

図2●厚生労働省が発行した「受診率向上施策ハンドブック」



閣議決定に先駆け、厚生労働省ではナッジ理論の解説とナッジを活用した受診率向上のポイントをまとめた「受診率向上施策ハンドブック」明日から使えるナッジ理論」(図2参照)と、がん検診等の受診率向上施策の好事例をまとめた「今すぐできる受診率向上施策ハンドブック」を公表。ナッジ

受診率向上等に
ナッジ理論の活用を図る

用による個人の行動変容促進」という項目を挙げ、「健診等の結果や案内の通知が個人の行動変容につながり、受診率向上が図られるよう、ナッジ理論も活用しつつ、健診データを分かりやすく本人へ提供するため、全体・平均値との比較や将来予測などの情報の充実を図る」ことを盛り込んだ。また、「成長戦略フォローアップ」においても、「疾病・介護の予防」の章の中で、「ナッジ理論等を活用した検診受診率の向上に向けた取り組み、受診率や有効性の向上のためのリスクに応じた検診の在り方について検討し、結論を得る」としている。

図3●大腸がんリピーター検診受診率の改善

Aグループ
利得フレームメッセージ

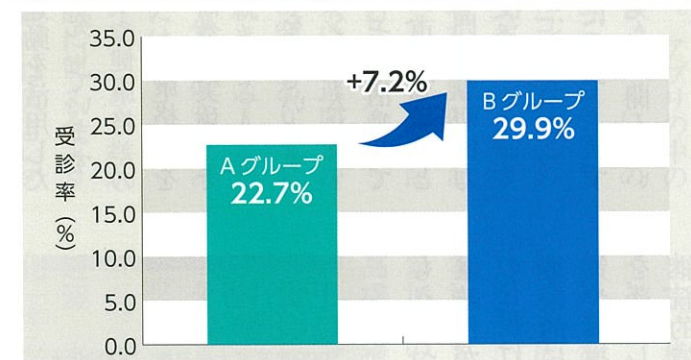
八王子市では、前年度に大腸がん検診を受診された方へ、「大腸がん検査キット」をお送りしています。

今年度、大腸がん検診を受診された方には、**来年度、「大腸がん検査キット」をご自宅へお送りします。**

Bグループ
損失フレームメッセージ

八王子市では、前年度に大腸がん検診を受診された方へ、「大腸がん検査キット」をお送りしています。

今年度、大腸がん検診を受診されないと、**来年度、ご自宅へ「大腸がん検査キット」をお送りすることができません。**



理論を活用した健康づくりの取り組みを奨励している。これらのハンドブックは、厚生労働省のホームページからダウンロードすることができる。

ハンドブックに掲載されたナッジ理論活用の事例を見てみよう。

■損失回避を利用した
大腸がん検査キット

大腸がんの発見には、毎年のリピーター受診が必要であることから、東京都・八王子市では、前年度受診者に採便容器の検査キットを送付。リピーター受診を促してきたが、受診する人は約7割だった。そのため、受診者を増やすために、大腸がん検診の案内通知にナッジ理論を活用した。具体的に

は、「大腸がん検診を受けると、来年も検査キットを送る」という利得を強調したもの(Aグループ)と、「大腸がん検診を受けなければ、来年は検査キットを送ることができない」という損失を強調した(Bグループ)2種類のメッセージで受診率を比較した。その結果、損失回避に働きかけたBグループの受診率は、Aグループよりも7.2%高くなった(図3参照)。行動経済学では、人は利益を得ることよりも、失うことを回避する気持ちが働く性質があるとされている。

■がん検診をオプション選択ではなくスタンダードに

特定健診とがん検診の違いについて受診者は深く理解していないため、特定健診を受ける際にあたりまえのようにがん検診もセットで受けられるようにすれば、がん検診の受診率は改善する。そこで、福井県高浜町では、いままですオプションに見えていたがん検診を検診セットのように見せることで、申込時の「選択肢」をなくし、集団検診の予約を促進させる施策を実施した。すると、従来の申し込み方式では36%だったのが、セットの申し込み式では53%まで増加した。意思決定のプロセスを減らして、簡単にできるしくみを用意したことで受診率の改善につながったと考えられる。

特集

ナッジ理論を活用した健康づくり

ナッジ理論とは、行動経済学で「人々に選択する余地を残しながらも、よりよい方向に行動を誘導しようとする手法」を指す。国は健康づくり施策にナッジ理論を活用し、人々が健康に留意した行動をとるよう、行動変容につなげる取り組みを推進している。そこで本特集では、ナッジ理論活用の現状を解説するとともに、ナッジ理論を用いた健康施策のあり方について、ウェブ座談会形式で専門家の意見を伺った。

