

2019年12月13日

15歳～74歳の男女2,000人に聞く、令和初の「バレンタイン予測 2020」

バレンタインは感謝の気持ちを伝える国民行事

## お礼はチョコで！

(お・令和)

株式会社 明治（代表取締役社長:松田克也）は、首都圏・中京圏・関西圏の15歳～74歳の男女2,000人を対象に、バレンタインに関する意識と実態調査を行いました。その結果、バレンタインは感謝の気持ちを伝える国民行事として定着しており、令和にかけた「お礼はチョコ」が誕生しそうです。また、2020年のバレンタイン予測として「れいわはつ（令和初）」を提案。チョコレートジャーナリストの市川歩美さんにコメントをいただきました。主な調査結果は以下のとおりです。

予測① **れ** れいわ新時代！義理より感謝の“サクスチョコ”

職場の定番「義理チョコ」。義理とはいえ、チョコを贈る理由は「感謝の気持ちを伝えるため」

予測② **い** いつもより少しリッチなチョコ予算 平成より200円up

バレンタインチョコ予算は平均4,923円、平成最後の昨年より200円up。最高値は20代女性5,552円（前年+1,131円）

予測③ **わ** ワイガヤで楽しむ おうちでチョコパ！みんなで花金バレンタイン

2020年のバレンタインは金曜日。10代・20代男女の半数以上が「おうちでチョコパ」に意欲あり。「#チョコパなう」が急増しそう

予測④ **は** パパには低GI、私は美肌 相手に合わせて健康機能を選ぶ

チョコを贈る女性の半数以上が「健康チョコ」を贈りたいと回答。父親には「低GI」、私には「美肌」を期待しチョコス

予測⑤ **っ** つくって感謝を伝えたい！娘から父への手作りチョコ

10代女性の56.3%が「父親」にチョコをあげる予定で、あげるチョコは「手作り」（53.3%）が主流

## 「バレンタインチョコ白書 2020」

♥バレンタインの参加予定 ♥チョコをあげる相手、もらいたい相手 ♥相手別チョコを渡す予定と時間帯 ♥相手別バレンタインチョコ予算 ♥バレンタインとSNS  
♥チョコレートの健康に関する認知率

調査概要 ■実施時期：2019/11/6（水）～11/11（月） ■調査方法：インターネット調査 ■調査対象：○事前調査…首都圏・中京圏・関西圏在住の15歳～74歳の男女12,739人

○本調査…2020年のバレンタインでチョコを渡す・もらう予定の首都圏・中京圏・関西圏在住の15歳～74歳の男女2,000人 ※本調査の結果は、表記のないものに関しては、調査対象者の該当数の平均値です。

※集計データの構成比（%）は小数点第2位以下を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100%にならない場合があります。



市川歩美（いちかわ・あゆみ）さん チョコレートジャーナリスト® ショコラコーディネーター® Chocolate Journal主催者

日本で唯一のチョコレートに特化したジャーナリスト、コーディネーター、コンサルタント。365日、日本国内、カカオ生産地をはじめ国内、世界取材し、情報発信を続ける。5歳からチョコレート愛好家で、本格チョコレート愛好家歴は約30年。現在は、チョコレートの最新情報・トレンドをあらゆるメディアに提供、執筆のほか、テレビ番組や企画監修、プロデュース、コーディネートなどでも活動。チョコレートの年間試食数約2000！ <https://www.chocolatlovers.net>



# れいわ新時代！義理より感謝の“サクスチョコ”

(お・令和)

## 職場の「義理チョコ」、3人に1人は感謝の気持ちを込めた“お礼はチョコ”派

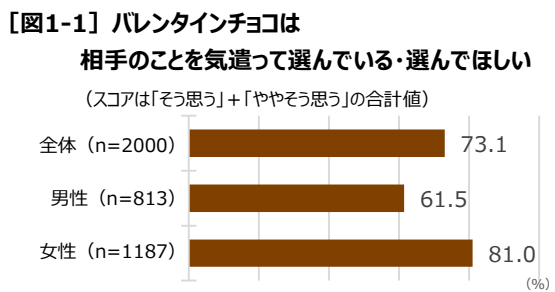


### 2020年、令和初のバレンタインは、義理チョコが「サクスチョコ」に進化する?!

### 職場関係の義理チョコにも、女性の3人に1人が「日頃の感謝の気持ち」を込めている

首都圏・中京圏・関西圏在住の15歳～74歳の男女の中から、2020年のバレンタインにあげる・もらうで参加する予定と答えた2,000人（男性813人、女性1,187人）を対象とした調査を行いました。

バレンタインチョコは相手のことを気遣って選ぶ・または選んでほしいかと聞くと、全体の73.1%が同意しており、バレンタインチョコは相手のことを気遣って選ぶことが令和のバレンタインルールとなっているようです【図1-1】。

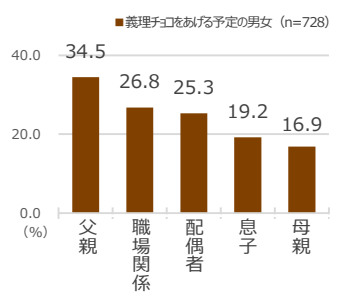


では、気持ちの伴わない代名詞となっている義理チョコではどうでしょうか？2020年のバレンタインで義理チョコをあげる予定の728人にその相手を聞くと、「父親」（34.5%）、「職場関係」（26.8%）、「配偶者」（25.3%）が多くなっています【図1-2】。「今年も義理チョコか…」と落胆しそうですが、チョコに込められた思いを聞くと、ただの義理ではないようです。

