

日常性の中の非日常化、非日常性外食の日常化

日常外食と非日常外食

日本のファミリー・レストランの利用動機がだんだん変化している。昭和40年代の後半から50年代にかけてファミリー・レストランは、ご馳走を食べに気軽にいける場として多くのお客から利用されていた。

それが60年代に入ってくると初めに子供たちが親にファミリー・レストランに連れていくからと言われても拒否するようになる。私たちもファミリー・レストランが出現した頃のような衝撃も受けなくなっている。

そのような状況を、お客から飽きたられたと表現する人びともいる。

本来、ファミリー・レストランで提供する食事やファーストフード・サービス業で提供する食べ物、まったくの日常的外食なのである。普段、家庭で食べているような食べ物と同種類のものであって、決してご馳走と呼ばれる類の食事ではないのである。

本質は飽きたのではなく、本来の特性のとおりによつやくお

客に受け取ってもらえるようになったのである。

日常的外食だから家庭の台所や食堂で食べているようなもので当然なのである。

それは、高級料亭で提供されるようなものではない。

それならなぜ、あのように喜んで食べるにいつていた子供たちや、その子供たちやお年寄りたちの喜ぶ姿を見て更に喜びを大きく感じていた親たちがファミリー・レストラン・チェーンに対してある種の冷え方をしているのか。

それは、サービスの質が低下したからでもない。高級志向でファミリー・レストランのような所で誰も食べたがらなくなったからでもない。

最大の原因の一つは、企業側の「非日常性」への挑戦の欠如である。

ファミリー・レストランは、日常的外食を提供するのがその商品の特徴である。だからといって家庭でも簡単に作れるものを提供す

るだけでいいかというところではない。

日常性の中の非日常化が必要なのである。また逆に非日常性外食の日常化が必要なのである。

その一例を取ってみよう。スー
プやみそ汁やパンやご飯は、どこ
の家庭でも簡単に作れて毎日毎日
食べている古典的的日常食である。

ファミリー・レストランでもメ
ニュー品目の中では、重要なも
のとしてそれらの品目を提供して
いる。

プロが提供するそれらの日常食
は、ひと味もふた味も違っていな
ければならない。

別の言い方をしよう。家庭の母
親族が店にきて、それらのメニュー
を取ってひと口食べたとき「あっ、
この品質でこの値段で同じものを
作れといわれても私にはできない」
と脱帽することである。

朝食でそう奥さまたちに言わせ
るようなメニューを提供している
ファミリー・レストランがあるだ
ろうか。

世界共通で朝食は、最も簡単な
食事とされている。その簡単な毎
日の食事がある種の驚きをもって
食べてもらえるのが、ほんとうの

ファミリー・レストランである。

そのとき日常外食は、そのまま非
日常外食となる。家庭でも入手で
きない御飯がのりがみそ汁が卵が
気違いのように企業で追究されて
いるか。

もう一つある。この地球上のど
こかでそこに住む人びとが毎日毎
日、うまいと思って食べている日
常食がたくさんある。それは材料
の入手のしやすさや気候風土の違
いも大きな地球性の要因になっ
ているだろう。

いま地球規模で情報や素材は低
コスト移動が可能になっている。
A地域の住民にとっての非日常食
は、Z地域の住民にとっては日常
食なのである。食文化の移植によ
る楽しさ、豊かさを日常的に供給
するのもファミリー・タイプの企
業の存在価値である。