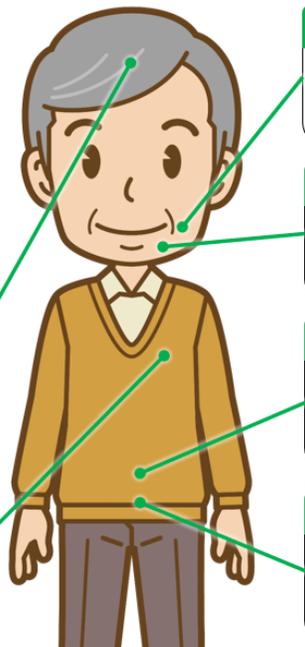


# ディスカッション

## 地域の未来を創る食環境モデル ～“オールふくしま”での挑戦～

福島県保健福祉部 健康づくり推進課

# 福島県民の健康指標



## 全がん死亡率

**69.4** (全国ワースト4位)

(2023年国立がん研究センターがん情報サービス「がん統計」(厚生労働省人口動態統計・75歳未満年齢調整死亡率))  
※人口10万人当たりの死因死亡率  
※基準人口は昭和60年モデル人口

## 脳血管疾患死亡率

**男性 109.6** **女性 75.2**

(全国ワースト10位) (全国ワースト3位)  
(2020年人口動態統計特殊報告・年齢調整死亡率)  
※人口10万人当たりの死因死亡率  
※基準人口は平成27年モデル人口

## 心疾患死亡率

**男性 212.9** **女性 118.9**

(全国ワースト8位) (全国ワースト10位)  
(2020年人口動態統計特殊報告・年齢調整死亡率)  
※人口10万人当たりの死因死亡率  
※基準人口は平成27年モデル人口

## 食塩摂取量

**男性 11.9g** **女性 9.9g**

(男女とも全国ワースト2位)  
(2016年国民健康・栄養調査)

## 喫煙率

**男性 33.2%** **女性 10.5%**

(全国ワースト1位) (全国ワースト2位)  
(2022年国民生活基礎調査)

## メタボ率

**19.5%** (全国ワースト4位)

(厚生労働省特定健診・特定保健指導の実施状況  
2023年度都道府県別特定健康診査・特定保健指導・  
メタボリックシンドロームの状況)

## 肥満者の割合

**男性 39.4%** **女性 26.6%**

(全国ワースト7位) (全国ワースト3位)  
(厚生労働省第10回NDBオープンデータ  
2022年度特定健診 検査)

## 「肥満・食塩・喫煙」の3点を重点的に改善を図る健康課題に位置付け

### 第三次健康ふくしま21計画（令和6年～17年までの12年間）

県民の皆様を始め、市町村や関係機関と力を合わせ、「オールふくしま」で改善に向けた取組を推進することで、「健康長寿ふくしま」の実現を目指していきます。

### 「減塩」の取組

ポイントは「おいしく減塩」

本県の豊かな発酵文化である味噌・醤油等のうま味を活かし、おいしく無理なく適切な塩分濃度を知り・実践する



### 減塩推進の食環境づくり

健康長寿の実現に向け、働き盛り世代の県民の食塩摂取量の実態を把握するとともに、県民の塩分の過剰摂取の改善につながる普及啓発等を行うなど、誰もがおいしく減塩できる食環境づくりを推進する。

令和6年度から「ふくしま減塩推進ネットワーク会議」で推進体制を整備

### 令和7年3月 食環境アライアンス 正式登録

ふくしま減塩推進ネットワーク会議（令和7年3月更新）

首長（または部長等）が  
組織体に期待すること



福島県知事 内堀雅雄

福島県では、県民の食塩摂取量が全国でも高く、県民総ぐるみで改善に取り組む必要がある健康課題となっています。

このため、官民一体となって「ふくしま減塩推進ネットワーク会議」を新たに設置し、企業・行政・関係団体と問題意識を共有し、アイデアを出し合いながら取組を考え、それぞれが主体的に対策を行いながら、社会全体で自然に減塩ができる食環境の整備を進めています。楽しく無理なく健康づくりを続けることができるよう食・運動・社会参加を推進している県民運動とも連動し、県民が健康長寿でいきいきと活躍できるようオールふくしまで取り組んでいきます。全国各地での取組もどんどん発信いただき、いい意味で競争しながら、ともに健康的で持続可能な食環境を作っていきましょう。

