

# 企業の社会貢献と食育推進事業

出口 正之

Written by Masayuki Deguchi

## 独創性の高い食育政策と 地域のサポート企業団

日本の政策の中で「食育政策」は、異彩を放っているといつてよい。なぜならば、「食育」という言葉自体、日本の中でも新語と言ってよく、それに相当する外国語も見受けられないからだ<sup>(1)</sup>。

平成一七(二〇〇五)年に食育基本法が議員立法で成立すると、「食育」に関する官民合わせた取り組みが一気に本格化した。

食育基本法では、前文において「今、改めて、食育を、生きる上での基本であって、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものと位置付けるとともに、さまざまな経験を通じて『食』に関する知識と『食』を選択する力を習得し、健全な食生

活を実践することができ、人間を育てる食育を推進することが求められている」としている。面白いことに「食育」そのものの定義規定はない。

また、同法に基づく食育推進基本計画では、「食育の観点からは、これが世界に誇り得る考え方であることにかんがみ、(中略)食育の理念や取り組み等について海外に発信し、『食育(Shokukyo)』という言葉が通用することを目指す<sup>(2)</sup>」としており、食育政策が日本の中で生まれたものであって、その独自性において際立っている。

企業など「食品関連事業者等」に対しては、食育の推進や国または地方公共団体が実施する施策や活動への協力についての努力規定が設けられている(同法二二条)。また、「食品関連事業者等」が行う、地域における食生活の改善を目的とした取り組みの推進や食育推進運動の展開について、国および地方公共団体は、支援など必

要な施策を講ずるものとする、とされた(同法二二条、二三条)。その結果、地域社会での企業と地方公共団体との協力的体制がいち早くとられることになった。

例えば、大阪府では全国に先駆け、平成一八(二〇〇六)年一月二五日に「健康おおさか21・食育推進企業団」が一六社により発足<sup>(3)</sup>。また愛知県では、平成一九(二〇〇七)年一〇月に「あいち食育サポート企業団」が結成された<sup>(4)</sup>。こちらは、企業の経営陣が設立に深くかわった点特徴的である。さらに神奈川県では、「神奈川県・食育をすすめる会」が小売業の三社で発足<sup>(5)</sup>。スーパーマーケットの店頭で食育活動を展開しようとしている点が他の地域のものとは異なる。

「ちは食育サポート企業」は千葉県が募集し、企業が登録するスタイルをとる<sup>(6)</sup>。食品、酒造、小売業、ミニコミ、電力、ガス企業など一三四社

が登録している。

さらに、「食育基本法」以前の平成元年度より大阪府は、外食料理の栄養成分表示を推進するために「外食栄養管理推進事業」を実施していたが、これが、平成八年五月、飲食業界団体及び行政による「大阪ヘルシー外食推進協議会」に発展。官民一体となった啓発普及事業を実施していた経緯があり、平成一八年度の「食育白書」で紹介された(7)。このことは、外食産業の対応が食育政策の一環として位置づけられたことを意味している。

## 「再定義」による社会貢献活動

地域の企業グループとは別に、各企業も「食育」と銘打った個別の取り組みを次々に行った。その中からいくつかの事例を紹介してみよう。

### 1 理念連動型

食育基本法の精神を全面的に取り入れているのはキッコーマンである。同社は二〇〇五年五月に食育宣言(8)を行い、それに基づく食育スローガン(9)、食育理念(10)、食育推進方針(11)を定め、その上で各種の食育プロジェクト活動を実施している。具体的な活動は出前授業と子供向けの工場見学である。

「ネスセは、まごめい」(bon merci)以下「ポ

ンメルシイ!」直販誌)を二〇〇一年に創刊させており、読者である母親を対象にした「食」の意識調査を継続的に実施してきた経緯があつて、それを延長する形で「Benesse食育研究所」を二〇〇六年四月一日に設立した。

また、読売新聞社では「食育推進プロジェクト」を発足させ、有識者による実行委員会を組織して、「食育」啓発活動、全国の教育現場で食育授業を推進、全国小学校食育授業・料理コンテストの実施、安全・安心の食品、食材を選食する力をつける指導の柱を当てている。さらに、ホームページ上(12)では、小学生向けの食育テキストをダウンロードできるようにしている。こうした企業は個別の事業も盛ることながら、むしろ、食育政策の理念そのものにいち早く連動していった点に特徴があるといえるだろう。

### 2 社学連携型

理念連動型も具体的な活動を見ていけば、出張授業などのような教育現場をフィールドにした活動が多い。同種の活動は数多くの企業で実施されている。

例えば、モスバーガーの「食育プログラム」(13)では、各店のスタッフが学校へ赴き、食育の授業を行っている。同業者の日本マクドナルドでは、ホームページ上(14)に「食育の時間」というコンテンツを無料提供していたが、最近ではドナルドの食育ワークショップを開始し、ドナルドが教師役として学校での授業を実施している。

