

札幌市環境局 環境事業部 循環型社会推進課 御中

令和3年度
ごみ減量キャンペーン企画運営業務
調査結果報告書

2022年1月

目次

■ 調査概要	1
■ 対象者プロフィール	2
■ 結果まとめ	4

■ 結果の詳細

・食品ロスの廃棄有無	5	・「2510スマイル宴」「3010運動」の認知	17
・食べ残し廃棄の種類	6	・「2510スマイル宴」「3011運動」の実践	18
・手つかず食品廃棄の種類	7	・使い捨てプラスチック使用削減の実践	19
・食品ロス発生理由	8	・使い捨てプラスチック製品の使用状況	20
・食品購入時に気を付けること	9	・使い捨てプラスチック使用削減の今後の実践意向	21
・冷蔵庫の保存で実践していること	10	・使い捨てプラスチック使用削減への意識	22
・「食品ロス」認知	11	・使い捨てプラスチック使用削減が高まったきっかけ	23
・食品ロスを減らす余地	12	・「エコササイズ」接触	24
・食品ロス減少による効果	13	・リユースショップでの売り扱い利用	25
・食品ロスへの意識	14	・ネットオークション、フリマアプリでの売り扱い利用	26
・食品ロス意識が高まったきっかけ	15	・1年以内で家庭でいらなくなつたもの	27
・冷蔵庫整理の意識	16	・不用品の処分方法	28
		・リユースへの意識	29

調査概要

■調査エリア

札幌市

■調査方法

インターネット調査

※WEB調査協力会社のパネルに調査を依頼し、特定サイトに訪問してもらい回答

■調査対象および年代構成

上記エリアに居住する男女20才以上

	20-29才	30-39才	40-49才	50-59才	60才以上	合計
男性	50	50	50	50	50	250
女性	50	50	50	50	50	250
合計	100	100	100	100	100	500

※女性は「有職」「無職(専業主婦含む)」がおおよそ半数となるようコントロール

■調査対象素材



■調査期間

2021年12月10日(金)～12月14日(火)

■調査企画

株式会社電通北海道

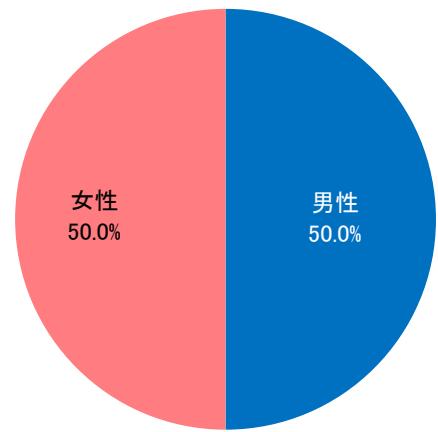
■調査実施

株式会社ビデオリサーチ

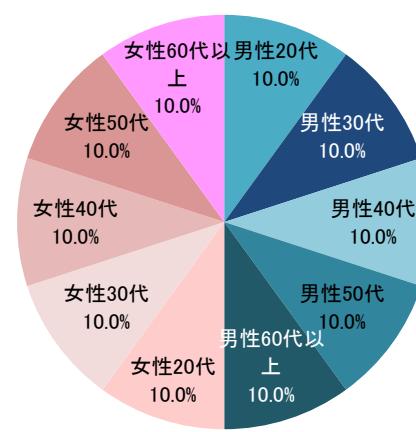
調査項目の表現等は、調査会社の方法に基づいています。

対象者プロフィール

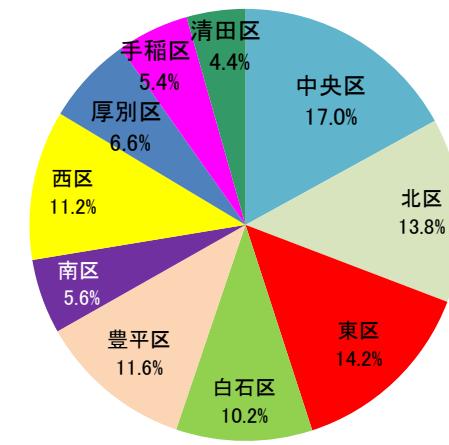
性別



年代

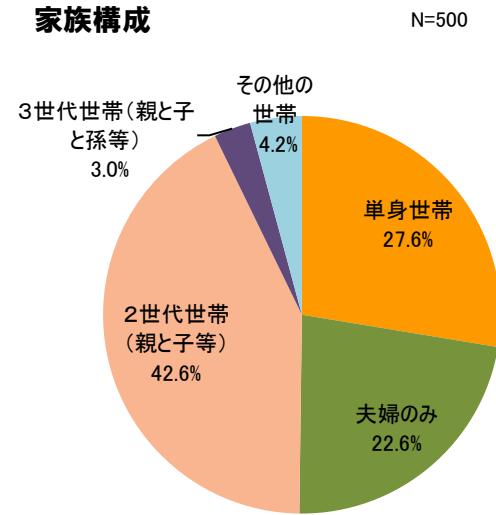


居住地

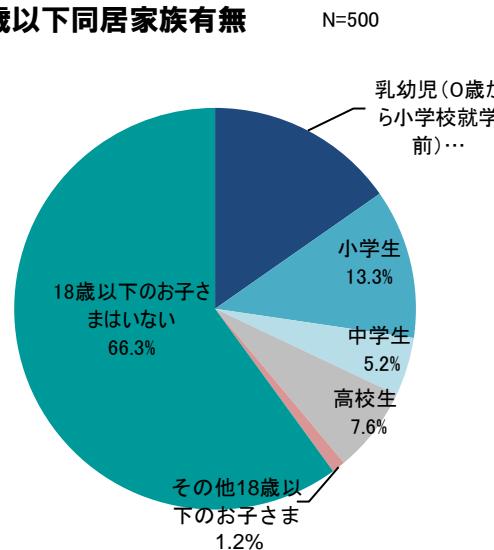


対象者プロフィール

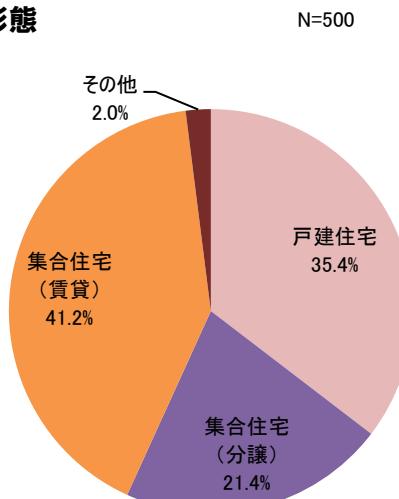
家族構成



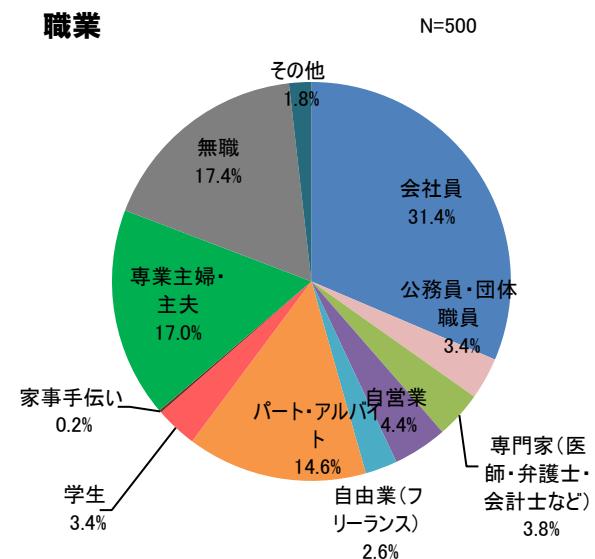
18歳以下同居家族有無



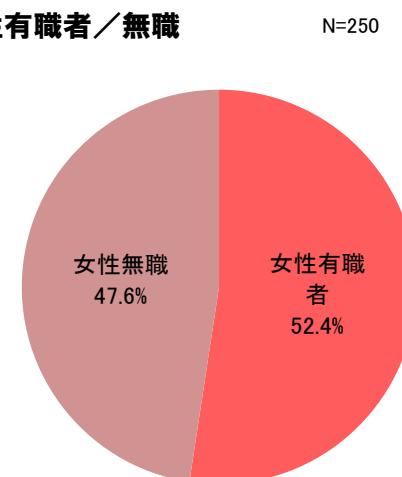
住居形態



職業



女性有職者／無職



- 食品ロスの廃棄について、週2日以上あると回答した人は18.4%。前年の26.6%と比べて8ポイント低下。食べ残しの廃棄としては「パン」「ごはん」が上位、手付かず食品の廃棄としては「野菜類」が21.6%と高い。食品ロスの発生理由としては「保存していた食品の使い忘れ」が28.6%、「保存していた料理の食べ忘れ」が14.6%と、「忘れていた」が高くなっている。
- 食品ロスについて意味も含めて認知している人は75.6%。この2~3年で食品ロスの意識が高まった人は45.6%、冷蔵庫整理の意識が高まった人は39.8%。食品ロスを減らす余地があるとした人は42.6%。
- 「3010運動」「2510スマイル宴」の認知はそれぞれ10.2%、7.4%。認知している人のうち48.4%が実践したことがあると回答。
- 使い捨てプラスチック利用削減について、「マイバッグを使用するなどして、レジ袋を受け取らない」が74.8%と高い。昨年からスコアが上がった項目では「プラスチック製の使い捨てスプーンやフォークを受け取らない」が17.4%→25.2%、「マイストローを使用するなどして、ストローを断る」が1.4%→7.4%とそれぞれ5ポイント以上上昇している。
- リユースショップでの売り払い利用経験は41.6%（1年以内22.0%）、ネットオークション・フリマアプリ 利用経験は33.4%（1年以内19.8%）。1年以内でいらなくなつたものとしては、「ブランド品を除く衣類・服飾類」が30%と最も高くなっている。処分方法としてリユースショップでは「ソフト・メディア類」「ベビー・子供用品」、ネットオークション・フリマアプリでは「玩具・模型」「ゲーム機器」「ブランド品」が高い。
- この2~3年のリユースへの意識については高まったと回答した人が33.0%であった。

■食品口次の廃棄有無

- ・食品口次については、「ほとんどない」と8割強が回答。「ある計」が高いのは女性20代(30%)、18歳以下子供あり(28.6%)で高くなっている。
- ・昨年と比べて「ほとんどない」が8ポイント上昇(73.4%→81.6%)した。

Q1.あなたの世帯では、食べ残しや手つかず食品(未開封品)を捨ててしまうことはありますか。(SA)

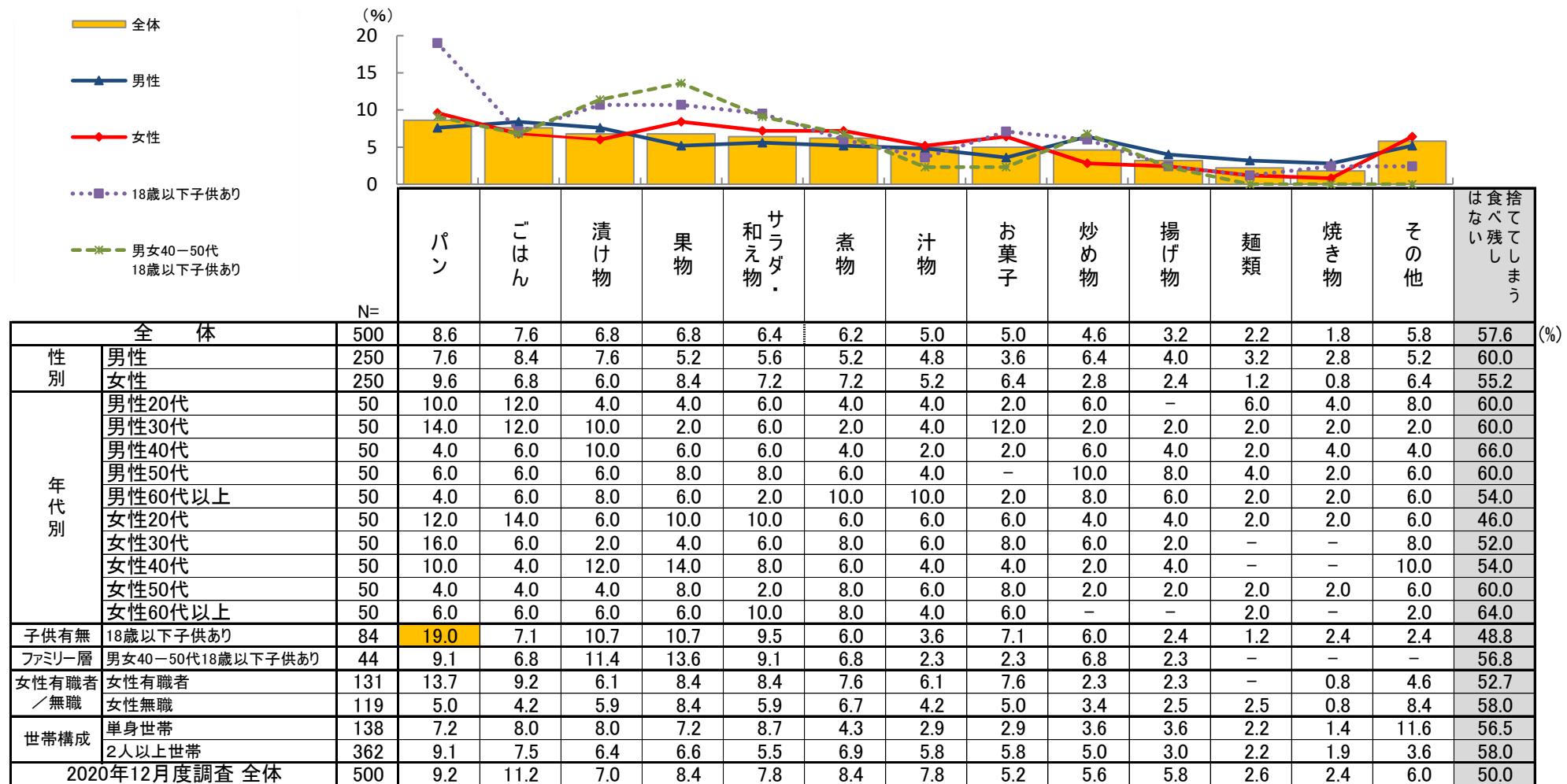
		N=	いつもある(毎日)	よくある(週4回以上)	たまにある(週2回程度)	ほとんどない(週1回以下)	①+②+③ (%)
全 体		500	1.0 2.8	14.6		81.6	18.4
性 別	男性	250	0.8 3.6	15.6		80.0	20.0
	女性	250	1.2 2.0	13.6		83.2	16.8
年 齢 別	男性20代	50	2.0	12.0	8.0		22.0
	男性30代	50	—	24.0		76.0	24.0
	男性40代	50	—	4.0	10.0		14.0
	男性50代	50	2.0	2.0	20.0		24.0
	男性60代以上	50	—	—	16.0		16.0
	女性20代	50	2.0	10.0	18.0		30.0
	女性30代	50	2.0	—	18.0		20.0
	女性40代	50	—	—	16.0		16.0
	女性50代	50	2.0	—	10.0		12.0
	女性60代以上	50	—	6.0		94.0	6.0
子供有無	18歳以下子供あり	84	—	3.6	25.0		28.6
ファミリー層	男女40~50代18歳以下子供あり	44	—	2.3	20.5		22.7
女性有職者 ／無職	女性有職者	131	1.5	2.3	17.6		21.4
	女性無職	119	0.8	1.7	9.2		11.8
世帯構成	単身世帯	138	1.4	5.1	13.8		20.3
	2人以上世帯	362	0.8	1.9	14.9		17.7
2020年12月度調査 全体		500	2.8	3.6	20.2		26.6

