

報道関係者各位

2017年2月2日
フリー株式会社
GIRLS' TREND 研究所

<女子高生・女子大生※を対象とした「バレンタインに関する意識調査」>

“バレンタイン面倒くさい派”は50.0%と年々増加、「友チョコ」をあげる人に多い傾向
バレンタインの告白経験はわずか11.9%！告白する時は“直接会って言葉で伝える”が73.0%
今クールドラマから選ぶ！「友チョコ」をもらいたい芸能人第1位は水原希子さん

フリー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役社長:田坂吉朗 以下、フリー)が運営する女子高生・女子大生の動向調査・研究機関『GIRLS' TREND(ガールズトレンド) 研究所』は、2016年12月～2017年1月に「バレンタインに関する意識調査」を実施しました(サンプル数:126)。調査対象はいずれも、フリーが運営する、プリントシール機で撮影した画像を取得・閲覧できるサービス「ピクトリンク」会員の女子高生・女子大生※です。調査結果を以下のとおり発表いたします。※高専生、専門学校生、短大生を含む

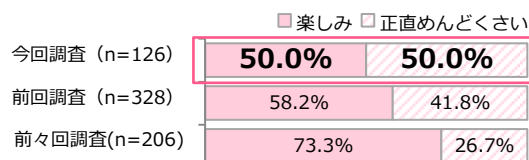
◆TREND① “バレンタイン面倒くさい派”は50.0%と年々増加、「友チョコ」をあげる人に多い傾向

日頃の感謝や想いを伝えるバレンタインデーですが、本調査によると「正直めんどくさい」と「楽しみ」がそれぞれ50.0%となり、二分化する結果となりました。“バレンタイン面倒くさい派”の割合は、前々回は26.7%、前回は41.8%と、年々増加傾向にあります。

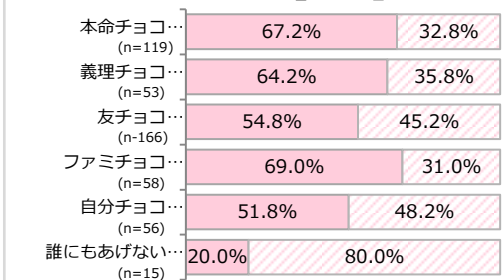
バレンタインにあげるチョコは「友チョコ」(67.5%)が3年連続で第1位となり、友チョコが定着しているようです。しかし調査結果から「友チョコ」や「自分チョコ」を用意する人の中で、“バレンタイン面倒くさい派”が占める割合が多いことが分かりました。学校で「友チョコ」を用意することが定着化したことで、周囲にあわせて友チョコを用意する必要性が出たと想定されます。一部の人はそれを面倒だと感じているのかもしれませんが。その一方で、「本命チョコ」「友チョコ」においては、購入する人より手作りする人の方が「楽しみ」と回答している割合が高い傾向にあり、チョコを手作りすることを楽しむ人がいることも伺えます。

なお「自分チョコ」を用意する人については、他のチョコよりも「購入する」方法を選んだ割合が最も多い結果に。自分へのチョコは、日頃のご褒美としての要素を持つ“特別感のあるチョコ”を求めているのかもしれません。

*バレンタインについてどう思うか



*あげるチョコ別内訳



◆TREND②バレンタインの告白経験はわずか11.9%！告白は“直接会って言葉で伝える”が73.0%

バレンタインデーの告白経験について、「したことがある」と回答した割合はわずか11.9%となり、「したことがない」(88.1%)が大多数を占める結果となりました。また、もし告白するならどんな方法で伝えるのかを聞いたところ、「直接会って言葉で伝える」(73.0%)、「手紙を直接渡す」(10.3%)の“直接派”が全体の約8割を占める結果に。それに続いたのは「LINEでメッセージを送る」(8.7%)でした。女子高生・女子大生の間では情報伝達の手段としてソーシャルネットワークワーキング・サービス(SNS)の使用が当たり前になっている現代においても、告白するという大事な場面ではやはり対面のコミュニケーションが最も選ばれているようです。

◆TREND③ 今クールドラマから選ぶ！「友チョコ」をもらいたい芸能人第1位は水原希子さん

1月クールドラマの出演女優の中で、誰から友チョコをもらいたいかを調査しました。第1位は水原希子さん(出演作品「嘘の戦争」)、第2位は香里奈さん(出演作品「嫌われる勇気」)、第3位は深田恭子さん(出演作品「下剋上受験」)となりました。水原さんは、女子高生・女子大生がLINEやTwitterに次いで活用しているInstagram(2016年4月「ソーシャルメディアに関する意識調査」より)で27万人以上(2017年2月2日時点)のフォロワーを抱えており、より身近に感じつつ憧れる存在として支持されたと考えられます。

