

EC台頭の中、96%がバレンタインは店頭へ！外出に特別な体験を求める傾向が顕著に。  
物価高の中でも約7割は「節約を意識しない」と回答。

## 松屋銀座 2024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	2023年12月1日（金）～12月5日（火）
	■調査方法	松屋銀座メールマガジン会員約4万4千人を対象に、ウェブアンケートを実施
	■有効回答数	459名（24歳～85歳 平均年齢：54.0歳）

### Q1 2024年は、バレンタインチョコを購入しますか？

買う	92.2%	(83.0%)	※以下、（）内は昨年データ
買わない	7.8%	(17.0%)	

### Q2 バレンタインチョコは、どこで買いますか？（複数回答）

実店舗	96.0%	(90.3%)
インターネット	22.0%	(23.8%)
どちらも使う	18.0%	(21.7%)

### Q3 実店舗(百貨店)で買う理由は？（複数回答）

一ヵ所で多くの種類のチョコが見られるから	71.5%
好きなブランドがあるから	35.2%
話題のお店が入っているから	31.1%
チョコレート以外にも買い物をしたいから	25.9%
百貨店で買うことがステータスだから	21.9%
昔から百貨店で買っているから	19.9%



2024年は、バレンタインチョコを「買う」と答えた人が9割を超え、うち96%が「実店舗で買う」と回答。コロナ禍でECでの買い物が増え、価値のあるものだけを店頭で買う「メリハリ外出」が顕著になる中、2022年も、23年も松屋銀座のバレンタイン会場は満員状態だった。バレンタインチョコを買いに百貨店に行くことは、貴重な体験と捉えられている。

### Q4 誰のためのバレンタインチョコを買いますか？（複数回答）

恋人・配偶者・パートナーなど本命	67.1%	(64.2%)
自分	62.2%	(59.8%)
会社関係	26.0%	(29.3%)
友人	26.0%	(25.1%)

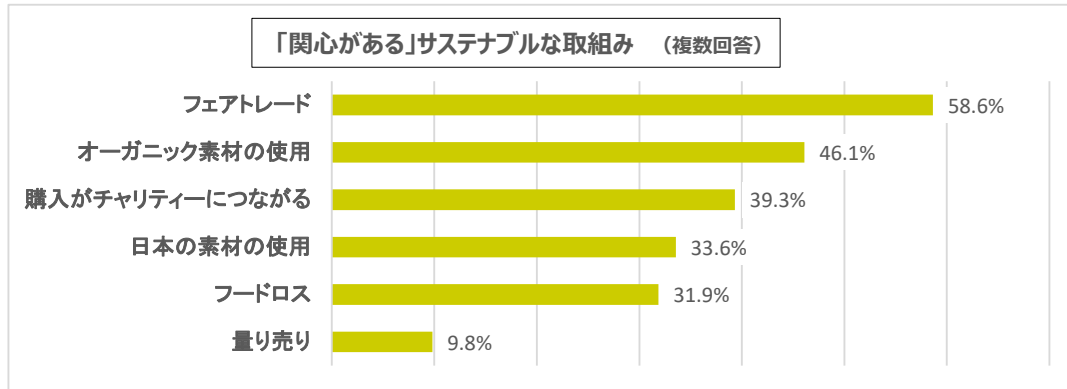
### Q5 バレンタインチョコの予算について（単位：円）

	平均		最高額	
	今年	昨年	今年	昨年
本命	4,290	3,748	30,000	20,000
自分	3,821	4,415	100,000	50,000
義理（1個あたり）	1,107	1,013	3,500	4,000
総額	14,157	12,796	100,000	70,000

「本命チョコ」を買う人の平均購入額が、昨年と比べて542円増加。「自分チョコ」においては、平均購入額は昨年より下回ったが、最高額は10万円と回答した方がいた。総額も昨年より上回っており、ここからもバレンタインチョコに対する待望感が伺える。

Q7 チョコレートに関するサステナブルな取組みに関心はありますか？

関心がある **85.0%** (81.1%) 関心がない 15.0% (18.9%)

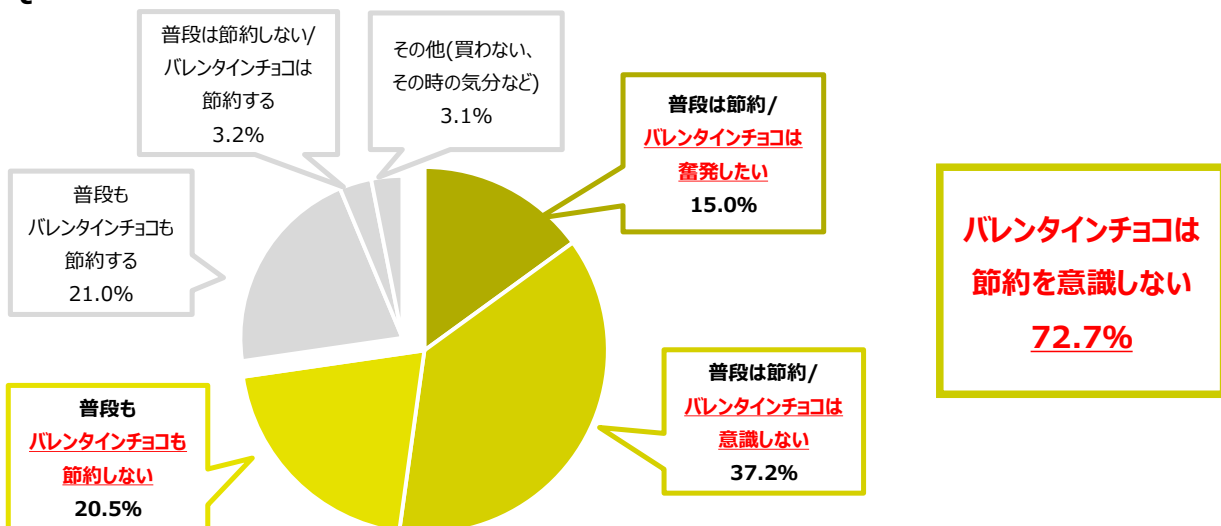


今年も全体の8割以上が、サステナブルについて何らかの関心があると回答。なかでも「フェアトレード」への関心は引き続き高く、バレンタインはチョコをただ美味しく食べるだけではなく、生産者の生活向上支援や、生産地の貧困問題などの社会問題について考える機会となっている。

Q8 2023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 **47.8%**  
 感じなかった 16.7%  
 分からない 35.4%

Q9 2024年のバレンタインチョコは節約を意識しますか？



今年は物価高が家計を直撃しており、節約志向の動きがみられる中、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、15%はバレンタインチョコは奮発したいと回答。約5割の方が今年のバレンタインチョコは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。