令和元年度老人保健事業推進費等補助金　老人保健健康増進等事業

北海道における地域包括ケア関連産業の
社会実装に関する調査研究事業
報　告　書

令和２年３月

株式会社 日本総合研究所

北海道における地域包括ケア関連産業の
社会実装に関する調査研究事業
報　告　書

目　次

第１章　本事業の実施概要……3
　１．本事業の背景と目的……3
　２．本事業の実施方法と実施実績……5

第２章　食・栄養を通じた地域生活者向け健康増進サービス事例調査．……8
　１．事例調査の趣旨と枠組み……8
　２．事例一覧……8
　３．抜粋事例詳細……11
　　（１）株式会社シャープ（ヘルシオ体験教室）……12
　　（２）カゴメ株式会社（ベジチェック）……13
　　（３）株式会社マツモトキヨシ（サプリメントバー）……14
　　（４）DSM　株式会社（パーソナライズドソリューション）……15
　４．事例からの示唆と本事業における実証モデルの検討……16

第３章　検討委員会による検討結果……18
　１．第 1 回検討委員会……19
　２．第 2 回検討委員会……26
　３．第 3 回検討委員会……30
　４．個別協議実績……33

第４章　北海道内における実証調査……34
　１．実証調査の概要……34
　２．実証調査の結果……35

第５章　調査結果の考察と今後の取組みへの示唆……57

参考資料……63

第1章　本事業の実施概要

1．本事業の背景と目的

地域包括ケアシステムは、生活者が重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、住まい・医療・介護・予防・生活支援が一体的に提供するための基盤の実現を目的としている。既に超高齢社会となった地方部では特にこうした基盤実現に早急に取り組まなければならないが、一方で基盤の持続性を鑑みた効率性も求められる。収縮する地方部の行政予算に依存した運営体制では、継続してサービス提供をしていくことが困難であり、民間事業者の資本・資源の活用が必須である。

一方、民間事業者としては営利性あるいは投資回収が十分可能でなければ地域包括ケアシステムへの参画は難しい。すなわち、「システム利用者である地域住民が抱える住まい・医療・介護・予防・生活支援に関する実際の課題や不安事項を解決/解消していくこと」と「営利事業としての持続性」の両立が求められている。そのためには、地域住民の課題を明らかにした上で、その課題をどのように収益事業と関連させれば解決に向かうことができるか検討しなければならない。

特に北海道において地域包括ケアシステムの実現をめざす際には次のような課題が想定される。

1）広大で多様性のあるエリア構成

北海道は47都道府県の中で最大で、道内には東京、横浜、大阪、名古屋に次ぐ国内第5位の人口を抱える札幌市のような大都市がある一方、東部・北部にはわずかな高齢者が暮らす集落群によって構成される地方部が広がっている。また、北海道は周囲を海に囲まれているため各地に漁港・漁師町がある一方で、日本最大の農産物生産基地でもある。中央部には険しい山地があるため中山間地エリアもあり、極めて地域性が多様である。地方部では集落間の距離が遠く交通機関も限られており、医療機関や介護施設への移動が容易でないことも多い。商業施設も都市部には全国チェーンをはじめとする多くの店舗があるものの、地方部では選択肢が少ない。

2）首都圏などに比べ進行している高齢化、都市機能の弱まり

北海道の高齢化率は平成 30 年時点で 31.3%に達しており、最も低い沖縄県の 21.6%や東京都の 23.1%に比べて非常に高い（令和元年版高齢社会白書）。大都市である札幌市でも若者の流出を完全に食い止めることは難しく、当面道内ではさらに進む高齢化を前提とした地域包括ケアシステムの構築を考えざるを得ない。各地に拠点都市はあるものの、高齢化と人口減によって地域を支える都市機能、医療機能も弱体化している点がある。

3）季節性や地域性による生活習慣の偏り

北海道は冬季の低温・積雪のため道民の運動量は低下しがちであり、肥満率は全国平均と比べ高い。また、道内では地域によって食生活などの生活習慣も大きく異なる。漁師町では魚介類は多く食べる一方で野菜が不足しがちであるなど、一次産業が盛んな北海道故の偏りが生じている。

これらの結果として、北海道民全体としては①BMI が高い（平成 28 年調査では BMI25 以上の肥満者の比率が男女とも全国平均値よりも高い）、②野菜摂取量が少ない（平成 28 年調査では全国平均と同等だが、いずれも目標値 350g/日を下回る）状況である。一方で 20 代女性は BMI18.5 以下のやせ型比率は全国平均よりも高く、若い世代にもしっかりと食生活に関する啓発を行っていく必要がある。

4）未活用の栄養士人材資源（特に管理栄養士）

北海道は東京・大阪に次いで全国3番目となる 2,715 名の日本栄養士会会員を有するが、その多くは医療分野の活動となっている[i]。他の地方部では地域活動での従事者が多く、北海道では都市部的傾向を示している。これらの栄養士、なかでも管理栄養士の役割は地域包括ケアにおいてはきわめて大きいが、北海道においても医療機関や介護施設のみならず民間事業者との連携においても一層の活躍が期待されるところである。

こうした地域包括ケアシステムの整備において考慮すべき課題を踏まえ、民間企業主体の持続可能な事業モデル案の策定に向けた検討が求められるところである。また上の課題は北海道で特に顕著ではあるものの、全国に類似性のある府県あるいは地域があると考えられ、そうした地域に向けて応用展開可能な「北海道モデル」として発信していくことにも意義がある。

ただしこうした「北海道モデル」の全体をすぐに構築することは難しく、いくつかの要素に分けて検討を進める必要がある。北海道においては上の課題3）で示したように「食生活・食習慣の偏りによる健康影響」の問題があるが、食生活・食習慣については民間事業者のサービスとの関係性が深く、北海道モデルの検討に際し民間事業者が主体的に参画しやすい取り組み課題といえる。

そこで本事業では、保険外サービス、特に食関連の事業を前提とした持続可能な地域包括ケアシステムの要素の在り方を検討することを目的とし、民間事業者を交えた検討及び実証を行った。

[i] 平成 29 年度公益社団法人日本栄養士会事業報告によると 1,219 名が医療分野に従事（44%）。全国では 50,006 名中 20,925 名（42%）。一例として岩手県では 752 名中医療 260 名、地域活動 109 名が従事。

2. 本事業の実施方法と実施実績

本事業では上記の目的を達するために、次のような内容の調査・検討を行った。

（1）食・栄養を通じた地域生活者向け健康増進サービス事例調査

本事業の推進にあたり、食・栄養に関する情報提供や行為刺激を通じた健康増進サービスを地域包括ケアの対象となる生活者に向けて実施している事例について広く調査を行った。

調査に際しては、インターネットや報道による公開情報を基に事業者及び事業内容の概略を一覧化し、特に本事業への示唆が大きいものを抽出して詳細化し、後述の検討委員会で紹介し議論の参考とするものとした。

調査結果については第2章で記述した。

（2）検討委員会の設置・運営

事業の推進にあたり、北海道内の事業者や食を通じた健康増進に係る活動を行う組織団体の主体的参画が必要になるものと想定し、以下のプロジェクト体制を組成した。

図表１－１　プロジェクト体制

組織名・企業名	役割
株式会社セイコーマートおよび株式会社セコマ（グループ統括会社）	検討参加、実証調査協力（実証店舗提供、試食品提供、データ提供）
一般財団法人北海道栄養士協会	検討参加、実証調査協力（セミナー実施）
北海道大学	検討参加
北海道庁	（協力機関）
北海道厚生局	（事業管理機関）
株式会社日本総合研究所	プロジェクト事務局

さらに、プロジェクト参加者と事務局による個別協議の他、プロジェクト参加組織・団体の構成員による検討委員会を設置・運営し、調査の進め方、調査内容、成果物の内容等について適宜検討・確認・助言を得る形で進めた。検討委員会は計3回実施した。

検討委員会での検討内容については、第3章で記載した。

注記：検討委員会は当初4回実施予定であったが、令和 2 年 2 月の新型コロナウイルス感染拡大に伴い第4回は中止となったため、予定していた調査分析結果の検討については事務局主体で実施した。

図表１－２　検討委員会実施実績

回	実施日	主な検討事項
第1回	令和元年9月24日（火）	実証調査全体像確認、調査対象者・地域
第2回	令和元年11月1日（金）	実務調整 注）調査内容、スケジュールについて検討する予定であったが、都合により委員欠席につき実務調整中心の会とし、別途個別協議で左の事項を検討した。
第3回	令和元年11月20日（水）	スケジュール、実務調整
第4回	*中止	（調査分析結果の検討）

図表１－３　検討委員会委員（所属別・五十音順・敬称略）

氏名	所属先・役職名
佐々木　威知　氏	株式会社セコマ　広報部　部長
金子　和奈　氏	株式会社セイコーマート　商品本部　販売企画部　企画課
穂高　祐司　氏	株式会社セイコーマート　商品本部　販売企画部　部長
川畑　盟子　氏	公益財団法人北海道栄養士会　副会長
坂川　裕司　氏	北海道大学　大学院経済学研究院　教授
オブザーバー	
氏名	所属先・役職名
大熊　高司　氏	厚生労働省北海道厚生局　健康福祉部地域包括ケア推進課　課長
坂本　聖一　氏	厚生労働省北海道厚生局　健康福祉部地域包括ケア推進課 地域包括ケア推進官
石川　雅子　氏	北海道庁　保険福祉部健康安全局地域保健課 健康づくりグループ　主査（健康づくり）
菊地　みさき　氏	北海道庁　保険福祉部健康安全局地域保健課 健康づくりグループ　主幹

（3）実証調査の実施

検討委員会にて検討した計画に基づき、北海道現地にて実証調査を行った。具体的には、本事業に参画している株式会社セイコーマートの札幌地域2店舗を選び、店舗近隣の会場で管理栄養士による食事と健康に関するセミナーを実施し、参加者に対してアンケートおよび野菜摂取量を簡易測定できるデバイス（注：株式会社カゴメが開発した「ベジチェック」）による測定を行った。さらに、セミナー前後約１ヵ月間にわたり参加者のセイコーマートでの購買記録を把握した（ポイントカード保有・使用者に限る）。なお、検討委員会の検討時には１ヵ月の期間終了時に再度フォローアップセミナーを行い、具体的な１ヵ月の食事や購買についてアンケートやヒアリング、ベジチェッ

クの再測定を行う予定であったが、令和2年1月以降北海道で新型コロナウイルスの感染拡大が発生したためこれらは中止となった。

図表1－4　セミナー実施実績

回	実施日	実施場所（実証対象店舗）
第1回	令和2年1月15日（水）	プラザ新琴似（セイコーマート新琴似 7 条店）
第2回	令和2年1月16日（木）	北海道庁会議室（セイコーマート北海道庁店）
第3回	令和2年2月27日（木）　*中止	北海道庁会議室（セイコーマート北海道庁店）
第4回	令和2年2月28日（金）　*中止	プラザ新琴似（セイコーマート新琴似 7 条店）

（4）実証調査結果の考察

実証調査で得られた結果に基づき考察を行った。特に管理栄養士のセミナーによる情報提供という介入行為が対象者の購買行動に与えた影響についての検証を考察の重点とし、あわせて参加者個々の特性を踏まえた示唆や、今後の実証又は事業推進に向けた示唆についても検討を行った。

詳細は第4章及び第5章で述べるが、概略として以下のような調査結果と考察が得られた。

1. 管理栄養士による情報提供の後、健康にポジティブな影響があると考えられる品目の購入率（購入点数全体に占める当該品目の占める割合）がセミナー前に比べセミナー後で上昇しており、介入行為が健康面からみた食生活改善に有効であると示唆された。
2. 本調査の取り組み内容について計画時に想定した成果指標に照らした検証を行ったところ、概ね妥当と思われた。ただし調査・事業参加者募集にあたっては参加者層ごとに適した手法をとるべきであり、特に勤労世代については職場を通じた募集が有効と示唆された。
3. 対象者・対象地域の拡大と医療機関・介護サービス事業者との連携が今後の課題であり、持続的なスキームの構築を目指して引き続き検討および実証が必要である。

第2章　食・栄養を通じた地域生活者向け健康増進サービス事例調査

1. 事例調査の趣旨と枠組み

本調査では事業の当初問題意識に沿って、民間事業者が食生活・食習慣に関連する商品・サービスを提供することで地域生活者の健康改善に寄与する可能性が示されるような事例を収集する。事例の含意解釈・一般化を通じて北海道の地域包括ケアにおいて民間事業者がどのように地域生活者に対して働きかけると効果（アウトカム＝食生活を通じた健康改善）が得られるのか検討し、実証の前提となるモデルの構築を行う。

調査にあたっては各種公開情報（報道記事、企業ホームページ、自治体ホームページ、報告書等）から上記趣旨に合致する事例を抽出し、一覧化する。次にそれらの一覧から特にユニークと考えられる一部事例を抜粋し、より詳細な情報を整理する。その後、リストおよび詳細事例から含意解釈・一般化およびモデル構築の検討を行う。

2. 事例一覧

本調査で得られた調査事例のリストの一部を図表２－１に挙げた。なお、事例数が多いため残る事例は参考図表１とした。

図表２－１　食・栄養を通じた地域生活者向け健康増進サービス事例一覧
（３分割表の１）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	スギ薬局×㈱Mediplat	利用顧客			「スギサポwalk」（ポイント獲得ほか、日々の健康、薬の相談ができるアプリ）	・「スギサポwalk」は、アプリを起動して歩くだけで、バーチャル・ウォーキングラリーを体験しながら「スギサポマイル」が貯まる。全国1100店舗以上あるスギ薬局にチェックインすることでも獲得でき、スギポイントに交換して豪華景品がもらえる。 ・その他、毎日の歩数・消費カロリー・距離の自動記録で日々の運動状況を確認したり、月額550円（税込み）のスギサポプレミアム会員になると、管理栄養士・医師・薬剤師にオンライン上で食事や健康、薬の相談が可能。 ・毎日歩くだけで自然にマイルが貯まり健康にもつながる手軽さや観光地をバーチャルでめぐることができる楽しさなどがユーザーの支持を受け、ダウンロード数が伸び続けていると同時に高い利用率。	薬事日報	2019 年 8 月 7 日
自治体×企業	シャープ㈱×大阪府	府民			「おおさか健活マイレージアスマイル」（健康への取り組みやポイントが貯まるアプリ）	・シャープは、大阪府民の健康づくりの分野における取り組み「健活１０」（ケンカツテン）を相互に連携・協力して進める ・主な連携事項は、「健康づくりの気運醸成に関すること」「大阪府健康づくり支援プラットフォーム整備等事業に関すること」「食育に関すること」「その他、府民の健康づくりの推進に関すること」の４つのテーマについて取り組む。 ・主な取り組みは、シャープの白物家電やサービスを活用し、健康増進に役立つイベント実施やＰＲ活動。シャープのホームページなどを通じ、府の健康に関する取り組みのＰＲや情報を提供。 ・健診受診やウオーキング、健康イベント参加などの自分の健康行動をアプリに記録しポイントが付与され特典がもらえ、府主体のサービス「おおさか健活マイレージアスマイル」などと連携したイベントも推進。 ・食育推進に向けた連携では、ヘルシオ活用による、府推奨のヘルシーメニュー「Ｖ．Ｏ．Ｓ．メニュー」の開発や、スマートキッチンを提案するクラウドサービス「ＣＯＣＯＲＯ　ＫＩＴＣＨＥＮ」を通じた食育のＰＲ、大阪産野菜などを活用した府民向けのヘルシオ料理教室を開催。	化学工業日報	2019 年 8 月 5 日
企業	CCCマーケティング㈱	利用顧客			「献立提案事業参入」（生鮮食品宅配サービスと連携した新たなECサービスの提供）	・CCCマーケティングはミーニューと資本業務提携。提携により、CCCマーケティングの6950万人のライフスタイルデータとマーケティングノウハウ、ミーニューのオリジナル献立データとAI開発の技術力を掛け合わせ、データを軸にした新たな献立提案事業を構築。 ・CCCマーケティングは、1950万人が利用し191社が参画するTカードのライフスタイルデータをもとに、ニーズに沿った提案を行うマーケティングプラットフォーム事業。 ・ミーニューは、好みや栄養を考えたオリジナル献立を、最長1週間分自動作成するAIアプリ「me:new（ミーニュー）」を開発、運営。利用者の好みや栄養まで考えた最長1週間分の献立を一瞬で自動作成するアプリで、家族の人数に合わせた買い物リストを自動作成。日々の献立作成を自動化することで、家事負担を軽減ができる。 ・今後は、市場拡大が見込まれるネットスーパーなどの生鮮食品宅配サービスと連携した新たなECサービスの提供、「食」領域における最も顧客価値の高いサービスを目指す。	流通ニュース	2019 年 7 月 31 日

（3分割表の2）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	メドピア㈱	特定保健指導の対象者	40歳から74歳		「特定保健指導サービス」（通信機能付健康医療機器による成果の見える化と、管理栄養士によるパーソナル指導をセットで実施）	・フィッツプラスは、オムロンヘルスケアと健康保険組合向けに特定保健指導における新サービスの共同展開を発表。 ・オムロンヘルスケアが提供する通信機能付きの医療機器を使い、血圧や体重、体脂肪率、活動量を専用のスマートフォンアプリに記録。 ・フィッツプラスが提供する特定保健指導サービスにおいて専属の管理栄養士と一連の情報を共有することで、高い実施率と成果の実現につなげる。 ・①専属の管理栄養士が、個人に合わせた改善目標とプランを作成 ・②健康機器の測定データで身体の変化を見える化し、改善効果を実感しながら継続 ・③測定データを管理栄養士と共有し、数値変化に合わせたきめ細やかな指導を実施 ・特定保健指導の実施率は、２００８年度からの１０年間で７・７％から１９・５％に向上しているものの、国の目標である４５％（２３年度）からは開きがあり、実施率向上に向けた取り組みの重要性が高まっている。	化学工業日報	2019年6月27日
企業	㈱ダイエー × シルタス㈱	利用顧客			「SIRU+」（買い物データを自動的に取り込み、栄養素に変換するアプリ）	・シルタスが開発した栄養状態チェックアプリ「SIRU+（シルタス）」を活用した健康管理サービスをスタート。健康的な暮らしの提案に加えて、購買データも分析し、商品開発や店づくり、新たな顧客開拓につなげる。 ・ダイエーは「おいしく食べて“ココロとカラダ”健康に」をコンセプトとした店づくりを進め、行政や地域の医療施設などと協働で健康相談会などのイベントを行うとともに、積極的にデジタルを活用した新しい価値の提供に注力。その一環として、シルタスが開発した「スーパーマーケットのPOSデータと連動させることで買い物データを自動的に取り込み、栄養素に変換して最適な食生活を提案できる健康サービスを展開。 ・利用者はスマホに「SIRU+」ダウンロードし、家族構成などの情報とイオングループの共通ポイントカード「WAON POINTカード」の会員番号を登録。13店舗で買い物した商品をレジで精算する際に同カードを提示すると購入した食材栄養素が自動的にアプリへ登録され、偏っている栄養素や不足している栄養素を把握。アプリはPOSデータと連動し、過去1ヵ月の対象店舗における購買履歴が自動的に反映。 ・不足している栄養素を補う食材や、最適なレシピが見られる。ポイントカードを提示して日々の買い物をするだけで栄養状態をチェックできる手軽さが特徴。	日本食糧新聞	2019年4月19日
企業	ＤＳＭ				ＤＳＭ、米データ分析社に出資、ニュートリション事業で個人対応強化	・ＤＳＭは、健康に関するデータをリアルタイムで分析する事業などを手掛ける米Ｍｉｘｆｉｔ社の約５０％の株式を取得。個々人の健康状態に合わせた栄養摂取や健康管理について指導する「パーソナライズドニュートリション」事業を拡大する。ＢｔｏＣ型のパーソナライズドニュートリション事業を構築。 ・Ｍｉｘｆｉｔが分析した健康データを用いて、ＤＳＭのビタミンやミネラルを処方した飲料を提供する事業を決定。 ・Ｍｉｘｆｉｔは、「インテリジェント・ニュートリション・アシスタント（Ｍｉｎａ）」と呼ぶ新たな事業の骨格を公開。スマートフォン用アプリを提供して健康状態とともに食生活、ライフスタイルなどを分析、個々人の状態に対応して処方したＤＳＭのビタミンやミネラルを用いた飲料の提供を目指す。 ・パーソナライズドニュートリション事業は日本で先行して活動をスタート、機能健診スキャナー「エステック　ＥＩＳ／ＥＳＯ」を用いて健康状態をデータ化し、動脈硬化や心筋梗塞など、さまざまなリスクを検知するサービスを企業向けに提供するエルステッドインターナショナルとの共同事業を開始。 ・遺伝子検査「ＭＹＣＯＤＥ」などのヘルスケアサービスを展開するＤｅＮＡライフサイエンスとも提携。 ・ライフログや栄養状態を把握し、食事や運動、栄養についてのアドバイスのほか、個々人に合わせた情報提供などを通して、利用者が日常的に健康を意識し、行動変容につながるヘルスサービスの開発を目指す。	化学工業日報	2018年7月4日
企業	カゴメ × オムロン				「朝ベジ運動２週間チャンレジｆｏｒ　ゼロイベント」（家庭血圧の基準値を目指すイベント）	・オムロン　ヘルスケアの社員向けに「朝ベジ運動２週間チャンレジｆｏｒ　ゼロイベント」を実施。 ・オムロン　ヘルスケアが社内プロジェクト「オムロン　ゼロイベントチャレンジ」として全社員が毎日血圧を測り、家庭血圧の基準値である収縮期血圧１３５ミリメートルＨｇ、拡張時８５ミリメートルＨｇ未満を目指す取り組みを実施。 ・今回のコラボでは、カゴメの食と健康に関するコンテンツの開発・提案をする専門チーム「野菜と生活　栄養管理士ラボ」が、オムロン　ヘルスケア社員約１００人を対象に食習慣改善セミナーの開催、健康に対する意識改善、行動変容を目的に野菜摂取向上をサポート。 ・期間中に毎朝食時、選択した野菜飲料を１本飲んで毎朝の野菜摂取量を計測し、血圧を測定により記録用紙に記入してもらう。	化学工業日報	2018年6月19日
企業	㈱マツモトキヨシ	利用顧客		女性	「matsukiyo LAB」（美と健康をトータルにサポート）	・美と健康の分野に特化した商品・サービスを展開する次世代ヘルスケア店舗「matsukiyo LAB（マツキヨラボ）」を展開。 ・「matsukiyo LAB（マツキヨラボ）」は、「薬剤師」「管理栄養士」「ビューティースペシャリスト」らの専門スタッフが、美と健康をトータルにサポートするヘルスケアショップで、健康や美容についての悩みを親身に伺いながら、キメ細かなアドバイスを提供。「マツキヨラボ」は、商品ブランドとサービスブランドの2軸で展開。 ・商品ブランドは「matsukiyo LABサプリメント」。サービスブランドは「サプリメントバー」「ビューティーケアスタジオ」「ヘルスケアラウンジ」を店内に配置。 ・「サプリメントバー」では、店舗常駐の管理栄養士（登録販売者の資格も取得）が、カウンセリング。データをもとに最適なサプリメントをオーダーメイドで提供。 ・「ビューティーケアスタジオ」では肌の状態をビューティースペシャリストが細かくチェック。サプリメントバー担当の管理栄養士とも連携しサポート。 「ヘルスケアラウンジ」では、薬剤師が処方箋調剤に加え、生活習慣のアドバイスを行う。併設の「検体測定室」では、血液測定や口腔内環境チェックなども実施。 ・ラウンジ近辺には、ヘルスチェック機器（血圧計、体組成計、骨密度や血管年齢・ストレスチェック計）が無料で利用できる「セルフチェックコーナー」も設置	薬事日報	2018年4月23日
企業	損保ジャパン日本興亜ひまわり生命㈱ × ㈱エムティーアイ × SOMPOヘルスサポート㈱	契約者・一般消費者			「リンククロス　フィット」（ＢＭＩや血圧の改善をサポートするため、毎日の歩数・体重・血圧・食事などを記録するアプリ）	・SOMPOヘルスサポート㈱（旧：SOMPOリスケアマネジメント㈱、および㈱エムティーアイと共同で、健康応援アプリ「リンククロス　フィット」を開発。 ・健康応援型収入保障保険「リンククロス　じぶんと家族のお守り」の契約者専用サービスとして提供。 ・「リンククロス」は、契約者だけでなく広く一般消費者にさまざまな健康サービスを提供。 ・顧客の健康維持・増進に資する新たな価値の提供に向けて、三社共同で開発したアプリ「リンククロス　フィット」は、ＢＭＩや血圧の改善をサポートするため、毎日の歩数・体重・血圧・食事などを記録。それを基に、ＳＯＭＰＯリスケアの保健師・看護師・管理栄養士などの専門職が、アプリ内のメッセージで食事内容や生活習慣など生活改善の状況に応じた適切なアドバイスを行う。 ・「リンククロス　じぶんと家族のお守り」は、契約後の所定の期間内に喫煙状態または健康状態などが改善され、同社の求める基準に適合した場合、適用保険料率を変更し、保険料が安くなる「健康☆チャレンジ！制度」が特徴。アプリの提供で、契約者の健康改善の成功に向けた支援をしていく。	保険毎日新聞	2018年4月23日

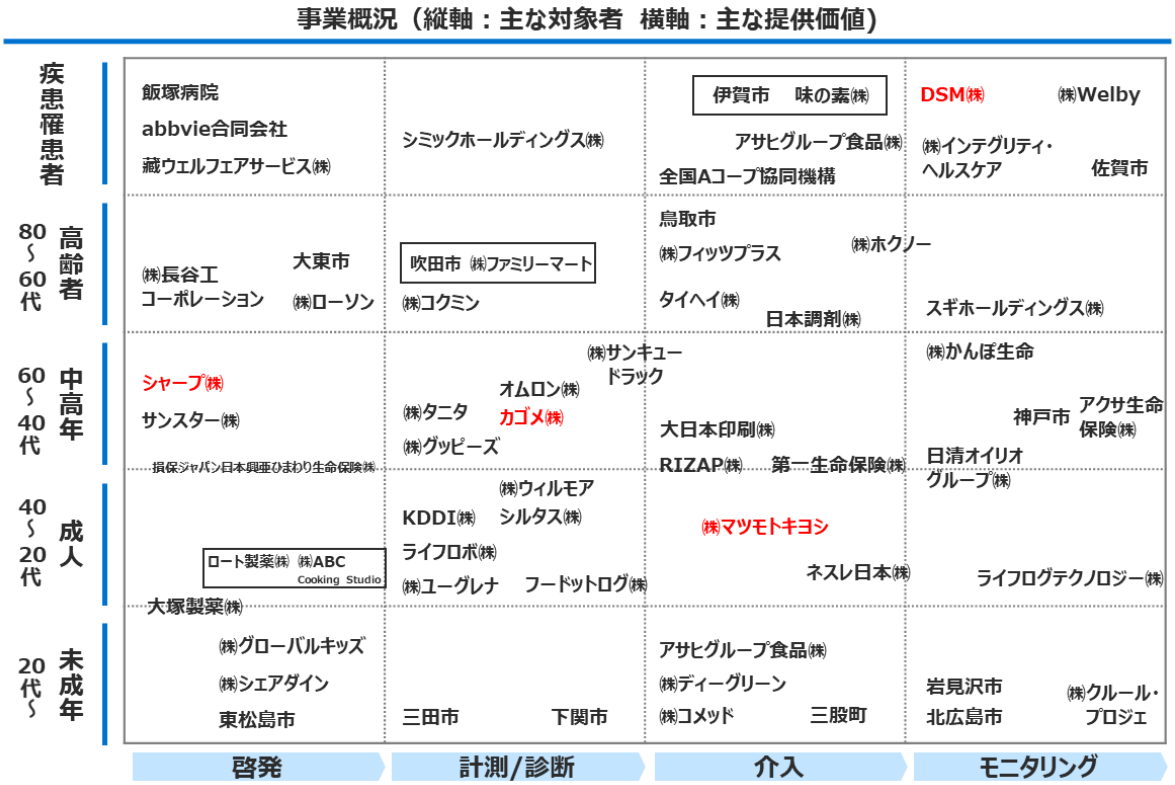
（3分割表の3）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	スギ薬局 × ㈱Mediplat	利用顧客			「スギサポｄｅｌｉ（デリ）」 （栄養配慮型メニューと咀嚼力が弱い人向けメニューのオンライン宅配）	・スギ薬局は、ウェブやアプリを活用した新しい健康支援サービスを開始。塩分やカロリーなど栄養に配慮した健康弁当を自宅まで届ける宅配サービスとネット上で健康相談に応じるサービス。ネットを通じて実店舗に誘客を促す取り組み「オンライン・ツー・オフライン」の一環。 ・健康支援サービスは、スギＨＤと資本業務提携したメドピアの子会社、株式会社Mediplatと共同。 ・健康弁当の宅配サービス名は「スギサポｄｅｌｉ（デリ）」。専用サイトから注文可能。塩分・カロリーやタンパク質の栄養配慮型メニューと、かむ力が弱い人向けメニューの計１３種類を用意。メニューはいずれも、管理栄養士が監修。１食分当たり、４～７品で、冷凍された状態で配達。価格は塩分・カロリーメニューが、７食セットで４７６２円（税込み）。 ・健康相談サービスは、栄養や健康に関する相談をネット上で、医師、薬剤師、管理栄養士が相談に応じる。スギサポデリのサイトから利用登録可能。月額５５０円（税込み） ・今後、購買履歴や調剤データに加え、健康支援サービスのデータも利活用することで、顧客一人一人の生活習慣や健康課題に考慮したサービス提供を目指す。	中部経済新聞	2018 年 11 月 13 日
企業	大日本印刷㈱	企業向け			「ＤＮＰ遠隔診療支援サービス　ホスピタルリンク」 （管理栄養士の生活指導などが受けられるアプリ）	・管理栄養士の生活指導などが受けられる企業向けのスマートフォン用アプリケーション（応用ソフト）「ＤＮＰ遠隔診療支援サービス　ホスピタルリンク」を開発。 ・企業は健康診断で注意が必要と診断された社員に同アプリを配布し、健康管理に役立ててもらう。 ・アプリの利用者は定期的に体重と血圧を入力すると、注意喚起が必要な場合に管理栄養士がチャットで生活指導をする。 ・テレビ電話を使った特定保健指導の予約も可能。 ・社員の氏名などの情報を企業が同アプリに登録しておくと、社員は初期登録を簡略化できる。 ・価格はアプリを使う人数や提供する期間などによって異なる。 ・企業や健康保険組合に提供し、年間１５億円の売り上げを目指す。	日刊工業新聞 News ウェーブ 21	2018 年 10 月 30 日
企業	RIZAPグループ㈱	企業向け			「法人向け健康プログラム」を3種類を提供 （社員の生活習慣改善）	・１:N(多数)のサービスを日本全国の企業や健康保険組合に向けて、働き方改革と健康経営にコミットする法人向け健康プログラムを3種類を提供。 ・1.「実践型健康セミナー」は、「明日から実践する」を掲げ生活習慣改善を促す、講義とトレーニング体験を組み合わせた90~120分の単発セミナープログラム。生活習慣を振り返るきっかけになったという回答は全参加者の99%を誇り、導入企業からは「健康意識の低い人も参加してくれる」との声が挙がっている。 ・2.「出張型トレーニング」は、特に生活習慣改善が必要な社員へ多く導入されているプログラム。RIZAPトレーナーが出張し、3ヶ月にわたってオフィスで実施可能な講義とトレーニングを行う。特定保健指導の対策だけでなく、業務パフォーマンスの向上や社内コミュニケーション量の増加にもつながる。 ・3.「zapDELI(ザップデリ)」は、低糖質・高たんぱく・良脂質のお弁当を企業へ届けるサービス。糖質量を通常の弁当の約半分に抑えた低糖質弁当や、RIZAPで提供しているプロテインなどがオフィスに並ぶほか、RIZAPのアプリを介して、栄養指導センターとの食事管理により、参加者の食生活と健康意識の改善を約束。 ・法人向けサービス本格始動から2年弱で導入企業は560社となり、5万人を超える人が体験。その中で、女性限定コースやセカンドライフコースなどの特別コースを開発し、企業の多様なニーズに対応するほか、全額保証返金制度も導入し、参加者の99%が翌日からの生活習慣を見直すという理想的な結果を得ている。	美容経済新聞	2018 年 10 月 22 日
企業	サンキュードラッグ	利用顧客			店頭での測定で健康チェック （地域包括ケアシステムへの取り組み）	・康寿命延伸産業創出推進事業を行うことになった経緯は、北九州市は政令指定都市の中でも高齢化率がトップ。さらにここ5年間で人口が1万5000人減少。 ・店舗半径500m以内の高齢化率が50%を超えているところもある。自治体や特定健診・特定保健指導などを実施する場所へのアクセスの悪さも、一つの要因。 ・実証事業では、協会けんぽ加盟の中小企業73社などから444人が参加。店頭来店時に自己採血を実施や歩数計や運動量計を貸与し、その数値をウェブ上で管理できる仕組みを導入して取り組んだ。 ・血液検査結果で要精密検査、経過観察などの改善が求められる判定が出た場合に対応するため、健康ライフコンパスが医師監修のもとに作成した判断軸をもとに、サンキュードラッグとしての運用マニュアルを策定。 ・実施したアンケートでは、42人が今回の事業を契機に医療機関や健診の受診、あるいは受診しようと考えていることも分かった。また、個人の健康意識についても、「今後も店頭での測定を継続したい人」は62%。 ・ドラッグストア店頭での測定で健康チェックができることについても、買い物ついでに測定でき、専門家にも相談できることをメリットと感じている人が多いことも分かった。 ・来店頻度が増加し、毎回の測定結果に対しアドバイスを行う中で、結果として客単価が上がることを想定していたが、その前段階で客単価は3～4%ほど上がった。	薬事日報	2016 年 9 月 30日
企業	シャープ㈱	購入者			「ヘルシオ」 （音声による献立提供）	・ヘルシオAX-XW300は、本体に無線LANを内蔵し、シャープのクラウドサービス「COCORO KITCHEN」と連携。音声認識機能を用い、音声による自然な対話によって毎日の献立選びを相談できる。AIは、クラウド上に保存されている約1000種類（発売時点）のメニューからおすすめの料理を提案。 ・冷蔵庫にある食材で夕食を作りたいときや、調理にかかる時間やカロリーなどの条件をつけることも可能。目標カロリーからレシピを“逆引き”や手軽な料理を教えてくれる。ほかにも天気情報を参照して提案するなど、天候や気温で変化する食の欲求にも対応。 ・献立が決まれば、スマートフォン用アプリにレシピが自動配信され、詳しい情報を手元で確認し、必要な材料を購入するといった使い方が可能。逆にスーパーの特売品をチェックし、その場で献立検索も可能。献立を決めれば、ヘルシオが調理データを自動的にダウンロードし、帰宅したときにはスタンバイ状態（画面に献立が表示されている）という仕組み。 ・提案レシピには、糖尿病や高血圧、痛風など、食習慣の改善が求められる疾病別のメニューもある。提携しているFUNDELYの管理栄養士が考案。 ・今回は、調理に関する機能も強化。冷凍、冷蔵、常温といった食材の温度や分量に関係なく一緒に調理できる「まかせて調理」が進化。	ITmedia LifeStyle	2016 年 7 月 6 日

3. 抜粋事例詳細

図表２－１の事例リストの全体像を把握するため、主だった事例を「縦軸：ターゲット層、横軸：食生活改善のためのアプローチプロセス」としてマッピングすると図表２－２のようになる。

図表２－２　事例のマッピング



事例の幅と示唆内容を勘案し４事例（図表２－２の赤文字のもの）を抜粋してより具体的な内容を調査した。抜粋した事例は（１）株式会社シャープ（ヘルシオ体験教室）、（２）カゴメ株式会社（ベジチェック）、（３）株式会社マツモトキヨシ（サプリメントバー）、（４）DSM　株式会社（パーソナライズドソリューション）の４つである。

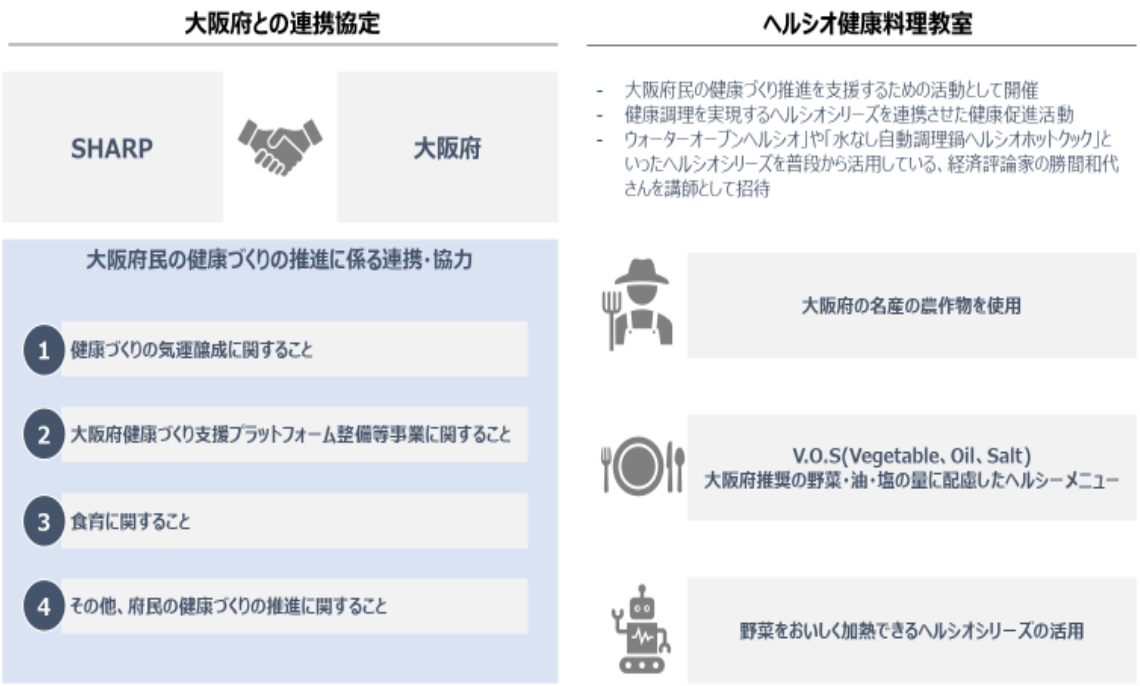
なお、具体的な内容を調査するにあたっては、①商品・サービス提供のチャネル（例：店舗、医療機関、提携先企業のサービス、アプリ）、②マネタイズ（収益化）の方法（例：従量課金型、フリーミアム型〔一定範囲の利用を超えと課金〕、サブスクリプション型〔固定課金型〕）、③商品・サービスの成熟度（例：会員数・利用数、売上、経過年数）、などの観点から情報収集を行った。

以下は抜粋４事例の内容である。

（1）株式会社シャープ（ヘルシオ体験教室）

サービス概要	大阪府と連携し、ヘルシオ活用府推奨ヘルシーメニューの開発や、大阪産野菜を活用したヘルシオ料理教室開催
サービスチャネル	● ヘルシオオンラインページ ● 大阪府健康アプリ ● 大阪府発行媒体/HP
マネタイズ	● ヘルシオの販売 ● ヘルシオデリ利用料(体験教室自体は無償)
サービス熟度/展開水準	● ヘルシオ体験教室には延べ 1,000 人以上が参加（大阪府以外も含む）

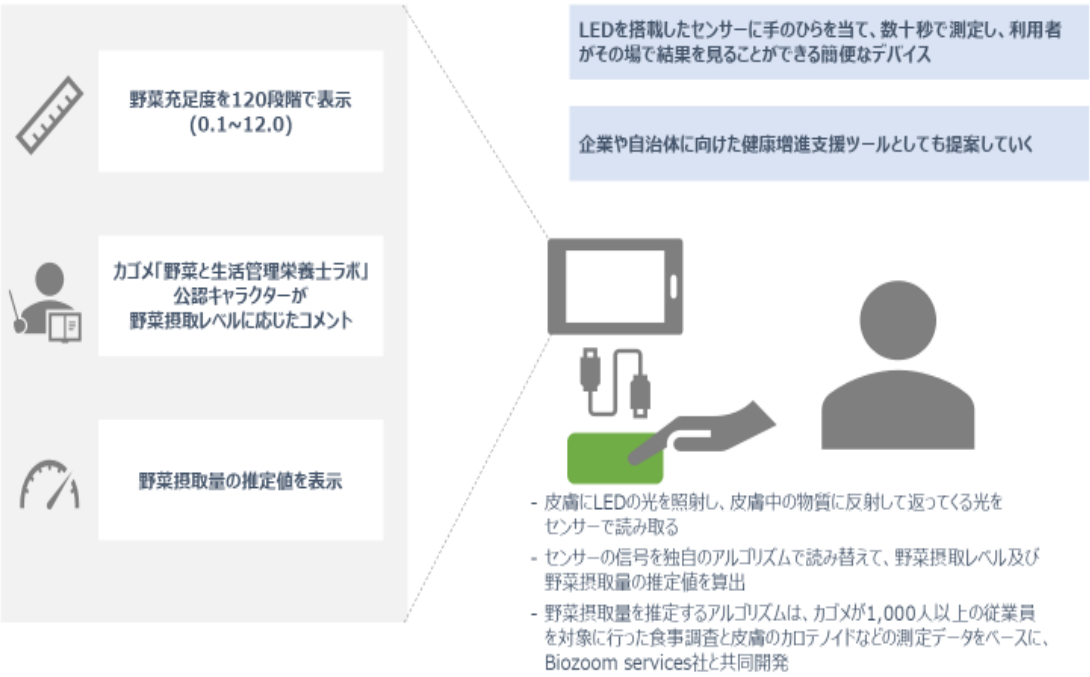
【事例内容】



（2）カゴメ株式会社（ベジチェック）

サービス概要	皮膚のカロテノイド量を測定することで、野菜摂取の充足度を表示
サービスチャネル	● 自社健康セミナー ● 各種イベント/展示会 ● 企業健康保険組合/自治体(国民健康保険)
マネタイズ	● 機器リース/レンタル料(価格：非公開)
サービス熟度/展開水準	● レンタル/リースを開始 ● 健康経営推進企業へ提供 ● 自治体を通じた市民へのアプローチ/データ蓄積着手

