

市民意向調査(アンケート調査)業務

1. 調査の概要

市民の家庭ごみ処理に対する意識や考え等を調査し、一般廃棄物処理基本計画の見直しに向けて、今後の家庭系ごみ政策のあり方検討の基礎資料とすることを目的として実施した。

(1)調査対象

市内在住の 18 歳以上の市民 1,500 人（郵送方式）

(2)調査方法

郵送方式：無作為抽出、回答方法は郵送及び WEB 回答のいずれかを選択

(3)調査期間

令和 6（2024）年 9 月 4 日～令和 6 年 9 月 30 日

(4)調査内容

本調査で設定した設問の一覧を表 1.1～表 1.2（次頁）に示す。主な調査結果は、設問ごとに単純集計を行うとともに、前回の令和 3（2021）年度調査と共通の設問は過年度との比較（前々回の平成 26（2014）年度調査も共通の場合は合わせて比較）を行った。

(5)回収結果

有効調査票数：郵送回答 462 票、WEB 回答 276 票、合計 738 票 回収率：49.4%

※1500 通発送のうち、転移等により 6 通無効

表 1.1 市民意向調査における設問の概要①

問 No.	設問の概要	過年度比較	本資料記載
1	年齢	●	●
2	性別		
3	居住地域	●	
4	世帯人数	●	●
5	住居形成	●	
6	ごみの減量・リサイクルへの関心度	●	●
7	ごみの分別状況	●	●
8	分別に消極的な理由	●	●
9	雑がみのリサイクルの認知度	●	
10	雑がみの処分状況	●	

表 1.2 市民意向調査における設問の概要②

問 No.	設問の概要	過年度比較	本資料
11	古着・古布の処分状況		
12	食用油の処分状況		
13	小型家電回収ボックスの認知度	●	
14	小型家電の処分状況	●	
15	市で収集・処理できないごみの認知度		
16-1	集団回収による資源物リサイクルへの取組度	●	●
16-2	店頭回収による資源物リサイクルへの取組度	●	●
16-3	生ごみ処理機等による生ごみの減量への取組度	●	●
16-4	環境配慮製品の購入への取組度	●	●
16-5	修理や長持ちする製品の購入等の物を大切に使う工夫の取組度		●
16-6	レンタル・フリマ等の活用度	●	●
17	店頭回収に出している資源物の種類		
18	食品ロス問題の認知度	●	●
19	3010運動・フードドライブ活動・フードシェアリングの認知度	●	
20-1	家庭での食品ロスへの取組状況	●	●
20-2	外食時の食品ロスへの取組状況	●	●
21	賞味期限と消費期限の違いの認知度	●	●
22	プラスチックごみ問題の認知度	●	●
23	プラスチックごみ問題への取組状況	●	●
24	プラスチックごみの分別可能な程度		●
25	分別したプラスチックごみの利用しやすい回収場所・回収頻度		●
26	市の廃棄物対策への参加状況	●	●
27	ごみの減量等に関する情報の入手方法	●	●
28	茨ごみプリの認知度	●	●
29	ごみ情報の便利な入手方法	●	●
30	ごみの有料化に対する意識	●	●
31	ごみの有料化をした方がよい理由	●	●
32	ごみの有料化をしない方がよい理由	●	●
33	ごみ減量のために大切な家庭・地域の取組	●	●
34	ごみ減量のために期待する市の取組	●	●

2. 調査結果

単純集計、過年度比較（令和 3 年度・平成 26 年度調査結果との比較）の主な結果を設問分野又は設問ごとに整理した内容を以下に示す。

(1)回答者属性(問 1, 問 4)

令和 6（2024）年度の結果と過年度の各調査における回答者属性の年齢比較等を図 2.1 に、同じく回答者属性の世帯人数比較等を図 2.2 に、それぞれ示す。

令和 6 年度調査における回答者の年齢は、過去 2 回の調査と比べ「70 歳代以上」の割合が突出して低く、年齢構成の偏りが比較的小さかった。世帯人数については、「1 人」と「2 人」の割合は最も低かったが、「3 人」以上の区分では割合が最も高く、特に「4 人」の割合は過去 2 回の調査の 1.5 倍以上であった。居住地については、過去 2 回の調査から大きな変化はなかった。

このことから、令和 6 年度調査の回答者は過去 2 回の調査と比べ、青年・壮年層の 2 世代以上の家庭が多いと推察される。

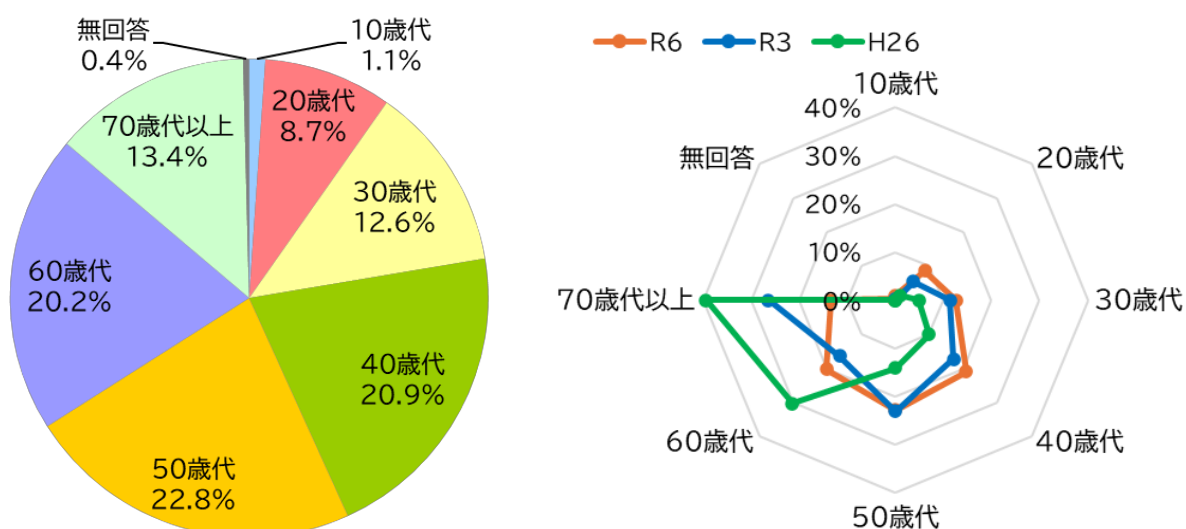


図 2.1 年齢の令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

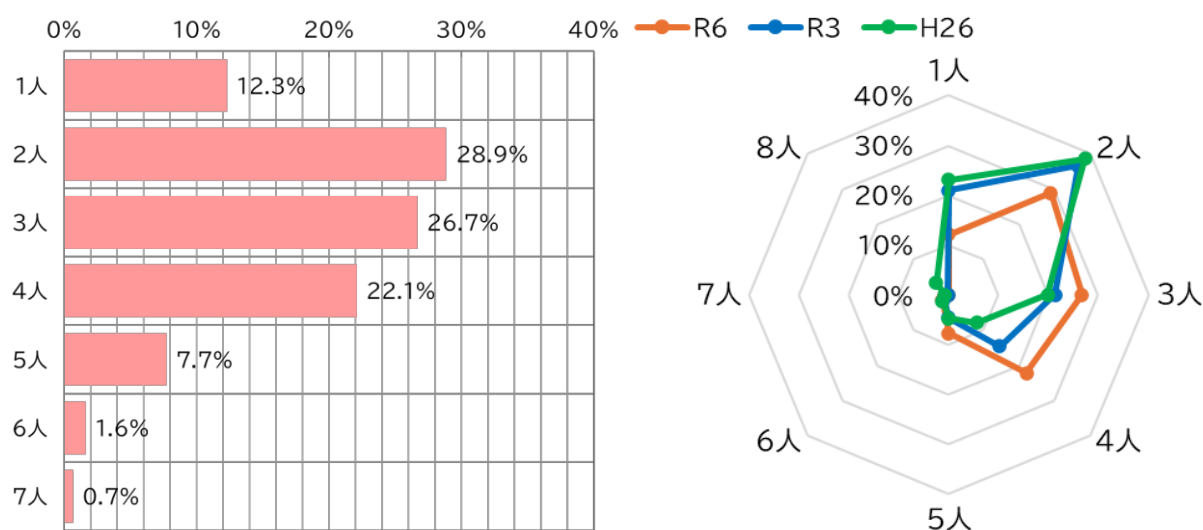


図 2.2 世帯人数の令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

(2) 全体的な関心・分別状況(問 6, 7, 8)

令和 6 (2024) 年度及び過年度における、ごみの減量等に対する全体的な関心の状況等を図 2.3 に、分別状況の比較を図 2.4 に、分別に消極的となる主な理由の比較を図 2.5 に、それぞれ示す。

