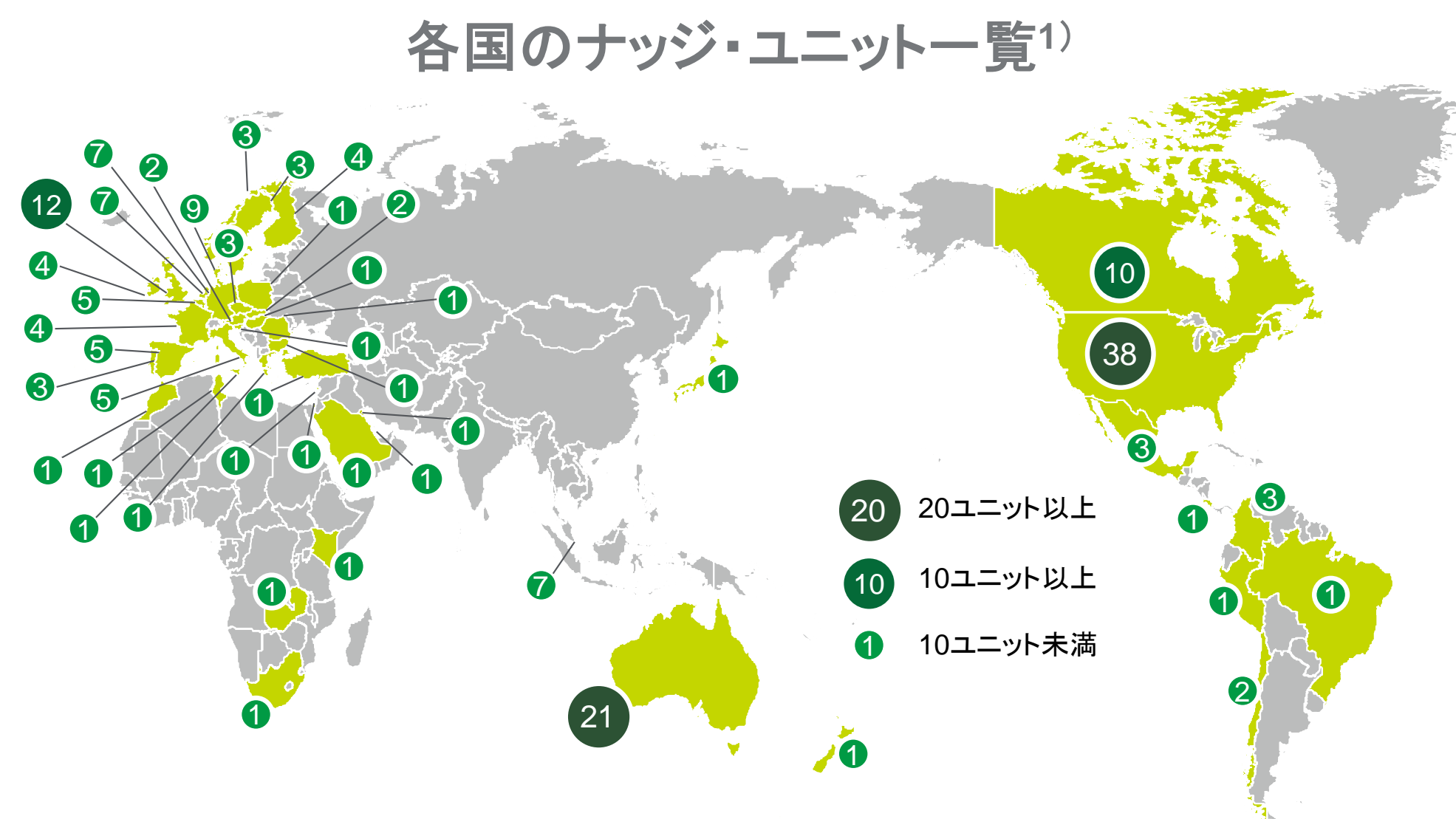


省エネ行動を中心としたナッジの活用方法に関する最新動向とその考察

Latest trends and insights on how to utilize nudge focused on energy saving behavior

各国のナッジ・ユニットの設置状況

OECDの公表情報によると、ナッジ・ユニットは2018年3月現在で欧米地域を中心として、46ヶ国に196ユニット存在し、政府系、非政府系、多国籍の3種のうち政府系が最も多い。ナッジ・ユニットの中でも最も早く設立されたBIT(英国のナッジ・ユニット)は、2014年政府系から非営利系に転換し、現時点で1/3が政府に属している。



