

企業と社会と学生が交差するマガジン

cross



point

vol.



Sustainableな社会をつくろう

戦争、貧困、地球環境の破壊、食糧危機、資源枯渇。
世界には今ある世界を損なうかもしれない問題がたくさんあります。
世界がこれからどうなるのか。それは誰にもわかりません。
さて。私たちの生活には、多くの企業が関わっています。
食べ物や服をつくったり、列車を動かしたり、お金を管理したり。
生活に深く関わる企業は、この世界に欠かせない存在です。
Sustainableは、持続可能な、という意味の英単語。
ともに世界を持続していく存在として、また将来そこで働くかもしれない場所として、
企業にもっと注目してみましょう。



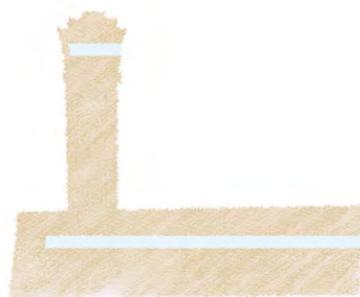
Contents

- 4 企業インターワーク
10年後の世界で活躍する若者を応援する新しい空港サービス
- 8 Column 1
印刷会社が音楽の力で世界へ広げる「読み書き」できる喜び
- 10 大学生の企業レポート
酪農家と私たちの真ん中で牛乳をつくる会社
- 14 Column 2
CSR=Corporate Social Responsibilityって何?
- 15 協力組織

江戸川女子高等学校 × JAL (日本航空株式会社)

中学生・高校生たちが、企業のインターンとなって課題解決に取り組む授業プログラム「企業インターンワーク」。さまざまな企業の協力のもと、事業活動や企業理念、社会とのつながりを学びます（「企業インターンワーク」は、株式会社トウワイス・リサーチ・インスティテュートが中学・高等学校に対して提供する授業プログラムの一つです）。

10年後の世界で活躍する若者を 応援する新しい空港サービス



JALからの指令

Mission 1

できるだけたくさんの人に飛行機にまつわるイメージ、エピソードを聞いてレポートすること！

- ・飛行機に乗ったことのある人ない人を取り混ぜて、さまざまな世代の声を集めてください。
- ・聞いた人の年齢、性別、職業、住んでいる地域を聞いてください。
- ・JALがどのようなことを大切にしているのかについても調べてください。
- ・最後に集めた結果から何がわかったかをまとめてレポートしてください。

Mission 2

10年後の未来、世界で活躍する若者がJALに乗りたくなる、空港の新しいサービスを企画提案すること！

- ・JALの企業理念、取り組み姿勢、商品・サービスについて調べて、参考にしてください。
- ・他社を含め、空港でどのようなサービスが行われているかもよく調べてください。
- ・10年後の世界と、そこで活躍する若者がどんな人なのかをわかりやすく示してください。
- ・企画内容はビジュアル（写真、イラスト、映像など）をうまく使ってわかりやすく提案してください。

日本航空株式会社とは

日本の航空会社。通称、JAL (JAPAN AIRLINESの略)。1951年8月に設立、1953年10月には日本唯一の国際線定期航空運送事業の免許会社となる。現在は、世界規模の航空連合の一つ「ワンワールド」の一員。加盟航空会社と共同で運航する便を含め、国内線・国際線合わせて51カ国・地域、305空港に飛行機を飛ばしている。(2015年4月現在)

Step1

「JALとは何か？」から調べる

生徒たちはまず、JALという企業について調べた。飛行機を飛ばす会社。パイロットや客室乗務員。赤い鶴のマーク。日本を代表する航空会社について、既知っていることはたくさんあった。だが、調べてみると実は知らないこともたくさんあったと気づく。JALの企業理念、それを実現するために社員一人ひとりが取り組むJALフィロソフィ。定時出発率とは何か。安全対策はどうなっているのか。調べていくうちに、これまでは単なる旅行の交通手段だと思っていた飛行機と、それを飛ばす人々への興味がわいてくる。

