

今年のバレンタイン予算は「自分チョコ」がアンケ実施以来過去最高額の1万円超！本命チョコの約2倍！
バレンタインは「自分が楽しむイベント」にシフト

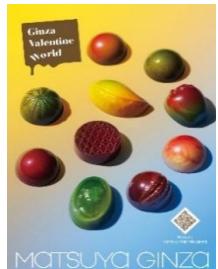
松屋銀座 2026年バレンタインに関する意識調査

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 2025年12月11日（木）～12月15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 1328名（17歳～84歳 平均年齢：54.9歳）



Q1 2026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	65.0% (64.1%)
恋人・配偶者・パートナーなど本命チョコ	53.7% (52.1%)
友達への友チョコ	28.5% (25.7%)
会社関係などの義理チョコ	20.1% (24.2%)

※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	5,573	4,937	100,000	70,000
自分	10,662	9,277	300,000	200,000
義理（1個あたり）	2,205	2,140	25,000	50,000
総額	16,235	14,868	400,000	250,000

※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？

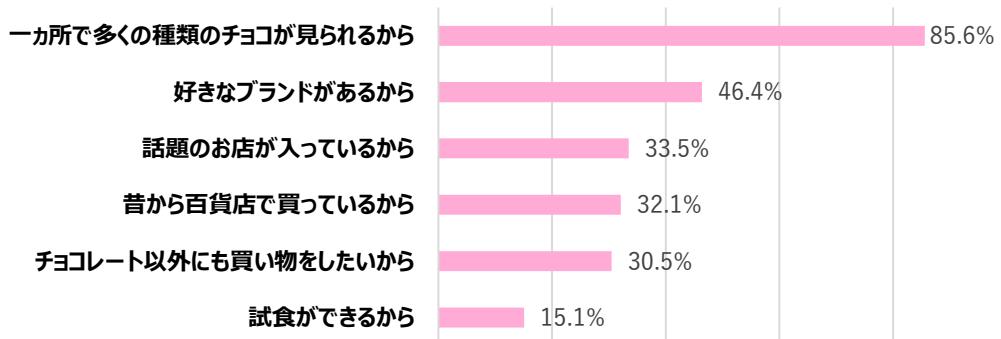
	本命チョコ	自分チョコ	義理チョコ	総額
増やす、増えそう	13.4%	14.9%	9.4%	19.7%
同じ	80.8%	70.2%	74.2%	66.9%
減らす、減りそう	5.8%	14.9%	16.4%	13.4%

2026年は、バレンタインを購入予定のうち「自分チョコ」を買う予定の人は65%で、昨年に引き続き本命チョコを超える結果に。全ての予算が昨年値を上回った中でも、「自分チョコ」の平均予算は、松屋でアンケートを実施以来過去最高の1万円超となり、本命チョコ予算の約2倍に達している。また、チョコの予算について昨年と比較すると、2026年の「本命チョコ」と「自分チョコ」は「減らす、減りそう」に比べて「予算を増やす、増えそう」と回答した割合が高かった一方で、「義理チョコ」は「減らす、減りそう」と回答した割合が高く、縮小傾向にあることが伺える。

