

報道関係各位

GMOメディア株式会社

10代女子のhappyを研究する「プリキャンティーンズラボ」 「女子中高生とバレンタインに関する調査」を実施

～バレンタインにチョコを渡す人数は平均 15.2 人！

平均予算は「本命チョコ」980 円、「義理チョコ」506 円、その差は 474 円に！

女子高生の 6 割がバレンタインネタを SNS へ投稿～

GMO インターネットグループの GMO メディア株式会社（代表取締役社長：森 輝幸 以下、GMO メディア）が運営する、10 代の女の子に関する研究機関「プリキャンティーンズラボ（<http://lab.prcm.jp/>）」は、「女子中高生とバレンタインに関する調査」を実施いたしました。

<調査概要>

- 調査テーマ 女子中高生とバレンタインに関する調査
- 調査対象 女子中高生
- 調査期間 2018年1月18日～2018年1月25日
- 調査方法 インターネットリサーチ
- 有効回答数 773名
- 調査主体 プリキャンティーンズラボ

※本調査レポートの百分率表示は四捨五入で端数処理を行っており、合計しても 100%とならない場合がございます。

【調査サマリー】

- バレンタインにチョコを渡す人数は平均 15.2 人！
- チョコの平均予算は？本命チョコ 980 円、義理チョコ 506 円、友チョコ 645 円
- バレンタインは約 8 割が楽しみ！一方「正直面倒くさい」という本音も
- 女子高生の 6 割がバレンタインネタを SNS へ投稿！
話題の言葉の認知度「フライングバレンタイン」6 割超、「ギャレンタイン」3 割超！

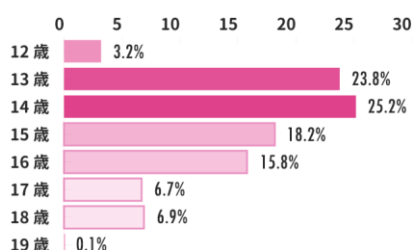
【調査結果】

■ 回答者の属性（図 1～図 3）

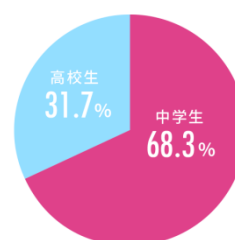
～13 歳～16 歳がボリュームゾーン、中学生の割合が多め～

回答者の年齢は 13 歳～16 歳がボリュームゾーンとなり、属性別では「中学生（68.3%）」が約 7 割を占め、「高校生（31.7%）」は約 3 割となりました。スマホの利用率は 94.8%となり、利用しているスマホの OS は、「iOS（50.6%）」が「Android（38.7%）」を上回りました。

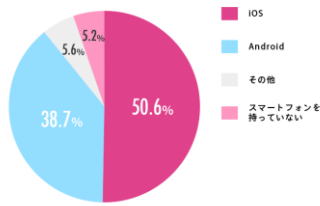
（図 1）アンケート参加者の年齢分布 [N=773 単一回答]



（図 2）アンケート参加者の属性 [N=773 単一回答]



(図3) 利用しているスマホのOS [N=773 単一回答]



フレイクザン ティーンズ+ラボ+

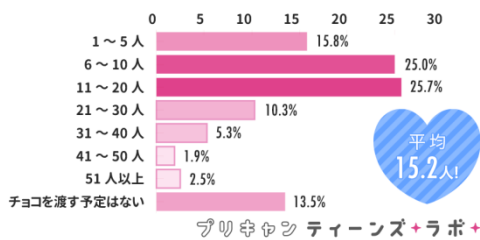
■バレンタインにチョコを渡す人数は平均 15.2 人！ (図4～図8)

～渡す相手は「学校の女友達」が9割超で最多に～

まずは女子中高生に、今年バレンタインにチョコを渡す予定の人数を尋ねました。結果、「11～20人 (25.7%)」、「6～10人 (25.0%)」という子が多く、平均して『15.2人』に渡す予定であることがわかりました。一方、「チョコを渡す予定はない (13.5%)」子も一定数いるようです。

「誰に渡す予定か」については、「学校の友達 (女の子) (91.2%)」という回答が9割超と突出する結果となり、次いで「家族 (50.5%)」「恋人・好きな人 (48.3%)」が約半数にのぼりました。また、「恋人・好きな人への渡し方」は、「直接手渡しをする (82.7%)」が基本のようです。

