

C CHANNEL、F1層に向けて「ハロウィン」に関するアンケートを実施 ～4人に1人がハロウィンメイクを「したい」、 約6割がハロウィンメイクで「YouTube」を参考に～

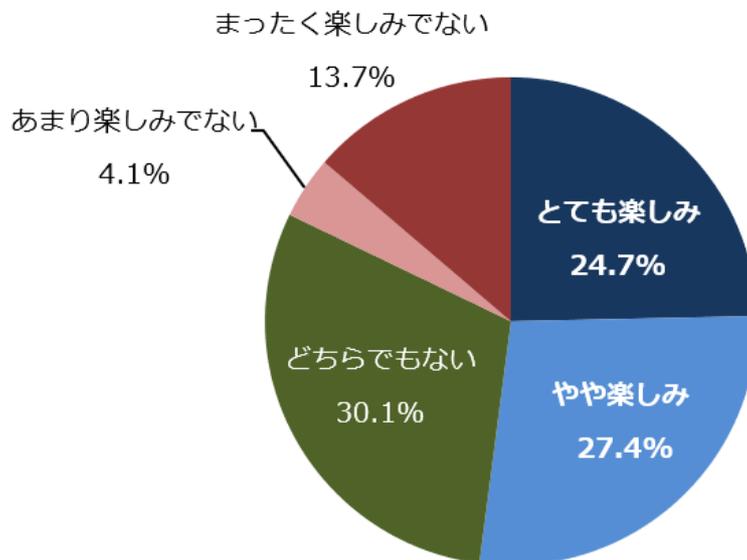
C Channel株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:森川亮)が運営する日本最大規模の女性向け動画メディア「C CHANNEL」(<https://www.cchan.tv/>)のF1層の実態を調査する「C CHANNEL Lab. (シーチャンネルラボ)」では、メイン視聴者であるF1層に向けて「ハロウィンの過ごし方」に関する調査を実施しました。その一部を報告します。

< TOPICS >

- ・半数以上が今年のハロウィンを「楽しみ」
- ・4人に1人が今年のハロウィンにイベントを予定
- ・4人に1人がハロウィンメイクを「したい」
- ・ハロウィンメイクをする際に参考にするのは「YouTube」がトップで約6割

■半数以上が今年の「ハロウィン」を楽しみと回答！

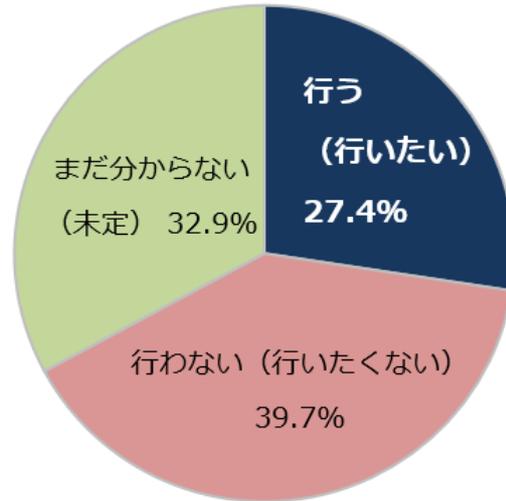
・「とても楽しみ」「やや楽しみ」と回答した方は合計で52.1%。「どちらでもない」と回答した方30.1%、「あまり楽しみでない」「まったく楽しみでない」と回答した方は合計で17.8%。



質問：あなたは「ハロウィン」が楽しみかお知らせください。(有効回答数73/単一回答)

