

11. プロモーション効果検証

第11回FV消費者調査結果

FVスタートの2011年から継続して実施している本消費者調査、調査結果の時系列分析は、調査分析の専門家・青木恭子氏にご依頼しています。

● 調査概要

企画・設問設計：花の国日本協議会（一部を除く）

実査：マクロミル ネットモニター調査

2021年3月22日(月)～2021年3月23日(火)

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

2021年に「ジェンダーフリー化」。性別の設問枠を廃止、同じ質問を全員に問う形式に変更された。

● 調査目的

「フラワーバレンタイン」（FV）キャンペーンの基礎資料として、バレンタインデーの花贈りに関する生活者の意識や購買行動を調べる。認知率、購入率などの基本事項については、継続データを蓄積する。いい夫婦の日、愛妻の日、ホワイトデーの購買行動についても調査する。

● 調査内容

大きく分けて下記の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. 認知率、認知経路

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

2. 購入率、購入意向、購入経路

ギフトとしての花の購入率、購入意向（2011年～ バレンタインデー、2019年～ 愛妻の日、ホワイトデー、2021年～ いい夫婦の日追加）
購入経路、利用花店のタイプ

3. ギフトとしての花の位置づけ

バレンタインデーの過ごし方
バレンタインデー、いい夫婦の日、愛妻の日、ホワイトデーに花を贈った人が、贈り物として花を選んだ理由
バレンタインデーのギフト全体の中での花の選好

4. FVキャッチコピーの評価、花贈りや花言葉の受容

キャンペーンのコピーや、花を贈ること、花言葉についての感じ方

資料A 質問票・単純集計表

資料B 回答者フェース項目

● 調査結果（要旨）

* **2021年から「性別」設問を廃止：性別を問わず、全員に調査の方針が決定された。**

* フラワーバレンタイン（FV）認知率は32.6%と、前年（15.6%）の倍以上になった。

※ 2020年、2021年は、2年連続で質問形式が変更になっている点に注意。

* 認知経路は、花店の店頭ポスターがトップ（37.6%、2020年38.3%）。

* 花の購入率（前年比は男性のみ）

バレンタインデー：4.1%。男性に限ると6.4%で、前年割れ（2020年7.5%）。

ホワイトデー：4.2%（男性6.0%）。前年（8.1%）比2.1ポイント減。

いい夫婦の日：6.2%（男性10.0%）。

愛妻の日：5.3%（男性10.0%）。前年（8.3%）比1.7ポイント増。

いい夫婦の日、愛妻の日は既婚者に質問。

* 購入経路

花店での購入（65.9%）は、4年連続減少。ネット通販サイトは伸びて26.3%（2000年22.6%）。花店購入率が高いのは、いい夫婦の日（75%）。

* バレンタインデーの過ごし方

パートナーにギフトを贈った人は16%。「家族で楽しむ」（14.5%）スタイルもある。

「誰とも何もしなかった」人が圧倒的で、半数に迫る（46.9%）。

※ 結果の解釈

結果の解釈に当たっては、①調査方式・設定の変更（性別枠の廃止と未既婚枠の導入、質問形式や順序、表現の変更等に伴う影響）、②コロナ禍による変化、③長期的趨勢、この3つの観点を慎重に勘案すべき。

1. 認知度・認知経路

- バレンタインデーの意味 認知率
- 「フラワーバレンタイン」 認知率
- 「フラワーバレンタイン」 認知経路
- キャンペーン画像・ロゴ認知

1. 認知度・認知経路

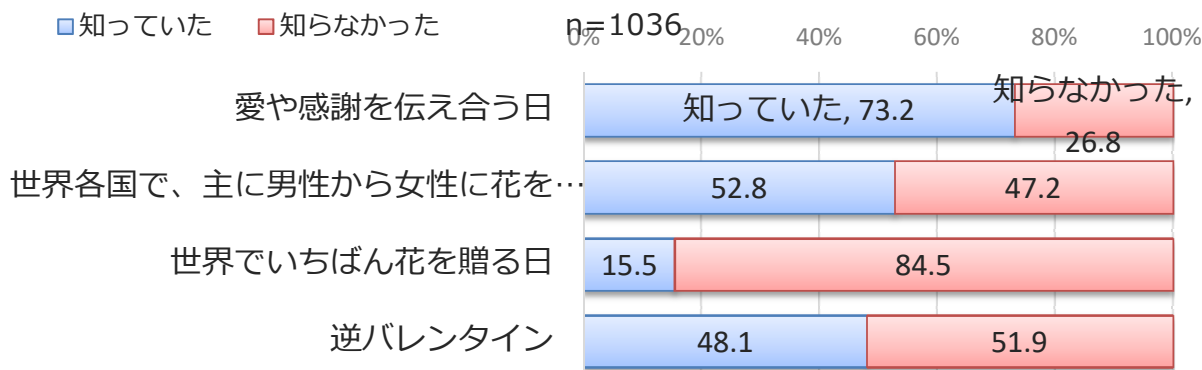
バレンタインデーの意味 認知率

● 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)

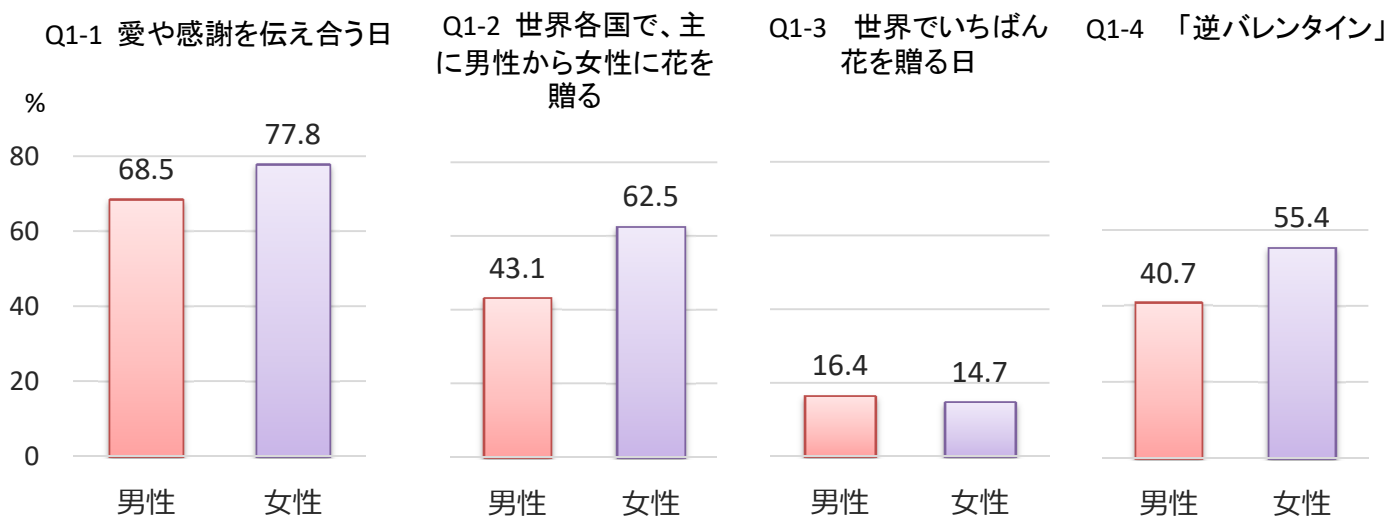
1. バレンタインデーとは、本来、大切な人同士が愛や感謝を伝えあう日である
2. 欧米や中国・台湾など、世界各国で、バレンタインデーには、主に男性から女性に花を贈る習慣がある
3. 2月14日のバレンタインデーは、「世界でいちばん花を贈る日」である
4. 日本では最近、男性から女性にバレンタインギフトを贈ることを「逆バレンタイン」という

「バレンタインデー」の意味 認知率



「バレンタインデー」の意味 認知率 性別

n=1036 男性 n = 518、女性 n=518



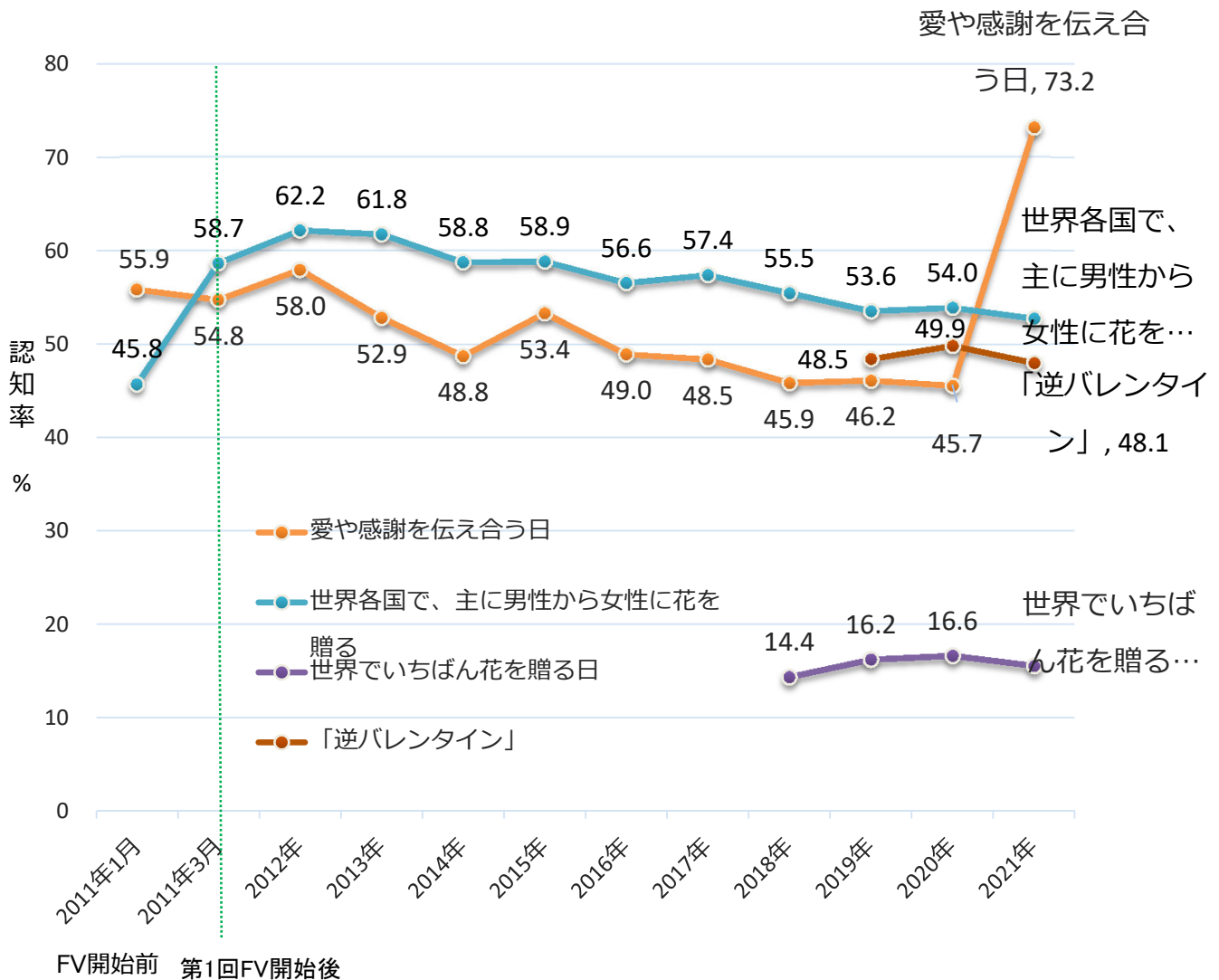
【解説】

バレンタインデーの意味として「大切な人同士が愛や感謝を伝えあう日である」の認知率は73.2%と高かった。ジェンダーフリー化した表現（愛や感謝を伝える）が、チョコ（友チョコ含め）等を贈るという、日本の習慣に引き付けて認識されたのでは。

【プロモーション効果検証】 第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

「バレンタインデー」の意味 認知率推移 n=1036



注：2021年に、設問の表現をジェンダーフリー化。「愛や感謝を伝え合う日」は、2020年までは「お互いの愛を誓いあう日」。「男性から女性に花を贈る」は、「主に」を追加。

【解説】

※FVキャンペーンの「ジェンダーフリー化」を受けて、設問文が変更された。

- バレンタインデーの意味として従来の「男女がお互いの愛を誓い合う日」は、2021年に「本来、大切な人同士が愛や感謝を伝えあう日」に変えた。認知率は27.5ポイント跳ね上がり、73.2%に（2020年45.7%）。
- が、Q5の「バレンタインの過ごし方」では、「誰とも何もしない」が46.9%で最多であり、全体の半数近い人たちにとって、バレンタインデーに対する熱量は高いとは考えにくい。「男女の愛」に限定しない表現が受け入れられやすかった可能性がある。
- 「世界各国で主に男性から女性に花を贈る習慣がある」（2021年は「主に」の語を追加）、「世界でいちばん花を贈る日」「逆バレンタイン」はいずれも微減なのと対照的。

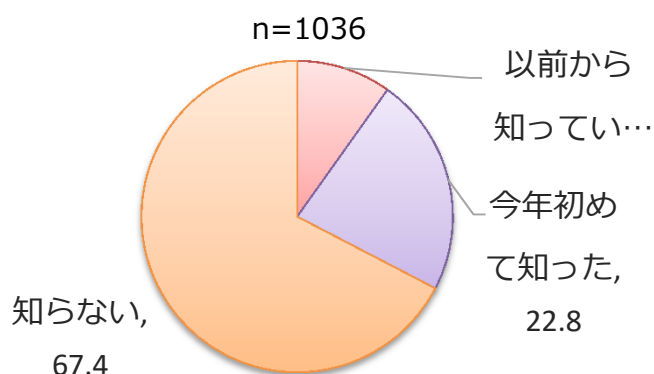
「フラワーバレンタイン」認知率

● 「フラワーバレンタイン」認知率（Q2）

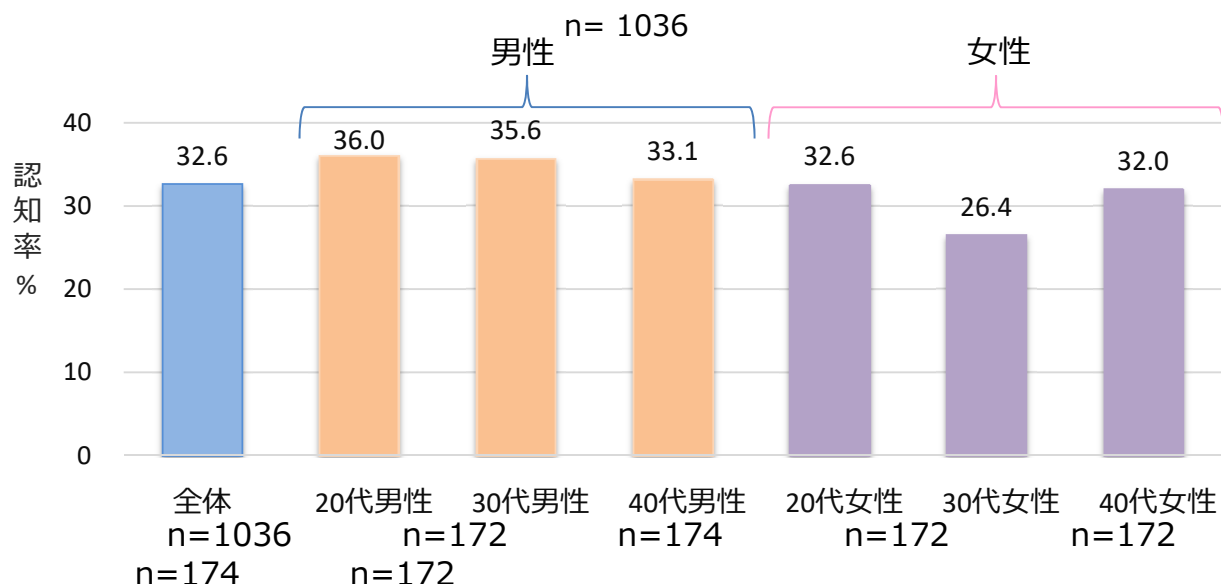
「フラワーバレンタイン」という言葉をご存知ですか？（n=1036、単一回答）

1. 以前から知っている
2. 今年初めて知った
3. 知らない

「フラワーバレンタイン」認知率 %



「フラワーバレンタイン」認知率 性別年齢別

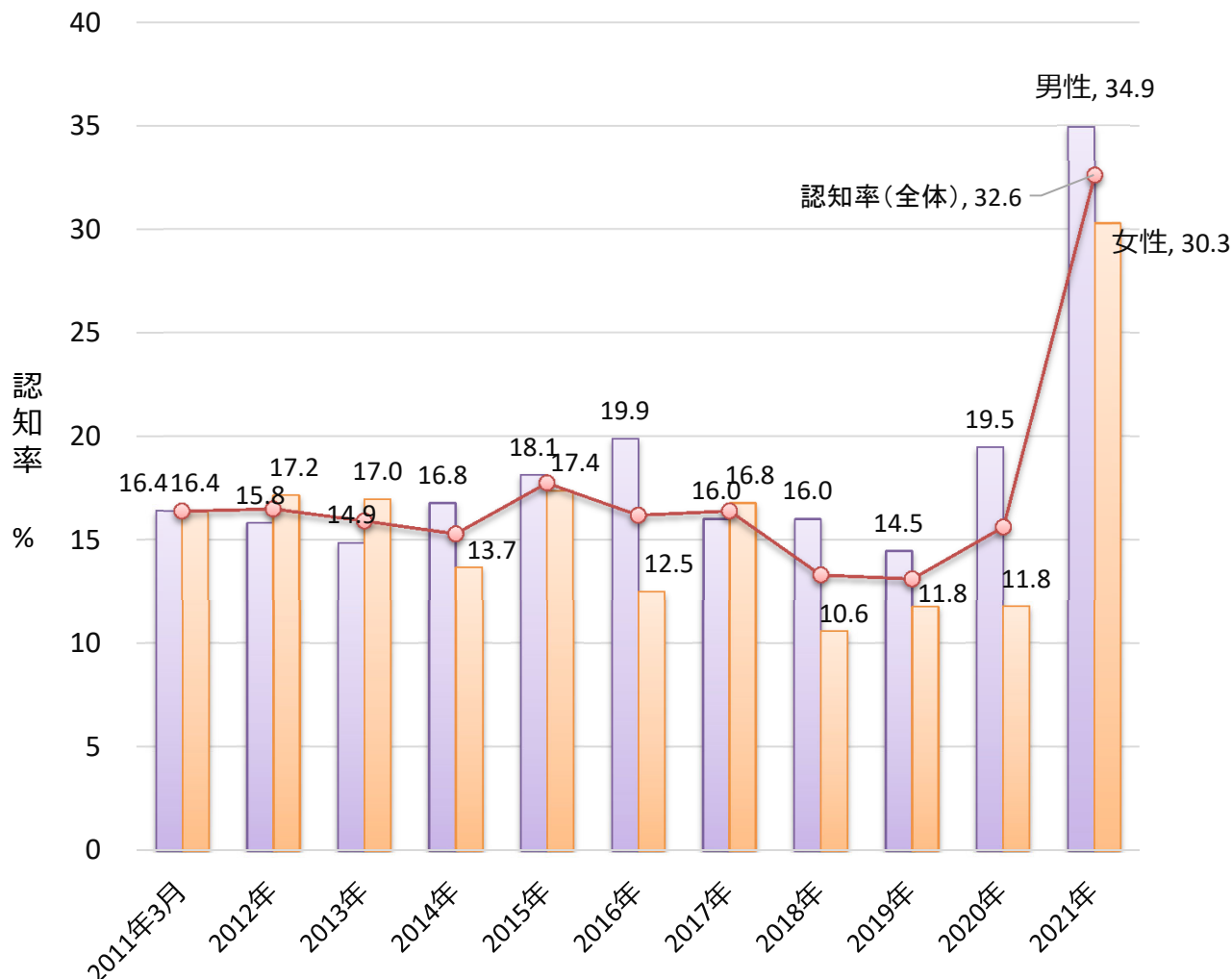


【解説】

「フラワーバレンタイン」の認知率は32.6%（2020年15.6%）。2021年は、従来の「知っている」の選択肢が、「以前から知っている」（9.8%）と「今年初めて知った」（22.8%）に分割された。2021年の認知率は両者の合計値。

「フラワーバレンタイン」認知率推移 性別

n = 1036、男性 n = 518、女性 n = 518



注：2021年に選択肢を変更、2020年までの「知っていた」の選択肢は、「以前から知っている」と「今年初めて知った」に分割。認知率は両者の合計とした。また、2020年には質問文を変更、2019年までの「FV」キャンペーンを定義してから尋ねる形式を止め、「フラワーバレンタイン」という言葉

