令和7年度「野菜の日」Webシンポジウム

ナッジを活用した
コンビニにおける野菜消費拡大の取組紹介

地域医療振興協会　地域医療研究所
研究員（管理栄養士）　川畑 輝子

2025年8月21日（木）

地域医療振興協会

（Japan Association for Development of Community Medicine）

◆組織目標

地域医療を支援し、それによって地域の振興を図る

◆主な事業

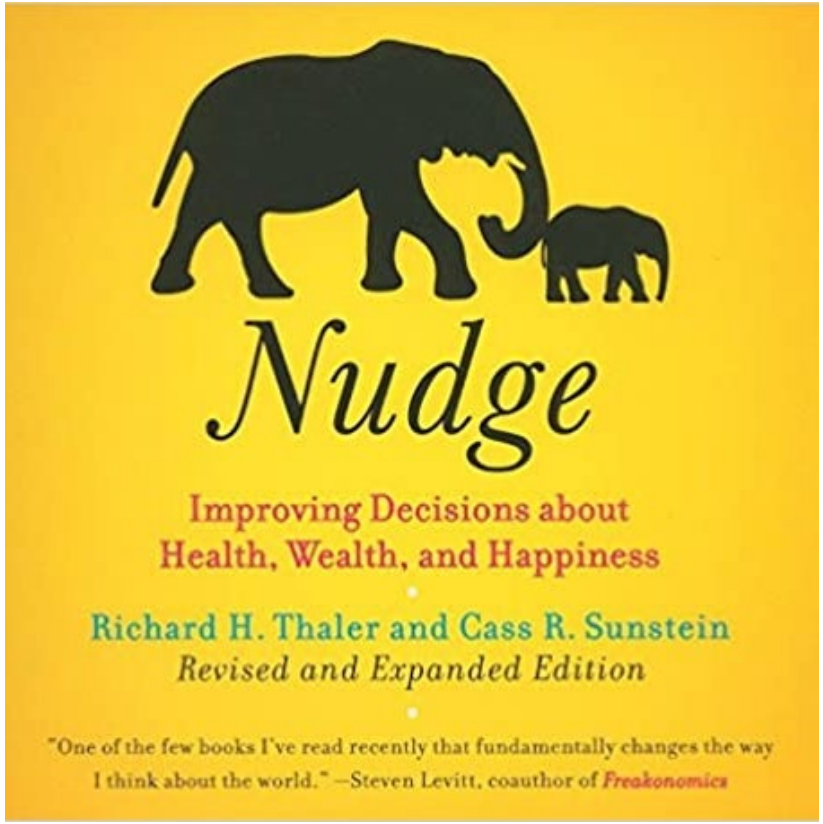
①施設運営事業：
病院、診療所および老人保健施設、複合施設の運営

②医師派遣・診療支援事業：
医師不足が深刻な地域への診療支援

③医師研修事業：
地域医療を担う総合医の育成

地域医療研究所では、
へき地医療の確保とその質の向上を目指した、地域保健医療の調査研究
を行っています。

ナッジとは？



「肘で軽くつつく」という意味

人々が、自発的により良い選択ができるように、そっと後押しする工夫

Richard H. Thaler and Cass Sunstein（2008）

リチャード・セイラー博士：2017年ノーベル経済学賞受賞

ナッジの特徴

- 強制しない（選択の自由は残す）
- 経済的な条件を大きく変えない
  （高額の賞金やペナルティーを与えない）
- 人の心理を、望ましい行動変容に利用する
  （悪いことには絶対に使わない！）
- 少しのアイデアや工夫で効果が期待できる

