

2020年度③

小 論 文

(全 12 ページ)

注 意 事 項

1. 試験開始の合図があるまで、この問題冊子の中を見てはいけません。
2. 解答用紙・下書き用紙は、この冊子の中に折り込んであります。
3. 解答はすべて解答用紙に記入しなさい。
4. 解答は指定された範囲に記載すること。「書き終わり」をこえて記載した場合は、採点をしないことがあります。
5. 試験終了後、問題冊子・下書き用紙は持ち帰りなさい。

小論文③

課題文を読んで、以下の設問に解答しなさい。

私たちの意思決定には、様々なバイアスが存在することを紹介してきた。このような意思決定の歪みを、行動経済学的特性を用いることで、よりよいものに変えていくという考え方がナッジと呼ばれるものである。

「ナッジ」は「軽く肘でつつく」という意味の英語である。ノーベル経済学賞受賞者のリチャード・セイラーは、ナッジを「選択を禁じることも、経済的なインセンティブを大きく変えることもなく、人々の行動を予測可能な形で変える選択アーキテクチャーのあらゆる要素を意味する」と定義している。

一般的に、人々の行動を変えようとするとき、法的な規制で罰則を設けて、特定の行動を禁止して選択の自由そのものを奪うか、税や補助金を創設して、金銭的なインセンティブを使うことが多い。もう一つの手段は、教育によって人々の価値観そのものを変更することである。しかし、教育を通じた価値観の形成は、短期的な効果を大きく期待できるものではないし、義務教育年齢の子どもに対しては有効な手段であるかもしれないが、それ以外の年齢層には必ずしも有効な手法ではない。

行動経済学的手段を用いて、選択の自由を確保しながら、金銭的なインセンティブを用いなくて、行動変容を引き起こすことがナッジである。大きなコストをかけないとそのような政策的誘導から簡単には逃れることができないのであれば、その誘導はナッジとは呼べない。ナッジは命令ではないのである。例えば、カフェテリアで果物を目の高さに置いて、果物の摂取を促進することはナッジである。しかし、健康促進のためにジャンクフードをカフェテリアに置くことを禁止するのはナッジではない。

ナッジは、行動経済学的知見を使うことで人々の行動をよりよいものにするように誘導するものである。一方、行動経済学的知見を用いて、人々の行動を自分の私利私欲のために促したり、よりよい行動をさせないようにしたりすることは、ナッジではなく、スラッジと呼ばれている。スラッジとはもともと、ヘドロや汚泥を意味する英語である。

例えば、ネットで買い物をした際に、宣伝メールの送付があらかじめ選択されていて、その解除が難しい場合は、ナッジではなくスラッジである。商品を購入した際に割引がもらえるというキャンペーンで、領収書や商品番号を書類に記入して郵送する

必要があるようなものもスラッジである。社会保障の受給手続きが必要以上に面倒になっているのもスラッジである。

うまくナッジを設計することができれば、私たち自身の意思決定はよりよいものになる。現在バイアスが理由で仕事を先延ばしする傾向がある人なら、先延ばしすること自体を面倒にするナッジを作ればよい。定時の仕事をのんびりしてしまい、深夜残業しがちな人であれば、深夜残業を原則禁止し、早朝勤務を選べるようにするのは一案だ。残業をするという選択の自由を確保しながら、早朝に残業するという面倒を増やすことで、先延ばし行動を抑制できる。

どうすれば、よいナッジを設計することができるだろうか。OECD（経済協力開発機構）や行動洞察チームが、ナッジの設計のプロセスフローを提案している。どれも基本的に同じような構造でなりたっている。OECDのBASICという提案は、人々の行動（Behaviour）を見て、行動経済学的に分析（Analysis）し、ナッジの戦略（Strategy）を立て、実際にナッジによる介入（Intervention）をしてみて、変化（Change）を計測するというものである。

ideas 42 という組織が提案している5段階のプロセスは、問題を定義し、処方箋を考え、ナッジを設計し、その効果をテストした上で、大規模に実施するというものだ。行動洞察チームは、ナッジをテストし、その効果を検証した上で、政策に適用するという3段階のものを提案している。基本的には、課題となっている問題の背景を行動経済学的に考えて、ナッジを考案し、テストするというプロセスである。

