

ホットリンク、SNS 上のクチコミから調査を実施 ツイート数が減少、“若者のクリスマス離れ”が顕著に！ ～ “大掃除” が終わらない人は “年賀状” の準備も終わらない人が多数～

【概要】

株式会社ホットリンク(本社:東京都千代田区、証券コード:3680、代表取締役社長 CEO 内山幸樹、以下 ホットリンク)は、ソーシャル・ビッグデータ分析ツール「クチコミ@係長」を用い、年末の恒例行事である『クリスマス』『大掃除』に関する Twitter 上のクチコミの傾向を調査し、その結果を発表します。

《調査結果/抜粋》

- クリスマス、2年連続でツイート件数が減少傾向に
- ハロウィン人気が高まる一方で若年層がクリスマス離れ?!
- 大掃除に関して12月30日にツイートする人が最多、
今年も昨年並みの水準で増加中
- 大掃除は大変?!「!!!」で意気込みを表現するツイートが多数
- 大掃除が終わらない人は、“年賀状”も終わらない!傾向に



※本調査は、ホットリンクが開発・提供するソーシャル・ビッグデータ分析ツール「クチコミ@係長」を用い、Twitter の投稿を分析したものです。

※調査には、Twitter10%サンプルを使用しています。

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》本リリースの引用・転載時には、必ず「[ホットリンク調べ](#)」と明記ください。

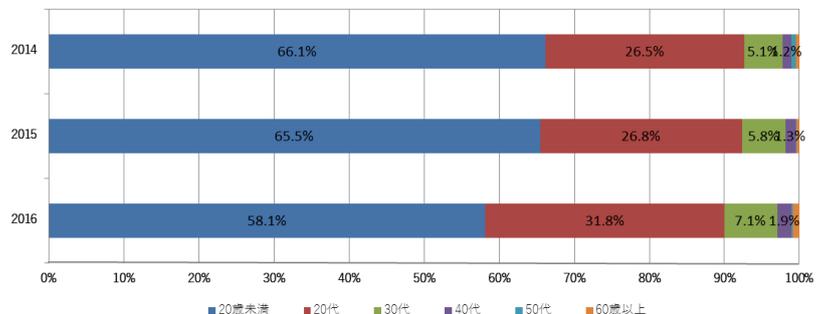
【クリスマス、2年連続でツイート件数が減少傾向に】

ここ1年間のツイート数をみると、昨年のクリスマスイブが最もツイートされています。今年は、12月に入ってから増加傾向で、1日当たり4,500日(10%サンプルから算出、以下件数は全て同様)以上のツイートが見られました。そこで、ここ3年間における12月1日から1週間のツイート数をそれぞれ調べたところ、3年連続で減少傾向にあることが分かりました。特に、今年は減少が著しく、昨年と比べて約1割もツイート件数が減少しています。属性ごとにみると、20歳未満の若い世代で減少傾向にある11ことが分かります。

「クリスマス」に関するツイート件数

	ツイート件数	前年比
2014年	57,433件	—
2015年	56,250件	97%
2016年	51,639件	91%

「クリスマス」に関するツイートの年齢シェア



検索期間:2014年2015年2016年それぞれの12月1日～12月7日の1週間、検索ワード:クリスマス、対象 SNS:Twitter10%サンプル

【ハロウィン人気が高まる一方で若年層がクリスマス離れ?!】

20歳未満のユーザーに限って頻出関連語(形容詞)を調べると、毎年「楽しい」「よい」「嬉しい」等ポジティブなワードが上位に並ぶ一方で、2016年は2014年2015年になかった「だるい」「ダサい」等ネガティブなワードもつぶやかれています。また、ポジ率を算出すると年々減少傾向にあり、『クリスマス=楽しい』というイメージだけではなくなくなってきていると言えるのではないのでしょうか。

「クリスマス」に関するツイートの頻出関連語(形容詞)

