

## 第2章 基礎情報の整理

---

1. ナッジとは
2. 地方公共団体におけるナッジ活用の意義・目的
3. ナッジ活用に係る基礎知識
4. 効果検証の必要性
5. 倫理的配慮の重要性

## 第2章 基礎情報の整理

### 1. ナッジとは

#### (1) 用語の定義

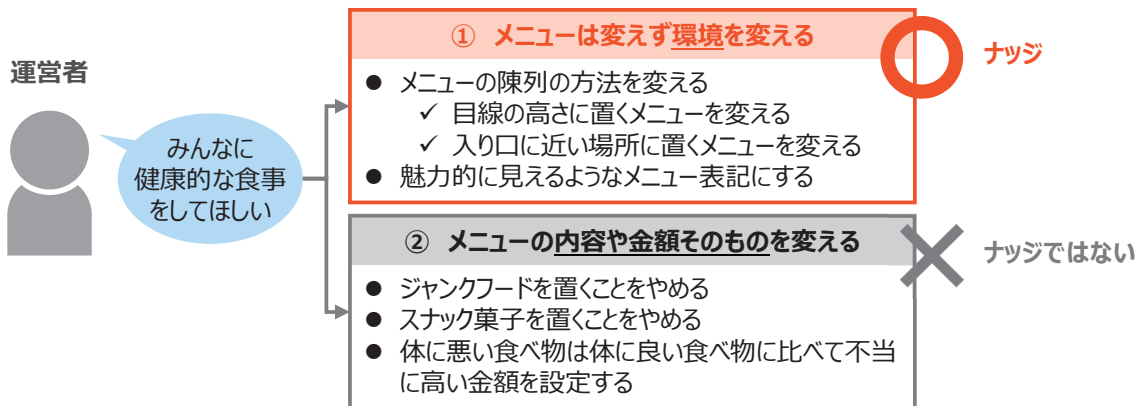
「ナッジ (Nudge)」とは、英語で「ひじで軽くつつく、背中を押す」という意味を持つ言葉である。行動科学の知見を活用した行動経済学の分野では、ここから転じて、人々がより良い選択肢を自発的に選択できるように後押しする手法のことを指している。ナッジの考え方が広まったのは、行動経済学を専門とするシカゴ大学のリチャード・セイラー教授（以下「セイラー」という。）が2017年のノーベル経済学賞を受賞したことがきっかけである。セイラーとハーバード大学のキャス・サンスティーン教授（以下「サンスティーン」という。）が2008年に出版した著書「Nudge」においてその定義を示している。

われわれの言う「ナッジ」は、選択を禁じることも、経済的なインセンティブを大きく変えることもなく、人々の行動を予測可能な形で変える選択アーキテクチャーのあらゆる要素を意味する。純粋なナッジとみなすには、介入を低コストで容易に避けられなければいけない。ナッジは命令ではない。

出所：リチャード・セイラー、キャス・サンスティーン著 遠藤真美訳「実践行動経済学 健康、富、幸福への聡明な選択」(日経BP社、2009<sup>1)</sup>)

具体的にナッジと呼べるものとしてしばしば取り上げられるのがビュッフェの例である。ビュッフェの運営者がみんなに健康的な食事をしてほしいとき、①メニューの内容は変えずに環境を変えるか、②体に悪いものを食べないようにメニューの内容や金額を変えるのか、といった異なる対応策が存在する。この例では、選択肢（メニューの内容）は変えずに環境を変えることで人々が望ましい行動をとるようにする①はナッジであるが、②は利用者の選択肢を狭めたり、経済的なインセンティブを変えていたりするためナッジとは言えない。

図表2 ナッジの例



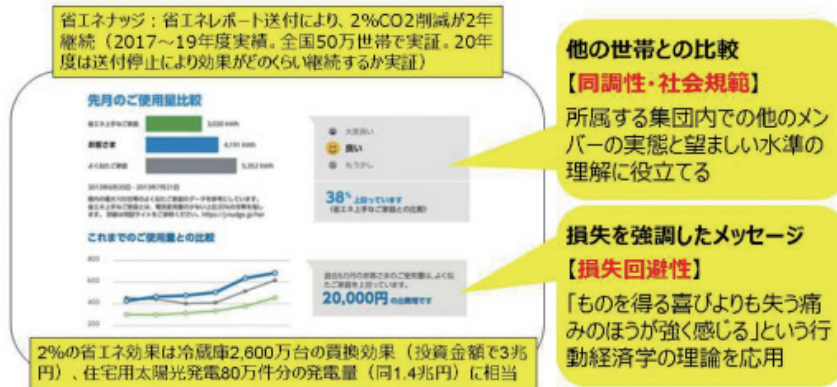
出所：リチャード・セイラー、キャス・サンスティーン著 遠藤真美訳「実践行動経済学 健康、富、幸福への聡明な選択」(日経BP社、2009) をもとに株式会社日本総合研究所作成

<sup>1</sup> 邦訳の出版年

我が国において公共政策にナッジを取り入れているケースとして省エネルギー対策の例がある。この例では、各家庭に配布する省エネレポートにほかの世帯と比較して自分の家庭がどのような状態なのかを示すメッセージを挿入した。これは、社会規範を尊重する人間の心理的な癖を活用したり、人数や家族構成の類似しているほかの家庭と比較してどの程度電力支出が多いのかを示すことで、金銭を失ったような感覚となり、その損失を回避しようとする行動の傾向を利用したりするものである。

このように、単に「省エネルギーに向けて対策をしましょう」というメッセージを出すのではなく、伝え方等をデザインすることで一人一人が最適な選択肢をとるようにそっと後押しすることがナッジである。

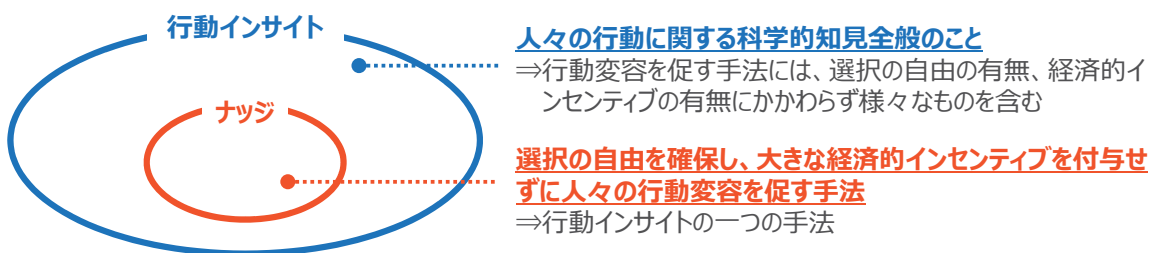
図表3 省エネ行動促進を目的としたナッジの活用例



出所：環境省「ナッジとは？」（環境省ウェブサイト「日本版ナッジ・ユニット（BEST）について」）より引用<sup>2</sup>

なお、ナッジは、その基となっている行動経済学の知見を生かした行動変容の手段の一つである。そのため、世界的にはより広い概念である「行動インサイト（Behavioral Insights）」という用語が用いられることもある。行動インサイトにはナッジに限らず、選択の自由の無いもの、経済的インセンティブを付与するものなどのさまざまな手法が含まれる点に留意が必要である。

図表4 行動インサイトとナッジの違い



出所：株式会社日本総合研究所作成

<sup>2</sup> [http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/nudge\\_is.pdf](http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/nudge_is.pdf)

## (2) ナッジの特徴

先述のセイラーとサンステーションによるナッジの定義等を踏まえると、ナッジが有する5つの特徴を整理できる。

図表5 ナッジの特徴

### ①選択の自由は行動主体に残されている

ナッジは、行動主体がより良い選択をするための後押しをするちょっとした工夫のことである。強制的に特定の選択肢を選ばせたり、あるいは選択肢そのものを恣意的に操作したりするものではない。

### ②経済的なインセンティブを大きく変えることはない

税制や補助金のように経済的な条件を大きく変えるものはナッジとは定義されない。ポイントの付与等の小さなインセンティブを除外するものではないが、人によって大きい小さいかの判断基準が異なるため一律の定義の設定は難しい。ただし、経済的インセンティブだけを行動の理由とするような手法はナッジではない。

### ③行動経済学の知見に基づく手法である

心理学、社会学及び脳科学の考え方を経済学に取り入れた行動経済学における理論がナッジの基礎である。現実社会のさまざまな誘惑等に左右される人間の不合理な意思決定の傾向を科学的に分析して構築された理論をもとにしている。

### ④環境をデザインする

行動主体が望ましい行動や選択をとれるよう、選択を行う環境をデザインすることがポイントである。これは、ナッジの分野において“環境アーキテクチャー”と呼ばれることもある。選択が容易になる環境や望ましい行動を選択しやすいメッセージの出し方を設計することが重要である。

### ⑤他の政策を補完する手法の一つである<sup>3</sup>

政策の観点から見ると、伝統的な手法（普及啓発や情報提供等の「情報的手法」、補助金等の「財政的手法」、及び法律等による規制・緩和等の「規制的手法」）を補完する位置づけとして捉えられている。各手法のメリット・デメリットを勘案しながら適材適所に活用していくこと、またその機能が最大限に発揮されるような適切な設計を行うことが重要である。



出所：日本版ナッジ・ユニットBEST 「[ナッジ]とは？」<sup>4</sup>をもとに株式会社日本総合研究所作成

<sup>3</sup> 日本版ナッジ・ユニットBEST 「年次報告書（平成29・30年度）」（2019年3月）<http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/report1.pdf>

<sup>4</sup> <https://www.env.go.jp/content/900447800.pdf>

## 2. 地方公共団体におけるナッジ活用の意義・目的

### ① 政策が伝わりやすくなる<sup>5</sup>

良い政策を立案しても、その政策が対象者に行き届かなければ意味がない。ナッジを活用しようと思った場合、まずは人々の意思決定や行動の状況や背景を分析し、どこにボトルネック<sup>6</sup>が存在するかを考えることから始まる。人々の心理的・行動経済学的特性を踏まえて、ボトルネックに対して働きかけができるような設計をすることが必須となることから、ナッジは個人の認知・思考に政策が直接的に届けられる工夫であるとも言える。

