

# 付 録

---

## 付録：よくある質問と回答集

**?** (Q1) ナッジという言葉を知りました。何から勉強すればよいでしょうか。

**A** (A1) ナッジとは、行動科学の知見を応用して、人々が望ましい行動を選択するようにそっと後押しする手法のことです。行動経済学にはさまざまな理論が含まれており、一見多岐にわたるよう見えますが、まずは人間心理や人の行動に着目することが重要です。本報告書で概説した理論のうち、特に「現在バイアス」は応用範囲が広いとされています。詳しい説明は本報告書P.14～15 第2章 基礎情報の整理 3 (1) ③(現在バイアス) をご参照ください。そのほかにも、分かりやすい書籍として本報告書で参照している書籍や、自治体職員向けのナッジのウェブサイトが公表されています。

-----  
NPO法人Policy Garage (編)「自治体職員のためのナッジ入門」(公職研、2022)  
「【30分で学ぶ】行動経済学の『ナッジ』【政策現場のための入門講義】by 佐々木周作」  
<https://www.youtube.com/watch?v=bpn0LqJBPC>  
「自治体ナッジシェア」  
<https://nudge-share.jp/>

**?** (Q2) メールにナッジを取り入れてみたいのですが、どのように取り入れればよいでしょうか。

**A** (A2) まずはメールの読者のどのような行動がボトルネックになっていて、どのような行動に変えることが望ましいかを考えることが必要です。例えば、回答が必要なメールで、締切を過ぎても提出してくれない人が多い場合を考えてみましょう。この場合のボトルネックとして想定されるのは、「回答の必要性や締切の存在が認識されていない」「締切に遅れてもいいやと思っている」などでしょう。前者のボトルネックに対しては、視認性を向上させる、後者に対しては社会規範ナッジを応用して、リマインドメールに「既に職員のうち〇%が提出しています」という記載を追加するなどが考えられます。ナッジの活用は、高度な専門知識がなくてもメールのような身近なものに簡単に取り入れることができます。ぜひちょっとした工夫を試してみてください。

業務内でのメールにナッジを活用する例

<p>件名：×××の出欠のご確認</p>	
<p>お疲れ様です、□□の○○です。 先日ご案内いたしました×××の開催日が近くなって参りましたので、改めてご連絡いたしました。 既に8割の方にご回答いただいております、今回は参加率も高くなりそうです。 ←……………</p>	<p>行動経済学の理論の応用 社会規範と同調効果</p>
<p>出欠のご回答が無い場合は、発表資料のメール共有など、以降の本件に関するご連絡を控えさせていただきます。 ←……………</p>	<p>損失回避性の活用</p>
<p>まだご回答されていない方は<u>下記のフォームより△△日までに</u>出欠の記入をお願いいたします。 ←…………… ……………</p>	<p>視認性の向上 (Attractive) EASTフレームワークの活用</p>

**?** (Q3) 自分が興味を持っていても、周囲はナッジに理解がありません。どのようにナッジのメリットを伝えればよいでしょうか。

**A** (A3) 本報告書P.9 第2章 基礎情報の整理 2. 地方公共団体におけるナッジ活用の意義・目的において、地方公共団体におけるナッジ活用の意義・目的を解説していますのでご参考にしてください。また、P.72～126 第5章 事例調査：ナッジの活用例でご紹介したそれぞれの事例ではさまざまな効果が得られています。

**?** (Q4) 既存の成功事例にはどのようなものがありますか。また、横展開することは可能ですか。

**A** (A4) 本報告書P.72～126 第5章 事例調査：ナッジの活用例で紹介した事例はそれぞれ一定の成果が出たものとされています。そのほかにも、環境省では毎年度「ベストナッジ賞」を実施し、社会課題や行政課題の解決に資する取組を表彰しています。自治体ナッジシェアのウェブサイトでも分野ごとに事例が紹介されています。  
ナッジは、対象者の属性や社会的背景等に大きく左右されます。横展開にあたっては、単純な横展開ではなく、この点を十分に理解した上で対象者の行動のボトルネックを解消し得る方法にカスタマイズすることが必要です。また、実際にその手法で効果が出たかどうかについても確認しながら進めることが重要です。

-----  
「自治体ナッジシェア」  
<https://nudge-share.jp/all-nudge>

❓ (Q5) ナッジはどのような人や場合にも効果的なのでしょうか。

Ⓐ (A5) ナッジは万能ではありません。また、繰り返し介入しているうちに効果が減退することもあります。例えば、利他的なメッセージを活用するケースでは、利他性の高い人には効果がありますが、低い人には効果が期待しづらいと考えられます。そのため、ナッジを設計する際には、課題となっている行動とその対象者の思考などを分析した上で最適な方法を選択する必要があります。

❓ (Q6) 対象者の行動に着目して分析することが重要とされていますが、具体的にどのように分析をすればよいかわかりません。

Ⓐ (A6) よく利用されているのは、「カスタマージャーニーマップ」や「行動プロセスマップ」と呼ばれるツールです。カスタマージャーニーマップ/行動プロセスマップとは、対象者の行動を時系列で分解し、それぞれの段階でどのようなニーズやボトルネックが存在するかを洗い出す手法です。具体的な一例は下記をご参照ください。

-----  
自治体ナッジシェア「行動プロセスマップ」 <https://nudge-share.jp/step/step3>

❓ (Q7) 効果検証には専門知識が必要でしょうか。

Ⓐ (A7) 効果検証の基本的な考え方は、本報告書P.23～26 第2章 基礎情報の整理 4. 効果検証の必要性に概説していますが、効果検証をすることが目的化しないように留意してください。まずは取組の目的を明確にすることが第一で、その次に目的が達成されたかどうかを説明するにはどのようなデータや分析の方法が適しているかを考える、という順序で考えるのが望ましいでしょう。効果検証の方法を学ぶ情報源には下記のものがあります。必要に応じて参照してください。

-----  
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)  
自治体ナッジシェア「実践方法を学ぶ」 <https://nudge-share.jp/step/step3>

❓ (Q8) ナッジを実施した後の評価検証をどのようにすればよいかかわらず、なかなか実際の事業に取り入れることができません。どうすればよいでしょうか。

Ⓐ (A8) 評価検証というと、ランダム化比較試験 (RCT) のような、被験者をグループ化して介入があったかどうかによって結果に差異が出るかを測定する手法をイメージする人が多いと思います。これを実施するには、ノウハウや倫理的な観点からやりづらいという場面もあるのではないのでしょうか。実際には、ナッジを活用する前後での状態の比較など、比較的簡単な方法で効果を検証する手法もとられています (ほかの手法は報告書P.25~26 第2章基礎情報の整理、コラム：効果検証の方法を参照)。  
例えば、京都市の例 (詳細は報告書P.86~87を参照) では、看板の設置前後でタクシーの違法駐車時間を測定し、ナッジで介入した前後で変化があるかを見ています。このように、測定可能なデータから説明できる効果を確認することも重要です。定量的に効果を示すことで周囲にナッジの有効性が伝わる、継続的に取り組む可能性を高める、などの意義が期待されます。

-----

京都市【「違法駐車時間が最大9割減少！」タクシー駐停車マナー向上に向けた共同実証の実施結果について ~ナッジを活用した看板がもたらす行動変化~】  
<https://www.city.kyoto.lg.jp/tokei/page/0000298761.html>

❓ (Q9) ナッジを実施するにはどの程度予算が必要でしょうか。

Ⓐ (A9) ナッジは、経済的インセンティブを大きく付与することなく行動変容を促すものです。コストをかけずに「ちょっとした工夫」で望ましい効果を誘導することも可能です。一方で、専門性が高いRCTなどの評価検証の場合には費用がかかることもあります。

