

特集：多様な分野の行動変容研究と社会実装の現在

＜総説＞

ナッジと行動変容
—科学に基づく新しい政策アプローチ—

池本忠弘

前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

Nudge and behavior change: a novel policy approach based on science

IKEMOTO Tadahiro

Former Director for Behavioral Insights, Office of Policy Coordination,
Evaluation & Communications, Environmental Policy Division, Ministry of the Environment

抄録

我が国の公共政策において、ナッジは、「人々が自分自身にとってより良い選択を自発的に取れるように手助けする新たな政策手法」として注目されている。ナッジは、選択の自由を残し、費用対効果の高いことを特徴として、我が国を含む世界の400を超える組織（いわゆるナッジ・ユニット）が、健康・医療、環境・エネルギー、徴税、働き方改革等、様々な政策領域において活用している。

ナッジを始めとする行動科学の知見の活用を推進する日本版ナッジ・ユニットにおいては、産学政官民連携によるオールジャパンの体制により、行動に起因する社会課題の解決に向けて様々な分野の議論を行っている。健康・医療分野においては、健康と環境保全における相乗効果を目指した取組や、がん検診の受診率向上の取組、健康寿命の延伸のための野菜摂取を促す取組、トレーニングや体を動かすための取組、そして新型コロナウイルス感染症対策のための行動変容を促す取組等を題材にナッジの活用や留意点について議論してきた。

ナッジの活用は、他の政策手法と同様、人々の生活に介入し、行動様式に影響を及ぼすことがある。とりわけナッジは、科学的根拠に基づいて実践されることから、その蓋然性が高い。ナッジの活用が進むにつれ、近年においては、スラッジと呼ばれる適切ではない活動等、倫理面における課題が散見されるようになってきている。ナッジの活用に関わる者は、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ある。官民間問わず、ナッジの受け手にとっての受容性を考慮した上で、倫理的にも配慮したナッジの活用を推進していくことが求められる。

キーワード：ナッジ、行動変容、日本版ナッジ・ユニット、公共政策

Abstract

In Japan's public policy, nudges have been attracting attention as a new policy method to help people voluntarily make better choices for themselves. Characterized by preserving freedom of choice and being highly cost-effective, nudges are used by over 400 organizations (so-called "nudge units") around the world in a variety of policy areas, including health and medicine, the environment and energy, taxation, and work style reform.

Japan's Nudge Unit, the Behavioral Sciences Team, which promotes the use of knowledge from behavioral

連絡先：池本忠弘
E-mail: tai627@mail.harvard.edu
[令和6年9月17日受理]

sciences including nudges, is an all-Japan organization comprising industry, academia, government, and the private sector, that is working together to discuss a variety of fields, to solve social issues caused by behavior. In the health and medicine fields, we have discussed the use and points to note regarding nudges, using examples such as efforts to achieve synergistic effects between health and the environment, efforts to promote vegetable intake to extend healthy lifespan, efforts to increase cancer screening rates, efforts to train and move the body, and efforts to promote behavioral changes to combat COVID-19.

The use of nudges, like other policy measures, can intervene in people's lives and affect their behavior. In recent years, ethical issues, such as inappropriate activities known as "sludge" have been observed. Those involved in the use of nudges are required to adhere to high ethical standards in addition to the requirements of the law. Regardless of whether they are public or private, it is necessary to promote the use of nudges while keeping ethical considerations in mind, taking into account their acceptability to the recipients of the nudge.

keywords: nudge, behavior change, Japan's Nudge Unit, public policy

(accepted for publication, September 17, 2024)

I. はじめに

近年、我が国の中央省庁や地方公共団体において、ナッジと呼ばれる、行動に関する科学的な理論や知見に基づく政策手法を活用しようとする機運が高まっている。まずは、公共施設内において実際にナッジが活用されている具体的な事例を紹介したい。それは、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である（図1）。「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。それに加え、踏むと実際に音が出るようになっており、さらには飽きのこないよう、四季によって異なるメロディを楽しむことができる。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ない。

こうしたピアノ階段は、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、どう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

ようになるのか、という問い掛けをきっかけに始まった試みであった。ピアノ階段を設置することで、階段を利用する人が増え、その結果、身体活動が増え、健康増進につながることを期待される。私たちの身の回りの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る。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ある。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ように設計されている。

ピアノ階段は現在、前述の富山駅前に加え、国内の複数の場所で設置されている。全てのピアノ階段がそうになっているわけではないが、併設されているエスカレーターに人感センサを取り付けることにより、階段利用が進むに伴ってエスカレーターの稼働時間が減り、その分だけ省エネルギーにもなる。つまり、発展的には、健康×環境保全という相乗効果も見込まれる取組である。

