

## バレンタイン、カカオショック・物価高直撃 3人に2人影響 予算9%減。義理チョコ「参加したくない」4年連続8割超で84%に

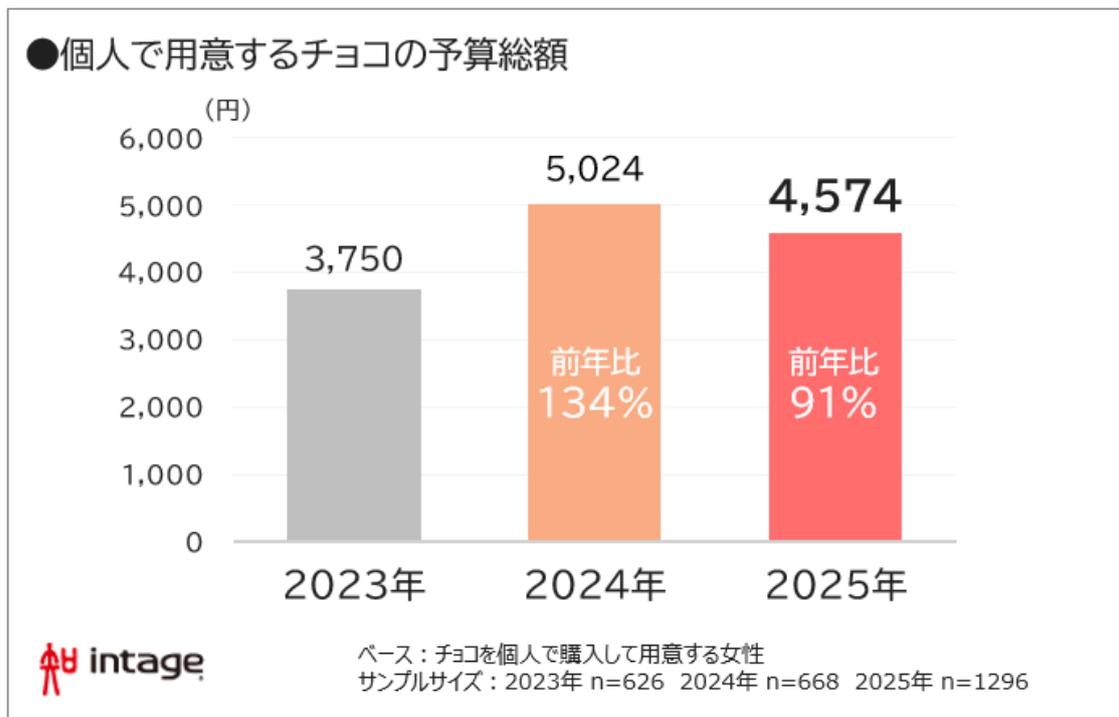
株式会社インテージ(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:檜垣 歩、以下インテージ)は、全国の15歳から79歳の男女(5,000人)を対象に実施した「バレンタイン」に関する調査結果を公開します。

### [ポイント]

- ・バレンタインの予算(女性)は平均4,574円。前年比91.0%
- ・予算が減る理由、増える理由いずれも1位、2位は「チョコの値上がり」「物価高・円安」
- ・値上げは用意する女性67.3%の行動に影響。「価格帯が低いチョコ」「個数を減らす」「安く買える購入先」で対応
- ・「義理チョコ」は個人で用意するチョコ(前年比78.6%)、複数で用意するチョコ(前年比79.4%)いずれにおいても減少
- ・有職女性で職場の義理チョコに「参加したくない方だ」は84.2%。4年連続高水準で今年は調査開始以来最高

はじめに、今年のバレンタインの予算について見ていきましょう。個人でチョコを用意する女性の平均予算は4,574円でした。昨年はポストコロナで前年比134.0%と大幅に増えてましたが、今年は91.0%と2年連続の増加とはなりませんでした(図表1)。

