

第8回日本版ナッジ・ユニット連絡会議 議事概要

○日時：平成31年3月18日（月）午後1時30分～3時30分

○場所：中央合同庁舎第5号館22階 環境省第1会議室

○参加者

府省等：環境省、内閣官房行政改革推進本部事務局、内閣府、総務省、文部科学省、
スポーツ庁、厚生労働省、経済産業省、資源エネルギー庁、国土交通省、人事院
環境省ナッジ事業者：4コンソーシアム
地方公共団体：埼玉県さいたま市、神奈川県横浜市
有識者等（詳細は名簿参照）

議事次第に沿って各資料の説明をした後に自由討議を行った。参加者からの発言及びそれに対する対応は以下の通り。

開会

○環境省 勝俣環境大臣政務官

皆さんこんにちは。いつも大変お世話になっております、政務官の勝俣でございます。本日は、有識者、自治体、また、関係府省の皆さま、3月という年度末で大変ご多忙のところお集まりくださいまして、本当にありがとうございます。心より感謝申し上げます。

環境省では、平成29年4月にナッジ等の行動科学の知見、いわゆる行動インサイトを用いた新しい政策手法の検証を始めるとともに、行動に着目した社会課題の解決のための取組について自由闊達に意見を伺う場として日本版ナッジ・ユニットを発足いたしました。私も何度も拝見させていただきましたが、大変すばらしい場だと感じております。これまで産学政官民が垣根を越えて連携し、オールジャパンの議論を重ねさせていただきましたが、早いもので日本版ナッジ・ユニットの発足から丸二年が経過をしようとしております。そこでこの度これまでの日本版ナッジ・ユニットの活動を取りまとめたく事務局より提示いたします活動報告案につきましてご議論をお願いしたく存じます。またこの度、節目を迎えるに当たりまして、あらゆる行動の原点とも言うべき筋肉や運動に立ちかえるため、NHK「みんなで筋肉体操」で講師を務めておられる近畿大学の谷本道哉准教授とスポーツ庁に取組をご紹介します。よろしく願いいたします。参加者各位におきましては専門的な見地から忌憚のないご意見をお伺いいただければと思っております。どうぞよろしくお願いいたします。

議題1 行動に着目した取組事例の紹介（筋肉体操）

○環境省 池本室長補佐

谷本先生ありがとうございます。続いてディスカッションに移ります。いろいろと気を付けていらっしゃることをご発表頂きましたが、ナッジや行動経済学的な観点が含まれている、あるいは、こうしたほうが良いのではないかというご意見があればご指摘ください。

○京都大学 佐々木特定講師

医療や健康分野の行動経済学研究では、患者さんたち一人ひとりの健康状態を良くするために、今まではその患者さんたちに直接ナッジするというをやってきた研究のほうが多かったが、最近は患者さんとコミュニケーションをとる立場の医者や看護師の方にナッジをして、そこでのコミュニケーションのやり方を変えて、最終的に患者さんたちの健康状態を良くするというところに関心がシフトしている。先生の発表を聞いていてまさにそのトレーナーとか指導する方が、コミュニケーションのやり方を工夫することで実際にがんばっておられる方の結果を良くするという点がすごく参考になった。1点伺いたいのは、先生以外の指導者が先生と同じように働きかけられるようにするために、どのようなアドバイスをしているのかをお伺いしたい。

→○近畿大学 谷本准教授

いろいろご意見ありがとうございます。発表の中でもお伝えしたが、今日の説明は基本的には後付けである。元々は自分がトレーニングをしているときに、思っていることをここに並べて言っただけである。それが結果として今言ったような内容になってきた。トレーナーの方、指導者の方はここにある僕の言葉をそのまま使ってもらうのも1つだが、それよりもその人自身が感じていることを声に出してくれるのがやはり一番生きた指導というか生きた言葉になると思う。だから、指導者自身がどれだけ真剣に自分のために、自分が良くなるために、自分のためのトレーニングをどれだけシリアスにできているかで、それができていればこのような生きた言葉が出てくのではないかなと思う。

○文部科学省 森統括係長

お話ありがとうございました。私も早速家でやってみようかなと思う。奥さんを巻き込んでやるのが大事かなと今日思った。一点質問させていただきたいのは、谷本先生が今、まさにお話されたが、自分自身の経験に基づいて言葉を考えられたとのことだが、一方で行動経済学については、例えば環境省もアレンジしているものがあると思うが、そもそも行動経済学、心理学のような学問を一通り学んでから、例えば政策立案しようだとか、こういったものを考えようといった動きもある中で、先生ご自身は例えばそういったことを勉強されており、そのような知識があった方がいいのか、それとも、そのような前提となる知識がない方が、バイアスがかからないで自らの発案に基づいて、このようなナッジのようなものをできるようになるのか、何かお考えがあったら教えていただければと思う。

