3月17日(金曜日)

月/水/金 発行

男の手料理 道具美しく

キッチン用品を手掛ける各社が男性客の取り込みに力を入れている。近年、調理をする男性が増え、台所用品にこだわる傾向が強いことから、アウトドア対応や男性が使いやすい色やデザインを意識した商品が増えてきた。販売するだけでなく、使い方の提案もすることで、市場を開拓していく。

ル・クルーゼ 野外調理にグレー鍋

フランス発の調理器具ブランドを手掛けるル・クルーゼジャポン（東京・港）は男性を意識したブランド「ル・クルーゼ ブラック」で昨夏ラインナップを拡充した。カラフルな色使いの商品で知られる同社だが、男性向けに新たにグレーの新色を追加し、男性客を取り込もうとしている。

男性の利用を意識したグレー色の鍋「シグニチャー・ココット・ロンド」は鍋の内側が熱に強くできているため、薫製を作るのに適しているという。自宅での調理だけでなく、キャンプ場で使ってもらうことを考え、「アウトドアな男メシレシピ」も提案。鍋でスモークチキンやカレーなどが手軽に調理できることをアピールしている。

売り場でも男性客が入りやすいように工夫を凝らす。ル・クルーゼのランドマークプラザ店では、店舗の窓際に男性が好む黒色やグレーの商品を並べることで立ち寄りやすくしているという。そのほか、ハンドドリップコーヒーの入れ方教室なども展開。参加者のうち、約3割が男性といい好評だ。

貝印 和食好きに高級包丁

キッチン用品を手掛ける貝印（東京・千代田）は男性も意識した包丁を発売した。高級ブランド「カイハウス」の「橋本幹造 両刃包丁」は日本料理を調理するのに特化した包丁だ。

休日に和食を作る料理好きの男性が多く使っている。魚の3枚おろしができる包丁や、刺身用など3種類をそろえ、用途に応じて使い分けができるようにした。

そのほか男性にも支持されているのが「本格かき氷器」だ。昨年5月にテスト販売したところ男性客からの支持も高く、予想を上回る売れ行きだった（同社）。昨年までは1000台限定で販売していたが、約2カ月で完売したため、今年は台数を限定せずに販売する。

卓上に置いても映える黒色でシンプルなデザインが男性に支持されている。均質な氷を削ることができるように手の力加減を調節する「ウォームギア」を付け、ふわふわとした食感が自宅でも味わえることも受け入れられているという。