

ごみ排出マナー改善勉強会講演「居住者と共に進めるごみ排出マナー改善の取組」概要

日 時：平成22年9月28日（火）14時40分～15時40分

ところ：札幌市民ホール2階第1会議室

講 師：北海道大学大学院文学研究科行動システム科学講座准教授 大沼 進 氏

【講演】

みなさんこんにちは。北海道大学の大沼です。私は、環境社会学を専門にしており、特に、人間の行動のメカニズムとはどうゆうものなのか、ということが本業です。ご覧いただいているスライドの左端の上に、心の社会性に関する教育研究拠点とありますが、僕らの研究チームでは、社会心理学を中心として、心の社会性というキーワードで世界的に通用する教育研究拠点を作ろうとしています。今日のお話には、「こんな物が世界に通用するの」という、きょとんとするような話がいくつか出てくると思います。特に、マナーやごみの排出を含め、我々人間は社会性、社会的生き物ですと言われると、みなさん、そうだねとお答えするでしょうし、当たり前じゃないかと思う人の方が多いと思います。人間は一人で生きているのではないと言われたら、そうだねと、みんな答えると思います。そのように、皆さんなりに、当たり前じゃないかと思っている事がたくさんあると思いますし、今日お話する事の中にも、たくさん出てくると思います。ところが、人間には後知恵バイアスと言うものがあり、聞いた後では「それは前から知ってたよ」と思いがちな事があると思います。そういう問題に対して、僕らは実験をやったり調査をしたりして、本当のところ何が起きているのかを明らかにしていこうとしています。色々と実験や調査をしてみると、「やっぱりね」というものが出てくるかもしれないし、逆に、「これが上手いかわからないの」とか、「こんな事が上手いかわからないの」とか、一つ一つはっきりしていくことがあります。そんなことで、僕らは実験とか調査を日々やってきていますので、今日は、そのいくつかを紹介したいと考えています。

今日の話でお伝えしたいことは、大きく三つあります。一つ目が、社会の目「social eyes」これが極めて有効であるという話をしたいと思います。人の目があることが大事だという話をするのですが、ただし、これは監視とは異なります。監視カメラを付けて、じろじろと何か悪いことをしないか疑心暗鬼な目で見てることとは違う話だということを補足しておきたいと思います。さらに、目だけではなく、声掛け、挨拶がいかに有効かという話もご紹介します。

二つ目が、ポスターや張り紙は気をつけないと逆効果になるということです。皆さんチラシを作られたり、のぼりを作られたり、色々やっておられると思いますが、こういうことをやると失敗したりすることもある、ということについてご紹介して、どうやったら善意の誘導をできるのかということを考える材料を提供したいと思います。

三つ目は地域力を育てようということで、活発な地域活動は安全性を高める、住みたい街は地価を高めるということについてです。今日お越しの方々は不動産や賃貸住宅に関わっておられることが多いと伺っていますので、皆さん「こんなの知っているよ」と心の中で思われるかもしれませんが、それについてお話ししたいと思います。

さっそく一つ目のお話です。まず前方のスクリーンでビデオクリップをご覧ください。前半は人の目がない時には「まあ良いか」と言って収集日が違うごみを置いて行くシーンです。後半はまったく一緒のシチュエーションだけれども周辺に立ち話をしている人がいる時は「どうしようかな」と言って持ち帰ったというビデオクリップです。これは、北海道大学の演劇部にやってもらった、やらせのクリップですが、これは実際に機能するということが知られています。一言で言うと、井戸端会議には無駄話をしているというイメージがあるかと思いますが、意外と無駄話にも重要な機能があるということです。

犯罪心理学という分野がありますが、軽犯罪というのはちょっとしたことで事前に防止できるということが分かってきています。特に空巣というのは必ず下見をすることが分かっている、下見をしに来た空巣は、そこに人の目があると「ここに入ってはまずい」と思うということがあるそうです。これは警察のベテランの人も言ってるし、科学警察研究所という研究機関が実際にデーターをとっています。それだけではなくて、人の目があると思うだけで、ビデオクリップでお見せしたように不道德な行動は抑制されやすいと言われています。外に人がいて、話の中身はともかく、世間話などをしていることが大事だと言われています。それからもう一つですが、問題発見機能があります。昔は町内会に日がな一日油を売っているおばちゃんがいる、何だか知らないけれど人の噂話をしている。そういう人は多少煙たがられたりするのですが、意外と面倒見が良かったりする側面があったりするのが典型的な例なのですが、最近そういう人は見かけなくなってきました。実は、そういう井戸端会議のプロフェッショナルなおばちゃんに、意外と重要な機能があったことが最近指摘されています。それは、コミュニティーの中で、いろんな問題が起きてくると、それにいち早く気づいて、いち早く皆に知らせる事ができる、それが井戸端会議の機能だと言われています。

