

ごみ白書 2024

環境とごみに対する意識と実態

はじめに

本レポートは、2024年3月に実施した「包装容器リサイクルの意識調査」の結果をもとに作成したものです。このレポートでは、環境への意識やごみの分別に関する生活者の意識や実態などを分析しました。

環境とごみに対する意識と実態

環境への意識と、社会的な動きに対するごみへの意識の実態

まず、人々の環境に対する意識について調査を実施しました。

調査結果によると、環境への意識が高い人のイメージとして、「真面目な人」「丁寧な暮らしをしている人」「責任感がある人」が上位に挙げられました。「真面目な人」「責任感がある人」は男女ともに上位である一方、「丁寧な暮らしをしている人」は特に女性からの支持が高くなっています。

図表1 環境への意識が高い人のイメージ（複数回答）



また、「あなたが行っている環境に良い行動の中で、人に自慢できると思うものを教えてください。」という自由回答の設問に対しては、「ごみの分別」「エコバッグ・マイバッグの持参」「節電・節水」を挙げる回答者が全体の約4分の1を占めていました。

ごみへの意識は、近年のマイクロプラスチック問題や SDGs の流行などの社会的な動きに影響を受けています。これらの事柄によってごみへの意識が変わった人は、先の設問の「人に自慢できる環境に良い行動」でも挙がっていたごみの分別のほか、ごみの量を減らしたり、リユースの仕組みを活用するなどの行動を取っていることがわかります。

図表2 「SDGsの流行」「新型コロナウイルスの感染収束」「マイクロプラスチック問題」「脱炭素に関するニュースやCM」により行った行動（複数回答）

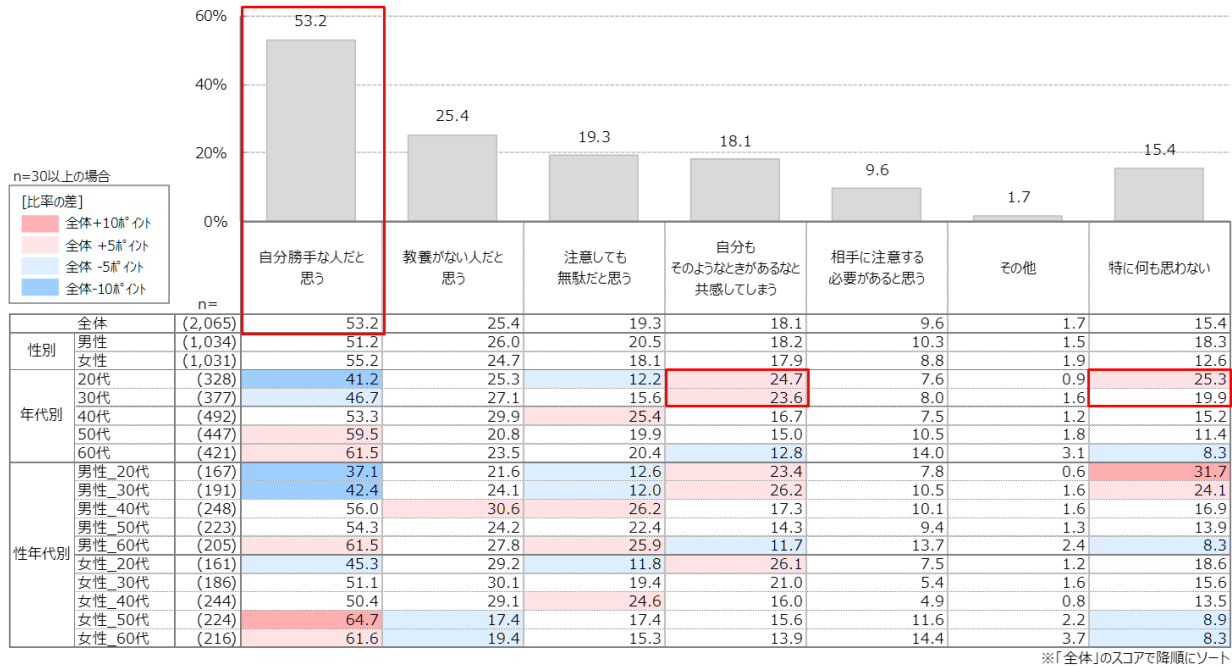
| n=30以上の場合 | | | | | | | | | | | (%) |
|----------------|-------|----------|---------|---------------|------------------|-------------------|------------------|------------------------|-----|--------------|-----|
| | | ごみの量を減らす | 分別を徹底する | リユースの仕組みを活用する | 家族や友人とごみについて話し合う | 家族や友人と協力してごみ捨てを行う | 地域のゴミ拾い活動などに参加する | フリーマーケットやフリマアプリなどを活用する | その他 | 特に行動は変わっていない | |
| SDGsの流行 | (652) | 59.0 | 57.5 | 35.6 | 13.2 | 12.4 | 9.0 | 21.9 | 0.5 | 6.1 | |
| 新型コロナウイルスの感染収束 | (523) | 32.9 | 36.7 | 13.0 | 12.6 | 10.7 | 7.3 | 13.6 | 1.0 | 30.0 | |
| マイクロプラスチック問題 | (673) | 56.2 | 64.5 | 25.9 | 8.9 | 10.3 | 9.1 | 10.8 | 2.1 | 6.2 | |
| 脱炭素に関するニュースやCM | (476) | 54.8 | 53.8 | 24.2 | 13.2 | 13.9 | 12.2 | 13.0 | 0.4 | 10.1 | |

