

効果検証のススメ

改善効果を確認しよう! ナッジを活用して普及啓発効果はよくなりましたか?
改善効果を確認するためには検証が必要です。

普及啓発を行うときに、ナッジを用いたグループと、そうでないグループの効果を比較しましょう。例えば、ナッジを導入した普及啓発後の行動や意識レベルが、導入する前に比べて高くなっていれば、その普及啓発はナッジの導入で改善されたと考えることができます。

○行動が変わったかどうか

ナッジを導入したときに、アンケートや検診票の回収率が変わったかどうか比較してみましょう。例えば、ナッジを導入する前後のアンケートの回収率を比べて、向上していたら、ナッジ効果があったと考えることができます。

○意識が変わったかどうか

ナッジを導入したときに、普及啓発によって意識や行動に変化があったかどうか比較してみましょう。例えば、普及啓発後にアンケートを実施して、ナッジを導入しなかった場合と比較することで、効果を確認することができます。

例えば

地球環境の意識や行動したいという行動意向を、ナッジを追加した普及啓発の前と後でアンケートの結果を比較する(ナッジを追加する前の前年度の比較など)。

| 以前に比べて、お考えが変わったかどうか、5段階で当てはまるものに○をつけてください。 | 5非常に そう思う ようになった | 4かなり そう思う ようになった | 3そう思 うよう なつた | 2少しそ う思 うよう なつた | 1特に 変わ らない |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 地球温暖化が進行している | <input type="checkbox"/> |
| 地球温暖化は私たちの生活の原因になっている | <input type="checkbox"/> |
| 環境にやさしい行動は温暖化対策として重要だ | <input type="checkbox"/> |
| 自分や環境にやさしい行動ができる | <input type="checkbox"/> |
| 環境のために労力やコストがかかるのはしかたない | <input type="checkbox"/> |
| 環境にやさしい行動をすることは市民として当然だ | <input type="checkbox"/> |
| エアコンや便座などの温度は省エネに設定しようと思う | <input type="checkbox"/> |
| ムダな空調や照明をつけないようにしようと思う | <input type="checkbox"/> |
| 使わない電源は切るようにしようと思う | <input type="checkbox"/> |
| シャワーは短く、お風呂は続けて入るようにしようと思う | <input type="checkbox"/> |
| 外出時の自家用車利用は控えようと思う | <input type="checkbox"/> |
| 自家用車を使うときはエコドライブを心がける | <input type="checkbox"/> |

自己評価

普及啓発以前に比べて変わったか

地球環境に対する認識の計測
6項目

ナッジを活用したときに答え方に
変化があるかを測ります

行動意向の計測 普及啓発分野によって質問項目をカスタマイズ

COOL CHOICE 意識をそっと一押し 普及啓発の実務者のための ナッジ活用チェックノート

- 監修 原理史 (中部大学中部高等学術研究所)
水上聡子 (アルマス・バイオコスモス研究所)
- デザイン 景山 潔 (メディアリーフ株式会社)

令和2年度 二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金
(地域における地球温暖化防止活動促進事業)

Cool Choice

意識を
そっと一押し

普及啓発の実務者のための

ナッジ

活用チェックノート

チラシ・展示ブース・出前講座 編

愛知県地球温暖化防止活動推進センター
(一般社団法人環境創造研究センター)



未来の
ために、
いま選ぼう。



ナッジとは?

ここに注意!

「思わず○○○してしまう」という人間の本能に訴えかけ、相手の意識を「そっと一押し」して、自発的な行動を促すという方法があります。これは「ナッジ(Nudge)*」と呼ばれ、さまざまな分野でこれを活用する試みが進められています。

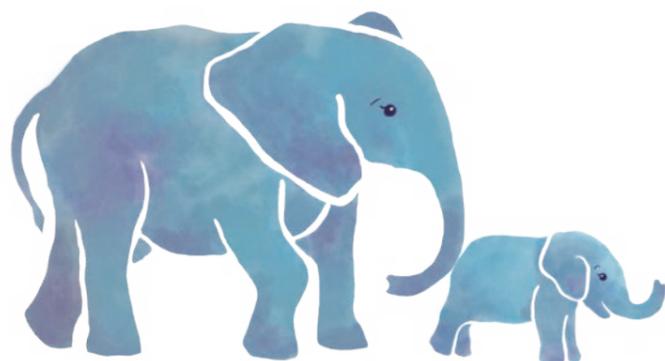
このチェックノートは、こうしたナッジの手法を活用して、COOL CHOICEの普及啓発活動の改善に役立ててもらうことを目的に作成しました。企画立案を行う際のチェックリストとして、ご活用いただけたらと思います。

