

商いの新しいものさし

（株）商い創造研究所
代表取締役

松本 大地

第129回

世代継承するソウルフードの強み

地方に出かけたときの

最たる楽しみは、その土

地ならではの食べ物との出会いである。郷土料理はその地域に根付いた産物を使い、独自の調理方法で作られ、広く伝わっている地域固有の料理だが、もっと庶民的で地元民が子供の頃から慣れ親しんだソウルフードに出会える時がある。ソウルは魂、精神、心といった意味であり、地元民が愛してやまない食の意味で使われる。特徴は安価でおやつ代わりに食され、大人になっても飽きない味であることから、親から子、孫と世代継承

される。

岩手県盛岡市にある「福田パン」は1948年創業のコッペパンの製造販売業。JR盛岡駅から徒歩約15分の長田町本店には、一番人気のあんバターやピーナツクリームやジャムの定番の他に、コンビーフと玉子、ハンバーグ、ポテトサラダ入りカレー、ごぼうサラザ、蓮根しめじなど惣菜系を入れると60種類を超えるメニューがある。注文後にその場でサンドしてもらって臨場感と、できたての美味しさが際立つ一品は、市民のソウルフードとして愛され続け

る。ピーナツバター139円は子供がお小遣いで買える値段設定であり、本店では休日になると2000個を売り上げる。筆者がコンサルティングをしている来秋開業予定の地域人気店を集積した物販・飲食とホテルとの複合施設「盛岡バスセンター」では、福田パンの1階へのテナント出店が決まった。「お客様の前でコッペパンサンドを一つひとつ作り上げることは永遠に変わらない」と3代目福田潔社長は思いを語った。和歌山市のソウルフードで有名なのは、185

4年創業の日本茶製造販売会社「玉林園」のてんかけラーメン。鶏ガラスープに自家製細麺、ワカメにたっぷりの天かすを乗せて370円で提供する。180円の抹茶グリーンソフトとともに、半世紀以上にわたり地元で長く愛され続け、玉林園本社に併設された飲食店「グリーンコーナー」には子どもから大人、お年寄りまで世代を超えて地元民が押し寄せる。ソウルフードは世代継承され



創業者の恩師宮沢賢治と校舎をイメージした福田パン本店

る証と実感できた。仙台駅から車で30分程の秋保（あきほ）温泉街にある主婦の店「いちご」は、個人経営の小さなスーパーマーケット。年商7億円のうち、なんと2億円を売り上げるのが1個125円のおはぎである。賞味期限は購入当日のみならず、1日の販売個数は平均6000個に及ぶ。1982年に経営者夫人が「孫に美味しいおはぎを食べさせたい」とつくったのが発端で、この味を求めて開店と同時に行列ができる。

ない。絶対的な地元での愛着を生かし、いかに独自の味を広く伝えることができるかに大きなビジネスチャンスがある。実際に福田パンはJR東日本からの依頼を受け、盛岡駅構内売店での卸売をした。また、味を監修した「あんバターサンドクッキー」が駅構内で販売されている。玉林園は昨年開業した和歌山市駅商業施設キノに「和カフエKISHU CHAYA」の新業態で出店し、地域の新しいニーズを取り込んだ。さいちでは首都圏に展開する大手食品スーパー、ヤオコーの依頼を受け、おはぎの作り方を伝授した。今ではヤオコーの看板商品に育っている。また、さいち監修による賞味期限1週間の焼き菓子「おはぎパー」

が開発され、仙台駅構内の売店やお土産売り場で販売されている。ソウルフードを全国展開するとソウルフードではなく逆り逆に価値を喪失するが、上記事例からも新業態開発や販路拡大には多くの可能性がある。ソウルフードのお店に行くと、なぜか自然と笑みが出て幸せな気分になる。その縁線とも言える「幸せ」や「好き」という心情は、売られているものではなく、誰かがくれるものでもない。慣れ親しんだ味や店が身体に染みついているからだ。「幸せ」や「好き」をつくるという大切なことを守れば、個店でもJRやヤオコーのような大企業であっても作り出すことはできる。小さくても光輝くこだわりのソウルフードには、時代を超えたファンづくりのヒントがある。