

# Les tablettes de cette semaine #28

一週間ほどフランスを旅してきました。今日はそこで感じたチョコレート事情を少し書いていこうと思います。

街中にはとにかくたくさんのチョコレートショップがあふれています。スーパーに行くと様々なブランドのタブレットがところ狭しと並び、それだけで1レーン埋め尽くされているほどです。街のチョコレート屋さんに入ると、地元の方たちがバロタンと呼ばれるチョコレートを入れる箱に、500グラムとか、ボンボンショコラをどんどん詰めてリボンしてもらっていたり、「いつものタブレット」と一枚の板チョコを買っていたり……。とにかく、生活の中にチョコレートが入り込んでいるんです。

そんな中、ここ数年で変わったなと思うのが、スーパーや百貨店などで、以前はヴァローナやボナ、プラリュなどの自国のブランドが殆どだったんですが、今は、ブラジルやベトナム、そしてアメリカのチョコレートも数多く並んでいることです。新しく並ぶようになったものの多くがまさに「bean to bar」のメーカーなのです。

3年くらい前から、カカオ生産国で、パッケージまで一貫して製品を作るというメーカーが流行になり、パリのサロンデュショコラなどでも目をひいていました。はじめてそのやり方を取り入れたのがマダガスカルだったと記憶しています。

しかし、そういったメーカーにおいては、味やクオリティは二の次になっているところが多い気がします。マーケティングの観点から見ればとても上手に売り出していたり、話題性を打ち出していたり、パッケージがきれいだったり、それはそれで素晴らしいのですが……。これからのこの市場において、大きな課題はそこにあるのではないかと考えています。実際、なぜかチョコレートやお菓子業界以外からの参入者が多いです。

そんな中、アランデュカスがパリにオープンしたチョコレートショップは、味、チョコレートのクオリティ面では群を抜いています。(彼は、知名度もあり、資金も？あり、スタートラインが既に違うかもしれないですけど……。)しかし、これくらいの味やクオリティで平均化しなければ、今後の発展が難しくなってしまうのではないかと、一消費者に過ぎない私は危惧しております。ということで、来週はアランデュカスのタブレットについてです！！