→○近畿大学 谷本准教授

ご意見ありがとうございます。まず、行動経済学に関しては、私は全くの素人であり、何も分からない。だからそういった知識があった上での方が、良いのかどうかというのは分からないが、ベースとなる戦略的な根拠がありますよと、それから自分自身がやってきてそこに取り組む気持ちがありますよということがあってもそれなりに形になると思うが、道具として行動経済学の知識があったほうがより良いものになる可能性はあるだろうし、あるからこそ、行動経済学というジャンルの研究領域があるわけであろう。だから僕が少し行動経済学の勉強をして、筋肉体操Ⅲをするともっと変わるのかもしれない。何か新しい武器ができるのかも

れないし、付け焼き刃的にやるとむしろずれているなというふうになるかもしれないが、そういった方向性というのはあってもいいのではないかと、今お話をお聞きして感じた。ありがとうございます。

○横浜市 津田課長

行動経済学、行動科学を実際に適用するときには、エビデンスも踏まえたナッジを設計すること、その効果を効果検証していくことが重要。この点、今回の先生の取組は、エビデンスにしっかり基づくだけでなく、今の行動経済学のトレンドも含まれていて、大変参考になった。実務の中に行動科学を落とし込むには、一般の行政職員にも分かりやすく伝える必要があり、例えばイギリスのナッジ・ユニットが EAST (Easy, Attractive, Social, Timely) という分かりやすいフレームワークをまとめている。今日の発表を見ていると例えば Timely や Social のように EAST に紹介されている要素があったので、非常に行動科学の知見に沿っていると思った。これから第3弾にいかれるという話であったので、例えば、EAST のような分かりやすい枠組を整理して頂いて、筋肉体操に使っていただけることを期待する。

→○近畿大学 谷本准教授

ありがとうございます。今お聞きした内容の中では、ソーシャルについて、筋肉体操をやっているときによく聞く意見は、自分がリアルタイムでやることに意義があると感じているところが大きいみたいで、今、テレビの前でやっているときに一緒にテレビの前でやっている人がたくさんいるという思いがあると、がんばれるというのはあるようだ。だから、筋肉体操は再放送とか何回かやっているが、地上波のリアルタイムの放送自体の数は少ない。web で見て自分のタイミングでやっている人が多いのだが、今のお話だと、やっぱりリアルタイムでできるサービスが増えたほうが良いと思うので、我々が目指しているところは、みんなの体操にすること。みんなの体操というのは NHK で朝、帯でずっとやっている番組である。ほとんどがラジオ体操とラジオ体操をベースにした運動であるが、ラジオ体操をするように当たり前に筋トレをするような時代にもっていきたい。これから高齢化が進むので必要性は高い。その辺りを狙っているので、そうできるとただ帯でやりやすいなというだけではなくて、今おっしゃったソーシャルといったところで魅力がより増していくと思う。番組をどう続けられるかというのは僕が決められることではないし、番組制作スタッフの思い通りにもなるわけでもなく、なかなか難しいが、僕や制作スタッフは最終的には、帯にずっとみんなが見ながらやっていけるようなものを目指しているので、その中でソーシャルということ意識できればいいと思う。ありがとうございます。

○内閣府 岡崎政策調査員

ありがとうございます。今回の話を伺っていて行動経済学だとかナッジと関係しているところでは、やはり習慣付けというところがあるのかなと思った。私は全然筋肉はないのだが、やはり少し筋トレすると、途中でへたってしまって、しばらくやらなくなってしまいたいところがあり、健康維持をするだとか、あるいは医療の観点、他のナッジにしても、筋肉も筋トレと同じように継続的にやっていくということが非常に重要というふうに認識しており、もし筋トレする際に、ちょっとへたってしまうみたいな場合に、ご自身はあまりないのかもしれないが、何かう

まく作用させるようなアイデアやお知恵があればご教示頂きたい。

→○近畿大学 谷本准教授

へたってしまうというお話は非常に重要なお話で、実は筋肉体操は、時間の尺が限られているので、伝えられるメッセージは少ないが、最初は張り切ってやったらダメということを実は言わないといけない。筋肉痛というのはものすごく微細な損傷が起こるわけだが、ものすごく耐性があって、初めての運動でなる。2回目の運動ではあまりならない。だから我々も実験で、筋損傷の実験等をするときは、1回失敗したら、もうその筋肉使えない。2回やったときは、相当間を空けても、ほとんど炎症性のマーカーを出さなくなるというのがあり、ものすごく耐性がある。ということは、最初は緩くやって徐々に慣らしていけば、激しい筋肉痛は起こらない。だから、入り口はスロースタートで、最初の一週間くらいはフォームを覚えるくらいでやってください、次くらいから徐々に慣らしていきましょう、3週目くらいは本気でやりましょうというのを本当は言わないといけないのだが、あれだけの短い時間の中で、かつ、最初の放送でいきなり、何だこれは、と思わせて次に繋げることをしないとイケないといったような番組制作側の意図なので、入れられなかったこともある。第3弾以降も続くのであれば、そういったことも入れようと思っていたが、優先プライオリティの上のほうに入れてぜひ取り組ませていただきたいと思う。ご意見ありがとうございます。

