

52週の
MD研究

ホワイトデーの贈り物 2012

日本マーケティング研究所グループ
株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
URL: <http://www.mcto.co.jp>
Email: support@mcto.co.jp

「52週のMD研究」では主要なイベントの際に、ショッパー(店頭での購買者)は何をどんな理由で買ったのか、また、店頭ではどんなMDで訴求したのかをまとめています。今回は「ホワイトデー」です。皆さんは何を意識して、どんなプレゼントをあげたのでしょうか？今年のトレンドを探りました。

調査結果のポイント

Point.1

贈り物をあげた(もらった)人は**5割弱**
贈り物は**お菓子**(チョコ、クッキー、ケーキ)
が人気!

Point.2

男性は「**気持ちが伝わる**」ものをあげたい
女性は「**おいしい**」プレゼントが欲しい?!

Point.3

店頭のPOPを参考にした人は**44%**
最適予算は、あげる側ももらう側も**800円前後**

調査概要

調査対象:
弊社管理オピネット会員
「オピネット URL:<http://www.opi-net.com>」

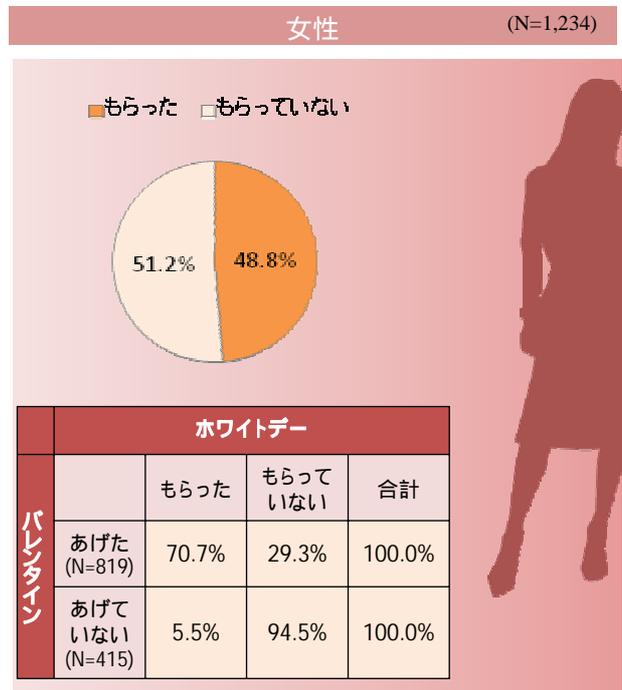
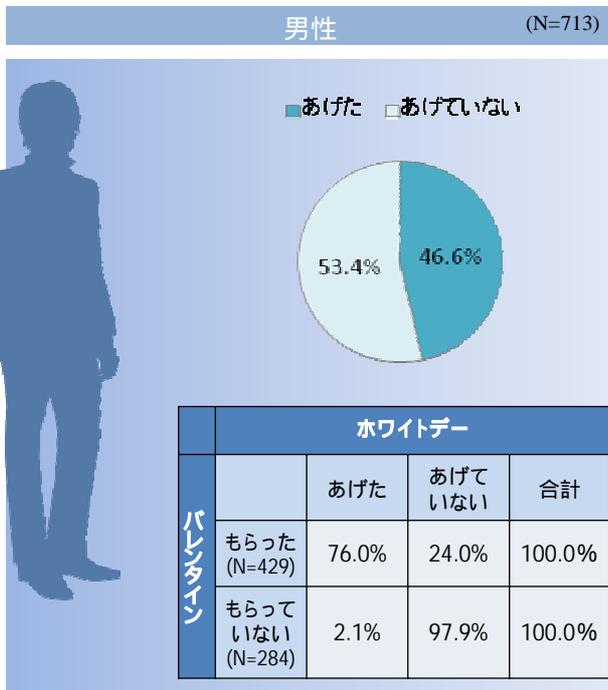
調査期間: 2012年3月23日～4月2日
調査方法: インターネット調査

