

1. PBH食育プログラム表彰される

健康増進青果財団（PBH）が作成した小学生向け食育プログラム「私のお皿に虹がある（There's a Rainbow on My Plate）」が、2003年全国プロ賞（2003 National Pro Awards）」の創造的情報伝達部門で、第2位を獲得した。本賞は米国販促業界誌「プロモ（Promo）」によって毎年企画されているもので、米国内における優れた販売促進／消費者啓発手法を紹介する事業として知られている。本年、同誌による選考対象となったのは2002-2003年間に実施された400以上の販促プログラムであり、その作成者にはSony、AT&T、Jeep、Unilever、Lexus、7UP、Wal-Martといった巨大ブランドがズラリと肩を並べていた。こうした強剛を向こうにまわしてのPBHの快挙は、青果業界外からの注目も集めている。

「私のお皿に虹がある」プログラムは、PBHが米国ドール社及びクレヨンメーカーのBinney & Smith社（Clayolaブランド商品製造者）からの寄贈金をもとに、マーケティング業者Swardlick Marketing Group、さらに教育カリキュラム開発業者LearningWorks社の協力を得て作成したものである。昨秋から開始されたPBHの新戦略「ファイブアデイ、ザ、カラーウェイ」と同調し、毎日、5色のグループから最低1品目つづの果実野菜を選択して摂取する事を奨励するのが本食育プログラムの心髄であり、本年3月に、全国規模で展開された。

全国12,000小学校に無料配付された本食育キットには、日々のカリキュラムのアイデアを満載した教師用ガイドブック、塗り絵、ゲーム等のワークシート、クレヨン、目標達成宣言認定書、ポスター、割り引きクーポン券付きの家庭持ち帰り用情報パンフレット等が含まれ、さらに、該当小学校所在地近郊に位置する約3,000の量販店を巻き込んだクロスマーケティングの手法が取り込まれた。郵便番号で識別されたこれらの量販店に本食育テーマと同調するデザインの展示台が登場し、ここに展示されたBinney & Smith社の新クレヨン（Crayola Twistables：一本の中に複数の色が混入されたクレヨン）を購入した消費者に、ドール社の商品キャラクターを主人公とした教育塗り絵本が無料提供され、さらに様々な形態の果実野菜の購入も促進されるという、巧妙な相互販促の仕組みが形成されたのである。

本食育プログラムへの反響は、予想を遥かに上回るものであった。PBHによれば、本年度事業に参加した量販店は、1店舗の例外もなく、すべて来年度事業への参加を希望しているという。また当地の学校でこの手の教育プログラムが無料配付された場合の使用レベルは1校当たり3教師となるのが相場なのであるが、本食育プログラムを使用した教師の数は、1校当たり平均4.5人という高率にのぼった。さらに特別展示台に展示されたクレヨンの売れ行きも驚異的で、全参加店舗で、69-75%売りきりという状況であった。こうした好評に対応し、PBHでは明年3月に、再度、本事業を実施する予定であり、現在、参加を希望する小学校、量販店等との事前打ち合わせに追われている。

2. フードサービス業界内での本格的展開開始される

米国内におけるファイブアデイ事業は、学校及び小売店を主要な前線として展開されているが、フードサービス業界における取り組みも、徐々に活発化の兆しを見せている。PBHのフードサービス部門担当スタッフであるブレンダ・ハンフリー氏が明らかにしたところによると、フードサービス管理業者であるアラマーク社 (Aramark Corporation/ www.aramark.com) は、本年9月の全国ファイブアデイ月間を記念して、彼等の顧客約1,400に対し、「ファイブアデイ、ザ、カラーウェイ」販促資料を無料提供し、フードサービス現場での果実野菜摂取拡大を奨励した。同社は、PBHによって作成されたポスター及び摂取ガイドブックを配付したと同時に、イントラネット上に特別サイトを設け、このサイトを通じての、宣伝雛形、販促アイデア、ファイブアデイ認定レシピ等の提供も行なった。今日の消費者は健康的食生活を求めており、PBHとの連携でこの要望に応えることがフードサービス管理業者としての任務であると認識したことが、今回の事業参加の背景と伝えられている。

