

(2) 国内外先進事例 ⑤Click and Crunch trial –学食注文システムで健康的な選択を促す仕組み–

- オーストラリアの小学校でオンライン注文できる学食サービスを活用し、大学が生徒の健康行動を促す実験を行った。
- より健康的な商品が大きく表示されるなどの仕組みで選びやすく、推奨されない商品は注意文が表示されるなど選びにくい仕組みが導入されている。

名称/実施主体

Click and Crunch trial/ New Castle University 他

アプローチ

ナッジ等による行動変容を促す仕組みの活用

概要

オーストラリアのニューサウスウェールズ州の小学校で、学食のオンライン注文システムの表示方法を工夫し、健康的な注文を促進するためにクラスタ無作為比較実証が実施された。

研究主体の大学は食堂に対してメニューの選択肢に健康的な食品を増加させたり、健康的な食品の価格を購入しやすく設定したりするよう食堂に求めた。

また注文システム上ではエネルギー、飽和脂肪、砂糖、ナトリウムなどの量に応じて、注文画面上で商品名の横に「毎日」「時々」「注意（ほかの注文を検討してください）」と表示した。また健康食品のカテゴリーを目立つ位置に配置したり、不健康な食品は注文まで複数ステップを踏まなければいけないなどのアクセシビリティへの工夫も施した。

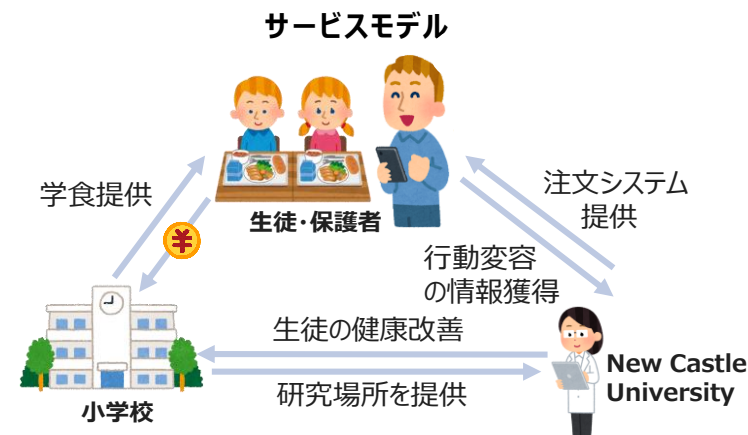
注文確認時に、円グラフで健康的な食品の割合が表示され、注文内容のフィードバックが提供される。

効果

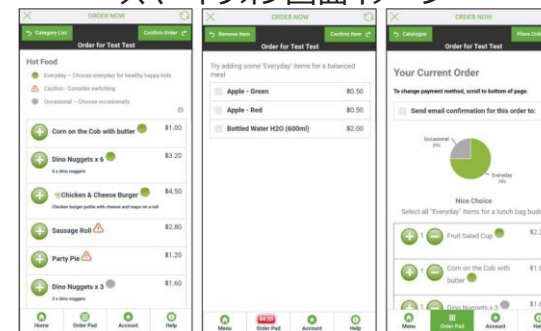
2020年末まで実施されており、結果は21年3月時点で未公表

ターゲット

意識をしていても行動に移せていない層～無関心層。
学生と保護者両方が注文できる。



スマートフォン画面イメージ



出典：BMJ OPEN v.9 2019; 9

Wyse R, Delaney T, Gibbins P, et al. Cluster randomised controlled trial of an online intervention to improve healthy food purchases from primary school canteens: a study protocol of the 'click & crunch' trial. BMJ Open. 2019;9(9):e030538. Published 2019 Sep 5. doi:10.1136/bmjopen-2019-030538

(2) 国内外先進事例 ⑥Physical Activity Calorie Equivalence

－商品のカロリーを運動量で表示するパッケージのモデル－

- イギリスの研究機関が提唱する商品表示システムのモデルで、商品パッケージにカロリー換算でどの程度の運動と同じカロリー摂取にあたるのかをイラストなどで分かり易く示す仕組み。

