

日本版ナッジ・ユニットの取組



環境省大臣官房総合政策課企画評価・政策プロモーション室 ナッジ戦略企画官
池本 忠弘

はじめに

ナッジ（英語nudge：そっと後押しする）を提唱するシカゴ大学のリチャード・セイラー教授が2017年にノーベル経済学賞を受賞して以来、我が国の府省庁や地方公共団体等の公共部門において、ナッジをはじめ、行動に関する科学的な理論や知見を公共政策に活用し、行動変容を促進しようとする機運が高まっています。地域社会においてナッジが活用されている事例も増えてきており、例えば、富山駅前にあるコミュニティホール（アーバンプレイス）内に設置されたピアノ階段があります（図1）。

図1 富山市内のピアノ階段



出所：著者撮影

「季節の音階段」と名付けられたこの階段は、ピアノの鍵盤を模したデザインをしているのみならず、踏むと音が出るようになっており、四季によって異なるメロディを楽しむことができます。このとき重要なのは、階段の利用を強いているわけではないということです。隣にはエスカレーターも併設されており、足の不自由な方や年配の方にも配慮された設計

となっており、エスカレーターの利用も選択肢として排除していません。そして、階段の上り下りを苦痛に感じるどころか、楽しく愉快に面白く、自然と体を動かすことができることを企図して設計されています。

ピアノ階段は、もともとはスウェーデンの地下鉄の駅に設置されたもので、どのようにしたら駅の利用客がエスカレーターの代わりに階段を上り下りして体を動かすようになるのか、しかも楽しんで階段の利用を選択するようになるのか、という問い掛けに端を発した試みでした。ピアノ階段を設置することにより、階段を利用する人が増え、その結果、身体活動量が増え、健康増進につながることを期待されます。さらに、ピアノ階段に併設されたエスカレーターに人感センサーを取り付ければ、階段利用が進んだ際に、エスカレーターが稼働しない分だけ省エネルギーにもなり、健康×環境という相乗効果も得られるようになります。このように、ピアノ階段は環境を変えることで人々の行動変容が促される事例と言えます。

公共政策におけるナッジの実装事例

続いて、公共政策におけるナッジの実装事例を2点紹介します。

まず、東京都八王子市と株式会社キャンサーキャンによる、がん検診の受診率改善の取組です（参考文献1）。八王子市においては、がん検診の便検査キットについて、従来、「今年度、大腸がん検診を受診された方には、来年度、大腸がん検査キットをご自宅へお送りします」という表現（行動をすれば何かかも

らえるという利得表現)のリーフレットを使用していました。これを、「今年度、大腸がん検診を受診されないと、来年度、ご自宅へ大腸がん検査キットをお送りすることができません」という表現(行動をしないと何かを損してしまうという損失表現)に変更したところ、利得表現では受診率が22.7%であったのに対し、損失表現では29.9%となり、統計的に有意に効果が上昇しました。これは何かを得る喜びよりも失う痛みの方が2倍程度大きいとするプロスペクト理論を応用したものになります。これらの表現は実際には同じことを言っているものにすぎません。しかしながら、リーフレットの表現を変えるだけで行政側のオペレーションや政策コストを大きく変えることなく、がん検診の受診を促すという市の施策の実効性を高めることにつながった好事例と言えます。

次に紹介する事例は、中部管区警察局岐阜県情報通信部の取組です。同部においては、使命感から、職員が宿直明けに休暇を取得するのを控える傾向にあったといえます。そこで同部長は、働き方改革の観点でこの点を改善すべく、従来、休暇取得は申請制であったところを、宿直翌日の休暇取得を原則とし、取得しないで勤務する場合にその旨を申請するというように初期設定(デフォルト)を変更しました。その結果、延べの宿直明けの休

