# 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8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5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抜粋)**



## 【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。

調査期間：　2018年2月11日（日・祝）～14日（水）　の4日間
調査協力店舗：　回答数35店舗、有効数27店舗（全国/花の国日本協議会会員企業様）

調査方法：　アンケート用紙（メール回収）、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）

Q1.）　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？
Q2.）　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。
Q3.）　３）「フラワーバレンタイン」を知っていたお客様はいましたか？また、その認知経路（テレビ、ラジオ<J-WAVE他>、ホームページ、ポスター・・・など）が分かった場合は、教えて下さい。
Q4.）　バレンタイン期間に売れたアイテムや年代・価格帯を教えてください。該当するものを選択・記述してください。
Q4_1.）　バレンタイン用に一番売れた商品はどんな商品でしたか？限定商品などあれば教えてください。(①アレンジメント②花束③ミニブーケ④その他)
Q4_2.）　この期間に一番売れた商品の価格帯を教えてください。(①1,000円②2,000円③3,000円④4,000円⑤5,000円⑥その他)
Q4_3.)バレンタイン用途　でご利用のお客様の多い年代を教えてください
Q5.）　バ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
Q6.）　今回ご用意した消費者向けのチラシ（15cm×15cm、正方形）や、フラワーバ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。
Q7.）　今年のFV公式グッズを購入しましたか？購入された方は、どのように活用しましたか？（バルーン、ピック、スリーブ、缶バッジ、ウィンドブレーカー、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えて下さい。
Q8.）　今年の反省点がありましたら教えてください。もしくは、来年はこうしていきたい、といったご希望がありましたら教えてください。
Q9.）　今年の貴店の販売・プロモーションについて新しくチャレンジしたことはありますか？またそれによるお客様の反応はいかがでしたか？
Q10.）　貴店の近隣花店で、フラワーバレンタインプロモーションにおいて気が付いた点など教えてください。
Q11.)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

### ■基本情報

・店舗名/担当者名/連絡先/住所/最寄り駅/店舗の立地（必須）
・店舗面積（省略可）・通常時スタッフ人数/FV体制時の人数（必須）・オンラインショップの有無（必須）

### ■WEBフォームの内容（表紙）

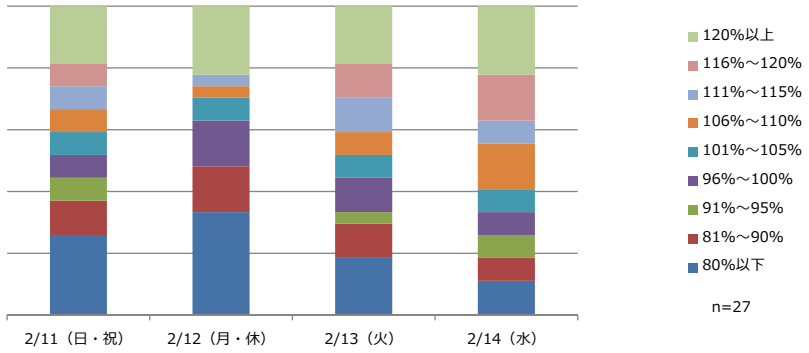
**フラワーバレンタイン2018　花店調査アンケート**

花の国日本協議会では、毎年フラワーバレンタイン時期の販売動向を調査し、お客様の購買動向の変化や、販促活動の効果を評価しています。みなさまには、お忙しい中お手数をおかけしますが、何卒、ご協力くださいますよう、お願い申し上げます。またご提供いただいた内容は、秘密事項として当協議会で厳重に管理し、集計データとして活用し、皆様にフィードバックいたします。また店頭や商品の画像は、実施報告書の中で利用させていただくことがありますので、予めご了承ください。

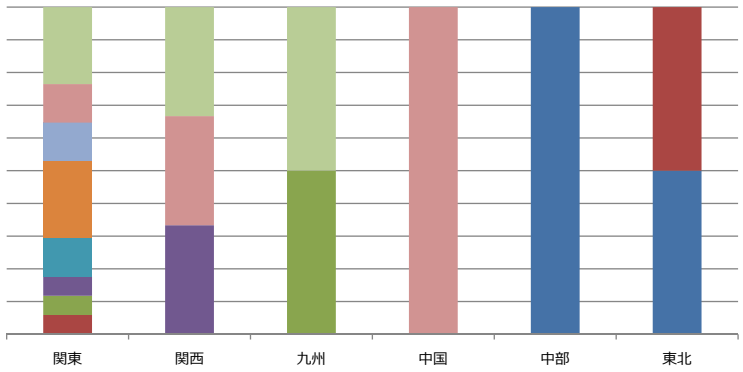
一般社団法人花の国日本協議会 事務局
TEL.03-3664-8739
E-mail.info@hananokuni.jp】

（回答数35店舗、有効数27店舗）

## ●日別の売上前年比

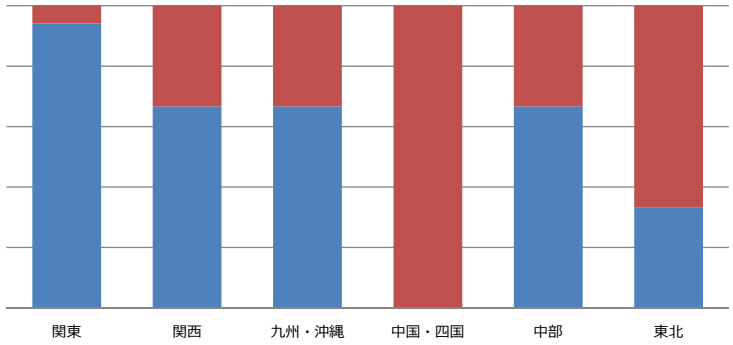



## ●14日の売上前年比




| 地方 | n数 |
|---|---|
| 関東 | 17 |
| 関西 | 3 |
| 九州・沖縄 | 2 |
| 中国・四国 | 1 |
| 中部・北陸 | 2 |
| 北海道・東北 | 2 |

## ●14日男性客数の動向




| 地方 | n数 |
|---|---|
| 関東 | 17 |
| 関西 | 3 |
| 九州・沖縄 | 3 |
| 中国・四国 | 1 |
| 中部・北陸 | 3 |
| 北海道・東北 | 3 |





**●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。**

**（東北地方）**
＊増えた実感は少し。
＊あります。バレンタイン用というより、バレンタインが記念日の方が多いです。
＊変わらない

**（関東地方）**
＊2/13の前日から男性のお客様がちらほらと現れる。当日もお花のギフトがあり例年より増えた実感がありました。
＊年々認知度は高まっており、14日当日は、時間帯により男性客8割女性客2割の来客比率。17時以降はほとんどが男性客。
＊ほぼ男性。例年より増えたかという印象はない。
＊やはり毎年男性客が増えている。一月から配送申し込みなども去年と比べても、とても多かった。
＊具体的な数字はありませんが、毎年同じでバレンタインは男性のお客様が多いです。
＊年々ホワイトデー需要の規模に近づいてきていて、認知度が上がってきているのを感じる。
＊昨年より男性客が増えました。夕方以降はほとんどが男性でした。
＊客数は変わらないくらい、外国のお客様増えた。
＊18時以降は9割は男性客。外国人の方も増えました。
＊今年は去年より女性が少なかったような気がします。男性は多かったようです。結婚記念日という方も多かったので。
＊男：女＝7：3くらい
＊男：女＝8：2　男性増加した。
＊男：女＝8：2
＊男性客ばかりだった
＊男性が増えた。
＊客数はほとんど変わらないくらい。
＊今年も増えた実感は特にありませんでした。
＊男性3:7女性 今年も増えた実感は特にありませんでした。
＊特に変わらないです

**（関西地方）**
＊当日の夕方に数名（5名）くらい男性が買いに来られました。昨年より若干増えたような感じがします。
＊単価は低く、赤バラ1本巻きが多かったですが、男性客は増え、広まっている実感があります。
＊実感はあります。男7対女3

**（中部地方）**
＊外国人のお客様は例年と変わりなかったようですが、バレンタイン当日は以前に比べて日本人の男性のお客様が増えた印象です。
＊石川県では大雪の影響で例年との比率は出せませんでした。
＊年々増えている実感はあります。

**（中国・四国・九州・沖縄地方）**
＊認知度は上がっているが、街自体が盛り上がっていないと、実際に購入まで至らないかも。お昼はバレンタイン来ず、19時から最後の1時間で一気に来られた。
＊かなり告知していたが、増えた感は全くなかった。
＊ないです。

## 【店舗アンケート】店舗売上・活動調査結果

**●設問**
**「フラワーバレンタイン」を知っていたお客様はいらっしゃいましたか？**
**また、その認知　経路（テレビ、ラジオ、ホームページ、ポスターなど）が分かった場合は教えてください。**

**（東北地方）**
＊いない
＊1名20代の方がいました。
＊いない

**（関東地方）**
＊ネットで見た！というお客様は数名いました。
＊男性客はその目的で来てる方がほとんど。ただし海外と違いカップルで選びに来る人はほとんどいない。
＊バレンタインは男性から贈る日というのが、わりと周知されてきてると思うが、具体的にどこから認知したか、どうやって買ってみようと思ったかはわかりませんでした。
＊お店のPOPを見て知った、印象が強かった。
＊外国の方は知っていたような印象、常連の男性も知っていました。
＊『テレビで見た』『ポスターを見てFVをやってみたくなったなどのお客様の声。
＊外国人の方は当たり前のようにお花を購入。お店の黒板やPOPを見ていらっしゃった方も多数。
＊知っているお客様(常連の方、店頭を見てなどで)いらっしゃいましたが、記念日などで奥様にという方が多かった。
＊いました。去年もあげた！黒板をみてという声がありました。
＊ポスターやチラシなど店舗では大きく取り上げていたので、認知されていたようです。
＊店頭の告知や黒板などを見て知ったというお客浅間が多かったです。
＊テレビ等で知ったという方が目立った。
＊いた。テレビ、ポスター。
＊たくさんいました。
＊いました。
＊いない

**（関西地方）**
＊分かりません。
＊いました。お店の黒板に2月からフラワーバレンタインの告知をしていて、それを見たという方もいらっしゃった。
＊いらっしゃいましたが、媒体はわかりません。

**（中部地方）**
＊具体的に知っていたかは分かりませんが、年々認識されつつあるように感じました。
＊店頭ポスターにて数名知っていました。
＊いない

**（中国・四国・九州・沖縄地方）**
＊バレンタインで買われる方はおそらく半数くらい、単価が高い方は結婚記念日が多い。事前にリーフレットを見ている方は多かった。
＊いらっしゃらなかった。
＊広島ではまだまだの様に思います。



## 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

**● 調査概要**
マクロミル　ネットモニター調査
2018年3月13日(火)～2018年3月14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。次頁以下に要約と集計結果を示す。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**
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**

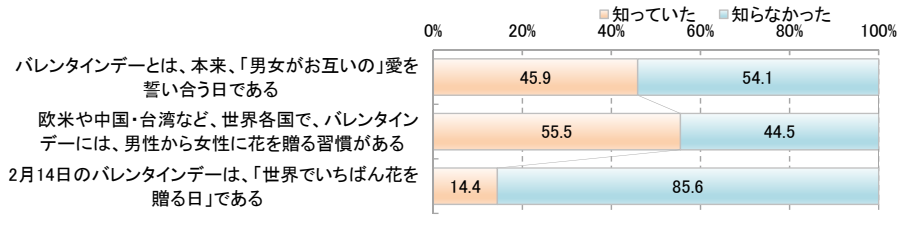
**● 補足：バレンタインデーの曜日と天気**
2018年：水曜日　九州から関東は晴れ。各地で最低気温0℃以下。東北と北海道は曇、雪。
2017年：火曜日　近畿から関東でところにより雨雲や雪雲。日本海側は雪か雨。
2016年：日曜日　一部雨後晴れ。中国、北陸、東海、関東で春一番。最高気温4～6月並み。
2015年：土曜日　北陸から北海道は雪。関東など他の地方は晴れ、強風。
2014年：金曜日　北海道から中国まで雪。関東は大雪。九州・四国は曇り・雨。
2013年：木曜日　おおむね晴れ。
2012年：火曜日　九州から関東は広く雨。
2011年：月曜日　曇り。

# 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

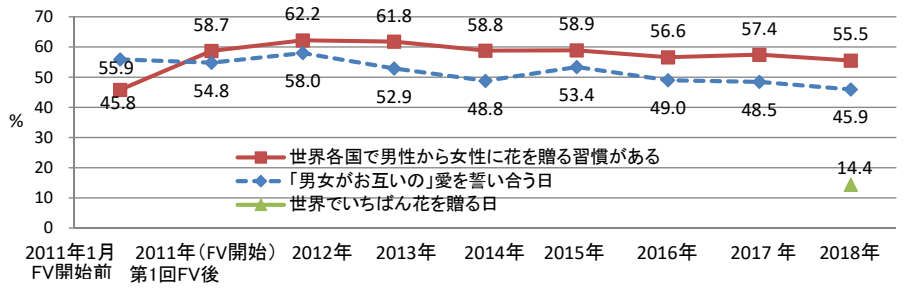
## 1. 認知度、認知経路

● 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
3. 2月14日のバレンタインデーは、「世界でいちばん花を贈る日」である

「バレンタインデー」の意味　認知率 (n=1036)




「バレンタインデー」の意味　認知率推移　（n=1036）



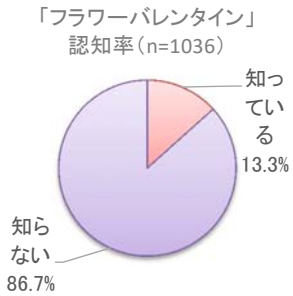

「バレンタインデー」の意味　男女別認知率推移

| 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 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 「男女がお互いの」愛を誓い合う日 | | | | | | | | | | |
| 男性 | 518 | 55.2 | 54.4 | 55.4 | 47.1 | 48.6 | 51.2 | 46.5 | 45.4 | 43.2 |
| 女性 | 518 | 56.6 | 55.2 | 60.6 | 58.7 | 49.0 | 55.6 | 51.5 | 51.5 | 48.6 |
| 世界各国で男性から女性に花を贈る習慣がある | | | | | | | | | | |
| 男性 | 518 | 36.9 | 48.6 | 54.4 | 49.6 | 51.5 | 46.5 | 45.4 | 43.6 | 45.8 |
| 女性 | 518 | 54.8 | 68.7 | 69.9 | 73.9 | 66.0 | 71.2 | 67.8 | 71.2 | 65.3 |
| 世界でいちばん花を贈る日 | | | | | | | | | | |
| 男性 | 518 | | | | | | | | | 15.4 |
| 女性 | 518 | | | | | | | | | 13.3 |

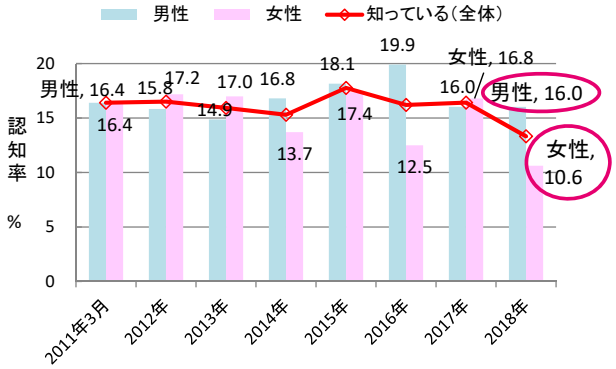
■ バレンタインデーの意味として「男女がお互いの愛を誓い合う日」の認知率は45.9%（2017年48.5%）。男女ともここ4年間減少傾向が続く。
■「バレンタインデーには、世界各国で男性から女性に花を贈る習慣がある」の認知率は55.5%（同57.4%）で、前年比1.9%減。例年、認知率の男女差が目立ち、男性45.8%、女性は65.3%。
■新設問　「バレンタインデーは、世界でいちばん花を贈る日である」の認知は、14.4%と低めだった。


# 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

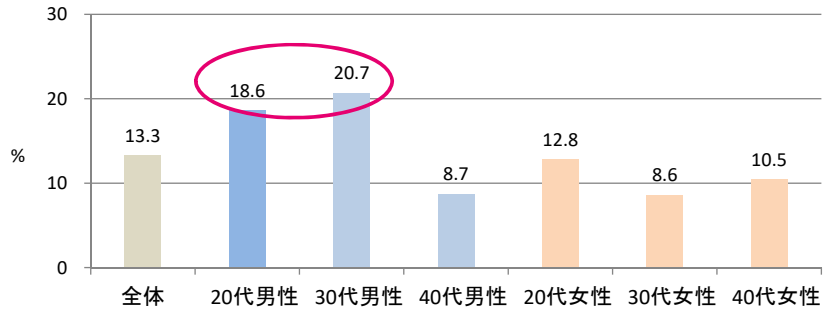

● 「フラワーバレンタイン」認知率（Q2）
日本全国の花店では、2011年から、2月14日を「男性から女性に花を贈る日」「世界でいちばん花を贈る日」として、「フラワーバレンタイン」を推進しています。「フラワーバレンタイン」という言葉をご存知ですか？（n=1036、単一回答）




「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13.3%。2017年の16.4%から3.1%下がった。