*『GIRLS'TREND 研究所』とは？

プリントシール機市場でトップシェアを占めるフリーにおける調査・研究機関。主な調査対象は、女子高生・女子大生。『GIRLS'TREND 研究所』ではこの調査の一部をニュースレターとして情報発信中。

<公開データの引用・転載の際は、“フリー株式会社「GIRLS'TREND 研究所」調べ”と明記いただけますようお願い申し上げます。>

◆ 調査概要

調査期間 : 2016年12月26日(月) ~ 2017年1月10日(火)
 調査方法 : インターネットアンケート
 調査対象 : プリントシール画像共有サイト「ピクトリンク」会員の女子高校生、女子大学生等
 (高専生、専門学校生、短大生を含む)

有効回答数: 126サンプル

※バレンタインに関する過去調査

【前回】調査期間: 2015年12月25日(金) ~ 2016年1月4日(月) / 有効回答数: 328 サンプル

◀ <http://www.furyu.jp/news/2016/01/gtl33.html> ▶

【前々回】調査期間: 2015年1月9日(金) ~ 1月25日(日) / 有効回答数: 206 サンプル ◀ <http://www.furyu.jp/news/2015/02/gtl23.html> ▶

【「ピクトリンク」とは】

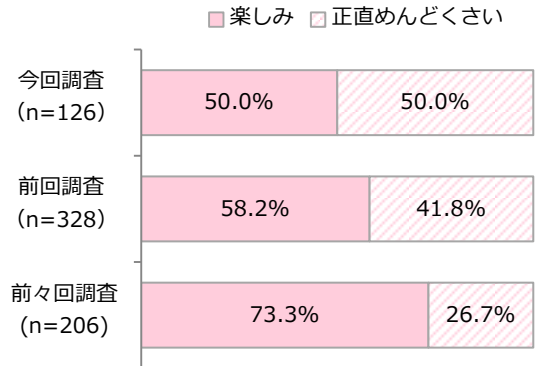
フリーのプリントシール機で撮影した画像を、フィーチャーフォン・スマートフォンにて取得・閲覧できるサービス。利用者数は約1,000万人(2016年4月時点)。アプリ版ではSNS機能を備えており、画像データを整理してアルバムを作成、共有が可能。

- [料金] 会員登録無料 ※有料会員・・・月額324円(税込)
- [対応OS] サイト: iOS6.0以降、Android™2.3以降の端末 / アプリ: iOS7.0以降、Android4.0以降の端末
- [配信開始日] 好評配信中
- [URL] サイト: <https://sp.pictlink.com/>
 アプリ: iPhone版 <https://itunes.apple.com/jp/app/pikutorinku/id446747531>
 Android版 <https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.furyu.pictlink>
- [著作権表記] (C)FURYU

