

近年、自治体においてナッジの政策活用が進む中、福井市において償却資産の申告漏れ防止にナッジを活用した。申告期限を強調した封筒を活用するといった軽微な改善にもかかわらず、最大13.2ポイントの申告率の向上効果を確認した。一方、すべての申告対象者に対して画一的に向上効果が確認されたわけではないことから、対象者属性に応じたパーソナライズドナッジの必要性和自治体へのEBPMの実装可能性を示した。

## 自治体へのナッジ活用にかかる実証研究 —— 固定資産税における償却資産の申告漏れ防止ナッジ ——

福井県本部／自治労福井市職員労働組合 梅田 佳孝

### 1. 研究の背景と目的

#### (1) 自治体におけるナッジの普及状況

近年、自治体においてナッジ理論を活用した業務改善事例が見られるようになってきている。ナッジ(Nudge)とは、「そっと後押しする」という意味の英語で、行動経済学などの行動科学的知見を応用して人々の行動をより望ましい方向に促すための政策手法である。2017年にノーベル経済学賞を受賞したリチャード・セイラーは、ナッジを「選択を禁じることも、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で変える選択アーキテクチャーのあらゆる要素」と定義している。2010年代に英米両国の政府において積極的に取り入れられたナッジであるが<sup>1</sup>、我が国においてもその政策効果に着目した先進的な自治体を中心に「自治体ナッジ・ユニット<sup>2</sup>」が設立されている。2019年2月には、自治体初のナッジ・ユニットである「横浜市行動デザインチーム(YBiT)」が設立されたことを皮切りに、2026年2月時点では27チームとその設立数は増加している<sup>3</sup>。また、行政専門ニュースサイトiJAMPにおいても、2019年頃からナッジに関する掲載記事数が急増しており<sup>4</sup>、ナッジに対する関心の高まりが見てとれる。

#### (2) 福井市におけるナッジ活用の試み

福井市では2023年4月、公共政策へのナッジ活用を目指す職員有志チーム「福井市ナッジ・ユニット」(以下、「ユニット」と表記)を結成した。これは、先述した英米や国内先進自治体の動きを参考に、福井市において行動科学的知見を積極的に取り入れることを目的に組織したものである。ユニットは非公式組織ではあるものの、ナッジに関心を持つ職員が自発的に集まり、行動経済学の基礎を習得する月例勉強会を通じて知識を深め、庁内各所属から寄せられるナッジを業務に活用したい旨の相談に応じている。ユニットでは、結成3年間で計36件のナッジ事例の創出を支援したほか、全国の自治体職員の人材育成に貢献するためセミナーへの登壇を行っており、同じく結成3年間でユニットが講師を務めるセミナー受講者数は延べ2,000人を超えている。

#### (3) 本研究の目的

本研究では、全国に先駆けてナッジを政策に活用している福井市の実践事例について分析し、その効果を実証的に明らかにする。具体的には、本市において2024年度に取り組んだ固定資産税における償却資産の申告漏れ防止ナッジ(以下、「償却資産ナッジ」と表記)について詳述し、実施したナッ

<sup>1</sup> 英国では、2010年のキャメロン政権時、内閣府に「行動インサイトチーム(Behavioural Insights Team)」(通称「ナッジ・ユニット」)を設置。米国では、2014年のオバマ政権時、科学技術政策局に「社会・行動科学チーム(Social and Behavioral Sciences Team)」を設置。

<sup>2</sup> 本稿では、高木、山中、宇山、佐々木(2021)を参考に、自治体ナッジ・ユニットを「ナッジ等の行動科学の知見を活用した政策介入を自ら実施する、もしくは行政組織内部における政策への行動科学の活用を支援するチーム」と定義する。

