

# 「企業努力から企業義務へ」

そば粉で作るクレープ、“ガレット”の専門店として人気の「ルブルターニュ」。1997年からブラン・ジャパンの法人スポンサーです。食のプロとして最高のガレットを追求しつづけると同時に、貧困問題や環境問題など幅広い分野に関心をもって取り組んでいます。広報・販売促進企画の高橋悦子さんに、チャイルドとの交流や、国際協力分野での企業としての役割についてお話を聞きました。

撮影：小野田麻里

高橋さん（後列左端）と  
神楽坂店のスタッフ



## 地域支援に共感

——ブランのスポンサーに申し込んでくださったきっかけは？

当社の社長が14年前から個人的にブランのスポンサーをしており、物だけの支援ではなく、地域に住む住民の自立を目的とした地域支援であることに共感して会社としても1997年からスポンサーを始めました。

## マイナス要素の裏には プラス要素が

——店舗の売上げの一部を寄付してくださっていますが、職場のみなさんがどのようにスポンサーに関わっていらっしゃるのですか？

現在3人のチャイルドと交流しています。社内報で交流者を募って、応募してきた社員と広報担当の私を含めた3名が担当しています。セネガルのオスマンさんと交流する社員は、「同じ地球の遠くのどこかで、私の手紙を待つて

いてくれるチャイルドがいると思うと、何だかうれしい！チャイルドにも私たちの世界を知ってもらい、少しでも夢と与えられたら、と思います」と話しています。

——ネパール、セネガル、フィリピンのチャイルドには、手紙ではどんなことを書かれていますか？

学校や家族のこと、気候やチャイルドの健康のことなど、分かりやすい内容を心がけています。

チャイルドからは絵が届いたり、きょうだい代筆した手紙で学校のことや季節のことが書かれたりしています。以前、私から贈ったシールを手紙に貼ってきたこともありますよ。

——チャイルドからの手紙や写真から現地をどのように想像しますか？

写真のチャイルドは裸足ですし、学年の割には手紙が代筆だったり現地の教育の現状が感じられますが、その反面、日本の子どもたちにはないパワフ

ルさを感じます。手紙や写真からうかがえる一般的にマイナスの要素と思われることとあわせて、プラスの要素との両面を考えるようにしています。

## 企業としてできることは

——社長さんがフランスご出身ですね。ウェブサイトで“食育”に触れられていますが、食文化への意識と国際協力とつながるところはありますか？

もともと、ブルターニュの伝統食を次の世代に伝えたいという社長の熱意から始まった会社です。食料自給率の高いフランスでも、昔ながらの伝統食を家庭で作ることが少なくなっています。食べ物を扱う企業として、当然世界の食糧事情には注意しています。フランス産でも元の原料がいわゆる「開発途上国」から輸入されていたらフェアトレード製品を探すなど、原産国が私たちのグルメ生活の「踏み台」となってしまうないように、という風なんです。こんなわずかなことでもあちらこちらで広が