

aff

あふ

Agriculture Forestry Fisheries

食とくらしの「今」が見える
Webマガジン

6

2026 JUNE



特集

なか

しょく

広がる「中食」

農林水産省

VOL.

1



「中食」の今

なか
しょく

時間と心にゆとりが生まれる 持ち帰って食べる“食”のスタイル

「中食（なかしょく）」をご存じですか？「中食」は多くの人にとって日々の食事を支えてくれる、頼もしい相棒になりつつあります。

食

「中食」って何？



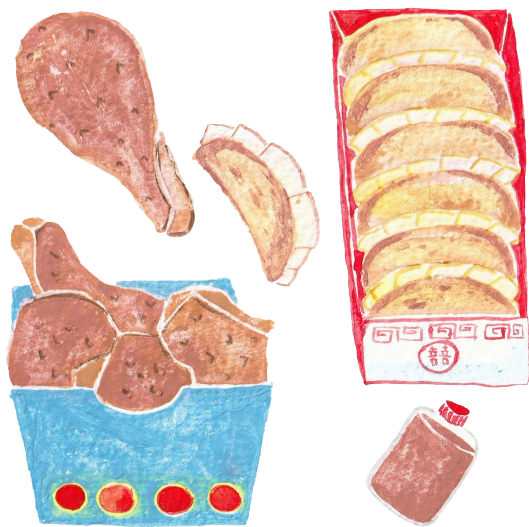
おいしさ、手軽さ
プラス栄養



「中食」で楽しむ
日本の風物詩



「中食」 って何？



「外食」はよく知られているけれど、「中食（なかしょく）」って何でしょうか？ 実は、テイクアウトして家で食べる食事でも中食のひとつ。今、幅広い世代に利用されている中食とは何か、またその広がり理由をひも解きます。

* * *

コンビニエンスストア（以下コンビニ）のお弁当、スーパーマーケット（以下スーパー）のお惣菜……。忙しい日でも、食べたいものを持ち帰ってすぐに食べられるといった体験にホッとしたことはありませんか。中食とは、市販のお弁当やお惣菜などを買い、家や職場などに持ち帰って食べるスタイルのことを言います。レストランなどへ出かけて食べる「外食」と、家庭でつくって食べる「内食（ないしょく）」とともに、食事スタイルとして定着し、近年、その需要は拡大し続けています。おいしいものを手軽に食べられることは、日々の安心感や心のゆとりにつながります。また、食べることは幸福感を満たす大切な行為のひとつであり、中食はこの“しあわせ”を支える一端を担っています。

なぜ「中食」は 広がったの？

社会変化とライフスタイルの多様化

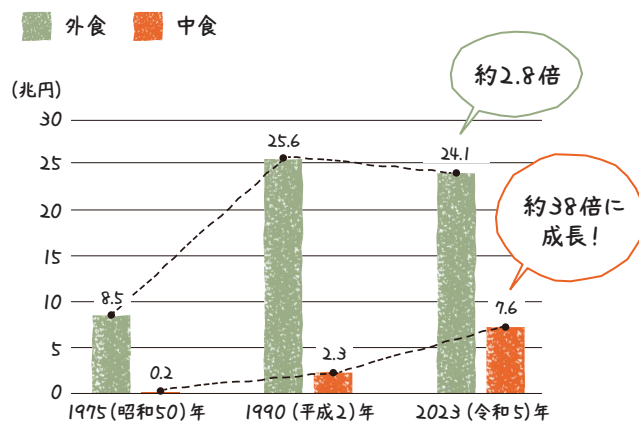
昔も今も、中食は働く人たちのランチタイムを支える大切な存在に変わりありません。加えて、共働き世帯やひとり暮らしの増加、テレワークが普及するなどの社会変化が進み、ライフスタイルに合わせて人々のニーズが多様化したことにより、日常の食事としても広く利用されはじめています。さらに「調理の手間をかけたくない」「おいしいものをより手軽に食べたい」といった、食事の簡便化志向への変化とともに、その日、その時の気分に合わせて選べるといった中食の特徴は、忙しい現代人の心に余白をもたらし、暮らし全体の満足度を高める存在となっています。