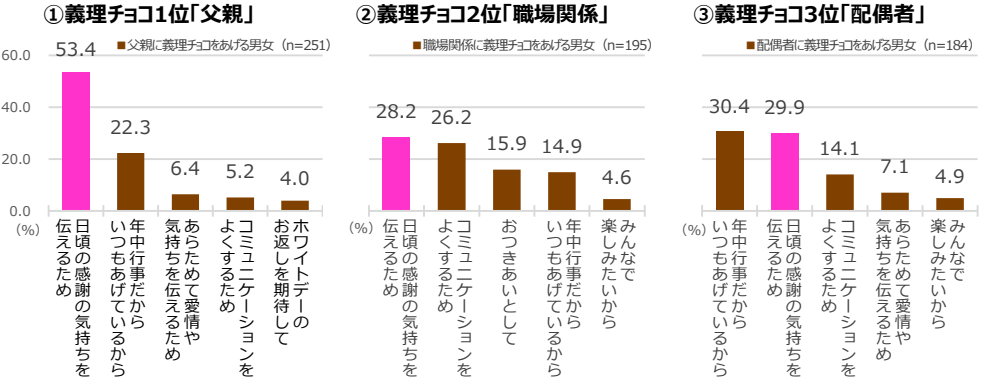
父親へ義理チョコを贈る人にその理由を聞くと、「日頃の感謝の気持ちを伝えるため」（53.4%）がダントツトップ、配偶者へは僅差の2位です。また、職場関係でも、「日頃の感謝の気持ちを伝えるため」（28.2%）、「コミュニケーションをよくするため」（26.2%）という意見が上位で、「おつきあいとして」（15.9%）、「年中行事だから・いつもあげているから」（14.9%）のいわゆる義理としてのチョコ利用は1割台にとどまっています【図1-3】。感謝の気持ちの“お礼は（お・令和）チョコ”がいちばん強いのが、実は義理チョコなのかもしれません。

「義理チョコには感謝の気持ちが込められている」2020年のバレンタインは、義理という名のサクスチョコが主流となりそうです。

**【図1-2】義理チョコをあげる相手**



**【図1-3】相手別 義理チョコをあげる理由**



チョコレートジャーナリスト市川歩美さんに聞く、2020年バレンタイン予測①

### 義理チョコは実は感謝のサクスチョコ 令和のバレンタインは、ふたりのラブからみんなのサクスへ

贈り物で気持ちを伝えるのが好きな日本人。父の日や母の日、お歳暮やお中元など、その時々感謝の気持ちをギフトで伝えていきます。直接言葉では言えないけれど、その思いをカタチに託して伝えるのは、とても日本らしい文化だと考えられます。今回の調査結果から、バレンタインもその仲間入りを果たしたことがうかがえます。ほかのギフト習慣に比べ、バレンタインは子どもからお年寄りまで、相手を特定せず低価格で気軽に参加できることから、よりカジュアルでよりフレンドリーに気持ちを伝える、ちょうどいいイベントとして利用されているようです。日本ではクリスマスもハロウィンも、日本独自のスタイルで定着してきましたが、女性から男性への告白として始まったバレンタインが、今では日頃の感謝をチョコに託して伝える日となり、ラブよりもライク、さらにはサンクスの記念日としてすっかり定着しているようです。





# いつもより少しリッチなチョコ予算 平成より200円up

## 令和初バレンタインチョコ予算は4,923円。伸び率2倍の「職場チョコ」に期待?!

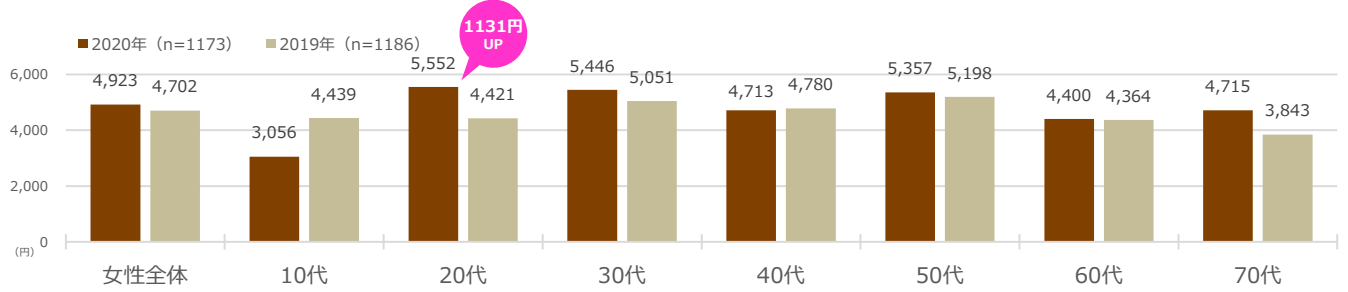


### 2020年、令和初のバレンタインは少しリッチ

#### いちばん期待できるのは、20代女性からもらう職場チョコ 昨年の予算のほぼ倍増

バレンタインにチョコレートをあげる予定と答えた女性1,173人に、バレンタインチョコにかかる予算の総額を聞いてみました。その結果、2020年のバレンタインチョコの予算は平均4,923円でした。平成最後の2019年（4,702円）に比べ221円増額されています。[図2-1]。増額傾向のチョコ予算の中でも、20代女性は5,552円と昨年（4,421円）に比べ1,131円も予算を増やしています。

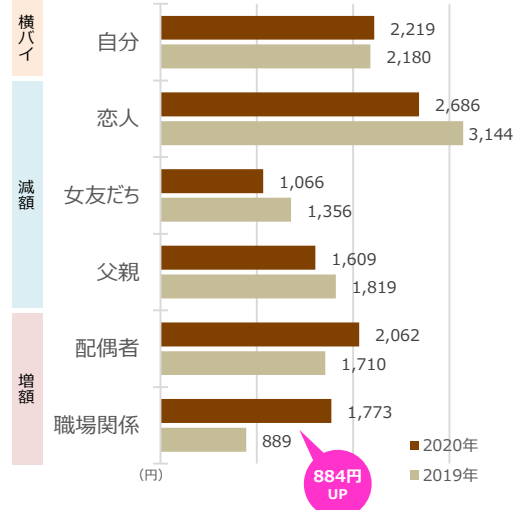
【図2-1】女性のバレンタインチョコ予算（前年比較）



20代女性のチョコ予算増額の真相を探るべく、相手別の予算を昨年と比較してみました。すると自分へのご褒美チョコは横パイ（2019年2,180円→2020年 2,219円）ですが、「恋人」（2019年3,144円→2020年 2,686円 ▲458円）や「女友だち」（2019年1,356円→2020年 1,066円 ▲290円）、「父親」（2019年1,819円→2020年1,609円 ▲210円）へのチョコは減額傾向です。対して、「配偶者」へのチョコは1,710円から2,062円と352円のアップ、「職場関係」では889円から1,773円へほぼ2倍（+884円）もの増額となっています [図2-2]。

職場チョコが増額されたのは、“お礼は（お・令和）チョコ”の表れと捉えたいところですが、「倍返しが期待できるから効率的に投資しただけよ」という声も聞こえてきそうです。真相のほどはさておき、2020年のバレンタインは、感謝の気持ちが価格にも反映された、少しリッチなチョコが期待できそうです。

