

◆飲料用紙パックのリサイクル行動調査◆

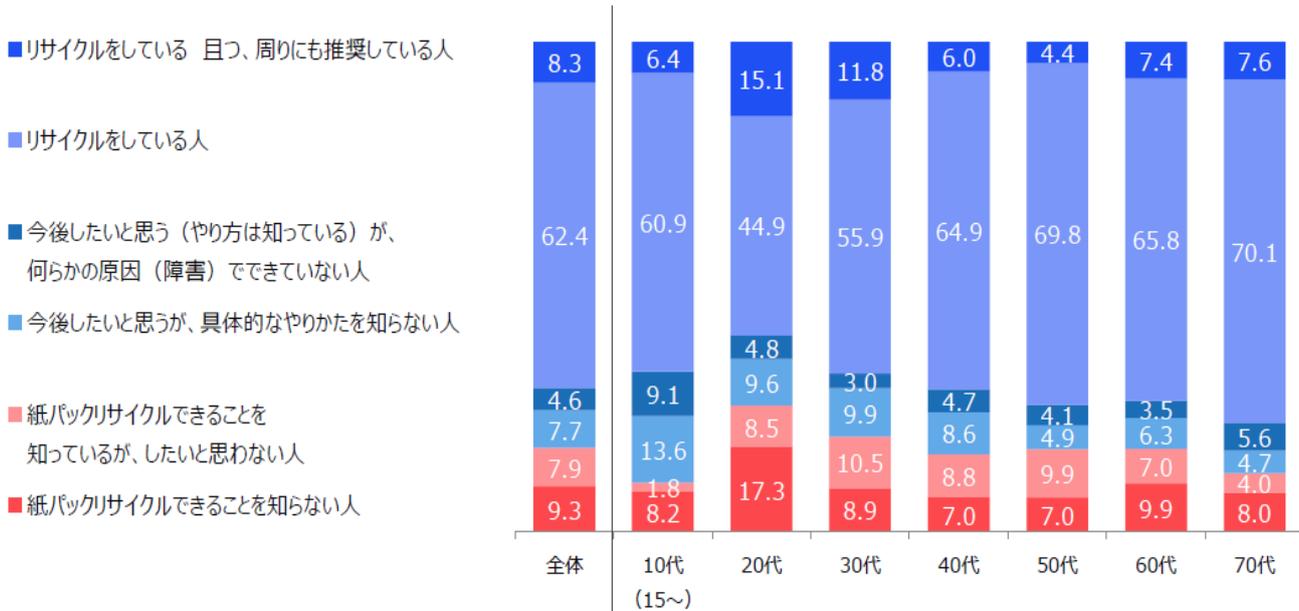
(2022年度消費者インターネット定量調査概要)

調査目的	: 紙パックリサイクルに対する消費者セグメント構造（行動パターン）を把握し、回収率向上に向けて現在行っている施策の見直しや改善方向性の示唆を得るために本調査を実施しました。
調査期間	: 2022年7月4日～2022年7月6日
調査エリア	: 1都6県（東京、神奈川、埼玉、千葉、茨城、栃木、群馬）
調査対象者	: 15～79歳の男女 計2,000人 ※家庭で紙パック飲料を月1回以上使用（飲用又は料理等）するために購入している人
調査機関	: 株式会社クロス・マーケティング

【1】紙パックリサイクルの状況について（年代別）

紙パックを購入している人のうち、約70%がリサイクルしていると回答し、年代が高くなるにつれ、リサイクルをしている人の比率が高くなる傾向でした。また、20代は「リサイクルできることを知らない」比率が他年代よりも高い一方で、「リサイクルを周りにも推奨している」というリサイクル意識が高い層も多い結果となりました。