よりよいCOOL CHOICE普及啓発を進めていきましょう。

ナッジ活用のポイント

- 自発的な行動を促す
- 人間の「思わず○○○してしまう」という本能に訴えかける
- 決して強制をしない
- 必ずほかの選択の余地を残しておく
- 楽しく取り組めるようにする

※ナッジは行動経済学で研究されてきた概念です。直感の判断と合理的な判断のふたつの系統がある人の行動に対し、「直感」の判断を活用して、公共の福祉のために「そっと一押し」することを言います。2017年にはこの研究により、リチャード・セイラー教授がノーベル経済学賞を受賞しました。



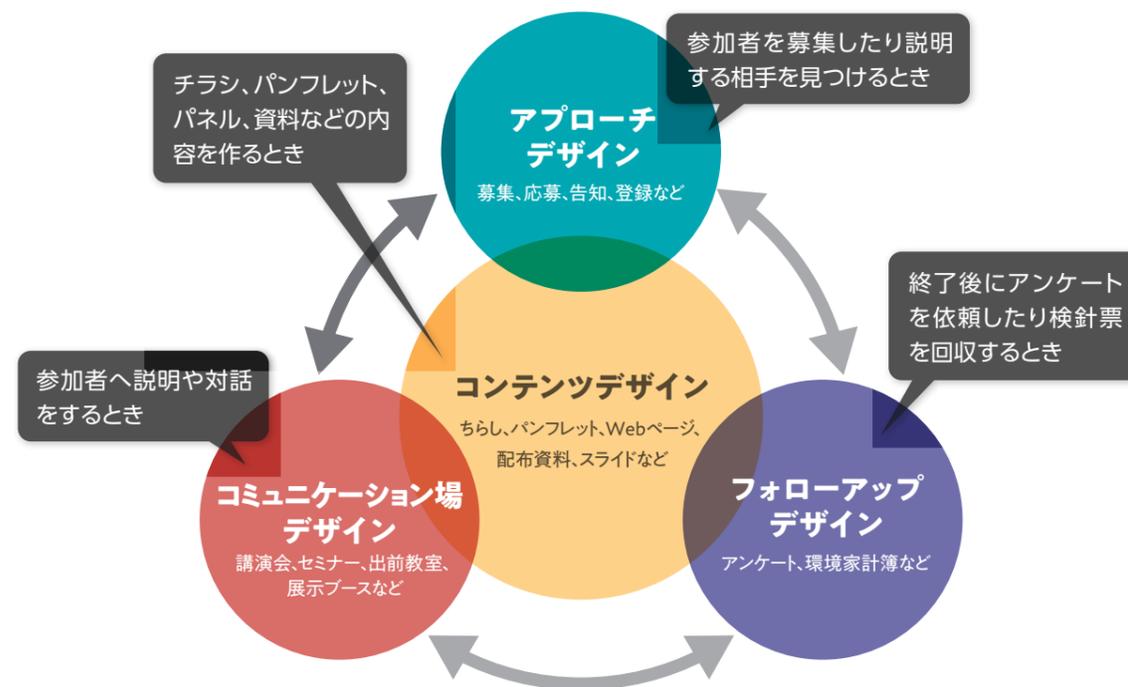
セイラー教授らによるナッジの6つの分類

| | | |
|--------------------------------|---|--|
| インセンティブ 誘因を付加する | 「刺激」「動機」という意味で、人々の行動に対して、意欲を引き出したり、意思決定をさせたりするために、必要な外的刺激のこと。 | 例 COOL CHOICEの行動結果に対して地域のエコポイントを発行する |
| 対応付け 直感的なわかりやすい表現 | あまりなじみがなく把握しづらい情報を、直感的に理解できる表現に対応させて提供すること。 | 例 省エネ機器による二酸化炭素削減量を植樹本数に対応させて表示する |
| デフォルト 推奨する選択肢を初期設定する | 「初期設定」という意味で、複数の選択肢がある場合、誘導したい事項をあらかじめ推奨設定にしておくこと。 | 例 Web登録時にあらかじめ登録ボタンにチェックを入れておく(外すことは可能にして選択権は確保) |
| フィードバック 行動の確認で振り返る | 行動した結果をあとで伝えることにより、行動者が確認し必要に応じてさらなる行動を促すこと。 | 例 省エネの結果として電気量のグラフを行動者に見せる |
| 間違い予見 ありそうな間違いを正す工夫 | 「人は間違いを犯す」ということを前提として、エラーを防いだり警告を発する工夫をあらかじめ組み込んでおくこと。 | 例 事務所の出口に「最後に帰る人は必ず消灯」の張り紙、頭上の蛍光灯に個別スイッチとし名札をつける |
| 構造化 複雑な選択肢を整理する | 多くの複雑な選択肢に対して、理解しやすい構造に整理して提示すること。 | 例 生活場面に沿ったメニューを提示(台所の省エネメニューは○○と△△、その次に□□など) |

わかりやすくするために、独自に14のキーワードに再編しました。

ナッジを活用する場面

COOL CHOICEの普及啓発を行うなかで、さまざまな場面で、ナッジを活用することができます。



事業を成功に導く14のキーワード

- 楽しさを予感させる
- お得感を与える
- 欲しい情報を添える
- 注目を集める
- 身近なものに例える
- はじめにセッティング
- まわりを見せて気付かせる
- 結果から気付かせる
- 簡単に選べる
- 簡潔にまとめる
- 意味を持たせて組み立てる
- 対象に合わせて表現を変える
- 間違いに気付かせる
- 承認欲求をくすぐる

目次

| | PAGE |
|--|------|
| ● ナッジ活用のアイデア一覧 …… | 4 |
| セイラーの6つの分類に基づく14のキーワードごとに、意識を「そっと一押し」するためのアイデアを一覧にしました。単独、あるいは組み合わせながら、プロジェクトをまとめる参考にしてください。 | |