自治体としての重点キーワード

おいしく減塩、誰もが自然に健康になれる持続可能な食環境

地域課題を踏まえた活動目的

第三次健康ふくしま21計画がスタートし、重点的に取り組むべき「肥満・食塩・喫煙」に対し、食の施策としては適正体重と減塩対策を推進していく必要がある。これらの課題の改善に向けては、低関心層でも無理なく自然に健康的な生活習慣をおくることができる環境づくりを進めていくことが重要であり、特に減塩につながる食環境整備の推進体制強化を目的に、企業・関係団体・市町村等を対象とした会議を開催するとともに、県民に減塩の実践を促すイベントや情報発信等を行う。

# 令和6年度の取組

## ふくしま減塩推進ネットワーク会議

2回開催（8月・2月）

健康長寿の実現に向けては、行政や食環境に関わる事業者・関係団体が総ぐるみでの食塩摂取量の減少を図る必要がある。

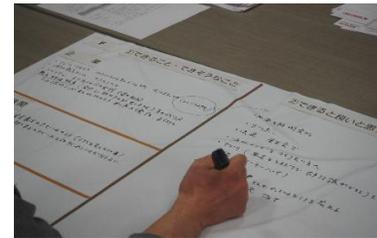
そのため、市町村・食品関連事業者・関係団体等と減塩に関する会議を開催し、推進体制の強化を図り、自然に健康になれる食環境づくりを目指す。

### 【参集者】

市町村、福島県食育応援企業団（スーパー、食品関連事業者、報道機関等）、味噌醤油工業協同組合、管理栄養士・栄養士養成施設、福島県食生活改善推進連絡協議会、福島県栄養士会、関係団体等

### 【内容】

食塩に関する健康課題の状況や、各機関の取組を共有・情報交換することでネットワークの強化を図るとともに、連携した取組について検討する。

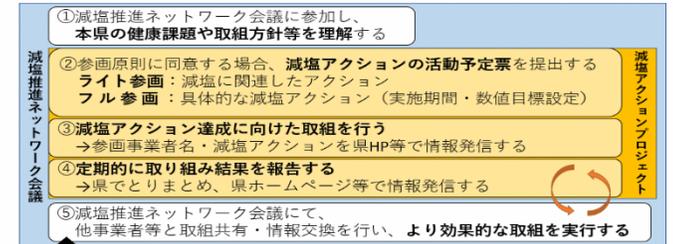


## 【減塩アクションプロジェクト】

各企業が減塩に関する減塩アクションを設定し、その目標及び成果を発信していく。

※令和6年度：7事業者が参画

### 参画事業者への期待と役割



プロジェクト参画事業者だけでなく、市町村・県食育応援企業・関係団体等が参加し、「他事業者等の取組を知る」「課題の共有や工夫を知る」「連携強化やきっかけを得る」等、みんなで食環境づくりを推進していく

## イベントでの啓発活動

### 減塩ワークショップ



### 減塩商品食べくらべ



## スーパーにおける減塩+ベジ推進モデル事業

- ① 福島県「おいしく減塩」の基準での商品開発・販売
- ② 減塩&ベジ・ファーストの実践を促すキャンペーン

アンケート・ヒアリング、POSデータ等による検証



## 減塩セミナー※第2回会議後に開催

### 講演



### 減塩ブース



# 令和7年度の取組

## ①ふくしま減塩推進ネットワーク会議の開催

第1回：7月23日（水）13:30～15:20  
 出席者：86名（市町村26名、県食育応援企業37名、関係団体等9名、保健福祉事務所6名、県外自治体8名）  
 ※会議後、行政栄養士・県栄養士会向け講習会を開催  
 出席者：60名

第2回：令和8年1月29日（木）  
 ※同日、市町村担当者向け研修を開催予定

## ②減塩アクションプロジェクト参画事業者の拡大

福島県食育応援企業に対して積極的に協力を依頼  
 令和6年度：7事業者 ➡ 令和7年11月14日時点：15事業者

## ③減塩推進イベントの開催

商業施設（9月20日（土）：ヨークパーク）と開成山公園（9月27・28日（土・日））で開催



※このほか、「ふれ愛セミナー」での減塩ブースの実施、地元銀行本店で行員向け普及啓発を実施

## ④「減塩」「ベジ・ファースト」に関する情報発信

- 新聞の活用  
7月から令和8年2月までの毎月17日の「減塩の日」に地元新聞の2紙に啓発広告を掲載する。
- 地域情報紙の活用  
令和8年1月号に啓発広告を掲載予定
- デジタルサイネージを活用  
スーパー・コンビニエンスストア等に依頼予定

