

未来志向の規制・制度のあり方

—— 公共政策におけるナッジの活用

杏林大学総合政策学部教授

齊藤 崇

さいとう たかし



近年、ナッジを活用した取り組みに注目が集まっている。ナッジには「肘で軽くつつく」という意味があり、行動経済学の分野での知見をもとにして、人々の行動をより良いものに変えていくための仕掛けとして用いられている。^(注1) 本稿ではナッジを活用した例を紹介しつつ、今後の可能性などについて述べていく。

レジ袋削減の試行実験

2020年7月1日から全国でレジ袋の有料化(無償配布の禁止)となることを受けて、1月下旬から2月中旬にかけて次のような試行実験が行われた。経済産業省などの庁舎内にあるコンビニエンスストアの店舗において、

消費者にレジ袋が必要かどうか、「申告カード」または「辞退カード」を提示してもらうというものである。この試行実験では、店舗ごとに異なるカードを用意しており、それぞれの結果が図表のようになっていた。^(注2)

図表には4種類のカードが示されているが、右の2つのケースを比較してみると、興味深い結果を見ることが出来る。1つはレジ袋を配布することを前提として、レジ袋が不要な場合にカードを提示するケース(申告による辞退)であり、もう1つはレジ袋を配布しないことを前提として、レジ袋が必要な場合にカードを提示するケース(申告による配布)である。このうち、レジ袋が不要な場合にカードを提示するケースでは、試行実験を実施す

る前、実施中、実施後の辞退率に大きな変化は見られない。それまでレジ袋を辞退していた人からすれば、申告カードを提示することに心理的な負担はそれほど大きくなく、また必要としている人は行動を特に変えることにはならないため、このような結果になったと考えることが出来る。

一方、レジ袋が必要な場合にカードを提示するケースでは、試行実験の実施前に比べて辞退率が高くなっている。レジ袋が必要な人は、実施前にはなかった行動をする必要があるため、心理的な負担などにより、提示しない(レジ袋をもらわない)という行動を取った人が増えたと見ることが出来る。もちろんこうした試行実験がきっかけとなり、心理的負

(注1) 行動経済学やナッジについては、例えば参考文献の②が分かりやすい
(注2) 試行実験の詳細な内容および結果については、経済産業省ホームページに記載されている

図表 レジ袋削減の試行実験の結果

カードの種類	海洋ごみの写真を付したカード	諸外国における規則状況を付したカード	「レジ袋が必要な方はカードを提示してください」	「レジ袋が不要な方はカードを提示してください」
デフォルト設定	申告による配布	申告による配布	申告による配布	申告による辞退
実施前の辞退率	24.5%	20.8%	21.8%	23.1%
1/27~1/31	28.7%	54.2%	44.1%	24.2%
2/3~2/7	65.7%	63.9%	50.2%	25.0%
2/10~2/14	74.5%	49.0%	49.7%	23.5%
終了後(カード無し)の辞退率	62.8%	41.6%	47.0%	25.8%

出所：経済産業省ホームページ

担とは別に行動を変化させた人もいるだろう。さらに左の2つのケースを比較してみると、海洋ごみの写真を付して視覚的に訴えるケースと、諸外国の規制状況を示したケースにも違いが出ている。両ケースとも実施前より辞退率が上がっているが、写真を付した方の辞

退率が高くなり、また実施後も高い水準のままであった。文章による説明よりも、写真のような視覚的な訴えは情報が伝わりやすく、それがきっかけとなって行動の変化に繋がったと捉えることも出来るが、この試行実験だけで結論付けるのは難しいかもしれない。

ライフスタイルの変化と情報提供

ナッジをうまく用いることによって、人々の行動を適切な方向に促すためのきっかけを与えることが出来る。環境政策の分野では、家庭の生ごみの回収や省エネ行動の促進のためにナッジを活用した事例もある^(注3)。環境に限らず、他の分野においても、ナッジの手法を用いた取り組みが広がっており、今後ますます注目を集めていくだろう。

ただ注意が必要なのは、ナッジは政策を効果的にする役割を果たし得るもの、従来の政策手段そのものにとつて代わるものではないという点である。政策の枠組みや方向性については別の観点から検討したうえで、人々の行動を変化させるための最後の一押しとしてナッジを位置付けた方が良いだろう。

ナッジを効果的なものにするためには、人々の行動を見て、適切な働き掛けを行っていく必要がある。その際、どのような働き掛けをしていくかも重要である。ナッジは行動経済学の知見を用いて、人々を社会にとって

望ましい方向に導くためのものであり、望ましくない方向に促すものではない。望ましくない方向に誘導するものはナッジではなく、スラッジと呼ばれている。

今後のナッジの活用の可能性を考えていくうえで、新型コロナウイルス感染拡大に伴う変化も考慮する必要があるかもしれない。働き方をはじめ、ライフスタイルに大きな変化が出ており、また衛生観念や考え方、嗜好などにも変化が生じていると考えられる。

さらにライフスタイルの変化などにより、日々の情報への接し方も変わってきているだろう。例えば、外出の機会が減ることで、公共交通機関や外出先などで様々な情報に触れる機会もなくなってくる。情報に接するタイミングや手段などが変わってくる中で、人々の行動を変えるための仕掛けや情報提供の仕方も変わってくるだろう。そうした工夫も今後のナッジの活用において重要なものとなるべくもならない。

参考文献

- ① 牛房義明『経済セミナー』（2020年6・7月号）環境政策に活きるナッジ pp.23-27
- ② 大竹文雄『行動経済学の使い方』岩波新書、2019年
- ③ 経済産業省ホームページ「ナッジを活用した庁舎内店舗におけるレジ袋削減の試行実験の結果を取りまとめました」（2020年3月27日）
<https://www.meti.go.jp/press/2019/03/20200327016/>
 20200327016.html

(注3) 環境政策の分野におけるナッジの活用については、①の参考文献で日本の事例をいくつか紹介している