

< 発行日2020年12月 >

Glico Co育て NEWS LETTER (第3号)

「子どものココロとカラダの健やかな成長」への想いをカタチに

- ・ 日本初の「液体ミルク」発売から1年半が経ち、取り組むべき課題と方向性
- ・ 2020年マザーズセレクション大賞／ベビーカレンダーアワード2020受賞

江崎グリコは、今から約100年前の1922年に創業しました。菓子から始まった事業は、100年にわたり領域を拡げながら、今では、アイス、乳製品、加工食品などへと事業を展開するまでに至っています。そうした中、100年間で変わらないものの一つが「子どものココロとカラダの健やかな成長」への想いです。このニュースレターでは、当社の原点であり、今後も変わらず最重要テーマの一つであり続ける「子どものココロとカラダの健やかな成長」に関して、複数号に分けて情報をお届けします。3号目となる今回は、江崎グリコが日本で初めて発売した乳児用液体ミルク「アイクレオ 赤ちゃんミルク」に関してです。

「日本初」を実現させた開発者の想いと使命感



ベビー・育児マーケティング部
水越 由利子

2019年3月5日。江崎グリコは日本で初となる国内製造の液体ミルクを他社に先駆け発売しました。そこから遡ること7カ月前。液体ミルクに関する法律が改正され、製造販売が解禁となった時には「発売までには、あと数年は掛かるだろう」とも言われました。しかし、その予想に反し、1年にも満たない短期間で商品を世に送り出すことができた理由、それは“日本の育児を変えたい”という開発メンバーの熱い想いと使命感でした。その開発メンバーの一人で、江崎グリコ ベビー・育児マーケティング部の水越由利子さんに話を聞きました。

“10秒でミルク”が社会を変える

— 発売から約1年半が経ちました。

発売前や直後は「液体ミルクって、ミルクなんだから、液体なのは当然でしょ」と仰る方も大勢いましたが、商品は今では多くの方に知られる存在にまでなりました。しかし、まだまだ課題はあります。それが液体ミルクの活躍の場が、まだ限定的であることです。

— 限定的とはどういうことでしょうか？

「災害時」の有用性は、ある程度、理解されるようになりました。一方、「日常」の方はまだ十分に広がっていないのが現状です。赤ちゃんにとって、母乳が最良の栄養であることは言うまでもありません。しかし、母乳が不足したり、与えられなかったりした時、今までは粉ミルクが使われてきました。そこに新たに加わったのが液体ミルクです。粉ミルクと液体ミルクとの差は調乳が必要か否か、簡単に言えば、その違いです。しかしその違いが様々な場面で大きな差となって現れます。

— 例えばどういった場面なのでしょう？

液体ミルクは、授乳を「いつでも」「どこでも」「誰にでも」簡単にできるという特長があります。それぞれのキー

ワードで説明すると、1つ目の「いつでも」に関してですが、液体ミルクは、消毒済みの哺乳瓶に注げば、すぐに飲ませられます。授乳までの時間比較では、粉ミルクはおおよそ10分なのに対し、液体ミルク

はたったの10秒でできてしまいます。想像してみてください。深夜2時ころ、赤ちゃんが泣き始め、眠い目をこすりながら起きます。お湯を沸かし、粉ミルクを計量し、授乳の準備を進めます。その間、赤ちゃんはずっと泣き続けているかもしれません。この10分間は、授乳する人も、赤ちゃんにとっても、相当つらい時間です。しかし、これが液体ミルクなら、その時間を10秒にまで短縮することができます。肉体的にも精神的にもつらい深夜に、もっと睡眠時間が確保できれば、もっと健康的な生活を過ごせるかもしれません。

— その簡便性は液体ミルクの大きな強みですね。

この強みは「外出時」でも発揮されます。それが2つ目のキーワード「どこでも」です。自宅と比べて、状況が



一定ではない外出先でも“すぐ使える”というのは大きな安心です。また、粉ミルクの場合、外出時は、哺乳瓶に加え、お湯と湯冷ましの2本の水筒を持ち歩かなければなりません。しかし、液体ミルクなら、この荷物の重量も容量も大幅に削減できます。更に昨年11月にジェクス社から発売された紙パックに直接装着できる「チュチュ 紙パック用乳首」を使えば、哺乳瓶さえ不要です。これで荷物は約6分の1におさえることができます。外出時に調乳の手間や荷物の量が減れば、もっと赤ちゃんとの外出は楽しくなるはず。ちょっとした買い物も、旅行も、帰省だって、カバンに入れるだけでラクチンです。



