

バラエティ豊かなラインナップ

チョコエッグ

本物のおいしさ

セコイヤチョコレート

フルタ製菓株式会社

〒544-0023 大阪市生野区林寺6-7-22

菓業食品新聞

The Journal of confectionery



URL: https://okashi.info e-mail: ks-news@okashi.info

発行所 〒564-0053 大阪府吹田市江の木町11-38-618
TEL 06(6385)1717 FAX06(6385)0150

株式会社 菓業食品新聞社

支社・京都

発行人 狩野 智子 一カ年 8,800円

2024年有力百貨店バレンタイン調査

(菓業食品新聞社調査)

百貨店名	あべのハルカス近鉄本店	高島屋 大阪店	京阪百貨店	松屋銀座店	阪急うめだ本店	阪神梅田本店
テーマ	バレンタイン ショコラコレクション2024	年に一度のショコラの祭典アムール・デュ・ショコラ		チョコと楽しむ食体験	Feeeeever	阪神のバレンタイン2024
ブランド数	約145ブランド(初登場25)	約100ブランド	70ブランド	82ブランド(初登場13)	約300ブランド、3,000種類	約110ブランド、約1,100種類
価格帯	平均価格:約3,600円	客単価:7,200円前後	1,000~5,000円		5,000円前後	500円~10,000円
中心価格	客単価:約5,000円	約3,000円	1,500~2,000円			1,500円
ターゲット層	メインは30代~50代の女性	30~50代をメインに、国内外の老若男女	30~50歳代女性		老若男女 フルターゲット	いちご10~30代、チョコ30~50代
売上目標		前年対比106%	前年対比100%	前年比 約110%(EC含む)	30億円(前年対比103.4%)	7億円
昨年の売上高					29億円	5億6千万円
EC売上予想		増減なし	全体の5%		全体の6.8%	全体の5%

有力百貨店

バレンタイン催事動向

イトイン、実演がコロナ前規模に

新型コロナウイルスがノシタ・カマクラ、ユニ 最多の18ブランドと強化 定で提案する。

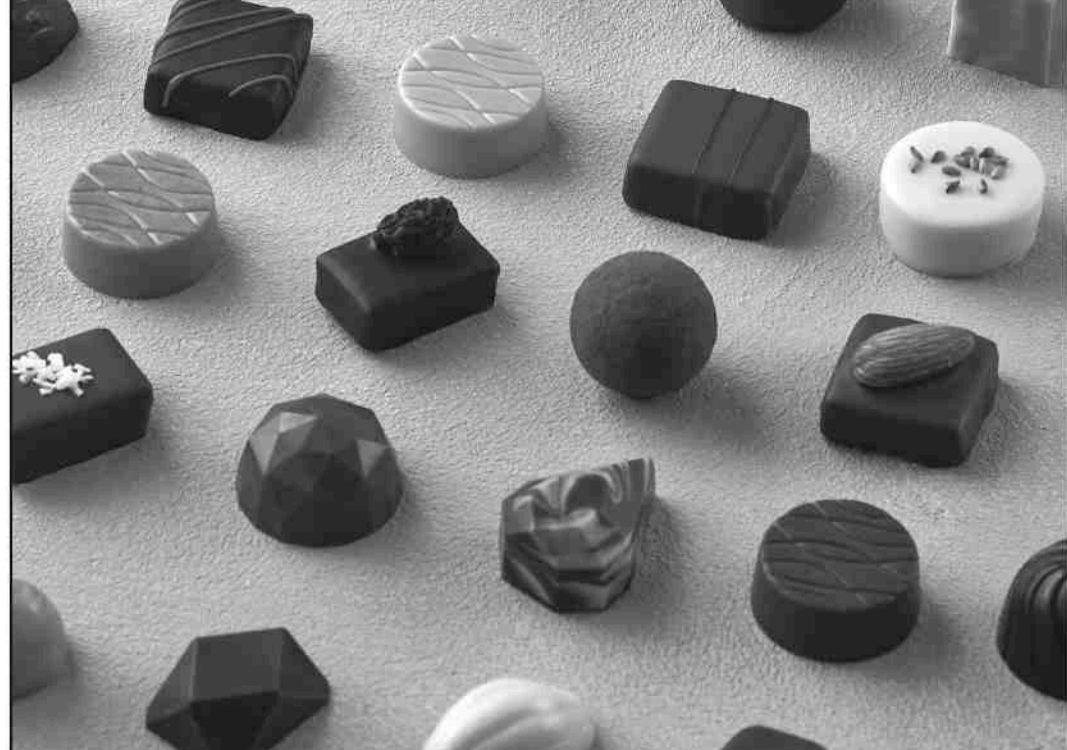
5類に移行後、初めてマサハルコウツマ。し、幅広い客層に楽しん のバレンタインが幕を開く。阪急うめだイヴニング、でもらえる会場とした。の「ベルアメール 京 でのしか手に入らないこた けた。中止やオンライン シュヴァリエ、ラウ、サ・(高島屋大阪) 昨年は 都別邸、「パナソニック わりのチョコレート5ア に切り替えていた海外の チタカギ、ルフルーヴ、ソフトクリームやコー パンサーズ」などのコラボ アイテムが登場。近年話題 パティシエ、ショコラ ミニマル、セイストなど。ヒト、ひとつから食べら チョコが人気。今年は となっている「推し活」 ティエによるイベント・(阪神梅田) リン トン れるショコラなど会場で 円安で割高のインポート を応援する、カラフルな や、イトイン、実演販 ズ×モロゾフ、ココリス 自身や友人と楽しめる チョコよりも国産チョコ アイテムや担当バイヤー 売は昨年から少しずつ実 昨年の動向、また今年 フードコートが人気だっ に人気を集める。 がこよなく愛する「猫」 施している傾向にあった の予想。最近のバレンタイン 昨今のバレンタイン ・(松屋銀座) 昨年好評 をテーマにしたチョコ が、今年さらに拡充し、 インの消費ニーズの変化 催事は女性から男性へ贈 だった。会場でしか味わ レートを集めた。 コロナ禍前と変わらなく、 ・(近鉄) 人気のインポー といった従来の風習が えないう作り手とコミュニティ ・(高島屋大阪) 競合他 になってきている。 トブランドをはじめ、近 トラ、男女問わず自分への ケーシオンが取れる、実 社とも同じ期間内で行う 本紙恒例の有力百貨店 年需要の高いチョコ菓子 ご褒美としてチョコレート 販売・イトインス なか、同社同店でわざわざ による「2024年バレ 系のブランド、キャラク トを楽しむイベントへと ペースを活用し、出来立 ぎ買いたくなる「タカシ ンタインチョコ取り組み ターもののチョコレート 変化しており、「新しい」 のデザートや、チョコ マヤ限定」「大阪タカシ 動向」のアンケート結果 ト、お気に入りのチョコ 『美味しい』『珍しい』も とお酒の特別なマリアー マヤ限定」や、出来た レートと出合える品揃 のへ注目が集まる。今回 ジュなど、チョコレート て作りたてを食べられる は次のとおり。