II. ナッジとは

ナッジは我が国においてはまだまだ耳慣れない用語であるが、その英単語nudgeの英英辞典における定義を見ると、「ひじ等でそっと押して注意を引いたり前に進めたりすること」や「特定の決断や行動をするようにそっと説得・奨励すること」を意味することがわかる。「そっと」(gently)が根幹にある単語である。「ひじで突く」という訳が用いられることがあるが、行政の現場においてはナッジの対象者を直接物理的に突いたりするわけではないため、ナッジの本格的な政策活用について府省庁の中でも率先して取り組む環境省が訳出した、「そっと後押しする」という和訳が用いられている。

次に、学術的な定義を見てみたい。後に行動経済学への貢献でノーベル経済学賞を受賞するシカゴ大学のリチャード・セイラー教授は、ハーバード大学のキャス・サンステイーン教授との共著『Nudge』（2008年）において、ナッジを「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



図1 ピアノ階段による階段利用の促進（富山市内）

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」と定義している[1, 2]。長くて分かりにくいいため、短く分解して説明すると、まず、「選択を禁じることもなく」とは規制や強制ではなく、選択の自由を残すことを意味する。自由の国アメリカ等でナッジが注目を集めた理由の1つがここにある。次に、「経済的なインセンティブを大きく変えることもなく」とは、税制や補助金のように経済インセンティブを大きく変えるものではないということの意味するものであるが、少額の節約やポイント等、経済インセンティブを小さく変えるものは除外されていない。しかしながら、インセンティブの受け止め方の大小は個人差があるため、どのくらいの大きさの経済インセンティブまでがナッジであるかは一概には言えず、曖昧さが残る。セイラーたちは年間数千円から数万円程度の節約を促す取組をナッジとして扱っている[1, 2]。「人々の行動を予測可能な形で変える」とは、行動経済学、心理学、社会学、認知科学、脳神経科学等の行動に関する自然・人文・社会科学の総称である行動科学の知見や理論に基づいて、ということを端的に表したものである。そして「選択アーキテクチャー」とは、人々が選択する際の環境のことをいう。ナッジの対象者を取り巻く環境全般をどうデザインするか、ということがナッジをする上で大変重要な点である。

さらにセイラーは、ナッジを定義した10年後の2018年にナッジを再定義している。セイラーは、ナッジを通じて選択アーキテクチャーを改善することで、選択肢を制限することなしに人々が賢い選択をできるようになるとし、また、「自分自身にとってより良い選択ができるように人々を手助けすること」がナッジの本来の目的であるとした[3]。そして、このような「良いナッジ」を推奨した。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）」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る。

そして、近年、ナッジを公共政策に活用しようとする国際的な潮流がある。ナッジを始めとする行動科学の知見に基づくアプローチにより、国民一人ひとりの行動変容を情報発信等により直接促進し、社会システムやライフスタイルの変革を創出する取組が政府主導により政策的に行われ、費用対効果が高く、対象者にとって自由度のある新たな政策手法として着目されている。ナッジの政策活用の先駆けはイギリスであり、2010年にはセイラーの支援の下、キャメロン政権において内閣府に行動インサイトチームが設置された。行動インサイトチームは、設立後ほどなくして「ナッジ・ユニット」の愛称でも呼ばれるようになり、以来、政府・非政府を問わず、世界中でナッジを活用した同様の組織が設立された場合には、それらの組織についても総じてナッジ・ユニットと呼ばれることが多い。

我が国においても、セイラーがノーベル賞を受賞する半年前の2017年4月に、環境省が事務局となって日本版

ナッジ・ユニットが発足した。日本版ナッジ・ユニットは関係府省庁や地方公共団体、産業界や有識者等から成る産学政官民連携のオールジャパンの取組である。日本版ナッジ・ユニットは、ナッジを始めとする行動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る。

III. よく用いられるナッジの分類

ナッジと呼ばれるものには実に多種多様なものがあるが、日常生活や公共政策で用いられることの多いナッジはいくつかの類型に分類することができる。代表的なナッジの類型について、佐々木[4]は人間の意思決定の癖に着目した代表的なナッジとして、デフォルトの変更、損失の強調、他人との比較、そしてコミットメントの4つを挙げている（図2）。

1つ目のデフォルトとは初期設定のことである。デフォルトを変えることによって行動変容を促した事例として、中部管区警察局岐阜県情報通信部の取組がある（図3）[5]。同部の職員は市民の安全を守る使命感からか、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う。従来、休暇取得は申請制であったが、働き方改革の観点でこの点を改善すべく、同部長の発案により、宿直者は翌日の休暇取得を原則とし、休暇を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デフォルトを変更した。その結果、宿直明けの休暇取得者の数は延べで前年度比約3倍に増加した。

