

マツキヨココカラ & カンパニー より良い栄養へのアクセスに関する考え方及び取組み

1. 基本的な考え方

当社グループは、「未来の常識を創り出し、人々の生活を変えていく」をグループ理念としています。そして、“未来の美と健康”を考え抜き、新たな顧客体験を創り出し、輝きを増していく生活・地域社会の実現に貢献する企業グループであり続けます。

現代社会においては、生活習慣病、過度な糖質・塩分の摂取、栄養不足など、人々の年齢、食とライフスタイルに関わる健康課題が世界中で増大しています。また、加工食品や飲料が消費者の健康に与える潜在的な負の影響（肥満や糖尿病リスクの上昇など）に対する認識も高まっています。人生 100 年時代を迎え、美しく健康で楽しい生活が送れるよう、いかに健康寿命を延伸し、生活習慣病などの健康リスクを予防するかは、当社の事業活動における重大な社会的責任です。

当社グループは、全国に広がる店舗、公式アプリケーション、EC サイトなど、お客様との圧倒的な接点を活かし、一人ひとりのニーズに寄り添った栄養アクセスの最大化に努めています。さらに、薬剤師、登録販売者、管理栄養士などの専門資格者が多数在籍する強みを活かし、人々の食生活改善と健康維持を支えています。

特に、当社のプライベートブランド（以下、PB）「matsukiyo LAB」をはじめとする加工食品の開発においては、単に利便性を追求するだけでなく、過度な糖質・塩分・脂質を低減し、代わりに必要な栄養素（たんぱく質、食物繊維、ビタミンなど）を手軽に補給できる健康配慮型商品を積極的に展開しています。

当社グループは、これまでに培ってきた多くの経験と実績をもとに「健康」「美容」「ウエルネス」を軸に、さまざまな取組みを推進するとともに、サプライチェーン全体を通じた食品安全の確保、責任あるマーケティングの徹底、そして社会的・経済的困難を抱える方々や子どもたちの健康支援を通じて、すべてのステークホルダーが美味しく健康的な食生活を享受できる「健康長寿社会」の実現に貢献してまいります。

2. 具体的な取組みと商品開発（健康への負の影響の軽減）

当社グループは、糖分や塩分の過剰摂取などの「食の不均衡」がもたらす健康リスクを低減するため、自社開発商品（PB 食品・サプリメント等）を通じて、お客様が自発的により健康的な選択肢（より良い栄養へのアクセス）を選べるよう、魅力的な価格で提案しています。

● matsukiyo LAB（マツキヨラボ）

地域のお客様の健康的な暮らしを支えるため、専門家である管理栄養士が、お客様一人ひとりの食生活や栄養バランス、美容のお悩みに応じ、最適な食事指導や栄養管理方法といったアドバイスを実施します。これにより、美と健康をトータルサポートするヘルスケアサービスを目指しています。

- **Supup（サップアップ、旧サプリメントバー）**

管理栄養士がお客様の普段の食事内容を詳細にヒアリングし、不足しがちなビタミン、ミネラルなどの栄養素をパーソナライズしてオーダーメイドで提案・分包しています。

- **【PB 商品】matsukiyo LAB サステナブルロカボライン**

日常の食生活における過度な糖質摂取を抑制するため、「美味しさの最適点（美味しいと思えるギリギリの低糖質ライン）」を一品一品追求。低糖質でありながら満足感の高い食品を通じて、無理なく続けられる持続可能な低糖質ライフ（ロカボ）を支援しています。

- **【PB 商品】matsukiyo LAB アスリートライン**

管理栄養士監修のもと、スポーツに真剣に取り組むアスリートをターゲットに、高いパフォーマンスを発揮するためのプロテインやアミノ酸などの必要栄養素を効率よく補給できるよう、栄養バランスに特化して設計された matsukiyo LAB ブランドの商品シリーズです。

- **健康相談会・レシピコンテスト**

一部店舗での定期的な「健康相談会」の実施に加え、社内管理栄養士による「レシピコンテスト」を開催しています。栄養学的な知見に基づいた、減塩・低カロリーかつバランスの取れたオリジナルレシピをお客様・患者様に発信する提案力の向上、他企業との差別化を目的として実施しています。

3. 責任あるプロモーション、従業員教育及び監査

当社グループは、加工食品やサプリメントの販売・広告において、誇大広告を排除し、お客様が正確な栄養情報を得られるよう「責任あるマーケティング」を実践しています。

- **マーケティング方針の策定**

景品表示法、薬機法、健康増進法を厳格に遵守し、科学的根拠に基づかない過度な栄養成分や効果効能の謳い文句を禁止する「責任ある広告・マーケティング活動に関する方針」を定めています。

- **資格者及び従業員への教育**

広告宣伝に関わるマーケティング担当者、及び店頭でカウンセリングを行う管理栄養士・登録販売者に対し、健康表示の適正化や責任あるプロモーションに関する研修を年 1 回以上実施し、遵守状況を確認しています。

- **審査・確認体制の構築**

公開される WEB・SNS 広告、ニュースリリース及び店頭ポップ等について、発信内容に応じて品質管理、広報、法務・コンプライアンスなどの関連各部署による事前の二重審査を実施し、適正な情報発信

に努めています。

4. すべてのお客様（子どもや高齢者等を含む）の健康的な選択を支える情報提供とコミュニティ支援

当社グループは、特定の顧客層に限定せず、適切な食習慣の管理が必要な子どもや高齢者、経済的困難を抱える層などを含むすべてのお客様を対象に、健康的な食生活の実現と栄養アクセスの最大化を支える包括的な取り組みを行っています。

- **分かりやすい情報表示による健康的な選択の支援（商品開発の配慮）**

お客様が自発的に糖質や塩分などの摂取量をコントロールできるよう、視覚的に分かりやすい情報表示に努めています。開発する PB の健康配慮型食品においては、パッケージ前面に栄養特性を大きく明記し、直感的に健康的な選択ができるデザイン配慮を標準化しています。

- **専門資格者による過剰摂取防止と食生活改善の提案（カウンセリングと情報発信）**

管理栄養士、登録販売者、薬剤師などの専門資格者が、店頭でのカウンセリングや各種活動を通じて、お客様のライフスタイルに応じた適切なアドバイスを提供しています。健康食品やサプリメントの過剰摂取を未然に防ぐとともに、減塩や低カロリーのバランスレシピをはじめとする健康情報を地域社会へ自発的に提案・発信しています。

- **子ども食堂・フードバンク支援を通じた地域栄養アクセスの改善**

経済的理由等で栄養アクセスが制限されやすいご家庭や子どもたちを対象に、「子ども食堂」や「フードバンク」への定期的な食品寄贈を実施し、菓子類のみに偏らず栄養機能食品などもバランスよく提供することで、地域社会の健康格差是正(ヘルス・エクイティ)に貢献しています。さらに、当社グループのオフィスに備蓄している非常食を賞味期限前に計画的に寄付する仕組みを運用し、地域の方々の栄養アクセスへの支援と食品ロス低減を両立させています。

2026 年 7 月改定（2024 年 2 月制定）

株式会社マツキヨココカラ&カンパニー

代表取締役社長 松本 清雄