

# がんばれクリスマス！

文 木村安兵衛

Text by Yasuho Kimura

**私**の一日はオフィス脇にあるスーパーマーケットで麦茶を買うところから始まります。12月に入りふと気づいたことがあります。松飾りの販売が始まっています。

確かに師走に入っているので松飾りが売られていること自体は不思議なことではないのですが、少しだけ違和感を感じてしまうのです。それはまだクリスマスを迎える前から正月用品の販売が始まってしまっているからです。

調べてみると日本でのクリスマス歴史はあまり古いものではないようです。黒船による開国、クリスマスチャン弾圧などという歴史の話ではなく、『奥様は魔女』というアメリカのホームドラマでクリスマスプレゼントのシーンがテレビで放送されてから、日本でのクリスマスブームが始まったのではないかとされています。私も『奥さまは魔女』のターリンとサマンサを熱狂しながら観ていました。もちろん再放送でしょうから、日本では昭和40年ごろから始まったのではないかと想像できます。

クリスマスが平日に位置するため盛り上がりがないのだろうか？それに対して正月は9連休なので盛り上がりがあるのだろうか？などと思いを馳せながら店内を見回していても正月

がクリスマスを食べ侵食しています。おじいちゃんおばあちゃんしかいない街に来てしまったようです。

子どもたちにはダントツの人気イベントの天敵はいるのだろうか？

ハロウィーンがありました。ハロウィーンというイベントは近年突然と勢力を伸ばし始めた新興勢力です。10月末になると昼間は子どもたちがパレード、夜になれば大人たちが乱痴気騒ぎをしています。昼間は消防署、各町内の店では子どもたちを受け入れるためにお菓子を準備しています。

ではクリスマスとハロウィーンの違いは一体どこにあるのでしょうか？クリスマスは教会でミサに参加して、家族で過ごす行事から、バブル期にはカップルで過ごすイベントに変化しました。12月24日の晩にはドラム缶4本分の精液が使用されるというおかしな統計まで飛び出す始末でした。ホームパーティーではサンタクロースの格好をするおじさんに子どもは熱狂し、大人は高級フレンチやイタ飯と称するレストランで食べ、ホテルに駆け込むのです。これに対してハロウィーンは自分たちが仮装するとうい違いがあります。クリスマスが受け身なのに対してハロウィーンは参加型のイベントとなっています。

近年の日本は物質的消費から体験型の消費に変化する傾向にあるようです。クリスマスも今後全員参加型のイベントに進化を遂げないと廃れてしまうのではないかと危惧しています。今年は大手のお菓子屋もクリスマスケーキは予約販売のみという会社も増えてきました。

パン屋、お菓子屋、おもちや屋のためにもがんばれクリスマス！

## Profile

1969年生まれ。慶應義塾大学法学部卒業後、千代田生命保険相互会社に入社。その後アメリカで唯一のFDA（米国食品医薬品局）研究機関である米国立製パン研究所へ留学、ベーキングサイエンスを研究する。ニューヨーク、フランスにて修業を積んだ後、その腕前と経営センスを見込まれ、エリック・カイザーの在日パートナーとして、2000年に株式会社プランジェリーエリックカイザージャパンを設立。2001年メソソカイザー1号店として東京・高輪に店舗をオープンし、2020年現在41店舗を数える。

