

## アンケート調査実施報告書(市民版)

### Ⅰ アンケート調査に関する基本概要

#### Ⅰ-1. 調査の概要及び回収結果

調査期間：令和 8 年 1 月 5 日～令和 8 年 2 月 14 日

調査対象：住民基本台帳より 1,800 件を無作為抽出

|    |     |         |
|----|-----|---------|
| 市民 | 発送  | 1,800 通 |
|    | 回収  | 560 件   |
|    | 回収率 | 31.1%   |

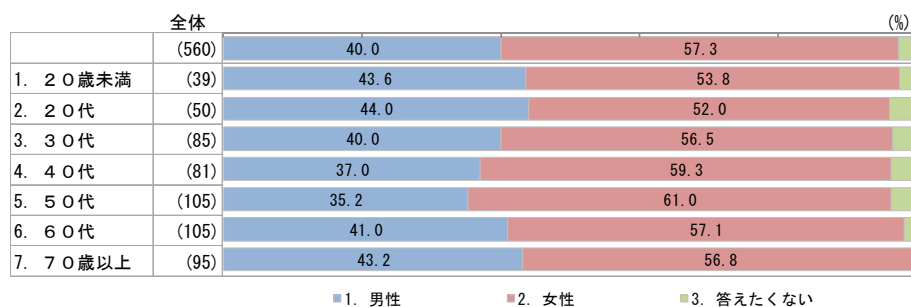
#### Ⅰ-2. 調査概要

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。

なお、回答アンケートにおいて、回答条件にそぐわない回答についてはクロス集計時の回答割合データの正確性を損なう恐れがあるため、当該設問を無効回答として扱い、集計対象から除外する。(回答件数にのみ含む)

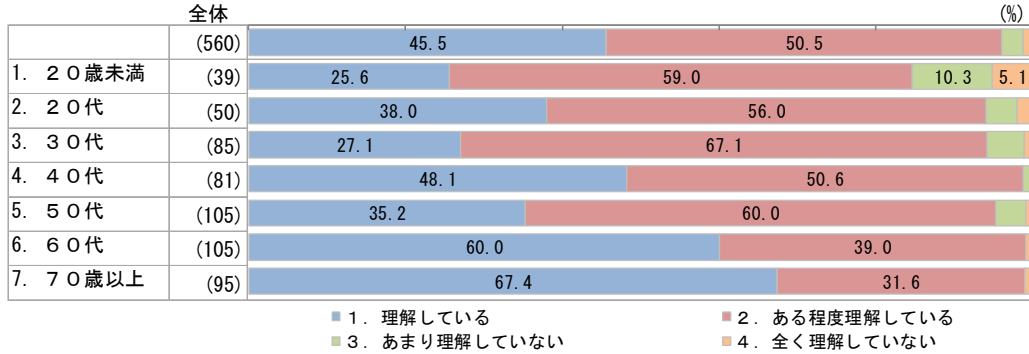
#### Ⅰ-3. 回答者属性(Q1)

##### ●年代構成



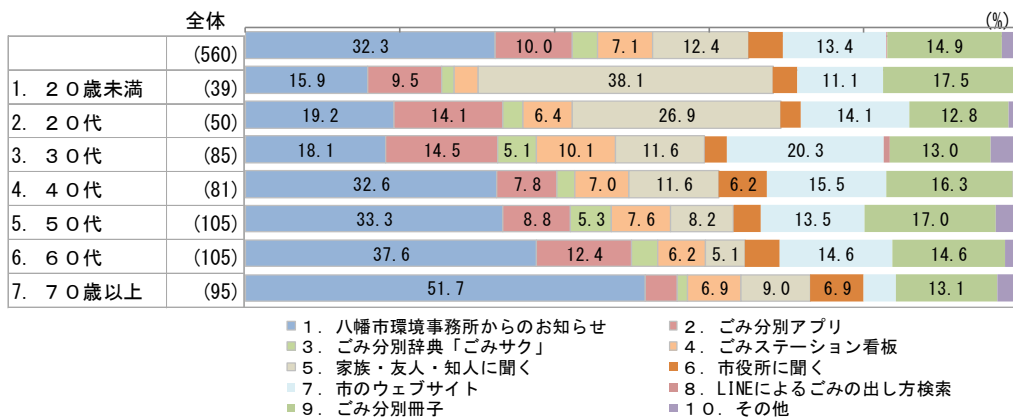
## 2 ごみ処理に関するアンケート結果(Q7-Q61)

