

**約7割がバレンタインは新型コロナの影響を受けると回答
オンラインショップでチョコレートを購入予定の人が去年の約3倍
また、2021年のバレンタインは義理チョコ減少の声が多数
～LOCARIが2021年のバレンタインに関するアンケートを実施～**

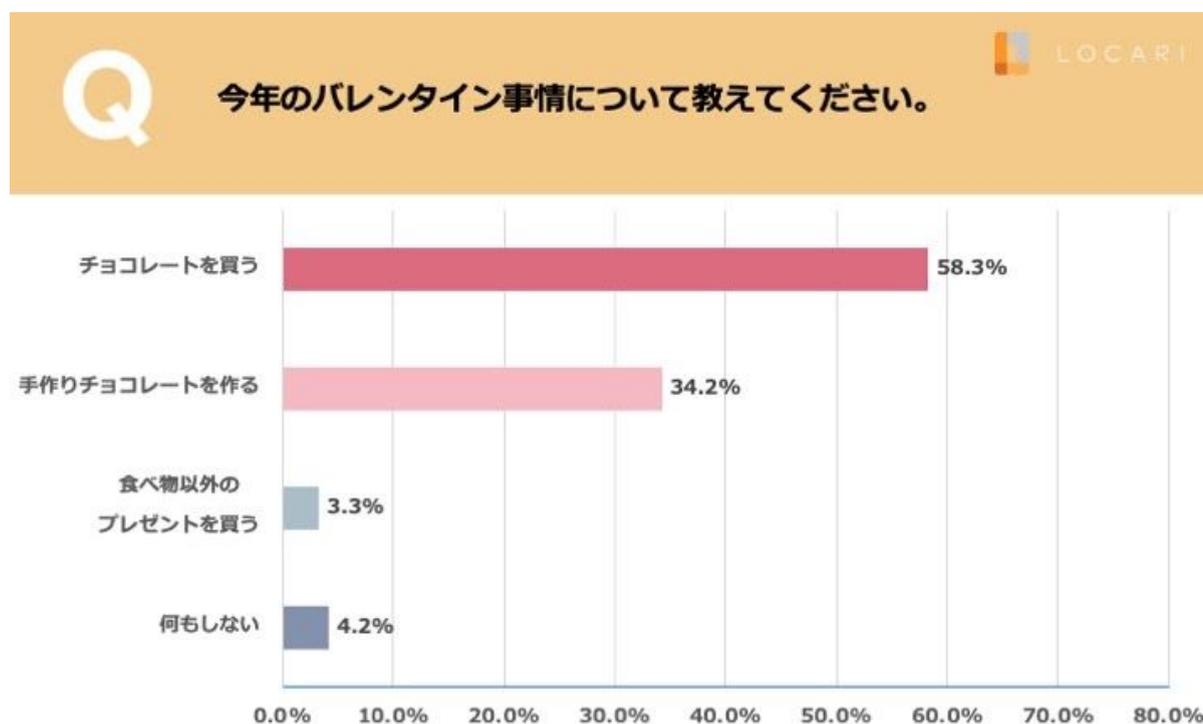
国内最大級オトナ女子向けメディアアプリ「LOCARI」を運営する株式会社Wondershake（本社：東京都目黒区、代表取締役社長：鈴木仁士）は、「2021年のバレンタインに関するアンケート」を実施し、669名から回答を得ました。

【調査結果 概要】

- 今年のバレンタインは「チョコレートを買う」が約6割。うち3割はオンラインショップ利用
- 去年のバレンタインはオンラインショップの利用は1割未満
- 約7割が今年のバレンタインは新型コロナウイルスの影響を受けると回答
- 「義理チョコが減る（人に会わないからあげる人が減る）」「手作りはしない」「会えない分、手紙やメッセージカードを添える」など

