

報道関係者各位
プレスリリース

coioco

2018年2月14日
SK planet Japan 株式会社

男性を対象に「バレンタインデー」に関する意識を調査

男性の約2割が「バレンタインデーのチョコレートを欲しくない」

理由は「お返しが面倒」。過半数が「ホワイトデーのお返しに悩んだ」経験
心のこもったお返しをスマートに！「ソーシャルギフトでホワイトデー」キャンペーン実施

SK planet Japan 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：李 承奎）が運営するソーシャルギフトサービス cotoco は、男性を対象に「バレンタインデー」に関する意識調査を実施し、その結果を受けて「ソーシャルギフトでホワイトデー」キャンペーンを本日、2月14日（水）から3月14日（水）まで実施します。



cotoco が、全国の10代～60代の男性を対象に「バレンタインデー」に関する意識調査を実施したところ、約2割の男性が「バレンタインデーのチョコレートを欲しくない」と回答し、そのうち半数が理由として「お返しが面倒」と回答しました。また、全体の半数以上が「ホワイトデーのお返しに悩んだ」経験があり、「お返しを店舗に買いに行くことに抵抗がある」と回答した人も4割を超えました。

SNSなどで簡単に贈りものができるソーシャルギフトは、もともと、お返しが面倒な方、店舗での購入に抵抗がある方におすすめのサービスです。「ソーシャルギフトでホワイトデー」は、ソーシャルギフトの利便性に加え、心のこもった贈り物ができるよう、期間限定でホワイトデーのメッセージカードを贈れるキャンペーンです。

本キャンペーンは、SK planet Japan が運営する「cotoco」とNTTドコモが運営する「ギフトコ」の共同企画です。期間中、いずれかのサイトでギフトを購入すると、「cotoco&ギフトコ・ホワイトデー限定オリジナルメッセージカード」をギフトと一緒に贈ることができます。また、キャンペーン対象ブランド（cotoco：Instantbook、Paul Bassett、Sakaseru、

ギフトコ：タワーレコード、MOTTAINAI、Re.Ra.Ku）の商品を購入した場合は、各ブランドのオリジナルメッセージカードを贈ることも可能です。

さらに、cotoco 公式 Twitter の告知をリツイートするだけで、cotoco のキャンペーン対象ブランド・ギフトチケットが当たる「Twitter インスタントウィン」を、2月14日（水）から20日（火）まで実施します。※「Twitter インスタントウィン」は、cotoco のみの企画です。

「いつものメッセージに、すこしのサプライズを。」をテーマに、普段のなにげないメッセージのやり取りの中に、気軽にギフトを添えるような、新しいギフト文化の創出を、cotocoは今後も引き続き目指してまいります。

■ キャンペーン概要

「ソーシャルギフトでホワイトデー」(cotoco、ギフトコ共同)

・期間：2月14日(水) 11:00～3月14日(木) 23:59
 ・概要：cotoco、ギフトコ、いずれかのサイトでギフトを購入すると「cotoco&ギフトコ・ホワイトデー限定オリジナルメッセージカード」を贈ることができます。また、キャンペーン対象ブランドの商品を購入した場合、各ブランドのオリジナルメッセージカードを贈ることもできます。

・対象ブランド・オリジナルカードイメージ：

【cotoco】

Instantbook



【ギフトコ】

タワーレコード



Paul Bassett



MOTTAINAI



Sakaseru



Re.Ra.Ku



・キャンペーン情報サイト URL

【cotoco】 <https://cotoco.net/campaigns/whiteday-2018>

【ギフトコ】 <https://giftco.jp/service/notification#0000000166>

「Twitter インスタントウィン」(cotocoのみ)

・期間：2月14日(水) 11:00～20日(火) 17:00
 ・概要：cotoco 公式 Twitter の告知をリツイートすると、cotoco のキャンペーン対象ブランドのギフトチケットがその場で当たります。はずれの場合も割引が受けられます。
 ・景品：(当たり) Sakaseru ギフト券(5,400円相当) ×1枚、Instantbook ギフト券(1,080円分) ×5枚、Paul Bassett お好きなコーヒー交換(500円分) ×10枚
 (はずれ) 当たり商品の5%割引券×各1,000枚(合計3,000枚)
 ・cotoco 公式 twitter : URL: https://twitter.com/cotoco_japan