【解説】

※2020年、2021年とも設問文・選択肢が変更された。

- 前後の時系列データの解釈時には、こうした事情に注意すべきである。2021年は、従来の「知っている」の選択肢が「以前から知っている」「今年初めて知った」に分割された。2021年の認知率は両者の合計値。

2020年には「FV」キャンペーンを特に定義せず、「『フラワーバレンタイン』という言葉をご存知ですか？」とざっくりと聞く形式に改められた（2019年までの設問：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？）

- Q8で見るように、今年のバレンタインの花購入率は6.4%で、2020年（7.5%）より下がっており（いずれも男性の購入率）、認知率と購入率の動きが乖離している。また、認知経路（Q3）についても、顕著に増えたものはない。「今年初めて知った」には、「今（この調査で）知った」人が混じっている恐れがある。
- 男性の認知率は34.9%（2020年19.5%）、女性は30.3%。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

＜参考＞「フラワーバレンタイン」 認知率 地域別／都道府県別

「フラワーバレンタイン」認知率推移 地域別 n=1036

地域別	2011年	2018年	2019年	2020年	2021年
全体	17.8	13.3	13.1	15.6	32.6
北海道	11.9	17.9	10.0	15.6	29.6
東北	14.3	28.0	13.0	14.8	25.0
関東	17.0	11.7	13.6	15.8	33.5
中部	17.7	13.2	17.1	13.9	32.1
近畿	14.8	10.8	11.5	15.6	32.7
中国	22.5	9.8	16.3	10.9	30.4
四国	15.0	16.7	5.0	11.8	28.6
九州	12.7	19.2	7.5	22.7	34.9

単位：％。

【解説】

- サンプル数が少ないところが多いため、参考値である。
- 都道府県別では、回答者数15名以上のところを太字表示している。

「フラワーバレンタイン」認知率 都道府県別 n=1036

FV認知率	n	認知率 %
全体	1036	32.6
北海道	27	29.6
青森県	5	0.0
岩手県	5	40.0
宮城県	7	42.9
秋田県	3	33.3
山形県	6	16.7
福島県	10	20.0
茨城県	15	40.0
栃木県	10	40.0
群馬県	10	30.0
埼玉県	102	39.2
千葉県	64	28.2
東京都	218	34.0
神奈川県	134	29.8
新潟県	19	36.9
富山県	6	50.0
石川県	5	40.0
福井県	2	100.0
山梨県	3	33.3
長野県	11	18.2
岐阜県	9	22.2
静岡県	15	33.3
愛知県	58	27.6
三重県	9	44.4
滋賀県	11	27.3
京都府	24	33.3
大阪府	65	29.2
兵庫県	38	34.2
奈良県	10	60.0
和歌山県	5	20.0
鳥取県	6	16.7
島根県	5	60.0
岡山県	11	27.3
広島県	15	33.4
山口県	9	22.2
徳島県	3	66.7
香川県	7	14.3
愛媛県	6	16.7
高知県	5	40.0
福岡県	24	20.8
佐賀県	4	0.0
長崎県	3	33.3
熊本県	5	40.0
大分県	6	100.0
宮崎県	5	60.0
鹿児島県	7	42.9
沖縄県	9	22.2

「フラワーバレンタイン」認知経路

●「フラワーバレンタイン」認知経路（Q3）

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？

（FV認知者 n= 338、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	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
花店の店頭ポスター	35.3	28.5	43.0	33.2	39.3	44.7	37.7	44.9	38.3	37.6
花店のPOPやチラシなど	18.2	15.8	16.5	21.7	25.0	22.4	22.5	27.9	22.2	17.2
フラワーバレンタインのホームページ	3.5	2.4	4.4	9.8	9.5	8.2	9.4	8.1	8.0	8.0
他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	13.5	9.7	6.3	12.5	10.1	7.6	9.4	14.7	13.6	11.2
花屋や花関係者のツイッターやフェイスブック、インスタグラムなどSNS	2.9	6.1	7.0	9.8	9.5	9.4	12.3	14.0	17.9	10.7
フラワーバレンタイン公式ツイッター・公式フェイスブックの投稿										4.1
テレビ	37.6	38.2	41.8	39.7	44.0	40.6	39.1	30.1	32.1	29.6
新聞	5.3	7.9	7.0	4.9	6.5	4.7	7.2	8.1	5.6	5.6
雑誌	7.6	6.1	11.4	3.3	6.5	7.6	10.1	5.1	9.9	5.3
ラジオ	9.4	9.1	8.9	8.7	6.5	6.5	14.5	2.9	5.6	6.2
イベントや街頭キャンペーン	3.5	4.2	5.1	4.3	6.5	7.1	9.4	5.1	5.6	6.5
家族や友人・知人から口コミ	7.6	4.2	10.1	8.7	11.9	12.4	8.7	10.3	12.3	10.7
書籍やCD		1.2	0.6	1.6	1.8	2.4	2.2	1.5	3.1	2.1
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	2.9	3.1	2.4
最初から知っていた	4.1	6.1	3.2	6.0	4.8	4.7	5.8	3.7	5.6	1.8
その他	0.6	0.6	3.2	1.6	0.0	1.2	0.7	2.9	0.0	5.3
全体(n) (FV認知者)	170	165	158	184	168	170	138	136	162	338

単位：％。

注：核燃ともFV認知者に質問。2021年に「公式FBとツイッターの投稿」追加、「映画館」削除。

【解説】

●「フラワーバレンタイン」認知経路 推移 複数回答 n = FV認知者

FV認知者（Q2）を対象に、認知経路を尋ねた。

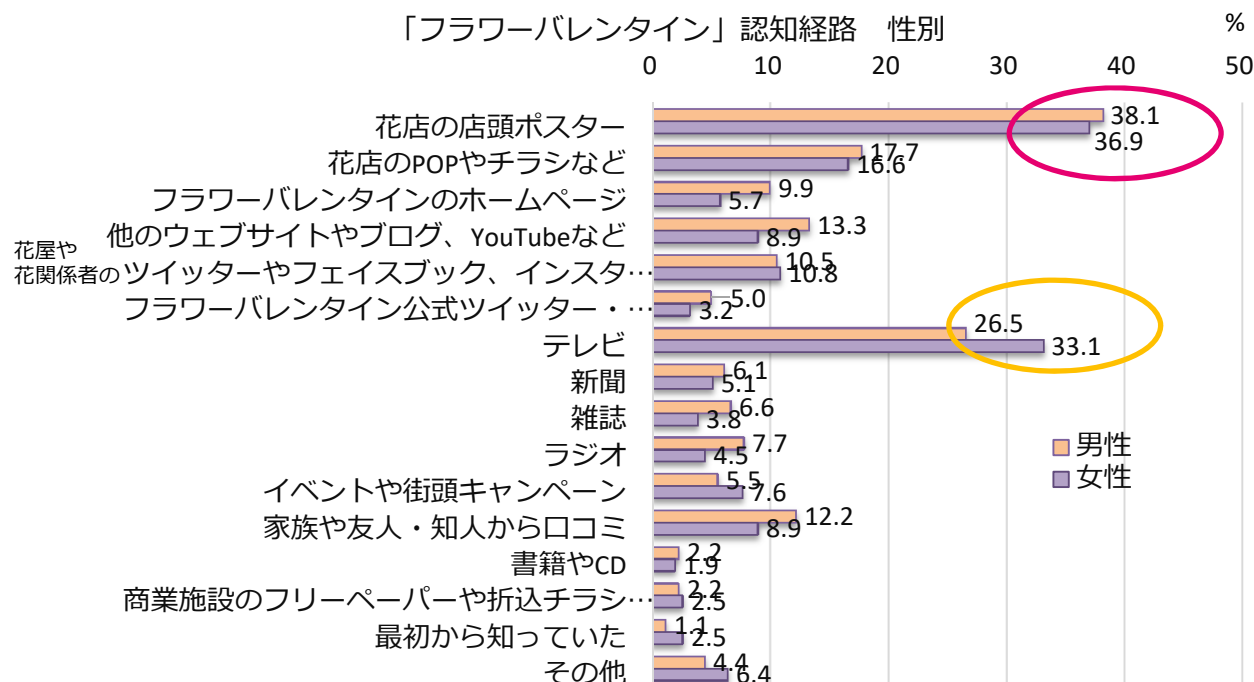
●花店の店頭ポスターが37.6%（2020年38.3%）でトップ、2番目はテレビ29.6%（同32.1%）、次いで店頭POPやチラシ17.2%（同22.2%）。

SNSは10.7%（同17.9%）と大きく減り、口コミと同率になった。回答肢の文言に「花屋や花関係者の」と限定してしまったことも減ってしまった要因と思われる。

●店頭、ネット、口コミに加え、マス媒体もラジオ以外では、横ばいまたは減少。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

「フラワーバレンタイン」認知経路 性別 FV認知者、n= 338 男性 n =181 , 女性 n=157



「フラワーバレンタイン」認知経路 年齢別 FV認知者、n=338

認知経路	全体	20代	30代	40代
全体 n	338	118	108	112
花店の店頭ポスター	37.6	30.5	38.9	43.8
花店のPOPやチラシなど	17.2	12.7	20.4	18.8
フラワーバレンタインのホームページ	8.0	11.0	6.5	6.3
他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	11.2	12.7	12.0	8.9
花屋や花関係者のツイッターやフェイスブック、インスタグラムなどSNS	10.7	11.9	8.3	11.6
フラワーバレンタイン公式ツイッター・公式FBの投稿	4.1	5.1	4.6	2.7
テレビ	29.6	34.7	28.7	25.0
新聞	5.6	7.6	3.7	5.4
雑誌	5.3	8.5	1.9	5.4
ラジオ	6.2	6.8	5.6	6.3
イベントや街頭キャンペーン	6.5	8.5	5.6	5.4
家族や友人・知人から口コミ	10.7	11.9	8.3	11.6
書籍やCD	2.1	1.7	3.7	0.9
商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど	2.4	2.5	1.9	2.7
最初から知っていた	1.8	3.4	0.0	1.8
その他	5.3	4.2	6.5	5.4

単位：％。

【解説】

認知経路は、男女とも花店店頭ポスターが最も多い。ポスターは、年齢が上がるほど認知率が上がる。逆にテレビは、20代が最も高い。また、テレビでは女性の認知者が多い。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

＜参考＞ 「フラワーバレンタイン」 認知経路 地域別／都道府県別

FV認知者、n= 338

「フラワーバレンタイン」 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
全体 n	338	8	9	185	44	50	14	6	22
花店の店頭ポスター	37.6	25.0	33.3	38.9	31.8	40.0	21.4	33.3	50.0
花店のPOPやチラシなど	17.2	0.0	11.1	17.8	6.8	20.0	35.7	16.7	22.7
フラワーバレンタインのホーム ページ	8.0	0.0	0.0	9.7	4.5	6.0	0.0	16.7	13.6
他のウェブサイトやブログ、 YouTubeなど	11.2	25.0	11.1	11.4	13.6	14.0	7.1	0.0	0.0
花屋や花関係者のツイッター、イ ンスタグラム、フェイスブックな どSNS投稿	10.7	0.0	0.0	9.7	22.7	10.0	0.0	16.7	9.1
フラワーバレンタイン公式ツイッ ター・公式フェイスブックの投稿	4.1	0.0	0.0	3.2	2.3	10.0	7.1	16.7	0.0
テレビ	29.6	25.0	77.8	25.4	36.4	30.0	28.6	33.3	31.8
新聞	5.6	0.0	0.0	4.3	6.8	10.0	0.0	33.3	4.5
雑誌	5.3	12.5	0.0	4.9	2.3	6.0	0.0	50.0	4.5
ラジオ	6.2	0.0	0.0	7.0	9.1	4.0	0.0	16.7	4.5
イベントや街頭キャンペーン	6.5	0.0	0.0	7.6	0.0	8.0	7.1	33.3	4.5
家族や友人・知人から口コミ	10.7	25.0	0.0	10.3	11.4	10.0	28.6	0.0	4.5
書籍やCD	2.1	0.0	0.0	2.7	0.0	2.0	0.0	16.7	0.0
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	1.6	2.3	4.0	0.0	16.7	4.5
最初から知っていた	1.8	0.0	0.0	2.2	2.3	0.0	0.0	16.7	0.0
その他	5.3	12.5	0.0	5.4	4.5	4.0	0.0	16.7	9.1

単位：％（縦）

【解説】

地域ごとの認知経路については、回答者数（「フラワーバレンタイン」認知者）が少ないため、参考値である。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

FV認知者、n= 338

「フラワーバレンタイン」 認知経路 複数回答	都道府県									
	全体	北海道	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	愛知県	京都府	大阪府	兵庫県
全体 n	338	8	40	18	74	40	16	8	19	13
花店の店頭ポスター	37.6	25.0	35.0	33.3	44.6	42.5	18.8	50.0	36.8	30.8
花店のPOPやチラシなど	17.2	0.0	17.5	5.6	23.0	20.0	6.3	25.0	10.5	15.4
フラワーバレンタインのホームページ	8.0	0.0	10.0	5.6	8.1	12.5	0.0	0.0	10.5	0.0
他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	11.2	25.0	15.0	16.7	13.5	5.0	18.8	12.5	10.5	23.1
花屋や花関係者のツイッター、インスタグラム、フェイスブックなどSNS投稿	10.7	0.0	15.0	0.0	9.5	7.5	25.0	0.0	10.5	7.7
フラワーバレンタイン公式ツイッター・公式フェイスブックの投稿	4.1	0.0	5.0	0.0	4.1	2.5	0.0	0.0	15.8	7.7
テレビ	29.6	25.0	35.0	22.2	17.6	30.0	43.8	25.0	36.8	23.1
新聞	5.6	0.0	5.0	5.6	5.4	0.0	18.8	12.5	10.5	7.7
雑誌	5.3	12.5	2.5	11.1	6.8	2.5	0.0	12.5	5.3	0.0
ラジオ	6.2	0.0	7.5	0.0	9.5	7.5	6.3	12.5	0.0	0.0
イベントや街頭キャンペーン	6.5	0.0	0.0	22.2	9.5	2.5	0.0	0.0	5.3	0.0
家族や友人・知人から口コミ	10.7	25.0	7.5	16.7	12.2	5.0	6.3	0.0	21.1	0.0
書籍やCD	2.1	0.0	2.5	0.0	4.1	2.5	0.0	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	2.4	0.0	2.5	0.0	2.7	0.0	6.3	0.0	0.0	7.7
最初から知っていた	1.8	0.0	0.0	0.0	5.4	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0
その他	5.3	12.5	7.5	5.6	2.7	10.0	0.0	0.0	0.0	7.7

単位：％。

【解説】

都道府県ごとの認知経路については、回答者（「フラワーバレンタイン」認知者）8名以上のところ抽出した。回答者数が少ないため、参考値である。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

キャンペーン画像・ロゴ認知率

- **キャンペーン画像認知率（Q4）**（単一回答、n=1036）
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。

	画像	認知率 %
1	ロゴ 	11.4
2	縦長ポスター 	5.5
3	3 LOVE STORIES ポスター 	5.6
4	フラワーバレンタイン 縦長 表・裏 	4.2
5	フラワーバレンタイン 横長 	5.2
6	フラワーバレンタイン 正方形 男女傘 	4.5
7	フラワーバレンタイン 正方形 男性同士 	4.4
8	フラワーバレンタイン 正方形 女性同士 	4.1
9	フラワーバレンタイン 正方形 男女 	3.6
10	愛妻の日 ポスター 	4.5
11	ホワイトデー ポスター 	4.6
12	オリジナル缶バッジ 	8.3
13	ポッキー・フォトコンテスト 	7.7
14	J-WAVE 花店店頭ステッカー 	5.9
15	J-WAVEポスター 	2.9
16	花用スリーブ 	2.0
17	花の国日本協議会ロゴ 	4.2

【解説】

- FV画像で最も認知率が高いのはロゴで、11.4%（それまでの茶色から、2021年はピンクに変更）。ロゴ以外の画像は、すべて一桁台。
- 従来トップだった縦長ポスターは、2021年は5.5%（2020年11.4%）。
- 認知者には、おそらく「見たことがあるような気がする」という人も多く含まれ個別のポスターやチラシ類の認知率を正確に測ることは難しいと考えられる。

【プロモーション効果検証】 第11回FV消費者調査結果

キャンペーン画像・ロゴ 認知率 推移 n = 1036、各年

キャンペーン画像・ロゴ認知率	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年	2021年
ロゴ	4.1	5.5	4.3	4.6	4.3	5.3	5.1	7.4	8.9	8.5	11.4
縦長ポスター	7.1	9.6	5.5	6.3	6.6	6.5	8.1	7.4	9.9	10.9	5.5
3 LOVE STORIES ～愛の花贈り 月間 ポスター					2.6	3.3	5.3	5.2	5.2	6.1	5.6
表・裏チラシ（全国版） 表・裏	3.0	6.6	2.7	4.2	3.8	3.9	4.2	3.1	4.4	5.4	4.2
愛妻の日 ポスター								3.6	5.3	6.9	4.5
ホワイトデー ポスター									6.6	6.7	4.6
オリジナル缶バッジ								6.2	8.6	6.4	8.3
J-WAVE花店店頭ステッカー						2.7	3.5	3.6	2.8	3.9	5.9
花用スリーブ				1.8	0.9	1.3	1.1	2.4	2.6	2.3	2.0
花の国日本協議会ロゴ						2.0	2.9	2.0	4.2	3.7	4.2

単位：％。

注：画像の内容、デザイン、タイアップ等は毎年入れ替わっているため、主な画像・ロゴのみ掲載。

【解説】

- 画像の内容、デザイン、タイアップ等は毎年入れ替わっているため、主な画像・ロゴのみ掲載している。
- 時系列でみると、ロゴ変更後、認知率は11.4%で前年（茶ロゴ）より3ポイント弱高い。縦形ポスター（2021年5.5%）は、2013年と並び今までで最も低い水準。

2. 購入率、購入意向、購入経路

- いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーの花購入率・購入意向
- それぞれの日に、花をもらった人、花をもらいたい人の割合
- 購入経路
- 購入した花店のタイプ

2. 購入率、購入意向、購入経路

● いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーの花購入率・購入意向 (Q8)

いい夫婦の日（11/22）、愛妻の日（1/31）、バレンタインデー、ホワイトデー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。※表示された項目についてお答えください。

（いい夫婦の日、愛妻の日は男女とも既婚者全員、n=514、バレンタインデー、ホワイトデーは全員、n=1036、単一回答）

1. 過去のいい夫婦の日（11/22）に花を贈った
2. 去年のいい夫婦の日に花を贈った
3. 来年のいい夫婦の日に花を贈りたい
4. 過去の愛妻の日（1/31）に花を贈った
5. 今年の愛妻の日に花を贈った
6. 来年の愛妻の日に花を贈りたい
7. 過去にバレンタインデーに花を贈った
8. 今年のバレンタインデーに花を贈った
9. 来年のバレンタインデーに花を贈りたい
10. 花を贈るなら、バレンタインデーのお返しとして、ホワイトデーに贈りたい
11. 過去のホワイトデーに花を贈った
12. 今年のホワイトデーに花を贈った
13. 来年のホワイトデーに花を贈りたい

直近の年の購入率（それぞれの日に花を贈った人の率）

贈った日	全体 n	全体 %	男性 %
いい夫婦の日（既婚者）	514	6.2	10.0
愛妻の日（既婚者）	514	5.3	10.0
バレンタインデー	1036	4.1	6.4
ホワイトデー	1036	4.2	6.0

【解説】

※2021年から協議会の「ジェンダーフリー」の方針を受け、いずれも女性を含む全員（n=1036）に質問することが決定された。ただし、いい夫婦の日、愛妻の日については、既婚者男女対象に変更（n=514）。従来はすべて、男性全員に尋ねていた。

- FVキャンペーン開始以来、しばらくはバレンタインデーについてのみ調べてきたが、2019年以降は、愛妻の日とホワイトデー、2021年からはいい夫婦の日についても調査している。「〇〇の日に花を贈りたくない」という選択肢は、2021年からは削除。
- 花を贈る＝購入と置き換えて集計している。実際には、両者は必ずしも同じではない。
- いい夫婦の日（11/22）については昨年（2020年）、それ以外の日は今年（2021年）。