○筑波大学 西尾教授

筑波大学の西尾と申します。大変おもしろい話をありがとうございます。私はマーケティングが専門なので、そういう観点からご質問させていただきたい。非常に面白い取組だなと思いましたが、誰をターゲットにしているのだろうかと思っていました。夜の12時頃に放送していること、使用しているタレントから推測すると、男性で、ある程度そういうことにコミットしている中高年で、会社でもばりばり、仕事でもばりばり、でも自分の体もばりばりみたいな方々がターゲットなのかなと思いながら見ています。何を質問したいかという、先ほど先生がいわゆる朝の7時頃やっているみんなの体操、できない人は座ったままでもいいですよというようなタイプのも目指していっちゃるのだと伺ってちょっとびっくりしました。ターゲットごとにシリーズ化していったときに、筋力のない人や女性、高齢者のような人たちに関しても、アプローチとしては、今日ご説明くださったような、ナッジの仕方と同様のアプローチで対応できるのか。例えば、できないと言ったらほんとに1回もできない人とかやったこともない人がいきなりはやれないような気がする。先生からすると簡単かもしれないが、私もトライしてみたが、やはり難しい。レベルに合わせてのやり方、やりたくなるようなナッジの仕方は、プログラムは違っても変わらないというお考えなのか、その辺を教えていただければと思う。

→○近畿大学 谷本准教授

ナッジの仕方は基本的には変わらない。具体的に考えていけば、言葉の選択とか変わってくると思う。言い方とか、対象に合わせて、レベルに合わせて変わってくると思うが、基本的な考えはそんなには変わらないと思う。動きにとって大事なこと、しっかり追い込むためにどうすればいいかといったことをタイミングに合わせていくというのは同じだと思う。どうしてもあったわけではないが、最初のほうの話にあったように、今回はレベルが高すぎる。これは制

作的な都合で、とにかく時論公論の後に出ている。すごく真面目なところからいきなりとんでもない話でびっくりさせるというのが狙いで、できるだけ上級なもので、「なんだこれは」と思わせることで次に繋げるといふ、私ではなくて、制作側の意図があった。もうちょっとレベルを下げたほうがいいのではないかと、いろいろ相談しながらやって、その辺りを実はもっと変えていかなきゃいけないなというのとは当然思っていて、第2弾では、レベルダウンの仕方はこうですよっていうのは入れた。それから、実は大阪版の裏切らへんってやつは、高齢者向けで、もっとずっとレベルを下げて、できるだけ楽をしながら筋肉には強い刺激を加えられるというようなテクニックを入れ込んだり、北海道版のほうはレベルダウンもしっかり見せて、レベルダウン自体がずっと一緒にやっている人が一人いる、よりたくさんの方ができるようにというようなことは考えていたりする。だから、これからもっといろいろレベルを変えて、子ども向けであるとか、女性向けであるとか、最終的には高齢者向けにもっていきたいと思っているが、そういったターゲットを変えながら続けていくということを考えている。ナッジの仕方は、先ほどお答えしたが、本質的なところは変えないで良い。むしろ変えないで良いと思っている。僕自身に取り組むときに真剣に感じていること、そのものをやっぱり出していった方が良くと思うので、口調が変わる等というところはあると思うが、芯の部分は変におもねらないほうが良いのではないかなと今お話を聞きながら感じた。ありがとうございます。

○京都大学 村上 JSPS 研究員

私は昨年この筋肉体操をドイツ在住の友人経由で知る機会があり、その海外からのパスの意外性と内容の話題性に驚きと面白さを感じましたが、本日の谷本先生のご発表を拝聴して、単純な話題性とは異なる発見がありました。それは、筋肉体操の声掛けのロジックが、私たちが今事業として取り組んでいる節電ナッジ、節電行動を促すナッジのケースと類似しているということです。「筋肉は裏切ることがある」という表現がありましたが、同様に「節電努力も裏切ることがある」わけですね。最初にモチベーションが上がって、頑張ったつもりでいても、的を射ていないと効果が出ない。効果というアウトカムがないと、結局モチベーションが低下し、行動・効果に持続性がないということになる。頑張りすぎて筋肉を壊してしまう、頑張った気でいたのに電力消費量が減っていない、息切れしてやめてしまう、これは頑張り方を間違えているわけですね。まずは、その人たちに合ったモチベーションを上げる声掛けが重要ですが、それに加えて、どうすれば効率的にアウトカムを得られるかというような「裏切らない結果」を得るための tips や的が意識されていないと、長期でみたときに効果が上がらないといったことは、筋肉体操も節電ナッジも一緒ですね。そして、このロジックは、これまでの筋肉体操のターゲット層とは異なる上級者ではない普通の人たちを対象にする企画でも当てはまると思います。谷本先生自身は全く行動経済学的な背景がないとおっしゃっていますが、別の経験的アプローチからこのロジックにたどり着いたと知り、行動経済学が実証の積み重ねをベースに築かれた学問領域であることを改めて認識しました。大変勉強になりました。ありがとうございます。