また、味の素では「食育プログラム」食のガー

デン」(15)を実施。二〇〇四年度～二〇〇六年度までに、全国一六六校、一万五千二九〇名が参加している。カルビーのスナックスクールも出前授業で数多くの実績を誇る。

会社と学校の連携を「社学連携」と名づけると、この「社学連携」は、食育をめぐる社会貢献の主流といつてよい。

森永乳業は料理教室を「エムズキッチン」、ハウス食品は「パーモントキッチン」という名称で幅広い層を対象に行っているが、これは「社学連携」を社会全体に広げたものと位置づけることができる。また、サントリーは、「食育」ならぬ「水育」(16)と銘打って、「水育出張授業」を行っている。

### 3 売り場重視型

一方、消費者に最も近い小売業では「売り場」での活動が目立つ。

デイリーヤマザキでは、「コンビニエンス業界でいち早く食育活動に取り組み、『食卓バランスガイド』の考えを取り入れて一食あたりの主食・副食・主菜のバランスを考慮した『バランス弁当』を二〇〇五年より発売」(17)し、食育活動を強調している。イトーヨーカドーの各店舗では、食育のノウハウをもつ(株)ベネッセコーポレーションの協力を得てクイズを作成する活動を行っている。前述の「神奈川・食育をすすめる会」が小売業三社で発足したのも、こうした傾向の一つとして考えられる。

これまで述べてきたように、法律の中で定義

規定を設けなかったことや海外に存在する概念でもなかったため、食品関連企業は、それぞれの社会貢献活動を自社自身の定義によって「食育活動」と位置づけ、食育活動に参加していくことができた。メーカーであれば、工場見学を含め、食に関する何らかの社会貢献活動は行っていたこと、小売店であれば売り場で商品知識を提供することは、販売促進との関係でさまざまな実績があったことから、企業としては、「食育政策」に賛同していくことは、それほど抵抗感がなかったことと考えられる。その結果、若干の例外を除けば、それぞれの企業が「わが社の考える食育」として、それまでの企業の活動を「再定義」する形で「食育推進事業」と位置づけることができたのである。

その典型例は日清食品に見ることができただろう。同社は、CSR（企業の社会的責任）レポート「グリーンプラン2007」の中で、自社の「インスタントラーメン発明記念館」を体験型食育施設として紹介している<sup>18</sup>。企業博物館の開設は、日本においては極めて活発であるが、それを食育政策に関連して、「食育施設」と「再定義」している点にこの活動の特徴がある。

## 「食育」の社会貢献の嚆矢としての 母子健康協会

一般的に言って、日本の企業の「社会貢献活

動」には、次のような特徴がある。

第一に、企業自身があたかもNPOのように営利を目的とせず、直接、社会貢献活動を行う点である<sup>19</sup>。第二に、とりわけ近年になって、企業の本業と密接にかかわっている領域にそれらが集中し始めたことである。

こうした兆候は一九八〇年代以降、急速に広がった。九〇年ごろから各企業に社会貢献関係部署が誕生し、CSRブームなどもあって、企業内部での社会貢献活動の位置づけが明確になるとともに、十分な説明可能性が内外から求められるようになった。

また、「二つの特徴のうち、とりわけ前者は、海外の企業ではあまり見られないものである。第二の特徴も、海外ではそれほど強固なものではない。一部の有識者の主張には、日本企業をめぐり「社会的責任論」が、外国の用語、例えば、英国における「コミュニティの中のビジネス」、フランスにおける「メセナ」、米国における「イランソロー」の不統一をめぐり混乱の中で、社会貢献活動を軽視し、立法趣旨を超えた細部の「コンプライアンス」にいささが神経質にシフトしすぎている傾向が見られる<sup>20</sup>。また、マスコミも過度にそれを煽る傾向があるが、「企業の社会的責任」の中心的な課題は、世界的な論調からいえば企業の寄附活動である。企業寄附は、配当を受けるべき株主の利害と外見上は対立し、その説明責任が直接的には果たせないからこそ、「単なる企業責任」を超える、「企業の社会的責任」としての理由づけが必要なのである。

近年の日本のCSR論は、企業寄附ですら株主

への直接的説明責任を強調する傾向にあり、「本業関連重視」に振れすぎている。

日本企業は、実は、長く純粹な、世界的な意味での「社会的責任論」に立脚したような社会貢献を行ってきた。その一例として、江崎グリコの活動をあげたい。

また、厚生省（現厚生労働省）ができていなかった頃のことであるが、江崎グリコの創業者江崎利一は、一九三四年（昭和九）に私費五万円を出捐して母子健康協会を設立した。戦前において「学校給食」、「食糧と母子の健康」、「弁当」、「栄養知識」、「偏食」、「乳幼児の栄養」などを取り上げて、現在でいう「食育」との関連が深い。企業としての江崎グリコは、創業者とはいえ個人設立の財団法人の活動をずっと支援してきた。こうした寄附活動が「食育」に関する企業の社会貢献」として再定義されることはほとんどないが、最近の淡泊なCSR論に感わされることなく、戦前から続くこうした寄附活動を再評価していくことも必要だろう。

