

(3) 事例調査まとめ アプローチ①ナッジ等による行動変容を促す仕組みの活用

- WEB調査とヒアリングを通じて、アプローチ①ナッジ等による行動変容を促す仕組みの活用に関する取組としては、健康的な食品を選択するよう促す取組や、栄養摂取状況を可視化する取組、食品の栄養情報を分かり易く示す取組等が進められている。これは、認知バイアス（P68参照）として知られる障壁に対応していると考えられる。

現状		
	取組内容	事例
健康的な食品選択の促進	経済的インセンティブの設定：健康的な食品への割引やクーポン発行。 - 健康的と考えられる食品（野菜等）の購入を促すため、割引やポイント提供などのサービスを実施する。 - 一汁三菜の定食の値段を割り引いて、カレーなど安価なメニューと同程度の価格帯にする。 - 揚げ物の価格を引き上げ、差額を原資に魚料理の価格を引き下げる。 - 不足している栄養を補う食品のクーポンを発行する。	①住友生命（Vitality） ②中村学園大学（食育館） ⑦ヤフー（社員食堂） ⑨東芝データ（スマートレシート）
	アンカリング効果：最初に見た情報に影響されやすいため、健康的な食品を上位に表示 - 事前に登録した健康志向（ダイエット等）に応じて、スマホアプリで商品情報を閲覧する際に適切な表示順に並び替える。 - スマホで食事を注文する際、健康的に推奨されない食事を選びにくしたり、注文時には注意文が表示されるようにする。	⑫eBASE（e食なび） ⑤New Castle University（Click and Crunch）
	デンプション・リダクション効果：重大な決定後には気が緩むため、レジ横のスナック菓子を除去 レジ周辺からスナック菓子などを撤去し、代わりにナッツやドライフルーツなどのより健康的な商品を置く。	④TESCO（Sweet-Free Checkout）
栄養摂取状況の可視化	画像優位性効果：文字情報よりも画像で情報を伝える方が分かりやすいため画像として可視化 - 会計時、レシートに購入した食事の栄養情報とバランスガイドに応じた状況を印字する。 - アプリで食事の記録を付けると、栄養摂取状況などの情報を可視化して示す。	②中村学園大学（食育館） ⑩ライフログテクノロジー（カロミル）
分かり易い表示等	現在バイアスへの対応：将来的な利益より目の前の利益を優先してしまうため、将来の不利益を表示 商品パッケージに、食品に含まれるカロリーを運動に換算した情報を分かり易く印字する仕組みの研究を進めている。	⑥イギリス王立協会（PACE）
	画像優位性効果：文字情報よりも画像で情報を伝える方が分かりやすいため画像として可視化 健康的な食事を提供する外食・中食事業者の認定制度によって、どの店舗、どのメニューが健康的かを消費者に分かり易く示す。	⑧健康的な食事・食環境コンソーシアム（スマートミール）

(3) 事例調査まとめ アプローチ①ナッジ等による行動変容を促す仕組みの活用

- ヒアリングを実施した事例の中でアプローチ①に関連する意見は、5社から得られた。
- 栄養素の基準や評価を求める意見もあり、分かり易い商品パッケージ上の表示導入を進める際にも必要な検討となりうる。
- 健康に寄与するサービスや商品の効果表示がグレーゾーンであり、健康への訴求がしづらいという指摘もあった。

