親への感謝の気持ち 伝える後押し仕事に

「感歴」祝い／訪問美容／絆ギフト…

親に感謝の気持ちを届けようとしている人を手伝いたい、と新たな活動に一歩踏み出す人たちが目立つようになってきた。普段はなかなか表に出せない「ありがとう」の気持ちを贈り物や催しの演出に託し、親子のコミュニケーションを後押しするような仕事だ。根本にあるのは自分自身の親への思い。親と子の橋渡しに奔走する人たちの姿を追った。

祝いの席を設定

「親のなれそめなんて初めて聞いたよ」――。栃木県北の奥塩原温泉。久しぶりに集う親子3世代の8人が、懐かしい写真満載のDVD映像に見入っていた。場面が変わるたびに思い出話が盛り上がる。タクシー会社で働く等々力道也さん（51）が父の米寿を記念し、東京の両親や海外暮らしの兄に声を掛けて催した「感歴祝い」での一幕だ。

和やかに進行する祝いの席を笑顔で見守るのが金田雅子さん（38）。人生の節目となる還暦にちなんで名付けた親への感謝の催し「感歴祝い」の仕掛け人だ。何度も打ち合わせを重ね、宿の手配から祝宴の演出まで裏方として支えた。等々力さんも「家族が集まるなんてなかなかない。50年一緒で初めて知る親の一面もあったよ」と感慨深げだ。

温泉で開いた等々力道也さん（左端）ら一家の「感歴祝い」

「訪問美容と和」を始めた小池さん㊧を支えるのは、闘病時の苦しさと祖母への思いだ

金田さんはもともと宇都宮市でブライダルフラワーコーディネーターとして働いていた。感歴祝いを思い立ったのは4年前、義母が還暦を迎えた時。一人暮らしの義母とはどこか距離があった。何か会話の糸口を、と、結婚式の演出を参考に宴席を企画した。

「なかなか伝えられなかったけれど、ありがとう」。親族20人近くが集まった場で、金田さんが思いをつづった手紙を読んだ。「涙を流して喜んだ義母の姿は忘れられない」。これは親子の思いをつなぐ場になる、と直感した。

最初は勤め先で事業化を提案したが、すぐには無理。それならばと個人で動き始め、賛同者を探した。ドイツ駐在時に母が作ってくれたキョーザを家族で再現して喜び合う姿、結婚式では口にできなかった思いを吐き出したスピーチにしたいという。

会社勤めの衛藤さんは仕事中に調査で病院を訪れ、高齢者と触れ合ううちに介護予防の大切さを実感。九州にいる元気な両親への思いも重なったという。離れて暮らす親子は年々増加。東日本大震災や個人の実体験などから家族との絆を再確認する人も多い。

結婚式も一世一代にベールダウンしてもらう新郎が半数を超えるなど、親参加型の演出が目立つ」と結婚情報誌「ゼクシィ」の伊藤綾統括編集長。一方でネスレ日本（神戸市）の調べでは「ありがとう」を言葉・友人に言っている割合は8割超だが、親には6割程度。言いたいが、言えていない――。背中を押す存在が求められる理由かもしれない。

きっかけづくり

親へのプレゼントをキーワードに動き出したのは国府田・千代田）で基本を学び、昨年11月には会社組織にした。

金田さんと同期で学び、訪問美容の世界に飛び込んだ小池由貴子さん（35）も祖母への思いが原動力。群馬から上京、美容師として働いていたが、8年前に脊の腫瘍が見つかった。半年間の自宅での車椅子生活。髪も伸び放題で、容姿に自信がなくなって半ば引きこもり状態だった。

見かねた後輩が前髪を少し切ってくれた時、気持ちがすっとした。同時に、脱毛症の祖母の「孫が髪を切ってくれたらねえ」という、美容師を志す原点となった言葉が心に浮かんだ。親を思う人のために自分のスキルを生かそう。4年前に退職して「訪問美容と和」をスタートした。

実際に親や祖父母へのプレゼントは目立つ。三池奈奈さん（32）も祖母のために依頼した。いわゆる女子トークに花が咲き、カット中も自然と笑顔に。東京で暮らす母親を気遣って頼んだ名古屋の女性も「心配していた母の声が明るくなった。ありがとう」。電話の声に喜びがあふれる。

家族の依頼だと本人がためらう場合がある。それでも時間をかけて言葉を交わす。「きれいになって笑顔でいてほしい」という親への思いを少しでも届けたいからだ。「足が悪くても車椅子でも美容室に行きたい」という利用客の声に押され、脊には東京・巣鴨にサロンを開くつもりだ。

親への感謝を後押ししたいと動き出す「予備軍」は多い。衛藤佳子さん（34）もその一人。母子手帳ならぬ「親子手帳」をウェブ上につくる構想を温める。プロフィルや人間関係をまとめるものだが、手帳づくり自体が親子の会話の機会にもなる。さらに同好の士や地域の子どもたちと交流するツールとしても使えるよう

齋昭さん（31）。勤務先で知り合った美濃陽介さん（33）と家族の絆を深める親孝行ギフト「ｂｏｎｄ！」を昨年7月に始めた。専門家が選ぶ野菜や肉、魚、酒などを定期的に親元や自分に送る。

国府田さんが6年前、友人から農業体験に誘われたのがきっかけだ。おいしい野菜に感動し、実家の母に送った。普段は電話でもそっけない対応をしがちだったが、野菜をネタに会話が弾む。母からの「ありがとう」も心に響き、毎月送るようになった。

米国での定期購入型通販サイトの人気を耳にし、ギフトを通じて親とのコミュニケーションを深める仕掛けに確信を抱いた2人は準備に着手。開始から半年足らずで会員は100人規模に達した。豆知識の詰まった生産者便りや親からの返信用はがきを添えるなど、会話のきっかけになる趣向も凝らす。4月には記念日・体験ギフトも始める。

いつの世も変わらないのが親子の情とはいえ、家族の形や働き方、社会情勢が変わりゆくなかで感謝をうまく伝えるのは難しい。「親孝行いいよねと恥ずかしがらずに言えるようにしたい」（国府田さん）。この思いに共感する人の輪は広がりつつある。