

令和2年度政策開発事業最終報告書別冊 行動デザイン適用事例集

北海道行動デザインチーム (HoBiT)
令和3年(2021年)3月

行動デザイン適用事例一覧

区分	テーマ	行動特性	区分	テーマ	行動特性
新型コロナウイルス感染症対策	①手指消毒の実施	視覚強調、行動パターンの考慮	医療・福祉	⑨検診受診の呼びかけ	社会的規範、同調バイアス、アンカリング
	②手の洗い方の普及	単純化、デフォルト化		⑩肥満予防の呼びかけ	自己効力感向上、同調バイアス、損失回避
	③手洗い行動の促進	単純化、デフォルト化、タイミング		⑪私的年金制度	デフォルト化、インセンティブ、単純化
	④適切な行動を促す	メッセージ効果、明確・シンプル・正確、透明性	窓口業務	⑫住民票の自動交付機活用の呼びかけ	損失回避
	⑤ソーシャルディスタンスの確保	社会的規範、物理的障壁、デフォルト化	省エネ	⑬省エネ行動促進	社会的規範、損失回避、単純化
	⑥ボランティアの確保①	選択の体系化、デフォルト化		⑭LEDへの転換促進	社会的規範
	⑦ボランティアの確保②	社会的規範、互惠性		⑮バスタオルの再利用	社会的規範、パーソナライズ
	⑧外出自粛の呼びかけ	損失回避、社会的規範	防災	⑯避難の呼びかけ	損失回避、社会的規範
			環境保全	⑰レジ袋の削減	社会的規範、視覚強調、行動パターン考慮



ナッジの適用事例



新北海道スタイル
推進にも寄与

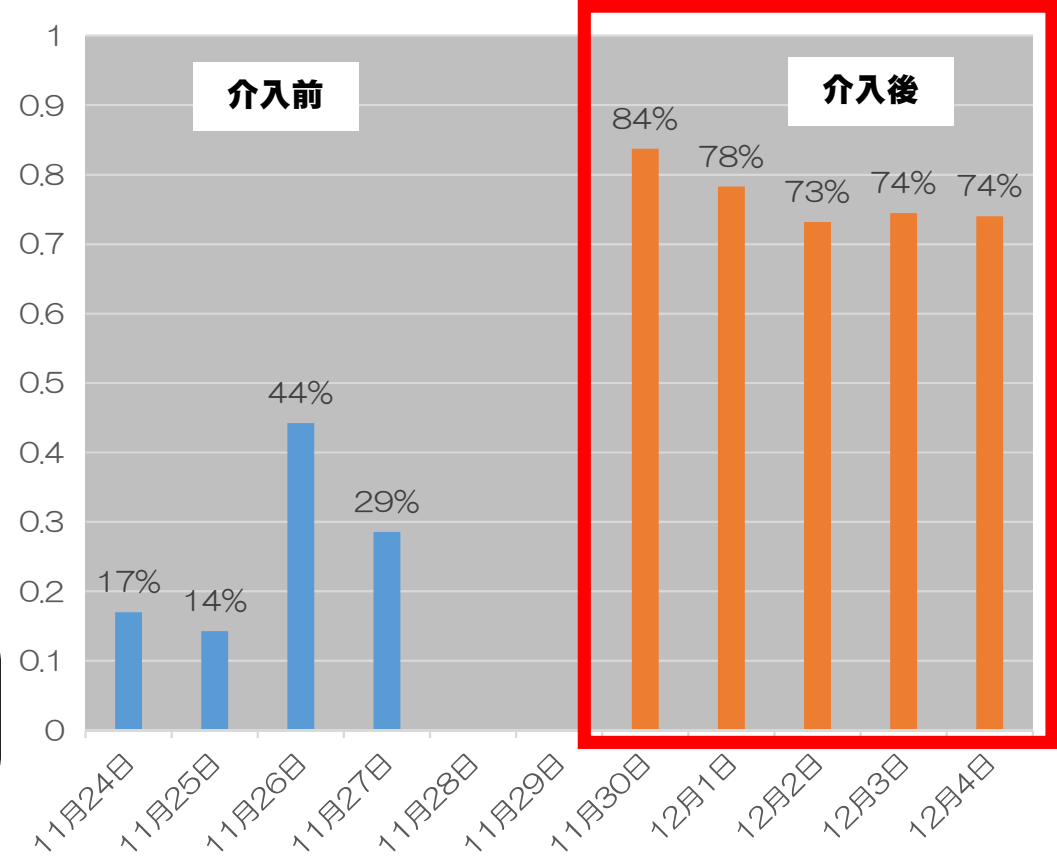
○ 感染症対策【手指消毒の実施】 (北海道(HoBiT)の事例)



【行動パターンを考慮した配置最適化】
・動線上に目的物を配置

【視覚強調(ビジュアルナッジ)】
・望ましい動線を視覚化

【入口警備員による声掛け】
・手で方向を示し、利用を呼び掛け




＜使用率＞
介入前: 26% (n=176)
介入後: **77%** (n=227)

- ＜ポイント＞
- ① **視覚的に強調**してわかりやすく
 - ② 人の **行動パターンを考慮**した配置




ナッジの適用事例

○ 感染症対策【より効果的な手の洗い方の普及】 (バングラデシュの事例)




【ポスターA】
手洗い場の使い方と20秒以上の石けんでの手洗いを呼びかけ




【ポスターB】
手洗いメッセージを中心に置き、下部に手洗い場の使い方掲載

【単純化】
・20秒以上手を洗う必要があることを思い出す確率
B(97%) > D(92%)



【ポスターC】
手洗いの4つの手順を掲載



【ポスターD】
手洗いの7つの手順を掲載

【デフォルト化】
・親指を洗う必要があることを思い出す確率
C&D(68%) > A&B(59%)

- <ポイント>
- ① **重要な情報は一番上に目立つように配置**
 - ② **イラストを使って一目で情報を把握しやすくする**
 - ③ **情報量は絞る**



