

ジツム社の総務課に所属する
三宅さんと川野君を主役に、
職場のさまざまな課題の解決に役立つ
行動経済学の理論を
紹介します。



総務のための「行動経済学入門」

第2回 提出書類の 期日を守ってもらうには？

Miyake-san

ジ

ツム社のナッジ推進チームのメンバーになつた総務課の三宅さんと川野君。

ある日、課長から「経理課長から頼み事をされてね。経費精算の締切を守らない人が2割くらいいて、催促してもなかなか出してくれないそうなんだ。何かよいアイデアを考えてくれないかな」と相談を受けました。

ポジティブな同調と 利他性が鍵

2人が経理課長の送ったメールを確認すると、「締切オーバーの人がたくさんいます。早く出してください」といった内容が長々と書かれていました。

2人はそのメールを見ながら、「たくさん」と言われると、9割くらいがやっていないイメージで、締切を守る意欲が萎えそう。「でも、忙しい人もいるし、急かしすぎるのも……」と意見を出し合いました。

そこに、ジツム社顧問の竹林博士が通りかかりました。「2人の言うとおり、部長のメールは、皆が締切を

守っていないなら、自分もやらなくていい」というネガティブな同調思考を刺激するおそれがあります。それよりは8割の人が期限内に提出したことを強調したほうがよいですね」

竹林博士は続けて言いました。

「多忙を言い訳にして締切を守らない人でも、提出しないと担当者が苦労する」となると、心が痛むものです。このような利他性ナッジ（他人を思いやる心に訴える）を加えてはいかがでしょうか」と提案しました。

そのほかに、実行意図ナッジ（行動内容を明確にすることで実行を促す）な

ど、ナッジに関するアドバイスは竹林博士からもらった2人は、早速、次のようにメールの文案を作成しました。



【最終】30日が精算締切
経理部からの最終連絡です。

すでに8割の人が経費精算書を提出しました。

まだ経費精算書の提出が済んでいない人は、30日の正午までに提出するようにスケジュールに入力してください。

1人でも提出が遅れるようなことがあると、担当者が残業して処理しなければなりません。

いま提出してもらえれば精算締切に間に合います。

なお、どうしても締切に間に合わせるのが難しい人は、本日17時までに経理課長へ連絡してください。

2人が作成したメールの文案を見た課長は「こんなに短くて大丈夫か」と多少心配しましたが、社長がナ

ッジを推奨していることもあり、その日のうちに経理課長を通じて、全従業員にこのメールを送ることにしました。

翌月、課長が2人のもとに「経理課長からお礼を言われたよ。君たちのおかげで、経費精算書の提出率が98%になったそうだよ。ナッジってすごいんだな」と報告にきました。

この件を機に、2人の評判とナッジの効果が社内ですべて広がっていました。

今回の
ポイント



- * ネガティブな同調表現は、好ましくない行動を促す可能性がある
- * 自分のためには行動しない人でも、他人のためなら行動することもある〈利他性ナッジ〉
- * 行動内容を明確にすることで実行を促す〈実行意図ナッジ〉