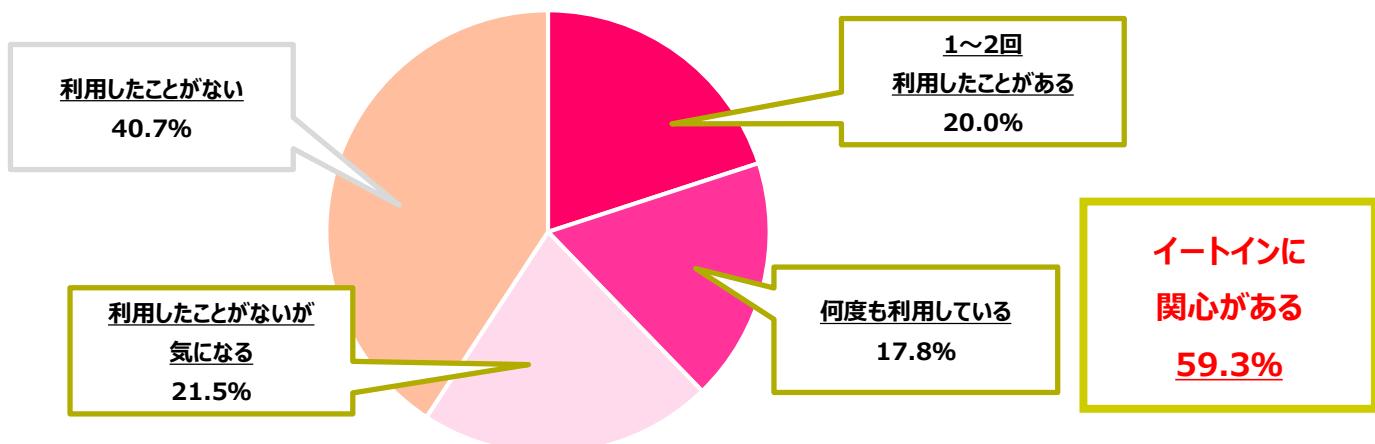
Q4 バレンタインチョコは、どこで買う予定ですか？（複数回答）

百貨店(店頭)	87.4%
スイーツ専門店	30.0%
百貨店のインターネット販売	20.0%
百貨店以外のインターネット販売	13.7%

Q5 百貨店(店頭)で買う理由は? (複数回答)

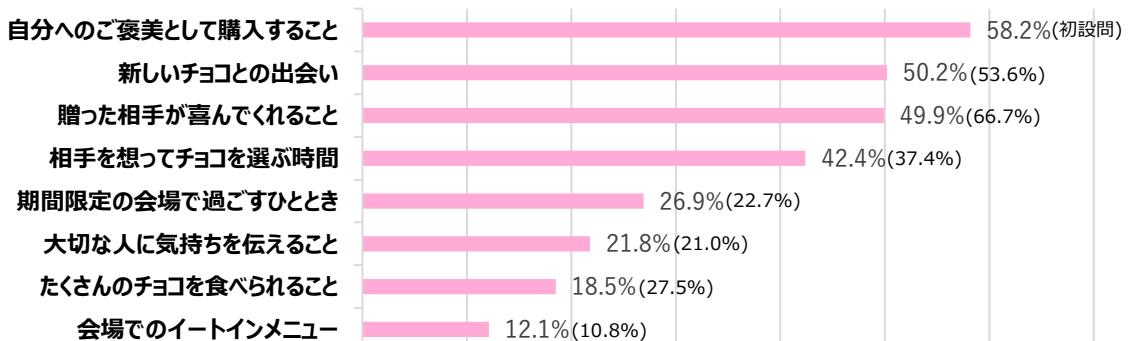


Q6 百貨店のバレンタイン会場で、イートインを利用したことありますか? ※初めての質問



バレンタインチョコを百貨店で購入すると答えた人は約87%で、その理由として「一ヵ所で多くのチョコが見られるから」と答えた人が約86%にのぼった。実店舗での購入体験が重視されていることが分かる。また、百貨店のバレンタイン会場でイートインを利用したことがある人は約38%で、「利用したことがないが気になる」と回答した人を合わせると、約6割がバレンタイン会場でのイートインへの関心があるという結果に。チョコを買うだけでなく、その場で楽しむ「体験消費」の傾向が高まっている。

Q7 バレンタインの楽しみは何ですか? (複数回答)



バレンタインの楽しみについて、「贈った相手が喜んでくれること」や「相手を想ってチョコを選ぶ時間」などをおさえて「自分へのご褒美として購入すること」が約6割という結果に。バレンタイン商戦が、従来の「贈り物」というイメージから、「自分が楽しむイベント」へと大きくシフトしていることが伺える。