Step2

“お客さま”のイメージと
JALの取り組みを知る

次に、生徒たちはたくさんの人から話を聞いた。多くの声を聞くうちに、生徒たちには社会がJALに求めるものが、少しずつ見えてくる。「飛行機に乗っていない人ほど、事故への不安が大きい」「飛行機によく乗る人は、機内サービスにこだわる」集めた声をもとに、生徒たちはさらに踏み込んでJALの安全対策やサービスについて調べた。パイロットや整備士はもちろん、客室乗務員や空港で働くスタッフ、安全問題の専門家たちまでかかわって安全を守っていること。長い空の旅を快適に過ごせるよう、機内食やエンターテインメントにも工夫していることなどがわかった。



① グループ面談

初めてJALと接するグループ面談。JALの担当者に、意気込みと質問をぶつけます。その後でMission 1を受け取り、インターンスタート！



チームの全員が一度はJALを利用しています。もっと詳しく知りたくて、インターンになりました。

② 調査開始

WebなどでJALについて調べた後、たくさんの人に話を聞きます。旅行のために飛行機に乗る人、仕事のために乗る人、また老若男女それぞれで異なるニーズがあるとわかりました。



最近の事故や事件のニュースを受けてか、安全対策を気にする人が多かったのが印象的でした。
機内では、サービスを楽しみたい人とにかく休みたい人の両方がいるとわかりました。どちらも満足してもらうのは大変そうです。

③ ミニ・プレゼン

調査結果に自分たちの意見を加えて、JALの担当者にプレゼンします。そしてMission 2を受け取り、インターンとしての仕事はここから本番です。



飛行機を怖いと思っている人が意外と多かったので、JALの安全対策についてもっとアピールすべき、という意見をプレゼンに盛り込みました。

④ Mission 2 スタート

これまでに得た知識をもとに、チームメンバーでアイデアを出し合います。さらに、官公庁や旅行情報のWebサイトを参考に10年後の未来を想像。JALらしいサービスを考えます。



企画内容だけでなく、プレゼンのわかりやすさにもこだわります。

調べていて気になりました！ JALへの質問！

質問 1

事故率 0%を達成するには、どのような努力が必要ですか？

JALからの回答 1

全社員で安全の層を厚くすることです。仮に小さなミスが起きた場合も、ほかのメンバーでカバーすることで大きなミスとなる前に未然に防げるよう取り組んでいます。それにより安全な運航が保たれています。

JALの安全対策について、詳しくはこちら
安全・運航情報 <http://www.jal.com/ja/flight/>

質問 2

空港や機内で提供している幼児や高齢者向けのサービスはありますか？

JALからの回答 2

空港では、サポートが必要な方向けの専用カウンターをご用意しています。テーブルが低く椅子もあるので、ゆっくり座って手続きできます。機内では、幼児のお客さまにはおもちゃをプレゼントしています。一方高齢のお客さまやお子さま一人旅の方には、空港係員が機内からお出迎えの方のところまでお連れするサービスを行っています。



企業・商品研究の情報源

主に利用したのはWebサイト。JALの公式予約サイトのほか、企業サイト、その中のメディアミュージアムから情報を収集しました。そのほか、旅行会社や官公庁のWebサイトなどを参考にしました。

江戸川女子高等学校 × JAL (日本航空株式会社)

10年後の世界で活躍する若者を
応援する新しい空港サービス

Step3

10年後の若者が求める、
JALらしいサービス

Mission 2を受け取った生徒たちが悩んだのは、10年後というまだ見ぬ世界の姿。そこで活躍する若者とは、いったいどんな人物なのか。

「日本の若者はきっと世界中へ働きに出かける」「今後経済が発展するという東南アジアの人が増えるのではないか」「海外から日本へ来る人も増えるだろう」

さらに、そんな人たちがJALに求めるサービスとは何か。これまでに調べたJALの理念や現在提供しているサービスを参考に、生徒たちは未来のジェットセッター[®]のためのサービスを考えて。

