資料１－３

アンケート結果速報(市民用)

１ アンケート調査に関する基本概要

１-１. 調査の概要

●調査期間

市民　：令和８年１月５日～令和８年２月 14 日

●調査対象

市民　：住民基本台帳より 1,800 件を無作為抽出

１-２. 回収結果

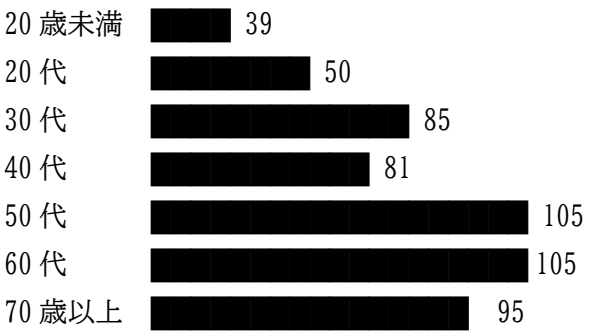
市民	発送	1,800 通
	回収	560 件

１-３. 調査概要

本調査は、市民のごみ分別に関する理解度、収集方法への満足度、資源物回収の利用状況、ごみ減量への取り組みなどを把握し、今後の施策検討に資することを目的として実施した。回答者数は市民 560 名であり、年代・性別・居住地域など幅広い層から回答が得られた。

１-４. 回答者属性（Ｑ１）

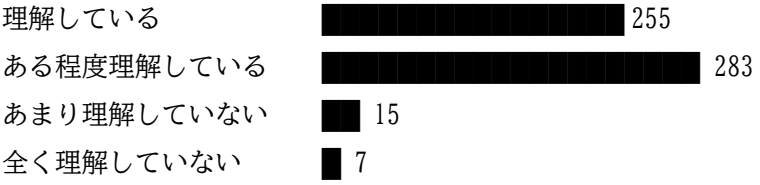
●年代構成



→50 代・60 代が最も多く、全体の約 37.5 ％ を占める。

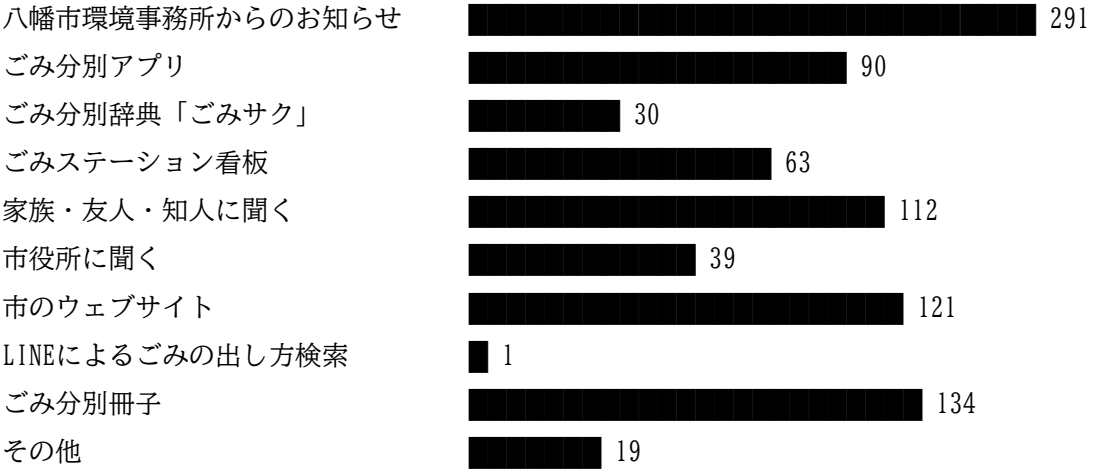
2 ごみ処理に関するアンケート結果(Q7−Q54)

2-1.ごみ分別の理解度(Q7)



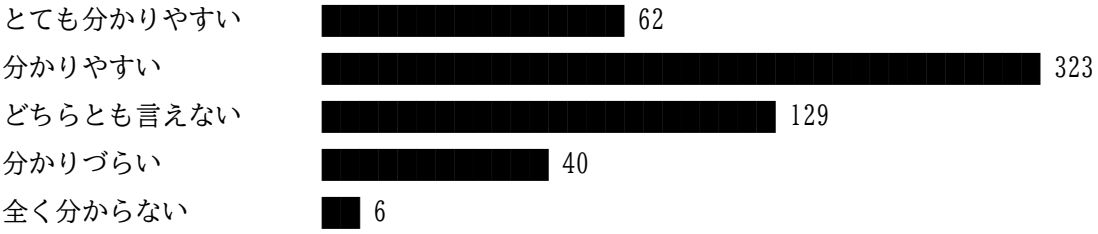
→96%が「理解している／ある程度理解している」と回答し、分別ルールは概ね浸透している。

2-2.分別方法・収集日の調べ方(複数回答可)(Q9)



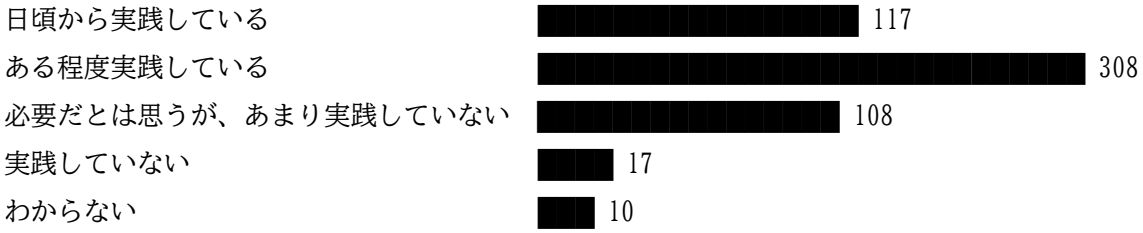
→紙媒体と市の公式情報が主要な情報源であり、デジタルツールの利用は限定的と考えられる。