ナッジの適用事例

○ 感染症対策【手洗い行動の促進】 (BiT制作の適応事例)

手洗いのボトルネック(阻害要因)

1. 注意力の欠如
2. マスクをしているから手洗い(追加的な行動は)しなくてもよいと考える
3. 石鹸や消毒剤が手に入らない
4. 行動する意思があっても忙しかったり、疲れていたりして行動できない

<ボトルネック>



【デフォルト化】
 ・既にある習慣に追加して習慣化する
 ex.朝起きたらまず手洗い

<対応ポイント>



【タイミング】
 ・意思決定ポイントを捉えたメッセージの掲示
 ex.手洗い石鹸の容器に掲示

【単純化】
 ・少ないステップで使えるようにする
 ex.どこからでも場所がわかるように看板を設置

- <ポイント>
- ① **効果的なタイミング**で介入する
 - ② 行動を**新たに習慣化(デフォルト化)**する
 - ③ 面倒な要因を極力減らして**単純化**する



ナッジの適用事例

○ 感染症対策【適切な行動を促すコミュニケーション】 (BiT制作の適応事例)

感染症対策におけるコミュニケーションの課題

- リスクの過大評価 ⇒ 病院への殺到や衛生商品の買い占めなど
- リスクの過小評価 ⇒ 要請などによる予防行動の軽視(マスクをつけない、大人数での会食等)など

<コロナ対策の特徴>

以下の要因が予防行動を取る意欲に影響を与える可能性がある

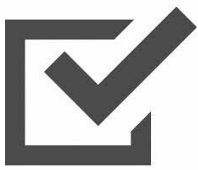
- (i) 行動の結果が不確実であること
- (ii) 感染拡大防止の行動は他者のためであること
- (iii) 今行う予防行動は、将来の感染抑止のために行う行動であること



<課題を克服するためのポイント>

- ①道民の信頼を維持する(メッセンジャー効果)
 - ・同じ情報でも、**伝える人によって信頼度が変化**することから、信頼の維持が重要
- ②メッセージを明確・シンプル・正確にする
 - ・**情報を絞り込んで提示**することで正確な判断を促す(脅威を感じると人の情報処理能力は低下する)
 - ・**覚えやすい簡単な指示**を伝えると、沿って行動する可能性が高くなる
 - ・予防行動を積極的に取ってもらうためには、**行政のコミュニケーションが誠実で、不確実性が少ないと感じさせる**ことが効果的
- ③透明性を保つ
 - ・実際の作業の様子を示すなど、**「運用の透明性」が高まると**、提供サービスへの認識が向上 (Buell et al.2015)

- <ポイント>
- ①道民の**信頼性を維持**する
 - ②メッセージを**明確・シンプル・正確**にする
 - ③**透明性を保つ**

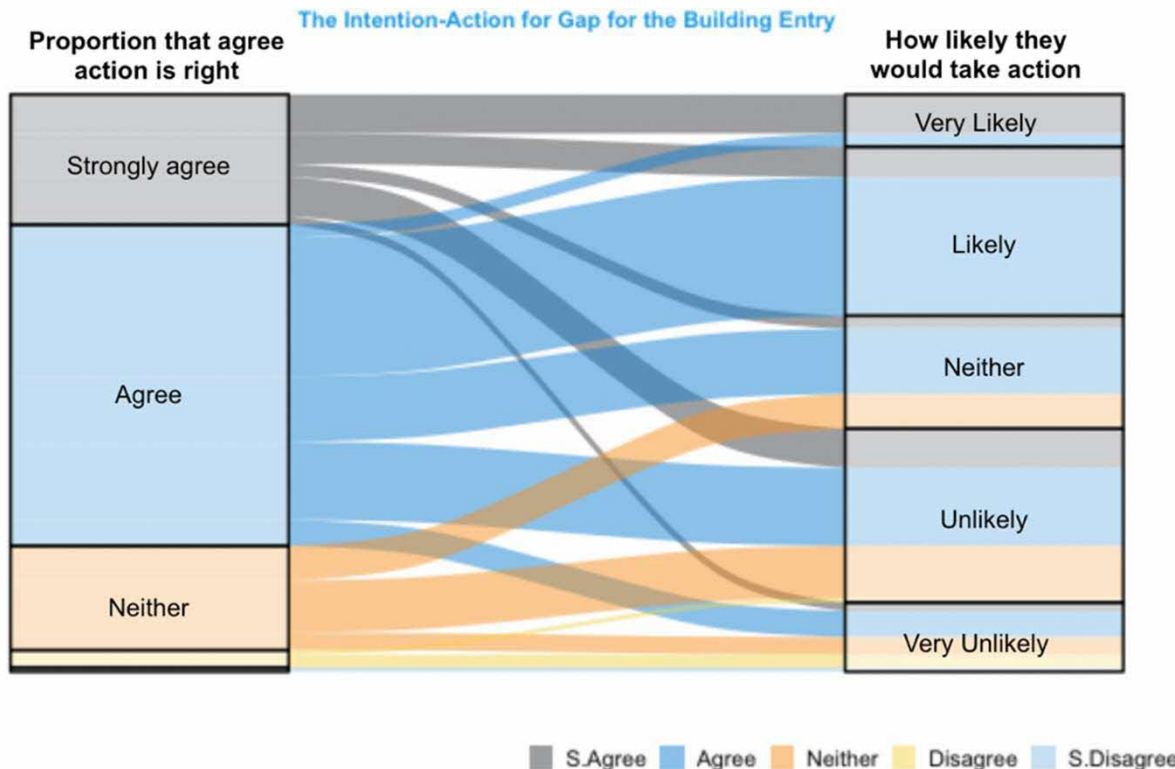


ナッジの適用事例

○ 感染症対策【職場でのソーシャルディスタンスの確保】 (イギリスの事例)

<考えと行動のギャップ>

大半の人はソーシャルディスタンスを確保が必要と考えているが、人は時として意図していることに行動が伴わないこともある
⇒距離感がつかみにくい場所、コロナ禍以前を思い出すような環境(ex.友人同士で列に並ぶなど)では、守られないことが多い