※ジェットセッター：ジェット機または飛行機で各地を飛び回っている人。

⑤ 最終プレゼン

自分たちが考えた企画をJALに提案します。現在の空港の問題点を解消する案、より便利で快適な空港をつくる案などを、工夫を凝らしたプレゼンで伝えました。



日本の航空会社らしい
和のサービスが提供できたいと思います。

JALからの講評

コーポレートブランド推進部
今北 恭平さん



江戸川女子高等学校の皆さん、インターンお疲れ様でした。すべてのチームの発表を拝見しましたが、どのチームも現在の状況をよく研究し、そのうえで10年後の若者像を具体的に思い描きながら、彼らのニーズを捉えてプランをつくりあげており、非常にすばらしかったと思います。中には、実際にJALで企画してトライアルまで行ったサービスとよく似た提案もあり、驚きました。

今回のインターンの経験を、それぞれ10年後に皆さん自身が活躍するフィールドでも活かしてほしいと願っています。きっと、今まで以上に飛行機に乗る機会も増えているでしょう。その際には、ぜひJALの翼を選んでもらえるよう、私たちも頑張ります。

最終プレゼンのご紹介

Co Generationチーム

10年後の日本では、たくさんの若者が日本の技術を伝えるために海外へ進出している。逆に、高齢化が進む日本国内には海外からの労働者がやって来よう。働くために国境を超えて飛び回る彼らは、空港でも仕事の続きができること、逆に仕事の合間に疲れや緊張を和らげることが望んでいるのではないかと。そこで提案するのが2つのスペース。一つは荷物をそばに置いたままパソコンやWi-Fiを利用できる、仕事をするのに便利な「creative space」。もう一つは芸術にふれて心を癒せる「art space」だ。JALの企業理念は、「お客さまに最高のサービスを提供する」こと。利用者の多様なニーズに応じてこそそれが実現でき、10年後の世界で活躍する若者のサポートになるだろう。

<p>現在、空港で行われているサービス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・荷物のおもてなし ・お客さまの荷物に合わせたお荷物 ・荷物お預り ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預り ・お荷物お預り ・お荷物お預り 	<p>新しいサービスのために…</p> <p>仕事場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス <p>リラックス空間</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス 	<p>まとめると…</p> <p>仕事場</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス <p>リラックス空間</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス
<p>現在の作業できるスペース</p> <p>パソコン作業</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス <p>リラックス</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス 	<p>2つの「スペース」</p> <p>creative space (クリエイティブ・スペース)</p> <p>art space (アート・スペース)</p>	<p>creative space (クリエイティブ・スペース)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス <p>art space (アート・スペース)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス ・お荷物お預りサービス

プレゼン資料より抜粋

調べていて気になりました！ JALへの質問！

質問 3

機内食のメニューは、
誰が考え、何に気をつけていますか？
外国人観光客への配慮も教えてください。

JALからの回答 3

機内食は開発専門チームで検討していますが、そのチームには実際に食事をつくるシェフや、機内でお客さまに食事を提供する客室乗務員も参加しています。気をつけることは、「安全性」「味」「ボリューム」「見た目」です。外国人のお客さま向けには、各種宗教に対応した食事をご用意しています。

JALの社会をよくする取り組み

JAL 企業情報Webサイト
<http://www.jal.com/ja/>

JALは、日本の翼として本業である航空輸送事業やそれに関連する取り組みを通して、さまざまな社会課題の解決に貢献しています。

快適な機内環境の実現

JALは、空の旅をより快適なものとし、世界で一番お客さまに選ばれ愛される航空会社になるために、サービスの充実に努めています。国際線の新仕様機材「JAL SKY SUITE」では従来よりも広い座席間隔を確保しており、くつろぎながら空の旅を楽しむことができます。国内線では新仕様機材「JAL SKY NEXT」の運航を開始。座席に本革を使用するとともに足元スペースを拡大して居住性・快適性を向上しました。

