

地域づくり

2026

2

ISSN1340-8917

.....
明日を開く、地域活性化のための情報誌
.....



To The
Next Generation
40th
地域づくりは人づくりから

特集

施策推進のためのナッジ理論の活用

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです



1 巻頭エッセー／成田空港の「第2の開港」と物流・産業拠点の形成に向けて

熊谷俊人（千葉県知事）

特集

施策推進のためのナッジ理論の活用

人々の行動変容を自然に促す「ナッジ」(nudge)の行政施策への応用が注目されている。低コストで施策効果を高められる一方、活用には倫理観も求められる。ナッジの理論と各地の実践例を紹介する。

2 基調論文 ナッジの基本

竹林正樹（青森大学客員教授）

6 特定非営利活動法人北海道行動デザインチーム

行動デザインで地域・社会課題の解決に貢献

倉野健人

8 東京都狛江市

職員による自主研究グループで業務改善

田所 究

10 神奈川県横浜市戸塚区

ナッジを活用した市税口座振替利用促進

大内康平

12 福井県福井市

職員の提案から生まれたナッジ・ユニット

梅田佳孝

14 長野県塩尻市

ナッジ理論と広報は「相性抜群」

清水隆朝

16 京都府京都市

ナッジ看板でタクシーの違法駐車抑止

永田直也

18 大阪府堺市

環境分野に特化したナッジ・ユニット

前川裕輔

20 岡山県

ナッジ・ユニットを業務として位置づけ

日笠祐美子

22 広島県

土砂災害時避難へのナッジ理論活用

宗貞孝太郎

24 熊本地域医療センター（熊本県熊本市）

2色のユニフォームが定時交替後押し

岩橋由紀子

レギュラーレポート

26 地方創生フォーラム in 福井

ウェルビーイングを高める地域づくり

28 地方創生実践塾 山形県鶴岡市

「食」×「地域活性化」

太下義之

30 地域プロモーションアワード2025

ふるさと動画大賞

ふるさとパンフレット大賞

36 首長の思い

たたら由来の世界農業遺産の町

糸原 保（島根県奥出雲町長）

グラビア

34 都道府県漫遊

【滋賀県】

35 都道府県漫遊

【高知県】

手前みそですが…

【宮崎県西都市】

オンライン情報

地域活性化センターの最新情報はコチラ!!

地域づくりデジタル版

デジタル版誌面が
オンラインで閲覧
できます。



研修の開催情報

地域づくりを担う人材の育成
や交流のための各種セミナー・
研修などを開催しています。



助成金に関する情報

まちづくりなどへの各種助成金
の交付、人材育成や人口・
地域経済分析の支援などを実
施しています。



「一目百万、香り十里」と称される絶景

問い合わせ先Ⅱみなべ町つめ課

電話0739(33)9310

(写真提供Ⅱみなべ町)

いかがでしょうか？

一足早い春の訪れをみなべ町で体感してはい

ませんか？

また、名物の「いもち」は、さつまいもと

餅米をあわせ、あんこを包み、きなこをまぶし

たお餅です。梅の香りに包まれた美しい景観を

楽しみながら食べるいもちもちは格別です。

一緒に入園ができ、ハイキングコースをゆつ

と散策しながら梅の花を楽しめます。

日本最大級の広さを誇ります。例年見頃を迎え

る2月中旬には、白い梅の花が山一面に広がり

多くの観光客を魅了します。梅林内はベ

ットと一緒に入園ができ、ハイキングコースをゆつ

と散策しながら梅の花を楽しめます。

また、名物の「いもち」は、さつまいもと

餅米をあわせ、あんこを包み、きなこをまぶし

たお餅です。梅の香りに包まれた美しい景観を

楽しみながら食べるいもちもちは格別です。

一足早い春の訪れをみなべ町で体感してはい

ませんか？

日本一の梅の里 みなべ町

表紙

(和歌山県みなべ町)

梅の生産量日本一のみなべ町は、和歌山県の
中央部に位置し、梅の最高級ブランド「南高梅」
誕生の町です。江戸時代から梅の栽培が盛ん
になり、400年以上受け継がれてきた梅栽培を
中心とした伝統的な農業の仕組みが、平成27年
12月に世界農業遺産「みなべ・田辺の梅システ
ム」として認定されました。

「一目百万、香り十里」と称される南部梅林は、
日本最大級の広さを誇ります。例年見頃を迎え
る2月中旬には、白い梅の花が山一面に広がり
多くの観光客を魅了します。梅林内はベ

ットと一緒に入園ができ、ハイキングコースをゆつ
と散策しながら梅の花を楽しめます。
また、名物の「いもち」は、さつまいもと
餅米をあわせ、あんこを包み、きなこをまぶし

たお餅です。梅の香りに包まれた美しい景観を
楽しみながら食べるいもちもちは格別です。
一足早い春の訪れをみなべ町で体感してはい

ませんか？
問い合わせ先Ⅱみなべ町つめ課
電話0739(33)9310
(写真提供Ⅱみなべ町)



千葉県知事 ● 熊谷 俊人

成田空港の「第2の開港」と 物流・産業拠点の形成に向けて

昭和53年の開港以来、12億人を超える方々に利用されてきた、我が国の「空の表玄関」である成田空港には、「日本最大の貿易港」というもう一つの側面があります。そして、この成田空港では、現在、3本目の滑走路の新設を含む「第2の開港プロジェクト」が進行中です。

我が国の産業競争力強化に向けては、国際空港などの活用を通じて、世界の経済活動を積極的に取り込む必要があります。その際、「第2の開港プロジェクト」によって、現在の年間34万回から50万回に発着容量が大幅に拡大する成田空港の果たすべき役割は、今後、ますます大きくなっていきます。

この飛躍的に高まる成田空港のポテンシャルを最大限に生かすため、本県では様々な施策を展開しています。一つには、成田空港を核とした物流・産業拠点の形成を目指した取り組みです。

千葉県では、地域未来投資促進法に基づく基本計画において、「物流」「航空宇宙」など、成田空港の特徴や強みを生かす六つの産業を、空港周辺地域に集積を目指す産業に位置づけています。このうち、「物流」については、農林水産省に認めていただいた農地の土地利用規制の弾力化を生かして、2件の大型国際航空物流施設の開発表明につながりました。現在は、空港と特に親和性の高い「航空宇宙」産業の集積を目指し、企業へのアプローチを進めています。

また、成田空港がアジアの主要空港との熾烈な空港間競争を勝ち抜くためには、アジア各国の国際空港同様、国主導による取り組みが不可欠です。

こうした問題意識の下、空港周辺の市町とともに、岸田文雄総理（当時）に対し、成田空港を核とした物流・産業拠点形成に向けた要望を行い、総理からも「国家プロジェクトとして、（中略）しっかりと対応」するとお応えいただき、昨年7月には、東京圏国家戦略特別区域

の千葉県全域への拡大が実現しました。

加えて、昨年9月には自民党内に「成田国際空港を拠点とした産業基盤強化PT」が立ち上がり、成田空港を核とした産業集積などの検討が進められています。

今後も、成田空港を核とした物流・産業拠点の形成に向け、民間投資を呼び込むための環境整備や、国をはじめとする関係機関と連携した取り組みを進めてまいります。

さらに、こうした取り組みに加え、本県が力を入れているのが、成田空港と物流・産業拠点を支える「エアポートシティ」実現のための取り組みです。

昨年4月、その推進のための新たな組織として、空港づくりを担う成田国際空港株式会社とともに「NRTエアデザインセンター」を設立し、6月には、同センターにおいて、関係者の議論の出発点となる「エアポートシティ」構想を公表しました。

現在、センターでは、様々な民間企業と議論を深めており、昨年11月には、取り組みの第一弾として空港アクセスや、空港周辺地域の主要な交通事業者である京成電鉄株式会社と「特別パートナーシップ協定」を締結し、空港周辺の地域公共交通の検討などの深度化を図ることとしたところです。

このほか、「第2の開港プロジェクト」の効果を広域的に波及させるために、圏央道や北千葉道路、新湾岸道路などの広域道路ネットワークの構築に向けた取り組みや、都心へのさらなる輸送力の増強や速達性向上といった、鉄道アクセス強化に向けた具体的な検討が進められており、県としても、これらに積極的に関与しています。

今後、世界の成長とつながる、唯一無二の存在である成田空港のポテンシャルを最大限に生かし、世界の中心の千葉県の発展に向けて、様々な施策を展開してまいります。

ナッジの基本



青森大学客員教授

● 竹林 正樹

自治体とナッジ

ケーススタディをご覧ください。

「ケーススタディ」

A県職員のB主幹（事務職）は今年4月から健康増進課に異動し、がん検診受診促進の担当となりました。ある日、お笑いコンビが出ているテレビコマーシャルで「ナッジ」という言葉を目にしました。「ナッジは新しいキャッチコピーのことか」くらいに受け止めていました。新年度になって国から通知が届き、そこにも「ナッジ」が出てきました。でも、「また横文字か」と、読み流しました。

4月下旬、県主催の市町村研修会で、市町村の保健師や管理栄養士から「県の作成するがん検診受診啓発ポスターにナッジを設計してほしい」と要望がありました。B主幹は「より丁寧な情報発信に心がけます」と回答しました。

8月。出先機関から「ナッジを用いた検診受診促進キャンペーン」の新規事業が提案されました。B主幹が窓口になって財政課に説明するため、ウェブでナッジを検索しました。最初に「ナッジは行動経済学の中核理論で、選択を禁じること、経済的なインセンティブを大きく変えることもなく、人々の行動を予測可能な形に変える選択的アーキテクチャのあらゆる要素（セイラー&サンステイン、2002）を意味する」と書かれているのを見て、眉をひそめました。「経済学？ なぜ、お金もつけの学問が公共政策に必要なのか。そしてこの定義も意味不明だ。こんなのを財政課に説明するよりは、出先機関の提案を取り下げさせたほうが早い」と考えるようになった。

2019年以降、政府の「成長戦略実行計画（内閣府）」「健康寿命延伸プラン（厚生労働省）」「第14次労働災害防犯計画（厚生労働省）」「第4次食育推進基本計画（農林水産省）」などの戦略にお

筆者プロフィール

竹林 正樹 氏
（たけばやし・まさき）

青森県出身。立教大学経済学部、米国University of Phoenix大学大学院（Master of Business Administration）、青森県立保健大学大学院修了（博士〈健康科学〉）。行動経済学を用いて「頭ではわかっているけど、健康行動できない人を動かすには？」をテーマにした研究を行う。「ホンマでっか!?TV（フジテレビ）」をはじめ、各種メディアでナッジの魅力を発信。ナッジで受診促進を紹介したTED（テッド）トークはYouTubeで90万回以上再生。代表作は「心のゾウを動かす方法」（扶桑社）、「介護のことになると親子はなぜすれ違うのか」（GAKKEN）。

いて、ナッジ活用が推奨されるようになった。管理栄養士や保健師の国家試験にはナッジに関する出題が行われるようになったこともあり、大学のカリキュラムにナッジが盛り込まれている学部が

増えてきた。

このような背景もあり、自治体職員にナッジ習得は不可欠になってきている。しかし、ナッジを体系的に学べる場は少ない。確かにナッジを取り扱った書籍や動画コンテンツは多いが、ナッジを正しく理解していないものが散見されるため、うのみにするのは危険である。

本稿は後述の各自治体のナッジを用いた事例を読み解くために必要な基本事項を概説することを目的とする。

ナッジの基礎知識

ナッジを学ぶ自治体職員を悩ませるポイントは大きく2つに分けられる。

(1) なぜナッジは行動経済学？

「ナッジは行動経済学の理論」——こう聞いた瞬間、ケーススタディのB主幹のように「経済学はお金もうけの学問。私たちは住民の幸福追求の仕事をしている。経済学は関係ない」と感じる人もいることだろう。しかし、この認識は誤解である。経済学は「限られたリソースをどう配分して、いかに満足度を最大化することができるか？」をテーマとする学問で、「幸福追求」という観点から公共政策と相性がよい(竹林&後藤、2022)。経済学は250年以上の伝統を持つ中で、ターゲット層を「完全な合理性を持った人(合理的経済人)」と設定してきた。ここでの「合理的」とは「自分たちの目的を達成するために手立てを整えてベストを尽くすこと」を意味する(マンキュー

1、2014)。合理的経済人は理論モデル構築には向いている。しかし、現実世界に暮らす多くの人たち(ヒューマン)はこのような合理性を持っていないため、伝統的経済学では説明しきれない事象が多い。

ケーススタディでのB主幹が担当するがん検診受診促進を考えてみよう。今までは、受診率向上策として「情報提供」と「インセンティブ(褒美と罰)」が使われてきた。これらは合理的経済人を動かすのには向いている。ただし、自治体では、がんの早期発見を情報発信し、検診受診料を無償化あるいは減免しているにもかかわらず、多くのがん検診受診率は50%を下回っている。このように情報提供やインセンティブは、ヒューマンの受診行動促進にはあまり向いていない場面もある。

この「頭で必要性をわかっていても行動しない現象」の背景に、認知バイアスがある。例えば、がん検診未受診者には現在バイアス(現在の誘惑や面倒を過大評価する心理特性)が見られる(Lawless 2013)。現在バイアスを持った住民に対してさらにがん検診の有用性に関する情報発信を行ったところで、目の前の申し込み手続きを面倒くさがるのであれば、今後受診者が有意に増えることは考えづらい。また、「受診したら抽選で100万円付与、未受診の人は罰金1億円」という強烈なインセンティブを設定することで受診率向上が見込まれるが、倫理的問題が生じ、現実的ではない。

このため、「合理性が限定的で認知バイアスに影響されるヒューマン」をターゲットとした経済学が求められるようになった。これが行動経済学

である。行動経済学の「行動」は「認知バイアスの行動」とイメージするとわかりやすい。

(2) ナッジの定義がわかりにくい

次に多くの自治体職員を悩ませるのは、ナッジの定義であろう。正式な定義は経済学研究者以外には難解に映るため、本稿では「頭で必要性を理解していても腰が重い人を認知バイアスの特性に沿って一歩踏み出させる手法」と換言する。

認知バイアスとは、心理特性のことである。例えば、生活習慣の悪い人には現在バイアス(現在の誘惑や面倒を過大評価する心理特性)が強く見られ(Lawless, 2013)、がん検診受診を受けない人も現在バイアスが強い(Bradford et al., 2010)。このため、頭では検診の必要性を理解していても「別に今でなくてもよい」と考え、先延ばししているうちに、いつまで経っても受診しない。それにもかかわらず、B主幹は情報量を増やして対応しようとした。現在バイアスの強い人に文字数の多いチラシを送ると、そもそも見ない可能性が高まる(The Behavioural Insights Team, 2014)。認知バイアスの特性に沿っていない働きかけは、労力や予算を投じても効果につながらない。

行動しない背景に特定の認知バイアスの存在があることが判明したことから、認知バイアスの特性に沿った介入設計が可能になった。この介入方法がナッジである。がん検診受診案内では、「検診日時を指定し、都合の悪い人は申し出る方式とする(デフォルトナッジ)」「検診の受診日時を報告させる(コミットメントナッジ)」ことによって、現在バイアスの強い人でも申し込む可能性が高ま