2-3.収集方法・分別品目への評価(Q10)



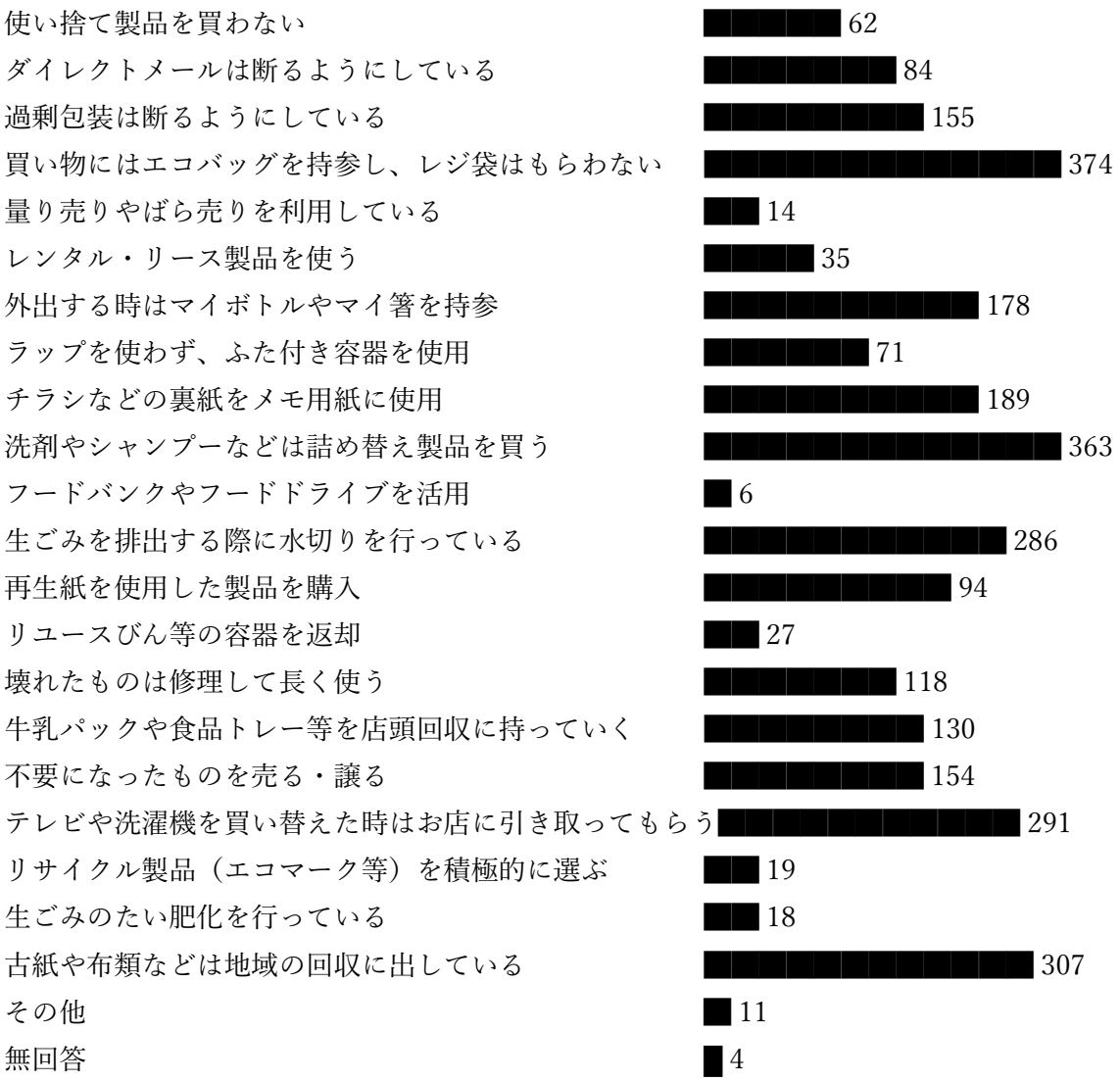
→肯定的評価が7割を占める。

2-4. ごみ減量・リサイクルの実践状況（Q27）



→約 76% が何らかの形で取り組んでいる。

2-5. ごみ減量・リサイクルの実践方法（Q28）



→市民が取り組んでいるごみ減量・リユース・リサイクル行動は、日常生活に取り入れやすい行動が中心である。

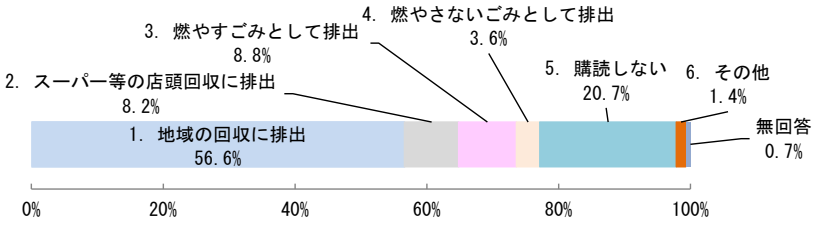
特に「エコバッグの持参」(374 件)、「詰め替え製品の購入」(363 件)、「古紙・布類の地域回収への排出」(307 件)、「家電買い替え時の引き取り利用」(291 件)、「生ごみの水切り」(286 件) が多く、生活習慣として定着している様子がうかがえる。

一方、「量り売りの利用」(14 件)、「リユースびんの返却」(27 件)、「たい肥化」(18 件)、「フードバンク活用」(6 件) など、制度的・高度な取り組みは実施率が低く、普及啓発や利用環境の整備が課題である。