【図2-2】20代女性の相手別バレンタインチョコ予算（前年比較）



チョコレートジャーナリスト市川歩美さんに聞く、2020年バレンタイン予測②

### 若い女性の処世術？ バレンタインの職場チョコは会社の人間関係を円滑にする

バレンタインのチョコ予算は、20代女性と職場関係が増額しています。このことと関係するのが働き方の変化です。終身雇用が崩壊し、働き方改革で生産性が求められ、契約や派遣などのワークスタイルが多様化する中、職場の人間関係をより良く保つことが一層重要になっています。若い女性が職場の人間関係をより良くしたいと考えたとき、バレンタインはチャンスのひとつ。チョコ予算も必然的に増額されたのではないのでしょうか。職場チョコのひとりあたり単価が増額するとは考えにくく、あげる相手が増えたことによる増額と考えられます。かつては男性社員にあげるのが職場チョコでしたが、今は男女の区別がなくなってきました。人間関係、職場環境を良くするのはバレンタインの職場チョコの役割。自分や恋人用の単価2,000円超えの高級チョコとは異なり、お互いに負担にならない価格のチョコが選ばれているようです。



# ワイガヤのおうちでチョコパ みんなで楽しむ花金バレンタイン

## 10代・20代男女の半数以上が「おうちでチョコパ」を楽しみたい



### 2020年、令和初の花金バレンタイン 夜はチョコパを楽しみたい

### 10代・20代の2人に1人はチョコパ希望！「#チョコパなう」が急増キーワードに

2020年のバレンタインデーは金曜日です。多くの人にとって休日前夜となり、思い切り遊べる夜になりますが、バレンタインデーの夜をどのように過ごしたいか聞いてみました。すると、男女ともに3人に1人が、「自宅や誰かの家でチョコレートパーティをしたい」（男性38.5%、女性35.8%）と答えています。これを年代別に見ると、男女とも若い世代のチョコパ意向が高く、男性は10代53.7%、20代51.2%、女性も10代63.9%、20代55.4%が金曜日のバレンタインをチョコパで楽しみたいと答えています【図3】。

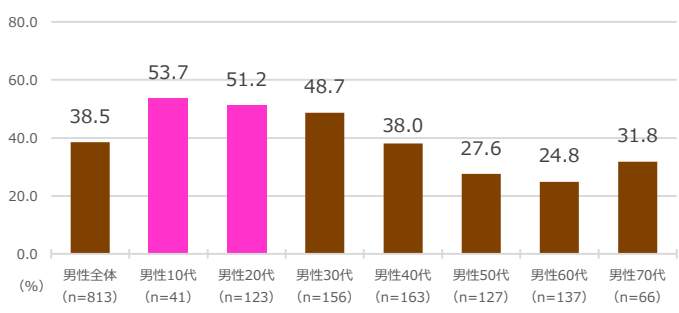
花金といえばオールでGo！の昭和世代から、令和の花金バレンタインは気の合う仲間とおうちでチョコパへと変化。消費税8%据え置きによる中食志向も、おうちでチョコパに拍車をかけているようです。

「おうちでチョコパの花金バレンタイン」 2020年のバレンタインは「#チョコパなう」がSNSをざわつかせそうです。

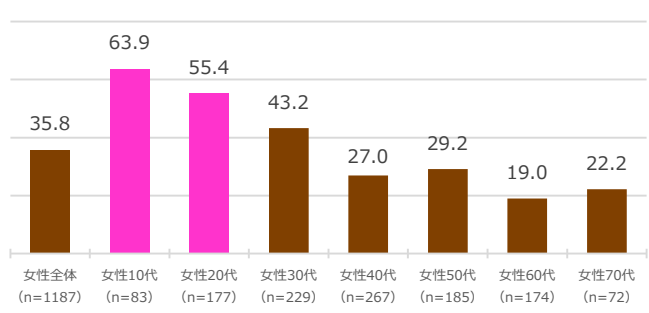
【図3】 2020年の花金バレンタインはおうちでチョコパを楽しみたい

(スコアは「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値)

#### ●男性



#### ●女性



チョコレートジャーナリスト市川歩美さんに聞く、2020年バレンタイン予測③

### 令和の花金バレンタイン おうちでカジュアルに楽しむ、ゆる～い感じのチョコパーティ

昭和世代ですと、花金のパーティというとシャンパンでキラキラで、と非日常を想像しがちですが、今回の調査結果で浮かび上がった花金のチョコパは、もっとカジュアルで日常的なものようです。10代の子たちがお小遣いでコンビニで買えるようなチョコをあれこれ買って、友だちのおうちでみんなでわいわいがやがや楽しく食べる、そんな女子会ノリのチョコパーティと考えられそうです。

わたしの周囲では、ひとりでは手が出ない高級チョコを何種類か買って、少量ずつ味わう会を計画し、SNSで参加者を募る、そんなシェアスタイルのオトナのチョコパもよく目にします。世代が違えば「チョコパ」のスタイルも異なりますが、みんなでチョコを囲んで幸せな気分になるという点では、花金バレンタインにふさわしい過ごし方かもしれませんね。







# パパには低GI、私は美肌 相手に合わせて健康機能を選ぶ 「健康チョコ」を贈る時代。女友だちには美肌を、夫には低GIを期待しチョイス

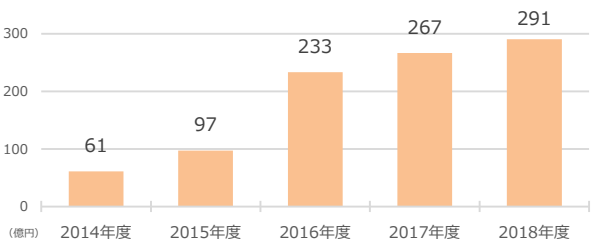


## 2020年、令和初のバレンタイン 引き続き人気の健康チョコは相手に合わせて選ぶ令和式に進化 20代の若い女性でも半数が健康チョコを選びたいと回答

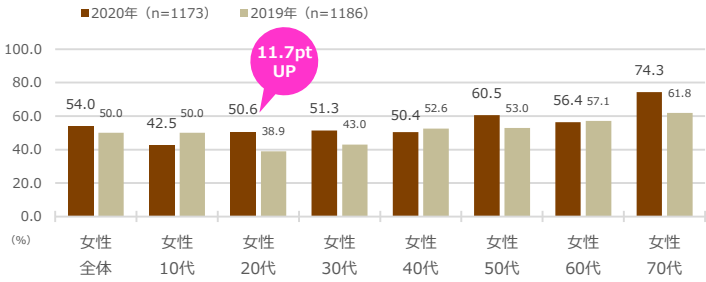
カカオポリフェノールにはさまざまな健康・美容効果が期待されており、注目されています。このカカオポリフェノールがたっぷり含まれた高カカオチョコレートの市場が大きく成長しています。