毎日に寄り添うちょうどよさ

中食の利用が拡大した背景には、すぐに食べられる調理済食品、いわゆるお弁当やお惣菜を扱う小売店が全国に広がったことも理由のひとつと言えます。

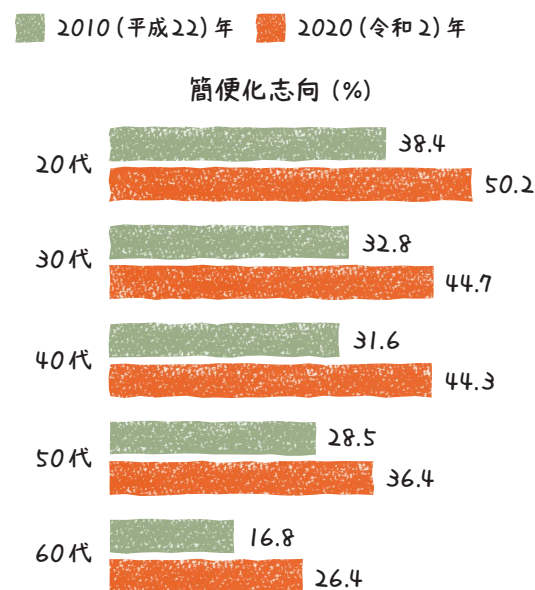
昭和の時代には、お肉屋さんやお惣菜屋さんなどの商店が販売するおかずや、中華料理、お蕎麦、お鮎などの出前が中食需要の多くを担っていました。時代の移り変わりとともに、デパートでは地下惣菜売り場の人気が高まり、惣菜専門店やスーパーなど中食を製造販売する小売店が増加。さらには、コンビニが全国に広がったことにより、外出帰りに気軽に寄れる「ちょうどいい距離感」での日々の寄り添いが、中食需要の拡大を後押ししていると言えます。

中食市場は約50年で約38倍に！



出典：日本フードサービス協会、食の安全・安心財団による推計より、編集部作成 注：中食は、料理品小売業（弁当給食を除く）としての値

食事の簡便化志向は増加傾向



出典：日本政策金融公庫「消費者動向等調査（食の志向調査）」の2020（令和2）年1月調査および、2010年（平成22）年6月調査結果を基に農林水産省作成より、編集部作成

おいしさ、 手軽さ、 プラス栄養



「出来合いのお弁当やお惣菜はラクだけど、栄養が心配…」
と思われることもあるかもしれません。必要な栄養素をしっかりと摂るための中食メニューの選び方・食べ方のコツを、料理研究家で栄養士の、ほりえさわこさんがアドバイスします。

* * *

「近年、コンビニやスーパーなどでは、様々な調理済食品が誕生し、日本のお弁当・お惣菜の研究開発力はすごい！と感心するほどです。ただ、消費者は好きなものを中心に購入する傾向があるため、塩分過多や、栄養の偏りが気になります。大切なのは『栄養バランスを整える』こと。どう選んだらいいか迷ったときは、ぜひ『給食の献立』を思い出してチョイスしてみてください。基本は、一食の中で『主食（ごはんやパン、麺類など）』『主菜（肉や魚など）』『副菜（野菜やきのこ、海藻類など）』を適度に組み合わせること。中食は好きなメインのおかずで選びがちですが、肉や魚を交互に選ぶようにしたり、揚げ物など同じ調理法のものが続かないようにしたりを、意識しましょう」

食品表示や組合せを意識して選ぶ

「今のお弁当やお惣菜のパックには様々な情報が記載されていて便利です。選ぶ際には、商品についているシールの『栄養成分表示』をぜひ確認してみてください。カロリーやたんぱく質、脂質、炭水化物（糖質・食物繊維）、塩分量などが表示されているので、例えば、ダイエット目的ならカロリー数値の低いものを選んでみたり、減塩を意識するなら、より塩分量の少ないものを選んだりするといいでしょう。栄養バランス的には、幕の内弁当のように色々な食材や調理法が使われているものがおすすですが、おにぎりや丼物などを選ぶ際は、副菜となる野菜・海藻・きのこなどを使ったお惣菜をプラスしてみてください。たとえば、加熱した緑黄色野菜のお浸しやナムル、カボチャやブロッコリーサラダなど。加熱すると生より多くの量を摂取できる上、消化吸收時の胃腸での負担が少なく済みます。ただし、野菜は生と加熱それぞれのいい部分があるので、季節や体調に合わせて選びましょう」



野菜が摂れる、健康的な中食も登場

「最近では、健康ニーズの高まりとともに健康を意識した中食も増えています。野菜料理専門のお惣菜店もありますし、コンビニの商品にも野菜をたっぷり使用したもの、管理栄養士が監修した健康と栄養を意識したものも登場しています。健康を意識するなら、こうしたものを積極的に選ぶようにすれば、栄養バランスを整えながらより健康的に中食を楽しめるでしょう」



