

EBN推進委員会

企業・団体向け合同説明会

- 事業案内
- 賛同企業・協力会社募集について



正しい情報、いいものに。

EBN 推進委員会

EBN : Evidence Based Nutrition, 健康に関する科学的根拠に基づいた栄養摂取・食事管理

ロゴマークについて : EvidenceのEをベースに、Nutritionのnが乗っかり、「いいね！」をかたどったマーク

【なぜ、いま「EBN」が注目されるのか。注目すべきなのか】

「世の中の潮流は、治療医療の世界から予防医療の世界へ」



「予防医療の、ど真ん中にあるのが、EBNです」

だから、

市民に向けて、EBNの啓発を含めた予防医学のリテラシーの向上を図りたい。
企業に向けて、EBNの精神に則った予防医学的発想の商品開発が望まれます。

「EBN」を取り巻く背景と課題

【背景と課題（1）：食を取り巻く社会環境】

表示を推進する動き

混在

表示を誤魔化す動き

【国の成長戦略】

「食品の新たな機能性表示制度」

2015年3月より施行を目指す



+α

【食の安全に対する脅威】

食品添加物、残留農薬など

【ご当地トクホ】

地域の競争力強化戦略：フード特区等

「特定地域の食品機能性表示制度」

2013年北海道版トクホ「ヘルシーDO」



+全国で
同様の動き

【食の安心に対する不安】

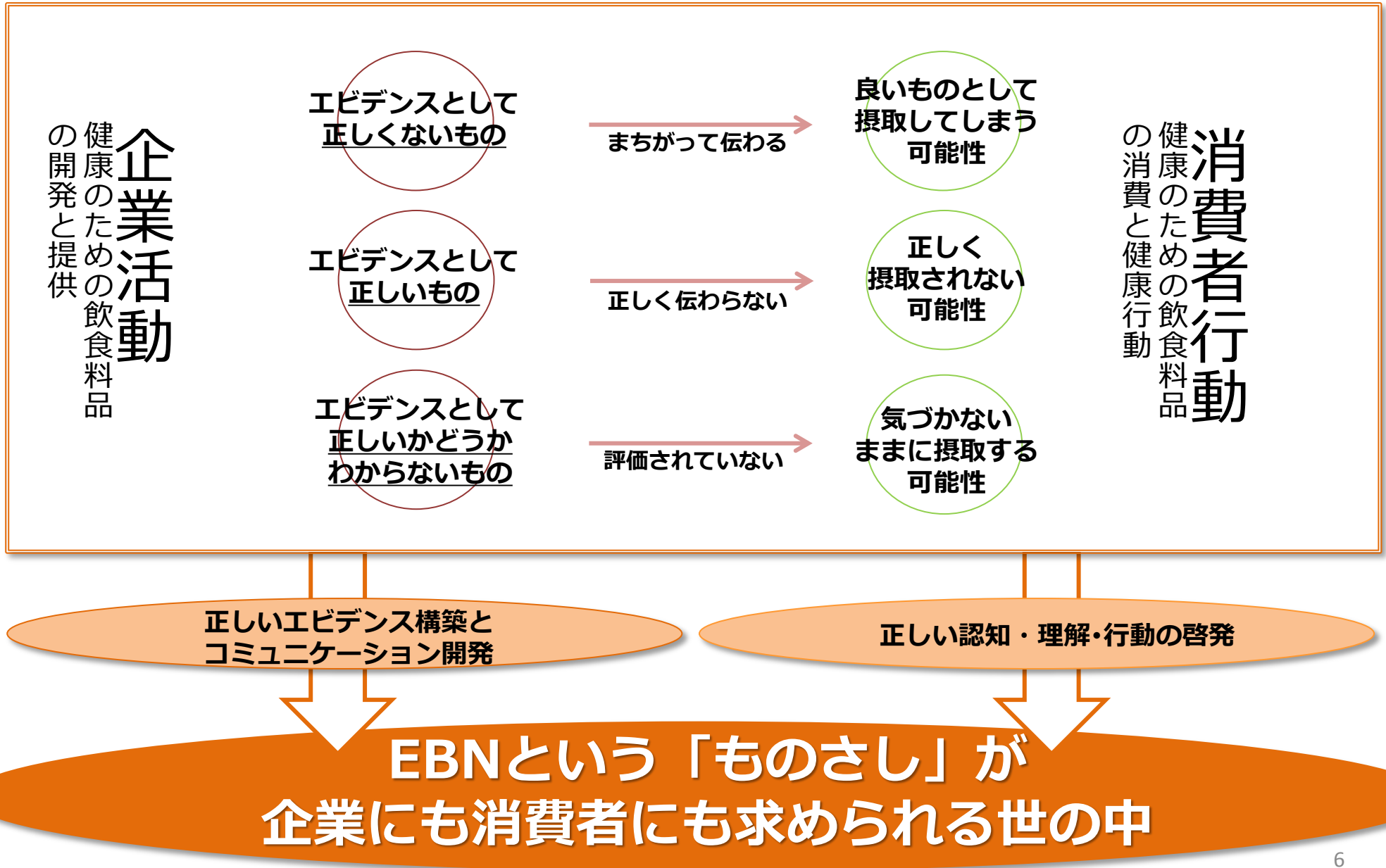
メニュー表示偽造、産地偽造など

健康志向という機運に対して
国・自治体が経済活性化の手段として注目