アラマーク社は、米国内最大のフードサービス管理業者であり、その顧客層は、各種企業の社内食堂、医療関係施設、学校食堂、政府関係施設、スポーツ施設等に及んでいる。1968年のメキシコオリンピックで、総計100万食以上に及ぶ米国選手団の食事を担当したのを契機として米国外にも拠点を拡大し、現在、日本を含む世界18カ国を市場とするビジネス展開をはかっている。

3. ファイブアデイ食品基準改訂される

米国でファイブアデイのロゴのもとに消費拡大が奨励される果実野菜食品には、国立癌研究所 (NCI) により、厳格な基準が設けられている。この基準が先だっで見直され、即刻発効の運びとなった。

PBHとの協議をもとにNCIが改訂したファイブアデイ基準の中で注目される第1のポイントは、従来、ファイブアデイ基準にのっとりた摂取奨励食品の対象外とされていたアボカドが、摂取奨励対象品目として追加されたことである。脂肪含有量が多いことがアボカドがファイブアデイの対象外とされてきた主要な背景であるが、近年における様々な研究の結果、本品目には健康増進に役立つ多数のビタミン及びファイトケミカルが含まれていることが明かとなり、今回の改正に結びついた。但し、脂肪含有量への配慮から、アボカドの1サービングは、他の果実類よりもはるかに小さい30グラム (1/5個) と規定されている。

今回の改訂で今一つ着目されるのは、ミール品目 (Meal Products) 及び主要料理 (Main Dish) が、新たに摂取奨励対象として加えられたことである。電子レンジに放り込むだけで、テレビのコマーシャルを見ている間に1回分の食事が出来上がる冷凍ミールセット、真空パック食品等がこれである。これらの簡易食品は、かつては、脂肪、塩分、糖分等が必要以上に混入された非健康的な食品と見なされてきた。しかしながら近年、「食事の準備に手間ひまかけたくないが、健康的食生活を送りたい」と望む消費者層のニーズを捕らえた簡易で健全な果実野菜調理食品が市場導入され、こうした食品のメーカーらの間で、ファイブアデイロゴのもとでの販促を望む声が高まっていた。この食品分野でのファイブアデイロゴ添付認可基準は極めて厳しく、脂肪等の含有量が基準以下であることに加え、加糖禁止、少な

くとも1サービングの果実野菜が含有されていること、果実野菜の原形を止めていない食品（例えば大豆ベースのベジタリアン用ハンバーガー）は対象外等の規定が設けられている。

4. 第4回世界大会はニュージーランドで開催

ファイブアデイ第4回世界大会が、2004年8月にニュージーランドで開催されることが本決まりとなった。本年1月にベルリンで開催された第3回大会では、世界26カ国を代表する約180名が一同に会したが、次期大会には、医療、栄養、青果業界、小売、流通業界、教育、福祉等、多岐の分野で活躍するより多くの人々の参加が得られるものと期待されている。

第4回世界大会も、第3回大会と同様に世界保健機関（WHO）の協賛を得て開催される運びである。生活習慣病の蔓延は、今や、経済発展の程度を問わない深刻な世界問題となっていることから、その予防に貢献するファイブアデイ事業の世界化は、今後さらに強化される見通しである。第3回大会に代表者を派遣した食料農業機関（FAO）は、第4回大会でも積極的な貢献を行なう構えであり、今後は、WHO、FAOという2つの国際機関に支えられた本事業の世界化が急速に押し進められるものと推測される。

第4回世界大会に関する詳細な日程、会場等の情報は、PBHのホームページwww.5aday.orgに、逐次掲示される予定である。