

2025年

大阪モデル
スタートガイド

給食施設で野菜を増やすための

ナツジの使い方

＝ 実証事例をもとに ＝



大阪府

大阪府健康医療部
健康推進室・健康づくり課

ガイド作成者：国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所
檜野いく子 中村美詠子

10 健活10
Osaka wellness action

野菜たっぷり
油揚げ
Vos
osaka 大阪府

目次

1. はじめに	2
2. 現状と課題	3
(1) 大阪府民の状況	3
(2) 野菜と疾病との関連	3
(3) 野菜の摂取量ってどれくらい？	4
(4) 食習慣の改善に健康にどれくらい関心あるでしょうか？	5
3. 『ナッジ』って聞いたことがありますか？	6
(1) ナッジとは	6
(2) ナッジのフレームワークを知ろう	6
① Convenient(便利である)	7
② Attractive(魅力的である)	8
③ Normative(当たり前にする)	9
コラム ～大阪府に移転した、国立健康・栄養研究所の研究のご紹介～	10
4. さあ、実際にやってみよう！！	11
(1) ステップ 0:施設での責任者はだれですか？	11
(2) ステップ 1:現場を視察・課題を発見しよう！	12
(3) ステップ 2:対象食品の特定、またゴールを設定しよう！	12
(4) ステップ 3:ナッジを確立しよう！	12
(5) ステップ 4:ナッジを実装しよう！	12
(6) ステップ5:忠実性、影響、持続可能性をチェックしよう！	12
チェックリスト	13
5. CAN を活用した実践事例	14
(1) 実証の概要	15
(2) 事例紹介 1	16
(3) 事例紹介 2	18
(4) 事例紹介 3	20
(5) 事例紹介 4	22
(6) 事例紹介 5	24
(7) 事例紹介 6	25
6. その他の好事例	26
7. 食育 SAT システムについて	27
(1) 食育 SAT システムとは？	27
8. 大阪府市の施策の紹介	28
(1) 食環境づくり(一部紹介)	28
(2) 食育(府保健所の取組みを一部紹介)	30

1. はじめに

「人生100年時代」を見据えて、健康寿命の延伸を実現する環境づくりが重要な課題となっています。こうした中、厚生労働省は「健康寿命延伸プラン」(令和元年5月29日)において、関係省庁や民間の様々な主体と連携し、自然に健康になれる食環境づくりを推進する取り組みを推奨し、令和5年から産学官等の連携・協働による食環境戦略イニシアチブが展開されています。

また、21世紀における国民健康づくり運動(健康日本21)においても、令和5年5月に第三次(令和6～17年度)の基本方針が示され、取り組むべき内容に「自然に健康になれる環境づくり」、「誰もがアクセスできる健康増進のための基盤の整備」など新たな視点が盛り込まれました。地域における取り組みのポイントとして、特に取り残されやすい健康に関心の薄い層が自然に健康になれる環境づくりのためのアプローチも包含されています。

さらに、第4次大阪府食育推進計画では、『自然に健康になれる持続可能な食環境づくり』を基本目標に設定しています。大阪府は府市共通の課題である「野菜摂取」に絞った取組みをオール大阪で一体的に実施することで、府民の野菜摂取量を増加させ、健康寿命の延伸をめざしたいと考えています。