分かりやすいナッジの例①

野菜を食堂の最初のレーンや目立つところに置いたり、可愛らしく魅力的な絵を掲示したりすることで、子供たちが**自然と野菜を手に取る**ようになります。

※画像はイメージです

分かりやすいナッジの例②

「ベジタブルバーガー」を

メニュー表の一番上に置き、

「シェフのおススメ！」という

メッセージをつけて目立たせると、

自然とベジタブルバーガー

を購入する人が増えました。

※画像はイメージです

ナッジの枠組みの例

MINDSPACE（人の行動に影響を与える心理パターン）

MINDSPACE	
Messengers	偉い人・身近な人の情報
Incentives	インセンティブ・お得感
Norms	行動規範・みんなやってる
Defaults	デフォルト・初期設定
Salience	顕著性・目立つ
Priming	潜在意識への働きかけ
Affect	感情への働きかけ
Commitments	宣言・公言すること
Ego	自分に都合が良いこと

The Behavioural Insights Team-BIT　MINDSPACE　https://www.bi.team/publications/mindspace/

よく使われるナッジの枠組みの例

EAST（効果的なナッジの組み立て方）

EAST	
Easy	分かりやすい・簡単な
Attractive	魅力的な
Social	行動規範・みんなやってる
Timely	時機を得た・タイムリーに

The Behavioural Insights Team-BIT　EAST　https://www.bi.team/publications/east/

ナッジを活用したコンビニにおける野菜消費拡大の取組

～東京都台東区立台東病院・老健千束～

病院の中にあるコンビニエンスストアで、職員の食生活改善を目的に、
ナッジを活用した「ヘルシーコンビニプロジェクト」を実施した。

ヘルシーセット（*スマートミール認証）の販売

昼食時に、レジ横で取りやすく、割引価格で販売

Timely **Easy** **Attractive**