■男性の認知率は16.0 %で前年と同じだったが、女性が10.6%と前年比6.2%下落して、全体の認知率を押し下げている。

■性別年齢別に見ると、30代男性が最も高く20.7%。男性は40代の認知が8.7%と低調。30代については、男性の方が女性より12.1ポイントも高い。

# 【消費者アンケート】第8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　都道府県別　(n=1036)
＊ピンクの部分は、回答者数15名以上の都道府県

| 「フラワーバレンタイン」認知率 | 全体 | 認知率 |
|---|---|---|
| 都道府県 | 1036 | 13.3 |
| 北海道 | 39 | 17.9 |
| 青森県 | 4 | 25.0 |
| 岩手県 | 5 | 20.0 |
| 宮城県 | 16 | 18.8 |
| 秋田県 | 8 | 62.5 |
| 山形県 | 6 | 33.3 |
| 福島県 | 11 | 18.2 |
| 茨城県 | 13 | 7.7 |
| 栃木県 | 12 | 0.0 |
| 群馬県 | 6 | 16.7 |
| 埼玉県 | 113 | 15.0 |
| 千葉県 | 79 | 6.3 |
| 東京都 | 213 | 12.7 |
| 神奈川県 | 113 | 11.5 |
| 新潟県 | 16 | 6.3 |
| 富山県 | 8 | 25.0 |
| 石川県 | 3 | 0.0 |
| 福井県 | 4 | 25.0 |
| 山梨県 | 5 | 20.0 |
| 長野県 | 10 | 10.0 |
| 岐阜県 | 7 | 0.0 |
| 静岡県 | 16 | 18.8 |
| 愛知県 | 54 | 14.8 |
| 三重県 | 13 | 7.7 |
| 滋賀県 | 8 | 25.0 |
| 京都府 | 12 | 16.7 |
| 大阪府 | 59 | 13.6 |
| 兵庫県 | 35 | 2.9 |
| 奈良県 | 12 | 8.3 |
| 和歌山県 | 4 | 0.0 |
| 鳥取県 | 4 | 0.0 |
| 島根県 | 3 | 0.0 |
| 岡山県 | 11 | 9.1 |
| 広島県 | 19 | 10.5 |
| 山口県 | 4 | 25.0 |
| 徳島県 | 2 | 0.0 |
| 香川県 | 10 | 20.0 |
| 愛媛県 | 4 | 25.0 |
| 高知県 | 2 | 0.0 |
| 福岡県 | 30 | 23.3 |
| 佐賀県 | 1 | 0.0 |
| 長崎県 | 13 | 30.8 |
| 熊本県 | 6 | 0.0 |
| 大分県 | 9 | 11.1 |
| 宮崎県 | 3 | 33.3 |
| 鹿児島県 | 7 | 14.3 |
| 沖縄県 | 4 | 0.0 |

「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 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|
| 全体 | 17.8 | 16.2 | 16.4 | 13.3 |
| 北海道 | 21.1 | 20.0 | 20.0 | 17.9 |
| 東北地方 | 20.9 | 12.3 | 23.3 | 28.0 |
| 関東地方 | 17.5 | 15.9 | 15.1 | 11.7 |
| 中部地方 | 20.0 | 22.0 | 17.9 | 13.2 |
| 近畿地方 | 14.9 | 14.4 | 14.1 | 10.8 |
| 中国地方 | 15.2 | 8.3 | 18.4 | 9.8 |
| 四国地方 | 15.0 | 11.1 | 25.0 | 16.7 |
| 九州地方 | 19.7 | 17.7 | 20.0 | 19.2 |

■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、例年の傾向として、大都市圏を含む関東（11.7%、n=549）、近畿（10.8%, n=130）で、平均を下回っている。
九州（n=73）は19.2%と平均13.3%より高い。

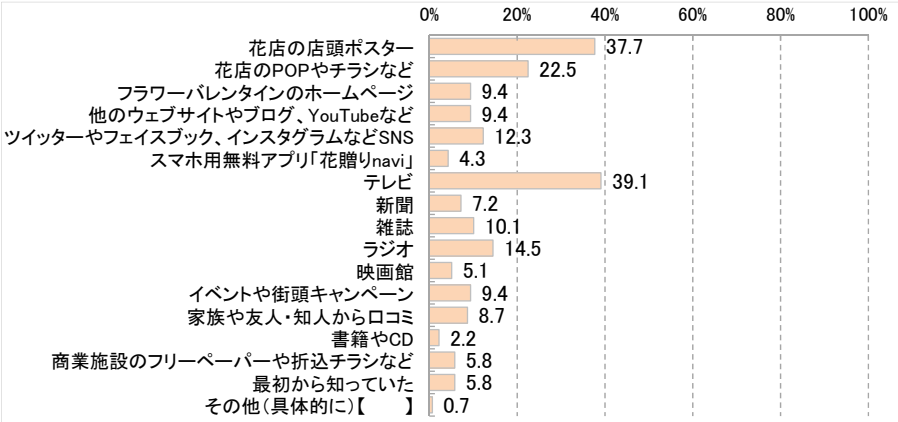
■都道府県別では、回答者数が県により少ないため、15名以上のところを見ると、福岡県で23.3%で、例年通り高い認知率になっている。
千葉県は毎年低いが、2018年は6.3%（2017年10.0%）しかない。

■地方・県別でみると、全体的にサンプル数が不足しており、確実な傾向はわかりにくい。

# 【消費者アンケート】第8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）
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？（n=170、複数回答）

「フラワーバレンタイン」認知経路　(n=138)（複数回答）



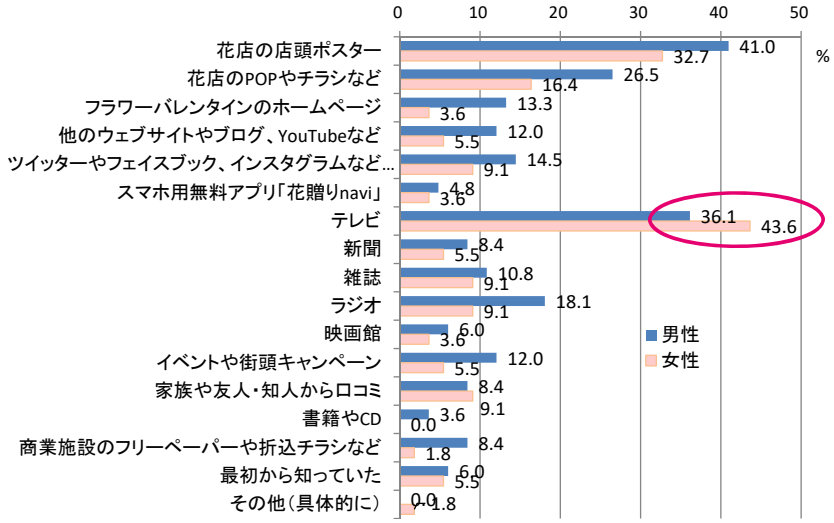

「フラワーバレンタイン」認知経路　推移　（複数回答）

| 認知経路　複数回答 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 花店の店頭ポスター | 35.3 | 41.5 | 28.5 | 43.0 | 33.2 | 39.3 | 44.7 | 37.7 |
| 花店のPOPやチラシなど | 18.2 | 20.5 | 15.8 | 16.5 | 21.7 | 25.0 | 22.4 | 22.5 |
| 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 | 9.4 |
| 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 | 9.4 |
| ツイッターやフェイスブック、インスタグラムなど | 2.9 | 6.4 | 6.1 | 7.0 | 9.8 | 9.5 | 9.4 | 12.3 |
| スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」 | | | | 1.3 | 1.6 | 1.8 | 2.9 | 4.3 |
| テレビ | 37.6 | 42.7 | 38.2 | 41.8 | 39.7 | 44.0 | 40.6 | 39.1 |
| 新聞 | 5.3 | 7.0 | 7.9 | 7.0 | 4.9 | 6.5 | 4.7 | 7.2 |
| 雑誌 | 7.6 | 8.8 | 6.1 | 11.4 | 3.3 | 6.5 | 7.6 | 10.1 |
| ラジオ | 9.4 | 7.6 | 9.1 | 8.9 | 8.7 | 6.5 | 6.5 | 14.5 |
| 映画館 | 2.4 | 0.0 | 0.6 | 0.6 | 2.2 | 1.2 | 2.4 | 5.1 |
| 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 | 9.4 |
| 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 | 8.7 |
| 書籍やCD | | | 1.2 | 0.6 | 1.6 | 1.8 | 2.4 | 2.2 |
| 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 | 5.8 |
| 最初から知っていた | 4.1 | 5.3 | 6.1 | 3.2 | 6.0 | 4.8 | 4.7 | 5.8 |
| その他（具体的に【　】） | 0.6 | 1.8 | 0.6 | 3.2 | 1.6 | 0.0 | 1.2 | 0.7 |
| 全体(N) | 170 | 171 | 165 | 158 | 184 | 168 | 170 | 138 |

■ツイッターなどSNSについては、2018年から「インスタグラムなど」の文言を追加した。
■ 「フラワーバレンタイン」の認知経路は、認知者中の比率である。テレビが39.1%で首位。店頭ポスターは37.7%で前年比7%も減った。FacebookなどSNSは12.3%で、2011年比で約4倍になった。
■マス媒体では新聞7.2%（同4.7%）、雑誌が10.1%（同7.6%）に増えた。ラジオは特に、14.5%で前年の6.5%から倍以上になった。
■認知者数は減少しているが、認知者中でみるとFV情報への接触場面に幅が出ている。

# 【消費者アンケート】第8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　男女別　年齢別（認知者対象、n= 138，男性 n = 83，女性 n= 55）




「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=138）

| 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 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 138 | 32 | 22 | 36 | 15 | 15 | 18 |
| 花店の店頭ポスター | 37.7 | 43.8 | 27.3 | 38.9 | 40.0 | 40.0 | 33.3 |
| 花店のPOPやチラシなど | 22.5 | 18.8 | 22.7 | 33.3 | 26.7 | 26.7 | 0.0 |
| フラワーバレンタインのホームページ | 9.4 | 6.3 | 4.5 | 22.2 | 6.7 | 6.7 | 0.0 |
| 他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど | 9.4 | 12.5 | 13.6 | 16.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| ツイッターやフェイスブック、インスタグラムなどSNS | 12.3 | 12.5 | 18.2 | 16.7 | 6.7 | 13.3 | 0.0 |
| スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」 | 4.3 | 0.0 | 9.1 | 8.3 | 0.0 | 6.7 | 0.0 |
| テレビ | 39.1 | 25.0 | 31.8 | 44.4 | 33.3 | 40.0 | 66.7 |
| 新聞 | 7.2 | 6.3 | 0.0 | 11.1 | 6.7 | 6.7 | 11.1 |
| 雑誌 | 10.1 | 9.4 | 4.5 | 16.7 | 20.0 | 0.0 | 5.6 |
| ラジオ | 14.5 | 15.6 | 9.1 | 19.4 | 6.7 | 20.0 | 11.1 |
| 映画館 | 5.1 | 0.0 | 9.1 | 13.9 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| イベントや街頭キャンペーン | 9.4 | 9.4 | 4.5 | 16.7 | 6.7 | 6.7 | 5.6 |
| 家族や友人・知人から口コミ | 8.7 | 6.3 | 18.2 | 11.1 | 6.7 | 6.7 | 0.0 |
| 書籍やCD | 2.2 | 3.1 | 0.0 | 5.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど | 5.8 | 3.1 | 0.0 | 16.7 | 6.7 | 0.0 | 0.0 |
| 最初から知っていた | 5.8 | 6.3 | 9.1 | 8.3 | 0.0 | 0.0 | 5.6 |
| その他（具体的に）【　　】 | 0.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 5.6 |

■ 性別では、テレビが女性で43.6%と男性36.1%に対し7.5%上回っている他は、ほとんどの認知経路で男性の方が接触率が高い。
■ 性別年齢別にみると、テレビは40代女性では66.7%と突出している。30代男性は相対的に認知経路が多様で情報に面的に触れている。40代では偏りがあり、20代は中間である。
■キャンペーンの情報は、特定セグメントには多面的に到達しているが、女性や40代以上およびその他の潜在的顧客層（マス）に届いていない、あるいは響いて（認識されて）いない恐れがある。

# 【消費者アンケート】第8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= 138）

| 認知経路　複数回答 | | 地　域 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 全体 | 北海道 | 東北 | 関東 | 中部 | 近畿 | 中国 | 四国 | 九州 |
| N | 138 | 7 | 14 | 64 | 18 | 14 | 4 | 3 | 14 |
| 花店の店頭ポスター | 37.7 | 28.6 | 35.7 | 34.4 | 44.4 | 57.1 | 50.0 | 33.3 | 28.6 |
| 花店のPOPやチラシなど | 22.5 | 0.0 | 21.4 | 15.6 | 33.3 | 35.7 | 25.0 | 33.3 | 35.7 |
| フラワーバレンタインのホームページ | 9.4 | 14.3 | 14.3 | 7.8 | 11.1 | 14.3 | 25.0 | 0.0 | 0.0 |
| 他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど | 9.4 | 0.0 | 28.6 | 9.4 | 11.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 7.1 |
| ツイッターやフェイスブック、インスタグラムなどSNS | 12.3 | 14.3 | 0.0 | 15.6 | 11.1 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 21.4 |
| スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」 | 4.3 | 0.0 | 7.1 | 0.0 | 5.6 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 14.3 |
| テレビ | 39.1 | 42.9 | 35.7 | 32.8 | 61.1 | 28.6 | 50.0 | 66.7 | 42.9 |
| 新聞 | 7.2 | 0.0 | 0.0 | 7.8 | 16.7 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 14.3 |
| 雑誌 | 10.1 | 14.3 | 14.3 | 4.7 | 11.1 | 21.4 | 0.0 | 33.3 | 14.3 |
| ラジオ | 14.5 | 42.9 | 7.1 | 10.9 | 16.7 | 14.3 | 0.0 | 33.3 | 21.4 |
| 映画館 | 5.1 | 0.0 | 7.1 | 3.1 | 5.6 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 14.3 |
| イベントや街頭キャンペーン | 9.4 | 0.0 | 14.3 | 7.8 | 11.1 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 21.4 |
| 家族や友人・知人から口コミ | 8.7 | 14.3 | 7.1 | 7.8 | 11.1 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 7.1 |
| 書籍やCD | 2.2 | 0.0 | 0.0 | 1.6 | 5.6 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |
| 商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど | 5.8 | 0.0 | 0.0 | 4.7 | 11.1 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 7.1 |
| 最初から知っていた | 5.8 | 0.0 | 0.0 | 3.1 | 11.1 | 14.3 | 0.0 | 0.0 | 14.3 |
| その他（具体的に） | 0.7 | 0.0 | 7.1 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

■ 認知経路の回答者は「フラワーバレンタイン」認知者であり、地域ごとのサンプル母数が少ないため、参考値である。

■関東地方では母数が64と比較的大きいが、「花のPOPやチラシ」経由の認知率15.6%（平均22.5%）、および雑誌4.7%（平均10.2%）については、有意に低い。

# 【消費者アンケート】第8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　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）

「フラワーバレンタイン」キャンペーン画像認知率（複数回答）

| | 画像 | 認知率（%） |
|---|---|---|
| 1 | 茶ロゴ | 7.4 |
| 2 | 縦長ポスター | 7.4 |
| 3 | チラシ　表・裏 | 3.1 |
| 4 | J-WAVEチラシ　表・裏 | 3.3 |
| 5 | J-WAVEポスター | 4.5 |
| 6 | J-WAVEコラボCPのハートタグ　裏、表 | 3.6 |
| 7 | 3 LOVE STORIES ポスター | 5.2 |
| 8 | タグ（QRコード） | 4.0 |
| 9 | 缶バッジ | 6.2 |
| 10 | 花用スリーブ | 2.4 |
| 11 | 愛妻の日 A4 POP | 3.6 |
| 12 | 愛妻の日ハグマット | 1.4 |
| 13 | 愛妻家宣言証 | 2.0 |
| 14 | 花の国日本協議会ロゴ | 3.0 |
| | 全体（n） | 1036 |

■「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7.4%（2017年8.1% ）だったが、2018年は茶ロゴも7.4%（同5.1%）で並んでいる。

# 【消費者アンケート】第8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・ロゴ 認知率　時系列（n = 1036、各年）

| | FVロゴ・画像 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 茶ロゴ | 4.1 | 5.5 | 4.3 | 4.6 | 4.3 | 5.3 | 5.1 | 7.4 |
| 2 | 縦長ポスター | 7.1 | 9.6 | 5.5 | 6.3 | 6.6 | 6.5 | 8.1 | 7.4 |
| 3 | チラシ　表・裏 | 3.0 | 6.6 | 2.7 | 4.2 | 3.8 | 3.9 | 4.2 | 3.1 |
| 4 | J-WAVEチラシ　表・裏 | | | | | | | | 3.3 |
| 5 | J－WAVEポスター | | | | | 5.2 | 4.0 | 2.5 | 4.5 |
| 6 | J-WAVEハートタグ（表） | | | | | | 2.7 | 3.5 | 3.6 |
| 7 | 3　LOVE　STORIESポスター | | | | | 2.6 | 3.3 | 5.3 | 5.2 |
| 8 | タグ　（QRコード） | 4.5 | 2.8 | 2.1 | 2.5 | 1.5 | 1.5 | 1.8 | 4.0 |
| 9 | 缶バッジ | | | | | | | | 6.2 |
| | アプリ（花贈りnavi） | | | | 3.9 | 1.4 | 2.6 | 2.6 | |
| 10 | 花用スリーブ | | | | 1.8 | 0.9 | 1.3 | 1.1 | 2.4 |
| | 鉢プロFVタグ裏面 | | | | | | 1.6 | 1.7 | |
| | 鉢プロPOP | | | | | | 3.5 | 3.6 | |
| 11 | 愛妻の日 A4 POP | | | | | | | | 3.6 |
| 12 | 愛妻の日ハグマット | | | | | | 1.7 | 2.4 | 1.4 |
| 13 | 愛妻家宣言証 | | | | | | 2.0 | 2.9 | 2.0 |
| 14 | 花の国日本協議会ロゴ | | | | | 4.1 | 3.1 | 4.2 | 3.0 |

