

ホットリンク、SNS 上のクチコミから調査を実施  
若者の「節分」ツイートは減少傾向！？  
～Twitter ユーザーが選ぶ！恵方巻きの具7選～

【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 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、『節分』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》

- 節分、2年連続でツイート件数が減少傾向に  
若者の“節分離”止まらず！？
- ツイートにも地域差あり！？ 関東は「豆まき」、近畿は「恵方巻き」
- 男性は「節分」を意識しつつも…何もしない傾向にあり
- Twitter ユーザーが選ぶ！恵方巻きの具7選

※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。

【節分、2年連続でツイート件数が減少傾向に。若者の“節分離”止まらず！？】

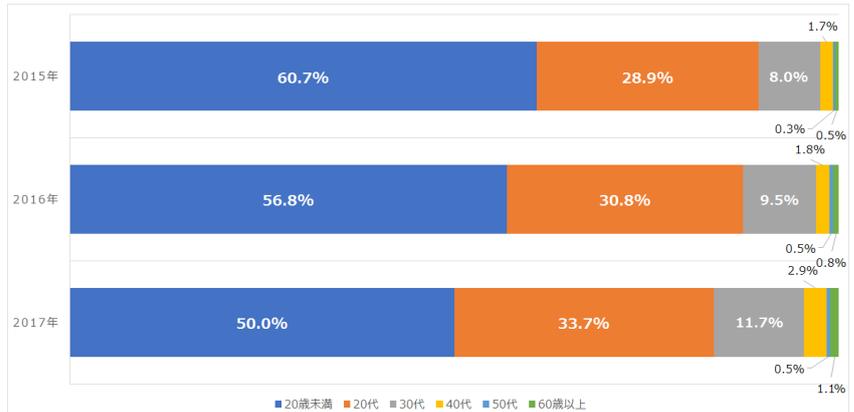
2015年・2016年・2017年の「節分」に関するツイート件数を調査したところ、いずれの年も節分当日の2月3日20時台に最も多くツイートされていることがわかりました。また、「節分」とともにつぶやかれるキーワードは「恵方巻き」と「豆まき」という結果に。2月3日の20時台は全国各地で恵方巻きを食べる人、豆まきをする人が多い傾向にあるようです。また、同時時間帯に「節分だが、〇〇(恵方巻き以外の食べ物)を食べる」といったツイートもあり、節分であることは認識しつつも恵方巻きを食べないことを投稿している Twitter ユーザーもみられました。

「節分」に関するツイート数は2年連続で減少傾向にあることがわかります。属性毎にみると、20歳未満の若い世代では、60.7%から50.0%と10ポイント以上も減少しています。一方で、20歳未満以外はいずれもシェアを増やしており、20歳未満の“節分離”が顕著な傾向にあるようです。

「節分」に関するツイート件数

|       | ツイート件数  | 前年比 |
|-------|---------|-----|
| 2015年 | 18,298件 | —   |
| 2016年 | 15,112件 | 83% |
| 2017年 | 12,904件 | 85% |

「節分」に関するツイートの年齢シェア



【ツイートにも地域差あり！？関東は「豆まき」、近畿は「恵方巻き」】

関東地域に絞って「節分」に関するツイートの内容をみると「風習」「習慣」というキーワードが頻出関連語にあがっていることがわかりました。“恵方巻きは、関西の風習である”、“豆まきはするけど、恵方巻きを食べる習慣はない”というツイートが多く、関東地域の風習ではない恵方巻きを食べることに抵抗のある Twitter ユーザーが多いようです。関東地域・近畿地域それぞれの頻出関連語を比較すると関東地域では「豆まき」・近畿地域では「恵方巻き」が1位という結果になっています。関東地域では4位以下に「落花生」「大豆」「歳の数」という豆まきに関するキーワードが続き、近畿地域では「巻き寿司」「いわし」がランクインしています。「節分」の地域ごとの風習がツイート内容からもわかる結果となっています。

