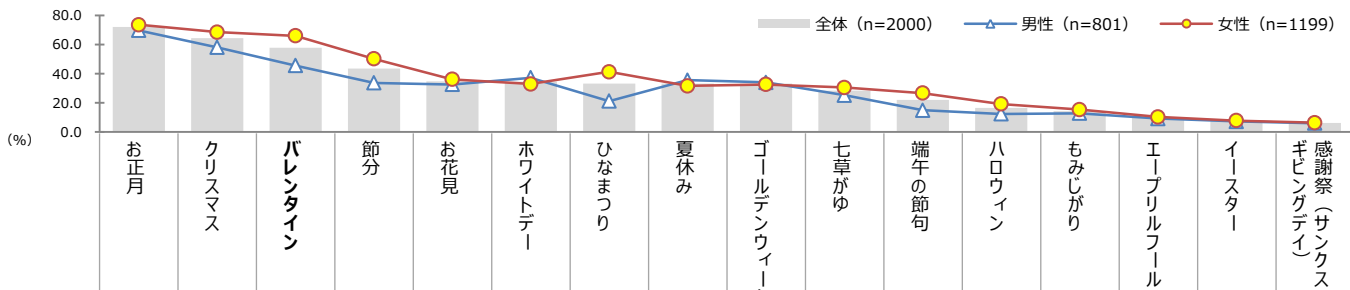
日本には四季折々さまざまな行事があります。今回の調査対象者に年中行事として実施しているイベントを聞くと、「バレンタイン」(57.8%)は、「お正月」(72.1%)や「クリスマス」(64.4%)に次いで3番目に実施率が高く、6割近くの方が参加しています。

男性(45.6%)よりも女性(66.0%)の方が実施率が高く、女性が主体となるイベントとして定着していることがわかります[図16]。

また、10代女性にとっては「バレンタイン」(63.2%)と「クリスマス」(63.2%)は同じ参加率で、20代・30代女性にとっては「お正月」(20代67.0%、30代70.5%)よりも「バレンタイン」(20代69.0%、30代72.2%)の方が、50代女性にとっては「クリスマス」(69.5%)よりも「バレンタイン」(70.7%)の方が重視されています。

昨今、仮装イベントの「ハロウィン」が注目されていますが、年中行事としての参加率は16.4%にとどまり、バレンタインとは大きな差があります。

【図16】参加している年中行事



| | お正月 | クリスマス | バレンタイン | 節分 | お花見 | ホワイトデー | ひなまつり | 夏休み | ゴールデンウィーク | 七草がゆ | 端午の節句 | ハロウィン | もみじがり | エープリルフール | イースター | 感謝祭(サンクスギビングデー) |
|--------------|------|-------|--------|------|------|--------|-------|------|-----------|------|-------|-------|-------|----------|-------|-----------------|
| 全体 (n=2000) | 72.1 | 64.4 | 57.8 | 43.6 | 34.7 | 34.6 | 33.2 | 33.2 | 33.2 | 28.4 | 21.9 | 16.4 | 14.3 | 9.8 | 7.5 | 6.2 |
| 男性計 (n=801) | 69.8 | 58.1 | 45.6 | 33.7 | 32.6 | 37.2 | 21.1 | 35.6 | 34.0 | 25.2 | 14.9 | 12.4 | 12.7 | 9.1 | 7.1 | 6.0 |
| 10代 (n=56) | 62.5 | 64.3 | 51.8 | 41.1 | 25.0 | 46.4 | 30.4 | 44.6 | 39.3 | 26.8 | 19.6 | 26.8 | 12.5 | 23.2 | 14.3 | 8.9 |
| 20代 (n=119) | 63.9 | 52.9 | 45.4 | 29.4 | 27.7 | 32.8 | 20.2 | 31.9 | 34.5 | 22.7 | 11.8 | 20.2 | 13.4 | 12.6 | 8.4 | 7.6 |
| 30代 (n=163) | 69.3 | 55.8 | 45.4 | 28.8 | 33.7 | 37.4 | 18.4 | 41.7 | 38.0 | 14.1 | 9.8 | 11.0 | 9.8 | 6.7 | 4.9 | 3.7 |
| 40代 (n=163) | 68.1 | 61.3 | 44.8 | 33.1 | 28.2 | 37.4 | 20.2 | 39.9 | 38.0 | 23.9 | 12.9 | 13.5 | 6.7 | 6.7 | 5.5 | 7.4 |
| 50代 (n=109) | 73.4 | 63.3 | 45.9 | 29.4 | 28.4 | 29.4 | 16.5 | 36.7 | 34.9 | 23.9 | 12.8 | 7.3 | 11.9 | 9.2 | 7.3 | 5.5 |
| 60代 (n=129) | 72.1 | 59.7 | 41.9 | 37.2 | 36.4 | 38.8 | 24.8 | 25.6 | 21.7 | 35.7 | 20.9 | 5.4 | 17.1 | 7.0 | 6.2 | 4.7 |
| 70代 (n=62) | 82.3 | 46.8 | 50.0 | 50.0 | 56.5 | 46.8 | 24.2 | 25.8 | 30.6 | 41.9 | 25.8 | 8.1 | 27.4 | 6.5 | 9.7 | 6.5 |
| 女性計 (n=1199) | 73.6 | 68.6 | 66.0 | 50.2 | 36.1 | 32.9 | 41.3 | 31.6 | 32.6 | 30.4 | 26.6 | 19.1 | 15.3 | 10.3 | 7.8 | 6.3 |
| 10代 (n=87) | 70.1 | 63.2 | 63.2 | 46.0 | 27.6 | 33.3 | 48.3 | 41.4 | 33.3 | 23.0 | 16.1 | 28.7 | 8.0 | 24.1 | 10.3 | 6.9 |
| 20代 (n=200) | 67.0 | 72.0 | 69.0 | 38.0 | 35.0 | 37.5 | 32.0 | 31.0 | 35.0 | 21.5 | 18.0 | 21.0 | 11.5 | 8.5 | 5.5 | 5.5 |
| 30代 (n=241) | 70.5 | 74.3 | 72.2 | 52.3 | 36.5 | 39.4 | 44.8 | 44.0 | 41.9 | 25.3 | 34.0 | 22.4 | 12.0 | 11.2 | 6.6 | 5.0 |
| 40代 (n=265) | 71.7 | 69.8 | 64.9 | 51.7 | 33.6 | 32.1 | 41.9 | 32.1 | 32.1 | 30.9 | 26.0 | 18.5 | 14.3 | 8.7 | 6.8 | 4.9 |
| 50代 (n=174) | 78.7 | 69.5 | 70.7 | 57.5 | 39.1 | 34.5 | 44.3 | 28.7 | 31.0 | 33.3 | 25.9 | 18.4 | 14.9 | 6.9 | 6.3 | 7.5 |
| 60代 (n=159) | 80.5 | 64.2 | 56.0 | 52.2 | 39.6 | 20.8 | 42.1 | 18.2 | 23.9 | 42.1 | 32.1 | 12.6 | 23.9 | 8.2 | 9.4 | 6.9 |
| 70代 (n=73) | 86.3 | 49.3 | 54.8 | 54.8 | 42.5 | 23.3 | 35.6 | 15.1 | 19.2 | 46.6 | 30.1 | 9.6 | 31.5 | 13.7 | 17.8 | 12.3 |