それぞれの日の購入率、購入意向 性別

花購入率 性別	全体 %	男性 %	女性 %
全体（既婚者） n	514	219	295
過去のいい夫婦の日（11/22）に贈った	9.9	16.9	4.7
昨年（2020年）のいい夫婦の日に贈った	6.2	10.0	3.4
来年のいい夫婦の日に贈りたい	18.3	25.1	13.2
全体（既婚者） n	514	219	295
過去の愛妻の日（1/31）に贈った	3.5	6.4	1.4
今年の愛妻の日に贈った	5.3	10.0	1.7
来年の愛妻の日に贈りたい	8.2	14.6	3.4
全体 n	1036	518	518
過去にバレンタインデーに贈った	7.0	10.2	3.9
今年のバレンタインデーに贈った	4.1	6.4	1.7
来年のバレンタインデーに贈りたい	10.2	13.1	7.3
バレンタインデーのお返しとしてホワイトデーに贈りたい	17.7	25.9	9.5
全体 n	1036	518	518
過去のホワイトデーに贈った	8.0	13.1	2.9
今年のホワイトデーに贈った	4.2	6.0	2.3
来年のホワイトデーに贈りたい	12.6	18.7	6.6

注：性別問わず。いい夫婦の日、愛妻の日は既婚者対象（n=514）。バレンタインデー、ホワイトデーは全員対象。

【解説】

調査対象者の基準変更と対象日増加に伴い、集計も結果の比較も複雑になっているため一覧表に整理して示す。それぞれの日について、詳細は次々頁以降にまとめた。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

時系列比較（男性のみ） 購入率、購入意向

花購入率 推移（男性）	2011年	2020年	2021年	20/21 年比	11/21 年比
全体（既婚者） n			219		
過去のいい夫婦の日（11/22）に贈った			16.9		
昨年 のいい夫婦の日 に贈った			10.0		
来年のいい夫婦の日 に贈りたい			25.1		
全体（既婚者） n		217	219		
過去の愛妻の日（1/31）に贈った		9.2	6.4	-2.8	
今年 の愛妻の日 に贈った		8.3	10.0	1.7	
来年の愛妻の日 に贈りたい		28.6	14.6	-14	
全体 n		518	518		
過去にバレンタインデーに贈った	7.9	10.8	10.2	-0.6	2.3
今年 のバレンタインデー に贈った	3.7	7.5	6.4	-1.1	2.7
来年のバレンタインデー に贈りたい	12.4	15.1	13.1	-2.0	0.7
バレンタインデーのお返しとしてホワイトデー に贈りたい	40.9	32.4	25.9	-6.5	-15
全体 n		518	518		
過去のホワイトデーに贈った		12.7	13.1	0.4	
今年 のホワイトデー に贈った		8.1	6.0	-2.1	
来年のホワイトデー に贈りたい		21.2	18.7	-2.5	

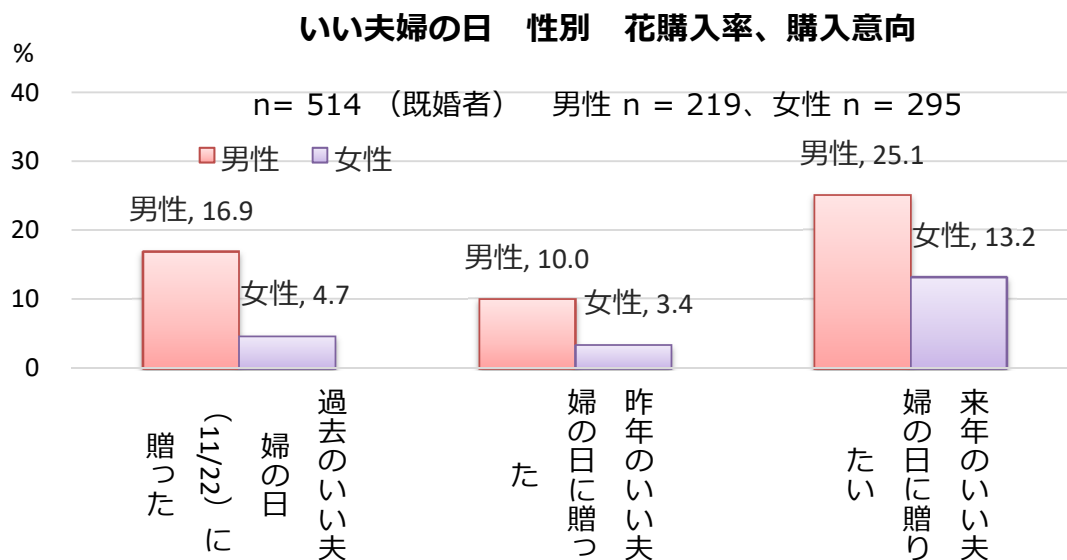
単位：％。

注：過去と比較のため、男性のみ集計。いい夫婦の日、愛妻の日は、2021年から既婚者に質問（n=514）。2020年の愛妻の日については、既婚者（217名）で再集計した数値。「花を贈りたいと思わない」の選択肢は2021年削除。

【解説】

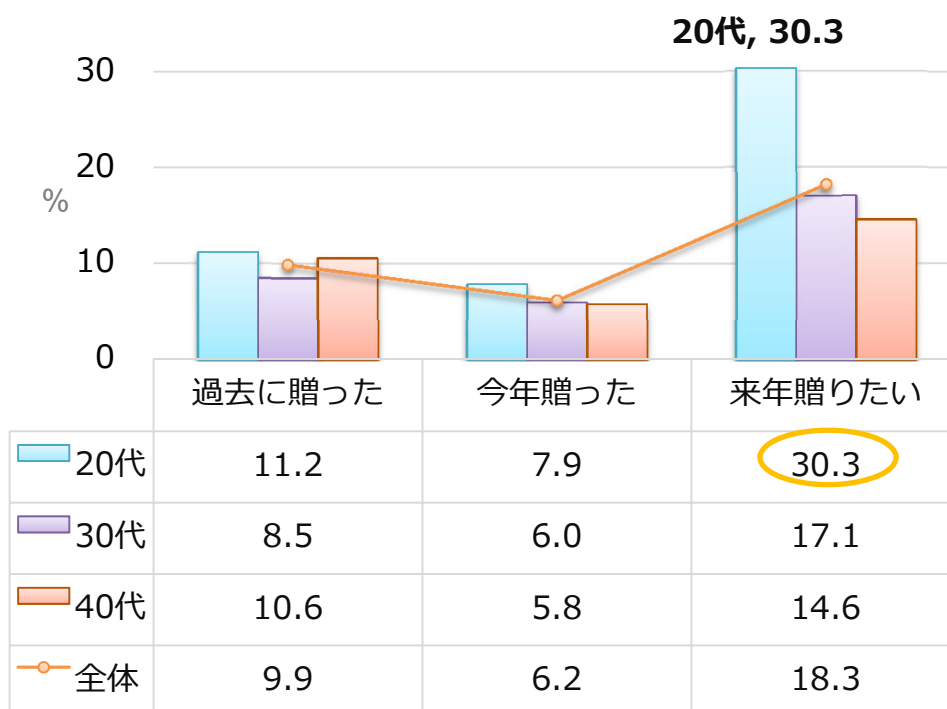
過去には男性のみに質問してきたため、時系列の比較が複雑になっている。
男性について、一覧表に整理して示す。

いい夫婦の日 購入率、購入意向（既婚者）



いい夫婦の日 年齢別 花購入率、購入意向

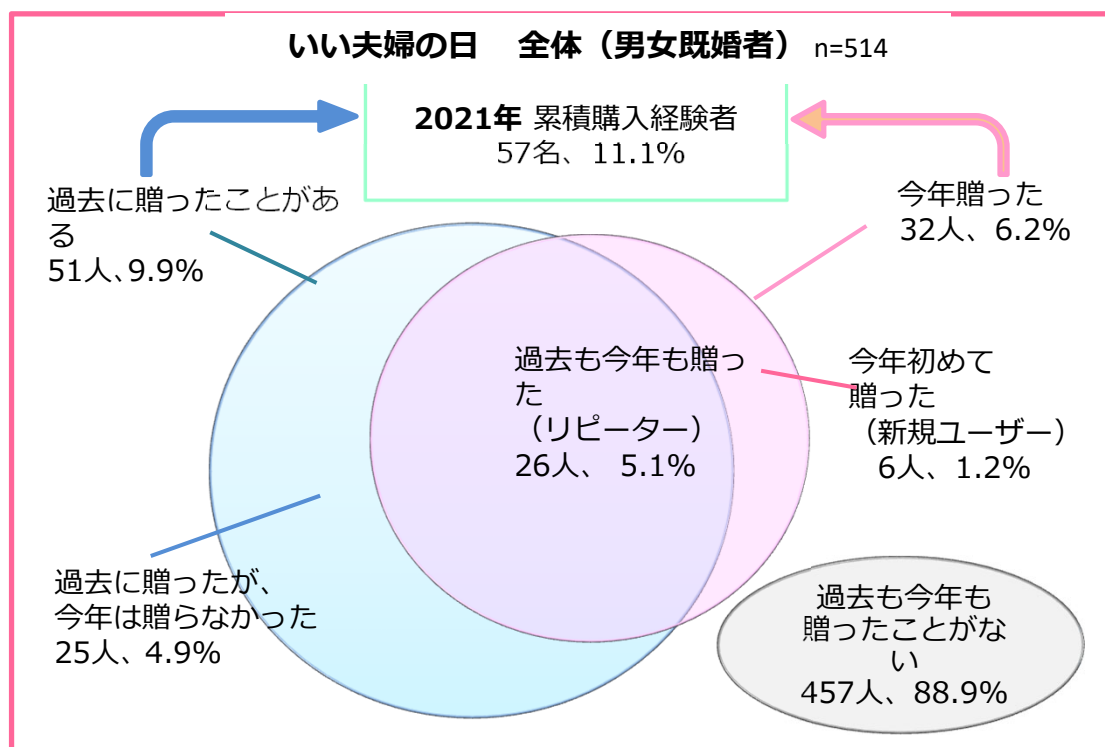
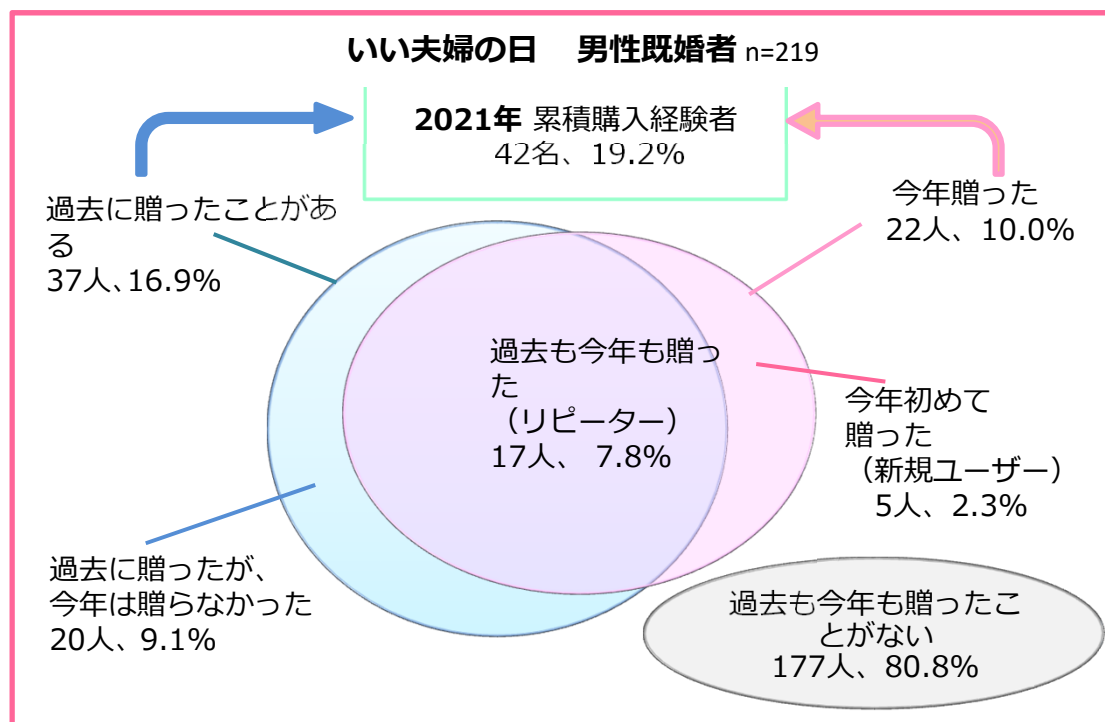
n = 514（既婚者） 20代 n = 89、30代 n = 199、40代 n = 226



【解説】

- 2021年から調査。購入率等は女性含め「既婚者」全員に質問している。
- 性別では、直近のいい夫婦の日に花を贈った男性は10%（全体では6.2%）。次のいい夫婦の日に「贈りたい」は男性25.1%、女性でも13.2%にのぼっている。
- 20代では購入意向が高く、30.3%が「来年贈りたい」と答えた（全体では18.3%）
- 「いい夫婦の日」を認知したうえでの購入かどうかは、この質問だけではわからない。結婚記念日など、別の日と解釈されている可能性は排除できない。

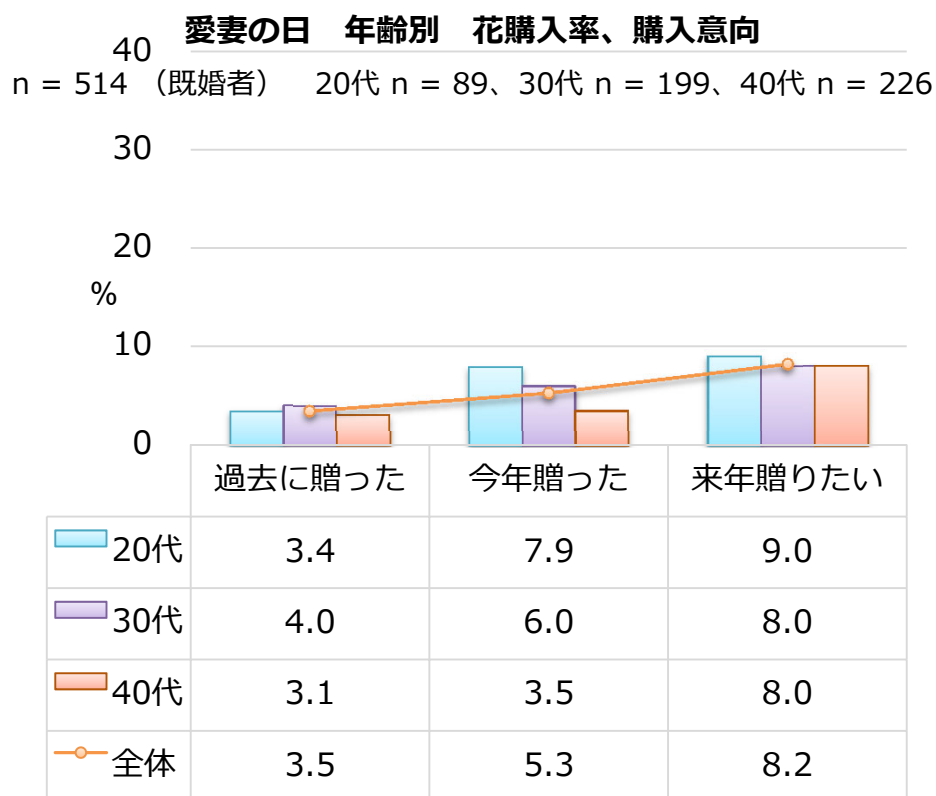
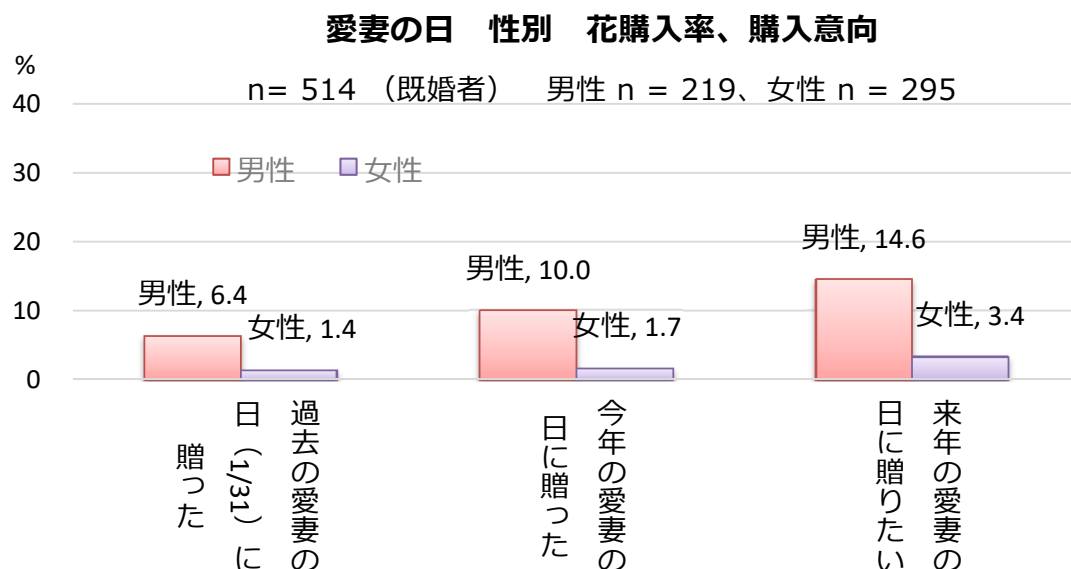
いい夫婦の日 新規およびリピート購入率（既婚者）



【解説】

男性既婚者では、過去も今年も贈った（リピーター）が7.8%いる。

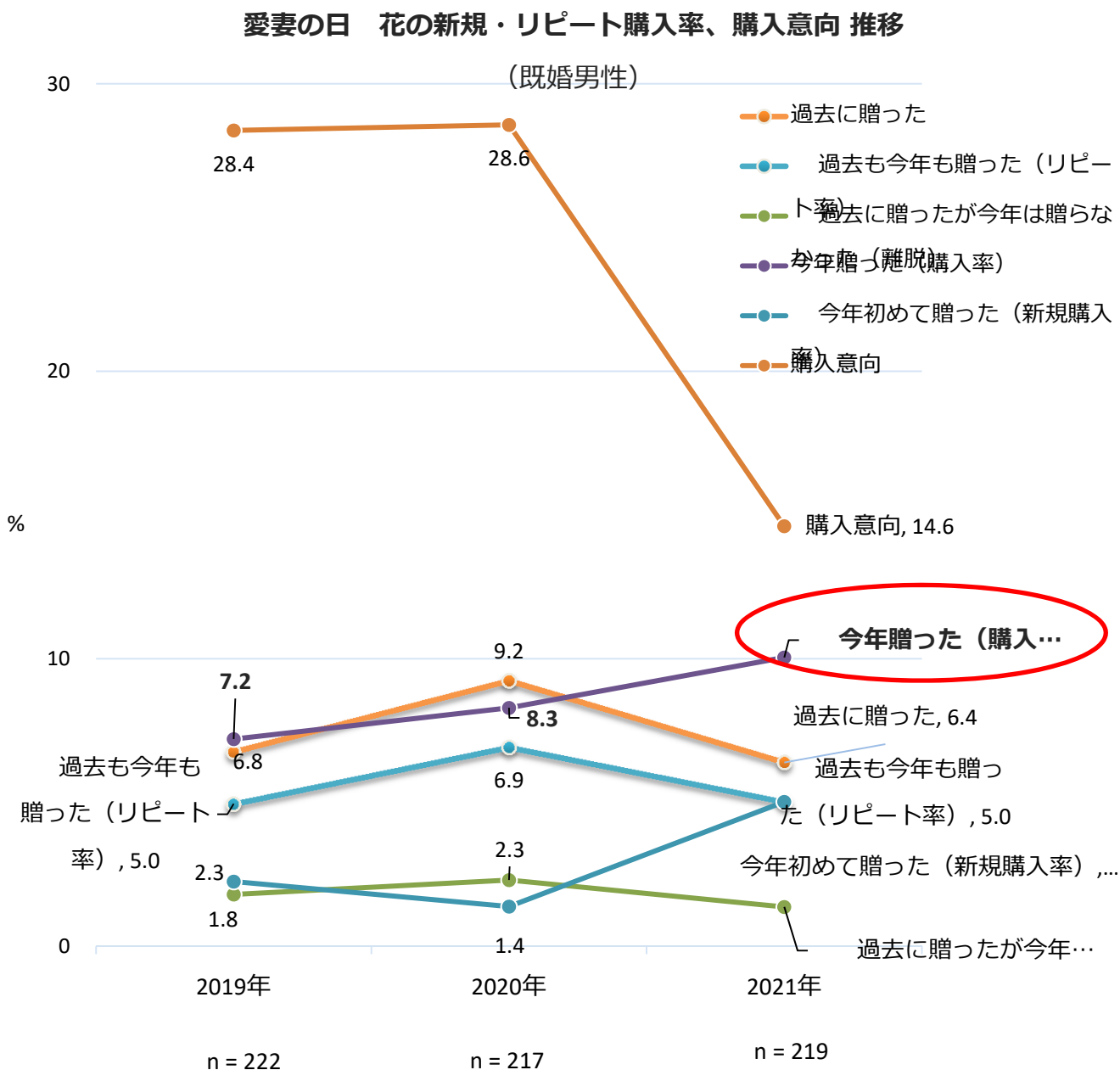
愛妻の日 購入率・購入意向（既婚者）



【解説】

- 2019年から調査。2021年から女性含め「既婚者」全員に質問している。
- 性別では、直近の愛妻の日に花を贈った男性は10%（全体では5.3%）。
- 20代では購入率7.9%で最も高い。購入意向は、全体にいい夫婦の日には及ばず、1桁台にとどまる。