## ⑤スーパーにおける減塩+ベジ推進モデル事業

減塩惣菜等の開発・販売、減塩&ベジ・ファースト推進イベントの実施について、県食育応援企業のスーパー6事業者を個別訪問し、事業説明及び協力依頼を行った。11月から令和8年2月までの実施に向け、対面・オンラインで定期的な打合せを行っている。

## ⑥子ども向けワークショップを活用した地域での普及啓発

県栄養士会に福島県版「子ども向け減塩ワークショップ」資料の作成を依頼した。今後、県委託事業において市町村支援で活用する。

## ⑦親子で学ぶ・体験する「減塩ワークショップ」の実施

減塩アクションプロジェクト参画事業者の協力のもと、子ども及び保護者等が「減塩」を学び・体験し、家庭の食生活につながるよう働きかけを行う。11月から令和8年2月までに、8事業者で実施予定。



食でつむぐ、幸せの場所。



# 健康的で持続可能な食環境戦略イニシアチブ 24年～ 福島県との取組み

## 食塩の過剰摂取

2025.11.20

商品企画室 橋本 宇広

1. ヨークベニマルの概要

2. 2024年度・2025年度 福島県との取組み

3. 減塩トークショー後のお客様分析

4.

# 1. ヨークベニマルの概要

## 概要

1948年創業 福島・宮城・山形・栃木・茨城県に248店舗展開(2025年2月末時点)  
年商4,919億 従業員 19,542名(社員3,171名/パート社員16,371名)

### ◆企業理念

「一人のお客様に誠実を尽くせ これが野越え山越えの精神である」

### ◆行動規範12章

「第一章:商売はお客様のためにある。まず、お客様の利益を考えよ。」

## 機能的価値の追求

安心安全・**健康**の追求  
(摂る・控える)

手軽さ(簡便・即食)

### しくみ(伝達)

- ・媒体
- ・メディア(リテール)



お客様

## 社会的価値の追求

地産地消・**地域連携**  
グループ連携

**少子高齢化**

### 連携(チーム)

- ・行政
- ・メーカー・報道

どう**エコシステム**を  
まわすか

# 2. 福島県との取組み 24年厚生労働省健康的で持続可能な食環境戦略イニシアティブ参画

24年1月24日

健康的な食環境  
セミナー参加



25年1月25日、2月22日  
2店舗で減塩セミナー実施

6社取組みによる  
「減塩トークショー」開催

福島県・メーカー様・メディア・ヨークベニマル

24年10月28日

ふくしま未来への  
レシピ参加

(協力:会津大学女子短期  
大学・郡山女子大学)

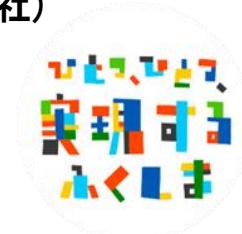


学生考案メニューの試食ヘルシーレシピ  
& 地元食材使用

(販促ポスター)



(取組み6社)



Eat Well, Live Well.