<sup>3</sup> 自治体ナッジシェア『自治体ナッジ・ユニット図鑑』,最終閲覧日 2026年5月27日, <https://nudge-share.jp>

<sup>4</sup> 2018年に1件、2019年に14件、2020年に20件が確認できた。

ジ介入内容や介入により得られた効果を紹介することを通じて、自治体におけるナッジ活用の普及促進を図り、もって自治体施策の質的向上に資することを目的とする。

## 2. 償却資産ナッジの実践

### (1) 償却資産の概要

償却資産とは固定資産税の課税対象の一種で、土地及び家屋以外の事業の用に供することができる資産のことである（地方税法第341条第1項第4号）。課税庁が固定資産税を賦課する場合、土地や家屋については、不動産登記記録簿などとの照合を行うことで資産所有者からの申告によらずとも課税客体を把握することができる。一方で、償却資産については登記制度が存在しないため、資産所有者からの申告を求めざるを得ず、申告が行われない場合には課税額の算定が困難となる。このようなことから、償却資産の所有者には地方税法第383条にて市町村長への申告義務が課されている。そのような中、償却資産の申告制度については、申告者側における申告事務の煩雑さが指摘されており、課税庁側においても「申告者や課税客体の捕捉が難しく、未申告者や未申告資産が多く存在する可能性」が指摘されている<sup>5</sup>。

以上のとおり、償却資産は未申告に陥りやすいといった構造的問題が内在しており、自治体においては法定期限内に適切な申告がなされるよう申告勧奨に係る努力を余儀なくされているのが実態である。この申告勧奨業務は、公平課税の実現及び自主財源の確保の観点から極めて重要である。

### (2) ナッジ介入策の概要及び効果検証の設計

本市の償却資産担当課からユニットに対してナッジを活用した申告率向上策に係る相談があり、2024年8月からナッジ介入策の検討を開始した。

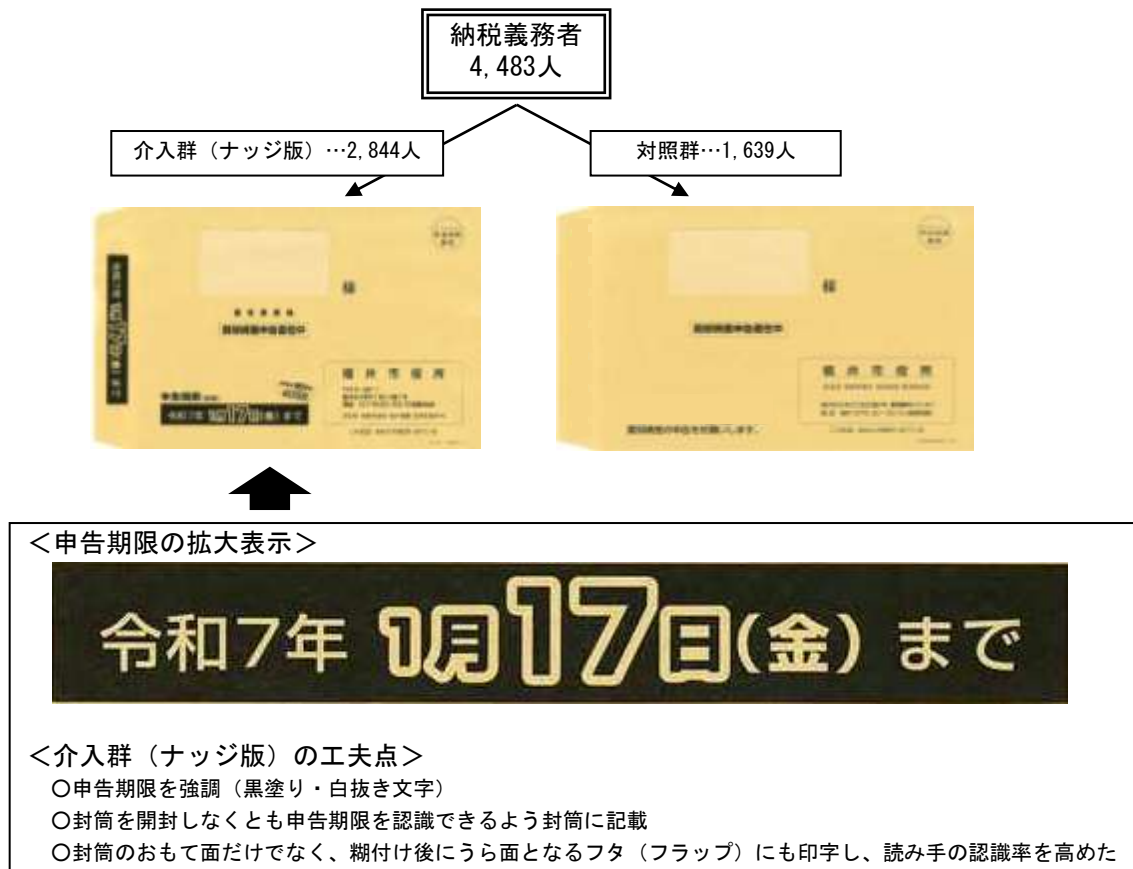
まず、申告遅れとなる要因として「申告者に『現在バイアス』がはたらき、申告行動を先延ばしにする」という仮説を立てた。現在バイアスとは、将来的な効用よりも現在の価値を優先させてしまう心理傾向のことである。この仮説を検証するため、申告者に郵送する申告書の提出依頼に際し、従来の通知方法よりも申告期限を認識しやすくする手法について検討した。なお、実施場所は福井市、実施対象は2025年度分償却資産申告（2025年1月1日現在の該当資産所有者）として設定した。具体的なナッジ介入策は次のとおり。