最近、新聞を読んでいますと、例えば高齢者の方が、戸籍があるけど生きていないとか、敬老の日のお祝いの品を届けようとしても本人に会えない、何処にいるか分からないといったことがニュースになっていましたけれども、そういった孤独なお年寄りもいる。これも変な話で、不老長寿というのは昔から皇帝とか王様が探し求めた夢のようなものですが、長寿の社会が実現したと思ったら何があったんだろうと。子どももそうですね。児童虐待の発見が遅れたとか、毎日のようにニュースになっています。児童相談所も、小学校に行っていれば学校の先生も、必死に努力しても追いつかない。地域力を何とかしないとどうにもならない。そうした大きな社会問題もそうですし、ごみ、環境、廃棄物行政の守備範囲に近づいてくるとごみ屋敷というものです。普通に昼間働いているサラリーマンの、男

性、女性両方あるのですが、家の中がごみでどうしようもない。マンションのワンルームの一角を開けて見ると凄いことになっていて足の踏み場もなく、その処理費用に何百万円、撤去するだけで何十万円もかかる。不動産会社がリフォームしたりして人が住める状態に直すのに、また何十万、何百万円かかるということがニュースになっている。大きな流れで言うと社会全体の孤立化、孤独化というものが根底にあり、これを何とかしないといけないという話になるのですけれども、その時に、井戸端会議が、身近で誰でもできる比較的容易な手法になる訳です。ところが、井戸端会議をする場というものが重要な訳です。井戸端である事が大事なのですね。もちろん井戸水をくみ上げてという訳じゃありません。何かのついでに、家事や何かのついでにひょっと外に出てきて、ちょっと話をする場です。いったいそれは何処にあるのだろうと考えると、ごみステーションというのは、意外と井戸端会議に良い所なんです。裏を返すと、札幌級の大都市、日本中の大都市は何処でもそうなのですが、そういった家事の合間に外に出て立ち話をする所があまりないなと気づくのです。そういう事を考えたときに、ごみステーションは井戸端会議のしやすい場所として、もしかしたら現代の大都市最後の井戸端会議かもしれないと考えられます。

お話ばかりになるので、ちょっと実験も紹介したいと思います。これは僕のチームではないのですが、実験室でやった実験で、目というものが社会規範を喚起するという実験を一つ紹介したいと思います。まず大学の実験室に来てもらい、電話ボックスのように仕切られたところに座ってもらいます。目の前にパソコンが置いてあり、それに向かってゲームみたいなことをやってもらう。仲間をどのくらい助けるのか、どのくらいお金を相手と分け合うか、そういったゲームみたいなことを画面に向かってやってもらう、それだけの実験です。この実験をやる時に、デスクトップ画面の背景に、ある仕掛けをしました。もちろんこの背景はゲームにはまったく関係がなく、実験者もこれについては言及しません。具体的に言うと、普通の景色を背景としたデスクトップ画面があり、実験者は、実験に参加した人に、真ん中のアイコンをクリックするとゲームが始まります、というような説明をする。それに対して、もう一つのパソコンは、これも普通の景色のデスクトップ画面なのですが、背景に目玉の絵がある、歌舞伎役者みたいな目玉がある、こういう事をやります。実験者は、何食わぬ顔で同じように、真ん中のアイコンをクリックするとゲームが始まります、というように説明するだけです。ですから、実験に参加した人によっては、目が気になった人もいるかも知れないし、全然気にならなかった人もいるかも知れない。それについて、まったく何も実験者は言わないということです。ところが、実際に実験結果を見てみると、ゲームの相手が仲間である場合と、仲間ではない場合があるのですが、特に相手が仲間であるときは、デスクトップに目がある時に相手を助けた割合が非常に高い。それから、お金をどれくらい分けるか、自分が相手より多く取ることもできるけれど半分以上ずつ平等に分けるということも、相手が自分の仲間で、かつデスクトップに目がある時に、より平等に、相手を助けるという事が起りやすかったということです。これについては、目玉のデスクトップが気になったか、気にならなかったかということとは関係がなく、も

もちろん実験者は何も言っていませんし、目があることが、ある種の社会規範を喚起することにつながっているという実験です。このように、目があると社会規範を喚起する、困っている仲間がいると助ける、自分だけ欲張らずに皆と分け合ったりする、ということが実験をすると分かりました。