| ● ナッジ活用チェックリスト | |
| ナッジ活用の観点から、代表的な普及啓発事業(チラシ、展示ブース、出前講座)の改善のヒントを「チェックリスト」にしました。プロジェクトごとにリストをコピーし、普及啓発事業を組み立てる際に、一つひとつチェックしながら改善に役立ててください。 | |
| ● チラシ …… | 6 |
| ● 展示ブース …… | 7 |
| ● 出前講座 …… | 10 |
| ● アンケートのススメ …… | 11 |

事業を成功に導く
14のキーワード

ナッジ活用のアイデア一覧

簡潔にまとめる

| | |
|---------|--------------------|
| ターゲット | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 要約・箇条書き | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 写真・グラフ | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 模式図・概念図 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 時間を守る | 出前講座 |

意味を持たせて組み立てる

| | |
|--------------|--------------------|
| マトリクス表 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 色分け・グループ化 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 起承転結(ストーリー性) | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| あいうえお作文 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| まちがい探し | ちらし 展示ブース 出前講座 |

対象に合わせて表現を変える

| | |
|---------|--------------------|
| 語順や表現 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 学習漢字・ルビ | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 配色 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| アイコン化 | ちらし 展示ブース 出前講座 |

間違いに気付かせる

| | |
|-------------|--------------|
| 張り紙・節電ステッカー | 展示ブース 出前講座 |
| 警告(色・音) | 展示ブース 出前講座 |

承認欲求をくすぐる

| | |
|--------|--------------------|
| ほめ言葉 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 認定バッジ | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 「いいね!」 | ちらし 展示ブース 出前講座 |

