

別冊

花き業界統一キャンペーン 第6回 「フラワーバレンタイン2016」 活動報告書

期間：2015年7月—2016年6月



2016年11月
一般社団法人 花の国日本協議会
ワーキンググループ

11. 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6回FV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3回花と恋愛の相関図】
全国男女1,000人花贈り意識調査結果

■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： 2016年2月11日（木）～14日（日） の4日間

調査協力店舗： 54店舗（全国）

調査方法： 統一フォーマットへの記入方式

- 店舗基礎情報（立地環境）
- 4日間の男女人数レジ調査
- 男性客の動向
- 店舗の演出状況
- お客様の様子

Be
flower
Be
mine ♡

Flower Valentine 2016

花の国日本協議会
Flowering Joint Council

店舗調査にご協力ください

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变化や、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】

貴店の基礎情報

●店名： _____ ●店長様お名前 _____

●住所： _____ ●電話番号 _____

●最寄り駅： _____ 線 _____ 駅

●立地： 駅ナカ・駅ビルテナント・駅前・商業施設テナント・路面店・その他(_____)

●店舗面積： およそ _____ 坪 (_____ m²)

●スタッフ人数(通常時の人数)： _____ 人

●オンラインショップ： 有 ・ 無

2月13日(土) 今日天気

正の字でバレンタイン商品に關係なく、購入されたお客様の数を入力願います。

●売上前年比 % _____

●男性客がいつもより...
多い感じ 変わらない感じ 少ない感じ

年代性別	男性	女性
19才以下		
20代		
30~40代		
50代以上		

3/5

2月14日(日) 今日天気

正の字でバレンタイン商品に關係なく、購入されたお客様の数を入力願います。

●売上前年比 % _____

●男性客がいつもより...
多い感じ 変わらない感じ 少ない感じ

年代性別	男性	女性
19才以下		
20代		
30~40代		
50代以上		

3/5

2月11日(木) 今日天気

正の字でバレンタイン商品に關係なく、購入されたお客様の数を入力願います。

●売上前年比 % _____

●男性客がいつもより...
多い感じ 変わらない感じ 少ない感じ

年代性別	男性	女性
19才以下		
20代		
30~40代		
50代以上		

2/5

2月12日(金) 今日天気

正の字でバレンタイン商品に關係なく、購入されたお客様の数を入力願います。

●売上前年比 % _____

●男性客がいつもより...
多い感じ 変わらない感じ 少ない感じ

年代性別	男性	女性
19才以下		
20代		
30~40代		
50代以上		

2/5

【総括をお願いいたします】

- ① 今年のバレンタインの売場の準備は、何月何日ぐらいからスタートしましたか？
- ② 今年のバレンタイン、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、具体的に数字があれば、教えてください。
- 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、ラジオく-J-WAVE他)、ホームページ、ポスター...などが分かった場合は、教えてください。
- ④ 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。数量するものに○をつけてください。
●バレンタイン用が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。
アレンジメント 花束 ミニブーケ フリザーブドフラワー 録物 () ()
- この期間に売れた商品の価格帯は？ 1000円 3000円 5000円 ()
- バレンタイン期間、お客様のご利用の多い年代を教えてください。
19才以下男性 20代 男性 30~40代 男性 50代以上 男性
19才以下女性 20代 女性 30~40代 女性 50代以上 女性

4/5

- ⑤ 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、どんな風にご利用しましたか？ 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ください。
- ⑥ 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？
(バールン、ピック、スーブ、缶バッチ、ウインドブレーカー、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ください。
- ⑦ 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、というご希望がある方は教えてください。
- ⑧ 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。

5/5

ご協力ありがとうございました。

■ 協力55店舗基礎情報

都道府県	店舗数(店舗)
北海道	2
福島県	1
宮城県	4
新潟県	1
福井県	1
埼玉県	3
長野県	2
東京都	16
神奈川県	8
千葉県	5
静岡県	1
大阪府	1
兵庫県	1
奈良県	2
広島県	5
福岡県	1
大分県	1
合計	55

立地	店舗数(店舗)
駅ナカ	2
駅ビルテナント	9
駅前	3
商業施設テナント	34
路面店	7
その他	0
合計	55

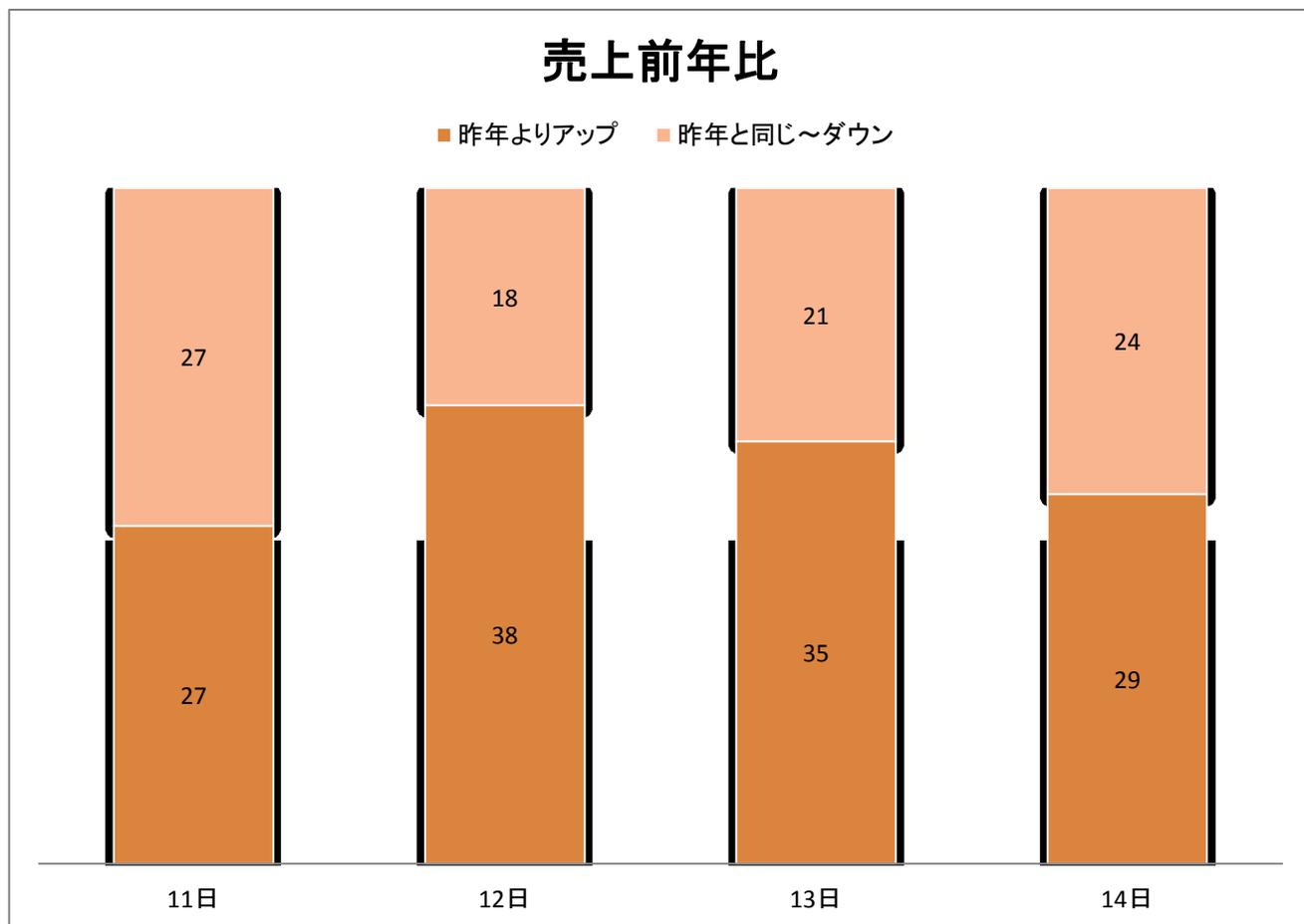
オンラインショップ	店舗数(店舗)
有	37
無	18
合計	55

スタッフ人数	店舗数(店舗)
1人	0
2人	17
3人	19
4人	5
5人	0
6人	2
7人	0
8人	1
9人	0
10人	1
10人以上	0
無回答	10
合計	55

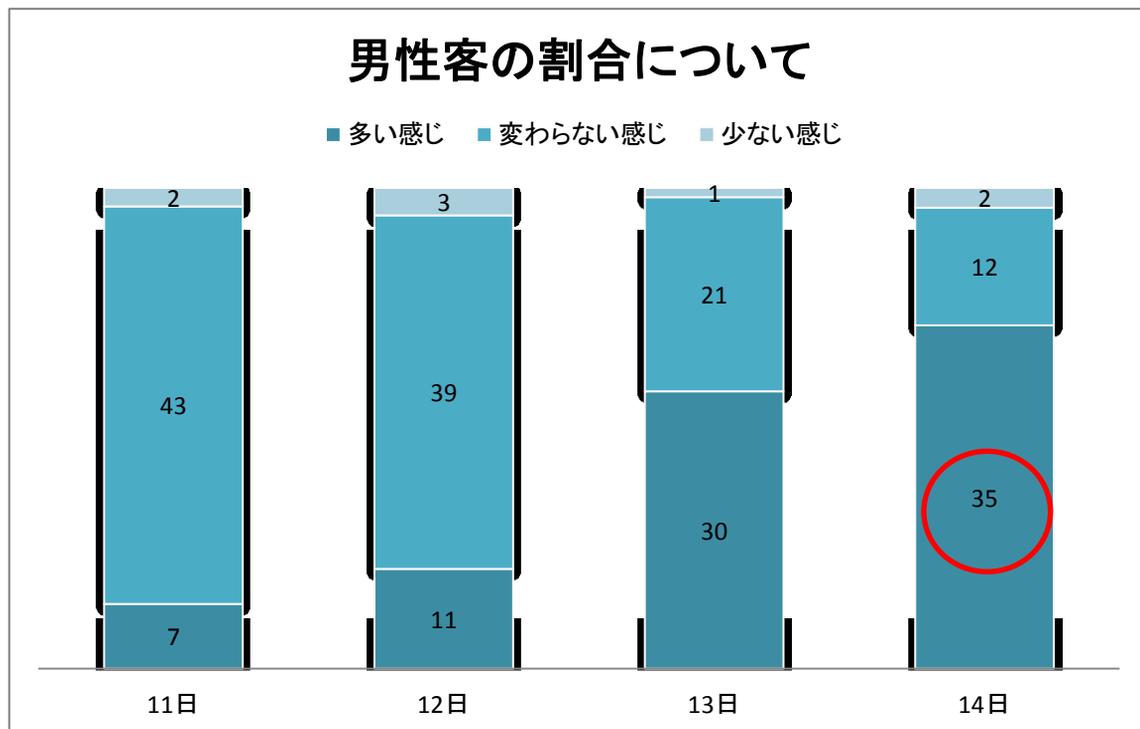
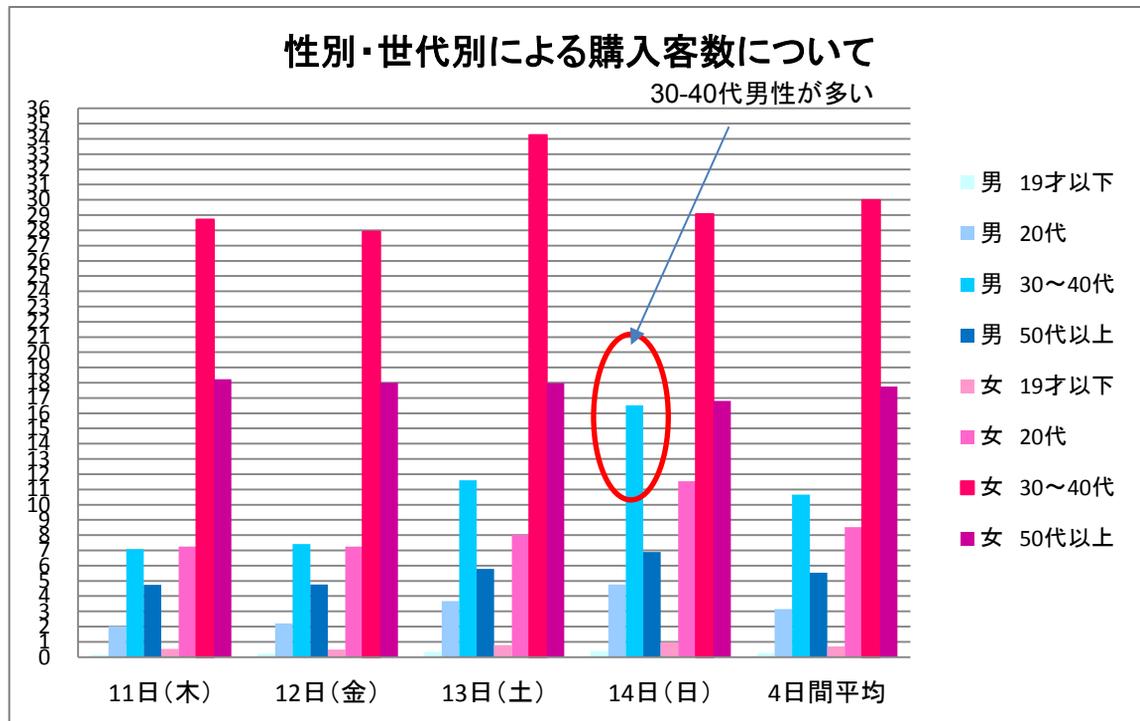
回答店舗数 : 46舗

※数値の情報提供があった店舗のみ(新規店舗含む)

	11日	12日	13日	14日	5日間平均
売上前年比	98%	114%	106%	100%	105%



【売上調査】



①今年のバレンタインの売場の準備は、何月何日ぐらいからスタートしましたか？

- 1月上中旬から・・・18店舗 ● 1月下旬から・・・13店舗 ● 2月上旬から・・・7店舗

②今年のバレンタイン、例年に比べ男性のお客が増えた実感はありますか？

- 増えた・・・29店舗 ● ほとんどない・・・14店舗 ● 減った・・・1店舗

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（TV、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。

- 知っているお客様がいた・・・38店舗
- 知っているお客様はいない・分からない・・・8店舗

【認知経路（複数回答）】

- 店頭のポスターなど（のぼり、チラシ、黒板、POP）・・・7件
- テレビ・・・3件 ラジオ・・・5件
- インターネット・・・3件
- 認知経路不明・・・3件

④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？

また、それをご購入されたお客様は、主にどんな方たち（年代・職業）でしたか？

【男性】

- ・花束 FV多肉植物 3000円 50代 （広島県・商業施設テナント）
- ・花束・ボックスフラワー・マジカルブーケ 3000円 30-40代
（新潟県・路面店）
- ・カーネーションブーケ 3000円 30-40代男性（長野県・商業施設テナント）
- ・プリザーブドフラワー1000円、3000円 20代～40代
（奈良県・商業施設テナント）
- ・プリザーブドフラワー 30-40代（福島県・商業施設テナント）
- ・花束 1000円、3000円 20代～40代（東京都・商業施設テナント）
- ・バラ一本束 600円 20-40代 （東京都・商業施設テナント）
- ・アレンジ・ミニブーケ・鉢物 1000-2000円 20-40代
（福岡県・商業施設テナント）
- ・限定プリザ・ブーケ2000円 30-50代（神奈川県・スーパーマーケット）
- ・アレンジ・花束 1000-3000円 20-40代（北海道・商業施設テナント）

【女性】

- ・花束 3000円 50代 （東京都・商業施設テナント）
- ・ミニブーケ2000円 30-40代（埼玉県・商業施設テナント）
- ・鉢物サボテン2000円 50代 （東京都・商業施設テナント）

⑤今回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ホームページ内のFVサポーターページのダウンロードツール（POP、チラシ・・・など）は、どんな風に活用しましたか？また、来年に向けて、ツールの要望がございましたら教えてください。

- ・会計時に配布
- ・壁にぎっしり貼り付けたりお客様に配布
- ・バレンタインクーポンにつけてチラシをお客様へ配布
- ・店の入り口にたくさんはったり、チラシをフリーペーパーと一緒に配りました
- ・店頭で貼ってアピール・店頭で配布。ポスターの効果はあるので来年も欲しいです
- ・モールのHPに掲載してもらいました。レジ前や店頭で設置しました
- ・POPは店内に貼る。チラシはお客様に配る。バラを1本入れるBOXがあるといい
- ・スリーブに入れた1本巻とチラシとしてお買い上げいただいたお客様へ配布。1月下旬くらいから
- ・♥タグがあるといいかと思えます。
- ・チラシは配る以外、FVコーナーに敷き詰めた
- ・切り花をお買い上げいただいたお客様に花持ち剤をチラシに貼りフラワーバレンタインの紹介をしました

⑥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ください。

- ・車用マグネットは各車に。女性スタッフは缶バッジを1月末から付けました
- ・バルーン、ピック、ウィンドブレーカー、本、愛妻証宣言、マグネット。スタッフ全員でピンクジャンパー着用
- ・缶バッジつけましたがお客様にかわいいねと言われました。FVオリジナルメッセージカードがあるといいと思いました
- ・専用POPがあると嬉しい
男性は花束が見えない方がいいので紙袋があればいいと思います
- ・ピンクジャンパー着用し好評。缶バッジはワイヤーを付けて鉢につけた
- ・缶バッジがもっとあればデベロッパの方にも協力していただけたらと思った

⑦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、というご希望がある方は教えてください。

- ・まだまだフラワーバレンタインをご存知でない方も多いのでもっともっとフラワーバレンタインを広めていきたいです。花屋が勝手に押し出しているのではなく世界ではスタンダード何度という事をアピールしようと思います。
- ・毎年取り組みたい。男性は増えていると思う花を贈ることへの抵抗があるので買いやすい商品を提案したい
- ・赤バラをもっと入荷させればよかった。完売後も多くのお客様に聞かれた
- ・「男性が女性に花をプレゼントする日これが本当のバレンタイン」とはっきり告知することが大切と思いました。
- ・来年はミニブーケだけでなく1本束も準備する。購入しやすい売り場をつくる
- ・商圈がオフィス街の様な場所なので14日が日曜日なのは客足が伸びないのが現状。今年かなり多かった'プロポーズ'というアプローチをしようと思います。
- ・バレンタイン用ギフト早期予約に特典を付けるものいいと思いました。