る（厚生労働省、2019）。

多くのナッジはエビデンスに基づいており、導入コストが総じて低い（Benartzi et al. 2017）。EBPM（エビデンスに基づく政策立案）や費用対効果の観点からもナッジは注目されている。

ナッジのフレームワークEAST

ナッジのフレームワークとしてEAST（Easy〈簡素化〉—Attractive〈魅力の強調〉—Social〈社会性の付与〉—Timely〈タイムリーな働きかけ〉）がある（The Behavioural Insights Team, 2014）。EASTはナッジ設計のチェックリストで、厚生労働省や環境省も推奨している。自治体の事務や事業は複雑な手続きになる傾向が見られるため、最初のうちはEasyナッジに特化するのがよいだろう。具体例を示す。

【事例】日本では定期健診で有所見となった者のうち、過半数が二次検査を受けていない（Yamaguchi et al. 2024）。そこで有所見者向けの通知を「自分で医療機関を探して受診するように指示（対照群）」と「受診すべき診療科を明記して受診するように指示（ナッジ群）」の2パターン作成し（図1）、企業でフィールド実験を行ったところ、ナッジ群は受診率が2.4倍高まった（20.8%→48.8%）。対象者にとって医療機関を探す面倒を取り除いたことで受診行動につながったようだ（この結果は現在英語論文投稿中）。

自治体のナッジ導入に当たり期待されているのが、ナッジ・ユニット（ナッジ推進をサポートするチーム）である。自治体ナッジ・ユニットの多くは組織横断型で外部の専門家も関与しているため、知見を広く活用できる環境が整いやすくなる。2019年に日本初の自治体ナッジ・ユニットである横浜市行動デザインチームが立ち上がって以降、全国に広がっている（伊豆他、2025：図2参照）。

ナッジ・ユニット

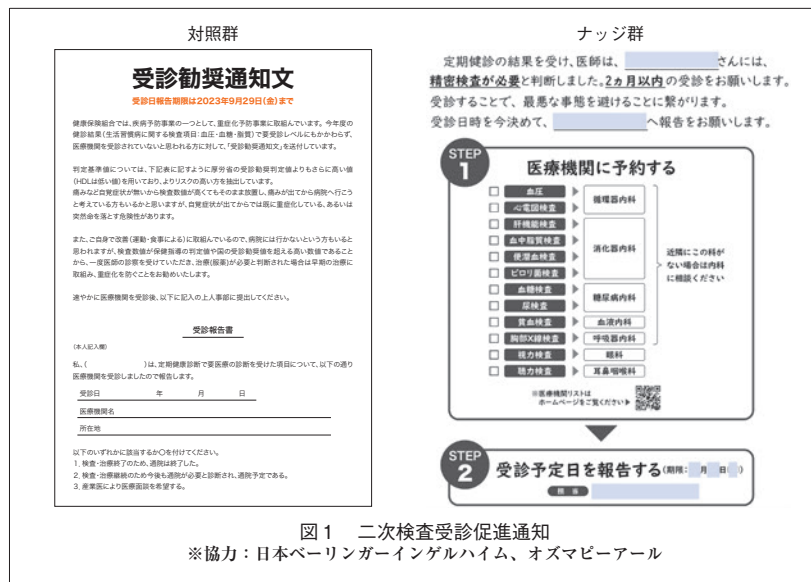


図1 二次検査受診促進通知
※協力：日本ベーリンガーインゲルハイム、オズマビーアール

ナッジの弱点と克服方法

ナッジは万能ではなく、多くの研究から限界が指摘されている。本稿では「長期的効果が不明」「悪用のリスク」の2つに絞って論じていく。

（1）長期的効果が不明

系統的レビュー（特定のテーマに関し複数のエビデンスから得られたデータを統合・分析する方法）では、「ナッジは行動開始には向いているが、行動定着に至るほどの力があるのかは未知数」と

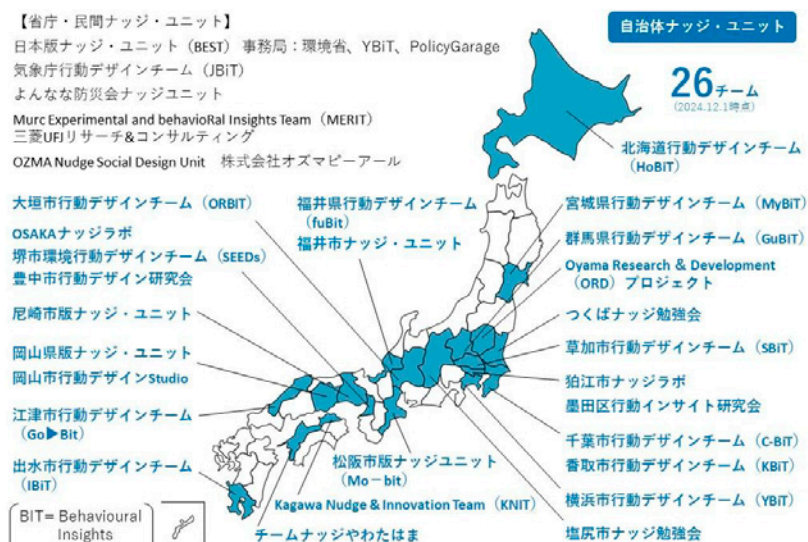


図2 国内のナッジ・ユニットの状況

結論づけられている (Ledderer et al., 2020)。そもそもナッジが行動に及ぼす影響力は小から中程度であり、過大な期待をするべきではない (Mertens et al., 2022)。行動定着には、情報提供によるリテラシー向上が求められる (Hertwig & Grüne-Yanoff, 2017)。ただし、多くの人は情報提供一辺倒に対してはうんざりし、最初の一歩すら踏み出せない可能性がある。このため、「ナッジで心を開いた後に情報提供」や「教育的要素を含んだナッジ (教育的ナッジ)」といった組み合わせによって、行動開始から継続まで一体化した設計となる可能性が高まる (Hertwig & Ryall, 2020)。

(2) 悪用されるリスク

ナッジに関する批判の中で多いのは、「ナッジは隠匿的 (Sunstein, 2018)」といった倫理的な観点のものである。これに対しては「このナッジをあなたに使います」と情報開示することで解決できる (サンスティーン & ライシュ, 2022)。ナッジの手の内を明かしても介入効果が減少しないことがわかっており、今後はインフォームドコンセント型のナッジが求められていくだろう (Bruns et al., 2018)。

ナッジは望ましい行動から逸脱して困っているヒューマンを支援するための手法である。認知バイアスに働きかけるといふ特性上、高い倫理的配慮が求められる。一方、ナッジの悪用を「スラッジ (ヘドロを意味する英語)」と呼ぶ。スラッジは「選択的アーキテクチャの要素のうち、選択をする当人の利益を得にくくする摩擦や障害を

含む全ての要素 (セイラー & サンスティーン, 2022)」と定義され、認知バイアスを刺激してヘドロのように望ましい行動へ進むのを阻害する。スラッジはナッジと明確に区別され、行動経済学では好ましくないものとして位置づけられる。

自治体のスラッジ

スラッジは悪質業者が行うイメージが強いが、実際には公的機関が行っている場面も見られる。例えば住民向けがん検診受診通知において、申し込み方法が電話のみの場合、耳の不自由な人や日中働いている人は申し込みが困難となる。また、B主幹のような「丁寧な情報提供のために文字数を増やそうとしたケース」もスラッジに該当する可能性がある。前述の通り、現在バイアスが強い人には、文字数を減らすことで申込率が向上することが示唆されているからである (The Behavioural Insights Team, 2014)。スラッジに該当するかどうかは、エビデンスに基づいて判断するとよい。

最後に

ナッジを導入している自治体が増えてきている。本誌でこれから紹介する自治体の例を見ていくうちに、きっとあなたの組織でも導入したくなるだろう。仮にナッジの導入がすぐには難しい場合でも、まずはスラッジをなくすことから始めていけるだろうか。

【引用文献】

- Benartzi, S., Beshears, J., Milkman, K. L., Sunstein, C. R., Thaler, R. H., Shankar, M., Tucker-Ray, W., Congdon, W. J., & Galing, S. (2017). Should governments invest more in nudging? *Psychological Science*, 28(8), 1041-1055. <https://doi.org/10.1177/0956797617702501>
- Bruns, H., Kantorowicz-Reznichenko, E., Klement, K., Jonsson, M. L., & Rahali, B. (2018). Can nudges be transparent and yet effective? *Journal of Economic Psychology*, 65, 41-59. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2018.02.002>
- Hertwig, R., & Grüne-Yanoff, T. (2017). Nudging and boosting: Steering or empowering good decisions. *Perspectives on Psychological Science*, 12(6), 973-986. <https://doi.org/10.1177/1745691617702496>
- Hertwig, R., & Ryall, M. D. (2020). Nudge versus boost: Agency dynamics under libertarian paternalism. *The Economic Journal*, 130(629), 1384-1415. <https://doi.org/10.1093/ej/ueaa035>
- Lawless, L., Drichoutis, A. C., & Nayga, R. M., Jr. (2013). Time preferences and health behaviour: A review. *Agricultural and Food Economics*, 1, Article 17. <https://doi.org/10.1186/2193-7532-1-17>
- Ledderer, L., Kjær, M., Madsen, E. K., & Busch, C. (2020). Nudging in public health lifestyle interventions: A systematic literature review and metasynthesis. *Health Education & Behavior*, 47(5), 749-764. <https://doi.org/10.1177/1090198120917769>
- Mertens, S., Herberz, M., Hahnel, U. J. J., & Brosch, T. (2022). The effectiveness of nudging: A meta-analysis of choice architecture interventions across behavioral domains. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 119(1), e2107346118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2107346118>
- The Behavioural Insights Team. (2014). EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. <https://www.bi.team/publications/east-four-simple-ways-to-apply-behavioural-insights/>
- Sunstein, C. R. (2018). Misconceptions about nudges. *Behavioural Experimental Finance*, 2(1), 61-67. <https://doi.org/10.1016/j.bef.2018.02.001>
- Yamaguchi, S., Atarashi, T., Okada, A., Sato, M., & Takahashi, K. (2024). Impact of the COVID-19 pandemic on health check-ups in 2021 and 2022: A nationwide follow-up survey of healthcare facilities in Japan Society of Ningen Dock. *JMA Journal*, 7(1), 94-105. <https://doi.org/10.31662/jmaj.2023-0126>
- 伊豆勇樹, 大竹文雄, 金野理和, 他. (2025). 自治体ナッジシェア. <https://nudge-share.jp/> (2025年12月18日閲覧)
- 厚生労働省. (2019). 受診率向上施策ハンドブック (第2版). https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_04373.html (2025年12月18日閲覧)
- サンスティーン, C. R., & ライシュ, L. (2022). データで見る行動経済学 (遠藤真美訳). 日経 BP.
- セイラー, R. H., & サンスティーン, C. R. (2022). NUDGE 実践行動経済学 完全版 (遠藤真美訳, pp. 28-37). 日経 BP.
- 竹林正樹, & 後藤励. (2023). なぜナッジで行動を後押しできるのか?—経済学から見たナッジ—. *日本健康教育学会誌*, 31, 68-74.
- マンキュー, N. G. (2014). マンキュー入門経済学 (第2版) (足立英之・石川城太・小川英治 他訳, pp. 8-10). 東洋経済新報社.

行動デザインで地域・社会課題の解決に貢献

— 成果の実感が仕事ををもっと楽しく —



特定非営利活動法人
北海道行動デザインチーム 代表理事

・ 倉野 健人

きっかけは道庁内の政策コンペ

北海道行動デザインチーム（愛称「H o B i T（ホビット）」は、行政などのソーシャルセクターに行動デザイン（ナッジ）を活用することで、より良い公共サービスの実現をめざすメンバーが集い、2020年3月に北海道初のナッジユニットとして結成しました。

当時の私は、道庁職員として日々の業務に取り組む一方で、前例踏襲型で形式的に感じられる業務を前に、入庁当時に思い描いた理想との間に、どこかモヤモヤした気持ちを抱いていました。

そんな中、同僚からふと「庁内の政策コンペ（政策開発推進事業）に、ナッジをテーマに提案してみないか」と声をかけてもらいました。新しいことへの挑戦、そして、思いを共有できる仲間と働くことへの期待もあり、私は気軽な気持ちで政策提案チームに加わりました。これが、H o B i T活動のスタートでした。

政策提案チームでは2年間、活動しました。ナッジを普及するための研修・セミナーを開催したほか、実践事例として、庁舎内にあるコンビニエンスストアでの「レジ袋削減減ナッジ」や、トイレでの「石けん手洗い促進ナッジ」

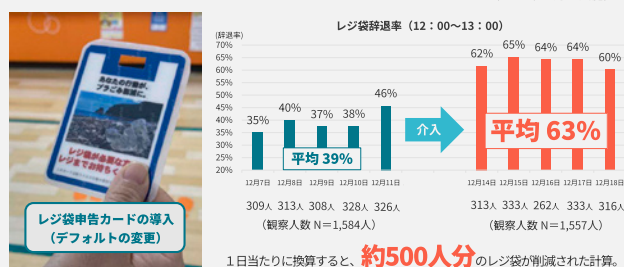
などに取り組み、一定の成果を上げました。

さらに、釧路地域におけるレンタカーとエゾシカとの交通事故（ロードキル）防止を目的にフィールド調査を実施し、運転者の安全運転を促すナッジにも挑戦しました。庁舎を飛び出し、地域の現場に寄り添いながら課題解決にナッジを活用した経験は、現在のH o B i Tの基礎を形づくることになりました。

NPO化による全道展開へ

政策提案チームの活動が終了した後も、自治体や大学等教育機関、民間企業など、さまざまな組織から研修講師の依頼やナッジに関する相談をいただきました。任意団体として活動を続ける中で、ナッジそのものだけでなく、その背景には、「成果を出したいけれど、その手法が分からない」、「つまり「行動科学に基づく政策アプローチ」へのニーズが大きいことを実感し、そこに我々の存在価値があることに気づきました。次第に、「H o B i Tの活動や思いを、道内にコミットしたい」という思いが生まれ、2023年秋には、

事例）セイコーマート北海道庁店におけるレジ袋辞退促進（2020年12月に実施）



出所：令和2年度 北海道 政策開発推進事業報告書「行動デザイン（ナッジ）」を活用した効果的な政策の実現に向けて」（をもとに作成）
(https://www.pref.hokkaido.lg.jp/fn/1/0/4/8/2/5/7/0/_02_w_11.pdf)

事例「レジ袋削減」



HoBiT の行動理念「MVV」

道内各地に散らばっていたメンバーが一堂に集まり、合宿をしながら今後の活動について話し合う中で、自然と法人化についての議論が始まりました。法人化に向けた準備は、決して簡単なものではありませんでした。何度もメンバーと議論を重ね、活動の原点を確かめながら、これからのH o B i Tの姿を真剣に考え続けました。そうして、2024年12月に法人登記が完了し、晴れてNPO法人としての活動がスタートしました。