### 2-1. ごみ分別の理解度 (Q7)

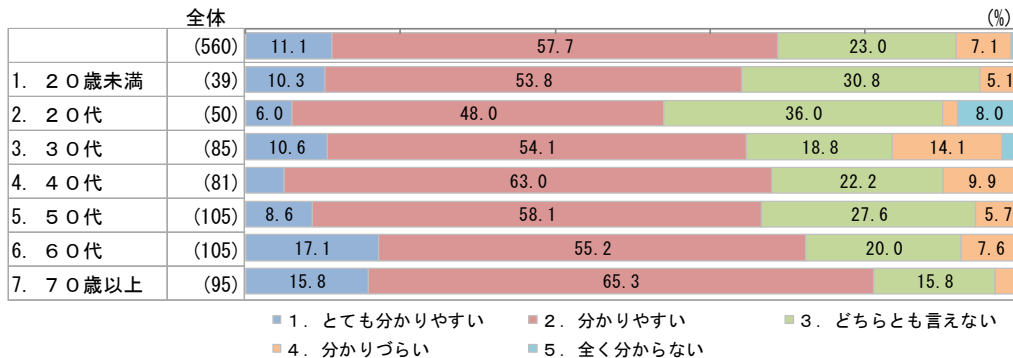


→市民のごみ分別に関する理解度は非常に高く、96%が「理解している」「ある程度理解している」と回答した。

### 2-2. 分別方法・収集日の調べ方 (複数回答可) (Q9)

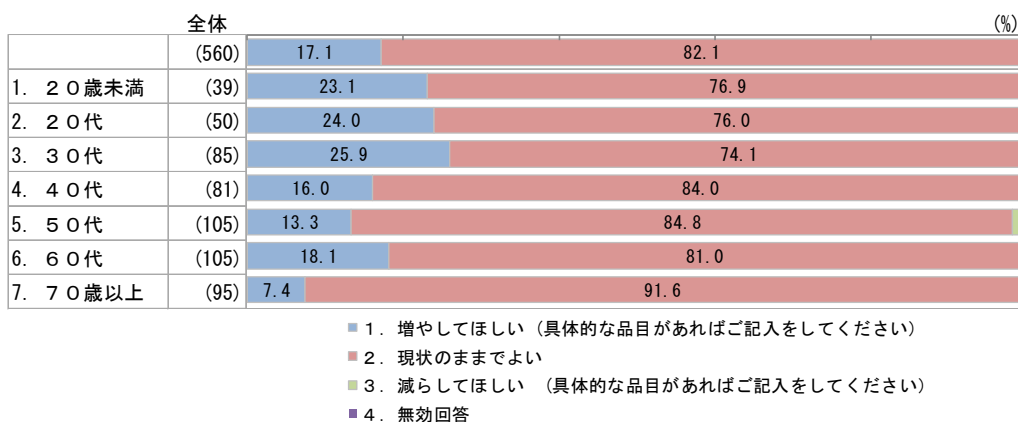


### 2-3. 収集方法・分別品目への評価 (Q10)

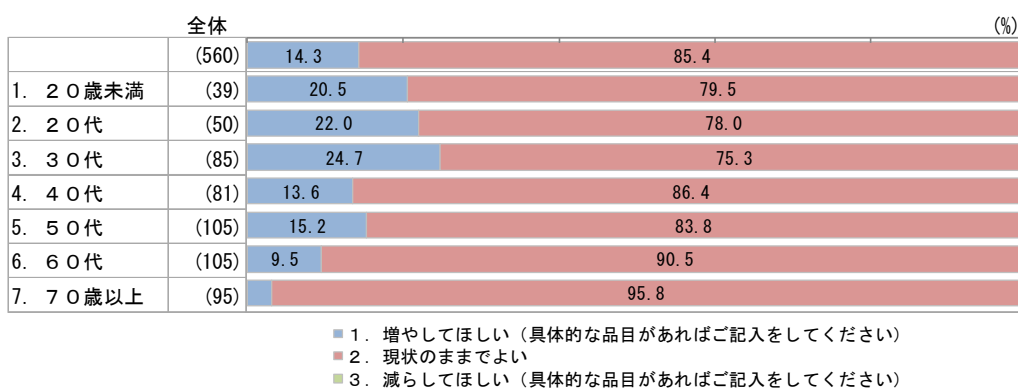


## 2-4. ごみの収集量についての評価(Q12、13)

### 【収集量】



### 【収集回数】



→ごみの収集量(Q12)および収集回数(Q13)については、いずれも8割以上の市民が「現状のままでよい」と回答しており、現行の収集体制に対する満足度は非常に高い。特に高齢層では満足度が顕著で、70歳以上では9割以上が現状維持を支持していることから、排出量が比較的少ない世帯にとって現行制度が十分に機能しているといえる。

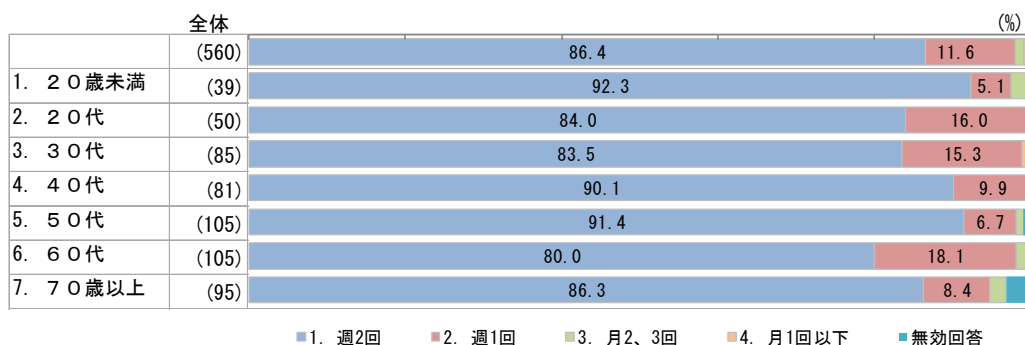
一方で、20代未満～30代の若年層では「増やしてほしい」と回答する割合が他の年代より高く、収集量・回数ともに2～3割程度が増加を希望している。これは、子育て世帯や共働き世帯が多く、ごみの発生量が多いことや、保管スペースの制約が大きいことが背景にあると考えられる。

全体として、収集量・回数に不満を持つ市民は少なく、制度は概ね適正と評価できる。ただし、若年層のニーズに応じた柔軟な対応を検討する余地があり、生活スタイルの違いに配慮した施策が今後の課題となる。

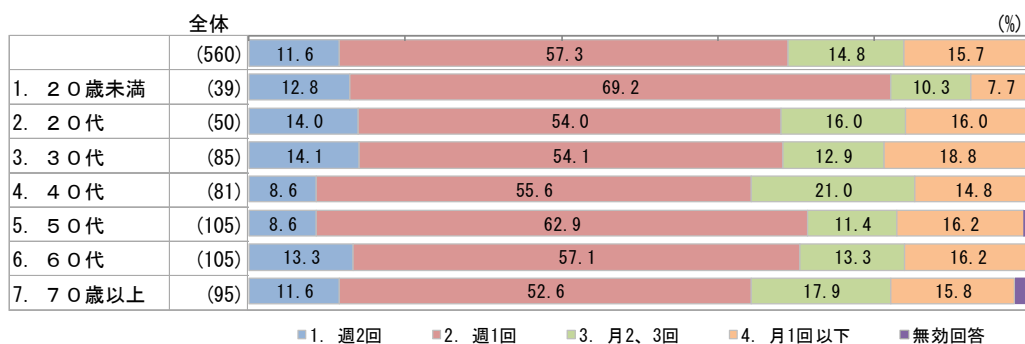
## 2-5. 家庭ごみ（燃やすごみ、燃やさないごみ、プラマーク製品、大型ごみ）の排出状況について(Q21-Q25)

