

《コミュニケーションの名前》

注文をまちがえる料理店

《コミュニケーションの施策概要（150字程度）》

ホールスタッフが全員「認知症」の期間限定レストラン。“ハンバーグを注文しても餃子が出てくるかもしれない”といった風に、たまに注文を間違えることをエンターテインメントとして価値化している。
“間違い”ことを受け入れ、楽しむというコンセプトで認知症に対するネガティブなイメージを払拭し、実際に認知症の方々と触れ合う機会を提供した施策。

《広告業界へ提起したいと思った理由（150字程度）》

- ①法律や制度変革によるアプローチではなく、コミュニケーションを切り口に認知症に対する寛容度を拡げることで、社会課題の解決にチャレンジした点。
- ②単なる啓蒙活動ではなく、「間違いやミスは許されない」という固定観念に対して「間違いを楽しむ」という新しい価値を提案しており、不寛容な社会に一石を投じた点。

《コミュニケーションについての施策主催団体（人物）》

注文をまちがえる料理店実行委員会

《コミュニケーションについてのURL》※2つまで

<http://www.asa21.com/book/b314331.html>
<https://diamond.jp/articles/-/164306>

《氏名（ふりがな）》

こうこく たろう
広告 太郎

《生年月日》

1994年12月9日

《年齢》

23歳

《社名／所在地》

(株) ●●●●
〒●●●●-●●●●
●●●●●●

《所属／役職》

(所属) ●●●●
(役職) ●●●●

《電話番号》

●●●●-●●●●

《メールアドレス》

●●●●●●@●●●●