

# お鍋でたどる

## 昭和、平成、令和

1964年東京五輪のころ、鍋料理は日本の家庭料理に定着した。食材とスープからたちのぼる湯気を囲む食べ方が、コミュニケーションの手段としても重宝される鍋料理は、外食でも家庭の食卓でも喜ばれ、一度に様々な食材を摂れる料理として、今ではひとりごはんのメニューとしても人気だ。冬のおうちごはんの定番、鍋料理の変遷に目を向けてみよう。

ロータリー  
誌面から見える  
鍋文化  
＜＜＜



ロータリー  
1965年1月  
創刊号

「ロータリー」という言葉は、交差点の中央にある、交通整理のためにつくられた場所を指す。広報誌「ロータリー」は、食情報と企業情報を整理（編集）することにより、日本ハムとお得意先とが互いに理解を深め、コミュニケーションを図れることを願って誕生した。

ロータリー  
1965年2月号

地方のグルメに目を向けたコーナーでは、大阪名物として、鍋料理のうどんすきや紙鍋を紹介。



### 家庭の食卓に 鍋が浸透した時代

「ひとり用土鍋」の所有率が5割になったとのアンケート調査結果が話題になったのが、今から約10年前の2016年1月。一家にひとつどころか一人にひとつといえそうなほど日本の家庭に浸透した土鍋、その一般家庭への普及は1950年代にさかのぼる。それまでの土鍋は、飲食店や旅館などで料理の一口が主に使うもので、この頃普及し始めたガスコンロの強い火力に耐えられなかった。そこでリチウム鉱物のペタライトを用いた、丈夫で割れにくい陶器製の土鍋が開発され、家庭の食卓で土鍋の利用が広がった。東京五輪の開催を待つころには、家族で食べる今夜のおかずとして鍋料理が当たり前となり、「今晚のおかず」をテーマにした料理番組の第1回メニューとして「鍋」が取り上げられた。それでもまだ、鍋を食卓で囲む

は「面倒」がつきものだった。湯気が立つ鍋を食卓で囲むには、食卓へガスホースを引いたり、七輪を置いて炭火をおこす手間をかねばならなかった。それを解決したのが、1969年に「ホースノンこんろ」というキャッチコピーで岩谷産業から売り出された、カセットコンロの登場だ。食卓の上で調理から食べるまでを完結できるようになったのだ。その翌年、日本で初めての万国博覧会が大阪で行われ、日本の食文化が大きく変わるきっかけとなった。万博に出席したファミリーストランや回転寿司、ファストフードが評判となり、外食文化が広がった。缶コーヒーや冷凍食品が受け入れられ、普及のきっかけになった。そして万博終了後に始まった国鉄の「デイスカパー・ジャパン」キャンペーンに誘われるように、国内の個人旅行が拡大、旅先で味わった地域の特色を

反映した料理の思い出を持ち帰り、家庭料理に変化をもたらしていく。たとえば、主に西日本で食べられてきた肉と野菜を煮込んでボン酢などをつけて食べる「水炊き」は、すでに全国発売されていたボン酢の手軽さも手伝って、他地域でも冬の定番料理となっていく。

さらに、スーパーマーケットの普及による購買行動の変化も家庭の食卓に変化をもたらした。それまでは精肉店、鮮魚店、青果店を回って買い物をする必要があったが、一カ所ですべてを購入できる便利さが消費者に受け入れられ、都市部を中心に伸長していった。スーパーでは献立に悩まずにすむよう食材が陳列されており、冬になると鍋料理の具材がまとめて並べられ、売り場の様子を見ても、なんとなく毎日のメニューを決めるようになった家庭も少なく



ロータリー1970年5月号

1970年に開催された大阪万博に日本ハムも出展、その様子を誌面で紹介。会場内でハンバーガーショップとフライドチキン店を計5店出店し、各国のパビリオンのレストランに食肉、加工品を納入し世界の人々に日本の味を売り込んだ。







## ロータリー 2011年11・12月号

90年代にヘルシー志向から豆腐が注目され、韓国の鍋スンドゥブが定着した。誌面では日本ハムの「もつ太郎 牛もつ鍋スンドゥブ」を使ったレシピを紹介。

## ロータリー 2011年11・12月号

日本ビュアフードの「鍋まつり チーズ入り鶏だんご」を使ったイタリアントマト鍋を紹介。



## ロータリー 1994年2月号

しゃぶしゃぶは家庭のごちそうの代表格のひとつとなった。準備も簡単、ボン酢にごまだれ、味変できるのも楽しみに。



# 外食店の鍋を 家庭でつくった時代

元号が昭和から平成になりバブル景気の終わりが見えてくると、節約志向が高まり、1991年に37・8%だった外食率が低下し始めた。一方で、惣菜や弁当などの中食も含めた「食の外部化率」をみると、1990年(41・2%)以降、平成の間はずつ