### ●排出頻度

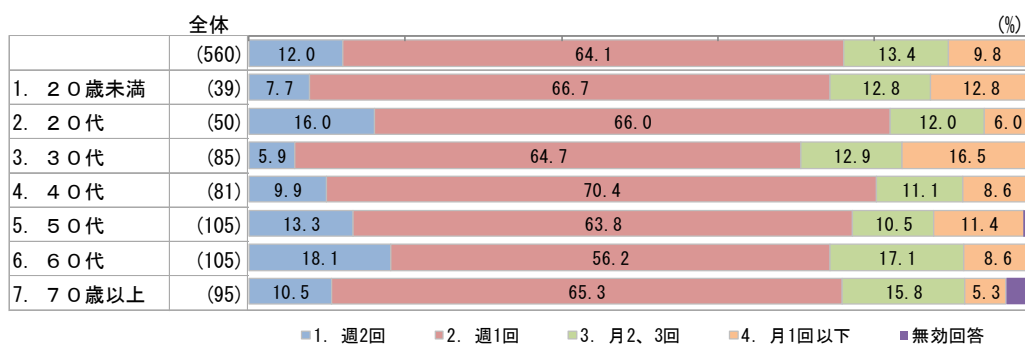
#### 【燃やすごみ】



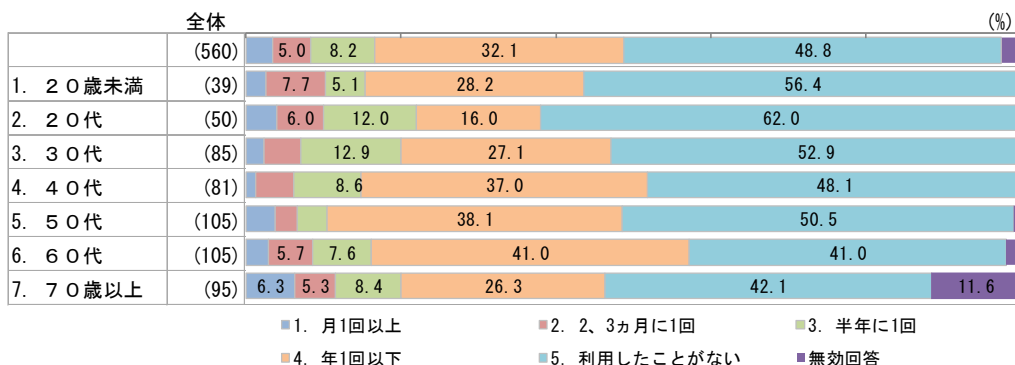
#### 【燃やさないごみ】



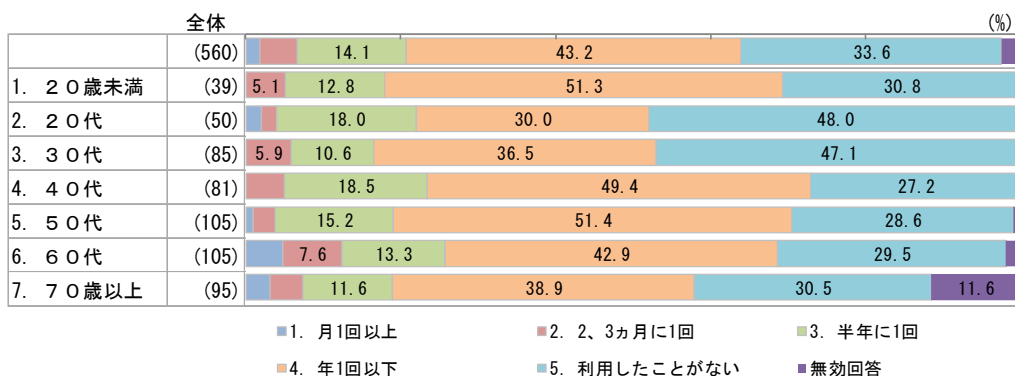
#### 【プラマーク製品】



## 【大型ごみ(収集)】



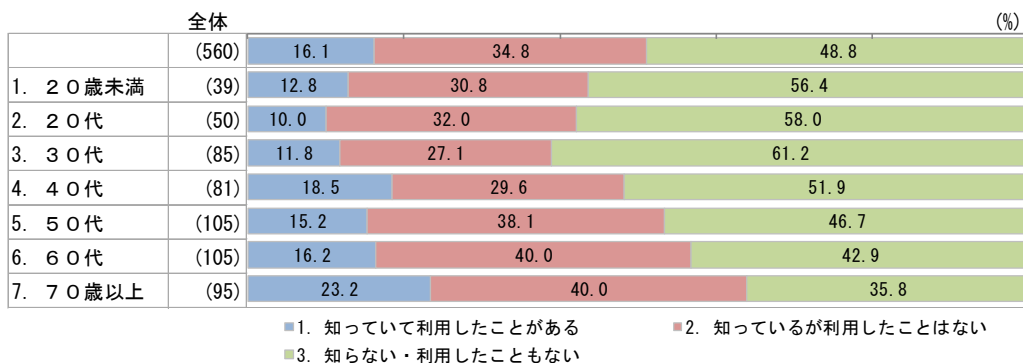
## 【大型ごみ(持込)】



→家庭ごみの排出頻度を年代別に分析した結果、燃やすごみと燃やさないごみとプラマーク製品は週1～2回の排出がほぼ全世代で定着していた。

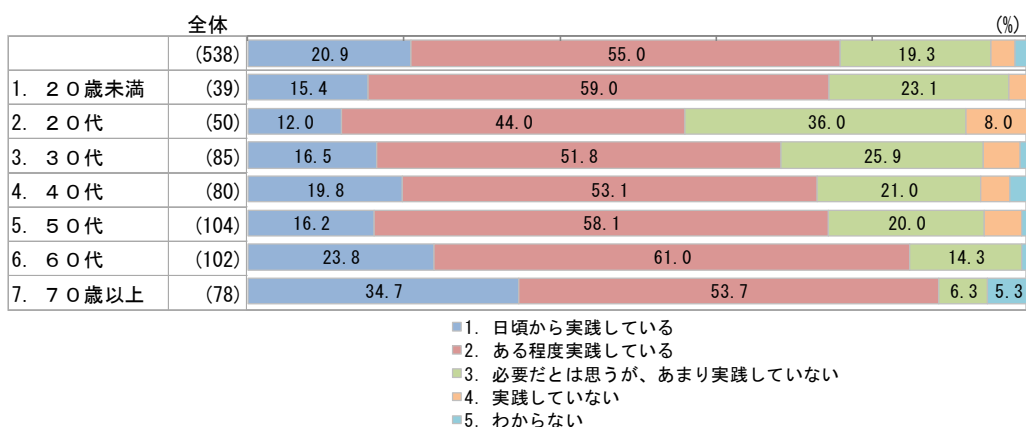
大型ごみについては、収集サービスの「利用したことがない」割合が約半数を占め、若年層ほど利用経験が少なかった。持込については「年1回以下」が最も多く、50～60代で利用が比較的多かった。

## 2-6. 拠点回収についての評価 (Q26)



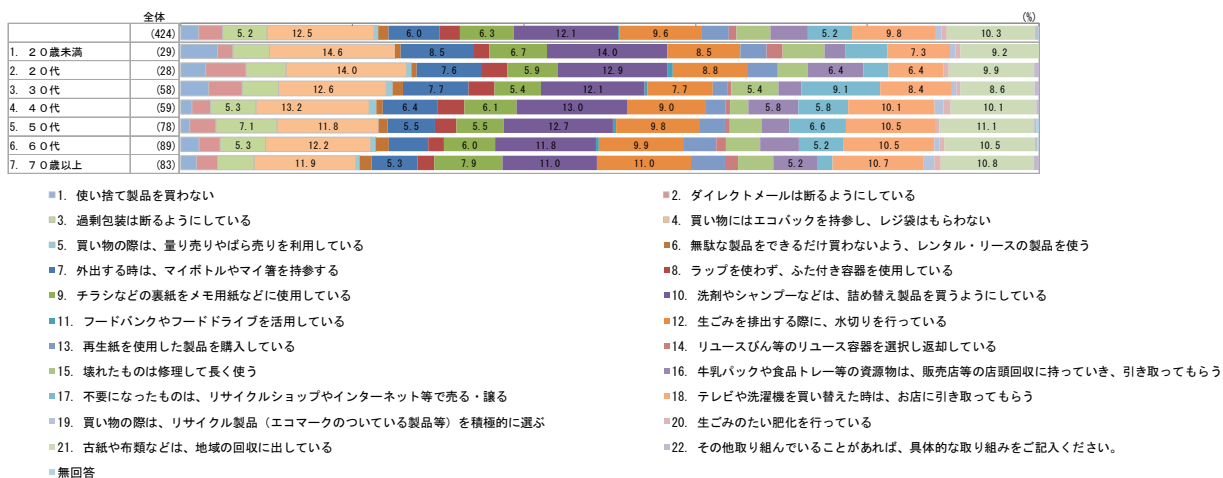
→拠点回収に対する市民の評価は、一般に利便性やアクセス性によって大きく左右される。多くの市民は「知っている」と回答する一方で、実際の利用率は限定的であることが読み取れる。