そこで、バレンタインにチョコレートをあげる予定の女性1,173人に、バレンタインで健康にも良さそうなチョコを選びたいかと聞くと、半数が「選びたい」（54.0%）と答えました。昨年行った同じ調査結果（50.0%）と比べ4ポイント高くなっています。年代別に見ると20代女性は、昨年の38.9%から今年は50.6%と、11ポイントも高くなっています。健康が気になる中高年だけでなく、若い世代にもチョコレートの健康効果が認識されはじめています【図4-1】。

### 【ご参考】健康志向チョコレート市場規模推移 (出典：インテージSRI 健康志向チョコ市場販売金額)



### 【図4-1】バレンタインに健康に良さそうなチョコを選びたい（前年比較） (スコアは「あてはまる」+「ややあてはまる」の合計値)



そこでチョコをあげる予定の女性に、相手別にどんな機能の健康チョコを選びたいか聞いてみました。すると、自分のためのご褒美チョコは「美肌によさそうなチョコ」（54.6%）、夫へは「糖質の吸収がゆるやかなチョコ（低GI食品）」（32.4%）、恋人へは「脂肪分解の働きのあるチョコ」（25.1%）、父親へは「糖質の吸収がゆるやかなチョコ（低GI食品）」（34.8%）、女友だちへは「美肌によさそうなチョコ」（64.7%）がそれぞれ1位に選ばれました【図4-2】。

健康を贈るだけでなく、相手のことを思いやり相手に合った健康チョコをチョイスする、一步先ゆく“お礼は（お・令和）チョコ”です。

### 【図4-2】バレンタインにあげたい、相手別チョコの健康機能

(対象は、各相手にチョコをあげる予定の女性) (%)

	自分 (n=381)	夫 (n=734)	恋人 (n=183)	父親 (n=330)	職場関係 (n=201)	女友だち (n=207)
1位	美肌によさそうなチョコ 54.6	糖質の吸収がゆるやかな低GIチョコ 32.4	脂肪分解の働きのあるチョコ 25.1	糖質の吸収がゆるやかな低GIチョコ 34.8	美肌によさそうなチョコ 22.9	美肌によさそうなチョコ 64.7
2位	糖質の吸収がゆるやかな低GIチョコ 28.1	脂肪分解の働きのあるチョコ 28.7	糖質の吸収がゆるやかな低GIチョコ 19.7	動脈硬化を予防する効果があるチョコ 31.8	糖質の吸収がゆるやかな低GIチョコ 20.4	脂肪分解の働きのあるチョコ 15.0
3位	脂肪分解の働きのあるチョコ 24.1	動脈硬化を予防する効果があるチョコ 27.2	美肌によさそうなチョコ 14.2	脂肪分解の働きのあるチョコ 26.1	脂肪分解の働きのあるチョコ 16.9	糖質の吸収がゆるやかな低GIチョコ 14.0



チョコレートジャーナリスト市川歩美さんに聞く、2020年バレンタイン予測④

### サプリのようにチョコを取る時代 チョコで健康を贈るのがバレンタインの新・常識に

かつてチョコというと、太りそう、むし歯やニキビの原因と言われ、健康とは対局のカラダによくないイメージで捉えられていました。それが今ではエビデンスをもとに健康に良いことが知られ、カカオポリフェノールの含有量が大きく表示されたチョコをよく目にするようになりました。チョコレートはもはや健康食材として認められています。美容意識の高い女性ではカカオポリフェノールのアンチエイジング効果から、サプリメントのようにチョコを毎日食べることを習慣にしている人も少なくありません。今回の調査結果では、健康を贈るのは当然のことで、相手を気遣い、もしくは自分がそうあって欲しいことから健康機能を選んでいる傾向が見られました。女友だちには美肌効果でキレイを、夫や父親には低GIで健康習慣を、恋人はスマートで、という思いが込められているようです。人生100年時代、バレンタインチョコで健康を贈ることが、より一層顕在化しそうです。



# つくて感謝を伝えたい！娘から父への手作りチョコ

## 10代女性の約6割が「父親」にチョコをあげる予定で、「手作り」が主流



(お・令和)

### 2020年、令和初のバレンタインはパパにうれしい日 娘からパパへの手作り“お礼はチョコ”

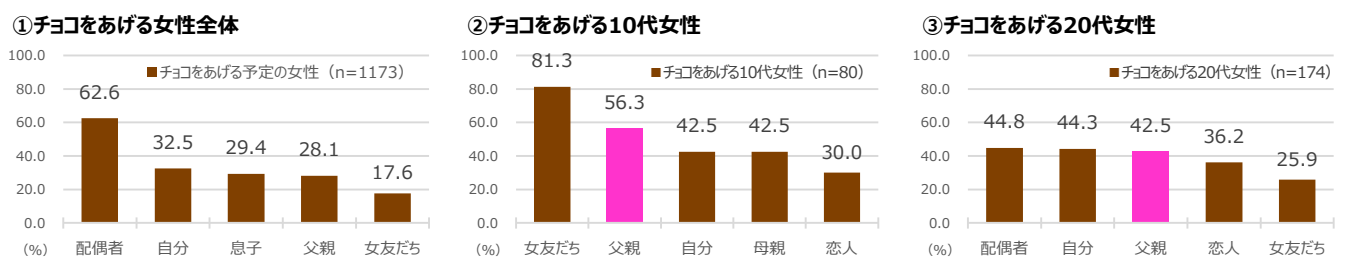
### 10代女性の約6割がパパに手作りチョコで感謝を伝える予定

バレンタインにチョコレートをあげる予定と答えた女性1,173人にチョコをあげる相手を聞くと、「配偶者」(62.6%)、「自分」(32.5%)、「息子」(29.4%)、「父親」(28.1%)の順となりました。これを女性の年代別に見ると、10代女性の56.3%、20代女性の42.5%が「父親」にチョコをあげる予定と答えています。10代の「女友だち」、20代の「配偶者」には及ばないものの、パパ人気は高く、「恋人」のスコアよりも高くなっています [図5-1]。