【事例内容】



（3）株式会社マツモトキヨシ（サプリメントバー）

サービス概要	店舗に常駐する管理栄養士(登録販売者資格取得者)が、一人ひとりの食生活や生活習慣を詳細にカウンセリング
サービスチャネル	● matsukiyo LAB　*同サービスを展開する業態（首都圏 8 店舗、豊橋 1 店舗大阪阿倍野 1 店舗） ● 公式アプリ/LINE 友達）
マネタイズ	● 管理栄養士監修 matsukiyo LAB サプリ料 ● 関連製品売上
サービス熟度/展開水準	● 全国 10 店舗まで拡大 ● コミュニケーションチャネルを通じた 5200 万人の顧客ビッグデータ分析の実施

【事例内容】

（4）DSM 株式会社（パーソナライズドソリューション）

サービス概要	個々人の健康状態に合わせた栄養摂取や健康管理について指導
サービスチャネル	● 急性期医療および回復期リハビリテーション医療を提供する病院グループ(巨樹の会グループ)
マネタイズ	● 個人の栄養状態に応じたサプリメント提供料 ● 状態診断は無料
サービス熟度/展開水準	● 巨樹の会グループの基幹病院の一つである原宿リハビリテーション病院で実証開始 ● 2020 年にサービス化予定

【事例内容】

４．事例からの示唆と本事業における実証モデルの検討

前節までの事例調査からは以下のような示唆が得られた。

示唆１）アプリや機器などのツールを用いることでデータ蓄積・分析効率が向上

事例ではスマートフォンアプリや簡易に使える専用機器（デバイス）などを用いることで地域の生活者の健康状態をデータとして蓄積し、望ましい水準や類似した属性の生活者と比較することで改善の方向性を効率よく示すことができている。実際の地域包括ケアの事業展開では多くの人数を対象として生活改善を行う必要があるため、こうした効率性を高める工夫を考慮しなければならない。

示唆２）対面または類似した「人」の要素が介入することが生活習慣改善の説得行為に効果的

アプリや機器のインタフェースに表示されるデータ・情報の精度が高いものであったとしても、実際に生活者の態度を変えるには人格を持った「人」からの刺激・介入が有効とみられる。なお先行的な研究においては「インターネットを通じた情報提供行為は対面よりも『伝達感（主観的な情報伝達の充実意識）』に劣るが『伝達度（客観的な情報理解度）』に優れる」[i]という見解があるが、本事業は情報の正確性のみならず実際の態度変容を促すという点ではアプリ・機器と人は補完的に用いるべきものであると考えられる。

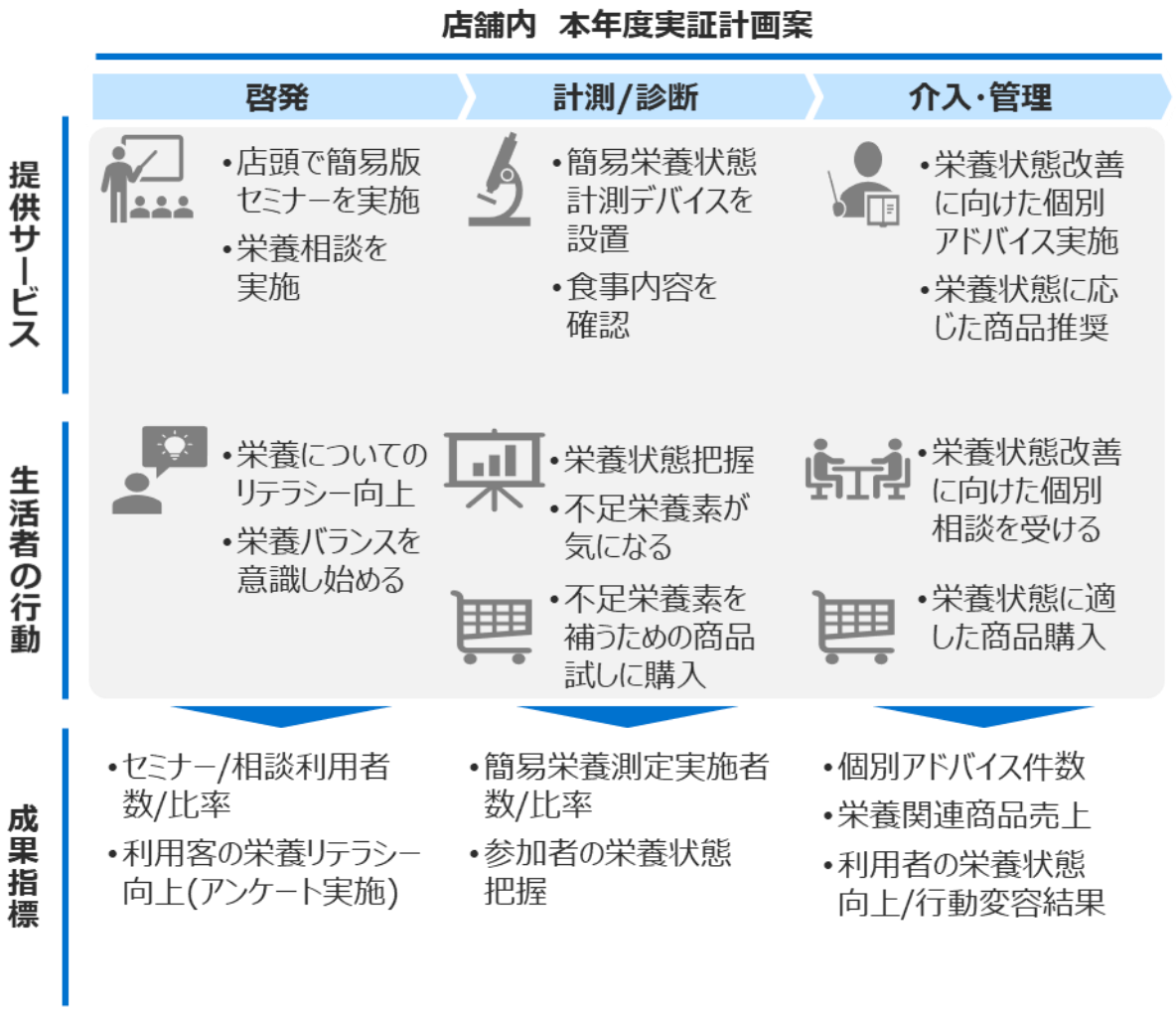
示唆３）日常生活動線上のサービスとすることで持続する

食生活は通常１日３回行われる日常行為であり、付帯的に購買や商品評価などのプロセスがある。地域包括ケアにつながる商品・サービスとしてはこうした生活プロセスの中で情報や介入行為に繰り返し接触し得るように設計されることが望ましい。具体的な例としては、地域に密着して来店・購買頻度が高い商業施設や公共施設、サービス等に内在する方法が考えられる。この意味で今回の検討体制に北海道内のコンビニエンスストアでトップシェアを有するセイコーマートが参画している意義が大きい。

これらの示唆を踏まえ、本実証ではプロジェクト参画機関であるセイコーマートの協力を得て、図表２－３のようなモデルを想定し、検討委員会にて確認検討後、各モデルの要素について検証を行うこととした。

[i] 「インターネット・コミュニケーションと対面コミュニケーションにおける情報の伝わり方の差異についての意見書」杉谷陽子、高度情報通信ネットワーク社会推進戦略本部　情報通信技術利活用のための規制・制度改革に関する専門調査会（第3回）　提出資料（平成 22 年）

図表２－３　本実証の検証モデル案



第3章　検討委員会による検討結果

1．第1回検討委員会

（1）実施概要

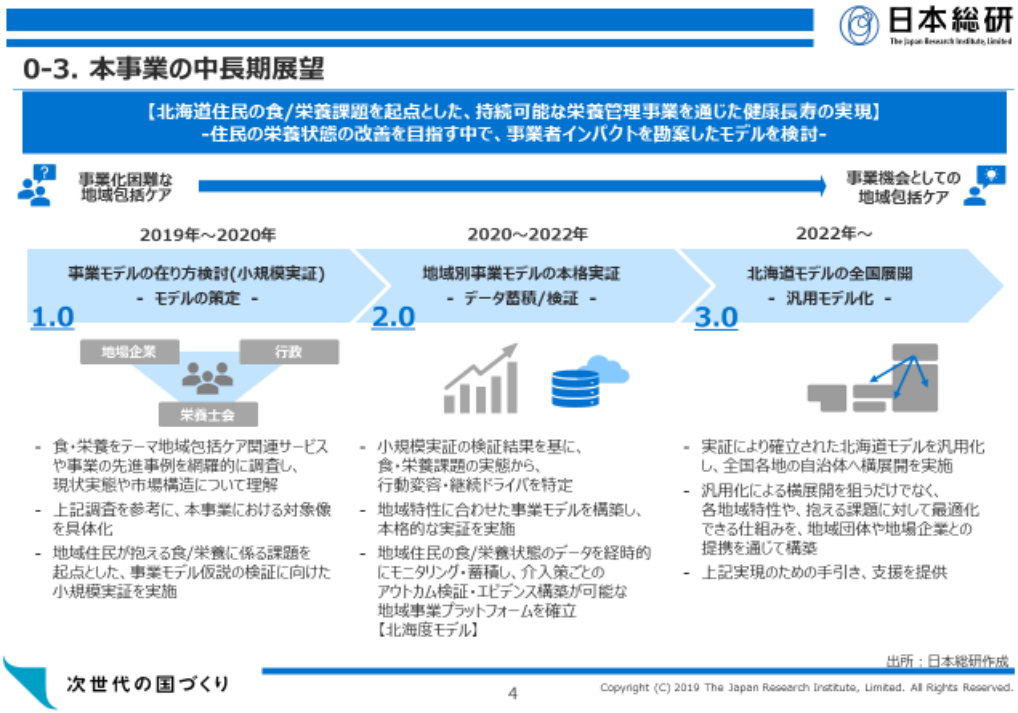
実施日時	令和元年 9 月 24 日（火） 16 時 30 分～18 時 30 分
場所	北海道大学　大学院経済学研究院　会議室
参加者（委員） *所属・肩書は当時	株式会社セイコーマート 　商品本部　販売企画部　部長　穂高　祐司　氏 株式会社セコマ 　広報部　部長　佐々木　威知　氏 公益財団法人北海道栄養士会 　副会長　川畑　盟子　氏 北海道大学 　大学院経済学研究院　教授　坂川　裕司　氏
参加者（オブザーバー）	北海道庁 　保険福祉部健康安全局地域保健課 　健康づくりグループ　主幹　菊地　みさき　氏 　　主査（健康づくり）　石川　雅子　氏 厚生労働省北海道厚生局 　健康福祉部地域包括ケア推進課　課長　大熊　高司　氏 　　地域包括ケア推進官　坂本　聖一　氏
事務局	株式会社日本総合研究所 　リサーチ・コンサルティング部門　本部長　木下　輝彦 　　部長　加藤　彰 　　シニアマネジャー　田川　絢子 　　シニアマネジャー　山本　大介 　　コンサルタント　設楽　隆行
検討テーマ	①本事業の全体方向性の確認 ②食/栄養関連サービス事例の共有 ③実証計画についての検討（特に調査対象、調査地域） ④その他実務調整

（2）資料

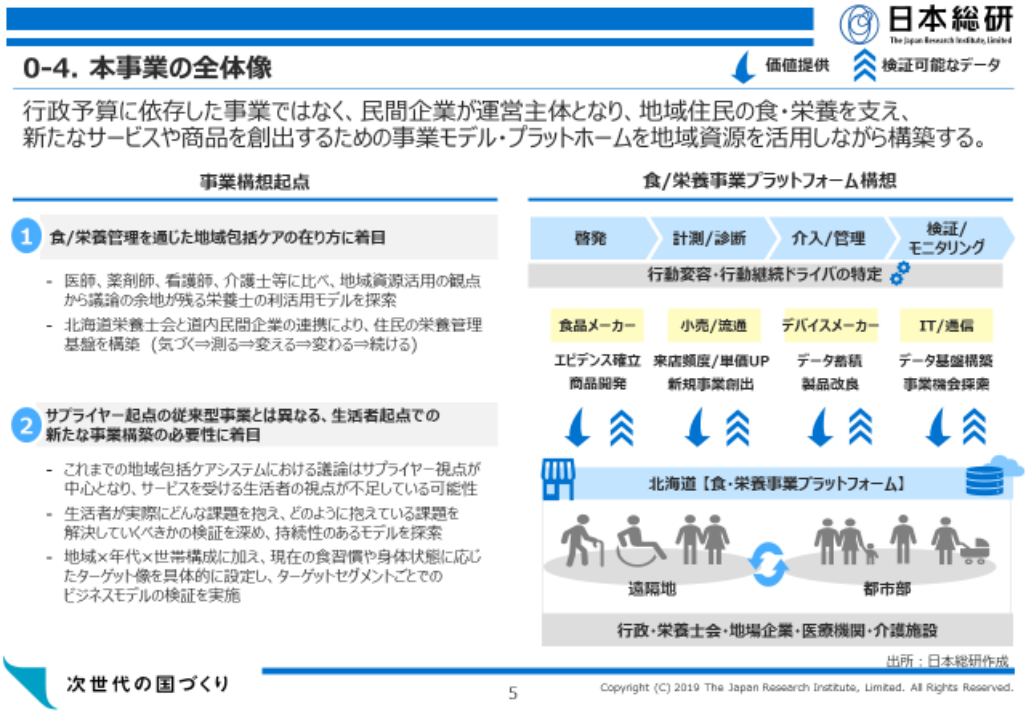
①第1回検討会資料（表紙・連絡事項等除く主要検討ページを抜粋）

図表３－１　第１回検討会資料本編

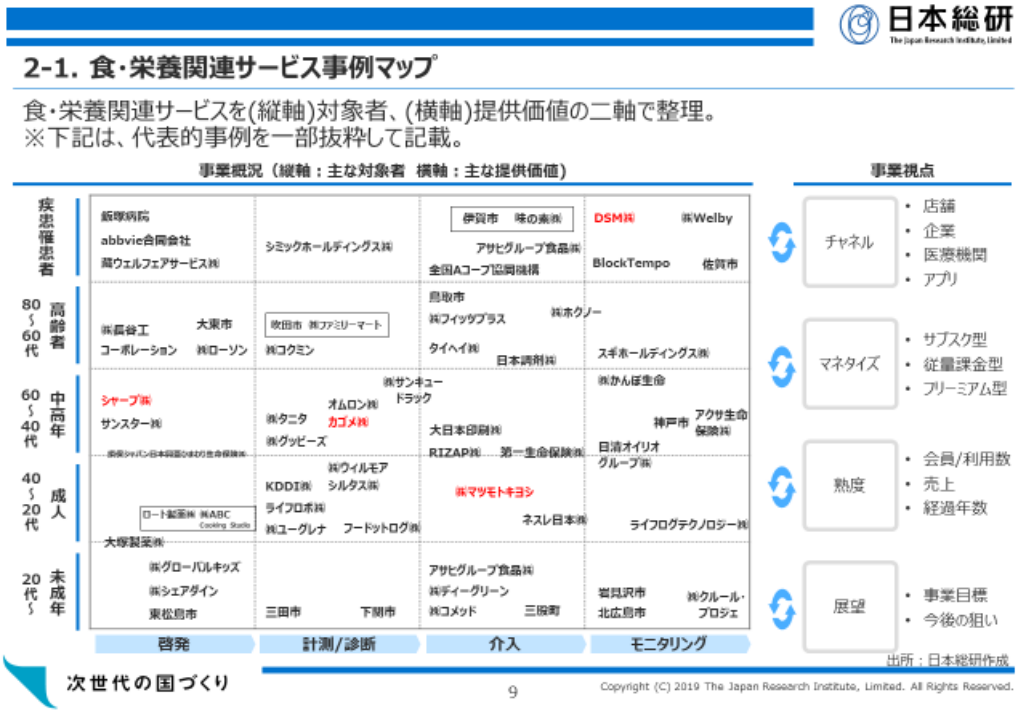
（抜粋ページ4）



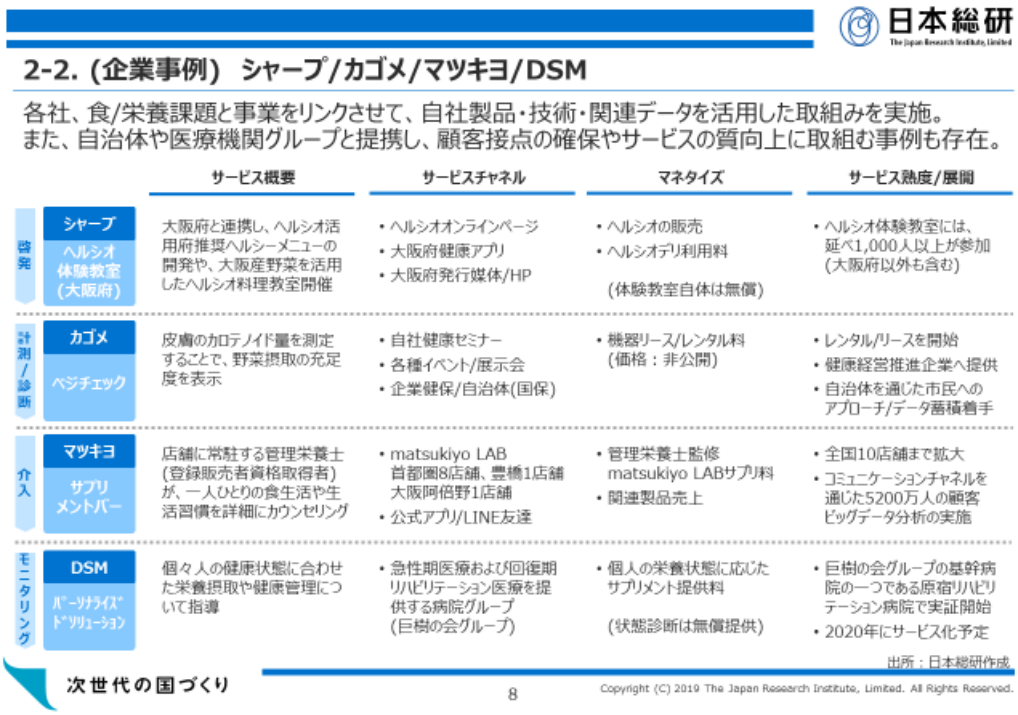
（抜粋ページ5）



（抜粋ページ7）

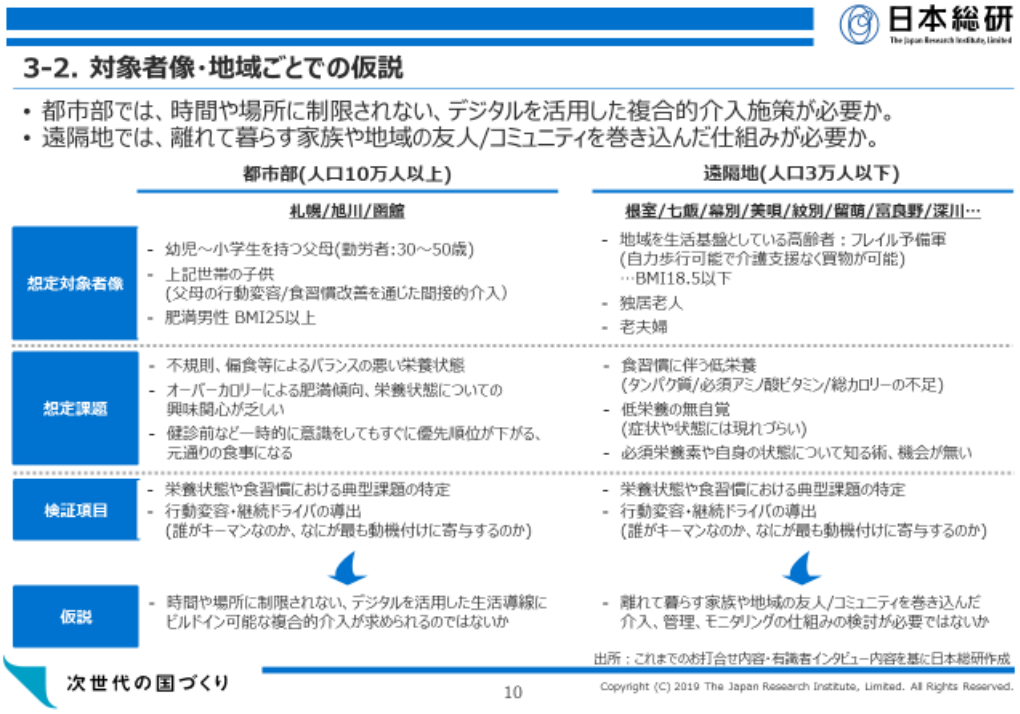


（抜粋ページ8）

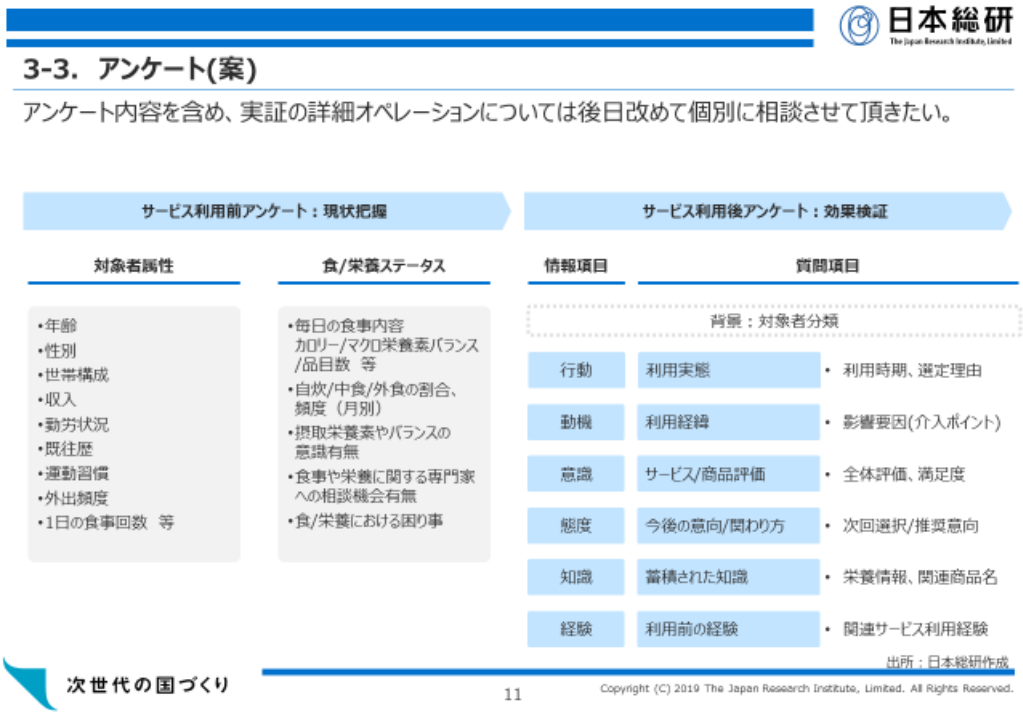


（抜粋ページ9）

（抜粋ページ10）



（抜粋ページ１１）



②栄養関連サービス事例（図表２－１、参考図表１　と同一、略）

（3）検討結果

<u>検討テーマ①本事業の全体方向性の確認</u>

（各委員から異論はなし）

<u>検討テーマ②食/栄養関連サービス事例の共有</u>

（各委員からの質疑なし）

<u>検討テーマ③実証計画についての検討（特に調査対象、調査地域、調査対象への介入方法）</u>

【事務局補足】

- 今回の対象を検討する際に仮説として設定したセグメントとしては、①ある程度食と健康との関係は分かっているが具体的に何をすべきかわからないという父母層と、②何をしたらいいのかわからない低栄養フレイル（虚弱者）予備軍を設定したもの。

【検討委員意見】

（セコマ/セイコーマート）

- セグメント（抜粋ページ１０）が少しボヤっとしているように感じる。遠隔地＝高齢者という地域ばかりでもない。高齢者は既に食べ物に気を使っている。例えば、TV の影響を受けて消費傾

向を変えるのは高齢者が多い。販売している商品の中でも乳製品などを多く買うのは、高齢者というイメージを持っている。以前道庁の前でベジチェックのデモを実施したことがあり、その際は高齢者のほうが野菜の摂取量が多いという結果だったという経験もある。一方、20 代くらいまでも意識が高く、一番の問題は 30 代くらいではないかと感じた。

- コンビニで調理加工済み商品を定期的に買って食事をする方は、ある程度所得がある方といえる。所得・経済力の点では厳しい状況にある人というわけではない。
- 現状は健康・野菜関係のキャンペーンはあまり売り上げに貢献していない。どんな介入があると野菜関連商品に関する購買行動が変わるのかがわかるとよい。
- キャンペーンの結果として内訳が変わる場合と、追加売上がある場合が想定される。田舎の場合、野菜は地場のものがあるのでおそらく追加売上はない。その場合、コンビニの惣菜をうまく使いこなす講習をやり、その後の購買行動の変化を追う、というほうがいいのではないか。継続的に顧客とつながりながらアドバイスを提供し、結果として来店頻度が上がれば外に出ている頻度が高まっているともいえる。
- かつて食品を三色に色分けして出したことがあったが、それだけでは購買行動は変わらなかった。その際、顧客教育ということは特にしなかったので、複雑すぎてわからなかったという反省がある。今回はその反省を活かしたい。
- 具体的には実施店舗である程度来店客の属性が左右される。実務としては実施店舗を決めるとよい。都心部では道庁店がどうか。
- 2 店目は本日議論の出た要件「競合店が少ない・固定客が多い、年齢層が高め、栄養士さんがフォローしやすい、サンプル数を確保できる」といった観点を考慮して提案する。

（北海道栄養士会）

- 高齢者といっても温度差が激しい。ある程度お金をかけられて、買い物にも自分で行ける方はちゃんとしている。一方、2015 年くらいの調査では、高齢者の方の食事回数が 2 回程度という調査結果もあったと記憶をしている。この問題は郡部だけにあてはまるものではないと感じており、都市部という区分でもきちんと食べられていない方はいるのではないか。
- 高齢者だけでなく、子どもたちでも意識の差は結構あると感じている。
- 買い物ができない状況の人に対してどう対応するかという点に栄養士会としては着目している。但し、買い物ができないとか経済的に問題がある方の場合、栄養という観点以外にも問題があるため、成果は得にくいし、ハードルが高い。今回セコマ店舗で実証することを考えるのであれば、セコマに来店できない状況にある人まで含めるのではなくセコマに来ている方を前提として、お買い物をより良くするという観点もあるかもしれない。お金の使い方の問題という観点も入れられるとよい。
- 例えば、カット野菜の使い方を提案できるとよい。また、食べ物の好ましい固さが家族の間で変わってくる。ほんの少しとろみのある餡をかけるだけでも食べやすくなることもある。そういった食べ方の提案も余地がある。

- 郡部は野菜を自分で作っているとたんぱく質を摂取していない人も多い。バランスも考慮したい。
- セコマさんの周りにほかの店がある・なしでも購買行動が変わる。今回の調査趣旨でいえば競合が少なく固定客が多い店舗のほうが食生活への影響力は強い。
- 栄養士会は北海道全域に会員を擁するが、地域によってはセミナーなど柔軟な開催が難しいこともある。

（北海道大学）

- 健康に対するコミットメントによってセグメントが異なるのではないか。マーケティング論としてみれば、経済力があり食と健康の関係はわかっているけどできない人と、経済力がなくわかっていない人に対する介入策は全く異なるということが先行研究として結論が出ている。事業で成果を出していくことを目指した際には、この点をはっきりさせないとアウトカムが得られない可能性がある。
- アウトカムとして、健康状態の改善となると、セイコーマート以外での購買以外の影響を取り除くことができない。アンケートでも国の栄養調査のような細かい設問まで落とし込まないといけないことになり実務的には困難。セイコーマートの購買の範囲で測定できる内容が望ましい。
- 主観としての健康感は、家庭の状況にもよるため回答水準が異なるものを同一として扱いづらい面がある。但し健康に対するコミットが変わったという点でとどめるのであれば許容されるだろう。
- 今回の実証では、生産からプロモーションまでを一貫で実施できる事業者（セイコーマート）が参画していることが一番の特徴ともいえる。購入場所あるいは介入媒体として長期的に使ってもらえる可能性がある。そこに、実際に食べてもらうための工夫や栄養士の方からのアドバイスが盛られるとよい。海外だと宗教上の理由以外に健康を理由にしたベジタリアンもそれなりに存在しているが、日本人は健康に対してコミットが低いといわれる。行動刺激の考え方では、自分がやったことが見える・可視化がされると続くとされる。また、食による健康改善を習慣化させるというときに、ゲーミフィケーション（ゲームのような体験の面白さ・インセンティブを設定する手法）を取り入れるのも一つ。
- ターゲットと店舗のマッチングを考慮すると、道庁店は望ましい。競争環境の影響を減らせるという観点と、いろんな地域から来店客がやってくる、あるいはいろんな地域の出身・関係者が職員として庁内にいるという観点で優れている。

【オブザーバー補足意見】

（北海道庁）

- 都市部と漁業部は、喫煙率が全道よりも高くなる傾向があるため、エリアとしてはいいのではないか。漁村でも豊かと貧しいところだと購買行動が異なる。豊かだと独自の同購買行動があるかもしれないので、平均的な漁村がいいと思う。

【結論】

- ✓ 本年度は札幌圏を対象とし、1 店舗目は道庁店とする。
- ✓ 札幌圏でも、競合が少なく・固定客が多く、年齢層が高め、栄養士によるセミナーやイベントが実施しやすく、サンプル数を稼げそうなところをセイコーマート内部で調べて 2 店舗目候補を抽出する。
- ✓ セイコーマートにおける購買データの変化を主たるアウトプットとして食による健康改善行動の増加というアウトカムを判断する。但し、アンケートによる健康に対する主観的変化の測定もあわせて行う。
- ✓ 介入としてのイベント、セミナー内容については継続検討とする。

<u>検討テーマ④その他実務調整</u>

（詳細略）

2．第2回検討委員会

（1）実施概要

実施日時	令和元年 11 月 1 日（金） 16 時 30 分～18 時 30 分
場所	北海道大学　大学院経済学研究院　会議室
参加者（委員） *所属・肩書は当時	公益財団法人北海道栄養士会 副会長　川畑　盟子　氏 北海道大学 大学院経済学研究院　教授　坂川　裕司　氏
参加者（オブザーバー）	北海道庁 保険福祉部健康安全局地域保健課 健康づくりグループ　主幹　菊地　みさき　氏 主査（健康づくり）　石川　雅子　氏 厚生労働省北海道厚生局 健康福祉部地域包括ケア推進課　課長　大熊　高司　氏 地域包括ケア推進官　坂本　聖一　氏
事務局	株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門 コンサルタント　設楽　隆行
検討テーマ	①実証計画についての検討 （特に実施場所、アンケート内容） ②その他実務調整 *注）調査内容、スケジュールについて検討する予定であったが、都合により一部委員欠席につき実務調整中心の会とし、別途個別協議で左の事項を協議した。

（2）資料

①第3回検討会資料（表紙・連絡事項等除く主要検討ページを抜粋）

図表３－２　第２回検討会資料本編

（抜粋ページ１）

日本総研

第1回検討委員会内容を踏まえた実証全体像

下記の実証デザインを検討。オペレーションを考慮し、タイプAのみで実施する。

	11月初旬 ゼミナー実施	11月中旬～12月下旬(30～40日間) 実証期間(購買トレース)	12月下旬 フォロー実施
目的	•実証参加者の募集 •参加者のリテラシー向上 •きかっけ提供	•実証参加者の購買情報を把握 •実証中の購買行動の変化を検証	•面談により、実証前後の意識を確認 •アンケートにより、実証前後の意識を確認
参加者 タイプA	•ゼミナー受講 •実証参加者40名(20名/1店舗) •状態確認(ベジチェック)	•購買データを実証運営先で提供 •メルマガに付帯するアンケートで意識度を確認(目安：週1を想定)	•面談/アンケート実施 •状態確認(ベジチェック)
参加者 タイプB	•POP/リーフレットを配布/提供 •実証参加者200名(100名/1店舗)	•購買データを実証運営先で提供 •メルマガに付帯するアンケートで意識度を確認(目安：週1を想定)	•アンケート実施 •状態確認(ベジチェック)
成果指標	•実証参加者数	•購買商品内容 •売上インパクト •メールアンケート回答率/意識度	•食/栄養習慣意識度(面談/アンケート) •行動変容ドライバ •実証完了人数

出所：2019/9/24第1回検討委員会内容を基に日本総研作成

次世代の国づくり　1

Copyright (C) 2019 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

（抜粋ページ２）

日本総研

アンケート案

後ほど、坂川先生と日本総研にて相談

サービス利用前アンケート：現状把握		サービス利用後アンケート：効果検証		
対象者属性	食/栄養ステータス	情報項目	質問項目	
•年齢 •性別 •世帯構成 •収入 •勤労状況 •既往歴 •運動習慣 •外出頻度 •1日の食事回数　等	•毎日の食事内容 カロリー/マクロ栄養素バランス/品目数　等 •自炊/中食/外食の割合、頻度（月別） •摂取栄養素やバランスの意識有無 •食事や栄養に関する専門家への相談機会有無 •食/栄養における困り事	背景：対象者分類		
		行動	利用実態	• 利用時期、選定理由
		動機	利用経緯	• 影響要因(介入ポイント)
		意識	サービス/商品評価	• 全体評価、満足度
		態度	今後の意向/関わり方	• 次回選択/推奨意向
		知識	蓄積された知識	• 栄養情報、関連商品名
		経験	利用前の経験	• 関連サービス利用経験

出所：日本総研作成

次世代の国づくり　3

Copyright (C) 2019 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

（抜粋ページ4）

日本総研 The Japan Research Institute, Limited

検証項目：行動変容段階の特定・介入方法

	行動変容段階の把握		行動変容を促す方法(介入方法)
	状態定義	特定する質問項目	
前熟考期	•行動変化を考えていない •不必要だと思っている	•変えなければならない問題はない •食生活に問題はあるが行動を実際に変える必要はない	•行動変容の必要性を自覚してもらう •対象者の健康行動について知識を増やし、変化することの利点、変化しないことのリスクを知ってもらう
熟考期	•行動変化を考えているが自に見える変化はない	•問題は把握しているが、食を変える準備ができてない •その問題に取り組もうと実際に思っている	•動機付けと行動変容に対する自信をより強く持ってもらう •行動変幸子に対して何が障害かを知ってもらう •行動変容に対する情報を提供し続ける
準備期	•対象者なりの行動変化が少し始まっている	•具体的に食生活を変える用意が出来ている •まだ実行してないが、解決にすぐに取り組める状態	•具体的で達成可能な行動計画を立てる •行動変容の決意を固めてもらう •決意を表明してもらう
行動期	•望ましい行動変化が始まって6ヶ月以内である	•問題解決策について話せ、幾つかを実行している •問題解決に向けて熱心に取り組んでいる	•行動変容の決意が揺らがないようにフォローするセルフエフィカシーのさらなる向上に努める •行動的な技術的トレーニング(褒美，セルフモニタリング)とソーシャルサポートを利用する
維持期	•6ヶ月を越えて望ましい行動が続いている	•問題を解決してきたうえに、逆戻りを自ら防いでいる •状態維持に向けた励ましや支援が役立つと考えている	•問題行動の刺激を遠ざけ、健康行動刺激を増やす •問題解決の技術と社会的/環境的支援、セルフモニタリングやソーシャルサポートを利用する

考え方へのアプローチ ≫ 行動へのアプローチ

出所：「実務教育出版」日本健康心理学会：健康心理学概論を基に日本総研作成

次世代の国づくり

4

Copyright (C) 2019 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

（抜粋ページ5）

日本総研 The Japan Research Institute, Limited

第1回目検討委員会内容を踏まえた実証詳細

項目		内容
対象者	人数	• (タイプA)最大20名/1店舗×2＝40名を想定 • (タイプB)最大100名/1店舗×2＝200名を想定
	リクルーティング	• 栄養セミナーを実証先店舗や周辺施設で実施し、実証参加者を募る • 上記セミナーでは栄養士会セレクトのセコマ商品の無料試食会を実施(集客コンテンツ)
	対象者像	• 食習慣改善や健康管理に意識/関心はあるが、多忙や知識不足、キッカケが無いことで実行に移せない/継続できないような人(あらゆる年代層に該当する)
	対象店舗	• 意識高い、経済安定層、毎日利用、競合環境コントロール可能、人数多い、多様な地域から流入、イートイン • 北海道庁店＋札幌圏店舗から1店舗を購買データを参照し選定(利尻/置戸/旭川/その他漁業地域)
デバイス	委員外サプライヤー	• カゴメ：ご紹介頂いた後、JRIから打診(実証前セミナー、終了後フォローでの利用を想定) • シルタス：今回の取組みではオペレーション負担を考慮し除外
オペレーション	全体フロー	• (タイプA)セミナー⇒実証参加確認⇒初回ヒアリング⇒購買行動確認⇒面談 • (タイプB)POP/リーフレット配布⇒実証参加確認⇒購買行動確認⇒アンケート
	評価項目	• 食/栄養意識(実証参加前後でのアンケート/ヒアリング)、購買行動変化(購入商品構成、単価/訪問) 体重変化、売上変化(実証前後、他店舗比較)
	介入度合/フォロー	• (タイプA)初回セミナー/実証終了時のアンケート＋面談 • (タイプB)実証終了時のアンケート
	参加者へのガイド	• 実証内容のガイダンス資料(JRI) • 実証期間中FAQ(JRI)
	データの取り扱い	• 実証参加者データを検討委員会メンバー間で共有する旨の同意書(JRI)

出所：2019/9/24第1回検討委員会内容を基に日本総研作成

次世代の国づくり

5

Copyright (C) 2019 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

（3）検討結果

検討テーマ①実施計画についての検討

【事務局補足】

- 第 1 回検討委員会を受け、実務的な実施可能性を鑑み2店舗でセミナーを行い、その受講者を対象に 1 ヵ月程度購買データを収集して購買行動の変容を測定するものとする。

（当日は委員から異論なし）

【結論】

- 各関係者と実務協議を継続し、第 3 回委員会までに実施計画を詳細化する。

検討テーマ②その他実務調整

（詳細略）

３. 第3回検討委員会

（1）実施概要

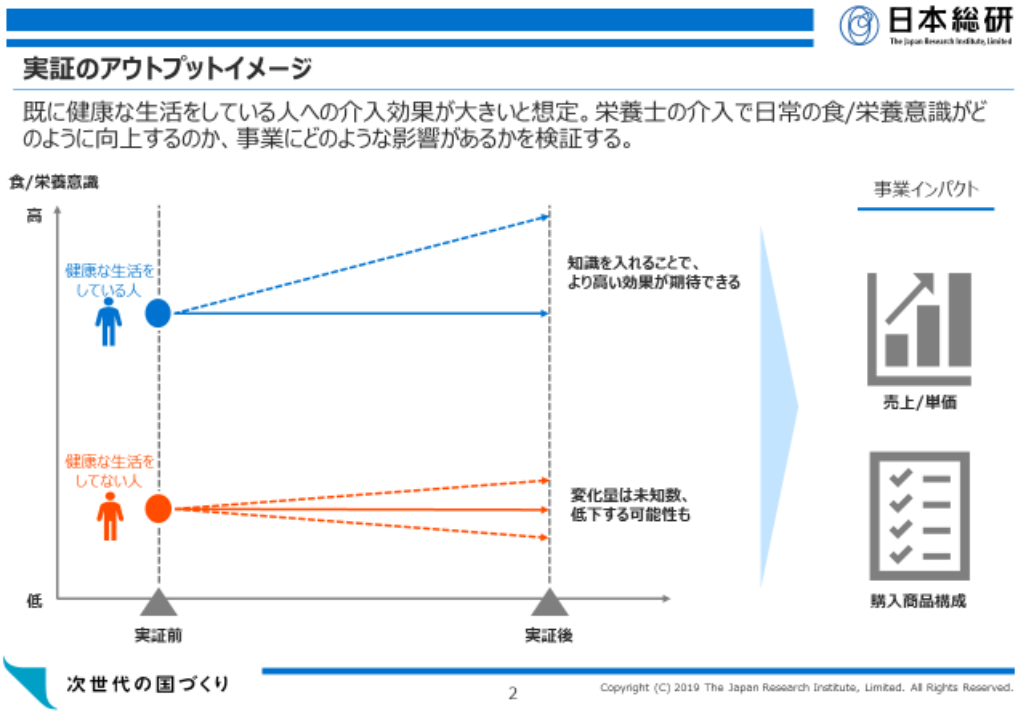
実施日時	令和元年 11 月 20 日（水） 16 時～18 時
場所	北海道大学　大学院経済学研究院　会議室
参加者（委員） *所属・肩書は当時	株式会社セイコーマート 商品本部　販売企画部　部長　穂高　祐司　氏 商品本部　販売企画部　金子　和奈　氏 公益財団法人北海道栄養士会 副会長　川畑　盟子　氏 北海道大学 大学院経済学研究院　教授　坂川　裕司　氏
参加者（オブザーバー）	北海道庁 保険福祉部健康安全局地域保健課 健康づくりグループ　主幹　菊地　みさき　氏 主査（健康づくり）　石川　雅子　氏
事務局	株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門 シニアマネジャー　山本　大介 コンサルタント　設楽　隆行
検討テーマ	①実証計画についての検討 ②その他実務調整

