

令和元年度奈良県市町村看護職員協議会全体研修会（概要）

◇研修会の開催

令和元年12月4日（水）13時30分から、奈良県市町村会館8階大研修室において、奈良県市町村看護職員協議会と本会との共催で、令和元年度奈良県市町村看護職員協議会全体研修会が開催された。

講師に、青森県立保健大学 竹林 正樹氏、株式会社キャンサーズキャン 森田 憲弘氏を迎え、奈良県内の保健師・看護師等専門職、及び事務職計49名が参加された。

◇講演及びグループワーク

竹林 正樹氏と森田 憲弘氏により、「ナッジ理論を活用した受診率向上策」をテーマとして講演及びグループワークがなされた。

最初に、ナッジ理論とは「自発的に良い行動を選択するように促す仕掛けのこと」で、例えば、不法投棄の多い場所で「看板の設置」や「罰金の設定」をしても、不法投棄は減らなかったが、「鳥居のイラスト」を描いたら不法投棄が減った等事例を引用しながらの説明があった。

2010年ごろ、米国で政策に採用され、日本でも2017年に環境省で採用された。2019年日本政府にてナッジ理論が採用され、地方自治体でも積極的に採用されだしている。

ナッジ理論の活用した特定健診受診率向上だが、生活習慣を手放す苦痛は、健康を得る喜びよりも2倍以上大きくなる。受診行動への人を動かすための選択肢は3つある。

選択肢①：健康教育

ヘルスリテラシーを高め、自律的選択をする人間へと育てる。3つの選択肢の中で最も重要であるが、正論による説得だけでは限界がある。

選択肢②：インセンティブ

健康教育による正論では限界があるので、魅力的な誘い（インセンティブ）で行動変容を誘う。しかし、インセンティブの魅力が手放す苦痛を上回る必要がある。

選択肢③：ナッジ

絶妙な仕掛けで心をくすぐり、良い行動へと背中を押す。

代表的な3つのナッジについては、最初に受けた刺激がその後の判断に影響（プライミング効果）、みんなと同じ行動をしたくなる心理（同調効果）、自分で決めると実行したくなる心理（コミットメントと一貫性）との説明があった。

さらに、ナッジを効果的に使うための4つのポイントとして、**Easy**（簡単）、**Attractive**（魅力的）、**Social**（正しい行動を示す）、**Timely**（タイムリー）がそれにあたる。

グループワークでは、1テーブル3～4人に分かれ11グループで、ナッジを用いたサンプルの広報の修正案について検討した。講師からの解説で、広報に記載されている表現等について説明があった。例えば、「特定保健指導、お忘れではありませんか？」という表現について、住民は忘れていたわけではなく、「特定保健指導利用勧奨通知」といった義務感のある表現が効果的である。「指導」という言葉にあまりよいイメージを持たないので、「あなたは〇〇市健康プログラム（健康チャレンジ）の対象者として選ばれました」といった良い表現に変える工夫もある。文字のフォントについては、丸文字などカジュ

アルなイメージよりも、明朝体等の義務感を出す方がより効果的であるなど、実践的なグループワークが行われた。

参加者からのアンケートでは、「相手を知ることが何よりも大切であることがわかった。ナッジを活かした取り組みをしていきたい」、「少し視点を変えるだけで心理に訴えかけることができることを理解した。職場に持ち帰りたい」等意見をいただいた。

