

健康保険組合・産業保健部の立場から

ソニー健康保険組合 事務長

(兼務) ソニー株式会社人事センター産業保健部

シニア産業保健マネージャー 須藤 美智子

ソニー健康保険組合は約社員7万人の単独健康保険組合です。その医療費が年間どれぐらい掛かるかということ、疾患が多い順に上位15の疾患をまとめてみました。そうしますと、やはり多いのが悪性新生物、がん関係の医療費となります。次に、いわゆる生活習慣病に関連した医療費が多いということになります。最近やはり問題となっている精神疾患も上がってきています。今回の特定保健指導では、特に生活習慣病に関連した疾患に対してのアプローチが大切であるということで、これは非常に医療費抑制にも重要なポイントだと思っています。さらに、3年間の医療費の合計で、健診データとリンクできた方々で医療費を使った方だけの解析を行いました。メタボリックシンドロームのリスク数を横軸に取りました。ゼロ個、1個、2

個、3個以上と取った場合に、メタボリックシンドロームのリスク数に少ない方に比して、2個以上のリスクがある方は、有意に医療費が高いという結果でした(図1)。

一方、一社の健診データをみていくと、男性だけで解析した場合、92年のころ、20代、30代のBMI25以上の方々は、13.4%でした。それが2002～2004年で17.0%まで上がっています。最近2年間の健診データをまとめますと、今、20代、30代は20%、つまり5人に1人は肥満になってきています。一方、40代、50代では、この92～95年のこの3年間ではBMI25以上が21.5%で、5人に1人ぐらいだったのが、次第に増えてきています。2002～2004年までが28%。2005～2006年は27.8%と少し高止まりしています。かつて5人に1人だった肥満者

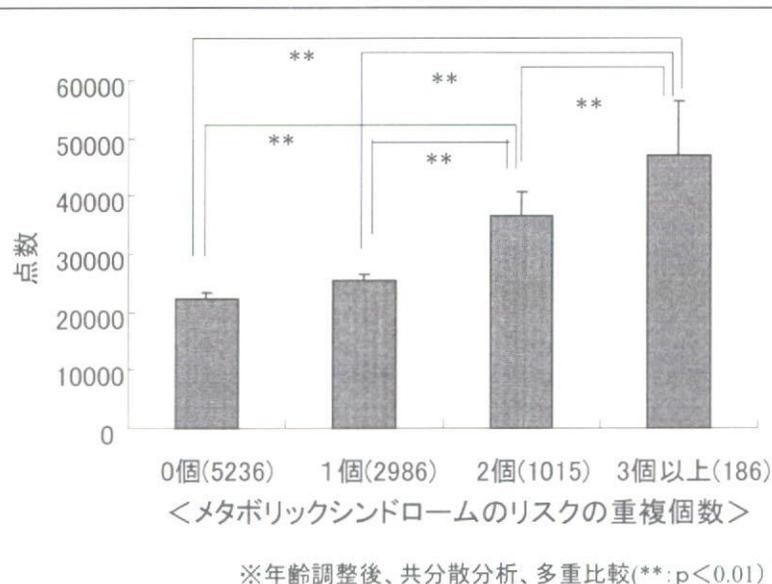


図1. 3年間の総合計医療点数(男性、n=9423)

が、今は3人に1人まで増えてきているという状態です。さらに、10年間健診を連続受診した方のデータを解析してみました。2004年のデータから99年のBMI値の差を求めると、どの年代で一番BMIが上がったかということがわかります。そうしますと、男性は入社してからの20代が一番大きく増えます。年齢が上がるとともに体重の上がり方というのは少なくなります。女性の場合は、多分これは出産前後だと思えますが、30代にBMIの上昇のターニングポイントがあるということになります。

産業保健の領域では過重労働対策というのが非常に大きな問題になります。一方、健康保険組合の場合は療費抑制効果があるのは、禁煙活動と抗肥満活動です。この両者は、最終的に目指しているものは、産業保健では会社の生産性の向上、健保組合は医療費の抑制です。最終目標は違うのですが、通過点は一緒になります。つまり、こういう過労死に至る、それから医療費が上がるような病気に対して一緒に予防していく、ウィン・ウィンの関係を取っていくとい

うことが非常に大切になります。

そこで考えましたのが、私ども健保組合の方からお金を出し、事業所で実際に実践させていただいているウェルネススクール(図2)です。対象者を抽出し、1カ月程の教育を実践して、半年ほどフォローしていくという教室になります。概要は、まずメタボリックシンドロームのメカニズム、食べ過ぎについて、2回目は食生活の講義です。3回目が運動の講義、4回目がまた食事の話になります。1回目、2回目、そして最後の4回目に関しては、私どもの会社においていただいている食堂の管理栄養士の方に講師になるということをお願いしました。プログラムはあらかじめこちらで用意してありますが、やはりそのまま棒読みのようにやっていただいて講義が成り立つわけではなくて、管理栄養士さんのバックグラウンドが講義の中に反映されます。そういうこともお願いした上で、講義が全4回のうち3回は管理栄養士さんをお願いしてあります。評価項目としては、採血データは健診データ抽出時のものと次年度のものの、

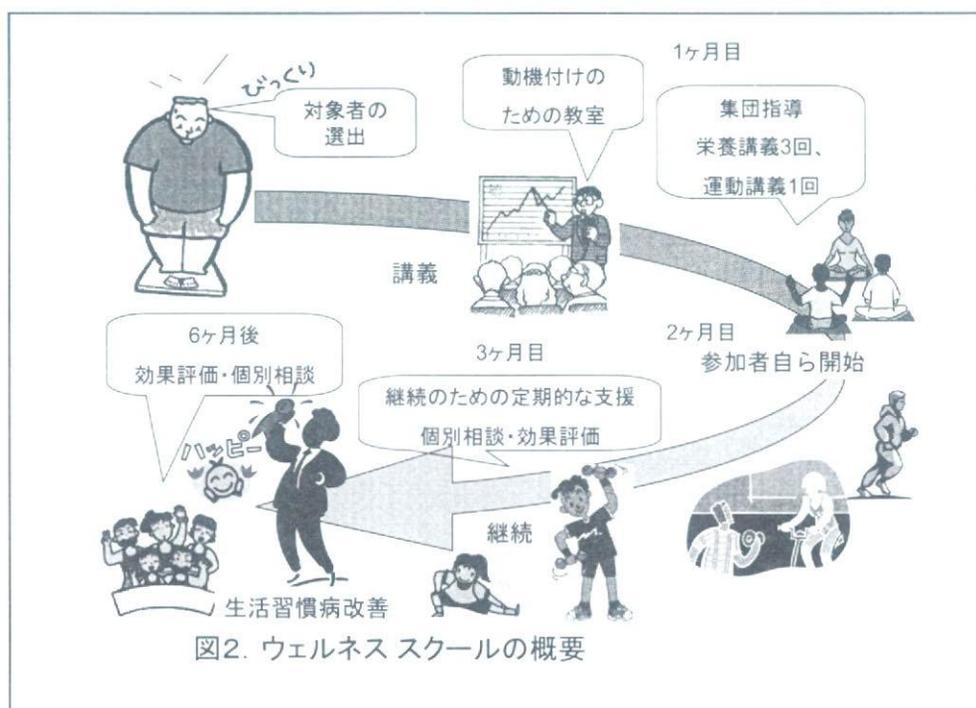


図2. ウェルネス スクールの概要

そして体重や腹囲を3カ月後、6カ月後の評価として実施しております。結果ですが、6カ月間終わっているのが現在154名で、多分今年度末には750名ぐらいの教室の参加者が終わると思います。男女ともBMIが下がってきています。

