

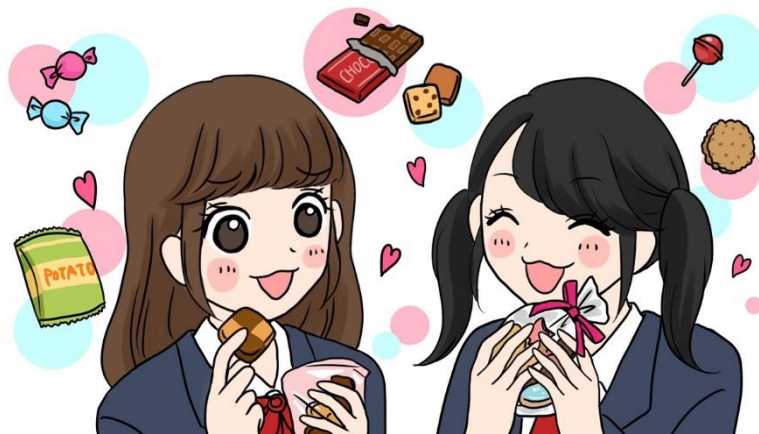
Press Release

2019年3月14日

トレンダーズ株式会社

TT 総研、女子高校生の最新お菓子事情を調査**お菓子は 300 円まで？ 購入きっかけを SNS と答えた人は 4 割
バレンタインデーは友達に贈る人が多数。ホワイトデーに期待しているのは？**

若年層のトレンドやインサイトを分析するマーケティング研究機関「TT 総研 -Teens Trend 総研-」（ティーティー ソウケン）は、このたび、「女子高生の最新お菓子事情」に関する意識・実態調査をおこないました。



お菓子はいつの時代も日常に幸せなひとときを与えてくれるもの。高校時代、教室で友人とお菓子を食べたり、通学中にコンビニに立ち寄ってお菓子を購入した思い出がある方も多いのではないのでしょうか。そこで今回は、347 名の女子高校生を対象に、日常的に食べるお菓子に関する意識調査を実施。バレンタインデーやホワイトデーとの関わり方についても分析しました。

調査概要

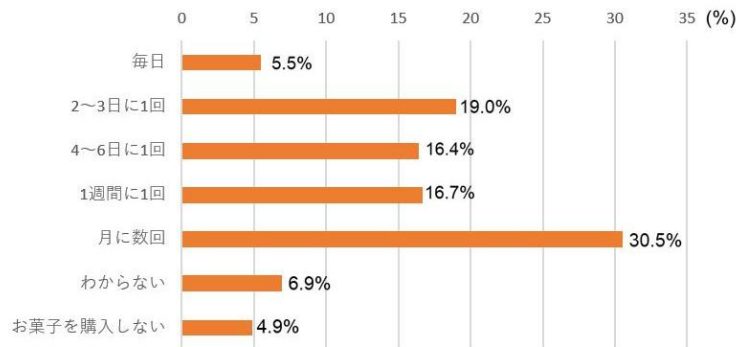
- ・調査対象：事前調査で、「現在、高校生である」と回答した 15 歳～18 歳の女子高校生 347 名
- ・調査期間：2019 年 2 月 19 日(火)
- ・調査方法：「LINE Research Platform」を活用したスマートフォンリサーチ

◆6 割以上の女子高校生は、お菓子を週に 1 回以上は購入。好きなお菓子はチョコレート

まず、「お菓子を購入する頻度」について聞いたところ、最も多かった回答は「月に数回」（30.5%）。次に「2～3 日に 1 回」（19.0%）、「1 週間に 1 回」（16.7%）となり、頻繁に購入する人とそうでない人に割れる結果となりました。アンケートの結果から、約 6 割（57.6%）の女子高校生が「週に 1 回以上」お菓子を購入しているという点で、多くの女子高校生はお菓子を日常的に購入していると言えます。[グラフ 1]