社会の目というのは先ほど言ったとおり、不適正な行動を抑制することがあるのですけれども、それだったら監視をする目を厳しくしたり、あちこちに監視カメラを仕掛けたら良いのかと言うと、それはまた行き過ぎで、そのままやりすぎるとすぎると上手いかなという事が出てきます。これは僕のチームで、産業廃棄物不法投棄ゲームというものをやりました。これは教室の中で行うゲームで、複数のプレイヤーが、お互いに役を決めて取引をします。適正処理をするとお金はかかるけど環境が守られる、不法投棄をすると自分のお金は払わないですむけど環境が破壊されるという状況です。状況はすべて同じですが、監視する人がいる場合といない場合を比較してみた。さらに現行犯から罰金の取立ができる場合とそうじゃない場合を比較してみた。すると意外や意外、排出事業者は監視を強化できるというルールを作ると一番不法投棄が多かった。環境を守らない、ルールを守らないということが出てくる。その条件で何が起きていたかと言うと、情報の共有化があまり起こらない。このゲームは、実は、どういう役割をやるとどういってお金が必要か、中間処理業者ですよと言われた時にそれを処理するのにいくら必要か、埋め立て業者ですよと言われたときにいくら必要かということが最初はよく分からないようになっています。ゲームをやっていくうちに、お互いに分かってきて、この人はいくら必要だからいくら渡そうとか、この人はお金が足りないらしいからお金を回さなきゃというのが、ゲームが進むにつれて出てくるのですけれども、そのためには情報の共有化が進まないといけない。ところが、監視が厳しい条件では情報の共有化が全然進まない。情報の共有化が進まないと誰が困っているかが分からない。本当はお金があったら適正処理をしたいのに、お金がなくて不法放棄している人がいるにも関わらず、そういうことに気づかない。それで結局みんなに情報が行き届かなくて仕方なく不法放棄してしまうということがどんどん起きてしまう。それが最後まで改善されないという結果が出ています。それからもっとドラスチックに、現行犯で不法放棄を見つけたら厳しい罰金を取り立てられることにしたら、一番不法放棄が多かった。これも結果を見てみると、ゲームの中では排出事業者にと色々責任や、全体を統括する役割があるんですけど、その人が同業者とも他業者とも協力しないということが出てくる。逆に、罰金がない、監視もない場合は同業者とも他業者とも協力するという結果が得られています。なぜ監視や罰則を強めすぎたら逆効果になるのかというと、監視や罰則があると非協力が標準だと思ってしまう。監視、罰則が非常に厳しい状況にあるということは、人を疑ってかかりなさいというメッセージを勝手に発していることになります。もちろん実験者は、人を見たら泥棒と思いなさいとか、相手を疑ってかかりなさいとか、そんなことは何も言いません。言わなくても、監視、罰則が厳しいと、そこに参加した人たちは、ほかの人が何か悪いことをしないように気をつけて、疑ってかから

ないといけない状況なんだなと思ってしまう。一旦そういうように思ってゲームに入ると、重要な情報を教えたらしどい目にあうんじゃないかとか、あるいはできるだけ人と関わりたいかと思ってしまう。そして相手のことを知ろうとしない。相手のことを知ろうとしないから、どこで誰が困っているか、どこにどういうお金が足りないかということに気づこうとしない、知ろうとしない。もちろん他人を信用しないし、信頼しない。自分だけ良ければという悪循環からどんどん抜け出せなくなってしまう。逆に、そんなに厳しい監視はない状況であれば、先ほども言いましたように、このゲームは情報がよくわからない所から出発するのですが、いったい誰にいくら、どこにどういうお金があれば良いのか最初には分からないけれど、やっていくうちにだんだん気づく。最初は手探りでお前のところどうなの、お金がいくらあれば不法放棄しないのと聞きながらゲームが始まり、恐る恐るお互いの知ろうと情報探索をする。放っておけば人間は、分からないことがあれば情報探索をするのです。その中で、情報が参加したプレーヤー、大体8人から10人くらいで共有されていくと不法放棄しないで儲かる。そのようにゲームを作っているのですけれども、そういった形で情報のやり取りをする。情報のやり取りをするだけではなくて、お互いの知ろうとすると、相手が困っているときは、助ける、助けられるという関係が出てくる。そういうやり取りを通じて、信頼関係が構築されるということで、人間はよく分からない状況に置かれたら、そういう事をしだす。下手に監視、罰則を無理に押し付けると、それが上手く機能しなくなるということが、ゲーム実験から見出せるということです。

