

第3回 食育推進検討部会 食環境整備検討会会議録	
日 時	令和5年10月20日（金）18時30分～20時30分
開 催 場 所	市庁舎18階みなと5会議室
出 席 者	食環境整備検討会委員6人、アドバイザー1人（別添資料1）
欠 席 者	1人（株式会社セブン-イレブン・ジャパン 圖司アドバイザー）
開 催 形 態	公開 ※4議事（2）食環境づくり協力店の枠組み周知の場所等については非公開（傍聴者0人）
議 題	<p>1 開会</p> <p>2 あいさつ</p> <p>3 報告 モデル事業の効果検証（中間報告）について</p> <p>4 議事 （1）食環境づくり協力店の枠組みについて （2）食環境づくり協力店の枠組み周知の場所等について</p> <p>5 その他</p>
1 開 会	
2 あいさつ	<p>（金子部会長）</p> <p>検討会は今回で最終となる。令和6年度からの新しい枠組みについて、本検討会での案を確定していきたい。本日も円滑な議事進行に御協力いただきたい。</p> <p>（事務局）</p> <p>配布資料の確認（資料1～4）</p> <p>（金子部会長）</p> <p>当検討会は、横浜市の情報公開条例に基づき原則公開としているが、議事「次第4（2）食環境づくり協力店の枠組み周知の場所等について」は、企業の個別の取組を含んでおり、公開すると企業の運営に支障をきたす恐れがあることから、非公開としたいが、よろしいか。（異議なし）</p>
3 報 告	<p>モデル事業の効果検証（中間報告）について</p> <p>（金子部会長）</p> <p>モデル事業の効果検証（中間報告）について、赤松委員にお願いします。</p> <p>（赤松委員）</p> <p>7月にそうてつローゼン全51店舗で販売したモデル事業について、詳細データを解析するため、5店舗を抽出して調査を実施した。</p> <p>販売時は、店舗の通路に面した場所に弁当を配置し、ポップを掲示した。</p> <p>販売金額の推移は、5月の販売金額を100%としたときの、5月、6月、7月のパーセンテージを示している。販売推移は店舗によってばらつきはあるものの、全体（5店舗平均）として下がってはいないということが分かった。</p> <p>5店舗の弁当販売金額の上位5位を調べたところ、すべての店舗で3位以内に入っていた。</p>

「従来弁当」（5店舗における5月の販売個数上位5種、計23種）とハマの元気ごはん弁当を比較して内容の調査をした。従来弁当の野菜等重量の平均は42g。これに対し、ハマの元気ごはん弁当の野菜等重量は158gで、100g以上の差があった。仮に、ハマの元気ごはん弁当の販売個数が「従来弁当」だった場合の野菜等供給量と比較した場合には、5店舗で462kg多くなった。51店舗全体になると、さらに大きい差になると考えられる。

喫食者アンケートは、回収率0.83%だった。スーパーやコンビニで購入した食事を食べる頻度について、30～50歳代男性は、全体と比較し利用頻度が高い。

購入した理由は、「栄養バランスがよい」「おいしそう」「ボリュームがある」が上位となっており、健康だけを考えて選んでいるわけではないことが分かる。

量については、男性は「ちょうどよい」が女性より多かった。女性は量が多いと回答した人が多かった。「弁当と一緒に食べたもの」の設問に対しては、半分以上の人が「弁当のみ」と回答しており、この弁当だけで満足できた方が多かった。

総合的な満足度（また食べたいと思うか）は80%以上の方が「はい」と回答し、満足度は高かったといえる。

若い女性の購入頻度は高くなかった。

値段については、女性と比べて男性の方が高いと回答した人が多かった。

販売関係者へのインタビューをカテゴリ（製造工程・販売促進・販売実績・感想）に分けて整理した。

製造工程については、店舗によって捉え方が異なっていた。

販売関係者の皆様のモチベーションが高く、販売促進に力を入れていた。

販売実績に関しても、ネガティブな結果は出ておらず、すべてポジティブな結果だった。

客の特徴としては、販売前からメディアを見た方からの問合せがあり、多数購入する方、リピートされる方が多かったようだ。

（吉田委員）

相鉄ローゼン株式会社としても多くの気付きがあった。野菜を多く入れることにより、顧客にどのように受け取られるかということは初めての試みであったが、受け入れられることが分かった。引き続き、女性や高齢者向けの弁当開発を進めているところである。