❓ (Q10) 庁内で研修を企画してみたいのですが、どのような内容にすればよいでしょうか。

Ⓐ (A10) 初学者には、ナッジの面白さを伝えること、具体的に活用するシーンをイメージできるようになってもらうことから始めることが考えられます。他自治体等の例では、行動経済学・ナッジの概要の説明、ナッジ・ユニットの取組の紹介、具体的な取組事例の共有の具体例を紹介するものがあります。必要に応じて外部の専門家を招く、あるいは実践的な演習も組み込んだプログラムとすることなどが考えられます。

## 参考資料

---

1. 行動経済学の基礎理論
2. 自治体向けアンケートの調査項目と選択肢
3. 自治体向けアンケートのその他の調査結果
4. 有識者ヒアリングの概要

## 参考資料

### 1. 行動経済学の基礎理論

本項では、本編では紙幅の都合により紹介できなかった行動経済学の基礎理論を解説する。

#### (1) 社会的選好

社会的選好と呼ばれる行動特性のうち、本編に掲載した利他性や不平等回避の他に互惠性と呼ばれる特性がある。

#### 互惠性

他人が自分にしたことに対してそれを自分も返そうと思うことを互惠性と呼ぶ。親切や恩を与えてくれた人に対して自分も親切にしようと思う場合は「正の互惠性」がある、他人に損害などの不利益を与えられた場合に仕返しをしようと思う場合は「負の互惠性」があるという。負の互惠性という特性を利用した例は「やり返す」という行為の性質上あまり見られない。互惠性を活用した働きかけを行う場合には、正の互惠性が強い人が多いのか、負の互惠性が強い人が多いのかによってその結果が異なることを理解しておく必要がある。

図表139 互惠性の種類と具体例

	正の互惠性	負の互惠性
具体例	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 相場よりも高い水準の賃金を払うと、従業員は熱心に働くようになる（贈与されたと感じるため）</li> <li>・ スーパーマーケットで試食をするとつい買ってしまう（食べさせてもらったと感じるため）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 不当な扱いを受けたら、どんな犠牲を払ってでも復讐する</li> <li>・ 誰かに苦境に追いやられたら、その人に同じことをする</li> <li>・ 誰かが私の機嫌を損ねたら私もやり返す</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

#### (2) ヒューリスティクス

我々が思考や判断をするにあたり、世の中のすべての情報をすべて把握したり、分析したりした上で合理的な意思決定をすることは難しい。そのため、日常では経験則を頼りに「正しそう」な決断をすることがある。経験則は結論に至るまでの時間を短縮でき、頼りになることもあるが、バイアスを生じさせることもある。このようなバイアスのことをヒューリスティクスと呼ぶ。セイラーとサンステーンによると、代表的なヒューリスティクスは「アンカリング」「利用可能性」「代表性」とされているが、そのほかにもさまざまなバイアスが存在し、人間の意思決定が情報の提示方法やその人が置かれている状況によって簡単に左右されてしまうことを理解した上でナッジを活用すべきである。

図表140 ヒューリスティクスの種類と概要

A. アンカリング	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 手に入るあるいは知っている情報（アンカー）を起点として自分が適切だと思うように調整する傾向のこと</li> <li>・ 関連性が全くない情報でもアンカーになり得るため、提示する情報の順序により意思決定が左右される</li> <li>・ 店頭にそのお店で最も高い金額の商品が展示されていると、消費者はその数字にアンカリングされてほかの商品を安いと感じてしまうのもこの効果の例</li> </ul>
B. 利用可能性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 簡単に思いつく情報や可能性ほど高く評価してしまう特性のこと</li> <li>・ 台風、テロ、疫病や地震等のリスクを評価する際には、最近体験したことやメディアでよく目や耳にする情報のほうが身近なリスクと感じやすい</li> <li>・ このバイアスがある場合には、ナッジを活用して正しいリスク評価を提示し、正しい判断を促すことで人々の行動が変わることが考えられる</li> </ul>
C. 代表性	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ A がカテゴリー B に属する可能性がどれだけあるか判断するにあたって、B に対し持つイメージや固定観念に A がどの程度似ているかを重視する特性</li> <li>・ 例えば、身長 203cm のアフリカ系アメリカ人の男性がプロバスケットボール選手になる確率は身長 157cm のユダヤ系の男性よりも高いと考えがち</li> </ul>
D. 選択過剰負荷と情報過剰負荷	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 選択肢が多すぎると、どれかを選ぶという行動自体が困難になり、意思決定そのものをしなくなる特性のこと</li> <li>・ 情報が多すぎると情報を正しく評価した意思決定ができなくなる</li> </ul>

出所：A/B/Cについてはリチャード・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）、Dについては大竹文雄「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

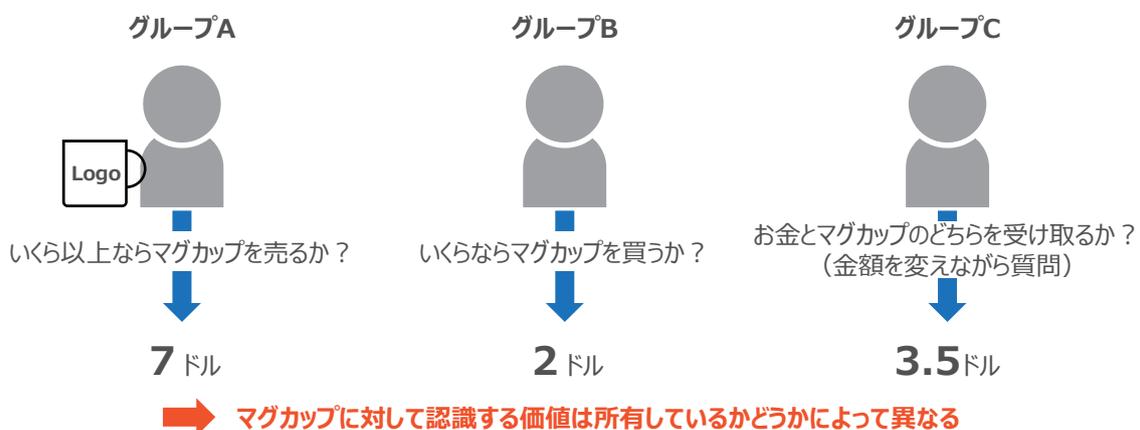
### (3) プロスペクト理論

#### 保有効果

「保有効果」の観点からこの損失を回避する行動特性を説明することも可能である。保有効果とは、既に所有しているものの価値を高く見積もりやすい行動特性のことである。大学で行われた有名な実験の例を紹介する。学生を3つのグループに分け、グループAには大学のロゴ入りのマグカップを渡し、それをいくらであれば手放すかを聞く。グループBには、そのマグカップをいくらであれば買うかを問う。グループCには、ある金額の現金とマグカップを比較した場合にどちらをとるかを質問する。人間の意思決定がどのような場合でも同じ価値判断のもとに下されるのであれば、この3つのグループの答えはすべて同じ金額を示すはずである。それにも関わらず、実験ではマグカップを所有しているグループAの集団がマグカップの価値を最も高く見積もった。

このような効果を活用した例としては、例えば企業が無料で試供品を配布する例や、製品の購入後開封・使用済みでも一定期間は返品可能としている民間企業の販売モデルの例などが挙げられる。

図表141 保有効果



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

## 2. 自治体向けアンケートの調査項目と選択肢

多摩・島しょ地域の自治体向けアンケート（企画部署向け）の具体的な調査項目と選択肢は図表142・図表143・図表144のとおり。環境部署・健康部署向けは企画部署向けの調査項目をベースに、設問文の「貴自治体」を「貴部署」に読み替えた上で、自治体全体についての設問である問3（上位計画におけるナッジ活用の取扱い）、問18（政策目的の検討・整理状況）、問19（新しい手法を検討・取り入れる風土の有無）、問20（政策評価の実施状況）を削除した。全国自治体職員向けアンケートについても調査項目は多摩・島しょ地域自治体向けアンケート（企画部署向け）と原則同様としつつ、Web調査であることを踏まえ、問11-3（ナッジ活用の具体的な内容）、問21（その他ナッジに関するご意見・困りごと）を削除し、選択肢に適宜「分からない」を追加した。

