示説4　自然に健康になれる食卓づくり
～ナッジ理論を用いた産官学連携による取組～

○下里和哉（しもざとかずや）　塩瀬浩子　有川かがり　栗木雅洋（清須保健所）
大町春香（医療療育総合センター）清須市食生活改善推進協議会　風岡雅美（清須市）
山村浩二（名古屋文理大学短期大学部）　後藤千穂（名古屋文理大学）
マックスバリュ東海株式会社

【要旨】
自然と望ましい食行動に導くナッジ理論を用いた健康無関心層へも届くような地域における食環境整備を、産官学連携でモデル的に実践し一定の成果が得られたため、その概要を報告する。

【背景及び目的】
愛知県民の野菜摂取量向上の推進のためには、健康無関心層への働きかけが課題となっている。管理栄養士養成施設学生と管内の食生活改善推進員を交えて検討した結果、「健康」というキーワードを使わず、ナッジ※1理論等を活用して健康無関心層へも届くような、自然と望ましい食行動に導くことができる食環境整備が提案された。提案された取組は産官学での連携が必須であったため、連携を働きかけ、取組を実施することとした。

※1　ナッジ：行動経済学において、人びとの行動変容をそっと促す手法。直訳すると「そっと押す、誘導する」の意

【方法及び結果】
1　取組の実施にむけた調整・会議と各機関の役割
（1）キックオフミーティング：当該年度の方針とスケジュールの確認等
（2）レシピ打ち合わせ（2～3回）：学生考案レシピの確認、販売に向けた調整等
（3）現地打ち合わせ：売り場、POP 等の確認・調整、食材セットの内容確認等

	機関名	役割
産	マックスバリュ東海株式会社	商品化・店舗販売の全面的な協力 アンケートの回収等
官	清須保健所	全体の連絡、調整等
官	清須市	学生考案レシピの監修
（官）	清須市食生活改善推進協議会	
学	名古屋文理大学 名古屋文理大学短期大学部	キーワード選定、レシピ考案、啓発資材作成 販売スタッフ、アンケート集計、学会発表等

2　モデル的実践
（1）実施場所：マックスバリュ清須春日店
（2）実施期間：令和3年～5年の9月 25 日を含む7日間
（3）キーワード：主婦休みの日※2（1、5、9月の各 25 日）
※2（株）サンケイリビング新聞社が提唱。「主婦」が気兼ねなく休む日。
（4）食材セットのコンセプト：・簡単手軽に作ることができる
・野菜を 70g/人以上摂取できる

（5）アンケート：食材セットの袋にアンケート用紙を入れ、後日店頭で回収した。
ナッジのフレームワーク（EAST, CAN）に沿った項目を購入理由の設問へ取り入れ、自然と望ましい行動に導く食環境づくりの実証検討できる内容とした。
回収数は令和3年度が 65 枚（販売数 177）、令和4年度が 12 枚（販売数 59）、令和5年度が 110 枚（販売数 246）の計 187 枚（販売数計 482）、回収率 38.8%であった。回答者は健康関心層が 152 名（85.9%）、無関心層が 25 名（14.1%）であった。購入理由は、「簡単に作れそうだったから」が健康関心層で 125 名（82.2%）、無関心層で 16 名（64.0%）と多く、「食材がセットになっていたから」が健康関心層で 97 名（63.8%）、無関心層で 13 名（52.0%）であった。

【評価および考察】
1　産は集客や売り上げ増加、官は事業の推進による健康増進、学は学生教育や研究、地域貢献によるイメージアップなど、各々メリットがあり積極的に取り組むことができた。
2　健康関心層でも無関心層でもナッジのフレームワークで E（Easy：簡単である）にあたる2項目が多く回答され、「主婦休みの日」のコンセプト通り、手軽なものの受け入れが良かった。本取組は健康無関心層にも有効な取組であったと考える。

【まとめ】
産官学それぞれの強みが活きた、効果的で先進的な取組になった。ここでの結びつきから連帯感が生まれており、現在、新たな課題にも協働して取り組んでいる。