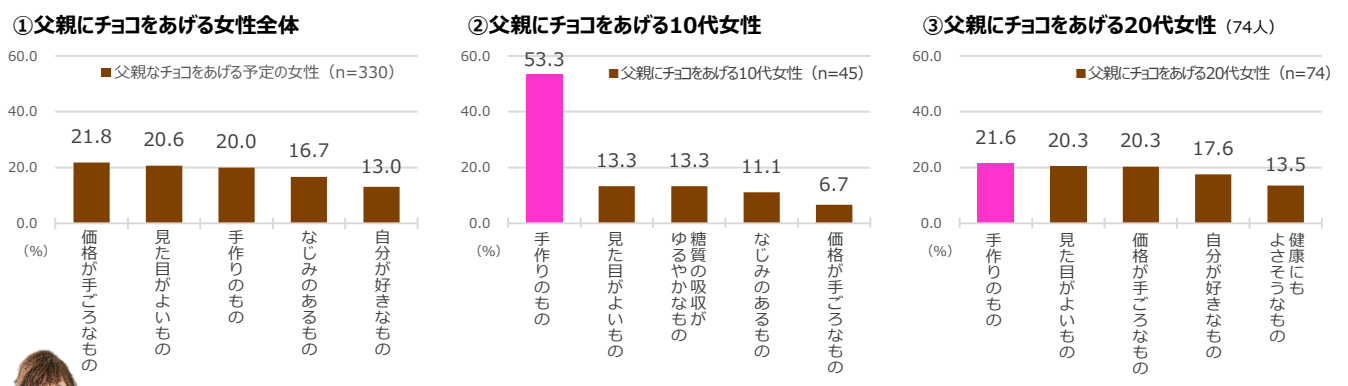
パパにチョコをあげると答えた10代、20代女性にどんなチョコをあげるかと聞くと、「手作りのもの」が最も高く、10代女性では53.3%と半数以上、20代女性でも21.6%が手作りチョコをパパに贈る予定です [図5-2]。パパへの“お礼は(お・令和)チョコ”は手作りで、というお嬢さんが多いようです。

「手作りチョコを10代の娘から贈られる父親」2020年のバレンタインは、娘の手作りチョコに目を細めるデレデレパパが増えそうです。

【図5-1】バレンタインにチョコをあげる相手



【図5-2】バレンタインに父親にあげるチョコのタイプ



チョコレートジャーナリスト市川歩美さんに聞く、2020年バレンタイン予測⑤

### パパに贈る手作りチョコ パパは感涙 娘も満足 SNS映えもポイントです

手作りチョコは、多くの女性が経験したことのある青春のワンシーンではないでしょうか。そんな手作りチョコですが、もらってうれしい反面、重いと感じられるケースも少なくなく、あげる側にももらう側にも「相手を選ぶ」リスクがつまみます。その点、お嬢さまからもらう手作りチョコは、父親にとってうれしくないはずがない100%のパーフェクトアイテム。渡す側の10代女子にとっても、安心して楽しくパパ孝行ができるお互いwin-winのアイテムです。手作りチョコが簡単にできるキットや作り方の動画も多く、おしゃれな手作りチョコを失敗することなく作ることも、手作りチョコのハードルを下げています。さらには、仲良し父娘のチョコとのツーショットをSNSで公開し、オシャレ父娘としてのSNS映えも手作りする動機となっているようです。

令和初のバレンタイン、お嬢さまからのうれしい手作りチョコをもらえるよう、映えるオシャレパパを目指しましょう(笑)。



Chocolate Journal

参考：市川歩美さんによるチョコレート・カカオ関連情報サイト「Chocolate Journal」

# バレンタインチョコ白書2020

## 国民的行事のバレンタイン 男女間で温度差アリ?

今回の調査で、バレンタインチョコに関していくつかの傾向が見られたので、併せてご紹介します。

### ◎ 3人に1人がチョコで参加予定のバレンタイン 国民的行事としてしっかり定着

首都圏・中京圏・関西圏在住の15歳～74歳の男女12,739人に、2020年のバレンタインにチョコをあげる予定を聞きました。チョコをあげる予定があると答えたのは全体の37.6%で、国民の3人に1人はバレンタインにチョコをあげる予定です〔図6-1〕。あげる予定の4,796人に何人にあげる予定かと聞くと、「1人」(38.3%)が最も多く、「2人」(20.9%)、「3人」(15.5%)となり、「1～3人」で全体の74.7%を占めています〔図6-2〕。

同様にバレンタインチョコをもらう予定を聞くと、32.3%がもらう予定があると答え〔図6-3〕、「1人」(47.6%)が最多で、「2人」(20.1%)、「3人」(12.8%)となり、「1～3人」で全体の80.5%を占めています〔図6-4〕。

2020年のバレンタインは国民の3人に1人がチョコをあげたりもらったりして参加する予定となり、国民的行事としてすっかり根付いていることが、改めて確認されました。

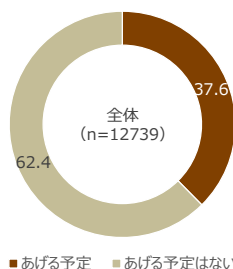
### ◎ バレンタイン、「恋人」にこだわりたい男性と気にしない女性 ご褒美男子が3割も

2020年のバレンタインにチョコをあげる予定の男女1,388人に、チョコをあげる相手を聞きました。男性は「配偶者」(36.7%)、「自分」(32.6%)、「恋人」(26.0%)の順ですが、女性は「配偶者」(62.6%)、「自分」(32.5%)、「息子」(29.4%)の順となり、「恋人」にチョコをあげる予定の女性は15.6%しかいませんでした〔図7-1〕。

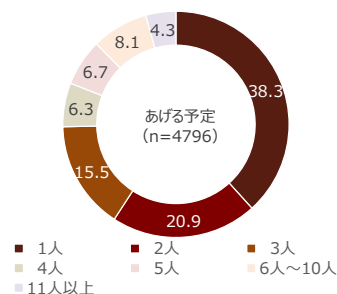
同様にバレンタインチョコをもらう予定の男女1,176人にチョコをもらう相手を聞くと、男性は「配偶者」(60.5%)、「職場関係」(28.4%)、「恋人」(24.2%)の順ですが、女性は「女友だち」(40.1%)、「配偶者」(21.6%)、「母親」(19.8%)の順となり、「恋人」からのチョコをもらう予定の女性(11.7%)は男性(24.2%)の半数にとどまっています〔図7-2〕。

