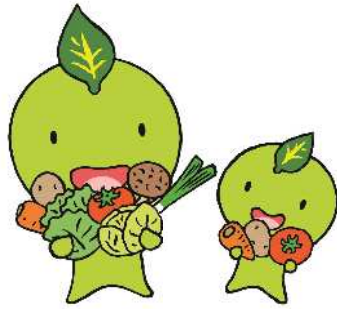


野菜マシマシキャンペーン ～伴走型から自走型の企業連携へ～



健康福祉部健康局
局長 石川哲史

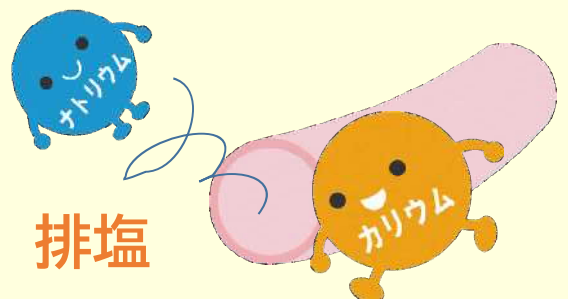
取組のねらい

- 野菜摂取量の増加に着目した高血圧対策により、本県の健康課題である脳血管疾患の予防を図る。

本県の野菜摂取量は
全国で男性36位、女性41位。
目標摂取量に比べて76～107g少ない



野菜に多く含まれるカリウムには
血液中のナトリウムを体内から追い出し
高血圧を抑制する効果あり



排塩



野菜の摂取量増加により
県の健康課題である
脳血管疾患の予防を推進

取組のターゲット

○ 日常の中で 県民が意図せず 手軽に健康な食事ができることを目指し「しずおか健幸惣菜」「野菜マシマシキャンペーン」を展開

		日常	非日常
消費者が求めるもの		<ul style="list-style-type: none"> 安価 時短調理 より健康的 	<ul style="list-style-type: none"> 特別感 ワクワク感
自宅以外	外食	<社員食堂など> <div style="border: 2px dashed red; background-color: yellow; padding: 10px; text-align: center;"> 健幸惣菜 ターゲット </div>	<飲食店> <div style="border: 1px solid blue; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ふじのくに食の都づくり仕事人 (県産食材を積極的に活用し、農林水産業や食文化の振興に貢献している料理人や菓子職人を表彰) </div>
	中食 (テイクアウト、総菜)		
自宅	家庭食 (食材、ミールキット)	<div style="border: 2px dashed red; background-color: yellow; padding: 10px; text-align: center;"> 野菜マシマシ ターゲット </div>	<div style="border: 1px solid blue; border-radius: 15px; padding: 10px;"> <ul style="list-style-type: none"> ポケットマルシェ (しずおか食セレクション商品等を活用した新商品(ミールキット等)の開発、産直ECサイトでの販売) </div>

3

これまでの取組

野菜たっぷり など、栄養バランスのとれた食事につながる「しずおか健幸惣菜」の提供を社員食堂や惣菜販売店等と連携し推進。今後、弁当販売店等へ取組を展開予定。レシピサイトで専用コーナーを運用し、自宅でも手軽に作成できるレシピを公開。



【基準】	主 菜	副 菜	一皿で主菜・副菜	1食(お弁当)
エネルギー量	550kcal未満	200kcal未満	450~650kcal未満	600~850kcal未満 エネルギー 200~350 塩分 400~600
食塩相当量	2.2g未満 (2g未満)	1.2g未満 (1g未満)	3.2g未満 (2.7g未満)	3.3g未満 (2.8g未満)
野菜量 (20%・野菜・いも類を含む)	付合せ惣菜も含めて 合計 50g以上	2種以上 合計 70g以上	2種以上 合計 120g以上	2種以上 合計 120g以上
肉・魚・卵 大豆製品量	70~150g (90~150g)	-	70~150g (90~150g)	70~150g (90~150g)

※() の範囲を推奨



社員食堂や惣菜業など123店舗が健幸惣菜パートナー登録。約1.9万食/月を提供中。専用ページへのアクセスは、約2万件/年。

4

令和4年度の取組

静岡社会健康医学大学、静岡県立大学、食品会社、インスタグラマー、地域NPOで、野菜マシマシタスクフォースを結成！自宅で、安く、おいしく、健康に、野菜を食べられるメニューを考案し試験的な販売を実施。



令和5年2月から、6週間の試験販売で、1,200パックを完売。
産学官連携による特色ある取組として、地方紙、業界紙、ネットニュースを含めて記事掲載13回。

5

企業連携を次のステップへ

- 企業と県が共同企画・共同実施する**伴走型企業連携** から
企業主導で進める取組へ県が相乗りする **自走型企業連携**へ進展



【ポイント】

- 企業とともに**取り組みやすいテーマ設定**
- 実施したことは 企業の社会貢献活動として **しっかり広報!**
- **他企業との連携**など、企業単独ではできない体験を!



伴走型企業連携

県の役割

- ・企画
- ・広報
- ・他企業との連携
- ・人員の手配

企業の役割

- ・企画
- ・実施店舗や商品の手配
- ・人員の手配



自走型企業連携

県の役割

- ・広報
- ・調整

企業の役割

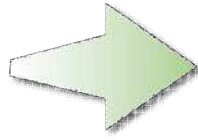
- ・企画 (新しい視点で)
- ・実施店舗や商品の手配
- ・人員の手配

6

令和5年度の取組

○ 令和4年度の連携取組をきっかけに、**自走型企业連携**で進める“おかわり”企画を展開。

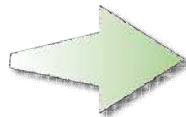
県タスクフォースの取組の一環としての
1.5か月限定の試験販売



商品化を見込んだレシピ
コンテストの開催

(企業提案)
コンクール形式で
より話題性と
対象層の拡大を

県と事業者が協力した
店頭PR活動の実施



商品へのポップを活用した
キャンペーンとPR

(企業提案)
購買時に目
に入るポップで
より行動に直結

8/31 (やさいの日) の取組

○ 8/31を中心に「野菜マシマシ」を共通テーマとして、市町や企業と一斉キャンペーンを展開。



市町・協力事業者は
8月31日周辺に合わせて
野菜をテーマに
キャンペーンを実施



県は有名番組と静岡社会健康医学
大学院大学とコラボした講演会を開催予定

野菜マシマシ

令和5年度健康寿命をのばそう! 講演会
お子様連れ大歓迎です。ぜひ一緒にお楽しみください。



野菜を食べて
暑い夏を
乗り切りましょう!



6月	7月	8月	9月	10月
		🍅		
		← 月間キャンペーン →		
	← 関連キャンペーン →			