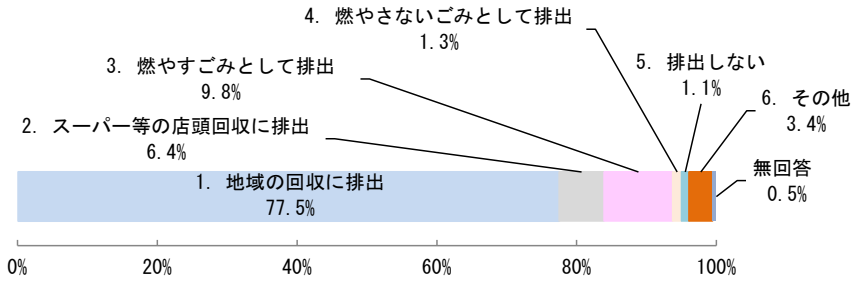
2-6. ごみのリサイクル方法、実施回数(Q35-Q52)

●リサイクル方法

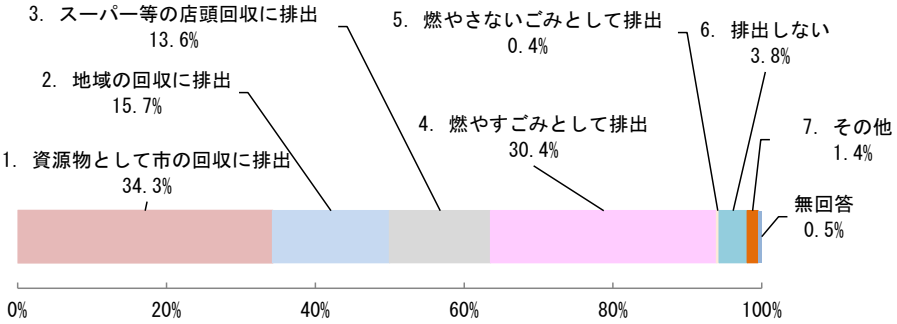
①雑誌



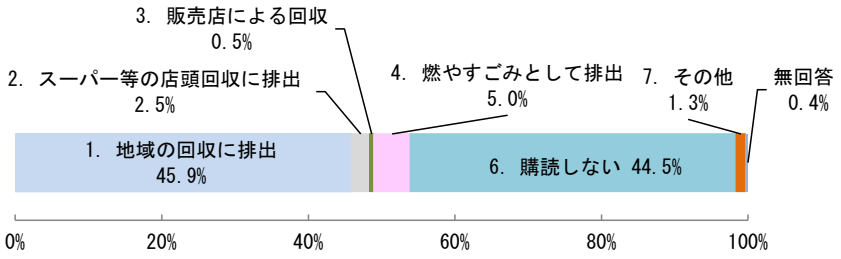
②段ボール



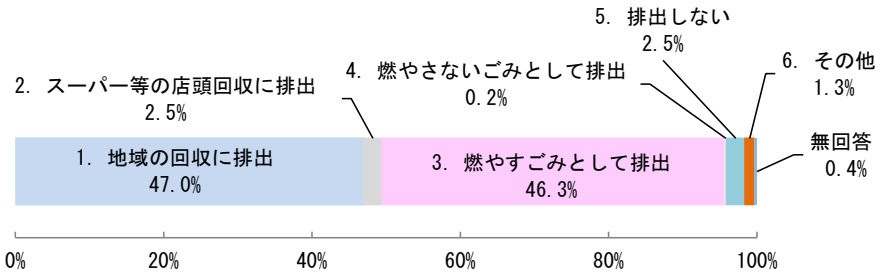
③紙パック



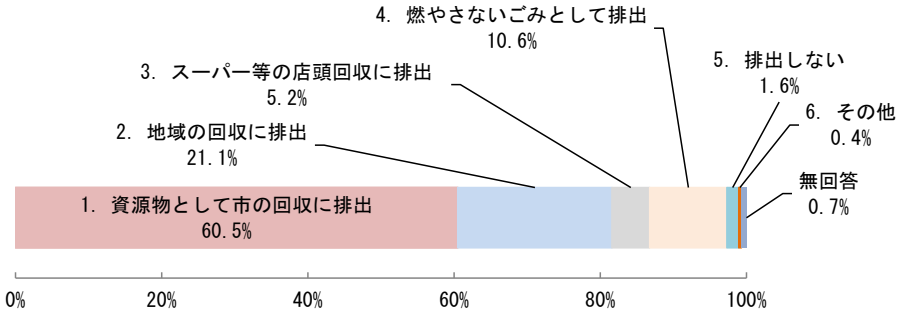
④新聞紙



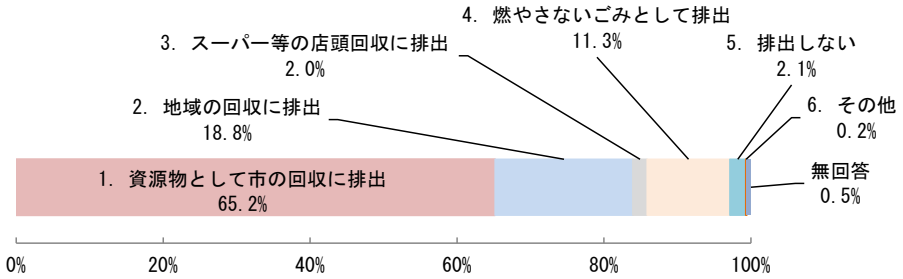
⑤雑がみ(紙類・封筒・チラシ・包装紙・メモ用紙等)