### ② ほかに方法ではアプローチが難しい課題に対応することが可能になる

我が国でのナッジの活用は、医療・健康分野や環境分野で先行して事例形成が進んでいる。その理由は、これらの分野では法令や規制等による行動の強制が難しいからと考えられる<sup>7</sup>。例えば、検診の受診勧奨の場合、受診しない人に罰則を与えることや、反対に受診した人に報酬を与えることはできない。

そのため、規制や補助などの既存の手法が活用しづらい分野でこそ、ちょっとした工夫で個人個人の行動を促し、それによって社会としても望ましい方向へ導けるナッジの活用が期待される。

### ③ 科学的理論に基づいてこれまでの経験則が説明可能になる

ナッジで用いられる手法は、ナッジとして意識されていなくても、伝え方や表現方法の工夫の一環として既に実践されていることがある。“なんとなくこうすればよくなる”という自治体職員の感覚の中で蓄えられている工夫を、ナッジであると理解・説明することで、ほかの職員にその知見を共有し、ほかの分野や課題にも応用可能性が広がる。また、行動経済学の理論に基づいているため、なぜ人々がそのような行動をとるのか、その過程や考え方に対して客観的な説明を付すことが可能となる。経験の中で時間をかけて習得しなければならなかったさまざまな工夫を、理論的に学べることも一つの意義になる。

### ④ 低いコストで効果が得られる

ナッジの特徴の一つは「経済的インセンティブを大きく変えない」であると紹介した。特定の行動に対して報酬を与えることも、反対に行動をとらなかったことに対して罰金を徴収することもない。政策の場合には、補助金等の財政的手法ではないため直接的な支出を伴わない。また、検討にかかる人件費や委託費を新たに確保せずともちょっとした工夫でよりよい行動を選択してもらう環境をデザインすることもできる。

公共政策におけるナッジは、「より良い選択」が行動者本人にとっても好ましく、かつ政策的に望ましい方向性となるようにデザインされるものであることから、ナッジが適切に働きかけを行える環境ではコストをかけずに望ましい政策効果を上げることが期待されている。

<sup>5</sup> 東北学院大学准教授 佐々木周作「自治体現場のための政策ナッジ入門」（2021年4月6自治体国際化フォーラム「ZOOM UP 世界の「ナッジ」事情～行動変容をそっと後押しするコツ～」）[http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf\\_378/04\\_sp.pdf](http://www.clair.or.jp/j/forum/forum/pdf_378/04_sp.pdf) なお、佐々木准教授の所属は2021年時点のものであり、本調査を実施した2022年時点では大阪大学准教授となっている。以下同一の出所において同じ。

<sup>6</sup> ここでは、「障害」や「障壁」の意。

<sup>7</sup> 大阪大学大竹文雄教授へのヒアリングに基づく。

### 3. ナッジ活用に係る基礎知識

#### (1) 行動経済学の基礎理論

##### ① 行動経済学とは

ナッジは行動経済学の分野において証明された理論に基づいて構築されている。ここでは、行動経済学とは何か、また、ナッジを活用するにあたって理解しておきたい人間の意思決定に関する代表的な理論を紹介したい。

まず、行動経済学とは、心理学、社会学及び脳科学の考え方を経済学に取り入れた学問分野の一つである。従来の経済学は、完全な人間、つまり把握し得るすべての情報を総動員して、すべての意思決定を合理的に下す人間を学問の対象としてきた。しかし、実際の社会では、我々人間は失敗や後悔することがあるように、すべての判断を合理的にできるとは限らない。例えば、ダイエットをしたいと思っても計画どおりに進まない、将来の生活のために計画的に貯蓄をしようと思ってもなかなかできない、あるいは夏休みの宿題を先延ばしにしてしまうなどの行動は典型的な非合理的な人間の行動である。

すなわち、人間の意思決定は、合理的に物事を判断できる完全無欠な人間の意思決定とは一定の傾向をもって異なる形で下されることが現実である。これを「意思決定の癖（バイアス）がある」と言う。この傾向を理解することで、我々の意思決定をより合理的なものに近づけられる可能性があると考えられている。

望ましい選択ができない理由には、「望ましい選択だとわかっていても自制心が弱い」、「競合する選択が存在するため迷ってしまう、あるいは誘惑に負けてしまう」又は「望ましい選択を認識していない」などが存在する。政策にナッジを活用するにあたっては、このようなバイアスを十分に理解した上でその思考や判断に対して最適なコミュニケーションの方法を設計する必要があるだろう。

②以降では、このバイアスを理解するために重要となる理論を概説しているが、ここで取り上げる行動経済学の理論や分類はあくまでも一説でありこのほかにもさまざまなものが存在することに留意いただきたい。

##### ② プロスペクト理論

プロスペクト理論とは、さまざまなリスクがある状況において意思決定をするにあたり、そのリスクが発生する確率等に対する認知の傾向をモデル化した理論である。特によく知られている特徴が「確実性効果」と「損失回避性」である。

#### ア 確実性効果

例えば、以下の2つの例を考えてみたい。

##### 【パターン1】

80%の確率で4万円をもらえる場合と、100%確実に3万円がもらえるくじを想定する。どちらを選ぶ人が多いだろうか。

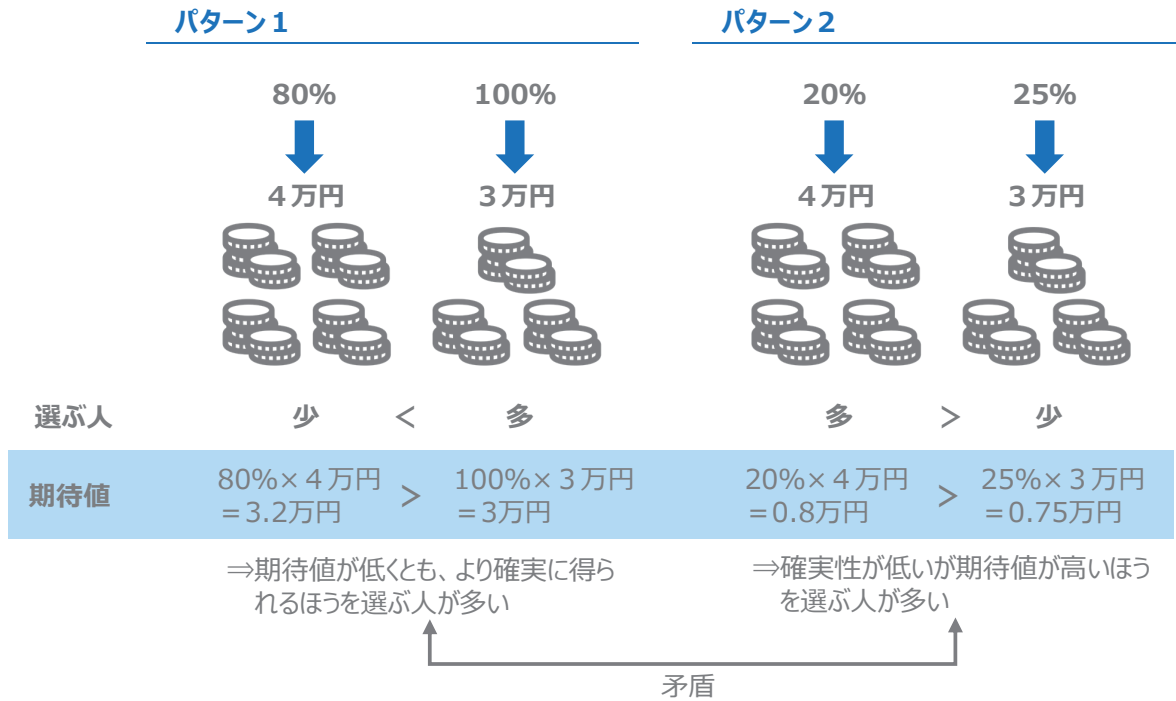
##### 【パターン2】

20%の確率で4万円をもらえる場合と、25%の確率で3万円をもらえるくじがあるとする。この場合にはどちらを選ぶ人が多いだろうか。

出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」（岩波新書、2019）をもとに株式会社日本総合研究所作成

過去の多くの実験の結果から、パターン1の場合には後者を、パターン2の場合には前者を選ぶ人のほうが多いことが知られている。しかし、確実性を判断基準にするのであれば、パターン1で100%のほうを選んだ人は、パターン2でも25%のほうを選ぶはずであるにも関わらず、実験結果は異なる結果になっていることが分かる。

図表6 確実性効果



出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」（岩波新書、2019）をもとに株式会社日本総合研究所作成

これが確実性効果と呼ばれる理論の考え方であり、80%や90%のような比較的高い確率の場合には実際の確率よりも低く感じる一方で、10%や20%の場合のほうは実際の確率よりも高く感じる傾向がある。つまり、100%という確実に発生する状態から少しでもその確率が下がると大幅に低下してしまったように感じ、確実に発生しないという状態である0%よりも少しでも確率が上がった場合にはその確率を過大評価しているのである。

この理論は、例えばワクチン接種におけるリスクの伝え方などにも応用できる。1%の確率で副作用等のリスクが発生するものは、「100人中99人には副作用が発生しません」と伝えたほうが、「100人中1人には副作用が発生します」と伝えるよりも、リスクを小さく感じるだろう。

