ベルマーク活用　わが社は　協賛会社に聞く

マルトモ

ベルマーク運動協賛会社へのインタビューシリーズ「私の会社とベルマーク」。15回目は「あの人」のコマーシャルで話題となった、かつおの削り節でおなじみのマルトモ株式会社です。1974（昭和49）年から協賛しています。家庭用事業本部マーケティングイノベーション部の竹田睦宏（よしひろ）さんと宮本莉果子（りかこ）さんにお話を伺いました。

（構成・石田美由紀）

――40年以上も協賛していただいています。どのような期待がありましたか？　もし期待外れだった点もあれば、お聞かせください。

長い協賛が効果の現れ

数十年前なので明確なことはわかりませんが、社会貢献と食育活動の両方から参加しています。お母さんと子どもが一緒にベルマークの付いている商品を買って、家庭と学校とのつながりにベルマークがかかわれることもうれしいですね。

協賛会社のメリットを数字で表すのは難しいかもしれませんが、協賛会社として長年続けてこられたことは、それだけでも効果の現れだと思っています。同時に、はっきりした数字が出ないことが、期待外れかもしれません。

――学校での食育活動は、実際にどのようなことをされているのですか？

小学生と中、高校生に「だし」の大切さを教えるために、食育として定期的に「かつお節の製造方法と削り方」を紹介しています。かつお節がカツオから出来ていることを知らない子どもたちが、いるのには驚かされます。

――ほかの企業から「協賛するメリットは」と聞かれたら、どうご説明されますか？

かつお節業界の中で、ベルマークを付けているのは当社だけです。他の企業の商品と差別化できることを推奨の理由にします。

――今年もベルマーク運動説明会に多数、参加していただきました。受験に「勝男V士！！」をはじめ、御社の商品を配布していただき、参加された皆さんはとても喜んでいました。

今年は、何と言っても等身大のディーン・フジオカのパネルがＰＴＡの方からとても好評でした。ディーン・フジオカ渋滞ができた会場もあったくらいです。

――日本で初めて御社がコマーシャルに起用したと聞いています。反応や起用の経緯を教えてください。

清々しさを期待し起用

参加した説明会の会場は、かつお節を使っていただきたい30代、40代の方たちが中心だったと思います。どこの会場でも反応はよかったですね。50代半ばから上の人たちは、子ども時代にかつお節を削ったことがありますが、その年代より下の人たちは、削った経験がないんですよ。

ディーン・フジオカは、ぜひ、かつお節を使っていただきたい30代、40代の女性をターゲットにしました。白いアツアツのごはんに、かつお節を薄く削って、そのまま食べていただく……。清々しいイメージとして、ディーン・フジオカを起用しました。

ホントのことを話しますと、彼に決めた時はブレークするきっかけとなった朝の連続ドラマも始まっていないし、社内では誰一人、知りませんでした。商品のイメージが先に来て、決めました。人気が沸騰して話題性もあり、和食と洋風の顔立ちの意外な取り合わせもあり、かつお節を使っていなかった方からも「マルトモのかつお節を売っているお店を教えて！」と問い合わせはかなりいただいています。

――ほかに何か、戦略上で目指していることはありますか？

削った瞬間の味が最高

ブランド力の強化です。まだまだ東日本のシェアは低いんです。「マルトモ」の名前から「マルトモ」の作ったものだから安心、いい商品のはずだよね？　というイメージを東日本の方たちにも早くもっていただきたいと思っています。

「削った瞬間の花かつおは最高に美味しい」。このことをぜひ、一人でも多くの人に知っていただきたいですね。

子どもたちにも興味を持ってもらいたくて、キャラクターも１年半ほど前から七つ設定しています。キャラクターがふきだして話しているので、ぜひ当社のホームページをのぞいてみてください。

また、ここ２、３年は栄養面についても全面的にアピールしています。タンパク質が70パーセントと必須アミノ酸も多く含んでいます。子どもさんにもぜひ食べていただきたいです。

