

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)

令和 6 年 6 月

日本版ナッジ・ユニット BEST



Behavioral Sciences Team
for a better choice

目次

はじめに：本戦略策定の経緯	i
想定する読者と全体構成	ii
略語等	iii
1. 本戦略について	1
（1）日本版ナッジ・ユニット BEST について	1
（2）本戦略の目的	1
（3）本戦略の KPI	2
（4）基本的な用語や概念	2
ア. ナッジと行動インサイト	2
イ. 熟慮を促すナッジ	4
ウ. ナッジとスラッジ	5
エ. ナッジと EBPM	5
オ. ナッジ倫理	7
カ. パーソナライズと AI、BI-Tech	7
2. ナッジを取巻く最新の国内外の動向	10
（1）国内のナッジ・ユニット	10
（2）我が国の最新の政府方針	11
（3）諸外国の規制や新しい概念等	21
ア. ダーク・コマーシャル・パターン	21
イ. グリーンウォッシング	22
ウ. カーボン・オフセット	24
エ. オーガニック	24
オ. 時間税	25
カ. 生成 AI	26
3. ナッジを実践する組織・コミュニティについて	28
（1）新しくナッジ・ユニットを作るべきか	28
（2）社会へのインパクトのある組織・コミュニティとするために	29
（3）評価に対する組織の向き合い方	30
4. 行動インサイトの適切な活用	32
（1）クイックウィンに実践して効果を可視化する	32
（2）対象者のニーズベースで考える	32
（3）行動変容のステージやプロセスを意識する	33
（4）利用可能な最良のエビデンスを参照する	35
（5）ランダム化比較試験等の頑健な手法を優先する	36

(6)	不完全なエビデンスに基づいて政策立案する	37
(7)	効果の異質性を考慮する	37
(8)	スラッジを減らす	38
(9)	そもそもナッジをするべきか考える	38
(10)	初めから出口戦略を意識する	40
(11)	政策立案の日本型ナッジ・フレームワークを参照する	41
5.	行動インサイトの適切な普及	43
(1)	PDCA サイクルを回して実施体制を強化する	43
(2)	ネガティブな結果もポジティブに受け止める	44
(3)	行政側の科学やデータに関するリテラシーを向上させる	45
(4)	状況の変化に対応して柔軟にアップデートする	46
(5)	新しい社会規範を考える	47
(6)	行動インサイトの関係人口を増やす	48
(7)	優良事例を集約して分かりやすく示す	49
(8)	国際連携を進める	49
6.	結びに代えて	51

はじめに：本戦略策定の経緯

日本版ナッジ・ユニット BEST（Behavioral Sciences Team）は、平成 29 年 4 月の発足以来、環境省が事務局となって連絡会議を開催し、行動科学の知見（行動インサイト）を活用した取組に関する方法論や課題、対応方策等を広く共有するとともに、幅広い分野における課題の解決に向けた行動科学の活用について検討を進めてきました。また、欧米等先行する諸外国の政府関連機関、実務者、有識者等との情報共有や連携を図ってきました。

その 6 年余にわたる継続的な取組もあり、我が国でも、府省庁・地方公共団体や民間事業者等においてナッジを始めとする行動インサイトの活用が進んでいます。一方で、例えばスラッジと呼ばれる適切ではない活動や、組織の統治（ガバナンス）や説明責任（アカウンタビリティ）、そして倫理面における課題が散見されるなど、様々な課題が顕在化してきています。また、ある時点・ある文脈において効果的で最適なナッジであっても、後に必ずしも最適なものとは言えなくなることがあるなど、とりわけ VUCA（変動性 Volatility、不確実性 Uncertainty、複雑性 Complexity、曖昧性 Ambiguity）の時代では、実践するナッジを臨機応変に選択することが求められています。

こうした現状や課題を踏まえ、日本版ナッジ・ユニット連絡会議の設置要綱に、その検討事項の 1 つとして「行動科学の知見を活用した取組が民間にまたは政策として社会実装されるための出口戦略の検討」が位置付けられていることから、第 27 回日本版ナッジ・ユニット連絡会議（令和 4 年 3 月 16 日開催）以降、今後のナッジ等の進め方を中心に戦略に関する議論を進めてきました。そして今般、その議論をとりまとめ、我が国において、ナッジを始めとする行動インサイトの活用により行動に起因する社会課題の解決を図ろうとする官民各領域における取組を適切に、かつ、いっそう主流化するための戦略を策定することとしました。

本戦略の策定に当たっては、経済学及び心理学等の行動科学その他様々な学術領域の有識者並びに実務における行動インサイトの活用を企図する地方公共団体及び民間事業者等、日本版ナッジ・ユニット BEST の有識者委員を含む関連するステークホルダーから幅広く意見を募りました。そして、行動インサイトの活用や普及に向けた現状を把握するとともに、課題を洗い出して解決の方策について議論し、実践的な戦略となるようにしました。

その際、過去に BEST が作成し、公表した「年次報告書（平成 29・30 年度版）」（平成 31 年 3 月取りまとめ）及び「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～」（令和 3 年 1 月取りまとめ）並びに「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「①調査・研究編」（令和 2 年 3 月作成、令和 3 年 3 月最終改訂）及び「②社会実装編」（令和 2 年 12 月作成）に記載された考え方や内容を基本としました。また、「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」（令和 6 年 6 月閣議決定）、「経済財政運営と改革の基本方針 2024」（令和 6 年 6 月閣議決定）、「統合イノベーション戦略 2024」（令和 6 年 6 月閣議決定）及び「第六次環境基本計画」（令和 6 年 5 月閣議決定）等の閣議決定された最新の政府方針を参照しています。

さらに、ダーク・コマーシャル・パターンやグリーンウォッシング、AI（人工知能）技術等の最新のトピックを盛り込むために、これまでの日本版ナッジ・ユニット連絡会議における議論の論点を整理した上で、課題別の有識者ワーキンググループ（WG）を 3 つ設置して議論しました（第 1 WG：デジタル・ビジネス領域における適用、第 2 WG：具体的な政策領域における活用と課題、第 3 WG：オープンイノベーションの実践）。並行して、各ステークホルダーへのインタビュー等を実施しました。これらの結果を踏まえて戦略案をとりまとめ、令和 6 年 6 月に、第 35 回日本版ナッジ・ユニット連絡会議（令和 6 年 6 月 19 日開催）での審議を経て、本戦略を策定しました。

様々なステークホルダーの方々にご覧いただくことを通じて、本戦略が、ナッジを始めとする行動インサイト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、本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行動インサイト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ます。

想定する読者と全体構成

本戦略は、ナッジを始めとする行動インサイトを適切に活用し、また、普及させることを目的として日本版ナッジ・ユニット BEST（事務局：環境省）で議論した内容をまとめたものです。

本戦略の想定する読者は多岐にわたります。地方公共団体や中央府省庁の行政・公共政策の分野では、すでにナッジを実践している実務者はもとより、これからナッジの活用を検討しようという方々、ナッジのことは良く分からないものの、より良い政策の実現に向けて有効な政策ツールを探しているという方々等、それぞれの関心に応じて必要な箇所をお読みいただけるようになっています。組織の文化等の理由から、新しい取組をするのが難しい場合には、普段の業務の中でスラッジとなっていることがないかを確認することが重要です。また、とりわけ行政では、議会や政治への説明や連携も大切な論点です。

民間事業者については、その事業活動の中で必ずしも「ナッジ」という表現が用いられているわけではありませんが、ナッジが公共政策で注目を集めるようになる前から、（ソーシャル）マーケティング等の分野で行動科学の知見が活用されてきました。近年、欧州等で消費者保護や環境保護等の観点で関連する規制が進められており、とりわけ国境をまたいで事業活動をするグローバル企業は対応が求められているため、参考になるものと考えます。ナッジに限らず、行動インサイトを活用するに当たっては、それが意図しない場合であっても、知らず知らずのうちに、スラッジやダーク・コマーシャル・パターンとなってしまうといけないか、留意が必要です。

大学・研究機関等の有識者には、行動科学に関してエビデンスを新たに創るとともに、行政や民間が既存のエビデンスを使おうとする際に、その適用範囲や留意点とともに正しく分かりやすく伝えることが期待されます。地方公共団体が地元のアカデミアや企業と連携してナッジを活用し、地域課題に取り組む事例が増えているなど、全国・地方を問わず、産学官での連携の強化が重要になっています。

これらの主体が、行動インサイトを活用して国民・市民の意識変革や行動変容を促そうとする場合には、ナッジの受け手に対する倫理面の配慮が欠かせません。また、効果を適切に評価して透明性を高め、説明責任を果たすことが重要です。そして、これらの点を踏まえながらナッジを持続的に実践していくためには、組織の体制を整備・強化するとともに、ナッジの実践が受容され、その適切な活用を進めること

のできる組織文化を醸成していくこともまた必要不可欠です。

一般市民に対しては、行動科学に対する関心や基本的なリテラシーの向上に加え、一人ひとりが自身の思考の癖やバイアス（認知バイアス）に気付き、その背景にある心理的メカニズムを理解して自分にとって望ましい選択や意思決定、そして行動ができるように自らをナッジするようになることを期待する意見や、その実現のために行政や有識者等の連携を図ることの重要性に関する意見が、日本版ナッジ・ユニット連絡会議の議論の中で出ています。

以上のように、ナッジを始めとする行動科学の知見の活用には、多くのステークホルダーが関わるため、日本版ナッジ・ユニット BEST は、産学政官民連携の体制で活動を進めてきました。

本戦略の各章と想定する主な読者の対応関係は以下の表のとおりです。これに限らず、興味・関心のある箇所をご覧くださいことができます。

	頁	行政	民間	アカデミア	国民・市民
1. 本戦略について	1				
（1）日本版ナッジ・ユニット BEST について	1	○	○	○	○
（2）本戦略の目的	1	○	○	○	○
（3）本戦略の KPI	2	○	○	○	○
（4）基本的な用語や概念	2	○	○	○	○
2. ナッジを取巻く最新の国内外の動向	10				
（1）国内のナッジ・ユニット	10	◎			
（2）我が国の最新の政府方針	11	◎	○	○	○
（3）諸外国の規制や新しい概念等	21	◎	◎	○	○
3. ナッジを実践する組織・コミュニティについて	28				
（1）新しくナッジ・ユニットを作るべきか	28	◎			
（2）社会へのインパクトのある組織・コミュニティとするために	29	◎		○	
（3）評価に対する組織の向き合い方	30	◎	○		
4. 行動インサイトの適切な活用	32	◎	○	○	
5. 行動インサイトの適切な普及	43	◎	○	○	

略語等

AI	人工知能
APPLES	ナッジ・ユニットをインパクトのあるものとするための6つの要素：行政の支援（Administrative support）、政治の支援（Political support）、人材（People）、場所（Location）、実験（Experimentation）、学識（Scholarship）の6つの英語の頭文字を繋げたもの
BEST	日本版ナッジ・ユニット（Behavioral Sciences Team）
BI	行動インサイト、行動科学の知見（Behavioral Insight）
BIT	行動インサイトチーム（英国ナッジ・ユニット）（Behavioural Insights Team）
BI-Tech	行動インサイトと先端技術の融合、バイテック（Behavioral Insights X Technology）
BIU	行動インサイトユニット（豪州ニューサウスウェールズ州のナッジ・ユニット）（Behavioural Insights Unit）
boost	ブースト、ぐっと後押しする、教育的ナッジ
CO ₂	二酸化炭素（carbon dioxide）
EBPM	エビデンスに基づく政策立案（Evidence-based Policymaking）
EU	欧州連合（European Union）
KPI	重要業績評価指標、重要達成度指標（Key Performance Indicator）
nudge	ナッジ、そっと後押しする
OECD	経済開発協力機構（Organisation for Economic Co-operation and Development）
RCT	ランダム化比較試験（Randomized Controlled Trial）
SDGs	国連持続可能な開発目標（Sustainable Development Goals）
sludge	スラッジ、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
VUCA	変動性（Volatility）、不確実性（Uncertainty）、複雑性（Complexity）、曖昧性（Ambiguity）
WG	ワーキンググループ
YBiT	横浜市行動デザインチーム（Yokohama Behavioral insight and Design Team）

1. 本戦略について

(1) 日本版ナッジ・ユニット BEST について

- 日本版ナッジ・ユニット **BEST** (**Be**havioral **S**ciences **T**eam) 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す（事務局：環境省）。
- ナッジ（英語 **nudge**：そっと後押しする）を始めとする行動科学の知見（行動インサイト）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に、環境省のイニシアチブの下、2017 年 4 月に発足しました。その後、同年 10 月のノーベル経済学賞の受賞分野が行動経済学であったことの後押しもあり、取組が深化し、関係するステークホルダーとの連携体制が次第に強化されています。
- どのような取組も、地域に根付くものとするためには、関係するあらゆるステークホルダーを巻き込んでいくことが必要不可欠です。このため、行政内に限った取組ではなく、参加者が同じ立場で自由に議論のできるオールジャパンの実施体制としています。
- 日本版ナッジ・ユニット **BEST** では、**連絡会議**を開催し、各回のテーマに合ったメンバー構成で議論を重ねています。
- 中央省庁としては、これまで、環境省（事務局）、内閣官房（行政改革推進本部事務局・日本経済再生総合事務局）、人事院、内閣府、消費者庁、警察庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、スポーツ庁、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、資源エネルギー庁、中小企業庁、国土交通省、会計検査院が参加しています。

(2) 本戦略の目的

- 本戦略は、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日本版ナッジ・ユニット **BEST** で議論した内容をまとめたものです。
- 日本版ナッジ・ユニット**連絡会議**の設置要綱では、検討事項の 1 つとして「行動科学の知見を活用した取組が民間にまたは政策として社会実装されるための出口戦略の検討」が位置付けられています。
- これを受けて、第 27 回日本版ナッジ・ユニット連絡会議（令和 4 年 3 月 16 日開催）以降、今後のナッジ等の進め方を中心に本戦略に関する議論を進めてきました。そして、その議論をとりまとめ、我が国において、ナッジを始めとする行動インサイトの活用により行動に起因する社