→○近畿大学 谷本准教授

ありがとうございます。うまくできているかどうかというのはフィードバックが必要である。筋トレはフィードバックがしやすい。やったときに自重のトレーニングの場合はある程度回数が多いので、ポンプアップといって筋肉が水ぶくれを起こす。その水ぶくれの度合いが大きい

ということが、筋肥大の修復が加えられた1つの証拠である。終わった後に、鏡を見る人はいるが、水膨れで一回腫れ上がっているので実際に良い体になっている。鏡を見ることで、良いトレーニングができたということが即座にフィードバックできる。翌日に激しい筋肉痛が起き、それでもフィードバックと言える。そして1か月後、2か月後に体の形が変わったということでまたフィードバックがされる。だから、短いターンでのフィードバックをしながら、ロングタームでもできるし、その辺りがさらにモチベーションとなり、受け入れられているのかというものはある。ありがとうございます。

議題2 行動に着目した取組事例の紹介（スポーツ庁）

○京都大学 依田教授

大変興味深い取組で、今後どんどんと普及していきデータも取れてくると思うが、こういう行動科学的なナッジを使った手法と、今はエビデンスに基づいた政策形成や、経営管理が非常に重要になっているので、先ほどご紹介いただいたとおり、1か月目、2か月目のみならず、3か月目もどうかっていうところで、ぜひデータを取って行って、どういう取組に対して、どれだけの効果があったかということの周知も行っていただきたいと思っている。特に最後のスポーツエールカンパニー認定制度で、こうした形で認定された企業が300社と、どんどん増えてきているので、是非こうした非常に優れた取組をしている認定企業に対してどういう結果がエビデンスとして得られているか、あるいは、どのようなエビデンスを取ると、それが科学性が高いエビデンスとして日本、あるいは海外に対して、積極的な良いベストプラクティスとして紹介できるかということについても、今後ぜひ進めていただければと思うので、こうした事例の導入に合わせてエビデンスの方もぜひよろしくお願いいたします。

→○スポーツ庁 安達課長

ありがとうございます。エビデンスの点は非常に重要と考えている。地方自治体向けの事業では、結構高齢者向けの事業をやっている部門があり、そこは医療分野でやっているようなところもある。

○横浜市 津田課長

ありがとうございました。横浜市にも30万人以上が参加するウォーキングポイントという仕組みがあり、同じようにアプリも作っている。効果検証は課題。確かに、こうした仕組みがきっかけとなり、ご紹介いただいたソーシャルな要素に繋がり、お互いに競争しあってそれが歩数を増やすこともある。歩数についてはデータから見えるが、それだけではなくて、医療・介護などへの影響についてもエビデンスを示すのが大事。横浜市では、医療・介護のレセプトデータベースをつかって、どれだけ効果があったか検証している。文科省が国全体で使えるような取組をさせているのであれば、ベストプラクティスを紹介するだけでなく、エビデンス含めて全国の自治体にも展開するとともに、EBPMや行動科学を前面に出していきたい。

→○スポーツ庁 安達課長

ありがとうございます。おっしゃっていただいた点について非常に重要というふうに考えてい

ます。私どものところで言うと、今、厚生労働省とスポーツ×健康というかたちで連携をしていて、例えば介護計画のデータと健康のデータを掛け合わせ、例集まりの多い施設は認知症が少ないとか、いろいろどこまで関連性があるかというのはあるが、国のデータと地域のデータ、そして介護のデータ。掛け合わせるとその自治体におけるエビデンスになり得るので、そういったところは逆に言うともしろこれからと考えている。ありがとうございます。

○環境省 池本室長補佐

掛け合わせの話は、1年前の第1回のこの会議でしており、今はスポーツ×健康という話があったが、環境×健康があり、例えばエスカレータの代わりに階段を歩くことで身体活動量が増え健康になるし、省エネに繋がるといったもの。

議題3 委託事業の成果に対する委員意見

○京都大学 佐々木特定講師

基本的に異論はないが、最後の、スピード感をもって取り組むという方針については、やっている側としては大丈夫だろうかという思いが少しある。例えば、同じ対象に2回目、3回目の介入を提供したときには、効果がだんだん弱くなっていくかもしれない。また、対象を変えたときには、元の研究で観察された効果が同じように観察されるかどうかは、過去の研究動向を踏まえるとなかなか断言できない。出口戦略を見据えるということは大事だ、という意見に賛同した上で、社会全体に展開しても大丈夫なような強いエビデンスで作ることが同じくらい、あるいはそれ以上に大事だと思う。

○環境省 池本室長補佐

ありがとうございます。ナッジについて短期的に成功する事例、失敗する事例があるが、やはりひとつの課題として、この後ご紹介するが、長期観察するか、他の実証実験、エビデンスが得られたときの対象以外の方々に対しても効果をどう見せるかというのは、重要だと思っていますので、それを踏まえて重々承知してやっていきたいと思う。

