契（ちぎり）通信VOL.165

２０１９年９月２７日発行
株式会社チキリ　社長室編集

台風と異常気象

８月の超大型台風１０号はそれほど大きな被害が出ませんでしたが、９月に上陸した１５号はコンパクトな台風であったのに非常に強力で、特に千葉では大変な被害をもたらしました。最大瞬間風速は５０ｍを越えていたようですが、多くの家の屋根を吹き飛ばし、鉄塔をなぎ倒すほどの風の力は恐ろしいものです。屋根を飛ばされた方、何週間も停電の中生活されていた方本当に大変だったと思います。

１５号は当初、伊豆半島に上陸する様なコースをたどっていましたが、南にそれて房総半島に上陸しました。一つ間違えば私たちの住む町もどうなっていたか分かりません。ここ何年か、頻繁に大きな台風が日本列島に上陸していますが、今後も今回の千葉の様な台風被害がどこで起こってもおかしくありません。

異常気象の原因とされている地球温暖化。先日国連本部で開かれた気候行動サミットで１６歳の環境活動家の少女に行動をあおられながら、日本は何の発言も出来ませんでした。原発が稼働を止め火力発電に頼らざるを得ない現状はあるものの、ちょっと情けないというか残念というか。おまけにアメリカは温暖化対策の国際枠組みである「パリ協定」からの離脱を表明しているし、こんな調子では今後の台風被害は止められないですね

代表取締役　服部厳一郎

なんだ・かんだ

◆　ナッジ　◆

最近「ナッジ」という言葉を新聞等でよく目にする様になりました。調べてみると、ナッジとは行動科学を利用して、例えば案内文などの文面を読む人の心理に働きかける様にちょっとした工夫をして、人の行動をある方向へ導く手法とのことです。

もともと「ナッジ（Nudge）」は肘でそっと押して注意を引いたり、行動を後押ししたりするという意味の英語で、2017年にノーベル経済学賞を受賞したシカゴ大のリチャード・セイラー教授が理論化したものだそうです。前提となる条件が２つ、①相手に強制しない。②相手が自ら良い行動をするのを促す。この条件を満たした仕組み・制度・デザインなどの事を言います。

ナッジの具体例としては、いくつかの手法があります

◯インセンティブ：ある行動をすると得をする仕組みを作り、その行動を繰り返したくなる様にする（ポイントキャンペーンや補助金等）

◯フィードバック：ある行動を取ると特定の反応が帰ってくる仕組みを作る。（冷蔵庫を開けっぱなしにすると鳴る警告音等）

◯デフォルト：選んで欲しい選択肢を最初から提示しておく。（スマホやパソコンのインストール済みアプリ等）

◯選択肢の構造化：選択肢をわかりやすくして、ある行動や選択肢に導く仕組みを作る。（メニューなどに、「オススメ」「期間限定」等と掲載して選択しやすくする。）

「やると利益があります」よりも「やらないと損します」また、「省エネをして下さい」よりも「まわりの人はこれだけ省エネしていますよ」と伝え方などをわずかに変えて思う方向へ誘導していくのもナッジです。

八王子市では、大腸がん検診を受けていない人へ、「今年度受診した人は来年度も検査キットを送ります」と利益を強調したものと「今年度受診しないと、来年度は検査キットをお送りできません」と損失を前面に出したものの二通りの案内文を出したところ、結果は、損失を強調した後者の案内文の方が受診率が30%となり、利益を強調した前者の23%よりも７ポイント高かったそうです。

言われてみれば身の回りには多くの「ナッジ」が飛び交っているように思います。シートベルトの警告音・領収書に印刷された次回利用の割引券・トイレの小便器に描かれた的となる絵・コンビニで客が並ぶための足跡等々。意識せずに誘導されているのです。

ナッジの問題点として、受け手が慣れると効果がなくなる。また選挙等、価値判断が分かれるような課題について、特定の方向に知らない内に誘導する等、悪用される可能性がある。という点です。

しかし上手くいけば、大きな支出をせずに思った方向へ人々の行動を誘導できる点に魅力があります、国や自治体での利用例が多い様ですが、民間でもチラシや広告の文章や販売キャンペーンなどにも利用できます。

ナッジを仕掛けられる方も無理強いされたという意識はなく、自発的に選択した感覚があるため、商品やサービスの質を損なうこともないのでマーケティングや営業において、顧客を満足させつつ自社の誘導したい選択肢へと導けます。上手く利用出来れば売上UPにつながるかもしれません

社員ブログ

●　うれしい出来事　●

総務部　遠藤都機恵

私が、今の家に住み始めたころの出来事です。

夕食の支度をしていると、チャイムが鳴ったので玄関を開けると、そこに見知らぬ女子高生２人が立っていました。

何の用事だろうと思いながら聞くと、「車のルームランプがつけっぱなしですよ」と教えてくれました。

なんて親切な高校生なんだ！と感動し丁寧にお礼を言って、女子高生は帰っていきました。

その後私は、この２人の高校生の親切な行動がうれしくて、家族全員に話をしました。

そうだ、女子高生の高校にこの事を伝えたいと思いましたが、名前を聞かなかったし、あの制服がどこの高校かも分からない・・・。

今度、このような事があったら、ちゃんと名前を聞かなけりゃ。

そして、この高校生を見習わなければと思った出来事でした。

■　ネット販売サイトで表彰されました　■

当社のネット販売サイトが、ヤフーネットショップにおいて静岡県内の出店者の中で、ＤＩＹ部門で３位になりました。

売上金額はそれほどでもないのですが、注文から配送までの速さ・キャンセル率・ショップ評価・商品レビュー等の各項目で評価され表彰された様です。中でもストア評価は５点満点で４．９４点ととても高い評価を頂きました。本当にありがたいことです。

今後もお客様から高い評価を頂けるようにより一層頑張って参ります。今後とも宜しくお願い申し上げます。

本レターのご提供に付きまして、ご不要・ご迷惑という方に付きましては、その旨ご一報頂きたいと思います。次回からの発送を中止させて頂きます。

株　式　会　社　チ　キ　リ
静岡県駿東郡清水町卸団地 73
Tel 055-971-9610　Fax 055-973-1534
E-mail gen@chikiri.com　URL http://www.chikiri.com/