会課題の解決を図ろうとする官民各領域における取組を適切に、かつ、いっそう主流化するための戦略を策定することとしました。

（３）本戦略の KPI

- 本戦略の KPI を検討した際に、ナッジを始めとする行動インサイトの活用や普及に関して、必ずしもナッジ・ユニットという組織の形態で実践されなければならないわけではないことから、ナッジ・ユニットの数ではなく、行動インサイトが適切に活用され、普及したことの直接的な帰結としての**優良事例の数やその蓄積**が適当であるとししました。
- 様々な分野の社会課題に対して活用されたナッジ等の行動インサイトの具体例を、実施主体や解決しようとした社会課題、効果や効果検証の手法等が参照可能な形のデータベースとして集約することで、閲覧者が行動インサイトの原理や適用の仕方を学び、自らの組織での施策の立案に活かすことができると考えられます。
- 優良事例の蓄積に関しては、「第５章（７）優良事例を集約して分かりやすく示す」でその対応状況について示しています。

（４）基本的な用語や概念

ア． ナッジと行動インサイト

- ナッジ（英語 **nudge**）とは、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、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言葉です。行政や民間の現場では、直接物理的につつついたりするわけではありませんので、「そっと後押しする」という訳を用いることにしています。
- 2017 年にノーベル経済学賞を受賞した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・サンスティーン教授と 2008 年に出版した著書『Nudge』の中で、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」と定義しています。

出典：Richard H. Thaler, Cass R. Sunstein (2008) Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness（邦訳：リチャード・セイラー著、キャス・サンスティーン著、遠藤真美訳（2009）実践行動経済学 健康、富、幸福への聡明な選択）

- ここで、「選択を禁じることもなく」とは規制や強制ではなく、選択の自由は残すことを意味します。
- 「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ことを意味します。よくある誤解として、経済インセンティブを変えるものはナッジではないとするものがありますが、経済的なインセンティブを大きく変えるもののみが除外されているのであって、もともとある経済インセンティブの説明の表現を変えるもの（経済インセンティブの大小の変更のないもの）や、少額の節約やポイント等の経済インセンティブを比較的小さく変えるものは除外されていません。ただし、特定の行動が促されるのに必要なインセンティブの大小は個人によって異なり得るものであり、その受け止め方にも個人差があるため、大小のみでは一様に言えません。
- 省エネルギーを例にとると、セイラー教授らは、年間で数千円から数万円相当の金額の損失の提示をナッジとして扱っており、節約をする動機付けとして、この範囲の金額であればナッジに該当し得ると考えることができます。
- 「人々の行動を予測可能な形で変える」とは、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す。行動科学とは、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（behavioral sciences）です。
- 「選択アーキテクチャー」とは、人々が選択し、意思決定する際の「環境」のことで、自発的に合理的な意思決定をさせるための環境をどうデザインするかが重要となります。
- 我が国でのナッジに対する国民の関心の高まりを測る指標の1つとして、インターネットの検索エンジンでの検索回数を時系列で比較する方法があります。次の図は、Google 検索により「ナッジ」をキーワードとして日本で検索された回数を平成29年1月から令和6年5月までの時系列で推移を示したものです。

（令和4年9月を100）

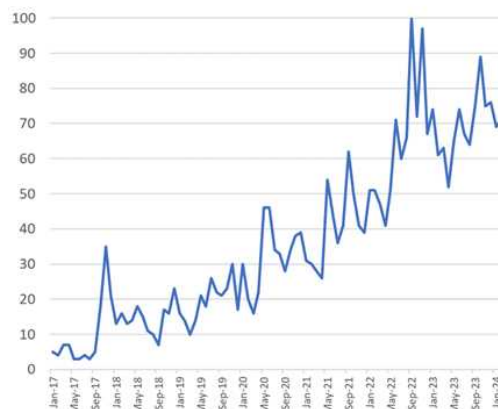
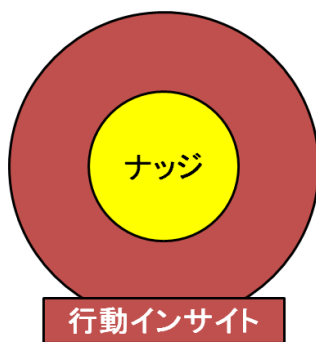


図. Google 検索での「ナッジ」の検索数の我が国での推移

- 公共政策では、ナッジは、行動に関する科学的知見の活用により、「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政策手法」として国会で位置付けられています。
- 一方で、ナッジは行動インサイト（**Behavioral Insight、BI**）を用いたアプローチの1つです。国際的にはより包括的な「行動インサイト」という表現がしばしば用いられます。行動インサイトは、行動科学から得られた人間についての洞察全般を意味するものであり、行動に関する科学的知見の集合体です。行動インサイトは、ナッジと異なり、選択の自由の有無や経済インセンティブの大小とは関係なく用いられます（例えば、規制や経済的な政策手法に組み込まれて用いられることがあります）。
- 行動インサイトは、ナッジと同様に、環境・エネルギー、健康・医療、教育、徴税、行政の効率改善、働き方改革、差別撤廃、SDGs（国連の持続可能な開発目標）等の様々な社会課題の解決に適用し得るものとして、英国や米国をはじめ、地球規模で着目されています。
- ナッジを含む行動インサイトは、規制的手法（法律等）、財政的手法（税制・補助金等）、そして情報的手法（普及啓発・情報提供等）といった伝統的な政策手法を補完する位置付けでとらえられるようになっていきます。



ナッジと行動インサイトの包含関係



行動インサイトと伝統的な政策手法による相互補完

イ. 熟慮を促すナッジ

- ナッジについては、無意識的に働きかけるものとの誤解が時折見受けられますが、提唱者であるセイラー教授らの定義上、無意識的であるかどうかはナッジとは無関係です。

- 軽率な行動の防止等のために熟慮を促すタイプのナッジもあり、教育的ナッジ（educational nudge）または「ブースト（英語 **boost**：ぐっと後押しする）」と呼ばれることがあります。
- ブーストは、「行為主体性」をキーワードとしており、人々が行動を習慣化し、維持するためには本人の主体的な関与が欠かせないとする考えの下、技能と知識（コンピテンシーやリテラシー）を向上させ、人々が自分自身で主体的に選択する能力を育成する政策アプローチです。
- 環境省では、環境教育や防災等でブーストを用いた実証事業も実施しており、学校教育の現場等でその成果の社会実装が進められています。

参考：令和 5 年 9 月 1 日付け環境省報道発表「環境省ナッジ事業の結果について～効果の実証された環境教育の社会実装が開始～」 www.env.go.jp/press/press_02906.html

参考：令和 6 年 3 月 15 日付け環境省報道発表「環境省ナッジ事業の結果について」 www.env.go.jp/press/press_02121.html

ウ. ナッジとスラッジ

- セイラー教授は 2018 年に、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ています。そして、「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」がナッジの目的であるとしており、このような「良いナッジ」を推奨しています。

出典：Richard H. Thaler (2018) Nudge, not sludge. *Science* **361** (6401), 431

- セイラー教授はまた、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・民間部門を問わず一掃するよう働きかけています。
- 公共部門において求められるナッジとは、2008 年に提唱された元来のナッジの定義を満たすだけでなく、こうした「良いナッジ」であることは言うまでもありません。

エ. ナッジと EBPM

- 日本版ナッジ・ユニット **BEST** では、環境省ナッジ事業等のナッジの実践事例を題材として **EBPM**（Evidence-based Policymaking：エビデンスに基づく政策立案）を推進しています。

- それは、公共政策としてナッジを活用する際には、他の政策アプローチと同様に、政策の効果をきちんと評価して透明性を高め、説明責任を果たすことが重要であると考えます。
- **EBPM** は、政策目的を明確化させ、その目的のため本当に効果が上がる行政手段は何かなど、「政策の基本的な枠組み」を証拠に基づいて明確にするための取組と位置付けられています。限られた資源を有効に活用し、国民により信頼される行政を展開するために、**EBPM** を推進する必要があるとされています。

出典：内閣官房行政改革推進本部事務局「EBPM の推進」（2018 年 1 月 12 日）

www.kantei.go.jp/jp/singi/toukeikaikaku/kanjikai/dai5/siryou1.pdf

- **EBPM** は政策の立案の方法であり、評価とセットにするものであるとともに、政策を評価する際には、静態的に良し悪しを判定するというより、むしろ、動態的に次なる改善を明らかにするためのものという考え方を浸透させていくことが大事であるとの指摘がなされています。

出典：第 1 回 EBPM 課題検討ワーキンググループ（2020 年 10 月 21 日）議事要旨

www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/ebpm/kadaikento_wg/dai1/gijiyoushi.pdf

- また、**EBPM** により政策を「立案」するだけでなく、「実践」することも同様に重要です。政策の立案から実践までを一体不可分のものにとらえ、両者の好循環を創出することが欠かせません。
- ナッジは **EBPM** と親和性が高いと言われています。それは、ナッジは行動科学の知見に基づくものであるからです。つまり、あるナッジを活用する際には、解決したい社会課題に適用可能であるかを、そのナッジに関する知見が得られた背景や条件に立ち返って吟味する必要がある、必然的に科学的な根拠に基づいて検討することになるからです。

出典：小倉将信（2020）EBPM（エビデンス（証拠・根拠）に基づく政策立案）とは何か
— 令和時代の新しい政策形成

- 日本版ナッジ・ユニット **BEST** では、環境省ナッジ事業を始めとするナッジの実践事例を **EBPM** の観点から議論することにより、ナッジを適正に推進するとともに、**EBPM** の好事例を創出して **EBPM** のいっその推進に繋げていくという好循環を実現することが重要であると考えています。そして、その議論をまとめた報告書「ナッジと **EBPM**」を令和 3 年にとりまとめ、公表しています。

参考：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～」（令和 3 年 1 月）www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/EBPM.pdf

オ. ナッジ倫理

- ナッジを始めとする行動インサイトの活用は、人々の生活に介入し、行動様式に影響を及ぼすことがあります。したがって、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す。

注：このことは、ナッジや行動インサイトに限らず、あらゆる政策に当てはまるものです。

- 令和元年 12 月には、日本版ナッジ・ユニット **BEST** の下に「**ナッジ倫理委員会**」が設置されました（森祐介委員長）。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・悪いを含めた倫理的な配慮の検討と併せて議論を重ねています。
- そして、令和 2 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わる倫理チェックリスト①調査・研究編」を作成しました。
- また、令和 2 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）を作成しました。
- 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ことは言うまでもありません。

参考：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

www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/checklist_study.pdf

参考：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

www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/checklist_deploy.pdf

カ. パーソナライズと AI、BI-Tech

- 行動インサイトの効果に関する研究や行動インサイトを活用した事例が国際的に蓄積される中で、対象者の属性（個人要因）の違いによって効果がある場合もあれば、同様の効果の見られない場合もあることが明らかになっています。

- 行動インサイトによる介入の対象者の置かれている状況や環境（状況要因）が変わることによってもまた、結果が異なってくる場合があります。
- 意識変革や行動変容を効果的に促すためには、こうした効果の異質性に着目し、対象者の属性や置かれている状況に応じて一人ひとりに合った（パーソナライズした）働きかけを工夫することが重要です。効果の異質性は、特定の地域や集団等の一定の条件で得られたエビデンスを他の地域や集団等にも当てはめることができるのかという外的妥当性を考える上でも重要な観点になります。
- 環境問題に関する施策の企画立案・実施に当たっては、ナッジ等の行動科学の知見を活用して意識変革や行動変容を促す実証実験を実施する際に、対象者の性別等の属性情報の収集及び解析を通じて、施策の効果の個人差及び普遍性の解明並びに一人ひとりに合った働きかけの開発等に役立てることとしています。これまで、個人属性や満足度・生活の質を表す指標群（Well-being ダッシュボード）等の情報から分析を行った結果、様々な属性の差異によりナッジによる介入の効果や定量化した well-being の値に統計的有意な差異が検出されています（子のときにひとり親家庭の経験があると低下し、子のときに十分な面会交流があったと感じていることで向上する等）。

出典：令和6年版男女共同参画白書（令和6年6月閣議決定）

www.gender.go.jp/about_danjo/whitepaper/r06/zentai/pdfban.html

- パーソナライズされたデフォルト（初期設定）の設定は、学術領域においても先端的なテーマの1つとなっています。そこでは、デフォルトを一人ひとり分けて設定するデフォルトナッジの考え方が用いられています。
- 環境省ナッジ事業では、個人や世帯のエネルギー（電気、ガス、自動車燃料等）の使用実態や属性情報等のビッグデータを IoT 技術で収集し、AI 技術で解析してパーソナライズしたメッセージをフィードバックすることを通じて、その後のエネルギーの使用実態や CO₂ の排出量にどのような変化が生じるのか、実証事業を通じて検証してきました。
- このように、パーソナライズした働きかけには、行動インサイトと AI/IoT 等の先端技術の組合せ（**B**ehavioral **I**nsights × **T**ech**n**ology）が重要であり、日本版ナッジ・ユニット **BEST** ではこれを **BI-Tech**（バイテック）と名付け、フィンテック（FinTech、金融×技術）やヘルステック（HealthTech、健康×技術）等に代表されるクロステック（×技術）の新しい領域を開拓し、普及に努めています。

- 近年では、行動インサイトの活用に限らず、**AI** 技術やビッグデータを活用した高度な介入モデルの構築や実証が進められており、適切なナッジの促進またはスラッジの予防の観点においても、**AI** 技術（特に生成 **AI**）の活用によるパーソナライズした情報発信の実現が期待されています。（生成 **AI** や **AI** 技術活用の課題については、第 2 章（3）オ・生成 **AI**）を参照ください）