※Twitter インスタントウィンについて

インスタントウィンとは、抽選に参加し、その場で当落がわかる懸賞のことです。Twitter で実施される場合、参加ユーザーはキャンペーンアカウントをフォローし、該当のツイートをリツイートするだけで参加することができます。すぐに当選結果を知ることができます。

【参考資料：調査結果ハイライト】

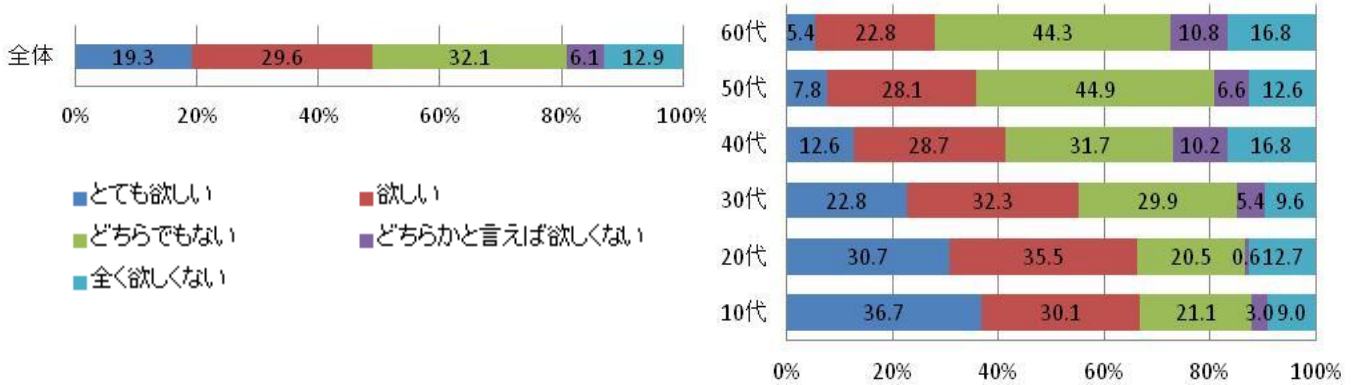
バレンタインデーのチョコレート、約 2 割が「欲しくない」

理由は「お返しが面倒」と過半数が回答

「バレンタインデーにチョコレートは欲しいですか」に対し、「欲しい（とても欲しい、欲しい）」と回答したのは全体の 48.9%で半数に満たない結果となりました。

また、「とても欲しい」と回答したのは 10 代が最も多く（36.7%）、年代が上がるにつれて減っていき、30 代で 22.8%、60 代ではわずか 5.4%となりました。また、全体の 19%が「欲しくない（どちらかと言えば欲しくない、全く欲しくない）」と回答しました。

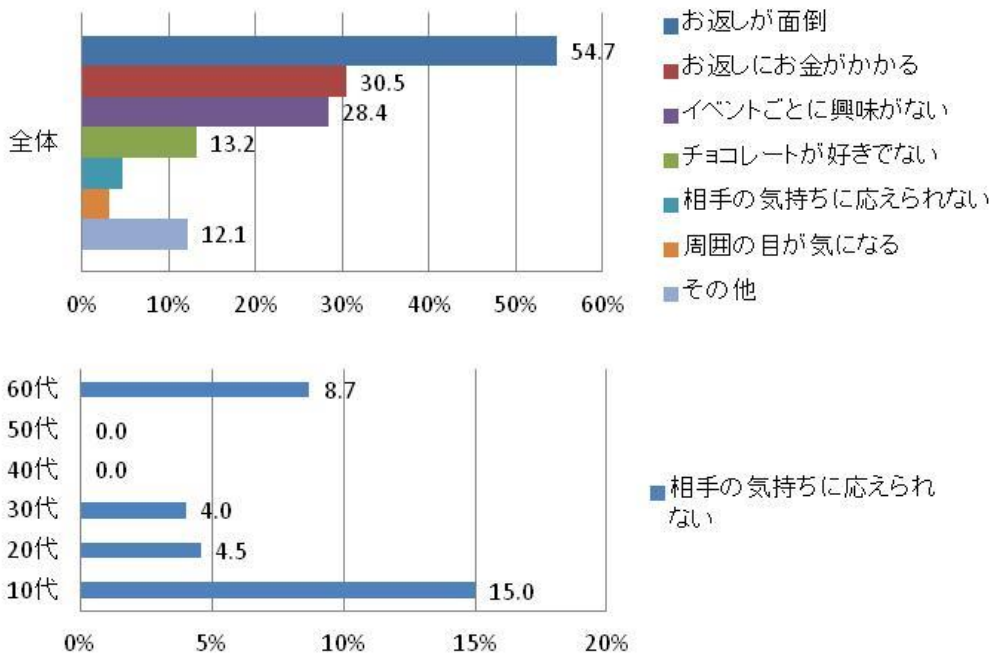
Q1.バレンタインデーにチョコレートは欲しいですか。(SA)



