

行動科学とマーケティングの融合 ーソーシャルマーケティングによる社会課題の解決ー

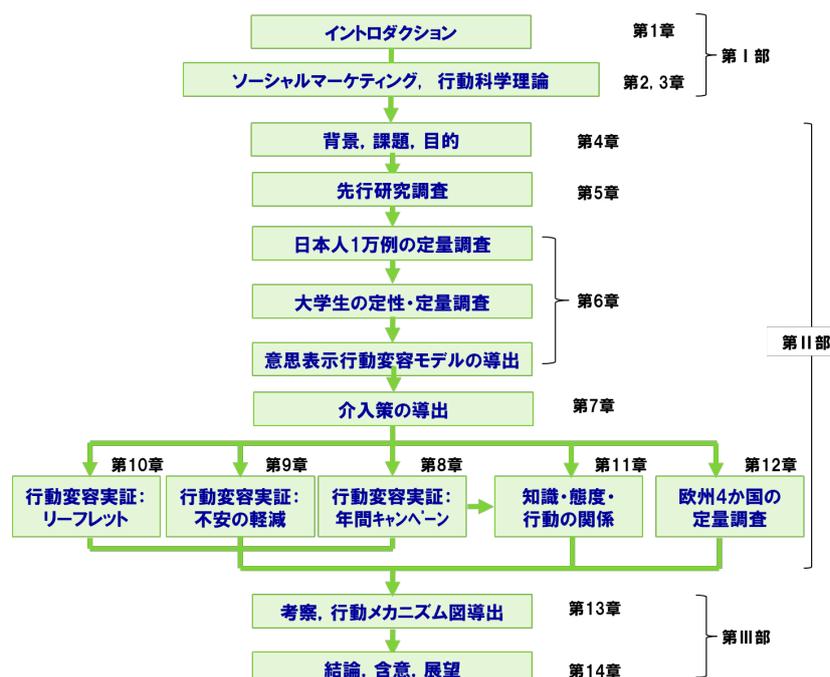
1. 本研究, および社会還元の目的

国連持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals; SDGs, 以下 SDGs) の達成に向けて, 政府, 企業, 市民団体などが様々な取り組みをしている現在, 「どうすれば課題解決につながるのか」を模索している。本研究は, 行動科学に基づき, ソーシャルマーケティングを活用したプログラムの実践を通して, 人々の行動変容を促すことが, その1つの答えであることを示すものである。

本研究成果を, 『行動科学でより良い社会をつくるーソーシャルマーケティングによる社会課題の解決ー』にまとめて社会に還元したが, その目的は3点ある。まず, 社会課題解決のアプローチとして, 個々人の行動を社会に望ましい方向に変容させることの重要性を伝えること (社会的意義) である。2点目に, 課題解決の具体的な施策を考えるにあたり, 行動科学の理論やエビデンスに基づくことが重要であり, 本研究で導出した「高関与型向社会行動のメカニズム」を提示すること (学術的意義) である。3点目は, 具体的な施策を策定・実行するためには, マーケティングコンセプトと多様なアプローチとの統合・展開を図ること, すなわち「ソーシャルマーケティング」を適用することの有用性を提示し, その正しい理解と社会実装の方法を具体的に示すこと (社会的・実践的意義) である。そして, 究極の目的は, 社会課題の解決の一助となった具体的な実装例を示し, 読者の考えと行動そのものの変容に寄与することである。読者一人一人が, 身近な社会に望ましい行動を行うきっかけになれば, それが積み重なり, さらに連鎖し, より良い社会をつくることができるのではないかと信じている。

