

「アニヴェルセル総研」第26弾、恋愛意識調査 二極化進む!?「バレンタイン」の実態を徹底比較! 昨年から変化あり? 今年の本命チョコの予算とは・・・

ゲストハウスウェディングを展開している、アニヴェルセル株式会社(代表取締役社長 平井雅丈)は、継続的に実態調査を行い、ホームページ上に設置したコンテンツ「アニヴェルセル総研」(<http://www.anniversaire.co.jp/brand/pr/soken1/>)に調査結果を公開しています。

第26弾は、全国の23歳から39歳の未婚女性300名を対象に調査を行い、「バレンタインデー」に関する質問に対しての回答を以下のレポートにまとめています。

アニヴェルセル株式会社では、「幸せは、祝福されると記念日になる。」というコンセプトのもと、「アニヴェルセル総研」を通して、結婚に関する興味喚起を訴求してまいります。

チョコレートの予算のボリュームゾーンは? バレンタインチョコレートも進む二極化!?



もうすぐバレンタインデー。最近では手作りのチョコレートを用意される方も少なくなりますが、手作りでも材料代はかかるもの。ギフト用のチョコレートをながめても、高級チョコレートはそれなりのお値段だったりします。

あまりにも安価なものは気が引けるし、かといって超高級なチョコレートを贈るのもちょっと照れくさい。愛情の深さは金額では計れないとは思っていても、やはりチョコレートにかける「予算」には、毎年皆さん悩まれているのではないのでしょうか。

アニヴェルセルでは昨年に引き続き、今年もバレンタインチョコレートに関するアンケートを実施しました。チョコレートにかける「予算」は昨年と今年では変化があったのでしょうか。早速ご覧ください。

予算 1,000 円未満の方の割合に大きな変化。その数字が意味するものは?

■「本命チョコ」にかける予算は? (2015 年度調査)

「本命チョコ」にかける予算		
1位	2,001円~3,000円	24.3%
2位	1,000円~2,000円	23.0%
3位	3,001円~4,000円	19.0%
4位	4,001円~5,000円	5.5%
5位	1,000円未満	5.0%
6位	5,001円~6,000円	4.7%
7位	10,001円以上	1.0%
8位	6,001円~7,000円	0.8%
9位	8,001円~9,000円	0.4%
10位	9,001円~10,000円	0.3%
11位	7,001円~8,000円	0.2%

それでははじめに、昨年のアンケート結果をご紹介します。

1位だったのは「2,001 円~3,000 円」、以下「1,000 円~2,000 円」、「3,001 円~4,000 円」と続きます。

この結果に今年に変化があったのか、なかったのか。気になる今年のアンケート結果をご覧ください。

ANNIVERSAIRE

■本命がいたとしたら、バレンタインプレゼント予算はどのくらいをお考えですか。(2016年度調査)

本命がいたとしたら、バレンタインプレゼント予算はどのくらいをお考えですか

1位	2,000円～3,000円未満	29.0%
2位	1,000円～2,000円未満	18.7%
3位	5,000円～10,000円未満	11.3%
4位	500円～1,000円未満	11.0%
5位	3,000円～4,000円未満	10.7%
6位	4,000円～5,000円未満	10.0%
7位	500円未満	5.3%
8位	10,000円～15,000円未満	2.0%
9位	15,000円～20,000円未満	1.0%
10位	20,000円～30,000円未満	0.7%
11位	30,000円以上	0.3%

1位「2,000円～3,000円未満」と2位「1,000円～2,000円未満」は昨年と同じ順位でしたが、3位に変化がありました。昨年の「3,001円～4,000円」に代わって、今年は「5,000円～10,000円未満」が3位にランクインです。昨年3位の「3,001円～4,000円」は、5位に後退する結果となりました。

一方、割合に着目してみると、1位と2位の合計は、昨年は47.3%、今年は47.7%とほとんど変化がありませんでした。やはり、バレンタインチョコレートの「予算」は、1,000円から3,000円の範囲がボリュームゾーンの様です。

ところで、もうひとつ注目したい数字は、1,000円未満の予算を考えている方の割合です。

昨年は「1,000円未満」と回答された方は5%(5位)でしたが、今年は16.3%(「500円～1000円未満(4位)」と「500円未満(7位)」の合計)と、3倍以上に増えています。逆に、5,000円以上と回答されている方は、昨年の合計は7.4%、今年は15.3%と、こちらも倍増しています。

このことから考えられるのは？ ひとつには「手作り派」が増えているという推測。そして、気持ちが伝わる日だからこそ、年に1度のバレンタインには「厳選された、ちょっと高くてもいいものを選びたい」という気持ちが働くのでしょうか。もしかすると、バレンタインチョコレートの予算のかけ方や、プレゼントスタイルは二極化が進んでいるのかもしれない。

チョコレートに託される愛、バレンタインデーは永遠の「恋人たちの日」。

以上、アニヴェルセルによるバレンタインチョコレートについての調査結果でした。

チョコレートの「予算」は、恋愛の深さに比例するものではないと思いますが、今年のチョコレートを決め切れていない方には、ご参考になったでしょうか。

心に秘めた思いをお相手に告げるのは、とても勇気がいること。でもそれを乗り越えなくては恋愛は、はじまりません。チョコレートに託して意中の人に思いを伝えるバレンタインデーは、思いを切り出せなくて悩んでいる人にとっては、やはりかけがえのない日ですね。

東京・表参道や横浜・みなとみらいをはじめ、全国14カ所に結婚式場を展開するアニヴェルセルは、社名のアニヴェルセルがフランス語で記念日という意味から、「幸せは、祝福されると記念日になる。」をブランドメッセージとして掲げています。

「幸せは、祝福されると記念日になる」。

恋愛のきっかけは人それぞれ。そのきっかけがチョコレートだなんて、まさにおふたりにとっては「甘い思い出」となって、いつまでも忘れられないことでしょう。バレンタインデーは永遠に。どうかその日を大切になさってください。

ANNIVERSAIRE

【レポート記事のご案内】

当リリースの内容をもとに、アニヴェルセルの編集スタッフが一般のお客様に読みやすい記事へと編集したレポートを公開しています。こちらで使用している記事およびグラフやイラストなども、当社のリリースであることと、当該掲載記事へのリンクを掲載いただける場合は、自由にご利用いただけます。合わせてご利用ください。

アニヴェルセル総研: <http://www.anniversaire.co.jp/brand/pr/soken1/>

クレジット:アニヴェルセル株式会社

【調査概要】

表題 :「恋愛意識」に関する実態調査

調査方法:インターネット調査

調査期間:2015年9月30日～10月1日

調査対象:全国 23 歳～39 歳未婚女性 300 名

アニヴェルセル株式会社について

1986年創業。「幸せは、祝福されると記念日になる。」を企業コンセプトに、全国14か所のウエディング施設の運営、記念日を軸とした商品の販売並びにサービスの提供を行っています。2010年10月、商号をフランス語で「記念日」を意味する『アニヴェルセル』に変更、これにあわせて2011年1月より全店舗の施設名称も『アニヴェルセル』に統一いたしました。

フランスで活躍した画家マルク・シャガールの代表作「アニヴェルセル」は、最愛の恋人ベラが突然訪れ、シャガールの誕生日を祝う感動のシーンです。そこに描かれているのは、ふたりの愛に満ちあふれた感動と祝福の時間であり、当社が理想とする最高の記念日のあり方でもあります。