

経営者JP総研 エグゼクティブ・ウォッチ vol.15

エグゼクティブの「バレンタイン」に関する意識調査

社内や取引先に渡す「ビジネスバレンタイン」反対派70.0%、賛成派はわずか9.0%に

「嬉しい！」よりも「お返しが大変」
仕事関係でバレンタインチョコをもらった時の本音

エグゼクティブ向けの転職・キャリア支援サービスを展開する株式会社 経営者JP(本社:東京都渋谷区 代表取締役社長・CEO 井上和幸)は、管理職以上のエグゼクティブに対してバレンタインに関する調査をいたしました。当社とお付き合いのあるエグゼクティブの男女約7,000名(有効回答数100名)を対象に、仕事関係者へのプレゼントに対する賛否や、チョコレートもらった時の本音など、リアルな声を伺いました。

【主な調査結果】

■ 社内や取引先に渡す「ビジネスバレンタイン」反対派70.0%、賛成派はわずか9.0%に

反対派は「プライベートなものなのでビジネスとは関係ない」「受け取った相手に気を使わせてしまう」「虚礼廃止すべき」との声が上がりました。一方で賛成派はコミュニケーション活性化を目的としている意見が多くみられました。

■ 「嬉しい！」よりも「お返しが大変」仕事関係でバレンタインチョコをもらった時の本音

仕事関係でバレンタインチョコをもらった時の心境について何うと、「お返しが大変」と答えた人が最も多く46.0%、続いて「素直に嬉しい」との回答が45.0%という結果になりました。

■ バレンタインの過去最高実績は平均11.3個、中には50個以上と回答した経営者も

いままでのバレンタインでもらったプレゼント数の最高実績を何うと全体の平均は11.3個という結果になりました。役職別に見ると経営者が最も多く、15.2個でした。最高実績を50個以上と回答したのもやはり経営者でした。

今回のテーマは「バレンタイン」です。昨今、虚礼廃止の動きも目立ちますが、そんな中でバレンタインというイベントをどのように考えていらっしゃるのか。エグゼクティブのみなさまに伺いました。

社内や取引先に渡す「ビジネスバレンタイン」について何うと「必要ないと思う」と回答した方が70.0%、「必要だと思う」との回答が9.0%という結果になりました。反対派の意見は「プライベートなものなのでビジネスとは関係ない」「受け取った相手に気を使わせてしまう」「虚礼廃止すべき」などがあがりました。仕事関係でバレンタインチョコをもらった時の心境について何うと、「お返しが大変」と答えた人が最も多く46.0%、続いて「素直に嬉しい」との回答が45.0%という結果になりました。

実際に社内でチョコレートを渡すことをどのように扱っているか何うと、「黙認している」が最も多く36.0%。社外の取引先に渡すことも「黙認している」が28.0%という結果になりました。中には両方とも禁止している企業もあり、お返しを考えたり購入する時間、さらにコストもかかるので必要性を感じないという意見もありました。また、社内でバレンタインをテーマにしたイベントや社内交流企画の予定を何うと、95.0%が「実施予定がない」と回答しました。少数派ではありますが、食事会や社員同士でプレゼントをあげるイベントを実施する企業も見られました。

バレンタインにもらって嬉しいものについて何うとやはり「チョコレート」が最も多く68.0%という結果になりました。「チョコレート以外のプレゼント」が嬉しいと回答したのはわずか11.0%。王道のチョコレートが一番人気です。また、プレゼントをもらった際にお返しをするか何うと97.0%が「お返しをする」と回答しました。最後に、いままでのバレンタインでもらったプレゼント数の最高実績を何うと全体の平均は11.3個、最大個数は経営者の50個以上という結果になりました。

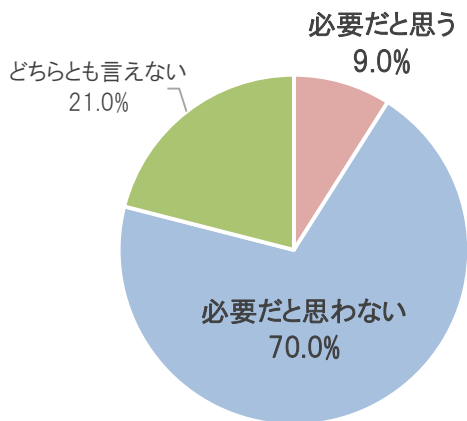
■ 経営者JP総研所長(経営者JP 代表取締役)井上和幸のコメント

個人的に、バレンタインは1970年代～80年代のブームだったのではないかと感じています。(ちょうどその端境期に中学3年生で、どう考えても「バスケット部長」という肩書きに対する女子の幻想が成せる技で、人生最大個数のチョコを貰いバレンタイン・ピークを早々に終えた自分の体感覚がそう思わせているだけなのかもしれませんが…)