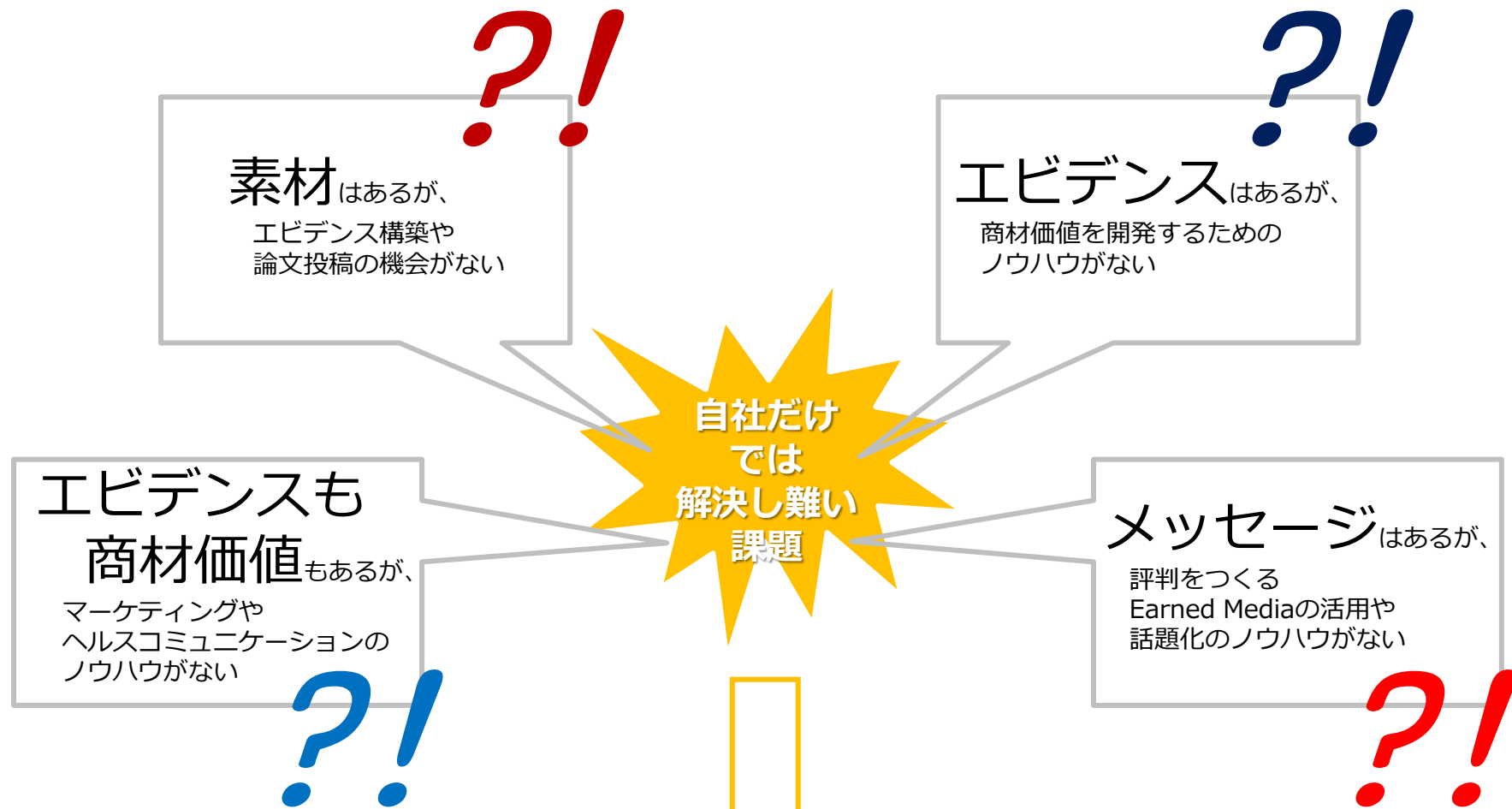
何の保証もない食材・素材が
安易に提供される可能性

健康情報の正確性や食の安全性について
EBNという「確かな目」が求められる時代

【背景と課題（2）：健康を取り巻く企業活動と消費者行動】

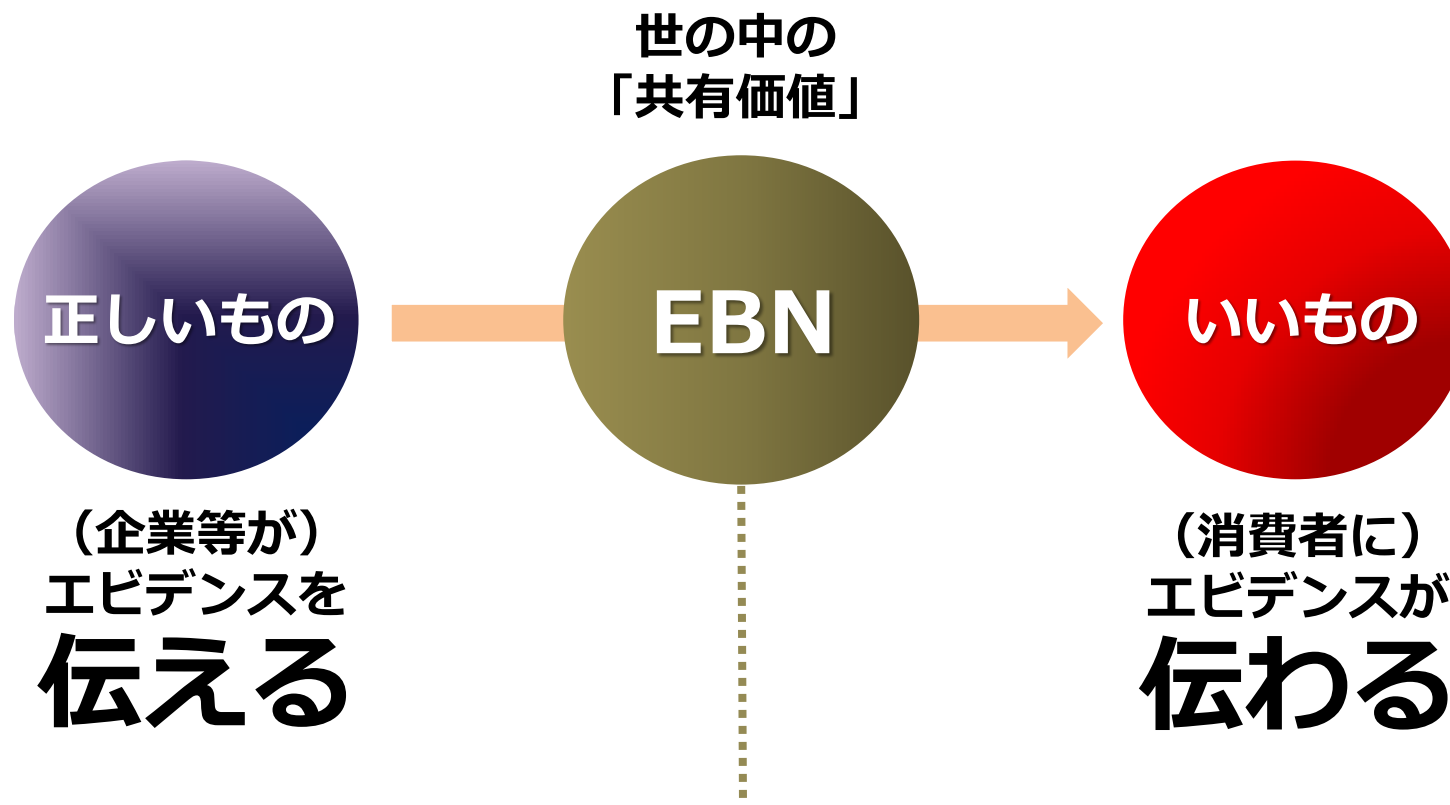


【背景と課題（3）：企業活動を取り巻く課題】



健康ビジネスを軌道に乗せるためには
行政による産業支援だけでなく、第三者機関との協働による世の中づくり、
ならびに企業側の主体的な戦略・戦術が重要

EBN推進委員会の役割と業務

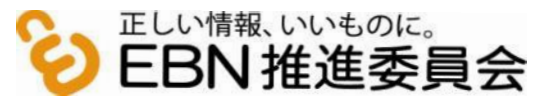


◎活動の業務 (task)

- ・世の中にEBNという概念を普及啓発するための調査研究や情報発信
- ・EBNに基づいたエビデンス構築と教育
- ・EBNを活用したマーケティングと適切なコミュニケーションの創造

注) EBN推進委員会は認証機関ではありません。

EBN推進委員会の概要



2014年4月より
賛同企業・協力会社の
募集開始 !!



(写真左から)

- 代表 大橋靖雄 (東京大学元教授、中央大学人間総合理工学学科教授) ※疫学・予防医学
 - 委員 伊藤壽記 (大阪大学生体機能補完医学講座教授) ※臨床医学
 - 委員 向井友花 (神奈川県立保健福祉大学栄養学科准教授) ※栄養学
 - 委員 若命浩二 (北海道薬科大学生命科学分野准教授) ※基礎薬学
 - 委員 西根英一 (マッキャンヘルスコミュニケーションズCKO) ※ヘルスコミュニケーション