## 2-7. ごみ減量・リサイクル実施の有無 (Q27-Q30)



→全体の約76%が何らかの取り組みを行っており、市民の環境意識は比較的高いものの、「必要だと思いが実践していない」層も一定数存在し、行動に移すための具体的な支援や動機づけが必要である。

【1.日頃から実践している又は2.ある程度実践していると答えた方が実施している取り組み】

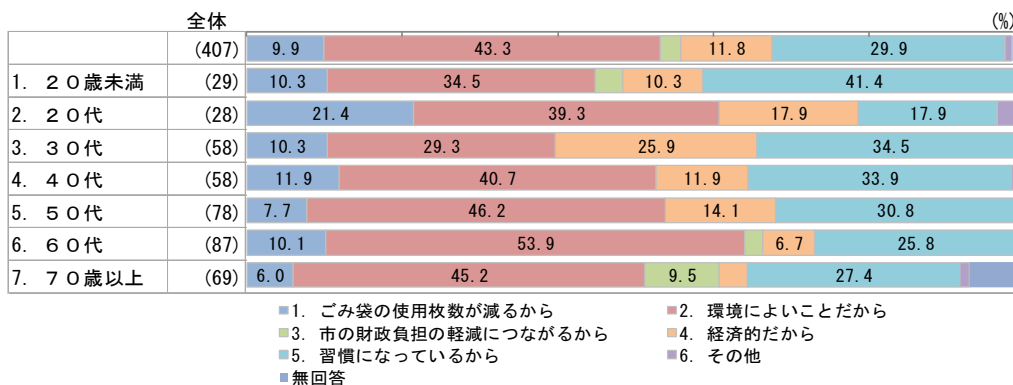


→ごみ減量に関する取り組みには年代によって特徴的な傾向がみられた。

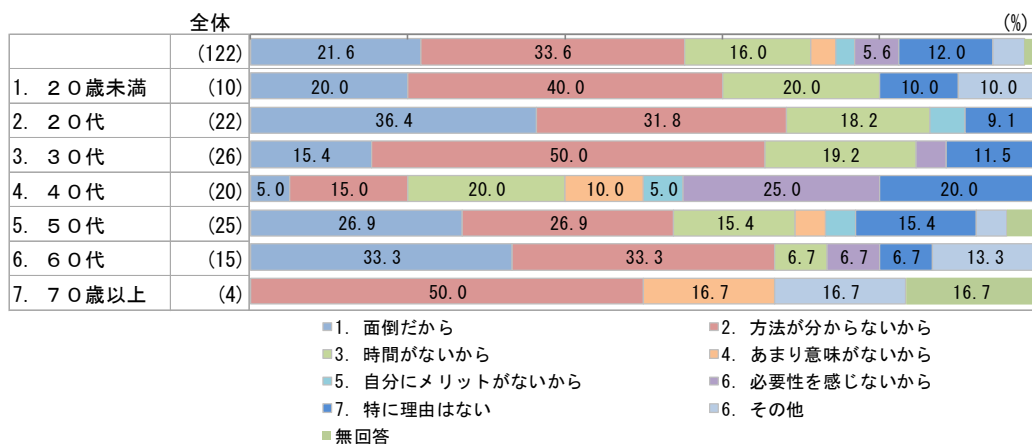
20代以下では「エコバッグの持参」が14%と比較的高い一方、「使い捨て製品を買わない」(2.9%)や「フードドライブの利用」(0.6%)など、直接的なごみ削減行動の実践率は低かった。30～40代では、「詰め替え製品の購入」(12～13%)や「外出時のマイボトルやマイ箸の持参」(6.4%、7.7%)が高く、日常生活に取り入れやすい行動が中心となっていた。

50～60代は、他の年代よりも主要な取り組みに積極的に取り組む人が多い世代であった。回答が多い取り組みは「エコバッグの持参」(約11～12%)、「電化製品を買い替えるときは引き取りを依頼」(約10%)など、幅広い行動が安定して実践されていた。70代以上では、「エコバッグの持参」や「詰め替え製品の購入」など全年代で実践率が高かった取り組みはもちろん、「古紙類・布類の地域回収」(10.8%)、「資源物の店頭回収」(5.2%)などの地域に根付いたリサイクル活動にも前向きな姿勢が見られた。

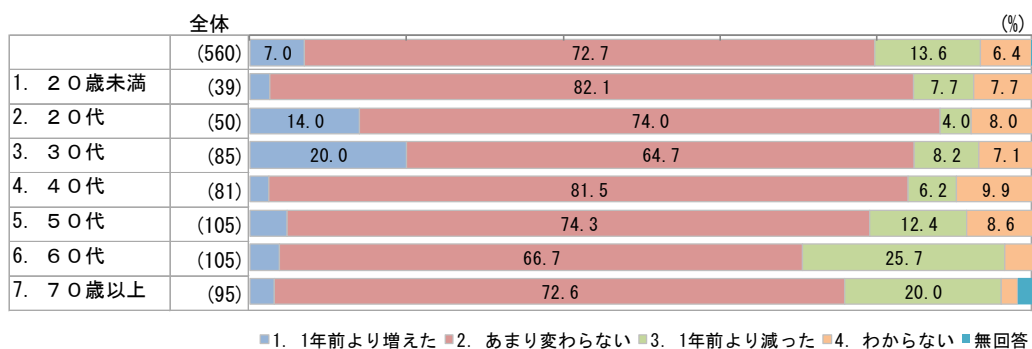
【1.日頃から実践している又は2.ある程度実践していると答えた方の取り組み理由】