と40%超を記録し続けた(公益財団法人食の安全・安心財団調べ)。食の外部化率の高さは、節約しようとして決めても、それまでの家庭料理の経験と技術にはなかつた外食での流行を、新メニューとして貪欲に取り入れた影響が大きいだろう。

たとえば、家計調査から内食回帰が進んだという分析結果が出た1992年、土鍋の売り上げが例年より2割も多いとニュースになっていた。同時期に家庭向けチーズフォンデュのセットがヒット商品となり、博多のローカルフードだったもつ鍋

ない。外食や肉料理が定着していくなか、日本はバブル景気に沸き(1986年～1991年)、グルメ・ブームがやってきた。ステーキやハンバーグを中心とした飲食チェーンが人気となり、しゃぶしゃぶやてっちり(ふぐ鍋)をお手頃価格で提供する飲食店が出現し人気を集めた。これら外食の体験も、家庭へと持

ち帰られている。スーパーでは簡単にだしやスープを作る調味料、しゃぶしゃぶや鍋料理用のごまだれが並び、家での鍋料理に取り入れられていった。寒い冬になると家庭でも職場の忘年会でも鍋料理を囲み、野菜や肉、魚、練り物などいろいろな具材が煮えてくる様子を目見て、湯気を感じて楽しむ。簡便な半調理品や調味

料が手軽に買えるようになったので、とくに料理上手でなくとも、初心者でも気軽につくれる。料理人がつくったものを飲食店で食べるのがスタンダードだった鍋料理が身近なものになったとき、元号が改まろうとしていた。平成が始まる前に、日本の景気には陰りが見えていたが、鍋料理のバリエーションは厚みを増していくのだった。



## ロータリー 1992年12月号

もつ鍋ブームを紹介。日本ハムからは「牛もつ元気鍋 博多風・味噌味」が発売された。

1991年暮れにメーカーから発売されていた「もつ鍋スープ」が、自宅でもつ鍋を囲みたいという願いを叶えることになった。この第一次もつ鍋ブー

ムは2年程度で終わるのだが、鍋に注ぐだけで使える鍋つゆ、という便利な調味料の存在を家庭に浸透させた。特に、流行の新しい鍋料理を自宅で作るときには、市販の鍋つゆを使うことが定番化していく。

手軽になったのは鍋つゆ、スープだけではなく。具材についても、下ごしらえが済んでいるものが伸長した。スーパーマーケットでは鍋に入れるだけの複数の食材をパックした鍋セットが並び、特徴的な具材の発売も相次いだ。2005年に販売が始まった日本ビュアフードの「鍋まつり」も、生皮水餃子シリーズ、生つみれシリーズと、そのまま鍋に投入できる肉加工品の具材を提供している。

が、全国区でブームとなっていた。このもつ鍋ブームが、その後の鍋料理に大きな変化をもたらした。鍋料理には地域ごと、家庭ごとに基本のだしや味つけ、食材がある。基本的に、その範囲を大きく超える鍋を家族で囲むことは滅多にないことだった。だから、レトルトパウチから鍋に注いでそのまま使える鍋つゆは平成になるとすぐ登場していたが、あまり手に取ってもらえなかったという。ところが、もつ鍋ブームの到来で大きく状況が変わった。

牛または豚などの内臓とキャベツやニラなどたつぷりの野菜を使ったもつ鍋は、具材に合わせた独特の味つけも必須だ。できれば専門店が味わいたいところだが、平成不況が始まり外食の回数を減らすようになった消費者は、自宅で流行の味を楽しむ選択をした。そのとき、1991年暮れにメーカーから発売されていた「もつ鍋スープ」が、自宅でもつ鍋を囲みたいという願いを叶えることになった。

もつ鍋ブームは、直火で加熱できるアルミ箔鍋に、具材と鍋つゆをセットした鍋セットが、秋から冬にかけてコンビニエンスストアやスーパーマーケットの定番商品として並ぶようになった。普及率90%超となった電子レンジで使える調理器具、シリコンスチーマーが2000年代にブームになったが、その派生形としてシリコン製土鍋も登場し、レンジでも鍋料理がおいし