- ・協力団体 日本メディカルライター協会 (予定)
日本対がん協会 (予定) ほか
 - ・協力会社 PR会社 イニシャル (ベクトルグループ) ※PR事務局設置
市場調査会社 マクロミル
広告マーケティング会社 マッキャンヘルスコミュニケーションズ
医学出版社 ライフサイエンス出版 (予定) ほか
 - ・賛同企業 随時募集

※当活動に賛同する会員企業 (= 賛同企業) の資金提供によって運営する第三者機関です。
※賛同企業から推薦の研究者や専門家がいる場合、委員に加わっていただくことができます。
※賛同企業・協力会社に関しての競合排除はございません。EBNを広める当活動を生かし、その世の中づくりの素地のもと、自社の事業拡大にぜひご活用ください。

EBN推進委員会の目的と目標

◎活動の目的 (purpose)

健康に係る飲食料品のエビデンスと消費者行動を正しく導く社会環境づくりのために、EBN (Evidence Based Nutrition) の考え方の普及啓発を通して、**消費者の健康食材・素材・成分への関心・理解・行動を正す**とともに、それらを開発する**企業や団体、地方自治体のエビデンス構築とコミュニケーション開発を質す**ことを目的として活動します。

◎活動の目標 (objective)

当委員会の活動に賛同する企業同士が「EBN」という社会的なムーブメントをつくり**(共創)**、その社会価値を互いに保有すること**(互惠)**により、**企業の成長と社会の改善がそれぞれプラスに働く**ことを目標とします。⇒ **CSV*: Creating Shared Value**