通常職員価格（10%引き）から、
さらにお得に！

手に取りやすいよう、トレーにのせて販売した

*スマートミール

主食・主菜・副菜の揃う、**野菜が多く、食塩のとり過ぎにも配慮**した食事

「健康な食事・食環境」コンソーシアム, スマートミール
「健康な食事・食環境」認証制度 http://smartmeal.jp/

ナッジの枠組み

	EAST
○	Easy
○	Attractive
	Social
○	Timely

ヘルシーセットの例とPRの工夫

野菜とセットをデフォルトに！　「みんな大好き」をPR

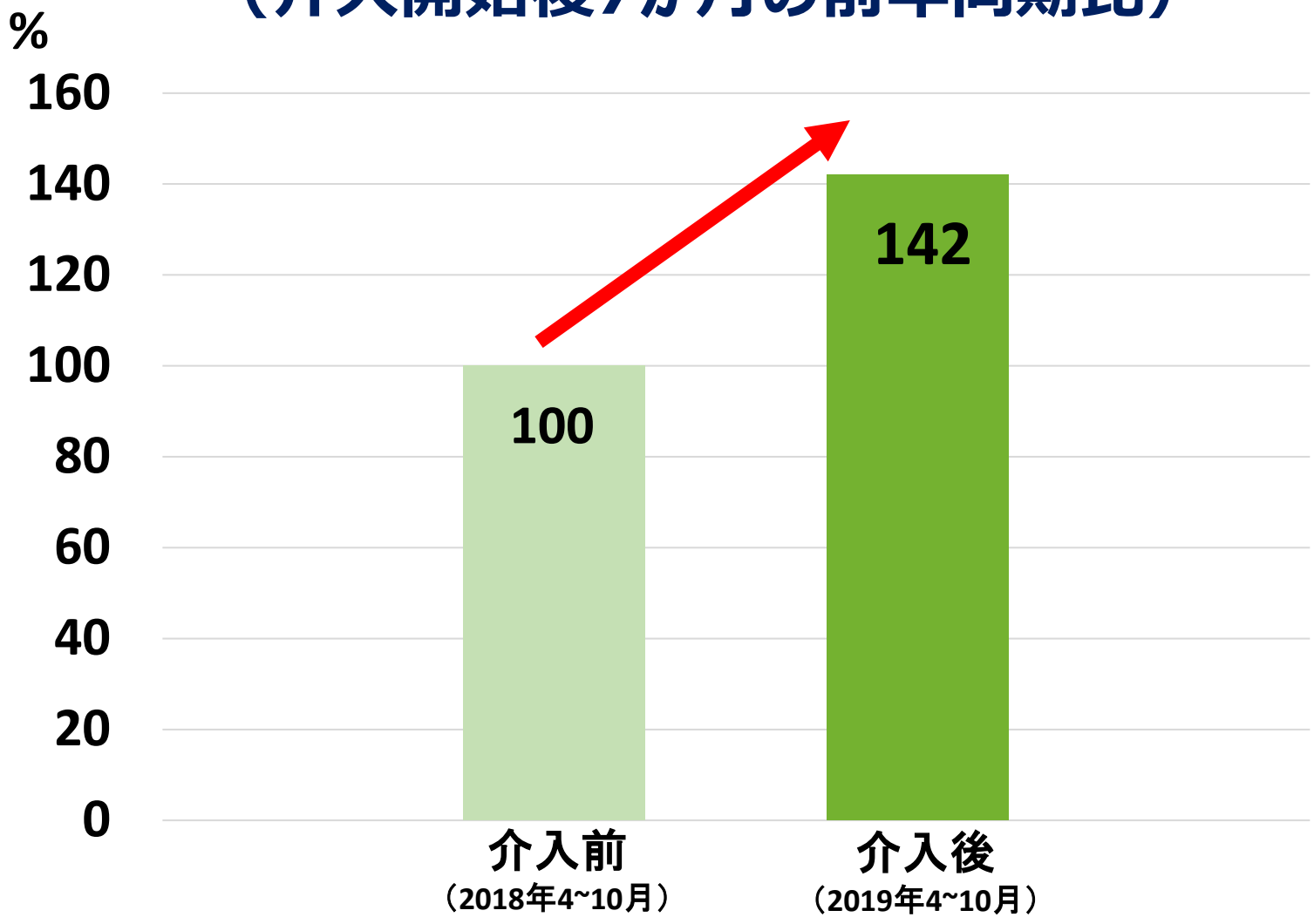
Defaults　　**Norms/Social**

「定番人気」「人気No１」など、「みんな買ってる！」ことをPRする

ナッジの枠組み

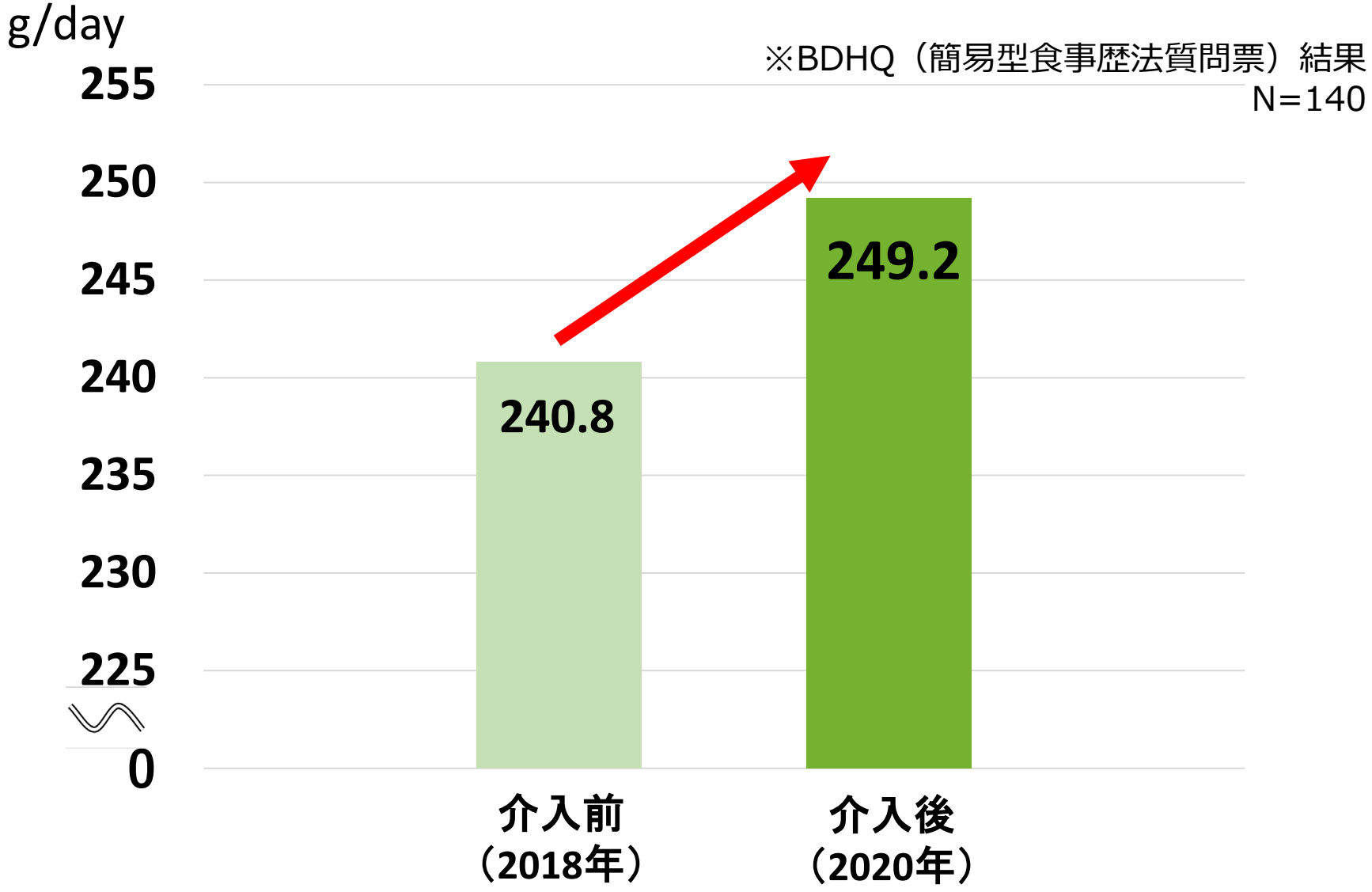
	EAST
	Easy
	Attractive
○	Social
	Timely

