

「賞味期限5秒」に見るトキ消費

きも加わり、一緒に盛り上げた」（OMOI）としている。

「熱っ」。神戸・有馬

温泉の菓子店「湯の花堂本舗」では日々、こんな風景に出くわす。その理由が「賞味期限5秒」を掲げる名物のなま炭酸せんべいだ。鉄の型に材料を入れて約3分。職人が焼き上げたせんべいをスタッフが手渡す。5秒なのですぐにかぶりつかないといけない。

「口にすると、もちろん熱い。せんべいという通常は堅く、食べるとパリッという音がするものだが、型から取り出したばかりの5秒せんべいはふにゃっとした独特の食感を味わえる。そしてふた口目からはパリパリになる。

ちなみに炭酸せんべいとは、有馬温泉に湧き出る炭酸水で小麦粉、砂糖、でんぷんなどを練り、伝統の製法で焼き上げたもの。

ヒットのクスリ

短くなる「いま」つかむ

のだ。数年前に当時の代表が「名産品作りの機械化が進み、違いがなくなってきた」という。賞味期限5秒をつたい文句に手焼きせんべいを売ろう」と決めたのがきっかけだ。商品の物性だけでなく、その瞬間にしか味わえないイマドキの「トキ消費」志向に合致したからだろう。宣伝もしていないのに瞬く間に広がり、有馬名物の一つに。実はこつした超・短時間型の賞味期限を強調する動きは全国に広がっている。

老舗の洋菓子店も「トキ消費」に対応している。「アンリ・シャルパンティエ」で有名なシュゼット（兵庫県西宮市）は高島屋新宿店（東京・渋谷）と同大阪店（大阪市）で、焼きたてのフィナンシェを提供する「ピーンントウフィナンシェ」を今春オープンした。

2025年はシュゼットがフィナンシェを日本で発売してから50年となる。フィナンシェの普及に貢献した同社だが、フレッシュさを前面に出す業態に挑戦したわけだ。高島屋からの強い要望もあった。というのも新

地域活性化支援を手がけるOMOI（鳥取市）が運営するどら焼き専門店「湯ノ塩」は賞味期限1分の出来たてどら焼きが目玉だ。熱々の生地に冷たいあんこのバランスが受け、午前10時の開店から行列が生まれる。この店の店のある鳥取県米子市の皆生温泉は近隣の山地から流出した砂が堆積してできた温泉地で塩分が濃く、近隣では塩作りに取り組んでいる。OMOIはこうした地元産の塩や小豆、バター、卵などを使用したどら焼きを発売し、事業化した。

消費の短命性、脱物質化や脱所有の流れを意味する「リキッド消費」という概念が近年話題を呼んでいる。これをまとめた「リキッド消費とは何か」（新潮新書、久保田進彦著）で興味深い表現がある。デジタル化などに伴う社会変動スピードの高まりで、「『いま』という期間がどんどん短くなってきた」というのだ。賞味期限の短期化もその流れにありそう

賞味期限 5秒
元祖 なま炭酸せんべい
Freshly baked "Nami Tansan Senbei"



なま炭酸せんべいを販売する「湯の花堂本舗」（神戸市）

（編集委員 中村直文）