注：画像の順番や選択肢は、入れ替わっている。ポスター、チラシ、J-Waveキャンペーンの画像は、毎年変更
花贈りNaviは2018年は外し、「缶バッジ」新設

キャンペーン画像認知率　男女別・年齢別

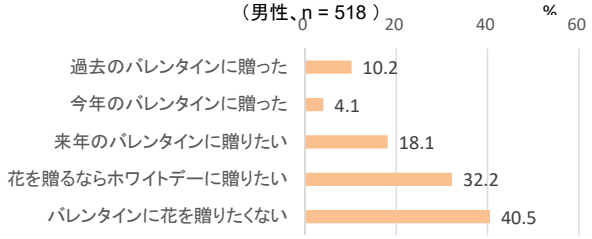
| | FVロゴ・画像 | 性別 全体 | 性別 男性 | 性別 女性 | 年齢 20代 | 年齢 30代 | 年齢 40代 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 全　体 | 1036 | 518 | 518 | 344 | 348 | 344 |
| 1 | 茶ロゴ | 7.4 | 9.5 | 5.4 | 9.9 | 10.1 | 2.3 |
| 2 | 縦長ポスター | 7.4 | 8.3 | 6.6 | 10.8 | 8.6 | 2.9 |
| 3 | チラシ　表・裏 | 3.1 | 4.4 | 1.7 | 4.9 | 4.0 | 0.3 |
| 4 | J-WAVEチラシ　表・裏 | 3.3 | 4.8 | 1.7 | 4.9 | 4.3 | 0.6 |
| 5 | J-WAVEポスター | 4.5 | 5.6 | 3.5 | 6.7 | 5.2 | 1.7 |
| 6 | J-WAVEコラボCPハートタグ　裏、表 | 3.6 | 4.8 | 2.3 | 4.7 | 4.0 | 2.0 |
| 7 | 3 LOVE STORIES ポスター | 5.2 | 6.0 | 4.4 | 7.0 | 6.0 | 2.6 |
| 8 | タグ（QRコード） | 4.0 | 5.4 | 2.5 | 6.7 | 4.0 | 1.2 |
| 9 | 缶バッジ | 6.2 | 6.6 | 5.8 | 8.7 | 7.2 | 2.6 |
| 10 | 花用スリーブ | 2.4 | 3.5 | 1.4 | 2.6 | 3.7 | 0.9 |
| 11 | 愛妻の日 A4 POP | 3.6 | 5.0 | 2.1 | 4.1 | 5.7 | 0.9 |
| 12 | 愛妻の日ハグマット | 1.4 | 1.9 | 1.0 | 2.3 | 1.7 | 0.3 |
| 13 | 愛妻家宣言証 | 2.0 | 3.3 | 0.8 | 2.3 | 3.7 | 0.0 |
| 14 | 花の国日本協議会ロゴ | 3.0 | 4.8 | 1.2 | 3.5 | 3.7 | 1.7 |

■ 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、ここ数年使われている欧米人の写真は7.4%（2017年8.1%）。過去、最も高かったのは、2012年の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。

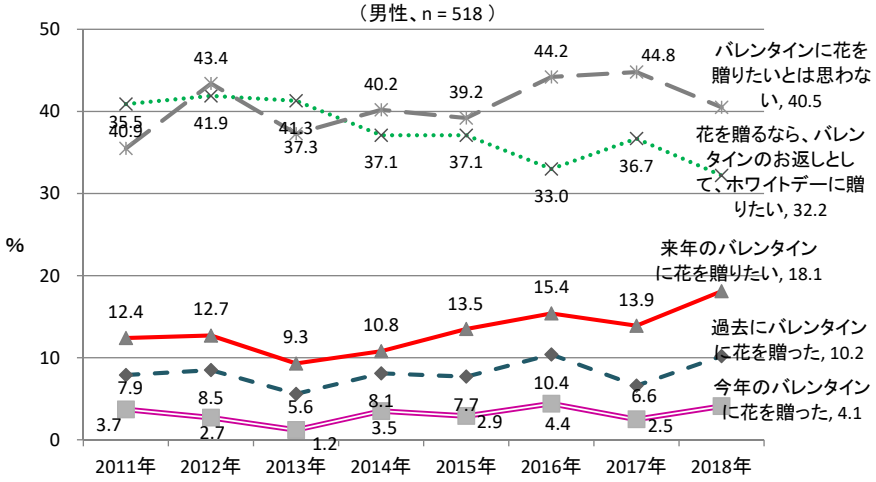
## 2. 購入率、購入意向、購入経路

● 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
(男性、n = 518 )



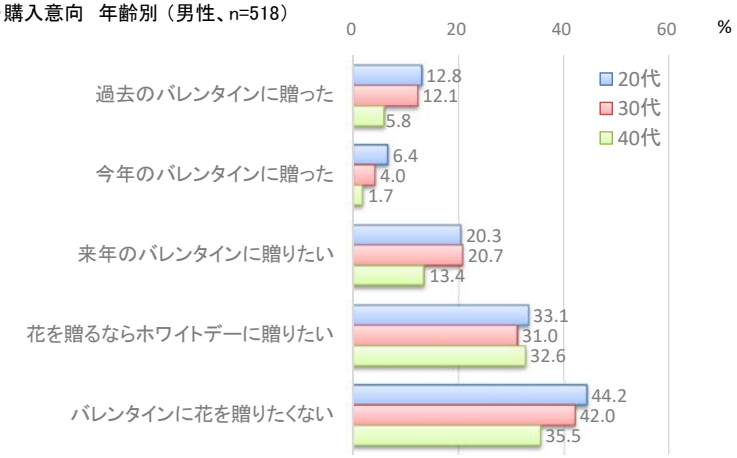

バレンタインの花購入経験率、購入意向 推移
(男性、n = 518 )



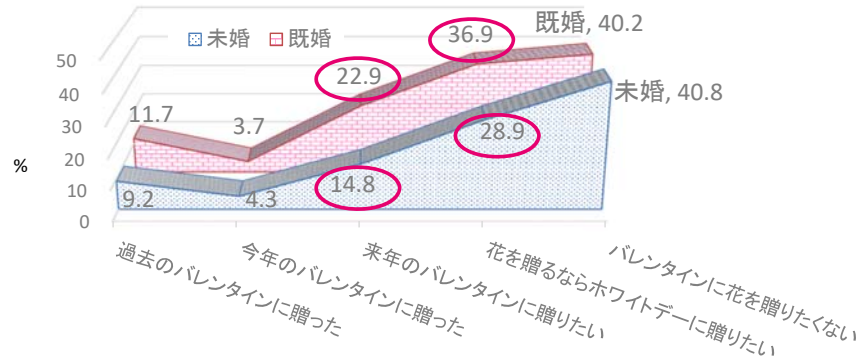

■今年のバレンタインデーに花を贈った人は、全男性回答者518名中21人、4.1%(2017年13人、2.5%、2016年23人4.4%)で、やや回復した。
■過去に贈ったことのある人は10.2%(2017年6.6%)で、一昨年の水準。
■ 「来年のバレンタインに贈りたい」男性は18.1%(同13.9%)で、購入意向は4.2%上がった。
■「ホワイトデーに贈りたい」人は32.2%(同36.7%)で微減。
■ 「バレンタインに花贈りたいとは思わない」人は上昇傾向にあったが、2018年は40.5%(同44.8%)で4.3%減った。

【消費者アンケート】第8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)




バレンタインの花購入経験率、購入意向 未既婚別 (男性、未婚 n=304、既婚 n=214 )




■年齢別に集計すると、過去のバレンタインに贈ったのは、20代が12.8%で最も多かった。今年贈ったのも、20代が6.4%で最も多い。

■例年の傾向として、花を贈るなら、バレンタインデーのお返しとしてホワイトデーの方が、男性には好まれている。どの年代でも3割以上が、ホワイトデーに贈りたいと答えている。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多である。その割合は20代で最も高く、44.2%に達する。

■婚姻状況別に調べると、「今年」以外の購入率では、既婚者の方が高い。来年のバレンタインやホワイトデーの花購入意向も、既婚者が未婚者の数値を8%程度上回っている。

■本調査では、男性回答者の母数は、未婚者が既婚者より4割強、子供なしが子供ありより8割強多いため、購入率・購入意向の数値に一定のバイアスが生じる可能性に留意すべきである。

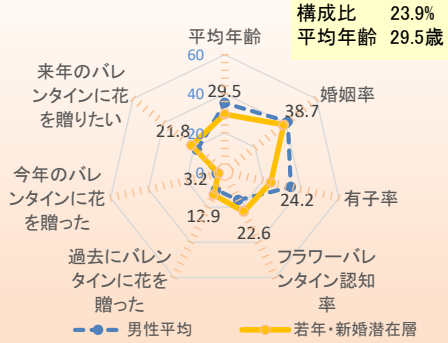
# 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

Be flower Be mine ♥ Flower Valentine

男性クラスター(非階層型)別　花購入経験率、購入意向　（男性、n=518 ）

## 男性クラスター1
## ＜若年・新婚潜在ユーザー層＞

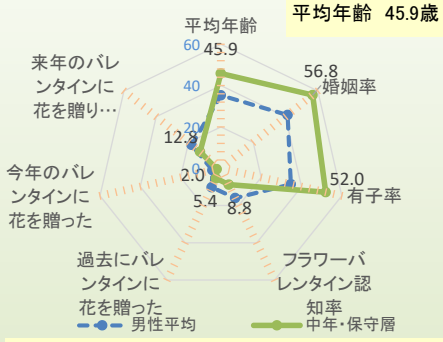
構成比　23.9%
平均年齢　29.5歳




20代後半～30代前半　若者と新婚が中心
FV認知率が高く、花購入率・購入意向も高め

## 男性クラスター2
## ＜中年・保守層＞

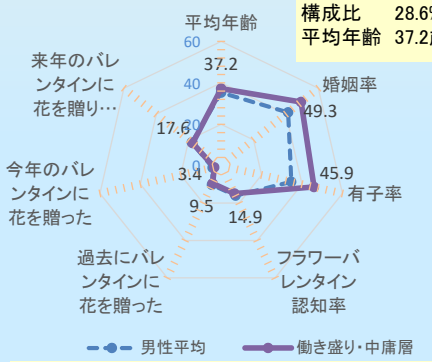
構成比　28.6%
平均年齢　45.9歳




40代中心　婚姻・有子率は高い　FN認知は低く、花贈りに消極的・保守的姿勢が目立つ

## 男性クラスター3
## ＜働き盛り・中庸層＞

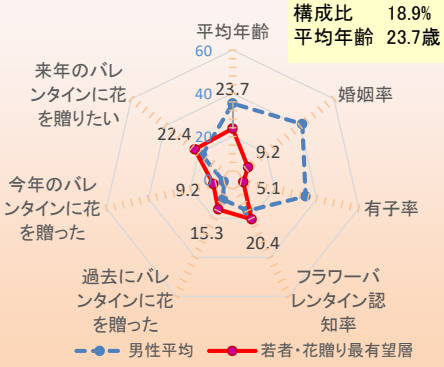
構成比　28.6%
平均年齢　37.2歳




30代中心　働き盛りの層で、FN認知はやや低め、花贈りにも中庸の姿勢

## 男性クラスター4
## ＜若者・花贈り最有望層＞

構成比　18.9%
平均年齢　23.7歳




20代前半　FV認知、購入率・意向ともに最も高く花贈りにオープン　構成比は18.9%と最小

- ■利用可能な属性を用い、男性について4つの特徴的なクラスターを抽出した。
- ■花贈りに最も有望な層は、20代前半の若者が中心のクラスター4である。FV認知率や購入率・意向が最高だが、構成比は19%で小さめである。20代後半～30代中心のクラスター1は、若者と新婚の比率が相対的に高いと考えられ、FVの花贈りにも比較的積極的である。
- ■クラスター2と3はそれぞれ28.6%と大きいが、平均年齢が高めで、特に平均年齢40代後半のクラスター2は花贈りに保守的。クラスター3は平均37.2歳、関心は平均よりやや下で中庸。いずれのセグメントも、今とは別の形のアプローチが必要な層だと考えられる。

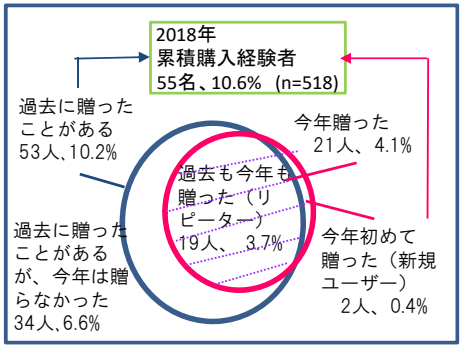

# 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

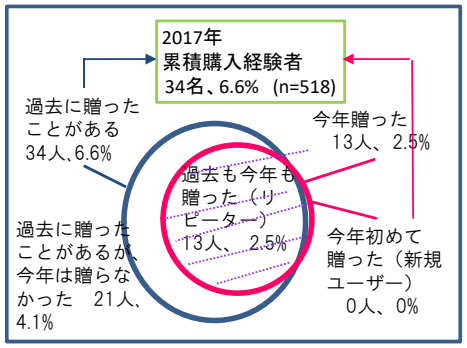
Be flower Be mine ♥ Flower Valentine


購入率・リピート率・新規購入率　（全男性、n = 518）

| | 人 | 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 | 53 | | 10.2 |
| 過去も今年も贈った | 19 | 35.8 | 3.7 |
| 過去に贈ったが今年は贈らなかった | 34 | 64.2 | 6.6 |
| 今年贈った | 21 | | 4.1 |
| 過去も今年も贈った | 19 | 90.5 | 3.7 |
| 今年初めて贈る | 2 | 9.5 | 0.4 |
| 購入経験者(累積) | 55 | | 10.6 |
| 購入経験なし | 463 | | 89.4 |

購入率・リピート率・新規購入率　前年比　（各年全男性　n=518）

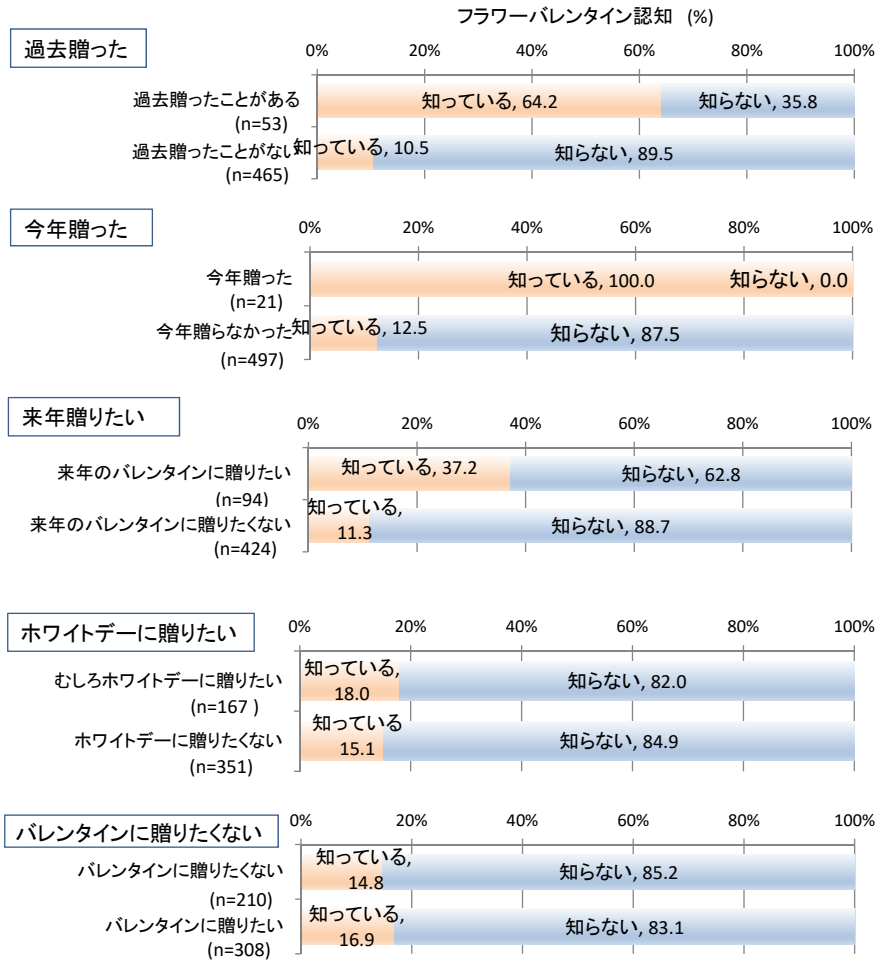



- ■今年の新規の購入者（今年贈った人のうち、過去に贈ったことがない人）は、2人（0.4%）だった（2017年0名、0%）。
- ■今年も過去も贈った人（リピーター）は、19名3.7%（同13名、2.5%）。
- ■累積の購入経験者（過去および／または今年贈った）は、55名10.6%（ 同34名 6.6% ）だった。
- ■ バレンタインデーに花を贈った経験のない人（過去にも今年にも贈らなかった）は、89.4%（同93.4%）。この比率は例年9割台前後で推移しており、バレンタインの花贈りは、依然として開拓の余地の大きな市場といえる。