――来年は御社創立１００周年とお聞きしました。イベントやキャンペーンを計画されていますか？

具体的には決まっていませんが、お客様や関連会社の皆さん、弊社の社員にとっても価値あるイベントにしたいと思っています。

――財団へのご要望やベルマーク運動に期待することがありましたら、教えてください。

ほかの協賛会社さんとも一緒にできるイベントに参加したいと思っています。ベルマーク財団には、協賛会社間の橋渡し的な役割を期待します。

その時は、等身大のディーン・フジオカも連れて行きます。インパクトがあり話題性もあり、面白いと思いますよ。

東京ワンタン本舗

ベルマーク運動協賛会社へのインタビューシリーズ「私の会社とベルマーク」。16回目は株式会社東京ワンタン本舗です。1995（平成７）年から協賛されています。外国にも広がる餃子ブームを中心に、総務部の越智大隆（ひろたか）さんと関口道子さんにお話を伺いました。　（構成・石田美由紀）

――御社には20年以上も協賛していただいていますが、どのような期待がありましたか？期待外れだった点もお聞かせください。

期待は商品への安心感

今の社長が副社長時代に弊社はラジオＣＭを出していて、広告代理店がベルマークを紹介してくれたそうです。ベルマークを付けることによって、商品に安心感をつけたいという気持ちを込めて、ベルマークに加入したそうです。

少しずつですが、「東京ワンタンの皮にはベルマークがついている」ことは定着してきたようです。ベルマークを集めているお母さんたちはターゲット層としても一致していますし、弊社に対していいイメージを持っていただいているようです。問い合わせの時に「ベルマークが付いているから安心だし、学校のベルマーク活動でも助かっている」と言われると嬉しいですね。期待外れだったことは……、うーん、特に思い当たりませんね。

――ほかの企業から「協賛するメリットは」と聞かれたとしたら、どう説明されますか？

売り上げを上げていくのは企業として当たり前のことですが、売れば売るほど社会貢献につながるというのは、難しいこともなく極めてシンプルでわかりやすいと思っています。

――社名が「東京ワンタン本舗」ですから、最初はワンタンの皮を製造されていたのでしょうか？

昭和22年の創業当初は、あずま屋製麺所として、うどんや麺を作っていました。創業者が戦争に行って旧満州で餃子を食べたのが餃子の皮を作るきっかけになったそうです。餃子の皮もうどんや麺と同じ小麦粉が原料ですからね。昭和25年から餃子やワンタンの皮などの中華食材の製造をはじめました。

東京ワンタン本舗に社名を変えたのは昭和31年です。社名にワンタンを入れたのは、単にゴロが餃子よりワンタンの方がよかったからだと思います。

――広報戦略についてお聞かせください。

60年以上も配合変えず

60年以上、小麦粉など配合は一切変えていません。安心で安全な皮を作り続けています。昔からずーっとお使いいただいている家庭も多く、なかなか他社と比べて違いがわかる商品ではないのですが、中にはコアなお客様もいて「ほかの会社の製品とは全然ちがう」と言っていただいています。そう言っていただくとうれしいですね。

――マリンコラーゲン入り餃子の皮についてお聞かせください。

マリンコラーゲンとは、海の魚だけで作られたコラーゲンのことでコラーゲンの中でも高級品とされています。食感も柔らかくなりますが、一番の効果は肌にいいことです。その他にも骨、皮膚、爪や髪の毛、血液の中の脂質にも効果があることがわかっています。ベルマークも２点ついています。ぜひ一度、お使いいただきたいですね。

――現在は、東京中心の販売のようですが、ほかの地域のＰＴＡのお母さんたちから「どこで購入できますか？」といったお問い合わせはありませんか？

いただいています。「以前はお肉屋さんに置いてたのに……。この近くだとどこで買えますか？」など、お問い合わせもさまざまです。昔は町の肉屋さんに置いていただいていましたが、今は肉屋さんも減って、スーパーがほとんどです。スーパーも何種類も置いているところは少なく、たいてい１社に決めているところが多いですね。スーパーに置いてもらうのはなかなか大変です。

――今後も国内では限られた地域での販売になるのでしょうか？

生ものは関東圏に限定

現状のままでいくと、関東圏に限られると思います。通常は生ものなのでどうしても近場になってしまいます。ベルマークは付いていませんが、業務用は冷凍なので全国で販売しています。

――カナダ、アメリカ、オーストラリア、ヨーロッパ、アジア諸国には、いつ頃から輸出されているのでしょうか？

55年前から、需要があって貿易会社を通じて海外にも輸出しています。

――「外国の人は餃子好き」と聞いたことがありますが？

世界には、生地で包んで食べる料理がそこそこありますので、外国の方には馴染みやすかったようです。日本のラーメンブームの影響で、輸出は好調です。特にヨーロッパ圏での需要は増えていますね。外国の人も日本人と同じように、ラーメンと一緒に餃子を注文するそうです。