実際に参加している社員にアンケートを取っています。原文のまま紹介しますが、「食堂の小鉢のカロリーが高くて、副菜の選び方に困る」、「実際の食堂のメニューの写真を見ながら選び方の講義をしてほしかった」など食堂と連動して講義をしていくということが、ニーズもあり、非常に有用であったと思います。栄養に関しては、「講義の内容が反映されたセットメニューが食堂でも提供されるようにしてほしい」、「講義の中でなくても、食堂に行ったらそれが反映されているものがやはりあるほうがいい」、「やはりお昼は何とか頑張れるが、夜と朝については難しい、ましてお酒はもっと難しい」という感想がありました。まず昼食をターゲットにすることで、メタボ改善への方法としては有用とな

ると思います。こういう感想は毎回取っていて、講師になった管理栄養士の先生方にフィードバックをしています。自分の講義に対して、どういふことを感想として言われたかということを見ていただくプロセスを踏んでおります。私どもがこれを食堂の管理栄養士の方々にお願いしたいと思った理由は、食堂の管理栄養士の方に実際に社員がどういふ社員で、どんなものが好きで、どんな体重の人が何を好んでいるかということ、生で見てもらいたかった。皆さんが提供しているメニューが実際にどういふ効果をもたらして、その人たちに影響しているかということ、最初から最後まで通して見てもらうことができるのです。そういうことを見てもらうことができると、私どもの中で総務と食堂の戦略を立てるときに、講師としてかかわってくださった管理栄養士の方が、こういうウェルネスクールの経験から、「御社の社員はこういうカロリーが必要であり、こういうメニューが必要である」ということを提言してくださるので、こういうことを通して管理栄養士の方がご

あなたの身体データ FeliCa 健康管理ウェブサイト

身体計測データ
 日付: 05/04/14-18:05 身長(m): 1.63 体重(kg): 64.35 体脂肪率(%): 21.1 骨密度(BMD): 0.822 骨質指数(BMI): 23.7 骨質指数(BMI): 23.7 骨質指数(BMI): 23.7 骨質指数(BMI): 23.7

生活習慣データ
 日付: 2005/04/14-18:00:00 歩数歩数(歩数): 110 歩数歩数(歩数): 24 歩数歩数(歩数): 50

あなたの食生活データ

※昼食の摂取カロリーと消費カロリーを比較し、プラスマイナスの差を算出しています。
 ※朝食の摂取カロリーと消費カロリーを比較し、プラスマイナスの差を算出しています。
 ※朝・昼・夜の摂取カロリーと消費カロリーを比較し、プラスマイナスの差を算出しています。

日付	メニュー	エネルギー (kcal)	たんぱく質 (g)	脂質 (g)	炭水化物 (g)	食塩相当量 (g)	糖質 (g)
2005/04/14	エビと豆腐	236	8.8	7.8	42.8	0.9	0.9
	大葉草	202	1.4	4.2	38.2	0.8	0.8
	もつ煮	180	8.9	8.2	6.1	1.8	1.8
	大根と人参の煮物	63	2.8	1.8	0.4	0.1	0.1
	味噌汁(卵黄・支那)	90	2.4	0.7	0.4	1.1	1.1
	TOTAL	764	25.3	18.1	124.9	3.8	3.8
ENERGY RATIO:		100%					
2005/04/17	カレー(標準)	510	10	10.8	89.5	0.1	0.1
	TOTAL	510	10	10.8	89.5	0.1	0.1
ENERGY RATIO:		100%					
2005/04/17	竹の子煮物	405	11.7	2.8	69.8	0.1	0.1
	ササガトウモロコシ	307	8.4	11.2	21.1	0.1	0.1
	豆腐(揚げ)と肉あんかけ	117	5.5	2.8	13.9	0.1	0.1
	とろろ昆布と梅干しのすまし	6	0.4	0	2.5	0.1	0.1
	TOTAL	835	26	17	107.3	0.4	0.4
ENERGY RATIO:		100%					
2005/04/17	高菜チャーハン	510	10.7	13.4	73.3	0.1	0.1
	TOTAL	510	10.7	13.4	73.3	0.1	0.1
ENERGY RATIO:		100%					

身体計測コーナー

図3. 「FeliCa de 健康管理」

自分の仕事の全景を見ていただいて、本当のニーズというのは何かというのを肌で感じてほしいという思いでお願いしています。実際に効果もあり、やはり私は選んでよかったと思っております。

今お見せしたウェルネススクールの結果は、前後で紹介しただけで、大体このような研究をすると希望者が参加していますので、前と6カ月後を測るといい結果が出るのは普通です。そこで、先ほどのウェルネススクールと、「FeliCa de 健康管理」(図3)というITを使った情報教育との効果を比較しました。ウェルネススクールは希望者が28名、さらに、「FeliCa de 健康管理」の希望者を40名、ケースコントロールとして比較検討してみました。評価項目は初回が体重、体脂肪率、血圧、アンケート調査とし、6カ月後も同様、3カ月目はアンケートだけを取らず他の項目は実施という評価で介入の効果を比較しました。

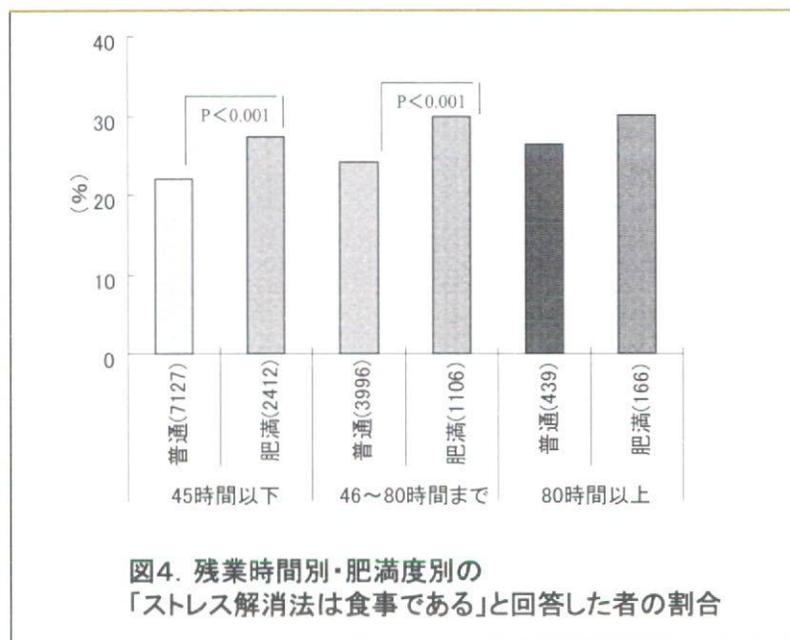
「FeliCa de 健康管理」というシステムを紹介します。私どもの食堂で食事をするときには電子マネーのEdyで支払うシステムになっております。Edyで支払うと、社員が何を食べたかが全部データが取れます。個々に何を食べて、それぞれのエネルギー、タンパク質、脂質、エネルギーバランスがどうである、ということが個々人にメールで送られます。なおかつ、測定コーナーがありますので、ここで測った体脂肪率とか血圧のデータもここにリンクされるようになっています。

こういう2つの介入としてのウェルネススクールと「FeliCa de 健康管理」を、BMIの減少で効果を比較してみます。そうしますと、やはり積極的に教室に介入しているということが、

明らかにBMIが下がります。ITで情報提供しただけでは、少なくとも半年間の効果は出ていないということになります。特定保健指導というとアウトカムが出なかったということになります。では、その前段階の評価として意識などをアンケート調査してみました。ウェルネススクール群では、「満腹まで食べますか」という設問に対して改善はしています。「FeliCa de 健康管理」だけだとちょっと改善はしていない。

「FeliCa de 健康管理」のメッセージが今のところ割とカロリーに集中するつくりになってしまっているのですが、それに関しては少なくとも成功しています。ウェルネススクールも「FeliCa de 健康管理」の参加者も、両方ともカロリーへの関心度は上がりました。また、「食堂の栄養成分を参考にするか」ということも、これは両者が改善しました。そして、「栄養の質と量を考えますか」という設問に対しても、両者とも良くなりました。少なくともIT健康教育は、半年のアウトカムは現時点では出なかったけれども、参加者に対しての食意識は変えることができたということが言えます。

