

行動経済学のナッジが
消毒・手洗い行動に変容を及ぼす
効果の検証について

2020.3.18

京都府宇治市
柴田 浩久

1. 作戦開始前の経過

①経過

- ・新型コロナウイルス対策（2019年末中国で発生）
- ・効果的な予防方法なき場合 **多くの感染者が発生**
感染拡大防止：**自主的で効果的な予防方法を**

②日本での影響

- ・緊急事態宣言など **行政からの要請**の可能性
- ・それまでは市民による感染拡大予防が必要

2. 新型コロナウイルス対策における ナッジの貢献可能性について ～どのような**行動変容**をもたらすのか？～

実際の市民の消毒・手洗い行動パターンを分析
感染予防には率先した消毒行動が必要
→ナッジを活用した消毒向上策は？

- ① **市役所地下入口で消毒液使用率調査**
- ② **近隣ショッピングセンター2カ所で同様の調査**
- ③ **方法：出入別・消毒の有無を計測**

3. 宇治市での影響

- 3月17日現在、感染者の確認はされていない
- 検査の要請や、検査の受け入れ態勢等
- 環境要因が整わないおそれあり
- 潜在的な感染者が存在する可能性
- 市内で当該ウィルスによる被害を発生させない、との価値観を共有
- 具体的な自衛行動を市民に伝えることが、喫緊の課題

4. 人の見ていない状況→消毒されない

- 施設等の出入口に消毒液を設置 使用率は10%程度
- 消毒液の方向に黄色で矢印
- 人の動線に配慮し、最も効果的な場所に消毒液を設置
- 介入前後で、出入口を通過した人数及び消毒した人数を記録
- 医療機関によれば、施設入口での消毒で65%感染予防に貢献



5. 消毒率一覧作成→問題を見える化

施設ごとに作成

公共は市役所、民間はショッピングセンター

→消毒・非消毒の実態の可視化

①市役所地下入口での調査

→介入前 2月25日通過人数72人、消毒人数0

→介入後 3月 5日通過人数49人、消毒3人

②ショッピングセンター出入口での調査

出入口消毒調査				
1. 介入後				
	日時	2020/3/5 1210	場所	市夜間警備入口
入出別	出場		入場	
消毒液	消毒ナシ	消毒アリ	消毒ナシ	消毒アリ
人数	18	0	28	3
合計	18		31	
%	100.0%	0.0%	90.3%	9.7%
	調査時間	1210~1230	20分間	
2. 介入前				
	日時	2020/2/25 1220	場所	市夜間警備入口
入出別	出場		入場	
消毒液	消毒ナシ	消毒アリ	消毒ナシ	消毒アリ
人数	27	0	45	0
合計	27		45	
%	100.0%	0.0%	100.0%	0.0%
	調査時間	1220~1255	35分間	
3. 類似施設の比較				
	日時	2020/2/26 1543	場所	ショッピングセンター
入出別	出場		入場	
消毒液	消毒ナシ	消毒アリ	消毒ナシ	消毒アリ
人数	116	15	114	11
合計	131		125	
%	88.5%	11.5%	91.2%	8.8%
	調査時間	1543~1643	1時間	

宇治市での影響

①介入後に**消毒率が向上**

②メッセージ掲示後に**石鹼手洗いの割合が向上**

結果 変化を起こさなければ消毒・手洗いされない

①介入後、消毒率は9.7%改善

②メッセージ掲示後、手洗い石鹼液が減少

考察 消毒率比較表を作成→問題を見える化

早急に対策を実施 **パンデミック化抑止を図る**

6. 消毒ナッジ

- ・仮説 介入前後で消毒液の使用率を比較; 介入後向上
- ・目的
 - ①他人に感染させない必要性: 感染拡大予防
 - ②自分が感染しない必要性
 - ③複数の人と消毒行動を行う: 感染予防につなげる
 - ④人の集まる場で積極的に紹介・推奨
民間小売店や交通機関等
 - ⑤市内での感染拡大を最小限化する

7. 消毒ナッジについて



- ① 矢印で警告された場所
が、**普段と違う違和感**か
ら、消毒液の存在に気付
かれるようになった
- ② **普段消毒をしない方**が、
社会の変化等から消毒行
動に移されるようになった
- ③ 前の人消毒することで、
後に続く人もつられて消
毒するようになった