もちろん異性への純粋な気持ちを伝えるイベントの意味合いは、その後も現在に至るまで世代幅を広げて息づいていると思います。その反面、社会人において企業内外の形式イベント化している部分には、おそらく提供側にならざるを得ない女性社員も当然のことながら、受け取る男性社員側、今回ご回答くださった経営者・管理職にとっても「ちょっと迷惑」な季節イベントとなっていることが明らかになったのではないか、と感じた今回の結果データでした。「義理チョコ廃止、オフィス外で本命チョコのみ」社則や条例を出してみても良いのかも…(お菓子メーカーさんから大クレームを受けそうですけれども)。

■社内や取引先に渡す「ビジネスバレンタイン」反対派70.0%、賛成派はわずか9.0%に

社内や取引先に渡す「ビジネスバレンタイン」について何うと「必要ないと思う」と回答した方が70.0%、「必要だと思う」との回答が9.0%という結果になりました。反対派は「プライベートなものなのでビジネスとは関係ない」「受け取った相手に気を使わせてしまう」「虚礼廃止すべき」との声が上がりました。一方で賛成派はコミュニケーション活性化を目的としている意見が多くみられました。

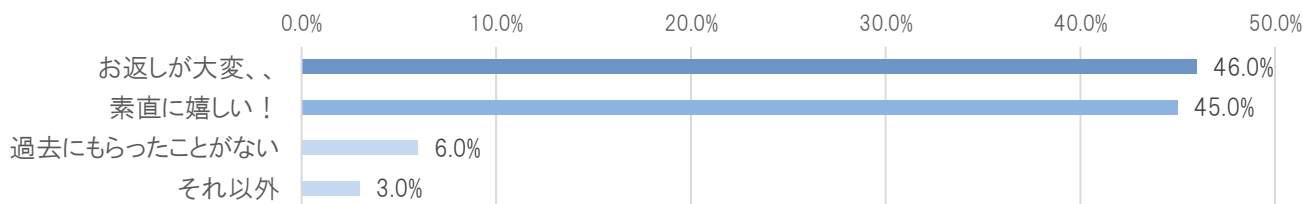


必要ないと思回答した理由
プライベートなものなのでビジネスとは関係ない
受け取った相手に気を使わせてしまう
虚礼廃止すべきだと思う

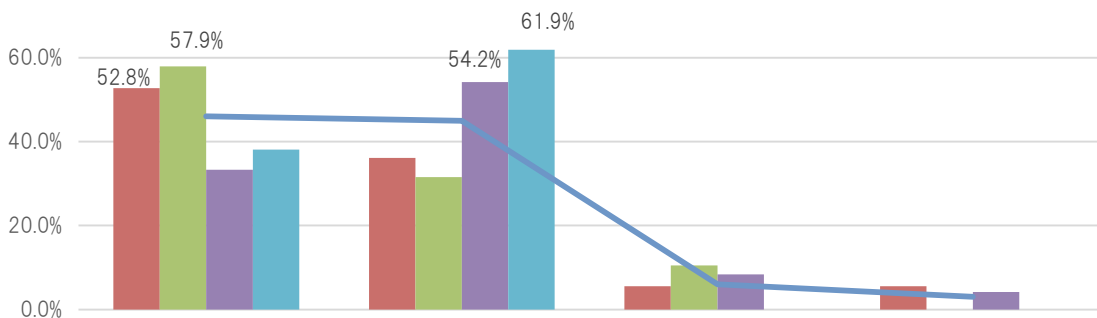
必要だと回答した理由
社員のコミュニケーションが活発になるきっかけを与える
仕事をスムーズに進める潤滑油になる
変に見返りを期待せずに楽しめば良い

■「嬉しい！」よりも「お返しが大変」仕事関係でバレンタインチョコもらった時の本音

仕事関係でバレンタインチョコもらった時の心境について何うと、「お返しが大変」と答えた人が最も多く46.0%、続いて「素直に嬉しい」との回答が45.0%という結果になりました。



役職別に見てみると、経営者と幹部・役員クラスは「お返しが大変」と思う方が平均より多く、一方で部長クラスと課長クラスは「嬉しい！」と思う方が多いことがわかりました。