また、機内でも気軽にネットワークに接続したいというニーズが高まっていることを受け、モバイル端末向けのサービスを充実させています。衛星通信を利用したWi-Fi接続サービス「JAL SKY Wi-Fi」を使えば、フライト中でもWebサイトの閲覧、メールの送受信、SNSメディアなどを楽しむことができます。

※「JAL SKY Wi-Fi」は、利用できない機材・航路があります。利用する前にご確認ください。



行こう！ 東北へ

JAL 東北応援プロジェクト

2011年3月11日に発生した東日本大震災から5年が経ちました。時間が経過する中で、JALは「被災地のことを忘れてほしくない」「被災地に来て、見て、消費して、復興を手伝ってほしい」という被災地の思いに応えるため、JAL 東北応援プロジェクト「行こう！ 東北へ」を立ち上げ、現在も社員一同で取り組んでいます。被災地の産業振興のために、東北の各自治体と連携して県産品の販売をお手伝いしたり、機内や空港ラウンジでの提供商品、マイル交換商品などに東北の名産品を積極的に採用しています。また、被災した方々へのチャリティ・マイルを活用した教育支援や社員募金などによる、笑顔を取り戻すきっかけとしての旅のプレゼントなども行っています。



JAL そらいく

JALグループは、幅広い年齢層の子どもたちに向けた次世代育成プログラム「JAL そらいく」を行っています。飛行機の仕組みを取り入れた紙ヒコキをつくる「JAL 折り紙ヒコキ教室」、現役のパイロットが高度1万メートルの操縦席から見た地球環境の変化やJALグループの環境に関する取り組みを伝える「JAL そらエコ教室」など、航空事業を活かした次世代育成を推進しています。2007年から取り組んでいる「折り紙ヒコキ教室」では、飛行機について学ぶとともに、子どもたちの空への夢と交流の輪が広がることを目指して、親子や友達同士でコミュニケーションを図りながら遊ぶことの楽しさを伝えています。



印刷会社が音楽の力で世界へ広げる

「読み書き」できる喜び 凸版印刷株式会社のチャリティーコンサート



ヴァイオリニスト 吉田 恭子/ピアニスト 鈴木 慎崇

「識字率」という言葉をご存知ですか？

識字率とは、ある国や一定の地域の中で文字の読み書きができる人が、どれくらいいるかを示すもの。

現在、日本をはじめアメリカやイギリス、スイスなどの国々では識字率を調査していません。理由は、調べるまでもなくほぼ100%の結果が出るから。読み書きはできて当たり前だからです。しかし、それは一部の先進国だけの認識にすぎません。ユニセフ(国連児童基金)の調査によれば、2012年時点での世界の成人識字率は84%。貧しい発展途上国では平均58%まで下がります。つまり、4割以上の人読み書きができないまま大人になるという現実も、遠い海外にはあるのです。

この識字率は、国際的に大きな課題であると認識されています。読み書きができなければ、教育を受けることも、商売をすることもできません。また、薬のラベルを読めずに毒と薬を飲み間違えるなど、命にかかわる危険もあります。そのため、ユニセフやユネスコ、また日本の国際協力機構(JICA)などさまざまな団体が発展途上国の識字率向上に取り組んでいます。

情報・文化の担い手、凸版印刷

凸版印刷は、その社名の通り日本の印刷会社です。書籍や雑誌などをつくる、つまり文字を扱う企業。1900年の創業以来、さまざまな印刷物を通して日本や世界の情報・文化の発展に貢献してきました。