<呼びかける際のポイント>

① 社会的規範

- ・「ほとんどの人がソーシャルディスタンスの確保を奨励することが正しいと思っている」などと強調する
- ・管理職や影響のある人が社会的規範の転換を体現する

② 物理的障壁

- ・フロアマーカーや看板だけでなく、衝立などの物理的な障害物を設置する

③ デフォルト化

- ・フレックスタイム制度等の導入により、混雑を低減する

- <ポイント>
- ① **社会的規範**の活用
 - ② **物理的な障壁**の設置
 - ③ 人を分散させるための**制度の整備**



ナッジの適用事例

○ 感染症対策【買い物代行ボランティアの確保①】 (BiT制作の適応事例(Easyの活用))

This week, try to do one extra act of kindness. Here are some ideas!

- Telephone someone you know who is self-isolating to check if they're ok.
- Drop a note through your neighbour's door to say you're thinking of them/offer help.
- Donate to your local food bank (you can find your nearest one here: <https://bit.ly/2XDoViu>)



【選択の体系化】

- 選択肢が多いと選択をやめてしまう(→選択過負荷を減らすために選択肢を減らす)
訳) 今週、いつもより少しだけ人に親切にしてみましょう!

The next time you go to the supermarket, why not pick up some extra items to donate to your local food bank?

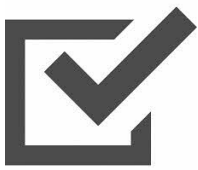
Every tin of beans, packet of cereal, or chocolate bar helps!
You can find where your nearest foodbank is here:
<https://bit.ly/2XDoViu>



【デフォルト化】


- 新たに選択肢に組み込む
訳) 次にスーパーに行ったら何品か余分に購入して、地域のフードバンクに寄付してみませんか?

- <ポイント> ① **行動をピックアップ**して提示
② **新たな選択肢**の提案



ナッジの適用事例

○ 感染症対策【買い物代行ボランティアの確保②】 (BiT制作の適応事例 (Socialの活用))




Be part of the movement in North Yorkshire to fight Covid-19.

Volunteer numbers in North Yorkshire have tripled since March. Join them and sign up today to make a difference:
<https://bit.ly/2xAUb6T>

【社会的規範】

- ・自分の身の回りの人の行動に大きく影響される
訳) ノースヨークシャーのコロナ対策運動に参加しましょう。ボランティア参加者数が3月に比べると3倍に増えています



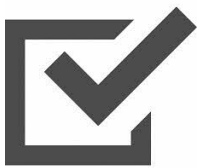
Think of key workers you know (nurses, supermarket staff, teachers, doctors, police officers) - they are doing incredible work helping your community to get through this crisis.

You can do your bit too - sign up here: <https://bit.ly/2xAUb6T>

【互惠性】

- ・自らの行動が他者に影響を与える
訳) あなたの知っているキーワーカー(看護師、スーパー店員、教員、医師、警察官)のことを思い浮かべてみてください。この大変な危機にも身を粉にして働いています。あなたも行動してみませんか。

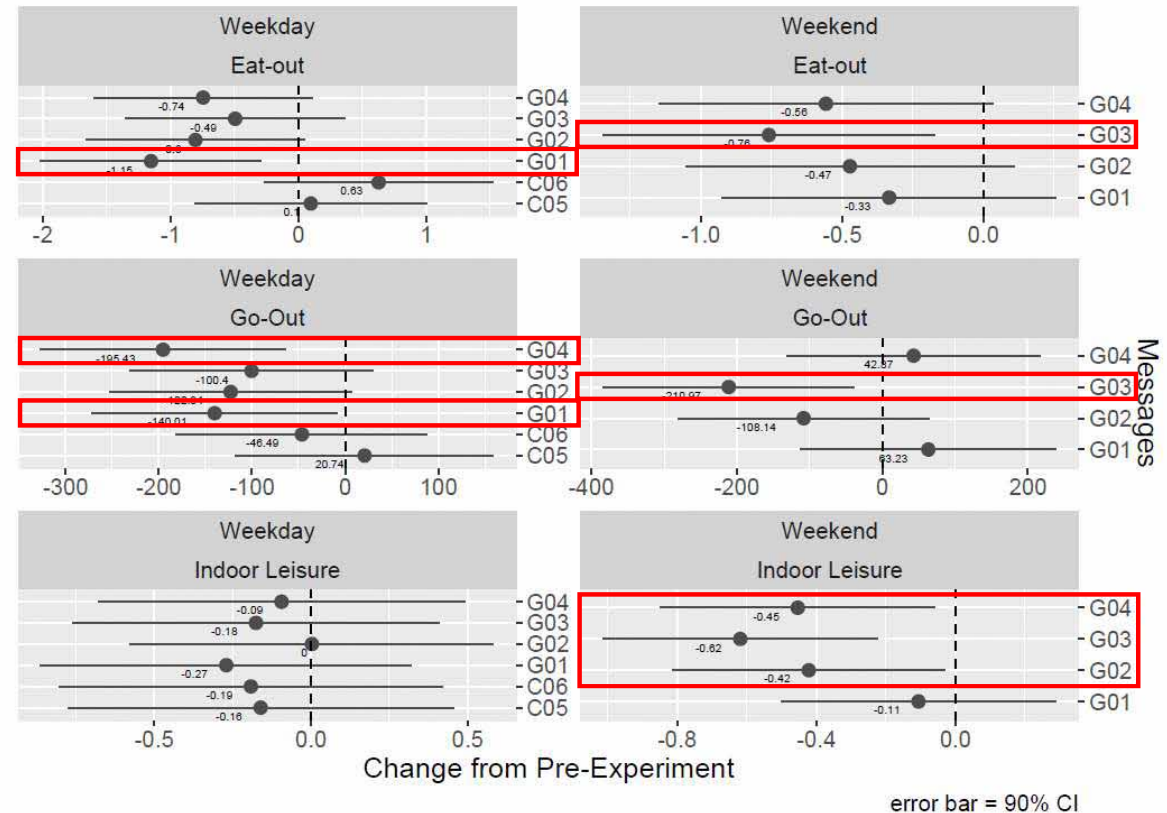
<ポイント> ① **社会規範**の活用
② **互惠性**の活用



ナッジの適用事例

○ 感染症対策【外出自粛を呼びかけるスマートフォン広告】 (慶應義塾大学の事例)