もう少し具体的にそのプロセスを考えてみよう。最初にすべきことは、意思決定のプロセスを図式化することである。意思決定のプロセスを理解し、それにかかわる行動経済学的なバイアスとその影響を推測する。そして、それに対応したナッジの候補を選び、技術的な制約の中で実施可能なものを決める。その際に、意思決定の上位にかかわるナッジを優先し、効果を検証する。

まず、意思決定のプロセスを考える。第一に検討すべきことは、対象とする意思決定の特徴である。その意思決定は、意思決定をしている人にとって重要なことと意識されているものなのか、それとも本人がほとんど無意識に行っているものなのかを検討すべきだ。ある行動が本人にとって望ましくないもので、本人も改善したいと思っているとしよう。このとき、本人にとってそれが重要な意思決定で、よく考えられた上で行われる場合を考える。

本人の行動が望ましいものでないとすれば、その意思決定の重要性を本人が理解し

ているのに、なんらかのバイアスによって望ましくない意思決定をしているかもしれない。あるいは、正しい意思決定をしていて、本人はその意思決定と整合的な行動をしたいと思っているのに、実際の行動が意図したものと異なっているということになる。一方、望ましくない行動が、あまり考えずに意思決定がされていることによって引き起こされているのであれば、本人に問題の重要性を気づかせることが第一歩になる。あるいは、無意識に訴えかけるようなナッジが有効かもしれない。

つぎに、その意思決定が行われるのはどのようなタイミングであるかを考える。そして、意思決定そのものを、本人が能動的に行っているのか、受動的で自動的に行っているのかということも考える必要がある。

意思決定をする際には、何種類の選択肢があるのだろうか。明示的な意思表示をしないでも選択したことになるデフォルトの選択肢は存在しているのだろうか。本人が選択したことに対し結果をフィードバックすることは可能だろうか。その行動をするインセンティブは金銭的なものだろうか、それとも非金銭的なものだろうか。望ましい行動ができないのは、金銭的コストがかかっているからだろうか。それとも心理的コストがかかっているからなのだろうか。

そのつぎに検討すべきことは、意思決定をする人がどのような情報を手にしているかを考えることだ。どのような知識や助言があれば、意思決定ができるのだろうか。本人には、どのような情報や知識が与えられているのだろうか。それは、文書情報なのか、視覚情報なのか、それとも口頭で与えられた情報なのか。どのような順番で情報が与えられているのだろうか。

さらに、意思決定をする人の心理的状況はどうだろうか。よい意思決定をした場合、その利得はすぐにやってくるのか、それとも遅れてやってくるのか。もし遅れてやってくる場合には、現在バイアスで先送りしてしまう可能性が高くなり、よい行動や習慣を学習して自然に身に付けるチャンスが少なくなる。

意思決定は、本人が感情的になっているときになされることが多いのだろうか。例えば、医療における意思決定の多くは本人が感情的になっているときに行われることが多い。子どもが生まれた際や親が死亡した際に行う意思決定は、それぞれ異なる感情のもとで行われる。

意思決定の中には、それほどエネルギーを使わなくてもよいものもあれば、強い意思力や自制心を必要とするものもある。仮に、意思力が強くないとよい意思決定ができないにもかかわらず、意思力や自制心が弱っている際に意思決定をしてしまうとい

うことがあれば、よい意思決定ができないだろう。

意思決定が行われる環境についても考える必要がある。その意思決定は、本人一人で行われるタイプのものか、それとも他の人が見ているような状況で行われるものなのだろうか。メディアでの報道や専門家の意見によって意思決定が影響される可能性があるのだろうか。それとも、意思決定は周囲の人の行動に影響されるタイプなのか。意思決定が本人の自発的な申し込みを必要とするようなものだった場合に、本人に申し込みさせること自体に困難がないだろうか。このように意思決定の特徴を整理していくのである。

ナッジの設計において一番重要なのは、本人自身が自分の行動変容を強く願っているのか、それとも、本人があまり気にしていなかったことを気づかせて行動変容を起かさせるのか、どちらのパターンなのかを見極めることである。