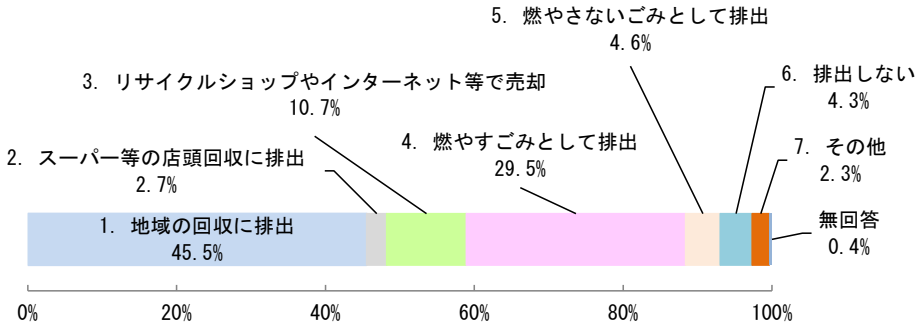
⑥缶



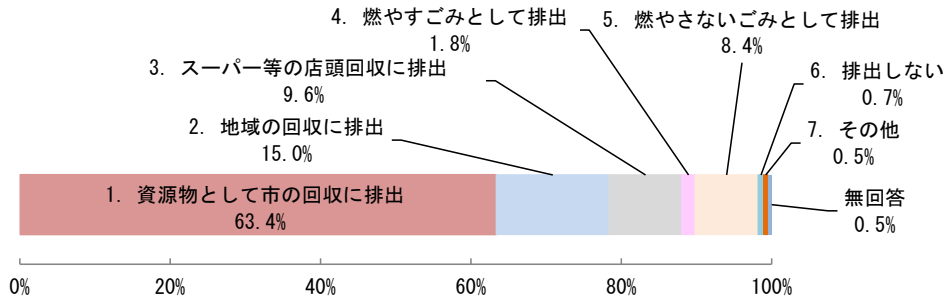
⑦びん



⑧布類



⑨ペットボトル



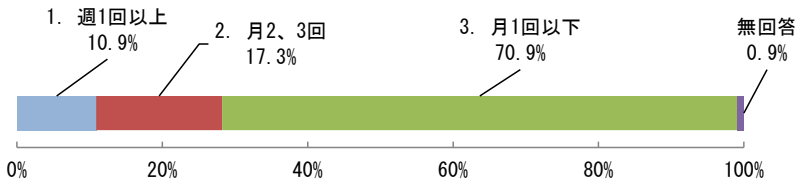
→資源物の排出先については、品目によって市民の行動が大きく異なる傾向がみられる。

まず、紙類では、雑誌、段ボール、新聞紙、雑がみなど、多くの品目が地域の回収に出される割合が高い。地域の集団回収が定着していることがうかがえる。一方で、紙パックや雑がみについては、「燃やすごみ」として排出される割合も比較的高くなっている。これらの品目については、分別方法の周知や回収体制の改善など、さらなる取り組みが求められる。

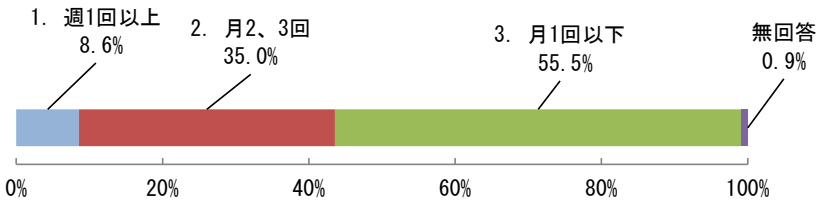
次に、容器類では、缶・びん・ペットボトルのいずれも、市の資源回収に出される割合が最も高い。市の回収制度が広く利用されており、容器類の分別行動は比較的定着しているといえる。

●実施回数

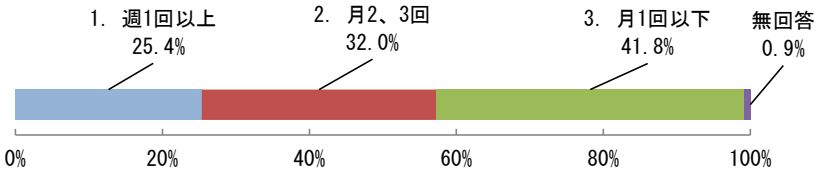
①雑誌



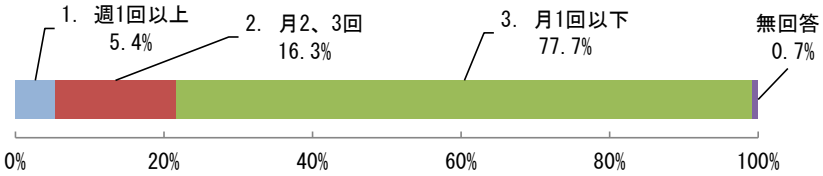
②段ボール



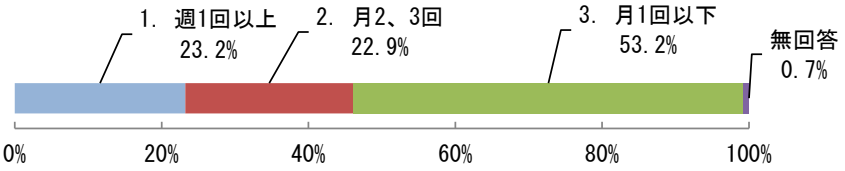
③紙パック



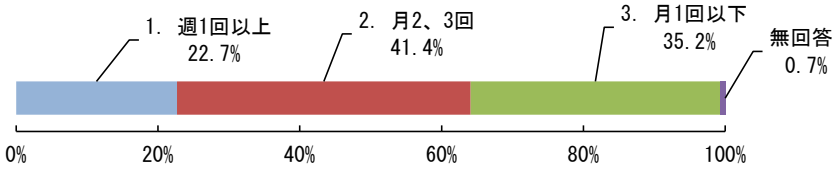
④新聞紙



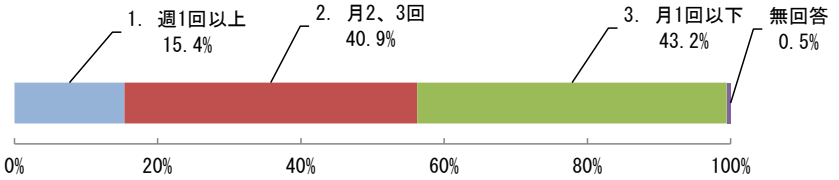
⑤雑がみ(紙類・封筒・チラシ・包装紙・メモ用紙等)