図表1

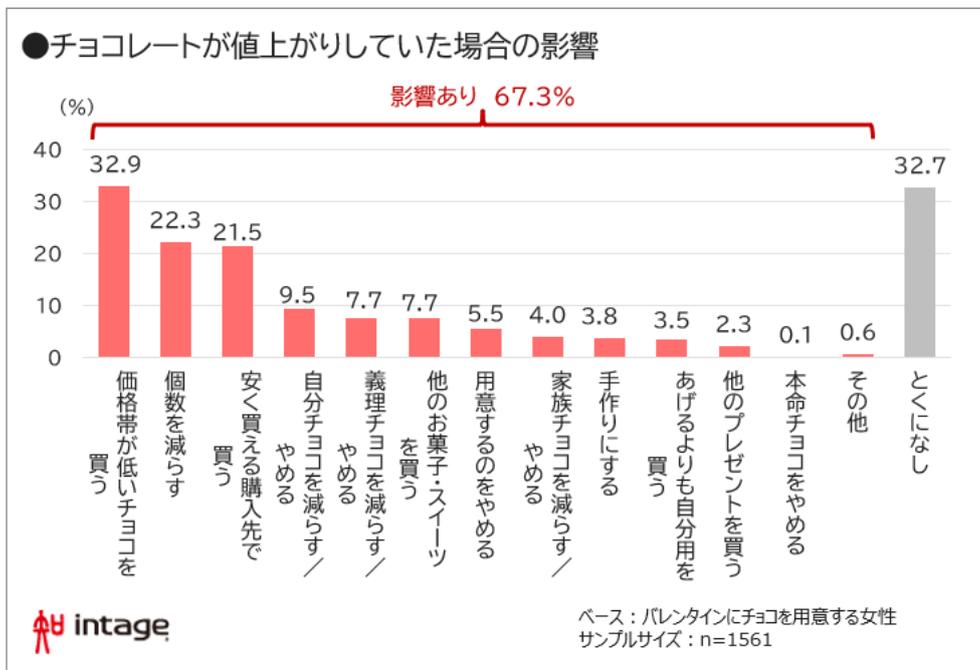




では、生活者はこのようにチョコレートが値上がりしていることを認識しているのでしょうか。チョコレートの値上げについて「知っていた」と回答したのは女性全体の72.0%でした。

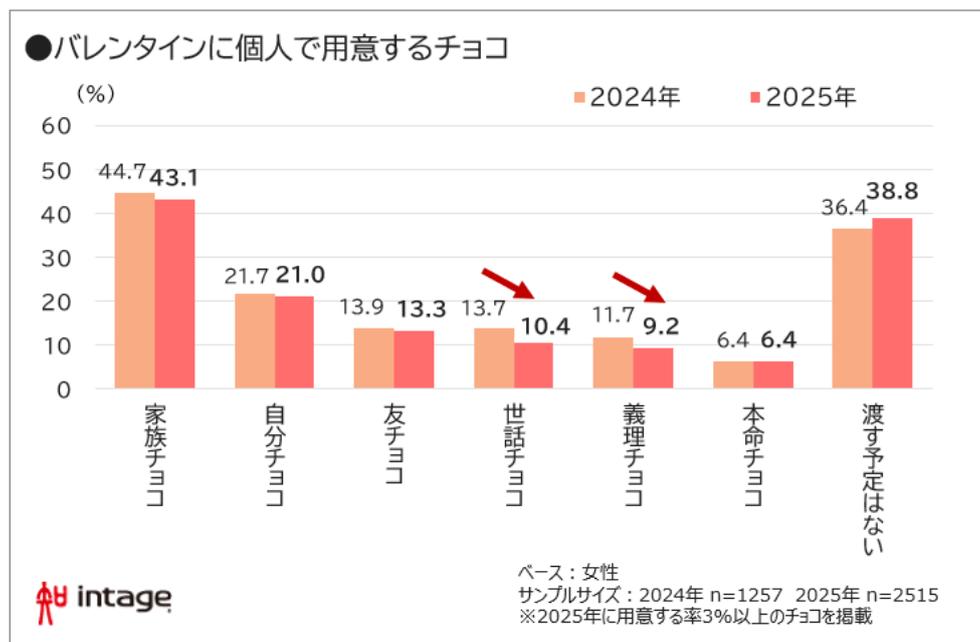
今年のバレンタインでチョコレートが値上がりしていた場合、自身の行動に影響があるかを聞いたところ、なんらかの影響があると回答したのはバレンタインにチョコを用意する女性の67.3%にもなりました。「価格帯が低いチョコを買う」(32.9%)、「個数を減らす」(22.3%)、「安く買える購入先で買う」(21.5%)人が多く、「自分チョコを減らす／やめる」(9.5%)、「義理チョコを減らす／やめる」(7.7%)、「他のお菓子・スイーツを買う」(同率で7.7%)が続きました(図表4)。