（2）資料

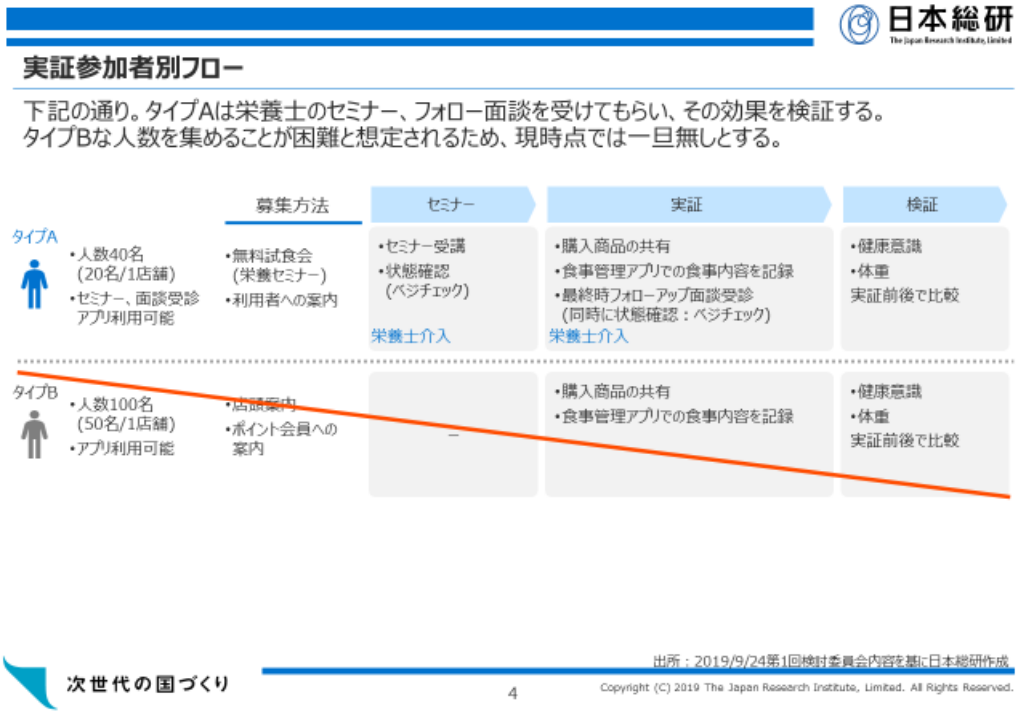
①第3回検討会資料（表紙・連絡事項等除く主要検討ページを抜粋）

図表3－3　第3回検討会資料本編

（抜粋ページ2）



（抜粋ページ4）



他の頁は第2回までの検討ページと類似しているため省略する。

②セミナー参加者募集チラシサンプル（参考資料に添付）

（3）検討結果

検討テーマ①実施計画についての検討

【事務局補足】

- 個別協議も踏まえ、対象店舗・地区は北海道庁店と新琴似地区とする。新琴似地区は札幌市内の住宅地にあるが、近隣に高齢者も多く住んでおり都市部ながら北海道の地域課題を一定反映している。
- 北海道庁は店舗立地の特性上、基本的には道庁職員が実証対象となるが、特に昼食でのコンビニエンスストア利用にあたっては十分健康に留意しない購買行動があると推測できるため、勤労者に対する介入行為の効果実証が可能である。
- セミナーコンテンツは川畑委員による作成とするが、レクチャー時間は 15 分程度とし、個別相談を行う時間を確保する。特に道庁店は参加人数が多い可能性や職員参加時には休憩時間内に終わることを考慮しなければならないため、スムーズな進行に留意したい。

（当日は委員から異論なし）

【結論】

- 実施店舗、実施概要を原案どおり決定とする。
- 道庁店の実施調整はオブザーバーの協力による。参加者募集についてもオブザーバーにも協力を得、一般参加の募集だけでなく道庁職員へのセミナー紹介・参加勧奨を行う。新琴似店は事務局にて調整し、一般参加募集を行う。

検討テーマ②その他実務調整

（詳細略）

4. 委員との個別協議

3回の委員会のほか、実務的な内容を協議するため、各検討委員と個別協議を実施した。協議の実績については以下の通りである。

図表3－4　個別協議の実績

実施日	参加委員（所属）	協議テーマ
令和元年 7 月 30 日（火）	川畑委員 （北海道栄養士会）	本検討委員会の進め方・ 調査・分析内容の検討 実証の方向性検討
令和元年 7 月 31 日（水）	佐々木委員（株式会社セコマ） 穂高委員（株式会社セイコーマート） 金子委員（同）	本検討委員会の進め方・ 調査・分析内容の検討 実証の方向性検討
令和元年 7 月 31 日（水）	坂川委員 （北海道大学大学院経済学研究院）	本検討委員会の進め方・ 調査・分析内容の検討 実証の方向性検討
令和元年 10 月 7 日（水）	川畑委員	栄養セミナーのコンテンツの確認・調整
令和元年 10 月 7 日（水）	佐々木委員 穂高委員 金子委員	実証店舗の検討、セミナー準備や当日オペレーション、データ授受の確認・調整　等
令和元年 10 月 7 日（水）	坂川委員	実証設計の詳細検討
令和元年 11 月 13 日（水）	穂高委員 金子委員	実証店舗の検討、セミナー準備や当日オペレーション、データ授受の確認・調整　等
令和元年 11 月 13 日（水）	坂川委員	実証設計の詳細検討
令和元年 11 月 20 日（水）	坂川委員	実証設計の詳細検討

第4章　北海道内における実証調査

1．実証調査の概要

（1）実証調査の目的

本実証調査は、検討委員会での検討を受け、北海道の地域住民に対して食事行為と栄養に関する知識介入を行った場合に、当該住民が生活行為としての食品購買においてより健康を意識した行動をとり得るものか検証する目的で実施した。なお、本年度の取組み結果を受け今後の対象地域・対象層を拡大していくことを想定し、本年度においては札幌市内における2店舗（中心地域、住宅地域）を実証対象店舗として抽出した。

（2）実証調査の実施内容

実証調査の実施内容の概要は以下の通りである。

ステップ1．栄養セミナー

対象2店舗の店内又は近隣会場にて、管理栄養士を講師として食事と栄養・健康に関するセミナーを開催する。セミナー実施に際しては、当該店舗に来店していると思われる地域住民や勤務者に対して告知を行い、事前に参加申し込みを受け付ける形とした。

セミナー当日は参加者に対して食事と栄養・健康に関するレクチャーと1対1形式の栄養相談、セイコーマートの弁当・惣菜試食を実施すると共に、①普段の食生活に関するアンケート記入、②野菜摂取量を簡易測定する「ベジチェック」の実施、③ステップ2で購買データを収集するためのセイコーマート会員番号の提供およびデータ収集・分析の許諾、の3点を依頼した。

ステップ2．購買データ収集

セミナー実施後、約1カ月間にわたり参加者のセイコーマート店舗における購買データを収集する。セイコーマートでは会員カード利用者の購買データは従前から POS システム（販売時点情報管理システム）のデータと紐づけて収集しているため、本調査においては実証調査参加者の購買データのうち食品分野のものを抽出してセイコーマートから提供を受けた。

ステップ3．フォローアップセミナー（中止）

栄養セミナー実施後1カ月頃に、同じ会場でフォローアップセミナーを実施する予定であったが、新型コロナウイルス感染予防の観点から中止することとなった。フォローアップセミナーでは、本実証の参加者に対して1カ月間の食生活に関するアンケート記入を依頼しその内容に基づく1対1のフォローアップ面談やベジチェックの再測定を予定していたが、セミナー中止に伴いフォローアップ時点のアンケートやベジチェックのデータについては収集しないこととした。そめ本実証調査結果の分析対象からはこれらのデータは除外した。

2. 実証調査の結果

（1）栄養セミナー

①新琴似会場

実施日時	令和 2 年 1 月 15 日（水） 13 時～14 時
場所	プラザ新琴似 2 階会議室
参加者人数	3名（申込4名）
講師	公益財団法人北海道栄養士会 副会長 川畑 盟子 氏 医療栄養士協議会 副協議会長 坂本 洋子 氏 社会福祉法人千歳福祉会 管理栄養士・認定心理士・在宅訪問管理栄養士 福士 かずえ 氏
調査実施関係者	（試食品提供） 株式会社セイコーマート 商品本部 販売企画部 部長 穂高 祐司 氏 商品本部 販売企画部 金子 和奈 氏 （事務局） 株式会社日本総合研究所 設楽、山本

【実施地域概況】

- 新琴似地区は札幌市中心部から電車で 15 分ほどの都市住宅地域。中心駅である地下鉄麻生駅近辺は業務・商業地であるが、プラザ新琴似およびセイコーマート新琴似店のある地区については一戸建が多い住宅地となっている。
- 札幌市の住民基本台帳人口統計によると、新琴似地区（まちづくりセンター立地区分による）の老年人口（65 歳以上）率は令和 2 年 1 月 1 日現在 31.1%で全市の 27.2%を上回っている。
- 新琴似地区にはセイコーマートが 9 店舗（新琴似 1 条 11 丁目店、新琴似 4 条店、新琴似 5 条店、新琴似 6 条店、新琴似 7 条店、新琴似 10 条店、新琴似 12 条店、麻生店、おおば店）あり、セイコーマート利用率が高い地区のひとつである。
- セミナー会場であるプラザ新琴似はセイコーマート新琴似 7 条店から約 200 メートルと至近であり、コンビニエンスストアの一般的な商圏（500 メートル）以内にあるため当該会場での参加者は同店利用頻度が高いと推測できる。

【実施状況】

1）セミナー告知

セミナー開催にあたっては以下の方法で告知を行った。告知内容は参考図表11の通り。

①プラザ新琴似1階ホールでの掲示

②セイコーマートによる新琴似地区内へのチラシ配布

③地区内の回覧板での告知

2）参加者

当日来場者は3名。事前予約は4名であったが、当日1名は来場しなかった。なお、当日確認したところによると来場のきっかけは新聞折り込みチラシが 2 名、回覧板が 1 名であった。

3）弁当・惣菜の試食

セイコーマート店舗で販売されているものと同じ弁当及び惣菜類を参加者が試食した。

図表4－1　試食対象の弁当・惣菜

商品提供：株式会社セイコーマート

3）レクチャー

川畑委員によるレクチャーを実施（著作権保護のため資料掲載は省略）。

主な内容は以下の通り。

- フレイルを避けること（バランスのよい食事ができておらず元気が出ない状態）
- サルコペニアを防ぐこと（低栄養によって筋肉量が少なくなり、食物の嚥下も悪くなる悪循環の状態）
- バランスのよい食事の例
- 朝食をきちんと摂ることの重要性（睡眠中に消耗した脳へのエネルギー補給）
- 昼食は午前中にエネルギーを使った膵臓や肝臓への補給
- 夕食は体の補修を行うもの、カルシウムなどもしっかり摂る
- 健康維持のために必要な野菜摂取量（350g）

図表４－２. レクチャーの様子

4）ベジチェックによる測定

カゴメ株式会社より野菜摂取量の簡易測定装置「ベジチェック」の貸与を受け、当日参加者に測定を実施した。

なお、ベジチェックに関する参加者の意見は以下のような好意的なものであった。

【参加者の意見】

- このようなものがあると今回のセミナーで初めて知った。
- 測定はとても簡単に感じた。
- 季節によっても数値が変わるだろうか。夏と冬では食べる野菜、食生活も異なる。
- この装置で健康チェックができるならもっと広くやるとよい。役所でも食育セミナーなどをやっているが、そのような時に測定をやってもよいのではないか。

図表４－３　ベジチェックによる測定イメージ

図表協力：カゴメ株式会社

5）アンケート記入

栄養セミナー、試食等の合間に参加者全員にアンケートを記入頂いた。アンケートの詳細は参考図表2の通り。同時に個別相談用の食生活チェックシート（参考図表１２）、確認書（参考図表１３）も記入頂いた。

6）個別相談

レクチャー、ベジチェック測定、試食の後、食生活チェックシートを持参して講師ブースにて任意の個別相談を実施した。3 人の参加者全員が各 15 分程度にわたり食生活について詳細にアドバイスを受けた。個別相談終了後、会場にて閉会、各自解散とした。

図表４－４　個別相談の様子（奥の部屋）

②北海道庁会場

実施日時	令和 2 年 1 月 16 日（木） 12 時～13 時
場所	北海道庁会議室
参加者人数	23名（申込17名）
講師	公益財団法人北海道栄養士会 副会長 川畑 盟子 氏 医療栄養士協議会 副協議会長 坂本 洋子 氏 社会福祉法人千歳福祉会 管理栄養士・認定心理士・在宅訪問管理栄養士 福士 かずえ 氏
調査実施関係者	（試食品提供） 株式会社セイコーマート 商品本部 販売企画部 部長 穂高 祐司 氏 商品本部 販売企画部 金子 和奈 氏 株式会社セコマ 広報部 部長 佐々木 威知 氏 （実施協力） 北海道庁 保険福祉部健康安全局地域保健課 健康づくりグループ 主査（健康づくり） 石川 雅子 氏 （ベジチェック測定協力） カゴメ株式会社 北海道支店 支店長 袴田 祥人 氏 営業一課 主任 長谷川 千尋 氏 （事務局） 株式会社日本総合研究所 設楽

【実施地域概況】

- 北海道庁は札幌市中心部、札幌駅南西の徒歩圏にある。付近は官庁およびオフィスビルが多いが、一部高層住宅もみられる。
- 札幌市の住民基本台帳人口統計によると、本府・中央地区（まちづくりセンター立地による）は令和 2 年 1 月 1 日現在で人口 2,143 人と少ないが、通勤者のため昼間人口が多いエリアである。なお、当地区の老年人口率は 33.2%であり全市平均を上回っている。
- 近隣にはセイコーマートが 3 店舗（北海道庁店、道庁前北店、ニッセイ札幌ビル店）ある。数ブロック先にも他の店舗があるが、都心部でコンビニエンスストアが多い地区のため各店舗の商圏自体は狭いとみられる。

- セミナー会場である北海道庁は庁内に多くの職員が勤務しているほか、道庁に所用のある道民も多く訪れる。セイコーマート北海道庁店は庁舎内地下１階にあるが、通常のセイコーマート店舗よりも広く、イートインコーナーの座席もテーブル形式を含め多く設置されている。昼休み時間帯は道庁職員の弁当・惣菜類購入が多く、食料品の商品数も多い基幹店舗のひとつである。
- 当初セミナー会場を店舗自体として一般道民の参加も呼び掛けることも検討されたが、昼休み時間帯には非常に多くの来店者があるため店内スペースを占有することは難しく別途庁舎内の会議室での実施となった。

【実施状況】

１）セミナー告知

セミナー開催にあたっては以下の方法で告知を行った。

①本事業の検討委員会のオブザーバーである北海道庁石川氏の協力を得て、道庁職員に対する庁内告知を実施

２）参加者

当日来場者は23名。当日飛び入り参加者が6名あり、事前予約者を上回った。

３）弁当・惣菜の試食

セイコーマート店舗で販売されているものと同じ弁当及び惣菜類を参加者が試食した。基本的には前日に新琴似会場で提供されたものと同一である。

４）ベジチェックによる測定

カゴメ株式会社より野菜摂取量の簡易測定装置「ベジチェック」の貸与を受け、当日参加者に測定を実施した。なお、北海道庁会場でのセミナーではカゴメ株式会社よりオブザーバーとして参加頂き、測定状況や参加者の反応を確認いただいた。

ベジチェックに関する参加者の意見は以下のようなものであった。

【参加者の意見】

- これは便利だと思う。
- コンビニエンスストアにおいてあれば毎日気軽に測れる。
- 食関連のイベントの会場で測定してはどうだろうか。
- 測定したデータを蓄積してスマホで見られるとよいと思う。

５）アンケート記入

栄養セミナー、試食等の合間に参加者全員にアンケートを記入頂いた。アンケート内容は新

琴似会場と同一である。

6）個別相談

本会場の参加人数が多いことや昼休み時間で参加者が午後業務に戻ることを想定して、個別相談については任意参加としたが、23名全員の参加を得た。

図表4－5　北海道庁会場でのセミナーの様子

（レクチャー）

（レクチャー）

（個別相談）

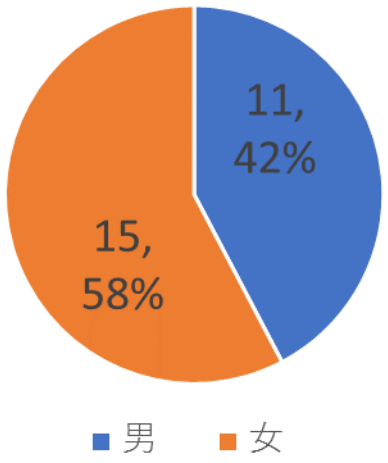
（2）栄養セミナー参加者アンケート

（1）に記載した通り各セミナー会場にて参加者にアンケート記入を依頼したところ、全員の回答を回収できた。アンケート様式については参考図表2、記入結果については参考図表3～参考図表9を参照のこと。なお、手書記入様式のため空欄箇所があった（表中では「－」表記とした）。

以下はアンケート集計の結果である。

図表4－6　参加者の性別（Q1）

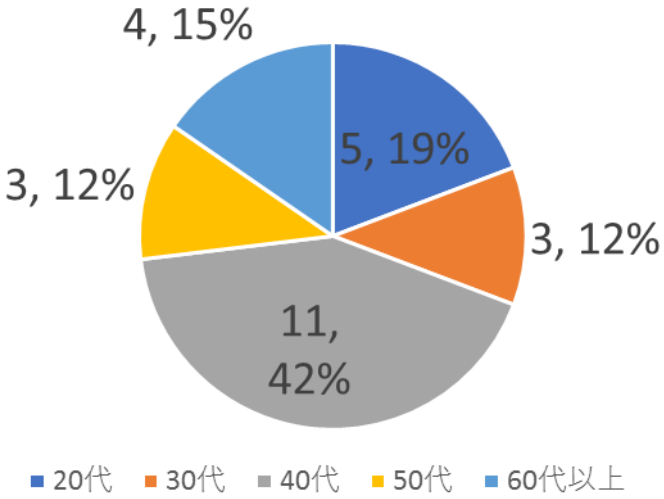
*グラフラベルは「実数（人）、比率」、N＝26



女性が 15 名と過半を占めた。なお、新琴似会場で参加した 3 名はいずれも女性であった。

図表4－7　参加者の年代（Q1）

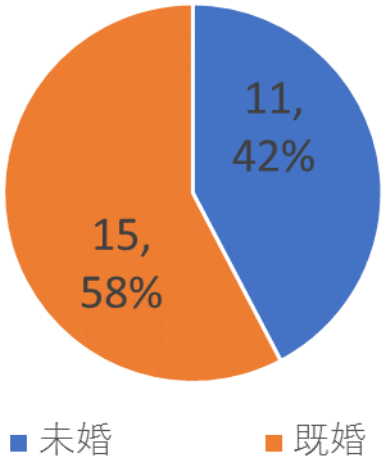
*グラフラベルは「実数（人）、比率」、N＝26



40 代が 11 名で最多であった。新琴似会場で参加の 3 名のうち 2 名は 60 代以上、1 名は 30 代であった。

図表４－８　参加者の結婚状況（Q1）

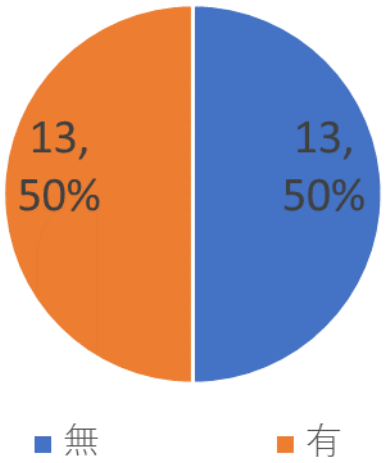
*グラフラベルは「実数（人）、比率」、N＝26



既婚者が 15 名と過半であった。

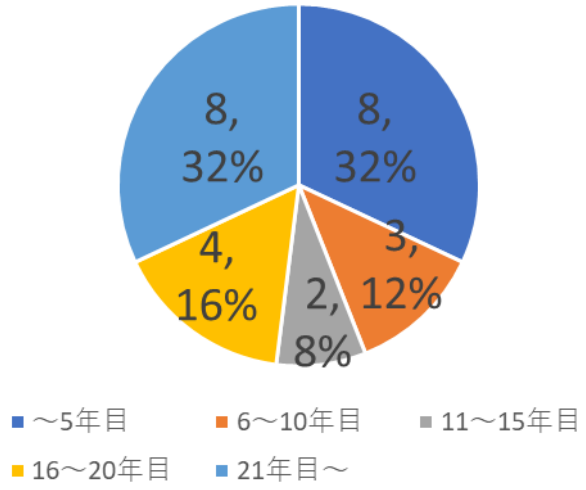
図表４－８　参加者の子供有無（Q1）

*グラフラベルは「実数（人）、比率」、N＝26



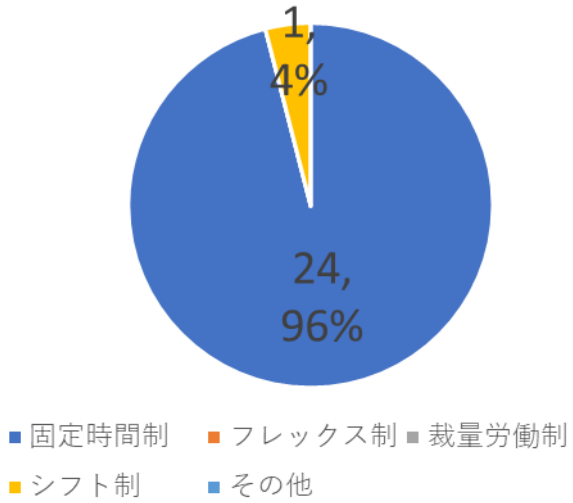
子供の有無については半数ずつであった。なお、子供の年齢は 1 歳～29 歳まで幅広かった。

図表４－９　勤続年数



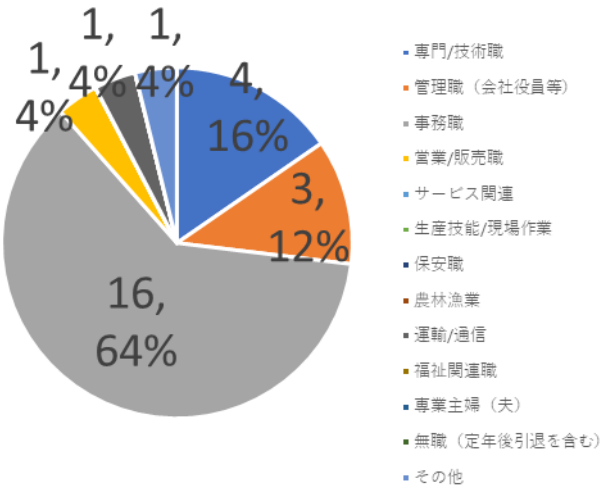
5 年目まで、21 年目以上が 8 名ずつと最多であったが、全体としては分散していた。

図表４－１０　勤務形態



固定時間制の勤務の人が大半であった。食事のタイミングについてはさほど自由度のない対象群である。

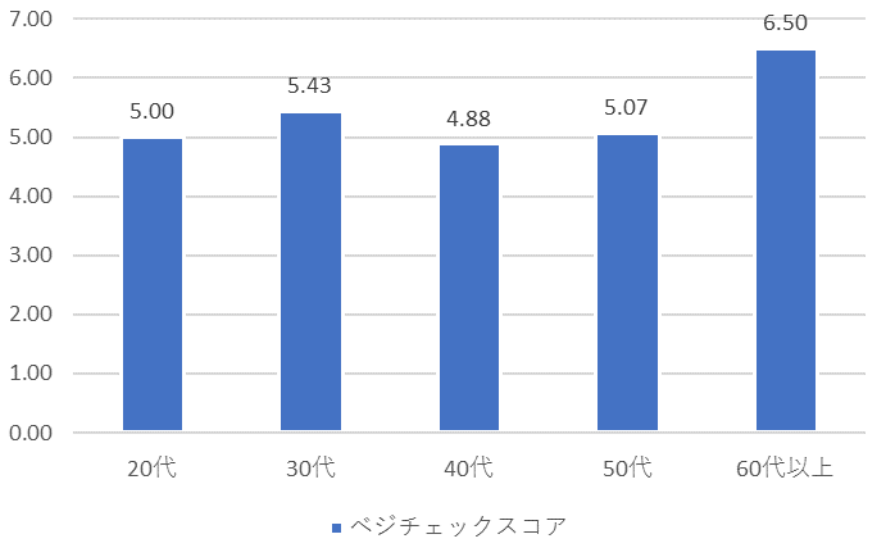
図表４－１１　職種



管理職も含めると 4 分の 3 は事務職である。結果的に今回の対象者の多くが道庁勤務者となったため、典型的な事務職の食生活についての調査となったといえる。

図表４－１２　年代別のベジチェックスコア平均

*グラフラベルは「実数（人）、比率」、N＝26

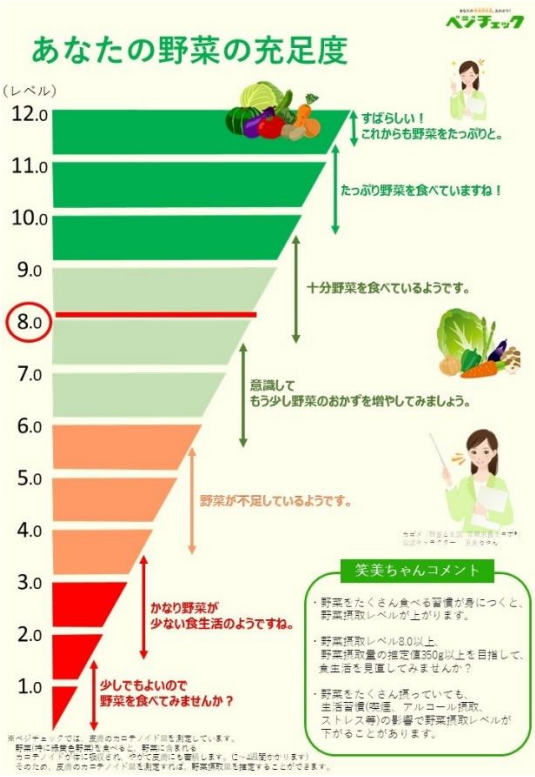


注記：20 代参加者のうち 1 名はベジチェックスコア 10.2 点という特異に高い点数であった。本サンプルを除いた場合 20 代の平均は 3.7 点となる。

直近 1 ヵ月の野菜摂取量の概算をスコア化するベジチェックスコアは 60 代以上の参加者の点数が高かった。

なお、ベジチェックスコアと野菜の摂取水準の関係については、製品・サービス提供者である株式会社カゴメによると図４－１３のようになっている。

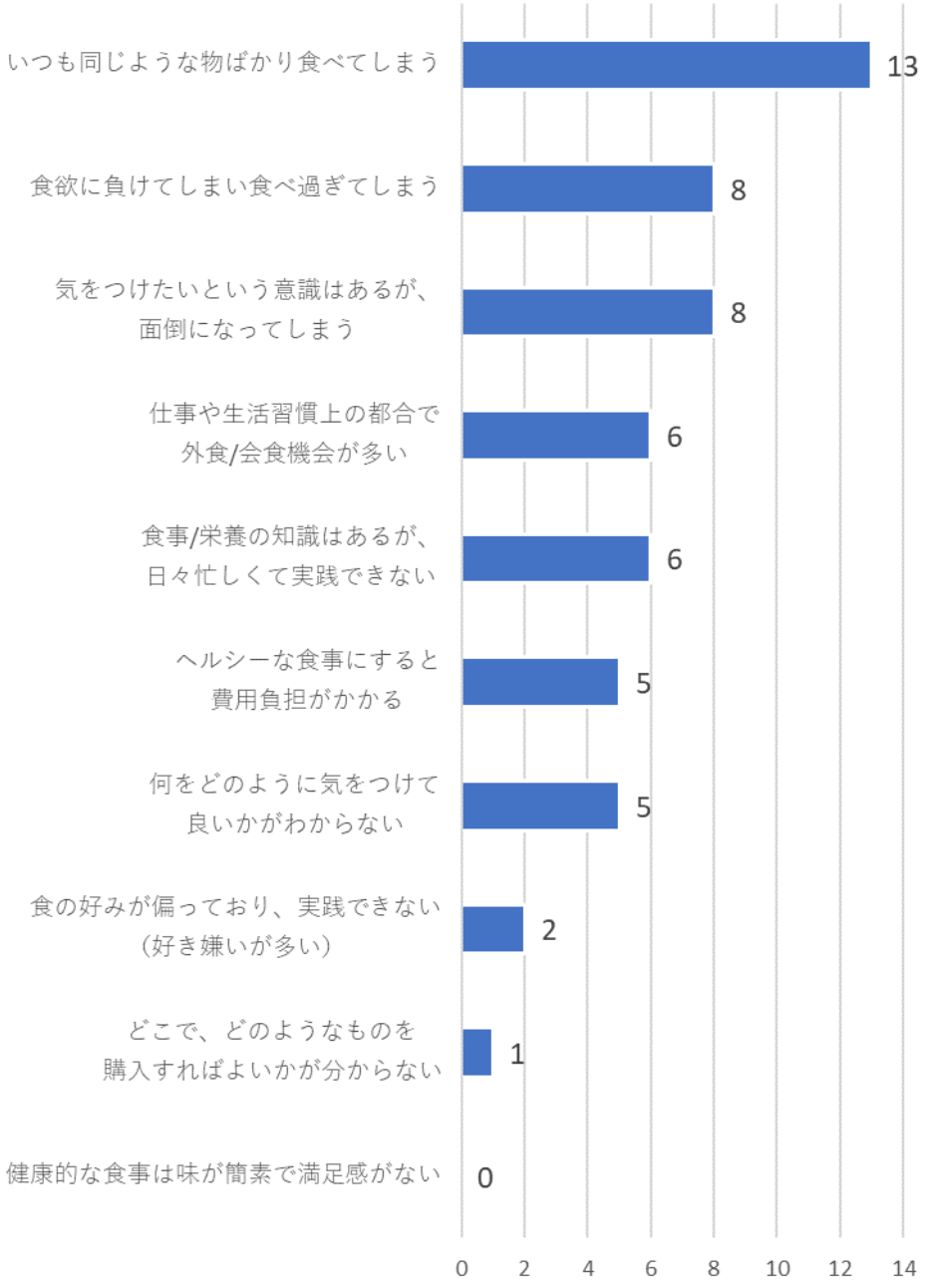
図表４－１３　ベジチェックスコアと野菜の摂取水準の関係



図表協力：カゴメ株式会社

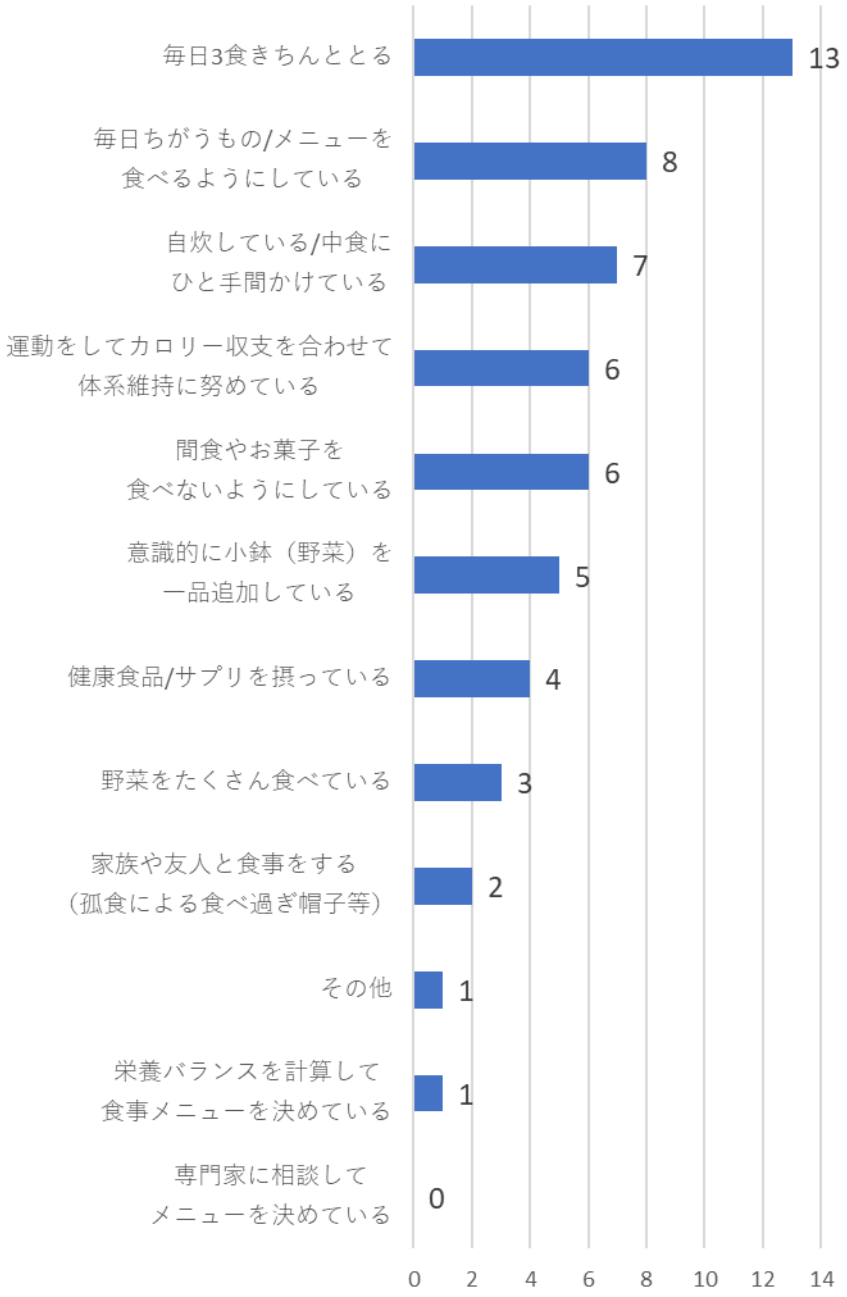
図表４－１３によればベジチェックスコア 8 点以上で野菜が充足している状態といえるが、今回の調査対象者 26 名のうち 8 点を超えていたのは 20 代女性 1 名（10.2 点）、40 代男性（8.8 点）の 2 名のみであった。シニア層は他の年齢層に比べると野菜を食べる傾向にはあるものの、充足量には満たないことが多いと推測される。地域包括ケア推進の観点からは改めて普段の食生活にいっそう野菜を多く摂取するよう改善が期待される結果であった。

図表４－１４　食生活や栄養状態について気になること（3つまで選択）



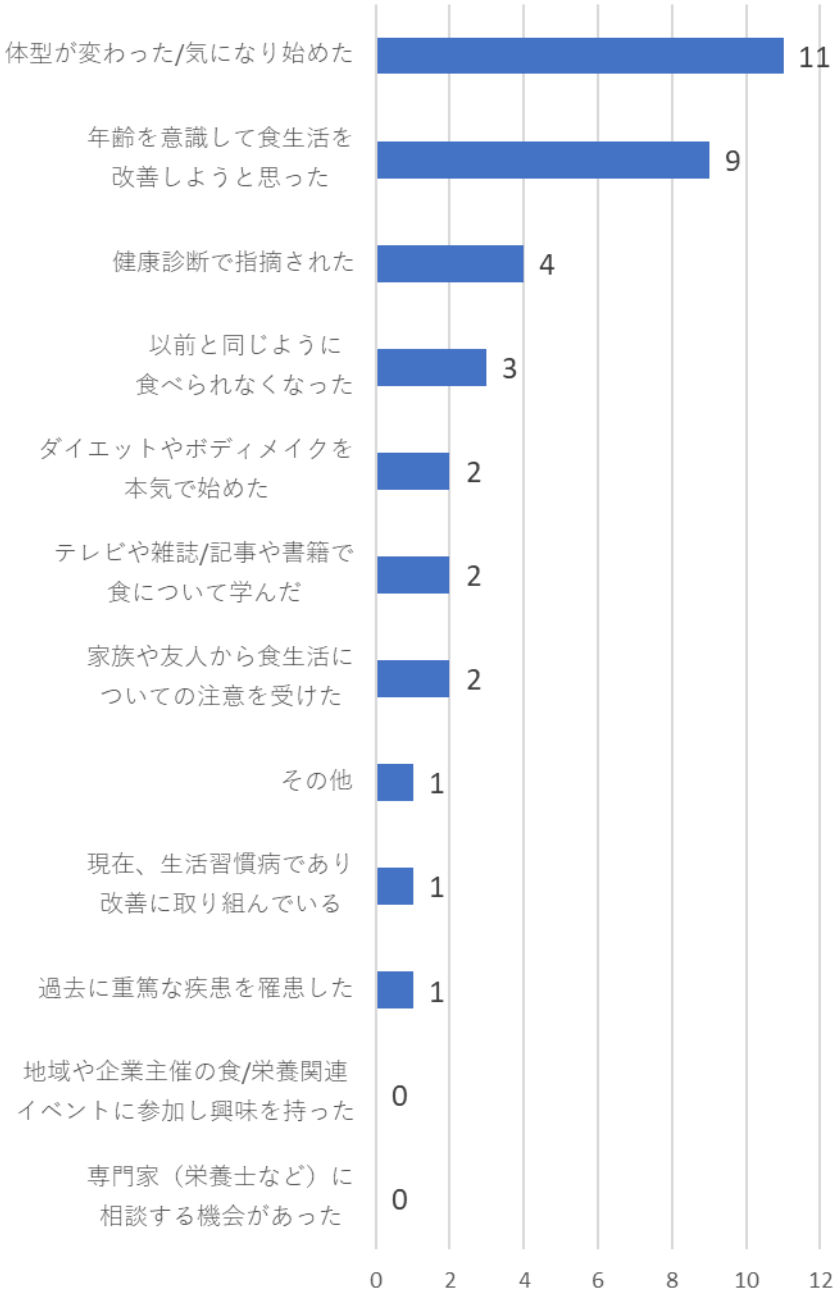
「いつも同じような物ばかり食べてしまう」がもっとも選択が多く、26 人中 13 人に上った。一方で「食の好みが偏っており、実践できない」は 2 人の選択に留まっており、「好みが偏っているから同じ物ばかり食べる」というのではなく、多様なものを食べることができるような刺激や場・機会の提供が不足しているために結果として同じようなものを食べることになっているのではないかと推測される。

図表４－１５　現在気をつけていること（3つ選択）



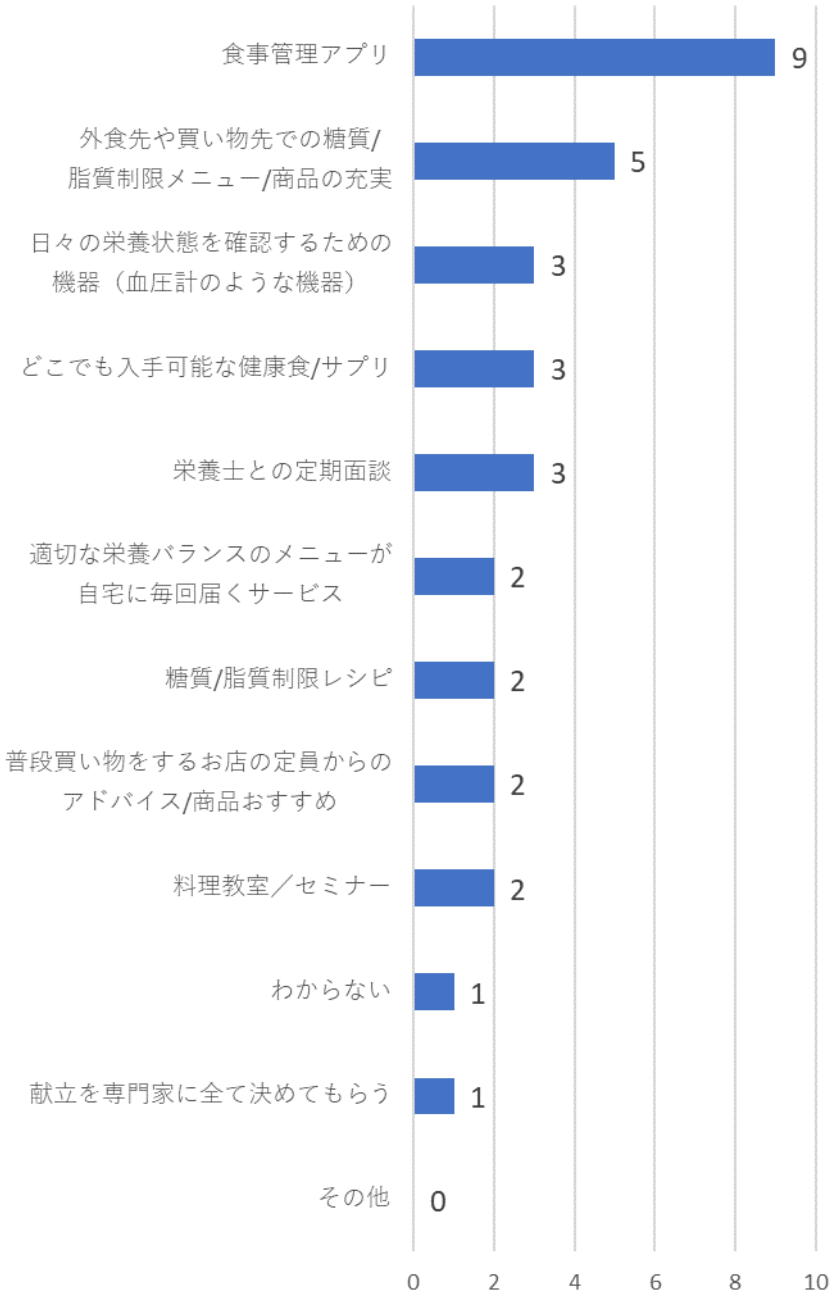
食事についてもっともよく気を付けているのは「3食きちんととる」であった。一方で「野菜をたくさん食べている」は3人に留まった。また、1 人3つまで回答可能であるので26人の対象者で最大78の回答が得られるが、本調査での合計は56に留まり「食事で気を付けていることは3つ以下」という人が多いという結果となった。