## ロータリー 2009年8月号

日本ハムのコラーゲン商品開発について解説。コラーゲン玉をはじめとする各種コラーゲン商品もPRした。



ロータリー2010年11・12月号  
女子会ブームを背景にオープンした日本ハムの「おうち女子鍋」サイトを紹介。



見た目でも気分を盛り上げるチーズ鍋。同じ発酵食品のみそとも好相性。発酵食＝「腸活」という観点が注目されるようになった。



コロナ禍の外出自粛期間中、ホットプレート料理が家庭で人気なことを伝えた。



特集「スープさえあれば!」では、鍋でコトコトじっくり煮込むスープから、お湯を注げばすぐできる、簡単フリーズドライのスープまで、多角的にスープの魅力を伝えた。



平成の最終期「インスタ映え」が流行語となった。気の合う仲間とおいしくプチ贅沢な食を楽しむホームパーティーはフォトジェニックな瞬間のある「リア充」の象徴と伝えた。



コロナ禍で一人での食事が「ひとりごはん」「ソロ飯」など、ポジティブに表現されるように。誌面では小鍋メニューを紹介した。



昭和の町中華のお店をイメージした演出の表紙。「エモい」という表現や「昭和」人気に象徴されるように、懐かしさと新しさの融合に惹かれるのも、今の時代の特徴だ。

北欧風のおしゃれな鍋をフューチャーした食卓。SNS等の浸透で、海外ともたやすくつながれる現在、決して背伸びはせずに外国の食事のスタイルを取り入れるのが、令和風といえるようだ。

た。ご飯のおいしさを伝える投稿は、今もSNSで人気のコンテンツに挙げられる。

かまどさんが発表された2000年以降、土鍋は技術や知識があまりなくても扱える新商品が次々と登場した。使用前の目止め不要、空炊きOK、IHコンロ対応、ガスやIHコンロを使わない「コンロキャンセル界限」と呼ばれる人々が出現しているが、そんな人にも使える電子レンジ対応土鍋もある。

器具がそろっていないなくても鍋料理をつくれる道具が開発されるだけでなく、鍋のサイズも多様になっていった。長らく4〜5人前が標準サイズだった鍋つゆだが、1人前が複数入った鍋つゆの素が2013年に登場すると、一人暮らしの人に限らず、そ

の日に食べる人数に臨機応変に対応できて便利だと多く人数で暮らす家庭でも重宝され、利用が定着した。

こうして、寒くなったら家族でも一人で鍋料理というスタイルが日本の食卓に定着したが、そこに水を差したのが記録的猛暑の影響による野菜の価格高騰だ。2025年1月には、鍋料理に欠かせない白菜1玉に800円もの値がついたことがニュースになった。そのとき人気を集めたのが、具材の自由度が広がっていた「おでん」だ。

魚介由来の練り物、卵、大根を煮込む、というのが昭和のおでんの定番だった。だが、2000年頃から大手コンビニエンスストアすべてが冬にカウンターで販売するようになったのをきっかけに、関西で好ま

れてきた牛すじ、四国のじあるいは丸ごとトマトや玉食のロールキャベツやウィどが今どきのおでん具材とれ、家庭で食べるおでんの幅を広げた。

今はタイバとコスパ、つまり手間がかからず低価格であることが求められる一方で、丁寧に暮らすことへの憧れも高まっている。鍋つゆも具材もセットされた容器を電子レンジで温めても、土鍋に具材を入れてじっくり煮ても、完成する鍋料理は、私たちの暮らしがどんな形になろうとも、食卓に並び続けるメニューになったといえそうだ。

元号が令和に改まり、祝賀ムードに日本中が沸いた2019年が暮れ2020年になってまもなく、新型コロナウイルス感染症の世界的流行が始まった。日本でも感染予防のため3密（密閉・密集・密接）回避が呼びかけられ、外出は生活に必要な



くつくることが広まった。

このとき起きていた蒸し料理ブームでは、北アフリカ由来のタジン鍋がインテリアにもなると人気を集めた。これをきっかけに土鍋の高い蓄熱効果と水分循環機能に改めて注目が集まり、土鍋用すのこが広まるきっかけとなっている。

30年続いた平成という時代を通して、鍋料理はスーブ、調味料、具材、

の食事は基本的に自宅ですることになり、少し手をかけた料理にチャレンジする様子をSNSで報告する人が相次いだ。報告しがいがある料理のひとつとして、土鍋ご飯が選ばれていた。

道具が多様になった。そして、食事がレジャーにもなることを象徴するようになったのだ。

スマートフォンとSNSが普及し、インスタ映えが流行語になった平成の最終期、2018年に大根などの具材を動物やキャラクター、花などの形にデコレーションする「デコ鍋」が人気となった。SNSに投稿されたそれらの写真や動画を通し

て、実際には囲んでいない鍋を真ん中にした新しいコミュニケーションが見える。

平成という時代を振り返るとき、失われた30年という呼び方をされることが多い。だが、こと鍋料理について見ると、年代もライフスタイルも異なる人たちを結びつけ、次の時代へ向けて進化を続け豊かさを増した30年だった。



食のビジネス革新を紹介するコーナーで伊賀焼の「かまどさん」を紹介。令和の現在も土鍋は支持され続けている。

