バレンタインの裏側に迫る
―森永製菓の経営戦略―

〇バレンタインと広報戦略

森永製菓では、チョコレートだけでも、38種類もの商品が展開されている（2021年1月24日現在）。幼児から小学生を客層とした、箱タイプの「チョコボール」や、10代・20代を中心とした幅広い世代向けの「ダース」、40代以上の大人向けの「カレ・ド・ショコラ」などがその一例だ。

さまざまな客層を想定した商品を多くの人に届けるためには、平時から広告戦略が欠かせない。バレンタイン期ではなくとも、さまざまな工夫がなされている。

例えばテレビCMについて、菓子マーケティング部の野条さんは、「商品の訴求したい内容だけを表現すると、印象の残らないものになってしまう」とした上で、森永製品のCMでは「いいクセのあるクリエイティブ」を目指していると話す。皆さんも「ココアはやっぱり森永」など、キャッチーなフレーズとともに、森永製品のCMを容易に思い出すことができるだろう。

平時からの工夫もさることながら、バレンタイン期にはさらなる広告戦略がとられるという。手作り需要・自分向けご褒美需要の増大が見込まれるからだ。

手作り需要に関して、特に板チョコは2月単月で年間の20%の売り上げを占めるほか、「ホットケーキ」「純ココア」も売り上げを大きく伸ばす。

消費者がチョコレートと共に想いを伝え、また想いを受け取って心を燃え上がらせる季節だ。同様にお菓子メーカーも、消費者に多くの商品を届けるために奮闘し、心を燃やす季節なのである。

〇「おいしさ」以外で注目されるチョコレート

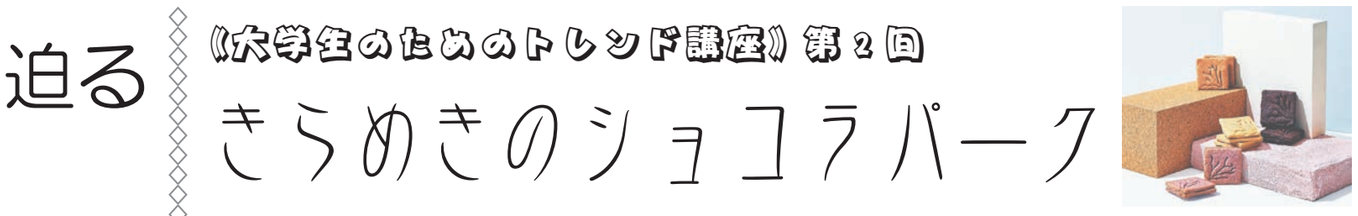
チョコレートの消費は、遠い地の生産者の暮らしと健康にも影響を与えている。そのことを踏まえた取り組みも、経営戦略の上で重要だ。

森永製菓では、2008年より、「1チョコfor1スマイル」を実施している。売り上げの一部で、カカオ生産国の、十分な教育環境が整っていない地域で暮らす子供たちを支援する取り組みだ。「チョコレートを食べる人も、その地域の子供たちも笑顔にしたい」という気持ちで活動を推進しているそうだ。

近年、健康面でもチョコレートは注目を集めている。カカオ由来のポリフェノールは血圧低下、動脈硬化予防などに効果があり、乳酸菌は免疫力を高めることが知られている。森永製菓では、カカオの配分量を増やしたハイカカオチョコレートや、乳酸菌を多く含んだチョコレートを販売し、現代の健康志向のニーズにも対応している。

今年のバレンタインデーは、新型コロナウイルスの影響で例年とは少し違ったものとなりそうだ。直接会って、手作りチョコを渡すことが叶わない人もいるだろう。今年は、私たちの手に届くまでの裏側に想いを馳せながら、ゆっくりチョコレートを楽しむのも良いかもしれない。

（西室美波）



《大学生のためのトレンド講座》第2回

きらめきのショコラパーク

トレンドの最前線にいる方から、トレンドについて学ぶ連載企画「大学生のためのトレンド講座」第2回は、チョコレートの祭典「アムール・デュ・ショコラ」を毎年展開している株式会社高島屋MD本部洋菓子担当バイヤーの古川泰照さんに話を聞いた。高島屋が日本最大級のショコラの祭典にかける思いに迫る。

〇変わり続けるバレンタインデー文化

2000年代の初頭から百貨店各社がチョコレートの祭典という形の催事に力を入れ始め、バレンタイン文化に変化が生じたという。愛の告白として女性が男性にチョコレートを渡したり、社内などで義理チョコを配ったりするのが、当初のバレンタインだったが、友人や家族など気の置けない仲間にまでチョコレートを渡す文化が広がった。

