

報道関係各位

2026年1月21日  
株式会社クロス・マーケティング

## 今年のバレンタインデー 「贈る予定あり」は4割 義理チョコは「1,000円未満で」が6割超え

ーバレンタインデーに関する調査（2026年）ー

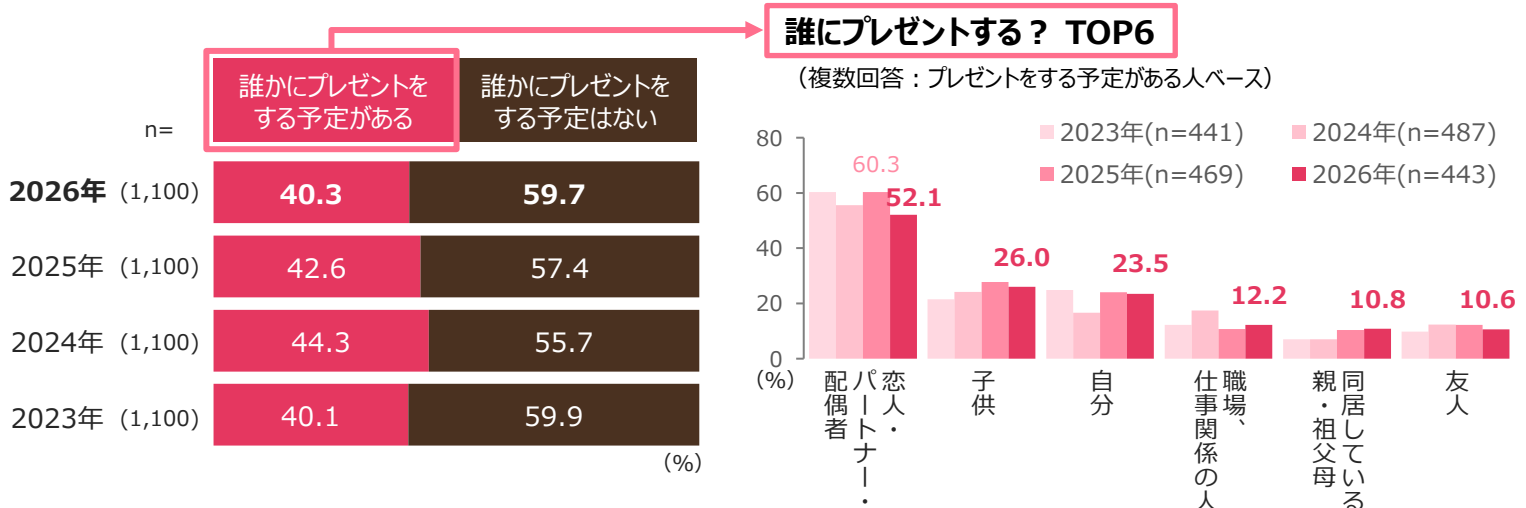
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「バレンタインデーに関する調査（2026年）」を実施しました。近年、カカオショックによるチョコレートの価格高騰により代替チョコレートが話題になるなど、バレンタインデーの過ごし方やプレゼント行動にも変化の兆しが見られます。今回は、「今年のバレンタインデーの予定」「チョコレートの予算」「プレゼントを渡す相手」「代替チョコレートへの関心・イメージ」「バレンタインデーに対する気持ち」についても聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260121valentinesday>

### ■調査結果

- ✓ 今年のバレンタインデーに「プレゼントをする予定がある」人は40.3%で、2024年から減少傾向。プレゼントの相手は「恋人・パートナー・配偶者」が最も高いものの、2025年から8pt減少。＜図1＞
- ✓ バレンタインデーに渡したいプレゼントは、男女ともに1位「チョコレート」、2位「チョコレート以外のお菓子」、3位は「食事」で変わらず。  
2025年と比べ、男女ともに「チョコレート」「チョコレート以外のお菓子」が大きく増加。＜図2＞
- ✓ チョコレートの予算の平均は、自分用が2,243円、本命用が2,829円、義理チョコ用が1,090円。  
自分用、義理チョコ用は「1,000円未満」が低価格に集中し、義理チョコ用は62.1%を占める。本命用は1万円未満の間で分散しているものの、ボリュームゾーンは「1,000円以上～2,000円未満」。＜図3＞
- ✓ 代替チョコレートをバレンタインデーに贈ることにに対して、「自分で味や食感を試してから検討したい」「代替チョコかどうかに関わらず、コスパや見た目が良ければ気にせず購入する」が2割台。  
「特に関心はない」は44.8%と、代替チョコレートへの関心は高くはない。＜図4＞
- ✓ バレンタインデーに対する気持ちは、「興味がない」「家族と楽しめる」「チョコレートやお菓子を選ぶのが楽しい」がTOP3。  
女性は「チョコレートやお菓子を選ぶのが楽しい」「自分へのご褒美を買う」など高い項目が多く、自分のための買い物や、選ぶ過程そのものを楽しむイベントとして捉えていると推察される。＜図5＞

