

1 人の行動をいざなう仕掛け



松村 真宏
MATSUMURA Naohiro

大阪大学 / 大学院経済学研究科 / 教授

床の足跡マークに従って列を作る、いまでは当たり前の光景になった。人の行動をいざなう仕掛けはどのような原理で作用しているのだろうか？ 仕掛けの理論と効果を体系的に解き明かす「仕掛学」を通して、人の行動への理解を深めたい。

行動変容と仕掛学

人は本人の意思だけでなく、無意識のうちに個人的な経験や体験、趣味や嗜好、文化や風習、社会規範などからも大きな影響を受けるが、そのような言語化、明文化されていないことももちろんデータになっていない。そこで、データに縛られない研究をしようと思って始めたのが本稿で紹介する「仕掛学」である。

人の行動を研究対象にすると、世の中のあらゆることが仕掛学の対象になる。例えば、社会の問題の多くは人の行動が作り出している。運動不足なのは自分が運動しないためであり、暴飲暴食を繰り返してしまうのも自分の行動のせいである。また、ゴミのポイ捨てや違法駐輪といった問題も人の行動が原因である。

人の行動を変えることができれば、このような問題はすぐに解決する。しかし、前述したように人の行動には様々な要因が作用するので、人の行動を変えることは容易ではない。

では、どのようにアプローチすれば人の行動は変わるだろうか。正しい知識を持ってもらうように教育すれば行動が変わるかもしれないが、興味・関心をもっていない人にはそういう情報は届かない。健康診断に来る人には健康に関するアドバイスができて、健康に関心がなく健康診断にも来ないような人にはアドバイスする機会がない。

行動を変えたらご褒美を与える、変えなければ罰を与える、といったアプローチも考えられる。しかし、そういった賞罰を利用したアプローチはご褒美がないと行動しなくなったり、罰を与えると現場の反感を買うとい

たさまざまな副作用を生み出す。

したがって、仕掛学では、教育する、賞罰を与える、というアプローチは用いない。代わりに、「ついしたくなる」ように思ってもらうことで行動変容を促すのである。

仕掛けのFAD要件

「仕掛け」という言葉は日常的によく使われる言葉だが、様々な意味を持った言葉なので、人によって想起する事柄は異なっている。仕掛学では「仕掛け」を研究対象として扱うので、仕掛けを定義しておく必要がある。そこで仕掛学では、公平性 (Fairness)、誘引性 (Attractiveness)、目的の二重性 (Duality of purpose) の3つの要件を満たすものを仕掛けと定義している。英語の頭文字をとってFAD要件と呼んでいる。以下では、写真1のバスケットゴールのついたゴミ箱を例に挙げながら説明する。

公平性は、仕掛けによって損する人がいないことである。人を騙して行動を変えさせるのは簡単だが、騙していることがばれると二度と行動を変えてくれなくなる。バスケットゴールによってゴミ捨てを誘引しても誰も損をしないので、公平性が満たされる。誘引性は、行動が誘引される程度の強さである。バスケットゴールを見たらシュートしたくなる人が多ければ、誘引力が強い仕掛けといえる。目的の二重性は、仕掛ける側と仕掛けられる側の目的が異なることである。バスケットボールを知っている人なら、このゴミ箱をみるとついバスケットゴールにゴミを投げ入れたいくなる。これが仕掛けられる側の目的になる。一方、仕掛ける側の目的がゴミのポイ



写真1 バスケットゴールのついたゴミ箱

捨てを減らすこととする。その場合、仕掛ける側と仕掛けられる側の目的が異なるので、目的の二重性が満たされる。

これら3つの要件を全て満たすものがよい仕掛けになる。よい仕掛けはつい何度でもしたくなり、ネタがばれても効果が減らない。

仕掛けは行動の選択肢をふやす

仕掛けは見方を変えれば、図1のようにすでにある行動の選択肢を残したまま、新しい行動の選択肢を生み出すものといえる。例えば、階段がピアノの白鍵と黒鍵のようにデコレーションされ、踏むと実際にピアノの音が鳴る「ピアノ階段」(写真2)は、それまでエスカレーターしか使わなかった人に、ピアノ階段を使うという選択肢を提案する。この行動の選択肢は自分の意志で自由に選ぶことができる。ピアノ階段に興味があれば階段を登ればいいし、興味がなければ従来通りエスカレーターを使えばいいのである。

