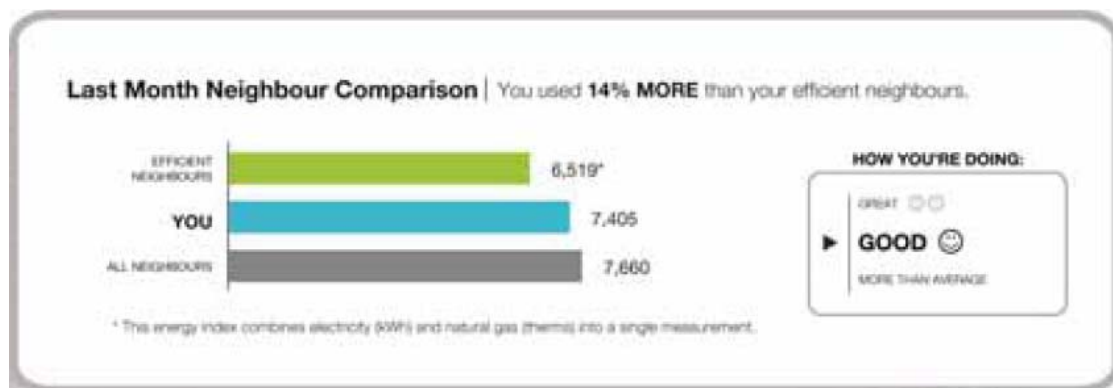


## 英国「ナッジ・ユニット」における省エネ行動変容の取組み

地球環境ユニット 省エネルギーグループ 主任研究員 野田 冬彦

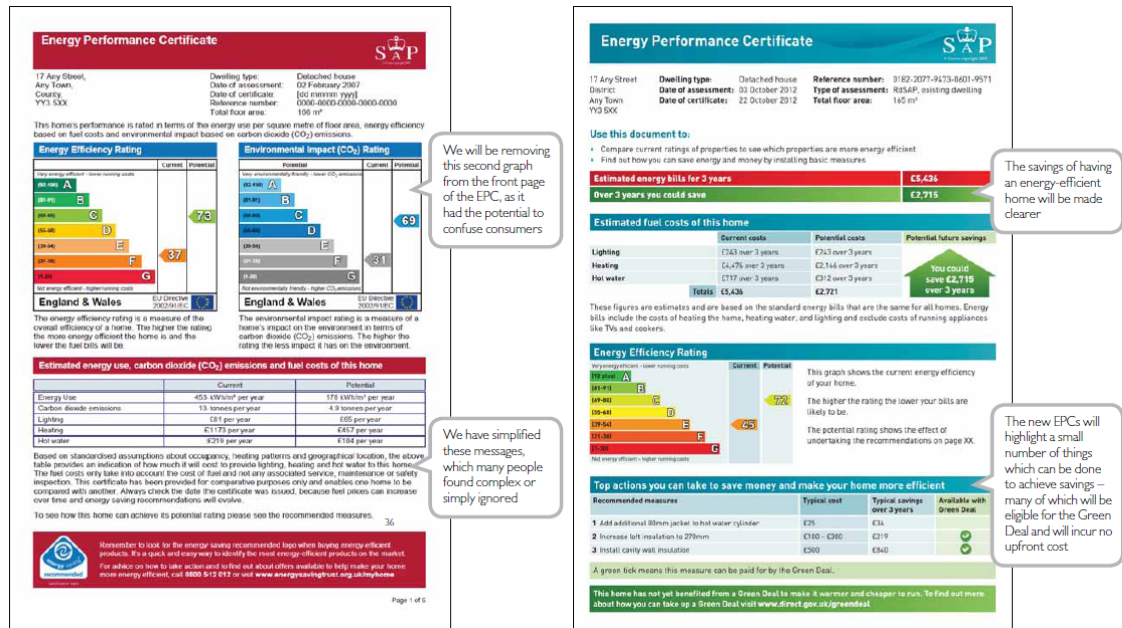
英国の内閣府の下に Behavioural Insights Team (BIT、通称「ナッジ・ユニット(Nudge Unit)」) が、2010年に設立された。この組織の設立の目的は、伝統的な政策ツール(規制や財政的な手段)などを補完しようとするような、行動経済学など行動科学に基づいた政策ツールを考案することである。そして、家庭(住宅)部門の行動変容とエネルギー使用に関するレポートが、2011年に公表されている<sup>2</sup>。エネルギー効率の改善と気候変動対策は英国政府の最優先課題の一つであり、このレポートの目的は、この政策ツールを用いた実証実験に基づいた政策変更を実施することで、家庭部門の省エネルギーとグリーン化の達成を容易にすることである。ナッジの活用事例として、このレポートの第2章を紹介する。