暇取得者数は前年度比でおよそ3倍に増加しました(図2、参考文献2)。

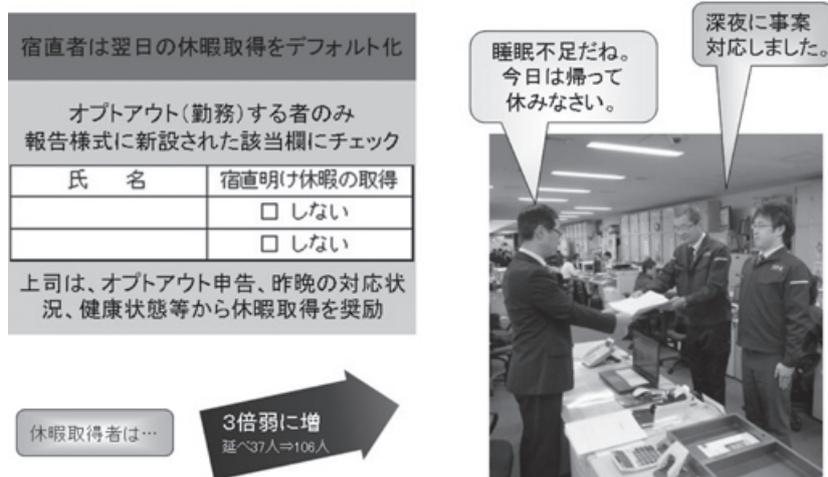
日本版ナッジ・ユニットについて

公共政策においては、ナッジを含む行動インサイトの活用は、法律等の規制的手法、税や補助金等の経済的手法、さらには普及啓発や情報提供等の情報的手法といった伝統的な政策手法を補完する、新たな政策手法としての位置付けでとらえられるようになってきました。政策手法としてナッジが単独で用いられることもあります。ナッジのみですべてが解決するかと言えば多くの社会課題はそうではなく、伝統的な政策手法とナッジを組合せて政策の実効性や有効性を高めるという観点が重要です。

我が国の公共政策にナッジを活用しようとする近年の盛り上がりは、セイラーのノーベル賞受賞によるところが大きいものと思われていますが、政策として本格的に動き出したのは、それに先立つこと半年前の2017年4月になります。それは、環境省が省エネルギーや二酸化炭素排出削減を目的とした様々な実証事業を開始したときであり、同じく環境省が中心となって日本版ナッジ・ユニット(Behavioral Sciences Team, BEST)を発足したときでした。日本版ナッジ・ユニットにおいては、その英語名が示すとおり、ナッジに限らず、行動

に関する科学の知見を、行動に起因する社会課題の解決に向けて活用する検討を進めています。そして、行動に関する科学の知見に基づく取組が政策として、また、民間に早期に社会実装され、自立的に普及することを目的としています。日本版ナッジ・ユニットは不定期で連絡会議を開催しており、今では10を超える府省庁が参加しています。

図2 デフォルトの変更による宿直明けの休暇取得の促進



環境省の実証事業の例

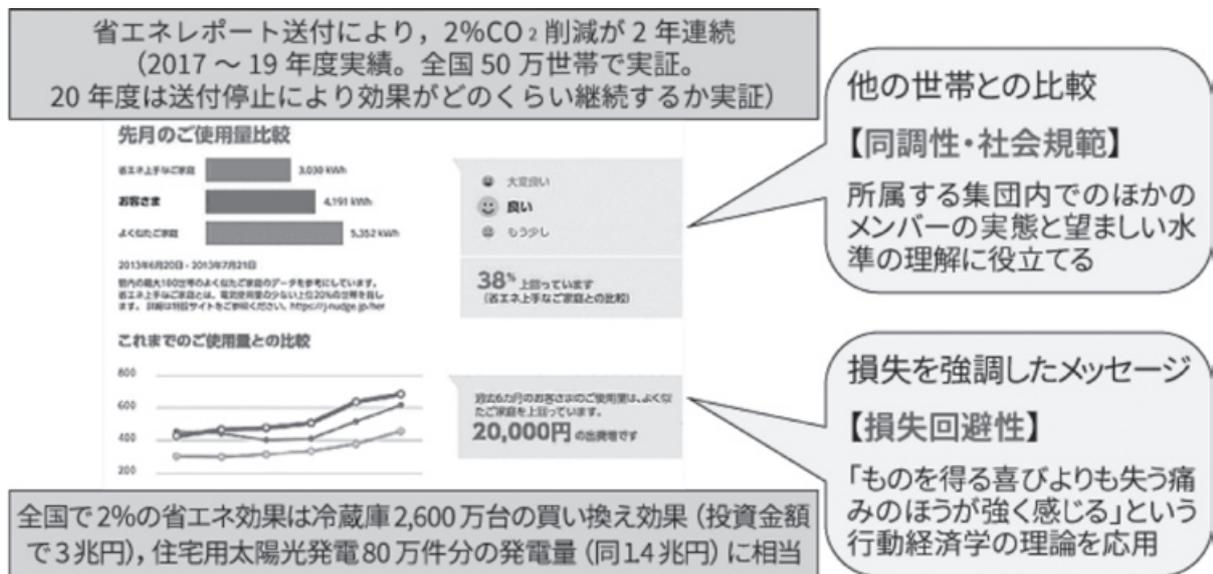
上述のように、環境省においては、2017年度からナッジに関する様々な実証実験を実施しています。ここでは省エネに関するものを取り上げます。省エネに関する実証実験は、2017年度から2020年度まで実施されたものであり、一般の世帯を、ナッジを散りばめたレポートを送付する群と送付しない群に無作為に分け、送付する群には他の世帯のエネルギー使用量に関する情報等を掲載したレポートを毎月または隔月で2年間継続的に送付しました。他の世帯のエネルギー使用量に関する情報は、所属する集団内での他のメンバー（具体的には、同じエネルギー事業者から電気またはガスの供給を受けている世帯）のエネルギー使用の実態や望ましい使用量の水準の理解に役立ててもらうことを目的としたものです。また、他の世帯よりも使用量が多い場合には、料金を多く支払っていると伝えて損失を強調し、損失を回避しようとする性質を刺激するナッジも用いられました。