	メッセージ	ナッジの種類
G01	Covid-19の症例数は都市部で増加しています。「私には起こらない」という考えは、周りの人の生活を危険にさらす可能性があるため、危険かもしれません。	利他性
G02	Covid-19には約5%の死亡リスクがあります。感染のリスクを減らすために群衆から離れてください。	損失回避 (健康)
G03	Covid-19の第2波は、第二次世界大戦以来最悪の失業率につながる可能性があります。屋外での感染から身を守りましょう。	損失回避 (経済)
G04	一緒にこれを乗り越えましょう。自己検疫を継続している人の割合は、総人口の70%を占めています。	社会的規範
C05	混雑した電車から離れることで、感染のリスクを減らすことができます。	ナッジなし (アドバイス)
C06	ダウンタウンではCovid-19の症例数が急増しています。	ナッジなし (インフォメーション)



※メッセージはHoBITが和訳。

- <ポイント>
- ① **損失回避**の活用による呼びかけの**効果は高い**
 - ② 損失回避は健康リスクよりも**経済リスクの方が効果が高い**
 - ③ 損失回避(経済)の効果がない人には**社会的規範が有効**



ナッジの適用事例

○ 医療・福祉【市報での結核検診受診の呼びかけ】 (尼崎市の事例)

＜適用前＞

◆65歳を過ぎたら結核検診 ID1018435 65歳以上の人は年に1回結核検診を受けることが感染症法により義務付けられています。本市では高齢者が結核患者の約75%を占めています。年齢が上がると発症する危険性が高くなり、発見が遅れると、家族や周囲の人に感染が広がる恐れがありますので自覚症状がなくても検診を受診しましょう。検診は肺がん(胸部)検診で受けることができます。

【同調バイアス】

【社会的規範】

【アンカリング・同調バイアス】

＜適用後＞

◆65歳以上は結核検診が法律で義務づけられています ID1018435 本市では結核患者の約75%が高齢者です。また、60歳代の7人に1人は結核に感染しているといわれており、年齢が上がるにつれて発症しやすくなります。結核の発見が遅れると、家族や周囲の人に感染する恐れがあります。自覚症状がなくても年に1回検診を受診しましょう。検診は肺がん(胸部)検診で受けることができます。

【社会的規範】

【社会的規範】

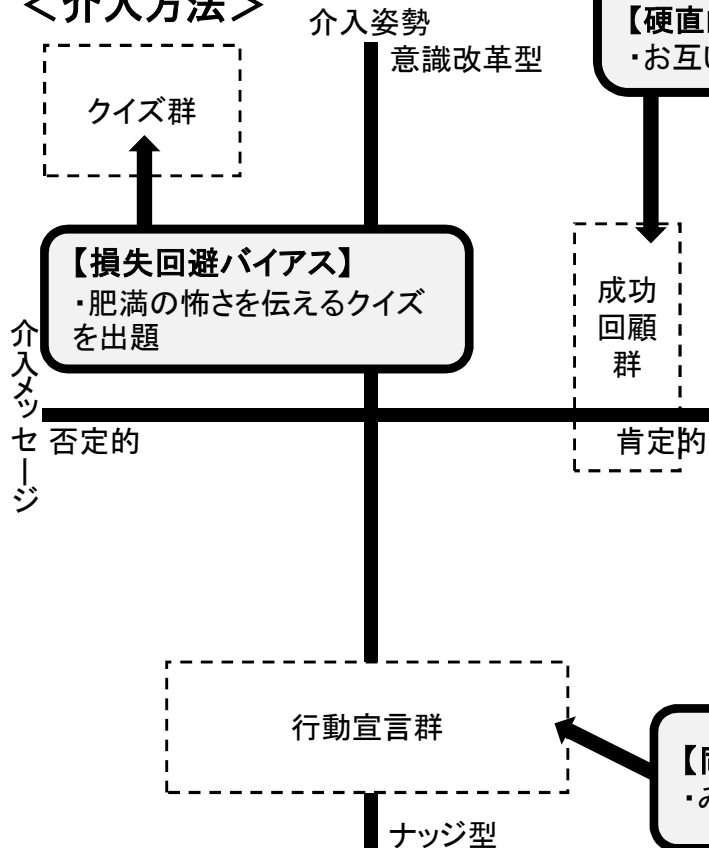
- ＜ポイント＞
- ① **社会規範**の活用
 - ② **同調バイアス**の活用



ナッジの適用事例

○ 医療・福祉【肥満予防のための定期的な体重測定呼びかけ】 (青森県の事例)

<介入方法>



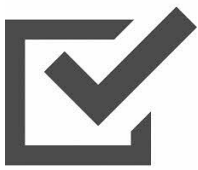
【自己効力感向上】
 ・過去の成功体験を思い出させる&他者の成功体験を聞く
【硬直的マインドセットの柔軟化】
 ・お互いの努力を誉めあう

<実証実験の結果(定期的な体重を測定する人の数)>

※()内は%	何もしない n=44	クイズ群 n=20	行動宣言群 n=22	成功回顧群 n=22
介入前	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
介入直後	-	13(65)	13(59)	16(73)
介入後 6カ月	1(2)	7(35)	8(36)	13(59)
6カ月後 体重変化	1.5±1.7	0.0±2.1	0.5±2.6	0.8±2.1

