

要旨

タイトル「日本ではみんな、甘いものが大好き」

(注：ポルトガルの格言「みんな、甘い物と暑いのが大好き」のもじり)

(1) 冒頭挨拶

ポルトガルでの日本食の普及、「和食」のユネスコ無形文化遺産登録予定に言及。

(2) 日本におけるお菓子の略史

6世紀に仏教と共に大陸の菓子が伝来。

7世紀には京都にお菓子の神社(菓祖神社・吉田神社)が建立。

奈良・平安時代には松の実、栗、柿などが特別な儀式で使用。

抹茶伝来後、室町時代に茶の湯の発展と共に茶菓が広まり。

16世紀にポルトガル人日本到来、南蛮菓子を伝来。

江戸時代には南蛮菓子が全国に広まり。

1868年の明治維新後は洋菓子が普及。

1911年には第一回帝国菓子飴大品評会開催。

その流れを受けて全国菓子大博覧会が現在に続き、今年は広島市が4・5月に「ひろしま菓子博2013」を主催。

(3) 日本のスイーツ市場

日本政府統計によれば、日本の一人当たり、食費への平均支出年額は702000円で、その内、お菓子へは49752円、即ち7%以上を支出(2012年)。

1960年は5.4%、65年は6.3%で、微増を続けてきている。

これに贈呈品用のお菓子の購入額を加えると、比率は1%増えて8%強となる。

ある民間調査会社の国内スイーツ市場調査によれば、2013年見積もりで、小売市場の規模は7457億円、その内、コンビニが1812億円の規模。他方、駅ビルや空港など交通ルートでは3473億円の規模。こちらは主にお土産用のお菓子。

近年、日本のスイーツ市場では、バームクーヘン、ラスク、マカロン、ロールケーキなどが流行してきた。ローソンのプレミアム・ロール・ケーキは大ヒット商品。

また、キリスト教の祝日にあわせてスイーツが売れ行きを伸ばすのも日本の特徴。例えばバレンタインデイの前にはチョコレートがよく売れ、クリスマスイブの前にはケーキがよく売れる。

(4) 日本におけるポルトガルのスイーツ

Confeito が金平糖に、Pao-de-lo がカステラに発展したのはよく知られている。しかしこれだけではない。

現在、Pastel de nata はエッグタルトとして人気を高めている。ローソンでも販売。

最近では東京の代々木や麻布に、ポルトガルのスイーツを専門的に扱う店も開店。

日本での新規市場開拓は、難しいかも知れないが、挑戦してみしてほしい。

ポルトガルの格言で、「苦いものを試さない者は、甘いものを食べるに値しない」と言うように。