それから話は変わりますが、声掛けの効果というものがあります。目があるだけ、井戸端会議をしているだけで効果はあるけれども、声掛けはさらに上乗せをする、その一声が協力を呼ぶということです。これは、先ほども言いましたけれど警察の研究でも、空き巣犯が下見をしている時に「こんにちは」と声を掛けられると結構ひるむ。「お前何やっているんだ」と言うよりは、「こんにちは」、「こんばんは」の方がむしろ効き目があるというような話もあります。僕も時々夜遅くにマンションに帰ると、高校生くらいの子がたむろして、しゃがんでいたりするんですね。うちのマンションの敷地の中だったりすると、「こんばんは」とか言って挨拶をするようにしています。だいたい、夜な夜なそんな所にしゃがみこんでいるのはろくな事をしない可能性はあるんですが、声掛けをすると、何かいたずらしようとする気がそがれるんじゃないかなと思って実践しています。実際に、一声に効き目があるというのは、いくつか社会実験や研究がされています。古い例だと、アメリカのリサイクルに関係する研究を紹介すると、空き缶をリサイクルで持ってくる時に「サンキュー」と言うだけでリピーターが増えることが、古い研究で知られています。最近では、僕らのチームでやった「レジ袋をお使いになりますか」と声を掛けるだけで辞退率が上昇するという実験がありまして、これについて詳しく紹介します。北海道ではすでにスーパーのレジ袋は有料化されていますけれども、その有料化前にやった実験です。ラルズグループのご協力を得まして、実際に店員さんに「レジ袋をお使いになりますか」と声掛けしていただくと、どの位の効果があるのかというのをやってみました。ちょっと脱線な

のですが、レジ袋は一時期ブームになり盛り上がったのですけれども、僕の立場から言うと、レジ袋を撲滅すること自体は目的ではなく、できればそういったライフスタイル全体を見直すきっかけを作りたい。レジ袋だけを悪者にするのではなく、全体として、その他の無駄を減らそうとか、ライフスタイル全体を見直そうみたいなことに、どうやったらつながるか。一つの行動から次の行動をどうやったら呼べるかという発想なのですが、そういった発想で考えたときに有料化というのは、いい部分と悪い部分と両方あるわけです。実際に北海道も、スーパーマーケットではレジ袋は有料化していますけれど、コンビニ、安売り量販店、いわゆる百金とかドラッグストア、こういう所でも食品等々を販売していて、こういった所は無料で配っている所がほとんどです。こういったボーダレスの競争だと、ちゃんとやっている所が不利になるという声があります。これは現場の声ですが、社会心理学の観点からいくと、確かにターゲットとしている行動を変える効果、レジ袋の使用を減らすという効果は大きい。けれども、これは内発的動機付けを低下させる恐れがあります。内発的動機付けとは簡単に言うと、自分から積極的に進んでやりたいという気持ちのことですが、これもいろんな実験がやられてきています。レパーとグリーンという人がやった実験では幼稚園児に絵を書かせる。子どもたちは絵を描くのは好きですから、放っておけば落書きだか何だかよく分からないですが、画用紙とクレヨンを渡せばお絵描きをする。ところが、ある子どもたちには、良くできたねと言ってペロペロキャンディーとかお小遣いをあげたりする。この子どもたちと、何もあげずに「上手だね」と言うだけの条件の子どもを比較すると、お小遣いやペロペロキャンディーをあげた条件の子どもは、やがてお小遣いやペロペロキャンディーをもらわなきゃ絵を描かなくなる。そんなことをしなければ、子どもは好奇心旺盛ですから、クレヨンと画用紙を出されたらお絵かきを始めるんです。それが、ペロペロキャンディーなりお小遣いがないとやらなくなっちゃうんですね。そういった実験を70年代にやっています。

大人の社会、僕らの仕事も同じで、もちろん生活をするためにお金がないとやっていけないというのは事実なのですが、それだけになってしまうと逆にやる気がなくなっちゃう。もしかしたら、私がそんな感じだけなのかも知れませんが、仕事をするというのは生活の糧ではありますが、誇りを持って仕事をできないと多分苦痛だし、長続きしないということになるんです。我々の大学の業界も最近は業績主義がかなり浸透してきて、研究論文をどのくらい書いたか、ニンジンレースをさせられるのですが、そういう評価にも大事な側面もあるので、全部がけしからんという訳ではありませんが、それが行き過ぎると、だんだん嫌になってくるし、引き締めがきつくなると、こんな所で話をして油を売っていないで論文の一本も書けよとか、ぎすぎすしたことになるって、それはそれで困るわけです。僕らの商売は、もちろん研究も大事ですが、それも評価や業績だけだと息苦しくなってきます。やはり遊びの部分というか、できるだけ社会の役に立つ研究をしたいという動機があってこの商売をやっているんで、こうしたことも含めて内発的動機は子どもから大人まで重要なわけです。