ほりえさわこ 栄養士／料理研究家

女子栄養大学卒。祖母、母も料理研究家という家庭で幼少期より料理に親しむ。大学卒業後、イタリア、韓国、台湾に料理留学し家庭料理を学ぶ。現在、企業や広告のレシピ開発、調理指導のほか、料理研究家ユニット「あすまるさんキッチン」の農家支援プロジェクトで活動。雑誌、テレビなど多数のメディアで活躍中。

「中食」で 楽しむ 日本の風物詩



お正月、節分、お彼岸…日本には季節行事に合わせた食習慣が根付いています。令和の時代の今、日本の行事に欠かせない“食”のカタチはどう変化しているのでしょうか。

* * *

拡大する惣菜市場の中、忘れてならないのは季節ごとの特別な中食の存在です。古来、日本人は季節の節目のお祝いや子どもの成長を願う行事、先祖供養を大切にしてきました。多くの人の心には、一年をとおした様々な行事の中での忘れがたい食の思い出がたくさんあることでしょう。これらの四季折々の行事食は、今も変わらず日本人の暮らしの中で楽しまれています。また、これまで家庭で手間暇かけて手作りしていた特別な行事食は、社会構造の変化に伴い「つくる」よりも「買って楽しむ」という人が徐々に増えつつあります。そうしたニーズに応えるように、行事に合わせた中食も多様化し、より手軽においしくなって、人々の暮らしに彩りを添えています。

一品ずつ選べる おせちも登場

行事食として古来受け継がれている「おせち」。その中食需要は年々高まる傾向にあります。単身やシニア世帯の増加により、「ひとりでもお正月気分を楽しみたい」「セットのおせち重では多すぎる」という声を受け、コンビニチェーンの「ローソンストア 100」には、“食べたいものを少しずつ”というニーズに応えた「選べるおせち」が登場。少量パックかつ、定番から中華、洋風まで、味も種類も多種多様な商品の中から好きなものを自由に選べる便利さと、選びやすい価格も相まって、人気の正月向け商品となっています。



また、日本では古くから「節分」の日には、焼いた「いわし」を食べて邪気払いをする風習もありますが、徐々に「恵方巻き」が広がり、今や節分の代名詞と言えるほどの知名度になりました。一説では、恵方巻きとは、大阪商人独自の風習だったようですが、今では全国のコンビニやスーパーがこぞって販売するほど、節分の定番商品へと成長しています。また、京都で、毎年6月30日に一年の残り半分の無病息災を祈願する「夏越の祓（なごしのはらえ）」で食べられている、「水無月（みなづき）」という和菓子も、行事食として広がりつつあります。おせちや恵方巻き以外にも、年中行事を彩る中食はいっぱいあります。ひな祭りにはちらし寿司、端午の節句には柏餅やちまき、お彼岸には、おはぎやぼた餅、クリスマスにはケーキやチキンが店頭に並びます。土用の丑の日にはうなぎ弁当が並び、専門店に行かずとも夏の風物詩を自宅で手軽に楽しめるようになりました。このように中食は、様々なシーンで日本人の“食”の楽しさを支える、身近な存在になっています。

ひとりひとりの暮らしに 新たな満足を

ライフスタイルの変化の中で中食を選ぶことは、限られた時間を上手に使い、無理をしすぎないためのひとつの手段です。手軽さ・おいしさ、そして自分らしさ。中食は、ひとりひとりの暮らしに、新たな満足をもたらしています。

イラストレーション=南トトコ

VOL.