2. ナッジを取巻く最新の国内外の動向

(1) 国内のナッジ・ユニット

- 日本版ナッジ・ユニット **BEST** や、その前身となる環境省ナッジ PT「プラチナ」に続く我が国のナッジ・ユニットとしては、平成 31 年 2 月に神奈川県横浜市役所の職員有志による横浜市行動デザインチーム **YBiT** (**Y**okohama **B**ehavioral **i**nsight and Design **T**eam) が地方公共団体初のナッジ・ユニットとして発足しました。**YBiT** は、令和元年 12 月に、団体部門のナッジアンバサダーに任命されています（個人部門は、谷本道哉・近畿大学准教授（当時。現・順天堂大学教授））。
- その後、兵庫県尼崎市、岡山県、茨城県つくば市等でもナッジ・ユニットが相次いで設置され、2019 年（平成 31 年・令和元年）は自治体ナッジ元年とも言われています。
- YBiT の活動に端を発し、YBiT のメンバーを始めとする行政職員や、民間、アカデミアから令和 3 年に特定非営利活動法人 Policy Garage が設立しました。Policy Garage は、月例の研究会や講演、研修、ワークショップ、コンサルティング等を通じて、行動インサイトや行動デザイン、そして **EBPM** に関する全国規模でのネットワークを拡大しています。
- Policy Garage の調査では、令和 6 年 6 月時点で 23 の自治体ナッジ・ユニットが設置されています。

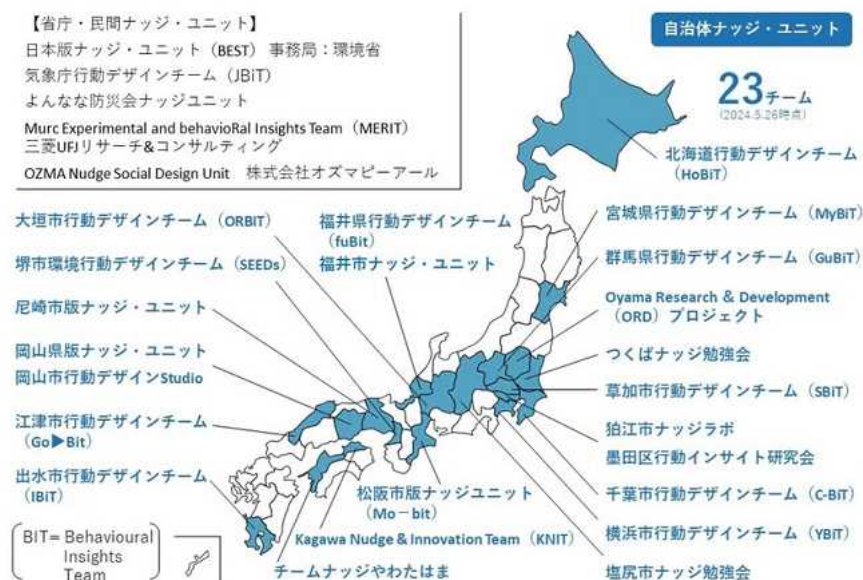


図. 全国のナッジ・ユニットの分布

参考：Policy Garage「自治体ナッジ・ユニット図鑑」

assets.super.so/dcb1c3ec-82a6-4d5b-ab8d-2205b573c4cd/files/88e28bec-1845-4ed8-a2d8-1a289308a7a9.pdf

- 民間企業でも、三菱 UFJ リサーチ & コンサルティングやオズマピーアール等がナッジ・ユニットを設立し、官民での行動インサイトの活用が進められています。
- なお、**OECD**（経済協力開発機構）によれば、欧州・米国・豪州を中心に、公共政策に行動インサイトを活用しようとする組織・機関（ナッジ・ユニット）は世界で 400 を超えており（※）、日本版ナッジ・ユニット **BEST** は国際的にその取組が認知された行動インサイト活用組織の国内第 1 号です。

（※）200 という数字が引用されることが多いですが、OECD は国際シンポジウム等での発表の中で、その後の調査結果である 400 という数字を用いており、かつ、さらに増えていっています。

（２）我が国の最新の政府方針

- 閣議決定された最新の政府方針として、「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」（令和 6 年 6 月閣議決定）、「経済財政運営と改革の基本方針 2024」（令和 6 年 6 月閣議決定）、「統合イノベーション戦略 2024」（令和 6 年 6 月閣議決定）及び「第六次環境基本計画」（令和 6 年 5 月閣議決定）について、「ナッジ」、「行動（変容）」、「意識」等のキーワードで検索をしました。
- 「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」（令和 6 年 6 月閣議決定）では、

- 物流分野（トラックドライバー）

荷主企業における物流統括管理者の配置義務付けや再配達削減に向けた取組等、荷主企業や消費者の行動変容を促す。

- 標準化活動の強化のための国際標準化戦略の策定

民間企業の行動変容を促進すべく、来春を目途として国際標準化戦略の策定を進める中で、企業経営における標準化活動の位置付け向上の具体策を検討しつつ、経営層のコミットの下での個社の標準化活動の取組への関係者の理解を促す。

➤ 個々の企業の実態に応じたジョブ型人事の導入

職務（ジョブ）ごとに要求されるスキルを明らかにすることで、労働者が自分の意思でリ・スキリングを行え、職務を選択できる制度に移行していくことが重要である。そうすることにより、内部労働市場と外部労働市場をシームレスにつなげ、社外からの経験者採用にも門戸を開き、労働者が自らの選択によって、社内・社外共に労働移動できるようにしていくことが、日本企業と日本経済の更なる成長のためにも急務であり、個々の企業の実態に応じたジョブ型人事の導入を進める。

従来の我が国の雇用制度は、新卒一括採用中心、異動は会社主導、企業から与えられた仕事を頑張るのが従業員であり、将来に向けたリ・スキリングがいきるかどうかは人事異動次第。従業員の意思による自律的なキャリア形成が行われにくいシステムであった。個々の職務に応じて必要となるスキルを設定し、スキルギャップの克服に向けて、従業員が上司と相談をしつつ、自ら職務やり・スキリングの内容を選択していくジョブ型人事に移行する必要がある。

➤ 労働移動の円滑化

労働移動に当たっては、労働者の意思が尊重されることが大切である。

➤ グローバルヘルス（国際保健）

気候変動に強靱かつ低炭素で持続可能な保健医療システムの構築を目指した気候変動と健康に関する変革的行動のためのアライアンス（ATACH）の取組を促進する。

➤ 日本人の価値観・消費行動の変化

○ 我が国でも、この 20 年間で、「自分が気に入った付加価値には対価を払う」「購入する際に安さよりも利便性を重視」といった、値段よりも付加価値を重視する消費行動が増加。

○ 付加価値に対して、より多くの金額を支払う消費行動が我が国にも定着しつつある。

我が国でも、この 20 年間で、「自分が気に入った付加価値には対価を払う」「購入する際に安さよりも利便性を重視」といった、値段よりも付加価値を重視する消費行動が増加している。付加価値に対

して、より多くの金額を支払う消費行動が我が国にも定着しつつあり、マークアップ率向上の余地が生まれている。

- 「経済財政運営と改革の基本方針 2024」（令和6年6月閣議決定）では、

- 標準化活動の強化のための国際標準化戦略の策定

国民のライフスタイルを転換する「デコ活」※や3Rを推進する

※2050年カーボンニュートラルの実現に向け、国民の行動変容・ライフスタイル転換を後押しするための新しい国民運動。

- 持続可能で活力ある国土の形成と交通の「リ・デザイン」

物流の持続的成長を図るため、物流拠点・ネットワークの機能強化、モーダルシフトや物流DX・標準化等による効率化、商慣行の是正、荷主・消費者の行動変容、改正物流法等の執行体制の構築等の抜本的・総合的な対策を一体的に進める。

- 中期的な経済財政の枠組み

賃金や調達価格の上昇を適切に反映しつつ、新技術の社会実装やDXによる生産性向上、公的サービスの広域化・共同化や産業化による公的部門の効率化、インセンティブ改革や見える化、先進事例の横展開による行動変容の促進等を進める。

- 女性活躍

アンコンシャスバイアスの解消等を含む女性活躍推進に向けた意識啓発、公務部門における更なる女性活躍の推進を図るとともに、新たな中核的組織整備の検討と具体化等により地域における男女共同参画社会の形成を促進する。

- 能登半島地震からの復旧・復興等

警察・消防・自衛隊等による最初期の対応、被災自治体への国等の支援や、災害派遣医療チーム（DMAT）等の医療福祉関係者、民間事業者、専門ボランティア団体等との連携強化による初動対応、避難所運営、物資の調達・輸送、広域・在宅避難等への支援など災害応急対策の取組強化、災害時のデジタル人材支援、災害に備える意識醸成や実践的訓練、必要な制度見直し等を行う。

➤ 少子化対策・こども政策

若い世代の所得の増加と社会全体の構造・意識の変革、全てのこども・子育て世帯への切れ目ない支援の観点から、改正子ども・子育て支援法等を始めとして、加速化プランに盛り込まれた施策を着実に実施する。

官民が連携して、社会全体でこども・子育て世帯を支える意識を醸成する取組を「車の両輪」として進める。

➤ デフレ完全脱却の実現に向けて

長期にわたり染み付いた「デフレ心理」を払拭し、社会全体に、賃金と物価が上がることは当たり前であるという意識を定着させ、デフレからの完全脱却、そして、経済の新たなステージへの移行へとつなげていく。

➤ 誰もが活躍できる Well-being が高い社会の実現

健康意識の向上を図り、自らのキャリア設計の下で希望に応じて働くことで生涯所得を拡大させ、潜在的な支出ニーズを顕在化させていく。

➤ 国民意識の変革と行動喚起

日本経済を新たなステージに移行させ、中長期のミッションを達成していくためには、我が国が直面する人口減少がもたらす不可避的な課題とそれを解決するビジョンについて、世代を越えて個人、組織、地域社会が議論を通じて広く共有し、国民意識の変革や国民を巻き込んだムーブメントを巻き起こしつつ、一人一人が社会づくりにコミットして行動に移すことが重要となる。こうした行動が積み重なり、やがて大きな社会変革の動きにつながり、「国民が希望を創り、ともに実現する国」や「世界一暮らしやすく、働きやすい国」へと導かれる。

● 「統合イノベーション戦略 2024」（令和 6 年 6 月閣議決定）では、

➤ 国民の行動変容の喚起

人文・社会科学と自然科学の融合による「総合知」を活用して、カーボンニュートラルの実現に向けた国民一人ひとりの取組の重要性に係る国民理解の醸成や脱炭素型への行動変容の促進を図る。とり

わけ、BI-Tech（行動科学の知見と先端技術の融合）を活用した製品・サービス・ライフスタイルのマーケット拡大を 2022 年度末までに目指すとともに、個人の CO2 削減のクレジットを低コストで自由に取引できるブロックチェーン技術を用いたプラットフォームの構築を図る。あわせて、こうした我が国の取組等について国内外への発信を精力的に実施する。【科技、経、環】

ナッジ事業の成果を順次取りまとめ、日本版ナッジ・ユニット連絡会議や国内及び国際会議等において報告・公表。また、ナッジ等の行動科学の知見の活用により行動に起因する社会課題を解決する取組を主流化するためのナッジ戦略（仮称）の策定に向けた議論を実施。

ナッジ等の行動科学の知見と AI/IoT 等の先端技術の組合せ（BI-Tech）により、日常生活の様々な場面での自発的な脱炭素型アクションを後押しする行動変容モデルの構築・実証を推進。ナッジ等の効果の異質性（地域差・個人差）や持続性（複数年に及ぶ行動の維持・習慣化）を明らかにするため、小規模での予備実証や、大規模な実証を順次実施。

引き続き、ナッジ事業の成果を順次取りまとめ、日本版ナッジ・ユニット連絡会議等において報告・公表するとともに、諸外国のナッジ・ユニット等とも情報共有や連携を図り、国際協調の下、行動に起因する社会課題の解決に向けた国民の意識変革や行動変容を推進。
【環】

引き続き、BI-Tech による行動変容モデルの構築・実証を進め、効果的で高度な行動変容を促進させ、脱炭素型のライフスタイルへの転換につなげる。実証結果を踏まえて、政策またはビジネスとしての社会実装を念頭に、ナッジ等の効果の異質性や持続性を明らかにするために、引き続き大規模実証を継続。【環】

ライフスタイルを脱炭素化するための技術の普及を促すため、「国・地方脱炭素実現会議」等における議論を踏まえつつ、住まい・移動のトータルマネジメント（ZEH・ZEB、需要側の機器（家電、給湯等）、地域の再生可能エネルギー、動く蓄電池となる EV・FCV 等の組み合わせを実用化）、ナッジやシェアリングを通じた行動変容、デジタル技術を用いた CO2 削減のクレジット化等を促す技術開発・実証、導入支援、制度構築等に取り組むことで、ライフスタイルの転換を促し、脱炭素のプロシューマーを拡大する。【環、関係府省】

一人一人に合ったライフスタイルを提案することで気付きを与えて「自分ごと化」してもらうとともに、環境配慮行動に対して同ポイント等の金銭的及び非金銭的インセンティブの付与と連動するなど、ナッジの活用を促進。【環】

- 知的財産・標準の国際的・戦略的な活用による社会課題の解決・国際市場の獲得等の推進

我が国としての総合的な標準戦略を関係府省等との協力の下で策定し、戦略領域、民間企業の行動変容促進、人材育成やエコシステム整備等に係る官民の国際標準化の取組を強化。【知財、科技、総、文、厚、農、経、国、環】

