

表4-1 参加者の反応・満足度：スーパー（店長へのインタビュー）

店/客	観点	桜地区 オオセキ 上町店	用賀地区 サミット 砧店
店側	店の方針 ①プログラムでよかった点	客とのコミュニケーション重視 児童の手書きのポスターはインパクトがあり、店の取り組みを印象付けた 客がPOPによって、売り場に興味をもってくれた 各売り場の担当者POPのセリブを書かせたことで、商品知識を学ぶ機会になり、よかった 冬から春にかけて、青果の売り上げが伸びた（他の店では下落している）	サミット全体としての動き重視
客側	②プログラムで悪かった点 ②店員の健康に関する意識の変化 ③店長の健康に関する意識の変化 ④今後の企画への希望	② 個々人の健康意識の変化についてはわからない POPに記載するために、商品について調べ、商品知識があがった ③ コンビニで食物を購入する際に、よりバランスに気をつけるようになった 食物の表示を見て、内容を調べるようになった ④ 社員が健康や食事についての学習の機会（客とのコミュニケーションのための商品知識を高めるため）	リーフレットは内容が少し難しい、インパクトが少ない 特にならない （「保健所の取り組み」という意識が強く、サミットとしての実施ではないと思う） この店舗だけでなく、全店でやったほうがインパクトがある サミット全体として、保健所と共同でプロジェクトを進めるのが理想 客にとって、健康や食の情報は、プラスになると認識してサミットとしても、健康情報を客に提供することは必要と 考えており、始めようという考えはある。 しかし、やる人がいない、知識がないため、実施にふみきれない 献立と健康情報を提供することが今後特に重要（調理する人が減っている、客の8割以上は献立をスーパーに来るから考えるため）
客側	客の反応	リーフレットは内容が難しいと思ったが、意外に、持って帰る人が多かったので驚いた（これまで、客には親しみのある言葉や印象で作成するのが一般的だと思っていたので、逆のことを知り、いい機会になった） POPの評判が良く、売り場で指先しながら買い物をして いる親子がよくいた	質問などは、とくになかった

表4-2 参加者の反応・満足度：商店会（商店会役員へのグループインタビュー）

	桜地区 桜商店街	用賀地区 用賀商店街
店側		
①プログラムでよかった点	POPはよかった 取り組み自体は、業務に差し障りはない 児童のポスターの内容が、食物、旬に限定されるとやり にくい(関係ない職種があるので) 旬の時期がずれなかった(ポスターに月が記載されてお り、実際には1ヶ月遅れで配布された) POPのセリフは、なかなか書けないので、最初から入っ ていたほうがよい	子どもたちが制作したレシビはよかった。客が欲しがった 食レシジャーのPOP、缶バッジは人気があった 小学校のばくばく新鮮発表会は素晴らしい。なかなか なかった。 リーフレットは、ばくと見てわかりにくい。なかなか なかった。
②プログラムで悪かった点		
③店主の健康に関する意識の変化	とりにくみで変わったことはない 健康診断の後は、意識するが、すぐ忘れてしまう	特に変わったことはない
④今後の企画への希望、可能性	今年も継続してよい ポスター、リーフレット、POPは、これまでもおり可能 商店街の中で、ばくばくブース(体脂肪測定やアルコー ルテスト)をやってほしい。事前の宣伝や場所の確保は 商店街でやる 献立の情報を提供することは重要 健康的な献立を提示し、その材料をそろえるのに、商店 街ではどこどこで何が買えるという情報もやってみたい 野菜350gなどの提示は、売れるかどうかの問題	店によってニーズが違うので、個別対応をして欲しい 商店街の広報誌に取組みPRを掲載することは可能 用賀商店街のホームページ「用賀ナビ」、並びに商店街 の有線放送をPRに活用することは可能
客側		
①客の反応	肉屋のばくばく弁当は、評判がよかった 児童が自分のポスターを見て楽しそうに話していた 年輩の客から、いい取り組みだと言われた 児童のポスターやPOPは関心度が高い リーフレットは、店先に置いてあまり持っていない 缶バッジは子どもに人気がある	児童が制作したレシビはよかった。客が欲しがった 食レシジャーのPOPは人気があった 食レシジャーの缶バッジは、子どもに人気があり、すぐ なくなった

表5 活動の展開

活動の展開方向 主体的活動への展開	用賀地区	桜地区	用賀地区
商店街	リーフレット・POPの掲示を継続 ぱくぱくキャラクターのたて看板作成済み 商店街の垂れ幕検討中 ホームページの作成検討中 商店街が主体となった企画の希望(商業課との共催) 肉屋のぱくぱく弁当販売拡大予定	リーフレット・POPの掲示を継続予定 商店街独自のホームページに、 プロジェクトのホームページをリンク済み	
スーパー	独自のヘルシー弁当の開発と販売を検討中	(販売促進担当との調整)	
連携の構築	小学校と商店街	児童が旬のポスター配布を継続予定	
	協議会 保健所関係者の会議	継続予定 継続	

