

ペットボトル、廃棄家電製品および生ごみの リサイクルに対する消費者の意識

谷川 昇 及川 智 三森 啓介 増子 知樹

ペットボトル、廃棄家電製品および厨芥(生ごみ)のリサイクルに対する東京23区内の消費者の意識をアンケート調査によって調べた。

ペットボトルのリサイクルに関しては、ペットボトルの回収は進んでいるものの、ペットボトルの再生品の使用拡大やボトルとしての再利用の導入を消費者が簡単には受け入れ難いことを示唆する結果が得られた。また、廃棄家電製品のリサイクルに関しては、現時点での家電リサイクル法に対する理解はまだ十分ではなく、廃棄家電製品のリサイクルに伴って消費者が負担する費用は少ない方が良いとする結果が得られた。生ごみのリサイクルに関しては、消費者の意識と実際に実行できる行動とにギャップがある結果が得られた。

キーワード：消費者 意識 ペットボトル 廃棄家電製品 厨芥

1 はじめに

廃棄物やリサイクルに関する個々の法律を束ねる循環型社会形成推進基本法が成立し、21世紀に向けて大量廃棄社会から循環型社会への転換を目指すリサイクルの動きが本格化している。各種のリサイクルを推進するにあたっては、国・自治体、事業者および消費者(住民・事業所)の役割分担が基本となるが、消費者のリサイクルに対するニーズ、要望、考え方等の意識を把握し、消費者の持続的な協力が得られる効率的なリサイクルシステムの構築と運営に反映させることがとくに重要である。

そこで、筆者らは、平成9年4月から容器包装リサイクル法にもとづいて既に実施されているペットボトルのリサイクル、平成13年4月から家電リサイクル法にもとづいて実施予定のテレビ、冷蔵庫、洗濯機、エアコン(家電4品目)のリサイクルおよび一部の自治体での成功例の紹介により今後の広がりが見込まれている厨芥(生ごみ)のリサイクルに対する東京23区内の消費者の意識について、アンケート調査によって調べたので、その結果を報告する。

2 方法

平成6年度より東京23区内において毎年実施している排出源等ごみ性状調査の一環として行ったアンケート調査の概要を表1に示す。500mメッシュで区切られた東京23区部全体の約2,300の地域から、生活状況に

着目して約10調査区を選定し、その調査区域内で事前にアンケート調査とごみ排出量調査の実施を承諾した一般家庭を対象に調査を実施した。ペットボトルと廃棄家電製品に関するアンケートは平成10～11年度に、生ごみのリサイクルに関するアンケートは平成9～11年度に実施した。

各年度の調査では、質問に対して選択肢で答える形式のアンケート用紙を訪問配布し、約2週間後に訪問回収した。ただし、平成10年度には約1200の一般家庭にアンケート用紙を訪問配布し、郵送回収する方式のアンケートのみの調査も実施した。

ペットボトルのリサイクルについては、ペットボトルの購入度合い、東京都が実施していたペットボトルの店頭回収(東京ルールⅢ)への協力度、ペットボトル再生品の購入等を質問した。また、家電4品目のリサイクルについては、家電リサイクル法の認知、家電4品目をリサイクルするにあたって負担できる費用等を質問した。生ごみのリサイクルについては、生ごみ処理の方法、生ごみ処理機の認知、生ごみ処理機の利用の意思等を質問した。

表1 アンケート調査の概要

調査年度	回収数	回収率 (%)	アンケート内容
平成9年	333	95	生ごみ
平成10年	921	59	ペットボトル・廃棄家電
平成11年	456	99	4品目・生ごみ

3 結果および考察

3.1 ペットボトルのリサイクル

ペットボトルの購入度合いに関する質問では、図1に示すように、10年度と比べて11年度には「ペットボトルをできるだけ購入しないようにする」との回答が減少し、「よく購入する」との回答割合が増加している。この結果は、ペットボトルを利用した清涼飲料水等の商品が、この数年間に対前年比で20~30%と大幅に増加している状況を反映していると考えられる。

ペットボトルの店頭回収システム¹⁾については、図2に示すように、「知らない」とする回答は11年度は10年度より減少して約10%未満となっており、システムの認知度は高まっている。しかし、「ペットボトルの回収に協力していない」とする回答は約20%であり、10年度と11年度ではほとんど変化がなかった。また、「日常的に協力している」と「時々協力している」をあわせた回答は増加しているものの60%台に留まっていた。なお、ペットボトルをよく購入する人と購入しないようにしている人の回収への協力度には、ほとんど差はみられていなかった。