標準の戦略的・国際的な活用に関して、2020年度から、官民連携体制を整備し、官民の意識改革や産業界での活動の幅広い底上げ、人材の強化等を推進するとともに、政府の研究開発プロジェクトや規制・制度等との連携等も通じて、標準の活用に係る企業行動の変容を促す環境を整備する。また、政府系機関等が協働して、民間企業等による実践的な活動を支援する、プラットフォーム体制を整備する。【知財、科技、総、経、関係府省】

- バイオテクノロジー

産業構造審議会バイオ小委員会及び同新機軸部会において、バイオものづくりの産業構造や初期需要の創出・市場拡大や製品コスト低減、消費者の行動変容に向けた制度的措置等について検討。

「バイオエコノミー戦略」及び同戦略に基づく市場領域ロードマップにおいて、バイオものづくりに関する政府全体の方針を示した上で、更なる施策の具体化を図る。初期需要の創出・市場拡大や製品コスト低減、消費者の行動変容に向けた制度的措置を実施。引き続き、バイオものづくりに係る国際連携の推進や、サプライチェーン全体を考慮した環境への影響等の評価システムの構築も含め、グローバル展開を検討する製品やプロセスなどの標準化等を企業とも連携して推進。【科技、文、経】

- 安全・安心確保のための「知る」「育てる」「生かす」「守る」取組

機微な技術へのアクセス管理、管理部門の充実や内部管理規程の策定など内部管理体制が一層強化されるよう、引き続き説明会開催や

専門人材派遣等を実施。各地域の大学等で形成されている自律的なネットワークの取組も活用しつつ、必要な意識啓発と制度面を含めた対応を一層充実。

➤ 企業のイノベーション活動の促進

オープンでアジャイルなイノベーションの創出に不可欠なオープンソースソフトウェア（OSS）に関する経営上の重要性（価値・リスク）の理解促進と、OSSの活用に対する意識向上に向けた普及啓発を実施する。

➤ 知財

一般社団法人日本知的財産協会等における OSS の活用に対する意識向上に向けた普及啓発活動を把握し、必要に応じて連携して活動を推進。【知財】

➤ 様々な社会課題を解決するための研究開発・社会実装の推進と総合知の活用

社会課題を解決するための先進的な技術の社会実装の加速化や、国際競争の下での我が国企業による海外展開の促進及び国際市場の獲得の重要な手段として、標準の戦略的・国際的な活用を官民で徹底して推進する。このため、官民の体制整備とともに、科学技術・イノベーションの社会実装やこれに伴う研究開発等に関して、官民で実施する事業を活用しつつ、官民の意識改革を図り、政府の政策や企業の経営戦略において幅広く、標準の戦略的・国際的な活用がビルトインされ、展開されるようにする。

➤ 博士後期課程学生の処遇向上とキャリアパスの拡大

博士の学位審査の透明性・公平性を確保するとともに、博士後期課程学生の修了後のポストや社会的活躍の結果等が大学や担当教員評価としても活用されるような方策を「大学支援フォーラム PEAKS」等の場で検討し、指導教員は博士後期課程学生を次世代の研究者等として育成していくことが責務であり、それが自身の評価に還元されるという抜本的な意識改革を促す。【科技、文】

➤ デジタル社会に対応した次世代インフラやデータ・AI 利活用技術の整備・研究開発

「Beyond 5G 新経営戦略センター」において標準化・知財活動等をリードする人材育成、産業連携の推進、意識啓発・情報発信に係る各種活動を展開。

産学官が連携・協力した国際標準化・知財活動をリードする人材育成・産業連携、意識啓発・情報発信を更に推進。【総】

● 「第六次環境基本計画」（令和6年5月閣議決定）では、

- 環境問題の解決と成長の源泉につながる科学技術やグリーンイノベーションが、政府や企業等の決定に対して影響力を持つ市場や消費者や需要家となる国民に理解・評価・活用されるよう、国民意識の向上を図り、行動変容につなげていく取組が必要となる。これらの取組においては、市場とともに、政府や企業等をグリーンイノベーションの道に進ませる上での重要な役割を発揮するキープレーヤーとしていく必要がある。その上で、自立的な国民や市民社会の力を引き出し行動変容につなげていくために、データ駆動型の AI・IoT 等の情動的な手法の活用を進めるとともに、環境問題の解決を重んじる社会的価値観を醸成する。
- 環境基本法は、このほかにも、環境教育・学習等による理解増進など多くを掲げている。また、主に情動的な手法や自主的取組手法の一つとして、ナッジ等の行動科学の知見を活用した新たな政策手法の開発や実装が進められている。これらは、かつてのように特定の大規模な環境負荷源による環境汚染問題の解決の場合のように、一つの政策手法だけで効果を上げうるものもあった。しかし、各種政策を統合してシナジーを発揮させ、環境・経済・社会の統合的向上に向けた取組を進め、循環共生型社会を実現するという今日の環境政策の課題の解決のためには、かつてと同様に対応することは困難である。新たな政策実現手法を開発することとともに、これらの多様な政策手法の中から政策目的の性質や特性を勘案しつつ、適切なものを選択し、ポリシーミックスの観点から政策を適切に組み合わせ、政策パッケージを形成し、相乗的な効果を発揮させていくことが不可欠である。
- 製品ごとの温室効果ガス排出量の「見える化」

ナッジ手法も活用した効果的な CFP 表示のあり方を実証するとともに、「デコ活」による消費者の行動変容を通じて、CFP の普及と、脱炭素の実現に貢献する製品・サービスの選択を推進する。

- ナッジを活用した自発的な行動変容の促進

環境への配慮は一般に、行動の結果が目に見える形ですぐに現れないがゆえに実施を先延ばしにされがちであり、また、そもそも環境問題については、自分とは関係ない、自分は大丈夫といった考えを持たれることもしばしばである。こうした認知バイアスや無関心については、従来、広報・普及啓発や環境教育により改善が試みられてきたが、それらの質や効果に関する課題が指摘されることも多い。

こうした状況に鑑みて、ナッジを始めとする行動科学の知見の活用等、根拠に基づいた効果の確からしい科学的アプローチにより、様々な環境問題に関するバイアスや思考の癖を改善し、環境問題を自分事化させ、自発的な意識変革や行動変容を促進する。

➤ AI、IoT 等のデジタル技術の活用

ナッジ等の行動に関する科学的知見と、AI、IoT 等の先端技術の組合せ（BI-Tech）により、国民の前向きで主体的な意識変革や行動変容を促し、脱炭素や資源循環、ネイチャーポジティブに資するライフスタイルへの転換を図る。このとき、生成 AI 等の活用による、一人一人に合った情報発信の実現に向けた技術開発・実証・実装を進める。

➤ 事業者

昨今では事業活動を通じてネイチャーポジティブを実現しようとする動きも広がりつつあり、環境人材育成などの経済的競争能力投資を含め、人々の意識変革・行動変容に与える影響が期待される。

➤ こうした取組を通じて、内外の需要を獲得しつつ、経済全体を「量から質」「高付加価値」「線形から循環型」なものへと転換し、持続可能な生産と消費を実現すると同時に、労働生産性や賃金の向上にも貢献していく。そのためには、外部不経済の内部化など市場の失敗の是正を含めた経済システムのグリーン化を進めるとともに、市場メカニズムを有効に活用しつつ、環境保全に資する国民の創意と工夫、行動変容を促していくことが不可欠である。

➤ 環境教育等の強化による人的資本投資の拡大

国民の環境意識の向上のためには、政府による「環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律」（平成 15 年法律第 130 号。以下「環境教育等促進法」という。）及び同法により国が定める基本方針に基づく、あらゆる主体に対するあらゆる場における環境教育の強化が必要である。具体的には、学校における環境教育や ESD

に関する体系的、継続的な学びの充実を図るとともに、気候変動等の環境問題の切迫した状況に対応するため、中間支援組織等を活用し、脱炭素に取り組む企業、民間団体等と連携して、あらゆる主体・世代の国民の行動変容につながるようなより実効性の高い環境教育やESDを学校、職場、社会教育施設等で推進していく。また、環境教育やESDの推進に当たっては、自然に対する畏敬の念を持ちながら、伝統的な智慧や自然観に基づき自然資本を維持・回復・充実にせ、経済・社会課題の解決にもつなげていく視点も重要である。

➤ 環境価値を軸とする消費行動と企業行動（生産行動）の共進化

環境価値の高い製品・サービスが、国民の消費行動において選択されるためには、これらの製品・サービスの市場を拡大し、製品・サービス単位での環境負荷の見える化を進めるとともに、消費者の意識・行動変容を促す必要がある。企業行動における環境の主流化と合わせ、消費行動を共進化させていくための方策について述べる。

➤ 消費者の意識・行動変容の推進のための経済的競争能力投資の拡大

消費者の意識・行動のシフトについては、企業・生産者が消費者の潜在的、本質的なニーズをつかみつつ、財、サービスを持つ環境価値・性能を付加価値に転化できるよう、その情報を的確に消費者に伝えていくことが必要である。また、政府としては、最新の科学的な知見に関する情報等を国民に伝えていくとともに、企業による環境価値・性能に係る市場調査やマーケティングなどの経済的競争能力投資を促進していくことが必要である。ネット・ゼロ、循環経済、ネイチャーポジティブ等に積極的に取り組む企業が市場において評価され、更なる取組を進めていく好循環を創出するため、これらに資する企業の取組や商品提供と消費者の行動変容との関係性に関するマーケットにおける検証や促進策の検討を進める。これらのことなどを通じて、いわば消費行動と企業行動（生産行動）を共進化させていく。

➤ 「デコ活」を旗印とし、消費者の行動変容を促していく。具体的な取組については「4『ウェルビーイング／高い生活の質』を実感できる安全・安心、かつ、健康で心豊かな暮らしの実現」において後述する。

➤ グリーンイノベーションを理解・評価・活用する国民意識の向上と行動変容の促進による需要の創出

我々の消費行動を含むライフスタイルやワークスタイルにおいて、「大量生産・大量消費・大量廃棄こそが豊かさである」という価値観からのシフト、価格重視から環境価値等の質を重視する方向への転換を促していくことが重要である。

➤ 需要の創出と価値観のシフト

政府実行計画及びグリーン購入法に基づき、国が最先端の脱炭素製品・技術を率先して活用することで、社会実装を後押しするとともに、「デコ活」により消費者の意識変革や行動変容を促していく。

➤ 資源循環のための事業者間連携によるライフサイクル全体での徹底的な資源循環

循環資源の分別・収集・利用等に関して、消費者や住民との対話等を通じた、これらを活かした前向きで主体的な意識変革や環境価値の可視化等により、行動変容や具体的取組につなげる。

➤ 技術開発、情報基盤、各主体間連携、人材育成の強化

個々人の意識を高め、さらに、様々な問題意識を有するあらゆる立場の者が実際の行動に結びつくような情報発信や仕組みづくりを進めるための施策を進め、とりわけ、新たな技術やサービスを活用し新たなライフスタイルで生きる若者世代について、そのライフスタイルや意識の変化を踏まえつつ、より効果的な施策を進める。

➤ 成果の分かりやすい発信と市民参画

研究成果について、ウェブサイト、シンポジウム、広報誌、見学会等を積極的に活用しつつ、広く国民に発信したり関係者と対話したりすることを通じて成果の理解促進を更に強化し、市民の環境政策への参画や持続可能なライフスタイルの実現に向けた意識変革・行動変容を実現する。

（３）諸外国の規制や新しい概念等

ア． ダーク・コマーシャル・パターン

- 民間事業領域での悪いナッジ、すなわちスラッジの例として、ダーク・コマーシャル・パターン（Dark commercial pattern）が挙げられます。

OECD（経済開発協力機構）は、ダーク・コマーシャル・パターンのことを、とりわけオンラインのユーザー・インターフェースで、デジタルでの選択アーキテクチャーを悪用して「消費者の自主性、意思決定または選択を破壊または損なうもの」、「消費者を欺いたり、強要したり、操作したりすることが多く、様々な形で直接的または間接的に消費者に不利益をもたらす可能性が高い」と定義しています。

- ダーク・コマーシャル・パターンの例としては、行為の強制（オンラインショッピングで商品閲覧したいだけなのに会員登録を求める）、インターフェース干渉（重要な情報を視覚的に不明瞭にする、企業にとって都合の良い選択肢をデフォルトにする）、執拗な繰り返し（通知や位置情報提供をしつこく求める）、妨害（登録の容易さに比べて解約を困難にする）等の手法が典型例です。

出典：OECD「Dark commercial patterns」（令和4年10月26日）

www.oecd.org/digital/dark-commercial-patterns-44f5e846-en.htm

出典：消費者庁「OECD ダーク・コマーシャル・パターン OECD デジタルエコノミー文書 2022 年 10 月 No.336」（令和5年）

www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/assets/consumer_research/cms209_230327_01.pdf

出典：独立行政法人国民生活センター「消費者を欺くダークパターンとは」（令和6年3月）
www.kokusen.go.jp/wko/pdf/wko-202403_01.pdf

- こうした行動インサイトの悪用は、ナッジを始めとする行動インサイトの適切な活用に対する国民・消費者の信頼を損なうことに繋がりがねず、個人レベルでの注意に加え、事業者や社会レベルでの対策が必要とされています。ダーク・コマーシャル・パターンは、ウェブサイト等の設計者個人の倫理観のみならず、組織全体のビジネス戦略や企業理念に密接に関連のあるものであり、組織全体でダーク・コマーシャル・パターンを未然防止する自主的な取組の実践、ひいては規制的手法等による介入の検討が課題となっています。

イ. グリーンウォッシング

- グリーンウォッシング（Greenwashing）とは、環境配慮を実態以上に見せかける行為、実質を伴わない環境訴求のことです。企業や組織が自らの製品やサービス、活動、企業理念等を実際よりも環境に優しいと誤解されやすい方法で宣伝すること等が具体例です。

