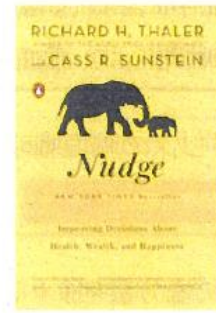


ナッジ理論：実践行動経済学

別紙⑤

- ノーベル経済学賞のリチャード・セイラー氏が提唱。「背中を押したり、肘で軽くつつく」といった意味。
- **選択肢をうまく設計・配置**することによって、人の背中を押すように、人々に**適切な選択をさせる**ことやその手法を指す。
- イギリスやアメリカでは、政府において「ナッジ・ユニット」が設置され、研究が進んでいる。



(活用事例)

- 男性トイレの小便器に的となる絵を描いて飛散を防ぐ
- 電車で座席に近い色の濃い部分に足を置くように促す
- 臓器提供カードの「提供の意思なし」と書かれた欄にチェックしなければ自動的に「提供の意思あり」とされる（欧州の例）

生活習慣病対策での活用事例

Slim by Design: Serving Healthy Foods First in Buffet Lines Improves Overall Meal Selection

Eric Muehlenkamp, Andrew S. Hsieh

PLoS ONE

野菜が最初に配置されているカフェテリア

- ピュウフェの**75%**の客は、最初に目に入った食べ物を取る
- 客が取った食べ物の**66%**は、最初の3品で占められている

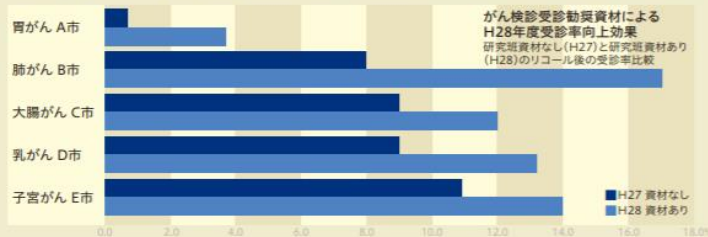
ソーシャルマーケティングやナッジ理論に基づくがん検診受診勧奨資材を提供しています by国立がん研究センター

別紙⑥

国立がん研究センターでは、行動科学やソーシャルマーケティング手法を活用し、効果的ながん検診受診勧奨資材を開発してきました。資材は、本ハンドブックで紹介したナッジ理論のエッセンスが随所に盛り込まれており、これまで1,000以上の市区町村から500万人以上に送付され、

多くの自治体で受診率が数倍に増加しています。資材の利用は無料です。ぜひ、積極的にご活用下さい。詳細は「希望の虹プロジェクト」HPをご覧ください。

「ソーシャルマーケティングを活用したがん検診の普及プロジェクト」<http://prev.ncc.go.jp/kenshin/>



がんは、早期発見すれば90%以上が治ります。

ぜひ、この機会にお受けください。

あなたが発見できるがん検診がわかります。検査する年齢も覚えてください。

がん検診センター

参考資料 木南裕樹