

今年のバレンタインは「自分チョコ」を買う予定の人が、「本命チョコ」よりも約12%も上昇
「自分チョコ」の予算も昨年より約2.5倍、アンケート実施以来、過去最高金額に！！

松屋銀座 2025年バレンタインデーに関する意識調査

松屋銀座では、メールマガジン会員にバレンタインデーに関するアンケート調査を実施しました。

- 【調査実施概要】
- 調査期間 2024年12月12日(木)～12月16日(月)
 - 調査方法 松屋銀座メールマガジン会員約4万8千人を対象に、ウェブアンケートを実施
 - 有効回答数 1378名(20歳～91歳 平均年齢：54.0歳)



Q1 2025年のバレンタインは誰のために買う予定ですか？(複数回答)

| | | |
|---------------------|-------|---------|
| 自分チョコ | 64.1% | (62.2%) |
| 恋人・配偶者・パートナーなど本命チョコ | 52.1% | (67.1%) |
| 友達への友チョコ | 25.7% | (26.0%) |
| 会社関係などの義理チョコ | 24.2% | (26.0%) |

※以下()内は昨年データ

Q2 バレンタインチョコの予算について (単位：円)

| | 平均 | | 最高額 | |
|-----------|--------|--------|---------|---------|
| | 今年 | 昨年 | 今年 | 昨年 |
| 本命 | 4,937 | 4,290 | 70,000 | 30,000 |
| 自分 | 9,277 | 3,821 | 200,000 | 100,000 |
| 義理(1個あたり) | 2,140 | 1,107 | 50,000 | 3,500 |
| 総額 | 14,868 | 14,157 | 250,000 | 100,000 |

※本命、自分、義理の合計ではありません

Q3 バレンタインチョコの予算について昨年と比較すると？

| | 本命チョコ | 自分チョコ | 義理チョコ | 総額 |
|----------|-------|-------|-------|-------|
| 増やす、増えそう | 10.7% | 14.4% | 8.2% | 18.7% |
| 同じ | 83.2% | 71.9% | 78.5% | 69.2% |
| 減らす、減りそう | 6.1% | 13.7% | 13.3% | 12.2% |

Q4 自分チョコの数は、今年(2024年)と比較するとどのようになりますか？

| | 個数 |
|----------|-------|
| 増やす、増えそう | 15.0% |
| 同じ | 75.6% |
| 減らす、減りそう | 9.4% |

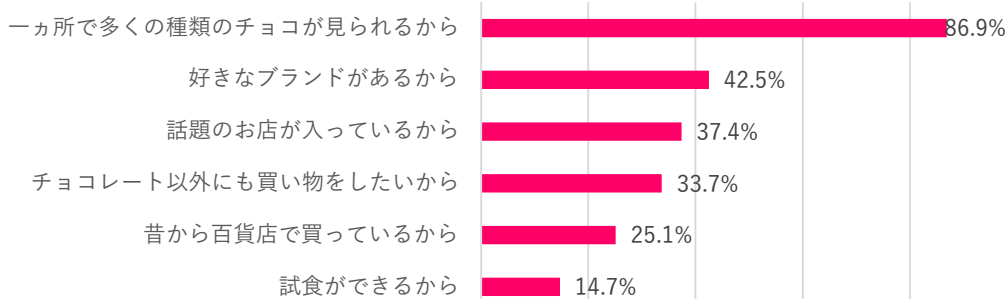
平均 2.62個

2025年は、バレンタインを購入予定の内「自分チョコ」を買う予定の人は約65%で、昨年に比べ約12%上昇。また予算は「本命チョコ」「自分チョコ」および「義理チョコ」全てにおいて昨年に比べ上昇、「自分チョコ」の予算に関しては松屋でアンケートを実施以来過去最高の金額に。全体としてバレンタインに対する期待感が高まっている傾向が伺える。

Q5 バレンタインチョコは、どこで買う予定ですか？(複数回答)

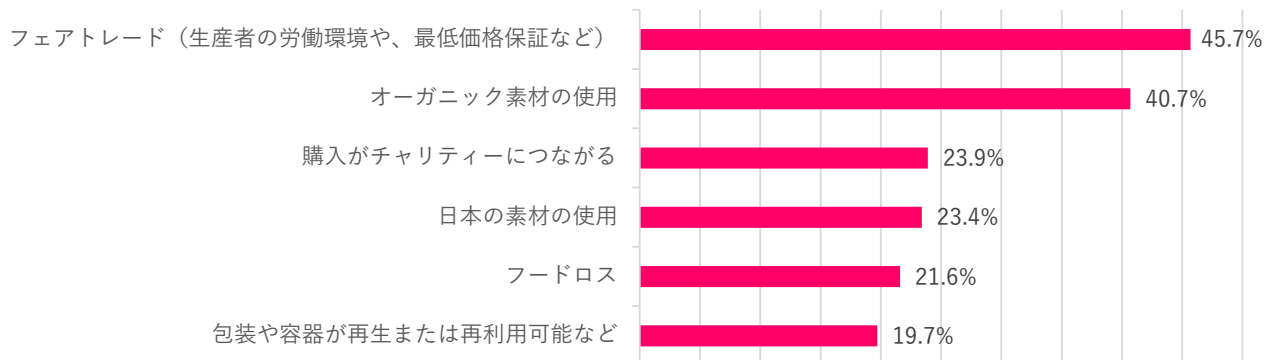
| | |
|---------------|-------|
| 百貨店(店頭) | 83.8% |
| チョコレート専門店 | 31.5% |
| スイーツ専門店 | 20.0% |
| 百貨店のインターネット販売 | 11.2% |