もし、前者であれば、現在バイアスや自制心の不足が原因となる場合が多い。つまり、もともと理想の行動と現実の行動の間にギャップがあるところに原因がある場合である。この場合には、行動変容を起こしたい相手に対し、コミットメント手段を提供したり、自制心を高めたりするようなナッジが有効になる。

もともと理想的な行動をとりたいと本人が望んでいたなら、コミットメント手段を提供するだけで、彼らはその手段を選ぶようになるはずだ。貯蓄を増やしたいということであれば、給与からの天引き貯金制度やクレジットカードの上限額設定の選択肢を提供することがこのタイプのナッジである。体重を減らすために、毎日運動することをコミットし、運動しない日があれば1日あたりいくらかのお金を支払うというコミットメントは、運動によって体重を減らしたいという人には、とても有効なナッジである。しかし、このコミットメント手段は、本人が特に望んでいない行動を健康のために促進するという場合には、使うことはできない。

また、行動変容を意識的に行わせるのか、無意識的に行わせるのかによってもナッジの作成方針は変わってくる。本人自身が行動変容を起こしたいと思っても、コミットメント手段を新たに取り組むこと自体も現状維持バイアスのために難しいというのであれば、デフォルト設定を変更することが有効になる。本人が明示的な意思表示をしない場合は、コミットメント手段を利用することに同意したとみなして、それを利用したくなければ簡単に利用を中断することができるようにすればいい。

代表的な例に、臓器提供の意思表示がある。日本人の41.9%の人たちは、「脳死と判定されれば、(どちらかと言うと)臓器を提供したい」と考えている(2017年「臓器移

植に関する世論調査」内閣府)。それにもかかわらず、実際に提供意思を記入している人の割合は、「提供しない」がデフォルトで、提供したい場合に意思表示をする必要がある日本のような国々では10%前後と低くなっている。逆に「提供する」がデフォルトになっているフランスのような国々では100%に迫る水準である。

一方、理想的あるいは規範的な行動を活性化したいという場合には、人々がもともと気にしていない行動について変容させる必要がある。もともと人々はそのような行動を意識していないため、自分から望んで、その行動を変えるためのナッジを設定することはない。この場合、政府などの外的な主体がナッジを設定する必要があり、それが有効だと考えられている。

一方で、人々の意識を喚起するような手法として、損失回避を使ったり、社会規範に訴えたりといったナッジによる情報提供がある。また、人々に無意識のまま行動を変容させる手法もある。ゴミの不法投棄を減らしたい場合、「ゴミの不法投棄をやめましょう！」という標識を設置することは、外的強制を使った意識的なナッジである。道路にゴミ箱まで足跡の絵を描くことでゴミ箱への移動を誘発したり、不法投棄が多い場所にお地藏さんや鳥居を設置することで神聖な場所にゴミを捨てないようにさせたりするのは無意識的なナッジである。

「ゴミの不法投棄をやめましょう！」や「喫煙場所以外での喫煙は条例違反です」というような意識的なナッジは、既にそれを知った上で違法行為をしている人にはあまり効果がないかも知れない。また、そのような標識そのものに注意を向けられない可能性もある。その場合には、ゴミ箱までの足跡や喫煙場所までの矢印を地面に描いておく方が、人は無意識にそれに従う傾向がある。

ナッジを選ぶためには、上述のように意思決定の状況を分析して、どのような行動経済学的なボトルネックがあるのかを分析する必要がある。

具体的には、つぎのような観点をチェックすべきである。第一に、本人は、自分がしなければならないことを知っていて、それが達成できないのか、それとも望ましい行動そのものを活性化すべきなのかという点である。もし、自分が本来すべき行動を知っていて達成できていないのであれば、自制心を高めるようなナッジが必要である。コミットメントメカニズムや具体的計画を立てやすくする仕組みの提供である。

一方、望ましい行動そのものを知らないのであれば、その行動をしないと損失を被ることを強調したメッセージで重要性を認識してもらう。あるいは、理想的な行動を理解していない場合は、デフォルト設定や社会規範メッセージを利用することが考え