EBN推進委員会の普及啓発メッセージ



正しい情報、いいものに。

EBN 推進委員会



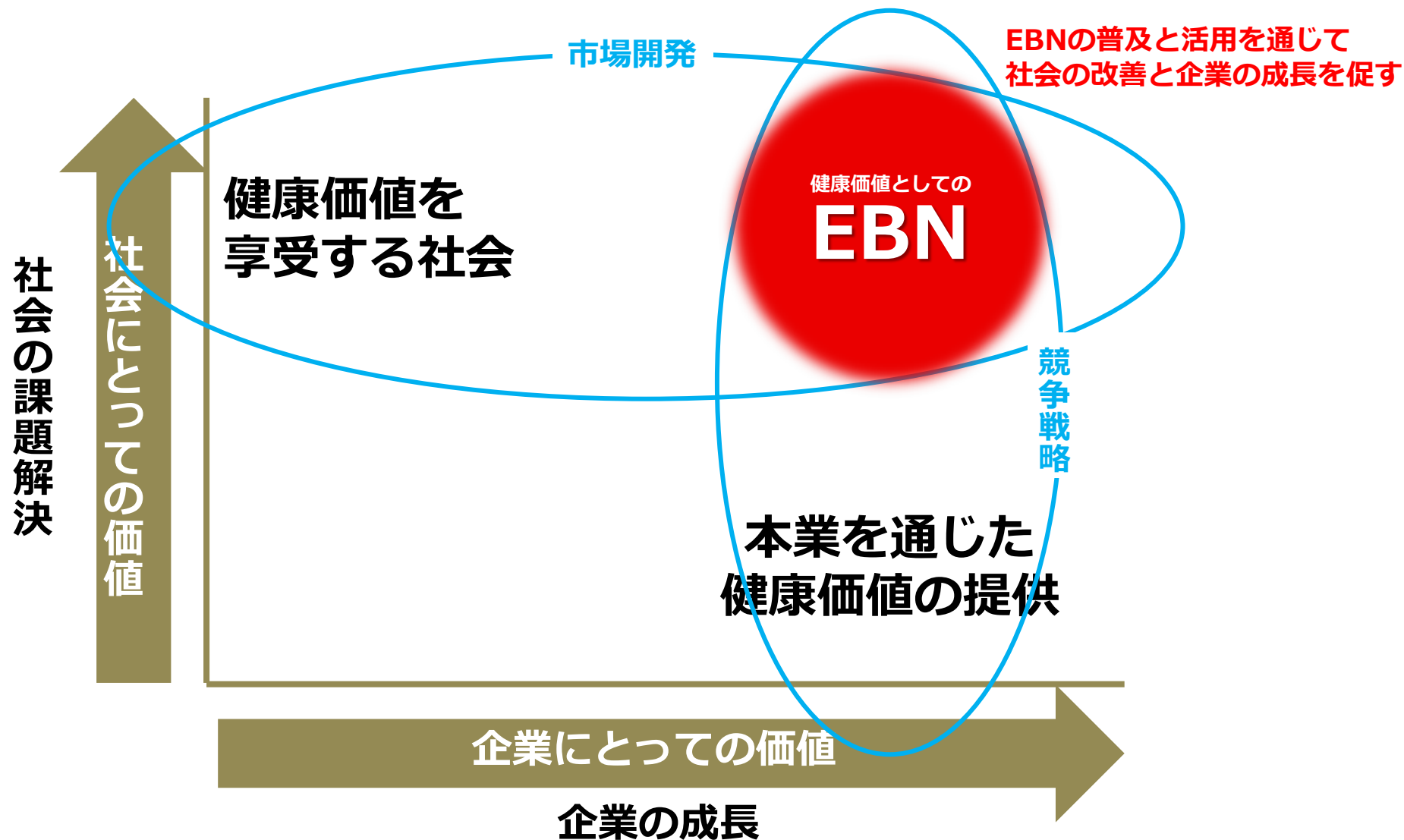
EBNの普及と活用を通じて
社会の改善と企業の成長を促す
「共有価値」づくりの考え方

参考：市場に対する競争戦略として求められるCSV*（Creating Shared Value, 共有価値の創造）

CSVとは企業活動（本業）を通じて、企業と社会の両方に価値を生み出すことを示す概念。企業の「競争戦略論」の第一人者として知られる米国ハーバード大学教授、マイケル・ポーター氏が2011年に提唱したことで知られている。