- **EU（欧州連合）**では、このような行為を取り締まるための指令を導入しており、企業が真実で透明性のある情報を提供することを義務付け、消費者を誤解から守り、環境に対する真の配慮を促進することを目的としています。

出典：令和6年2月20日付け欧州評議会報道発表「Consumer rights: final approval for the directive to empower consumers for the green transition」

www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/02/20/consumer-rights-final-approval-for-the-directive-to-empower-consumers-for-the-green-transition/

- 具体的には、「環境に優しい」といった実証できない一般的な環境訴求をすること、製品の一部にのみ該当する内容をもって製品全体に関する環境訴求をすること、次項のカーボン・オフセットのみで環境への悪影響が軽減されたとすること等が今後の当該指令の適用開始に伴って原則禁止となります。なお、実質を伴う環境訴求の場合は対象外です。

出典：令和6年2月21日付け日本貿易振興機構ビジネス短信「EU、グリーンウォッシング禁止法を採択、根拠ない「環境に優しい」など表示禁止」

www.jetro.go.jp/biznews/2024/02/593dce144da5d103.html

- 「環境に優しい」といった環境訴求をする際に、どのように「環境に優しい」ものであるかを適切に実証できない場合には、「環境に優しい」と誤認させて消費者の選好に悪影響を及ぼした、すなわちスラッジをしたとみなされかねなくなること
- 我が国においても、第六次環境基本計画（令和6年5月閣議決定）では、サステナブルファイナンスに関して「グリーンウォッシングの懸念に対応する観点から、不断に質的な改善に努めていく必要がある」としています。
- このことを踏まえ、第六次環境基本計画では続けて、「企業や金融機関を含む関係者による情報開示の取組の拡充と質の担保を引き続き進めるとともに、グリーンボンドガイドライン等における、グリーン性の判断基準の更なる明確化に向けたグリーンな資金使途の例示の拡充を行うなど、グリーンファイナンスの国内市場発展のために必要な環境を整備する」としています。
- また、「機関投資家や金融機関が企業や事業単位の環境に関する取組を投融資における重要な要素の一つとして捉える動きが主流化しつつある」とした上で、「多岐にわたる環境分野において先進的な取組を行う企業や事業が適正に評価されるような環境の整備に取り組む」としています。

ウ. カーボン・オフセット

- カーボン・オフセットとは、日常生活や経済活動で排出される CO₂（二酸化炭素）等の温室効果ガスの排出について、できるだけ排出量を減らすための努力をした上で、どうしても排出される温室効果ガスについて、排出量に見合った温室効果ガスの削減活動に投資すること等により相殺（オフセット）する、埋め合わせをするという考え方です。
- オフセットの方法の具体例としては、まず、省エネルギーや再生可能エネルギーの導入、森林の整備によって削減や吸収ができた量を公的に認証します。削減量や吸収量を認証された事業者等はその証明としてクレジットを受け取ります。オフセットを希望する事業者等はそのクレジットを購入して、購入した分の量だけ温室効果ガスを排出できたと見なすことができます。
- この仕組みの趣旨に反して、カーボン・オフセットを組み合わせた製品・サービスが、生産や流通の過程で温室効果ガスを排出しているにもかかわらず、全く温室効果ガスを排出しない「脱炭素商品」として消費者に誤認させようとする行為が欧州等で問題となっています。
- 消費者が環境配慮製品・サービスを自主的に選択できるような仕組みを導入する前提として、商品の実際の温室効果ガス排出量を可視化することに加え、誤解が生じ、ひいてはスラッジ相当とみなされることのないよう、製品・サービスに関する情報提供の仕方を工夫することが重要です。
- 前項のグリーンウォッシング対策としても、排出削減の努力無しに、カーボン・オフセットのみで環境への悪影響が軽減されたとすることが、欧州で今後、原則禁止となることから、とりわけ欧州の経済圏で活動するグローバル企業等は、今後の動向について留意が必要です。

エ. オーガニック

- 前述のグリーンウォッシングにも関連して、オーガニックや有機に関する表示による製品・サービスの訴求への課題が指摘されています。
- 有機農産物については、国立研究開発法人農業・食品産業技術総合研究機構による研究成果報告書では、単位収穫量当りでは農薬を用いる通常の慣行農業よりも CO₂ 排出量が増えることがあると報告されています。

出典：独立行政法人農業環境技術研究所「「環境影響評価のためのライフサイクルアセスメント手法」研究成果報告書」（平成 15 年 11 月）

www.naro.affrc.go.jp/archive/niaes/project/lca/lca_r.pdf

- これを受けて環境省が令和 3 年度補正予算により実施した、食とくらしの「グリーンライフ・ポイント」推進事業では、有機農産物であることの説明のみではなく、具体的にどのような環境保全効果や環境負荷がどれだけ発生するのかを定量的に示すなど、個別の確認が必要とされました。

出典：環境省「食とくらしの「グリーンライフ・ポイント」推進事業に関するガイドライン」（令和 4 年 5 月（最終改訂令和 4 年 9 月））

ondankataisaku.env.go.jp/coolchoice/pdf/glp_guideline_202209.pdf

- 本戦略の課題別有識者 **WG** では、オーガニック・有機商品と謳っていても、場合によっては通常品よりもむしろ環境負荷が高いことがあることから、消費者が個々のオーガニック・有機商品に対して何を求めているか（健康、無農薬、持続可能な農業、環境負荷等）を明らかにした上で、とりわけ環境配慮を理由に製品・サービスを選択する消費者への訴求や製品・サービスでの表示の仕方について、スラッジに陥ることのないよう、提供側の企業理念や説明責任、倫理面での配慮が課題となると結論付けられました。

オ． 時間税

- 英国のナッジ・ユニット **BIT**（Behavioural Insights Team：行動インサイトチーム）では、「時間税」（Time taxes）という概念を示しています。時間税は、特に行政機関で、特定の行動や手続きを行う際に市民が費やす時間に対して課される「見えないコスト」のことを指します。英国では、市民全体で年間 150 億もの時間が行政手続きで使われており、それは平均的な時給換算で 2000 億ポンド以上になると試算しています。

出典：David Halpern「Time taxes - Give me back my time」（令和 4 年 6 月 9 日ブログ）

www.bi.team/blogs/time-taxes/

- 豪州ニューサウスウェールズ州のナッジ・ユニット **BIU**（Behavioural Insights Unit：行動インサイトユニット）では、これらの言わばスラッジが市民の時間を無駄にして行政サービスの利用のハードルを高くしてしまうことを問題視しています。そして、スラッジをチェックして

除去するためのツールキットを作成し、行政サービスを市民やコミュニティのためにより良いものとするための支援を実施しています。

- **BIU** は、行政サービスでスラッジが発生し得る具体的な事柄として、
（１）見つけにくい、または、理解しにくい情報（見つけにくいウェブサイト、矛盾する情報、古い情報、複雑な言葉遣い、一般的ではない専門用語、重要な情報が見つけにくい設計）、（２）長い書式や手続き（不必要な手順や情報の要求、印刷が必要な書式、過剰な待ち時間）、（３）不安感を煽る設計（デリケートな情報の要求、隠された条件、不明確な遵守要件）、（４）包摂的ではない設計（視覚障害者用ソフトの未対応、対面やオンラインでしか完了できない手順、携帯電話で容易にアクセスできない設計）等を挙げています。

出典：豪州ニューサウスウェールズ州住民サービス省「Sludge Toolkit」（令和 6 年）

www.nsw.gov.au/departments-and-agencies/behavioural-insights-unit/sludge-toolkit

カ． 生成 AI

- デジタル技術、とりわけ **AI** 技術の活用により、一人ひとりに合った介入モデルの精緻化や高度化が期待されています。一方で、倫理的妥当性の確保がいっそう重要になることが指摘されています。**AI** 技術やビッグデータの活用における倫理問題は、平成 30 年に GDPR（EU 一般データ保護規則）が施行されたのを契機に、データ倫理やアルゴリズム倫理、そして実践の観点から様々な議論がなされています。
- 具体的には、（１）データを取得される利用者がその事実を知らないまま個人情報を取得・共有される、（２）サービス提供者が意図しない結果を生む、（３）既存の差別や偏見を固定化・助長させる、（４）ビッグデータに基づくプロファイリングによって個人の選択が脅かされるなどのリスクが指摘されています。

出典：国立研究開発法人科学技術振興機構社会技術研究開発センター「データ倫理を知る」

dataethics.jp/discover/

- **AI** 技術を用いた介入がスラッジとして消費者を搾取したり、詐欺に用いられたりすることのないよう、消費者への悪用を防ぐ対策が喫緊の課題です。
- 加えて、組織の統治（ガバナンス）と説明責任（アカウンタビリティ）の面での課題もあります。全ての判断を **AI** 技術が行うとすると、被験者の生命・安全に関わる過誤があった場合に責任の所在が不明朗化するというリスクが増大します。また、アルゴリズムや入出力データ、

実験結果における改ざん・不正の発覚が困難化することとも考えられます。さらに、データが不特定多数に利用される場合には、意思決定の手続きが曖昧になるおそれもまた指摘されています。

- とりわけ、ナッジを始めとする行動インサイトの活用では、人々の生活に直接介入し、行動様式に影響を及ぼし得るため、いっそう高度な倫理性が求められます。
- 特に機械学習の中でも深層学習を用いた場合、これらのリスクが高まることが考えられるため、いっそうの注意が必要です。
- 深層学習モデルの運用には高度な専門知識が必要であり、誤った設定や解釈が重大な結果を招く可能性があります。例えば、医療診断に用いられる深層学習モデルが誤診を行った場合、その影響は深刻なものになり得ます。
- 深層学習を用いたナッジ等の行動変容策には、モデルやシステムの透明性、データのバイアスの排除、過学習の防止、専門家の監督等が重要となります。深層学習のもつポテンシャルを適切に活用するためには、これらのリスクを認識し、慎重に管理することが不可欠です。
- さらには、AI技術の利用者からのフィードバックが有用です。AI技術を用いたレコメンデーション（お薦め）をする介入では、一連の過程の正当性の確保や、被介入者への説明責任の担保が肝要です。AI技術が広く普及していく中で、倫理的な観点や社会的な影響を考慮し、これらのリスクや技術的課題を解決するための枠組みの構築が求められています。

3. ナッジを実践する組織・コミュニティについて

(1) 新しくナッジ・ユニットを作るべきか

- ナッジを始めとする行動インサイトを活用しようとするときに、新しい組織（ナッジ・ユニット）を作るべきかどうかという議論があります。米国オバマ政権で行政管理予算局情報規制問題室の室長としてナッジの政策活用を進めたサンスティーン教授は、ナッジを組織的に実施する際のアプローチには2つあるとしています。それは、既存の組織で実施する場合と、新たに組織を設立して実施する場合です。
- 既存の組織で実施する場合には、知識と権限を兼ね備えた人材が存在するかどうかが鍵であるとしています。たとえ1人であっても適切に権限と使命を与えられれば社会に大きなインパクトをもたらすことができるとしており、最もシンプルなアプローチと言えます。
- 一方で、ナッジ・ユニットのような新しい組織を設立する場合には、5人程度の小規模なものから、より大人数で幅広い分野に従事するものまで様々であるとしています。行政内部の公式の組織として位置付けられ、実社会へのインパクトを確かなものにすることが望ましいモデルとしています。
- サンスティーン教授は、いずれのアプローチでも、組織内部で孤立して部外者とならないよう、一定の権限を与えられることが重要であるとしています。
- 我が国の既存の自治体ナッジ・ユニットには、有志の職員により業務時間外に活動をしているケースや、行政内部の組織として公式に位置付けられてその活動が公務として認められているケースがあります。いずれのケースのナッジ・ユニットも徐々にその数が増えている、言わば過渡期にあると考えられるため、どちらが我が国により適しているのか、または、地方公共団体毎のケースバイケースであるのかについて考えるに当たっては、各ナッジ・ユニットの社会へのインパクトを評価していくことが欠かせません。
- また、サンスティーン教授が指摘するように、実社会へのインパクトの観点では、行政内部の公式の組織としてナッジを実践することが望ましいと考えられる中で、それがナッジ・ユニットとしてであるのか、ナッジ以外のテーマも扱う組織としてであるのかについては、組織の目的や文化等の違いによって多様性が見られるものと考えられます。こちらも同様に、今後の取組の社会へのインパクトを評価していくことが重要です。

出典：Sunstein, C. R. (2014) Nudging: a very short guide. *J. Consumer Pol'y* 37(4), 583–588

出典：白岩祐子・池本忠弘・荒川歩・森祐介（2021）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

（２）社会へのインパクトのある組織・コミュニティとするために

- **BIT** で CEO や CBE を歴任するデヴィッド・ハルパーンは、自身の経験に基づき、ナッジ・ユニットをインパクトのあるものとするための 6 つの要素を論じています。それは、行政の支援（**A**dministrative support）、政治の支援（**P**olitical support）、人材（**P**eople）、場所（**L**ocation）、実験（**E**xperimentation）、学識（**S**cholarship）の 6 つで、英語の頭文字を繋げて APPLES としています。
- 行政の支援と政治の支援は文字通りですが、人材について、ハルパーンは、組織を技能と専門性のバランスの取れた人材構成にすることに加え、そのことと少なくとも同程度に重要なこととして、行政や大組織で鍛えられた経験のある人材の存在や、将来味方にすべき人たちとの関係性をもつことを挙げています。
- 場所については、首相官邸のロビー等、人々が定期的に出会い、即興でビジネスが行われるような場所の近くにオフィスを構えることが重要であるとしています。我が国では、首相官邸等に近い中央府省庁はまだしも、地方公共団体が現在の所在地を離れて組織の場所を自由に定めることは困難であるため、参考として留めるべきものと言えます。
- 実験については、**EBPM** の考え方に基づく実証主義により、ナッジを始めとする行動インサイトを活用した取組の効果を検証して、日本版のエビデンスを創ることの重要性を示したものです。
- 最後の学識は、外部の有識者との連携に加え、国民・市民に対する説明責任の観点からも、行政官自身の専門性やリテラシーの向上や、専門性あるスタッフの確保等の内製化が欠かせないものとしています。こうした内製化と外注を通じて、自らの組織内に閉じずに、行動インサイトの活用に関して地域でコミュニティを形成していくことが可能になります。
- これら **APPLES** のうち、L（場所）以外については、我が国でも可能な範囲で備えることが、社会にインパクトある組織やコミュニティを構築する上で重要な論点であると考えられます。