	タイトル
回収数	1,947名
調査内容	ホワイトデーに贈り物をあげた(もらった)か バレンタインに贈り物をもらった(あげた)か 贈り物の内容、相手 贈り物選びのポイント(欲しいプレゼント) 贈り物はホワイトデー向けに紹介されていたか(男性のみ) 購入時に参考にしたもの(男性のみ) プレゼントの予算 ホワイトデーのエピソード

アンケート編

Q1.今年のホワイトデーは誰かにプレゼントをあげた？(もらった？)[単数回答]

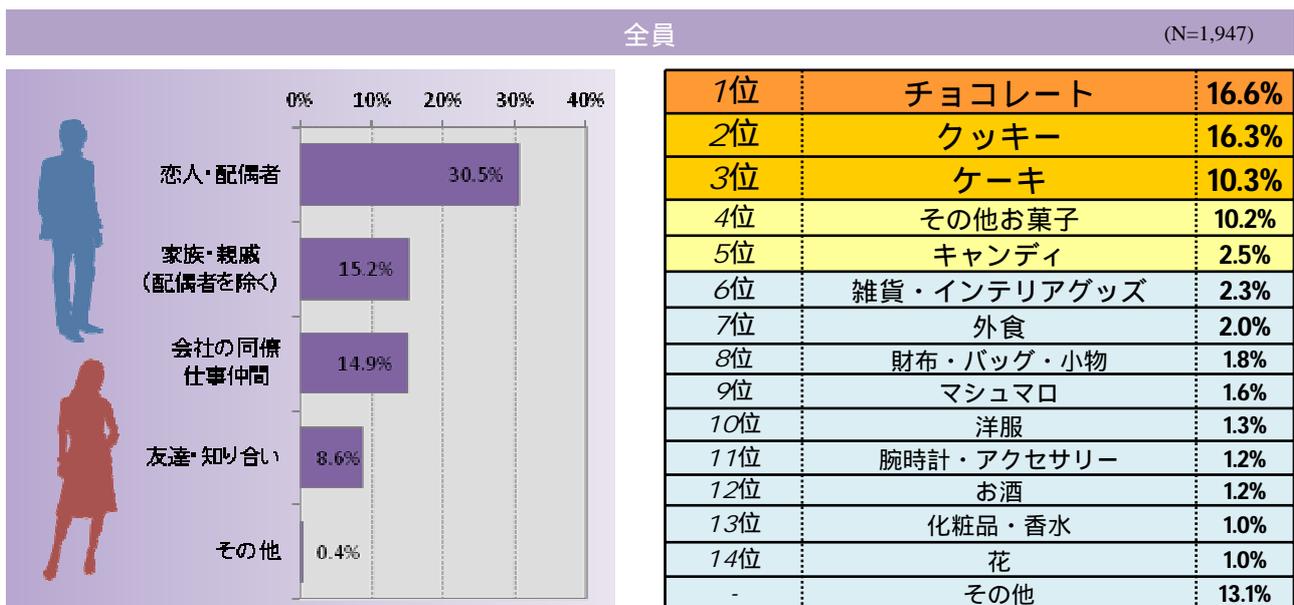
Q2.今年のバレンタインは誰かからプレゼントをもらった？(あげた？)[単数回答]



- ・男性の47%、女性の49%がプレゼントをあげている(もらっている)。
- ・バレンタインに贈り物をした(された)人の7割以上がホワイトデーに贈り物をしている(されている)。
- ・バレンタインに贈り物されていない(していない)人の9割以上がホワイトデーに贈り物をしていない(されてない)。

Q3. ホワイトデーは、誰にあげた？(もらった？)[複数回答]