健康にアイデアを



25年11月4日

ヨークベニマル・  
セブン-イレブンジャパン  
合同「ふくしまプライド。」  
応援フェア



### 3. 減塩トークショー後の対象商品お客様動向変化

#### 検証項目

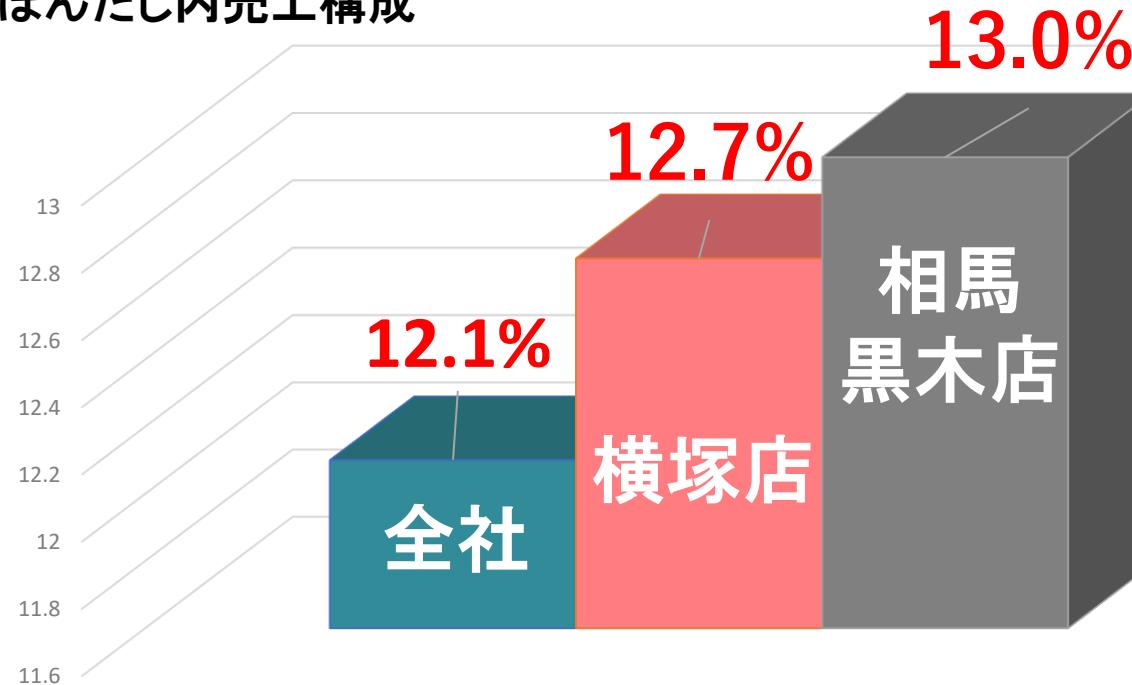
トークショー・実演販売をすることでお客様がどう変化したか

実験店舗

相馬黒木店/横塚店  
(福島県内店舗)



【調査方法】 期間：25年度3月～10月  
ほんだしの中における減塩ほんだしの売上構成比較  
ほんだし内売上構成



価値伝達＝商品を知っていただく(試食)事で全社よりも売上構成が高い結果

### 3. 減塩トークショー後の対象商品お客様動向変化

#### 検証項目

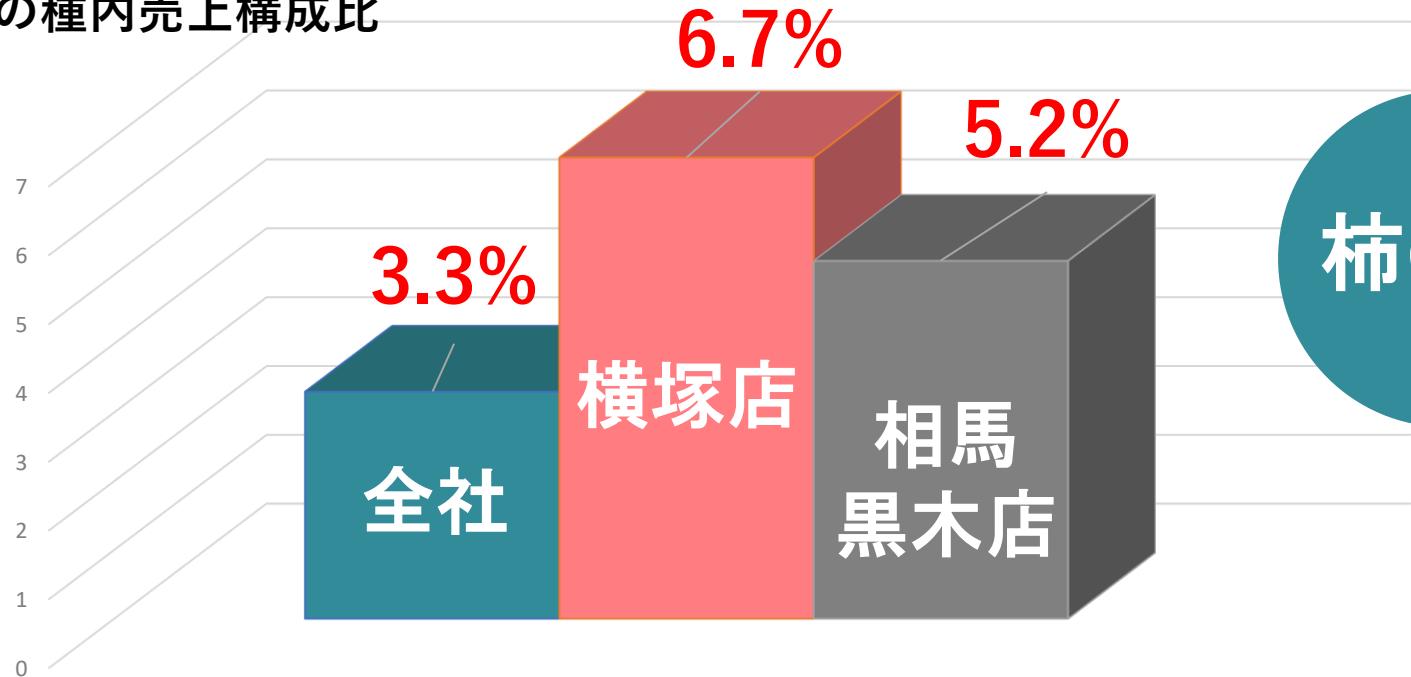
トークショー・実演販売をすることでお客様がどう変化したか

#### 実験店舗

相馬黒木店/横塚店  
(福島県内店舗)