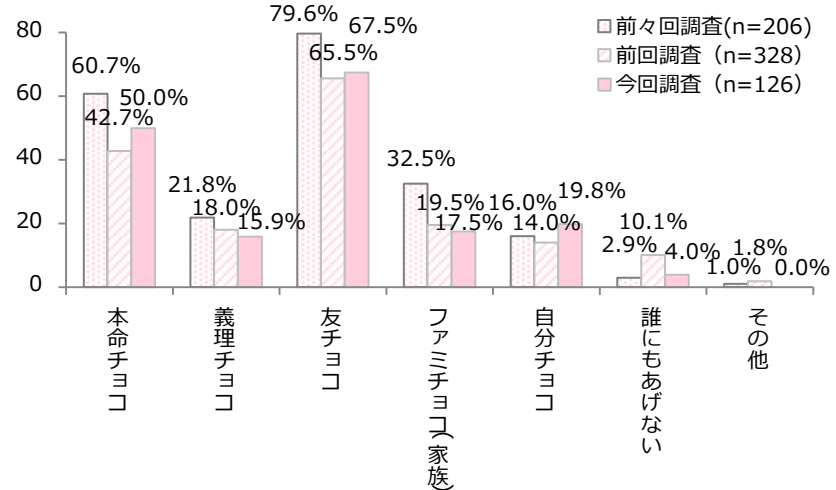
◆ 調査結果

Q.バレンタインについてどう思う？

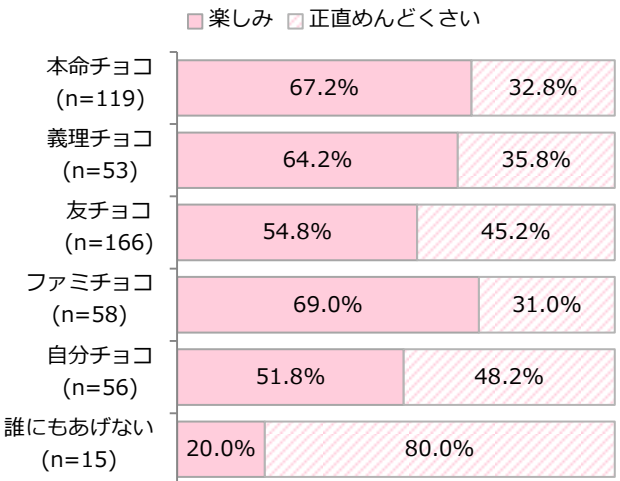
※単一回答



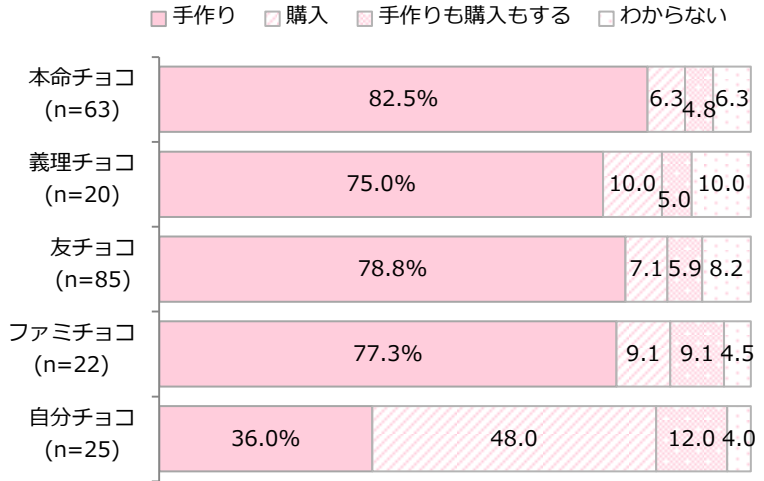
Q.今年のバレンタインはどれをあげる？ ※複数回答



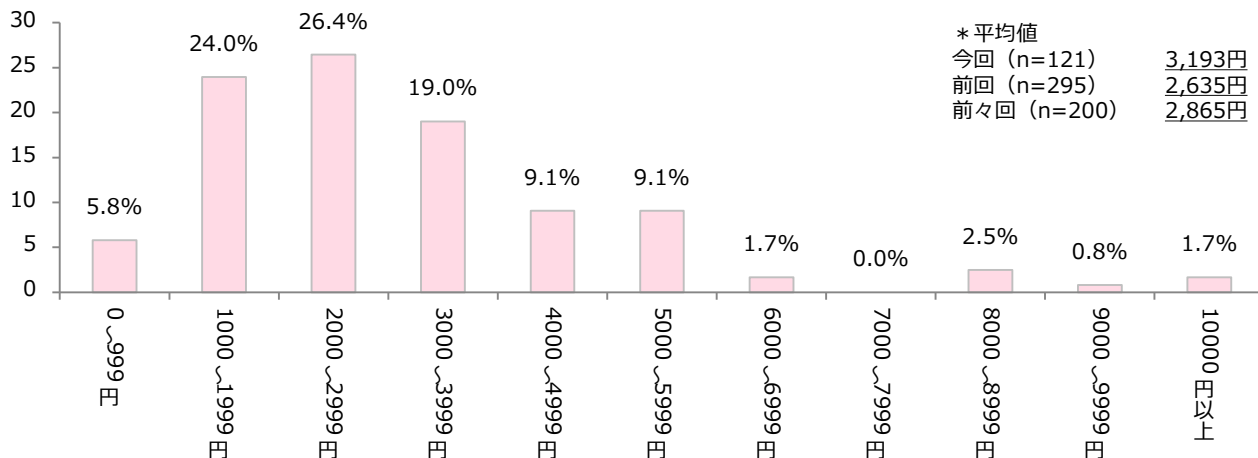
*今年のバレンタインにあげるチョコ別の、バレンタインが「楽しみ」派と「正直めんどくさい」派の割合



