

2024年10月23日

誰もが安心して自由に移動できる社会を目指して

江崎グリコと J-AIR「スマイルフライトプロジェクト」開始

乳児用液体ミルク「アイクレオ 赤ちゃんミルク」を通じて、赤ちゃんのご機嫌なフライトをサポートします

江崎グリコ株式会社は、株式会社ジェイエア（本社：大阪府池田市 代表取締役社長：本田 俊介 以下、「J-AIR」）と連携し、「スマイルフライトプロジェクト」を開始します。このプロジェクトは、誰もが安心して自由に移動できる「ユニバーサルツーリズム」の実現を目指しています。



<機内での「アイクレオ 赤ちゃんミルク」提供の様子（イメージ）>

江崎グリコは“事業を通じ社会に貢献する”をテーマに、栄養菓子「グリコ」や乳児用液体ミルク「アイクレオ 赤ちゃんミルク」を世に送り出し、創業以来、子どものココロとカラダの健やかな成長に寄与する事業に取り組んできました。今回、独自に行った調査結果において、子育て世代の約7割が赤ちゃんとの飛行機旅行をためらった経験があり、一方で全世代の約9割が赤ちゃん連れで飛行機利用する人への応援姿勢を示しているとの結果から、赤ちゃん連れとそうでない方々の意識の隔たりを無くし、誰もがバリアを感じることはない旅行体験の実現を目的として、江崎グリコと J-AIR とで「スマイルフライトプロジェクト」を発足しました。

■ 江崎グリコ×J-AIR「スマイルフライトプロジェクト」概要

1. J-AIR 運航の全便を対象に、2024年11月1日（金）～12月15日（日）の期間中、赤ちゃん連れのお客様（希望者）へ、乳児用液体ミルク「アイクレオ 赤ちゃんミルク」を提供

「アイクレオ 赤ちゃんミルク」は、常温でそのまま授乳が可能で、旅先などの授乳しづらい状況での“おでかけ授乳”をサポートする商品です。飛行機内において、事前にお渡しすることで、客室乗務員が調乳対応できないシートベルト着用サイン点灯中でも、簡単に授乳いただくことができます。

- ※1：1歳以上3歳未満のお子様連れのお客様（希望者）には、「幼児のみものこどもスムージー」を提供。
- ※2：天候・搭載状況などの理由により提供できない場合がございます。

2. 江崎グリコの「栄養士・子供心理カウンセラー」資格を持つ社員が J-AIR 客室部門教育担当部署へ行ったアドバイスを、同部署が実際の社内教育に役立てる

3. 江崎グリコと J-AIR が、本プロジェクトについて飛行機内外で広く発信することで、赤ちゃん連れのお客様も安心して自由に移動できる空気感の醸成を図る



<「スマイルフライトプロジェクト」ポスター>

【赤ちゃん和飛行機に関する意識調査】

<主なサマリー>

赤ちゃん連れて搭乗する人の意識

① 赤ちゃんがいることで飛行機旅行をためらった子育て世代は多い

→ 子育て世代の67.6%がためらった経験ありと回答（図1）

② 旅行をためらう主な要因は、「機内での授乳・おむつ替えに対する不安」や「他の乗客からの視線」など

→ 旅行をためらった人の54.9%が「機内での授乳やおむつ替えが大変そう」

42.3%が「他の乗客の視線が気になる」と回答（図2）

→ 赤ちゃんとの飛行機旅行で不安を感じる点として、「他の乗客へ迷惑をかけてしまうのがつらい（52.6%）」「他の乗客から迷惑だと思われるのではないかと心配（48%）」が上位となり、どちらも他の乗客に関する回答となった（図3）

赤ちゃんの近くに着席した人の意識

③ 飛行機内の赤ちゃん連れに対して、応援姿勢を示す人は多い

→ 飛行機内で泣く赤ちゃんに隣接する席に座った場合、自身がとるべきアクションとして「心の中で応援するが、特にアクションは起こさない=50.2%」「直接声をかけるなどちょっとした気遣い=36%」合わせると86.2%（図4）