○京都大学 依田教授

亀井先生のご指摘、視点というのはやはり非常に重要で、だんだんこの環境省事業でも、自ら行っている事業でエビデンスが蓄積されてくるだろうし、こうした基礎のような形でいろいろな違った分野で識者あるいは自治体、環境省の方からいろんな取組をご紹介していただいているので、将来的にこの事業の出口としてどういった形で、どういったパスを描いて一般に出口に向けて普及戦略を立てていくかというものも、同時に併せて検討しなくてはいけないと私自身思っていて、今日の段階では、自分で手掛けたり経験したりした点について2点あるので、この亀井先生のご意見に対して1つの回答の候補としてご紹介する。

1つはこの環境省事業とは違うのだが、厚生労働省の方がいわゆるジェネリックの普及率を上げる取組をされていて、今日この中に厚生労働省の方もおられるかもしれないが、47都道府県でそのジェネリックの利用率というのを順番に並べていって、たまたまだが、徳島県が最下位で、消

費者庁が徳島県にオフィスをもっていて、そうした消費等の行動経済学的な視点を用いた取組をやっていて、厚生労働省や消費者庁の支援を受けながら、ジェネリックの普及率を上げるために県の薬務課が病院や薬局が情報提供してジェネリックの使用率を上げるという取組をやっていて、10パーセントのジェネリックの利用があって、その病院のあるいは薬局のその情報提供で、その大体約半分弱が上がっているとのエビデンスがあって、非常に有力なのは都道府県が市町村をベンチマークでパフォーマンスを横並びして、特に弱い点というのは非常に危機意識が強いところなので、そういったところをこうターゲットにして、また、ターゲットにして北風戦略だけを取るだけではなくて、こうやってやるといいよ、という教育・指導、例えば行動経済学や実際の疑似実験的なやり方でこうやってエビデンスを取るよということの教育を消費者庁の徳島オフィスの中で一貫でやって、実際に成果が上がるという形にしたので、パフォーマンスが悪い市町村を並べて指導してやると非常に成果が上がるのではないかというのが1つ経験でもった。

あと、先ほどのスポーツ庁の方も言ったように、やはり企業を巻き込んで自分の会社でこういう取組をさせると非常に良いというのは、何となく経験でもっていて、福利厚生健康経営とか、あるいはそこに自分も環境省事業でやっているのだが、電気事業化して電気を提供する中において、社員の中でより省エネ・節電がうまくいっている家庭と、いっていない家庭というのを企業が自らの福利厚生政策までを取り組んでいって行くのも大変有力なやり方であって、そういう仕組みで企業が、ベストエフォートをどんどん推奨していくやり方も亀井先生のご指摘の点について有力なアプローチだと思うので、そのことをここでご意見として挙げて、この会議でどんどん普及していけばいいと思った。

○大阪大学 大竹教授

この出口戦略だが、1つはエビデンスがしっかりできたら、政策、制度の見直しに反映させていくということが大事である。それから、依田先生が指摘されたように、情報共有していくこと自体がこの成果を広めていくということで非常に大事な出口戦略だと思う。情報共有だけでは足りない場合、もっとそれを促進するという場合には、政府の規制の形に落とし込んでいって、政策に落とし込んでいくというのが一番効果的である。こういう事業によってエビデンスがはっきり出てきたということであれば、その情報を提供するだけで多くの自治体、それから利用者が使っていくはずで、それ自体が経済効果を生むと予想される。いずれにしても出口戦略というのをしっかり意識しながら進めていくということが重要である。

○横浜市 津田課長

横浜市は、先日2月18日の官民協働フォーラムで、横浜市の有志が行動デザインチームを設置したことを案内した。横浜市はEBPMを推進しているが、なかなか事例ができない。この点、行動科学であれば、費用対効果の高い成果をあげる可能性が高い。また、RCT等の因果推論によるエビデンスづくりも比較的容易にやりやすい。こうした点から、EBPMを進めていく取っ掛かりとして戦略的に行動科学を進めている。出口戦略で横浜市のそういう動きを紹介させていただいたらありがたい。海外ではうまくいっているナッジ・ユニットは、先ほど紹介した英国BITのEASTのように、実務家にも分かりやすいナッジのフレームワークを作成している。ナッジだけでなく、評価デザインでも分かりやすいフレームワークがある。そういうツールキットを、どの自治体でもど

の省庁でも使えるような形で早く整備をしないとイケない、ということで、これは横浜市で連携してやっていきたいと思うので、皆さんにもぜひご協力いただければと。

また、海外を中心にナッジ事例の蓄積があるので、日本の地方自治体職員などが参照できるような事例集を整理すると、ここはうまくいくだらうと見込みを立てて、戦略的にナッジを進められるので、出口戦略の一つとして提案させていただきたい。