図表4



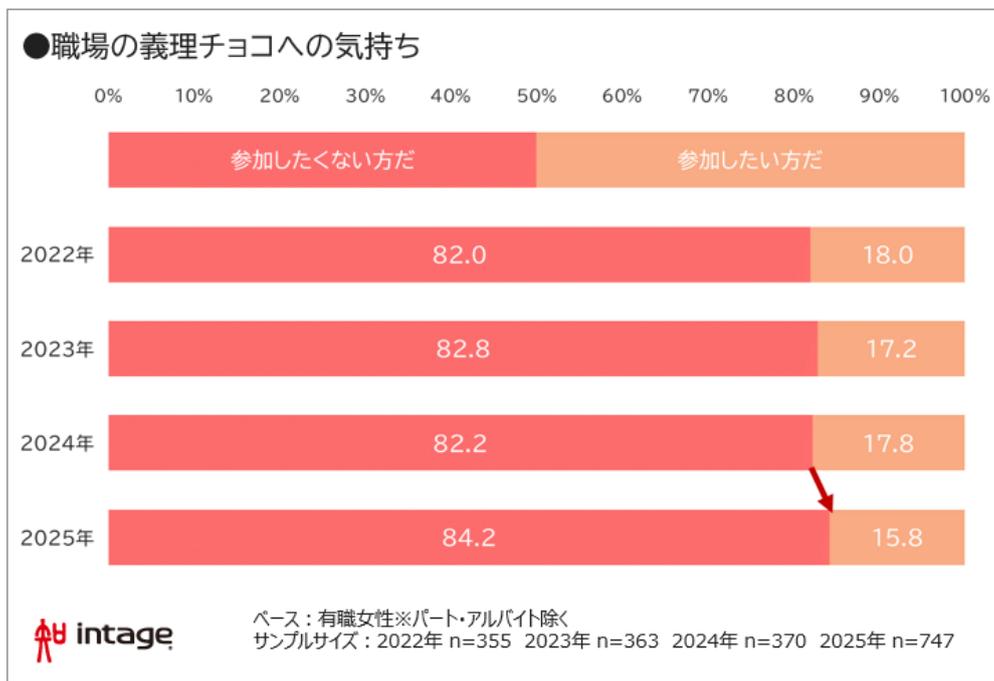
個人で用意するチョコを見ると、「世話チョコ」(10.4%：前年比75.9%)、「義理チョコ」(9.2%：前年比78.6%)で大きく減り(図表5)、予算の減少につながっていそうです。また、「義理チョコ」は、複数で用意するチョコ(有職女性の11.2%：前年比79.4%)でも減少していました。

図表5



今回、特に減少が見られた「義理チョコ」ですが、気持ちに変化はあったのでしょうか。有職女性に職場の義理チョコへの参加について尋ねたところ、「参加したくない方だ」と答えた人は 84.2%でした。過去 4 年、高水準で推移しており、今年はずかですがさらに高まっています(図表 6)。

図表 6



カカオ豆の価格高騰や物価高が続くなか迎える今年のバレンタイン。調査結果からはバレンタインチョコレートの価格も上がるだろうと構えている様子が伺えました。「義理チョコ」をはじめ用意するチョコを減らしたり、価格帯が低いチョコに変えたりといったやりくりが予想されます。

→「[2024年バレンタインに関する調査](#)」をあわせてご参照ください。

### 使用したデータ

【インテージのネットリサーチによる自主調査データ】 <https://www.intage.co.jp/service/services/marketing-research/net/>

調査地域：日本全国

対象者条件：15～79歳の男女

標本抽出方法：弊社「マイティモニター」より抽出しアンケート配信

標本サイズ：2025年 n=5000 ※2022年～2024年 各年 n=2500

※国勢調査にもとづき性別・年代・地域を母集団構成に合わせて回収

調査実施時期：2025年1月16日(木)～1月20日(月)

【SRI+®(全国小売店パネル調査)】 <https://www.intage.co.jp/service/services/database/sriplus/>

国内小売店パネル No1※1のサンプル設計数とチェーンカバレッジを誇る、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、ホームセンター・ディスカウントストア、ドラッグストア、専門店など全国約 6,000 店舗より継続的に、日々の販売情報を収集している小売店販売データです。

※SRI+では、統計的な処理を行っており、調査モニター店舗を特定できる情報は一切公開しておりません

※1 2025年2月現在

**【株式会社インテージ】** <https://www.intage.co.jp/>

株式会社インテージは1960年に創業。インテージグループとしてアジア No.1\*であるマーケティングリサーチ／インサイト事業に加えてマーケティングソリューション事業を展開し、9か国の海外拠点とともに国内外の企業・団体のマーケティング活動を総合的に支援しています。事業ビジョンとして“Create Consumer-centric Values”を掲げ、深い生活者理解とデータ活用の高度化による顧客企業支援を通じ、生活者の幸せの実現を目指しています。

\*「ESOMAR's Global Top-50 Insights Companies 2024」に基づく(グループ連結売上高ベース)

**【報道機関からのお問い合わせ先】**

■株式会社インテージ 広報担当：下河原(しもがわら)／森(もり)／依田(よだ)

TEL: 03-5294-6000

サイト「お問い合わせフォーム」 <https://www.intage.co.jp/contact/>