④ 赤ちゃん連れに対して、客室添乗員にとってもらいたい行動として「ミルクやおもちゃの提供」が最も多い

→ 客室添乗員にとってもらいたいアクションについて「ミルクやおもちゃなど赤ちゃんが気を引きそうなものを提供する」が最も多く36.8%が回答（図5）

図1

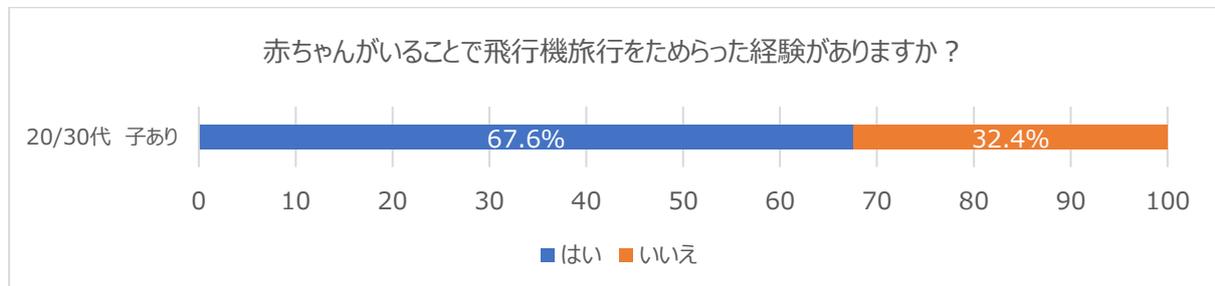


図2

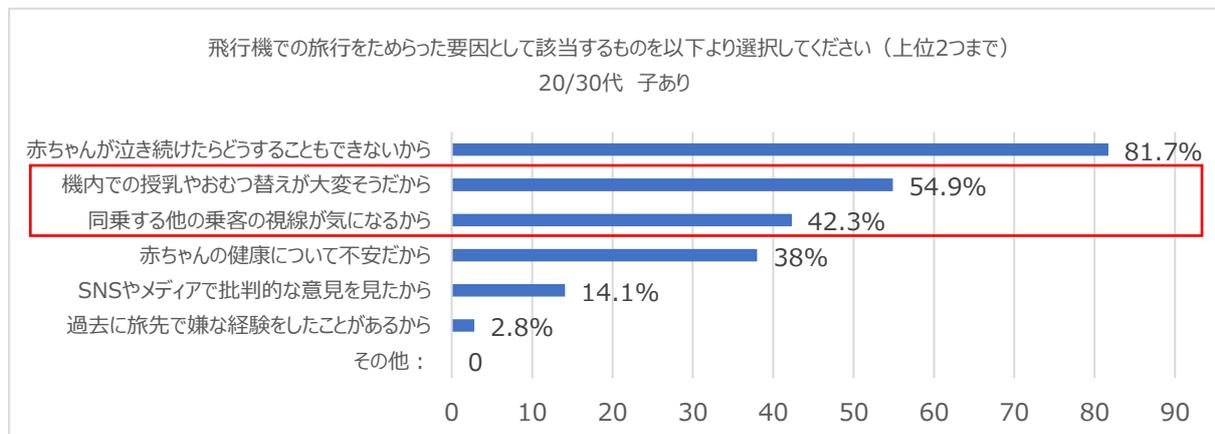


図 3

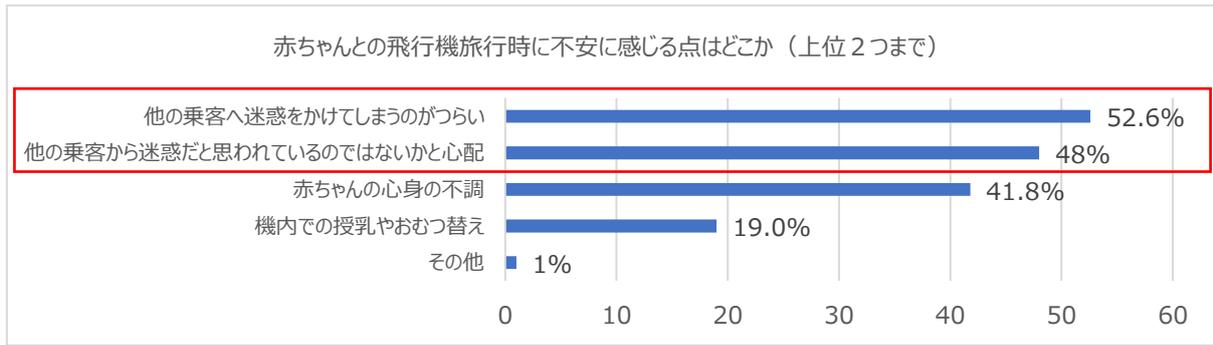


図 4

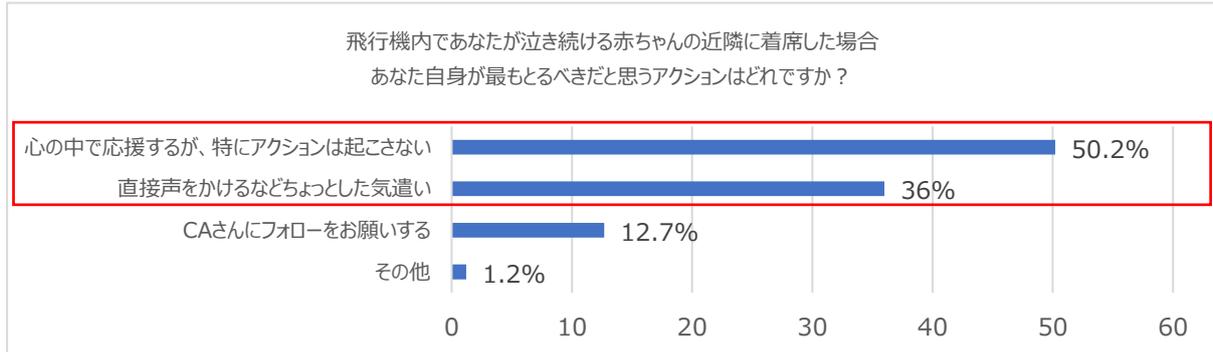
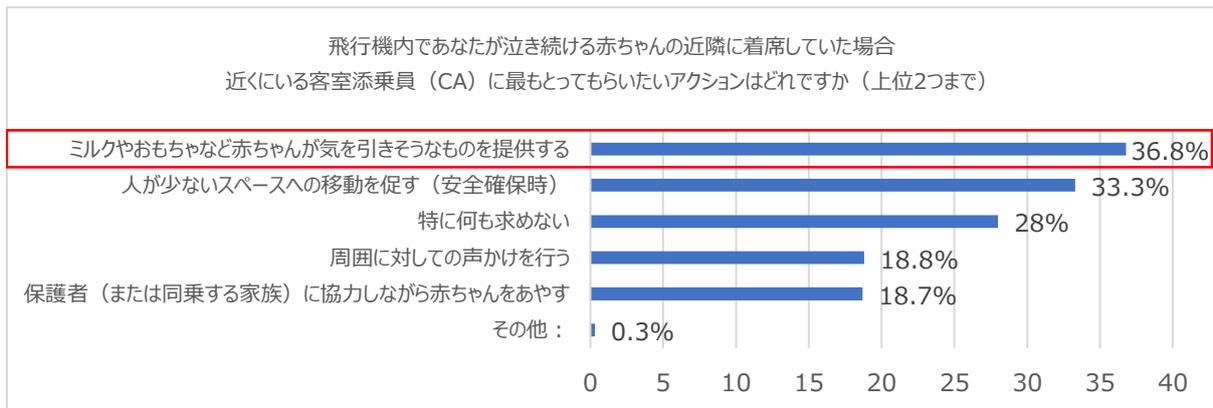


図 5



<赤ちゃんの飛行機利用に対するコメント（一部抜粋）>

- ✓ 泣くのが仕事、特に何も思わないが、お母さんが周りに気を使っているのが見えたときに、そんな心配しなくていいよ！と思う。（43 歳女性）
- ✓ 子育てを経験した立場からすると、人ごとには思えない。きっとその親もつらいはずだから、優しくフォローしてあげたい。（26 歳女性）
- ✓ 泣いている赤ちゃんをみんなで見守れるような社会が必要なのかと思います。（58 歳女性）
- ✓ 誰も赤ん坊の時代があるので、寛容な気持ちが必要。（58 歳男性）

<調査概要>

調査名： 赤ちゃんと飛行機に関する意識調査
 調査方法： インターネット調査
 調査対象者： 20～60 代の男女
 調査対象者数： 600 人
 調査期間： 2024 年 7 月 12 日（金）～7 月 16 日（火）
 調査主体： 江崎グリコ株式会社