この実証実験においては、レポート送付の翌月以降の電気やガスの使用量について、レポート送付による省エネルギー効果をランダム化比較試験により検証しました。検証の結果、レポートの継続的な送付により平均で2%

の省エネルギー効果が2年間持続すること、そしてその後レポートの送付を停止した後も少なくとも1年間効果が統計的有意に持続することが明らかになりました（送付停止後の1年間まで検証をしたため、その後も効果が続くか否かは不明です）。ナッジは飽きたり慣れたりしてしまっただけで効果が長続きしない、としばしば言われますが、ナッジの内容を工夫することにより、ナッジをしている間はもとより、ナッジをやめてからも効果が持続することが明らかになったことは特筆すべき点です。

この実証実験の結果で特筆すべき点がもう1点あります。それは、費用対効果が高いということです。2%の省エネルギー効果というと各家庭では毎月100円、200円という節約額に相当します。世帯単位で見れば微々たるものと思われるかもしれませんが、政策効果としては小さくはなく、仮に2%の省エネルギー・省CO₂効果が日本全体で得られるとすると、これと同等の効果を最新の省エネ家電や太陽光パネルといった設備の導入で代替するには、数兆円もの投資金額が必要となります。それと同じ効果を、一枚の紙を毎月または隔月で送るだけで得られ、データの解析やレポートの郵送に要する費用を考慮しても割安になります。実証実験が終了した現在にお

図3 省エネレポートの送付による省エネナッジの実証実験



出所：著者作成

いては、実験に協力した事業者を含む多くのエネルギー事業者が顧客サービスとして他の世帯の情報を提供するようになっており、実験の成果の社会実装が進められています。

環境省の政策への実装事例

環境省においても、実証実験の成果の社会実装を進めています。ここでは、2020年7月からのレジ袋有料化に合わせて、レジ袋の受取辞退やマイバッグの利用を促進するために実施したナッジについて紹介します。環境省においては、レジ袋有料化の前に、調査会社の一般モニタに協力いただいて、1ヶ月間のレジ袋やマイバッグの利用状況について調査しました。モニタを、買い物日記を記録するのみの対照群と、ナッジにより何らかの働きかけをした介入群に無作為に分け、両者でどれくらいレジ袋の辞退率やマイバッグの利用率が増加したのかをランダム化比較試験により検証しました。介入内容としては、例えば、新しいルールと実施してほしいことを直接伝えるという、よくある役所の標語タイプ（「7月1日からレジ袋が有料化されます。マイバッグを利用しましょう。」）をはじめ、レジ袋の