課題	要望
オペレーション上の課題 ➢ 喫食データの読み込み、入力、出力がオペレーションの負荷となり、混雑時に行列の一因になってしまう。(A社) ➢ 健康に良い食品の購入促進に向けた割引を実施するとオペレーションの複雑化が生じる。対象品増加は利用実績を増やして定着させて以降の検討となる。(B社)	効果表示のグレーゾーン ➢ 医療的介入や薬事法に引っかからないヘルスケアのボーダーラインの明確化をしてもらいたい。(C社) ➢ 食品表示上の問題なく効果を書くことが可能であれば「腎臓病の改善」などと表記できるが、現状は遠回しな説明をしている。(D社)
摂取確認の課題 ➢ 実際に本人が健康に良い食事や素材を摂取したかどうかの確認が困難だ。例えば、健康食品の購入歴やインターネットでのメニューの検索歴はわかっても、本人が食べた事実の有無はわからない。(B社)	栄養基準などの検討 ➢ 情報提供することが消費者、事業者にとって喜ばしいことでないかぎり導入はすまない。例えばFoPが本当に健康的な商品選択につながるのか、日本でこの仕組みが普及した際、欧米とことなる影響があり得るのか調査分析してほしい。(E社) ➢ 画一的な栄養基準を押し付ける形になると事業者も同調しづらいため自由度が欲しい。拠り所となるデータを提供する程度の関わり方であれば外食、中食業界も栄養価を高める取り組みをしやすくなるのではないかと。(E社) ➢ ニュートリスコアやHealth Star Ratingは鉄やカルシウムといった栄養改善に資する成分は評価対象に入っていないが、どの栄養素が栄養改善に意味があるかの評価も考えてもらえると良い。(E社)
	その他 ➢ プロファイリングシステムを活用して健康的な商品を売っている企業に対して減税などのインセンティブの導入も検討してほしい。プロファイリングシステムの周知をしてもらい、価値を消費者が認識することも企業にとって導入のインセンティブとなる。(E社) ➢ 産学官連携でシステムを開発して認知拡大まで取り組めると良い。(A社)

無関心層巻き込みに向けた取組

ヒアリングや調査からB社、F社、G社から無関心層を対象とした取組について意見を得た。B社やG社は健康的な食を安く買えるよう補助し、F社も不足する栄養素を補う食材のクーポンの発行を検討するなど、いずれも、**健康的な食を選択することにより経済的インセンティブを得られる仕組み**を導入している。

(3) 事例調査まとめ アプローチ②食と健康データ基盤整理・個人データ活用

- WEB調査とヒアリングを通じて、アプローチ②食と健康データ基盤整理・個人データ活用に関する取組としては、アプリや購買データなどを活用して個々人の食事や栄養状況を記録する取組と、記録を簡易化、正確化するための食品情報データベース整備が進められている。

現状

	取組内容	事例
食事記録	食事記録の自動化：ウェアラブル端末から摂取カロリーを推定・記録 ウェアラブル端末を活用し、食事記録を付ける手間なく摂取カロリーを推定し、記録できる仕組み。	⑬HEALBE(GOBE)
	食事記録の自動化：購買データに紐づけて喫食データを記録。 - 電子レシートの購買データから、外食、中食、内食（食材情報）をログ化する仕組み。 - 社員食堂で食事をする際に社員証を提示し、購買データと連携して食事の記録を蓄積していく仕組み。 - 学生食堂で食事をする際に学生証を提示し、購買データと連携して食事の記録を蓄積していく仕組み。	⑨東芝データ（スマートレシート） ⑦ヤフー（社員食堂） ②中村学園大学（食育館）
	食事記録の簡易化：スマホアプリで喫食データを記録。 - 自社で構築した食品データベースと写真から食事内容を判断する機能を活用し、スマホアプリで食事記録をつけることができる仕組み。 - リンク＆コミュニケーション社が提供するカロママ+を活用したサービスで、13万件のメニュー登録があるデータベースから、写真や文字で食事記録をつける仕組み。	⑩ライフログテクノロジー（カロミル） ⑮神戸市(MY CONDITION KOBE)
	食事記録に関するモニターデータ収集 時期や属性などに応じた栄養摂取情報を、JANコードを活用した購入情報、モニターによる食卓情報調査から明らかにしている。	⑭ライフスケープマーケティング(食MAPバーチャル栄養素)
食品情報のデータベース化	食品情報のDB化：食品メーカー、小売り等の情報交換システム メーカー、小売り流通の商品情報交換システムを活用し、メーカー側が詳細な商品情報を登録しているデータベースを保有し、アプリに17万件公開している。一般食品なども追加している。	⑫eBASE（e食なび）
	食品情報のDB化：独自にWEBサイト等からデータを収集 公開されているデータの取り込みや手作業により独自にデータベースを整備しており、一般的な料理、商品や外食メニューについて登録されている品目数は1万7000件以上にのぼる。	⑩ライフログテクノロジー（カロミル）