お菓子を購入する頻度

【グラフ1】

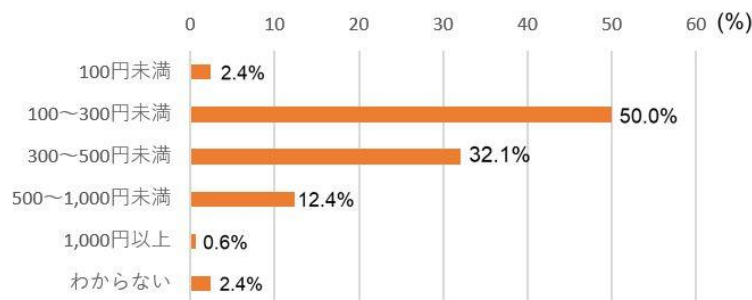


※事前調査で、「現在、高校生である」と回答した15歳~18歳の女子高校生(n=347)
 ※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります。

そして、「1回あたりのお菓子の購入金額」という質問に対しては、**50.0%と半数の女子高校生が「100~300円未満」と**回答しており、コンビニやスーパーで売っているポケット菓子の購入が多いことが予想されます。[グラフ2] 好きなお菓子の種類を具体的に聞いたところ、「チョコレート」と回答する人が74.6%と多くいました。

1回あたりのお菓子の購入金額

【グラフ2】



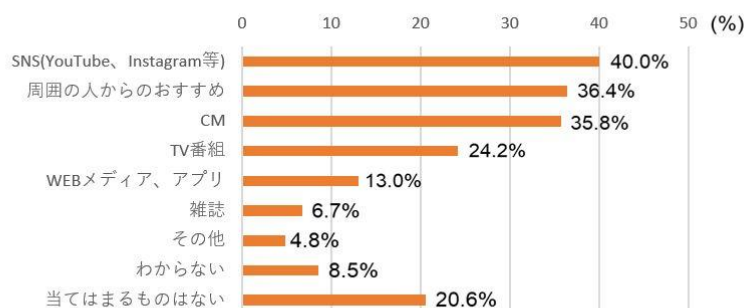
※前問で、「お菓子を購入する」と回答した15歳~18歳の女子高校生(n=330)
 ※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります。

◆お菓子を購入するきっかけはCMよりもSNS。つい気になる言葉は「増量中」

また、お菓子を購入するきっかけとして多かったのは、「SNS(YouTube、Instagram等)」が40.0%、続いて「周囲の人からのおすすめ」(36.4%)、「CM」(35.8%)、「TV番組」(24.2%)という理由が並び、SNSの影響力がわかる結果となりました。[グラフ3] 実際に、最近ある有名YouTuberが動画でコンビニのスナック菓子を紹介したところ、売り切れとなる店が続出するという事もありました。SNSでのお菓子に関する情報発信は、女子高校生に対して訴求効果が高いといえそうです。

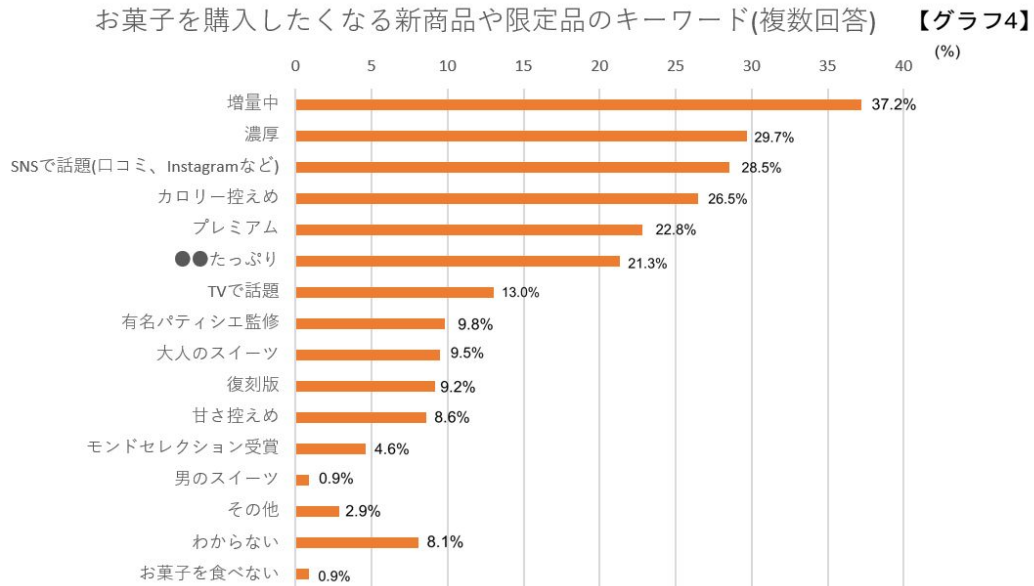
お菓子を購入するきっかけ(複数回答)

