

# 他企業と協力して地域貢献＜キリンビバレッジ＞

## ダイレックスで第2弾、湖池屋も加わる

ディスカウントストアを展開しているダイレックスが、ベルマーク協賛会社の湖池屋（ベルマーク番号77）、キリンビバレッジ（同54）と共同でキャンペーンを実施してベルマークを集め、佐賀市立高木瀬小学校（松島正和校長、児童851人）に寄贈しました。キャンペーンでは16万8134点が集まり、同校で6月29日に寄贈式が開かれました。

九州を中心に約300の店舗を持ち、佐賀市に本社があるダイレックスは、一昨年に初めてキリンビバレッジと共同でキャンペーンを実施。集まった約11万点を高木瀬小に寄贈しました。今回は、昨秋に第2弾として、湖池屋もキャン

ペーンに加わり、集めたベルマークです。式には、全校児童を代表して6年生145人が参加。16万8134点分の目録を、ダイレックスの多田高志社長が代表児童に手渡しました。多田社長は「寄贈したマークを有効に使っていただき、より豊かな学校生活を過ごしてもらいたい」と式を締めくくりました。

◇

このキャンペーンは、「ベルマークで応募！“おうち時間”充実キャンペーン」と題して、ダイレックスで湖池屋かキリンビバレッジの商品を購入し、1点以上のベルマークをはがきに貼って送ると、抽選で賞品が当たる企画でした。



## 千葉ジェッツふなばしとタッグ

バスケットボールBリーグの千葉ジェッツを応援しようと、キリンビバレッジが実施したキャンペーンで4万点余りのベルマークが集まり、船橋市立船橋特別支援学校（兼坂尚貴校長、児童・生徒399人）に寄贈されました。

千葉ジェッツのホームタウンは船橋市。地域貢献の一環として、選手が学校を訪れて特別授業をしたこともあり、そうした縁で寄贈先が決まりました。

6月17日、金堀町にある校舎に関係者が多数集まって寄贈式が開かれ、千葉ジェッツふなばしの田村征也社長は「キリンビバレッジ、千葉ジェッツのファンとスタッフ、そして地域のみなさまが集めたベルマークを、ぜひ生徒さんのために使ってほしい」と話しました。

◇

このキャンペーンは「千葉ジェッツと一緒に！千葉応援キャンペーン」と題し、今年2月、千葉県限定で実施されました。キリンビバレッジ商品のベルマークをはがきに貼って応募すると千葉ジェッツの試合チケットなどが当たるとい

ました。また4月に船橋アリーナで開かれた千葉ジェッツの試合でも収集イベントが行われました。



左から、キリンビバレッジ常務執行役員の明月岳人・首都圏統括本部長、船橋市立船橋特別支援学校の兼坂尚貴校長、千葉ジェッツふなばしの田村征也社長

## 専用台紙で2倍に／沖縄

キリンビバレッジは、沖縄県内の参加団体限定で、専用台紙に貼ったベルマークの点数が2倍となるキャンペーンを実施中です。対象は10月7日（金）までに財団に到着したマークで、専用台紙は1団体5枚が上限です。専用台紙は [https://www.kirin.co.jp/area/kinin\\_okinawagentei\\_cp/](https://www.kirin.co.jp/area/kinin_okinawagentei_cp/) にあります。

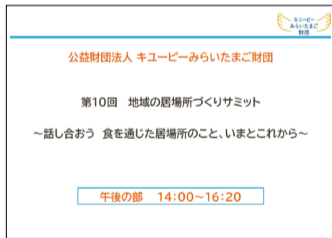
# コロナ禍での「居場所づくり」を考える

## キューピーみらいたまご財団がオンラインサミット

食に関わる社会課題の解決を目指し、寄付を中心とした支援を展開している公益財団法人キューピーみらいたまご財団が、6月11日に「第10回 地域の居場所づくりサミット」をオンラインで開催しました。この財団は、協賛会社のキューピー（ベルマーク番号07）が食育や子どもの貧困対策などに取り組む団体を助成するため2017年4月に設立しました。昨年度の助成実績は107団体、3763万円です。

サミットは午前と午後の2回開かれ、計200人ほどが参加したそうです。取材したのは午後の回で、助成事業内容の説明や助成を受けた団体による活動報告が第1部、「地域の居場所づくり講座」と題してコロナ禍での子ども食堂の運営について学ぶのが第2部でした。

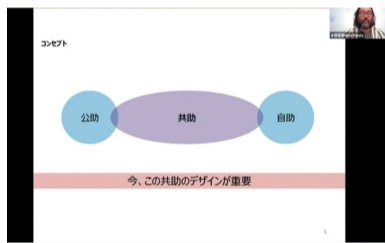
同財団は2つの助成プログラムを用意しています。プログラムAは食育活動、プログラムBは子ども食堂などの食を通じた居場所づくりがテーマで、それぞれ実践している団体に助成金を支給しています。



第1部は、昨年度にプログラムAの助成を受けた特定非営利活動法人ウイズアイの報告から始まりました。助成対象となった「個別型産後ケア」事業は1年間で54人、延べ70件の利用があったそうです。

続いて、キューピーみらいたまご財団の古田秘馬理事による講演です。古田さんは初めに、「共助のデザイン」というキーワードを提示しました。「共助」とは、民間や行政が単独では解決できない課題を、新しい領域の組織が解決していくことを指しているそうです。ネットが発達した現状について「個人が世界とつながりやすくなり、共助のデザインもやすくなっている」と解説。そして「暮らしに必要なインフラを提供することが地域のブランドになる時代。食を提供することはその核といえます」と食育の意義を強調しました。

第2部は課題提起から始まり、その解決のために事例紹介や講演からヒントを探っていく形式で進められまし



た。一般社団法人全国食支援活動協力会の平野覚治専務理事が「子ども食堂・居場所の再開に向けて」と題し、コロナ禍で活動する団体をどう支えていけばいいのか、という課題を投げかけました。

それに対応する事例として、くすのき子ども食堂の田所桂子代表と、黒田宏子副代表が発表に立ちました。今年度の助成プログラムBに採択された、大阪府堺市にあるこども食堂です。コロナ禍においても事業を継続していくポイントは「変更・再開・中止などの決断を早く行うこと」だと話しました。

「こども食堂」の名付け親として知られている一般社団法人ともしび at だんだんの近藤博子代表理事による講演もありました。「子どもたちのための活動には学校や病院、自治会、保育園などのつながりが不可欠」とし、「それぞれが出来ることを持ち寄ると、大きな力になる。人と人をつなげる接着剤が『食』だと思います」とまとめました。



# 当たっても痛くないよ

## ミカサ製「スマイルボール」をセノーが販売

協力会社のセノーが、柔らかくてよく弾む「スマイルボール」を販売しています。球技用ボール製造の老舗ミカサの製品で、サッカーやバレーボール、ドッジボール、バスケットボールなど、たくさんの種類が揃っています。

通常のゴム製のボールは重くて固いという難点があります。スマイルボールは、表皮素材にボールを受け止める際の衝撃を和らげるソフトなEVA（特殊スポンジ）が使われています。ピート板に使われている素材と同じだそうです。当たってもあまり痛くないうえ、軽くて扱

いやすいのが特徴。また、汚れても水洗いできるので、お手入れも簡単です。

黄色や青、ピンク、赤、緑など、カラフルな色使いも魅力。スマイルボールを使えば、きっとボール遊びが楽しくなり、子どもたちを笑顔にしてくれることでしょう。

サイズや重量などによって値段は異なり、1000円台～3000円（消費税別）。問い合わせはセノー（フリーダイヤル0120-292-541）まで。

