

企業B

資料3

1. 貴社や、貴店舗で食に関わる取り組みは実施されていますか。

- ・推定野菜摂取量測定機器での野菜摂取量測定
- ・デリカ…1日 350g 野菜を食べよう 約 1/3、1/2 のお弁当、サラダ、お好み焼き、豆乳
- ・青果……低カリウムレタスなど（腎臓の機能が低下した方は制限があるので摂取を抑える商品）
- ・管理栄養士監修のお弁当の販売
- ・クッキング教室
- ・POPの設置（対象商品にはパッケージにシールで訴求している商品もある）
- ・POP 野菜売場 1日に 350g のやさいを食べよう
- ・POP 果物売場 1日に 200g のくだものを食べよう
- ・カルシウム摂取に関する催事（不定期に開催）
- ・惣菜コーナーでの展開（「デリバランス」500kcal 以下のお弁当、「1/2 日分の野菜が摂れるサラダ」「1/3 の野菜が摂れるサラダ」などを展開。またフライ惣菜の油はコレステロール0 のキャノーラ油を使用）
- ・ハムコーナーでの展開（塩分や糖質を抑えた商品、保存料を使用していない商品などを集めてコーナーで展開中）
- ・メーカー様による配信レシピ
- ・レシピの設置（自店にはクッキングサポートコーナーがあり常時ではないが試食販売等も実施している）

2. お客様を通して食について感じておられることはありますか。

（野菜のお惣菜を購入される方が増えた、若い男性は揚げ物をよく購入されるなど、数値として出ているもの以外でも、普段感じておられることがあればご記入をお願いします。）

- ・推定野菜摂取量測定器による野菜摂取量測定を実施している（一年前より測定会参加者数が倍の人数に増えたと同時に、生鮮市で野菜販売数が伸びた）
- ・カットサラダ等の簡便品の動きが良い（野菜の相場も関係）冷凍野菜も同様
- ・冷凍パスタや冷凍炒飯類の動きが良い
- ・冷凍鮮魚、調理済や一次加工済の切身魚や塩干類の動きが良い。賞味期限が長く、手を汚さずアラもないためと推測
- ・お惣菜を購入されるお客様は以前より増えている。健康を意識してではなく社会情勢が影響している（女性の社会進出増など）と思われる
- ・減塩や低糖質など健康に関わる商品はたくさんあるが爆発的に売れる商品はない。あくまでも通常商品が一番売れる

3. 今後、実施したい食に関わる取り組みはありますか。

(実施されるかの有無に関わらず、あればご記入をお願いします。)

- ・野菜摂取量測定会の開催
- ・子ども向けの食育教育を企画（野菜に関心を持ってもらうには、色々な野菜を知ってもらう。伝え方を工夫する。）
- ・外部講師を招いて教育機関とのコラボは効果的だと思う（保育園、小学校、中学校、高校、大学など）

4. 今後、栗東市が食育に関して進めるべきだと思う取り組みや、コラボして行いたい取り組みはありますか。

- ・栗東市広報などで募集、告知している体験や料理教室など先生方ともコラボしてみたい
- ・未就学児向けに絵本の読み聞かせ、紙芝居など
- ・骨密度や血液などの測定会など健康状態を知る取り組み
- ・教育機関とのコラボは効果的だと思います

5. その他、食、食育に関して自由にご記入ください。

- ・幼児期に関する取り組みをもっと実施できる機会があればうれしいです（幼児期の食事栄養メニュー、簡単体操、親子遊びなど。）
- ・栗東市が主導となり広報活動も含めて広がれば健康や食育に関する意識は高まるかと思えます