そして、誰かに渡す前の試食用として自分用チョコも普及した。近年では、普段購入することができないチョコレートを求めて自分用チョコを購入する人が増加している。

〇バレンタインチョコレートのトレンド

トレンド情報の収集には、取引先からの情報やSNSで流れてくる情報を参考にしている。都内の店舗であれば、足を運んで食べにいくこともある。

以前はルビーチョコレートやブロンズチョコレートなどの新製品そのものがトレンドだったが、現在はチョコレートの楽しみ方がトレンドになっているという。友チョコや自分用チョコ、プチ贅沢チョコなどバレンタインチョコレートの使い道は多様化している。

〇「アムール・デュ・ショコラ」での工夫

さまざまな切り口を設け、より深くチョコレートのことを知ってもらうことがプロモーションとして長続きする一つの方策だ。新型コロナウイルスの影響により今年は開催しないが、通常なら会場でソフトクリームを販売したり、ショコラティエを場に招きシェフと購入者の接点を作り出しているという。インターネットで何でも購入できる時代になったからこそ、会場に来ないと楽しめないことを重視している。

「チョコレートはさまざまなバリエーションがあるので、味の違いも含めて楽しんでいただきたいですね」と古川さんは語った。

〇伝わらないと意味がない

高島屋はプレス発表会を毎年おこなっている。「お客様に伝わらないと我々には意味がないので、宣伝はしっかりやらなければならないと意識しています」と古川さんは話した。プレス発表にはブロガーやインフルエンサーも招待しているのだという。「そういった方が試食の感想を含めて情報発信することで、売り上げに影響が生じます」と古川さんは語った。

〇コロナ禍のバレンタイン

「アムール・デュ・ショコラ」の準備は5月から始まる。「今年のバレンタインは新型コロナウイルスが収束しているかわからない状況だったのでコロナ禍でもお客様に楽しんでいただけるものは何か考え、その段階から企画を出して取り組んでいました」と古川さんは話した。オンライン飲み会向けに画面映えする動物チョコレートやワインとのペアリングチョコレート、コロナ太り対策に糖の吸収を抑える砂糖を使ったチョコレートなどコロナ禍ならではの商品を取り揃えているという。これらの商品にはこういう時だからこそ自宅でチョコレートを楽しみ、癒しにつながってほしいという願いが込められている。そして、社会性が一つの切り口となり、障がい者雇用の商品や購入することで医療従事者に寄付をすることができる商品も取り扱っている。会場に足を運ぶことが難しい場合は、高島屋オンラインストアでも商品を購入できる。

「オンラインでも店頭でもお客様に楽しんでいただける商品を取り揃えているので、ぜひとも高島屋にアクセスしてチョコレートをお買い求めいただきたい」と古川さんは語った。

1年の中で世界中のチョコレートを楽しむことができるのはこの2、3週間だけだ。自分なりの方法でバレンタインを楽しんでみてはいかがだろうか。

（井上萌子）

MORINAGA　Takashimaya

Valentine特集

春季リーグ戦直前特別インタビュー

慶應義塾大学野球部　廣瀬 隆太 内野手

春季リーグ戦まで残り2ヶ月を切った。2季連続で2位に終わった慶大野球部。3季ぶりの優勝を目指す慶大野球部のキーマンとなる選手が廣瀬隆太内野手（商1）だ。

慶應義塾高校時代は、第100回全国高等学校野球選手権大会で2年生ながら4番を任され、昨年の秋季リーグ戦では1年生唯一のレギュラーに抜擢され、ベストナインの活躍をみせた。野球エリート街道を歩む彼に活躍の秘訣を聞いてみた。

慶應幼稚舎出身の彼は六大学野球の舞台を小学生の頃から見てきた。その舞台は、今まで思い描いていたそのままの「夢のある舞台」だった。「単純にレベルが高く、その分の飛ばしたいように飛ばした結果、そうなりました」と話す。

同じポジションには、同学年に明治大学の上田希由翔選手がいる。ライバル意識を抱く気になる存在だ。「パワーもミート力も上田選手の方が上だと思います」と話す。そんな中で獲得したベストナインというタイトル。「上田選手とのタイトル争いもあったので、ベストナインをとれて嬉しかったです」と話してくれた。

自分の性格はマイペース。緊張とかはしないタイプであり、1年生唯一のベンチ入り、レギュラーとなったが、プレッシャーは感じずに、割り切れたという。秋季リーグ戦の活躍の秘訣は「自分を信じて、自分のスイングをリーグ戦期間中貫き通せたことだ」と話す。

今オフのテーマは「柔軟性」。トレーナーと相談しながら、秋季リーグ戦で動きが硬くなってしまった課題を克服するためだ。「去年の1年は筋力をあげることをメインにやってきたので、今年は鍛えた筋肉を野球に生かすために柔軟性をテーマにトレーニングをしている」という。

