

最近...いや、前からだけれど「個人情報保護」という言葉に辟易している。何故なら何か申し込むたびに「悪用しないけれど、関連のところには利用する」という但し書きがついており、間違いなく売込みが行なわれる。買った覚えのない店から商品案内郵便が届くし、電話もかかってくる。そしてそれはどこの店の登録から派生したかは辿れない。ゴールドカードやBMWの案内をもらっても猫に小判。またかと思える保険と不動産と墓地案内。たしかに悪用にはつながらないところばかりだけれど、ほとんどが不要のニュースである。しかしこれも会社同士の「つきあい」なのだろう。

さて、このように個人情報が商売に利用される一方「個人情報保護」のために人々の情報が規制されたおかげで他人との関係が希薄になったのも事実である。そうでなければあんなにFacebookなどのWEB人口は膨らまないだろう。もちろん「世界の友達の輪」「幅広い情報交換」の利点があるが、「寂しさ」から交友を求めて個人情報を公開する人も少なくないだろう。人間はやはり人間の温もりの中でしか生きられないから。忙しい世の中で実際のふれ合いもなく互いに画面の中でやすらぎを得る。それはそれでいいかもしれない。けれど対面する心の交流のほうがより一層温かい。

そんな交流の場といえばヨーロッパの街角のカフェがあるが、そこは情報交換や仕事の打ち合わせ、離れたところに住む友人とのひとときを過ごす居間的空間として利用され、人々の寂しさを和らげるくつろぎの場所にもなっている。特に個人主義が定着するパリにおけるカフェの役割は大きいだろう。かつて、あるいは今もオーヴェルニュ人が働きに来ているパリのカフェ。オーナーが代わっても雰囲気を受け継がれる古くからのカフェ。パリばかりではない。ウィーンにも素敵な伝統的なカフェがある。それらはいずれも親しみやすい空間を持っている。近づきすぎず離れすぎず、さりげなく適度な距離を保って気配りをする。それはカフェの伝統なのだろう。日本でも伝統的な店は客の居心地を悪くさせない気取りのない雰囲気と気配りがあり、最近では感じの良い店もちらほら出てきたが、中には「お客の要望に対応できるように目を配っている」のか「無銭飲食を見張っている」のがわからないような目つきで壁から抜け出た亡霊のようにスタッフが立っている店もある。「お客を見張っていませんよ」と証明するためにスタッフ同士がわざわざおしゃべりに講じる店は猶更感じが悪い。そして日本の店の特徴は会話が下手なことである。若いスタッフが余計なことを喋ると店主に注意される店もある。たしかに馴染みの客といえども態度にも言葉遣いにも範疇あり。心地よい関係を保つ商売の鉄則あり。それこそ「個人情報保護」は欠かせない。それが店の品位でもある。けれど私はどこへ行っても会話する性質であるから一挨拶・オーダー品への感想・御礼など一つい話しかけてしまうのだが、あるとき日本のカフェで若い男性店員と会話して、彼も爽やかに答えてくれたのに、後で店主に言葉遣いを注意されているのを耳にした。彼の言葉遣いはきちんとした丁寧語だった。いくら客だからといってへりくだり過ぎは慇懃無礼。居心地のいい空間とは、気取らない解放的ゆとり空間なのだから。

最近、海外のカフェ同様に笑顔の応対が目立つ店も現れた。微笑み慣れずに顔中皺くちやにして少々頑張った笑顔であるが、それでも感じが良い。やはり挨拶・笑顔・気取りのなさは万国共通好感だろう。それが人間らしい交流の鍵になる。(2012.10.11)