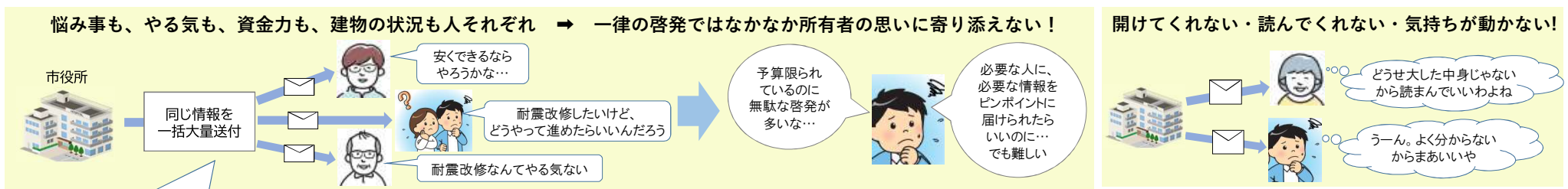


**パーソナライズ (アルゴリズム)**  
所有者の悩みや意向にピンポイントで寄り添う

**ナッジ (行動経済学)**  
心を動かすアプローチ



パーソナライズを可能とする啓発選定アルゴリズムを構築!

ナッジの活用で心に響くアプローチを!

**啓発選定アルゴリズム**

[啓発手法 × 啓発内容 × 優先度] を判定

**所有者の情報**

- 年齢
- 住所
- 耐震へのお悩み
- 意向
- 過去の啓発履歴
- 過去の相談内容など

**啓発内容**

- 診断勸奨
- 住みながら工事可能
- 建替え資金の融資優遇
- 精密診断設計勸奨
- 2回目診断勸奨
- 防災ベッド
- 低コスト工法勸奨
- 段階改修
- 取り壊し
- 耐震相談員派遣
- おすすめ事業者一覧

**優先度**

低い → 高い

効果なし

**啓発手法**

- **ダイレクトメール**  
時間を選ばない  
手元に資料が残る
- **SMS**  
安価、簡単  
電子申請等へリンク
- **電話啓発**  
丁寧な説明

**啓発をパーソナライズ**

(例) **優先!!** Aさん (子育て世帯)

除却と建替え融資をダイレクトメールで勸奨

相続した家を壊して、すぐに新しい家を建てたい

Bさん (80代・単身)

防災ベッドをダイレクトメールで勸奨

お金はないけれど、命は守りたい

Cさん (40代・単身)

除却をSMSで勸奨

今は東京に住んでる (物件は親から相続)

Dさん (70代夫婦)

2回目診断と相談員派遣を電話啓発で勸奨

難しいことは分らん...

優しく教えて欲しいわね

**ナッジ理論を活用したアプローチ**

開けたくなる・読みたくなる  
話を聞きたくなる・行動したくなる

**改善の視点**

**Easy**

案内のデザインをシンプルに読みやすく。選択肢を狭めて行動しやすく

簡単そうだからやろうかな

**Attractive**

今回を逃すと損するという損失メッセージや、具体的な損失額の提示等

やっておかないと、将来こんなに損するの...

**Social**

〇万人がやっているなどの社会規範を提示して誘導

そんなにみんなやってるなら、私もやるのかな?

**Timely**

行動を起こそうとするタイミングを見逃さず

親から家を相続してちようど考えようと思ってた

案内封筒の改善だけで、**開封率が5割以上アップ**した他都市事例 (他事業) も!