2つ目の損失の強調は、大腸がん検診の受診勧奨で用いられたものである。東京都町田市では、株式会社キャ



図2 人間の意思決定の癖に着目した代表的なナッジの分類

宿直者は翌日の休暇取得をデフォルト化

オプトアウト（勤務）する者のみ
報告様式に新設された該当欄にチェック

氏 名	宿直明け休暇の取得
	<input type="checkbox"/> しない
	<input type="checkbox"/> しない

上司は、オプトアウト申告、昨晚の対応状況、健康状態等から休暇取得を奨励

休暇取得者は...

➔

3倍弱に増
延べ37人→106人

睡眠不足だね。今日は帰って休みなさい。

深夜に事業対応しました。

図3 デフォルトの変更による宿直明けの休暇取得の促進

ンサースキャンとともに、がん検診の受診率の改善を図る取組を進めた[6]。この取組は、元来はナッジの活用事例として実施されたものではなく、ソーシャルマーケティングの文脈で始められたものである。具体的には、大腸がん検診の便検査キットを各家庭に郵送する際に、「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」という従来のリーフレットの表現（利得表現）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（損失表現）に変更した（図4）。すると、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、統計的に有意に上昇した。これは何かを得る喜びよりも失う痛みの方が2倍程度大きいというプロスペクト理論を応用したものである。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ない。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行性を高めることに繋がった好事例であり、一連の取組は、環境省、日本版ナッジ・ユニット、そして行動経済学会の三者の連携により

2018年度より実施されているベストナッジ賞コンテストにおいて、第1回のベストナッジ賞として表彰された[7]。

3つ目の他人との比較の事例としては、環境省で実証実験を実施した省エネナッジがある（図5）[8]。この実証実験においては、電気またはガスの一般消費世帯を、レポートを送付する群と送付しない群に無作為に分け、送付する群にはレポートを毎月または隔月で送付した。このレポートにおいては、他の世帯との間でエネルギーの使用量が比較されており、所属する集団内での他のメンバー（この事例では、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）のエネルギーの使用実態と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。また、損失を強調する表現も用いられた。そしてレポート送付の翌月以降のエネルギー使用量を群の間で比較し、レポート送付の効果をランダム化比較試験により統計的に検証した。この実証実験は2017年度に開始したもので、レポートの送付により平均で2%の省エネ・省CO2効果が2年間継続して確認された。2%というと各家庭では毎月100円、200円の節約に相当する。微々たるものではないかと思われるかもしれないが、仮に2%の省エネ・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の導入で代替するには、数兆円もの投資金額が必要となる。ナッジはしばしば安価で取り組むことができると言われるが、レポートの印刷費や郵送費を差し引いてもなお安く、この事例についてもたった一枚の紙を毎月送るだけでこれだけの効果が得られる、まさに費用対効果の高い取組である。さらに、この実証実験においては追跡調査を1年間実施しており、レポートの送付を停止した後も2%の省エネ・省CO2効果が持続することが実証された。一般にナッジは効果が持続しにくいと言われるが、その「定説」を覆した事例と言える。通常は、ナッジされているうちにナッジの受け手が慣れてしまい、効果が減衰してしまうのであるが、世帯毎に、また、季節やエネルギーの使用量等に応じてレポートの

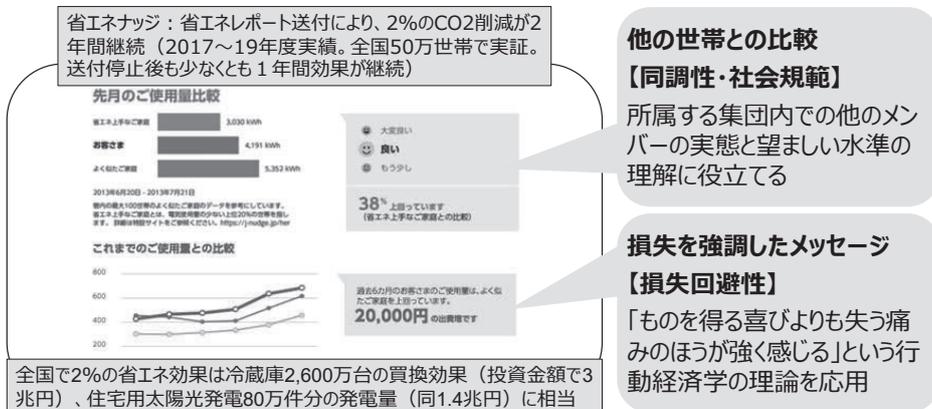
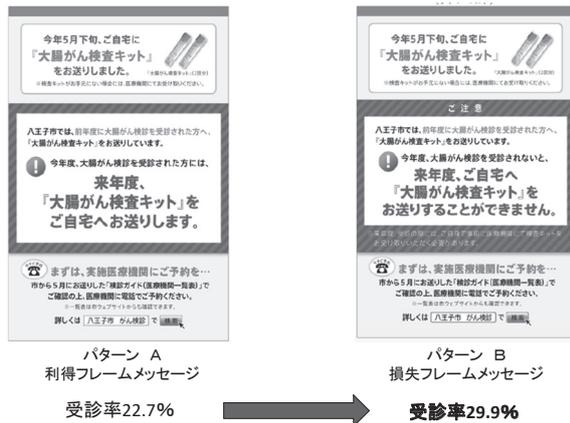