本実験のため、図1のように期限を強調した封筒を「介入群」（ナッジ版）、期限を強調していない封筒を「対照群」とし、両群において封筒に封入する内容物（申告書記入用紙、申告ガイド等）は同一のものとし、使用する封筒以外には差が生じないように設計した。介入群には、封筒のおもて面及びフタ（フラップ）に黒塗り・白抜き文字で申告期限を記載した。これにより、開封というひと手間をかけずとも「いつまでに何をすべきか」が視界に入り、記憶の定着や注意喚起が持続するよう設計している。一方、対照群は従来封筒（期限記載なし）を用いた。

効果検証の手法として、介入群及び対照群の両群における申告率の比較を行うランダム化比較試験（Randomized Controlled Trial。以下、「RCT」と表記）を採用した。2025年度分償却資産申告対象者のうち福井市から申告書の提出依頼を行う計4,483人を各群にランダムに割り付け、2024年12月1日に一斉に申告勧奨の郵送を行った。その後、法定期限である2025（令和7）年1月31日までに申告書が提出された件数を集計し、介入群及び対照群の申告率について比較を行った。

<sup>5</sup>（一財）資産評価システム研究センター（2021）「償却資産に関する調査研究—申告制度における申告者側・課税庁側双方の事務の簡素化・効率化について—」p.3

【図1】ナッジ介入策及び効果検証の実施イメージ



### （3） 本ナッジ介入策の類似事例

本ナッジ介入策の類似事例として、つくば市及び塩尻市の2事例がある。

つくば市事例では、避難行動要支援者名簿における同意書返送依頼において、封筒に『〇年〇月〇日までにご返送ください』と返送期限を明示してRCTを実施したところ、対照群（明示なし）と比較して13.0ポイントの返送率向上効果が確認されている<sup>6</sup>。

塩尻市事例では、封筒への期限明示ではないものの、住民税申告書に同封するチラシに申告期限を大きく強調して明示している。これに加え、申告しないことのデメリットを強調した損失回避心理を喚起させる工夫や、身近な各支所への提出でも手続きが完了できる旨の明示など、人間が行動を起こしたくなる仕掛けをあわせて活用したところ、前年と比較して12.2%の申告件数が増加している<sup>7</sup>。

