

世界のソーシャル・ビジネス

アジア・オセアニア編 | オーストラリア



ポップアップ店舗で 就労困難者を支援



上・手書きの看板が街角にひょっこり出現。「スカーフって何」と店をのぞいてみたくなる下・ちょっぴり不慣れなのはご愛嬌。実地研修は現場で経験を積みかけがえのない機会となる



人材不足に悩むレストラン業界と、働く意欲があるのにスキルや経験がなく、就職できない若者たち。双方のニーズを結び付けるべく、2010年にメルボルンで創設された非営利企業「Scarf(スカーフ)」は、10週間の研修プログラムを無料で提供し、その一環として、「ポップアップ」と呼ばれる期間限定レストランを運営して有給研修を行っている。

研修生は移民や難民、身体障がい者、学校教育から離脱した若者ら、一般的に就職のハードルが高いとされる人々で、講師やメンター(指導者・助言者)を務めるのは、第一線で活躍する各分野のプロだ。ワークショップは接遇・コミュニケーションの基本から、コーヒーの淹れ方、ビールやワインに関する知識、履歴書の書き方や面接テクニックまで多様なトピックで構成されている。

定休日を有効活用

未経験者を雇うレストランはほとんどない中、「卒業生の80%が職に就き、就職先の大半は飲食にかかわる」と、創業者の一人、ハンナ・コールマンさんは胸を張る。これまでに受け入れた研修生は50人以上。「最初はおずおずと信を付けて成長していく姿に

は、驚かされます」。

そのカギは、学んだことを即実践できるポップアップ・レストランにある。ポップアップ・ストアとは、空き店舗などに新店する期間限定の仮店舗のことを指す。例えば、有名ブランドが各地を巡回したり、アーティストが野外ギャラリーを展開したりする。

「今だけ」「こっだけ」の空間を創造するポップアップは、実験的マーケティング手法として、今、世界中で注目されている。リソースの限られたソーシャル・ビジネスにとつては、低コスト運営できることも利点の1つだ。

い、サービスの最前線に立つ研修生をボランティアのメンターたちがサポートする。

前業とメイン料理からなる2コースの選択セットメニューは35豪ドル(約3300円)。一晚の平均売上は約3千豪ドル(約28万円)で、最大75人の予約枠が一杯になることもある。営業収益から研修生の給与が賄われることを知っている一般客も巻き込んで、協働で人づくりに取り組むスカーフの店内は、名前通りほんわりした温もりに包まれている。

認知度上昇と共に共感の輪も広がり、現在のメンバーリングリストの登録者は17000人超で、ツイッタラーのフォローワーは約12000人。中には、どこに「ポップアップ」しても、やってくる常連客もいる。レストランを貸す側にとってもメリットが生まれ、食品メーカーなどの協賛スポンサーも増えた。メルボルンのレストラン業界の活性化に、スカーフが一役買っていることは間違いないささうだ。

(シドニー＝南田登喜子)

「Scarf」: <http://scarfcommunity.org>