図表142 多摩・島しょ地域の自治体向けアンケートの調査項目と選択肢（企画部署向け）①

設問	回答
自治体名称を右の回答欄（C4）に記載下さい。	
部署名称を右の回答欄（C5）にご記載ください。	
問1 貴自治体の職員は、ナッジを認知・理解していると感じますが、（選択肢からいずれか1つ）選択してください。	<input type="radio"/> ①一部の職員は認知・理解している <input type="radio"/> ②主体的に要がた取組 <input type="radio"/> ③研究 <input type="checkbox"/> ④ほとんど職員が認知・理解していない
問2 (問1で①②③を選択した場合) 自治体の職員がナッジを認知した主な経路について、最も多いと思われるものを教えてください。（①～⑥から、特に当てはまるものを最大3つ選択してください）	<input type="checkbox"/> ①一部の職員は認知・理解している <input type="checkbox"/> ②主体的に要がた取組 <input type="checkbox"/> ③研究 <input type="checkbox"/> ④ほとんど職員が認知・理解していない <input type="checkbox"/> ⑤その他（その他詳細欄に具体的に記載ください） <input type="checkbox"/> ⑥分からない
問3 貴自治体では、ナッジの活用について上位計画で取上げられていたり、触れられていたり、触れられていない場合がありますか。（選択肢からいずれか1つ）選択してください。 <small>※上位計画とは、上位計画の策定（総合計画、長期計画）と、基本的政策的方向（戦略的ロードマップ）とを指す。</small>	<input type="checkbox"/> ①上位計画で取上げられていない <input type="checkbox"/> ②一部の職員はナッジ活用に関心がある <input type="checkbox"/> ③新しい手法を検討している <input type="checkbox"/> ④ほとんど職員がナッジ活用に関心がない <input type="checkbox"/> ⑤その他（その他詳細欄に具体的に記載ください） <input type="checkbox"/> ⑥分からない
問4 貴自治体の職員は、ナッジ活用に対してどの程度関心を持っていると感じますか。（選択肢からいずれか1つ）選択してください。	<input type="checkbox"/> ①ほとんどの職員がナッジ活用に関心がある <input type="checkbox"/> ②一部の職員はナッジ活用に関心がある <input type="checkbox"/> ③新しい手法を検討している <input type="checkbox"/> ④ほとんど職員がナッジ活用に関心がない <input type="checkbox"/> ⑤その他（その他詳細欄に具体的に記載ください） <input type="checkbox"/> ⑥分からない
問5 (問4で①②を選択した場合) 貴自治体の職員が、ナッジの活用に関心がある理由をお聞かせください。貴自治体の状況、風土を踏まえてあなたが当てはまると思われるものを教えてください。（①～⑥から、特に当てはまるものを最大3つ選択してください）	<input type="checkbox"/> ①ほとんどの職員がナッジ活用に関心がある <input type="checkbox"/> ②一部の職員はナッジ活用に関心がある <input type="checkbox"/> ③新しい手法を検討している <input type="checkbox"/> ④ほとんど職員がナッジ活用に関心がない <input type="checkbox"/> ⑤その他（その他詳細欄に具体的に記載ください） <input type="checkbox"/> ⑥分からない
問6 (問4で③④を選択した場合) 貴自治体の職員が、ナッジの活用に関心がない理由をお聞かせください。貴自治体の状況、風土を踏まえてあなたが当てはまると思われるものを教えてください。（①～⑥から、特に当てはまるものを最大3つ選択してください）	<input type="checkbox"/> ①ほとんどの職員がナッジ活用に関心がある <input type="checkbox"/> ②一部の職員はナッジ活用に関心がある <input type="checkbox"/> ③新しい手法を検討している <input type="checkbox"/> ④ほとんど職員がナッジ活用に関心がない <input type="checkbox"/> ⑤その他（その他詳細欄に具体的に記載ください） <input type="checkbox"/> ⑥分からない
問7 貴自治体では、ナッジを実際に検討・活用したことがありますか。（選択肢からいずれか1つ）選択してください。	<input type="checkbox"/> ①検討中 <input type="checkbox"/> ②実施済み <input type="checkbox"/> ③検討済み <input type="checkbox"/> ④検討していない <input type="checkbox"/> ⑤検討していない <input type="checkbox"/> ⑥検討していない
問8 (問7で③を選択した場合) ナッジの活用に至らなかった理由をお聞かせください。（①～⑥から、特に当てはまるものを最大3つ選択してください）	<input type="checkbox"/> ①検討中 <input type="checkbox"/> ②実施済み <input type="checkbox"/> ③検討済み <input type="checkbox"/> ④検討していない <input type="checkbox"/> ⑤検討していない <input type="checkbox"/> ⑥検討していない
問9 (問7で④を選択した場合) ナッジを検討・活用していない理由をお聞かせください。（①～⑥から、特に当てはまるものを最大3つ選択してください）	<input type="checkbox"/> ①検討中 <input type="checkbox"/> ②実施済み <input type="checkbox"/> ③検討済み <input type="checkbox"/> ④検討していない <input type="checkbox"/> ⑤検討していない <input type="checkbox"/> ⑥検討していない
問10 (問7で⑤⑥を選択した場合) 今後、貴自治体においてナッジを活用する際の機会に、検討ポイント（ナッジを適用する前の段階）で課題となると思われるものを教えてください。（①～⑥から、特に当てはまるものを最大3つ選択してください）	<input type="checkbox"/> ①検討中 <input type="checkbox"/> ②実施済み <input type="checkbox"/> ③検討済み <input type="checkbox"/> ④検討していない <input type="checkbox"/> ⑤検討していない <input type="checkbox"/> ⑥検討していない
問11 (問7で⑥を選択した場合) [④]ナッジ取組詳細記入シートに、取組の詳細をお答えください。 [⑤]ナッジ取組詳細記入シートに回答し、右欄にて[回答済]を選択してください。	<input type="checkbox"/> ①検討中 <input type="checkbox"/> ②実施済み <input type="checkbox"/> ③検討済み <input type="checkbox"/> ④検討していない <input type="checkbox"/> ⑤検討していない <input type="checkbox"/> ⑥検討していない

図表143 多摩・島しょ地域の自治体向けアンケートの調査項目と選択肢（企画部署向け）②

※ナッジを活用した取組について、最大 5 ケース記入

設問	ケース1
記入要否	否
問11-1 ナッジ活用のきっかけをお聞かせください。 (選択肢のいずれか1つを選択してください)	<input type="radio"/> ①行政課題の検討をする中で担当職員が自発的に提案した <input type="radio"/> ②上層部の意向で始めた <input type="radio"/> ③他自治体の取組を参考に始めた <input type="radio"/> ④外部の民間企業・研究者等から提案を受けて始めた <input type="radio"/> ⑤その他（下欄に具体的に記載ください）
上記で「その他」を選択した場合は、右欄に具体的に記載ください。	
問11-2 ナッジ活用の対象とした行政課題を選択してください。 (選択肢のいずれか1つを選択してください)	<input type="radio"/> ①医療・介護 <input type="radio"/> ②健康・福祉 <input type="radio"/> ③子ども・子育て <input type="radio"/> ④雇用・労働 <input type="radio"/> ⑤産業・観光 <input type="radio"/> ⑥文化振興 <input type="radio"/> ⑦環境 <input type="radio"/> ⑧インフラ <input type="radio"/> ⑨都市・交通 <input type="radio"/> ⑩防災 <input type="radio"/> ⑪税・保険 <input type="radio"/> ⑫庁内業務 <input type="radio"/> ⑬その他（下欄に具体的に記載ください）
上記で「その他」を選択した場合は、右欄に具体的に記載ください。	
問11-3 ナッジ活用の具体的な内容を記載してください。（自由記述）	
問11-4 ナッジ活用にあたっての庁内の推進体制をお聞かせください。 (選択肢のいずれか1つを選択してください)	<input type="radio"/> ①原課主導で推進した <input type="radio"/> ②企画系の部署主導で推進した <input type="radio"/> ③一時的に部署横断のプロジェクトチームを組成して推進した <input type="radio"/> ④常設のナッジユニットを組成して推進した <input type="radio"/> ⑤非公式の有志団体を組成して推進した <input type="radio"/> ⑥その他（下欄に具体的に記載ください）
上記で「その他」を選択した場合は、右欄に具体的に記載ください。	
問11-5 ナッジ活用にあたっての外部との連携についてお聞かせください。 (①～⑤から、特に当てはまるものを最大3つ選択してください)	<input type="checkbox"/> ①大学研究者と連携した <input type="checkbox"/> ②民間企業と連携した <input type="checkbox"/> ③他自治体と連携した <input type="checkbox"/> ④外部との連携は行わなかった <input type="checkbox"/> ⑤その他（下欄に具体的に記載ください）
上記で「その他」を選択した場合は、右欄に具体的に記載ください。	



