

<11月14日は「世界糖尿病デー」> 「世界糖尿病デー」特別仕様グリコサインの前で、 SUNAO アンバサダーの戸田恵梨香さんが 糖尿病予防を呼びかける！

「おいしさと健康」を企業理念に掲げる江崎グリコ株式会社は、世界各地で行われている糖尿病の予防、治療、療養を喚起する啓発運動「世界糖尿病デー」の活動を応援しています。今年、おいしくて糖質オフ(※)を実現したアイス(他シリーズ)「SUNAO(スナオ)」のアンバサダーである戸田恵梨香さんが、道頓堀グリコサインに映し出された「世界糖尿病デー」特別仕様のグリコサインの前で「ブルーサークル」を掲げ、糖尿病を正しく知り、予防や治療の大切さについて呼びかけるイベントを実施しました。



【イベント時の様子】

日本の糖尿病の有病者は約1,000万人と推計され、予備群を合わせると約2,000万人となり、「国民病」ともいふべき状況になっています。11月14日の「世界糖尿病デー」は、世界中で糖尿病予防に向けて、シンボルマークである「ブルーサークル」を用いて、糖尿病の予防や治療継続の重要性について周知する重要な機会となっています。

江崎グリコでは、2017年より11月14日の「世界糖尿病デー」に向けて期間限定で、大阪・道頓堀のグリコサインに世界糖尿病デーを応援する特別仕様のサインを掲出し、世界糖尿病デーの認知を広げる活動を行っています。本年は、からだに気を配りながら100%食べることを楽しめる「SUNAO」のアンバサダーである戸田恵梨香さんが、グリコサインの前で「ブルーサークル」を掲げ、「SUNAO」などの健康を支える製品を通して、糖尿病を正しく知り、予防や治療の大切さについて呼びかけるイベントを実施しました。

イベントでは、戸田さんが日常生活の中で健康に対して気を使っていることを語っていただきながら、糖尿病は食や生活習慣の乱れが原因につながることから、「SUNAO」が推奨する糖質コントロールについても触れました。「世界糖尿病デー」を通じて多くの人に食について考えてもらうとともに糖尿病予防を呼びかけました。

江崎グリコでは、この他にも株式会社アシックスの協力のもと、神戸女子大学の学生と産学連携で進めている「健康共創プロジェクト」の一環で、ブルーライトアップされた神戸市の施設のフォトロケーションを実施。こうした取り組みを通じて「世界糖尿病デー」の認知や理解促進に広く貢献するとともに、今後も皆様に「おいしさと健康」をお届けいたします。

■道頓堀グリコサイン特別映像の放映



11月7日(木)～11月17日(日)の期間限定で、大阪のシンボルにもなっており、「おいしさと健康」への思いが込められたゴールインマークと、「世界糖尿病デー」のシンボルである「ブルーサークル」を組み合わせた特別映像が日没 30 分後、毎時 15 分ごとに放映公開されています。

■戸田恵梨香さん登壇イベント トークセッション

「世界糖尿病デー」の啓発運動の一つとして、「SUNAO」のブランドアンバサダーである戸田恵梨香さんが、道頓堀のグリコサイン前で健康に関するトークイベントを11月12日(火)に実施。戸田さんは、「ブルーサークル」をイメージしたブルーのワンピースで登場し、日常の食事で意識していることについて、お話をいただきました。

◇新発売のプリンに対してとろけるような笑みでコメント！

イベントでは「SUNAO」が紹介され、アイスやビスケットに加え、新たに9月16日より発売されたプリンが登場し、戸田さんにその味に関してお聞きしました。『「SUNAO」は、バリエーションも豊富で糖質を気にせず食べられるのにしっかり甘さを感じるところが嬉しいですね。プリンはトロトロで柔らかくて本当に糖質オフされているんだらうかと疑っちゃうくらい美味しかったです。』と、とろけるような優しい笑みでコメントいただきました。

◇食べることをしっかり考える！戸田さんの美の秘訣は食事！

ドラマ撮影などハードな日々を送られている戸田さんの近況を伺ったところ、『よく自炊をしますが、健康面に気を付けてバランスのいい食事を心掛けています。私は、食べることを大切にしています。ご飯も甘いものも楽しんで無理なダイエットをせず、自分の体に向き合いながら過度なカロリーオフはしないで自分に合ったものを食べることが大事！今日のイベントをきっかけに糖質などに関する正しい知識を皆さんに伝えていき、家族や友人と話すきっかけにしてもらえたら嬉しいです。』と戸田さん流の健康と美容について語っていただきました。