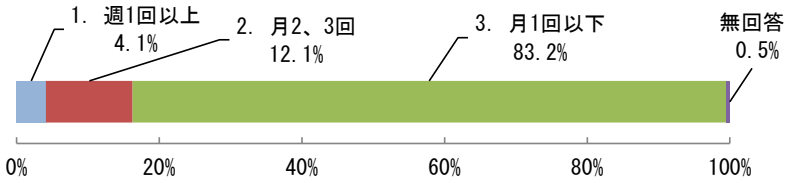
⑥缶



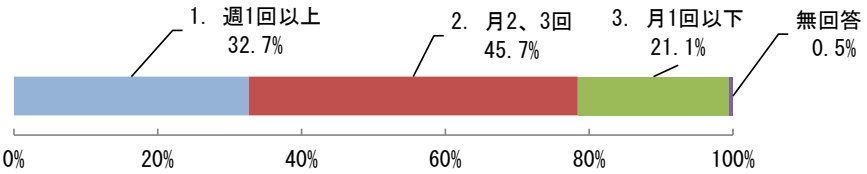
⑦びん



⑧布類



⑨ペットボトル



→資源物の排出頻度については、品目ごとに排出のタイミングが大きく異なる傾向がみられた。

まず、排出頻度が高い品目としては、ペットボトル、紙パック、雑がみ、缶などが挙げられる。これらは「週 1 回以上」または「月 2～3 回」と回答した割合が高く、日常的に発生しやすい品目であることから、こまめに排出される傾向が確認できる。

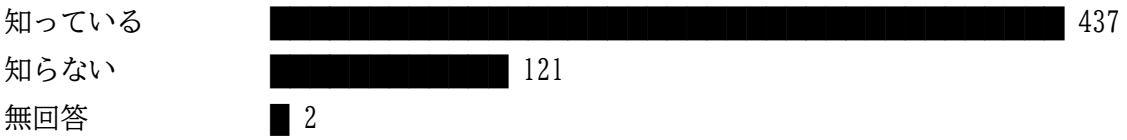
一方で、排出頻度が低い品目としては、新聞紙、布類、段ボールなどがあり、これらは「月 1 回以下」と回答した割合が非常に高い。特に布類は 83.2%、新聞紙は 77.7%が月 1 回以下であり、家庭内で一定期間保管したうえで、まとまった量になってから排出する“ストック型”の行動が一般的である。

また、びんや缶についても、週 1 回以上の排出は比較的少なく、月 2～3 回または月 1 回以下が中心であることから、飲料容器類も家庭内である程度保管されてから排出される傾向がみられる。

これらの結果から、資源物の排出頻度は、「日常的に発生する品目（ペットボトル・紙パック・雑がみ)」と、「一定量をまとめて排出する品目（新聞紙・布類・段ボール)」という 2 つのタイプに大きく分かれることが分かる。

2-6. スーパー等の店頭回収の認知・利用状況（Q53、54）

●認知度



●利用状況

→認知度は高いが、利用率は約 35%（約 3 人に 1 人ほど）にとどまっている。

2-7. 総合考察

本調査の結果、市民におけるごみ分別及び資源物回収に関する理解度は概ね高い水準にあることが確認された。分別ルールについては、回答者の約 96%が「理解している」又は「ある程度理解している」と回答しており、これまでの周知啓発の取組が一定の成果を上げているものと考えられる。また、収集方法に関しても、7 割以上が「分かりやすい」と評価しており、現行制度に対する市民の受容度は総じて良好である。

一方、情報入手手段に着目すると、環境事務所からのお知らせや冊子等の紙媒体が依然として主要な情報源となっている。回答者の年代構成では 50 代・60 代が多く、長期居住者が多数を占めることから、紙媒体による情報提供が引き続き有効である状況がうかがえる。他方、アプリや LINE 等のデジタルツールの利用は限定的であり、今後の普及促進に向けては、利便性の向上や利用方法の周知が課題となる。

資源物の排出状況については、雑誌、段ボール、新聞紙等の紙類は地域回収が広く利用されている一方、雑がみについては「燃やすごみ」として排出する割合が最も高く、分別の徹底には改善の余地がある。雑がみは品目の範囲が多岐にわたることから誤解が生じやすく、具体例を示した分かりやすい周知が求められる。

店頭回収については、認知度が高いにもかかわらず、利用率は約 35%にとどまっている。利用しない理由として「面倒」「持ち込みが困難」といった回答が多く、利便性に関する課題が顕在化している。回収拠点の拡充、実施店舗の明確な案内、持ち込みやすい環境整備等、行動の負担を軽減する施策が必要と考えられる。