Q6 百貨店(店頭)で買う理由は？(複数回答)



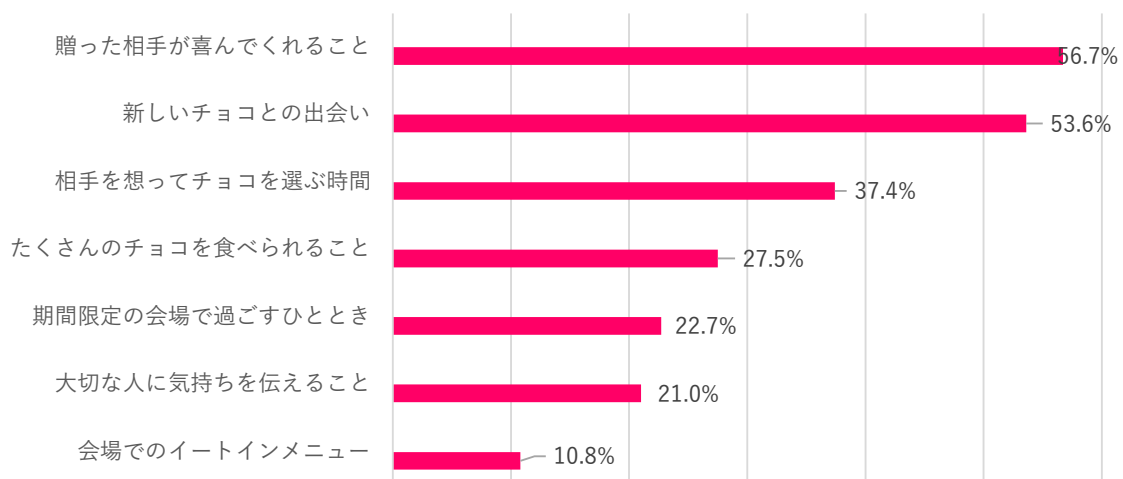
バレンタインチョコを百貨店で購入すると答えた人が約85%で、その理由として「一カ所で多くのチョコが見られるから」と答えた人が約87%、昨年より約15%上昇した。また、昨年上位には入らなかった「試食できるから」と答えた方が約15%おり、実際会場に行き楽しみながらチョコレートを選びたいと思う人が多いことが伺える。

Q7 チョコレートに関するサステナブルな取組みについて、関心があるのはどれですか？（複数回答）



サステナブルに関して約15%の人が「興味がない」と答えたものの、多くの人が何らかの関心があると回答。なかでも昨年に引き続き「フェアトレード」への関心が高い。その他「包装や容器が再生または再利用可能など」と答えた人も上位に。バレンタインのイベントやチョコレートを通して、サステナブルへの関心を高める機会になっていると推測する。