名称/実施主体

Physical Activity Calorie Equivalence (PACE)／
イギリス王立協会（RSPH）、ラフバラ大学

アプローチ

ナッジ等による行動変容を促す仕組みの活用

概要

イギリス王立協会では、従来の信号機式Front of Pack (FoP)表示では消費者がカロリー摂取とエネルギー消費の関係性を十分に理解していないことを問題視し、新しいラベリング制度である「PACE」を提案している。
RSPHの調査では国民の63%がPACEの導入に好意的で、PACEの表示がある商品パッケージをみた53%の行動変容につながっている。またPACE表示を見た消費者はFoP表示を見たときより3倍運動をする意向を示した。
ラフバラ大学ではPACEラベルが導入された場合、平均して1日に1人あたり最大200カロリーの摂取抑制が可能になると計算している。
PACEの表示は具体的には、230カロリーのチョコレートのパッケージに46分間のウォーキング、または23分間のランニングに相当、といった表記をすることが想定されている。

効果

1日200カロリーの摂取抑制が期待されている。

ターゲット

食事と運動の関連を意識していない、無関心層を中心に効果があると考えられる。



(2) 国内外先進事例 ⑦Yahoo! JAPAN 社内レストラン –揚げ物税などで健康行動を推進–

- ヤフーの社員食堂では、会計時に社員証などを使用し、利用されたメニューのデータを集計し、健康メニューを多く利用してもらうための手法について検討を重ねている。
- データを活用して、魚が多く摂取される料理法や、食材の組み合わせなどを検討したメニュー開発や、揚げ物の値段を上げて、魚料理の値段を下げる「揚げ物税・お魚還元」を導入するなど、工夫を重ねている。

名称/実施主体

Yahoo! JAPAN社内レストラン（社員食堂）「BASE11（ベース ジュウイチ）」／ヤフー株式会社

アプローチ

ナッジ等による行動変容を促す仕組みの活用

概要

社員の健康のため、社員食堂での栄養表示における工夫、および、利用データを活用した健康行動推進に向けた工夫を実践。

社内健康診断の結果ヤフーの社員には血中脂質が標準値以上に高い人が多いことが判明したことをうけて、デジタルサイネージでヘルシーメニューの提案を行ったり、社員がランチで揚げ物料理など脂質の取り過ぎ傾向にあったため「揚げ物税・お魚還元」として、揚げ物料理の一部を値上げ（+100円）し、それを原資として魚料理を値下げ（-150円）することで、社員が自然と体に良い食事を選択しやすくなるような取組などを実施した。

食器についたICチップと、社員証による精算により、社員が利用したメニューのカロリー摂取情報などが一人ひとり蓄積される。今後は、健康診断データとの相関などについても検討を行う予定。

社員食堂の利用ログの活用をまとめ、人工知能学会で発表するなど、データを活用した研究も実施している。

ターゲット

社員（無関心層～行動できない層）

Yahoo! JAPAN 社内レストランでの表示



出典：ヤフー株式会社 WEBサイト

日替わり定食「アンダー655」は、総カロリーを655kcal以下に抑えた健康メニュー。
会社が1食100円を負担しており、利用しやすい価格にしている。

(2) 国内外先進事例 ⑧スマートミール -「健康な食事・食環境」認証制度-

- 日本栄養改善学会などで構成する「健康な食事・食環境」コンソーシアムがバランスの良い食を提供する事業者を「スマートミール」提供事業者として認証する制度。
- 利用者のスマートミール選択を促すためのインセンティブ付与などが認証のオプション項目に含まれている。

名称/実施主体

スマートミール／「健康な食事・食環境」コンソーシアム

アプローチ

ナッジ等による行動変容を促す仕組みの活用

概要

健康づくりに役立つ栄養バランスのとれた食事の摂取を推奨するために、バランスの良い食事「スマートミール」を提供する外食・中食・給食を健康な食事・食環境を提供する事業所として認証する制度。スマートミールとして認証されるためには、栄養バランスや野菜の重量や食塩相当量などの基準をクリアする必要がある。基準は女性や中高年男性向けの「ちゃんと＝450～650kcal未満」と男性や身体活動量の高い女性向けの「しっかり＝650～850kcal」の2種類があり、利用者は希望に合わせて注文することができる。認証施設はHPで紹介されるほか「健康な食事・食環境」のマークを使ってメニューやPOPでスマートミール提供店舗であることをアピールすることができる。認証基準のオプションとして「スマートミールを選択するためのインセンティブがある」といった項目もあり、該当数が多いと認証評価が向上する仕組み。2020年8月時点で認証事業者は419件（外食92、中食45、給食282）と拡大傾向にある。

効果

2018年度認証された外食・中食事業者（49事業者）を対象に行った調査によると、約25%が認証前後で売上が増加、約70%が変化なしと回答した。

文献：赤松ら（2021）栄養学雑誌，79(1):37-45

ターゲット

健康意識層

サービスモデル