男性はバレンタインチョコを恋人と結びつけるのに対し、女性はバレンタインと恋人との関連性が低く、あげもしないしもらう期待もない様子うかがえます。また、男女ともに「自分」にバレンタインチョコをあげる人が3割と多く、女性に多いとされてきたバレンタインのご褒美チョコ現象が男性にも広がっているようです。

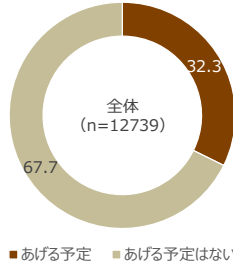
【図6-1】 2020年のバレンタインにチョコをあげる？



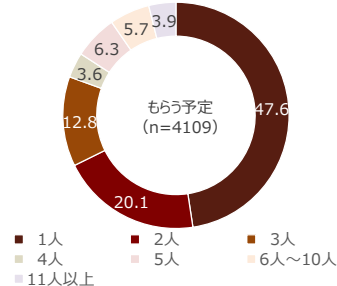
【図6-2】 何人にチョコをあげる予定？



【図6-3】 2020年のバレンタインにチョコをもらう？



【図6-4】 何人からチョコをもらう予定？



【図7-1】 2020年のバレンタインにチョコをあげる相手

男性 (n=215)	女性 (n=1173)
配偶者 36.7	配偶者 62.6
自分 32.6	自分 32.5
恋人 26.0	息子 29.4
職場関係 21.4	父親 28.1
女友だち 14.4	女友だち 17.6
母親 13.5	職場関係 17.1
娘 9.3	恋人 15.6
職場以外の仕事関係 7.4	母親 14.6
男友だち 5.6	娘 12.8
片思いの人 5.1	男友だち 9.8

(%)

【図7-2】 2020年のバレンタインにチョコをもらう相手

男性 (n=792)	女性 (n=384)
配偶者 60.5	女友だち 40.1
職場関係 28.4	配偶者 21.6
恋人 24.2	母親 19.8
娘 23.4	職場関係 18.8
女性の友人 19.2	恋人 11.7
母親 16.2	娘 10.4
職場以外の仕事関係 9.6	姉妹 9.1
姉妹 5.3	男友だち 7.0
孫 4.5	父親 6.8
サークルの仲間 4.0	サークルの仲間 6.5

(%)

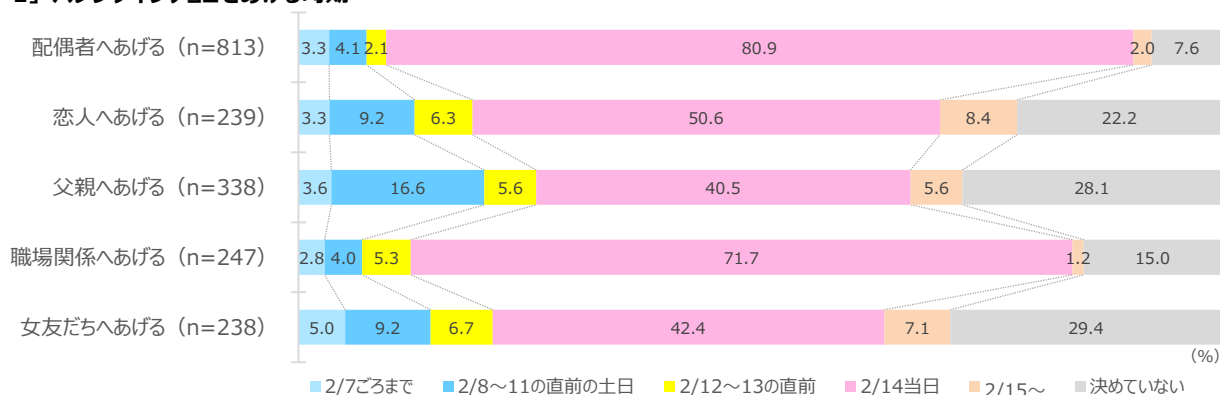
# バレンタインチョコ白書2020

## 花金バレンタインは「当日渡し」が主流、相手に合わせて時間差アリ

### ◎ 令和初のバレンタインチョコ あげるのは「当日」が主流で、職場関係は「午前中」に終了予定

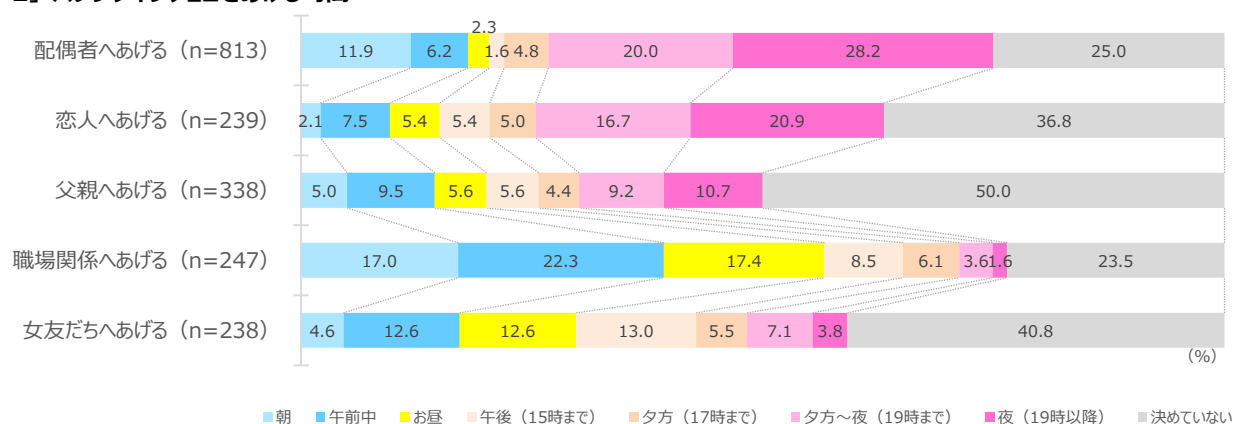
2020年のバレンタインにチョコをあげる予定の1,388人に、相手別にチョコあげる時期を聞きました。「2/14当日」にあげる人が最も多く、配偶者へは80.9%が「当日」にチョコを渡す予定です。また職場関係も「当日」が71.7%と多く、金曜日はチョコが行き交うにぎやかな職場となりそうです。一方、父親へは「当日」（40.5%）が多いものの、「直前の土日」（16.6%）に前倒しであげる人も少なくなく、女友だちへのチョコを渡すタイミングは3割が「決めていない」（29.4%）と答えています【図8-1】。