写真1 地域のスーパーマーケットに貼られた、プロジェクトのポスター



写真2 地域のスーパーマーケットに貼られた、児童の旬ポスター

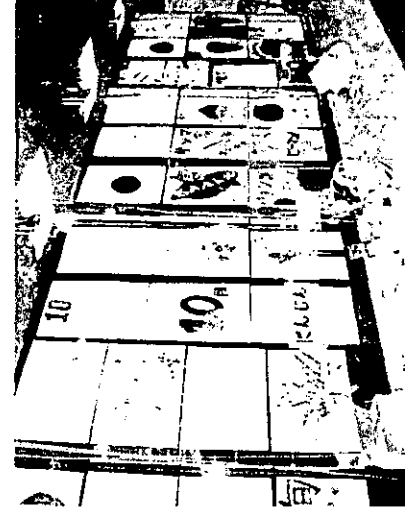


写真3 POPとPOPの掲示例

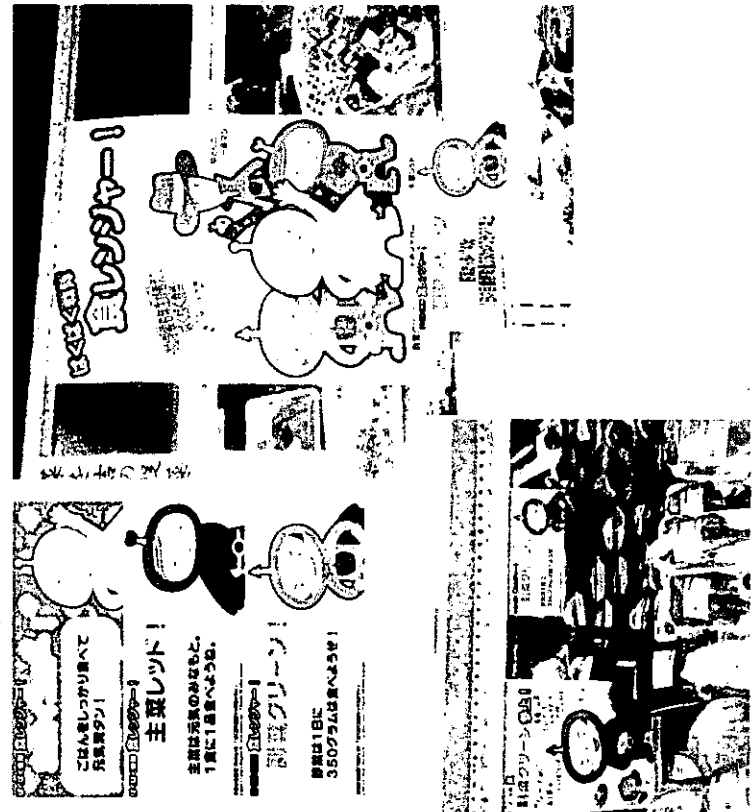


写真4 リーフレットの例

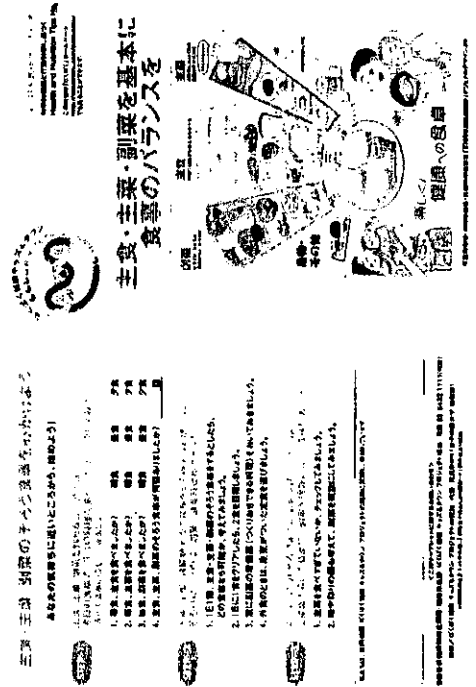
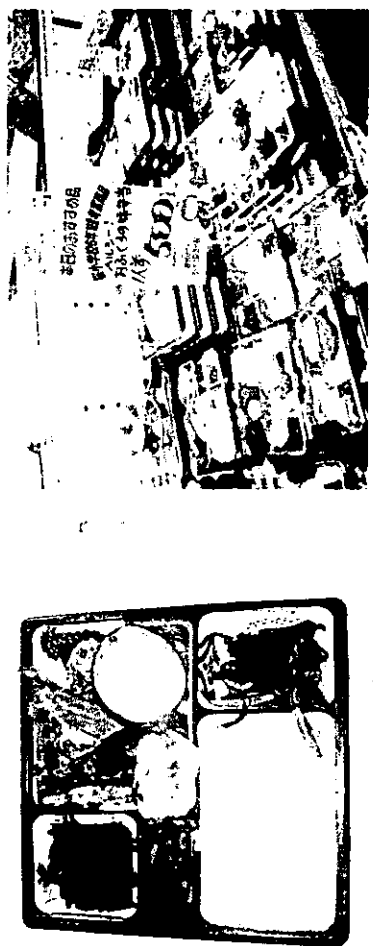


写真5 児童が考案したぱくぱく弁当の例と地域のスーパーでの販売



スーパーにおける情報発信とその評価手法の検討

分担研究者 中嶋 康博 東京大学大学院農学生命科学研究科 助教授

研究協力者 佐々木由樹 管理栄養士

研究要旨:

2003年10月下旬から2004年3月下旬までの5ヶ月間にわたって、世田谷区内の2社(O社とS社)のスーパーにおいて健康並びに食情報の提供を行った。同時にレジのPOS(Point Of Sales)情報を収集して、購買頻度の高い野菜について販売動向を確認した。以下ではS社の4月中旬までのデータを整理した結果である。S社からは、情報提供した介入店(A店)および情報提供しなかった対照店(B店)の2店についてPOSデータの提供を受けた。A店とB店は比較的規模の似通った同じ世田谷区内にある店舗である。データの収集は2004年6月まで続けられるので、最終的には情報提供終了後の動向を含めた分析を行うことになっている。

暫定的な分析の結果、4品目において介入店での販売量が伸びていることが確認された。それ以外の7品目では、介入店と対照店で販売動向に大きな差は観察されなかった。

A. 目的

地域住民の望ましい食習慣形成のために、適切な情報提供は欠かせない。本研究では、スーパーマーケットの売り場でPOPの掲示と印刷物配布の2種類の方法による健康・食情報の提供を行った。このような情報提供はこれまで必ずしも組織的・計画的に行われてきたわけではなかった。提供手段や状況に応じたアレンジなどの面で一般化できるノウハウが蓄積されてこなかった。こういった経験を記録することも今回の研究の目的である。

食情報の提供によって人々の食行動に変化が起こることが期待される。この検証のためにレジでの購買記録であるPOSデータを日別に収集して、情報提供前後での変化を分析することとした。

B. 方法

2003年10月下旬から2004年3月下旬までの5ヶ月間にわたって、世田谷区内の2社(O

社とS社)のスーパーにおいて健康・食情報の提供の提供を行った。同時にレジのPOS(Point Of Sales)情報を収集して、購買頻度の高い野菜について販売動向を確認した。以下ではS社の4月中旬までのデータを整理した結果である。S社からは、情報提供した介入店(A店)および情報提供しなかった対照店(B店)の2店についてPOSデータの提供を受けた。A店とB店は比較的規模の似通った同じ世田谷区内にある店舗である。なおデータの収集は6月まで続けられるので、最終的には情報提供終了後の動向を含めた分析を行うことになっている。

食情報の提供活動は、次の4部門から構成されている。

1) プロジェクトとして健康・栄養情報を次の2ルートから提供した。

① 店内での食情報のPOP(Point Of Purchase) 掲示

POP 掲示では独自に子供から成人まで親し

めるキャラクターを作成して、そのキャラクターのふきだしにメッセージを書き込むスタイルにした。メッセージ記入は店舗のスタッフが担当することにして、販売店が自ら学習することを目指した。

②レジ通過後の袋詰め台での栄養リーフレットの配布

本プロジェクトメンバーが協力して16種のリーフレットを独自に企画し印刷作成した。「食生活を見直そう!」と題して、主食・主菜・副菜の知識、健康・食情報の利用の仕方、適正体重、食品ロスまで幅広い内容を扱っている。2) 常時の情報提供活動以外に、地域のイベントに参加しブースを設けて、食情報の普及に努めた。

3) 本プロジェクトでは、栄養教育を介入2小学校で総合的な学習の時間等を利用して実施した。家庭からの口コミによる情報伝達も重要なルートである。

4) スーパーや商店街では、生徒が総合的な学習の時間で作成したポスターの掲示、同生徒が考案した弁当の販売(業者によるばくばく弁当の週替り販売)を実施した。

C. 結果

1. リーフレットの配布状況

リーフレットは16種類作成したが、はじめの6種類(#1~6)については当初(2003年10月24日)から配布した。次の2種(#7、8)は11月28日から配布を開始した。さらに4種(#9、10、13、14)については、2004年1月30日から配布を開始、最後の4種(#11、12、15、16)については2月12日から配布を開始した。

配布の方法はレジ通過後のスペースに置いたが、当初は分かりにくい場所で、しかも専用の収納ボックスなどが用意できない状態にあった。そのために予想していたよりも配布数は伸びなかった。またきちんと配布されずに散乱して廃棄されるものもあったようである。また

当初は確定した補充体制がなかったために、配布数の確認も混乱した。その後、配布場所をレジ後方の袋詰め台とし、リーフレットのための専用収納箱を用意することになった。あわせてリーフレットの補充は配布数等を確認する係員が行うことになって正確に補足することができるようになった。補充・配布数確認は原則として1週間ごとに行った。11月28日以降は、配布数が正確に確認できるようになった。その時点以降のS社のA店における配布数の推移をグラフにしたものが、図1と図2である。若干のばらつきはあるが、各種リーフレットの配布数は同じような動きを示している。したがってリーフレットはまとめて取れていく傾向にあると推測される。

週ベースで店舗の総売上を集計したもので売上累積指数を作成し、その動きを図中に示した。売上累積指数は来客数の代理変数になると思われたが、リーフレットの配布数と売上累積指数との間には相関は観察されなかった。

#1~8のリーフレットについては、11月中旬までにある程度配布されてしまったためか、12月以降の配布数は落ち込んでいる。また2月以降は、すべてのリーフレットの配布数が伸びている。配布が一巡したようであっても、その後のPOPや小学校での取り組みなどが地域に徐々に浸透して、新たにリーフレットを手にとった人々がいることが確認された。

2. 野菜販売量の推移

毎日の野菜販売量はPOSデータで確認できる。介入店(A店)と対照店(B店)のデータを比較した。品目によっては必ずしも毎日販売されないものもある。以下の分析は、入手したデータのうちで、今回分析対象にした期間のすべての日で販売データを得ることができたものだけに絞った。

A店、B店それぞれで、情報提供を行う直前の10月13日から19日の1週間の1日当たり平均販売数量を1にした指数をまず作成して、

その A 店の指数を B 店の指数で割った指標を計算した。もしこの指標が 1 を超えているならば、介入店での販売が対照店よりも伸びていることになり、情報提供の影響があらわれていると考えることができる。推移を分かりやすくするために、週ベースで動向を確認したのが図 3 と図 4 である。年末年始の特殊な期間は分析対象からはずしてある。