## 【消費者アンケート】第8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（21名）は、全員（100%）「フラワーバレンタイン」を知っていた。一方、今年贈らなかった人（497名）の認知率は12.5%にとどまる。過去の購入経験、来年の購入意向についても同様に、贈った／贈りたい人の方が認知率が高いという傾向が見られる。

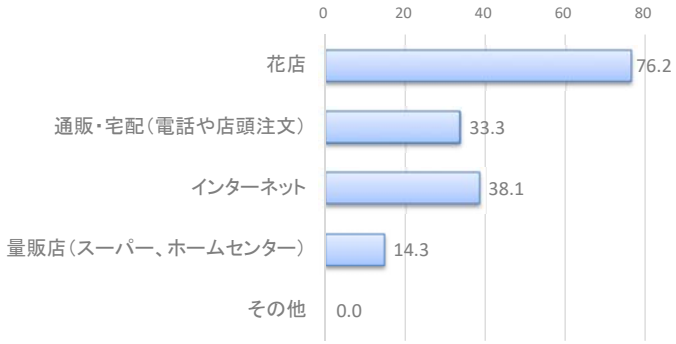
■一方、ホワイトデーについては、贈りたい人の認知率18.0%、贈りたくない人では15.1%と、認知率の差は相対的に小さい。ホワイトデー派に向けたアプローチは、考慮に値すると思われる。

■「フラワーバレンタイン」の認知は、バレンタインの花購入にポジティブに働くと仮定できる。キャンペーンの認知が浸透すれば、花購入率や購入意向に、全体としてはプラスの影響を与えると推測できる。

## 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

● 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= 21、複数回答）

バレンタインデーの花　購入経路（複数回答）
(n = 21)　%




バレンタインデーの花　購入経路　年齢別　（複数回答）
(n = 21)

| | 全体 | 20代 | 30代 | 40代 |
|---|---|---|---|---|
| 購入経路 年齢別 (%) | 21 | 11 | 7 | 3 |
| 花店 | 76.2 | 72.7 | 85.7 | 66.7 |
| 通販・宅配（電話や店頭注文） | 33.3 | 45.5 | 14.3 | 33.3 |
| インターネット | 38.1 | 54.5 | 28.6 | 0.0 |
| 量販店（スーパー、ホームセンター） | 14.3 | 18.2 | 0.0 | 33.3 |
| その他（具体的に【　　】） | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 |

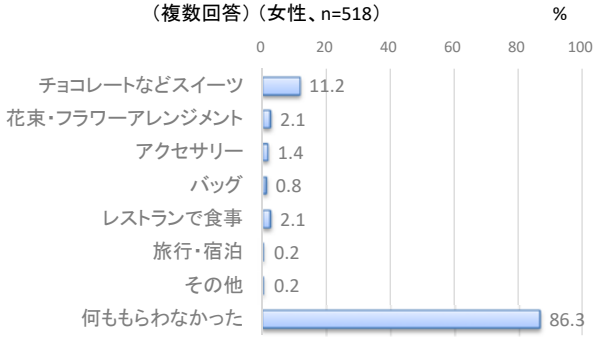
■今年のバレンタインに花を贈った人21名中、購入経路は花店が76.2%で最多だった。一方、インターネット（38.1%）と通販・宅配（電話や店頭注文）33.3%を合わせると71.4%となり、花店の店頭販売に迫る。

■ 購入者の年齢別構成を見ると、20代が11名で、半数以上を占める。母数が少ないため一般化はできないが、20代は上の層にくらべて、店頭だけでなく、通販やネット販売の利用率も相対的に高めである。

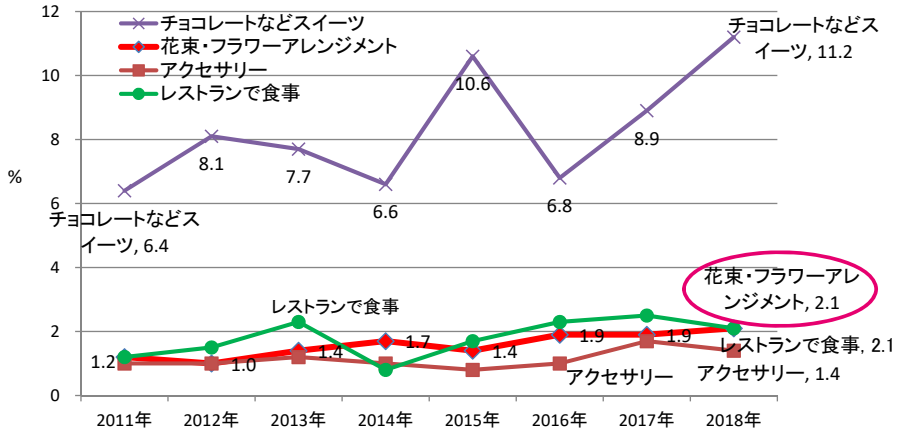
## 3. ギフトとしての花の位置づけ

● 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デーにもらったギフト
（複数回答）（女性、n=518）




今年のバレンタインデーにもらったギフト　推移
（複数回答、「何ももらわなかった」を除く上位4項目　女性、n = 518 ）



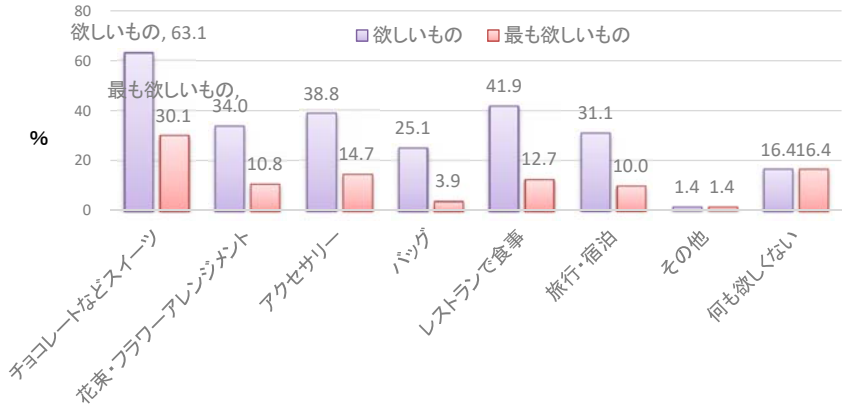

■今年のバレンタインにもらったギフトとして、一番多いのはスイーツで11.2%（2017年8.9%）。花は2.1%だが、2011年の1.2%と比べると、微増である。

■「何ももらわなかった」女性が圧倒的に多く、86.3%（同87.3%）を占めている。

【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

● 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)、最も欲しいギフト(単一回答)
（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 | 2018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 | 63.1 |
| 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 | 34.0 |
| アクセサリー | 51.0 | 46.9 | 46.3 | 44.0 | 42.3 | 37.8 | 40.0 | 38.8 |
| バッグ | 32.8 | 34.6 | 29.2 | 31.1 | 26.1 | 24.9 | 26.3 | 25.1 |
| レストランで食事 | 49.6 | 51.9 | 45.9 | 47.1 | 44.8 | 43.8 | 43.4 | 41.9 |
| 旅行・宿泊 | 37.1 | 37.1 | 32.6 | 31.9 | 31.7 | 30.7 | 31.1 | 31.1 |
| その他 | 8.9 | 4.4 | 2.9 | 0.8 | 2.3 | 1.2 | 2.7 | 1.4 |
| 何も欲しくない | 12.0 | 12.0 | 12.2 | 12.0 | 15.8 | 18.0 | 15.3 | 16.4 |

■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63.1 %（2017年62.2%）で例年通り、最も多い。以下「レストランで食事」41.9%、「アクセサリー」38.8%と続き、「花」が欲しいという回答は、4番目34.0%である。

■花が欲しいという女性は、最も選好率が高かった2012年の44.8%に比べて10ポイント以上減った。以後、年々減少傾向にある。

## 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 | 2018年 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 赤いバラ | ― | 34.4 | 29.9 | 28.7 | 29.8 | 28.7 | 28.4 | 29.1 |
| バラ | 58.1 | ― | ― | ― | ― | ― | ― | ― |
| 赤色以外のバラ（ピンク、オレンジなど） | ― | 30.0 | 30.3 | 27.0 | 26.5 | 25.2 | 22.8 | 24.3 |
| 香りのあるバラ | ― | 21.0 | 15.3 | 16.3 | 15.8 | 12.7 | 13.6 | 13.1 |
| チューリップ | 23.7 | 14.4 | 15.4 | 14.9 | 13.2 | 12.5 | 11.0 | 14.1 |
| ガーベラ | 24.1 | 16.7 | 16.5 | 15.7 | 13.0 | 14.9 | 14.7 | 12.4 |
| スイートピー | 24.8 | 13.3 | 13.4 | 11.7 | 11.1 | 11.7 | 12.5 | 10.1 |
| ラナンキュラス | 3.3 | 2.8 | 3.1 | 3.1 | 3.5 | 3.7 | 3.3 | 3.0 |
| チョコレートコスモス | 9.9 | 6.7 | 5.5 | 6.2 | 8.0 | 5.9 | 6.1 | 6.5 |
| ユリ | 12.5 | 7.4 | 6.0 | 7.0 | 6.1 | 5.3 | 3.8 | 4.9 |
| カーネーション | 9.7 | 4.8 | 5.3 | 5.9 | 4.7 | 4.9 | 5.6 | 5.2 |
| ダリア | 7.6 | 4.2 | 3.8 | 3.2 | 5.2 | 4.5 | 4.2 | 5.0 |
| トルコギキョウ | 5.1 | 2.7 | 3.0 | 2.5 | 2.9 | 2.1 | 1.9 | 1.9 |
| キク（マム） | 0.4 | 0.7 | 0.2 | 0.5 | 0.5 | 0.2 | 0.4 | 0.3 |
| 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 | 5.7 |
| その他（具体的に【　　】） | 5.7 | 3.5 | 3.7 | 2.0 | 2.4 | 1.7 | 2.3 | 1.6 |
| 特にない | 18.6 | 23.5 | 28.0 | 30.3 | 31.2 | 35.8 | 36.2 | 36.5 |

注：バラについては、2011年は「バラ」の選択肢のみ。

■ バレンタインにもらいたい（贈りたい）花は例年と同傾向で、赤いバラ29.1%（2017年28.4%）、赤以外のバラ24.3%（同22.8%）、香りのあるバラ13.1%（同13.6%）と全体にバラが多い。

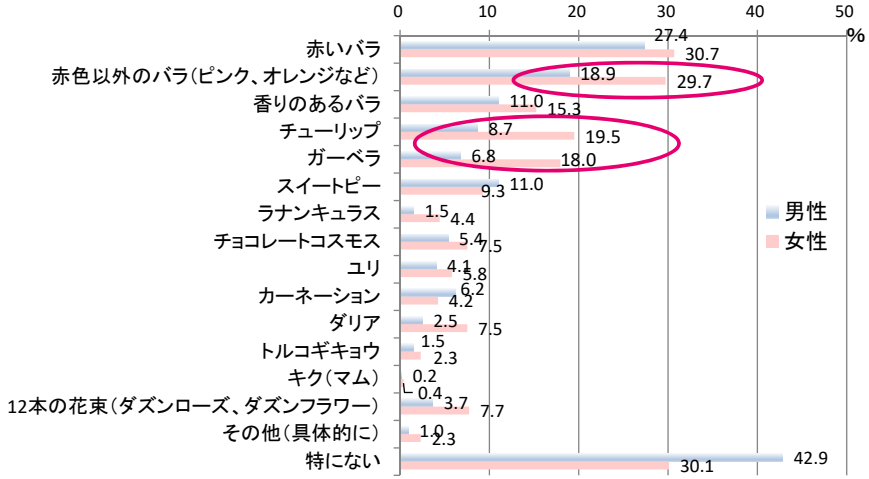
■ 2011年の回答から時系列の推移をみると、選好度が大きく下落している花が目立つ。スイートピー、ガーベラの選択率は約半分になり、チューリップやユリでも大幅に減った。

■ 一方、「特にない」は2011年の18.6%からコンスタントに増え、2018年は36.5%と、約2倍になった。

【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

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 | 30代男性 | 40代男性 | 20代女性 | 30代女性 | 40代女性 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| バレンタインデーに欲しい花、贈りたい花 | 1036 | 172 | 174 | 172 | 172 | 174 | 172 |
| 赤いバラ | 29.1 | 31.4 | 29.9 | 20.9 | 36.0 | 29.9 | 26.2 |
| 赤色以外のバラ（ピンク、オレンジなど） | 24.3 | 18.0 | 20.1 | 18.6 | 31.4 | 31.0 | 26.7 |
| 香りのあるバラ | 13.1 | 10.5 | 12.6 | 9.9 | 15.1 | 17.2 | 13.4 |
| チューリップ | 14.1 | 9.3 | 9.2 | 7.6 | 15.1 | 21.8 | 21.5 |
| ガーベラ | 12.4 | 8.1 | 8.0 | 4.1 | 8.1 | 25.3 | 20.3 |
| スイートピー | 10.1 | 11.6 | 8.0 | 13.4 | 9.3 | 8.6 | 9.9 |
| ラナンキュラス | 3.0 | 1.2 | 2.9 | 0.6 | 2.9 | 5.7 | 4.7 |
| チョコレートコスモス | 6.5 | 5.8 | 5.7 | 4.7 | 11.0 | 6.3 | 5.2 |
| ユリ | 4.9 | 2.9 | 7.5 | 1.7 | 5.2 | 6.9 | 5.2 |
| カーネーション | 5.2 | 8.7 | 5.2 | 4.7 | 7.6 | 3.4 | 1.7 |
| ダリア | 5.0 | 1.2 | 4.6 | 1.7 | 8.1 | 8.0 | 6.4 |
| トルコギキョウ | 1.9 | 2.3 | 1.1 | 1.2 | 2.9 | 2.3 | 1.7 |
| キク（マム） | 0.3 | 0.6 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 0.0 | 1.2 |
| 12本の花束（ダズンローズ、ダズンフラワー） | 5.7 | 2.9 | 5.7 | 2.3 | 7.6 | 9.8 | 5.8 |
| その他（具体的に【　　】） | 1.6 | 1.2 | 0.6 | 1.2 | 3.5 | 0.6 | 2.9 |
| 特にない | 36.5 | 40.1 | 40.2 | 48.3 | 28.5 | 25.9 | 36.0 |

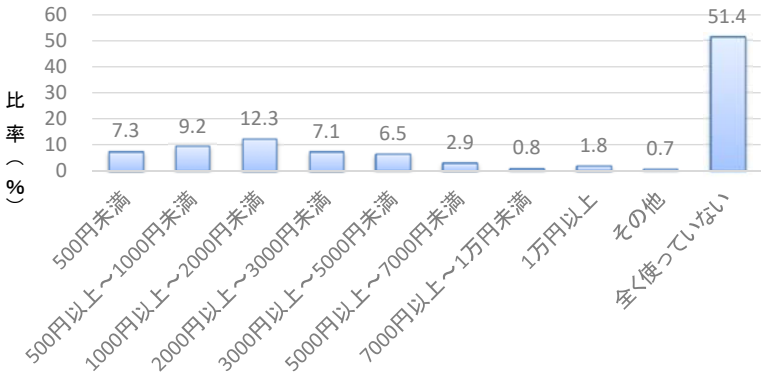
■男性が贈りたい花と女性が欲しい花は異なる。特に、赤以外のバラは、男性では18.9%にとどまるが、女性では29.7%にのぼり、赤いバラ（30.7%）とほぼ並ぶ。ガーベラやチューリップでも、女性の選好率は男性の2倍程度にのぼる。