### 3. 自治体向けアンケートのその他の調査結果

本編では掲載できなかった調査結果について、質問項目ごとに多摩・島しょ地域及び全国のアンケート結果を示す。

#### 上位計画でのナッジ活用の取扱い

多摩・島しょ地域では、現状、上位計画でナッジ活用に触れている市町村はないと推察される。

図表145 上位計画でのナッジ活用の取扱い（多摩・島しょ地域）

Q3:（企画部署のみ）貴自治体では、ナッジの活用について上位計画で取り上げられていたり、触れられていたりしますか。（いずれか1つ選択）

※上位計画は、最上位計画としての基本構想（総合計画、長期計画等）と、基本構想の政策をブレークダウンした各施策に関する基本計画（例えば都市計画マスタープラン、健康現実プラン等）を指します。

Q3上位計画	ナッジが上位計画の中で重要テーマとして取り上げられている	ナッジについて上位計画の中で触れられているが重要テーマではない	上位計画ではナッジに触れていない	分からない	総計
企画部署			33	6	39

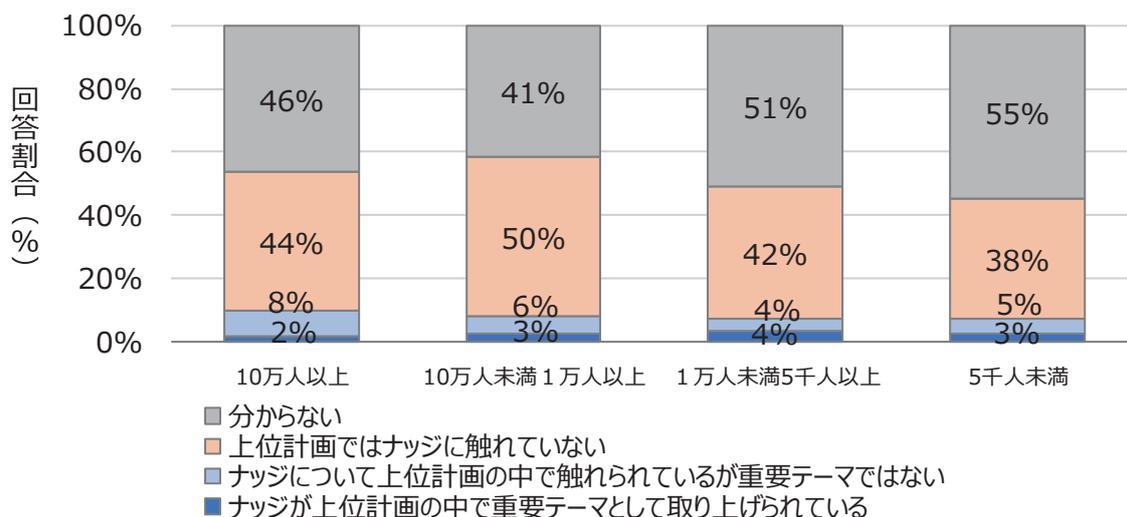
【n=39（企画）】

全国でも多くの市町村ではナッジ活用について上位計画で触れていないが、一部は上位計画で触れているケースも見られる。人口規模別に大きな違いは見られない。

図表146 上位計画でのナッジ活用の取扱い（全国）

Q3: 貴自治体では、ナッジの活用について上位計画で取り上げられていたり、触れられていたりしますか。（いずれか1つ選択）

※上位計画は、最上位計画としての基本構想（総合計画、長期計画等）と基本構想の政策をブレークダウンした各施策に関する基本計画（例えば都市計画マスタープラン、健康実現プラン等）を指します。



【n=378（10万人以上）、n=379（10万人未満1万人以上）、n=163（1万人未満5,000人以上）、n=110（5,000人未満）】

### ナッジ活用に至らなかった理由

多摩・島しょ地域では、ナッジ活用に至らなかった理由として行動科学・評価検証・倫理的配慮の知見不足、検討体制組成等が挙げられている。

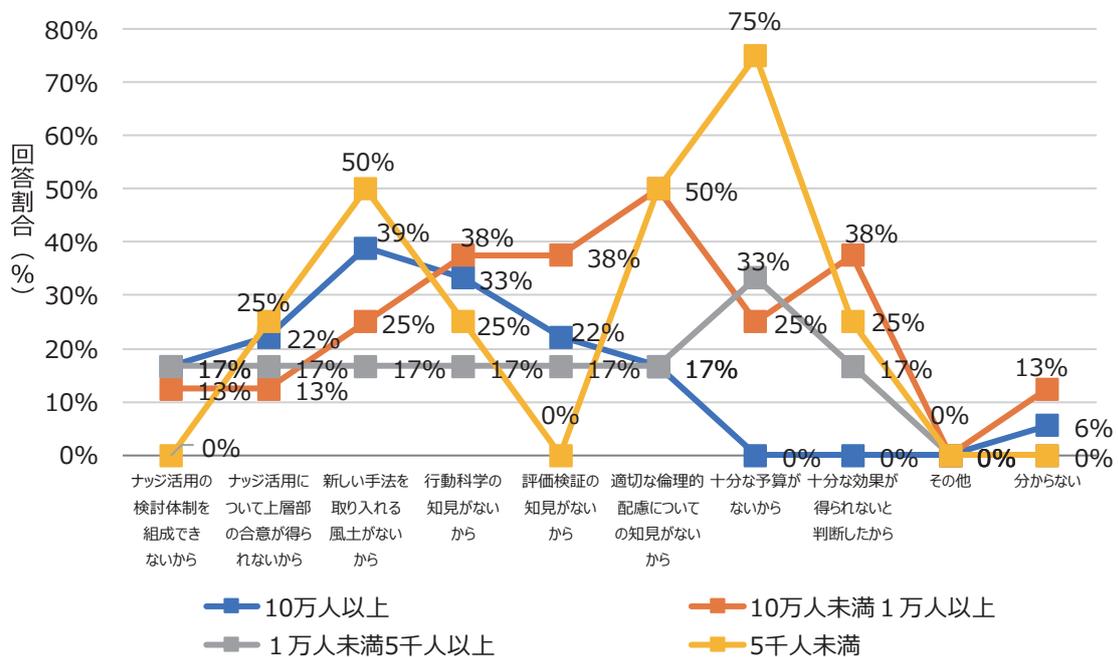
図表147 ナッジ活用に至らなかった理由（多摩・島しょ地域）

部署区分	ナッジ活用に至らなかった理由
企画部署	①ナッジ活用の検討体制を組成できないから ④行動科学の知見がないから
環境部署	④行動科学の知見がないから ⑤評価検証の知見がないから ⑥適切な倫理的配慮についての知見がないから
健康部署	⑤評価検証の知見がないから ⑥適切な倫理的配慮についての知見がないから