（赤松委員）

今回のモデル事業の効果検証により、「健康な食事」でも、売ろうとすれば売ることが分かった。食べていただいて、おいしいものであれば満足度が高く、受け入れられた。今後は、イベント的に終わらせるのではなく、持続することが課題である。

（君塚委員）

「従来弁当」の平均カロリーは500kcal程度で、今回は約700kcalだったが、これは目安としてちょうど良いカロリーなのか。また、弁当全体の販売金額の推移に

	<p>ついて、前年の5～7月との比較で見たほうが、この企画で売上が上がったと言えるのではないか。</p> <p>(赤松先生)</p> <p>カロリーは低ければ低いほどよいということではなく、今回のターゲットにとっては適切なエネルギー設定だと言える。販売金額の推移については、健康に配慮した食事(ハマの元気ごはん弁当)の販売によって「販売金額が下がらなかった」ということを示したいという意図で作成した。</p> <p>(吉田委員)</p> <p>定番の「のり弁」の売上が下がるかと思ったが、「のり弁」のほうも売上を維持した。</p> <p>(持田アドバイザー)</p> <p>店舗Cがこれだけ伸びた理由は何か。</p> <p>(吉田委員)</p> <p>トークロボや店内放送など、販売促進に力を入れた結果。</p> <p>ターゲット層に近い方の利用が多い店舗であったことも理由と考えられる。</p> <p>(影山委員)</p> <p>リピートが多かったとのことだが、終売時のお客様からの反応はどうだったか。</p> <p>(吉田委員)</p> <p>継続を希望する声や、ボリュームを抑えた弁当を希望する声もいただいた。</p> <p>(影山委員)</p> <p>今回の弁当は、手間暇がかかり、原価コストもかかると思うが、他商品と比較して遜色なく利益を上げられるのか。</p> <p>(吉田委員)</p> <p>様々調整した結果、内容を決定しているので、他商品と同等の利益を上げている。</p> <p>(君塚委員)</p> <p>今回は男性をターゲットにしたが、女性からは量が多いとの声があった。男性と女性との差はどれくらいか。</p> <p>(赤松委員)</p> <p>女性の場合は650kcalくらいまでが目安になる。</p>
<p>4 議 事</p>	<p>(1) 食環境づくり協力店の枠組みについて</p> <p>(金子部会長)</p> <p>食環境づくり協力店の枠組みについて、事務局から説明をお願いします。</p> <p>(事務局)</p> <p>資料説明(資料4-1～4-3)</p> <p>(金子部会長)</p> <p>前もって御意見をいただいているところだが、さらに御意見があれば出していきたい。</p>

(赤松委員)

スマートミールに限りなく近い基準になるので、脂質エネルギー比だけでなく、たんぱく質のエネルギー比も基準に入れてはどうか。どちらにしても栄養価計算が必要になるので、基準に入れてもハードルは高くないと思う。

(事務局)

令和4年度に企業の皆様に御意見をいただいた中で、PFC比を計算することへの取り組みづらさがあるとの御意見を受け、取り組みやすい基準として作成した。PFC比を算出する方法でなく、ご飯と野菜の量とエネルギーを決めていくことで、結果的にPFC比も理想に近づくように設定した。7月にそうてつローゼンで販売したハマの元気ごはん弁当は、たんぱく質エネルギー比がスマートミールの基準にあと一歩届かないが、それでも従来商品と比較したらかなり栄養バランスがよいものになった。

(赤松委員)

たんぱく質はしっかり入っているほうがよいと思う方が多いので、「日本人の食事摂取基準」のたんぱく質エネルギー比の基準13～20%の範囲に入っているというのは、アピールできるのではないかと思う。