(1)社会状況と経過

新型コロナウイルス対策、**消毒・石鹸手洗行動有効性**

①**消毒液使用率**;極めて低い 全体の**11.5%程度**

②**トイレの手洗い方法**;不十分 水で洗うだけ

(2)新型コロナウイルス対策へのナッジの貢献可能性

①**消毒液の存在強調**→消毒液に矢印

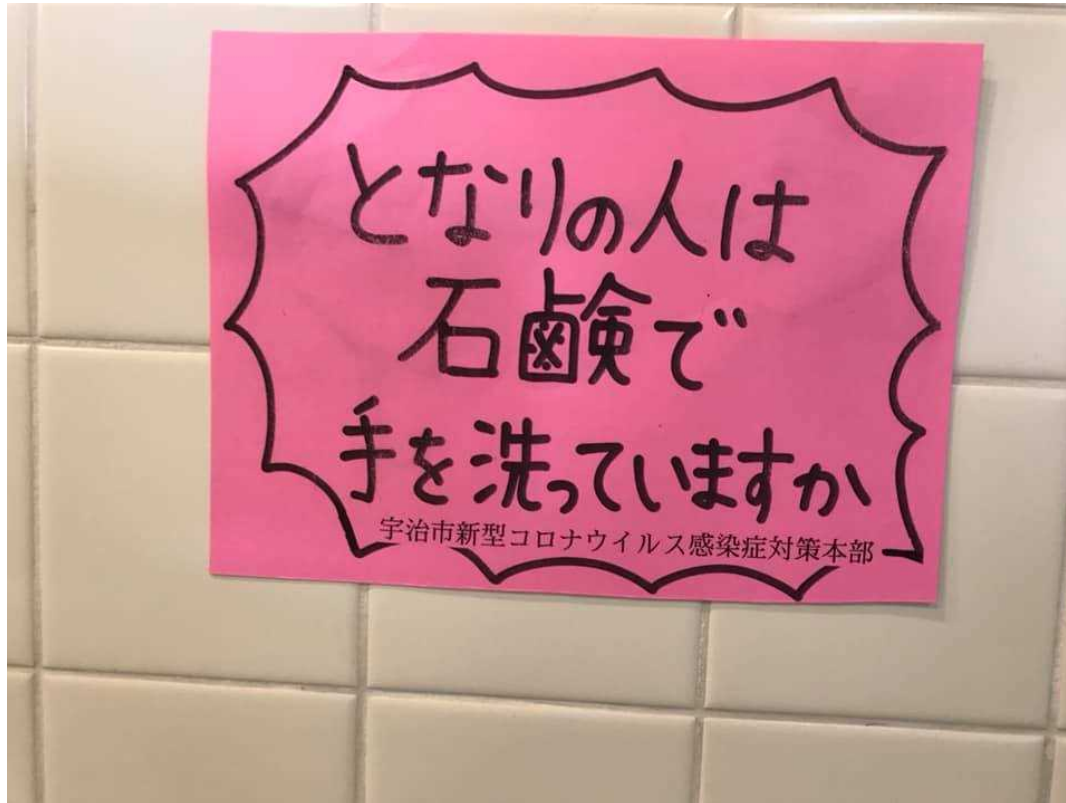
②**ナッジメッセージをトイレ等に掲示**

～となりの人は石鹸で手を洗っていますか？～

一橋大学大学院教授 竹内 幹先生

石鹸で念入りに手洗いする行動への変容を促す

8. 手洗いナッジとしてメッセージで警告



- ①液体石鹼使用量測定
- ②手洗い方法等の観察
- ③手洗時間の増加
- ④普段見慣れないメッセージが手書きで掲示される状況

<フレーミング効果>

手洗者の注意を引く効果

- ナッジを石鹼手洗い行動促進に活用
- 市役所本庁舎8階建ての全トイレでメッセージ掲示

<他人の目を気にして利他的にふるまう>

(山根承子ほか著「今日から使える行動経済学」
p136)

お互いに隣の人の手洗いを見てしまう→しっかりとした手洗い対策に取り組む

善良な市民であることをアピールする方法として使われる

3月4日観測では、メッセージを見て手洗いを念入りに行う職員が増えた。

9. なぜ、手を洗いましょうではだめなのか？

- 1 行動経済学のナッジ理論を活用した手洗いの促進
- 2 行動経済学＝自由な選択肢の中から強制を伴わず、合理的な行動を選択させる仕掛け
- 3 感染症予防においては、飛沫感染や空気感染、**接触感染対策**が重要な要素
- 4 手洗い及び消毒がポイント 接触感染により**手に付着したウイルスが、無意識に口や鼻、目などの粘膜を触るとき、体内に感染させる恐れ**が飛沫や空気感染より高いとの結果あり
- 5 **命令形の文**では人は行動しない **○○ましょう**

10. 消毒作戦の展開



- ① 近隣市町村で実施→**自分のまちでも実施しようとする**
- ② 三重県松坂市で実施、ほかの市区町村でも検討・実施予定
- ③ **身近な課題性と手軽さ**
- ④ **価値観の共有・情報の発信と共有**
- ⑤ **デフォルトの転換**
- ⑥ **住民が自主的に消毒行動に取り組む仕掛け**

11. 行動経済学から

- ① 消毒・手洗い習慣が、潜在的ウイルス保持者の無意識な感染拡大という逸脱弊害予防効果
- ② ウイルス感染リスクを心配し「自分も消毒してみよう」と思われ、その価値観が共有され、消毒行動が他人に波及する効果
- ③ 消毒・手洗いする個人は、感染拡大予防という社会の利益のためになるという社会的承認効果

<非金銭的インセンティブ>

- ①市役所庁舎のトイレ手洗場に掲示
- ②あなたの手洗いが感染率を低下させます
- ③あなたの手洗いがご自身への感染を相当程度減らします。
- ④メッセージを掲示することにより、強制でない行動変容を促す
- ⑤内発的動機：自分の内なる目標や好奇心、達成感が、人々が行動を起こす動機

12. 行動経済学・ナッジが出口戦略を見出すための視点

- ① **だれが**消毒の取り組みを実施するのか → 市民
- ② 本当にそれが**必要**か → 感染予防のため必要
- ③ **対象者**はだれか → すべての市民
- ④ 対象者が**どれだけ存在**するのか → 同上
- ⑤ **地域の人々**は何もしないのか → **巻き込む**
- ⑥ **被害の程度の色分け**を使って**課題**を見える化
→ **市民を市民で守る自助行動**につなげる