

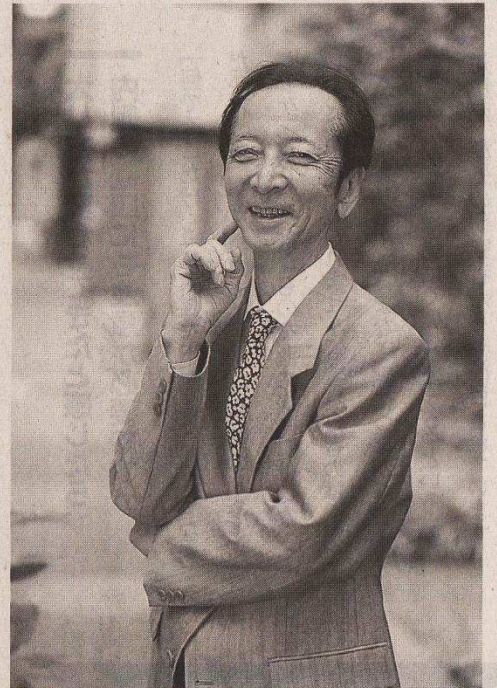
外食の時代が始まった

1970年は「外食産業元年」と言われます。ファミリーストランのかいらーく1号店が70年、ロイヤルホストが71年です。ファストフードでも、ケンタッキーフライドチキンが70年に、マクドナルドとミスタードーナツが71年に日本に進出しました。

背景にあったのは、日本社会の大きな変化です。団塊の世代が結婚して、核家族を形成した。その生活スタイルが全国に広まり、70年代に巨大な消費市場が出現しました。ダイエー、西友、イトーヨーカドー、ジャスコなどの大型スーパーが全国展開していき、飲食店も爆発的に増えました。70年に3店舗だった牛丼の吉野家は、79年には266店舗になっています。

それまでの飲食店は、基本的に繁華街にあるものでした。しかしファミレスは郊外に出店した。70年代、郊外に住宅地が開発されたり、大規模団地ができた。そこに住む人たちに食を提供するのがファミレスです。

80年代前半までのファミレスは高級店という位置づけで、お見合いの場に



亜細亜大学教授 茂木 信太郎さん

48年生まれ。信州大学大学院教授を経て現職。専門はフードサービス論、マーケティング論。著書に「吉野家」「現代の外食産業」など＝池永牧子撮影

使われることもありました。新興住宅地の建売住宅は狭いので、客を招く応接間がつかない。だからファミレスに代用させたんです。

70年代には個人経営の飲食店も増えましたが、チェーン店優位を決定づけたのがインフレです。73年のオイルショックの後、すかいらーくは価格凍結宣言を出しました。個人経営では、コストが上がると価格を上げるしかない。チェーン店はスケールメリットで価格を安定させることができました。

アメリカ発祥のチェーン店も、日本化することで成功しました。マクドナルドが日本に進出する時、アメリカ側は「まず郊外に」と主張したけれど、日本側は「流行をつくるには銀座だ」と1号店を銀座4丁目に出店した。クリスマスにフライドチキンを食べる習慣も、ケンタッキーフライドチキンが日本で独自に根付かせたものです。アメリカでは、七面鳥ですから。

70年代に起きた最大の変化は、誰もが外食をするようになったことです。60年代まで、外食は成人男性がするものでした。「サザエさん」に出てくるような、お父さんがすし屋で食べて、家族にお土産の折り詰めを持って帰るというのが典型ですね。

それが70年代になると、ファミレスで女性や子どもが、ファストフードで若者が、自由に食べるようになった。いま、食のトレンドを作っている主役は女性です。ある意味で、70年代の外食産業の発展が、家長主義や専業主婦といった古いライフスタイルから、日本人を解放したといえるんです。

(聞き手・尾沢智史)