



# 選択の特徴とより良い選択への誘導（ナッジ）

マネジメント創造学部 教授 木成 勇介

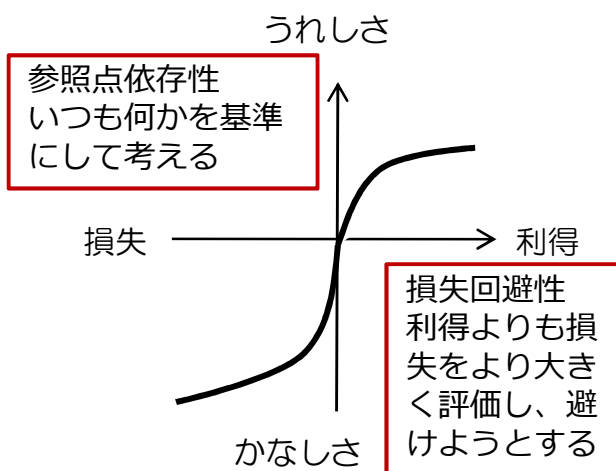
## 研究の概要・特徴

朝食に何を食べるか、何色の服を着て出かけるか、出社するか、それともサボって遊びに行くか。老後の生活が心配で日々年金について考えながらパチンコへ行く人は何を考えているのだろう。タバコを吸いながら禁煙を薦める医者は何をを考えているのだろう。

現実の人間は理解に苦しむ点がたくさんあります。人は何を考え、どのように行動を決めているのか。**人の選択の特徴を明らかにし、より良い選択へ誘導する方法（ナッジ）**について研究しています。

例えば・・・

- 「育休を取得する人は申請する」から「育休を取得しない人は申請する」へ**参照点**を移動させることで育休取得者を増やす
- 利他心**と**同調効果**を利用して「あなたが避難することで周りの人の避難を促せます」と発信することで災害時の避難を促す



＜プロスペクト理論における価値関数＞

人はいつも何かを基準にして、そこから損か得かを判断（**参照点依存性**）したり、同程度の利得よりも同程度の損失を大きく評価し、損失を避けようとした（**損失回避性**）。これらの特徴を利用することで、人の選択をより良い方向へ誘導することも可能です。人を思いやる心（**利他心**）や目立ちたくない、他の人と同じ行動をとると安心するという心理（**同調効果**）を利用した誘導も知られています。

**応用範囲は無量大**



足跡マークなど視覚情報を利用して、並ぶ位置や座る位置等をうまく誘導することも可能。  
口頭での注意で発生しがちなトラブル対策にも。

