

ナッジを活用した身体活動促進

公益財団法人 明治安田厚生事業団 体力医学研究所 主任研究員 甲斐裕子

■身体活動促進のナッジの必要性

日本人の歩数は、「健康日本21（第二次）」の目標値には1,200～1,800歩足りません。一方、大半の人が「歩くことは健康によい」と知っています。つまり、健康によいと伝えるだけでは身体活動を増やすことは難しく、「自然と歩きたくなる」ことや「結果として体を動かしていた」という仕掛け（ナッジ）が求められています。

■階段利用を促すナッジ

ナッジの提唱者リチャード・セイラー氏は講演等で、代表的ナッジとして「ピアノの階段」を紹介しています。階段をピアノの鍵盤に模することで人々の興味を引き、階段利用を促すナッジです。

最近、日本でも駅の階段の左右に選択肢を表示し、そこを通ることで“投票”させると、階段利用者が約7%増えたという社会実験が発表されました。これらを参考にすると、掲示板を設置するなど、つい通りたくなる工夫を階段に施せば、階段利用者を増やすことができそうです。

■日常の歩数を増やすナッジ

歩数計測は、身体活動促進の強力なナッジです。加えて、歩数に応じてポイントや景品がもらえる仕組みが、多数行われています（インセンティブ）。さらにグループで競争したり、キャラクターが育ったりというゲーム的要素とも好相性です（ゲーミフィケーション）。研究も進んでおり、歩数増加には「チーム内での競争」や「自分の順位やポイントの迅速なフィードバック」等が有効との知見が集積されつつあります。さらに、「先にポイントを与え、歩数が目標未達ならポイント没収」が効果的とする報告もあります（損失回避）。

健康をうたわず、純粹に楽しむことが目的の歩数や位置情報を使ったゲーム（ポケモンGO等）でも歩数は増えます。また、歩道の整備等による歩きやすいまちづくりも歩数増加のナッジと言えるでしょう。これらは、健康に関心の薄い層も巻き込めるアプロー

チとして、今後の発展が期待されます。

■座りすぎを解消するナッジ

便利になった現代の新たな健康課題が「座りすぎ」です。多くのウェアラブルデバイスは、一定時間座っていると「立ち（歩き）しましょう」というアラートが出ます（プロンプティング）。企業では、部署全体で時間を決めて時報を鳴らし、一斉に立ち上がるユニークな取り組みもあります。さらに、昇降式デスクを設置する企業も増えています。このデスクを退社時に上昇させてから離席すると、立ち作業が増えると報告されています（デフォルトオプション）。

■職域でできる身体活動促進のナッジ

企業では、他にもナッジが実践されています。

- ①通勤をアクティブ化：自家用車以外（公共交通機関や自転車）での通勤や、スニーカー通勤の奨励・補助。「〇曜日はスニーカーデー」として、歩きやすい靴での通勤を“デフォルト”にしている企業や、遠い駐車場ほどスペースを広くして駐車を誘導し、歩く距離を増やそうという取り組みもある。
- ②活動的なオフィス環境づくり：オフィスレイアウトも身体活動をナッジする要素。通路を回遊型にして共用席を増やすと、歩数が増える可能性がある。
- ③職場での運動サポート：オフィスに自由に使える運動器具を設置することや、壁や床に体を動かすことを促すサイン（ストレッチ用の手形や歩幅を測るライン等）を表示する。
- ④運動時間を会社が確保：勤務時間中や昼休みを延長して運動することや、運動のための定時前退社を許可するなど、会社が運動するための時間を“投資”する。

■身体活動促進のナッジの課題

身体活動によって健康効果を得るには継続が必須です。「知らず知らずに体を動かす」ナッジは魅力的な半面、ナッジがない場面では、不活動な人は不活動なままです。つまり、ナッジしつつ健康リテラシーを高めることも考える必要があるのではないのでしょうか。