

10. プロモーション効果検証

【店舗アンケート】店舗売上・活動調査結果 【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果 (全国男女1,000人フラワーバレンタイン認知度他)

参考資料:アンケートパブリシティ用

【第4回花と恋愛の相関図】全国男女1000人花贈り意識調査結果

【店舗アンケート】店舗売上・活動調査結果



■店舗売上調査概要

目的: 本調査は、「フラワーバレンタイン」キャンペーンの一環として

行われた。調査の目的は、本キャンペーンによる店頭の様子、 売上動向を把握し、次年度以降の取組みに活用することである。

調查期間: 2017年2月11日(木)~14日(日) の4日間

調査協力店舗: 22店舗(全国)

調査方法: WEBフォームへの回答(任意参加)

※花の国日本協議会の小売店会員へメールでご案内

■設問(定性項目)

-)にに採用) 今年のバレンタインの売り場準備は何月何日くらいからスタートしましたか? 今年のバレンタインでは例年に比べ男性のお客様が増えた実感はありますか?また、男女比など具体的な数値がありました
- 学年のハレンダインでは例中に山へあけいの合体が増えた大きには必って、パースには、パースには例中に山への大きによって、アースには例中に山への大きには、アースによって、アー

- パレンタイン期間に最も売れた価格帯を教えてくたさい。 パレンタイン用途でご利用のお客様の多い年代を教えてください パレンタイン日途でご利用のお客様の多い年代を教えてください 今回ご用意した消費者向けのチラシ(15cm×15cm、15方形)や、フラワーパレンタイン公式サイト内の「FVサポーター」ページのダウンロードツール(POP、チラシ、動画など)は、どのように活用しましたか?また、来年度に向けて、ツールのご要望がございましたら教えて下さい。 今年のFV公式グッスを購入しましたか?購入された方は、どのように活用しましたか?(パリーン、ピック、スリーブ、缶パッシ、ヴィンドブレーカー、車用マグネット、書籍、CD)また、来年度に向けて、公式グッズの要望がございましたら教
- ください。 011.) その他、花の国日本協議会へのご要望がありましたら、お知らせください。
- ■設問(定量項目) 販売日の天候(午前) / 販売日の天気(午後) / 売り上げ(前年比) 客数(前年比) / 男性客数

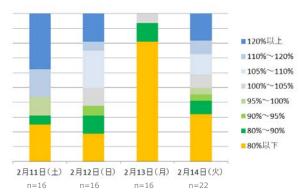
■WEBフォームの内容(表紙)



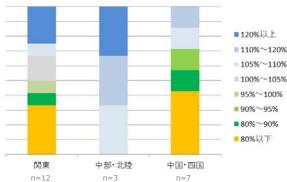
【店舗アンケート】店舗売上・活動調査結果



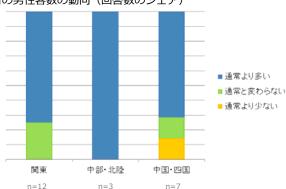
■日別の売上前年比(回答数のシェア)



■14日の売上前年比(回答数のシェア)



■14日の男性客数の動向(回答数のシェア)





【店舗アンケート】店舗売上・活動調査結果



■設問

今年のバレンタインでは例年に比べ男性のお客様が増えた実感はありますか?また、男女 比など具体的な数値がありましたら教えてください。

(関東)

- ・毎年バレンタインのイベントを行っていますが、年々認知度が上がっており、当店では、 特に今年は男性客が多く男性客だけで考えると昨年の3倍は来店がありました。
- ・今年が初めてのバレンタインでしたが、普段よりも男性のお客様が多かったです。
- ・平日ということもあり、FVの需要は少ない。男性客も普段と変わらず。
- ・若干男性のお客様が多い気はしたが特別増えてはない気がする
- ・平日としては男性客がわずかに多い印象はあったが、増えた実感まではなかった。
- ・外国人男性が多く、日本人男性は2割程度でした。
- ・普段よりは男性のお客様は多かったが、去年とそれほど変わらない印象がありました。
- ・当日は男性客多く、例年と同じ流れであった。男女5:5で、明らかに男性客は多かった。
- 男性のお客様は例年並みだったように感じました。11日~14日の間ではFV用の方は10人 程度でした。
- ・フラワーバレンタイン用の男性は例年と同じくらいな感覚でした。バレンタイン当日の 男女比は、男性2:女性8くらいです。
- ・男性客が増えた実感はありません。
- ・当日 18-19 時は6割男性のお客様がギフト女性のお客様はパック束などご自宅用が多かったです。 19-21 時は9割男性のお客様でバラのブーケや 1000 円のミニブーケなどお買い上げでした。
- ・ 2/14に近づくにつれ多くなった

(中部・北陸)

- ・男性のお客様ばかりが目立ちました。8割がた男性でした。
- 特になし。
- 変わらない
- ・ご予約は少しです。これから動くかと。男性は増えたように感じます
- ・少しですが増えています。男7割・女3割

(中国・四国)

- ・11日~14日 昨年に比べ男性客が31名増加
- ・商品が売れ始めるのがギリギリで焦りましたが、少しではあるがリピーターさんが増え てきました
- ・火曜日だったので、仕事帰りに来店されるかな・・・と思っていたが、残念ながら数人 しかいなかった
- ・バレンタイン前日までは例年並みだが、当日の夕方はいつもより多く感じた
- ・どちらかと言えば、バレンタインだからのお客様は少なかった
- ・通常の调末の男性客の方が多い
- ・増えた実感はない
- ・昨年とほぼ同数ですが今年は20代~30代の男性客様が増えました

(九州・沖縄)

・男女とも若干、その傾向があります。



● 調査概要

マクロミル ネットモニター調査 2017年3月7日(火)~8日(水) 20~40代の男女518名ずつ計1036名(首都圏518名、その他518名) 2011年以降、毎年同時期・同条件で実施

● 調査目的

「フラワーバレンタイン」キャンペーンに関して、以下の点について消費者の意識や購買行動などを調査する。基本的に、第1回目から共通の設問で実施し、キャンペーンの継続データを蓄積することを目的としている。

● 調査内容

内容は、大きく分けて下記の5テーマに分かれている。次頁以下に集計結果と要約を示す。質問票、単純集計表とフェースシートは、巻末資料として掲載している。

1. 認知度、認知経路

バレンタインデーの意味の認知度、「フラワーバレンタイン」(FV)の認知度、認知経路、ロゴ・チラシ、ポスター等の画像認知度

2. 購入率、購入意向、購入経路

バレンタインギフトとしての花の購入率、リピート率、新規購入率、今後の購入意向、 ホワイトデーの花購入意向、今年のバレンタインデー花購入者の購入経路

3. ギフトとしての花の位置づけ

バレンタインギフト全体の中での花の選好度

4 花の選好

バレンタインギフトとして好まれる花の選好度

5. バレンタインの支出(新規項目)

バレンタインデーに誰に、何を、いくらぐらい購入したか(男女とも、性別:関係性問わず)

資料A 質問票・単純集計表

資料B 回答者フェース項目(回答者属性)

● 補足:バレンタインデーの曜日と気候

2017年:火曜日 近畿から関東でところにより雨雲や雪雲。日本海側は雪か雨。

2016年:日曜日 一部雨、後晴れ。中国、北陸、東海、関東で春一番。

最高気温4~6月並み。

2015年: 土曜日 北陸から北海道は雪。関東など他の地方は晴れ、強風。

2014年:金曜日 北海道から中国まで雪。関東は大雪。九州・四国は曇り・雨。

2013年:木曜日 おおむね晴れ。

2012年: 火曜日 九州から関東は広く雨。

2011年:月曜日 曇り。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



●調査結果 (要旨)

1.バレンタインデーおよび「フラワーバレンタイン」の認知率、認知経路、画像認知 バレンタインデーが「男女がお互いの愛を誓い合う日」であることを知っている人の率は 48.5% で、前年比0.5%減少した。「バレンタインデーには、世界各国で、男性から女性に花を贈る習慣がある」ことについては、認知率57.4%で、前年比0.8%上昇した。

「フラワーバレンタイン」の認知率は16.4%と、2015年の16.2%から、0.2%の増加に転じた。20代男性が最も認知率が高く、20.9%にのぼったが、30代、40代男性の認知は低調で、男性全体では16.0%だった。女性は16.8%で、男女差はほとんどない。

「フラワーバレンタイン」の認知経路(認知者中の比率)は、店頭ポスターが44.7%で、従来トップだったテレビ40.6%を抜いた。店頭POP・チラシは22.4%で、2.6%減った。マス媒体では新聞4.7%で微減、雑誌が7.6%で微増だった。

「フラワーバレンタイン」の画像で最も認知率が高いのは、従来通り縦長ポスターで、8.1%だった。茶口ゴ5.1%、チラシ4.2%は、前年とほぼ同じ水準だった。

2. 購入率、購入意向、購入経路

今年のバレンタインデーに花を贈ったのは、全男性回答者518名中13人、2.5% (2016年23人4.4%) で、前年より1.9%減少し、2013年に次いで低い水準だった。 過去に贈ったことのある人も、6.6%と、前年比3.8%減った。 「来年のバレンタインに贈りたい」と答えた男性は13.9%で、前年より1.5%少ない。

対照的に、「ホワイトデーに贈りたい」人は36.7%で、3.7%増えた。 「バレンタインに花を贈りたいとは思わない」人は過去最高で、2017年は44.8%に上った。

今年の新規の購入者(今年贈った人のうち、過去に贈ったことがない人)は、皆無だった。今年も過去も贈った人(リピーター)も、13名2.5%と、減少した。購入経験者(過去および/または今年贈った)は、34名6.6%と前年の54名10.4%から減った。 バレンタインデーに花を贈った経験のない人(過去にも今年にも贈らなかった)は、

購入経路は花店が100%、通販・宅配(電話や店頭注文)38.5%だった。

3. ギフトとしての花の位置づけ

93.4% (89%) で、4.4%増えた。

今年のバレンタインにもらったギフトとして、一番多いのはスイーツで8.9%、次いでレストランでの食事が2.5%、花は3番目で、2016年と同じ1.9%だった。バレンタインに欲しいギフトとしては、スイーツ62.2%、レストランで食事43.4%、アクセサリー40.0% 4番目が花で37.5%となり、2017年はアクセサリーに抜かれた。

4 花の選が

バレンタインにもらいたい (贈りたい) 花は、赤いバラ28.4%、赤以外のバラ22.8%、香りのあるバラ13.6%と、例年通り、バラの人気が根強い。

5. バレンタインの支出

バレンタインの総支出額をたずねたところ、「まったく使っていない」が53.4%で、 過半数を占めた。次いで、「500円以上~1,000円未満」が10.1%、「1,000円以上~ 2,000円未満」9.7%とつづく。

どの年代でも、男性の8割弱は、まったく何も購入していない。

自由回答を見ると、女性ではチョコレートが多いが、手作りのケーキ等お菓子材料の購入者も目立つ。男女とも、「贈る相手がいない」という回答が目立った。



1. 認知度、認知経路

- バレンタインデーの意味 認知率 (Q1) バレンタインデーについて、あなたは以下のことをご存知ですか? (n=1036、単一回答)
- 1. バレンタインデーとは、本来、「男女がお互いの」愛を誓い合う日である
- 2. 欧米や中国・台湾など世界各国で、バレンタインデーには、男性から女性に花を贈る習慣がある



「バレンタインデー」の意味 認知率推移 70 第1回FV後 58.7 62.2 61.8 58.8 58.9 57.4 60 58.0 % 50 45.8 53.4 52.9 49.0 48.5 40 ━━ 世界各国で、男性から女性に花を贈る習慣がある -◆-「男女がお互いの」愛を誓い合う日 30 2011年1月 2011年(FV開始) 2012年 2013年 2014年 2015年 2016年 2017年