られる。

第二に、自分自身でナッジを課するだけ十分に動機付けられているかという点である。本人の意欲が高ければ、コミットメントメカニズムを提供することが重要である。しかし、そうでないならば、政府や組織が設定する外的なナッジが必要である。

第三に、人は情報を正しく認知することができれば望ましい行動をとれるのか、それとも認知的な負荷が過剰でできないのかという点である。いずれにしても情報の認知に問題がある場合は、情報を理解しやすいように、損失回避や社会規範を用いたり、必要な情報をシンプルにタイミングよく提供するナッジが有効である。

第四に、引き起こしたい行動と競合的な行動が存在するために目的の行動ができないのか、単に惰性のためにできないのか、競合する行動を抑制すべきか、目標行動を促進すべきなのかといった点である。もし、達成したい行動を阻害するような誘惑がボトルネックとなっているならば、その行動を抑制するようなナッジを設計する必要がある。不健康な食品を手が届きにくいところに陳列するのは、その例である。

こうしたボトルネックの特徴を明らかにできれば、それを引き起こしている行動経済学的特性に応じて適切なナッジを選択すればいい。しかし、問題の状況によっては、利用可能なナッジに制約がある場合も多い。デフォルトの導入やデフォルトの変更が有効だと考えられる場合であっても、それがそもそも可能な選択肢かどうか、という問題もある。

また、もともと複雑な意思決定を必要とするために、そのような行動がとられていないのであれば、意思決定に関わるプロセスを単純にすることができるのかどうか、ということも検討すべきである。さらには、IT技術などの利用によって、個人が意思決定する面倒を減らすことが可能であれば、その利用可能性を検討する必要がある。

どのようなナッジを優先すべきかについては、意思決定の上位にあるボトルネックを解決するようなナッジを選択することが最も重要である。自制心を高めるためのナッジは、もともとそのような行動をとりたいと思っている人だけにしか効果がないので、デフォルト設定型のナッジに比べると効果が得られる人は限られる。逆に、デフォルトを利用したナッジは、多くの人に効果があるが、誰に対しても同程度の効果しかない。そして、ナッジが長期的にも効果があるか、よりよい習慣を形成することができるかという観点も優先順位を考える上では重要である。

意思決定の具体例として、老後貯蓄をどの程度するかというものを考えてみよう。老後の生活費を賄うためには、若い頃から老後のための貯蓄をすることの重要性を認

識する必要がある。老後貯蓄の重要性の認識ができていないのであれば、引退という遠い将来のことを大きく割り引いて考えていることが理由だろう。重要性についての情報提供が必要だ。その場合に、老後貯蓄の重要性を知らせるには、今の貯蓄なら老後に生活水準をどれくらい落とすことになるのかを示すという損失回避を利用するのも有効だ。老後貯蓄の重要性を理解しているが、貯蓄行動に結びついていないというのであれば、その次の段階に問題がある。

老後貯蓄の重要性を認識するというステップの次にくる意思決定は、老後のために資金を配分するという意思決定である。つまり、いま持っている資金のうち、いくら将来のために貯金するかという意思決定だ。老後のための必要貯蓄額を算出するためには、複雑な計算をする必要があるということであれば、そこにボトルネックが生じる可能性がある。その場合に有効なナッジは、老後貯蓄の金額のガイドラインを示したり、簡単に計算できるアプリを提供することである。

仮に、 x 万円貯金することを決めたとしよう。しかし、それだけでは貯金できない。金融機関で老後貯蓄のための口座を開設する必要がある。ネットで簡単になってきたとはいえ、時間がかかるうえ、書類を記入するという面倒がある。もし、口座の開設に問題があるなら、口座開設をわかりやすく、簡単にするような工夫が効果的だ。あるいは、就職時に老後貯蓄のための口座開設を義務付けるか自動的に開設される仕組みにすればよい。ナッジはタイミングが重要である。

口座が無事開設できると、次にどの金融商品を購入するかを決める。株式中心の投資信託にするのか、債券中心のものにするのか、国内運用中心なのか、海外運用中心なのか、を決める必要がある。老後貯蓄の投資ファンドのデフォルトがあれば選択しやすい。

