

プ チ リ ッ チ 消 費 の 代 表 格 〜 高 級 食 パ ン

高級食パンの人気の止まらない。近年、全国に食パン専門店が続々とオープンしており、1斤1,000円程度の食パンに連日行列ができる様子を多くのメディアが取り上げている。そこで、本項ではその理由、実態に迫る。

1. パン食の状況と高級食パン人気のきっかけ

食事の際の主食は、日本では長年米を食べる人が多かった。しかし、近年は朝食が中心ではあるが、パンを食べる人がやや増加傾向にある。

■図表1 2人以上世帯の年間支出額



出典：総務省「家計調査」

その理由として、女性の社会進出により、手軽で携帯しやすい点が支持されているようだ。また、種類の豊富な点も人気の理由として挙げられるが、ここ数年、特に注目を集めているのが高級食パンだ。

高級食パンに注目が集まるきっかけになったのは2013年に発売されたセブン-イレブンの『金の食パン』である。それまでは食パンといえば、小売価格100円前後のものが主流だった。これに対し、『金の食パン』は6枚入りで250円と2倍以上の価格にも関わらず、パンにするとしっとりとして甘み強いカナダ産の小麦粉を使用し、工程にパン生地を手でこねて金型に入れる手作業の工程を加えたところ、おいしいと評判が高まり、半年

で2000万斤の大ヒットとなった。

2. 食パン専門店の誕生

このブームをいち早く感じ取ったのが東西のベーカリーだ。まず東では東京・銀座の「セントルザ・ベーカリー」、西では大阪・上本町に総本店を構える「乃が美」である。（詳しくは後述）

そもそも食パンは、大量生産品の価格が消費者の値頃感である。そのため、ベーカリーにとっては窯を占有している時間が長い割には価格を抑えなければ売れないため、うまみの少ない商品であった。しかしながら一般的には「高い」とされる価格だとしても、味や品質がともなっていれば成功することがこの両者により実証されたことで、この後、次々に高級食パン専門店が誕生することとなった。

3. 人気の理由を考える

いまや購入するのに行列は当たり前と言われるほど人気を集める高級食パン。その理由を考察してみる。

まずは、“新商品”であったということ。従来の食パン市場には、松・竹・梅のうち、竹と梅の商品しかなかったということである。焼かずに生で食べることを推奨している商品が多く、従来の食パンとは差別化されている。

次に高価格で、行列ができるほどの人気ぶりであることから贈答需要を掘り起こし、市場拡大につながっている点である。したがって、和洋菓子とも競合する存在となっている。

最後に、自宅消費用としてみた場合、手っ取り早くリッチな気分になれる“なじみ”の食材である点である。もちろん毎日の朝食としては贅沢で

あるが、休日などに高級食パンの並んだ朝食を囲んで、リッチなひとときを楽しむスタイルが多くの人に受け入れられているのではないだろうか。

4. 話題の専門店

次に、メディアで取り上げられる機会も多い東西の代表的な専門店について紹介する。

①セントル ザ・ベーカリー

2013年に銀座にオープン。バゲットでは国内屈指の有名店「ヴィロン」の姉妹店のため、オープン当初から注目度は高く、1時間の行列は当たり前という。

店内にはカフェもあり、数種類あるお好みのトースターを使ってトーストを作ることできる。

食パンは、国産の小麦を使った「角食パン」、輸入小麦を使った「ブルマン」、そして山型の食パンである「イギリスパン」という三種類が提供されている。中でも、イギリスパンは一日一回しか提供されないため、かなり早い時間から並ばないと売り切れになる。

昨年11月には2号店の青山店がオープン。

②俺の Bakery & Cafe

2011年にオープンした「俺のイタリアン」を皮切りに、高級店に対するコストパフォーマンスの高さで成長してきた「俺の株式会社」。そんな同社が食パンに着目し、2016年に東京・恵比寿に出店。

現在は都内を中心に6店舗にまで拡大し、その出店ペースは同社の他業態より早い。

そして昨年5月には、主力商品である「俺の生食パン」を、「銀座の食パン」にリブランディング。有名シェフを起用し、こだわりの国産小麦と脱脂乳を使っており、きめ細やかでしっとり、ふんわり

り感が受けている。

さらに12月には関西初出店となる「俺のビストロ & Bakery」を大阪・心斎橋に出店。攻勢を強めている。

③乃が美

2013年、大阪・上本町で産声を上げ、その後、2019年2月現在で、全国に114店舗を展開するまでに成長した人気店。

同店の食パンは「耳まで柔らかい」のが特徴。社長がライフワークとしている高齢者施設への慰問中に聞いた「食べているときと笑っているときが一番幸せ。でも朝食に出るパンは耳が固くて食べられない」という入所者の言葉が開発のきっかけになったという。

また、材料、味へのこだわりとともに、パッケージにもこだわり、老舗の和菓子に使うような紙袋を採用。ブランディングにも注力している。

2016年には「パン・オブ・ザ・イヤー 食パン部門」（パンスタ主催）を受賞するとともに、2017、2018年は「Yahoo! 検索大賞」の食品部門賞を2年連続で受賞するなどまさに破竹の勢いを続けている。

■図表2 乃が美の食パンとパッケージ



出典：乃が美HP

この他にも、新興勢力が急増中の高級食パン専門店。競争は激化するが、商品数が限られており、初期投資も抑えられるため、まだまだ参入、出店が増加していきそうだ。