2. 現状と課題

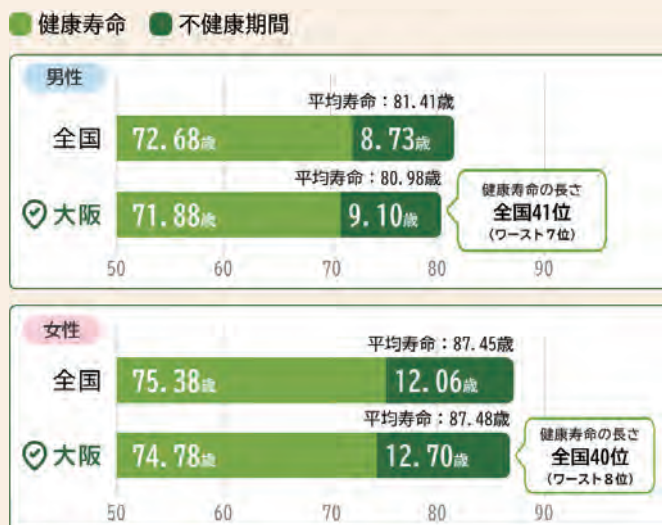
(1) 大阪府民の状況

健康寿命が短い！

大阪府民の健康寿命※は、男性71.8歳(全国41位)、女性74.48歳(全国40位)と全国平均を下回っています¹。

また、平均寿命と健康寿命の差が大きく、「不健康期間」が全国と比較して長い傾向にあります。

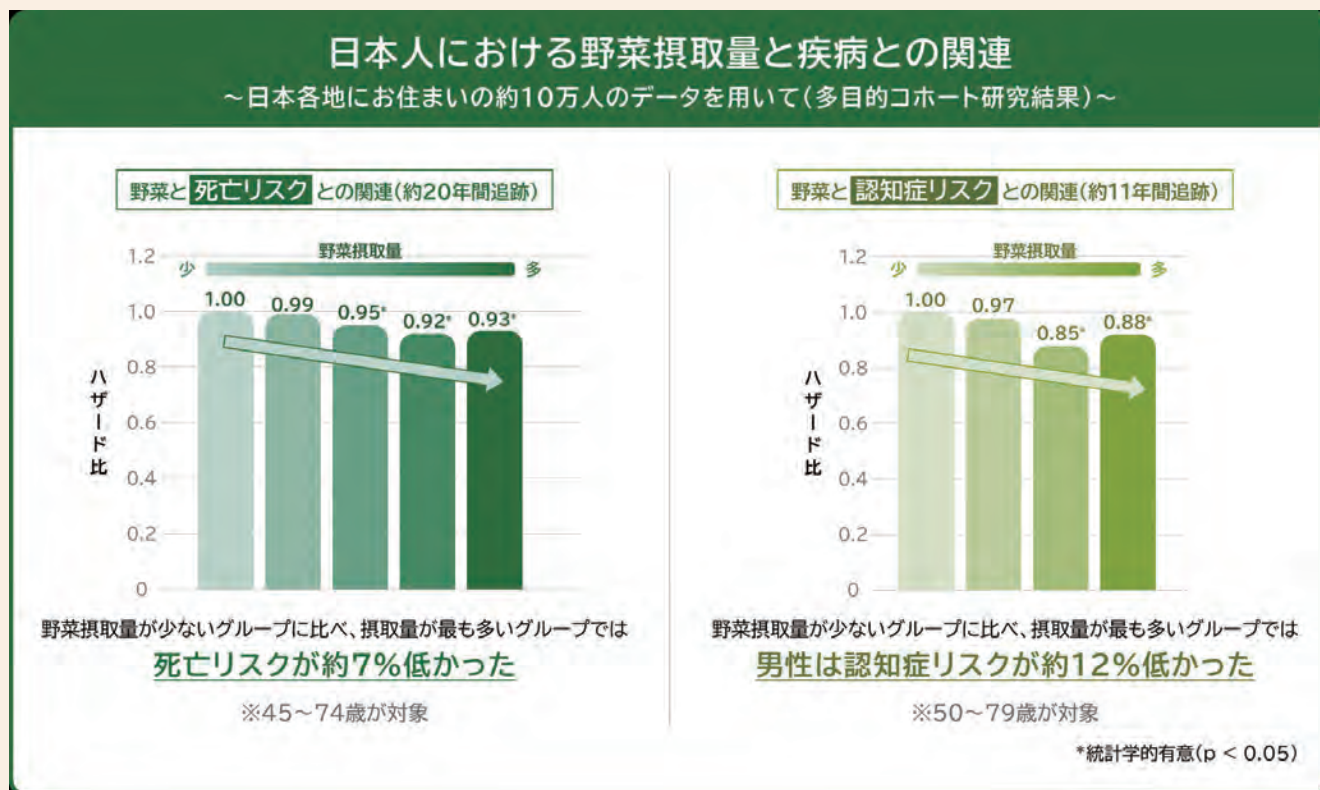
※健康寿命：日常生活に制限がない期間の平均



(出典)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) 野菜と疾病との関連

日本国内で約10万人を長期追跡した研究では、野菜の摂取量が最も多いグループは少ないグループに比べ、死亡リスクが約7%²、認知症リスクが約12%低いことが明らかになりました³。



¹ 厚生労働省. 令和3年12月20日 第16回 健康日本21(第二次)推進専門委員会資料

² Sahashi, Y.; Goto, A.; Takachi, R.; Ishihara, J.; Kito, K.; Kanehara, R.; Yamaji, T.; Iwasaki, M.; Inoue, M.; Shoichiro, T. Inverse Association between Fruit and Vegetable Intake and All-Cause Mortality: Japan Public Health Center-Based Prospective Study. J Nutr 2022, 152, 2245-2254, doi:10.1093/jn/nxac136.

³ Kishida, R.; Yamagishi, K.; Iso, H.; Ishihara, J.; Yasuda, N.; Inoue, M.; Tsugane, S.; Sawada, N. Fruit and Vegetable Intake and Risk of Disabling Dementia: Japan Public Health Center Disabling Dementia Study. J Nutr 2024, 154, 1842-1852, doi:10.1016/j.tjnut.2024.04.008.

(3) 野菜の摂取量ってどれくらい？

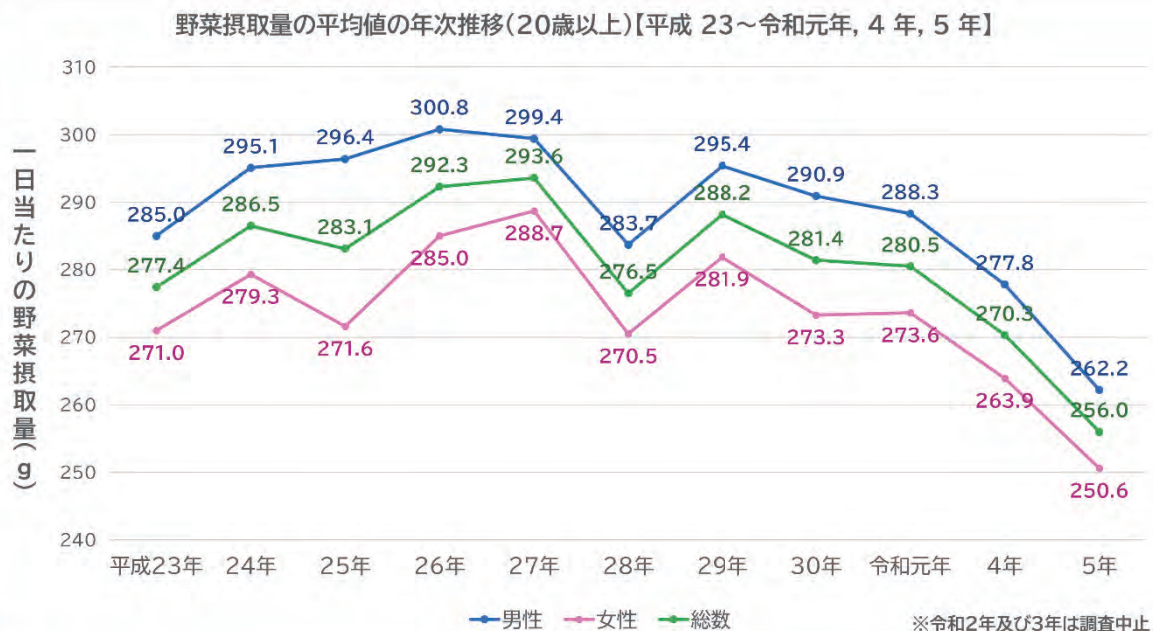
国民健康・栄養調査(令和5年)によると、全国の1日あたりの野菜摂取量の平均は256.0gで、男性は262.2g、女性は250.6gとなっており、**目標の350gには達していません⁴**。また、この10年間でみると、男女共に減少しており、特に20歳代の摂取量が最も少なくなっています⁴。

さらに都道府県別の野菜摂取量では、**大阪府は男性がワースト2位、女性は最下位**でした⁴。大阪府民の野菜摂取量は国が推奨する350gに対して**約100g不足**しています。特に若い世代や働く世代での摂取量が少ない状況です。



片手1杯のゆで野菜が
約100gのめやす

1日あたりの野菜摂取量の年次推移



(出典) 厚生労働省 国民健康・栄養調査

⁴ 厚生労働省. 国民健康・栄養調査. Available online: https://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/kenkou_eiyou_chousa.html (accessed on 2025.2.1)

都道府県別の野菜摂取量(一部抜粋)