楽しさを予感させる

| | |
|--------------|--------------------|
| クイズ・なぞなぞ | 展示ブース 出前講座 |
| クロスワードパズル | 展示ブース 出前講座 |
| スタンプラリー | 展示ブース 出前講座 |
| 迷路 | 展示ブース 出前講座 |
| 塗り絵 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 絵本・紙芝居 | 展示ブース 出前講座 |
| ゲーム(対戦型・RPG) | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 体験学習・実験 | 展示ブース 出前講座 |
| 工作・ワークショップ | 展示ブース 出前講座 |
| コレクション | 展示ブース 出前講座 |
| イラスト | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| モノや動物に語らせる | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| コスプレ | 展示ブース 出前講座 |
| カラフルな配色 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 音楽(BGM・効果音) | 展示ブース 出前講座 |
| 巧みな話術や声かけ | 展示ブース 出前講座 |

お得感を与える

| | |
|-----------|--------------------|
| (エコ)ポイント | 展示ブース |
| キャッシュバック | 展示ブース |
| 景品・プレゼント | ちらし 展示ブース |
| 値段で訴える | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| やらないと損をする | ちらし 展示ブース 出前講座 |

欲しい情報を添える

| | |
|-------------|--------------------|
| URL | 展示ブース 出前講座 |
| QRコード | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| よくある質問(Q&A) | 展示ブース 出前講座 |

注目を集める

| | |
|--------------|--------------------|
| 大きな文字 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| ロゴマーク | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 場面にあった書体 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 配色 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| キャッチコピー | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 繰り返し | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 余白や間でメリハリ | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 動画 | 展示ブース 出前講座 |
| 着ぐるみ・人形 | 展示ブース 出前講座 |
| アナウンス | 展示ブース 出前講座 |
| 小芝居や生演奏 | 展示ブース 出前講座 |
| 行列・人だかり(サクラ) | 展示ブース 出前講座 |
| 装飾(のぼり旗・横断幕) | 展示ブース 出前講座 |

身近なものに例える

| | |
|-------------|--------------------|
| 身近なものへの置き換え | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 「あるある」 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 体験談 | ちらし 展示ブース 出前講座 |

はじめにセッティング

| | |
|----------------------|--------------------|
| 事前配布・呼びかけ | 展示ブース 出前講座 |
| 所要時間などを明示 | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| チェックボックスの工夫 | 展示ブース 出前講座 |
| 松竹梅の法則 ^{※1} | 展示ブース 出前講座 |
| 最初に展示 | 展示ブース |

※1 松竹梅の法則…3段階の選択肢があるとき、真ん中のモノを選ぶ人が多いという心理傾向のこと。

まわりを見せて気付かせる

| | |
|---------|--------------------|
| 隣の芝生は青い | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| 人のフリ見て… | 展示ブース 出前講座 |

結果から気付かせる

| | |
|-------------|--------------|
| 行動チェックリスト | 展示ブース 出前講座 |
| 1週間チャレンジ | 展示ブース 出前講座 |
| 環境家計簿 | 展示ブース 出前講座 |
| 診断カルテ・環境カルテ | 展示ブース 出前講座 |

簡単に選べる

| | |
|-----------------------------|--------------------|
| おすすめセットメニュー | 展示ブース 出前講座 |
| タイル状デザイン | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| フローチャート | ちらし 展示ブース 出前講座 |
| マジカルナンバー(4±1) ^{※2} | 展示ブース 出前講座 |
| 優先順位・階層化 | ちらし 展示ブース 出前講座 |