ごみ分別への意識と理解について

ごみを分別しない人に対してどのような意識を持つか調査を行ったところ、「自分勝手な人だと思う」「教養がない人だと思う」などの否定的なイメージが強く、特に50代以上の人はごみ分別の重要性を感じていることが伺えます。

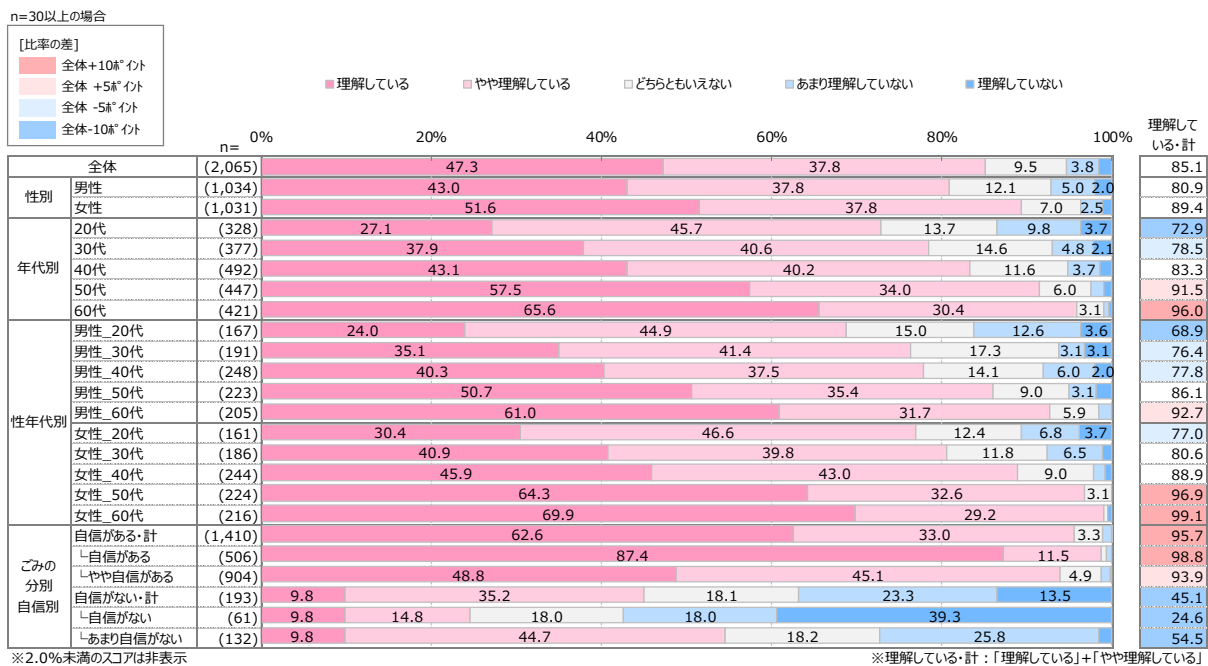
一方、20代～30代では「自分もそのようなときがあると共感してしまう」のスコアが全体と比較して高く、20代は「自分もそのようなときがあると共感してしまう」「特に何も思わない」の比率を合わせると5割となりました。シニアのほうがより分別についての意識が高いとの結果になっています。