＜図1＞ 今年のバレンタインデーのプレゼント予定

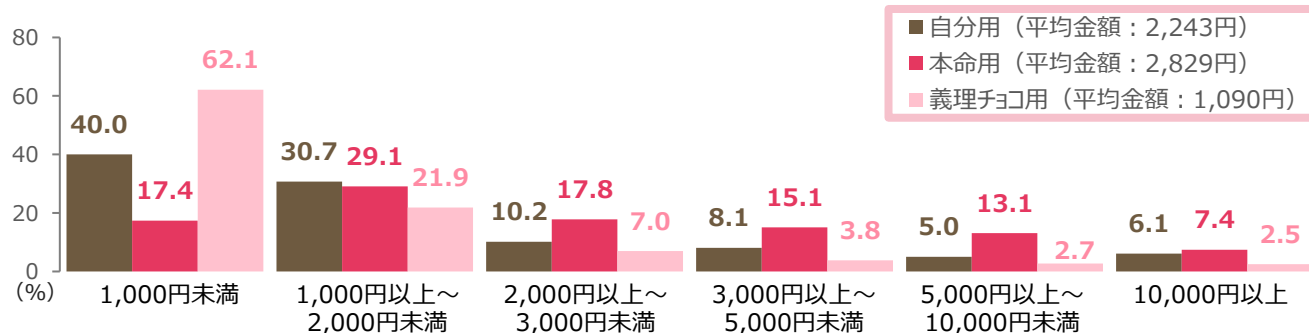


＜図2＞プレゼントで渡したいもの（複数回答：プレゼントをする予定がある人ベース）

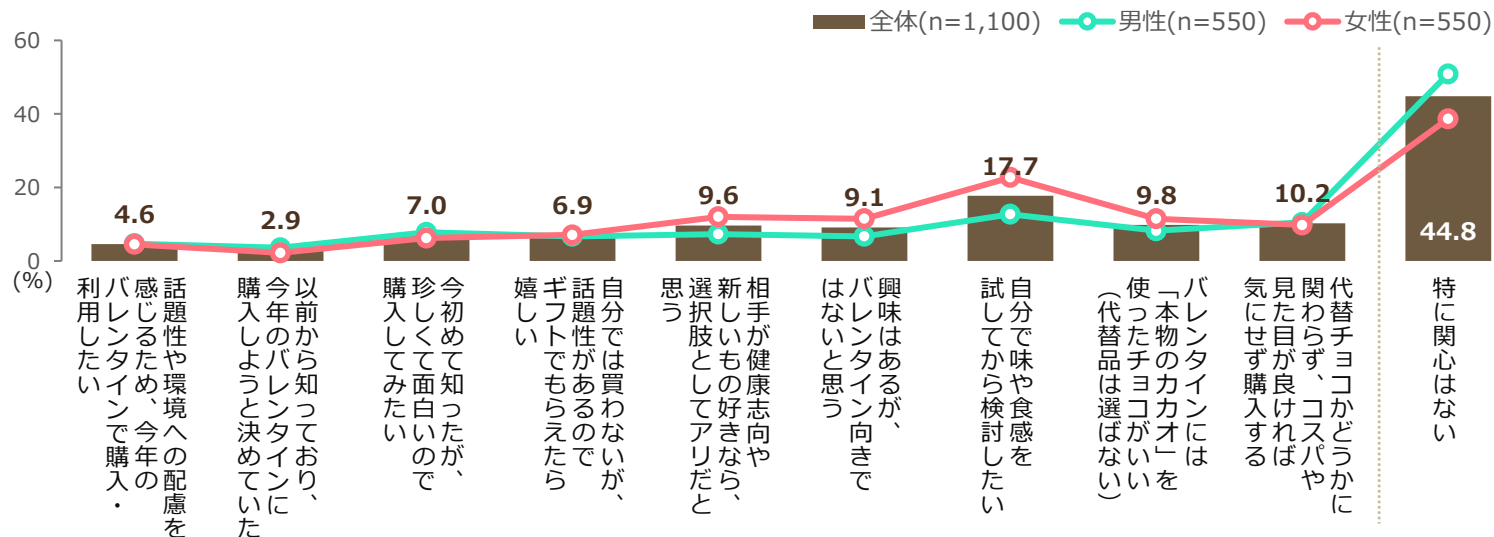
男 性		2025年 (n=136)	2026年 (n=133)
1	チョコレート	49.3	62.4
2	チョコレート以外のお菓子	15.4	30.1
3	食事	13.2	21.1
4	花	11.8	15.0
5	コーヒー・紅茶	6.6	9.0 (%)