【グラフ3】



※前問で、「お菓子を購入する」と回答した15歳~18歳の女子高校生(n=330)

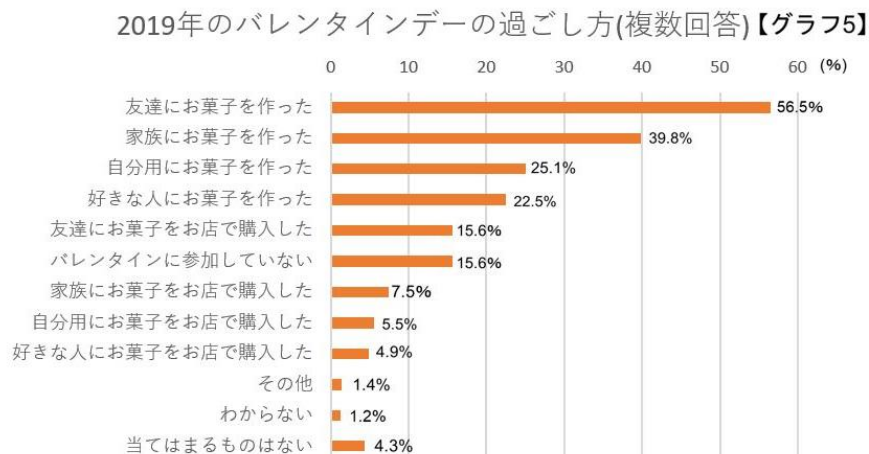
さらに、お菓子を購入したくなるキーワードについても聞いたところ、「增量中」(37.2%)、「濃厚」(29.7%)といった、ボリュームミーなイメージがつくキーワードが多数の票を集めました。また、ここでも「SNSで話題(口コミ、Instagramなど)」(28.5%)と、回答した人が約3割となり、SNSの影響力が垣間見える結果となりました。[グラフ4]



※事前調査で、「現在、高校生である」と回答した15歳～18歳の女子高校生(n=347)