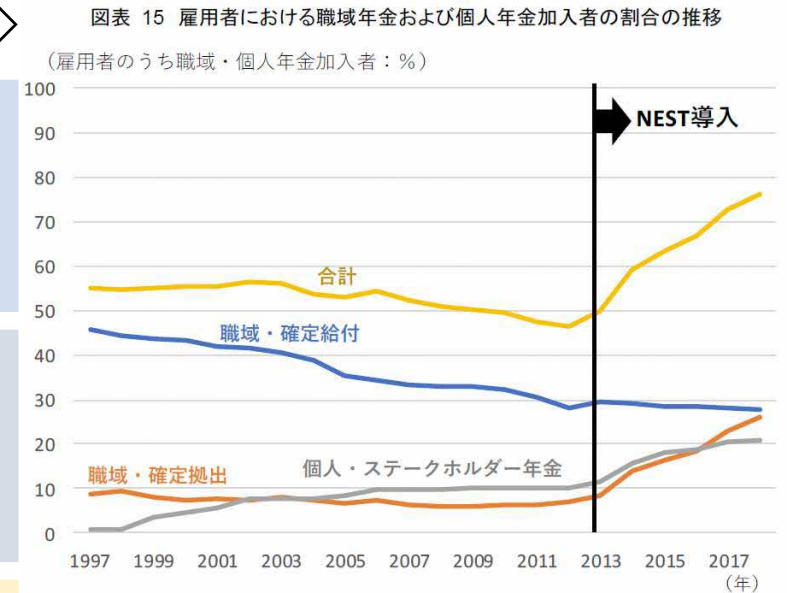
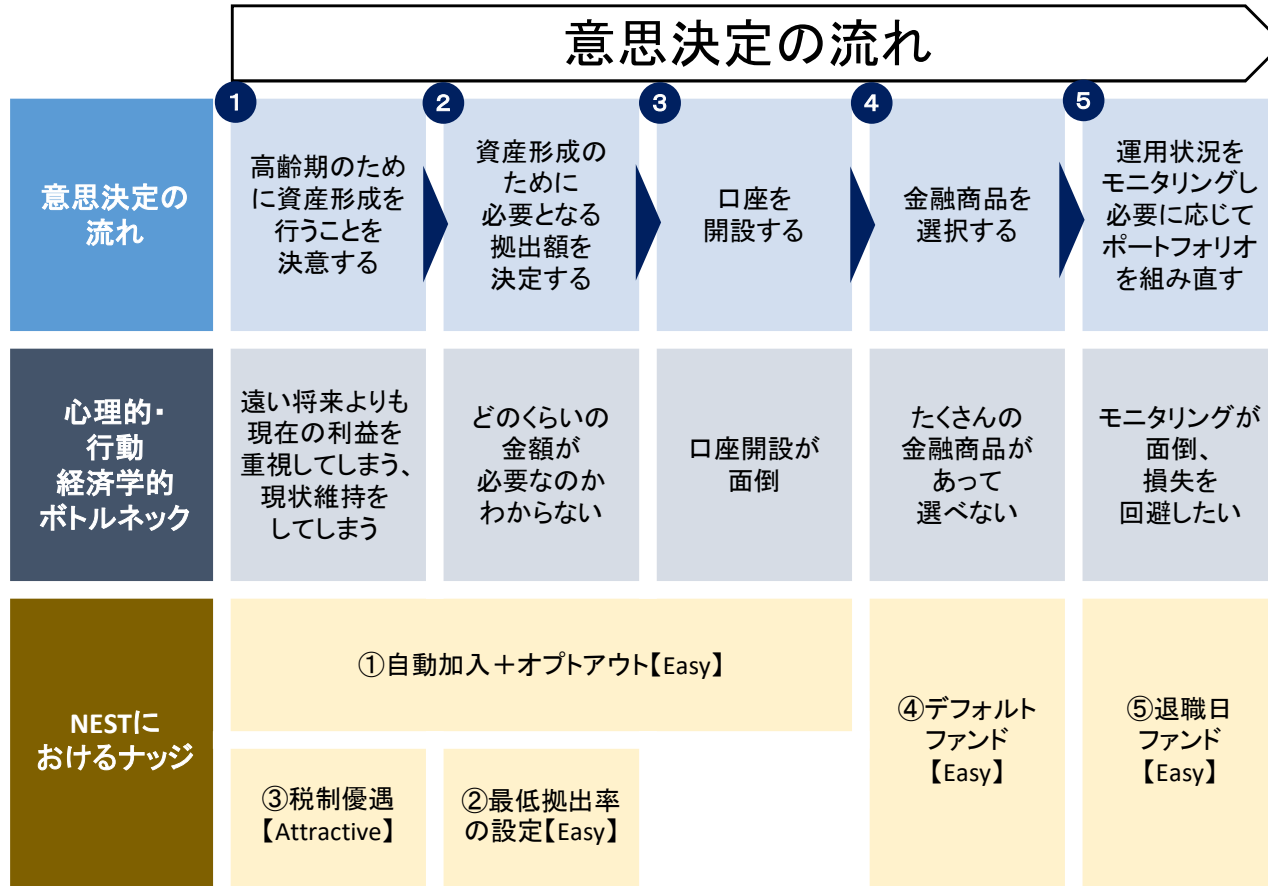
↓
最も効果的な介入

- <ポイント> ①お互いの体験談を話し合うことで**自己効力感**が**向上**
 ②**硬直的マインドセットの柔軟化**

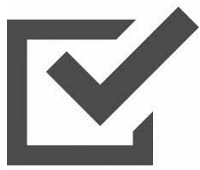


ナッジの適用事例

○ 医療・福祉【ナッジを取り入れた私的年金制度(NEST)】 (イギリスの事例)



- <ポイント> ①②④ **デフォルト化**の活用
 ③ **インセンティブ**の活用
 ⑤ 仕組みの **単純化**



ナッジの適用事例

○ 窓口業務【住民票の自動交付機活用の呼びかけ】
(尼崎市の事例)



