

## 近未来金融システム創造プログラム第 8 回講義レポート

第 8 回目となる本日は、大阪大学大学院経済学部教授の松村真宏氏から「仕掛学と金融の近未来」という題目で講義が行われた。近未来の金融システム構築には人を動かす力の活用が必要。新しい視点として人々の行動変容を促す「仕掛学」によって金融と人とのより良い接点をどのように創造していくか、その可能性を検討していただいた。

また、仕掛学はデータに依存する AI の弱点を補うものとしても注目すべき分野である。データを集めるには時間も資金力も必要で、ビジネスベースに乗らない分野でのデータ蓄積は遅れがちとなる。仕掛学は、データがなくても人々の行動を変容させ、持続可能な金融システムを作っていくための選択肢として、期待が寄せられている。

### 「仕掛学」によるアプローチとは？

「仕掛学」とは、人の行動を変えるための学問である。人にある行動を促す際、「～した方が良い」と直接的に伝えるのではなく、「つい～したくなる」ように間接的に訴え、「結果として」目的が達成される。このような、人々に行動変容を促すきっかけになるものを「仕掛け」と呼ぶ。ポイントとなるのは、行動を起こす本人は、仕掛けの設置者の目的を達成しようとしているのではないということだ。例えば近年、男性用小便器に的が設けられるようになってきている。的の設置者は、飛び散りを抑えられる部分を狙わせることで、トイレを綺麗に使ってもらおうという意図をもって設置している。しかし、利用者は「的があるとなつて狙いたくなる」という思いからの的を狙い、「結果として」トイレを綺麗に使用する。利用者に、「トイレを綺麗に使おう」という意思はないのだ。その他にも、以下のような仕掛けが存在する。

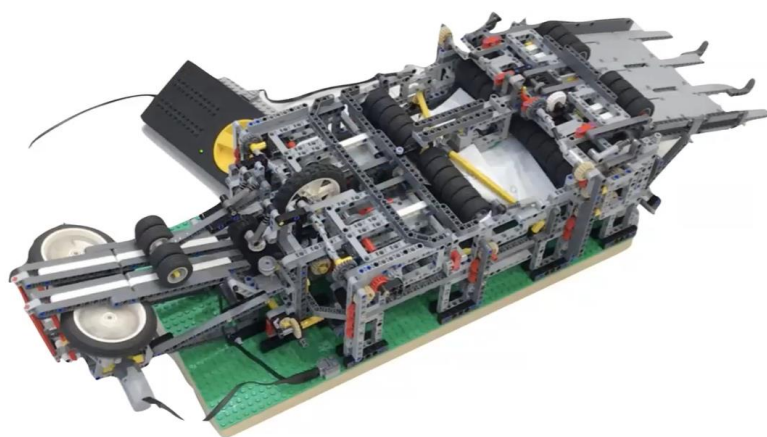
### 仕掛け 1

「バスケットゴールのついたゴミ箱」  
ゴミ箱の上にバスケットゴールを設置  
→ ついゴミを投げ入れたくなる



### 仕掛け 2

「アンケート回収機」  
レゴで作った電動のアンケート回収機を設置  
→ 回収機に入れるため、ついアンケートに答えたくなる



なぜ「仕掛学」によるアプローチが必要なのか。それは、社会課題の多くが人々の行動によって生じているからだ。路上のポイ捨てや運動不足による肥満、環境問題や交通安全も結局のところ個人の行動が集まった結果として捉えることができる。実際に、多くの人は望ましい行動を既に認識しているが、頭で理解していても欲求に勝てず実行できないのが人間である。だからこそ、間接的に伝えて結果的に問題を解決する「仕掛け」が必要なのだ。