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■食べ残し廃棄の種類

- ・最も多いのは「パン」で8.6%。次いで「ごはん」が7.6%、「漬け物」「果物」が6.8%の順。
- ・全体と比べて18歳以下子供ありのスコアが高めで推移しており、「パン」は19%と10ポイント以上高い。

Q2. あなたの世帯でよく捨ててしまう食べ残しは何ですか。 (3MA)



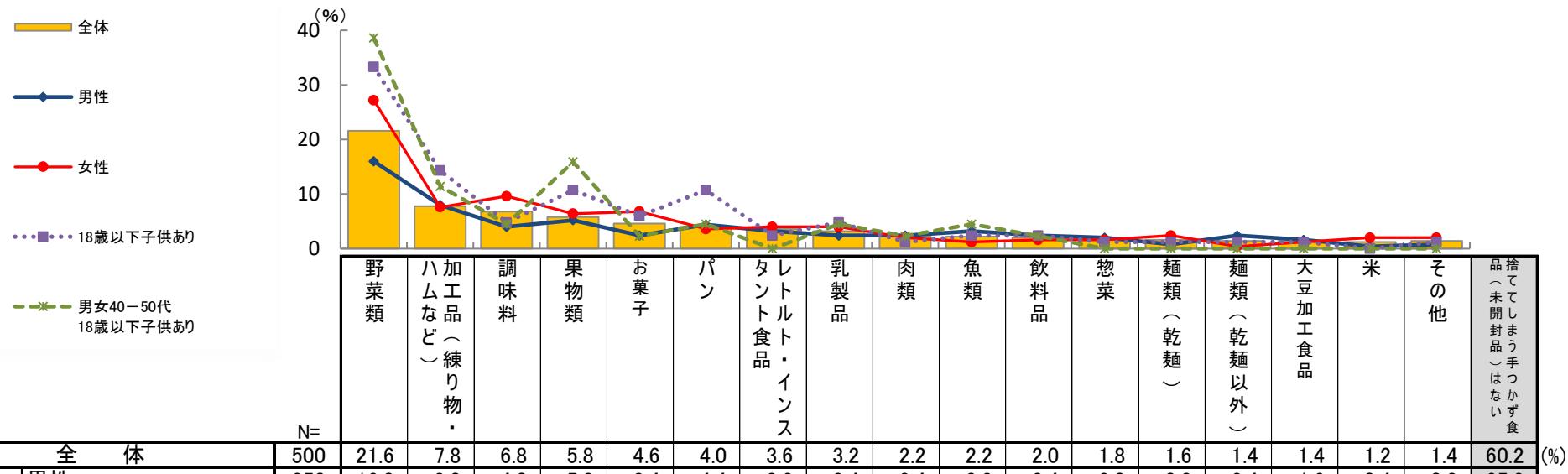
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッシュ

■手つかず食品廃棄の種類

- ・手つかず食品の廃棄としては「野菜類」が最も高く21.6%。特に女性で高く27.2%となっている。女性の中でも40代で38%と16ポイント高い。
- ・ファミリー層、18歳以下子供あり、女性有職者でも「野菜類」が全体より10ポイント以上高くなっている。
- ・ファミリー層では「果物類」も15.9%と全体より10ポイント以上高くなっている。

Q3. あなたの世帯でよく捨ててしまう手つかず食品(未開封品)は何ですか。 (3MA)



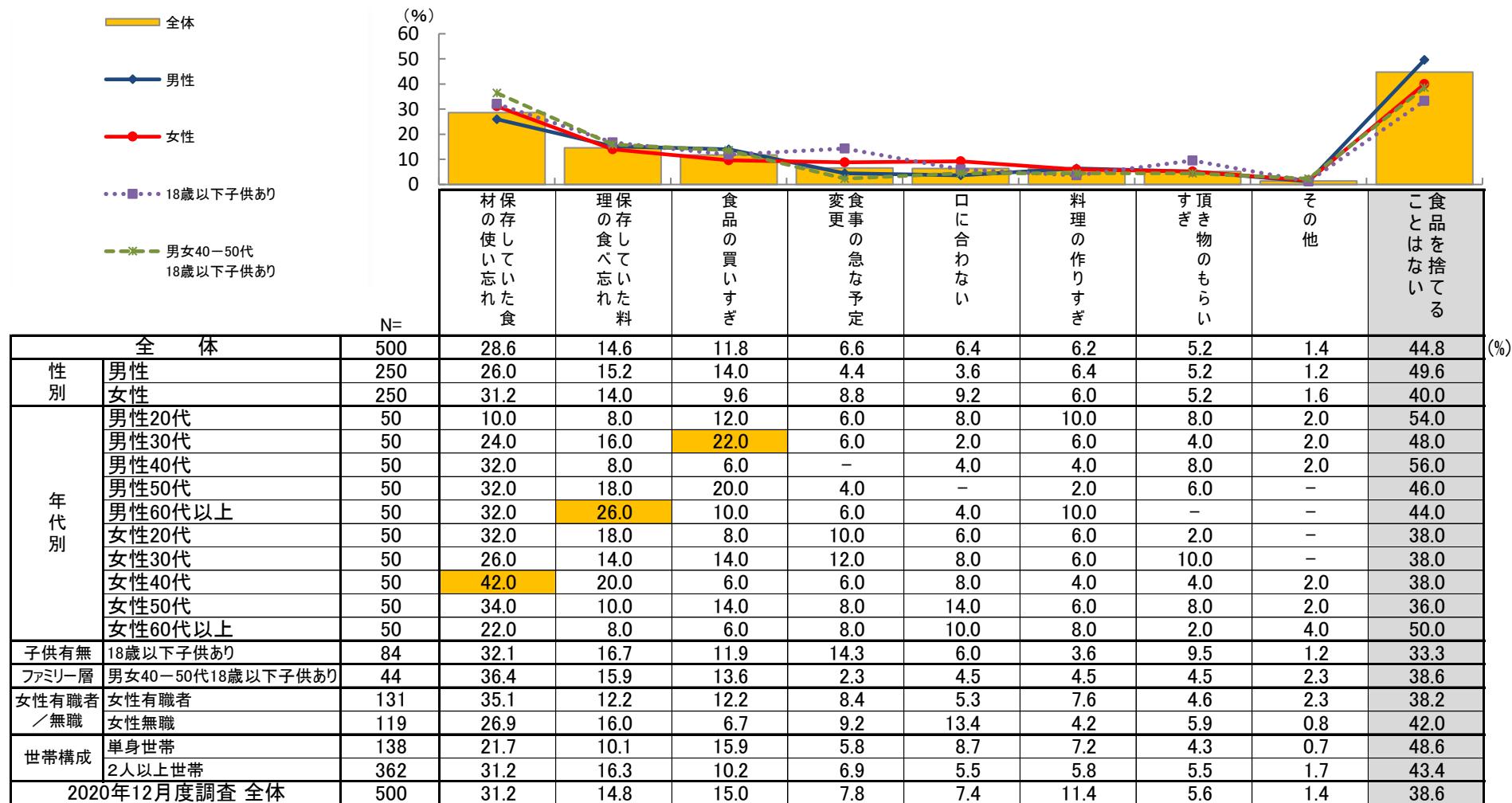
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■食品口入発生理由

- ・「保存していた食材の使い忘れ」が最も高く28.6%。次いで「保存していた料理の食べ忘れ」(14.6%)の順である。
- ・「保存した食材の使い忘れ」は女性40代、「保存していた料理の食べ忘れ」は男性60代以上、「食品の買いすぎ」は男性30代で全体よりも10ポイント以上高くなっている。

Q4. あなたの世帯で食品を捨ててしまう主な理由は何ですか。(2MA)



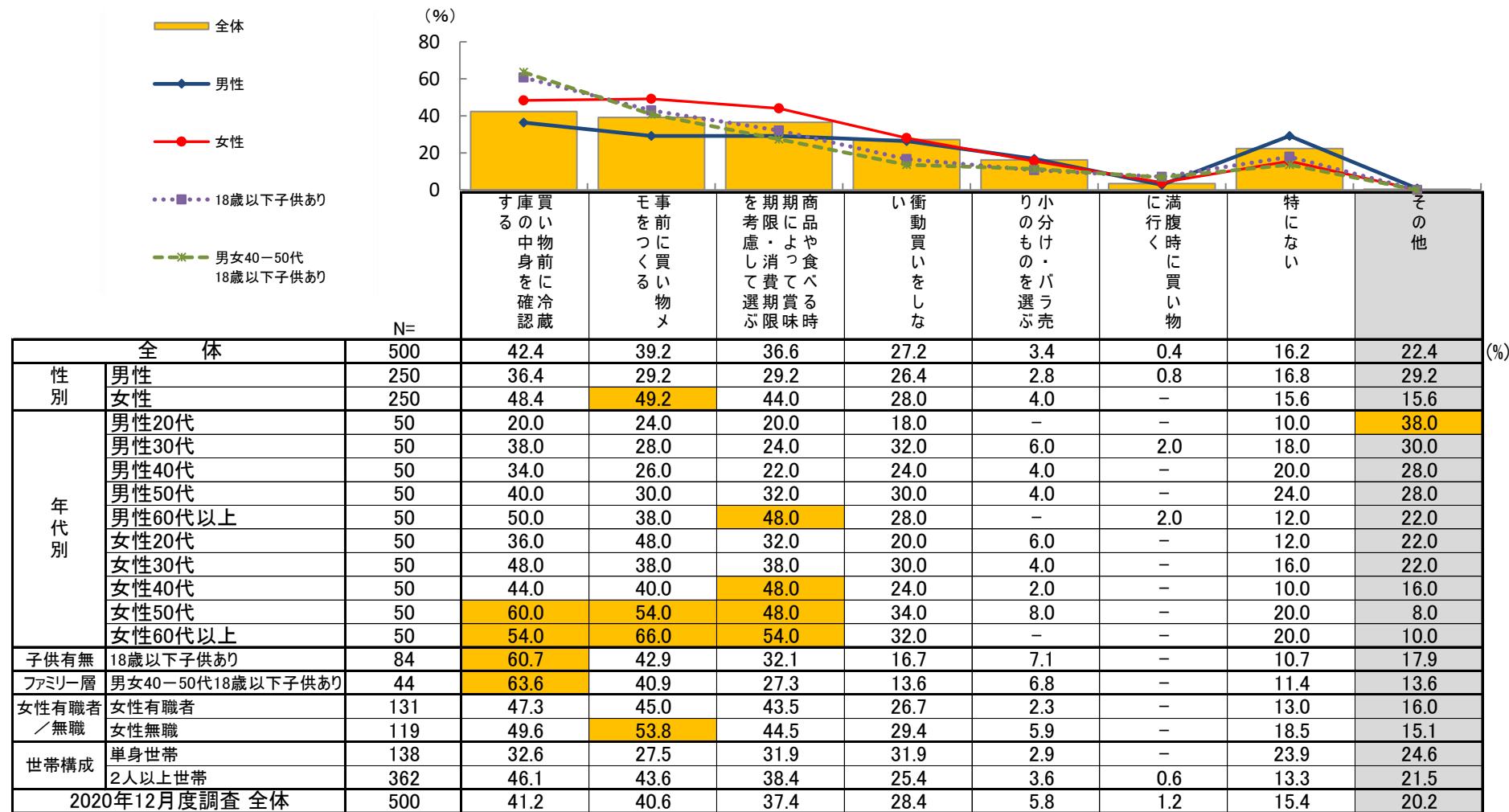
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッシュ

■食品購入時に気を付けること

- ・「買い物前に冷蔵庫の中身を確認する」(42.4%)、「事前に買い物メモをつくる」(39.2%)、「商品や食べる時期によって賞味期限・消費期限を考慮して選ぶ」(36.6%)が3割を超えており、女性では4割を超えるスコアとなっている。
- ・女性50代、60代では上記のいずれも全体と比べて10ポイント以上高く、特に女性60代では「事前に買い物メモをつくる」が66%となっている。

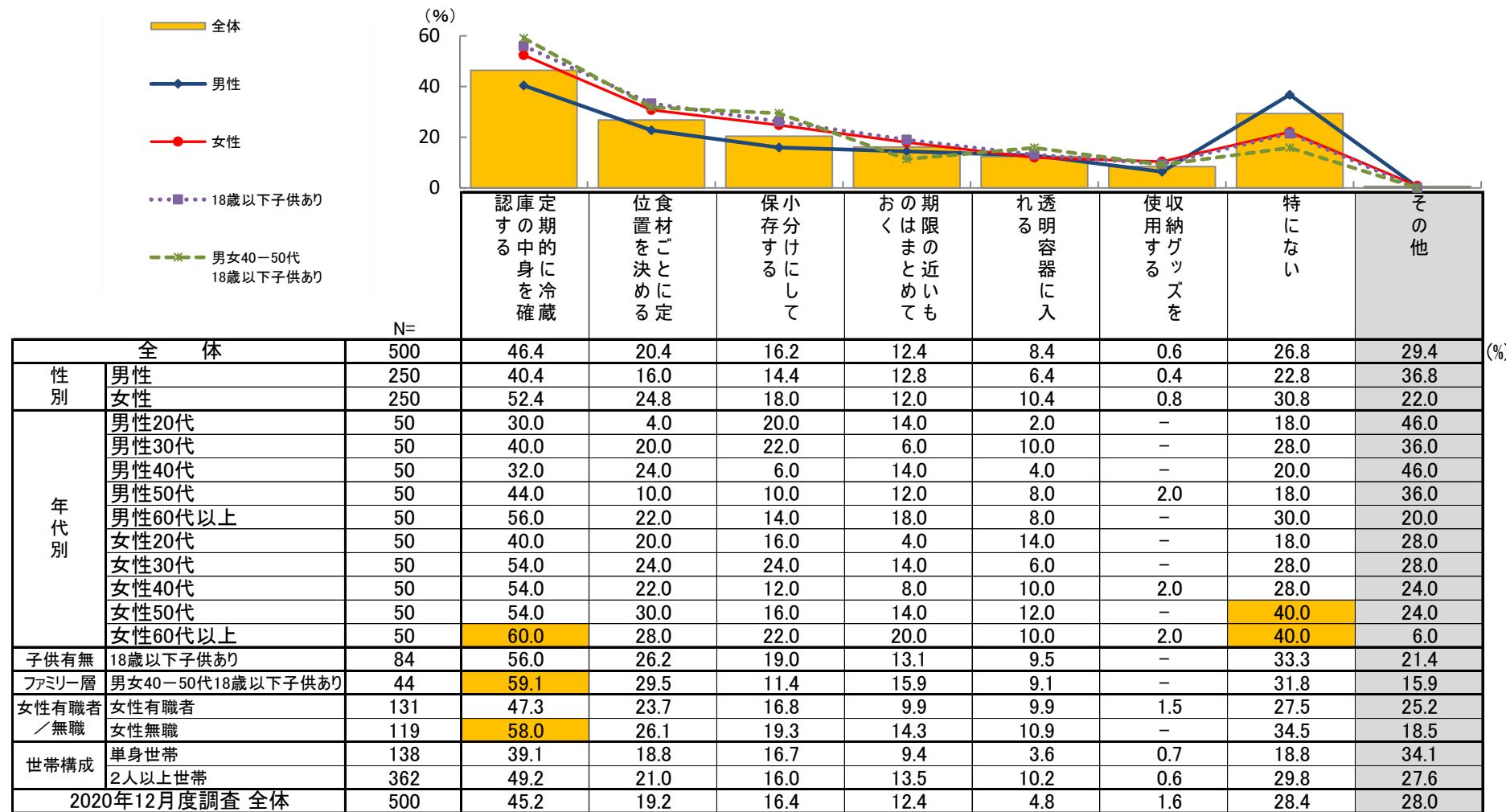
Q5. あなたの世帯で食品を購入する時に気をつけていることは何ですか。あてはまるものすべてお選びください。(MA)



■冷蔵庫の保存で実践していること

- ・「定期的に冷蔵庫の中身を確認する」が46.4%と最も高く、次いで「食材ごとに定位置を決める」が20.4%となっている。
- ・女性60代以上では「定期的に冷蔵庫の中身を確認する」が60%と、全体よりも14ポイント高くなっている他、ファミリー層や女性無職でも高くなっている。

Q6. あなたの世帯で冷蔵庫に食品を保存する時に実践していることは何ですか。あてはまるものをお選びください。(MA)



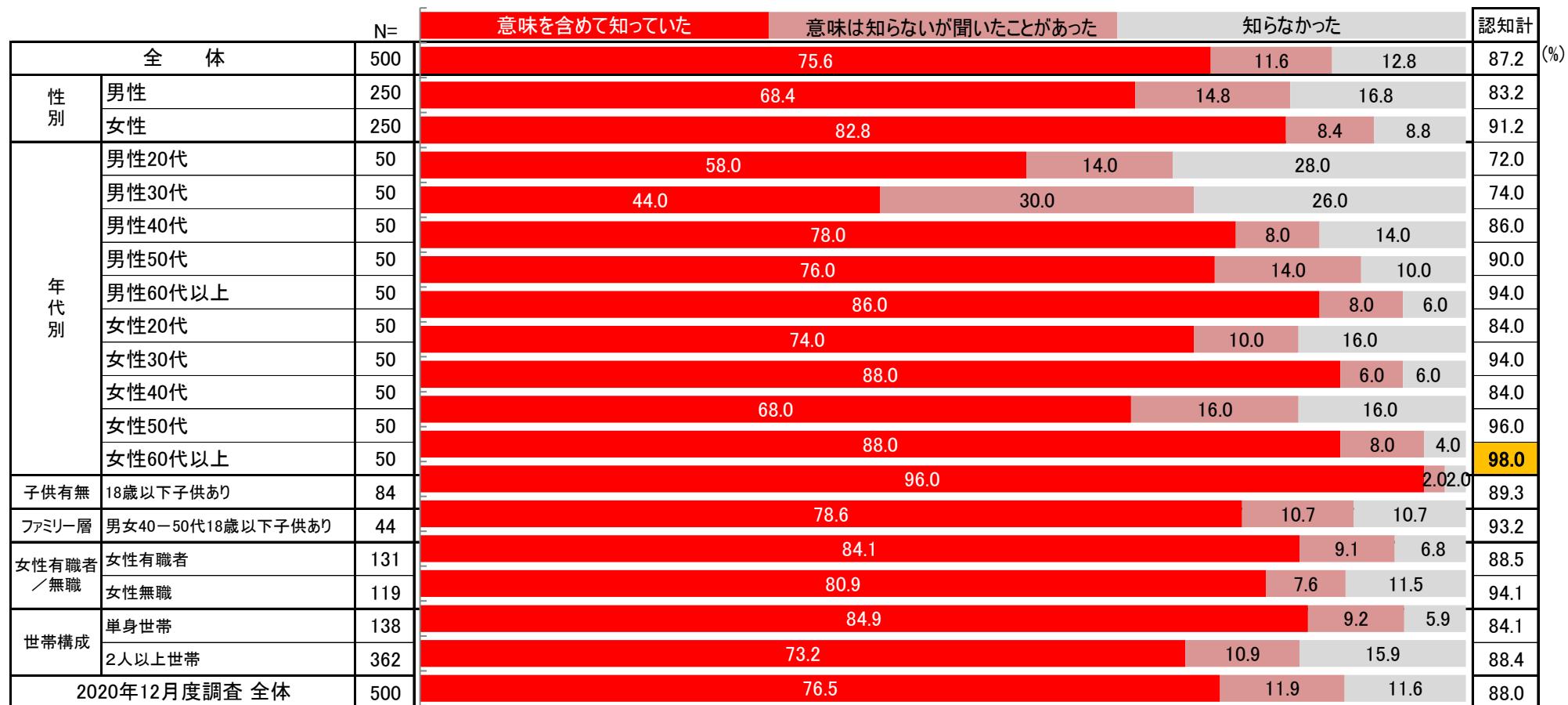
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■「食品ロス」認知

- ・食品ロスという言葉については、言葉としては9割弱が認知、意味も含めて知っているとの回答が75.6%となっている。
- ・意味も含めた認知については、男性30代で44.0%と低くなっている。

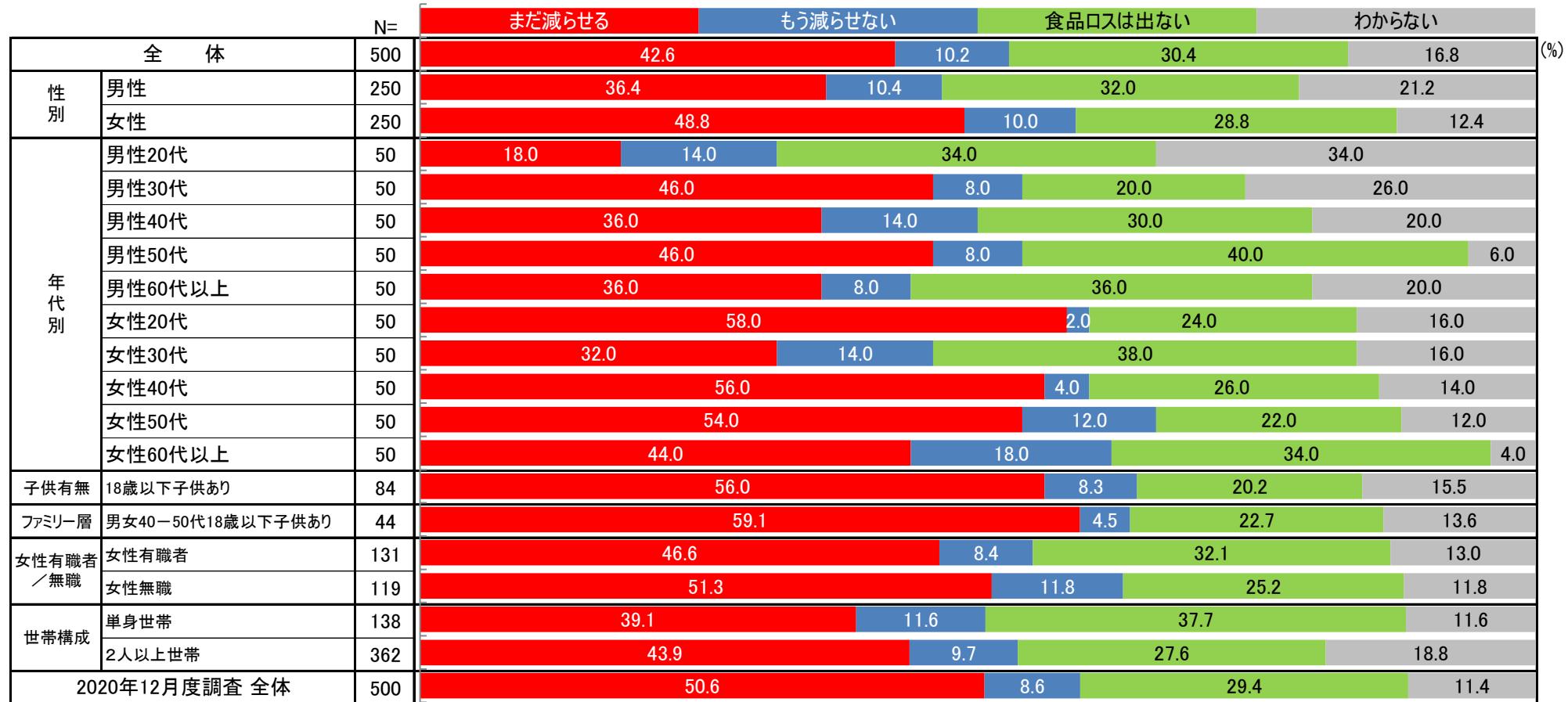
Q7.本来は食べられたはずなのに、捨てられてしまう食品(食べ残しや手つかず食品)を食品ロスといいます。あなたは食品ロスという言葉を知っていましたか。(SA)