サラダ類の売上の変化
（介入開始後7か月の前年同期比）



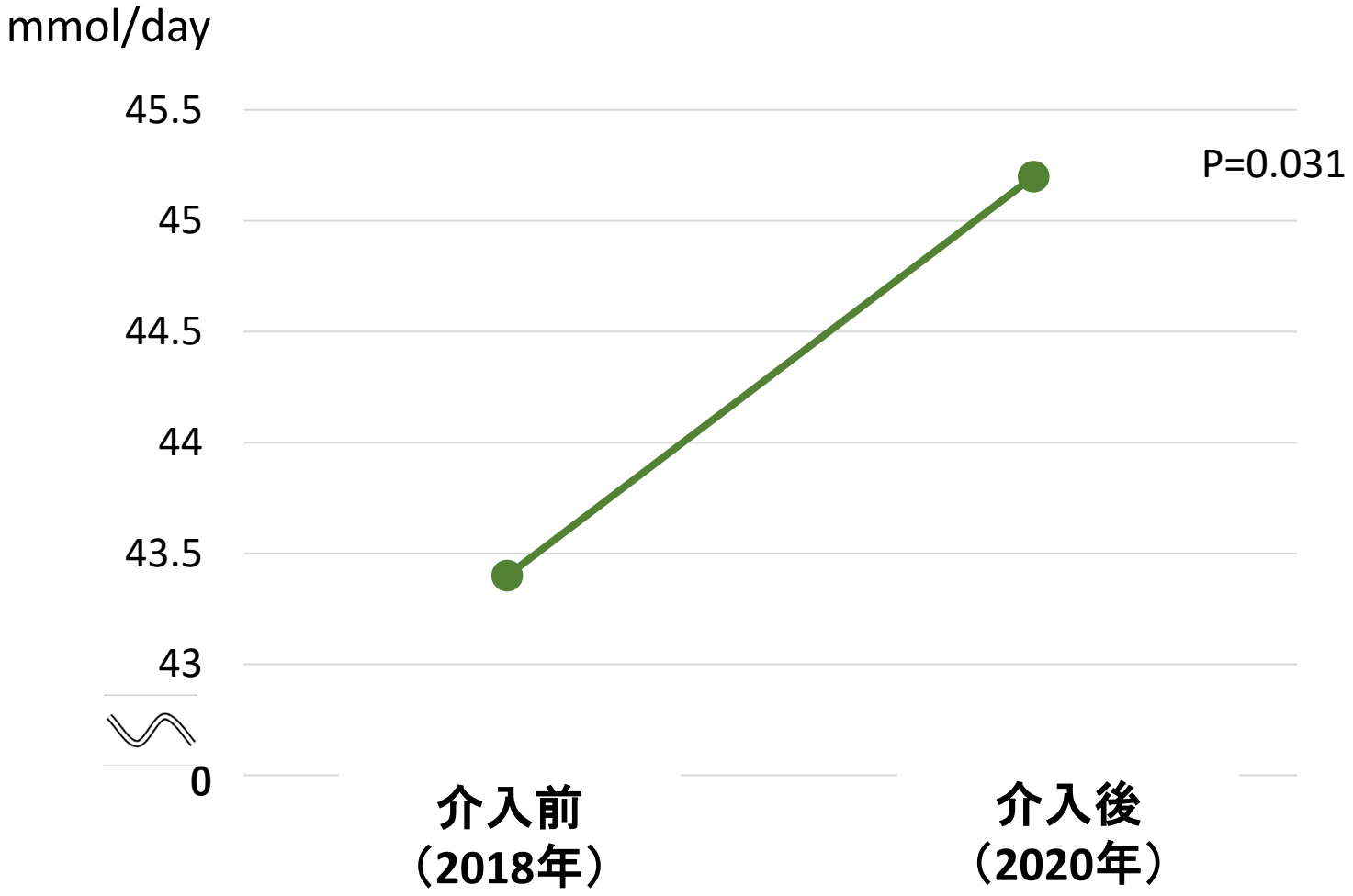
川畑輝子.,他. 医療施設内コンビニエンスストアにおけるナッジを活用した食環境整備の試み；フードシステム研究.2021; 27:226-231.

職員の野菜摂取量の変化



職員のカリウム排泄量の変化

※健診時随時尿中の値から24時間値を推算
N＝140



Kawabata et al. BMC Nutrition (2024) 10:113 https://doi.org/10.1186/s40795-024-00920-3