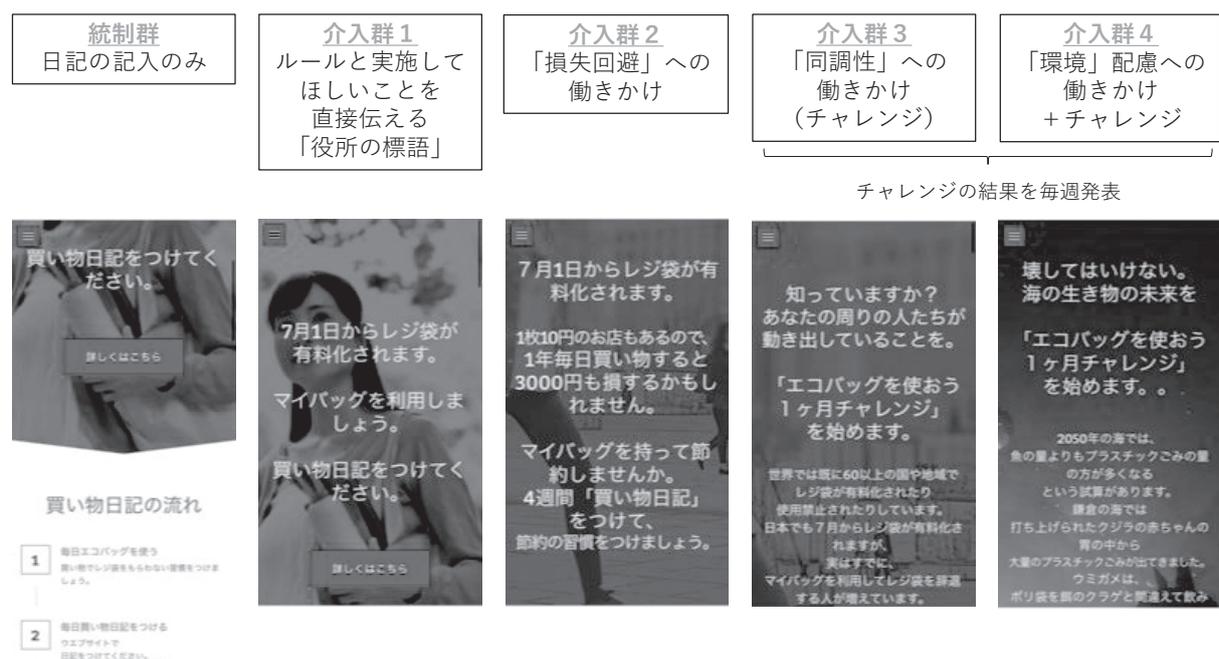
利用により年間の買い物でどれくらいの出費になるのかという損失を強調したタイプ、環境配慮を呼び掛けるタイプ等と、様々なメッセージを試しました（図4）。

いずれのメッセージも統計的に有意に効果があり、最も効果的であったのは、「みんなでチャレンジ」と呼び掛けて、「集団の結果を定期的にフィードバック」したものでした（図4では介入群3が該当）。そして、レジ袋有料化の施行に合わせて実施された普及啓発のキャンペーンでは、実証実験の結果に整合するように「みんなで減らそうレジ袋チャレンジ」と呼び掛けるとともに、レジ袋の辞退率やマイバッグの利用率等の現状について、ウェブサイト等で公表しています。

ナッジの設計に当たって

ナッジの設計に当たっては、ナッジを適用しようとする社会課題について現状を正しく認識するために、行動分析や行動観察と呼ばれる手法が用いられることがあります。第16回日本版ナッジ・ユニット連絡会議においては、手洗いという身近な事柄を題材に、手を洗わないという行動を分析した海外の事例

図4 レジ袋辞退・マイバッグ利用促進のためのナッジメッセージの検証



出所：参考文献3

(図5、参考文献4)を示した上で、石けんで手洗いをするに当たって何が障壁となっているのか、そしてその障壁を克服するためにはどうすれば良いのか、一つひとつ議論を行いました。

議論においては、単純に、石けんやタオル、ハンカチ等の衛生用品が用意されていないというものから、感染予防に対する手洗いの効果を理解していないというもの、マスクの着用を意識するあまりそれで充分だと思って手洗いに対する意識が疎かになってしまうこと、さらには手を洗おうとは思っているものの多忙や疲労を理由に実践しないというもの(意識と行動の間の乖離)まで様々な要因が挙げられました。

そして、これらの要因のうち、ナッジをはじめとする行動に関する科学の知見が適用し得るものはどれか、と検討していきました。手洗いの効果に対する認識の欠如やマスクのみで十分であるとの認識の誤りに対しては、正しい知識をわかりやすく伝え、リスクコミュニケーションをするという観点でナッジを活かせる場面が考えられました。意識と行動の間に乖離がある、すなわち少なくとも関心や理解はあるという人に対しては、行動を取り

やすくするような仕掛けづくり(手間暇かけずに手洗いができるようにする、手洗いが楽しくなるようにする、はたまた、アルコール消毒などの手洗い以外の方法を用意する等)の観点でナッジが活躍する場面が考えられました。

最近とくにホットな論点

ナッジの活用が進められる中で、倫理面における配慮がホットな論点となっています。公共政策の現場でのナッジの活用は、他の政策手法と同様、人々のライフスタイルや行動様式に介入して影響を及ぼすことがあります。このため、ナッジの活用に関わる人は、法令の定めるところに加え、高い倫理性が求められるものです。