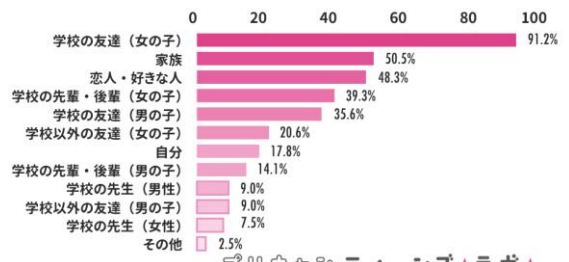
(図4) バレンタインにチョコを渡す予定の人数 [N=773 単一回答]



フレイクザン ティーンズ+ラボ+

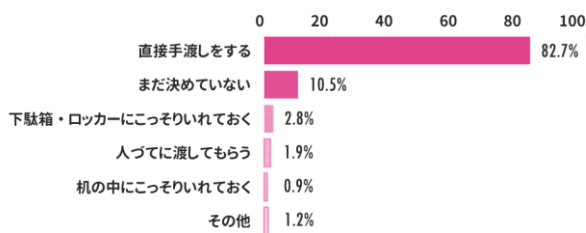
※平均人数は「チョコを渡す予定はない」を除く各選択肢の階級値を用いて算出。

(図5) 誰に渡す予定か [N=669 複数回答]



フレイクザン ティーンズ+ラボ+

(図6) 恋人・好きな人への渡し方 [N=323 単一回答]



フレイクザン ティーンズ+ラボ+

■チョコの平均予算は？本命チョコ 980 円、義理チョコ 506 円、友チョコ 645 円 (図7～図9)

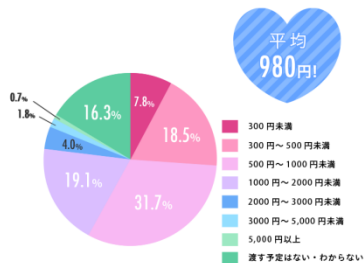
～本命チョコと義理チョコの平均予算の差は 474 円に！～

続いて、今年バレンタインにチョコを渡すと回答した子に、「本命チョコ/義理チョコ/友チョコ」それぞれについて、一人あたりどれぐらいの金額を使うか予算を聞いてみました。「本命チョコ」については、「500円～1,000円未満 (31.7%)」が最も多く、次いで「1,000円～2,000円未満 (19.1%)」となり、平均予算は『980円』となりました。

「義理チョコ」については、「300～500円未満（32.9%）」が最も多いものの、4人に1人が「300円未満（26.6%）」と回答しており、平均予算は『506円』となりました。「本命チョコ」の平均予算と比較すると、実に『474円』もの差が開いています。

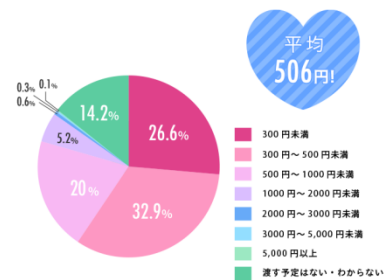
また「友チョコ」については、「300円～500円未満（36.5%）」、次いで「500円～1,000円未満（28.7%）」となり、平均予算は「義理チョコ」を上回る『645円』となりました。

（図7）「本命チョコ」にかける一人あたりの予算
【N=669 単一回答】



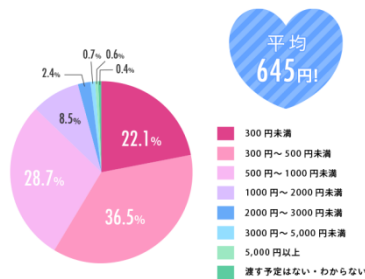
フレイッシュ ティーンズ+ラボ+

（図8）「義理チョコ」にかける一人あたりの予算
【N=669 単一回答】



フレイッシュ ティーンズ+ラボ+

（図9）「友チョコ」にかける一人あたりの予算
【N=669 単一回答】



フレイッシュ ティーンズ+ラボ+

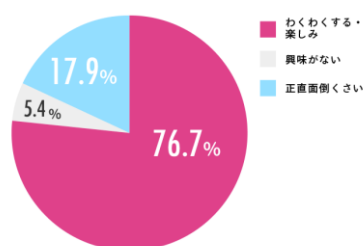
※（図7～図9）の平均予算は「渡す予定はない・わからない」を除く各選択肢の階級値を用いて算出。