【図8-1】 バレンタインチョコをあげる時期



次にチョコをあげる時間を聞くと、配偶者へは「夕方～夜」（20.0%）と「夜」（28.2%）が多くなっていますが、出勤前の「朝」（11.9%）にあげる人もいます。恋人へも「夕方～夜」（16.7%）と「夜」（20.9%）がピークですが、4割は「決めていない」（36.8%）状況で、父親に対して5割が「決めてない」（50.0%）と答えています。対して職場関係は「朝」（17.0%）や「午前中」（22.3%）が多く、「お昼」（17.4%）までには6割（56.7%）がチョコを渡し終える予定です【図8-2】。

【図8-2】 バレンタインチョコをあげる時間





# バレンタインチョコ白書2020

## チョコリッチな中京圏女子 首都圏女子はややシビアに

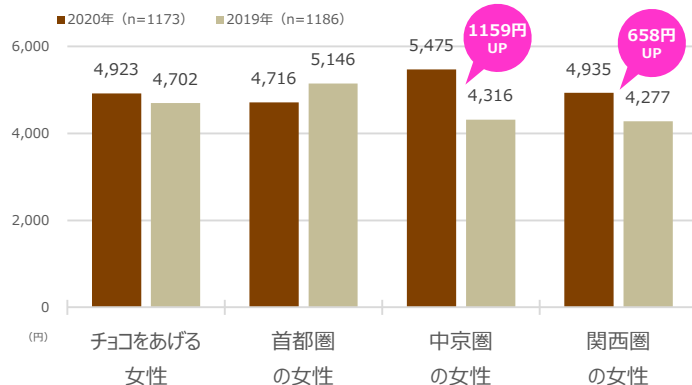
### ◎ 令和初のバレンタインのチョコ予算 チョコリッチな中京圏は千円以上も予算増

予測②の通り、2020年のバレンタインチョコの総予算は全国平均4,923円で、昨年（4,702円）より221円の増額でした。

これをエリア別に見てみると、首都圏（東京、千葉県、埼玉県、神奈川県）女性の平均金額は4,716円、中京圏（岐阜県、愛知県、三重県）女性は5,475円、関西圏（大阪府、京都府、兵庫県、滋賀県、奈良県、和歌山県）の女性4,935円となり、中京圏の女性が最も高いという結果になりました。

昨年は、首都圏5,146円、中京圏4,316円、関西圏4,277円となっており、首都圏では430円のマイナスとなっていますが、中京圏では1,159円、関西圏でも658円のプラスに転じています【図9】。

【図9】 エリア別バレンタインチョコ予算（前年比較）



# バレンタインチョコ白書2020

## 10代・20代のバレンタイン事情 SNSがなくちゃ始まらない

### ◎ 10代・20代は、チョコの情報源も、選ぶ楽しさも、もらったうれしさも、全部シェアするバレンタイン

ソーシャルメディアは私たちの生活にすっかり根付いていますが、バレンタインではSNSがどのように活用されるのでしょうか。

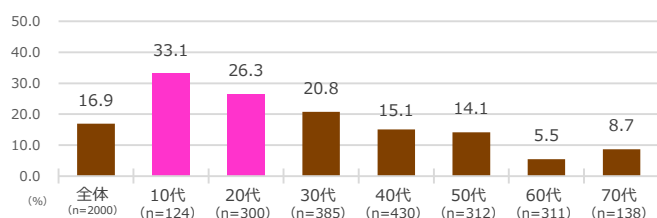
全員に、バレンタインのチョコを選んだり作っているときにSNSでシェアしたいかと聞くと、賛同率は全体平均では16.9%ですが、年代別に見ると、10代（33.1%）、20代（26.3%）、30代（20.8%）となり、若い世代ほどSNSでシェアしたい気持ちが強くなっています。

同様にバレンタインチョコをもらったらSNSでシェアしたいかと聞くと、全体平均19.3%に対し、10代（44.4%）、20代（32.7%）、30代（23.6%）と、こちらも若い世代ほど高くなっています【図10-1】。

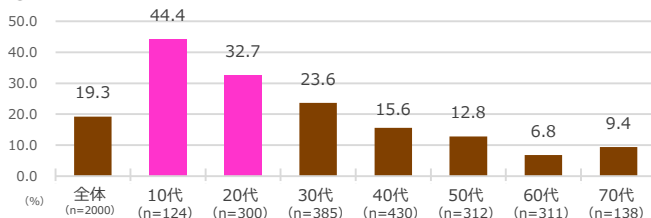
【図10-1】 バレンタインチョコとSNS活用

(スコアは「そう思う」+「ややそう思う」の合計値)

#### ①チョコを選んだり作っているときからSNSでシェアしたい



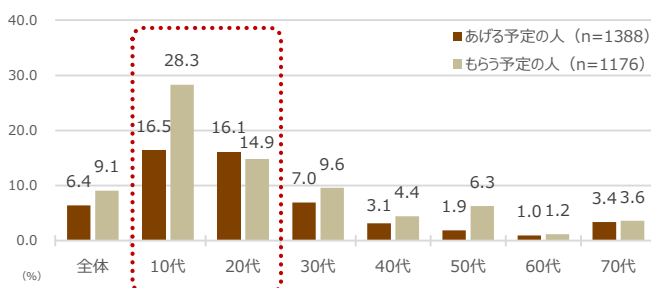
#### ②バレンタインチョコをもらったらSNSでシェアしたい



次に、一連のバレンタイン活動の中で「SNSで写真や動画をシェアしたとき」に楽しいと思うかと聞くと、チョコをあげる予定の1,388人の全体平均では6.4%ですが、年代別に見ると、10代では16.5%、20代では16.1%が楽しいと答えています。

同じ質問をチョコをもらう予定の1,176人にしても同様の傾向で、全体平均9.1%に対し、10代（28.3%）、20代（14.9%）のスコアが高くなっています【図10-2】。