■性別年齢別に見ると、20代女性では赤のバラが36.0%と最も人気がある一方、ガーベラやチューリップを選ぶ率は、30代以上の女性の方が高い。

## 5. バレンタインの支出

● 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）

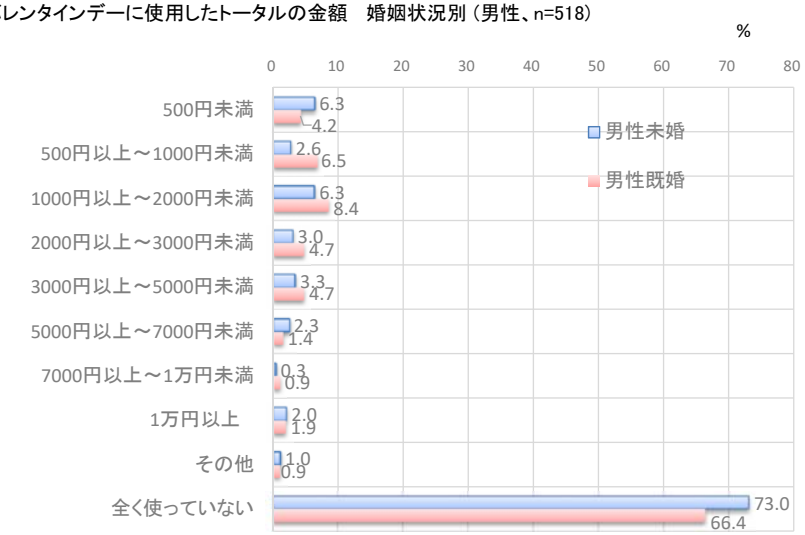
| | N | 500円未満 | 500円以上～1000円未満 | 1000円以上～2000円未満 | 2000円以上～3000円未満 | 3000円以上～5000円未満 | 5000円以上～7000円未満 | 7000円以上～1万円未満 | 1万円以上 | その他 | 全く使っていない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 全体 | 1036 | 7.3 | 9.2 | 12.3 | 7.1 | 6.5 | 2.9 | 0.8 | 1.8 | 0.7 | 51.4 |
| 20代 男性 | 172 | 7.0 | 5.2 | 10.5 | 5.8 | 2.9 | 2.3 | 0.6 | 1.7 | 1.2 | 62.8 |
| 20代 女性 | 172 | 9.3 | 12.2 | 19.8 | 8.7 | 9.3 | 3.5 | 0.6 | 2.3 | 0.6 | 33.7 |
| 30代 男性 | 174 | 5.7 | 2.3 | 4.0 | 2.3 | 6.9 | 2.9 | 0.6 | 1.7 | 1.1 | 72.4 |
| 30代 女性 | 174 | 10.3 | 21.3 | 17.8 | 10.3 | 8.0 | 2.3 | 1.7 | 1.1 | 0.0 | 27.0 |
| 40代 男性 | 172 | 3.5 | 5.2 | 7.0 | 2.9 | 1.7 | 0.6 | 0.6 | 2.3 | 0.6 | 75.6 |
| 40代 女性 | 172 | 8.1 | 8.7 | 14.5 | 12.8 | 9.9 | 5.8 | 0.6 | 1.7 | 0.6 | 37.2 |

■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ると、「まったく使っていない」が51.4%で、過半数を占める（2017年53.4%）。次いで、「1,000円以上～2,000円未満」12.3%（同9.7%）、「500円以上～1,000円未満」が9.2%（同10.1%）とつづく。

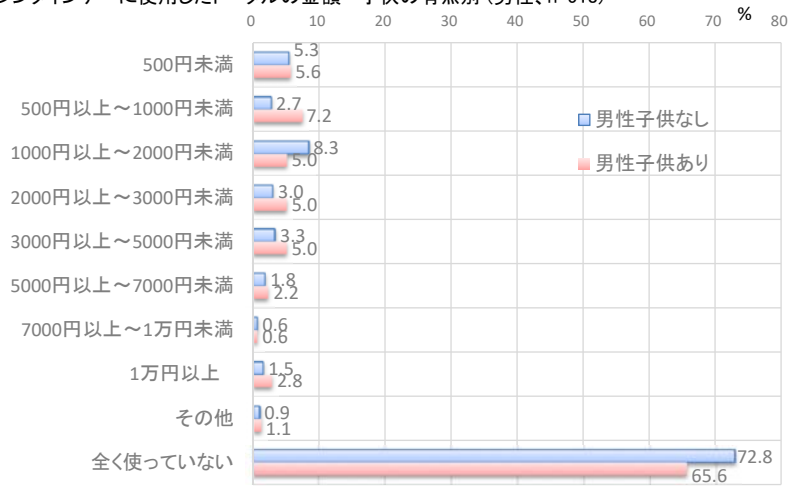
■性別年齢別では、男性は年齢が上がるほどまったく何も購入していない人の割合が増える。女性は30代はそこそこギフトを買っている。20代・40代の女性では、1/3強はバレンタイン向けの消費をしていない。

【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

バレンタインデーに使用したトータルの金額　婚姻状況別（男性、n=518）




バレンタインデーに使用したトータルの金額　子供の有無別（男性、n=518）



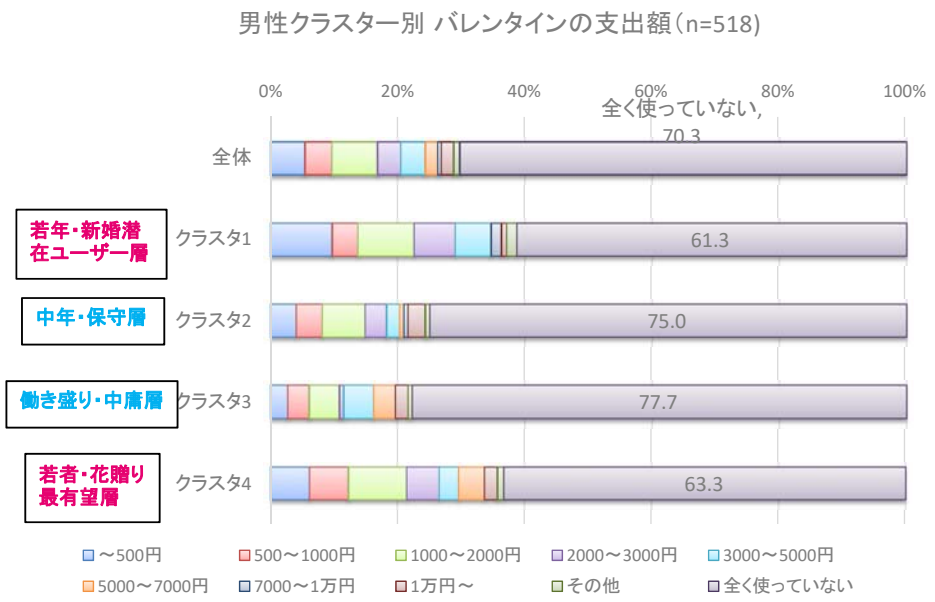

■男性について、婚姻状況別にバレンタインデーの使用金額を調べると、500円未満を除き、ほぼどの価格帯でも既婚者の方が購入率が高い。

■ 「全く使っていない」男性は、未婚者では73.0%にのぼる。

■子供の有無で比べると、子供のない男性では「全く使っていない」男性は72.8%、子供のいる男性では65.6%。

## 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

バレンタインデーに使用したトータルの金額　男性クラスター別（男性、n=518）

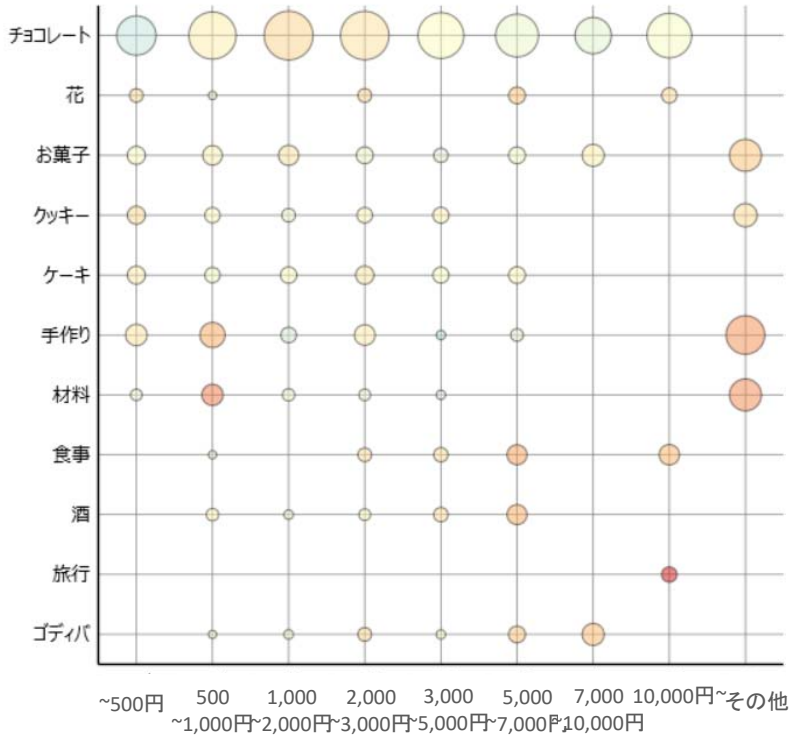



■男性について、4つのクラスター別にバレンタインの支出額を調べると、平均年齢29.5歳のクラスター１「若年・新婚潜在ユーザー層」では、全く使っていない人は61.3%、つまり38.7%は何らかの支出をしており、バレンタインデー支出者の比率が最も高い。クラスター4「若者」層は平均年齢23.7歳と若いが、クラスター1に次いで、36.7%がバレンタインに何らかの買い物をしている。
一方、クラスター2の「中年・保守層」（平均年齢45・9歳）やクラスター3「働き盛り・中庸層」（同37.2歳）では、バレンタインに支出をした男性はそれぞれ25%、22.3%にすぎない。

■本調査では比較分析可能な属性等のデータが少なく、こうしたセグメンテーションには自ずと限定がある。また、いずれのセグメントでも、比重としては使っていない人の方が多い。とはいえ、バレンタインの（花）贈りの受容性やアプローチを考慮する際、参考には資すると考えられる。

## 【消費者アンケート】第8回フラワーバレンタイン実態調査結果

バレンタインデー使用金額別 購入内容（n=503）

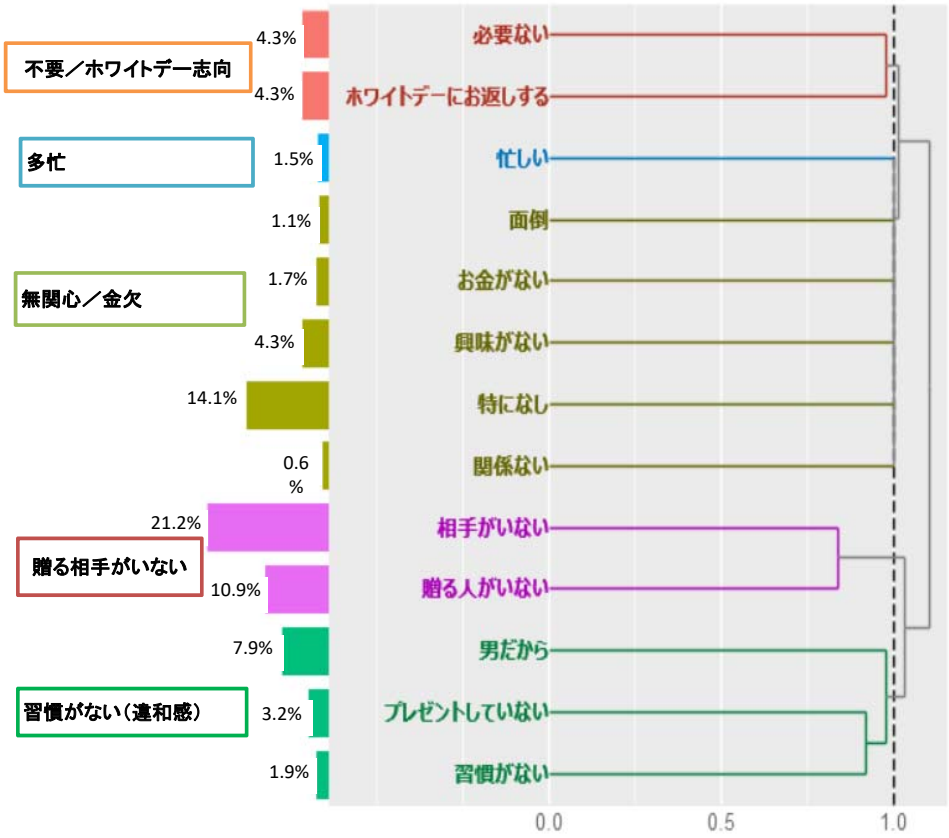



■バレンタインデーの使用金額別に、上位の語を調べると、チョコレートがトップであるが、1000円以下とでは材料、手作りという語も目立つ。「その他」は、手作りや金銭に換算できない贈り物をした人々を多く含むと考えられる。

■自由回答で出現する単語を抽出。今年のバレンタインデーに購入したギフトは、女性ではほとんどの価格帯で「チョコレート」の出現率が突出。手作りのケーキ等の材料購入も一般的である。各層で「ゴディバ」が上がった。

■使っていない人では、男女とも「贈る相手がいない」（男性83、うち未婚者73）という回答が頻出する。「特にない」などの言葉も上位に来ている（特に未婚者）。この層では、バレンタインデーは他人事という感覚が根強い。

バレンタインデーに、まったくお金を使わなかった理由　上位語　クラスター
（非購入者、男性、n= 364）




■バレンタインデーにまったくお金を使わなかった（Q10-10）男性364名について、使わなかった理由について、自由回答のテキストをコーディングし、クラスター分析した。

■バレンタインにお金を使わない理由として、5つのクラスターが抽出された。
最多は、「贈る人がいない」など「相手がいない」という語だった。
興味がない、特に理由はない、お金がないなど、「無関心／金欠」も上位に来ている。
また、バレンタインでの支出は不要、あるいはホワイトデーにお返しとして贈るという合理的で割り切りの明確な「不要・ホワイトデー志向」や、忙しくて忘れていたなど「多忙派」もある。
さらに、伝統や慣習と異なるイベントや試みへの違和感を示す表現（「男がバレンタインデーに贈るという習慣はない」など）も、一定の出現率がある。

【消費者アンケート】第8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

＊特に表示のない場合、上段がN、下段が%

| 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？それぞれについてお答えください。<br>単一回答 | 全体 | 1<br>知っていた | 2<br>知らなかった |
|---|---|---|---|---|
| 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 | 1036<br>100.0 | 476<br>45.9 | 560<br>54.1 |
| 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<br>100.0 | 575<br>55.5 | 461<br>44.5 |
| 3 | 2月14日のバレンタインデーは、「世界でいちばん花を贈る日」である | 1036<br>100.0 | 149<br>14.4 | 887<br>85.6 |

| 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」「世界でいちばん花を贈る日」として、「フラワーバレンタイン」を推進しています。<br>「フラワーバレンタイン」という言葉をご存知ですか？（単一回答）<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 知っている | 138 | 13.3 |
| 2 | 知らない | 898 | 86.7 |
| | 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）<br>複数回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 花店の店頭ポスター | 52 | 37.7 |
| 2 | 花店のPOPやチラシなど | 31 | 22.5 |
| 3 | フラワーバレンタインのホームページ | 13 | 9.4 |
| 4 | 他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど | 13 | 9.4 |
| 5 | ツイッターやフェイスブック、インスタグラムなどSNS | 17 | 12.3 |
| 6 | スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」 | 6 | 4.3 |
| 7 | テレビ | 54 | 39.1 |
| 8 | 新聞 | 10 | 7.2 |
| 9 | 雑誌 | 14 | 10.1 |
| 10 | ラジオ | 20 | 14.5 |
| 11 | 映画館 | 7 | 5.1 |
| 12 | イベントや街頭キャンペーン | 13 | 9.4 |
| 13 | 家族や友人・知人から口コミ | 12 | 8.7 |
| 14 | 書籍やCD | 3 | 2.2 |
| 15 | 商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど | 8 | 5.8 |
| 16 | 最初から知っていた | 8 | 5.8 |
| 17 | その他（具体的に）【　　】 | 1 | 0.7 |
| | 全体 | 138 | 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か？<br>それぞれについてお答えください。<br>単一回答 | | 全体 | 1<br>見たことがある | 2<br>見たことがない |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 茶ロゴ | | 1036 | 77 | 959 |
| | | | 100.0 | 7.4 | 92.6 |
| 2 | 縦長ポスター | | 1036 | 77 | 959 |
| | | | 100.0 | 7.4 | 92.6 |
| 3 | チラシ　表・裏 | | 1036 | 32 | 1004 |
| | | | 100.0 | 3.1 | 96.9 |
| 4 | J-WAVEチラシ　表・裏 | | 1036 | 34 | 1002 |
| | | | 100.0 | 3.3 | 96.7 |
| 5 | J-WAVEポスター | | 1036 | 47 | 989 |
| | | | 100.0 | 4.5 | 95.5 |
| 6 | J-WAVEコラボCPのハートタグ　裏、表 | | 1036 | 37 | 999 |
| | | | 100.0 | 3.6 | 96.4 |
| 7 | 3 LOVE STORIES ポスター | | 1036 | 54 | 982 |
| | | | 100.0 | 5.2 | 94.8 |
| 8 | タグ（QRコード） | | 1036 | 41 | 995 |
| | | | 100.0 | 4.0 | 96.0 |
| 9 | 缶バッジ | | 1036 | 64 | 972 |
| | | | 100.0 | 6.2 | 93.8 |
| 10 | 花用スリーブ | | 1036 | 25 | 1011 |
| | | | 100.0 | 2.4 | 97.6 |
| 11 | 愛妻の日 A4 POP | | 1036 | 37 | 999 |
| | | | 100.0 | 3.6 | 96.4 |
| 12 | 愛妻の日ハグマット | | 1036 | 15 | 1021 |
| | | | 100.0 | 1.4 | 98.6 |
| 13 | 愛妻家宣言証 | | 1036 | 21 | 1015 |
| | | | 100.0 | 2.0 | 98.0 |
| 14 | 花の国日本協議会ロゴ | | 1036 | 31 | 1005 |
| | | | 100.0 | 3.0 | 97.0 |