日本版ナッジ・ユニットにおいては、2019年12月にその下部組織としてナッジ倫理委員会を設立し、公共政策の現場でナッジを活用する際の倫理的に配慮すべき点について整理しています。2020年3月には研究・調査時に参照すべきチェックリスト(参考文献5)を、2020年12月には社会実装時に参照すべきチェックリスト(参考文献6)を公表しました。今後、環境省事業を中心に実際に活用して適用事例を積み重ねることで、今後の改訂につなげることを計画しています。

また、セイラーは2008年のナッジの定義から10年が経過した2018年に、ナッジをいわば再定義し、ナッジを通じて選択アーキテクチャー(人々が選択し、意思決定する際の環境のこと)を改善することにより、選択肢を制限することなしに人々が賢い選択ができるようになることを掲げました(参考文献7)。そこでセイラーは、「自分自身にとってより良い選択ができるように

図5 手を洗わないことに対する行動分析の事例
 どうして手を洗わないの？(行動分析)



○図の出典: Michael Hallsworth (March 4, 2020) Handwashing Can Stop a Virus—So Why Don't We Do It? <<https://behavioralscientist.org/handwashing-can-stop-a-virus-so-why-dont-we-do-it-coronavirus-covid-19/>>

出所: 参考文献4

人々を手助けすること」をナッジの本来の目的としており、このような「良いナッジ」を推奨しています。セイラーはまた、賢い意思決定や向社会的行動を難しくするような「悪いナッジ」を「スラッジ（英語sludge:ヘドロ、汚泥）」と名付け、公共部門・民間部門を問わずスラッジを一掃するよう働きかけています。

ナッジに限った話ではありませんが、公共政策においては、効果を明らかにしながら政策を立案し、実践していくことが求められます。そして、ナッジが有用な政策ツールとなり得るからこそ、倫理面に留意した取組が求められています。

おわりに

ナッジを考える際には、まず、行動変容を促す相手の立場になって、自分自身がナッジの対象となったときのことを考えてみるのが重要です。そうすることがナッジをスラッジにしないための最も簡便なセルフチェックとなると考えられます。そして、何かを我慢するためではなく、自ら進んで何かをしたくなるようなナッジを考えることができればなお良いと思います。

さらに、知らず知らずのうちに、スラッジをしてしまっているかもしれません。ナッジの活用を検討する前に、そもそも現状の手続きが煩雑であったり、知られていなかったりする場合等、現在の仕組みが意思決定や向社会的行動を難しくしてしまっていないか点検することも同様に重要です。

日本版ナッジ・ユニットは、2017年の設立からすでに5年以上が経過しましたが、ナッジはまだまだ一般には耳慣れない言葉だと思われる。本稿をご覧いただいた方におかれましては、政策を検討する際には他の政策手法と同様にナッジの活用も選択肢としていただくとともに、行動に起因する社会課題の解決に向けてご協力を賜ることができれば幸甚に存じます。

【参考文献】

1. 第5回日本版ナッジ・ユニット連絡会議 資料4 (2)
<<http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai05/mat04.2.pdf>>
2. 第7回日本版ナッジ・ユニット連絡会議 資料1
http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai07_1/mat01.pdf
3. 日本版ナッジ・ユニットBEST (2021)「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～」
<<https://www.env.go.jp/content/900447772.pdf>>
4. 第16回日本版ナッジ・ユニット連絡会議 資料3
<<http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai16/mat03.pdf>>
5. 日本版ナッジ・ユニットBEST (2020)「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」
<http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai16/mat_01.pdf>
6. 日本版ナッジ・ユニットBEST (2020)「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」
<http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai19/mat_01.pdf>
7. Thaler RH: Nudge, not sludge. Science, 361 (6401) : 431, 2018

著者略歴

池本 忠弘 (いけもと・ただひろ)

東京都江戸川区出身。東京大学大学院理学系研究科博士課程修了。博士（理学）。同年環境省入省。ハーバード公衆衛生大学院公衆衛生学修士課程修了、ハーバードケネディ行政大学院行政学修士課程修了。留学の成果の社会への還元と行動に着目した社会課題の解決に向け、2015年に環境省内に府省庁初のナッジ・ユニットとなるナッジPT「プラチナ」創設。2017年より「日本版ナッジ・ユニットBEST (Behavioral Sciences Team)」創設・代表。2018年地方公共団体や民間企業とともに「行動に着目した社会課題解決のための官民協議会HuB (Human Behavior)」共同創設。2020年より現職。著書（共著）に『ナッジ・行動インサイトガイドブック：エビデンスを踏まえた公共政策』勁草書房（2021年）など。