

心理学を活用した 職場の健康づくり

今日から使える楽しいナッジ！

青森県立保健大学 博士(健康科学) 竹林 正樹

問
Mさんは40代男性。運動不足でタバコもお酒も大好きで、食事も不規則...と健康リスクが8つあります。これらの健康リスクを全部解消すれば、Mさんの労働生産性は何%上がるでしょうか？

答 26〜32% (出典: Bales et al, 2004)

社員が不健康だと会社の業績も悪くなります。今や社員への健康支援は福利厚生だけでなく、経営の重要事項です。とはいえ現場からは「せっかく健康支援したのに、社員は全然健康行動しなかった」という声も聞かれます。

そこで、楽しく効果の上がる健康支援法「ナッジ」を紹介します(注1)。ナッジを簡単に説明すると、**相手が持つ「いやりたくない心理」をくすぐって健康行動へ動かすアプローチ**です。提唱者がノーベル賞を受賞して以来、ナッジは政府や地方自治体、企業でもどんどん採用されています。ナッジを理解するため、課題を解いてみましょう。

課題1
あなたは病院の事務長。感染症が流行したので、ロビーに手指消毒液を置き、感染症注意の貼り紙もしましたが、利用者は少ないです。どうすれば皆が消毒液を利用するでしょうか？

消毒の必要性をわかっているのに利用しない人が多く、規則、罰金、啓蒙、啓発など、いろんな手を打りましたが、利用率は上がりませんでした。こんなときこそナッジの出番です。

解決策
真実の口のレプリカの中に消毒液自動噴霧器を設置したら、多くの人が手を入れました。

(出典: 大阪大学医学部附属病院WEB)

ここでは真実の口に入れたくなる心理に訴えたところ、効果がみられました(注2)。次は肥満問題を考えます。

課題2
あなたはホテルの管理者。肥満の清掃員が増え、いつも体調が悪そうです。どうすれば減量するでしょうか？

肥満の人に減量を説得するのは大変です。でも、ナッジを使うことで、コストをかけずに1か月で平均0.8kgの減量に成功しました。

解決策
清掃員に対して「あなたの日常業務はO k c a rの運動に相当し、目標運動量まであとO k c a r、あとO分の運動で到達できます」と教えました。(出典: Cum, Langer, 2007)

ゴールが近づいているとわかると、やる気が出てくるものです。例えば2つのポイントカードを受け取ったとイメージしてください。どちらもあと4ポイント集めると景品がもらえますが、ゴールまでの近さを感じるのはBの方です。多くの場合Bの方が早くゴールに到達します。この課題でも清掃員は目標まであと少しとわかって、運動量を増やした可能性があります。

★ポイントカードA★

1	2	3	4
---	---	---	---

景品GET!

★ポイントカードB★

済	済	済	済
済	済	済	済
済	済	済	済
済	済	済	済
17	18	19	20

景品GET!

課題3
あなたは健保組合の事務員。がん検診のお知らせハガキを送ってもなかなか受診してもらえません。どうすれば受診率が上がるでしょうか？

ナッジを使って受診率を3倍にした解決策を紹介します。

解決策
ハガキを「私は□月□日□時□分に受診します」と自分で欄を記載する様式に変えました。(出典: 厚生労働省WEB)

これは「自分で決めて、自分で書いたことは簡単に変えたくない」という心理に訴えかけるナッジです。様式を工夫したら受診率が3倍に——これがナッジの力です。ナッジは企画する側も支援を受ける側もストレスが少ない、皆に喜ばれるアプローチです。ナッジは今日も多くの企業で社員の健康づくりに役立っています。御社もぜひ、始めてはいかがでしょうか？

※今回はナッジで自然に健康行動を促す方法を紹介しましたが、私はナッジを用いた健康教育に力を入れています。興味のある方は、「竹林正樹 ナッジ」で検索か、下記のQRコードへアクセスくださると嬉しいです。(注1)ナッジは広い分野で使われますが、ここでは健康支援に特化します。(注2)私はこのような仕掛けもナッジに含めて解釈しています。



竹林 正樹
青森市出身(古川中学校卒)
健康行動経済学研究者。
全国で企業や自治体での健康づくり研修講師やコンサルティングも行っています。