図表4－16　食事が気になった出来事（3つまで選択）



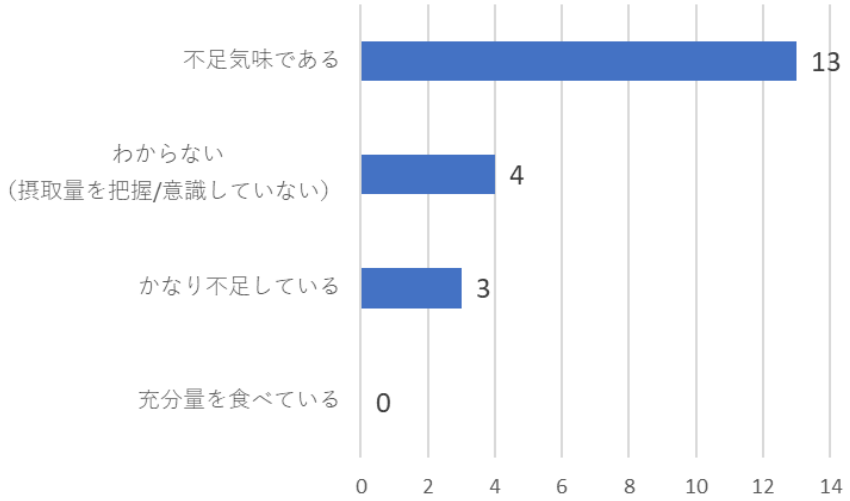
体型の変化を挙げる人が最も多く、次いで年齢という結果であった。外部からの刺激だけで食生活を変化させるのは容易ではなく、自身の自覚を引き出すことが重要であると推測される。

図表４－１７　健康的な食生活や栄養状態になると思うツール、機会（3つまで選択）



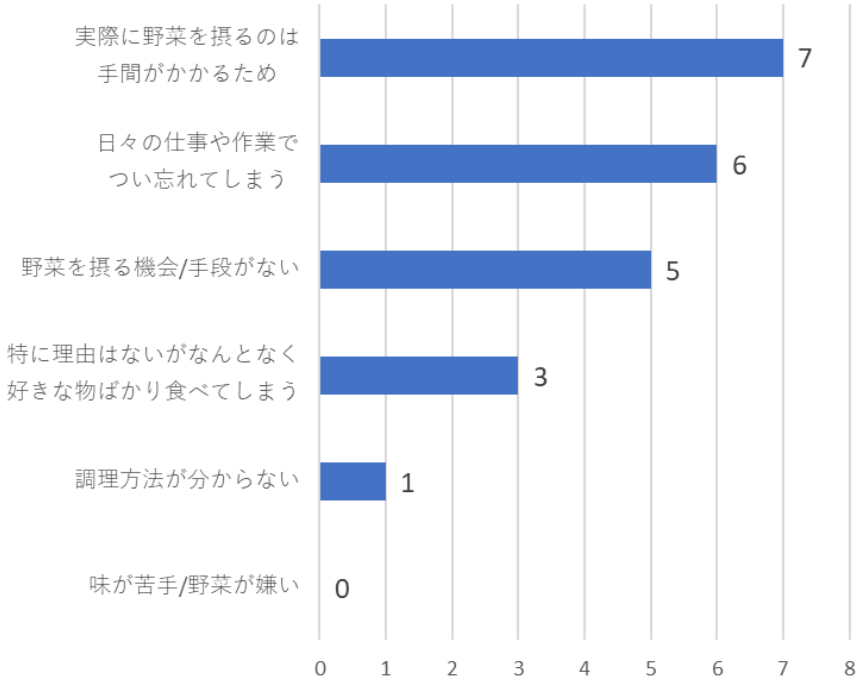
食事アプリを挙げる人が最も多く、現代の生活にスマートフォンが浸透している実態がよくわかる。一方でその次に外出先・購買先でのメニュー・商品による対応が挙がっており、食生活を通じた健康改善を図る商品・サービス提供に期待されているといえる。

図4－18　野菜を十分（350g）以上食べているか



ベジチェックスコアにも表れていたが、かなり不足している・不足気味であるという意識がある人が 17 名に上った。ただし、実際のスコアからすると 26 名中 24 名が不足であり、認識が十分とはいえない。

図4－19　＜野菜不足と認識している人＞野菜を食べない理由（複数選択）



「手間がかかる」「つい忘れる」といった回答が多く、忙しい日々の中で野菜を丁寧に調理して摂るという手間が省かれてしまいがちなことがわかる。商品・サービスの工夫が求められるところである。

（3）栄養セミナー参加者の購買データの分析

セイコーマートにおける購買データの提供については26人の実証参加者全員の同意があったが、実際に期間中にセイコーマートで会員カードを用いた購買があり、個人に紐づく形で購買データが収集できたのは10人であった。

本実証ではセミナー実施前期間の1ヵ月とセミナー実施後の1ヵ月の比較分析を行うこととしたが、年末・年始期間は通常と購買行動が異なるため同期間のデータを除外した。

セミナー実施前のデータ分析期間	2019年11月20日～2019年12月21日
セミナー実施後のデータ分析期間	2020年1月20日～2020年2月21日

10名の対象者のセミナー実施前・セミナー実施後の実際の購買商品の一覧は参考図表14の通りであった。なお、商品分類についてはセイコーマートが通常業務で行っている商品分類に従い、「細分類」ごとに商品を区分している。商品名については正式な名称ではなく、セイコーマート社内で用いられるものである。また、今回の実証事業の趣旨に照らし、食品関連の商品の購買データのみを抽出しており、その他の日用品等の購買データは含めていない。

これらの商品群について、セミナー実施による介入行為によって対象者の購買行動が変わったかどうかを検証するため、商品群を2つに分けることとした。

商品群1．ヘルシー	商品群2．スタンダード
● 食生活改善（栄養バランス改善、野菜摂取）に際し、購入・喫食が特にポジティブな働きを示すと考えられる商品 ➢ 野菜や植物性食品が主材料である惣菜類、野菜の副食が多く含まれている弁当、機能性食品、卵・乳製品、生鮮青果・果物類　など	● 左以外の商品、食生活において通常喫食されるものであるが、栄養バランス改善に対して現状から特別の改善効果までは示されないと考えられる商品（エネルギーやたんぱく質・脂質が中心のもの） ➢ 肉・ハム・ソーセージ類が主材料である惣菜・弁当、炭水化物、糖分の多い飲料、菓子類　など

上記の区分にあわせて商品細分類ごとに分けたものが図表4－20である。各細分類は表中「1」と記入したものに該当する。

図表４－２０　細分類ごとの商品群区分設定

（7分割表の1）

細分類	分類	ヘルシー	スタンダード
栄養ドリンク	飲料		1
機能性チルド	飲料	1	
機能性小PET	飲料	1	
国産水小容量	飲料	1	
国産水大容量	飲料	1	
茶系小PET	飲料	1	
ソーセージ	加工品		1
玉子加工品	加工品	1	
生食加工ハム	加工品	1	
ドーナツ	菓子		1
催事ケーキ	菓子		1
焼き菓子	菓子		1

（7分割表の2）

細分類	分類	ヘルシー	スタンダード
生和菓子	菓子		1
バナナ	果物	1	
コーヒーカップ	コーヒー		1
コーヒー紙パック	コーヒー		1
HC カレー	ご飯		1
HC 白飯・おにぎり	ご飯	1	
HC 弁当	ご飯	1	
HC 丼	ご飯		1
おにぎり	ご飯	1	
おにぎりセット	ご飯	1	
スティック寿司	ご飯	1	
寿司詰め合わせ	ご飯	1	

（7分割表の3）

細分類	分類	ヘルシー	スタンダード
上乗せ弁当	ご飯		1
色飯　洋　チャーハン	ご飯		1
弁当カレー	ご飯		1
幕の内弁当　日替わり以外	ご飯	1	
丼	ご飯		1
カップサラダ	サラダ	1	
マヨネーズサラダ	サラダ	1	
果汁缶・パック・ビン	ジュース		1
果汁大PET	ジュース		1
シリプレ・栄養調整食品	シリアル	1	
HC 惣菜	惣菜		1
グラタン	惣菜		1

（7分割表の4）

細分類	分類	ヘルシー	スタンダード
たこ焼き・お好み焼	惣菜		1
煮物	惣菜	1	
焼き物（串以外）	惣菜	1	
揚げ物	惣菜		1
お湯かけ麺	即席食品		1
カップ型うどん・そば	即席食品		1
カップ型ラーメン	即席食品		1
カップ型汁物	即席食品	1	
パスタ	即席食品		1
レトルト・ふりかけ	即席食品		1
レンジアップ麺　スパゲッテイ	即席食品		1
レンジアップ麺　焼きそば	即席食品		1

（7分割表の5）

細分類	分類	ヘルシー	スタンダード
即席ルー・調理ソース	即席食品		1
パック肉	肉		1
チーズ	乳製品	1	
ヨーグルトプレーン個食	乳製品	1	
ヨーグルトプレーン連物(大容量)	乳製品	1	
ヨーグルト個食フレーバー	乳製品	1	
牛乳１Lパック	乳製品	1	
牛乳小容量	乳製品	1	
玉子10個パック	乳製品	1	
乳飲料500パック	乳製品		1
乳飲料小容量	乳製品	1	

（7分割表の6）

細分類	分類	ヘルシー	スタンダード
HC クロワッサン	パン		1
ケーキ風パン	パン		1
サンド菓子パン	パン		1
デニッシュ	パン		1
バーガー	パン		1
三角サンド	パン		1
焼きこみ調理パン	パン		1
上掛けパン・トッピングなど	パン		1
食パン準食	パン		1
食パン生地	パン		1
生地ものパン	パン		1

（7分割表の7）

細分類	分類	ヘルシー	スタンダード
包餡パン	パン		1
ナッツ類	豆	1	
納豆	豆	1	
生食野菜	野菜	1	
野菜チルド	野菜	1	
野菜缶	野菜	1	

購買データが収集できた10名のセミナー実施前、実施後の購買点数・購買金額の合計と、「ヘルシー」「スタンダード」別の購買点数をまとめたのが図表4－21である。なお、10名の具体的な購買商品およびアンケートへの回答結果は参考図表15に記載した。

図表4－21　実証対象者のセミナー前後の購買結果

実施前　2019/11/20～2019/12/21							実施後　2020/01/20～2020/02/21					
番号	合計 / 購買点数	合計 / 購買金額	ヘルシー(購買点数)	シェア	スタンダード(購買点数)	シェア	合計 / 購買点数	合計 / 購買金額	ヘルシー(購買点数)	シェア	スタンダード(購買点数)	シェア
3							3	627	0	0%	3	100%
5							13	1,528	12	92%	1	8%
6	4	648	0	0%	4	100%						
8	7	729	6	86%	1	14%	14	1,395	12	86%	2	14%
9							29	2,872	15	52%	14	48%
10	19	3,677	9	47%	10	53%	31	4,701	23	74%	8	26%
11	24	5,967	14	58%	10	42%	31	5,317	22	71%	9	29%
17	50	10,823	26	52%	24	48%	53	10,801	34	64%	19	36%
21	45	7,017	17	38%	28	62%	27	3,163	11	41%	16	59%
22	42	8,666	11	26%	31	74%	50	9,757	26	52%	24	48%

図表4－21中でヘルシー、スタンダード各区分の「シェア」とあるのは、全購買点数に占めるそれぞれの区分に該当する商品点数の割合である。

今回データが収集できた10名のうち3名は実施前には会員カードの利用がなく、1名は実施後に会員カードの利用がなかったが、6名については前後比較が可能であった。

当該の6名のうち、5名についてはヘルシー商品の購買点数シェアがセミナー後に上昇し、残る1名についてはもともと86%と高い水準だったものが維持された、という結果であった。

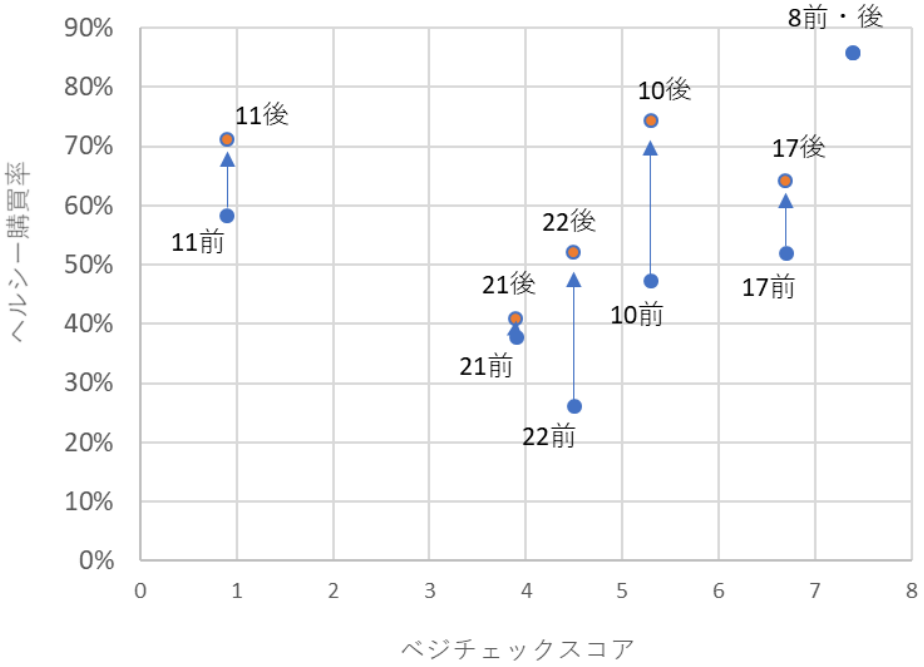
なお、6名の属性は図表4－22の通りであった。データ数が少ないこともあり、特定の傾向を見出すことは難しいが、むしろ属性の偏りがないという見方もできる。

図表4－22　実証対象者のセミナー前後の購買結果

番号	性別	年齢	結婚	子供
8	女	60代以上	既婚	有
10	女	40代	未婚	無
11	女	20代	未婚	無
17	女	40代	既婚	無
21	男	40代	既婚	無
22	男	40代	既婚	有

当該6名のヘルシー商品の購買点数シェア（ヘルシー購買率とする）とベジチェックスコアの関係を示したのが図表４－２３である。ベジチェックスコアは１度のみの測定であったので、縦軸方向のみの変化となっている。

図表４－２３　ヘルシー購買率の変化とベジチェックスコア



１名を除いてはベジチェックスコアとヘルシー購買率には多少の相関性がみられたが、変動も含めて考えると明確な傾向までは見出しにくい。１ヵ月間の食品購買に占めるセイコーマートでの購買の比率によっても上記の傾向は左右されるものの、購買金額数千円単位は少ない金額ともいえず、全体として「ヘルシーな商品に購買をシフトする」という意識づけについては一定効果がみられたと考えられる。

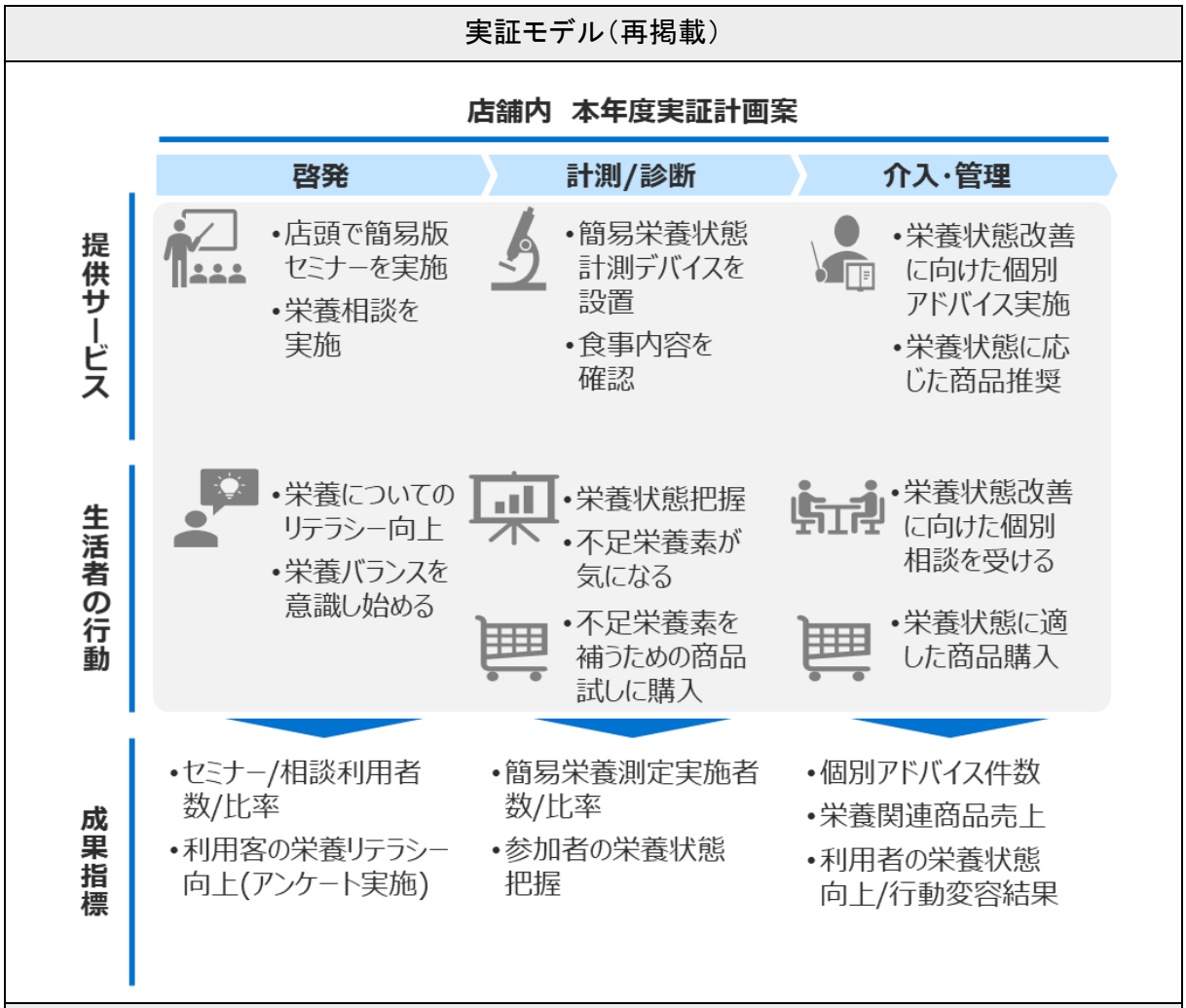
第5章　調査結果の考察と今後の取組みへの示唆

1. 実証モデルに照らした調査結果の評価と考察

ここでは、実証にあたり調査設計時に想定したモデルに対し、得られた調査結果がモデルの妥当性を補強するかどうか検証する。

図表5－1は実証モデルの3つのプロセスごとに成果指標と照らして自己評価したものである。

図表5－1　実証計画の成果指標に対する本調査結果の評価



プロセスごとのモデル妥当性評価		
評価①啓発プロセス	評価②計測/診断プロセス	評価③介入・管理プロセス
△（要改善） セミナー参加者　一般3名、道庁23名 リテラシー向上　測定できず	**○（妥当：改善余地はあり）** ベジチェック測定実施者　26名/26名中 栄養状態把握　26名/26名中	**○（妥当：改善余地あり）** 個別アドバイス件数　26件/26名中 購買行動改善　5名/6名中

３段階のプロセスのうち、「啓発」プロセスの取り組みについては要改善と評価した。想定した成果指標のうち「セミナー・相談利用者数あるいは比率」に類する本調査の結果として「セミナー参加者数」を抽出したが、これについては特に住宅地域として想定した新琴似会場での参加者が少なかったことを改善対象とした。なお、もう1つの成果指標としては「利用客の栄養リテラシー向上」に相当する実証参加者の実証期間中のリテラシー向上度があてはまるが、これについては本来1ヶ月の実証期間の最後にフォローアップセミナーを行い、その際にアンケートをとる方法での測定を予定していたところ、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため同セミナーを中止したため本調査では検証できなかった。

セミナー参加者は道庁会場についてはオブザーバーを通じて声掛けした職員の多くの参加を得られたが、新琴似会場については地域に向けたチラシ配布、回覧板による告知を行ったものの申し込み4名、参加は3名に留まった。新琴似会場での参加者の話によると「たまたまチラシが目に入った」「たまたま回覧板をちゃんとみた」ということで十分な認知が得られていなかった様子であった。道庁については職場のネットワークを通じた告知であり、事業趣旨の説明も十分なされたため、職員の理解・協力を多数得られたものと考えられる。

次に「計測/診断」プロセスについては、妥当な取り組みであったと評価した。成果指標のうち「簡易栄養測定実施者数または比率」に相当するものを「セミナー参加者に対するベジチェック測定実施率」とし、「参加者の栄養状態把握」は「セミナー当日の食生活チェックシートの記入・回収率」としたが、これらはいずれもセミナー参加者全員の協力を得ることができた。

尤も成果指標の観点からは妥当としたが、参加者数が多くなった場合に同様の結果が得られるような工夫など、改善の余地はある。計測デバイスについても今回はベジチェックを用いたが、セイコーマートの会員カード番号とベジチェックのデータは連動がないため手入力を行うしかなかったが、今後はアンケートを含め効率のよいデータ蓄積・分析方法を検討していく必要がある。ベジチェック以外のツールについても検討が必要であろう。

「介入・管理」プロセスについては、妥当な取り組みであったと評価した。成果指標のうち「個別アドバイス件数」に相当するものとして栄養セミナーにおける個別相談の参加件数とし、「利用者の栄養状態向上・行動変容結果」に相当するものとしては第4章の図表４－２１で示した購買行動の改善（「ヘルシー」区分商品の購買率向上）とした。前者は参加者２６名全員が個別相談を行い、購買行動は6名中5名の改善がみられた。これは対象者の食生活との関わりが深いセイコーマートが加わる場で専門的な情報介入を受けたため、セイコーマートでの購買場面において情報による態度変容効果がより強く働いたためとみられ、取り組みスキームの有効性を示すものであったと考えられる。

なお本プロセスにおいても参加者数が多くなった場合に待ち時間などなく個別アドバイスを効率よく実施する工夫など改善の余地は多く残っている。

各プロセス取り組みの今後の改善案として図表５－２のような点が考えられる。これらの改善案は費用対効果未検証であるため、将来的な事業拡大の検討の参考として想定したものである。

図表５－２　各プロセスの取り組み改善案

＊一部項目については第５章２節にて改めて記述

	課題	改善案
啓発プロセス	①　事業への参加者拡大	1）　認知向上のためのプロモーション工夫 ✓　折り込みチラシ・ポスティングやタウンプラス（郵便局が低費用で実施している簡易 DM サービス）の活用 ✓　店頭レジでの告知文配布 2）　参加インセンティブの検討 ✓　会員ボーナスポイント、クーポンなどの提供 3）　職場を通じた事業としての枠組みづくり 4）　店頭等での疑似的なセミナー・情報提供の仕組みづくり
	②　リテラシー測定の効率化	1）　会員アプリ・SNS などのツールを用いたアンケート 2）　かかりつけ医療機関等との連携（医療機関での測定）
計測・診断プロセス	課題	改善案
	③　簡易栄養測定の効率化	1）　測定デバイスの運用改善 ✓　多拠点・多店舗型の組織でレンタルし、巡回しながら測定 ✓　デバイスの小型化、機器単独での使用（一般のタブレットやスマホと接続して分析可能とする） ✓　レジ横への設置・測定でのインセンティブ
	④　計測・診断のデータ蓄積と自動化	1）　会員アプリやマイページとの連動 2）　地域医療機関の診察券、マイナンバーカード等との連動
	⑤　栄養測定内容の深化・拡大	1）　簡易測定デバイスの新規評価・採用 2）　購買データと食生活チェックシート内容との連動
介入・管理プロセス	課題	改善案
	⑥　個別アドバイスの効率化	1）　対面の場を補完できるようなアプリ・ウェブ・店頭サイネージなど非対面型の介入方法の検討 2）　地域医療機関や職場・学校等の定期健診との連携

2. 今後の事業展開への示唆

前節では今回実施した調査事業に関する評価を行った。成果指標の観点からは取り組みそのものに一定の意義が認められたが、本事業の当初目的に照らせば、北海道内の地域包括ケアシステムの中において本事業で実証したスキームを持続的に拡大・展開していく必要がある。そこで本節では今後の事業展開についての示唆を検討する。

今後の事業展開にあたっては、図表５－２に示したような改善案を取り込みながら、北海道内各エリアでの実証をステップとし、なるべく早期に収益均衡的（持続的）なスキームで各地の地域包括ケアシステム内で食生活改善が進む状態を目指すことになる。要点は3つである。

■要点1. 事業対象エリアおよび対象者の拡大

本年度は札幌市内で都心部・住宅部の一部地域・店舗で事業を実施したが、北海道の地域包括ケアシステムへの貢献という点ではこの範囲を拡大しなければならない。エリアの考え方については検討会でも議論があったが、概ね次のような区分設定が可能とみられる。

① 都心部 ： 札幌都心部など事業所が多く、勤労者による店舗利用が多いエリア
② 住宅部 ： 都市郊外の住宅地など一定の居住人口密度のエリア
③ 地方部 ： 農村・漁村部など居住人口密度が低いエリア

①～③のエリア区分の中でも他の地域特性（例えば農村地域か漁村地域か）によって優先度や展開順を設定することになるが、実際の設定に際しては事業に参画する企業や地域包括ケア関連プレイヤーの事業資源も踏まえた検討となる。今回の事業に参加したプレイヤーの場合、セイコーマートであれば店舗網、北海道栄養士会では各地域の会員が該当する。また、地方部では地域内の商業拠点としてセイコーマートの存在感が強く、地域消費に占める割合が高くなることが推定される。こうした場合は地域のコミュニティとセイコーマートとの繋がりの強さも事業資源といえる。事業資源の強みが活かせることと、要点2に示す運営スキームとの兼ね合いで対象エリア、対象者を拡大していくことになる。

■要点2. 費用対効果が高い運営スキーム

本年度は厚生労働省による実証事業との位置づけのため民間事業者としての費用対効果の測定は困難であったが、次年度以降は民間事業者主体で持続的に展開できるスキームを検討する必要がある。スキームに必要な要素は以下の通りと考えられる。

＜要素① 栄養士からの助言・コメント＞

今回の実証で「専門知識を持つ栄養士による助言・介入にインパクトがある」ことが明らかになった点を考慮すると、「何らかの形で栄養士の専門コメントを事業対象者に届ける」手段は確保すべきであろう。ただし実施方法としては、本来は対面によるセミナーや1対1の相談形式が望ましいが、多くの拠点・対象者への展開を考慮した場合は何らかの媒体を用いる方法も検討しなけれ

ばならない。例えばセミナーの中で特にインパクトのある部分を短い動画コンテンツとしてアプリに取り込むことや、店頭音声、サイネージなどで紹介するような工夫も想定できる。

＜要素②　簡易な栄養状態測定・記録ツール＞

今回の実証ではベジチェックによる簡易な野菜摂取量の測定を行ったが、それ以外のツールも含めたスキームに拡大していくことも考えられる。例えば購買した商品の栄養価バランスを自動で判定するソフトウェアを組み込んだアプリケーションサービスである「SIRU+（シルタス株式会社）」や、簡易な尿検査で網羅的に栄養状態を把握できるキットサービス「VitaNote（株式会社ユカシカド）」などが挙げられる。

これらの運用効率を改善するため、巡回測定サービスや職場・地域の健康診断での測定など対象者あたりの経費を抑制しながら多くの対象者に対し測定・記録を提供できる方法が必要である。店舗であればレジ横に数日間デバイスを設置し、レジ後の会員にセルフでの測定を促し、結果をスマホで撮影するといったオペレーションも考えられる。

またセイコーマートでは独自のスマートフォンアプリを有するが、当該アプリを用いた告知やサービスプログラムとして本事業を展開していくことは十分考えられる。

＜要素③　実際に食生活を改善するための食品を購買する場＞

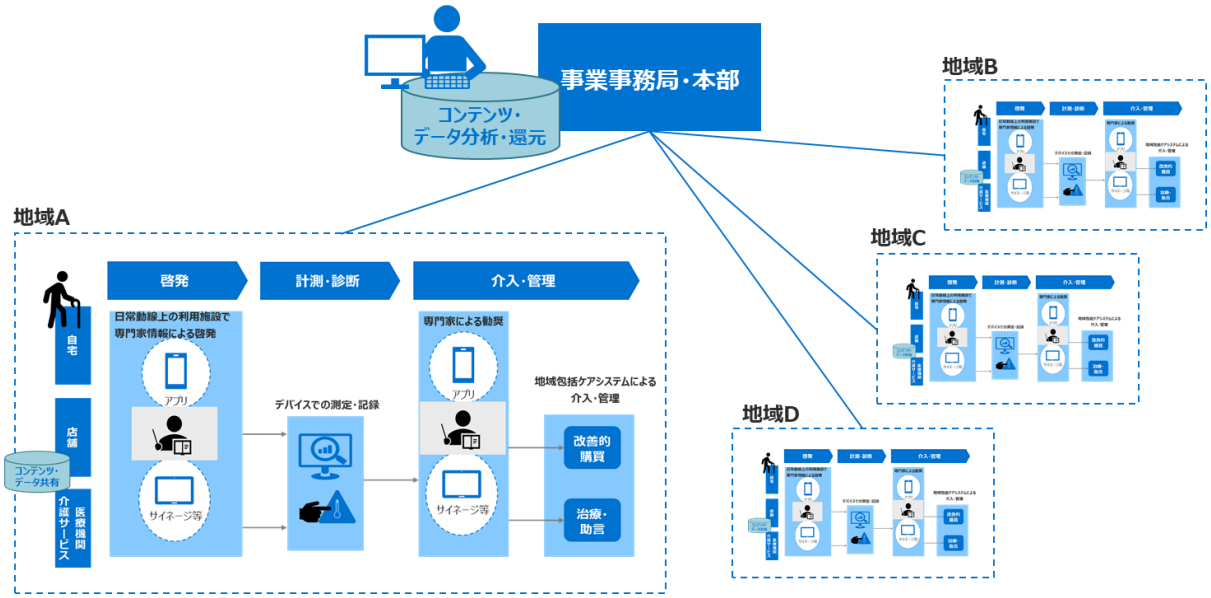
今回の実証では食生活と関連の深い事業者が関わる形で情報介入を受けると、購買行動変容の効果が大きいことが示唆された。その点を考慮すれば今後のスキームでも「情報と商品の関連性をわかりやすく示す」形で購買行動に反映しやすい場を用意することは重要と考えられる。店頭に事業との関連性を示す POP やサインボード類などを掲示し、栄養士による介入を想起させることも効果的であろう。費用対効果の点からすれば、左の内容は現行の商品プロモーションの拡張として実施できる範囲で取り組んでいくことが当面妥当と考えられる。

■要点３．地域包括ケア関係プレイヤーとの連携

食生活改善効果を地域包括ケアシステムに組み込むには、医療機関や介護サービス事業者との連携が必須である。これは地域ごとの体制を作らなければならないため全道的な展開には時間を要するものと思われるが、医療あるいは介護サービス事業者とセイコーマートなどの本実証参加メンバーが相互に利用者の情報を共有し、それぞれの場で栄養状態に応じた介入を行い、適切な食生活への改善や場合によっては医療サービスの推奨を行うといったスキームが考えられる。これらの介入行為に付随してなんらかのインセンティブ・クーポンなどを発行しながら利用者の具体的行動を促すことが有効であろう。

以上の要点をまとめ、イメージ図としてまとめたものが図表５－３である。

図表５－３　食生活改善事業の展開イメージ



繰り返しになるが、図表５－３の将来像を実現するためには、地域密着型のネットワークを展開する事業者と各地域包括ケアシステムの担い手が密に連携をしながら地域の生活者に対して助言や健康の観点上より良い購買の勧奨、あるいは保険外の健康サービスや医療行為を提供していくことになる。

今回の実証試験では以下のような点については十分明らかにできていない。

- 健康観点上より良い購買が行われた場合、事業者収益にプラスインパクトがあるか
- 生活者にとって事業スキームに継続的に参加するインセンティブはどの程度必要か
- 医療機関・介護サービス事業者と情報の共有が可能か（個人情報が含まれる）
- データの蓄積・分析によって生活者により優れた還元が可能になるか

こうした点については、今後の段階的な実証の拡大・深耕によって明らかにしていかなければならず、引き続きの検討が求められる。

参考資料

図表　参考資料一覧

図表番号	資料
参考1	食・栄養を通じた地域生活者向け健康増進サービス事例一覧
参考2	セミナー参加者アンケート
参考3～参考9	セミナー参加者アンケート記入結果
参考10	セミナー参加者ベジチェックスコア測定結果
参考11	セミナー参加者募集チラシ
参考12	食生活チェックシート
参考13	セミナー参加者確認書
参考14	実証対象者の購買商品一覧
参考15	セミナー前後比較可能な実証対象者の購買商品およびアンケート結果

図表　参考1　食・栄養を通じた地域生活者向け健康増進サービス事例一覧

（16分割表の1）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	㈱１０Ｘ（テンエックス）	主婦	30代	女性	タベリー（献立・買い物アプリ）	・東京都のベンチャー企業、2017年6月創業 ・日々の献立をスマートフォンアプリで管理し、必要な食材をアプリ上で購入が可能な献立・買い物アプリ「タベリー」を運営 ・献立作りから買い物まで一気通貫でき、また素人が作ったレシピではなく、プロが考案したレシピを紹介しているのも特徴 ・創業者の「その日の献立を考えるのにレシピをずっと検索。買い物するにも、移動して食材をそろえて家に戻るのに１時間かかる。ロボット掃除機などの機械やアプリでさまざまな家事が効率化されている中、なぜこの問題が残っているのか」という問題意識がきっかけ。 ・利用者は９割が女性。子育て中の主婦だけでなく、最近では小規模老人ホームでも使われ始めている。 ・主な収入源はＥＣ事業者からの手数料だ。利用者が食材を購入する場合は、「楽天西友ネットスーパー」など連携している外部のＥＣサイトで購入。 ・今後は、流通システムを自社で構築することを視野に入れる。「注文を受けた食材を１時間後や翌日朝に届けることを目指す。	週刊東洋経済	2019 年 8 月 24 日
企業	ベースフード㈱	勤労者			BASE FOOD®（栄養価の高い「完全食」）	・麺（商品名ベースヌードル）やパン（商品名ベースブレッド）状の高栄養価食品を開発、販売 ・創業者が「仕事後に夕飯を食べようと思っても居酒屋などが多く、バランスの取れた食事を提供する店が少なかった」ことに着目、「忙しい生活でも健康を維持できる、『大人の給食』のような商品」を開発 ・ゆでたり温めたりした麺やパンで１日に必要な栄養素の３分の１の量を摂取ができて、ビタミンやミネラル、タンパク質など栄養素約３０種をバランスよく含む ・全粒粉や昆布、大豆を混ぜた独自のレシピをベースフードが開発し、製造は製麺所などに委託 ・価格は１食分３９０円で、４週間ごとに麺とパンを計８食分届ける定期購買が基本。 ・２０１７年の発売以降、全商品の累計販売は５０万食を突破 ・３０～５０代の仕事を持つ人や子育て中の主婦など、健康に関心はあっても自身の栄養バランスにまで気を配る余裕のない人の利用が多い ・今秋をメドに米国での発売も計画。現地生産準備中	週刊東洋経済	2019 年 8 月 24 日
企業	ソフトム㈱	社員食堂向け			「メニューバンク」（社員食堂の作業効率化）	・ソフトムは、画像認識技術を使った食堂向けオートレジシステムを開発。 ・従来は食器にＩＣタグをつける方法が主流だったが、画像認識の採用によりＩＣチップが不要。コストは従来方法の半分で、作業時間も削減。 ・レジスター３台構成の消費税抜き標準価格は３２０万円。社員食堂を中心導入を目指す。 ・新システム「メニューバンク」は、選んだ料理を専用の台で撮影すると、クラウド上で人工知能（ＡＩ）がメニューを自動判定し、価格や摂取カロリーをレジ画面に表示。決済は社員証による給与天引きや現金支払いが可能で、交通系ＩＣカードにも対応。 ・３社共同開発のシステムで、給食業向けアプリケーションソフト開発をしてきたソフトムのノウハウをもとに、ｆｏｏ．ｌｏｇが画像認識サービス、スペースがレジ製造を担った。 ・フードットログが構築した料理特化型の画像ＡＩ認識サービスは、メニューを２、３枚ほど撮影するだけで登録でき、正解率は９７%を誇る。 ・データが利活用でき、運営側は売れ筋のメニューを把握し、食品ロスの削減につなげられる。ソフトムの給食管理システムと連携し、社員の栄養管理や食材・発注管理が可能。健康経営の促進やレジ業務の効率化につなげる。	日刊工業新聞 News ウェーブ 21	2019 年 8 月 22 日
企業	Aコープ鹿児島	老人ホーム・介護施設向け			「施設向け（業務用）おかずの配送」（施設の調理部門をサポート）	・Ａコープ鹿児島は、老人ホーム・介護施設向け食事提供サービス（業務用おかずの配送）を開始。 ・利用施設からは「人手不足に対応でき、調理員の労働時間短縮や休暇取得につながっている」と好評。Ａコープが施設向けのおかずの配送は全国的に珍しい。 ・老人ホームなどは調理員の不足や食材や光熱費などの経費が上昇。さらに食品の危害分析重要管理点（ＨＡＣＣＰ）の義務化で衛生管理にコストが発生。 ・現在、利用する２施設には週当たり約２００キロのおかずを配送。施設では、調理員が料理した献立に加え、注文した数種類のおかずを盛り付けるだけで済む。調理員の負担が減り、料理のバリエーションも増やすことができると喜ばれている。料金は主菜、副菜とも１キロ１４００円。 ・また、調理員の残業が減り、労働時間が短縮し、休みも取りやすくなったと好評。同社では、年末年始やゴールデンウイークなどスポット的な利用にも対応し、サービスを利用する施設を増やしていく。 ・配送サービスは人手不足に対応し、調理員の負担を軽減できる。もっと広く周知し、施設の調理部門をサポートしたいとの考え。	日本農業新聞	2019 年 8 月 16 日
企業	花王	企業向け			「スマート和食」（内臓脂肪低減に寄与するトータルサービスを提供）	・花王が健康づくり活動の一環で取り組む「スマート和食」が事業として広がりをみせはじめている。 ・従業員の健康管理を経営的な視点から考える「健康経営」の実践で企業価値向上を図る動きが増えており、花王としても追い風に乗りたい意向。 ・花王は内臓脂肪や生活習慣に関する研究を１０年前から進め、成果の一つとして良質な食事・スマート和食を考案。１食あたり７００キロカロリー弱と食べ応えはあるものの、（１）脂質を減らし、たんぱく質を増やす（２）糖質と食物繊維のバランス（３）不飽和脂肪酸の１種、オメガ３が多い―といった特徴がある。 ・花王はスマート和食のレシピや内臓脂肪の測定から栄養士との面談、食事セルフチェックのプログラムまで内臓脂肪低減に寄与するトータルサービスを提供。 ・内臓脂肪の測定は花王、パナソニック、大阪大学が共同開発した内臓脂肪計を用いる。通常、内臓脂肪の測定はＸ線ＣＴによる測定が必要だが、内臓脂肪計は腹部生体インピーダンス（側腹部電圧）法により、へその上にベルトを巻くだけで内臓脂肪の面積や内臓脂肪年齢などがすぐに判明する。	化学工業日報	2019 年 8 月 2 日
市	東松島市	若い世代			「食育活動」（３飲食店とタイアップ「生活習慣病の発症、重症化予防に向け健康定食」づくり）	・東松島市は、メタボリック症候群の該当者の割合が県内でも高く食を通した健康づくりを本格化させ、若い世代を意識した食育活動を展開。 ・生活習慣病の発症、重症化予防に向け、３飲食店とタイアップし「地元食材で健康定食」づくりを進めている。 ・健康定食の開発には市内の飲食店「ル・ニ・リロンデール」「宮戸つばめ食堂」「ＳｍｉｌｅＤｉｎｉｎｇ」の３店が協力。地元の野菜や魚介類の食材を使ったメニューを手掛け、いずれも栄養バランスや食塩、エネルギー、野菜量などに十分配慮している。 ・日本栄養改善学会、日本糖尿病学会などで構成する健康な食事・食環境コンソーシアムが主催する認証制度は、全国では既に５６店が認証。東北では青森、岩手、山形３県の８店が認められており、東松島市の３店が認証を受ければ県内初。 ・ル・ニ・リロンデール、宮戸つばめ食堂のオーナーは「地産地消をテーマにした。食塩や油の調整だけでなく、見栄えや彩りにも配慮した」、ＳｍｉｌｅＤｉｎｉｎｇのオーナーは「健康に配慮した食事を提供したい」、シェフも「子どもから高齢者まで満足できる健康食を作る」と語る。 ・会員制交流サイト（ＳＮＳ）を活用して健康に配慮した食習慣の改善や、地元食材を使った料理レシピの情報を提供。食育アプリも開発。 ・野菜摂取量の増進を目指し、「食べ物で、健康で元気になろう」をテーマに市内の児童生徒を対象にポスターコンクールも実施し、食育への関心を高める。	三陸河北新報社	2019 年 8 月 10 日