イ 損失回避性

人は損失を嫌う傾向にある。その思考の癖を損失回避性と呼ぶ。  
以下の具体例を想像してみる。

【パターン1】

コインを投げて表が出たら2万円もらい、裏が出たら何ももらわないというくじと、確実に1万円もらえるくじの場合、どちらをひくことを選ぶ人が多いだろうか。

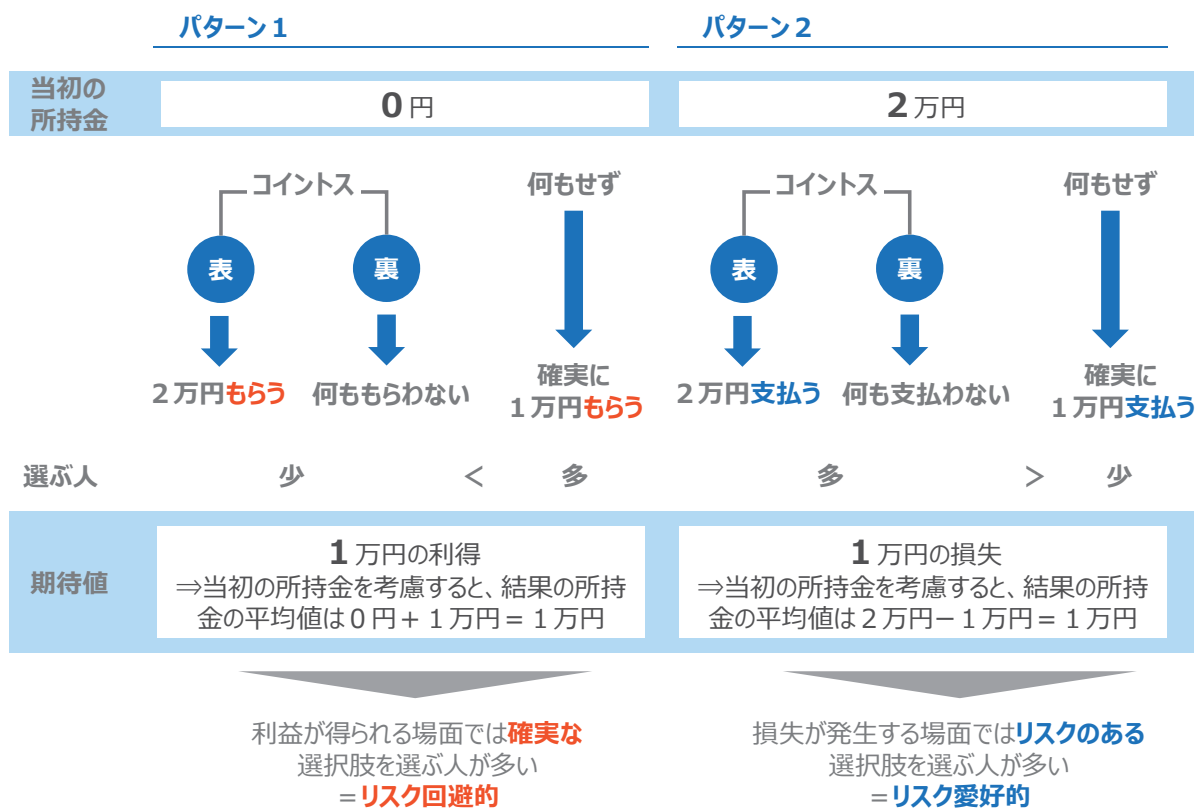
【パターン2】

コインを投げて表が出たら2万円支払い、裏が出たら何も支払わないというくじと、確実に1万円を支払うくじの場合、どちらをひくことを選ぶ人が多いだろうか。

出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」(岩波新書、2019)をもとに株式会社日本総合研究所作成

過去の実験から、パターン1の場合には後者を、パターン2の場合には前者を選ぶ人が多いことが知られている。パターン1の場合には、得られる利得の期待値はどちらのくじでも1万円であり、パターン2の場合には損失の期待値はどちらのくじでも1万円であるにも関わらず、このような選択の傾向の違いが生じることが行動経済学的な特徴の一つである。パターン1の場合のような行動特性をリスク回避的、パターン2のような行動特性をリスク愛好的と呼ぶ。

図表7 損失回避性



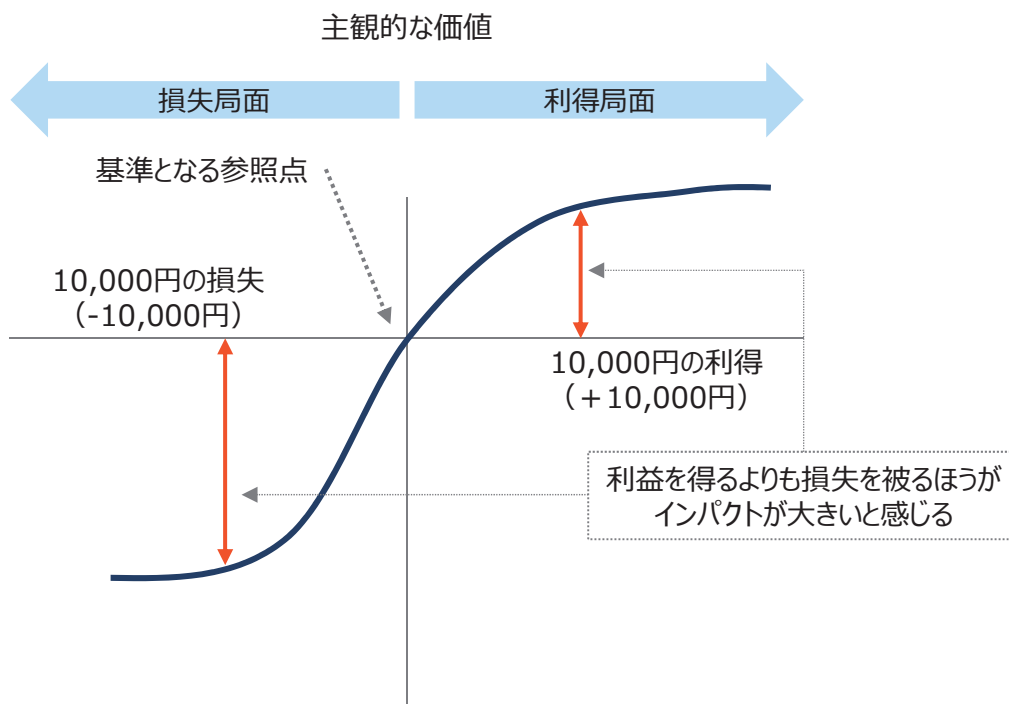
出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」(岩波新書、2019)をもとに株式会社日本総合研究所作成



この例を考えると、所持金0円を基準にしてパターン1のような「利得フレーム」で表現される場合には、人はよりリスクの小さい選択肢を好む一方で、所持金が2万円を基準にした場合にパターン2のような「損失フレーム」で表現されるとき、人の意思決定はリスクの大きい選択肢を好む。当初の所持金を考慮すると、くじを引いた後の所持金の平均値は、パターン1と2で変わらない（パターン1：0円+1万円=1万円、パターン2：2万円-1万円=1万円）にも関わらず、全く正反対の行動をとるのである。

このような傾向を説明したのが「価値関数」と呼ばれるモデルである。ある基準点（参照点）を基準にした場合の利得と損失の感じ方をグラフにしたものであり、感じ方の強さが、損失局面（下図の参照点よりも左側）のほうが利得局面（下図の参照点よりも右側）よりも大きいことが特徴である。人は、利得よりも損失を2.5倍大きく感じると言われており、損失局面では損失が生じないようにリスクの高いほうに賭けをしてしまう傾向にある<sup>8</sup>。

図表8 価値関数



出所：山根承子、黒川博文、佐々木周作、高阪勇毅「今日から使える行動経済学」（ナツメ社、2019）をもとに株式会社日本総合研究所作成

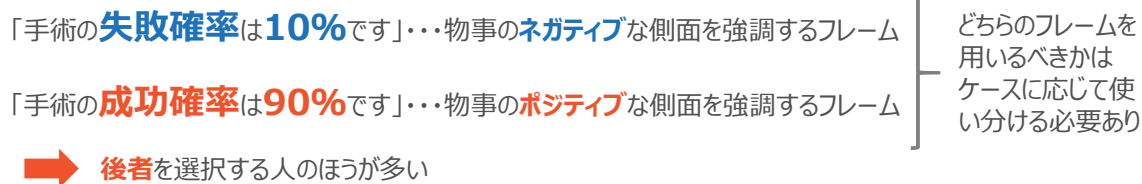
## ウ フレーミング効果

確実性効果や損失回避性から派生した理論で、伝え方によって人々の行動が変わる効果のことである。例えば、「手術の失敗確率は10%です」と言われるよりも「手術が成功する確率は90%です」と言われるほうが、安心感が高まり、手術に同意する人が多くなるという例はこの効果に該当する。

この手術の例の場合にはリスクを避けたいという行動心理から、ネガティブな側面を強調した場合のほうが同意されにくい結果となっているが、どちらのフレーム（説明の枠組み）のほうがよいと画一的に言えるものではなく、伝えたいメッセージに応じて効果のあるフレームを選択する必要がある。

<sup>8</sup> 大阪大学佐々木周作准教授 政策現場のための行動経済学入門 <https://www.youtube.com/watch?v=bpn0LqJBPCE>

図表9 フレーミング効果



出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」（岩波新書、2019）をもとに株式会社日本総合研究所作成

## エ 現状維持バイアス

現状を変更するほうが望ましい場合でも、現状の維持を好む傾向のことを現状維持バイアスという。身近な例では、転職をすべきかどうか、新規事業に取り組むべきかどうか、あるいは結婚/離婚をすべきかどうかなど、現在の状況から何らかの変化が起きる場合、変化後のデメリットを損失として捉え、その損失を回避する行動特性が働いていると考えられる。すなわち、価値関数における参照点が現在の状況に設定されることで、その時点からの損失を避けようとしているものである。