【調査方法】 期間：25年度3月～10月  
柿の種における「減塩柿の種」の売上構成比較

柿の種内売上構成比



柿の種

価値伝達＝商品を知っていただく(試食)事で全社よりも売上構成が高い結果

### 3. 全社ID—POS分析 減塩対象商品のお客様動向 (ID≒ナナコ決済者)

食でつむぐ、幸せの場所。



## 60代、70代の構成が高くリピート率も高い



年代構成 (%)	売金	会員数	客数	売数	客数- 会員数
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	
10代	0.1	0.1	0.1	0.1	-0.02
20代	1.3	1.8	1.4	1.3	-0.46
30代	5.1	6.1	5.2	5.1	-0.86
40代	10.5	10.7	10.6	10.5	-0.08
50代	17.6	18.5	17.8	17.7	-0.69
<b>60代</b>	<b>26.8</b>	<b>26.4</b>	<b>26.7</b>	<b>26.9</b>	<b>0.32</b>
<b>70代</b>	<b>28.6</b>	<b>26.7</b>	<b>28.3</b>	<b>28.6</b>	<b>1.61</b>
80代	9.0	8.7	9.0	9.0	0.27
90代	0.9	1.0	0.9	0.9	-0.10

性別構成 (%)	売金	客数
合計	100.0	100.0
女性	83.4	83.3
男性	16.6	16.7



年代構成 (%)	売金	会員数	客数	売数	客数- 会員数
合計	100.0	100.0	100.0	100.0	
10代	0.2	0.2	0.2	0.2	0.03
20代	1.0	1.1	1.0	1.0	-0.10
30代	3.7	4.3	3.7	3.6	-0.61
40代	9.1	10.6	9.5	9.1	-1.08
50代	21.5	22.2	22.0	21.6	-0.17
<b>60代</b>	<b>32.4</b>	<b>29.9</b>	<b>32.3</b>	<b>32.4</b>	<b>2.42</b>
<b>70代</b>	<b>25.8</b>	<b>25.0</b>	<b>25.0</b>	<b>25.6</b>	<b>0.00</b>
80代	5.9	6.0	5.6	5.8	-0.39
90代	0.6	0.7	0.6	0.6	-0.11