※2 マジカルナンバー…人間が瞬間的に記憶できる短期記憶の最大数のこと。一般的に3~5個とされている

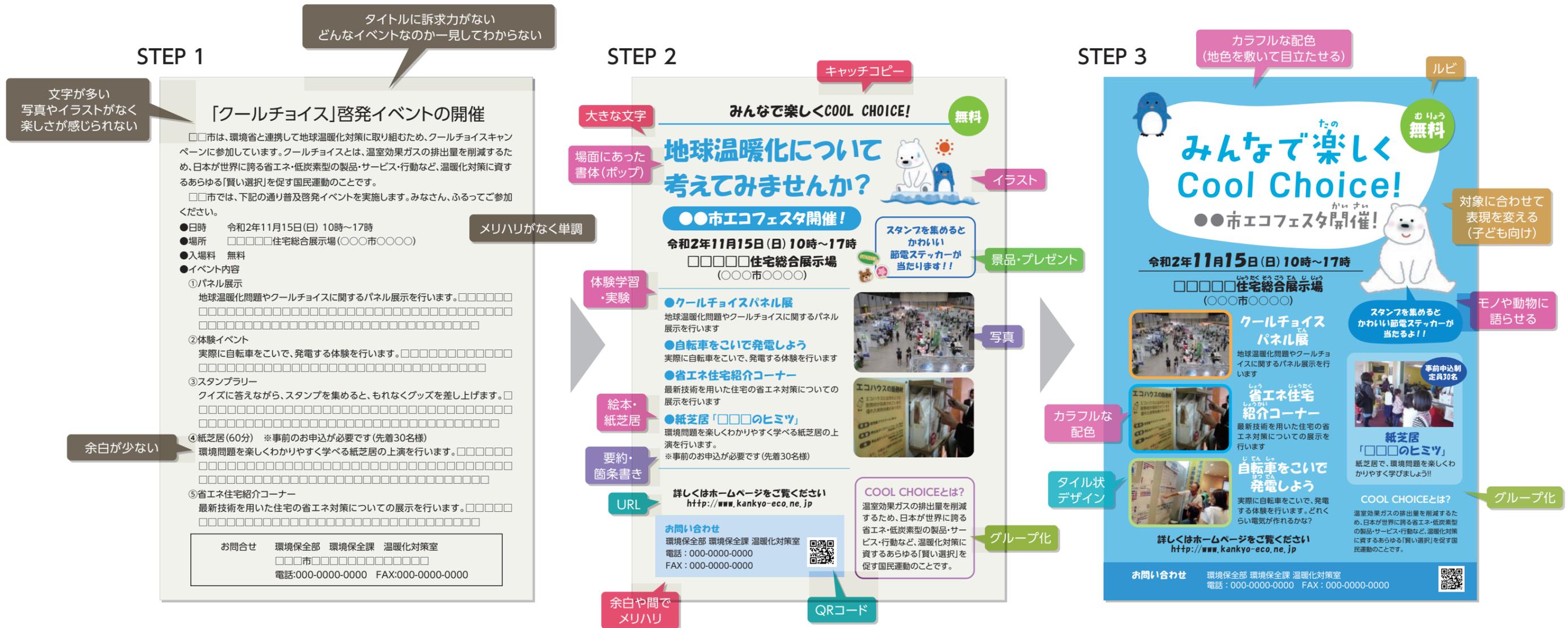
チラシ 編

A 情報の整理

- 1 情報量をしぼりこんで伝えたいことを明確にしていますか?
- 2 混乱を防いだり、選択を効率よくできるようにするために、必要以上の情報を掲載しないように工夫していますか?

B コンテンツ・表現

- 1 写真、図表、イラストなどを効果的に使って、興味を引き出す工夫をしていますか?
- 2 身近な材料を用いて、お得感や損失感が伝わる内容を工夫していますか?
- 3 欲しい情報を添えて、わかりやすく説明していますか?
- 4 身近な活動や事例を紹介するなど、まわりと比較しながら気付きを促す手法を活用していますか?



C デザイン

- 1 読みやすい文字のサイズ、フォント、余白の取り方、色彩、デザインの統一性などに心がけていますか?
- 2 対象に合わせた内容や表現で興味を引き出しやすい雰囲気を作っていますか?
- 3 注目を集めるために、インパクトとメリハリを意識したレイアウトを工夫していますか?
- 4 最も伝えたいことや重要事項を前面に出す(配置、大きさ、色彩など)ことで、注意を喚起する工夫をしていますか?