2. 研究発表の流れ

『行動科学でより良い社会をつくるーソーシャルマーケティングによる社会課題の解決ー』は, 3部・14章から構成されている。その流れにそって研究内容を紹介したい。



第I部 社会課題解決へのアプローチ

- 第1章 なぜ行動科学が重要なのか
- 第2章 ソーシャルマーケティング
- 第3章 行動変容を支える理論

第II部 ソーシャルマーケティングによる意思表示行動の変容

- 第4章 なぜ「意思表示行動」なのか
- 第5章 意思表示行動についての文献的考察
- 第6章 意思表示行動のメカニズムと必要な介入の探索
- 第7章 Lee and Kotler モデルに基づくソーシャルマーケティングプログラム計画
- 第8章 意思表示に関する行動変容の実証(1)行動変容モデルに基づく年間キャンペーン
- 第9章 意思表示に関する行動変容の実証(2)不安の軽減に着目した1日イベント
- 第10章 意思表示に関する行動変容の実証(3)リーフレットを活用した自治体との協働
- 第11章 態度・行動変容に寄与する知識に関する実証研究
- 第12章 意思表示に関する行動変容の国際比較調査

第III部 行動変容マネジメント

- 第13章 行動変容を促すメカニズム
- 第14章 行動変容マネジメント：社会課題解決への新たなアプローチ

第I部では、タイトルである「良い社会をつくる」ために行動科学がどのように貢献しているのかを示す。

第1章では、序章として、一人一人の「社会に望ましい行動への変容」の積み重ねがより良い社会につながり、行動科学的アプローチが重要であること、書籍として社会還元をした目的、特徴、マーケティングの分野でなぜ移植医療の課題に取り組むのか、私が30年間抱き続けた問題意識を述べ、それをどのようなプロセスで分析したのかを概説する。

第2章では、副題、かつ、実証研究の基礎となっている「ソーシャルマーケティング」について、歴史、定義の変遷と国際的なコンセンサス、重要なクライテリア、イギリス、アメリカ、オーストラリア、カナダのプロセスモデルを概観し、特に、実践のために必要な計画策定をわかりやすく論じた STELa モデル、Lee and Kotler モデルを説明する。

第3章では、行動変容を促す代表的な理論について、個人、個人間、集団に整理して説明する。その中でも、行動変容ステージモデルを適用し研究を進めることを示す。

第II部は、具体的な社会課題としての「臓器提供の意思表示行動」という高関与型向社会行動について、行動決定要因を明らかにし、アクションリサーチ組織での実践を通して、意思表示を促す新しい価値の創造、態度・行動変容を測定する尺度の開発、セグメント別の行動変容手法の開発を行い、科学的手法の標準化を行う。さらには、結果から明らかにするメカニズムを、向社会行動のモデルとして普遍化する。研究の幹である。

まず第4章で、多様な社会課題の中で、移植医療に着目し、「臓器提供意思表示率が低い」という課題に焦点を当てて研究をしている背景、目的、方法について述べる。

第5章では、臓器提供の意思決定、意思表示行動について、高関与型向社会的行動という視点も含め、意思決定行動に関する理論を網羅的に調査する。消費者行動、健康増進行動などの人間行動を説明する理論、コミュニケーションや移植医療の理論などを網羅的に調査し、これまでの研究が個別に検討してきた、価値観や知識をはじめとする

決定要因の特定，諸因子の作用メカニズム，外部からの介入の効果を横断的に論じ，学際的につなぎながら整理する。

第6章では，「意思表示行動促進の最適化モデル」を導出する。まず，日本人を代表するサンプル 10,000 名を抽出した定量調査を行い，日本人の意思表示行動の現状を把握し，意思表示行動に影響を及ぼす因子を特定する。さらに，私学社会科学系大学生を対象とした定性・定量調査を行う。大学生を対象とする理由は，一人暮らしを始めて保険証を初めて手にする，初めて運転免許証を取得するなど，意思表示媒体を新しく入手する機会が最も多い層だからである。大学生の 90%以上が非医療系で社会科学系が最も多く，その 84%が私学に所属しているため，私学社会科学系大学生を対象とすることで標本の代表性を持たせる。これらの分析結果を総合して，行動変容の各行動段階から次の段階に移行する行動決定要因，効果的なコミュニケーション手法を特定する。また，ターゲットオーディエンス，メッセージ，メッセンジャー，コミュニケーションチャネルを明確にする。