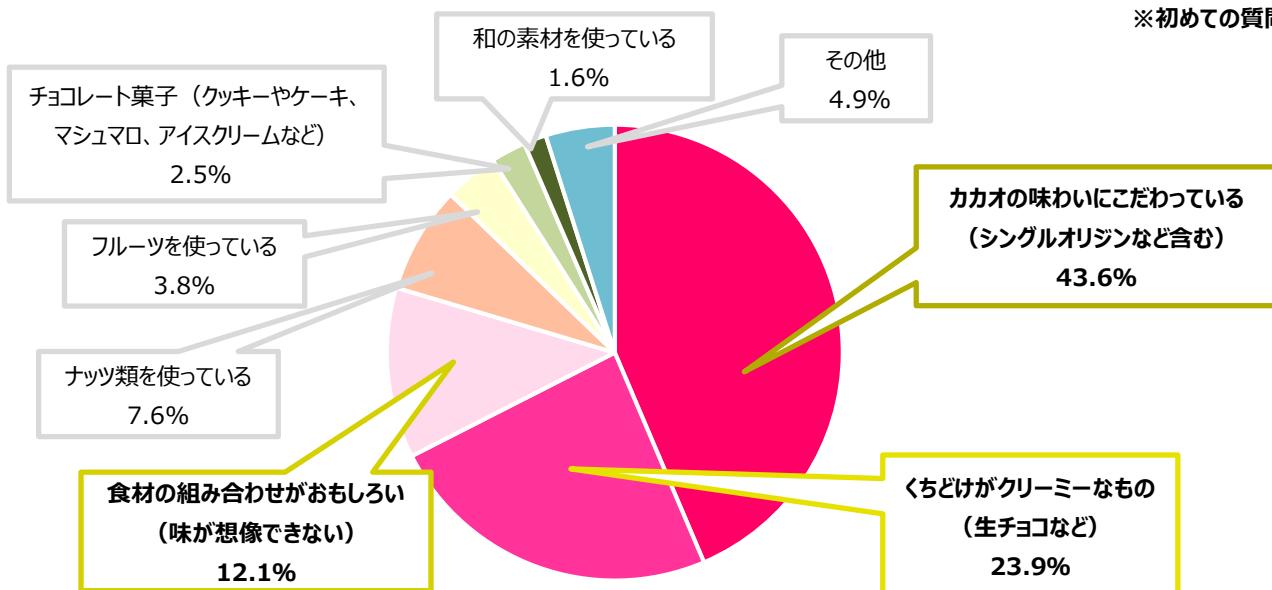
Q8 チョコレートを買う際に重視するポイントは何ですか？（複数回答）

(単位：%)

	味	ブランド	素材・材料	パッケージやチョコの見た目・デザイン	限定品	話題性	コストパフォーマンス	価格の手頃さ	健康を意識	買わない
本命	61.3	42.8	38.6	45.5	20.6	49.7	14.8	13.6	10.1	13.3
自分	74.3	38.3	49.5	30.4	37.5	23.9	18.5	19.5	15.7	9.9
義理	30.5	20.7	13.9	32.6	8.7	17.1	14.3	31.1	4.7	20.6