【3. 必要だとは思いますが、あまり実践していない又は 4. 実践していないと答えた方の取り組み理由】



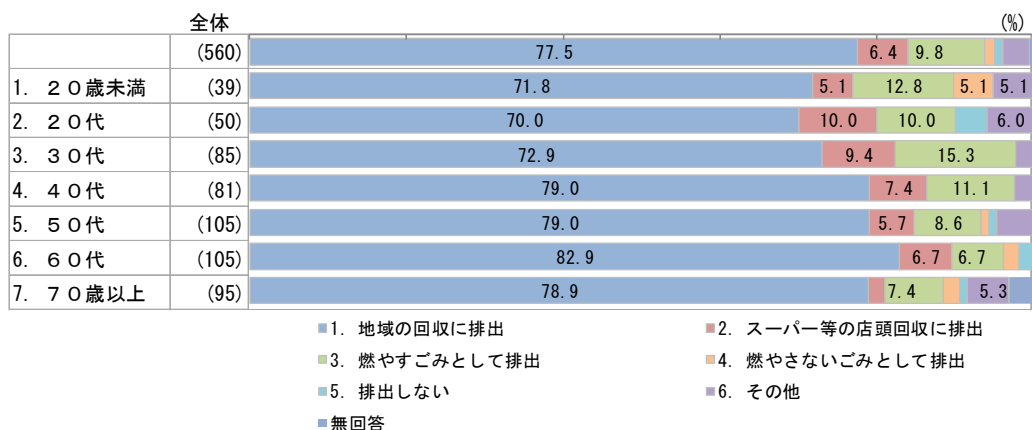
2-8. 1年間のごみ量について(Q31-Q33)



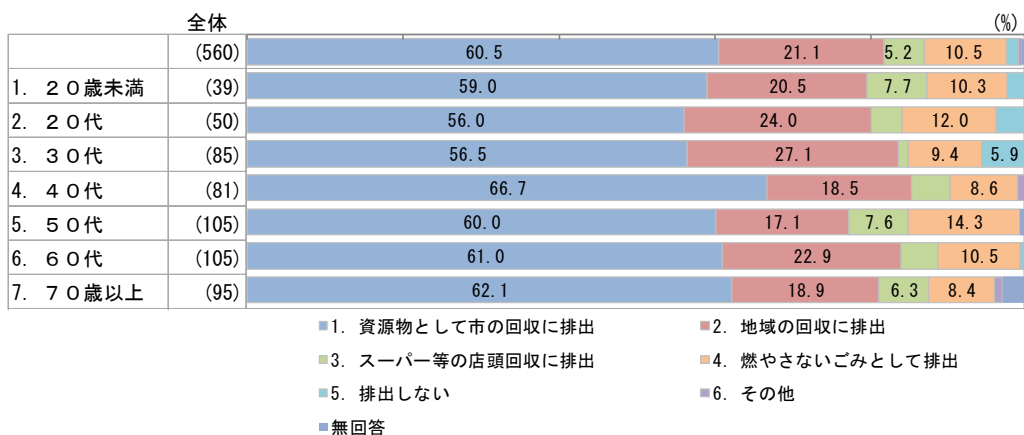
2-9. 資源物の排出方法について(Q35-Q52)

