

POSBANK、バレンタインチョコの売れ筋。2位と3位に、明治の板チョコ、ガーナの板チョコ。あなたは、どっち？

1月の末から2月の中頃にかけて、毎年のようにバレンタインの話題でにぎやかになります。とくに今年の場合は、チョコレートのブランドショップでも、デパートのチョコレートイベントの会場でも、海外のブランドチョコやギフトボックスは、例年以上に女性たちの注目を集めていました。それには、ひとつ理由があると思われる。本命チョコとか義理チョコを贈る、これまでのバレンタインデーの目的に加えて、チョコを贈ることで日ごろお世話になっている人、上司とか先輩、同僚・友人に、感謝の気持ちを伝えようとする人たちが増えてきたようです。お歳暮やお中元と同様に感謝の気持ちを伝えられ、チョコレートを介在しているだけに、ちょっとカジュアルな感覚もいいですね。普段は口に出せない父親への感謝の気持ちも、バレンタインのチョコで伝えられます。今年は、手作りチョコへの関心も例年に増して多かったようですが、こうした「ありがとう」の気持ちを伝えやすいからでしょうか。チョコレートメーカーは、手作りチョコの店頭プロモーションとテレビCMに力を入れ、コンビニ店頭では、明治とガーナの板チョコが、チョコレートコーナーの真中に置かれていました。心が込められた手作りチョコには、ブランドチョコやギフトチョコとは違った、真心の魅力がありますね。首都圏250店以上のコンビニPOSデータを集計、売れ筋とトレンドがいち早く捉えられるPOSBANKのデータに、今年のバレンタインの傾向が見られます。

グラフ1. は、チョコレートカテゴリー、日別販売数量推移です（第50週～第7週）。今年の第7週の上位5商品の推移を見たグラフです。ここでは、チロル、スニッカーズ、ダースの各社の定番チョコレートと、手作りチョコに使われる明治とガーナ、2つの板チョコの推移が見られます。普段は静かな存在の板チョコですが、バレンタインが近づくにつれて徐々に右肩上がりでも推移しているのが分かります。「明治ミルクチョコレート」も、ロッテ「ガーナチョコレート」も、バレンタイン直前の3連休が始まる9日（土）あたりから、購入されています。この頃から、手作りチョコの製作が始まっているわけです。今年は、3連休にじっくり作っておいて、14日に渡そうというパターン的人也多かったようです。ただ、それにしても、「明治ミルクチョコレート」は、前日製作派が多いですね。その点では、ロッテ「ガーナチョコ」は、なんと当日派？ 材料の板チョコが、自宅や、学校、会社近くのコンビニですぐに揃えられる点を、うまく活用していますね。「明治ミルクチョコレート」も「ガーナチョコ」には及びませんが、当日派がかなり見られます。毎年のことだけに、余裕といえますか、手慣れた人も多いのかもしれませんが。◎ ところで、このグラフからもうひとつ、興味深いことが見つかります。グラフの左端、12月23日の「明治ミルクチョコレート」のピークが、それです。この日は、普段の日の40～50%近くも多く購入されていますね。多分、クリスマス用の手作りケーキなのでしょう。ガトーショコラとか、チョコタルトとか、トリュフとか、今年はデコチョコなんか人気なそうですが、板チョコメーカーが毎年開催している、「手作りチョコレート教室」の成果ともいえそうです。その点では、手作りチョコを楽しむ機会は、ますます増えそうですね。◎ さて、当日の首尾は？ 恒例ですが、今年も14日は、「チロルチョコ ミルク」のピークが目立っています。義理チョコが多いと思われるが、気持ちの問題ですから、コミュニケーションのキッカケにいいですね。次は、来月の14日。最近ホワイトデーは、ぱっ！としないのですが、今年はどうなのでしょう。首都圏250店以上のコンビニPOSデータを集計、売れ筋とトレンドがいち早く捉えられるPOSBANKのデータに、現れてくるかも知れません。

売れ筋・トレンド、POSに出る

POSBANK

83カテゴリーの単品ランキング有料情報はこちら [FK・Mards](#) 又は [Mpac](#)