図 3 は、この指標が分析期間を通じて、おおむね 1 を超えているものである。キャベツ、ほうれん草、大根、ブロッコリーでそのような動きが観察される。

図 4 は、この指標が 1 の前後で変動するパターンを示した品目の結果である。

以上の動向を日ベースで確認したものが、図 5 から図 15 である。

D. 考察および結論

日ベース、週ベースの野菜販売量を介入店と

対照店とで比較した。ただし分析のための指標は、両店舗における販売数量の日常の格差をどのように除去するかによって大きく結果が異なってくる。今回の予備的な検討では、とりあえず情報提供を始める直前の一週間の実績を利用してこの格差を把握することにしたが、例えば介入店でのこの一週間での販売数が通常よりも特別に大きなものであったならば、それ以降での販売数は過小評価されることになり、ここで計算される指標は 1 を下回ってしまうであろう。もちろん逆にこともありうるし、対照店での販売動向も結果を左右することになる。したがって、両店舗間の通常の販売格差を把握することが重要となってくる。このために現在より長い期間さかのぼった販売数量のデータの提供を依頼している。

いずれにしても分析手法が実行可能であることは確認できた。今後、そのデータをベースに分析する予定である。

図1 リーフレット配布数 (#1~8)

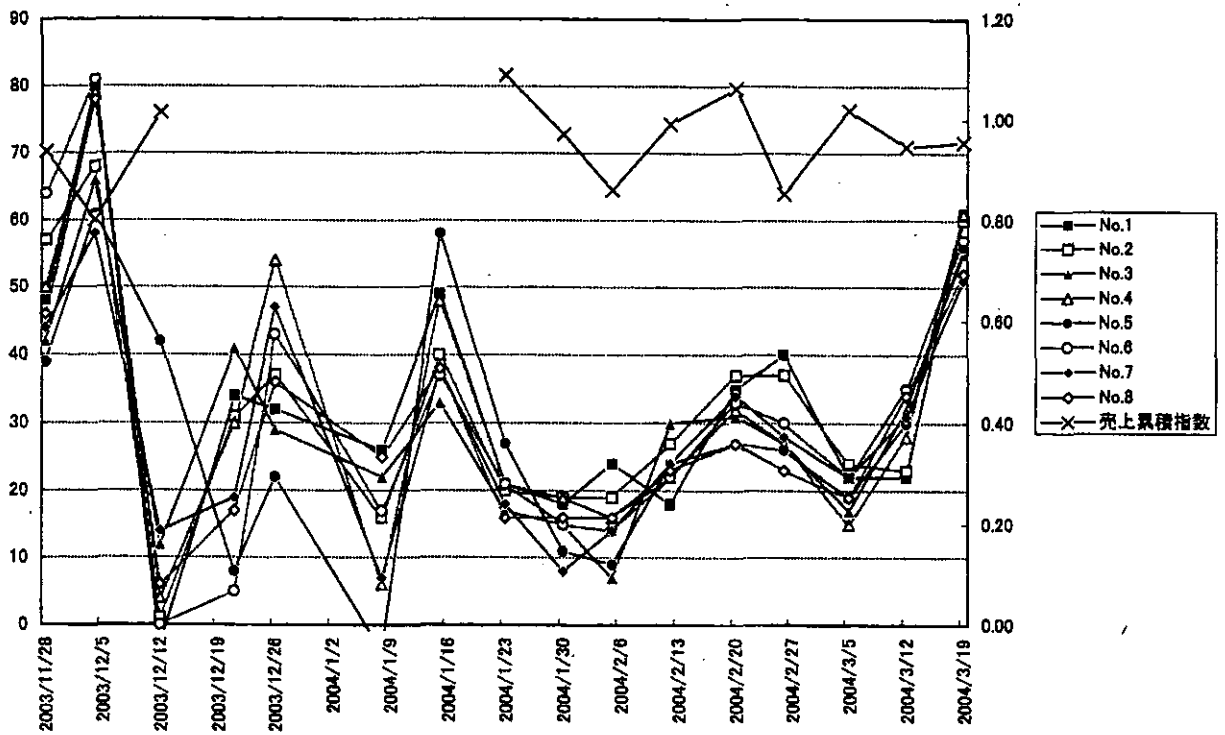


図2 リーフレット配布数 (#9~16)