■食品口数を減らす余地

- ・「まだ減らせる」と回答している人は42.6%であり、女性で48.8%と特に高くなっている。性年代別では女性20代(58%)、女性40代(54%)で高くなっている。
- ・前回(50.6%)と比べて「まだ減らせる」は8ポイント低下。一方で「わからない」が昨年(11.4%)と比べて16.8%と5ポイント上昇。

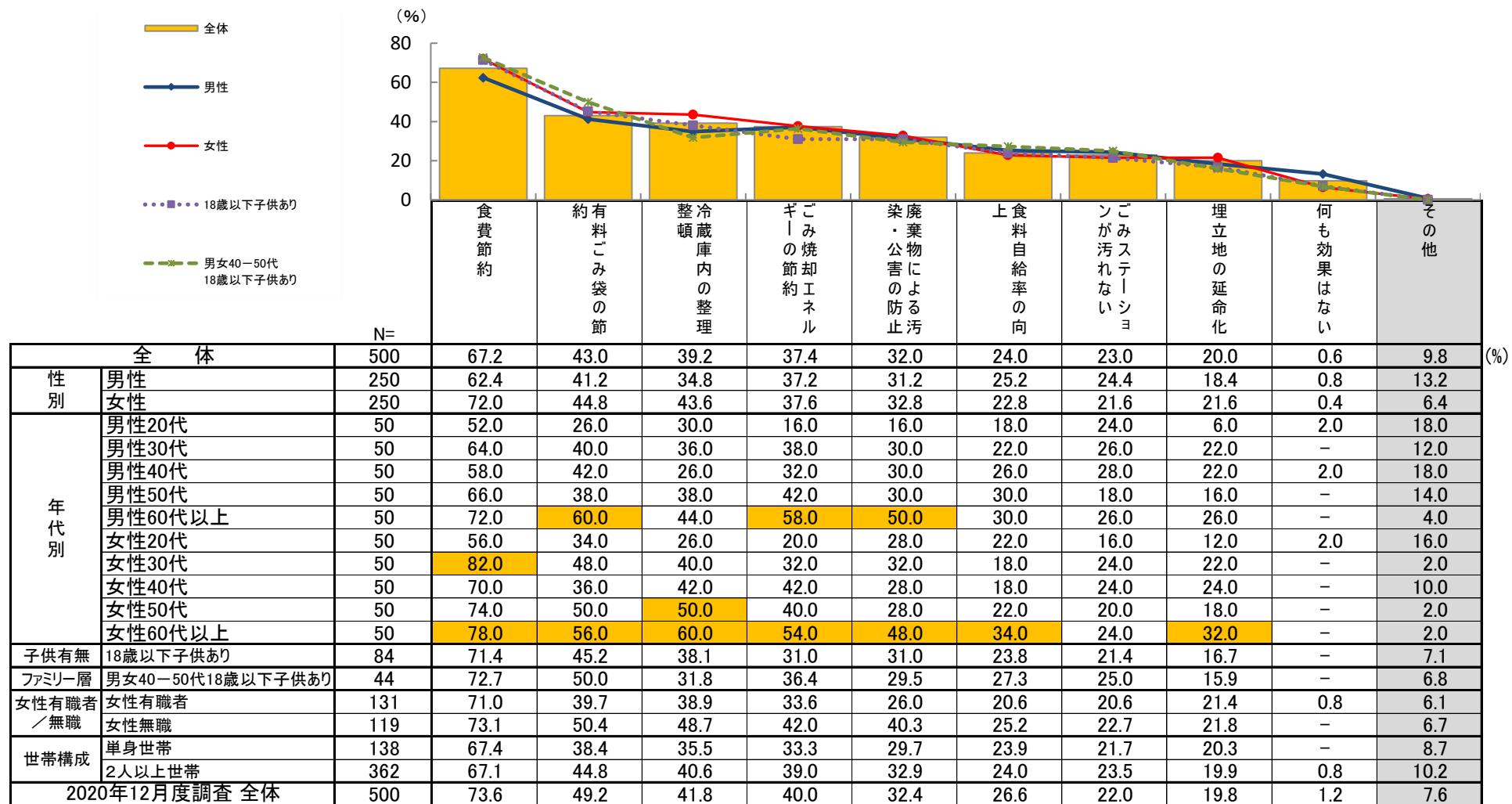
Q8.あなたは、あなたの世帯の食品口数は減らす余地があると思いますか。(SA)



■食品ロス減少による効果

- ・「食費節約」が67.2%と最も高くなっています。次いで「有料ごみ袋の節約」(43%)、「冷蔵庫内の整理整頓」(39.2%)、「ごみ焼却エネルギーの節約」(37.4%)の順となっています。
- ・全般的に男性より女性、若年層より高年齢層のほうで全体的にスコアが高くなっていますが、「食費節約」は30代女性でも全体を10ポイント以上上回っています。

Q9. (あなたの世帯に限らず)あなたは一般家庭からの食品ロスが減ると、どんな効果があると思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。(MA)



※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■食品ロスへの意識

- ・高まったと回答した人は全体で45.6%。一方高まっていないは13.6%。昨年と比較して「高まった」との回答が6ポイント低下。
- ・女性では「高まった」と回答した人は50.8%と男性より10ポイント高い。
- ・年代では女性60代以上で70%と非常に高くなっている。。

Q10.あなたはこの2~3年で、「食品ロス削減」の意識は高まりましたか。(SA)

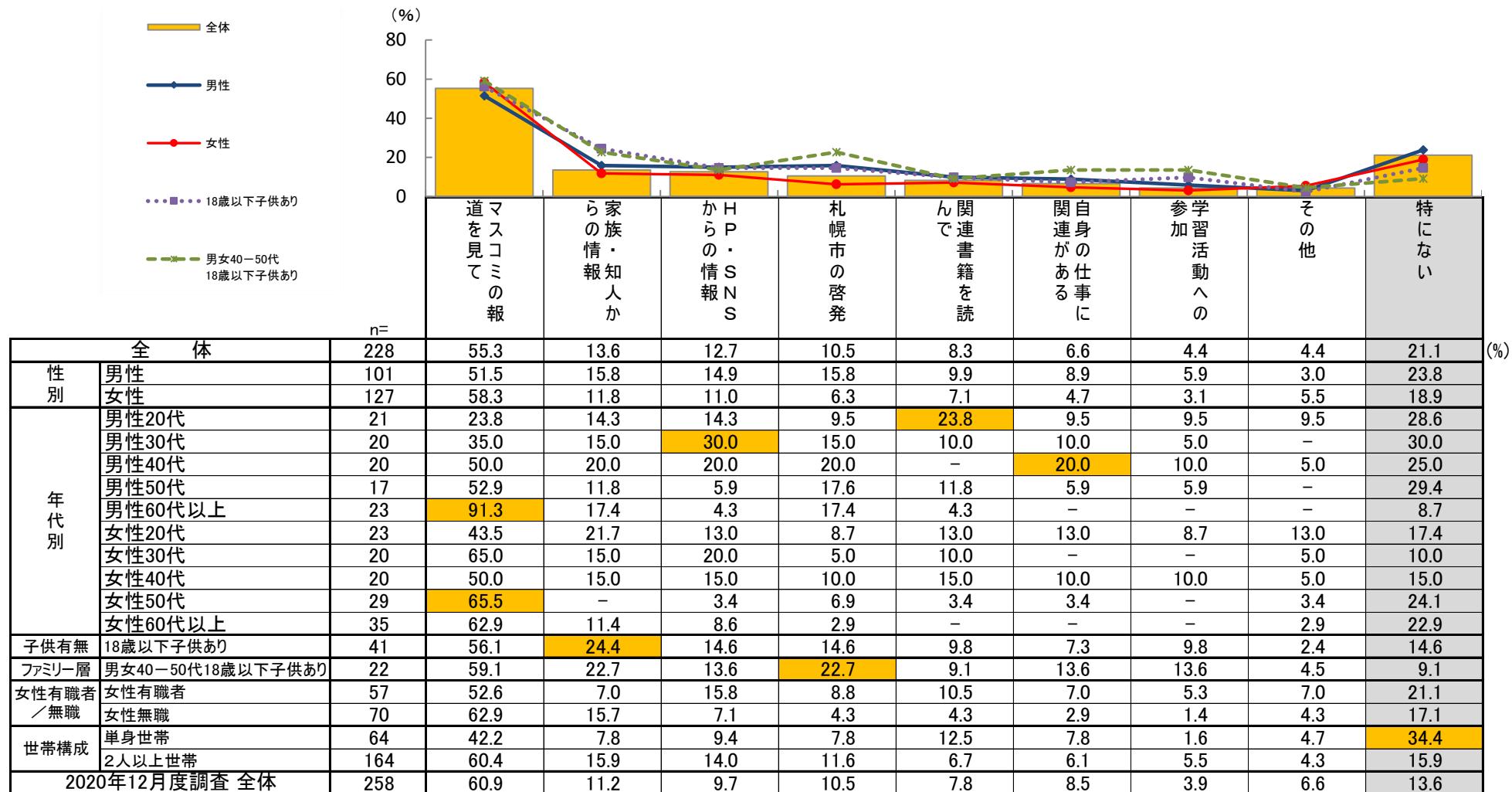
		N=	高まった	どちらかといえば高まった	どちらともいえない	どちらかといえば高まっていない	高まっていない	①+②	④+⑤	高まった 計	高まつ てない計	(%)
全 体		500	17.8	27.8		40.8	3.6	10.0		45.6	13.6	
性 別	男性	250	16.0	24.4		43.2	4.8	11.6		40.4	16.4	
	女性	250	19.6	31.2		38.4	2.4	8.4		50.8	10.8	
年 代 別	男性20代	50	14.0	28.0		36.0	4.0	18.0		42.0	22.0	
	男性30代	50	18.0	22.0		40.0	8.0	12.0		40.0	20.0	
	男性40代	50	14.0	26.0		36.0	8.0	16.0		40.0	24.0	
	男性50代	50	20.0	14.0		58.0		2.0 6.0		34.0	8.0	
	男性60代以上	50	14.0	32.0		46.0		2.0 6.0		46.0	8.0	
	女性20代	50	20.0	26.0		40.0	4.0	10.0		46.0	14.0	
	女性30代	50	14.0	26.0		50.0		2.0 8.0		40.0	10.0	
	女性40代	50	12.0	28.0		42.0	2.0	16.0		40.0	18.0	
	女性50代	50	22.0	36.0		36.0		4.0 2.0		58.0	6.0	
	女性60代以上	50	30.0		40.0		24.0	- 6.0		70.0	6.0	
子供有無	18歳以下子供あり	84	20.2	28.6		40.5	2.4	8.3		48.8	10.7	
フアミー層	男女40~50代18歳以下子供あり	44	20.5	29.5		36.4	2.3	11.4		50.0	13.6	
女性有職者 ／無職	女性有職者	131	14.5	29.0		44.3	3.1	9.2		43.5	12.2	
	女性無職	119	25.2	33.6		31.9	1.7	7.6		58.8	9.2	
世帯構成	単身世帯	138	17.4	29.0		37.7	4.3	11.6		46.4	15.9	
	2人以上世帯	362	18.0	27.3		42.0	3.3	9.4		45.3	12.7	
2020年12月度調査 全体		500	19.6	32.0		34.4	4.4	9.6		51.6	14.0	

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッキング

■食品口入意識が高まったきっかけ

- ・「マスコミの報道を見て」が55.3%と最も高くなっています。特に男性60代以上では91.3%となっています。ただし、昨年(60.9%)と比べて6ポイント低下している。
- ・昨年と比べて「家族・知人からの情報」「HP・SNSからの情報」が微増している。

Q11. あなたの「食品口入削減」の意識が高まったきっかけは何ですか。あてはまるものすべてお選びください。(MA)