●排出方法

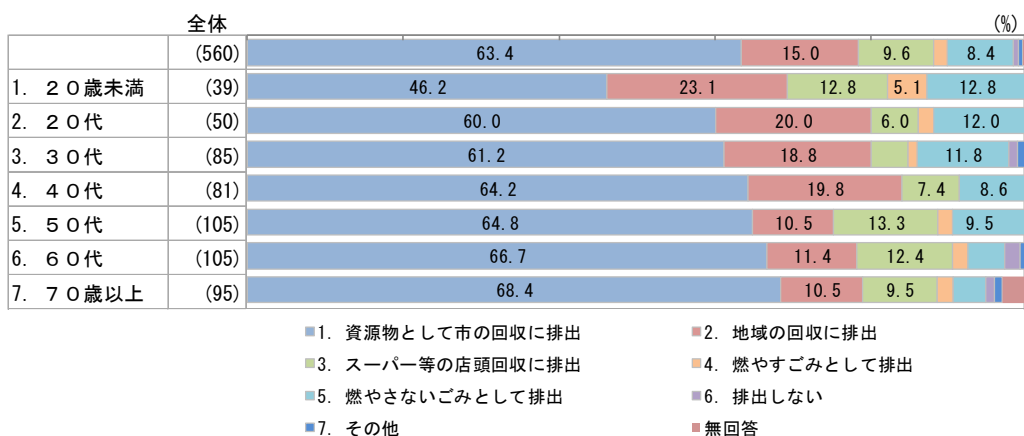
【段ボール】



## 【缶】

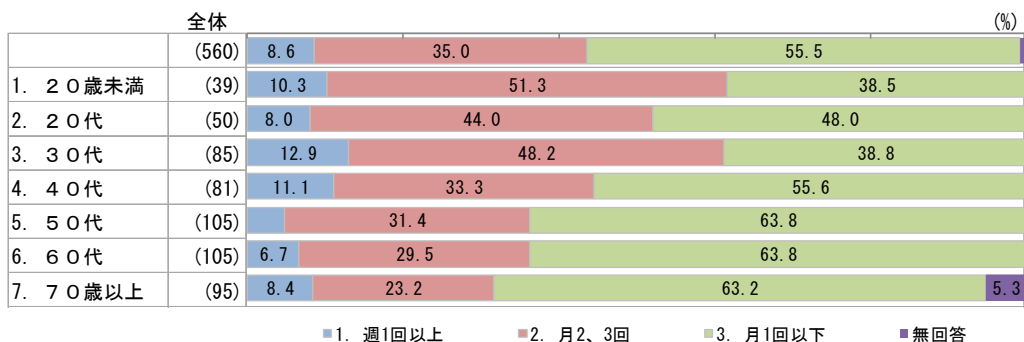


## 【ペットボトル】

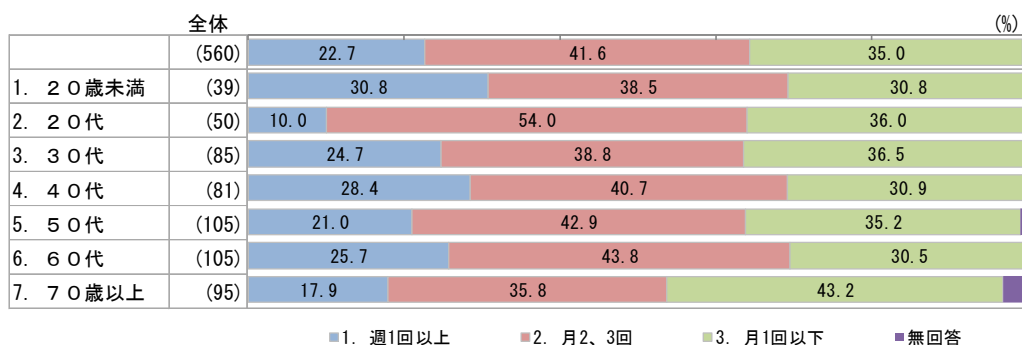


## ●排出頻度

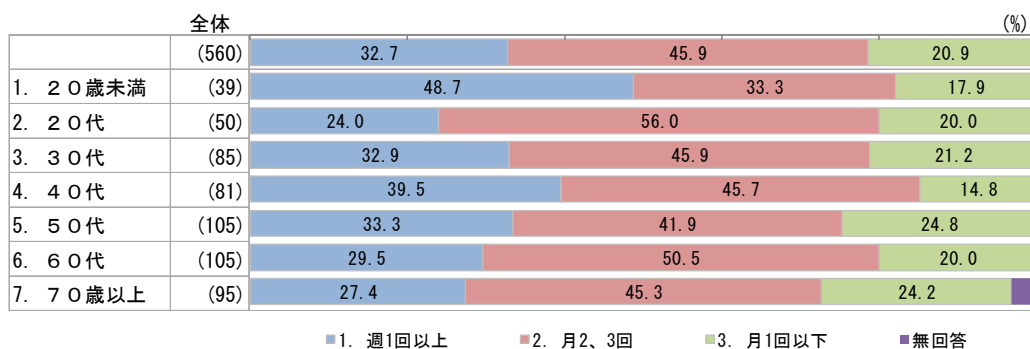
### 【段ボール】



## 【缶】



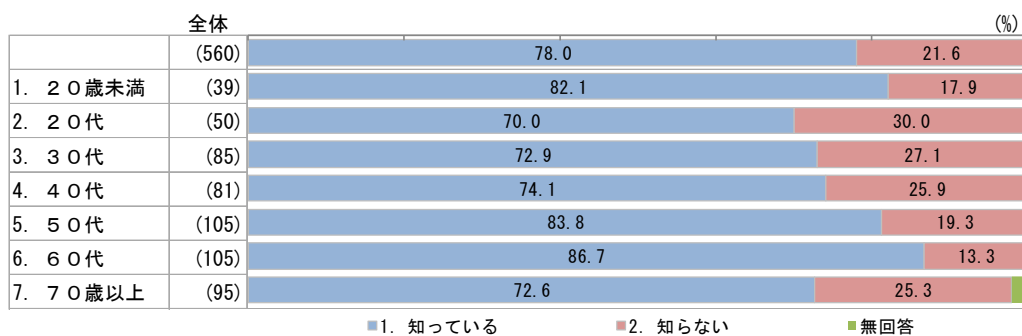
## 【ペットボトル】



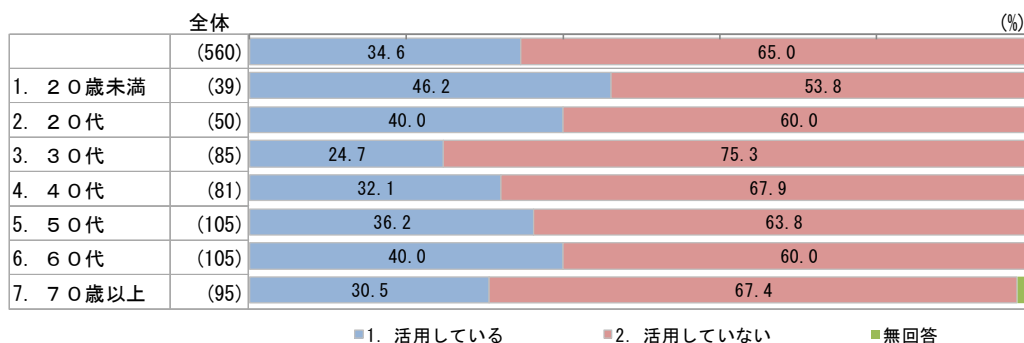
## 2-10. その他の回収方法について(Q53-Q59)

### ●店頭回収について

【資源物としての回収品目などをスーパー等の店頭回収で出せることを知っているか】

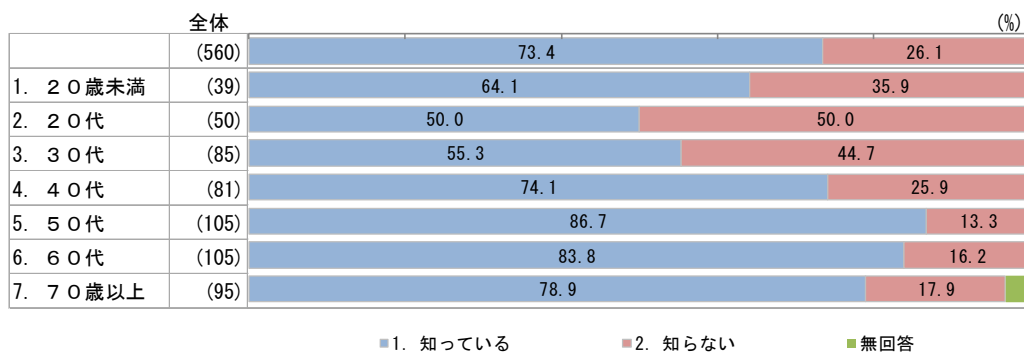


【上記の取り組みを活用しているか】

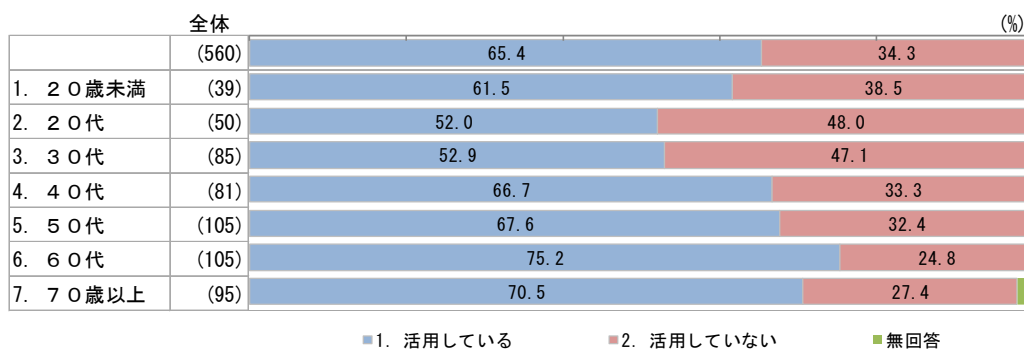


●地域回収について

【町内会、自治会やPTAなどにおける、地域の回収を知っているか】



【上記の取り組みを活用しているか】



→Q53～Q59の結果から、店頭回収に関する市民の認知と利用状況には大きなギャップが存在することが明らかとなった。まず、店頭回収の認知度は非常に高く、多くの市民が制度の存在を把握している一方で、実際の利用率は約3割程度にとどまり、認知と行動の間に大きな乖離がみられる。また、地域回収に関しては認知度、利用状況どちらも高く、市民間に制度が浸透しているといえる。