(君塚委員)

たんぱく質エネルギー比ではなく脂質エネルギー比を入れた理由は何か。

(事務局)

横浜市の健康課題であるLDLコレステロール値が高値であることを踏まえ、課題解決のために、脂質エネルギー比を基準とした。脂質エネルギー比を適正範囲にしなが、たんぱく質エネルギー比も適正範囲に近づけられるように、ご飯、野菜等の量を設定した。

(赤松委員)

減塩の部分が、星2と星1の基準に入っていないのが気になる。基準に入れなかったとしても、留意事項として入れたほうが良い。野菜が多く入ると、食塩が上がる可能性が高い。

(事務局)

枠組みを周知する際のホームページやリーフレットには、留意事項として入れていきたい。

(君塚委員)

R(レギュラー)と比較して、L(ラージ)の塩分が多くなるのは違和感がある。ご飯の基準量の違いであれば、塩分は関係ないように思う。

(事務局)

ご飯だけでなく、おかずも含めて全体量が増えるので、塩分も多くなる。ただ、食塩の量は減らせるのであれば、減らすことが望ましい。

(口野委員)

提供する場合、価格と星は比例していくのか。

(事務局)

価格と星は比例しない。

(持田アドバイザー)

登録は自己申告なのか。

(事務局)

提出していただいた書類をもとに判断することを考えているが、詳細については今後検討する。

(持田アドバイザー)

提供店としては、格付けがないほうがやりやすく、裾野が広がるのではないかと。また、星3と星1の商品を両方扱っている場合、提供店としてはどのような登録になるのか。

(事務局)

星3の商品を継続して販売しているのであれば、ほかに星2や星1の商品があっても、提供店としては星3として登録する想定。詳細については今後検討し決定していきたい。

(影山委員)

商品は変わっていくので、対応に難しさがある。

(事務局)

基準に合っているものであれば、内容は変わってもよいと考えている。今回のモデル事業で、喫食者からは「1食で栄養バランスがとれていてありがたい」、「コストパフォーマンスがよい」との声をいただいている。中食を利用する層にとっては、常に店頭にあることが重要だと考えている。

(君塚委員)

類型についてはどう表すか。

(赤松委員)

利用者が、何の基準を満たした商品なのかが分かるような表示があるとよい。例えば、4区分してあるマークに該当項目に色がついているなどして表示してあれば、選ぶときの基準になる。

(金子部会長)

四葉のクローバーのようなイラストもよいのでは。

(赤松委員)

野菜や食塩など、イラストを見て分かるようになるとよいと思う。

(事務局)

ロゴマーク的なもので、かつ内容が分かるようなものを考えたい。

(影山委員)

コンビニエンスストアの特性として、店舗を登録してもらうのではなく、開発した商品ごとに認証してもらうほうが、現実的に取り組みやすい。

(赤松委員)

市としては販売期間の把握は必要だと思うが、販売終了時の報告は可能か。

(影山委員)

可能だと思う。

(君塚委員)

登録や認証は、労力がかかりかかると思う。事業者数がとても多いと思うが、管理をしていくことは現実的なのか。

(事務局)

「よこはま健康応援団」では、提供店舗として管理をしている。商品ごとの認証については困難だと考えている。今後、現在の「よこはま健康応援団」を終了して、新たに枠組みを作成して開始したいと考えている。また、開始にあたっては、効果的な周知をし、店舗を増やしていきたい。

(持田アドバイザー)

登録店舗を増やしていきたいという考えなのか。

(事務局)

増やしたいと考えている。現状の枠組みでは、個人事業主を中心に声をかけていたので、新たな枠組みではチェーン店にも広げていきたい。

(持田アドバイザー)

条件が厳しいと登録が少なくなるのではないかと。登録者のメリットがないとなかなか増えないと思う。

(事務局)

現状のよこはま健康応援団の登録店舗については、できれば継続していただきたいと考えており、星1、星2の基準については、現状の登録店舗でも該当することを想定し、設定した。今後は星3が増えてほしいので、そのための枠組みとしている。

