

歩きスマホに対する啓発メディアの防止効果

番本 結友

近年、歩きスマホによる事故が全国各地で起こっており、歩きスマホが社会的に問題となっている。本稿は、心理学的な介入により歩きスマホ行動を抑制することができるかを検討することを目的としたものであり、歩きスマホを防止するための啓発メディアの効果を検討するために行った。本研究を行うにあたり、山田他(2022)のナッジを用いた歩きスマホ防止実験を参考にした。山田他(2022)は「デジタルサイネージ」と「ナッジ」を用いて実験を行い、歩きスマホ行動の抑制と非歩きスマホ行動の継続にはナッジの技法が有効であることを示していた。

本稿では、山田他(2022)のソーシャルナッジ実験で用いられた、「デジタルサイネージ」と「ナッジ」のどちらが歩きスマホ行動の抑制と非歩きスマホ行動の継続に有効であったのか、またはどちらも有効であると言えるのかを検討するために2つの実験を行った。まず、実験Ⅰで「ナッジ」の効果を検討するために「ポスター」と「ナッジ」を組み合わせた啓発メディアを、実験Ⅱでは「デジタルサイネージ」の効果を検討するために「デジタルサイネージ」と「ナッジ」を組み合わせた啓発メディアを用いて実験を行った。

実験Ⅰ・実験Ⅱともに、実験は大阪大学人間科学部本館 1 階のインターナショナルカフェ横の廊下で行った。実験では、廊下の両端に啓発メディアを掲示し、通行者の行動をビデオカメラで記録した。掲示する啓発メディアは、自分が歩きスマホをしないことで他者に良い影響を与えることを示したもの(GOOD 条件)と、自分の歩きスマホが他者に悪い影響を与えるものだということを示したもの(BAD 条件)の2種類を用意した。実験Ⅰでは、ポスターなしの統制条件、GOOD 条件、BAD 条件の3条件でそれぞれ2日間(1日あたり5時間30分)ずつ観察し、実験Ⅱでは、サイネージに何も表示しない統制条件、サイネージ GOOD 条件、サイネージ BAD 条件の3条件でそれぞれ3日間(1日あたり5時間)ずつ、通行者の歩きスマホ状況を記録した。実験Ⅰで観察された通行者は計1170人で、歩きスマホ行動をしていた人の割合は、統制条件で17.0%、GOOD 条件で9.6%、BAD 条件で14.5%であった。実験Ⅱで観察された通行者は計1495人で、歩きスマホ行動をしていた人の割合は統制条件で15.9%、GOOD 条件で14.0%、BAD 条件で9.8%であった。また、得られたデータを、通行者の歩きスマホ状況ごとに対数線形分析を行った。その結果、実験Ⅰ・実験Ⅱともに、ポスターなし条件に比べてポスターあり条件の方が有意に歩きスマホ者が少なかった。ポスター条件ごとの結果を見ると、実験ⅠではポスターGOOD 条件が、実験Ⅱでは、サイネージ BAD 条件が、統制条件に比べて歩きスマホ者が有意に少なかった。また、実験Ⅰと実験Ⅱから、ポスターとサイネージの効果に差があるのかについても対数線形分析を行った。その結果、ポスターとサイネージの間に有意な差は見られなかった。

本研究では以上のような結果を得ることができたが、歩きスマホ状況や通行者の特性は、地域や観察場所によっても大きく異なる。そのため、その場所にあった歩きスマホ防止策を考えることが必要である。(安全行動学)