

ベネッセの食育活動

脇 清美 *Written by Kiyomi Waki*

はじめに

株式会社ベネッセコーポレーションでは、子どものいるご家庭向けに食育をテーマにした「雑誌+付録」のセット商品「bon merci」(以下、「ボンメルシー!」)を二〇〇一年二月に創刊しましたが、それまでも「ごどもちゃれんじ」や「進研ゼミ」といった通信教育の教材などで、食育に関するテーマは扱ってきておりました。さらに、教育事業の基礎となる研究活動において、朝食と学力の関係など子どもの生活の調査研究をおして、食育関連のさまざまなデータも蓄積してきておりました。

食育の関心が全国的に高まるなか、ベネッセでは、それまでに蓄積してきたデータについて弊社事業での活用を強化すること、加えて社会全体の関心をさらに高めていくため積極的な発信活動を行うことの必要性を感じ、「Benesse 食育研究所」を二〇〇六年四月に設立しました。今は、主にホームページを通じて、データや情報の提供を行っています。

そして今、「ボンメルシー!」以外の媒体でも食育の発信、あるいは他社と連携しての動きなども進めています。

「ボンメルシー!」の創刊

「ボンメルシー!」は、子どものいるご家庭を対象にしたもので、幼児のいるご家庭向け「ボンメルシー!リトル」と、小学生のいるご家庭向け「ボンメルシー!スクール」の二タイプあります。これは、幼児と小学生では保護者が抱える子どもの食の悩みが違つこと、子どもの年齢によって必要な量や栄養バランスが変化すること、子どもが成長するにつれて食への関わりが変化すること、この三つの観点から読者に、よりフィットしたものをお届けするためです。

商品は、いずれのタイプも「雑誌」+付録「食



グッズや食キット」のセット。ただし、セット内容や特集内容はタイプで異なっています。読者のご自宅に直接お届けする直販形式で、現在、日本全国の二六万人にご購読いただいています。

食と健康は暮らしの基本。旬のおいしい食材を選び、ヘルシーで楽しい食生活を送って欲しい、食材や栄養の基本知識を持ち、子どもの健やかな成長を支えて欲しい、そのために役立つ商品やサービスを提供したいという願いを「ボンメルシー！」の商品・サービスに込めています。商品名「bon merci」の bon は「よい」、merci は「ありがとう」という意味のフランス語で、「おいしいね」「すてきね」「ありがとう」「そんな言葉が交わされる幸せな食卓を願ってつけたものです。」

「ボンメルシー！」では、二〇〇一年の創刊当初より「食育」という言葉を使ってきました。例えば、創刊四号の第一特集は、「子どものこれからを決める食育メニュー」でした。当時、「食育」という言葉は、まだ一般的ではなかったと思いますが、それでもお客さまには伝わるものがありました。しかし、「ボンメルシー！」の創刊にあたっては、「今、食育が必要だから、取り組みたい」という思いが先にあったわけではありませんが、弊社での開発開始当初のミッションは、子どもを持つ女性をさまざまな形で応援し、暮らしの幸せの実現を支援するために新しい事業を立ち上げることでした。ベネッセでは、一人ひとりの人が持っている願いや思いを形にするのが事業と考えています。その立案のために、まずは対象となる女性に、意識やニーズなどの

調査を繰り返し行ったところ、自分や家族の「食と健康」については、いろいろな面で興味・関心があるけれども、たくさん情報があすぎて、何をどうしたらよいかかわからず、そのため、実際の生活での取り組みが今一つになっているようであることがわかりました。また、調査をしていた一九九九年当時から、食の安全性を揺るがす問題が次々と発生し、安全・安心への意識が高まる一方、食生活や食習慣を要因とする肥満や生活習慣病の増加といった健康問題、さらに食事形態の変化による社会への影響など、食をめぐるさまざまな問題が発信されていきました。食生活指針が出されたのもこの頃になります。

あふれる情報の中で、食に関して、「何をどうしたらいいのだろう」、「あれもこれもと言われてもできない」、「わからないことへの不安やわかっていてもできない現実でもそれを実は何とかしたいという思い、つまり、「食育」の必要性は普通の生活者の方々のなかにあることに気付いたのです。そのとき、このテーマで何とか支援できないだろうか、そしてそれを事業にできないだろうかと考えたのが発端です。

社会的な意義も背景に、そして子どもの心身の健全な成長において家庭の「食」というのは重要なテーマであり、何よりも市場にニーズがあるとして会社に事業提案を行いました。収益計画などの事業性の審査を経て、新事業案件と



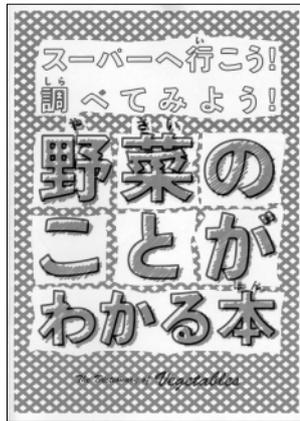
して社内的なGOサインを得、「ボンメルシー！」の創刊に至りました。そして、食に関する正しい情報をわかりやすく、さらに実際の生活ですぐに実践できることを目標に、家族の食をテーマにし、メッセージを発信し続けてきました。