さて、無事に投資ファンドを決めたとしよう。しかし、実際に予定額をいま投資するのをやめて、1か月後にしようという先延ばしをしたいと思ってしまうかもしれない。これを防ぐには、自動的に給料から天引きして投資する仕組みを導入する必要がある。

では、無事に投資ファンドにお金を振り込んで運用を開始したとする。予定通りに老後資金を貯めていくにはまだすることがある。投資収益が予定の範囲に収まっているかをチェックする必要があるのだ。もし、特定の投資先の収益が大幅に下がったり、特定の株価がピークになっていそうだったりすれば、投資資金を再配分する必要もある。投資収益のチェックや資金の再配分を怠っているのであれば、思うように

貯蓄が増えていかない。老後貯蓄が増えない原因が、このような運用の在り方に問題がある場合には、その部分に対応したナッジを考える必要がある。運用状況を定期的にわかりやすく通知するシステムを入れておいたり、自動的に資金再配分をしたりするようなサービスの導入である。

台風や豪雨のようにある程度事前に災害発生が予想されるような場合、避難指示や避難勧告が出される。しかし、実際に避難行動を取る人の比率が非常に少ないことが問題になっている。避難指示が発令された際に、避難行動を取るかどうかの意思決定プロセスを考えてみよう。まず、避難の必要性を認識する。そのつぎに、いつ避難するかを考える。そして、どこにどのようにして避難するかを考える。

今までの防災教育は、避難場所を知ってもらうことに重点が置かれてきた。例えば、広島県では、2014年に土砂災害で77人の命が失われた後、「みんなで減災」県民総ぐるみ運動を行った。身近な災害の危険や避難所の場所を「知る」、気象情報や避難勧告で災害発生の危険性を「察知する」、避難所や安全な場所に避難するといった「行動する」、さらには「備える」「学ぶ」という五つの行動目標を定めた。

なかでも、住民が災害と避難行動の実態を「知る」ことに重点をおいてきた。その結果、「みんなで減災」県民総ぐるみ運動により避難所や避難経路を確認した住民の割合は、2014年の13.2%から2018年には57.2%へと大きく向上した。しかし、2018年7月の豪雨災害で避難した人の割合は0.74%に過ぎなかった。その結果、114名もの死者・行方不明者が出てしまった。防災意識の向上は避難行動には繋がらなかったのだ。先程の、避難の意思決定プロセスから言えば、避難する場所についての知識はあったが、避難の重要性の認識と避難のタイミングの意思決定に問題があった可能性がある。

3つのタイプの人と考えられる。第一に、避難という行動が自宅に残るよりも心身に負担がかかると考えるタイプである。「自宅に残留するコスト」よりも「避難するコスト」が高いと判断している。避難所に行く途中に危険な目に遭う可能性、避難所暮らしの不便さ、避難中での健康悪化という避難コストを高く見積もる。これらは合理的な判断である場合もあれば、避難生活の不便さを過大評価したり、残留したときの危険性を過小評価したりした可能性もある。

第二は、避難コストよりも残留コストが大きいとは認識していても、今避難するのは面倒なので現在バイアスから「先延ばし」してしまうタイプである。

第三は、損失回避のためにリスクを取るというタイプである。参照点が現状で損害

がない状態であると、損失リスクに直面したとき、損失回避の特性から損失を確定することを嫌うので、大きな損失リスクがあっても現状維持の可能性があるものを選びがちである。災害時でいえば、避難はそれ自体に移動などのコストが生じるが、残留すると大きな被害を受けるかもしれないし、全く被害を受けない可能性もある。人間は現状が維持できる可能性があれば、その望みに賭けがちになる。

この場合に、どのようなナッジを考えることができるだろうか。避難コストを気に掛ける第一のタイプが多い場合は、避難コストが実際には低いことを示す情報提供が求められる。避難所暮らしが敬遠されているのならば、食べ物や飲み物、毛布が無料で配られていて、快適な暮らしを送れるとアナウンスする。同じことだが、避難所に行かないとそれらを確保できない、というように損失メッセージで伝えることも効果的だ。自宅に残って結果的に救援活動を受けることになれば、どれだけの負担や費用を周囲に強いるかを詳細に説明するのも一つの方法だ。