## 「仕掛け」の原理

仕掛けは解決したい課題によってアプローチの形態が大きく異なるが、一貫した原理が存在する。それは、行動の選択肢を増やし、行動変容を強制しないことだ。このように、人々の行動を自分の意思で変えさせるという点が、人間の認知バイアスを利用し本人の意思に関係なく行動を変えさせるナッジとの大きな違いだ。具体的には、問題解決につながる行動を誘うきっかけとなるもののうち、以下の 3 つの要件からなる「FAD 要件」（それぞれの要件の英語の頭文字）を全て満たすものを「仕掛け」と定義する。一般的な意味で用いられる「仕掛け」よりもはるかに限定されていることに注意が必要だ。

- ・ 公平性 (Fairness) : 誰も損をしない。

仕掛けを使用した際に、「だまされた」ではなく、「面白い」と感じる。人を欺くものは仕掛けの定義から外れる。

- ・ 誘引性 (Attractiveness) : ついしたくなる。

行動変容を「強要」するものは仕掛けの定義から外れる。

この要件を満たす前提として、仕掛けが行動の選択肢を増やしていること、および私たちが自分の意思で自由に行動を選べる必要がある。

- ・ 目的の二重性 (Duality of purpose) : 仕掛ける側と仕掛けられる側の目的が異なる。

多くの場合、仕掛けが対象としている本当の問題は明示されていない。

中には、仕掛けと本当の問題の関係に気づく人もいるが、良い仕掛けであれば仕掛けの価値を高めることはあっても人を遠ざけるものにはならない。

## 「仕掛学」× 金融

仕掛学×金融の一例として、「小 1 起業家」を紹介する。小学 1 年生の子どもがお金の

使い方・増やし方を学び、コーヒー屋さんを家で始めた。父親から借金をして資金調達を行い、コーヒー豆の購入という投資を行い、開店準備を行った。出納帳もつけ、2か月後には黒字に転じた。この商売は、遊びとしての側面を持ちながら、結果として金融の知識の学習にもつながっている。しかし、お店をやっている本人は、学ぶためではなく、お小遣いを増やすため、遊ぶためにコーヒー屋さんをやっている。これも、洗練された仕掛けの

1つと言えるだろう。

このように、仕掛け学と金融の近未来は、「遊び」の具現化によって洗練されていくと予測している。

## Q&A

Q1. 規制の強い金融の領域において、「遊び」の場というのはどのように設けるのか。

日常生活において、金融と同じアナロジーを用いることができる遊びを通して金融を学ぶことができる。例えば、「モプカ」というゲームがある。実際の市場と連動し、仮想通貨として使用できるカードを用いるゲームであり、カードゲームをしているような感覚で市場の仕組みや金融の知識を身に付け、若年層の金融リテラシーを向上させることができる。

Q2. 飽きがくる仕掛けと飽きがこない仕掛けの違いは何か。また、飽きがくる仕掛けへの対応法とは何か。

仕掛けには、面白さを利用する仕掛けと、他者の目を気にさせる規範的な仕掛けの2種類がある。前者には飽きがあり、ある程度まで飽きられると行動変容が止まってしまう。そのため、日々接する利用頻度の高い仕掛けには、面白さを利用する仕掛けはあまり向かない。一方、観光地に設置する仕掛けなどは、利用頻度が低いため、面白さを利用する仕掛けが効果を十分に発揮できる。

また、仕掛けを使用する際の負担の大きさも関わってくる。使用する負担の大きい仕掛けはすぐに飽きられるが、負担が小さければそこまで面白くなくとも繰り返し使用してもらえる傾向がある。トイレ的の例で言えば、仕掛けを使用するハードルがとても低いため、利用者に使用し続けてもらえると思われる。また、練習すると上達する余地があるというのも、繰り返し使用してもらえる要因の1つだ。

Q3. 個人ではなく、企業の行動を変えるための仕掛けはあるのか。

企業の行動変容を促す仕掛けはあるが、仕掛けが直接的に作用するのは、個人に対してである。個人の行動を変える仕掛けによって、最終的に企業の目標を達成しようとするタイプの仕掛けが存在する。