このレポートでは、省エネサービスを提供している米国の Opower 社の Home Energy Report が紹介されている。米国では Demand Side Management (DSM)の一環として、電力会社が省エネプログラムを実施している。この省エネプログラムの一つに、電力会社が各家庭にエネルギーの使用状況および省エネアドバイスをまとめたレポートを配布するアプローチがあり、Home Energy Report はその代表例である。この Home Energy Report には、ナッジの手法として「記述的ノルム(descriptive norm)」と、「命令的ノルム(injunctive norm)」の2つの重要な特徴がある(以下の図参照)。記述的ノルムでは、近隣世帯平均と省エネ世帯との比較が示される。命令的ノルムでは、その住宅の相対的パフォーマンスの社会的評価(スマイルマークなど)が与えられ、平均に比べエネルギー消費が低い住宅のエネルギー使用が社会的ノルム(social norms)<sup>3</sup>によって逆にエネルギー使用量が増加してしまうようなブーメラン効果を抑制したり<sup>4</sup>、省エネ世帯がエネルギー効率を継続/促進する上で重要であると考えられている。これらによって、省エネ行動の動機付けの変化(motivating change)をねらっている。また、この Home Energy Report では、省エネ行動の提案も合わせて提供されており、それを実施することで省エネが促進される。Opower 社の事例によるナッジの効果は、多数の評価が実施されており平均2~3%のオーダーの省エネ量が確認されている。



- 1 ナッジとは、行動経済学の用語で、Thaler と Sunstein の著書「Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness (邦題: 実践行動経済学)」に由来している。「nudge」は、「そっと突く」という意味で、「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のあらゆる要素」と定義されている。
- 2 Cabinet Office and Behavioural Insights Team, Behaviour Change and Energy Use, 2011. [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/60536/behaviour-change-and-energy-use.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/60536/behaviour-change-and-energy-use.pdf)
- 3 社会的消費ノルムとも言われる。消費ノルムとは大衆の生活水準の平均を指し、生活水準の向上に伴い消費レベルが底上げされていく。いわゆる「アメリカ的生活様式」を指している(レギュレーション理論)。
- 4 Schultz, P.W., Nolan, J.M., Cialdini, R.B. et al, The constructive, destructive, and reconstructive power of social norms, Psychological Science, 2007.

英国には、省エネ住宅を促進することを目的としたエネルギー性能証書(EPC)制度がある。しかし、この EPC を参考にして住宅を購入している消費者は 18%にすぎないと報告されていた。ナッジ・ユニットは、米国 Opower 社で採用された行動経済学からの知見を活用して、EPC をユーザー・フレンドリーな表示方法に変更した（以下の左図：変更前、右図：変更後）。変更後は、優先度の高い省エネルギー対策、投資費用や省エネ効果を簡潔明瞭に示すことによって省エネ行動変容を促進することが期待されている。また、これらの変更は、EPC とグリーンディールの連携が視野に入っている。EPC の表紙にグリーンディールの対象メニューを記載することで、さらなる省エネ投資行動を含めた省エネ行動の促進をねらっている。



一方、ロンドン・スクール・オブ・エコノミクス(LSE)の Dolan 教授は、行動変容とエネルギー使用に関するナッジ・チームのレポートは最初のステップとして歓迎しつつも、相殺行動<sup>6</sup>、実験計画、エビデンスの品質に関して懸念を示している<sup>7</sup>。米国 Opower 社の事例からわかるように、ナッジの活用による省エネ行動変容は、必ずしも大きな省エネ効果が得られているわけではない。Dolan 教授が指摘するように、ナッジによる省エネ効果の検証には注意を要する。ナッジ・チームは引き続き、グリーンディールを展開するための支援を実施している<sup>8</sup>。このようなナッジを活用した省エネ行動変容の事例やその評価の蓄積を期待したい。

お問い合わせ : report@tky.ieej.or.jp

- 5 IEEJ, 英国で住宅の省エネルギー改善を促進する「グリーンディール」スキームがスタート, 2013. [http://eneken.ieej.or.jp/report\\_detail.php?article\\_info\\_id=4792](http://eneken.ieej.or.jp/report_detail.php?article_info_id=4792)
- 6 エネルギー効率が向上したことで大型製品を購入してしまうような、省エネ量を相殺してしまう行動を相殺行動(compensating behavior)といい、省エネ量を相殺してしまう効果をリバウンド効果(rebound effect)と呼ぶ。リバウンド効果は、経済の発展段階やエネルギー使用用途によって違いがあり、先進国で30%程度・途上国で60%程度が推定されている。
- 7 Paul Dolan, The behavioural insights team's report on energy use is good first step, but there are still concerns about compensating behaviours, experimental design and the quality of evidence. British Politics and Policy at LSE, 2011. <http://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/archives/15546>
- 8 Behavioural Insights Team, Annual update 2011-2012, 2012. [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/83719/Behavioural-Insights-Team-Annual-Update-2011-12\\_0.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/83719/Behavioural-Insights-Team-Annual-Update-2011-12_0.pdf)