

## 1 調査の目的

- (1) プラマークの認知度から、今後の啓発方法を探る
- (2) 排出袋、排出回数及び排出曜日の意識調査から計画の見直しを行う
- (3) 対象物の意識調査から分別の見直しを行うとともに、年代ごとの啓発方法を探る

2 実施時期 平成21年11月13日(金)から平成21年11月20日(金)

3 対象者 満18歳以上の市民3,000人

4 回答率 47.3% (発送数 3,000件 うち回答数 1,418件)

## 5 集計方法

- (1) 総集計
- (2) 単身者の集計
- (3) 単身者のうち、30歳以下の集計
- (4) 単身者のうち、61歳以上の集計

## 考察のまとめ

### 1 年代

- (1) 30歳以下の回答数がやや少ないが、全ての年代から回答があった。
- (2) 単身者に限ると、61歳以上が約半数を占めている。

### 2 プラマーク

- (1) 全体の約9割が知っていたと回答。
- (2) 61歳以上の単身者も約8割が知っていたと回答。

### 3 排出袋、排出回数、排出曜日

- (1) 全体の約7～8割が市と同様の意識である。
- (2) 61歳以上の単身者は意識にばらつきがある。

### 4 対象物

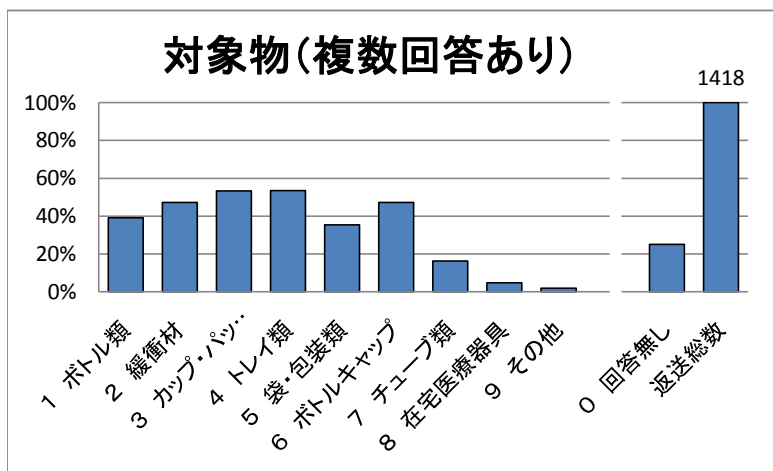
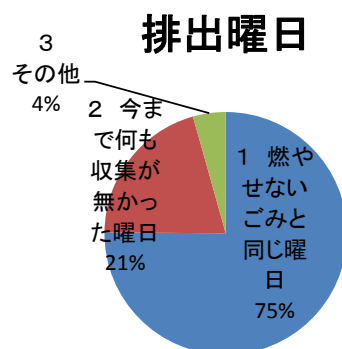
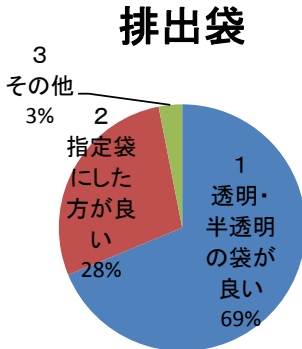
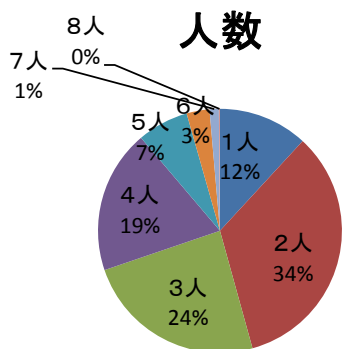
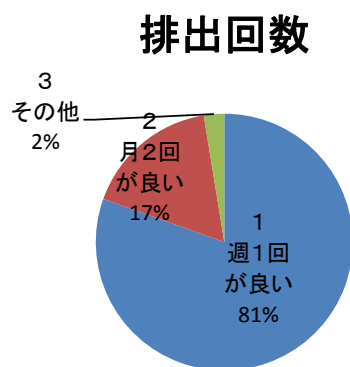
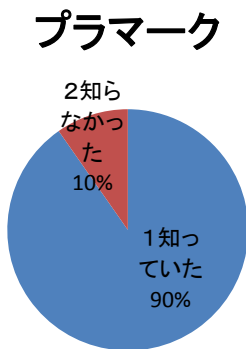
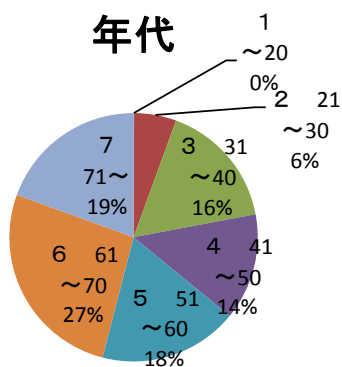
- (1) 回答にばらつきがあり、対象・対象外の啓発においては、よりわかりやすいイラストを用いるべき。
- (2) 30歳以下の単身者は、総計と比べて、対象物(1～6)の選択割合が高い。  
対象外のものについては、チューブ類の選択が少しあるものの、在宅医療器具は0だった。
- (3) 61歳以上の単身者は、総計と比べて、回答無しの割合が高い。よくわからないから回答しないという意見が多かった。  
高齢者にもわかりやすく、見やすいパンフレット等で啓発を行うべき。

