

人を動かすナッジ理論 (15)

ちょっとした表現や伝え方の工夫により人々のより良い行動を促す「ナッジ」。そのすごさは、人は自分では分かっているがなかなか実行できない、本人も気が付かないうちに直感的に判断して行動してしまうといった「人間らしさ」を理論化した研究成果を背景に持つ点にある。法則性があるからこそ、実社会で応用することができる。

とはいえ、連載でも触れたように、ナッジにより人々が動かされた結果に道理がない「やってはいけないナッジ（スラッジ）」もあれば、行動科学の知見に基づかない「曖昧なナッジ（ファジーナッジ）」もある。ナッジはあくまで、当人にとって良いことのために使われるべきだ。

ナッジをどう使うかの前に、①何のために行動を変えるのか（目的）②誰にどのような行動を促したいのか（対象者と目標行動）——をまず明らかにすることが重要である。

ナッジが対象者の行動を変え、目標達成の効果につながるには、最終目標を事前に決めておく必要がある。また、効果の有無につい

てのエビデンス（証拠）を確認することが望ましい。

人を動かすには、そのきっかけとなるナッジのみでは十分ではなく、長く効果を発揮させるための構造的なアプローチが必要である。ナッジは行動を変えるための心理的な阻害要因に着目して気づきを与えるものである。

阻害要因には本人のリテラシーや能力のほか、物理的、制度的、社会・経済的な環境もある。行動を変えた後のフォロー体制も必要だ。国内の議論は「ナッジ」の手法にばかり焦点が当たり、構造的なアプローチにまで配慮が至っていない傾向がある。この点、海外の取り組みでは、働きかけの施策を網羅的に検証し、費用対効果を比較するといった努力がみられるなど、科学として研究し、コミュニティ、社会、政策レベルで一貫性を持った取り組みがなされている。

このように、検証された手法を参照し、ナッジを含む広い意味での行動研究の成果の活用と検証という一連のプロセスを構築することが必要だ。また、先入観や偏見などから正しい認識ができない「認知バイアス」にも個人差があることが明らかになっており、人間の行動や意識を分析する当社のデータベースでもそのことは裏付けられる。

今後はナッジのパーソナライズ（個別化）も必要になるだろう。行動科学は個人の家庭や職場での行動変化を促し、ひいては日本が直面する社会課題の解決のための起爆剤になると期待される。次世代により良い社会を残すためにも、各方面の研究者や実務者とともに挑戦していきたい。

（この項おわり）

社会問題の解決に向けて

| ナッジなど人々の行動を促す技術を使うポイント |
|------------------------------------|
| ◦ 目的設定＝何のために行動を促すのか、それは良いことか |
| ◦ 対象者と目標行動の設定＝誰にどのような行動を促すのか |
| ◦ 成果目標の設定＝効果の達成をどう評価するか |
| ◦ エビデンス（証拠）確認＝ナッジなどの効果に科学的な裏付けはあるか |
| ◦ 構造的アプローチ＝心理以外の阻害要因に対応する手段や体制はあるか |