【調査結果 詳細】

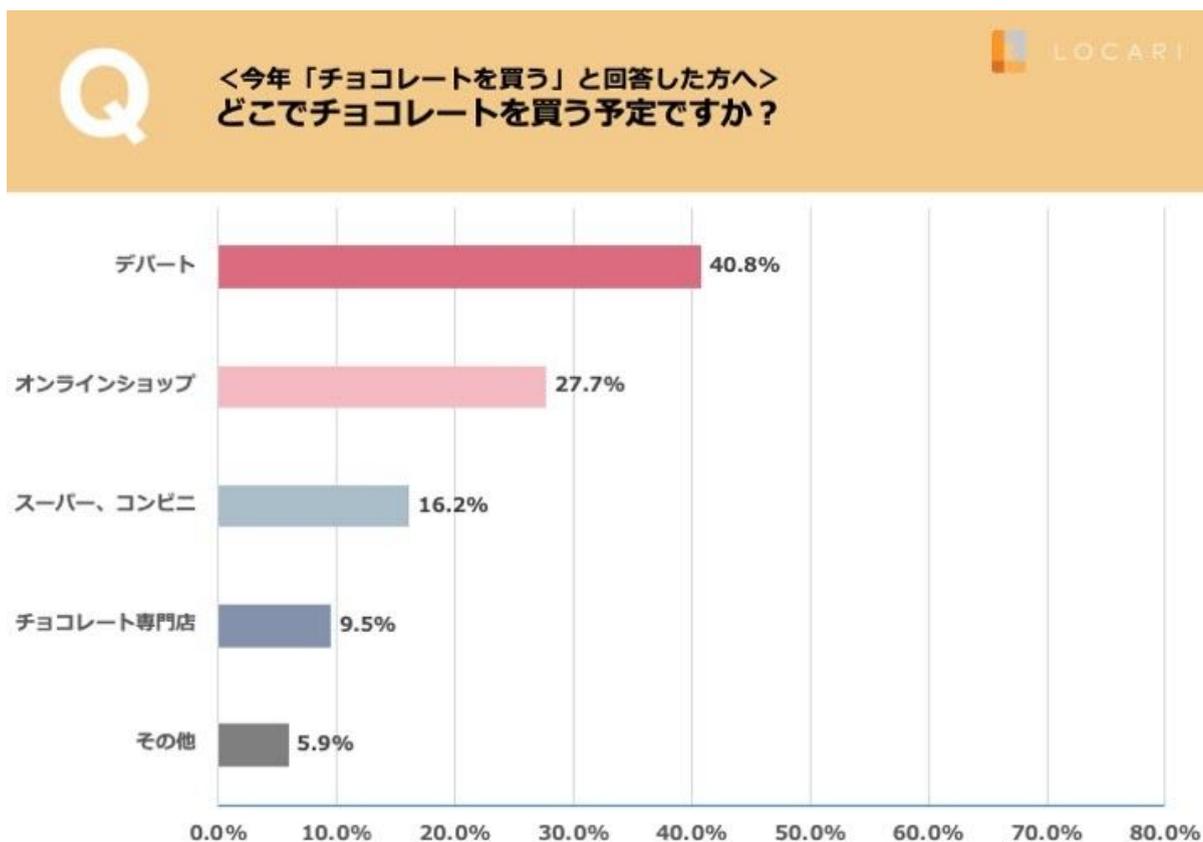
■今年のバレンタインは「チョコレートを買う」が約6割。うち3割はオンラインショップ利用
今年のバレンタイン事情について尋ねたところ、「チョコレートを買う」が58.3%で最も多く、「手作りチョコレートを作る」が34.2%と続きました。（n=669）



チョコレートを買うと回答した方にどこで買う予定か尋ねたところ、「デパート」が40.8%、「オンラインショップ」が27.7%という結果になりました。（n=390）

【本リリースに関する報道お問い合わせ先】

e-mail : pr@wondershake.com tel : 080-4802-4022 (株式会社Wondershake 黒川)