展示ブース 編

A ブースの雰囲気

- 1 のぼり旗、看板、装飾などが目立つブースづくりをしていますか？
- 2 ブースのテーマや目的が一目でわかりますか？
- 3 プレゼントなどを効果的に活用していますか？
- 4 プレゼントやスタンプラリーだけに頼らず、内容が伝わる工夫をしていますか？
- 5 フレンドリーな対話を取り入れて友好的な雰囲気を作っていますか？
- 6 推進員どうしが参加者になるなど、気軽に入りやすい環境を作っていますか？

C 空間づくり

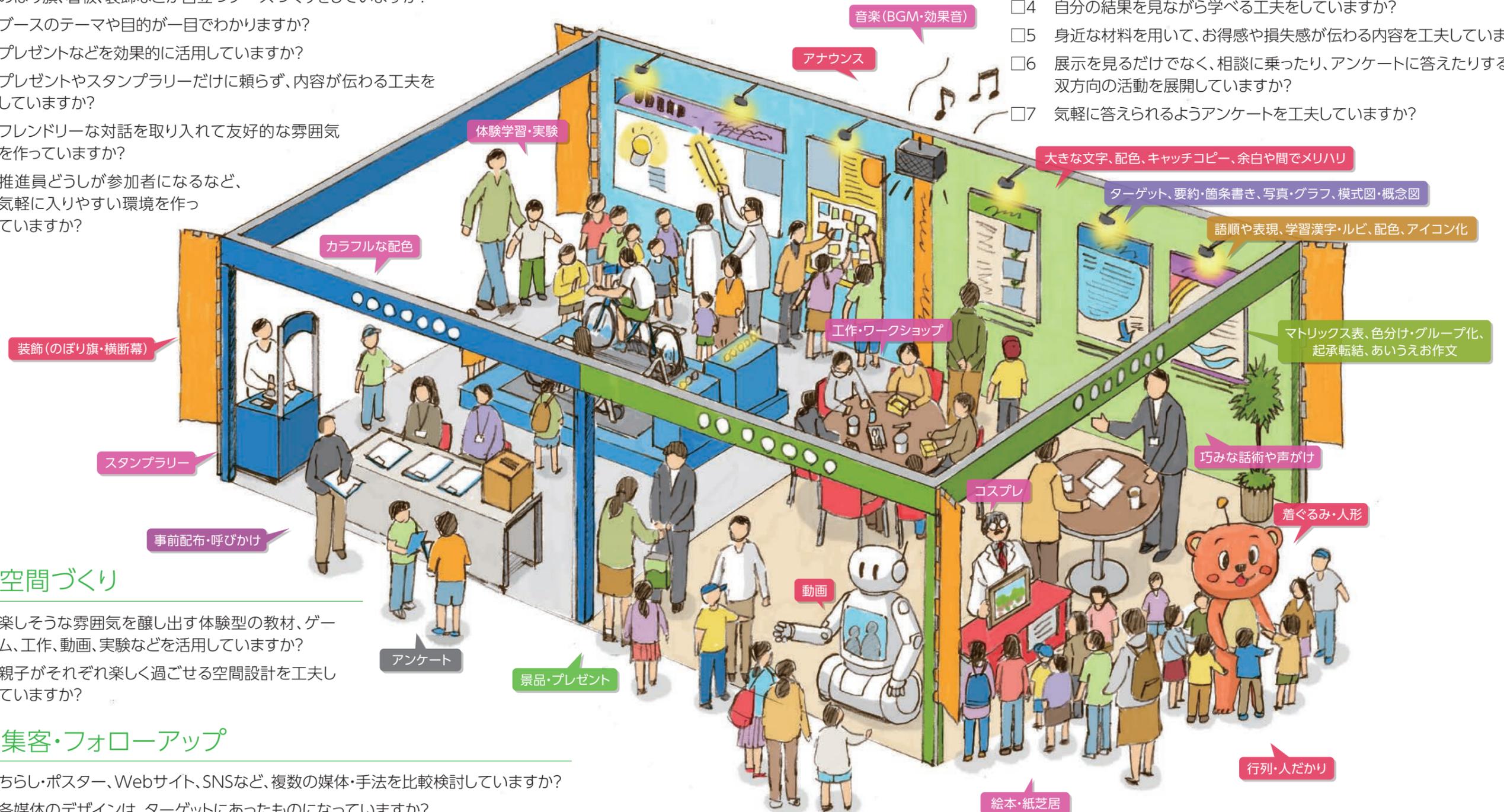
- 1 楽しそうな雰囲気を醸し出す体験型の教材、ゲーム、工作、動画、実験などを活用していますか？
- 2 親子がそれぞれ楽しく過ごせる空間設計を工夫していますか？