以上の事例により、期限の強調による一定の効果が確認されているところである。

### （4） 検証結果

ナッジ介入による申告率の比較を行ったRCTの結果は下記のとおり。

図2のとおり、全体の期限内申告率は対照群70.3%に対し介入群73.2%であり、2.9ポイントの増加が確認された。次に、「初回申告者（初めて申告する者）」と「2回目以降申告者（過去に1回以上申告経験のある者）」のように過去の申告回数に基づき分類し集計を試みた。その結果、初回申告者については対照群50.8%に対し介入群64.0%で、13.2ポイントの改善が確認された。他方、2回目以降申告者については対照群72.7%に対し介入群73.9%と1.2ポイントの増加にとどまった。

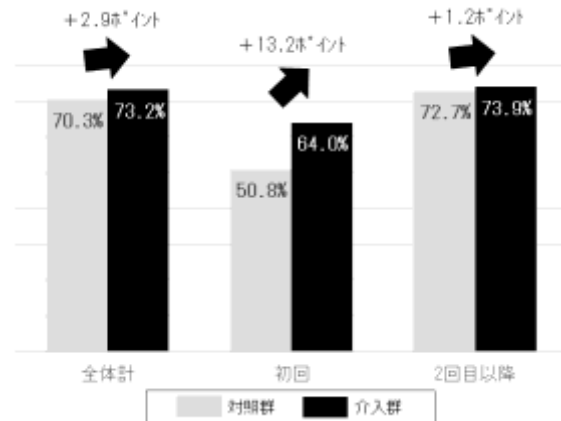
以上の結果、同じ期限強調でも過去の申告回数により効果に差があることが分かった。

<sup>6</sup> 金野理和(2023)「つくば市のナッジの取組」『都市とガバナンス』vol. 39, 2023. 3  
([https://www.toshi.or.jp/app-def/wp/wp-content/uploads/2023/03/reportg39\\_2\\_5.pdf](https://www.toshi.or.jp/app-def/wp/wp-content/uploads/2023/03/reportg39_2_5.pdf))

<sup>7</sup> 清水隆朝(2023)「ナッジ理論で住民税の申告者が増加～市民のための行動経済学～」『月刊J-LIS』令和5年6月号  
(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000036.000072283.html>)

【図2】実験データ

|     |       | 申告対象者数<br>[A] | 期限内申告者<br>[B] | 期限内申告率<br>[B]/[A] |
|-----|-------|---------------|---------------|-------------------|
| 対照群 | 初回    | 179           | 91            | 50.8%             |
|     | 2回目以降 | 1,460         | 1,061         | 72.7%             |
|     | 対照群 計 | 1,639         | 1,152         | 70.3%             |
| 介入群 | 初回    | 178           | 114           | 64.0%             |
|     | 2回目以降 | 2,666         | 1,969         | 73.9%             |
|     | 介入群 計 | 2,844         | 2,083         | 73.2%             |



### 3. 考察

#### (1) 本研究の示唆

本研究では次の二点を示唆する。

第一に、期限を強調する介入が申告対象者の期限内申告行動の促進に資する可能性である。前章で示したとおり、介入群において期限内申告率が向上する結果となった。第二に、その行動変容効果は介入対象者に画一的に及ぶものではなく、過去の申告回数により異質性が存在する可能性である。特に、初回申告者は対照群と比べて申告率が13.2ポイント向上し、その効果が顕著にあらわれた。本章では、この二点の可能性について考察する。

#### (2) 期限強調による行動促進

本研究の検証結果を統計的に分析するため、カイ二乗検定を実施した。検定の結果、p値は全体計で0.03、初回申告者で0.01、2回目以降申告者で0.41となり、全体計及び初回申告者において有意差 (p値<0.05) が確認された。以上のことから、期限を強調する介入がもたらす期限内申告行動の促進効果は初回申告者に対してのみ機能したと考えられる。

