

報道関係者各位

2025年12月23日

株式会社ラクーンコマース

【BtoB 販売動向発表】チョコレート事前予約特集の流通額が前年比 2.1 倍に プレミアム志向・エシカル消費・推し活・SNS 映えが需要を後押し

株式会社ラクーンコマース（本社：東京都中央区、代表取締役社長：和久井 岳）が運営する卸・仕入れサイト「スーパークリーバリー」では、2025年8月に実施した「チョコレート事前予約特集」の流通額が前年比 2.1 倍を記録しました。高級志向や環境意識の高まりによるプレミアム・オーガニックチョコレートの人気拡大に加え、SNS で話題の「ドバイチョコ」や「エンジェルヘアチョコ」など映えるチョコレートの台頭、「推し活チョコ」などの新しいギフト需要も追い風となり、小売店の早期仕入れニーズが高いことを示す結果となりました。

■市場動向

(1) 高級・健康志向と環境意識の高まりでプレミアム・オーガニックチョコ市場拡大

近年、消費者の高級志向や健康志向、環境意識の高まりを背景に、プレミアムチョコレートやオーガニックチョコレートの市場が拡大しています。H&I Global Research 株式会社の産業調査資料によると、これまで日本のプレミアムチョコレート市場は年間 3.8% の安定した成長率を示しており今後も成長することが予測されています^{*1}。価格や量よりも品質・素材・製造背景に価値を見出す「プレミアム志向」と「エシカル消費」の広がりが、チョコレート市場の成長を後押ししていることがわかります。

*1: 参照「チョコレートの日本市場 2026-2032」(H&I Global Research 株式会社)

<https://www.globalresearch.co.jp/reports/japan-chocolate-market-vmr>

(2) SNS がトレンドを加速、「エンジェルヘアチョコ」など映える商品が話題

SNS を通じた情報発信のスピードが、チョコレート市場にも大きな影響を与えています。「映える」商品は SNS で拡散されやすく、短期間で人気を集める傾向にあります。インフルエンサーや一般ユーザーの投稿が消費者の購買意欲を刺激し、トレンド形成から販売拡大までのサイクルを加速させています。2024 年に話題となった「ドバイチョコ」は、関連動画の再生

数が SNS 上で数億回を超えるなど、SNS をきっかけに人気を急激に拡大しました。本年はドバイチョコに続き、ピシュマニ工（綿菓子のような映えお菓子）入りの「エンジェルヘアチョコレート」などが注目されています。



(3) ギフト需要が多様化、「推し活」にも広がるチョコレート文化

チョコレートのギフト需要は年々多様化しています。バレンタインでは家族や友人への贈り物、自分へのご褒美チョコに加え、推しキャラクターやアーティストに捧げる「推し活チョコ」などの新しい需要が拡大しています。推しのぬいぐるみやアクリルスタンドにチョコレートを供えたり、「祭壇」を作って写真を撮ったりする楽しみ方が若年層を中心に広がっており、SNS 上でも多くの投稿が見られます。株式会社ブックリスタの調査では、「推しにチョコを贈る人が約半数に迫る（52.7%）」という結果が出ています*2。

*2: 参照「バレンタイン」に関するアンケート調査（株式会社ブックリスタ）

<https://prtmes.jp/main/html/rd/p/000000537.000006388.html>

■販売動向

チョコレート事前予約特集の流通額が前年比 2.1 倍、参加企業も過去最多

卸・仕入れサイト「スーパーDEリバリー」では、クリスマスやバレンタインなどのイベント需要に向けた「チョコレート事前予約特集」を、2022 年から毎年 8 月に開催しています。特集開始から 4 年目となる本年は、過去最多となる 23 社のメーカーが参加しました。その結果、特集期間中の流通額は前年比 2.1 倍と大きく伸長し、イベントシーズンに向けた小売店の早期仕入れ意欲の高さがうかがえました。

人気トップは「フェアトレード」商品。背景にあるストーリーも決め手に

今回の特集で特に顕著だったのは、SDGs やエシカル消費への関心の高まりを背景とした、「フェアトレード」や「オーガニック」認証商品の需要です。受注店舗数上位をフェアトレード関連商品が独占し、価格や味だけでなく、生産者の生活向上や環境保護につながるといった商品の背景にあるストーリーが、多くの小売事業者にとって仕入れを判断する際の重要な要素となっていることがうかがえます。