令和 6 年度調査における全体的な関心及び分別状況は、令和 3 年度調査と概ね同様であった。分別に消極的となる主な理由については、「面倒だから」が約 40%で最も多い点は共通であったものの、次いで多い理由が令和 3 年度調査では「保管する場所がないから」や「分別等の方法が分からないから」であったのに対し、令和 6 年度調査では「分別等を実践しても意味がないと思うから」となっていた。

このことから、関心度や分別状況は令和 3 年度と同様に良好であるものの、一部の分別等に消極的な市民に対しては、実践する大切さやメリットを伝えることがより重要になっていると考えられる。

1) ごみの減量・リサイクルへの関心 (問 6)

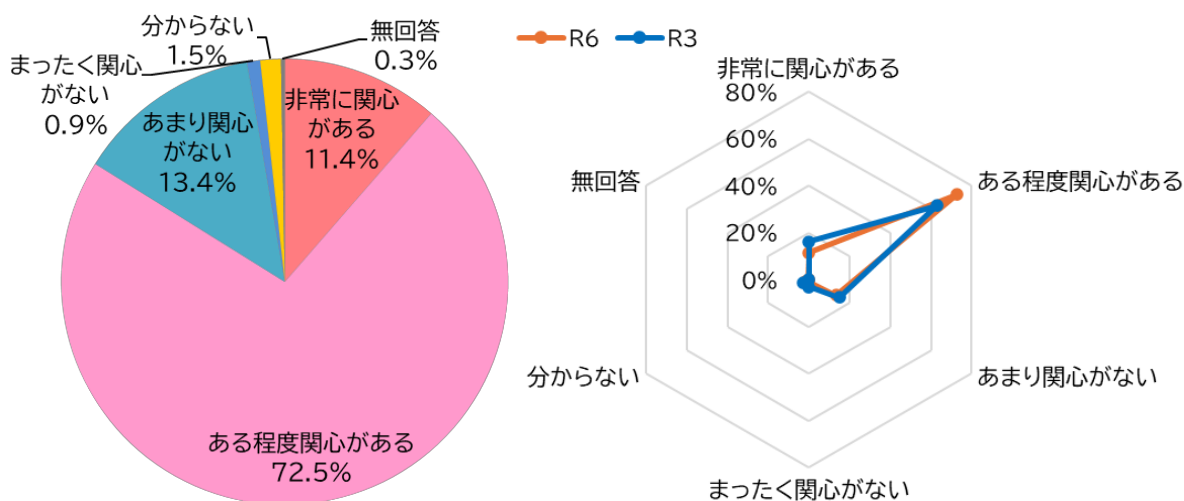


図 2.3 ごみの減量・リサイクルへの関心の令和 6 年度単純集計 (左)・過年度比較 (右)

2) 全体的な分別状況 (問 7)

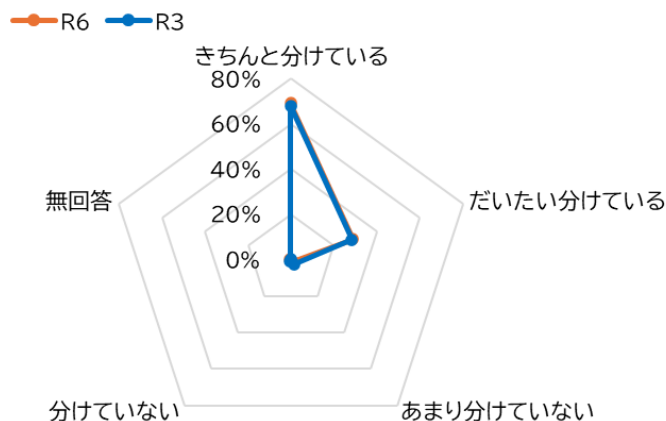


図 2.4 全体的な分別状況の過年度比較

3) 分別に消極的となる主な理由 (問 8)

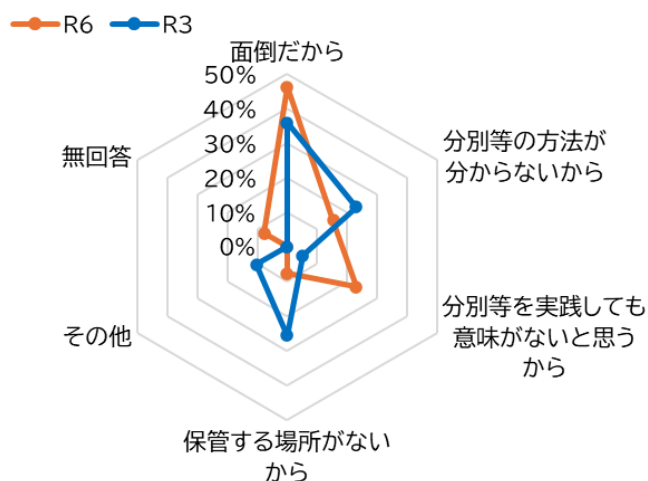


図 2.5 分別に消極的となる主な理由の過年度比較

(3)3R(スリーアール)の取組状況(問 16)

令和 6（2024）年度及び令和 3（2021）年度の各調査における 3R 取組状況の比較を以下に示す。

令和 6 年度調査では、どの取組でも「日々取り組んでいる」の割合が減少していたものの、「自分が負担に思わない範囲で取り組んでいる」との合計値は令和 3 年度と概ね同様であった。

このことから、3R への取組率は令和 3 年度から伸びておらず、取組の徹底度も低下気味と考えられ、今後は取組意欲が高まるような工夫を加えるなど、改めて各取組を促進していく必要がある。

1) 地域の資源回収への参加状況（問 16-1）

地域の集団回収への参加状況の調査結果を図 2.6 に示す。前回調査と比較すると、「日々取り組んでいる」と「自分が負担に思わない範囲で取り組んでいる」の合計回答率は概ね同様であったが、「日々取り組んでいる」の回答率が 2 割近く減少していたほか、「集団回収が実施されているかどうか、知らない」の回答率が約 1 割増加していた。

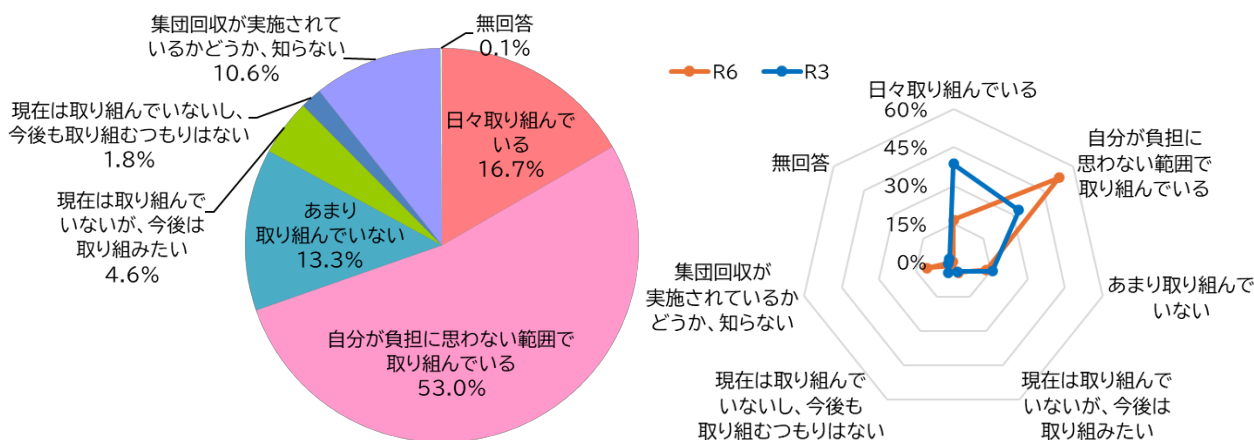


図 2.6 地域の集団回収への参加状況に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

2) 店頭回収の利用状況（問 16-2・問 17）

店頭回収の利用状況に関する調査結果を図 2.7 に、店頭回収に出している資源物の種類に関する調査結果を図 2.8 に示す。前回調査と比較すると、各選択肢の回答率は概ね同様であったが、「日々取り組んでいる」の回答率がやや減少し、「自分が負担に思わない範囲で取り組んでいる」と「あまり取り組んでいない」の回答率がやや増加していた。

回収に出している資源物の種類については、令和 6 年度調査では「食品トレー」が約 68%と最も多く、次いで多い「ペットボトル」（約 65%）や「紙パック」（約 53%）と合わせた 3 種がそれぞれ過半数となっており、特に回収量が多いと推察される。