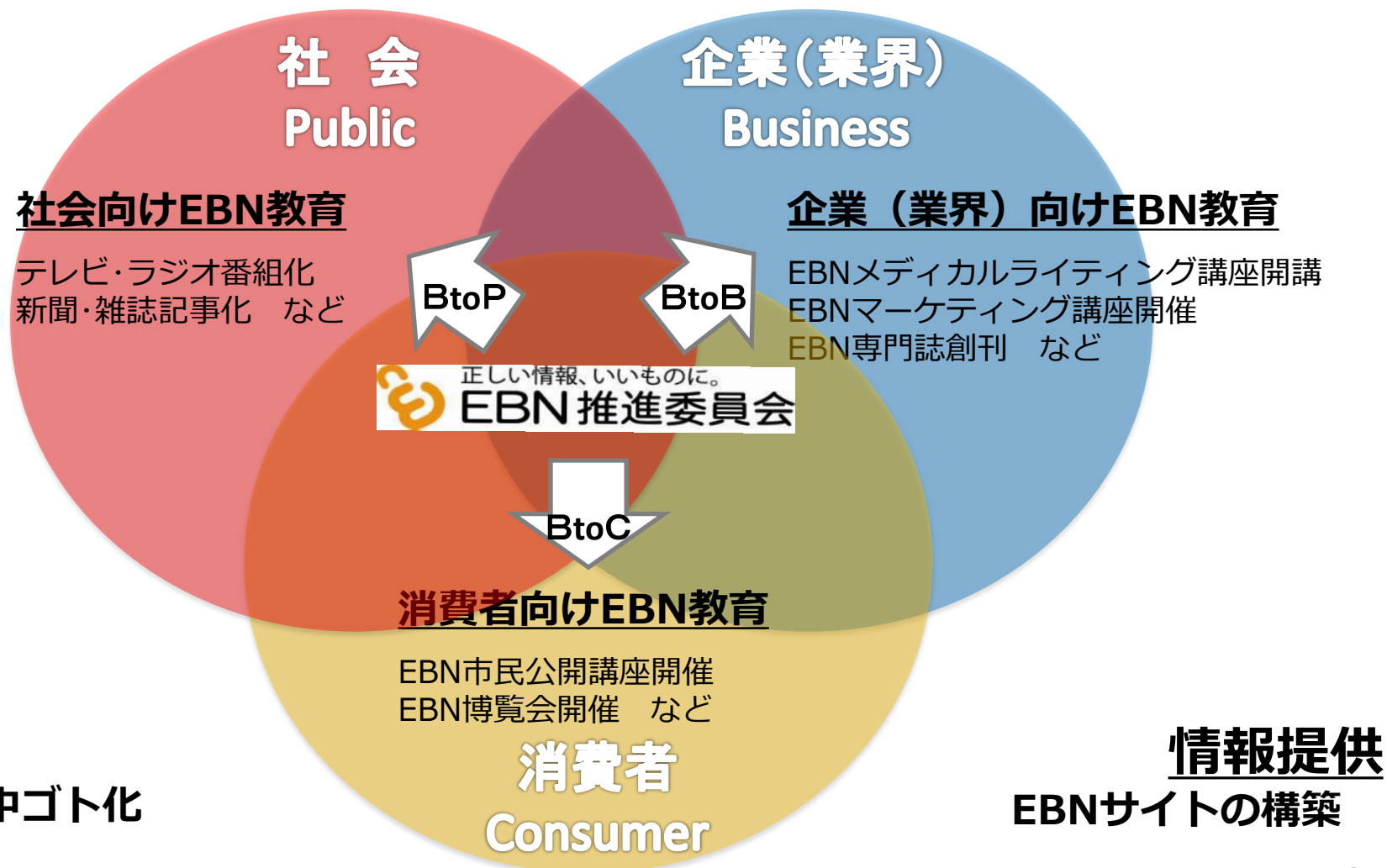
EBN推進委員会が目指すCSV



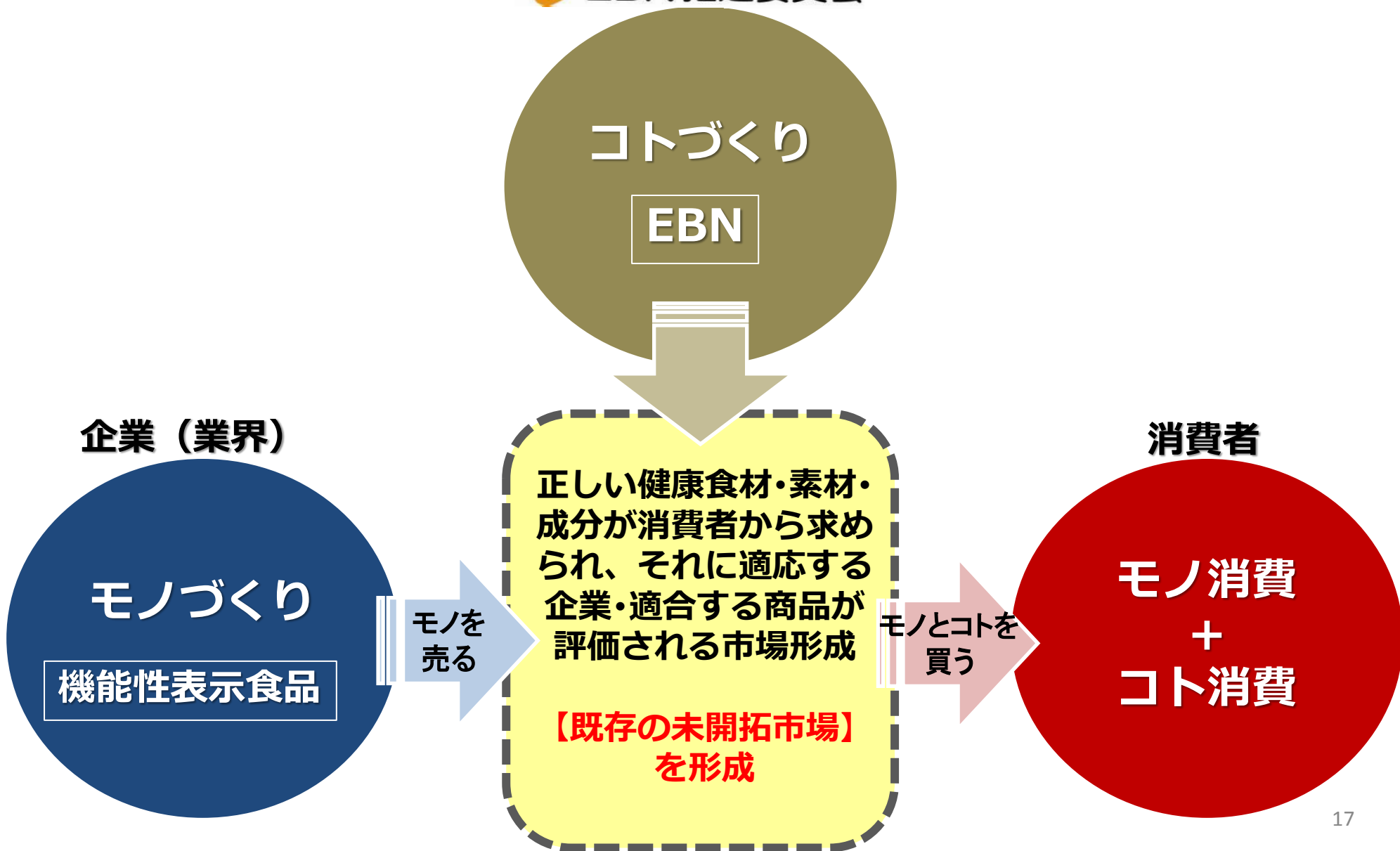
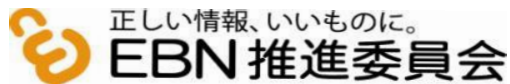
世の中の「共有価値」づくり

EBN推進委員会 の基本活動計画

世の中教育



EBNという「共有価値」がもたらすもの



EBN推進委員会 基本活動計画の中にある 賛同企業との「共有価値」づくり

世の中教育

社会
Public

企業(業界)
Business

社会向けEBN教育

テレビ・ラジオ番組化
新聞・雑誌記事化 など

企業(業界)向けEBN教育

EBNメディカルライティング講座開講
EBNマーケティング講座開催
EBN専門誌創刊 など

メディア露出時において
企業活動・商品・素材の取り上げ

正しい情報、いいものに。
EBN推進委員会

優先的な講座の受講
専門誌での広告掲載の優遇

BtoC

消費者向けEBN教育

EBN市民公開講座開催
EBN博覧会開催 など

企業主催の市民公開講座実施時の
優先的なサポート(座長・演者の派遣)