よりよい方向に
行動を起こさせる手法

2017年に行動経済学者のリチャード・セイラー氏がノーベル経済学賞を受賞したことから、セイラー氏が提唱した「ナッジ理論」が注目されるようになった。行動経済学は「人間は必ずしも合理的に行動するわけではない」ということを前提に人間行動を観察して分析する新たな経済学で、ナッジ理論は行動経済学の理論の総称である。

ナッジには「ひじで軽くつつく」という意味があり、ナッジ理論は「人々に選択する余地を残しながらも、より方向に行動を誘導しようとする手法」「知らず知らずのうちに人々に行動を促すしくみ」と説明されている。

ナッジ理論の主な例としては、「人は権威ある人物、重要な人物からの情報に影響を受けやすい」「人はあらかじめ設定されたものに従う」「他の人がやっていることに影響を受けやすい」「目立ったり、自分に適していると思うものにひかれる」「約束を公表すると実行する」などがあり、ナッジ理論の活用とは、こうした人間の行動特性を念頭に置いた行動変容への働き

図1●EASTのフレームワーク

カテゴリー	内容
Easy	簡単である
Attractive	魅力的である
Social	社会規範となっている(皆がやっている)
Timely	時期は適切である

かけと言える。具体的な利用法としては、「かかりつけ医ががん検診を勧める」「保健指導は、『不参加』を選択しないかぎり、全員が受けるように設定する」などがある。また、人に行動を促すために効果的な条件として、簡単である(Easy)、魅力的である(Attractive)、社会規範となっている(Social)、時期は適切である(Timely)の4つが重要という「EAST」のフレームワークもある(図1参照)。

国の健康づくり施策にも
ナッジ理論を活用

ナッジ理論は、国の健康づくりの施策にも活用されている。これまで国は、多くの労力をかけて疾病予防や健康づくりのプログラムを推進してきたが、不健康な生活習慣を変えようとしにくい、いわゆる健康無関心層の行動変容につなげるまでの成果には至らず、課題を抱えていた。また、健康に関心のある人と無関心層の間で健康格差が拡大することも問題視してきた。そこで、「人は必ずしも論理的判断で動くのではなく、しばしば直感的、感情的に意思決定をして行動する」という行動経済学の考え方をナッジ理論に着目し、これらを健康づくり施策に活用することで、無関心層の行動変容を促すための取り組み強化に乗り出した。

ナッジ理論の活用を施策に取り入れるため、国は2019年6月に閣議決定された「成長戦略実行計画」の中に、「ナッジ理論の活

特別座談会

ナッジ理論を用いた健康施策のあり方

【ご出席者(敬称略・五十音順)】

- 甲斐裕子 (公財) 明治安田厚生事業団 体力医学研究所主任研究員
- 近藤尚己 東京大学大学院医学系研究科健康教育・社会学分野准教授
- 高橋勇太 横浜市健康福祉局生活福祉部保険年金課担当係長/横浜市行動デザインチーム YBIT
- 福田吉治 帝京大学大学院公衆衛生学 研究科教授

行動を選択する環境づくりにナッジ理論を活用

福田 健康づくりや公衆衛生の分野で、ナッジ理論が注目を集めています。本誌では2019年4月から1年間にわたり、「ナッジ入門」健康づくりにおける行動経済学の応用」の連載をしてきました。

そこで今回は「ナッジ理論を健康施策にどう生かせばよいか」をテーマに、専門家の方々によるウェブ座談会を開催します。まず、皆さまの自己紹介をお願いします。

甲斐 明治安田厚生事業団体力医学研究

所主任研究員の甲斐です。運動を活用した心身の健康づくりについて研究しています。

近藤 東京大学で社会疫学や健康格差の研究をしています。最近、健康格差を減らすための地域での介入研究の実施とその評価なども行っています。

高橋 横浜市役所で保健師をしています。あわせて、横浜市行動デザインチーム YBIT (ワイビット) のメンバーとしても活動しています。 YBIT では、横浜市有志職員と行動経済学や公衆衛生の専門家等が協力して、行政の中にナッジを浸透させていく取り組みをしています (https://ybit.jp)。

福田 ナッジ理論の活用について、まずそれぞれのお立場でのご意見をお聞かせいただきたいと思います。

高橋 人の行動にかかわることであれば、ナッジは何かしら貢献できると思います。公衆衛生の分野では、予防接種、健診、食事、運動、禁煙、地域参加、受診行動、災害対策などに応用できると思います。