2



作り手の 想いに迫る

現代生活に欠かせない インフラとしての「中食産業」

社会構造の変化とともに成長する中食市場。
その製造現場では、効率とおいしさを両立させながら、
日々の食卓に「豊かさ」を届けています。

食 地域

「中食」の
製造現場



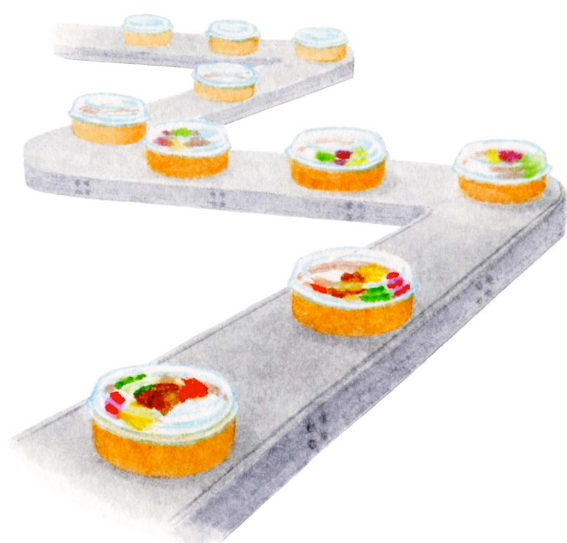
「中食」に温もりを。
手作りへのこだわり



地域に根ざした
「味わい」を届ける



「中食」の 製造現場



高まる中食需要を支えるため、多くの製造現場では自動化やロボット導入が進んでいますが、さらなる「おいしさ」を届けるため、手作り感や思いやりを大切にする中食もあります。

* * *

中食のお惣菜は、かつて「手軽で便利な商品」でしたが、現代では多様なライフスタイルを背景に、日々の食卓を豊かにする存在へと変化しています。忙しい日常の中で調理の負担を軽減するだけでなく、地域の味を伝え、家族団らんの時間を支える役割も担うように考えられています。「2025 年版惣菜白書」（日本惣菜協会）によると、「おいしいものが増えている」「種類が豊富になっている」と感じている人が多く、消費者の間でもお惣菜の価値が見直されています。また、ふだん家庭では調理しにくい料理や、珍しい料理へのニーズに応える存在としても、その役割を広げています。こうした背景から、企業にとってお惣菜は、店舗のブランド力や集客力を左右する重要な商品となっており、より魅力的な商品づくりに加え、売り場づくりへの工夫がなされています。

魅力を高める 製造現場の創意工夫

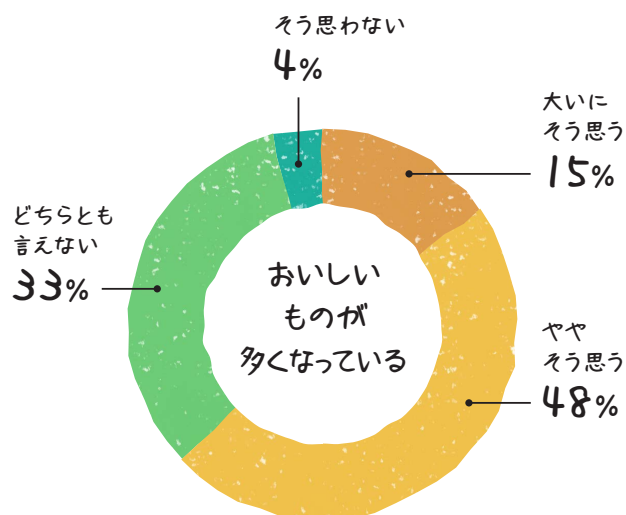
広がる惣菜ニーズと多様化するメニュー

前述の惣菜白書の調査によると購入頻度の高いお惣菜は、お弁当やおにぎりなどの米飯類のほか、「鶏の唐揚げ」と「コロッケ」が男女ともに上位に挙がっています。また、お惣菜を選ぶ際の基準は、1位「おいしさ」、2位「価格」、3位「メニュー」の順となっています。中でも「おいしさ」と「価格」は、調理方法や原材料の調達、製造効率の改善など、中食産業が工夫を重ねて満足度を高めている要素と言えます。約6割の人が「種類が豊富になっている」と回答したことからわかるように、現在の惣菜売り場には特別なスパイスや材料を使用するエスニック料理をはじめ、イタリアンやフレンチ、季節限定や地域性のある商品など様々な商品が並ぶようになりました。味の多様化だけでなく、バラエティ豊かなメニューや彩り豊かな盛り付けによって、売り場全体がより華やかな印象になっています。