図5 省エネレポートの送付による省エネナッジの実証実験

記載内容が毎回のように変わるため、飽きのこない形でナッジすることができ、ナッジの受け手が節電等の省エネ行動を習慣付けることができたものと考えられる。

4つ目のコミットメントは、実施する旨を自ら宣言することで、実際に実施する割合が高まるというものである。佐々木[4]は、患者によるクリニックの無断キャンセルを減らす研究を取り上げている。その研究においては、受付スタッフが予約カードに次回の日時を記入する方法から、患者自身に予約カードに記入してもらう方法に変えたところ、無断キャンセル率が18%減少した。佐々木は、我々が日常生活において目標を達成しようとする際には、このコミットメントを活用することが考えられるという。すなわち、自ら立てた目標を他人にも知られる形で宣言し、自ら退路を断って自分を追い込むようにすることである。

IV. 健康・医療分野におけるその他のナッジの活用事例

日本版ナッジ・ユニットは、議論の場としての連絡会議を設置しており、健康・医療分野においては前述の事例の他にもナッジの活用事例を取り上げている。第2回日本版ナッジ・ユニット連絡会議において紹介された東京都足立区の取組は、足立区の健康寿命が東京都の平均と比較して2010年時点で2歳短いことに端を発し、住んでいるだけで自ずと健康になるまちづくりを目的としたものであった[9]。あだちベジタバライフと名付けられたその取組では、野菜が多く摂取しやすくなるような環境づくりを目指して、野菜がたっぷり入ったメニューを提供したり（選択肢として設けるのみで強制はしない）、野菜から食べるように料理を提供する順序に工夫をしたりしている（先に出されたからといって必ずしも出された順に食べることが強要されるものでもない）。取組を始め、区内で協力してくれる飲食店が1割を超えるようになると、因果関係の証明は難しいものの、結果として健康寿命が延伸し、2015年には東京都の平均との差が

男性では0.31歳、女性では0.69歳縮小した。これらの取組が評価され、足立区は厚生労働省健康局長優良賞を受賞した。

第8回及び第11回の連絡会議においては、近畿大学谷本道哉准教授（当時）による筋肉体操とナッジとの関連性について取り上げられた[10]。NHKの特番として始まった「みんなで筋肉体操」のトレーニング自体は筋生理学に基づくものであって、ナッジではないが、トレーニングをする際の声掛けがナッジの効いたものとなっている。例えば、残り時間のカウントダウンの際に、単に「あと5秒」と言う代わりに「あと5秒しかできません」と残り時間を強調しつつ、トレーニングをしなかった場合のもったいなさや損失を強調した声掛けをすることで、最後まで力を出し切ることを促している。また、番組名を「みんなで」とすることで視聴者や出演者の間での一体感を醸成しているが、この社会性や社会的な繋がりを想起させて働きかける手法は、効果的なナッジの多くに共通して見られる仕掛けの1つとしてイギリスの行動インサイトチームが取り上げている[11]。第8回の連絡会議では他に、スポーツ庁の取組も報告され、健康増進のために歩くことやスポーツで体を動かす仕掛けづくりについて地方公共団体や民間企業の取組が紹介された[12]。

そして、日本版ナッジ・ユニット連絡会議においては、新型コロナウイルス感染症対策におけるナッジの活用についても検討された[13]。政府の新型コロナウイルス感染症専門家会議の提言においては、新型コロナウイルス対策の基本戦略3本柱のうちの1つとして「市民の行動変容」が掲げられた。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事例を示した上で、石鹸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ということが議論された（図6）。

手を洗うことに対する障壁として考えられるものには、単純に、石鹸やタオル、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



図6 手を洗わないという行動の分析例

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）まで様々な要因が考えられた。これらのうち、ナッジを始めとする行動インサイトが適用し得るものはどれか、と検討していくことになる。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、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、または、アルコール消毒等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る（実際には、この意識と行動の乖離を克服するのが難しいところではある）。