#### (3) 効果出現の異質性：初頭効果と馴化

初回申告者の期限内申告行動として、13.2ポイントの顕著な向上効果が確認された。一方、2回目以降申告者にはわずか1.2ポイントの向上効果に過ぎず、前項のカイ二乗検定の結果からも有意差が確認されなかったことから、初回と2回目以降の申告者間において異質性が認められる。これは、両者間に存在する何らかの属性的な違いにより、申告率向上効果の差として出現したものと考えられる。ここでは「初頭効果」と「馴化」の可能性を指摘したい。

初頭効果とは、初めて提示された情報に最も大きな影響を受けるという心理効果である。期限強調の介入を受けた初回申告者は明瞭な動作指示情報に影響された結果、介入群の申告率が高まったと推察される。他方、馴化とは、ある刺激が繰り返されることにより、その刺激の効果が徐々に低減していく心理効果、いわゆる「慣れ」の問題である。2回目以降申告者にとっては毎年の申告作業が定例化の中で、毎年届く申告案内に慣れてしまった結果、真新しい情報として認識されなくなり、申告期限に重要な意味を感じにくくなったため、と推察される。

#### (4) パーソナライズドナッジの必要性

本研究では、期限強調による行動介入といった極めてシンプルな検証を行った。その結果、初回と2回目以降という申告頻度の違いによって効果出現の異質性が確認された。ここから導き出されることとして、対象者ごとに最適化されたナッジ介入策（パーソナライズドナッジ<sup>8)</sup>）を使い分ける必要性である。本研究の示唆から2回目以降申告者への期限強調による介入策は効果的でないことが明らかと

<sup>8)</sup> 山根(2022)は「概して、パーソナライズドナッジは、一律に与えたナッジよりも効果的であるという結果が多い。」と述べている。

なったため、2回目以降申告者へは別の介入策を検討する必要がある。例えば、過去に申告期限を1か月程度過ぎて提出した申告者の場合であって、課税庁から特段の申告催告などを受けなかった場合は、「多少の申告期限の遅れは許容してもらえ」との思い込みを生じさせる恐れがある。このような場合には、恐怖アピールによる介入手法が有効となる可能性がある。恐怖アピールとは、恐怖を喚起させることによって特定の行動を起こさせる心理効果のことである。喫煙規制が厳しいことで知られるオーストラリアでは、喫煙率の低下を目的としてタバコの商品パッケージに健康被害に関する警告文や画像などの掲載が義務付けられている。償却資産の文脈に照らせば、申告義務違反に対する罰則の強化又は罰則適用の強調などが考えられるものの、恐怖アピールの実装には倫理的配慮から慎重な検討が必要である。本研究では罰則を活用した介入策は実施していないため今後の課題としたい。

## (5) 本研究の独自性と意義

本研究の独自性と意義として、下記に三点をまとめる。

第一に、期限強調による封筒のデザインの違いという最小限の事務コストで、13.2ポイントの申告率の向上を実現し、業務改善に大きく寄与した点である。これは初回申告者に限ってみられた効果であるものの、封筒に期限を印字するという極めて軽微な改善にて、大きな効果をもたらしたことは大きな成果と言える。また、本事例で採用したナッジは、期限を設定するものであればその多くに転用できる可能性があり、税申告に限らず、住民票や戸籍関係の届出、国民健康保険の加入や種別変更届出、児童手当の申請や保育園入園申込など、行政実務における多様な分野に応用可能でありその汎用性の高さも評価できるものと思われる。

第二に、既存の自治体ナッジ事例（つくば市・塩尻市）が対象者を一律にとらえていたのに対し、本研究では対象者の異質性に着目したことにより、対象者ごとに最適化されたナッジ介入策の視座を提供した点である。2回目以降申告者に対する有効な介入策の検討は今後の課題ではあるものの、それぞれの対象者により効果的な介入策を見出していくことで、効果の最大化を図ることが可能となる。

