

カルビー・スナックスクールが

第6回キッズデザイン賞（未来を担う消費者デザイン部門）優秀賞を受賞しました。



The poster features the Calbee logo and the title 'Calbee スナックスクール' in large, colorful letters. Below the title, it says '身近なおやつから考える' (Thinking about snacks from everyday life). The poster is decorated with various images: a cartoon character, a clock, a rabbit, and several circular photos showing children in a classroom setting. Labels like 'クイズ' (Quiz), 'ビデオ' (Video), and 'ゲーム' (Game) are scattered around. At the bottom, there is a section for '教材提供' (Material provision) and contact information for the Calbee Snack School Office.

「カルビー・スナックスクール」は、「身近なおやつ」をテーマに、従業員が出張授業を行うことで、小学校の食育活動を支援しています。スナックスクールでは、子供たちが自身が「食べずき」「ダラダラ食べ」などに「気づき」→「考え」→「行動」できるように構成しており、「正しい食習慣」と、自分で選び、量や栄養を守る「自己管理能力」を培ってもらうことを狙いとしています。2003年のスタートから数多くの小学校でご利用いただき、2012年度からは、出張授業の他に、先生ご自身が実施できるように教材提供も行っています。

詳しい情報は <http://www.calbee.co.jp/foodcom> をご覧ください

お問い合わせ先 カルビー・スナックスクール事務局
TEL 098-857-3689 (受付時間 9:00~17:00 月~金曜日) FAX 098-857-3690



The certificate features a large green 'K' logo on the left and the text 'KIDS DESIGN AWARD 2012' on the right. Below this, it states '第6回キッズデザイン賞' (6th Kids Design Award) and '【優秀賞】 未来を担う消費者デザイン部門' (Excellent Award, Future Consumer Design Department). The recipient is listed as 'カルビー株式会社' (Calbee Co., Ltd.). A small paragraph of text follows, and then the award name '第6回キッズデザイン賞 未来を担う消費者デザイン部門' is repeated. At the bottom, there is a red seal and the name '和野 勇' (Wano Yu), along with the date '平成24年7月31日' (July 31, 2012).

KIDS DESIGN AWARD 2012

第6回キッズデザイン賞
【優秀賞】
未来を担う消費者デザイン部門

カルビー株式会社

下記作品は未来の自立した消費者となるべき子どもを育む取り組み及び社会環境づくり、消費者の行動を促す取り組みの中で特に優秀と認められましたのでこれを賞します

作品名
食育出張授業「カルビー・スナックスクール」

特定非営利活動法人
キッズデザイン協議会 会長 和野 勇
平成24年7月31日

キッズデザイン賞とは、子どもが安全かつ感性豊かに育つための社会環境をデザインを通じて整備するために、「子どもたちの安全・安心に貢献するデザイン」、「創造性と未来を拓くデザイン」、「子どもたちを産み育てやすいデザイン」を顕彰する制度です。ここで言う「デザイン」の定義は、製品・空間・サービス・プログラム・調査研究活動などを対象にしています。

このたび、小学校への食育授業「カルビー・スナックスクール」は、下記理由により、その活動全体が「未来の自立した消費者となるべき子どもを育む取り組み及び社会環境づくり、消費者の行動を促す取り組みの中で、特に優秀と認められました。」と評価いただきました。

《審査評》

子どもと切り離せない「おやつ」をテーマにした食育プログラムだが、消費者教育という視点から見れば、子どもの「自らの食生活の見直し」プログラムであり、消費者行動の基礎とも言える。三千校を超える実績があり、その継続性も評価した。