主なナッジ・ユニット一覧²⁾

地域	名称(設立年度)	役割	政府系	非営利系	学術系
英国	BIT (The Behavioural Insights Team) (2010)	人がより良い選択をできるようにサポートする	○※1	○※1	
	Social and Behavioural Research Team/ Department for Transport (NA)	政策立案者向けに、行動変容を促すソリューションのデザインをサポートする	○		
	Behavioural Insights Team/ Department for Business, Energy & Industrial Strategy (NA)	政策立案者向けに、行動変容を促すソリューションのデザインをサポートする	○		
アイルランド	CARR (Centre for Analysis of Risk and Regulation) / London School of Economics (NA)	行動科学の理論を活用し、組織におけるリスク管理、制度設計の高度化を図る	○		
フランス	NudgeFrance (2015)	最新の行動科学の理論を用いて、家庭及び業務施設のエネルギー消費にかかる行動変容を推進する	○		
ベルギー	French Nudge Project/Paris Institute of Political Studies (2015)	公共政策立案者にナッジを認知させる		○	
ドイツ	Nudge-It (NA)	ナッジを活用することによって、公共衛生政策の改善に寄与する予測モデルを構築する		○	
デンマーク	Policy Planning Unit in Federal Chancellery (2015)	市民意識の向上と政策の効果向上に向け、有用かつ明確な情報提供を行う	○		
デンマーク	DNN (Danish Nudging Network) (2010)	ナッジの適用に興味を持っている研究者、企業、政治家のネットワークを構築する		○	
イタリア	iNudgeyou (2013)	社会課題の解決に向け、エビデンスに基づく戦略を策定し、それを普及させる		○	
スペイン	Nudge Italia (2014)	TENと連携し、イタリアにおけるナッジ推進をサポートする		○	
フィンランド	Mints & Brains (NA)	行動経済学を政策立案に活用し、公共政策の設計と評価を効果的に行う		○	
オーストラリア	SITRA (NA)	行動科学等を活用し、公正で持続可能な社会政策を構築するためのガイドラインを提供する	○		
オーストラリア	BETA (The Behavioural Economics Team of the Australian Gov.) (2016)	シンプル、明確かつ迅速な公共サービスを提供する	○		
日本	BEST (Behavioral Sciences Team) (2017)	環境・エネルギー分野はもとより、幅広い分野における課題の解決に向けた行動科学の活用について検討を進める	○		
米国	SBST (Social and Behavioral Sciences Team) (2015)	行動科学を活用した政策設計を行う	○		
	BSPA (Behavioural Science and Policy Association) (2012)	公益に資する行動科学の適用を推進する		○	
	Ideas 42 (2008)	行動科学を活用し、解決困難な社会課題に対するソリューションを設計する		○※2	
カナダ	BIG (The Behavioural Insights Group) / Harvard University (1985)	行動科学を活用し、急変する経済・政治・社会的課題に対応する			○※2
	BEAR (The Behavioural Economics in Action at Rotman) / トロント大学 (NA)	人の行動を根本的に理解し、より良い製品・サービス・制度の設計をサポートする			○