■ バレンタインは約8割が楽しみ！一方「正直面倒くさい」という本音も（図10～図11）

続いて女子中高生に「バレンタインへの関心度」を尋ねました。「わくわくする・楽しみ（76.7%）」と答えた子が8割弱にのぼったのに対し、「正直面倒くさい（17.9%）」という子も約2割程度いることがわかりました。

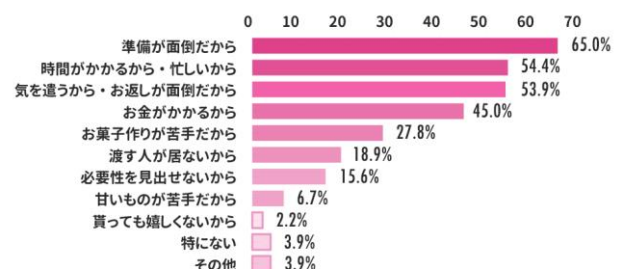
「正直面倒くさい」と答えた子に理由を聞いたところ、「準備が面倒だから（65.0%）」「時間がかかるから・忙しいから（54.4%）」「気を遣うから・お返しに面倒だから（53.9%）」が過半数の回答を集め、女子中高生の本音が垣間見える結果となりました。

（図10）バレンタインへの関心度【N=773 単一回答】



フレイッシュ ティーンズ+ラボ+

（図11）バレンタインを「正直面倒くさい」と感じる理由
【N=180 単一回答】



フレイッシュ ティーンズ+ラボ+

■女子高生の6割がバレンタインネタをSNSへ投稿！

話題の言葉の認知度は「フライングバレンタイン」6割超、「ギャレンタイン」3割超！（図12～図14）

～投稿するSNSはTwitterへ投稿すると答えた子が多い～

SNSを使う子が多い女子中高生に「バレンタインのできごとをSNSに投稿するか」を尋ねました。結果を属性別に集計したところ、「SNSに投稿する（中学生：44.3%、高校生：60.7%）」と回答した高校生が6割超にのぼった一方で、中学生は過半数の子は「SNSに投稿しない（55.7%）」ことがわかりました。

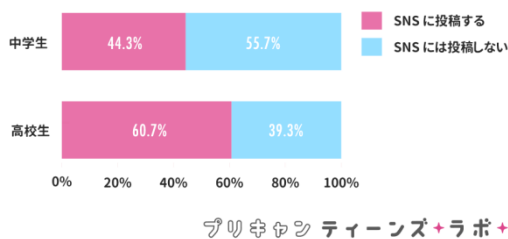
また、投稿するSNSについて尋ねたところ、「Twitter（中学生：53.2%、高校生：60.2%）」が中学生・高校生ともに過半数にのぼりました。その他、中学生では「LINEのタイムライン（中学生：58.0%、高校生：13.6%）」が最多となっており、高校生の4倍以上にのぼっています。一方、高校生は「Twitter」に次いで「Instagram」への投稿が多く、「Instagramのタイムライン（中学生：37.6%、高校生：55.2%）」と「Instagramのストーリー（中学生：27.8%、高校生：46.4%）」でそれぞれ17ポイント以上、中学生の数値を上回りました。

～「フライングバレンタイン」の認知度は6割超～

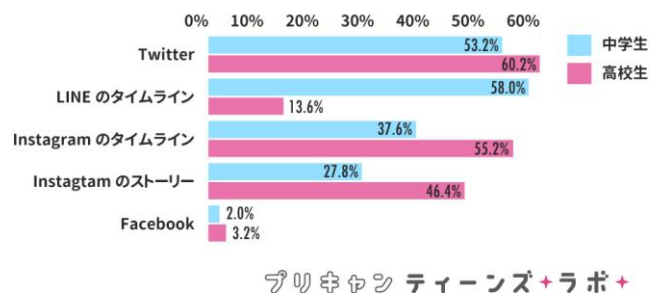
続いて「SNSなどで話題となっているバレンタインに関する言葉の認知度」について調査しました。

「知っている」という回答が一番多かったのは「フライングバレンタイン（62.4%）」で6割超にのぼり、次いで「ギャレンタイン（GALENTINE）（34.8%）」、「痛チョコ（28.6%）」と続けました。