「～をやってはいけない」「～をしなさい」といった賞

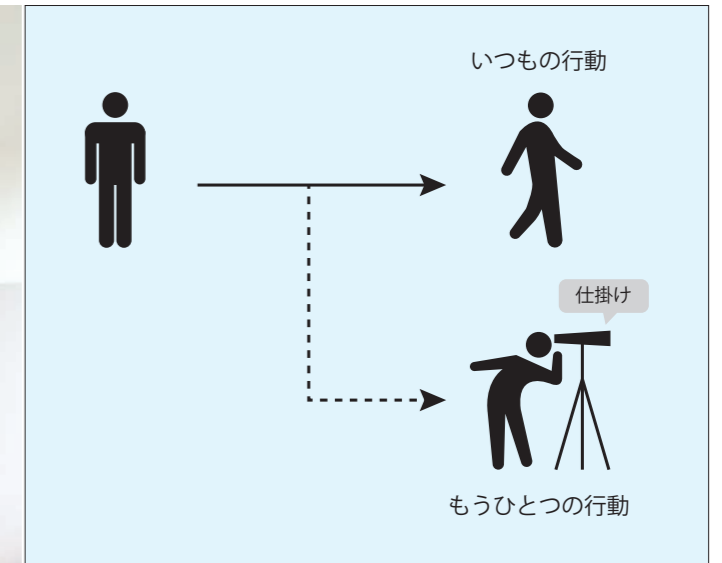


図1 仕掛けは行動の選択肢をふやす

罰で人の行動を律する従来のアプローチは、行動の選択肢を狭めることで行動変容を強要している。それに対して仕掛けのアプローチは、「～したい人はしてもいい」という制約の緩い行動の提案になる。行動の選択肢を狭めて全員の行動を変えようとする、それに従いたくない人が必ず現れる。そういう人たちは不満を持つが、不満を持った人が悪いのではなく、不満を持つような選択肢しか提示できなかったことが悪いと仕掛学では考える。

行動を変えるべき状況は、必要十分な時間と情報が与えられた時に選択する行動と、ついしてしまう普段の行動が一致していないときである。そのような間違っただけの選択を多くの人がしてしまっているときは、仕掛けより制度やルールで多くの人の行動を望ましい方へ変えたほうがよいかも。たとえば、日本では断熱性能の低い窓が主流だが、冷暖房のエネルギー効率を考えると断熱性能の高い窓を買うことは推奨されてしかるべきである。

しかし、そのような皆が変えるべきだと社会的に認められる行動はそうそうあるわけではない。また、万人が満足するように選択肢を複数用意することも容易ではない(ほとんど不可能である)。そのような場合は、したくない人はしなくてよいように逃げ道を残しておけばよい。たとえ全員の行動が変わらなくても、自ら進んで行動を変えてくれる人が一定数いれば、それでも十分効果はある。対象者のうちの一部の人が興味をもってくれればいいと考えれば、仕掛けのアイデアもぐんと考えやすくなる。

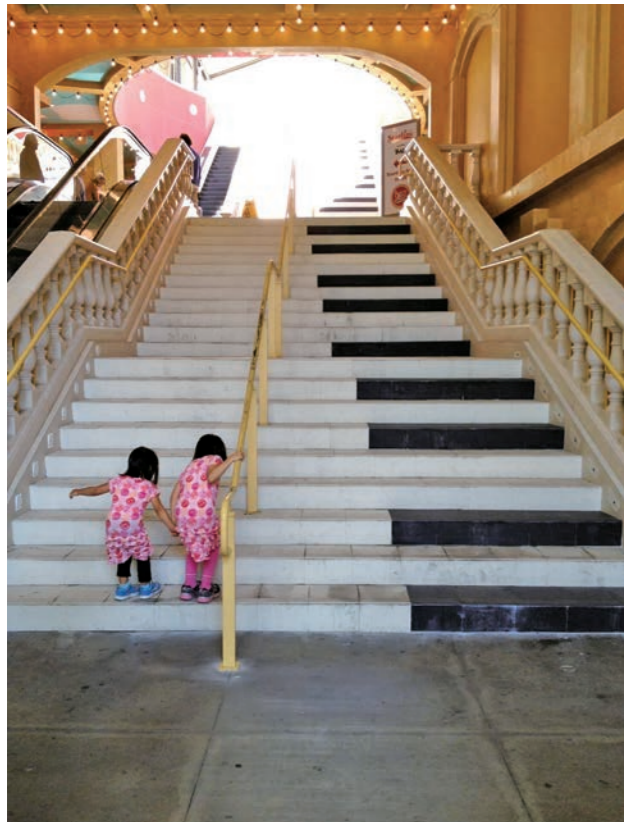


写真2 ピアノ階段

仕掛けの原理

これまで紹介してきた例を振り返ってみると、バスケットゴールのついたゴミ箱と実際のピアノ階段には、一見すると何の共通点もないように見える。しかし、実は単純な原理から成り立っている可能性は十分にある。そう考えて、仕掛けの120事例から仕掛けの構成要素と人の行動変容を生み出す要因を洗い出して分類したところ、図2の結果が得られた。最上段の大分類は物理的なトリガと心理的なトリガにわかれており、前者は仕掛けの構成要素、後者が人の行動変容を生み出す要因に対応している。それぞれの下は4種類の中分類、その下は16種類の小分類にわかれている。