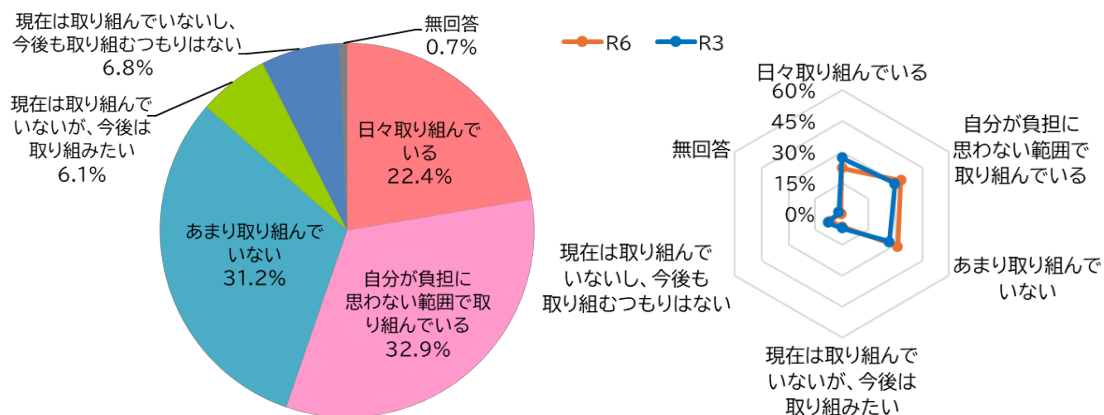


図 2.7 店頭回収の利用状況に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

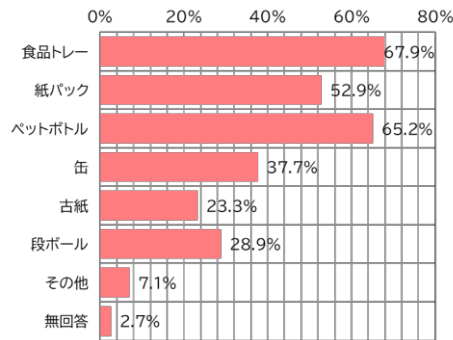


図 2.8 店頭回収に出している資源物の種類に関する令和 6 年度単純集計

3) 生ごみ処理機やコンポスト等を使用した生ごみの減量・堆肥化（問 16-3）

家庭用の生ごみ処理機やコンポスト等を使用した生ごみの減量・堆肥化の取組状況の調査結果を図 2.9 に示す。令和 6（2024）年度調査における取組状況は「現在は取り組んでいないし、今後も取り組むつもりはない」が約 32%と最も多かった。また本調査結果は、令和 3 年度と概ね同様の傾向であった。

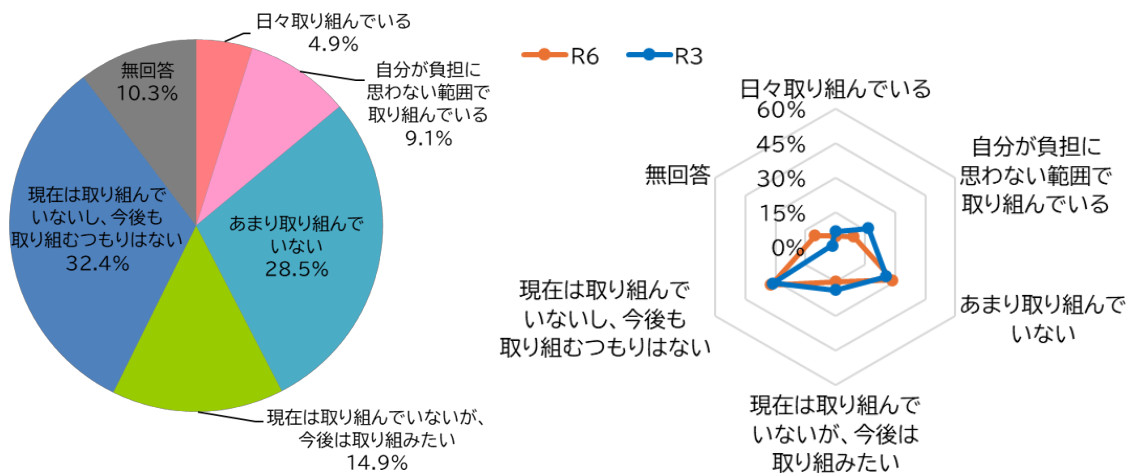


図 2.9 生ごみ処理機等による生ごみ減量への取組状況に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

4) 環境配慮製品の優占購入（問 16-4）

「再生利用製品（再生紙や再生プラスチック製品等）」などの環境に配慮された製品の優占購入への取組状況の調査結果を図 2.10 に示す。

令和 6（2024）年度調査における取組状況は「そもそも再生利用製品を意識して、購入していない」が約 46%と半数近くを占めた。また本調査結果は、令和 3 年度と概ね同様の傾向であった。

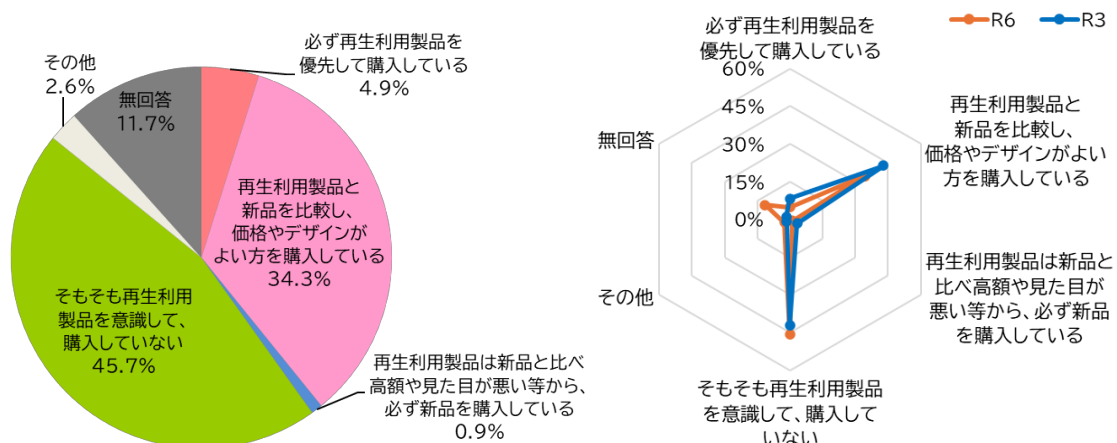


図 2.10 環境配慮製品の優占購入に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

5) ものを大切に使う（問 16-5）

最後まで使い切る、直せるものは修理して使うなど、ものを大切に使う取組の実施状況の調査結果を図 2.11 に示す。

令和 6（2024）年度調査における取組状況は「自分が負担に思わない範囲で取り組んでいる」が約 77%と大部分を占め、他の 3R の取組と比較して取組率が高かった。

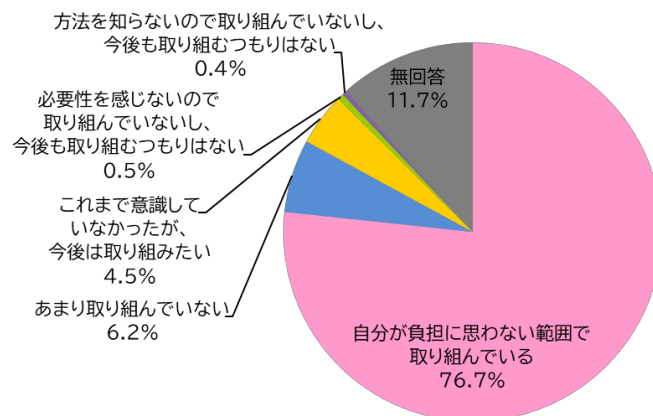


図 2.11 ものを大切に使う取組の実施状況に関する令和 6 年度単純集計

6) レンタル・フリーマーケット・リサイクルショップ・不用品交換等の活用（問 16-6）

レンタル、フリーマーケット、フリマアプリ、リサイクルショップ、不用品交換などの活用状況の調査結果を図 2.12 に示す。

令和 6（2024）年度調査における取組状況は「自分が負担に思わない範囲で取り組んでいる」が約 77%と大部分を占め、他の 3R の取組と比較して取組率が高かった。「あまり取り組んでいない」の回答率は約 6%で、「必要性を感じないので取り組んでいないし、今後も取り組むつもりはない」や「方法を知らないで取り組んでいないし、今後も取り組むつもりはない」の回答率は合計しても約 1 割であった。また本調査結果は、令和 3 年度と概ね同様の傾向であった。

