

S.C.WORKS 今週のスタディ！

【ヘッドライン】

- 1) 「店の料理へのネーミングでチャリティー活動」
 - 2) 「個人に家事代行依頼 材料ある物でおかず10品」
 - 3) 「“しつけの良い子は割引き” 伊レストランの新サービスが話題に」
-

1) 「店の料理へのネーミングでチャリティー活動」

大阪・鶴見区内のイタリア料理店「トラットリア銀香」とお好み焼き店「こすも」の両店に2月17日、命名権を購入した人によって名付けられた特別メニューが登場する。

トラットリア銀香では「<忘れたいのに>忘れられない」（1,260円）、「中井由美子の親身な仲人」（880円）など5品。メニュー表には、パスタ系、肉料理などの分類と「*メニューの詳細はスタッフまで」の文字のみで、ユニークな名前の正体は分からない。こすもでは「もかちゃんのもりもり焼きそば」など3品。両店とも今回のための特別メニューを用意する。

同企画は、地元情報紙を発行するローカル通信社の吉村大作さん（36）が、地元2施設への支援活動の一環として考え付いたもの。2施設は、花博記念公園鶴見緑地内に2014年12月に開設した保護権譲渡施設とドッグランを併設する「パートナードッグラン」と、同じく園内に昨年4月に開業したコミュニティー型難病の子ども向けホスピス「TSURUMIこどもホスピス」。

開業以来それぞれ資金難や認知度不足に悩んでいることを知った吉村さんは「店も客も楽しく寄付ができる方法」として賛同先を探し、1品につき月1,000円で料理に命名できる命名権を販売、売上金1食につき30円を両施設への寄付金に当てる同企画を立ち上げた。

第1弾となる今回は、吉村さんの知人が協力してくれた品が多いが「メニューを見たお客さんが、何やこのメニューはと突っ込んで話が広がり、活動を知ってもらえたら成功」と笑顔で話す。「今後もユニークな名前を付けて、楽しんで支援活動をしてもらえたら」と期待する。

第2弾のメニュー命名権の販売と新たな協力店の募集は2月17日-4月20日の予定。

「なんやこれ？」がコミュニケーションを生み、それが支援を必要としているところのサポートにつながるのであれば一石二鳥でナイスアイデアだと思う。1000円という値段も決して高くなく、自分がつけた名前がメニューになればちょっとしたネタや自慢にもなるので、これをSNSなどで広げればさらに裾野が広がり支援も増えていくのではないか。

2) 「個人に家事代行依頼 材料ある物でおかず10品」

TBS系のドラマ「逃げるは恥だが役に立つ」のヒットをきっかけに注目を集める家事代行サービス。ネットを通じて一般の人にも気軽に依頼できるようになった。家事があまり好きではない記者(27)が使ってみた。

クラウドソーシングを手がけるエニタイムズ(東京・港)が運営するサイト「エニタイムズ」でサービスを約150種類の中から選ぶ。簡単な内容と料金、ニックネームが表示される。

「作り置きおかず10品作ります」という3時間6000円のチケットを選んだ。「某家事代行サービスで100件以上作っています。味付けやダイエット、アレルギーにも対応致します」。夜遅く帰宅した時に便利だし、いろいろ学べそうだ。

日程や要望などをネット上でやりとりする。必要な材料や調理器具について聞いてみると「適当に買ってきたもので構いません」とのこと。とりあえず大根やナスなどの野菜を中心に用意した。

部屋に来てくれたのはナースあさみさん(29)。文字通り看護師として勤める傍ら、エニタイムズを通じて1回3時間、月15回程度家事代行で働く。職場に持って行くお弁当をSNSにアップしたところ「食べてみたい」と反響があったのをきっかけに始めたという。

あさみさんは冷蔵庫の残り物もチェックし「これ使って良いですか?」と、もらい物のエビの缶詰スープを取り出した。湯むきしてつぶしたトマトに混ぜ、鍋に入れて温めるだけで1品完成。