次に、産業保健現場からの、私どもの考え方を述べさせていただきたいと思います。今、労働の長時間化というのが問題になっております。その中でやはり夕食時間が遅延し、休日労働も出てきます。そうすると、こういうものの影響がやはり肥満に影響し、メンタル不全にも影響するというデータがあります。実際に私どもの社員でデータを調べてみました。30代の男性、40代の男性、いわゆる働き盛りにターゲットを見て絞り、月の残業時間毎に、35時間、36～79時間、そして80時間以上の3群に分けて分析しました。残業時間が長くなると食生活は不



規則になってきます。

もう1つ、食事とはただやせるために食事をしているわけではなくて、やはり楽しみというものがあるわけですが、ストレスコーピングという役割があると私たちは考えています。仕事という負荷が掛かったときに、そこでストレスコーピングとして食事をするということが起こり、肥満に影響していきます。その辺を実際に測ってみました。私どもの社員に、「ストレス解消法は食事ですか」、「ストレス解消法は何ですか」と聞いたときに、「食事である」と回答している男性社員の割合を残業時間別に、月45時間以下、46～79時間、80時間以上の3群で比較しました。普通体重の方、肥満の方、どの残業時間で比較しても、肥満の方はストレス解消法は食事であると回答している方が有意に多いという結果でした(図4)。もう1つ大切な要因は、お酒です。太っていて、残業の負荷が掛かっている人のバックグラウンドには、やはりお酒の問題があるということが1つ分かりました。

以上、まとめさせていただきますと、食堂を活用しての情報提供は社員の食事への意識の改

善には有効であったと考えます。食堂の管理栄養士が講師となって、食事指導、栄養指導を実施することは食堂での企画、戦略と結び付くこととなり、大変有効であったと考えております。職域における集团的栄養・運動指導は一定の効果があり、今後特定保健指導の1つの方法として活用していきたいと思っております。

今後の課題ですが、健康教育の効果を長期に継続することは非常に難しいと思っております。ですので、その後の個別のフォロー体制のみならず、環境の整備や文化・風土づくりが重要であると考えます。そのためには、職域の食環境となる社員食堂を用いて、いかに施策を展開していくかを、社内の複数の組織および食堂を運営する立場の方々も含めて比較検討していくことが重要であると考えております。さらに、職域における長時間の労働、そしてメンタルヘルスの問題に対しても、食事、飲酒の問題は重要な要因だと考えております。この辺への具体的な施策も今後の課題であろうと考えます。

以上、ご清聴ありがとうございました。

食環境整備および食生活指導の立場から

西洋フード・コンパスグループ株式会社 オペレーション統括本部

メニュー開発・調理指導室メニュー栄養管理部

部長 管理栄養士 佐藤 愛香

西洋フード・コンパスグループ、佐藤愛香と申します。今日は実践部隊である給食会社の立場からお話をさせていただきたいと思います。

前半は、弊社のさまざまな取り組みについて、会社案内を含めながらご説明させていただき、後半は本日のテーマに対して、給食会社の栄養士として、課題としてとらえていることをお話しさせていただきたいと思っております。

こちらが弊社の会社案内になります。(図1) 東京の池袋に本社がございます。関西の支社は、大阪市内の北浜に事務所がございます。設立は1947年です。年間売上高は、グループ連結で1000億強となっております。従業員数は西洋フード・コンパスグループ(株)単体では、社員1430名で、グループ全体といたしましては2200名です。

図1

会社案内

商号	西洋フード・コンパスグループ 株式会社
所在地	東京都豊島区東池袋3-13-3 星和池袋ビル
設立年月日	1947年 9月 6日
資本金	223億16百万円
年間売上高	(グループ連結)1041億円 (2007.09期)
従業員数	(当社)社員1,430名 パート9,200名(8時間換算人員)
	(グループ)社員2,200名 パート11,600名(8時間換算人員)
店舗数	(グループ合計)1650店
代表取締役社長	幸島 武

西洋フード・コンパスグループ

そして、事業所数はグループ合計で1650になります。西洋フード・コンパスグループは、世界最大のコントラクターであるコンパスグループの一員です。コンパスグループは本拠地がイギリスのロンドンあり、100億ポンド以上、日本円にしますと約2.5兆円の年間売上高を持つ企業です。西洋フード・コンパスグループの筆頭株主はこの英国コンパスグループ、そして第2位の株主は伊藤忠商事になります。西洋フード・コンパスグループの傘下には、私が勤めております西洋フード・コンパスグループ株式会社の他、ユーレストジャパン株式会社、栄食メディックス株式会社など数社があります。以上が弊社の概要になります。

続いては、弊社における取り組みの事例を、幾つかご紹介していきたいと思っております。

まず、テーマイベント。こちらはクライアント企業様の健康キャンペーンと連携させていただいた事例です。クライアント様の健康キャンペーンは骨密度がテーマでしたので、弊社は「めざせ！骨太人間！」としてフェアを展開いたしました。実際に社員食堂ではカルシウムを多く含む骨太メニューを提供し、おすすめする一方で、こちらにありますような骨に関するリーフレットを用いて栄養相談を行うという流れでイベントを行いました。

栄養相談は一人当たりの時間が10分程度と、

図 2

健康イベントの実施 < テーマイベント >

健康・栄養のテーマを持たせたイベント。社員食堂のメニューと連動して展開しています。

めざせ！骨太人間！

骨を良い状態にキープするには、適度な運動を生活に取り入れること、また食生活ではカルシウムをしっかり摂ることが大切です。

カルシウムが不足すると・・・

血液中のカルシウム濃度が一定に保たれるため、骨のカルシウムは溶けだして、骨が崩壊してまで補おうとします！

1日のカルシウム摂取目安量

男性20代 900mg	男性30・40代 850mg	男性50・60代 700mg
女性20代 700mg	女性30・40代 800mg	女性50・60代 700mg

(2005年健康調査研究報告書等より)

社員食堂では、カルシウム強化メニューをご用意して皆様のお越しをお待ちしています。

5よっぴーと・・・売店でも

牛乳200mlパックにはカルシウム222mg含まれています。

ただ、牛乳は苦手と言う方が多いのも現実、そんな方に是非おすすめなのが、飲むヨーグルト、こちらにも1本180mgのカルシウムが含まれています。

1日1本、習慣にされてはいかがでしょうか。社員食堂の売店でもご用意しております。

メニュー提供



テーマと連動したカルシウムを多く含む骨太メニューをご提供。

栄養相談



食生活チェック表を使い、カルシウムをテーマにした栄養相談の実施。

西洋フード・コンビニグループ

限られた時間ですが、「あなたの骨は大丈夫？」というチェック表を待ち時間に記入して頂き、これをお話のきっかけにして、10分程度栄養相談をいたしました。(図2) また一方で、売店とも連携し、フェア期間中はドリンクヨーグルトを通常よりも種類を多く取りそろえました。何かおながすいたときに、皆さんのお土産などのお菓子をデスクで食べるのもたまには良いけれど、小腹がすいたような時こそ、売店でぜひこのようなドリンクヨーグルトはいかがですか、とおすすりもいたしました。

2つ目ですが、メディカルチェックイベントの事例です。これは体組成計を持ち込み、体組成を測定しているところです。体組成計は非常に大きな機器ですので、専門の会社に依頼・外注をしています。こういったものも事前にクライアント様にお見積金額を明示して、持ち込ませていただいております。

実際にこういった測定をすると、社員の方はとても興味を持たれイベントに参加されます。その横で、派遣された管理栄養士が栄養相談を行います。そして、社員食堂では実際にメタボリックシンドロームを予防するためにカロリー制限をし、食物繊維などを多くしたヘルシーメニューを提供します。(図3)