――ベルマーク財団へのご要望やベルマーク運動に期待することがありましたら、教えてください。

販売すればするほど社会貢献につながるわけですから、多くの販売店に置いて欲しいですね。ベルマークに共感するスーパーがもっと増えれば、もっとベルマークを前面に押し出していきたいと思います。餃子やワンタンの皮は大体１店に１社しか扱わないので、ぜひ弊社製品を置いていただきたい。そして、スーパーと一緒にベルマークを盛り上げることが出来たら、こんな嬉しいことはないですね。

お客様・消費者である皆さんから、協賛会社のベルマーク商品やキャンペーン、広報宣伝活動について、ご質問やご意見、ご要望はありませんでしょうか。この欄では、社長自らが経営理念や方針を話してくださる企業も多くあります。電話やおはがきでお知らせいただければ、今後のインタビューに生かしていきたいと考えています。

ベルマーク教育助成財団　広報部

一輪車講習　楽しいな

全国13会場を巡回中

ベルマークの一輪車講習会が始まりました。今年、全国13カ所を巡回して教えてくれるのは鈴木奈菜さんと須郷真弥さんです。２人とも国内や世界大会で優勝経験が何度もあるスター選手です。

今年最初は、岐阜県郡上（ぐじょう）市立高鷲（たかす）小学校でした。岐阜県北部、ひるがの高原にある学校です。7学級61人の子どもたちが学んでいます。2学期が始まって間もない8月31日、2人が学校を訪ねました。まず全校児童と保護者、先生たちの前で、模範演技を披露しました。音楽にあわせて、フィギュアスケートのような滑らかな走りやスピンを披露し、大きな拍手を受けました。

演技のあとは校庭に出て、3年生と4年生の計21人が2グループに分かれ、指導を受けました。高鷲小は一輪車に取り組んで20年以上の歴史があります。足を使って一気に一輪車に乗ったり、乗車した児童と児童が手をつないで回転したり、といった技を教わりました。校長の川尻弘美先生たちが「できたね」と応援しました。鈴木さんが「姿勢を良くするのが基本です」と教えると、子どもたちは「はいっ」「ありがとうございました」「また来てね」と答えていました。

手をつないで一輪車の練習をする浜松市立横山小の子どもたち

２人は翌日の9月1日には、浜松市天竜区の横山小を訪れました。4学級26人の児童が学んでいます。2年前に統合した龍山第一小学校では一輪車が盛んだったので、伝統を引き継ぎ、統合後も熱心に練習しています。

低学年の子もほとんどが乗ることができ、高学年には、同じ場所で一輪車を前後させる「アイドリング」が出来る子もいます。山下浩校長が「オリンピック種目に採用されたら、子どもたちの目標になりますね」と期待するほどです。

白雪姫とハイタッチ

劇団東少ミュージカル

山形

公演後、観客を見送る「白雪姫」役のジェイミー夏樹さんらとハイタッチする子どもたち

劇団東少のミュージカル「ベルマーク劇場　白雪姫」が8月11日、山形市の山形市民会館大ホールでありました。東少の有料公演にベルマーク財団が補助し、一部の席に特別支援学校やへき地校、福祉施設の子どもたちを招待する支援事業の一つです。

この日は、児童養護施設山形学園の児童15人と、母子生活支援施設のむつみハイツ（社会福祉法人出羽むつみ会）の児童20人が招待され、約400人の親子連れが夢とファンタジーの世界を楽しみました。

白雪姫役のジェイミー夏樹さんや王子役の溝呂木賢さんをはじめ、出演者たちが歌と踊りで観客を魅了します。魔女が子どもたちにお菓子を配って、観客席と舞台が一体となる場面も工夫されていて、小さな子も最後まで楽しんで観ることができました。

終演後は出演者が観客を握手で見送りました。舞台の上で輝いていた白雪姫や王子様の登場に、子どもたちは大喜び。照れながらもハイタッチしたり、一生懸命話しかけたりして、あふれる笑顔が印象的でした。

スナッグゴルフ全国大会

茨城・友部小が優勝

ハイレベル大会制す

子ども向けに開発されたスナッグゴルフの全国大会「第14回ＪＧＴＯカップ」が7月16日、福島県西郷村のグランディ那須白河ゴルフクラブで開かれました。日本ゴルフツアー機構（ＪＧＴＯ）、日本高等学校ゴルフ連盟が主催し、北海道から沖縄まで16都道県28小学校164選手が出場しました。6人のプロが特別参加し、交流を深めました。東日本大震災からの復興支援のため昨年までは宮城県、今年から3年は福島県内で開催します。