出典：Halpern (2015) Inside the Nudge Unit

（３）評価に対する組織の向き合い方

- 因果関係の流れを図示するためにロジックモデルと呼ばれるツールが使われることがあります。ロジックモデルを作成することにより、政策課題の現状を把握した上で、政策を実施するに当たり用いられた予算や人員、具体的な活動内容に始まって、活動の結果として直接的に得られる結果や目的とする成果等までの論理的な関係が、時間軸も考慮しながら整理されます。ナッジ等の行動インサイトを活用した取組の社会へのインパクトを評価するに当たっても有用です。
- ロジックモデルについては、一度作成したら終わりにするのではなく、随時見直して改善を図ることが重要です。また、初めから精緻化することにとらわれずに作成すべきであり、まずは、より良い政策立案のための内部討議資料や外部とのコミュニケーションツールと位置付けて活用することが考えられます。

出典：第６回 EBPM 推進委員会（2020 年 11 月 6 日）議事要旨

www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/ebpm/dai6/gijiyoushi.pdf

出典：第１回 EBPM 課題検討ワーキンググループ（2020 年 10 月 21 日）議事要旨

www.kantei.go.jp/jp/singi/it2/ebpm/kadaikento_wg/dai1/gijiyoushi.pdf

- また、評価に関しては、評価のキャパシティ（evaluation capacity）という概念があります。これは、個人レベルで技能や知識（コンピテンシーやリテラシー）を向上させるのみならず、組織レベルで評価を行うために必要な能力を開発することまでを含みます。OECD では、組織のシステムや理念に加え、評価を実行できる環境作りが重要な要素であるとしています。

出典：OECD「Developing evaluation capacities」

www.oecd.org/dac/evaluation/evaluatingcapacitydevelopment.htm

- 評価結果のみに拘泥するのではなく、評価を通じて得られるものをその後の活動に活かすという文化を醸成し、組織全体で評価に真摯に向かい合うことが重要であり、そのための環境整備が欠かせません。
- また、評価を活かすことのできる土壌が形成されると、評価を通じて組織そのものを強化していくこともできるようになるため、好循環が期待されます。

- ナッジを始めとする行動インサイトを活用し、普及していくに当たっては、ナッジを考案したり、その効果を検証したりすることに加えて、組織として社会的なインパクトを評価し、その結果を通じてさらに個人や組織に必要となる能力を開発していくことが求められます。
- これらの一連の取組を組織の内部のみで実践することが困難である場合には、選択肢の1つとして、外部の戦略コンサルタント等の専門家との連携を図ることが考えられます。

4. 行動インサイトの適切な活用

ナッジを始めとする行動インサイトを適切に活用するに当たり留意すべき事項を以下の（１）から（11）に、「アクションとその解説」の形で整理しました。それぞれの組織が置かれている状況に鑑みて、これらを戦略的に取り入れて実践していくことが求められます。

（１）クイックウィンに実践して効果を可視化する

- 解決をしようとする課題に対して、ナッジ等の行動インサイトを初めて適用する場合には、クイックウィン（Quick Win）に、小規模の介入から始めて比較的短期間で効果の「あたり」を付け、成功体験を積み重ねていったり、PDCA サイクルを回してその後の大規模の実践に繋げていったりすることが重要です。
- 平常時と比較して、より迅速な判断や対応が求められる緊急時でも参考になる考え方ですが、緊急時には小規模から始めて様子を見るという時間的猶予がないことが考えられるため、どのくらいの規模で実践するかについては臨機応変な対応が求められます。
- 実践に当たっては、得られるエビデンスの質や量と、エビデンスを取得するために要する時間のバランスを取って最適化することを考慮する必要があります。
- スピードを重視するあまりに、介入モデルの検討が不十分とならないよう留意が必要であり、また、倫理上の課題を引き起こしてはなりません。実施者のガバナンスや説明責任の担保を明確にする必要があります。

（２）対象者のニーズベースで考える

- ナッジ等の行動インサイトを適用する場面としては、特定の目的を達成したいという気持ちをもっている人の背中を押して行動を促進する場合と、そのような理想的な目的を持っていない人に理想を持たせて行動させる場合があります。
- 介入を受け取ってもらいたい人、介入を受け取ることで行動が変わりやすい人にどのように届けるかについて、常に思いを致す必要があります。
- このように、行政が政策目標の達成のためにと称して、国民や市民の意識変革や行動変容を促すことが常に正しいとは限らないことに留意する必要があります。ナッジの実践に当たっては、ナッジの受け手の

真のニーズを把握して、寄り添う形で働きかけをするというスタンスが求められます。

- 諸外国の関連機関にヒアリングしたところ、ideas42 は「解決したい課題に対し、ターゲットの行動や認識がどのように習慣化されているかを把握し、それぞれの原因に適合した対策を検討すること。社会善を目的とするチャリティー参加促進であっても、個人にとってチャリティー行為が必ずしも善意的とは限らない。したがって、行動変容のアプローチを考えるときに、特定の行為における人の真の意図を必ず把握しようとしている。真の意図が把握できてから、意図を阻害する要因を除去する」と論証しています。
- 世界銀行は、「行動科学のアプローチの適用に際しては、まず課題が生じている原因を正しく診断することが重要。行動を変えてもらうことで解決できる問題なら行動変容を促すが、構造的な問題であれば、それに適合した解決策を考えなければならない。実証のターゲットに対する質的分析を行い、ターゲットの行動の習慣について深く理解する必要がある」としています。
- DTE Energy は、「目指す行動の実現を妨げる原因が人の行動にあるか、または、デバイスにあるか把握しておく必要がある」と指摘しています。
- このように、ナッジ介入策を適切に企画・設計・実践・検証する上で、被介入者へのアウトリーチは最重要のテーマの1つです。ナッジの受け手側の受容性に関し、どのような心理的障壁や阻害要因があるのか、分析が必要になります。

（３）行動変容のステージやプロセスを意識する

- 行動変容を促すに当たり、対象者が行動変容のどのステージにいるかを考え、それぞれのステージに合わせた働きかけが重要であるという考え方があります。この行動変容ステージモデルでは、人々が行動や生活習慣を変える際に、「無関心期」→「関心期」→「準備期」→「実行期」→「維持期」の5つのステージを通ると考えます。



図．行動変容ステージモデル

出典：津下一代（2007年）相手の心に届く保健指導のコツ を基に事務局作成

- 第一のステージである「無関心期」では、個人は行動変容の必要性を感じていないため、情報提供やリスク認識を促すことが重要です。次の「関心期」では、個人は行動変容の必要性を認識し始めるものの、具体的な計画はまだ立てていない段階です。このステージでは、行動のメリットとデメリットを比較検討する支援が求められます。
- 「準備期」に進むと、個人は行動変容に向けた具体的な計画を立て始めます。このステージでは、行動の具体的な実施計画を支援することが重要です。次の「実行期」では、個人は実際に行動を変え始めます。このステージでは、行動の維持を支援するためのフィードバックや評価が必要となります。
- 最終の「維持期」では、個人は新しい行動を持続し、定着させようとします。前の「実行期」で行動を変えてから概ね6ヶ月以上継続できていることが、このステージに到達しているかの判断になりますが、モチベーションの長期的な維持と元に戻らないように再発防止策を提供することが重要です。それぞれのステージから前のステージに戻る「逆戻り」という現象も起こり得ることに留意が必要です。
- 行動変容ステージモデルを用いることで、個人の行動変容をステージ（段階）毎に捉え、それぞれのステージに応じた適切な介入を行うことが可能となります。

出典：厚生労働省 生活習慣病予防のための健康情報サイト「行動変容ステージモデル」

www.e-healthnet.mhlw.go.jp/information/exercise/s-07-001.html

- また、行動変容をプロセスでとらえて、それぞれのプロセスに合わせた働きかけが重要であるという考え方もあります。行動変容の初期のほうのステージの間では認知・情動的プロセスがあり、後期のほうのステージの間では行動的プロセスがあり、各プロセスが前のステージから後のステージへの移行に貢献すると考えます。
- 認知・情動的プロセスでは、認知や情動（感情）に働きかけて動機付けを支援し、行動的プロセスでは、行動そのものに注目して支援をすることが重要になります。

出典：竹中晃二（2009）健康行動理論の基本．糖尿病 52(7), 507-510

www.jstage.jst.go.jp/article/tonyobyoy/52/7/52_7_507/_pdf

- これらの理論や考え方は、主に、健康・医療の分野でしばしば用いられているものですが、他の分野でも参考になるものと考えられます。また、これらの考え方以外にも、マーケティングでの消費者とのコミュニケーションをプロセスに分けて考えるなど、様々です。いずれの考え方であっても、行動変容のどのステージやプロセスに対して、どのような働きかけを、どのような目的とするのかを考えるのが重要です。
- とくにナッジ等の行動インサイトを活用する際には、どのような気づきを与えるためにナッジをするのかを意識することが肝要です。また、公共政策でもマーケティングでも、様々なステージにいる人が混ざっているため、画一的な働きかけでは、対象者によっては前のステージに逆戻りさせるスラッジにもなりかねないということに留意が必要です。そうならないためにも、パーソナライズした働きかけを通じて、各人が先のステージに移行し、また、行動を維持できるように支援することも重要な選択肢です。

（４）利用可能な最良のエビデンスを参照する

- 既存のエビデンスの活用にあたっては、その時点で得られる、利用可能な最良のエビデンス（Best Available Evidence）を参照するという考え方があります。
- 例えば、とある行動科学の知見を環境分野に適用した先行事例が見当たらなければ、環境分野と同じく無関心層への働きかけが重要な健康分野での適用事例が参考になることが考えられます。
- あるかわからない「さらに良い、理想的な」エビデンスをいつまでも探し続けるのではなく、一定の熟慮の後には、たとえ不完全であっても、その内的妥当性や外的妥当性、エビデンスが得られた条件等による不確実

性やリスクを考慮しながら、入手できたエビデンスを使って適切に作業仮説を立て、実証や効果測定 of 段階に進んでいくことも重要です。

- 求める理想的なエビデンスが見つからないのであれば、実証を通じて自らエビデンスを創ることも選択肢の1つになりますが、同時に、エビデンスを創るのに必要なコストの算定も欠かせません。
- 行政の現場では、「ここはエビデンスを創るタイミング」、「ここは既存のエビデンスを使い、不確実性があっても進めて良い」といった判断に迫られることがあります。どういうエビデンスであれば自信をもって施策を進めて良く、どういう場合はブレーキをかけた方が良いのか、については慎重な議論が必要です。

(5) ランダム化比較試験等の頑健な手法を優先する

- 日本版ナッジ・ユニット **BEST** が掲げる目標の1つに「頑強な効果測定とエビデンスに基づく政策立案・実践を実施し、透明性を高め、説明責任を果たすこと」があります。
- 作業仮説の検証や政策の評価に当たっては、必要な実証実験や解析を実施することになりますが、因果関係を明らかにするために、**RCT**（ランダム化比較試験、Randomized Controlled Trial）を始めとして、得られるエビデンスの質が高くなるような検証方法を選択することが重要です。
- そして、実験開始前に、どのような指標でどのように検証するかを決めておくなど、あらかじめ評価方法を織り込んで実験を計画することが求められます。
- 往々にして **RCT** の実施が困難な場合があります。具体例としては環境教育等が挙げられます。全ての生徒に同じ教育を提供するという公平性の観点で、生徒間で介入内容に差を設けることについて実証実験を実施する学校との調整が進みませんでした。これについては、介入の時期をずらすことで、実験が終了した段階では実質的に全ての生徒が同じ介入を受けたようにするといった工夫が考えられます。

注：RCT については、単純に実験参加者をランダムにグループ分けすれば良いと誤解されることがありますが、実際に無作為にグループ分けされたか、グループ同士が同質なものとみなすことができるかといった観点はもとより、実験をデザインするに当たり、専門的な知識と経験が必要になるものです（以下のような文献が参考になります）。

・伊藤公一朗（2017）データ分析の力：因果関係に迫る思考法

・中室牧子、津川友介（2017）「原因と結果」の経済学：データから真実を見抜く思考法

- ・ エステル・デュフロ著、レイチェル・グレナスター著、マイケル・クレマー著、小林庸平監修・翻訳、石川貴之翻訳、井上領介翻訳、名取淳翻訳（2019）政策評価のための因果関係の見つけ方 ランダム化比較試験入門
- ・ 安井翔太（2020）効果検証入門 正しい比較のための因果推論／計量経済学の基礎
- ・ 依田高典、田中誠、伊藤公一郎（2017）スマートグリッド・エコノミクス：フィールド実験・行動経済学・ビッグデータが拓くエビデンス政策

（６）不完全なエビデンスに基づいて政策立案する

- RCT 等の頑健な効果検証の手法を用いることができない場合等、因果性を完全に識別できないような不完全なエビデンスに基づいて政策立案をしなければならない状況についても考慮する必要があります。
- エビデンスの完璧性に拘泥し、不必要に行動インサイトの活用施策の社会実装を遅らせるべきではありません。失敗時の方針の変更や撤退戦略を含め、企画・計画・実行・結果分析の各段階において、実施者のガバナンスと説明責任を明確にする必要があります。その際に、行動変容が見られない場合にも備えて、効果検証の指標として、行動の変化に加えて認知的・態度的な変化についても考慮することが重要です。