バレンタインデーの意味 認知率 単一回答	全体 (N)	2011年 1月	2011年 3月	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
「男女がお互いの」愛を誓 い合う日	1036	55.9	54.8	58.0	52.9	48.8	53.4	49.0	48.5
男性	518	55.2	54.4	55.4	47.1	48.6	51.2	46.5	45.4
女性	518	56.6	55.2	60.6	58.7	49.0	55.6	51.5	51.5
世界各国で男性から女性 に花を贈る習慣がある	1036	45.8	58.7	62.2	61.8	58.8	58.9	56.6	57.4
男性	518	36.9	48.6	54.4	49.6	51.5	46.5	45.4	43.6
女性	518	54.8	68.7	69.9	73.9	66.0	71.2	67.8	71.2

- バレンタインデーの意味として「男女がお互いの愛を誓い合う日」の認知率は 48.5% (2016年49.0%、2015年53.4%) で、微減。
- ■「バレンタインデーには、世界各国で、男性から女性に花を贈る習慣がある」の認知率は57.4%(2016年56.6%、2015年58.9%)で、前年比0.8%増。男女差が大きく、男性43.6%に対し、女性は71.2%の認知率がある。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果

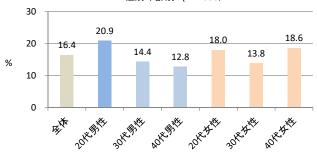


●「フラワーバレンタイン」認知率 (Q2) 日本全国の花店では、2011年から、2月14日を「男性から女性に花を贈る日」として、「フラワーバレンタイン」を推進しています。「フラワーバレンタイン」という言葉をご存知ですか? (n=1036. 単一回答)

「フラワーバレンタイン」認知率推移 男女別 男女別 (n = 1036、男女各 n=518)



「フラワーバレンタイン」認知率 性別年齢別 (n= 1036)



- 「フラワーバレンタイン」の認知率は16.4%と、2015年の16.2%から、0.2%の増加に転じた。
- ■男性では16.0 % (2016年は19.9%と過去最高)、女性は16.8 % (2016年12.5%)と、2017年は男女同水準になった。
- ■男女別年齢別に見ると、20代男性が最も高く、20.9%にのぼったが、30代、40代男性の認知は低調で、男性全体では16.0%だった。



「フラワーバレンタイン」 認知率 都道府県別 (n=1036)

「フラワーバレンタイン」認知率推移 地域別 (n=1036)

地域別	2015年	2016年	2017年
全体	17.8	16.2	16.4
北海道	21.1	20.0	20.0
東北地方	20.9	12.3	23.3
関東地方	17.5	15.9	15.1
中部地方	20.0	22.0	17.9
近畿地方	14.9	14.4	14.1
中国地方	15.2	8.3	18.4
四国地方	15.0	11.1	25.0
九州地方	19.7	17.7	20.0

- ■地域別、都道府県別の「フラワーバレンタイン」の認知率データは、参考値である。
- ■地域別では、大都市圏を含む関東(15.1%、 n=550)、近畿(14.1%, n=142)で、平 均を下回っている。
- なお、四国地方は25%と最も高いが、母数は12に過ぎない。
- ■都道府県別では、福岡県で27.3%、北海道で20.0%と高い認知率になっている。 千葉県は10.0%と低い。広島県は6.7%にとどまっているが、母数が15名と少ない。
- ■全体的に、サンプル数の不足から、確実な 傾向はわかりにくい。

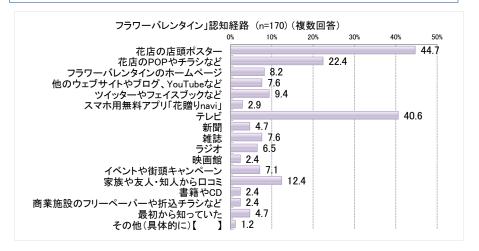
「フラワーバレ ンタイン」認知率	全体	認知率
都道府県	1036	16.4
北海道	40	20.0
青森県	4	50.0
岩手県	2	0.0
宮城県	20	15.0
秋田県	7	28.6
山形県	3	100.0
福島県	7	0.0
茨城県	11	9.1
栃木県	10	30.0
群馬県	11	9.1
埼玉県	90	12.2
千葉県	90	10.0
東京都	213	17.8
神奈川県	125	16.0
新潟県	14	21.4
富山県	6	16.7
石川県	6	33.3
福井県	1	0.0
山梨県	3	0.0
長野県	13	30.8
岐阜県	7	14.3
静岡県	18	11.1
愛知県	61	16.4
三重県	11	18.2
滋賀県 京都府	12 12	16.7 16.7
大阪府		10.7
ス 版 府 兵庫県	70 36	16.7
六 年 奈良県		0.0
和歌山県	7 5	20.0
鳥取県	3	33.3
島根県	5	20.0
岡山県	13	30.8
広島県	15	6.7
山口県	13	15.4
徳島県	1	100.0
香川県	3	33.3
愛媛県	5	20.0
高知県	3	0.0
福岡県	22	27.3
佐賀県	2	0.0
長崎県	5	20.0
熊本県	9	33.3
大分県	7	14.3
宮崎県	5	20.0
鹿児島県	5	0.0
沖縄県	5	0.0

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



●「フラワーバレンタイン」認知経路(Q3)

「フラワーバレンタインを知っている」とお答えの方に伺います。あなたは「フラワーバレンタイン」という言葉を、どこで知りましたか? (n=170、複数回答)



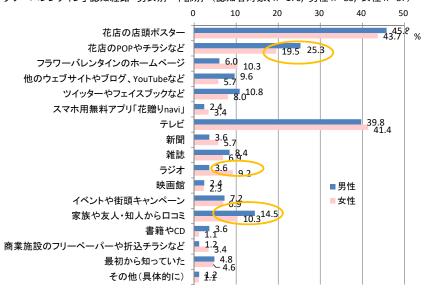
「フラワーバレンタイン」 認知経路 推移 (複数回答)

認知経路 複数回答	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
花店の店頭ポスター	35.3	41.5	28.5	43.0	33.2	39.3	44.7
花店のPOPやチラシなど	18.2	20.5	15.8	16.5	21.7	25.0	22.4
フラワーバレンタインのホームページ	3.5	5.8	2.4	4.4	9.8	9.5	8.2
他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	13.5	15.2	9.7	6.3	12.5	10.1	7.6
ツイッターやフェイスブックなど	2.9	6.4	6.1	7.0	9.8	9.5	9.4
スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」				1.3	1.6	1.8	2.9
テレビ	37.6	42.7	38.2	41.8	39.7	44.0	40.6
新聞	5.3	7.0	7.9	7.0	4.9	6.5	4.7
雑誌	7.6	8.8	6.1	11.4	3.3	6.5	7.6
ラジオ	9.4	7.6	9.1	8.9	8.7	6.5	6.5
映画館	2.4	0.0	0.6	0.6	2.2	1.2	2.4
イベントや街頭キャンペーン	3.5	8.2	4.2	5.1	4.3	6.5	7.1
家族や友人・知人から口コミ	7.6	16.4	4.2	10.1	8.7	11.9	12.4
書籍やCD			1.2	0.6	1.6	1.8	2.4
商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど			3.6	3.8	4.3	3.6	2.4
最初から知っていた	4.1	5.3	6.1	3.2	6.0	4.8	4.7
その他(具体的に【 】)	0.6	1.8	0.6	3.2	1.6	0.0	1.2
全体(N)	170	171	165	158	184	168	170

- 「フラワーバレンタイン」の認知経路(認知者中の比率)は、店頭ポスターが44.7% (2016年39.3%)で、従来首位だったテレビ40.6%(同44.0%)を抜いた。 一方、店頭POP・チラシは22.4%(同25.0%)で、2.6%減った。
- マス媒体では新聞4.7%(同6.5%)で微減、雑誌が7.6%(同6.5%)で微増だった。
- ■口コミは12.4%(同11.9%)と0.5%増えた。
- ■フラワーバレンタインのホームページ 8.2%(同 9.5%)、他のサイト7.6%(同 10.1%)は下降、SNSは9.4%(同9.5%)と横ばいである。



「フラワーバレンタイン」 認知経路 男女別 年齢別 (認知者対象、n= 170, 男性 n =83, 女性 n= 87)



「フラワーバレンタイン」認知経路 性別年齢別(複数回答) (認知者対象、n=170)

認知経路 複数回答	全体	20代 男性	20代 女性	30代 男性	30代 女性	40代 男性	40代 女性
	170	36	31	25	24	22	32
花店の店頭ポスター	44.7	47.2	38.7	52.0	37.5	36.4	53.1
花店のPOPやチラシなど	22.4	19.4	12.9	32.0	20.8	27.3	25.0
フラワーバレンタインのホームページ	8.2	5.6	6.5	8.0	12.5	4.5	12.5
他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	7.6	5.6	6.5	16.0	4.2	9.1	6.3
ツイッターやフェイスブックなど	9.4	2.8	9.7	24.0	4.2	9.1	9.4
スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」	2.9	2.8	6.5	4.0	0.0	0.0	3.1
テレビ	40.6	38.9	54.8	40.0	33.3	40.9	34.4
新聞	4.7	5.6	3.2	4.0	8.3	0.0	6.3
雑誌	7.6	11.1	3.2	12.0	8.3	0.0	9.4
ラジオ	6.5	5.6	3.2	0.0	8.3	4.5	15.6
映画館	2.4	5.6	3.2	0.0	0.0	0.0	3.1
イベントや街頭キャンペーン	7.1	16.7	6.5	0.0	0.0	0.0	12.5
家族や友人・知人から口コミ	12.4	13.9	16.1	20.0	8.3	9.1	6.3
書籍やCD	2.4	2.8	0.0	8.0	0.0	0.0	3.1
商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど	2.4	2.8	0.0	0.0	4.2	0.0	6.3
最初から知っていた	4.7	8.3	0.0	0.0	4.2	4.5	9.4
その他(具体的に【 】)	1.2	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	3.1

- 認知経路について、性別では、口コミで女性14.5%に対し男性10.3%と4.2%の差があった。
- 性別年齢別により詳しく集計すると、30代男性、40代女性では、認知者の過半数が店頭ポスターを見たことがあると答えている。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



「フラワーバレンタイン」 認知経路 地域別 (n= 170)

			地 域						
認知経路 複数回答	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
	170	8	10	83	25	20	9	3	12
花店の店頭ポスター	44.7	37.5	30.0	51.8	48.0	30.0	22.2	33.3	50.0
花店のPOPやチラシなど	22.4	12.5	10.0	24.1	24.0	30.0	0.0	33.3	25.0
フラワーバレンタインのホームページ	8.2	0.0	0.0	6.0	4.0	15.0	11.1	0.0	33.3
他のウェブサイトやブログ、YouTube など	7.6	12.5	0.0	7.2	4.0	15.0	11.1	33.3	0.0
ツイッターやフェイスブックなど	9.4	25.0	10.0	7.2	8.0	15.0	0.0	0.0	16.7
スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」	2.9	0.0	0.0	2.4	0.0	10.0	0.0	0.0	8.3
テレビ	40.6	25.0	80.0	36.1	44.0	25.0	55.6	66.7	50.0
新聞	4.7	12.5	10.0	3.6	4.0	0.0	11.1	0.0	8.3
雑誌	7.6	12.5	0.0	7.2	8.0	10.0	0.0	0.0	16.7
ラジオ	6.5	12.5	0.0	7.2	0.0	15.0	0.0	0.0	8.3
映画館	2.4	12.5	0.0	0.0	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0
イベントや街頭キャンペーン	7.1	0.0	10.0	2.4	8.0	20.0	0.0	0.0	25.0
家族や友人・知人から口コミ	12.4	12.5	10.0	9.6	12.0	20.0	11.1	0.0	25.0
書籍やCD	2.4	0.0	0.0	1.2	0.0	10.0	0.0	0.0	8.3
商業施設のフリーペーパーや折込チラ シなど	2.4	0.0	0.0	1.2	4.0	10.0	0.0	0.0	0.0
最初から知っていた	4.7	0.0	0.0	6.0	4.0	10.0	0.0	0.0	0.0
その他(具体的に【 】)	1.2	0.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