そんな凸版印刷も、発展途上国の識字率向上に取り組む組織。文字を扱い情報・文化を発展させてきた凸版印刷にとって、識字はとても重要な能力です。せっかくキレイに印刷した本も、文字がわからなければ読むことができません。また、凸版印刷は日本だけでなく世界で事業を展開している企業です。世界の人々とかかわる企業として、国際的な課題の解決に貢献することも、社会から求められている責任の一つであると考えています。これらの理由から、凸版印刷は2008年から毎年「トッパンチャリティーコンサート」を開催しています。東京都文京区のトッパン小石川ビルにあるトッパンホールに、国内外で活躍する音楽家を招いて行うこのコンサートの収益を、公益財団法人ユネスコ・アジア文化センター(ACCU)に寄付。ACCUがカンボジアで実施している識字教育「SMILE Asia プロジェクト」に活用してもらおう



ピアニスト 仲道 郁代

第9回トッパンチャリティーコンサートの様子

とで、識字率向上を支援しています。

カンボジアのお母さんたちへの識字教育

「SMILE Asia プロジェクト」は、カンボジアの妊産婦や幼い子どもを育てるお母さんたちに母子保健と識字の教育を行っています。カンボジアの識字率は74%。一見、低くはないように思えますが、実際は地域差や性差が大きく、都市部から離れた地方で暮らす女性の識字率はもっと低くなります。お母さんが読み書きできれば、その子どもに読み書きを教えることができます。さらに、読み書きの重要性に気づけば、子どもの教育に力を入れるでしょう。そのような好循環も、お母さんを対象とした識字教育には期待できます。

2016年3月に実施した第9回トッパンチャリティーコンサートには、カンボジアで実際に識字教室を運営している女性2名が訪れました。開演前にコンサート来場者に向けて支援のお礼を述べた2名は、コンサートを聞くだけでなく、凸版印刷やACCUとカンボジアの識字や母子保健についての議論を行いました。実際に識字教室を運営する方々とともに議論していくことで、より効果的な識字教育ができるよう、活動の改善が検討されました。世界で活躍する音楽家の見事な演奏を楽しみつつ、カンボジアのお母さんやその子どもたちの識字教育にも貢献できる。それが、凸版印刷の社会貢献活動であるチャリティーコンサートなのです。

詳しくはWebサイトへ
<https://www.toppan.co.jp/charityconcert/>



カンボジアの識字教室



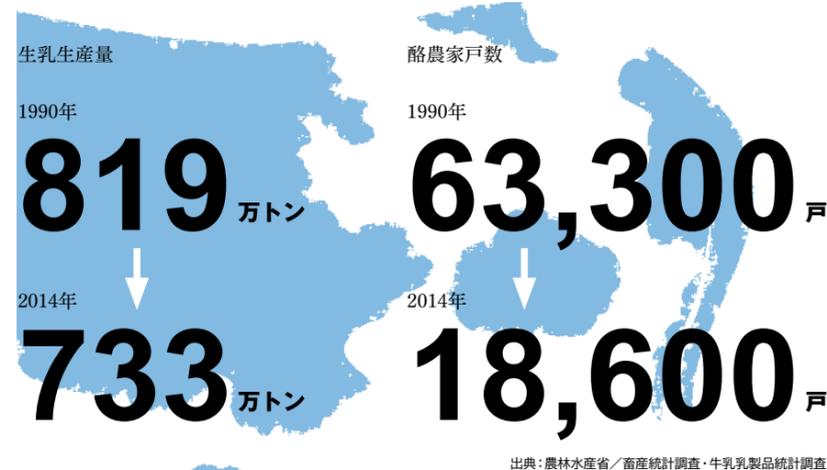
識字教室を運営している女性

大学生×森永乳業株式会社

身近にあるモノを、一步踏み込んで見てみよう。そこには、さまざまな企業の名前が見えてくるはず。企業が私たちの生活とどうかかわっているのか、実際に足を運んで探ってきました。