「欲しいと思わない」理由としては、「お返しが面倒」が圧倒的に多く、過半数を超えました（54.7%）。続いて「お返しにお金がかかる」（30.5%）、「イベントごとに興味がない」（28.4%）、「チョコレートが好きでない（13.2%）」となりました。

10 代のみ「相手の気持ちに応えられない」が 10%を超え（15%）、学生を中心とした 10 代では、現在もバレンタインが「愛の告白イベント」として機能していることが伺えました。一方、40 代、50 代では「相手の気持ちに応えられない」と回答した方はゼロとなっています。

Q2.欲しいと思わない理由は何ですか。(MA)

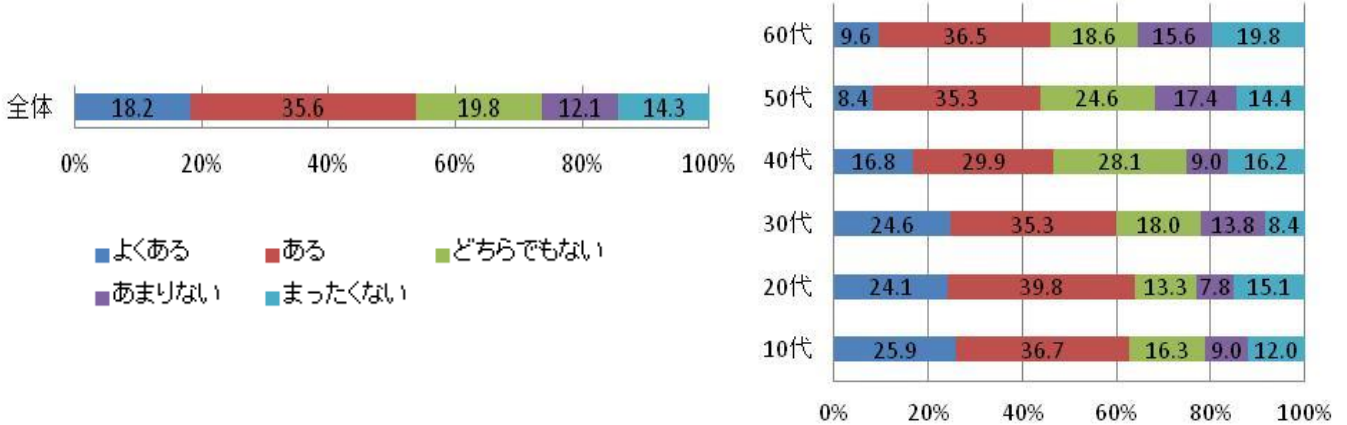


10代、20代の6割以上が「ホワイトデーのお返しに悩んだ」経験あり

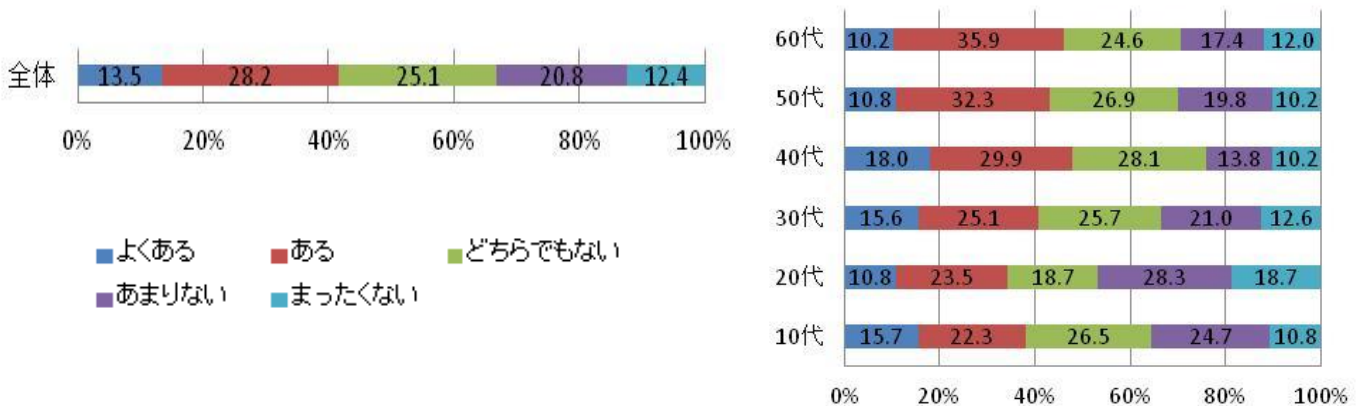
60代では46.1%が「お返しを店舗に買いに行くことに抵抗がある」

「ホワイトデーのお返しに悩むことがある（よくある、ある）」は、全体の53.8%に上りました。特に10代、20代は「悩んだことある」と回答した方が多く、6割を超えました。一方、「ホワイトデーのお返しを店舗に買いに行くことに抵抗がある（よくある、ある）」と回答した人は年代があがるごとに増えていき、10代、20代は30%代でしたが、30代で40%を超え、60代では46.1%になりました。（全体では41.7%）

Q3.ホワイトデーのお返しに悩むことはありますか。(SA)



Q4.ホワイトデーのお返しを店舗に買いに行くことは面倒、または抵抗はありますか。(SA)



■ 調査概要

- ・ 名称：「バレンタインデーに関する意識調査」
- ・ 調査方法：インターネット調査
- ・ 調査時期：2017年12月
- ・ 有効回答者数：1,000人
- ・ 回答者属性：10代、20代、30代、40代、50代、60代、均等割付
- ・ 男女内訳：男性100%

※調査結果を掲載の場合は「cotoco調べ」とご記載ください。

【cotoco サービス概要】

名称：cotoco (<https://cotoco.net>)

サービス開始：2014年8月5日(火)

決済手段：クレジットカード決済、キャリア決済

サービス概要：いつものメッセージに、すこしのサプライズを。