◆◆◆ 多角化する事業活動

H o B i Tの事業活動は、大きく二つに分けられます。

一つは、研修やセミナーなどによる「学びの場の提供」です。これまで多様な組織を対象に、100回以上の研修等を実施しており、最近では、座学に加え、ナッジの作り方を実践的に学べるワークショップ形式の研修の開催が増えています。直近では、いわゆるオーバーツーリズム対策としての「観光地におけるインバウンドのマネー改善」や「高齢者の運動教室への参加促



研修で「学びの場」提供



伴走支援の様子

進」「住民向けアンケートの返送率向上」など、特に自治体が課題としている内容のワークショップを開催しました。

二つ目の事業活動は「伴走支援」です。これは、自治体や関係団体の課題や目的に応じて、ナッジの設計から効果検証までを一体的に行う、長期的な支援を提供しています。2025年度には、上士幌町SDGs推進プロジェクトチーム（ナッジプロジェクト）を支援し、町内イベント会場でのごみ分別や、道の駅でのごみ放置防止に向けたナッジの導入支援に取り組んでいます。

このほか、コミュニティの拡大を目的に、気軽にナッジなどを学べる場として、「H o B i Tカフェ」を不定期に開催しており、ご好評をいただ

いています。

◆◆◆ 「変えたい」を「変わった」に
ワクワクを北海道に広げたい！

NPO法人化の影響もあり、地方紙に活動内容が掲載されるなど、道内におけるH o B i Tの認知度は着実に高まっています。道庁以外の官民からもメンバーが加わり、現在の正会員は12名まで増えました（2025年12月1日現在）。

研修や伴走支援など、外部からの相談件数が増える中で、提供する支援メニューの内容にも少し変化が生まれています。それは、これまで「インプット」が中心だった基礎的な座学研修から、「アウトプット」を重視した実践的なワークショップ形式の研修が増えていること、そして、数カ月にとわたる伴走支援の依頼が増えていることです。活動の幅も広がりを見せ、「道民が理想の一步を踏み出せる社会を創る」という目標に少しずつ近づいていることを、日々実感しています。

私が考えるナッジの魅力は、いつもと少し違うチャレンジに取り組むときのワクワク感や、成果が出たときの達成感にあると思います。H o B i Tのバリエーションの一つである「ワクワクの伝播」を大切にしながら、北海道で地域課題に取り組む方々を後押しできるよう、これからも活動を続けていきます。

H o B i Tでは、ナッジを活用した取り組みに関するご相談を受け付けています。また、一緒に活動する仲間も募集中です。お問い合わせは、公式ホームページまたは公式メールまでお寄せください。

職員による自主研究グループで業務改善 ―庁内へのナッジ活用展開を目指して―



狛江市環境部環境政策課水と緑の係長

● 田所 究

「おしチャリ」推進がきっかけ

「狛江市ナッジ・ラボ」は、行動経済学のナッジ理論を活用した業務改善による市民サービスの向上、庁内へのナッジ浸透、職員間のネットワーク構築を目指す市職員の自主研究グループです。小田急線狛江駅の高架下商業施設のリニューアルにあわせて、駅前に快適な歩行者空間を確保するための自転車押歩き（おしチャリ）を推進した庁内ワーキンググループ「おしチャリラボ」を前身として、令和6年1月に発足しました。

主に「EAST」活用

ナッジ理論は、人がより良い選択をしやすくなるために、強制することなく環境を工夫して行動の変化を促す行動経済学的手法です。いくつかの代表的なフレームワークがありますが、私たちが主に活用しているのは「EAST」です。EAST

は、取るべき行動を詳細に洗い出し、ボトルネックとなるポイントを「EASY（簡単）」「ACTIVE（魅力的）」「SOCIAL（社会的）」「TIMELY（タイムリー）」にすることで行動の変化を促す手法です。具体的な事例を二つご紹介します。

（１）簡単で魅力的に

（生活保護受給者の健診受診勧奨）

一つ目は、生活保護受給者の健診受診勧奨事業です。この取り組みは、生活保護を担当する福祉相談課からの声かけではじまり、令和6年度は大学院教授や医師会と連携しながら勧奨通知を2回送付しました。

対象者には長文が苦手な方や、自己肯定感が低く健康意識を持ってない方がいることを踏まえ、主にEASYとACTIVEを活用しています。まず、取るべき行動の簡単さを伝えるために、健診の流れを3ステップにまとめ、医療機関を探しやすいようにリストや地図を掲載しまし

た。また、健診の魅力を伝える上で、初回の通知では3パターンのキャッチコピーを作成し、効果的なアプローチを検証しています。

健診を受診しないデメリットの「恐怖」、受診するメリットの「効果」、自分宛ての手紙だという「特別感」を感じさせる3種の中で、最も効果が高かったのは特別感です。「あなたのことが心配です。」というキャッチコピーには、「自分のことを気遣ってもらえてうれしかった」という声が寄せられました。そのため、2回目の通知では「季節の変わり目、体調いかが？」と相手を気遣うメッセージを送っています。

結果として、健診受診率は令和5年度の33・5%から令和6年度は40・6%に増加しました。

（２）社会的でタイムリーに

（国保税の口座振替勧奨）

二つ目は国民健康保険税の口座振替利用勧奨です。この事例では、国保制度担当の保険年金課と市税の口座振替担当の納税課が連携し、令和7年5月初旬に4719通の通知を送付しました。

口座振替は納め忘れや延滞金の発生リスクが低く、市としても督促などの負担が少ないため推奨しています。しかしながら、国保は離職や就職、転出入に伴う加入や脱退が多く、口座振替利用率が低い状況が続いてきました。そのような中、令和7年度より国保税の納付に関して口座振替を原則化するよう条例が改正されました。罰則は設けられていませんが、おしチャリのときと同様に、制度について周知して理解を得る必要があります。ここで活用したのが、SOCIALとTIMELY

LYです。

納付書払いは納税通知書に使用される用紙の枚数が多く、環境負荷が大きいことを伝えて口座振替の社会的なメリットを訴求しました。さらに、制度改正と同時期に通知することで、タイムリーな案内としています。加えて、納税通知書が届いてからの手続きでは間に合わない第1期の納期限から口座振替を開始できる時期であったことも効果的だったと考えられます。

取り組みの結果、4月から8月の間の口座振替申請件数は、令和6年度の322件に対して令和7年度は1327件となり、前年同期比で1005件（312%）増加しました。

ナッジで見える市民目線

ご紹介した二つの事例では、取るべき行動を具体的に分析し、どこにボトルネックがあるのか仮説を立てて、より簡単、魅力的、社会的、タイムリーに感じられる工夫を通知に込めました。その過程は、より現実的で実生活に根ざした市民目線を考察するものでした。

時代の変化に伴い、多様化、複雑化する行政需要に的確に対応し、地域社会の持続可能性を高めるのは自治体としての大きな役割ですが、それは一つ一つの政策、事業、日々の業務の積み重ねによって実現するものです。

私たち狛江市ナッジ・ラボは、これからも庁内へのナッジ活用の展開を通じて、市民の行動やその背景を踏まえた日々の業務改善に取り組んでいきます。

おしチャリプロジェクト

狛江市ナッジ・ラボ立ち上げのきっかけとなったのが、小田急線狛江駅前の歩行空間における危険な自転車走行に対し、市職員と地域のデザイナーさん2名（アートディレクター、サービスデザイナー）が協業で実施した「おしチャリプロジェクト」でした。

このプロジェクトでは、交通量調査や行動観察、インタビュー調査をもとに、ナッジ手法とデザイン思考に基づく検討プロセスを掛け合わせた実証実験を行い、路面標示やベンチと本棚の設置といった空間的工夫により、それまでは40%前後であったおしチャリ率が、実証実験最終日には90%を超えるという成果を上げました。

これにより、歩行者の安全確保のみならず、駅前のにぎわいとコミュニティ形成を促す新たなまちづくりモデルとして評価され、「ベストナッジ賞コンテスト2023・オーディエンス賞」を受賞しました。



おしチャリ

「おしチャリプロジェクト」
で使用したロゴ



「おしチャリプロジェクト」へのリンク



メッセージコーン



路上に設置した「パブリック本棚」

ナッジを活用した市税口座振替利用促進 —伝える行政から伝わる行政へ—



横浜市戸塚区税務課収納担当係長

・大内 康平

納期限内納付率向上に向けて

「納期限内納付率を向上させるにはどうしたらよいのか」。この疑問を出発点に、横浜市戸塚区税務課では、行動経済学の知見を活用した「ナッジ」を取り入れた新たな取り組みをスタートさせました。納付方法が多様化する中、納税者の「納付忘れ」や「納付書の紛失」などによる滞納を防ぎ、より確実性の高い納付方法として、特に「口座振替」に着目しました。

なぜ口座振替なのか

当課には「納付書を紛失したので再発行してほしい」「納付状況を確認したい」といった市民からの問い合わせが日々寄せられており、納付書の管理ができていない滞納に至るケースも少なくありません。

口座振替による納付は、いったん口座登録を行

えば、残高不足などがない限り自動的に引き落とされるため、毎回の納付手続きが不要です。税目ごとに登録は必要ですが、納付忘れを防止でき、延滞金の発生リスクも抑えられます。また、納付書の管理が不要になる点も大きなメリットです。

さらに行政側にとっても、口座振替によって納期限内に収納できれば、督促状等の発送にかかる印刷費や郵送料の削減、業務負担の軽減が期待できます。その結果、より困難な滞納整理業務に注力することが可能となり、納税者・行政双方にとって多くの利点が生まれます。

ナッジ活用の実証実験で成果

こうした背景のもと、令和2年度に三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社との協働により、ナッジを活用した口座振替利用促進の取り組みが始まりました。

具体的には、新たに固定資産税の納税義務が発生した3184人を対象に、送付する勧奨チラシ

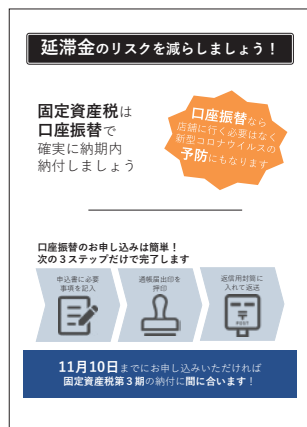
の内容を3パターン（①従来の勧奨チラシ〈図1〉②ナッジを活用したチラシ〈図2〉③チラシなし）に分けた実証実験を実施しました。ナッジの「EAST (Easy・Attractive・Social・Timely) フレームワーク」を取り入れた②のチラシを送付したグループでは、口座振替の申込率が17・2%に達し、①の8・4%と比較して2倍以上の成果を上げました。

ここでのナッジの工夫は多岐にわたります。「Easy（簡単に）」の観点では、手続きの流れをイラストでわかりやすく示し、申し込みに必要な「所有者コード」をチラシに同封することで、手続きのハードルを下げました。「Attractive（魅力的に）」なメッセージとして、「延滞金のリスクを減らしましょう！」といった損失回避の心理に訴える表現を用いることで、納税者の関心を捉えたアプローチを行いました。また、「Timely（タイムリーに）」では、次期の口座振替が間に合うタイミングで封書が届くようにすることで行動を促しました。

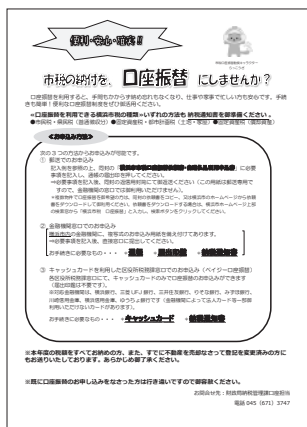
この取り組みは、環境省と行動経済学会が主催する「ベストナッジ賞」を令和3年度に受賞し、高い評価を得ました。同年度には、令和2年度の実証結果を確認しながら、当区を含む市内3区で検証を実施しました。

令和4年度以降は、人材育成も兼ねて、課内横断的な取り組みとしての「ナッジプロジェクトチーム」が本格的に始動しました。

令和5年度には、ナッジを活用した口座振替勧奨チラシを督促状に同封する形での検証を実施しました。「利得強調版（納期内納付で安心）」と「損



〈図2〉ナッジ版の口座振替奨励チラシ（一部）



〈図1〉従来の口座振替奨励チラシ



〈図4〉口座振替奨励チラシ（損失回避版、一部）



〈図3〉口座振替奨励チラシ（利得強調版、一部）

またの取り組みが一定の評価をいただいた結果と受け止めており、当課の知見を他自治体等の参考としてご活用いただける貴重な機会となっております。

加えて現在は、カラーとモノクロによるチラシの効果の違いについても検証を進めており、より効果的な

ナッジは、税務業務に限らず、さまざまな分野で応用可能で有効な手法です。いわゆる「お知らせ」のような文字だけの行政文書では、なかなか行動を促すことはできません。文章を作成し、内容に漏れがないことに満足してしまうと、どうしても行政側の一方的な発信にとどまりがちです。

本当に大切なのは、相手に「見てもらうこと」、そして「理解してもらうこと」です。そのための足がかりとして、ナッジは非常に有効なアプローチであると実感しています。

今後も、ナッジの知見を活かしながら効果検証を重ね、納税者にとってわかりやすく、行動につながる情報発信を心がけ、持続可能な行政サービスの提供を目指してまいります。

失回避版（延滞金のリスク）の2種類のチラシ（図3、図4）を用意し、納税者の心理特性に応じたアプローチを試みました。チラシには、令和5年から開始されたWeb口座振替受付サービスへの導線を明示し、スマートフォン等から10分程度で簡単に申し込みが可能であることを強調しました。また、二次元バーコードを掲載することで、よりスムーズな手続きが行えるよう工夫しました。

令和6年度には、戸塚区のマスコットキャラクター「ウナシー」が登場する広報動画を制作し、YouTubeや庁内モニター等を活用して、親しみやすく、分かりやすい情報発信を行いました。また、Web申し込みの手順を紹介する動画も作成し、行動を促すだけでなく、次のアクション

ンにつなげる工夫にも取り組んでいます。

他自治体にも波及

こうした施策は、令和6年度に総務省電子化推進室が開催したオンラインセミナー「令和6年度のキャッシュレス納付比率を上げるための取組」（第3、4回）において、当区独自の取り組み事例として紹介しました。その後、問い合わせが多数寄せられ、作成した資料を提供するなど、他自治体にも広がりを見せています。

さらに今年度は総務省自治税務局から、同省と地方公共団体金融機構が共同で実施する「地方公共団体の経営・財務マネジメント強化事業」において、アドバイザーとしての登録依頼を受けました。これは、これまでの取り組みが一定の評価をいただいた結果と受け止めており、当課の知見を他自治体等の参考としてご活用いただける貴重な機会となっております。

情報発信のあり方を探り続けています。

人材育成の観点から

このプロジェクトのもう一つの大きな意義は、若手職員が主導している点にあります。日々の業務に加え、「何か新しいことに挑戦したい」という思いから始まったこの取り組みでは、契約業務の経験や、ナッジの理論と実践の習得など、通常の業務では得がたい貴重な学びの機会を得ることができました。若手職員の成長を促す場としても、大きな価値を持つプロジェクトとなつていきます。

ナッジの力を行政に活かす

ナッジは、税務業務に限らず、さまざまな分野で応用可能で有効な手法です。いわゆる「お知らせ」のような文字だけの行政文書では、なかなか行動を促すことはできません。文章を作成し、内容に漏れがないことに満足してしまうと、どうしても行政側の一方的な発信にとどまりがちです。

職員の提案から生まれたナッジ・ユニット

―大腸がん検診の受診率向上に―



福井市総務部市長公室総合政策課 主査

・梅田 佳孝

市長に直接プレゼン!?