2014年	2015年	2016年
ほしい 楽しい 寒い 良い 近い すごい 悲しい 嬉しい 無い よい かわいい 寂しい やばい 可愛い 寒い はやい 忙しい っばい 多い 多い 怖い ええ 羨ましい 新しい 美味しい 辛い うれしい 強い 悪い しんどい 懐かしい 恥ずかしい 小さい まい かつこいいい 長い 楽しい 辛い かわい おかしい うろうろ 遅い 赤い さみしい 甘い 難しい できい ありがたい 眠い さい くるい いたい うまい おいしい 虚しい 遅い 面白い 低い 悪い 痛い ひどい くさい すい 悔しい 暖かい もったいない うるさい 大きい たのしい できい せつない にくい 待ち遠しい おとなしい おおい すごく良い にくい 騒がしい えげつない やさしい めんどくさいからい よろしい ゆるい 回かしい ぬくい 未恐ろしい 軽い 白い 上手い すごく悲しい おそろしい くらい くい ないつらい 眩しい かゆい おもしろい	楽しい 良い ほしい 寒い 嬉しい 可愛い 無い やばい すごい 悲しい 近い よい 忙しい かわいい 寂しい っばい 辛い 詳しい 寒い っばい 多い 美味しい はやい 新しい 恥ずかしい 高い かつこいいい 小さい うれしい かつこよい まい 遅い 優しい 悪い 羨ましい 大きい 安い ええ 懐かしい 長い うるさい 少ない ながい おつきい おかしい 強い 面白い 甘い 白い 怖い うまい うい おいしい わろい かわい 素晴らしい 赤い さみしい 難しい づらい 酷い ありがたい 痛い 恐ろしい あったかい 短い 弱い 残り少ない すごい嬉しい 正しい 暗い 美しい よろしい ゆるい 濃い 珍しい 仲悪い かわゆい 薄い 妬ましい 懐かしい ないない 重い くい かいしい かゆい おもしろい 切ない なつかしい おとなしい 遅い やさしい ねむい 軽い 上手い 羨ましい 懐かしい おおきい あかい	ほしい 楽しい 可愛い 寒い 良い 忙しい かわいい よい 無い すごい やばい 近い 嬉しい 多い 美味しい 寂しい 悲しい 高い はやい っばい 新しい 怖い 辛い 強い しんどい うまい っばい 悪い 美しい 優しい 寒い 遅い 遅い 安い 面白い 痛い いじらしい 虚しい ええ おかしい 丸い 難しい 仲悪い きつい だるい ぼい たのしい 小さい おいしい 弱い 赤い 危うい かつこいいい 若い めんどくさい 深い 上手い うるさい 宜しい 大きい ものすごい 少ない はやくはやい うい 気まずい 尊い 懐かしい 素晴らしい おそろい まずい さみしい わかい よろしい あたらしい 長い 夕夕い 眩しい 珍しい とおい 恋しい 愛しい 明るい すごい可愛い 羨ましい 嬉しい 恐ろしい うれしい あかい おいしい 待ち遠しい なつかしい 堅い 遅い もの遅い 軽い 美味しい すばらしい こいしい 暑い

「クリスマス」に関するツイートのポジ率

	ポジティブ	ネガティブ	ポジ率 (ポジ/ポジ+ネガ)
2014年	13.1	3.5	79%
2015年	16.4	3.7	82%
2016年	14.9	4.9	75%

検索期間:2014年 2015年 2016年それぞれの12月1日~12月7日の1週間
検索ワード:クリスマス
対象 SNS:Twitter10%サンプル

また、「ハロウィン」に関するツイート数は、この3年間にわたり増加傾向にあります。“恋人のイベント”という色が強いクリスマスは若者の恋愛離れも相まって興味関心が低下しているのに対し、ハロウィンは“仲間で盛り上がるイベント”である点で支持を集めているのではないのでしょうか。

検索期間:2014年 2015年 2016年それぞれの10月24日~10月31日の約1週間
検索ワード:ハロウィン、ハロウィーン
対象 SNS:Twitter10%サンプル

「ハロウィン」に関するツイート件数

	ツイート件数	前年比
2014年	136,546件	—
2015年	158,266件	116%
2016年	186,600件	118%

【大掃除について12月30日にツイートする人が最多、今年も昨年並みの水準で増加中】

昨年12月から今年1月初めまでの約1ヶ月間における「大掃除」に関するツイート件数を調べたところ57,362件となり、クリスマス終了後から一気にツイート数が伸びはじめ、最も多かったのは12月30日という結果になりました。