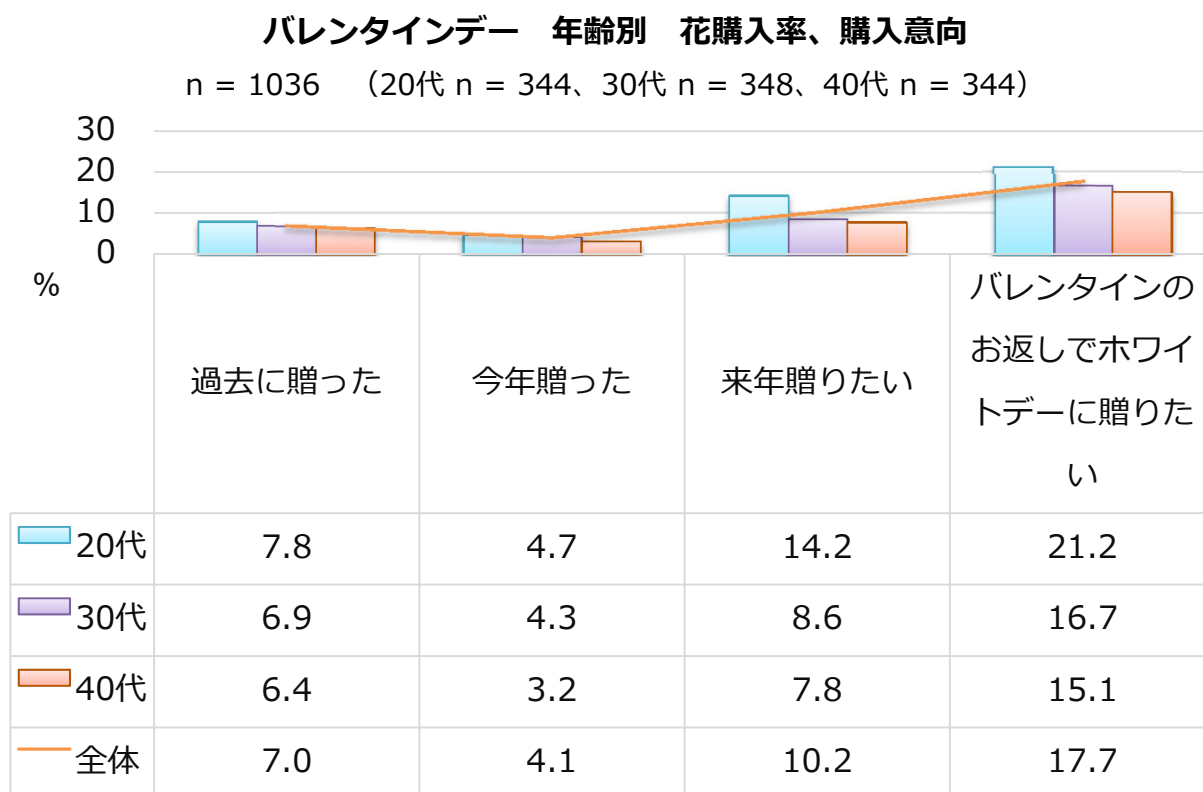
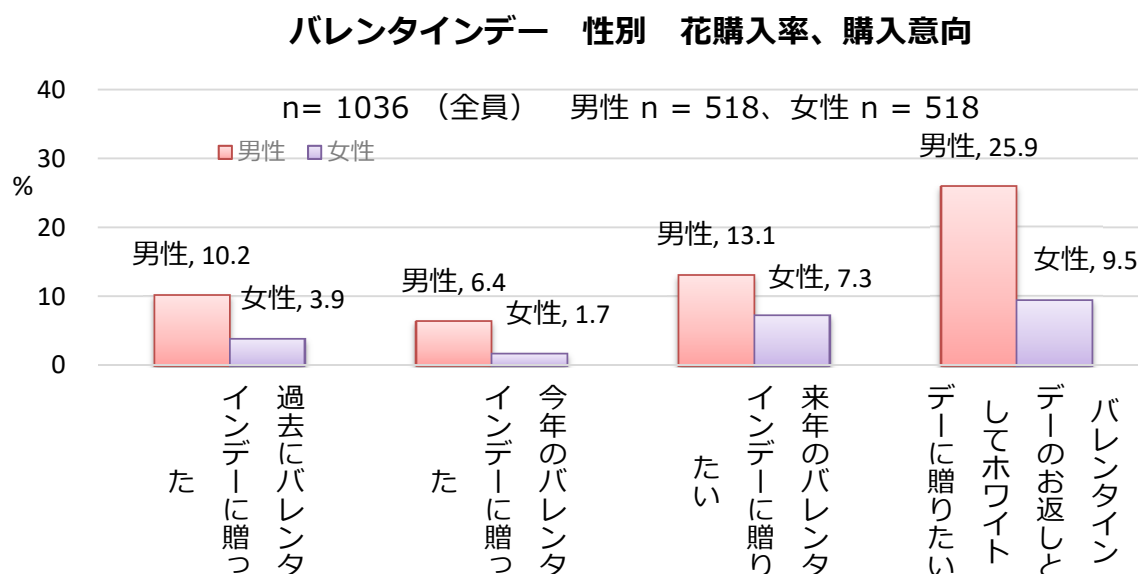
愛妻の日 購入率・購入意向 推移 (男性既婚者)



【解説】

- 過去と比較のため、男性のみで集計。過去のデータも、男性既婚者に絞って遡及再集計している。
- 直近の愛妻の日に花を贈った人は、男性既婚者間では、前年の8.3%から2021年は10.0%になった。今年初めて贈った人と、過去も今年も贈った人が同率（5%）。
- 購入意向は半減している。2021年に、前問で「いい夫婦の日」についても購入率・意向を尋ねることになったが、回答者の立場からすれば、違いがよくわからず、重複感が出たのかもしれない。キャリアオーバー効果（前の質問が後の質問の回答結果に影響を与える）が、生じているのでは。

バレンタインデー 購入率・購入意向

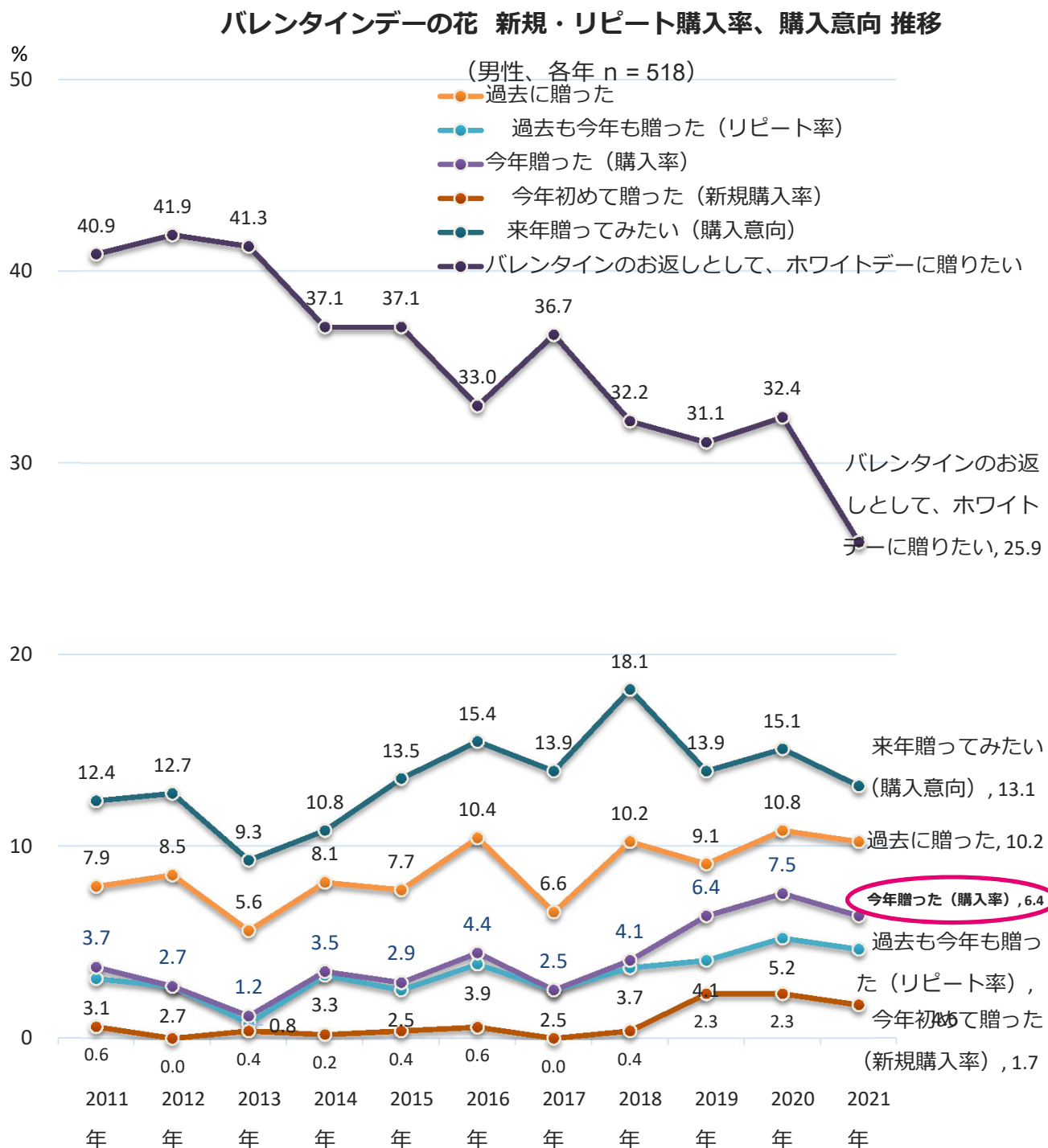


【解説】

※2021年から、女性含め全員に質問することになった。

- 性別では、**今年のバレンタインデーに花を贈った男性は6.4%。女性1.7%。**全体で4.1%。「来年贈りたい」という人は男性13.1%、女性も7.3%いる。
- 年齢別では、20代が高く、今年の購入率4.7%。

バレンタインデー 購入率・購入意向 推移

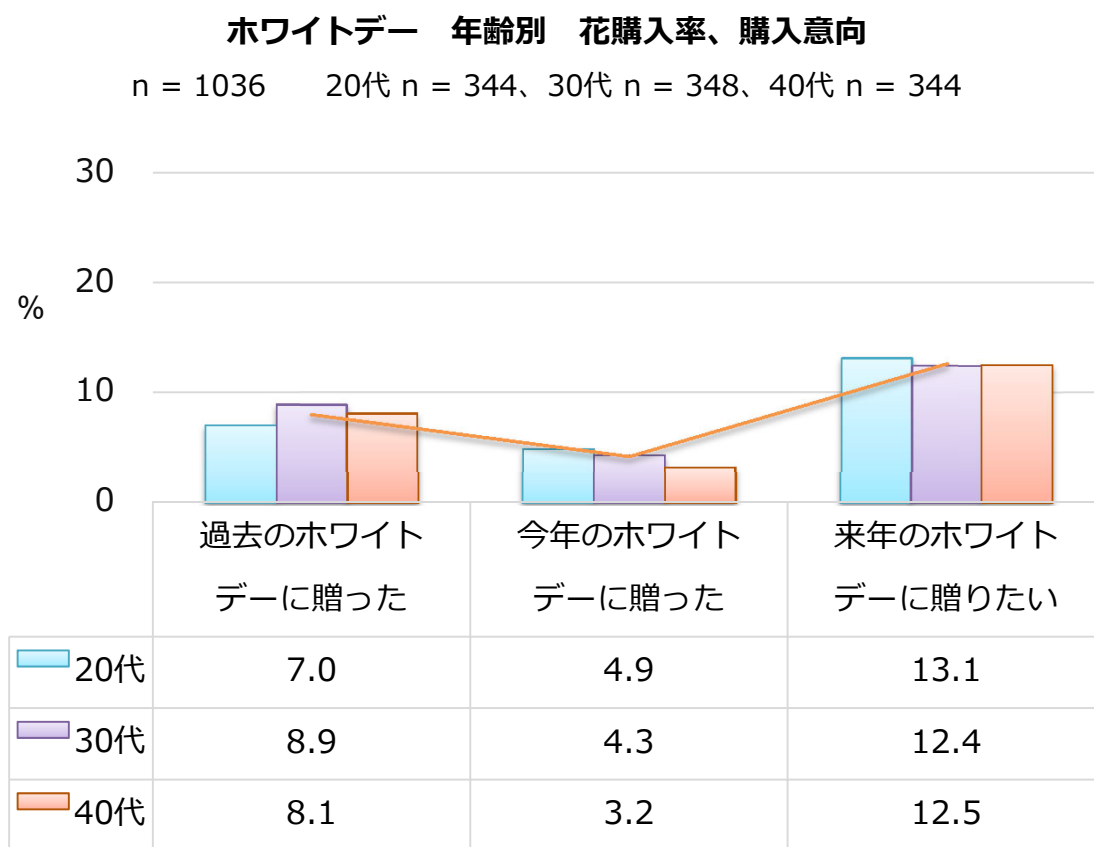
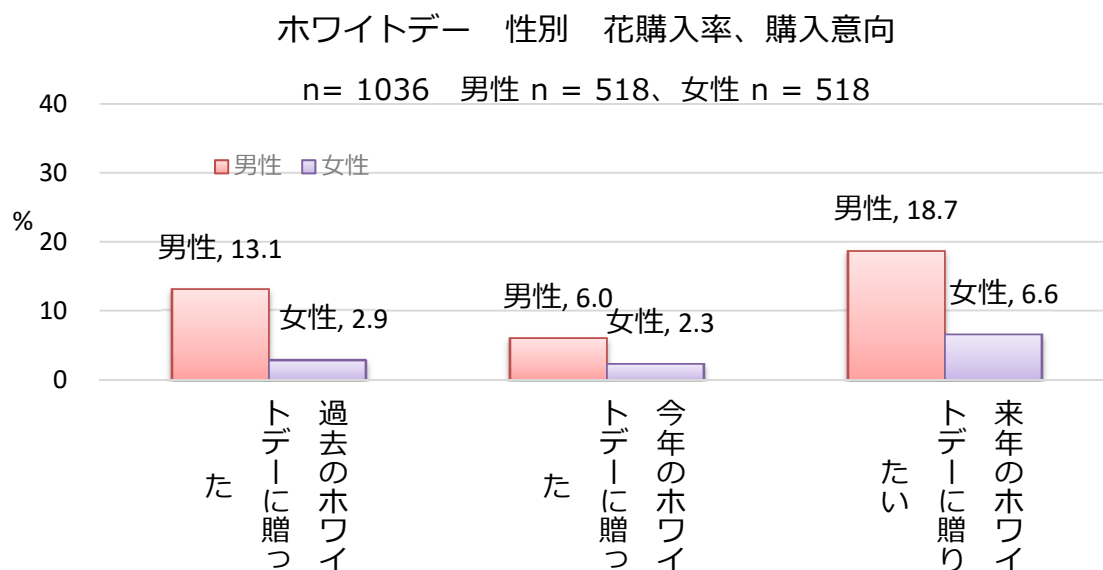


【解説】

※バレンタイン 花購入率、購入意向 推移過去と比較のため、男性のみで集計。

- バレンタインデーの購入率は、2017年以降、毎年伸びていたが、コロナ禍を経て2021年は6.4%と、前年の7.5%から後退した。購入意向も2ポイント落ちた。
- 過去も今年も継続して贈っている男性は、全体の4.6%、今年初めて贈った人は1.7%。
- 贈るならむしろホワイトデーにと考える人の比率は、減少傾向にある。

ホワイトデー 購入率・購入意向



【解説】

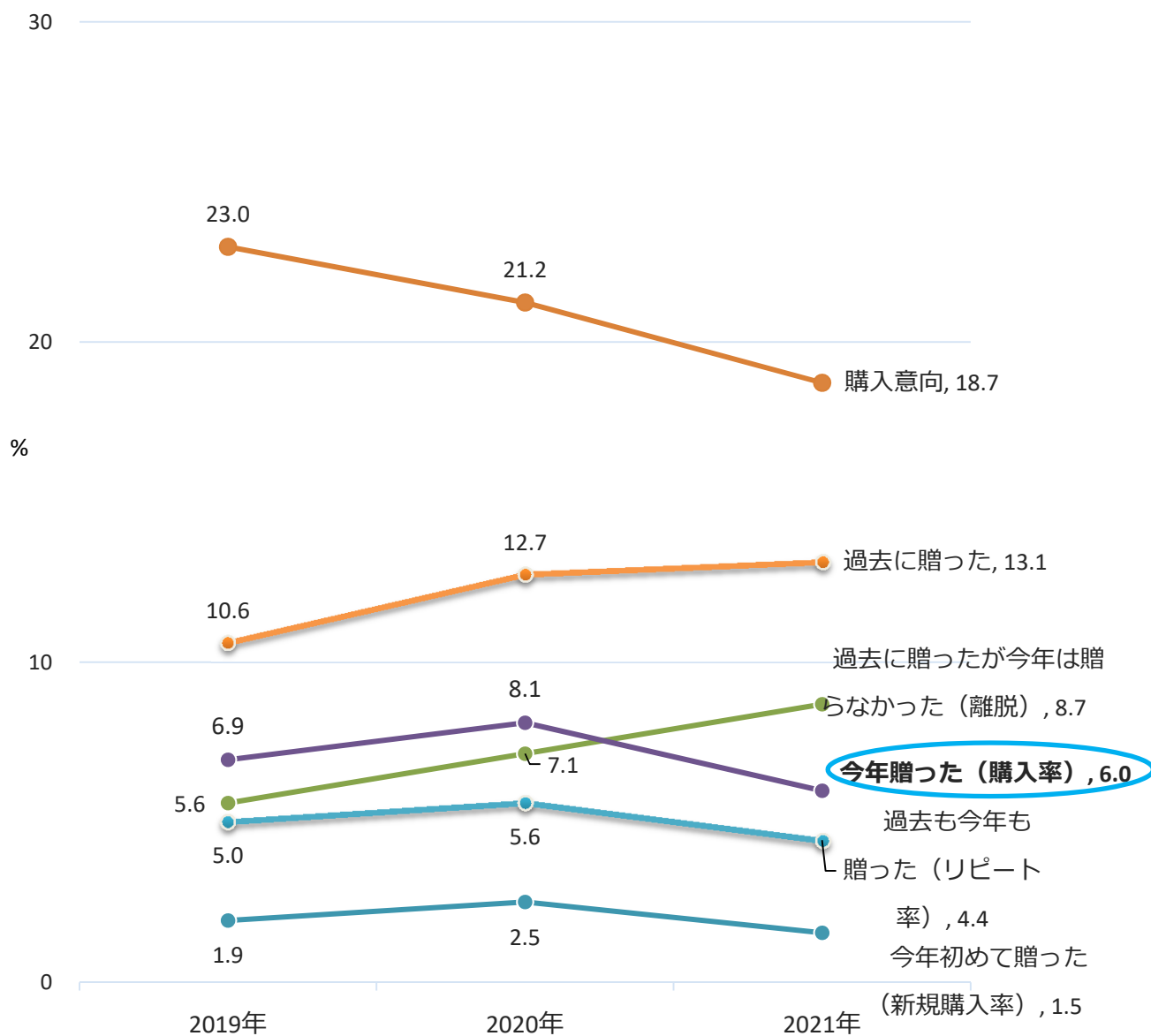
※2021年から、女性含め全員に質問することになった。

- 性別では、**今年のホワイトデーに花を贈った男性は6.0%、女性は2.3%**。全体で4.2%。誰に贈っているのか（特に女性）が、気になる。
- 年齢別では、20代がやや高く、今年の購入率4.9%。