男性(20歳以上) *年齢調整した後、小数第1位を四捨五入

女性(20歳以上) *年齢調整した後、小数第1位を四捨五入

上位

順位	都道府県	平均値(g/日)*	0	100	200	300	400
1	長野県	352					
2	福島県	347					
3	宮城県	332					

下位

順位	都道府県	平均値(g/日)*	0	100	200	300	400
46	愛知県	229					
45	大阪府	254					
44	神奈川県	264					

上位

順位	都道府県	平均値(g/日)*	0	100	200	300	400
1	長野県	333					
2	福島県	314					
3	徳島県	309					

下位

順位	都道府県	平均値(g/日)*	0	100	200	300	400
46	大阪府	227					
45	和歌山県	232					
44	愛知県	238					

(出典) 厚生労働省 平成28年 国民健康・栄養調査

(4) 食習慣の改善にどれくらい関心があるでしょうか？

国民健康・栄養調査(令和元年)によると、食習慣の改善について「関心がない」または「関心はあるが改善するつもりはない」と回答した人の割合は、男女ともに約4割を占めていました⁴。

また、野菜を十分に食べることにについて「改善することに関心がない」、「関心はあるが改善するつもりはない」、または「食習慣に問題はないため改善する必要はない」と回答した人の合計の割合は、男女ともに5割を超えています(令和5年)。

これらの結果から、食習慣改善への関心度に関わらず、自然に健康的な食事が選択できる環境づくりが重要です。

問:あなたは、現在の食習慣について、改善したいと思っていますか？

野菜を十分に食べる



➡ 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(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)

(出典) 厚生労働省 令和5年 国民健康・栄養調査

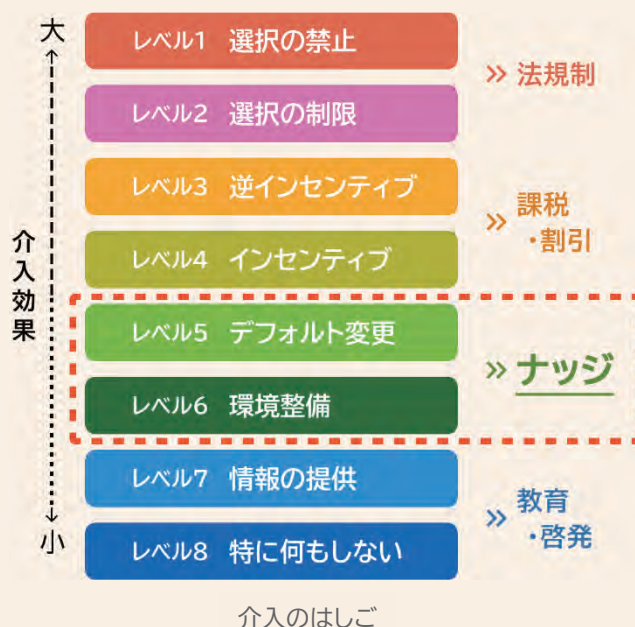
3.『ナッジ』って聞いたことがありますか？

(1) ナッジとは？

ナッジという概念は、行動経済学者のリチャード・セイラーが2017年にノーベル経済学賞を受賞したことで広く知られるようになり、健康分野でも注目されるようになりました。

ナッジは、選択の禁止や、経済的な動機づけ（インセンティブ）を与えることなく、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です⁵。人々に強制することなく働きかけるため、反発が少なく、行動の変容を促すことができる特徴があります。よって、健康への関心度が低い層を含めたすべての人が健康になれる手法の一つとして注目されています。

選択の禁止などの法規制より効果は低いものの、情報の提供など教育や啓発に比べて効果があることが報告されています(右図⁶)。



(2) ナッジのフレームワークを知ろう

世界中では数多くのナッジの有効性が検証されており、食生活のサポートで活用しやすい手法(フレームワーク)として CAN が推奨されています^{7,8}。CAN は **Convenient**(便利である)、**Attractive**(魅力的である)、**Normative**(当たり前にする)の頭文字です。このフレームワークにナッジ理論を盛り込んでいきます。



⁵ リチャード・セイラー、キャス・スティーン(翻訳 遠藤真美). Nudge 実践 行動経済学 完全版. 日経 BP. 2022

⁶ Nuffield council on bioethics. Public health: ethical issues.2007

⁷ 杉本九美; 福田吉治. ナッジを応用した健康づくりガイドブック-取組に活かすヒントと好事例集-, 帝京大学大学院公衆衛生学研究科. 2022.

⁸ Roberto, C.A.; Kawachi, I. Behavioral economics and public health; Oxford University Press: 2015.

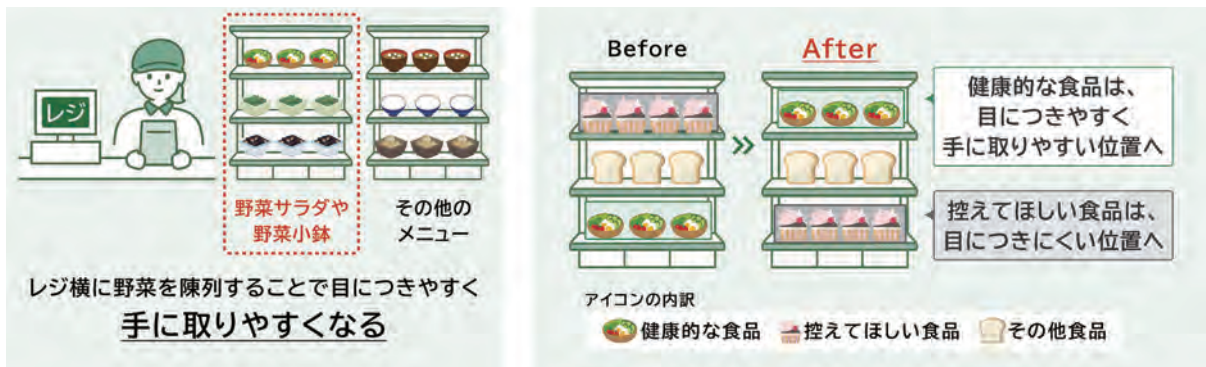
01 Convenient

(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

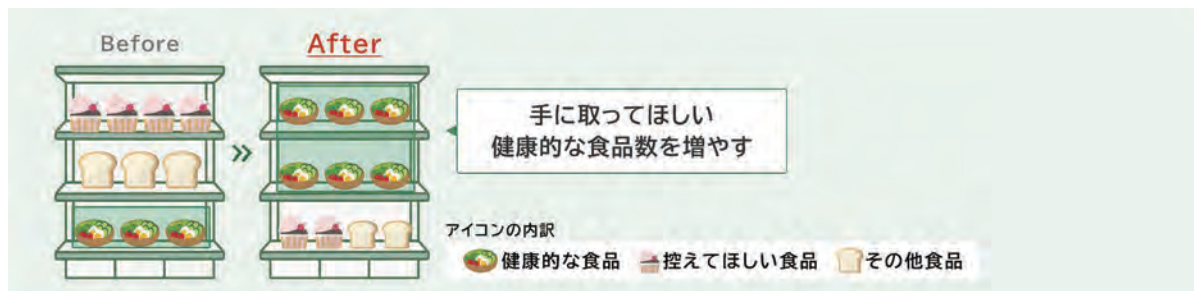
例 1

手に取ってほしい健康的なもの(例.野菜の小鉢)を目の高さに置いたり、レーンの最初の方に置くことで目につきやすく、選択しやすくなる。逆に、控えてほしい食品は手に取りにくい場所に置くなどの工夫も効果的です。



