

※ 本コラムは、共同通信社より配信されたものです。

## 若者育てる企業の活動

### 食育、震災復興、環境も

「ものづくりは人づくりから」とは、主に製造業の企業でよく使われる言葉です。よいモノをつくるためには、まずそれをつくる人を育てることが重要だということです。社員だけではなく、未来の人材を育むために青少年の教育支援に取り組む企業があります。

食品企業の多くは食に関する正しい知識や望ましい食習慣を子どもたちが身に付けられるようにする「食育」を重視しています。エネルギー教育を手掛けている石油関連の会社や、子どもたちを集めて科学の実験教室を開く化学メーカーもあります。

カゴメ、カルビー、ロート製薬の3社は、東日本大震災の震災遺児が故郷の復興の礎となることを願い「みちのく未来基金」を設立。他の企業の協力も得て長期的な進学支援を実施しています。

アサヒビールは環境への意識を高める働きかけとして、高校生を対象に「日本の環境を守る若武者育成塾」を開いています。森や川での体験学習や企業への訪問を通じ、環境問題の解決法を自分自身で考えたり、実行したりする「若武者」を育てようとしています。

デンソーは、アジア6カ国で地元の民間団体と協力し、体験学習などを実施しています。「持続可能な社会」づくりの担い手となる若者を養成することが目標です。

子どもたちの関心を呼び起こし、社会的な課題を解決する意欲と力量を備えた若者を育てるのは大切なことです。国際性に富んだ人材の育成は、世界で活動する企業が貢献できる分野です。人づくりに取り組む企業を投資によって応援することは、日本の未来への投資につながると言えるでしょう。（株式会社グッドバンカー）