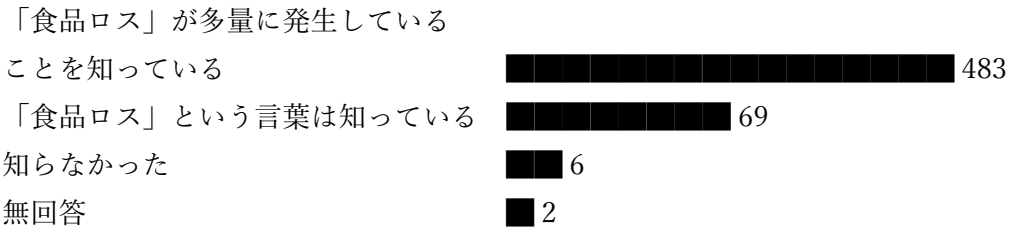
ごみ減量・リサイクルの実践状況については、約 76%が何らかの取組を行っていると回答しており、市民の意識は比較的高い水準にある。しかし、「方法が分からない」「面倒」といった理由により実践に至っていない層も一定数存在することから、行動につながる情報提供の工夫が重要である。特に、日常生活の中で無理なく取り組める具体的な方法の提示や、取組の効果を実感できる仕組みづくりが求められる。

総じて、市民の理解度及び協力意識は高く、現行制度は概ね機能していると評価できる。一方で、雑がみの分別や店頭回収の利用促進など、行動のしやすさに関わる部分には課題が残る。今後は、紙媒体とデジタル媒体を組み合わせた多様な情報提供手法の活用や、利便性向上に向けた環境整備を進めることで、市民の更なる協力を得られるものと考えられる。

3 食品ロスに関するアンケート結果(Q61−Q69)

3-1. 食品ロスに関する調査結果(Q61)

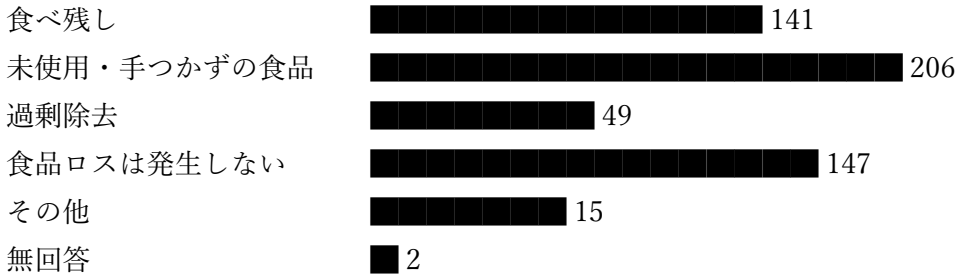
食品ロスに関する認知度は極めて高く、「食品ロスが多量に発生していることを知っている」と回答した者が 483 名（約 86%）であった。「言葉のみ知っている」は 69 名（12%）、「知らなかった」は 6 名（約 1%）にとどまり、食品ロスの社会的課題としての認知は市民に広く浸透している。



3-2. 家庭で発生する食品ロスの種類（Q62）

食品ロスの主な発生要因として最も多かったのは「未使用・手つかずの食品」（206 名、36.8%）であった。次いで「食品ロスは発生しない」（147 名、26.3%）、「食べ残し」（141 名、25.2%）が続く。