- 地域別の認知経路は、地域によって母数が少ないため、参考値である。
- 東北、中国、四国、九州ではテレビが多い(順に80%、55.6%、66.7%、50%)。 関東と九州では、店頭ポスターが過半数に達している。



「フラワーバレンタイン」 認知経路 男女別 年齢別

● キャンペーン画像認知率(Q4)

以下の画像を見たことがありますか?それぞれについてお答えください。(n=1036、単一回答)

			認知率
画像認知率		全体 (n)	1036
1	茶口ゴ Bernine I	A 2	5.1
2	縦長ポスター	777-112347	8.1
3	チラシ 表・裏	CO acutan	4.2
4	JーWAVEのポスター		2.5
5	J-WAVEハートタグ(表面のみ)) Left	3.5
6	3 LOVE STORIESのポスター	3 con stonics	5.3
7	タグ(QRコード)		1.8
8	アプリ 花贈りnaviアイコン	花贈り# NGVI	2.6
9	花用スリーブ		1.1
10	鉢プロFVタグ裏面	65	1.7
11	鉢プロPOP	46 m	3.6
12	愛妻の日ハグマット		2.4
13	愛妻家宣言証		2.9
14	花の国日本協議会のロゴ		4.2

■「フラワーバレンタイン」の画像で最も認知率が高いのは、従来通り縦長ポスターで、

8.1% (2016年6.5%) だった。茶ロゴ5.1% (同5.3%) 、チラシ4.2% (同3.9%) は、前年とほぼ同じ水準だった。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



キャンペーン画像認知率 時系列

	』 以下の画像を見たことがありますか?	FV□ゴ・	画像 認	知率	% (n =	1036、4	5年)	
Q4	それぞれについてお答えください。	2011年	2012 年	2013 年	2014 年	2015 年	2016 年	2017 年
1	茶ロゴ	4.1	5.5	4.3	4.6	4.3	5.3	5.1
2	縦長ポスター	7.1	9.6	5.5	6.3	6.6	6.5	8.1
3	チラシ 表・裏	3.0	6.6	2.7	4.2	3.8	3.9	4.2
4	JーWAVEポスター					5.2	4.0	2.5
5	J-WAVEハートタグ(表)						2.7	3.5
6	3 LOVE STORIESポスター					2.6	3.3	5.3
7	タグ (QRコード)	4.5	2.8	2.1	2.5	1.5	1.5	1.8
8	アプリ(花贈りnavi)				3.9	1.4	2.6	2.6
9	花用スリーブ				1.8	0.9	1.3	1.1
10	鉢プロFVタグ裏面						1.6	1.7
11	鉢プロPOP						3.5	3.6
12	愛妻の日ハグマット						1.7	2.4
13	愛妻家宣言証						2.0	2.9
14	花の国日本協議会ロゴ					4.1	3.1	4.2

注:ポスター、チラシ、J-Waveキャンペーンの画像は、毎年変更

画像3(「本物のバレンタイン」タイアップキャンペーンチラシ)は2011年は茶色、2012年以降はピンク画像4、5、9は2015年に追加、画像5、10、11、12、13は2016年追加

キャンペーン画像認知率 男女別・年齢別

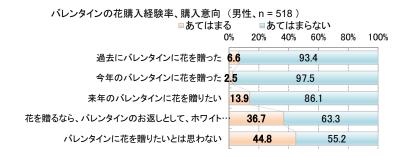
- 1	イヤンハーノ回家能和学 男女別・中即別								
		性別			年齢				
Q4	以下の画像を見たことがありますか? それぞれについてお答えください。	全体	男性	女性	全体	20代	30代	40代	
	全 体	1036	518	518	1036	344	348	344	
1	茶ロゴ	5.3	6.8	3.9	5.3	8.7	4.3	2.9	
2	縦長ポスター	6.5	8.3	4.6	6.5	8.4	5.7	5.2	
3	チラシ 表・裏	3.9	5.6	2.1	3.9	4.7	2.9	4.1	
4	JーWAVEポスター	4.0	4.8	3.1	4.0	5.2	3.2	3.5	
5	J-WAVEハートタグ(表)	2.7	3.5	1.9	2.7	3.8	2.9	1.5	
6	3 LOVE STORIES ポスター	3.3	4.2	2.3	3.3	4.4	2.0	3.5	
7	タグ (QRコード)	1.5	2.7	0.4	1.5	2.3	1.7	0.6	
8	アプリ(花贈りnavi)	2.6	3.7	1.5	2.6	3.2	2.6	2.0	
9	花用スリーブ	1.3	1.7	0.8	1.3	2.0	1.1	0.6	
10	鉢プロFVタグ裏面	1.6	2.5	0.8	1.6	3.2	1.1	0.6	
11	鉢プロPOP	3.5	5.6	1.4	3.5	5.2	2.0	3.2	
12	愛妻の日ハグマット	1.7	2.7	0.8	1.7	2.6	1.7	0.9	
13	愛妻家宣言証	2.0	3.1	1.0	2.0	2.6	2.3	1.2	
14	花の国日本協議会ロゴ	3.1	3.5	2.7	3.1	3.2	2.6	3.5	

- 画像認知率を時系列でみると、メインの縦長ポスターでは、ここ2~3年使われている欧米人の写真は、認知率が6%台から8.1%になった。過去、最も高かったのは、2012年の立っているカップルのイラストのポスター(9.6%)だった。
- 「フラワーバレンタイン」の画像認知では、全体に、男性の方が女性より認知率が高い。
- 年代別では、全般に20代の画像認知率が高い。
- 認知率および画像認知率については、実際の認知者に加え、「聞いたり、見たりしたことがあるような気がする」人たちも含まれている可能性がある。

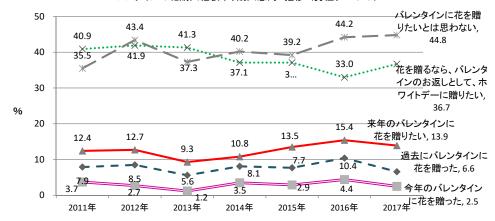


2. 購入率、購入意向、購入経路

- バレンタインデーの花購入経験率・購入意向(男性) (Q7) バレンタインに花を贈ることについて、以下の項目ごとに、ご自分にあてはまるかどうかをそれぞれお選びください。(男性、n=518)
 - 1.過去にバレンタインに花を贈った
 - 2.今年のバレンタインに花を贈った
 - 3.来年のバレンタインに花を贈りたい
 - 4.花を贈るなら、バレンタインのお返しとして、ホワイトデーに贈りたい
 - 5.バレンタインに花を贈りたいとは思わない



バレンタインの花購入経験率、購入意向 推移 (男性、n = 518)



- ■今年のバレンタインデーに花を贈ったのは、全男性回答者518名中13人、2.5%(2016年23人4.4%、2015年2.9%、2014年3.5%)で、前年より1.9%減少し、2013年に次いで低い水準だった。
- ■過去に贈ったことのある人も、6.6%(2016年10.4%)と、3.8%減った。
- 「来年のバレンタインに贈りたい」と答えた男性は13.9%(同15.4%)で、前年より 1.5%少ない。
- ■対照的に、「ホワイトデーに贈りたい」人は36.7%(同33.0%)で、3.7%増えた。
- 「バレンタインに花を贈りたいとは思わない」人は、2016年に続き過去最高で、2017年は44.8%(同44.2%)に上った。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



購入率・購入意向 年齢別(男性、n=518) ()内は前年の値

	年齢						
	全体	20代	30代	40代			
全体	518 (518)	172 (172)	174 (174)	172 (172)			
過去のバレンタインに贈った	6.6 (10.4)	5.8 (12.8)	5.7 (9.8)	8.1 (8.7)			
今年のバレンタインに贈った	2.5 (4.4)	4.1 (8.7)	1.7 (1.7)	1.7 (2.9)			
来年のバレンタインに贈りたい	13.9 (15.4)	18.6 (22.1)	14.4 (13.2)	8.7 (11.0)			
花を贈るならホワイトデーに贈りたい	36.7 (33.0)	36.0 (33.1)	37.9 (34.5)	36.0 (31.4)			
バレンタインに花を贈りたくない	44.8 (44.2)	45.3 (44.8)	45.4 (49.4)	43.6 (38.4)			

購入率・購入意向 子供の有無(男性、n=518)

	全体	子供なし	子供あり
全体	518	354	164
過去のバレンタインに贈った	6.6	6.2	7.3
今年のバレンタインに贈った	2.5	2.8	1.8
来年のバレンタインに贈りたい	13.9	13.6	14.6
花を贈るならホワイトデーに贈りたい	36.7	33.6	43.3
バレンタインに花を贈りたくない	44.8	44.6	45.1

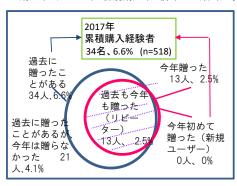
- ■年齢別に集計すると、過去のバレンタインに贈ったのは、40代が8.1%で最も多かった。 一方、今年贈ったのは、20代が4.1%で最大である。
- ■来年の購入意向も、20代が18.6%で、30代の14.4%、40代の8.7%に比べれば、 関心が高い。
- ■花を贈るなら、バレンタインよりもむしろホワイトデーの方が、男性には好まれている。 年齢差は僅差で、36%(20代、40代)~37.9%(30代)である。
- いずれの年代でも、バレンタインに花を贈りたくない人が最も割合が高い。20代 45.3%、30代45.4%、40代43.6%にのぼる。
- 子供の有無での購入経験、購入意向の差異を調べると、子供のある人では、ホワイトデーに贈りたい人が43.3%にのぼり、子供のない人の33.6%と比べて、差がみられた。

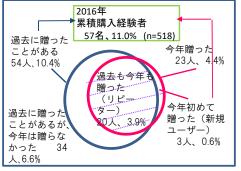


購入率・リピート率・新規購入率 (全男性、n = 518)

	Д	小計 %	n = 518に 対する比率 %
全体	518	100.0	100.0
過去に贈ったことがある	34		6.6
過去も今年も贈った	13	38.2	2.5
過去に贈ったが今年は贈らなかった	21	61.8	4.1
今年贈った	13		2.5
過去も今年も贈った	13	100.0	2.5
今年初めて贈る	0	0.0	0.0
購入経験者(累積)	34		6.6
購入経験なし	484		93.4

購入率・リピート率・新規購入率 前年比 (各年全男性 n=518)



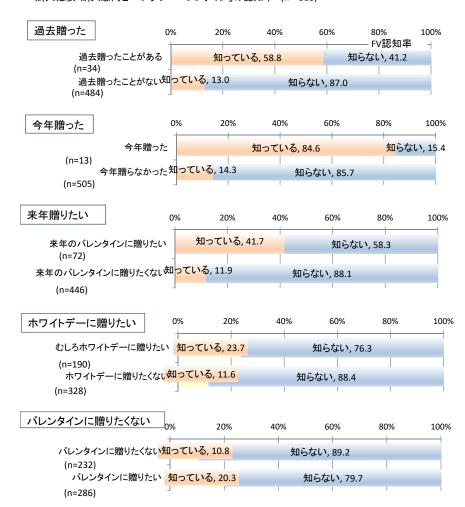


- ■今年の新規の購入者(今年贈った人のうち、過去に贈ったことがない人)は、皆無だった (2016年3名、0.6%)。
- ■今年も過去も贈った人(リピーター)も、13名2.5%(同20名、3.9%)と、減少。
- ■購入経験者(過去および/または今年贈った)は、34名6.6%(54名、10.4%)とかなり減った。
- バレンタインデーに花を贈った経験のない人(過去にも今年にも贈らなかった)は、93.4% (89%)と上昇した。開拓の余地の大きな市場である。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