甲斐 運動や身体活動促進の分野の施策においては、少しずつ研究は進んでいます。現場ではまだナッジはそれほど取り入れられていない印象です。

近藤 ナッジを施策に応用していくことは重要だと思います。ナッジを使うときに大事なポイントは2つあり、一つは、「人々が選択するための環境をつくる」ということです。セイラー氏は、「Choice Architecture」という言い方をしていますが、施策にせよ、地域の環境にせよ、それをデザインするた

運動・スポーツの現場は簡単(Easy)が重要

福田 ナッジ理論を現場で活用するには、どうしたらいいのでしょうか。本誌の読者には行政関係者や運動指導者が多くいますので、運動やスポーツの分野でどのように応用したらいいか、ご意見をいただけますか。

甲斐 「歩数を測定すると歩数が増える」という研究はよく知られていますので、歩数測定はシンプルなナッジだと思います。スマホでも歩数測定できますし、アプリを使えばインセンティブ等の複数のナッジを組み合わせて行うことが可能です。企業が社員の健康管理

甲斐 裕子

【かい・ゆうこ】
1999年筑波大学卒業。2003年九州大学大学院修了。2004年明治安田厚生事業団体力医学研究所入所、2016年より現職。専門は運動疫学、健康教育学など。

めの考え方としてナッジがあるので、「こうすれば、思わずこういう行動をとるだろう」というように、個人の意図と反する行動を起こさせるトリックととらえるのは危険だと思います。

もう一つのポイントは、「単独のナッジには継続性がない」ということです。一つひとつの仕掛けはおもしろくても、一人に対して継続的に効果があるわけではないため、施策や環境全体のデザインの中に複数のナッジを落とし込むことが大切です。サービスを継続的に展開するときも、複数のナッジを連続的に、計画的に盛り込み、長い目でマネジメントすることが重要だと思います。

理のために、昼休みに体操教室を開催したりしていますが、人が集まらないといった声も聞かれますので、一人ひとりの参加日を事前に決めるといったやり方で、参加者を増やすといった使い方はできると思います。

高橋 NHKの体操番組「みんなで筋肉体操」の中の「あと5秒しか腕立て伏せができません」という声かけが、ナッジとして知られています。「損失回避」の気持ちを利用したもので、「あと5秒しかないから頑張ろう」という気持ちになります。こういう声かけは有効です。

ナッジ理論の「EAST」を運動にあてはめて考えると、簡単(Easy)にできることが重要です。私は以前専門家と協力して「ひざ痛予防体操」をつくりました。体操自体は特別なものではないのですが、たった5分でできる簡単なプログラムにしたことが成功して、10年経過したままでも地域で続けられていますし、ユーチューブでも10万回近く再生されています。魅力的(Attractive)にするためにインセンティブをつける、ほかに何か情報を発信するときは手書きにする

ナッジ理論を盛り込んだアプリは身体活動量増加の可能性大

と相手の心に入りやすい、といったことも一つの手法です。また、結婚や退職、転入等の心機一転を図るタイミング(Timely)な時期にアプローチをすると人の行動は変わりやすいと言われています。

最近、身体活動量を増やすためのアプリがいろいろ出てきていますが、これは大きなチャンスだと思えます。なぜかと言うと、アプリの場合、行動環境をデザインするコストはとても安く、大勢の人にメッセージを一度に届けられるからです。アプリの中の一つのナッジの効果がなくても、すぐに次のナッジを設定できるので、トライ&エラーもしやすいし、エラーしたときのコストも低いので、マーケティングもしやすいです。「スマホに入れて持ち歩ける」「行動が自動的に記録される」というのも長所です。また、記録があるので評価ができるのも大きなメリットです。「ポケモンGOの効果は6週間しか続かない」というアメリカの研究がありますが、属性によって効果が長続きする人とならない人がいるはず。もう少し研究を深めて、「こういうタイプの人には、こういうしくみでいく」というようなことがわかると、ナッジ理論をより効果的に使えるようになるでしょう。アプリの可能性は大きい

ポイント制は効果があるか?