○メトリクスワークコンサルタンツ 青柳代表取締役

出口戦略というところとちょっとずれてしまうかもしれないが、この事業でやられていることには、新しいナッジを開発して、社会をより良くする取組を普及していこうという部分があると思う。今までの皆さんの発言は、おそらくパブリックな視点から話されているので、新しいナッジが開発された際には国が実装して、自治体とかに普及、展開していけば良いという話になるのだろう。しかし、民間企業がナッジを開発するとなると、基本的には民間企業は開発したナッジを囲い込みたいと考えるであろう。ナッジはビジネス上のテクニックであり、手の内であるので、それを明かしてしまうことは民間企業としては避けたいというインセンティブのほうが場合によっては強いということもあると思う。今回、民間企業の方たちがどういったモチベーションで、この事業にパートナーを組んで入っているのかは分からないが、民間企業が開発をしたナッジを、彼らのインセンティブを踏まえたかたちで社会の中に普及させ、実装させていくにはどうしたらいいのかというところが、パブリックだけで考えていると視点として抜け落ちてしまうのではないかな。ここは民間企業を巻き込んでしっかり議論していただく必要があるのかなと思う。この場での議論に接点があるかちょっと疑問だが、ソーシャルインパクトボンドのように、企業がある社会的な課題を解決できたら、そのナッジなりテクニックなりがなかったとしたら発生したであろうコストが削減できているはずなので、この部分をポジティブな形で補てんする。一例であるが、こういった民間企業がきちんと稼げるというような様々な仕組みを考えないといけない。とにかく民間企業にインセンティブを与えるような仕掛けというものを同時に考えていく必要があると思っている。

○三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング 小林主任研究員

今の青柳さんのものと近いのだが、事業戦略として役に立つのを、このナッジ事業でできてきたものを見ながら、これは役に立つかなと考えるのは、若干本末転倒である。役に立つようなものを作っていきうほうが大事だ。できたものをどうやって社会に役立てるかではなくて、何を我々は役立てたくて作ってもらって、というふうに考えていかないといけないのかなと思っている。さっきの青柳さんのそのソーシャルインパクトボンドと関係するのだが、津田さんや岡崎さんの方がお詳しいと思うが、SIPPRというアメリカの法律ができていて、先月、Notice of Funding Availabilityという名前だと思うのだが、SIPPRの公募要領が出ている。あそこではアメリカが今直面している政策課題というのはこれとこれとこれとこれであり、これに対してイノベティブな手段やまたはそれに対して証明するエビデンスを付けてくれることに対して、ソーシャルインパクトボンド的なお金を付けます、という枠組みになっていて、だから課題設定ありきだと思っていて、課題設定があってそれに対してイノベティブな手段やエビデンスが出てくれば、それは自動的にやはり社会に実装されるということになるので、そういう視点は今後事業を進めて

いく上で大事なのかと思う。

○内閣府 岡崎政策調査員

基本的に今、立て続けに出てきている意見と同じなのだが、民間企業ではリソースが大企業であっても限られるのが現実であって、特に営利企業の場合だと、研究者の先生たちが必ずしもいつでもいいよ、と言って協力してくれるとは限らないところもあると思う。そういったときに十分なリソースがないような企業が本当にそのナッジを使って、しかもエビデンスを作っていくというところまで踏み込めるのかというのは結構疑問なところがあるので、できれば、こういった連絡会議みたいな場で、すでに一度ご発表されているような企業にもう1回来ていただいて、前回の我々との議論の中に得たものだとかを踏まえて、もう一度どういうふうに変更がなされたのかというような、トライ&エラーの一部だと思うのだが、そういったところをちょっとお見せいただくような形でやっていくというものも、出口ではないかもしれないが、あり得る展開なのかと思った。

○京都大学 村上 JSPS 研究員

先ほど大竹先生が言及された情報共有の話とも繋がりますが、事業者自身が今ある問題意識や課題をベースに新たにノウハウを習得したり、その先のビジネス展開を個々に考えたりすることは非常に重要ですが、同時に、その蓄積された過去のエビデンスを見て、次に続く人たちが自分のビジネスならこれが使えるのではないか、この施策に応用してこんなことができるのではないか、というような将来のアイデアの源泉になるという経路も重要です。つまり、エビデンスを「上手く」蓄積していくことが、将来的に価値を持つと考えます。例えば、単純に事例集を作るとかいうことではなく、各エビデンスをデータベースのような形で、いつ、誰を対象に、何人のサンプルで、どんな手法で調査を実施して、どれくらいの定量的なアウトカムが、どの程度のエラーで推計できたかというような基本情報を、一覧で見たり検索したりできる形で蓄積するフォーマットやシステムを作ることをご検討いただきたい。なぜそういう発想になるかというと、私の専門は環境経済学ですが、環境資源の経済評価研究については過去20~30年以上にわたって蓄積がありまして、それがデータベース化されているか、例えば何年の誰を対象としたどんな調査でサンゴ礁が何円くらいに評価されたのか、というような基本情報がデータベース上で蓄積されているか否かというのは、後に続く研究者が効率的に調査設計をする上で非常に貴重な情報源です。ですので、ナッジ関連の事業に関しても、ぜひ将来を見据えた出口戦略として、データベース化を検討いただきたいです。それが、一般公開レベルにできるのかはわかりませんが、できるだけ多くの方が閲覧検索できるような形で蓄積できるよう、初期の段階からシステムを整備していただきたいと考えます。

