

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 6 回「これからの時代の健康経営」

(最終回／全 6 回)

株式会社 NTT データ経営研究所
西口 周

今回が本コラムの最終回となります。これまでの内容を振り返りながら、健康経営にナッジを活用する意味を総括したいと思います。

これまでも紹介した通り、ナッジとは先延ばし傾向や損失回避、同調傾向といった人間の心理的なクセを逆手に取り、望ましい行動へと「そっと後押し」して「行動のきっかけを与える」手法であり、継続的なダイエットや禁煙等ができない人々の行動を自然と促す可能性があるとして、注目を集めています。

自身の健康にとって望ましい行動であっても、「行動させる」「やめさせる」メッセージでは心理的な抵抗が働き、非合理的な意思決定をしてしまう（行動しない）ことが多いです。

そこで、ナッジを活用することで心理的な抵抗を軽減し、「自然と行動できる」を促すことが、これからの時代の健康経営を成功させるポイントだと考えます。

昨今の新型コロナウイルス感染拡大の予防対策でも、国民の「行動変容」という言葉が、非常に注目されています。当初は、「不要不急な外出を自粛しましょう」「オフィスへの出勤を控えましょう」等のメッセージが発信され、心理的な抵抗が働き、逆効果になる事例も見受けられました。

しかし、「“おうち時間”でできることを見つけよう」「医療従事者の方々のために、Stay home」「自分のために、みんなのために」等の利得フレームや社会的規範を活用したメッセージが多く打ち出され、国民の自粛モードが自然と高まることにつながったと考えられます。

メッセージを発していた方々がナッジを意識しての発信だったかは分かりませんが、ナッジ的アプローチで行動のきっかけが生まれた事例として、大変参考になると思われます。

健康経営による、従業員の健康状態改善や業績向上等の経済効果が出てくるまでは時間がかかると思われれます。

まずは健康行動を後押しする手段の一つとしてナッジを活用してみて、従業員が健康活動に「興味を持つ」「取り組んでみる」「継続してみる」をそっと促してみたいかがでしょうか。

健康経営の実効性より高いものとなるよう、健康投資効果の検証やインセンティブ措置等の様々な仕組みを国も検討しており、外部環境や制度面からのアプローチも健康経営の推進を後押ししてくれています。ナッジと組み合わせることで、健康経営の効果がより高まることも期待できますと思われる。

【経済産業省「健康経営の推進について（令和2年4月）」】

https://www.meti.go.jp/policy/mono_info_service/healthcare/downloadfiles/180710kenkoukeiei-gaiyou.pdf

新型コロナウイルス感染症の副次的な影響として、在宅勤務等による運動不足や肩こり・腰痛、精神的ストレスが増加しています。今こそ、新しいライフスタイルの中で実践できる、ナッジ等を活用した新しい健康経営を始めてみませんか。従業員一人ひとりの努力が皆さまの企業に良い効果をもたらし、社会全体が健康な人々で溢れて明るい社会になることを期待しています！

半年にわたる全6回のコラムをご愛読いただきまして、ありがとうございました！

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6月2日掲載