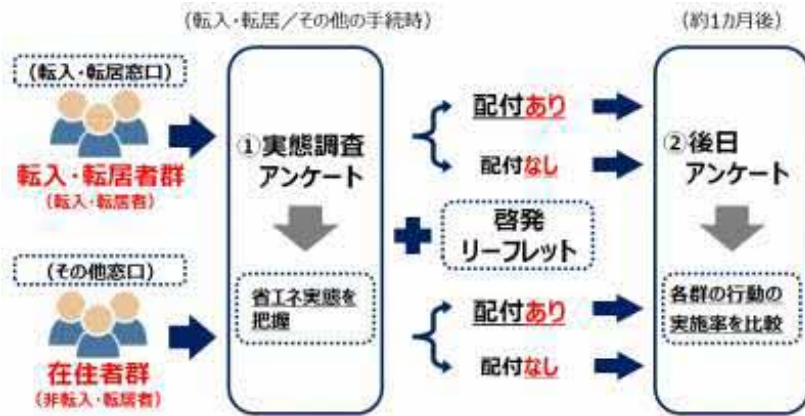
<ポイント>①損失回避バイアスの活用



ナッジの適用事例

○ 省エネ【転入・転出者の省エネ行動促進(R元)】 (大阪府・吹田市の事例)

<実証実験スキーム>



<実証実験の結果>

啓発以前に省エネ行動を行っていなかった人について、照明のLED化の実施率は、

転入・転出者 > 在住者
リーフ配布あり > リーフ配布なし

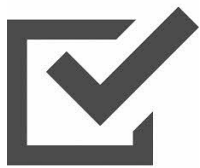
の傾向が見受けられた。

- <ポイント>
- ① **社会的規範**の活用
 - ② **損失回避バイアス**の活用
 - ③ 情報の**単純化**

<配布物>

タイムリー ⇒ 行動を変えやすいと感じる時期を考慮して行動を促す	イージー ⇒ 簡単に行動できるよう、容易さを伝える	チェックリスト ⇒ 行動の手順を示すことで、実行に移しやすくなる
パーソナライズ ⇒ 個人の属性に応じて働きかける		
同調性 (社会規範) ⇒ 他の人が何を行っているかに強く影響を受ける		
マッピング ⇒ 選択と結果の対応関係をわかりやすく表示する		
損失回避性 ⇒ 利得より損失に強く反応することから、損失を強調する		
情報過多 (情報の絞り込み) ⇒ 情報が多すぎると注意の貧困をもたらすため、提供する情報を4項目に絞り込む		

(転入・転居者用の例)



ナッジの適用事例

○ 省エネ【蛍光灯からLEDへの転換促進】 (国内(株式会社住環境計画研究所)の事例)

<表示メッセージ>

A.従来通り

LEDは蛍光灯に比べて
同じ明るさなのに消費電力が約**半分**^(※1)

消費電力
フレーム

省エネのことを考えるなら
LEDがおすすです

省エネ性の説明

1年間の消費電力量 (2,000時間使用)

蛍光灯
照明器具 約1,360kWh/年

LED
照明器具 約680kWh/年 約50%
省エネ

B.従来+ナッジ(社会規範)

LEDは蛍光灯に比べて
同じ明るさなのに電気代が約**半分**^(※1)

電気代
フレーム

一般的なご家庭の**2軒に1軒**が
LED照明を使用しています

ナッジ
社会規範

1年間の電気代 (2,000時間使用)

蛍光灯
照明器具 3,672円

LED
照明器具 1,836円 約1,800円
節約

金銭的
フレーム

C.従来+付加価値

LEDは蛍光灯に比べて
同じ明るさなのに消費電力が約**半分**^(※1)

消費電力
フレーム

LEDは蛍光灯の**6倍以上**も
長寿命です^(※2)

長寿命性の説明

通常のランプ・光寿命の比較

通常の
蛍光灯ランプ 6,000時間

LED
シーリングライト (光通) 40,000時間

D.付加価値+デフォルト化

Bluetooth対応 防犯機能

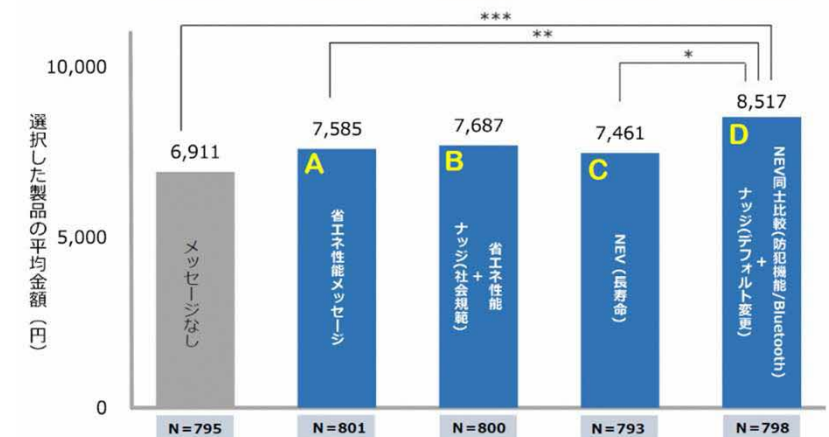
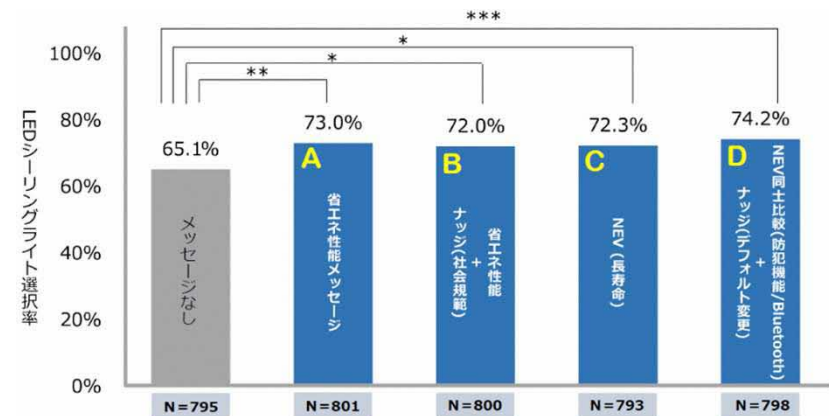
あなたが
欲しいと思う
LED照明の
機能はどっち?