低塩カップ麺を増やし陳列と情報提供を工夫

意思決定の場で目を引くイラストと、分かりやすく表示

Timely　Attractive　Easy

食塩含有量

2～3g台

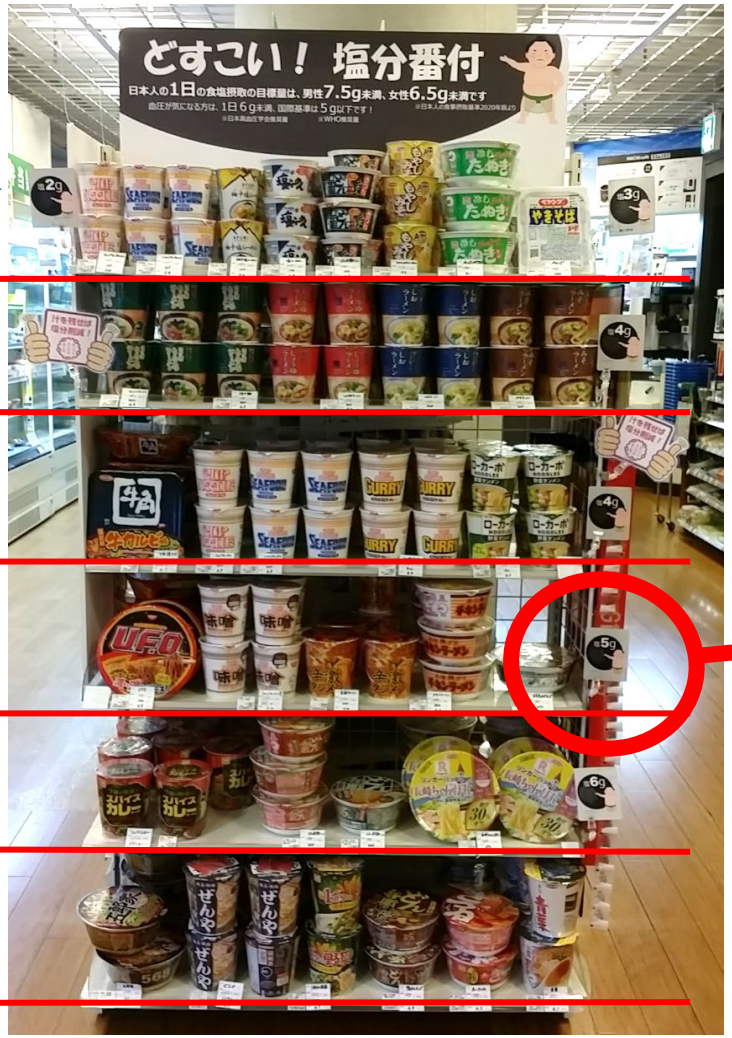
4g台

4g台

5g台

6g台

7g以上



ナッジの枠組み

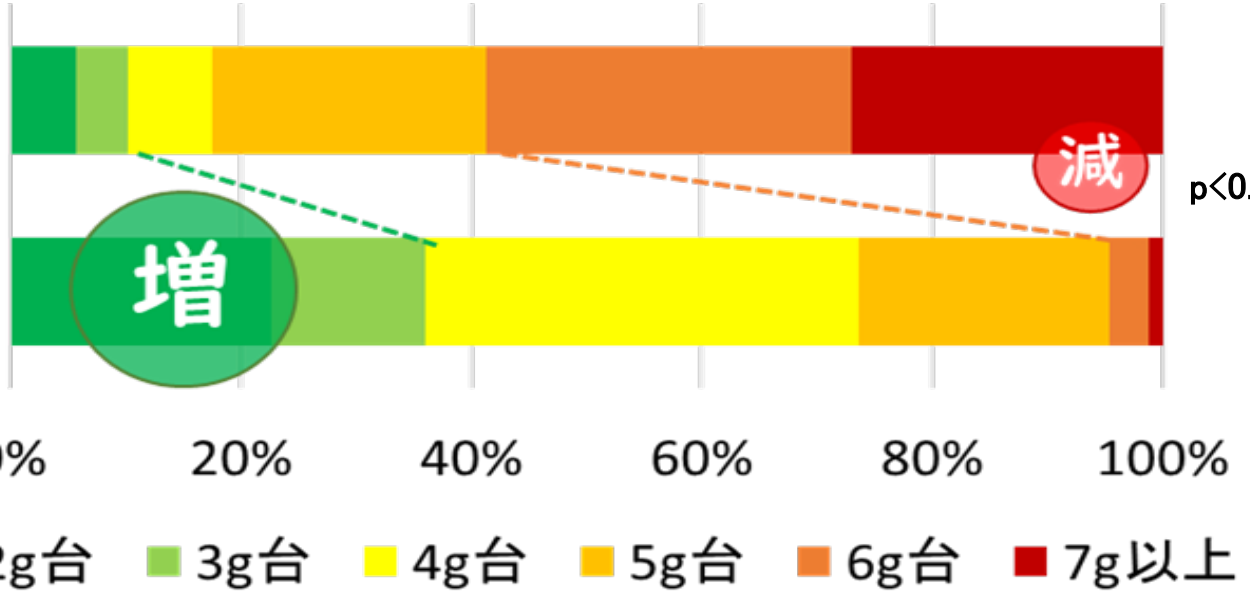
	EAST
○	Easy
○	Attractive
	Social
○	Timely

カップ麺の
食塩含有量別販売割合の変化

食塩相当量4g未満商品の販売割合が増加し、6g以上商品の割合が減少
5ヶ月間で食塩約2kgの削減となる

介入前
（2018年11月～2019年3月）
食塩相当量の合計：**約7290g**

介入後
（2019年4月～2019年8月）
食塩相当量の合計：**約5300g**



川畑輝子.,他. 医療施設内コンビニエンスストアにおけるナッジを活用した食環境整備の試み；フードシステム研究.2021; 27:226-231.

