

生ごみ減量・資源化に関する
関心度・実践度等調査業務
報 告 書

令和3年1月

札幌市

目 次

第1章 調査の概要

1 調査の概要	1
2 この報告書の見方	2

第2章 調査結果

1 食品ロスについて	3
(1) 食品ロスの認知度	3
(2) 食べ残しや手つかず食品（未開封品）の廃棄度	4
(3) 食べ残しの廃棄種類	5
(4) 手つかず食品（未開封品）の廃棄種類	6
(5) 食品廃棄の理由	7
(6) 食品購入時の注意点	7
(7) 食品保存の実践方法	8
(8) 食品ロスを減らす余地	9
(9) 食品ロス削減による効果	10
(10) 食品ロス削減の意識度	11
(11) 食品ロス削減の意識が高まったきっかけ	13
(12) 「さっぽろコミュニケーション」・「日曜日は冷蔵庫をお片づけ。」の認知情報媒体	14
(13) 「3010 運動「2520 スマイル宴」の認知度	15
(14) 「3010 運動「2520 スマイル宴」の実践度	15
2 生ごみの水切りについて	16
(1) 水切りへの関心度	16
(2) 水切り取り組み状況	17
(3) 取り組んでいる水切り方法	19
(4) 水切りに取り組んでいる理由・目的	20
(5) 水切り実践期間	20
(6) 水切りに取り組んでいない理由	21
3 生ごみ堆肥化の取組について	22
(1) 堆肥化への関心度	22
(2) 堆肥化への取り組み状況	23
(3) 取り組んでいる堆肥化の方法	26
(4) 堆肥化実践期間	26
(5) 堆肥化に取り組んでいない理由	27
(6) 今後、取り組みたいと思っている堆肥化の方法	28

4	生ごみ減量の施策について	29
(1)	生ごみ堆肥化セミナーの認知度	29
(2)	生ごみ堆肥化セミナーの認知情報媒体	31
(3)	生ごみ堆肥化相談窓口の認知度	32
(4)	生ごみ堆肥化相談窓口の認知情報媒体	34
(5)	生ごみ堆肥化機材購入助成制度の認知度	35
(6)	生ごみ堆肥化機材購入助成制度の認知情報媒体	37
(7)	生ごみ堆肥の回収拠点の認知度	38
(8)	生ごみ堆肥の回収拠点の認知情報媒体	38
5	回答者属性	39
(1)	性別	39
(2)	年齢	39
(3)	家族構成	40
(4)	居住形態	40
資料編		
○	集計表	資-1
○	調査票	資-53

第1章 調査の概要

第1章 調査の概要

1 調査の概要

(1) 調査目的

「生ごみ減量・資源化に関する関心度・実践度アンケート調査」は、燃やせるごみの中で約40%と大きな割合を占める生ごみの減量と資源化に対する、札幌市民の「関心度」や「実践度」などについて把握し、今後のごみ減量・資源化施策の方向性や内容を検討する際の資料とすることを目的として実施した。

(2) 調査項目

- 1) 食品ロスについて
- 2) 生ごみの水切りについて
- 3) 生ごみ堆肥化の取組について
- 4) 生ごみ減量の施策について
- 5) 基本事項

(3) 調査方法

- 1) 調査地域 札幌市
- 2) 調査対象 札幌市内に居住する満18歳以上の個人
- 3) 標本数 2,500人
- 4) 抽出方法 住居基本台帳から「等間隔無作為抽出法」により抽出
- 5) 調査方法 郵送配布、郵送回収法
- 6) 調査期間 令和2年11月12日（木）発送、提出期限11月30日（月）

(4) 回収状況

- 1) 発送数
 - アンケート発送数 : 2,500件
 - 返送数（宛先不明） : 6件
 - 有効発送数 : 2,494件
- 2) 回収数
 - アンケート回収数 : 1,018件
 - 無効数（無回答） : 0件
 - 有効回収数 : 1,018件
- 3) 回収率
 - アンケート回収率（有効回収数÷有効発送数×100） : 40.82%

2 この報告書の見方

- (1) 回答率（各回答の百分比）は小数第2位を四捨五入した。このため、個々の比率の合計が100.0%にならない場合がある。
- (2) 設問文に『(○は該当するものすべて)』とあるのは、2つ以上の回答を可としたものであり、その百分比の合計は100.0%を超える場合がある。
- (3) グラフにおける「N」は、比率算出の基数であり、100%が何人の回答者に相当するのかわを示すものである。
- (4) グラフや説明文における「前回調査」とは、平成30年度に実施した「生ごみ減量・資源化に関する関心度・実践度等調査」を示している。