### 5 その他

20歳以下の単身者は、回答が全くなかった。理由として、郵便物の中身を見ないことが考えられる。

# 総集計

問1	年代	問2	人数	問3	プラマーク	問4	排出袋	問5	排出回数
1	～20	1人	164	1知っていた	1264	1透明・半透明	962	1 週1回	1128
2	21～30	2人	468	2知らなかった	136	2指定袋	394	2 月2回	238
3	31～40	3人	333			3その他	43	3 その他	36
4	41～50	4人	263						
5	51～60	5人	94						
6	61～70	6人	42						
7	71～	7人	17						
		8人	2						
問6			排出曜日	問7			対象物		
1	燃やせないごみと同じ曜日		861	1	ボトル類		556		
2	今まで何も収集が無かった曜日		235	2	緩衝材		669		
3	その他		50	3	カップ・パック類		756		
				4	トレイ類		758		
				5	袋・包装類		501		
				6	ボトルキャップ		670		
				7	チューブ類		230		
				8	在宅医療器具		68		
				9	その他		28		
				0	回答無し		356		

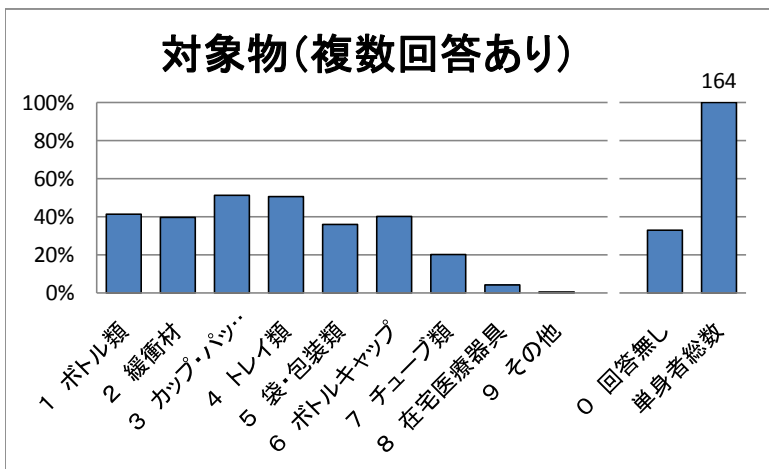
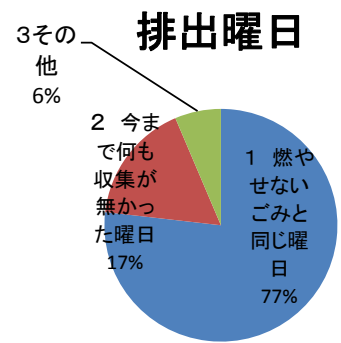
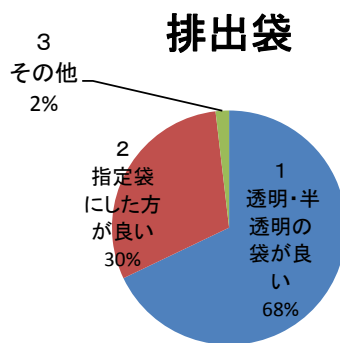
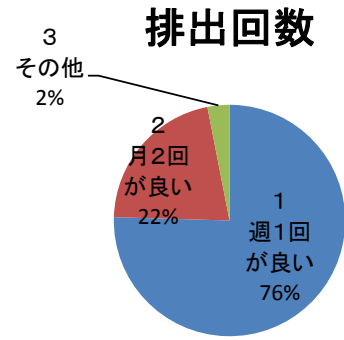
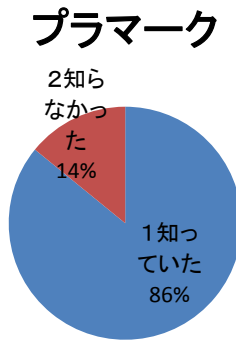
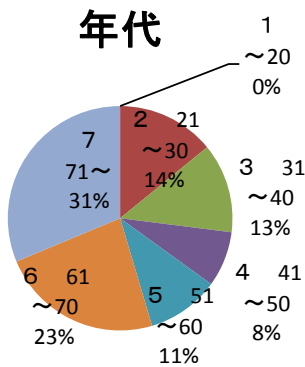


**考察**

- 年代**  