ホワイトデー 購入率・購入意向

ホワイトデー 花の新規・リピート購入率、購入意向 推移

(男性、各年 n =518)



【解説】

※ ホワイトデー 花購入率、購入意向 推移 過去と比較のため、男性のみで集計。

● ホワイトデーの購入率は6.0%。調査を始めた2019年段階よりも低くなった。
購入意向は、2年連続で下がっている。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

＜参考＞ いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデー 地域別／都道府県別 購入率・購入意向

購入率、購入意向	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州
全体（既婚者） n	514	13	16	265	72	80	28	12	28
過去のいい夫婦の日（11/22）に贈った	9.9	0.0	0.0	10.6	9.7	10.0	10.7	8.3	14.3
昨年のいい夫婦の日に贈った	6.2	0.0	0.0	7.5	1.4	6.3	7.1	8.3	10.7
来年のいい夫婦の日に贈りたい	18.3	7.7	0.0	19.6	12.5	20.0	14.3	16.7	35.7
過去の愛妻の日（1/31）に贈った	3.5	0.0	0.0	3.8	4.2	1.3	7.1	0.0	7.1
今年の愛妻の日に贈った	5.3	0.0	0.0	5.7	4.2	5.0	10.7	0.0	7.1
来年の愛妻の日に贈りたい	8.2	7.7	0.0	9.1	4.2	10.0	7.1	0.0	14.3
全体 n	1036	27	36	553	137	153	46	21	63
過去にバレンタインデーに贈った	7.0	7.4	0.0	7.1	6.6	9.2	6.5	4.8	7.9
今年のバレンタインデーに贈った	4.1	7.4	0.0	3.8	2.9	5.9	6.5	4.8	3.2
来年のバレンタインデーに贈りたい	10.2	11.1	5.6	11.0	6.6	12.4	10.9	0.0	11.1
バレンタインデーのお返しとしてホワイトデーに贈りたい	17.7	14.8	2.8	18.1	17.5	19.6	19.6	19.0	17.5
過去のホワイトデーに贈った	8.0	11.1	2.8	7.6	6.6	12.4	4.3	19.0	4.8
今年のホワイトデーに贈った	4.2	7.4	0.0	4.0	2.9	4.6	4.3	14.3	4.8
来年のホワイトデーに贈りたい	12.6	18.5	5.6	13.6	8.8	12.4	15.2	14.3	12.7

単位：％。

【解説】

地域別では、多くの地域で回答者の母数数が少ないので、参考値である。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

購入率	全体	北海道	宮城県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	静岡県	愛知県	京都府	大阪府	兵庫県	広島県	福岡県
全体（既婚者）n	514	13	3	53	33	89	70	9	34	15	26	18	9	12
直近のいい夫婦の日に贈った	6.2	0.0	0.0	11. ₃	6.1	7.9	5.7	0.0	0.0	0.0	3.8	11. ₁	11. ₁	8.3
今年の愛妻の日に贈った	5.3	0.0	0.0	7.5	6.1	6.7	4.3	0.0	2.9	6.7	7.7	5.6	22. ₂	8.3
全体 n	1036	27	7	102	64	218	134	15	58	24	65	38	9	24
今年のバレンタインデーに贈った	4.1	7.4	0.0	5.9	3.1	3.7	3.7	0.0	3.4	0.0	7.7	5.3	13. ₃	0.0
今年のホワイトデーに贈った	4.2	7.4	0.0	5.9	1.6	4.1	3.7	0.0	5.2	0.0	4.6	2.6	6.7	4.2

単位：％。

【解説】

多くの府県は回答者数、購入者数が少ないので、参考値である。大都市圏のみ集計。

それぞれの日に花をもらった人、もらいたい人の割合

●いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーの花プレゼント（Q9）

いい夫婦の日（11/22）、愛妻の日（1/31）、バレンタインデー、ホワイトデーに花をもらうことについて、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。※表示された項目についてお答えください。

（いい夫婦の日、愛妻の日は男女とも既婚者全員、n=514、バレンタインデー、ホワイトデーは全員、n=1036、単一回答）

1. 過去のいい夫婦の日（11/22）に花をもらった
2. 昨年のいい夫婦の日に花をもらった
3. 来年のいい夫婦の日に花をもらいたい
4. 過去の愛妻の日（1/31）に花をもらった
5. 今年の愛妻の日に花をもらった
6. 来年の愛妻の日に花をもらいたい
7. 過去にバレンタインデーに花をもらった
8. 今年のバレンタインデーに花をもらった
9. 来年のバレンタインデーに花をもらいたい
10. 花をもらうなら、バレンタインデーのお返しとして、ホワイトデーにもらいたい
11. 過去のホワイトデーに花をもらった
12. 今年のホワイトデーに花をもらった
13. 来年のホワイトデーに花をもらいたい

今年もらった人の割合

花をもらった日	全体 n	全体 %	男性 %	女性 %
いい夫婦の日（既婚者）	514	5.3	6.8	4.1
愛妻の日（既婚者）	514	4.9	7.8	2.7
バレンタインデー	1036	3.9	5.4	2.3
ホワイトデー	1036	4.2	5.0	3.5

※2021年新設設問。協議会の「ジェンダーフリー」の方針を受け、男性、女性全員に同じ質問をすることに決められた。ただし、いい夫婦の日、愛妻の日は既婚者対象(n=514)。

それぞれの日に、花をもらった人、花をもらいたい人の比率 性別

花購入率 性別	全体 %	男性 %	女性 %
全体（既婚者） n	514	219	295
過去のいい夫婦の日（11/22）に花をもらった	9.1	10.5	8.1
去年のいい夫婦の日に花をもらった	5.3	6.8	4.1
来年のいい夫婦の日に花をもらいたい	14.0	10.5	16.6
過去の愛妻の日（1/31）に花をもらった	5.1	7.3	3.4
今年の愛妻の日に花をもらった	4.9	7.8	2.7
来年の愛妻の日に花をもらいたい	10.5	8.2	12.2
全体 n	1036	518	518
過去にバレンタインデーに花をもらった	7.3	7.5	7.1
今年のバレンタインデーに花をもらった	3.9	5.4	2.3
来年のバレンタインデーに花をもらいたい	10.8	10.0	11.6
花をもらうなら、バレンタインデーのお返しとして、ホワイトデーにもらいたい	14.2	11.4	17.0
過去のホワイトデーに花をもらった	6.0	6.2	5.8
今年のホワイトデーに花をもらった	4.2	5.0	3.5
来年のホワイトデーに花をもらいたい	12.4	9.1	15.6

注：性別問わず。いい夫婦の日、愛妻の日は既婚者対象（n=514）。バレンタインデー、ホワイトデーは全員対象。

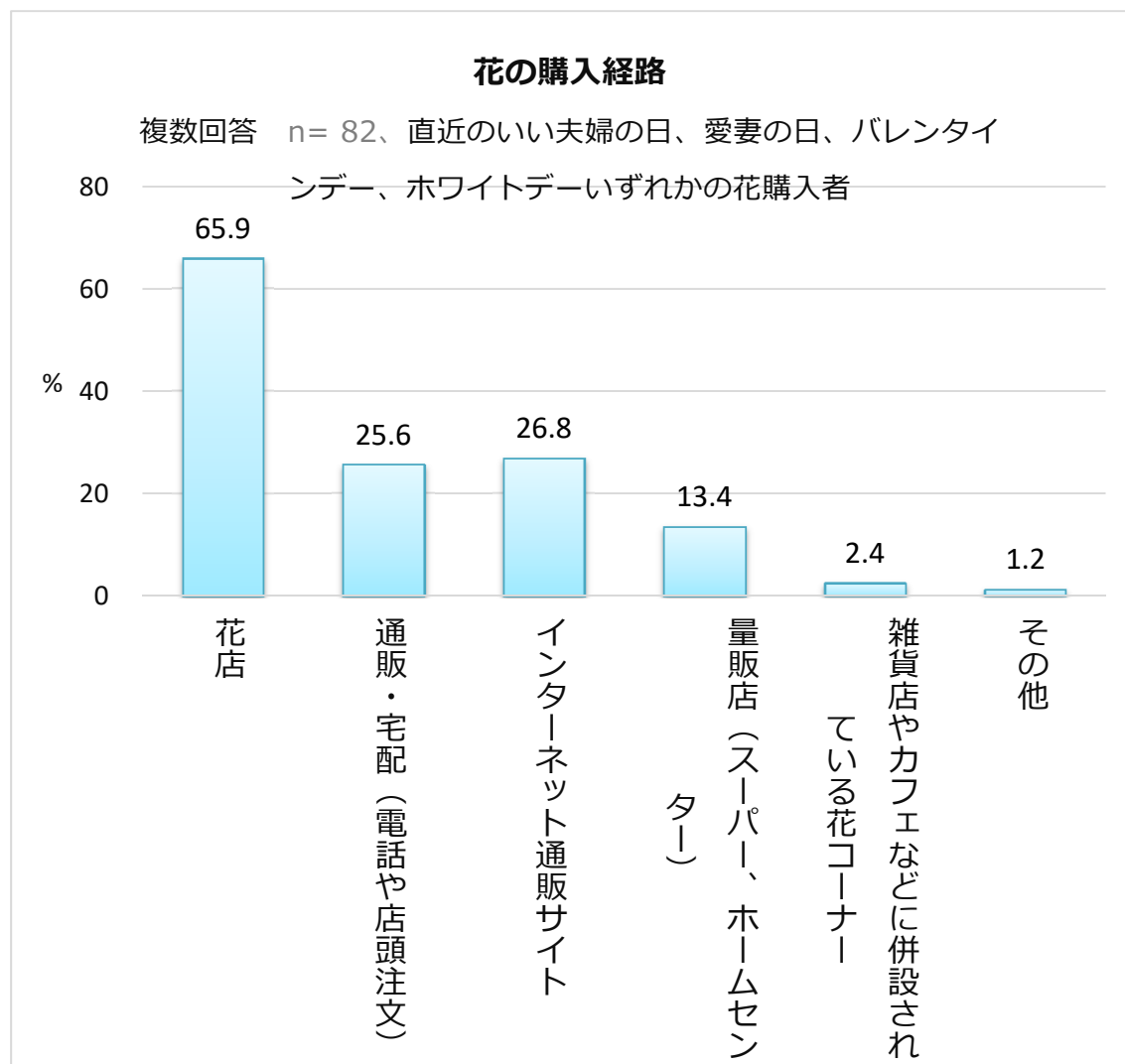
【解説】

※調査対象者の基準変更と対象日増加に伴い、集計が複雑さになっているため、一覧表に整理して示す。

- バレンタインデーに「花をもらった」男性は5.4%にのぼる。
- 全問で回答対象の性別枠を撤廃する方針を受けて、「愛妻の日」に花を「もらう」ことについても、男性にも回答してもらう設定がなされている。愛「妻」の日に「花をもらった」男性は7.8%で、「もらった」女性2.7%よりずっと多い。「妻」は女性とすると、愛妻の日にQ8で「贈った」と答えた人（男性10.0%、女性1.7%）と、Q9で「もらった」と答えた女性（2.7%）の数値は、大きく食い違う。
- Q8は贈る側、Q9はもらう側の立場からの質問だが、回答者の一部は質問の意図を汲みかね、混乱が生じているのではないか。あるいは、結婚記念日のような別の機会に、家族や友人などから花を贈られた経験について答えている可能性もある。

購入経路

- **購入経路 いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデー（Q10）**
Q8で昨年のいい夫婦の日（11/22）、今年の愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーのいずれかに「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、n = 82、いずれかの日について直近の購入者計）



【解説】

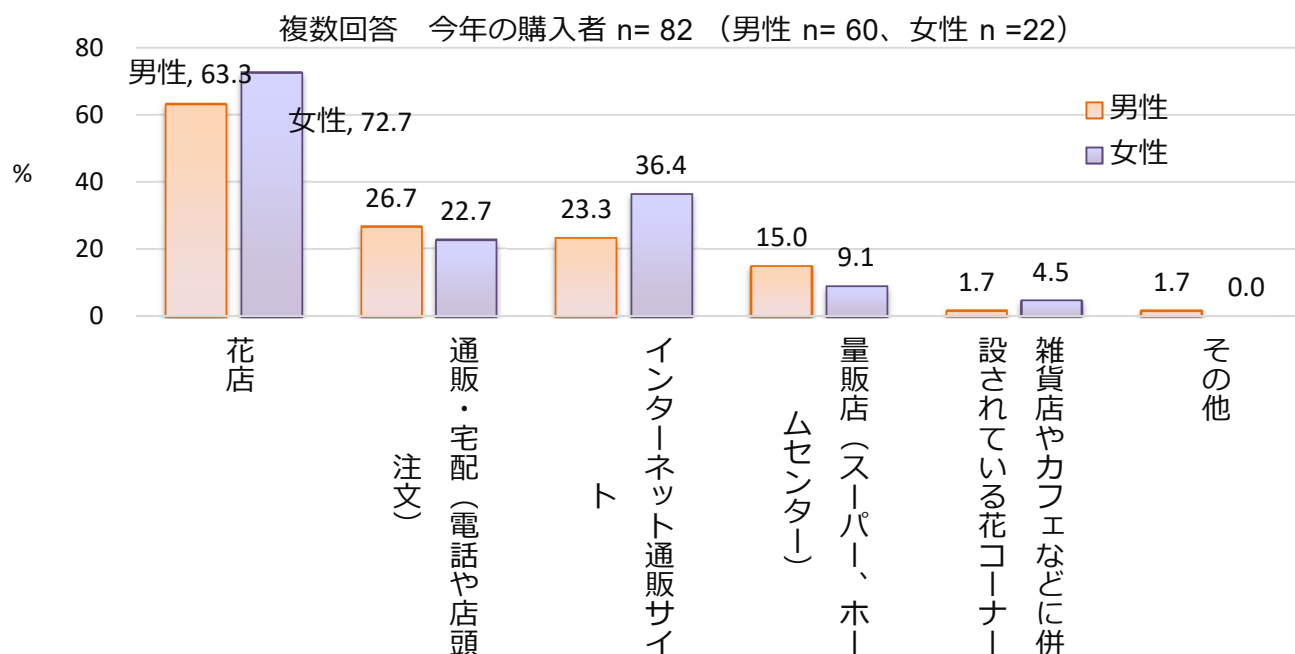
いずれかの日に花を贈った人のうち、花店利用は65.9%。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

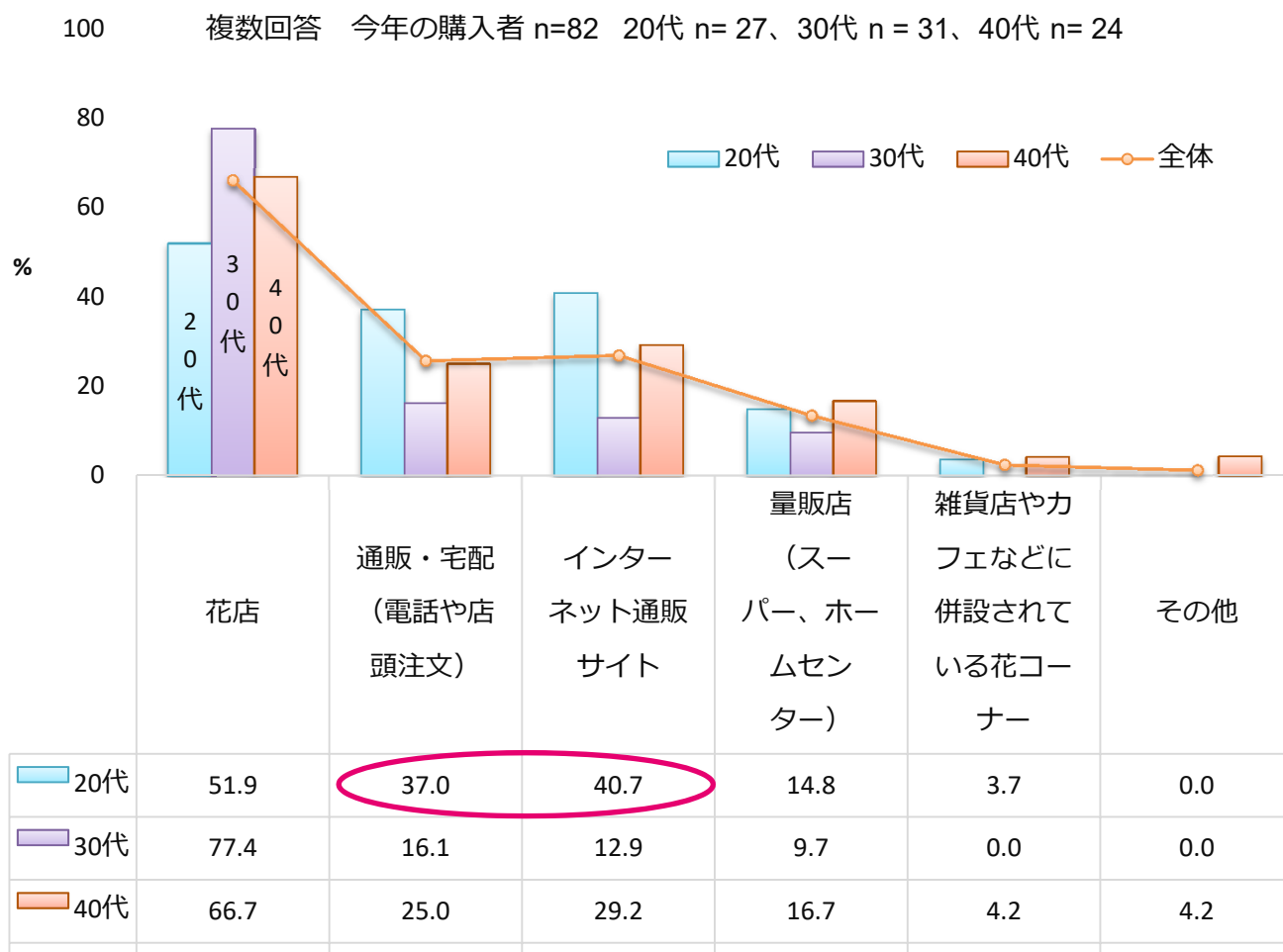
2.14
FLOWER
VALENTINE

花の購入経路 いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデー

花の購入経路 性別



花の購入経路 年齢別



【解説】

- 20代では、宅配やネット通販の購入が他世代より高めで、特にネット通販では、4割を超える。
- ただし、年齢層別の集計は、回答者の数が少ないため、参考値である。

