公共交通の利用を そっと 後押し！ ナッジによる利用促進のススメ 実践編

武田侑子/株式会社バイタルリード
三宅貴大・大林正明 /中国運輸局交通企画課
藤原章正・力石真 / 広島大学大学院先進理工系科学研究科
福井のり子・岡田あかね・佐藤亜美 /株式会社バイタルリード

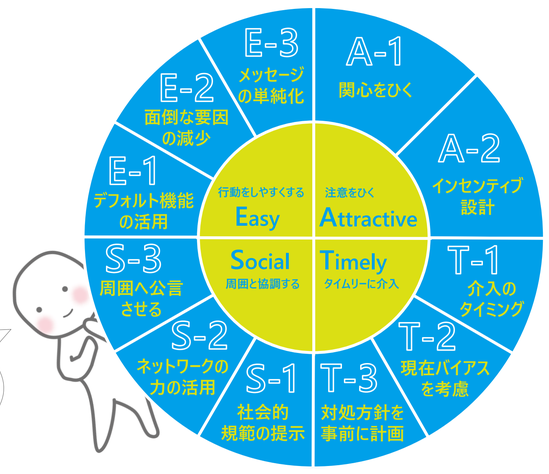
1 背景と目的

- 和訳で「そっと後押しする」という意味を持つ「ナッジ(nudge)」は、環境を改善することで個人のより良い選択・行動を促す手法であり、様々な政策分野でナッジの活用が進みつつある。
- 令和2年度にナッジを活用した事例整理やWebアンケート調査を実施し、このナッジとMMの親和性の高さを確認した。
- **令和3年度に行った本業務ではこれをさらに発展させ、公共交通の利用促進策におけるナッジの効果を定量的に検証し、利用促進策の改良を試みた。**

ナッジとは？

人々が短期的・瞬間的な選択を求められた際、普段経験していないために、または知識が不十分であるがために、**“なんとなく”不合理な行動が選択されてしまっていることに対して環境を改善することでより良い選択を促す手法。**

参考：EAST　Four simple ways to apply behavioural insights ～あらゆる施策に行動デザインの視点を～、横浜市行動デザインチーム（YBiT）