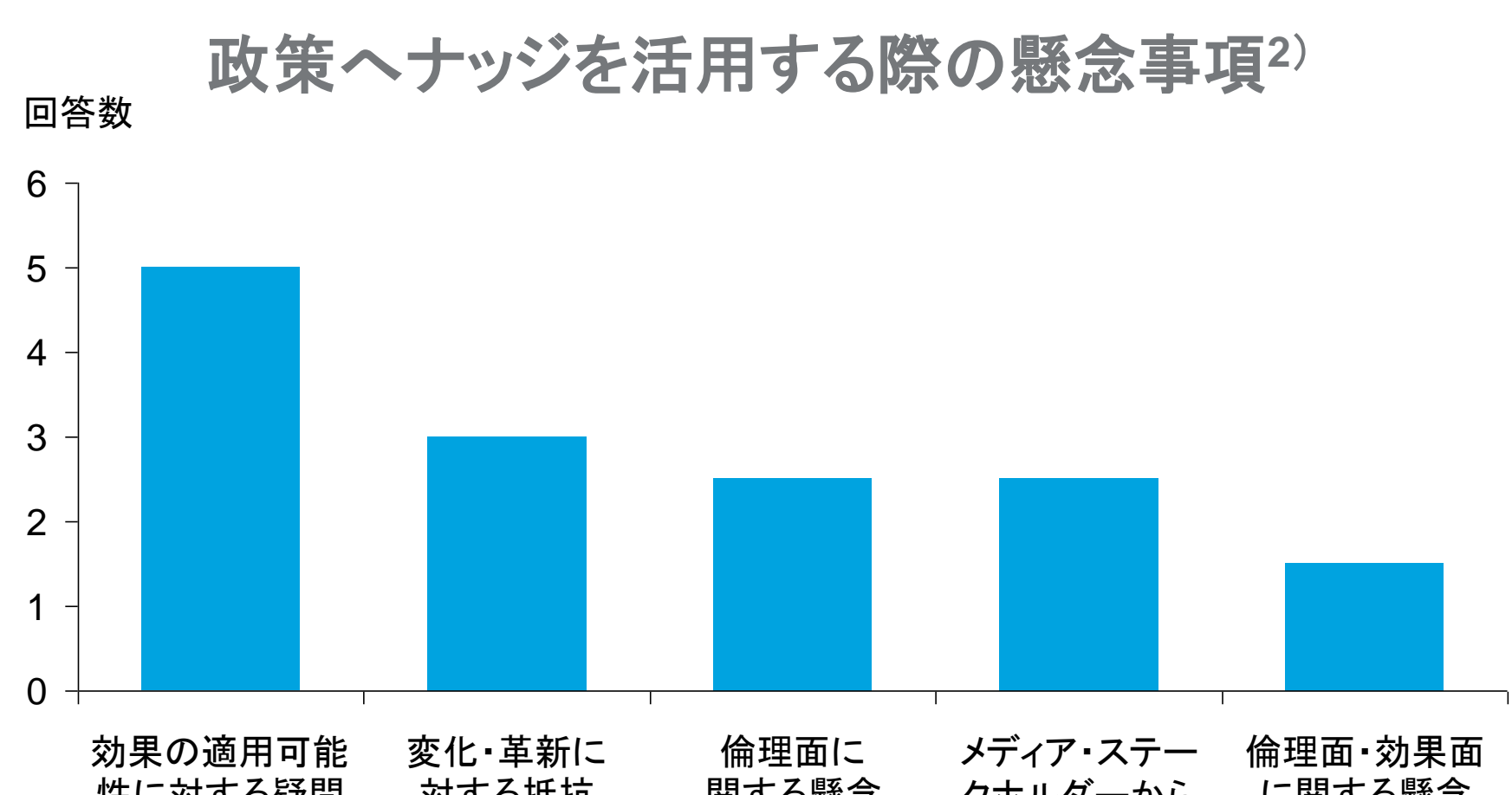