酪農家と私たちの真ん中で 牛乳をつくる会社

日本の生乳と酪農の状況



給食でおなじみ

毎日飲んでもおいしい牛乳

朝食で、お風呂上りの水分補給に、夜寝る前の一杯として。牛乳は、生活に最も身近な飲料の一つです。さらに、成長期に必要なカルシウムやたんぱく質がたくさん入っていることから、昼の給食やお弁当のお供としても定番。毎日どこかで目にする牛乳について、今回は一步踏み込んで探ってみます。牛乳が私たちの手元に届くまでには、たくさんの人や企業がかかわっているはず。まずはパッケージに書かれている社名に注目。牛乳をつかった企業へ行ってみよう、おいしい牛乳の奥深い世界をのぞいてみましょう。



今回のレポーター
駿河台大学3年
小寺 亮さん



牛乳の歴史

人類は、約6000年前の古代メソポタミア時代には既に乳搾りや乳製品づくりを行っていたことが、壁画からわかっています。日本には縄文時代末期から弥生時代に中国・朝鮮半島から牛が入ってきましたが、牛乳を飲むようになったのは6世紀頃、飛鳥・平安時代になってからです。

そもそも牛乳とは何か

牛から絞った乳＝「牛乳」ではありません。牛から絞ったままの乳は「生乳」。それを加熱殺菌したものが「牛乳」です。さらに水分、乳脂肪分、ミネラルなどを除いて調整したものが「成分調整牛乳」、乳脂肪分を0.5%～1.5%以下にしたのが「低脂肪牛乳」、乳脂肪分を0.5%未満にしたのが「無脂肪牛乳」です。

“乳業”を名乗る会社へ

牛乳にかかわる企業といえば、森永乳業。乳業とは、牛乳や乳製品を製造する事業のこと。森永乳業は経営理念に「乳の優れた力を基に新しい食文化を創出し、人々の健康と豊かな社会づくりに貢献する」と掲げ、牛乳をはじめとする飲料、チーズやバターといった乳製品、アイスクリーム、赤ちゃん用粉ミルクなどを幅広く製造しています。創業はなんと99年前の1917年(大正6年)。日本で暮らしていれば、どこかで一度は森永乳業の製品を手にとっていることでしょう。



小寺：森永乳業といえば牛乳やアイスクリームとっていましたが、調べてみると創業当時の社名は「日本煉乳株式会社」。練乳がスタートだったんですね。



森永乳業：その通りです。牛乳を発売したのは1929年(昭和4年)のこと。以来、「乳」を主軸に事業を広げてきました。

小寺：工場の外には巨大なタンクが。ここにたくさんの生乳が入っているんですね。

酪農家と小売店の 間にある会社

牛乳瓶を手を訪れたのは、森永乳業の東京多摩工場。ここで、牛乳を使った製品をつくる現場を見せていただきました。牛を飼育するのは酪農家、牛乳を私たちに販売しているのがコンビニやスーパー、牛乳販売店など。森永乳業は、その間で製品をつくる企業です。牧場で絞られた生乳は、トラックなどで森永乳業の工場へ運ばれます。工場で見えない細かいゴミを取り除いたり、よりおいしくなるよう生乳の中の脂肪を細かくしたり、殺菌したりする工程を経て、紙パックに詰められた牛乳は全国へ出荷されます。



生乳中の脂肪を細かくするホモナイザー



製造現場の製品

大学生×森永乳業株式会社

酪農家と私たちの真ん中で
牛乳を作る会社



小寺：風味のチェックのために味の濃い食べ物を控えたり、体調管理にも気をつけていると聞いて驚きました。だからこそ、少しの味の違いに気づけるんですね。

製品の安全・安心を守る、品質管理

牛乳をよりおいしく、安全にしている森永乳業。おいしさと安全を守る秘訣を、東京多摩工場品質管理室の坪田さんに聞きました。「牛乳を出荷するまでに、私たちが何度も品質検査を行います。大切なのは、私たち品質管理室のメンバーはもちろん、すべての現場の従業員が製品の品質を守るために目や耳や舌を研ぎ澄ませていることです」