また、イギリスの高速道路のサービスエリアのトイレで行われた実験[14]とそれに基づいて実践された行政の取組について紹介された。実験においては、無線センサを使ってトイレの利用者数と石鹸利用者数が調べられるとともに、「soap」（石鹸）を含む文字列だけのメッセージを複数用意し、それらを掲示することで、石鹸の利用率がどう変わるかが調査された。その結果、メッセージによって石鹸で手洗いをする割合が統計的に有意に上昇した。例えば、「となりの人は石鹸で手を洗っていますか」というメッセージでは、男性は32%から36%に、女性は65%から72%に石鹸手洗い率が増え、「石鹸で手を洗いましょう」では、男性は32%から34%に、女性は65%から71%に増えた。一方で、メッセージ間では効果に有意差は検出されておらず、メッセージ無しの場合と比較して各メッセージに効果があることがわかった一方で、メッセージ間の効果の優劣まではわからなかった。

この調査結果に基づいて、京都府宇治市と環境省においては、コロナ禍の初期に、それぞれトイレ内に張り紙をして石鹸手洗いを促進しようとした。それぞれが用いたメッセージは異なるものであり、宇治市においては、職員の利用が主である庁舎内のトイレに「となりの人は石鹸で手を洗っていますか」との張り紙をし、環境省では、一般客の利用が主である新宿御苑のトイレにおいて、「石鹸で手を洗いましょう」との張り紙をした。イギリスでの実験結果の数値のみを見ると、宇治市で用いたメッセージの方が一見効果は高いが、元の研究においてはメッセージ間での効果の差は検出されなかったことから、日本版ナッジ・ユニット連絡会議の議論においては、メッセージ間で効果に大きな違いが見られないのであれば、メッセージの受け手が誰か、また、その受容性も考慮した上で、どのようなメッセージを活用するかを検討することが重要であるとの指摘がなされた。

V. ナッジと公共政策

ナッジを初めて本格的に政策活用した国はイギリスであり、その後、2014年にはアメリカのオバマ政権において、科学技術政策局が省庁横断の社会・行動科学チームを発足した。2015年には行動科学の知見の活用に関する大統領令が公布され、行動科学の知見は、行政の効果と効率の改善を通じて、雇用、健康、教育、低炭素経済への移行の加速化等、多岐にわたる国家の優先事項を支援し得るとされた。オバマ政権の後も行動科学の活用は引き継がれ、例えばトランプ政権においては、連邦調達庁内の組織が、行動科学等の科学的根拠に基づく施策の実施や効率改善等を推進し、関係行政機関における行動科学の活用を支援した。その後、我が国を含む世界の400を超える組織（いわゆるナッジ・ユニット）が、健康・医療、環境・エネルギー、徴税、働き方改革等、様々な政策領域において、ナッジを始めとする行動科学の知見を活用するに至っている。

ここで、イギリスにおけるナッジの活用事例として良く知られる、税金の滞納者向けのナッジを紹介したい。これは2つの段階のナッジから構成されており、まず、第1段階で督促状の封筒の表面に手書きで受取人の名前や「あなたは本当にこの封筒を開封する必要があります」とメッセージを添えることによって特別感を出し、開封率を上げ、次いで第2段階として、督促状に「税は期限までに収めるべきもの」、「10人中9人は期限までに支払っている」といった社会規範に関する一文が加筆された。こうした取組により、督促状の送付後1か月以内において、収納率が最大で5%以上も改善したとされている[15]。法律や制度上の仕組みを変えることなく、また、大きな予算をかけずとも、従来の行政の施策の実効性や有効性を高めることに成功した事例と言える。

我が国の国会においては、公共政策におけるナッジの活用は、「人々が自分自身にとってより良い選択を自発的に取れるように手助けするため政策手法」と位置付けられている[16]。環境省においては、ナッジを活用した行動変容の促進に関連して、日本版ナッジ・ユニットの創設と同時期の2017年4月から、前述の省エネナッジの実証実験を含む様々な実証事業（環境省ナッジ事業）を実施している。そして、翌年度の2018年度に、我が国の閣議決定文書等の政府全体方針においてナッジの活用が初めて位置付けられた。我が国の成長戦略において「ナッジ」の文字が初めて登場したのは、「未来投資戦略2018」（2018年6月閣議決定）である。そこでは環境省ナッジ事業が取り上げられ、「ビッグデータ分析等を活用して行動変容を促す情報発信（ナッジ）等による国民運動の展開や省エネガイドラインの整備により、低炭素型製品・サービス・ライフスタイルのマーケット拡大を図る」とこととされた。また、「経済財政運営と改革の基本方針2018」（2018年6月閣議決定）においては、行動変容に働きかける取組を加速・拡大する観点から、見

