バレンタインの、チョコ以外。

チョコレート以外の贈り物を贈る？

贈る→26.8%

バレンタインに合わせたイベントはする？

する→20%

何を贈る？
代表的なのは小物。それからお酒類ですね。プレゼントは今回のアンケートの場合、贈る相手が旦那さまという人が多数派でした。マルータの読者層がママ中心ということも確実に影響していると思われます。ご夫婦のイベントとして楽しまれている方が多いかもしれません。

何をする？
キーワードはご飯系が占めていました。それもおうちご飯です。コロナも心配ですしおうちで楽しむのが上手な人たちが増えてるかも。

読者の皆さんのバレンタインに向けたコメント、ありがとうございました！

バレンタインが好きな理由

チョコレートを選ぶ時の女の子だけが味わえるウキウキ感がたまりません。相手の喜ぶ顔を想像しつつ、ぐるぐる売り場を悩み歩いてます。笑
（ももみさん・20代・女性）

すっごく楽しそう。そんなふうに楽しんで選んでくれたチョコもらうのはとってもハッピーです！（くす）

バレンタインに関するエピソード

主人と付き合って初めてのバレンタインに主人の似顔絵ペロペロチョコを作ってプレゼント。食べるのが勿体無いから冷蔵庫に入れて保管するな♡！！と言ってから早19年。今では主人の実家の冷蔵庫の奥で化石のようになっています。いつ食べてくれるんだろう…。笑
（Martyさん・30代・女性）

それもう墓場までもっていくやつ…（くす）

ドライフルーツやデコペンを使って手作りチョコを作りました。彼（いまの旦那）に食べてもらう前に、甥っ子に食べてもらうことに。そしたら『味は良いけど、見た目が呪いみたい』と言われ、旦那には渡すのをやめました（笑）。
（ふくちゃん・40代・女性）

何故かこれが頭に浮かんだ：キングクリムゾン「クリムゾン・キングの宮殿」（くす）→

大きいハートの形の手作りチョコを彼に渡す時、手が滑ってチョコを落としてしまった。中身はハートが真っ二つに割れてしまってた。それでも笑って食べてくれた彼が今の旦那さんです。
（しゅわわさん・40代・女性）

毎年バレンタインにハート型チョコを真っ二つに割る縁起かつぎイベントを始めるのはどうかな…（くす）

私自身チョコレートが大好きなので、送るのももらうのも楽しみです！ただ、身内の男性を見ていると、職場で頂いた方へのお返し選びに苦労しているようで、職場の慣例的なものは廃止して良いのではないかと考えたりもします…。みんなが幸せなバレンタインデーを過ごせますように！
（チョコ好きのビッグ・20代・女性）

会社員時代に上司へのバレンタイン予算を寄付にまわす提案をしたことがあります。今なら動物愛護とか丸亀城の石垣修復とかどうでしょうねぇ（くす）

チョコやスイーツを好きなだけ食べれる&選べるような気がして女子もワクワクします 今は子ども4人中、3人男子なので男子たちはママ&ばあばからのチョコを楽しみにしているみたいです。彼女できるまではまっとうしたいと思います（〃´`〃）
（りるくのすけさん・40代・女性）

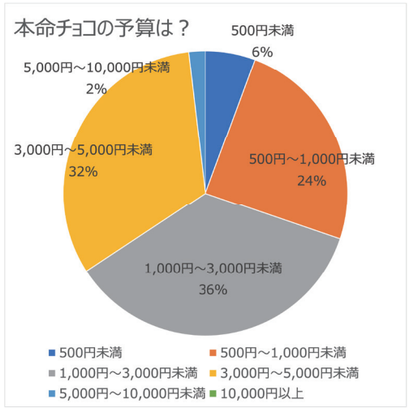
自分のバレンタインより、お年頃になった我が子のバレンタインの方が何倍も気になる気になる（笑）チョコが来なきゃ来ないで、来たら来たで、もうそりゃぁそわそわしちゃいますよー（くす）