検索期間:2015年12月1日~2016年1月7日、検索ワード:大掃除、対象 SNS:Twitter10%サンプル

昨年は12月に入った頃から徐々にツイート件数が増え、12月最初の週末だった5、6日には500件/日のツイートがありました。その後も土日はツイート数が増加傾向で、休みの日に『大掃除をしよう』『大掃除しないとイケない』と感じる人が多いことが予測されます。また、お正月を迎えると一気にツイート数が減る一方、1月4日までは500件/日あたりのツイートがみられ、お正月に入っても掃除を続ける人が一部いることがうかがえます。今年も12月に入り、「大掃除」に関するツイート件数は昨年並みの水準で増加傾向にあり、約1週間で2,000件を超えました。

【大掃除はやっぱり大変?!「!!!」で意気込みを表現するツイートが多数】

「大掃除」に関するツイートの頻出関連語

順位	頻出関連語 (名詞)
1位	部屋
2位	!!!
3位	仕事
4位	年賀状
5位	綺麗
6位	予定
7位	模様替え
8位	自分
9位	実家
10位	お願い

「大掃除」と一緒につぶやかれる頻出関連語を調査したところ、最も多くつぶやかれたワードは「部屋」となりました。これは、大掃除に関するツイートの多くに、実際に掃除した(掃除したい)場所に関するツイートが多く含まれることを示すもので、他にも「お風呂」「キッチン」「トイレ」などが一緒につぶやかれていました。2位には「!!!」が入りました。具体的なツイートをみると、これから大掃除に着手する意気込みを表現したり、大掃除が終わったことを報告するツイートで使われていました。やはり、大掃除は気合が必要ということでしょうか。また10位の「お願い」ですが、具体的なツイート内容をみると大掃除が終わったことを報告するツイートで『来年もよろしくお願いします』と年末の挨拶をする人や、年内に大掃除が終わらなかった人による新年の挨拶とあわせて『まだ大掃除をしている』とつぶやく投稿が多く見られました。やはり日本人にとって年末の大掃除は、お正月を迎えるために欠かせないイベントであることがうかがえます。

検索期間:2015年12月1日~2016年1月7日、検索ワード:大掃除、対象SNS:Twitter10%サンプル

【大掃除が終わらない人は、“年賀状”も終わらない!傾向に】

大掃除が“終わった”とツイートした人と、“終わらなかった(やらなかった)”とツイートした人について比較してみました。まず、終わった派のツイートが17,827件だったのに対し、終わらなかった派は1,828件と約10倍の開きがあり、大掃除をやりきる人が圧倒的に多いことが分かりました。

終わった派と、終わらなかった派それぞれの頻出関連語を比較すると、終わった派は掃除に関する単語が多くつぶやかれています。5位「あと」について、具体的なツイートをみると「あと冷蔵庫だけ」といったような大掃除に目処がついた人の投稿が多くみられました。

一方、終わらなかった派は「仕事」や「年賀状」と掃除に関連しない単語が多くツイートされていることが分かります。2位「仕事」につい

て具体的なツイートをみると、『仕事で大掃除が終わらない』『仕事が忙しくて大掃除はやらない』といった投稿が多く見られ、仕事が大掃除しない大きな要因であることが分かります。中には、『仕事を大掃除したい』といった仕事の多忙さを嘆くものもみられました。3位「年賀状」をみると、『大掃除も年賀状も終わらない』といった年末の支度が両方とも終わらずじまいの人の投稿が圧倒的に多く、大掃除が終わらない人は年賀状の準備も終わらない傾向があるようです。

次に、終わった派と終わらなかった派の地域シェアを調査したところ、そこまで大きな違いは見られませんでした。九州地方は終わった派が2.4ポイント高い結果になり、「重曹」「古い靴下」といった掃除につかったアイテム名や掃除方法が多くツイートされていました。一方、「中部」地方は終わらなかった派が1ポイント高くなりました。

「大掃除」に関するツイートの頻出関連語

順位	終わった派	終わらなかった派
1位	部屋	部屋
2位	掃除機	仕事
3位	洗濯	年賀状
4位	綺麗	まま
5位	あと	!!!

