「畑で育った朝食」と「肉を使わない朝食」どちらを選択しますか？ （米国カルフォルニア州等）

■事例の概要

私たちの食習慣は環境に大きな影響を与える。オンライン実験では、食品を「肉なし」ではなく「畑で育てた」と表現することで ベジタリアンを選択する可能性が2倍になることがわかった。(The Behavioral Insights Team. (2019).)

健康的な食品は、一般的な食品よりも魅力的な説明文が少ないことが日常的であるため、風味豊かで刺激的、耽美的な説明文を野菜に表示することで野菜の消費量を増やすことができるかどうかを検証した。（Turnwald, B. P., Boles, D. Z., & Crum, A. J. (2017). ）

（目的） 嗜好性の高いラベルを付与することで、野菜の消費が増加するかどうか実験

（対象者）大学カフェテリアで食事をした人（2016年 平日 昼食 46日間）

（内容） 注目の野菜１品に、以下4種類のうち１つのラベルをランダムに付与

ラベル種類： **Indulgent** ／ **Basic** ／ **Healthy Restrictive** ／ **Healthy Positive**

Twisted citrus-glazed carrots／ Carrots ／Carrots with sugar-free citrus dressing／ Smart-choice vitamin C citrus carrots

（結果）大学のカフェテリアにて総食事者27933人中、8279人が野菜を選択 （全体の**29.6%**）

おいしさラベル選択上昇率		野菜の消費量
対 標準ラベル	**25**%上昇	**23**%上昇
対 健康に悪くないラベル	**41**%上昇	**33**%上昇
対 健康によいラベル	**35**%上昇	**16**%上昇

（考察） 野菜の調理方法に変化がないにもかかわらず、**嗜好性の高い説明文を使って野菜を表示することで**、基本的な説明文や健康的な説明文と比較して、**野菜を選択する人の数と消費する野菜の総量が有意に増加した。**
（Turnwald, B. P., Boles, D. Z., & Crum, A. J. (2017). ）

私たちは既存の世界観や信念に反する情報を捨てたり、無視したり、軽視したりする傾向があり、自分を正当化する情報に偏るため （確証バイアス） 自然保護メッセージは、他の関心事よりも優位に立つことのできる限界を認識しなければならない。**購入の意思決定の基準は、製品の性能、価格、健康性、安全性、入手可能性である。**これらの基準が満たされていれば、その製品がグリーンであることはボーナスかもしれないが、**これらの基準を満たさないグリーン製品は無視される傾向がある。**(The Behavioral Insights Team. (2019).)

①Rare, BIT. (2019). Behavior Change For Nature. Retrieved from https://rare.org/wp-content/uploads/2019/04/2019-Behavior-Change-for-Nature-Report-digital.pdf, P26 及び以下②、③を元に環境省が作成。
②The Behavioral Insights Team. (2019). Annual Update Report 2017-2018. Retrieved from https://www.bi.team/wp-content/uploads/2019/01/Annual-update-report-BIT-2017-2018.pdf, p7,p25
③Turnwald, B. P., Boles, D. Z., & Crum, A. J. (2017). Association between indulgent descriptions and vegetable consumption: twisted carrots and dynamite beets. JAMA internal medicine, 177(8), 1216-1218.