第二のタイプに挙げた先延ばしする人々に関しては、本人は避難すべきだという自覚があるので、危険な状況になったら避難するというコミットメントをさせることだ。具体的には、あらかじめ「避難情報のどの段階が出たら避難するか」を自分で書いてもらうということが有効だと言われている。個人や地域・組織で早期避難のタイミングや基準を「避難スイッチ」として自ら設定しておくのもコミットメント手段として有効である。

スイッチの基準としては、自ら観察可能な現象を利用することもできる。あるいは、「いま避難所に行けば寝る場所が確保できます」「いま避難しないと避難所は受け入れられません」「いま避難すれば、水や食料が確保できます」というように、「いま」という点を強調したアナウンスを流す。つまり、先延ばしはできない状況をつくるか、先延ばし自体が損になると伝えるのも現在バイアスへの対処ナッジとして考えられる。

また、「社会規範」を用いたナッジも有効である。人は多数派の行動を社会規範と考えて、それに従う傾向がある。災害時に応用するならば、「すでにほとんどの方が避難しています」とアナウンスすれば避難を誘導できる可能性がある。実際、広島県のアンケート調査やインタビュー調査を分析すると、事前に避難した人の多くは、「周囲の人が避難していた」「消防団の人が避難するように言ってきた」ことを理由にあげている。避難を誘導する際に、「多くの方が避難しています」という表現が有効なナッジになる。ただし、実際には人々は危険を感じてもなかなか避難しないので、このナッジをそのまま使うことは難しい。

しかし、「周囲の人が避難すると他の人も避難する」という事実を共有知識にすれば、「自分が避難すれば他の人の命を救うことになる」「自分が避難しないと、他の人の命を危険にさらす」というメッセージが有効になる。大きな成果をあげた釜石市の津波防災教育では、①想定にとられるな、②その状況で最善を尽くせ、③率先避難者たれ、という避難3原則が子どもたちに教えられてきた。

このうち第三の原則は、ナッジとして優れている。「自分が『率先避難者』となり避難することによって、皆の命を救うことができる」とこの3原則の提唱者は真意を説明する。実際、東日本大震災の津波の際に、釜石市では「大挙避難する小・中学生を見て避難した住民も多かった。率先避難者となった子どもたちは、周りの大人たちの命までも救った」とのことだ。

広島県で2019年に行われたアンケート調査の結果から、「これまで豪雨時に避難勧告で避難した人は、まわりの人が避難していたから避難したという人がほとんどでした。あなたが避難しないと人の命を危険にさらすことになります」とあるいは「あなたが避難することは人の命を救うことになります」というメッセージが避難意識を向上させることに大きな効果があることが示された。

第三のタイプである損失回避から避難行動を取らない人には、どのようなナッジが効果的だろうか。彼らは、参照点が現在避難しないで生きているという状況にある。このままでは、避難するという損失確定よりも避難しないというリスクに賭けてしまう。対応方法は表現を工夫することで、避難することを損失ではなく利得に感じさせることである。利得局面であれば、多くの人は安全策を取る。つまり、参照点を変えることができるメッセージである。

アメリカでハリケーンが上陸した時、逃げないという人に対して避難を促す上で効果的なのは、「残留する人は身体にマジックで社会保障番号を書いてください」というメッセージだったという。このメッセージを聞いた人は、災害で死亡した際に身元確認をするために、そうすることを求められていると理解する。その段階で、人々は自分が災害で死亡していることを想像するので、死亡している状態が参照点になる。そうすると、避難して生存していることは損失ではなく利得だと感じられる。つまり、参照点が最悪の状況になったため、安全策を取ることができるのだ。日本であれば、「身体にマジックで住所と氏名を書いてください」とか「身元が確認できるものを身につけてください」と伝えることが効果的だろう。