■4人に1人が今年のハロウィンにイベント等を予定！

・トップは「行わない(行いたくない)」(39.7%)、次いで「まだ分からない(未定)」(32.9%)、次いで「行う(行いたい)」(27.4%)と続く。

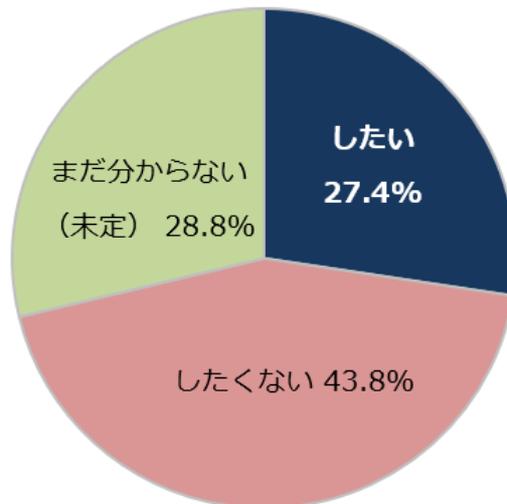


質問：あなたは今年、ハロウィンで何か行う予定（イベント参加やホームパーティ等）があるかお知らせください。
（有効回答数44/単一回答）

またハロウィンの予定を誰と過ごすかを質問したところトップは「恋人・パートナー」（43.2%）でした。同時にオンライン（Zoom等）のハロウィンイベントに興味があるか質問したところ「興味がない」と回答した方が84.9%で圧倒的に多くなりました。また、オンライン（Zoom等）のハロウィンイベントに参加したいかを質問したところ、「参加したくない」が89.0%でした。

■4人に1人がハロウィンメイクを「したい」と回答！

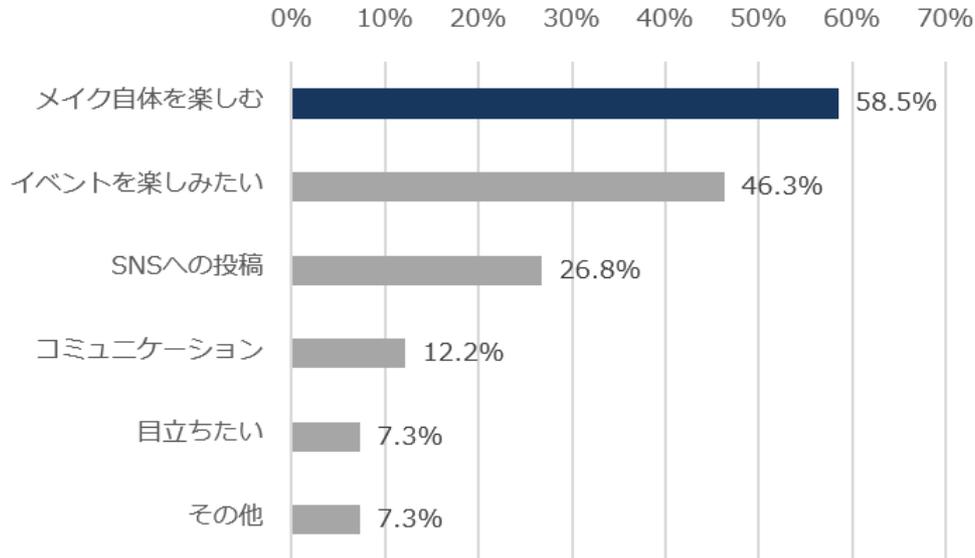
・「したい」は（27.4%）、「したくない」は（43.8%）、「まだ分からない」は（28.8%）。



質問：あなたは今年、ハロウィンメイクをしたいですか。（有効回答数73/複数回答）

■メイク自体を楽しむことがハロウィンメイクの目的のトップ！

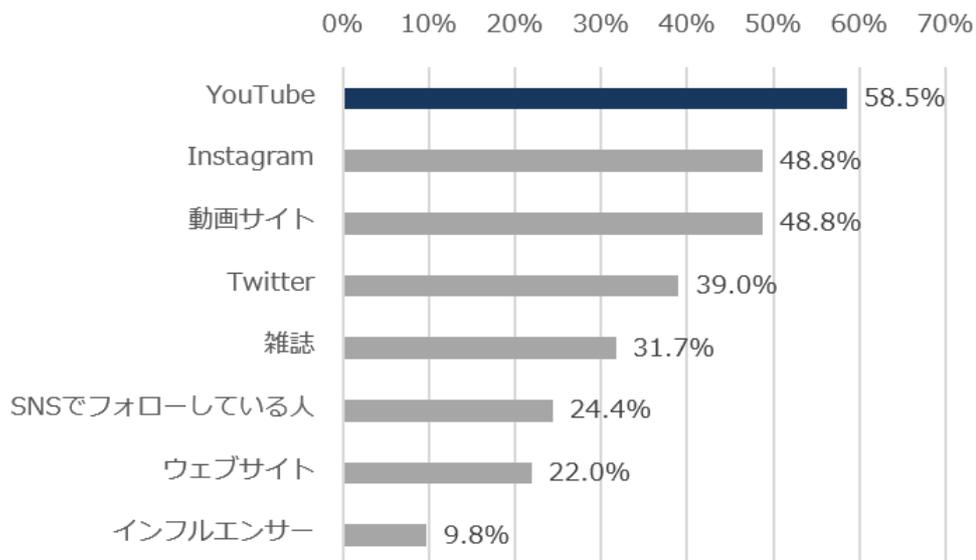
・トップは「メイク自体を楽しむ」（58.5%）、次いで「ハロウィンに限らずイベント行事を楽しみたい」（46.3%）、次いで「SNSへの写真投稿」（26.8%）と続く。