30歳以下の回答数がやや少ないが、全ての年代から回答があった。
- プラマーク**  
約9割が知っていたと回答。かなり認知されていることがうかがえる。
- 排出袋、排出回数、排出曜日**  
約7～8割が市と同様の意識である。
- 対象物**  
回答にばらつきがあり、対象・対象外の啓発においては、よりわかりやすいイラストを用いるべき。

# 単身者の集計

問1	年代	問2	人数	問3	プラマーク	問4	排出袋	問5	排出回数	
1	～20	0	1人	164	1知っていた	140	1透明・半透明	110	1 週1回	123
2	21～30	23	2人	0	2知らなかった	23	2指定袋	49	2 月2回	35
3	31～40	21	3人	0			3その他	3	3 その他	5
4	41～50	13	4人	0						
5	51～60	17	5人	0						
6	61～70	38	6人	0						
7	71～	51	7人	0						
			8人	0						
問6			排出曜日	問7			対象物			
1	燃やせないごみと同じ曜日		96	1	ボトル類		68			
2	今まで何も収集が無かった曜日		21	2	緩衝材		65			
3	その他		8	3	カップ・パック類		84			
				4	トレイ類		83			
				5	袋・包装類		59			
				6	ボトルキャップ		66			
				7	チューブ類		33			
				8	在宅医療器具		7			
				9	その他		1			
				0	回答無し		54			



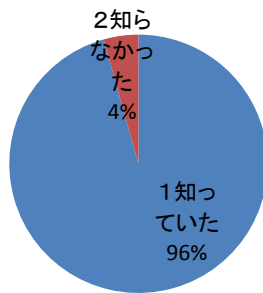
**考察**

- 年代  
61歳以上が約半数を占めている。
- プラマーク  
8割以上が知っていたと回答。
- 排出袋、排出回数、排出曜日  
約7～8割が市と同様の意識である。
- 対象物  
総計と比べても割合はほとんど変わらず。