一 時短と荷物軽量に貢献する商品ということですね？

確かにそれらを可能する商品です。しかし、この商品の真価はキーワードの3つ目の「誰にでも」にあります。「男性は仕事、女性は家庭」はひと昔前の話で、これからは男性が当たり前に関わる時代です。だからこそ、家事全般で支援する“間接育児”だけでなく、授乳・おむつ替え・寝かしつけの育児のコアである“直接育児”にも積極的に関わるのが重要だと思います。そうすれば、母親の育児負担は軽減され、家族の密接度は更に高まり、結果、子どもの人格形成に良い影響を与えることでしょ。これが10家族、100家族へと広がっていけば、社会はきっと変わるはず。液体ミルクには、そのポテンシャルがあると信じています。



「子どもの健やかな成長への寄与」を具現化

一 改めて開発の経緯を教えてください。

それは2016年4月に発生した熊本地震の時のことでした。フィンランドからの救援物資に関する報道で、そこで液体ミルクの存在を初めて知ります。更に調べてみると、フィンランドは液体ミルクの使用比率が9割に及び、それを上手く使いながら、夫婦間で育児を分担し、赤ちゃんとお過ごす時間を増やしていることを知りました。子育て先進国と言われ、国連の「世界幸福度ランキング」でトップである理由が、その時、わかった気がしました。「日本にも液体ミルクがあれば、社会を変えられるかもしれない」と同僚と話をしたのを機に開発が始動します。

一 開発着手当時の状況はどうだったのでしょうか？

開発の着手当時は、製造・販売を許可する法律はなく、基準の類も存在しないため、全てが手探りでした。それでも進められた理由は“液体ミルクの力”を信じていたからです。液体ミルクは、災害時に赤ちゃんの命を守るだけでなく、育児を変えるポテンシャルを持っています。また、当社には「事業を通じて社会に貢献する」という使命が創業時からあり、中でも「子どものココロとカラダの健やかな成長」への寄与は最重要テーマです。日本において、この事業を江崎グリコがやらなければ、どこがやるんだとさえ思っていました。だからこそ、途中で何度も挫折しそうになりながらも踏ん張り、2年半の開発期間を経て、液体ミルクを日本で初めて発売することができました。当然ながら発売はゴールではありません。子育て同様、生まれてからが本番です。私たちの液体ミルクの育成はこれからも続きます。



1年半で数々の賞を受賞

～ マザーズセレクション大賞や

ベビーカレンダーアワードなど～

江崎グリコの液体ミルク「アイクレオ 赤ちゃんミルク」は、11月25日(水)に、日本マザーズ協会が主催する「2020年マザーズセレクション大賞」を、液体ミルクと粉ミルクの2品で受賞しました。マザーズセレクション大賞は、子育てをする日本のママの自由投票による得票で選出されます。粉ミルクは2015年以來2度目、液体ミルクは昨年に続き2年連続での受賞です。また、12月8日(火)には、ベビーカレンダー社が主催する「ベビーカレンダーアワード2020(液体ミルク部門)」で第1位を受賞しました。尚、昨年はキッズデザイン協議会主催の「第13回キッズデザイン賞(子どもたちを産み育てやすいデザイン部門)」をはじめ、日本経済新聞社主催の「2019年日経優秀製品・サービス賞(最優秀賞 日経MJ賞)」など、多数の章を受賞しています。



◆ Glico Co育て NEWSLETTER バックナンバー ◆

第一号：「栄養菓子『グリコ』と液体ミルクをつなぐもの」

第二号：「1か月間育児取得必須化でCo育て推進」

<https://www.glico.com/jp/csr/coparenting/activities/32189/>

<https://www.glico.com/jp/csr/coparenting/activities/32193/>