



高齢者の社会参加を促すには「得より損」： ナッジを活用したメッセージで社会参加活動の関心が 2 倍に

「社会参加しないと損するかも…」そんな一言が、高齢者の心を動かす鍵になるかもしれません。東京都健康長寿医療センター研究所の村山洋史研究副部長らの研究チームは、行動経済学に基づく“ナッジ”の手法を用いて、高齢者の社会参加意欲を高める効果的なメッセージを検証しました。

○ 発表内容の概要

高齢期の健康長寿を支える柱として「社会参加」が注目されています。その中でも地域活動への参加（以下、社会参加活動）は、孤立の予防や心身の健康維持に寄与することから、近年ますます重要性が高まっています。しかし、「きっかけがない」「時間がない」「人間関係が面倒」などの理由で、多くの高齢者が活動参加への第一歩を踏み出せずにいます。一方で、参加を促す方法は、例えば「社会参加活動は健康づくり・いきがいくりにつながります」といった社会参加活動の好影響を周知するパンフレット作成程度にとどまっています。

このような現状のもと、村山洋史研究副部長らの研究チームは、行動経済学に基づく「ナッジ」に着目しました。ナッジとは、人々の行動を自然に後押しするアプローチであり、これまでに健診（検診）受診や食生活の改善といった望ましい健康行動を促す手法として効果が示されています。今回は、ナッジの手法の一つである「メッセージフレーミング」（情報の見せ方の工夫）を応用し、「どのようなメッセージが高齢者の社会参加活動を促すのか」を観察研究によって明らかにしました。

結果、「社会参加活動をしないと、あなたにとって損である」といった“損失に訴求したメッセージ”が、特に社会参加の経験がない高齢者の態度や意欲を高める可能性があることが分かりました。研究成果は、国際学術誌 *BMC Public Health* に掲載されました。

○ 研究目的と方法

本研究では、地域活動参加を促すメッセージが参加への態度や意欲にどう関連するかを検証しました。対象は、新潟県十日町市と山形県川西町に住む 65 歳以上の高齢者 1,524 人でした。対象者を 4 つのグループにランダムに割り振り、以下に示す社会参加活動に関する異なるメッセージを読んでもらった上で、参加への態度や意欲を尋ねました。

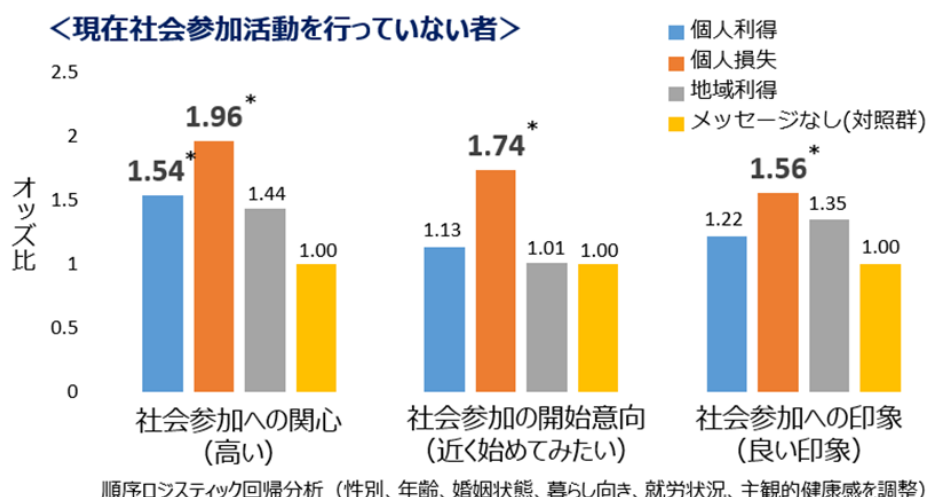
- ① 個人利得メッセージ（あなたが社会参加活動をすることで、やりたい事が継続でき、自己負担の医療介護費が抑制される）
- ② 個人損失メッセージ（あなたが社会参加活動をしなければ、やりたい事を諦めることになり、自己負担の医療介護費が高くなる）
- ③ 地域利得メッセージ（あなたが社会参加活動をすることで、地区に住む人同士のつながりや絆が強まり、皆が元気に安心して住み続けられる）
- ④ 対照群（メッセージなし）

○ 研究成果の概要

対象者の中で、社会参加活動を行っている者といない者は半数ずつでした。注目すべきは、社会参加活動を行っていない者に関する分析です。3つのメッセージのうち、個人損失メッセージ群は対照群に比べ、

- 社会参加活動への関心：1.96 倍
- 社会参加活動の開始意向：1.74 倍
- 社会参加活動への印象：1.56 倍

高いという結果でした（図）。個人利得メッセージも関心の高さと関連していましたが、個人損失メッセージに比べると、その関連は弱いものでした。



一方で、すでに社会参加活動をしている人に対しては、どのメッセージも大きな違いはありませんでした。既に行動している人はすでに高い意欲を持っているため、効果が出にくかった可能性があります。

○ 研究の意義

本研究は、「社会参加を促すにはどのようなメッセージが効果的か」という実践的課題に、エビデンスをもって答えた国内初の大規模研究です。特に、社会参加活動をしていない人に対しては、「参加しないことリスク（＝損失）」を強調したメッセージが、関心や行動意欲の向上に有効であることを示しています。これは、人間が持つ「損失回避バイアス」と呼ばれる認知バイアスと深く関係しています。私たちは、何かを得たときの喜びよりも、同じ価値のものを失ったときの苦痛を 2～3 倍強く感じる傾向があると言われています。社会参加活動をしらないことによる損失に訴求したメッセージによって、関心、意欲、印象が強く刺激された可能性があります。

メッセージフレーミングは、制作コストが極めて低く、広く展開しやすいという利点があります。今後、国や自治体等が行う広報活動や介護予防事業などにおいて、効果的なメッセージの設計が求められる中で、非常に重要な知見となります。なお、今回の知見を用いた無作為化比較試験による大規模介入研究（損失に訴求したパンフレットを読んでもらうと、本当に社会参加活動に参加するようになるのかを検証する実験）も実施しており、近く結果を公表予定です。

＜論文情報＞

Murayama H, Sasaki S, Takahashi Y, Takase M, Taguchi A. Message framing effects on attitude and intention toward social participation in old age. *BMC Public Health*. 2023; 23:1713.

<https://doi.org/10.1186/s12889-023-16555-1>

（問い合わせ先）

東京都健康長寿医療センター研究所
社会参加とヘルシーエイジング研究チーム
研究副部長（テーマリーダー） 村山洋史
電話 03-3964-3241（内線 4269 または 4247）
Email: murayama@tmig.or.jp