巻頭特集

マルータエリアのバレンタインどんな感じか調べてみました

マルータ読者バレンタインアンケート

アンケート結果から本命チョコ、自分へのご褒美チョコ、義理・友チョコの買い分けの実態を数値・多く使われたキーワードから紐解いてみましょう。ちなみに、本命チョコありは76.4%、なしは23.6%。意外とアリの人多いんですね（大人の感想）。分析は編集室くすが行いました。もちろん、統計に関してはずぶの素人です（キッパリ）。なので難しいツッコミはご容赦くださいね。ほぼ「感想」みたいなものとして気楽にお楽しみください！

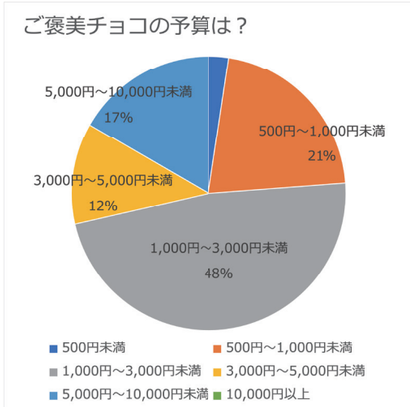


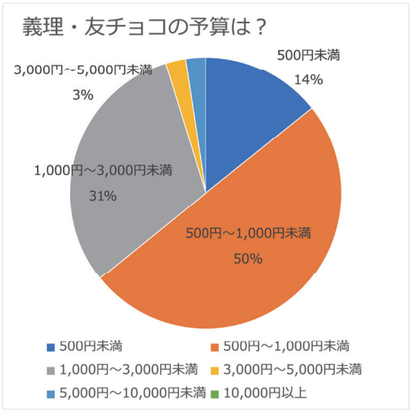
本命チョコは必ずしも「天井知らず」ではない

ますは本命チョコの予算から
1,000円～5,000円の間の人が約68%。意外に高額の人いませんね。
10,000円以上は0人でした！
本命チョコは、どこで買う？
約80%が百貨店もしくはパティスリーなどの専門店でした。
はっきり言うと「三越」ぶっちぎりでした。
本命チョコのキーワード
「高級感」「特別感」「ブランド」「一粒売り」「地元にない」etc.
なるほど、「クラス感」とか「格」が大事にされている感じがするワードですね。

「ご褒美チョコ」の時代はもうすでに始まっていた

次に自分へのご褒美チョコの予算
あれっ！？5,000円～10,000円ゾーンの数値が8倍！本命チョコよりもご褒美チョコの方が予算をかけてる人が多いかも、って結果です。自分へのご褒美につぎ込んでいる感じ、好感持てます。面白い～！
ご褒美チョコは、どこで買う？
こちらは約72%が百貨店もしくはパティスリーなどの専門店に地元のモールが台頭してくる感じです。モールってこれもぶっちゃけて言えば「ゆめタウン」ですね。
ご褒美チョコのキーワード
「高級感」「特別感」「ブランド」「一粒売り」「地元にない」etc.
「美味しい」「カワイイ」「リッチ」「一粒売り」「普段買わない」 etc.
「美味しい」とか「パッケージがカワイイ」とかって、確かに自分の満足を求めるワードです。「普段買わない」とあわせても、自分へのご褒美という感じが強く伝わりますね。





「義理・友チョコ」には実用主義と面白さを

最後が義理・友チョコの予算です
500円未満と500～1,000円ゾーンがばーんと増えてます。グラフに文字はないんですが3,000～10,000円の予算の人も合計5%とかいるんです。これは単価をおさえながらも広範囲に配布して（笑）総額予算がかさんでいると思われますね。
義理・友チョコどこで買う？
三越、ゆめタウンもある程度ありますが、義理・友ゾーンとなるとやはりスーパーやディスカウントストアも上がってきました。コスパや買いやすさ重視の傾向がはっきり出てきますね。
義理・友チョコのキーワード
「個包装」「分けやすい」「気をつかわせない」「面白い」
「個包装」笑。そうですよね！「面白い」→ちょっとシャレの効いたアイテムで職場とか仲間内で和もうっていう感じ、すごくいいと思います。

実は、どのゾーンでも「ネットで買う」という人が散見されました。ちょっと手に入らないものをネットで買ったり、ポイントが貯まる手軽で安いものをネットで買ったりするのかな。希少性と利便性のどちらも備えるネットの特徴が表れている感じがしますね。