坪田さんから直接、品質管理についてお話をうかがいました

東京多摩工場
品質管理室
坪田 裕史さん

品質管理室の最大の使命は、不良品・異常品を工場の外に出さないことです。もしも私たちの検査に間違いがあれば、製品を口にしたお客様の健康を損なう可能性があります。そんな事故が起こればお客様にご迷惑がかかるだけでなく、これまで築いてきた会社の信頼が失われてしまいます。そうならないよう、工場ではダブルチェック、トリプルチェックを行い、少しでも「おかしいな」と思うことがあればすぐに報告する体制を整えています。品質管理は、製品を見ながらその先のお客様を常に意識しています。私たちの仕事があるからこそ胸を張ってお客さまにおいしい製品をお届けできる、そう思うと、緊張感とともに大きなやりがいもある仕事です。

【安全・安心を守るポイント】

1 MACCP システム

常に安全・安心を守るためには、生乳の受入れから出荷まで、いつどのような点検・確認をすべきかを予測し、決まった手順、基準ををつくっておくことが重要です。MACCPシステムは森永乳業が安全でおいしい製品のためにつくった独自のシステム。多くの食品会社が取り入れているシステムをさらに強化して、安全で高品質な製品をつくっています。

見学者通路から製造現場を見下ろすと、機械の合間に働いている従業員の方が



2 風味パネルマイスター制度

風味パネルマイスターとは、わずかな異常にも気づける風味に敏感な従業員たち。いわば風味のスペシャリストです。毎年開催している風味パネル大会で高成績を修めた人を認定しています。システムや機械でチェックするのは重要ですが、人の感覚でのチェックも欠かせません。工場の従業員は日々風味に対する感覚を研ぎ澄ませ、どの工程においても異常を見つけ出せる体制にあります。



見学者通路には製品/パッケージが飾ってありました



牛乳のさらなる可能性を求めて

安全でおいしい牛乳をつくる工程やポイントがわかったところで、さらに牛乳の奥深い世界に踏み込んでみましょう。森永乳業の製品には、牛乳をもとにした幅広いラインナップがあります。森永乳業では、牛乳の力を活かすためのさまざまな研究を行っており、ビフィズス菌を使った「ビヒダスヨーグルト」、ミルクアレルギーの赤ちゃんでも飲める粉ミルクなどは、研究の成果を活かした製品です。今後も、おいしさだけでなくお客様の健康もサポートできる製品を開発したいと考えています。



飲み終わったらリサイクル



ミルクアレルギー用粉ミルク「ニューMA-1」は、ミルクアレルギー治療用に開発されたミルクです



小寺：食品アレルギーの問題は、ニュースや新聞でも見かけます。研究の成果でたくさんの人が牛乳や乳製品を安心して食べられるようになるといいですね。

もっと知ろう！ 森永乳業株式会社

森永乳業は「おいしい」をデザインする」をコーポレートスローガンに掲げ、「おいしいね」から広がる家族や仲間との共感の輪を広げていくために、魅力的な製品やサービスを提供し続けています。コンビニやスーパーマーケットに並ぶ牛乳、乳製品、アイスクリームなどのほか、育児用の栄養食品、介護食品、また医療用の機器や検査薬なども製造・販売しています。2017年には創業100周年を迎える森永乳業。今後も乳の力を活かした新しい製品や乳幼児や高齢者向けの栄養食品の開発、アジアなど国際市場への進出などにチャレンジしていきます。詳しくはWebサイトへ <http://www.morinagamilk.co.jp>



森永乳業：牛乳のこと、酪農のことに興味を持ってもらえて嬉しいです。今後も新製品の開発はもちろん、赤ちゃんから高齢者まで健康をサポートする製品の開発などに積極的に取り組んでいきますので、ぜひ、森永乳業に注目してくださいね！