### ③ 現在バイアス

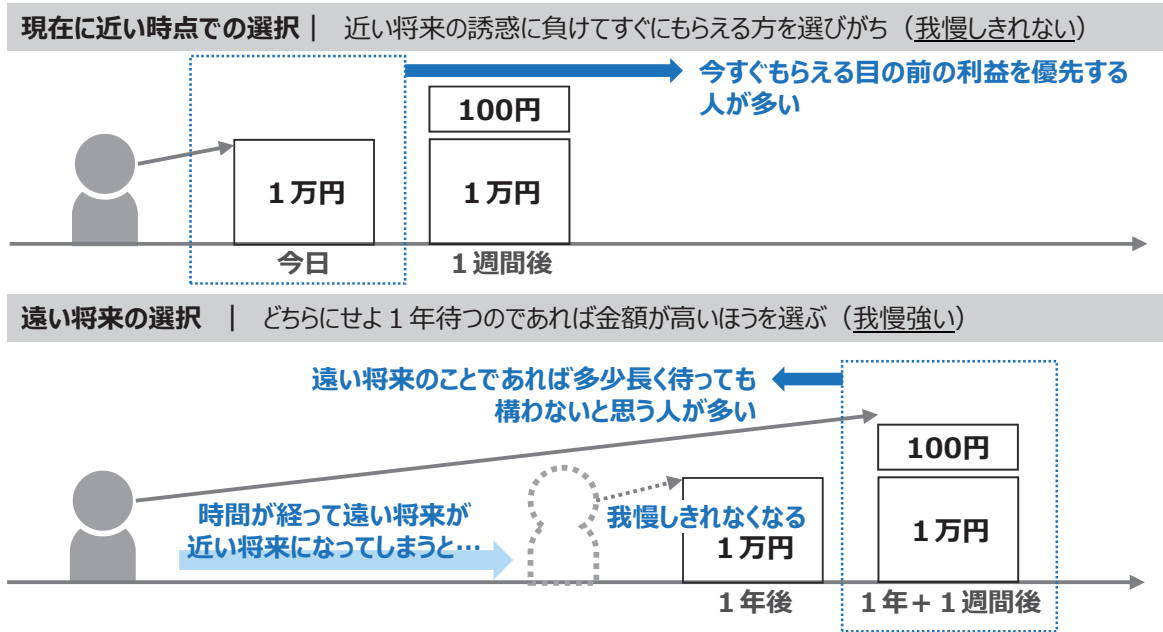
将来的に得られる価値よりも、現在得られる価値を比較した際に、現在得られる価値がたとえ将来的な価値よりも小さかったとしても、今すぐに得られることを優先してしまう傾向のことを現在バイアスと呼ぶ。ここでの価値とは、金銭的な価値のほかに楽しいと感じるかどうか、負担が軽いかと感じるかどうかなどの心理的な側面も含む。

## ア 先延ばし行動

実行しなければならないことを理解しているにも関わらず、後回しにしてしまう経験をしたことがある人は少なくないだろう。例えば、夏休みの宿題を早めに終わらせようと思っていたとしてもついつい先延ばしにし、夏休みの終わり頃に焦って着手をする、という行動がその代表例である。行動計画は立てられるのに、実行するタイミングが来ると現在の楽しみを優先してしまう行動の癖を「先延ばし行動」と呼ぶ。

現在バイアスが強い人は、時間の条件が変化しただけであるにも関わらず意思決定が異なるという傾向がある。「今日1万円もらうか、1週間後に1万100円をもらうか」という選択肢があった場合、1週間待つだけでももらえるお金が増えるにも関わらず目の前の利益を得ることを優先する傾向がある。一方で、これが1年後の話になった途端に、より長く待つ必要があるがお金を多くもらえるほうを選ぶようになる。

図表10 先延ばし行動



出所：大阪大学佐々木周作准教授「政策現場のための行動経済学入門」<sup>9</sup>をもとに株式会社日本総合研究所作成

### イ コミットメント

先延ばし行動を防ぐためによく用いられるのがコミットメントと呼ばれる考え方である。コミットメントとは、先延ばししないような将来の制約を現在の段階であらかじめ設けておくことである。具体的な例としては、銀行の預金を定期預金にすることで預入期間中には簡単には引き出せないようにすること、目標をあらかじめ周囲に宣言するなどが挙げられる。

図表11 コミットメントの特徴と留意点

コミットメントの活用方法例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 締切を設定する</li> <li>・ 締切や約束の日時を実行する主体に自ら決めさせ、宣言させる</li> <li>・ 守らなかった場合の罰則を設ける</li> </ul>
特徴	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 現在の時点で将来の選択をコミットさせて変更できないようにする</li> <li>・ 最終的な締切のみでなく、それまでの間に細かく締切を設定するほうが先延ばし防止効果が高い</li> </ul>
留意点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 厳しすぎるコミットメントを設けると、達成できない場合を心配して目標を達成することそのものを諦める可能性がある</li> <li>・ 罰則を設ける場合、罰を与える側が実行することに抵抗感を持ち、達成できない場合がある</li> <li>・ 罰則等は達成すべき時がきたら自動的に実行されるようなものが望ましい</li> </ul>

出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」（岩波新書、2019）及び山根承子、黒川博文、佐々木周作、高阪勇毅「今日から使える行動経済学」（ナツメ社、2019）をもとに株式会社日本総合研究所作成

<sup>9</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=bpn0LqJBPC>

④ 社会的選好

ア 利他性

自分自身の物的な、あるいは金銭的な利益だけを求めて意思決定を行うのではなく、それに加えて、他人の利益や幸福を願って行動を起こすことがある。これを利他的な行動と言い、お金を寄付する行動などがその代表例である。このような行動をとる人には2つのパターンがあるとされる。

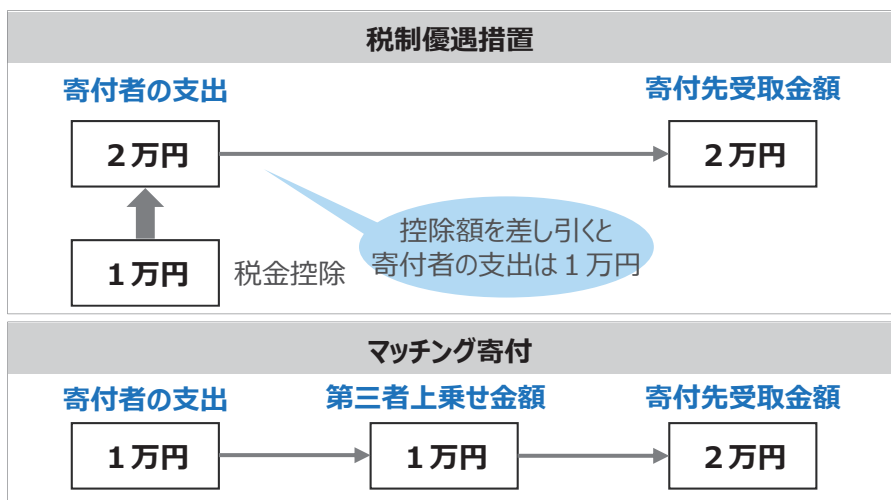
図表12 利他性の種類

<p>純粋な利他性</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>相手の状態が改善・向上することや相手が求めているお金が集まることそのものに自分の幸福度が上がるような人</li> <li>相手の状態が寄付行動の判断基準となるため、ほかの人が十分な寄付を行っている場合には寄付を行わない可能性がある</li> </ul>
<p>ウォームグロー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>寄付をしているという自分自身の行動そのものに満足感を得るような人</li> <li>寄付行動そのものが自分の満足度に影響するため、相手が十分な資金を得たかどうかに関わらず寄付を続ける</li> </ul>

出所：大山根承子、黒川博文、佐々木周作、高阪勇毅「今日から使える行動経済学」(ナツメ社、2019) をもとに株式会社日本総合研究所作成

寄付を増やすための代表的な工夫の一つは寄付者の負担の低減を図るものである。負担の低減方策には税制優遇措置とマッチング寄付の2つが挙げられる。税制優遇措置は、一旦支払った金額から確定申告に基づいて所得税が一定程度免除される仕組みであり、マッチング寄付は寄付者が支払った金額に第三者が上乗せした金額を寄付先に支払う仕組みである。仮に寄付者の負担が同じだったとしても、マッチング寄付のほうが税制優遇措置よりも寄付率や寄付金額が高くなるという研究結果がある。

図表13 寄付における利他性の活用



出所：大山根承子、黒川博文、佐々木周作、高阪勇毅「今日から使える行動経済学」(ナツメ社、2019) をもとに株式会社日本総合研究所作成

例えば、松戸市では、「協働のまちづくり基金」を原資に市民活動助成を行っている。この基金は、市民、市民活動団体、事業者から集まった寄附金と同額を市が追加し積み立てる「マッチングギフト方式」を取り入れている。寄付をしたいと思っても金銭的負担を感じる人の背中を押すには有効な制度である。

図表14 自治体での実践例



出所：松戸市 「協働のまちづくり基金寄附募集ちらし」<sup>10</sup>

## イ 不平等回避

自分と他人の所得が不平等であるという状態を嫌う人の特性を不平等回避と呼ぶ。この特性が強い人は、寄付しやすいということもよく知られている。これは、自分の所得が高いことは望ましいことであるものの、他人と比較したときに不平等であるといくらたくさん所得を得ていても満足度が下がってしまうという傾向があるからである。

なお、不平等には自分が他人よりも優位な立場にある場合と不利な立場にある場合の2つのケースが考えられる。前者は優位の不平等回避、後者は劣位の不平等回避と呼ばれる。

### ⑤ 社会規範と同調効果

ほかの人がどのような行動をとっているかによって人の意思決定は左右される。つまり、多くの人がとる行動に同調してしまう特性がある。有名な実験で、複数の被験者を同じ会場に座らせ、線の長さが同じものを選択させるという例がある。あなた以外の全員が明らかに間違っただけの回答をしたとき、間違っているだろうと思いつつもほかの人と同じ回答をし、自分自身の感覚や考えを否定してしまうということが一定の確率で発生することが観察されている。このような現象は、参照点を周囲の判断や行動に設定しているか、又は同調圧力を感じているからであるという説明がなされることが多い。多くの人がとる行動に倣ってしまうのも、その行動が一種の社会規範であり判断の基準となる参照点としてみなされることで、そこから外れた行動をとることによる損失を回避しようという思考や、他人と同じようにふるまわないと守るべき規範を守れていない居心地の悪さを感じているとも捉えられる。