例えば・・・
こんなナッジはいかがでしょう？

生産者の方向け

★ストーリーを伝える（Affect）

「おいしい水と空気で育ちました」

「今朝収穫しました！」などのメッセージを加える

★ご当地レシピを添える（Attractive/Timely）

ネットには無いおいしい食べ方が分かると嬉しい

今晩のおかずに使える！

食品メーカーの方向け

★お手頃価格に（Incentives）

・まとめて買うと少しお得！

・ポイントを集めると１つ無料でもらえる

★ハートフルで分かりやすい広告（Affect/Easy）

・「明日の自分へプレゼント」「幸せを届ける１品」

・「ヒーローになるなら野菜から！」

・「＃野菜で整う」「＃今日のベジ活」

スーパーマーケット・食料品店の方向け

★目につかせる（Salience/ Priming ）

・入り口付近や目立つ場所に配置する

・色鮮やかな野菜を前面に配置する

★セット販売/おひとり様用販売（Easy/Timely）

・カレーセット、八宝菜セット、※レシピ付きならさらにGood！

・１日分の野菜セット（少量野菜の詰め合わせ）　など

食堂・飲食店の方向け

★メニューの工夫

・野菜料理をメニューの最初に（Priming/ Salience）

・「シェフのおススメ」「当店のイチオシ！」（Messengers）

・魅力的なネーミング（Attractive）

★野菜とセットをデフォルトに（Defaults）

・「野菜がついてる！」を売りにする（Norm/Social）

・野菜とセットの方がお得！（Incentives）

「誰一人取り残さない」健康づくり

健康日本21（第三次）

健康に関心が薄い人でも

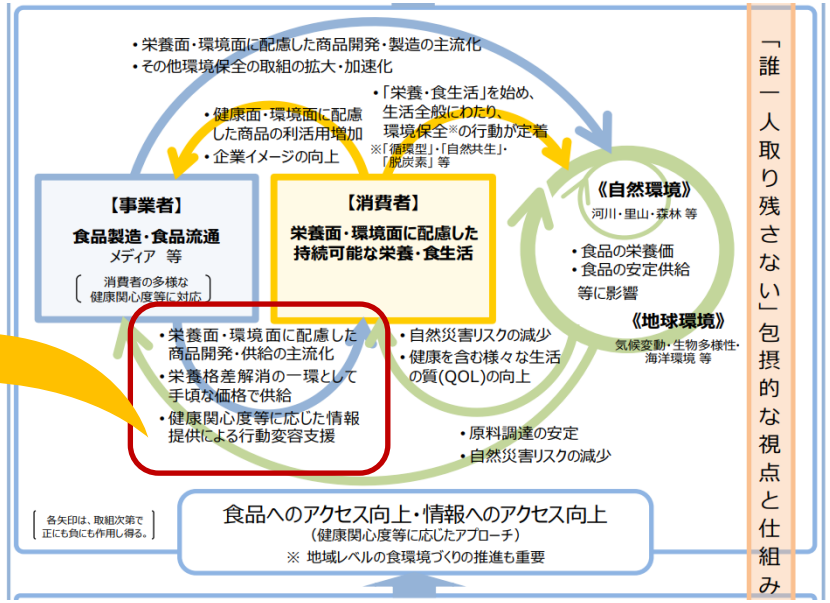
自然に健康になれる環境整備

（食品へのアクセスと、情報へのアクセスの向上）

◆栄養面・環境面に配慮した商品開発・供給の主流化

◆栄養格差解消の一環として手頃な価格で供給

◆健康関心度等に応じた情報提供による行動変容支援



自然に健康になれる持続可能な食環境づくりの推進に向けた検討会報告書2021 https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000836820.pdf

野菜摂取量の増加に向けて、

ナッジの活用が参考になれば幸いです

ご清聴ありがとうございました