このようなイベントは社員の方々の興味をよく引きまします。やはり自分の体を測定するのは、皆さまとても興味があるようで、参加率も高いです。このほかにも血液画像チェックなども参加率が高いです。画像チェックは医学的には疑問な部分も確かにありますが、健康に関心を持っていただき、また画像チェックをきっかけにして食事相談にも自主的に参加されるわけなので、そういう意味では、効果があるメディカルチェックなのではないかと思ひます。実際に血液画像チェックの待ち時間が30分以上という

図3

健康イベントの実施 < メディカルチェックイベント >

メディカルチェックと栄養相談をセットにした企画です。社員食堂のメニューをおすすめして健康管理のサポートをしています。



体組成を測定します。



管理栄養士が測定結果とあわせて生活習慣の相談を受けます。



メニュー提供

メタボリックシンドロームを予防するために、カロリー・食物繊維など機能性を重視しながらもおいしく食べられる工夫を凝らしたメニューをご提供。



西洋フード・コンパスクループ

こともあるのですが、皆さまお忙しいのにお待ちいただいて、われわれ管理栄養士の話も同様に並んで待たれていました。実際に社員食堂をご利用されている方の中には、管理栄養士と話がしたいと思ってくださっている方がいるのだな、ということを感じました。特定保健指導の中で、これから管理栄養士にはカウンセリング技術、コーチング、ティーチング技術を身につけ、またグループダイナミクスを理解して、などということが求められていますけれども、実際にこのような栄養相談をやりながら、そうした技術を身につけることは、非常に大切と感じております。逆に相談にいらっしゃる方々が、ビジネススキルの中でそうした技術を身に付けられている可能性も高いわけで、そういう意味でもわれわれはもっと勉強していかないと、と痛感しております。

続きまして、タイアップイベントのご紹介で

す。こちらは先ほど武見先生のお話の中にも出てきたと思うのですが、ファイブ・ア・デイ協会とタイアップしたイベントになります。ファイブ・ア・デイ協会というのは、ご存じの方も多いかと思いますが、1日5皿分の野菜と200グラムの果物を食べましょうということのスローガンにした食育プログラムです。アメリカで発祥して、その後日本でも展開されるようになりました。弊社もこの協会の会員となっております。ご提供するメニューに何皿分の野菜が入っているかを表示します。またおすすめのヘルシーメニューはこのセットメニューで、合計3.5皿分の野菜が取れます、などということもお示ししていきます。1日5皿分ですので、3.5皿分ですと、1日の70%の野菜が取れますということをお伝えします。

そして、そのタイアップイベントをさらにバージョンアップしたのが、社員モニター制です。

図 4

健康イベントの実施 < タイアップイベント 社員モニター >

希望の社員モニターに“5 A DAY生活”を数週間実践していただきます。実施前と実施後の体重・腹囲などの効果測定をします。

事前告知

- ・ キャンペーン内容 『5-A-DAYで、健康UP！
～野菜たっぷり生活～』
- ・ モニター期間(例)
20XX年〇月〇日(〇)
～〇月〇日<〇週間>
- ・ モニター数
30名～
- ・ モニター測定項目
体重・身長・BMI・ウエストサイズ・腹囲



事前ガイダンス



出勤日のランチはできるだけ社員食堂で「5 A DAYメニュー」を召しあがっていただくことなどを説明。さらに食事の選び方などモニター実施にあたっての説明を行う。

栄養相談

期間中、週に1日栄養相談の時間を設定し、希望者の方を対象に実施。昼食以外のことについても情報を提供し、モニター継続が円滑に行えるよう支援。

メールマガジン送信

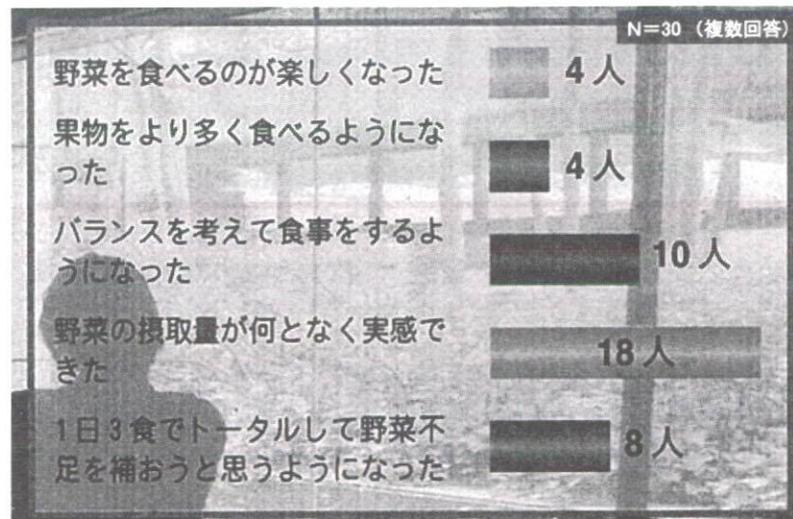
モニター期間、“5 A DAY生活”を応援するためのメールをモニターに配信。

西洋フード・コンバスクープ

図 5

健康イベントの実施 < タイアップイベント 社員モニター >

A事業所で行った5週間の“5 A DAY生活”実施後のモニターのアンケート結果です。60%の方が「野菜の摂取量が何となく実感できた」とお答えされています。



< A事業所 2005年12月 アンケート結果より >

西洋フード・コンバスクープ

モニターを希望された方々に何週間か、「5 A DAY生活」を体験していただく。そして実施前と実施後の体重、腹囲などの効果を測定するというものです。(図4) 流れとしましては、事前にガイダンスを行います。出勤日のランチはできるだけ推奨メニューを食べていただくようお願いするなどモニター生活に必要な説明をします。そして、4～5週間の5 A DAY生活を送っていただきます。その間長いので、対象者の方々にはメールマガジンをお送りしてモニター生活を支援します。また栄養相談の窓口をつくり、われわれ管理栄養士が様々な相談にお応えもします。実際にこちらは、A事業所でのモニター終了後のアンケート結果です。30名の方に対して行ったのですが、この中で、「野菜の摂取量が何となく実感できた」という方が18名いらっしゃいました。(図5) これは社員食堂

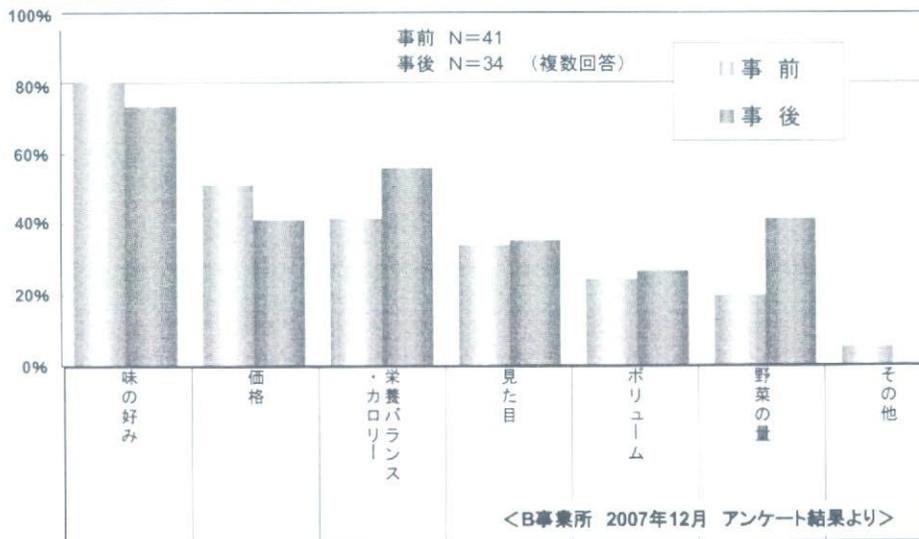
にとっては大きな成果で、従業員食堂だからこそできることだと思います。毎日の食事の中で、どれくらい食べればバランスが取れている、ということを感じていただくことができたということです。このときですが、30名中約50%の方が減量に成功いたしました。ただし、残り50%の中には残念ながら体重が増えてしまったという方もいらっしゃいました。平均しますと、こちらのA事業所では、5週間の「5 A DAY生活」で平均0.79キロ体重が減ったという結果になりました。