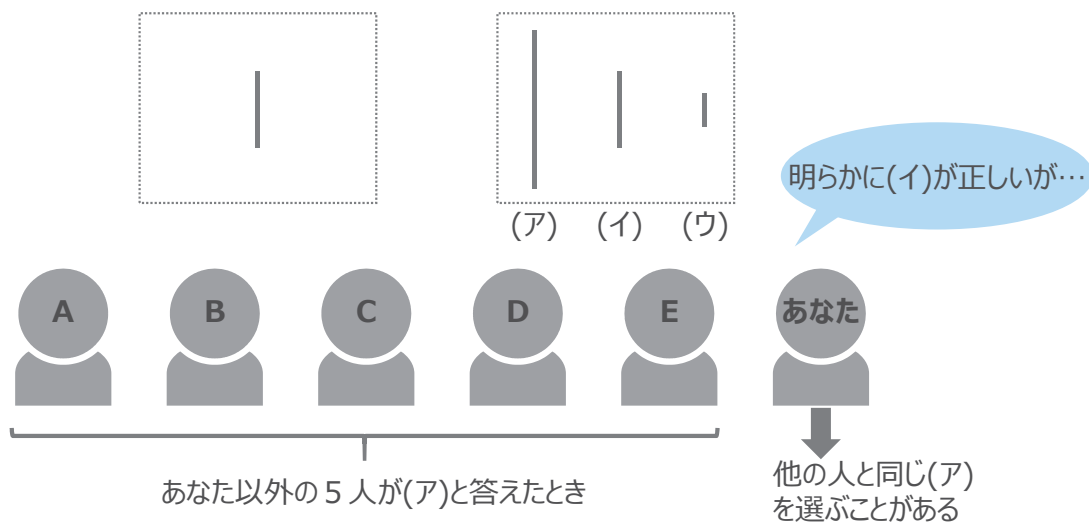
英国の事例では、「10人に9人が税金を期限内に支払っています。あなたはまだ納税をして

<sup>10</sup> [https://www.city.matsudo.chiba.jp/kurashi/shiminkatsudou/kyoudou\\_machidukuri/kikin/index.html](https://www.city.matsudo.chiba.jp/kurashi/shiminkatsudou/kyoudou_machidukuri/kikin/index.html)

いない少数派の人です」と伝えることで納税率が向上した。このように「大部分の人が」と伝えることのほか、「あなたと同じような人は…」のような同じグループや属性の人との比較で伝えることも有効に働くことがある。

図表15 社会規範と同調効果

左の四角に描かれた線と同じ長さの線を右の四角から選んでください、という問題が出されたとき



出所：リチャード・セイラー、キャス・サンスティーン著 遠藤真美訳「実践行動経済学 健康、富、幸福への聡明な選択」（日経BP社、2009）をもとに株式会社日本総合研究所作成

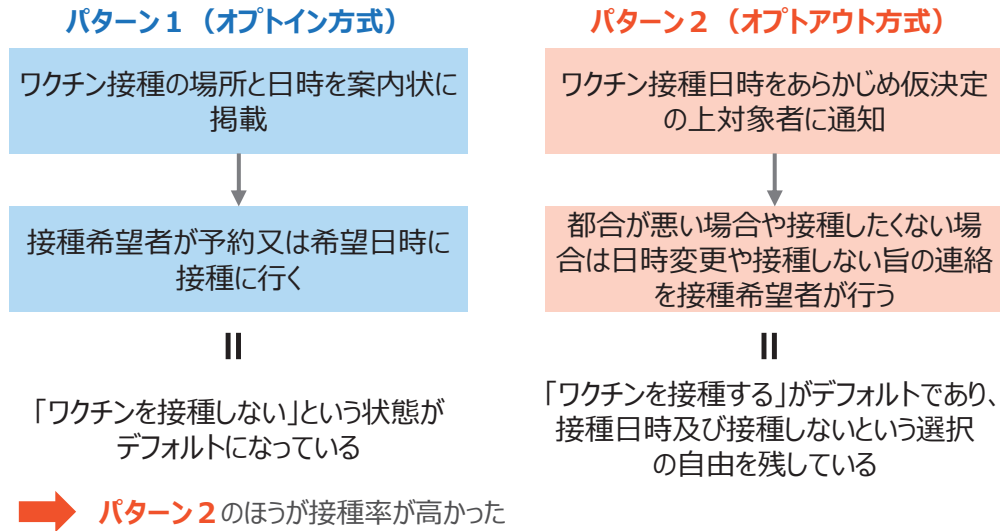
### ⑥ デフォルト

労力を要さない選択肢や抵抗の少ない経路であれば選ぶ人が多いことを利用して、与えられた選択のうちの一つをあらかじめデフォルト（初期設定）としておくことで、より望ましい行動をとるようにすることが可能である。特に、行動者自身が行動変容を起こしたいと思っている場合で、自ら目標を宣言するなどのコミットメントがうまく働かない場合にデフォルトの設定が有効に働くとされている<sup>11</sup>。代表的な例に、ワクチン接種の例がある（下図）。ワクチン接種の日時と場所をお知らせし、希望者自らが接種のための行動（予約や来院）を起こす必要があるパターン1（オプトイン方式）の場合と、ワクチン接種日時をあらかじめ決めた上でお知らせをし、日時の都合が悪い場合や接種したくない場合にのみ行動を起こせばよいパターン2（オプトアウト方式）では、パターン2のほうが接種率が高いという実験結果がある。

デフォルトは、効果が高いナッジの手法とされているが、あくまでも選択の自由は行動者に残されていることが重要である。ただし、ワクチン接種の例のうち、パターン2では、ワクチンを接種したくない人や接種日時を変えたい人に配慮をする必要がある。

<sup>11</sup> 大竹文雄「行動経済学の使い方」岩波新書

図表16 デフォルトの設定



出所：大阪大学佐々木周作准教授「政策現場のための行動経済学入門」<sup>12</sup>をもとに株式会社日本総合研究所作成

(2) ナッジの分類

行動経済学の理論を応用したナッジには、4つの分類があるとされている<sup>13</sup>。これは、行動変容を促す環境をデザインするにあたり、活用可能な行動経済学上の手段を着眼点として分類したものである。

図表17 ナッジの分類 (手段の観点から)

分類	概要	具体例
デフォルトの変更	あらかじめ選択肢を初期設定の段階で設定しておくことで行動変容を促す	宿直者が翌日に休暇を取得する際に、休暇を取得することを都度申請させるのではなく、休暇を取得することをデフォルトとしておき、取得しない場合に申請をする方法をとることで休暇取得者数が増加した
損失の強調	損失回避性を活用し、損失を強調したメッセージを表現することで行動変容を促す	大腸がんの検査キットの郵送時に、従来は「今年の検診受診者には来年度もキットを郵送する」というメッセージを「今年検診を受診しないと、来年はキットを送付しない」と変更することで受診率が向上
他人との比較	社会規範や周囲と同調する行動に働きかけることで行動変容を促す	省エネ事業において類似するほかの世帯と比較した場合の各世帯の使用量を表記することで周囲よりも量が多い場合には同調して使用量が減った
コミットメント	実施すると自ら宣言することで実施割合を高めるもの	病院の次回の予約日時を受診者自身に日付・時間まで受付で記入させることで一方的に受付のスタッフから日時を伝える場合よりも受診率が向上した

出所：池本忠弘「行動変容を促すナッジと倫理観」一般社団法人建設コンサルタンツ協会 290号<sup>14</sup>

一方で、ナッジを適切に活用するには手段のみに着目するのではなく、意思決定のフローの中にどのようなボトルネックがあり、どのような働きかけを行うことが望ましいのかを考える必要がある。このような認識に基づき、政策の型や目的から、以下のような分類を提唱している例もある。

<sup>12</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=bpn0LqJBPC>

<sup>13</sup> 大阪大学佐々木周作准教授 政策現場のための行動経済学入門<https://www.youtube.com/watch?v=bpn0LqJBPC> 佐々木准教授による分類であり、一つの説である。

<sup>14</sup> [https://www.jcca.or.jp/kaishi/290/290\\_toku5.pdf](https://www.jcca.or.jp/kaishi/290/290_toku5.pdf)

図表18 ナッジの分類（政策の型や目的の観点から）

分類	概要	具体例
情報型	情報を認知する段階で発生するバイアス（価値関数、利用可能性ヒューリスティクス等）を補正するもの。	正確でわかりやすい情報提供 タイムリーなリマインダー
支援型	情報を認知する段階で、現在バイアスのように合理的ではない選好を補正するもの。	コミットメントによる実行可能性の向上
誘導型	認知バイアスがあることは前提とし、そのバイアスの補正はせずに政策目標を達成しようとするもの。	オプトアウト方式による同意確認