福田 身体活動量を増加させたり、健診受診率を高めたりするために「ポイント制」を導入している自治体があります。ポイント制はナッジ理論活用の一例だと思いますが、これについてはどう思われますか。

甲斐 ポイント(インセンティブ)があると歩数が増えることは研究でも明らかになっています。ただ、自治体として、「持続可能な取り組みなのかどうか」という点が気になります。横浜市では「よこはまウォーキングポイント」という事業をやっていますが、運動が好きで市民だけが参加していると、健康格差を広げてしまうという結果になります。「従来、歩数が少なかった人がこの事業への参加がきっかけで歩くようになった」など、参加者の属性の分析が大事だと思います。

高橋 横浜市では、さまざまな側面から分析し、その結果を活用しています。ポイント制自体はいいと思いますが、持続可能性や調整のコストを考えると、企業等との連携は必須だと思います。そのときに、皆がウインウインになるようなしくみをつくるのが重要だと思います。

近藤 ポイント制は、報酬を数字で「見える化」するツールの一つにすぎないので、使い

近藤 尚己

【こんどう・なおき】

2000年山梨医科大学卒業。2006年ハーバード大学公衆衛生大学院研究フェロー、山梨大学講師等を経て、2012年より現職。近著「健康格差対策の進め方」。

と相手の心に入りやすい、といったことも一つの手法です。また、結婚や退職、転入等の心機一転を図るタイミング(Timely)な時期にアプローチをすると人の行動は変わりやすいと言われています。

高橋 勇太
【たかはし・ゆうた】
2010年京都大学卒業。横浜市鶴見区役所、健康福祉局高齢健康福祉部を経て、2018年より現職。横浜市国民健康保険の保健事業に携わる。2019年2月にYBIT立ち上げ。

うだと思えます。「見える化する」「明確な基準がある」ことは大きな強みなので、見える化をしたうえで、うまくナッジを使っていくことが大切です。

よい方向に活用する
ために参考になるのは、ゲームの世界です。最近、ゲーミフィケーション(Gamification)という言葉をよく聞きますが、これは「社会的な課題解決をゲーム仕立てで行う」ということです。ポイント制は、みんなが健康行動や社会的に好ましい行動をしたときに、そのことをポイントでほめてあげて、それが実際の価値になって還元されると、うまく使えると思えます。

しかし、注意点もあります。ゲーム業界では「お金の換金できるポイント制には長期的効果がない」と言われています。これは、仕掛ける側の財政力に限界があるので、魅力的な褒賞を用意できずに飽きられてしまうからです。しかし、インセンティブはお金以外にもたくさんあって、「社会的に認められる」「人のためになる」などに気持ちよさを感じてもらおう方法もあります。フェイスブックでは、「いいね」をもらううれしさが継続の動機づけになっています。このように、ソーシャルというのはゲームの重要な要素です。そこをポイントで「見える化」してナッジを活用することで、健康づくり

に使えるのではないかと思います。

行政で取り入れやすいのは通知見やすくして行動を後押し

福田 自治体でナッジ理論を活用する際、どのように取り入れ、また、どのような点に注意すべきでしょうか。

高橋 行政で取り入れられているナッジの多くは「通知」です。理由は、あまりコストがかからず、実践して結果が出る可能性が高いためです。健康づくりを推進するための事業はたくさんあるのですが、市民の方々にあまり届いていないのが課題です。通知等を見やすくして、人々の行動をよりよい方向に後押しできるのが大事だと思います。

注意点としては、①倫理的配慮をすること ②効果検証をすることが挙げられます。また、ナッジを過信しすぎないこと、手段と目的を混同せずに、何のためのナッジかを考えることも重要です。ナッジによって促す行動の結果の考察も必要です。ある方向では行動を促せたけれど、一方でマイナス要素が出てくる可能性があります。たとえば、「避難してください」と促したところ、避難所に人が集まりすぎて収容可能人数を超えてしまった、という場合などです。

甲斐 大きな視点での話になりますが、「健康に暮らせる町づくり」というような都市設計にナッジの視点は重要だと思います。歩いて行ける距離に駅があったり、歩道が整備されている地域に住んでいる人は歩数が多いことがわかってきます。つまり歩いて

暮らせる街づくりをすることで、身体活動を高めることができます。産業振興や環境政策とも相性がいい取り組みだと思います。

近藤 私が行政と組んで活動するときには、コミュニティの組織化を大事にしています。地域住民、企業、事業者などを巻き込んで、コミュニティ全体が一つの組織になっているのが重要だと思います。この組織には社会的弱者の人の代表も入れることが、倫理的にも健康格差対策のためにも重要です。組織ができて、実際に何をやるのか、という局面でナッジを応用していきます。ナッジを使ったプロジェクトを行うときに倫理的に重要な点は、「サブプリミナル効果のように、知らないうちに行動をコントロールしよう」ということです。行政は、「このプロジェクトはこういうねらいがあって実施する」ということを事前に宣言する必要があります。