ペットボトルの店頭回収に時々協力している人および協力していない人が回答した回収に協力しにくい理由は、図3に示すように「回収場所が遠い」とする回答が一番多く、「時間的余裕がない」、「出し方がめんどう」との回答が続いていた。ペットボトルの店頭回収に協力しているまたは時々協力している人に対して利用回収ボックスまでの距離を聞いた質問に対しては、図4に示すように徒歩5分未満までの回答が約70%を占めていた。

10年度のペットボトル再生品の利用に関する質問では、図5に示すように「再生品を利用している」とする回答は約18%、「利用していない」との回答が約22%であった。また、約半数の回答が「何がペットボトルの再生品かどうか分からない」と答えているが、この原因としては市販されている再生品の種類が少ないこと、再生品の表示のわかりにくいこと等が考えられる。

今後のペットボトル再生品の購入についての回答結果を図6に示すが、「今後再生品をぜひ購入したい」とする回答は約26%であった。さらに、ペットボトルをボトルとして繰り返し使用することの質問に対しては、図7に示すように「した方がよい」とする賛成意見はほぼ50%であった。これらの結果は、ペットボトルの回収は進んでいるものの、ペットボトルの再生品の使用拡大やボトルとしての再利用の導入を消費者が

簡単には受け入れ難いことを示唆している。

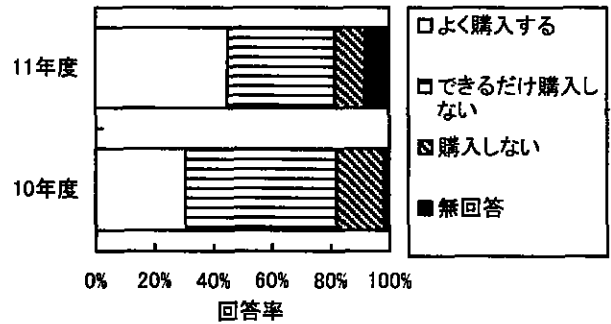


図1 ペットボトルの購入度合い

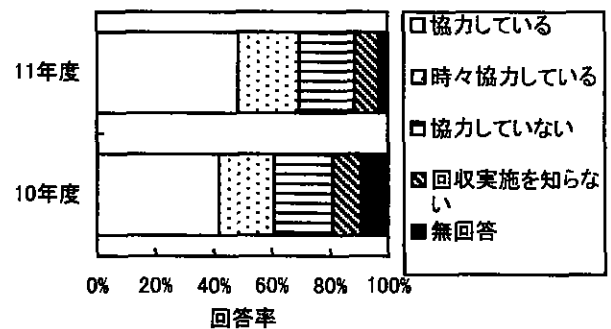


図2 ペットボトルの店頭回収への協力

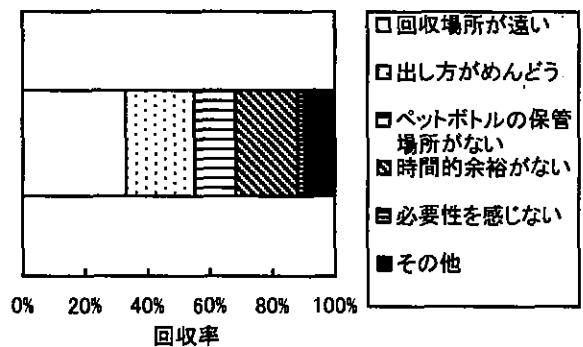


図3 ペットボトルの回収に協力しにくい理由

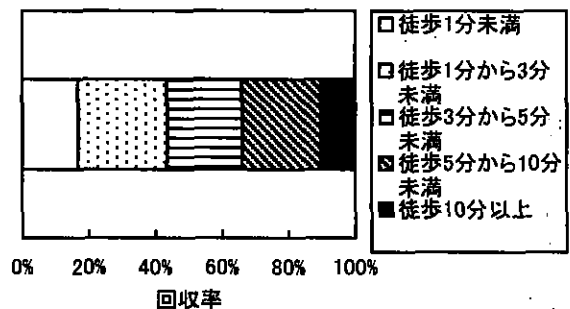


