

今年のバレンタイン、 「カカオショック」打撃 チョコ1粒、初の400円台

前年比5.8%の大幅値上げ
減量値上げなど「求めやすい価格」模索

2025年シーズン「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

2025/02/06

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

2025年のバレンタインチョコ1粒当たりの平均価格は418円で、前年より5.8%値上がり。日本ブランドは400円、海外ブランドは435円といずれも最高値を更新。カカオ豆の価格高騰や円安が主な要因で、2025年も大幅な値上げが予測され、日本・海外ブランドの価格差は35円に拡大。パッケージ価格も9.1%増加し、減量で値上げ幅を抑える傾向が見られた。

株式会社帝国データバンクは、2025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] 全国の百貨店・ショッピングモールなどに展開する150のチョコレートブランドを対象に、前年の価格と比較可能な商品について調査を行った。対象商品は売れ筋となる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）タイプの商品

[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24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。2025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

今年のチョコ、初の1粒400円台「カカオショック」打撃

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計150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、2025年におけるチョコ1粒当たりの平均価格は418円(税込)だった。1年前の395円に比べて23円、率にして5.8%の値上がりとなり、集計のある22年以降で初めて1粒400円を超え、最高値を更新した。

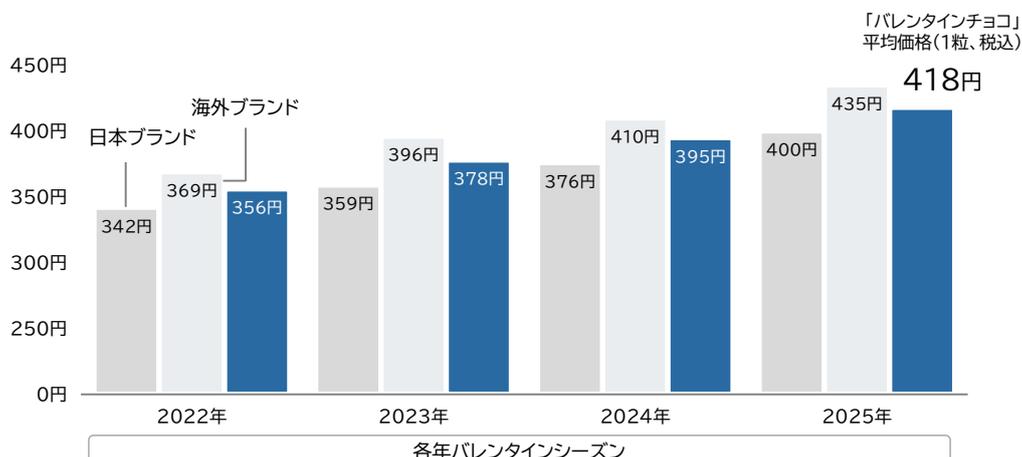
このうち、日本ブランドは前年から24円・6.4%アップの400円、ハイブランド品が多いフランス産やベルギー産など海外(インポート)ブランドは25円・6.1%アップの435円となり、いずれも22年以降で最高値を更新した。小幅な値上げにとどまった前年に比べ、2025年は大幅な値上げが相次ぎ、特に日本ブランドでは1粒当たりの値上げ幅が前年から大幅に拡大し、割合では過去3シーズンの推移で最大となった。海外ブランドでも、1粒当たりの価格で大幅な値上げが相次いだ。この結果、25年における日本と海外ブランドチョコの平均価格差は35円となり、昨年(34円)に比べて1円拡大した。

前年から価格が上昇したチョコレートブランドは、日本・海外あわせて全体の6割・90ブランドを占め、過去3シーズンで最大となった。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。日本・海外ブランドともに6割が昨シーズンから値上げし、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比較(内容量の変更等を問わない)では、2025年は3073円(税込)となり、前年(2817円)から9.1%の値上げとなった。総じて、パッケージ当たりの個数を減量する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、記録的不作で国際的なカカオ豆の取引価格が高騰する「カカオショック」に見舞われたほか、円安なども重なって調達コストが高騰したことが主な要因となった。財務省「貿易統計」を基に輸入価格を推計した結果、原料のカカオ豆や、滑らかな口当たりを演出するカカオバターの価格は、1kg当たり前年比2～3倍の価格で推移した。チョコ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で、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。

バレンタインチョコレートの価格推移(1粒、税込)



【注】一部チョコレートブランドで休売等の対応があるため、2025年の母数が異なる

チョコの価格「高止まり」続く見通し

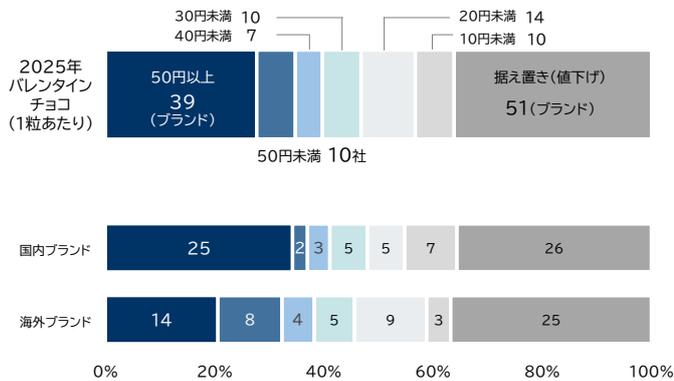
百貨店「松屋」が昨年 12 月に実施したバレンタインデーに関するアンケート調査では、回答が得られた 1378 人のうち 69.6%が今年のバレンタインで「節約を意識しない」と回答した。また、バレンタインチョコレートの平均予算は本命チョコ・自分用のチョコいずれも前回調査から増額となるなど、物価高で節約志向が広がるなかでもチョコレートにかかる金額は増加傾向となっている。

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 5.8%の値上げとなり、初めて 400 円を突破するなど、前年に続き値上がり傾向が続いている。ただ、1 箱当たりの個数やカカオの使用量を抑える動きや、クッキーやカヌレなどのスイーツをラインアップに加えることでチョコへの依存度を下げるといった取り組みも多くみられた。バレンタインの支出増にこだわらない顧客層が多い一方で、従前どおりの商品構成では原材料となるカカオ豆の著しい価格高騰を背景に大幅な値上げが避けられないといった事情もあり、今シーズンは例年以上に価格設定が難しい 1 年となっている。

足元の円安や原料高は今後長期にわたってチョコ製品の価格設定に影響を及ぼすとみられ、3 月のホワイトデー商戦などでも全体的に高値傾向が続くとみられる。

記録的なカカオ豆の高騰を背景に、バレンタインチョコも大幅値上げが相次いだ

チョコレート 1 粒当たりの値上げ幅



(参考)輸入カカオ製品の価格