● 調査概要

マクロミル ネットモニター調査
2016年3月7日(月)～8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

● 調査目的

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

● 調査内容

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

① 認知度、認知経路

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

② 購入率、購入意向、購入経路

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

③ ギフトとしての花の位置づけ

バレンタインギフト全体の中での花の選好度

④ 花の選好

バレンタインギフトとして好まれる花の選好度

⑤ バレンタインの支出とその内容（新規項目）

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

資料A 質問票・単純集計表

資料B 回答者フェース項目

● 補足：バレンタインデーの曜日と気候

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。

調査結果（要旨）

1. バレンタインデーおよび「フラワーバレンタイン」の認知率、認知経路、画像認知

バレンタインデーの意味として「男女がお互いの愛を誓い合う日」であることを知っている人は49.0%で、前年比4.4%減少した。「バレンタインデーには、世界各国で、男性から女性に花を贈る習慣がある」ことを知っている人は56.6%で、前年比2.3%のマイナスだった。

「フラワーバレンタイン」の認知率は16.2%と、2015年の17.8%から、1.6%の減少に転じた。しかし、キャンペーンの主なターゲットである男性の認知率は19.9%（2015年18.1%）と過去最高になった。女性では12.5%（同17.4%）と、5%近く下がった。年齢層別では、30～40代の認知率が14%台にとどまっているのに対し、20代が19.2%（同20.6%）と、前年同様、最も高かった。

「フラワーバレンタイン」の認知経路（認知者中の比率）は、テレビが44.0%で、2015年同様、トップである。次いで、店頭ポスターからの認知が39.3%、花店のPOPやチラシ25.0%となり、花店の店頭でのアピールが健闘している。画像認知率では、最も認知率が高いのは縦長ポスターで、6.5%（2015年6.6%）だった。

2. 購入率、購入意向、購入経路

今年のバレンタインデーに花を贈ったのは、全男性回答者518名中23名4.4%（2015年2.9%）と、1.5%増加した。特に20代の男性では、「今年贈った」人は15名8.7%と、30代（1.7%）、40代（2.9%）に比べ花を贈ることに前向きである。

今年のバレンタインデーに花を贈った男性（23名）は、全員（100%）、「フラワーバレンタイン」を知っていた（今年贈らなかった人（495名）の認知率は16.2%）。

過去に贈ったことのある人は、54名10.4%（同7.7%）と2.7%増えた。

購入意向（「来年のバレンタインに贈りたい」）は80名15.4%（同13.5%）で、前年比1.9%増加した。購入経験率（過去および／または今年贈った）は57名11.0%（同8.1%）で、2.9%増加した。

今年初めて花をプレゼントした人（新規購入率）は、3名0.6%（同0.4%）だった。

リピート率（過去も今年も贈った）は20名3.9%で、1.4%の増加となった。

購入経路は花店が82.6%（2015年 80.0%）、通販・宅配、インターネットが共に26.1%だった。

3. ギフトとしての花の位置づけ

今年のバレンタインにもらったギフトで、最も多いのはスイーツで6.8%、花は3番目で1.9%である。

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58.5%で、例年通り最も多かった。花が欲しいと答えた女性は、「レストランで食事」43.8%に次いで3番目で、38.8%だった。「最も欲しいギフト」としては、スイーツ25.9%に次いで、花は15.3%を占めた。

4. 花の選好

バレンタインにもらいたい（贈りたい）花は、バラが最も多い。赤いバラが28.7%、赤以外のバラ25.2%、香りのあるバラ12.7%とともに、上位を独占している。

女性では、特に、赤以外のバラを選んだ人は33.8%で、男性の16.6%の倍以上にのぼる。

5. バレンタインの支出とその内容（新規項目）

バレンタインデーに使用した金額について、回答者全員に、贈った相手の性別や関係性（恋人、友人など）を問わず調べたところ、56.3%はまったくお金を使っていないということがわかった。

男性の79.5%、女性の33.0%は、バレンタインデーにまったくお金を使っていない。

特に20代の女性では39%がまったく何も購入していない。自由回答によると、手作りのチョコなどを贈りお金を使わなかった人も含まれる一方、義理チョコすら贈らない人も多いようである。

バレンタインデーに購入した内容、全く使っていない場合はその理由について、自由回答で目立った回答をまとめると、「チョコ」「チョコレート」という言葉が322回で最も多かった。「手作り」も64件あった。

一方、相手（恋人）がいないという回答は97件、「特になし」が70件にのぼる。既婚の場合は相手がいるとみなし、未婚の回答者数473名中、「相手がない」比率は、そのように自由回答に書いてきた人だけでも約2割を占める。

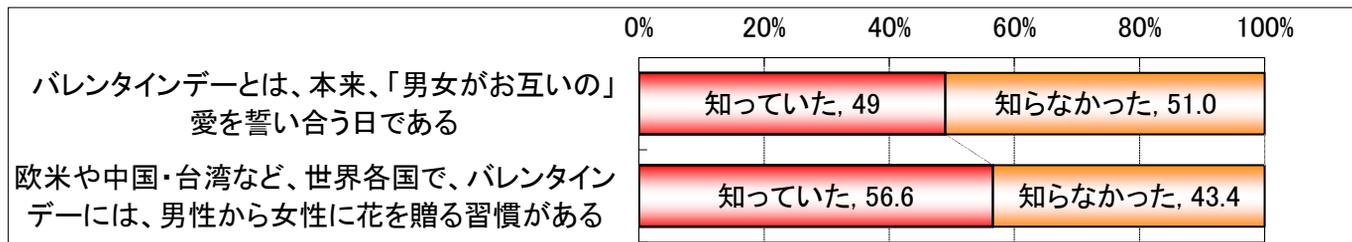
「相手がない」～「理由なし」「習慣がない」「面倒」「関心（関係）ない」「機会がない」などを含む消極的な語は、全部で268件に達している。「嫌い」は4件で、強くネガティブな自由回答は少なかったものの、バレンタインデーは、少なからぬ比率で、「他人事」として認識されていることがコメントからうかがえる。

① 認知度、認知経路

● バレンタインデーの意味 認知率 (Q1)

バレンタインデーについて、あなたは以下のことをご存知ですか？ (n=1036、単一回答)

1. バレンタインデーとは、本来、「男女がお互いの」愛を誓い合う日である
2. 欧米や中国・台湾など世界各国で、バレンタインデーには、男性から女性に花を贈る習慣がある



「バレンタインデー」の意味 認知率推移



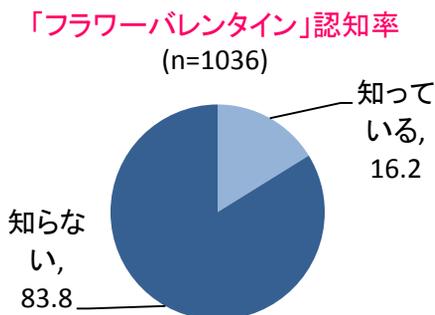
「バレンタインデー」の意味 認知率推移 男女別

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
「男女がお互いの」愛を誓い 合う日	1036	55.9	54.8	58.0	52.9	48.8	53.4	49.0
男性	518	55.2	54.4	55.4	47.1	48.6	51.2	46.5
女性	518	56.6	55.2	60.6	58.7	49.0	55.6	51.5
世界各国で男性から女性に 花を贈る習慣がある	1036	45.8	58.7	62.2	61.8	58.8	58.9	56.6
男性	518	36.9	48.6	54.4	49.6	51.5	46.5	45.4
女性	518	54.8	68.7	69.9	73.9	66.0	71.2	67.8

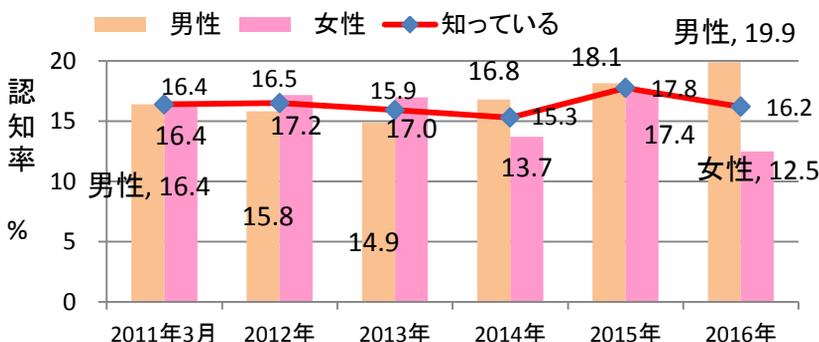
- バレンタインデーの意味として「男女がお互いの愛を誓い合う日」であることを知っている人は49.0%で、前年比4.4%減少。
「バレンタインデーには、世界各国で、男性から女性に花を贈る習慣がある」ことを知っている人は56.6%で、前年比2.3%減少。
- 「お互いの愛を誓う」日、「花を贈る習慣」の認知とともに、2012年がピークで、以後、低下気味である。
- 「花を贈る習慣」の認知率は、男女差が大きく、女性67.8%に対し、男性は45.4%で22.4ポイントも差がある。

● 「フラワーバレンタイン」認知率 (Q2)

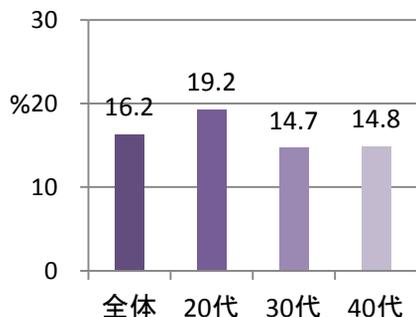
日本全国の花店では、2011年から、2月14日を「男性から女性に花を贈る日」として「フラワーバレンタイン」を推進しています。「フラワーバレンタイン」という言葉をご存知ですか？ (n=1036、単一回答)



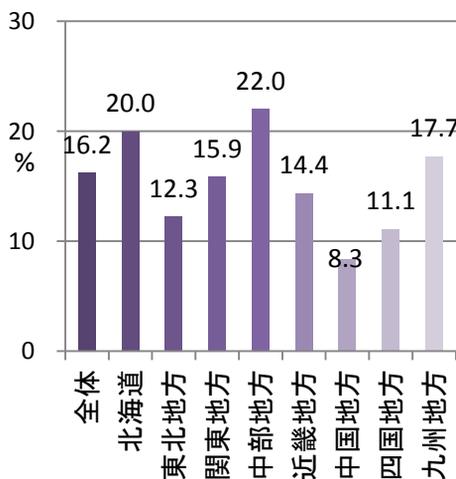
「フラワーバレンタイン」認知率推移 男女別
男女別 (n = 1036、男女各 n=518)



「フラワーバレンタイン」認知率
年齢別
(n= 20代 344、30代348、40代344)



「フラワーバレンタイン」認知率
地域別 (n=1036)



「フラワーバレンタイン」
認知率 都道府県別
(n=1036)

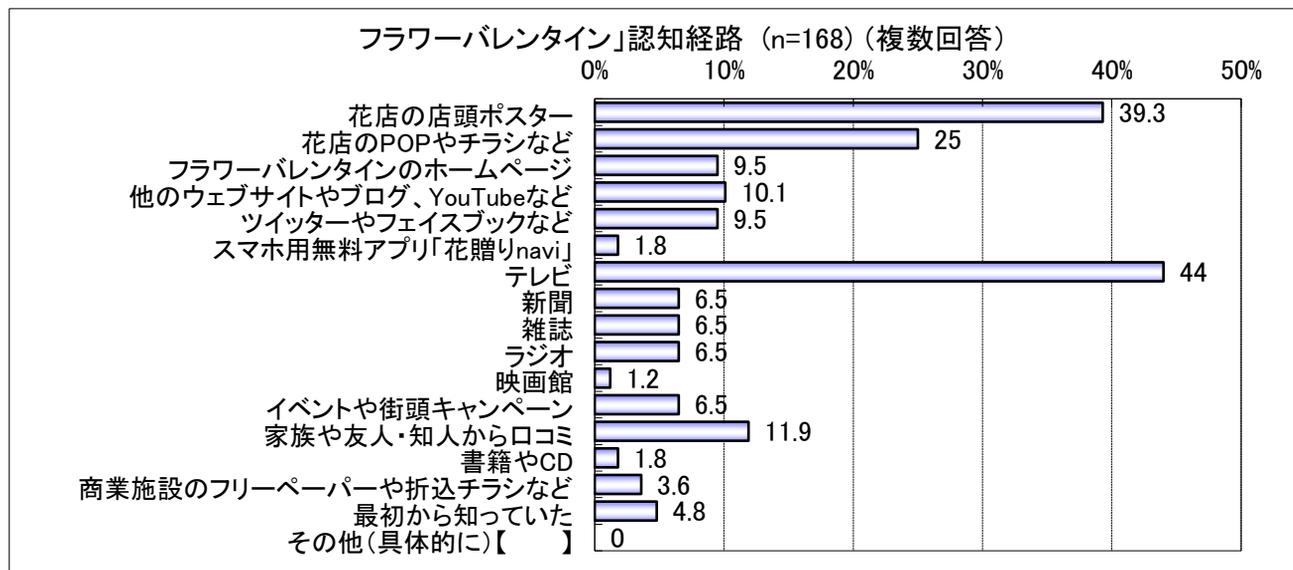
都道府県	全体 n	認知率 %
全体	1036	16.2
北海道	50	20.0
宮城県	18	22.2
茨城県	15	0.0
埼玉県	85	20.0
千葉県	79	8.9
東京都	229	17.0
神奈川県	125	16.0
愛知県	52	19.2
京都府	17	23.5
大阪府	66	12.1
兵庫県	35	14.3
福岡県	30	10.0

注: 回答者数15名以上の都道府県を抽出

- 「フラワーバレンタイン」の認知率は168名16.2%と、2015年の17.8%から、1.6%の減少に転じた。
- しかし、男女別、年齢別の認知率を見ると、キャンペーンの主なターゲットである男性、20代で上がっている。**男性の認知率は19.9% (2015年18.1%) と過去最高になった。**女性では12.5% (同17.4%) と、5%近く下がったため、全体での認知率が微減となった。2014年以来、**認知率では男性が女性を上回っている。**年齢層別では、30~40代の認知率が14%台にとどまっているのに対し、**20代が19.2% (同20.6%) と、前年同様、最も高かった。**
- 地域別、都道府県別データは参考値である。サンプル数の不足から、確実な傾向はわかりにくい。地域別では、中部地方が22.0%と高い。

● 「フラワーバレンタイン」 認知経路 (Q3)

「フラワーバレンタインを知っている」とお答えの方に伺います。あなたは「フラワーバレンタイン」という言葉を、どこで知りましたか？ (n=168、複数回答)

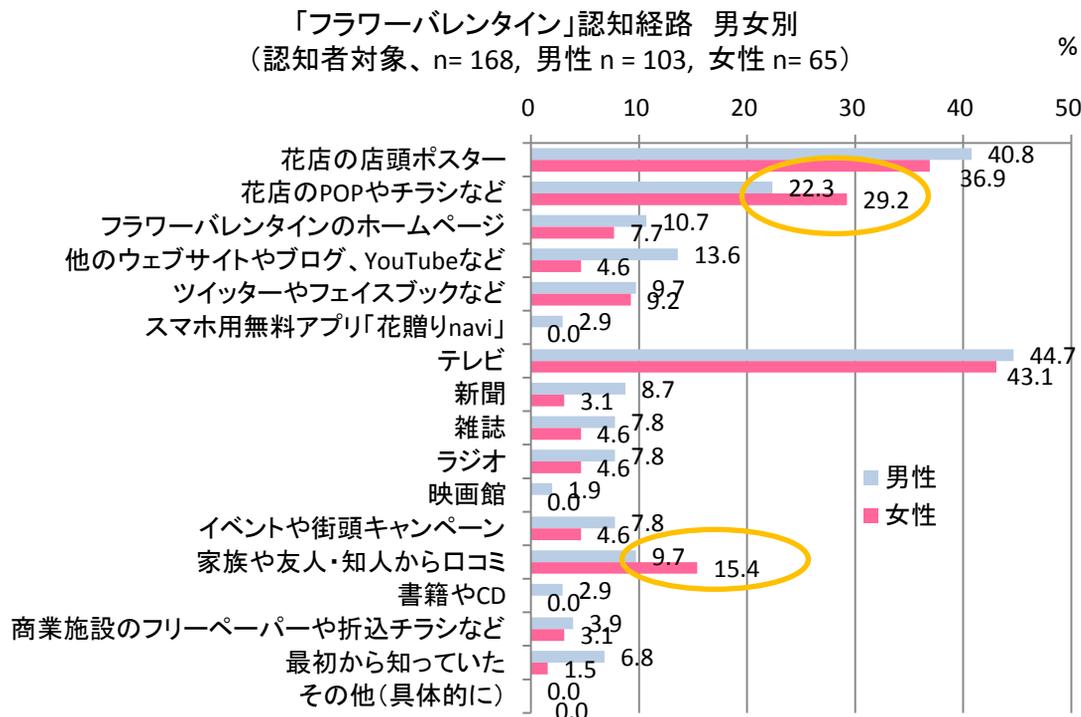


「フラワーバレンタイン」認知経路 推移 (複数回答)

認知経路 複数回答	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
花店の店頭ポスター	35.3	41.5	28.5	43.0	33.2	39.3
花店のPOPやチラシなど	18.2	20.5	15.8	16.5	21.7	25.0
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
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
ツイッターやフェイスブックなど	2.9	6.4	6.1	7.0	9.8	9.5
スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」				1.3	1.6	1.8
テレビ	37.6	42.7	38.2	41.8	39.7	44.0
新聞	5.3	7.0	7.9	7.0	4.9	6.5
雑誌	7.6	8.8	6.1	11.4	3.3	6.5
ラジオ	9.4	7.6	9.1	8.9	8.7	6.5
映画館	2.4	0.0	0.6	0.6	2.2	1.2
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
家族や友人・知人から口コミ	7.6	16.4	4.2	10.1	8.7	11.9
書籍やCD			1.2	0.6	1.6	1.8
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
最初から知っていた	4.1	5.3	6.1	3.2	6.0	4.8
その他(具体的に【 】)	0.6	1.8	0.6	3.2	1.6	0.0
全体(N)	170	171	165	158	184	168