D 集客・フォローアップ

- 1 ちらし・ポスター、Webサイト、SNSなど、複数の媒体・手法を比較検討していますか？
- 2 各媒体のデザインは、ターゲットにあったものになっていますか？
- 3 開催後の効果検証(アンケートなど)を計画していますか？

B 展示内容・展示方法

- 1 写真、図表、イラストなどで興味を引き出す工夫をしていますか？
- 2 欲しい情報を添えて、わかりやすく説明していますか？
- 3 まわりと比較しながら気付きを促す手法を活用していますか？
- 4 自分の結果を見ながら学べる工夫をしていますか？
- 5 身近な材料を用いて、お得感や損失感が伝わる内容を工夫していますか？
- 6 展示を見るだけでなく、相談に乗ったり、アンケートに答えたりするなど、双方向の活動を展開していますか？
- 7 気軽に答えられるようアンケートを工夫していますか？



出前講座 編

A 講師の雰囲気や受講生への接し方

- 1 最初の印象を大切にしていますか?
- 2 事前に、終わりの時間や話す内容を提示していますか?
- 3 楽しそうな雰囲気で対話していますか?
- 4 時間をきちんと管理していますか?
- 5 話にメリハリをつけて簡潔に伝えていますか?
- 6 対象に合わせて用語や伝え方を工夫していますか?
- 7 欲しい情報を添えてわかりやすく説明していますか?
- 8 参加者の様子を見ながら、柔軟に内容や話し方を工夫していますか?

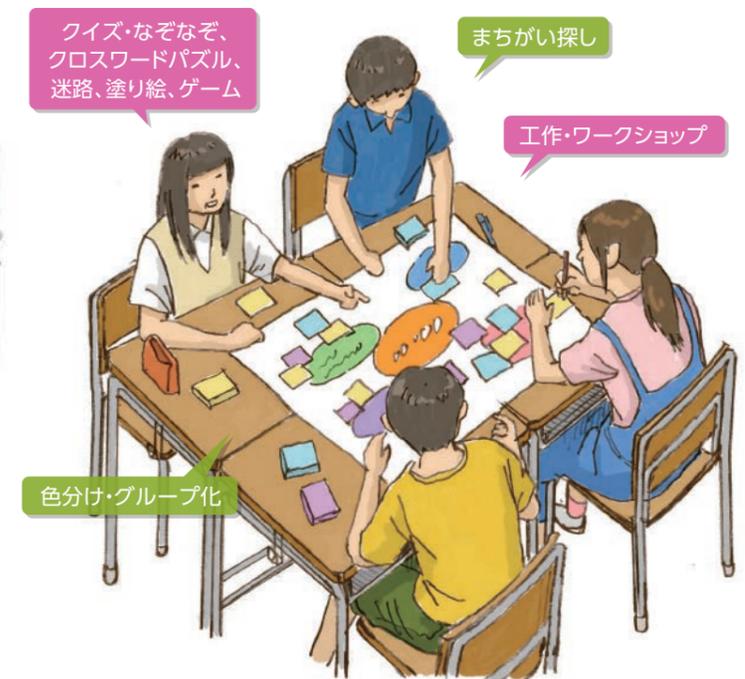


D 集客・フォローアップ

- 1 ちらし・ポスター、Webサイト、SNSなど、複数の媒体・手法を比較検討していますか?
- 2 各媒体のデザインは、ターゲット(特に子ども)にあったものになっていますか?
- 3 開催後の効果検証(アンケートなど)を計画していますか?

B 教材・授業内容

- 1 楽しさを予感させる教材を活用していますか?
- 2 注目を集める仕掛けをしていますか?
- 3 体験型の身近な教材を活用していますか?
- 4 対象に合わせた教材で参加しやすい雰囲気を出していますか?
- 5 お得感や損失感が伝わる内容を工夫していますか?



C 参加型学習・動機づけ

- 1 グループワークなど対話を盛り上げる教材を工夫していますか。
- 2 まわりと比較しながら気付きを促す手法を活用していますか?
- 3 学習成果が行動意欲につながる意識づけをしていますか?