（７）効果の異質性を考慮する

- ナッジの概念が提唱されてから 10 年以上が経過し、ナッジの効果に関する研究やナッジを活用した事例が国際的に蓄積されています。そうした中で、対象者の属性（個人要因）の違いによってナッジに効果がある場合もあれば、同様の効果の見られない場合もあることが明らかになってきました。
- 対象者の置かれている状況や環境（状況要因）が変わることによってもまた、働きかけた結果が異なってくることがあります。
- 行動変容を効果的に促すためには、こうした効果の異質性に着目し、対象者の属性や置かれている状況に応じて一人ひとりに合った（パーソナライズした）働きかけが重要であると考えられています。
- 効果の異質性は、特定の地域や集団等の一定の条件で得られたエビデンスを他の地域や集団等にも当てはめることができるのかという外的妥当性を考える上でも重要な観点になります。

(8) スラッジを減らす

- 人々は完全に情報を得て、熟慮して合理的な推論の結果行う意思決定と乖離した意思決定や行動を限定合理性や行動科学的なバイアスで行う場合があります。こうした人々の特性により様々な公共サービスが利用されないという事態が生じていることがあります。そうした場合には、どこにボトルネックがあるかを特定し、情報の提供や選択肢の提示を変更することで、より良い意思決定に繋がります。これは、個人の限定合理性から発生する行動を合理的なものに変容させるタイプのナッジです。
- 別のタイプのナッジとして、外部性から生じる市場の失敗を補うためのものがあります。通常、正の外部性によって社会的に過小供給され、負の外部性によって社会的に過剰供給される場合、伝統的な政策手段として、規制や罰金・罰則、補助金や税制を用いて市場の失敗を内部化することで対応してきました。
- しかし、そうした手法は、監視にコストがかかり、市民一般を対象とする場合には、うまく機能しないことがあります。また、これらの手法は、法律・条例の制定や財源の問題があり、個々の行政職員の創意工夫で対応できるものではありません。環境問題、健康問題、防犯、防災等への対応は、このタイプのものになります。
- ナッジは、外部性への対応が必要であるものの、罰則や補助金等の運用費用を考えた際にそれらを実施することが不可能であるような場合に用いられます。税や補助金、規制や罰則と同様に、国民や市民への説明が十分になされて使用されるべきものです。ナッジの対象となる本人が気付かないうちに政府や地方公共団体に行動を制御されるものではないことに留意が必要です。
- 現行の政府や地方公共団体による国民や住民への情報提供の多くは、限定合理性や行動科学的なバイアスを十分に考慮せずになされており、目的とした行動を引き起こさない方向や、必要以上に人々に意思決定の時間を課す方向にバイアスがあることがあります。これらは、良いナッジではなくスラッジであり、行政の情報提供をスラッジからナッジに変更することで、行政サービスの効率性が高まります。

(9) そもそもナッジをするべきか考える

- 規制等で制度的な対応が望ましい場面であっても、その実現が困難であること等をもって実施しようとせずに、比較的、担当の裁量で判断や実

践ができるナッジを選択しようする向きが見受けられることがあります。

- 世界銀行にヒアリングしたところ、「行動科学のアプローチの適用に際しては、まず課題が生じている原因を正しく診断することが重要。行動を変えてもらうことで解決できる問題なら行動変容を促すが、構造的な問題であれば、それに適合した解決策を考えなければならない。」との指摘がありました。
- こうした点を予防するためには、行政組織の内部での熟慮が欠かせません。ときには外部の有識者と連携し、必要で不可欠な施策であるのかを判断することも必要です。また、ナッジをすること自体が目的となってしまうといけないか、振り返る必要があります。
- 時間的な制約からすぐに制度的な対応ができない場合には、何もせずに課題を放置するのではなく、過渡期の対応として実践可能で有用なナッジを実施し、制度の改正がなされるまでの期間の「繋ぎ」としてナッジを活用することが考えられます。その場合でも、倫理的な配慮が欠かせません。
- また、ナッジの適用が有用である場合であっても、特定のナッジが効果をもたらさない、または、不適切であることがあります。具体的には、社会的な合意が形成されていない、または、意見が割れているテーマや、細心の注意をもって吟味すべきテーマに対しては、デフォルトの設定といった強いタイプのナッジはしばしば不向きとなります。また、人々に明確な選好があるテーマや、人々が意図して進んで選択・決定したがるテーマ、多岐にわたる好みが存在するテーマについても、同様のナッジを用いる必要性は低く、場合によっては不適切となります。
- 判断力やリテラシー、行為主体性の涵養が目的の場合にも、デフォルトの設定等の特定のナッジは有用ではないことが考えられ、また、熟慮や社会的な議論を喚起することが目的の場合には、教育的ナッジまたはブーストが相性の良いものと考えられます。
- ナッジの提唱者の一人であるサンスティーン教授は、デフォルトの設定が望ましくなる場面の特徴として、「選択肢が複雑で、専門的で、なじみがない」、「自分で積極的に選びたくない」、「その場限りで学習効果が見込まれない」、「対象者の特性がある程度均一である」を挙げています。

出典：白岩祐子・池本忠弘・荒川歩・森祐介（2021）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

(10) 初めから出口戦略を意識する

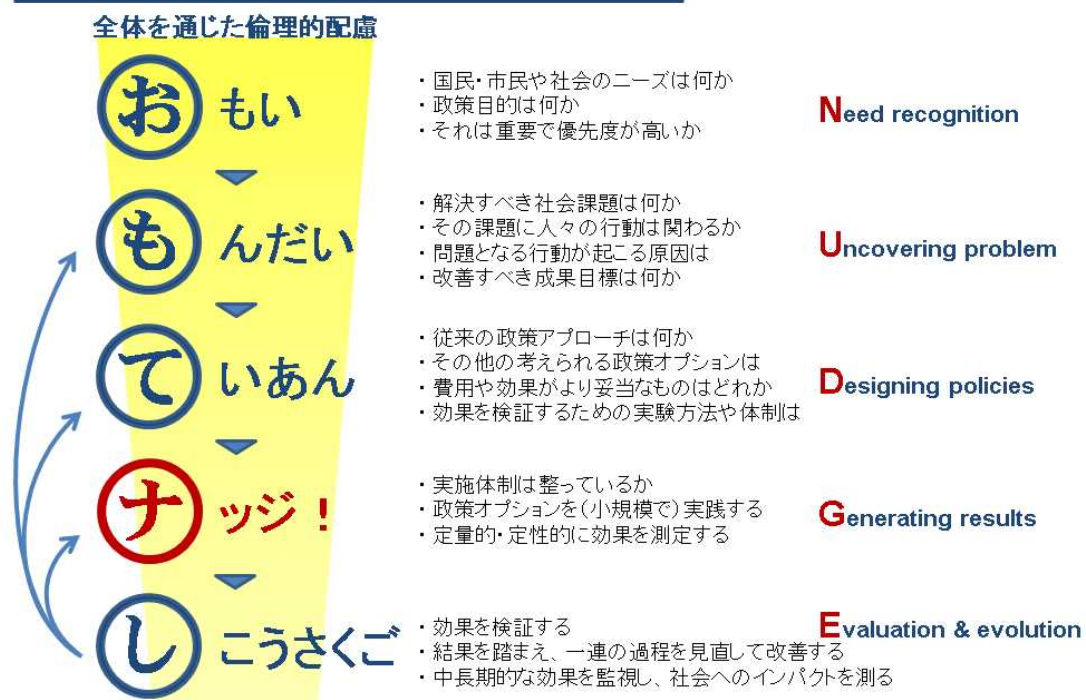
- 実証の初期段階から、行政施策ないし商用化、あるいは官民連会や市民参加型の取組といった出口戦略を立案し、条件や環境の整った施策から社会実装を図る必要があります。
- ただし、社会・経済醸成等の変化による陳腐化リスクは常にあることを認識し、たゆまない検証と、必要に応じてナッジ介入の停止や終了または矯正をする方向での新たなナッジ介入の実施等を臨機応変に行っていくことが求められます。
- ここで、出口戦略とは、事業により構築される行動変容のモデルが政策としてまたは民間に社会実装され、地域に自立的に普及するためのものをいいます。
- そして「国としての出口戦略と国の事業を実施する事業者としての出口戦略を検討すべき」と、主体毎に分けて検討するよう指摘があり、まず、国（環境省）としての出口戦略として、以下の論点が示されました。
 - ✓ 得られるエビデンスを政策や施策にどう落とし込むか
 - ✓ エビデンスの頑健性にも留意しながら社会に広く展開させるべき
 - ✓ 関係府省庁や関係団体と進捗や成果を共有、連携し、成果の多面的な活用を検討すべき
 - ✓ 事業終了まで待たずとも、エビデンスの蓄積に応じて施策・制度等の見直しに反映させられるものは反映させていくべき
- また、現在国の事業（環境省ナッジ事業）を実施している事業者については、以下の論点が示されました。
 - ✓ 事業終了後に自立的・自発的にビジネスまたはサービスとして継続的に取組を実施するように事業者の意思決定・行動変容を起こさせられるか
 - ✓ 事業者自身も事業計画の最終年度が終わるまで何もしないのではなく、エビデンスの蓄積に応じて自らのビジネスやサービスに反映させられるものは反映させていくべき
- これらの指摘を踏まえ、事業者がこれまでの事業の成果を新規のビジネスやサービスとして自ら取り入れた事例が増えてきています。

(11) 政策立案の日本型ナッジ・フレームワークを参照する

- **BIT** 等、ナッジを始めとする行動インサイトの活用を推進する海外の組織の中には、行動インサイトの活用に関する独自のフレームワークを策定・公開しているところがあります。そうしたフレームワークは以下の2種類に大別されます。
 - 政策立案・実践の一連のサイクルの各ステップで留意すべき点をまとめた「プロセスフロー型」
 - 効果的な介入のために満たすべきコンセプト・条件を整理した「チェックリスト型」
- これらのフレームワークは、適切に使えば効果的ですが、フレームワーク毎に作られた背景や目的が異なるため、正しく理解しないで使ってしまうと、十分な効果が得られません。一方、適切に使うことにより、説明責任や透明性の担保の上でも有用になります。そして、フレームワークを使うだけでなく、PDCA サイクルを回しながら施策の効果を確認して常に改善に努めていくことが重要になります。
- **日本版ナッジ・ユニット連絡会議**では、環境省ナッジ事業をはじめ、行動に起因する社会課題の解決に向けてナッジ等の行動インサイトを活用する際に行政職員等の実務者にとって参考となる「日本版のフレームワーク」を作成しようとしてしました。
- これまでの**日本版ナッジ・ユニット連絡会議**で扱ってきた行動インサイトの活用事例を参考に、政策の立案から実践までの一連の流れに沿って、都度留意すべき論点を整理し、必要に応じて見直しもしながら、包括的に検討できるようなフレームワークが実務者にとってわかりやすく、また、使い勝手が良いのではないかと考えられました。
- 検討の過程で、行動インサイトの活用は、公共政策での数ある政策オプションの1つに過ぎず、行動インサイトを活用した公共政策の立案・実践の手順は、一般的な公共政策の立案・実践の手順と同様であることが確認されました。
- そして、行政事業レビューシートでの記載事項やこれまでの**日本版ナッジ・ユニット連絡会議**で挙げられた論点に基づいて、我が国の実情に沿った「日本版のフレームワーク」が以下の図の通り作成されました。
- このフレームワークの第3のステップ「ていあん」では、従来の政策アプローチやその他の政策オプションの中から、課題解決に必要な政策手法を比較検討し、政策を設計します。

- 行動に起因する社会課題の解決に当たっては、他の政策オプションと比較しながら、ナッジを含む行動インサイトの活用を少なくとも検討する必要がある、このことは国際的な潮流とも整合的です。なお、検討の結果、必ずしもナッジを採用することになるとは限らないことに留意が必要です。

行動を理解した上での政策立案・実践の手順



図．公共政策立案の「おもてなし」フレームワーク

5. 行動インサイトの適切な普及

ナッジを始めとする行動インサイトを普及させるに当たり留意すべき事項を以下の（１）から（８）に、「アクションとその解説」の形で整理しました。それぞれの組織が置かれている状況に鑑みて、これらを戦略的に取り入れて実践していくことが求められます。

（１）PDCA サイクルを回して実施体制を強化する

- 第９回日本版ナッジ・ユニット連絡会議では、自由民主党行政改革推進本部統計改革・EBPM 推進検討チームが令和元年６月に行った統計改革と EBPM の推進に関する提言の中から、EBPM に関係する部分を抜粋し、それに対する対応状況について以下の報告がなされました。
- まず、「実践事例を踏まえつつ、不断に改善すべき」、「中長期的な観点から、事業の中に、その効果の把握に必要なデータ収集や分析も組み込み、合理的な証拠たり得るエビデンスを収集・活用するなど、従来あまり行われていない EBPM の手法についても、必要な試行を行い、課題を着実に整理すべき」に対しては、
 - 効果をきちんと評価し、エビデンスに基づく政策の立案と実践により透明性を高め、説明責任を果たすことを重要視している
 - エビデンスの３つの段階（つかう、つくる、つたえる）全てを包含する実証事業を実施。すなわち、解決したい社会課題に対して、既存のエビデンスに基づいて作業仮説を設定する（「つかう」）、その検証に必要な実証デザインを設計して PDCA サイクルを回しながら実証を実施して結果を得る（「つくる」）、そして、新しく得られたエビデンスを広く情報発信をして第三者が新しく仮説構築や実証デザインをするのに活用してもらったり（「つたえる」）、自らの施策に反映したりする（新たなエビデンスを「つかう」）ことを計画し、取組を進めている
 - EBPM により政策を「立案」するだけでなく、「実践」することも同様に重要。政策の「立案」 から「実践」 までを一体不可分のものととらえ、両者の好循環を創出すべく、EBPM の事例の蓄積を図っているところ