賛同企業としての企業名掲載
将来的には事例掲載など

EBNサイトの構築

広報活動

EBNの世の中ゴト化

世の中の「共有価値」を記号化して
賛同企業の誓いをビジネスにつなげる
ブランディングの考え方

EBN推進委員会が創造する「共有価値」

社会価値としての
EBN Value

企業価値としての
EBN Value

商品価値としての
EBN Value

民意としての
EBN Value

EBN Value

確かな誓い、大きな価値。

EBN Value という「誓い」を約束する相手：（企業活動を示す相手：ステークホルダー）

EBN Value

確かな誓い、大きな価値。

世の中づくりに賛同（宣誓）

社会価値としての
EBN Value

評価価値へ
EBN Value

企業経営の実践（経営指針）

企業価値としての
EBN Value

評判価値へ
EBN Value

商品開発の実行（マーケティング戦略）

商品価値としての
EBN Value

購買価値へ
EBN Value

消費行動の支援（コミュニケーション戦術）

民意（健康意識）としての
EBN Value

意思決定支援へ
EBN Value

ステークホルダー

株主・投資家
従業員

顧客（流通・消費者）

EBN Value という「誓い」を表現する場面：（企業活動としての活用・応用）

EBN Value

確かな誓い、大きな価値。

世の中づくりに賛同（宣誓）

社会価値としての
EBN Value



評価価値へ
EBN Value



株式情報・採用情報

企業経営の実践（経営指針）

企業価値としての
EBN Value



評判価値へ
EBN Value



タッチポイント

企業広報

事業・製品広報

ブランドコミュニケーション全般

商品開発の実行（マーケティング戦略）

商品価値としての
EBN Value



購買価値へ
EBN Value



消費行動の支援（コミュニケーション戦術）

民意（健康意識）としての
EBN Value

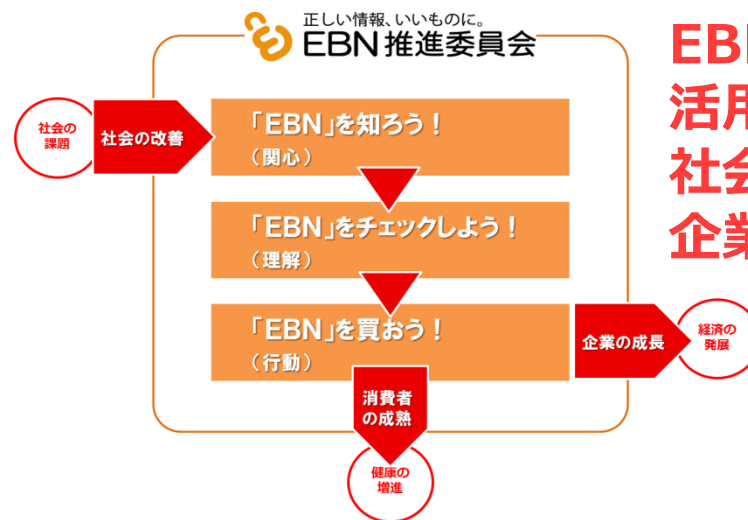


意思決定支援へ
EBN Value



具体的な活動プランについて

活動の目的



**EBNの普及と
活用を通じて、
社会の改善と
企業の成長を促す**

活動価値の記号化

EBN Value

確かな誓い、大きな価値。

☆ 基本活動プラン

EBNの世の中づくりへの参画（社会の改善のための草の根活動）

賛同企業による協賛金
寄付金を原資とした活動

賛同企業各社の予算を
原資とする活動

☆ 個別支援プラン

EBNが必要な時代に企業が取り組まなくてはならない案件の解決
（企業の成長のための支援活動）

☆ 基本活動プランの詳細

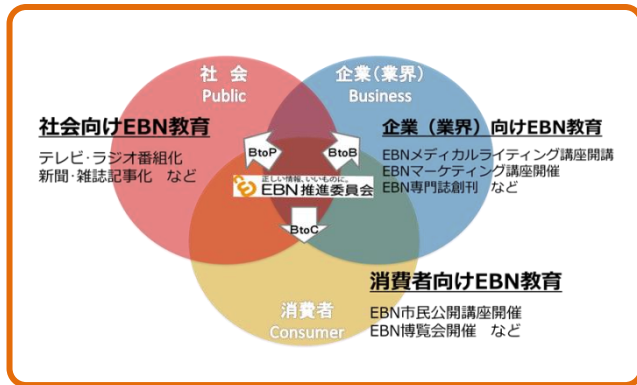
EBNの世の中づくりへの参画（社会の改善のための草の根活動）

基本活動プラン

EBNの世の中づくりへの参画（社会の改善のための草の根活動）

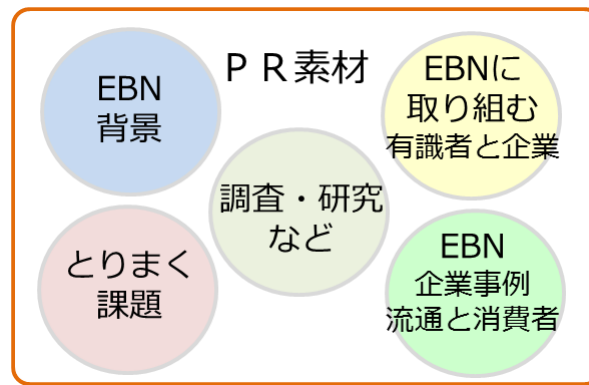
教育・啓発を通じた「世の中づくり」

社会、企業/業界、消費者への教育・啓発



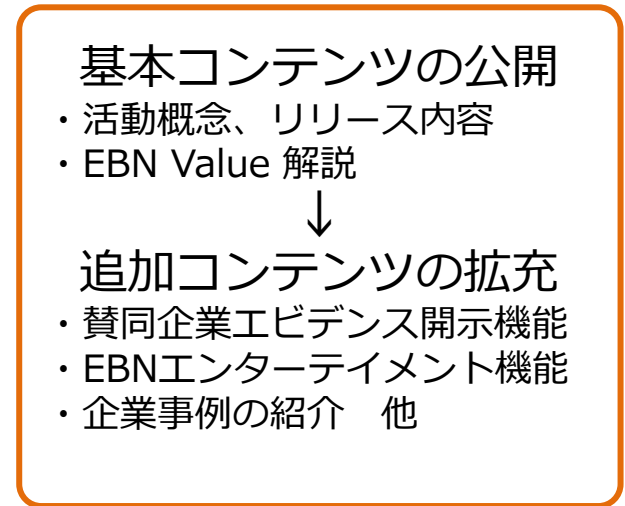
広報活動による「世の中ゴト化」

メディアアプローチによるEBN取材誘致・メディア露出



情報提供の場としてのWEBコンテンツ

啓発活動・広報活動の受け皿
詳細情報の開示を担う場所



価値の象徴となる記号 **EBN Value** の露出

PR事務局の開設と対応／賛同企業の募集活動

賛同による協賛金または寄付金の積み上げ