- 「フラワーバレンタイン」の認知経路（認知者中の比率）は、テレビが44.0%（2015年39.7%）で、2015年同様、トップである。
- 次いで、店頭ポスターからの認知が39.3%（同33.2%）、花店のPOPやチラシ25.0%（同21.7%）となり、**昨年同様、花店の店頭でのアピールが健闘している。**
- 口コミは11.9%（同8.7%）となった。一方、テレビ以外のマス媒体は1ケタ台にとどまっている。

「フラワーバレンタイン」認知経路 男女別 年齢別



「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=168)

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
	168	42	24	33	18	28	23
花店の店頭ポスター	39.3	42.9	41.7	39.4	50.0	39.3	21.7
花店のPOPやチラシなど	25.0	19.0	25.0	27.3	27.8	21.4	34.8
フラワーバレンタインのホームページ	9.5	14.3	8.3	9.1	5.6	7.1	8.7
他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	10.1	14.3	0.0	12.1	5.6	14.3	8.7
ツイッターやフェイスブックなど	9.5	4.8	16.7	18.2	5.6	7.1	4.3
スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」	1.8	0.0	0.0	6.1	0.0	3.6	0.0
テレビ	44.0	35.7	54.2	54.5	16.7	46.4	52.2
新聞	6.5	2.4	4.2	9.1	0.0	17.9	4.3
雑誌	6.5	2.4	4.2	9.1	5.6	14.3	4.3
ラジオ	6.5	7.1	0.0	15.2	5.6	0.0	8.7
映画館	1.2	2.4	0.0	3.0	0.0	0.0	0.0
イベントや街頭キャンペーン	6.5	9.5	4.2	12.1	5.6	0.0	4.3
家族や友人・知人から口コミ	11.9	4.8	16.7	12.1	11.1	14.3	17.4
書籍やCD	1.8	0.0	0.0	9.1	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	3.6	2.4	0.0	6.1	5.6	3.6	4.3
最初から知っていた	4.8	9.5	0.0	9.1	5.6	0.0	0.0
その他(具体的に【 】)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

- 認知経路について、性別に見ると、「花店のPOPやチラシ」で女性29.2%、男性22.3%と6.9%差、口コミで女性15.4%、男性9.7%と5.7%の差で、男女差が見られた。
- 性別年齢別により詳しく集計すると、30代男性は、ウェブ、SNS、テレビ、ラジオ、イベントなど異なるメディアに広く接触しており、情報感度が高い人たちであることが推測される。20代男性では、店頭ポスターは42.9%と比較的高いが、マスメディアや口コミ経由の認知は他のセグメントより弱い。

● 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)

画像認知率	全体(N)	認知率
1 茶ロゴ		5.3
2 縦長ポスター		6.5
3 チラシ 表・裏		3.9
4 J-WAVEのポスター		4.0
5 J-WAVEハートタグ(表面のみ)		2.7
6 3 LOVE STORIESのポスター		3.3
7 タグ (QRコード)		1.5
8 アプリ 花贈りnaviアイコン		2.6
9 花用スリーブ		1.3
10 鉢プロFVタグ裏面		1.6
11 鉢プロPOP		3.5
12 愛妻の日ハグマット		1.7
13 愛妻家宣言証		2.0
14 花の国日本協議会のロゴ		3.1

- 「フラワーバレンタイン」の画像では、最も認知率が高いのは、従来通り縦長ポスターで、6.5% (2015年6.6%) だった。茶色のタグが、前年の4.3%から、5.3%と、1%上がった。
- なお、「4. J-WAVEポスター」「6. 3 LOVE STORIESポスター」「14. 花の国日本協議会ロゴ」は2015年に、「5. J-WAVEハートタグ(表)」「10. 鉢プロFVタグ裏面」「11. 鉢プロPOP」「12. 愛妻の日ハグマット」「13. 愛妻家宣言証」は2016年に、いずれも初めて選択肢に追加した。

キャンペーン画像認知率 時系列

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。	FVロゴ・画像 認知率 % (n = 1036、各年)					
		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
1	茶ロゴ	4.1	5.5	4.3	4.6	4.3	5.3
2	縦長ポスター	7.1	9.6	5.5	6.3	6.6	6.5
3	チラシ 表・裏	3.0	6.6	2.7	4.2	3.8	3.9
4	J-WAVEポスター					5.2	4.0
5	J-WAVEハートタグ(表)						2.7
6	3 LOVE STORIESポスター					2.6	3.3
7	タグ (QRコード)	4.5	2.8	2.1	2.5	1.5	1.5
8	アプリ(花贈りnavi)				3.9	1.4	2.6
9	花用スリーブ				1.8	0.9	1.3
10	鉢プロFVタグ裏面						1.6
11	鉢プロPOP						3.5
12	愛妻の日ハグマット						1.7
13	愛妻家宣言証						2.0
14	花の国日本協議会ロゴ					4.1	3.1

注：ポスター、チラシ、J-Waveキャンペーンの画像は、毎年変更
画像3(「本物のバレンタイン」タイアップキャンペーンチラシ)は2011年は茶色、2012年以降はピンク
画像4、5、9は2015年に追加、画像5、10、11、12、13は2016年追加

キャンペーン画像認知率 男女別・年齢別

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。	性別			年齢			
		全体	男性	女性	全体	20代	30代	40代
	全体	1036	518	518	1036	344	348	344
1	茶ロゴ	5.3	6.8	3.9	5.3	8.7	4.3	2.9
2	縦長ポスター	6.5	8.3	4.6	6.5	8.4	5.7	5.2
3	チラシ 表・裏	3.9	5.6	2.1	3.9	4.7	2.9	4.1
4	J-WAVEポスター	4.0	4.8	3.1	4.0	5.2	3.2	3.5
5	J-WAVEハートタグ(表)	2.7	3.5	1.9	2.7	3.8	2.9	1.5
6	3 LOVE STORIES ポスター	3.3	4.2	2.3	3.3	4.4	2.0	3.5
7	タグ (QRコード)	1.5	2.7	0.4	1.5	2.3	1.7	0.6
8	アプリ(花贈りnavi)	2.6	3.7	1.5	2.6	3.2	2.6	2.0
9	花用スリーブ	1.3	1.7	0.8	1.3	2.0	1.1	0.6
10	鉢プロFVタグ裏面	1.6	2.5	0.8	1.6	3.2	1.1	0.6
11	鉢プロPOP	3.5	5.6	1.4	3.5	5.2	2.0	3.2
12	愛妻の日ハグマット	1.7	2.7	0.8	1.7	2.6	1.7	0.9
13	愛妻家宣言証	2.0	3.1	1.0	2.0	2.6	2.3	1.2
14	花の国日本協議会ロゴ	3.1	3.5	2.7	3.1	3.2	2.6	3.5

- 画像認知率を時系列で見ると、メインの縦長ポスターでは、ここ2~3年の外国人の写真の認知率が6%台であるのに対し、立っているカップルのイラストを使っていた2011年(7.1%)、2012年(9.6%)の方が高かったことがわかる(2013年は座っているカップルのイラスト)。
- 「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はある。

②購入率、購入意向、購入経路

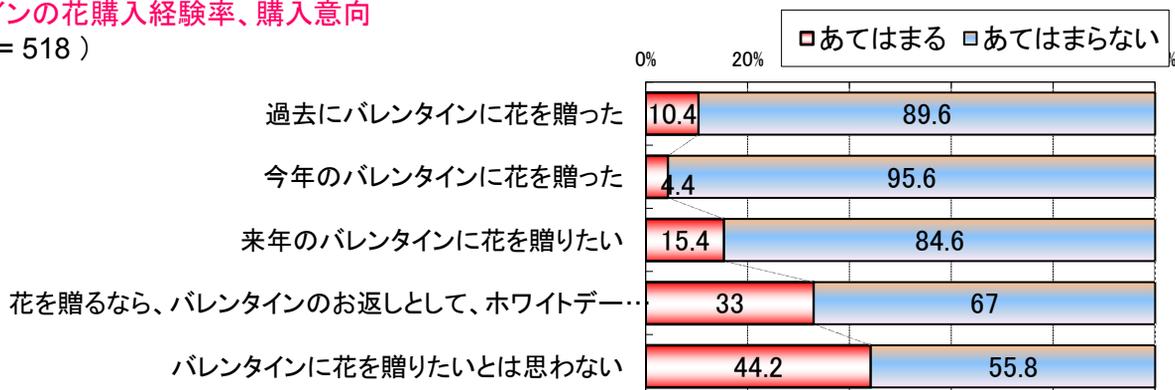
● バレンタインデーの花購入経験率・購入意向（男性）（Q7）

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

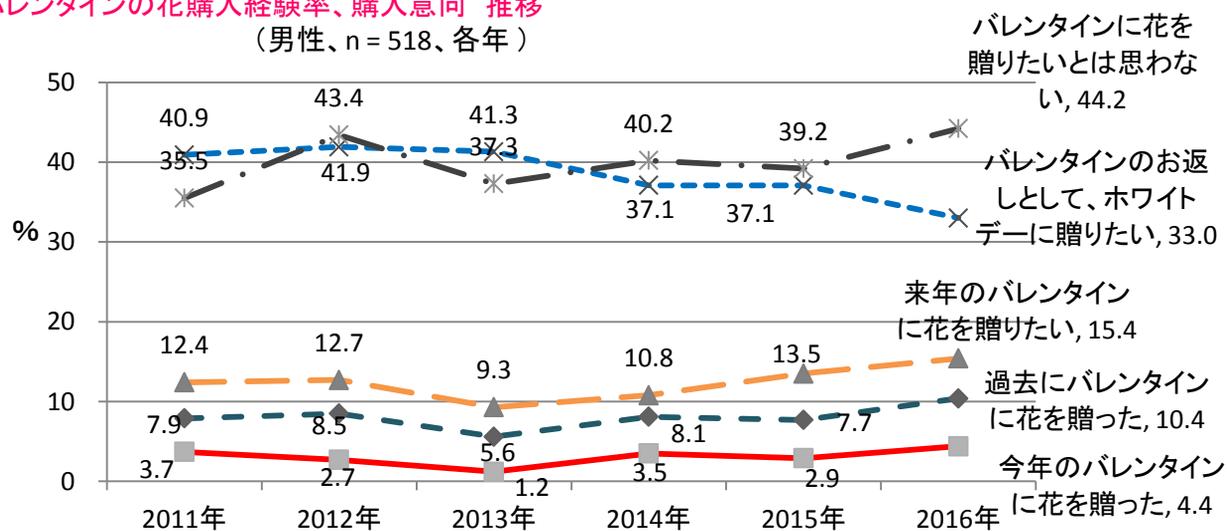
バレンタインの花購入経験率、購入意向

（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、各年）



■ **今年のバレンタインデーに花を贈ったのは、全男性回答者518名中23名4.4%（2015年2.9%、2014年3.5%）と、1.5%増加した。過去に贈ったことのある人も、54名10.4%（同7.7%、8.1%）と2.7%増えた。**

■ なお、2016年のバレンタインは日曜日で、天候は関東では一部雨、後晴れ、中国、北陸、東海、関東で春一番が吹き、最高気温は4月並みだった（2015年土曜日、一部雪、2014年金曜、各地で大雪）。

■ 「来年のバレンタインに贈りたい」と答えた男性は80名15.4%と、前年の13.5%に比べ、1.9%増加した。「ホワイトデーに贈りたい」人は33%（2015年37.1%）で、ホワイトデーはやや影が薄くなった。

購入経験・購入意向 年齢別 (男性、n = 518)

	年齢			
	全体	20代	30代	40代
全体	518	172	174	172
過去のバレンタインに贈った	10.4	12.8	9.8	8.7
今年のバレンタインに贈った	4.4	8.7	1.7	2.9
来年のバレンタインに贈りたい	15.4	22.1	13.2	11.0
花を贈るならホワイトデーに贈りたい	33.0	33.1	34.5	31.4
バレンタインに花を贈りたくない	44.2	44.8	49.4	38.4

購入経験・購入意向 未既婚別 (男性、n = 518)

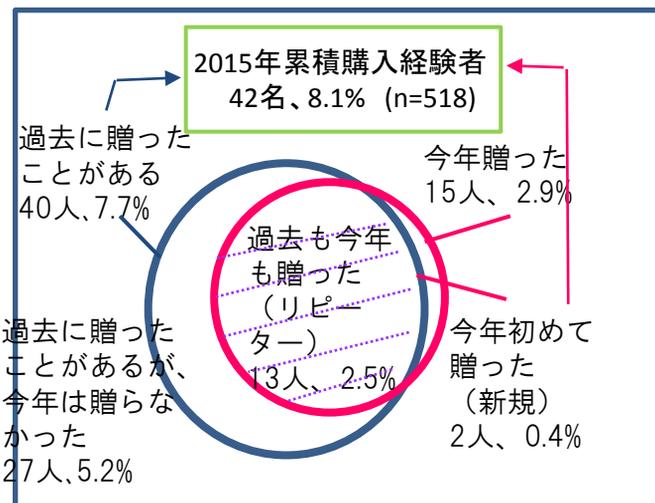
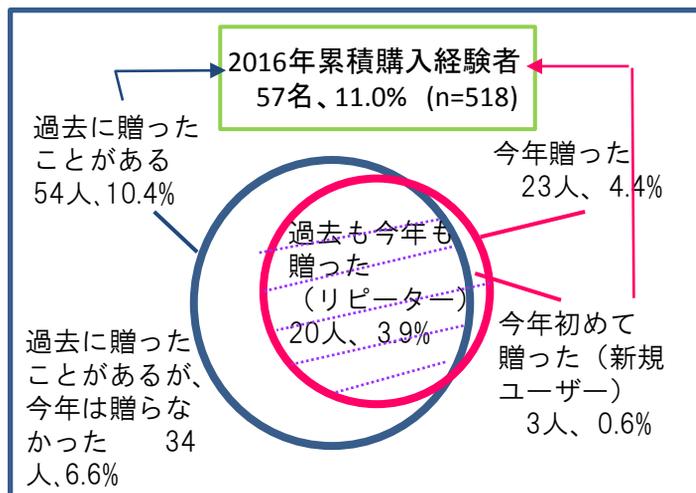
	全体	未婚	既婚
全体	518	324	194
過去のバレンタインに贈った	10.4	8.0	14.4
今年のバレンタインに贈った	4.4	4.9	3.6
来年のバレンタインに贈りたい	15.4	13.6	18.6
花を贈るならホワイトデーに贈りたい	33.0	28.4	40.7
バレンタインに花を贈りたくない	44.2	46.0	41.2

- 年齢別に購入経験と購入意向を集計したところ、若い年齢層ほど、バレンタインの花購入経験率、購入意向が高いという結果になった。20代の男性では、「過去のバレンタインに贈った」が12.8%（2015年10.5%、2014年9.3%）と世代別で最も高い。また、「今年贈った」人は15名8.7%と、30代（3名1.7%）、40代（5名2.9%）に比べて多い。さらに、「来年のバレンタインに贈りたい」と答えた人の割合でも、20代は22.1%（2015年20.3%）と5人に1人が花を贈ることに前向きである。
- 一方、「贈りたくない」がどの年代でも最多の回答で、特に30代では49.4%とほぼ半数を占める。「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」はどの年代でも3割程度を占め、バレンタインデーの購入意向より高い。
- 未婚・既婚別に見ると、「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」人の割合が、未婚者では28.4%なのに対し、既婚者では40.7%にもものぼる。既婚者では、バレンタインとホワイトデーの二重の負担を忌避する傾向があるのではないかと推測される。

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	54		10.4
過去も今年も贈った	20	37.0	3.9
過去に贈ったが今年は贈らなかった	34	63.0	6.6
今年贈った	23		4.4
過去も今年も贈った	20	87.0	3.9
今年初めて贈る	3	13.0	0.6
購入経験者(累積)	57		11.0
購入経験なし	461		89.0

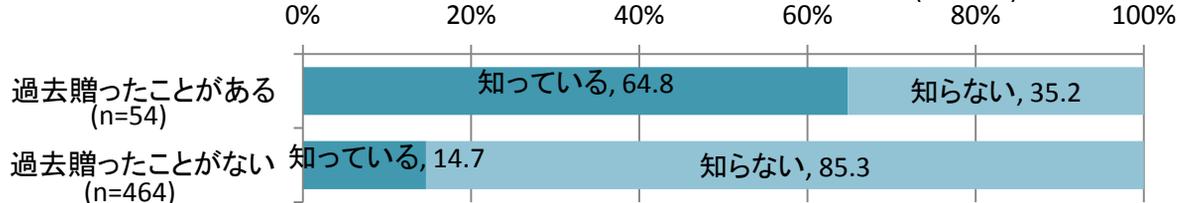
購入率・リピート率・新規購入率 前年比（各年全男性 n=518）



- 2016年の購入経験率（過去および/または今年贈った）は57名11.0%（2015年8.1%）で、前年と比べて15名2.9%増加した。
- 今年初めてプレゼントした人（新規購入率）は、3名0.6%（2015年0.4%）だった（2014年0.2%、2013年0.4%、2012年ゼロ）。
リピート率（過去も今年も贈った）は20名3.9%（同13名2.5%）で、前年比で1.4%の増加となった。
離脱率（過去に贈ったが、今年は贈らなかった）は34名6.6%で、2015年の27名5.2%、2014年の25名4.8%から微増傾向である。過去に贈った経験がある54名のうち、63.0%が今年は贈らなかった。
- 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、461名89%（同476名91.9%）である。

購入経験・購入意向と「フラワーバレンタイン」の認知率

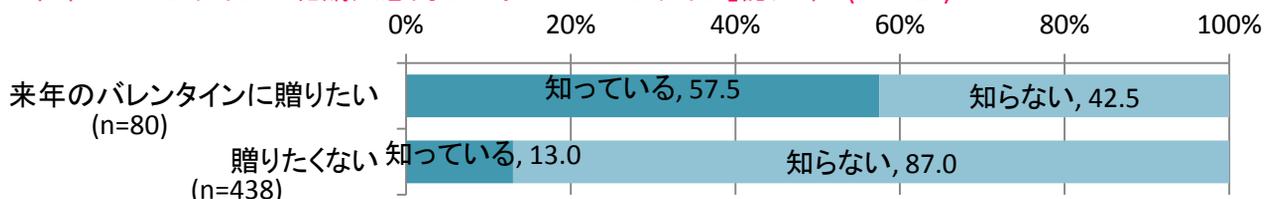
過去のバレンタインの花購入と「フラワーバレンタイン」認知率 (n = 518)