(赤松委員)

外食では星1の基準を満たす店舗は多いと思われるため登録数は増えると思うが、それが健康づくりに役立つかという疑問がある。

(事務局)

星1の野菜70gの基準は、外食では該当する店舗が多いと思われるが、今回のモデル事業の効果検証結果を見ても、中食の弁当については、野菜が70g以上入っている商品は少ない。ほとんど野菜が入っていない場合は、まずは70gを目指し、購入者のニーズを確認していく中で、徐々に野菜量が増えると良いと考えている。

(口野委員)

星3の認証をもらえない限り、事業者はアピールしないと思う。また、せっかく栄養バランスのよいメニューや弁当を考えているのであれば、「横浜市のお墨付きの弁当」ということが明確に分かるようにしたほうが良いのではないかと。「ハマの元気ごはん弁当」は肉料理が多く、ボリューム満点のイメージがある。

(赤松委員)

逆に、健康イメージが強くないほうが、無関心層には選ばれやすい。

(持田アドバイザー)

「ハマの元気ごはん弁当」だとアピールが足りない。事業者としては、「横浜市のお墨付き」があるというのがはっきり分かったほうがありがたい。

(事務局)

すでに記者発表等で「ハマの元気ごはん弁当」という名称を使っているのに、この名称を変更するのは難しいが、今後、市ホームページ等で「ハマの元気ごはん弁当」を周知することで認知度を上げていき、事業者にとってもメリットを感じてもらえるようにしていきたい。

また、横浜市のブランドであることを示せるように、例えばロゴマークの下に「横浜市」と文字を入れるなど、ロゴマークの作成にあたっては工夫したい。

(持田アドバイザー)

購入者に対し、R（レギュラー）とL（ラージ）をどう伝えるのか。

(赤松委員)

体をしっかり動かす女性はL（ラージ）が対象になる。販売するときに、食べる側の情報も合わせて発信できるとよい。

(事務局)

ホームページ等で、R（レギュラー）かL（ラージ）のどちらが対象になるかは分かるようにしていきたい。

(持田アドバイザー)

値段が同じだったら、お得感のあるボリュームがあるL（ラージ）を選ぶように思う。

(君塚委員)

R（レギュラー）は女性用、L（ラージ）は男性用ということか。エネルギーの違いがこれほどあるのか。

(事務局)

性別だけでなく、年齢や身体活動量にもよって、どちらが対象になるかは変わる。

(2) 食環境づくり協力店の枠組み周知の場所等について

健康横浜21推進会議運営要綱第8条に基づき、委員の承諾得て非公開とした。食環境づくり協力店の枠組み周知の場所等について検討を行った。

(金子部会長)

食環境づくり協力店の枠組みについて、多くの御意見をいただいたので、当初案をそのまま食環境整備検討会の案として食育推進検討部会へ提出するのは難しいと考えるが、いかがか。

	<p>(事務局)</p> <p>本日いただいた御意見を踏まえ、再度、枠組みの内容について精査した案を、電子メール等で委員の皆様にご確認いただきたい。最終的には、皆様からいただいた御意見を付記して食育推進検討部会に提出したい。</p> <p>(金子部会長)</p> <p>本日の議論を終了とする。</p>
5 その他	<p>(事務局)</p> <p>長時間にわたり御討議をいただいたことを感謝する。以上で閉会とさせていただきます。</p>
資 料	<p>資料 1 食環境整備検討会委員名簿</p> <p>資料 2 - 1 健康横浜 2.1 推進会議運営要綱</p> <p>資料 2 - 2 食育推進検討部会設置要綱</p> <p>資料 3 モデル事業の効果検証の中間報告</p> <p>資料 4 - 1 食環境づくり協力店の枠組みについて</p> <p>資料 4 - 2 身体活動レベルと推定エネルギー必要量について</p> <p>資料 4 - 3 食環境づくり協力店の枠組み「ハマの元気ごはん提供店」について (意見)</p>