脱線し過ぎましたが、レジ袋の話に返ってくると、有料化によらない働きかけをしてみようということで、詳細は省きますが、最初は声掛けがない状態でどのくらいの辞退率があるか、それから、一週間の声掛けを店員さんにやってもらって、その時に辞退率がどのくらい変わるかということを調査しました。バードウォッチングみたいに、調査員が邪魔にならない場所で、カシャカシャカシャっと何人もらった、何人もらわなかったと、通過した客を全部カウントしました。それから、お金を払って買ったものを袋に移しかえている時に、アンケートにご協力お願いしますと言って答えてもらう、ということです。こういうことを分析すると、大体全体的に見ると、一週間くらい声掛けを続けてもらうと、5%くらい辞退率が上がるということでした。もちろん平日か土曜日か、家庭ごみが有料化されている地域かされていない地域か、そういうことで差があるのですが、全体的には5%くらいレジ袋の辞退率が上昇したということです。アンケート調査の分析をすると、詳しい話は省きますが、この声掛けというのは、大きな数字になっている。つまり声掛けをしたことが、一番大きな効果を生んでいるということです。ほかのことでは、年代では年齢が高いほど辞退率が高くて若いほど辞退率が低いとか、家庭ごみが有料化している地域では辞退率が高くて有料化していない地域では辞退率が低いとか、性別では女性の方が辞退率が高くて男性の方が低いとか、曜日では平日の方が辞退率が高くて休日のほうが辞退率が低いとか、そういう効果もあるのですが、その効果を超えて抜群に強い効果があるということでした。そういう訳で、あいさつとか声掛けというのは、意外と手っ取り早く、いろんな効果を導きやすいんじゃないかと考えられます。話が長くなりましたが、一番目の話を終わります。

二番目のお話に移りたいと思います。ポスターや張り紙は気をつけないと逆効果ということについてです。最近、公衆トイレで、「いつもきれいにご使用頂きありがとうございます」という表現をずいぶん見るようになりました。「いつもきれいにご使用頂きありがとうございます」と、たまたまそこで使っただけの人に言うと、実はちゃんときれいに使ってもらえる効果があることが、経験的には知られているということです。また、ごみ出しに関係することでは、これは、あるコンビニの前にあるゴミ箱の写真ですが、ビン、カン、ペットボトルの回収ボックスです。ちょっと分かりにくいかもしれませんが、周りにごみが散らかっていて、よくよく見ると「お客様へのお願い。家庭ごみの持込は固くお断りします。分別にご協力してください」と書いてあるんです。これは何が問題なのか分かる人はいるでしょうか。これはよく見かけるけども、まずいメッセージの典型例で、非常にまずいメッセージです。何がまずいかというと、家庭ごみを持ち込んでいる人が多いと言うことを、このメッセージは想起させています。おそらく「家庭ごみを持ち込んでいる人がいるんだな」と、このメッセージを読んだ人は思ってしまいます。このようにやると、自分もちょっとくらいやっても良いだろうとか、家庭ごみを持ち込んでいる訳じゃないから通りがかりにごみを捨てても良いだろうという気持ちを喚起させてしまうメッセージにな