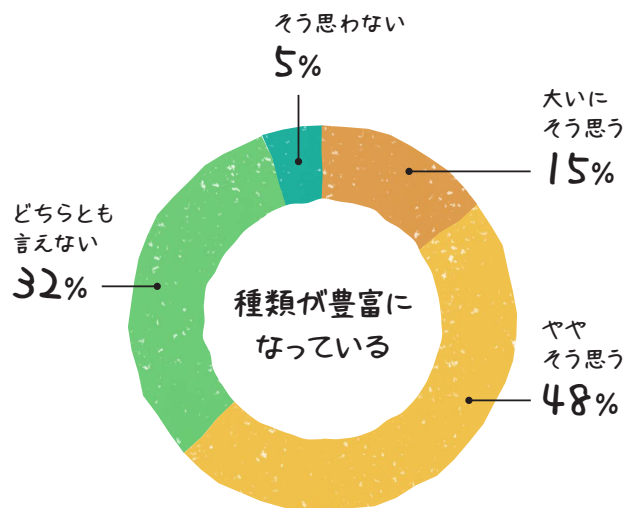
「出来立て」や「豊富な品揃え」が価値に

また、惣菜売り場では、「多種多様な商品ラインナップ」や「出来立てのおいしさ」が大きな付加価値となっています。販売者は単に商品を並べるだけでなく、売り場全体を魅力的に見せる演出や、出来立て感を感じられる店舗づくりにも力を入れるようになりました。こうした流れのなか、製造現場では調理を機械化しつつ、人の手による最終仕上げや盛り付け、店頭調理を組み合わせることで、「おいしさ」を高めています。

惣菜全体への評価



約6割の人が「おいしいものが多く」なり「種類が豊富」になったと評価



出典：日本惣菜協会「2025年版 惣菜白書：消費者動向」より、編集部作成

「中食」に 温もりを。 手作りへのこだわり



こだわりのメニューと、ひと手間かけた本格的なお惣菜を提供する人気のスーパーマーケット、(株)成城石井(1927年創業、本社神奈川県)をご紹介します。

* * *

1970年代、成城石井は女性の社会進出が進む中、「家事に時間を割けなくなった家庭を応援したい」という思いからお惣菜づくりを始めました。「店内厨房で調理する惣菜コーナーからスタートし、1996年に食材の調達や下処理、調理の一部を専用拠点に集約し、各店舗へ供給するセントラルキッチン方式を導入。業界内でも早い段階から、24時間セントラルキッチンを稼働し、商品を安定的に供給する体制を実現しています」と話すのは、同社の商品部でお惣菜とデザートのバイヤーを務める渡邊裕子さん。おいさと効率を両立するセントラルキッチン方式の導入に当たり、調理した商品の質を下げることなく店舗へ配送するため、何度も配送テストを繰り返したそう。また、新しい取り組みとして、家庭でチンして出来立ての味を楽しめるレンジアップ商品を多数開発。いかにおいしく食べてもらえるかを追求しています。こうした取り組みが満足度の高いお惣菜の提供につながっているのです。

1トンのジャガイモを手でむく「ひと手間」

成城石井の「ポテトサラダ」は、30年以上支持され続けるロングセラー。セントラルキッチンでは、1日約1トン（約5000個）の茹でたジャガイモの皮むきを、10人ほどのスタッフが包丁やピーラーを使わずに手作業で行っています。同社セントラルキッチン工場長の松永圭さんは、「ジャガイモは冷めると皮がむきにくなるので、熱々の状態で皮だけをむく。皮がするっとむけるので、実を無駄に残すことができ、ジャガイモ本来のおいしさを楽しめます。でも、大量のジャガイモを前にすると、『機械化したい』と思うこともありますよ（笑）。工程ごとに役割を見極め、効率化できる部分は機械化しつつ、おいしさにつながるひと手間は残しています」と話します。このように、手作業と機械の役割を見極めることで、おいしさと高い生産性の両立が実現しています。



復刻した人気の「成城石井自家製 マスカルポーネのもっちりイタリアンプリン」。こだわりの味わいが人気。

ファンの熱心な声で人気デザートが復活

現在、成城石井で取り扱うお惣菜メニューは約120種。週3品から4品の新商品を開発しているそうです。消費者ニーズの変化に迅速に対応するには、機械に頼りすぎず、人の手による柔軟な対応が必要となります。例えば、社内外の支持を受けて復刻した「成城石井自家製 マスカルポーネのもっちりイタリアンプリン」。元は四角い形状でしたが、型から抜くときに角がくずれやすいのと、作業に手間がかかることもあり、生産を終了していたそう。しかし、社内外からの声を受け、商品の改良を重ねた結果、丸い形状で復活させたといいます。一般的にスーパーにおけるお惣菜の売上構成比は約1割とされる中、成城石井では2割を超えています。これは、創業当初からの「本物の味を、ひと手間かけて届ける」を守り続けているからにほかなりません。

地域に 根ざした 「味わい」を届ける



出来立ての香りや食感を提供するため、半加工・半調理後に各店舗へ配送。地域の味と思いやりのお惣菜を販売する(株)八幡(やはた/1966年創業、本社石川県)をご紹介します。