図4 利用回収ボックスまでの距離

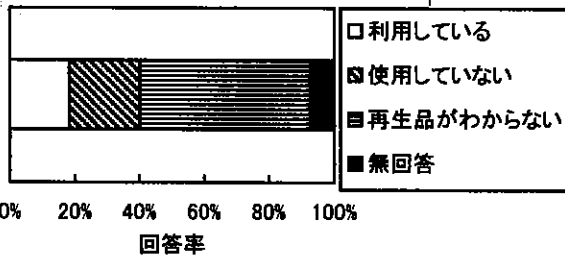


図5 ペットボトル再生品の利用

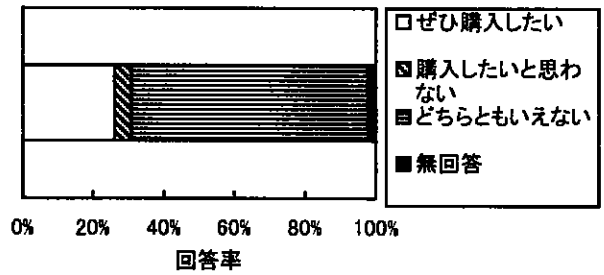


図6 今後のペットボトル再生品の購入

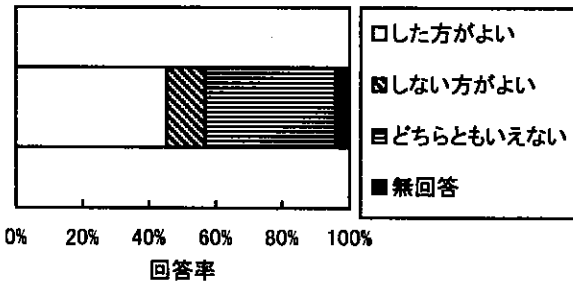


図7 ペットボトルの繰り返し利用

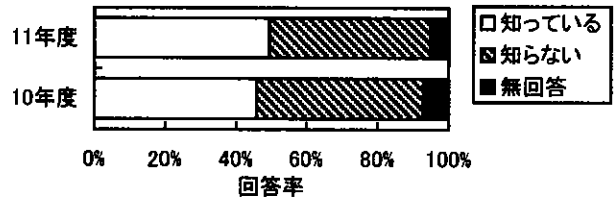


図8 家電リサイクルの認知

3.2 家電4品目のリサイクル

家電リサイクル法の認知度の質問に対しては、図8に示すように、「家電リサイクル法を知らない」とする回答が約50%であった。平均使用年数が10年を超えることが多い家電4品目²⁾は、家庭から廃棄される頻度が少ないこと、家電リサイクル法の施行までの期間が長いこと等から、家電リサイクル法に対する関心が低い結果が得られたと考えられる。

不用になった家電4品目をリサイクルする費用に関する回答は、図9に示すように、品目によっては多少の差はあるが、2000円未満が約60~80%を占めていた。「リサイクルに必要な費用を負担する」との回答は約2~3%と非常に小さい割合であり、「負担額は少ない方がよい」とする回答が圧倒的に多かった。一方、経済企画庁が平成11年7月に全国の約2700名の物価モニターに対して、リサイクル・省エネなどの環境対策に関する消費者のコスト負担意識についてアンケート調査を実施している。その中の7万円で購入した洗濯機を例にしてリサイクルのために負担しても良い金額についての質問では、選択肢中で一番安い3000円とする回答が約40%を占めていた。また、「リサイクルのコストが発表されれば、その金額を負担しても良い」とする回答は約40%であった。これらの結果は本調査結果と一致していない。