っているということです。何気ないメッセージなのですが、ちょっとしたメッセージで非常に絶大な効果なのです。

アメリカの科学者達がやった実験ですが、化石の森窃盗助長について大規模な実験をやった研究チームがあります。アメリカのアリゾナ州の砂漠が広がっている所に、化石の森国立公園があります。ここには、何千万年前とか何億年前の木の化石がごろごろ転がっていて、巨大な丸太のままや、石ころみたいなものがあり、石ころみたいなものを持ち去る人がものすごくいる。そこで国立公園が推計したところ、スケールも驚きなのですが、毎年14トン持ち去られている。これは問題だということで社会心理学者のチームが、派手で目立つ看板を4種類用意しました。4種類のメッセージがそれぞれ違います。一つ目は多くの人が持ち去っているというメッセージです。これまで公園を訪れた多くの人が化石木を持ち出したため、化石の森の環境は変わってしまいましたと言って、荒れた状況と化石を持ち出そうとしている人の写真を付けた、そのような看板です。二つ目は、禁止情報のみの条件になります。淡々と化石を持ち出すことをやめてください、化石の森を守るためですと言って、ある1人の来訪者が木の化石を取ろうとしている手の部分に赤い禁止マークがある写真を付けた看板です。これは弱いメッセージですけど、持ち去らないでくださいというメッセージです。三つ目は、多くの人が協力している条件というもので、非常に多くの訪問者が化石を持ち去らずに残して行ってくれますと言って、化石を置いてみんなで記念写真を撮っている、多くの人が協力している雰囲気が漂っている写真を付けた看板で、強烈なメッセージです。4つ目が協力要請情報のみの条件、化石を公園においてくださいと言って、訪問者が化石の写真を撮っている写真を付けた看板で、弱いメッセージです。おさらいすると、最初の二つは「多くの人が持ち去っており、持ち去らないでください」というメッセージです。後の二つは、「多くの人が持ち去らずに置いていきます」というメッセージです。それぞれについて、強いメッセージと弱いメッセージの看板があるということです。これをやった結果、「持ち去らないでください」という強いメッセージがあると、実に8%くらいの方が化石木を持っていってしまうという結果になりました。弱いメッセージの時は、5%くらいです。逆に多くの人が化石木を置いていってくれていますという強いメッセージにすると、持ち去る人が1.5%くらいにまで落ちる。みんながちゃんと置いていってくれていますというメッセージが非常に強い効き目があるということです。逆に、持ち去らないでくださいと強烈に言うとは逆効果になっちゃう。これは何を意味しているかと言うと、みんながやっている事に反応するということです。人間は、これは良い事だ、悪い事だ、これが正しい事だ、正しくない事だというのは頭では分かっていますが、あまり行動にはつながりません。行動につながりやすいのは、みんながどうしているか、多くの人が持ち去っているのか、多くの人がちゃんと置いていっているのか、多くの人がどうしているのかという情報に、行動のレベルで見ると反応しているという結果です。かなり大規模な実験結果で、似たような研究をこのグループはやっているのですが、そういうことがあります。

もう少し関連して、メッセージについて例えば「ごみ出しの時間を守ってください」といったメッセージも大事なのですが、メッセージプラスアルファで、何とか規範を喚起するような装置がないかなと考えました。それが募金箱の実験で、これは僕らが社会実験をやらせていただいたものです。道の駅はご存知の通りトイレは24時間使えるようにしなきゃいけない。だけど道の駅にあるお店などは5時くらいに閉まって、人がいなくなると夜間にひどい不法投棄があって問題になり、それに困ってトイレからゴミ箱を撤去する道の駅が増えてきているということで、観光と環境のバランスをどうするかちょっとした問題になっています。これに対して僕らの答えは、ゴミ箱を撤去するのではなくてゴミ箱のそばに募金箱を置く、そしたらみんな分別してくれるんじゃないかなと考えて、道の駅洞爺湖さんのご協力を得てやらせていただきました。募金箱を置く狙いは、すでに皆さんお気づきのようにお金を取ることが目的ではありません。あくまでもマナーを喚起するシグナルになるかどうか、これを試してみたいというのが狙いです。僕はキャンプを張って、毎日夜間と明け方に1週間くらいチェックしたのですが、トイレ自体は確かにきれいに使ってもらえるようになりましたし、ちゃんと分別を守ってくれるという効果は出てきました。ただ、ちょっとトイレは奥まった所であって、駐車場に設置された灰皿に残念ながら置き去りがあり、1週間やったうち2日ほどは、こういったことが観察されました。利用者にアンケートも行い、「あなたは募金をしましたか」と聞くと、実際に「募金をしました」と言った方は1%に満たない0.9%くらいでした。一方、募金をしなかった方は99%以上です。ですから、ほとんどの人が募金をしない訳です。じゃあ、「どのくらいの方が募金したと思いますか」と聞くと、一番多かったのは10%くらいと答える人で30%弱いました。1%くらいかなと答えた人は25%くらいでした。5%くらいと答える人が20%くらいでした。平均すると大体15%くらいの方が募金したんじゃないのと答えている。この結果を解釈すると、自分は募金しないけど他の人がちゃんとやっているに違いないと思ってくれた。そこは社会実験が成功した訳ですね。自分は募金しないけど、他の人は募金しているだろう、せめて分別くらいはちゃんとやろうというように思ってくれたかなと、ここは拡大解釈の部分があるので本当なのかどうか分かりませんが、そういうことがあるかなあとと思っています。これはもうちょっと社会実験を積み重ねないと分かりませんが、今年の夏、積丹半島に行った時に見つけたのですが、この遊歩道に非常に新しい、ごく最近に作られたと思うのですが、自然環境保全の協力金のお願いという募金箱があり、「清掃協力金1人100円以上の募金をご協力お願いします」となっています。実際にいくらくらいお金が入っていたのか、本当に遊歩道にポイ捨てがなくなってきれいになったのか、そこの人に聞きたいと思っているのですが、まだアクセスできていません。ともかく、こういったいろいろな社会実験をやってみると、どのくらい効き目があって、どこまでが限界かということが、そのうち見えてくるかと思います。ヨーロッパやアメリカでも、教会の雰囲気を出すと静かになるとか、ミケランジェロの絵を出すと非協力が減るといった実験がいくつか報告されていますが、まったく効き目がない訳ではなく、少し