出所：竹内幹「社会保障のための行動経済学：補正か誘導か？」（社会保障研究2021, vol.6, no.3, pp.233-244）<sup>15</sup>

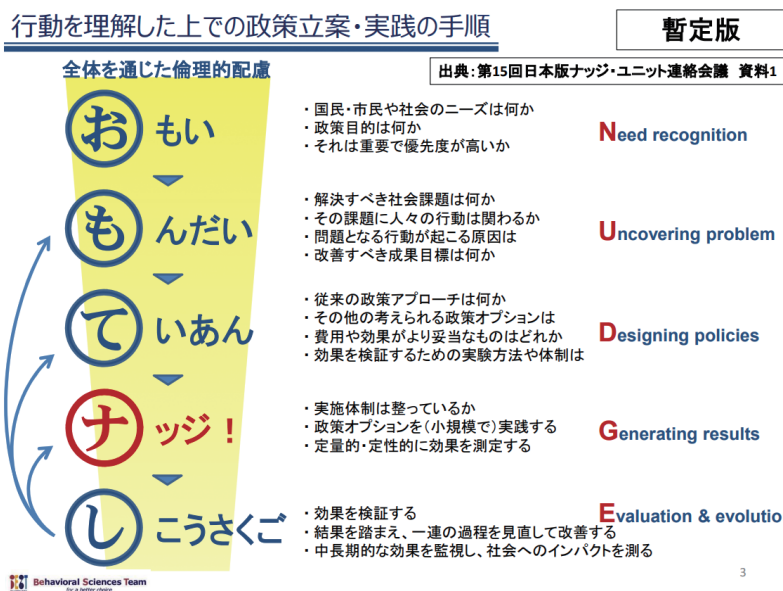
### （3）ナッジの検討手順

#### ① おもてなしフレームワーク

世界各国で考え方のフレームワークが作成されているところであるが、我が国では環境省が検討している「おもてなし」フレームが考案されている。ここでのポイントは、まず一つ目に、政策が捉えるべき国民や社会のニーズを明らかにし、政策目的を明確化することから始めている点である。その上で、解決すべき課題や問題となる行動を捉えるステップが続く。その次に初めて政策アプローチを検討するフェーズに移ることになるが、ナッジありきではなく従来の政策アプローチやそのほかに取り得る政策手法を洗い出した上で、最も効果的に政策目的を達成し得る手段を選ぶことが重要である。

ナッジが効果的な手段であると整理されたらナッジを実践していくことになるが、実践して終わりではなくその効果を検証していくことも重要である。選択した手段やナッジの設計が政策目的の達成に効果的に働いたかどうか、働いていない場合には方法や課題の設定方法を見直していく必要がある。

図表19 おもてなしフレームワーク



出所：日本版ナッジ・ユニットBEST  
「「おもてなし」フレームについて～行動を理解した上での政策立案・実践の手順～」<sup>16</sup>

<sup>15</sup> [https://ipss.repo.nii.ac.jp/?action=pages\\_view\\_main&active\\_action=repository\\_view\\_main\\_item\\_detail&item\\_id=285&item\\_no=1&page\\_id=13&block\\_id=21](https://ipss.repo.nii.ac.jp/?action=pages_view_main&active_action=repository_view_main_item_detail&item_id=285&item_no=1&page_id=13&block_id=21)

<sup>16</sup> <http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/o-mo-te-na-shi.pdf>

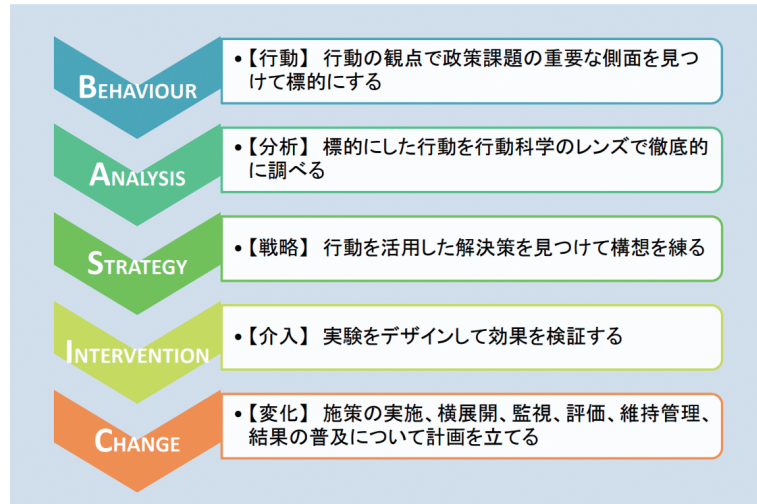


## ② BASIC

世界的に行動科学の知見の活用が注目されているなか、実務者の視点に立ってわかりやすくナッジの設計フローを解説するBASICというフレームワークがOECDより提案されている。BASICとは、Behaviour（行動）、Analysis（分析）、Strategy（戦略）、Intervention（介入）、Change（変化）の5つの頭文字をとった言葉である。基本的な考え方はおもてなしフレームワークと似ているが、ナッジを設計することが前提になったフレームワークであることから、おもてなしフレームワークのうち「ていあん」の段階において参考にするのがよいと考えられる。

図表20 BASIC

## BASICの構成：5つの基本ステージ



出所：環境省ナッジPT 日本版ナッジ・ユニットBEST [BASIC (OECD2019) のイロハ] (令和元年9月10日)<sup>17</sup>

## (4) ナッジを設計するにあたって役立つフレームワーク

## ① EAST

EASTは、英国のナッジ・ユニットBITが提唱しているものであり、Easy（簡単に）、Attractive（魅力的に）、Social（社会的に）、Timely（タイムリーに）の頭文字をとったものである。施策を考えるときに役立つシンプルでわかりやすいフレームワークを持っていることが重要であるという背景から開発されたもの。E、A、S、Tの4つの大項目と、それぞれの大項目に含まれる11の小項目から構成され、ナッジを設計する際の参考になるものとして幅広く活用されている。

図表21 EAST

<b>簡単に</b> <b>Easy</b>	<b>E-1</b> デフォルト機能の活用 <b>E-2</b> 面倒な要因の減少 <b>E-3</b> メッセージの単純化	<b>印象的に</b> <b>Attractive</b>	<b>A-1</b> 関心をひく <b>A-2</b> インセンティブ設計
<b>社会的に</b> <b>Social</b>	<b>S-1</b> 社会的規範の提示 <b>S-2</b> ネットワークの力の活用 <b>S-3</b> 周囲へ公言させる	<b>タイムリーに</b> <b>Timely</b>	<b>T-1</b> 介入のタイミング <b>T-2</b> 現在バイアスを考慮 <b>T-3</b> 対処方針を事前に計画

出所：横浜市行動デザインチーム (YBIT) 「EAST Four simple ways to apply behavioural insights ~あらゆる施策に行動デザインの視点を~」(平成31年3月8日)<sup>18</sup>

<sup>17</sup> <http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/BASIC.pdf>

<sup>18</sup> <https://ybit.jp/>

## ② Nudges

設計されたナッジが適切かどうかをチェックするためのリストとして、ナッジを提唱したセイラーとサンステーションが構築したものである。それぞれの文字を取って「Nudges」としている。

図表22 ナッジの適切性チェックリスト

<b>インセンティブ iNcentive</b>	まずは対象者がどのようなインセンティブを持つかを考える必要あり。特に、何らかの行動をとりたいと思っているかそうでないかを捉えることが重要。
<b>マッピングを理解する Understand Mapping</b>	意思決定のプロセスを図式化することで、どこにボトルネックがあるかを発見する。
<b>デフォルト Defaults</b>	望ましい選択がデフォルトとして設計できるのであればデフォルトを活用する。
<b>フィードバックを与える Give Feedback</b>	対象者の行動の結果を対象者にフィードバックすることで、その行動の結果を学習や習慣形成に活かすことができる。
<b>エラーを予測する Expect error</b>	人々が行う選択ミスを予測する。
<b>複雑な選択を体系化する Structure complex choices</b>	複雑な選択肢であることに起因しておきるエラーの場合には選択肢を体系化する。

出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」（岩波新書、2019）をもとに株式会社日本総合研究所作成

## ③ MINDSPACE

英国のBITが提唱するフレームワークの一つで、Messenger、Incentive、Norms、Defaults、Salience、Priming、Affect、Commitments、Egoの頭文字をとったものである。これまでに解説したさまざまな行動経済学の理論がわかりやすくまとめられており、どの理論を参考にナッジを設計すればよいか検討する際に有用である。

図表23 ナッジ理論をまとめたフレームワーク

<b>Messenger（情報伝達者）</b>	人々の選択は「誰が」その情報を伝えているかによって大きく影響される。利用可能性ヒューリスティクスはその代表例。
<b>Incentive（インセンティブ）</b>	インセンティブに対する反応は予測可能性が高い。損失回避性などの特性がこれにあたる。
<b>Norms（社会規範）</b>	他人やコミュニティの中の人々がどのように影響するかということに大きく影響を受ける。
<b>Default（デフォルト）</b>	初期設定がなされている場合、それに従う可能性が高いという傾向がある。（オプト・アウト）
<b>Salience（目立つ）</b>	目立つものや新しいものに注意を惹き付けられる傾向にある。
<b>Priming（プライミング）</b>	心理学の用語で、無意識の手がかりに行動が影響されることを指す。あらかじめ与えられている情報に左右された意思決定など。
<b>Affect（情動）</b>	行動は感情に左右されやすい。恐怖を感じるとリスク回避的、怒りを感じるとリスクを感じなくなるなど。
<b>Commitments（確約）</b>	自ら約束したことや宣言したことは守る、あるいは互恵性の性質を活かすことで先延ばし行動を抑制することが可能。
<b>Ego（自我）</b>	人間は自分自身の満足度が高まるよう行動するという特性のことであり、この特性に合うようなナッジを設計する必要がある。

出所：大竹文雄「行動経済学の使い方」（岩波新書、2019）をもとに株式会社日本総合研究所作成

#### 4. 効果検証の必要性

日本版ナッジ・ユニットBESTは、2021年1月に「ナッジとEBPM～環境省ナッジ事業を題材とした実践から好循環へ～」を公表した。ここでは、環境省がこれまで実施してきたナッジ事業をはじめとするナッジの事例をEBPM<sup>19</sup>の観点からも議論することで、より適切なナッジを普及するとともにEBPMの推進にもつなげていくことが重要であるとしている。