ナッジ
デフォルトの変更
(「LEDが、蛍光灯か」というマ
インドセットにすることで、LED
の選択に誘導する手法)

省エネ性能に関する
メッセージ
(電気代フレーム)

LEDは蛍光灯に比べて同じ明るさなのに電気代が約**半分**^(※1)

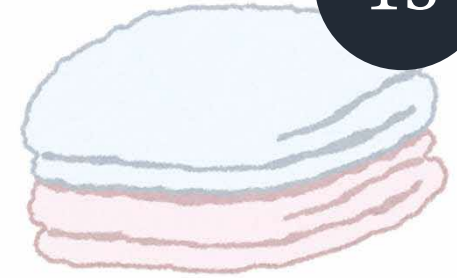
<実証実験の結果>



- <ポイント>
- ① **社会的規範**の活用
 - ② 新たな要素の**デフォルト化**

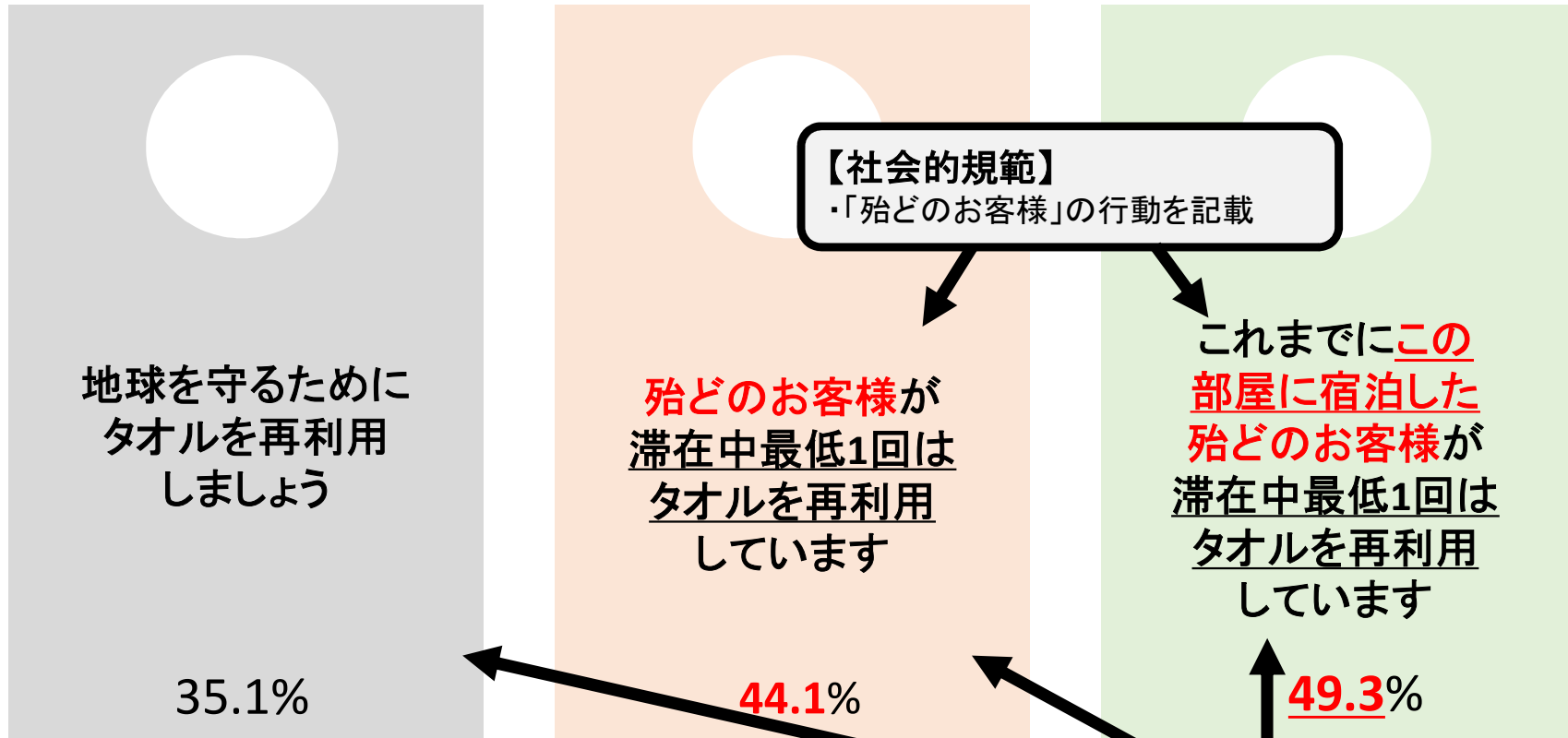


ナッジの適用事例



○ 省エネ【ホテルのバスタオル再利用率】 (イギリスの事例)

✓ ドアノブに設置するドンディスカード



<ポイント> ① **社会的規範**をメッセージ化
② **身近な問題**と結びつける

【パーソナライズ化】
・より身近な問題にすることで、再利用率が向上
(地球⇒ホテル⇒部屋)

