

第二課 「進学/バレンタインデー」

バレンタインの習慣—会社文化編—

女性社員：今年も女子社員から男性社員へバレンタインのチョコレートを配りますので、チョコレート代を徴収します。一人五百円お願いします。

女性社員：よろしくお願ひします。あ～あ、職場の習慣だといっても、毎年毎年バレンタインデーにチョコレートを配るなんて本当に面倒くさいですね。

女性社員：本当。でも、これも職場の潤滑油だから。

女子社員：あの、これ女子社員からのバレンタインチョコレートです。

男性社員：あ、ありがとう。(あ～あ、義理チョコをもらって嬉しくないよ。それに、一ヶ月後のホワイトデーには、どんなお返しをすればいいのかなあ。ああ、頭痛い！)

在台灣，一提到情人節，大多會連想到2月14日的西洋情人節，以及述說中國古代牛郎、織女凄美、浪漫故事的農曆7月7日七夕情人節，兩者都是東西方文化相互交流與融合下的產物，近年隨著台灣經濟起飛，人民生活富裕，且在商業化的炒作及媒體的推波助瀾下，深受年輕族群重視與廣泛的慶祝。

日語的情人節用語為「バレンタインデー」，這個外來語源自「Valentine's Day」，與曾納入西方天主教聖人曆中的聖瓦倫丁日（St. Valentine's Day）相關，可見日本情人節也是在西方的影響下所產生。儘管如此，日本在情人節送禮上，卻發展出獨特的日式情人節送禮習慣，亦即女方於2月14日情人節準備黑巧克力送給心儀對象，暗示自己的愛意；男方如果接受女方的間接告白，則於隔月3月14日回贈白色巧克力給女方。據說這個由女方表態，看似男女不平等的習慣，完全是日本商人的行銷策略，最後形成所謂的白色情人節「ホワイトデー（White Day）」，並隨哈日風潮引進台灣。其實，相較於現代以巧克力等物品表露心意，日本古代，從「垣間見（かいまみ）」窺探心儀對象，到寄贈「和歌（わか）」抒發情感的傳統男女交往形式，似乎更增添一絲浪漫氣息。

另外，與情人節相同，日本升學考也在二月至三月上旬，如火如荼地為新學期四月入學的新生舉行入學考，這為名校附近的店家帶來商機，但也造成飯店一房難求的現象。