例 2

手に取ってほしい健康的なもの(例.野菜の小鉢)の数を増やすことで、手に取りやすく (買いやすく)なる。



例 3

手に取ってほしいものをあらかじめスライスやカットして販売するなど、手に取りやすくなる工夫をする。



02 Attractive

(魅力的である)

魅力的な見た目やネーミング

例 1

メニューを食べたくなるような魅力的な言葉や、五感に訴えるネーミングにする。



例 2

お皿においしそうに盛り付ける。



例 3

お得であると思う感情を考慮して、割引や食べ放題の表記により野菜摂取を促す。



03 Normative

(当たり前にする)

当たり前になる仕組みをつくる

定食に**必ず**野菜小鉢を付けることで、自然に野菜を摂取する仕組みができます。これはナッジ理論における「デフォルト(初期設定)」の考え方で、デフォルトの変更は非常に効果的といわれています。

例 1

定食に野菜小鉢を付けた状態で提供する。



例 2

プレートに**野菜を置く場所を作る。**



例 3

提供量やお皿のサイズを変更することで、自然に野菜を摂取する仕組みができます。



column

～ 大阪府に移転した、国立健康・栄養研究所の研究のご紹介 ～

おいしい色とは？

「おいしい」と感じる色の好みの調査(1,200人対象)を実施したところ、**食品の種類によって「おいしい」と感じる色が異なる**ことがわかりました⁹。

例えば、食パンは黄色、ロースハムは桃色、さば缶は青色、カップ麺には赤色がそれぞれおいしいと感じられる色として認識されました。これらは**各食品のイメージに近い色**です。**視覚的な要素を取り入れることで、食品の魅力をさらに高めることが期待**されます。



好きなネーミングは何ですか？

減塩食品を購入する際に好まれるネーミングの調査(1,200人対象)を実施したところ、**健康に関心の高い人と低い人で好む減塩表現が異なる**ことが分かりました¹⁰。

例えば、健康意識が高い人は商品に「減塩」と明記されていることを好みますが、健康に関心が低い人は「からだにやさしい」など健康訴求を直接的に示さない言葉を好む傾向がありました。**ターゲット層に合わせて、ネーミングにも工夫してみてください。**



⁹ Tanemura, N.; Kashino, I.; Araki, M. A first survey of the public's color preferences for four processed foods as major sources of salt intake in Japan. Food and Humanity 2024, 3, 100330, doi:https://doi.org/10.1016/j.foohum.2024.100330.

¹⁰ Tanemura, N.; Kashino, I.; Araki, M. Differences in preferences for health-promoting food appeals by health behavior stages. Nutrition and Food Science in press.

4. さあ、実際にやってみよう！！

WHO のナッジガイド(一部改変)を紹介します¹¹。チェックリスト(P.13参照)を用いて具体的に何ができるか考えましょう。

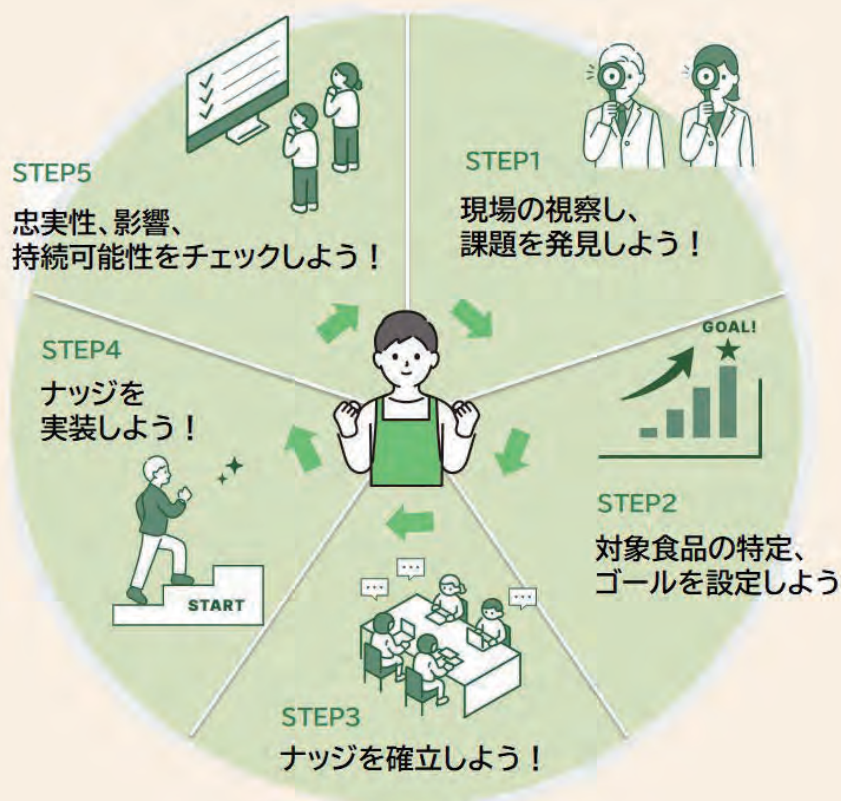


図.ナッジの開発と実施の主なステップ

(1)ステップ 0:施設の責任者はだれですか？

ナッジを実施する前に、まず責任者(1名以上)とナッジ作成者を特定することが重要です(下図)。



実施施設の関係図(責任者)