Q8 バレンタインの楽しみは何ですか？（複数回答）※初めての質問

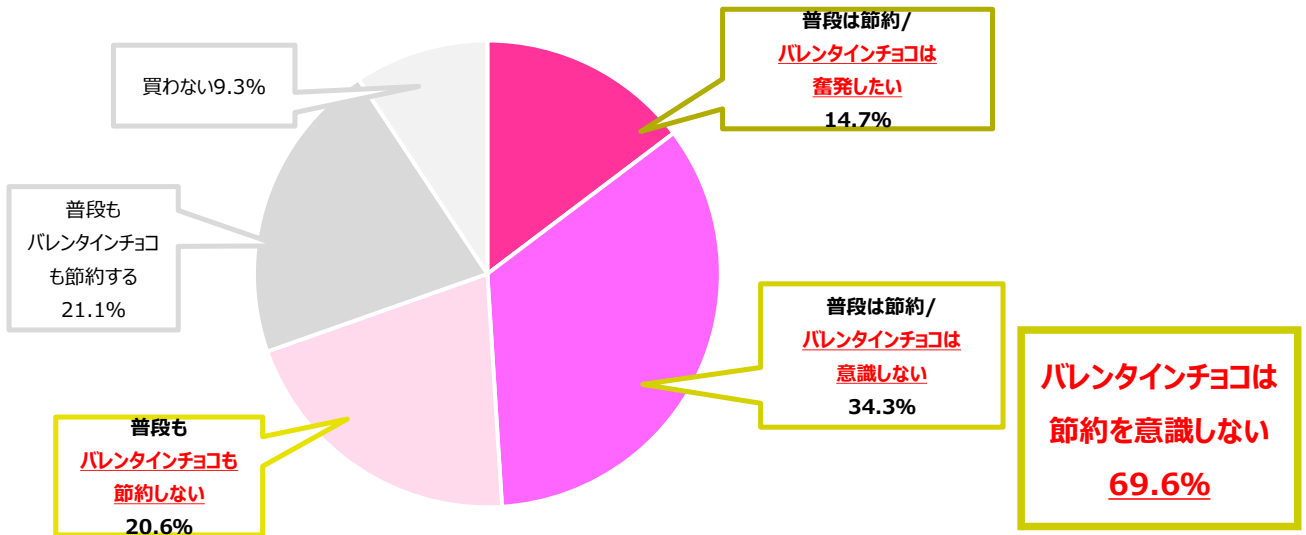


バレンタインの楽しみについて、多くはバレンタイン本来の意味である「贈った相手が喜んでくれること」や「大切な人に気持ちをつたえること」などと回答。そのなかで、Q1で「自分チョコ」を購入予定の人が多数いるという回答につながり、自身の「新しいチョコとの出会い」や「期間限定の会場で過ごすひととき」「会場でのイートイン」などを楽しみにしている人が多い結果となった。会場に行き、多くの体験を求める人が多いという象徴の表れと推測。

Q9 昨年(2024年)のバレンタインチョコは値上げを感じましたか？

| | | |
|-------|-------|---------|
| 感じた | 54.7% | (47.8%) |
| 分からない | 25.3% | (35.4%) |
| 感じない | 20.0% | (16.7%) |

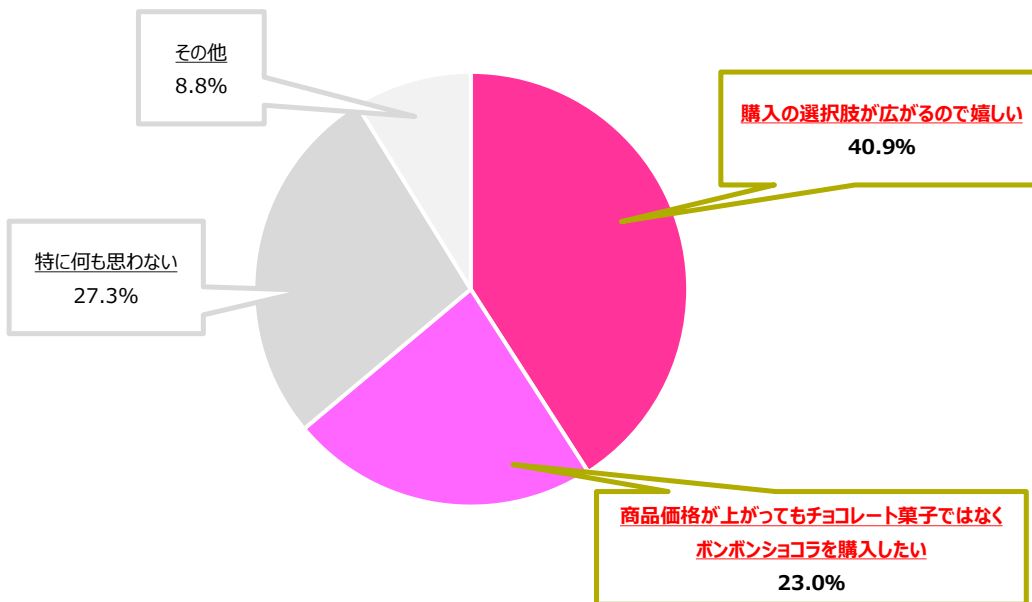
Q10 今年(2025年)のバレンタインチョコは節約を意識しますか？



今年も引き続き物価高騰で節約志向の動きがみられる中、昨年バレンタインチョコの値上げを感じた人が約55%いた。ほかバレンタインチョコの節約に関して、**全体の約7割はバレンタインチョコでの節約は意識せず、うち、約15%はバレンタインチョコは奮発したいと回答**。バレンタインチョコの値上げを感じながらも、普段は節約をしつつ、バレンタインチョコは好きなもの・食べたいものを買いたいという回答が目立った。

Q11 昨今のカカオ高騰の影響もあり、今年のはバレンタインは、クッキーやウエハースなど、カカオ含有量の割合を抑えたチョコレート菓子が増えそうです。このことについてどう思いますか？

※初めての質問



昨今の物価高騰でカカオ自体にも影響がある中、**カカオ含有量の割合を抑えたチョコレート菓子が今後増える可能性があることについて、約41%の人が「購入の選択肢が広がるので嬉しい」と回答**。また「商品価格が上がってもチョコレート菓子ではなくボンボンショコラを購入したい」という人も23%いることから、やはり**チョコレート好きの人は価格が上がっても、カカオを使用した本来のチョコレートを購入されたい人が多い**という結果となった。