える化や効果的な情報発信・選択肢の提示等による後押し強化を進めていく旨が記載され、具体的な方策としてナッジが例示された。

以降の年度においても、より多くの政府方針にナッジが位置付けられていった。2019年度においては、「成長戦略フォローアップ」(2019年6月閣議決定)における環境省の取組に加え、健康・医療分野において、「経済財政運営と改革の基本方針2019」(2019年6月閣議決定)に、特定健診・がん検診の受診率の向上に向けてナッジの活用に取り組むとされるとともに、各府省庁が実施しているモデル事業等についてナッジの活用等の方策を含めた取組の強化が掲げられた。これらのほか、「統合イノベーション戦略2019」(2019年6月閣議決定)や「AI戦略2019」(2019年6月統合イノベーション戦略推進会議決定)等においてもナッジの活用が位置付けられた。また、2020年度においては、コロナ禍を反映し、コロナ禍にも対応した行動変容をナッジで後押しする旨が「統合イノベーション戦略2020」(2020年7月閣議決定)に盛り込まれた。

そして直近の2024年度の政府方針においても同様に、「新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画2024改訂版」(2024年6月閣議決定)、「経済財政運営と改革の基本方針2024」(2024年6月閣議決定)、「統合イノベーション戦略2024」(2024年6月閣議決定)及び「第六次環境基本計画」(2024年5月閣議決定)等、多くの閣議決定文書等にナッジの活用が示されている[17]。

なお、ナッジではないものの、我が国の国会において行動科学の活用が議論され始めたのは、昭和の時代にまでさかのぼることができる[18]。1974年には法務省の研修内容が従来の法律中心から行動科学重視へと移行していることが説明され、1980年には教育現場に行動科学を取り入れることの提案がなされ、そして1986年には慢性疾患に対して行動科学的なアプローチにより個人が自ら将来の疾病の発生を予防する方向に変えていかなければならない旨の発言が記録されている。

行動科学の政策活用については、2020年の科学技術・イノベーション基本法の改正による後押しも大きい。2021年4月に施行された改正科学技術・イノベーション基本法においては、その第3条第2項において、「科学技術・イノベーション創出の振興に当たっては、(中略)自然科学と人文科学との相互の関わり合いが科学技術の進歩及びイノベーションの創出にとって重要であることに鑑み、両者の調和のとれた発展について留意されなければならない」と規定された。そして、これを踏まえた「第6期科学技術・イノベーション基本計画」(2021年3月閣議決定)においては、「人文・社会科学の厚みのある『知』の蓄積を図るとともに、自然科学の『知』との融合による、人間や社会の総合的理解と課題解決に資する『総合知』の創出・活用がますます重要となる」とされた。行動科学は、自然・人文・社会科学全てにまたがる学際的な学問領域であり、そこから得られる知見は、

人間の行動についての洞察全般を意味する科学的知見の集合体(行動インサイト)である[19]。

VI. ナッジ倫理

前述したナッジの4類型のうち、コミットメントについては、一般的には、自ら変わりたいという意思を持っている人が関わるタイプのナッジであるのに対し、デフォルトの変更は、必ずしも明確な意思を持っていない人に対しても行われ得るタイプのナッジである。人間には現状を維持しようとする心理的な癖や偏り(バイアス)が往々にしてあり、デフォルトの変更によるナッジは、変更するのが面倒だという人間の心理を利用する側面もあること、そして4類型の中では比較的效果が高くなることから、実施に当たっては特に倫理的な配慮が必要になる。

公共政策の現場におけるナッジの活用は、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る。このため、その活用に携わる人は、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ある。そこで、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る。具体的には、私たちのより良い選択の実現のために、一人ひとりの価値観を尊重したアプローチによる「良いナッジ」の推進と「悪いナッジ」の排除について、何が良い・悪い、誰にとって良い・悪いかを含めた倫理的な配慮の検討と併せて議論を重ねている。そして、2020年3月には、ナッジを始めとした行動インサイトの活用に当たり、まず、その有効性について事前に調査・研究する際に自ら参考にすることができるよう「ナッジ等の行動インサイトの活用に関する倫理チェックリスト①調査・研究編」を作成した[20]。また、同年12月には、ナッジを社会実装するときの参考に資するチェックリスト(②社会実装編)を作成した[21]。これらをセルフチェックリストとして用いることに加えて、行動変容を促す相手の立場になって、自分自身が対象となったときのことを考えてみるということが大切である。