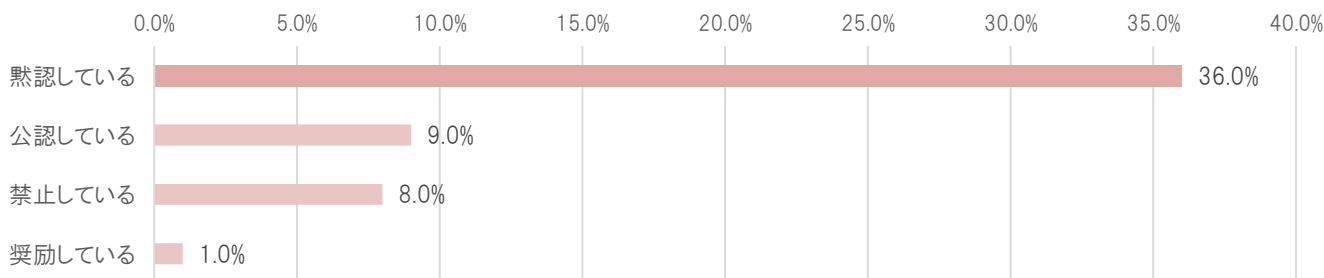


	お返しが大変	素直に嬉しい！	過去にもらったことがない	それ以外
全体	46.0%	45.0%	6.0%	3.0%
経営者	52.8%	36.1%	5.6%	5.6%
幹部・役員クラス	57.9%	31.6%	10.5%	0.0%
部長クラス	33.3%	54.2%	8.3%	4.2%
課長クラス	38.1%	61.9%	0.0%	0.0%

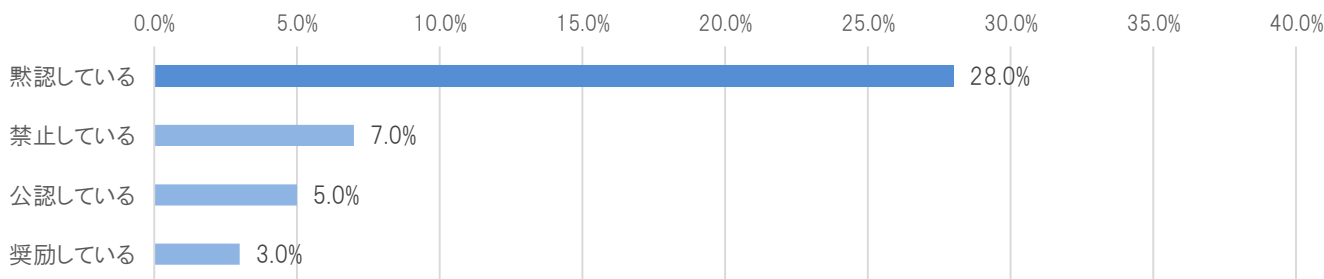
■社内外へのプレゼントは「必要性を感じない」

社内でチョコレートを渡すことについてどのように扱っているか伺うと、「黙認している」が最も多く36.0%。社外の取引先に渡すことも「黙認している」が28.0%という結果になりました。中には両方とも禁止している企業もあり、お返しを考えた購入する時間、さらにコストもかかるので必要性を感じないという意見もありました。

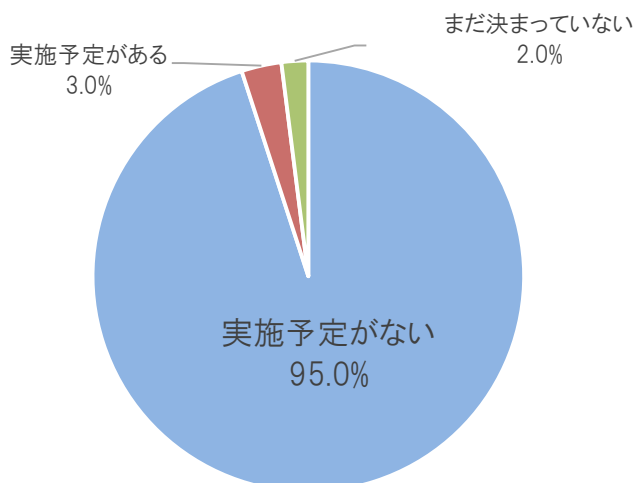
<社内の人にチョコレートを渡すことについて>



<取引先など社外の人にチョコレートを渡すことについて>



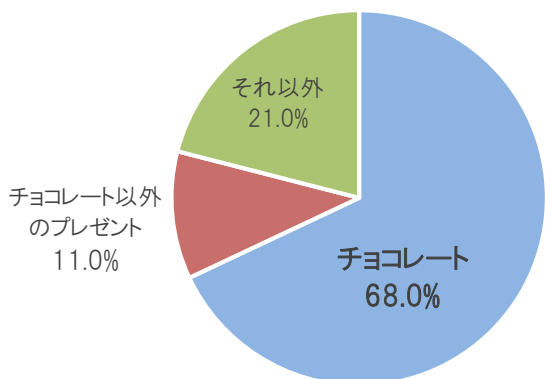
社内でバレンタインをテーマにしたイベントや社内交流企画の予定を伺うと、95.0%が「実施予定がない」と回答しました。少数派ではありますが、食事会や社員同士でプレゼントをあげるイベントを実施する企業も見られました。



