Job総研による『2024年 バレンタイン実態調査』を実施

キャリアや就職・転職に特化した匿名相談サービス「JobQ(※1)」を開発・運営する株式会社ライボ（本社:東京都渋谷区 代表取締役：森宏記
以下「ライボ」）の調査機関『Job総研(※2)』は、521人の社会人男女を対象に「2024年 バレンタイン実態調査」を実施しました。
同調査は過去5年のバレンタインの贈答推移と、今年の贈答有無及び渡さない理由と物価高の影響、また渡す物と予算や貰える期待有無とその理由、さらにバレンタインへのイメージとその男女別割合、そして義理チョコ文化への賛否とその理由などを調査しました。

【物価高と義理チョコ文化】
近年”推しチョコ”や”自分用チョコ”などその名目が豊富になってきているバレンタインですが、原材料の高騰や円安の影響でチョコ1粒あたりの値段が390円と前年より25円上昇しており、物価高がバレンタイン文化に影響を及ぼす可能性が考えられます。さらに、過去2年間のJob総研調査（※3）では、コロナ禍や物価高騰によりバレンタイン文化が衰退傾向にあることがわかっています。前述の物価高の影響に加え、今年はコロナ5類移行後初のバレンタインとされるこの状況で、実際に働く社会人のバレンタインに関する意識はどのように変化しているのでしょうか。
そこでJob総研では521人の社会人男女を対象に、過去5年のバレンタインの贈答推移と、今年の贈答有無及び渡さない理由と物価高の影響、また渡す物と予算や貰える期待有無とその理由、さらにバレンタインへのイメージとその男女別割合、そして義理チョコ文化への賛否とその理由などを調査した「2024年 バレンタイン実態調査」を実施しました。

【調査概要】
調査対象者 ：現在職を持つすべての社会人
JobQ Town（ジョブキュータウン）登録者
調査条件 ：全国 / 男女 / 20～50代
調査期間 ：2024年1月17日 ～1月22日
有効回答数 ：521人
調査方法 ：インターネット調査

【TOPICS】
・全体の89.3%が今年バレンタインは「渡さない」
「お金がかかる」が最多理由で物価高の影響有
・渡す場合は「市販品」が最多 渡す相手1人当たりの予算の中央値は800円
・男性の72.5%が今年チョコは「欲しいと思わない」 理由は「相手にお金をかけさる」が1位
・全体の61.7%が女性から男性に渡す風潮へは「賛成」も男性より女性の反対派が上回る

・全体の61.5%が義理チョコ文化に「反対」 理由は「経済負担になる」や「ストレス」が上位

【過去推移と今年の贈答有無】
回答者全体の521人に過去5年で職場の人へバレンタインを渡した年を聞くと、コロナ禍前の2019年では14.4%だったものが、コロナ禍に入った2020年に7.9%まで減少し、2021年には6.9%と微減、2022年は7.9%と僅かに回復を見せるも、5類移行前の2023年は4.8%と過去最低の割合となりましたが、今年は89.3%が「渡さない派」を回答しました。

【渡さない理由と物価高の影響】
今年バレンタインを渡さないと回答した465人にその理由を聞くと、「お金がかかるから」が35.3%で最多となり、次いで「準備が面倒/時間がないから」が35.1%、「特にバレンタインを気にしていないから」が33.3%と、上位3つの回答となりました。回答者全体の521人に物価高騰によるバレンタインの受け渡し意欲を聞くと、「低くなった派」は84.0%で過半数を占め、内訳は「とても低くなった」21.5%、「低くなった」20.5%、「どちらかといえば低くなった」42.0%でした。

【渡す物と予算】
女性回答者183人に渡す場合のものを聞くと「市販品」が51.8%で最多となり、次いで「手作り」が26.8%、「ネットギフトの送付」が23.2%、と、上位3つの回答となりました。同回答者に渡す場合の1人当たりの予算を記述回答にて聞くと、平均が1,923.6円、中央値が800円、最頻値が800円となりました。

※更に詳細な集計データは別紙の「2024年 バレンタイン実態調査
報告書」をご参照ください(※4)

【期待と理由】
男性回答者324人に今年バレンタインは欲しいと思うかを聞くと、「欲しいと思わない派」が72.5%で過半数を占め、内訳は「全く欲しいと思わない」41.0%、「欲しいと思わない」22.2%、「どちらかといえば欲しいと思わない」9.3%でした。欲しいと思わないと回答した男性290人にその理由を聞くと、「相手にお金をかけさせてしまうから」が60.2%で最多となり、次いで「お返しにもお金がかかるから」が56.7%、「特に気にしていないから」が36.3%と、上位3つの回答となりました。

【バレンタインのイメージ】
回答者全体の521人に「バレンタインは女性から男性に渡すもの」という風潮への賛否を聞くと「賛成派」が61.7%で過半数を占め、内訳は「とても賛成」10.4%、「賛成」12.9%、「どちらかといえば賛成」38.4%でした。男女別の回答では男性は「賛成派」が68.5%で最多となる一方、女性は「賛成派」と「反対派」が約半数ずつの結果になりました。

【義理チョコへの賛否】
回答者全体の521人に義理チョコ文化への賛否を聞くと「反対派」が61.5%で過半数を占め、内訳は「とても反対」17.9%、「反対」16.7%、「どちらかといえば反対」26.9%でした。反対と回答した320人にその理由を聞くと「経済的な負担になるから」が56.3%で最多となり、次いで「プレッシャーやストレスになるから」が33.4%、「誰まで渡す/貰えるかわからないから」が29.7%と、上位3つの回答となりました。

※更に詳細な集計データは別紙の「2024年 バレンタイン実態調査
報告書」をご参照ください(※4)