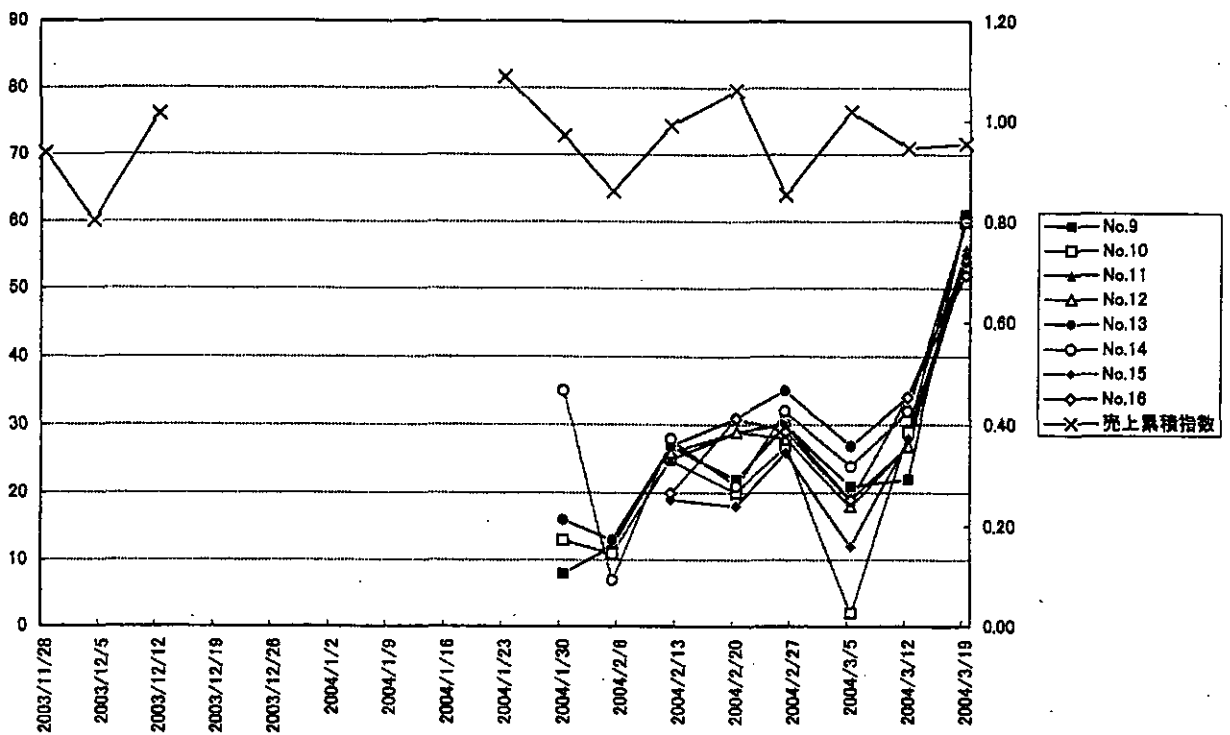


図3 介入店での販売が伸張した品目の販売量推移（週ベース）

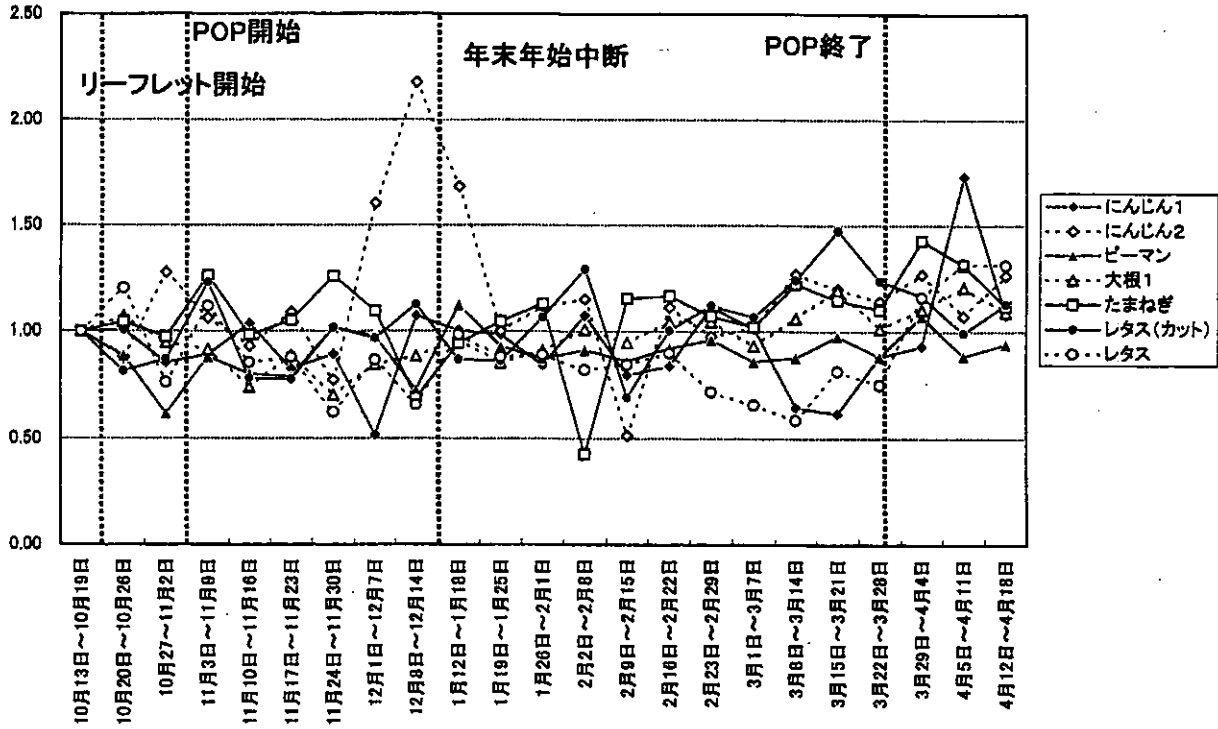


図4 介入店と対照店で販売の伸張度に大きな差が確認されなかった品目の販売量推移（週ベース）

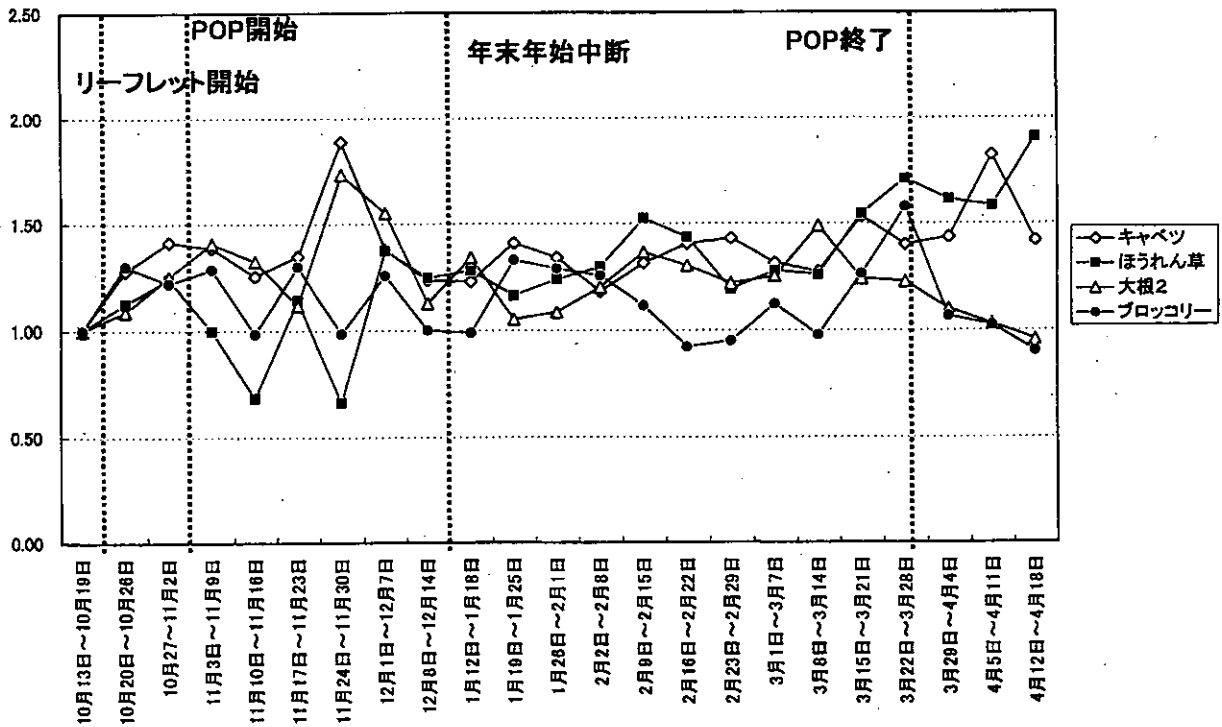


図5 キャベツ

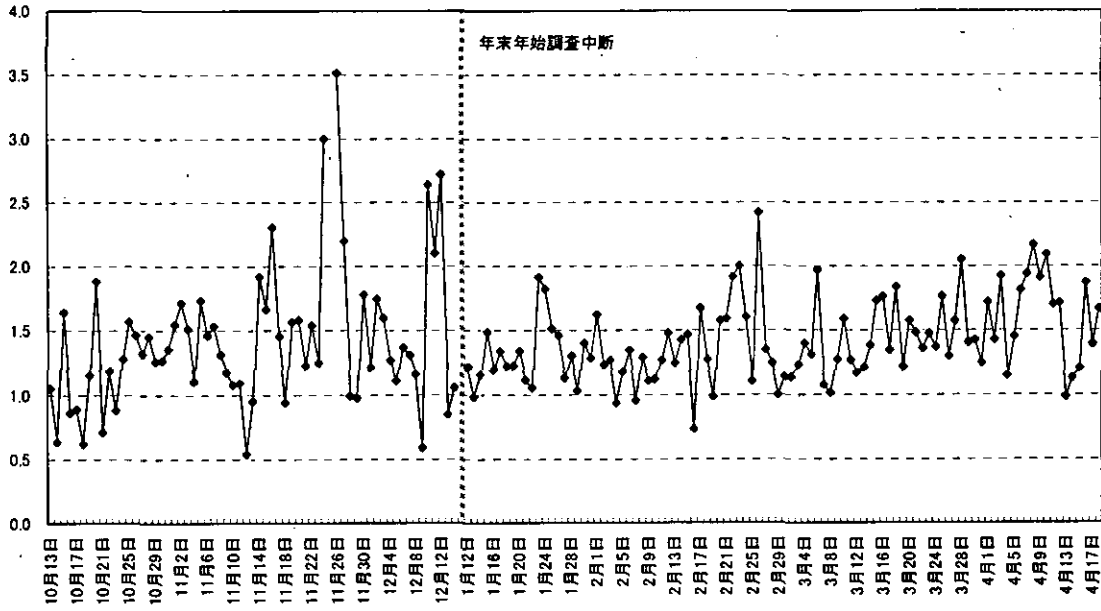


図6 ほうれん草

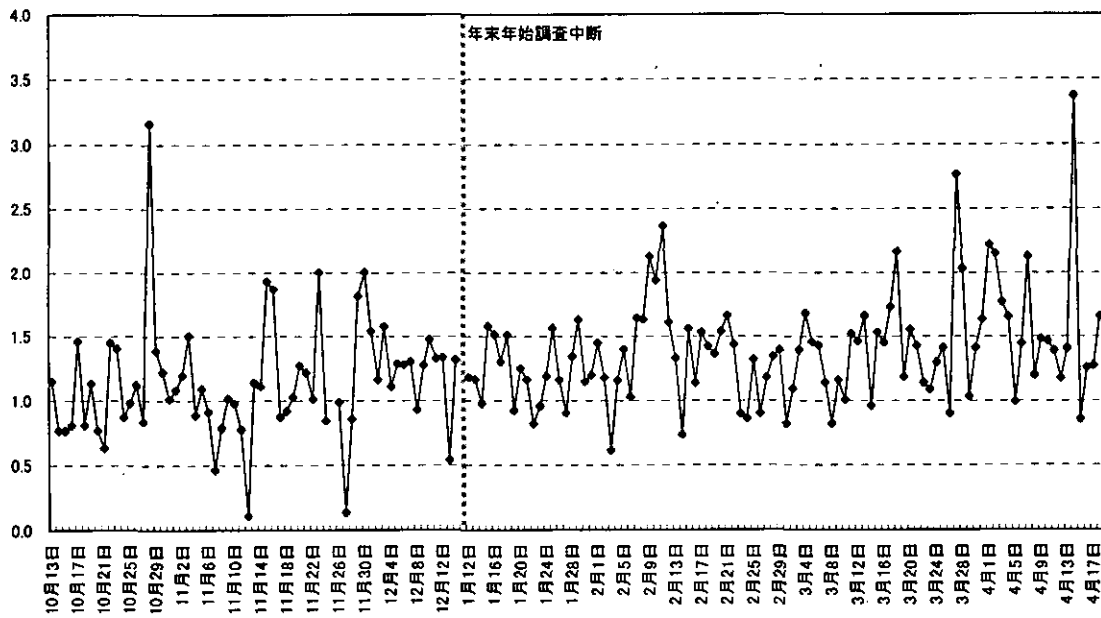


図7 大根(#2)