### 3 食品ロスに関するアンケート結果(Q61-Q65)

#### 3-1. 食品ロス削減について(Q61-Q65)

【1人1日あたり約103gの食べ物が食品ロスとして捨てられていることを知っているか】

| 全体       |       | %    |      |
|----------|-------|------|------|
|          | (560) | 86.3 | 12.3 |
| 1. 20歳未満 | (39)  | 89.7 | 10.3 |
| 2. 20代   | (50)  | 82.0 | 16.0 |
| 3. 30代   | (85)  | 84.7 | 14.1 |
| 4. 40代   | (81)  | 86.4 | 11.1 |
| 5. 50代   | (105) | 90.5 | 9.5  |
| 6. 60代   | (105) | 89.5 | 10.5 |
| 7. 70歳以上 | (95)  | 80.0 | 15.8 |

- 1. 「食品ロス」が多量に発生していることを知っている
- 2. 「食品ロス」という言葉は知っている
- 3. 知らなかった
- 無回答

【家庭で食品ロスが発生するのは、どのようなことが原因か】

| 全体       |       | %    |      |
|----------|-------|------|------|
|          | (560) | 8.1  | 17.0 |
| 1. 20歳未満 | (39)  | 7.4  | 16.2 |
| 2. 20代   | (50)  | 5.6  | 23.6 |
| 3. 30代   | (85)  | 12.4 | 17.8 |
| 4. 40代   | (81)  | 8.8  | 19.6 |
| 5. 50代   | (105) | 9.0  | 14.2 |
| 6. 60代   | (105) | 9.0  | 20.4 |
| 7. 70歳以上 | (95)  | 9.9  | 17.1 |

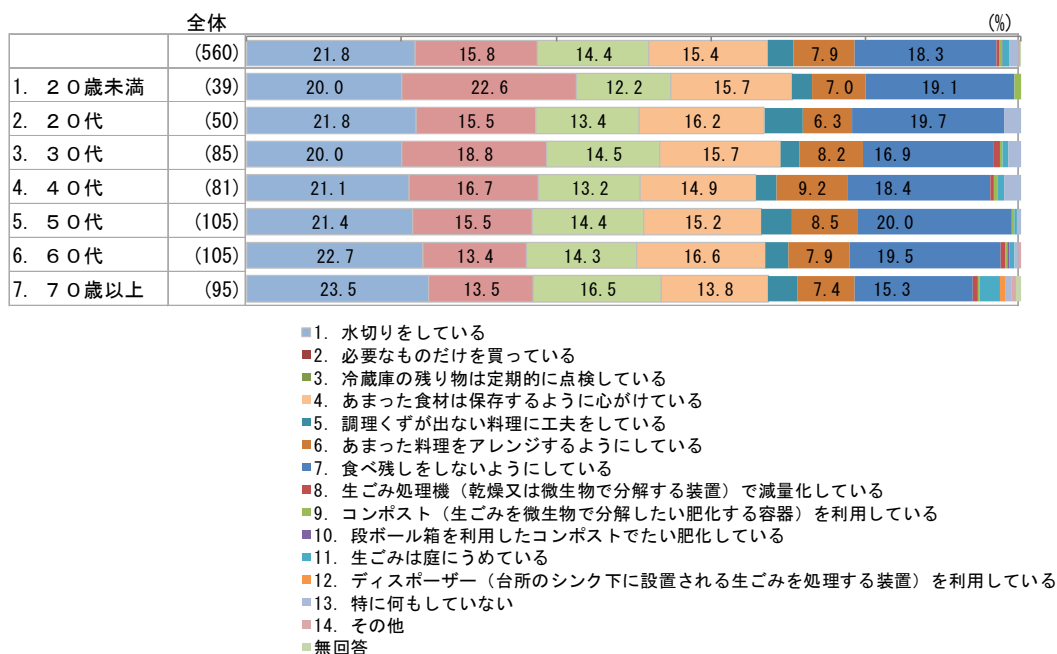
- 【食べ残し】1. 料理を作りすぎたため
- 【食べ残し】2. 料理があまりおいしくできなかったため
- 【食べ残し】3. 味付けが好みでなかったため
- 【食べ残し】4. 子どもの食事にむらがあるため
- 【食べ残し】5. 家族の好き嫌いが多いため
- 【未使用・手つかずの食品】6. 賞味期限が切れてしまい食べなかったため
- 【未使用・手つかずの食品】7. 消費期限が切れてしまい食べなかったため
- 【未使用・手つかずの食品】8. 食品がいたんでしまったため
- 【未使用・手つかずの食品】9. 食材を買い過ぎたため
- 【未使用・手つかずの食品】10. 食材を購入したことを忘れたため
- 【未使用・手つかずの食品】11. 料理をする機会が少なくなったため
- 【未使用・手つかずの食品】12. あまり好きでないものをもらってしまったため
- 【未使用・手つかずの食品】13. 急な外食があったため又は家族の予定がかわったため
- 【過剰除去】14. 調理技術が不足しているため
- 【過剰除去】15. 健康志向のため
- 【過剰除去】16. 食べられる部分と食べられない部分の判別がつかないため
- 17. 食品ロスは発生しない
- 18. その他
- 無回答



## 4 生ごみの減量に関するアンケート結果(Q67)

### 4-1. 生ごみの減量について(Q67)

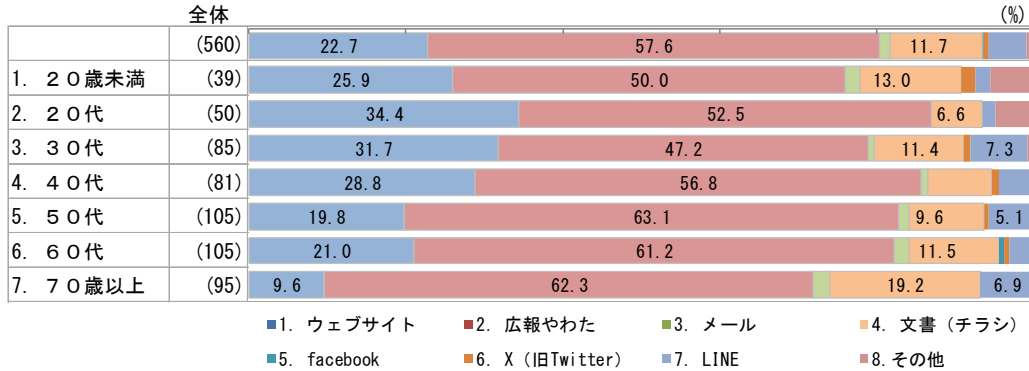
【家庭で生ごみを減らすために行っていること】



→Q67 では、生ごみ削減に向けた市民の取り組みとして、「水切り」「食べ残しをしない」「必要な分だけ購入する」といった日常的で取り入れやすい行動が広く実践されていることが分かった。一方で、生ごみ処理機やコンポストの利用といった設備を伴う取り組みはごく少数にとどまり、導入コストや設置スペースなどの制約が普及を妨げていると考えられる。