(3) 事例調査まとめ アプローチ②食と健康データ基盤整理・個人データ活用

- ヒアリングを実施した事例の中でアプローチ②に関連する意見は3社から得られた。
- 継続利用してもらうための記録の簡易化や、複数人の購買データを個人データと分けられないという技術的な課題が上がった。
- 国への要望としては、食品のデータベース化について求めるレベルは異なるが3企業から意見があった。

課題		要望	
記録の簡易化	➢ 食事記録の継続が難しい。購入データとの連携やスマートカメラを活用した情報収集など記録の継続率を100%に近づける必要があるため、更なる記録の簡易化などが必要だ。(C社) ➢ 記録をつけるのは関心層に限られてしまい、無関心層の取り込みが課題だ。(C社) ➢ アプリの使いやすさ向上のために、登録できる食品情報の増加が課題だ。特に一般食材や、料理、地方の地場メーカーの製品に抜けがあるので追加できるよう取り組んでいる。(H社)	食品DB	➢ 食品成分表などの基本的な成分表がDB化され、API連携できると良い。また現状では手作業で確認入力しているものもあるので、食品の栄養成分表示が義務化されている内容はDB登録義務化されると良い。(C社) ➢ 栄養成分のデータベースが外食・中食業界での食データ化の基盤となる。アメリカやオーストラリアなどでは政府や国の研究機関がデータベース化している。(E社) ➢ 一般食材について食品成分表7訂データを利用しているが、記載がないが実際に販売されている商品もある。独自で調査をするにはコストがかかるので、一般食材についてはDBにしてもらいたい。(H社)
データ収集方法	➢ 友人や家族と一緒に食事をしたりスーパーでまとめて買い物したりした際、個人のデータと友人、家族のデータを分けて把握できない。(F社)	制度	➢ オンライン診療や健康相談の両方が始まってきたが、区別が難しいので、今後活用しやすいように情報共有されると良い。(F社)
その他	➢ 食事の情報を扱うことから、利用者のプライバシーへの配慮が必要。(F社) ➢ 費用対効果を定量的、短期的に示すことが難しい。(F社)	その他	➢ まだ病気になっていない段階の人に取り組み継続のインセンティブを持ってもらうことが難しい。明らかに医療費削減につながるといった場合は、経済的なインセンティブを可視化することが未病段階の人への取組継続を促すのではないかと。(F社)

商品に関する栄養DBの状況	食品情報を独自に収集したデータがビジネスのコアコンピタンスである企業は、外部連携・共有は現時点では検討していないという意見だった。一方、社会貢献につながり、連携先と自社の双方がwin-winの関係になる場合は連携も可能というスタンスをとっている。
利用者の栄養に関する個人データ等の状況	個人が食事記録をつけるアプリに関しては、利用者数の増加が見られる。一方で、無関心層へのアプローチや、データ入力の継続性に課題がある。社食の利用など、レシート情報から個人データを記録する手法についての開発も進んでいる。

(3) 事例調査まとめ アプローチ③医療機関・栄養士等との連携

- WEB調査とヒアリングを通じて、アプローチ③医療機関・栄養士等との連携に関する取組としては、健康に課題や不安がある人向けに医療機関や栄養士が健康状況に応じた食事を提供する取組や、栄養士が個別の健康指導をするサービス、摂食情報を記録できるシステムを活用した医師等の情報把握に役立てられている。