【回答者自由記述コメント】
職場のバレンタイン文化や義理チョコ文化の衰退は物価高によるものと読み取れるコメントが顕著でした
・同じ部署に数名男性がいるが、正直全員に用意していたら大きな出費になるので渡さないことにした
・チョコの値段も上がり職場でそんな事やる暇もお金もない。渡したい人もいない。自分にあげたい
・忖度のために渡そうと思ったが、評価やお返しが期待通り出なかったらただの出費になるのでやめた
・ニュースでチョコの価格が上がった情報を見たので、今年は渡さないし今後も渡さないことに決めた
・お返しもきっと値上がりするだろうから要らない。チョコは甘いが金銭事情はそう甘くはない
※その他、バレンタインに関するコメントは下記「JobQ Town」にて確認いただけます。
https://job-q.me/27473

【調査まとめ】
今回実施した「2024年
バレンタイン実態調査」では、過去5年の贈答推移がコロナ禍前の2019年から5類移行直前の2023年まで衰退傾向にあった中、今年は全体の9割が職場でのバレンタインは「渡さない」と回答しています。渡さない理由では「お金や時間がかかる」が上位回答になったことに加え、全体の8割が物価高によってバレンタインの「受け渡し意欲が低くなった」と回答しており、物価高の影響でバレンタイン文化は”衰退”と考えられる結果になりました。
女性側に渡す場合のものを聞くと「市販品」が最多で、1人あたりの予算は中央値で800円でした。同様に男性側へ今年のバレンタインは欲しいかを聞くと、全体の7割が「欲しいと思わない」と回答し、その理由では「相手にお金をかけさせる」や「お返しにもお金がかかる」が上位回答となり、受け渡し双方の観点から金銭的な負担が理由として挙げられました。
そこで、「バレンタインは女性から男性に渡す風潮」への賛否を聞くと、全体の6割が「賛成派」を示し、日本で一般的に考えられているバレンタインのイメージは現在でも健在していることがわかりました。しかし、男性は「賛成派」が過半数を占めるものの、女性の賛否は半数ずつに割れるなど、性別によるギャップが生じる結果となっています。そして義理チョコ文化への賛否では、全体の6割が「反対」と回答し、その理由では「経済負担」が最多、次いで「プレッシャーやストレスになる」や「誰まで渡す/貰えるかが不明」が挙げられました。
市販品を渡す場合に限らず、物価高によるチョコの値上がりや、性別問わずバレンタインに「金銭負担」を意識しており、特に本来渡す側のイメージのある女性が「経済負担」や「プレッシャー・ストレス」だけでなく、”風潮”に対しても違和感を持ち始めている傾向が窺えました。これらの社会情勢を踏まえると、文化そのものに大きな影響を与えていく”物価高”の驚異が、今後日本のバレンタイン文化の”衰退”に拍車をかけていくことが予想できる調査結果となりました。
ライボでは今後も就職・転職・働き方などに関連する様々な調査を実施し、リアルで透明度の高い情報を発信することで個が活躍する社会の実現を目指してまいります。

株式会社ライボ コミュニケーション戦略部 部長
広報グループ長兼「Job総研室長」
堀 雅一（ほり まさかず）
2021年にJob総研を立ち上げ、その後”働く社会人や就活生”を中心に様々な観点から意識や行動などについて調査研究を実施。市場の現状と未来を分析し、社会へ発信することで働く社会人や就活生の選択機会に貢献する事を目的としている。

またJob総研の調査をもとに各大学で「キャリア設計」の授業を実施する他、多くのメディアでキャリアや働き方など社会との関連などを解説している。
※取材についてのお問い合わせはプレスリリース最下部にある連絡先からお願いします

【(※4) 2024年 バレンタイン実態調査 報告書】
報告書では同調査の属性やその他設問の回答結果をより詳細にご確認いただけます。
https://job-q.me/articles/15523

【(※3) 過去のバレンタイン実態調査】
過去実施したバレンタイン調査の結果をまとめております
2023年版（2023年2月6日 公開）
https://job-q.me/articles/14795

2022年版（2022年2月7日 公開）
https://job-q.me/articles/13426

【(※2)Job総研について】
Job総研は就職・転職やキャリア全般に関する研究や各種調査の実施により、市場の現状と未来を分析し、社会へ発信することで就転職関連市場に貢献する事を目的とし立ち上げられました。
就職・転職・働き方・ランキング・働く女性など多数のジャンルで信頼できる情報を発信していくことにより、就転職活動に役立てていただくことや、キャリアに関する不安や悩みを解決する一助として”個が活躍する社会により良い選択の機会”を提供し就転職市場に貢献してまいります。

【(※1)JobQについて】
「あなたが知りたい”働く”は誰かが知っている」をコンセプトに運営するJobQの累計登録者数は40万人を超え、キャリアや転職に関する情報交換と相談ができるサービスです。具体的な企業名を検索して、現役社員や元社員による口コミだけではなく、仕事全般に関する悩みや就職・転職への不安など漠然とした内容も含まれ、匿名によるユーザ同士でコミュニケーションを取りながら、より良い選択をつくる場になっています。
■JobQ”職場”に関するQ&A
https://job-q.me/tags/22101

【会社概要】
会社名 ：株式会社ライボ
設立 ：2015年2月3日
代表取締役 ：森 宏記（もり こうき）
所在地 ：〒150-0043 東京都渋谷区道玄坂1丁目19-9第一暁ビル3階
事業内容 ：キャリアや転職に特化した匿名相談サービス「JobQ」の企画・開発・運営
グループ会社 ：2019年3月1日 パーソルキャリア株式会社にグループイン
ホームページ ：https://laibo.jp/
JobQ Town ：https://job-q.me/

Generated by ぷれりりプレスリリース
https://www.prerele.com