

「あいちデジタルヘルスプロジェクト」実証事業PR支援制度報告書

野菜をもっと食べようキャンペーン

事業者名 東芝データ株式会社

提案書作成日 2025年4月7日

実証事業の実施結果

実施内容

野菜摂取量測定器（カゴメ「ベジチェック」）にバーコードリーダーを取り付け、ヤマナカ豊橋フランテ館に設置。「スマートレシートID」のバーコードを読み取り、計測者の野菜摂取レベルと購買明細のデータを取得する。



検証ポイント

- ①野菜摂取啓発事業におけるデータ取得（取得可能データ、必須データ、取得手段）
- ②キャンペーン参加者の購買傾向分析が出来るのか？

地域健康キャンペーンなど
啓蒙・啓発、意識変革、行動変容

購買データ

ベジチェック



インセンティブ



地域を巻き込み、生活者が積極的に参加する健康増進への取り組み。

地域健康キャンペーン効果検証



指標：

- ・来店回数
⇒測定者/未測定者比較
- ・青果・野菜飲料・ALL
⇒各カテゴリー購入金額・購入点数

実証事業の実施結果

実施結果

- ・野菜摂取啓発事業のデータ取得は、想定通り達成できた。
- ・キャンペーン参加者の購買傾向分析の為のデータとして活用できる事を確認出来た。

ベジチェック測定者

月	回数（延べ）	@回数/日
1月	1,120	53
2月	1,017	36
合計	2,137	44

ID登録者

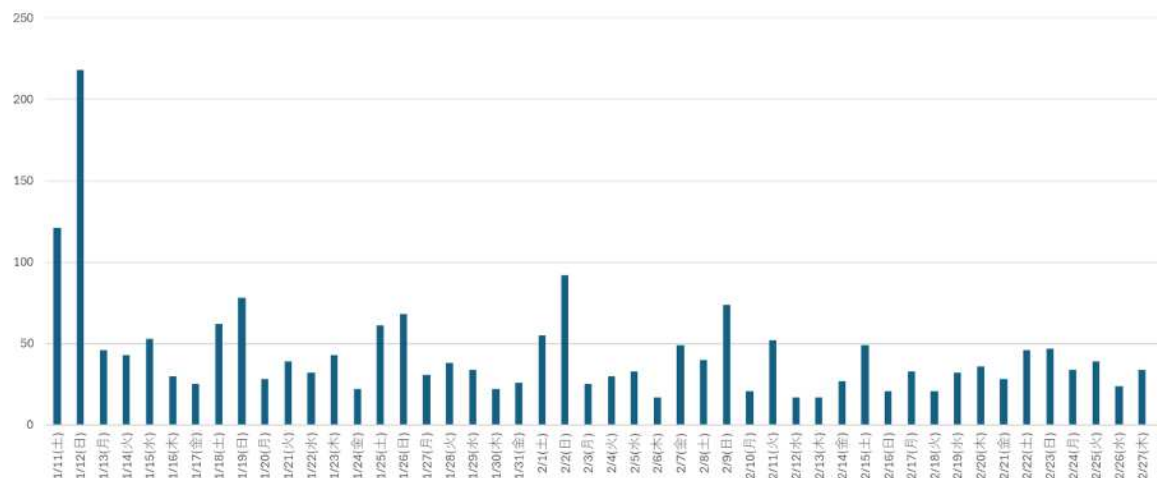
月	回数（延べ）	@回数/日
1月	218	10.4
2月	161	5.8
合計	379	7.7

ユニークID数 = 71名

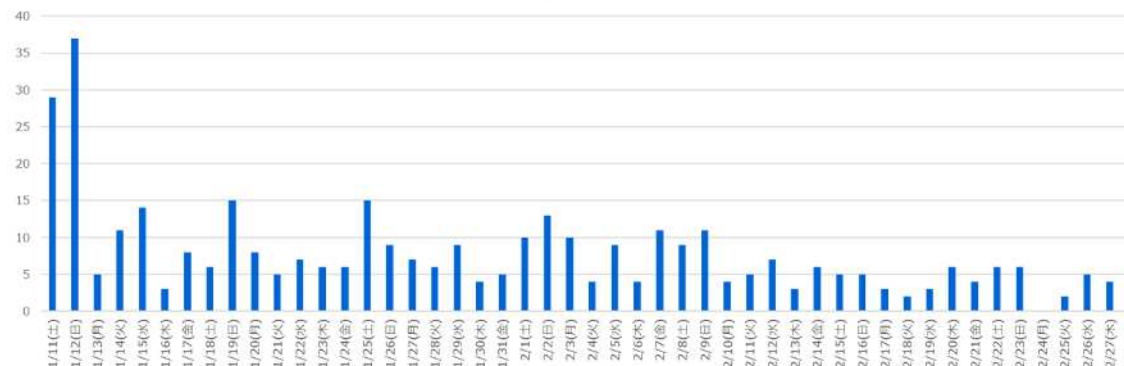
内、購買実績あり = 49名

分析対象者

測定人数



測定人数 (ID登録者)

