ホテルでのタオル再利用（米国カルフォルニア州）

■事例の概要

心理学、経済学、消費者行動研究において、行動変容に影響を与えることは継続的な課題である。コミットメント、自己シグナリング、一貫性の原理に関する先行研究を基に、**ホテル宿泊客が滞在中に環境に配慮した行動を実践するコミットメントの効果を調べた。**

（対象者）ホテル滞在者　2,416人（日帰り 又は 部屋から出ない客　除く）（場所）米国 カリフォルニア

○チェックイン時、※コミットメントメッセージを手渡し、宿泊客に読み上げてもらう。

※①**一般的なコミットメントメッセージ**（環境に配慮するメッセージ）
②**具体的なコミットメントメッセージ**（水やエネルギーを削減するためにタオルを再利用するメッセージ）
③**YES　NO✓チェック**を入れてもらい、**メッセージを読み上げてもらう**。※読み上げなしの条件もあり

(例)【コミットメント YES＋メッセージ読み上げ】→従業員が**「Friend of Earth」のピンバッジを渡す。**

※ピンバッジはコミットメントとして思い出され、自分や他人へのコミットメントを強化する。

※一般的又は具体的なコミットメントM×ピン有無＋3対照群（メッセージのみ、ピンのみ、通常チェックイン）計7通りで調査。

※31日間ランダムにこの７つの条件を割り当て、少なくとも、各条件は4日間実施される。

（結果）タオルを干す確率は、一般的コミット（61%）に比べ具体的コミットをした宿泊客が（66%）高い。

具体的コミット＋ピンによるタオルの再利用の増加による節約は、年間147,000枚（2,500回分の洗濯、51,000ドル、約700,000ガロンの水）と見積もられている。推定日本円で約400万円節約（※金額は2012年レートで換算）

※節電行動：**具体的コミット＋ピンの条件が最も電気を消す。**節電行動はタオルを干す行動と相関関係。
※電気を消した客は、タオルを干す割合が高く、使用済みタオルを干す割合も高かった。

（考察）一般的なコミットでは（ピン有無含む）、Yesにチェックした率は98%であるが、行動変容にはつながらない。ピン受領のみ→最低値　具体的コミット＋ピン→最高値

コミットが詳細で行動志向であった場合にのみ、多くタオルを干すという行動につながった。

初期の向社会的行動 【労力無】→利己的行動をとる可能性高い 【労力有(Yes+読み上げ)】→自己イメージに沿った行動　タオル干率上昇

チェックイン手続きに小さな一手間を加えることで、宿泊客のエコ行動を大幅に増加させ、希少な資源とお金の節約につながった。

「Baca-Motes, K., Brown, A., Gneezy, A., Keenan, E. A., & Nelson, L. D. (2012). Commitment and behavior change: Evidence from the field. Journal of Consumer Research, 39(5), 1070-1084.」を元に環境省作成