これらを基に，第7章では，Lee and Kotler モデルに則って介入策を導出する。これにより，どのように実装に向けて計画すればよいのかを示す。

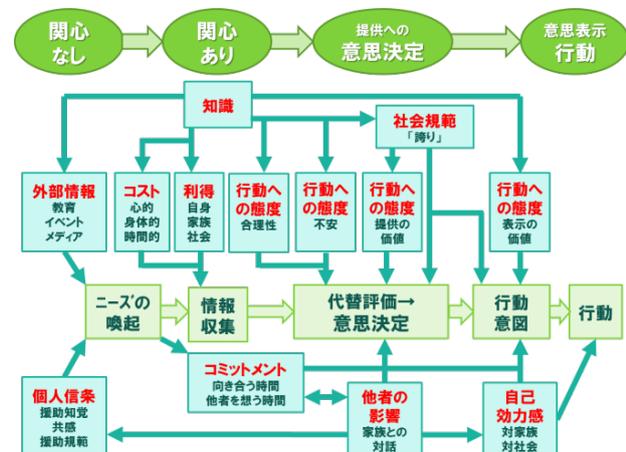
この介入策を，アクションリサーチ組織 SYVP¹で実装した詳細な方法と分析結果について，第8章から第10章で述べる。第8章は，行動変容ステージモデルに則った年間キャンペーンである。その残された課題を踏まえ，不安の軽減により焦点を当てた1日型ワークショップについて，第9章で述べる。第10章は，長期間にわたり，広く一般にオンラインとオフラインでアプローチした手法である。

第11章では，行動モデルで重要な知識，態度，行動の関係について，既存のデータと大学生を対象とした新規データを用いて詳細に分析し，論じる。

第12章では，日本よりはるかに臓器提供者数が多い欧州諸国における共通の行動決定因子があるのか，それは日本にもあてはまるのか，より国際的に普遍的なメカニズムの解明と行動決定因子の特定を目指して，国際比較調査を実施する。対象国はスペイン，フランス，ドイツ，イギリスである。臓器提供方式の制度は2種類あり，前者2カ国は **opting-out**，後者2カ国は日本と同様 **opting-in** 制度を採用している。国を越えて共通な行動決定因子を特定し，深く考察することで，行動モデルの普遍化を目指す。

第III部は，第13章において，研究を総合し，高関与型向社会行動のメカニズム（図）とその行動促進因子を導出し，多様な行動への適用の可能性を示唆する。

無関心層に対しては，教育，イベント，各種メディアにより，情報を提供することが必要である。この場合，厳しい現状について移植待機者の生の声を届けることも効果的である。それらに対して，各人が持っている援助知覚，共感的配慮，援助規範



¹ Share Your Value Project の略。瓜生原研究室内のアクションリサーチプロジェクト組織。理論とエビデンスに基づいた科学的な介入を行い，研究と社会課題の解決の両立を目指しており，商学部生約 20 名から構成されている。一人一人が様々な社会課題に思いを馳せ，主体的に深く考えて行動し，その価値 (value) ある考えや行動を共有 (share) し，認め合い，それらが連鎖する社会を創りたいという思いを『Share Your Value』にこめている。