こちらはB事業所での社員モニターの結果です。(図6) このときは事前と事後でのアンケート比較ができました。このアンケートはメニューを選ぶときの決め手について教えてくださいという項目についての回答です。一番多かったのはやはり「味の好み」です。しかしモニター

図6

健康イベントの実施 < タイアップイベント 社員モニター >

B事業所で行った4週間の「5 A DAY生活」実施前後の「メニューを選ぶ時の決め手」についてのアンケート結果です。事前アンケートでは「味の好み」80.5%、「価格」51.2%、「栄養バランス・カロリー」41.5%。事後では「味の好み」73.5%、「栄養バランス・カロリー」55.9%、「価格」「野菜の量」41.2%と意識に変化がみられました。



西洋フード・コンビニグループ

実施前は 80%でしたが、実施後は 73%に減りました。そして、2つ目の決め手は「栄養バランス・カロリー」ということに対してですが、こちらは事前が 42%だったのが 56%に増えました。そして3番目が「野菜の量」。これは「5 A DAY」で一番時間をかけて説明していたので、ぐっと上がりました。20%だったのが 41%と、倍増しました。そして少し面白かったのが、価格を気にする、メニューを選ぶときの決め手が価格だと言った方が 51%だったのが、41%に減ったことです。野菜をたくさん取ってくださいというと、もう1品プラスしないといけないから、その分どうしても高くなってしまふ、これが現実です。実際に野菜をとりましょうとおすすめさせていただくことによって、価格は高くなるが、体のためにもう1品野菜を取ろう、と思ってくれた方がいらっしゃったということです。この価格についてのデータが下がったこと

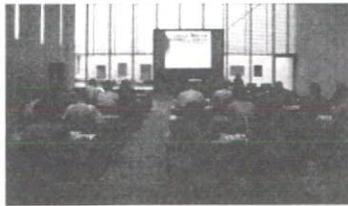
は、少しずつでしょうが、対象者の価値観の変化という効果があった証ととらえております。

今まで、イベントについての事例を説明しましたが、次はセミナーについての事例をご紹介します。こちらは、給食運営とはまた別の位置付けになって参ります。給食サービス外の業務になるセミナー講師として管理栄養士を派遣した事例です。(図7)セミナーは、ランチタイムではなく、通常午後の実施が多いです。現実的に現場の管理栄養士が対応することは可能と考えています。そして、クライアント様のニーズも少しずつですが増えてきています。先ほどソニー健康保険組合様でもウェルネススクールを実施されているというお話がございました。ですので、私どもといたしましては、社内の栄養士の教育を強化しております。昨年よりセミナー講師になるための教育、また個別栄養相談を行うことができるための教育を

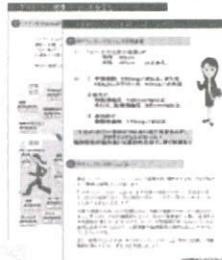
図7 セミナーの実施

クライアント様の健康管理部門と連動し、一般的な食生活アドバイスや健診後の有所見者・希望者の方に対するセミナーを開催。フードモデルやリーフレットを活用し、解り易い内容で展開しています。

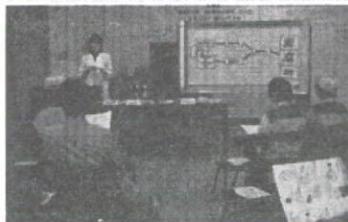
セミナーの実施



リーフレットの配布も同時に実施



実際に食品を使い、解り易い訴求を展開



西洋フード・エンバグループ

実施しております。今まで給食サービス業務が中心だった現場の管理栄養士たちにとって、今こうしたニーズが増えてきていることは、追い風であり、仕事に対するモチベーションも上がってきています。ですが、やはり人前で話すのは苦手、栄養相談の経験が無いため不安といった声も若干ながらあり、このような様々な課題もクリアしながら、何とか栄養士教育を進めていきたいと思っております。

今まで、事例についてお話しさせていただきました。ここで、弊社のこれからの新しい健康プログラムについてお話をさせていただきたいと思えます。特定保健指導についての今回の法改正を踏まえて、弊社では今までの取り組みをさらに強化した、「健康応援プログラム」を展開します。社員食堂を通じてご利用者の毎日の健康をサポートする「健康応援 DAYS！」です。

(図8)

コンテンツとしては、やはり栄養バランスの良いセットメニューの提供があげられます。そしてテーブルポップなどの栄養メモによる情報の

図8

新たなプログラムの展開

特定保健指導についての今回の法改正を踏まえ、当社では今までの取り組みをさらに強化した、社員食堂を通じてご利用者の健康をサポートする健康応援プログラムを展開します。



- ◎ 栄養バランスの良いセットメニューの提供
 - ◎ 栄養一口メモによる情報の発信
 - ◎ 健康イベントによるきっかけ作り
 - ◎ 個別健康相談やセミナーの実施
- など、様々な展開でご利用者の健康を応援します。

西洋フード・エンバグループ

発信、また先程事例としてもご紹介しましたが、健康イベントによるきっかけづくり、そして個別健康相談やセミナーを企画・実施展開していくプログラムです。本日はこれらコンテンツの中から2つ、メニューについてと栄養一口メモについて、少しお話をさせていただきます。

こちらが「健康応援 DAYS！」のヘルシーメニューです。(図9)

今までヘルシーという名称で、また栄養士おすすめメニューとしてカロリーコントロールをしたメニューを提供してきました。ですが、今回

図9

健康応援DAYSより

セットメニューの提供 ◎栄養バランスの良いセットメニューをご提供し、メタボリックシンドロームの予防・改善のサポートをします。



エネルギー 620kcal
(概算 590kcal ~ 650kcal)

男性 30 ~ 40 代の増え過ぎの 790kcal (基準値) の 80% に抑えました。女性についても標準を維持するために抑え上げています。エネルギーに相当します。積極的に抑え上げていただくために実施し、ボリュームにもこだわりました。

※エネルギーは、1日1食の標準摂取量(2025年基準)より。



脂質 18g 以下

脂質は取り過ぎると肥満へとつながり、高脂血症、動脈硬化といった生活習慣病を引き起こす要因となります。たんぱく質・脂質・炭水化物のエネルギー構成比率 18:25:50 を目標とし、その中でも特に注意した脂質については、構成比率 25% 以下に抑え 18g 以下に設定しました。

※脂質は概算値。1日1食の標準摂取量(2025年基準)より。

コレステロール 100mg 以下

コレステロールは人畜を形成するために不可欠な栄養素ではありますが、取り過ぎは動脈硬化の原因となります。コレステロール・中性脂肪が正常範囲で、かつ1日の目標量 300mg 以下に抑えて脂質分の 100mg 以下に設定しました。

※コレステロールは概算値。1日1食の標準摂取量(2025年基準)より。



食物繊維 7g 以上

食物繊維は腸管の蠕動を促し、肥満予防につながります。又、コレステロール値を減少させる効果も。動脈硬化の予防効果が期待できます。1日の目標量 20g に対して量あたり 7g 以上に設定しました。

※食物繊維は概算値。1日1食の標準摂取量(2025年基準)より。

野菜摂取量 140g 以上
(2つ [SVD])