憧れの選手は正木智也選手（政3）。中学生時代から背中を追ってきた偉大な存在だ。「練習量も打撃の知識も本当に凄いので、いつもよく教えてもらっています。可愛がってもらっています」と話す。そんな廣瀬選手の思い描く打者像は「三冠王を取れる打者」。「ゆくゆくは4番を打ちたい」と話してくれた。

2位に終わった昨年、先輩の涙を間近で見た悔しさを晴らし、3季ぶりの優勝を果たすには彼の活躍が必要不可欠だ。

（山本結以）

慶應 AO
推薦入試対策
法学部 FIT 入試
SFC AO 入試
文学部 自主応募
理工学部 AO 入試
看護医療学部 AO 入試
で実績多数！！
小論文・一般入試にも対応
無料の個別相談受付中です。
詳しくはホームページをご覧ください。
AO入試・推薦入試・小論文対策の塾 洋々
TEL. 03-6433-5130
ホームページにて合格者の声掲載中！
洋々 AO入試 検索
渋谷本校・Skype 授業
http://you2.jp/

Campus Idol

環境情報学部2年　奥原 ゆきの さん

秋学期も終わり、卒業や新たな門出が近づく季節となった。今月号のキャンパスアイドルは環境情報学部2年の奥原ゆきのさん。パッとはじけるような笑顔と、どんな時でも明るいポジティブさが魅力だ。

彼女の魅力はそんなおっとりとした可愛らしさだけではなく、その真面目さにある。

今一番頑張っていることを聞くと、15年以上続けているというチアリーディングを挙げた。中学から本格的に競技チアを始め、高校までキャプテンを務めた。大学生となった今では週五日の練習に励んでいる。彼女が心がけるのは観客があっと思わず声を出してしまう演技だ。「チアは“cheer”と書きますが、その言葉通り、観ている人を元気にさせてあげられるようなそんなチアリーダーになりたいです」と笑顔で語る。

彼女が人生で最大の挑戦として挙げたのはミス慶應SFCコンテストへの出場だ。見事グランプリに輝いたが、結果以上に得たものは大きかったという。「笑顔は伝染していくものだと感じました。配信に来てくださった方からの「楽しかった」という声や、応援していて良かったと言っていただけることが本当に嬉しかったです。」頑張った分だけ必ず結果は帰ってくること、そして多くの人に支えられてこそのグランプリだと実感したと当時を振り返る。

そんな彼女の理想の女性像は「自立した強い女性」だ。女優の田中みな実さんと石原さとみさんを例に挙げ、「お二人のように自分の意志を持った、芯のある女性になりたいです」と力強く語ってくれた。

今ハマっていることを聞くと、漫画を読むことという答えが返ってきた。『ハイキュー!!』や『バクマン。』の熱烈なファンだという。「ほかにもネットフリックスを観たり、料理を作ったり、小説を読んだり、自粛期間に趣味が増えました（笑）。もしかしたらインドア派なのかもしれません、と照れ笑いを見せる。

最後にコロナ禍が終わった後の楽しみを聞くと、最高のチアパフォーマンスを対面でお客さんに見せることだと笑顔で語ってくれた。彼女のチアを見に行き、たくさんの元気をもらう。そんな日も遠くはないだろう。

（ニノミヤ）

RBM
Residence Building Management
不動産の総合プランナー
企業・ワーカーの良きパートナーとして、
オフィスビルやレジデンスを通じて、安全、快適、
そしてクリエイティブな環境づくりの実現を目指し、
RBMは日々挑戦を続けています。
▲22卒向けインターンシップ情報はこちら
レジデンス・ビルディングマネジメント株式会社

塾生新聞会では、メンバーを募集中
私たちと一緒に記事を書きませんか？
welcome.jukushin52@gmail.com
までご連絡ください！　※慶大生のみ入会可

障がいのある学生のための就活サイトなら クローバーナビ
2022卒学生の就活を応援！
★先輩社員からの就活アドバイスVOICE公開中！
就活に迷ったり不安を感じたりしている人に送る、成功者である先輩からの就活アドバイス＆お役立ちコンテンツ
★インターンシップ情報随時更新
インターンシップ募集中企業の最新情報を随時更新中！
★就活イベント予約受付中！
障がいのある学生のための就活スタートダッシュセミナー
日時 3/1(月) 11:00～17:00(受付10:30～)
会場 御茶ノ水ソラシティ
新卒障がい者採用に積極的な人気企業が集結！
NTTドコモ／JALサンライト
大和証券／東芝※事業会社5社合同
日本放送協会（NHK）／日本たばこ産業（JT）
東日本電信電話【NTT東日本】 ほか
無料会員登録受付中
まずはクローバーナビをチェック！ クローバーナビ 検索
就職支援の実績45年以上!!
人と企業にInnovative Solution
株式会社 ジェイ・ブロード