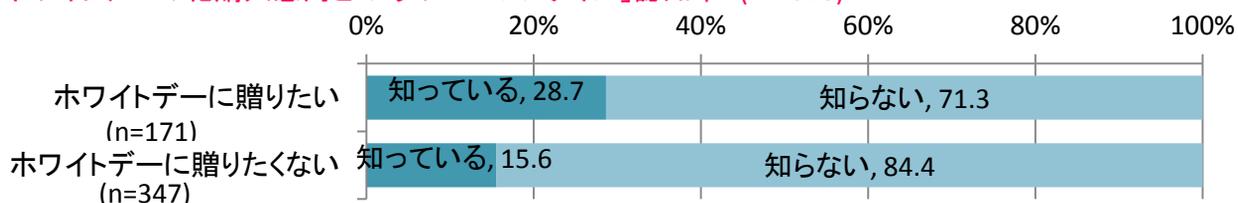
今年のバレンタインの花購入と「フラワーバレンタイン」認知率 (n = 518)



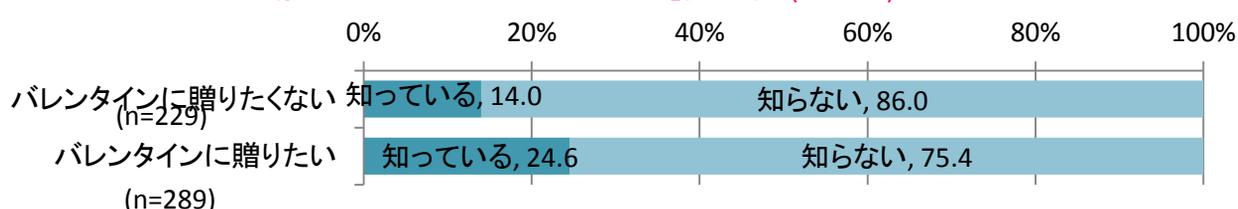
来年のバレンタインの花購入意向と「フラワーバレンタイン」認知率 (n = 518)



ホワイトデーの花購入意向と「フラワーバレンタイン」認知率 (n = 518)



バレンタインデーの花購入意向と「フラワーバレンタイン」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(23名)は、全員(100%)、「フラワーバレンタイン」を知っていた(2015年93.3%、2014年72.2%)。対照群である今年贈らなかった人(495名)の認知率は16.2%に過ぎない。

認知が購買の動機となったかどうかは、この設問からははっきり導き出せないものの、過去のキャンペーンの累積が、一定の効果を上げつつあるという解釈は可能である。

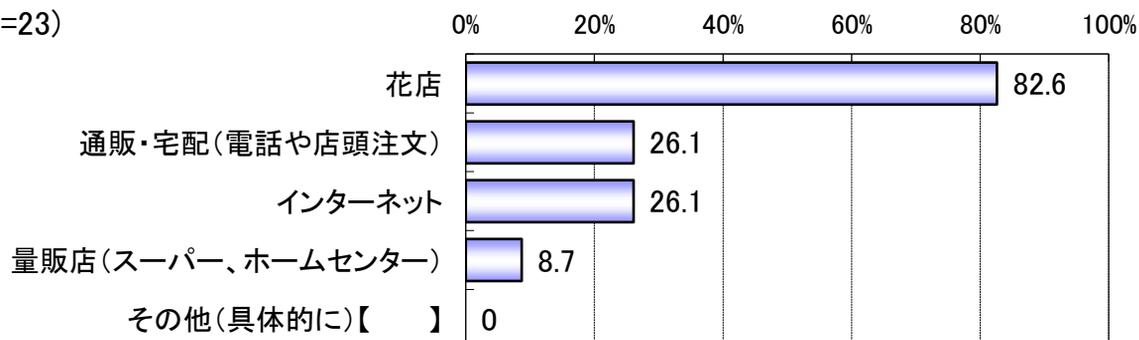
■過去の購入経験、来年の購入意向についても同様に、フラワーバレンタイン認知者の間で顕著に高いという傾向が見られた。

● バレンタインデーの花購入経路 (Q8)

「今年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、今年購入者 n= 23、複数回答)

[Q8]Q7で「今年バレンタインに花を贈った」とお答えの方に伺います。どこで花を購入しましたか？ (複数回答)

(n=23)



バレンタインデーの花 購入経路 年齢別 (複数回答)

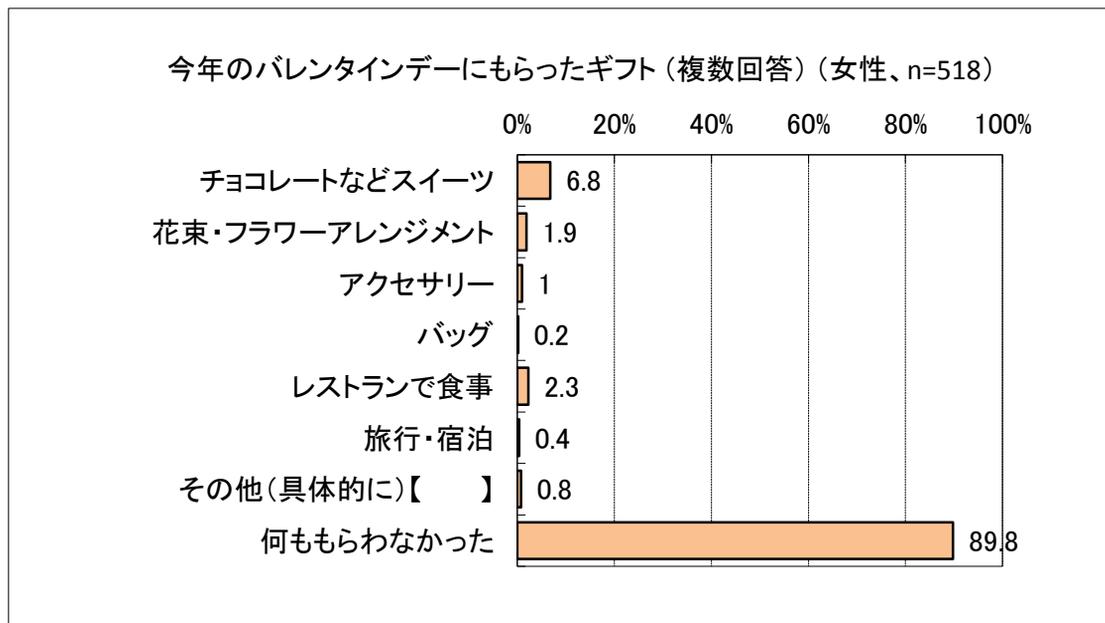
(n = 23)

	全体	20代	30代	40代
購入経路 年齢別 (%)	23	15	3	5
花店	82.6	80.0	100.0	80.0
通販・宅配(電話や店頭注文)	26.1	20.0	66.7	20.0
インターネット	26.1	26.7	66.7	0.0
量販店(スーパー、ホームセンター)	8.7	0.0	66.7	0.0
その他(具体的に【 】)	0.0	0.0	0.0	0.0

- 今年バレンタインに花を贈った人23名中、購入経路は花店が82.6%(2015年 80.0%)、通販・宅配(電話や店頭注文)26.1%(同20.0%)、インターネットが同じく26.1%(同33.3%)、量販店(スーパー、ホームセンター)が8.7%(同20.0%)だった。
- 20代、30代では、花屋とネット、通販などを併用している。本調査では、贈った相手については尋ねていないが、複数の人に贈る人もあり、相手により購入経路を選んでいるのではないかと推察される。

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にもらったギフト推移（複数回答）（女性、n=518、各年）

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

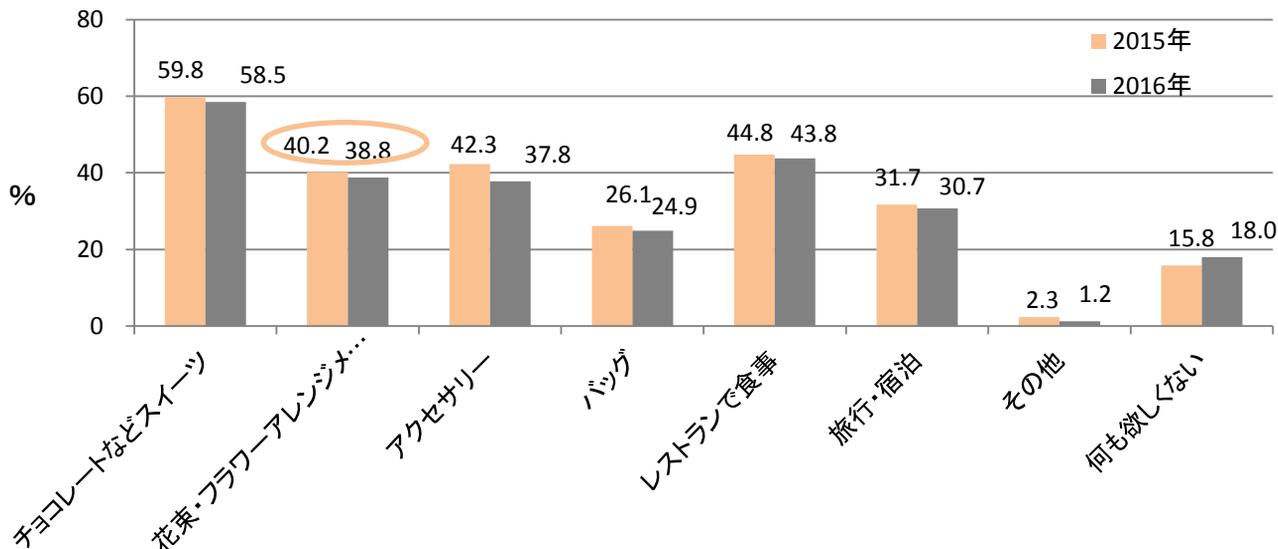
■ 今年のバレンタインにもらったギフトとして、一番多いのがスイーツで6.8%（2015年10.6%）、花は3番目で、1.9%（同1.4%）に過ぎない。例年通り、「何ももらわなかった」人が圧倒的に多く、89.8%（同87.1%）を占めている。

● 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)

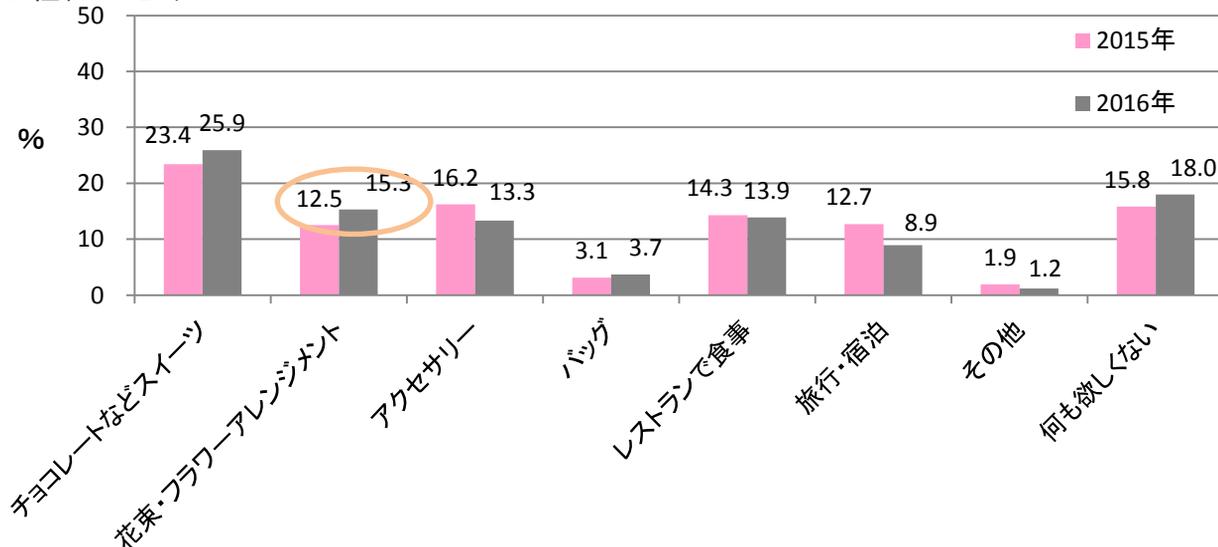
来年のバレンタインデーに欲しいギフト 推移(複数回答)

(女性、n = 518)



来年のバレンタインデーに最も欲しいギフト 推移(単一回答)

(女性、n = 518)



- 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58.5%（2015年 59.8%）で、例年通り最も多かった。花が欲しいと答えた女性は、「レストランで食事」43.8%に次いで3番目で、38.8%だった。
- 「最も欲しいギフト」としては、スイーツ25.9%に次いで、花は15.3%を占めた。

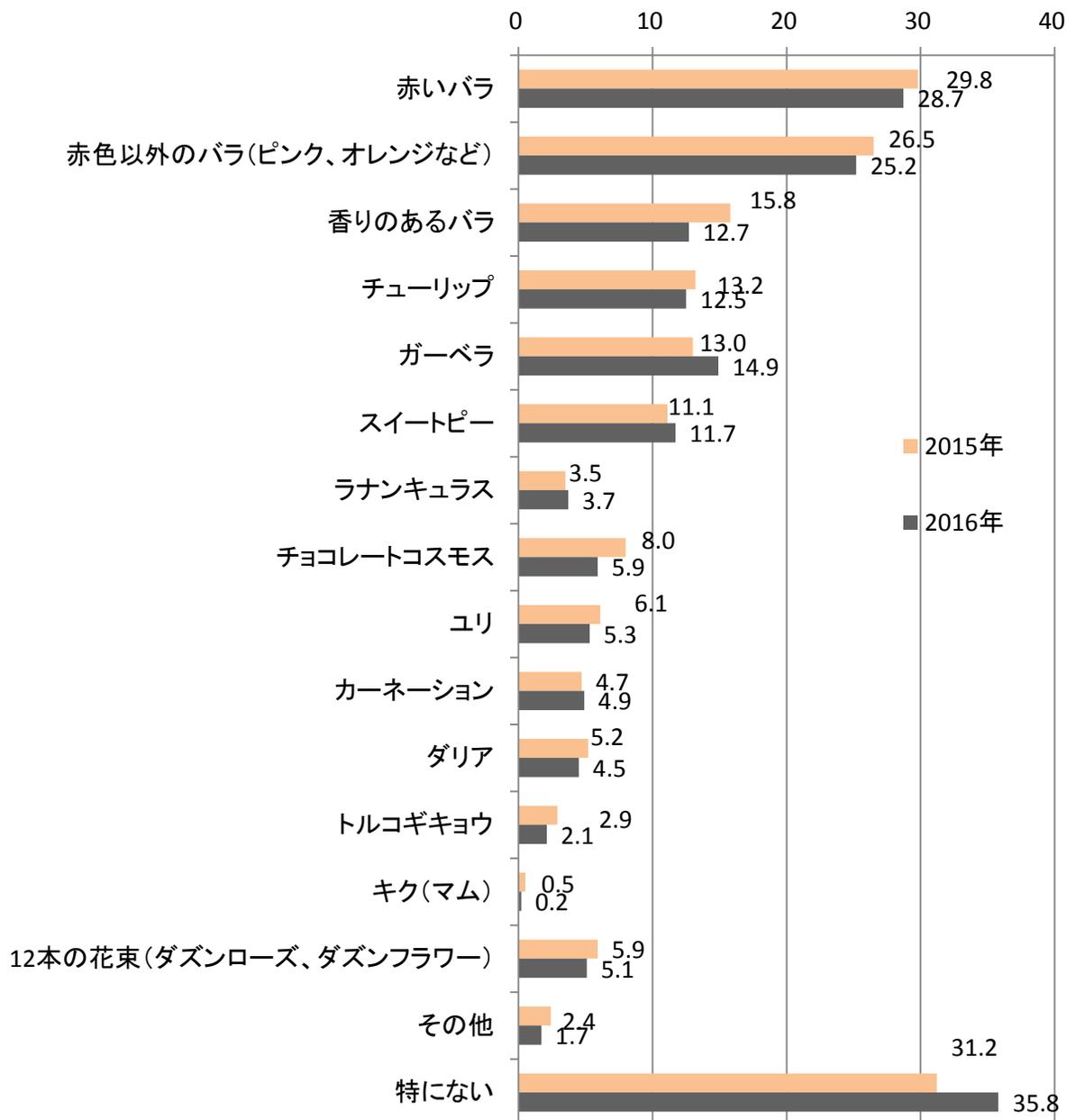
④ 花の選好

● 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）

バレンタインに欲しい(贈りたい)花 前年比（複数回答）

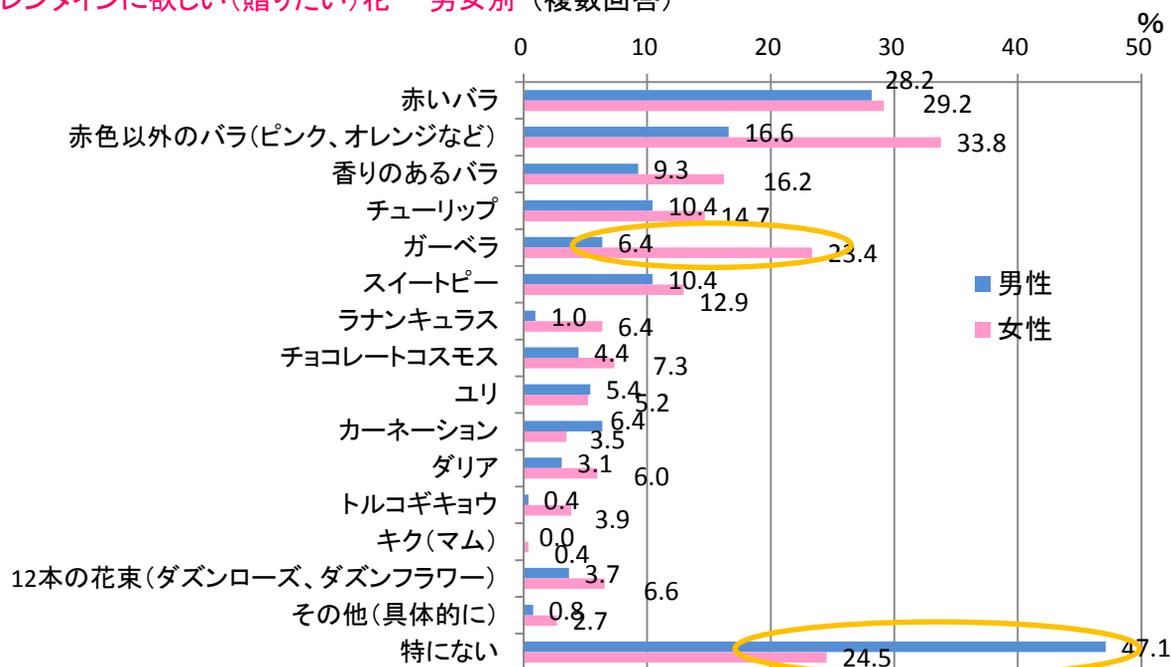
%



■ バレンタインにもらいたい（贈りたい）花は、**例年通り、バラが最も多い**。赤いバラが28.7%（2015年29.8%）、赤以外のバラ25.2%、香りのあるバラ12.7%とともに、上位を独占している。

