

瀬戸内フスカット ピーちゃん通信

Vo.40
2023.2月号

山佐フロンティア(株)
金岡事業所 川池 寿人
TEL 086-948-2053
FAX 086-948-0108

バレンタインのチョコレートのおはなし

寒い毎日が続いていますが、お元気でしょうか。

2月にはバレンタインデーがありますね。欧米などキリスト教圏では愛を祝う日とされており、恋人や家族など大切な人に贈り物をするのが習わしになっています。

非キリスト教圏の日本では「女性が男性にチョコレートを贈る日」とされて独自の文化を築いていきました。

調べてみると、仕事にも通じる面白い内容でした。



私たちがイメージする日本でのバレンタインデーは、1958年頃から流行しはじめました。

2月に売り上げが減少することで頭を悩ませていた、製菓会社のメリーチョコレートが「ヨーロッパでバレンタインデーにチョコレートや花束を恋人にプレゼントする習慣がある」事を知り、苦難の末に大手百貨店と手を組んで始めたのです。

ちなみにチョコレートを贈る、という習慣の起源は実は日本にあるとご存じでしたか。

先述のメリーチョコレートよりも20年以上前の1936年、神戸のモロゾフ製菓が駐在外国人向けの英字新聞に「あなたのバレンタイン(愛しい人)にチョコレートを贈りましょう」というコピーの広告を掲載し、これが外国人に受けて欧米に伝わり、また日本に逆輸入されました。

しかしデパート業界がバレンタインデーのチョコレート普及に努めたものの、定着までは至らない状況が長く続きます。

一変したのは1973年以降で、高度経済成長が終焉したところにチョコレートの売り上げが急増しました。オイルショックで打撃を受けた小売業界が、綿密なマーケティングを行ったこと、日本の資本主義が完成し消費経済に移行したことなどが後押しとなりました。

主に小学校高学年から高校生といった学生層から広まっていったのです。

80年代に入ると義理チョコやホワイトデーの普及により製菓業界は2、3月が繁忙期に変わりました。

そして2010年代に入ると、職場での義理チョコ文化が廃れつつあり、現在は自分へのご褒美チョコが人気ようです。特に高級なチョコレートが好調で、背景にはオンラインショッピングの普及により高級店のチョコを地方の人でも購入出来るようになったこと、SNSでの拡散などがあるようです。

ピンチをチャンスに変える、前向きな気持ちが必要だと思ったのでチュン。それではまた。

ピーちゃんの つぶやき

検KDの45×60、30×90も在庫してまチュン!