現状		
	取組内容	事例
健康状況に応じた食事の提供	患者にあう食事を栄養士等がサポートする配食サービス： ・ 主に健康不安を抱える層に対して、電話で栄養士が病院での血液検査等の数値を聞き取り、個人に適した健康食を選択し、自宅に配達する取り組み。 ・ 病院の医師や栄養士が在宅患者に向けて医学的に調整した食事を決め、自宅に配達する取り組み。	⑬ファンデリー（ミールタイム） ⑭アメリカ各自治体（MTMs）
	患者にあう食事を医師・管理栄養士等が分かりやすく資料化： かかりつけ医が個人の生活習慣に合った食事指導の処方箋を作成し、医師や管理栄養士が食事指導をする取り組み。	⑯まつなみリサーチパーク（羽島市健康管理プロジェクト）
栄養士の個別対応	栄養士がアプリを通じて直接ダイエット等をサポート： ・ スマホアプリで食事や運動の状況を登録し、利用者の専任の栄養士がオンラインで栄養や健康に関する指導するサービス。	⑰Noom(Noom)
	栄養士が電話等でヒアリングし直接患者をサポート： ・ 利用者専任の栄養士が宅配する食事の検討に加え、サービスの一環として日常の食事や買い物についてのアドバイスも提供している。	⑬ファンデリー（ミールタイム）
医療機関等の情報把握	特定保健指導で食事指導に個人の喫食データ活用： ・ 被指導者のユーザーがアプリで食事や健康情報を登録、管理することで、保険指導者が取組維持を促すメッセージ送信や、把握情報を活用してオンライン等で特定保健指導を実施するサービス。	⑱NTTドコモ（健康指導アプリ）
	医師による食事療法の管理に個人の喫食データ活用： ・ 病院が食事療法が必要な在宅患者に対して、摂食情報を入力してもらい、栄養バランスの把握や診療、治療に役立てている取り組み。	⑩ライフログテクノロジー（カロミル）

(3) 事例調査まとめ アプローチ③医療機関・栄養士等との連携

- ヒアリングを実施した事例の中でアプローチ③に関連する意見は主に1社から得られたほか、医療機関が患者の在宅時の食事摂取状況把握に活用している別の企業からも国への要望を得た。
- 健康に資する取組をする一般企業であっても、医療機関から個人情報である患者の情報を得られないという問題意識があり、課題、要望の両方で、企業と医療の間で情報を紐づける仕組みを求める意見があった。

課題		要望	
医療機関連携	➢ 病院の医師や栄養士との連携が難しい。患者の健康状態は個人情報になるので民間企業に対して検査結果を報告してもらうことは難しく、利用者（患者）を通じて情報を得ている。（D社）	介入支援	➢ 特定保健指導で1週間は試しに利用できて、食改善の具体的な方法を学べるといったサポートがあれば良い。減塩食やコレステロール多い方への油を減らした食事がどういふものかというのを、利用を通じて理解してもらうことが大切だ。（D社）
高齢者の食把握	➢ 食事管理アプリとの連携はしていない。高齢の利用者が多いこともあり電話だけのやり取りになっていが、完全に食生活を把握できてはいない。（D社）		
オペレーション	➢ メニュー数は400種類ほどくらいあるが、食事の在庫として確保しておかなければならないため、完全に個人に合わせた食事を作るのが難しい。将来的には医療データに合わせて食事を準備できればベストだが、コストもかかる。（D社）	医療機関連携	➢ 医療機関や研究機関と連携する際、ユーザーと患者を紐づける仕組みがあると良い。（C社）
味と健康の両立	➢ 利用をやめる理由で健康状況が改善した以外では「味に飽きた」といったケースがある。（D社）		

医療機関と栄養の個人データ連携の状況

医療機関から紹介をしてもらうことが多い、D社でも患者の健康データを共有することは難しい。一方で、医療機関側で、患者の食事記録を活用する取組は、少しずつ開始されている。医師が、食品アレルギーのある患者に対しての食品情報提供を行う際には、商品情報DBが活用されるケースも出てきている。

栄養士と栄養の個人データ等の状況

D社では、高齢者に対して栄養士が電話による聞き取りを行い、健康状態を把握して、個人に合わせた食事メニューを提供する手法を取っている。提供した配食サービス以外にどのような食生活をしているのかの把握は難しい。