【消費者アンケート】第8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？（複数回答）<br>複数回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | チョコレートなどスイーツ | 58 | 11.2 |
| 2 | 花束・フラワーアレンジメント | 11 | 2.1 |
| 3 | アクセサリー | 7 | 1.4 |
| 4 | バッグ | 4 | 0.8 |
| 5 | レストランで食事 | 11 | 2.1 |
| 6 | 旅行・宿泊 | 1 | 0.2 |
| 7 | その他（具体的に）【　　】 | 1 | 0.2 |
| 8 | 何ももらわなかった | 447 | 86.3 |
| | 全体（女性） | 518 | 100.0 |

| 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？<br>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。<br>複数回答 | 全体（女性） | 1<br>チョコレートなどスイーツ | 2<br>花束・フラワーアレンジメント | 3<br>アクセサリー | 4<br>バッグ | 5<br>レストランで食事 | 6<br>旅行・宿泊 | 7<br>その他 | 8<br>何も欲しくない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 欲しいもの（いくつでも） | 518 | 327 | 176 | 201 | 130 | 217 | 161 | 7 | 85 |
| | | 100.0 | 63.1 | 34.0 | 38.8 | 25.1 | 41.9 | 31.1 | 1.4 | 16.4 |
| 2 | 最も欲しいもの（一つだけ） | 518 | 156 | 56 | 76 | 20 | 66 | 52 | 7 | 85 |
| | | 100.0 | 30.1 | 10.8 | 14.7 | 3.9 | 12.7 | 10.0 | 1.4 | 16.4 |

| 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。<br>単一回答 | 全体（男性） | 1<br>あてはまる | 2<br>あてはまらない |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 過去にバレンタインに花を贈った | 518 | 53 | 465 |
| | | 100.0 | 10.2 | 89.8 |
| 2 | 今年のバレンタインに花を贈った | 518 | 21 | 497 |
| | | 100.0 | 4.1 | 95.9 |
| 3 | 来年のバレンタインに花を贈りたい | 518 | 94 | 424 |
| | | 100.0 | 18.1 | 81.9 |
| 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 | 167 | 351 |
| | | 100.0 | 32.2 | 67.8 |
| 5 | バレンタインに花を贈りたいとは思わない | 518 | 210 | 308 |
| | | 100.0 | 40.5 | 59.5 |

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。<br>どこで花を購入しましたか？（複数回答）<br>複数回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 花店 | 16 | 76.2 |
| 2 | 通販・宅配（電話や店頭注文） | 7 | 33.3 |
| 3 | インターネット | 8 | 38.1 |
| 4 | 量販店（スーパー、ホームセンター） | 3 | 14.3 |
| 5 | その他（具体的に）【　　】 | 0 | 0.0 |
| | 全体 | 21 | 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？<br>3つまで選んでください。<br>複数回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 赤いバラ | 301 | 29.1 |
| 2 | 赤色以外のバラ（ピンク、オレンジなど） | 252 | 24.3 |
| 3 | 香りのあるバラ | 136 | 13.1 |
| 4 | チューリップ | 146 | 14.1 |
| 5 | ガーベラ | 128 | 12.4 |
| 6 | スイートピー | 105 | 10.1 |
| 7 | ラナンキュラス | 31 | 3.0 |
| 8 | チョコレートコスモス | 67 | 6.5 |
| 9 | ユリ | 51 | 4.9 |
| 10 | カーネーション | 54 | 5.2 |
| 11 | ダリア | 52 | 5.0 |
| 12 | トルコギキョウ | 20 | 1.9 |
| 13 | キク（マム） | 3 | 0.3 |
| 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【　　】） | 17 | 1.6 |
| 16 | 特にない | 378 | 36.5 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

【消費者アンケート】第8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

| 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。（単一回答）<br>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。<br>全く使っていない場合は、その理由をお答えください。<br>※贈った相手の性別や関係性（恋人、友人など）は問いません。<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 500円未満　購入したプレゼント：【　　】 | 76 | 7.3 |
| 2 | 500円以上～1000円未満　購入したプレゼント：【　　】 | 95 | 9.2 |
| 3 | 1000円以上～2000円未満　購入したプレゼント：【　　】 | 127 | 12.3 |
| 4 | 2000円以上～3000円未満　購入したプレゼント：【　　】 | 74 | 7.1 |
| 5 | 3000円以上～5000円未満　購入したプレゼント：【　　】 | 67 | 6.5 |
| 6 | 5000円以上～7000円未満　購入したプレゼント：【　　】 | 30 | 2.9 |
| 7 | 7000円以上～1万円未満　購入したプレゼント：【　　】 | 8 | 0.8 |
| 8 | 1万円以上　購入したプレゼント：【　　】 | 19 | 1.8 |
| 9 | その他　購入したプレゼント等：【　　】 | 7 | 0.7 |
| 10 | 全く使っていない　その理由：【　　】 | 533 | 51.4 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

資料B　回答者フェース項目②

| | 子供の有無<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 子供なし | 620 | 59.8 |
| 2 | 子供あり | 416 | 40.2 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

| | 職業<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 公務員 | 39 | 3.8 |
| 2 | 経営者・役員 | 7 | 0.7 |
| 3 | 会社員(事務系) | 180 | 17.4 |
| 4 | 会社員(技術系) | 133 | 12.8 |
| 5 | 会社員(その他) | 190 | 18.3 |
| 6 | 自営業 | 34 | 3.3 |
| 7 | 自由業 | 15 | 1.4 |
| 8 | 専業主婦(主夫) | 171 | 16.5 |
| 9 | パート・アルバイト | 139 | 13.4 |
| 10 | 学生 | 52 | 5.0 |
| 11 | その他 | 30 | 2.9 |
| 12 | 無職 | 46 | 4.4 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

## 資料B　回答者フェース項目①

| | 性別・年齢（10歳）<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 男性 | 518 | 50.0 |
| 2 | 女性 | 518 | 50.0 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

| | 年齢<br>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 | 108 | 10.4 |
| 4 | 25才～29才 | 236 | 22.8 |
| 5 | 30才～34才 | 162 | 15.6 |
| 6 | 35才～39才 | 186 | 18.0 |
| 7 | 40才～44才 | 159 | 15.3 |
| 8 | 45才～49才 | 185 | 17.9 |
| 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<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 北海道 | 39 | 3.8 |
| 2 | 東北地方 | 50 | 4.8 |
| 3 | 関東地方 | 549 | 53.0 |
| 4 | 中部地方 | 136 | 13.1 |
| 5 | 近畿地方 | 130 | 12.5 |
| 6 | 中国地方 | 41 | 4.0 |
| 7 | 四国地方 | 18 | 1.7 |
| 8 | 九州地方 | 73 | 7.0 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

| | 未既婚<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 未婚 | 526 | 50.8 |
| 2 | 既婚 | 510 | 49.2 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

| | 都道府県<br>単一回答 | N | % |
|---|---|---|---|
| 1 | 北海道 | 39 | 3.8 |
| 2 | 青森県 | 4 | 0.4 |
| 3 | 岩手県 | 5 | 0.5 |
| 4 | 宮城県 | 16 | 1.5 |
| 5 | 秋田県 | 8 | 0.8 |
| 6 | 山形県 | 6 | 0.6 |
| 7 | 福島県 | 11 | 1.1 |
| 8 | 茨城県 | 13 | 1.3 |
| 9 | 栃木県 | 12 | 1.2 |
| 10 | 群馬県 | 6 | 0.6 |
| 11 | 埼玉県 | 113 | 10.9 |
| 12 | 千葉県 | 79 | 7.6 |
| 13 | 東京都 | 213 | 20.6 |
| 14 | 神奈川県 | 113 | 10.9 |
| 15 | 新潟県 | 16 | 1.5 |
| 16 | 富山県 | 8 | 0.8 |
| 17 | 石川県 | 3 | 0.3 |
| 18 | 福井県 | 4 | 0.4 |
| 19 | 山梨県 | 5 | 0.5 |
| 20 | 長野県 | 10 | 1.0 |
| 21 | 岐阜県 | 7 | 0.7 |
| 22 | 静岡県 | 16 | 1.5 |
| 23 | 愛知県 | 54 | 5.2 |
| 24 | 三重県 | 13 | 1.3 |
| 25 | 滋賀県 | 8 | 0.8 |
| 26 | 京都府 | 12 | 1.2 |
| 27 | 大阪府 | 59 | 5.7 |
| 28 | 兵庫県 | 35 | 3.4 |
| 29 | 奈良県 | 12 | 1.2 |
| 30 | 和歌山県 | 4 | 0.4 |
| 31 | 鳥取県 | 4 | 0.4 |
| 32 | 島根県 | 3 | 0.3 |
| 33 | 岡山県 | 11 | 1.1 |
| 34 | 広島県 | 19 | 1.8 |
| 35 | 山口県 | 4 | 0.4 |
| 36 | 徳島県 | 2 | 0.2 |
| 37 | 香川県 | 10 | 1.0 |
| 38 | 愛媛県 | 4 | 0.4 |
| 39 | 高知県 | 2 | 0.2 |
| 40 | 福岡県 | 30 | 2.9 |
| 41 | 佐賀県 | 1 | 0.1 |
| 42 | 長崎県 | 13 | 1.3 |
| 43 | 熊本県 | 6 | 0.6 |
| 44 | 大分県 | 9 | 0.9 |
| 45 | 宮崎県 | 3 | 0.3 |
| 46 | 鹿児島県 | 7 | 0.7 |
| 47 | 沖縄県 | 4 | 0.4 |
| | 全体 | 1036 | 100.0 |

参考資料：
アンケートパブリシティ用

# 第5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データ抜粋

## 【花と恋愛の相関図】アンケートパブリシティ

### ●調査目的

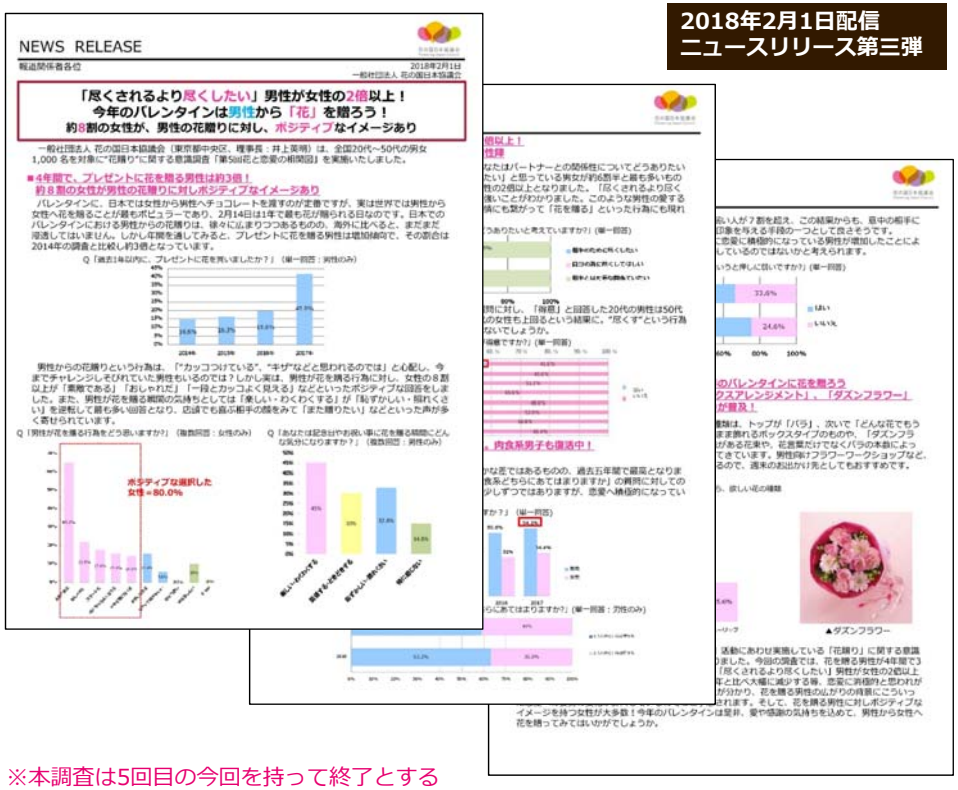
男性の花贈りを啓発する「フラワーバレンタイン」の普及に向け、2014年からスタートした意識調査＜花と恋愛の相関図＞の第5回目を実施した。毎年本調査の結果を「アンケートパブリシティ」としてニュースリリース、フラワーバレンタインのPRに活用している。

### ●調査詳細

調査方法 ：インターネット調査
調査期間 ：2017年 11月 6 日～10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% |

