

じゃがいもの需要創造と食育活動の展開

カルビー(株)

コーポレートコミュニケーション本部

太田 江美

1. 食育活動をおこなう背景

当グループは2013年度1,999億円の売上有るが、その約6割が、『ポテトチップス』や『じゃがりこ』等じゃがいもを原料にしている。そのため、お客様にはじゃがいも好きになってもらいたい。

ところで、「お客様はポテトチップスに代表されるスナック菓子里にどんなことを期待しているか」について1万2千人にアンケートした結果が当社にある。

1位：「気軽にみんなでつまめる」

2位：「みんなで楽しい気分で食べられる」

3位：「簡単に食べられる」

と上位には「みんなで」「子どもが喜ぶ」「家族で嫌いな人がいない」と、大勢で食べることが前提であることが興味深い。加えて、6位に「原料、産地などが安心できる」とあった。つまり、お客様に購入いただくには「家族が好き」と「原料が安心」が満たすべき条件である。しかし、この条件は、スナック菓子里に関わらずどんな食べ物でも同じである。将来にわたる消費拡大のためには、子どものときから、その食べ物に馴染んでもらわなければならないのである。そこで、2003年から開始したカルビーの食育活動を紹介する。

2. カルビーの食育活動

じゃがいもは子どもが嫌いな野菜ではな

いが、調理しないと食べられない。すると、子どもにとって身近なのは“お菓子”である。しかし、若干の問題があった。大人は「ポテトチップスは体に悪い」といったイメージをもって子どもには積極的に勧めないのである。あるとき、従業員が、わが子が通う小学校から「夏休み中はスナック菓子、清涼飲料水、カップラーメンは食べないように。」と書いたプリントをもらってきた。子どもは、親は学校が禁止するような食品を製造しているのかと非常に傷ついた。残念な出来事である。そこで、現状を知りたいと当社で学校関係者（家庭科の先生や学校栄養職員）におやつに関するアンケートを実施したところ、

●子どもがよく食べるおやつは

1位：スナック菓子

2位：清涼飲料水

3位：ファーストフード

●大人が子どもに勧めたくないおやつは

1位：スナック菓子

2位：清涼飲料水

3位：ファーストフード

であった。同時に、「なぜ、食べてはいけない」と指導するのか理由も聞くと、「油っぽい」「塩分が多い」「味が濃い」を抑えて、最も多い答えは「なんとなく」であった。つまり、先生は明確な根拠を持っていなかったのである。

これは、社会背景も関係している。学校に勤める栄養士や養護教諭は、“戦後に急増した子供の肥満を減少させたい”という大きな課題を抱えている。また、2000年当時は、マスメディアを中心に「納豆が体にいい」「ココアがいい」「赤ワインのポリフェノールがいい」など偏った食品の健康情報が流行していた。一方、子どもは、好きなおやつを好きな時間に好きなだけ食べていて、よく食べるおやつの代表がスナック菓子である。だから、大人が目撃するのは、夕飯前にスナック菓子を“ダラダラ食べ”している子どもの姿である。ちょうど孤食や栄養バランスの悪さなど食の課題に対して、食育を推進する法律が制定されようとしていたが、「食育」には教科書がなく先生は指導方法にも戸惑っていた。すると、「夕飯が食べられないのは、おやつを食べるからだ。ポテトチップスは禁止」という指導に繋がった。そこで、直接「肥満の問題は、何を食べるかではなく食べ方の問題である」と伝えたい一心で、小学校への食育出張授業カルビー・スナックスクールを始めた。

スナックスクールは、児童と保護者を含めて2003年の開始から2014年3月までに述べ35万人以上が参加している。2013年度は年間約800校で実施された。

3. 食育の効果

スナックスクールでは、1回のおやつで食べてもいいポテトチップスの量をはかるゲームをして、おやつは量と時間を決めることが大事なのだと体感してもらう。他にポテトチップスを作る工場見学DVDも見てもらい、製造工程が安全であると伝えて

いる。子どもは興味をもって取り組み、保護者参観日での実施も多い。子どもは「授業を受けてからは、お母さんに怒られなくなった。」と感想を述べ、母親からは「子どもに良くない食べ物だと思っていたが、食べ方の問題だったのか」と感想を述べる。つまり、子から親に正しい知識を伝達してもらう取り組みでもある。



2012年にはスナックスクールはキッズデザイン賞優秀賞を受賞した。キッズデザイン賞とは、子どもたちの安全・安心に貢献し、創造性と未来を拓き、子どもを産み育てやすいデザインを顕彰する制度である。ここでは、「未来をにう子どものためになる素晴らしい活動だ。“子どものためになる”とは、イコール全世代を含む社会全体に有用である。」との評価もいただいた。現在は、出張授業に加えて、全国の先生がこの授業をご自身で実施できるように教材を貸出しもしている。これからも、より多くのお子様が食の知識を得たことで、幼い頃からポテトチップスを好きになってくれることを切に願っている。