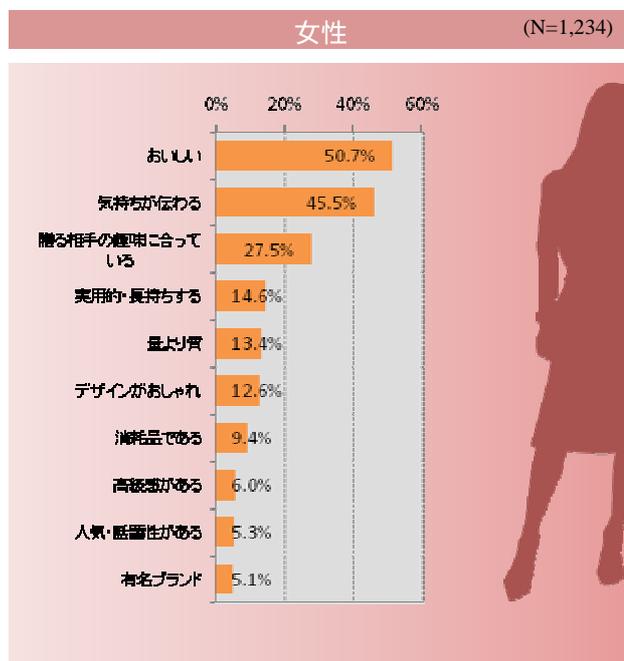
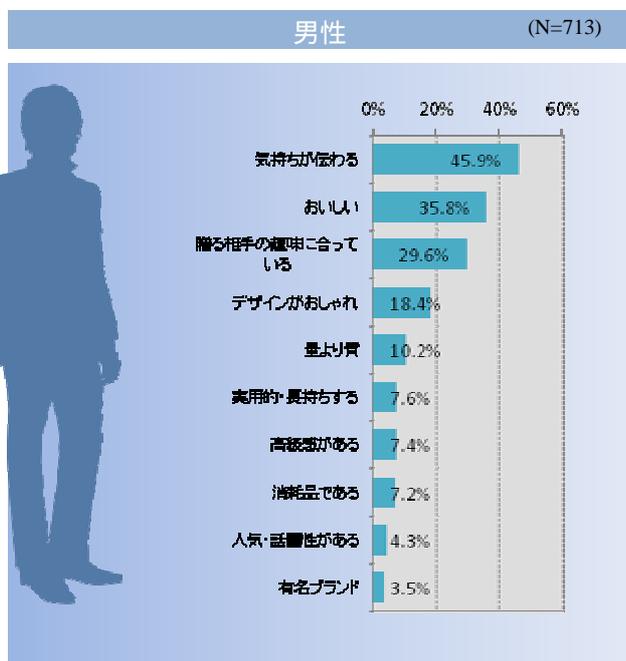
Q4.何を贈った？(もらった？)[複数回答]



- ・贈る相手(もらう相手)で最も多かったのは、「恋人・配偶者」の31%。
- ・贈ったもので最も多かったのは「チョコレート」の17%。バレンタイン同様にチョコレートを贈る人が多いよう。
- ・以下、贈ったものの上位は「クッキー」「ケーキ」などの食品が占めていたが、「マシュマロ」を贈る人は少なかった。