（16分割表の2）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
大塚製薬		小学生			「Sketch Cook」（食べたいご飯の絵を描いて作り方が表示され親子で作る食育アプリ）	・大塚製薬は、博多の森陸上競技場で「第103回日本陸上競技選手権大会」開催に合わせてブースを構え、食育アプリ体験会を実施。 ・体験会では、小学生の子どもがいる親子連れを対象に、栄養バランスの大切さやアプリの活用法をPR。 ・当日は、昨年に同社と包括的連携協定を締結した福岡女子大学の学生も11人参加。 ・アプリ「Sketch Cook（スケッチクック）」は、まず、食べたいご飯の絵を描く。絵の写真を撮影しアプリに取り込むと、AIが判別し料理の画像に変身し、その後、管理栄養士監修の下に準備された、組み合わせると栄養バランスがよくなる「なかま」のメニューを選ぶ。最後に作り方が表示されるアプリ。 ・メニューを中心とした食育に取り組め、家族同士でコミュニケーションを深めるきっかけとしても使えるのが大きな特徴。	日本食糧新聞	2019 年 7 月 5 日
日本調剤		利用顧客			日本調剤オンラインストア（商品購入や定期サービス他、電子のお薬手帳「お薬手帳プラス」とも提携）	・日本調剤は、調剤薬局の専門性を生かして安心・安全な商品・サービスを提供するヘルスケア通販サイト「日本調剤オンラインストア」をオープン。 ・オンラインストアでは、薬剤師による販売が義務づけられている第1類医薬品を含む医薬品や医療機器のほか、マクロビオティックなど体に優しい健康食品やオーガニックコスメなど約2000点のヘルスケア関連商品をラインナップ。通常店舗には置いていない商品も購入できる。 ・商品の受け取り方法は、自宅か同社店舗かを選ぶことが可能だが、店頭受け取りは一部の商品、店舗は不可。自宅への配送は全国一律350円、税込み3500円以上の商品購入で送料無料、最短で翌日配送。全国の店舗であれば、いつでも送料無料で受け取り可能。毎日続けたい一部の健康食品・サプリメントは、毎月希望日にお得な値段で届ける定期便サービスも提供。 ・電子お薬手帳「お薬手帳プラス」と連携しており、会員は初回利用時の面倒な入力作業が不要で登録。2回目以降もログイン不要で、アプリからオンラインストアでの購入履歴や商品情報を確認可能。アプリのお薬手帳機能を使うことで、処方薬との飲み合わせの確認や、服薬アラーム機能を使って飲み忘れ防止につなげられる。	薬事日報	2019 年 7 月 5 日
アサヒグループ食品㈱		高齢者			「バランス献立　なめらかさつまいも　芋きんとん風」（バランスのとれた介護食）	・介護食分野では、シニア食品の売上げが17年度が前年比22%増、18年度同20%増と成長。 ・「バランス献立」のパウチシリーズが好調をけん引。また、「とろみ調整食品」なども好調に推移し寄与。取扱店舗も、ドラッグストアを中心に順調に拡大。 ・受賞商品の「バランス献立　なめらかさつまいも　芋きんとん風」は、ユニバーサルデザインフード（UDF）の区分で「かまなくてよい」が伸長していることや、素材系の商品の需要が高まっていることなどの背景を受け発売。サツマイモが持つ「ホクホク」「ねっとり」などのテクスチャーを裏ごしすることで、滑かな食感に仕上げた。1袋（65g）で75kcalと、しっかりカロリーが摂取でき、かつ食物繊維、ビタミンB1、ビタミンD、カルシウムなどの栄養素も取れる設計。 ・ドラッグストアを中心とする店頭では、「バランス献立」シリーズとして品揃えすることで、購買者が必要とするUDFの区分とメニューの選択肢の豊富さを提供。 ・まとめて購入する購買シーンが多いことから、まとめ割販売の提案を行っている。 ・介護施設などを経由した数万食規模のサンプリングを継続的に行い、プロモーションを俳優の中村雅俊を継続起用し、前向きな介護を訴求。		2019 年 7 月 26 日 日本食糧新聞
藏ウェルフェアサービス					「しあわせのスープ」（高齢者給食に高級フレンチを提供）	・藏ウェルフェアサービス（藏WFS）の「しあわせのスープ」は増粘剤を使わずに、フランス料理の技法と野菜の持つ自然な力で極限までとろみを引き出したスープ。 ・指定産地の野菜や具材を、塩以外の調味料は使わずに時間をかけて炊き上げ、増粘剤なしで嚥下が困難な人でもすっと食道へと流れる滑かさを出した。 ・「しあわせのスープ」は、神戸市芦屋にあるフレンチ「メゾン・ド・タカ」の高山英紀シェフが食事が取りにくくなった高齢者においしい食を届けたいと、4年をかけて考案、手間暇を惜しまずに野菜の栄養価を凝縮し、素材からうまみや甘みを引き出し、増粘剤なしで滑らかなとろみのあるスープを開発。 ・両者の出会いとHACCPの高度化認定CKの存在で、「幸せのスープ」の大量調理が実現。 ・収穫期で水分量が異なる野菜を主原料に、添加物なしで粘度や色を均一化するには単一レシピで賄えない。釜ごとに1秒、1度Cの調整が必要な同スープの安定・大量製造は、苦労の連続だったとのこと。 ・「にんじんのスープ」は1本分の鳥取県産ベータグロリア、玉ネギ、ジャガイモからのとろみと甘み、自家製チキンブイヨンで出した味の奥行きで、塩分相当量が1袋0.4gとは思えないうまみがある、1袋500円は納得以上の価格。	日本食糧新聞	2019 年 7 月 26 日
ＡｕＢ㈱		アスリート・一般			「BENTRE」（便から手軽に腸内環境を調べられる検査キット）	・元サッカー選手、鈴木啓太が、腸を研究する会社を起業。便から手軽に腸内環境を調べられる検査キット「ＢＥＮＴＲＥ（ベントレ）」を開発、販売。 ・引退前、排便状況を記録するアプリの開発者と知り合い、腸内細菌の解析などを手掛ける会社「ＡｕＢ（オーブ）」を立ち上げた。 ・人間の腸には、５００兆～１千兆個の細菌が生息し、食事や運動不足の影響でバランスが崩れると、アレルギーや肥満などさまざまな病気を引き起こす。 ・スポーツ選手は食事や運動量、競技成績など生活や健康状態に関するデータが多く、腸と健康の関係性を分析しやすい。アスリートや一般人約１５００人分の便を大学教授らと解析し、菌の種類や分布をデータベース化。 ・検査キットは１個３万２４０円。便の検体を送ると、腸内細菌の種類や善玉菌と悪玉菌のバランスから太りやすさや免疫力を測定した報告書が約１カ月後に届き、管理栄養士が食生活や運動習慣について、電話でアドバイスももらえる。 ・今後は腸内環境を改善するサプリメントの開発にも力を入れる。 ・健康のバロメーターの腸内細菌と健康の関係を解明し、スポーツ選手や一般の人のパフォーマンス向上につなげる。	中部経済新聞	2019 年 7 月 26 日
北広島市	妊婦・子育て主婦		女性		「母子健康手帳アプリ」（無料アプリ：市の健診、料理レシピ、成長記録管理など）	・北広島市は、妊婦や子育て中の人に役立つ情報を提供するスマートフォンの無料アプリの提供を始めた。登録すると子どもの体重や成長を記録できるほか、子どもの成長に合わせた市の健診やイベントの情報、管理栄養士による料理レシピ情報などを見られる。 ・市は、ＮＰＯ法人ひまわりの会（東京）による「母子健康手帳アプリ」を導入し配信。子育て世代を支える狙いで、市内の５４人が登録。アプリ名は母子健康手帳だが、母子健康法に基づいて自治体が交付する母子健康手帳とは異なる。 ・アプリは妊娠期から利用でき、胎内の子どもの成長をイラストで紹介し、妊娠期に必要な栄養素を含んだレシピを配信。出産後は、市役所に提出する出生届など必要な手続きを示し、子どもの定期健診や予防接種の情報を知らせる。今後はインフルエンザの流行など注意を促す情報も提供する方針。アプリは「アップストア」や「グーグルプレイ」からダウンロード可能。	北海道新聞	2019 年 7 月 19 日

（16分割表の3）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
自治体	イフログテクノロジー㈱	アプリ利用者			「カロミル」 （日々の食事や運動の記録・管理が行えるヘルスケアアプリ） ※ｱﾄﾞﾊﾞﾝﾃｯｼﾞﾘｽｸﾏﾈｼﾞﾒﾝﾄとTISと提携	・「カロミル」は、日々の食事や運動の記録・管理が行えるヘルスケアアプリ。食品や商品のデータベースの中から手動で検索・選択し、登録した食品の栄養素が自動概算・記録される機能と、同社が独自に開発した画像解析ＡＩを用いて、食べ物を写真撮影するだけで栄養素を記録できる機能を実装。 ・カロリー、脂質、炭水化物、糖質、食物繊維などの栄養情報を自動解析し、不足している栄養素や、過剰な栄養素などの情報を把握することができるほか、体重や運動量の記録、目標達成に役立つ機能も搭載。ダイエットや、糖尿病などで食事療法や運動療法などを行っている人などが多い。 ・「カロミル」の食事やバイタルデータの記録システムと、アドバンテッジリスクマネジメントの行動変容を促すソリューションを組み合わせることで各従業員の食生活の着実な改善を支援。 ・ＴＩＳとの提携により健康情報プラットフォームを活用し、健康データプラットフォームの構築や、ヘルスケアデータの利活用による一般ユーザーや法人、また健康関連企業などへの新たな健康サービスを新規開発する。 ・『カロミル』法人版も開発対応し、今後データ活用に重点を置いた事業展開で、医療・介護・スポーツ・教育・美容・自治体など幅広い分野との提携予定。	保険毎日新聞	2019 年 7 月 17 日
海外企業インド	（合）SSK Osmosis	アプリ利用者			「Shilpa Shetty」 （ウェルネスビデオのオンデマンドサービスアプリ）	・Shilpa Shettyアプリは、有名なボリウッド女優でフィットネスの象徴のShilpa Shetty Kundra と提携し、ヨガ、フィットネス、栄養に関する助言を中心に取り上げたビデオ映像をまとめて整理した200時間以上分が含まれ、初心者から上級者まで役立つ。 ・ブライトコーブのビデオプラットフォームは、ビデオのホスティングやパブリッシングを簡素化・合理化するエンドツーエンドのビデオプラットフォームにより、没入的で魅力的なビデオ体験を実現。アプリは2019年6月から提供し、ウェブ上、iOS機器、アンドロイド機器で利用が可能。 ・SSKディレクターの強みは、ヨガやフィットネス、栄養にまつわるコンテンツを整理し、魅力的なビデオコンテンツをユーザーに提供可能。ブライトコーブのビデオストリーミング技術を選定したのは、高品質のビデオ体験をユーザーに提供する上で、複雑さを解消できることが同社の中核能力の中心となっている。 ・ブライトコーブのビデオプラットフォームは本質的に拡張性を持っているので安心して利用できるため、加入者基盤が拡大している中でブライトコーブはストリーミングのトラフィックが最も厳しい時にも処理することができる。	ビジネスワイヤ	2019 年 7 月 13 日
県	学校	学生			「自己管理」 （体調管理や自己分析管理するアプリ）	・静岡県の公立校を中心に、情報をＩＣＴ（情報通信技術）を使い、スマホやパソコンで使える体調管理アプリで強化に役立てる学校が増加。 ・静岡商は部員６１人の大所帯で、２年前まではノートで選手たちの練習状況や目標などを把握し、スタッフと選手で情報共有していたが、ＩＣＴ導入により、仕上がり具合や体調の変化を監督やコーチが共有管理することで、声をかけやすくなった。 ・チームの疲れ具合を把握することで、練習内容も変わった。学校と契約している管理栄養士にも送信し、栄養価の偏りがあると、「鉄分が足りていないから、肉を多くとるようにして」などと、アプリ内のメッセージを送ってくれる。また、けがにつながりそうな体の違和感も５段階で記入。	朝日新聞	2019 年 7 月 2 日
企業	イマジニア㈱	「Fit Boxing」ユーザー100名			「Fit Boxing」 （食事管理アプリ「あすけん」にトレーニング内容を記録で減量効果）	・Nintendo Switch用のエクササイズゲーム「Fit Boxing（フィットボクシング）」の効果について、イマジニア㈱が調査結果を発表。 ・30日以上トレーニングしている100人分の統計データを集計したところ、平均で2キロの減量効果があった。 ・同作は、ボクシングがベースのトレーニングができる体感ゲーム。食事管理アプリ「あすけん」にトレーニング内容を記録し、食事内容や他の運動内容とまとめて、カロリーや体重を管理できる連携機能を備えている。 ・今回の調査対象は、2018年12月から2019年3月まで、あすけん上で食事管理を行いながらFit Boxingのトレーニングを30日以上記録していた100人のユーザー。集計はあすけん運営元のウィットが行い、平均で2キロの減量を確認。 ・結果はゲームの効果だけでなく、カロリー管理による節制もあってのことといえる。あすけんの管理栄養士は、運動とカロリー計算の両立と継続をサポートする手段として、Fit Boxingとあすけんの併用をすすめている。	ねとらぼ	2019 年 6 月 6 日
企業	㈱EMシステムズ	薬局向け			「MAPs for PHARMACY」 （クラウド型で薬局業務作業を省力化）	・EMシステムズは、薬局向けのクラウド型業務支援システム「MAPs for PHARMACY」を発売。人工知能（AI）が処方箋を解析して病名を推測や、それに応じた服薬指導文章を提案するなど、情報技術を活用した既存のレセコンにはない高度な機能を、安価な料金で利用できることが特徴。 ・「MAPsシリーズ」と称し、共通する基盤で、診療所、介護・福祉サービス事業者向けシステムもそれぞれ構築しており、3者間の円滑な情報連携も可能。 ・処方箋から病名を推測する機能は、経験の浅い薬局薬剤師は病名の推測に苦慮することが少なくない。診療所向け電子カルテを販売する同社には、医師がどの病名にどんな処方を決定したかという数十万件に及ぶデータが蓄積。ビッグデータをもとに、応需した処方箋をAIが解析して、どの病名の可能性が高いのかを提示。薬剤師は、提示された複数の病名を参考に本当の病名を絞り込みやすくなる。 ・薬剤師の服薬指導を支援する機能もある。応需した処方箋の情報や患者情報をAIが解析し、服薬指導の参考文例を提示。それを参考に薬剤師は、個々の患者に応じた最適な服薬指導を行える。 ・電子薬歴画面から、メドピアが提供する「薬剤評価掲示板」を閲覧することも可能。同掲示版は、医師が臨床現場で実感した医薬品の効果や副作用などの経験を口コミで共有するもの。型通りではない薬の使い方など医師の生の声を知ることで薬剤師は、適切な疑義照会を行いやすくなる。	薬事日報	2019 年 6 月 5 日
企業	㈱インテグリティ・ヘルスケア	患者			「Yadoc」 （オンラインの疾患管理システム）	・ビデオ通話によるオンライン診療に対応する他、診療の予約や、疾患に応じた問診票の作成などが可能。問診票は、患者がスマートフォンアプリ上に症状を入力すると、重篤度を数値化した上で医師に提供し、診察をサポートする仕組み。 ・咳や痰、息切れの頻度などを細かく聞くCOPD（慢性閉塞性肺疾患）のアセスメントテストなどにも対応。iOS端末の「ヘルスケア」アプリと連携し、患者が睡眠時間、栄養状態、運動量などをクラウド経由で医師に共有できる機能なども搭載。体調を効率よくモニタリングできる仕様。 ・AWSの運用タスクを自動化するツール「AWS Systems Manager」と監視ツール「Amazon CloudWatch」を組み合わせて利用。「どのエンジニアが、何時何分何秒にどんなコマンドを実行したか」といった履歴を自動で取得可能にし、ガイドラインに対応しているという。	ITmedia NEWS	2019 年 6 月 26 日

（16分割表の4）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
自治体	神戸市	市民			「ＭＹ　ＣＯＮＤＩＴＩＯＮ　ＫＯＢＥ」 （食事や運動　的確にアドバイスするアプリ）	・神戸市は、市民限定で歩数や食事などの情報を記録して健康管理できるスマートフォン向けアプリ「ＭＹ　ＣＯＮＤＩＴＩＯＮ　ＫＯＢＥ」の運用開始。 ・食事や運動面で一人一人のデータに応じたアドバイスを受けられる。健康診断の結果や日々の食事、運動など、利用者の健康情報を蓄積し、管理栄養士のキャラクター「カロリーママ」から食事や運動面で的確なアドバイスをもらえる。 ・入力をサボると、「朝食食べました？」「昨日よく眠れましたか？」などと尋ねてくる。食事の栄養バランスが良い時は褒めてくれるが、お酒を飲み過ぎると怒られるなど、やり取りを楽しみながら自分の健康状態を把握できる。 ・食事をスマートフォンで撮影すると、画像認識ＡＩ（人工知能）がカロリーや栄養バランスを割り出してくれるほか、スマートフォンの歩数計と連動して１日の歩数も自動で計測。６月時点で８１９人。４０～６０代の利用者が３分の２を占め、女性の方が若干多い。 ・利用者の行動に応じて「健康ポイント」を付与。電子版「神戸新聞ＮＥＸＴ」の医療・健康に関する記事なども紹介。貯まったポイントは３カ月に１回、抽選で特典や商品等と交換。	神戸新聞地方版	2019 年 6 月 19 日
企業	㈱コメッド	妊婦・子育て主婦			「育児ケアオンライン」 （LINEで育児相談できるアプリ）	・コメッドは訪問サービス「Home Care」は２０１８年１２月に本格的に開始。つわりへの対応や育児用品の準備、母乳の飲ませ方、離乳食から幼児食への進め方など、妊娠中から出産以降までの様々なことをいつでも相談に応じるサービス。 ・今回は、無料通話アプリ「ＬＩＮＥ」上で、出産や子育てにまつわる様々な疑問や悩みについて助産師や看護師、管理栄養士から助言を受けられるサービス「育児ケアオンライン」を提供。 ・インターネットで検索しても真偽不明の情報があふれる中、自宅に来てもらったり、医療施設を訪れたりしなくても専門家とやり取りできるのが特徴。 ・登録している助産師、看護師、管理栄養士は１０人。結婚や出産で働いていない『潜在看護師』らが、短い時間でも資格を生かせる場を作りたかったことがきっかけ。サービス開始から約半年で約６０人が利用。「ＬＩＮＥなので気軽に相談できて助かる」との声も寄せられ、手応えを感じている。 ・今後は、成人向け健康指導にもサービスを広げていきたい。	読売新聞本社・地域版	2019 年 6 月 18 日
企業	沖縄セルラー電話㈱ × ㈱タニタヘルスリンク	社員			「タニタヘルスリンク」 （大型体組成計、血圧測定器で自発的に自己管理するアプリ）	・沖縄セルラー本社では計測器メーカー大手「タニタ」の子会社「タニタヘルスリンク」が展開する健康プログラム活用を開始。 ・タニタの高性能の大型体組成計、血圧測定器を導入。社員証をキーデバイスに、クラウド上で個人の計測結果を蓄積し、社員がＩＤを入力すればリアルタイムでＷｅｂやスマホでデータを閲覧可能。食堂入り口に設置されたデジタルサイネージには、プログラムに参加する社員のランキングが表示。１日の歩数、アプリの利用頻度によってポイントが付与される。参加は任意でニックネームでも可能。貯めたポイントを食事代にする社員も多い。 ・目的は行動の変化。体重・体脂肪率・筋肉量・骨量・ＢＭＩ・血圧、体の左右のバランスまで詳細に計測・記録することで自分の体の状態に気付き、自発的に行動を変えることが、プログラムの骨子。最初は『測るだけ』で何が変わるのかと思ったが、野菜を多めに摂取したり、階段の利用を心がけたり、少しずつ個人個人の行動が変化。また社員同士で健康情報の共有など「社内コミュニケーションが増える効果や、業務にも好影響を与えている。 ・今後は、社内で蓄積したノウハウを生かし、県内企業の健康経営をサポートするサービスを展開。 ・県民の健康をトータルサポートする個人向けのアプリ「ＪＯＴＯホームドクター」をリリース。	沖縄タイムス	2019 年 6 月 18 日
企業	㈱サンスター	市民、企業社員			「オーラルフレイル気づきプログラム」 （口や舌の動きのセルフチェックやトレーニング、講座や口のケア方法プログラム）	・健康寿命の延伸に寄与するおいしく食べられるお口のための体験型啓発セミナー「オーラルフレイル気づきプログラム」を開発。地域の市民団体、企業の健康保険組合や調剤薬局などを通じ、それぞれの市民、社員や顧客を対象にプログラムを提供。 ・口や舌の動きのセルフチェックやトレーニングができるｉＰｈｏｎｅアプリ「毎日パタカラ」と問診票を用いたオーラルフレイルリスクチェックをはじめ、歯科衛生士による基礎知識講座や口のケア方法を体験しながら学ぶ。自宅でのセルフケアの目標設定と習慣づけをサポートするチャレンジシートも組み込むことで、継続的なケアを促進。 ・オーラルフレイルの人は、食べ物が噛みにくいため、食べやすい柔らかいものを食べるようになり、噛む機能が低下して口の機能全体が低下。そうなると食欲が低下し、噛める食品が減少して食べるものに偏りが出てしまい、栄養バランスが乱れ、身体の機能が低下するなどの悪循環を引き起こす。 ・食べる以外にも話す機能も低下し、その先には社会参加が難しい要介護の状態に進んでしまう。オーラルフレイルの人とそうでない人を比較した調査では、要介護リスクが２・４倍、死亡リスクが２・１倍となる結果も出ており、歯と口の健康が全身の健康に大きな影響を及ぼすことが明らかになっている。	週刊粧業	2019 年 6 月 17 日
自治体	香川	県民	20～40代		「マイチャレ！かがわ」 （目標を設定しポイント獲得できるアプリ）	・県民健康・栄養調査では、「朝食を食べない」「運動習慣がない」割合は２０～４０代が高い。 ・小学生や就学前の子を持つ親が多い世代であり、仕事や子育てに忙しく、「自分はまだ大丈夫」と健康に関することは後回しになりがち。 ・県では、そういった人にも、楽しく健康づくりに取り組んでもらおうと、かがわ健康ポイント事業「マイチャレかがわ！」を実施。 ・歩数に応じて健康ポイントがたまり、「朝ごはんを食べる」「速歩きをする」などの目標を「マイチャレ」として設定し、できた日は健康ポイントがもらえるアプリ版と、食事や運動などの「マイチャレ」を決めて取り組む記録シート版のどちらでも参加ができ、小学生からご年配の方まで取り組める。 ・健康診断やがん検診の受診、子供会や自治体の活動などへの参加でボーナスポイントがもらえ、一定のポイントがたまると、サービス協力店で特典が受けられる「マイチャレカード」をもらえるほか、商品が当たる抽選にも参加できる。	四国新聞	2019 年 6 月 15 日
企業	㈱エブリー	利用顧客	20～40代	女性	「リテールサポートプログラム」 （スーパーの店頭で、嗜好からレシピや食材の自動レコメンドによる効率的な買い物を提供する売場づくりの支援）	・エブリーはレシピ動画サイト「DELISH KITCHEN（デリッシュキッチン）」で、店頭販促を支援する新サービス「リテールサポートプログラム」を本格展開。 ・リテールサポートプログラムとは、スーパーなどの店頭で、いつもの嗜好からレシピや食材の自動レコメンドによる効率的な買い物を提供する売場づくりの両面を支援する新サービス。WEBチラシ、レシピ動画を配信するほか、必要な素材を、導入企業のネットスーパーと連携して購入できる仕組み。 ・ライフ全店（269店）は、デリッシュキッチンの店頭デジタルサイネージを導入。平和堂、マックスバリュー東海など数十社が、リテールサポートプログラムを導入。 ・リテールサポートは店頭で、店頭サイネージによる動画レシピの放映、レシピカードの配布、店頭顧客動向調査なども行う。 ・デリッシュキッチンは、全レシピを管理栄養士が監修している。毎月1000本以上の動画を追加し、レシピ動画本数は累計で2万4000本以上。SNSフォロワー数400万人以上、月間総リーチ数1900万以上、月間再生回数は6億1000万回以上で、アプリユーザーの83%以上が20～50代。 ・また、メーカーとタイアップしたクーポンの配信も実施。クーポンは、どこの店舗で使え、購入レシートを撮影して送付すると、ポイントを付与。 ・LINEと連携するほか、来店者にビーコンを活用してクーポンを配信する新サービスも導入。今後は食のフルファンネルマーケティングの提供を目指す。	流通ニュース	2019 年 6 月 12 日

（16分割表の5）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
健康福祉部健康増進課健康づくり推進係	県民				信州エースプロジェクト（健康寿命を延伸するため、職場の健康増進後押し）	・長野県の県民運動、信州ACE(エース）プロジェクトでは、働き盛り世代の生活習慣病予防などの観点から職場での取り組みを重視。 ・事業所が健康づくりの取り組み内容を協会けんぽに登録する「健康づくりチャレンジ宣言」を通して、プロジェクトの理念を会員に説明し普及を図る。登録数は１５年度の６４社から、１８年度は４１１社。また深刻な人手不足の中、社員の健康づくりに取り組むことは企業ＰＲにもつながる。 ・プロジェクトのうち、野菜１４０グラム以上、塩分３グラム未満などの基準を満たした「信州ＡＣＥ弁当」はこれまでに１５事業者が開発。県内のスーパーやコンビニなどで、エースプロジェクトのロゴマークを貼り販売。このほか、６市町村のモデル地区で参加者を募り、減塩に取り組む事業を展開。国民健康保険や協会けんぽ長野支部のメタボ健診の結果を市町村ごとに分析する事業なども行ってきた。 ・県は、エースプロジェクトを推進し健康寿命の延伸につなげようと７７市町村と共に、新たに「県自治力による健康づくり推進会議」を設置。減塩・野菜摂取の促進、受動喫煙防止対策など六つのテーマを共有し、取り組みを強化。 ・課題はプロジェクト成果が分かるのが２年近く後の健康寿命発表。取り組み参加数とは別に、健康面への効果が毎年分かるような目標設定も必要。	信濃毎日新聞	2019 年 5 月 20 日
味の素	成人女性	30・40代		女性	「オトナ給食」（忙しい女性が不足しがちな栄養素をカフェオレと手軽に作れる料理で補える食事メニュー）	・「オトナ給食」は、忙しい女性が不足しがちな栄養素をカフェオレと手軽に作れる料理で補える食事メニューで、管理栄養士の奥田千晶さん監修のもと、バランス良く栄養が摂取できるとされる学校給食をヒントに開発。 ・カフェオレ1杯には、女性に不足しがちな8つの栄養素のうち6つ（カルシウム・カリウム・マグネシウム・ビタミンA・ビタミンD・ビタミンB1）※2が含まれており、1日1杯の飲用でそれぞれの不足量を補い、推定平均必要摂取量※3に近づけることができる。 ・食事メニューは、女性に不足しがちな残り2つの栄養素（食物繊維・ビタミンC）と3大栄養素（たんぱく質・炭水化物・脂質）をバランスよく摂れる※4メニューで構成。忙しい毎日を過ごす女性のための、手軽さを意識したメニュー。 ・AGFでは、「オトナ給食」を通じて、カフェオレと食事で30・40代女性に不足しがちな栄養素を手軽に補えることを伝え、食事にプラス1杯のカフェオレ飲用習慣を提案。	共同通信ＰＲワイヤー	2019 年 5 月 17 日
徳島県	県民				徳島県- 糖尿病対策のアプリ導入検討（歩いてポイント、アプリで健康支援）	・徳島県の保健福祉部担当者は栄養、運動、社会参加を「三つの柱」と位置付け、生活習慣病予防や高齢者の介護予防に切れ目なく取り組む。 ・糖尿病対策事業として、健康診断の受診や歩行数などにポイントを付与し、県産野菜やクーポンなどがもらえるアプリを来年度導入予定。 ・今年度からは徳島大学と連携で「とくしま健康寿命からだカレッジ」を開設。１０月～来年３月の毎週火曜日午後１～４時半、徳島大の教授らが糖尿病の予防・改善や認知症の予防・サポート、健康的な食生活などについて、講義と実習指導・ ・高齢者の健康な状態と、支援・介護が必要な状態の中間を意味する「フレイル」の予防を地域ぐるみで行う考えも示す。	毎日新聞-地域版	2019 年 5 月 15 日
㈱かんぽ生命保険	加入者及び家族				「すこやかんぽ」（カロリー計算機能、抽選もある健康増進アプリ）	・顧客の健康増進を支援するスマートフォンアプリ「すこやかんぽ」をアップデートし、サービスを大幅に拡大。保険契約者や、その家族が利用できる「プレミアムメニュー」を新たに設けて、健康アドバイスやカロリー計算機能などを追加。 ・追加したのは、（1）スマホのカメラを健康診断結果にかざすと自動でデータを読み取り、改善指標などをアドバイスする「My健診アドバイス」（2）スマホのカメラで食事を撮影すると摂取カロリーや栄養素を表示する「Myカロリーチェック」――など。ランニングや水泳など、日々の運動記録を一元管理する機能。 ・プレミアムメニューの利用者を対象に、コンビニなどで使えるクーポンが当たる抽選券を毎月1回付与。健康づくりの達成状況で当選確率が上がる仕組み。プレミアムメニューの利用者以外に対しても、目標歩数の達成状況に応じて当選確率が上がる抽選券を毎週1回付与している。	ニッキン	2019 年 4 月 19 日
オリックス㈱	従業員				「Ｍｅｄｉｃａｌｌｙ」（アプリと連動して日々の歩数管理）	・オリックスは、埼玉県松伏町で建設を進めていたマルチテナント型物流施設「松伏ロジスティクスセンター」を竣工。東京都心から約３０㎞圏内に立地する施設で、最大８テナントが入居可能。「働きながら健康を促進する」をコンセプトに、従業員の健康を推進するヘルスケアサービスを展開。 ・施設規模はＳ造４階建て延べ７万７３７２㎡。１階と３階に車路とトラックバースを設けた。１０ｔ車１２２台が接車可能。 ・最大の特徴は、従業員向けのヘルスケアサービスを実施する点。希望者を対象に、メドケアが提供する健康推進プログラム「Ｍｅｄｉｃａｌｌｙ（メディカリー）」を活用し、スマートフォンのアプリと連動して日々の歩数管理などができるリストバンド型ウエアラブル端末を無償で貸与。これにより、医師や管理栄養士にオンラインで医療や栄養の相談ができる。共用部にフィットネスルームを設け、仕事後に運動できるようにした。 ・自動搬送などの物流ロボットを無償で入居テナントにレンタルし、上昇する人件費の削減を後押しする。	建設通信新聞	2019 年 4 月 17 日
㈱FiNC Technologies	アプリ利用者				「FiNC」（撮影した料理の写真から栄養素とカロリーを自動計算するアプリ）	・パーソナルトレーナーAI（人工知能）が、利用者一人一人の興味関心や悩みに適した健康メニューを推薦するヘルスケアスマートフォンアプリ。 ・撮影した料理の写真から栄養素とカロリーを自動計算する機能に、深層学習で生成されたAIモデルを活用。 ・アプリを改善する中で、「食事を手入力で毎日記録する煩わしさからユーザーが継続して食事を記録できていない」課題を発見。そこで「食事の画像を撮影するだけで食事内容を記録できる」コンセプトを基に、深層学習を活用する研究開発プロジェクトをある企業と共同で開始。 ・画像から食事を推定することは実現済みだったが、画像認識の精度には課題があった。また画像から栄養素やカロリーを推定することはできていなかった。 ・研究開発では、画像からカロリーを推定する手法から検討を開始。撮影画像から料理名の「カテゴリー」を推定するAIモデルと、撮影画像から「豚バラ」「120g」のような食材と量を推定するAIモデルの2つを開発し、そのアウトプットと「カテゴリー」ごとのデータベースを合わせて栄養素やカロリーを算出。 ・データベースを作成するために、料理本や料理検索サイトを活用して『2000種類の料理の栄養成分量』と『400種類の食材量（1人分）』といった標準化を行い、この仕組みによって、管理栄養士による計算との誤差を約3%まで縮められた。	@IT	2019 年 4 月 16 日

（16分割表の6）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
CVSヘルス	利用顧客			女性	「ヘルスハブ」（健康管理でかかりつけ医への橋渡し）	・CVSは、米国内にドラッグストアチェーンを構築し、処方薬販売額はトップ。店舗数は9900店で、そのうち1100店舗にミニッツクリニックがある。米国の有料診療所の数に相当。また、ケアマークを通じて薬剤給付管理（PBM）も行っている。 ・保険会社のエトナの700億ドルでの買収によって、メディケア（高齢者向け医療保険制度）のパートC（アドバンテージ）を含む医療保険も提供。 ・ヘルスハブには普通の店舗にはない特殊な機能がある。ヨガ教室には、ヨガクラスがない時に呼吸器のセラピストや栄養士の作業場にできるような仕切りがあり、3部屋の診療室に、診療看護師（日本の医師と看護師の中間。一定レベルの診断や治療が許可されている）とそれを手伝うための看護師がいる。 ・CVSの急速な拡張計画には、医師不足を乗り切ると共にコストを削減する目的で、診療看護師と、処方箋を発行できるアシスタント・ドクターの利用を含む。 ・ヘルスハブには構内に血液検査ラボがあり、コレステロールや血糖の値、レンサ球菌咽頭炎、伝染性単核症、インフルエンザ、アデノウイルス、ヘモグロビンA1c（糖尿病の原因）などの検査結果がほぼ即座に得られる。女性の健康に焦点を当て、検査内容を増やす予定。 ・ミニッツクリニックの多くの来訪者は、保険に入ってはいるがかかりつけ医がいない。CVSはかかりつけ医を紹介し、それらと競争するのではなく補完が目的。	時事通信社	2019年4月15日
㈱グッピーズ×一般財団法人淳風会	アプリ利用者				「健幸アプリ」（健康診断結果をアプリですぐ確認できるアプリ）	・健康診断受診者がアプリで結果がわかる「淳風会の「健幸アプリ」提供。（一般財団法人淳風会は健康管理センターを運営） ・ヘルスケアサービス／医療系人材サービスを行う株式会社グッピーズは、健康管理センターを運営する一般財団法人淳風会と健康診断受診者向けアプリ「健幸アプリ」を共同開発 ・健幸アプリの開発背景：健康診断、人間ドックを受診してから結果が届くまで一般的に数週間のタイムラグ。受診者にとって「健診を受けたらすぐに結果が見たいというニーズが高く、スマートフォンで結果が分かり次第見ることができるアプリを開発。受診者はいつでもアプリで健康診断結果を見ることができ、過去の数値と比較が可能。血圧・視力などの計測結果や一部検体検査結果に関しては、速報値として健診中にアプリ上にて閲覧することが可能。 ・健診結果の閲覧だけでなく、各種健康管理機能や健診案内などを受診者に伝えるメッセージ機能など、受診者の利便性を高める機能を搭載。 ・健幸アプリの主な機能：・健康診断結果の閲覧　・運動、睡眠、栄養など16以上の健康管理機能　・受診者にメッセージ配信	共同通信ＰＲワイヤー	2019年4月1日
田辺三菱製薬㈱	糖尿病患者				「ＴＯＭＯＣＯ」（行動計画の立案やアドバイスするアプリ）	・田辺三菱製薬はハビタスケアと糖尿病ケアアプリ「ＴＯＭＯＣＯ」を開発したと発表。田辺三菱製薬はＩＴを活用した「デジタルメディスン」の第一弾として、2019年度から同アプリを用いた社会実証を開始。 ・アプリは健康保険組合や自治体を通じて提供。利用者は食事や血糖値、問診データなどの糖尿病に関するデータをアプリに登録し、それらのデータに基づいて、保健師や管理栄養士が利用者に適した行動計画の立案やアドバイス。また、人や猫などの9種類のキャラクターが「コンシェルジュ」として登場することも特徴で、利用者の行動をほめたり、注意することで、生活習慣の改善をサポート。 ・現在実証パートナーとなる保険者と地方自治体を募集中で、いくつかの団体との協議が進行中。実証は数十人規模を想定。また、保険者から利用料を得る方針で、利用者には負担を求めない。 ・今後は糖尿病以外の領域にもデジタルメディスンを活用することを検討。	薬事ニュース	2019年3月8日
㈱ココカラファイン	ファミリー・シニア層	35～50代 65～75代			「ヘルスステーション」（随時無料で健康をチェック）	・ドラッグストアチェーンのココカラファインは、平和堂が運営する「フレンドタウン交野」に新店舗を開店し、大阪府交野市へ初出店。化粧品では地域ナンバーワンの品揃えを謳うビューティ特化型の店舗。 ・ココカラファインによる「フレンドタウン交野」への出店は、カインズと、フレンドタウンを運営する平和堂から声がけがあった。これまで平和堂様と共に出店する機会が多く、実績もあったから。 ・フレンドタウンの施設内には、小児用の遊び場「フレンドキッズ」やファミリー用の飲食休憩スペース「フレンドダイニング」などがあり、35～45歳の家族連れの来店が多い。また、府道に隣接していることから、車での来店客も多く、車を運転できる65～70歳のシニア層も数多く来店している。 ・プロモーションでは、平和堂のチラシに複数の商品を掲載し、同店独自のチラシも併せて、周辺地域に新規出店の認知を広めている。 ・Ｗｅｂサイトやアプリも活用し、店舗の情報を発信。また健康食品・サプリメントの販売も行っているため、製品の購入にもつながっている。 ・ヘルスケアにも注力しており、導入するヘルスチェックのシステム「ヘルスステーション」では、来店客の健康を随時無料でチェックできるようにしている。	週刊粧業	2019年3月18日
神戸市	市の国民健康保険加入者				「市民ＰＨＲシステム（ＭＹ　ＣＯＮＤＩＴＩＯＮ　ＫＯＢＥ）」（アプリで市民の健康維持、改善）	・市民登録制の「市民ＰＨＲシステム（ＭＹ　ＣＯＮＤＩＴＩＯＮ　ＫＯＢＥ）」を開発し、専用アプリが無料で利用可能。 ・例えば、ある市民の特定健診の結果を基に、当人に適したアドバイスを、スマホを介して受けられ、また、「１日１万歩」「食事メニューをスマホに入力」といった、健康を増進させる行動を取れば、商品割引などの特典が得られる健康ポイントも貯められる。 　健康づくりに向けたアドバイスを日常に取り入れるポイントとしては、頑張り過ぎないこと。少しの運動でも病気の予防や筋力低下を食い止める、という研究成果はたくさん発表されています。無理なく続けることが最も大切で、アプリやインターネットで健康づくりを楽しむこともその一助になる。 　インターネットに慣れていない高齢者にもアドバイスです。人とのつながりを積極的に持ってください。健康に関する行事の情報も入るでしょうし、スマホの扱いにたけた方とも出会えるかもしれません。アンテナを立てておくことが、健康長寿のために重要。	神戸新聞	2019年2月25日

（16分割表の7）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	（合）ＤＭＭ．ｃｏｍ	主婦（主夫）	30～50代		「ＭＥＮＵＳ」（健康献立を毎日提案するアプリ）	・ＭＥＮＵＳを提供するのは、インターネット配信サービスのＤＭＭ．ｃｏｍ。 ・アプリに登録した個人データに基づき、必要なエネルギー量や栄養を人工知能（ＡＩ）が計算して献立を提案する。たんぱく質や炭水化物など栄養素の量を、献立ごとに細かく表示も可能。 ・料理のレシピはベターホーム協会が提供し、献立の組み合わせは４００万通り以上。アプリ担当は「健康を考慮した献立を日々、自分で組み立てるのは大変。管理栄養士が身近で指導してくれるようなサービスを目指す。	読売新聞本社・地域版	2019年2月22日
大学	島根大学	食事制限の患者			「無限レシピ」（食事制限患者支援アプリ）	・塩分や糖質の摂取が厳しく制限されている患者を支援する取り組み。 ・島根大学の試食会には、地元の食品会社やＩＴ企業などが参加。 ・島根大学地域未来協創本部・中村守彦教授は、味付けをせずに瞬間冷凍した食品を使い、栄養管理のシステムを考案。塩分や糖分を抑えたソースをかけるため、簡単に減塩や減糖につながる。 ・食材についているＱＲコードやバーコードをスマートフォンで読み取り、アプリで食材を管理。 ・栄養バランスを考えたレシピを提案してくれる。中村教授は「無限レシピ」と名付ける。 ・地元の企業と連携して事業化に向けて取り組んでいる。 ・教授は将来的には一人暮らしの学生や単身赴任中の人などに向けても、健康面に十分配慮した食事をとってもらえるよう工夫していきたいとのこと。	ＴＶエキスプレスサーチ-中京版	2019年1月28日
企業	アクサ生命㈱	企業向け			「健康経営サポートパッケージ」（従業員の健康管理サービス）	・中小企業経営者を対象に実施した健康経営の認知度は向上しているものの、何からスタートしたらよいか分からないという課題をうけ、効果的・継続的に「健康経営」に取り組むための法人向けサービス「健康経営サポートパッケージ」の提供開始。 ・パッケージは同社の「健康経営アドバイザー」が健康経営をサポートする法人に対し、▽健康習慣アンケート▽健康経営実践プログラム▽健康経営実践支援▽健康経営優良法人認定支援―のサービスを提供。 ・同社所定の法人契約の保険契約者で、健康習慣アンケートを申し込んだ法人は、▽２４時間電話健康相談▽メンタルサポート▽食事・栄養管理支援―のサービスを追加で利用可能。サービス利用に費用はかからない。 ・国や自治体、保険者は、健康経営の普及促進を目的に、健康宣言企業の登録制度や健康経営を導入・実践して効果を挙げた企業を顕彰する認定制度などを積極的に創設し、企業の健康経営実践を後押ししている。これらは、企業にとって生産性の向上のみならず、イメージアップや人材確保といったさまざまなメリットにつながる。	保険毎日新聞	2019年1月23日
企業	味の素㈱	社員			「カラダかわるＮａｖｉ」（食事の改善点や次の食事の提案するアプリ）	・全社員約３５００人を対象に健康支援アプリ「カラダかわるＮａｖｉ」を導入。 ・利用数は、会社貸与のスマートフォン利用者中心に約８００人。利用料は会社負担。 ・「社員が健康に働くことが会社の成長につながる」。味の素はこんな考えから、健康増進に積極的に取り組む。２００１年から産業医や保健師による「全員面談」を毎年実施しているのに加え、就業規則とは別に「健康管理規程」を制定。 ・社員食堂で昼食を取る場合、味の素の社員向けに既に登録されている日替わりランチなどのメニューを選ぶだけで動作は完了。 ・主なチェーン店ならメニューは事前に登録済み。それ以外でも、食事画像を自動認識するＡＩが使われ、料理を盛りつけた皿や茶わんなど１人分をお盆ごとスマートフォンで撮影すれば、食材を自動認識。そのうえで、箸やスプーンなどの大きさから食事量を推定し、摂取カロリーや糖質量を計算。 ・食事の改善点や次の食事の提案など、アドバイスは３０００万通り以上。	毎日新聞-朝・夕刊	2018年9月24日
企業	エームサービス㈱	企業向け			「健康社食®アプリ」（社員の健康経営支援）	・三井物産株式会社の関係会社であるエームサービス㈱は、食を通じたヘルスケアテック事業を展開する㈱おいしい健康 とスマートフォン向けの食事管理アプリを共同開発 ・機能に対する利用者評価および食事データと意識行動変容の傾向分析、ならびに、アプリを活用したエームサービス所属の管理栄養士による個別指導プログラムの構築を目的 ・アプリは登録された健康診断データや利用者の目標に合わせ、社員食堂で提供されるメニューの中から「オススメ」を個別提案したり、社員食堂での食事履歴や栄養成分値の自動集積機能と連動させたりすることで、食習慣を見直す機会を提供。 ・検証後は「健康社食アプリ」と「健康社食コーチ」の名称で企業などへの導入を開始する。 ・利用者の未病、予防への意識を高め、国民医療費の抑制など政府が提唱する成長戦略にも寄与する。	フジサンケイビジネスアイ	2018年9月17日
企業	㈱Ｍ―ａｉｄ	医師向け			クラウド型電子カルテ「Ｏｎｌｉｎｅ Ｃｌｉｎｉｃ（オンラインクリニック）」	・医療系システム開発のＭ―ａｉｄは、オンライン診療機能を搭載したクラウド型電子カルテ「Ｏｎｌｉｎｅ Ｃｌｉｎｉｃ」を開発。 ・クラウドを活用することでシステムの導入や保守にかかる費用を抑え、個人の健康づくりに関わる別のさまざまなサービスともつなぐことができる。医師向けに販売し、１万人の利用を目標にする。 ・オンラインクリニックは、電子カルテとオンライン診療を組み合わせた業界初のシステム。クラウドを生かしてインターネットで手軽に診療予約が受け付けできるほか、テレビ電話やチャット機能で言葉や文字、資料を使いながらオンライン診療が行える。 ・また、自社開発のアプリケーション「Ｈｅａｌｔｈｙ Ｌａｂ（ヘルシーラボ）」やウエアラブル端末を用いて、患者の日常生活における歩数や消費カロリー、睡眠時間などの生体情報を取得し、電子カルテに蓄積。これらの情報や、健診結果などの医療情報をもとに、医師が患者の健康づくりをサポートができる。 ・さらに、高血圧の患者には診察時に血圧を測定・記録するアプリをすすめるなど、医師が患者にとって適切と判断したアプリを薬のように処方できる機能も付加した。オンラインクリニックは初期費用で約３０万円、保守で月額約３万円を想定。	中部経済新聞	2018年9月14日