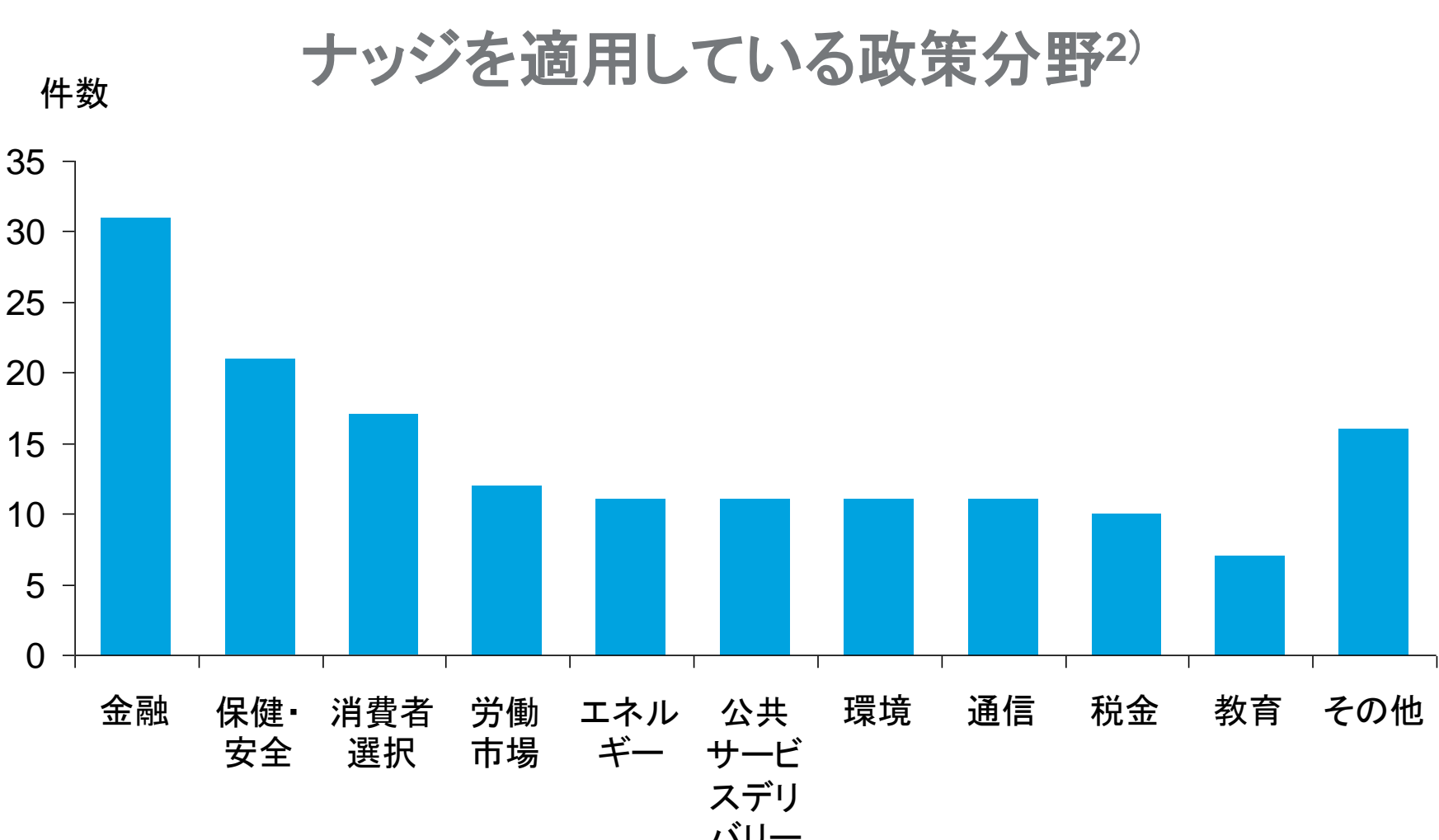
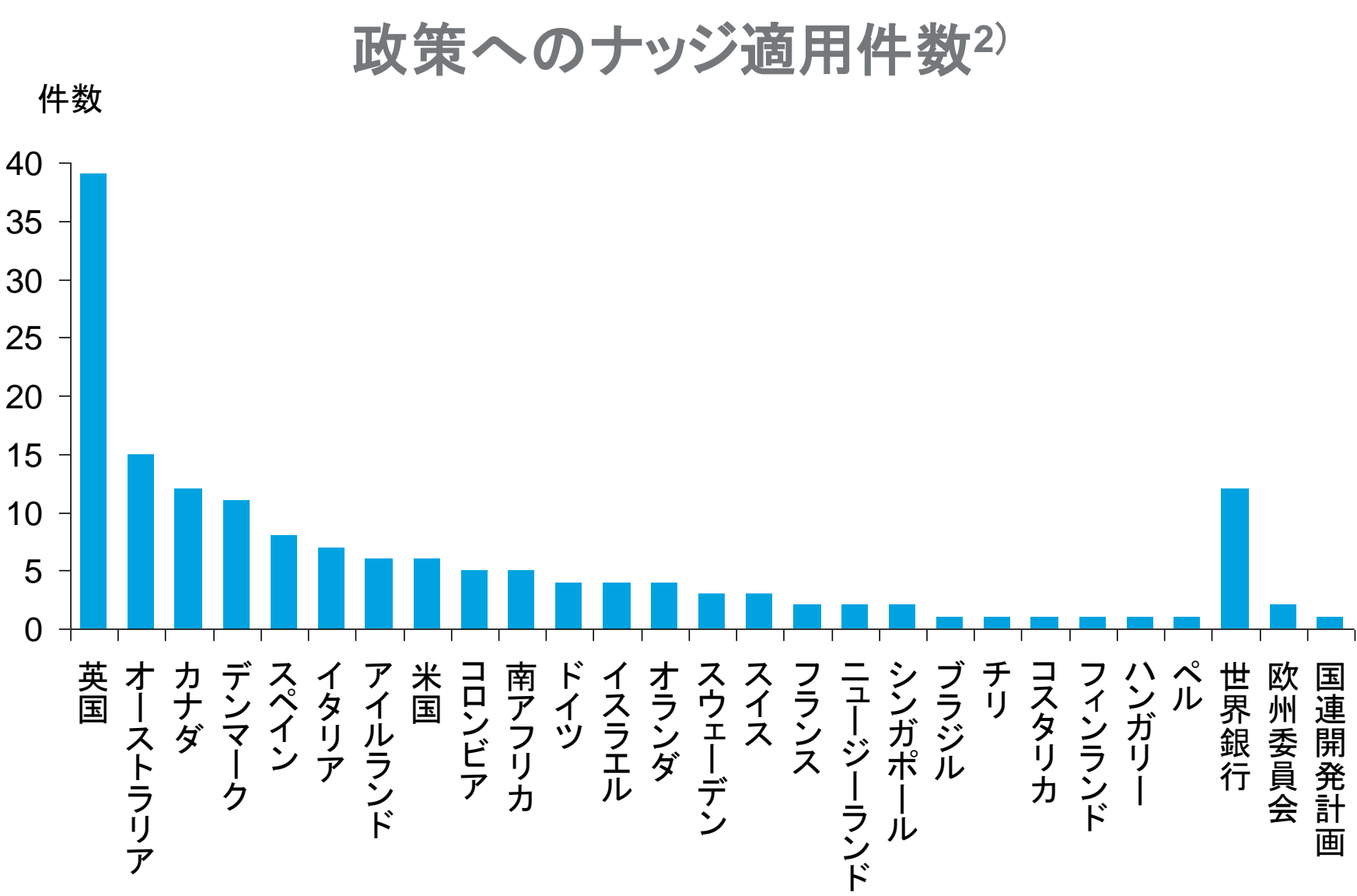
※1: 2014年に政府系から非営利系へと転換
※2: Ideas 42は、BIG出身メンバーで構成されている