最後に、地方公共団体におけるナッジの活用事例について、ナッジ倫理委員会からコメントの多かった(大きかった)ものとして、山等におけるトイレ利用に対するチップの徴収にナッジを活用しようとしたものを紹介する。山等におけるトイレの維持管理費等は当事者にとって深刻な課題となっていることが多いが、その費用を賄うために賛同者からのみチップを受け取るようになっていくことがある。あるトイレにおいては、入り口に具体的な金額が大きく表示される一方で、相対的に、かつ、意図的に、「チップ」の文字が小さく書かれていた。これについてナッジ倫理委員会からは、

・「チップ」の文字が小さく記載されていることで義務

付けられているのか、自由意思で行うものであるのかについて誤解を生じさせる可能性があり、手法の妥当性に問題がある。

- ・義務であると誤解させる仕掛けとなっている。倫理的に適切ではない。
- ・誤解により政策目的を達成することは妥当な手法とは言えない。
- ・チップの協力をしない人が「いけないこと」をしているかのような印象を持つ可能性がある。
- ・そもそも、チップは善意から支払われるものである。
- ・このような手法は優良誤認させる商品詐欺等によく見られる手法であり、社会に受容されるか。

といったコメントが寄せられた。トイレの有料化には条例の改正等の行政手続きが必要となっていることがあるが、そうした手続きを回避するためにナッジを用いるのではなく、真に必要な取組であれば制度化することを念頭に、正規の手続きを踏んで検討や議論を重ねるべきではないか、という意見も寄せられた。

VII. おわりに

ナッジを公共政策において活用する際には、「良い」ナッジであるとともに、「効果のある」ナッジであるべきであるが、その際、ナッジの受け手である国民にとって良いのか、社会にとって良いのか、が問題になる。国民にも社会にも良ければ何よりであるが、国民と社会の両立ができないときはどちらを優先すべきかであろうか。また、一部の国民にとって良くて、他の国民にとってそうではない場合はどうか。そもそも、何をもち「良い」、「悪い」と判別すべきかであろうか。ナッジは比較的予算をかけずに実施できるものも多く、我が国の行政においても中央・地方を問わず活用が進められているが、人々のライフスタイルや行動様式に介入し影響を及ぼし得ることを念頭に置き、その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るものと考えられる。ナッジは行動変容を促す有効なツールとなり得るからこそ、倫理面に留意して取組を進めていく必要がある。とはいえ、難しく考えずに、まずは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あり、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であろう。

本稿で紹介した議論を踏まえ、日本版ナッジ・ユニットは、2024年6月に、ナッジを始めとする行動科学の知見を適切に活用し、また、普及させることを目的として、必要な議論をとりまとめ、「ナッジを始めとする行動科学の知見の適切な活用及び普及に向けた戦略（ナッジ戦略）」を策定した[17]。同戦略は、行政や民間に加え、大学・研究機関の有識者等、様々な読者を想定しており、ご関心のある方はぜひご一読願いたい。同戦略が、ナッジを始めとする行動科学の知見のより適切な活用や普及を促すことに貢献するとともに、同戦略自体がナッ

ジとなって、地域規模や全国規模でのネットワークによりナッジ等の行動科学の知見の関係人口やコミュニティを広げる活動をしている諸団体の一助となることを祈念している。

利益相反

利益相反なし

引用文献

- [1] Thaler RH, Sunstein CR. *Nudge: Improving decisions about health, and happiness*. New Haven: Yale University Press; 2008.
- [2] リチャード・セイラー, キャス・サンステイーン, 著. 遠藤真美, 翻訳. *実践行動経済学—健康, 富, 幸福への聡明な選択*. 東京: 日経BP; 2009. Thaler RH, Sunstein CR. Endo M, translated. [Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness.] Tokyo: Nikkei BP; 2009. (in Japanese)
- [3] Thaler RH. *Nudge, not sludge*. *Science*. 2018;361(6401):431. doi: 10.1126/science.aau9241
- [4] 佐々木周作. *政策現場のための行動経済学入門*. 後編: ナッジ. 2019. Sasaki S. [Seisaku genba no tameno kodo keizaigaku nyumon. Kohen: Nudge.] 2019. <http://youtu.be/bpn0LqJBPCe> (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [5] 日本版ナッジ・ユニット. 第13回日本版ナッジ・ユニット連絡会議資料1(2). Nihonban nudge unit. [Dai 13 kai Nihonban nudge unit renraku kaigi shiryō 1 (2).] http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai13/mat_01-2.pdf (in Japanese) (accessed 2024-09-01).
- [6] 日本版ナッジ・ユニット. 第5回日本版ナッジ・ユニット連絡会議資料4(2). Nihonban nudge unit. [Dai 5 kai Nihonban nudge unit renraku kaigi shiryō 4 (2).] http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai05/mat04_2.pdf (in Japanese) (accessed 2024-09-01).
- [7] 日本版ナッジ・ユニット. 令和6年度の「ベストナッジ賞」コンテストの結果について. 2024. Nihonban nudge unit. [Reiwa 6 nendo no "best nudge sho" contest no kekka ni t suite.] 2024. https://www.env.go.jp/press/press_03344.html (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [8] 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社. ナッジ等の行動科学の知見に関するご説明資料. Mitsubishi UFJ Research and Consulting Co., Ltd. [Nudge to no kodo kagaku no chiken ni kansuru gosetsumei shiryō.] <https://www.env.go.jp/content/000115985.pdf> (in Japa-

