

(大) 京都大学依田教授御提出資料

2017年11月15日
日本版ナッジ・ユニット連絡会議

ナッジの経済学入門

—たかがナッジ、されどナッジ—

京都大学 大学院経済学研究科 教授

依田 高典

ナッジとは何か

ナッジとは、優しく誘導すること

- 2017年度ノーベル経済学賞がナッジ提唱者のシカゴ大学教授・リチャード・セイラーへ。
- ナッジとは、「選択を禁じることも、経済的なインセンティブを大きく変えることもなく、人々の行動を予想可能な形で変える**選択アーキテクチャー**のあらゆる要素」として定義される。
- 「大きく変えることもなく」「**選択アーキテクチャー**のあらゆる要素」。曖昧さの残る定義。

2種類のナッジがある

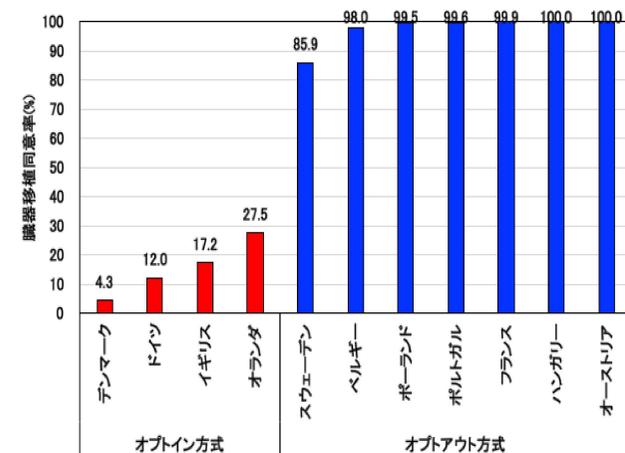
- **認知バイアス**を正さないで利用するナッジ。
 - デフォルト・オプションを設定し、**オプトアウト**させるナッジ。
 - **臓器移植**や**確定拠出型年金**の同意率は90%以上。
- **認知バイアス**を正し、**行動変容**を狙うナッジ。
 - **正しい情報**を与える・**社会比較**をする・**社会的イメージ**を高めるなど。

R.セイラー シカゴ大教授



https://www.nobelprize.org/nobel_prize/

ヨーロッパの臓器移植同意率



ナッジの効果はいかほどか

ナッジには効果があるが、概して小さく持続しにくい

- 一番有名な成功例：Opowerの省エネ社会実験。
 - 社会比較ナッジにより、1~3%の月間省エネ達成。
 - 減衰はするが、一定の持続効果もある。

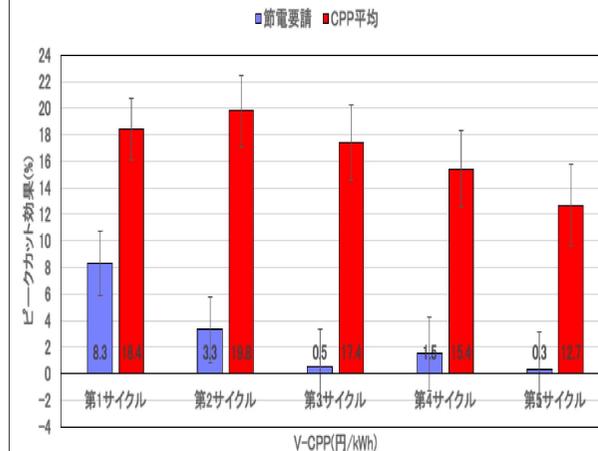
行動経済学者はナッジに対して意外に冷静

- セイラー教授「Price First, Nudge Second」
- ニーズィUCSD教授「ナッジ単体の効果は小さい」

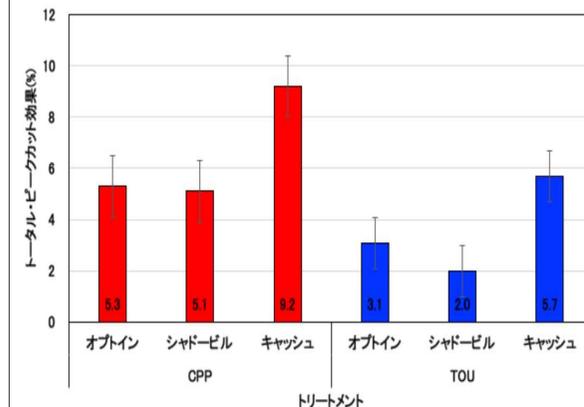
ナッジ対インセンティブの経済効果

- 2012年、筆者が京都府で行った節電実験
 - ナッジ・節電効果3% v 変動価格・節電効果18%
 - ナッジは馴化、脱馴化、再馴化する。
 - 変動価格は馴化せず、習慣形成もある。
- 2014年、筆者が横浜市で行った節電実験
 - 変動価格オプトイン・加入率16%、節電効果32%
 - 情報提供ナッジ・加入率31%、節電効果16%
 - ナッジ+インセンティブ・加入率48%、節電効果19%
 - トータル効果は金銭インセンティブが2倍

けいはんな実験結果



横浜市実験結果



ナッジをどう活かすか

インセンティブ付きナッジの薦め

- 認知バイアスを正し、行動変容を促すナッジ単体の効果は小さく持続しにくい。
- ナッジにインセンティブを組み合わせ、初期効果を高め、リバウンド防止に単体ナッジを活用すべき。
- ナッジ単体に拘らず、使える道具を組み合わせればよい。

プレジジョン(パーソナル)・ナッジの薦め

- プレジジョン・メディシン：臓器別の治療から遺伝子別の治療へ。
- プレジジョン・ナッジ：パーソナルなビッグデータを活用して、ナッジの効果を高める。
- 北川メカニズム：ランダム化フィールド実験から、社会効果最大化フィールド実験へ。学問の先端的研究テーマ。

週刊東洋経済

週刊東洋経済

11月20日号

行動経済学特集号

京大教授・依田高典

「たかがナッジ、されどナッジ：

行動経済学はどう役に立つのか」