1日の標準摂取量 300g (8つ [SVD]) に対して、1セットメニューで 140g 以上(2つ [SVD]) の野菜を使用しています。

※野菜は「野菜」(生野菜・加熱野菜)と「野菜ジュース」(野菜ジュース)の両方を指します。野菜ジュースは野菜の繊維を除去したため、野菜の繊維は含まれていません。

※野菜摂取量は概算値。1日1食の標準摂取量(2025年基準)より。

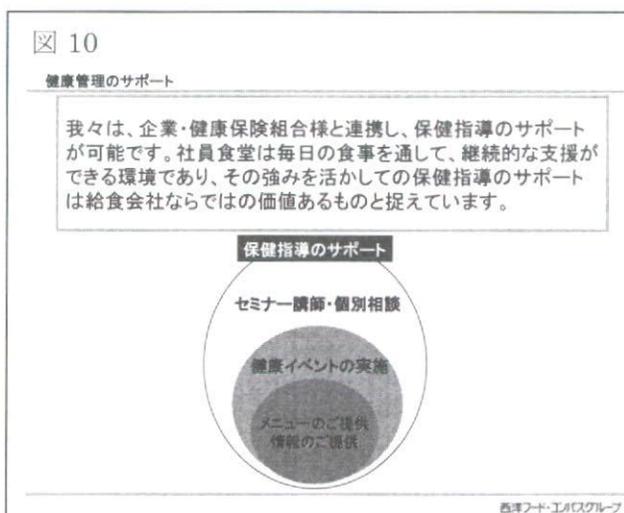
西洋フード・エンバグループ

はさらに栄養管理を強化したメニューで、食べることによって本当にメタボを予防・改善することを目的としています。ですので、カロリーコントロールはもちろんのこと、そのほかにも脂質やコレステロール、野菜の分量、食物繊維、以上の項目についてもクリアできているかどうか、この条件すべてを満たすメニューをお出しするというのが、この「健康応援 DAYS！」プログラムの中のセットメニューになっています。こちらを作り上げるのに当たり、少々苦勞したことをお話しさせていただきます。これ以外にも栄養成分値をすべて計算しているのですが、やはり、食品マスタの整備が大変な業務の一つでした。特に食品メーカーさんからの製品、ソースや加工品はメーカーから取り寄せる規格書を基にマスタを作っていきます。しかしメーカーから上がってくるものにけた違いや、どう見てもおかしいというような数字が混ざっていることがあり、気付けば直せるのですが、膨大なデータ量でございますので、ここで気付かない場合、そのまま入力してしまいますと大変おかしな数字が出てきてしまいます。例えば食物繊維が 100 グラムあります、などというメニューが出たりして、そういう意味でも食品マスタの整備が非常に大変な業務でございました。ですので、われわれとしましては食品メーカーにも何らかの規制があつて、栄養価表示の項目数やその精度についても、もっと強化してもらえような法改正があると助かると痛切に思いました。

そしてもう 1 つ、テーブルポップなどにおきます栄養情報の提供です。これは過去 20 年近く実施してきてはいるのですが、内容についての考え方は若干変わってきております。食堂発

信の情報ですので、すぐに役立つ身近な情報であることを重視しています。今まではどちらかといいますと、話題の栄養素、こんな栄養素を知っていますか等、知識をプラスするための内容が多かったです。それがやはり人気でもありましたのでそのような内容にしていたのですが、これからはやはり食選択能力、食選択力が付くための情報という視点で、身近に役立つ情報を社員食堂、従業員食堂から発信していきたいと考えています。

前半のまとめです。(図 10) われわれは、給食運営だけでなく、保健指導のサポートにも今ベクトルを向けています。そして、その準備は今お話しさせていただきましたように進んでいます。ぜひ企業・健保の方にもわれわれ従業員食堂を運営している給食会社にもお声を掛けていただきたいと思います。また逆にわれわれからも積極的にご提案をしていかなければいけない、その必要があると思っております。



今日のテーマ、「従業員食堂を健康づくりにどう役立てるか」といったテーマですが、これを達成するためには弊社において、給食会社のキーパーソンは誰になるのかといったことを少しお話ししたいと思います。健康づくりに関るのは、

企業、健康保険組合、そして給食会社になるか
と思います。

今日もこのシンポジウムには企業の方です
か健保の方とか給食会社の方、保健所の方など
がいらっしやっていると伺っておりますが、例
えば2日前東京会場でありましたこのシンポジ
ウムに弊社では2人栄養士が来ていました。「保
健所からの案内で今日は来ました」と言ってい
ました。そして、彼女たちは栄養士としてやら
なければいけないことをシンポジウムで学んで、
持ち帰っていったと思います。そして、翌日か
ら仕事に就くことになると思うのですが、ただ、
その上司である店長というのは、健康づくりと
いうことももちろん重視はしているのですが、
それよりも優先順位の高い業務というのがやは
りあります。とするとどうしてもそちらのほう
の指示が優先になってしまい、栄養士がせっか
く学んできたこととはなかなか活用できない、
実践していく環境が広がらない。これはなぜか。
この店長に、上司の営業部長から指示が出てい
れば、店長はこの栄養士にもっと健康づくりに
対する業務を実施しなさいと指示を出す。例え
ば店舗の栄養士がもっと前に出て、従業員の方
々の健康管理の業務にどんどん努めなければ
いけない、そうあるべきだと言ったとしても、
店長が違う業務の指示を与えてしまうと、彼女
はやりたくてもできないという状況になるわけ
です。それがもし店長の上司である営業部長か
ら、もっと管理栄養士を前に出しなさい、クラ
イアントの健康管理についてこういうことをし
なさいと指示が出ていれば、店長は、彼女がそ
ういったことができる体制をこの店舗の中でつ
くることができるわけです。さらに、この営業
部長が店舗だけでは解決できないと判断したこ

とに対しては、営業部長がさらに上司の事業部
長に相談します。そうすると、事業部長は本社
にて統括本部長に相談します。そうすると、統
括本部長は、私が属しているところはここなの
ですが、私どもに業務支援の指示を出します。
一方で本社にて課題になった業務については、
当然トップの社長の耳にも届き、場合によっ
ては、会社としてどう取り組むのかの指示がで
ます。例えばパーチェシング部門や、システムを
担当している部門が、その課題を解決するた
めに対応策を検討し実施する、すなわち会社が
動くわけです。ですので、本日のテーマである
従業員食堂の健康づくりに弊社が役立ってい
くためのキーパーソンというのは、営業部長だ
と思っています。そして、この営業部長を動か
してくださるのがクライアントである企業のご
担当者様、社員食堂運営の窓口であるご担
当者様。ここから健康管理についてこういう
取り組みをしてくれというふうにボタンを押
していただければ、会社が動くのです。もち
ろん事業所に配属された現場の栄養士に直
接働き掛けていただくことも大切で、もち
ろんそういった際のご要望にはきちんとお
応えしていくようにいたしますが、営業部
長でなければ対応が難しいことも多い
と思っております。

そして2点目なのですが、「クライアント、顧
客満足」と「医療費の削減」について触れ
たいと思います。社内では毎年会社の経
営指針が経営陣より示されます。弊社の
現在の経営方針には、安全・安心の取
組み、健康への取り組み、クライ
アント&顧客満足の提供などが、示
されています。これらの会社の経営指
針を満たすために戦略が練られて、
政策が練られて、各部署の役割が
決められて、1人1人の具体的な仕事

の計画が立てられるというようになっているのですが、この中に医療費の削減という言葉はもちろん出てきません。われわれは企業でありまして、別にNPOでもNGOでもないので、いきなり国の医療費削減というのは、この経営指針の中には出てきません。しかし、結果としてそうなるような働き掛けをしていくのは我々の社会的責任と考えています。そこで課題になってくるのが、このクライアントと顧客満足です。われわれはこれに対して一生懸命努力をしております。このクライアント様、顧客の皆様が、もっと健康になるように働きかけて欲しい、従業員食堂を使って働きかけて欲しいというお考えであれば、クライアント、顧客満足のために我々はもっと取り組むことができるということになります。健康管理について、クライアント様がどのようにお考えになり、どのような成果を求められているのか、それが最も重要なポイントになってきます。