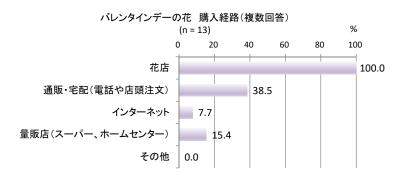
購入経験・購入意向と「フラワーバレンタイン」の認知率 (n = 518)



- ■「フラワーバレンタイン」の認知と、購入経験・購入意向の関係を調べた。
- ■今年のバレンタインデーに花を贈った男性(13名)の84.6%は、「フラワーバレンタイン」を知っていた。今年贈らなかった人(505名)の認知率は14.3%に過ぎない。過去の購入経験、来年の購入意向についても、同様の傾向が見られた。
- ■一方、ホワイトデーについては、贈りたい人の認知率23.7%、贈りたくない人では 11.6%と、認知率の違いは12.1%で、差は相対的には小さかった。
- ■仮説として、「フラワーバレンタイン」の認知と、バレンタインの花購入には相関があると推測できる。バレンタインのキャンペーンは、認知されれば、花購入経験あるいは意図に、全体としてはプラスの影響を与える可能性がある。



● バレンタインデーの花購入経路(Q8) 「今年のバレンタインに花を贈った」とお答えの方に伺います。どこで花を購入しましたか?(男性、今年の購入者 n= 15、複数回答)



バレンタインデーの花 購入経路 年齢別 (複数回答) (n = 13)

	全体	20代	30代	40代
購入経路 年齡別(%)	13	7	3	3
花店	100.0	100.0	100.0	100.0
通販・宅配(電話や店頭注文)	38.5	28.6	66.7	33.3
インターネット	7.7	0.0	0.0	33.3
量販店(スーパー、ホームセンター)	15.4	0.0	33.3	33.3
その他(具体的に【 】)	0.0	0.0	0.0	0.0

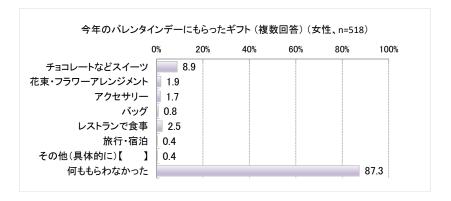
- ■今年のバレンタインに花を贈った人13名中、購入経路は花店が100%、通販・宅配 (電話や店頭注文) 38.5%だった。
- ■20代では、量販店での購入者がいなかった。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



3. ギフトとしての花の位置づけ

● 今年のバレンタインデーのギフト(女性)(Q5)今年のバレンタインデーに、男性から何かギフトをもらいましたか?(女性 n=518、複数回答)



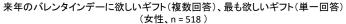
今年のバレンタインにもらったギフト推移 (複数回答)(女性、n = 518、各年)

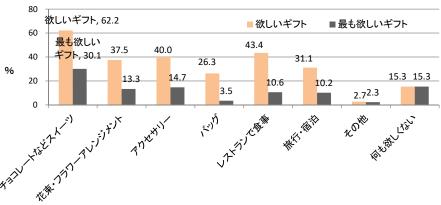
複数回答	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
チョコレートなどスイーツ	6.4	8.1	7.7	6.6	10.6	6.8	8.9
花束・フラワーアレンジメント	1.2	1.0	1.4	1.7	1.4	1.9	1.9
アクセサリー	1.0	1.0	1.2	1.0	0.8	1.0	1.7
バッグ	0.2	0.6	0.8	0.4	0.2	0.2	0.8
レストランで食事	1.2	1.5	2.3	0.8	1.7	2.3	2.5
旅行•宿泊	0.6	0.6	0.6	0.0	0.6	0.4	0.4
その他(具体的に【 】)	1.0	1.0	0.4	0.8	0.2	0.8	0.4
何ももらわなかった	90.0	89.0	88.6	90.3	87.1	89.8	87.3

- ■今年のバレンタインにもらったギフトとして、一番多いのはスイーツで8.9%(2016年6.8%)、次いでレストランでの食事が2.5%(同2.3%)、花は3番目で、2016年と同じ1.9%だった。
- ■例年通り、「何ももらわなかった」人が圧倒的に多く、87.3%(同89.8%)を占めた。



● 来年のバレンタインデーにほしいギフト(女性)(Q6) 来年のバレンタインデーに、男性から何かギフトをもらえるとしたら、何が欲しいですか? 欲しいもの(いくつでも)、最も欲しいもの(一つだけ)をそれぞれお選びください。(女性 n=518)





来年のバレンタインデーに欲しいギフト(複数回答) 推移 (女性、n=518)

欲しいギフト 複数回答	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
チョコレートなどスイーツ	60.8	60.6	60.2	62.0	59.8	58.5	62.2
花束・フラワーアレンジメント	40.9	44.8	41.9	41.5	40.2	38.8	37.5
アクセサリー	51.0	46.9	46.3	44.0	42.3	37.8	40.0
バッグ	32.8	34.6	29.2	31.1	26.1	24.9	26.3
レストランで食事	49.6	51.9	45.9	47.1	44.8	43.8	43.4
旅行•宿泊	37.1	37.1	32.6	31.9	31.7	30.7	31.1
その他	8.9	4.4	2.9	0.8	2.3	1.2	2.7
何も欲しくない	12.0	12.0	12.2	12.0	15.8	18.0	15.3

- ■バレンタインに欲しいギフト(複数回答)としては、スイーツが62.2%(2016年 58.5%)で例年通り、最も多かった。
- スイーツに続き、「レストランで食事」43.4%(同43.8%)、「アクセサリー」40.0%(同37.8%)、「花」が欲しいという回答は、4番目37.5%で、2017年はアクセサリーに抜かれた。
- 花が欲しい人の割合は、37.5%(2016年38.8%、2015年40.2%、2014年41.5%)で、低下傾向にある。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



4. 花の選好

● バレンタインデーにもらいたい花(贈りたい花)(Q9) バレンタインデーに男性からもらいたい花(女性に贈りたい花)は何ですか?3つまで選んでください。(n=1036、複数回答)

バレンタインデーに欲しい(贈りたい)花 推移(複数回答)(n=1036)

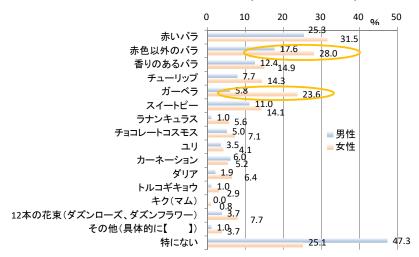
バレンタインデーに 欲しい花、贈りたい花	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年
赤いバラ	_	34.4	29.9	28.7	29.8	28.7	28.4
赤色以外のバラ(ピンク、オレンジなど)	58.1	30.0	30.3	27.0	26.5	25.2	22.8
香りのあるバラ	_	21.0	15.3	16.3	15.8	12.7	13.6
チューリップ	23.7	14.4	15.4	14.9	13.2	12.5	11.0
ガーベラ	24.1	16.7	16.5	15.7	13.0	14.9	14.7
スイートピー	24.8	13.3	13.4	11.7	11.1	11.7	12.5
ラナンキュラス	3.3	2.8	3.1	3.1	3.5	3.7	3.3
チョコレートコスモス	9.9	6.7	5.5	6.2	8.0	5.9	6.1
ユリ	12.5	7.4	6.0	7.0	6.1	5.3	3.8
カーネーション	9.7	4.8	5.3	5.9	4.7	4.9	5.6
ダリア	7.6	4.2	3.8	3.2	5.2	4.5	4.2
トルコギキョウ	5.1	2.7	3.0	2.5	2.9	2.1	1.9
キク(マム)	0.4	0.7	0.2	0.5	0.5	0.2	0.4
12本の花束(ダズンローズ、ダズンフラ ワー)	_	6.9	7.2	6.7	5.9	5.1	5.7
その他(具体的に【 】)	5.7	3.5	3.7	2.0	2.4	1.7	2.3
特にない	18.6	23.5	28.0	30.3	31.2	35.8	36.2

- バレンタインにもらいたい(贈りたい)花は、例年と大きな変化はなく、赤いバラ 28.4%(2016年28.7%)、赤以外のバラ22.8%(同25.2%)、香りのあるバラ 13.6%(同12.7%)と、バラが多い。
- ■ただし、2011年の回答と比べると、それぞれの花の選好度が、大きく下落している (注: バラについては、2011年は「バラ」の選択肢のみ)。スイートピー、チュー リップの選択率は約半分になり、ユリは3分の1以下になった。
- ■一方、「特にない」は東日本大震災直前の調査時は18.6%だったが、以後コンスタントに増え、最新調査では36.2%と、ほぼ倍になった。



バレンタインデーに欲しい(贈りたい)花 男女別、年齢別 (n=1036)

バレンタインに欲しい(贈りたい)花 男女別 (複数回答)(n = 1036、男女各 n=518)



バレンタインデーに欲しい(贈りたい)花 男女別年齢別(複数回答)(n=1036)

	全体	20代男性	20代女性	30代男性	30代女性	40代男性	40代女性
バレンタインデーに欲しい花、贈りたい花	1036	172	172	174	174	172	172
赤いバラ	29.8	29.1	40.1	25.3	28.2	21.5	26.2
赤色以外のバラ(ピンク、オレンジなど)	26.5	18.0	34.3	19.5	21.3	15.1	28.5
香りのあるバラ	15.8	13.4	15.1	12.1	12.1	11.6	17.4
チューリップ	13.2	6.4	8.1	7.5	15.5	9.3	19.2
ガーベラ	13.0	5.2	22.1	6.9	23.0	5.2	25.6
スイートピー	11.1	9.3	14.5	10.3	12.6	13.4	15.1
ラナンキュラス	3.5	1.2	4.1	0.0	6.3	1.7	6.4
チョコレートコスモス	8.0	4.1	11.6	5.7	5.2	5.2	4.7
ユリ	6.1	3.5	3.5	2.9	3.4	4.1	5.2
カーネーション	4.7	8.1	8.1	5.2	5.7	4.7	1.7
ダリア	5.2	1.2	7.6	4.0	5.7	0.6	5.8
トルコギキョウ	2.9	1.2	1.7	0.6	2.3	1.2	4.7
キク(マム)	0.5	0.0	0.0	0.0	1.7	0.0	0.6
12本の花束(ダズンローズ、ダズンフラ ワー)	5.9	5.2	9.3	2.9	8.0	2.9	5.8
その他(具体的に【 】)	2.4	0.6	1.7	1.1	5.2	1.2	4.1
特にない	31.2	46.5	20.9	46.6	29.3	48.8	25.0

- ■男性が贈りたい花と女性が欲しい花は異なる。特に、赤以外のバラを選んだ人は、男性では17.6%に過ぎないが、女性では28%にのぼった。また、ガーベラも、女性の23.6%が欲しい花としてあげているが、男性では5.8%にとどまっている。
- ■ただし、性別年齢別に見ると、20代女性には、赤のバラが40.1%と最も人気がある。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



5. パレンタインの支出

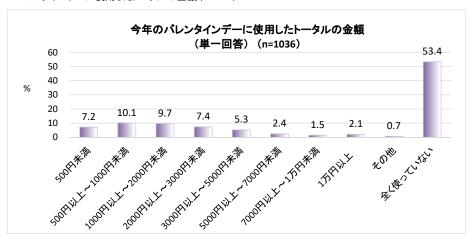
● バレンタインデーに使用した金額、その内容(Q10)

今年のバレンタインデーに使用したトータルの金額を教えてください。(n=1036、単一回答) どんなプレゼント(食事なども含む)を購入したか、あわせてお聞かせください。