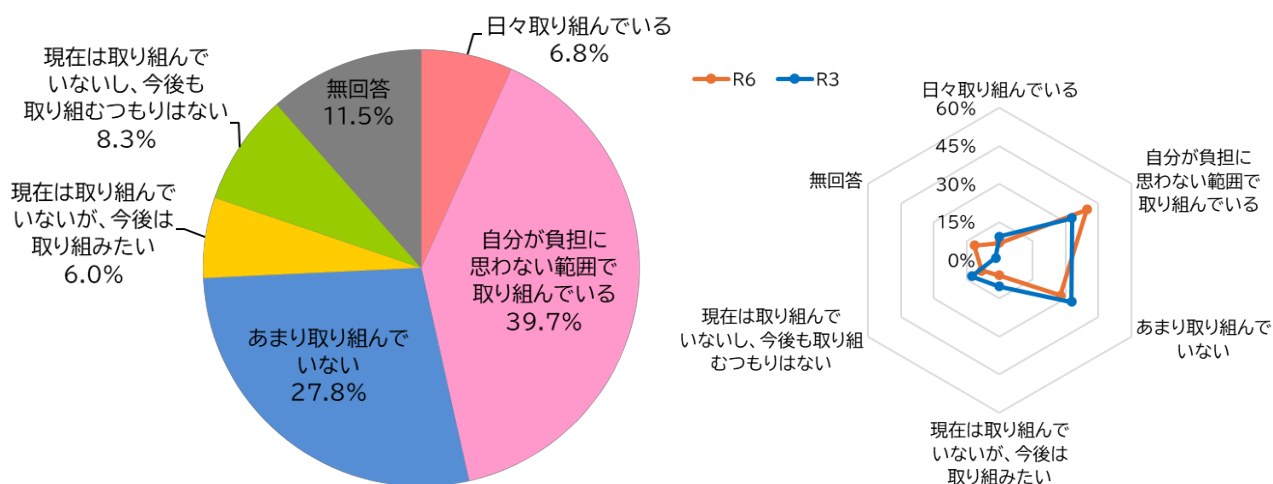


図 2.12 レンタル等の活用に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

(4)食品ロス問題への取組状況

1) 食品ロス問題・食品ロス対策活動の認知度（問 18）

食品ロス問題の認知度に関する調査結果を図 2.13 に示す。

令和 6（2024）年度調査における食品ロス問題の認知度は「ある程度知っていた」が約 65%と過半数を占め、「よく知っている」（約 25%）と合わせた認知度は 9 割以上であった。前回調査と比較すると、「よく知っている」と「ある程度知っている」の合計回答率は概ね同様であったが、「よく知っている」の回答率がやや減少していた。

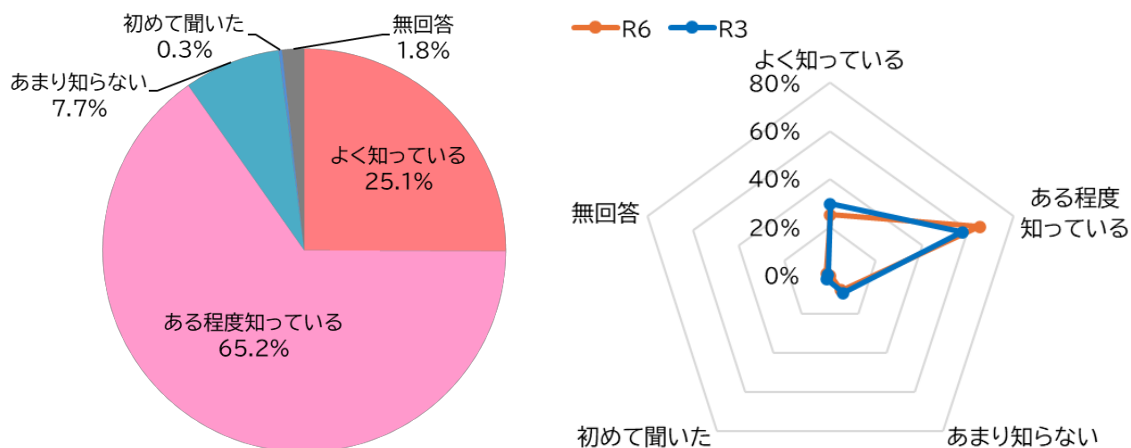


図 2.13 食品ロス問題の認知度に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

2) 食品ロス問題への取組状況（問 20～問 21）

食品ロス問題への取組状況の調査結果を図 2.14 に示す。令和 6（2024）年度調査における取組率は、家庭での取組では『賞味期限』『消費期限』を過ぎても、自分で食べられるか判断する」、「残さず食べる」、「冷凍保存を活用する」で 7 割以上と、特に取組率が高かった。

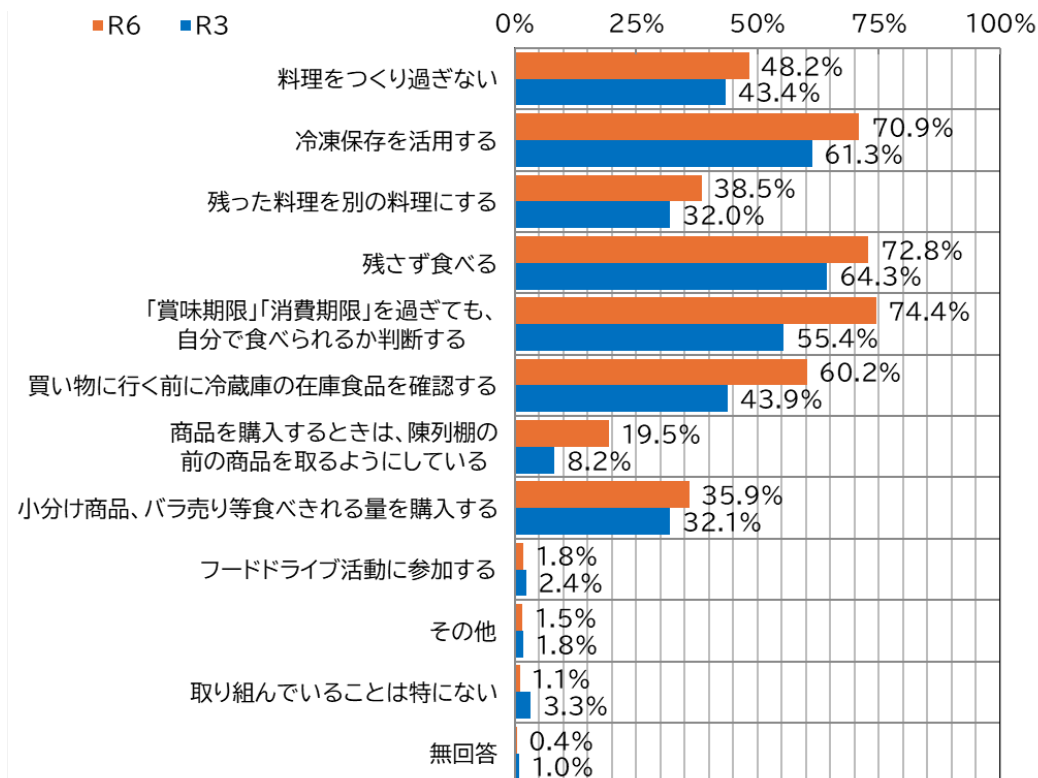
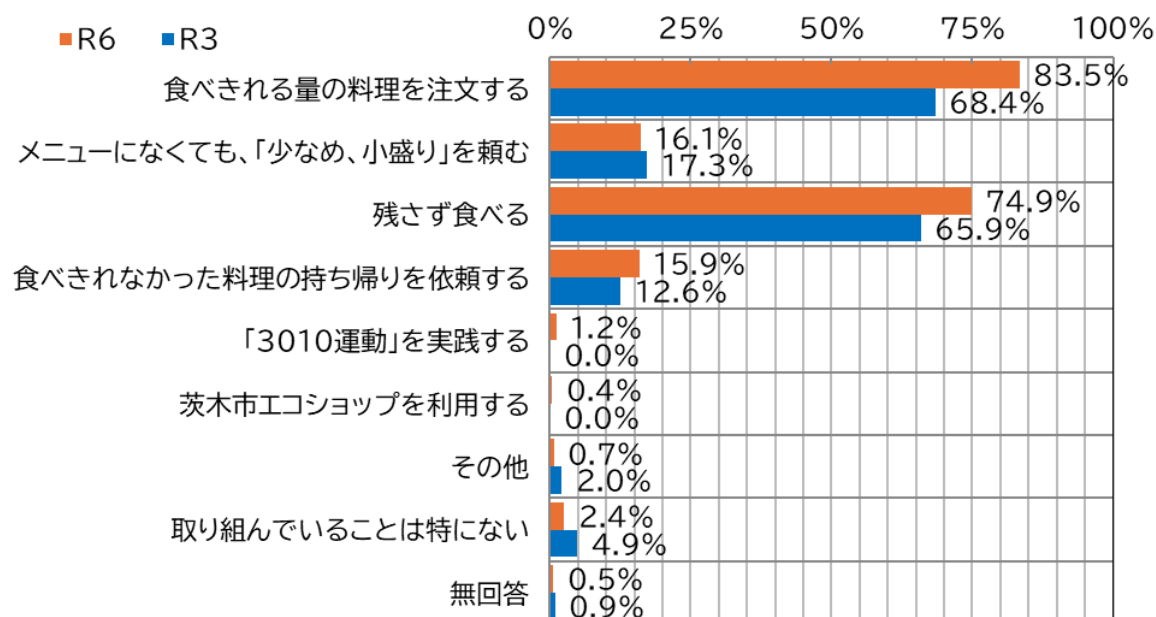