■チョコレート販売好調の背景

食品の値上げ不安から一転、「この価格でも売れる」確信から予約需要が回復

2024 年の事前予約特集は、チョコレートをはじめとする食品の値上げ時期と重なったため、「値上げ後のチョコレートは売れるのか」という不安から小売店の仕入れ控えが起こりました。しかし、秋冬の実売期（即納期）に入ると、チョコレートの売れ行きは例年と比較して大きく変わらないことが明らかになり、最終的な販売量も 2023 年以前と大きな差はありませんでした。この結果を受け、2025 年は小売店の間で「この価格でも売れる」という確信が広がり、在庫を確保するために予約段階から発注が活発化したと考えられます。

通年で提案できるデザインが好調。「いつでも贈れる」チョコレートが人気

今回の事前予約特集では、クリスマスやバレンタインなどの季節限定パッケージよりも、季節やイベントを問わず年間を通して提案できるデザインのチョコレートの売れ行きが好調でした。「いつでも、どのようなシーン（年末年始、バレンタイン、ご褒美チョコ、春ギフトなど）でも贈れる」デザインが支持を集めています。短期的なイベント向けの仕入れではなく、長期間にわたって展開できる汎用性の高いデザインが、小売店の仕入れ判断における重要な要素となっていることがわかります。

担当者コメント（ラクーンコマース エシカル担当 霜越）

秋冬に堅調に売れるチョコレートは、立ち上げシーズンから在庫を確保しておきたいというニーズが高いため、先行受注が好調の要因となったと思われます。また、度重なる値上げにより、「高級品」「嗜好品」としてチョコレートを楽しむ傾向もあり、その価格に見合う品質や味わいを求められる傾向があります。

■チョコレート取り扱い商品例

① ピープルツリー

食品から衣類・雑貨まで幅広くオリジナルアイテムを企画開発するフェアトレード専門ブランド。30年のロングセラーとなるチョコレートは、すべてフェアトレード＆オーガニックの原材料を使用し、乳化剤や代替油脂を使わずにスイスの伝統技法で仕上げている。豊富なラインナップと目を引くパッケージ、飽きのこない味わいから自家用・ギフトの双方で支持される。

【新商品】

1) 大きめのひとくちサイズで楽しめる ミニチョコ 2種アソートが新登場

- ・どなたにも好まれる「ミルク&ヘーゼルナッツ」とフルーツフレーバーの「オレンジ&ラズベリー」の2種をご用意
- ・ラズベリーはミニサイズに合わせて粉状に加工し、より香り立ちが印象的に
- ・通常のフェアトレード＆オーガニック板チョコとは異なる専用レシピを採用。お砂糖には有機粗糖を使用、マダガスカル産の有機バニラをほんのり効かせ、小さなサイズでも華やかな味わいに



<商品ページはこちら>

https://www.superdelivery.com/p/r/pd_p/13761696/

https://www.superdelivery.com/p/r/pd_p/13762787/

2) 人気の缶チョコが新たな形＆イラストで登場



- ・粗糖を使ったシンプルなミルクチョコと、カリカリのカラメルがアクセントのミルクチョコの2種入り
- ・缶型を正方形に変更し、ギフトらしく華やかでやさしい雰囲気のパッケージデザインへ一新

<商品ページはこちら>

https://www.superdelivery.com/p/r/pd_p/13761614/

② 第3世界ショップ（プレス・オールターナティブ）

オーガニックやフェアトレードなど、世界のこだわりの食品と手仕事雑貨を扱うエシカルブランド。貧困とそれによりもたらされる世界の諸問題を仕事創りで解決しようと、1986年に日本で初めてフェアトレード事業を開始。できる限りシンプルな原材料で、素材本来の味を活かした商品作りが特徴。白砂糖や乳化剤を使わず、スイスの伝統製法で長時間練り上げた極上の口どけと香りのチョコレートは、日常用からギフトまで幅広く支持されている。