全く使っていない場合は、その理由をお答えください。

※贈った相手の性別や関係性(恋人、友人など)は問いません。

バレンタインデーに使用したトータルの金額(n=1036)



バレンタインデーに使用したトータルの金額(n=1036) 男女別年齢別(n=1036)

	全体	500円 未満	以上~	以上~	以上~		以上~	7000円 以上~ 1万円 未満		その他	全く使っ ていな い
20代 男性	172	5.8	5.8	3.5	2.9	2.3	0.6	0	0.6	0.6	77.9
20代 女性	172	9.3	19.2	14	11.6	8.1	5.8	2.9	2.3	1.2	25.6
30代 男性	174	5.2	2.9	3.4	4	1.1	1.7	0.6	0.6	0.6	79.9
30代 女性	174	9.8	14.4	19	13.2	8	1.7	2.9	5.2	1.1	24.7
40代 男性	172	2.9	5.8	3.5	2.3	3.5	0	1.2	1.7	0.6	78.5
40代 女性	172	10.5	12.8	15.1	10.5	8.7	4.7	1.7	2.3	0	33.7

- ■今年のバレンタインデーに使用したトータルの金額について、回答者全員にたずねた。 なお、贈った相手の性別や関係性(恋人、友人など)は問わない。
- ■「まったく使っていない」が53.4%で、過半数を占める(2016年56.3%)。次いで、「500円以上~1,000円未満」が10.1%(同11.2%)、「1,000円以上~2,000円未満」9.7%(同8.9%)とつづく。
- ■性別年齢別に調べると、どの年代でも、男性の8割弱は、まったく何も購入していない。 女性でも、1/4~1/3は、チョコレートを含め、バレンタイン向けの消費をしていない ことがわかる。



バレンタインデーに、どんな物(サービス)を購入したか 消費金額別 自由回答 抜粋

1 500円未満

- ・チョコ、手作りチョコ、手作りケーキ、手作りお菓子の材料(女性全年齢、他の価格帯でも多数)
- ・「子供と手作りしたため」(女性 36、宮城県、会社員)
- ・「お仕事関係でお世話になっている人にチョコをあげた」(女性38、長崎県、パート・アルバイト)

2 500円以上~1000円未満

- 面相筆(男性、43、栃木県、会社員)
- ・手作りクッキー、フォンダンショコララッピング代込み(女性、22、東京都、パート・アルバイト)

3 1000円以上~2000円未満

- ・チョコレートテリーヌを手作りしたのと、お取り寄せのマフィン(女性、32、北海道、会社員(事務系))
- ・父親、夫、友達用チョコ(女性、34、千葉県、パート・アルバイト)

4 2000円以上~3000円未満

- ・両親、同僚、配偶者、配偶者の親にチョコ(女性、36、大阪府、パート・アルバイト)
- 下着、コーヒーセット(女性、27、東京都、パート・アルバイト)

5 3000円以上~5000円未満

- ・食事、チョコレート(女性、30、島根県、その他)
- ・会社関係の人に既製品 家族に渡す手作り用(女性、36、高知県、会社員)
- 靴下。日本酒(女性、45、東京都、パート・アルバイト)

6 5000円以上~7000円未満

- ・ワイシャツと手作りケーキ(女性、27、東京都、会社員)
- ・ディナー(男性、34、千葉県、会社員)
- ・サマンサのマカロンとアクセサリーとぬいぐるみ(男性、26、東京都、会社員(技術系))
- •現金(男性、35、愛知県、会社員)

7 7000円以上~1万円未満

- ・イタリアンのお食事(女性、22、沖縄県、会社員)
- ・枕、パジャマ、スイーツ(女性、30、神奈川県、専業主婦)

8 1万円以上

- ・彼の好きな花と時計 (女性、46、福岡県、その他)
- ・本命に義理も含めて、ゴディバのチョコレート(女性、30、東京都、パート・アルバイト)

9 その他

・手作りのお菓子(女性、36、福岡県、パート・アルバイト)

10 全く使っていない

- ・男性から、「男だから」「もらっただけ」「関心がない」「忙しくて忘れていた」 多数
- ・男女とも「贈る相手がいない」多数
- ■今年のバレンタインデーに使用したトータルの金額ごとに、送り先と贈ったものについて、回答者全員に自由回答でたずねた。
- ■どの価格帯でも、女性ではチョコレートが多いが、手作りのケーキやチョコレートの材料の購入も一般 的である。食物の他、ワイシャツや靴下、下着など、衣類もよく挙げられていた。
- ■男性では、男だから特にバレンタインに何も買わない、関心がないという答えが目立った。
- ■男女とも、「贈る相手がいない」という回答が多い。

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



資料A 質問票・単純集計表

		1	2
Q1 パレンタインデーについて、あなたは以下のことをご存知ですか? それぞれについてお答えください。	全体	7	知らな かった
単一回答			
「バレンタインデーとは、本来、「男女がお互いの」愛を誓い合う日で	1036	502	534
」 baa	100.0	48.5	51.5
2 欧米や中国・台湾など、世界各国で、バレンタインデーには、男性 から女性に花を贈る習慣がある	1036	595	441
² から女性に花を贈る習慣がある	100.0	57.4	42.6

Q2	日本全国の花店では、2011年から、2月14日を「男性から女性に 花を贈る日」 として、 「フラワーパレンタイン」を推進しています。「フラワーパレンタイン」という言葉をご存知ですか?(単一回答)	N	04
	· 单一凹台	IN	<u>%</u>
1	知っている	170	16.4
2	知らない	866	83.6
	全体	1036	100.0

Q3	Q2で「フラワーバレンタインを知っている」とお答えの方に伺います。 あなたは「フラワーバレンタイン」という言葉を、どこで知りました か?(複数回答)		
	複数回答	N	%
1	花店の店頭ポスター	76	44.7
2	花店のPOPやチラシなど	38	22.4
3	フラワーバレンタインのホームページ	14	8.2
4	他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	13	7.6
5	ツイッターやフェイスブックなど	16	9.4
6	スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」	5	2.9
7	テレビ	69	40.6
8	新聞	8	4.7
9	雑誌	13	7.6
10	ラジオ	11	6.5
11	映画館	4	2.4
12	イベントや街頭キャンペーン	12	7.1
13	家族や友人・知人から口コミ	21	12.4
14	書籍やCD	4	2.4
15	商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど	4	2.4
16	最初から知っていた	8	4.7
17	その他(具体的に)【 】	2	1.2
	全体	170	100.0



資料A 質問票・単純集計表

Q4	以下の画像を見たことがあります。			全体	1 見たこ とがあ	2 見たこ とがな
Q T	それぞれについてお答えください。	•		主体	<i>る</i>	را (۱
	単一回答					
1	茶ロゴ	Be flower Be mine	of the same of the	1036	53 5.1	983 94.9
	_		(Second	1036	84	952
2	縦長ポスター		137-16/24/2	100.0	8.1	91.9
3	チラシ 表・裏	6.3	<u> </u>	1036	43	993
3	ノノン 衣 衣	737-102302	Santa Armer - mare	100.0	4.2	95.8
A	JーWAVEのポスター		2 2	1036	26	1010
4	U VVAVEの小ヘブー		ACCES.	100.0	2.5	97.5
F	J-WAVEハートタグ(表面のみ)	Those Tufettiae)	1036	36	1000
5	J-WAVEハートダク(衣回のみ)		in the B	100.0	3.5	96.5
6	3 LOVE STORIESのポスター		Control of the Contro	1036	55	981
0	3 LOVE STORIESUMAY		3 LOVE STORIES	100.0	5.3	94.7
7	タグ (QR⊐ード)	199-16791		1036	19	1017
,	37 (QNJ—P)	anonavi		100.0	1.8	98.2
0	アプリ 花贈りnaviアイコン		花贈り※ NOVI	1036	27	1009
0	アング 1C相りliaviアイコン	Conserve	navi	100.0	2.6	97.4
0	花用スリーブ	-		1036	11	1025
3	16 ボスソーン			100.0	1.1	98.9
10	鉢プロFVタグ裏面	ANTONIA TROPPAS COCOAR Phone Android		1036	18	1018
10	野 ノ 台 I V ノ / 衣 川	ココアル」できま! このテアの事件 アアリアとかして デアリアとかりに キャンペーク サイトへの!	Ser Joseph	100.0	1.7	98.3
11	鉢プロPOP		45 (5)	1036	37	999
- 1	FT > HI OI	THAT II		100.0	3.6	96.4
12	愛妻の日ハグマット			1036	25	1011
12	<u> х</u> дун (1) (7)	fit ==		100.0	2.4	97.6
13	愛妻家宣言証	44-		1036	30	1006
	久女亦旦口叫			100.0	2.9	97.1
1.4	花の国日本協議会のロゴ			1036	43	993
14	16の国口平協議去のロコ	花の国日本協議会 Flowering Japan Council		100.0	4.2	95.8

【消費者アンケート】第7回フラワーバレンタイン実態調査結果



資料A 質問票・単純集計表

Q5	今年のパレンタインデーに、男性から何かギフトをもらいました か?(複数回答)		
		N	%
1	チョコレートなどスイーツ	46	8.9
2	花束・フラワーアレンジメント	10	1.9
3	アクセサリー	9	1.7
4	バッグ	4	0.8
5	レストランで食事	13	2.5
6	旅行·宿泊	2	0.4
7	その他(具体的に【 】)	2	0.4
8	何ももらわなかった	452	87.3
	全体	518	100.0

			1	2	3	4	5	6	7	8
	来年のパレンタインデーに、男性から何か ギフトをもらえるとしたら、何が欲しいです か? 欲しいもの(いくつでも)、最も欲しいもの (一つだけ)をそれぞれお選びください。 複数回答	全体	チョコ レート などス イーツ	花東・ フラ ワーア レンジ メント	アク セサ リー	バッ グ	レス トラン で食 事	旅行 • 宿泊	その 他	何も 欲し くな い
		518	322	194	207	136	225	161	14	79
1	欲しいもの(いくつでも)	100 0	62.2	37 5	40.	26.	43.	31.	2.7	15.
		100.0	02.2	37.3	0	3	4	1	2.1	3
		518	156	69	76	18	55	53	12	79
2	最も欲しいもの(一つだけ)	100 0	30 1	13.3	14.	3.5	10.	10.	2.3	15.
		100.0	30.1	10.0	7	5.5	6	2	2.0	3

Q7	パレンタインに花を贈ることについて、以下の項目ごとに、ご自 分にあてはまるかどうかをそれぞれお選びください。 単一回答	全体	あては まる	2 あては まらな い
1	過去にパレンタインに花を贈った	518 100.0	34 6.6	484 93 4
2	今年のバレンタインに花を贈った	518 100.0	13 2.5	505 97.5
3	来年のバレンタインに花を贈りたい	518 100.0	72 13.9	446 86.1
4	花を贈るなら、バレンタインのお返しとして、ホワイトデーに贈り たい	518 100.0	190 36.7	328 63.3
5	バレンタインに花を贈りたいとは思わない	518 100.0	232 44.8	286 55.2



資料A 質問票・単純集計表

Q8	Q7で「今年のバレンタインに花を贈った」とお答えの方に伺います。 どこで花を購入しましたか?(複数回答)		
	複数回答	N	%
1	花店	13	100.0
2	通販・宅配(電話や店頭注文)	5	38.5
3	インターネット	1	7.7
4	量販店(スーパー、ホームセンター)	2	15.4
5	その他(具体的に【 】)	0	0.0
	全体	13	100.0

