

団体名	広島県	所属	県立広島病院	他団体等との連携	企業
連絡先	管財課 (082)254-1818				

取組事例名	県立病院監修の「健康弁当」の発売	取組期間	平成24年度～平成25年度
--------------	------------------	-------------	---------------

取組の概要 ～ 県立広島病院監修の「健康弁当」の発売

県民の疾病予防や健康づくりに寄与するため、本県と包括連携協定を締結している㈱ローソンから、県立広島病院が監修した「健康弁当」を発売した。

また、同じく本県と包括連携協定を締結しているポッカサッポロフード&ビバレッジ㈱も、この取組の趣旨に賛同して協力している。

**取組の背景 ～ 県民の疾病予防や健康づくりに寄与することは県立病院の役割（使命）
県と㈱ローソンとの包括連携協定の締結を踏まえた取組の検討**

県の基幹病院である県立広島病院は、県民に高度な医療を提供する一方で、これまでも、地域巡回講演会やその内容をまとめた書籍（県立広島病院 お医者さんたちのお話）の発刊、病院食を家庭用にアレンジしたレシピの公開など、県民の疾病予防や健康づくりに取り組んでいる。

そのような中、本県と㈱ローソンが平成24年7月12日に包括連携協定を締結し、それ以前から県立広島病院内でローソン店舗が営業していたこともあり、県民の疾病予防や健康づくりに対する取組について検討を行うことになった。

なお、広島県では、高齢化の進展により、医療や介護に係る負担が増加する中、医療福祉政策の方向が、治療重点の「メディカルケア」から、疾病の予防を重視した「ヘルスケア」へと大きく舵が切られているところ（変革期）である。

取組のねらい ～ 民間企業と連携した県民の疾病予防や健康づくりと広島県のブランド力向上

県立広島病院が民間企業と連携して、県民の疾病予防や健康づくりに繋がる取組を行うこと。併せて、広島県のブランド力の向上（「瀬戸内広島レモン」のPR）を図ること。

**取組の具体的内容 ～ 県立広島病院監修の「健康弁当」（瀬戸内広島レモン果汁を使用）を
㈱ローソンから発売**

県立広島病院の医師や管理栄養士が監修のもと、美味しさとボリューム感を確保しながら、低カロリーに仕上げる調理方法や味付けなどによって、一食500キロカロリー以下、食塩相当量3グラム以下に抑え、野菜も多く取り入れるなど、栄養バランスの取れた弁当を開発・発売することができた。

また、広島県がブランド化を推進している「瀬戸内広島レモン」の果汁を使用して、多くの人に瀬戸内広島レモンのPRも行うことができた。

なお、弁当の発売前には、知事や㈱ローソン 中四国ローソン支社長、ポッカサッポロフード&ビバレッジ㈱中四国支社長などによる試食会も開催するなど、報道関係者に対して商品のPR活動も行った。

《商品概要》

- (1) 商品名：県立広島病院監修「七穀米ごはんとチキンカツ弁当」
- (2) 発売日：平成25年9月24日（火）
- (3) 販売期間：2週間（9月24日（火）～10月7日（月））
- (4) 販売数：20,000個限定⇒販売好調により、5,000個追加販売の予定（9月27日現在）
- (5) 販売地域：広島・岡山県内全域と山口県と島根県の一部店舗を除くローソン414店舗
- (6) 売 価：590円（税込）

取組を進めていく中での課題・問題点 ～ 両者の考えの調整と広島県産の食材の利用

弁当を監修する県立広島病院としては、商品に「県立広島病院（の医師や管理栄養士が）監修」という冠が付くため、「最後まで理想を追求して納得できる弁当を開発したい。」、発売するローソンとしては「いい商品は作りたいが利益も上げたい。」という理想と現実の差を埋めることが一番大きな課題であった。

また、広島県産の食材として、「瀬戸内広島レモン」の使用を決めたものの、㈱ローソンが発売する（常温陳列）弁当には加工食品以外（レモンの輪切り等）を入れることができないこと、さらに、レモン果汁を使用したとしても弁当を温めた時にレモンの風味がなくなり、「瀬戸内広島レモン」の存在感が薄くなるなどの問題点があった。

創意工夫した点 ～ 両者の考えの調整、3者による協力関係の構築

（1）弁当の仕様の決定～両者の考え方の調整

関係者が何度も集まって協議を重ねつつ、県立広島病院が持つ資源（医師や管理栄養士）を最大限活用して、低カロリーに仕上げる調理方法や味付けなどの技術をローソンに対して移転するとともに、ローソンでは、今回の弁当開発・販売の趣旨を踏まえた価格設定等について社内交渉・調整を行うなど、お互いに理想と現実の差を埋める努力を行った。

（2）広島県産の食材の利用～3者（県、㈱ローソン、ポッカサッポロフード&ビバレッジ㈱）の協力

「瀬戸内広島レモン」の使用については、ポッカサッポロフード&ビバレッジ㈱の協力を得ながら、弁当に添付するオリジナル個装のレモン果汁など、様々な代替案の検討を行ったが、最終的には「ジュレ風レモンソース」の開発という形で問題点を解決することができた。

取組の成果（効果）～ 「健康弁当」の発売による様々な効果

（1）民間企業と連携して、県民の疾病予防や健康づくりに繋がる取組を実施

県立広島病院の医師や管理栄養士が監修のもと、美味しさとボリューム感を確保しながら、低カロリーに仕上げる調理方法や味付けなどによって、一食500キロカロリー以下、食塩相当量3グラム以下に抑え、野菜も多く取り入れるなど、栄養バランスの取れた弁当を開発・発売することができた。

（2）瀬戸内広島レモンのPR（広島県のブランド力向上）

広島県がブランド化を推進している「瀬戸内広島レモン」の果汁を使用して、多くの人に瀬戸内広島レモンのPRを行うことができた。

ア 広島・岡山県内全域と山口県と島根県の一部店舗を除くローソン414店舗で販売

イ 知事の定例記者会見や試食会の開催によるPR活動

ウ 各種広報媒体やメディアへの露出

テレビ4社（5回）、新聞6社（6回）、インターネット（PRTIMES 提携オンラインメディア）

31社

※ 販売状況やメディアへの露出実績などは、9月27日現在のもの。

今後の展開 ～ 新たな取組へのチャレンジ

県立広島病院は、これまでも、地域巡回講演会や書籍の発刊などを行っており、今後も引き続き何らかの形で県民の疾病予防や健康づくりに貢献していきたいと考えている。

他団体へのアドバイス ～ 民間企業とのWin-Winの関係構築

今回の事例のような民間企業とのタイアップによる商品開発などにおいては、組織トップにおける強いリーダーシップのもと、まずは何を目的として商品開発等を行うのかを明確にすること、その実現に向けた強い信念を持つこと、適時適切な状況判断と迅速な意思決定を行うこと、などが必要不可欠である。

また、行政側の理想や意向を無理に押し付けるのではなく、ミッションを共有してお互いに汗をかきながら妥協点を見つけ出すことが大切である。（Win-Winの関係を構築することが最も大切である。）