《デパートで買う理由/一部抜粋》

- ・百貨店の特設会場は種類が豊富なので選びやすいから。
- ・実際に見て買いたいから。
- ・試食目当て。

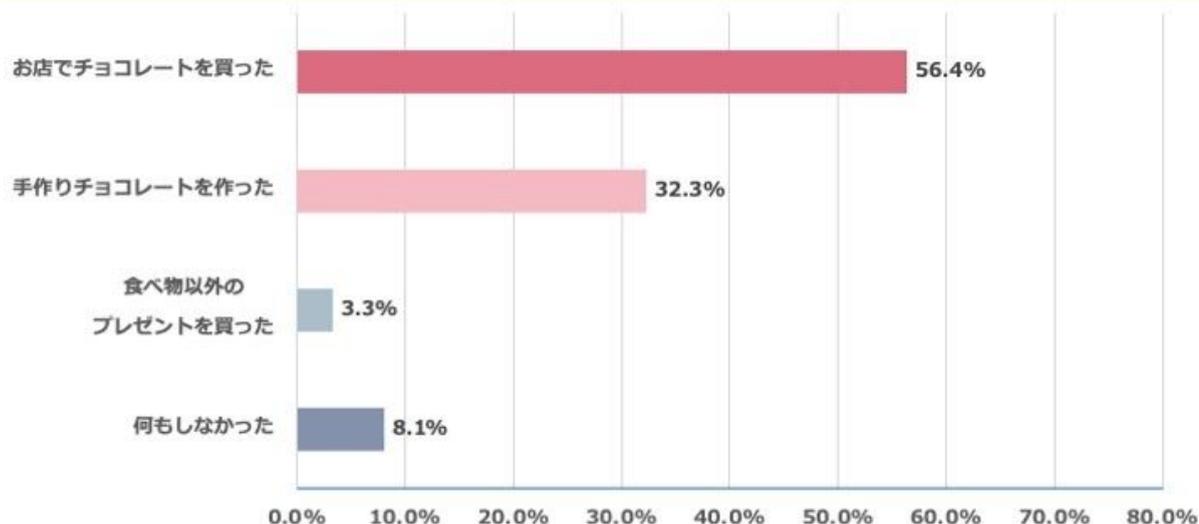
《オンラインショップで買う理由/一部抜粋》

- ・例年はデパートですが、コロナ禍で密が気になるので今年はオンラインショップで探します。
- ・毎年手作りだが、コロナもあり、衛生的にお互い気を使うから。
- ・大量購入するため。

■去年のバレンタインはオンラインショップの利用は1割未満

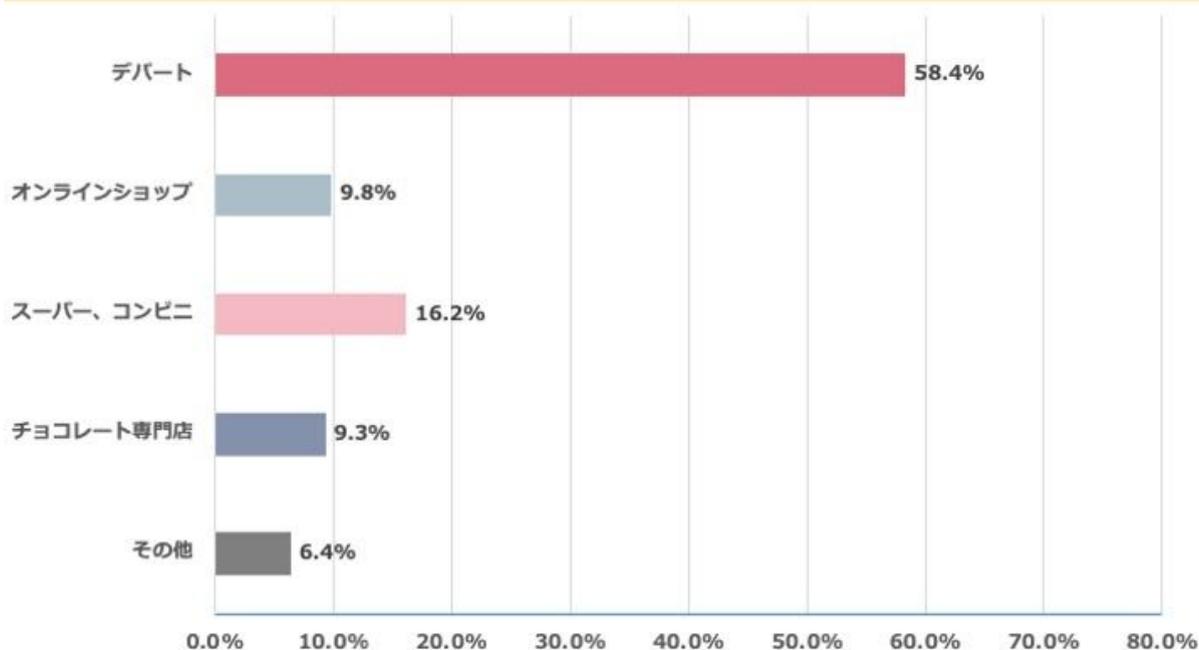
去年のバレンタイン事情について尋ねたところ、「お店でチョコレートを買った」が56.4%で最も多く、「手作りチョコレートを作った」が32.3%と続きました。全体としての傾向は今年の予定と大きな変化はないことがわかりました。(n=669)