Q.今年のチョコはどのように用意する？ ※単一回答

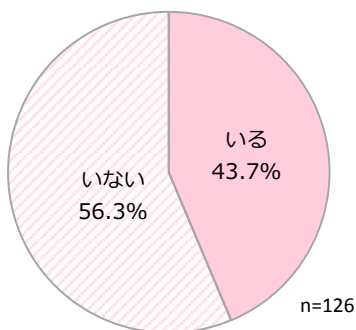


Q.バレンタインにかける予算はどれくらい？ ※単一回答



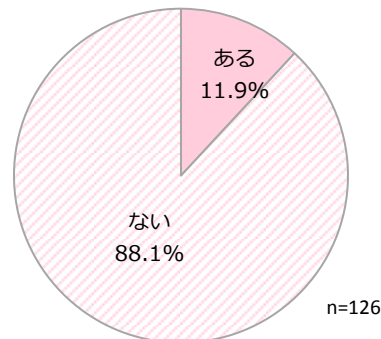
Q. 今、彼氏(彼女)はいる？

※単一回答



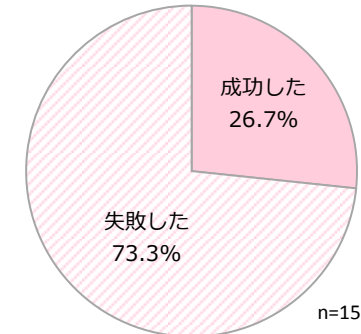
Q.バレンタインに告白をしたことはある？ ※単一回答

※単一回答



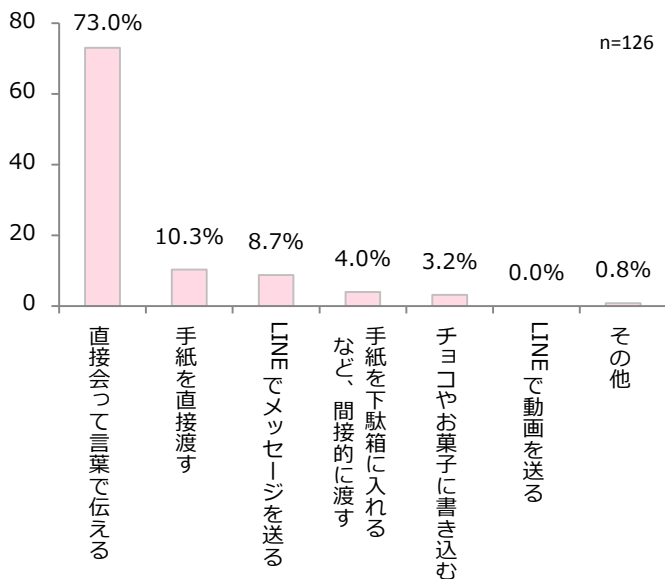
Q.告白した結果はどうだった？

※単一回答



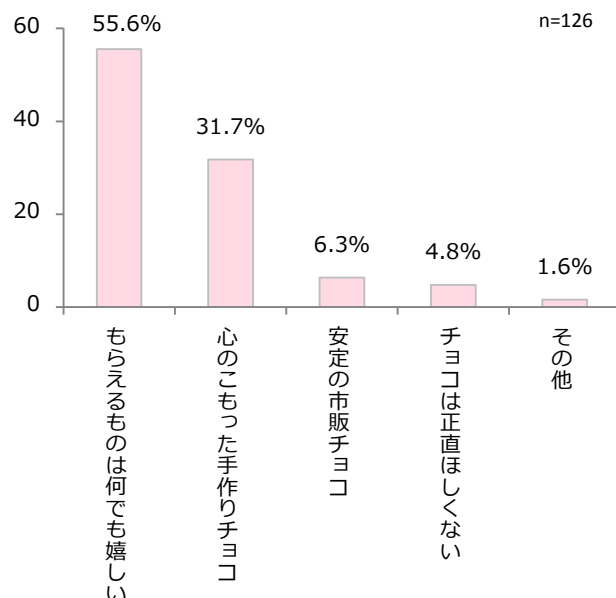
Q.もし、バレンタインに告白するならどの方法ですか？

※単一回答

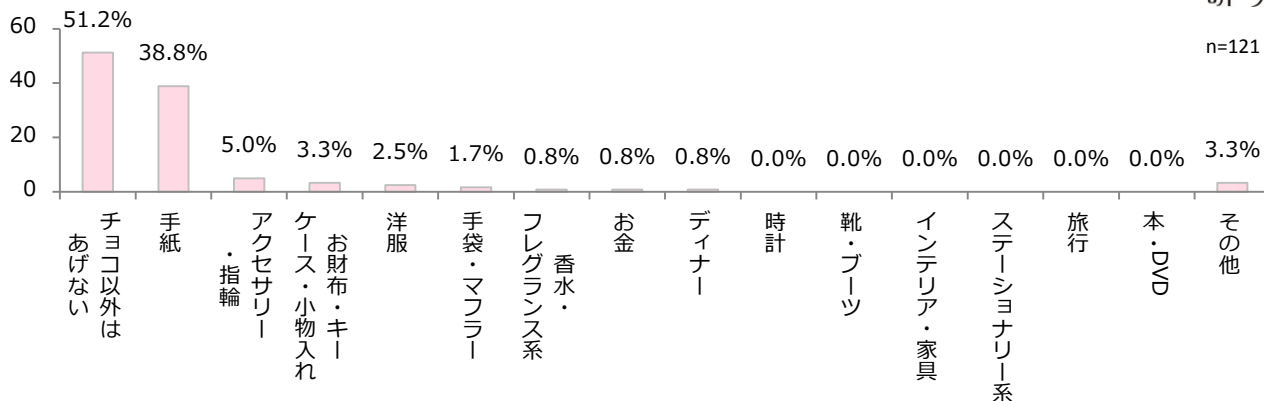


Q.男子の欲しいチョコは次のうちどれだと思う？

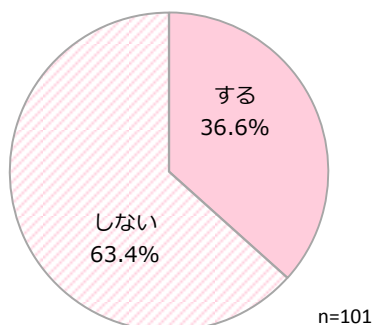
※単一回答



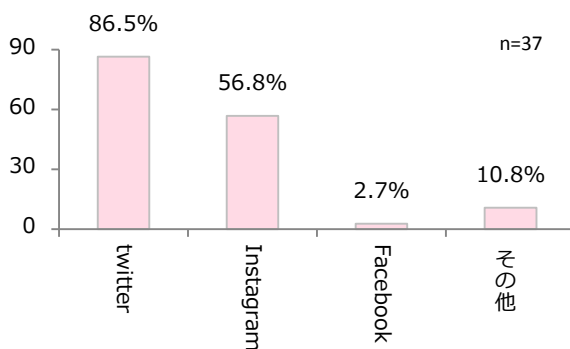
Q.チョコ以外にも何かあげる？ ※複数回答



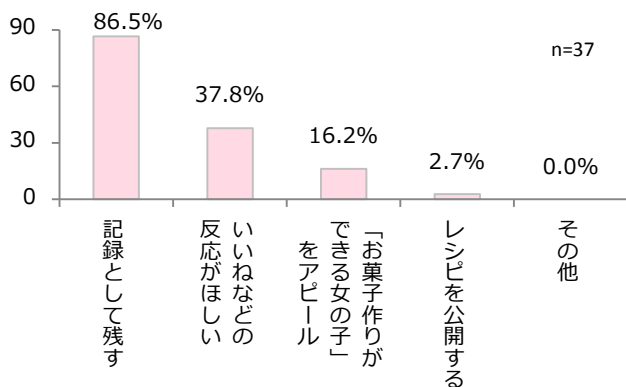
Q.作ったチョコをSNSにアップする？ ※単一回答



Q.どのSNSにアップする？ ※複数回答



Q. SNSにアップする理由は？ ※複数回答