我が国で先行的に取り組みされてきた環境省におけるナッジ活用に係る実証事業では、“節電やエコドライブ、環境配慮型製品の購入や宅配便の再配達防止、そしてマイバッグの利用促進等、人々のライフスタイルに密接に関わり、一人一人の行動が重要な役割を担う気候変動対策でのCO<sub>2</sub>排出の削減に向けて、我が国に適用可能な効果的な行動変容の方策を確立して社会に実装し、地域に自立的に普及させていくことを目的<sup>20</sup>”としている。

これらの実証事業においてEBPMが重視されているのには3つの理由がある。1つは、行動経済学の知見を生かしたナッジの性質上、個人の選好や意思決定に働きかけを行うことが前提となっており、対象者である個人の考え方や文化的・社会的背景に影響を受けるためである。2つ目の理由は、文化的・社会的背景に影響を受けるために、一つの事例で成功したケースであっても全く同じ方法ではほかのケースに適用できないことがあると想定されるためである。過去の事例を十分に理解し、そのノウハウを新しい事例で活用することは重要である一方で、各取組の中で期待する効果が得られたかどうかを検証しない限りその手法が適切であるかどうかは評価できない。3つ目の理由は、先行事例において理論上想定されていた効果が得られなかったり、時間が経つと効果が薄れてしまったりする例が確認されているからである。各事例で期待する効果が実際に発揮されたかどうかを確認しながら進めることが望ましいとされている。

図表24 効果検証が必要な背景・理由

<b>1</b>	<b>国内でのナッジの政策活用の実績が乏しいから</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ナッジは、個人個人にメッセージを適切に届けることが重要である</li> <li>・ メッセージの受け取り方には文化的背景が影響を及ぼすことから、海外と同じ方法で効果が得られるとは限らない</li> </ul>
<b>2</b>	<b>事例の横展開にあたっては対象者の状況や実際の効果等を十分に踏まえる必要があるから</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ ナッジは個人個人の属性や社会・経済的状況に影響を受ける</li> <li>・ 特定の事例でうまくいったからといって、行動変容を促したい対象者の属性・状況が異なる場合は同じ効果が得られるわけではなく、都度効果を確認しながら進めることが重要</li> </ul>
<b>3</b>	<b>行動インサイトは万能ではないから</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 諸外国の取組からは、理論上想定されていた効果が得られない事例の他、時間の経過により効果が減退する例もあることがわかっている</li> <li>・ 効果がある場合とない場合を明らかにすることが必要</li> </ul>

出所：日本版ナッジ・ユニットBEST 「ナッジとEBPM～環境省ナッジ事業を題材とした実践から好循環へ～」(2021年1月)をもとに株式会社日本総合研究所作成

<sup>19</sup> Evidence-based Policymaking：エビデンスに基づく政策立案

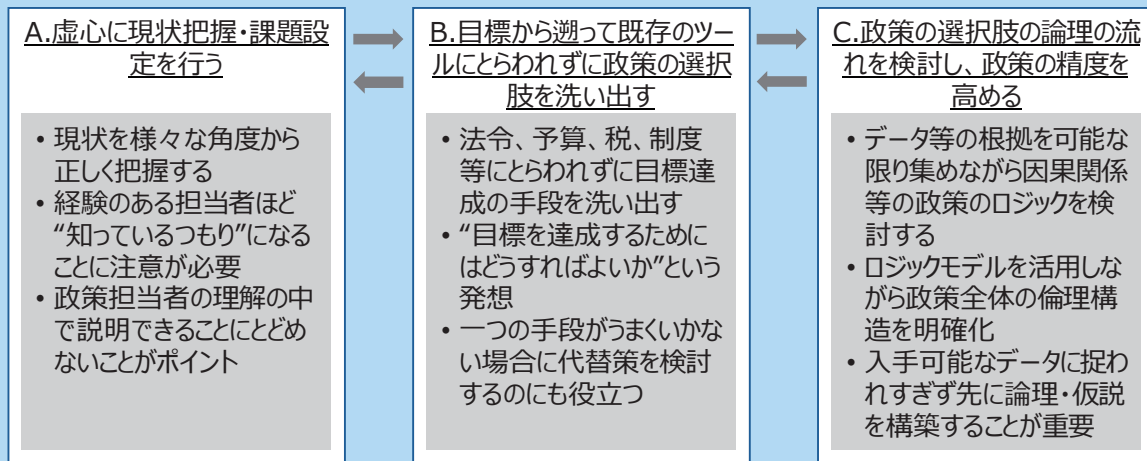
<sup>20</sup> 日本版ナッジ・ユニットBEST 「ナッジとEBPM～環境省ナッジ事業を題材とした実践から好循環へ～」(2021年1月)より引用



### コラム:EBPM (Evidence Based Policy Making) とは

EBPM は、経験や長年の勘に頼ったエピソードベースではなく、証拠に基づいて政策を立案することである。その定義は論者によって異なるが、我が国では、①政策目的を明確化させ、②その目的のために本当に効果が上がる行政手段は何かなど、政策のよりどころとなる論理を明確にし、③これに即してデータ等の証拠を集め、④政策の基本的な枠組みを明確にすること、と説明されている<sup>21</sup>。

EBPM の基本的な考え方は下図の A、B、C の流れに沿って行うのがよい（ただし必ずしも A→B→C の手順に限らず相互に行きつ戻りつを繰り返しながら精度を高めていくべきである）。ここでのポイントは、単にエビデンスを集めることが重要なのではなく、なぜその政策を実行すべきであるのか、また、その手段を選択した理由を、全体像を把握した上で説明可能にすることである。



出所:大橋弘編「EBPM の経済学 エビデンスを重視した政策立案」(東京大学出版会)  
越尾淳「総説コメント 政府における EBPM はどのような一歩を踏み出しているか」

併せて、ロジックモデルについても解説を加えておきたい。これは、期待する政策効果（アウトカム）に対して、予算等のインプットと具体的な活動（アクティビティ）を起こす場合にそのアウトプットとアウトカムまでの一連の流れが論理的にどのようにつながっているかを構造化するモデルである。実際には、短期的に得られるアウトカムと中長期的に得られるアウトカムがあるなど、アクティビティやアウトプットの選択肢にもさまざまなものが存在するため下図で示すよりも複雑な構造になることが多い。



**【例:保育所の受入児童拡大と多様化するニーズ対策】**



<sup>21</sup> 2019年9月9日 第4回EBPM推進委員会：資料1 内閣官房行政改革推進本部事務局「EBPMの推進について」

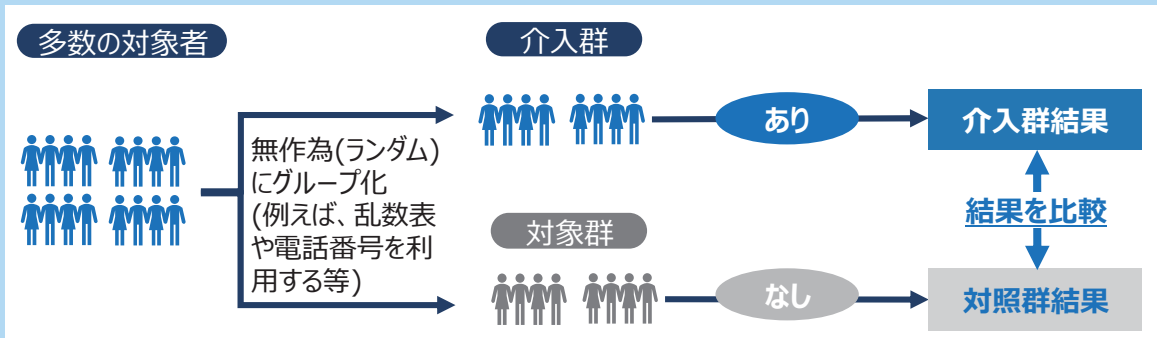


### コラム：効果検証の方法

ナッジで何らかの介入を行った場合に、どの程度の効果を及ぼしたのかを測定・分析するにはどのようにすればよいだろうか。効果検証の方法にはいくつかの手法が存在し、ここでは一般的なものとして①ランダム化比較試験（RCT）、②差分の差分分析（DID）、及び③前後比較、の3つを概説する。

#### 【①ランダム化比較試験（RCT）】

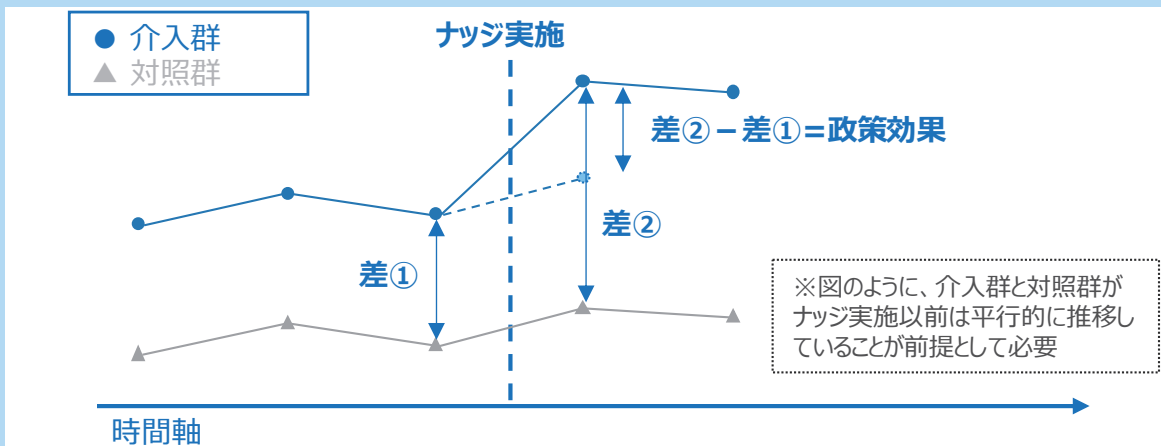
あらかじめ多数の対象者を、無作為（ランダム）にグループ分けをし、これらのうち一方にはナッジによる介入を行う。介入したグループとそうでないグループの結果を比較することで介入の効果を明らかにする。無作為性を担保することや対象者数を十分に確保することなどが制約条件になる一方で、精度は高い。