Q 昨年のバレンタイン事情について教えてください。



お店でチョコレートを買ったと回答した方にどこで買ったか尋ねたところ、「デパート」が58.4%で最多となりました。オンラインショップで買った方は9.3%にとどまりました。コロナ禍の影響もあり、今年はオンラインショップへの注目が去年よりも高まっていると考えられます。(n=377)

Q <昨年「チョコレートを買った」と回答した方へ> どこでチョコレートを買いましたか？

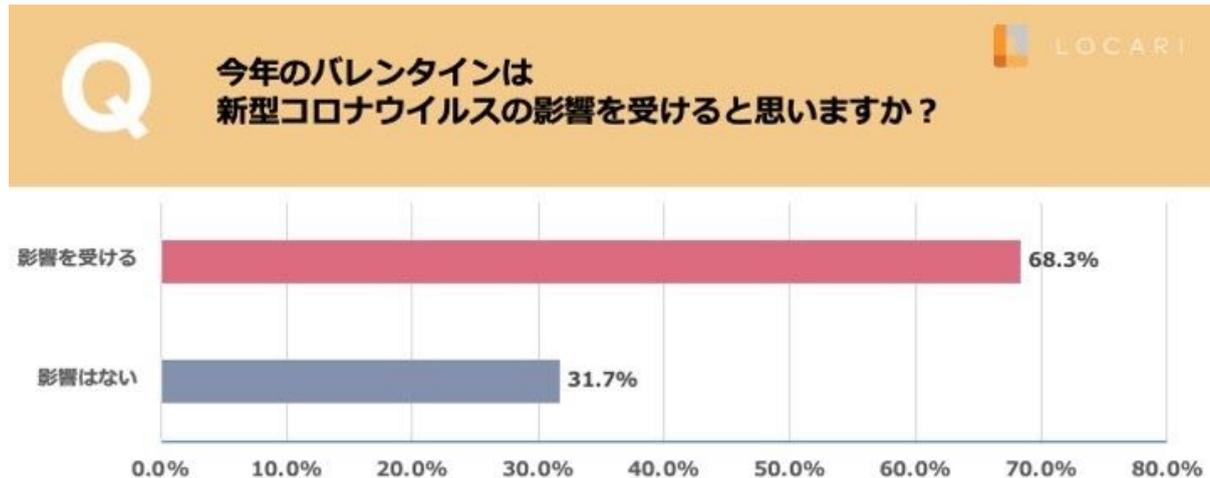


【本リリースに関する報道お問い合わせ先】

e-mail : pr@wondershake.com tel : 080-4802-4022 (株式会社Wondershake 黒川)

■約7割が今年のバレンタインは新型コロナウイルスの影響を受けると回答

今年のバレンタインは新型コロナウイルスの影響を受けるとするか尋ねたところ、68.3%が「はい」と回答しました。人と会わないので「義理チョコが減る」という意見が複数あった他、手作りに関しては「新型コロナ感染が怖いので手作りは控える」という意見が多数ある一方で、「買いに行けないステイホームの時間が長いから手作りが増えそう」という意見もありました。(n=669)



《どんな影響を受けるとするか/一部抜粋》

- ・義理チョコは買いに行くリスクも、もらう側も貰うリスクがあるから減ると思う。
- ・感染などの理由から手作りが減る。
- ・手作りは控えて、ちょっと高級な市販品が売れると思う。
- ・ステイホームや在宅勤務が増えて去年に比べて手作りをする人が増えると思います。

《今年（2021年）と去年（2020年）のバレンタインの違い/一部抜粋》

- ・郵送で送る。
- ・手作りはしないし渡す人数も少なくして、購入もオンラインにします。
- ・人に会わないのであげる数が減る。
- ・毎年子供達が友達と手作りチョコを交換しているが、今年は手作りチョコは家族で消費するようにする。
- ・個包装にされてるものを選ぶ。
- ・同僚へのチョコの用意はしないことになりました。
- ・テレワークになり、会社であげる必要がなくなるのが良い。
- ・選ぶ際に慎重になるのでネットでのデータ収集に時間を掛け、決め打ちにする予定です。

