

フードピックス 26

これからの「中食+ α 」に期待

「中食」(品)のいろいろ
中食の魅力

中山技術士事務所(技術士 農業・水産部門)
中山 正夫

毎年、デパートの食品売り場やコンビニ店で人気と売上げが伸びている惣菜の始まりが、家庭で作った庶民的なおかず。これが社会生活の変移に伴って、そのつくり手が家庭から製造業に移り、工場での生産規模を広げ、流通、販売業者の店に並ぶ商品に変わった。その結果、生まれた多彩な品種は消費者に喜ばれる反面、競争も厳しくなり、メーカーや販売者はいかにおいしく、リーズナブルで、リピート買いされるように努めてきた。

加うるに今春、わが国はもちろん、全世界に広がる新型コロナウイルス感染に対し、3密や外出の自粛、そして勤労者の在宅勤務などの動きは、いずれも「食」のあり方を変えるもの。そのため、惣菜の売れ行きがさらに増えたと聞く。が、こうした流れは、「惣菜」という「括り(くくり)」ではなくて「中食」という「食事(品)形態」で考えたほうが納得しやすい。それは「今日の食事情」を考えるに適しているからだ。

「中食」(品)のいろいろ

かつて、外食、中食、内食という分類が流行った時代があった。漠然ながら筆者なりに定義(FOOD RESERCH 2009-3)したのが —

①外食(がいしょく、またはそとしょく)品

業として造った調理済み食品を、その場で来客の注文に応じ提供して食べさせる方式の商品(たとえば、レストランでの調理、定食、回転寿司、居酒屋での食品ほか)

②中食(なかしょく)品

業としてつくった調理済み(またはほぼ調理済み)の市販品にして、調理した場所以外で食べる食品(たとえば、市販惣菜商品、コンビニに弁当、ホッカホッカのホット弁当、仕出し弁当ほか)。さらに調理缶詰、調理冷凍食品、調理レトルト食品がこれに加わる。

③内食(うちしょく)品

家庭内で調理した家庭用の食品(たとえば家人の手づくりおかず、おにぎりほか)。そのため、商品ではない。ただし、これに対応する食品は、惣菜メーカーが業としてつくることが多く、その場合は中食品に入る。

— となる。

従って、ファストフード店でのイトイン(店内食事)は「外食品」。テイクアウト(持ち帰り)ならば「中食品」と、同じ食品でも「外から中」へと変身してしまう。

そのわけ方は、現在の消費税の分類(10%または、8%)にも使われている。

中食の魅力

GoToトラベルの掛け声は威勢がよいが、まだまだコロナに対して慎重が必要。「もしもことあらば」もあるので少しの我慢を!! もちろん、プロによる外食料理でゆったりムードのレストランで食事をしたいが、3密を避け、同じ内容の商品をデリバリーか弁当により、家庭内で食べた方が安心か。

一方、弁当も対コロナでも不安という衛生に厳しい方ならば、ご自分で内食をつくれ、食べられるのが一番。買うもつくるも、また、出かけるのも自己責任。いままでの動きをみても、コロナは食事をする事自体よりも、人と人との間の飛沫感染の影響が大きいように見えてならないか。

いくら好みの料理でも、毎日同じであっては、必ずアキがくる。それを防ぐには、既存の「中食」に自分好みのアレンジを加えること。好みの漬けもでの箸休み、また、多種のスパイスを用意し、日毎に異なる品種を振りかけるのもよしだ。

時には、冷凍コロッケを砂糖しょうゆで軽く煮て、煮液をタツプリ含ませるのも、筆者のレシピの一つ。つまり、「揚げ物⇒煮物」への転換。食べやすくガラリとイメージの違った料理に生まれ変わる。また、ポテトサラダにも思いきって多種の市販ソースを試みるのがよい。

つまり、市販の惣菜や調理冷凍食品容器の表示に示された「召し上がり方」だけを読み、使って、食べるのでは芸がない。少しでも食品に興味を持つ者としては、既存の中食もいかに自分なりにアレンジする発想を持つか?それは調理実習となり、おいしさ向上技術を知り、この世の「食」を楽しむか!!

ともあれ、コロナの早期終決を望みたい。