出所：伊藤公一朗「データ分析の力 因果関係に迫る思考法」（光文社新書、2017）をもとに株式会社日本総合研究所作成

#### 【②差分の差分分析（DID）】

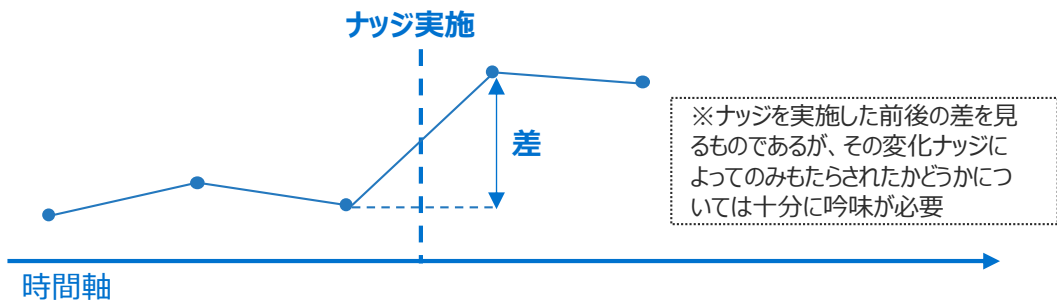
ナッジを行う前後のデータを利用可能な場合、ナッジを活用したグループ（介入群）とそうでないグループ（対照群）を比較する方法。介入群と対照群で、ナッジを行う前後の変化を測定した上で、それぞれの前後の変化の差分をとる。具体的には、ある地域で省エネのナッジを行った場合、その地域での前後の変化を、何もしなかった地域の前後の変化と比較する。こうすることで、何もしなかった場合に生じ得る前後変化を差し引いた上で介入の影響を測定することが可能となる。



出所：伊藤公一朗「データ分析の力 因果関係に迫る思考法」（光文社新書、2017）をもとに株式会社日本総合研究所作成

**【③前後比較】**

差分の差分分析とは異なり、ナッジを行った対象者や地域単体で、その前後の変化を測定するもの。ただし、この方法はナッジを行ったか否かに関わらず単純に時間が経過したから起きた変化や、他の要因によりもたらされた変化を除いて測定できない。そのため、この方法により測定する場合にはナッジの実施前後で他の要因が働いていないかどうか、過去の傾向から見て時間の傾向による行動の変化が発生し得るかどうかなどを丁寧に吟味することが必要である。



出所:自治体ナッジシェア「効果測定の方法」<sup>22</sup>をもとに株式会社日本総合研究所作成

<sup>22</sup> <https://nudge-share.jp/step/step3>

## 5. 倫理的配慮の重要性

ナッジは、これまで繰り返し述べてきたように、人の日常生活の意思決定やそれに基づく行動に介入をすることで人々の選択や行動に影響を及ぼすものである。そのため、悪用しようと思えば、介入者の恣意的な誘導により本来は望ましくない行動をとらせ、選択する人にとって不利な状況を選ばせるよう誘導することも不可能ではない。このような悪いナッジのことを「スラッジ<sup>23</sup>」という。

特に、公共政策への適用という観点では、議会制により行政がとる政策手法の必要性、妥当性、有効性等について審議を行う体制が敷かれているが、ナッジは“ちょっとした工夫”により実行できるものもある。そのため、必ずしも政治的・行政的な手続きを踏まずに実践されるケースもあり、政策実行者は良いナッジかどうかを常に考えた上で実行に移すことを強く意識するべきである<sup>24</sup>。

日本版ナッジ・ユニットBESTでは、ナッジ活用に際して倫理的な側面にも十分に配慮し、人々や社会全体にとっての不利益を回避するように努めるため、ナッジ倫理委員会を設置している。ナッジ倫理委員会では、実務者が倫理上の配慮ができていのかどうかをより分かりやすくチェックできるようにするため、「ナッジ等の行動インサイトの活用に関わる倫理チェックリスト ①調査・研究編 ②社会実装編<sup>25</sup>」を公表している。

チェックリストの項目は調査・研究編で27項目、社会実装編で23項目に及ぶが、両者で共通する部分も多い。チェックリストに列挙されている項目と内容の概要は以下にまとめており、調査研究編の場合と社会実装編の場合で対象の内容や該当者を読み替えることで理解できる。実務では、ナッジを活用してみようという発案があった段階でチェックリストを参照し、項目の内容を満たしていることを確認することが望ましい。

図表25 ナッジ等の行動インサイトの活用に関わる倫理チェックリストの概要

※ ○はそれぞれチェック項目があるもの

	調査・研究編	社会実装編
<b>A. ナッジの定義の理解について</b>		
・ 定義に係る理解（ナッジの定義・意味を理解した上で調査研究 / 社会実装を遂行する能力があるか）	○	○
<b>B. 調査・研究の環境整備について</b>		
・ 実施体制（適切な実施体制が整備されているか（次項以降も併せて参照））	○	
・ 実施責任者（統括者であり権限・責任を持つ者を定めているか）	○	○
・ 問題への対処（予期しない問題発生時に解決を行う準備ができていいるか）	○	○
・ 問合せへの対応と情報開示（問合せ・情報開示の体制及び手続きを整えているか）	○	○
・ 不適切な内容への対処（調査研究成果に不適切な内容が含まれている場合、解決を図るための体制・手続きがあるか。調査協力者が不承諾の場合の対応体制・手続きを整えているか）	○	
・ 否定的な結果の隠匿の回避（調査・研究 / 社会実装の目的、期待効果、実施者の利益等に反する場合も隠匿しない体制・手続きがあるか）	○	○
・ データの改ざん、捏造等の禁止（データの不適切な取扱いや虚偽を防止するためのチェック体制・手続きがあるか）	○	○
・ 社会実装で得られる情報の管理（情報の紛失等を防ぐための体制・規程や担当者移動時の引継ぎ方法が決められているか）		○

<sup>23</sup> 英語で「汚泥」の意

<sup>24</sup> キャス・サンスティーン、ルチア・ライシュ著 大竹文雄 監修・解説 遠藤真美 訳 「Trusting Nudges データで見る行動経済学」（日経BP社、2020）

<sup>25</sup> ①[http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai16/mat\\_01.pdf](http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai16/mat_01.pdf)

②[http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai19/mat\\_01.pdf](http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai19/mat_01.pdf)

	調査・研究編	社会実装編
<b>C. 計画・遂行時に遵守すべき事項について</b>		
・ 目的の妥当性（調査・研究：社会的・技術的な意義も含めて倫理的に妥当であるか）（社会実装：社会的な意義があり多くの人に受け入れられるか）	○	○
・ 手法の妥当性（調査・研究：手法が倫理的に妥当であるか）（社会実装：対象者に過度な負担や不利益、不快感を与えないか。また、提供する情報・インセンティブに不公平がないか）	○	○
・ 社会実装の効果の事前確認（調査・研究又は適切な検討を実施したか）		○
・ 協力者の心身の安全（協力者が参加することで不利益を被らないように配慮・対処しているか）	○	○
・ 協力者の人権の尊重（年齢、性別、社会的立場等による偏見や差別への配慮をしているか）	○	○
・ 協力者のプライバシーへの配慮（プライバシーへの配慮が十分になされているか、保護されるよう対処しているか）	○	○
・ 協力者の不利益の回避（不利益が生じる可能性を考慮した上で、その蓋然性が高い場合は直ちに対処できるか）	○	○
・ 個人情報の収集と保護（必要最低限の情報取得に配慮した上で、同意を得ているか、その他管理の厳重さやアクセス権の範囲等）	○	○
・ 映像における個人情報の保護（肖像権に配慮しているか）	○	○
・ インフォームド・コンセント（協力者への丁寧な説明の上調査研究対象となることへの同意手続きがあるか、同意が得られない場合は補完策があるか）	○	
・ 取組の説明（対象者に事前に十分な説明、通知 / 公表を行っているか）		○
・ 協力者の選択（目的を考慮して適切に選択しているか）	○	
・ 適切な介入・支援の責任（協力者と実施者の適切な人間関係の構築と介入・支援を行う責務を果たしているか）	○	
・ 途中でやめる権利の保障（協力を中止することを事前に周知し、不利益を被らないようにしているか）	○	
・ 計画の中止・変更に伴う手続き（協力者・関係者への速やかな説明と同意のための手続きが整っているか）	○	○
<b>D. 調査・研究実験 / 社会実装終了後に遵守すべき事項について</b>		
・ 事後説明（協力者に対する内容説明及び実施後も含む問合せ対応や報告を行っているか）	○	
・ データの正確性の確保（データや数値の表示の正確性が担保されているか）	○	○
・ 成果公表時の個人情報の保護（協力者に不利益が生じない措置、生じた場合の対応があるか）	○	
・ 目的外使用の禁止（許可なく成果を流用していないか）	○	
・ 調査データの管理（紛失等の内容厳重に保管・管理しているか）	○	
・ 情報の破棄（同意期間終了後適切に廃棄する準備があるか）	○	○
・ 社会実装の終了の説明（対象者に対して説明を行い正確に理解してもらえる体制・手続きを整えているか）		○
・ 社会実装の結果の公表（結果の報告を対象者に対して提供する用意があるか）		○
・ 社会実装の結果公表時の不適切な内容への対処（対象者にとって不適切 / 不利益な内容がないか、不利益が生じた場合的確に対応できるか）		○

出所：日本版ナッジ・ユニットBEST「ナッジ等の行動インサイトの活用に関わる倫理チェックリスト①調査・研究編」（令和2年3月）  
及び「ナッジ等の行動インサイトの活用に関わる倫理チェックリスト②社会実装編」（令和2年12月）  
をもとに株式会社日本総合研究所作成