特に「未使用・手つかずの食品」が最多である点は、食品管理（在庫把握・保存方法・購入量の調整）に課題があることを示している。



3-3. 食品ロス発生の具体的原因（Q63）

食品ロス発生の原因として最も多かったのは以下の 3 項目である。

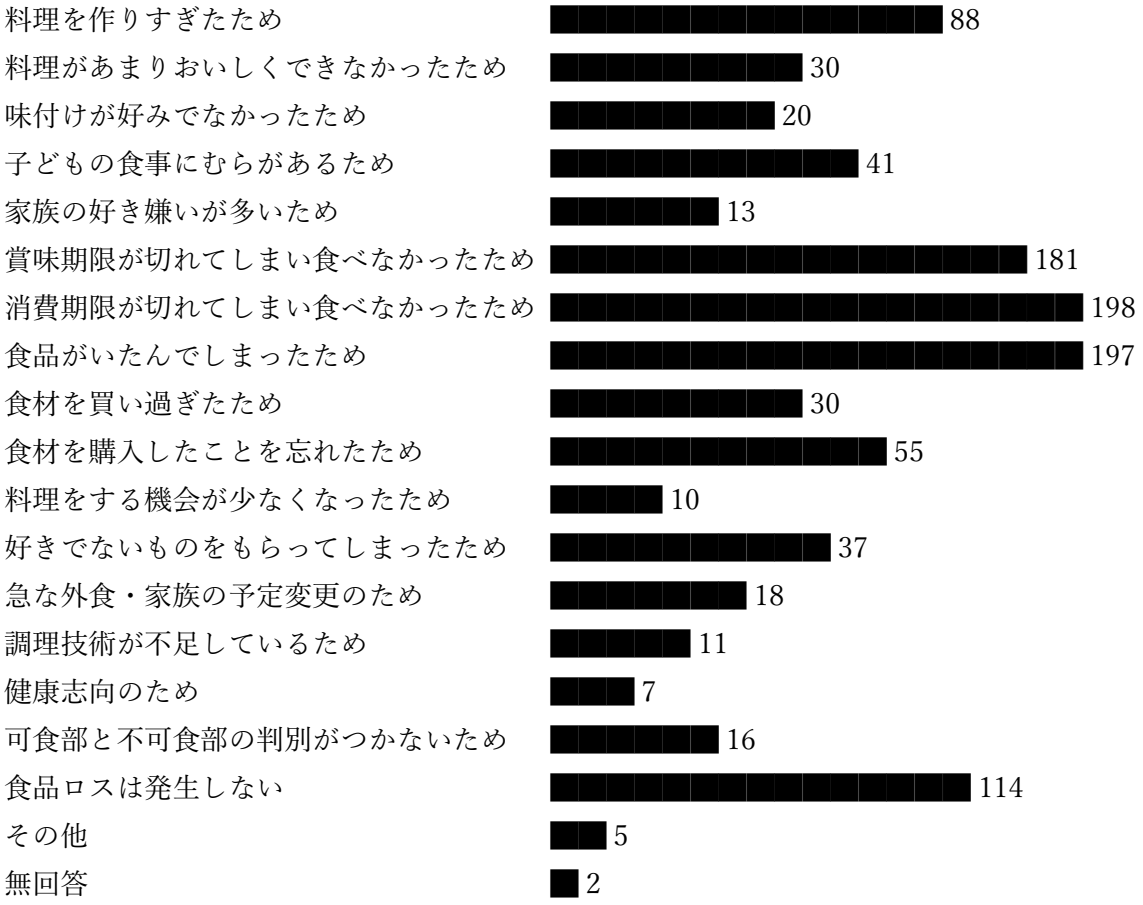
・消費期限切れ（198 名、35.4%）

・食品がいたんだ（197 名、35.2%）

・賞味期限切れ（181 名、32.3%）

これらはいずれも「未使用・手つかずの食品」に分類され、家庭内での食品管理が十分に行われていないことを示す。

また、「料理を作りすぎた」（15.7%）、「子どもの食事にむらがある」（7.3%）など、調理量の調整や家族構成に起因するロスも一定数確認された。



3-4. 食品ロス削減への取り組み状況（Q64）

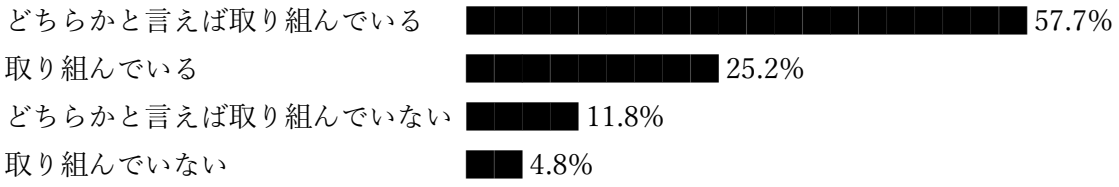
食品ロス削減への取り組み状況については、

・「取り組んでいる」25.2%

・「どちらかと言えば取り組んでいる」57.7%

と、約 83% が何らかの形で取り組んでいると回答した。

一方、「取り組んでいない」は 4.8%であり、非実践層は少数である。



3-5. 食品ロス削減の具体的取り組み（Q65）

食品ロス削減に取り組む 462 名のうち、最も多い行動は以下の通り。

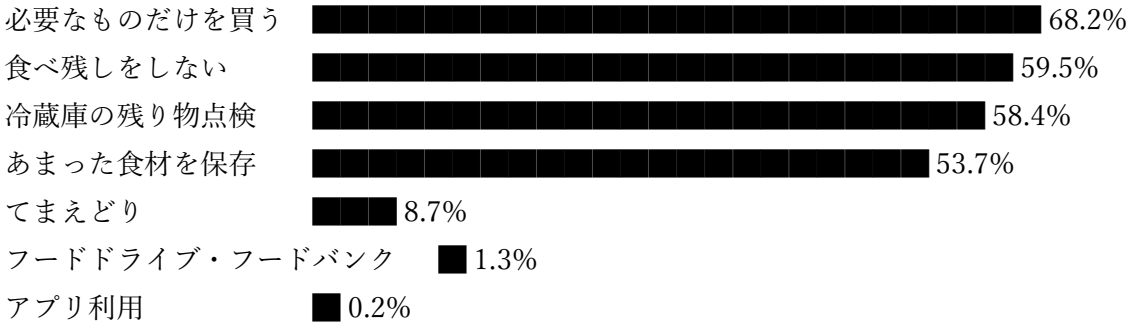
・必要なものだけを買う（68.2%）

・冷蔵庫の残り物点検（58.4%）

・食べ残しをしない（59.5%）

・あまった食材を保存（53.7%）

一方で、アプリ利用（0.2%）やフードドライブ活用（1.3%）　など、制度的な取り組みは極めて少ない。



3-6．生ごみ削減のための取り組み（Q67）

生ごみ削減に関する取り組みでは、

・水切り（69.1%）

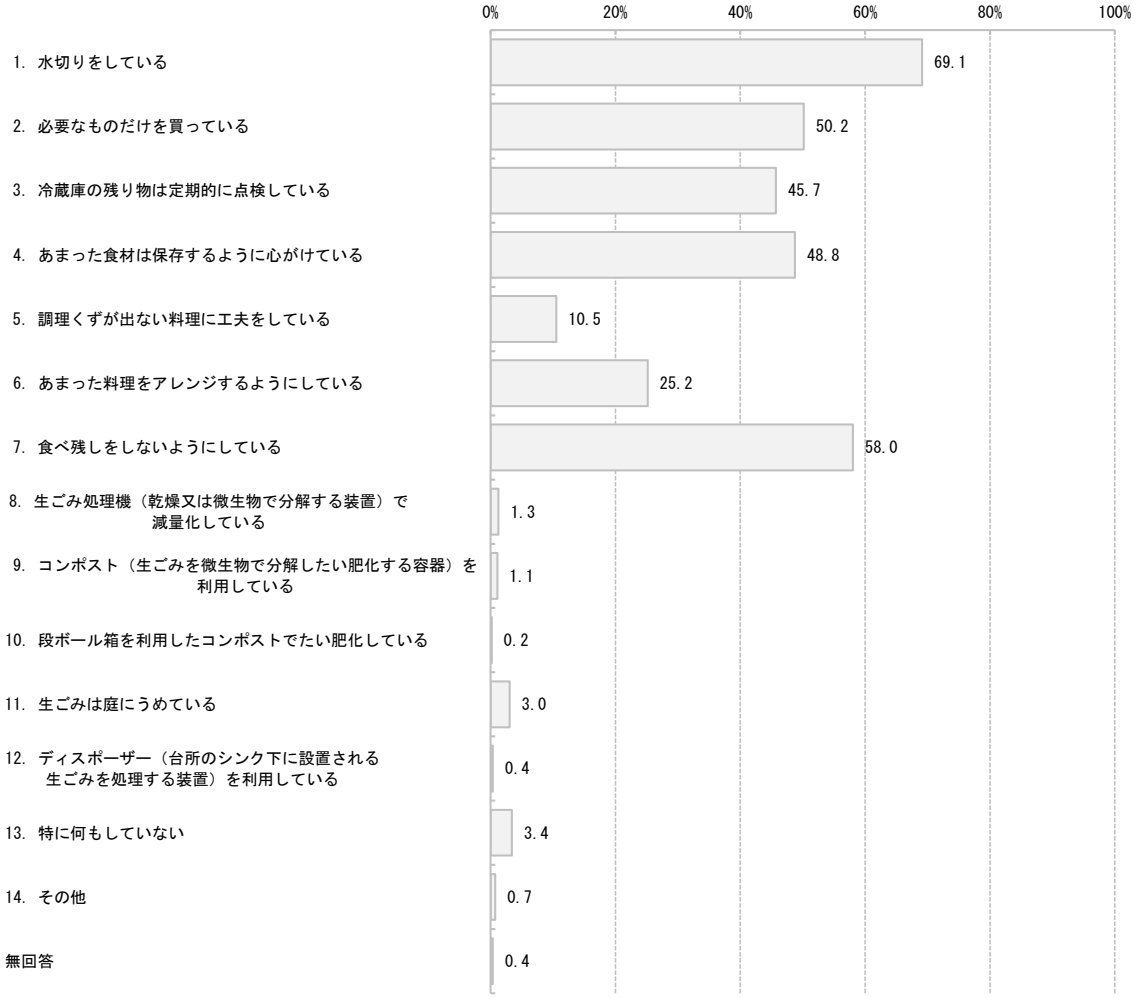
・食べ残しをしない（58.0%）

・必要なものだけを買う（50.2%）

・あまった食材の保存（48.8%）

など、日常的な行動が中心である。

一方で、生ごみ処理機（1.3%）、コンポスト（1.1%） などの設備利用は少数にとどまる。



3-7.市からのお知らせの入手方法（Q69）