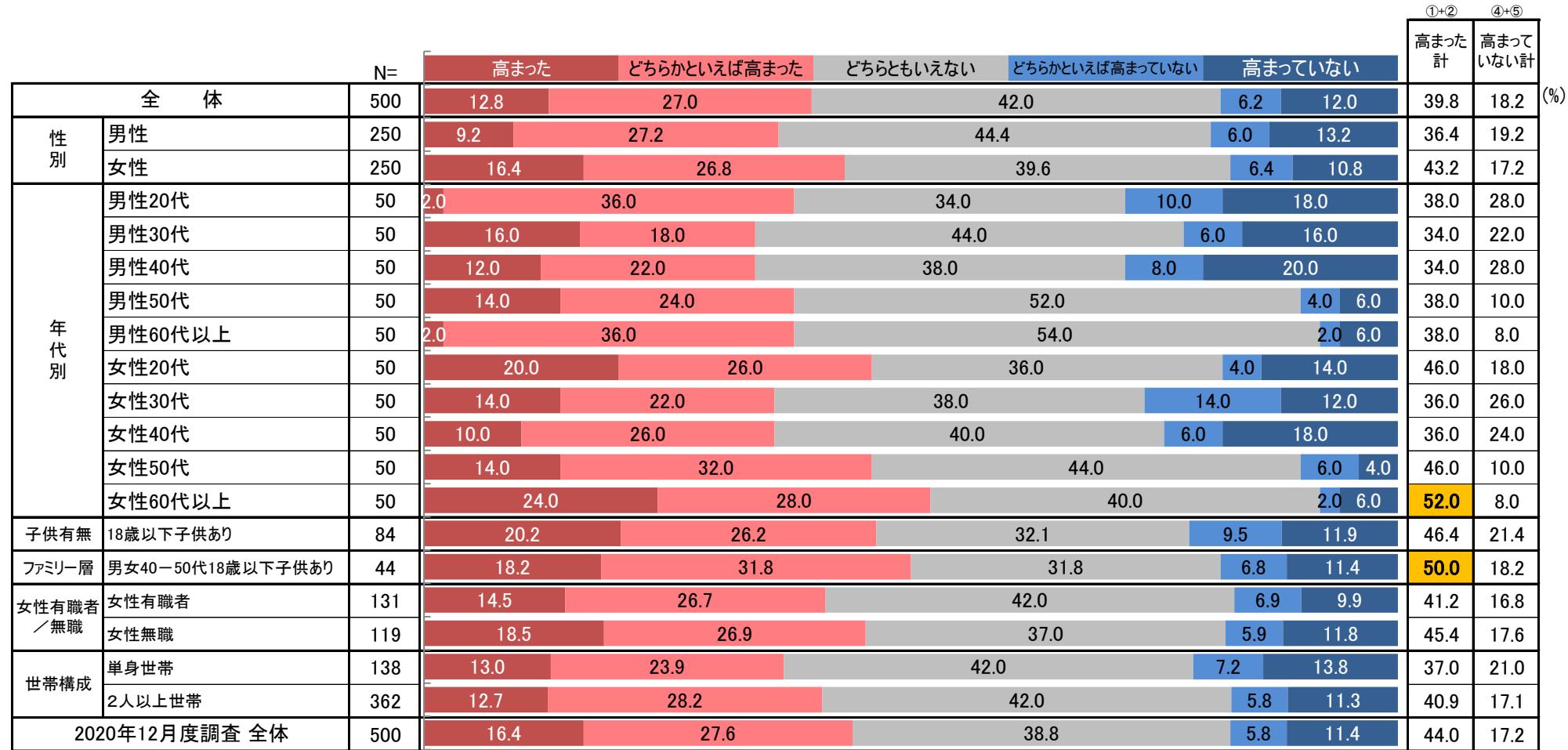
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■冷蔵庫整理の意識

- ・「高まった」が39.8%となっており、昨年(44%)と比較して4ポイント低くなっている。
- ・性年代別では女性60代以上が52.0%と全体を12ポイント上回っているほか、ファミリー層で50%と全体を10ポイント以上上回っている。

Q12.あなたは、ここ2~3年で、「冷蔵庫整理」の意識は高まりましたか。(SA)



※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■「3010運動」「2510スマイル宴」の認知

- 両方知っていると回答している人は5.2%。3010運動の認知は10.2%と1割強、2510スマイル宴は7.4%と1割未満である。
- その中で、男性20代、30代の認知がやや高くなっている。

Q13.あなたは「3010(サンマルイチマル)運動」または「2510(ニコッ)スマイル宴(うたげ)」を知っていましたか。(SA)

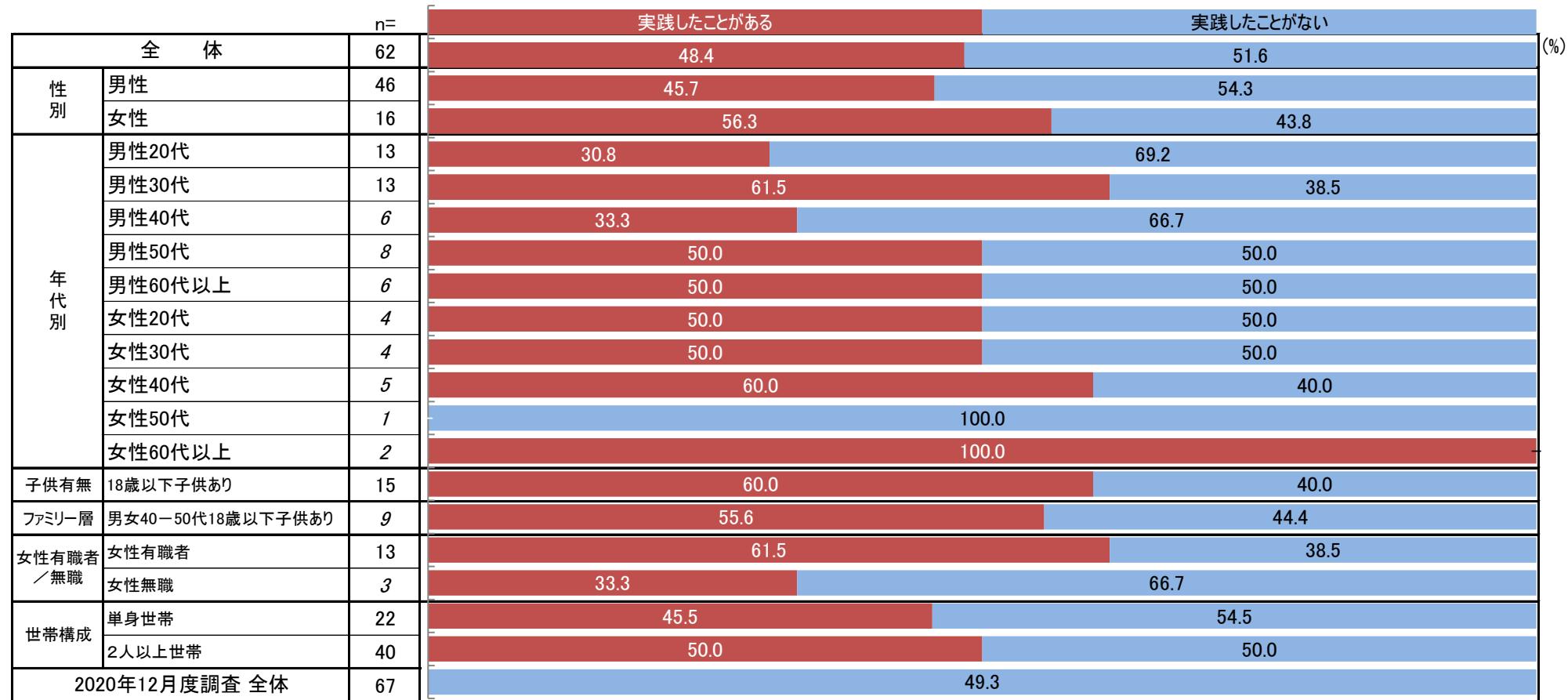
		N=	両方知っていた	3010運動のみ知っていた	2510スマイル宴のみ知っていた	両方知らなかった	①+②+③ 3010運動認知 2510スマイル宴認知 (%)
全 体		500	5.2 5.0 2.2			87.6	10.2 7.4
性別	男性	250	8.4 6.0 4.0			81.6	14.4 12.4
	女性	250	2.0 4.0 0.4			93.6	6.0 2.4
年 代 別	男性20代	50	8.0 8.0 10.0			74.0	16.0 18.0
	男性30代	50	14.0 6.0 6.0			74.0	20.0 20.0
	男性40代	50	8.0 2.0 2.0			88.0	10.0 10.0
	男性50代	50	6.0 8.0 2.0			84.0	14.0 8.0
	男性60代以上	50	6.0 6.0 -			88.0	12.0 6.0
	女性20代	50	4.0 4.0			92.0	8.0 4.0
	女性30代	50	4.0 2.0 0.0			92.0	6.0 6.0
	女性40代	50	2.0 8.0 -			90.0	10.0 2.0
	女性50代	50	2.0 -			98.0	2.0 0.0
	女性60代以上	50	4.0 -			96.0	4.0 0.0
子供有無	18歳以下子供あり	84	10.7 6.0 1.2			82.1	16.7 11.9
フミリ一層	男女40-50代18歳以下子供あり	44	9.1 9.1 2.3			79.5	18.2 11.4
女性有職者 ／無職	女性有職者	131	3.8 5.3 0.8			90.1	9.2 4.6
	女性無職	119	2.5 -			97.5	2.5 0.0
世帯構成	単身世帯	138	4.3 8.0 3.6			84.1	12.3 8.0
	2人以上世帯	362	5.5 3.9 1.7			89.0	9.4 7.2
2020年12月度調査 全体		500	5.8 5.4 2.2			86.6	11.2 8.0

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■「3010運動」「2510スマイル宴」の実践

・認知している方のうち、約半数が実践していると回答。

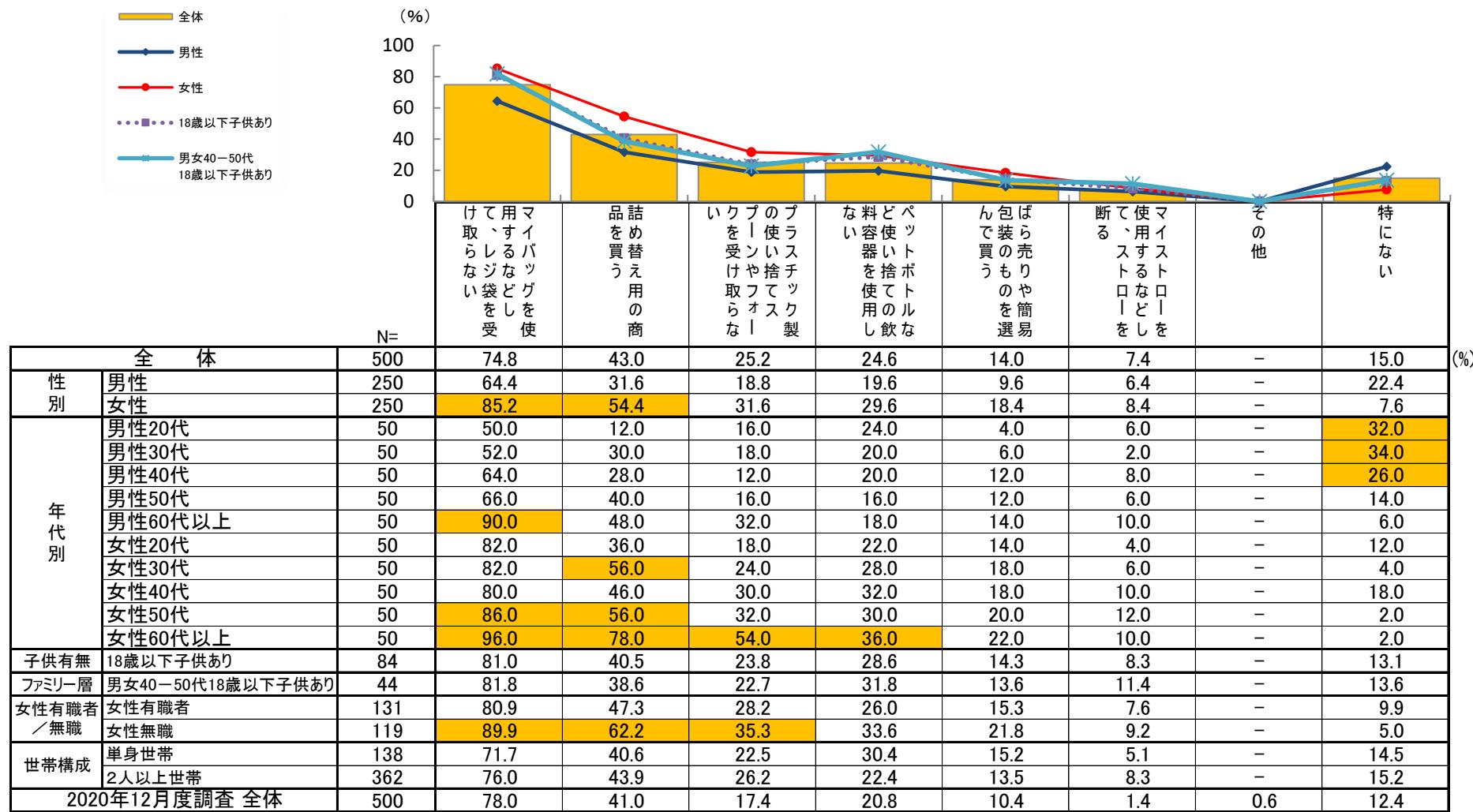
Q14.「3010運動」「2510スマイル宴」をご存じの方にお伺いします。あなたは「3010運動」「2510スマイル宴」を実践したことはありますか。(SA)



■使い捨てプラスチック使用削減の実践

- ・「マイバッグを使用するなどして、レジ袋を受け取らない」が74.8%と最も高くなっている。特に女性で85.2%と高くなっている。次いで、「詰め替え用の商品を買う」が43%であり、こちらも女性が54.4%と高い。
 - ・「マイバッグを使用するなどして、レジ袋を受け取らない」は男女60代以上で9割以上と高くなっている。
 - ・前年と比較して使い捨てのカトラリーやペットボトルを使用せず、マイストローの利用が増えていることが窺える。

Q15. あなたが使い捨てプラスチックの使用削減のため普段の生活で行っていることは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。(複数選択可)