ナッジに対して否定的な意見をもつ人も多い。ナッジが人々の選択を特定の方向に

誘導することを危険視するのである。ナッジは選択の自由を確保しているというのが前提であっても、選択に影響を与えることは事実である。そうした影響が、人々の自由な選択を歪めていること自体が望ましくないというのである。ナッジを利用しようという政府は、人々が自身のためになる選択を自分ではできないと考えていて、人々のためになるように、選択に影響を与えたり、修正したりする手段を提供すべきという温情主義的な（パターナリスティックな）考え方を背景にもっている。ナッジに批判的な人は、このような選択の自由に制限を与える政府の温情主義的政策に反対する。

ナッジは、見えないところで人々を操作しているように感じさせるため、拒否感をもつ人もいる。例えば、私たちの意思決定はデフォルトに大きく影響される。デフォルトをナッジとして使うことに拒否感をもつ人もいるだろう。しかし、もともと私たちの身の回りの社会は、意図したものも意図せざるものも含めて、デフォルトをはじめとするナッジで満ちている。アンカリングを使ったナッジに批判的な人であっても、買い物をする際に、どれかの商品は最初に目にするようになる。

日本では、臓器提供の意思表示は、臓器提供をしないことがデフォルトになっている。どのような選択をする際も、その選択の提示のされ方で私たちの判断が影響されているということを前提に考える必要があるのだ。

それでも、温情主義が人々の厚生水準を下げてしまうのではないか、自主性を損なうのではないかとナッジに反対する人がいるだろう。人々の厚生水準を下げる理由としては、つぎのような意見がある。

第一に、人々の好みが多様であることだ。第二に、人々は間違った意思決定をするかもしれないがそこから学習するので、ナッジが学習の機会を奪うことは望ましくないというものだ。第三に、ナッジを作る政府や官僚にも偏見やバイアスがあることだ。第四に、ナッジによって特定の製品が好まれるようになると、自由な市場競争に影響を与えてしまい、新製品・サービスの開発意欲が低下して、最終的に消費者が不利益を被るかもしれない。

第一の人々の好みの多様性については、ナッジでは選択の自由が保障されている。また、選択の自由が、必ずしも本人の満足度を高めることにならないのは、現在バイアスや選択過剰負荷などの例で示した通りである。第二の、ナッジがあると学習の機会を失うというのは、人生で何度も行わないような意思決定には当てはまらない批判である。また、情報や学習機会を提供するようなナッジであれば問題ない。

第三の政府や官僚のバイアスの問題については、ナッジを政府が用いる際には、透

明性と説明責任を課するという対応すべきである。第四の市場競争を歪めるといふ問題については、もともと公害のような外部性や売り手や買い手の独占によって市場が失敗する場合には、市場競争を重視する伝統的経済学でも政府の介入は正当化されていた。ナッジは、市場が失敗する場合に、外部性を減らしたり、市場競争を促進したりするような形で導入すべきものであり、自由な市場競争と対立するものではない。

温情主義的な政策は、人々の自主性を失わせるという批判についてはどうだろうか。ナッジは、そもそも選択の自由を確保しているのも、自主的な意思決定に反するものではない。しかし、ナッジのうちデフォルトは、自主的に選ぶ機会を減らしているという批判があるかもしれない。これについては、私たちは、もともと日常生活で、すべてのことについて、情報を得て意思決定をしているわけではないことに注意すべきである。多くの場合、誰かが意思決定したものに従ったり、単純にルールや習慣に従ったりしている。そのような一種のデフォルトに従うことで時間とエネルギーを節約し、より重要な問題を考える際に自主的な意思決定が可能になるのだ。

出典 大竹文雄『行動経済学の使い方』（岩波新書 2019 年）

（出題にあたって、一部、原文を省略したり、年代・数字の表記を改めた箇所がある。）

設問Ⅰ 「ナッジ」とは何か。ナッジをうまく使うことでどのような効果が期待できるのか。「スラッジ」とは何が異なるのかを明らかにしつつ、500 字以内で論じなさい。（100 点）

設問Ⅱ 有効な「ナッジ」を設計するためには、どのような要素を考慮する必要があるのか。「意思決定」「行動変容」「ボトルネック」という用語を用いて、具体例（文中に出てくるものでも回答者が自ら考えたものでも構わない。）を挙げつつ、1500 字以内で論じなさい。（200 点）