性別構成 (%)	売金	客数
合計	100.0	100.0
女性	68.4	68.5
男性	31.6	31.5

# 3. 減塩トークショー後、25年下期 台帳の変更 スポッター活用

データーから下期 台帳へ

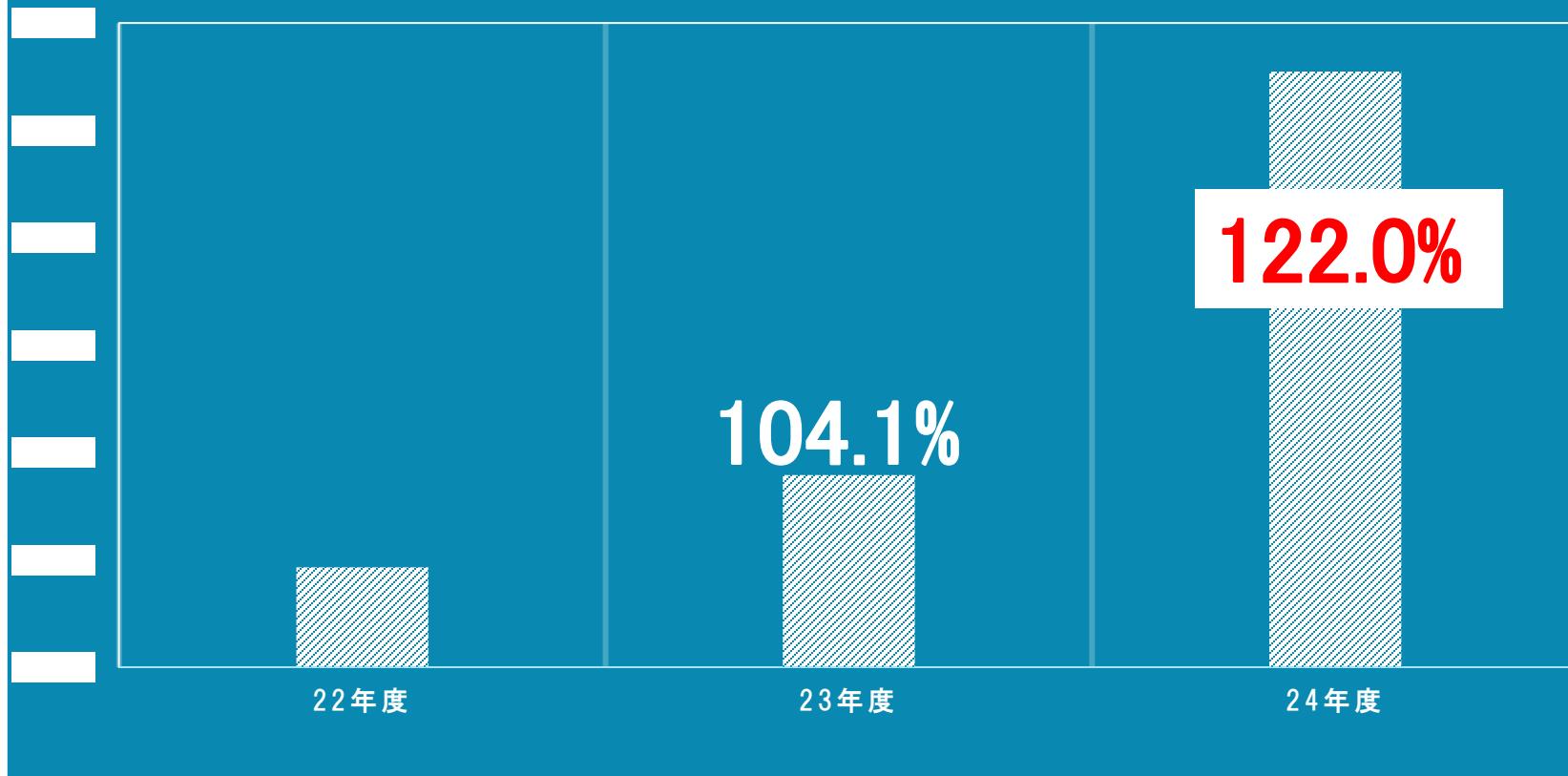


インスタメディアの強化



(単位:百万)

NB減塩商品売上トレンド



**報告は以上になります。**



# 健康的で持続可能な食環境戦略イニシアチブ オープンフォーラム2025

亀田製菓株式会社

# 会社概要

商号

かめだせいか かぶしきかいしゃ  
亀田製菓株式会社

設立

1957年8月

本社

新潟県新潟市江南区

社員数

4,040名(2024年3月31日)



## 【海外事業】



## 【グループ会社事業】



TAINAI

アジカル株式会社

Onisi

とよす株式会社

mais Genmai

日新製菓

# 食環境戦略イニシアチブの行動目標と参画するメリット

## 食環境戦略イニシアチブ\_行動目標

### 取り組む課題

食塩（ナトリウム）の過剰摂取

### 中期的な目標

年間に販売した米菓・スナックの重量当たり  
食塩相当量を15%削減する

### 行動計画

- ①「柿の種」「ハッピ°-ターン」の減塩商品の育成
- ②美味しさ維持での減塩化を推進
- ③減塩を意識しての新商品設計を実行する

## 減塩アクションプロジェクトに 参画するメリット

### 地域に根ざした

### 小売業様やメディア様等との連携を通じた

### 商品認知の拡大・喫食機会の創出

「減塩アクションの活動予定票」

提出日：2025年7月11日

ふりがな	かめだせいのかぶしがいいや	業種
企業名	亀田製菓株式会社	菓子の製造販売事業
企業所在地（主な活動エリア）	本店・本社・本部所在地	
〒983-0852 宮城県仙台市宮城野区榴岡3丁目7番35号 損保ジャパン仙台ビル11階 ( 福島県 )	〒950-0198 新潟県新潟市江南区亀田工業団地3丁目1番1号	

【減塩アクションの活動予定】

減塩アクションの種類 ※1	減塩アクション ※2	実施期間	数値目標
情報発信	県内で実施される健康・減塩イベント等への試供品や情報の提供	2025年4月 ～2026年3月	10回
イベント開催/情報発信	小売業様と協業した店頭イベントの実施による減塩商品の認知拡大	2025年4月 ～2026年3月	4件

