

ハウス、雪印3カ月の健康プログラム 味覚など最後の検査

弘前郵便局社員が測定

弘前大学COI-NEX T(COIネクスト)の参画企業である大手食品メーカーのハウス食品グループ本社(東京都)と雪印メグミルク(本社東京都)は30日、弘前郵便局で社員を対象に展開する健康プログラムの最後の検査、診断を行った。弘前市の「健康とまちなぎわい創出支援事業(食生活改善モデル事業)」の一環で、昨年11月から約3カ月にわたり実施。参加

者はプログラムを通じて、減塩や乳製品摂取を心掛けた食生活などに取り組み、健康意識を高めた。同事業は、働き盛り世代を主なターゲットに、市民や市内企業を対象に簡易型「QOL健診(啓発型健康診断)」と、弘前大COIネクスト参画企業が提供するプログラムを実施する。同郵便局では社員50人が参加し、ハウス食品の塩分摂取量測定や食生活アンケ

ート、雪印の骨の健康度測定などを受けたほか、両社健康を意識した生活を3カ月が提供する製品を活用・摂送った。



ハウス食品の味覚検査を受ける社員ら

この日は、参加者が塩分濃度の異なる菓子などを使ったハウス食品の味覚検査や、食生活に関する10項目の質問から成る雪印のカルシウム診断を受けた。

減塩や骨の健康に関する知識を得たことで、社員たちの健康意識が変わっていった。これをきっかけに食生活改善を継続してもらいたい」と話した。

総務部の佐々木智史課長代理は「味覚検査などで自分の体を知り、食生活を見直すことができた。学んだことを続け、健康維持に努めていきたい」と決意を新たに示した。プログラムは2月14日、2回目の簡易型QOL健診で終了する。(稲葉智絵)