* * *

70種ものお惣菜を量り売りで提供し、出汁(だし)を活用した地域の味を通信販売で全国へ発信する活動などが評価され、第30回外食優良産業表彰の食文化普及貢献部門・大臣賞を受賞した八幡。同社では、工場ですべてを完成させるのではなく、半調理済み食品や、野菜のカットなど下処理を行った状態で配送。その後、各店舗で揚げる・焼く・和えるといった最終調理を行うことで、出来立ての味を提供しています。同社・製造部長兼工場長の田中正貴さんは、「温かいものは温かい状態で提供することが大切。それが『混ぜる』だけであっても、その工程を店舗で行うだけで味が変わりますから」と話します。「仕込み」と「仕上げ」を分けることで、効率良く、出来立てのお惣菜を提供できるのです。こうした工夫が、店舗ごとの出来立て感や満足度向上につながっています。

出汁へのこだわりが味の基盤

煮物など和惣菜の基本となるのが出汁。同社では、昆布や削り節などの素材にこだわり、丁寧に汁をとっています。「昆布は利尻。それにいくつかの削り節を合わせて出汁をとっています。利尻昆布を使うからこそそのうちの味。工場で素材を用意し、店舗で炊いて出汁をとります。そうすることでより自然な風味を引き出すことができるのです。工場で一括して出汁をとり、冷蔵で運んではこのコクは出せません」と話すのは、同社社長の久保圭子さん。石川県は南北に長く、能登は塩味、加賀はしょうゆ味というように地域によって味の好み異なるそう。そのため、共通の素材を使い、各店舗で出汁をとったあと、最終調理として地域の好みの味になるよう調整しています。



ライフスタイルに合わせたバイキング方式

「お惣菜バイキング」として、様々なお惣菜が量り売りされているのも八幡の大きな特徴です。食べたいものを必要なぶんだけ購入できるため、家族構成やライフスタイルの違いに柔軟に対応できます。「少子高齢化や嗜好の違いにより、必要なお惣菜の量は各家庭によって異なります。そうしたニーズに応えるため、必要量だけ購入できる仕組みを取り入れています」とブロック長の橋場裕さん。そんな同社では、新しい取り組みとしてお惣菜の冷凍自動販売機を試験導入中。店舗の営業時間外でも購入できるようにするほか、未出店エリアへの展開も視野に入れ、より多くの人に八幡の味を届ける仕組みづくりを進めています。消費者ニーズに応じたこうした取り組みは、中食が暮らしに寄り添う存在として、今後さらに広がっていくかもしれません。



八幡が展開するお惣菜専門店「八幡のすしべん」では、食べたい量だけ購入できるお惣菜バイキングが人気。

「中食」が変わる、 食の価値

中食は単なる便利なサービスではなく、日々の食卓を支える生活インフラとして、その役割を広げていきます。効率化とおいしさを両立しつつ、均一化だけに偏らず、地域性をどう生かしていくのか模索しながら、中食産業はこれからも暮らしに寄り添っていきます。

イラストレーション＝ヤマトアノン

VOL.

3



発見！ ご当地「中食」

なか

しよく

郷土の食文化や味を伝える 新しい「中食」

その土地の食材や食文化がギュッと詰まっているのが
スーパーや専門店のお惣菜やお弁当。ご当地中食のおいしさをご紹介します。

食

地域

人気の秘密を
深掘り



地産地消の
こだわり弁当



ほっこり「中食」
おやつ&スイーツ



人気の 秘密を深掘り



その地域でしか食べられない中食も各地で開発されています。その土地の食文化や地元でとれた食材を使用するなど、観光のついでに楽しめる、こだわりの逸品をご紹介します。

* * *

(一社) 全国スーパーマーケット協会が主催する「お弁当・お惣菜大賞」は、「売り場に並んでいたら買いたくなる商品」をコンセプトに、消費者目線で選ばれるもので、今年は全国から15,000件近いエントリーがありました。担当の靱山(もみやま)朋輝さんは、「受賞商品を見ると、そのときどきの消費者の嗜好がよくわかります」と話します。2010年代当初は、コスパとボリューム重視の、いわゆる「茶色いお弁当」が主流でした。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大を機に惣菜売り場は大きく変化したと言います。外食が難しくなったことで各国の料理が並ぶようになり、揚げ物中心から蒸す・煮るといった調理法も増えて、バリエーションが一気に広がりました。さらに健康志向の商品も定着しています。また、単身・少人数世帯の増加やおいしさにこだわった商品の登場を背景に、お弁当やお惣菜を日常的に利用する人が増加。「今ではスーパーマーケット(以下スーパー)にとって、惣菜コーナーは他社との差別化をする最大のポイントとなっており、各社が売り場を拡大しています」(靱山さん)。その受賞商品から中食の進化やトレンドを紹介します。