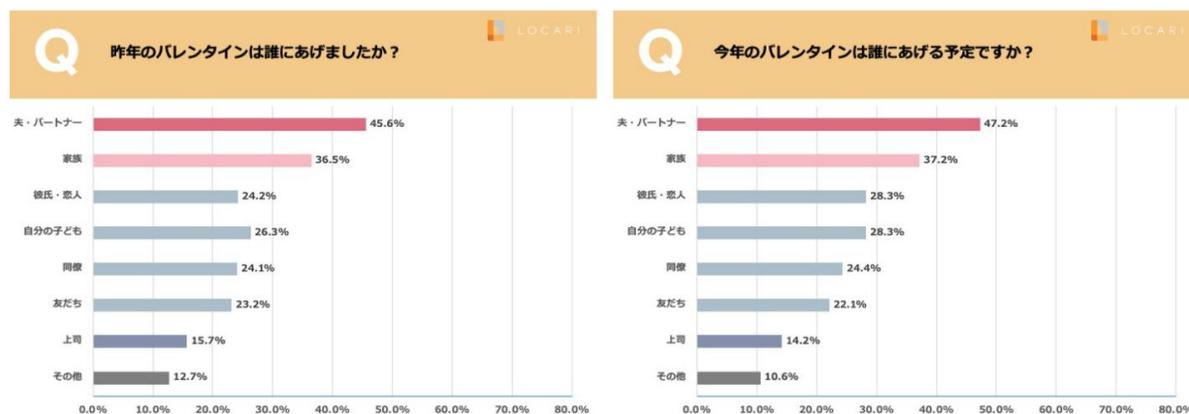
《今年（2021年）と去年までのバレンタインのお金の使い方の違い/一部抜粋》

- ・いつもより自分用のチョコをご褒美にたくさん購入するかランクあげるかもしれないです。
- ・色々制限もありストレス解消のために、自分用にも準備しようと思ってる。
- ・手作りで渡せないから買って送るかもしれない為、高くなる。
- ・あげる人が減るので、使うお金も減ると思います。
- ・コロナで収入が少し減っているので価格を見直そうかと思っています。

《今年（2021年）のバレンタインで工夫すること/一部抜粋》

- ・集まらない分、疎遠にならないよう、一言メッセージ等を添えようと思っている。
 - ・出来るだけ飛沫等防げるように手袋、マスクなどして作ろうと思っています。
 - ・衛生面で気をつけたいので消毒してから、もしくは手袋を付けて箱や袋に触れるようにする。
- ※他にも多数ご意見が寄せられています。閲覧をご希望の報道関係者様ははお問い合わせください。

■2020年・2021年ともに、バレンタインにプレゼントするのは1位「夫・パートナー」2位「家族」



【調査概要】

調査対象：日本全国の男女

調査方法：Web

実施時期：1月8日～1月11日

サンプル数：669

※本調査における「チョコレート」は、その他のお菓子・食品も含まれます。

■『LOCARI』について

『LOCARI』は、25歳～39歳女性の12人に1人が愛用する、国内最大級オトナ女子向けメディアアプリ※1です。ファッションやビューティ、恋愛などを中心にライフスタイル情報を、毎日、無料で幅広く配信し、MAU（月間利用者数）800万人※2、累計のダウンロード数900万を突破。

※1 アプリからの閲覧が98%！アプリとしてターゲットの生活の一番近くに入り込むことでリーチメディアではなく”マイメディア”として認知・理解・購買促進を起こします。

※2 WebとAppからの利用者数。女性向けメディアアプリMAUランキング第1位！App Ape Lab. 2017年10月10日『女性向け※1メディアアプリランキング、No.1はLOCARI(ロカリ)』より。

※LOCARIへの広告出稿をご検討の方はこちらのメールアドレスへお問い合わせください。バレンタイン限定プランを期間限定でご案内中です！

ads@wondershake.com

■『LOCARI』サービス概要

国内最大級オトナ女子向けメディアアプリ『LOCARI』

iOS : <https://itunes.apple.com/jp/app/locari-rokari-nu-xingnoakogarenoraifusutairuwo/id672151350>

Android : <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.wondershake.locari&hl=ja>

Web : <https://locari.jp/>

■会社概要

会社名 株式会社Wondershake

所在地 東京都目黒区中目黒1-1-71 KN代官山9階

代表取締役 鈴木 仁士

設立年月日 2012年8月23日

事業内容 Webサービス及びスマートフォン用アプリケーションの開発と運営

【本リリースに関する報道お問い合わせ先】

e-mail : pr@wondershake.com tel : 080-4802-4022 (株式会社Wondershake 黒川)