図 2.14(1) 食品ロス問題への取組状況の過年度比較（上：家庭での取組、下：外食時の取組）

外食時の取組では、「食べきれる量の料理を注文する」が約 84%と最も高く、次いで「残さず食べる」が約 75%と、取組率が突出して高かった。



※「「3010運動」を実践する」、「茨木市エコショップを利用する」は R6 調査のみの選択肢のため R3 調査の回答率はない。

図 2.14(2) 食品ロス問題への取組状況の過年度比較（上：家庭での取組、下：外食時の取組）

賞味期限と消費期限の違いに関する認知度の調査結果を図 2.15 に示す。

令和 6（2024）年度調査における認知度は「よく知っている」が約 57%と過半数を占め、次いで多い「ある程度知っている」と合わせると 9 割以上の回答者が違いを認知していた。前回調査と比較すると、「よく知っている」と「ある程度知っている」の合計回答率は概ね同様であったが、「よく知っている」の回答率が 1 割近く増加しており、前回調査時よりも理解が進んでいる可能性が示唆された。

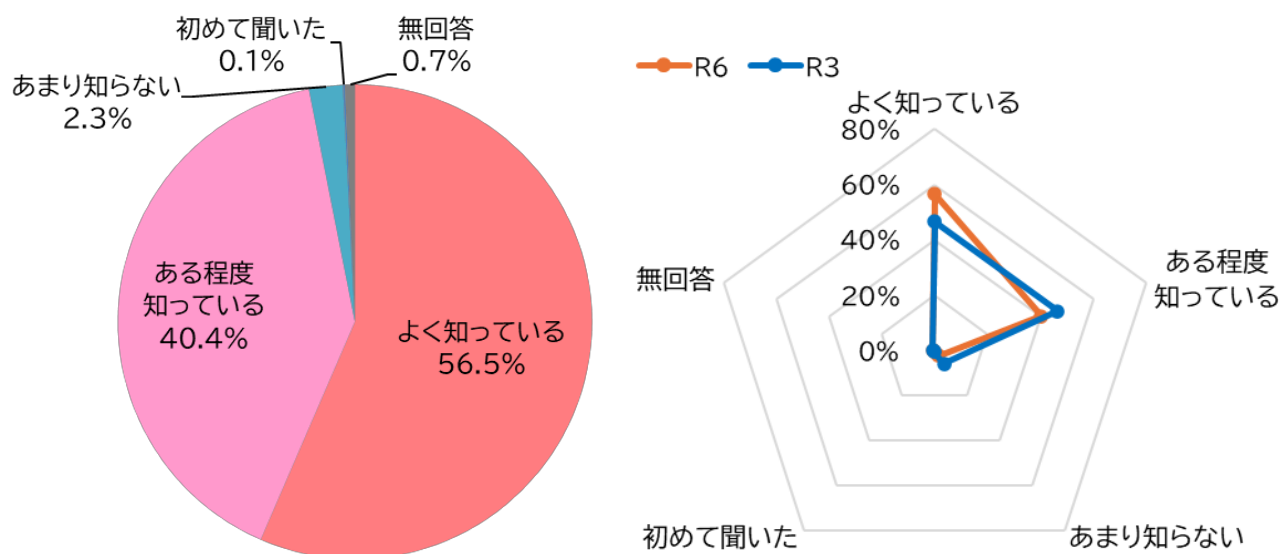


図 2.15 賞味期限と消費期限の違いの認知度に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

(5) プラスチックに対する認知度

1) プラスチックごみ問題の認知度・取組状況（問 22・問 23）

プラスチックごみ問題の認知度に関する調査結果を図 2.16 に、取組状況の調査結果を図 2.17 に示す。

令和 6 年度調査におけるプラスチックごみ問題の認知度は「ある程度知っていた」が 63%と過半数を占め、「よく知っている」（約 23%）と合わせた認知度は約 9 割であった。前回調査と比較すると、「よく知っている」と「ある程度知っている」の合計回答率は概ね同様であったが、「よく知っている」の回答率がやや減少していた。

取組状況については、令和 6 年度調査では「シャンプーや洗剤等は詰め替え商品を買う」と「ポイ捨てをしない」で取組率が 9 割近くと特に高く、「レジ袋などをもらわず、マイバックを利用する」と「分別の徹底（ペットボトルのラベル・キャップをはずす、洗う、など）」も約 8 割の取組率であった。前回調査と比較すると、「河川等の清掃イベント等に参加する」以外のすべての取組で取組率が上昇しており、特に「ポイ捨てをしない」と「分別の徹底（ペットボトルのラベル・キャップをはずす、洗う、など）」では約 14%上昇していた。また、「特に何もしていない」の回答率は減少して 1%未満となっており、回答者のほぼ全員が何らかの取組を行っていた。

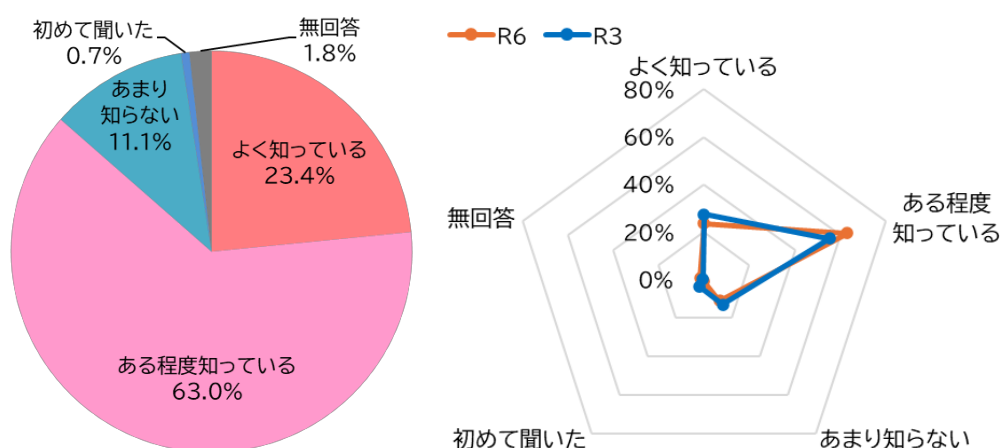
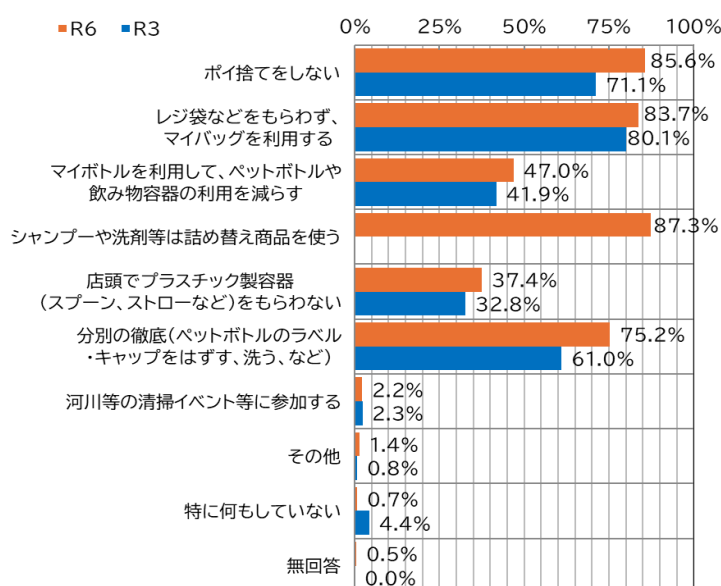


図 2.16 プラスチックごみ問題の認知度に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）



※「シャンプーや洗剤等は詰め替え商品を使う」は R6 調査のみの選択肢のため R3 調査の回答率はない。

図 2.17 プラスチックごみ問題への取組状況の過年度比較

2) プラスチック類の循環利用に向けた意識・意向（問 24, 25）

プラスチック類の循環利用に向けたプラスチックごみの分別に対する意識の調査結果を図 2.18 に示す。

令和 6（2024）年度調査における分別への意識は「正しく分別できる自信はないが努力はする」が約 34%と最も多く、次いで多い「包装・製品をまとめて出せるなら分別できると思う」（約 30%）と「包装・製品それぞれで分別できると思う」（19%）を踏まえると、半数近くの回答者が分別可能、8 割以上の回答者が分別に前向きであった。