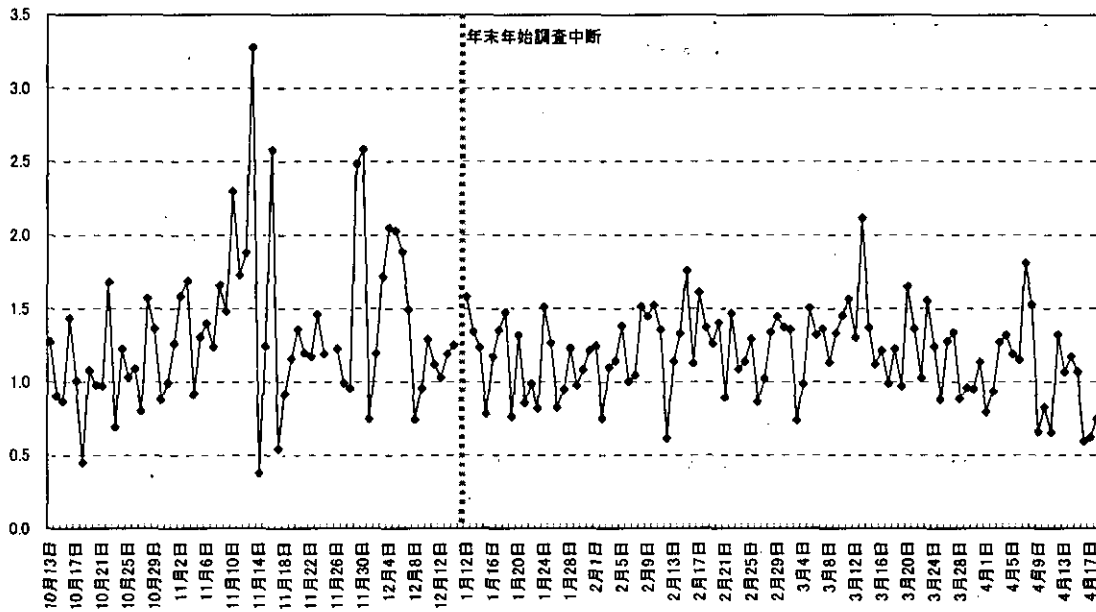


図8 ブロッコリー

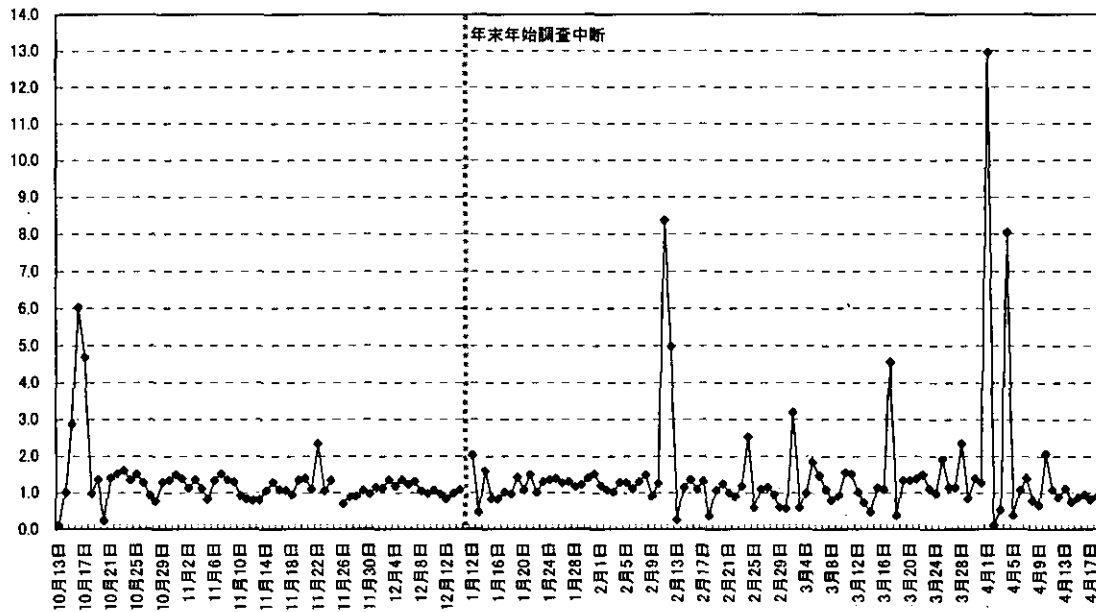


図9 にんじん(#1)

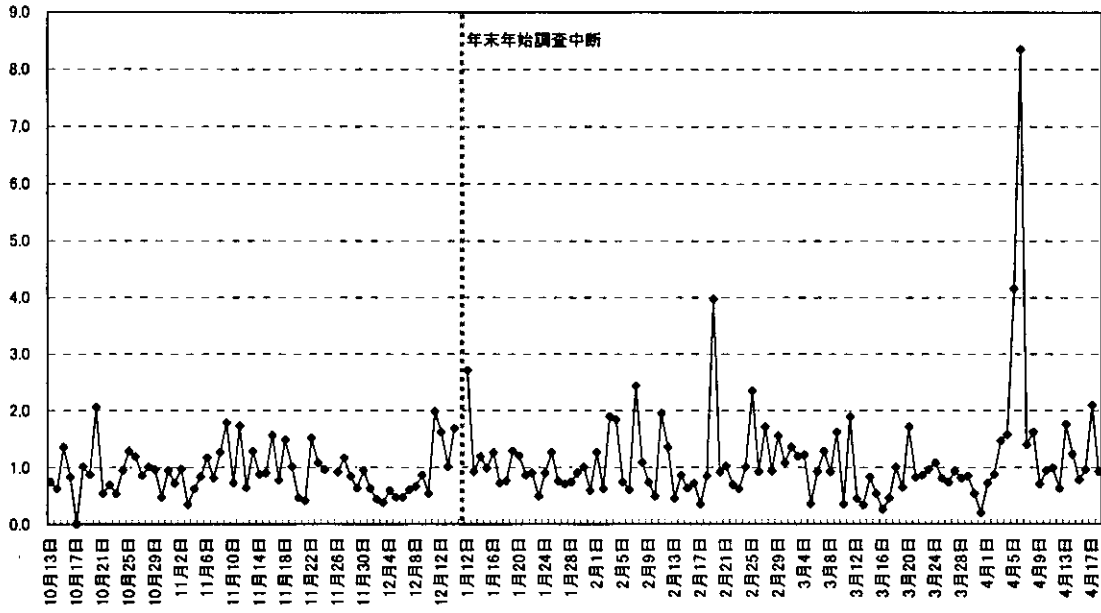


図10 にんじん(#2)