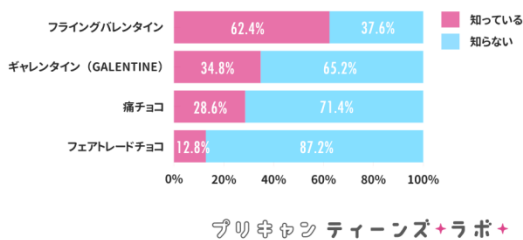
（図12）バレンタインのできごとをSNSに投稿するか
[中学生 N=463、高校生 N=206 単一回答]



（図13）投稿するSNS
[中学生 N=125、高校生 N=205 複数回答]



（図14）SNSなどで話題のバレンタインに関する言葉の認知度
[N=773 単一回答]



*各用語の説明

- ・フライングバレンタイン：バレンタイン本番の2月14日以前にバレンタインのチョコレートを渡すこと。または、2月14日以前にバレンタインイベントを楽しむこと。
- ・ギャレンタイン (GALENTINE)：「GAL (ギャル)」と「Valentine (バレンタイン)」を掛け合わせた造語。「女の子同士でバレンタインを楽しむこと」という意味で用いられる。
- ・痛チョコ：チョコレートをを用いてアニメや漫画のキャラクターを描いたもの。
- ・フェアトレードチョコ：「フェアトレード」とは、発展途上国で作られた製品や作物を適正な価格で販売することで、生産者の生活向上・改善を支援する貿易の仕組みのこと。「フェアトレードチョコレート」は、こうした公正な取引を通じて販売されているチョコレートを指す。

【本調査の背景】

毎年 2 月 14 日に世界各地で祝われる「バレンタインデー」。日本では独特の慣習として、女性から男性にチョコレートを贈るイベントとして定着してきました。昨今では、彼氏や好きな人に贈る「本命チョコ」だけでなく、お世話になった先輩や友人に贈る「義理チョコ」、女友達に贈る「友チョコ」など、バレンタインの楽しみ方が多様化してきています。

そこで「プリキャンティーンズラボ」は、女子中高生の最新のバレンタイン事情を探るべく、アンケート調査を実施しました。

【「プリキャン byGMO」とは】（URL：<http://prcm.jp/>）

「プリキャン byGMO」は、“女の子の新しい happy のかたち”をコンセプトにしたコミュニティサイトです。写真と画像でつながるコミュニティサービス「プリ画像」や、気軽に相談・アドバイスがもらえる「プリキャン QA」をはじめとする 10 代の女の子向けのコンテンツを展開しており、2015 年 3 月からは、記事へのコメントや GOOD/BAD 機能を通じてユーザー同士がコミュニケーションできるニュースサイト「プリキャンニュース」を提供しています。

【「プリキャンティーンズラボ」とは】（URL：<http://lab.prcm.jp/>）

「プリキャンティーンズラボ」とは、「プリキャン byGMO」が設立した、10 代の女の子のスマートフォンライフや日常生活を調査・発表する GMO メディア社内に置かれた研究機関です。スマートフォンネイティブである「プリキャン」ユーザーの日常生活を研究していきます。

【本調査結果の引用・転載について】

本調査の一部を引用・転載される場合には、出典として「プリキャンティーンズラボ」及び調査名称「女子中高生とバレンタインに関する調査」と URL (<http://lab.prcm.jp/?p=2818>) の併記をお願いいたします。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

●GMO メディア株式会社 広報担当 森島
TEL : 03-5456-2626 FAX : 03-5459-6077
E-mail : pr@gmo.media

●GMO インターネット株式会社
グループ広報・IR 部 石井・島田
TEL : 03-5456-2695 E-mail : pr@gmo.jp

【GMO メディア株式会社】（URL：<http://www.gmo.media/>）

会社名	GMO メディア株式会社（東証マザーズ 証券コード：6180）
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役社長 森 輝幸
事業内容	■メディア事業 ■その他メディア支援事業
資本金	7 億 6,197 万円

【GMO インターネット株式会社】（URL：<https://www.gmo.jp/>）

会社名	GMO インターネット株式会社（東証第一部 証券コード：9449）
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役会長兼社長・グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	■インターネットインフラ事業 ■インターネット広告・メディア事業 ■インターネット金融事業 ■モバイルエンターテイメント事業
資本金	50 億円