

＼給食施設で野菜を増やすための／

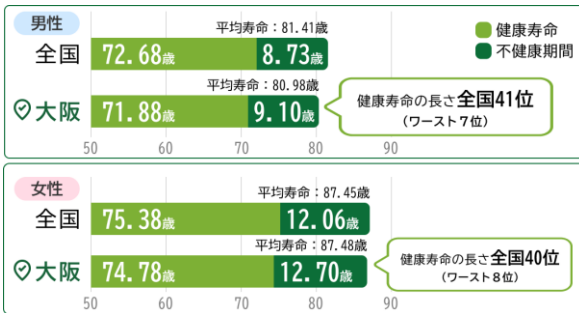
ナッジの使い方

＝ 実証事例をもとに ＝

健康的かつ楽しくおいしい食事を
無理なく両立する大阪モデルでは、「自然に健康になれる持続可能な食環境づくり」のために、
ナッジを活用した野菜の摂取量増加を目指しています

詳細はこちら

現状と課題

1. 大阪府民の健康寿命が短い！ 厚生労働省 第16回 健康日本21
(第二次) 推進専門委員会資料

2. 野菜摂取と疾病リスクの低下は関連がある

野菜摂取量が多いことによって、死亡リスクが低いことや認知症リスクが低いことが報告されています。

3. 野菜の摂取量が足りていない 国民健康・栄養調査(平成28年)

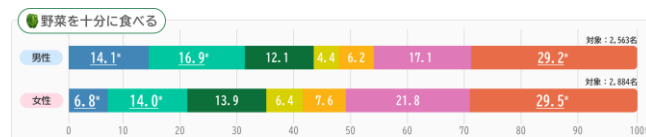
目標量 350g/日 に対して

大阪府
251g/日約100g
不足女性：全国最下位
男性：全国ワースト2位
若い世代や働き世代の
摂取量が少ない

4. 健康格差が懸念される

国民健康・栄養調査(令和5年)

現在の食習慣について改善したいと思いますか？



⇒ **男性、女性ともに + + + の割合が5割を超える

- 改善することに関心がない
- 改善するつもりである(概ね6ヶ月以内)
- 既に改善に取り組んでいる(6ヶ月未満)
- 食習慣に問題はないため改善する必要はない
- 関心はあるが改善するつもりはない
- 近いうちに(概ね1ヶ月以内)改善するつもりである
- 既に改善に取り組んでいる(6ヶ月以上)

野菜を充分食べることに
関心が低い人が半数以上意識の違いから、
健康格差が生まれる

ナッジって聞いたことがありますか？

ナッジとは

選択の禁止など強制することなく、人々が自発的に
最適な選択をすることを促すための方法

食生活で活用されるナッジフレームワーク『CAN』

～このフレームワークにナッジ理論を盛り込みます～

Convenient (便利である)

利用者にとって、食の選択をしやすい環境づくり

例)目に入りやすくする

健康的な食品は、手に取りやすく
目につきやすい位置へ

例)数を多くする

手に取ってほしい
健康的な食品数を増やす

カット野菜

Attractive (魅力的である)

魅力的な見た目やネーミング

例)メニューを食べたくなるような
見た目や言葉にする

Normative (当たり前にする)

デフォルト(初期設定)にする

例)定食に野菜の小鉢をつける



実際にやってみよう！

ステップ0: 施設の責任者とナッジの作成者を特定しよう！



現場食堂の責任者:
ナッジ推進を監督し、
実施の機会を提供します。



ナッジの設計と実装:
現地の関係者を巻き込みながら
進めることが求められます。

≫ 現地の関係者と
連携しながら、
効果的なナッジの
導入を進めましょう

ステップ1: 現場を視察し、課題を発見しよう！



食堂利用者が何を見て野菜のメニュー
を選択しているのか、また望ましい行動
が取れない原因は何かについて、
食堂利用者の行動を観察しましょう。
利用者の視点で食事をすることも
おすすめです。

ステップ2: 対象食品の特定、ゴールを設定しよう！



対象食品(野菜小鉢など)を特定し、
その選択に向けて実施する行動(野菜
の品ぞろえを増やすなど)を明確にしま
しょう。

ステップ3: ナッジを確立しよう！



野菜の選択を促進し、不健康な食品の
選択を抑制するためのナッジを決定し
ます。
選定・改良、採用前のテストを行い、
関係者と協議しながら、ナッジを確立
していきます。

ステップ4: ナッジを実装しよう！



ナッジは、低コストで工夫できるものが
ほとんどです。
一方で、リソースを確保する必要がある
場合があるため、時間や労力のコストな
などを考慮して進めることが重要です。

ステップ5: 忠実性、影響、持続可能性をチェックしよう！



ナッジの実装後は、
計画通りに実施されたかを確認し、
その影響と持続可能性を長期的に監視
する必要があります。

実践事例紹介

事例 1 従業員を対象としたカフェテリア方式の食堂

実施前

利用者は主にディスプレイメニューを
見て食事を決める。
野菜小鉢はレーンの後方に設置。

工夫

- ・ディスプレイにネーミング工夫したPOP
- ・野菜小鉢をレーン手前の場所へ陳列する
- ・魅力的なメニュー表へ改定する
など



結果

≫ 野菜の小鉢
購買数上昇

事例 2 学生を対象としたカフェテリア方式の食堂

実施前

利用者は主にディスプレイメニュー
を見て食事を決める。
定食に小鉢がついているため、定食の
購買数をあげることが目標。

工夫

- ・対象メニューに目を引くPOPを設置
- ・券売機にPOPシールを貼って、
選択を誘導する
など



結果

≫ 定食の
購買数上昇

事例 3 従業員を対象としたカフェテリア方式の食堂

実施前

利用者は主にディスプレイメニュー
をみて食事を決める。
野菜が取れる健康的な定食を提供して
いるため、その定食の選択数を上げるこ
とが目標。

工夫

- ・POPなどで視覚的に宣伝する
- ・コミットメントシールで利用者が
野菜摂取を宣言する
など



結果

≫ 健康的な定食
購買数上昇

～情報提供～

食育SATシステムについて（大阪府栄養士会で食育SATシステムの貸し出しを行っています）

食育SATシステムは、体験型の栄養教育システムです。
実物大のフードモデルにICタグが内蔵されており、食事の栄養価やバランスを
簡単にチェックできます。利用者の理解度の向上、改善点の把握につながり、
行動を変える動機づけとして期待されます。

