

報道関係者各位

2018年5月30日

**新たに健康と栄養、ヘルスケア分野に注力  
子供向け食育コミック本『Mission Miam(おいしい!大作戦)』でアンプラント賞受賞**

Sopexaパリ本部は2014年末に健康と栄養コミュニケーションセンターを創設して以来、健康づくりと栄養をコンサルティングサービスの主軸としてきました。食事、栄養、健康という現代社会の重要課題に関し、各業界へ活動支援をしています。

Sopexaは果実野菜研究情報局(Aprifel)<sup>1</sup>と共に、欧州連合と共同出資のもと、野菜と果物を豊富に摂取しバランスの取れた食生活の普及を目的としコミュニケーションキャンペーンを展開しています。フランスで健康分野における専門家や一般消費者を対象に3年間展開し、学会や消費者向けイベント、広報活動、メディア・リレーションズやビジュアル広告などを実施しました。

Sopexaは50年以上に渡る消費者と食生活の考察を通じ、国民の健康増進には食生活こそが重要であり、消費者および専門家向けに、生活習慣病予防への意識改革を図る活動が急務であり、そこにSopexaとして果たす役割があると考えています。

2016年末には、Sopexaは味覚の伝達と改革のための基金(Fondation pour l'Innovation et la Transmission du Goût)をFACE<sup>2</sup>(反社会的排除活動のための基金)の傘下のもと共同創設し、味覚の伝達における革新的事例や排除食(特定の食材または食品を除去する食事法)に反することをテーマとした数々のプロジェクトを実施しています。

**子供向けコミック『ミッション・ミヤム(MISSION MIAM)』で、  
健康に関する広報活動に贈られる2018年アンプラント賞(Prix EMPREINTES)を受賞**

「フランスでは200万人の子供が肥満です。にもかかわらず、そんな子供たちのための教育ツールがありません。一般市民そして専門家向けの肥満予防と意識改革に関する活動を多く実施していくことが急務です。このコミックを通じて、食育に貢献することが私たちの目標です。保健事業における重要な課題ですから」。『ミッション・ミヤム(MISSION MIAM)』著者、Sopexa(ソペクサ)健康栄養部長アルメル・ダルデンヌ＝レオポリ(Armelle Dardaine-Léopoli)

▪ 『ミッション・ミヤム(MISSION MIAM)』とは?

Sopexaが、味覚の伝達と改革のための基金(Fondation pour l'Innovation et la Transmission du Goût)と共に考案した総合的で革新的な教育ツールコミックを通じて、思春期前の児童にバランスのとれた

<sup>1</sup> Agence Pour la Recherche et l'Information en Fruits et Légumes 果実野菜研究情報局

<sup>2</sup> Fondation Agir contre l'Exclusion 反社会的排除活動のための基金

食生活の大切さを教えます。強制感、罪悪感を与えることなしに、一日に必要な食事を挙げ、総合的に新しい食生活のとらえ方を提案します。

シナリオ、会話、登場人物は、対象年齢層の子供たちが参加した教育ワークショップでの観察や発言をベースに考えられました。8歳から12歳の子供の日常生活に密着し、子供たち特有の世界観を大切に言葉遣いにユーモアをもたせ大切なメッセージを伝えます。このメッセージを理解、記憶し、実際に自分の生活で実践すればするほど、子供たちはコミックの登場人物に益々自分を重ねていくのです！

この食育本は、フランス国立農業研究所味覚・食科学センター(Centre des Sciences du Goût et de l'Alimentation de l'INRA)の後援を受けています。

#### ▪ なぜ、8歳から12歳の児童を対象に？

「この年齢層になると食べたことのないものを嫌悪する傾向がなくなります。と同時にまだ思春期前であり、予防の要になる年齢です。この年齢層の子供たちは、バラエティー豊かでバランスのとれた食事を勧めるメッセージに対してオープンですし、子供たち同士で互いに影響し合います。多くの既存の教育ツールと同様、私たちは、大人ではなく子供たちに直接問いかけ、子供たち自身に責任感を芽生えさせるやり方をとっています」。同アルメル・ダルデンヌ＝レオポリ

#### ▪ この予防キャンペーンにはどんな成果が？

昨年10月、「味覚の伝達と改革のための基金」及びプロジェクトパートナー<sup>3</sup>が協力し、意識改革キャンペーンをスタートさせました。これによって、すでに50万人の子供たちがコミックスを無料で入手し、関心を高めています。当メセナのおかげで、フランス全土の小児科クリニックと、医療や教育関係者、また一般人1万5千人の希望者に『ミッション・ミヤム』が無料配布されました。

2018年4月9日 Sopexaは、このプロジェクトによって、2018年アンプラント賞(Prix EMPREINTES 2018)<sup>4</sup>「公衆衛生と予防」部門で銅賞を受賞しました。この賞は毎年、健康分野の優良広告キャンペーンに対して授与されるものです。「健康分野の広告に与えられる賞を、食生活に関する広報事業に対して授与されたということ、しかも、子供たちのためのプロジェクトが評価されたということが、特に今回の受賞で喜ばしいことです」。同アルメル・ダルデンヌ＝レオポリ

『ミッション・ミヤム(MISSION MIAM)』 お問い合わせ [missionmiam@sopexa.com](mailto:missionmiam@sopexa.com)

<sup>3</sup> フランス農協中央会(Coop de France) ゼネラル・ミルズ基金(la Fondation General Mills)、ダノン(Danone)、フロマジュリー・ベル(Fromageries Bel)、ネスレ・フランス(Nestlé France)、アージェドゥゼール ラ モンディアル(AG2R La Mondiale),

<sup>4</sup> アンプラント賞はコミュニケーションコンサルタントエージェンシー協会(AACC : Association des agences-conseils en communication)健康委員会、健康関連専門従事者出版物組合(SPEPS: Syndicat de la presse et de l'édition des professions de santé)そして、広告主連合(UDA: Union des annonceurs)が共同組織しています。

#### Sopexa(ソペクサ)について :

100%フード、ドリンク、ライフスタイルに特化したコミュニケーション&マーケティングの国際的エージェンシー。企業、ブランド、団体、機関のコミュニケーション開発戦略とその波及効果を考えます。多様な文化の市場に精通する250人のエキスパートが、各国の最新情報や傾向を注視し、世界64ヶ国でコンサルティング、健康栄養戦略、トレード&ショッパー・マーケティング、PR&ブランドコンテンツ制作、イベント、クリエイティブコンセプトとの企画・立案・実施を行います。詳細はこちら: <http://www.sopexa.com> または Twitter @GroupeSopexa