

「食と健康」に関するYouTube動画が自分たちのために制作されたということが、従業員が視聴する動機付けになったことと思います。食や健康に無関心な層に効果的に訴求できた成果は素晴らしく、大人では難しいとされる食の行動変容に結びついています。動画視聴にとどまらず、参加型で意思の疎通を取り入れようとする展望も期待できます。