は効き目があることは分かっています。どのくらい強い効き目なのか、そんなに効き目がないのか、強くはないけれどもそこそこはあるのか、もうちょっと実験をやってみないと分からないのですけれども、もう少し試してみる価値はあるかなと思っています。以上、善意の誘導という話で、こんなふうにはポスターやチラシに一工夫することで、もう一歩引き出せる仕掛けを考える余地はあるかなと考えています。

最後は、地域力を育てようというお話です。これは僕のところの修論生がやった分析なのですけれども、地域を分析の単位にして、その地域で住民同士の交流はどのくらい活発か、市民活動がどのくらい盛んか、ボランティアがどのくらい盛んか、そういう指標を作っていきます。それから地域を単位として、どのくらい犯罪が起こっているか、そういう統計データーを分析してみます。分析していくと、確かに交流や市民活動、ボランティア活動が活発な地域ほど犯罪が起こりにくいという関係が明らかになります。犯罪が多いほど交流が少ない、逆に交流や市民活動が盛んなほど犯罪が少ない、そういう関係を示しています。犯罪の抑止には、地域交流、ボランティア、市民活動といったものが重要だと再三言われている通りのことが、実際にいろんな統計データを分析してみると裏づけが取れるということです。

それから、これはちょっと違う話なのですが、東京の環境心理学者の人がやった分析なのですけれども、東京23区内の街について、どのくらい住みたいと思うかを評定してもらいます。それから、そこに住むとしたら家賃はどれくらい払って良いと思うかということを行います。そうして集めたデーターを標準化して、赤羽を基準として分析していきます。そこから、詳しくは省きますが、家賃がどのくらいで決まるのかモデルを立てて予測式を作ると、結構きれいな当てはまりが出てきます。つまり実際の家賃を、どのくらい住みたいか、それから家賃はどのくらいまで払えるかということから予測ができるという訳です。おそらく皆さん不動産に関わっていたり、賃貸住宅に関わっていたりすれば、経験的に何となく知っている話だと思うのですが、イメージが良い場所は土地も高いし家賃も高いというのは大体想像がつくのですが、ここまできっちりモデルを立ててかなり精度の高い予測ができるというのは、そんなに見たことがないと思うんですね。実際にそういうのがありますので、街のイメージを良くするというのは皆さんにとっても重要な話なのかなと考えています。これも先月くらいに新聞か何かのニュースで見ましたけれど、札幌は全国の市町村で調べると住みたい街のナンバーワンだというニュースがありました。地価そのものは、景気の影響も受けますのでそう簡単にはプラスには向きませんが、総体的に他の都市が沈んでいくと札幌が浮上する可能性が今後はあるだろうと僕は思っています。なので、ここが今まさに頑張りどころではないかなと思っていて、それは住みたいイメージをいかに作って広めていくか、札幌全体もそうだし、市内でも、先ほどの東京23区のようにブロック化してやっていくといろんな結果が多分出てくると思います。そういったイメージを良くしていく地道な努力というのはおそらく皆さんにとっても長い目で見て商

売繁盛につながるのではないかなと考えられる訳です。じゃあ、どうしたらイメージアップができるのか、どうやったら街の魅力が高められるのかというと、がっかりさせる答えで申し訳ないのですが、日ごろから一生懸命に地域活動を活発にしていく以外に王道はありません。ただ、分かっている事は、地域活動が活発な所ほど、地域への愛着、地域アイデンティティが強いということです。