紙パックリサイクル状況（6セグメント）

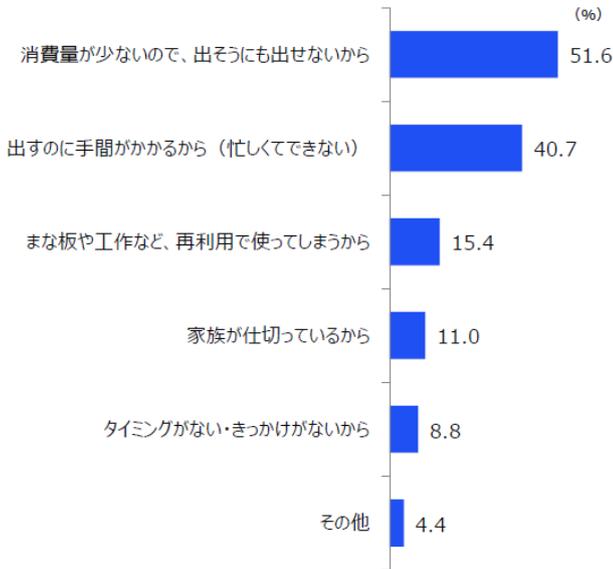


【2】紙パックリサイクルのやり方は知っているができていない理由

紙パックリサイクルのやり方を知っているにもかかわらず、リサイクルに出さない理由としては「消費量の少なさ」いう点が一番多いが、「手間がかかる」というのが次に高い結果となりました。また、どこに一番手間がかかるか調査したところ、「洗った後切り開くこと」が最も多く、次いで「乾かすこと」「保管するこ

と」など、洗う以外の追加作業を手間と感じている傾向でした。

リサイクルに出さない理由



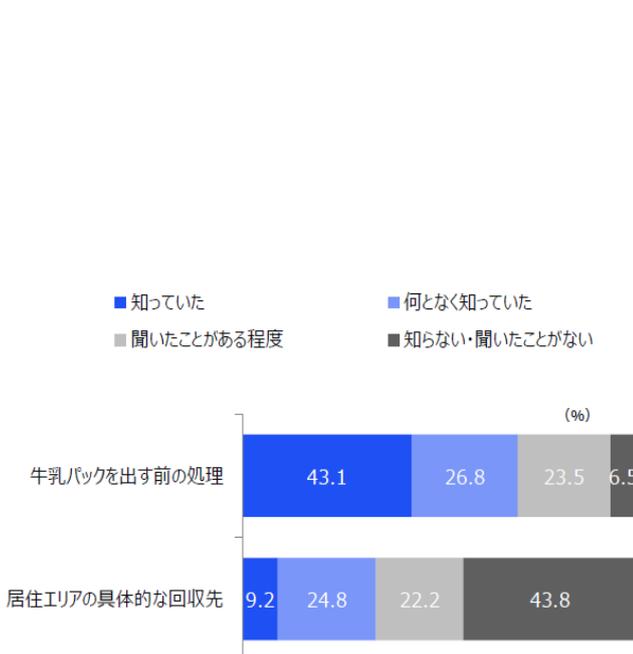
手間がかかると思う内容



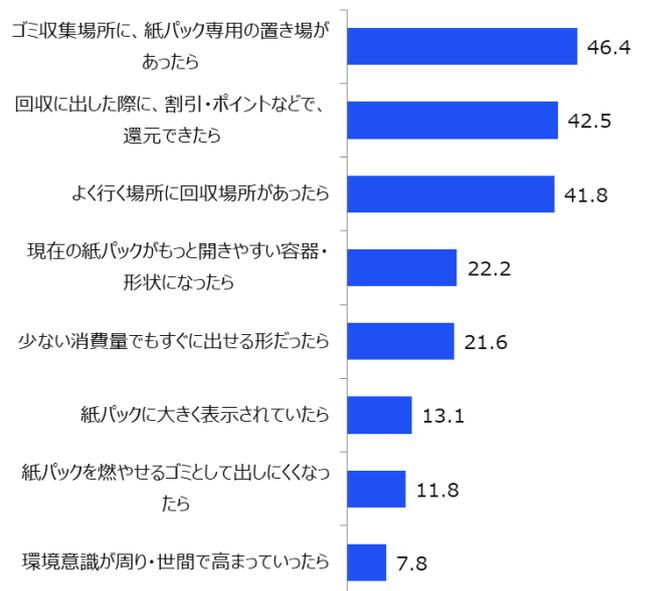
【3】紙パックリサイクルをしたいがやり方を知らない人の認知状況

紙パックリサイクルのやり方を知らない人は、「紙パックを出す前の処理方法」より「居住エリアの具体的な回収先」を知らない人が多い傾向でした。また、同じ人に対してどのようなことがあったらリサイクルに出すと思うか調査したところ、「ごみ収集場所に紙パック専用の置き場があったら」という意見が一番多い結果となりました。