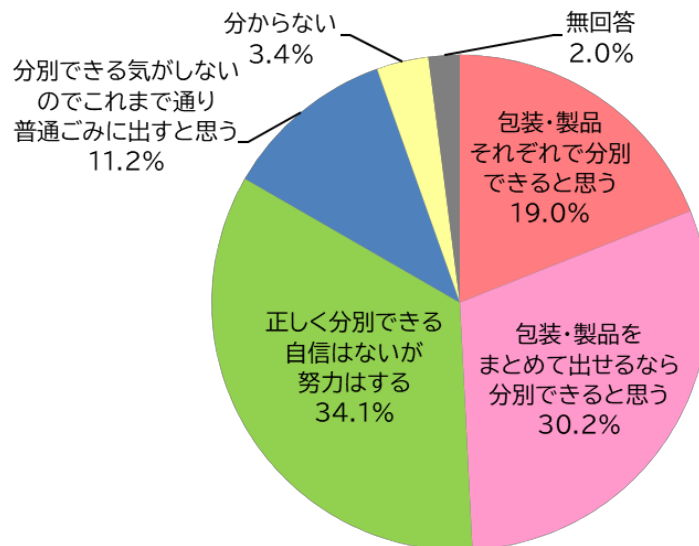


図 2.18 プラスチック類の循環利用に向けた分別に対する意識の令和 6 年度単純集計

プラスチックごみを分別して搬出する際に利用しやすい回収場所・回収頻度の調査結果を図 2.19 に示す。

令和 6 年度調査の利用しやすい回収場所等は「週 1 回程度ごみ集積場所へ持ち込み」が約 63%と過半数を占め、次いで「月 2 回程度ごみ集積場所へ持ち込み」が約 40%と多かった。「随時公共施設（市役所等）へ持ち込み」の回答率はわずか約 4%で、ごみ集積場所への持ち込みを希望する回答者が大半であった。

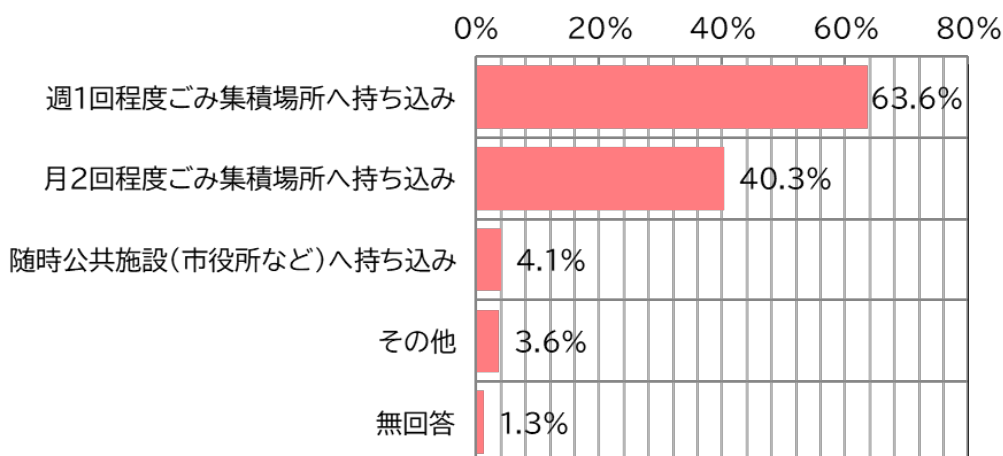


図 2.19 プラスチックごみを搬出するのに利用しやすい回収場所・回収頻度の令和 6 年度単純集計

(6)ごみの減量等に関する情報の入手方法

1) 現在の入手方法（問 27）

ごみの減量やリサイクルに関する情報の現在の入手方法に関する調査結果を図 2.20 に示す。

令和 6（2024）年度調査における現在の入手方法は、「ごみの出し方・分け方についての広報物」が約 69%と過半数を占め、次いで「市の広報誌やホームページ」が約 52%と多く、特に回答率が高かった。前回調査と比較すると、「情報を得る手段はない」の回答率が 4 割近く減少したが、その他の選択肢の回答率は概ね同様であった。

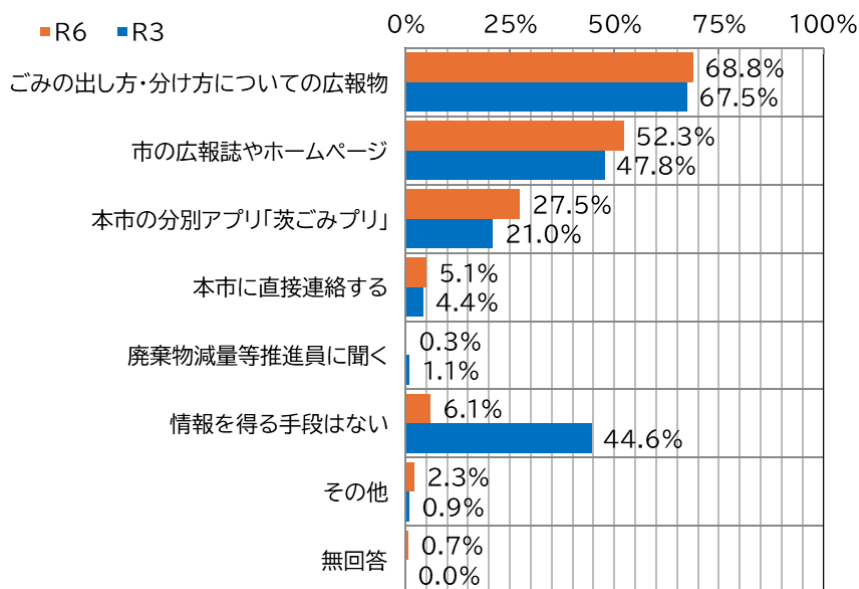


図 2.20 ごみの減量・リサイクル情報の現在の入手方法に関する過年度比較

2) 分別アプリ「茨ごみプリ」の利用状況（問 28）

本市の分別アプリ「茨ごみプリ」の利用状況に関する調査結果を図 2.21 に示す。

令和 6（2024）年度調査におけるアプリの利用状況は「知らなかった」が約 58%と過半数を占めていたが、次いで多かったのは「活用している」（約 25%）であり、「知っているが使ったことはない」（約 15%）を踏まえると、約 4 割の回答者がアプリを認知していた。前回調査と比較すると、「知らなかった」が約 6 割と過半数を占める点は共通していたが、「活用している」の回答率は約 1 割増加していた。

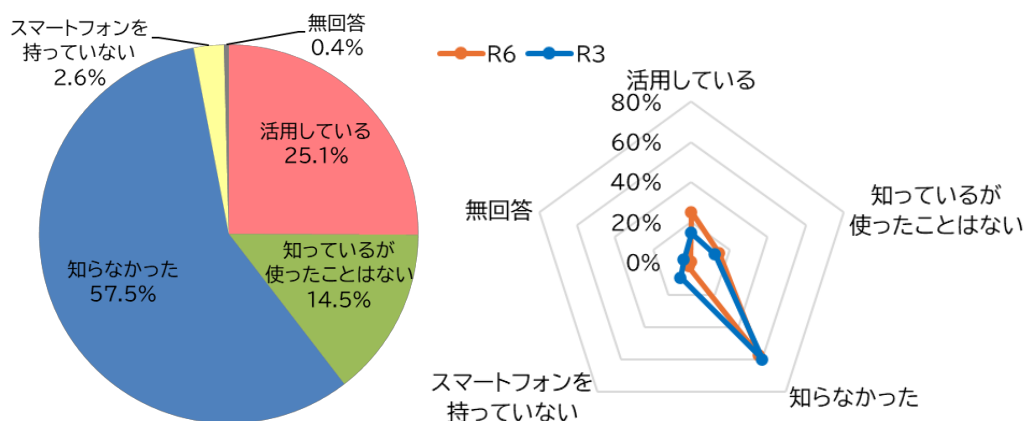


図 2.21 分別アプリ「茨ごみプリ」の利用状況に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

3) 便利だと思う情報の入手方法（問 29）

ごみの減量やリサイクルに関する情報の便利だと思う入手方法の調査結果を図 2.22 に示す。

令和 6（2024）年度調査における便利な入手方法は「ごみの出し方や分別方法の簡単なリーフレット（家庭に貼れるようなポスター等）」が約 35%と最も多く、次いで「スマートフォンのアプリ」が約 21%と多かった。前回調査と比較すると、「本市のホームページによる広報」の回答率が約 1 割減少した一方、「スマートフォンのアプリ」の回答率が約 5%増加していた。

