

厚生労働省『予防・健康づくりに関するエビデンス構築事業』における  
「食行動の変容に向けた尿検査及び食環境整備に係る実証事業」

## 食環境整備POP（食堂・売店POP）

# 【ご提案】 ナッジの手法を用いた「減塩」「増カリウム」商品の販売促進

## 1. 「減塩」

対象：スナック菓子/米菓

- 方法：1) 食塩相当量をPOPで表示し、可能な範囲で食塩相当量の多い順番に並び替える  
2) 良塩くんのPOPを掲示して目立たせる

イメージ：

少 → 多

1パック当たり (32g)

**食塩相当量 0.4g**

食塩の摂取は1日  
**7.5g**(男性)  
**6.5g**(女性) 未満を目標に



日本人の食事摂取基準 (2025年版)

1パック当たり (32g)

**食塩相当量 0.9g**

食塩の摂取は1日  
**7.5g**(男性)  
**6.5g**(女性) 未満を目標に



日本人の食事摂取基準 (2025年版)



1パック当たり (34g) <b>食塩相当量 0.4g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に	1パック当たり (34g) <b>食塩相当量 0.5g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に	1パック当たり (34g) <b>食塩相当量 0.5g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に	1パック当たり (34g) <b>食塩相当量 0.5g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に	1パック当たり (34g) <b>食塩相当量 0.6g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に	1パック当たり (40g) <b>食塩相当量 0.7g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に	1パック当たり (40g) <b>食塩相当量 0.7g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に	1パック当たり (32g) <b>食塩相当量 0.9g</b> 食塩の摂取は1日 7.5g(男性) 6.5g(女性) 未満を目標に
---	---	---	---	---	---	---	---

## 2. 「増カリウム」

対象：100%野菜ジュース、牛乳

方法：1) 対象商品を1か所にまとめ、カリ菜ちゃんのPOPを掲示して目立たせる

イメージ：



牛乳・乳製品、野菜、果物  
にはカリウムが多く含まれ、  
ナトリウム（食塩）による  
血圧上昇を抑制します  
こちらの飲料は  
食塩や砂糖が無添加です



## (参考資料)

減塩POP, 増カリウムPOPの掲示等は, お客様の購買行動を何となく望ましい方向へ誘導するための「認知指向型」ナッジ (下図参照) に含まれます

### 行動変容を促すナッジの分類

効果	レベル	ナッジのタイプ	例
大	行動指向型	大きさの改善 	健康的なオプションの方を大きなサイズで提供する ⇔ 不健康なものは提供量を小さくする
		利便性の向上 	健康的なオプションをより選びやすく, より食べやすく改良する (健康的なデフォルトに設定する, 健康的ですぐに食べられるメニューを手にしてすぐに会計できる grab and goライン)
感情指向型	魅力の強調 	鮮明で, 魅力的な名前をつける, 魅力的に陳列する	
	健康的な食選択の訴え 	健康的なオプションを選択するよう, 口頭または書面で情報提供 (管理栄養士おススメ)	
小	認知指向型	目につきやすさの向上 	健康的なオプションをより目につきやすくする (目の高さに並べる, レジ脇に置く, メニューの一番上に示す) ⇔ 不健康なものは目立たせない
		評価的な栄養表示 	信号表示や健康的なマーク (5つのスターなど)
		記述的な栄養表示 	栄養成分表示

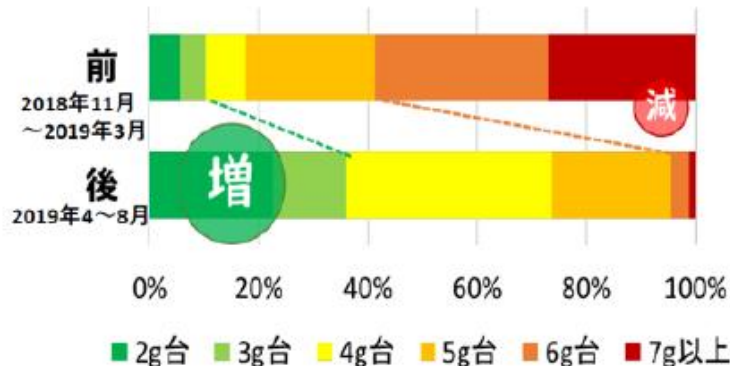
(先行研究より)

コンビニエンスストアのカップ麺売場で食塩含有量の多い順に棚割を改変、食塩含有量を表示した結果、食塩含有量の少ない商品の販売量が増え、食塩含有量の多い商品の販売数が減少  
売上には有意な変化は無し

スライド作成 川畑輝子(地域医療振興協会ヘルスプロモーション研究センター管理栄養士)



棚割改変前後5か月間の食塩含有量別販売割合の変化



販売したカップ麺の食塩相当量の合計(概算)

改変前5か月→7290g

改変後5か月→5300g

➡ 5か月間で約 2 kg の減塩

[https://www.jstage.jst.go.jp/article/jfsr/27/4/27\\_226/\\_article/-char/ja/](https://www.jstage.jst.go.jp/article/jfsr/27/4/27_226/_article/-char/ja/)

川畑輝子,武見ゆかり,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.

# 売店の取組み ①

ナツジの手法を用いた「減塩」「増カリウム」商品の販売促進

## 1. 「減塩」

対象：スナック菓子/米菓

- 方法：1) 食塩相当量をPOPで表示し、可能な範囲で食塩相当量の多い順番に並び替える  
2) 良塩くんのPOPを掲示して目立たせる



## 2. 「増カリウム」

対象：100%野菜ジュース、牛乳

- 方法：1) 対象商品を1か所にまとめ、カリちゃんのカリPOPを掲示して目立たせる



牛乳・乳製品、野菜、果物には  
**カリウムが多く含まれ**  
ナトリウム（食塩）による血圧上昇を抑制します

こちらのマークの飲料は→  
**食塩や砂糖が無添加でおすすめです**



## 売店の取組み ②

ナッジの手法を用いた「減塩」「増カリウム」商品の販売促進

## 1. 「減塩」

対象：スナック菓子/米菓

- 方法：1) 食塩相当量をPOPで表示し、食塩相当量の多い順番に並び替える  
2) 良塩くんのPOPを掲示して目立たせる



## 2. 「増カリウム」

対象：牛乳、飲むヨーグルト、100%野菜ジュース

- 方法：1) 目につきやすい陳列位置に移動する  
2) カリ菜ちゃんのPOPを掲示して目立たせる