私たちは、生活者、とりわけ女性のマーケティングを行う中で、「食育」にたどり着き、そして、さまざまな調査やヒアリングを進めるにしたがい、食育の大切さを実感していったと言えます。

「ボンメルシー！」についての詳細は、次のホームページを参照ください。 <http://www.benesse.co.jp/bonmerci/>

Benessé 食育研究所の設立

「ボンメルシー」は創刊後、定期的に商品を顧客にお届けし、実生活で実践できるようにさまざまな提案をしてきました。その提案一つひとつについて、お届け後に情報のわかりやすさや実践度などの調査を行い、「興味を持たなかったか」、「わかりやすかったか」、「やってみようと思えたか」、「実際にやってみたらどうだったのか」



等々、さまざまなデータを蓄積してきました。また、読者を対象にした食に関する意識調査も継続的に実施してきました。これまで蓄積してきた独自データは、「食生活における意識」などの基礎的な内容から、「調味料の常備率の地域差」などの詳細なデータまで多岐にわたっています。

また、「ボンメルシー」以外にも、ベネッセでは家庭向け・学校向けの教育事業や、その基礎となる研究活動（一九八〇年代に開始）において、子どもの生活実態、子どもの食生活などの研究をおおして、さまざまなデータを蓄積してきました。

二〇〇五年に食育基本法が成立し、食育への関心が高まり、さまざまな動きも活発化してきました。国や自治体、あるいは企業で食育に取り組む方々と情報交換をするなか、「ボンメルシー」や教育事業の研究で得た弊社保有のデータには、他にはあまり見ないユニークなものも多いということがわかってきました。

そこで、弊社のなかでも食育という視点はもっと活かせるのではないかと考えた。「ボンメルシー」以外の事業でも活用を強化すること、加えて社会全体の関心をさらに高め、活用していただくため、蓄積したデータの発信活動を行うことの必要性を感じ、独立した専門組織として、前述のように二〇〇六年四月に「Benessé 食育研究所」を設立しました。

Benessé 食育研究所では、一般市場対象の調査を行うほか、行政や民間とも連携しての調査・研究も行うなど、フィールドを広げている活動も始めています。また、「ボンメルシー」

や Benesse 食育研究所が蓄積したデータ以外にも、弊社の教育事業のシンクタンクが蓄積してきた調査・研究を食育という観点で再整理したデータもホームページをつうじて発信しているほか、食育関連のイベントやフォーラムへの出展なども積極的にを行っています。

（食育研究所についての詳細は、次のホームページを「参照ください。」 <http://www.benessé.co.jp/shokukiku/>）

これから

現在、「ボンメルシー」以外にも、例えば、乳幼児対象の「こどもちゃれんじ」や小・高・高校生対象の「進研ゼミ」などで、子どもや保護者に向けて、「朝ごはんを食べよう」、「親子で料理を楽しもう」などの食育のテーマで特集を提供する際に、食育研究所のデータを利用するなどして、説得性を高めています。また、さまざまな対象に「食育」を意識した発信をするための社内での活用、連携強化を図っているところです。生活情報誌「サンキュ」や「ボンメルシー」では、広告クライアントと協力し、「旬の野菜・魚の情報」や「野菜をたくさん食べる工夫」などの基本的な情報提供を、食育研究所もからめながら、タイアップ広告などで行うことも始めて



います。

食に関して、もちろん正しい知識を持つことは必要なことですが、やはり体験する、特に「五感」で体験することが大切なことだと考えています。情報発信だけではなく、実際にやってみるといような展開を他社との連携も含めて検討を始めています。例えば、今、日本国民はどの年代でも野菜を食べる量が必要量に対して足りないと言われており、実際にスーパーでも野菜の販売量は下降傾向にあるそうです。そこで、流通と協力し、主に子ども連れの親子を対象に想定して、野菜クイズをきっかけに、実際の野菜売り場で野菜を見ていただき、そこで野菜を使ったレシピ提案も行うという試みをしました。『興味を持つ 実際見る・さわる 調理する 食べる』の流れにのるようなきっかけを複数仕掛けていくというものです。簡単にはうまくいかないものですが、流通やメーカーの担

当者と知恵を出し合ってさまざまな工夫を考え続けているところです。

ベネッセでは、「事業はメッセージ」と考えています。それは、一人ひとりのお客さまの「こうになりたい」をお手伝いすること、一人ひとりのお客さまに「こうなっていたらいい」という願いを商品・サービスに託してお届けすることです。人々の心の中にある「自分や家族が心身ともに健康に過ごすために、食に関して正しいことを知り、よい生活を実践したい」という願いを実現する支援のために、これからも試行錯誤しながら、進めていきたいと思えます。

□ 脇 清美（わき・きよみ）

株式会社ベネッセコーポレーション Beneesse 食育研究所事務局長