責任者とナッジ作成者は、現地の食堂に関わる全て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す。

責任者

食堂の責任者として、ナッジの推進を監督します。また、関係者との課題共有、予算設定、現場の協力確保なども行います。

ナッジ作成者

ナッジの設計と実装を担当します。自ら設計する場合や、外部専門家のサポートを受ける場合もあります。また、実施の際には関係者を巻き込みながら進める必要があります。

¹¹ The World Health Organization. Nudges to promote healthy eating in schools: policy brief. Available online: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240051300> (accessed on 2025.2.1)

(2) ステップ1：現場を視察し、課題を発見しよう！



利用者が野菜メニューを選ぶ際に、何を見て判断しているのか、また望ましい行動が取れない原因を理解・分析するために、食堂における利用者の行動を観察し、その行動を整理して改善ポイントを明らかにしましょう。また、利用者の視点で食事をすることもおすすめです。さらに改善策の有効性を確認するため、食堂のスタッフや利用者にヒアリングを実施し、改善を進めます。

(3) 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、その選択に向けた食堂利用者の行動を明確にしましょう(野菜料理の品ぞろえを増やす、販売数を増やすなど)。

(4) ステップ3：ナッジを確立しよう！



チェックリスト(P.13)を参考としてどのようなナッジを採用するか具体的に考えましょう。施設スタッフや食堂関係者と早々に緊密に協議し、コスト面などを考慮して導入するナッジを決めることが重要です。採用前にテストを行うことで介入の成功につながります。

(5) ステップ4：ナッジを実装しよう！



ナッジには、低コストまたはコストがかからないものが多く、食品の配置や順序を変えたり、名前を工夫したりすることは、ほとんど費用をかけずにできます。しかし、一部のナッジはリソースに影響を与えることがあり、その場合は必要なリソースを確保する必要があります。また、介入策の開発や実施には時間や労力といった間接的なコストもかかるため、それらを考慮して実装を進めることが重要です。

(6) ステップ5：忠実性、影響、持続可能性をチェックしよう！



ナッジ実施後は、当初計画通りに実施されたかを確認し(忠実性の評価)、その影響と持続可能性を長期的に観察することが重要です。また、ナッジによる効果が維持されているかを継続的に評価することが必要です。

チェックリスト

ステップ0: 施設の責任者は誰ですか？	
現地の食堂に関わる全ての関係者に説明、連携できていますか？	はい・いいえ
ステップ1: 現場を視察し、課題を発見しよう！	
利用者が野菜メニューや小鉢を選ぶ際に何を見て判断していましたか？	
望ましい行動が取れない原因は何ですか？	
食堂のスタッフや利用者にヒアリングを実施しましたか？	はい・いいえ
ステップ2: 対象食品の特定、ゴールを設定しよう！	
対象者と対象食品は何ですか？	
目標は何ですか？	
ステップ3: ナッジを確立しよう！	
1. Convenient (便利なものになっているか？)	具体的内容
(例)目につきやすくする 手に取ってほしい健康的なもの(例.野菜の小鉢)を 目の高さに置いたり、レーンの最初の方に置く	
(例)目につきにくくする 控えてほしい食品は手に取りにくい場所に置く	
(例)数を増やす 手に取ってほしい健康的なものの数を増やす	
(例)手に取りやすくなる工夫 スライスやカット野菜として販売	
2. Attractive (魅力的なものになっているか？)	具体的内容
(例)魅力的な見た目やネーミングをつける メニューを食べたくなるような魅力的な言葉や、 五感に訴えるネーミング	
(例)お皿においしそうに盛り付ける	
3. Normative (当たり前な状況になっているか？)	具体的内容
(例)当たり前になる仕組みをつくる 定食に野菜小鉢を付けた状態で提供する プレートに野菜を置く場所を作る 提供量やお皿のサイズを変更する	
ステップ4: ナッジを実装しよう！	
ナッジ採用前にテストを行いましたか？	はい・いいえ
資材価格や人件費、実施時間を考慮しましたか？	はい・いいえ
ステップ5: 忠実性、影響、持続可能性をチェックしよう！	
当初計画通りに実施されていましたか？	はい・いいえ

5. CAN を活用した実践事例

本事業で実践した事例を紹介します。本事業で作成した POP 等は下記からダウンロードできます
<https://www.pref.osaka.lg.jp/o100070/kenkozukuri/syokuiku/shizennikenko.html>



目標

野菜の小鉢や野菜メニューの選択を増やす



Convenient (便利である)	帝塚山学院 大学	山崎製パン (株)	味の素 (株)	立命館 大学	桃山学院 大学	大阪府内の 施設
小鉢の位置 野菜小鉢を手に取りやすい位置に置く	○	○				
デザート系の位置 見づらい場所に置いてもらう	○					
ショーケース内 食べてもらいたいものにシールを貼る	○	○	○	○		○
券売機 対象メニューにおすすめという矢印を貼る	○				○	

Attractive (魅力的である)	帝塚山学院 大学	山崎製パン (株)	味の素 (株)	立命館 大学	桃山学院 大学	大阪府内の 施設
ディスプレイ (壁など目につきやすい場所) 魅力的な言葉を使ったPOPを貼る	○	○	○	○		○
メニュー札 とって貰いたいメニューの札を映えさせる	○	○				
メニュー表 野菜の文字を大きく、ワーディングを工夫し華やかにする	○	○				
ショーケース 魅力的な言葉を使ったPOPを貼る	○	○	○			
アニメーション	○	○	○	○ (音なし)	○	○

Normative (当たり前にする)	帝塚山学院 大学	山崎製パン (株)	味の素 (株)	立命館 大学	桃山学院 大学	大阪府内の 施設
お盆ナッジ 野菜の小鉢を置く場所を指定したシート利用		○				
導線足跡シール						○
社会規範ナッジPOP	○	○	○	○	○	○
コミットメントナッジ	○	○	○	○		

(1) 実証の概要

目的

利用者が自然に野菜の選択ができる環境を整えることを目的とし、ナッジを活用することで野菜の選択が増えるかを検証する。

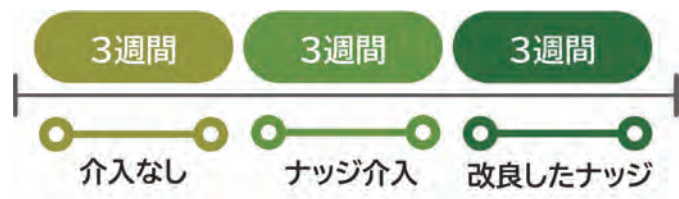
実証期間

2024年10月～12月
(ナッジ資材作成期間時期などを省いた検証期間)