（16分割表の8）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	㈱フィッツプラ × 名古屋大学発ベンチャーのプリベント	生活習慣病予備群や、既往者			重症化予防プログラムの提供	・メドピアグループのフィッツプラスは、健康保険組合向けに名古屋大学発ベンチャーのプリベントと協業。重症化予防プログラムの提供を開始。 ・生活習慣病予備群や、既往者への重症化予防を支援。 ・フィッツプラスは健保向けに管理栄養士が生活習慣病予防・行動変容を支援する特定保健指導サービスを提供。プリベントは名大大学院医学系研究科の山田純生研究室での研究成果を基にした重症化予防技術を活用し、生活習慣病即住者を対象に事業を展開。 ・今後は医師と管理栄養士の専門家ネットワーク、レセプト、健診データなどを持ち寄り、健康増進・予防まで支援するサービス開発を検討	日刊工業新聞	2018 年 9 月 13 日
企業	ローソン	地域住民	シニア		「高齢者向け多機能健康サービス店」（健康に関するサービス）	・健康に関するさまざまなサービスを提供する店舗をオープン。 ・普通のコンビニの機能はもとより、調剤薬局、一般用医薬品の販売、介護相談、栄養相談など多様な機能を備え、地域の住民に、とりわけ高齢者により便利な暮らしのサービスを提供することを目指す。	人民網-日本語版	2018 年 8 月 2 日
企業	コクミン	高齢者			「ファーマカフェ」（薬局にカフェを併設し気軽に健康相談）	・薬剤師や管理栄養士らが常駐し、気軽に健康相談できる同社としての新業態店舗を開店。 ・薬の提供だけではなく、気軽に日頃の食生活や生活習慣の改善に対するアドバイスを行える場となる薬局モデルを模索していた。継続的な健康管理相談への対応、来店頻度を向上させ、薬局という敷居を下げて、地域生活者に気軽に利用してもらうために、カフェを併設した薬局「ファーマカフェ」の開設に至った。 ・「ファーマカフェ」の外観は、街に佇む“お洒落なカフェ”というイメージ。店内は薬局とカフェの各スペースに分けられ、それぞれ出入り口が設けられているが、薬局とカフェのエリア間も自働ドアを通じて、行き来できるのが特徴。店舗は全体で20坪ほどの敷地で、このうち薬局スペースが約9坪を占める。 ・ファーマカフェには薬剤師2人、管理栄養士2人が常勤。薬局スペースで処方箋調剤や服薬指導を受けたあと、気になる食生活の栄養相談などにも気軽に対応。 ・カフェスペースには、調理師免許を持つスタッフを配置し、コーヒーなどの飲み物以外にもモーニングセットや低カロリーのランチメニューなどを提供。 ・カフェエリアには体成分から筋肉力、体脂肪、水分量などの体内のバランス状況が分かる体成分分析装置「インボディ」を設置。来店者の希望に応じて測定（有料）し、その数値をもとに薬剤師や管理栄養士らが食事療法、運動療法、健康食品の提案など包括的な健康アドバイスを行っている。	薬事日報	2018 年 7 月 9 日
企業	ライフログテクノロジー㈱ × ガーミンジャパン㈱	アプリ利用者			「カロミル」（食事画像解析カバー率90%超）	・食事写真から品目名を識別して栄養計算する「カロミル」の食事画像解析AIが識別できる料理品目が約5,200品目となったと発表。 ・食事解析可能な一般料理のカバー率が90%を超え、食事解析AI精度が飛躍的に向上。 ・今回の研究開発で品目数をシステマティックに増やすことができる開発ラインを構築。今後は短期的に識別品目数を1,000単位で増やす見込みで、今年の秋頃には10,000品目を達成する予定。 ・スマートフォン内に保存された写真・画像を自動的にクローリングして“食事”か“食事ではない”かを識別し品目を識別する一連の技術について、このほど特許庁より特許査定通知を受領。 ・ユーザーは、カロミルのLINEアカウントに食事画像を送ると、識別された品目名及び糖質・脂質等の7栄養成分値が返信。同AIを使うことにより、より正確な栄養を記録することが可能。	美容経済新聞	2018 年 7 月 6 日
企業	㈱フィッツプラス	減量者向け			①「ダイエットプラスコール」、②「グループワークダイエット」（①オンラインカンセリング、②仲間でダイエット）	・正しく食べるをコンセプトに管理栄養士がマンツーマンでダイエットや健康管理をサポートする食生活コーディネートサービス「ダイエットプラス」より、テレビ電話でオンラインカウンセリングが受けられる「ダイエットプラスコール」と、グループでダイエットに励むことができる「グループワークダイエット」を開始。 ・これまでは、店舗での対面カウンセリングとアプリでの毎食のアドバイスによって、管理栄養士がマンツーマンで食生活の改善をサポート。 ・管理栄養士によるカウンセリングを受けたいユーザーの中には、遠方であったり忙しくて店舗に来られない人や、1人ではなく仲間と楽しみながらダイエットに励みたいという人もいるため、そうした多様なニーズに応えた。 ・「ダイエットプラスコール」は、テレビ電話（もしくは電話）で管理栄養士のオンラインカウンセリングを受けることができるサービス。遠方から通えない人や、育児や介護で長時間家を空けられない人も、スマホでいつでも・どこでも、管理栄養士から目的に合わせた食生活のアドバイスを受けられる。 ・「グループワークダイエット」は、複数名でグループワークをしながら一緒にダイエットをしていくサービス。グループでダイエットの課題についてディスカッションをし、皆で個人の目標を共有することで、ダイエット習慣を持続。管理栄養士がリーダーとなり進行するため、正しい食事の知識を身に付けながら成果を感じられる。	美容経済新聞	2018 年 7 月 27 日
企業	ライフネット生命㈱	がん患者			「がん生活サポートサービス」（がん罹患後の日常生活の支援に、ネスレ「栄養補助食品」のサービスが追加）	・「がん生活サポートサービス」は、給付金の支払いのみに留まらず、がん罹患後の日常生活の支援を目的とした新しいコンセプトのサービス。 ・がんを経験した顧客の声を基に、働きながらがんを治療するための便利なサービスを同社が選定し、紹介。各サービス提供会社から提供されたサービスの利用料金等の費用は顧客負担。 ・がん罹患後に今までと同じ量の食事をとれないときや、食事の準備を負担に感じるときなど食事に関する困りごとに対応するため、「栄養補助食品」を追加。栄養療法の分野での世界的なリーダーとなるべく、健康や栄養科学の最先端の研究をベースにさまざまな取り組みを行っているネスレ日本本ネスレヘルスサイエンスカンパニーの提供で、手軽にエネルギー（カロリー）がとれる栄養補助食品を紹介。 ・「がん生活サポートサービス」ではこの他、家事代行の㈱ベアーズや㈱ダスキン、食材宅配のオイシックスドット大地㈱、外見ケアの資生堂ライフクオリティービューティーセンター、医療用ウィッグの㈱アデランス、サポートタクシーの日本交通㈱、タクシー配車アプリのＪａｐａｎ　Ｔａｘｉ㈱、セカンドオピニオンとがん・生殖医療カウンセリングの医療法人鉄蕉会亀田総合病院、衣類・下着の㈱千趣会が、それぞれサービスを提供。	保険毎日新聞	2018 年 7 月 18 日

（16分割表の9）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	リゾートトラスト㈱	会員制			「グランドハイメディック倶楽部」（高精度検診や健康支援サービス）	・リゾートトラストは、がんなどの高精度検診や健康支援サービスを提供する会員制度「グランドハイメディック倶楽部」の利便性を強化。 ・検診の予約などが可能となるスマートフォン（スマホ）アプリの提供を会員向けに開始。利便性と同社グループが提供する各種サービス利用促進にもつなげる狙い。 ・倶楽部デスクには、２５人のスタッフを配置。デスクに会員から電話で問い合わせが入ると、スタッフの手元のモニターに、過去の検診結果や健康相談内容、グループ内サービスの利用歴などが表示される。 ・従来は検診施設ごとに行っていた予約対応もデスクで対応し、全国８施設を柔軟に予約できるようにした。 ・アプリでは、会員が検診の予約や結果の確認をスマホ上だけで行える。 ・医師や看護師、栄養士といった専門家とチャット形式で気軽にコミュニケーションを取れる機能も設けるほか、ヘルスケアに関するニュースの解説といったコンテンツの配信も行う。会員にとって、情報を一括で管理するプラットフォームとして活用してもらうことを目指す。	中部経済新聞	2018 年 6 月 7 日
企業	㈱ユーグレナ				「酸化度チェック」（体の酸化ストレスの度合いを調べる）	・体の酸化ストレスの度合いを調べるサービス「酸化度チェック」を開始。 ・個々人に対応したヘスルケアソリューションの提案を目指す生命データプラットフォーム「ユーグレナ・マイヘルス」の第３弾で、同名サイトで展開。 ・酸化ストレスは体内の活性酸素が過度に作用し遺伝子やたんぱく質を傷つけることで、ストレスが蓄積すると老化の促進や疾患リスクが高まるとされ、酸化度は食事や運動などの生活習慣によって改善できるため、新たなサービスとして提案。 ・検査では尿とともに排出された酸化ストレスの指標となる物質量を測定し、体内の酸化度を確認。 ・検査結果に加え、酸化度改善に向け管理栄養士が監修したアドバイスなども伝えていく。検査は自宅での尿採取のみで簡便に行える。 ・提供価格は税別４９８０円。	化学工業日報	2018 年 6 月 20 日
企業	ドリコス㈱ × ユニトライク㈱	建設作業員			「healthServer」（栄養素の解析から提供までをワンストップで行うオーダーメイドサプリサーバー）	・建設現場での熱中症対策の関連商品などを販売、レンタルするユニトライクは、建設作業員に不足している栄養素を現場で分析し、サプリメントを作るサーバーのレンタル事業を開始。 ・熱中症のリスクが高まる夏場に向けて営業を強化。 ・サーバーにはビタミンＢ１や葉酸など５種類の栄養素の粉末を内蔵。付属のタブレット端末に労働時間などを入力した上で、サーバーのセンサーに触れると、脈の情報などから不足しているとみられる栄養素を解析。出てきた粉末を水に溶かして飲むことで、熱中症予防につなげる。 ・サーバーは、東京のベンチャー企業ドリコスが開発。 ・一般オフィス向けは、スマートフォンのアプリと連動。建設現場向けに、より見やすく操作しやすくなるようユニトライクと共同開発し、タブレット端末の方式を導入。 ・料金はレンタル期間によって変動し、月額３万～４万円程度。ユニトライク社長はこれからの季節、建設現場では熱中症対策が重要になる。農作業や工場などでも有効だと考えている。	新潟日報	2018 年 6 月 19 日
企業	ロート製薬㈱ × ABCクッキングスタジオ	女性		女性	「妊活目指す女性の健康サポー」（セミナー、メニュー紹介・試食など）	・ロート製薬は、料理教室を全国展開するABCクッキングスタジオと共同で、現代女性の健康増進を目指したプロジェクトを発足。 ・女性へ向けたサービスや商品を提供する両社のノウハウ・強みを生かし、将来妊娠を望む上でも大切な“健康なカラダづくり”のための正しい知識や食生活についての情報を発信と場を提供。 ・共同プロジェクトでは、「いつかママになるために、今から始めるカラダづくり」をテーマに、大阪会場を皮切りに東京会場で一般女性向けのセミナーを開催。 ・その後も順次、札幌・仙台・名古屋・広島・福岡で開催（各会場40人程度）。内容は、生理周期や妊娠の仕組みなどの講座と、自宅でも簡単にできる女性の健康に必要な栄養を補えるメニューの紹介・試食を予定。 ・実際に厚生労働省の調査でも、20～30代女性の約5人に1人が朝食を欠食。1日のエネルギー摂取量の平均値も、厚労省が発表する推定エネルギー必要量よりも少なく、これは戦後の食糧入手が困難だった頃を下回る。今は10人に1人が2500g未満で、先進諸国の中では最も高い割合。生まれてくる赤ちゃんも、女性が妊娠・育児の上で必要な鉄分、葉酸、Ca、亜鉛が不足しているのが現状で、「プレママに正しい栄養の知識、バランスの良い食事の知識を持ってもらうことが急務。	薬事日報	2018 年 5 月 7 日
企業	Ｂ３ダイエットグループ		２０～６０代		「Ｂ３ダイエット」（週2回のトレーニングとLINEで、食事法・トレーニング・整体でダイエット支援）	・ダイエット・トレーニングの個人指導を手掛けるＢ３ダイエットグループは、筋力トレーニングと整体を組み合わせた独自のプログラム「Ｂ３ダイエット」を拡販。 ・Ｂ３ダイエットは、整体院を運営していた徳山代表が考案。もともとは整体を補完するために筋力トレーニングを取り入れ、ダイエット需要の高まりとともに、これらを組み合わせた。 ・基本的に週２回のトレーニングと、コミュニケーションアプリ「ＬＩＮＥ」などを通じた食事指導を行っている。 ・筋トレは、基礎代謝の向上や姿勢維持に重要な筋肉に絞って鍛えるのが特徴。整体は骨盤矯正に加え、筋肉の緊張緩和により疲れを残さず、関節の可動域を広げることで筋トレの効果が出やすい。 ・食事は、必要な栄養をしっかりとるように指導することで「美しく健康的な体づくりのサポート」を狙っている。価格は２カ月のコースで２０万円から。 ・２０代後半の女性を中心に、２０～６０代の男女が指導を受けている。 ・指導料・加盟料は１００万円から。整体や筋トレの知識や経験に応じて異なる。	中部経済新聞	2018 年 5 月 4 日

（16分割表の10）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	ネスレ日本㈱ × ＬＩＮＥ㈱	アプリ利用者			「ウェルネスアンバサダー」 （食事写真をAIが栄養分析、アドバイスするアプリ）	・ネスレ日本は、無料通信アプリＬＩＮＥ（ライン）を活用し、食事の画像を送ることでカロリーや不足している栄養素などを無料で知らせるサービスを開始。 ・ＬＩＮＥの関連アカウントに登録し、画像を送ると、人工知能（ＡＩ）が自動で解析し、短時間でワンポイントアドバイスが返信。一食ごとのカロリーも表示される。 ・AIによる栄養価診断では、診断結果とともに不足する栄養素を補うドルチェ グスト用カプセルなど（ウェルネス アンバサダー商品）を提案する。 ・月に一度、ＤＮＡ検査や血液検査の結果に基づき、検査会社からの食事のアドバイスなどより詳細な助言を受けることもできる。対象は、栄養素入りの抹茶などが職場や自宅に届く特別な定期コースの加入者。（月額約8000円） ・外資系のアクサ生命保険と業務提携契約を結び、今後、新しい保険商品の開発などで連携。	宮崎日日新聞	2018 年 5 月 30 日
自治体×大学×企業	久山町 × 九州大学 × ㈱ＤｅＮＡ	町民			「ひさやま元気予報」 （健康診断結果データを入力で生活習慣病の発症リスクを予測）	・福岡県久山町と九州大、ＩＴ大手ディー・エヌ・エーは、健康診断のデータを入力すると生活習慣病の発症リスクを予測するソフト「ひさやま元気予報」を共同開発。当面は町民の健康づくりに生かすが、町民以外も利用できるようにスマートフォン用アプリも開発中。 ・元気予報に体重や腹囲、血糖値などのデータを入力すると、５年後、１０年後、１５年後の糖尿病と心血管病の発症確率が表示。天気予報のように晴れ、曇り、雨のイラスト付きで、同性・同年齢と比較した発症確率が１倍未満の場合は晴れマークになる。 ・高血糖などの危険因子も一目で分かる。禁煙や運動開始といった今後の目標を入力すると発症リスクが低下するので、生活改善のきっかけづくりにもなりそうだ。高血圧や認知症など、発症を予測する疾患を増やすことも検討。 ・ソフトの基礎になったのは、九大が久山町で１９６１年から続けている疫学調査。４０歳以上の全住民の健診データを蓄積している。	西日本新聞社	2018 年 4 月 21 日
企業	㈱ウィルモア	アレルギー患者			「アレルギーチェッカー」 （バーコードを読取で、アレルギー物質の有無や種類を表示するアプリ）	・ＩＴ企業「ウィルモア」は、包装に印刷されたバーコードをスマートフォンで読み取ると、アレルギー物質の有無や種類を表示する無料アプリ「アレルギーチェッカー」を開発。 ・国内で販売されている主要な食品に対応している。同社が運営する対応食品の検索サイト「クミタス」も、利用者数が伸びている。 ・管理栄養士は「アレルギー患者は子どもから大人までおり、症状も人それぞれ。対応食品が増え、自分の症状に合う食品が選べるようになるのは望ましい。 ・〈アレルギー物質２７品目〉かゆみや呼吸困難など食物アレルギー症状を引き起こす原材料のうち、発症数が多く重症化しやすい卵、乳成分、小麦、そば、落花生、エビ、カニの７品目について、食品表示法は「特定原材料」として加工食品に表示するよう義務づけている。イカや大豆などの２０品目も、可能な限り表示するよう推奨。	読売新聞本社・地域版	2018 年 4 月 14 日
企業	㈱ミールケア	園児・福祉施設・病院給食			「幼稚園への栄養士、調理師らの派遣」 （委託/受託給食サービス）	・ビュッフェレストラン「みーるマーマ」を経営するミールケアは、幼稚園を対象に県内外で給食の受託サービスも手がけ、国産野菜を使用し食育にも力を入れている。 ・長野市の幼稚園から『給食で差別化を図りたい』と依頼があり、園への栄養士、調理師らの派遣を開始。 ・また子供が給食を食べる前に、食べ物には旬があることを伝えたり、箸の使い方を教えたりしている従業員が好評を得ていると聞き、他の園でも始めた。 ・食育は給食の提供効率からいえば、無駄なことだが、結果的にライバルがいない業態ができた。従業員もやりがいを感じ、子供らに食の話ができるよう社員研修にも力を入れ、『考食師』という社内資格も作る。 ・直営、契約農園で甘いニンジンなど、子供が食べやすい野菜を作っている。調理ではだしにもこだわり、保護者の関心も高く、１５都府県の約３８０施設と契約。 ・受託先の園の保護者向けに、給食に使われた野菜や栄養価などが分かるスマートフォン用アプリの試験運用を開始。 ・給食を基に、お薦めの夕飯の献立やその調理方法も提案。たんぱく質グルテンを含まない商品の開発も手がけている。 ・給食に使っている商品の一般家庭向け販売にも力を入れる。		2018 年 4 月 11 日 読売新聞本社・地域版
企業	㈱ネグジット総研	薬局向け			「調剤くんV7」 （薬剤師・薬局をサポートする様々なツール）	・ネグジット総研の「調剤くんV7」は、変化する時代に対応した進化型レセコンをコンセプトに設計。各種データベースの拡充や豊富なオプション、タブレットへの対応など様々な機能を充実させ、変化する時代に対応しながら薬局業務を支援。 ・患者固有の情報や服薬指導内容など必要な情報を一元的に管理し、個々の患者に応じた服薬指導を支援する管理機能を充実。 ・また、処方箋に印字されているバーコードをスキャンするだけでスピーディーに患者頭書情報、処方箋情報が自動入力される「2次元バーコードくん」や、処方箋画像・調剤録画像に印字されたコードと該当患者を紐づけし、自動保存される「らくらく読み取りくん」などは、患者待ち時間の短縮や患者対応の時間を作れるなど、患者満足度の向上にも貢献。 ・連動するオプション機能も充実。電子薬歴システム「薬歴くん」には、服薬指導や問診に必要なPOS（薬剤別、疾患別）データベースを標準搭載。 ・日本語・英語版薬剤情報文書データ、OTC医薬品の添付文書、および医療用医薬品との相互作用、投与量・用法、小児・高齢者や妊婦・授乳婦に対する投与制限などの各種データベース（オプション）が用意。さらに、音声入力で薬歴を簡単に作成できる「ENIFvoiceSP+A」もある。 ・高い認識率で難しい医療用語や医薬品、在宅用語、栄養指導用語などもスムーズに音声入力が可能。手書き時に比べて		2018 年 3 月 28 日 薬事日報
企業	㈱メディカルネット		20～40代	女性	『美LAB.（ビラボ）』 （ダイエットと美容に関する専門サイトアプリ）	・歯科・美容などの専門領域におけるプラットフォーム事業を展開する株式会社メディカルネットは、ダイエットと美容に関する専門サイト「美LAB.（ビラボ）」のAndroid対応の公式アプリの提供を開始。 ・主に20～40代の美容や健康に関心の高い女性をターゲットとした情報サイト。iphoneアプリが好評を得て、Android向けにもサービスを拡大。 ・「美LAB.」では、ヨガやピラティスのインストラクター、ウォーキングトレーナー、エステティシャン、栄養士、ネイリストなど、総勢100人超（2018年2月時点）の美の専門家「美LAB.公式アンバサダー」が、専門家として正確性の高い情報を記事にして発信。 ・「読んで痩せる、キレイになれる」をコンセプトに、それぞれの専門家が長年の経験に基づいた技術と知識を提供している。 ・気になる記事は「お気に入り機能」で保存でき、いつでも自由に読め、保存記事を組み合わせることで自分独自のコンテンツとして有効活用できる。 ・例えば、ストレッチやエクササイズ記事を集めてオリジナルのダイエットプログラムとして活用、旬の食材を使った栄養と美容効果の高いレシピを献立拡充に活用、100均アイテムを使ったマッサージなど、自分の興味のある記事を集めて活用できるサイトとなっている。	美容経済新聞	2018 年 3 月 16 日

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	㈱ハカルス	企業向け			「HACARUS Fit Platform」 ハカルス 医療・ヘルスケア分野でのシステム開発発表	・株式会社ハカルス（京都府京都市）は、医療・ヘルスケア分野での利用にフォーカスしたシステム開発パッケージ「HACARUS Fit Platform」を発表。 ・HACARUS Fit Platform は、2016年に提供開始した自社開発のヘルスケアサービス「HACARUS Fit」の運用で培われた知見を、クライアント企業のシステムに活かすためのパッケージ。既存のHACARUS Fitはすでに、大手フィットネスクラブや、福利厚生サービスのスマートフォンアプリで採用されるなどの実績を持つ。 ・新パッケージは、機能単位で呼び出して使うことのできるAPI / SDK 、人工知能(HACARUS-X) を使ったデータ解析モデルの構築などが含まれ、オーダーメイドシステムの構築や既存のシステムとの連携も可能。 1) 要望を迅速かつ低コストで満たすことのできるツール・SDK・API - バイタルデータの取得・記録、- ウェアラブル端末との連携、- 食事・栄養・運動データの処理、- レセプトデータの処理、- レコメンデーション、- チャットやなどの遠隔コミュニケーションツール など、医療・ヘルスケア関連システム構築に必要な機能を、モジュール単位で容易に利用可能。 2) ヘルスケアサービス開発で培った豊富な実績と知識 3) 人工知能キット HACARUS-Xとの連携で高度な解析と予測が可能	美容経済新聞	2018 年 3 月 15 日
協会けんぽ	富山支部	社員			遠隔面談で特定保健を指導 協会けんぽ富山 スマホなど活用	・全国健康保険協会（協会けんぽ）富山支部は、メタボリック症候群の社員らを対象とする特定保健指導で、保健師らがスマートフォンなどを通して生活習慣の改善を指導する「遠隔面談」、全国健康保険協会富山支部提供を本格化。 ・支部では保健師や管理栄養士が事業所に出向いて特定保健指導を行っているが、社員との面談時間の調整が難しいケースも多く、昨年度の指導実施率は１５・５％にとどまっていた。 ・遠隔指導では、専用アプリを導入したスマートフォンやタブレット端末を使用。画面を通して会話する仕組みで場所にかかわらず指導を受けられる。 ・トナミ運輸（高岡市）では長距離運転や夜勤などで面談が難しいドライバーが指導を受けやすくなった富山銀行も導入。 ・富山支部には県内約１万８９００事業所の約４１万人が加入。担当者は「ＩＴで生活習慣の改善を推進したい」と話す。	北國・富山新聞	2018 年 12 月 15 日
企業	日清オイリオグループ㈱	アプリ利用者			「バランス日記～10食品群チェック～」（栄養バランス改善に食品群を手軽にチェックするアプリ）	・東京都健康長寿医療センターと共同でスマホ向け無料アプリ「バランス日記～10食品群チェック～」を開発し、公開。 ・栄養バランス改善に有効な食品群を手軽にチェックすることが可能で、製油メーカーでの食生活改善アプリの製品化は業界初。 ・食を取り巻く問題は近年多様化し、食の乱れに由来する子どもの肥満や痩せ、若年女性やシニア世代での低栄養、中高年期のメタボなど、各ライフステージにおいて多くの課題を抱える。いずれも解決には期間を要するといわれるが、共通の原因の一つに「食のバランスの乱れ」が挙げられるという。 ・これらを背景に、商品を通じて生活者の各ライフステージで「健康とエネルギーを生むチカラ」を提供することを推進。食に関する重要な「3つのバランス」として、（1）食事と運動のバランス（2）栄養のバランス（3）油のバランス--を掲げ、ホームページやセミナーなどで発信。 ・16年からは鈴鹿医療科学大学・鈴鹿市との産学官連携を開始し、MCTオイルを含む多様な食材摂取が栄養状態改善につながることを確認。 ・アプリで提供する「10食品群チェック」は、同取組みで得られた結果や考え方をベースに東京都健康長寿医療センターが考案。10食品群は肉類・魚介類・卵・大豆製品牛乳乳製品・海藻類・緑黄色野菜・果実類・芋類・油脂類を意味し、食生活改善を手軽にできるスマホアプリとして提案。	日本食糧新聞	2018 年 11 月 21 日
企業×県	㈱そごう・西武 × 神奈川県	利用顧客			「ｂｅａｕｔｙ２４」（神奈川県の健康管理アプリ「マイＭＥ―ＢＹＯカルテ」と連動させ、未病改善に取り組むアプリ）	・そごう・西武は、美と健康を維持して理想の自分に近づくための無料アプリ「ｂｅａｕｔｙ２４」の配信を開始。 ・ｂｅａｕｔｙ２４は、スマホのカメラに指を当てて血流を読み取り、交感神経（アクティブ）と副交感神経（リラックス）のバランスを測定できるほか、健康診断のデータを入力すると健康年齢を算出する。 ・入力したデータは本人の同意を得て神奈川県が運営するマイＭＥ―ＢＹＯカルテにバックアップされ、災害時の備えにもなる。 ・睡眠時間や睡眠の質を測ったり、食事の内容を記録して栄養バランスと摂取カロリーを提示したりする新機能が加わる予定。ウオーキングの歩数を記録して消費カロリーを算出したり、個々にアドバイスをしたりする機能を付加した有料版の配信も計画。 ・そごう・西武は社員らに普及させて健康経営に取り組み、県はデータの共有によって「マイＭＥ―ＢＹＯ」ともデータを連動させ、未病改善に取り組む。 ・県主催の「未病産業研究会」の会員企業の製品をそごう横浜店で期間限定販売や、「神奈川ＭＥ―ＢＹＯスタイルアンバサダー」が食や運動に関するセミナーを開き連携を進めていく予定。	毎日新聞-地域版	2018 年 11 月 1 日
海外フランス企業	Ｙｕｋａ	アプリ利用者			「Ｙｕｋａ」（食品のバーコードから「健康レベル」を図るアプリ）	・フランスのベンチャー企業が開発した無料アプリ「Ｙｕｋａ」 ・バーコードをスキャンすると、１秒ほどで食品分析をする。栄養素なども細かく分析して商品を勧めてくれ、添加物の危険度レベルを3段階で知る事ができる。 ・評価は４段階のみで、食品の分析結果は、緑・薄緑・オレンジ・赤の4色と点数で別けられる。（●Excellent（非常に良い）●Bon（良い）●Médiocre（普通）●Mauvais（悪い）） ・過去1か月に摂取した食品の評価を円グラフで表示され、緑・薄緑の割合が多くなるように目指せる。 ・またスキャンした商品の一覧で再確認もできる。 ・このアプリの最大のポイントが、おススメの代替え食品を教えてくれること ・化粧品にもサービスの幅を広げる（現在、フランス語と英語を中心に、EU諸国やイギリス、北米地域において商品データベースを拡張）	エムデータＴＶウォッチ大阪版	2018 年 10 月 5 日
企業	味の素㈱				「アミノインデックス」（少量の採血で自分のがんの可能性を知る検査）	・手軽に自分のがんの可能性を知りたい。調味料大手「味の素」の研究所が開発したリスク評価検査「アミノインデックス」。 ・少量の採血で、胃や肺、大腸、膵臓（すいぞう）の各がんのほか、乳がんや子宮・卵巣がん、前立腺がんの可能性を評価。 ・開発者んは「血液中の２０種類のアミノ酸濃度のバランスをみて健康状態を判断する」と説明。 ・分析計測機器大手「島津製作所」と共同開発し、７分間で３０種類のアミノ酸類の分析が可能な装置を完成したが、分析会社から「血液が低温保存されていないためアミノ酸が変化している可能性がある」と指摘。１分単位で壊れていくアミノ酸の存在を初めて知る。 ・冷凍機メーカー「カノウ冷機」を県から紹介され、採血管２０本を０度近くまで急速に冷却し、長時間持続させるクーラーボックスを共同開発。この指標で胃がんの可能性を指摘された９８人中１人が実際に胃がん。それ以外の人も萎縮（いしゅく）性胃炎などを患い、がんの予備軍と判明。 ・「４年以内に糖尿病を発症するリスク」「血液中の栄養状態（アミノ酸レベル）」を評価する指標を新たに追加し、血糖値は正常でも糖尿病患者と同じアミノ酸分布の人がいることが分かり、また、高齢者や過激なダイエットを続ける人の「たんぱく質不足」も発見した。	読売新聞本社・地域版	2018 年 10 月 18 日

（16分割表の12）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	㈱キッチハイク	アプリ利用者	30～40代		「KitchHike」（作る人、食べる人のマッチングアプリ）	・運営会社「キッチハイク」は２０１２年に創業。社名には、見知らぬ人の車に乗せてもらうヒッチハイクをキッチンでする、との意味を込めた。 ・クックがサイトにご飯会の予定を掲載し、ハイカーは気に入ったものがあれば参加。１３年の開始当初は旅行者の利用を想定していたが、１６年４月から日常の食事に対象をシフト。現在では約３万人が登録し、これまでに約２万５０００食をマッチングした。利用者の中心は３０代。 ・飲食業を営むには許可が必要だが、ご飯会は料理教室の延長線上と位置づけ、だれでも調理できるようにしている。 ・自由にメニューを設定できる従来のコースに加え、昨年９月、食材宅配「ヨシケイ」の食材キットを使った「みんなの食卓」を東京都限定で始めた。参加費は１回１９００円で、月に１００回は開かれる。この日のご飯会も食材キットを活用。 ・事前に調整しなくても予定が合う人だけ集まる気軽さが魅力。煩わしさがないのがいい。ただ、誰かと一緒の食事の意味は大きいと考えている。 ・創業者がこだわるのはみんなで食べる場の創出だ。目指すのは、外食や中食、内食に並ぶ「みん食」という新しい文化の定着。ネットが入り口だと警戒する人もいるが、顔が見える関係で一緒に食べることが安全を担保すると考えている。需要は増えるはずと力を込める。	毎日新聞-朝・夕刊	2018 年 10 月 10 日
企業	ｆｏｏ．Ｌｏｇ㈱	減量者向け			「FoodLog」（写真でカロリー管理）	・料理の画像を解析し、カロリーを算出する無料のアプリ「ＦｏｏｄＬｏｇ（フードログ）」は、食事のエネルギー量を気にする人やダイエットしている人に人気。 ・食前にスマホで撮影し、アプリを起動すると写真がピックアップされ、画像を認識して１つずつ料理が何であるかを推定、候補が表示。 ・料理名や分量を特定するとカロリーが計算される。１日のカロリーを集計・管理。 ・今は日本人の食生活に合わせた料理のデータベースになっている。将来は海外の食事にも対応するようにしたい	産経新聞大阪本社版	2018 年 1 月 12 日
企業	㈱ディーグリーン	離乳食			「ｍｏｇｃｏｏｋ」（紀北町周辺の新魚を、離乳食用に加工して発送するサービス）	・紀北町周辺の新鮮な魚を、離乳食用に加工して発送するサービス「モグック（ｍｏｇｃｏｏｋ）」 ・モグックは「もぐもぐ（食べる）」と「ｃｏｏｋ」を組み合わせた造語で、同町のホームページ制作会社「ディーグリーン」が２０１４年夏から運営。 ・同町周辺の水産加工場と契約。骨が少ない魚を乳児用にカットし、火を通して真空パックに詰め、冷凍でネット販売。 ・乳児を対象に１パック１０グラムの切り身を、毎月２９８０円で１５個。扱う魚は約３０種類。イサキやアジに加え、イラ、カゴカキダイという珍しい魚もある。 ・栗原さんの助言で、魚の皮は取っていたが皮と身の間にある脂に栄養が詰まっているため、つけたまま発送。商品に同封する離乳食レシピの写真やデザインも変更。 ・毎日、写真投稿アプリのインスタグラムで、「ポテトと魚のピザ」などユニークな離乳食レシピを紹介して発信を強化。 ・甘酒や萬古焼の食器など、魚以外の商品も増やしている。 ・モグックの売り上げは年２０％ずつ伸び、昨年度は約１千万円。顧客は首都圏が５割。	朝日新聞	2017 年 9 月 4 日
病院	伊賀市立上野総合市民病院 × 味の素	がん患者			「在宅がん患者の食事支援アプリ」（食事、体調管理、相談などできるアプリ）	・がん患者への食事療法に取り組んでいる伊賀市立上野総合市民病院が、タブレットを使った在宅がん患者の食事支援を試み。 ・大手食品会社「味の素」と連携した計画は国の認定を受け、2018年３月までに患者計３０人に試して効果や実用化の可能性を検証。 ・試験は、味の素の食事支援アプリを導入したタブレットを在宅患者に最長３カ月間貸与し、体温、血圧、体重などのデータのほか食事量、抗がん剤の服用状況、口内炎や手足のむくみ、吐き気など副作用の有無を含めた身体状態を毎日記録してもらう。 ・記録されたデータをもとに、味の素側の管理栄養士がメールで、患者の食欲に合わせたメニューや食べ方を週１回提案。市民病院の医師や看護師、栄養士らも端末を使って患者の状態をいつでも把握が可能。 ・操作は、食欲不振などの入力は「ない」「少しある」「ある」のアイコンから選択。気になる事柄の書き込みや画像の添付も可能。 ・３週間に１度のペースでしか来院しない患者は、病院が自分の体調を把握しているという安心感やメール受信が孤独感を軽減し、ＱＯＬ（生活の質）の向上につながる。患者も日々の体調を客観的に判断でき、心の落ち込みや不安をコントロールできるようになる好影響もみられた。	朝日新聞	2017 年 8 月 31 日
企業	ゼビオホールディングス㈱ × ㈱フィッツプラス	利用顧客			「Ｄｉｅｔ　Ｐｌｕｓ　ラボ」（店内にて顧客に食生活など助言、アプリで食事トレーニング）	・大型スポーツ専門店展開しているゼビオは、管理栄養士による食事トレーニングアプリを運営するフィッツプラスと協業した店舗「Ｄｉｅｔ　Ｐｌｕｓ　ラボ」を千葉県船橋市内のスポーツ専門店内に開設。 ・管理栄養士の資格を持つトレーナーが店内で、顧客の食生活などについて助言。 ・ゼビオでは、医薬品やサプリメントを取り扱うドラッグストアや、トレーニング器具や体作りアイテムをそろえるコーナーなど、健康分野におけるサービスを強化。 ・一方、フィッツプラスは、管理栄養士による店舗での対面カウンセリングと、アプリでの毎日の食事指導を組み合わせた食事トレーニングを提供。 ・店舗は東京都内に２店舗あり、２万人以上の顧客のダイエットを支援している。 ・ゼビオでは、スポーツ店内にラボを開設することで、「食」と「運動」の両面から健康的な身体作りを支援する態勢を整えた。	フジサンケイビジネスアイ	2017 年 8 月 1 日
病院×企業	飯塚病院 × LINE㈱		若い世代～高齢者	女性	ＬＩＮＥで情報配信（アプリで医療・健康やイベントなどを配信）	・飯塚市芳雄町の飯塚病院が、がんや女性特有の病気、子どもの病気など医療・健康に関する情報を毎週水曜日に無料通信アプリＬＩＮＥ（ライン）で配信。 ・登録無料で、若い世代から高齢者まで広く活用を呼び掛けている。 ・広報誌やホームページ（ＨＰ）でイベント情報などを配信しているが、多くの人に直接情報を届けられるよう、同病院が運営するサイトの記事の配信を開始。 ・子宮筋腫など女性特有の病気や妊娠、出産などについて症状や予防法、医師からのアドバイスを掲載する「ピカラダ」の記事や、ぜんそくや不整脈などについて医師や管理栄養士などの専門職が監修した「Ａｃｈ　Ｓｏ！（アッソー）」の情報を配信。健康講座案内などのイベント情報も紹介している。	西日本新聞社	2017 年 7 月 19 日