○環境省 池本室長補佐

いただいたコメントを整理しながら出口戦略を引き続き検討していきたいと思う。ありがとうございました。

議題4 自由討議

○総務省 砂山課長

報告書は非常に多岐にわたる論点を要領良くまとめていただいたと感じている。その前提の上で、2点ほどある。1つは、先ほどの池本さんのご説明で、この報告書は一般の方にも読んでいただくということで、平易な文章でということだと思うので、そういうことからすると、「ナッジ・ユニット」という言葉を聞いて、ピンとくる人はこのコミュニティの人は特に違和感ないかと思うが、それ以外の方に言ったとすると、ちょっとどういうものなのかなという中身がなかなか分かりにくいかなと思ったので、「はじめに」のところで、そもそも「ナッジ」とは何なのかという辺りをちょっと丁寧に書いていただくと良いかと思う。アラビア数字の1頁目に、若干ナッジのことが書いてあるが、そもそもナッジとはこういうものみたいなものが、「はじめに」のところに書かれるとより親切と思った。

それからちょっと細かいのだが、18頁のEBPMとの関係のところ、下から2つ目の項目、EBPMとEBPを車の両輪とあるのだが、少なくとも政府のなかではEBPMと車の両輪をなすものは統計改革ということになっていて、1つの車輪にいろんな車輪が付くと混乱するので、例えば車の両輪という言葉はもし可能であれば「一連のサイクル」とかにするとその好循環という言葉にも繋がっていくかなと思った。

○京都大学 依田教授

報告書の15頁目からの行動経済学会とコラボとのベストナッジ賞で、行動経済学会の年1回の本大会の中でベストナッジ賞というのをやって、結論だけと言うと今回は初めてのトライアルだったが、全部の応募に見どころがあって一生懸命がんばった、クオリティの高いものだった。その中でクオリティ、各話題性の特に高いのがベストナッジ賞として選ばれた。非常に良い仕組みであって、表彰式も先ほど池本さんからあったように、まだ今後なのだが、こう広く検証されるといいかなと思っている。ベストナッジ賞とは非常に今回は良かったので、来年以降もう少ししばらくの間続けてみたいというふうに担当者として思っている。

他方で17頁にあった行動インサイト・アイデアソンで、色々な問合せに対して受け答えをして、相手売り出していく会社、現状ではなかなかまだしばらく機能していないところもあって、効率性の観点で、1つひとつの問合せに対して一個一個アドバイスをするのは我々もエネルギーがそこまで足りないこともあるし、質問する方もリテラシーが最初に低いレベルだととてもモノにならないようなところもあって、先ほどの話に少し関係するのだが、消費者庁と徳島県のときはそうやってかなりそこまで薬務課なんかをもっていくのにあたって、勉強会を定期的にやったり個別に随分と指導をしてあげたり、あとは他の自治体は私でいうと自治体は横浜市か北九州市は昔から縁があったので、いろいろとアドバイスをしてあげるとかやって、かなり手間暇かかるので、なかなかこのアイデアソンの散発のやり方はやはりうまくいかないというのが今正直な実感で、来年にどうもっていくか、ここに関してはちょっと要検討だろうと思っている。そのなかで、先ほど池本さんからあった24頁で、佐々木先生を講師として招き、官公庁を集めてそうした全府省庁対象のセミナーを開催していて、そういう仕組みでセミナーや勉強会を定期的に開いて、まずは行動科学、行動経済学とは何か、それと併せてエビデンスベースなポリシーを作るための、どういうエビデンスを無作為に比較するかしないかは別にして、仕掛けがやはり今後、先

程の亀井先生の社会実装化のところにおいて必要になってくると思うので、24 頁のところと 17 頁のところを少し今年度から来年度に向けて、うまくジョイントしていったりリテラシーを上げつつ、官公庁でうまくいけば、民間向けの公開的な形でもこういうのをやればいいかなと思っている。

最後にもう 1 点だけあって、良い点と悪い点があって、我々大学人がそういう縁故がある官公庁とか自治体にだけアドバイスしてやると、受けられるところはハッピーだけど受けられないところは、ちょっとごめん、もう忙しくてダメ、と断ってしまうところもあるし、我々があまりやり過ぎてしまうと逆に出口戦略でそういうところを生業とするような民間事業者とかコンサル辺りがビジネスとして立ち上がっていかないと本当のところ出口で窓口が非常に狭いものになってしまうので、その辺りのパイプラインというのも本当は考えていかないといけない。アメリカでは国立研究所の周りに独立コンサルがうようよと、西海岸にしても東海岸にもいて、そういう仕組みは少しこの行動科学、ナッジのところでも、将来的には目指していかないといいかなと思った。

