

# 最高!

## ポイ捨てしないあなた

ポイ捨てしないあなた、最高——。神戸・三宮のさんきたアモーレ広場(中央区)に音声で投入を促すゴミ箱を置き、ポイ捨てを減らす実証実験が行われている。神戸市と日用品大手「P&Gジャパン合同会社」などが進めるプロジェクトで、行動経済学のナッジ理論に基づいて地元の大学生らが仕掛けを考案した。2月21日まで効果を検証する。  
【山本真也】

広場は阪急神戸三宮駅前であり、待ち合わせ場所として市民に親しまれている。ただ、たばこの吸い殻や空き缶、お菓子の袋などのゴミが多く、市が定期的に清掃している。

環境問題への取り組みで協定を締結している市とP&Gは広場の美化を目指し、ナッジ理論を研究する県立大講師の黒川博文さん(34)とプロジェクトチームをつくった。ナッジは「肘で軽く突く」という英語で「人々を強制するのではなく、望ましい

### 神戸・三宮で検証 地元学生「褒めるゴミ箱」考案



ナッジ理論に基づいたゴミ箱を考案した県立大講師の黒川博文さんと学生ら一神戸市中央区のさんきたアモーレ広場で

### 音声評価でポジティブに

行動に誘導する仕組みのこと。と、その後も同じ行動を取る可  
能性が高いと推測した。  
18日、4個のゴミ箱(縦横55  
センチ、高さ1.2メートル)を広場の一  
角に設置した。緑、赤、黄、青  
の4色で、並べると「KOBBE」  
の文字になる。可燃ゴミ、缶、  
ペットボトルをアイコンで表  
示。25日からはゴミを投入する  
とセンサーが感知し、音声で流

れる。

「あなた最高」「分別してく  
れてありがとう」「また神戸が  
きれいになったわ」との称賛の  
ほか、水音や鳥のさえずりの効  
果音もある。リーダーとしてゴ  
ミ箱つくりの携った県立大3  
年の堅田真風さん(21)は「目立  
つデザインを採用し、捨てるこ  
とをポジティブに感じてもらう  
ように工夫した」と話す。

ポイ捨てが多い場所には「70  
センチ先のゴミ箱に捨てに行きませ  
んか」などと誘導する看板も設  
置する。実験は「音声あり、看  
板なし」など5パターンで試行  
投入量や分別具合などを分析  
し、仕掛けの効果を検証する。

市内街頭のゴミ箱の設置場所  
は2016年の18カ所から13カ  
所に減った。家庭ゴミの投入な  
ど、ルール違反が影響している  
という。市環境政策課は「適正  
なゴミ捨てを促すヒントが得ら  
れれば」と実験に期待を寄せて  
いる。