処理方法の認知内容



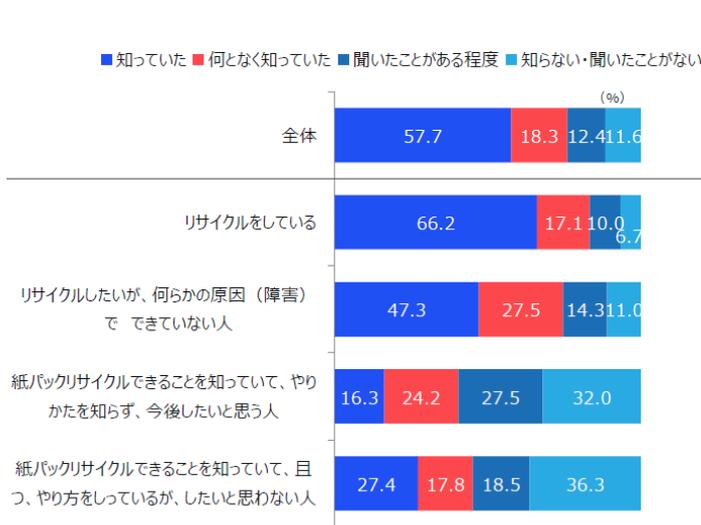
どのようなことがあったらリサイクルへ出すと思うか



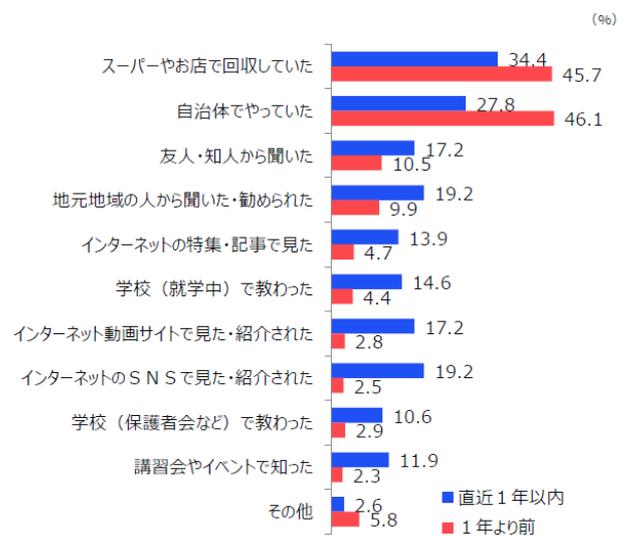
【4】紙パックリサイクルを始めたきっかけ、雑がみと分けることの認知状況

紙パックリサイクルをしている人の中にも、雑がみ・雑誌・新聞とは分けて出す必要があることを認知していない人が一定数（約17%）存在していました。また、紙パックリサイクルをしている人に対して、リサイクルを始めたきっかけについて調査したところ、1年より前から行っている人はお店や自治体の影響がほとんどであったものの、直近1年以内にリサイクル始めた人は、動画やSNSが情報源となっているケースも多く見られました。

雑がみ、雑誌、新聞とは分けて出す必要があることの認知



紙パックリサイクルを始めたきっかけ



【容環協の所感（調査結果を受けて）】

- ▶ 調査対象が異なるため単純比較は出来ないものの、2021年度の使用済紙パックの回収率が29.5%であったのに対し、本アンケートにて紙パックをリサイクルしていると回答した人は約70%と、かなり大きな差がありました。この乖離の原因について、今後調査することが必要と考えています。
- ▶ 「紙パックリサイクルをしている」と回答した人の中にも、雑がみや雑誌、新聞と混ぜて出している人が一定数存在する可能性が示唆されました。容環協としては、正しい出し方についてこれからも継続的に啓発していくとともに、自治体との対話を通じて課題解決に寄与していきたいと考えています。
- ▶ 直近1年以内に紙パックリサイクルを始めたきっかけとして、出前授業やリサイクル講習会、地域のイベントなどに加えて、インターネットの動画サイトやSNSが情報源となっているケースも多い傾向でした。環境意識の向上の一助にするべく、各種メディアを媒体とした拡散性のある啓発方法に今後も取り組みたいと考えています。

容環協は、本調査を定期的の実施し、客観的・数値的な視点で課題や問題点を抽出して、今後の活動に反映していきたいと考えています。