実証施設

- ・味の素株式会社
- ・帝塚山学院大学
- ・立命館大学
- ・桃山学院大学
- ・山崎製パン株式会社
- ・大阪府内の施設

検証期間



方法

1. 事業所を訪問し、食堂利用者の行動を観察し、改善ポイントを検討
2. 対象の料理を特定し、ゴール(小鉢の販売数を増やすなど)を設定
3. 野菜の選択を増やすための CAN のフレームワークを用いてナッジを検討
4. ナッジ候補を各施設に提案、実行可能なナッジを確定
5. ナッジの資材を作成
6. ナッジの設置(3 週間設置)
7. 設置期間中、ナッジが計画通りに実施されているか確認(忠実性の評価)
8. 不具合が見つかった場合には、見直し策を検討
9. 見直し内容を踏まえて、ナッジを改訂し設置(3 週間設置)
10. ベースライン、1 回目、2 回目の施設介入の対象料理の購買データを用いて、ナッジの効果について解析

留意点

ナッジをより忠実に効果的に実施するためには、責任者とナッジ作成者が食堂のスタッフと課題を共有し、協力を得ることが不可欠です。この過程が不十分だと忠実性が乏しく、ナッジの効果は十分に発揮されないため注意が必要です。

今回の事例は短期間の実証であることや、現場によって取組み状況にバラつきがあります。事例はあくまで参考として捉え、実際に施設で取り入れる際は、各施設の状況に応じて適宜改良や調整が必要です。

(2) 事例紹介1

帝塚山学院大学

- ・ (所在地)大阪府堺市南区晴美台4-2-2
- ・ (法人設立)1916年
- ・ (利用者数)約300人
- ・ (食事提供方法)カフェテリア
- ・ 直営
- ・ (業種)学校

実施前の食堂の状況

学生や教職員を対象としたカフェテリア方式の食堂で、利用者は主に食堂入り口近くの食事のショーケースを見てメニューを決めている。

また、食堂前と学内の掲示板に一週間のメニューを掲示している。

目標

健康的な定食(小鉢付き)の売り上げ数を増やす

どのように工夫したのか

01. メニューをカラフルに目立たせる



02. 野菜豊富なメニューは券売機ボタンに野菜シールを貼って選択を誘導する



03. ショーケースにPOPを貼って野菜メニューをPR



04. 野菜小鉢の横にスイングPOPを提示



担当者コメント

食環境学部 管理栄養学科

西田准教授

学生食堂は全国的にも珍しい直営にて運営しており、学生の嗜好に合わせたメニューが日頃から展開されています。また、管理栄養士課程のある大学ですから、比較的野菜を避ける学生ばかりではない環境で、さらに 野菜摂取量を増加するナッジは大変興味深く、また 難しくもありました。



まず、献立やメニュー表、ポスターなどを目立たせる位置、装飾品は、最初からつまずいたように思いました。学生は足を止めてじっくり確認するというよりは、「唐揚げ」「ハンバーグ」といった主菜で決めていたり、「ラーメン」「カレーライス」というように安価で早く食べることができるものを選んだりする傾向にありますので、認識してもらうための存在感の出し方には苦慮しました。それでも、ご提案いただいた様々なナッジの介入を実施していると、遠目からでも足を止め、学生同士で会話をしている様子がわかり、効果を実感するようになりました。また、シールを貼って自己宣言(コミットメントナッジ)は想像以上に学生の参加がありました。「どのような場所にすると目立つか」などの会話を聞き、ナッジをしかける側の経験もすることで、より大きな学びがあると実感しました。今後とも自然に健康になれる環境づくりを学生とともに学んでいきたいと思っています。

総評

この大学では管理栄養士課程が設けられており、健康や栄養に関心のあるヘルスリテラシーの高い学生が多数在籍しています。直営の食堂ではこだわり抜かれたメニューを提供し、多様な取り組み(定食には小鉢がつくなど)がすでに行われていました。しかし、教員の方々の大きな協力のもと、食堂で働く学生アルバイトともアイデアを共有しながら様々なナッジを実施することができ、今回の実証では健康的な定食(小鉢付き)の売り上げ数が向上しました。今後も、学生を含む全ての方々の健康増進のための取り組みを継続していただきたく、お願い申し上げます。

(3) 事例紹介2

山崎製パン(株) 大阪第一工場

- ・ (所在地)大阪府吹田市幸町29-1
- ・ (稼働)昭和41年7月
- ・ (利用者数)1日約300人
- ・ (食事提供方法)定食
- ・ 直営
- ・ (業種)企業

実施前の食堂の状況

従業員を対象としたカフェテリア方式の食堂。
利用者は、主に食堂の入口近くにあるショーケースを見てメニューを決めている。

また、食卓には一週間のメニュー表が提示されている。

目標

野菜小鉢の選択数を増やす

どのように工夫したのか

01. 食事ディスプレイのところに、ネーミングを工夫したPOP作成・設置



02. 足ナッジアイデアを基にお盆ナッジ



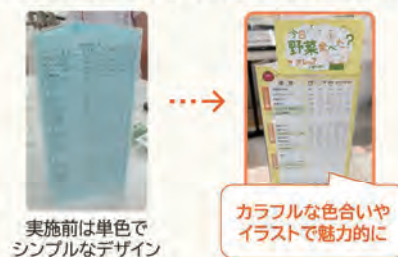
03. 野菜をより取りやすい場所へ陳列する



右から左へレーン移動するため、手前に野菜メニューを置く

04.

五感に訴えるネーミング・魅力的なメニュー表へ改訂



実施前は単色で
シンプルなデザイン

担当者コメント

人事課

小野栄養士(左) 加藤人事担当係長(右)

ナッジのポスターやシールは利用者が見てくれていたと思います。特にデジタルサイネージ動画の「ガーンガーン」という言葉も耳に残るので、野菜摂取を意識する機会にはなったと思います。野菜小鉢では、ネーミングを工夫した「デパ地下風のポテトサラダ」が特に好評でした。



野菜メニューのレシピをネット等で細かく調べて、予算内で野菜が多く摂れるメニューを食堂で提供すると食数が予想以上に増えたのでとても驚きました。(80食⇒120食)

野菜小鉢のメニューを工夫したことにより、利用者からの反響も大きく、担当栄養士として、とても楽しかったです。実証期間中は、野菜やお米の値段が高騰していましたが、野菜メニューの提供数が多く出たことで、丼ぶりもののご飯類の提供数が減っていました。そのため、お米の仕入を抑えられることができたので、仕入の原価としてはあまり変わらず、更に健康的に従業員へ食事を提供できたと実感しました。

