

TAKE OUT

発行: 非営利型株式会社Polaris
発行日: 2020年5月21日

アコレ座談会

座談会参加メンバー

テイクアウト
活用派

Oさん : 40代女性(高1娘、中2娘)
Nさん : 40代女性(高3息子、高2娘)
Yさん : 40代女性(中1娘、小5息子)

基本内食
自分でやる派

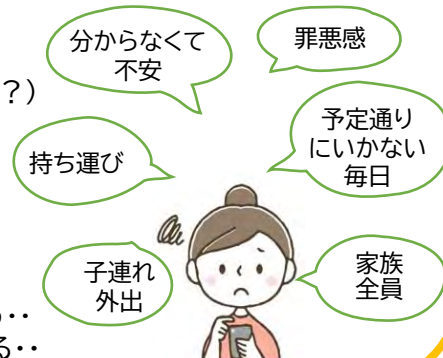
Mさん : 40代女性(中1娘、小3息子)
Aさん : 40代女性(中2息子、小5娘)
Sさん : 30代女性(年長息子、2才息子)
Cさん : 30代女性(小1息子、年少娘)



子育て世帯がもっと上手にテイクアウトを利用して、地域の飲食店を応援するために何が必要か座談会を開催しました。座談会から見てきたことは、忙しい子育て世代だからこそテイクアウトは重宝されると思いきや、**使いたいけど使えない、色々なハードルがある**ということ。子どもの年齢やライフスタイルの違い、家事や食に対する価値観の違い、状況のとらえ方の違いなどによって切り口は異なるけれど、背景には共通項がありました。また、上手にテイクアウトを利用している人の発想やアイデアから、「頑張ってるけど疲れた」「本当は上手く使いたい」「こんなのあったらいいな」という気持ちも浮かび上がってきました。

「テイクアウト=楽」じゃない?! 子育て世代のハードルとは・・・?

- 家族全員分を一人で持って帰るのは重たい
- 出前は食器返却が負担(在宅しないといけない、オートロック問題)
- メニュー表だけではイメージしづらい(分量?何が入ってる?どんな容器?)
- 取りに行った時にかかる時間が分からない(待ち時間)
- そもそも子連れで外出するだけでも大変。
- 子どもがいると、必ずその時間に取りにいけるか分からない。
- 今日お店がやっているのかいないのか分かりづらい(特に個人店)
- 食べきれない、足りないなど、量の調整ができない。
- 初めてのお店に電話するのが苦手でちょっとストレス
- 温める手間が負担、おいしくできない。テイクアウトは手抜きと思っちゃう・・・
- 今外出することの罪悪感、もっと必要な人のために我慢、プラごみ増える・・・



実はこういうことが嬉しい! 私たちの“あったらいいな”

- 「メニューが沢山」よりも、「量がいろいろ」選べる方が嬉しい!!
(例: 牛丼屋チェーンのような量ごとの価格設定など。「我が家にあった」量を選びたい!)
- 一人前の量がどれくらいなのか写真や個数、グラムなどで具体的に分かると買いやすい!
(全然足りなくて、結局家で追加で作ったりするのは面倒、一人〇個づつ、とすぐわかるとありがたい)
- 「おかずのみ」の販売(ご飯はなし。ご飯は家で炊くという家庭も多いためニーズあり)
- 学校給食のように栄養がしっかり取れる子ども向けのお弁当(栄養面で不安な家庭あり)
- 半仕上げのもの(家でレンジでチンするだけ、茹でるだけ、など。それは手間ではない)
- 衛生管理の情報やアレルギー表示(特にこれからの季節は食中毒などが心配・・・)
- おしゃれな容器(お皿に移し替えず、そのまま食卓に出せる、非日常の楽しみ)
- 「映え」るお弁当(SNSなどにも投稿したいという理由で買うことも)
- 買うことで地域を応援できる! 誰かが喜ぶ、誰かの役に立てる!
(「調布産の野菜を使用」の表示→自分が買うことで地域を応援できるという意義)
- Instagramでの発信(子育て世代の2,30代女性はFacebookよりInstagram利用者が多い)
- テイクアウト容器や袋の工夫(自転車で持ち帰りやすいサイズ、こぼれにくい仕様、環境配慮など)

これなら使えそう
使いたい!



