## 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、またはどちらと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てみると、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)