このような活動に参加させていただけたことで、食を通じて従業員の健康づくりについて考え直す良い機会となりました。

総評

昭和41年に創業された歴史ある直営の社員食堂です。さまざまなナッジを積極的に実施してください、野菜の小鉢の売上が向上しました。小野栄養士様が楽しみながら野菜の小鉢のレシピを工夫していただいたこと、また、加藤係長のリーダーシップのもと、施設の皆さまの多大な協力もあり、この成果を実現できました。引き続き、従業員の皆様の健康増進に向けた取り組みの実施をお願いいたします。

(4) 事例紹介3

味の素(株)

- ・(所在地)大阪府大阪市北区中之島6丁目2-57
- ・(設立)1909年
- ・(利用者数)約150人
- ・(食事提供方法)定食および小鉢
- ・委託
- ・(業種)企業

実施前の食堂の状況

従業員を対象としたカフェテリア方式の食堂。利用者は、主に食堂の入口近くにあるショーケースを見て昼食を決めている。

この施設は、健康的な定食を提供しており、それを食べると野菜が摂れる設定になっている。

目標

ボリュームのある定食ではなく、健康的な定食の選択数を増やす

どのように工夫したのか

01. エレベーターのメニュー表を強調



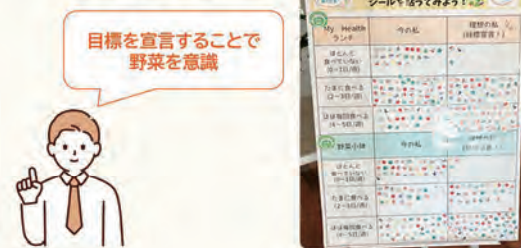
02. ショーケースにPOPを貼って野菜メニューを宣伝



03. レーンの入口にアニメーションを設置



04. 野菜摂取の現状と目標を宣言する“コミットメントシール”



担当者コメント

食品事業本部 大阪支社 西日本広報グループ

小林 大晃 様

ナッジを用いた本試験によって、社員が健康的な食事を選択・意識できた期間となり嬉しく思います。大阪府、国立健康・栄養研究所の先生方との協業と深い議論も良い経験となりました。



「ツジツマシアワセ®」マーク※を介入試験に使用いただき、行動変容を確認できたことも感謝いたします。当社では10億人の健康寿命延伸を目指しているため、今後も、本取り組みのように生活者の Well-being に繋がる事例を産官学連携にて増やすことが出来ると有り難いです。

※<https://tsujitsumashiawase.net/>

総評

既にナッジの知見をお持ちの企業様で、国立健康・栄養研究所とも積極的に議論を行い、小林様方のご提案のもと、コミットメントナッジなどの積極的な施策を実施することができました。これにより、野菜の小鉢数や健康的な定食(小鉢付き)の売り上げが向上しました。今後も健康増進に向けた取り組みを継続していただけますよう、引き続きのご協力をお願いいたします。

(5) 事例紹介4

立命館大学

- ・ (所在地) 茨木市岩倉町 2-150
- ・ (設立) 1900 年
- ・ (利用者数) 1,600 人
- ・ (食事提供方法) カフェテリア
- ・ 委託
- ・ (業種) 学校

実施前の食堂の状況

利用者は食堂入り口近くのメニューボードをみて、それぞれのレーンで主菜や小鉢を選んでいく。

規模の大きな食堂で、お昼時は食堂から出て行列ができています。

目標

野菜小鉢の選択数を増やす

どのように工夫したのか

01. ショーケース内に野菜小鉢を目立たせるためのシールを貼る



02. POPを使って野菜メニューを目立たせる



03. 各レーンの前にアニメーションを流して、野菜摂取の啓発を行う



担当者コメント

立命館生活協同組合

市原店長

食堂で食べる学生(理系の学生)は、サイネージやポスターを見てくれているようで、POP の効果はあったと思います。陳列棚のシールを大きくしたら、気づく学生が増えたように感じました。実証の期間は客単価が増えたと思います。



総評

過去には定食形式での販売や魅力的なメニュー名の付与、野菜やデザートのコナー分けなど、さまざまな工夫が施されている施設でしたが、市川店長らの協力により、昼食時の野菜小鉢の選択数が増えていました。また、ホームページでメニューを閲覧できるなど、情報提供も充実しています。今後も引き続き、健康に配慮した取り組みの実施をお願いいたします。

(6) 事例紹介5

桃山学院大学

- ・(所在地)大阪府和泉市まなび野 1-1
- ・(設立)1959 年
- ・(利用者数)約150人
- ・(食事提供方法)定食
- ・委託
- ・(業種)学校

実施前の食堂の状況

利用者は食堂の入口近くにあるメニューボードを見て、券売機で食券を購入している。
また、インスタグラムでもメニューを配信している。

目標

定食(野菜が多く含まれる)の選択数を増やす

どのように工夫したのか

01. 券売機の野菜料理が入っている定食をシールで目立たせる



02. POPを使って野菜メニューを目立たせる



担当者コメント

学生支援課

山口課長補佐

食育 SAT のイベントは、直感的に野菜量を知ることができて、とても良いと思いました。管理栄養士の方と相談できることを事前に告知するなど、もっと PR しても良かったと思いました。



総評

カレーは野菜から長時間煮込んで作られたり、主に地場産の野菜やお米を使って調理されており、大変工夫して食堂の運営をされておられました。また、子ども食堂も運営されており、学生アルバイトやインスタグラム等を使って若者や地域の方に向けた発信をして集客をされていました。今回の実証では、目立った成果は見られませんでした。引き続き学生のニーズや食育の観点も含めた食堂の運営をお願いいたします。

(7) 事例紹介6

大阪府内の施設

- ・ (所在地)大阪府内
- ・ (設立)2021年
- ・ (利用者数)600 人
- ・ (食事提供方法)カフェテリア
- ・ 委託
- ・ (業種)エネルギー事業

実施前の食堂の状況

利用者は主に食堂の入口近くにあるディスプレイを見てメニューを決めている。

また 1 週間ごとのメニュー表を利用者に配信している。

目標

野菜小鉢の選択数を増やす

どのように工夫したのか

01. ショーケース内にPOPを置く



02. ディスプレイにPOP提示やアニメーションを流す



03. 足跡シールを置く



総評

食堂の入口付近に野菜小鉢が置かれていたり、テーブルにも保健指導のPOPが置かれるなど健康意識の高い施設です。センサーにお盆を載せて、社員証で精算するなど利用者が滞留しない工夫が随所にされていました。今回の実証では、昼食時の野菜小鉢数が少し増えました。食堂前のディスプレイなど季節感なども大事にされている印象で、継続して、これまでの取組みを続けていただきたいと思います。

