

- ・時間選好…将来の大きな報酬より、今すぐの小さな報酬を選ぶ。（例：半年後の15,000円より今の10,000円）
- ・オプトイン（選択して参加）とオプトアウト（選択して参加しない）…参加を申し出させるより、不参加を申し出させる方が参加は多い。（例：ジェネリックの処方方はオプトアウトにして増加した。）

## 行動経済学とナッジの応用例

### ★健診、保健指導への応用の一例

- ・Messenger（メッセンジャー）：権威的な重要な人からの情報に影響を受ける。（例：医師、首長、社長などからの健診や保健指導を推奨するメッセージを発信する。）
- ・Incentives（インセンティブ）：行動すると得をする・しないと損をする。（例：健診受診でポイントを付与する。）
- ・Norms（規範）：他人がやっていること（社会規範）に影響を受ける。（例：健診や保健指導を受けることを当たり前、その雰囲気・風土の醸成。）
- ・Defaults（初期設定）：あらかじめ設定されたものに従う。（例：健診や保健指導を受ける時間・場所を指定し、変更を可能にする。）
- ・Salience（顕著性）：自分に適していると思うものに惹かれる。（例：「あなただけに」やパターン別の案内にすると自分はそれだと思わされる。）
- ・Priming（潜在意識）：潜在意識が行動のきっかけになる。（例：繰り返しの情報提供やキャンペーン、医師からの一言など。）
- ・Affect（感動・情動）：感動するものに惹かれる。（例：早期にがんが見つかった体験談の掲載など。）
- ・Commitment（約束の公表）：約束を公表すると実行する。（例：家族などに健診受診や保健指導利用を約束する。）
- ・Ego（楽しみ）：自分に都合のよい、心地よいことを行う。（例：ゲームアプリを取り入れたり、新しいデバイスを使った保健指導を行う。）

## 行動経済学とナッジを応用するには？

### ① 先行事例を横展開する

他の企業や健康保健組合、自治体での事例は条件が異なるため応用できないことも多いが、ナッジの取組は比較的予算がかからず小規模で実施できるため横展開がしやすい。

### ② ナッジの視点から見直しと改善を行う

見直したい取組・事業を決定し「チェックリスト」で確認することで見直しと改善策を考えることができるが“誰にどんな行動をとってほしいか”明確にすることが最も重要である。

カテゴリー	内容	○・△・×
Messenger	メッセンジャー	権威のある、あるいは重要な人からのメッセージになっているか？
Incentives	インセンティブ	その行動をとらないと損するように思えるか？ あるいは、インセンティブやペナルティはあるか？
Norms/Social	規範	多くの人がやっているように思えるか？
Defaults	デフォルト	あらかじめ設定されたもの（初期設定）になっているか？
Salience	顕著性	目立ったり、自分に合っているように思えるか？
Priming	プライミング	潜在意識に働きかけているか？
Affect	感情	感情に訴えるものになっているか？
Commitments	コミットメント	公約したり、約束したりするようになっているか？
Ego	エゴ	自分に都合のよい、あるいは心地よいものか？
Easy	簡単	簡単であるか（簡単に思えるか）？
Attractive	魅力的	魅力的か（魅力的に思えるか）？
Timely	時期	時期は適切か？

## グループワーク（演習）

講義内容を踏まえ「ナッジを活用した職場の健康づくりを考えよう」をテーマに、グループに分かれ、EAST、MINDSPACEというナッジの枠組みに沿って話し合いを行い、ターゲットを絞り、取り組む必要性を学んだ。（内容は研修後に、全グループ分を共有）



## 終わりに

ナッジと聞くと「シグナル＝情報提供型ナッジ」の印象が強いが、実は「仕組み＝仕組み型ナッジ」が重要である。保健指導で情報提供するだけでなく、デフォルト型ナッジと組み合わせることが効果的であるため、仕組みづくりを考えてもらいたい。

また従来の行動科学と行動経済学、両方が大事で競合するものではない。お互いに補完し合いながら活用することが望ましい。

# 令和6年度特定健診・特定保健指導に関する研修会

青森県保険者協議会主催の特定健診・特定保健指導に関する研修会が市町村の保健師等を中心に114名と多くの方々の参加のもと、令和6年8月23日（金）青森県労働福祉会館にて開催されました。今回はその内容の一部をご紹介します。

## 講演



木下 竜一 氏

### 第4期特定健診・特定保健指導の見直しについて

厚生労働省保険局医療介護連携政策課医療費適正化対策推進室きのしたりゅういち木下竜一氏を講師に迎え「標準的な健診・保健指導プログラム（令和6年度版）」の主な変更点や特定保健指導の実績評価体系の基本的な考え方等についてご講演いただきました。

## 講演・演習



福田 吉治 氏

### ナッジ理論を活用した行動変容について

帝京大学大学院 公衆衛生学研究科 教授 みくがよしはる福田吉治氏を講師に迎え、ナッジ理論を活用した行動変容について、演習（グループワーク）を取り入れ、ご講演をいただきました。

## 行動経済学とナッジとは

「行動経済学」とは人間が必ずしも合理的には行動しないことに着目し、伝統的な経済学ではうまく説明できなかった社会現象や経済行動を、人間行動を観察することで実証的にとらえようとする新たな経済学のことである。

「ナッジ」とは人々を強制することなく、望ましい行動に誘導するシグナルまたは仕組みのことをいい“そつと後押し”“肘で押す”“知らず知らずに”“行動インサイト”などと表現される。

## 行動経済学とナッジが必要な理由

- ①人は知識はあっても「わかっちゃいるけどやめられない、やれない」もの。知識を得るだけでなく「わかっているにもかかわらず、やめられる、やれる方法」が行動変容につながる。
- ②健康行動は学歴、所得、地域などの影響を受けることから「健康格差」の視点が必要である。例えば、ポピュレーションアプローチでは、リスクの低い者（＝健康な人）のリスクはさらに低下し、リスクの高い人（＝不健康な人）のリスクは変わらないため、格差を拡大させることにもつながる可能性がある。行動経済学やナッジの応用は、社会経済的状况等にもよらず、ヘルスリテラシーや健康への関心が低くても健康行動につながるため、健康格差の縮小につながるのではないかと。

## 行動経済学とナッジの基本的考え方

ナッジ理論では、人の考え方の特徴に以下のようなものがあるとしている。

### ★行動経済学の主な理論

- ・**選択回避・選択肢削減の法則**…豊富すぎる選択肢は意思決定を阻害する。（例：24種類のジャムを売る店より6種類のジャムを売る店の方が売れる。）
- ・**フレーミング**…同じ内容でも、表現の仕方によって受け取り方が異なる。（例：助かる確率90%vs亡くなる確率10%）
- ・**希少性バイアス**…少ないほど魅力的。（例：「品切れ」「期間限定」「地域限定」）
- ・**アンカリング**…事前情報（数値など）に引きずられてしまう。
- ・**損失回避**…人は損をしたくない。「損失による満足度の低下」は「利得による満足度の増加」より大きい。（例：喜びが大きいのは？500円をもらうvs1,000円もらって500円なくす。）