「節分」に関するツイートの頻出関連語

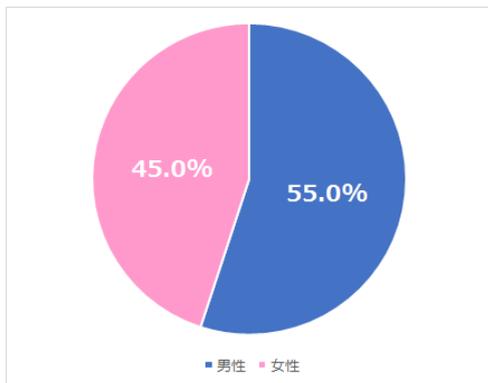
|    | 関東   | 近畿   |
|----|------|------|
| 1位 | 豆まき  | 恵方巻き |
| 2位 | 恵方巻き | 豆まき  |
| 3位 | 節分の豆 | 寿司   |

検索期間:2017年2月3日、検索ワード:節分、節分の日、対象 SNS:Twitter10%サンプル  
絞り込み条件:関東、近畿

【男性は「節分」を意識しつつも…何もしない傾向にあり】

「節分」に関するツイートの男女比率では、男性が55.0%・女性45.0%となり男性比率が高い結果となりました。男性と女性それぞれに絞って頻出関連語をみると、男性は「無い」「多い」というキーワードがランクインしていることがわかります。“節分で〇〇する習慣は無い”、“恵方巻きや豆まき関連のツイートが多いので節分ということに気付いた”という内容のツイートが多くみられました。男性の Twitter ユーザーは「節分」を意識しつつも何もしない、または、当日に他からの情報で今日が節分であることを知ったという人が多いようです。そこで「節分」に関すること(豆まきをする、恵方巻きを食べる)をしたいと思ったユーザーと「節分」に関することをしたというユーザーの男女比率をみると、“〇〇したい”と思ったユーザーは男性比率が高いことがわかりました、一方、“〇〇した”というユーザーは女性比率が高く、男性は節分に関する何をしたいと思いつつも、できない人が多い傾向にあるようです。

「節分」に関するツイートの男女比率



検索期間:2017年2月3日、検索ワード:節分、節分の日、対象 SNS:Twitter10%サンプル

「節分」に関する頻出関連語(男性)

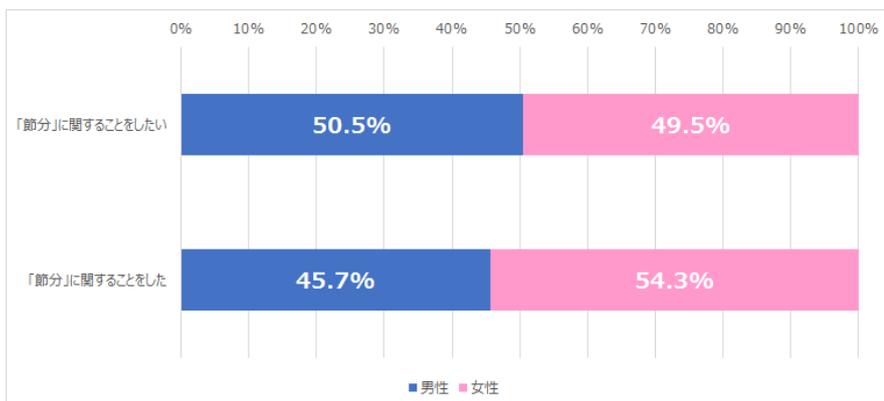
|    | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|----|-------|-------|-------|
| 1位 | 無い    | 良い    | 良い    |
| 2位 | 多い    | 無い    | 無い    |
| 3位 | よい    | 楽しい   | よい    |
| 4位 | 楽しい   | 多い    | 多い    |
| 5位 | 良い    | よい    | 美味しい  |

「節分」に関する頻出関連語(女性)

|    | 2015年 | 2016年 | 2017年 |
|----|-------|-------|-------|
| 1位 | 楽しい   | 良い    | 楽しい   |
| 2位 | 可愛い   | 美味しい  | 可愛い   |
| 3位 | 早い    | 楽しい   | 良い    |
| 4位 | よい    | 早い    | 早い    |
| 5位 | 美味しい  | 可愛い   | 美味しい  |

検索期間:2015年2016年2017年それぞれの2月3日、検索ワード:節分、節分の日、対象 SNS:Twitter10%サンプル

「節分」に関することをしたい or した ツイートの男女比率



検索期間:2017年2月3日、検索ワード:節分、節分の日、豆まき、恵方巻きなど「節分」に関するワード  
絞り込みワード:  
・したい、買いたい、食べたいなど「節分」に関することをやりたいとツイートしたと予測できるワード  
・した、買った、食べたなど「節分」に関することを実行したとツイートしたと予測できるワード  
対象 SNS:Twitter10%サンプル