▽注目のブランド
・近鉄 クロネコジャツ 題になっている「推し活」を老若男女のお客様に伝 体験を提案する。
ク(石川) ×近畿大学農 を応援するアイテムを持 えたく、日本人パティシ ・(阪急うめだ) チョコ Sや手配りチラシでの訴 学部(奈良)、メリーチ 集しており、好きなブラ エが作る高島屋限定商品 レートのテーマパークと 求は当然ながら、海外顧 コレト(東京) ×山野 ンドという切り口だけ を筆頭に約60の日本ブラ して「バレンタイン百貨 客へもSNSを通じて宣 酒造(大阪)、ゴンチャ なく、自身の「推し」に ンドが登場する。また、 店」でどこにもない「楽 伝。また、地下街サイ ロフ(兵庫) ×近畿大学 からめたアイテム選びを コロナ禍を経て大阪店の し世界No.1を目指し ネットは日本語を含む多 付属浅草場(和歌山) 楽しんでいただきたいと インパウンド顧客は増加 取り組んでいる。今年 言語で強化する。素材を ・高島屋大阪 「チョコ 考えている。ほかにも、 傾向にあり、さらなる日 は「キャラメル」に着目 ミックスして価格を抑え ラティエパレドオー 会場限定スイーツを過去 本の魅力発信するため したアイテムが人気。 た「お菓子系」ショコラ にも「日本素 ・(阪神梅田) 例年、阪 の拡充。(物価高の影響) 材ブランド」 神限定商品が人気で、本 ・(京阪) オンライン に注目した。 年もその傾向は続く考 ショッピングサイトの強 さりに、フー え、昨年よりSKUを増 化。キャラクターとのコ ドロスの削減 やした。バレンタインを ラボブランドに勢いがあ に向け、廃棄 洋菓子の祭典ととらえる 。当社も既存のコラボ 前のフルーツ 人が増えた。 ブランドに加え、新規で をビュール ン、展開の傾向 (次ページへ続く)

・(松屋銀座) ヴェー ル、ゲンササキラ・プ ティック・ドウ・ユキ 売場に並ぶバレンタインチョコ ラを高島屋限



- 3面 大菓工 新年会
- 4面 中島大祥堂 長お別れ会
- 8面 弘道館 京菓子展



Akutagawa

プレゼントにも、ご褒美にも。
あなたに寄り添うラインナップ。

芥川製菓では、専門メーカーならではの味へのこだわりと
パッケージの美しさを兼ね備えた様々なバレンタインギフトを
毎年ご提案しています。芥川製菓の老舗の味を、是非ご賞味ください。

芥川製菓株式会社 〒170-0003 東京都豊島区駒込1-44-2 [TEL]03-3942-2021
http://www.akutagawaseika.co.jp/ [FAX]03-3942-2006