検索期間:2015年12月1日~2016年1月7日
検索ワード:大掃除
対象SNS:Twitter10%サンプル

■クチコミ@係長について (<http://www.hottolink.co.jp/service/kakaricho>)

「クチコミ@係長」シリーズは、導入社数累計 800 社を超えるお客様にご利用いただいているソーシャルメディアの分析 ASP ツールです。Twitter・ブログ・掲示板などソーシャルメディアに日々投稿される膨大な口コミ情報、総数約 590 億件（※2015 年 8 月 17 日現在）を、リアルタイムに収集・分析することが可能です。ソーシャルメディアと、テレビやネットニュースの露出数との相関をみられるクロスメディア分析機能も搭載しています。また、「クチコミ@係長」の国内最大規模のソーシャルメディア・データベースや感情/属性分析エンジンは API 方式で提供しています。

特徴 1、最大級のクチコミデータ量

Twitter は、全ツイートデータをカバー！過去 38 か月分のクチコミ分析も可能です。また、国内最大掲示板「2ちゃんねる」のデータを独占提供！業界最大級のクチコミデータから分析が可能です。

特徴 2、どんな検索もかんたん操作。分析結果をスピード表示。

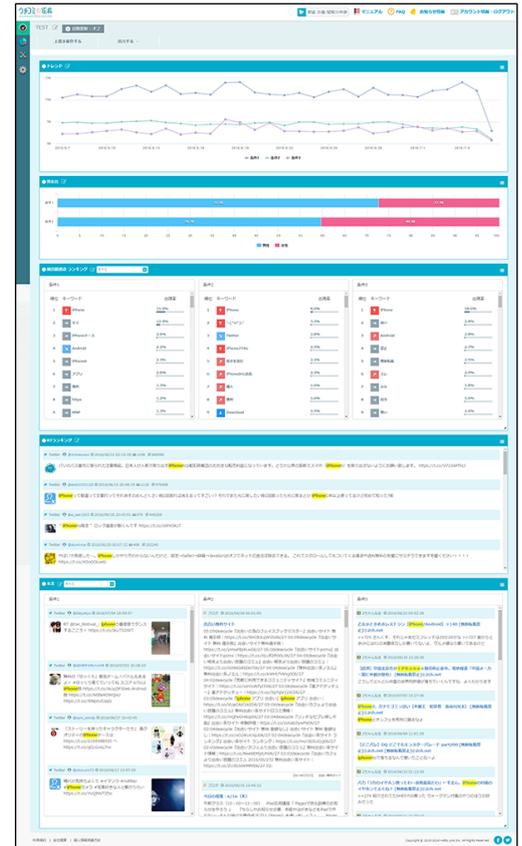
1 度に 10 キーワード、検索期間を最大 13 か月の検索もパッとデータ検索&分析が可能で、ストレスなく利用できます。また、Twitter やブログなどのメディアごとに関連語を自動的に表示します。

特徴 3、ダッシュボードでリアルタイムモニタリング

デフォルトフォーマットを、用途に合わせてカスタマイズ可能。グラフの追加・削除、グラフの形式やサイズ・色、表示期間の調整などが簡単に行えます。また、自由に分析した結果、確定した検索条件をボタン 1 つでダッシュボードに追加できます。

特徴 4、あんしんのユーザーサポート

クチコミ@係長の使用開始時から、操作方法や運用のご相談まで、わからないことや困ったことがあれば、弊社のスタッフがサポートします。たとえば、検索キーワードの選び方や目的に沿った使い方、業務プロセスに乗せるためのアドバイスも行います。



■株式会社ホットリンクについて（証券コード：3680 東証マザーズ）

ホットリンクは、グローバルでのソーシャル・ビッグデータの流通と分析ソリューションの提供により、ソーシャル・ビッグデータを価値化する企業です。市場や自社・競合、またお客様の声やキャンペーン反響などの各種調査、ターゲットユーザーのプロファイリング、ブームの兆し発見などマーケティング ROI 向上や製品改善、経営革新や予測、また高まるインバウンド消費に関する需要予測・分析・レポートなど、ビジネスにおけるソーシャル・ビッグデータの幅広い活用を支援します。

ホットリンクは、グローバルにおけるデータ流通に加え、世界におけるインバウンド消費支援サービスの拡大により、今後のさらなる成長を実現します。

設立日： 2000年6月26日

資本金： 1,243百万円（2016年9月末時点）

代表者： 代表取締役社長 CEO 内山 幸樹

企業サイト： <http://www.hottolink.co.jp/>

公式ブログ： <http://www.hottolink.co.jp/blog>

Twitter： http://twitter.com/hottolink_pr

Facebook：<https://www.facebook.com/hottolink.inc>

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク 経営推進本部 コーポレートコミュニケーション部

東京都千代田区富士見一丁目 3 番 11 号 富士見デュープレックスビズ TEL : 03-6261-6932