

平成 29 年 11 月 28 日

「健康と生活に関する社会実験」の実施について

消費者行政新未来創造オフィスは、平成 30 年 1 月から、消費者に対する情報提供の在り方について「健康と生活に関する社会実験」を行います。

1. 調査の目的

消費者を取り巻く環境が急速に変化し、消費行動が多様化する中、消費生活の現状や消費者問題についての的確に把握するとともに、消費者に対する普及・啓発、情報提供の手法について調査・研究を行うことがますます重要になっています。

消費者庁では、今回、消費者の行動と行政による情報発信の手法に関する調査・研究の一環として、行動経済学^(注1)等の知見を活用し、在り方「健康と生活に関する社会実験」を実施します。

これにより、行政による情報提供の消費者行動への影響と、効果的・効率的な情報提供の在り方を把握し、その成果を今後の周知・広報に生かしていくことを目指します。

(注1) 行動経済学：心理学の研究成果を用いて、より「現実的な」人間の経済行動をモデル化し、経済・社会現象を実証的に分析する経済学

2. 調査の内容

生活協同組合とくしま生協の御協力の下、同生協組合員を対象に、「アンケート調査」及び「フィールド実験」を行います。

(1) アンケート調査（平成 29 年度）

消費生活上の意識や行動、食品の選択等について、「アンケート調査」を行い、徳島県の消費者の消費生活上の問題意識を把握します。

また、「フィールド実験」に参加していただくモニターの募集を併せて行います。

(2) フィールド実験（平成 30～31 年度）^(注2)

「アンケート調査」の結果を踏まえ、消費生活上の問題意識ごとにモニターをグループ分けする一方、情報提供の方法を複数用意し、並行してグループごとに異なる方法で情報提供・働き掛けを行います。また、この間、モニターに対し、健康に関わる指標（例：体重、運動時間（歩数）、睡眠時間等^(注3)）を継続的に測定します。これにより、情報提供の手法の違いによって、消費行動や健康の改善にどのような影響が及ぶかについて明らかにします。^(注4)

- (注2) 現実の社会生活の中で実験を行うことを通じて、仮説の真偽を確かめる分析方法。
- (注3) 平成29年度モニター募集に際し、併せて健康に関する問題意識を尋ねる事前調査を行った結果を踏まえ、指標については選定・変更を行う。
- (注4) 行動経済学においては、気付きのきっかけを与えることにより、人々に良い選択をするように促す「ナッジ」(nudge(英): 後ろから優しく背中を押す) という考え方がある。本実験においても、「ナッジ」の効果について明らかにする。

3. 実施体制

徳島県を「実証フィールド」として活用し、消費者行政新未来創造オフィスを含む下記の機関・有識者等が連携し実施します。

「産」・・・生活協同組合とくしま生協

「官」・・・消費者行政新未来創造オフィス

徳島県

「学」・・・依田高典京都大学大学院教授

室岡健志大阪大学大学院准教授

牛房義明北九州市立大学准教授

「民」・・・生活協同組合とくしま生協 宅配組合員

4. 調査スケジュール

平成30年1月 健康と生活に関する調査（アンケート調査、モニター募集）の実施

平成30年9月 フィールド実験の開始

平成31年12月 フィールド実験の終了

平成32年3月 調査結果の公表

(※4) 平成29年11月28日時点での調査スケジュールであり、変更の可能性がある。

「健康と生活に関する社会実験」プロジェクト（～行動経済学を活用した消費行動の分析・研究～）



【本件に関する問合せ先】

消費者行政新未来創造オフィス

担当 : 中村、三原

電話番号 : 088-600-0019 (直通)

088-600-0025 (直通)

FAX : 088-622-6171