■J-AIR 客室乗員部 客室企画室 企画グループ長 金澤 ゆかり 様

J-AIR は、大阪国際（伊丹）空港を拠点に「地域と地域を結び、安全安心を最優先にお客さまに喜んでいただけるサービスを提供する」エアラインです。機内では、私たち客室乗務員ならではのきめ細やかな心遣いとおもてなしを心掛けており、お客さまに寄り添ったサービスをご提供できるよう努めております。一方で、飛行中にシートベルト着用サインが点灯している間は、客室乗務員も着席しなければなりません。この間も、小さなお子さま連れのお客さまへ提供できるサービスを模索してきました。今回、江崎グリコ様からご提案いただいた液体ミルクをお配りすることで、より心地よい機内空間のご提供の一助となることを期待しています。

■プロジェクトアドバイザー 竹林 正樹 様（行動経済学者）

本プロジェクトは、赤ちゃんが泣いていてもみんな大らかに受け止めますよというふうに伝えることで、ママやパパも安心することができるようにデザインされた事業です。とはいえ、やはりうるさく感じる人がいたらどうしようと焦ってしまうママやパパもいることでしょう。

そこで液体ミルクの出番です。泣いているけれども何もできないという状況と、液体ミルクを上げたので、もう少しで泣き止みそうという状況とでは周りの受け止め方違ってきますよね。何より、ママやパパのストレスも軽減されて赤ちゃんも笑顔になることでしょう。そしてその笑顔は、周りの乗客、航空会社のスタッフの皆さんにも広がっていきます。私もこのプロジェクトをととても応援しておりますし、皆様も応援して下さると嬉しいです。

竹林 正樹（たけばやし まさき）

青森県出身。青森大学客員教授。

行動経済学を用いて「頭ではわかっているけど、健康行動できない人を動かすには？」をテーマにした研究を行う。ナッジで行動促進を紹介した TED（テッド）トークは、YouTube で 80 万回以上再生。代表作は「心のゾウを動かす方法」（扶桑社）、「保健活動で使える! ナッジ」（医学書院）。



<ご参考>

■「アイクレオ 赤ちゃんミルク」について

商 品 名	アイクレオ 赤ちゃんミルク	
販売チャネル	全国のドラッグストア・ベビー専門店 自社通販サイト（グリコダイレクトショップ）等	
希望小売価格	227 円前後（税込）	
賞 味 期 限	9 か月	
保 存 方 法	常温を超えない温度で保存	
内 容 量	125ml	
許 可 表 示	母乳は赤ちゃんにとって最良の栄養です。 「アイクレオ 赤ちゃんミルク」は母乳が不足したり 与えられない場合に母乳の代わりをする目的で作られたものです。	

（「アイクレオ 赤ちゃんミルク」の詳細はこちら：<https://cp.glico.com/icreo/products/akachan-milk/>）

■「幼児のみもの こどもスムージー」について

商 品 名	幼児のみもの こどもスムージー <りんごとおやさい> 幼児のみもの こどもスムージー <りんごとぶどう>	
販売チャネル	全国のスーパーマーケット・ドラッグストア・ ベビー専門店・EC サイト等	
希望小売価格	235 円前後（税込）	
賞 味 期 限	270 日	
保 存 方 法	常温を超えない温度で保存	
内 容 量	70g	

（「幼児のみもの こどもスムージー」の詳細はこちら：<https://www.glico-youji.jp/product/>）

■江崎グリコ「Co 育て PROJECT（こそだてプロジェクト）」について

昨今の育児においては、社会環境の変化により、ワンオペレーション育児やマタハラ・パタハラ、産後うつ、子どもの自己肯定感の低下など、複雑で多様な問題が顕在化しています。「Co 育て PROJECT」は、育児の課題に対し、パートナーや周りの家族が協力し、育児環境をよりよくすることで、生まれてくる子どもたちのココロとカラダの健やかな成長を目指す取り組みとして、江崎グリコが 2019 年 2 月から開始しました。

現在、日本初の乳児用液体ミルク「アイクレオ 赤ちゃんミルク」や「幼児のみもの」、Co 育てをサポートするアプリ「こべ」といった商品・サービスの展開はもちろん、男性の育児参画を促進する企業向け両親学級「みんなの育児研修」の実施、社員が 1 か月育児に専念する社内制度「Co 育て Month」を導入し、社内の男性育休取得率 100%の継続達成など、社内外で育児環境の向上につながる取り組みを展開しています。

■ Co 育て PROJECT について：<https://www.glico.com/jp/csr/coparenting/>

■ Co 育て PROJECT 社内での取り組み編：<https://www.glico.com/jp/csr/coparenting/company/>