

## 3月14日の「ホワイトデー」は博多から?! 博多銘菓「鶴乃子」の石村萬盛堂が発祥。

「バレンタインデー」のお返しの日として定着した『ホワイトデー』。その発祥はマシュマロを使った銘菓「鶴乃子」で有名な福岡の老舗和菓子屋から始まった。



### 博多銘菓「鶴乃子」

博多で100年以上愛され続ける銘菓  
『鶴乃子』はふくよかなマシュマロ生地の中に風味のよい黄味あん。  
甘さをおさえたまるやかな味わいです。



### ホワイトデーは「チョコマシュマロ」からはじまりました。

現社長石村善悟が銘菓「鶴乃子」からヒントをえて、バレンタインデーのお返しにと開発した定番の「チョコマシュマロ」は一度食べたら癖になります。

本案件に関する報道関係の皆様からのお問い合わせ先

#### 【石村萬盛堂 販売企画部】

担当/石村、宮川

〒811-0112福岡県糟屋郡新宮町下府 2 - 12 - 24

TEL:092-962-5000 / FAX:092-962-3335 [www.ishimura.co.jp](http://www.ishimura.co.jp)

## PRESS RELEASE

スイーツで想いを伝える、通わせる

# 2013年ホワイトデー「気持ちを伝えるって楽しい！」

株式会社石村萬盛堂（本社：福岡市博多区、代表取締役社長：石村僊悟）は、2013年のバレンタインデー、ホワイトデーのテーマを「気持ちを伝えるってたのしい！」とし、展開して参ります。愛情の表現として、また日頃伝えることのできない感謝を表現するツールとして、お菓子を通したより深いコミュニケーションを今年のテーマとしました。

震災から2年が経過し、我々は改めて平凡な日常生活の中に存在する何気ない「絆」や日頃のコミュニケーションの重要性に気がついたように思われます。親子、夫婦、恋人同士とそれぞれが関わる形も違えば、表現方法も違います。そんなそれぞれのコミュニケーションをよりスムーズにしてくれるのがスイーツだと信じ、気負わない、だけどもらうとうれしいギフトを今年も楽しく、かわいいラインナップで揃えました。

あの人の顔を浮かべながら、贈られた物へのお返しを選ぶ。  
お返しのラインナップはおまかせあれ！

### CAFE MARCHÉ

大人気の「CAFE MARCHÉ」、カラフルなマカロン、ブラウニーやカップケーキなど大人気スイーツのラインナップが揃いました。



### ChouChou Guimauve

「もらったチョコレートを優しさで包んでお返し！」ホワイトデーのコンセプトはそこから始まりました。ホワイトデー発祥のブランドから今年もバラエティにとんだフレーバーを御楽しみください。「元祖マシュマロ」のストーリーを添えてどうぞ。



### BON Cinq PÂTISSERIE

洋菓子「BON Cinq (ボンサンク)」からは定番アイテムからバレンタインギフトにぴったりなショコラ系アイテムを揃えました。



WHITE DAY  
2013.3.14



## PRESS RELEASE

### ホワイトデー(マシュマロデー)は石村萬盛堂からスタートした？

はじまりは…思いつき？！

昭和52年のある日、現在の社長 石村僖悟がお菓子のヒントはないものかと少女雑誌をパラパラとめくっていたところ、偶然ある記事に出会います。

「男性からバレンタインデーのお返しがないのは不公平。  
ハンカチやキャンディー、せめてマシュマロでも・・・」。

それをみた石村はあることに気がきます。

当時、石村萬盛堂は博多銘菓「鶴乃子」を主力商品に和菓子屋として商いを行っていました。

「男性から女性へマシュマロをお返しする文化を、鶴乃子をきっかけとして作れないか？」

そこで考えついたのがマシュマロの中にチョコレート包餡して

“君からもらったチョコレートを、僕のやさしさ(マシュマロ)で包んでお返しするよ”

というコンセプトを抱え、福岡随一の百貨店であった「岩田屋(現三越岩田屋)」へ提案。

思考錯誤のマシュマロデー

ではマシュマロをお返しする日をいつにするのか？ 社内の女性達を集めた企画会議で、

①バレンタインデーの日付を逆にした4月12日

②1週間後の2月21日

③1か月後の3月14日

の3候補が出てきました。

しかし同時に懸念材料も。

候補①は2か月も空いてしまい、間延びするのでは・・・。

候補②はバレンタインデーから1週間後のお菓子屋としての多忙すぎるスケジュールにちゃんと対応できるのか？という不安が。すると岩田屋さんは

「そら石村さん、一番ひまなる(暇になる)3月14日がベストですね！」

とのアドバイスもあり、候補③の3月14日にすることが決定しました。

昭和53年3月、男性から女性へバレンタインのお返しにマシュマロをプレゼントする

「マシュマロデー」がスタートしました。

しかし数年間は売上の厳しい期間が続きました。

ホワイトデーの文化がスタート

「マシュマロデー」を7～8年程続けたころ、百貨店よりバレンタインデーのお返しにはマシュマロだけではなく、もっと幅広くバレンタインデーのお返しの文化としてできないか？

「マシュマロデー」ではマシュマロアイテムがどうしても中心になってしまうため、

「マシュマロの白」を想起させる「ホワイトデー」に名称を変更できないかとの申し出。

それが功を奏し、お菓子業界にとどまらず、

その他食品、衣料品など各業界の参入もあり現在の「ホワイトデー」の文化が定着しました。

### ホワイトデーに対する男女の“本音”を調査中！ 「2013年ホワイトデーに関する意識調査」結果 coming soon!

石村萬盛堂では2013年のホワイトデーに関する男女の意識や消費傾向をインターネットを使って調査を行っております。

「女性はぶっちゃんけ、ホワイトデーに何が欲しい？」

「実際にホワイトデーに男性はいくら使っているの？」

など、男女の本音を調査中です。

震災以降、顕著に見る事が出来た「贈られた気持ちには、お返しをする気持ち」。

消費行動からみえるホンネをひも解きながら日本人男性の本質に迫ります！

調査結果は追ってリリースさせていただきます。

結果発表：3月5日頃予定 調査協力 凸版印刷株式会社九州支社