全国では、ナッジ活用に至らなかった理由は特定の理由に偏っておらず、さまざまなものが挙げられている。

図表148 ナッジ活用に至らなかった理由（全国）

Q8: (Q7で③を選択:ナッジの検討をしたが活用に至らなかった場合)  
ナッジの活用に至らなかった理由をお聞かせください。(最大3つ選択)



【n=18 (10万人以上)、n=8 (10万人未満 1万人以上)、n=6 (1万人未満 5,000人以上)、n=4 (5,000人未満)】

## 評価検証の手法

多摩・島しょ地域では、ナッジ活用の評価検証の際、ロジックモデルを作成しているケースも一定数存在する。少なくとも定量データは評価検証に用いているケースが多い傾向がある。

図表149 評価検証の手法（多摩・島しょ地域）

Q15-1: (Q14 で①を選択:ナッジ活用の際に評価を行った場合) 具体的な評価手法をお聞かせください。ナッジ活用事例が複数件ある場合、最も良く使われる評価手法を選択してください。(いずれか1つ選択)

※ロジックモデル: 政策の手段や目的を「インプット(投入資源)」「アクティビティ(活動)」「アウトプット(直接の結果)」「アウトカム(成果)」「インパクト(最終的な変化)」の段階別に記述し、目的達成までの倫理的な因果関係を図式的に明らかにする手法

Q15-1評価手法	ロジックモデル作成			ロジックモデル作成せず			分からない	総計
	定量データ・定性データ	定量データのみ	定性データのみ	定量データ・定性データ	定量データのみ	定性データのみ		
企画部署		1			1		1	3
環境部署						1		1
健康部署	1	1			3		1	6
総計	1	2			4	1	2	10

【n=3(企画)、n=1(環境)、n=6(健康)】

全国では、ナッジ活用の評価検証の際、ロジックモデルを作成しているケースが多摩・島しょ地域と比較して多い傾向がある。

図表150 評価検証の手法（全国）

Q18: (Q17 で①を選択:ナッジ活用の際に評価を行った場合) 具体的な評価手法をお聞かせください。ナッジ活用事例が複数件ある場合、最も良く使われる評価手法を選択してください。(いずれか1つ選択)

※ロジックモデル: 政策の手段や目的を「インプット(投入資源)」「アクティビティ(活動)」「アウトプット(直接の結果)」「アウトカム(成果)」「インパクト(最終的な変化)」の段階別に記述し、目的達成までの倫理的な因果関係を図式的に明らかにする手法

Q18評価手法	ロジックモデル作成			ロジックモデル作成せず			分からない	総計
	定量データ・定性データ	定量データのみ	定性データのみ	定量データ・定性データ	定量データのみ	定性データのみ		
10万人以上	4	2	3	2	1	3	0	15
10万人未満1万人以上	3	1					1	5
1万人未満5千人以上	1	1						2
5千人未満		2						2
総計	8	6	3	2	1	3	1	24

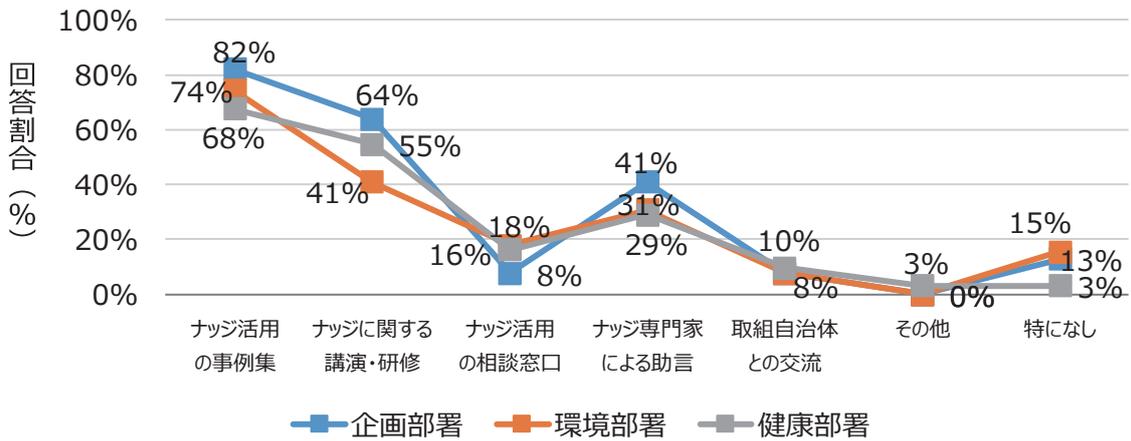
【n=15(10万人以上)、n=5(10万人未満1万人以上)、n=2(1万人未満5,000人以上)、n=2(5,000人未満)】

### ナッジ活用に向けた支援

多摩・島しょ地域では、ナッジ活用に向けて、あると良いと感じる支援として、「ナッジ活用の事例集」が最も多く選択され、次いで「ナッジに関する講演・研修」「ナッジ専門家による助言」の順に多く選択された。

図表151 ナッジ活用に向けた支援（多摩・島しょ地域）

Q17:ナッジ活用に向けて、どのような支援があると良いと感じますか。（最大3つ選択）

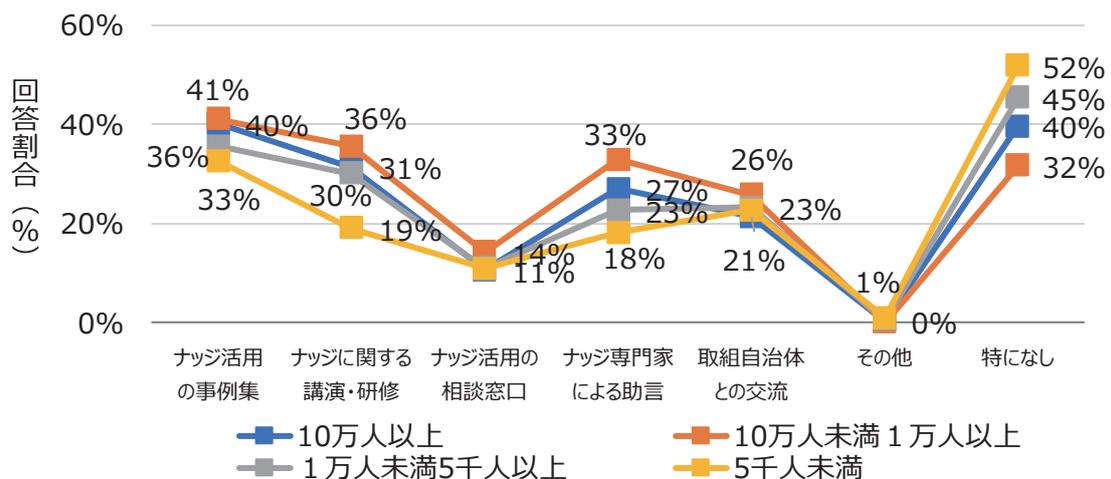


【n=39（企画）、n=39（環境）、n=31（健康）】

全国でも、ナッジ活用に向けて、あると良いと感じる支援として、「ナッジ活用の事例集」が最も多く選択されたほか、「ナッジに関する講演・研修」「ナッジ専門家による助言」「取組自治体との交流」等も一定数選択された。

図表152 ナッジ活用に向けた支援（全国）

Q21:ナッジ活用に向けて、どのような支援があると良いと感じますか。（最大3つ選択）



【n=378（10万人以上）、n=379（10万人未満1万人以上）、n=163（1万人未満5,000人以上）、n=110（5,000人未満）】

## 4. 有識者ヒアリングの概要

### (1) 大阪大学大学院経済学研究科 大竹文雄 教授

大竹文雄教授には、政策におけるナッジ活用の変遷や現状の課題と対応策、アンケート調査結果のまとめを確認いただいた上で多摩・島しょ地域におけるナッジ活用の課題と対応策、ナッジの実践における効果検証などについてヒアリングを行った。