スナッグとは「Starting New At Golf（ゴルフを始めるために）」の頭文字と、「くっつく」という意味があるそうです。テニスボールより一回り小さなボールを、2種類のクラブを使い分けて、マジックテープで覆われた円筒にくっつけるまでの打数を競います。

2014年の賞金王、小田孔明プロら6人のプロによる「ドリームチーム」は「やるからには勝つ！」と、気合十分で臨みました。時折、霧雨のような小雨の中、ホールインワンが9人も出るハイレベルな大会を制したのは、スコア73の茨城県笠間市立友部小学校でした。キャプテンの羽沢和麿君（5年）は「監督やコーチ、保護者の皆さんのお陰です。昨年は補欠で悲しい思いもしましたが、優勝できてうれしい」と喜びを語りました。

プロも目を見張るスイングを見せる小学生たち

プレー後にはプロにサインをもらったり、記念撮影をしたりして、ゲームを一緒に楽しみました。

小田プロらが本物のゴルフクラブとボールでドライバーショットを示すと、迫力満点のスイングから鋭い金属音を残して繰り出される飛距離に、「すごーい」と歓声が上がりました。

「まっすぐ走る」3年生が練習

横須賀でミズノ教室

「ミズノ・スポーツ教室」の一つ、「走り方教室」が9月7日、神奈川県横須賀市の鴨居小学校（新倉邦子校長、454人）であり、ミズノスポーツサービスの西岡勝義さんが3年生82人と4年生74人を指導しました。テーマは「まっすぐ走る」でした。

「隣の人を見ながら走るのは禁止。きょうは前だけを見て走る。前の木だけを見て走る。頭の位置と顔の位置を動かさないように意識して走る」

約90分間、2度の休憩をはさんで、ひたすらまっすぐ走る練習を繰り返しました。

右手を前に、左手を後ろに、ひじを曲げずに、グルグル回しながら、ゆっくりまっすぐ歩きます。

「わかんな～い」「むずかしい」と言いながらも、どの子も楽しそうです。

次は股関節を動かします。両手を肩の高さに真っすぐ伸ばしたまま、右手のひらを振り上げ目がけて、左足のつま先で1、2、3でタッチして歩きます。左手のひらに、振り上げた右足のつま先と、交互に繰り返します。徐々に動きが難しくなっていきます。

ここまでが準備体操。さあ、本番です。

頭の上に手を置いて顔を動かさないように走る。両手を肩の高さまであげたまま走る。気をつけの姿勢のまま走る。

「おへそから上が倒れている人がいるから気をつけて！」

西岡さんの注意が飛びます。

次に、その場で10秒間、「ももあげ」をしてダッシュ。足を伸ばして、座って、立ち上がってダッシュ。後ろ向きで、座って、立ち上がって、クルッと回ってダッシュ。

最後は、全員でスキップして、終わりました。

「走り方教室」はベルマーク財団の「教育応援隊」の一つ。今回はＰＴＡベルマーク委員長の杉山有紀子さんと副委員長の及川桃子さんが10月の運動会前に開けばいいね、と申し込みを決めたそうです。

「氷の妖精」新種を発見

理科実験の桑原さん

「氷の妖精」と呼ばれるクリオネの新種を、北海道蘭越町「貝の館」学芸員の山崎友資さんと道立オホーツク流氷科学センター（紋別市）学芸員の桑原尚司さんがオホーツク海で発見した、と朝日新聞デジタルや地元新聞が報じました。新種の発見は1902年以来ということです。桑原さんは、ベルマーク財団が主催するへき地学校対象の理科実験教室で4年前から講師を務め、「クリオネ先生」として知られています。

新種と分かったクリオネは10年以上前から地元の研究者らが存在を確認していましたが、従来のクリオネの幼生か、別種の生物と見られていました。桑原さんはオホーツク海沿岸で採取したクリオネの仲間を1年間飼育し、山崎さんが遺伝子を解析して論文にまとめ、ロンドン貝類学会に投稿し、新種と認められました。体長約8ミリで、学名はオホーツク海にちなんで「クリオネ・オホーテンシス」と命名されました。和名は「ダルマハダカメガイ」に決まりました。