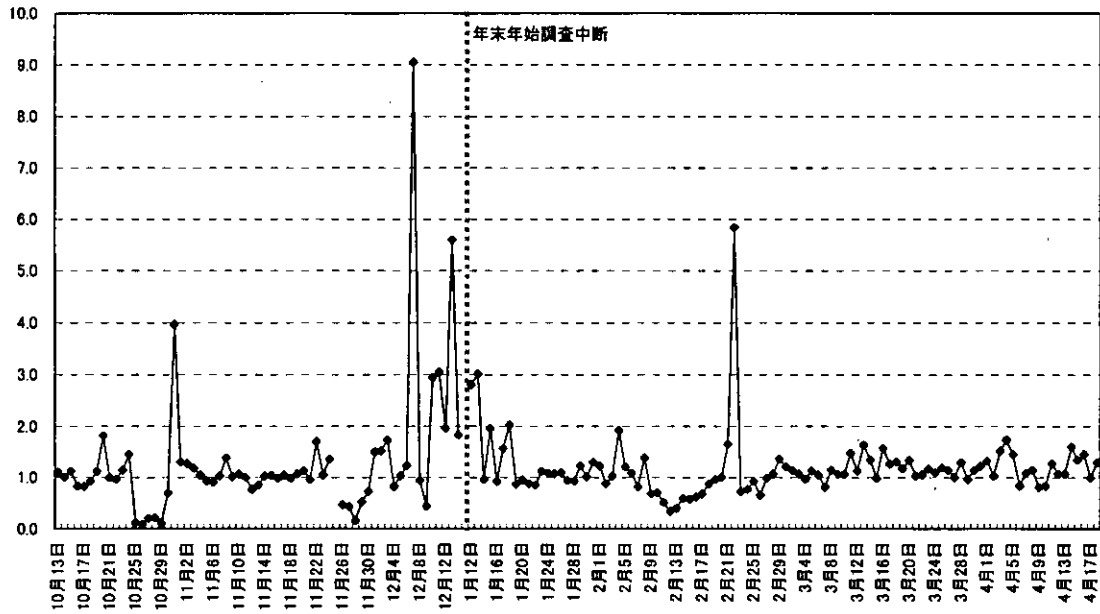


図11 ピーマン

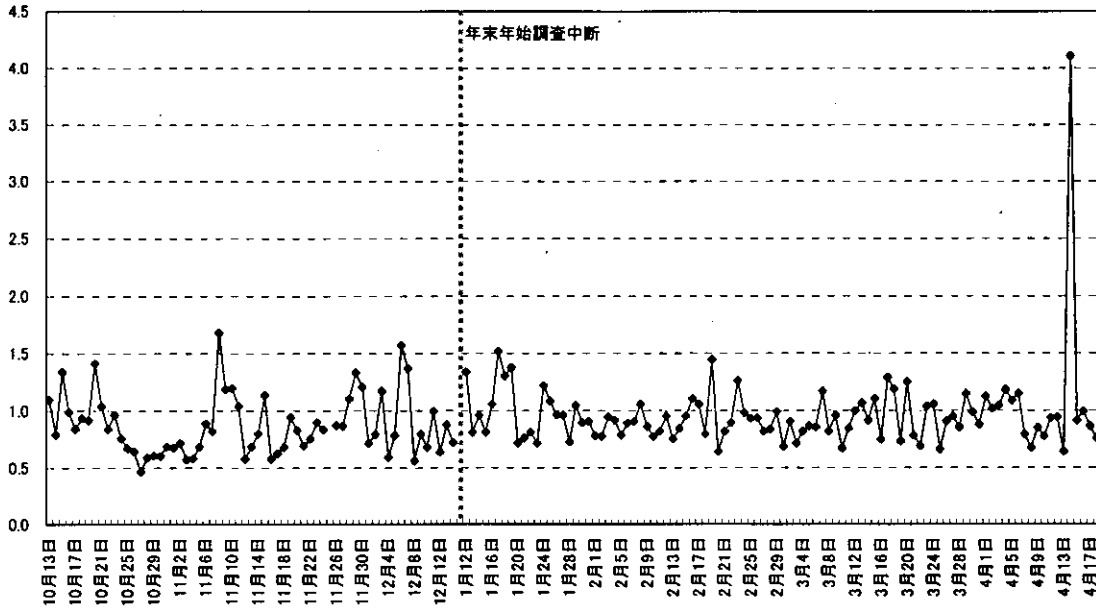


図12 大根(#1)

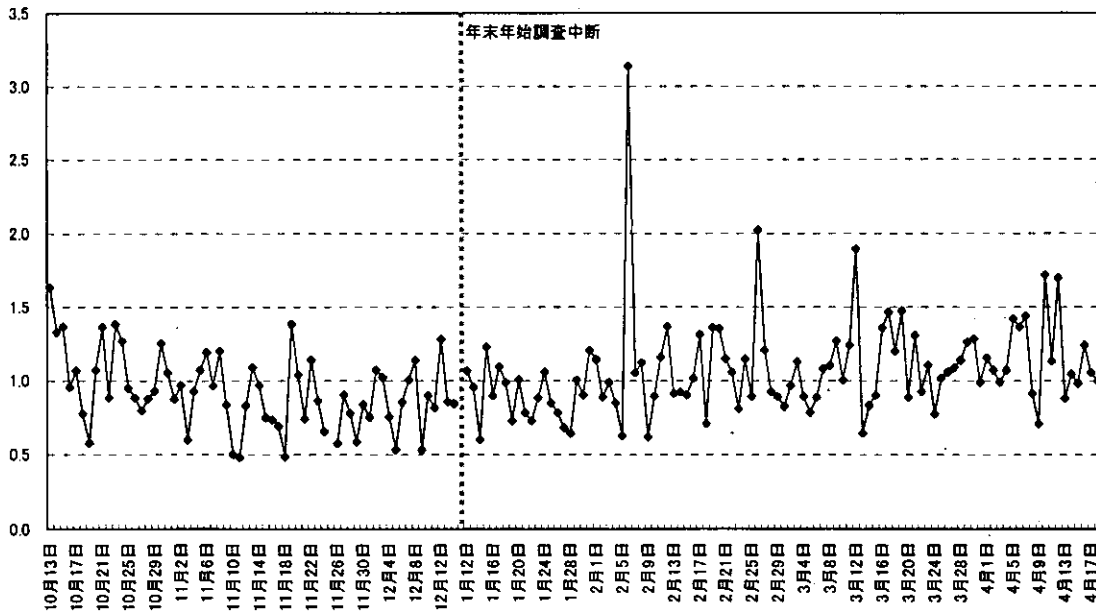


図13 たまねぎ

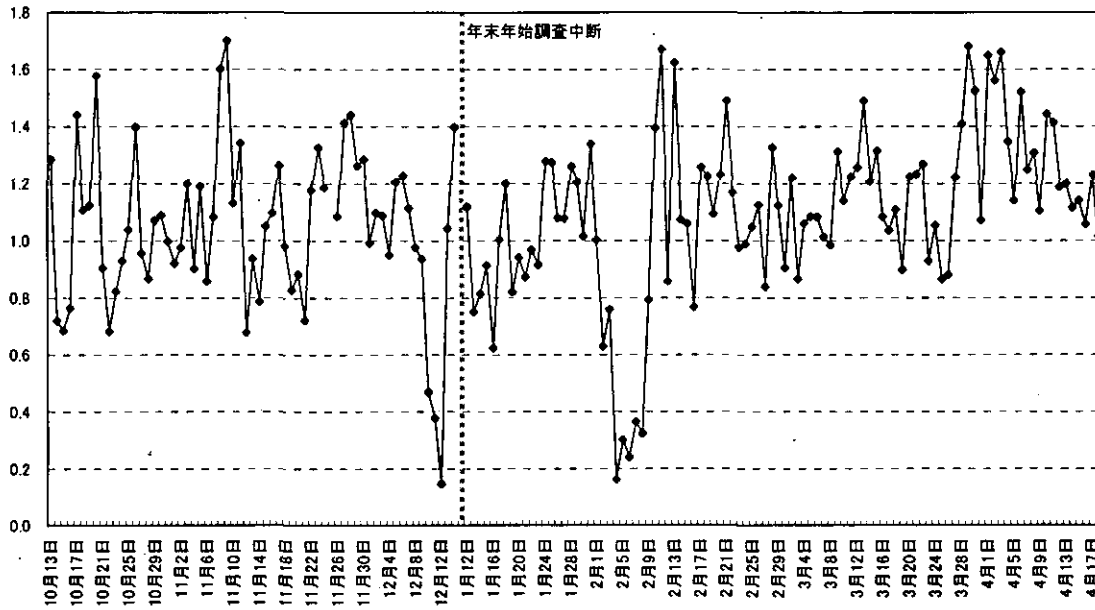


図14 レタス(カット)

