

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「児童館でイベントを開催しよう 支援第一弾、“みんなの夏祭り”」
- 2) 「シュフモ、“2012年主婦の全国節電調査(冬季)”公開」
- 3) 「“おいしい給食”東京・足立区役所に登場」

1) 「児童館でイベントを開催しよう 支援第一弾、“みんなの夏祭り”」

昨年度、東日本大震災の被災地でこれからの未来を担う子どもたちのための児童館を建設する取り組みとして、Tポイントプロジェクト「Tカード提示で被災地に児童館を。」を実施。現在、宮城県南三陸町と岩手県釜石市に児童館2館を建設したCCCは、今年度も継続した東日本大震災被災地支援として、被災地域の子どもたちとコミュニティの場を支援するプロジェクト「Tカード提示で被災地の子どもたちに笑顔を。」を実施する。

このプロジェクトでは、2館の児童館が地域のコミュニティの場として活性化し、子どもたちや地域の方々に喜んでもらえるようなイベント開催を支援する、T会員のお客さまとTポイントの共同寄付「児童館でイベントを開催しよう」を2013年3月31日まで実施する。

「児童館でイベントを開催しよう」の取り組みで、T会員は、貯めたTポイントを児童館でのイベント開催に必要な費用として寄付することができる。CCCは支援されたポイント数と同額を上乗せし、共同寄付として児童館でのイベント開催を支援する。

取り組みの第一弾として、「南三陸町 みんなの児童館」で開催する「みんなの夏祭り(7/下旬~8/月上旬実施予定)」に必要な費用の寄付を2012年6月30日まで受け付けている。必要ポイント数は119,300ポイントで、一口100ポイントから寄付できる。

この取り組みでは、2013年3月31日までの期間中、複数回に分けて児童館でのイベント開催支援を予定しており、現在の「南三陸町 みんなの児童館」で開催する「みんなの夏祭り」の後に、第二弾のイベント開催支援を予定している。

今回の取り組みは復興支援だけでなく、その後の継続的な支援を目指しており、一度支援して終わらせないという良い取り組みだと思う。

支援する側も、普段買い物している時に溜まるTポイントからの募金になるので気軽に出来そう。

誰もが簡単に、継続的に支援を行える環境づくりが増えて欲しい。

2) 「シュフモ、“2012年主婦の全国節電調査(冬季)”公開」

主婦を対象にした携帯電話・スマートフォン向け無料サービス「シュフモ」が、「2012年主婦の全国節電調査(冬季)」の結果を公開した。

有効回答数は6543人となった。

「シュフモ」は、主婦の三大関心事項である「特売情報」「家事」「家計」を主としたお役立ちコンテンツを提供するサービス。

今回の調査は、主婦の冬季の節電意識や実態を調べたもので、2011年10月20日に公開した「2011年主婦の全国節電調査」の続編となる。

調査の結果、この冬節電をした主婦は87.4%となり、昨年の夏季の結果と比べると4.6%低くなったが、主婦は継続的に節電に取り組んでいることがわかった。節電を意識した家事は「洗濯」で、昨年の夏季に最も多かった「料理」を上回った。また、年代が上がるほど「洗濯」で節電に貢献し、年代が下がるほど「料理」で節電に貢献していることがわかった。この夏も、節電に取り組もうと考えている主婦は96.6%となり、節電への意欲的な姿勢は今後も期待できる結果が出た。

<調査結果トピックス>

- (1) この冬節電をした主婦は87.4%。節電を最も意識した家事は「洗濯」
- (2) 節電に「洗濯」で貢献したのは50代 「料理」で貢献したのは20代
- (3) 96.6%の主婦が、この夏も節電に意欲的な姿勢

未だ電力受給量の懸念があるなか、このように協力的な結果が出たことは嬉しいことだ。節電は、直接家計にも関わっており、一石二鳥となっている面からも結果に影響はしていると思われる。各家庭で行っている様々な節電対策を、このサイトを通して情報交換してより効果的で簡単にできる節電が広まって欲しい。

3) 「“おいしい給食” 東京・足立区役所に登場」

「おいしくて栄養バランスもいい」と評判の東京都足立区の学校給食が、区役所14階のレストランのメニューに登場し、人気を集めている。同区の給食は2011年、調理法を紹介する料理本が発売され、8万部の大ヒットになっている。区役所のレストランでも、限定30食が連日、正午には売り切れてしまう状態で、区はうれしい悲鳴を上げている。

子どもたちの食べ残しを減らそうと、同区が「おいしい給食」事業を始めたのは2008年度。有名シェフが献立を考えた「スーパー給食」を採り入れたり、各校の栄養士が考案したレシピや献立を学校間で共有したりした結果、10年度の区立小中学校の食べ残し量は事業開始前に比べ、約120トン減ったという。その後、料理本の発行などの影響で、「実際に給食を食べてみたい」という要望が寄せられ、区は役所最上階のレストランに提供を依頼。今月10日から、給食がメニューに加わった。

メニューは月替わりで、今月は「ハヤシライスと野菜のくるみあえ」(550円)。ハヤシライスは牛肉の代わりに豚肉を使い、生のトマトを入れて、酸味を利かせた。付け合わせは小松菜にクルミを混ぜ、野菜嫌いの子どももおいしく食べられるよう工夫した。

同区出身で、埼玉県在住の自営業の男性(60)は「脱脂粉乳の時代からは考えられないくらいおいしい。今の子どもは幸せですね」と笑顔を見せていた。

給食の提供は午前11時-午後2時半で、売り切れ次第終了。同区教育委員会おいしい給食担当の塚原邦夫係長は「こんなに人気が出るとは思わなかった。足立区の給食のおいしさを広く知ってもらえれば」と話す。

「同じ作るなら、美味しい方がいい！」というように、今まで機能だけ、味だけ、見た目だけを重視してきたものに対して、もう一つの要素をプラスすることで成功し、話題になり、良い結果（食べ残しが減る、売上が上がる等）が生まれるという例はたくさんある。それは食だけでなくどんなことにも当てはめられると思うが、いろいろなしがらみであきらめなければならなかったもう一方の要素にも力を注ぐことで差別化につながる。技術力ニッポンだけに、日本中がそういう考えになれば底辺が底上げされ、より魅力的で幸せな国になるのではないかとこの記事を見て思った。

（足立区がどうかはわからないが、こんなに考えられた給食を作ってくれているのに、経済的に困窮しているわけでもない保護者が給食費を踏み倒していることを恥ずかしく思う。）