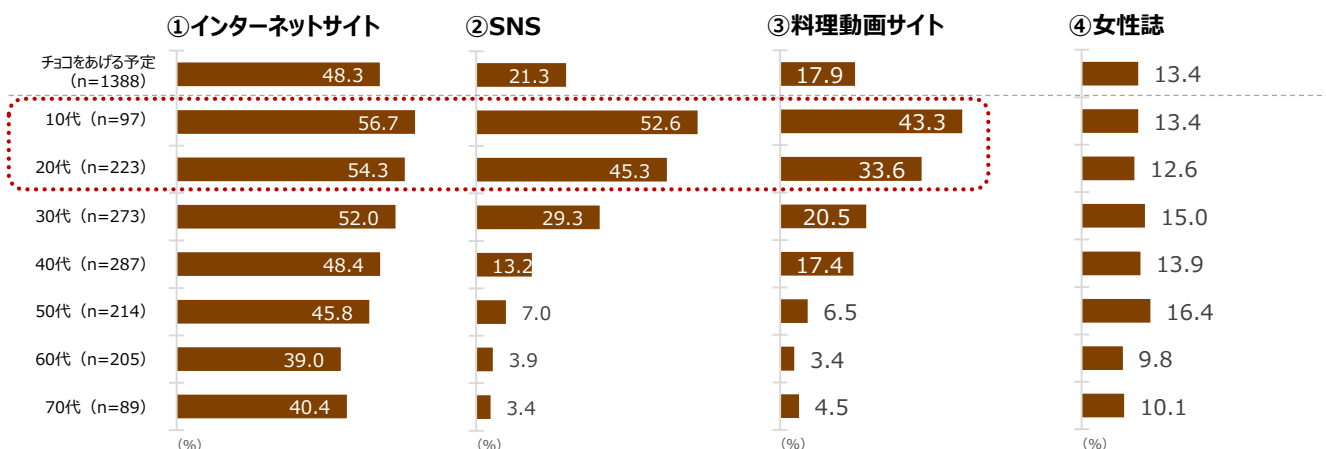
【図10-2】 バレンタイン行事をSNSでシェアしたときが楽しい



また、チョコをあげる予定の1,388人にチョコを準備するときの情報源を聞くと、全体では、web上の情報サイトやメーカーの公式サイトなどの「インターネット」が48.3%、ツイッターやインスタグラムなどの「SNS」が21.3%、クックパッドやデリッシュキッチンなどの「料理動画サイト」が17.9%、「女性誌の記事や広告」が13.4%でした。女性誌の記事や広告は年代的な差がほとんどないのに対し、SNSや動画は10代・20代の利用が圧倒的に高くなっています【図10-3】。

事前の準備も、つくるプロセスも、もらった喜びも、常にSNSでシェアするのが、10代・20代のバレンタインスタイルのようです。

【図10-3】 バレンタインチョコを準備するときの情報源



# バレンタインチョコ白書2020

## チョコレートはおいしい健康をリードする

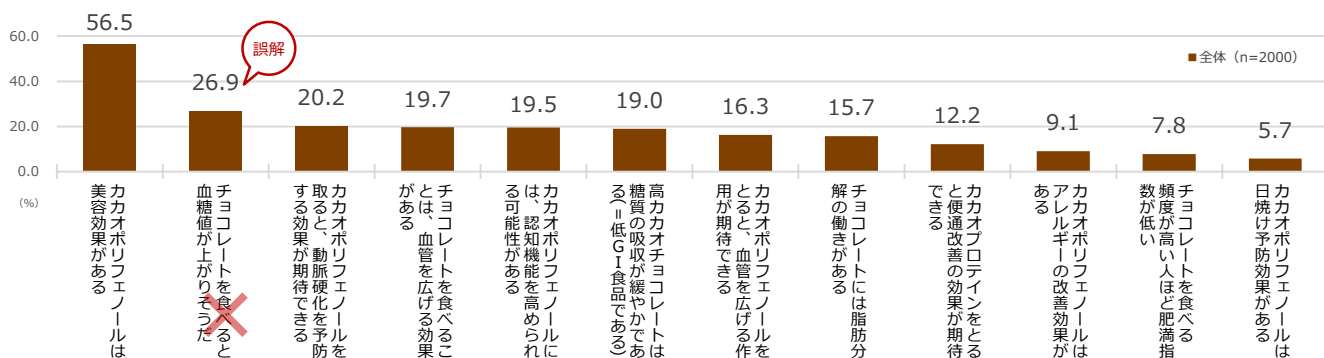
### ◎ おいしい健康の代名詞となったチョコレート 一方で、血糖値が上がりそうと誤解している人もいる

予測④の通り、チョコをあげる女性の半数以上が健康に良さそうなチョコを選びたいと答えています。かつてはむし歯になる、太りそう、ニキビができるなどの誤解によって、どちらかといえば健康によくないイメージが拭えなかったチョコレートですが、今ではすっかり健康的な食べ物として認識されるようになりました。

そこで、チョコレートの効果を挙げ、知っているものを選んでもらった結果が【図11-1】です。認知率が最も高いのは「カカオポリフェノールは美容効果がある」で、56.5%が認知しています。また、「カカオポリフェノールを取ると、動脈硬化を予防する効果が期待できる」についても20.2%が認知しており、カカオポリフェノールは健康キーワードとして注目されていることがうかがえます。その一方で「チョコレートを食べて血糖値が上がりそうだ」（26.9%）は、4人に1人がそう思っていますが、実は誤解。甘くておいしいチョコレートは、糖分が多く血糖値を上げる原因となりそうですが、カカオポリフェノールが豊富に含まれている高カカオチョコレートは、食物繊維が多いため糖の吸収を防ぎ、カカオポリフェノールがインスリンの働きを高め、血糖値を急上昇させない効果があることも報告されています。

高カカオチョコレートには、動脈硬化の予防、血圧低下、脳活性化、便秘改善、アレルギー予防、アンチエイジング効果などさまざまなうれしい効果が検証され、今後の研究により新たな効果の報告も期待されています。チョコレートでおいしく健康を目指しましょう。

【図11-1】 チョコレートについて知っていること



### ◎ 人生100年時代 ハレの日のギフトや食事でも健康に気遣いたい

日本には食事やギフトを楽しむさまざまな歳時記があります。これらのハレの日で健康に気遣ったものを選びたいかと聞くと、「お正月」（64.3%）や「クリスマス」（51.2%）と並んで、「バレンタインデー」（50.2%）でも半数が健康に気遣いたいと答えています【図11-2】。

人生100年時代を迎える日本。おいしい健康習慣がQOLの要となり、楽しい時間にも健康的なものが欠かせなくなりそうです。

【図11-2】 各歳時記で健康に気遣ったものを選びたい

(スコアは「そう思う」+「ややそう思う」の合計値)