小寺：牛乳をつくって売って企業が酪農のことまで考えていると聞き、はじめは意外に思いましたが、よく考えると自然なことですね。



森永乳業：日本の酪農家の数はこの20年で3分の1に減りました。この非常に厳しい状況を乗り越えるべく、酪農家の皆さまをサポートする取り組みを進めています。

牛乳の未来を考える

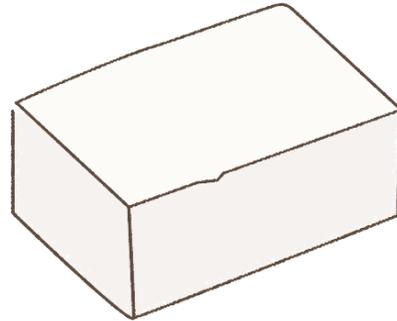
森永乳業は、牛乳からできるさまざまな製品をつくっています。牛を育て乳を搾るのは酪農家の仕事。酪農は森永乳業の事業範囲ではありませんが、乳業の基盤とって重要な存在です。森永乳業は約50年前に日本の酪農を支援する財団法人を設立しました。現在も活動を続けており、健康な乳牛を育てるための研究や酪農家の支援を行っています。おいしく安全な牛乳をつくるには、よい生乳を搾れる健康な乳牛が欠かせません。そのために、森永乳業は「日本一の酪農サポートカンパニー」を目指していきたいと考えています。



CSR=Corporate Social Responsibilityって何？

「とうふ地蔵」という昔話があります。江戸にあった一軒のとうふ屋を、お地蔵様が懲らしめるとのお話です。とうふ屋には毎日たくさんのお客さまが来ましたが、店主はもっと金儲けがしたいと企み、とうふをつくるのに悪い豆を混ぜたり、とうふを小さめに切って売り出すようになりました。ある日、不思議な小坊主がとうふを買いに来ます。店主が怪しんで後をつけると、小坊主は喜運寺という寺のあたりで消えてしまいました。「キツネのイタズラに違いない」と考えた店主は、次の日またとうふを買いに来た小坊主を追いかけ、包丁で切りつけました。小坊主はギャッと叫んで消えました。あたりには、ぼつぼつと石が落ちています。その石は喜運寺の地蔵堂まで続いています。店主が中をのぞくと、そこには肩に大きなヒビの入ったお地蔵様が立っていました。店主は「これはお地蔵様がよくない商売をする自分を懲らしめに来たのだ」と悟り、以降は悪い豆を混ぜたり小さく切るのをやめました。すると、おいしくて大きなとうふを買いに来るお客さまが増え、とうふ屋はますます繁盛したそうです。

この昔話に、CSRが関係しています。CSRは、日本語で「企業の社会的責任」と訳します。とうふの品質管理や正しい製品表示は、とうふ屋がお客さまに対して負うべき責任。つまり「とうふ地蔵」は、CSRを果たさなかったとうふ屋がお地蔵様に懲らしめられ、改心してCSRを果たしながら商売をするようになるとお客さまがたくさん来て繁盛した、というお話なのです。お客さま以外にも、従業員、地域社会、取引先(大豆をつくる農家さんなど)、株主、次世代を担う若者、地球環境など、とうふ屋(企業)は自分がかかわるすべての存在に対して、同じように責任を負っています。これらの責任をまとめたのが、CSR。とうふ屋を続けていくために欠かせないものです。



協力組織

日本航空株式会社
森永乳業株式会社
凸版印刷株式会社
江戸川女子高等学校

cross point

2016年4月発行

発行

株式会社サステナビリティ・コミュニケーション・ハブ
東京都新宿区横寺町24-3 クレール神楽坂202
Tel. 03-3513-0850
Fax. 03-5227-6746

株式会社トウワイス・リサーチ・インスティテュート

東京都中央区日本橋箱崎町1-11-804
Tel. 03-6861-3553
Fax. 03-6861-3554

■本誌内情報は別途記載がない限り、2016年4月現在のものとなります。
■本誌掲載の記事・写真・イラストの無断転載を禁じます。