花の購入経路 購入日別

複数回答 いずれかの日の直近の購入者 いい夫婦の日、愛妻の日は既婚者

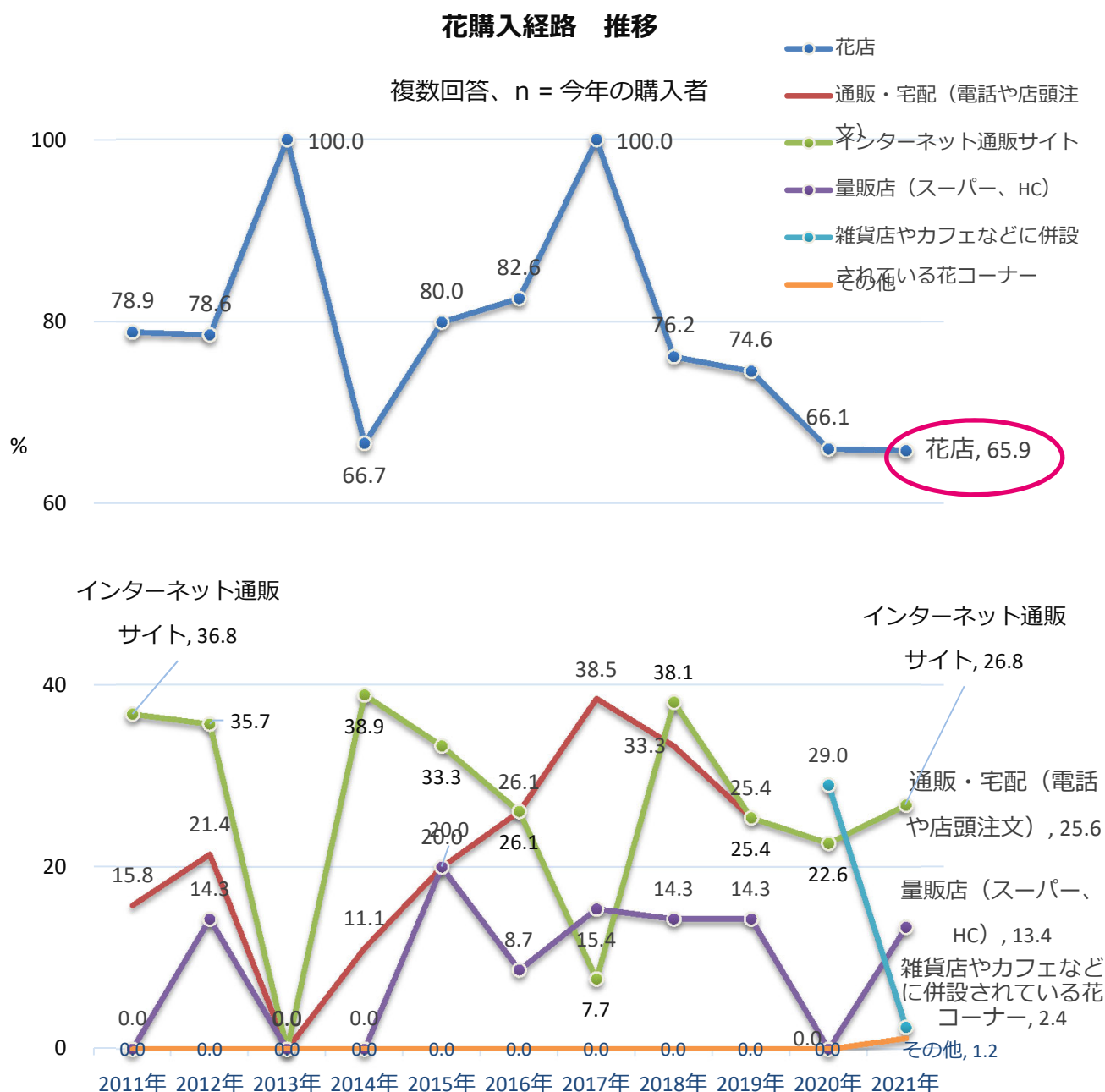
購入経路 %	いい夫婦の日	愛妻の日	バレンタインデー	ホワイトデー
全体 n	32	27	42	43
花店	75.0	55.6	59.5	65.1
通販・宅配（電話や店頭注文）	21.9	22.2	31.0	32.6
インターネット通販サイト	25.0	25.9	35.7	30.2
量販店（スーパー、ホームセンター）	12.5	18.5	19.0	16.3
雑貨店やカフェなどに併設されている花コーナー	0.0	0.0	4.8	4.7
その他	0.0	0.0	2.4	2.3

【解説】

- バレンタインデー、ホワイトデーは、通販・ネットの比率が高めである。
いい夫婦の日は、花店での購入が75%で圧倒的。
- いずれの日も、複数経路（複数の相手？）に花を贈っている人が、一定割合いるという結果になっている（縦%の合計が100%を大きく超える）。過去ではなく、昨年（いい夫婦の日）または今年の購入者への質問。複数経路の利用シーンとは？

【プロモーション効果検証】 第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE



【解説】

- いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーのいずれかに今年花を贈った人を対象に質問。2018年以前はバレンタインデーについてのみ調査。
- 花店は65.9%で、4年連続の減少。
- 一方、「**ネット通販サイト**」は**26.8%で、増加（同22.6%）**。なお、2020年に、2019年までの「通販・宅配」（2019年25.4%）と「インターネット」（同25.4%）の選択肢を統合、2021年に再び、「ネット通販サイト」と「通販・宅配（電話や店頭注文）」に分けた。
- 「雑貨店やカフェなどに併設されている花コーナー」は、2021年は2.4%（2名）2人とどまる。2020年には、こうした複合形態の店での購入は、28名29%にのぼっていた（2020年は質問の文言が異なり、「花専門店以外のショップ（雑貨店、セレクトショップ、酒店など）」）。急落の一因として、表現の変更の影響もありうる。

購入花店のタイプ

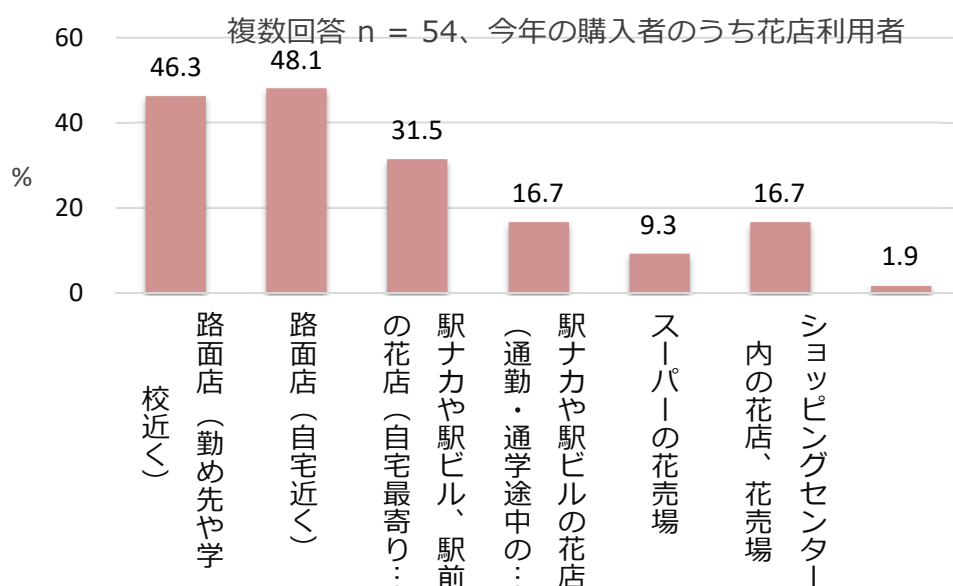
● 購入花店のタイプ（Q11）

Q10で、昨年のいい夫婦の日、今年の愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーのいずれかで贈った花を購入した場所を「1.花店」とお答えの方に伺います。

花店はどちらの花店をご利用になりましたか？（いくつでも）

（複数回答、n= 54、今年の購入者のうち花店購入者）

花の購入経路 利用花店のタイプ



	購入花店のタイプ 時系列	複数回答	2020年	2021年
		全体 n	41	54
1	路面の花店（勤め先や学校近くの商店街など）		41.5	46.3
2	路面の花店（自宅近くの商店街など）		51.2	48.1
3	駅ナカや駅ビル内、駅前の花店（自宅の最寄り駅）		26.8	31.5
4	駅ナカや駅ビル内の花店（通勤・通学途中ターミナル駅）		9.8	16.7
5	スーパーマーケット内の花売場			9.3
6	ショッピングセンター内の花売場		9.8	16.7
7	その他		0.0	1.9

単位：％

【解説】

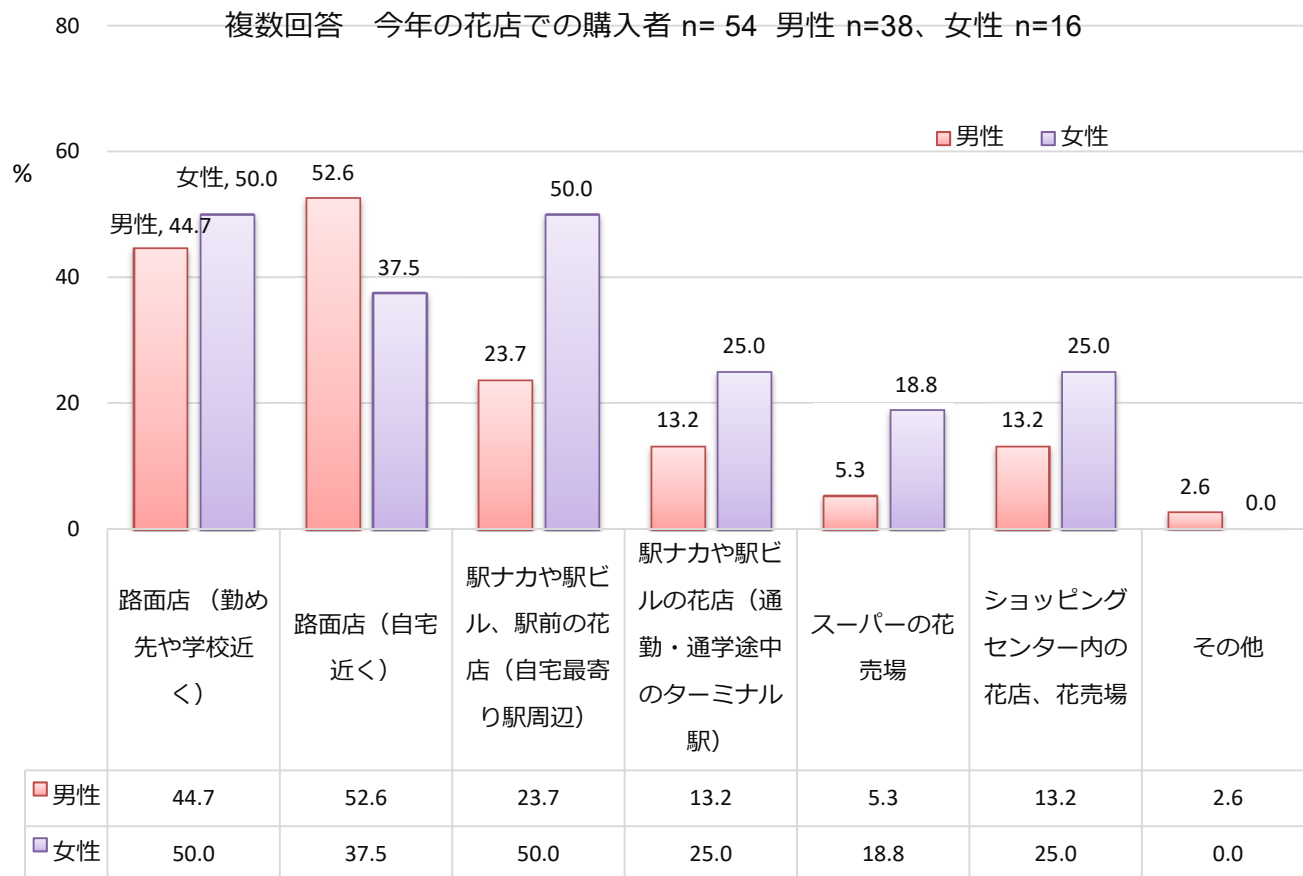
- 利用した花店のタイプ 複数回答 直近のいい夫婦の日、愛妻の日、バレンタイン、ホワイトデーのいずれかに花を贈った人のうち、前問（Q10）で購入経路として花店を選んだ回答者（合計 n=54）。
- 全体的には、路面店（自宅近くや勤め先等の近く）が4割台後半が多い。
- 全体に、路面店（自宅近く48.1%、勤め先等の近く46.3%）が多い。**コロナ禍にもかかわらず、自宅近くの路面店以外は、前年比増になっている。**

※2020年と2021年の比較については、2020年までは男性のみだったが、2021年からは性別枠撤廃により、女性も答えていることに注意。

利用花店のタイプ いい夫婦の日、愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデー

複数回答 n= 54 いずれかの日の購入者のうち、花店利用者

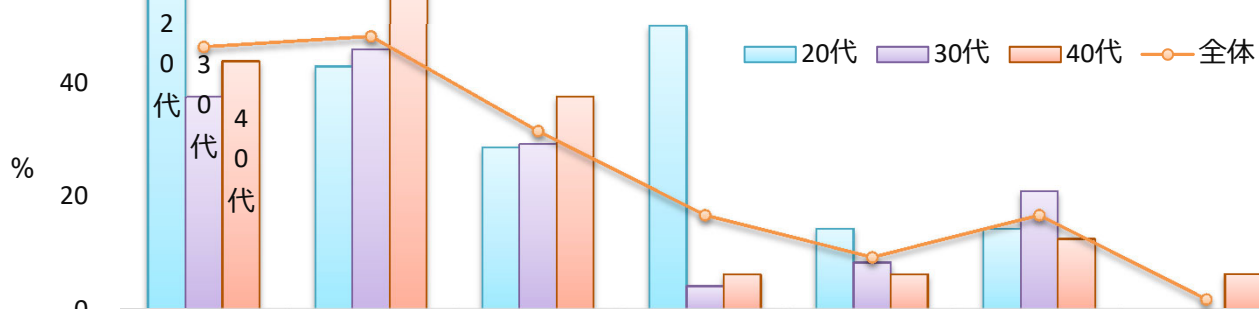
利用した花店のタイプ 性別



利用した花店のタイプ 年齢別

複数回答 今年の花店での購入者 n= 54

20代 n=14、30代 n= 24、40代 n= 16



20代	路面店 (勤め先や学校近く)	64.3	路面店 (自宅近く)	42.9	駅ナカや駅ビル、駅前の花店 (自宅最寄り駅周辺)	28.6	駅ナカや駅ビルの花店 (通勤・通学途中のターミナル駅)	50.0	スーパーの花売場	14.3	ショッピングセンター内の花店、花売場	14.3	その他	0.0
30代	路面店 (勤め先や学校近く)	37.5	路面店 (自宅近く)	45.8	駅ナカや駅ビル、駅前の花店 (自宅最寄り駅周辺)	29.2	駅ナカや駅ビルの花店 (通勤・通学途中のターミナル駅)	4.2	スーパーの花売場	8.3	ショッピングセンター内の花店、花売場	20.8	その他	0.0
40代	路面店 (勤め先や学校近く)	43.8	路面店 (自宅近く)	56.3	駅ナカや駅ビル、駅前の花店 (自宅最寄り駅周辺)	37.5	駅ナカや駅ビルの花店 (通勤・通学途中のターミナル駅)	6.3	スーパーの花売場	6.3	ショッピングセンター内の花店、花売場	12.5	その他	6.3

【解説】

- 20代では、出先やターミナル駅の店での購入率が高い。
- 年齢層別の集計は、回答者の数が少ないため、参考値である。

3. ギフトとしての花の位置づけ

- プレゼントに花を選んだ理由
- 今年のバレンタインデーの過ごし方
- 今年のバレンタインデーのギフト
- 来年のバレンタインデーにほしいギフト

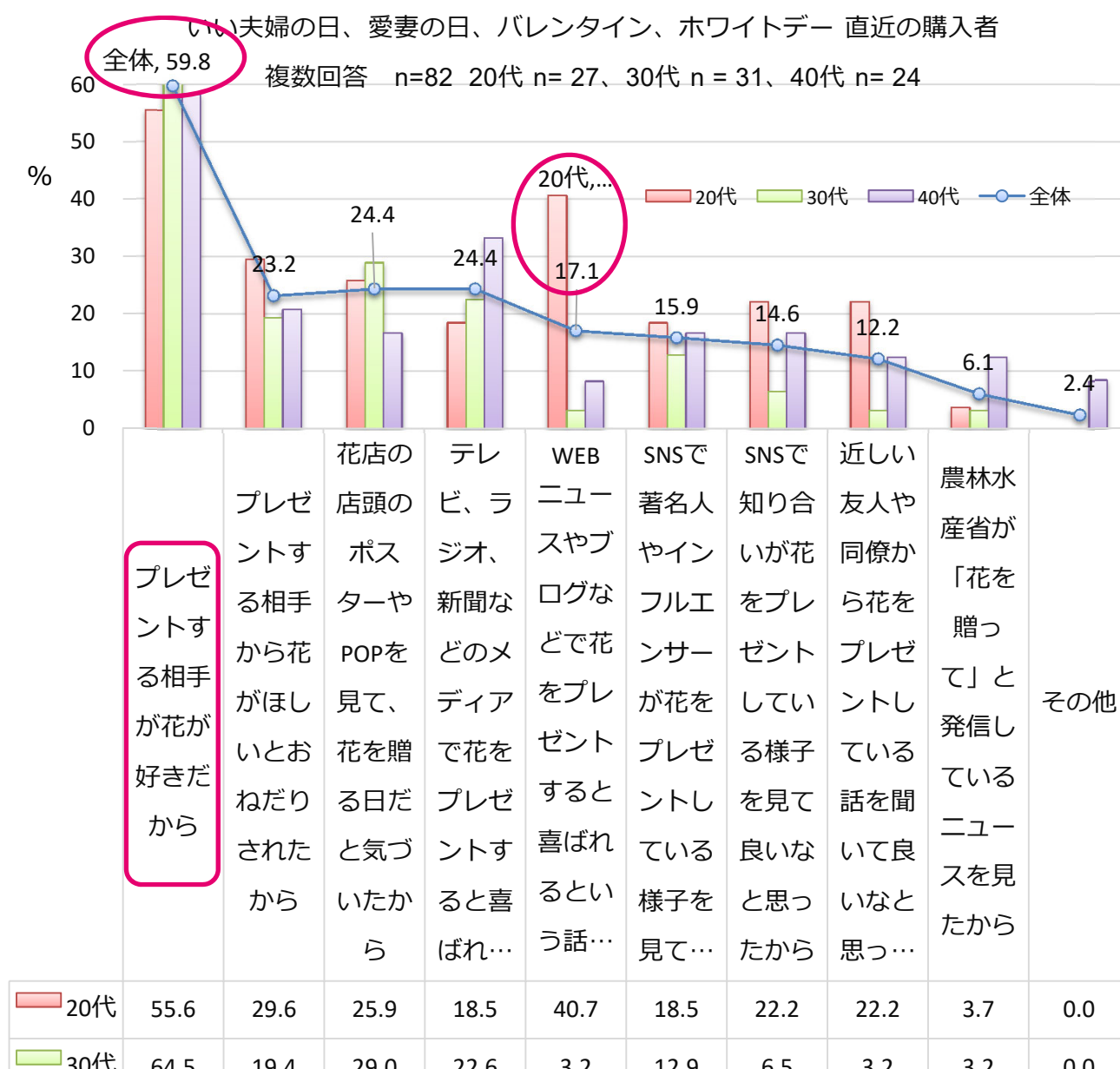
3. ギフトとしての花の位置づけ

プレゼントに花を選んだ理由

● プレゼントに花を選んだ理由 (Q12)

Q8で、昨年のいい夫婦の日、今年の愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーのいずれかに「花を贈った」とお答えの方に伺います。プレゼントに「花」を選んだ理由を教えてください。（今年の購入者 n= 84、複数回答）

プレゼントに花を選んだ理由 年齢別

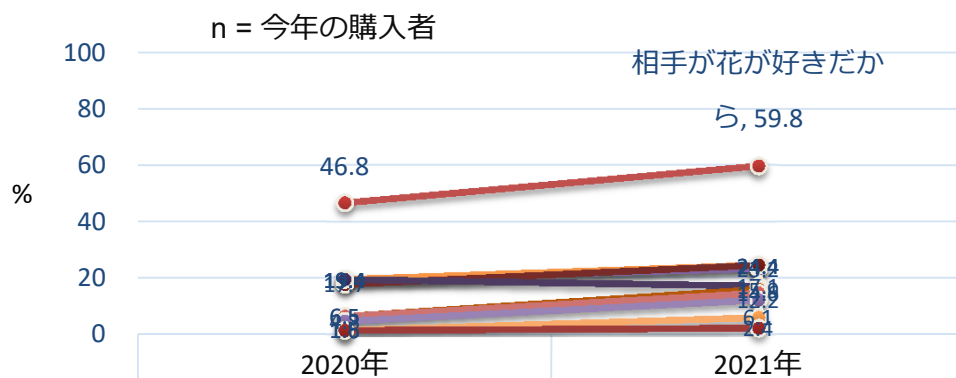


【解説】

花を贈った理由としては、「プレゼントする相手が花が好きだから」が全体に6割弱で突出。年齢別では、20代で、ウェブやブログで「花をプレゼントすると喜ばれるという話を読んだから」という回答が40.7%を占め、他世代との差が際立つ。