アンケート編

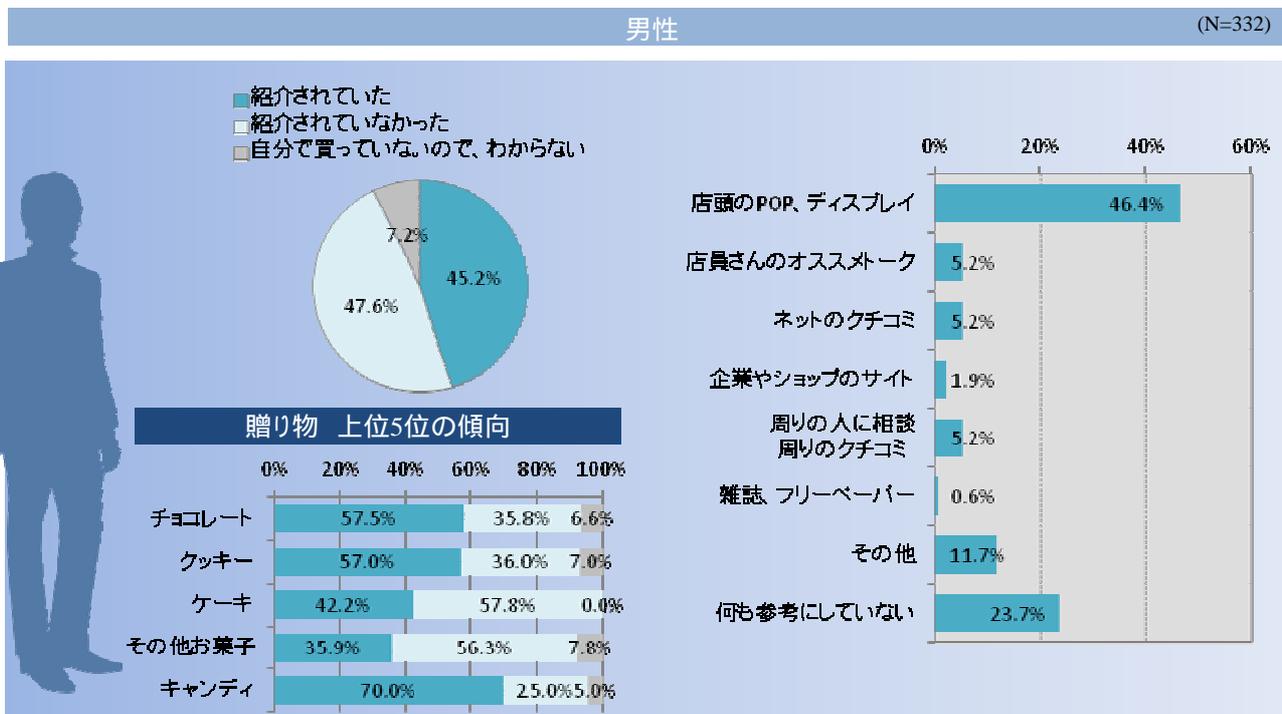
Q5.プレゼント選びのポイントは？(どんなプレゼントが欲しい？)[複数回答]



- ・男女共に「**気持ちが伝わる**」が5割弱、「贈る相手の趣味に合っている」が3割弱と、重視されていた。
- ・「おいしい」は男性が36%に対し、**女性が51%**と男性以上に重視していた。

Q6.購入した商品は、ホワイトデー向けに紹介されていた？[単数回答]

Q7.購入時、何を参考にした？[単数回答]



- ・「紹介されていた」は45%、「紹介されていなかった」は47%と、**ほぼ同数**であった。
- ・贈り物別で見ると、「**ケーキ**」は「**紹介されていなかった**」が**58%**と、他よりも多くなっていた。
- ・「**店頭のPOP、ディスプレイ**」を参考にした人が**43%**であり、店頭提案が有効なようである。

アンケート編

Q8.ホワイトデーのプレゼントの予算は(いくらのを期待する)?

[回答形式:(下限価格)~(上限価格)、(最適価格)が最適]

:下限価格 (この値段以上の贈り物が適切だと答えた割合)

:上限価格 (この値段以下の贈り物が適切だと答えた割合)

:最適価格 (この値段の贈り物が最適だと答えた割合 ±250円で集計)



- ・男女共に800円付近が最適だと答える人が多く、1000円付近で下限価格と上限価格が交差している。
- ・2000円、3000円、5000円付近に山があり、女性の方が山が高い(最適と答えた割合が多い)。

Q9. もらって嬉しかった! あげて喜んでもらった! 経験や

もらっても困った...、あげて失敗した...経験は? [自由回答]