■ブルーライトフォトセッション

江崎グリコは、株式会社アシックスの協力のもと、神戸女子大学の学生と産学連携で「健康共創プロジェクト」を実施。学生とともに、ロカボ®を取り入れた生活や適度な運動の大切さについて啓発しており、そのプロジェクトの参加学生が神戸市のブルーライトフォトセッションに参加し、世界糖尿病デーのイメージカラーである青色でライトアップされた街を回りました。



【ライトアップ時の様子】

■戸田恵梨香さん特別インタビュー記事

イベント終了後には、戸田恵梨香さんの特別インタビュー記事を、「SUNAO」ブランドサイト内の世界糖尿病デー特設ページ上で公開いたします。普段の食事に関して気をつけていること、健康についての意識などについて、語っていただきました。

インタビュー記事 URL: <http://cp.glico.jp/sunao/wdd/>

■「世界糖尿病デー」とは



world diabetes day

14 November

11月14日の「世界糖尿病デー」は、世界に広がる糖尿病の脅威に対応するために1991年にIDF(国際糖尿病連合)とWHO(世界保健機関)が制定し、2006年12月20日に国連総会において「糖尿病の全世界的脅威を認知する決議(UN Resolution 61/225)」が加盟192カ国の全会一致で採択されると同時に、国連により公式に認定されました。11月14日は、インスリンを発見したカナダのバンティング博士の誕生日であり、糖尿病治療に画期的な発見に敬意を表し、この日を糖尿病デーとして顕彰しています。「世界糖尿病デー」は、現在160カ国から10億人以上が参加する世界でも有数の疾患啓発の日となっており、この日を中心に全世界で繰り広げられる糖尿病啓発キャンペーンは糖尿病の予防や治療継続の重要性について市民に周知する重要な機会となっています。「世界糖尿病デー」のキャンペーンには青い丸をモチーフにした「ブルーサークル」が用いられますが、これは、糖尿病に関する国連決議が採択された翌年2007年から使われるシンボルマークです。国連やどこまでも続く空を表す「ブルー」と、団結を表す「輪」をデザインし、「Unite for Diabetes”(糖尿病との闘いのため団結せよ)”というキャッチフレーズとともに、世界中で糖尿病抑制に向けたキャンペーンを推進しています。

■製品について

「SUNAO」とは

コンセプト:

しっかりおいしくて糖質オフ(※)だから、毎日素直に食べられる。
豆乳や小麦胚芽といったこだわりの素材で、糖質をコントロールしながら、理想のおいしさのため素材選びからはじめ、独自の配合で濃厚な風味にこだわりました。
「おいしくて健康」な食生活を支えるアイス、ビスケット、プリンシリーズです。

3つのこだわり:

- ①糖質オフ(※)
- ②豆乳使用
- ③食物繊維たっぷり

※カップ・ソフト: 糖質 50%オフ、モナカ: 糖質 40%オフ、全品糖質 10g 以下。

※カップは日本食品標準成分表 2015 ラクトアイス(普通脂肪)と比較。ソフト・モナカは当社製品比。

※ビスケットは、糖質 10g 以下/1袋(31g)あたり(クリームサンドは2枚あたり)、

日本食品標準成分表 2015 ソフトビスケットと比較。クリームサンドは当社製品比。

※プリンは当社製品比。

「ロカボ®」とは

※食・楽・健康協会が提唱する緩やかな糖質制限のこと。極端な糖質抜きではなく、おいしく楽しく、適正糖質を摂ることを推奨しており、具体的には1食 20g~40g、間食 10g。1日の糖質摂取量を70g~130gに設定している。

商品名	SUNAO 〈バニラソフト〉
パッケージ	
糖質量	9.9g
種類別	アイスマルク
内容量	170ml
価格	オープン価格
商品特長	<ul style="list-style-type: none"> ・〈バニラソフト〉は、豆乳やとうもろこし由来の食物繊維といったこだわり素材で糖質 50%オフ[※]、糖質 10g 以下で体に優しいギルトフリースイーツです。 ・〈バニラソフト〉は、シリーズ最大容量。さらに 10%大きくなって新登場。バニラビーンズシードと生クリームを配合した、まろやかな味わい。
発売日	2019年9月30日

