

ペットボトル圧縮行動促進の実証実験

大阪大学大学院 経済学研究科 岸田陸 松村真宏

01 実験目的

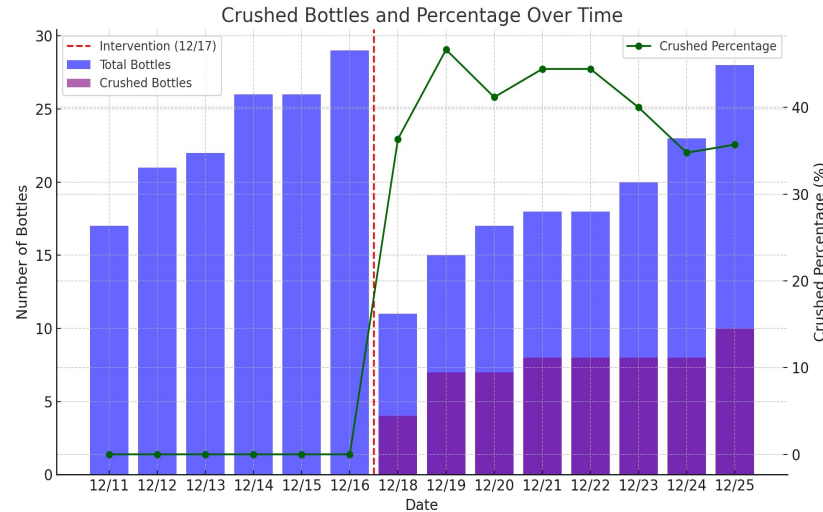
課題: ゴミ箱からペットボトルが溢れる
目標: 視覚的デザインやゲーム化要素を活用し、
利用者が自主的にペットボトルを潰す行動を促進。
方法: 投入口の1つを潰さないで捨てられない仕組みに変更。
ポスターやポンプを設置して行動を誘発。(写真1)



(写真1):仕掛け

02 実験結果

介入前: 潰されたペットボトルの割合は0%。
介入後: 潰された割合が最大46%に達し、一定
期間は40~46%で安定。(図1)(図2)



(図1)

日付	ペットボトル数	潰れている割合
12/11(水)	17(0)	0%
12/12(木)	21(0)	0%
12/13(金)	22(0)	0%
12/14(土)	26(0)	0%
12/15(日)	26(0)	0%
12/16(月)	29(0)	0%
介入日	-	-
12/18(水)	11 (4)	36.36%
12/19(木)	15 (7)	46.67%
12/20(金)	17 (7)	41.18%
12/21(土)	18 (8)	44.44%
12/22(日)	18 (8)	44.44%
12/23(月)	20 (8)	40.00%
12/24(火)	23 (8)	34.78%
12/25(水)	28 (10)	35.71%

(図2)

03 考察と今後の方向性

考察

仕掛けの導入で潰されたペットボトルの割合は最大46%に達し、効果が確認された。一方、利用者層の固定化や飽きによる行動減少が課題として浮上した。長期的な行動維持にはさらなる工夫が必要である。

今後の動向

仕掛けの改良: メッセージやデザインを改善し、行動誘発効果を向上。

多様な環境での実験: 海水浴場やイベント会場で広範囲実験を実施。

長期的効果の検証: 行動の持続性や最適条件を調査。