【新商品】

1) Artisan シリーズからオレンジビターチョコレートが新登場



- ・第3世界ショップの定番フレーバーが、Artisanシリーズとして初登場
- ・カカオ分65%のビターチョコレートに、オレンジの爽やかな香りを合わせた人気フレーバー
- ・オレンジの皮から低温圧搾法で抽出した精油を使用し、自然で芳醇な香りに
- ・スイスの伝統製法「コンチング」により、カカオのえぐみを抑え、なめらかな口どけと豊かなアロマを実現

<商品ページはこちら>

https://www.superdelivery.com/p/r/pd_p/13611557/

2) レーズンチョコを、ラムがほのかに香る大人向けフレーバーヘリニューアル



- ・従来のレーズンチョコを大人向けに刷新
- ・お客様アンケートでも要望の多かった「ラムレーズン」のフレーバーを採用
- ・香料は使用せず、ラム酒のみで香り付けした自然な風味が特長
- ・ほのかに香るラムレーズンと、カカオの風味豊かなビターチョコレートの相性が楽しめる

<商品ページはこちら>

https://www.superdelivery.com/p/r/pd_p/13596100/

■購入店舗事例

① 美容室・リラクゼーションでの活用事例

来店体験の一部としてフェアトレードチョコレートブランド「People Tree」の商品を活用。導入当初は施術後の粗品として提供していたが、価格高騰を受けて現在は店頭での通常販売へと切り替えた。粗品時代に味を気に入った顧客が継続購入するケースも多く、施術中にサービスドリンクとともに楽しめることもあるという。滞在時間のある業態において、施術中にも食べやすく、味の満足度が高いチョコレートが、来店体験の一部として活用されている。

② 工務店・マルシェ出店での活用事例

工務店を営む事業者では、商工会議所主催のマルシェ出店をきっかけに、フェアトレードチョコレートブランド「People Tree」の取り扱いを開始。本業とは異なる切り口で来場者との接点をつくる商材として活用しており、購入者は40代から80代までと幅広い。特にクリスマスやバレンタインなどのイベント前後にはリピート需要が高まる傾向があるという。価格帯やサイズ感を調整しやすく、ギフトとしても扱いやすいと好評で固定ファンもついている。地域イベントや対面販売と相性の良い商材であることがうかがえる。

③ 文具店での活用事例

イタリアのチョコレートブランド「ポルコバッチョ」の商品を取り扱っている。店内に置きやすいパッケージ性や、原材料がシンプルで添加物を使用していない点に惹かれ、導入を決めたという。レジ横に陳列したところ、文具と一緒に購入されるケースが多く、あわせ買いにもつながっている。購入者は30~40代を中心に、自家用としてのリピーターが一定数存在するほか、飲食店関係者が店舗提供用として購入するケースも見られる。イベント時期に左右されにくく、通年で提案できる点から、非飲食業態でも導入しやすい食品商材として機能している。(ポルコバッチョ <https://www.superdelivery.com/p/do/dpsl/1000143/>)

■参照

スーパーデリバリー <https://www.superdelivery.com>

メーカーと小売店やサービス業などの事業者が取引する卸・仕入れサイトです。商品掲載数は200万点超。メーカーにとっては、地域を超えた49万店舗への販路拡大ツールとして効果を発揮し、小売店にとっては3,200社を超える出展企業とインターネットを通して取引でき、仕入先を大幅に拡大することができます。またコストや手間、リスク等を解消し効率的な取引を実現します。第1回日本サービス大賞にて地方創生大臣賞を受賞。(数字は全て2025年10月末時点)



株式会社ラクーンコマース

代表者：代表取締役社長 和久井 岳

所在地：東京都中央区日本橋蛎殻町 1 丁目 14 番 14 号

設立：2018 年 11 月

資本金：300,000 千円

株式：株式会社ラクーンホールディングス 100%

(東京証券取引所プライム市場上場 証券コード 3031)

U R L : <https://www.raccoon.ne.jp/commerce>

本件に関するお問合せ先

広報担当 大久保

MAIL : pr@raccoon.ne.jp

サービスに関するお問合せ先

スーパーデリバリーサポートデスク

https://www.superdelivery.com/p/content/s/guide/help/help_form.jsp