#### ◆政策におけるナッジ活用の変遷

- ・ナッジが取り入れられた経緯は政策分野による。例えば、健康分野では活用事例が多いという傾向があるが、これは厚生労働省がナッジ活用に関するリーフレットを公表しており、その情報が自治体の各部署に行きわたっていることが影響していると考えられる。

#### ◆政策におけるナッジ活用の現状

- ・自治体におけるナッジ活用はトップダウン型と職員による自発的な取組の二種類が見られる。ナッジに関心をもった職員が自発的に活用する際のメリットは、一人一人が考えたことを大きな予算を確保せずとも職員の裁量の中でできることが多いことである。そのような工夫から始まっている例は多くある。一方で課題は上司の理解がないと実行が困難なことである。まだナッジの知識を持っている職員が少ないのであれば広げていく必要があるだろう。
- ・環境や健康・福祉分野での取組が進んでいる理由は、これらが人の行動を強制できない分野であるため。人の行動を規制、監視できないため、ナッジの手法に頼らざるを得ない。例えば、がん検診を義務化することはできない。環境配慮も個人に罰則を与えるようなことは困難である。そのため一人一人の行動変容を促すということに頼らざるを得ない。
- ・こうした分野はほかの政策手段の選択肢が限定されているためナッジ活用が進んだと考えられる。

#### ◆政策におけるナッジ活用の課題と対応策

- ・基礎知識の習得に課題があるだろう。また効果検証方法についても知っておいたほうが良いと思う。効果があるということを周囲に説得できないと、その政策を広めていくにあたり予算獲得などにつながらないからである。専門知識を有する職員は庁内にいたほうがよいと思うが、外部の有識者と相談するなどの方法もある。
- ・職員のマインドセットを変えていくことも必要。特に、普段の業務で実施していることがスラッジになっていないかを気にするようなマインドセットを持つことが重要。
- ・自治体からナッジをやってみたいがどうすればよいかと相談をうけるが、第一にナッジを利用するために、どこにボトルネックがあり上手くいかないのかを検討しなければならない。それが分かれば介入方法を検討する。そして実現可能性を考慮するというステップで進めるのがよい。
- ・ナッジ・ユニットの組織の位置づけについて、有志の場合はある程度上層部から認識されないと提案が実施できないケースがある一方、トップダウンだけでは現場のやる気が起きない可能性もある。そのためハイブリッドも重要であると考えられる。

#### ◆多摩・島しょ地域におけるナッジ活用の課題と対応策

- ・ナッジは申込書のレイアウトを変える、あるいは通知文を変えるというレベルのものが多く、新たに予算を獲得せずに行政サービスの向上につながるのはメリット。
- ・基礎知識が不足することに対する対応策としては実践的な研修で身につけるのがよい。ナッジとは何かをまずは知ってもらうというレベルから、実際にナッジを活用して事例をつくっていくためのノウハウを身につけることが必要。また、効果を検証するためのノウハウを身につける必要もある。実践の過程で有識者や経験者にアドバイスをもらうとよい。もちろん庁内でアドバイスができる体制もつくっていくことも重要だが、それができるまでは外部に相談できる体制があるとよい。
- ・倫理面での知識に関してももちろん必要で、本来望ましくないことを行政側の事情でやるの

はよくないなどの留意点がある。

#### ◆ナッジ活用の将来の展望

- ・ナッジは職員にとって常識にすべきであると考え。自治体からの手紙は最後まで読まない  
と一体何をしたらよいのか分からないものも多いのではないかと。きちんとメッセージが伝わる  
ようになれば、分からないから何もしないという状態が変えられ、また反応時間が短縮され  
れば一人一人の時間の節約にもなる。

#### ◆ナッジの実践における効果検証について

- ・ナッジの検証に高度な知識はなくてもよい。実際の介入の影響を見ればよいので、テストし  
てみて変化や差異を分析すればよい。最初はある程度のパターンを知っていると実施しやす  
くなる。
- ・一番望ましいのはランダム化比較試験。ナッジを利用したものと従来のものをランダムに送  
ることでその効果の違いを検証するもの。ランダム化することについても特段難しいことは  
なく、個人等に紐づいたIDがあれば偶数と奇数で分けるなどでほぼランダム化できる。
- ・ランダム化比較試験ができない場合は、ある年齢以上の人やある所得以下の人にナッジを利  
用し、それ以外の人と比較ができる。例えば、35歳以上の人に何らかのメッセージを出し  
たとき、34歳のグループとの差を見ることが可能。本来はその間にはほとんど差は  
ないはずなので、違いは介入の効果であるとも見ることが可能。また個人ではなく地域とい  
う単位で見ると、似たような地域を選んでおき、ナッジ利用のものと従来のものの差を  
見るという工夫もあり得る。
- ・上記のいずれもできない場合は事前・事後で比較することになる。行政データで細かく把握  
できるのであれば、どの時点で介入したかによって差を見ることが可能だろう。
- ・どの程度精緻に効果検証するべきか、という点については、期待する効果の程度による。例  
えば、今までより30%参加率を高めたいというのであれば、精緻な効果検証をしなくても  
よい。サンプルサイズも大きくせずとも統計的な処理は可能。一方、1%の差を見たいとい  
うのであれば、サンプルサイズを大きくしないと偶然の差なのかどうかの判断がつかない。
- ・予算についても、業務で得られる情報で自動的に測れるのであれば不要。自治体業務の場合  
はそのようなケースが多い。データが得られない場合は新たに調査が必要になるため予算が  
かかる。

## (2) 大阪大学感染症総合教育研究拠点 佐々木周作 特任准教授

佐々木特任准教授には、政策におけるナッジ活用の変遷や現状の課題と対応策、アンケート調査結果まとめを確認いただいた上での多摩・島しょ地域におけるナッジ活用の課題と対応策、ナッジの実践における効果検証などについてヒアリングを行った。

### ◆政策におけるナッジ活用の変遷

- ・ナッジの政策活用のきっかけは、2010年頃にイギリスの内閣府の組織として行動科学の知見を政策に活用するチームが組織されたことである。その組織の発信力、ネットワーク力が大きかったためほかの国にも広がった。各国に同様のチームが組織され自発的に取組が進んだ経緯がある。
- ・日本では、2017年頃に環境省の主導により始まり、それが地方自治体に波及していった。

### ◆政策におけるナッジ活用の現状

- ・ナッジの実践は、学術的根拠に基づきナッジの効果のメカニズムを筋立てて説明でき、そのために、直感的なテクニックと比較すると、一般に実践方法を習得しやすいことが特徴である。2017年時点であれば海外の方が沢山の事例があり、日本ではなかなか実践できないという状況であったが、昨今では骨太の方針や国の予算でナッジが言及された経緯などもあるため、国内の政策現場での関心が急激に高まり、実証事例も蓄積されてきた。
- ・厚生労働省の事業としてナッジの効果検証が先駆けて始まるなど、国主体で予算をつけられる分野ではトップダウンで強固なエビデンスが蓄積されやすかった。一方で予算がつきにくい分野についても、有志の間で実証や勉強会などの連携体制が横浜市を中心に動きが波及しつつあるため、健康・福祉や環境の分野以外についても事例の蓄積が進んでいる。

### ◆政策におけるナッジ活用の課題と対応策

- ・アンケート調査結果は「ナッジの認知・理解が進んでいない」とも解釈できるかもしれないが、ナッジの専門家やナッジに取り組みたい人が組織の中で100%にすることを目標とすべきかどうかは疑問である。各自治体の職員の中にナッジの詳細な理論に詳しい職員が1～2名いる程度が、まずは目指すべき目標なのではないか。
- ・ナッジの実践に取り組むときは人間心理に着目することが大切である。「現在バイアス」は応用可能性が高く、学ぶ価値がある。これは本人がしたいと思っていることを自力ではすぐに実行できないという問題の一因として現在バイアスがあり、実行できるようにうまく促すというのがナッジである。