などの「個人信条」が惹起され、関心が発生する。次に情報を収集しようとするが、その際、自身のみならず、家族や社会に対する利得についても考える。難しい問題に向き合う時間などをコストと捉えるであろう。また、この頃から、考える時間が増え、コミットメントが大きくなるため、費やした時間に対するベネフィットを求め、意思決定や意思表示が促される。意思決定時に影響を及ぼすのは行動への態度である。合理性、不安、提供の価値の3要素で構成されている。不安は誤解に由来するものが多いため、正しい情報を提供し、誤解を払拭させることで、意思決定を促すことが可能となる。一方、家族との対話など、他者の影響は大きい。また、意思決定や意思表示することが誇りという「社会規範」が醸成されていれば、行動への障壁は下がる。行動の価値（行動への態度）の認識は、自分ゴトとして捉え、行動意図を促す。また、家族や社会のことを鑑み自分が納得して意思決定しているという自己効力感が行動の促進にもつながる。図に示すメカニズムが他の向社会行動に適用されるかどうかについて実証していないが、その可能性を持つものである。

第14章では本研究の総括として、本研究を要約し、理論的含意と実践的含意を記し、今後の研究課題と展望を述べる。最後に、本書では、『行動変容マネジメント』という新しい概念を提唱している。本書における定義は、行動科学の諸理論とベースとなるメカニズム、先行研究、対象者への深い調査によるインサイトから行動決定要因を明らかにし、介入プログラムを策定、実行、評価を行うことで、社会に良い行動へと変容を促し、社会の課題を解決することである。また、このプロセスの基盤となるのが「ソーシャルマーケティング」である。「社会を構成する一人一人が、様々な社会課題に関心を持ち、主体的に社会に望ましい行動を始め、それが連鎖する優しさにあふれた社会をつくる」ことが『行動変容マネジメント』の目的であり、その意味することを伝えたいと思う。

3. 研究の学術的・実践的含意

本一連の研究の目的は、「臓器提供の意思表示」行動を具体的なテーマとして、行動メカニズムを明らかにすること、態度・行動変容を測定する尺度の開発、セグメント別の行動変容手法の開発を行い、「高関与型向社会行動」に普遍的なメカニズムを導出すること、それを用いた科学的手法の標準化の礎になることであった。

研究の結果、「行動変容ステージモデル」を適用し、価値観や知識をはじめとする決定要因の特定、諸因子の作用メカニズム、外部からの介入の効果という、これまで個別に検討されてきた一連のプロセスを横断的に説明するメカニズム・モデル(P.3の図)を導出した。特に、重要な行動決定要因として、「不安」を軽減すること、それに影響を及ぼす正しい「知識」を提供すること、向き合う時間を与えること(「コミットメント」)、「誇り」という社会規範を高めること、そして、家族と対話すること(「他者の影響」)で、不安を軽減し、「自己効力感」を高めることが挙げられた。これらは、意思決定が複雑で行動への障壁が高い「高関与型向社会行動」に共通の行動決定因子と考えられる。全ての高関与型向社会行動に適用できるかどうかは、今後の課題として残るが、献血や骨髄提供登録など、同様に課題を抱えている分野の課題解決のヒントを導くものであり、その分野の研究における第一歩であると考えられる。

また、変容効果を測定し、評価を行うためのツールが必要であるが、市民活動の行動変容効果を測定するツールを数種類開発した。さらに、行動変容ステージ毎に効果的な

介入方法を複数創出し、科学的根拠に基づく施策モデルを提示した。一般への啓発活動を、情報提供 から「行動を変える」という目的意識に転換し、「科学的に実施し測定する」、すなわち『Evidence Based Enlightenment activities (EBE)』という考えと、その具体的手法を提唱したことは、社会課題解決の手法や社会実装研究を推進する礎として寄与できたのではないかと考える。

国際的な視座では、「臓器提供意思表示」行動について、英、独、仏、西との国際比較調査結果から、国を超えて共通な因子、国に特有な因子を特定した。また、国際比較から明らかとなった日本に特徴的な知見について、オーストラリアの日本人コミュニティへの実務的な貢献が挙げられる。多文化国家であるオーストラリアにおいて、各国の文化的背景に合わせた移植医療の啓発が行われているが、日本人コミュニティについては着手できていないのが現実である。今後、本研究の知見をオーストラリアの保健省と共有し、活用していただく予定である。

