

バレンタインチョコ、 前年比 4%高 1粒平均は 436 円

「力力才高騰」で値上げ傾向続く
代替素材の活用も拡大

2026 年「バレンタインチョコレート」価格調査



本件照会先

飯島 大介（調査担当）
帝国データバンク
東京支社情報統括部
03-5919-9343（直通）
情報統括部: tdb_jyoho@mail.tdb.co.jp

発表日

2026/02/03

当レポートの著作権は株式会社帝国データバンクに帰属します。

当レポートはプレスリリース用資料として作成しております。著作権法の範囲内でご利用いただき、私的利用を超えた複製および転載を固く禁じます。

SUMMARY

2026 年のバレンタインチョコレートは、1 粒あたり平均価格が 436 円となり、前年から 4.3% 上昇、2 年連続で過去最高値を更新した。このうち、「国内ブランド」平均は 413 円(+8 円/+2.0%)、「輸入ブランド」平均は 461 円(+31 円/+7.2%)となり、特に欧州ハイブランドで値上げ幅が大きく、国内外の価格差は前年 25 円→48 円へ拡大した。

株式会社帝国データバンクは、2026 年バレンタインシーズンに発売する「チョコレート」価格の動向について調査・分析を行った。

[注 1] 対象は全国の百貨店・ショッピングモールなどに展開する累計 155 のチョコレートブランド（2026 年は販売実績のある 142 ブランドが対象）で、前年の価格と比較可能な商品（1 粒バラ売りまたは複数個入りのセット、アソート、ボックス（詰め合わせ）タイプ）

[注 2] 前年と比較できない、または調査対象へ新たに指定したチョコレートブランドがあるため、一部 25 年時点と調査対象が変更となっている。なお、入れ替え対象および新規のチョコレートブランドについては、22 年に遡って価格を再集計しており、データの連続性には問題がない。2026 年調査では、今年以降販売が休止状態にあるケースを含む

バレンタインチョコ、前年比4%高 1粒平均436円

全国の大手百貨店やショッピングモール、ホテルなどが販売する累計 155 ブランドのバレンタイン向けチョコレート(1 粒バラ売りまたはアソートタイプ等)を調査した結果、2026 年におけるチョコ 1 粒当たりの平均価格は 436 円(税込、1 月 30 日時点)だった。1 年前の 418 円に比べて 18 円、率にして 4.3% の値上がりとなり、2 年連続で 1 粒 400 円を超え、調査開始以降の最高値を更新した。

このうち、国内(日本)ブランドは前年から 8 円・2.0%アップの 413 円、ハイブランドが多いフランス産やベルギー産など輸入ブランドでは 31 円・7.2%アップの 461 円となり、いずれも 22 年以降で最高値を更新した。国内ブランドでは、大幅な値上げが相次いだ前年(+26 円)から一転して小幅な値上げにとどまり、前年からの値上げ率・金額ともに、データのある 2023 年以降の4年間で最小だった。他方で、輸入ブランドでは1粒あたり 30 円を超える大幅な値上げとなり、金額ベースの引き上げ幅は過去4年で最大だった。この結果、2026 年における日本と輸入ブランドチョコの平均価格差は 48 円となり、昨年(25 円)から 23 円拡大した。

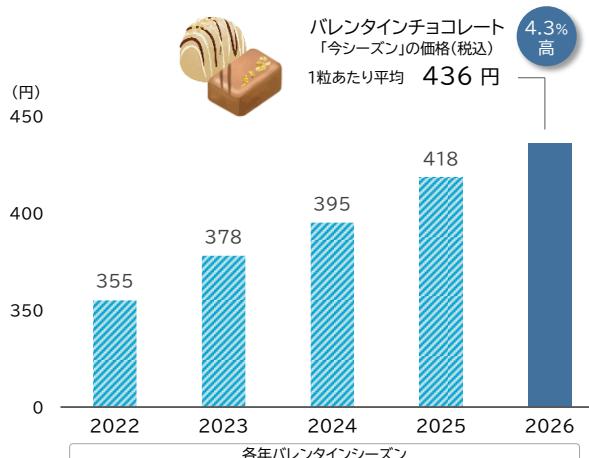
前年から価格が上昇したチョコレートは、日本・輸入ブランドあわせて全体の 62.0%(88 ブランド)を占め、前年に続き2年連続で6割超を占めた。値上げ幅別にみると、最も多いのは「50 円超」で、全体の 4 分の 1 にあたる 39 ブランドとなった。このうち、輸入ブランドが 21 を占め、同セグメントとしては 2023 年以降で最多だった。日本・輸入ブランドともに 6 割が昨シーズンから値上げを実施し、特に人気が高い欧州ブランドでは大幅な価格上昇傾向がみられた。

なお、同一パッケージの価格(内容量の変更等を問わない)は、2026 年は 3256 円(税込、平均9個入)となり、前年(3037 円)から 7.2% の値上げとなった。パッケージ当たりの個数減、カカオ豆由来の原材料使用が少ないチョコレート菓子の割合を増やすなどして、値上げ幅を抑える傾向が目立った。