### ◆多摩・島しょ地域におけるナッジ活用の課題と対応策

- ・アンケート調査結果からは、多摩・島しょ地域では全国と比べてナッジを認知・理解している人の割合が想像より高い印象がある。一方で、地域内でも認知度の格差はあるかもしれない。全く情報が行き届いていない地域に関してはナッジの認知・理解の向上に資する取組が重要になる。
- ・学術的な研究の観点からすると、健康・福祉の分野のほか、節電やフードロス対策などの環境配慮の分野でエビデンスが蓄積されてきているにも関わらず、環境分野の認知・理解が低いのが意外である。だからこそ、環境分野にはまだまだ活用できるポテンシャルがある。
- ・ナッジは、今のままではいけないのではないかという意識を持つ職員や、自分のクリエイティビティを發揮したい職員を惹きつける傾向がある。自治体職員らによるナッジの研究会が月一回の頻度で行われ私も参加しているが、多摩・島しょ地域の方はあまり参加されていないようにも思う。職員同士で学び合う場所や、既存のネットワークへの参加に課題があるのかもしれない。
- ・各自治体で行動科学や倫理的配慮の知見を持つ専門家をそろえるというのは現実的な施策ではない。自治体間で共通する課題については連携しながら取り組むなど、横のつながりの体

制を構築すべきではないか。

- ・スモールスタートでやってみようという職員のマインドセットは重要で、そうした取り組みを受け入れることができる組織文化の醸成が大切。認めてくれる上司と評価する仕組みの導入が必要。
- ・スモールスタートの一例として、既存事例の横展開がある。ある自治体で税金納付率が高まったという効果があったデザインがあるとして、自分たちの自治体の実情を踏まえて既存事例をカスタマイズしてみて、自分たちの自治体でも同じように効果があるかどうかを確認する、などである。
- ・ナッジに関心がある職員が明日から簡単に実践できることは、ナッジを業務内のメールで活用すること。例えば締め切りのある連絡の場合、タイトルに入れる文言や文章の構成を工夫してみる、又は既に回答した人数をメールに記載してみるなど試してみることが重要。まずは身近な業務でナッジを活用する経験や感覚を蓄積することは簡単に実行できる。

#### ◆ナッジ活用の将来の展望

- ・組織の中にナッジに詳しい人、または詳しい人とつながりを持つ人が少なくとも一人いるという状態はすべての自治体に広がっているとよいと考える。ナッジを「誰も知らない」という状態の自治体は0%になるとよい。

#### ◆ナッジの実践における効果検証について

- ・効果検証の考え方を理解することがまずは大切。ナッジに限らずEBPMが重要視されているのは、追加的な施策を打つことで、期待できる効果が生まれたのかを実証的に確認することの必要性が認識されているからである。事業そのものをやることが目的になり、その実施によって市民の状態がどう変化したかを追いかけないようなケースは無くすべきだ。
- ・効果検証では比較することが重要。ほかのグループや前年との比較などが考えられる。具体的な手法としてはランダム化比較試験（RCT）、差分の差分分析、前後比較などの方法がある。
- ・RCTは精緻であるが、すべての場面で適用できるわけではない。重要な事業で予算もついでいて、ここで効果があることが実証として大切な場合には特にRCTを選択する意義が高まる。
- ・前後比較での問題点は、ナッジの介入効果以外の要因の影響が排除できないことである。前後比較を行うときには、社会的な変化や政治的な変化などナッジ以外の要素が関わっていないかどうか注意して分析をする必要がある。

### (3) 横浜市行動デザインチームYBiT副代表 高木佑介 氏

YBiT副代表の高木氏へは、横浜市役所内でのナッジ活用の現状及び庁内浸透等に関する課題や、YBiTがナッジ・ユニットとして他自治体にも働きかけや連携を行っていることから、ナッジに係る全国的な動向や自治体が共通して抱える課題など、自治体目線でのナッジ活用に関する全般的な課題と対応策についてヒアリングを行った。

#### ◆横浜市役所内でのナッジの活用

- ・YBiT立ち上げ前から、温暖化対策等ではナッジを活用していた。YBiT立ち上げ後は、短期間で取り組みやすいものから始めるべきという考えに基づき、特定保健指導の受診勧奨、市民アンケートの回答率向上等に活用し始めた。

#### ◆庁内浸透等に関する課題

- ・庁内への普及戦略として習得期・実践期・展開期に分けて、ボトルネックと介入案を整理した。効果的だったのは庁内イントラを活用した広報や事例の創出。
- ・ナッジ・ユニットの内部と外部（庁内）において、それぞれナッジ活用の促進要因・課題があると考えられる。内部の課題としては、事例・ノウハウの共有や事例創出に向けた関係部署への働きかけ、効果検証・費用対効果の見える化等が挙げられる。一方、外部（庁内）の課題についてはナッジへの適切な理解、ナッジ活用を受け入れる下地、人事異動の影響等が挙げられる。
- ・庁内共有としてはイントラネットでの紹介、月1回のナッジ通信、市役所内のメーリングリスト等によりナッジの事例を共有している。ナッジ・ユニットから発信することに加え、（実際にナッジを活用した）担当課から発信することも説得力があり、効果的だと感じている。

#### ◆ナッジに係る全国的な動向

- ・伝統的な政策手法には、規制的手法（法令・罰則）・財政的手法（補助金）・情報的手法（普及啓発）の3つがあるとされており、行動科学的手法（ナッジ）はそれらを補完する新たな政策手法である。自治体がナッジに関心を持つ理由として、伝統的な政策手法では必ずしも解決しきれず、市民の行動変容を必要とする行政課題に直面した結果、ナッジ等の行動科学を活用した手法に関心を持ち始めていると思料する。
- ・例えばコロナの外出制限等は、規制的手法等で簡単に制限できるものではない。その中で、新たな手法としてナッジに関心が向けられるようになったのではないかと。
- ・また、広報・普及啓発に力を入れてきた自治体が、市民のインテンション・アクション・ギャップ（行動バイアスから生じる、意図したことと実際の行動の乖離）に気づき、ナッジに関心を持つようになるケースも多いと感じる。

#### ◆自治体が共通して抱える課題と対応策

- ・フレームワークの活用：ナッジを活用するには、イギリスのBITが提唱しているEAST®フレームワークが有用。ナッジを考案する際のヒントになる。また、OECDが提唱しているBASICフレームワークは、ナッジを考案するプロセスを示しており、こちらも世界的に使われている。YBiTではBASICをベースに、自治体で使いやすいよう3つステップでナッジを設計できるフレームを独自に作り、活用している。
  - ▶ 段階①行動の特定：ナッジが変容を促す行動を特定
  - ▶ 段階②バイアスの特定：行動変容を妨げる要因、促す要因を特定
  - ▶ 段階③ナッジの考案と試行：バイアスを打ち破るナッジを試み、行動変容につなげる
 ナッジを効果的に使うためには、段階①②を通じて適切に課題を把握することが特に重要だが、どうしても課題設定を軽視してしまう傾向があるように感じている。研修等ではこれらの重要性を強調している。具体的には、段階①の部分では、対象とする行動を広く捉えすぎており課題を特定しきれないケースが多い。例えばリサイクル施策を考えた際、全体にナッジを当てはめようとするのは広く捉えすぎであり、「家庭における、子どもの分別行動」