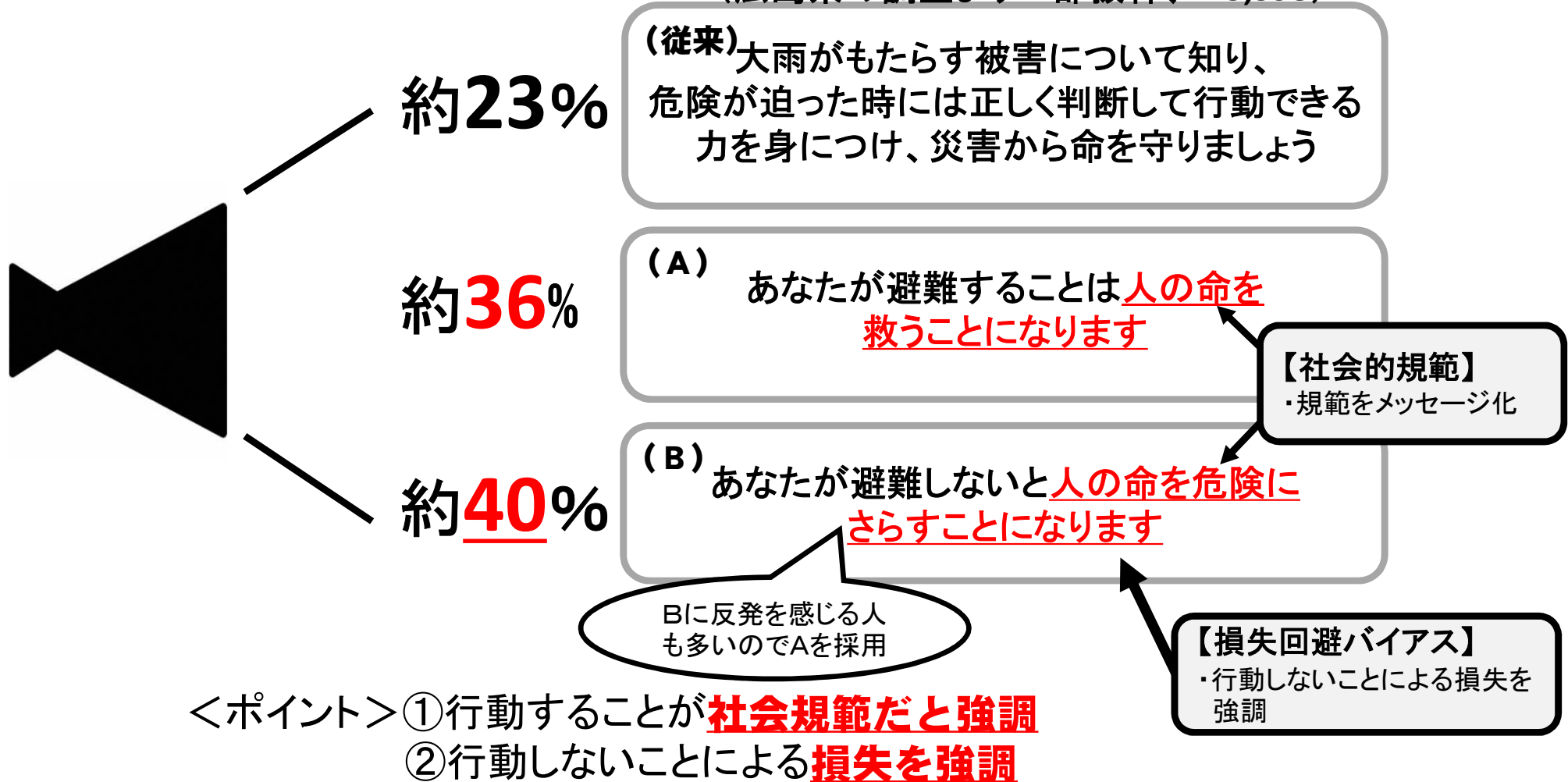


ナッジの適用事例

○ 防災対策【豪雨時の避難呼びかけ】
(広島県の事例)

どの内容を聞いたら避難所に行くか？

(広島県の調査より一部抜粋、n=5,598)





ナッジの適用事例

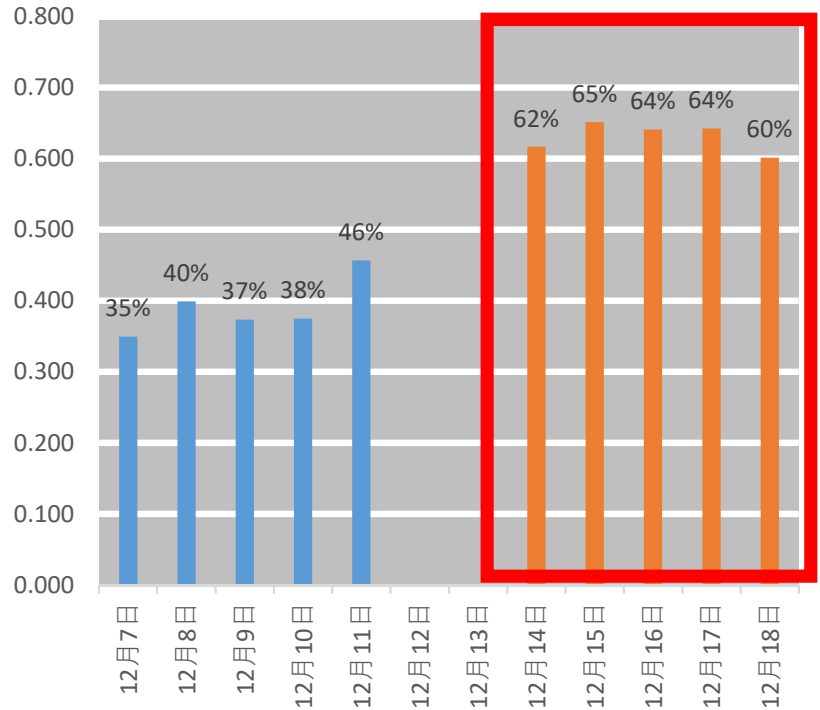
○ 環境保全【レジ袋の削減】 (北海道(HoBiT)の事例)

【社会的規範】
・規範をメッセージ化

【行動パターンを考慮した配置最適化】
・動線上に目的物を配置



【視覚強調】
・写真を活用



- <ポイント>
- ① **社会規範**をメッセージ化
 - ② 写真による**視覚強調**
 - ③ 人の**行動パターン**を考慮した配置

<辞退率(5日平均)>
 介入前: 39%(n=1584)
 介入後: **63%**(n=1557)