**【Twitter ユーザーが選ぶ！ 恵方巻きの具7選】**

恵方巻きの具に関するツイートランキング

|     | 恵方巻きの具材名 |
|-----|----------|
| 1位  | サーモン     |
| 2位  | マグロ      |
| 3位  | ネギトロ     |
| 4位  | きゅうり     |
| 5位  | 椎茸       |
| 6位  | 高野豆腐     |
| 7位  | カニカマ     |
| 8位  | エビ       |
| 9位  | 桜でんぶ     |
| 10位 | 卵焼き      |

2017年の節分当日、恵方巻きの具材について Twitter 上ではどのような投稿があったのかを調査しました。多くツイートされた具材をランキングにしたところ、1位は「サーモン」という結果になり、以下「マグロ」「ネギトロ」「きゅうり」と続きます。また、恵方巻きの具材に関するツイートには、「スーパー」「コンビニ」「デパ地下」というキーワードがランクインしていることから、節分当日、様々な場所で恵方巻きが販売されていることがわかります。一方、「我が家」「お母さん(母親)」「ばあちゃん」といったキーワードもランクインしており、各家庭の恵方巻きの具材について紹介するツイートが多くみられました。

検索期間:2017年2月3日、検索ワード:恵方巻き、恵方巻、恵方まき、絞り込みワード:具、具材、中の具、中身の具、恵方巻(き)の具、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 900 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。**

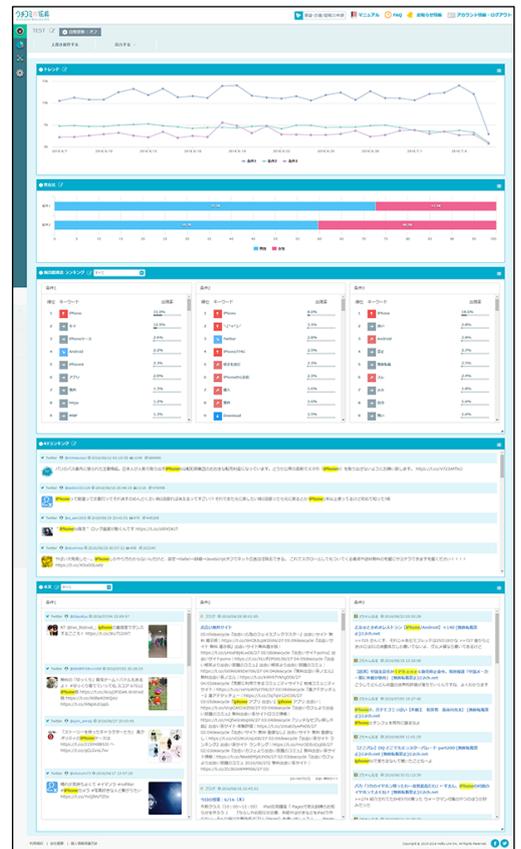
1 度に 10 キーワード、検索期間を最大 13 か月の検索もパッとデータ検索 & 分析が可能で、ストレスなく利用できます。また、Twitter やブログなどのメディアごとに関連語を自動的に表示します。

**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。また、グローバルにおけるデータ流通に加え、世界におけるクロスバウンド(インバウンドやアウトバウンド)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:      | 1,248百万円(2017年3月末時点)  |
| 代表者:     | 代表取締役社長 内山 幸樹   |           |   |
| 企業サイト:   | <a href="http://www.hottolink.co.jp/">http://www.hottolink.co.jp/</a>         | 公式ブログ:    | <a href="http://www.hottolink.co.jp/blog">http://www.hottolink.co.jp/blog</a>               |
| Twitter: | <a href="http://twitter.com/hottolink_pr">http://twitter.com/hottolink_pr</a> | Facebook: | <a href="https://www.facebook.com/hottolink.inc">https://www.facebook.com/hottolink.inc</a> |

■お問い合わせ

株式会社ホットリンク ソーシャルメディア事業本部 広報担当  
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 MAIL: [hotto@hottolink.co.jp](mailto:hotto@hottolink.co.jp)