

## 4. チェックリストの留意点

### 4.1. 「EASTY」と「19項目」の限界

今回の調査研究では、新型コロナ・ワクチンの接種について各地方自治体のホームページに掲載されていた情報のみに着目して評価した。つまり、ホームページ以外でワクチン接種が円滑に進むように尽力していた場合であっても、それらの活動を評価できる調査研究にはなっていない点に注意が必要である。

例えば、EASTY のチェックリストでは総合得点が0点の地方自治体が数箇所あったが、それは必ずしもその自治体の提供情報や接種体制が適切でないということを直接的に意味しているわけではないだろう。また、福島県檜枝岐村は、EASTY と 19 項目の両方で得点が低くなっていた。檜枝岐村の平成 27 年時点における総人口は 614 人で、年齢 65 歳以上の高齢者人口が総人口に占める割合は 32.7%であり増加傾向にある（日本全国の高齢者率は 28.7%であることから、檜枝岐村の高齢者率は相対的に高い水準にある）。このような背景から、檜枝岐村はワクチン接種を推進するにあたって、ホームページ上の情報発信よりも紙媒体を通じた情報発信の方が地域住民の特徴に適していると考えたのではないだろうか。スマートフォンやパソコンを使ってホームページにアクセスし、ワクチン接種の予約を行うという手続きは、若者に比べて高齢者では困難なことのよう思える。高齢者にとっては紙の広報誌やチラシ、回覧板の方が馴染みやすく、ワクチン接種の検討をしやすかった可能性がある。そのため、ホームページ上の情報提供に着目した我々のチェックリストでは、檜枝岐村の取組みを得点化することができなかったと考えられる。

情報発信の方法には様々な種類があるが、行動経済学やナッジにおいて大切なことは、人々の選択の自由を保障しながら、社会的に望ましく、人々が本来望む方向に行動をうまく導くことである。ホームページであっても紙媒体の広報であっても、人々に寄り添った情報発信でなければならない。

## 4.2. 「EASTY」が高得点になるパターン

EASTY のチェックリストは 22 点満点であり、そのうち、ホームページの見やすさや分かりやすさを評価する E 項目が 9 点分を占めている。全体の約 4 割を占めていることから、E 項目で一定程度得点することができなければ、このチェックリストにおいて高得点を獲得することは難しくなる。

E 項目の比重を意図的に大きくした理由は、もしホームページの文章や構成が複雑なものであるならば、自分の知りたい情報を容易に探すことができないからである。また、我々の EASTY のチェックリストの特性上、ただその項目に該当する情報が掲載されているだけでは得点にならない。A 項目の「無料であることを強調しているか」という項目を例に挙げると、無料であるという情報をホームページの閲覧者に認識してもらうためには、情報を目立たせて Easy にする必要がある。ホームページを訪問する多くの人が情報を容易に見つけられるような Easy なホームページでなければ、ワクチン接種という人々の行動を促進することはできないだろう。そのため、E 項目で得点できなければ、他の項目でも得点することが難しい。このように E 項目が EASTY の根幹を成すものであり、Easy であるかどうかは他の項目の得点にも影響を及ぼしている。

E 項目以外で自治体間によって大きく点数に違いが出た項目として、S があった。社会規範を人々に意識させるような表現を使っていることや、接種率の推移や接種状況をグラフで示しているなどの工夫を施していることが得点差に繋がった。

ホームページの装飾など高いデザイン性を備えていることも高得点の要因となった。ランキング上位 5 つの自治体のホームページに共通する特徴として、ホームページを開いてすぐにワクチン接種関連の情報が目に入ることや、見出しを使って情報を整理して全体的にすっきりとした構造になっていることがあった。デザイン性は、Easy であるかどうかを評価する上で重要な観点である。

チェックリストの構成上は、もちろん全ての項目を平均的に得点している自治体もランキング上位に上がることができたが、結果的には、全ての項目で満遍なく得点できた自治体の数は少なかった。

### 4.3. 「19項目」が高得点になるパターン

19項目のチェックリストは100点満点である。そのうち、新型コロナウイルス感染症とそのワクチンについて理解しやすく、ワクチン接種の効果や必要性を感じられるかの観点から「情報が十分にあるか」を評価する「新型コロナウイルス・ワクチンについて理解を深める」と、「情報が視覚的にわかりやすいか」を評価する「新型コロナウイルス・ワクチンについて理解を深める（デザイン部門）」の2項目の合計が48点であり、大きな割合を占めている。そのため、EASTYと同様に、これらの2項目で高得点を取れていない自治体は総合得点も低くなっている。具体的に、「新型コロナウイルス・ワクチンについて理解を深める」という項目は、新型コロナウイルスの症状やワクチン接種のメリット、Q&Aなどが記載されていることが得点に繋がり、「新型コロナウイルス・ワクチンについて理解を深める（デザイン部門）」という項目は、凝った複雑なデザインよりも、簡潔ですっきりとしたデザインの方が得点に繋がった。総合得点で高得点を獲得するためには、これらに加えて、ワクチン接種を決定した人が、確実に接種を行えるかを評価する「ワクチン接種の実行」の項目で高得点を取る必要があった。この項目は、図表を使って一目で情報を理解できるように工夫されていることが得点に繋がった。これらの3項目の得点が高い自治体は、ランキングの上位30%に入っていた。

上位30%の中でさらに上位にランクインするためには、「ワクチン接種を受けると決めるための誘因」と「若者重視の行動視点」の2項目でも高得点を獲得する必要があった。具体的に、「ワクチン接種を受けると決めるための誘因」の項目は、ワクチンの接種状況が紹介されていることや「ワクチン接種によって得られるメリットは副作用などのデメリットを上回ります」のようにワクチン接種について前向きなメッセージが記載されていることが得点に繋がった。また、「若者重視の行動視点」の項目は、ホームページがスマートフォン画面に対応していることや複数のSNSを用いて情報を発信していることが得点に繋がった。