物理的トリガ

物理的トリガは「フィードバック」と「フィードフォワード」からなるので、まずはフィードバックから説明する。フィードバックは「人の行動」に応じて「仕掛けが変化」する仕組みのことである。例えば、「ピアノ階段」は階段を「踏む」ことによって「音が鳴る」というフィードバックが働く。音が鳴るかわりに階段が光ってもフィードバックになるし、階段がフワフワの素材でできていて踏んだときにその感覚が伝わってくるのもフィードバックに

なる。これらの例からわかるように、フィードバックは人間の五感を刺激するものである。

フィードバックを使う仕掛けの場合、人が行動を起こすまでは仕掛けが変化しないので、行動を起こす前に何かが起こることを期待させる必要がある。そこで必要になるのが物理的トリガのもう一つの要素であるフィードフォワードである。フィードフォワードは人が行動を起こす前に仕掛けから人に伝わる情報のことである。ピアノ階段は、鍵盤に見立てた階段の見た目がピアノを想起させることによって、音が鳴ることを期待させている。

この場合、ピアノ階段とピアノが似ている「アナロジー」という性質を利用している。アナロジーは人の知識や経験を利用するので、見たことも聞いたこともないものを利用することはできない。ピアノを知らない人は、ピアノ階段を見てもただの模様だと思っただけで、音が鳴ることを期待しない。

一方、知識や経験がなくても、見ただけで使い方がわかるモノの特徴のことを「アフォーダンス」という。固くて平らな場所があれば、座ったり、その上に立ったり、物を置いたりできることがわかるのもアフォーダンスのおかげである。

心理的トリガ

物理的トリガは仕掛けに「気づく」きっかけになる。しかし、気づいただけでは人の行動は変わらない。行動したくなるには、その動機が必要になる。それが仕掛けの原理のもう片方の「心理的トリガ」である。

心理的トリガは、人の心に生じて行動のきっかけになるものである。心理的トリガには、自分の内面から生じるものと社会的な要因から生じるものがあるため、それぞれを「個人的文脈」と「社会的文脈」にわけることができる。スペースの都合で全てを説明することはできないが、例えば個人的文脈の「挑戦」はその名の通り挑戦したくなることである。バスケットゴールを見るとシュートしたくなるといったものが該当する。また、社会的文脈の「被視感」は誰かに見られているような気がするものである。誰かから見られていると悪行への抑止力になるので、監視カメラをつけると窃盗が減ったりポイ捨てが減ったりすることが該当する。心理的トリガは様々な構成要素から成り立っており、物理的トリガによって引き起こされるものである。