■ その他、チューリップ12.5%、ガーベラ14.9%なども、一定の人気がある。

バレンタインに欲しい(贈りたい)花 男女別 (複数回答)



- 男性が贈りたい花と女性が欲しい花は異なる。女性では、特に、赤以外のバラを選んだ人は33.8%で、男性の16.6%の倍以上にのぼる。もらいたい花としては、赤のバラより赤以外のバラが多く、最も人気がある。
- また、ガーベラも、女性の23.4%が欲しい花として上げているが、男性では6.4%にとどまっている。

女性の花の好みについて、男性はあまり知らないことがうかがえる。

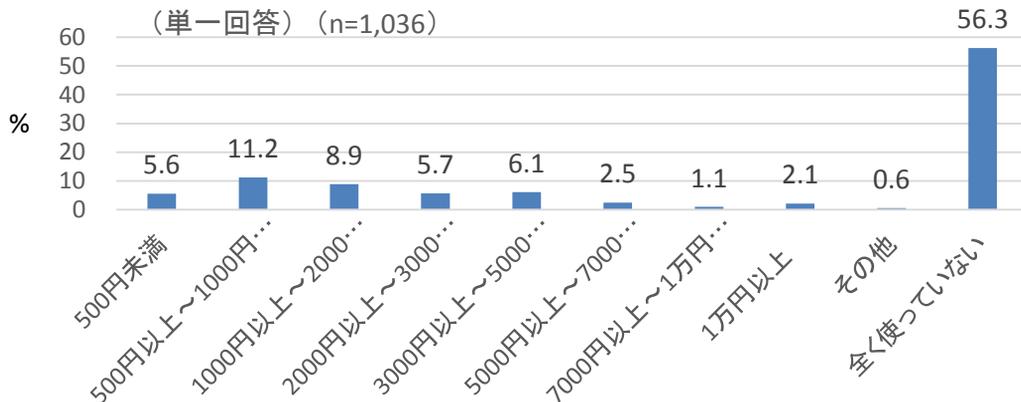
⑤ バレンタインデーの支出とその内容

● 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。

今年のバレンタインデーに使用したトータル金額



性別、年齢別 バレンタインデー使用金額

		全体	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
年齢別	全体	1036	5.6	11.2	8.9	5.7	6.1	2.5	1.1	2.1	0.6	56.3
全体	20代	344	7.6	14.2	8.1	5.8	4.1	1.5	0.9	2.0	0.3	55.5
	30代	348	4.3	9.8	9.5	6.0	7.2	3.4	1.4	2.3	0.6	55.5
	40代	344	4.9	9.6	9.0	5.2	7.0	2.6	0.9	2.0	0.9	57.8
男性	全体	518	4.6	4.4	3.7	2.7	2.5	1.0	0.4	1.2	0.0	79.5
男性	20代	172	8.1	6.4	4.7	3.5	2.3	0.6	0.6	1.7	0.0	72.1
	30代	174	2.3	2.3	4.0	2.3	2.3	1.1	0.0	0.6	0.0	85.1
	40代	172	3.5	4.7	2.3	2.3	2.9	1.2	0.6	1.2	0.0	81.4
女性	全体	518	6.6	18.0	14.1	8.7	9.7	4.1	1.7	3.1	1.2	33.0
女性	20代	172	7.0	22.1	11.6	8.1	5.8	2.3	1.2	2.3	0.6	39.0
	30代	174	6.3	17.2	14.9	9.8	12.1	5.7	2.9	4.0	1.1	25.9
	40代	172	6.4	14.5	15.7	8.1	11.0	4.1	1.2	2.9	1.7	34.3

- バレンタインデーに使用した金額について、回答者全員に、贈った相手の性別や関係性(恋人、友人など)を問わず調べたところ、56.3%はまったくお金を使っていないということがわかった。
- 性別年齢別に見ると、**男性の79.5%、女性の33.0%は、バレンタインデーにまったくお金を使っていない。特に20代の女性では39%がまったく何も購入していない。**自由回答を見ると、手作りのチョコなどを贈りお金を使わなかった人も含まれるものの、義理チョコすら贈らない人も多いようである。

バレンタインデーの消費の内容 (Q10)

プレゼント(食事なども含む)の内容、全く使っていない場合は、その理由

※贈った相手の性別や関係性(恋人、友人など)は問わない

自由回答 主なキーワード

- ・ 「チョコ」「チョコレート」 322件
- ・ 「いない」 145件
（「そういう人はいない」「恋人はいない」「何もしていない」など）
（「相手（恋人）がいない」 97件）
- ・ 「特になし」 70件（「特にイベントに参加していない」などを含む）
- ・ 「手作り」 64件
- ・ 「ホワイトデー」 19件
- ・ 「理由なし」 16件
- ・ 「習慣がない」 12件
- ・ 「面倒」 11件
- ・ 「興味（関心）なし」「関係なし」 8件
- ・ 「機会がない」 6件

■ バレンタインデーの消費について、プレゼント（食事なども含む）の内容、全く使っていない場合は、その理由について、自由回答で目立った回答をまとめると、「チョコ」「チョコレート」という言葉が322回で最も多かった。「手作り」も64件あった。

■ 一方、相手（恋人）がいないという回答は97件、あいまいな表現だが「いない」という言葉が使用されている頻度は145件（「そういう人はいない」「恋人はいない」「何もしていない」などを含む）、「特になし」が70件にのぼる。

「相手がいらない」～「理由なし」「習慣がない」「面倒」「関心（関係）ない」「機会がない」などを含む消極的な語を合計した使用頻度は、268件に達している。「嫌い」は4件で、強くネガティブな自由回答は少なかったものの、バレンタインデーは、少なからぬ比率で、「他人事」として認識されていることがわかる。

バレンタインデーの消費の内容 (Q10) 補足コメント

- 各種統計を見ると、未婚者では、交際経験のない人、現在交際相手のいない人の比率が急増している。内閣府の「結婚・家族形成に関する意識調査」（20代～30代の男女対象）によると、20代～30代の未婚者のうち、交際経験のない人の率は、2010年30.9%から、2014年には38.9%と、急増している。未婚で現在恋人がいない人のうち、20代では男女とも約4割が「恋人が欲しくない」と答えている。

国立社会保障・人口問題研究所の「出生動向基本調査（独身者調査）」（5年ごと）によると、18歳から34歳の未婚者のうち、2010年時点で、男性の61.4%（2005年52.2%）、女性の49.5%（44.7%）が「交際している異性はいない」と回答した。
- 自由回答には、「私は無性愛者」というコメントがあった。また、恋人は異性とは限らない。電通の「LGBT調査2015」（電通ダイバーシティ・ラボ、全国約7万人対象）は、日本人の7.6%（2012年5.2%）はセクシュアル・マイノリティ（LGBT層）にあたる。
- このように、人口動態や、若者の恋愛観、ライフスタイルの趨勢から考えて、「男女」間の「ロマンチック」なイベント日としてバレンタインデーをとらえると、市場のパイ自体は狭くなっていく可能性がある。
- とはいえ、Q7の購入経験・購入意向の年齢別クロス結果を見ると、20代男性は他の世代より購入経験、購入意向とも高くなっており、バレンタインに花を贈るという新しい習慣に対する受容性に富んだ層は確実に存在する。すでに贈るべき「相手」のいる既婚者層への対応を含め、アプローチ次第で、認知率、購入率はまだまだ伸びるはずである。

資料A 質問票・単純集計表

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、「男女がお互いの」愛を誓い合う日である	1036 100.0	508 49.0	528 51.0
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 100.0	586 56.6	450 43.4

Q2	日本全国の花店では、2011年から、2月14日を「男性から女性に花を贈る日」として、「フラワーバレンタイン」を推進しています。「フラワーバレンタイン」という言葉をご存知ですか？（単一回答） 単一回答	N	%
		1	知っている
2	知らない	868	83.8
	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
2	花店のPOPやチラシなど	42	25.0
3	フラワーバレンタインのホームページ	16	9.5
4	他のウェブサイトやブログ、YouTubeなど	17	10.1
5	ツイッターやフェイスブックなど	16	9.5
6	スマホ用無料アプリ「花贈りnavi」	3	1.8
7	テレビ	74	44.0
8	新聞	11	6.5
9	雑誌	11	6.5
10	ラジオ	11	6.5
11	映画館	2	1.2
12	イベントや街頭キャンペーン	11	6.5
13	家族や友人・知人から口コミ	20	11.9
14	書籍やCD	3	1.8
15	商業施設のフリーペーパーや折込チラシなど	6	3.6
16	最初から知っていた	8	4.8
17	その他(具体的に)【 】	0	0.0
	全体	168	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？ それぞれについてお答えください。	全体	1	2
			見たことがある	見たことがない
単一回答				
1	茶ロゴ	1036 100.0	55 5.3	981 94.7
2	縦長ポスター	1036 100.0	67 6.5	969 93.5
3	チラシ 表・裏	1036 100.0	40 3.9	996 96.1
4	J-WAVEのポスター	1036 100.0	41 4.0	995 96.0
5	J-WAVEハートタグ(表面のみ)	1036 100.0	28 2.7	1008 97.3
6	3 LOVE STORIESのポスター	1036 100.0	34 3.3	1002 96.7
7	タグ (QRコード)	1036 100.0	16 1.5	1020 98.5
8	アプリ 花贈りnaviアイコン	1036 100.0	27 2.6	1009 97.4
9	花用スリーブ	1036 100.0	13 1.3	1023 98.7
10	鉢プロFVタグ裏面	1036 100.0	17 1.6	1019 98.4
11	鉢プロPOP	1036 100.0	36 3.5	1000 96.5
12	愛妻の日ハグマット	1036 100.0	18 1.7	1018 98.3
13	愛妻家宣言証	1036 100.0	21 2.0	1015 98.0
14	花の国日本協議会のロゴ	1036 100.0	32 3.1	1004 96.9

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)		N	%
1	チョコレートなどスイーツ	35	6.8
2	花束・フラワーアレンジメント	10	1.9
3	アクセサリ	5	1.0
4	バッグ	1	0.2
5	レストランで食事	12	2.3
6	旅行・宿泊	2	0.4
7	その他(具体的に【 】)	4	0.8
8	何ももらわなかった	465	89.8
全体		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？ 欲しいもの(いくつでも)、最も欲しいもの(一つだけ)をそれぞれお選びください。 複数回答	全体	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	バッグ	レストランで食事	旅行・宿泊	その他	何も欲しいない
1 欲しいもの(いくつでも)	518 100.0	303 58.5	201 38.8	196 37.8	129 24.9	227 43.8	159 30.7	6 1.2	93 18.0
2 最も欲しいもの(一つだけ)	518 100.0	134 25.9	79 15.3	69 13.3	19 3.7	72 13.9	46 8.9	6 1.2	93 18.0

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。 単一回答	全体	1	2
		あてはまる	あてはまらない
1 過去にバレンタインに花を贈った	518 100.0	54 10.4	464 89.6
2 今年のバレンタインに花を贈った	518 100.0	23 4.4	495 95.6
3 来年のバレンタインに花を贈りたい	518 100.0	80 15.4	438 84.6
4 花を贈るなら、バレンタインのお返しとして、ホワイトデーに贈りたい	518 100.0	171 33.0	347 67.0
5 バレンタインに花を贈りたいとは思わない	518 100.0	229 44.2	289 55.8

資料A 質問票・単純集計表

Q8	Q7で「今年のパレンタインに花を贈った」とお答えの方に伺います。 どこで花を購入しましたか？(複数回答)	N	%
	複数回答		
1	花店	19	82.6
2	通販・宅配(電話や店頭注文)	6	26.1
3	インターネット	6	26.1
4	量販店(スーパー、ホームセンター)	2	8.7
5	その他(具体的に【 】)	0	0.0
	全体	23	100.0

Q9	バレンタインデーに男性からもらいたい花(女性に贈りたい花) は何ですか？ 3つまで選んでください。 複数回答	N	%
1	赤いバラ	297	28.7
2	赤色以外のバラ(ピンク、オレンジなど)	261	25.2
3	香りのあるバラ	132	12.7
4	チューリップ	130	12.5
5	ガーベラ	154	14.9
6	スイートピー	121	11.7
7	ラナンキュラス	38	3.7
8	チョコレートコスモス	61	5.9
9	ユリ	55	5.3
10	カーネーション	51	4.9
11	ダリア	47	4.5
12	トルコギキョウ	22	2.1
13	キク(マム)	2	0.2
14	12本の花束(ダズンローズ、ダズンフラワー)	53	5.1
15	その他(具体的に【 】)	18	1.7
16	特にない	371	35.8
	全体	1036	100.0

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

資料B 回答者フェース項目

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

年齢 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	122	11.8
4	25才～29才	222	21.4
5	30才～34才	168	16.2
6	35才～39才	180	17.4
7	40才～44才	185	17.9
8	45才～49才	159	15.3
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	50	4.8
2	東北地方	57	5.5
3	関東地方	547	52.8
4	中部地方	127	12.3
5	近畿地方	139	13.4
6	中国地方	36	3.5
7	四国地方	18	1.7
8	九州地方	62	6.0
全体		1036	100.0

未既婚 単一回答		N	%
1	未婚	563	54.3
2	既婚	473	45.7
全体		1036	100.0

都道府県 単一回答		N	%
1	北海道	50	4.8
2	青森県	8	0.8
3	岩手県	8	0.8
4	宮城県	18	1.7
5	秋田県	9	0.9
6	山形県	6	0.6
7	福島県	8	0.8
8	茨城県	15	1.4
9	栃木県	8	0.8
10	群馬県	6	0.6
11	埼玉県	85	8.2
12	千葉県	79	7.6
13	東京都	229	22.1
14	神奈川県	125	12.1
15	新潟県	13	1.3
16	富山県	2	0.2
17	石川県	8	0.8
18	福井県	5	0.5
19	山梨県	5	0.5
20	長野県	9	0.9
21	岐阜県	11	1.1
22	静岡県	11	1.1
23	愛知県	52	5.0
24	三重県	11	1.1
25	滋賀県	7	0.7
26	京都府	17	1.6
27	大阪府	66	6.4
28	兵庫県	35	3.4
29	奈良県	12	1.2
30	和歌山県	2	0.2
31	鳥取県	5	0.5
32	島根県	1	0.1
33	岡山県	12	1.2
34	広島県	11	1.1
35	山口県	7	0.7
36	徳島県	3	0.3
37	香川県	5	0.5
38	愛媛県	9	0.9
39	高知県	1	0.1
40	福岡県	30	2.9
41	佐賀県	4	0.4
42	長崎県	6	0.6
43	熊本県	10	1.0
44	大分県	3	0.3
45	宮崎県	3	0.3
46	鹿児島県	3	0.3
47	沖縄県	3	0.3
全体		1036	100.0

資料B 回答者フェース項目

子供の有無 単一回答	N	%
1 子供なし	668	64.5
2 子供あり	368	35.5
全体	1036	100.0

職業 単一回答	N	%
1 公務員	27	2.6
2 経営者・役員	9	0.9
3 会社員(事務系)	214	20.7
4 会社員(技術系)	139	13.4
5 会社員(その他)	133	12.8
6 自営業	44	4.2
7 自由業	16	1.5
8 専業主婦(主夫)	154	14.9
9 パート・アルバイト	131	12.6
10 学生	76	7.3
11 その他	36	3.5
12 無職	57	5.5
全体	1036	100.0

参考資料：

アンケートパブリシティ用

第3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



◆調査目的

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

◆調査詳細

調査方法：インターネット調査

調査期間：2015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%

◆調査内容

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

①花の購入に関する態度

これまでの花贈りの経験有無、日頃のどんなシーンで花贈りをしているか

②花贈りのシーン

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

③花贈りの気分

花を贈った時やもらったりした時の気分について

④バレンタイン、愛妻の日のプレゼント

バレンタイン、愛妻の日にプレゼントしてほしいものや、してあげたい事など

⑤「花贈りをする男性」に対する好意度

⑥花の選好度

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

草食化が一段と進行！？ 若年男性を中心に花を贈る行為が徐々に浸透！ 花を贈ることで、相手の気持ちをポジティブに動かしやすい！？

課題

2年連続で草食系が増えている（昨対比2ポイント増）。具体的にみると昨年に比べて「仕事は事務職向きだ」、「花や植物を飾ったり育てたりすることが好き」、「どちらかという、無口なほうだ」といった項目が増えている。

考察

➤草食化傾向にあるが、趣味・趣向の多様化によって、花に対する抵抗感は薄れてきている可能性がある。

課題

恋人・配偶者・好きな人にどんなシーンで花を贈ったかをみると、昨年同様「誕生日」が最も多い。
また「バレンタインデー」の伸び率についても106.7%と2年連続で伸びている。

考察

➤性別でみると男性が+2ポイント、女性が-0.8ポイントと、男性から女性へ花を贈ることが増えてきているといえる。

課題

花をもらうシーンをみると「誕生日」「サプライズ」を除く各シーンで軒並み上昇している。

考察

➤昨対比の伸び率をみると「愛妻の日」（216.7%）、いい夫婦の日（168.4%）が大幅に伸びている。新たなシーンが花購入を促進させているといえる。

課題

記念日やお祝い事に花をもらう瞬間の気分として、男女ともに「うれしい」が最も高く、「相手を見直す」、「相手を好きになる」と続く。

考察

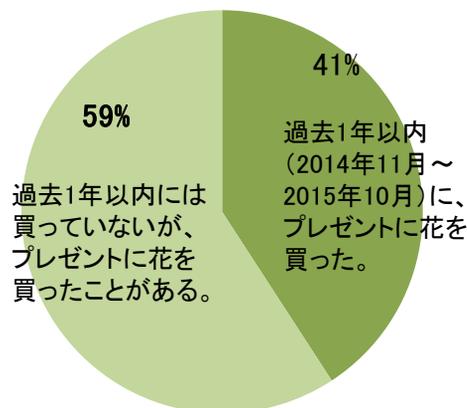
➤男女ともに花をもらうとポジティブな気分になれることから、花を贈る行為は双方の関係値を高めていくことに対して有効な手段といえる。