Q9	バレンタインデーに男性からもらいたい花(女性に贈りたい 花)は何ですか? 3つまで選んでください。 複数回答	N	%
1	赤いバラ	294	28.4
2	赤色以外のバラ(ピンク、オレンジなど)	236	22.8
3	香りのあるバラ	141	13.6
4	チューリップ	114	11.0
5	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	152	14.7
6	スイートピー	130	12.5
7	ラナンキュラス	34	3.3
8	チョコレートコスモス	63	6.1
9	ュリ	39	3.8
10		58	5.6
11	i	43	4.2
12		20	1.9
13	キク(マム)	4	0.4
14	12本の花束(ダズンローズ、ダズンフラワー)	59	5.7
15	その他(具体的に【 】)	24	2.3
16	特にない	375	36.2
	全体	1036	100.0

Q10	今年のパレンタインデーに使用したトータルの金額を教えてください。(単一回答) どんなプレゼント(食事なども含む)を購入したか、あわせてお聞かせください。 全く使っていない場合は、その理由をお答えください。 ※贈った相手の性別や関係性(恋人、友人など)は問いません。 単一回答	N	%
1	500円未満 購入したプレゼント:【 】	58	5.6
2	500円以上~1000円未満 購入したプレゼント:【 】	116	11.2
3	1000円以上~2000円未満 購入したプレゼント:【 】	92	8.9
4	2000円以上~3000円未満 購入したプレゼント:【 】	59	5.7
5	3000円以上~5000円未満 購入したプレゼント:【 】	63	6.1
6	5000円以上~7000円未満 購入したプレゼント:【 】	26	2.5
7	7000円以上~1万円未満 購入したプレゼント:【 】	11	1.1
8	1万円以上 購入したプレゼント:【 】	22	2.1
9	その他 購入したプレゼント等:【 】	6	0.6
10	全く使っていない その理由:【 】	583	56.3
	全体	1036	100.0

資料B 回答者フェース項目 (回答者属性)

性別・年齢(10歳)		
単一回答	N	%
1 男性	518	50.0
2 女性	518	50.0
全体	1036	100.0
年齢		
=	1	

年齢		
単一回答	N	%
1 12才未満	0	0.0
2 12才~19才	0	0.0
3 20才~24才	98	9.5
4 25才~29才	246	23.7
5 30才~34才	148	14.3
6 35才~39才	200	19.3
7 40才~44才	174	16.8
8 45才~49才	170	16.4
9 50才~54才	0	0.0
10 55才~59才	0	0.0
11 60才以上	0	0.0
全体	1036	100.0

	地域		
	単一回答	N	%
1	北海道	40	3.9
2	東北地方	43	4.2
3	関東地方	550	53.1
4	中部地方	140	13.5
5	近畿地方	142	13.7
6	中国地方	49	4.7
7	四国地方	12	1.2
8	九州地方	60	5.8
	全体	1036	100.0

未既婚		
単一回答	N	%
1 未婚	516	49.8
2 既婚	520	50.2
全体	1036	100.0

	職業		
	単一回答	N	%
1	公務員	30	2.9
2	経営者・役員	11	1.1
3	会社員(事務系)	202	19.5
4	会社員(技術系)	157	15.2
5	会社員(その他)	147	14.2
6	自営業	30	2.9
7	自由業	17	1.6
8	専業主婦(主夫)	164	15.8
9	パート・アルバイト	121	11.7
10	学生	63	6.1
11	その他	32	3.1
12	無職	62	6.0
	全体	1036	100.0

	都道府県 単一回答	N	%
1	北海道	40	3.9
2	青森県	4	0.4
3	岩手県	2	0.2
4	宮城県	20	1.9
5	秋田県	7	0.7
6	山形県	3	0.3
7	福島県	7	0.7
8	茨城県	11	1.1
9	栃木県	10	1.0
10	群馬県	11	1.1
11	埼玉県	90	8.7
12	千葉県	90	8.7
13	東京都	213	20.6
14	神奈川県	125	12.1
15	新潟県	14	1.4
16	富山県	6	0.6
17	石川県	6	0.6
18	福井県	1	0.1
19	山梨県	3	0.3
20	長野県	13	1.3
21	岐阜県	7	0.7
22	静岡県	18	1.7
23	愛知県	61	5.9
24	三重県	11	1.1
25	滋賀県	12	1.2
26	京都府	12	1.2
27	大阪府	70	6.8
28	兵庫県	36	3.5
29	奈良県	7	0.7
30	和歌山県	5	0.5
31	鳥取県	3	0.3
32	島根県	5	0.5
33	岡山県	13	1.3
34	広島県	15	1.4
35	山口県	13	1.3
36	徳島県	1	0.1
37	香川県	3	0.3
38	愛媛県	5	0.5
39	高知県	3	0.3
40	福岡県	22	2.1
41	佐賀県	2	0.2
42	長崎県	5	0.5
43	熊本県	9	0.9
44	大分県	7	0.7
45	宮崎県	5	0.5
46	鹿児島県	5	0.5
47	沖縄県	5	0.5
	全体	1036	100.0

	子供の有無		
	単一回答	N	%
1	子供なし	652	62.9
2	子供あり	384	37.1
	全体	1036	100.0



参考資料:

アンケートパブリシティ用

第4回「花と恋愛の相関図」

全国男女1,000人花贈り意識調査ネットアンケート結果



【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要



32

◆調査目的

男性の花贈りを啓発する「フラワーバレンタイン」の普及に向け、2014年からスタートした意識調査<花と恋愛の相関図>の第三回目を実施した。

◆調査詳細

調査方法 : インターネット調査 調査期間 : 2016年 11月 5日~7日 有効回答者数 : 1,000 人

対象者:全国、男女、20歳以上

性別	男性	女性	合計	年代	20代	30代	40代	50代 以上	合計
度数	500	500	1,000	度数	250	250	250	250	1,000
%	50%	50%	100%	%	25%	25%	25%	25%	100%

◆ 調査内容

内容は、大きく分けて下記の6テーマに分かれている。次頁以下に集計結果と要約を示す。 SQ3~SQ5、Q1、Q2の属性に関するデータは巻末資料として掲載している。

①花の購入に関する態度

これまでの花贈りの経験有無、日頃のどんなシーンで花贈りをしているか

②花贈りのシーン

日頃のどんなシーンで花贈りをしているか、花をもらって嬉しいシーン、もらったことが あるシーンの傾向

③花贈りの気分

花を贈った時やもらったりした時の気分について

④バレンタイン、愛妻の日のプレゼント バレンタイン、愛妻の日にプレゼントしてほしいものや、してあげたい事など

⑤「花贈りをする男性」に対する好意度

⑥花の選好度

花贈される場合の欲しい花の種類、花を贈る時に何かとセットで贈るか、パートナーとの 記念日の有無とその内容

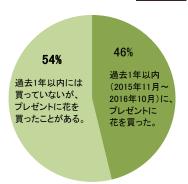


①花の購入に関する態度

■これまでの花贈りの経験有無

SO6. あなたは、次のどれにあてはまりますか?

No.	花贈り区分	n
1	過去1年以内(2015年11月〜2016年 10月)に、プレゼントに花を買った。	462
2	過去1年以内には買っていないが、プ レゼントに花を買ったことがある。	538
3	どちらもあてはまらない。	0
	全体(n)	1,000



[過去1年以内には買っていないが、プレゼントに花を買ったことがある]が昨年に続き高いが (53.8%/昨年59.2%)、[過去1年以内(2015年11月~2016年10月)に、プレゼントに花を買った。](46.2%)が、昨年(40.8%)より約5.4%増加している。

「過去1年以内(2015年11月~2016年10月)に、プレゼントに花を買った。」を性別・年代別に見ると、昨年に引き続き男性20代(54.4%)次いで男性30代、女性30代、男性40代、女性50代と続いている。また、50代以外の全ての年代で、女性より男性の方が過去1年以内に花を買っている割合が多い。

昨年との比較で「過去1年以内(2015年11月~2016年10月)に、プレゼントに花を買った。」を見ると、20代については男女ともに減少しているが、その他の年代では男女ともに増加している。特に男性40代、女性50代、男性30代の花贈りの割合が大きく増加した。

性別・年代別傾向]比輔	交	過去1年以内 (20 月〜2016年10月) レゼントに花を』	に、プ	過去1年以内には買って いないが、プレゼントに 花を買ったことがある。	どちらもあてはまらな い。
全体	n	1000		462	538	0
- 111	%	100.0	个5.4	46.2	53.8	0.0
男性20-29歳	n	125	• -	68	57	0
J1122 20 NX	%	100.0	√6.4	54.4	45.6	0.0
男性30-39歳	n	125		65	60	0
) 1 0 0 0 Mg	%	100.0	个11.2	52.0	48.0	0.0
男性40-49歳	n	125	•	58	67	0
グラ 1エマロ マン 対象	%	100.0	个17.6	46.4	53.6	0.0
男性50-59歳	n	125	•	49	76	0
) 1 0 0 0 Mg	%	100.0	个4.8	39.2	60.8	0.0
女性20-29歳	n	125		53	72	0
入 1120 20 月及	%	100.0	↓ 5.6	42.4	57.6	0.0
女性30-39歳	n	125		60	65	0
文 注 30 39 成	%	100.0	个2.4	48.0	52.0	0.0
女性40-49歳	n	125		52	73	0
スローでする例を	%	100.0	个6.4	41.6	58.4	0.0
女性50-59歳	n	125		57	68	0
人 1700 39版	%	100.0	个12.8	45.6	54.4	0.0

【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要



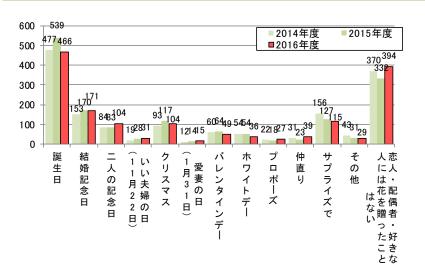
②花贈りのシーンについて

■日頃のどんなシーンで花贈りをしているか

O3. あなたは恋人・配偶者・好きな人にどんなシーンで花を贈ったことがありますか。

No.	花贈りのシーン	2016年度	2015年度	昨対(%)
1	誕生日	466	539	86.5%
2	結婚記念日	171	170	100.6%
3	二人の記念日	104	83	125. 3%
4	いい夫婦の日(11月22日)	31	28	110.7%
5	クリスマス	104	117	88.9%
6	愛妻の日(1月31日)	15	14	107.1%
7	バレンタインデー	49	64	76.6%
8	ホワイトデー	36	54	66.7%
9	プロポーズ	27	18	150.0%
10	仲直り	39	23	169.6%
11	サプライズで	115	127	90.6%
12	その他	29	31	93.5%
13	恋人・配偶者・好きな人には花を贈ったことはない	394	332	118.7%
	全体(n)	1,000	1,000	

花贈りのシーンをみると、昨年と同様「誕生日」が最も多く、次いで「恋人・配偶者・好きな人には花を贈ったことはない」「結婚記念日」が続く。また伸び率でみると、「仲直り」が最も高く(169.6%)、次いで「プロポーズ」(150%)、「二人の記念日」(125.3%)、「いい夫婦の日」(128.3%)と続く。今シーズンの特徴は、「結婚記念日」、「二人の記念日」、「いい夫婦の日」、「愛妻の日」、「プロポーズ」、「仲直りなど」など夫婦や恋人間などパーソナルなイベントでの花贈りが増えている。