仕掛けの発想法

仕掛けは既存の要素の組み合わせから成り立ってい

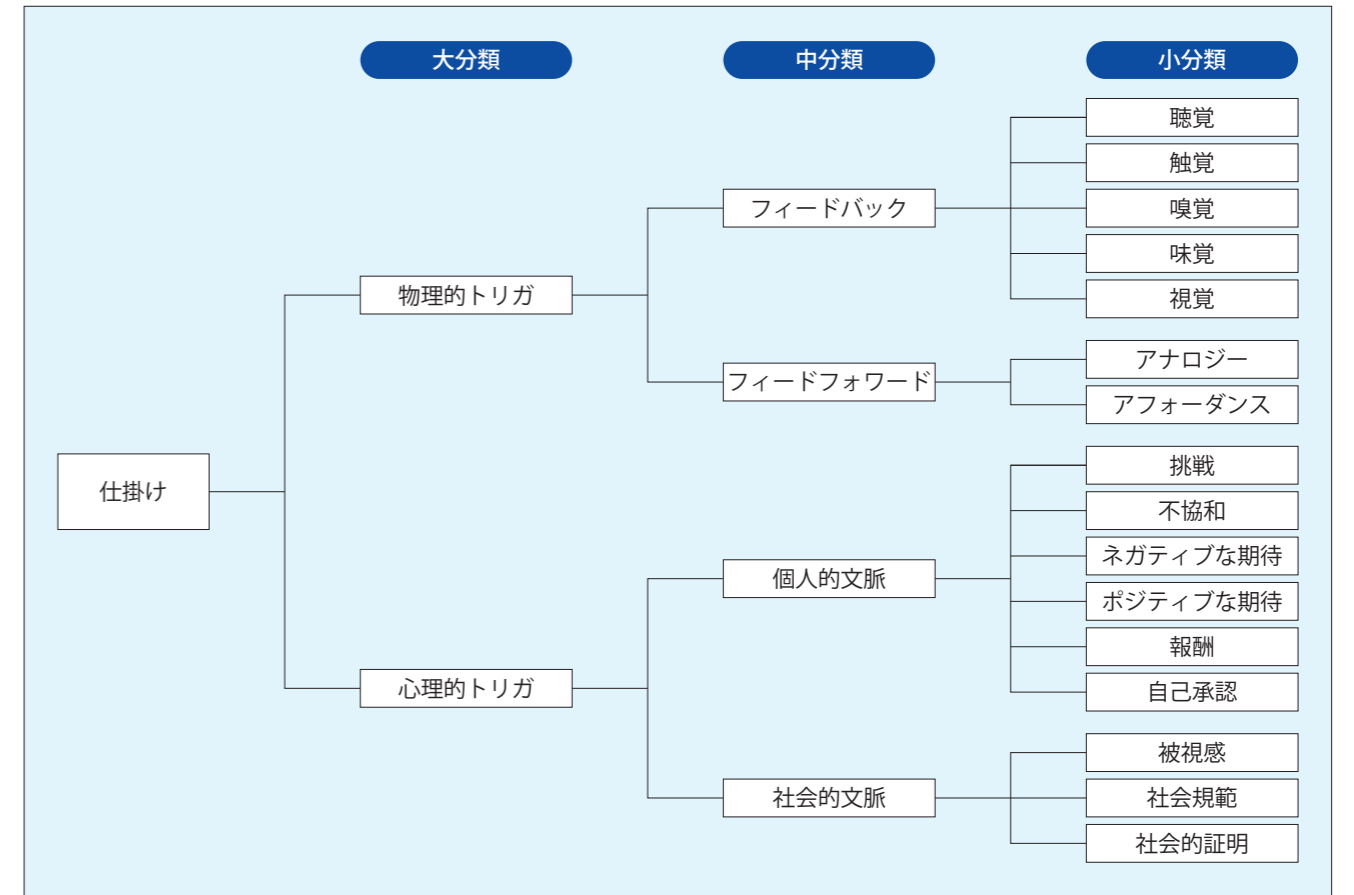


図2 仕掛けの原理

るので、関係する要素を列挙し、その要素の組み合わせを考えることで仕掛けが生まれる。その際に役立つ仕掛けの発想法として、「仕掛けの事例を転用する」「行動の類似性を利用する」「オズボーンのチェックリスト」の3つの方法を紹介します。具体的なお題があったほうが分かりやすいので、以下では「散らかった部屋の片付けをしたくなる仕掛け」を考えたと想定する。

仕掛けの事例の転用は、気に入った仕掛けをそのまま利用する、もしくは対象とする課題に合わせて修正を加えることである。例えば、バスケットゴールのついたゴミ箱を転用して、収納箱の上にバスケットゴールをつけるといったことである。

行動の類似性は、同じ行動でも目的によって呼び方が変わるところから仕掛けの発想を得ようとするものである。例えば、「片付ける」という行動はモノがある場所に置くことなので、「入れる」や「計る」という行動と類似性がある。そこで、収納箱に重量計を付けておいて、規定の重さぴったりにしなないとフタが閉まらないようにする、といったことである。

最後に「オズボーンのチェックリスト」を紹介する。こ

表1 オズボーンのチェックリスト

1. 他の使い道は？
2. 他に似たものは？
3. 変えてみたら？
4. 大きくしてみたら？
5. 小さくしてみたら？
6. 他のもので代用したら？
7. 入れ替えてみたら？
8. 逆にしてみたら？
9. 組み合わせてみたら？

れは、表1に示す9項目からなる。このチェックリストに沿って順番にアイデアを膨らませていけば自然と発想が広がる。例えば、「1. 他の使い道は？」から、ぬいぐるみ型の袋にモノを詰めることで最終的にぬいぐるみになって飾ることもできる、などである。

ここで紹介した仕掛けの発想法を使ってもすぐにはよいアイデアが出ないかもしれないが、アイデアの量は質を凌駕する。たくさんアイデアを出していけば、そのうち自分でもワクワクするアイデアが生まれてくるので、楽しみながら挑戦していただければ幸いです。