ナッジの理論は、「EAST」を用いて整理しました。

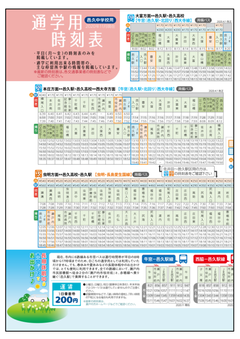
令和2年度に整理したナッジを活用した公共交通利用促進策

地元の高校生と協働でPR

A-1 関心をひく

S-2 ネットワークの力の活用

実施主体：岡山県玉野市、両備ホールディングス株式会社



生活環境が変化するタイミングで情報提供

E-2 面倒な要因の減少

T-1 介入のタイミング

実施主体：岡山県瀬戸内市

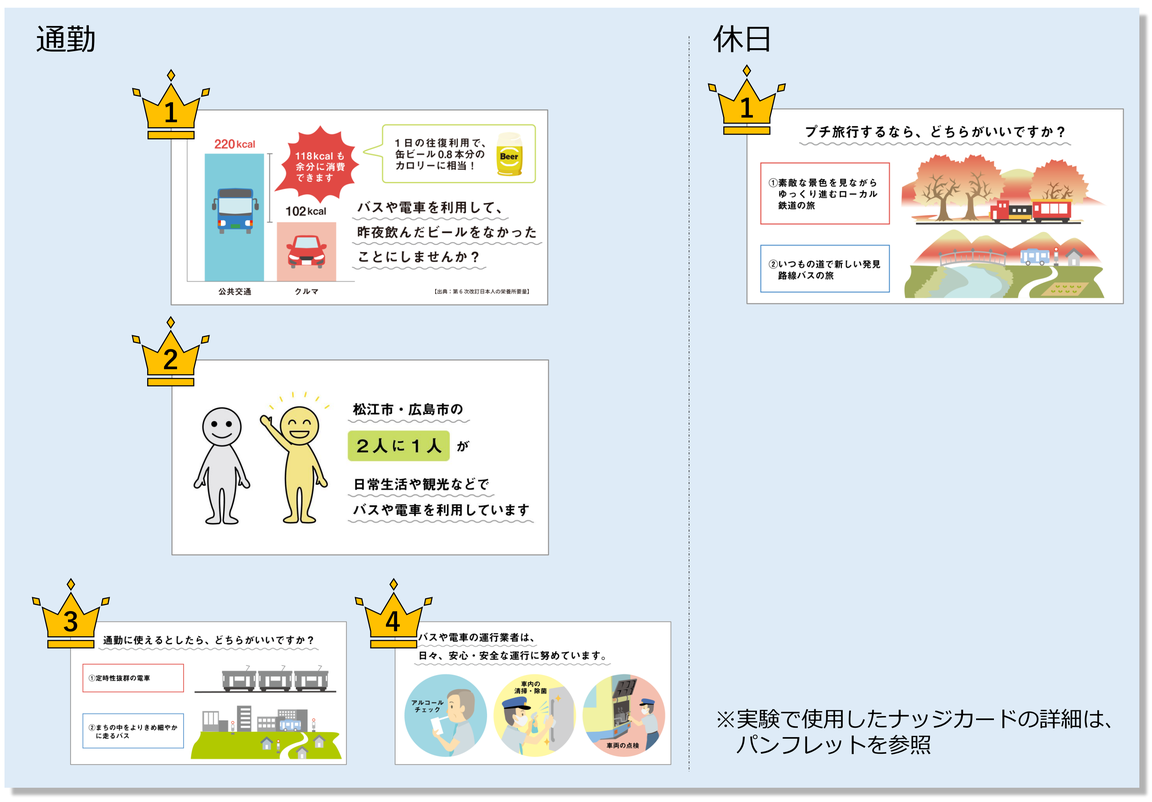
2 ナッジカードの実験

実験の概要

- ナッジの要素を取り入れた6種（8パターン）の「ナッジカード」を作成し、松江市・広島市・東広島市の事業者や大学等に通勤する人を対象としたWebアンケート調査を全2回実施
- アンケートの中で、カードを見せる「介入群」とカードを見せない「制御群」に分け、通勤と休日における公共交通の利用意向や1回目のアンケート後の利用状況の変化を検証

実験の結果

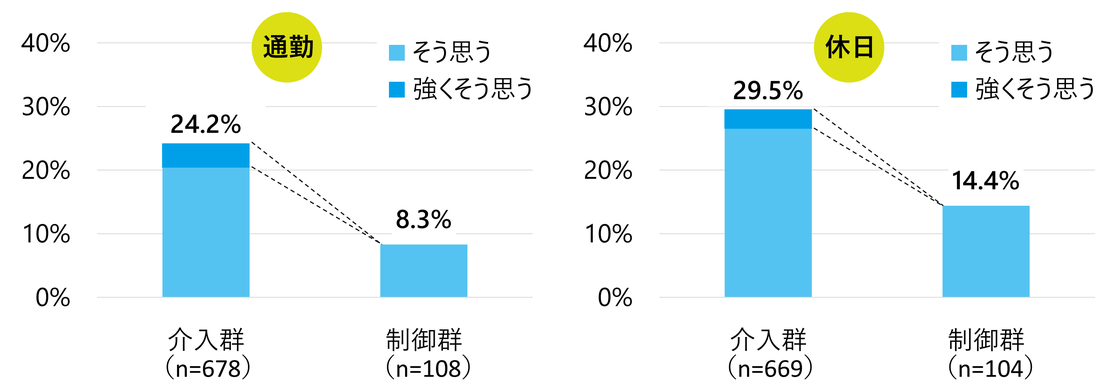
- カードを見ていない人よりも、**カードを見た人の方が公共交通の利用意向が高くなる結果が得られ、公共交通利用促進策（カード）を提示した効果が見られた。**
- 実際に公共交通の利用が増えた人は、通勤において大きな差は見られなかったものの、**休日に関してはカードを見ていない人よりも、カードを見た人の方が公共交通の利用が増える結果**となった。
- カードの種類による違いを検証したところ、通勤では下記4種、休日では下記1種のカードで利用意向が高くなる可能性が示唆された。



