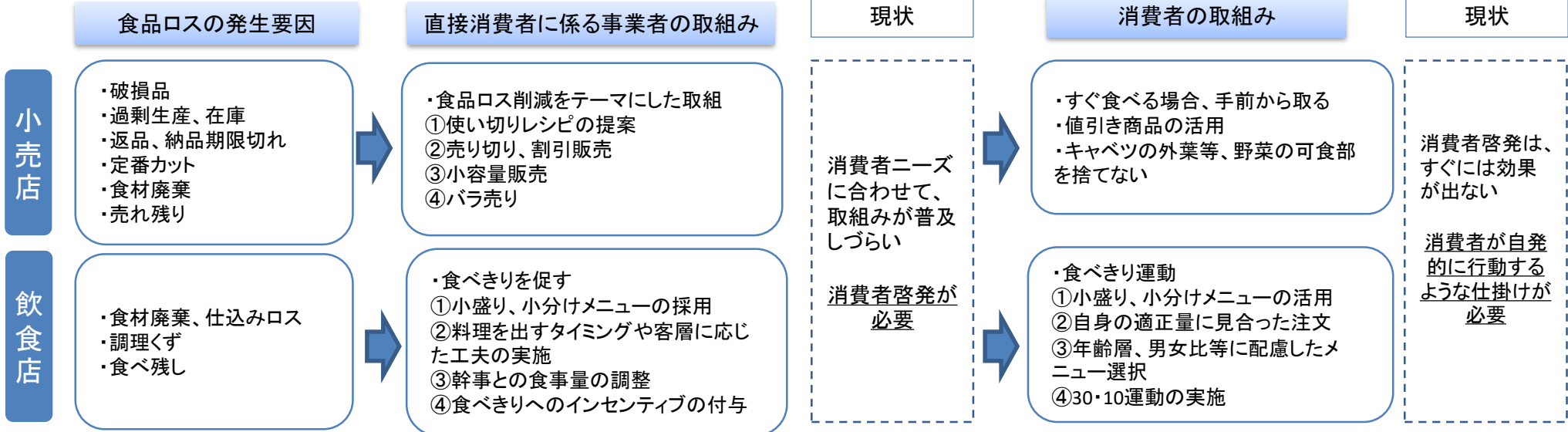


小売店・飲食店におけるナッジの活用について（案）

概要

小売店や飲食店の食品ロスは、消費者の意識及び行動が深く関係しているが、行動変容を促すことは容易ではなく、また売り上げに密接にかかわるため、店頭での啓発等の取組においては慎重を期する。そこで、行動科学や行動経済学、心理学の知見を用いた、より良い方向へ人々の行動を導くための「行動科学的」アプローチ、いわゆるナッジを活用して、消費者が自発的に食品ロス削減の行動をとるような仕掛けを活用した施策を展開する。



【参考】表2 ナッジの6つの典型的アプローチ（省エネ・節電促進策の例）

	説明	例（省エネ・節電）	対応箇所
インセンティブ	顕著性の高い形で動機づけをする	ピークタイム料金 ^の わかりやすい提示	価格インセンティブへの反応を高める設計
フィードバック	結果をわかりやすく伝える	電力消費実態の見える化	
選択の体系化	選択肢が複雑な時にはおすめを絞り込む	節電対策メニューの提示	情報提供の効果を高める設計
マッピング	選択と結果の対応関係をわかりやすく示す	電気料金変更による支払額比較	
デフォルト	大勢の人がデフォルトの選択肢を選ぶ	出荷時設定に省エネモードを採用	
エラーの予期	ミスは起こりうる前提として設計する	冷蔵庫の閉め忘れ通知機能	ミスや反応の限界を前提にした設計

【参考】表1 公共目的におけるナッジの活用事例

公衆衛生	トイレの小便器にハエのシールを貼る	清潔度向上
交通安全	カーブでの自動車の減速を狙った特殊な車線	事故率減少
医療	臓器移植の意思表示をデフォルトで「提供する」にし、自由退出制にする	ドナー不足による死亡の減少
福祉	年金の貯蓄率を昇給にあわせて自動引き上げにする	退職年金の貯蓄率向上
健康増進	カフェテリアで低カロリー食品を手が届きやすい場所に置く	肥満防止

ナッジについて

ナッジ(nudge: そっと後押しする)

人々が自発的に望ましい行動を選択するよう促す仕掛けや手法を示す用語。

リチャード・セイラー氏とキャス・サンステーン氏が提唱。「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、人々の行動を予想可能な形で変える選択設計のあらゆる要素」と定義される。