食品ロス対策の広報に関わる項目として、市からのお知らせの入手方法では、

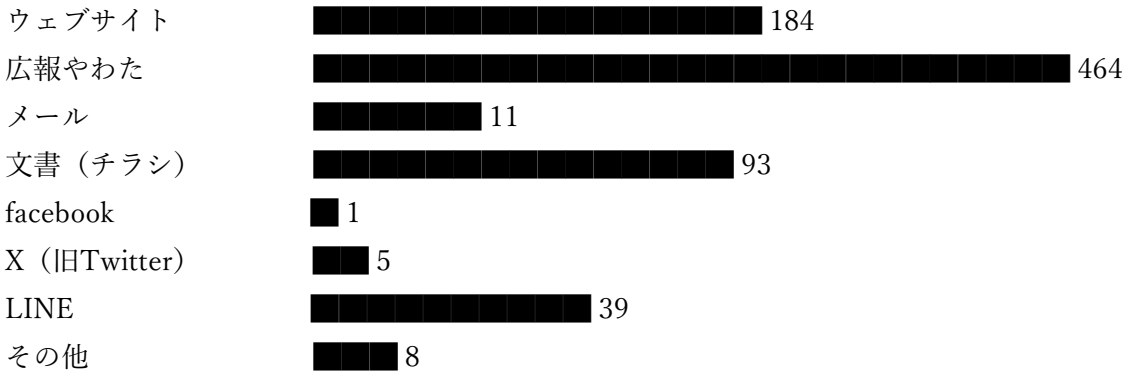
・広報やわた（82.9%）

・ウェブサイト（32.9%）

・文書（チラシ）（16.6%）

が主要であり、SNS（Facebook・X・LINE）は限定的である。

これは、食品ロス削減に関する情報提供においても紙媒体が依然として重要であることを示している。



3-8.総合考察

本調査の結果から、食品ロスに関する市民の認知度は極めて高い水準にあることが確認された。一方で、家庭内における食品ロスの実態としては、「未使用・手つかずの食品」や「賞味期限・消費期限切れ」による廃棄が最も多く、食品管理に起因するロスが中心となっていることが明らかとなった。これらの傾向は、適切な購入量の判断、在庫管理、保存方法の工夫等、日常的な食品管理行動に課題が存在することを示唆している。

また、「料理を作りすぎた」「子どもの食事にむらがある」等、調理量の調整や家族構成に関連する要因も一定数確認されており、家庭内の生活状況に応じた柔軟な対応が求められる状況にある。さらに、食品ロス削減に取り組んでいると回答した者は 8 割を超えるものの、フードドライブの活用や食品ロス削減アプリの利用といった制度的・仕組み的な取り組みは限定的であり、制度の認知度や利用のしやすさに課題があると考えられる。

生ごみ削減に関する取り組みについては、「水切り」「食べ残しをしない」「必要なものだけを買う」等、基本的な行動は広く浸透しているものの、生ごみ処理機やコンポスト等の設備利用はごく少数にとどまっている。これらの設備は導入コストや設置環境の制約が大きく、普及には一定の支援が必要であると考えられる。

加えて、市からのお知らせの入手方法としては「広報やわた」が最も多く、紙媒体が依然として主要な情報源となっている。食品ロス削減に関する施策や啓発を進めるにあたっても、紙媒体を中心とした広報が有効である一方、ウェブサイトや SNS 等のデジタル媒体は利用率が限定的であり、情報伝達手段の多様化が課題として挙げられる。

以上を総合すると、市民の食品ロスに対する意識は高いものの、実際の行動には改善の余地があり、特に食品管理の徹底、制度的取り組みの活用促進、設備利用の支援等が今後の重点課題となる。