お好み焼きソースでナスをいためたり、うどんのだしを使って野菜を煮たりとアイデア料理が次々と出来あがる。記者も隣で手伝ったが、ついていだけで精いっぱい。

あさみさんに依頼するのは30-40代の働く女性が多く「忙しくて料理を作れない」「子供との時間がとれない」との悩みを抱えているという。

3時間弱で10品の料理が完成した。どれもおいしく、野菜をふんだんに使っているため健康に良さそうだ。24時間以内にサイトでお互いを評価してサービスは終了だ。

手作り料理を食べていると自炊の大切さを痛感する。少しずつ料理を勉強しなければと思いつつも、便利なのでもう一度お願いしたくなる。

実際にエニタイムズのアプリを見てみたが、犬の散歩や英会話・中国語、フローリングの傷直しから家具の組み立てまで様々なものがあつた。さらには話相手や恋愛相談などおもしろいものまで発見した。値段もだいたい6千円以内のものが多くちょっとした頼み事にはもってこいだ。利用者はスマホを使いこなす若年層が中心のように思えたが、料理や工芸の得意なお年寄りなどサービスを提供できる方々が他にもたくさんいるのではないかと感じた。地域の交流が希薄になっていると言われている今こそ、ネット以外にもその仲介をできるような場所が必要かもしれない。

3) 「“しつけの良い子は割引き” 伊レストランの新サービスが話題に」

『cnbc.com』がこのほど、ベネチアにほど近いイタリア北部のパドヴァという町から飛び出した興味深い話題を伝えた。あるレストランの主人はしつけの良い家族連れに出会うと、それを理由に飲食代金を割り引いているという。

日本の飲食店であっても幼い子が店内を走り回る光景は愉快的なものではない。給仕する側にとってはまさにモンスターの存在であろう。子供と衝突して皿や丼をひっくり返すようでは大迷惑。しかし熱い汁を頭にかぶって子供がやけどしようものなら、さらに大変な事態となるからだ。

「危険だというのにワインバーの周りではしゃぎ、キャッキャと走りまわる幼い子供たち。トイレの水をジャージャー流す、よそのテーブルの邪魔をする、もう本当に行儀が悪いんだ。そんなわが子に親は何も注意しないし、こっちがヘタに注意すれば逆恨みされたり非難されたりする。毎日ウンザリする光景なだけに、良くしつけられた子供を連れたファミリーがまれに来店すると嬉しくなるね。」

メディアの取材にこんな風に話したのは、イタリア・パドヴァでレストランを切り盛りしているアントニオ・フェラーリさん。家族との昼食に何時間でもかけるという習慣を大切にしている国は多いが、お隣のフランスでは子供たちがもっと大人しく席に座っていることを知ってショックを覚えたとのこと。イタリアの状況を考え「叱って悶着を起こすよりは友好的なアプローチで躾の大事さを感じてもらえれば」としてアントニオさんは飲食代金の合計から5%を値引く“しつけの良い子割引”を思いついた。これまで計4つの家族がこの割引を受けたとのこと。チップを考えると客に極端な得感はないだろうが、自分たちの子育てに対する店主からの称賛と敬意だけは嬉しいに違いない。

なお、イギリスには「カフェは静けさを求める客のためにある」という観点から、5歳未満の乳幼児は入店お断りとする「The Organic Kitchen」がオープンし、是か非かと物議を醸していた。乳児が泣くことは止められない。しかし3歳も過ぎれば最低のマナーが身についていると期待されるもの。それをしつけない親が増えてきたということなのであろう。

本来であれば親が躾をするのが当たり前だが、子供連れで居酒屋に行き、走り回っている子供を放置する場面など、昔は見られなかった光景が多く見られる。そんな中でサービスをすることで躾を促すこの発想は子供にとっても店側にとっても素晴らしいと思った。このように当たり前だが風化して出来ていないことをサービスとして取り組み、見直せることは沢山あるのかもしれない。単に気持ち良いだけでない、子供の将来・親としての義務など様々な面から日本でも取り入れる店がぜひあって欲しいと感じた。