- ・毎年、食べたことのないものをプレゼントするようにしています。比較的喜ばれています。(40代男性)
- ・職場の同僚から、お値段の高いドレッシング詰め合わせを貰った。職場付近のエキナカで買って来たようだったが、甘い物が溢れるほど売ってあるあの場所からドレッシングを選んできたセンスに脱帽した。(20代女性)
- ・息子がくれましたが、私が子供用に買い置きした徳用チョコを、私があげたチョコのラッピングにくるんでくれました。笑っちゃいましたが、気持ちが嬉しいですね。(40代女性)
- ・無難な食べ物やものよりも、その人が欲しいものをそれとなく聞いてから、あげれば喜ばれると思います。一昨年はUSBメモリとかあげたら喜んでました。(30代男性)
- ・もらって嬉しかったのは、靴です。私に似合うだろうなと想像しながら買ってくれたと思うととても嬉しいです。(30代女性)
- ・個人的に好きなパティシエの店があるのを覚えていてくれて、そのお店のケーキを思いがけず買ってきてもらった時。(50代女性)

- ・会社に入りにいる業者の人から思わぬプレゼント(チョコ)をいただいたのに、帰宅途中で落としてしまいました。相手に人に申し訳なく、がっかりです...。(40代女性)
- ・過去にオシャレな下着をホワイトデーに下さった方がいたのですが、付き合っていたわけではないので困った経験があります。(30代女性)
- ・親しくしていた同僚から貰ったマグカップはちょっと困りました。実用的だったけど、なにぶん趣味とはかけ離れたマグカップだったので使う事が出来なかったです。(30代女性)
- ・バレンタインに、材料も良いものを使い手間も暇もかけて作った、自分でも満足の一品を彼氏にあげたが、ホワイトデーのお返しが100円のチョコだったこと。(20代女性)
- ・もらって困ったのは、体育館シューズ。なぜ、これなのか、としばらく頭を悩ませた。(30代女性)
- ・花束をもらって、満員電車でつぶれてしまった。(30代女性)



マーケティング・コミュニケーションズのショッパー・リサーチサービス



適切なモニターをご用意いたします

お客様の立場に立ち率直な意見を言えるモニター
鋭い視点を持ったモニターをご用意いたします。

トータルでのサポートをいたします

お店の強みと課題がわかりやすい報告書をご提案いたします。
店舗クリニックと合わせた、総合的なご提案を致します。

ミステリーショッパー

徹底的にサポート致します

ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

ショッパー・リサーチを基に、プランニングのご提案、実施のサポートを致します

改善点が一目瞭然な報告書をご用意いたします

課題解決に向けた実践的な店舗改善の店頭強化メニューを提案いたします



店舗クリニック

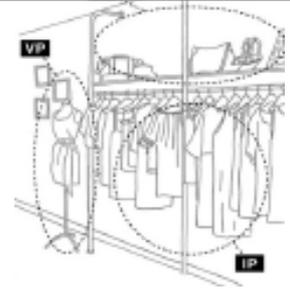
ショッパーの視点、専門家の視点からの改善案を提案いたします

【お客様モニター】

覆盖面で来店。模擬購買など接客を受けて、診断項目に従って評価。
その評価に至った具体的な理由や印象など「生の声」も記入。

【専門家】

お客様では評価の難しい、店舗環境やVMDなどの診断を項目に従い実施。



リサーチ & コンサルティング・サービス (RCS) 企画立案、調査から戦略提案、実施展開まで

Relationship 生活者、市場、クライアントとの“対話”と“絆”

Customize “個別課題”に合わせた“最適解”をご提案

Satisfaction 企画から展開まで“一貫した”サービスにより“満足価値”を実現

Information

【会社概要】

商号 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
創業 1958年(日本マーケティング研究所グループ 略称JMR)
設立 1973年
ホームページ 会社案内 <http://www.mcto.co.jp>
生活者サイト <http://www.opi-net.com>

個人情報の取り扱いについて
株式会社マーケティング・コミュニケーションズは
プライバシーマークを取得しています。



【レポートのお問い合わせ】

発行年月日: 2012年5月7日
編集・発行: 株式会社マーケティング・コミュニケーションズ
〒102-0094
東京都千代田区紀尾井町3-23
文藝春秋新館
TEL: 03-3222-4250 FAX: 03-3222-4258
URL: <http://www.mcto.co.jp>
<http://www.opi-net.com>
Email: support@mcto.co.jp
編集担当: 52週のMDチーム (担当: 今中)