もう一つ、健康に無関心な層には健康以外の価値をアピールすることも重要です。大阪大学の村松真宏先生が提唱する仕掛け学の3要素の一つに「目的の二重性」というのがあります。健康づくりをしてほしいときには、健康以外にも、たとえば「人と交流する」「リフレッシュする」などの価値を訴えてアプローチすることも大事だと思います。

ナッジの視点で政策の洗い出しと見直しを

福田 ナッジ理論を用いた健康施策の未来

ナッジ理論を使うことが大切だと思います。

ナッジ理論を知り活用を楽しんでみる

福田 最後に、一言ずつお願いします。
近藤 ナッジを活用した環境づくり、政策づくりは、健康格差対策におけるとてもパワフルなツールだと思います。健康格差の縮小は、国全体の健康づくりの目標になっていますので、どうやったら健康格差を縮めるためにナッジを活用できるかを、いま一度、一緒に考えていただきたいと思います。

高橋 ナッジの活用を考えるのは楽しいことです。仕事をするときにはワクワクするということ感覚は大事だと思うので、多くの方がナッジの視点を取り入れた事業を実践し、それを共有していただきたいと思います。ナッジを活用する仲間を増やして、取り組みを進めていけたらと思います。

甲斐 ナッジ理論を知ること、運動に関心のない層にも働きかけることができると思うので、運動指導者にもナッジ理論を知っていただきたいと思っています。ナッジを知らば、運動指導の武器が一つ増えます。

福田 本日は有意義なご意見を聞かせていただき、どうもありがとうございました。

福田 吉治
【ふくだ・よしはる】
1991年熊本大学卒業。国立保健医療科学院、山口大学医学部等を経て、2015年より現職。専門は社会疫学、ヘルスプロモーション、保健政策など。

※本座談会は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため4月上旬にオンラインで行いました。

について、ご意見をお聞かせいただけますか。
近藤 いまの政策の中には、行動経済学やナッジ理論の観点からすると効果が期待できないものがあります。それを洗い出して、人の行動の特性に合った政策に変えていくとよいと思います。行政だけでなく、健康づくりに携わる機関や組織は、「自分たちのアプローチが届けたい人に届くものになっているかどうか」を疑い、ナッジの考え方を試してみたいと思います。

甲斐 「このナッジを使えば、みんな運動するようになる」という効果を期待されているようですが、魔法のようなナッジはありません。いろいろなナッジを組み合わせたことが重要です。ナッジの視点をもつと、いままでとは違った戦略が見えてくるはずです。

高橋 ナッジは、分野を超えた共通言語になる性質があるため、その長所を生かして、多くの部署でトライ&エラーを繰り返して、それらを共有するしくみができると思います。

新型コロナウイルス感染症拡大防止とナッジ

福田 新型コロナウイルスの流行で大変な時期です。この時期をよりよく過ごすこともらうためにナッジを利用できないかと思うのですが、いかがでしょうか。

高橋 市民にどういったメッセージを出すかについては、社会的規範や利他性に訴える等の議論もありますが、まずはシンプルに、わかりやすいメッセージを出すことが大事だと思います。

甲斐 運動の機会は激減していますので、生活不活動が蔓延していることが心配です。また在宅勤務の人も多いので、その中で体を動かすにはどうしたらいいのか、ナッジを使った情報発信が必要だと思います。まずメッセージはシンプルにする必要があります。「30分ごとに立ち上がろう」などが考えられます。また、多くの人がやっていることとまねてみたくないので、エクササイズ動画を配信する際には、「オンラインフィットネスが流行している」ことを強調するのもいいかもしれません。

福田 外出を制限するため、国は非常事態宣言を出しましたが、人の行動はなかなか変わりません。そこに、ナッジを使える要素があると思います。たとえば、ニュースで「自粛している人が多い」ことを積極的に報道すれば、テレビを見ている人は自分も同じように行動しようと思うでしょう。

近藤 新型コロナウイルスの流行は、放置すれば健康格差を広げてしまうと思います。自分で行動できるだけの資源をもっている人が優位になり、弱い立場の人はより不健康になってしまおうでしょう。新型コロナウイルスの感染リスクも高いですし、感染後の医療アクセスは低いでしょう。外出制限による悪影響を避けるリソースも少ないと思います。実際にどうなのかというデータはまったく出ていないので、まずそこを「見える化」することが大事です。いろいろなアプリ系のビッグデータを公的に利用して、幅広い視点で分析することが進んでいます。社会的弱者をどう守るかを考え、そのために