それと最後に、集団資源回収の促進というのは札幌市で非常に力を入れているものの一つなので、これにつながるお話をします。札幌で調査させていただいたデーターを分析してみた結果ですけれども、集団資源回収に参加するかどうかについて、まず何処でやっているかわからなければ参加しないし、面倒くさいな、人間関係がわずらわしいなと思うとマイナスですから、負の影響がある。逆に、人と交流が増えるのが楽しいとか、地域のためになるなら嬉しいとか、こういうものは促進する要因になっているということが分析すると出てきます。ではどうやったら阻害の要因を下げて、促進するように高められるかというと、日ごろの地域活動というのが重要だということが出てきます。日ごろ地域活動にどれくらい参加しているか、例えば地域のお祭り、町内会あるいは子ども会、老人会の集まりといった地域活動に参加している人は、地域の愛着度も高いということで、いろんな活動が集団資源回収の促進にも重要だということが分析してみると分かります。では、熱心な地域は良いけれど熱心ではない地域はどうするのか、そこに問いがくると思います。熱心ではない地域はどうするのかというのは、そう簡単な話ではありません。それは、住民の方も頑張る、行政も頑張る、そして不動産や賃貸住宅に関わる皆さんも一緒に頑張るしかない。急にがっかりさせる答えで申し訳ないですけれども、地道なことしかないというのが正直な答えです。ただ一つ言うと、評判と信頼が非常に重要である、これは今日お話ししてきたことですが、これを築くのに非常に時間がかかります。そして逆に評判を落としたり信頼を失墜させることは一瞬で起こってしまいます。つまり信頼とか評判は嘘をつけない、ですから傷つけるのは一瞬、築くのは時間がかかる。築くのに時間がかかることを多くの皆さんは知っているから大事にするわけです。その意味は、イメージを高めていくには非常に長い時間をかけて積み重ねていくしかなくて、地域力を作っていくしかない。地域力を作っていくにはどうしましょうかという、差し当たりみずから地域の中に入り込んで仲間であると認め合う所から出発しようじゃないか、多分ここからでなければ入口はないと思います。ついこの前ですが、家の近所で大きなイベントがありました。そこに子どもを連れて出かけていくと、近所にこんな店があったのかと気が付いて、今度行ってみようかという気になるんですね。そうすると、ささやかながら地元にお金を落とす貢献にもなりますし、おそらく何よりも評判というものにつながっていく。そういったものを、大きなイベントやら小さなことからやっていくしかない。やはり身近な入口はあいさつや声掛けになるのかなと思いました。僕はマンションに住んでいますけども、できるだけ朝はごみステーションに行って、顔を合わせたらおはようございますと挨拶をするようにしています。子どもにも挨拶をしろさいと言っているのですが、挨拶は、礼儀だから、

作法だから、マナーだから、お行儀が良いからしなさいというのではなく、自分を守るためなのです。自分にとって良い環境のために挨拶をしなさいと家の子には徹底するし、同じマンションの近所に住んでいる子どもにも言っています。それは、犯罪を防ぐ、犯罪から子どもたちを守る目というのを常に意識させる、そういった効果を狙って実践しているということです。

以上でお話は終わりなのですが、少し補足すると、大体これで90%以上の人にはうまくいくと思います。ただ、こういう人がいますと言うと逆効果になるので気をつけないといけないのですが、1%くらいは言うことを聞いてくれず悪質な違反をする人が出てくると思います。その1%の人に対しては毅然と臨まなければいけないという部分もあると思いますが、99%の人は今言ったような声掛けとかちょっとしたことで改善できると思います。もしかしたら、どうすれば良いのか分からなかっただけかもしれないし、普段はあまり意識していなかっただけかもしれない、割合としてはそうしたことが圧倒的に多いと思います。その見極めは難しいのですが、それについては、個別の具体的な事例をお聞きしながら議論ができればと思います。

【質疑応答】

（質問）お話の中で紹介されたコンビニのごみ箱に記載されているメッセージは悪い例ということでしたが、先生であればどのようなメッセージにされるのでしょうか？

（回答）私であれば、「いつも分別してくれてありがとうございます」というメッセージにします。

（質問）不適正なごみの排出をする人に対して個別に指導する場合、「指定袋を使用してください」、「分別してください」というような文章で伝えていますが、より効果的な文章や相手に伝わる文言はあるでしょうか？

（回答）理想から言うと、本人が特定できる場合はお会いして直接お話をするのが、チラシやビラなどよりも効き目があると思います。ただ次善の策として、チラシや注意書きを配ることもあるでしょうし、その時には「指定袋を使用してください」などの文言を入れざるを得ないと思いますが、より丁寧な方法があるとしたら「もしも人違いだったらすみません」という内容を書くとか柔らかい感じがすると思います。