“ありがとう”、“おめでとう”、“ごめんね”、“頑張れ”、“元気出して”、“好きだよ”など、特定のシーンに限定せず、友達、恋人、同僚などの親しい人々に。

提携ブランド：雄勝そだての住人、カフェクレープ、クリスピー・クリーム・ドーナツ、スターバックス、ピザラ、ファミリーマート、Photoback、エンジェルズハート、ファンタスティック、ポールバセット、honto、マリオンクレープ、ミニストップ、ル ショコラ ドウ アッシュ、山本海苔店、ラフィネ、リンベル、レコチョコ、ローソン、アフタヌーンティーティールーム、B-R サーティーワン アイスクリーム、MyCaseShop、Sakaseru、noanoa Luxe、ドミノ・ピザ、タワーレコード オンライン、BookLive!

※2018年2月現在

利用可能店舗：36,500店舗 ※2017年4月現在

【ギフトコについて】

ギフトコは、NTTドコモが運営するソーシャルギフトサービスです。日常のちょっとしたお礼や励ましの気持ちなどを少額のギフトとしてスマートフォンやPCのメール、LINE（スマートフォンのみ対応）、Facebook(PCのみ対応)で手軽に贈ることができます。ローソン、スターバックスなどの店舗で交換できるギフトを購入するとdポイントがたまり、たまったdポイントでギフトの購入も可能です。（URL:<https://giftco.jp/>）

【SK planet について】

SK planet は、デジタル産業の全分野にサービスを提供する、サービスプラットフォーム提供会社です。市場シェアの50.5%を持つ韓国 No.1 携帯キャリアのSK telecom から2011年に分社化されました。韓国で展開しているソーシャルギフトサービス「Gifticon」は韓国国内で200社以上の企業と提携し、韓国全体で45,000店舗をカバーしております。SK planet Japan はその日本法人として2012年に設立され、Mobile Gifting サービス「cotoco(コトコ)」を日本国内で開始しました。現在、より利便性に優れたO2Oサービスの提供を目標に日本の大手企業と一緒に様々なマーケティングプラットフォームを構築しています。今後は、全世界のモバイルユーザに向けたO2Oプラットフォーム提供を実現するために更なる成長を目指しています。