- nese)(accessed 2024-09-01)
- [9] 日本版ナッジ・ユニット. 第2回日本版ナッジ・ユニット連絡会議資料3(1). Nihonban nudge unit. [Dai 2 kai Nihonban nudge unit renraku kaigi shiryō 3 (1).] http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai02/mat03_1.pdf (in Japanese) (accessed 2024-09-01)
- [10] 日本版ナッジ・ユニット. 第11回日本版ナッジ・ユニット連絡会議資料2. Nihonban nudge unit. [Dai 11 kai Nihonban nudge unit renraku kaigi shiryō 2.] <http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai11/mat02.pdf> (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [11] The Behavioural Insights Team. EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. 2014. https://www.bi.team/wp-content/uploads/2015/07/BIT-Publication-EAST_FA_WEB.pdf (accessed 2024-09-01)
- [12] 日本版ナッジ・ユニット. 第8回日本版ナッジ・ユニット連絡会議資料2. Nihonban nudge unit. [Dai 8 kai Nihonban nudge unit renraku kaigi shiryō 2.] <http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai08/mat02.pdf> (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [13] 日本版ナッジ・ユニット. 第16回日本版ナッジ・ユニット連絡会議資料3. Nihonban nudge unit. [Dai 16 kai Nihonban nudge unit renraku kaigi shiryō 3.] <http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/renrakukai16/mat03.pdf> (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [14] Judah G, Aunger R, Schmidt WP, Michie S, Granger S, Curtis V. Experimental pretesting of hand-washing interventions in a natural setting. *American Journal of Public Health*. 2009;99 Suppl 2:S405-11. doi: 10.2105/aph.2009.164160.
- [15] The Behavioural Insights Team. The Behavioural Insights Team's Update Report: 2015-16. 2016. <https://www.bi.team/publications/the-behavioural-insights-teams-update-report-2015-16/> (accessed 2024-09-01)
- [16] 国立国会図書館. 国会会議録検索システム. 第201回国会衆議院予算委員会第7号(令和2年2月5日). National Diet Library. [Kokkai kaigi-roku kensaku system. Dai 201 kai kokkai shugi-in yosan iinkai dai 7 go. Reiwa 2 nen 2 gatsu 5 nichi.] <https://kokkai.ndl.go.jp/txt/120105261X00720200205> (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [17] 環境省. ナッジ戦略の策定について(日本版ナッジ・ユニットBEST). 2024. Ministry of the Environment. [Nudge senryaku no saku-tei ni tsuite. Nihonban nudge unit BEST.] 2024. https://www.env.go.jp/press/press_03369.html (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [18] 国立国会図書館. 国会会議録検索システム. National Diet Library. [Kokkai kaigi-roku kensaku system.] <https://kokkai.ndl.go.jp> (accessed 2024-09-01)
- [19] 白岩祐子, 池本忠弘, 荒川歩, 森祐介, 編集. 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. 東京: 勁草書房; 2021. Shiroiwa Y, Ikemoto T, Arakawa A, Mori Y, edited. [Nudge / kodo insight guidebook: Evidence o fumaeta kokyo seisaku.] Tokyo: Keiso Shobo; 2021. (in Japanese)
- [20] 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3年3月改訂). 2021. Nihonban nudge unit BEST. [Nudge to no kodo insight no katsuyo ni kakawaru rinri check list. 1. Chosa / kenkyu hen. Reiwa 3 nen 3 gatsu kaitei.] 2021. https://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/checklist_study.pdf (in Japanese)(accessed 2024-09-01)
- [21] 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②社会実装編. 2020. Nihonban nudge unit BEST. [Nudge to no kodo insight no katsuyo ni kakawaru rinri check list. 2. Shakai jisso hen.] 2020. https://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/checklist_deploy.pdf (in Japanese)(accessed 2024-09-01)