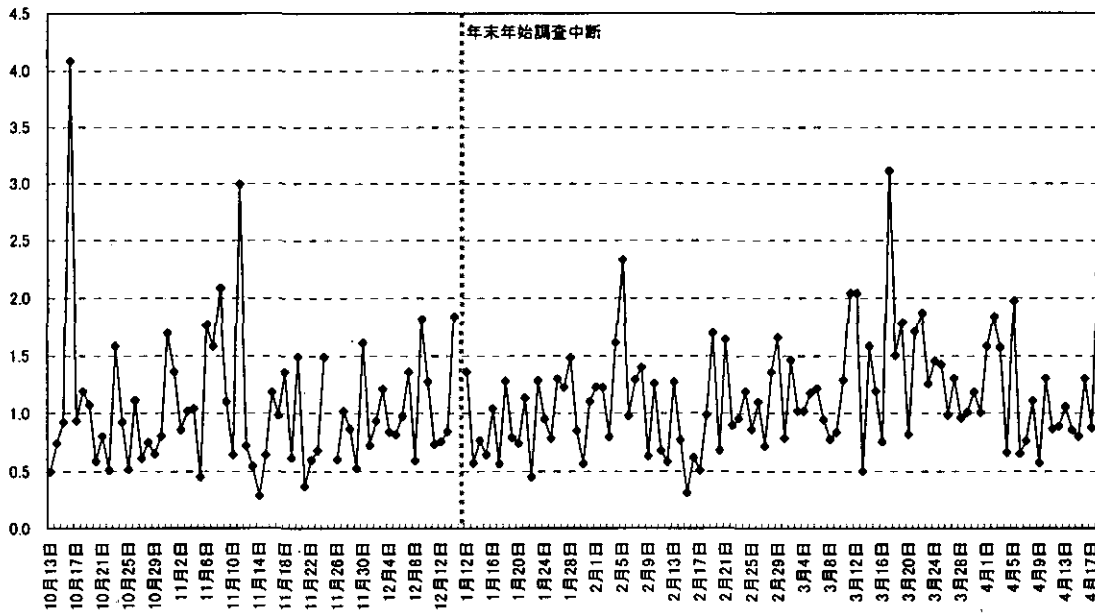
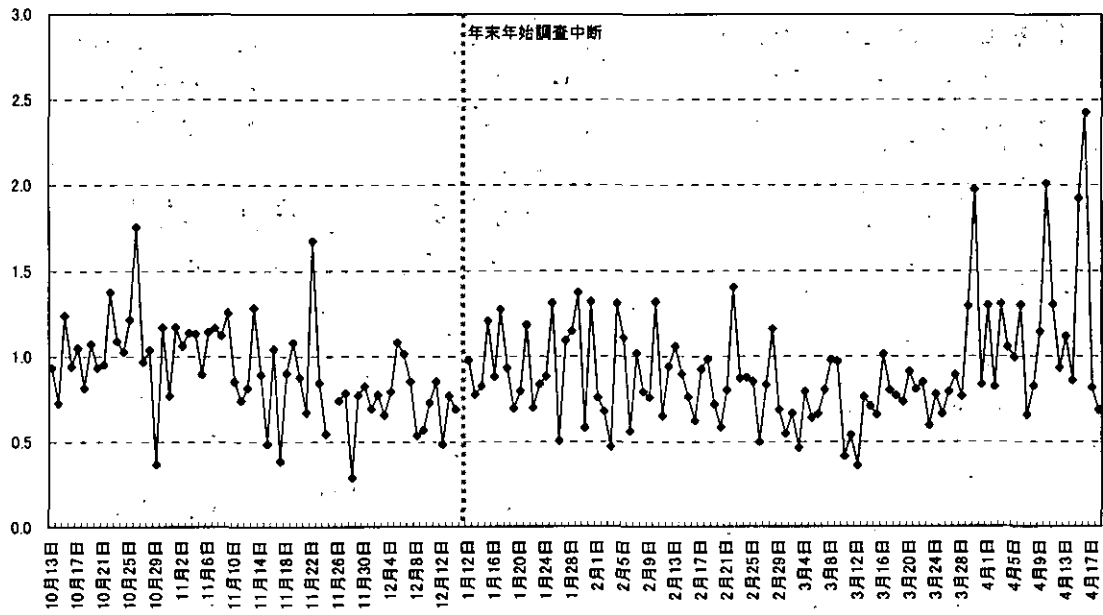


図15 レタス



プロジェクトで開発したリーフレットの例

表側

野菜料理をおいしくたっぷり食べよう

あなたの気持ちに近いところから、始めよう!

STEP-1

野菜を食べることなんて気にしていなかった人は1日にとる野菜量をチェックしてみよう

1. 副菜は毎食食べましょう。
2. 毎日外食する人は野菜不足に要注意。
3. 生食(サラダ)はカサはありますが、量は少なめです。

STEP-2

よし、もっと野菜を食べよう、と思った人は食べ方・調理法を工夫して、野菜量を増やそう

1. 副菜は毎食1~2品。
2. 加熱した野菜料理(ゆでる・いためる・煮るなど)を多くしましょう。
3. 簡単に食べられるトマトやレタスを常備、青菜はまとめてゆでて小分けにして冷凍保存するなど、すぐに食べられる工夫を。
4. 冷凍野菜や野菜料理のお総菜もじょうずに活用しましょう。

STEP-3

すでに野菜を食べるように心がけている人は野菜の量・種類に注目

1. 生なら両手1杯、加熱したものなら片手1杯が1食の目安。
2. 青菜のおひたしなど、緑黄色野菜の小鉢を1日1回とりましょう。
3. 食物繊維を増やすために、今の食事に海藻・根菜類を1日2回プラス。

私たちは、豊田市区 びくびく健康キッズ&タウン プロジェクトの企画に賛同し、参加しています

このリーフレットに関するお問い合わせ
 豊田区保健所健康企画課・健康推進課 びくびく健康キッズ&タウン プロジェクト推進 電話 03-5432-1111(代) 1
 びくびく健康キッズ&タウンプロジェクト研究班 代表 武見のかり(女子栄養大学 助教) 栄養学助産師の目黒/佐々木 健(独立行政法人国立健康・栄養研究所) 栄養学助産師の目黒/佐々木 健(独立行政法人国立健康・栄養研究所) 栄養学助産師の目黒/佐々木 健(独立行政法人国立健康・栄養研究所)

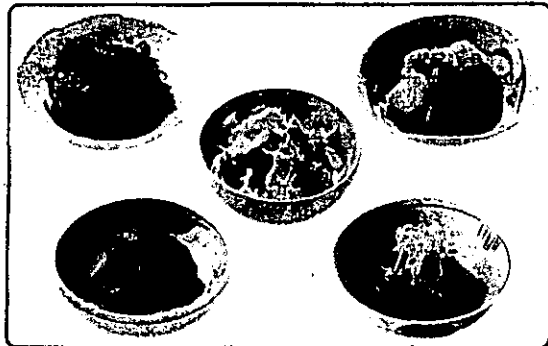


びくびく健康キッズ&タウン
 科学的根拠と行動科学に基づく
 Health and Nutrition Tips No.4
 この内容はびくびくホームページ
 http://www.mma.go.jp/kyokushu/でも見ることができます。

副菜をしっかりと食べよう ~毎食、野菜料理を食卓に~

副菜とは

野菜、いも、海藻、きのこなどを主材料(約50g以上含む)とする料理です。ビタミン、ミネラル、食物繊維など、不足しがちな栄養素の供給源となり、季節感とともに、味や形りの多様さを食卓に与えてくれます。



- 副菜は毎食1品以上、1日5品を目安にしましょう
- 野菜は1日350g以上食べましょう
- そのうち3分の1以上は緑黄色野菜(緑や黄色など色の濃い野菜)でとりましょう

裏側

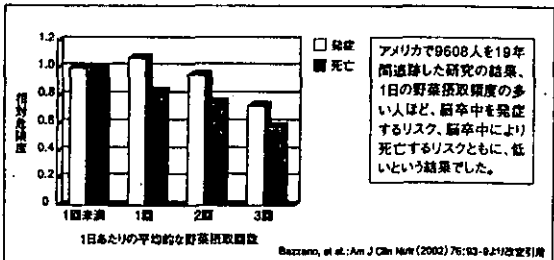
●野菜とがんの関係

(発がん研究委員会「アのかがん研究報告書」1997より)

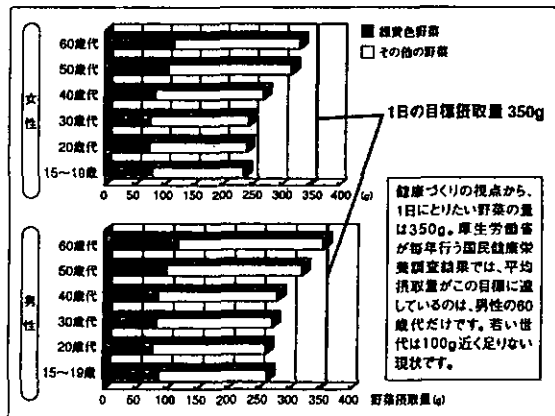
野菜	リスク ↓				リスク ↑							
	野菜	果物	カロテン	VITC	身体活動	食塩	肉	脂肪	アルコール	喫煙	飲酒	
緑黄色野菜	-3	-3		-1							+3	+3
その他の野菜	-2	-2									+3	+3
緑黄色野菜	-3	-3	-1	-1							+3	+3
その他の野菜	-3	-3	-2	-1	-1						+1	+3
緑黄色野菜	-2	-2		-1		+2						+3
その他の野菜	-3	-3	-1	-3		+2	+1	+1	+2	+1		+3
緑黄色野菜	-2	-2	-1	-1		+1		+2	+2			+3
その他の野菜	-1	-1	-1	-1			+1					+3
緑黄色野菜	-2	-2										+3