図表3 ごみを分別しない家族や友人、同僚を見たときどのように思うか（複数回答）



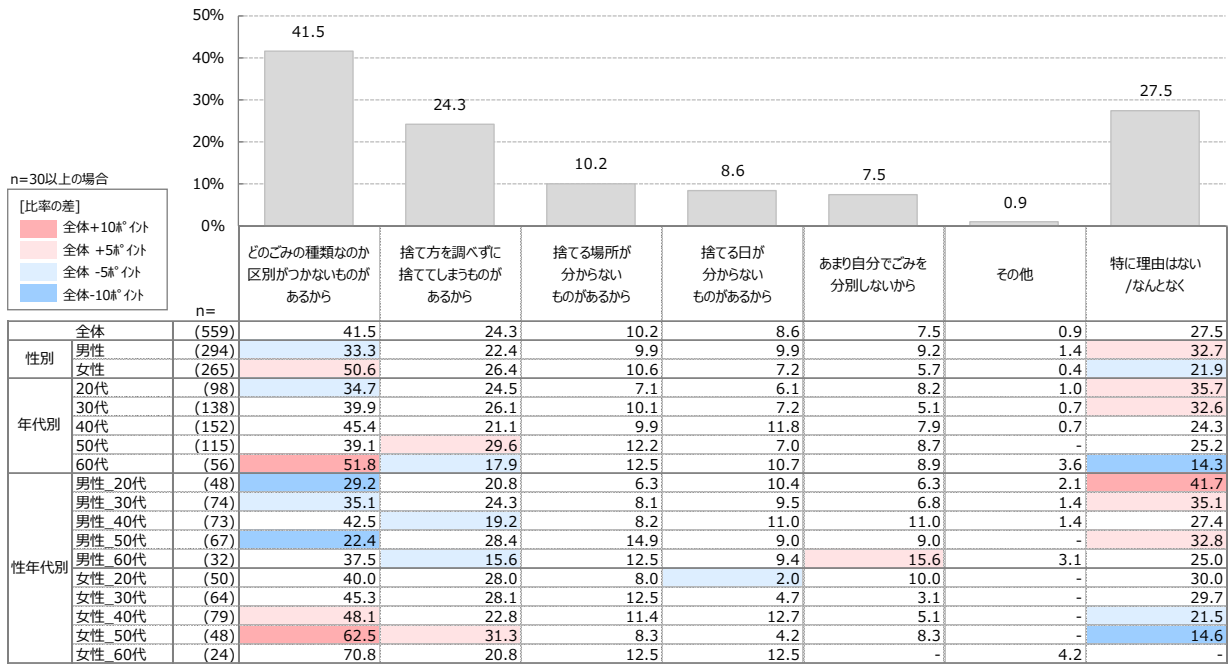
住んでいる地域のごみの「種別」について理解している人が全体でも 8 割半ばと高い割合であり、この設問でもシニア層のほうがより理解している比率が高くなっています。

図表4 （お住まいの地域の）燃えるごみ、資源ごみ、粗大ごみ、などの種別の理解



一方、ごみの「種別」を理解している方の約4割が、地域の分別の決まりが守れているか自信がないとの回答でした。どの種別なのか区別がつかないものがあるとの回答が最も多く、特に女性の回答の比率が高くなっています。男性については年代ごとに回答にばらつきがみられ、「特に理由はない」との回答が最も多い層もあります。