そして、最後ですが、企業様・健康保険組合様と弊社、西洋フード・コンパスグループという給食会社の位置付けを再確認したいと思います。今までお話しさせていただきましたヘルシーメニューや栄養情報のご提供、健康イベントの実施については、給食業務の範囲内のことだと思います。ですので、給食業務委託契約を結んで受託している給食サービス業務の取り組みの一環という位置付けになってまいります。一方セミナーや栄養相談など保健指導のサポートをさせていただくのに当たりましては、別に健康教育の業務委託契約を交わらせていただいで実施する。こちらはやはり別契約で、有償になると考えます。1回当たりいくらか有償になっていくことで、弊社も継続してそれらを請け

負うことができるのです。あとは直接企業様から、契約まで行かなくても単発で管理栄養士を有償で派遣してほしいというようなニーズに対して請けていく。給食業務のサービスの範囲内でセミナー講師も栄養相談もすべて現場の管理栄養士が担当するのは難しいです。それゆえわれわれは、給食業務委託範囲外でご請求させていただくという姿勢は取りたいと思っています。そのためにも先ほどお話しさせていただきましたが社内研修、これによって現場の管理栄養士1人1人のスキルを上げていく努力というのをこれからますますしていかなければいけないと認識しております。以上で、私の発表を終わらせていただきます。どうもありがとうございました。

総合討論

【司会】 本日は、基調講演を含めて5名の先生方にお話をいただきました。給食の役割といったようなものがメンタルヘルスなどにも向けて、その役割といったようなものの重要性があらためてご紹介されたと思っておりますけれども、最初に今までご質問を受けずに来てしまいましたので、演者の方々へフロアのほうからご質問がございましたら、ご質問を受けてお答えいただくような形を取りたいと思います。

【受講者】 ダイハツさんに、私、福利厚生担当の立場からお伺いしたいことがございます。よろしくお願いたします。

年間テーマを決めて、給食委員会の運営をされていると伺いました。どういったテーマがあったのか、参考に教えていただければと思います。

【宮下】 発表の中で少しお話しした、全社、各事業場の食堂ごとに給食委員会というのがあります。その給食委員会が1年で取り組む中に1つテーマで上げてもらうという話なのですが、実際には事業場ごとに取り組みのレベルというのに非常にばらつきがあるという課題を持っております。全社でこれをやっというのを決めて取り組む段階にまだ来ていないときに、先に進んでいるところと、進んでいないところとがありまして、すごく進んでいっているところは先行して、今年は塩分をテーマに取り上げて、プッシュ式のしょうゆさしも入れて、みそ汁もみそ汁サーバーを導入して、濃度を安定して薄い設定にするとか、どんどん取り組んでいくところもあります。逆に言うとそれを後追い

で、よその事業場でやったから、まねしてやろうかと取り組んでいるところもあります。テーマの中身としては、先ほどご報告させていただいたようなヘルシーメニューを今年はずひ導入していきますなど、そういうレベルの目標です。それらが実際には各事業場でできているか、できていないかは、ばらばらになったものですから、それをやはり事業場均等に取り組みが進んでいくためにという反省も踏まえて、先ほどご報告させていただいた新しい食育ワーキンググループをつくったという経緯になりました。

【受講者】 西洋フードの佐藤様にお伺いしたいのですが。セットメニューのところで、従来のカロリーコントロールからいろいろなエネルギーだとかコレステロールとか、そういうターゲットを出した摂取量が見られるような表示をしていくという、そのために食品マスターの整備に相当時間をかけられているということですね。大変想像がつくのですが、実際何か定量的にどれぐらいの行動力でまずつくられて。多分これからもまた維持していくのがとても大変だと思うのですが、どの程度なのかなというのを1つお伺いしたい。もちろんそういう食品メーカーにも、いろいろなものを働き掛けたりしていかないといけないということについては同感なので、その辺はタッグを組んでやれると思うのですが、まず1つ、どれぐらい労力を掛けられてつくられたのかということと、あと、あの中に、糖があまり入っていなかったですね。脂質と野菜摂取量とか、それはやはり目的に応じてつくられるというか。私も糖尿病患者

なのですが、そういう人間に対する、糖質を出すとかいうのはあまりそぐわないのでしょうか。

【佐藤】 どうもありがとうございます。まず、1つ目のご質問のマスター整備の労力についてということですが、こちらは本当に担当部署の1名、2名だけではできなかったと思います。先ほど組織図をお見せしたかと思うのですが、食品マスターの整備に関してはまさにあの組織が動きました。クライアント様からニーズがあり、営業部長が課題として社内に持ち帰りました。そしてどのような対応をとるか検討をしました。まずは実務を担当している私がいる部署が、どのように仕組みを作り上げるか検討しました。そしてそのために必要なものは何かを検討し、新たに食品メーカーから規格書を全部取り直して食品成分を確認すること、それらを弊社のシステムに登録して、そのシステムからデータを抽出するプログラムをもつことなどがあがりました。そのためにはパーチェシング部隊、情報システム部隊との連携が必要となり、様々な担当者がマスター整備の業務にかかりまして、3ヶ月位かかりました。

メーカーさんから規格書がすぐに上がってくるのはいいのですが、項目が穴あきであったり、どう考えてもおかしい数字が入っていたりして、そういうものを返しては送り、返しては送りという時間がかかりました。このやりとりは食品の追加や変更があるため、今も継続しております。

2つ目のご質問で、「健康応援DAYS！」のセットメニューの栄養コントロールに脂質はあるけれども糖質はないという点についてです。今回のこのセットメニューはやはりメタボリックを予防するというのが一番のポイントになっております。それには従業員食堂で栄養的

に何が課題かといいますと、やはり脂質のエネルギー比率が高いということだと認識しております。ですので、脂質を抑えることがまずポイントと考えます。最初はPFCのバランスをきっちり取れた比率にしようと思い、メニューを50セットぐらいつくろうと試みたのですが、やはり非常に難しかったです。ですので、まずは一番問題になっております脂質、これだけはマックスを超えないようにという基準をつくって、これから、4月以降展開する予定でおります。

【受講者】 武見先生にお願いしたいのですが、食環境の介入のときに、知識やスキルの提供、例えばサービング数の表示や組み合わせ方を表示しているというお話だったのですが、できればどのような表示の仕方をしているというようなことを詳しく、もう一度見せていただくとありがたいと思います。

【武見】 先ほどお見せしたパワーポイントですけれども、実はこの企業、食事バランスガイドを自社商品の食品包装に利用しているという事情があったので、食事バランスガイド自体に対する会社としての認知が高いだろう、あるいはそれを利用することについて会社側が理解をするだろうということで、基本的に食事バランスガイドのサービング表示というものを活用するような形を考えてきました。これは食事バランスガイドにもともと出ている絵ですけれども、それとつながる形でサービング表示を付けていくという形でやったわけです。

例えば、実物表示ですが、副菜では、大根おろしとタマネギスライスについて1つ分という表示をしました。何故これかという、実はこの事業所では、大根おろしとタマネギスライスは無料で、取り放題になっていたのです。そ

れをちょうど1つ分というのはどのぐらいに当たるかということを示す。その実物を示すと同時に、それが1つ分という情報を出しながら、一方、卓上メモで1つ分という考え方はどういうものなのかということを出して、具体的に例えば社員食堂だったら副菜2つ分がこのように組み合わせるととれますよ、という形で。要はやはりメニューとつながる形での表示をしました。

それから、この事業所で何を使うことが今後の普及にいいかということ考えたときに、食事バランスガイドの1つとかS Vだったわけで、すべての事業所にこれが一番いいということではないと考えます。ですからどういう表示を使うのが良いかということ考えることが、必要ではないかと思っています。