これらの活動はEBN推進委員会に賛同する会員企業（＝賛同企業）の資金提供によって運営されます。 27

☆ 個別支援プランの詳細

EBNが必要な時代に企業が取り組まなくてはならない案件の解決（企業の成長のための支援活動）

個別支援プラン

飲食料品のエビデンスマーケティングを全包括的に支援

個別支援プランの費用は、個々の案件の規模や期間等から個別に試算いたします。

企業や団体
の次の
課題に
対応
します

素材はあるが、
エビデンス構築や
論文投稿の機会がない

エビデンスはあるが、
商材価値を開発する
ためのノウハウがない

エビデンスも商材価値もあるが、
マーケティングや
ヘルスコミュニケーションの
ノウハウがない

メッセージはあるが、
評判をつくる
Earned Mediaの活用や
話題化のノウハウがない

「エビデンスアプローチ」 プラン

適切な「エビデンス」の
取得をサポート

飲食料品の学術的根拠の構築
において、

- 臨床研究の設計
- 統計解析
- 適切な論文の作成や学術誌
への投稿
- 各種専門家の紹介 等
を支援します。

協力団体
・日本メディカルライター協会 他
協力会社
・医学出版社ライフサイエンス
出版 他

学術発表

「栄養学的アプローチ」 プラン

健康素材・成分と健康行動を
マッチングし、
「商材価値」を創造

栄養学の視点から

- 既存ないし新規の健康素材
- 成分の商材価値の創出
- 既存ないし新規の健康素材
- 成分の実験的検討
- 商材の共同開発 等
を支援します。

協力機関
・大阪大学生体機能補完医学講
座、神奈川県立保健福祉大学、
北海道薬科大学 他

商材開発

「エビデンスマーケティング」 プラン

ヘルスコミュニケーションを
具現化し、
「エビデンスや商材価値」
を最適化

所有するエビデンスや商材価値
を、マーケティングコミュニケ
ーションの観点から、

- 市場のマーケティング
- 商材のブランディング
- 顧客のターゲティング
- コミュニケーションの設計
を支援します。

協力会社
・市場調査会社マクロミル 他
・広告マーケティング会社
マツキャンヘルスコミュニ
ケーションズ 他

プロモーション

「エビデンスPR」 プラン

メディア（Earned Media）を
活用し、
「エビデンスや商材価値」
を最大化

所有するエビデンスや商材価値
あるいはソーシャルヘルス情報
を、各種メディアを通じ、
ニュートラルな情報として発信
されるよう

- 戦略的なプレスリリース配信
- 記事化、番組化によるメ
ディア露出
- 話題化の追跡と介入
を支援します。

協力会社
・PR会社イニシャル 他

戦略PR

EBN
推進
委員会

2014年度 活動構想のスケジュール概要



これらの活動はEBN推進委員会に賛同する会員企業（=賛同企業）の資金提供によって運営されます。
スケジュール・活動項目は変更される場合があります。

EBN推進委員会 賛同企業 募集について

EBN推進委員会 賛同企業 募集について（入会規定）

▶ 賛同企業の条件

- ・ 飲食料品のエビデンスマーケティングに興味・関心があり、EBN推進委員会の掲げる“EBN啓発”に賛同する企業・団体・自治体であること。
- ・ 飲食料品のエビデンスマーケティングにおける社会的課題への取り組みを「企業と社会のCSV」ととらえ賛同すること。

※EBN：Evidence Based Nutrition：健康に関する科学的根拠に基づいた栄養摂取・食事管理

※CSV：Creating Shared Value：企業活動と社会活動による共創互惠。活動に賛同する企業同士が「EBN」という社会的なムーブメントをつくり（共創）、その社会価値を互いに保有すること（互惠）により、企業の成長と社会の改善がそれぞれプラスに働くこと。