**2018年2月1日配信**
**ニュースリリース第三弾**

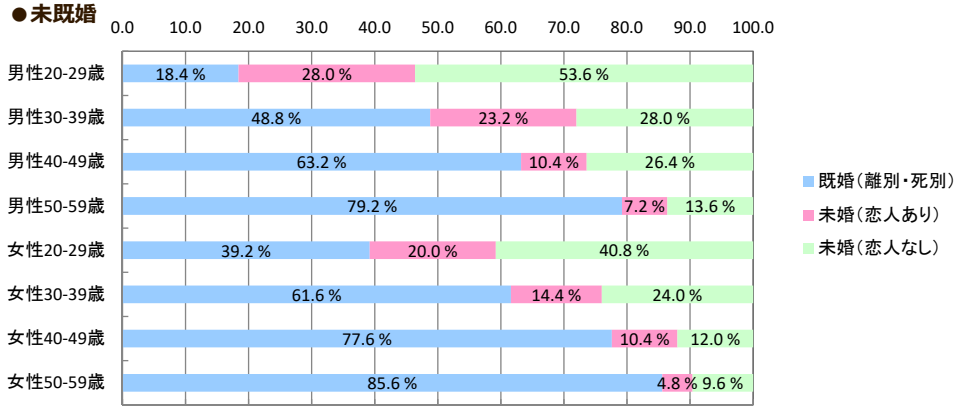



※本調査は5回目の今回を持って終了とする
※こちらの報告書には、特に興味深い設問＆結果を抜粋して掲載

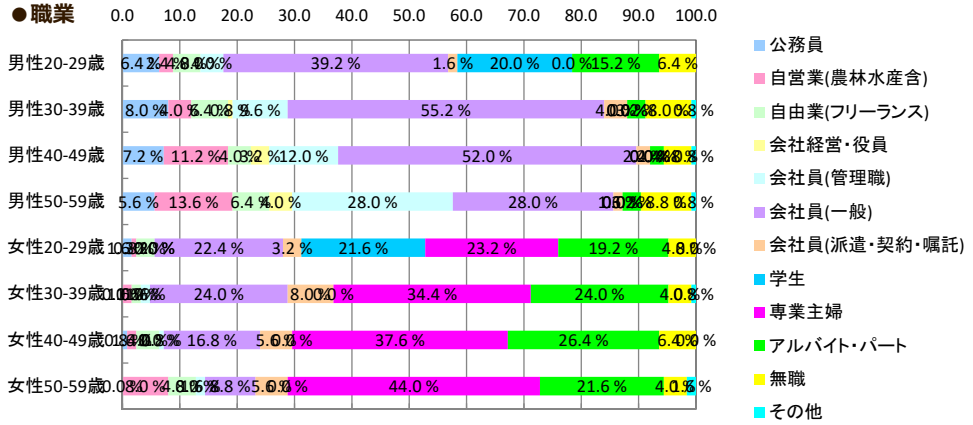


## 【花と恋愛の相関図】アンケート回答者属性

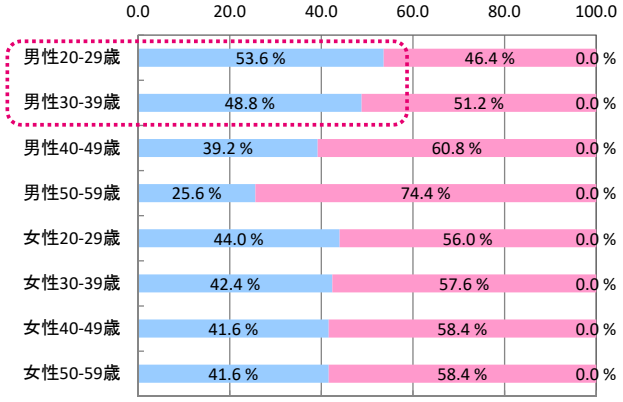
### ●未既婚




### ●職業



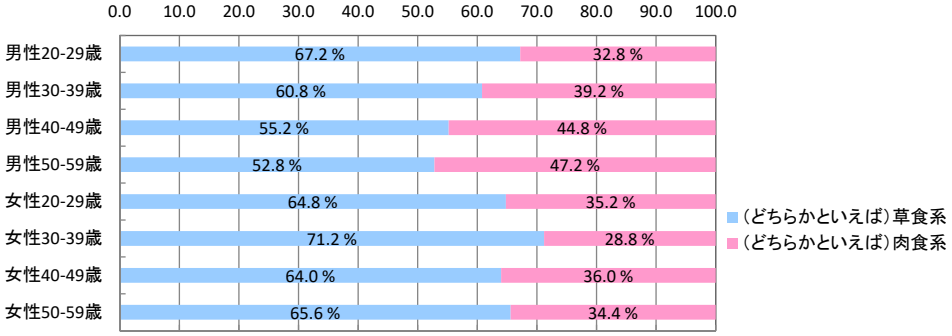

### ●過去1年にプレゼントに花を買ったかどうか？



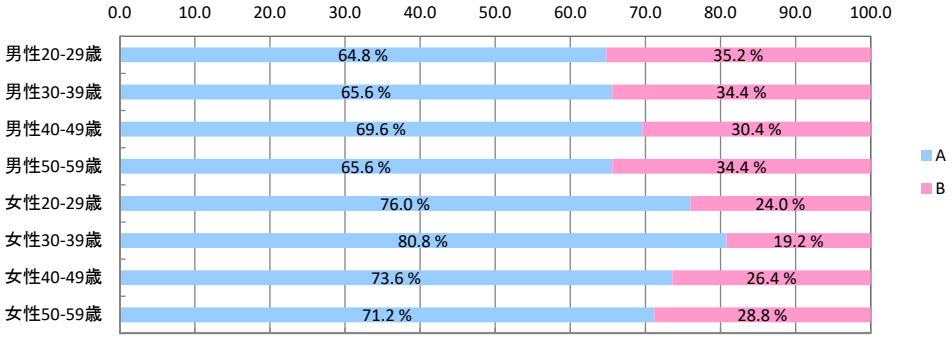

**女性より20代30代の男性の方がプレゼントに花を買っている！**

## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

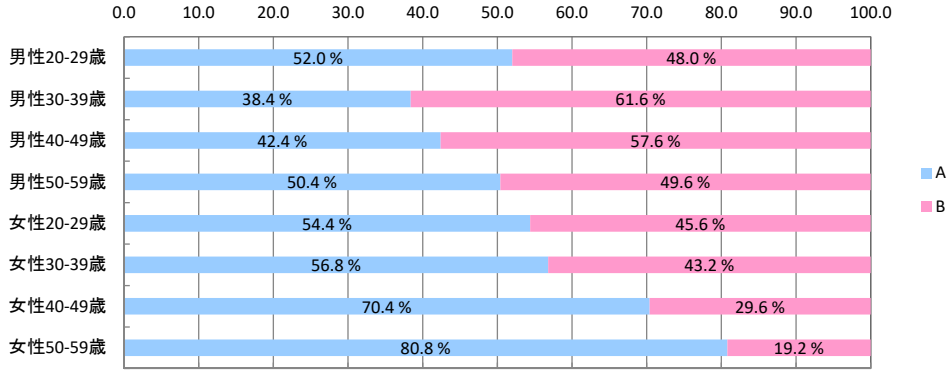
### ●あなた自身はどちらかといえば肉食系？草食系？




### ●あなた自身はどちらかというと押しに弱いですか？




### ●あなた自身は異性にモテるかどうかは気にならない？

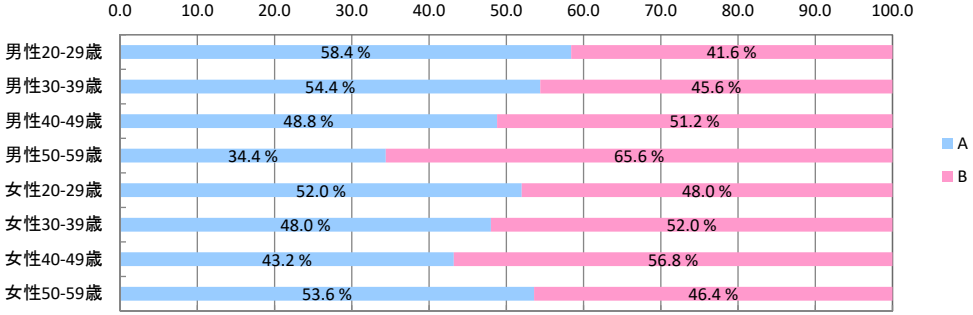



※ブルーが「気にならない」　ピンクは「気になる（モテたい）」

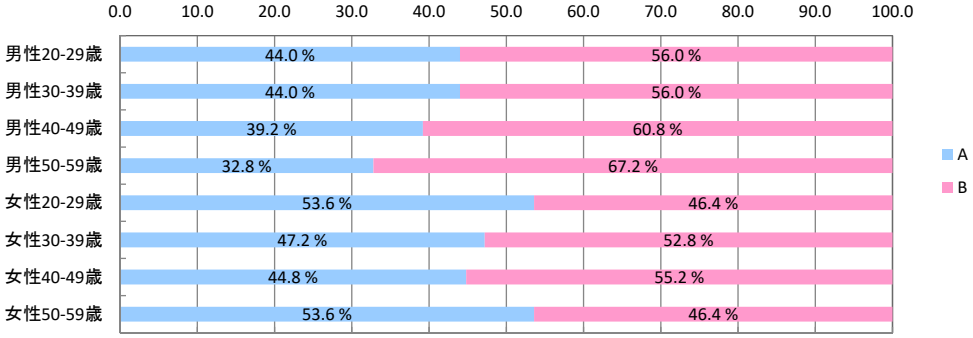


## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

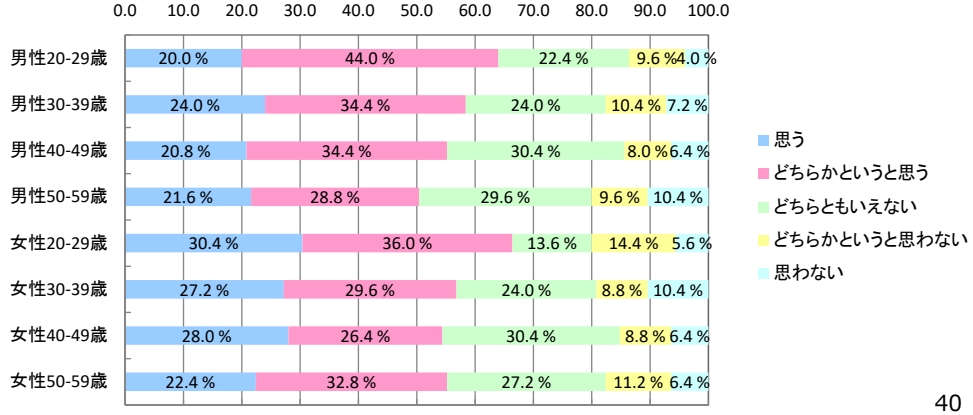
### ●あなた自身は料理・掃除など家事が得意ですか？




### ●あなた自身は花や植物を飾ったり育てたりすることが好きですか？

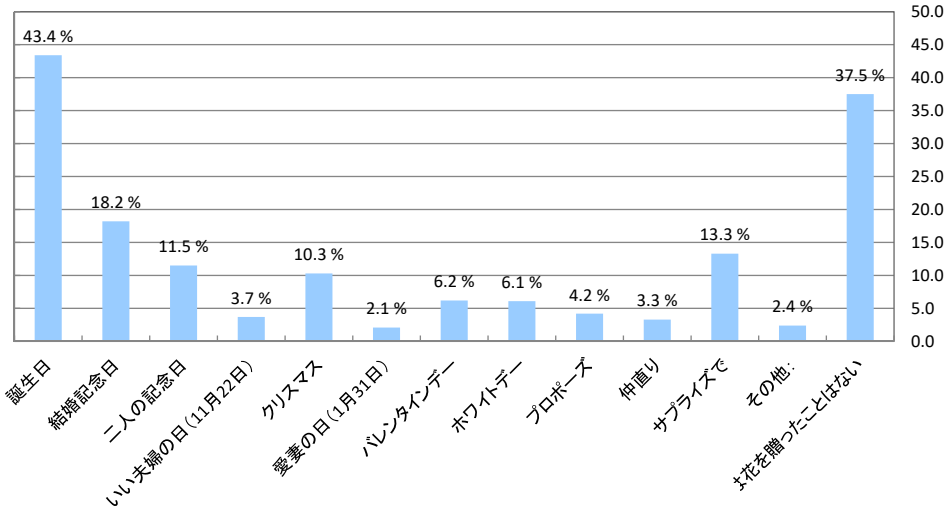



### ●（バレンタインに限定せず）男性は女性に花を贈りたいと思いますか？
### また、女性は男性から花をもらいたいと思いますか？



## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

●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？
（複数回答）

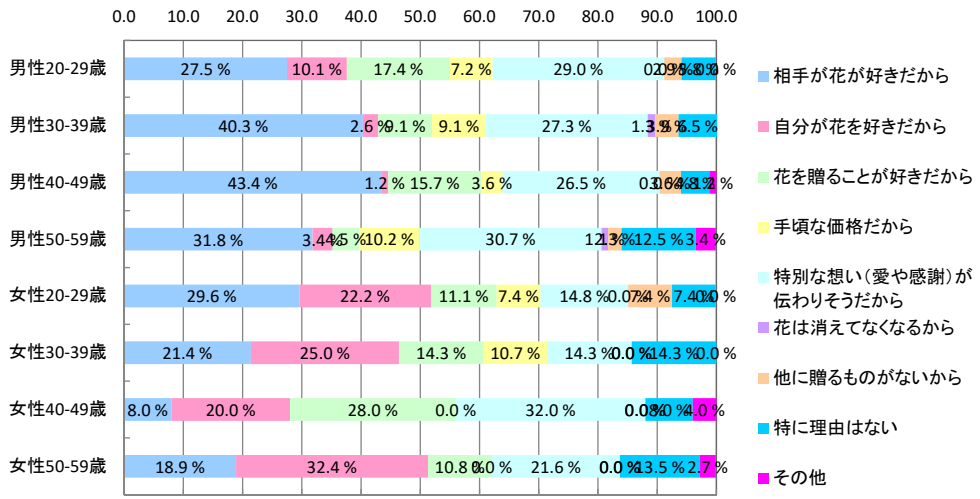



| | | Base | 誕生日 | 結婚記念日 | 二人の記念日 | いい夫婦の日（11月22日） | クリスマス | 愛妻の日（1月31日） | バレンタインデー | ホワイトデー | プロポーズ | 仲直り | サプライズで | その他： | 恋人・配偶者・好きな人には花を贈ったことはない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | % | 1000 | 43.4 | 18.2 | 11.5 | 3.7 | 10.3 | 2.1 | 6.2 | 6.1 | 4.2 | 3.3 | 13.3 | 2.4 | 37.5 |
| 男性20-29歳 | % | 125 | 55.2 | 25.6 | 24.0 | 5.6 | 9.6 | 3.2 | 12.8 | 5.6 | 4.8 | 2.4 | 12.8 | 1.6 | 16.0 |
| 男性30-39歳 | % | 125 | 61.6 | 32.0 | 18.4 | 8.8 | 23.2 | 6.4 | 13.6 | 15.2 | 12.8 | 10.4 | 20.0 | 1.6 | 19.2 |
| 男性40-49歳 | % | 125 | 66.4 | 29.6 | 18.4 | 4.8 | 13.6 | 3.2 | 7.2 | 18.4 | 5.6 | 5.6 | 16.8 | 0.8 | 12.0 |
| 男性50-59歳 | % | 125 | 70.4 | 26.4 | 4.8 | 1.6 | 14.4 | 0.8 | 6.4 | 4.0 | 1.6 | 2.4 | 16.8 | 3.2 | 12.0 |
| 女性20-29歳 | % | 125 | 21.6 | 11.2 | 9.6 | 3.2 | 6.4 | 2.4 | 3.2 | 4.0 | 3.2 | 1.6 | 12.8 | 3.2 | 56.8 |
| 女性30-39歳 | % | 125 | 22.4 | 6.4 | 8.0 | 4.0 | 4.8 | 0.8 | 2.4 | 0.8 | 4.0 | 0.8 | 10.4 | 0.8 | 65.6 |
| 女性40-49歳 | % | 125 | 20.0 | 5.6 | 5.6 | 0.8 | 4.8 | 0.0 | 3.2 | 0.0 | 0.8 | 1.6 | 5.6 | 5.6 | 63.2 |
| 女性50-59歳 | % | 125 | 29.6 | 8.8 | 3.2 | 0.8 | 5.6 | 0.0 | 0.8 | 0.8 | 0.8 | 1.6 | 11.2 | 2.4 | 55.2 |

