



資料2

# 日本版ナッジ・ユニット連絡会議 における政策提言への対応

環境省

(日本版ナッジ・ユニット BEST 事務局)

# BEST年次報告書（政策提言部分）からの抜粋

- 端緒として、第2回の日本版ナッジ・ユニット連絡会議以降に継続して議論されてきた、国の事業の出口戦略について検討を深堀することとされました。
- それは「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」というもので、まず、国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
- そして、現在国の事業の下で実施している主体については、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意思決定・行動変容を起こさせられるか
  - ✓ 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

# 国の事業を実施する事業者としての出口戦略

## 実施内容①: 配送状況の事前通知による再配達防止

- 商品配送ステータス通知(商品配送通知、商品到着予定通知)が1回受け取り率の向上に効果的であった
- 結果を受けて、スマートフォンのアプリ上で「商品配送ステータス」のポップアップ表示を継続【成果の社会実装済み】

## 実施内容②: 情報発信を通じた再配達防止

- メッセージ(社会規範メッセージを含む)、経済インセンティブ、コミットメントのいずれも、また、それらの組合せも、1回受け取り率の向上に効果的であった
- 一方、購入者の性別や年齢、地域等の属性情報の違いによって、効果に違いがあることが示唆された
- 引き続き、メッセージの内容等に関してパーソナライズした働きかけを行い、1回受け取り率の更なる向上を目指すこととする。また、効果の継続性についても確認が必要
- ✓ 本事業で得られる成果を自ら活用するとともに、他のEコマース事業者・配送業者・Eコマース出店店舗等に共有することで、Eコマース領域全体における統合的な再配達防止の普及を目指す

## 国としての出口戦略

- 今回の実証により、経済インセンティブによらず、メッセージの発信のみでも再配達防止に有効であることが確認された。これは、行政にとってコストをかけずに実施できる効果的な情報発信の手法を開発することができたことを意味するものである
- メッセージの表現等を考える際には、検討メンバーに広告・コピーの専門家は含めず、純粹に行動科学の理論に基づいて環境省及び事業者の協働により内容を決定した。これは、行動科学に基づきさえすれば、特定の専門性や経験によらず、現場の担当者のみでもコストをかけずに有効な施策を講じることができるかどうか検証する意図もあった

(成果の環境省の施策への反映)

- 環境省内の再配達防止に関連する複数の部署間で結果を速やかに共有し、とりわけ普及啓発や広報等の情報発信をする際には、今回の結果や行動インサイトの活用を検討するよう依頼
- ただし、実証期間が1ヶ月間のみであったことから、効果の持続性に関しては慎重を要するものであり、また、属性情報に基づくパーソナライゼーション等、今後の検証結果も踏まえながら成果の社会実装に繋げることとする

## 国としての出口戦略(続き)

(成果の他の行政機関への共有・多面的な活用)

- 普及啓発や広報は、環境省のみならず、また、府省庁・自治体の別を問わず、どのような行政機関のどのような部署においても日常的に行われているものであり、各部署において普及啓発や広報に関する施策を立案し、講じる際に、今回の結果は大いに参考になるものと思われる
- 府省庁・地方公共団体を対象としたナッジ・行動経済学に関するセミナー・ワークショップを有識者とともに実施し、今回の成果をワークショップの題材とした上で、参加者に共有した
- 本日の連絡会議の開催にあたり、一部の府省庁を除き、これまであまり関わりのなかった各府省庁の広報や政策評価関係の担当者にも参加を募り、実際に新規の参加者の獲得に繋がった
- 引き続き、各府省庁との連携・情報共有を通じて、成果の多面的な活用に努めることとする