【司会】 ありがとうございます。今の2つのご質問をリンクさせて考えますと、社員食堂が情報提供できる場であるという中で、きちんとした情報を提供していかなければいけないということが非常に重要なことになると思います。そのベースになるのが出す料理の栄養成分であって、その成分の確からしさを給食会社のほうで、きちっと精度を高めるためにマスターを整備する、食品業者とも連携して、そこの精度を上げていくという努力がなされなければ、ベースのところがちっとつけれないということだと思います。それはやはり給食業者の専門性の中で高めていただくということが非常に重要なことで、かつ、それをどう今度は表現し、利用者の方に分かりやすく情報提供していくかというところは、対象者に応じた見せ方というものに工夫が必要だということになります。その辺りの、例えば表示の仕方、こういうやり方では

いと分かりにくいなどといったようなことは、社員のほうから逆に声が上がってくるといいなと思うのですが、ダイハツさんなどの取り組みの中で、表示に関してご自身のいろいろな委員会の中でリクエスト、あるいはアイデアが出てきていると思いますが、そういったような環境がどうつくられ、どういう取り組みがされているかをもう少しご紹介いただければと思います。

【宮下】 まず、栄養表示等を始めだしたところというのは、割と控えめに表示していました。今回、アンケートも取ってみた結果、見ていませんという人が割と多くて。なぜかという、1番がやはり関心がないと言って非常に冷たい意見が返ってきました。関心がないと言われてしまったら身もふたもないのですが、2番目に、見にくいというのがありました。見にくいというのはやはり根本的に駄目で、できるだけ大きな、見やすい表示に変えていきたいと思っています。

もう1つ、実は栄養バランスガイドに即した表示というのは実施できていません。時期尚早かと思っています、今は3色表示をやっています。もう少し分かりやすいところから入っていくかということで、赤、黄、緑の3色で、ぜひ3色取るようにしてくださいというところから始めている。現場へ行きますとカレーライスとミニうどんなど、午後からのエネルギーにはなってくれるのだけれども、という食事が割と多いものですから。そのほうが短期的には成果があると考えています。

【司会】 ありがとうございます。ソニーさんなどの例を見せていただくと、「FeliCa de 健康管理」といったようなもの、ITを活用しながら、ある意味では表示の部分がご自身のデスク

で振り返れるような仕組みだと思うのですが、それ以外に食堂でも表示がされていますか。それとの関係はいかがでしょうか。

【須藤】 あのITのシステムが入っているのは、ソニーの中でも大きな事業所2カ所だけです。そのほかは共通して、1品毎にカロリーと塩分と脂質の3つは全部表示されるようになっています。最近始まったのが、例えばご飯は126キロカロリーで、おかずが74キロカロリーといってもカフェテリア方式ですので、電卓でも持っていないと、取ったものが何だか分からなくなってしまうという指摘がありました。そこで、カロリースターと銘打って、星が1個で100で、小さい星だと50だというように、もう少し分かりやすく、足し算していくと星が7つだから700というように、簡単に計算できるように表示を始めました。「FeliCa de 健康管理」のシステムになりますと、やはり佐藤先生がさっきおっしゃったように、メニューマスターがかなり重要です。社員は数字が大好きな人が多いので、このカロリーが微妙におかしいとか、何で脂肪は1グラムで9キロカロリーなのに割り算をすると合わないとか、非常に細かい質問が出てきます。確かに調べてみると逆にメニューマスターがおかしかったりするぐらい突っ込んでくる社員もいるので、表示に対してのメンテナンスとか、それに対する質問の対応などは非常に大変です。

【司会】 対象者に合わせた表示の仕方を見極めるときにどんなことが大事かという辺りで、武見先生、アドバイスいただけませんか。

【武見】 当然ですが、1つは突然ある表示が始まるということは効果的ではないと思います。

例えば健康診断がずっと行われているし、その中でいろいろな情報が出されているという中で、やはりその企業や職場の中で、今までにどんな情報が出てきたか、さきほど食事バランスガイドは時期尚早だから3色分類とおっしゃってました。これは3色分類が恐らく幼稚園とか小学校辺りから使ってきていて、多くの人になじみがあるだろうということだと思えるのですが、何が理解されやすいかという見極めをしていかないといけないし、やはり従業員の方から意見を聞く、これはすごく大事だと思っています。社員の方から出てくる意見、それをいかに吸い上げるかということが大事だと思います。それには質問紙を使ったアンケートもいいと思うのですが、私たちは先ほどの取り組みの時には、グループインタビューという手法を使いました。社員さんの中で男性、女性に分けて、これはフォーカスグループインタビューというやり方です。男性と女性とニーズがもともと違います。場合によっては、例えば健康管理がかなり必要な、いわゆるメタボリックシンドロームの方と健康な方というのも違うと思います。そのように対象集団をフォーカスして集めて、そこから意見を聞き取るという、よくマーケティングで使うやり方なのですけれども、それによって、具体的な意見が出ます。紙の上にご書いてくださいというのでは表面的な意見しかなかないで、生の声を聞き取っていくということはすごく大事なことはないかと思えます。

【司会】 ありがとうございます。そうしたような意見を吸い上げるために、ダイハツさんの場合には給食委員会といったような組織で意見を聞き、そのことの要望を、またその中に給

食会社の方なども入っていらっしゃるの、パートナーシップでそこがうまく進めるようになっていく構造であると理解したのですが、それでよろしいでしょうか。

【宮下】　そうですね。給食委員会は食堂ごとにあり、給食業者さん、組合さんが選任した職場の食べる人の代表者数名が参加し、各会に給食委員長がいます。そこで新しいメニューは必ず試食をして評価していくのですが、おいしいな、これでいこうかなと思っていると、逆に最近給食委員の方たちから、これは少し味が濃いのではないか、塩分強いのではなどという意見が出てきます。そういう雰囲気もう定着しているんです。

【司会】　そういう活動が定着できていることが非常に素晴らしいと思うのですが、そうした定着できている要因に、どんなことがあるとお考えでしょうか。

【宮下】　なかなか難しいのですが、うちは各事業場、どこへ行きますともお昼は社外に食べに出られないのです。喫食率が非常に高く、お弁当を持ってきているか食堂を使うかということですので、従業員の方の食堂の食事に関する関心度はもともと強いのかなと思っています。福利厚生としてもそこは真っ向に受け、各事業場の給食委員会というベースになる組織は、前から定着していましたものですから、私が担当しただけでずっと以前からやられているというようなことです。

【司会】　ありがとうございました。その辺り、ソニーさんの仕組みはいかがでしょう。

【須藤】　うちは、「自由闊達にして愉快なる理想工場」というのを60年前に井深大さんが言ってくつった会社なのですが、非常に変わり身

が早く、とにかく組織もどんどん変わるし、変化を好む会社です。外に食べにいく環境もありますし、ある工場では、キャンパス構想といって、普通の食堂、いわゆる社員食堂はあるのですが、イタリアントマトやモスバーガーを入れたりして、社内の中に1つの町みたいなイメージをつくっています。このような社員のニーズに合ったものをどんどん実施していこうという方針が人事、総務の考え方としてあります。ダイハツさんのような理想的な正式な委員会というのは、まだ立ち上がっていません。

【司会】　そうすると、今回むしろ健康保険組合のほうから働き掛けて、給食委託を出している会社さんに健康教育、保健指導をお出しになったことが、逆にどのようなプラスに波及しそうですか。

【須藤】　今回のいろいろな健康教室をするときには、当然各社の総務や人事に許可を得て、社内でやっておりますが、プログラムの内容や結果に対しても興味を持ってくれるので、先ほどのような結果はすべて総務のほうに返していきます。

やはり一番会社側に協力してもらえる最も良い方法は、CSRという観点で説明することです。会社にとっての企業責任ということになってくると、会社自体も総務自体も動いてきます。『日経新聞』の夕刊に「健康会計」というようなものも出ていましたけれども、ああいう観点から入っていくことも考えております。

【司会】　そうしますと、ある一定の評価をし、それなりの効果を出していかなければ、その活動というのは継続しにくくなっていくということですね。

【須藤】　そうです。特定健診・特定保健指導