## 企業寄附活動の重要性

日本企業が、「あたかもNPOのような非営利活動を直接実施する」スタイルの社会貢献活動を行ってきたのは、企業フィランソロー活動が活発化した九〇年代初頭には、支援可能なNPOがほとんど存在しなかったことにも起因す

る。しかし、九八年に特定非営利活動促進法も成立し、また、本年は公益法人改革関連三法が施行される予定であり、一〇年ぶりの公益法人改革が実施される。食育関連の非営利法人も今後ますます増加していくであろう。そのことを考えれば、「食育」に関する企業の社会貢献もNPO(公益財団、社団を含む)などへの寄附活動も重要になってくるだろう。

前述した大阪の「健康おおさか21・食育推進企業団」は、ささやかであるが、「食育ヤングリーダー支援助成金」の支援を実施しており、高校生および大学生などが、子どもたちや同世代の仲間に向けて健康的な食生活を送るための食育活動を行う場合に、その活動資金を支援することによって若い世代の食育リーダー(食育ヤングリーダー)の育成の一助としている。こうした活動の一層の拡大にも注目していきたい。

CEL

(1) 内閣府の「食育白書」平成一八年度版二二頁では、語源を紹介しているが、事実上、新語である「」を表明している(等)。

- (2) 食育推進基本計画(平成一八年三月二一日食育推進会議決定)
- (3) 日本農業新聞(二〇〇六年一月二六日)。なお、現在はアサヒビール、江崎グリコ、エスビー食品、大塚製薬、花王、カゴメ、キッコーマン、キュービー、ニチレイフーズ、日清オイログループ、日清フーズ、日本ハム、日本ケロッグ、ハウス食品、ポッカコーポレーション、ミツカン、明治乳業、山崎製パン、サンスターの一九社となっている。
- (4) 日本農業新聞(二〇〇七年一〇月二三日)。イチビキ、カゴメ、カネハツ食品、敷島製パン、ポッカコーポレーション、マルサンアイ、ミツカン、ユニーの八社。
- (5) 日本農業新聞(二〇〇七年六月二日)。発起会社は、相鉄ローゼン株式会社、富士シティオ株式会社、生活協同組合コープかながわの三社であるが、発足には、このほかに一九社三団体も集まった。
- (6) 日本農業新聞(二〇〇七年六月三日)
- (7) 内閣府「食育白書」平成一八年度版六五頁
- (8) 同ホームページ  
<http://www.kikkoman.co.jp/shokukui/sengen.html>
- (9) 同ホームページ  
<http://www.kikkoman.co.jp/shokukui/slogan.html>
- (10) 同ホームページ  
<http://www.kikkoman.co.jp/shokukui/rinen.html>
- (11) 同ホームページ  
<http://www.kikkoman.co.jp/shokukui/hoshin.html>
- (12) 同ホームページ  
<http://syokukui.yomiri.co.jp/dl.htm>
- (13) 同ホームページ  
[http://www.mos.co.jp/social\\_activity/shokukui/](http://www.mos.co.jp/social_activity/shokukui/)
- (14) 同ホームページ  
<http://www.chantotaberu.jp/>
- (15) 同ホームページ  
<http://www.aifinmoto.co.jp/company/kouken/activity/garden/index.html>
- (16) 同ホームページ  
<http://suntory.jp/kds/mizu-iku/index.html>
- (17) 同ホームページ  
<http://www.daily-yamazaki.co.jp/ec/shokukui.html>
- (18) 同社「グリーンプラン二〇〇七」三五頁
- (19) 出口正之「フィランソロピー：企業と人の社会貢献」(丸善、一九九三年)一一二頁
- (20) 郷原信郎『法令遵守が日本を滅ぼす』(新潮社、二〇〇七年)。同書は、この点の問題を強く主張している。

#### □ 出口正之(でぐち・まさゆき)

国立民族学博物館教授。一九七九年大阪大学人間科学部卒業。ジョンス・ホプキンス大学国際フィランソロピー研究員、財団法人サントリー文化財団事務局局長を経て九五年に日本で初めての大学院大学である総合研究大学院大学教育研究センター教授に就任。同大学学長補佐などを務めた後、二〇〇三年より現職。主な著書は、『創造都市への展望 都市の文化政策とまちづくり』(共著、学芸出版社)、『フィランソロピー 企業と人の社会貢献』(丸善)など。