各国の政策分野におけるナッジの適用状況

OECDの調査によると、ナッジを活用した実証実験(2017年5月時点で実施中/予定)は、英国を筆頭に、欧州を中心に実施されていることがわかっている。

ナッジが最も適用されている政策分野は金融であり、省エネに関連するエネルギーや環境の分野での適用事例も存在する。

ナッジを政策へ活用する際の留意点として、効果の適用可能性や、倫理面に関する懸念が指摘されている。

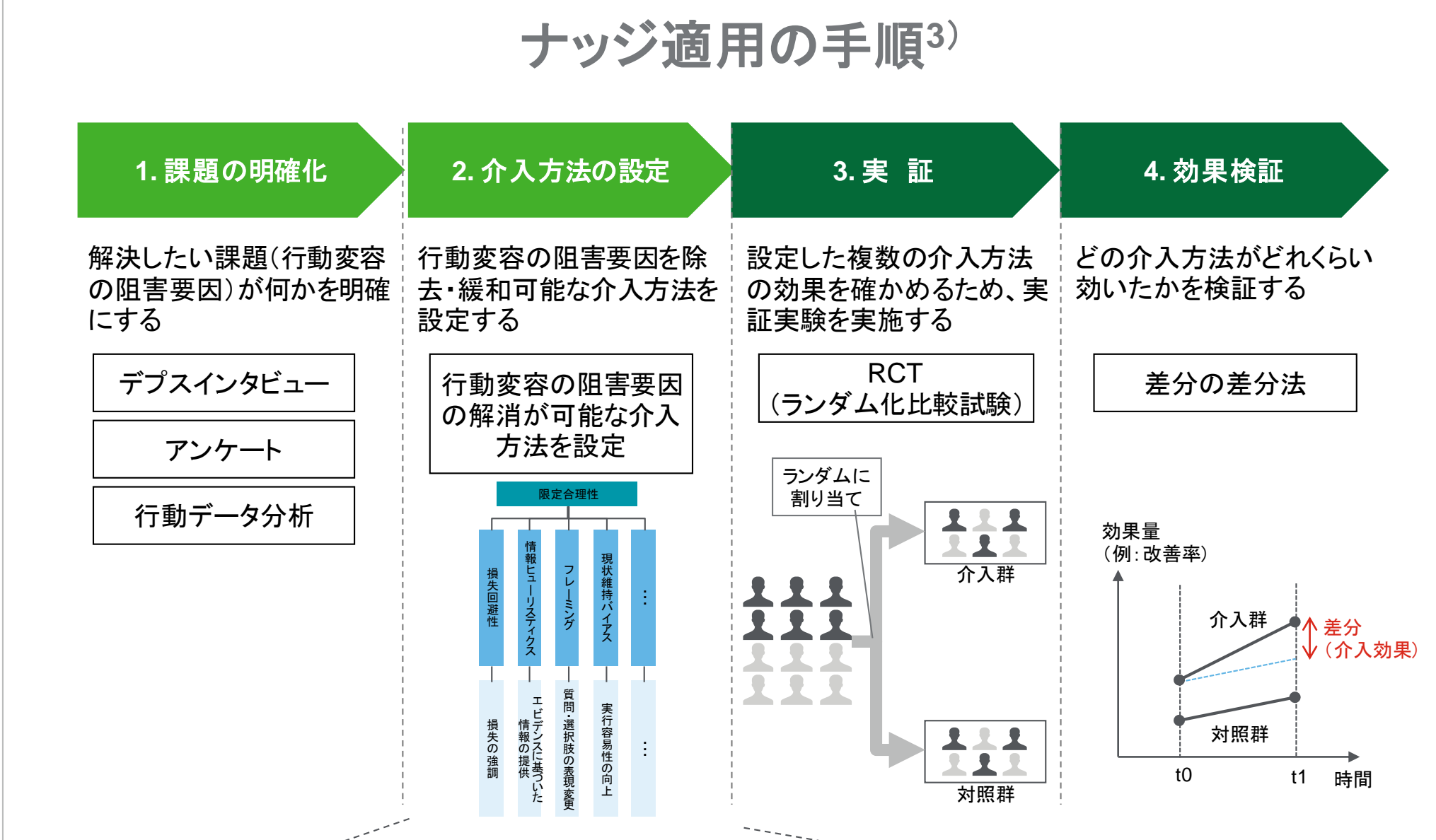


<懸念点の具体例>
 ・政府が国民をマニピュレートするという指摘を受けやすくなる可能性がある
 ・子供や社会的弱者が社会実験の対象に含めるのは適切でない

効果的なナッジの適用に向けた初期仮説

各種手法や事例を分析した結果、ナッジの活用においては、まず解決すべき課題を明確に特定し、その上での課題に応じた実証方法の設計が重要なことが明らかとなった。

また、ナッジの活用方法を検討する上では、3T+M (Message: どのようなメッセージを、Target: 誰に、Timing: いつ、Touch point: どの媒体を通じて送る、のが効果的か) の観点から、その媒体を通じて送る、のが効果的か) の観点を踏まえることで体系的なアプローチが可能であると考えられる。



項目	具体例
Message (何を)	<ul style="list-style-type: none"> 省エネ行動全般(エアコンの設定温度の抑制、冷蔵庫の設定温度の変更、LED照明への置き換え等) 金銭的インセンティブ(節約できる、ポイントの付与等) 非金銭的インセンティブ(食品を美味しく食べることができる、身体にやさしい等)
Target (誰に)	<ul style="list-style-type: none"> 対象者の種別: 単身世帯 対象者の特性: 年齢(10~30代)、性別(主に女性)、居住地域(主に東京都)、住居形態(集合・賃貸)、嗜好性(省エネ意識が低い、美容に関心がある)
Timing (いつ)	<ul style="list-style-type: none"> 頻度: 1ヶ月に3回程度 タイミング/期間: 在宅率の高い22時/夏期及び冬期
Touch point (どのよう)	<ul style="list-style-type: none"> 情報発信する媒体・メディア: 紙レポート、スマートフォンアプリ、ソーシャルメディア 情報発信元: 小売電気事業者、自治体等

- 1) : OECD, Behavioural Insights and Public Policy: Institutions applying BI to public policy around the world, 2018.3.9を元にDTC作成
- 2) : OECD(2017), Behavioural Insights and Public Policy: Lessons from Around the Worldを元にDTC作成
- 3) : ①Deloitte US, Ideas 42へのヒアリング、②Ajzenによって提案された「Theory of Planned Behavior (計画的行動理論)」を元にDTC作成