Q9 チョコレートを買う際に「味」を重視する方は、どんなチョコレートに最も惹かれますか？

※初めての質問

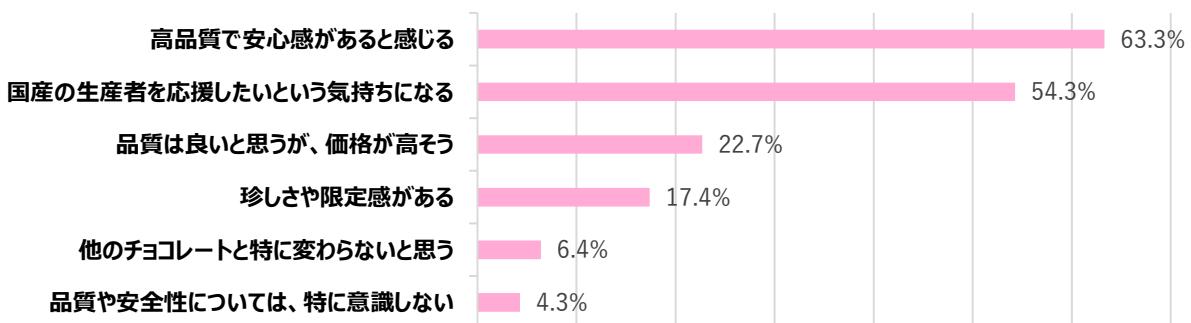


Q10 チョコレートに関するサステナブルな取組みについて、関心があるのはどれですか？（複数回答）



Q11 国産の素材を使用したチョコレート(果物など)に対してどのような印象を持っていますか？（複数回答）

※初めての質問



Q12 チョコレートを選ぶ際、国産の素材を使用していることは購入を決定する要因になりますか？

どちらともいえない	51.7%
そう思う	31.9%
そう思わない	16.4%

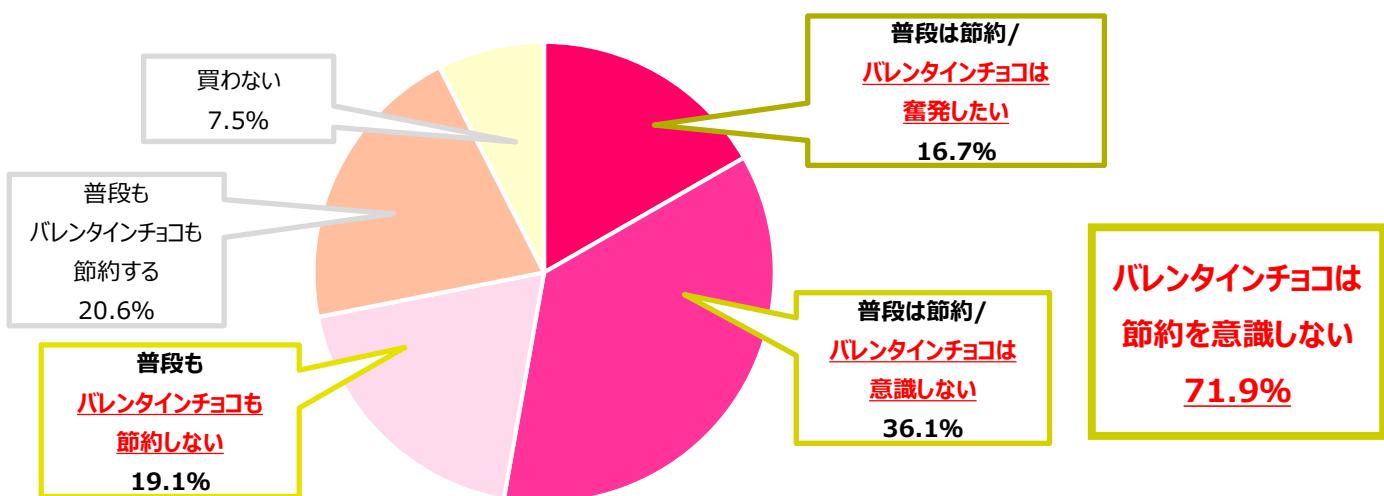
※初めての質問

サステナブルな取組みについて、「フェアトレード」に関心がある人が約51%と過半数を超えており、国産素材に注目するチョコレートブランドが増える中、本アンケートでも「オーガニック素材の使用」や「日本の素材の使用」も上位にあがっており、消費者の素材へのこだわりも伺える。また、国産のチョコレートに対しては、「高品質」「安心」「生産者応援」など、ポジティブに捉えている人が多いことが分かった。

Q13 昨年(2025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	64.5% (54.7%)
分からない	20.3% (25.3%)
感じない	15.3% (20.0%)

Q14 今年(2026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は約65%という結果に。一方で、約72%は節約を意識せず、うち約17%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「メリハリ消費」の傾向が伺える。