※実験で使用したナッジカードの詳細は、パンフレットを参照

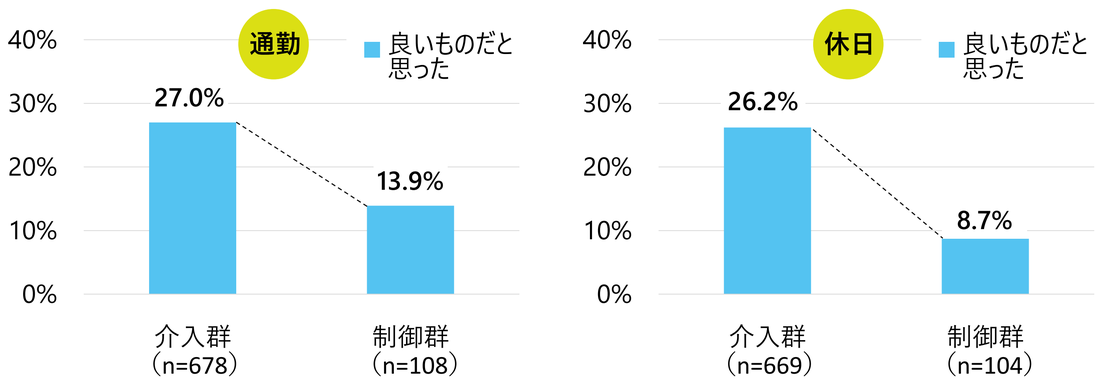
公共交通の利用意向の変化

【設問】通勤/休日に今後、公共交通を1日でも利用しよう、または現状より利用日数を増やそうと思いますか。



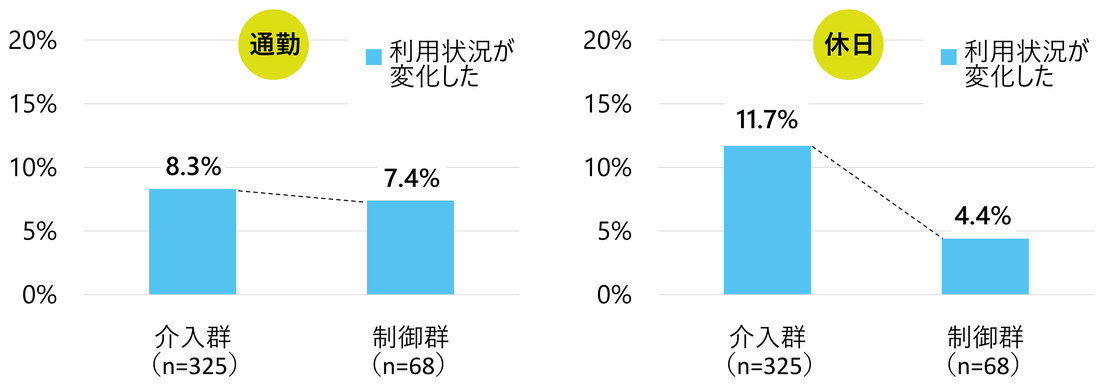
公共交通に対するイメージの変化

【設問】通勤/休日の公共交通に関するあなたの考えに最も近いものを選択してください。選択肢のうち「公共交通は通勤手段/休日の移動手段として良いものだと思った」を選択した人を計上（複数回答）



実際の公共交通利用状況の変化

【設問】前回アンケート調査前の約1ヵ月間と、前回アンケート調査後の約1ヵ月間を比較してください。通勤時/休日の公共交通の利用状況に変化はありましたか。



3 今後のナッジ活用に向けて

- 各自治体や交通事業者等でナッジを活用した利用促進策が実施しやすいよう、今回の実験結果やナッジの使いどき・使いどころをとりまとめたパンフレットを作成
- さらに利用促進策に使用できるナッジカードやイラスト素材などを中国運輸局HPにて無料で配布
- パンフレットを読んでもらうための動画を作成し、中国運輸局YouTubeチャンネル・SNSに投稿

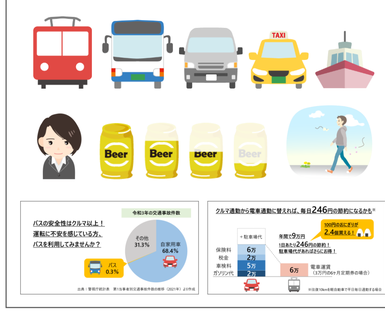
総括

- これまで蓄積されてきたMMの手法に、さらに**ナッジを適用すれば、経費や人的リソースが限られる場合でも、効果の高い利用促進策を実践できる**可能性がある。
- 今後は、前述の成果をより多くの人が享受できるよう周知・啓発に取り組むとともに、**多くの人によって実践されるナッジを活用したMMの効果について、継続的に把握する**ことも重要である。

休憩時間などにぜひご覧ください！

中国運輸局YouTube はこちらから

中国運輸局HPにて無料で配布中！



ダウンロードはこちらから