

# 「自慢の味」 冷凍自販機で

外食企業や食品メーカーが「自社の味」を冷凍食品の自動販売機で販売する動きが広がっている。新型コロナウイルス禍で消費者の外食自粛が続く中、ご当地グルメやスイーツなど多様な商品を販売。売り上げ減少を補うとともに、愛好者を増やそうと自販機の効果に期待する。

(鈴木啓太、渡辺紗希、原隆介)

## 総菜 スイーツ 参入続々



サンシヨクが冷凍自販機で販売するライスバーガー

愛知県内で「やわらかとんかつ かつ雅」など十一店を展開するレ・ヴァン(名古屋守山区)は二月十一日、かつ雅小幡店(同駐車場)に自販機を設置した。「極上ロースかつ」(一枚六百五十円)をはじめ、持続可能な開発目標(SDGs)を意識し、調理で出る肉の切れ端を活用したハンバーグ(一個三百三十円)など店で提供する六品を販売する。

同社によると、店舗全体の客足はコロナ禍で約一割減った。自販機は店の営業時間中にも利用され「店内での飲食を控えている人が買っているのかも」と担当者。料理の手間を省きたい人の需要も見込む。

冷凍食品メーカーのサンシヨク(愛知県豊橋市)が二月、敷地に設置した自販機では、地元食材を使ったグルメなど六種類を扱う。八丁味噌だれ味のレンコン

## 調理せず手軽に / 地元食材を活用

ハンバーグを挟んだ「ライスバーガー」(一個三百八十円)と、いなりずしを中華まんので包んだ「豊川いなりまん」(一個四百五十円)は、ともに愛知県産米や大葉を使用。同県田原市産キャベツを食材にしたコロッケ「キャベコロ」(六個六百円)もある。

同社は学校給食向けの売り上げが全体の六割ほどを占め、二〇二〇年の一斉休校時には大きな打撃を受けた。自販機導入には、販路を一般の消費者にも広げる狙いがあり「売り上げは、思った以上だ」と山本真之社長。自販機の利用者が工場内の直売所に訪れるなど、相乗効果も出ている。

昨年八月から自販機を置く冷凍ケーキ製造卸のPaPa Lab(パパラボ、滋賀県草津市)も飲食店などからの受注が減り、消費者に直接買ってもらうと導入した。チーズケーキやタルトなど九種類をそろえ、いずれも二個五百円。大林瑞門社長は「業務用でも全て手作りしており、自販機でも顧客に受け入れられやすかった」と手応えを語る。

レ・ヴァンが「やわらかとんかつ かつ雅小幡店」前に設置した自販機は名古屋守山区で