プレゼントに花を選んだ理由 推移

プレゼントに花を選んだ理由 推移



● 相手（相手）が花が好きだから

46.8

59.8

● 相手から花がほしいとねだられた

19.4

23.2

● 花店のポスターやPOPを見て

19.4

24.4

● テレビ、ラジオなどメディアで花は喜ばれると聞いて

17.7

24.4

● WEBやブログで花は喜ばれるという話を読んで

19.4

17.1

● SNSで著名人などが花をプレゼントしている様子を見て

6.5

15.9

● SNSで知り合いが花をプレゼントしている様子を見て

6.5

14.6

● 近しい友人や同僚から花をプレゼントしている話を聞いて

4.8

12.2

● 農水省が「花を贈って」と発信しているニュースを見て

1.6

6.1

● その他

1.6

2.4

倍増

【解説】

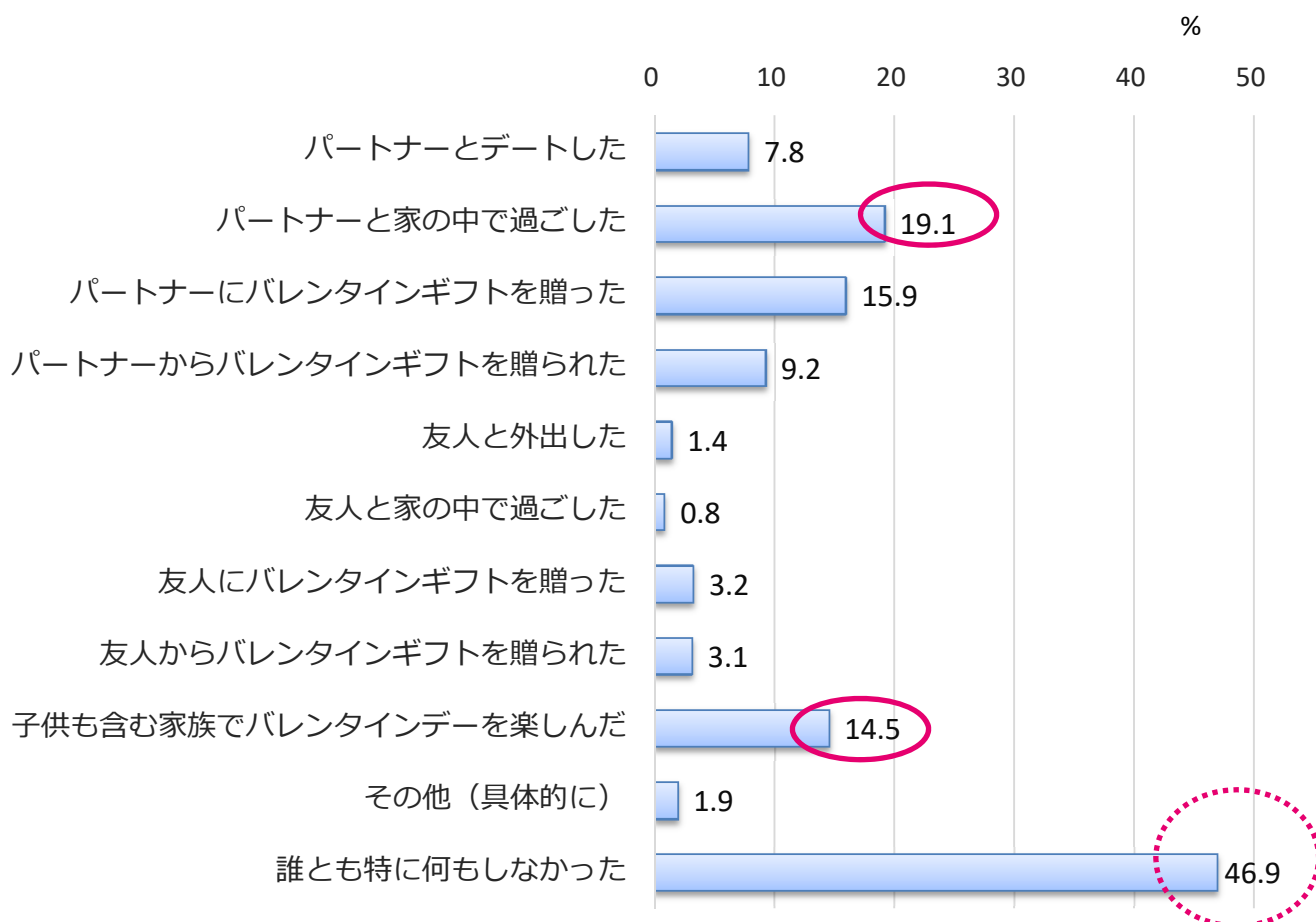
「相手（相手）が花が好きだから」は前年の46.8%から、59.8%へと伸びた。また、著名人や知り合い等が、花をプレゼントしている様子を見て、花を選んだという人の割合も増えた。農水省の花贈りメッセージも、1.6%から6.1%に上昇した。

今年のバレンタインデーの過ごし方

● バレンタインデーの過ごし方（Q5）（全員、n= 1036、複数回答）
今年のバレンタインデーはどのように過ごしましたか？

今年のバレンタインデーの過ごし方

複数回答 n=1036



注：パートナーは、ここでは、恋人、夫・妻を指す

【解説】

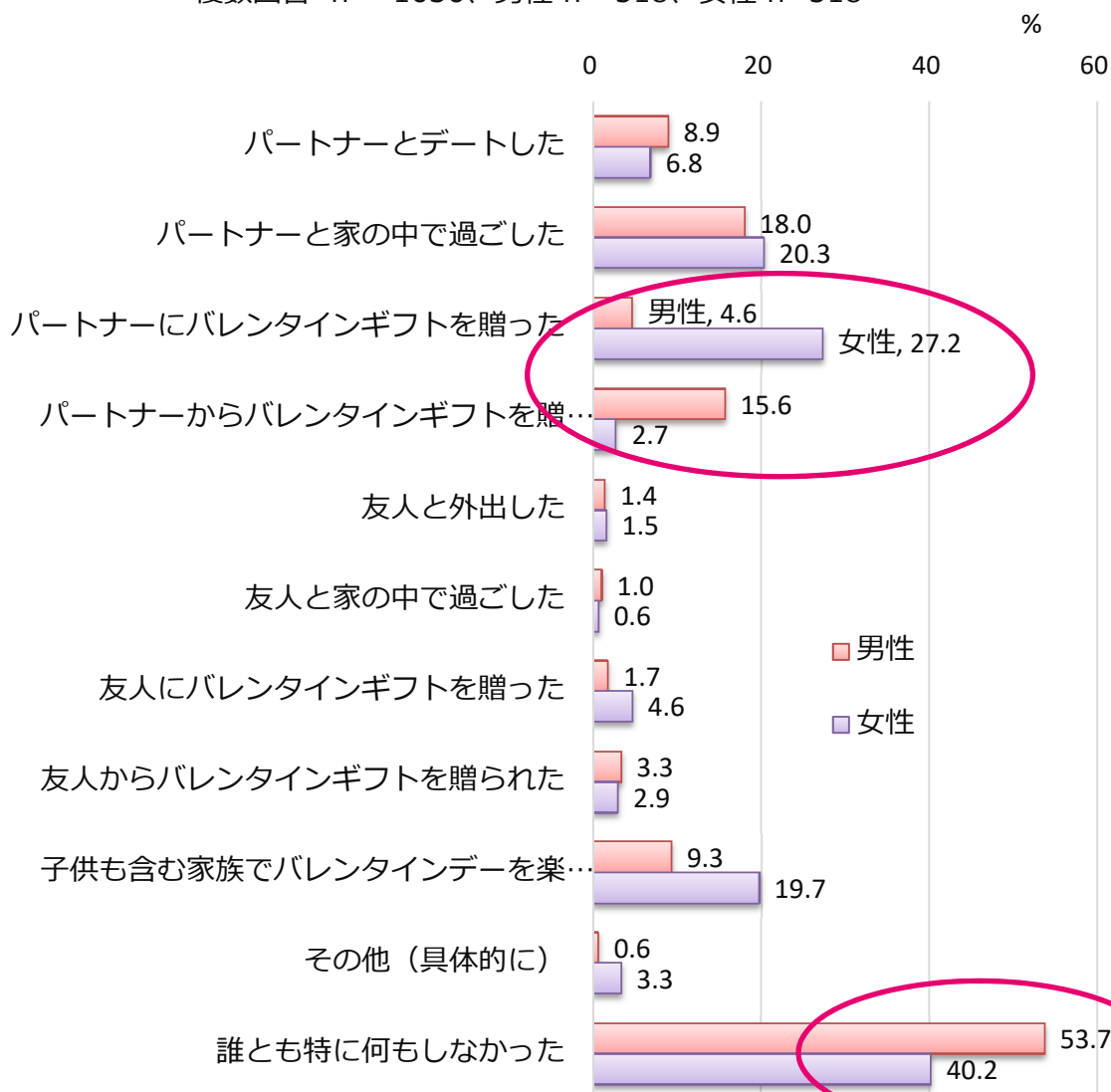
※2021年新設設問。

- コロナ禍、パートナーと家で過ごした人は2割弱。家族で楽しんだ人が14.5%と一定数。
- ギフトを贈った人は15.9%。
- 圧倒的に多いのは「誰とも何もしなかった」で、46.9%と半数に迫る。昨年度までのバレンタインデーにいくら遣ったか？の設問で「お金を遣っていない=バレンタイン不参加」が約半数存在したと状況が合致する。

今年のバレンタインデーの過ごし方 性別

今年のバレンタインデーの過ごし方 性別

複数回答 n = 1036、男性 n = 518、女性 n = 518



注：パートナーは、ここでは、恋人、夫・妻を指す

【解説】

- バレンタインのギフトを贈った女性は27.2%と、男性4.6%の5倍以上。女性では「家庭で楽しむ」が2割弱にのぼる。
- 「誰とも何もしなかった」でも男女差があり、女性40.2%に対し、男性では53.7%と過半数を超える。

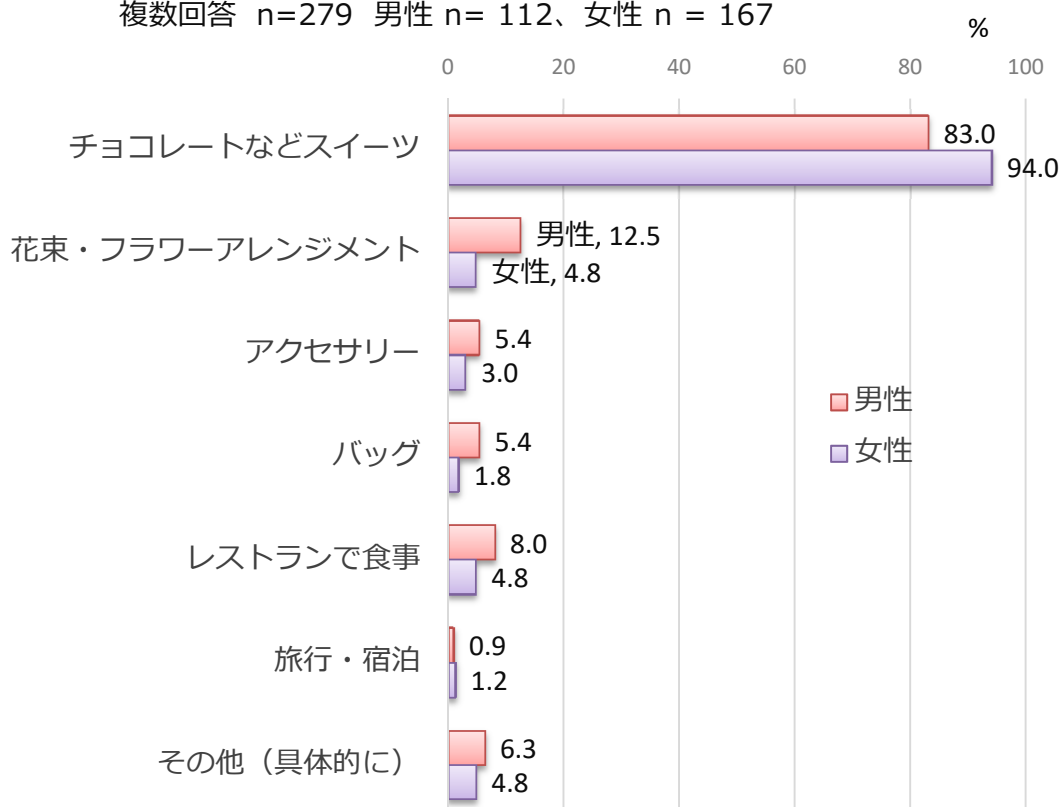
今年のバレンタインデーのギフト

● 今年のバレンタインデーのギフト（Q6）

今年のバレンタインデーに、どんなギフトをプレゼントしましたか？もしくはもらいましたか？（n=1036、複数回答）

今年のバレンタインデーに贈った／贈られたギフト 性別

複数回答 n=279 男性 n= 112、女性 n = 167



注：性別を問わず、何らかのギフトを贈った・贈られた人に質問

【解説】

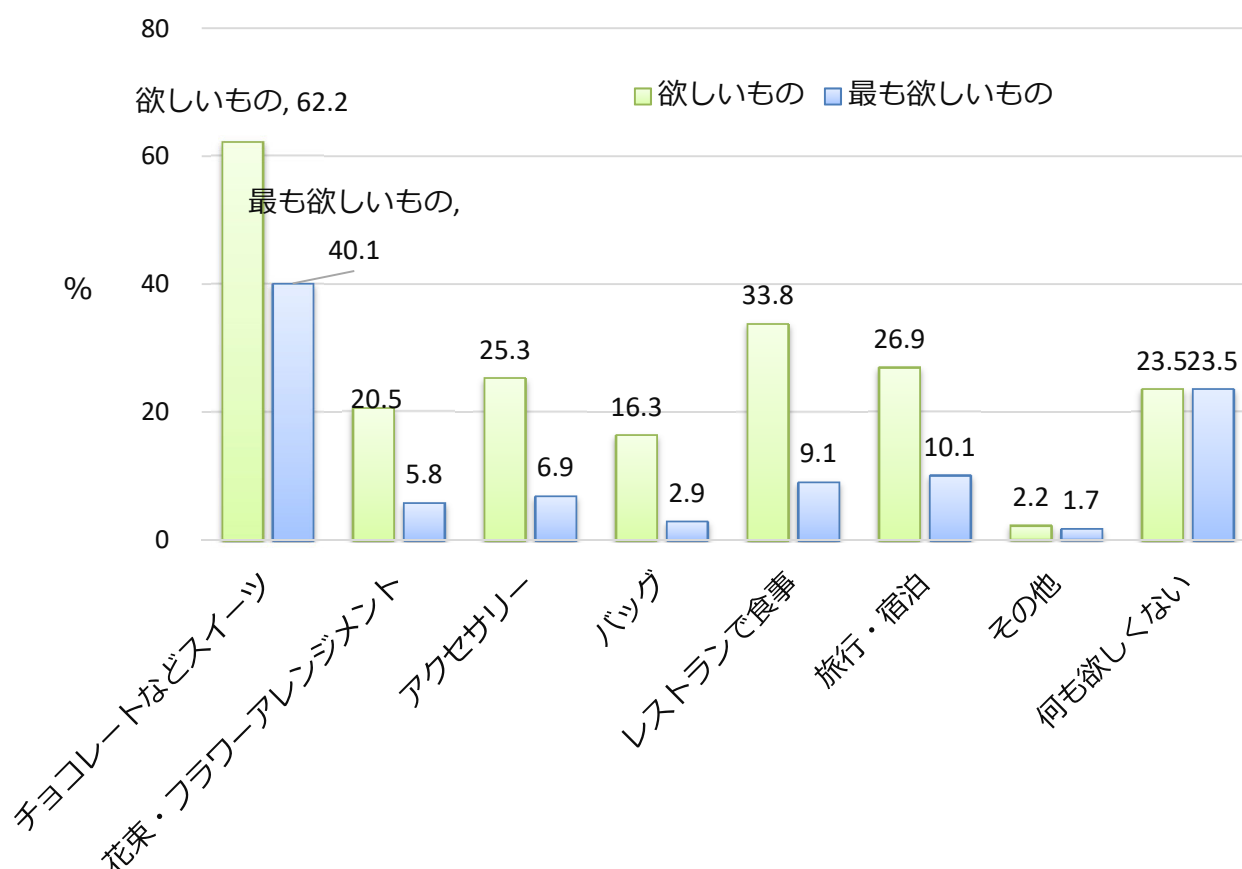
※2020年までは、女性全員に対して、今年「男性から」「もらった」ギフトについて尋ねていた。今回は回答者と質問内容が大幅に変更になっているため、時系列の比較はできない。また、本設問では「贈った」と「贈られた」を区別して集計することはできない。

- ギフトとしては、チョコレートなどスイーツが圧倒的。
- 贈った・贈られたギフトが花であった人は、回答対象者のうち、男性12.5%、女性4.8%。全員を分母にすると、男性2.7%、女性1.5%、全体で2.1%となる。「贈った」「贈られた」双方の場合を含むにもかかわらず、Q8のバレンタインの花購入率（4.1%）を下回ることになり、回答品質に疑問を残す結果となった。

来年のバレンタインデーにほしいギフト

- **来年のバレンタインデーにほしいギフト（Q7）**（全員、n= 1036）
来年のバレンタインデーに、何かギフトをもらえたら、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。

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）



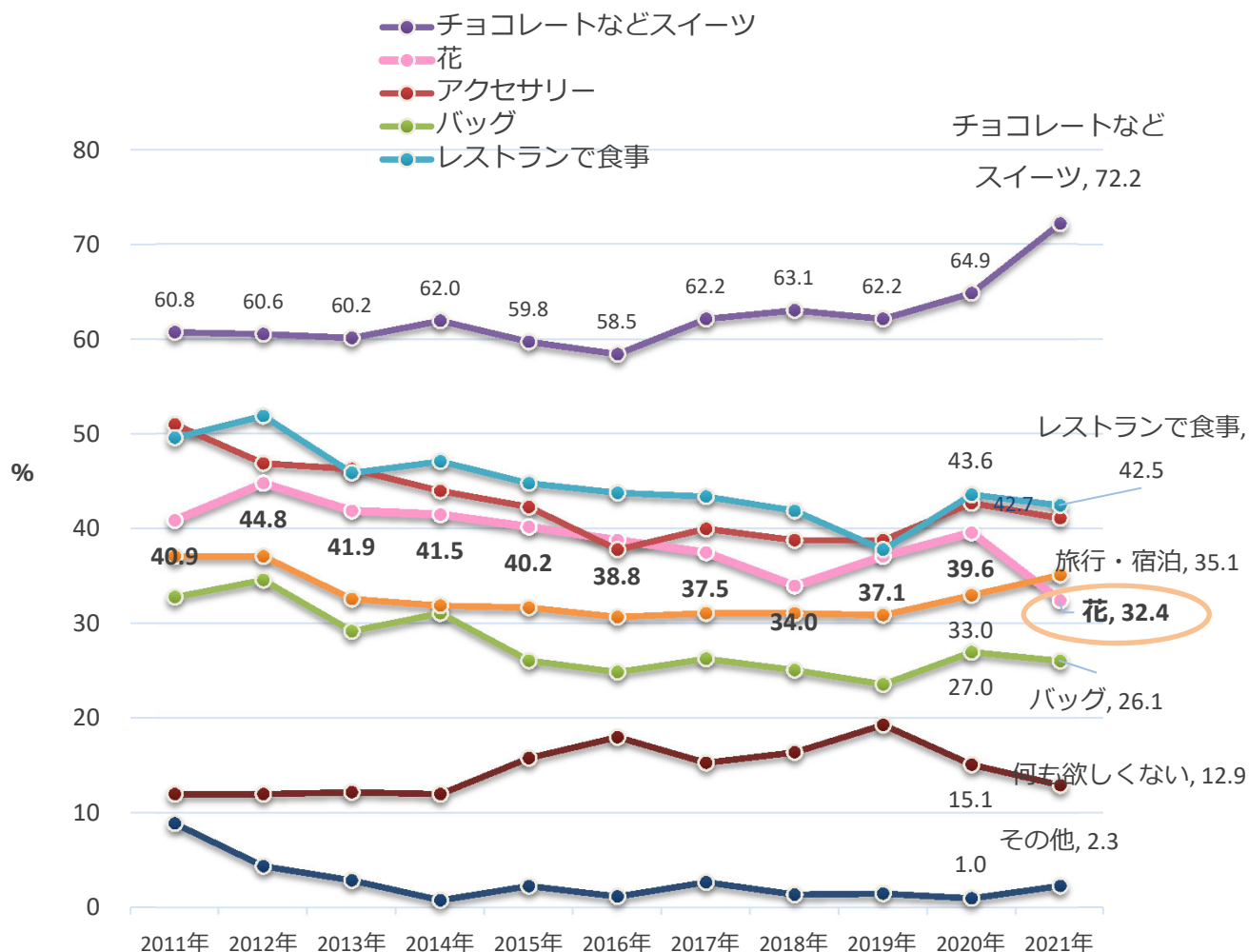
【解説】

※2021年は性別を問わず、全員に質問している。2020年までは、女性全員に対して、「来年のバレンタインに、男性からもらいたいギフト」について尋ねていた。

- 欲しいギフト（複数回答）として最も多いのはチョコレートなどスイーツで、62.2%。花束・フラワーアレンジメントは、20.5%で5番目。
- 最も欲しいギフト（単一回答）を絞ってもらうと、花を選ぶ人は5.8%。

