

2009/01/26 (mon)

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「お泊り会@IKEA」
  - 2) 「食材、いつまで利用する？」
  - 3) 「主夫願望 3割」
  - 4) 「スローシティ」
- 

1) 「お泊り会@IKEA」

1月23日から3月5日までの期間、『眠ろう NIPPON キャンペーン』を行っているIKEAでは、より良い眠りを誘うための寝具の選び方などを店頭・ホームページで提案している。

様々あるキャンペーン内容の中で特に目を引くのは「お泊り会@IKEA」。これは夜のIKEAストア内で宿泊し、マットレスや枕の感触を実際に確かめるといったものだ。しかも、使用したIKEA眠りグッズ（マットレス・枕・掛けふとん・シーツ一式）は、すべてプレゼントとしてもらえることになっている。すでに応募は締め切っているが、各店舗10組20名が抽選によって選ばれ、2月6日に実施される。

参加条件は、「健康かつ集団で一夜を過ごすことに問題がない人」「ブログを公開しており、体験談と眠りグッズについての感想をインターネット上で紹介してくれる人」「イベント終了後、イケアのWEBサイトに名前・顔写真・体験談を公表してもかまわない人」の3つが挙げられている。

イベントの詳細は、19時にストアに集合した後、イケア内のレストランでディナー。20時から「IKEA眠りアンバサダー」になるためのセミナーやリラクゼーションを受け、23時半に就寝。翌日は6時起床、6時半ラジオ体操、7時から朝食をとり、認定証を授与して8時解散という内容。

参加条件に問題のないIKEAファンにとっては、かなり魅力的なイベントで、世界中で人気を博しているようだ。

寝具選びで悩む人は少なくないと思うので、店頭で横になってみるだけではなく一晩眠りについてみるというのは買い手にとってはかなりポイントが高いと思う。さらに貸し出しではなく、店内に泊まるというのがファンの心をくすぐるのではないか。

過去に撤退したというのがウソのようなIKEA人気、この他にもベッドで横になって仮眠できる「ちょい寝カー」という車で全国を回るなど、「眠り」のためのイベントで積極的にアピールしている。

---

## 2) 「食材、いつまで利用する？」

家庭ゴミの約3割を生ゴミが占める。その大半が調理くずや本来なら口に入る食べ残し、期限切れ食品なので、上手に減らせば家計にも環境にも優しい。

開封した食品をいつまで使うかの意識の差は、このゴミ問題にも関係する。

そして、もったいないからといって傷んだ物を口にすれば健康に良くないのは自明だ。

消費期限と賞味期限は別物で、傷み易いものに使われるのが消費期限だが、比較的長持ちする食品の賞味期限も、『決められた条件下において』というのがあっての期限だ。開封後の食品は記載された賞味期限より大幅に短くなることに留意したい。

意識調査の内容で、開封して口をつけて飲んだペットボトルのお茶を何日以内なら飲むか？について、369人の1日以内が最も多いが、その次には3日以内が253人もいた。これに対してメーカーからの注意は、「コップに注ぐ場合は、開栓後冷蔵保存で2～3日が目安」「口の中の雑菌が繁殖するので、その日のうちに飲み切って」ということである。

また、開封後のバターをいつまで使うかに関しては、1ヶ月以内に次いで2ヶ月以内、3ヶ月以内と続く。開封前の賞味期限までとの回答も多かった。これについては「開封すると酸化も早いので、1ヶ月以内を目安に」というメーカーからのアドバイスがあった。マヨネーズもこれと同じである。

やむを得ず食材を捨てる理由は、「特売やまとめ買いでつい必要以上に買ってしまったため」「予定を変更して外食したり惣菜を買ってきたため」との回答が多かった。その場合、食材の保存の巧拙が無駄の有無に直結する。

ゴミを減らし、無駄も省くには、まず正しい食材の保存法を知り、安全面では購入や開封から時間が経った食材を、見た目やにおい、味など五感を磨き見極めることが必要だ。

---

## 3) 「主夫願望 3割」

「家事検定」の実行委員会アンケートで、「専業主夫になっても良いか」との質問に男性の約3割が肯定するという結果がでた。

これは、昨年11月の調査で、5都市20代～50代の既婚男女各1000人ほどを対象に家事に関する意識などを尋ねたもの。

それによると、「専業主夫になってもよいと思うか」という質問に対し、全体の29.5%の男性が「思う」と回答。地域別では、東京が31.2%で唯一、3割台にのった。

男性の一日平均家事時間は地域別では、(1)北海道54分(2)大阪49.7分(3)東京48.4分(4)福岡47.5分(5)愛知45.9分-の順。これを年代別で見ると、東京の40代が69.8分と断トツだった。一方、大阪の40代は39分と、地域で格差がある。

この結果を受けて、共働きが増え続ける今、男性にとっても家事も重要な仕事となってきたことがうかがえる。調査では、東京は、女性の有職率が最も高くなっており、共働き世帯が多いことがうかがえ、働き盛りの男性には家事も重要な仕事となっているようだ。

また、厳しい経済状況で雇用不安が広がっており、働くことに疲れ、希望が見出せず、今の状況から逃げたいという意識の表れとの見方もできる。

しかし依然として男性の家事の時間は圧倒的に少ない。

総務省の社会生活基本調査(2006年)では、共働き世帯のうち、夫婦のみの世帯で1日平均家事時間は夫25分、妻3時間3分。末子が3歳未満の場合でも夫30分、妻3時間4分という結果だ。

女性の回答では、「好きな家事はない」、「部屋掃除が嫌い」と答えた女性は大阪がトップとなる結果がでた。

食器洗浄機と洗濯乾燥機の所有率では、大阪がそれぞれ43.5%、35.6%（平均32.4%、30.2%）と、いずれも1位だった。大阪の家庭は、家事の効率化に有効な家電をうまく使っていることがうかがえる。

ちなみに、「男性が家事をするのはかっこいいと思う」と答えた20代女性は72.7%。若い独身男性の“婚活”に家事力は必須となりそうだ。

家事に対する意識が変ってきてるのは大変良いことだと思う。しかし、家事といっても一口に言えない。単に料理や洗濯をすれば家事をしているという認識を変え、本質的に家事分担できる協力意識が、これからの不況においての共働き世帯で求められるのではないか。

---

#### 4) 「スローシティ」

競争と効率とスピードを優先する社会から、人々が自然や食とつながりをもってゆったりと暮らす人間サイズの町を目指す運動。約10年前にイタリアで生まれたもので、大量生産と大量流通、行き過ぎた効率化が生む食の均質化に異議を唱えたスローフード運動の流れを受けて始まっている。

イタリア国内で53、海外の104市町村がそのネットワークに加盟している。提唱者はイタリアのトスカーナ地方にある元グレーベ・イン・キアンティ町長。

町の産業は農業が中心で、高度成長の1950～60年代には劇的な過疎化を経験し、若者たちは都市に去って行った。ところが、70年代末に外国人や都市からの移住者が捨ておかれた田舎家を買って修復し住み始めた。人口は過疎化前まで回復したが町長は人が生きていく上で根源的なものは「ほどよい大きさの町」であることを力説し、町を大きくしないために量販店より地産地消の店、大型ホテルより農家民宿を増やす努力を行っている。

都市があってこそ成り立つ部分もあるが、市町村単位での地産地消が具体化されており、自然との共存の見本ともなる取り組みが成されている。