図表5 ごみの種別を理解しているが、分別に自信がない理由（複数回答）



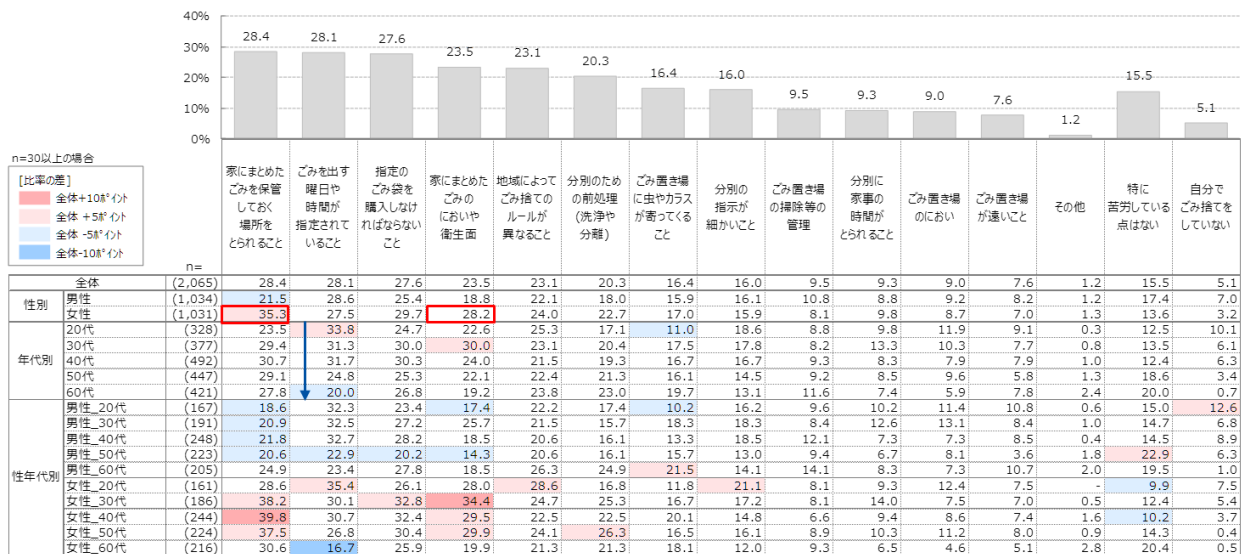
※「全体」のスコアで降順にソート

ごみ捨てで苦労していること

全体で見ると、「家にまとめたごみを保管しておく場所をとられること」「ごみを出す曜日や時間が指定されていること」「指定のごみ袋を購入しなければならないこと」が上位となっています。

性別では、女性は男性と比較して「家にまとめたごみを保管しておく場所をとられること」「家にまとめたごみのにおいや衛生面」のスコアが高くなっているほか、年代があがるにつれ、「ごみを出す曜日や時間が指定されていること」のスコアが減少傾向にあります。