Q. 1月クールドラマから選ぶ！バレンタインに友チョコを誰から一番もらいたい？ ※単一回答

順位	回答 (n = 126)	%
第1位	水原希子 (嘘の戦争：フジ系列)	23.0%
第2位	香里奈 (嫌われる勇氣：フジ系列)	19.0%
第3位	深田恭子 (下剋上受験：TBS系列)	16.7%
第4位	多部未華子 (視覚探偵 日暮旅人：日本テレビ系列)	14.3%
第5位	吉高由里子 (東京タラレバ娘：日本テレビ系列)	13.5%

【フリー株式会社 会社概要】

2007年4月にオムロングループからマネジメントバイアウト(MBO)によって独立したエンタテインメント分野の独立系企業。2015年12月に東証一部へ株式を上場。これまでプリントシール事業、キャラクター・マーチャンダイジング事業、コンテンツ・メディア事業、ゲーム/アニメ事業と、様々なエンタテインメント事業領域に参入し、その範囲を着実に拡大中。

*「GIRLS'TREND 研究所」は、フリー発行の雑誌「GIRLS'TREND」とも連動しながら、女子の流行情報を発信します。

※調査結果の数値は、小数点第2位を四捨五入しております。

※『GIRLS'TREND 研究所』および『GIRLS'TREND 研究所』ロゴ、「ピクトリンク」は、フリー株式会社の商標または登録商標です。

※Androidは、Google Inc.の商標または登録商標です。 ※iPhoneは、Apple Inc.の商標です。

※その他の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