福井市ナッジ・ユニットは市長への直接プレゼンにより誕生した職員有志チームです。こんな書き出しをすると、私が市長室に押しかけて市長に直談判したかのように伝わるかもしれませんが、決してそうではありません（私にそのような勇氣と行動力はないです……）。

福井市では、若手職員が新しい価値観や独創的な発想を予算事業化する「チャレンジみらい予算」という自主提案制度があります。ユニットはこの提案制度を活用し、財政査定を通過した後に待ち受ける市長プレゼンで上層部の理解を得て活動予算を獲得し、晴れて令和5年4月から活動を開始しました。

ユニットは、企画部門である総合政策課が事務をサポートしながらも、その活動の主体は庁内公募で自主的に結集した職員数名が担っています。ユニットではまず手始めに、メンバーが抱える業

務上の課題をナッジで解決することに取り組みました。

ナッジのツールキットを独自開発

当時、大腸がん検診の担当をしていた保健師のSさんから次のような相談がありました。

Sさん「コロナの影響でがん検診の受診率が軒並み下がっていて、受診率の向上が喫緊の課題なんです。何かいい方法はありませんか？」

梅田「ナッジを使って受診率が改善した先進事例がありますよ」

Sさん「ナッジという言葉は聞いたことがあります。『検診を受けないと検査キットがもらえない』と損失を強調したら、受診率が高まったってやつですね。でも、どう業務に取り入れたらいいのかが分からなくて……」

梅田「他自治体の先進事例を参考に、福井市オリジナルのナッジを考えてみませんか？」

ナッジ検討プロセスモデル (ver.2.0 2024.9作成)



<プロセスモデルの利用にあたって>

- 本プロセスモデルは、現状分析やナッジの検討を行うにあたっての基本的な検討プロセスを示すものです。
- 全7ステップのワークシート形式となっているため、手順に従って検討を行うことで、効果的なナッジを検討することに役立ちます。
- 必要に応じて、7ステップ以外の要素についても検討することが望ましい場合があります。

<倫理性への配慮>

- ナッジは、人間の認知バイアス(慣性・クセ)に着目することから、相手方が「行動を誘導された(操られた)」と感じた場合、ナッジに対して否定的な感情に囚われてしまうおそれがあります。
- このことから、設計したナッジや効果検証手法が倫理的に問題がないかを常に確認しておくことが必要です。
- 確認にあたっては、専門家などの第三者に対する相談や下記の倫理チェックリストを活用することが望ましいです。

(参考) 日本版ナッジ・ユニットB.E.S.Y.『ナッジ等の行動インサイトの活用に関する倫理チェックリスト』

図1 ナッジ検討プロセスモデル



ダウンロードはこちらから→

読者の皆さんもSさんの気持ちには大きく共感できるのではないのでしょうか？ 研修などでナッジ事例に触れるとなんとなく分かった気になるけれど、いざやってみようとするときよく分からない……。

そんな自治体職員の悩みに応えるため、福井市ではナッジ活用の手順書として使えるツールキット「ナッジ検討プロセスモデル」(図1)を独自に開発しました。これは、ナッジの検討を行うにあたっての基本的なプロセスを全7ステップにまとめたものです。ワークシート形式になっているので、3〜4人でワイワイと意見を出し合いながら取り組むことができます。このツールは掲載した二次元コードから無料でダウンロードすることができます。



図2 考案したナッジ

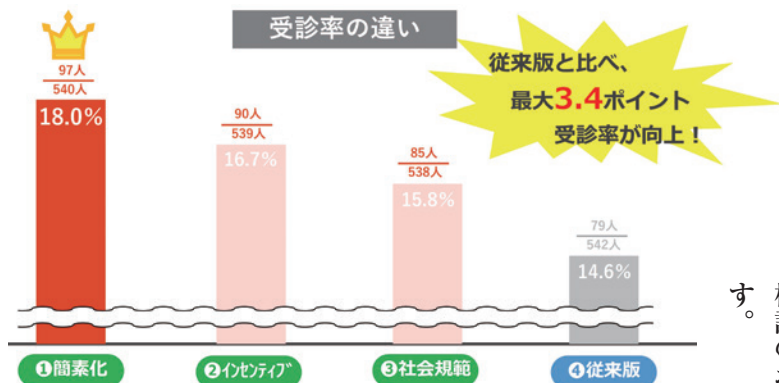


図3 ナッジの結果

複数のナッジを考案

福井市では、このナッジ検討プロセスモデルの手順にのっとり、計5回（各回60分程度）の担当者ワークショップを重ね、ナッジを考案しました。

この大腸がん検診ナッジの特徴について解説します。この時は、市民に郵送する勧奨ハガキにナッジを活用することとしました。ナッジの検討にあたっては、前述のナッジ検討プロセスモデルにおけるペルソナ^{※1}の設定（STEP2）や行動プロセスマップ^{※2}の作成（STEP3）を経て、市民の受診行動の阻害要因および促進要因を洗い

出しました。その結果、市民に郵送する勧奨ハガキのデザインとして①簡素化（申し込みが3STEPで完了）②インセンティブ（割引でお得感を）③社会規範（多くの人が検診をうけている）——の3種類のナッジを考案しました（図2、図中④は従来版）。

そして、ナッジ版と従来版のハガキを市民にラダムに送り分けたところ、受診率に違いが見られました（図3）。いずれのナッジも従来版と比べて受診率が高まることとなり、中でも「簡素化」は受診率を3・4ポイント押し上げる効果が確認されました。

福井市では、このエビデンスをもとに各種がん検診のお知らせに簡素化ナッジを取り入れています。

ベストナッジ賞を受賞

ベストナッジ賞とは、いち早くナッジに着目した環境省と行動経済学会の連携により開催されるコンテストです。全国から官民間問わずナッジ等の行動科学を活用して行動変容を促進した取り組みを募集し、優れた事例に対して環境大臣賞が授与されます。福井市の大腸がん検診ナッジは令和6年度ベストナッジ賞を受賞することができました。これは科学的な手法を用いて効果を検証したことが高く評価されたものです。

この出来事を庁内でのナッジ機運の向上につなげるべく、市長への報告会を開催し、その様子を市長のインスタグラムで取り上げてもらうことで職員がナッジに対する認識を大きく高めるきっかけになったものと振り返っています。

「職員の一步」も後押し

福井市では、令和5年4月のユニット設立以降、毎年10例以上のナッジ事例の創出に取り組んでいます。継続的に事例を積み上げることができている理由は、手前みそですが私自身はユニットの存在が大きいと考えています。

皆さん、Sさんの話を思い出してください。ナッジという言葉を知っていたSさんは、業務への取り入れ方について悩んでいました。今回ご紹介した大腸がん検診ナッジの事例が示すように、簡素化、インセンティブ、社会規範など、どのナッジが最適なのかを見極めることは至難の業です。ユニットでは、統計学を用いた効果検証のサポートも行っており、学術的な根拠に基づいたアドバイスを心がけています。今後も、ユニットの活動がナッジに関心を持つ職員の一步を後押しすることにつながるよう、市政へのナッジの普及促進に取り組んでいきます。

※1 ペルソナサービスや商品の典型的なユーザー像のこと。年齢、性別、居住地、家族構成、趣味など、リアリティのある詳細な情報を設定する。

※2 行動プロセスマップ。ユーザーに取ってほしい行動をゴールとして、ゴールまでにユーザーが体験する手順を時系列に可視化したもの。

―異動しても役立つテクニク―



私が以前所属していた税務課で、令和3年度にナッジ理論を活用したチラシを住民税の申告書に同封したところ、3月15日までの期限内申告者が増加しました。チラシに盛り込んだナッジ理論のテクニクは次のとおりです。

- ・「高くなる」で損失を強調（損失回避）
- ・「3つ……」と記入内容などを絞ることで情報を単純化
- ・数字を大きくし、期限を強調（タイムプレッシャー）
- ・アイコンや図形でメッセージを単純化
- ・三つ折りにした状態でQ & Aが自然に目に入るレイアウト
- ・アンカリング効果を狙い、郵送料のかかる「郵送」から、交通費がかからない「近所にある支所」へ目線を誘導

私は、ナッジ理論とは、個別のテクニック（前述の損失回避やタイムプレッシャー、単純化など）の集合体＝総称だと理解しています。そして、個別のテクニックの一部は、広報担当であれば無意識に使っているなど、広報とナッジは類似性が高いと考えています。私の事例報告では、広報の分野でのナッジ理論の活用について紹介します。

なお、住民税の申告者の増加については「月刊 J-LIS 令和5年6月号」（ぎょうせい発行）で詳しく紹介しています。

ナッジ理論は簡単に言ってしまうと、「人の心を動かす」理論です。この「人の心を動かす」は、広報の目的と一緒です。多くの企業や役所で広報の専門部署がありますが、事業や活動を外に発信

するだけの部署ではありません。発信の先にある受け手の行動変容こそが目的です。ただ情報を発信するだけではなく、情報を受けた人に、例えばイベントの申し込みをさせる、日ごろの意識を変える、商品購入やサービス利用を増やす、親近感を醸成する、制度を理解させるなど、実際の行動や理解につなげることが目的です。

一方、ナッジ理論はどうでしょうか。数年前から国内でナッジの活用が目立つようになり、数字で目に見える成果を上げている自治体もあります。その多くが「〇〇する人が増えた」という行動変容を実現したものだと思います。

このように、広報もナッジも目指すところは類似していると私は理解しています。少し違うのは、広報の場合は、例えば「ある制度やある取り組みについて理解してもらおう」だけでも小さな目的は達成したことになります。一方でナッジの場合はそれだけでは目的を達成したとは言えず、その先にある行動変容まで追い求めるものだと思います。

住民税の申告案内チラシ

特集

塩尻市長記者会見

グラッパレコ

2024年9/30の記者会見を、グラッパレコードでお伝えします。

🎃👻🎃

第五次全国計画の総括評価

総人口の増加と地方創生の推進
 国勢調査の結果、人口は増加し、地方創生の推進により、人口は増加しています。

項目	2010年	2023年
総人口	67,670人	66,185人
増加人口		1,515人

目標値は達成！

のるーと塩尻
片丘地区定住促進スタート

10.10からスタート！
 「のるーと塩尻」の実証運行を令和7年3月31日まで行います。
 (片丘地区)の代替利用性を検討します。

第12回秋の木曾漆器祭

木曾オープンファクトリー「ヨヨヨ!!!」

10.5(土)・6(日)に開催！

信州の「秋の漆器祭」に漆器と異業種との交流も加え、「ヨヨヨ!!!」を開催します。ぜひお越しください。

宗賢児童館 オープニングセレモニー

10.16(水)に開催！

宗賢児童館の移転に伴い、オープニングセレモニーを行います。見学会も同日に開催します。

ハッピー・ハロウィン inしおり2024

10.26(日)に開催！

ハロウィン恒例のトリック・オア・トリートをはじめ、ワークショップやハロウィンクッキングを開催します。

新型コロナウイルス感染症対策

対策 65歳以上の人や、60歳以上65歳未満で特等介護を受ける人を
 接種期間 10月21日～令和7年3月31日

令和7年10月に誕生し、新設された、このお礼を一度で済ませたい。このお礼を、誕生したお祝いと同時にお返しできたい。そんな思いを、市民の皆さんが感じています。

グラレコならグラフやイベントが簡単に理解できる

2024年塩尻市政の主な話題

グラレコ

塩尻市の2024年をグラフィックレコードで振り返ります。

塩尻市水道事業部

能登半島地震被災地への職員派遣開始

2年連続
全国広報コンクール入選

塩尻市水道事業部

5月

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

地域的人事部連携協定

えんぱーく大規模改修工事に伴う休館

五輪風車パレード

五輪壮行会PV

クリスタさん
名譽市民に

宗賢児童館が
小学校内に移転

3歳未満児
第2子以降
保育料等無償化

係長代理
様線型人事
新人事制度
スタート

第六次塩尻市
総合計画スタート

チロルの森
期間限定
オープン

小坂田公園室内子ども
アスレチックオープン

1年間のいろいろな出来事が一目で

塩尻市長記者会見

グラレコ♪

2025/9/26の記者会見を、グラフィックレコーディングでお伝えします。

今年の猛暑日は過去最多

今年の夏は真夏日が75日、うち猛暑日が11日で過去最多。6~9月の平均気温も過去最高を記録しました。

マニフェストは概ね実行！一部未実行中です！
10/20・11/7のタウンミーティングにぜひお越しください！



軽度・中等度難聴者の補聴器購入補助が始まります

11月から開始

軽度・中等度の難聴者への補聴器本体の購入費（上限3万円）を補助します。



地域共生社会について考える「市民公開講座」を開催

10/24(金) 開催

「誰もが暮らし生きがいを持って暮らす」地域共生社会の実現に向け、セナシーナポジティブをキーワードに、地域共生社会について一緒に考えます。



「こどもしおひの」開催

子どもたちが街づくり、仕事をして給料をもらい、納税、遊びや遊びを通して、お金の流れや社会の仕組みを体験する「こどもしおひの」を、選挙や総選挙にチャレンジします。

開催 12/13(土)・14(日)
申込 10/1(火)から開始



マイナンバーカードが福祉医療費受給者証として利用可能に



マイナンバーカード + マイナンバーカード（保証） + 福祉医療費受給者証

秋のイベントが盛りだくさん！

- 9/28(日) スカイフェスティバル in 松本2025 初期中山道フォーキング・サウクリング
- 10/5(日) 24日の森・動物・フェスタ&第9回ふのふのフェスタ
- 10/11(土) 塩尻市・山形村・日村村イグリングロギング&カービングイベント
- 10/18(土) 秋のハッピーホリデー〜ヨコヨコ!!!
- 10/25(日) ハッピーハロウィンinおじり2025

YouTube「あの日塩尻」

「あの日塩尻」公開！コーナーを本日よりYouTube公開！
66年前の塩尻市誕生の映像を！
ぜひこの機会にチャンネル登録を！



飽きさせぬよう、色やイラストで季節感演出

しおじり

日和

職員コミュニケーションを深める庁内報

Vol.15

Topics 高齢支援係

健康福祉部 地域共生推進課 高齢支援係



令和6年度の組織再編で、地域共生推進課に移管した高齢支援係のミッションは、地域の高齢者の生活を支えること。そして「誰もが自分らしく暮らせる地域共生社会」を実現すること。

「支援する側」「される側」に分かれるのではなく、人と人、人と地域、地域と行政が「つながる」ことによって支え合える地域を目指しています。しかし、道のりは容易ではありません。人口減少や財政等を背景に、どうやう地域に「支え合いの仕組み」を築く

のか。この課題に抜くため、堤原市社会福祉協議会をはじめ関係機関とタッグを組み、市内全地区に働きかけます。まずは自分たちが関わる姿勢を持ち、顔の見える関係性を構築中です。

