

欧州では最近、狂牛病
や口蹄(こうてい)疫
生の影響で「肉食離れ」
が話題。ところが日本で
はむしろ肉食がブームの
様相だ。

例えば米国の「ロウリ
ーズ」。このほど東京に
上陸、赤坂ツインタワー
に開業した。一九三八年
に開業した。一九三八年
ロサンゼルスで創業以
得た。

来、骨付きロース(ブラ
イムリブ)で名高い店で、
千五百平方メートルの空間に
高さ十一メートルの吹き抜けを
取り入れた凝ったつくり。
経営するワンダーテ
ーブルの林祥隆専務にと
っては「ロサンゼルスで
一番好きな店」で、三年
つけるという。

米国のチェーン店「ア
ウトバック・ステーキハ
ウス」も品川、南町田に
続き渋谷南平台と都内で
オープンが続いた。ここ
らはリーズナブルな価格
で「お子様」メニューも
あり、ファミリー向けを
前面に打ち出している。

格安の焼き肉チェーン
なども相変わらずの人気
で、一連の海外の騒動は
幸い日本に飛び火する気
配はない。最近の欧州の
空気との違いが、かつて
は魚中心のイメージがあ
った私たちの食生活の変
質を、くっきりと浮かび
上がらせている。

「食チャネル」プロ
デューサー

ローストビーフとステーキ



ウーマン アイ

憂快なイメージがある
ローストビーフだが、実
は二十五歳から四十歳代
の女性を重要なターゲット
と見ている。周辺がオ
フィス街なので外資系企
業などで働く人のケル

矢幅 聡子