第三に、介入群と対照群の施策効果を定量的に把握した上で、エビデンスレベルが高いとされるRCTにて検証結果を実証的に示し、自治体へのEBPM（エビデンスに基づく政策立案）の実装可能性を示した点である。EBPMの根拠法「行政機関が行う政策の評価に関する法律（2002年施行）」第三条には、「行政機関は、その所掌に係る政策について、適時に、その政策効果を把握し、これを基礎として、必要性、効率性又は有効性の観点その他当該政策の特性に応じて必要な観点から、自ら評価するとともに、その評価の結果を当該政策に適切に反映させなければならない。」と規定されている。国の行政機関には政策評価の実施が義務付けられている一方、自治体への義務付け規定はなく、その実施は各団体の裁量に委ねられているのが現状である<sup>9</sup>。とりわけ、RCTの設計やその効果検証には専門的な知識が必要となるため、自治体職員のみでは実施が困難であることが推察される。本研究で実施したRCTは、地元大学教授にその設計と実施について助言をいただき、効果検証に際してはExcelで実施できるカイ二乗検定を職員自前で実施した。有識者との協力体制を整え、高度な解析ソフトを使わずともできる範囲にてスモールスタートで取り組む態度こそが、自治体においてEBPMを中長期的に定着させていく契機となり得る。

## 4. おわりに

本研究は、福井市における償却資産申告業務を対象に、封筒への期限強調表示という簡易なナッジ介入の効果をRCTによって検証した。その結果、特に初回申告者において13.2ポイントの申告率向上が確認され、低コストで実効性の高い介入手法としての有用性が示された。一方で、2回目以降申告者に対しては効果が限定的であり、ナッジの効果が対象者の属性に依存する異質性の存在も明らかとなった。これらの知見は、画一的な施策ではなく、対象者に応じたパーソナライズドな介入設計の必要性を示唆するものである。さらに、本研究は自治体においてもRCTを活用した政策検証が実現可能であることを示し、EBPM推進の観点からも一定の意義を有する。今後は、異なる行動特性に応じた介入手法の開発と検証を進め、さらなるナッジ活用の高度化を図ることが求められる。

<sup>9</sup> 江上昇(2024)「自治体EBPMの推進に向けた定量的な現状分析と提案—全国調査の結果から見る現状分析と課題解決に向けた考察から—」滋賀大学大学院修士論文, p. 6-8

## ＜参考文献＞

- 梅田佳孝(2024)「自治体におけるナッジの政策活用の現状と課題—自治体ナッジ・ユニット実態調査結果から—」地方行政実務学会第5回全国大会報告論文
- 梅田佳孝(2025)「自治体ナッジ・ユニット活動の実態—活動事例及び活動実態の分析—」『政策法務 Facilitator』Vol. 85
- 高木祐介, 山中慶子, 宇山生朗, 佐々木周作(2021)「地方自治体におけるナッジ活用の促進要因と課題の整理—ナッジ・ユニットの体制構築の視点から—」[http://www.abef.jp/conf/2021\\_archive/common/doc/program/P07.pdf](http://www.abef.jp/conf/2021_archive/common/doc/program/P07.pdf)
- 高橋勇太、植竹香織、津田広和、大山紘平、佐々木周作(2020)「日本の地方自治体における政策ナッジの実装：横浜市行動デザインチーム（YBiT）の事例に基づく体制構築と普及戦略に関する提案」RIETI Policy Discussion Paper Series 20-P-026
- 特定非営利活動法人Policy Garage(2022)『自治体職員のためのナッジ入門—どうすれば望ましい行動を後押しできるか？—』公職研
- リチャード・セイラー, キャス・サンスティーン, (訳)遠藤真美(2022)『NUDGE 実践 行動経済学 完全版』株式会社日経BP
- 山根承子(2022)「ナッジ研究における諸課題—倫理的観点から—」『日健教誌』30, 1