

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「仕掛け学と金融の近未来」というお題で講義が行われた。近未来の金融に想像されるテクノロジーの応用やDXとは異なる視点、間接的に人々の行動変容を促す「仕掛け学」によって金融への接点をどのように創造すべきかを検討していただいた。

「仕掛け学」によるアプローチとは？

「～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。具体的には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いくなる

仕掛け 2
「小さな鳥居」



ポイ捨ての多い場所に小さな鳥居を設置
→ 注意喚起の看板を用いずに抑止

なぜ「仕掛け学」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知っているが、頭で理解していても欲求に勝て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」の原理と定義

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、人間の系統的な認知バイアスを利用す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**):誰も不利益を被らない
人を欺くものは仕掛けの定義から外れる。

・誘引性(**Attractiveness**):行動が誘われる
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。

「仕掛け」× 金融

モノポリーという定番ボードゲームには、原型となった「FINANCE」というゲームが存在する。このように、子供の金融リテラシー向上を目的として松村先生が考案したのが「モプカ」(モノポリー、プロ野球カード、カードダスの頭文字)というゲームだ。モノポリーを非同期、分散化、大規模化、オンライン化したようなゲーム内容となっており、仮想的な金融商品カードの入手や売買を実際に行うことができる。カードの収集や資産形成といったゲーム性を通して、結果的に子供の金融リテラシーが向上する「仕掛け」となっている。モプカは、「ゲーム化」という仕掛け学のアプローチと子供の金融教育を目的として再現された、「仕掛け」× 金融 の良い事例だ。

Q&A

Q, 松村先生の「仕掛け」にはオフラインでの物理的な施策が多い印象を受けた。オフラインで成功した「仕掛け」はオンラインでも同じように通用するのか？

A, 基本的にはオフラインでの「仕掛け」を想定している。オンラインで機能した仕掛けをオフラインで実験することはあるが、その逆はUI(User Interface)の研究と区別するためにも行っていない。

Q, 仕掛けを創り出す行程、特に誘引性を考える際にはクリエイティブな思考が求められるのか？また、仕掛けを創るときは何を意識しているのか？

A, クリエイティブな思考は必要ない。「バスケットゴールのついたゴミ箱」では、「バスケットでゴールをしたら楽しい」という共通の体験を利用したに過ぎず、他の仕掛けにも同じことが言える。

Q, 「仕掛け」とゲーミフィケーションの違いは何か？

A, ゲーミフィケーションと仕掛けは関係している。仕掛けを考える際には、インセンティブの設計としてゲーミフィケーションの応用が可能だ。