図表6 ごみ捨てで苦労していること（複数回答）



コラム：容器についているマークについて

容器の側面や底に以下のマークがついているのを見たことはありますか？

これらのマークは当社グループ会社のマークで、これがついている容器は当社グループ製です（マークがついていない製品もあります）。

普段あまり容器をじっくり見ることはないかもしれませんが、ぜひ一度探してみてください。

<当社グループ会社（一部）のマーク>



東洋製罐株式会社



日本クロージャー株式会社



東罐興業株式会社



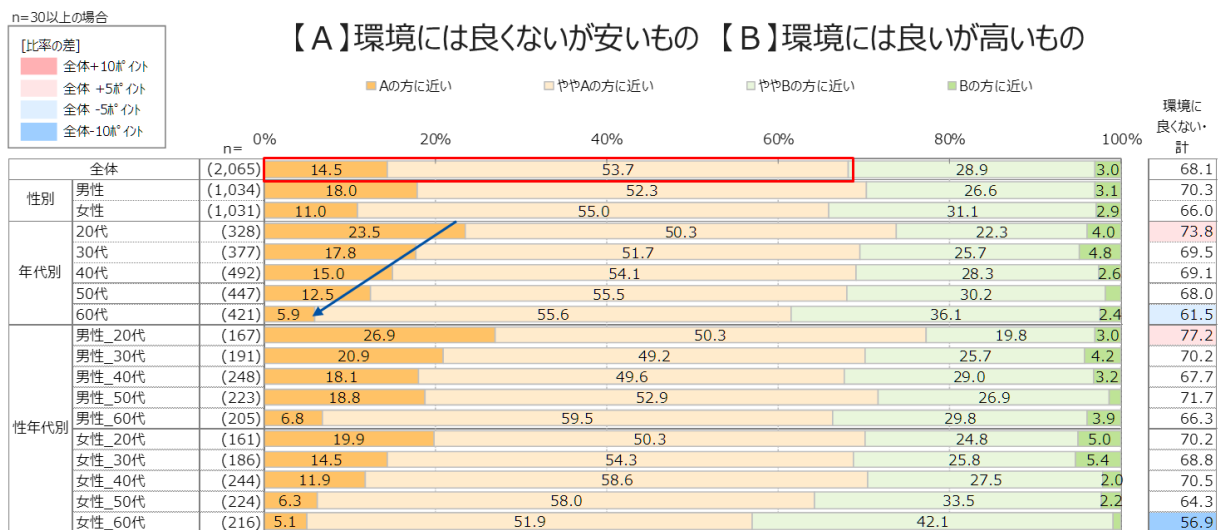
メビウスパッケージング株式会社

商品購入時の環境に対する意識

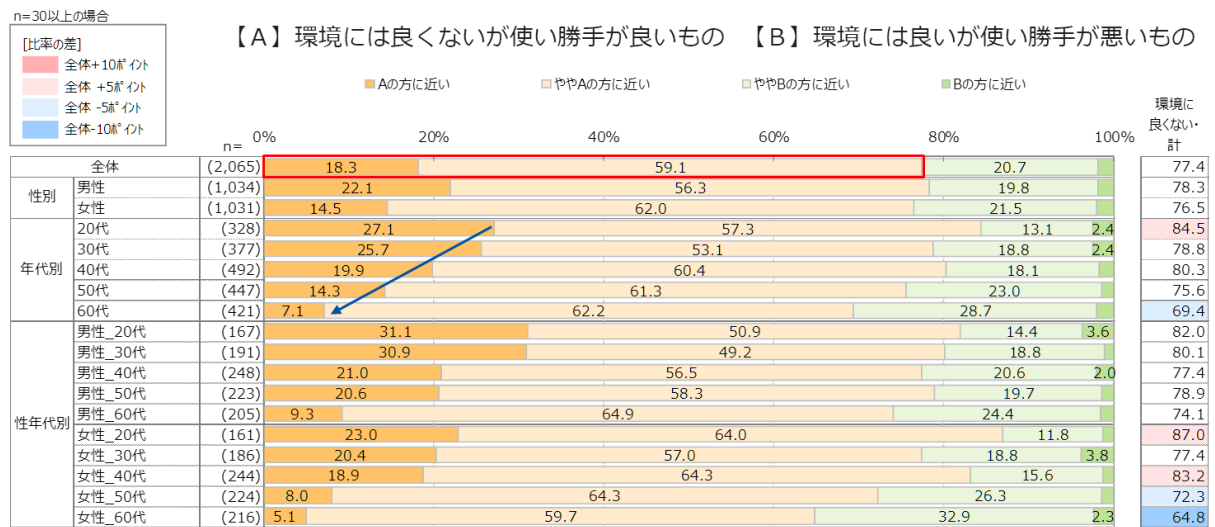
商品を購入する際に環境をどれだけ意識するかについて、価格と使い勝手の2つの軸から調査したところ、現状では、環境よりも価格を優先している人は7割弱、環境よりも使い勝手を優先している人は8割弱と、環境よりも価格や使い勝手を優先する人が多い結果となりました。

年代別に見ると、「環境には良くないが安いもの」「環境には良くないが使い勝手が良いもの」の比率は年代が上がるにつれ減少傾向にあります。

図表7-1 商品購入時の意識（環境と価格の比較）



図表7-2 商品購入時の意識（環境と使い勝手の比較）



まとめと提言

ごみ白書の作成を通じて分析した環境とごみに対する意識と実態をもとに、今後の方向性と提言をまとめました。

- 消費者の環境への意識は高まっているが、商品購入時の意識や行動は環境に配慮していない場合が多い。環境に優しい商品の価値やメリットを訴求することで、消費者の選択肢を広げることができる。
- ごみの分別については、理解はしているが自信がない人が多い。分別の方法や意義をわかりやすく説明することや、分別しやすい容器の開発や提供をすることで、消費者の負担を軽減することができる。

包装容器のリサイクルは、環境保全や資源循環にとって重要なテーマです。東洋製罐グループは、包装容器の製造やリサイクルにおいて、環境に配慮した技術やサービスを提供しています。その取り組みや成果を消費者に伝えることができれば、より多くの人に環境に優しい商品を選んでもらうことができると考えます。

東洋製罐グループについて

東洋製罐グループの事業は、金属や石油といった枯渇性資源から作られた原材料を加工することで包装容器や鋼板などを製造しています。そのため投入材料を削減し、発生廃棄物の削減および再資源化を図るなど、資源を有効利用することはグループの大きな使命といえます。特に包装容器廃棄物は、環境省による2021年度の家ごみの組成調査で、容積比で66%含まれていることがわかっています。

東洋製罐グループの環境目標である「Eco Action Plan 2030」では、資源循環社会の達成に向けて、「枯渇性資源の使用量30%削減」を掲げ、活動を進めています。従前から実施している容器の軽量化に加え、再生材の積極的な活用にも取り組んでいます。金属缶における再生材使用比率の向上、プラスチック容器における再生材、植物由来樹脂の利用率向上は、「Eco Action Plan 2030」の目標達成、さらには社会的な課題の解決にもつながります。これらの活動は資源の有効利用だけでなく、材料製造時におけるエネルギー削減にも寄与するため、地球温暖化対策の観点からも重要な取り組みであると考えています。また、分別に適した製品設計開発や使用済み容器の回収を促進する仕組みづくりにも取り組み、サーキュラーエコノミーの実現に貢献していきます。

調査概要

- 調査対象 : 国内の20代～60代の男女
- 調査地域 : 全国
- 調査方法 : インターネットリサーチ
- 調査時期 : 2024年3月7日(木)～3月8日(金)
- 有効回答数 : 2,065サンプル
- 調査実施機関 : 株式会社マクロミル