4. 次のステップは原料である

最初に紹介したアンケート結果のよう

に、お客様は、購買時点で原料が安全かどうかを気にする。しかし、食卓に到達するまでには、原料調達→加工→販売と何段階もあるため、知らないことがあると不安になるのである。

私たちが小学校を訪問した際に、校庭でじゃがいもを栽培する光景を目にした。1、2年生では植物の根・茎・葉のつくりを比較観察するために、6年生ではヨウ素でん粉反応実験をするために植えるそうだ。保育園や幼稚園では、お世話当番によって責任感を養い、調理実習で原料から食卓までの流れを理解させているらしい。スナックスクールを通じて学校と信頼関係ができてくると、栽培の助言を求められたりもした。そこで、助言を求める学校を登録制会員にして観察報告をするコーナーをカルビーホームページ内に用意した。希望する保育園や幼稚園、小学校は、首都圏と近畿地区が多く、普段からじゃがいもと触れる機会が多い北海道からは1校もなかった。

5. 栽培活動「じゃがいも研究班」の紹介

保育園や小学校は観察日記（文と写真）を当社にメールで送ってくる。小さなお子様からは「種ではなくて、じゃがいもを植

えるんだ!」と驚いた話や、小学生が休み時間に土寄せしたり草抜きをする写真が寄せられた。

同時に先生からは、栽培の質問もあった。内容は虫の駆除方法や、病気の対処方法、良好に成長しているか不安だという相談である。他に少数だが「植付前に切り口を乾燥させようと屋外に長く置きすぎて腐らせた」「乾燥中にカビがついたが植えた。1ヵ月以上過ぎても芽が出ない。」という相談もあった。猛暑で茎がしおれている写真と一緒に、「暑い日中に水をあげるべきではないから、水やりの時間がない。」という相談もあった。大人も植物を育てる経験が不足していることを実感した。



学校からの観察日記は、当社で『通信』というタイトルをつけてまとめて学校に郵送している。内容は、①観察日記、②観察日記を見て、カルビーポテト(株)のフィールドマンが段階に応じた簡単なアドバイス、③農家の方が今の時期はどんな作業を行っているのか、の3点で構成されている。

先生は、保育園や学校の玄関・廊下に『通信』を貼り出すので、保護者にも伝わり親子の会話が増える。子どもたちは、他校の



様子を見て、ライバル心や連帯感が芽生え、“やらされ感”ではなく、愛情をもって育てることができる。複数の教育委員会から、「農家の方からメッセージをもらえる点が、実社会との繋がりを与えている。非常に貴重で有難い。」と高評価をいただいた。

そして、収穫後は学校でカレーライス、味噌汁、フライドポテトを作ったり、家庭で調理する宿題がでている。特に保育園や幼稚園のお子様だと、植え付け時には「大きくなりますように…」と拝んで育てるので、必ずおかわりするようだ。子どもは、自分で育てた野菜なら嫌いな野菜でも食べることが多い。この体験をきっかけに、おうちで何度もじゃがいも料理をリクエストすることだろう。

加えて、先生からは、「天候や虫害などが例年になく気になり、じゃがいも栽培が容易でないこと、それを上手にする農家の存在を子どもなりに想像できた」と言う。今まで、多くの保育園や小学校でじゃがいもは栽培されてきただろうが、ネット上で交流の場があることで、子どもの興味・関心が高まっただけだ。

6. おねがい

食べ物は、子どもの頃から食べ慣れたものを一生涯、好んで選ぶ。これら食育体験によって子どもたちに深い思い出を刻み、じゃがいもの需要創造に貢献したいと考えている。

最後に、じゃがいもを栽培する農家の方や、研究をされている方にお願ひがある。「雪がとけたから、〇〇ではじゃがいもを植えたよ」「今、こんな作業をしているよ」「こんな研究をしているよ」と普段の仕事の様子（文）と写真を時々メールしていただけないだろうか。

●じゃがいも研究班のサイト

<http://www.calbee.co.jp/foodcom/blog/>

●メール宛先

カルビー・スナックススクール事務局
cssjimukyoku@calbee.co.jp

かぶき小学校 | 2014.03.27



ジャガイモ栽培開始!

3月24日に植え付けをしました。2*の親いもを10mのうねに植えました。隣のうねにはキタアカリを植えました。生長の違いも観察します。(岐阜県)



お客様は子どもも大人も年齢に関わらず農業と遠くなっている。「知らない」ことは「不安」に繋がるため、農家や研究者など多くの方がじゃがいもに関わる姿を知れば、お客様の「安心」につながる。これらの情報をくり返しくり返し発信して、お客様にじゃがいも好きになってもらいたい。