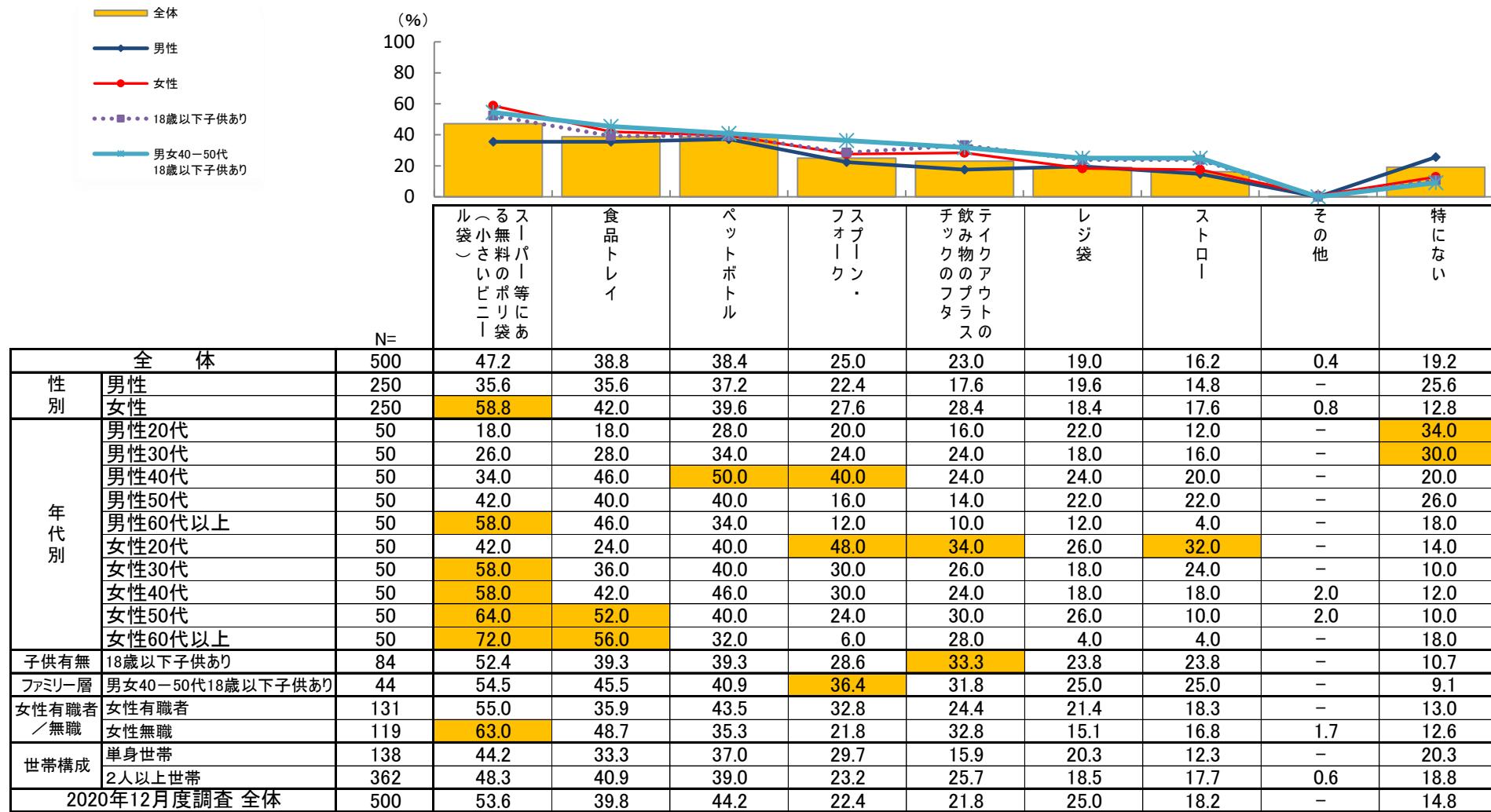
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■使い捨てプラスチック製品の使用状況

- ・「スーパー等にある無料のポリ袋(小さいビニール袋)」が47.2%と最も高く、次いで「食品トレイ」(38.8%)、「ペットボトル」(38.4%)となっている。
- ・昨年と比べて「スーパー等にある無料のポリ袋(小さいビニール袋)」「ペットボトル」「レジ袋」のスコアが低下している。

Q16. あなたが使い捨てプラスチック製品で普段使うもの、もうものは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。(MA)



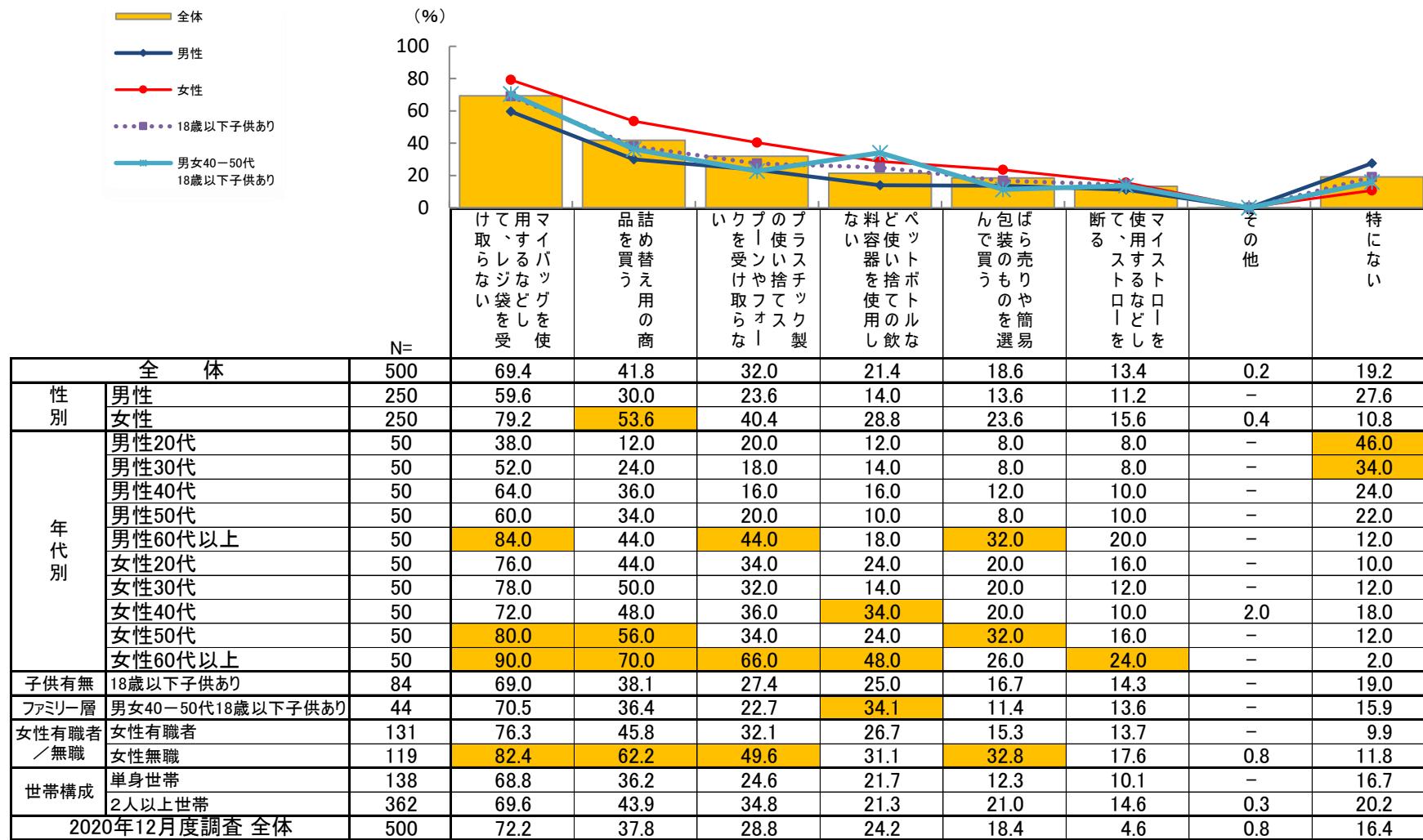
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッティング

■使い捨てプラスチック使用削減の今後の実践意向

- ・「マイバッグを使用するなどして、レジ袋を受け取らない」が69.4%と最も高くなっています。特に女性で79.2%と高くなっています。
- ・ファミリー層では「ペットボトルなど使い捨ての飲料容器を使用しない」が34.1%と全体(21.4%)と比べて13ポイント高くなっています。

Q17. あなたが今後使い捨てプラスチックの使用削減のため行いたいことは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。(MA)



※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■使い捨てプラスチック使用削減への意識

- ・高まったと回答した人は48.2%と半数弱であり、女性では「高まった」が53.2%と男性より10ポイント高い。
- ・年代では女性60代以上で非常に高いほか、女性無職でも全体を10ポイント以上上回っている。
- ・男性20代と40代では「高まっていない」が全体を10ポイント以上上回っている。

Q18.あなたはこの1～2年で、「使い捨てプラスチックの使用削減」の意識は高まりましたか。(SA)

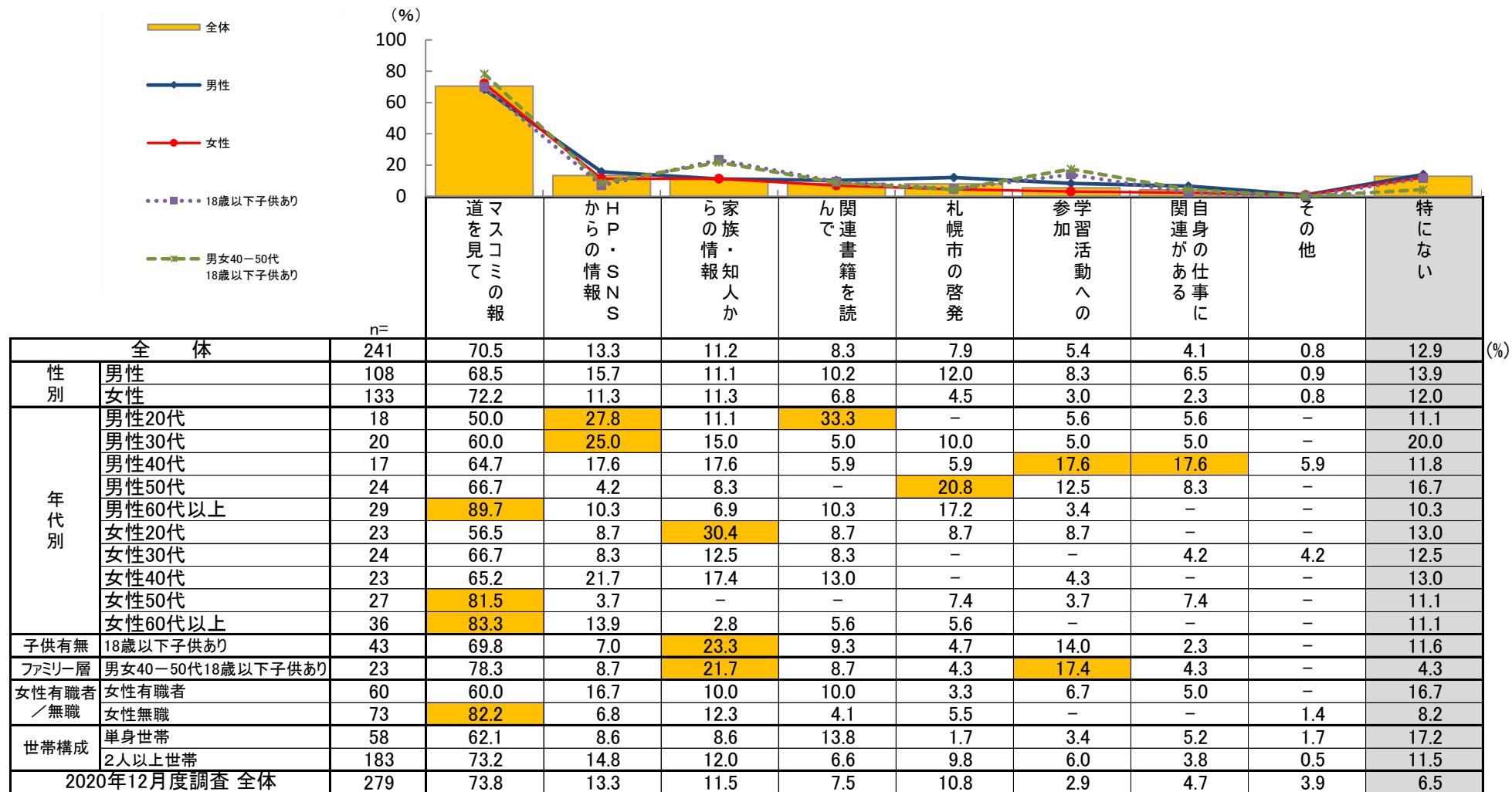
		N=	高まった	どちらかといえば高まった	どちらともいえない	どちらかといえば高まっていない	高まっていない	①+②	④+⑤	高まつた 計	高まつて ない計	(%)
全 体		500	14.2	34.0	34.4	5.8	11.6	48.2	17.4			
性 別	男性	250	12.0	31.2	36.4	5.6	14.8	43.2	20.4			
	女性	250	16.4	36.8	32.4	6.0	8.4	53.2	14.4			
年 齢 別	男性20代	50	6.0	30.0	30.0	10.0	24.0	36.0	34.0			
	男性30代	50	16.0	24.0	42.0	6.0	12.0	40.0	18.0			
	男性40代	50	10.0	24.0	34.0	8.0	24.0	34.0	32.0			
	男性50代	50	16.0	32.0	38.0	4.0	10.0	48.0	14.0			
	男性60代以上	50	12.0	46.0	38.0	-4.0		58.0	4.0			
	女性20代	50	14.0	32.0	42.0	2.0	10.0	46.0	12.0			
	女性30代	50	10.0	38.0	32.0	10.0	10.0	48.0	20.0			
	女性40代	50	12.0	34.0	28.0	10.0	16.0	46.0	26.0			
	女性50代	50	18.0	36.0	40.0	4.0	2.0	54.0	6.0			
	女性60代以上	50	28.0	44.0	20.0	4.0	4.0	72.0	8.0			
子供有無	18歳以下子供あり	84	15.5	35.7	29.8	7.1	11.9	51.2	19.0			
フミリー層	男女40～50代18歳以下子供あり	44	15.9	36.4	27.3	6.8	13.6	52.3	20.5			
女性有職者 ／無職	女性有職者	131	9.9	35.9	40.5	4.6	9.2	45.8	13.7			
	女性無職	119	23.5	37.8	23.5	7.6	7.6	61.3	15.1			
世帯構成	単身世帯	138	10.9	31.2	38.4	5.8	13.8	42.0	19.6			
	2人以上世帯	362	15.5	35.1	32.9	5.8	10.8	50.6	16.6			
2020年12月度調査 全体		500	20.4	35.4	29.2	4.2	10.8	55.8	15.0			

