

東京を歩いていると、ファーストフードが変わってきたと感じる。ジャンクフードなど呼ばれてもすれば不健康なイメージもあったが、世界各国の味を気軽に楽しめるアリ(経営店)や屋台が急に増えてきた。

例えば二〇〇一年、続々登場したスープ専門店。

その仕掛け人といえそうな「スープストックトーキョー」の遠山正道代表は「あたたかい空間で、年代を問わず楽しめるスープを食べてもらいたい」と説明する。確かにオリジナルのスープは和洋中と五十種類にも及び、一杯だけのテークアウトから、ワインを飲みながら

業態が豆立つ。

オーガニック(有機栽培)食品を使う「めぐら食事メニューやだわりがあり、やや割高。価格競争では大手チェーンに太刀打ちできないはずなのに、行列ができるほど人気の店が少なくない。

こうした店を好む働く女性たちは、普段の昼食にもおしゃれな店選び、エティーに富んだものを求めている。大手チキンはいまや「半額バーガー現象」でチフレ傾向の代表の様相だが、「ひねり」ひねりもしたティアはチフレとは無縁らしい。

ウーマン アイ

新顔ファストフード



のスープのフルコースまであって話題には事欠かない。年末以降も、たて続けに三店舗をオープンさせた。

ほかにも「ニューヨーク

(「食チャンネル」プロデューサー 矢幡聰子)