来年のバレンタインデーに欲しいギフト 推移

複数回答 女性のみ n=518



注：2021年（n=1068（全員）、2020年以前はn=518（女性のみ）

2021年にジェンダーフリー化、それ以前は女性だけに、男性から何をもらいたいかを尋ねていた。2021年は性別を問わず、全員に質問している。ここでは、時系列比較のため女性のみ集計。

【解説】

※2021年にジェンダーフリー化で男女全員を対象とした。以前は女性だけに、「男性から何をもらいたいか」を尋ねていた。ここでは、時系列比較のため女性のみ集計。

●花が欲しいという回答は、最も高かった2012年（44.8%）以降、浮沈を経て、2021年は32.4%と、前年から7.5ポイントの減少となった。

4. FVキャッチコピーの評価、 花贈りや花言葉の受容

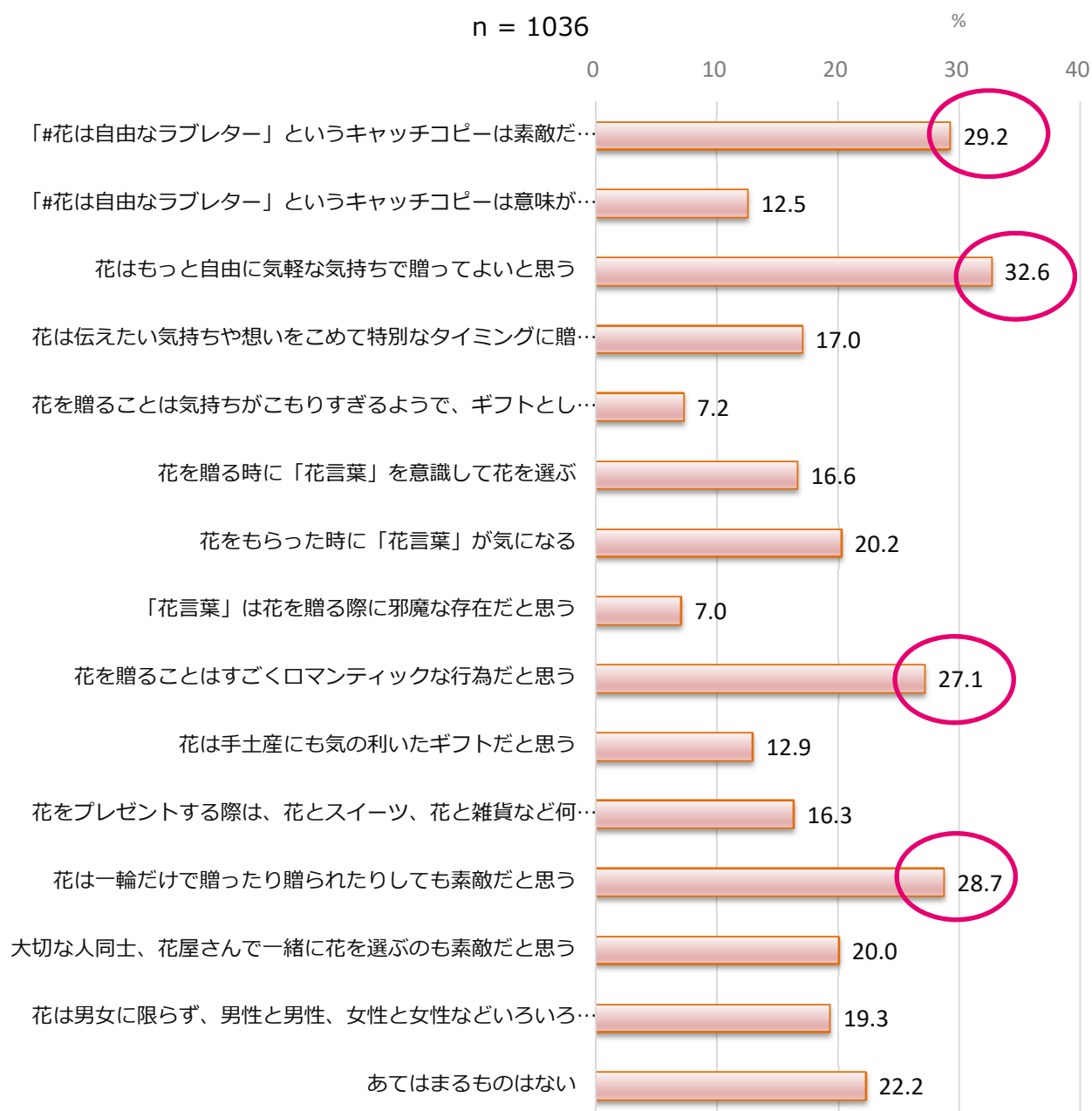
- FVキャッチコピーの評価
- 花贈りや花言葉の受容

4. FVキャッチコピーの評価、花贈りや花言葉の受容

● キャンペーンコピーの評価、花言葉の受け止め方（Q13）

以下の項目で、あなたが「共感できる」と思う項目を選んでください。
（全員、n = 1036、複数回答）

キャッチコピーの評価、花贈りの受け止め方



【解説】

※2021年新設設問。

- 2021年に新しく導入されたキャッチコピー「#花は自由なラブレター」については、**39.2%の人が共感を示している。「花はもっと自由に気軽な気持ちで贈ってよい」という考え方も、3割弱の支持を集めた。**

資料A 質問票・単純集計表

* 特に表示のない場合、上段が度数、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。 単一回答	全体	1	2
			知っていた	知らなかった
1	バレンタインデーとは、本来、大切な人同士が愛や感謝を伝えあう日である	1036 100.0	758 73.2	278 26.8
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、主に男性から女性に花を贈る習慣がある	1036 100.0	547 52.8	489 47.2
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 100.0	161 15.5	875 84.5
4	日本では最近、男性から女性にバレンタインギフトを贈ることを「逆バレンタイン」という	1036 100.0	498 48.1	538 51.9

Q2	「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） 単一回答		
		n	%
1	以前から知っている	102	9.8
2	今年初めて知った	236	22.8
3	知らない	698	67.4
	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	127	37.6
2	花店のPOPやチラシなど	58	17.2
3	フラワーバレンタインのホームページ	27	8.0
4	他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	38	11.2
5	花屋や花関係者のツイッター、インスタグラム、フェイスブックなどSNS投稿	36	10.7
6	フラワーバレンタイン公式ツイッター・公式フェイスブックの投稿	14	4.1
7	テレビ	100	29.6
8	新聞	19	5.6
9	雑誌	18	5.3
10	ラジオ	21	6.2
11	イベントや街頭キャンペーン	22	6.5
12	家族や友人・知人から口コミ	36	10.7
13	書籍やCD	7	2.1
14	商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど	8	2.4
15	最初から知っていた	6	1.8
16	その他（具体的に）【 】	18	5.3
	全体	338	100.0

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

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？ それぞれについてお答えください。 単一回答		全体	1	2
				見たこと がある	見たこと がない
1	ロゴ		1036	118 11.4	918 88.6
2	縦長ポスター		1036	57 5.5	979 94.5
3	3 LOVE STORIES ポスター		1036	58 5.6	978 94.4
4	フラワーバレンタイン 縦長 表・裏		1036	43 4.2	993 95.8
5	フラワーバレンタイン 横長		1036	54 5.2	982 94.8
6	フラワーバレンタイン 正方形 男女傘		1036	47 4.5	989 95.5
7	フラワーバレンタイン 正方形 男性同士		1036	46 4.4	990 95.6
8	フラワーバレンタイン 正方形 女性同士		1036	42 4.1	994 95.9
9	フラワーバレンタイン 正方形 男女		1036	37 3.6	999 96.4
10	愛妻の日 ポスター		1036	47 4.5	989 95.5
11	ホワイトデー ポスター		1036	48 4.6	988 95.4
12	オリジナル缶バッジ		1036	86 8.3	950 91.7
13	ポッキー・フォトコンテスト		1036	80 7.7	956 92.3
14	J-WAVE 花店店頭ステッカー		1036	61 5.9	975 94.1
15	J-WAVEポスター		1036	30 2.9	1006 97.1
16	花用スリーブ		1036	21 2.0	1015 98.0
17	花の国日本協議会ロゴ		1036	44 4.2	992 95.8

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

質問票・単純集計表

Q5	今年のバレンタインデーはどのように過ごしましたか？（複数回答） 複数回答	n	%
1	パートナー（恋人や夫・妻）とデートした	81	7.8
2	パートナー（恋人や夫・妻）と家の中で過ごした	198	19.1
3	パートナー（恋人や夫・妻）にバレンタインギフトを贈った	165	15.9
4	パートナー（恋人や夫・妻）からバレンタインギフトを贈られた	95	9.2
5	友人と外出した	15	1.4
6	友人と家の中で過ごした	8	0.8
7	友人にバレンタインギフトを贈った	33	3.2
8	友人からバレンタインギフトを贈られた	32	3.1
9	子供も含む家族でバレンタインデーを楽しんだ	150	14.5
10	その他（具体的に）【 】	20	1.9
11	誰とも特に何もしなかった	486	46.9
	全体	1036	100.0

Q6	今年のバレンタインデーに、どんなギフトをプレゼントしましたか？もしくはもらいましたか？（複数回答） 複数回答	n	%
1	チョコレートなどスイーツ	250	89.6
2	花束・フラワーアレンジメント	22	7.9
3	アクセサリー	11	3.9
4	バッグ	9	3.2
5	レストランで食事	17	6.1
6	旅行・宿泊	3	1.1
7	その他（具体的に）【 】	15	5.4
	全体	279	100.0

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

質問票・単純集計表

Q7	来年のバレンタインデーに、何かギフトをもらえたら、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。	全体	1	2	3	4	5	6	7	8
			チョコレートなどスイーツ	花束・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
			単一回答、複数回答							
1	欲しいもの（いくつでも）	1036 100.0	644 62.2	212 20.5	262 25.3	169 16.3	350 33.8	279 26.9	23 2.2	243 23.5
2	最も欲しいもの（一つだけ）	1036 100.0	415 40.1	60 5.8	71 6.9	30 2.9	94 9.1	105 10.1	18 1.7	243 23.5

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

質問票・単純集計表

Q8	いい夫婦の日（11/22）、愛妻の日（1/31）、バレンタインデー、ホワイトデー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。 ※表示された項目についてお答えください。 単一回答	全体	1	2
			あてはまる	あてはまらない
1	過去のいい夫婦の日（11/22）に花を贈った	514 100.0	51 9.9	463 90.1
2	去年のいい夫婦の日に花を贈った	514 100.0	32 6.2	482 93.8
3	来年のいい夫婦の日に花を贈りたい	514 100.0	94 18.3	420 81.7
4	過去の愛妻の日（1/31）に花を贈った	514 100.0	18 3.5	496 96.5
5	今年の愛妻の日に花を贈った	514 100.0	27 5.3	487 94.7
6	来年の愛妻の日に花を贈りたい	514 100.0	42 8.2	472 91.8
7	過去にバレンタインデーに花を贈った	1036 100.0	73 7.0	963 93.0
8	今年のバレンタインデーに花を贈った	1036 100.0	42 4.1	994 95.9
9	来年のバレンタインデーに花を贈りたい	1036 100.0	106 10.2	930 89.8
10	花を贈るなら、バレンタインデーのお返しとして、ホワイトデーに贈りたい	1036 100.0	183 17.7	853 82.3
11	過去のホワイトデーに花を贈った	1036 100.0	83 8.0	953 92.0
12	今年のホワイトデーに花を贈った	1036 100.0	43 4.2	993 95.8
13	来年のホワイトデーに花を贈りたい	1036 100.0	131 12.6	905 87.4

注：1-6は男女とも既婚者、7-13は男女全員に質問。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

質問票・単純集計表

Q9	いい夫婦の日（11/22）、愛妻の日（1/31）、バレンタインデー、ホワイトデーに花をもらうことについて、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。 ※表示された項目についてお答えください。 単一回答	全体	1	2
			あてはまる	あてはまらない
1	過去のいい夫婦の日（11/22）に花をもらった	514 100.0	47 9.1	467 90.9
2	去年のいい夫婦の日に花をもらった	514 100.0	27 5.3	487 94.7
3	来年のいい夫婦の日に花をもらいたい	514 100.0	72 14.0	442 86.0
4	過去の愛妻の日（1/31）に花をもらった	514 100.0	26 5.1	488 94.9
5	今年の愛妻の日に花をもらった	514 100.0	25 4.9	489 95.1
6	来年の愛妻の日に花をもらいたい	514 100.0	54 10.5	460 89.5
7	過去にバレンタインデーに花をもらった	1036 100.0	76 7.3	960 92.7
8	今年のバレンタインデーに花をもらった	1036 100.0	40 3.9	996 96.1
9	来年のバレンタインデーに花をもらいたい	1036 100.0	112 10.8	924 89.2
10	花をもらうなら、バレンタインデーのお返しとして、ホワイトデーにもらいたい	1036 100.0	147 14.2	889 85.8
11	過去のホワイトデーに花をもらった	1036 100.0	62 6.0	974 94.0
12	今年のホワイトデーに花をもらった	1036 100.0	44 4.2	992 95.8
13	来年のホワイトデーに花をもらいたい	1036 100.0	128 12.4	908 87.6

注：1-6は男女とも既婚者、7-13は男女全員に質問。

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

質問票・単純集計表

Q10	Q8で昨年のいい夫婦の日（11/22）、今年の愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーのいずれかに「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	54	65.9
2	通販・宅配（電話や店頭注文）	21	25.6
3	インターネット通販サイト	22	26.8
4	量販店（スーパー、ホームセンター）	11	13.4
5	雑貨店やカフェなどに併設されている花コーナー	2	2.4
6	その他（具体的に）	1	1.2
	全体	82	100.0

Q11	Q10で、昨年のいい夫婦の日、今年の愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーのいずれかで贈った花を購入した場所を「1.花店」とお答えの方に伺います。 花店はどちらの花店をご利用になりましたか？（いくつでも） 複数回答	n	%
1	勤め先や学校近くの商店街など路面にある花店	25	46.3
2	自宅近くの商店街など路面にある花店	26	48.1
3	自宅の最寄り駅の駅ナカや駅ビル内、駅前の花店	17	31.5
4	通勤・通学途中のターミナル駅にある、駅ナカや駅ビル内の花店	9	16.7
5	日頃主に食品や日用品を購入しているスーパーマーケット内の花売り場	5	9.3
6	郊外型の大型ショッピングセンター内の花店、もしくはショッピングセンター内のスーパーの花売り場	9	16.7
7	その他（具体的に）【 】	1	1.9
		54	100.0

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

質問票・単純集計表

Q12	Q7で、今年の愛妻の日、バレンタインデー、ホワイトデーのいずれかに「花を贈った」とお答えの方に伺います。プレゼントに「花」を選んだ理由を教えてください。（複数回答）	n	%
	複数回答		
1	プレゼントする相手が花が好きだから	49	59.8
2	プレゼントする相手から花がほしいとおねだりされたから	19	23.2
3	花店の店頭のポスターやPOPを見て、花を贈る日だと気づいたから	20	24.4
4	テレビ、ラジオ、新聞などのメディアで花をプレゼントすると喜ばれるという話を聞いたから	20	24.4
5	WEBニュースやブログなどで花をプレゼントすると喜ばれるという話を読んだから	14	17.1
6	SNSで著名人やインフルエンサーが花をプレゼントしている様子を見て良いなと思ったから	13	15.9
7	SNSで知り合いが花をプレゼントしている様子を見て良いなと思ったから	12	14.6
8	近しい友人や同僚から花をプレゼントしている話を聞いて良いなと思ったから	10	12.2
9	農林水産省が「花を贈って」と発信しているニュースを見たから	5	6.1
10	その他(具体的に)【 】	2	2.4
	全体	82	100.0

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

2.14
FLOWER
VALENTINE

質問票・単純集計表

Q13	以下の項目で、あなたが「共感できる」と思う項目を選んでください。（複数回答）	n	%
	複数回答		
1	「#花は自由なラブレター」というキャッチコピーは素敵だと思う。	302	29.2
2	「#花は自由なラブレター」というキャッチコピーは意味がよくわからない。	129	12.5
3	花はもっと自由に気軽な気持ちで贈ってよいと思う。	338	32.6
4	花は伝えたい気持ちや想いをこめて特別なタイミングに贈るものだと思う。	176	17.0
5	花を贈ることは気持ちがこもりすぎるようで、ギフトとして少し“重たく”感じる	75	7.2
6	花を贈る時に「花言葉」を意識して花を選ぶ。	172	16.6
7	花をもらった時に「花言葉」が気になる。	209	20.2
8	「花言葉」は花を贈る際に邪魔な存在だと思う。	73	7.0
9	花を贈ることはすごくロマンティックな行為だと思う。	281	27.1
10	花は手土産にも気の利いたギフトだと思う。	134	12.9
11	花をプレゼントする際は、花とスイーツ、花と雑貨など何かとあわせて贈りたい。	169	16.3
12	花は一輪だけで贈ったり贈られたりしても素敵だと思う。	297	28.7
13	大切な人同士、花屋さんで一緒に花を選ぶのも素敵だと思う。	207	20.0
14	花は男女に限らず、男性と男性、女性と女性などいろいろな形の愛を応援するものである。	200	19.3
15	あてはまるものはない。	230	22.2
	全体	1036	100.0

資料B 回答者フェース項目

性別 単一回答	N	%
1 男性	518	50.0
2 女性	518	50.0
全体	1036	100.0

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	130	12.5
4 25才～29才	214	20.7
5 30才～34才	170	16.4
6 35才～39才	178	17.2
7 40才～44才	161	15.5
8 45才～49才	183	17.7
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	27	2.6
2 東北地方	36	3.5
3 関東地方	553	53.4
4 中部地方	137	13.2
5 近畿地方	153	14.8
6 中国地方	46	4.4
7 四国地方	21	2.0
8 九州地方	63	6.1
全体	1036	100.0

都道府県 単一回答	n	%
1 北海道	27	2.6
2 青森県	5	0.5
3 岩手県	5	0.5
4 宮城県	7	0.7
5 秋田県	3	0.3
6 山形県	6	0.6
7 福島県	10	1.0
8 茨城県	15	1.4
9 栃木県	10	1.0
10 群馬県	10	1.0
11 埼玉県	102	9.8
12 千葉県	64	6.2
13 東京都	218	21.0
14 神奈川県	134	12.9
15 新潟県	19	1.8
16 富山県	6	0.6
17 石川県	5	0.5
18 福井県	2	0.2
19 山梨県	3	0.3
20 長野県	11	1.1
21 岐阜県	9	0.9
22 静岡県	15	1.4
23 愛知県	58	5.6
24 三重県	9	0.9
25 滋賀県	11	1.1
26 京都府	24	2.3
27 大阪府	65	6.3
28 兵庫県	38	3.7
29 奈良県	10	1.0
30 和歌山県	5	0.5
31 鳥取県	6	0.6
32 島根県	5	0.5
33 岡山県	11	1.1
34 広島県	15	1.4
35 山口県	9	0.9
36 徳島県	3	0.3
37 香川県	7	0.7
38 愛媛県	6	0.6
39 高知県	5	0.5
40 福岡県	24	2.3
41 佐賀県	4	0.4
42 長崎県	3	0.3
43 熊本県	5	0.5
44 大分県	6	0.6
45 宮崎県	5	0.5
46 鹿児島県	7	0.7
47 沖縄県	9	0.9
全体	1036	100.0

【プロモーション効果検証】第11回FV消費者調査結果

回答者フェース項目

	未婚 単一回答	N	%
1	未婚	522	50.4
2	既婚	514	49.6
	全体	1036	100.0

	子供の有無 単一回答	n	%
1	子供なし	639	61.7
2	子供あり	397	38.3
	全体	1036	100.0

	職業 単一回答	n	%
1	公務員	36	3.5
2	経営者・役員	11	1.1
3	会社員(事務系)	180	17.4
4	会社員(技術系)	161	15.5
5	会社員(その他)	176	17.0
6	自営業	24	2.3
7	自由業	14	1.4
8	専業主婦(主夫)	140	13.5
9	パート・アルバイト	140	13.5
10	学生	65	6.3
11	その他	26	2.5
12	無職	63	6.1
	全体	1036	100.0

	学生種別 単一回答	n	%
1	小学生	0	0.0
2	中学生	0	0.0
3	高校生・高専生	0	0.0
4	専門学校生	5	7.7
5	短大生	0	0.0
6	大学生	51	78.5
7	大学院生	7	10.8
8	その他学生	2	3.1
	全体	65	100.0