実践的な意義としては、社会、医療分野、教育において4つが挙げられる。第1に、意思表示行動の促進に寄与したことである（社会的意義）。2016年度は、各段階に応じた実装をのべ1,000名以上に介入を行い、意思表示率が14.4%から24.9%に増加した。2年目は、限られた空間における介入に加えリーフレット投稿などwebによる介入へと拡大し、約2,000名に直接的な介入を行った。いずれの実装においても、行動変容ステージの平均値が統計学的有意に増加しており、意思表示行動の変容促進がみられた。意思表示が増えたことによるソーシャルインパクトまでは測定できていないが、一人一人に対して意思表示をする意義を考えるきっかけを提供できたことに意義があると考えられる。

第2に、社会に対して移植医療の重要性を発信したことである。主に移植医療の関係者が発信していた従来とは異なり、移植医療に直接関係しない「商学部の大学生」を中心に発信することは、社会の認識に影響を及ぼすことができたのではないかと考える。実際、「直接的な利害関係者ではない大学生の活動が社会的信頼を生んでいる」などとのコメントを多数受けた。活動の発信に関しては、SYVP内に広報機能を有している。5大紙や地元紙の記者との良好な関係を構築し、イベント毎にプレスリリースを発信することにより、2016年度は6本の新聞記事に掲載された。また、Facebookによる発信も積極的に行っており、2016年度は151回の投稿により、のべ98,656名にリーチした。一般の人が、移植医療をより身近に感じる一助となれたならばありがたいと思う。

第3に、移植医療の啓発に関わる人たちに、エビデンスに基づく手法の実装により「科学的に行動を変える」必要性を伝え、他の地域・団体が活用可能なメニューを開発したことである。日本には多くの団体が意思表示増加に向けた活動をしているが、知識伝達型のコミュニケーション活動が主流で、活動のアウトカム（態度の変容、行動の変容など）を評価できていないのが現状である。我々は、全ての市民活動において、エビデンスに基づく介入、その効果の測定・評価で「科学的に行動を変える」ことの大切さに気付いていただくきっかけを提供できたのではないかと思う。

最後に、次世代の育成である。本研究の社会実装の主体者は、私と研究室の学部生である。研究機関である大学の商学部生が中心であることから、経営戦略、ソーシャルマーケティングなどの専門性を活かした仮説検証型の活動、すなわち、社会性と学術性を両立させた独創的なアクションリサーチを可能とした。また、近年、若年層の意思決定の後回しが課題となっているが、本活動がその解決の一助となったことが観察された。その具体例として、1年目の学生は、活動により100%が意思表示（YES/NOいずれか）を行った。

また、一般に新たなイメージや価値観を提供するための戦略を考え、工夫をこらしながら活動をするプロセスでの学びにより、移植医療の問題に限らず、様々な社会問題に関心を持ち、正確な情報を収集し、対話や意思決定を行うことが可能となった。一人の人間による複数の向社会行動は、相関関係にあることが多くの研究で明らかにされている。例えば、Meslinら(2008)²は、臓器提供への意思を有する人間は、あらゆる社会課題の解決に向けた活動に寄付する確率が高いことを明らかにしている。したがって、本研究を通して向社会行動への関心を高め、自ら行動した学生たちは、今後、様々な社会課題にも関心を持ち、自らできることについて考え、行動を起こすであろう。今後も、学術性と社会性を併せ持つ研究を大学生とともに続けることで、社会の様々な課題に思いを馳せて行動する、良心をもった次世代を育成したいと思う。

² Meslin, E. M., Rooney, P. M., and Wolf, J. G. (2008) "Health-Related Philanthropy : Toward Understanding the Relationship Between the Donation of the Body (and Its Parts) and Traditional Forms of Philanthropic Giving," *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, Vol. 37, 1 suppl : pp. 44S-62S.