①花の購入に関する態度

■これまでの花贈りの経験有無

SQ6. あなたは、次のどれにあてはまりますか？

No.	花贈り区分	n
1	過去1年以内(2014年11月～2015年10月)に、プレゼントに花を買った。	408
2	過去1年以内には買っていないが、プレゼントに花を買ったことがある。	592
3	これまでプレゼントに花を買ったことはない	0
全体(n)		1000



[過去1年以内には買っていないが、プレゼントに花を買ったことがある。]が最も高く(59.2%)、次は[過去1年以内(2014年11月～2015年10月)に、プレゼントに花を買った。](40.8%)となっている。

「過去1年以内(2014年11月～2015年10月)に、プレゼントに花を買った。」を性別・年代別に見ると、男性20代がどの年代よりも高い結果となった。次いで女性20代、女性30代と続く。

男女ともに20代がどの年代よりも過去1年以内に花を買っている。

性別・年代別傾向比較

		過去1年以内(2014年11月～2015年10月)に、プレゼントに花を買った。	過去1年以内には買っていないが、プレゼントに花を買ったことがある。	これまでプレゼントに花を買ったことはない
全体	n	1000	408	592
	%	100.0	40.8	59.2
男性 20-29歳	n	125	76	49
	%	100.0	60.8	39.2
男性 30-39歳	n	125	51	74
	%	100.0	40.8	59.2
男性 40-49歳	n	125	36	89
	%	100.0	28.8	71.2
男性 50-59歳	n	125	43	82
	%	100.0	34.4	65.6
女性 20-29歳	n	125	60	65
	%	100.0	48.0	52.0
女性 30-39歳	n	125	57	68
	%	100.0	45.6	54.4
女性 40-49歳	n	125	44	81
	%	100.0	35.2	64.8
女性 50-59歳	n	125	41	84
	%	100.0	32.8	67.2

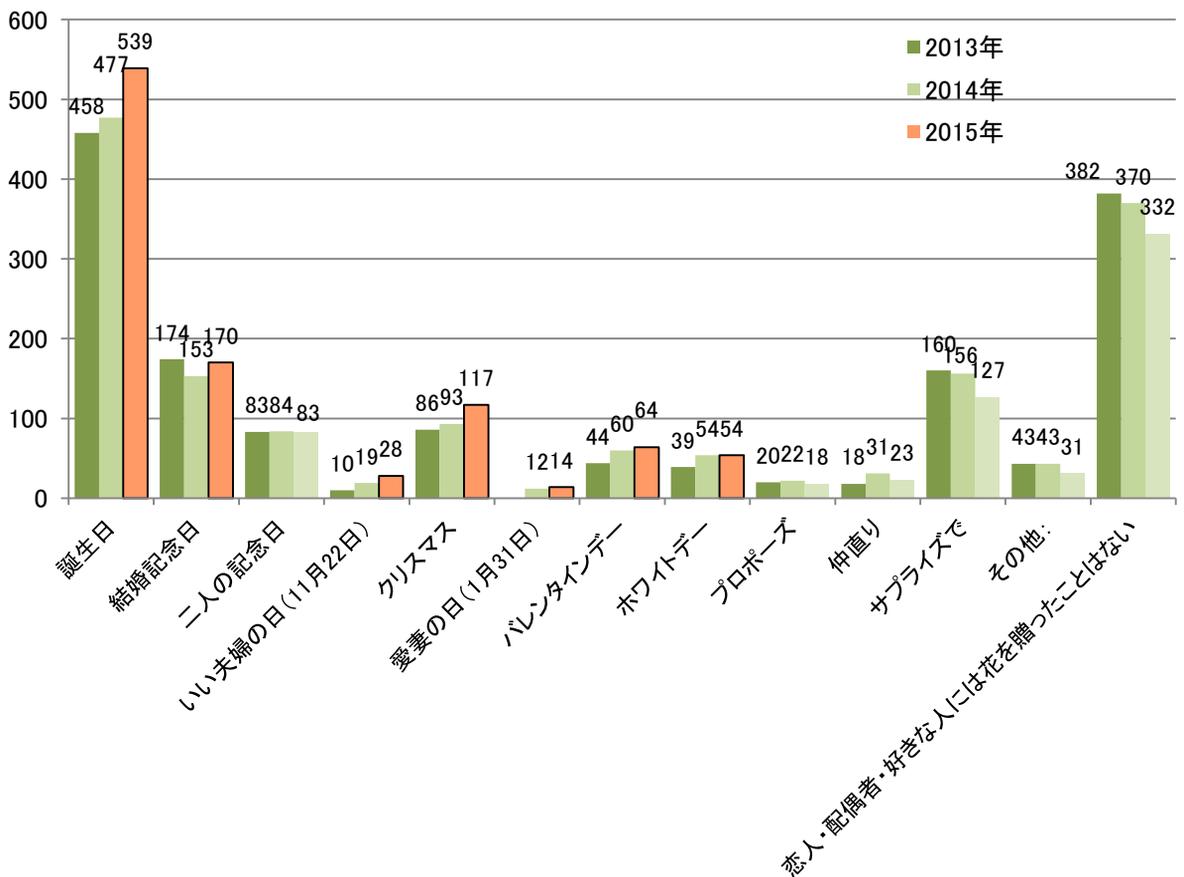
②花贈りのシーンについて

■日頃のどんなシーンで花贈りをしているか

Q3. あなたは恋人・配偶者・好きな人にどんなシーンで花を贈ったことがありますか。

No.	花贈りのシーン	2015年度	2014年度	昨対(%)
1	誕生日	539	477	113.0%
2	結婚記念日	170	153	111.1%
3	サプライズで	127	156	81.4%
4	クリスマス	117	93	125.8%
5	二人の記念日	83	84	98.8%
6	バレンタインデー	64	60	106.7%
7	ホワイトデー	54	54	100%
8	その他	31	43	72.1%
9	いい夫婦の日(11月22日)	28	19	147.4%
10	仲直り	23	31	74.2%
11	プロポーズ	18	22	81.8%
12	愛妻の日(1月31日)	14	12	116.7%
13	恋人・配偶者・好きな人には花を贈ったことはない	332	370	89.7%

花贈りのシーンをみると、昨年と同様「誕生日」が最も多く、次いで「恋人・配偶者・好きな人には花を贈ったことはない」「結婚記念日」が続く。
また伸び率でみると、「いい夫婦の日」が最も高く(147.4%)、次いで「クリスマス」「愛妻の日(1月31日)」「誕生日」と続く。
定番の「誕生日」「結婚記念日」をはじめ、「いい夫婦の日(11月22日)」「愛妻の日(1月31日)」といった新たなシーンも伸びていることから、花贈りのシーンが増えているといえる。



【花と恋愛の相関図】 2015アンケート結果

■日頃のどんなシーンで花贈りをしているか

Q4. 花を贈った理由を教えてください。

単位：%

No.	花贈りのシーン	n	相手が花が好きだから	自分が花が好きだから	花を贈ることが好きだから	手頃な価格だから	特別な想い(愛や感謝)が伝わりそうだから	花は消えてなくなるから	他に贈るものがないから	特に理由はない	その他
1	誕生日	539	31.9	11.7	15.2	7.8	20.2	0.9	1.3	8.7	2.2
2	結婚記念日	170	29.4	16.5	12.9	7.1	19.4	1.2	1.8	10.6	1.2
3	二人の記念日	83	24.1	15.7	22.9	3.6	20.5	0.0	2.4	8.4	2.4
4	いい夫婦の日(11月22日)	28	35.7	21.4	21.4	10.7	10.7	0.0	0.0	0.0	0.0
5	クリスマス	117	29.9	15.4	23.1	8.5	13.7	0.0	0.0	7.7	1.7
6	愛妻の日(1月31日)	14	50.0	14.3	14.3	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
7	バレンタインデー	64	34.4	14.1	15.6	10.9	12.5	4.7	1.6	6.3	0.0
8	ホワイトデー	54	31.5	5.6	14.8	9.3	11.1	1.9	1.9	20.4	3.7
9	プロポーズ	18	27.8	11.1	22.2	5.6	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
10	仲直り	23	34.8	13.0	8.7	4.3	26.1	0.0	8.7	4.3	0.0
11	サプライズで	127	24.4	15.0	11.0	10.2	20.5	0.8	0.8	15.0	2.4
12	その他	31	19.4	9.7	6.5	3.2	19.4	0.0	9.7	16.1	16.1

※n30未満は参考値

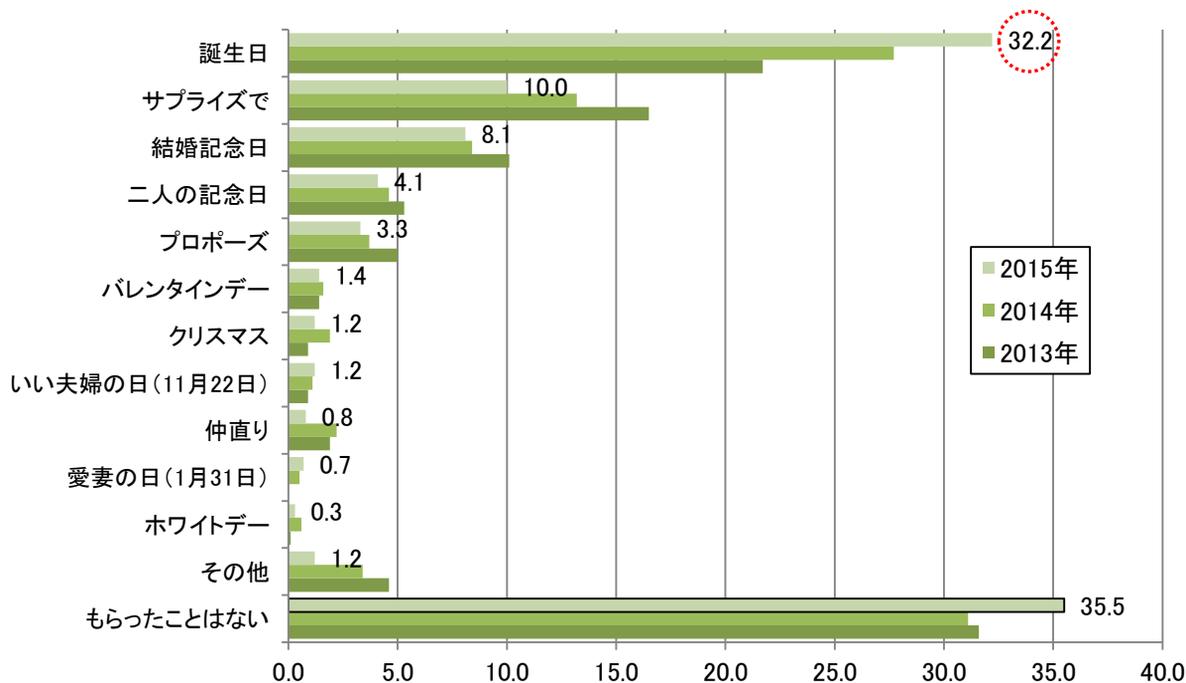
花を贈った理由をみると、どのシーンも「相手が花が好きだから」が最も多い。次いで、二人の記念日、クリスマス、バレンタインデー、ホワイトデーでは、「花を贈ることが好きだから」となっていて、結婚記念日、サプライズでは「特別な想い(愛や感謝)が伝わりそうだから」となっている。

■ 花をもらって嬉しいシーン、もらったことがあるシーンの傾向

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

No.	花贈りのシーン	2015年度			2014年度			2015年度			2014年度			
		もらったことがある	もらったうれしい	最ももらったうれしい	もらったことがある	もらったうれしい	最ももらったうれしい	もらったことがある	もらったうれしい	最ももらったうれしい	もらったことがある	もらったうれしい	最ももらったうれしい	
1	誕生日	428	511	322	380	468	277	42.8%	51.1%	32.2%	38%	47%	28%	↑4ポイント
2	結婚記念日	157	272	81	103	291	84	15.7%	27.2%	8.1%	10%	29%	8%	
3	二人の記念日	92	221	41	70	244	46	9.2%	22.1%	4.1%	7%	24%	5%	
4	いい夫婦の日(11月22日)	32	145	12	15	156	11	3.2%	14.5%	1.2%	2%	16%	1%	
5	クリスマス	93	196	12	82	212	19	9.3%	19.6%	1.2%	8%	21%	2%	
6	愛妻の日(1月31日)	26	130	7	14	134	5	2.6%	13%	0.7%	1%	13%	1%	
7	バレンタインデー	66	171	14	57	179	16	6.6%	17.1%	1.4%	6%	18%	2%	
8	ホワイトデー	61	158	3	42	162	6	6.1%	15.8%	0.3%	4%	16%	1%	
9	プロポーズ	46	176	33	40	212	37	4.6%	17.6%	3.3%	4%	21%	4%	
10	仲直り	47	140	8	32	178	22	4.7%	14%	0.8%	3%	18%	2%	
11	サプライズで	124	256	100	105	327	132	12.4%	25.6%	10%	11%	33%	13%	↓3ポイント
12	その他	33	26	12	97	123	34	3.3%	2.6%	1.2%	10%	12%	3%	
13	もらったことはない	465	332	355	503	311	311	46.5%	33.2%	35.5%	50%	31%	31%	
	回答数	1670	2734	1000	1540	2997	1000							

最ももらったうれしいシーン



「最ももらったうれしいシーン」には、誕生日が最も高く (32.2%)、次いでサプライズ (10%)、結婚記念日 (8.1%)と続いている。特に誕生日に関しては、昨年と比較して+4ポイントとなっている。また昨年から「嬉しいシーン」の選択肢に追加した愛妻の日 (1月31日) が1.3%とまだ浸透していないことが伺える。

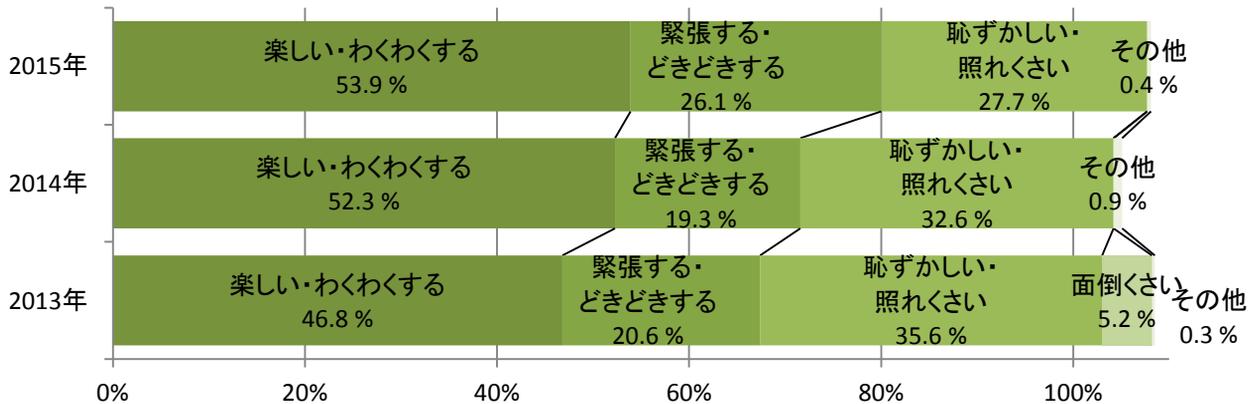
③花贈りの気分

■花を贈った時の気分について

Q6. あなたは記念日やお祝い事に花を贈る瞬間にどんな気分になりますか（または、どんな気分になると思いますか）？／複数回答可

No.	気分	n		%		昨対
		2015年度	2014年度	2015年度	2014年度	
1	楽しい・わくわくする	539	523	53.9%	52.3%	
2	恥ずかしい・照れくさい	277	326	27.7%	32.6%	↓4.9ポイント
3	緊張する・ドキドキする	261	193	26.1%	19.3%	↑6.8ポイント
4	その他	4	9	0.4%	0.9%	
5	特に感じない	131	140	13.1%	14.0%	
全体(n)		1212	1191	121.2%	119.1%	

「楽しい・わくわくする」が最も高く(53.9%)、次いで[恥ずかしい・照れくさい](27.7%)、[緊張する・ドキドキする](26.1%)となっている。
特に「緊張する・ドキドキする」は昨年に比べて、+6.8ポイントとなっている。
その他4件については、「喜んでくれたらいいな」、「花をもらっても嬉しくない」、「泣く」、「相手を大事に思う」とコメントが寄せられた。



性別・年代別傾向比較

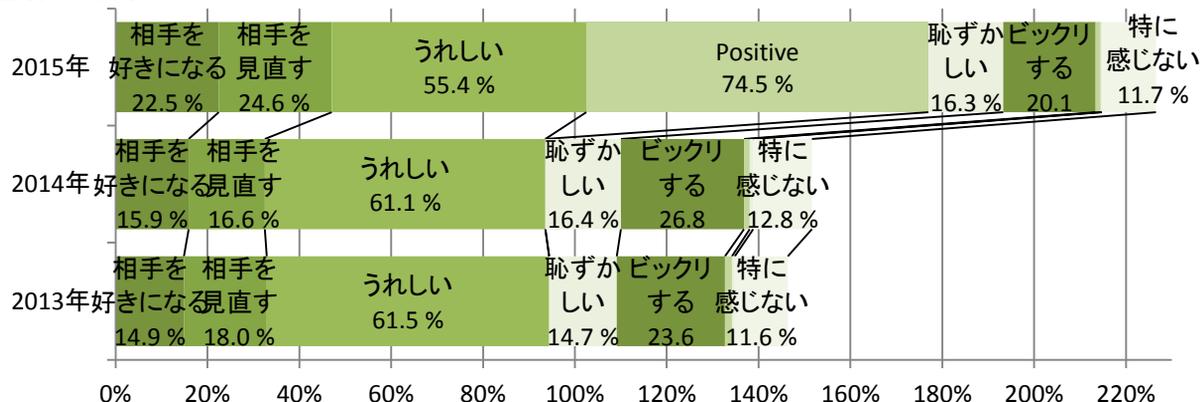
	全体	楽しい・わくわくする	緊張する・ドキドキする	恥ずかしい・照れくさい	その他	特に感じない
男性 20-29歳	125 100.0	64 51.2	52 41.6	35 28.0	0 0.0	10 8.0
男性 30-39歳	125 100.0	53 42.4	35 28.0	38 30.4	1 0.8	21 16.8
男性 40-49歳	125 100.0	45 36.0	37 29.6	37 29.6	0 0.0	24 19.2
男性 50-59歳	125 100.0	50 40.0	29 23.2	49 39.2	0 0.0	19 15.2
女性 20-29歳	125 100.0	86 68.8	44 35.2	39 31.2	0 0.0	8 6.4
女性 30-39歳	125 100.0	71 56.8	28 22.4	34 27.2	0 0.0	23 18.4
女性 40-49歳	125 100.0	84 67.2	22 17.6	25 20.0	2 1.6	13 10.4
女性 50-59歳	125 100.0	86 68.8	14 11.2	20 16.0	1 0.8	13 10.4