としています。

- 次に「EBPM が、予算削減の根拠に利用されることで各省に EBPM への萎縮効果が生まれぬよう、気をつけなければならない」については、

- **EBPM** を実践するにあたり、論点の 1 つとして「当初想定していた効果が見られないということが明らかになった場合」について議論を進めてきたところ
- 環境省ナッジ事業では、既存のエビデンスを基に作業仮説を構築して、フィールド実証の中で PDCA を回しながら統計学的に効果測定、検証を行うこととしており、効果が見られないという、通常であればネガティブな結果とも捉えられがちなことについても、ポジティブに受け止め、結果を明らかにしていくこととしている（予算要求段階から財政当局等に対して説明し、一定の了解を得ている）
- 効果があるのかないのかよくわからないような結果とならないよう、実証デザインについて、環境省に加え、外部有識者による審査委員会、そして産学政官民が一堂に会する**日本版ナッジ・ユニット連絡会議**において確認し、改善すべきことは随時改善することとしている
- 事業実施の結果によっては、事業計画の見直しが必要となることが考えられる。とりわけ毎年度末の中間審査（ステージゲート審査）の際に、事業継続か改善・縮小・打ち切りか等、様々な観点から審査委員会に相談して判断を仰いでいる

としています。

（２）ネガティブな結果もポジティブに受け止める

- 実証実験等により効果を検証した結果、効果が認められなかったり、反対の効果が見られたりすることがあります。
- 一見すると、無意味でネガティブな結果として捉えられるかもしれませんが、当初想定していた効果が見られないと明らかになることで、そうした手法を政策として採用することを回避でき、また、政策として実施していた場合には改善や中止の判断に繋げることができます。
- **日本版ナッジ・ユニット連絡会議**では、このようなネガティブに思われがちな結果もポジティブに受け止めることが重要との指摘がなされています。兵庫県神戸市では、従来用いられてきた食品ロス削減のための普及啓発のリーフレットの効果を検証した結果、リーフレットの配布の有無で食品ロスの量に違いが認められないことが明らかになり、取組の改善に繋げることができたとの報告がなされました。
- 政府の議論でも、「無謬性を克服し、政策変更が許容されるような行政・政策立案の文化が無いと **EBPM** は難しいのではないかと」の指摘がなされています。

- そもそも実証実験では、常に予想通りの結果が100%得られるということはありません。総務省による「政策評価に関する統一研修（中央研修）2018」では、心不全の突然死予防として用いられていた抗不整脈剤が予想に反して死亡率を高めてしまったこと等、効果を期待された取組が、検証の結果、効果が無い、または、有害であると明らかになることがいまだにあると紹介されています。
- このため、小規模の予備実験を事前に実施したり、既存のエビデンスを精査して確からしい作業仮説を構築したり、効果のあると思われる蓋然性の高い方法を複数比較したりする等、実施に当たり様々な工夫がなされています。

注：環境省ナッジ事業の予算要求に当たっては、財政当局に対してこれらの指摘を説明したり、日本版ナッジ・ユニット連絡会議に招いたりすることを通じてあらかじめ理解が得られるようにしています。

- 一方で、効果があるのか無いのか良くわからないということは全くの別の話になります。政策の効果が検証されていなかったり、検証を試みたものの統計学的な解析での標本の数が不足して因果関係の推測が十分に行えなかったりする場合がこれに該当します。
- こうした事態を未然に防ぐため、**日本版ナッジ・ユニット連絡会議**では、有用で効果的なエビデンスが創られ、そして使われるために、行動に関連する様々な分野の有識者が自らの分野の知見のうち、環境省ナッジ事業に適用可能なものを持ち寄って議論しています。

（３）行政側の科学やデータに関するリテラシーを向上させる

- 行政の側の実施体制について、**日本版ナッジ・ユニット連絡会議**では、行政にどのような人材・組織が求められるかについて、ハーバード大学のサンスティーン教授や **BIT** のハルパーン等と議論しました。
- サンスティーンは、ナッジを組織的に実施していくに当たり、2つのアプローチがあるとしています。すなわち、既存の組織で実施する場合と新規に組織を設立する場合です。前者については適切に権限と使命を与えられ、知識を兼ね備えた人材が存在するかが鍵だとしています。後者については、5人程度の知識の豊富な人々で構成される小規模なものや、より大人数（例えば30人以上）で幅広い分野に従事するもの等様々な形態をとり得るとしています。また、新規の組織については、改革を実

践していくに当たり、部外者とされずに、一定の権限を与えられるかが重要としています。

出典：Sunstein, C. R. (2014) Nudging: a very short guide. *J. Consumer Pol'y* 37(4), 583–588

- ハルパーンは、ナッジ・ユニットを社会的にインパクトのあるものとするための要素として、人材や学識等を挙げ、組織を技能と専門性のバランスの取れた人材構成にすることや、行動に関する文献を理解し、自らが取り組んでいる課題の詳細を知る必要があること、さらには、外部との連携として、地域で関連のある有識者を特定して諮問グループを作り助言を受けることを重要視しています。

出典：Halpern (2015) Inside the Nudge Unit

- サンステーションやハルパーンの考えを援用すれば、行政官自身が **EBPM** や統計学に見識があって親和性がある場合や、外部からそうした人材を登用してチームを結成する場合が考えられます。いずれの場合でも組織の内外と合意形成を図って提案を実行していくことが必要になってきます。
- 行政官自身のリテラシーの向上について、各府省庁では、様々な分野の研修が基礎的なものから発展的なものまで、そして理論からソフトウェアを使った応用編まで、毎月のように開催されています。所属する府省庁以外の研修も多くは参加可能となっており、職員の意欲と、研修に送り出す職場の理解次第で研鑽を積むことが可能となっています。
- 研修の内容を学生時代に学んでいたとしても、実務で使わなければ容易に忘れてしまいかねません。研修に時折参加してリテラシーを維持し、向上させつつ、実務で活用することが知識の定着にとって重要です。研修によっては、最新の事例に触れることも可能となっています。
- 外部の有識者との連携体制を構築しつつも、それに甘んじることなく、職員自らの各種リテラシーの向上による内製化にも努めることが肝要です。

(4) 状況の変化に対応して柔軟にアップデートする

- 意識や行動が一度変化して定着した後に、状況の変化に応じて、行動や習慣を見直しする必要があるか、考慮する必要があります。
- 例えば、感染症対策のように、ある時点での科学的根拠に基づけば最良の施策であった行動変容策が、状況が変化したり新しいエビデンスが得

られたりした場合には、必ずしも最善ではなくなっていると判明することがあり得ます。

- また、当初は良いナッジだったとしても、状況が変わるとそれがスラッジとなってしまうこともあり得ます。とりわけ VUCA の時代では、実践するナッジを臨機応変に選択していくことが求められています。
- これに関連して、大竹文雄・大阪大学特任教授は、「新型コロナウイルス感染症の蔓延時の政府によるマスク着用の促進施策に関する課題を挙げています。令和 4 年に厚生労働省が一部の例外を除いてマスクの着用の必要がないとの発表を行っても、「自分は必要ないと考えていても、多くの人々が屋外でもマスクを着用すべきと考えているのではないか」という思い込みが社会規範を形成し、なかなか屋外でのマスク着用の解消が進まなかったことや、政府の「マスク不要」の強い呼びかけによって減少傾向を見せた事例を示しています。

出典：大竹文雄（2024）いますぐできる実践行動経済学 ナッジを使ってよりよい意思決定を実現

（５）新しい社会規範を考える

- ナッジを始めとする行動インサイトについては、効果を持続させるのが困難であるとの指摘がしばしばあります。介入策が広く一般に受け入れられ、行動変容が持続する際には、その行動が新しい社会規範に密接に結び付いている場合があります。
- 持続して定着した行動変容策の代表例として、平成 17 年の夏から実施されているクールビズの取組があります。海外の研究者が講演の中で紹介したり、クールビズのコンセプトが日本以外で受け入れられるかどうか、マレーシアの民族間で比較する調査が行われたりするなど、学術的にも一定の関心や評価が示されています。
- クールビズの取組を通じて新しい社会規範が形作られたと考えることができます。服装について言えば、TPO に合った服装を選ぶという大枠の社会規範自体に変更はありませんが、TPO に合った服装の選択肢として、ネクタイやジャケットを外すことが認められ、そして多くの人々が実施するようになりました。言い換えると、命令的規範（他者により承認されていると認識することに基づく規範。ここでは、ネクタイやジャケットを外しても良いということ）と記述的規範（良し悪しは別として他の人がどのように振る舞っているかに基づく規範。ここでは実際に多くの人々がネクタイやジャケットを外すということ）の 2 種類の社会規範が新規に形成されたこととなります。

- 新しい社会規範の形成には、地道な取組はもとより、多様な価値観がある中でどのようにして社会全体で合意形成を図っていくことが不可欠です。

出典：白岩祐子・池本忠弘・荒川歩・森祐介（2021）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

（６）行動インサイトの関係人口を増やす

- ナッジ等の行動インサイトの普及を促進するために、関係人口を増やす取組が多く行われています。
- まず、地方公共団体に設置されているナッジ・ユニットは、組織内に蓄積された知見を集積し、組織の内外に共有するハブとしての機能を果たしています。
- そこに団体部門のナッジアンバサダーである **YBiT** や、**YBiT** を母体として設立された Policy Garage が、行政や民間事業者の組織の内外でのネットワーキングを通じてナッジ・ユニットや民間事業者、アカデミアを巻き込み、関係人口の増大に貢献しています。
- また、非政府組織には、行政組織間の連携や、市民やアカデミアを含むステークホルダーとの連携を柔軟かつ機動的に実行する触媒としての役割が期待されます。
- Policy Garage は、コンサルティング等を通じてステークホルダー毎のニーズとシーズを繋ぎ合わせ、さらなる関係人口の増大に貢献しています。
- 行動インサイトの関係人口が増えることで、成功事例や予想通りの結果が得られなかった事例、そしてノウハウが蓄積され、多様な視点やアイデア、価値観が共有されることを通じて、イノベーションの創出へと繋がるのが期待されます。
- また、様々なステークホルダーを巻き込んでいく際には、「みんなで取り組む」というメッセージに加えて、「各自が自分事として捉える」というメッセージを提示して、その実現のサポートをすることも重要です。
- 地方公共団体のナッジ・ユニットが増え続けていることから、全国的にも行動インサイトの関係人口は増えているものと考えられますが、全国での実態は明らかにはなっておらず、行動インサイトの活用状況の実態把握が今後の課題となっています。

(7) 優良事例を集約して分かりやすく示す

- 本戦略の KPI である優良事例の蓄積に関しては、Policy Garage、大阪大学社会経済研究所、そして行動経済学会が共同で構築し、運営するウェブサイト「自治体ナッジシェア」（<https://nudge-share.jp/>）があり、ナッジ施策の実践に関する情報の共有が行われています。
- 「自治体ナッジシェア」では、実際に様々な分野の行政施策で使用されたナッジの具体例やその効果を集約し、各事例の分野や効果検証の手法が参照可能な形で提供しています。
- ナッジ等の行動インサイトに関心をもった地方公共団体の職員等がこのデータベースを通じて、行動インサイトの原理や適用の仕方を学び、自らの組織での施策の立案に活かすことができるようになっています。
- また、前述の YBiT や Policy Garage によるネットワーキングを通じて、ナッジを始めとする行動インサイトに関する知識や経験が地方公共団体間で共有され、様々な地域での政策実施に役立つインサイトが広まっています。
- なお、優良事例に加え、予想通りの結果が得られなかった事例についても有益であると考えられます。一般に、失敗した事例については、外部に知られる機会があまりないため、その把握は困難ですが、**日本版ナッジ・ユニット連絡会議**では、施策の効果を検証した結果、期待通りの結果が得られていないことが判明し、その後の改善に繋がった事例を紹介しています。

出典：第2回日本版ナッジ・ユニット連絡会議 資料3（2）兵庫県神戸市の取組

www.env.go.jp/content/900447820.pdf

(8) 国際連携を進める

- これまで日本版ナッジ・ユニット **BEST** は、諸外国のナッジ・ユニットや政府機関、大学・研究機関等との政策対話や意見交換、国際シンポジウムでの招待講演やパネルディスカッションの実施等を実施してきました。また、平成31年には国際シンポジウム（ナッジ・イノベーション・シンポジウム WISH）を国内で開催しました。

参考：平成31年5月31日付け環境省報道発表「ナッジ・イノベーション・シンポジウム

（WISH）を開催しました」 www.env.go.jp/press/106835.html

- 引き続き、諸外国のナッジ・ユニット等との情報共有や連携を図り、国際協調の下、行動に起因する社会課題の解決に向けた国民の意識変革や行動変容を推進することが必要です。

結びに代えて

日本版ナッジ・ユニット BEST は、国内外の産学政官民の様々な立場の皆様のご協力・御支援・御尽力をもって成り立っています。

これまで6年間、35回に及ぶ日本版ナッジ・ユニット連絡会議や、ナッジ倫理委員会、ナッジ事業評価委員会、有識者ワーキンググループ、行動に着目した社会課題解決のための官民連携協議会 HuB、ナッジ・イノベーション・シンポジウム WISH、そして個別のヒアリング、さらには国内外のナッジ・ユニットや関連の組織・団体との意見交換や学会・シンポジウム等の場で、多くの方々との議論から有意義なご意見やご指摘を頂戴してきました。

紙面の都合上、ここに全ての方々のお名前を挙げることはできませんが、この場をお借りして厚く御礼を申し上げます。今後とも何卒よろしくお願いいたします。



Behavioral Sciences Team
for a better choice

日本版ナッジ・ユニット BEST

(事務局：環境省)

令和 6 年 6 月

▶ 日本版ナッジ・ユニット BEST ウェブサイト

www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge.html