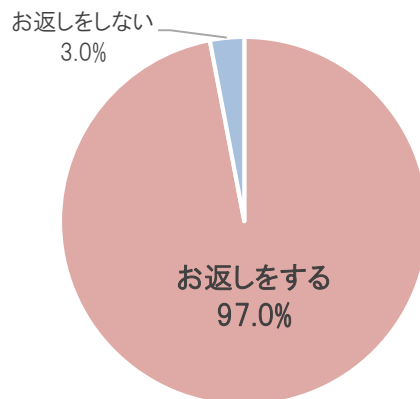
■バレンタインにもらって嬉しいのはやっぱりチョコレート

バレンタインにもらって嬉しいものについて何うとやはり「チョコレート」が最も多く68.0%という結果になりました。「チョコレート以外のプレゼント」が嬉しいと回答したのはわずか11.0%。王道のチョコレートが一番人気です。また、プレゼントをもらった際にお返しをするか何うと97.0%が「お返しをする」と回答しました。

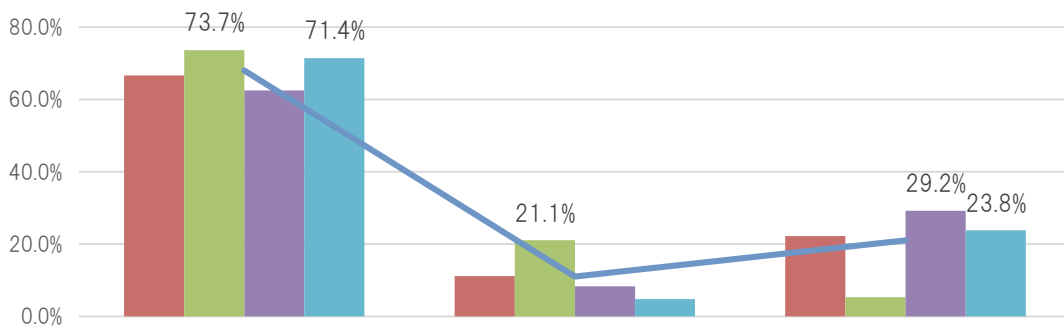
＜バレンタインにもらって嬉しいもの／全体＞



＜プレゼントをもらった際にお返しをするか＞



＜バレンタインにもらって嬉しいもの／役職別＞



	チョコレート	チョコレート以外のプレゼント	それ以外
全体	68.0%	11.0%	21.0%
経営者	66.7%	11.1%	22.2%
幹部・役員クラス	73.7%	21.1%	5.3%
部長クラス	62.5%	8.3%	29.2%
課長クラス	71.4%	4.8%	23.8%

■バレンタインの過去最高実績は平均11.3個

最後に、いままでのバレンタインでもらったプレゼント数の最高実績を何うと全体の平均は11.3個という結果になりました。役職別に見ると経営者が最も多く15.2個でした。中には最大個数が50個以上と回答した経営者もいました。

全体平均
11.3個

役職	平均
経営者	15.2個
幹部・役員クラス	9.7個
部長クラス	8.0個
課長クラス	6.9個

■調査概要

- ・実施期間: 2020年1月20日～2020年2月6日
- ・調査対象: エグゼクティブの男性・女性(課長職以上・個人事業主含む)
- ・調査機関: 経営者JPメルマガ会員: 約7,000名(有効回答数100名)
- ・調査手法: インターネット調査

※データ利用の際は「経営者JP総研事務局中村・藤田」までご連絡いただければ幸いです。
本調査の著作権は「株式会社経営者JP」に帰属します。

■株式会社 経営者JPについて

弊社は、明日の日本を担う志高き経営者・リーダーを育成・輩出するための「集い、学び、執行する最高の場」を提供すべく4事業を展開しております。

エグゼクティブサーチ事業(経営層特化の人材紹介)／コンサルティング事業(組織・人材・経営コンサルティング、講師・顧問派遣、EQコンサルティングサービス)／セミナー事業(経営者・リーダー対象セミナーの主催)／会員事業(志高きリーダーの会員組織の主催運営、コンテンツ提供・物販)

■本件に関する問い合わせ先

株式会社経営者JP 広報担当 中村・藤田 <http://www.keieisha.jp/>
TEL:03-6408-9700/FAX:03-6408-9701 E-mail: info@keieisha.jp