米山係長は、「医療・介護・地域・行政など様々な分野が関わり合い、支え合う仕組みが不可欠。これらをつなげることが私たちの役割」と話します。

高齢者施策の中心にあるのは「人と人とのつながり」。係員が共通の認識で地域共生の未来を編んでいます。

「隣の職場は何をやっているの？」にも応える庁内報

EASTモデルやバンドワゴン効果を活用

ここからは、塩尻市の広報で活用しているナツジ理論のテクニクについてご紹介したいと思います。

①市長会見グラフィックレコード

毎月の塩尻市長の定例記者会見の内容を、イラスト主体の「グラフィックレコード（グラレコ）」で表現しています。タイムパフォーマンスにも優れ、市政への関心度を高めるものです。英国の行

動インサイトチーム（BIIT）がナッジを実践するために提唱したフレームワークで、望ましい行動を促すための要素として次の4つを掲げています（EASTモデル）が、グラレコはこのすべてを取り入れたものとなっています。

- Easy (内容を簡潔にする)
- Attractive (イラストなどで魅力的にする)
- Social (社会性のある情報を発信する)
- Timely (会見当日に発表する)

② 庁内報

（活用したテクニック）バンドワゴン効果

塩尻市では、毎月庁内報を発行しています。庁内報を通じて各職場の情報を全職員で共有・可視化すると、「この組織の職員は職務に一生懸命取り組んでいる」という社会規範が形成されます。これがバンドワゴン効果（同調効果）となり、「自分も頑張らなくては」「庁内にアピールすることもある必要だ」「うちの係（あのチーム）はこういうビジョンに向かってるんだ」という心理を無意識に促し、職場全体の行動変容と一体感を強化します。これは、組織内部をより良い方向へ、そつと促す取り組みだと考えています。

ナッジ看板でタクシーの違法駐車抑止 —周囲の視線意識させ、より良い行動へ—



京都市都市計画局歩くまち京都推進室 主任 ● 永田 直也

「歩くまち・京都」を目指す

京都市では平成13年1月に京都市基本計画（第1期）を策定し、交通政策の基本理念として「歩くまち・京都」の実現を掲げ、だれもが歩きたくするような安全・快適な交通環境が整ったまちづくりに取り組んでいます。

平成27年には「歩くまち・京都」のシンボルプロジェクトとして、中心市街地の四条通の車道を片側2車線から1車線に削減し、歩道を拡幅しました。現在も四条通を適正にご利用いただくための取り組みや快適な歩行空間の確保を進めています。

この四条通周辺については、繁華街であるが故に客待ちタクシーによる違法な駐車が多く、渋滞発生の原因となっており、長年の課題となっていました。この課題への対策として、平成22年に「京都市タクシー駐車マナー向上マネジメント会議」を立ち上げ、乗務員や利用客へのマナー啓

発に取り組んでいるほか、「中心市街地重点路線等クリア作戦」として京都府警察や京都運輸支局等との連携の下、タクシーを中心とした違法駐車車両に対する指導・啓発を継続的に実施してきました。

その結果、市内での違法駐車車両は一定数削減できたものの、メインストリートが交わる「四条河原町交差点」（図1）では違法駐車車両が後を絶たず、違法駐車車両の問題は、抜本的な解決がなされないままとなっていました。

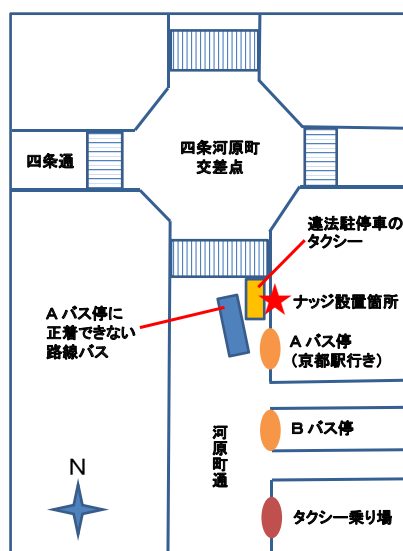


図1 四条河原町交差点付近の位置図

四条河原町交差点は南東角に京都駅行きのバス停があり、繁華街から京都駅方面に向かう人が多数利用しています。タクシー乗り場については、バス停の南に設置されているものの、交差点から離れてしまうこともあり、正規の乗り場ではなく、交差点とバス停の間で客待ちをするタクシーが散見される状況でした。

この地点は交差点とバス停のはざまであり、道路交通法上の駐車禁止の場所です。ここにタクシーが停車すると、路線バスが真つすぐバス停に停車（正着）できず、利用客が安全に乗車できません。また、走行車線をふさいでしまうため、渋滞発生の要因となっていました。

「見られている」がポイント

この問題を解決するため、令和3年度に京都市の公民連携・課題解決推進事業「KYOTO CITY OPEN LABO」で、技術やアイデアをもつ企業を募集しました。募集の結果、連携先となった株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所（東京都千代田区）と協議を進める中で、「マナーの向上を図るために、ナッジを活用した感覚的に分かりやすい看板を設置する」との方向性が決まり、啓発物の制作を進めました。

啓発物として出来上がったのが、四角い箱に窓を付けた看板（写真1、2）です。ポイントは、「周りの人の目」による抑止力です。タクシーの乗務員に対して、「違反をいろいろな人に見られています」と明示し、さらに窓を通じて実際に違反の現場を見られている、または、もし見られてい



写真2 ナッジ看板（歩道側）



写真1 ナッジ看板（車道側）

実証実験の概要

<設置日> 2022年2月14日（月）

<効果測定実施日時>

- ・設置前調査：2月8日（火）、9日（水）、10日（木）
- ・設置後調査：2月15日（火）、16日（水）、17日（木）
- ⇒ 各日とも午後2時～午後4時までの2時間

	看板設置前調査			設置日	看板設置後調査		
日付	2/8 (火)	2/9 (水)	2/10 (木)	2/14 (月)	2/15 (火)	2/16 (水)	2/17 (木)
時間	14:00～16:00				14:00～16:00		

測定結果 ← 比較 → 測定結果

図2 効果測定方法

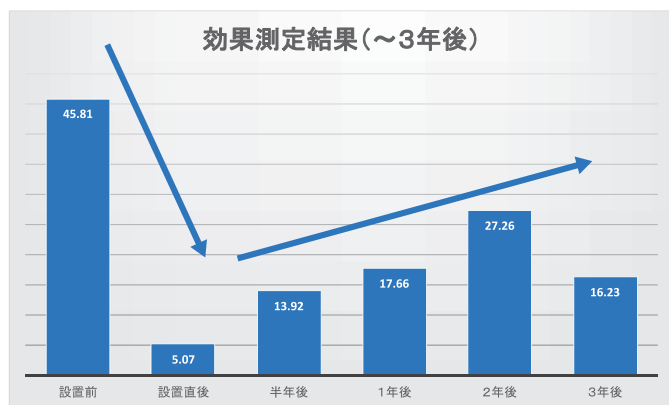


図3 効果測定結果

でも同様のナッジが成功するわけではなく、それぞれの場所に適した啓発方法を検討する必要があります。今後とも「歩くまち・京都」の推進のため、場所や対象、時代背景に応じた効果的な啓発の形を検討してまいります。

かったとしても心理的に見られていると感じさせることで、違法停車をするタクシー乗務員の自省、より良い行動を促そうとしています。

また、歩道側は少ない文字で端的に違法であることを伝えるデザインにしておき、乗務員に加えて通行人にも違法性を周知することで、通行される方に対してもこの場所での利用を控える効果を期待しています。

違法停車時間が9割減

取り組みの効果測定としては、「合計違法停車時間」により評価することとしました（図2）。1日あたりの調査時間（2時間）のうち、看板設置前は平均で46分近く違法停車があったものが、

看板設置直後は約90%の減となる平均約5分まで変化しました。

しかしながら、このような取り組みについては、一般的に時間の経過とともに、効果は減退する傾向にあります（図3）。このため、「これで終わり」ではなく、引き続き他の取り組みと組み合わせせて対応していく必要があると考えています。

場所に応じた方法検討

今回の取り組みについては、「繁華街であり人目が多い」ことや、「違法駐停車の地点がピンポイントである」など、効果を生み出した要因がいくつかあります。設置後から「他の場所ではやらないのか」という問い合わせがありました。どの場所においても

環境分野に特化したナッジ・ユニット —紙類削減などに成果、高校の活用支援も—



堺市環境局環境政策課企画係長
(堺市環境行動デザインチーム(SEEDsメンバー))

・前川 裕輔

全国でも珍しい分野特化型ユニット

堺市は2021年8月に、環境局内のプロジェクトチームとして、「堺市環境行動デザインチームSEEDs」を立ち上げました。SEEDsには20〜30歳代の職員を中心に、環境局の有志がメンバーとして参加し、市の環境施策へのナッジの活用や庁内外へのナッジの波及などを目的に活動しています。(写真1)

ナッジ・ユニットとしてのSEEDsの特徴は、何といっても環境分野に特化しているところで、取り組み内容が特定の分野に特化したチームは全国の地方自治体ナッジ・ユニットの中でも珍しく、SEEDsの強みでもあります。

また、他のナッジ・ユニットの方からよく言われるのは、「市内高校のナッジ活用支援に積極的」という点です。これに関しては、複数の高校から支援の依頼を受けたことがきっかけとなり、ありがたいに今も毎年高校からの依頼を受け、ナ

ッジに関する講演や取り組みの支援を実施しています。

人事異動に左右されない体制の構築

SEEDsができる約半年前の2021年3月、堺市では2050年に実現すべき環境の将来ビジョンなどを定めた「堺環境戦略」を策定し、ビジョン達成の最も重要な基盤として「市民の環境配慮型の価値観や行動、ライフスタイル」を掲げました。その確立に向けて、情報発信などの従来の行政手法を補完する形でナッジを活用するため、その推進体制を検討することになりました。

当時、すでに先行して活躍されていた他のナッジ・ユニットの活動事例を調査した結果を踏まえ、職員が人事異動に左右されず行動科学や統計学の知見を継続的に習得して自身でナッジを活用した施策を企画立案できるようになること、外部専門家と政策現場の橋渡しができるようになるこ

とが必要と考えました。そのためには堺市においてもナッジ・ユニットの設置が適切と判断しました。

当時は自主研究グループの位置付けで活動するナッジ・ユニットが多かった中、公務に位置付けることでメンバーの活動時間を確保しながら、できるだけモチベーションの高いメンバーを集めたいとの思いから、いわゆるハイブリッド型(公務に位置付けたチームで、有志メンバーが自律的に活動するスタイル)にすることを決めました。

また、チームとしてのM・V・V(ミッション・ビジョン・バリュー)を明確にすることも重視しました。



(写真1) SEEDsのメンバー

取り組み事例の紹介

SEEDsが関わり、効果が確認できた取り組み事例を2つご紹介します。

①デジタル複合機の印刷枚数削減ナッジ

市役所内のペーパーレス化を促進するため、執務室内のデジタル複合機を使った紙の印刷枚数削減にナッジを活用しました。環境負荷低減のため、紙類のリサイクルを推奨しており、取り組み前は大きなリサイクルボックスが各部署に設置されていました。「不要になった紙が簡単に捨てられるため、印刷枚数を減らす行動が起こりにくいのでは？」とペーパーレス化が進まない阻害要因（ボトルネック）の仮説を立て、それを解消するためのナッジ介入策として「リサイクルボックスの小型化」（写真2）を実施しました。

結果、印刷枚数削減率（前年同月比）が約26・8％ポイント向上する効果を確認できました。

②高校内のペットボトル分別促進ナッジ

大阪府立泉北高等学校では各教室にペットボトル専用のごみ箱が設置されていましたが、キャップやラベルが分別されずに捨てられていたことを課題と捉え、校内の適切なペットボトル分別を促進するため、SEEDs



（写真2）従来のリサイクルボックス（画像左）と小型化したリサイクルボックス（画像右）



（写真4）正しい分別方法を案内する手書きポスター



（写真3）中身が見えるペットボトル専用ごみ箱

まずは簡単なことから

による支援のもと、生徒たちが主体となって「中身が見えるペットボトル専用ごみ箱の設置（ごみ箱の中には正しく分別されたペットボトルごみを入れておく）」（写真3）と「正しい分別方法を案内する手書きポスターの掲示」（写真4）のナッジ介入策を実施しました。

その結果、ペットボトル分別率について、両方のナッジ介入を行った教室では47・3％ポイント向上、手書きポスターの掲示のみを行った教室では32・1％ポイント向上という効果が確認できました。

こちらの取り組みは、環境省、日本版ナッジ・ユニットBEST、行動経済学会が主催するベストナッジ賞コンテスト2023（高等学校部門）において、ベストナッジ賞（環境大臣賞）を受賞しました。

SEEDs立ち上げから約4年、これまでナッジを活用した取り組み事例の創出や、庁内外でのナッジ活用支援に取り組みできました。より多くの市民の行動変容を促す取り組みの企画立案や対外的な活動実績の発信など、チームとしての課題は多々ありますが、ナッジの可能性については変わらず希望を持っています。

「これまで行政が丁寧に何回案内しても行動されなかった方の行動を変えることができる可能性があること」「与えられた予算が少なくても職員の間識やアイデアがあれば取り組むことができ、費用対効果が高いこと」「政策効果の統計的な検証によってEBPM（エビデンスに基づく政策立案）につなげられること」「これまで経験的に行ってきた業務上の工夫にはナッジに含まれるものもあり、そのノウハウを体系的に理解できること」など、自治体職員としてナッジを学んでよかったと思うことはたくさんあります。

ナッジの活用を考える際、いきなり大がかりな実験や本格的な導入計画を設計する必要はなく、「まずは簡単なことからやってみる」ことで、思いがけない結果に出合えるかもしれません。SEEDsも先ほど紹介した、市役所内のペーパーレス化推進ナッジを実験的に始めるところから活動をスタートさせました。現在は専門的な知見やノウハウを持つ有識者や先行自治体も増えており、初めはこういった方々の支援を受けることで、ナッジ活用のハードルは大きく下げることが可能です。SEEDsでもナッジの活用や連携に関する相談を受け付けていますので、ご連絡をお待ちしています！

ナッジ・ユニットを業務として位置づけ — 持続的な推進体制を確保 —



岡山県総合政策局政策推進課推進班 主幹 ● 日笠 祐美子

本県では、ナッジを県の施策・事業等に取り入れることを目的に、県職員による「岡山県版ナッジ・ユニット」を都道府県としては初めて2019年11月から設置しています。他の多くの自治体有志やハイブリッド型で活動する中で、本県は業務として明確な組織体制を整え、ナッジの導入を持続的に推進する取り組みを行っています。

EBPMの一部として

本県におけるナッジ活用の取り組みは、EBPM（エビデンスに基づく政策立案）の導入を念頭に「ナッジ・ユニットを作り、小さな取り組みから試してみたい」という知事の意向を契機に始まりました。

EBPMは、政策の企画立案をエピソードに頼るのではなく、政策目的を明確化した上で合理的根拠（エビデンス）に基づいて行うものですが、ナッジは、行動科学の知見の活用により、人々が自分自身にとってより良い選択を自発的にとれる