■日頃のどんなシーンで花贈りをしているか

Q4. 花を贈った理由を教えてください。

単付:% 他に贈 るもの がない から 自分が 花を好 きだか 花を贈 るご好か だから 手頃な 価格だ から 特に理 由はな い 花贈りのシーン その他 7.3 **16.2** 26.4 1 誕生日 466 31.8 8.4 13.9 0.4 1.3 8.8 1.7 5.3 14.2 29.8 2 結婚記念日 33.3 7.0 15.8 0.6 0.0 3 二人の記念日 104 34.6 12.5 13.5 5.8 **14.5** 25.0 0.0 7.7 0.0 4 いい夫婦の日(11月22日) 31 29.0 16.1 12.9 3.2 121.6 32.3 0.0 0.0 6.5 0.0 5 クリスマス 36.5 13.5 14.4 3.8 18.4 22.1 104 1.0 1.9 6 愛妻の日(1月31日) 40.0 6.7 6.7 13.1 20.0 6.7 15 20.0 0.0 0.0 0.0 7 バレンタインデー 22.4 18.4 20.4 6.1 **^7.9** 20.4 8 ホワイトデー 8.3 16.7 27.8 36 27.8 8.3 5.6 2.8 8.3 8.3 2.8 9 プロポーズ 29.6 14.8 11.1 7.4 19.4 25.9 0.0 0.0 7.7 **^2.1** 28.2 10 仲直り 39 35.9 15.4 2.6 2.6 0.0 2.6 5.1 2.6 11 サプライズで 115 19.1 13.9 12.2 8.7 **↑5.6** 26.1 3.5 11.3 2.6 17.2 **18.2** 27.6 12 その他 13.8 3.4 3.4 10.3 10.3

※n30未満は参考値

花を贈った理由をみると、どのシーンも「相手が花が好きだから」が最も多い。 次いで「特別な想い(愛や感謝)が伝わりそうだから」となっており、<mark>花贈りが特別な想いを伝える手段として理由にあげる人が増えている。</mark>

【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要

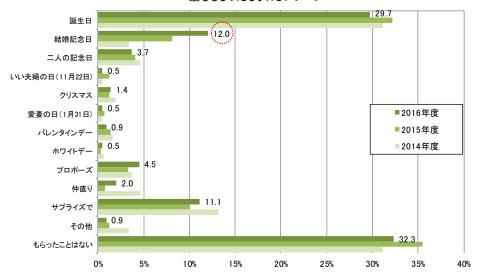


■ 花をもらって嬉しいシーン、もらったことがあるシーンの傾向

Q5. あなたは恋人または配偶者からどんなシーンで花をもらったことがありますか。またもらったらうれしいシーン、最ももらったらうれしいシーンを教えてください。 /複数回答可

			2016年度 (n)			2015年度 (n)			2016年度 (%)			2015年度 (%)		昨対
No.	花贈りのシーン	もらった ことがあ る	もらった らうれし い	らったら	ことがあ	もらった らうれし い		ことがあ	もらった らうれし い	最もも らったら うれしい	ことがあ	もらった らうれし い	最もも らったら うれしい	
- 1	誕生日	406	497	297	428	511	322	40.6	49.7	29.7	42.8	51.1	32.2	
2	結婚記念日	133	302	120	157	272	81	13.3	30.2	12.0	15.7	27.2	8.1	3.9
3	二人の記念日	76	215	37	92	221	41	7.6	21.5	3.7	9.2	22.1	4.1	
4	いい夫婦の日 (11月22日)	28	130	5	32	145	12	2.8	13.0	0. 5	3.2	14.5	1.2	
5	クリスマス	64	176	14	93	196	12	6.4	17.6	1.4	9.3	19.6	1.2	
6	愛妻の日 (1月31日)	23	114	5	26	130	7	2.3	11.4	0. 5	2.6	13.0	0.7	
7	バレンタインデー	52	135	9	66	171	14	5.2	13.5	0.9	6.6	17.1	1.4	
8	ホワイトデー	40	142	5	61	158	3	4.0	14.2	0.5	6.1	15.8	0.3	
9	プロポーズ	44	187	45	46	176	33	4.4	18.7	4. 5	4.6	17.6	3.3	
10	仲直り	32	152	20	47	140	8	3.2	15.2	2.0	4.7	14.0	0.8	
- 11	サプライズで	99	271	111	124	256	100	9.9	27.1	11.1	12.4	25.6	10.0	
12	その他	28	19	9	33	26	12	2.8	1.9	0.9	3.3	2.6	1.2	
13	もらったことはない	488	323	323	465	332	355	48.8	32.3	32. 3	46.5	33.2	35.5	-3.2
	回答数	1,513	2,663	1,000	1,670	2,734	1,000							
	全体(n)	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000							

最ももらったらうれしいシーン



「最ももらったらうれしいいシーン」には、誕生日が最も高く(29.7%)、次いで結婚記念日(12.0%)、サプライズ(10%)と続いている。特に結婚記念日に関しては、昨年と比較して+3.9ポイントとなっている。もらったことがないについては昨年35.5%から32.3%と3.2ポイント減少している。

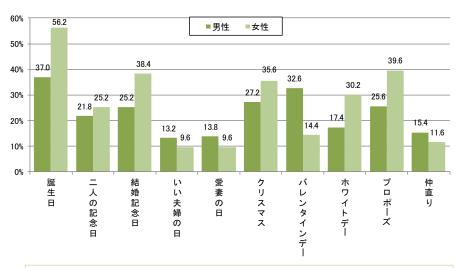


■ プレゼントをもらえなかった場合の気持ち

Q6.パートナーから以下の記念日にプレゼントをもらえなかったときの気持ちを教えてください。

No. 贈り物シーン	n		気が楽で ある	がっかり する、寂 しい	愛情を疑 う	嫌いにな る
1 誕生日	1000	40.7	12.7	40.4	5.4	0.8
2 二人の記念日	1000	63.1	13.4	20.5	2.6	0.4
3 結婚記念日	1000	56.9	11.3	26.7	4.6	0.5
4 いい夫婦の日	1000	77.8	10.8	9.3	1.8	0.3
5 愛妻の日	1000	78.4	9.9	9.9	1.4	0.4
6 クリスマス	1000	56.2	12.4	26.6	4.3	0.5
7 バレンタインデー	1000	65.2	11.3	20.4	2.9	0.2
8 ホワイトデー	1000	64.3	11.9	19.9	3.5	0.4
9 プロポーズ	1000	57.8	9.6	22.9	7.8	1.9
10 仲直り	1000	73.1	13.4	10.6	2.3	0.6

■ 悪い印象(「がっかりする、寂しい」+「愛情を疑う」+「嫌いになる」の合計)男女別



女性は、「誕生日」、「プロポーズ」、「結婚記念日」、「クリスマス」、「ホワイトデー」でパートナーからプレゼントがもらえなかった場合、3人に一人が悪い印象をもち、特に「誕生日」については半分以上が悪い印象をもつ事がわかった。男性は、「誕生日」、「バレンタインデー」、「クリスマス」、「プロポーズ」、「結婚記念日」の時、パートナーからプレゼントをもらえないと4人に一人が悪い印象を持つことがわかった。

【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要



③花贈りの気分

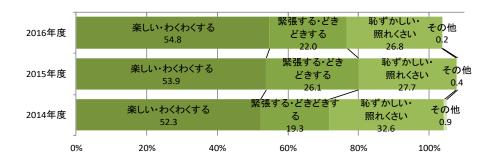
■花を贈った時の気分について

Q7. あなたは記念日やお祝い事に花を贈る瞬間にどんな気分になりますか(または、どんな気分になると思いますか)? / 複数回答可

		2016年度	2015年度	2016年度	2015年度	昨対
No.	気分	(n	1)	(9	6)	
1	楽しい・わくわくする	548	539	54.8	53.9	
2	緊張する・どきどきする	220	261	22.0	26.1	-4.1
3	恥ずかしい・照れくさい	268	277	26.8	27.7	
4	その他	2	4	0.2	0.4	
5	特に感じない	171	131	17.1	13.1	4
	全体(n)	1,000	1,000			

[楽しい・わくわくする]が最も高く(54.8%)、次いで[緊張する・どきどきする](26.8%)、 [恥ずかしい・照れくさい](22.0%)、となっている。

特に「緊張する・どきどきする」は昨年に比べて、-4.1ポイントとなっている。



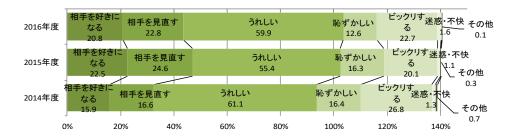
性別·年代別傾向	〕比較	n		緊張する・ど きどきする	恥ずかしい・ 照れくさい	その他	特に感じない
男性20-29歳	N	125	69	47	38	0	13
力 1 2 0 2 9 成	%	123.2	55.2	37.6	30.4	0.0	10.4
男性30-39歳	N	125	55	41	40	0	22
力1至30 39成	%	108.8	44.0	32.8	32.0	0.0	17.6
男性40-49歳	N	125	47	27	44	0	30
力工40 49成	%	94.4	37.6	21.6	35.2	0.0	24.0
男性50-59歳	N	125	61	21	37	1	22
93 1 1 0 0 0 0 Mg.	%	95.2	48.8	16.8	29.6	0.8	17.6
女性20-29歳	N	125	76	25	43	0	17
入1120 23成	%	115.2	60.8	20.0	34.4	0.0	13.6
女性30-39歳	N	125	80	26	29	1	17
文 注 30 39 成	%	108.0	64.0	20.8	23.2	0.8	13.6
女性40-49歳	N	125	83	18	21	0	21
文 1140 43成	%	97.6	66.4	14.4	16.8	0.0	16.8
女性50-59歳	N	125	77	15	16	0	29
文 注 30 39 成	%	86.4	61.6	12.0	12.8	0.0	23.2
							_



■花をもらった時の気分について

Q8. あなたは記念日やお祝い事に花をもらう瞬間どんな気分になりますか(または、どんな気分になると思いますか)?/複数回答可

	2016年度	2015年度	2016年度	2015年度	昨対
No. 花を受取る気分	(r	1)	(%	(a)	
1 相手を好きになる	208	225	20.8	22.5	
2 相手を見直す	228	246	22.8	24.6	
3 うれしい	599	554	59.9	55.4	4. 5
4 恥ずかしい	126	163	12.6	16.3	-3.7
5 ビックリする	227	201	22.7	20.1	
6 迷惑・不快	16	11	1.6	1.1	
7 その他	1	3	0.1	0.3	
8 特に感じない	140	117	14.0	11.7	
全体(n)	1,000	1,000			



記念日やお祝い事に花をもらう瞬間の気分(または、どんな気分になるか)では、「うれしい」が59.9%と最も高く、次いで「相手を見直す」22.8%が続く。 また、「うれしい」「相手を見直す」、「相手を好きになる」などポジティブ回答については82%と横ばい。年代別にみると男性よりも女性の方がどの年代でも「うれしい」と感じる傾向がある。また年代別でみると男女共に20代は「相手を好きになる」が他の年代に比べると最も高い。

性別·年代別傾向比較

No.	2016年度	男性 20-29歳	男性 30-39歳	男性 40-49歳	男性 50-59歳	女性 20-29歳	女性 30-39歳	女性 40-49歳	女性 50-59歳
1	相手を好きになる	29.6	25.6	8.8	19.2	36.0	22.4	13.6	11.2
2	相手を見直す	28.8	24.0	22.4	18.4	28.8	24.8	20.0	15.2
3	うれしい	55.2	40.8	44.0	46.4	72.0	77.6	72.0	71.2
4	恥ずかしい	18.4	10.4	16.0	11.2	13.6	14.4	12.0	4.8
5	ビックリする	19.2	24.8	15.2	15.2	32.0	28.0	25.6	21.6
6	迷惑・不快	1.6	0.0	0.0	3.2	0.8	1.6	3.2	2.4
7	その他	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0
8	特に感じない	11.2	20.8	24.0	21.6	8.0	8.0	8.8	9.6
	全体(n)	125	125	125	125	125	125	125	125

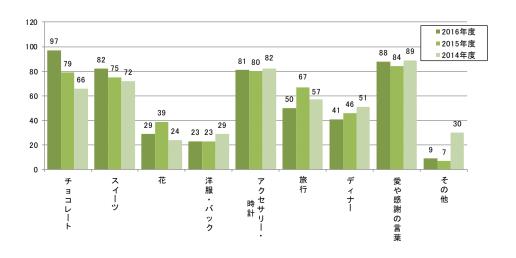
【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要



④バレンタイン、愛妻の日のプレゼント

■バレンタインに欲しいもの

Q9. あなたは、バレンタインデーにプレセントされるとしたら、欲しいのは以下のうちどれですか。(最大3つまで)(さらに)その中でも最もプレゼントされたいものはどれですか。



「バレンタインデーに最もプレセントして欲しいもの」をみると、昨年と入れ替わり「チョコレート」(97.0%)と最も多く、次いで「愛や感謝の言葉」(88%)、次いで「スイーツ」(82.0%)、「アクセサリー・時計」(81.0%)と続く。「チョコレート」、「スイーツ」は年々上がっている。



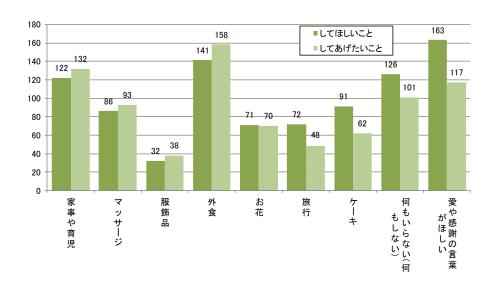
■愛妻の日にプレゼントしてほしいものや、してあげたい事など

Q11. 愛妻の日にしてほしいこと、してもらいたいことは何ですか?

