

SEEDs支援事例：堺エコライフポイントアプリを用いたナッジメッセージ 配信実験（2024年度版）



【趣旨】

堺市環境政策課が、堺エコライフポイントアプリユーザの「地産地消品の購入」を促すお知らせ配信にナッジを活用した実験を行うにあたり、実験の設計や効果検証を行った。

【課題（ボトルネック）】

- ・地元食材を使った料理を作ろうと思わない
- ・地産地消品の探し方が分からない

【概要】

- 対象 堺エコライフポイントアプリユーザ8,321名（属性や活動実績等が偏らないようグループを分類）
- 期間 2024年10月18日～2025年2月28日
- 内容 グループごとに地産地消品の購入を促す以下のお知らせ配信を行い、行動実践率の増減を比較



【活用したナッジ】

- ①堺の特産品を使った魅力的なレシピや季節に合ったレシピの紹介（Attractive、Timely）
- ②地産地消品を示す大阪産や堺のめぐみのロゴマーク掲載（Easy）

【結果及び考察】

グループBでは、介入前後で「地産地消品の購入」を実践したユーザの割合が3.45%pt増加し、ナッジの効果が確認できた。一方で、グループAやグループCでは行動実践者の割合増加が確認できなかったことから、常に複合的なナッジ活用を考えるのではなく、場合によっては要素を絞ることも重要と考えられる。

	行動実践率の増減
グループA（ナッジ①②）	-0.63%pt
グループB（ナッジ②）	3.45%pt*
グループC（ナッジ無し）	-1.12%pt*

※回帰分析により統計的有意性を検証

*：5%有意