ように手助けする政策手法で、EBPMとの親和性が高く、政策の実効性を高めることが期待できるものでした。

本県では、まずは職員にEBPMの考え方を根付かせ、EBPMの流れの中で施策を検討した結果、ナッジを用いることが最も有効であれば使うというスタンスで検討を進めていきました。岡山県版ナッジ・ユニットは、EBPMの一部としての位置付けで、より包括的にEBPMのステップを支援するため、ナッジについての相談、設計、評価等を行う組織として発足したものです。

政策推進課が組織

岡山県版ナッジ・ユニットの主な取り組みの内容は、以下の通りです。

- ① 職員等へのナッジに対する理解の浸透 ▮ 事例、文献紹介等の情報提供 ▮ 研修
- ② 庁内各課等における施策・事業等へのナッジ活用の支援 ▮ 相談対応 ▮ ナッジの設計

③ ナッジを活用した施策・事業等の効果検証および検証結果の発信 ▮ ナッジの効果検証 ▮ ホームページ等での検証結果の発信

④ 他の地方公共団体をはじめとしたナッジ関連部局との連携 ▮ 他団体との情報交換や研究会への参加

本県のナッジ活用の特徴は、政策推進課の職員が、ナッジの設計や評価を支援するナッジ・ユニットを組織し、業務としてナッジに取り組んでいる点です。組織化することでナッジに関する情報が集まりやすくなります。また、ナッジ・ユニットの活動の一連の流れは、「担当課から相談」→「ユニットでナッジ案を検討」→「担当課へ提案」→「担当課で実施」→「ユニットで効果検証」となっています。さらには、ユニットメンバーはEBPMの推進に関する業務にも従事しており、EBPMの知識をナッジの効果検証等に活用できる体制となっています。

県内市町村からも相談

2019年のナッジ・ユニット立ち上げ以降、相談対応やセミナーの対象は県庁内のみではなく、広く県内市町村まで拡大し、多くの相談を受けています。ナッジについて、知事がその効果に強く期待していることも、ナッジ・ユニットへコンスタントな相談が行われる一因になっていると考えられます。

ナッジ・ユニットには、大学等で行動科学の専門知識を学んだ職員がいるわけではありません。また、メンバーに外部有識者が入っていないの

県民満足度調査用封筒の切替え検証

- ・大型封筒を使用していたが、回収率を維持しつつ、**よりコストの低い封筒(小型封筒)への切替え**は可能か

課題分析

- ・海外では、大型封筒の効果が小型の10倍というエビデンスあり
- ・アンケート返送までの行動プロセスマップを作成

- ①及び②において回収率の低下が懸念



検証①

「小型封筒の回収率が大型封筒に劣らないか」

- ・封筒の一部を小型封筒に変更して送付



		大型(角2)	小型(長3)
コスト	封筒料金	8円	3円
	郵便料金	120円	94円
回収率		58.0%	54.6%

小型が大型に劣らないとは言い切れない

※非劣性試験を実施

小型封筒への切替えは見送り

検証②

- ・行動プロセスマップの①及び②を促すようなナッジを取り入れ、再度検証を検討

ナッジの活用



- ・既存エビデンスやコスト、横展開のしやすさなどを踏まえ、ナッジを設計
 - ・EASTフレームワークのうち、「Attractive」を活用
- 小型封筒の色を目立つ色に変更して送付し、条件を変えずに検証



		大型(角2)	小型・黄色(長3)
コスト	封筒料金	8円	14円
	郵便料金	120円	94円
回収率		55.4%	58.2%

小型・黄色は大型には劣らない

※非劣性試験を実施

小型・黄色封筒への切替え

県民満足度調査の調査用封筒の改善

は、「まずは職員自身で考え、実施してもらいたい」と考えているためであり、効果検証など高度な知見が必要な場合には有識者のサポートを受けることとしています。ユニットメンバーは、既に実績のある国内外のナッジの事例収集や参考書籍

により知見を深め、またユニットで相談に乗る中でOJT(職場内訓練)として学んでいきます。ナッジ・ユニットに寄せられる相談の多くは、目的達成に向けたターゲットの絞り込みや、課題解決に向けたロジック整理です。相談対応し、効

知識・ノウハウの引き継ぎが重要

果検証ができた事例は庁内HPなどで公開し、参考事例として庁内で広く活用ができるようにしています。これまでにナッジを導入したことで効果が認められ、庁内でも活用が広がった事例としては、「県民満足度調査の調査用封筒の改善」(図)などがあります。

本県のように、業務としてナッジ・ユニットを組織している場合、庁内でナッジを普及しやすく、支援も得られやすいといったメリットがある一方で、人事異動に伴いユニットメンバーが代わっていくことから、新任者が基礎的な知識の習得をして活動が軌道に乗るまでに一定の期間が必要となります。定期的な異動がある中で、ナッジに関する知識・経験・ノウハウを円滑に引き継いでいくためには、マニュアルの充実や、メンバーの相互補完によるユニットとしての対応が特に重要になると考えます。また、別の観点から見れば、異動でナッジ・ユニットを離れた元メンバーにも、その知識等を生かしてそれぞれの異動先でナッジの活用を広げてもらえることが期待できます。

岡山県版ナッジ・ユニットが立ち上がって約6年、県内でナッジの概念は確実に広がってきており、その活用も進められています。一人でも多くの人々がナッジを知り、実践することにより、面白さややりがいを感じながら小さな改善を積み上げ、より良い行政サービスの提供につながるよう、引き続きナッジの普及や活用を進めていきたいと思っています。

土砂災害時避難へのナッジ理論活用

―視覚的メッセージで行動を後押し―



広島県土木建築局砂防課主査

● 宗貞 孝太郎

全国最多の警戒区域

広島県は県土の約7割が山地で構成され、平地が少ないという地形的特徴を持っています。高度経済成長期には山裾にまで宅地開発が進み、その結果、土砂災害警戒区域は約4万8000カ所と全国最多となっています。実際、広島県では戦後から現在に至るまで、幾度となく大規模な土砂災害が発生してきました。

昭和42年7月の豪雨災害を契機に「急傾斜地法」が制定され、平成11年6月の土砂災害を受けて「土砂災害防止法」が制定されました。さらに、平成26年8月の豪雨災害を受けて同法が改正され、ソフト対策の強化が図られました。広島県での土砂災害は、全国の土砂災害対策の施策にも大きな影響を与えてきたと言えます。

平成30年の西日本豪雨では、県内全域で1242カ所という全国の年間土砂災害発生件数（約1500件）に匹敵するほどの災害が同時多発的に

発生し、甚大な被害をもたらしました。このような背景から、広島県における砂防行政は常に重要な施策であり、ハード・ソフト両面からの総合的な土砂災害対策が求められています。ハード対策としては、砂防堰堤や急傾斜地崩壊対策施設の整備を進めていますが、膨大な数の警戒区域を抱える本県においては、コストや時間の面で限界があります。

そこで、住民の防災意識を高め、自発的な避難行動を促すためのソフト対策が重要になってきます。リスク情報の発信や地域コミュニティの活性化に加え、近年注目されている「ナッジ理論」の活用が有効であると考えられます。ナッジ理論とは、人々の行動を強制することなく、自然な形で望ましい方向へと導く手法であり、広島県ではこれを県民に自ら防災行動を起こしてもらうための有効なアプローチと捉え、ポスターによるメッセージ発信に活用しています。

事前・率先避難を促すポスター

平成30年7月豪雨の後、広島県では県内の成人男女約2000人を対象に土砂災害に関するアンケートを実施しました。その結果、土砂災害警戒区域の指定は防災意識の向上や避難行動に一定の効果がある一方で、「事前の避難」にはつながっていないという課題が明らかになりました（図1）。

この課題を受け、令和元年度には住民の避難行動を促す2種類のポスターを作成しました。一つは、高齢者など避難に時間を要する人々に対し、家族や近隣住民が声をかけて早期に避難を促す「『逃げ出す』より『連れ出す』ことをまず、考える。」というメッセージのポスターです（図2）。

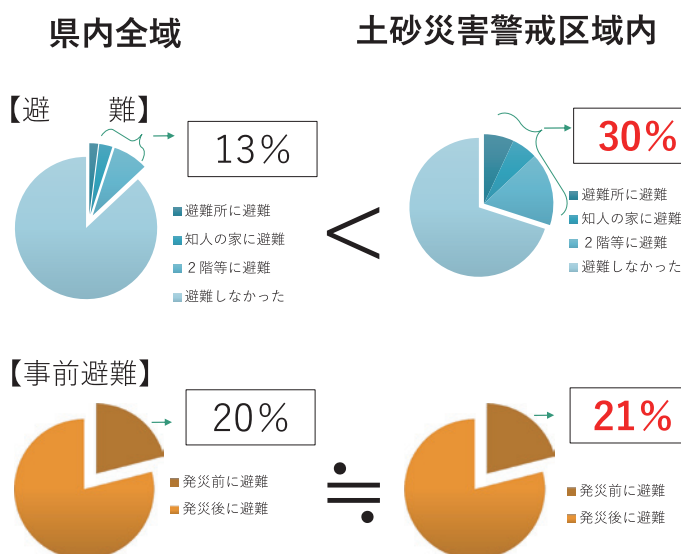


図1 土砂災害に関するアンケート結果

もう一つは、「あなたの避難が、みんなの命を救う。」というコピーで、誰かが避難することで周囲の避難行動を促す「率先避難」の重要性を訴えるものです(図3)。

これらのポスターは、抽象的な表現ではなく、具体的な行動を促すメッセージを視覚的に訴えることで、住民の心に直接働きかけることを意図しています。単なる注意喚起ではなく、「家族等の協力による高齢者等の早期避難」や「自分が避難することが周囲の命を守る」という意識の醸成を目指し、その意識が行動に結びつくことを後押しする効果を狙いました。

「リスク情報の認知度向上」への展開



図3 率先避難の重要性を訴えるポスター



図2 事前避難を促すポスター



図5 自宅周辺のリスク情報の確認を促すポスター

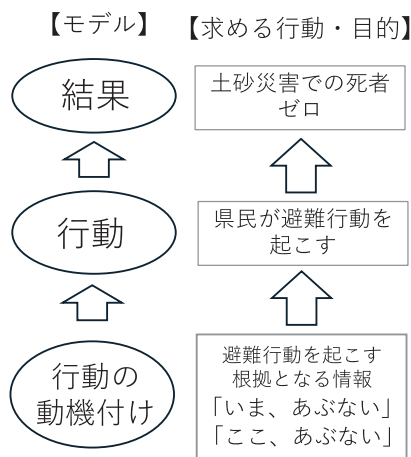


図4 避難行動のモデル

避難行動を引き出すには、「ここ」が「いま」危険であるという認識をしてもらう事が不可欠です(図4)。気象情報や避難情報などの「いま、あぶない」という情報は、テレビやエリアメール、インターネットなどを通じてプッシュ型で提供されますが、「ここ、あぶない」という情報、すなわち自宅周辺の土砂災害警戒区域等のリスクについては、日頃から住民自身が確認しておく必要があります。

この課題に対応するため、令和6年度には「自宅周辺の土砂災害警戒区域の確認」を促す新たなポスターを作成しました(図5)。平成30年や令和3年の災害から時間が経過し、危機意識が薄れ

つつある現状を踏まえ、実際の被災写真や、先述した「1242件」というインパクトのある被害件数を用いて、視覚的に危機感を喚起しました。また、「ご自宅は大丈夫?」というストレートな問いかけと、「まずは、一度でいいから確認を!」というメッセージ、スマートフォンイラストを組み合わせ、QRコードを使ってリスク情報を簡単に確認できることをイメージさせるなど、具体的な行動を促す工夫を凝らしました。

ナッジ活用による防災行政の可能性

広島県では、これまで幾度となく土砂災害に見舞われ、そのたびにハード・ソフト両面から対策を強化してきました。しかし、行政からの一方的な対策だけではなく、住民一人ひとりが防災意識を醸成し、行動に移すことが、被害の軽減に直結すると考えられます。3種類のポスターは、「早期避難」「率先避難」「リスク情報の確認」という行動をそれぞれ意図しており、メッセージやデザインにおいても、行動のイメージを具体的に描く工夫をすることで行動を起こす後押しをする効果を期待しています。

このように、ナッジ理論の活用により住民の具体的な行動を促すことは、住民の行動変容を望ましい方向に変化させる有効な手段であり、今後の防災施策の柱の一つとなる可能性を秘めています。広島県では、これまでの情報発信に加え、ナッジ理論の視点を取り入れた施策を継続的に展開することで、県民の安心・安全な暮らしを守っていききたいと考えています。

2色のユニフォームが定時交替後押し ―勤務帯で色分け、職場環境が改善―



熊本市医師会 熊本地域医療センター 看護副部長

● 岩橋 由紀子

私たちの病院で生まれた「2色のユニフォーム」の取り組みは、厚生労働省補助金事業「看護業務の効率化先進事例アワード2019」で、費用対効果が高く、汎用性の高さから最優秀賞を受賞しました。その後、多くのメディアに取り上げられ、今では、勤務帯を色で分けるユニフォーム2色制として全国の病院に広がっています。

院長の提案から

看護師のユニフォームといえば、時代とともに機能性が高くおしゃれなデザインが普及していましたが、色の面では「白衣」と言われるように、白がイメージカラーでした。その後、スクラブやスカートからパンツスタイル、カラフルなユニフォームへと変化していきました。当院も主流の白衣を着用していましたが、2013年にユニフォーム更新の時期を迎えていました。

当時の看護部は、慢性的な残業や、よりよい職場を求める等の理由により、看護師が相次いで離

職するという危機を迎えていました。そのため、活力を取り戻し、チームの一体感を醸成することを期待して、病院忘年会で更新予定のユニフォームのファッションショーを企画しました。

参加した職員が新ユニフォーム投票の「有権者」となったことで、看護師のユニフォームへの関心度が高まりました。1位のユニフォームはバーガンディー（以後、赤）に決定しました。まさにその時、当時の院長から「昼と夜でユニフォームの色を分けませんか？」と提案があり、2位のピーコックグリーン（以後、緑）を採用することになりました。これが2色のユニフォームのはじまりです。

日勤、夜勤が一目瞭然

2014年度より、日勤（午前8時半～午後5時15分）を「赤」、夜勤（午後4時半～午前9時15分）を「緑」とする2色のユニフォームを導入しました（写真）。このユニフォームは、思いが

けない成果をもたらし、職場環境の改善につながりました。

今回、2色のユニフォームによる三つの成果をナッジの枠組み「EAST」＝Easy（簡単）・Attractive（魅力的）・Social（社会的）・Timely（適切な時期）＝をもとに説明します（図表1）。

（1）看護師の働き方改革「ユニフォームが仕事のON・OFFの切り替えを後押しした」
＝ Easy・Social・Timely

看護師は、24時間を切れ目なく引き継ぎをしながら仕事をしています。患者中心の仕事のため、時間で仕事を区切ることが難しいことがあります。引き継ぐ先輩看護師に依頼しづらいと感じる心理的要因や、担当患者さんのことは最後までやりとげたいと思う看護師の責任感から、「担った仕事をやりとげるまでが仕事の時間」という風土がありました。