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッキング

■使い捨てプラスチック使用削減が高まったきっかけ

- ・「マスコミの報道を見て」が70.5%と最も高くなっています。特に男女60代以上、女性50代が高くなっています。
- ・男性20代、30代では「HP・SNSからの情報」が全体を10ポイント以上上回る。

Q19. あなたの、「使い捨てプラスチックの使用削減」の意識が高まったきっかけは何ですか。あてはまるものすべてお選びください。(MA)



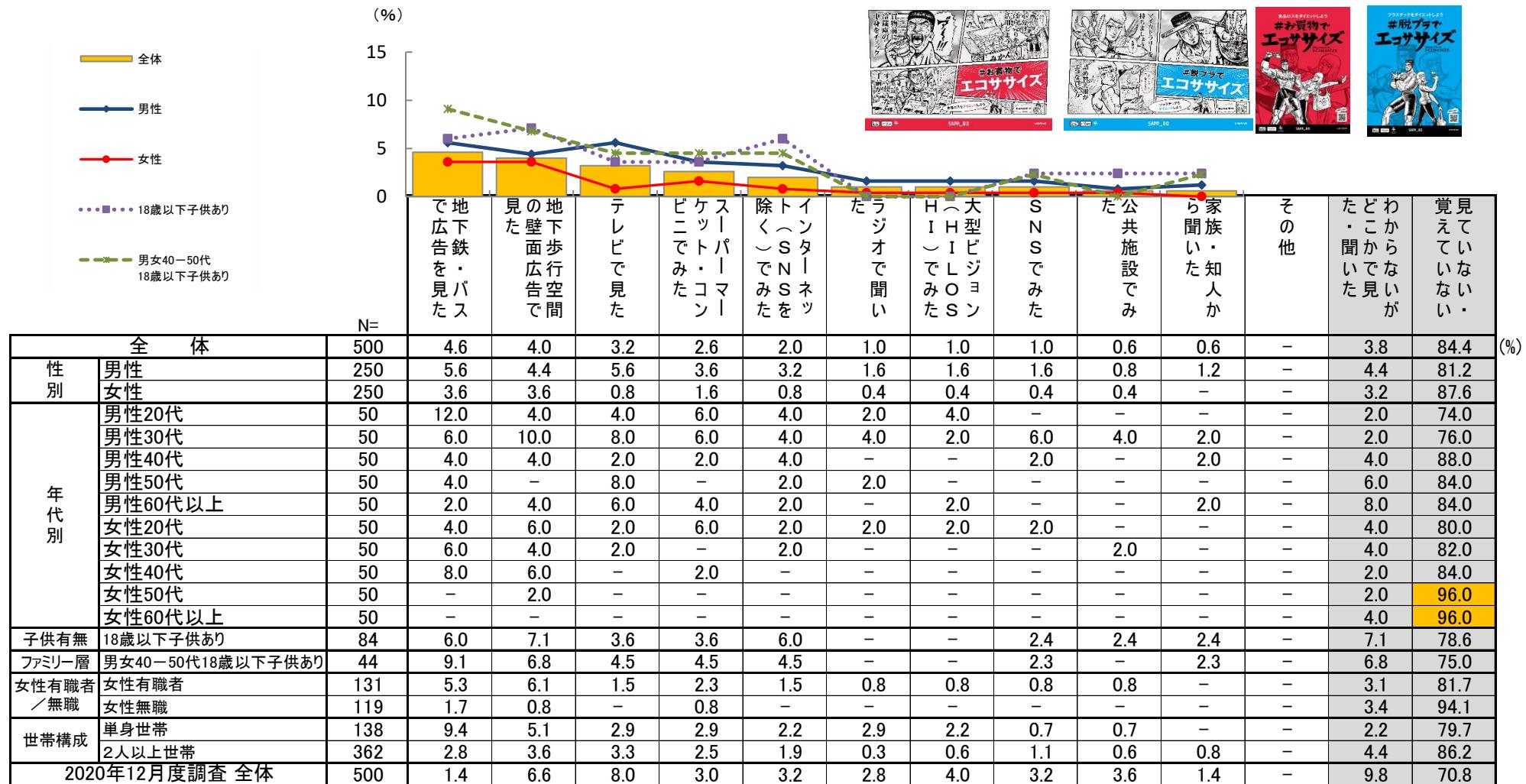
※「全体」のスコアが高い順にソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■「エコササイズ」接触

- ・「見ていない、覚えていない」が84.4%と最も高くなっている。このスコアは昨年(70.8%)よりも13ポイント上回っている。
- ・接觸については「地下鉄・バス広告を見た」「地下歩行空間の壁面広告で見た」などが他の広告よりわずかに高い。

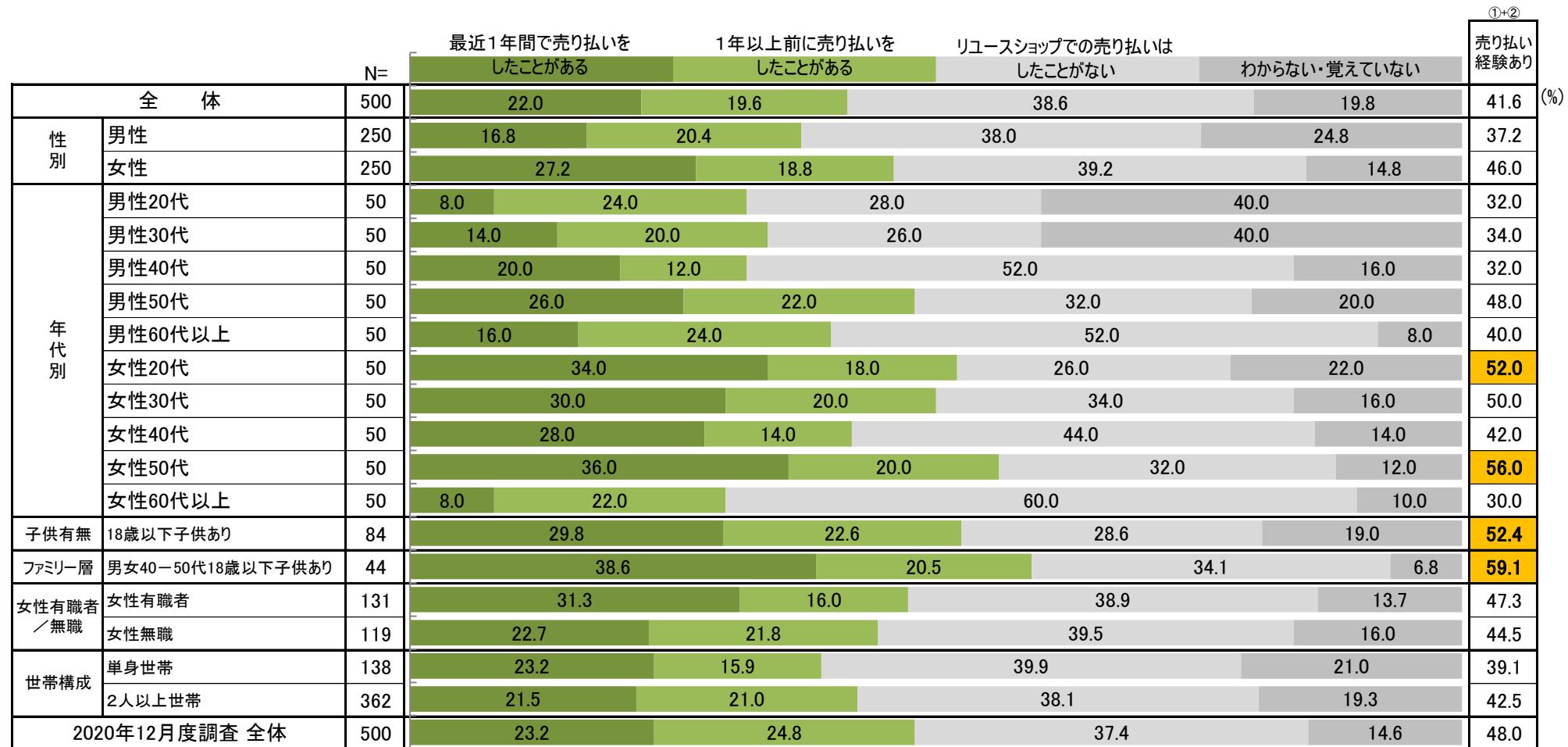
Q20. あなたは、「#おうちでエコササイズ」または「#おでかけエコササイズ」というフレーズを見た、または聞いたことがありますか。ご覧になったり、聞いた場所について、以下のなかからすべてお知らせください。(MA)



■リユースショップでの売り払い利用

- ・「売り払い経験あり」は41.6%と、全体の4割が利用経験があると回答。昨年(48%)と比べて6ポイント以上低下した。
- ・性年代別では女性50代や20代でスコアが高くなっている。
- ・ファミリー層では59.1%が利用経験ありとしており、最近1年間でも38.6%と1／3が経験ありとしている。

Q21.あなたの世帯では、リユースショップで売り払いをしたことありますか。(SA)

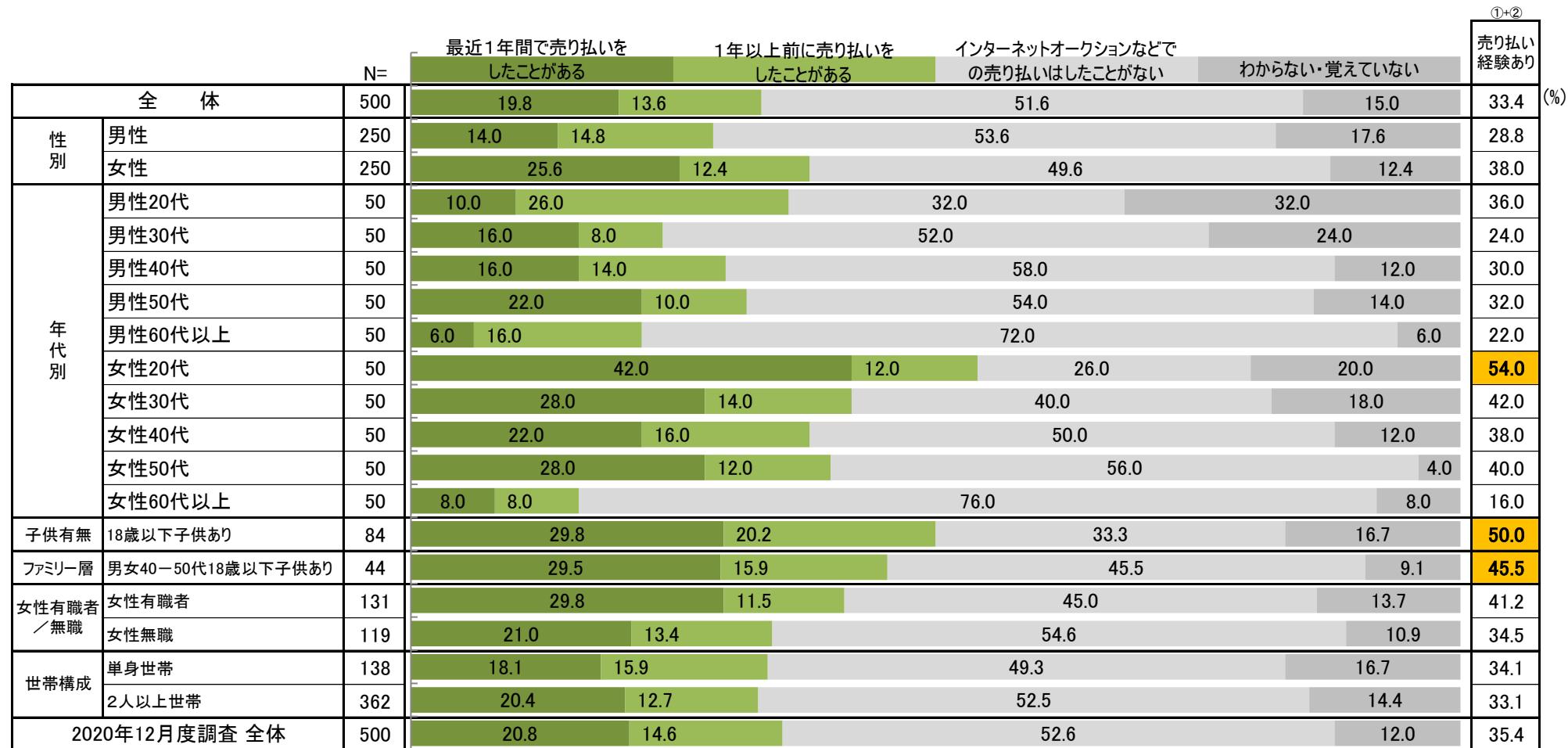


※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■ネットオークション、フリマアプリでの売り払い利用

- ・ネットオークション、フリマアプリで「売り払い経験あり」は33.4%と、全体の1/3が利用経験があると回答。
- ・性年代別では女性20代で54%と全体を21ポイント上回っている。
- ・18歳以下子供ありでも半数が利用経験ありとしている。