おいしさも 健康も

健康にこだわり、優秀賞と健康長寿賞をダブル受賞したのが、沖縄県のスーパー、(株)丸大の「沖縄風三色重」。ごはんには味噌と黒糖で味付けしたアグー豚の「合いびきそぼろ」、日本高血圧学会認証の減塩調味料を使用した「にんじんしりしり」、沖縄野菜の「からし菜煮」をのせたお弁当は、彩り鮮やかで食欲をそそる仕上がりに。同社商品開発部部長の大城（おおしろ）良仁さんは「このお弁当は、主食・主菜・副菜が揃い、野菜の量や塩分にも配慮した栄養バランスの取れた食事の基準『スマートミール』認証も獲得。沖縄は健康長寿県とも聞きますが、最近は働き盛り世代の肥満や生活習慣病が増えているそう。そこで少しでも地元の方々に健康になってほしいと、南風原町役場の管理栄養士さんと協力してヘルシーで手軽なお弁当を開発しました」と語ります。同社では、他にも様々なスマートミール認証弁当を開発しており、お弁当全体の売上の4割を占めるほど好評です。その秘密は「おいしさにある」と大城さん。「おいしいから食べてもらえて、結果、健康にもよかったというのが人気の理由になっています」

野菜
156g!!



地産地消の こだわり弁当



地元の食材にこだわった各地のお弁当。地元の人たちはもちろん、観光客にとっても「一度は食べてみたい」と人気が高まっている、地産地消弁当の魅力について探ってみました。

* * *

全国各地で、その地域ならではの食材を使ったお弁当が、SNSなどで話題になっています。地産地消のお弁当が注目を集める理由は、「鮮度のよさ」と、そこでしか味わえないという「特別感」、生産者の顔が見えるという「安心感」といった点にあります。地元のものを食べることは、地域を応援することにつながるため、地産地消のお弁当が人気になっているのです。全国スーパーマーケット協会の靱山さんは、『「鮮度がいい＝おいしい」』というプラスのイメージがあるので買ってみたくなりますよね。そして、実際に買って食べてみると、それが本当においしくて、口コミで広がる。そんな好循環のサイクルが回っています」と分析。地元食材の安心感、おいしさ、そしてその地域の個性を味わえるのが、地域住民や観光客にウケているようです。

地元を元気にする 地元食材へのこだわり

テレビ番組で取り上げられるほど、お惣菜づくりに情熱を傾けているのが、福岡県のスーパー、(株)ダイキョープラザの惣菜部長・梶原正子さん。同社では地元の食材にこだわり、14年連続で受賞。2026年の優秀賞を受賞した「福岡の海と太陽の恵みのランチプレート」は、梶原さんが偶然、糸島で目にした光景がヒントに。「赤ちゃん連れの若いご夫婦が糸島のカフェでランチをしようとしていたのですが、赤ちゃんがぐずってあきらめてしまったんです。おいしい糸島産の食材でおしゃれなランチを気軽に自宅でも楽しんでもらいたいと翌日には開発を始めました」（梶原さん）。糸島は、鯛の水揚げ量が国内でも多い地域。そこでラタトゥイユには特産の鯛を入れて地元らしさを。ほうれん草ニョッキの素揚げ、パプリカのムース、紫キャベツのラペには糸島野菜を使い、付け合わせのパンも糸島産の小麦にこだわる徹底ぶりです。複雑な調理が必要なラタトゥイユは、販売する店舗ごとに味のばらつきが出ないように、自ら各店舗に足を運んで調理法を直接指導しているそう。「商品を開発するときは、食べる人のことを想像してつくるのが私のモットー。私たちが地元の農家や漁師と直接つながることで、旬のおいしい食材をふんだんに味わってもらいたいと思っています。それで地元が元気になるなら、こんなにうれしいことはありません」



