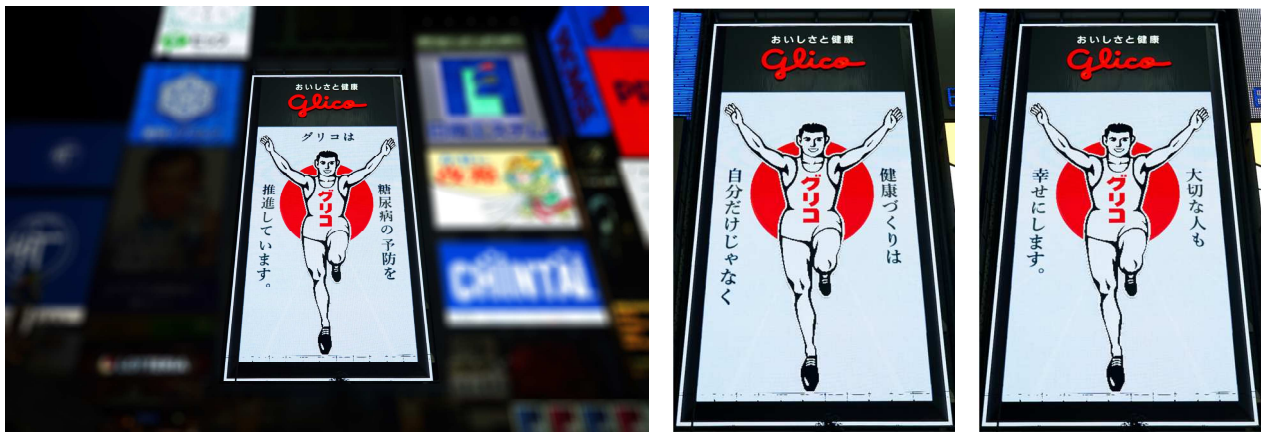


2020年11月12日

<11月14日は「世界糖尿病デー」> 江崎グリコが本年も引き続き世界糖尿病デーを応援 2020年は日常の健康づくりへの大切さを発信 簡単にできる糖質コントロールレシピのオンライン料理教室も実施

「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(以下、江崎グリコ)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。今年は恒例の大阪・道頓堀のグリコサインの期間限定特別映像放映に加えて、江崎グリコの会員サイト「with Glico」の会員に向けた、ロカボに関するオンラインファンミーティングを実施しました。



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」ともいえる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、道頓堀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ネージを掲出し、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、昨年に引き続き、道頓堀グリコサインの特別映像を11月6日(金)～11月15日(日)の期間限定で放映。今年度の内容としては、コロナ禍で広がる日常への健康意識に対して、「健康づくりは自分だけじゃなく、大切な人も幸せにします。」という特別なメッセージを配信します。このメッセージを作成した背景としては、「自分や家族・友人等、大切な人たちの健康の大切さを、このメッセージを見て改めて1人1人が考えるきっかけとしてほしい」という思いがあります。

また、11月10日(火)には江崎グリコの会員サイト「with Glico」の会員に向けて江崎グリコが推奨する「糖質コントロール」について楽しく学べるファンミーティングを開催。糖質や世界糖尿病デーについて学んでいただくとともに、簡単に糖質コントロールを実践できるオンライン料理教室も楽しんでいただきました。

江崎グリコは、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6日(金)～11月15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分ごとに放映されています。

■「withGlico」会員が参加 糖質コントロールを啓発するオンラインファンミーティングを開催



本年は11月10日に、オンラインで江崎グリコの会員サイト「with Glico」の会員に向け、江崎グリコが推奨する「糖質コントロール」に関するセミナーを実施しました。セミナーでは、江崎グリコ健康事業・新規事業マーケティング部カテゴリマネージャーの木村幸生氏から、江崎グリコが推奨する糖質コントロールの方法や、糖質コントロールをサポートする「SUNAO」ブランドの紹介を中心に進み、参加者は糖質コントロールへの理解を深めた様子でした。また糖質について学んだ後は、その知識を実際に生かし、糖質オフ料理教室として、糖質量をコントロールしたレシピで料理をつくり、参加者で試食しました。

〈レシピ〉



■「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168の国と地域から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。