2色のユニフォームが導入され、夜勤から日勤に交代する午前9時には緑のユニフォームが赤へ、日勤から夜勤に交代する午後5時には赤のユニフォームが緑へと職場が変化します。規定の「勤務時間中」と「勤務時間外」が一目瞭然となり、勤務交代後に異なる色が残っていると、自然と目立つ環境となりました。「自分だけ違う」「ここに居づらい」という心理となり、周囲も「違う色が存在する」ことに関心を持つようになりました。「視覚心理」により自然と「定時で交代する」ようになりました。

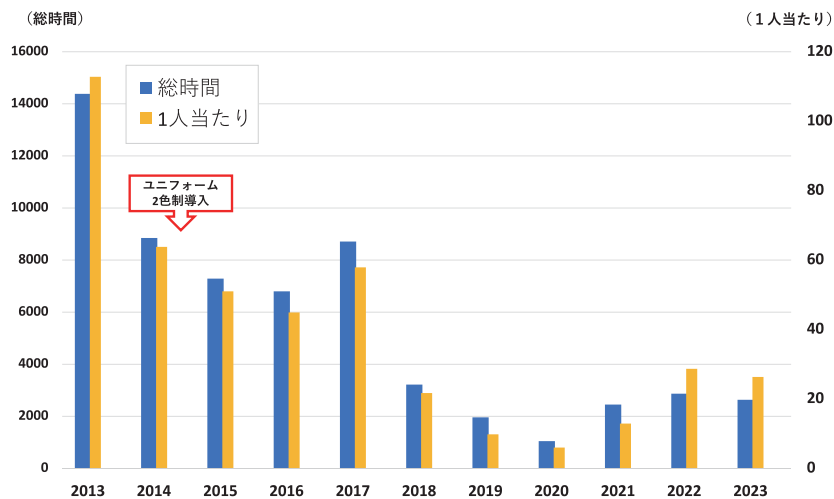
2色のユニフォームは、色の違いによって視覚的に時間の流れを感じさせ、ナッジによりセルフ



(写真) 初代のユニフォーム（上、2014～21年）と2代目（2022年～）

枠組み	内容
Easy (簡単)	○色で勤務帯が一目で分かる ・「探す」「確認する」という負担がゼロに ・看護師も医師も迷わない
Attractive (魅力的)	○色の違いが自然と目に入り、注意を引く ○ねぎらいの言葉が生まれコミュニケーションが増える ・行動したくなる環境が整う
Social (社会的)	○異なる色が残っていると目立つ ・周囲の視線が自然な行動変容を促す ・「みんながそうしている」という社会的規範が働く
Timely (適切な時期)	○午前9時と午後5時の色の切り替えが「行動のスイッチ」になる ○医師が必要な看護師にすぐにアクセスできる ・行動のタイミングが最適化される

(図表1) ナッジ理論の枠組みで振り返る2色のユニフォームによる行動変容



(図表2) 残業時間の推移 (年間)

コントロールを促し、各看護師が定時で仕事を終わらせるタイムマネジメントを行う職場へと変化していきました。

(2) 業務の効率化「看護師にすぐにアクセスできる職場環境」＝ Easy・Timely

2色のユニフォームの効果をすぐに実感したのは医師でした。どの看護師が日勤か夜勤か一目で分かり、ユニフォームの色で報告や指示を伝える看護師が分かると高評価でした。医師は看護師を「探す」といった手間が無くなり、また、看護師は勤務時間外に指示を受けるといった業務がなくなり、業務の効率化につながりました。

(3) 職場のコミュニケーションの促進「笑顔が増えた」「ねぎらいのコミュニケーション」＝ Attractive

ユニフォーム2色制導入後から、「夜勤、頑張つて」など職員間のねぎらいの言葉が増えました。職員間だけでなく、患者さん・ご家族からも「気を付けて帰ってね」などと声をかけられ、自然と会話が広がり、温かいコミュニケーションが増えました。

導入目的を後世へ

ユニフォーム2色制は、「仕事のONとOFFを大切にし、看護師がいきいきと元気に働ける病

院にしたい」という想いを、色という形で伝えてくれました。その結果、残業時間も減り、働きやすい環境へと少しずつ変わりました(図表2)。この導入目的を忘れず、後世につないでいくことが私たちの役割です。

ほんの小さな工夫が、人の行動を変え、職場環境を変えました。この経験は、医療現場に限らず、地域や組織にも応用できるヒントを含んでいると考えています。2色のユニフォームがもたらしてくれたことを多くの人につないでいきたいと思っています。

ウェルビーイングを 高める地域づくり

地域活性化センターは、地域づくりに関心のある方々に地域活性化に資する事例や考え方を紹介し、今後の活動の参考としていただくことを目的に、各地域の実情に応じたテーマで地方創生フォーラム（地方版）を開催している。2025年8月1日には福井県との共催により「2025 地方創生フォーラム in 福井」を福井市で実施した。当日は、県内外から150名近い参加者が来場したほか、オンライン配信でも多くの人が参加。テーマとなった「ウェルビーイングを高める地域づくり」について、地域の多様な関係者がともに考え、理解を深める機会になった。

幸福を実感できる基盤

主催者あいさつ

テーマとなったウェルビーイング（心身の健康と幸福）に関し、福井県は民間研究機関の「幸福度ランキング」で6回（12年）連続日本一となるなど、幸福を実感できる社会基盤が整っている。県では令和5年度から「幸福実感ディレクター」や「ウェルビーイング政策推進チーム」を設置し、企業・大学との連携によ

る新たな施策づくりを進めており、令和7年度からの実行プランでも「日本一の幸せ実感社会」を掲げている。

フォーラムの冒頭、あいさつした福井県の杉本達治知事（当時）は、同県が客観的な統計データによる「幸福度ランキング」に加えて、県民の主観的な幸福実感でも全国1位となったことや、県民の幸せ実感を持続的に高めていく官民共創組織「ふくウェル」設立など、先進的な

取り組みを行っていることを紹介した。

続いてあいさつに立った地域活性化センターの林崎理事長は、地方創生基本構想に基づく国・地方の戦略見直しの動きに触れ、地域活性化センターが情報発信や人材育成、まちづくり支援を通じて地方創生を支えていることを強調し、フォーラムが実践につながる学びの場であることを説明した。

幸せの4つの因子

基調講演1

続いて2名の講師による基調講演が行われた。

株式会社はびテック代表取締役CEO 兼 CHO（ハピネス）の太田雄介氏は「個のウェルビーイングが紡ぐ地域、そして世界の幸せ」と題して講演。太田氏は、長年の幸福研究の成果を踏まえ、瞬間的な快楽や一時的な喜びを表す「ハッピー」と、人生への満足感や生きがい、意味を伴う「ウェルビーイング」を区別する重要性を指摘した。その上で、「やってみよう（自己実現と成長）」「ありがとう（つながりと感謝）」「なんとかなる（前向きな楽観）」「ありのままに（自分らしさ）」という「幸



基調講演する太田氏

せの4つの因子」を紹介し、4つをバランスよく高めることが、個人の長期的なウェルビーイング向上につながる と解説した。

また、幸福は周囲の人に「うつる」ものであり、自分の幸福度を高める最短距離は「自分のために行動すること」ではなく、「周囲の人を幸せにする行動を選ぶこと」だという研究結果を紹介した。個人から家族・職場・地域、さらには世界へとウェルビーイングの輪を広げていく視点の重要性を示し、「知識として学ぶだけではなく、日々の生活の中で『感謝を伝える』『小さな挑戦を続ける』などの実践を積み重ねることが何よりも大切」と結んだ。

地域に居場所と舞台を

基調講演2

福井県立大学地域経済研究所准教授の高野翔氏は「ウエルビーイングに欠かせない2つの場所―居場所と舞台―」をテーマに講演。高野氏は、ブータン王国での「国民総幸福量（GNH）」に基づく国づくり支援や国際協力機構（JICA）での経験を踏まえ、国際社会でウエルビーイングが重要な価値として位置づけられている状況を紹介した。その上で、日本社会では「孤独・孤立の予防」と「人と人とのつながりの育成」が、社会的ウエルビーイングを支える要となることを指摘し、それを支える政策を「ウエルビーイング政策」と定義した。

さらに、人間を「固有の尊厳と可能性を持つ社会的な存在」と捉え、その尊厳を守る「居場所」と可能性を後押しする「舞台」の2つの場が地域に存在することが、個人のウエルビーイングと定住意向の双方に強く関わっているという調査結果を示した。福井市での道路空間を生かした社会実験「ふくみち」や、市民大学「ふくまち大学」、まちなか拠点「PLAYCE」の取り組み事例にも触れ、日常の中に小さな居場所と



基調講演する高野氏

舞台を編み込んでいくことが、地域のウエルビーイング向上に有効であることを示した。

「幸せになる力」育む

パネルディスカッション

続いて行われたパネルディスカッション「ウエルビーイングのこれからと地域の可能性」では、太田、高野両氏に加え、EVO L株式会社代表取締役CEOで武蔵野大学ウエルビーイング学部客員教授の前野マドカ氏、福井県小浜市教育長の小坂康之氏、福井県副知事の鷺頭美央氏が登壇。教育・子育て・仕事・地域づくりの各分野におけるウエルビーイ

ングの実践について意見交換が行われた。

前野氏からは、「幸せの4つの因子」を活用した企業研修や学校現場での実践、PTA活動にウエルビーイングの視点を取り入れた事例が紹介され、関わる大人自身が楽しみながら取り組むことが、子どもたちの幸福感にもつながるとの指摘があった。

小坂氏は、長年にわたり「子どもが主役の教育」を掲げてきた小浜市の実践として、探究学習やふるさと学習、対話を重視した授業づくりなどを挙げ、今後策定する教育大綱についても子ども・保護者・地域住民が参画し、「幸せになる力」を育む教育のあり方をともに考えていく方

針を示した。

鷺頭氏は、福井県が「日本一の幸せ実感社会」の実現を長期ビジョンに掲げ、仕事・子育て・スポーツ・男女共同参画など各分野の計画にウエルビーイングの視点を組み込んでいることを報告。子育てについても、「大変さ」だけでなく「喜び」を次世代につなぐ政策への転換を進めていると説明した。

会場やオンライン参加者からは「ウエルビーイングを個人の生き方だけでなく、地域政策や教育の目標として捉え直す必要性を実感した」「自分自身の働き方や組織運営にウエルビーイングの視点を取り入れたい」「地域の中に誰かの居場所や舞台となる場を増やしていきたい」といった感想が寄せられた。

今回のフォーラムは、福井県の強みである「幸福度の高さ」を地域政策や日常の実践にどうつなげていくかを考える契機となるとともに、全国各地からの参加者にとっても、ウエルビーイングを軸とした地方創生の新たな可能性を学ぶ貴重な機会となった。

地域活性化センター副参事

● 竹村 直人

（島根県江津市から派遣）



パネルディスカッション

「食」×「地域活性化」 —食から広がる地方の可能性—

東京藝術大学客員教授・鶴岡市食文化創造都市アドバイザー ● 太下 義之

地域活性化センターは、地方創生の担い手となる人材の養成を目的に「地方創生実践塾」を実施している。2025年9月11〜13日に山形県鶴岡市で開催された実践塾について、主任講師の太下義之氏にご報告いただいた。

世界が認めた鶴岡市

鶴岡市は山形県庄内地方に位置し、日本海と出羽三山に囲まれた自然豊かな地域である。人口約11万人と中程度の規模の都市であるが、食文化の多様性と独自性は世界水準で際立っている。

たとえば、出羽三山（羽黒山、月山、湯殿山）は修験道信仰の中心地であり、修験道の文化とともに精進料理が発達した。山菜や、きのこを駆使した精進料理は、現在も鶴岡市に立地する宿坊などで親しまれている。

また、鶴岡市を中核とする庄内地方では約60種の在来作物を農家の人々が守り継いできた。代表的な在来作物としては「だだちゃ豆（枝豆

の一種）」「民田なす」「藤沢かぶ」等がある。在来作物は地域ごとに味や形が異なり、食の多様性と歴史を物語る存在である。

そして、鶴岡市は日本海に面しているため、新鮮な魚介も豊富である。夏の旬の味覚の岩ガキ、冬の名物である寒鰯汁など、四季それぞれの海鮮料理が特徴となっている。

さらに、孟宗竹のタケノコと味噌を使った汁物で春の味覚となっている「孟宗汁」や、冷たい細めのうどんのような麺で夏の定番となっている「麦切り」など、郷土料理も多種多様で豊富である。

鶴岡市はこうした食材や料理が豊かなだけではなく、地元農家とシェフが連携し、新しいガストロノミーを発信している点も特徴的である。

また、行政も在来作物の保護や地域食材を使ったシェフの活動の展開を積極的に推進している。

こうした長い歴史を持つ土地固有の食文化と、それらが継承されていること、さらには伝統を守りつつ革新を続ける点が評価され、2014年に国内で初めて「ユネスコ食文化創造都市」に認定されている。まさに、鶴岡市の食文化が世界に認められたことになる。

そして鶴岡市は食文化創造都市の認定後も、食文化の保存・継承をベ이스としながら、食や食文化を活かした特徴的な取り組みを展開しており、産官学が連携して地域活性化に取り組みモデルとして注目されている。

産官学、官民協働の推進体制

地方創生実践塾の初日には、開講式で皆川治鶴岡市長（当時）のあいさつの後、計四つの講義が行われた。最初に私から「食文化を活かした地域活性化」という演題で導入講義を行った後、市役所の担当者から「食文化創造都市鶴岡の取組」が紹介された。

3番目は、中野律氏による「鶴岡ふうどガイドの取組」の講義。「鶴岡ふうどガイド」とは、地域の特色ある鶴岡の食と旅行者をつなぎ、総合的に食の案内ができるガイドのことである。養成講座を受けて試験に

合格した市民の方が、鶴岡食文化創造都市推進協議会より、鶴岡ふうどガイドの認定を受けている。そして、従来のボランティア的なガイドから一歩踏み出し、旅行会社と連携した旅行商品なども開発している。

初日の最後の講義は、小野愛美氏による「サステイナブル鶴岡の取組」。この「サステイナブル鶴岡」は、「食を通じて子どもたちの未来を育む」ことを目的に掲げて、鶴岡市内の食材生産のプロである生産者とその食材の活用プロである料理人が立ち上げた食育食農団体である。同団体は地域の教育機関や自治体など、様々な団体と連携・協力して、食育講座、料理教室、メニュー開発の手伝いなどの活動も行っている。

このように行政だけでなく、民間とも連携した施策の展開が鶴岡市の食文化政策の大きな特徴であることが参加者にも理解できたのではないかと。

食文化の実践者との交流

2日目（12日）は、鶴岡市内で四つのフィールドワークを実施した。

最初は羽黒山の国宝・五重塔を見学後、出羽三山神社「斎館」を訪問して料理長の伊藤新吉氏から、お山の恵みをいただくという山伏の智慧の精華でもある精進料理と、その素材である山菜や在来作物についてお話をいただいた（昼食は斎館のおい