家電4品目の引き取り額を大きさに関係なく設定することに対しては、図10に示すように、「やむを得ない」とする回答は約55%、「反対である」とする回答

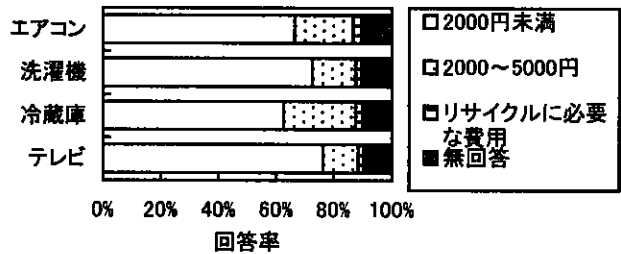


図9 家電4品目をリサイクルする費用の負担額

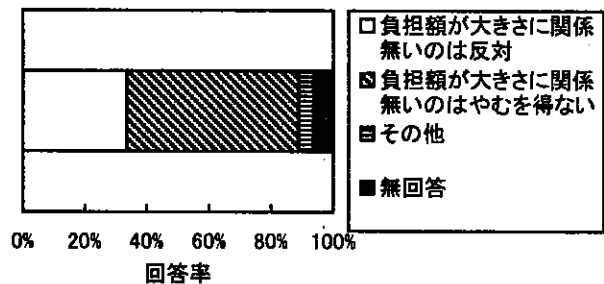


図10 家電4品目の大きさによるリサイクル負担額の差

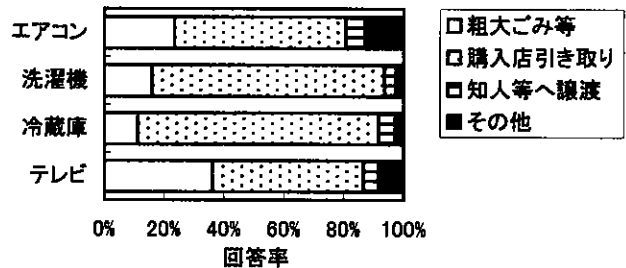


図11 家電4品目の廃棄方法

は約30%であった。これは、リサイクルシステムの円滑な運営に必要な負担額設定の単純化に対して、消費者が一定の理解を示していることを意味する。

現在の家電4品目の現在の廃棄方法は、図11に示すように購入店に引取ってもらうとする回答が多いが、その割合は品目によって異なっていた。一般に重く大きいために購入時に配送されることが多い冷蔵庫等は購入店引取りの割合が高く、他の品目に比べて小型で軽いために購入時に持ち帰りが可能なテレビは、粗大ゴミ等として排出する割合が相対的に高くなっていた。

3.3 生ごみのリサイクル

生ごみの処理方法に対する質問では、図12に示すように、「現状のまま(焼却処理)で良い」とする回答は減少傾向にあり、「リサイクルすべきまたはリサイクルをした方が良い」という回答が増加傾向にある。ただし、平成11年度の結果では、「生ごみのリサイクルはすべきである(協力することを前提)」の回答は頭打ちの状況であり、「生ごみのリサイクルはした方が良いが協力できない」の回答と「生ごみの処理は現状のままが良い」の回答と同程度の割合となっていた。

また、生ごみのコンポスト化が家庭で手軽にできる理由から、過剰な期待が寄せられ気味の生ごみ処理機の認知度は、図13に示すように年々上昇しており、平成11年度には80%を超えている。しかし、「生ごみ処理機をすでに利用、ぜひ利用したいおよび利用したい」とする回答の割合は、図14に示すように経年変化がほとんどなく、約40%に留まっている。

このような結果は、生ごみのリサイクルに対する消費者の意識と実際に実行できる行動とにギャップがあること示しており、現時点では、生ごみのリサイクルに対して消費者の高い協力を得るのは難しいと考えられる。

参考文献

- 1) 谷川 昇, 太田哲代, 大木秀男, 武本敏男, 阿波俊一, 奥門三千男: 店頭回収システムによるPETボトルの回収状況, 平成9年度東京都清掃研究所研究報告, pp.54-57(1999)
- 2) 三森啓介, 及川 智, 増子知樹, 谷川 昇: 廃家電製品の発生量と廃棄冷蔵庫の実態, 平成10年度東京都清掃研究所研究報告, pp.60-64(2000)
- 3) 谷川昇, 堤 紀子: 家庭用生ごみ処理機の普及への課題, 資源環境対策, 第32巻, 第11号, pp. 1041-1048(1996)

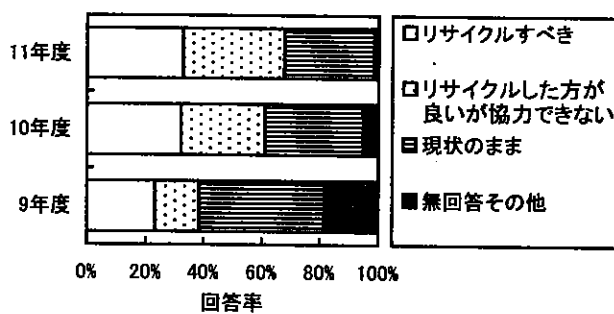


図12 生ごみ処理の方法

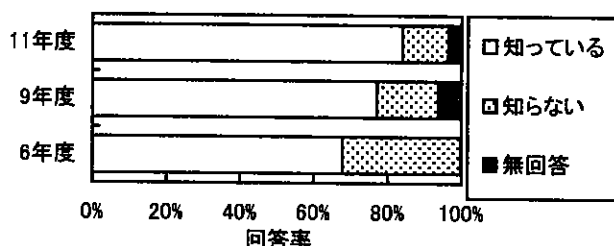


図13 生ごみ処理機の認知

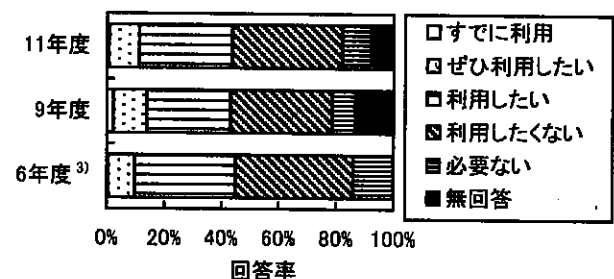


図14 生ごみ処理機の利用意思