女 性		2025年 (n=333)	2026年 (n=310)
1	チョコレート	77.5	85.2
2	チョコレート以外のお菓子	20.1	26.8
3	食事	7.5	7.4
4	ファッション小物	6.3	3.9
5	コーヒー・紅茶	8.1	3.5
	お酒	9.0	3.5 (%)

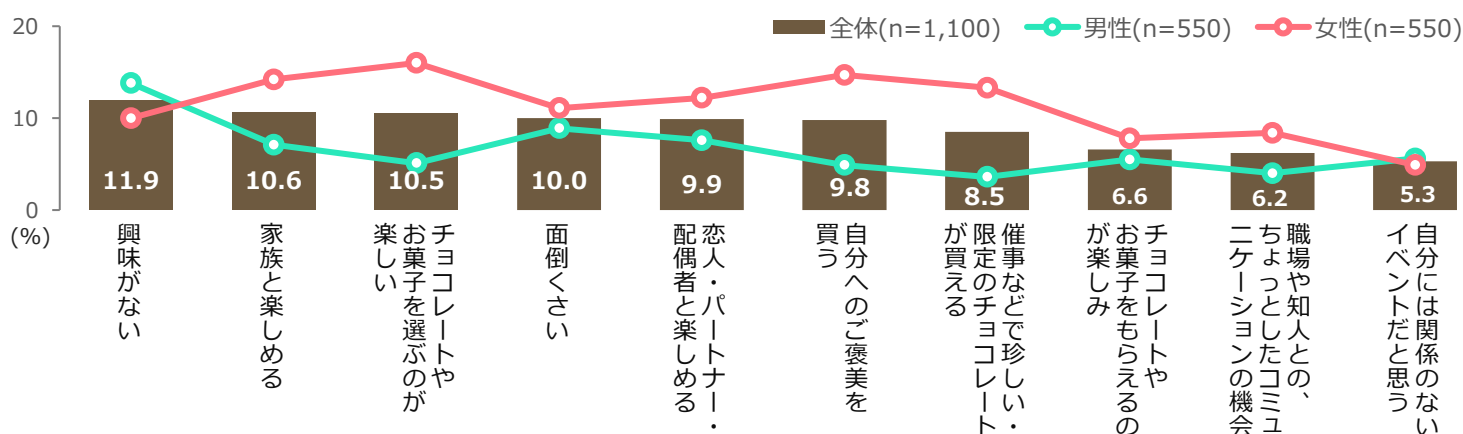
＜図3＞チョコレートの予算（数値回答：プレゼントをする予定がある人ベース：n=443）



＜図4＞代替チョコレートを贈ることに対する関心・イメージ（複数回答）



＜図5＞バレンタインデーに対する気持ち TOP10（複数回答）



## ■ 調査項目

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 属性設問           | <input type="checkbox"/> チョコレートの予算              |
| <input type="checkbox"/> 今年のバレンタインデーの予定 | <input type="checkbox"/> 代替チョコレートを贈ることへの関心・イメージ |
| <input type="checkbox"/> プレゼントで渡したいもの   | <input type="checkbox"/> バレンタインデーに対する気持ち        |

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20260121valentinesday>

## ■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)  
調査地域 : 全国47都道府県  
調査対象 : 20～69歳の男女  
調査期間 : 2026年1月16日 (金) ～18日 (日)  
有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

## 【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>  
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F  
設立 : 2003年4月1日  
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹  
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

## ◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275  
E-mail : [pr-cm@cross-m.co.jp](mailto:pr-cm@cross-m.co.jp)

## «引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。  
〈例〉「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」