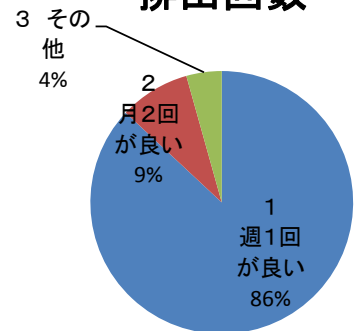
# 単身者のうち、30歳以下の集計

問1	年代	問2	人数	問3	プラマーク	問4	排出袋	問5	排出回数	
1	～20	0	1人	23	1知っていた	22	1透明・半透明	18	1 週1回	20
2	21～30	23	2人	0	2知らなかった	1	2指定袋	4	2 月2回	2
3	31～40	0	3人	0			3その他	1	3 その他	1
4	41～50	0	4人	0						
5	51～60	0	5人	0						
6	61～70	0	6人	0						
7	71～	0	7人	0						
		8人	0							
問6			排出曜日	問7			対象物			
1	燃やせないごみと同じ曜日	15	1	ボトル類	14					
2	今まで何も収集が無かった曜日	3	2	緩衝材	12					
3	その他	1	3	カップ・パック類	16					
			4	トレイ類	14					
			5	袋・包装類	12					
			6	ボトルキャップ	13					
			7	チューブ類	6					
			8	在宅医療器具	0					
			9	その他	0					
			0	回答無し	4					

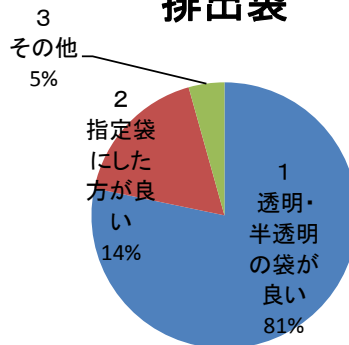
## プラマーク



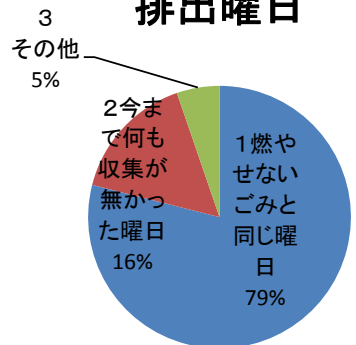
## 排出回数



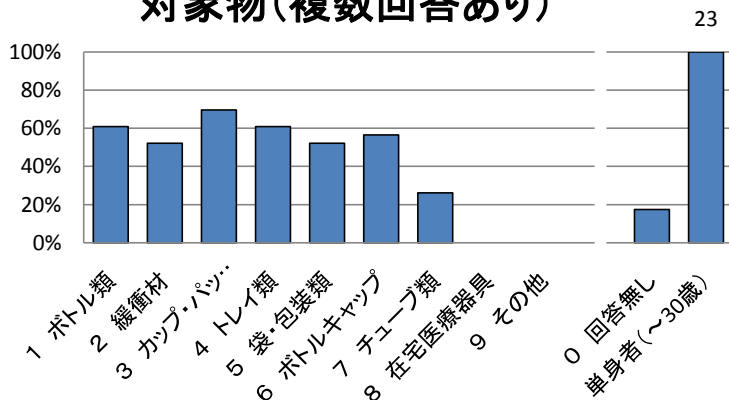
## 排出袋



## 排出曜日



## 対象物(複数回答あり)



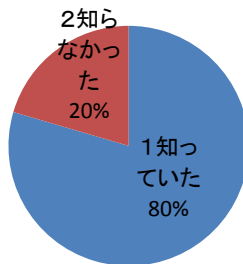
## 考察

- プラマーク  
9割以上が知っていたと回答。意識はかなり高い。
- 排出袋、排出回数、排出曜日  
約8～9割が市と同様の意識である。
- 対象物  
総計と比べて、対象物の選択割合が高い。対象外のものについては、チューブ類の選択が少しあるものの、在宅医療器具は0だった。
- その他  
20歳以下の単身者は、回答が全くなかった。理由として、郵便物の中身を見ないことが考えられる。