6. その他の好事例

健康な食行動を促すナッジはこういったナッジなのかを検証した論文があります¹²。
これは、2017年までに発表された96の研究に対してメタアナリシス解析を行いました(複数の研究を統合し統計解析したもの)。

ナッジは7つに分類され、さらに3つのレベル(行動、感情、認知)に分類されました。その結果、健康的な食行動を促すためには、食べることを促したいものの量を多くする(野菜やサラダを多く盛ることを初期設定とする)、不健康なものを盛る皿を小さくするなど、サイズを調整することや、より食べやすく(食べやすく切っておく)・選びやすく改良(健康的なものを販売することを初期設定とする)、不健康なものを食べづらく(麺類には穴あきレンゲを添えて食塩摂取量を減らす)するといった「**行動**」レベルのナッジが効果的であると示されました。



今回の実証では、各施設の負担が少なく取り組みやすい方法で介入を行いました。サラダの量を増やしたり、ビュッフェ形式では皿を大きくするなどの工夫を取り入れることで、野菜の摂取量をさらに増やす効果が期待できるかもしれません。

その一方で、「**認知**」レベル(例.栄養成分表示)の効果は小さいことが示されました。「栄養成分表示」の効果は限定的でしたが、同じ情報提供でも「快楽の強化」ナッジでは効果がより高いことが示されているため、対象者に魅力的に感じる要素を入れることが重要と言えそうです。

¹²Cadario, R.; Chandon, P. Which healthy eating nudges work best? A meta-analysis of field experiments. Marketing Science 2020, 39, 465-486.

7. 食育 SAT システムについて

(1) 食育 SAT システムとは？

本事業では、食堂での実証に加え、食堂利用者を対象に食育SATシステムを活用した、食事・栄養相談を実施しました。

食育 SAT システムは、体験型の栄養教育システムで、IC タグ内蔵のフードモデルを使って食事の栄養価やバランスを簡単にチェックできます。利用者はフードモデルをセンサーに乗せるだけで、瞬時に栄養価計算が行われ、食事のバランスが視覚的に評価されます。このシステムは、学校の授業、健康イベント、医療機関での栄養指導などで活用されています。実物大のフードモデルを使用することで、利用者は視覚的に自分の食事内容を確認でき、栄養素の過不足やバランスを直感的に理解しやすくなります。これにより、自己認識が向上し、食習慣の改善点を具体的に把握できます。

食育 SAT システムの活用風景



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！

公益社団法人大阪府栄養士会(事務局)連絡先

住所	〒540-0008 大阪府中央区大手前 1-6-8 光養ビル 8 階
TEL / FAX	06-6943-7970(平日 10～18 時) / 06-6943-7670
メールアドレス	eiyoinfo@titan.ocn.ne.jp
ホームページ	http://www.osaka-eiyoushikai.or.jp

8. 大阪府市の施策の紹介

大阪府では、オール大阪で健康的な食環境づくりに取り組んでいます。

(1) 食環境づくり(一部紹介)

大阪府



野菜・油・塩に配慮した V.O.S.メニュー承認制度を推進しています。V.O.S.メニューとは、主食とおかずを組み合わせたものであり、下記の基準のうちすべてを満たすものを「V.O.S.メニュー」、いずれかを満たすものを「プレ V.O.S.」と言います。

- ・ V:野菜(Vegetable) 120g 以上(きのこ・海藻含む。(いも類は含まない))
- ・ O:適油(Oil) 脂肪エネルギー比率 30%以下
- ・ S:適塩(Salt) 食塩相当量 3.0g 以下



大阪市



市民がもっと野菜を食べられるように「野菜 TABE 店」事業を行っています。登録されたお店では、一人前に約 120g 以上の野菜を使った料理を提供し、「やさしい TABE 店」のロゴマークが掲示されています。

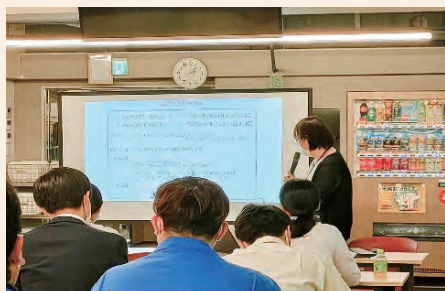
また、モーニング時間帯に、一人前 100g 以上の野菜を使用したメニューの提供があるお店を「やさしい朝 TABE 店」として登録しています。

豊中市

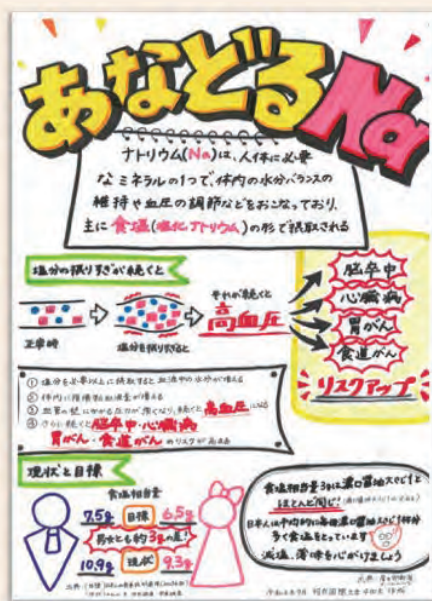


市民の健康増進のため「減塩協力店」事業を行っています。1 メニューあたり食塩相当量 3g 未満のメニューの提供や、調味料別添え・だしを効かせるといった減塩の工夫をしているお店を登録し、自然と減塩につながる環境づくりをすすめています。

(2) 食育(府保健所の取組みを一部紹介)



企業での食に関する講話



ポスターの作成・掲示

協力事業所

味の素株式会社 大阪支社(大阪市北区)
帝塚山学院大学(大阪府堺市)
立命館大学 大阪いばらきキャンパス(大阪府茨木市)
桃山学院大学 和泉キャンパス(大阪府和泉市)
山崎製パン株式会社 大阪第一工場(大阪府吹田市)
その他、大阪府内の企業1社

協力自治体

大阪市 保健所管理課
堺市 健康福祉局健康部健康推進課
吹田市 健康医療部健康まちづくり室

発行日

2025 年3月

ガイド作成協力者

国立研究開発法人医薬基盤・健康・栄養研究所
縄田陽子 小川康子 三嶋恒平