■花をもらった時の気分について

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

No.	複数回答	n		%		昨対
		2015年度	2014年度	2015年度	2014年度	
1	相手を好きになる	225	159	22.5%	15.9%	↑6.6ポイント
2	相手を見直す	246	166	24.6%	16.6%	↑8.0ポイント
3	うれしい	554	611	55.4%	61.1%	↓5.7ポイント
4	Positive	745	-	74.5%	-	
5	恥ずかしい	163	164	16.3%	16.4%	
6	ビックリする	201	268	20.1%	26.8%	↓6.7ポイント
7	迷惑・不快	11	13	1.1%	1.3%	
8	その他	3	7	0.3%	0.7%	
9	特に感じない	117	128	11.7%	12.8%	
	全体(n)	2265	1516	226.5%	151.6%	

性別・年代別傾向比較



記念日やお祝い事に花をもらう瞬間の気分（または、どんな気分になるか）では、「Positive」が74.5%と最も高く、次いで「うれしい」61.1%が続く。※「Positive」は今年選択肢追加性別でみると男性よりも女性の方がどの年代でも「うれしい」と感じる傾向がある。また年代別でみると男女共に20代は「相手を好きになる」が他の年代に比べると最も高い。

No.	2014年	男性				女性			
		20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳	20-29歳	30-39歳	40-49歳	50-59歳
1	相手を好きになる	36.8%	20%	15.2%	18.4%	37.6%	24%	18.4%	9.6%
2	相手を見直す	35.2%	20%	13.6%	25.6%	32.8%	28%	24.8%	16.8%
3	うれしい	44%	43.2%	32.8%	40%	68%	64%	72%	79.2%
4	Positive	81.6%	62.4%	52%	62.4%	84.8%	79.2%	86.4%	87.2%
5	恥ずかしい	10.4%	19.2%	22.4%	23.2%	20%	14.4%	9.6%	11.2%
6	ビックリする	12.8%	16.8%	16.8%	18.4%	27.2%	26.4%	24%	18.4%
7	迷惑・不快	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	0.8%	1.6%	2.4%	0.8%
8	その他	0%	0.8%	0%	0%	0%	0%	0.8%	0.8%
9	特に感じない	9.6%	20%	20.8%	17.6%	4.8%	10.4%	5.6%	4.8%
	全体(n)	125	125	125	125	125	125	125	125

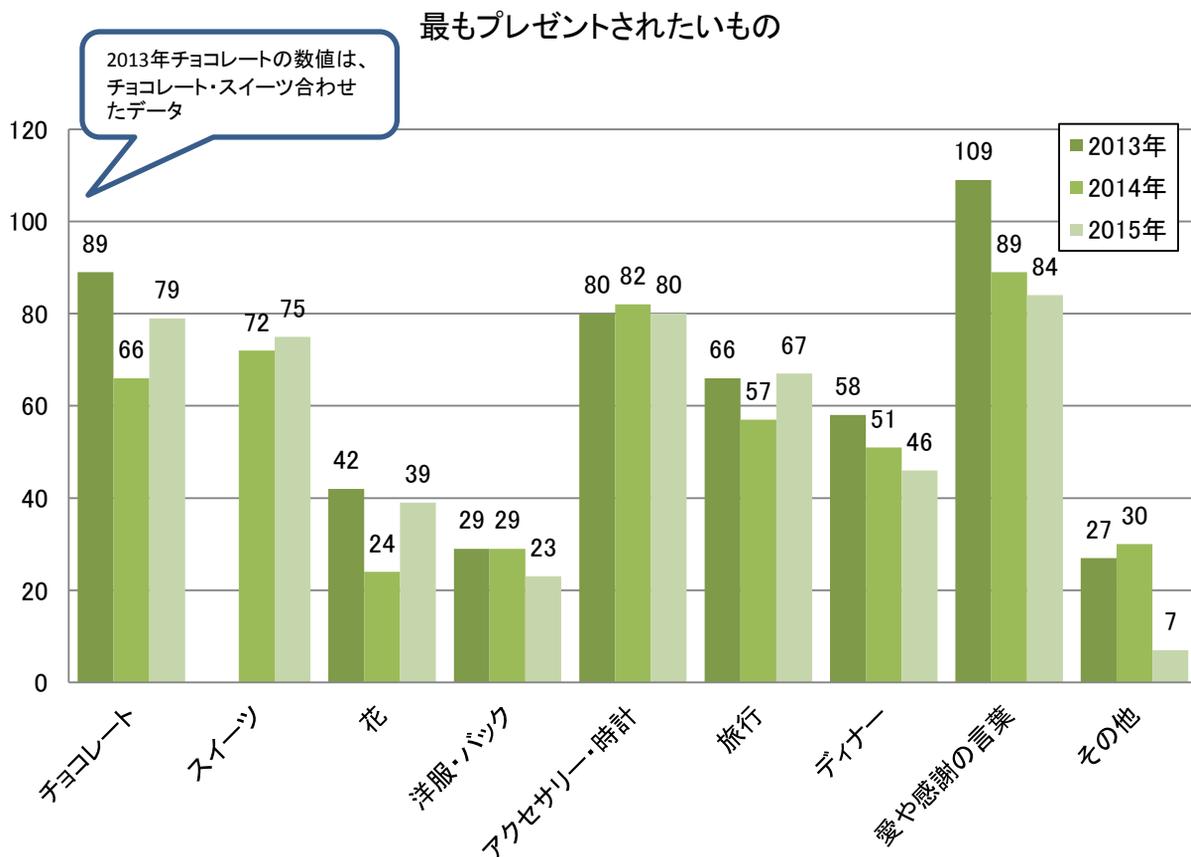
④バレンタイン、愛妻の日のプレゼント

■バレンタインに欲しいもの

Q8. あなたは、バレンタインデーにプレゼントされるとしたら、欲しいのは以下のうちどれですか。（最大3つまで）（さらに）その中でも最もプレゼントされたいものはどれですか。

No.	プレゼント区分	2015年度		2014年度	
		プレゼントされたいもの	最もプレゼントされたいもの	プレゼントされたいもの	最もプレゼントされたいもの
1	チョコレート	211	79	183	66
2	スイーツ	217	75	206	72
3	花	140	39	142	24
4	洋服・バック	103	23	94	29
5	アクセサリ・時計	174	80	155	82
6	旅行	124	67	109	57
7	ディナー	139	46	170	51
8	愛や感謝の言葉	140	84	147	89
9	その他	8	7	36	30
	全体(n)	500	500	500	500

「バレンタインデーに最もプレゼントして欲しいもの」をみると、昨年と同様「愛や感謝の言葉」が最も高く、次いで「アクセサリ・時計」「チョコレート」と続く。上位についてはそれほど差がない。

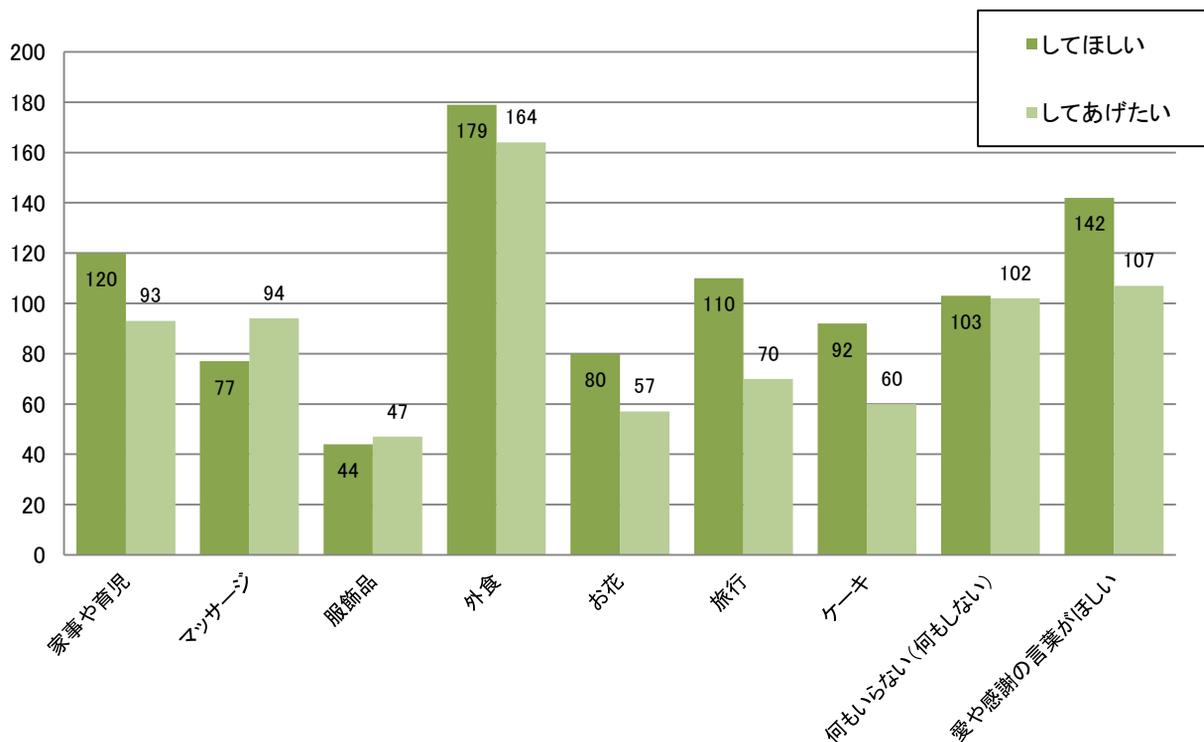


■ 愛妻の日にプレゼントしてほしいものや、してあげたい事など

Q10. 愛妻の日にしてほしいこと、してもらいたいことは何ですか？

No.	プレゼント区分	n		%	
		してほしいこと	してあげたいこと	してほしいこと	してあげたいこと
1	家事や育児	120	93	24.0%	18.6%
2	マッサージ	77	94	15.4%	18.8%
3	服飾品	44	47	8.8%	9.4%
4	外食	179	164	35.8%	32.8%
5	お花のプレゼント	80	57	16.0%	11.4%
6	旅行	110	70	22.0%	14.0%
7	ケーキ	92	60	18.4%	12.0%
8	何もいらない(何もしない)	103	102	20.6%	20.4%
10	愛や感謝の言葉	142	107	28.4%	21.4%
	全体(n)	500	500	100%	100%

「愛妻の日にしてほしいこと、してもらいたいこと」をみると、「してほしいこと、してもらいたいこと」ともに「外食」が最も高く、次いで「愛や感謝の言葉」と続く。この2つについては男女間の認識が一致していると見える。また「家事や育児」が「してほしいこと」24%「してあげたいこと」18.6%と「5.6%」の乖離があり、「家事や育児」については男女間の認識の違いが伺える。



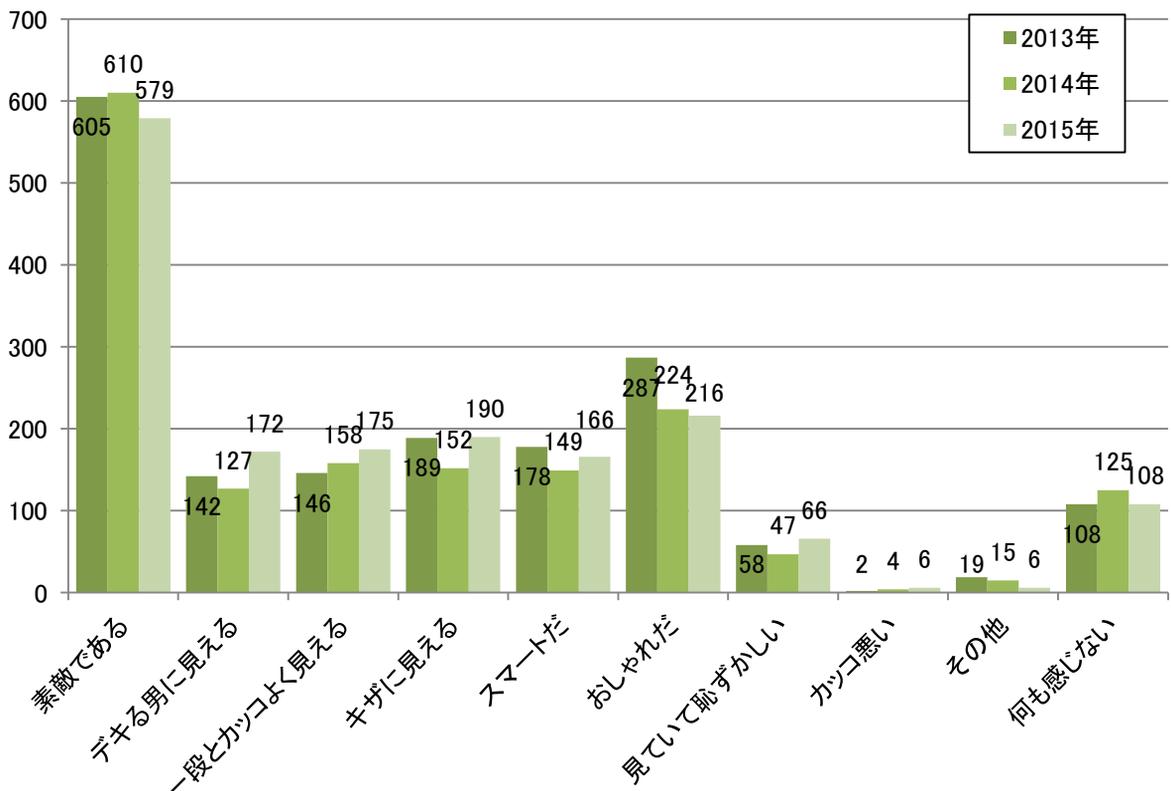
⑤ 「花贈りをする男性」に対する好意度

■花贈り男子、どう見える

Q9. 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。

No.	項目	n		%		
		2015年度	2014年度	2015年度	2014年度	
1	素敵である	579	610	57.9%	61.0%	↓4.1ポイント
2	デキる男に見える	172	127	17.2%	12.7%	↑4.5ポイント
3	一段とカッコよく見える	175	158	17.5%	15.8%	
4	キザに見える	190	152	19.0%	15.2%	↑3.8ポイント
5	スマートだ	166	149	16.6%	14.9%	
6	おしゃれだ	216	224	21.6%	22.4%	
7	見ていて恥ずかしい	66	47	6.6%	4.7%	
8	カッコ悪い	6	4	0.6%	0.4%	
9	その他	6	15	0.6%	1.5%	
10	何も感じない	108	125	10.8%	12.5%	
	全体(n)	1000	1000	100%	100%	

「男性が女性に花を贈る行為について」をみると、昨年と同様「素敵である」（57.9%）が最も高く、次いで「おしゃれだ」、「キザに見える」が続く。「きざに見える」、「見ていて恥ずかしい」、「カッコ悪い」の非好意的なコメントは、合計で昨年よりも+5.9ポイントとなっている。



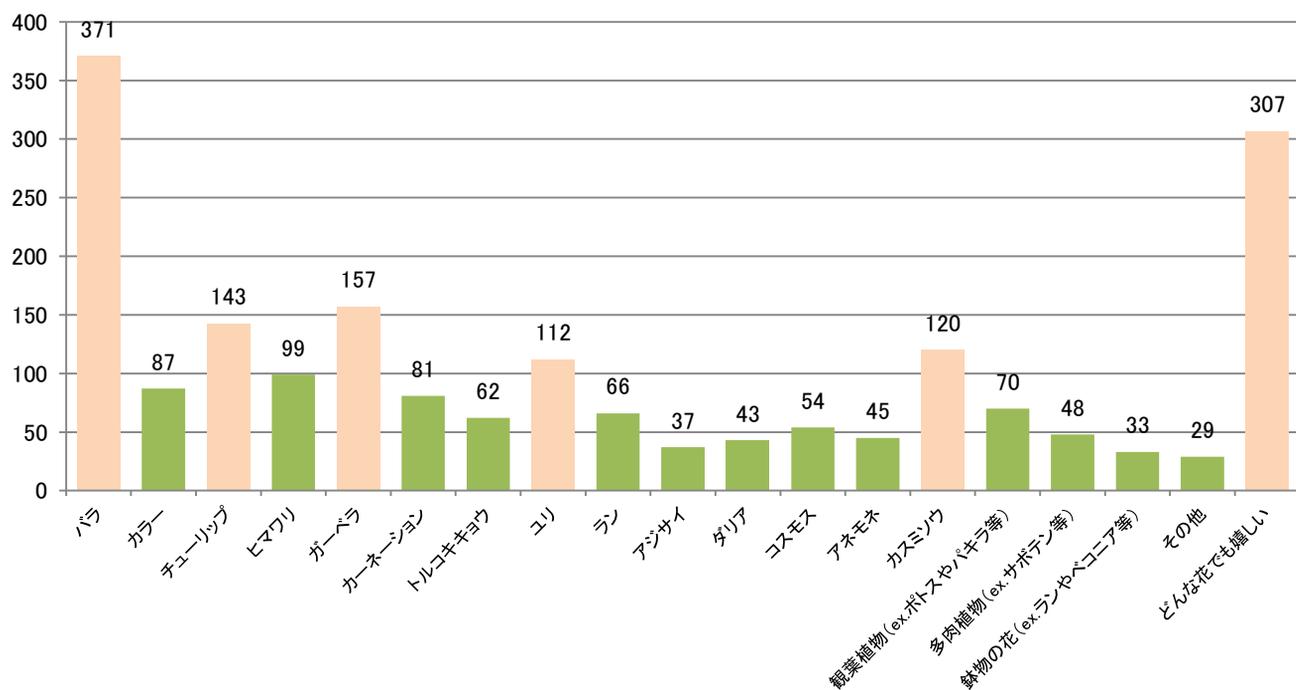
⑥花の選好度

■花贈される場合の欲しい花の種類

Q11.好きな人やパートナーに花をプレゼントされるとしたら、欲しい花の種類はありますか。

No.	花名	n	%
1	バラ	371	37.1%
2	カラー	87	8.7%
3	チューリップ	143	14.3%
4	ヒマワリ	99	9.9%
5	ガーベラ	157	15.7%
6	カーネーション	81	8.1%
7	トルコキキョウ	62	6.2%
8	ユリ	112	11.2%
9	ラン	66	6.6%
10	アジサイ	37	3.7%
11	ダリア	43	4.3%
12	コスモス	54	5.4%
13	アネモネ	45	4.5%
14	カスミソウ	120	12.0%
15	観葉植物(ex.ポトスやパキラ等)	70	7.0%
16	多肉植物(ex.サボテン等)	48	4.8%
17	鉢物の花(ex.ランやペコニア等)	33	3.3%
18	その他	29	2.9%
19	どんな花でも嬉しい	307	30.7%
全体(n)		1000	