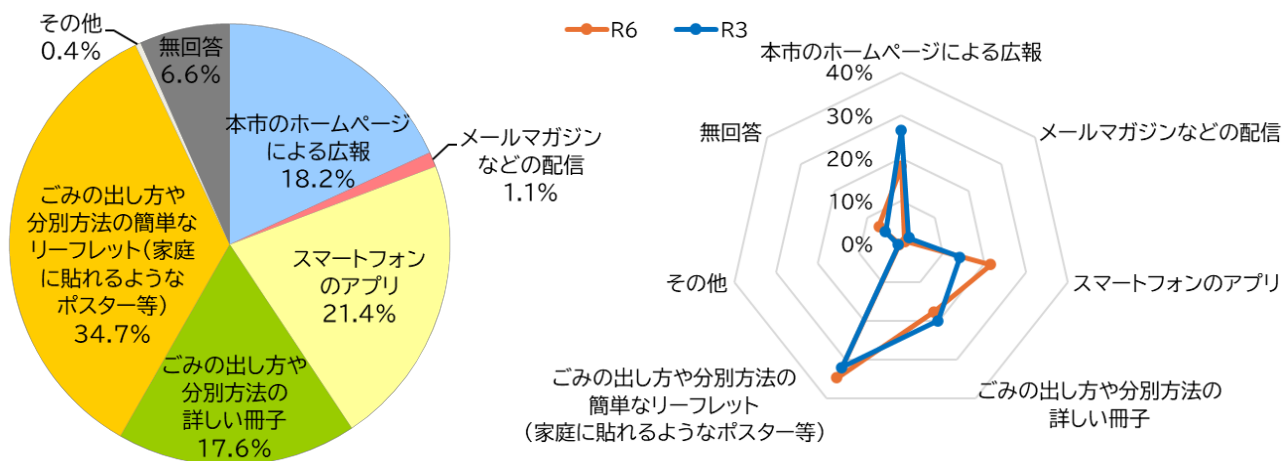


図 2.22 便利だと思う情報の入手方法に関する令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

(7)ごみの有料化に対する意識・理由

1) ごみの有料化に対する意識（問 30）

ごみの有料化に対する意識の調査結果を図 2.23 に示す。

令和 6（2024）年度調査における有料化への意識は「実施すべきではない」が約 24%と最も多く、次いで多い「どちらかといえば実施すべきではない」（21%）と合わせると、5 割近くの回答者が有料化すべきでないと回答していた。前回調査と比較すると、「実施すべきではない」などの否定的・懐疑的な選択肢の回答率が増加した一方、「どちらかといえば実施したほうがよい」などの前向きな選択肢の回答率は減少していた。

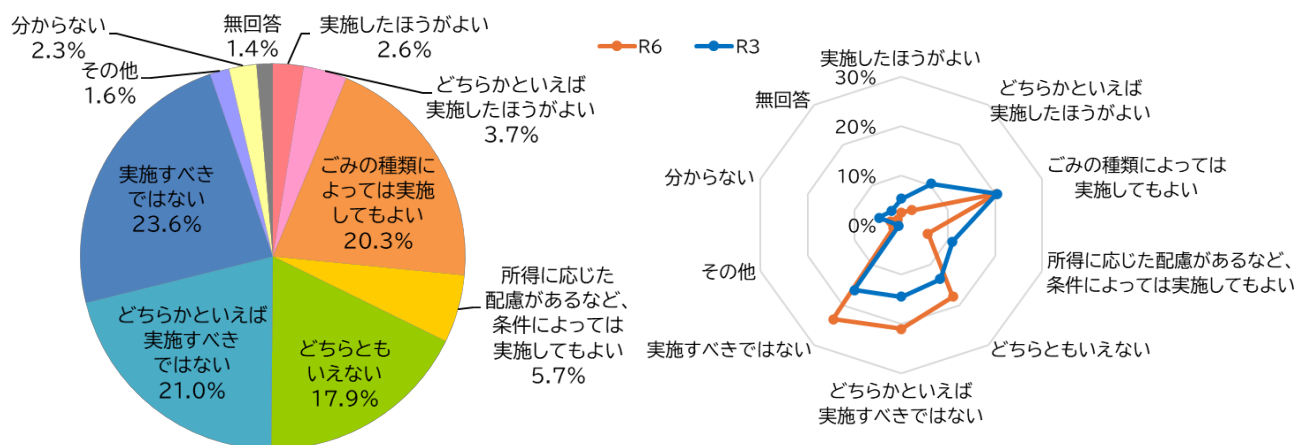


図 2.23 ごみの有料化に対する意識の令和 6 年度単純集計（左）・過年度比較（右）

2) ごみを有料化したほうがよい理由・有料化すべきでない理由（問 31・問 32）

ごみの有料化をしたほうがよい理由の調査結果を図 2.24 に、ごみの有料化をすべきでない理由の調査結果を図 2.25 に、それぞれ示す。

令和 6（2024）年度調査における有料化したほうがよい理由は、「ごみを出す人の責任が明確になるから」が約 48%と最も多く、次いで多い「ごみの減量に効果があるから」（45%）や「ごみ問題に対する意識や関心が高まるから」（45%）、「資源の分別やリサイクルがすすむから」（約 45%）と合わせて、半数近くの回答者が有料化したほうがよい理由として挙げていた。前回調査と比較すると、「ごみの減量に効果があるから」の回答率が約 1 割減少した一方、「資源の分別やリサイクルがすすむから」や「ごみ量に応じた費用負担を公平にすべきだから」の回答率がやや減少していた。

