

ナッジで従業員の健康活動をそっと後押し

～行動デザインで健康経営を次のステップへ～

第 5 回「ナッジを活用する際のコツと注意点」

(第 5 / 全 6 回)

株式会社 NTT データ経営研究所
西口 周

前回までに、健康経営にナッジを応用する方法をご紹介しましたが、今回はナッジを活用するためのポイントや注意点をご紹介します。

ナッジを活用する際の注意点として、「本人によってより良い選択を」というナッジの目的が見失われ、結果的に悪いナッジとなりかねない事例がしばしばあります。

誘導者の利益を優先し、誘導したい選択肢以外を極端に選びづらくするナッジや、誤解を利用して誘導する等の倫理的に問題があるナッジを「スラッジ（＝ヘドロ）」と世界的に呼ばれています。

特に、民間企業がビジネス目的にナッジを活用する際には、購買者の利益よりも企業の利益を優先する傾向があることから、本人が望まぬ行動を促すスラッジとならないような注意が必要とされています。

例：お試しセットの購入かと思ったら、知らぬ間に定期購買に移行していて、月額料金を支払わされた。規約内に、気づかないくらい小さな文字で定期購買自動移行の旨の記載があった（デフォルト設定のスラッジ例）等。

したがって、闇雲にアイデアを並べるのではなく、以下に示す「ナッジ活用の 3 原則」を意識しながら、施策へのナッジ活用を検討するようにしましょう。

- ① 誘導する行動は、対象者の利益・健康・幸福を増進するものでなければいけない
- ② 透明性を確保しなければならない／ミスリードさせてはならない
- ③ 離脱は容易でなければならない

【Richard H. Thaler による、ナッジの活用者が守るべき 3 原則】 筆者作成

ナッジ活用の 3 原則

目的	<p>1 誘導する行動は、対象者の利益・健康・幸福を増進するものでなければいけない</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 誘導者にとっての利益を優先してはならない
手段	<p>2 透明性を確保しなければならない／ミスリードさせてはならない</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 科学的な証拠に基づき誘導法を設計し、説明責任を果たす仕組みを整える ➢ 対象者を誤解させる、または誤解による誘導をしてはならない
	<p>3 離脱は容易でなければならない</p> <ul style="list-style-type: none"> ➢ 初期（デフォルト）設定の選択枝からの離脱は、ワンクリック程度の容易さが望ましい

出典：Richard H. Thaler. The Power of Nudges, for Good and Bad. The New York Times (2015)をもとに、NTTデータ研が作成

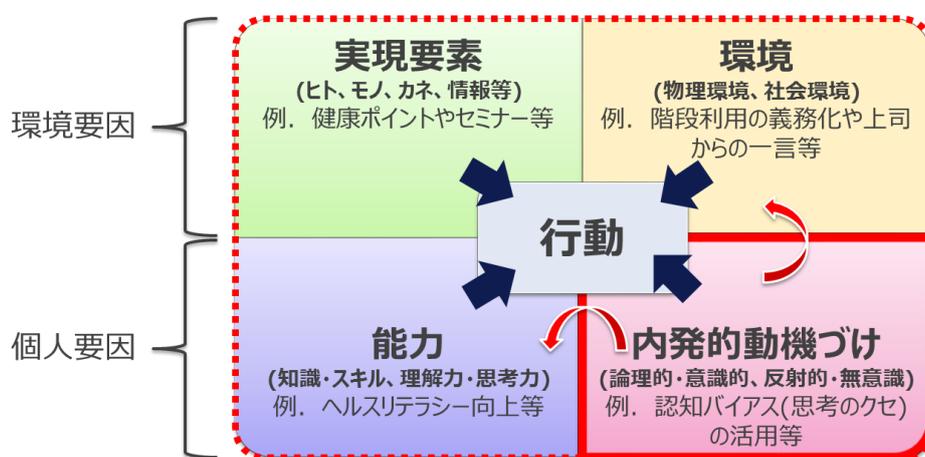
また、ナッジは「一つ的手段であって、ナッジ活用自体が目的ではない」という視点を忘れないことが重要です。国際的には、「ナッジ単独で必ずしも効果が出るとは限らない」「ナッジは効果が持続しにくい」等のナッジの課題もあげられています。

つまり、ナッジを活用することにこだわるのではなく、「従業員の健康行動を促進する、継続させる」という目的を達成するために、環境へのアプローチやポイント制度等の様々な方法を選択することが重要になります。

ナッジを活用した本人へのアプローチよりも、家族や同僚等を巻き込んだ取り組み開始・継続のサポート体制を構築したり、社長やかかりつけ医から受診を勧奨する等、環境面からのアプローチが効果的な場合もあります。

もしくは、ナッジと組み合わせた両面からアプローチするほうが効果的な場合もありますので、目的を達成するために「施策を試しに実践」→「効果を検証」→「施策の改善」を何度も繰り返しながらブラッシュアップすることを心掛けましょう。

【行動促進のためのナッジを含む構造的なアプローチのイメージ図】 筆者作成



ナッジによる「内発的な動機づけ」のみでなく、様々な要因・施策との組合せで、行動を促す

いかがでしたでしょうか。ナッジを活用する際には、「健康な自分に近づくことができる」等の本人にとって望ましい行動に結びつくかどうかを常に意識することが重要です。

次回（最終回）は、これまでの内容を踏まえた「これからの時代の健康経営」について、総括したいと思います。

株式会社 NTT データ経営研究所 ライフ・バリュー・クリエイションユニット

シニアコンサルタント／博士（人間健康科学）、理学療法士

西口 周（にしぐち・しゅう）

<https://www.nttdata-strategy.com/>

出所：東京商工会議所 健康経営倶楽部メールマガジン 2020年5月5日掲載