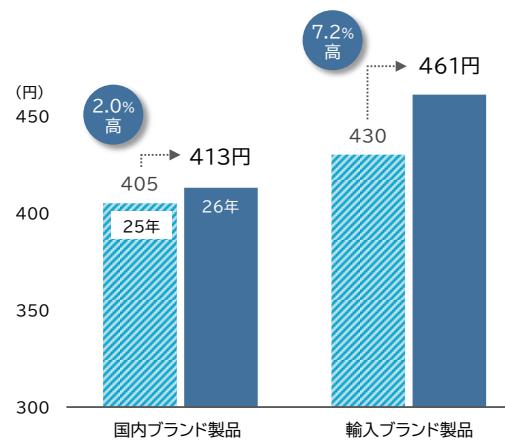
バレンタインチョコレートの値上げは、国際的なカカオ豆の取引価格が高騰した 2024 年の「カカオショック」からは落ち着きつつあるものの、円安や輸送コストの上昇が響き、製造コストの高止まりが続いている。また、トッピングなどで使用頻度の高いナッツ類では、異常気象に加え、健康志向の高まりで拡大した「アーモンドミルク」などの需要増を背景に、アーモンド・ピスタチオ・カシューナッツなどで輸入価格の上昇が顕著だった。チョコレートを包むアルミ箔やセロハン、箱などの包装資材、輸送費も大幅に値上がりしたこと、価格の引き上げに踏み切ったチョコブランドが多いとみられる。

2026 年「バレンタインチョコレート」の動向

「バレンタインチョコレート」平均価格推移



国内・輸入ブランドの平均価格推移



[注1] 一部ブランドで種別・対象に変更が発生したため、2022年に遡って価格を再集計している
[注2] 2026年1月30日時点情報に基づく

[注] バレンタイン向けチョコレート1粒あたりの平均価格

国内ブランドに割安感 今後ノンカカオ製品が広がるか注目

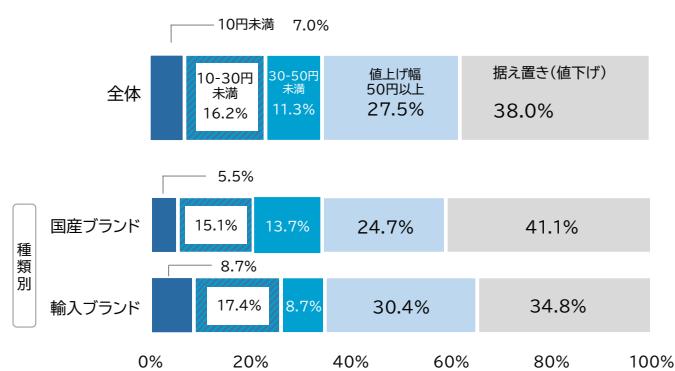
百貨店「松屋」が昨年 12 月に実施したバレンタインデーに関するアンケート調査では、回答が得られた 1328 人のうち約 72% が節約を意識しないと回答した。また、バレンタインチョコレートの平均予算は本命チョコ・自分用のチョコいずれも前回調査から増額となるなど、物価高で節約志向が広がるなかでもチョコレートにかける金額は増加傾向となっている。他方で、2025 年・昨シーズンのバレンタインではチョコレートの値上げを実感した割合は 6 割を超えるなど、イベント時に好きなものを食べる「メリハリ消費」の一方で、バレンタインシーズンの「物価高」が消費者の意識にも強く根付きつつある。

こうしたなか、バレンタインチョコレートの平均価格は 1 粒当たり前年比 4.3% 値上げの 436 円となり、2 年連続で 400 円を超えるなど、前年に続き値上がり傾向が続いている。こうしたなか、カカオ豆の高騰による影響を避けるため量販チョコレート菓子などで普及が進んできた、割安でココアバターの口当たりが再現可能なパーム油など植物性油脂や、カカオ由来の原料を使用しないノンカカオチョコレートが、バレンタイン売り場で広がってきた。カカオ豆市況に左右されにくいノンカカオ素材の代替チョコレートが、「健康志向」「環境への低負荷」など、独自の特徴を生かした新しいカテゴリーとしてバレンタイン売り場に定着するか注目される。2026 年シーズンを通じて、「カカオの味わいにこだわる」本物志向の顧客層にも一定の評価が得られれば、来年以降も価格や素材との相性面で採用が拡大するシナリオも想定される。

足元ではカカオ価格の下落が続いているものの、円安や原材料コスト高は中長期的に続くと見込まれるほか、各メーカーが高値時点での仕入れた在庫を抱えていることを背景に、バレンタインチョコの高値傾向は当面続く展開が想定される。そのため、消費者の選択幅を広げる狙いで「価格を抑えた代替素材ライン」と「高級カカオにこだわる“本物志向”ライン」の二極化が、今後進行する可能性もある。

前年比値上げ幅の動向

前年からの値上げ幅 推移



バレンタインチョコレート 値上げの背景



【注1】一部チョコレートブランドで種別・対象に変更が発生したため、価格を再集計しているケースがある

【注2】終売等で前年と比較できない種別の比較は除く

【注】総務省「小売物価統計調査」、店頭販売・市場卸売価格などを基に帝国データバンク推計

輸入商材は貿易統計に基づく年間平均価格(2025年11月分まで)を考慮した