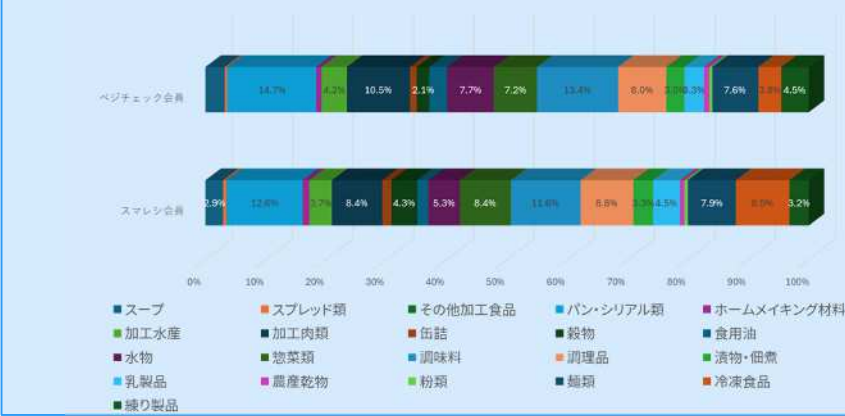


実証事業の実施結果

考察

- ① n 数が不足。（→対象小学区体験者は 2 名。）
- ②ベジチェック参加者の方が、冷凍食品購入比率が低い。
（農産品の購買差は確認できなかった。）
- ③ベジチェック参加者の方が、月間購買額が大きい。（送客効果が出た。）

購買比率の比較（加工食品）



月間購買額の比較

		1月度	2月度
スマートレシート会員	購入者数(延べ):人/月		
	購入金額:円/月		
	客単価:円/月	19,457	18,366
スマートレシート会員・ベジチェック登録	購入者数(延べ):人/月		
	購入金額:円/月		
	客単価:円/月	14,515	20,347
会員比率	購入者数(延べ):人/月	37%	33%
	購入金額:円/月	28%	36%
	客単価:円/月	75%	111%

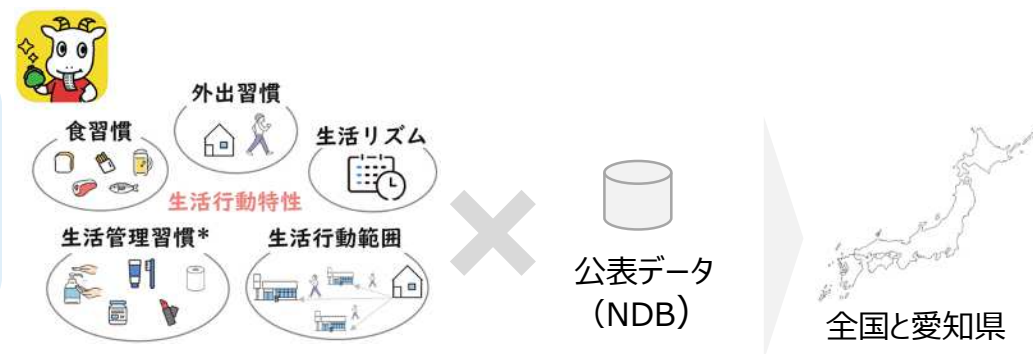
KPIの達成状況

	検証ポイント（課題確認）	推進施策（解決策）
利用者の視点	✓参加者獲得及びその施策（条件） ✓参加者メリット（継続利用の検証） ✓モニタ終了時のアンケート収集	✓目標50名に対して、71名で達成 ✓参加者インセンティブは確認出来た ✓継続サービス提供要求も確認
事業者の視点	✓送客効果 ✓売上拡大効果 ✓モニタ終了時のアンケート収集	✓送客効果、売上拡大効果を確認（購買額で有意性を確認） ✓継続意向を確認
自治体の視点	✓市民の健康増進 ✓市民の満足度	✓参加者からポジティブな声を確認 ✓保健所職員による支援は効果大

今後の方向性

1 購買データ利活用の価値検証

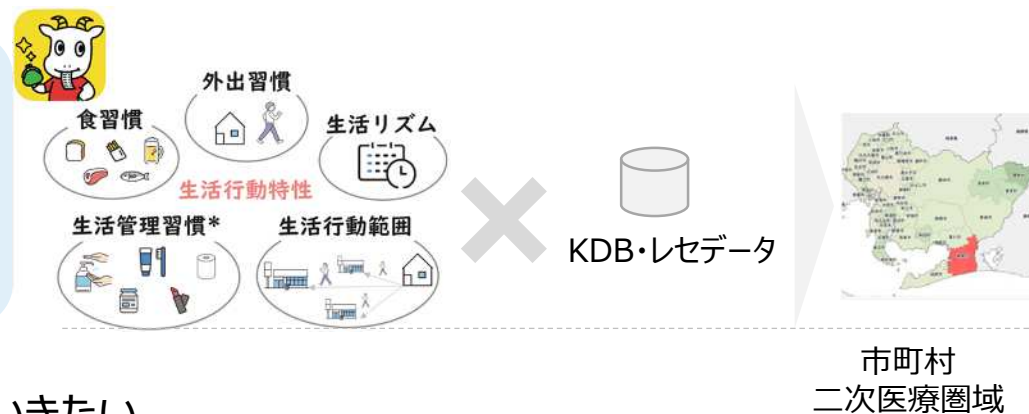
1. 購買データから生活行動特性を可視化（技術検証）
2. 健康課題と生活行動特性との関係性検証（意義検証）
 - 全国の公表値データを用いた検証



2 実データの活用による検証

地域健康課題分析の実践

1. 地域単位で健康課題と生活行動特性の関係性検証
2. 愛知県のKDB・レセプトデータ等を用いた検証
3. 市町村へ分析結果の説明と保健施策の支援（一部）



3 上記①、②の検証を、愛知県内基礎自治体と進めていきたい。

以上