

3 消費地からのホットニュース、トピックス

(1) 日常の茶飯事として

先日の日経 MJ 紙に載っていましたが、飲食店で食べきれなかった料理を持ち帰る為のアメリカ発の専用箱（袋）ドギーバックが日本でも流行の兆しを見せているとのこと。名前の由来は食べ残しを持って帰る気恥ずかしさを紛らす為に“飼犬（ドギー）のエサ用に”と言いついたのが始まりということでした。最近の節約志向やエコ感覚の定着などで持ち帰りに対する抵抗感が薄れ、飲食店側でも“お客の自己責任で”と容認するようになってきたと言っています。飲食店側はゴミとしての処分も軽減されるし、エコな店としてのイメージを高めることも出来る利点もあつてのことでしょう。

確かに消費不況による節約志向の高まりが何かにつけ“もったいない”と感じさせ、余分な買い物をしないでも済ませてしまう傾向が強まっています。それだけに嗜好性の強い外食利用の度合いは減っており、外食企業は軒並み苦戦を強いられています。そんななかでは極一部の高級店は別にしても、衛生面の責めを負わなければ好しとする向きがあつても当然のことでしょうし、お客の側からは料理の味や店の雰囲気・接客態度などと共に「行ってみたい店」の条件の一つに加えられるかもしれませんね。

昔は折詰めにして持ち帰るのが当たり前であつたとも言いますし、今でも地方によってはパックなどを手当てしてくれることが当然と認められていることを見聞きしています。格好良さ悪さから食べ残しをそのまま生ゴミと化させてしまうことの方が問題なのではないでしょうか。生き残りをかけて外食企業は値下げ合戦を重ねてきましたが、今や安いのは当たりの状況となっており、メニュー面での付加価値をより高めなければ消費者から選ばれなくなっています。そんな一方法が増量という部分にもなっており、食べ切れないのは道理にかなっていると思います。

小さなことのようにも思われますが、皆が皆食べ残したものは持ち帰ることが当たり前のこととして認め合えれば良いのであって、大々的な国民運動を興そうなどというのではなく、日常茶飯事のこととして静かに浸透させたいものです。

（鈴木重雄筆）