

## ムダ買い防止システムの提案

Proposal for a system to prevent wasteful purchases

秋川優芽  
指導教員 西野 隆司

サレジオ工業高等専門学校 デザイン学科 価値創造研究室

ムダ買いから生じるゴミ問題改善のために、若年層に向けた通販サイトでのムダ買い防止システムをナッジの活用をしながら提案する。

キーワード：ナッジ、ムダ買い、ゴミ問題、AIDMA

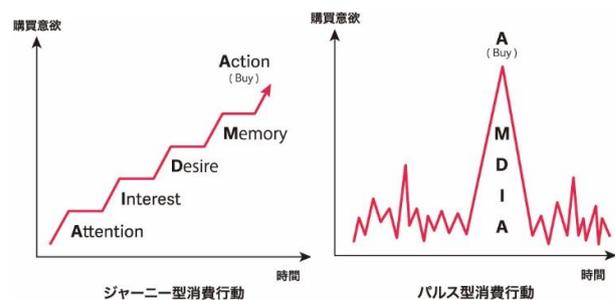
### 1. 研究の動機と目的

ナッジ理論。これは人が無意識のうちに望ましい行いをするための1歩目を後押しするものこのことを指す。このナッジ理論を用いて、人が無意識的に望ましい行いに向かうことのできる提案がしたいと思い研究を始めた。意識をしなければ変えていけないこと。それはやってもやらなくても可視化されないからこそのゴミ問題に直結するのではないかと考えた。ここからゴミ問題を無意識に改善に導かせるデザイン提案することを目的とする。

### 2. 調査内容

衣服とコスメの廃棄によって及ぼされる環境問題を調査したところ、年間でゴミに出されている衣服の総量は年間で45万tにも及ぶ。また化粧品の年間廃棄量は約2万tであり、その中でも86.3%のユーザーが使い切れずに廃棄している結果も見受けられた。この大量廃棄の原因としては「過激なトレンドサイクル」「破棄する前提での大量生産」などが挙げられる。また、不要なものを直感で購入してしまうというような衝動買い・無駄遣いの要素も原因の1種として考えられる。通販での無駄遣いの要因について着目しさらに調査を進めると、「パルス型消費行動」というものがあった。このパルス型消費行動は、スマホを操作しながら瞬間的に買いたい気持ちになりAIDMAの法則などの段階プロセスを、時間をかけずにその場で購入するこ

とということとも言える。(図1)



(図1)

また、本研究の要であるナッジを用いた既存のデザインとして駅のホームにある整列乗車やイギリスの男性用トイレに設置されたハエのシールなどが挙げられる。これらはどちらも視覚で得た情報から無意識に望ましい行動に導くことができている。

### 3. コンセプト

これまでの調査から、廃棄物の削減を目指すうえで、不要なものの購入を控えることも重要なことなのではないかと考えた。そこで通販を使用する人に向けた通販サイト内で本当に必要なものだけを買ってもらうためのムダ買い防止システムの提案をする。また、直感センサーのよく働く趣味関連の買い物の割合が多くを占める10代~20代の若年層を対象とする。そして、提案内でナッジを用

いたデザインを取り入れることで、無意識的に無駄遣いを抑えるようになる。

#### 4. アイデア展開

各種の EC サイトの UI 調査をしたところ AISAS の法則における情報収集(Search)は任意で確認するものとなっており、商品概要とは別に通販ならではのレビューを閲覧するまでの導線確保が足りないと感じた。ここまでを踏まえ以下の戦略でサイト仮開発を進める。

- ①ホーム画面をなくし、検索ページを通販のはじめの扉にする。
- ②今すぐ買い物をしたいか、ウィンドウショッピング(AIDMA においての AI をはじめるか)の選択をできるような2種類のサイトの導線を確保する。
- ③情報収集のしやすいUIにするために商品概要とレビューの位置関係を考える。

#### 5. 今後の予定

通販サイトの仮開発を進めていく。段階プロセスを1歩1歩踏んでいくことに重きをおき、人の無意識の中で無駄遣いを減らす提案をさらに試行錯誤する。またナッジのデメリットである継続性の低さの改善について着目して提案の設計を進めていく。

#### 6. 参考文献

・環境省\_サステナブルファッション

[https://www.env.go.jp/policy/sustainable\\_fashion/](https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/) (参照 2024-07-28 )

・アパレルの大量廃棄を減らすには?人や環境に配慮した服が当たり前の社会をつくる Enter the E  
<https://www.borderlessjapan.com/words/clothing-loss/> (参照 2024-07-28 )

・図1

パルス型消費行動とは?スマホ普及による行動変化とジャーニー型との違い

<https://www.everrise.co.jp/dxblog/consumption-pulse/> (参照 2024-10-17 )