

社会B班
石田菜夢 野澤竜馬
野間太智 酒井みゆう
杉岡美咲 橋本陵太郎
平田智亮

77 ホワイトデーの経済効果について

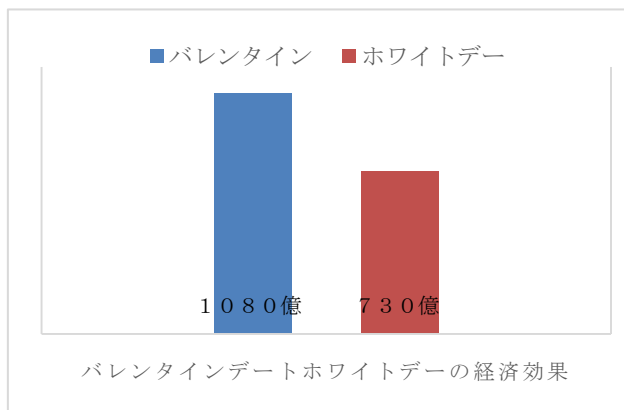
～高校生目線で経済の動きをみる～

1. はじめに

「ハロウィンの経済効果が年々上がっている。」という報道に、自分たちの生活において、ハロウィンより身近なイベントである、バレンタインデーやホワイトデーの経済効果はどのようになっているのかに興味を持ち、調査をすることにした。ハロウィンの経済効果が上がっている理由は、企業がハロウィンを一大イベントとして取り入れ始めたことで仮装してハロウィンを楽しむ人が増えたからだと考えられる。

*経済効果とは、ある現象やブームなどが国・地域に及ぼす好影響の相対のことである。

実際にバレンタインデーとホワイトデーの経済効果について調べた。下の図は2014年のものである。



2014年のグラフではバレンタインの経済効果に対してホワイトデーは約68%であり、ホワイトデーが圧倒的に低いことがわかる。

2. 研究の過程

① バレンタインデーとホワイトデーの由来や歴史を調べ、どのような形で実際の生活に定着しているかどうかを検討した。

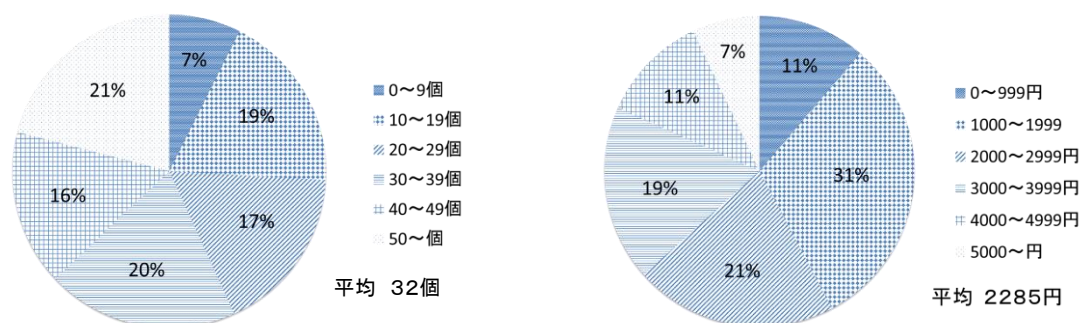
→日本で現在の形のバレンタインデーが始まったのは、昭和30年代に入ってからで、

モロゾフがその先駆けとなった。モロゾフに次いで森永製菓など多くのチョコレート会社が「バレンタインデーにチョコレート」の販売戦略を進めていくうちに、女性のこころを捉えて徐々に盛り上がり、「バレンタインデーにはチョコレートを女性から男性へ」という習慣が定着したのだ。そして、ホワイトデーはそのお返しとして昭和52年に日本の石村萬盛堂の社長が思いつき始まった。社長は当時まだ珍しかったマシュマロの中にチョコレートを入れた「チョコマシュマロ」をお返しとして渡す「マシュマロデー」を作った。数年間は売上げが厳しく社長の思い通りにはいかなかったが、「マシュマロデー」を続けること7、8年、「ほかの商品もバレンタインデーのお返しとして売り出したい！」という申し出を受け、「ホワイトデー」と改名したところ、お菓子業界にとどまらず、その他食品、衣料品など各業界からの参入もあり現在の「ホワイトデー」文化が日本に定着した。