Q22.あなたの世帯では、インターネットオークションやフリマアプリなどで売り払いをしたことがありますか。(SA)

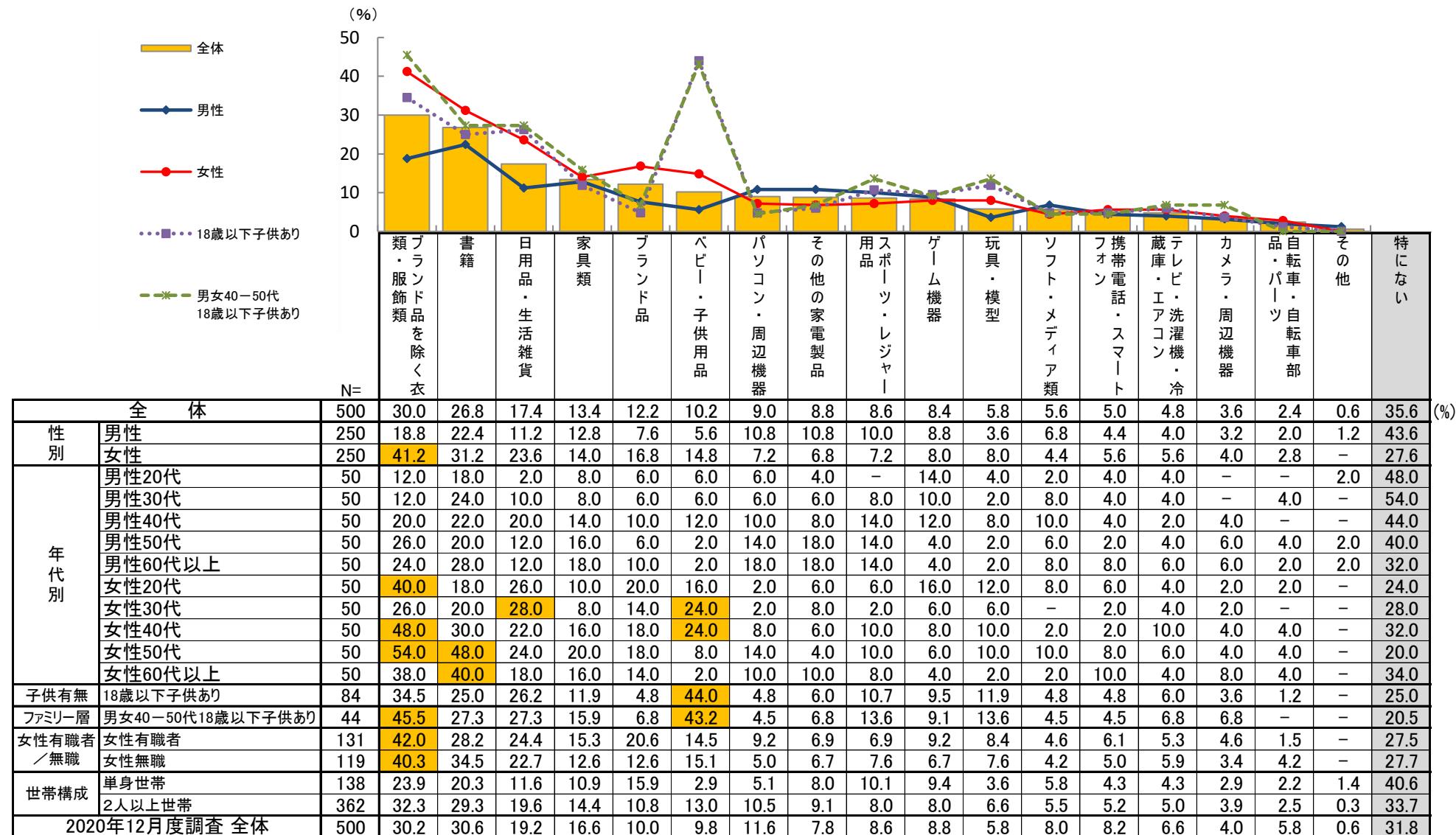


※「全體」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■1年以内で家庭でいらなくなつたもの

- 最も高いのは「ブランド品を除く衣類・服飾類」(30%)、次いで「書籍」(26.8%)となっている。
- 「衣類・服飾類」は特に女性で41.2%と高くなっている。
- 18歳以下子どもありでは「ベビー・子供用品」が44%と高くなっている。

Q23. あなたの世帯では、以下の選択肢のうち、過去1年間で「いらなくなつた・使わなくなつた」ものはありませんか？ (MA)



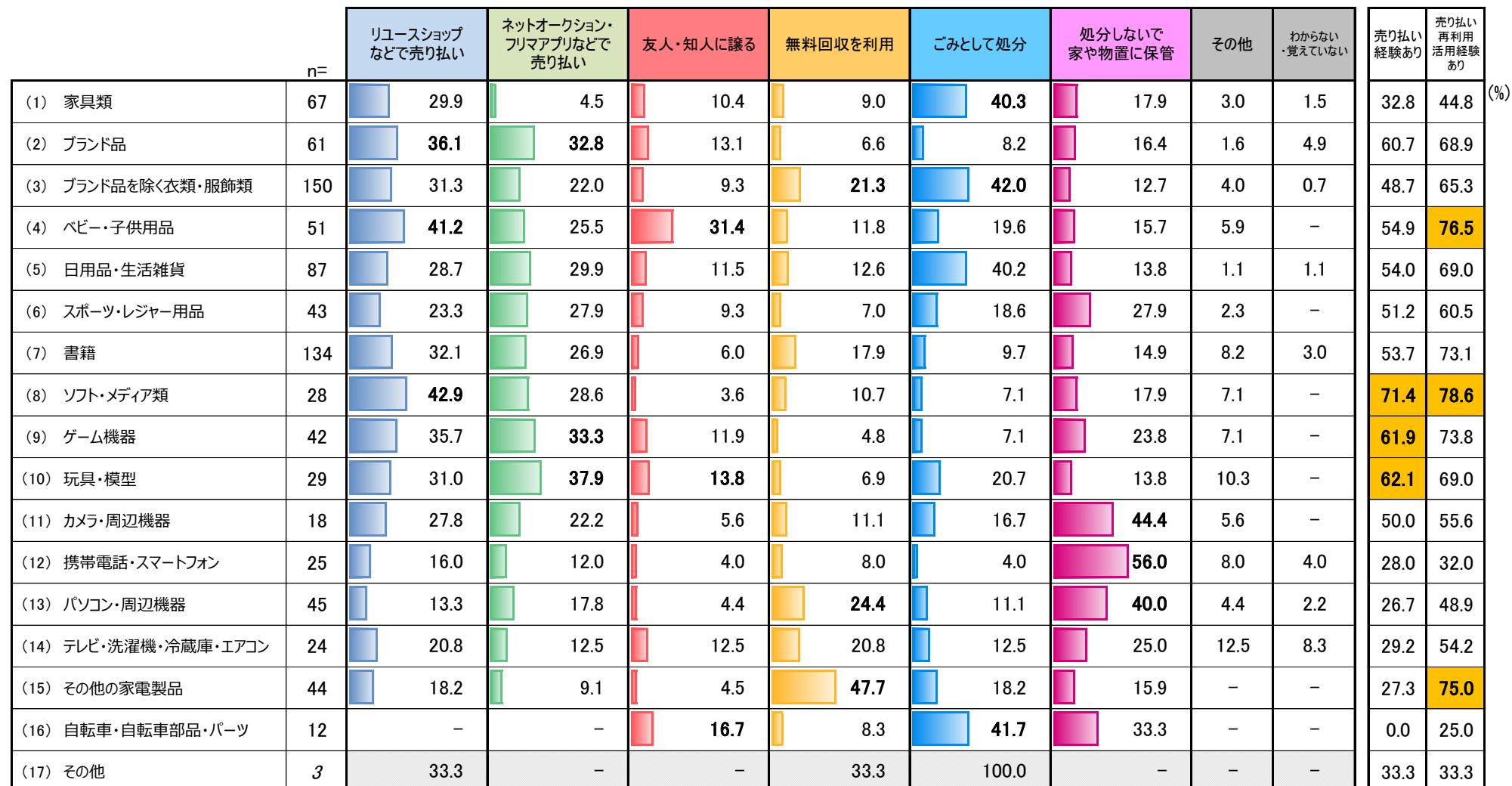
※「全体」のスコアが高い順でソート

※「全体」と比較して10ポイント以上高いスコアにハッチング

■不用品の処分方法

- ・「リユースショップなどで売り払い」が高いのは「ソフト・メディア類」(42.9%)、「ベビー・子供用品」(41.2%)、「ブランド品」(36.1%)など。
- ・「ネットオークション・フリマアプリで売り払い」は「玩具・模型」(37.9%)、「ゲーム機器」(33.3%)、「ブランド品」(32.8%)など。
- ・「衣類・服飾類」「自転車・自転車部品・パーツ」はごみとして処分、「携帯電話・スマートフォン」「カメラ」「パソコン」は家や物置での保管が多くなっている。

Q24.前問でお答えになった「いらなくなった・使わなくなった」ものについて、どのように処分しましたか。(MA)



※(17)その他 は参考値

※上位3位までのスコアでハッキング

■リユースへの意識

- ・「高まった」と回答した人は33.0%。性年代別では女性20代で48%と高くなっているほか、ファミリー層で45.5%と全体を10ポイント以上上回っている。
- ・一方で男性20代、40代では「高まっていない」が10ポイント以上上回っている。

Q25.あなたは、ここ2~3年で、「リユース」の意識は高まりましたか。(SA)

		N=	高まった	どちらかといえば高まった	どちらともいえない	どちらかといえば高まっていない	高まっていない	(①+②)	(④+⑤)	高まった 計	高まっ てない 計	(%)
全 体		500	10.2	22.8	45.4	6.6	15.0	33.0	21.6	33.0	21.6	
性 別	男性	250	9.2	21.6	45.6	5.6	18.0	30.8	23.6			
	女性	250	11.2	24.0	45.2	7.6	12.0	35.2	19.6			
年 齢 別	男性20代	50	8.0	24.0	32.0	10.0	26.0	32.0	36.0			
	男性30代	50	12.0	16.0	50.0	4.0	18.0	28.0	22.0			
	男性40代	50	10.0	12.0	46.0	4.0	28.0	22.0	32.0			
	男性50代	50	10.0	28.0	42.0	6.0	14.0	38.0	20.0			
	男性60代以上	50	6.0	28.0	58.0	4.0	4.0	34.0	8.0			
	女性20代	50	18.0	30.0	28.0	12.0	12.0	48.0	24.0			
	女性30代	50	6.0	18.0	56.0	4.0	16.0	24.0	20.0			
	女性40代	50	10.0	20.0	40.0	10.0	20.0	30.0	30.0			
	女性50代	50	10.0	28.0	52.0	6.0	4.0	38.0	10.0			
	女性60代以上	50	12.0	24.0	50.0	6.0	8.0	36.0	14.0			
子供有無	18歳以下子供あり	84	13.1	22.6	42.9	6.0	15.5	35.7	21.4			
ファミリー層	男女40~50代18歳以下子供あり	44	18.2	27.3	34.1	2.3	18.2	45.5	20.5			
女性有職者 ／無職	女性有職者	131	10.7	19.1	49.6	8.4	12.2	29.8	20.6			
	女性無職	119	11.8	29.4	40.3	6.7	11.8	41.2	18.5			
世帯構成	単身世帯	138	8.7	23.2	44.9	7.2	15.9	31.9	23.2			
	2人以上世帯	362	10.8	22.7	45.6	6.4	14.6	33.4	21.0			
2020年12月度調査 全体		500	13.0	24.0	40.2	8.8	14.0	37.0	22.8			