**「減塩アクションプロジェクト」  
(25年7月参画)**

\*1:減塩アクションの種類は、「商品開発・イベント開催・情報発信・テレビ開発・セミナー開催・その他」のいずれかを記載してください。  
\*2:減塩アクションは欄のスペースを適宜記載し、なるべく具体的に記載してください。

# 現在の取り組みについて（福島県）

## ふくしま健康応援レシピの開発

### 減塩柿の種・ハッピーターンを使った「ふくしま健康応援メニュー」の開発



## 自治体様×小売業様と連動した店頭での訴求



### ヨークベニマル田島店様

南会津町役場と連動した5/17高血圧の日に向けた店頭イベントでの訴求

## 各市町村のイベントでの減塩亀田の柿の種サンプリング



双葉町



郡山市



会津若松市

### ヨークベニマル 相馬黒木様/横塚様

福島県庁様×福島中央テレビ様と合同で減塩トークショーを実施



トークショー@横塚店（郡山市）開催報告

13:30～ 亀田製菓株式会社様

参加者：21名

# 取り組み実績

## 食環境戦略イニシアチブ\_実績



### 取組実施期間

2023年4月～2024年3月



### 実績

2021年度比5.2%削減

※主力商品のReでの減塩化3SKU実施

①つまみ種②白い風船ミルク③無限のり



### 今後の計画

減塩柿の種/ハッピーターンの育成

商品Reでの既存商品の減塩化

## 減塩アクションプロジェクトにおける活動実績



### 実績①

小売業様での減塩柿の種の取り扱い拡大



### 実績②

各自治体様でのイベントサンプリング

・24年度:約4,000名様

・25年度上期:約2,500名様に配布



# 今後の展望

## 食環境戦略イニシアチブ



### 取り組む課題

食塩（ナトリウム）の過剰摂取



### 中期的な目標

年間に販売した米菓・スナックの重量当たり  
食塩相当量を15%削減する



### 行動計画

- ①「柿の種」「ハッピーターン」の減塩商品の育成
- ②美味しさ維持での減塩化を推進
- ③減塩を意識しての新商品設計を実行する

## 減塩アクションプロジェクト

地域に根ざした

小売業様やメディア様等との連携を通じた

商品認知の拡大・喫食機会の創出



今後も産学官の連携をより強め、

スピード感を持って活動を推進する

こうした取組から「健康的で持続可能な食環境づくり」を一体的に進めたい

健康で持続可能な食環境戦略イニシアチブ  
オープンフォーラム  
パネルディスカッション

2025.11.20



福島中央テレビ

コーポレートスローガン

## 中テレは、上テレ。

ふくしまを盛り上げるテレビ

想い

日々伝えるニュースや情報番組、手掛けるイベントは「福島を盛り上げる」の一点ですべてがつつながり「楽しい福島」という頂点に向かって駆け上がっていく。福島の素晴らしさをより多くの方に届け、福島を素晴らしい街にするために。

### 今年で開局55周年

創立 1969年5月22日  
放送開始 1970年4月1日  
系列 日本テレビ系列  
社員数 96人(2025/4/1現在)  
略称 中テレ  
キャラクター 中テレくん



5年連続 視聴率三冠

### 個人全体視聴率

	中テレ	A局	B局	C局
全日	4.2%	3.5%	3.0%	3.3%
プライム	6.7%	6.3%	4.9%	4.9%
ゴールデン	7.5%	6.8%	5.4%	5.3%

### コア視聴率（13歳～49歳）

	中テレ	A局	B局	C局
全日	2.8%	1.2%	1.5%	2.2%
プライム	5.2%	2.6%	3.4%	3.7%
ゴールデン	5.8%	2.9%	3.7%	4.1%



## 東京支社営業部の役割

業務 >> 広告主への渉外活動、広告出稿の獲得

## 気づき

食品メーカー様が「健康」に寄与する商品展開が多くなっている

## 厚労省「持続可能な食環境戦略イニシアチブ」

福島県・ヨークベニマル・マルトら企業の参画

# 中テレは、上テレ。

ふくしまを盛り上げるテレビ

「地域の維持・活性化」のためには「人が健康であること」が基盤となる。イニシアチブに参画し、**減塩を基点に健康な社会づくりに寄与することは、弊社のスローガン「ふくしまを盛り上げるテレビ」に通じる。** ⇒ 当イニシアチブに参画