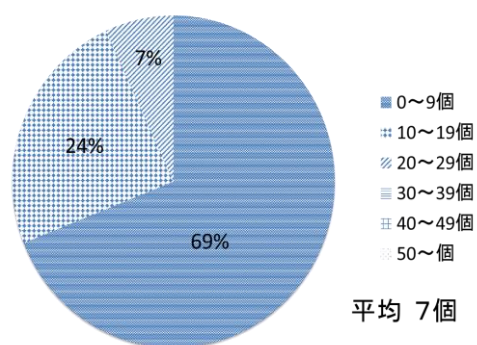
② 高津高校文理学科2年生160人に、バレンタインデーとホワイトデーそれぞれについて、プレゼントをあげたかどうか、使った金額、手作りか既製品かなどのアンケートを取り、実際のお金の動きを調べた。アンケート項目は下の通りである。

- ①あなたの性別は？
- ②バレンタインデーまたはホワイトデーに誰かに食べ物やプレゼントを贈りましたか
(バレンタインデーor ホワイトデーで)
- ③何個贈りましたか
- ④全部でいくら使いましたか
- ⑤何を贈りましたか
- ⑥何人に贈りましたか

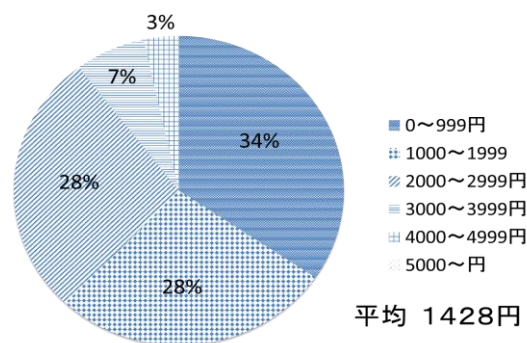
バレンタインデーに何個贈りましたか？ バレンタインデーでいくら使いましたか？



ホワイトデーで何個贈りましたか？



ホワイトデーでいくら使いましたか？



→結果から、プレゼントをあげた人数、使った金額、共に女子が男子を圧倒的に上回っていた。(女子はバレンタイン、男子はホワイトデーの調査結果)

また、高津高校では、バレンタインが16万5700円、ホワイトデーでは5万5150円でホワイトデーはバレンタインの約33%の経済効果しかなかった。特に近年の経済効果の変動を調べ、それが、高津高校生の現状と合致しているかどうかを検証した。日本全体の経済効果と比べると非常に少ない。

3. 結果・考察

- ホワイトデーには「バレンタイン＝チョコレート」というような定番商品がない。
- ハロウィンやUSJやディズニーランドといった大企業が一大イベントとして取り入れたり、バレンタインもロッテや森永などの企業がCMで宣伝しているのに対してホワイトデーでは企業が宣伝やイベントにあまり力を入れていない。
- 1人当たりの仮装にかかる金額が多いのに対し、ホワイトデーではアンケートからもわかるように1人あたりの使う金額が少ない。
→理由として、バレンタインにもらった人へのお返しという概念がある。



ホワイトデーも、チョコレートのような多くの人に親しまれるものを定番商品とし、バレンタインのように自由に交換することでしたら、もっと経済効果が得られるのではないかと。そのためには、ホワイトデーをお返しに限らず、自由に交換できるようなイベントを手掛け、企業がネットやCMを使って世間に広めていくのが一番だろう。

4. 反省と展望

- ① 年代別のデータをより多く集めて検証することによって、実際に高校生（や中学生）がホワイトデーにかかる金額が少ないというマイナスの影響がどの程度あるかを検証することが必要である。

- ② 高校生目線で、どのような企業がどのような商品開発・展開を行えばホワイトデーの定義がより明確になり、経済効果が上がるか、などを検討することで議論を深化させることができればよかった。
- ③ ホワイトデーの経済効果をどの程度上げるか、目標とする他のイベントを明確にすればよかった。