PINO COLLINA のワイン



斎館の精進料理

しい精進料理)。
二つ目は松ヶ岡開墾場を訪問し、鶴岡シルク代表取締役の大和匡輔氏から、庄内藩のサムライゆかりのシルクという歴史を継承しつつ、国際的に活躍するデザイナー等との協業によって、シルクブランド「kibiso」を立ち上げるなど、イノベーションに挑戦しているお話をいただいた。



参加者の集合写真

地方創生実践塾（山形県鶴岡市）の概要

テーマ：「食」×「地域活性化」
～食から広がる地方の可能性～

主任講師：鶴岡市食文化創造都市アドバイザー
太下義之氏

1日目：2025年9月11日（木）

導入講義：「食文化を活かした地域活性化」

主任講師：太下氏

講義：「食文化創造都市鶴岡の取組」

特別講師：本間歩氏

講義：「鶴岡ふうどガイドの取組」

特別講師：中野律氏

講義：「サステイナブル鶴岡の取組」

特別講師：小野愛美氏

振り返り

主任講師：太下氏

2日目：9月12日（金）

フィールドワーク

特別講師：中野氏、伊藤新吉氏、大和匡輔氏、

川島旭氏、奥田政行氏

3日目：9月13日（土）

グループワーク

主任講師：太下氏

三つ目は同じ松ヶ丘にて、「PINO COLLINA ファーム ガーデン&ワイナリー松ヶ岡」のジェネラルマネージャーである川島旭氏からお話をいただいた。このPINO COLLINAの白ワイン「鶴岡甲州2023」は、英国で開催された世界最高峰のワイン審査会で最高賞の金賞に輝いている。実はPINO COLLINAがオープンしたのは、ちょうど5年前の2020年9月であり、わずか5年間で国際的に評価を受ける水準までに至ったのは、驚異的なこと。

そして最後のフィールドワークは、「アル・ケッチャーノ」のオーナーシェフ、奥田政行氏からお話を伺い、料理をいただいた。奥田さんのレクチャーでは、なぜか料理の話はほとんど無く、内容はある意味で人生論であったが、これまでの努力と実践を踏まえた人生の分析は「なるほど！」とうなるような内容だった。

食文化による活性化の可能性を議論

地域活性化センターの担当者が綿密な下見をしてくれていたため、食文化に関するキーポイントの訪問およびキーパーソンのヒアリングともに、とても効率的だった。

最終日（13日）は振り返りと個人ワークの後、六つのグループに分かれてのグループワークとそのまとめとしての発表。そして、私からの講評で終了した。

鶴岡市での2回目の開催となった今回の実践塾では、鶴岡市の食や食文化を活かしたまちづくりについて学び、様々な立場の実践者との交流を通して、その実践に向けたヒントや可能性をとにも探る場となった。

受講生のみなさんが、鶴岡市における食文化の推進に関する取り組みについて学んで、それぞれの地域で食文化による地域活性化の実践に向けたヒントや可能性をとにも見いだしていただけたのであれば、主任講師として私も役割を全うできたことになる。

地域プロモーションアワード2025

第7回

ふるさと動画大賞

審査結果



開催趣旨

地域活性化センターでは、ふるさとの魅力を発信する動画コンテンツによる地域情報発信を支援するために「地域プロモーションアワード」の一環として年に一度「ふるさと動画大賞」を開催し、全国各地の創意工夫に満ちた動画コンテンツを募集、表彰している。

応募作品数

受賞

8 作品

応募

153 作品

審査委員

審査委員長

クリエイティブディレクター
東京藝術大学美術学部デザイン科 教授

箭内 道彦氏



審査委員

女優

秋吉 久美子氏



審査委員

和歌山大学
観光学部 教授

木川 剛志氏



審査委員

株式会社マガジンハウス
取締役 クロスメディア事業局
新規事業開発局

戸高 良彦氏



審査委員

BBT大学大学院MBA教授
一般社団法人INSPIRE
代表理事

谷中 修吾氏



審査委員

一般財団法人地域活性化センター
常務理事

大西 達也



受賞作品



大賞



幸せになろう。
松山市
MATSUYAMA CITY

愛媛県松山市 「幸せになろう。」松山市PR動画8編

優秀賞



東京都御蔵島村 意味がある島。みくら島。
コンセプトムービー

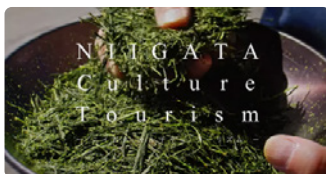
箭内道彦賞



福岡県八女市

【八女の人に聞きました！】
「あなたのまちの好きなところは？」

秋吉久美子賞



新潟県

NIIGATA Culture Tourism
ニイガタ カルチャー ツーリズム
Episode4 - 新発田・村上エリア -

木川剛志賞



大阪府堺市

3rd Destination 堺
- 日本らしさを、自分らしく味わおう -

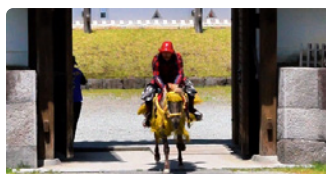
戸高良彦賞



青森県十和田市

にんにくのキモチ

谷中修吾賞



神奈川県小田原市

第61回小田原北條五代祭り

地域活性化センター賞



佐賀県

“SAGAジモト青春ソング” FIND YOU

地域プロモーションアワード2025



第13回 ふるさとパンフレット大賞 審査結果



開催趣旨

地域活性化センターでは、パンフレットによる地域情報発信を支援するために「地域プロモーションアワード」の一環として年に一度「ふるさとパンフレット大賞」を開催し、全国各地の趣向を凝らしたパンフレットを募集、表彰している。

応募作品数

応募作品：90作品 受賞作品：7作品

審査委員



審査委員長

イラストレーター
南 伸坊氏



審査委員

國學院大學
観光まちづくり学部
教授 楓 千里氏



審査委員

お笑いコンビ
パッくんマッくん
パッくん氏



審査委員

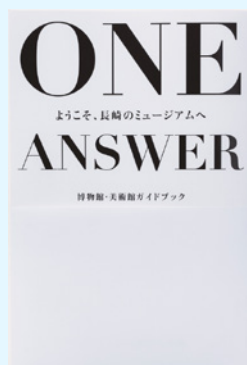
お笑いコンビ
パッくんマッくん
マッくん氏



審査委員

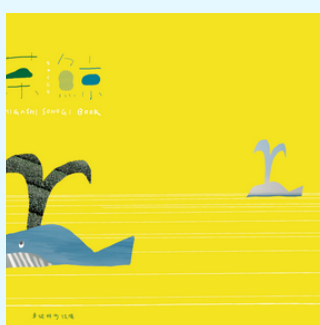
一般財団法人
地域活性化センター
常務理事
大西 達也

受賞作品



大賞 / 長崎県

ONE ANSWER「ようこそ長崎のミュージアムへ」



優秀賞 / 長崎県東彼杵町
茶鯨



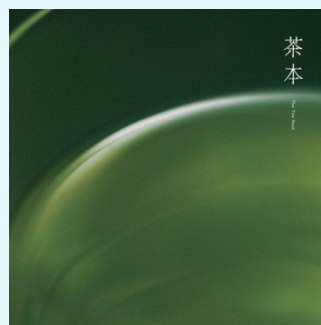
南伸坊賞 / 兵庫県淡路市
Awaji City Healing Travel Guide



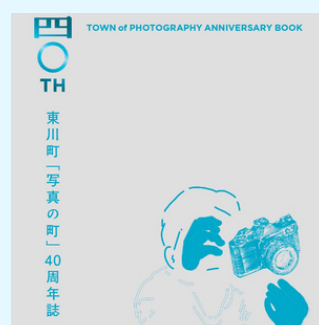
楓千里賞 / 茨城県古河市
古河 no トリセツ



バックン賞 / 福岡県福智町
上野焼おいしいうつわ



マックン賞 / 鹿児島県南九州市
茶本



地域活性化センター賞
/ 北海道東川町
東川町「写真の町」40周年誌
ちいさな町の、おおきな歩み

今、戦国時代が
動き出す。



戦国武カザリ

滋賀 びわ湖

滋賀県観光キャンペーン

2025年11月8日～2026年12月31日

滋賀県／公益社団法人びわこビジターズビューロー
※イラストは全てイメージです。



どっぷりど級の極上田舎へ
SUPER LOCAL KOCHI



新鮮



高知

どっぷり高知旅キャンペーン 令和6年4月1日[月]—令和10年3月31日[金]
どっぷり高知旅キャンペーン推進委員会 / Tel.088-823-9606 <https://doppuri.kochi-tabi.jp> 



どっぷり高知旅
SUPER LOCAL KOCHI



島根県奥出雲町長 糸原 保

たたら由来の世界農業遺産の町

島根県奥出雲町は、島根県の南東部に位置し、南は広島県庄原市、東は鳥取県日南町に接しており、令和7年12月時点で人口は、1万785人の町です。

奥出雲町は、中国山地の連なる中山間地域にあり、古事記や出雲国風土記に、ヤマタノオロチ伝説をはじめとする多くの神話の舞台として登場し、「たたら」はその時代よりこの地で行われていました。

特に明治の初めまで、たたら製鉄による鉄の産地として栄え、明治12年には日本の製鉄量の50%強を奥出雲地方が占めていました。西洋の鉄が大量に輸入されると、たたら製鉄は急速に衰退し、途絶えてしまいました。昭和52年に文化面、学術的見地から公益財団法人日本美術刀剣保存協会により復元され、現在、日本で唯一日本刀の原料である「玉鋼」を生産しています。

本町の農林畜産業は、たたら製鉄と密接に関係しており、たたら製鉄を由来とした農業の手法「たたら製鉄を再適用した奥出雲地域の持続可能な水管理及び農林畜産システム」は、令和7年8月26日に中国地方で初めて「世界農業遺産」に認定されました。

古来、たたら製鉄の原料である砂鉄を採取するため、鉄穴流しによって山を切り崩し、その跡地は棚田に再生され、砂鉄採取に用いた水路やため池は農業用に再利用されました。このような農業の手法は、現代でも慣習として引き継がれ、「仁多米」や「奥出雲和牛」といったブランド農産物が生産されています。

今後は、この農業文化や自然環境の維持・継承をはじめ、この世界農業遺産認定を活かして、情報発信や観光振興、都市と農村の交流、ふるさと学習の充実などに取り組み、地域活性化につなげるとともに、文化的価値をさらに向上させていきたいと考えています。

観光では、テレビドラマ「VIVANT」に登場した可部屋集成館や、同じくたたら製鉄で栄えた絲原記念館、世界農業遺産で評価された、たたら由来の棚田など町内

には見所がたくさんあります。山陰で唯一のセラミックサンドバスがある亀嵩温泉玉峰山荘や日本三大美肌の湯である斐乃上温泉などの温泉・宿泊施設があり、心身ともにリフレッシュできます。

また、先に述べた仁多米や奥出雲和牛のように魅力的な食材が数多くあります。なかでも、そば店は町内に10店舗以上あり、秋の新そばの頃には多くの観光客でにぎわいます。ぜひ、本町にお越しいただき、ブランド米の仁多米と合わせて、お楽しみいただきたいと思います。

スポーツは、小学生から社会人まで、ホッケーが盛んです。一昨年のパリオリンピックに町出身者3名が参加したほか、町内唯一の高校である県立横田高校は男女ともに、インターハイ等で優勝や上位入賞するなど好成績を収めています。

一方で人口減少・少子高齢化の進展は近年、本町でも同時に急激に進んできており、深刻な状況を迎えています。今後もこの地域を次世代につないでいくために、「奥出雲創生」総力戦のまちづくりとして、ハード、ソフトを含め新たなまちづくりを進めています。

具体的には、町内の小学校10校を2校にする小学校再編、保育所統合に伴う認定こども園の新設、町内10社あった第三セクターの廃止・統合・譲渡や業務の見直し、医療介護施設の見直し等、町民の皆様の痛みも伴う政策を先送りせずに推進しています。

また、出生数の激減に対する対策としての保育料無償化、妊娠時・誕生時・小学校入学時に支援金等を支給する子育て応援金の創出や子育て応援事業所制度など、「出産・子育て支援」に力を入れています。

今後も本町では、地域活性化センターの各種事業の活用や職員に対する直接のご指導も頂きながら、移住、定住や関係人口の創出をはかり、さらに魅力ある奥出雲町の実現を目指してまいります。

西都市は宮崎県のほぼ中央に位置し、車で宮崎市街地から約40分、宮崎空港から約50分のところにあります。

かつては古代日向の都として栄え、「古事記」「日本書紀」に登場する伝承地が市内に数多く残るとともに、日本遺産にも認定された日本最大級の319基の古墳が集まる国の特別史跡「西都原古墳群」や、天正遣欧少年使節の正使としてローマ法王に謁見した伊東マンショが誕生した国の史跡「都於郡城跡」があるなど、歴史ロマンあふれるまちです。

西都原台地は、春は桜2000本と菜の花30万本、夏はヒマワリ100万本、秋はコスモス300万本が咲き誇る県内でも有数の観光地です。

また、野球やサッカーをはじめとした多くのプロ・アマチュアチームのスポーツキャンプ地としても知られています。そして、温暖な気候と豊かな大地から生み出される農畜産物は、全国でも高く評価されています。

古代伝承の聖地 西都市



■特別史跡 西都原古墳群

日本最大級の古墳群。日本遺産にも認定されており、東西 2.6 キロ、南北 4.2 キロに及ぶ広大な台地に 319 基の古墳が点在しています



■銀鏡神楽

銀鏡神社の大祭として12月14、15日に催されます。主神のほか各地の摂社から多くの神々が集う厳粛な舞が特徴で、国の重要無形民俗文化財



■西都原古墳群の四季の花

西都原古墳群では、春は桜と菜の花（写真左）、夏はヒマワリ（中央）、秋はコスモス（右）と四季折々の花が楽しめ、多くの観光客が訪れます



■西都古墳まつり

11月第1週の土、日曜日に開催。「現代の中に古代をめざして」がコンセプトで、古代神話をたいまつ行列、炎の祭典などで表現しています



■都於郡城跡

南北朝時代、伊豆から下向した伊東氏が高屋山上 陵 伝承地に築いた山城。舟が浮いているように見える遠景から、「浮舟城」の別名があります



■都萬神社

主祭神は木花開耶姫 命。木花開耶姫が3人の皇子にお乳の代わりに甘酒を与えたという伝承から、日本清酒発祥の地といわれています

地域づくり 2月号

2026年2月1日発行 編集・発行＝一般財団法人地域活性化センター

東京都中央区日本橋2-3-4 日本橋プラザビル13階 電話03-5202-6131(代)

<https://www.jcrd.jp/> 印刷・製本／株式会社太平印刷社

法律で許可された場合以外に本誌からの無断転載を禁止します

落丁・乱丁はお取り替えます。編集担当 (03-5202-6139) E-mail: hensyuu6139@jcrd.jp まで、ご連絡下さい。



地域活性化
センターからの
メールマガジン
登録はこちら



消防団防災学習



宝くじ桜



移動採血車



宝くじドリームジャンボ絵本

宝くじは、 みんなの暮らしに 役立っています。

宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、
公園整備、教育及び社会福祉施設の
建設改修などに使われています。



一輪車



青色回転灯装備車



検診車



パブリックアート



滑り台広場