ほっこり「中食」 おやつ&スイーツ



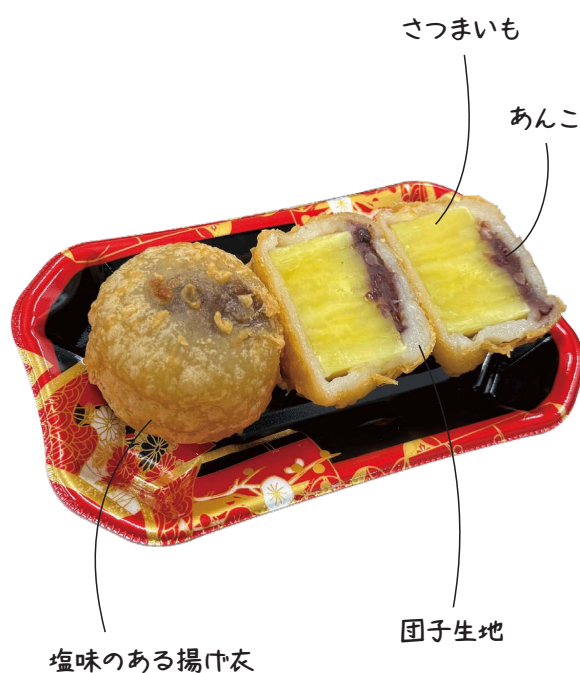
「ちょっと甘いものが食べたい」——そんなひと時を手軽に叶えてくれるのが、おやつやスイーツ。小腹を満たし、ほっこりとした気持ちにさせてくれる中食は、小腹を満たす日々の暮らしに彩りを添えています。

* * *

おやつやスイーツは、和から洋まで幅広いバリエーションがある中食です。コンビニで購入できるおやつやスイーツには、よく見かけるシュークリームや一流パティシエとのコラボスイーツ商品など、様々なものが登場。手軽に本格的な味を楽しめるようになってきました。また、昔ながらの「ご当地おやつ」も人気です。宮城県の「ずんだ餅」や広島県の「もみじ饅頭」のように、全国区の知名度を誇る「ご当地おやつ」中食も数多くあります。近年はスーパーで販売しているおやつやスイーツの製法が大きく変化していると、全国スーパーマーケット協会の靱山さんは語ります。「ひと昔前のスーパーのおやつやスイーツといえば、業務用スポンジとクリームでつくるなど、出来合いの素材を組み合わせるのが主流でした。しかし、今は自社で原材料から加工して商品化するところが増加。中には工場や店舗に専門のパティシエがいるところもあり、より特徴的な商品や手作りに近い専門店化が進んでいます。スーパーのおやつやスイーツは、自分へのご褒美といった『自家需要』が中心です。これから味も見た目もより本格的に進化することで、さらにご褒美感がアップしていくのではないのでしょうか」

地域に愛される味を 大胆アレンジ

熊本の伝統的なおやつ「いきなり団子」をアレンジした「粋なり!揚げいきなり団子」でスイーツ部門の最優秀賞を受賞したのが、熊本・福岡・大分・佐賀・宮崎で189店舗を展開する「おべんとうのヒライ」です。「いきなり団子」とは、さつまいもとあんこを団子の生地で包んで蒸したおやつ。その「いきなり団子」を揚げることを考えたのが、同社・商品開発部課長代理の片山拓さんでした。「実は私はスイーツ担当ではなく、揚げ物担当。グループ会社で製造していた『いきなり団子』のおいしさをもっといろいろな人に知ってもらい、食べてほしいと思ったんです」。そこで思いついたのが、片山さんの担当である「揚げる」調理法。「我が社の人気商品の『自信南蛮』で使っている塩気のある衣で『いきなり団子』を揚げてみたらどうだろう、と。実際に試してみると、さつまいもとあんこの甘さが引き立って、新鮮なおいしさがありました。当初は容器に入れてのパック販売のみでしたが、お客様のご要望によりバイキング方式も取り入れることで、店舗での揚げたてをお客様に提供できるようになりました。最優秀賞を受賞したことも重なり、販売数は前年比の15～16倍に跳ね上がり、月間50,000個売れる人気商品になりました」



ご当地「中食」で 美味探究

年々進化し続けるスーパーや専門店の、お惣菜やお弁当。地域の方々にとっても、毎日の食に欠かせない存在になっているだけでなく、観光客もその土地の味を楽しめる良い機会にもなっています。そんなお惣菜やお弁当は、健康志向や地産地消にこだわった商品、大胆なアレンジをしたご当地商品などが、全国各地で登場。ご当地中食を通じて、いろいろな "おいしい" を体験する旅にどんどん出かけてみてくださいね。

イラストレーション＝山本由実