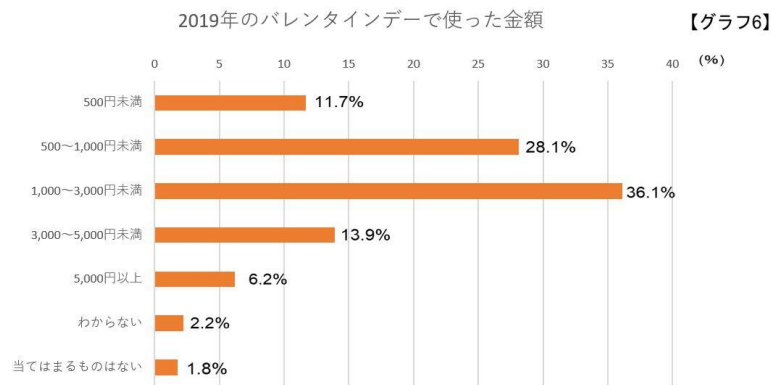
◆バレンタインデーは手作り派が多数！ 友チョコ定番化の影響はホワイトデーにも

次に、2019年のバレンタインデーの過ごし方について調査すると、「友達にお菓子を作った」という回答が56.5%と半数以上となり、続いて「家族にお菓子を作った」(39.8%)、「自分用にお菓子を作った」(25.1%)、「好きな人にお菓子を作った」(22.5%)といった、お菓子を手作りした人が多い結果となりました。[グラフ5] また、「お店でお菓子を購入した」と回答した人に、具体的にどのようなお店のお菓子を購入したか聞いたところ、「スーパーマーケット」と答える人が多く、身近な場所でお菓子を購入していることがわかりました。



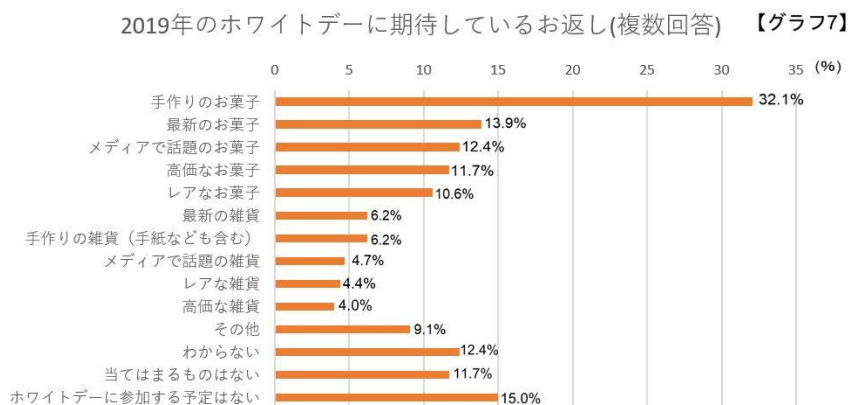
※事前調査で、「現在、高校生である」と回答した15歳～18歳の女子高校生(n=347)

また、バレンタインデーにかかった費用については、「3,000円未満」と答えた人が全体の約8割(75.9%)となりました。[グラフ6]



※前問で、今年のバレンタインデーに「お菓子を作った」「お菓子を購入した」「その他」と回答した15歳～18歳の女子高校生(n=274)
※構成比は小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計が100%にならないことがあります。

続いてホワイトデーに期待しているお返しについて聞いてみると、「手作りのお菓子」(32.1%)が圧倒的多数の票を集めました。また、雑貨派の中でも上位に「手作りの雑貨(手紙なども含む)」(6.2%)が挙がり、手作りの根強い人気がわかる結果となりました。[グラフ7] バレンタインデーで、友達にお菓子を作った人が多かったことから、ホワイトデーも、手作りの贈り物で友達とイベントを楽しみたいと考えている人が多いということが言えそうです。



※前問で、今年のバレンタインデーに「お菓子を作った」「お菓子を購入した」「その他」と回答した15歳～18歳の女子高校生(n=274)

お菓子が親しみのある食べ物として存在しているのは、昔も今も変わりません。しかし、本調査を通して、「SNSで情報収集」「友チョコの定番化」「ホワイトデーも手作りの贈り物を求める」といったように、時代の変化によってお菓子との関わり方も変わり、新しいイベントや流行が創られている様子がうかがえました。



とは…

TT 総研は、10代のトレンド情報やインサイト分析を行うマーケティング研究機関です。気になるテーマやイベントについての調査や、リアルな声を拾い上げるための座談会を定期的実施。長年女性マーケティングに携わり、インフルエンサーマーケティングやマイクロマーケティングといった次世代型のソリューションを提供するトレンドーズならではの観点で、分析レポートを発信していきます。

WEBサイト : <http://tt-soken.jp/>

お問い合わせ

TT 総研 (トレンドーズ株式会社) 担当 : 山口瞳 (やまぐちひとみ) ・ 前原理央 (まえはらりお)

TEL: 03-5774-8873 / FAX: 03-5774-8875 / mail: tt_soken@trenders.co.jp