「バラ」が最も高く(37.1%)、次いで「どんな花でも嬉しい」(30.7%)、「ガーベラ」(15.7%)、「チューリップ」(14.3%)となっている。
欲しい花の種類としてとして「バラ」の人气が非常に高いことが伺える。

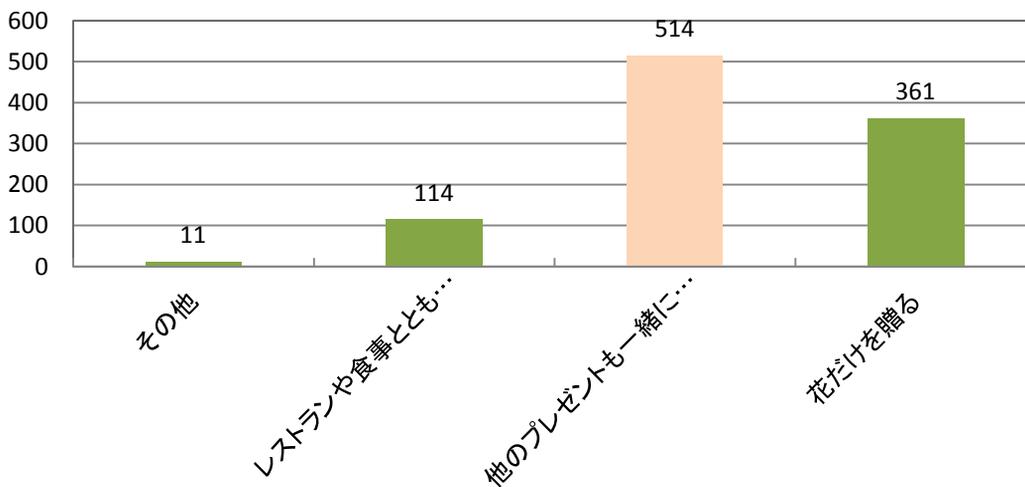


■花を単独で贈るか何かと一緒に贈るか

Q12. 花を贈るとき、何か他のものをセットで贈りますか？

No.	花を贈る時の行動	n	%
1	花だけを贈る	361	36.1%
2	他のプレゼントと一緒に贈る	514	51.4%
3	レストランや食事とともに花を贈る	114	11.4%
4	その他	11	1.1%
全体(n)		1000	100%

「他のプレゼントと一緒に贈る」が最も高く(51.4%)、次いで「花だけを贈る」(36.1%)、「レストランや食事とともに花を贈る」(11.4%)となっている。
全体で見ると約3人に2人(62.8%)が花と一緒に他のプレゼントも贈っていることが伺える。



■大切な記念日はあるのか

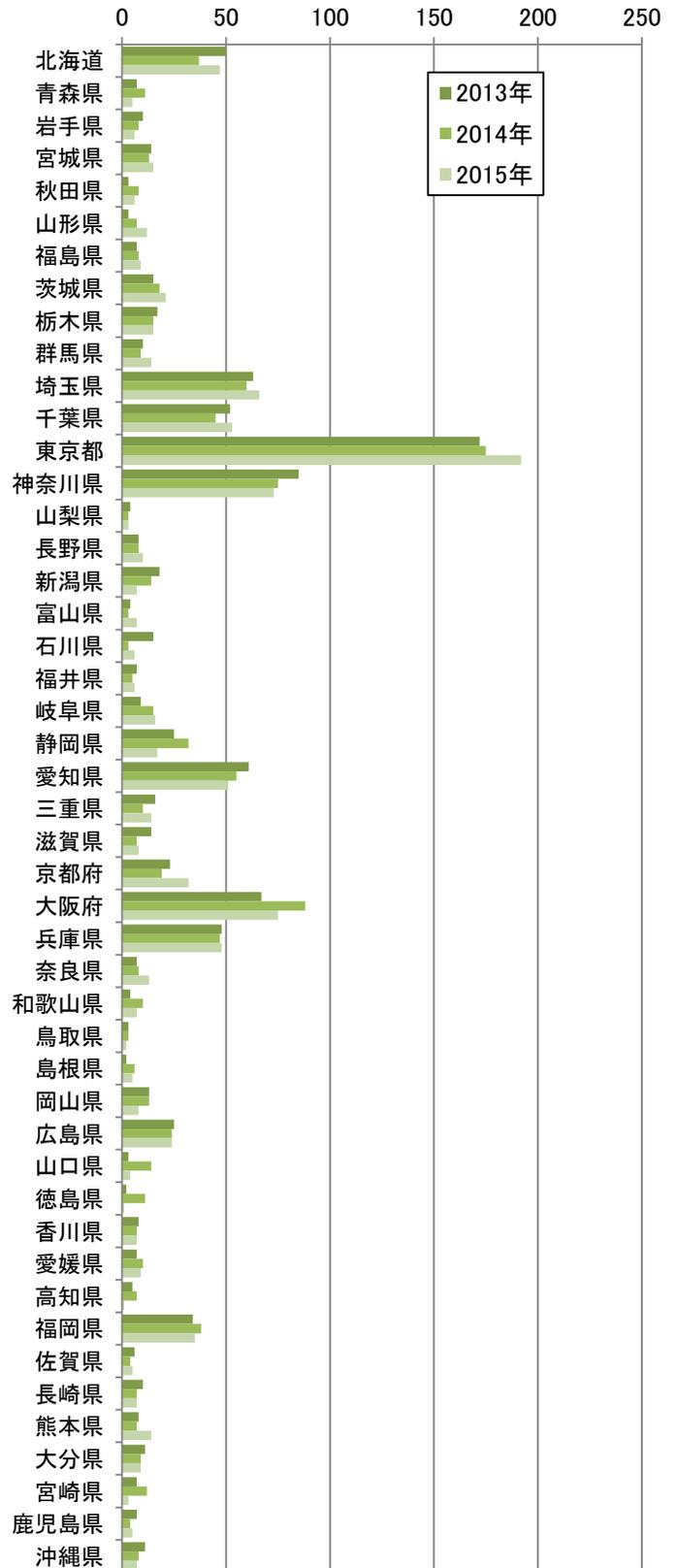
Q13. あなたがパートナーと共に大切にしている記念日はありますか？

No.	記念日の有無	N	%
1	ある	84	8.4%
2	ない	916	91.6%
全体(n)		1000	100%

「ある」が(8.4%)となっている。主な内容として「2人が初めて出会った日」(15件)、「付き合った日」(15件)、「結婚記念日」(12件)、「誕生日」(9件)となっている。

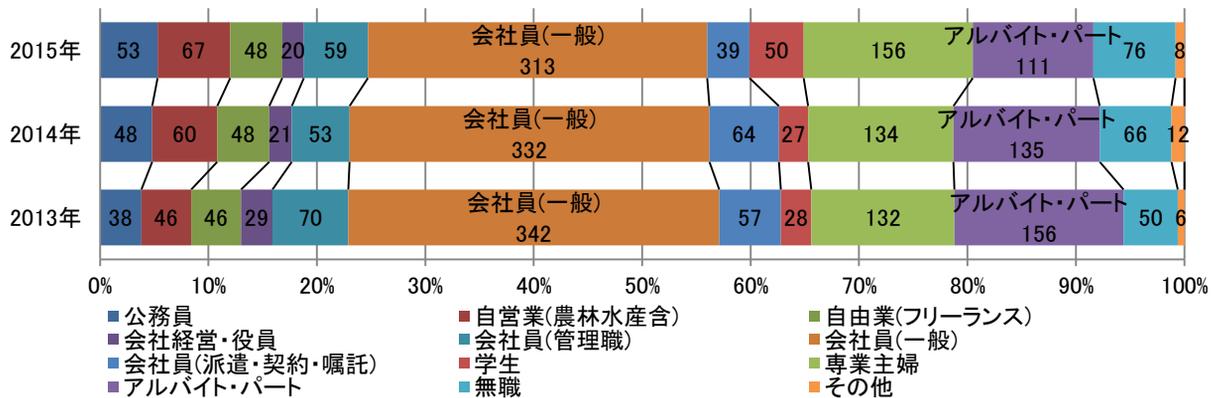
SQ3. あなたの居住地を教えてください。

No.	都道府県名	2013年度	2014年度
1	北海道	50	37
2	青森県	7	11
3	岩手県	10	8
4	宮城県	14	13
5	秋田県	3	8
6	山形県	3	7
7	福島県	7	8
8	茨城県	15	18
9	栃木県	17	15
10	群馬県	10	9
11	埼玉県	63	60
12	千葉県	52	45
13	東京都	172	175
14	神奈川県	85	75
15	山梨県	4	3
16	長野県	8	8
17	新潟県	18	14
18	富山県	4	3
19	石川県	15	3
20	福井県	7	5
21	岐阜県	9	15
22	静岡県	25	32
23	愛知県	61	55
24	三重県	16	10
25	滋賀県	14	7
26	京都府	23	19
27	大阪府	67	88
28	兵庫県	48	47
29	奈良県	7	8
30	和歌山県	4	10
31	鳥取県	3	3
32	島根県	2	6
33	岡山県	13	13
34	広島県	25	24
35	山口県	3	14
36	徳島県	2	11
37	香川県	8	7
38	愛媛県	7	10
39	高知県	5	7
40	福岡県	34	38
41	佐賀県	6	4
42	長崎県	10	7
43	熊本県	8	7
44	大分県	11	9
45	宮崎県	7	12
46	鹿児島県	7	4
47	沖縄県	11	8
	全体(n)	1000	1000



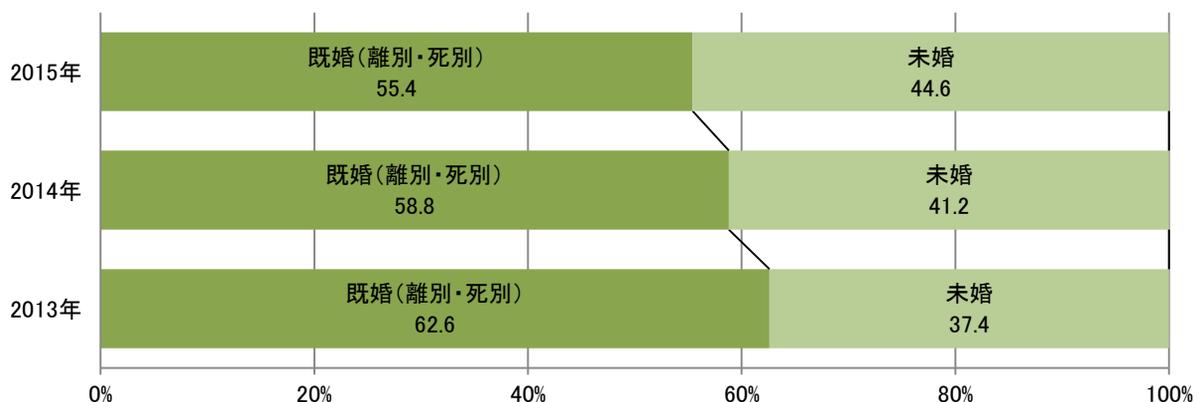
SQ4. あなたの職業を教えてください。

No.	職業	2015年度	2014年度
1	公務員	53	48
2	自営業(農林水産含)	67	60
3	自由業(フリーランス)	48	48
4	会社経営・役員	20	21
5	会社員(管理職)	59	53
6	会社員(一般)	313	332
7	会社員(派遣・契約・嘱託)	39	64
8	学生	50	27
9	専業主婦	156	134
10	アルバイト・パート	111	135
11	無職	76	66
12	その他	8	12
	全体(n)	1000	1000



SQ5. あなたはご結婚されてますか。

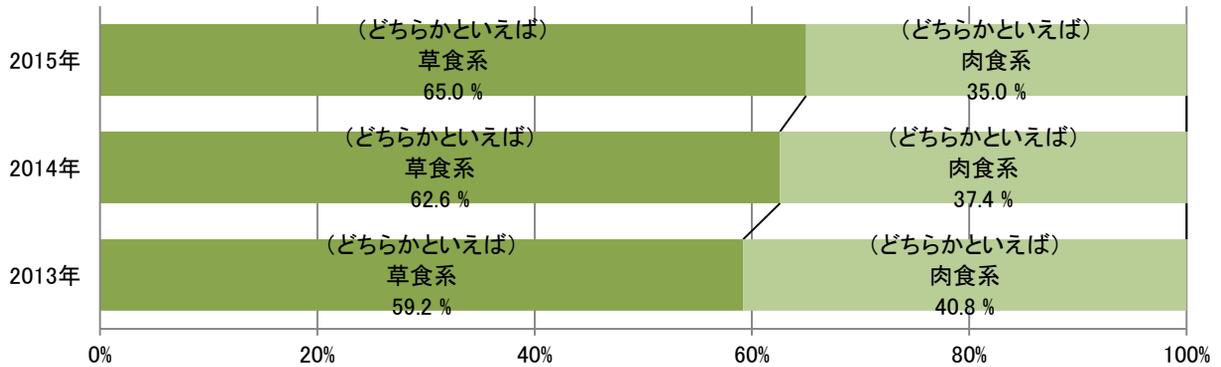
No.	区分	2015年度	2014年度
1	既婚(離別・死別)	554	588
2	未婚	446	412
	全体(n)	1000	1000



Q1. あなたはどちらかといえば草食系、肉食系どちらにあてはまりますか。

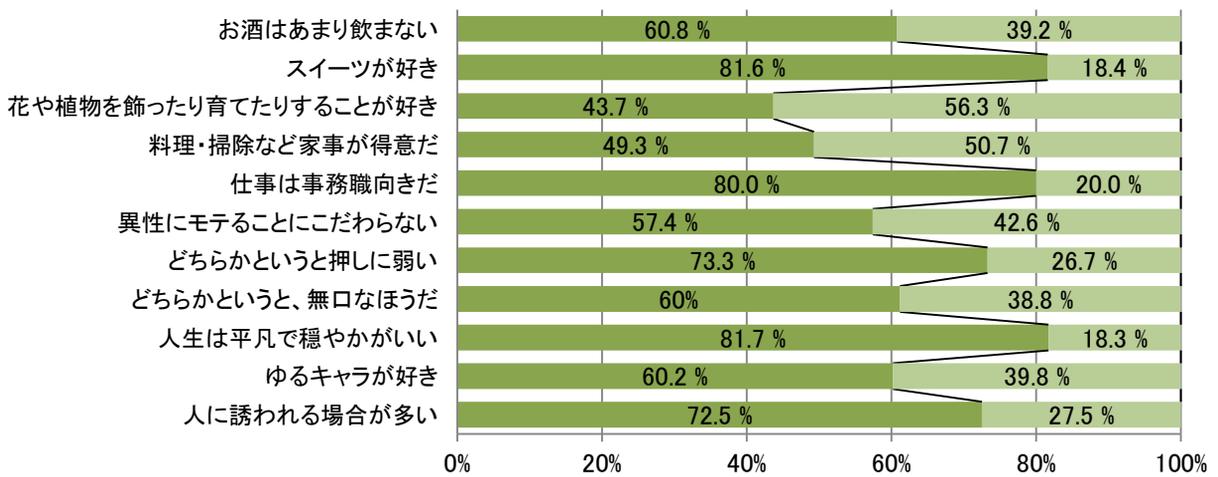
No.	区分	2015年度	2014年度
1	(どちらかといえば)草食系	650	626
2	(どちらかといえば)肉食系	350	374
全体(n)		1,000	1,000

昨年度の比べて草食系が2.4ポイント増えている。また自己分析を見ると「仕事は事務向きだ」が+3.4ポイント、「花や植物を飾ったり育てたりすることが好き」が+2.4ポイントと草食系と相関していると言える。



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

No.	回答区分	2015年度		2014年度	
		YES	NO	YES	NO
1	人に誘われる場合が多い	725	275	728	272
2	ゆるキャラが好き	602	398	641	359
3	人生は平凡で穏やかがいい	817	183	815	185
4	どちらかという、無口なほうだ	612	388	602	398
5	どちらかという押しに弱い	733	267	752	248
6	異性にモテることにこだわらない	574	426	586	414
7	仕事は事務職向きだ	800	200	768	232
8	料理・掃除など家事が得意だ	493	507	488	512
9	花や植物を飾ったり育てたりすることが好き	437	563	413	587
10	スイーツが好き	816	184	827	173
11	お酒はあまり飲まない	608	392	620	380



Flower Valentine 2016



Who give my girl friend a flower with my heartfelt message at Valentine's day

■ お問い合わせ先

一般社団法人 花の国日本協議会（FJC） 事務局

〒103-0004

東京都中央区東日本橋3-6-17 山一ビル4階

一般財団法人 日本花普及センター内

Tel 03-3664-8739 Fax 03-3664-8743

e-mail info@hananokuni.jp

フラワーバレンタイン公式サイト <http://www.flower-valentine.com/>

花の国日本協議会公式サイト <http://hananokuni.jp/>