質問：ハロウィンメイクをする目的をすべてお知らせください。（有効回答数41/複数回答）

■SNSでハロウィンメイクの研究が主流！

・トップは「YouTube」（58.5%）、次いで「Instagram」と「動画サイト」が同率で（48.8%）、次いで「Twitter」（39.0%）と続く。



質問：ハロウィンメイクで参考にするものをすべてお知らせください。（有効回答数41/複数回答）

当アンケートでは昨年のハロウィンの過ごし方についても一緒に調査しました。昨年の過ごし方と今年の予定を比較したところ、昨年「自宅で過ごした」と回答した方は34.2%、今年「自宅で過ごす予定」と回答した方は47.7%。「自宅でハロウィンを過ごす」が昨年に比べ13ポイント増加した。一方でハロウィンを誰と過ごすかを聞いたところ、「家族」と回答した方は昨年は42.9%、今年は40.9%。「恋人・パートナー」と回答した方は昨年は23.2%、今年43.2%。昨年に比べ、「家族と過ごす」は若干減少傾向に、また「恋人・パートナーと過ごす」は20ポイントも増加した。長引くコロナウィルス感染拡大により今年のハロウィンの過ごし方が定まっていない印象の結果となりました。

また8割以上がZoom等のハロウィンイベントには「興味がない」と回答したことから、衣装やメイク、お菓子配りなどに重きが置かれるハロウィンイベントはオンラインが主流の昨今においても、リアルなイベントを希望する人が多いことが伺えた。

■C CHANNEL編集部コメント。

今回はハロウィンのメイクやイベントに対するユーザーの参加意欲などを調査いたしました。昨年と比較し今年はハロウィンメイクを楽しむ予定の方は全体の1/4程度にとどまりましたが、オフラインイベントへの意欲を感じられ、イベントだけでなくメイク自体を楽しむなど、非日常のメイク体験自体にユーザーが価値を感じていることが伺えました。引き続き、C CHANNELのユーザー動向を調査してまいります。

【調査概要】

- ・ 調査対象者
C CHANNELアプリとInstagramのC CHANNELアカウントをご利用の全国20～34歳の女性
- ・ 調査方法
インターネット調査
- ・ サンプル数
73ss
- ・ 実施期間
2020年9月20日～ 27日

C CHANNELでは定期的にF1層の動向を調査するべくアンケートを実施しており、アンケート結果をまとめた資料のご用意もごさいます（クロス集計等）。アンケート結果やC CHANNELへの広告にご関心がある企業様は、各担当営業または以下までお問い合わせください。

お問い合わせ先：media01@cchan.tv

■「CCHANNEL Lab.」とは

C CHANNEL が定期的に調査している、F1層のインサイト、深層心理についての調査を発表してきます。

多様化するF1女性たちのリアルな声や実態を、C CHANNELの視点から調査し発表しています。

また、調査内容をもとに、C CHANNEL配信しているコンテンツ反映させていきます。

過去の調査はこちらから：<https://corp.cchan.tv/category/cchanlab/>

CCHANNEL Lab.

■「C CHANNEL」とは

女性の“知りたい!”を1分動画で解決する、日本最大規模の女性向け動画メディア。女性の関心が高いテーマを中心に、短い時間で手軽に視聴できる縦型動画をクリッパー（ネイリスト、美容師、インフルエンサーなど）と共に撮影・制作し、日本・世界に向けて発信しています。

このページに掲載されているプレスリリースその他の情報は発表日現在の情報であり、時間の経過または様々な後発事象によって変更される可能性がありますので、あらかじめご了承ください。