▶ 年間協賛（ないし寄付）金額：

- ・ 共通プラン（草の根活動）のための実行費用として、年額50万円/社（希望額）

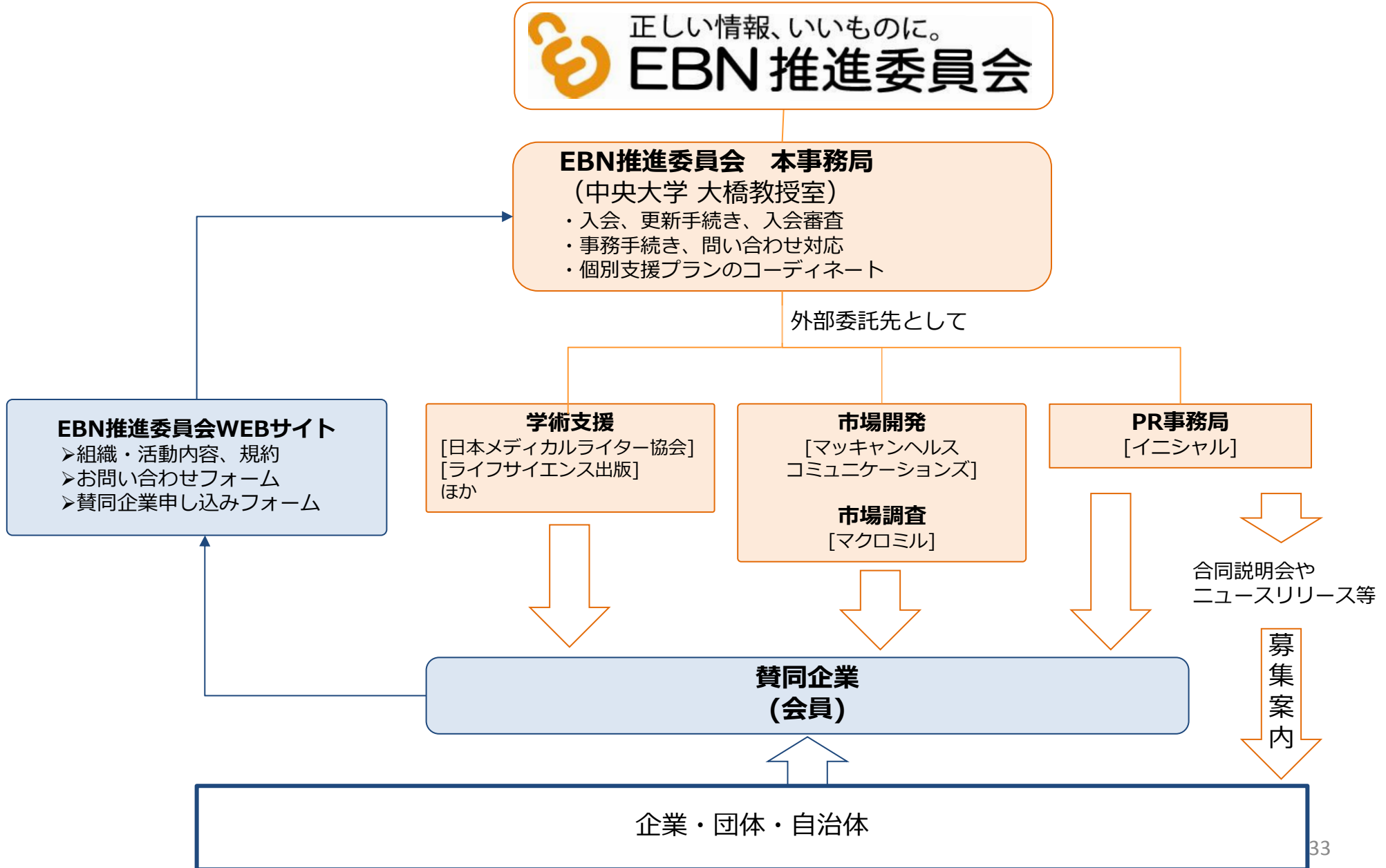
※賛同企業から委員会活動に寄せられた金額の総額により、世の中ゴトへの推進力が高まります。

▶ 協賛金（寄付金）の主な用途：

- ・ EBNの普及啓発に関する調査研究活動
- ・ EBNの「世の中づくり」のための各種PR（ニュースリリースやイベント）活動
- ・ EBNの「世の中づくり」のためのメディア露出（記事化や番組化）活動
- ・ EBNの「世の中づくり」のためのSNS等におけるコ・クリエーターの育成活動
- ・ EBNの「世の中づくり」のための講座と継続プログラムによる教育活動
- ・ 本事務局、ならびにPR事務局運営

▶ 会員社の特典

- ・ 会員社向け「エビデンスマーケティング講座」の実施
- ・ メディア向け「会員社のEBN活動」の紹介
- ・ EBN Valueマークの使用



初期公開時

- TOPページ メッセージ&ビジュアル (&ロゴ)
 - ・ 各種トピック情報の更新フレーム
- EBN推進委員会とは
 - ・ 設立の背景と活動主旨
 - ・ 構成メンバー
 - ・ 規約
- EBNの推進とは
 - ・ EBNの定義
 - ・ 健康飲食料品の現状と今後の課題
 - ・ EBNの普及の意義
- EBN Valueとは
- 活動内容
 - ・ EBNの普及啓発のための活動予定の紹介
 - ・ 賛同会員に向けた個別支援プランの紹介
- ニュースリリース
配信リリースのアーカイブ
掲載記事のリンク（WEBニュース系）
掲載記事のPDF（媒体許可要）
- 賛同会員リスト
- 賛同会員・協力会社募集
 - ・ 賛同企業・協力会社募集要項
 - ・ 賛同に関するFAQ
 - ・ 申込フォーム
（メール送信フォーム／郵送用PDF）
 - ・ お問い合わせフォーム

更新時（構想として）

- ・ 発信内容や活動内容の事例紹介
- ・ 賛同企業エビデンス開示機能
- ・ EBNエンターテイメント機能
他

- 賛同会員向け メール配信
 - ・ 各種活動のサマリー
 - ・ 掲載内容の報告
 - ・ 新規賛同企業の案内

【本件に関するお問い合わせ先】

EBN推進委員会PR事務局(株式会社イニシャル内) 担当:高桑、牧野
TEL:03-5572-6062 FAX:03-5572-6065 MAIL:ebn@vectorinc.co.jp



正しい情報、いいものに。

EBN 推進委員会