## 5 市からのお知らせに関するアンケート結果(Q69)

### 5-1. 市からのお知らせの取得方法(Q69)



→Q69の結果からは、市からのお知らせの入手方法として「広報やわた」が最も多く、全体の約6割を占めるなど紙媒体が主要な情報源となっていることが示された。一方で、ウェブサイトの利用も全体の約2割強に達し、特に20代・30代では3割以上と高く、若年層ほどデジタル媒体の活用が進んでいる傾向がみられる。SNSではLINEやX(旧Twitter)の利用が一部世代で確認されるものの、全体では限定的であり、高齢層では紙媒体への依存が顕著である。世代間で情報入手手段に明確な差があり、若年層はオンライン中心、高齢層は紙中心という構図が浮き彫りとなった。

## 6 総合考察

### 6-1. 自由記述評価

本調査の自由記述の分析から、市民の分別に関する課題は、特定品目の知識不足だけではなく、分別制度の構造や判断基準の分かりにくさ、例外品目への対応、情報提供の方法、日常生活での認知行動など、複数の要因が重なって生じていることが明らかとなった。

#### Q7～Q10:ごみの分別状況

市民が迷いやすい品目は特定の領域に集中しており、電池類・スプレー缶・刃物・汚れたプラ容器・小型家電・布製品など、素材が複合的な品目や特別な配慮が必要な品目が多かった。また、土・砂利・乾燥剤・使い捨てカイロなど、日常的に発生するが区分が分かりにくい品目も繰り返し挙げられた。

さらに、「どの程度の汚れなら資源に出せるか」「素材の見分け方が分からない」など、分別の判断基準そのものに関する疑問も多く、判断のよりどころが十分共有されていない状況がうかがえた。加えて、迷った際に参照する情報が使いやすい形で提供されていないとの指摘もあり、排出場面で即時に確認できる情報環境の不足が課題として浮かび上がった。

#### Q61～Q65:食品ロスの取り組み状況

食品ロスに関しては、「必要量のみ購入」「寄付先の情報が欲しい」などの意見が寄せられ、ごみの発生抑制への意識が一定程度広がっていることが確認された。一方で、保存方法や期限表示の理解不足が廃棄につながる可能性も示され、食品ロス削減に向けた情報提供の必要性が示唆された。

#### Q69:市に対する意見

また、「リユースの仕組みを増やしてほしい」「資源化のメリットを分かりやすくしてほしい」など、減量・資源化に関する前向きな意見も多く、市民の関心は分別にとどまらず、再利用・資源循環へ広がっていることが分かった。

今後は、判断基準の明確化、迷いやすい品目の具体例提示、検索しやすい情報提供の強化に加え、食品ロス削減やリユース促進など、ごみ発生抑制と資源化を一体的に進める施策が求められる。これにより、市民の理解と行動が促進され、適正排出・処理効率化・資源循環の推進につながることを期待される。

## 6-2.総評

本調査では、市民のごみ分別・資源物回収に関する理解度や行動実態、さらに食品ロスに関する意識と取り組み状況を把握し、今後の施策立案に資する基礎資料を得ることを目的として実施したものである。回答者 560 名から得られた結果を総合的に分析したところ、市民の環境意識は概して高い水準にある一方、行動の実践度や制度利用の状況には一定の課題が存在し、改善に向けた具体的な方向性が示唆された。

まず、ごみ分別に関する理解度については、回答者の約 96%が「理解している」または「ある程度理解している」と回答しており、分別ルールは広く浸透していることが確認された。収集方法の分かりやすさについても 7 割以上が肯定的に評価しており、現行制度は市民に概ね受容されているといえる。これは、長年にわたり市が取り組んできた周知啓発の成果が一定程度現れているものと考えられる。

情報入手手段に着目すると、ウェブサイトはもちろん、環境事務所からのお知らせや冊子、広報紙など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、紙媒体の有効性は引き続き高いと考えられる。一方で、アプリや LINE などのデジタルツールの利用は限定的であり、若年層を含む幅広い世代に向けた情報提供手法として十分に活用されているとは言い難い。今後は、紙媒体の利点を維持しつつ、デジタル媒体の利便性向上や利用方法の周知、ユーザーインターフェースの改善など、利用促進に向けた取り組みが必要である。人口構造の変化を見据えると、紙媒体とデジタル媒体を併用したハイブリッド型の情報提供体制の構築が不可欠となる。

資源物の排出状況については、雑誌・段ボール・新聞紙などの紙類は地域回収が広く利用されており、地域コミュニティの活動が資源物回収において重要な役割を果たしていることが確認された。一方で、排出頻度は品目によって大きく異なり、ペットボトルや紙パックなど日常的に発生する品目は排出頻度が高いのに対し、発生が限定的な段ボールは家庭内で一定期間保管したうえで排出する“ストック型”の行動が一般的であることが明らかとなった。

これらの行動特性を踏まえ、回収頻度や回収方法の見直しを検討する余地がある。

店頭回収については、認知度が非常に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は、「面倒」「持ち込みが困難」といった利便性に関する課題が多く挙げられており、制度の存在を知っていても行動に移すまでのハードルが高いことがうかがえる。したがって、店頭回収の利用促進には、単なる制度周知にとどまらず、回収拠点の拡充、実施店舗の明確な案内、持ち込みやすい動線の確保など、行動の負担を軽減する環境整備が不可欠である。

ごみ減量・リサイクルに関する実践状況では、約 76%が何らかの取り組みを行っており、市民の意識は比較的高い水準にある。特に、エコバッグの持参、詰め替え製品の購入、生ごみの水切り、古紙・布類の地域回収への排出など、日常生活に取り入れやすい行動が広く実践されている。一方で、量り売りの利用、リユースびんの返却、たい肥化、フードバンク活用など、制度的・高度な取り組みは実施率が低く、制度の認知度向上や利用環境の整備が課題である。これらの行動は個人の意識だけでなく、制度設計やインフラ整備に大きく依存するため、行政による支援が不可欠である。

食品ロスに関する調査では、認知度は極めて高く、約 86%が「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。しかし、家庭内で発生す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」が最多であり、食品管理に起因するロスが中心であることが明らかとなった。適切な購入量の判断、在庫管理、保存方法の工夫など、日常的な食品管理行動の改善が求められる。また、食品ロス削減への取り組みは 8 割以上が実践しているものの、フードドライブやアプリ利用など制度的取り組みはほとんど活用されておらず、制度の認知度や利用のしやすさに課題がある。生ごみ削減においても、水切りや食べ残し防止など基本的行動は広く浸透しているが、生ごみ処理機やコンポストの利用はごく少数であり、導入支援や環境整備が求められる。

以上を総合すると、市民の環境意識は高く、基本的な分別・減量行動は広く定着しているものの、さらなるごみ分別の徹底、店頭回収の利用促進、食品管理の改善、制度的取り組みの活用など、行動のしやすさに関わる領域には改善の余地がある。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、利便性向上に向けた環境整備、食品管理を支援する仕組みづくりなどを進めることで、市民のさらなる協力と行動変容を促し、持続可能な循環型社会の形成に寄与することが期待される。