	してほしいこと (r		してほしいこと (9	
No. プレゼント区分	女性	男性	女性	男性
1 家事や育児	122	132	24.4	26.4
2 マッサージ	86	93	17.2	18.6
3 服飾品	32	38	6.4	7.6
4 外食	141	158	28.2	31.6
5 お花	71	70	14.2	14.0
6 旅行	72	48	14.4	9.6
7 ケーキ	91	62	18.2	12.4
8 何もいらない(何もしない)	126	101	25.2	20.2
9 愛や感謝の言葉がほしい	163	117	32.6	23.4
全体(n)	500	500		

「愛妻の日にしてほしいこと、してもらいたいこと」「してあげたいこと」ともに「外食」 比較的高い。女性は「愛や感謝の言葉」が32.6%と一番高く、次いで「外食」(28.2%)、 「何もいらない」(25.2%)と続く。

また「家事や育児」が「してほしいこと」24.4%「してあげたいこと」26.4%と昨年あった「5.6%」の乖離がなくなり、「家事や育児」については男女間の認識一致してきている。



【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要



⑤「花贈りをする男性」に対する好意度

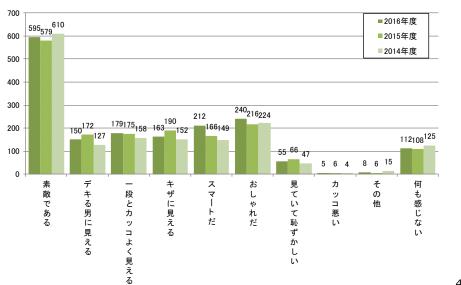
■花贈り男子、どう見える

010. あなたは男性が女性に花を贈る行為についてどのように思いますか。

		2016年度	2015年度	2016年度	2015年度	昨対
No.	項目	(n	1)	(%	(a)	
1	素敵である	595	579	59.5	57.9	
2	デキる男に見える	150	172	15.0	17.2	
3	一段とカッコよく見える	179	175	17.9	17.5	
4	キザに見える	163	190	16.3	19.0	-2.7
5	スマートだ	212	166	21.2	16.6	4. 6
6	おしゃれだ	240	216	24.0	21.6	
7	見ていて恥ずかしい	55	66	5.5	6.6	
8	カッコ悪い	5	6	0.5	0.6	
9	その他	8	6	0.8	0.6	
10	何も感じない	112	108	11.2	10.8	
	全体(n)	1,000	1,000			

「男性が女性に花を贈る行為について」をみると、昨年と同様「素敵である」(59.5%)が最も高く、次いで「おしゃれだ」、「スマートに見える」が続く。特に「スマートだ」については昨年より+4.6ポイント増えている。

「キザに見える」、「見ていて恥ずかしい」、「カッコ悪い」の非好意的なコメントは、合計で昨年よりも-3.9ポイントと減っている。





6花の選好度

■花贈される場合の欲しい花の種類

Q12. 好きな人やパートナーに花をプレゼントされるとしたら、欲しい花の種類はありますか。

No.	花名	n	%
1	バラ	363	36.3
2	カラー	59	5.9
3	チューリップ	146	14.6
4	ヒマワリ	117	11.7
5	ガーベラ	159	15.9
	カーネーション	91	9.1
7	トルコキキョウ	64	6.4
	ユリ	86	8.6
9	ラン	57	5.7
	アジサイ	35	3.5
11	ダリア	41	4.1
12	コスモス	62	6.2
13	アネモネ	33	3.3
14	カスミソウ	115	11.5
15	観葉植物(ex.ポトスやパキラ等)	70	7
16	多肉植物(ex.サボテン等)	46	4.6
17	鉢物の花(ex.ランやベコニア等)	33	3.3
18	その他	19	1.9
19	どんな花でも嬉しい	344	34.4
	全体(n)	1,000	

「バラ」が最も高く(36.3%)、 次いで「どんな花でも嬉し い」(34.4%)、「ガーベラ」 (15.9%) 、「チューリッ プ」(14.6%)となっている。 昨年に引き続き欲しい花の種 類としてとして「バラ」の人 気が非常に高いことが伺える。

350 300 250 200 146 159 115 100 50 50 100 50 100 100 1	400	363																		344
250 200 146 159 115 100 50 50 146 159 115 100 50 100 100 100 100 100	350																			044
200 146 159 117 91 86 59 59 64 57 35 41 33 46 33 19	300																			
146 139 115 115 115 115 115 115 115 115 115 11	250																			-
150 100 50 50 0	200	-		1/16		159														
50 50 64 57 35 41 62 33 19	150			140	117		01								115					
50	100		59				91	64	86	57		41	62			70	46			-
	50				-						35	41		33				33	19	
■大切な記念日はあるのか			ı	ーリップ		ーベラ	ーネーション		큣	ラン	アジサイ	ダリア	コスモス	アネモネ	カスミソウ	(exポトスやパキラ等)観葉植物		(ex.ランやベコニア等) 鉢物の花	その他	どんな花でも嬉しい

Q13. あなたがパートナーと共に大切にしている記念日はありますか。

No. 記念日の有無	n	%
1 ある	99	9.9
2 ない	901	90.1
全体(n)	1,000	

【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要



250

回答者属性

SQ3. あなたの居住地を教えてください。

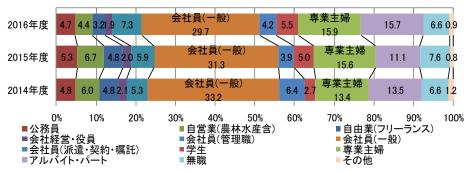
					0	50	100	150	2	00
	都道府県名		2015年度		<u>↓</u>	30	100	130		
1	北海道	52	47	北海道					2016	一
2	青森県	2	5	青森県	<u>.</u>					
3	岩手県	9	6	岩手県	E.				2015	年度
	宮城県	15	15	宮城県				_ I	2014	在度
	秋田県	5	6	秋田県				<u> </u>	2014	T/X
	山形県	3	12	山形県						
	福島県	5	9	福島県						
	茨城県	15	21	茨城県						
	栃木県	14	15	栃木県						
	群馬県	18	14	群馬県						
	埼玉県	60	66	埼玉県						
	千葉県	58	53	千葉県	_					
	東京都	174	192	東京都						
	神奈川県	114	73	神奈川県						
	山梨県	10	3	山梨県	E.					
	長野県	13	10	長野県						
17	新潟県	8	7	新潟県	₽					
	富山県	8	7	富山県	E					
	石川県	7	6	石川県	₹					
	福井県	1	6	福井県	Ł					
21	岐阜県	10	16	岐阜県						
22	静岡県	18	17	静岡県	_					
	愛知県	52	51	愛知県		-				
	三重県	10	14	三重県						
	滋賀県	9	8	滋賀県						
	京都府	22	32	京都府						
	大阪府	76	75	大阪府			-			
	兵庫県	53	48	兵庫県	_					
	奈良県	11	13	奈良県						
	和歌山県	5	7	和歌山県						
	鳥取県	3	2	鳥取県	4					
	島根県	3	5	島根県	4					
	岡山県	11	8	岡山県						
	広島県	22	24	広島県						
	山口県	4	4	山口県	-					
	徳島県	4	1	徳島県	ŧ					
	香川県	2	7	香川県	-					
	愛媛県	9	9	愛媛県	₹					
	高知県	3	1	高知県						
	福岡県	39	35	福岡県						
	佐賀県	1	5	佐賀県	-					
	長崎県	6	7	長崎県						
	熊本県	13	14	熊本県						
	大分県	5	9	大分県	F					
	宮崎県	7	3	宮崎県	.					
	鹿児島県	6	5	鹿児島県	€					
47	沖縄県	5	7	沖縄県	F	1				
	合計(n)	1,000	1,000							



回答者属性

SO4. あなたの職業を教えてください。

,	No.	職業	2016年度	2015年度
	1	公務員	47	53
	2	自営業(農林水産含)	44	67
	3	自由業(フリーランス)	32	48
	4	会社経営・役員	19	20
	5	会社員(管理職)	73	59
	6	会社員(一般)	297	313
	7	会社員(派遣・契約・嘱託)	42	39
	8	学生	55	50
	9	専業主婦	159	156
		アルバイト・パート	157	111
	11	無職	66	76
	12	その他	9	8
		全体(n)	1,000	1,000



SO5. あなたはご結婚されてますか。

区分

1 既婚(離別・死別)		597	554		
2 未婚			403	446		
	全体(n)	1,	000 1	000,1		
		既婚(離別·死別)		=	未婚	
2016年度		59.7			40.3	
2015年度	既	婚(離別・死別)		未	婚	
2010 1 12		55.4		44	.6	
2014年度	Į.	既婚(離別・死別)		#	卡婚	
2017-7/2		58.8		4	11.2	
0	% 20)% 40) 0%	60%	80% 10	I 10%

2016年度 2015年度

【第4回花と恋愛の相関図】2016年アンケート結果/概要

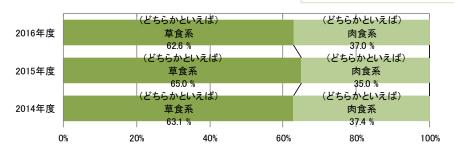


回答者属性

Q1. あなたはどちらかといえば草食系、肉食系どちらにあてはまりますか。

N	0. 区分	2016年度	2015年度
	1 (どちらかといえば)草食系	630	650
	2 (どちらかといえば)肉食系	370	350
	全体(n)	1,000	1,000

昨年度の比べて草食系が2.4ポイント減少している。また自己分析を見ると「お酒はままりのまない(55.4%)と、昨年より4.4ポイント減少している。



Q2. あなたは、自己診断した場合、下記のYES,NOのどちらにあてはまるか教えてください。

		2016	年度	2015	年度
No.	回答区分	YES	NO	YES	NO
1	人に誘われる場合が多い	713	287	725	275
2	ゆるキャラが好き	639	361	602	398
3	人生は平凡で穏やかがいい	849	151	817	183
4	どちらかというと、無口なほうだ	600	400	612	388
5	どちらかというと押しに弱い	717	283	733	267
6	異性にモテることにこだわらない	592	408	574	426
7	仕事は事務職向きだ	751	249	800	200
8	料理・掃除など家事が得意だ	507	493	493	507
9	花や植物を飾ったり育てたりすることが好き	420	580	437	563
10	スイーツが好き	838	162	816	184
11	お酒はあまり飲まない	554	446	608	392