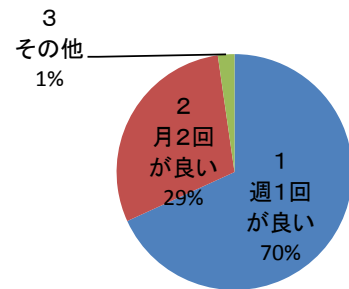
# 単身者のうち、61歳以上の集計

問1	年代	問2	人数	問3	プラマーク	問4	排出袋	問5	排出回数
1	～20	0 1人	89	1 知っていた	70	1 透明・半透明	55	1 週1回	60
2	21～30	0 2人	0	2 知らなかった	18	2 指定袋	32	2 月2回	26
3	31～40	0 3人	0			3 その他	1	3 その他	2
4	41～50	0 4人	0						
5	51～60	0 5人	0						
6	61～70	38 6人	0						
7	71～	51 7人	0						
		8人	0						
問6			排出曜日	問7			対象物		
1	燃やせないごみと同じ曜日		46	1	ボトル類		20		
2	今まで何も収集が無かった曜日		11	2	緩衝材		23		
3	その他		3	3	カップ・パック類		29		
				4	トレイ類		32		
				5	袋・包装類		22		
				6	ボトルキャップ		21		
				7	チューブ類		13		
				8	在宅医療器具		3		
				9	その他		1		
				0	回答無し		40		

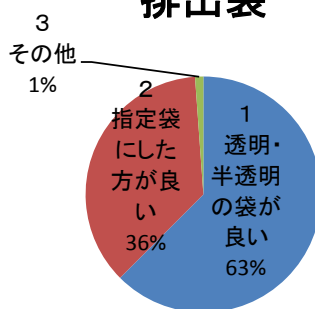
## プラマーク



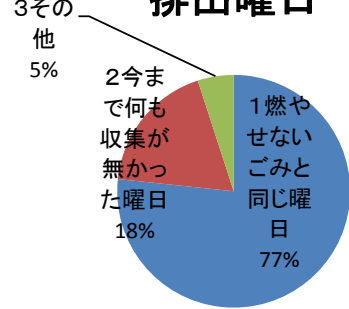
## 排出回数



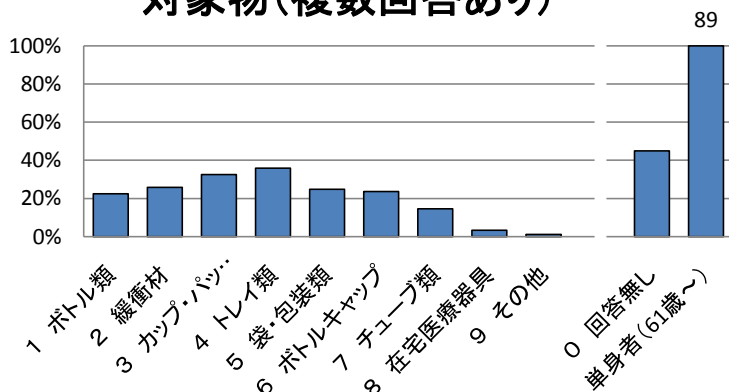
## 排出袋



## 排出曜日



## 対象物(複数回答あり)



## 考察

- プラマーク  
他の年代より割合が下がるが、それでも約8割が知っていたと回答。
- 排出袋、排出回数、排出曜日  
約7～8割が市と同様の意識であるが、指定袋を希望する回答が4割近くあった。
- 対象物  
総計と比べて、回答無しの割合が高い。よくわからないから回答しないという意見が多かった。  
高齢者にもわかりやすく、見やすいパンフレット等で啓発を行うべき。