一の数値が大きいほど、がんのリスクを減少させ、十の数値が大きいほどがんのリスクを増加させます。上の表から、野菜はほとんどどの部分のがん予防にもつなげることがわかります。特に重要なことは、個々の栄養成分より、野菜まるごとのほうがリスクをより低下させている点です。

●野菜と脳卒中の関係



●日本人の平均野菜摂取量(平成13年国民栄養調査結果より)



●今よりも野菜を増やすとくふう

忙しい朝や、食事づくりがめんどうなときに、簡単に作りおきできる緑黄色野菜を使った料理を紹介します。
 ・赤や黄色のジャンボピーマンを適当な大きさに切って、好きなドレッシングに漬けておくだけ。
 ・耐熱容器に、かぼちゃ、いんげんなどの野菜と、市販のめんつゆを入れて、電子レンジでチンするだけ。冷凍野菜でもできます。



生野菜よりも、火を通したり、塩もみしたりすると見た目の量はずいぶん少なくなりますが量はしっかりとれます。(野菜70~80gの料理3種類を見比べてください)

*実際は、B5サイズを2つ折りにした形で使用

地域の関係者の情報共有ツール、並びに一般住民への情報提供ツールとしての ホームページの開発

分担研究者 武見ゆかり 女子栄養大学栄養学部 助教授

水嶋 春朔 東京大学医学教育国際協力研究センター 講師

研究協力者 坂口 寄子 女子栄養大学大学院栄養学研究科修士課程2年

研究要旨:地域における望ましい食習慣形成のための食環境づくりの一環として、介入地区の栄養教育の直接の対象である学童及び保護者、支援的食環境づくりの担い手である商店街関係者らが、互いに健康・食情報を共有し、かつ健康に関心のある一般住民にも利用可能なツールとして、プロジェクトのホームページ (<http://eecommu.com/pakupaku/>) を開発した。

A. 目的

地域住民の望ましい食習慣形成をねらった本プロジェクトにおいて、食環境整備のうち、情報へのアクセス面の整備の一環として、地域の関係者が情報を共有し、かつ一般住民へ正しい健康・食情報を提供することを目的にプロジェクトのホームページを開発した。ここでいう地域の関係者とは、介入2地区の小学校児童、保護者、商店街関係者、保健所、研究班メンバー、研究協力者らを意味する。

B. 方法

研究班、保健所スタッフらと、ホームページの内容を検討し、構成を決定した。それに基づき、制作の資料(素材)は、すべて研究班で作成し、制作の技術的な部分は、世田谷区内で商店街活動の支援や保健・福祉活動を展開するNPOに委託した。本ホームページを、そのNPOのホームページの下位層として位置づけることにより、より多くの地域住民がアクセスしやすい環境を整えた。また、区のホームページ、その他、関連のホームページ(例えば、健康日本21のホームページなど)とのリンクを設定することで、より正確でわかりやすい情報の提供を心がけた。

C. 結果

ホームページの構成は、図1に示すとおり、トップページの下位に5つの下位層、すなわち、プロジェクトの概要、S小学校地区の取組み、Y小学校地区の取組み、ベースライン調査結果にみる地域の健康・食生活の課題、研究班で本プロジェクト用に開発したリーフレットの紹介、以上が位置する。それぞれの内容の概要は、資料に示すとおりである。

関係者の情報交換・共有を促進するため、S小学校地区の取組み、Y小学校地区の取組みのページには、自由に書き込みが可能な「掲示板」を設けた。また、リーフレットの内容を見た一般住民等からの質問への対応用掲示板も設けた。これらの掲示板への書き込みは、すべて研究班チームの担当が、個人情報の保護、並びに正確な健康情報の提供という視点からチェックをした上で、ホームページ上に掲載する仕組みをとった。

また、家庭のパソコン所有の有無といったIT環境の違いを考慮し、携帯電話からもアクセス可能な仕組みとした。

プロセス評価を目的として、ホームページへのアクセス数をチェックできる仕組みも取り入れた。

D. 考察

今後は、開発したホームページの有効な活用法について、さらに検討を進めていく必要がある。具体的には、子どもたち自身による新たなページの作成、商店街ホームページとのリンク、メンバー登録制を採用し定期的なプロジェクト情報や健康情報の提供、などである。

また、ホームページの活用状況をモニタリングしながら、評価を行い、より有効な内容への更新を図る必要がある。

さらに、本研究は平成 16 年度で 3 年間の研究期間を終了する。従って、その後のホームページの運用・維持についても検討が必要

である。

E. 結論

地域における望ましい食習慣形成のための食環境づくりの一環として、介入地区の栄養教育の直接の対象である学童及び保護者、支援的食環境づくりの担い手である商店街関係者らが、互いに健康・食情報を共有し、かつ健康に関心のある一般住民にも利用可能なツールとして、プロジェクトのホームページを開発した。

次年度以降、プロジェクトの地域への定着を図る中で、本ホームページの有効活用について、更に検討を進める。

トップページ



はくばく健康キッズ&タウン

みんなで一緒に **楽しくおいしく** 健康的な食生活を!

世田谷区では、「健康せたがやプラン」の重点取り組みとして、食を通じた健康づくりをすすめています。そのモデル事業の1つが「はくばく健康キッズ&タウン」。子どもたちと、家族、学校、商店街、スーパー、大学、世田谷区などが一緒になって、健康なまちづくりをすすめるプロジェクトです。>> [もっと詳しく\(はくばく健康キッズ&タウンって何?\)](#)



世田谷区

桜小学校地区の取り組み

- >> 子どもたち、PTA、商店街の取り組み
- >> 桜小学校地区の掲示板



桜小学校



世田谷区

用賀小学校地区の取り組み

- >> 子どもたち、PTA、商店街の取り組み
- >> 用賀小学校地区の掲示板



用賀小学校



地域の課題を見よう

食生活・ライフスタイルの実態調査結果



食生活を見直そう!

食生活グレードアップのための耳より情報

[はくばく健康キッズ&タウンって何? | 世田谷保健所からのメッセージ | 食と健康の専門家からのメッセージ](#)



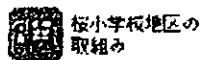
[桜小学校地区の取り組み](#) | [用賀小学校地区の取り組み](#) | [地域の課題を見よう](#) | [食生活を見直そう!](#)

[プロジェクトに関するお問合せ](#)

[▲ページの先頭へ](#)



このサイトの掲載記事の著作権は、「はくばく健康キッズ&タウン」研究班が有し、著作権法で許された範囲以外の複写・盗用・無断転載を禁じます。他制作者のURLの転用については、別途制作者に問い合わせてください。



桜小学校地区の
取組み



用賀小学校地区の
取組み



地域の課題を
見てみよう



食生活を
見直そう!

ばくばく健康キッズ&タウンって何? | 世田谷保健所からのメッセージ | 食と健康の専門家からのメッセージ

[ホーム](#) > [ばくばく健康キッズ&タウンって何?](#)

ばくばく健康キッズ&タウンって何?

世田谷区では、「健康せたがやプラン」の重点取組みとして、食を通じた健康づくりをすすめています。そのモデル事業の1つが「ばくばく健康キッズ&タウン」。子どもたちと、家族、学校、商店街、スーパー、大学、世田谷区などが一緒になって、健康なまちづくりをすすめるプロジェクトです。

まず、平成14年度に、地域の健康や食生活の課題を知るための実態調査をしました(調査結果は「地域の課題を見てみよう」でご覧になれます)。

その結果をふまえて、平成15年度から、モデル地区での取組みが始まりました。モデル地区は、現在、上町周辺の桜小学校地区と、用賀駅周辺の用賀小学校地区の2つです。それぞれの地区での取組みをのぞいてみて下さい。



[桜小学校地区の取組み](#) | [用賀小学校地区の取組み](#) | [地域の課題を見てみよう](#) | [食生活を見直そう!](#)

[プロジェクトに関するお問合せ](#)

[▲ページの先頭へ](#)

© 2004 ばくばく健康キッズ&タウン