



古谷 唯有<sup>\*</sup>、新居 心<sup>\*</sup>、貝増 匡俊<sup>\*</sup>

神戸女子大学

はじめに (Introduction)

プラスチック削減のためマイボトルの利用が推進されている。普及率は高くない。神戸女子大学ではマイボトル持参率が約50%にとどまっている。そこで、マイボトル用フレーバーの販売を計画し、マイボトルの利用を高めるという行動変容を促す。その際、5つのポスターを使ってナッジの効果を検証する。

仮説 (Research Hypotheses)

- 1) マイボトル用フレーバーの利用促進にナッジは効果的である。
- 2) 行動変容を促すことができるのは、個人面、経済面、環境面、地域社会 (大学) 面、日本社会面の順番である

調査概要 (Survey Overview)

実証実験として

2024年11月下旬に、給水機5か所にナッジを活用した5種類のポスターを掲示した。学内でフレーバーを販売した。また、A館1階の給水機に流量計を設置し、水の利用量を計測した。

量的調査の実施

神戸女子大学の2~4年生を対象に94名に実施した。アンケート質問項目として、ポスターに対する関心や購買意欲など



調査結果 (Results)

1) 給水機における水の使用量

	10月1日	12月5日
使用量	4,606L	17,272L

2) ポスター

	total	Ave	Mid	SD	
個人面	334	3.55	4	1.52	1
経済面	318	3.38	4	1.47	2
環境面	300	3.19	3	1.43	3
地域社会面	272	2.89	3	1.42	5
日本社会面	276	2.94	3	1.42	4

考察とまとめ (Discussions)

ナッジの効果: 今回のポスターは、マイボトル用フレーバーの利用促進に効果的で明示的とは言えない。

デザインの重要性: 購買意欲は、ポスターのデザイン > 値段 > メッセージであった。

仮説の検証: 仮説2は、おおむね一致していた。

効果検証の難しさ: ナッジの効果は、対象者や検証時期など状況や環境の変化によって大きく変わるため、明確な検証は難しい。

多くの学生の環境配慮行動を促すことがこれからの環境につながるため、ナッジを活用した環境問題改善に期待できる。

今回の研究で使用したポスター