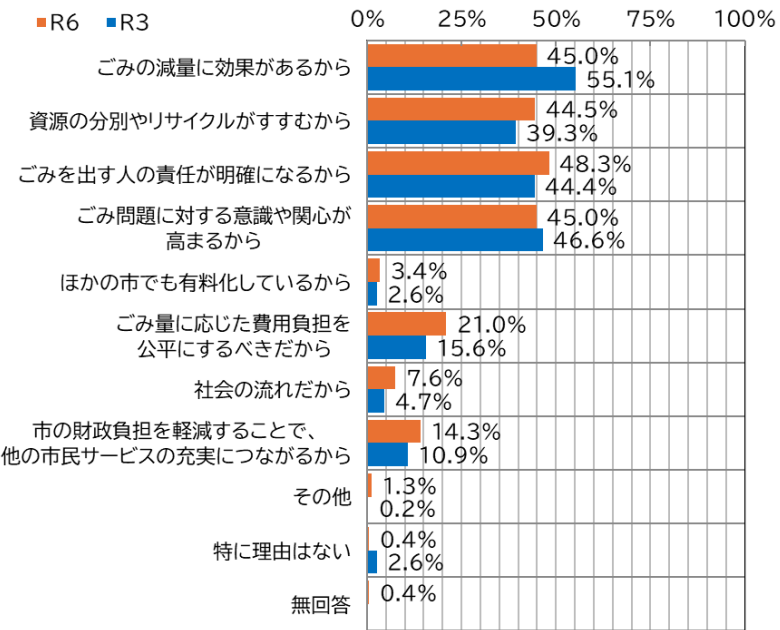


図 2.24 ごみの有料化をしたほうがよい理由の過年度比較

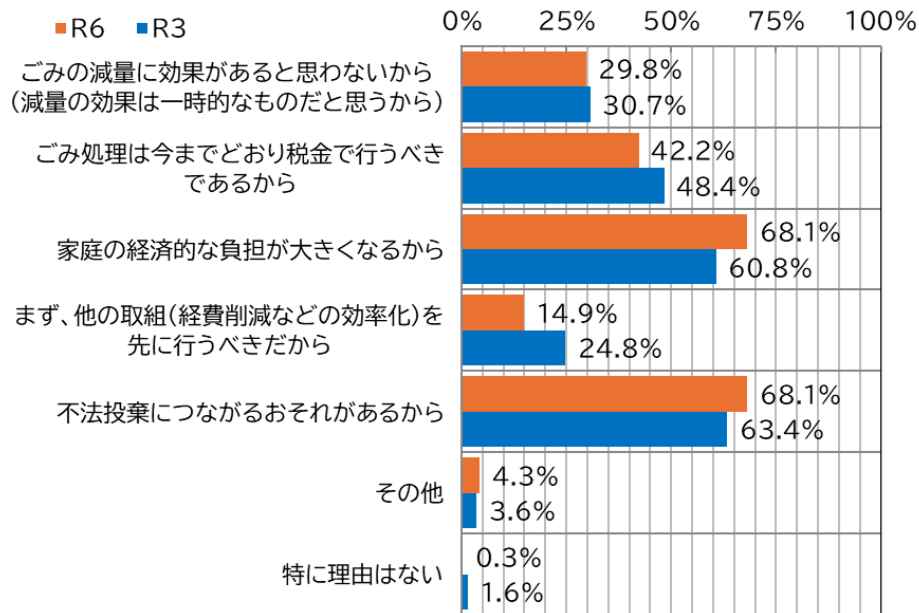


図 2.25 ごみの有料化をすべきでない理由の過年度比較

(8)市の家庭系ごみ政策への取組状況・今後の意向

1) 参加・実践したことのあある家庭系ごみ政策（問 26）

参加・実践したことのあある市の家庭系ごみ政策に関する調査結果を図 2.26 に示す。

令和 6（2024）年度調査において最も参加・実践率が高かった政策は「本市の作成した食品ロス削減に関する家庭用リーフレットやホームページなどを参考にする」（約 12%）で、次いで「環境フェアや施設見学会等への参加」が約 5%で多かったが、回答者の約 8 割が「参加または実践したことはない」と回答していた。前回調査と比較すると、「本市主催のエコクッキングや食品ロス削減に関する講習会への参加」の回答率が微減、「本市の作成した食品ロス削減に関する家庭用リーフレットやホームページなどを参考にする」の回答率が微増したほか、「参加または実践したことはない」の回答率がやや減少していた。

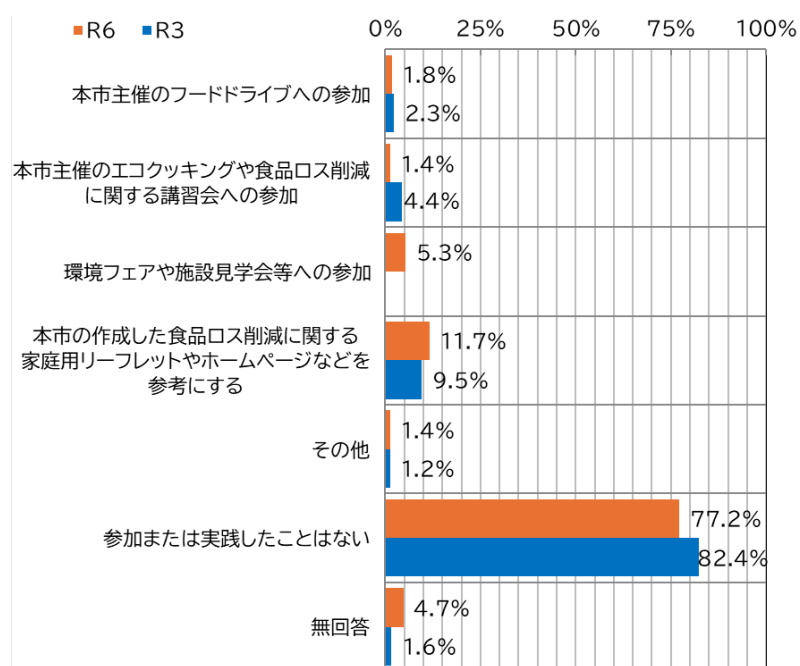


図 2.26 参加・実践したことのあある家庭系ごみ政策の過年度比較

2) 今後の取組（問 33・問 34）

ごみ減量・リサイクルのために家庭・地域の取組として大切だと思うことの調査結果を図 2.27 に示す。

令和 6（2024）年度調査において、家庭・地域の取組は「いらないものは買わない」が約 61%と過半数を占め、残りの大半を「食べ残しをしない、残らないように料理するなど、食事の工夫をする」が構成していた。前回調査と比較すると、「食べ残しをしない、残らないように料理するなど、食事の工夫をする」の回答率がやや増加し、「資源となるものの分別を徹底する」の回答率がやや減少していた。

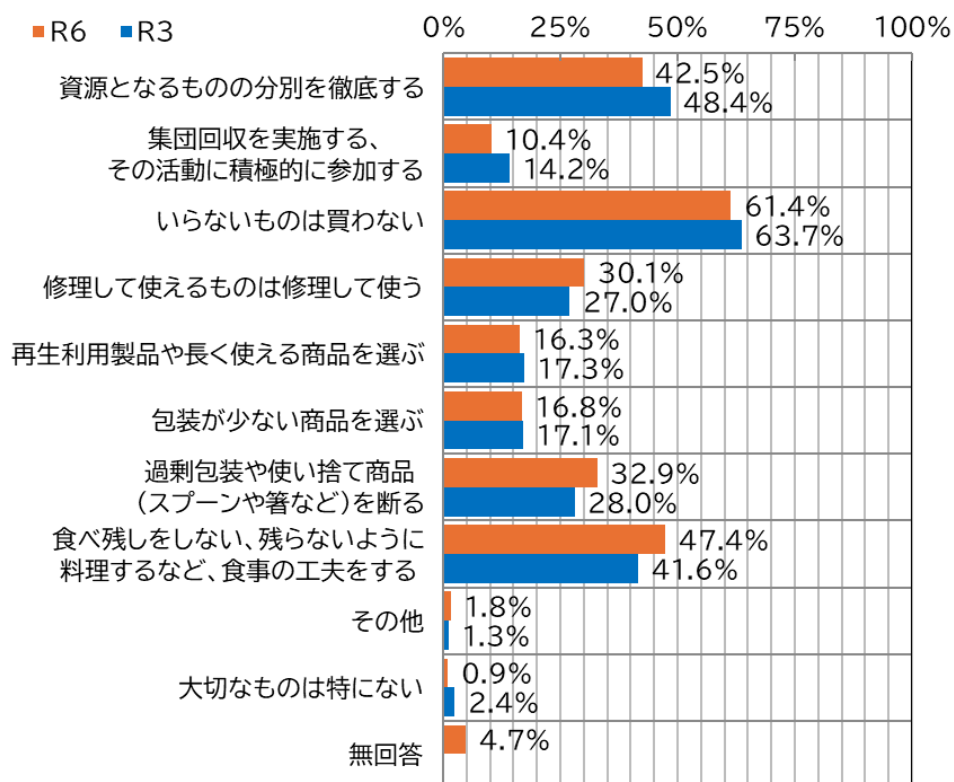


図 2.27 家庭・地域の取組として大切だと考えることの過年度比較

ごみ減量・リサイクルのために市の取組として期待することを図 2.28 に示す。

令和 6（2024）年度調査における市の取組は「食品ロスを減らすための取組を強化する」が約 38%と最も多く、次いで「広報・アプリ等による情報提供を充実させる」が約 35%と多かった。前回調査と比較すると、「広報・アプリ等による情報提供を充実させる」の回答率が約 1 割増加したほか、「事業者への支援や指導」の回答率もやや増加していた。一方、「収集回数を減らす」、「ごみの回収を有料にする」、「プラスチックごみを減らすための取組を強化する」の回答率はやや減少していた。

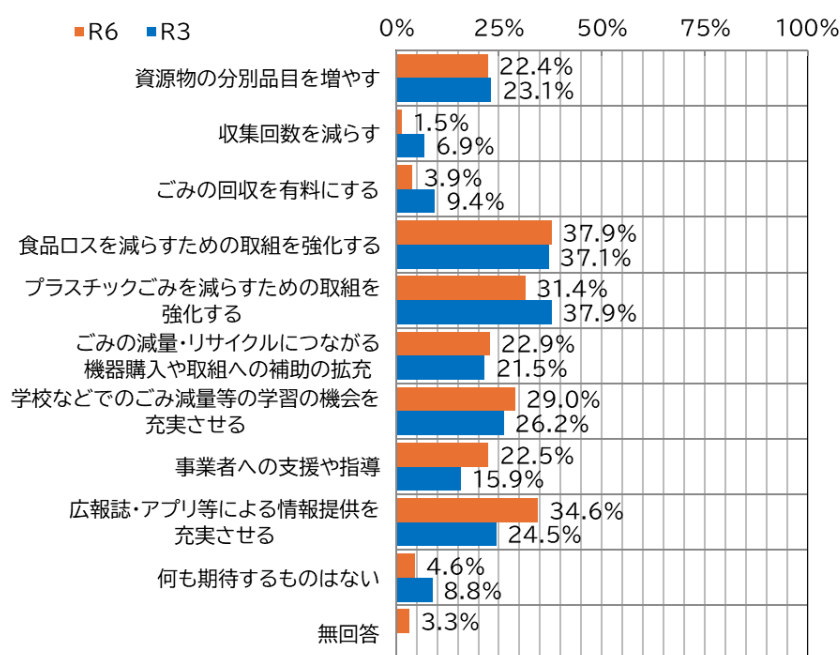


図 2.28 市に期待する取組の過年度比較