# イニシアチブ内での役割

## 福島中央テレビ・事業内容

放送法による基幹放送事業、放送番組の制作・販売、出版物・グッズなどの制作・販売、文化・スポーツなどの各種催物の企画実施

## 福島中央テレビ・アセット

- ・ 放送による情報発信
- ・ イベント運営



参加無料  
プレゼントあり

おうちにある食品で  
**減塩 & ●●!**

トークショー

2025年  
1月/2月開催

2025

1/25(土) 15人  
ヨークベニマル 粗島黒木店  
おうちにある食品で減塩講座

2/22(土) 30人  
ヨークベニマル 横塚店  
おうちにある食品で減塩講座

タイムテーブル

- 11:00~ 味の素株式会社  
うま味のデカラでおいしく減塩!
- 13:30~ 亀田製菓株式会社  
減塩亀田の柿の種で楽しく減塩!
- 15:30~ 株式会社明治  
ヨーグルトで減塩&腸活!

登壇者

鈴木美伸  
各メーカー担当者、  
福島県担当者、  
郡山市保健所担当(郡山会場)

協賛

Aj 味の素  
亀田製菓  
meiji 明治

## 結果

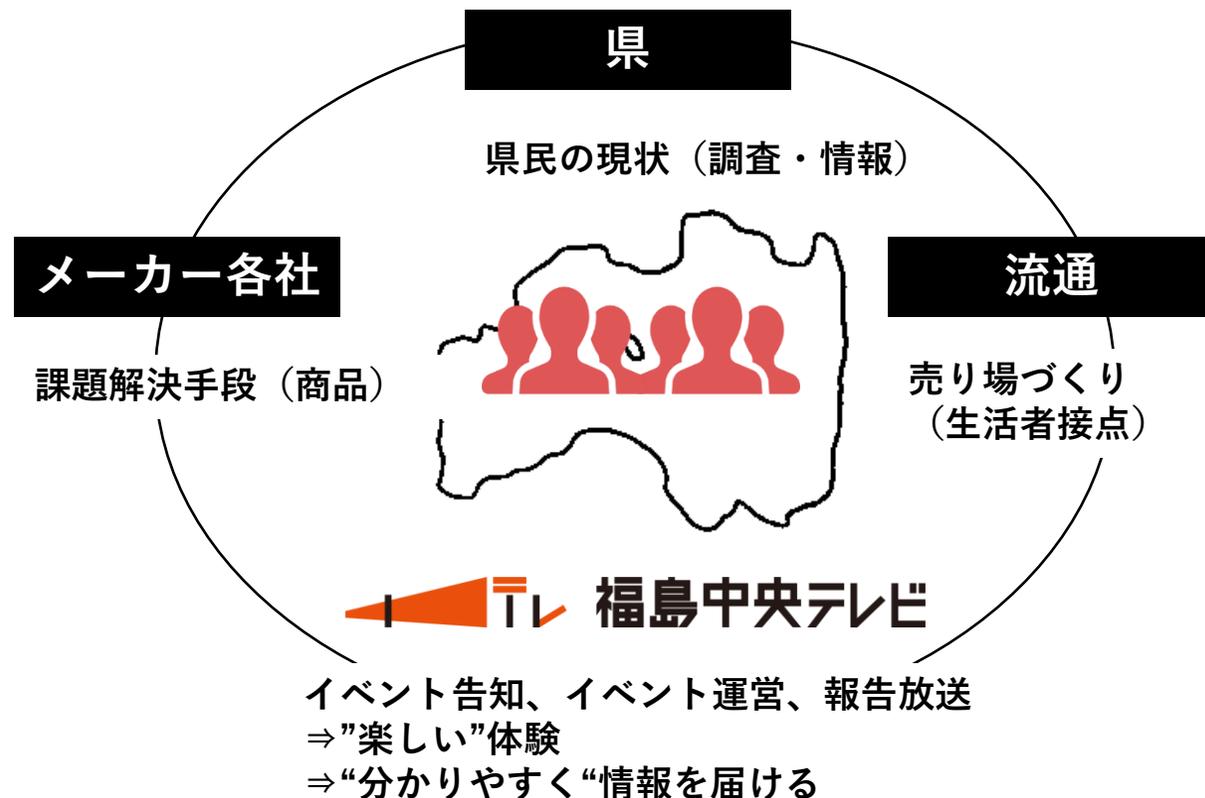
参加人数

2会場計6回開催  
合計**99人**参加

視聴者数

イベント終了後、  
4回の報告放送  
延べ**20万人**以上に  
情報をお届け

## 考察＝私たちの役割



今後に向けて：「減塩＝おいしくない」のアンコン解消