

本資料は、京都大学記者クラブ、草津市政記者クラブほか、NTT ドコモ、一橋大学からも報道機関各社に配信しています。



トピックス

2021年2月10日
株式会社 NTTドコモ
国立大学法人一橋大学
学校法人立命館

行動変容を促す新たな情報配信手法の実証実験を開始

株式会社 NTT ドコモ(以下、ドコモ)と国立大学法人一橋大学(以下、一橋大学)、学校法人立命館(以下、立命館大学)は、環境省の委託事業として、混雑・渋滞の解消に向けた人々の行動変容を促す実証実験を開始します。また、初年度の取り組みとして、都市圏在住の方を対象とした情報配信を2021年2月20日(土)から実施し、行動変容の有無等をアンケートにより把握・分析します。

委託されたのは、環境省が取り組む「令和2年度低炭素型の行動変容を促す情報発信(ナッジ)等による家庭等の自発的対策推進事業」^{※1}です。

ナッジ(nudge:そつと後押しする)^{※2}は、人々が自身にとってより良い行動(例:健康促進、疾病予防)を自発的に選択できるよう促す取り組みをさす行動経済学用語であり、人々の行動変容を促す上で費用対効果が高く世界的に注目を集めています。ここで、ナッジの効果は個人によって異なるため、ナッジを設計する際には個々人の属性や趣味嗜好に応じてパーソナライズすることが課題とされています。

この課題に対して3者は、個々人の属性などに応じてナッジをパーソナライズする取り組み「Behavioral Insights-Technology」(以下、BI-Tech)^{※3}を通して、コロナ禍に対応したライフスタイルへの自発的な変革をもたらす、新たな情報配信手法の構築をめざします。

<各者の役割>

- ドコモと一橋大学^{※4}は、ナッジによるメッセージ配信を実施するとともに、配信対象者の行動変容の有無と属性・趣味嗜好情報とを照合し、両者の因果関係を分析します。
- ドコモと立命館大学^{※4}は、対象者らが混雑・渋滞を回避する行動を選択した際の交通影響について、シミュレータ上での評価手法を検討します。

今後も3者は、人々の行動変容を促す BI-Tech の研究開発を通して、社会全体の混雑・渋滞を解消する世界の実現に貢献してまいります。

※1 環境省報道発表資料「令和 2 年度低炭素型の行動変容を促す情報発信(ナッジ)等による家庭等の自発的対策推進事業委託業務の公募について」を参照ください。

<http://www.env.go.jp/press/108363.html>

※2 環境省資料「ナッジとは?」を参照ください。

http://www.env.go.jp/earth/ondanka/nudge/nudge_is.pdf

※3 環境省資料「成長戦略・統合イノベーション戦略・AI 戦略等の政府方針に位置づけられた BI-Tech(バイテック)について(ナッジ関連)」を参照ください。

<http://www.env.go.jp/press/106977.html>

※4 一橋大学の竹内幹准教授(専門:実験経済学、行動経済学)、立命館大学の服部宏充教授(専門:マルチエージェントシステム、人工知能)が本事業に参加いたします。

本件に関する報道機関からのお問い合わせ先

株式会社 NTT ドコモ R&D イノベーション本部 クロステック開発部 第4 企画開発担当 TEL: 03-5156-3957 法人ビジネス本部 第一法人営業部 第五営業・第二担当 TEL: 03-5156-2041	国立大学法人一橋大学 総務部広報室広報係 TEL: 042-580-8032 Email: pr1284@ad.hit-u.ac.jp	学校法人立命館 広報課 TEL: 075-813-8300 E-mail: r-koho@st.ritsumei.ac.jp
---	--	---