アンケート調査や座談会の結果を踏まえ、お店の皆さん、情報提供をしている皆さん、仕組みをつくって運営している皆さんに、こんな提案を考えてみました。

提案1

＼利用シーンに合わせた発信とキーワード／

テイクアウトを利用する背景には、日常の置き換え、特別感を味わいたいなど、いくつかの目的やシーンがありました。どんなシーンで使ってもらいたいか、今後どんな人にお客さんになってもらいたいかをイメージし、キャッチフレーズとともにPR！

シーン①: 毎日の食事の置き換えとして
→『今日は母の夕飯準備おやすみデー！』

シーン②: 自粛生活に疲れたからリフレッシュ
→おうちで楽しむ『ご褒美スイーツ』

シーン③: お店に行けない今、おうちで居酒屋気分を味わいたい
→『おうちで晩酌』『お店の味をご家庭で！』

シーン④: 特別感が欲しい、普段子連れでいけないお店のメニューを食べたい
→『たまには贅沢に』『今だけ特別に』

提案2



我が家の
おすすめ **テイクアウト!!**

「おかずだけ」「今日は何もしたくない」「たくさん食べるお子さんに」など、子育て世帯のリアルに刺さる細かな「タグ」を増やすと、検索しやすい

提案3

＼地域に目が向く伝え方や取り組みを／

子育て中だからこそ地域に目を向け、地域が身近になると暮らしやすくなる。子どもと散歩中に見つけた気になるお店など、「地域のお店」に出会える仕掛けを。

提案6

＼商品券が要らない家庭は、寄付などで、
必要な活動や家庭に届けられる仕組みを／

政府支給のマスクが不要な人からの寄付を集めて必要な人に届ける活動のように、商品券が不要な方は、寄付して必要な人に届けられるよう人と人との繋がりや地域での循環を図っていける仕組みを。



提案7

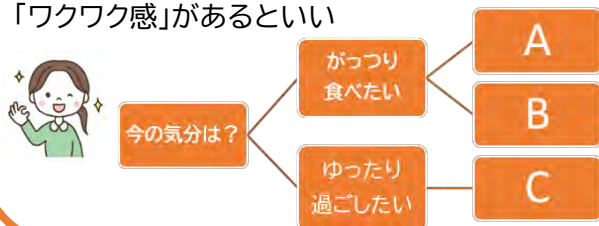
＼商品券を使って先払い応援を／

「落ち着いたら食べに行くよ」という気持ちで、商品券を先に渡し、それに対して飲食店が食事チケットなどを発行するなど、テイクアウトではないけれど、後でお店に足を運べるような柔軟な運用方法を。

提案4

＼ワクワクしながら前向きに
テイクアウトを楽しむツールづくり／

たとえば、Yes・Noチャートで選んでいった先にお店があると気になるし利用したくなるかも？
明るく前向きにテイクアウトを楽しめるようになる、「ワクワク感」があるといい



提案5

＼テイクアウトマップInstagram運営／

20～30代の子育て世代は、Instagramを日常活用することが多いため、Instagramでの情報発信が効果的。



「調布 我が家のおすすめテイクアウト」サイトなど、既存のサイトと連動することで相乗効果も期待できる。

写真から気になる店を検索できるのも良い



(参考)北九州テイクアウトマップ公式Instagram
<https://www.instagram.com/bento.ktq/>



子育て家庭が うれしい！喜ぶ！助かる！ テイクアウト

あったら
いいな！
こんな



テイクアウトは、新しいお店やまちのお店に出会うきっかけ。
母たちの「テイクアウトのあったらいいな」をまとめてみました。

細かく
選べる



「量がいろいろ選べる」

子育て世帯が嬉しいのは「メニューがたくさん」よりも「我が家にあった量」が選べること。サイズの実践肢が多いといいな。

#大人1人前 #大盛り #ハーフOK #キッズサイズ



「おかずのみ」の販売（ライスなし）

ご飯は炊く派、結構多いです。その分お得だとなお嬉しい。



「予算」で選べる

家計を考えると、予算から選べると安心です。

#500円 #1,000円 #5,000円



「半仕上げ」のもの

美味しく温められないなら家で仕上げたい。家で焼いて仕上げたい。チンするだけ、茹でるだけなど、“もうひと手間”はむしろOK！

#レンチン #ソースだけ #生地だけ #自然解凍 #冷凍

パッと
分かる



個数やグラムなど表示の工夫

個数やグラムの表示だと家族で分ける参考になります。

#100g #300g #5個 #1人前はOg



アレルギー表示など

アレルギー対応など特別なケア、文化的な配慮が必要な人も安心。

#アレルギー #ビーガン #低糖質 #ハラール #多言語



写真で分かる、Instagramなどでの情報発信

写真なら量や器がパッとわかる。インスタならタイムリーに情報を受け取れる。自分好みを探したり、ちょこちょこチェックできる



持ち運びへの配慮

自転車で持ち帰りやすい容器サイズやラップで巻くなど、こぼれにくい工夫をしてくれたら利用しやすいです。



自慢のいっぴん

ここといたらこれ！これならココ！

#目玉料理 #スイーツ #自慢の店主



トクバツ
です