（16分割表の13）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	㈱クルール・プロジェ	育児中の母親		女性	「ベビクル」（出産や育児に関する行政情報の配信や妊娠の経過などを記録）	・育児中の母親向けフリーペーパーを刊行するクルール・プロジェは宇都宮市など県内の市町と連携し、出産や育児に関する行政情報の配信や妊娠の経過などが記録できるスマートフォン用無料アプリ「ベビクル」の提供を開始。 ・開発したシステムソリューションセンターとちぎによると、企業のアプリで自治体の子育て情報が配信されるのは県内初。 ・アプリは妊婦から０～２歳児の母親向け。利用者が居住市町を登録すると、その市町で開かれるパパママ教室や予防接種などの行政情報が自動配信。 ・配信が決定の市町は宇都宮、足利、栃木、佐野、日光、那須烏山、下野、上三川、益子、市貝、壬生、那須の７市５町。今後、他の市町とも連携を進める。 ・このほか、妊娠中の体重管理の記録や日記、エコー写真を保存するアルバム機能、育児用品の購入記録、悩みに対して助産師や栄養士など専門家や先輩ママらが回答する質問コーナーなども設置。 つわりや育児で大変な時にも、地域の出産や育児の情報がスマートフォンで自動的に得られる。地域とつながってもらい、妊娠や育児に対する不安を解消してほしい。 ・宇都宮市の担当者は「若い世代は市の広報紙が届かない人も多く、情報発信が課題だったが、行政情報を配信してもらえるのは助かる。	下野新聞	2017 年 5 月 29 日
企業	損保ジャパン日本興亜ひまわり生命㈱	契約者・一般消費者			「リンククロス　レコ」（体型改善を目的） 「リンククロス　アルク」（散歩アプリ）	・損保ジャパン日本興亜ひまわり生命は、ダイエットアプリ「リンククロス　レコ」と散歩アプリ「リンククロス　アルク」の提供を新たに開始するとともに、健康情報アプリ「リンククロス　シル」をバージョンアップ。 ・「リンククロス　レコ」は、体型改善を目的として、ウオーキングや食事内容を記録。毎日簡単なタスクを実行することで、健康的な生活習慣への行動変容を促す。ペアリング機能で、二人だけの専用トーク機能を用いて互いのタスク状況を確認し合え、パートナーや友人など二人で共に生活習慣改善に取り組める。 ・また、人間の生態リズムの視点で食事の時間を考える「時間栄養学」の観点から、利用者に最適な食事タイミングのアドバイスも提供。 ・毎日のタスクは①歩く②食事③体重の記録④日替わりタスクーの四つを行うだけのシンプルなメニュー構成。タスクを達成、取り組めないときはスキップできる。 ・アプリでは管理栄養士監修の健康献立を毎日配信。３６５日、季節の食材を用いた異なる献立が配信され、楽しみながら健康的な食事が取れる。 ・「リンククロス　アルク」は、「毎日」「無理なく」「楽しく」「歩く」ことを目的とした散歩アプリ。Ｆｉｔｂｉｔ社製のウエアラブル端末と連携させより詳細なデータを記録。 ・「リンククロス　シル」のバージョンアップでも同様に、Ｆｉｔｂｉｔ社製ウエアラブル端末との連携を可能。会員登録によりウエアラブル端末での歩数管理が可能。	保険毎日新聞	2017 年 4 月 18 日
企業	ライフログテクノロジー㈱ × ガーミンジャパン㈱	アプリ利用者			「カロミル」（自動で運動記録を取得）	・ライフログテクノロジーは、ヘルスケアアプリ「カロミル」において、ガーミンジャパン㈱の提供するオンライントレーニングアプリ「Garmin Connect™」と連携。 ・「カロミル」は、日々の食事や運動の記録・管理が簡単に行える健康管理アプリ。食事管理は、自炊・外食にも対応し、カロリー・脂質・糖質等のさまざまな管理が可能。運動管理は約60種類の運動に対応し、消費カロリーの管理が可能。ダイエットや健康管理での利用はもちろん、一日の栄養素がレーダチャートで確認ができ、糖尿病をはじめ腎臓病の人の栄養管理などでも使用。 ・Garmin Connectは、Garminが提供するさまざまなスマートアクティビティトラッカーのデータ記録・管理を行うサービス。GPSを内蔵し、ランニングやウォーキング等アクティビティ中に、距離・時間に加え、スピードやペースも計測することできるなど、正確なアクティビティの記録を行うことが可能で、スポーツマンに人気。 ・「Garmin Connect」との連携により、アクティビティトラッカーを通して記録された歩数データ、消費カロリーデータをGarminが提供するSDK/APIを経由して、カロミルが自動的に取得。ユーザーはこれまで手動で入力していた運動記録が自動的にカロミルに記録できて、運動記録がこれまで以上に容易になる。	美容経済新聞	2017 年 12 月 7 日
企業	ＳＢＩ生命 × ㈱ＦｉＮＣ	保険加入者			「ＦｉＮＣ　ｆｏｒ　ＳＢＩ生命」（生活習慣改善アプリ提供、人工知能による姿勢分析機能搭載）	・人工知能による姿勢分析機能が搭載された健康管理や生活習慣改善のためのアプリ「ＦｉＮＣ　ｆｏｒ　ＳＢＩ生命」を、同社の保険加入者全員に無料で提供開始。ヘルステックベンチャーの株式会社ＦｉＮＣが開発。 ・スマートフォンを利用して歩数や睡眠時間、体重などのライフログの蓄積ができる他、管理栄養士やトレーナー、医師、薬剤師等の専門家に、腰痛・膝痛等の肉体的疾患や食事・生活習慣改善について健康相談することが可能。また、人工知能を活用して一人一人の健康状態や生活習慣に合わせた改善を提案。 ・姿勢分析機能は、アプリ内で写真を撮るだけで人工知能が姿勢分析を行い、改善アドバイスを行う。 ・身体的疾患による運動量の低下や心理状態の悪化は生活習慣病を引き起こす要因にもなり得るため、アプリで姿勢の分析を簡単に行え、人工知能によるアドバイスを充実させることで、健康管理や疾患予防に役立てることができるようになった。 ・アプリの初回ログイン後にウェルネスセレクトショップ「ＦｉＮＣモール」で利用できる５００円相当のポイントを付与する他、体重や睡眠時間等のライフログの入力や歩数に応じてポイントを付与。たまったポイントでヘルスケア・美容分野の商品を購入できる。	保険毎日新聞	2017 年 12 月 20 日
	尼崎市公設地方卸売市場の老舗仲卸業者 × 「子ども食堂」の運営団体	子供	子供		「（子ども食堂）食材提供」（LINEで無償提供）	尼崎市公設地方卸売市場の老舗仲卸業者が、食事を無料または低料金で提供する「子ども食堂」を運営する団体と無料通信アプリ「ＬＩＮＥ（ライン）」でグループをつくり、食材の無償提供を開始。 ・品質に問題はないが売り物にできない食材を回し、子ども食堂を支えようと、市も一役買った。 ・貧困などを背景に子どもが一人で食事する「孤食」が増え、育ち盛りに栄養バランスが崩れがちな子どもが増えている。こうした子どもに無料・安価で食事を提供するために子ども食堂は始まったが、今では一人暮らしの高齢者も利用。 ・誰にでも開かれた地域交流の場となっているが、子ども食堂はボランティア運営。限りなく安く食材を確保するには、と日々悩んでいるのが現実。 ・出荷できない根菜類を加工食品などに回してきたが、品質に問題はない。このため、「野菜そのものを喜んで食べてもらえるなら」と子ども食堂に提供しようと考えのがきっかけ。卸売市場を管理する市に申し出て、市が子ども食堂側に橋渡しラインのグループをつくった。	毎日新聞-地域版	2017 年 11 月 30 日
企業	㈱日立製作所				「MyLifePal」（企業の働き方改革・健康経営を支えるアプリ）	・株式会社日立製作所は、このたび、スマートフォン向けのヘルスケアアプリケーション「MyLifePal」を開発。 ・利用者の日常生活に寄り添って、Quality of LifeとQuality of Work両方の向上を支援することを目的。 ・利用者の睡眠や食事に関する健康データを管理できるほか、日立の顔画像解析技術により、脈拍やストレス度を計測することも可能。 ・専門の管理栄養士や美容コンサルタントの監修のもと、女性利用者のニーズが高い食事や美容に関するコンテンツを充実。 ・利用者の健康データをもとに、おすすめの食材をお知らせしたり、美容コンサルタントが、コスメ・美容の総合サイト「@cosme」からお薦めの記事を配信。おすすめの食材を利用した料理のレシピは、キユーピー株式会社が提供するレシピサイト「とっておきレシピ」から検索可能。 ・長期にわたり簡便に利用できるよう、スマートフォンに搭載された機能で歩数や睡眠時間などを自動的に計測するとともに、日立独自の顔画像解析技術により、スマートフォンで顔を撮影するだけで、脈拍やストレス度を測ることも可能。 ・その日の調子や疲労感を対話形式で気軽に入力することが可能で、利用者の健康データを、本アプリでトータルに管理ができる。	JCN Newswire	2017 年 11 月 29 日

（16分割表の14）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	第一生命保険㈱	健診結果対象者			「健康第一」 （健診結果、アプリが健康指南	・健康診断の結果に難解な検査値がずらりと並んでいて、数値の分かりにくいことを解消した、スマートフォンの無料健康支援アプリ「健康第一」 ・健康診断書の結果にカメラをかざすだけで、数値が“危険水域”なのかを自動で読み取って認識し、生活改善などの提案をしてくれる。 ・診断書を読み込むと「肝臓弱り気味」や「メタボ」など、９つのタイプを判定するほか、自分の体が何歳に相当する状態なのかも知らせてくれる。 ・撮った顔写真に、加齢と飲酒・喫煙習慣がもたらす影響や白髪といった見た目の変化をシミュレーションしてくれる“お楽しみ”の要素もある。 ・保険加入者とその家族はプレミアムメニューも利用でき、健康診断の結果から、課題を選んで手軽に取り組める生活改善計画や、タニタ食堂のレシピ配信をはじめ、食事の際に目の前に並ぶご飯やおかずをカメラで写せば、その画像をもとに摂取カロリーや栄養素の目安も算出。 ・医師や看護師などの資格を持つ専門相談員らが常時電話で日常の健康相談などに乗ってくれるサポートも受けられる。 ・ダウンロード数も７６万を超え好調。グーグルプレイやアップストアからダウンロード可能。	産経新聞東京本社版	2017年11月24日
個人	管理栄養士（酒井佑佳さん）	アレルギー患者、制限食患者向け			「米粉パンのレシピ」を発信 （SNSやブログで発信、パン教室開催）	・小麦や乳、卵のアレルギーがある子どもにおいしいパンを食べさせたい。そんな親たちの思いをかなえようと、２６歳の管理栄養士が米粉を使ったパンのレシピをＳＮＳやブログで発信。ＳＮＳには延べ約５千人が登録。パン教室に通うことができない親たちに好評。 ・長久手市の酒井さんは、写真投稿アプリの「インスタグラム」や「ＬＩＮＥ@」で出来上がりの写真やレシピを無料配信しているほか、有料（月５千円）のクッキング動画を会員制ブログで配信。 ・ふつうの米粉パンだけではなく、総菜やクルミが入ったパンや、豆乳を使ったカスタードクリームが入ったパンなど、アレルギーがある人向けに、牛乳や卵も使わないオリジナルのレシピは約４０種類以上。 ・ネット配信のほか、名古屋市中区で対面の料理教室も開催。小麦のパン教室を月１回ほど開いていたが、母親が糖尿病で制限食となったことをきっかけに、米粉パン専門の教室に衣替え。評判を聞きつけた保育園などから依頼があり、出張でパン教室も開いている。	朝日新聞	2017年11月11日
企業	㈱グローバルキッズ	育児中の家庭			「HAPIKU」 （保育事業者初の子育て情報Webマガジン）	・保育事業者初の子育て情報Webマガジンとしてスタート。 ・乳幼児を育児中のご家庭を対象に、食育を中心として子育てが楽しくなるコンテンツを毎日配信。 ・子どもも大人も自分らしく楽しく暮らせる社会を目指して、頑張っているママ・パパの気持ちに寄り添い「がんばらなくて大丈夫！」「子育てを一緒に楽しみましょう」というメッセージを伝えたい、という思いから誕生したHAPIKU。 ・グローバルキッズで働く保育士、栄養士、調理師等のプロフェッショナルたちが現場で培った知恵や技で構成される良質なコンテンツで、子ども達を支えるママ・パパたちを応援。 ・今後は食育だけでなく、子育ての総合情報サイトとして、また現役保育士にも役立つコンテンツも充実させ、さらに幅広く展開していく。	共同通信ＰＲワイヤー	2017年10月25日
企業	㈱NTTドコモ	ドコモ契約者			「dヘルスケアパック」 (4つの健康サポートサービスでｄポイント付与)	・ドコモは、新サービス「歩いておトク」など計4つの健康サポートサービスをまとめた「dヘルスケアパック」を発表。 ・dヘルスケアパックは、「歩いておトク」「からだの時計 WM」「カラダのキモチ」「Runtastic for docomo」の4つのサービスをまとめて契約できるサービス。 ・それぞれのサービスを個別に契約すると合計月額1250円（税別、以下同様）かかるところ、月額500円で利用可能で、契約者は提供企業のサービスや製品の割引がある。（例：オムロンヘルスケアの活動量計やねむり時間計、ドコモ・ヘルスケアの「ムーヴバンド3」を優待価格で購入可能） ・歩いておトクは、スマートフォンで日常の歩数を計測し、国内外の観光地を巡るバーチャルツアーを歩数に応じて進むことでdポイントをためることができるサービス。 ・毎日7000歩程度を歩くと、dポイントが月に500ポイント程度たまるという。また、ドコモの活動量計「ムーヴバンド2」「ムーヴバンド3」を連携させることで、ツアーゴール時に追加でdポイントが得られる。 ・dヘルスケアパックを契約せずに、個別で契約した場合の月額は300円となる。 ・dヘルスケアパックと歩いておトクの提供開始日は、ともに4月19日から。開始当初はドコモユーザーのみ利用可能。	ITmedia Mobile	2016年4月4日
企業	タイヘイ㈱	1日1200～1800kcalのエネルギー調整食が必要な人			「ヘルシー御膳」とアプリ「カロナビ」がセットの「ヘルシー御膳カロリーコントロールセット」発売 （写真撮影でカロリーチェックや栄養士に相談できる）	・バランス良くカロリーを抑えた夕食と、1日のカロリー摂取量を栄養士がチェックする「ヘルシー御膳カロリーコントロールセット」を発売。 ・同セットは、1食200kcal前後で栄養バランスを考慮した日替わりのおかずセット「ヘルシー御膳」と、写真を撮るだけでカロリーが分かるクオリア社のアプリ「カロナビ」がセット。 ・通常の食事のうち夕食をヘルシー御膳に置き換え、そのほかの食事はアプリで写真を撮るだけで栄養士がカロリーをチェックし、コメントとともに1日の合計摂取カロリーを連絡。カロリーを計算する栄養士への栄養相談も可能。 ・コースは1週間に1度、6食分が冷凍で届き、カロナビが1週間利用できる「6日間お試しコース」と、ヘルシー御膳24食とカロナビが4週間利用できる「4週間チャレンジコース」の2種類。いずれもタイヘイの通販サイトから購入可能。	日本食糧新聞	2016年11月25日
企業	ホクノー	病院患者			病院食販売	・ホクノーが拠点を置く地域は４０年以上前に建てられた団地が多く、住民の高齢化率が４０％を超え人口減少が進んでいる。 ・全国１６０以上の国立病院と提携し病院食のレシピを配信するサイトを運営するグローカルアイと契約し、病院の許可を経てレシピを使った商品を販売 ・病院食をベースにした食事は１食５００円程度で今月の販売開始が決定。さらに病院食の宅配サービスを来年のスタートを目指し検討。 ・ホクノーはこの事業で年間１億円の売り上げを狙う。	ＴＶエキスプレスサーチ-中京版	2016年10月5日

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	㈱グローバルキッズ	育児中の家庭			「HAPIKU」（保育事業者初の子育て情報Webマガジン）	・保育事業者初の子育て情報Webマガジンとしてスタート。 ・乳幼児を育児中のご家庭を対象に、食育を中心として子育てが楽しくなるコンテンツを毎日配信。 ・子どもも大人も自分らしく楽しく暮らせる社会を目指して、頑張っているママ・パパの気持ちに寄り添い「がんばらなくて大丈夫！」「子育てを一緒に楽しみましょう」というメッセージを伝えたい、という思いから誕生したHAPIKU。 ・グローバルキッズで働く保育士、栄養士、調理師等のプロフェッショナルたちが現場で培った知恵や技で構成される良質なコンテンツで、子ども達を支えるママ・パパたちを応援。 ・今後は食育だけでなく、子育ての総合情報サイトとして、また現役保育士にも役立つコンテンツも充実させ、さらに幅広く展開していく。	共同通信ＰＲワイヤー	2017 年 10 月 25 日
企業	㈱NTTドコモ	ドコモ契約者			「dヘルスケアパック」（4つの健康サポートサービスでｄポイント付与）	・ドコモは、新サービス「歩いておトク」など計4つの健康サポートサービスをまとめた「dヘルスケアパック」を発表。 ・dヘルスケアパックは、「歩いておトク」「からだの時計 WM」「カラダのキモチ」「Runtastic for docomo」の4つのサービスをまとめて契約できるサービス。 ・それぞれのサービスを個別に契約すると合計月額1250円（税別、以下同様）かかるところ、月額500円で利用可能で、契約者は提供企業のサービスや製品の割引がある。（例：オムロンヘルスケアの活動量計やねむり時間計、ドコモ・ヘルスケアの「ムーヴバンド3」を優待価格で購入可能） ・歩いておトクは、スマートフォンで日常の歩数を計測し、国内外の観光地を巡るバーチャルツアーを歩数に応じて進むことでdポイントをためることができるサービス。 ・毎日7000歩程度を歩くと、dポイントが月に500ポイント程度たまるという。また、ドコモの活動量計「ムーヴバンド2」「ムーヴバンド3」を連携させることで、ツアーゴール時に追加でdポイントが得られる。 ・dヘルスケアパックを契約せずに、個別で契約した場合の月額は300円となる。 ・dヘルスケアパックと歩いておトクの提供開始日は、ともに4月19日から。開始当初はドコモユーザーのみ利用可能。	ITmedia Mobile	2016 年 4 月 4 日
企業	タイヘイ㈱	1日1200～1800kcalのエネルギー調整食が必要な人			「ヘルシー御膳」とアプリ「カロナビ」がセットの「ヘルシー御膳カロリーコントロールセット」発売（写真撮影でカロリーチェックや栄養士に相談できる）	・バランス良くカロリーを抑えた夕食と、1日のカロリー摂取量を栄養士がチェックする「ヘルシー御膳カロリーコントロールセット」を発売。 ・同セットは、1食200kcal前後で栄養バランスを考慮した日替わりのおかずセット「ヘルシー御膳」と、写真を撮るだけでカロリーが分かるクオリア社のアプリ「カロナビ」がセット。 ・通常の食事のうち夕食をヘルシー御膳に置き換え、そのほかの食事はアプリで写真を撮るだけで栄養士がカロリーをチェックし、コメントとともに1日の合計摂取カロリーを連絡。カロリーを計算する栄養士への栄養相談も可能。 ・コースは1週間に1度、6食分が冷凍で届き、カロナビが1週間利用できる「6日間お試しコース」と、ヘルシー御膳24食とカロナビが4週間利用できる「4週間チャレンジコース」の2種類。いずれもタイヘイの通販サイトから購入可能。	日本食糧新聞	2016 年 11 月 25 日
企業	ホクノー	病院患者			病院食販売	・ホクノーが拠点を置く地域は４０年以上前に建てられた団地が多く、住民の高齢化率が４０％を超え人口減少が進んでいる。 ・全国１６０以上の国立病院と提携し病院食のレシピを配信するサイトを運営するグローカルアイと契約し、病院の許可を経てレシピを使った商品を販売 ・病院食をベースにした食事は１食５００円程度で今月の販売開始が決定。さらに病院食の宅配サービスを来年のスタートを目指し検討。 ・ホクノーはこの事業で年間１億円の売り上げを狙う。	ＴＶエキスプレスサーチ-中京版	2016 年 10 月 5 日
企業	シミックホールディングス（ＨＤ）子会社のヘルスクリック	健康組合			「ターゲティングＤＴＣ（ダイレクト・トゥー・コンシューマー）」（施策と製薬会社とをマッチング）	・ヘルスクリックは、健康保険組合を対象にしたサービス「ターゲティングＤＴＣ（ダイレクト・トゥー・コンシューマー）」を開始。 ・同サービスは、健保組合や製薬会社からのニーズに対し、新たなサービスを提供。施策と製薬会社とをマッチングさせることで、製薬会社はターゲットとした人（患者）に疾患啓発ができ、その後の行動変容がレセプトで確認できる。 ・健保組合にとっても、重症化の防止が期待でき、製薬会社側は治療の継続による処方数の維持が見込まれる。 ・データヘルス計画の施策を実行しながら、データの利活用を行い、サービスにかかる費用は製薬会社が負担するというビジネスモデル。 ・同社は、病院や薬局などの検索や、栄養補助食品（サプリメント）情報などを扱ったポータルサイト「ｈｅａｌｔｈクリック」を運営。 ・月間ユニークユーザーは約１３０万人、月間ページビューは約３５０万ページ。	日刊工業新聞 News ウェブ 21	2016 年 10 月 24 日
企業	ローソン	社員			「ヘルスケアポイント」（健診結果チェックやレク参加でpontaにポイントが付与）	・コンビニ大手のローソンでは「ヘルスケアポイント」制度を開始。健康診断結果のチェックで１０００ポイント、健康につながる行動の宣言によって１０００ポイント、社内外の健康イベントやレクに参加すれば２００ポイントというように電子マネー「Ｐｏｎｔａカード」にポイントがたまる仕組み。１ポイント＝１円で通常の電子マネーとしてコンビニなどで使える。 ・「マチの健康ステーション」を掲げる同社では、２０１３年から社員の健康診断受診率１００％を目指し、健康診断を受けなかった従業員とその上司のボーナスを減らす取り組みで先行。積極的な健康への意識を高めるために、特典を与える方式も追加し、「アメとムチ」で健康経営を進める。 ・ローソンの健保組合は、ヘルスケアポイントは全社員がフルに活用しても年間７０００万円。人工透析を余儀なくされる社員を少なくできるのならば、「投資効果は大きい」とみる。	フジサンケイビジネスアイ	2015 年 7 月 8 日

（16分割表の16）

主体者	運営企業	対象者	年代	性別	商品・サービス	概要	参考・出所	参考・出所記事日付
企業	タニタ×群馬県中之条町の四万温泉協会と県観光物産国際協会	観光客			「湯治ツーリズム」（滞在型観光）	・群馬県中之条町の四万温泉協会と県観光物産国際協会は、㈱タニタと共同で、観光とヘルスケアを組み合わせた「湯治ツーリズム」のモデルづくりに取り組む。 ・地元有機野菜などを使ったヘルシー料理と温泉を合体させ、「楽しみながら健康になれる」ツーリズムを確立。国内外から観光客を呼び、地元温泉地の活性化につなげる。 ・同国際協会は、ヘルスケア効果を科学的に実証し、より効果的なサービスを提供計画。①温泉療法医の指導に基づき、年齢層・状態別の入浴法を設計②健康の増進と維持効果の高い運動プログラムを設計③ＪＡやタニタなどと連携し、地元有機野菜を活用したレシピの作成――などを予定。 ・同国際協会は「湯治文化は衰退し、入浴法や飲泉などの温泉療法や栄養に配慮した食事を提供する温泉地は減ったが、健康へのニーズは高い。温泉文化とヘルシー料理を核に、健康づくりの場を地域に創出し、滞在型観光の新たなモデルを構築したい。	日本農業新聞	2015 年 7 月 4 日
自治体×企業	国分寺さくらクリニック × ㈱Wellby				Ｗｅｌｂｙマイカルテ（生活習慣病管理）	・国分寺さくらクリニックと健康管理支援のウェルビーは、生活習慣病患者の健康管理を支援するスマートフォンアプリを使った国内初の臨床研究を開始し、アプリ使用の場合と使わない場合の違いを分析し、アプリを使った治療の有効性を証明。 ・糖尿病、高血圧症、脂質異常症など生活習慣病の治療では、特に食事、運動面で継続的な取り組みによる目標達成が有効なことは知られているが、生活習慣病にかかる人は生活が不規則であるなど、自己管理、目標達成が徹底されないことがしばしばある。 ・アプリでは、担当医や管理栄養士がクラウドサービスを通して患者ごとの食事写真や各データ（歩数や時間など運動量、血糖測定値、家庭血圧値、体重等）の閲覧が可能。患者が来院しなくても励ましや忠告ができ、継続的な取り組みを支援できる。患者自身も記録が見られているという意識が生まれ、取り組み姿勢が前向きになるとしている。 ・症例数目標は、アプリ使用５０人、紙記録の１００人。患者には承諾を得た上で協力してもらい、1カ月、3カ月、半年、1年など期間ごとの各データを収集し、両者の差を検証する。	下野新聞	2015 年 11 月 27 日
	（財）群馬県観光物産国際協会				「新たな湯治文化を創造」（健康志向の旅行プラン） ※四万温泉- タニタと連携	・ぜいたくで食べきれないほどの旅館料理と一線を画し、栄養バランスを重視した料理で健康を回復できる温泉旅館へ。中之条町の四万温泉協会と県観光物産国際協会は、体重計で知られる健康機器メーカー「タニタ」の社員食堂と連携した健康志向の旅行プランを発表。 ・「四万の病気を治す霊泉」が由来とされる四万温泉。健康増進ニーズの高まりに合わせ、観光とヘルスケアを組み合わせて誘客を図ろうと、旅館経営者らがタニタの社員食堂を視察。野菜中心の一汁三菜▽塩分３グラム前後▽ご飯１膳１００グラムを基本に、新たな旅館料理を開発。 ・３泊４日で開催するモニターツアーでは、主要旅館でタニタの管理栄養士が監修したヘルシーメニューを出し、温泉療法医が運動プログラムや温泉入浴法を指導。帰宅後の４カ月、スマートフォンのアプリを使って健康データを計測してもらう。 ・経済産業省の「健康寿命延伸産業創出推進事業」の委託事業だ。実証実験の結果を見たうえで、事業化を目指す方針。	毎日新聞-地域版	2015 年 10 月 29 日
企業	ABCクッキングスタジオ × オムロン ヘルスケア㈱ × ドコモ・ヘルスケア㈱	女性		女性	「女性のカラダ・ミカタ宣言」コンソーシアムを設立（妊娠しやすいカラダづくり）	・ABCクッキングスタジオ、オムロン ヘルスケア、ドコモ・ヘルスケアの3社が協力し、「女性のカラダ・ミカタ宣言」コンソーシアムを設立 ・具体的には【オムロン ヘルスケアの測定機器を使うことでカラダの状態を「測る」。ドコモ・ヘルスケアのアプリを利用してカラダの状態を「知る」。ABCクッキングスタジオの料理レッスンやセミナーなどを通じてカラダの状態が「変わる」。】というワンストップソリューションで現代女性が抱える悩みを解決。 ・「女性のカラダ・ミカタ宣言」が始めに取り組むのは、妊活を見据えた『いつかママになるためのカラダづくり』プログラムの実施。働く女性は多忙なため、不規則な食生活で栄養バランスが偏り、カラダの不調を招きやすい状態にある。 ・少子化課題解決のためにも、女性が心身ともに健やかで妊娠しやすいカラダづくりを普段の生活に取り入れることが大切であり、3社の商品・サービス・レッスンを連携させ、女性のホルモンバランスや栄養状態を整えるモニター施策を実施。	共同通信ＰＲワイヤー	2015 年 10 月 22 日
企業	㈱長谷工コーポレーショングループ	マンション住居者	シニア		「健康のための食事セミナー」（孤立防止を目的）	・長谷工コーポレーショングループの生活科学運営は、自社で運営している介護付き有料老人ホーム「ライフ＆シニアハウス緑橋」で、長谷工コミュニティが管理するマンションの居住者を対象にした「健康のための食事セミナー」を開催。 ・生活科学運営が長谷工コミュニティと連携してセミナーを開催するのは関西では初めて。この取り組みは、都市型マンションでの引きこもりや孤独死など高齢者の社会的孤立防止を目的とした活動。 ・生活科学運営の管理栄養士兼調理師が、認知症予防などに効果があるとされている食材や栄養素、食べ方、食生活のポイントを解説。ランチの試食や、レシピ集プレゼント、有料老人ホームの館内見学も行った。 ・長谷工グループでは、自社で手掛けたマンションを中心とした居住者向けサービスの強化に取り組んでいる。 ・長谷工コミュニティでは、コミュニティー形成を支援するイベントや、カーシェアリングサービス、情報誌「素敵生活」発行などの事業を展開。 ・居住者に占めるシニア世代の比率が高まっていることから、より長く健康的に生活するのに必要なサービスの拡充を、首都圏・近畿圏・中部圏を中心に推進。	日刊建設工業新聞	2014 年 9 月 24 日

図表　参考2　セミナー参加者アンケート

（表面）

ベジチェックスコア	セコマ会員カード番号

事前アンケート

回答日：	年	月	日

事前アンケートでは、あなたの食生活や栄養状態に関することなどをおうかがいします。

Q1. あなたの属性についてお答えください。（1 つだけ○）

性別	男　・　女	年齢	20 代　・　30 代　・　40 代・　50 代　・　60 代以上
家族	既婚　・　未婚	子ども有無	有（末子の年齢：　　歳）　・無

Q2. 現在の会社におけるあなたの勤続年数についてお答えください。（1 つだけ○）

1.　～5 年目	2.　6～10 年目	3.　11～15 年目	4.　16～20 年目	5.　21 年目～

Q3. あなたの現在の勤務形態（働き方）をお答えください。（1 つだけ○）

1.　固定時間制	2.　フレックス制	3.　裁量労働制	4.　シフト制	5.　その他

Q4. あなたの職種は、下記のどれに当たりますか。最も近いと思われる番号に 1 つだけ○を付けてください。
複数のお仕事をお持ちの場合はもっとも主要な仕事についてお答えください。（1 つだけ○）

1.　専門/技術職	2.　管理職（会社役員等）	3.　事務職
4.　営業/販売職	5.　サービス関連	6.　生産技能/現場作業
7.　保安職	8.　農林漁業職	9.　運輸/通信
10.　福祉関連職	11.　専業主婦（夫）	12.　無職（定年後引退を含む）
13.　その他（　　）		

【食習慣/栄養状態に関してお答えください】

Q5. 現在の食生活や栄養状態について気になること/課題や懸念点はなにかありますか。（3 つ以内）

1.　何をどのように気をつけてよいかがわからない	2.　食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない
3.　ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる	4.　気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう
5.　食の好みが偏っており、実践できない（好き嫌いが多い）	6.　食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう
7.　仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い	8.　健康的な食事は味が簡素で満足感が無い
9.　いつも同じような物ばかり食べてしまう	10.　どこで、どのようなものを購入すればよいかが分からない

Q6. 現在、どのようなことに気をつけていますか。（3 つ以内）

1.　栄養バランスを計算して食事メニューを決めている	2.　意識的に小鉢（野菜）を一品追加している
3.　自炊している/中食にひと手間をかけている	4.　毎日 3 食きちんととる
5.　間食やお菓子を食べないようにしている	6.　健康食品/サプリを摂っている
7.　毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	8.　野菜をたくさん食べている
9.　専門家に相談してメニューを決めている	10.　運動をしてカロリー収支を合せて体型維持に努めている
11.　家族や友人と食事をする（孤食による食べ過ぎ防止　等）	12.　その他（　　）

（裏面）

Q7. 食事が気になった出来事はなにかありますか。(３つ以内)

1. 健康診断で指摘された	2. 体型が変わった/気になり始めた
3. 過去に重篤な疾患を罹患した	4. 現在、生活習慣病であり改善に取り組んでいる
5. 以前と同じように食べられなくなった	6. 家族や友人から食生活についての注意を受けた
7. 専門家（栄養士など）に相談する機会があった	8. テレビや雑誌/記事や書籍で食について学んだ
9. 地域や企業主催の食/栄養関連イベントに参加し興味を持った	10. ダイエットやボディメイクを本気で始めた
11. 年齢を意識して食生活を改善しようと思った	12. その他（　　）

Q8. どんなツールや機会があればより健康的な食生活や栄養状態にすることができると思いますか。(３つ以内)

1. 食事管理アプリ	2. 栄養士との定期面談
3. 料理教室/セミナー	4. どこでも入手可能な健康食品/サプリ
5. 日々の栄養状態を確認するための機器（血圧計のような機器）	6. 普段買物をするお店の定員からのアドバイス/商品のおすすめ
7. 糖質/脂質制限レシピ	8. 外食先や買物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実
9. 献立を専門家に全て決めてもらう	10. 適切な栄養バランスのメニューが自宅に毎回届くサービス
11. わからない	12. その他（　　）

Q9. 厚生労働省では、健康維持のために望ましい野菜の１日当たり摂取量は３５０ｇ(例：おひたしや煮物であれば小鉢５つ程度)とされています。しかし、実際の調査では平均値が２９０ｇでした。そこで伺います。あなたは野菜を充分食べていますか。(１つだけ○)

1. 充分量を食べている	2. 不足気味である
3. かなり不足している	4. わからな（摂取量を把握/意識していない）

Q10. Q9 で 2「不足気味と思う」3.「かなり不足していると思う」と答えた方にお聞きします。野菜を食べない理由は何ですか。
（複数回答可）

1. 味が苦手/野菜が嫌い	2. 野菜を摂る機会/手段がない
3. 調理方法が分からない	4. 実際に野菜を摂るのは手間がかかるため
5. 日々の仕事や作業でつい忘れてしまう	6. 特に理由は無いがなんとなく好きな物ばかり食べてしまう

～こちらで終了となります。ご協力ありがとうございました。～

図表　参考3　セミナー参加者アンケート記入結果（Q1）

番号	ベジチェックスコア	Q1-性別	Q1-年齢	Q1-家族	Q1-子供	有_年齢
1	4.0	女	20 代	未婚	無	-
2	5.5	女	60 代以上	既婚	有	27
3	6.2	男	20 代	未婚	無	-
4	3.5	男	50 代	既婚	有	20
5	4.4	女	30 代	既婚	有	13
6	6.3	女	30 代	既婚	有	5
7	4.9	男	50 代	既婚	有	13
8	7.4	女	60 代以上	既婚	有	29
9	3.7	男	40 代	未婚	無	-
10	5.3	女	40 代	未婚	無	-
11	0.9	女	20 代	未婚	無	-
12	2.5	男	40 代	未婚	無	-
13	3.7	男	40 代	既婚	有	10.5
14	10.2	女	20 代	未婚	無	-
15	4.2	女	40 代	既婚	有	16
16	8.8	男	40 代	未婚	無	-
17	6.7	女	40 代	既婚	無	-
18	5.3	男	40 代	既婚	有	1
19	6.8	女	50 代	既婚	有	16
20	3.7	男	20 代	未婚	無	-
21	3.9	男	40 代	既婚	無	-
22	4.5	男	40 代	既婚	有	12
23	5.1	女	40 代	未婚	無	-
24	7.4	女	60 代以上	未婚	無	-
25	5.7	女	60 代以上	既婚	有	24
26	5.6	女	30 代	既婚	有	10

図表　参考4　セミナー参加者アンケート記入結果（Q2、Q3、Q4）

番号	Q2_現在の会社におけるあなたの勤続年数についてお答えください。	Q3_あなたの現在の勤務形態（働き方）をお答えください。	Q4_あなたの職種に番号を 1 つだけ○を付けてください。複数の場合は主要な仕事についてお答えください。
1	～5 年目	固定時間制	事務職
2	6～10 年目	固定時間制	事務職
3	～5 年目	固定時間制	事務職
4	21 年目～	固定時間制	事務職
5	～5 年目	固定時間制	事務職
6	6～10 年目	固定時間制	専門/技術職
7	21 年目～	固定時間制	管理職（会社役員等）
8	21 年目～	固定時間制	管理職（会社役員等）
9	16～20 年目	固定時間制	事務職
10	11～15 年目	固定時間制	専門/技術職
11	6～10 年目	固定時間制	事務職
12	16～20 年目	固定時間制	事務職
13	21 年目～	固定時間制	事務職
14	～5 年目	固定時間制	事務職
15	21 年目～	固定時間制	事務職
16	21 年目～	固定時間制	事務職
17	16～20 年目	固定時間制	事務職
18	11～15 年目	固定時間制	専門/技術職
19	21 年目～	固定時間制	管理職（会社役員等）
20	～5 年目	固定時間制	事務職
21	21 年目～	固定時間制	事務職
22	16～20 年目	固定時間制	専門/技術職
23	～5 年目	固定時間制	事務職
24			その他
25	～5 年目	シフト制	営業/販売職
26	～5 年目	固定時間制	運輸/通信

図表　参考5　セミナー参加者アンケート記入結果（Q5）

番号	Q5_現在の食生活や栄養状態について気になること/課題や懸念はなにかありますか。（3 つ以内）		
1	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い	-	-
2	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-
3	何をどのように気をつて良いかがわからない	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	いつも同じような物ばかり食べてしまう
4	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	どこで、どのようなものを購入すればよいかが分からない
5	ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-
6	食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-
7	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-	-
8	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	-	-
9	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い
10	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	いつも同じような物ばかり食べてしまう	
11	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い
12	ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる	-	-
13	食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない	ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう
14	食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い	いつも同じような物ばかり食べてしまう
15	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食の好みが偏っており、実践できない（好き嫌いが多い）	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう
16	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-

17	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-	-
18	食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い	いつも同じような物ばかり食べてしまう
19	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-
20	食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	-
21	ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる	-	-
22	何をどのように気をつて良いかがわからない	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食の好みが偏っており、実践できない（好き嫌いが多い）
23	何をどのように気をつて良いかがわからない	-	-
24	何をどのように気をつて良いかがわからない	ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる	いつも同じような物ばかり食べてしまう
25	いつも同じような物ばかり食べてしまう	-	-
26	何をどのように気をつて良いかがわからない	食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない	-

図表　参考6　セミナー参加者アンケート記入結果（Q6）

番号	Q6_現在、どのようなことに気をつけていますか。（3 つ以内）		
1	自炊している/中食にひと手間かけている	健康食品/サプリを摂っている	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている
2	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	-
3	-	-	-
4	-	-	-
5	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	毎日 3 食きちんととる	家族や友人と食事をする（孤食による食べ過ぎ防止等）
6	自炊している/中食にひと手間かけている	間食やお菓子を食べないようにしている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
7	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日 3 食きちんととる	-

8	毎日 3 食きちんととる	健康食品/サプリを摂っている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
9	毎日 3 食きちんととる	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	-
10	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	毎日 3 食きちんととる	-
11	間食やお菓子を食べないようにしている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている	-
12	自炊している/中食にひと手間かけている	間食やお菓子を食べないようにしている	野菜をたくさん食べている
13	毎日 3 食きちんととる	間食やお菓子を食べないようにしている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
14	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	-	-
15	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている	家族や友人と食事をする（孤食による食べ過ぎ防止等）	-
16	毎日 3 食きちんととる	健康食品/サプリを摂っている	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている
17	毎日 3 食きちんととる	-	-
18	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	毎日 3 食きちんととる	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている
19	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	野菜をたくさん食べている	-
20	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日 3 食きちんととる
21	間食やお菓子を食べないようにしている	その他	
22	毎日 3 食きちんととる		
23	毎日 3 食きちんととる	間食やお菓子を食べないようにしている	
24	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日 3 食きちんととる	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
25	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	野菜をたくさん食べている	
26	栄養バランスを計算して食事メニューを決めている	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	健康食品/サプリを摂っている

図表　参考7　セミナー参加者アンケート記入結果（Q7）

番号	Q7_食事が気になった出来事はなにかありますか。（3 つ以内）		
1	自炊している/中食にひと手間かけている	健康食品/サプリを摂っている	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている
2	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	-
3	-	-	-
4	-	-	-
5	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	毎日 3 食きちんととる	家族や友人と食事をする（孤食による食べ過ぎ防止等）
6	自炊している/中食にひと手間かけている	間食やお菓子を食べないようにしている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
7	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日 3 食きちんととる	-
8	毎日 3 食きちんととる	健康食品/サプリを摂っている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
9	毎日 3 食きちんととる	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	-
10	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	毎日 3 食きちんととる	-
11	間食やお菓子を食べないようにしている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている	-
12	自炊している/中食にひと手間かけている	間食やお菓子を食べないようにしている	野菜をたくさん食べている
13	毎日 3 食きちんととる	間食やお菓子を食べないようにしている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
14	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	-	-
15	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている	家族や友人と食事をする（孤食による食べ過ぎ防止等）	-
16	毎日 3 食きちんととる	健康食品/サプリを摂っている	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている
17	毎日 3 食きちんととる	-	-
18	意識的に小鉢（野菜）を一品	毎日 3 食きちんととる	毎日ちがうもの/メニューを食べる

	追加している		ようにしている
19	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	野菜をたくさん食べている	-
20	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日 3 食きちんととる
21	間食やお菓子を食べないようにしている	その他	-
22	毎日 3 食きちんととる	-	-
23	毎日 3 食きちんととる	間食やお菓子を食べないようにしている	-
24	自炊している/中食にひと手間かけている	毎日 3 食きちんととる	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている
25	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている	野菜をたくさん食べている	-
26	栄養バランスを計算して食事メニューを決めている	意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	健康食品/サプリを摂っている

図表　参考8　セミナー参加者アンケート記入結果（Q8）

番号	Q8_どんなツールや機会があればより健康的な食生活や栄養状態にすることができると思いますか。（3 つ以内）		
1	食事管理アプリ	-	-
2	-	-	-
3	食事管理アプリ	普段買い物をするお店の定員からのアドバイス/商品おすすめ	
4	わからない	-	-
5	-	-	-
6	外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実	-	-
7	食事管理アプリ	糖質/脂質制限レシピ	献立を専門家に全て決めてもらう
8	-	-	-
9	どこでも入手可能な健康食/サプリ	適切な栄養バランスのメニューが自宅に毎回届くサービス	-
10	食事管理アプリ	外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実	適切な栄養バランスのメニューが自宅に毎回届くサービス

11	-	-	-
12	食事管理アプリ	-	-
13	食事管理アプリ	-	-
14	食事管理アプリ	-	-
15		-	-
16	どこでも入手可能な健康食/サプリ	日々の栄養状態を確認するための機器（血圧計のような機器）	-
17	外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実	-	-
18	どこでも入手可能な健康食/サプリ	普段買い物をするお店の定員からのアドバイス/商品おすすめ	-
19	-	-	-
20	食事管理アプリ	外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実	-
21	栄養士との定期面談	日々の栄養状態を確認するための機器（血圧計のような機器）	-
22	食事管理アプリ	栄養士との定期面談	日々の栄養状態を確認するための機器（血圧計のような機器）
23	栄養士との定期面談	料理教室／セミナー	-
24	外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実		-
25	料理教室／セミナー	糖質/脂質制限レシピ	-
26	-	-	-

図表　参考9　セミナー参加者アンケート記入結果（Q9、Q10）

番号	Q9_厚生労働省では、健康維持の為に望ましい野菜の 1 日当たり摂取量は 350ｇとされています。実際の調査では平均値が 290ｇでした。あなたは野菜を十分食べていますか。（1 つだけ）	Q10_Q9 で 2.「不足気味と思う」 3.「かなり不足していると思う」と答えた方にお聞きします。野菜を食べない理由は何ですか。（複数回答可）

1	不足気味である	日々の仕事や作業でつい忘れてしまう	特に理由はないがなんとなく好きな物ばかり食べてしまう
2	-	-	-
3	不足気味である	野菜を摂る機会/手段がない	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため
4	わからない（摂取量を把握/意識していない）	-	-
5	-	-	-
6	不足気味である	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため	-
7	不足気味である	野菜を摂る機会/手段がない	-
8	不足気味である	日々の仕事や作業でつい忘れてしまう	-
9	不足気味である	日々の仕事や作業でつい忘れてしまう	-
10	不足気味である	特に理由はないがなんとなく好きな物ばかり食べてしまう	-
11			-
12	不足気味である	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため	-
13	不足気味である	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため	-
14	わからない（摂取量を把握/意識していない）	-	-
15	-	-	-
16	不足気味である	野菜を摂る機会/手段がない	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため
17	かなり不足している	野菜を摂る機会/手段がない	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため
18	かなり不足している	野菜を摂る機会/手段がない	日々の仕事や作業でつい忘れてしまう
19	-	-	-
20	不足気味である	日々の仕事や作業でつい忘れてしまう	-
21	わからない（摂取量を把握/意識していない）	-	-

