

研究タイトル
乳業メーカーによる CSR 活動としての食育の取り組みと経営戦略
研究者名（所属先）
・石田貴士（千葉大学大学院園芸学研究科） ・大江靖雄（東京農業大学 国際食料情報学部）

**【目的】**

食品企業の食育活動は、食育の社会的裾野拡大のために重要である。乳業メーカーは、食育基本法成立以前から工場見学などを実施しており、CSR 活動の一環として食育を実施する企業も多い。CSR 活動として行なわれる食育活動は、社会貢献活動としての側面だけでなく、マーケティング活動につながる側面につながる側面も持ち合わせている。したがって、食品企業の食育を語る上で経営戦略的側面を無視することはできない。そこで、本研究では、乳業メーカーの食育と企業戦略との関係性について分析し、企業の戦略的行動を考慮した食育への支援策の課題を明らかにすることを旨とする。

**【方法】**

乳業メーカー288社にアンケート調査を行い、食育実施の有無、実施内容、従業員数、学校給食牛乳およびPB商品の取り扱い、乳業メーカーの意識、危機感などについて尋ねた。アンケート調査により得られたデータをもとに、統計分析を行い、(1)食育実施メーカーと非実施メーカーの違い、(2)食育実施メーカーの食育活動の実態と課題、(3)食育非実施メーカーの意識を中心にまとめる。

**【結果】**

零細企業やPB商品の取り扱いがある企業、多角化している企業は、食育を実施する目的として社会貢献によるステークホルダーとの関係性を重視している。食育を実施している乳業メーカーであっても、人的資源に関する問題を中心に多様な課題がある。食育を実施しない理由としては、予算や参加社員の確保の困難さがあげられた。食育を実施していない企業であっても食育に関わる必要性がないと考えているわけではなく、乳業業界全体で関わるべきと考えているメーカーは多い。

**【結論】**

乳業メーカーによる食育活動を持続可能なものにするためには、人的資源に関する課題への対処法を検討が必要であると考えられる。これまで食育を実施していない企業の食育参加を促すには、業界団体やJミルクなどが主導する乳業業界全体が関わる食育の実施や小規模乳業メーカーへのサポート、蓄積された食育のノウハウや経験をオープンにしてシェアすること、食育の実施がステークホルダーとの関係性を良好にした事例の紹介などが効果的と考えられる。