○慶応義塾大学 齋藤リサーチャー

この報告書は大変よくまとまっており、予算に関係するところなのだが、もし可能であれば、ビデオクリップのようなものを 30 秒くらい、ナッジ・ユニットとは何なのかという紹介のようなものがあると良い。先程ナッジ自体が何なのかというご指摘もあったが、視覚的に画像的認識で認知していただきたい。行動インサイトの 1 つの効果として、画像を誘引していかうかということもあって、テキストよりも画像のほうが皆さん理解しやすいということなので、予算があるようであれば短めのクリップを作っていくことも良いのではないかと。余談になるが、OECD の話が出ていたが、OECD はかなり画像を使っている。画像でアピールしている。広報している。実は画像部隊というのが内製化してすぐに低予算で作れるというような構図になっている。そちらが第 1 点である。

第 2 点はぜひこの英語版を出していただきたい。それはお考えだとは思いますが、先日、1 月くらいに Cass R. Sunstein 教授から連絡いただいて、世界銀行で、他国の状況を調査した新しい報告書が出るので、そのドラフトを送ってくれた。そこに各国のニーズがあるが、残念ながら日本のことはない。日本版ナッジ・ユニット BEST ができたということは Cass R. Sunstein 教授は知っているのだが、そこにラインナップするようなどころに至っていないと。こちらの方から英語で発信すれば必ずコンタクトがあるはずなので、英語で発信することが大事だと思う。

○環境省 池本室長補佐

オーストラリアも今そういう事例集をまとめていて首相内閣省とやり取りしている。英語の発信をやっていきたいと思う。

○国立環境研究所 横尾研究員

報告書を見てのコメントと、出口戦略の話に戻るのだが、報告書はちょうど良いページ数でまとめられてすごく良いと感じた。4 頁のところ、政治的手法とか、それから経済的手法という言葉

い方もするが、そういう税金とか等々が列挙されていて、これらに加えて新たに行動インサイトを使うというのをここでは打ち出せていると私は捉えている。それで出口戦略に戻るのだが、大竹先生から、例えば規制に落とし込むというアイデアもあって、それも1つだし、経済的手法のほうに落とし込む手も1つだと考えている。この報告書で BI-Tech という形で上手く定義、整理されていて、まさにおっしゃるとおりだと思う。環境だと、資源エネルギー効率性を上げるような技術開発や温暖化を緩和するための技術開発に対する補助金、そして技術開発を推進している機関も多くあると思う。そういったものの中で、主に技術開発といったときに、工学的なものに限定されていると私は認識している。一方、ここで作っている、例えばメッセージとかチラシもマンパワーとお金もかかる。しかし、他方でそれが技術として認識されていないとの理解だ。例えば BI-Tech も何かしらの補助金等の対象の1項目に、ソフトという言い方かもしれないが、位置付けられるのも1つの出口なのかなと感じた。

○筑波大学 西尾教授

2点あるのだが、報告書としては大変良いかと思うが、ナッジにもやはり光と影の部分があるはずだ。それにもかかわらず、ナッジはとても性善説に称えるようなかたちの報告書になってしまっているのがちょっと気になる。ナッジの影の部分、悪用されることによって、消費者が被害を受けるといったようなことも世界的にも問題になっているだろうから、そう点についてもきちんと触れておくべきである。そして、そうならないようにどうしていくのかというようなことを、どこかで入れるということが重要なのではないかというのが1点目である。

それからもう1つ、では良いナッジ、意義があるナッジとは何かも明示する必要がある。つまり、どのような効果、成果が計測できればよいのか。温暖化政策へ適用ということ考えると、CO2削減などの定量的な効果の計測が重要だ。ただ、その場合に定量効果が本当にそのナッジによるものなのかを特定できているのか、行動変容の背後に態度変容という定性的な効果が発生しているかも含めて捉えるべきではないか。また、今後、事例集とかベストプラクティス集を作ることだが、良いナッジの評価をエビデンスベースで捉えるだけでなく、18頁に挙げているような、リソースの交流性の問題や、エビデンスとリソースとバリューの3つのバランスの観点から評価することも重要だと思う。要は、良いナッジとは何かについてきちんと定義する必要があると思う。

○慶応義塾大学 齋藤リサーチャー

西尾先生がおっしゃった良いナッジ、悪いナッジというお話で、ここでも議論になっていたが、ここで定義をはっきりさせたほうが良いと思う。ナッジとスラッジは違うと。悪いナッジをスラッジと Richard H. Thaler 教授が定義している。これはサイエンス誌にも載っている。なので、我々はここで議論しているのはナッジであって、スラッジではない。それが産学政官民で協議しているというスタンスを明確にするということが大事かなと思う。

閉会

○環境省 池本室長補佐

ありがとうございました。様々なご意見をいただきまして、いただいた方々を中心に、対応策をご相談させていただけたらと思っております。ご意見いただいた方は少々またお付き合いいただけましたらと思います。それを踏まえて年度内には報告書を公表したいと思っております。これは通過点ですので、来年度以降も取組を続けていきたいと思っておりますので、来年度以降もどうぞよろしく願いいたします。簡単ではございますが、閉会の挨拶とさせていただきます。これで第8回の連絡会議を終了とさせていただきます。どうもありがとうございました。

(了)