- 等のように特定し、行動レベルまで課題を分解する必要がある。
- ・効果検証：効果検証は重要ではあるが、必ずしもすべての案件で厳密な効果検証を行う必要はないと個人的には考えている。例えば、何かを依頼するようなメールでもナッジを活用することはできる。こうした日々の業務にナッジを活用する場合などは、必ずしも厳密な効果検証をしなくても良いのではないか。他方で、実証実験をベースに、ある程度大きな事業にナッジを活用する場合には、エビデンスレベルの高い手法で効果検証をする必要がある。効果検証については、そもそも事業の最終的な目標（アウトカム）が定まっていないケースも多く、その点は課題だと感じている。厳密な効果検証は、自治体の現場では難しい面も多い。すべてを自前でやる必要はなく、外部の専門家（研究者、コンサルティングファーム等）の力を借りても良い。
  - ・組織内での普及：まず事業の実施に対する権限を持っている層（課長・係長級）の理解を得ることが重要である。加えて職員レベルでは、ナッジの理解も重要だが難しいものではないので「やってみる」マインドが肝要で、自分でナッジの活用を実践して感覚をつかむことが重要になる。
  - ・組織文化：「やってみる」職員が少ないのは、失敗を許容する土壌が自治体に少ないことが一要因として挙げられる。
  - ・マインドセット：新しいことをやってみるマインドセットが重要であり、身の回りの業務のなかで、まず仲間と使ってみることが効果的だと考える。例えば、業務内で送付する、回答を求めるメール文面にナッジを使ってみる等、自分の業務内でできる範囲でトライして見ることが重要ではないか。
  - ・知識面：ナッジの活用に必要な知識は、それほど難しくなく、一度ナッジを活用してみれば大方は理解できるのではないか。特にナッジを考案する際には、EASTのフレームワーク等に沿ってナッジを設計できるので、難しい知識が必要なわけではない。
  - ・予算面：自治体で行っている事例の9割方はナッジ活用に伴う追加費用は掛かっていないという印象。予算が必要になるのは事前調査（調査員を張り付けての調査等）や効果検証で、求める効果検証の精度が高い場合や、エビデンスを作り、今後事業展開をする必要がある場合は一定の予算が必要になる。
  - ・体制面：組織内部におけるサポート（幹部からの支援含む）や組織としての位置づけ（の明確化・権威付け）、アカデミアとの連携等が重要。加えて、組織内部の検討や実行のスピード感を発揮できる体制も重要。
  - ・倫理的配慮：ナッジを使う際には倫理的配慮が重要であり、リストを用いたチェックに加え、特に自治体職員としては、地域の状況などを踏まえて気をつけるべきことにしっかりと気づける能力が重要になる。BESTは緻密なチェックリストを作成しているが、自治体の現場の職員においては、FORGOOD (Fairness/Openness/Respect/Goals/Opinions/Options/Delegation) の7つの視点で使おうとしているナッジに倫理的課題がないかチェックすることが有効ではないかと感じている。特にナッジが正しい目的に使われているか、注意して確認することが必要。また、倫理的配慮に加えて、このナッジを活用して不快に思う市民がないかなど、自治体職員の経験則に基づいて適宜配慮を行うことも重要。

#### (4) 慶應義塾大学経済学部 武山政直 教授

慶應義塾大学の武山教授へは、行動変容デザインについて民間企業や市民を巻き込む実践的研究を行っていることから、特に行動に着目して課題設定を行う重要性や具体的な方法論などについてヒアリングを行った。

##### ◆課題設定を行う際の留意点

- ・ターゲットとなるユーザーの行動を取り巻く環境や仕組みから抜本的に変えないとなかなか効果が出ない場合もある。例えば家庭からのフードロス削減を考えた場合、食べ物をゴミとして出す時に対して行動変容を促せばよいと考えるのが普通だが、その際に食べ物がゴミとなりゴミ捨て場に出される行動の前後の文脈まで意識することが重要となる。
- ・そもそも家庭の食生活は一定のルーティン行動によって無意識的に成立している。買い物をして冷蔵庫に保管し、下ごしらえをして調理を行い飲食し、残った料理はパックなどに入れて保存し、ゴミはゴミ箱に捨て、それをゴミ収集の曜日にゴミ捨て場に置くと収集される。
- ・こうしたルーティンでは、例えばスーパーの特売などで多くの食品を買った結果、食べ残しが多少増えてしまってもゴミは安定的に収集されるため、フードロスを安心して出せるような社会の大きな仕組みに家庭が組み込まれている。このような状況では、食べ残しを出す際の人間の心理を理解しその行動変容を促す、例えばお皿のサイズを小さくする、といった取組では大きな効果は期待できず、抜本的に何かを変える必要があることを前提にした上で、視野を広げてさまざまなプレーヤーを巻き込みながら現時点での最善の介入策を考える必要がある。

##### ◆課題設定の考え方

- ・変容を促したい行動の周辺領域にも留意する重要性はある一方で、まずはターゲットユーザーの行動がどのように変われば当初の目的が達成できるのか、という具体的なレベルでものごとを見ないと人間の意思決定のメカニズムに行動経済学を活用して介入するノウハウが上手く機能しない。
- ・その行動が変わるとユーザーやサービス提供者、社会にとってどのように良い結果がもたらされるのか、という分かりやすい考え方と併せて、変える必要のある行動を絞り込むプロセスが必要になる。
- ・ユーザーの行動変容を単発の施策で促すのか、それとも時間をかけて寄り添いながら促すのか、行動変容に必要な時間軸が異なる場合はユーザーに求めるコミットやそのフォローの度合いが変わることに留意が必要である。
- ・いずれにせよ、漠然とした意識や態度の変容ではなく、具体的な行動に着目して進めることをお勧めする。

##### ◆初学者でも始められる具体的な課題設定の方法

- ・大規模な調査を行う前に、まずは定型的なフレームワークを活用して複数人の対象者へインタビューを行い、最初にあたりをつけることから始めるのはどうか。CREATE※のフレームワークを使えば行動に対してどの段階でこういった障壁が存在するのかを確認できる。また、可能であればその結果を可視化して関係者やチームの中で共有し望ましい方向性を議論する、というプロセスを行うのが基本になると考える。
- ・初学者は下記のステップに沿って検討を行うことをお勧めする。
- ・ステップ①行動診断：CREATEのフレームワークを活用し、どの段階で行動の障壁やバリアが存在するのかをチェックする。
- ・②質的調査：ユーザーが行動できない状況や周辺環境要因などの背景をインタビューや観察調査の実施を通じて理解する。
- ・③介入施策のアイデア出し：いくつかの行動障壁が具体的に特定された後、行動経済学の知見を活用し効果的な介入策の検討を行う。ナッジに関しては活用し易い基礎理論やパターンが確立し始めているため、その中で選択することが可能となる。

◆既存の成功事例の横展開について

- ・生活習慣や環境要因に違いがあり、それが行動に大きく影響するようなテーマであれば、その前提条件となる違いをしっかりと考慮しないと効果が期待できないということは一般論として言える。
- ・生活習慣や環境要因に大きな違いがない場合でも、行動を変えてもらいたい対象者について行動の障壁などの要因を分析するような調査プロセスは必要になると考える。このような調査・分析プロセスを抜きに、機械的に横展開をすることには一定のリスクがあると考えたほうが良い。
- ・人間の意思決定のメカニズムは、国や文化の違いを越えた一定の普遍性があるだろうと研究の世界では言われているが、実際に日々の現場における意思決定はそうした原理だけでなされているのではなく、生活習慣や社会規範など地域固有の要因に影響される。
- ・そういう意味では、横展開をする際にまずはスモールスタートで試すのがよいのではないか。
- ・実際に介入施策を検討する際は、最初は小規模にテストを行い、定性的でもよいので効果が得られた後に、大規模で実施し定量的なデータを扱って効果検証を行うようなアプローチが望ましい。
- ・また介入施策実施の際は倫理的観点を配慮する必要がある。倫理的配慮のためのチェックリストは国内や海外でも幾つかガイドラインが発行されているので、活用するとよい。

※CREATEのフレームワークは Stephen Wendel (スティーブン・ウェンデル) 著 武山政直 監訳「行動を変えるデザイン - 心理学と行動経済学をプロダクトデザインに活用する」に詳しい解説がある。現状の行動においてどの段階で行動に障壁が存在するのかをCREATEアクションファネル (Cue/キュー、Reaction/反応、Evaluation/評価、Ability/アビリティ、Timing/タイミング、Execute/実行) の分析フレームワークに基づいたチェックを行うこと。