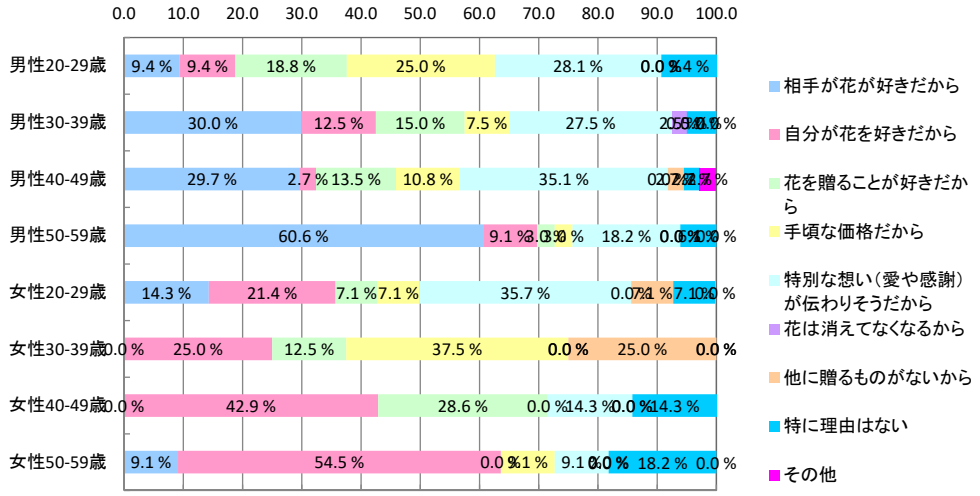


## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

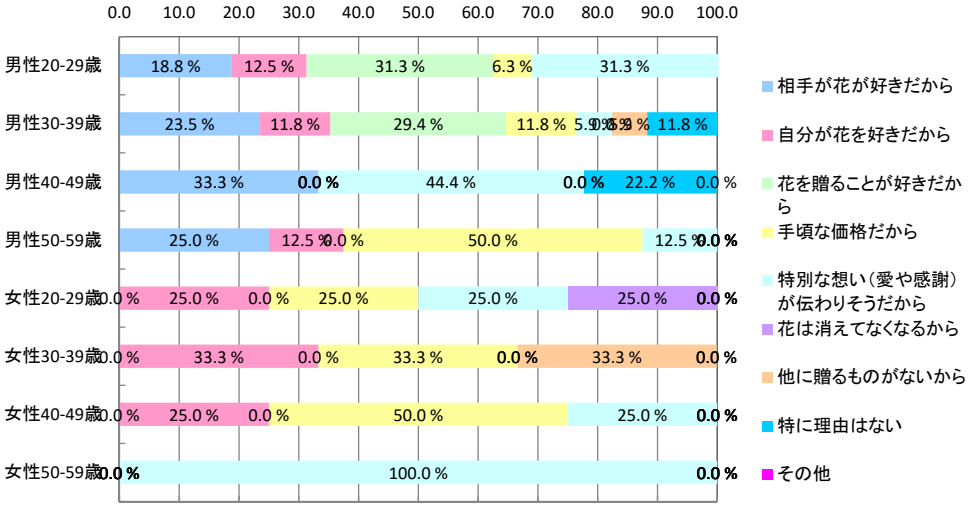
●花を贈った理由を教えてください。（単一回答）【誕生日】



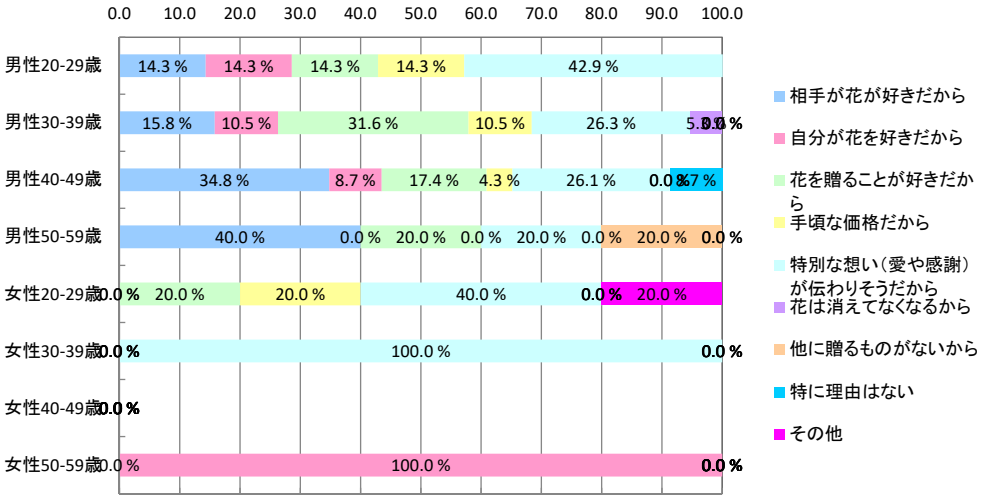

●花を贈った理由を教えてください。（単一回答）【結婚記念日】



●花を贈った理由を教えてください。（単一回答）【バレンタインデー】



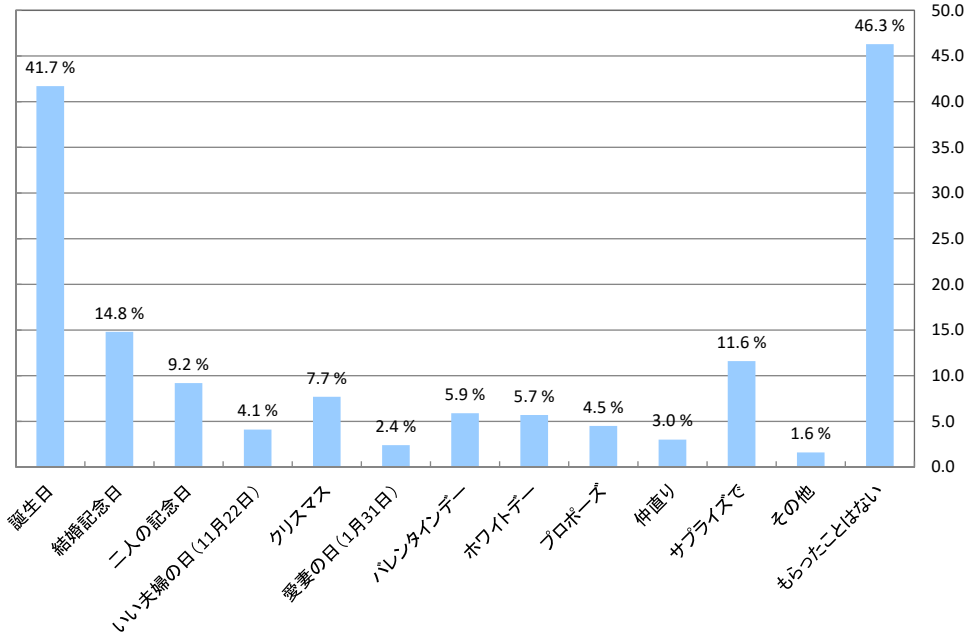

●花を贈った理由を教えてください。（単一回答）【ホワイトデー】







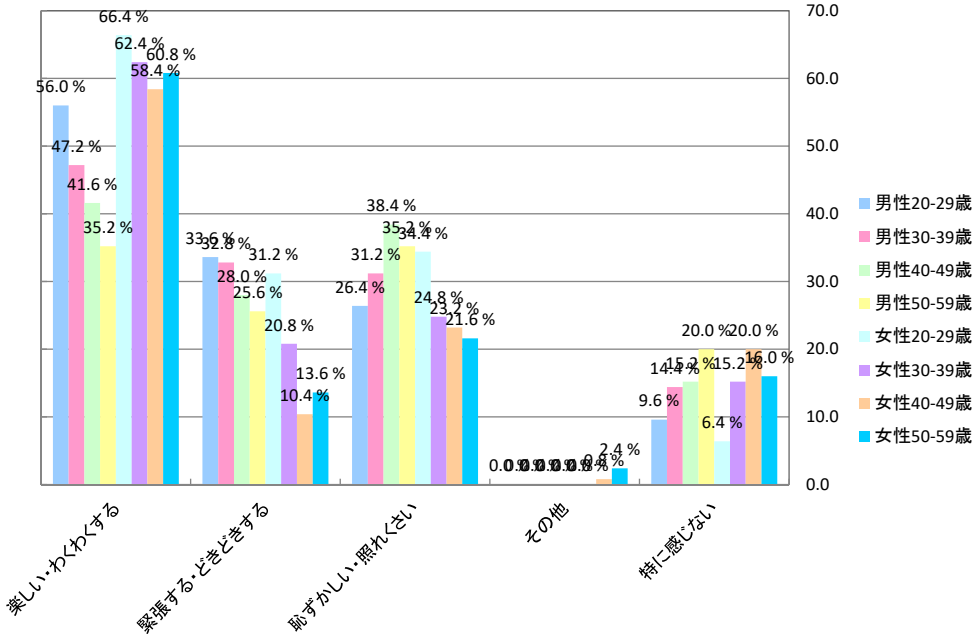

●あなたは恋人または配偶者からどんなシーンで花をもらったことがありますか？
またもらったら嬉しいシーンを教えてください（複数回答）




| | | Base | 誕生日 | 結婚記念日 | 二人の記念日 | いい夫婦の日（11月22日） | クリスマス | 愛妻の日（1月31日） | バレンタインデー | ホワイトデー | プロポーズ | 仲直り | サプライズで | その他 | もらったことはない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | % | 1000 | 50.9 | 30.8 | 24.0 | 15.2 | 19.7 | 11.9 | 15.3 | 13.0 | 19.2 | 13.9 | 25.1 | 2.6 | 30.3 |
| 男性20-29歳 | % | 125 | 41.6 | 15.2 | 21.6 | 12.0 | 17.6 | 4.0 | 12.8 | 7.2 | 10.4 | 9.6 | 15.2 | 0.0 | 30.4 |
| 男性30-39歳 | % | 125 | 46.4 | 24.8 | 27.2 | 15.2 | 17.6 | 11.2 | 16.0 | 10.4 | 10.4 | 12.8 | 20.0 | 2.4 | 31.2 |
| 男性40-49歳 | % | 125 | 39.2 | 18.4 | 19.2 | 11.2 | 15.2 | 9.6 | 12.8 | 10.4 | 11.2 | 12.8 | 14.4 | 2.4 | 51.2 |
| 男性50-59歳 | % | 125 | 27.2 | 14.4 | 8.0 | 4.8 | 5.6 | 5.6 | 8.0 | 4.0 | 4.8 | 5.6 | 12.8 | 1.6 | 59.2 |
| 女性20-29歳 | % | 125 | 55.2 | 50.4 | 37.6 | 25.6 | 30.4 | 20.8 | 24.8 | 21.6 | 36.8 | 19.2 | 40.0 | 2.4 | 20.0 |
| 女性30-39歳 | % | 125 | 68.0 | 50.4 | 32.8 | 21.6 | 25.6 | 17.6 | 18.4 | 19.2 | 32.0 | 23.2 | 39.2 | 3.2 | 18.4 |
| 女性40-49歳 | % | 125 | 64.0 | 36.0 | 20.8 | 14.4 | 22.4 | 12.8 | 14.4 | 16.0 | 21.6 | 12.8 | 24.0 | 4.8 | 19.2 |
| 女性50-59歳 | % | 125 | 65.6 | 36.8 | 24.8 | 16.8 | 23.2 | 13.6 | 15.2 | 15.2 | 26.4 | 15.2 | 35.2 | 4.0 | 12.8 |

## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

●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）

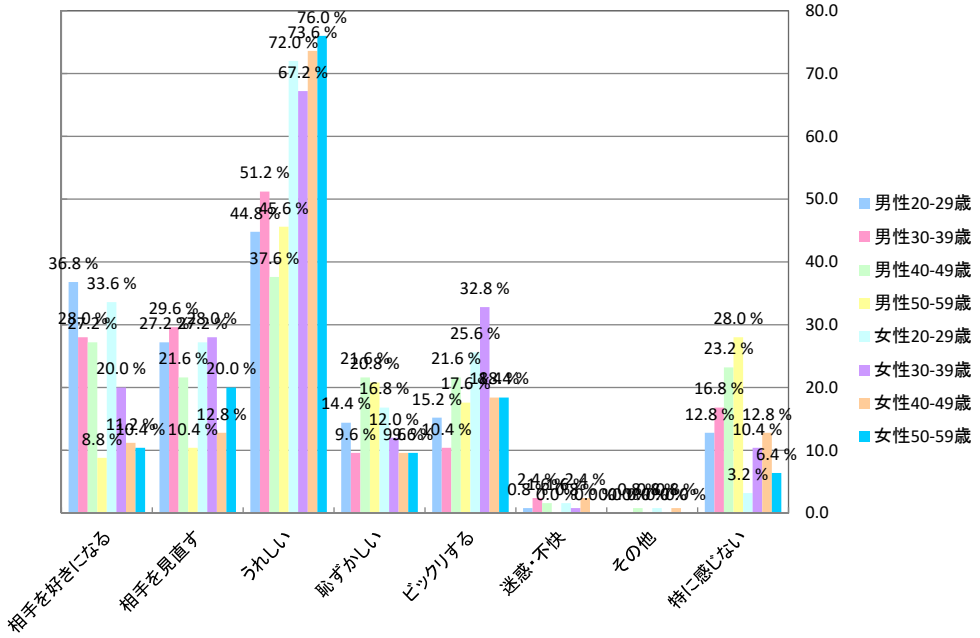



| | | Base | 楽しい・わくわくする | 緊張する・どきどきする | 恥ずかしい・照れくさい | その他 | 特に感じない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | % | 1000 | 53.5 | 24.5 | 29.4 | 0.4 | 14.6 |
| 男性20-29歳 | % | 125 | 56.0 | 33.6 | 26.4 | 0.0 | 9.6 |
| 男性30-39歳 | % | 125 | 47.2 | 32.8 | 31.2 | 0.0 | 14.4 |
| 男性40-49歳 | % | 125 | 41.6 | 28.0 | 38.4 | 0.0 | 15.2 |
| 男性50-59歳 | % | 125 | 35.2 | 25.6 | 35.2 | 0.0 | 20.0 |
| 女性20-29歳 | % | 125 | 66.4 | 31.2 | 34.4 | 0.0 | 6.4 |
| 女性30-39歳 | % | 125 | 62.4 | 20.8 | 24.8 | 0.0 | 15.2 |
| 女性40-49歳 | % | 125 | 58.4 | 10.4 | 23.2 | 0.8 | 20.0 |
| 女性50-59歳 | % | 125 | 60.8 | 13.6 | 21.6 | 2.4 | 16.0 |



## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

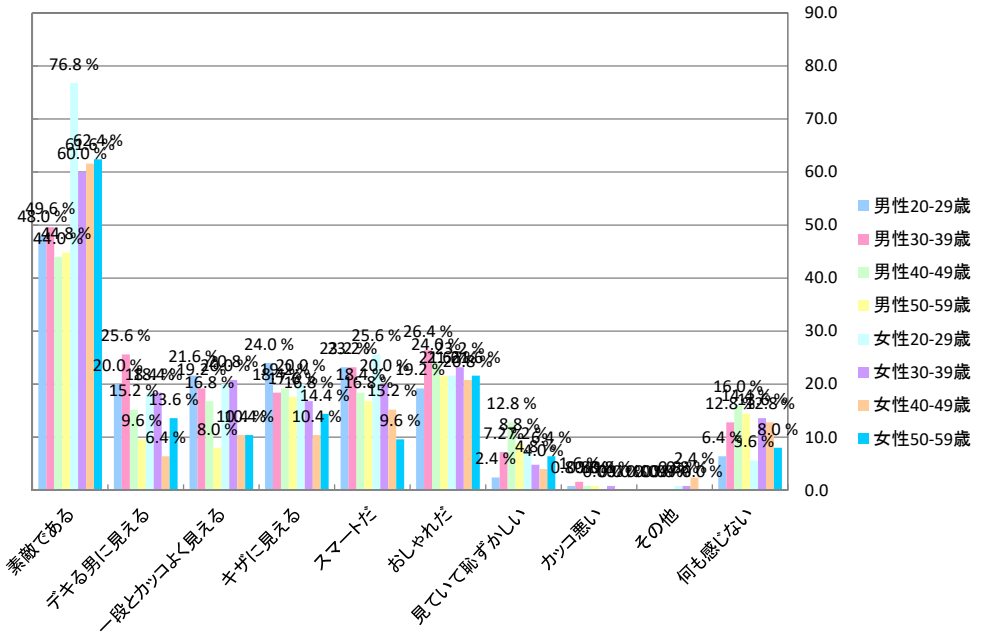
●あなたは記念日やお祝い事に花をもらう瞬間にどんな気分になりますか？
またはどんな気分になると思いますか？（複数回答）




| | | Base | 相手を好きになる | 相手を見直す | うれしい | 恥ずかしい | ビックリする | 迷惑・不快 | その他 | 特に感じない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | % | 1000 | 22.0 | 22.1 | 58.5 | 14.3 | 20.0 | 1.2 | 0.3 | 14.2 |
| 男性20-29歳 | % | 125 | 36.8 | 27.2 | 44.8 | 14.4 | 15.2 | 0.8 | 0.0 | 12.8 |
| 男性30-39歳 | % | 125 | 28.0 | 29.6 | 51.2 | 9.6 | 10.4 | 2.4 | 0.0 | 16.8 |
| 男性40-49歳 | % | 125 | 27.2 | 21.6 | 37.6 | 21.6 | 21.6 | 1.6 | 0.8 | 23.2 |
| 男性50-59歳 | % | 125 | 8.8 | 10.4 | 45.6 | 20.8 | 17.6 | 0.0 | 0.0 | 28.0 |
| 女性20-29歳 | % | 125 | 33.6 | 27.2 | 72.0 | 16.8 | 25.6 | 1.6 | 0.8 | 3.2 |
| 女性30-39歳 | % | 125 | 20.0 | 28.0 | 67.2 | 12.0 | 32.8 | 0.8 | 0.0 | 10.4 |
| 女性40-49歳 | % | 125 | 11.2 | 12.8 | 73.6 | 9.6 | 18.4 | 2.4 | 0.8 | 12.8 |
| 女性50-59歳 | % | 125 | 10.4 | 20.0 | 76.0 | 9.6 | 18.4 | 0.0 | 0.0 | 6.4 |

## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

●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？（複数回答）

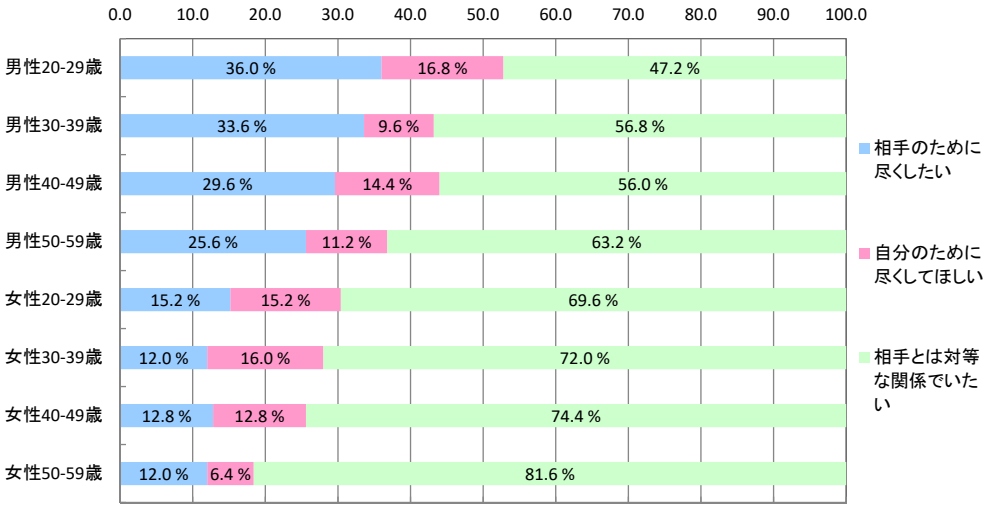


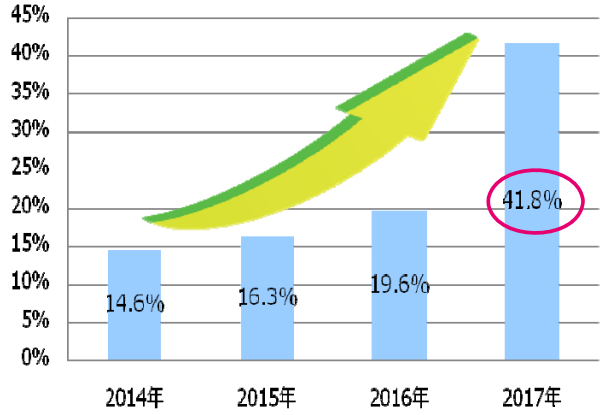

| | | Base | 素敵である | デキる男に見える | 一段とカッコよく見える | キザに見える | スマートだ | おしゃれだ | 見ていて恥ずかしい | カッコ悪い | その他 | 何も感じない |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Total | % | 1000 | 55.9 | 15.9 | 15.9 | 17.6 | 19.0 | 22.3 | 6.7 | 0.6 | 0.5 | 11.2 |
| 男性20-29歳 | % | 125 | 48.0 | 20.0 | 21.6 | 24.0 | 23.2 | 19.2 | 2.4 | 0.8 | 0.0 | 6.4 |
| 男性30-39歳 | % | 125 | 49.6 | 25.6 | 19.2 | 18.4 | 23.2 | 26.4 | 7.2 | 1.6 | 0.0 | 12.8 |
| 男性40-49歳 | % | 125 | 44.0 | 15.2 | 16.8 | 19.2 | 18.4 | 24.0 | 12.8 | 0.8 | 0.0 | 16.0 |
| 男性50-59歳 | % | 125 | 44.8 | 9.6 | 8.0 | 17.6 | 16.8 | 21.6 | 8.8 | 0.8 | 0.0 | 14.4 |
| 女性20-29歳 | % | 125 | 76.8 | 18.4 | 20.0 | 20.0 | 25.6 | 21.6 | 7.2 | 0.0 | 0.8 | 5.6 |
| 女性30-39歳 | % | 125 | 60.0 | 18.4 | 20.8 | 16.8 | 20.0 | 23.2 | 4.8 | 0.8 | 0.8 | 13.6 |
| 女性40-49歳 | % | 125 | 61.6 | 6.4 | 10.4 | 10.4 | 15.2 | 20.8 | 4.0 | 0.0 | 2.4 | 12.8 |
| 女性50-59歳 | % | 125 | 62.4 | 13.6 | 10.4 | 14.4 | 9.6 | 21.6 | 6.4 | 0.0 | 0.0 | 8.0 |



## 【花と恋愛の相関図】アンケート結果抜粋

●あなたはパートナーとの関係性についてどのようにありたいと考えていますか？（単一回答）




【ご参照】p.272の「過去1年にプレゼントに花を買ったかどうか？」の設問回答を時系列で見ると、この4年間で、1年以内に花を買っている男性の割合が急増、約3倍にも増えていることがわかる（ニュースリリースにも掲載）。

フラワーバレンタインはあくまでもきっかけ作り、本来の目的である「年間を通じて花を購入する男性が増える」という目標に向けて、着々と男性の意識・行動は変化しているといえる。