

若者

LINE×博報堂ブランドデザイン若者研究所  
スマホ調査で見えてくる“若者のリアル”  
「若者インサイトラボ」インサイトラボ Vol.5  
「2017 バレンタイン実態」

## ！ “本命”の見分け方&amp;気付かせ方がわかった！？

※若者インサイトラボはバレンタインに関する調査を実施した（2017年1月23～24日、10代～50代の5,000人を対象）。

## ！ “本命”の見分け方&amp;気付かせ方が判明！

## ！ 気付かせるなら、「手作り」より「ハートマーク」を手紙に書くことが重要！

- ・ 男性がもらったとき“本命”だと感じるのは、「2人きりなど、特別な状況で渡されること」「手紙やカードと一緒に渡されること」「手紙やカードの中にハートマークがあること」（\*）。
- ・ 一方女性が“本命”として渡すのは「手作りチョコ/お菓子」「2人きりなど、特別な状況で渡す」「手紙やカードと一緒に渡す」（\*\*）。
- ・ 女性側が手作りを“本命”の証としているのに対し、男性は渡されるシチュエーションやメッセージの内容を重視していることが分かった。
- ・ ちなみに、「片想い中の好きな人」へバレンタインを渡す女性の40%が「気持ちを察して、告白してきてほしい」と思っている。

（\*：「バレンタインでもらったら、『本命だ』と感じるものや状況をお答えください」ランキングより）

（\*\*：「今年のバレンタインに、『本命用』としておくと思うものや、『本命』をおくる状況にあてはまると思うもの」ランキングより）

## ！ 10代女性で「友チョコ」をあげる人は60%もいた！しかし単価は小さめ…。

- ・ 10代女性の60%が「同性の友達」にバレンタインのおくりものをする予定。10代女性は他にも、34%は「父親」、25%は「異性の友達」にバレンタインのおくりものをする予定。
- ・ 10代女性にとってバレンタインは、好意を持つ人へ気持ちを伝える日ではなく、友人同士で楽しむイベントになっているようだ。
- ・ しかし「友チョコ」の単価は小さく、女性が友だち1人あたりにかける平均予算は【261】円だった。

## ！ 社会人の「付き合い」としてのバレンタイン事情。

## ！ 20代までは楽しみだったイベントも、30代を超えると義理チョコが心の負担に。

- ・ 20代以下では「バレンタインで何か貰うのが楽しみだ」との回答者が多かったのに対し、30代以上では「義理チョコの習慣がなくなってほしい」との回答者が多い傾向。
- ・ また男女別にみると、30代以上の男性では「バレンタインは、お返しに困るのでできればもらいたくない」、30代以上の女性では「バレンタインは、周りがやっているので参加している（周りがやっていなかったら、やらないと思う）」との回答が、20代以下に比べそれぞれ多い傾向。
- ・ 一方で、社会人の4人に1人は「バレンタインは感謝を伝える良い機会だ」と回答している実態も確認できた。
- ・ 男性が義理としてもらって嬉しいチョコの価格帯1位は【500円未満】で35%が回答（\*\*\*）。

（\*\*\*：価格帯は【500円未満】【501～1000円】【1001～2001円】【2001～3000円】【3001～5000円】【5000円以上】で比較）

## ！ 女性の「自分チョコ」にかかる平均予算は【2,255】円。

- ・ 一方、女性の「恋人」に渡すバレンタインにかかる平均予算は【3,163】円。「好きな人」相手では【2,085】円。「自分チョコ」の単価は「好きな人」以上「恋人」未満であることがわかった。

調査の詳細結果はLINE Research Platformブログで掲載しています。 <http://research-platform.line.me/>

## 若者インサイトラボとは…

LINE株式会社と博報堂ブランドデザイン若者研究所が、スマホをキーに若者のリアルな生態を解明するためスタートした共同プロジェクト。国内で6400万人（MAU）の豊富なユーザー基盤を誇り、国内最大級かつアクティブ性の高いスマートフォン調査パネル（約300万人 / 2016年10月時点）を保有するLINEと、若者のインサイトについて長年研究を続けてきた博報堂ブランドデザイン若者研究所が、共同で調査研究を実施、公開していきます。

問い合わせ先：若者インサイトラボ（菊地原） [w\\_insight\\_lab@hakuodo.co.jp](mailto:w_insight_lab@hakuodo.co.jp)