



バレンタインデーはすでに、恋愛イベントではなくなりつつあります。

毎年、友チョコ、義務チョコ、ファミチョコなど、様々なスタイルが語られますが、その多様化ののちに、「女性が男性にチョコレートを贈る」という恋愛イベントから、男女の区別なく、「友達やお世話になった人へ贈る」というスタイルが広がってきたといえます。

もちろん、本命の異性へ贈るチョコも無くなってはいませんが、特に顕著なのは、「義理チョコ」が減っていることでしょうか。

義理よりも、プライベートなプレゼントの方が優先されるのは、バレンタインデーに限ったことではなく、日本のギフトの基本的な流れです。

【参考オープンデータ】

- 女子中高生の約9割が「バレンタインは友達同士でプレゼントを渡し合う日」と答える（ロッテ調べ）
- 全国の働く男女にとって、バレンタインは「日頃の感謝の気持ちを伝える日」が39%、「好きな人に愛を伝える日」は25%。（マクロミル調べ）
- 働く女性のバレンタインチョコ予算は、本命チョコより自分チョコの方が高い。（マクロミル調べ）
- 女性がチョコを贈る相手について、最も多かったのは「女性の友達」で45.2%。次いで「父親」(39.4%)の"パパチョコ"。（江崎グリコ調べ）



増加中!

ファミチョコ / パパチョコ

父親や兄弟などの家族（ファミリー）に対してプレゼントするチョコレート。義理チョコの一種とも言えるが、会社の上司などの義理に比べて、友チョコ、自分チョコと同じく、自分に身近な存在を大切にする近年のトレンドを表していると言える。

大丸東京店のアンケート：今年のバレンタインに用意するチョコは？

1位：家族チョコ（71%） 2位：自分チョコ（66%） 3位：本命チョコ（63%）
4位：感謝チョコ（46%） 5位：義理チョコ（37%）



人気!

シェアチョコ

友達グループで楽しんだり、差し入れにするなど、みんなで食べるためのサイズ。単純にチョコレートを楽しむイベントというイメージが広がった近年、この時期ならではの大人数用の需要も拡大。



New!

逆チョコ

男性から女性にチョコレートを贈ること。海外のバレンタインでは男性から女性にプレゼントを贈るのは定番だが、日本でもじわじわ浸透中。江崎グリコのアンケート調査（2015）では、調査に回答した男性の4人に1人が、自分からチョコレートを贈ったと回答している。



定番

友チョコ

女友達へ贈るチョコレート。2000年代に入ってから若い世代を中心に広まり、近年も緩やかに増加。



定番

ご褒美チョコ/自分チョコ /マイチョコ

自分自身へご褒美としてのチョコレート。普段は買わないような高級品や限定品を購入することが多い。バレンタインがチョコフェスティバル化してきた2010年あたりから大きく伸びている。近年の特徴としては、チョコをインスタグラムで紹介したい→写真映える“**インスタジェニック**”なチョコがポイントか。



New!

チョコ男

男性同士でチョコレートを贈ったり贈られたりするスタイル、その男性たち。また「男子が集まって手作りチョコレートに挑戦する」「男だけでチョコパーティ」というような楽しみ方も。最近の「スイーツ男子」の流れで、もらうだけでないイベントとして楽しんでいる様子。