22	かなり不足している	特に理由はないがなんとなく好きな物ばかり食べてしまう	-
23	わからない（摂取量を把握/意識していない）	-	-
24	不足気味である	日々の仕事や作業でつい忘れてしまう	-
25	不足気味である	調理方法が分からない	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため
26	-	-	-

図表　参考10　セミナー参加者ベジチェックスコア測定結果

*年代ごとにスコアが高い人から並べたため、対象者番号は順不同

番号	ベジチェックスコア	性別	年齢	家族	子供	子供年齢
14	10.2	女	20代	未婚	無	
3	6.2	男	20代	未婚	無	
1	4.0	女	20代	未婚	無	
20	3.7	男	20代	未婚	無	
11	0.9	女	20代	未婚	無	
6	6.3	女	30代	既婚	有	5
26	5.6	女	30代	既婚	有	10
5	4.4	女	30代	既婚	有	13
16	8.8	男	40代	未婚	無	
17	6.7	女	40代	既婚	無	
10	5.3	女	40代	未婚	無	
18	5.3	男	40代	既婚	有	1
23	5.1	女	40代	未婚	無	
22	4.5	男	40代	既婚	有	12
15	4.2	女	40代	既婚	有	16
21	3.9	男	40代	既婚	無	
9	3.7	男	40代	未婚	無	
13	3.7	男	40代	既婚	有	10,5(2人)
12	2.5	男	40代	未婚	無	
19	6.8	女	50代	既婚	有	16
7	4.9	男	50代	既婚	有	13
4	3.5	男	50代	既婚	有	20
8	7.4	女	60代以上	既婚	有	29
24	7.4	女	60代以上	未婚	無	
25	5.7	女	60代以上	既婚	有	24
2	5.5	女	60代以上	既婚	有	27

図表　参考11　セミナー参加者募集チラシ

*1 月 15 日プラザ新琴似会場のもの、1 月 16 日道庁会場も同様の内容

（表面）

厚生労働省：平成31年度老人保健健康増進等事業　主催：株式会社日本総合研究所

食と健康・栄養セミナー　1/15(水)
参加者募集のご案内

このたび、厚生労働省からの委託事業として、
「北海道における地域包括ケア関連産業の社会実装に関する調査研究事業」
において、栄養セミナーを行う運びとなりました。
本セミナーは、セイコーマートのポイントカード会員限定となります。
当日は無料でセイコーマートが提供する健康で美味しい商品を試食頂きながら、
栄養士の方から、食生活や栄養状態についてのセミナーを受講頂きます。

本セミナー後に、個別の栄養相談会を実施致します。
相談会では日々の食生活の中で栄養バランスに優れたメニューや気をつけるべき
点について、栄養士が相談者個々の生活状況に応じて丁寧にご紹介します。
下記の連絡先までご応募お待ちしております！！どうぞよろしくお願いします。

【ご参加頂くメリット】
①:美味しい商品が無料でご試食頂けます。
②:健康的な食事内容/メニュー詳細が分かるようになります。
③:個別に栄養相談ができ、ご自身の生活習慣に合わせたアドバイスがもらえます。

締切日：1月13日（月）先着40名様
【宛先】株式会社日本総合研究所　食と健康・栄養セミナー事務局
mail:　200010-eiyo-seminar@ml.jri.co.jp

- **日時:2019年1月15日(水)13時～14時00分(アンケート付き)**
- **会場：新琴似町内連合　プラザ新琴似　2階　会議室　梅の間/竹の間**
  住所：〒001-0907　札幌市北区新琴似7条4丁目1-3
- 本セミナーは個別栄養相談会とセットで実施します。セミナー受講後、栄養士からのご参加者個別に日々の食生活や栄養面のアドバイスを提供します。ご本人様希望に応じて、1ヶ月後の再面談機会をご用意しております。
- 1ヶ月間、セイコーマートでの購買情報をご共有頂きます。
  (ご共有頂いた購買状況の第三者提供は行いません)

写真:セイコーマート様提供

栄養セミナー
健康的で美味しい
商品を食べながら受講

栄養相談会
栄養士による
個別相談会を実施

（裏面）

応募フォーム

下記のメールアドレスまで、
タイトル【1/15日セミナーの参加希望】とご連絡ください。
（必要事項）

- お名前
- ご連絡先:ご自身の*メールアドレス
  *お申込み頂くメールアドレスと同じでかまいません。
- 今後のセミナー・勉強会へのご案内の可否

▼

200010-****-seminar@ml.jri.co.jp

個人情報保護方針

弊社は、多くの情報を取扱う調査研究・コンサルティング・ソフトウェア開発及び情報処理等のサービスを営む企業として、情報の安全管理を重要な社会的責任であると認識し、個人情報保護を企業活動における最優先事項の一つとして位置づけています。また、これを確実に実践していくために、以下のとおり個人情報保護の方針をさだめ、役員・社員その他従業員はこの方針に従い個人情報を適切に取り扱います。

制定 1999年7月 最終改定2008年09月
株式会社 日本総合研究所

1. 個人情報の取扱方針
弊社は1998年10月6日にプライバシーマークの付与・認定を受けております。お申込者の個人情報は弊社が定める「個人情報保護方針」に則り、適切な保護措置を講じ、厳重に管理いたします。
尚、弊社の「個人情報保護方針」をご覧になりたい方はインターネットで https://www.jri.co.jp/privacy/ をご覧下さい。

2. 個人情報の利用目的
お申込者の個人情報は以下の目的のために利用させて頂きます。下記以外の目的で個人情報を利用する場合は、改めて目的をお知らせし、同意を得るものと致します。
①本セミナーにおけるご参加の確認
②今後のセミナー、勉強会等へのご案内
※ 今後のご案内が不要の方は、参加お申込時にお知らせください。
また、セミナー当日、厚生労働省向けの講事録に掲載するため、会場の様子の写真撮影、及び発言内容の録音をさせていただく場合がございます。

3. 個人情報の提供予定
本お申込みに伴う個人情報の社外へ提供の予定はありません。

4. 個人情報の取扱の委託予定
本お申込みに伴う個人情報の社外へ委託の予定はありません。

5. 個人情報を弊社に提供することの任意性及び当該情報を与えなかった場合に回答者に生じる結果について
お申し込み内容は、会社名、お名前、ご連絡先欄につきましては省略できません。ご記入漏れがあるとお申し込みが無効となる場合がありますのでご了承ください。
その他の欄へのご記入は任意ですが、差し支えなければご記入ください。

6.開示、訂正・利用停止等の申し立て先及び個人情報の取扱いに関する苦情、ご相談の受付窓口
ご本人様より申し立てがあったときは遅滞なく開示、訂正・利用停止等の措置をとります。
詳しくは弊社(https://www.jri.co.jp/privacy/)の「4. 開示・訂正・利用停止等のご請求」をご覧下さい。

（1）本申込みにおける個人情報の取扱責任者：
リサーチ・コンサルティング部門 設楽 隆行

（2）苦情・相談窓口：
リサーチ・コンサルティング部門 加藤 彰
電話：06-6479-****
FAX：06-6479-****
E-mail： ****@jri.co.jp

（3）個人情報保護法に基づく公表事項：
https://www.jri.co.jp/privacy/kohyo/ をご参照ください。

注:報告書記載にあたり連絡先は一部*印に変更

図表　参考12　食生活チェックシート

（表面）

食生活チェック表

セコマ会員番号

健康で生活をしていくためには、日常の食事はとても大切です。
食事は生きていくため大切な栄養をあなたの身体に届けてくれます。

栄養バランスはとても重要です。

日常の食生活から栄養バランスをチェックしてみませんか?

身長：
体重：
BMI:
(栄養士が記載)

❶　一日の食事の回数と間食について教えてください。

〇食事は何回?　（　）３回　（　）時々２回　（　）２回　（　）２回以下

〇間食はしますか?　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）しない

❷　主食(ごはん・パン・麺のいずれか)は食べますか?

（　）ほぼ毎食　（　）時々２食　（　）２食　（　）２食以下

❸　おかずの食べ方を教えてください。１週間にどれくらいの頻度で食べましたか?

〇主菜ー食卓でメインとなるおかず

肉類 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

魚介類 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

卵類 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

豆類

（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

〇副菜ー小鉢ものや付け合わせなど

いも類 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

野菜類 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

海藻類 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

きのこ類 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

〇牛乳・乳製品　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

〇果物 　（　）週５～7回　（　）週３～４回　（　）週１～２回　（　）食べなかった

お疲れ様でした。

（裏面）

食生活チェック結果

セコマ会員番号

❶ 一日の食事の回数と間食について教えてください。

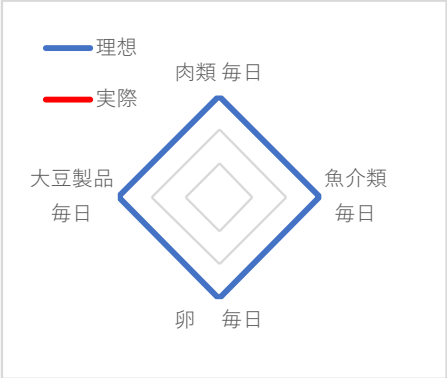
( )改善をしてみませんか?

❷ 主食(ごはん・パン・麺のいずれか)は食事の時にたべますか?

( )大変よいです。

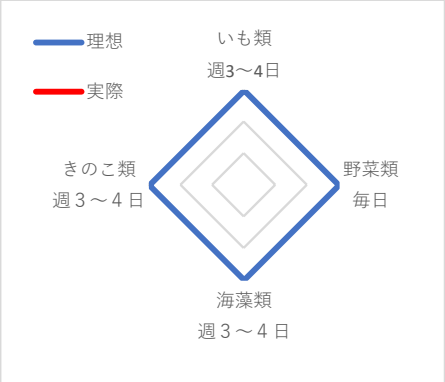
( )改善をしてみませんか?

❸ おかずの食べ方を教えてください。１週間にどれくらいの頻度で食べましたか?



( )大変よいです。

( )改善をしてみませんか?



( )大変よいです。

( )改善をしてみませんか?

牛乳・乳製品 ( )大変よいです。

( )改善をしてみませんか?

1日 ： 牛乳コップ1杯・ヨーグルト1個
6pチーズ1個

果物 ( )大変よいです。

( )改善をしてみませんか?

1日 ： みかん1個・リンゴ半分・なし半分
ぶどう半房・もも1個

図表　参考13　セミナー参加者確認書

厚生労働省：平成 31 年度老人保健健康増進等事業

「北海道における地域包括ケア関連産業の社会実装に関する調査研究事業」

このたび、厚生労働省からの委託事業として、「北海道における地域包括ケア関連産業の社会実装に関する調査研究事業」において、栄養セミナーを行う運びとなりました。本セミナーにご参加頂いた方につきましては、セイコーマート店舗での約1カ月間の購買情報と、事前アンケートにご記入頂いた内容を合せて、食・栄養に対する意識を分析させて頂きたく存じます。当分析では、本セミナーの購買活動への影響度を抽出することを目的としています。

※ご参加頂いた方の個人情報は特定されません。匿名化された状態で購買情報を分析します。
※本セミナーご参加にあたり、個人が負担すべき費用および、参加報酬はございません。

- 【購買情報の分析期間】 2020 年 1 月 20 日（月）～2 月 21 日（金）
- 【対象】 セイコーマート店舗での買物（ポイントカード利用時のみ）
- 【アンケート内容】 別紙をご参照ください。
- 個人情報等は特定されないため、第三者にご参加頂いた方の個人情報が流出することは一切ございません。
- 食生活や栄養状態について栄養士に相談できる機会を、本セミナー約1ヶ月後にご提供致します。ご参加いただける方は、下記にて参加を希望するに〇をしてください。

  （日時）2020 年 2 月 28 日木曜日 13:00-14:00

  （会場）新琴似町内連合　プラザ新琴似　2 階　会議室　梅の間/竹の間

  住所：〒001-0907　札幌市北区新琴似 7 条 4 丁目 1-3

参加を希望する	参加を希望しない

- お問い合わせ先

  ==========

  株式会社　日本総合研究所　食と健康・栄養セミナー事務局

  〒550-0001 大阪府大阪市西区土佐堀 2-2-4 土佐堀ダイビル

  (TEL)06-6479-****　(FAX)06-6479-****

  (TEL)080-****-****

  (MAIL)200010-****-seminar@ml.jri.co.jp

  ==========

図表　参考14　実証対象者の購買商品一覧

（6分割表の1）

細分類	商品名
HC カレー	HCカツカレー
HC カレー	HCハーフカツカレーN
HC クロワッサン	HCチョコクロワッサンN
HC クロワッサン	HCミニパン・オ・ショコラ　N
HC 惣菜	HCからあげ4P　N
HC 惣菜	HCこんがり焼きチキンH
HC 惣菜	HCフライドチキンH
HC 白飯・おにぎり	HC大きなおにぎり ベーコンおかか N
HC 白飯・おにぎり	HC大きなおにぎり昆布 N
HC 白飯・おにぎり	HC大きなおにぎり　すじこ
HC 白飯・おにぎり	HC大きなおにぎりごま油香るおかか醤油
HC 白飯・おにぎり	HC大きなおにぎり 紀州梅 N
HC 弁当	HC唐揚げ弁当
HC 弁当	HC海苔弁鮭フライN
HC 弁当	HCチャーハン&餃子
HC 丼	HCカツ丼
HC 丼	HC照焼きペッパーバーグ丼
HC 丼	HCチキン南蛮重N
HC 丼	HC豚丼
HC 丼	HC麻婆豆腐丼
HC 丼	HC牛すきふわ玉丼
HC 丼	HCハーフカツ丼
HC 丼	ＨＣ　親子丼N
HC 丼	HCハーフ豚丼
おにぎり	愛別産舞茸のおむすび
おにぎり	手巻おにぎり　ツナマヨ1
おにぎり	鶏五目おにぎり
おにぎり	手巻おにぎり　筋子1
おにぎり	手巻おにぎり　筋子2
おにぎり	手巻おにぎり　鮭ほぐし1
おにぎり	手巻おにぎり　鮭ほぐし2
おにぎり	手巻おにぎり　ねぎとろ1
おにぎり	手巻おにぎり　ねぎとろ2
おにぎり	手巻おにぎり　ツナマヨ2
おにぎり	手巻おにぎり　紀州梅1
おにぎり	手巻おにぎり　紀州梅2
おにぎり	手巻おにぎり　道産昆布1
おにぎり	さばあおさおにぎり
おにぎりセット	２個おにぎり　塩むすび

（6分割表の2）

細分類	商品名
お湯かけ麺	鶏天そば
お湯かけ麺	つゆが決め手のカップそば（たぬき）
お湯かけ麺	道産豚の肉そば
お湯かけ麺	小海老かき揚げそば
カップサラダ	コスパ◎！たっぷり野菜サラダ
カップサラダ	蒸し鶏のサラダ・中華胡麻ドレ
カップサラダ	道産豚ロースの豚シャブサラダ
カップサラダ	プチフレッシュ・和風玉ねぎドレ
カップサラダ	1/2日分野菜のサラダボウル
カップ型うどん・そば	道産昆布だしうどん
カップ型うどん・そば	カレー南蛮そば
カップ型うどん・そば	黒い豚カレーうどん
カップ型うどん・そば	日清デカうま　わかめそば
カップ型うどん・そば	あつあつ豚汁うどん　でか盛
カップ型うどん・そば	ラー油仕立ての辛口うどん
カップ型うどん・そば	スーパーカップ１．５倍　担担うどん
カップ型ラーメン	カップヌードル　濃厚カニクリーム味　ビッグ
カップ型ラーメン	カニだし塩ラーメン
カップ型ラーメン	ＣｏＣｏ壱番屋監修　麻辣赤カレーラーメン
カップ型ラーメン	しょうゆヌードル
カップ型ラーメン	ワンタン　シーフードスープ味
カップ型ラーメン	スープカレーワンタン
カップ型ラーメン	シーフード味ヌードル
カップ型ラーメン	カレーヌードル
カップ型ラーメン	野菜たっぷりちゃんぽん
カップ型ラーメン	スーパーカップＭＡＸ　鶏ガラ醤油ラーメン
カップ型汁物	いつものおみそ汁　根菜
グラタン	大盛りチキングラタン
グラタン	濃厚海老ソースのポテトチーズ焼き
ケーキ風パン	オリジナル　濃厚チーズタルト
コーヒーカップ	マウントレーニアカフェラッテ　エスプレッソ
コーヒー紙パック	Secomaとよとみミルクコーヒー　500ml
サンド菓子パン	オリジナル　よくばりこっぺぱん（コーヒー）
サンド菓子パン	オリジナル　しっとりスティックパン（はちみつ＆ マーガリン）
サンド菓子パン	オリジナル　牛乳パン（イチゴジャム）
シリプレ・栄養調整食品	ビタミン５種類と鉄分が入ったコーンフレーク　シュガー　２３０ｇ
シリプレ・栄養調整食品	カロリーメイト　チーズ味
シリプレ・栄養調整食品	１本満足バーシリアルブラック糖類80%オフ
スティック寿司	手巻寿司　ねぎとろ（わさび入り）１
スティック寿司	手巻寿司　納豆1
スティック寿司	手巻寿司　とびこ山わさび醤油1

（6分割表の3）

細分類	商品名
ソーセージ	PROFITささみプロテインバー ブラックペッパー
たこ焼き・お好み焼	豚モダン焼
たこ焼き・お好み焼	お好み焼＆ソース焼そば
チーズ	Ｓ　サケルチーズ　プレーン
デニッシュ	オリジナル　ぜいたくアップルパイ
デニッシュ	オリジナル　チョコを味わう贅沢デニッシュ
デニッシュ	オリジナル　でっかいアップルデニッシュ
デニッシュ	オリジナル　でっかいあんデニッシュ
デニッシュ	オリジナル　お得なあんデニッシュ（３個入り）
ドーナツ	オリジナル　チョコチュロス棒
ナッツ類	カシューナッツ
バーガー	照り焼きバーガー　2019
パスタ	オーマイ　早ゆでサラダマカロニ　２００Ｇ
パック肉	豚肩切り落とし
バナナ	バナナ１袋
バナナ	バナナ１本
マヨネーズサラダ	サバマヨポテトサラダ
マヨネーズサラダ	キュウリと蒸し鶏（バンバンジー）
マヨネーズサラダ	ごぼうサラダ
ヨーグルトプレーン個食	ヨーグルトＲ－１
ヨーグルトプレーン連物(大容量)	北海道とよとみ生乳１００％プレーンヨーグルト
ヨーグルト個食フレーバー	明治ブルガリアヨーグルト脂肪０フルーツミックス＆アロエ
ヨーグルト個食フレーバー	明治ブルガリアヨーグルト脂肪０ あじわい苺
レトルト・ふりかけ	ママー　トマトの果肉たっぷりのミートソース
レンジアップ麺　スパゲッテイ	チキンたっぷりペペロンチーノ
レンジアップ麺　スパゲッテイ	じっくり煮込んだボロネーゼ
レンジアップ麺　スパゲッテイ	クリーミーカルボナーラ
レンジアップ麺　スパゲッテイ	まろやかバターの明太子スパゲティ
レンジアップ麺　スパゲッテイ	チーズクリームチキンパスタ
レンジアップ麺　スパゲッテイ	明太子とクリームのスパピザ
レンジアップ麺　焼きそば	生姜の効いたオイスター焼きそば
レンジアップ麺　焼きそば	海老とキャベツの塩焼きそば
レンジアップ麺　焼きそば	野菜たっぷり！えび玉ビーフン
レンジアップ麺　焼きそば	肉野菜のソース焼きそば
レンジアップ麺　焼きそば	大盛り油淋鶏塩焼きそば
レンジアップ麺　焼きそば	シーフードビーフン
栄養ドリンク	ビタシー
栄養ドリンク	ウコンの力　ウコンエキスドリンク
栄養ドリンク	リポビタンＤ
栄養ドリンク	ヘパリーゼW

（6分割表の4）

細分類	商品名
果汁缶・パック・ビン	１００％ジュース　パイナップル２００ＭＬ
果汁大PET	１００％ジュース　オレンジ１Ｌ
機能性チルド	蜂蜜黒酢ダイエット
機能性小PET	ＧＲＥＥＮ　ＤＡ・ＫＡ・ＲＡ
機能性小PET	ポカリスエット　ＰＥＴ　５００ＭＬ
牛乳１Lパック	北海道低脂肪牛乳　１Ｌ
牛乳小容量	北海道牛乳２００ＭＬ
玉子10個パック	たまご　ＭＳ／Ｍ　１０個
玉子加工品	マジックパール１個入り
国産水小容量	カナダドライザ・タンサンストロング４９０ｍｌ
国産水小容量	京極の名水５００ＭＬ
国産水小容量	ストロングスパークリングウォーター500ml
国産水大容量	ストロングスパークリングウォーター１・５Ｌ
催事ケーキ	１１０５　バタークリームデコレーション　割引
三角サンド	ミックスサンド
煮物	京極産くりほまれのふかしかぼちゃ
煮物	道産ふきの煮物
煮物	だし香る茶わん蒸し(ホタテ入り)
煮物	山菜のきんぴら炒め煮
煮物	道産豚の肉じゃが
煮物	北海道芽室産切干大根
煮物	北海道産昆布と椎茸の煮物
煮物	お手軽茶わん蒸し（ほうれん草）
煮物	きんぴらごぼう
煮物	ひじき五目煮
寿司詰め合わせ	いなりと巻寿司セット1
寿司詰め合わせ	お手軽いなり寿司１
寿司詰め合わせ	ねぎとろ巻1
寿司詰め合わせ	塩こんぶおかかごはんと胡麻いなり
寿司詰め合わせ	お手軽納豆巻寿司１
寿司詰め合わせ	だるま寿司1
寿司詰め合わせ	２種の肉巻寿司1
焼きこみ調理パン	オリジナル　ちぎりパンマヨチー
焼きこみ調理パン	オリジナル　ちぎりパン（チーズフォンデュ）
焼きこみ調理パン	オリジナル　ちぎりパン　ピザチーズ
焼きこみ調理パン	オリジナル　ハムポテトドーナツ
焼きこみ調理パン	オリジナル　エッグ＆メンチロール
焼きこみ調理パン	オリジナル　ポテトサラダのパン
焼きこみ調理パン	オリジナル　ウインナークロワッサン
焼きこみ調理パン	オリジナル　でっかいマヨチーパン
焼きこみ調理パン	オリジナル　国産野菜入りカレーパン
焼きこみ調理パン	オリジナル　三角フレンチトースト（照焼チキン＆ たまご）
焼きこみ調理パン	オリジナル　野菜とポークのカレーパン

（6分割表の5）

細分類	商品名
焼き菓子	蜜衛門
焼き物（串以外）	3種の野菜玉子焼
焼き物（串以外）	サクふわ豆腐ハンバーグ
焼き物（串以外）	黒酢入り甘酢の肉団子
焼き物（串以外）	サクふわ豆腐おろしハンバーグ
上掛けパン・トッピングなど	オリジナル　チーズクリーム＆アップル
上掛けパン・トッピングなど	オリジナル　シナモンロール
上乗せ弁当	海老天重1
上乗せ弁当	8種の具材のおかずのっけ海苔弁当1
上乗せ弁当	塩豚カルビ弁当1
上乗せ弁当	北海道産ホタテご飯
上乗せ弁当	豚唐揚げのっけ弁当1
色飯　洋　チャーハン	焼鳥チャーハン
色飯　洋　チャーハン	スパイシージャンバラヤ
色飯　洋　チャーハン	ねぎ塩豚カルビチャーハン
食パン準食	オリジナル　チョコスナック（５）
食パン生地	オリジナル　牛乳パンシュガー（プレーン）
生食加工ハム	サラダチキン　プレーン
生食野菜	千切りキャベツミックス
生食野菜	千切りキャベツ
生食野菜	スライス長ねぎ
生地ものパン	オリジナル　塩バターフランス
生地ものパン	オリジナル　豆パンマーガリン
生地ものパン	オリジナル　ふんわりライ麦ロール（しんとつかわ お米シロップ使用）
生和菓子	secoma 豆大福
生和菓子	くるみ大福
即席ルー・調理ソース	まぜるだけのスパゲッティソース　ペペロンチーノ　（１人前×２）
茶系小PET	キリン　午後の紅茶　あたたかい　ミルクティー400ML
茶系小PET	ＧＲＥＥＮ　ＤＡＫＡＲＡ麦茶
茶系小PET	爽健美茶６００ｍｌ
茶系小PET	キリン　午後の紅茶　おいしい無糖　６００ｍｌＰＥＴ
茶系小PET	ジャスミン茶５００ＭＬ
茶系小PET	綾鷹茶葉のあまみ５２５ｍｌ
茶系小PET	伝承の健康茶　そば茶５００ｍｌ
乳飲料500パック	リプトン　ミルクティー
乳飲料小容量	ビフィズス菌飲むヨーグルトCa+Fe
乳飲料小容量	ソフトカツゲン　１８０ｍｌ
乳飲料小容量	ヤクルト　ヤクルトファイブ
乳飲料小容量	ヤクルト　ジョアブルーベリー
乳飲料小容量	北海道とよとみ生乳９５％のむヨーグルト

（6分割表の6）

細分類	商品名
納豆	小粒納豆
弁当カレー	チキンカツカレー＆カレーピラフ
包餡パン	オリジナル　お得なこしあんぱん（３）
包餡パン	つぶあんぱん
包餡パン	オリジナル　粒あん＆マーガリン
包餡パン	オリジナル　白いたい焼き風パン（イチゴクリーム）（仮）
包餡パン	こしあんぱん
包餡パン	オリジナル　ミニクリームパン（６）
幕の内弁当　日替わり以外	おかずいろいろ幕の内弁当1
幕の内弁当　日替わり以外	炒飯＆唐揚げ弁当
野菜チルド	１日分の野菜
野菜チルド	野菜生活１００マンゴーサラダ　リーフパック
野菜チルド	野菜一日これ一本　リーフパック
野菜チルド	野菜生活１００ベリーサラダ　リーフパック
野菜チルド	野菜生活１００　有田みかんミックス
野菜チルド	野菜生活１００オリジナル　リーフパック
野菜チルド	野菜生活１００　アップルサラダ
野菜チルド	カゴメにんじんジュースプレミアム
野菜チルド	野菜生活１００信州白桃ミックス
野菜缶	甘酒
揚げ物	北海道産ポテトのコロッケ1個入り
揚げ物	ザンギ
揚げ物	道産鶏胸肉の唐揚げ
揚げ物	北海道産ポテトのコロッケ2個入り
揚げ物	さば竜田揚げ
揚げ物	サバチーズコロッケ
揚げ物	さんま唐揚げ　トマトのソース
揚げ物	北海道産かぼちゃのコロッケ
丼	とり天丼1

図表　参考１５　セミナー前後比較可能な実証対象者の購買商品およびアンケート結果

番号	会員区分	ベジチェックスコア	Q1-性別	Q1-年齢	Q1-家族	Q1-子供	有_年齢	Q2_現在の会社におけるあなたの勤続年数についてお答えください。	Q3_あなたの現在の勤務形態（働き方）をお答えください。	Q4_あなたの職種は。近いと思われる番号に1つだけ○を付けてください。複数の場合は主要な仕事についてお答えください。	Q5_現在の食生活や栄養状態について気になること/課題や懸念はなにかありますか。（3つ以内）			Q6_現在、どのようなことにきをつけていますか。（3つ以内）			Q7_食事が気になった出来事はなにかありますか。（3つ以内）			Q8_どんなツールや機会があればより健康的な食生活や栄養状態にすることができると思いますか。（3つ以内）			Q9_厚生労働省では、健康維持の為に望ましい野菜の1日当たり摂取量は350ｇとされています。実際の調査では平均値が290ｇでした。あなたは野菜を十分食べていますか。（1つだけ）	Q10_Q9で2.「不足気味と思う」3.「かなり不足していると思う」と答えた方にお聞きします。野菜を食べない理由は何ですか。（複数回答可）
3	9831351550460	6.2	男	20代	未婚	無	0	～5年目	固定時間制	事務職	何をどのように気をつて良いかがわからない	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	いつも同じような物ばかり食べてしまう							食事管理アプリ	普段買い物をするお店の定員からのアドバイス/商品おすすめ		不足気味である	野菜を摂る機会/手段がない
3																								
5	9831195182186	4.4	女	30代	既婚	有	13	～5年目	固定時間制	事務職	ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる	いつも同じような物ばかり食べてしまう		意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	毎日3食きちんととる	家族や友人と食事をする（孤食による食べ過ぎ防止等）								
5																								
6	9831369407268	6.3	女	30代	既婚	有	5	6～10年目	固定時間制	専門/技術職	食事/栄養の知識はあるが、日々忙しくて実践できない	いつも同じような物ばかり食べてしまう		自炊している/中食にひと手間かけている	間食やお菓子を食べないようにしている	栄養バランスを計算して食事メニューを決めている	以前と同じように食べられなくなった	年齢を意識して食生活を改善しようと思った		外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実			不足気味である	実際に野菜を摂るのは手間がかかるため
6																								
8	9830057331076	7.4	女	60代以上	既婚	有	29	21年目～	固定時間制	管理職（会社役員等）	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう			毎日3食きちんととる	健康食品/サプリを摂っている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている	体型が変わった/気になり始めた	年齢を意識して食生活を改善しようと思った					不足気味である	日々の仕事や茶寮でつい忘れてしまう
8																								
9	9831275461668	3.7	男	40代	未婚	無	0	16～20年目	固定時間制	事務職	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い	毎日3食きちんととる	毎日ちがうもの/メニューを食べるようにしている		体型が変わった/気になり始めた	年齢を意識して食生活を改善しようと思った		どこでも入手可能な健康食/サプリ	適切な栄養バランスのメニューが自宅に毎回届くサービス		不足気味である	日々の仕事や茶寮でつい忘れてしまう
9																								
10	9831202809822	5.3	女	40代	未婚	無	0	11～15年目	固定時間制	専門/技術職	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	いつも同じような物ばかり食べてしまう		意識的に小鉢（野菜）を一品追加している	毎日3食きちんととる		年齢を意識して食生活を改善しようと思った			食事管理アプリ	外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実	適切な栄養バランスのメニューが自宅に毎回届くサービス	不足気味である	特に理由はないがなんとなく好きな物ばかり食べてしまう
10																								
11	9831290365804	0.9	女	20代	未婚	無	0	6～10年目	固定時間制	事務職	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食欲に負けてしまい食べ過ぎてしまう	仕事や生活習慣上の都合で外食/会食機会が多い	間食やお菓子を食べないようにしている	運動をしてカロリー収支を合わせて体系維持に努めている									
11																								
17	9830183355656	6.7	女	40代	既婚	無	0	16～20年目	固定時間制	事務職	いつも同じような物ばかり食べてしまう			毎日3食きちんととる			その他			外食先や買い物先での糖質/脂質制限メニュー/商品の充実			かなり不足している	野菜を摂る機会/手段がない
17																								
21	9830129647166	3.9	男	40代	既婚	無	0	21年目～	固定時間制	事務職	ヘルシーな食事にすると費用負担がかかる			間食やお菓子を食べないようにしている	その他		健康診断で指摘された	体型が変わった/気になり始めた	年齢を意識して食生活を改善しようと思った	栄養士との定期面談	日々の栄養状態を確認するための機器（血圧計のような機器）		わからない（摂取量を把握/意識していない）	
21																								
22	9831243532482	4.5	男	40代	既婚	有	12	16～20年目	固定時間制	専門/技術職	何をどのように気をつて良いかがわからない	気をつけたいという意識はあるが、面倒になってしまう	食の好みが偏っており、実践できない（好き嫌いが多い）	毎日3食きちんととる			以前と同じように食べられなくなった	家族や友人から食生活についての注意を受けた		食事管理アプリ	栄養士との定期面談	日々の栄養状態を確認するための機器（血圧計のような機器）	かなり不足している	特に理由はないがなんとなく好きな物ばかり食べてしまう
22																								

番号	実施前　2019/11/20～2019/12/21							実施後　2020/01/20～2020/02/21						
	細分類	合計 / 購買点数	合計 / 購買金額	ヘルシー(点数*購買数)	シェア	スタンダード(点数*購買数)	シェア	細分類	合計 / 購買点数	合計 / 購買金額	ヘルシー(点数*購買数)	シェア	スタンダード(点数*購買数)	シェア
3	12/23以降に買い物							HC 惣菜	1	241	0		1	
								レンジアップ麺　焼きそば	1	297	0		1	
								乳飲料500パック	1	89	0		1	
3									**3**	**627**	**0**	**0%**	**3**	**100%**
5								HC 白飯・おにぎり	1	178	1		0	
								コーヒーカップ	1	150	0		1	
								マヨネーズサラダ	1	110	1		0	
								ヨーグルト個食フレーバー	2	216	2		0	
								機能性小PET	1	126	1		0	
								国産水小容量	1	84	1		0	
								煮物	1	110	1		0	
								茶系小PET	4	446	4		0	
								野菜チルド	1	108	1		0	
5									**13**	**1,528**	**12**	**92%**	**1**	**8%**
6	レンジアップ麺　焼きそば	3	540	0		3								
	食パン準食	1	108	0		1								
6		**4**	**648**	**0**	**0%**	**4**	**100%**							
8	煮物	2	238	2		0		煮物	4	440	4		0	
	果汁缶・パック・ビン	1	91	0		1		揚げ物	2	140	0		2	
	寿司詰め合わせ	4	400	4		0		おにぎり	1	90	1		0	
								スティック寿司	6	600	6		0	
								焼き物（串以外）	1	125	1		0	
8		**7**	**729**	**6**	**86%**	**1**	**14%**		**14**	**1,395**	**12**	**86%**	**2**	**14%**
9								おにぎり	15	1,560	15		0	
								カップ型ラーメン	13	1,197	0		13	
								包餡パン	1	115	0		1	
9									**29**	**2,872**	**15**	**52%**	**14**	**48%**
10	野菜チルド	1	100	1		0		野菜チルド	2	200	2		0	
	煮物	1	138	1		0		煮物	1	110	1		0	
	チーズ	1	219	1		0		カップサラダ	7	1,595	7		0	
	機能性小PET	1	120	1		0		マヨネーズサラダ	1	110	1		0	
	茶系小PET	2	216	2		0		ヨーグルトプレーン個食	1	132	1		0	
	乳飲料小容量	3	280	3		0		ヨーグルトプレーン連物(大容量)	2	296	2		0	
	焼きこみ調理パン	1	98	0		1		生食野菜	2	180	2		0	
	HC クロワッサン	2	334	0		2		納豆	1	100	1		0	
	HC カレー	4	1,798	0		4		機能性チルド	1	100	1		0	
	上掛けパン・トッピングなど	3	374	0		3		栄養ドリンク	1	238	0		1	
								茶系小PET	1	108	1		0	
								HC 白飯・おにぎり	1	248	1		0	
								寿司詰め合わせ	1	100	1		0	
								焼きこみ調理パン	1	90	0		1	
								生地ものパン	2	180	0		2	
								パック肉	1	165	0		1	
								HC 惣菜	1	221	0		1	
								焼き物（串以外）	2	250	2		0	
								揚げ物	2	278	0		2	
10		**19**	**3,677**	**9**	**47%**	**10**	**53%**		**31**	**4,701**	**23**	**74%**	**8**	**26%**
11	HC 丼	4	2,000	0		4		HC 丼	1	463	0		1	
	玉子加工品	2	140	2		0		玉子加工品	3	210	3		0	
	バナナ	1	204	1		0		バナナ	1	95	1		0	
	野菜チルド	2	202	2		0		野菜チルド	8	818	8		0	
	シリプレ・栄養調整食品	1	167	1		0		ナッツ類	1	298	1		0	
	機能性チルド	3	300	3		0		国産水小容量	2	164	2		0	
	牛乳１Lパック	1	147	1		0		生食野菜	1	98	1		0	
	デニッシュ	1	135	0		1		茶系小PET	2	192	2		0	
	バーガー	1	195	0		1		HC 白飯・おにぎり	2	496	2		0	
	果汁大PET	1	245	0		1		お湯かけ麺	1	369	0		1	
	HC クロワッサン	1	167	0		1		カップ型ラーメン	1	158	0		1	
	HC 弁当	2	1,000	2		0		カップ型汁物	1	100	1		0	
	寿司詰め合わせ	1	371	1		0		パスタ	1	128	0		1	
	上乗せ弁当	1	385	0		1		レトルト・ふりかけ	1	178	0		1	
	カップ型ラーメン	1	99	0		1		レンジアップ麺　スパゲッテイ	3	1,107	0		3	
	玉子10個パック	1	210	1		0		生食加工ハム	1	248	1		0	
								即席ルー・調理ソース	1	195	0		1	
11		**24**	**5,967**	**14**	**58%**	**10**	**42%**		**31**	**5,317**	**22**	**71%**	**9**	**29%**
17	HC 丼	3	1,470	0		3		HC 丼	3	1,460	0		3	
	レンジアップ麺　スパゲッテイ	2	479	0		2		レンジアップ麺　スパゲッテイ	4	1,217	0		4	
	レンジアップ麺　焼きそば	1	369	0		1		レンジアップ麺　焼きそば	3	954	0		3	
	上乗せ弁当	6	1,876	0		6		上乗せ弁当	2	576	0		2	
	色飯　洋　チャーハン	4	1,520	0		4		色飯　洋　チャーハン	1	398	0		1	
	たこ焼き・お好み焼	5	1,845	0		5		たこ焼き・お好み焼	1	369	0		1	
	野菜チルド	22	2,242	22		0		野菜チルド	21	2,138	21		0	
	シリプレ・栄養調整食品	2	273	2		0		野菜缶	3	300	3		0	
	栄養ドリンク	2	315	0		2		マヨネーズサラダ	1	110	1		0	
	茶系小PET	1	126	1		0		煮物	1	110	1		0	
	揚げ物	1	110	0		1		ドーナツ	1	107	0		1	
	寿司詰め合わせ	1	198	1		0		包餡パン	1	108	0		1	
								HC 白飯・おにぎり	1	176	1		0	
								HC 弁当	1	438	1		0	
								幕の内弁当　日替わり以外	1	371	1		0	
								おにぎりセット	1	176	1		0	
								寿司詰め合わせ	4	1,050	4		0	
								グラタン	2	645	0		2	
								コーヒー紙パック	1	98	0		1	
17		**50**	**10,823**	**26**	**52%**	**24**	**48%**		**53**	**10,801**	**34**	**64%**	**19**	**36%**
21	HC 白飯・おにぎり	3	528	3		0		HC 白飯・おにぎり	1	176	1		0	
	焼きこみ調理パン	11	974	0		11		焼きこみ調理パン	5	439	0		5	
	幕の内弁当　日替わり以外	1	371	1		0		幕の内弁当　日替わり以外	1	371	1		0	
	上乗せ弁当	1	278	0		1		上乗せ弁当	1	278	0		1	
	カップ型うどん・そば	4	678	0		4		カップ型うどん・そば	3	356	0		3	
	生地ものパン	1	90	0		1		生地ものパン	2	180	0		2	
	牛乳小容量	12	924	12		0		牛乳小容量	1	77	1		0	
	包餡パン	3	277	0		3		包餡パン	3	276	0		3	
	栄養ドリンク	2	186	0		2		煮物	1	110	1		0	
	乳飲料小容量	1	76	1		0		カップサラダ	2	220	2		0	
	サンド菓子パン	2	178	0		2		サンド菓子パン	1	90	0		1	
	催事ケーキ	1	1,700	0		1		おにぎり	5	480	5		0	
	HC 丼	1	500	0		1		レンジアップ麺　スパゲッテイ	1	110	0		1	
	カップ型ラーメン	2	257	0		2								
21		**45**	**7,017**	**17**	**38%**	**28**	**62%**		**27**	**3,163**	**11**	**41%**	**16**	**59%**
22	HC カレー	2	704	0		2		HC カレー	1	352	0		1	
	HC 弁当	2	899	2		0		HC 弁当	2	1,000	2		0	
	HC 丼	4	1,825	0		4		HC 丼	4	1,300	0		4	
	おにぎり	2	200	2		0		おにぎり	3	300	3		0	
	お湯かけ麺	4	816	0		4		お湯かけ麺	5	965	0		5	
	スティック寿司	1	100	1		0		スティック寿司	1	100	1		0	
	寿司詰め合わせ	4	812	4		0		寿司詰め合わせ	1	306	1		0	
	焼き物（串以外）	1	110	1		0		焼き物（串以外）	2	235	2		0	
	上乗せ弁当	2	576	0		2		上乗せ弁当	1	298	0		1	
	色飯　洋　チャーハン	1	371	0		1		色飯　洋　チャーハン	1	398	0		1	
	煮物	1	100	1		0		煮物	7	770	7		0	
	デニッシュ	5	501	0		5		デニッシュ	1	117	0		1	
	揚げ物	5	426	0		5		揚げ物	1	121	0		1	
	ケーキ風パン	1	108	0		1		野菜チルド	5	510	5		0	
	サンド菓子パン	1	90	0		1		マヨネーズサラダ	4	440	4		0	
	レンジアップ麺　スパゲッテイ	1	110	0		1		HC 惣菜	7	1,607	0		7	
	三角サンド	1	241	0		1		焼きこみ調理パン	2	196	0		2	
	食パン生地	1	131	0		1		幕の内弁当　日替わり以外	1	371	1		0	
	生和菓子	2	221	0		2		丼	1	371	0		1	
	弁当カレー	1	325	0		1								
22		**42**	**8,666**	**11**	**26%**	**31**	**74%**		**50**	**9,757**	**26**	**52%**	**24**	**48%**

※本調査研究は、令和元年度厚生労働省老人保健健康増進等事業として実施したものです。

令和元年度厚生労働省老人保健事業推進費等補助金　老人保健健康増進等事業

北海道における地域包括ケア関連産業の
社会実装に関する調査研究事業報告書
令和 2 年 3 月

株式会社日本総合研究所

〒141-0022　東京都品川区東五反田 2-18-1　大崎フォレストビルディング
TEL:　03-6833-6300　　FAX:03-6833-9480