

生ごみ減量・資源化に関する
関心度・実践度等調査業務
報 告 書

【本 編】

令和 7 年 3 月

札 幌 市

目 次

第1章 調査の概要

1 調査の概要	1
2 この報告書の見方	2

第2章 調査結果

1 食品ロスについて	3
(1) 食品ロスの認知度	3
(2) 食べ残しや手つかず食品（未開封品）の廃棄度	5
(3) 食べ残しの廃棄種類	7
(4) 手つかず食品（未開封品）の廃棄種類	8
(5) 食品廃棄の理由	9
(6) 食品購入時の注意点	10
(7) 食品保存の実践方法	11
(8) 食品ロスを減らす余地	12
(9) 食品ロス削減による効果	14
(10) 食品ロス削減の意識度	15
(11) 食品ロス削減の意識が高まったきっかけ	20
(12) 「2510 スマイル宴」の認知度	21
(13) 「2510 スマイル宴」の実践度	23
2 生ごみの水切りについて	25
(1) 水切りへの関心度	25
(2) 水切り取り組み状況	27
(3) 取り組んでいる水切り方法	32
(4) 水切りに取り組んでいる理由・目的	33
(5) 水切り実践期間	34
(6) 水切りに取り組んでいない理由	35
3 生ごみ堆肥化の取組について	36
(1) 堆肥化への関心度	36
(2) 堆肥化への取り組み状況	38
(3) 取り組んでいる堆肥化の方法	43
(4) 堆肥化実践期間	44
(5) 堆肥化に取り組んでいない理由	45
(6) 今後、取り組みたいと思っている堆肥化の方法	46

4	生ごみ減量の施策について	47
(1)	札幌市の施策の認知度	47
(2)	「生ごみ堆肥化セミナー」の認知情報媒体	48
(3)	「生ごみ堆肥化相談窓口」の認知情報媒体	49
(4)	「電動生ごみ処理機や堆肥化器材の購入助成制度」の認知情報媒体	50
(5)	「生ごみ堆肥の回収拠点」の認知情報媒体	51
(6)	コンテンツの認知度	52
(7)	「日曜日は冷蔵庫をお片づけ」の認知情報媒体	53
(8)	「しまっておくより月イチ・リユース」の認知情報媒体	54
(9)	「札幌市ごみ減量ポータルサイト」の認知情報媒体	55
5	回答者属性	56
(1)	性別	56
(2)	年齢	56
(3)	家族構成	57
(4)	居住形態	57

第1章 調査の概要

第1章 調査の概要

1 調査の概要

(1) 調査目的

「生ごみ減量・資源化に関する関心度・実践度等アンケート調査」は、燃やせるごみの中で約40%と大きな割合を占める生ごみの減量と資源化に対する、札幌市民の「関心度」や「実践度」などについて把握し、今後のごみ減量・資源化施策の方向性や内容を検討する際の資料とすることを目的として実施した。

(2) 調査項目

- 1) 食品ロスについて
- 2) 生ごみの水切りについて
- 3) 生ごみ堆肥化の取組について
- 4) 生ごみ減量の施策について
- 5) 基本事項

(3) 調査方法

1) 郵送法

- | | |
|---------|-----------------------------------|
| ア) 調査方法 | 調査票の郵送及び返信用封筒による調査票回収 |
| イ) 調査対象 | 札幌市内に居住する満18歳以上の個人 |
| ウ) 標本数 | 2,500人 |
| エ) 抽出方法 | 住民基本台帳から「等間隔無作為抽出法」により抽出 |
| オ) 調査期間 | 令和6年12月27日(金) 発送、回答期限令和7年1月27日(月) |

2) Web法

- | | |
|---------|-----------------------------------|
| ア) 調査方法 | 札幌市公式LINEへの投稿によるWeb回答フォームの配信 |
| イ) 調査対象 | 札幌市公式LINEの友だち登録者 |
| ウ) 調査期間 | 令和6年12月27日(金) 配信、回答期限令和7年1月27日(月) |

(4) 回収状況

1) 発送数（郵送法のみ）

- | | |
|-----------|----------|
| アンケート発送数 | : 2,500件 |
| 返送数（宛先不明） | : 10件 |
| 有効発送数 | : 2,490件 |

2) 回収数

- | | |
|-------|-------------------|
| 郵送法 | : 946件（回収率 37.9%） |
| Web法 | : 3,938件 |
| 有効回答数 | : 4,884件 |

2 この報告書の見方

- (1) 回答率（各回答の百分比）は小数第2位を四捨五入した。このため、個々の比率の合計が100.0%にならない場合がある。
- (2) 設問文に『(○は該当するものすべて)』とあるのは、2つ以上の回答を可としたものであり、その百分比の合計は100.0%を超える場合がある。
- (3) グラフにおける「N」は、比率算出の基数であり、100%が何人の回答者に相当するのかわを示すものである。
- (4) グラフや説明文における「前回調査」とは、令和4年度に実施した「生ごみ減量・資源化に関する関心度・実践度等調査」を示している。
(前回調査は郵送法のみ。今回は調査方法としてWeb法を導入した)

第2章 調査結果

第2章 調査結果

1 食品ロスについて

食べられたはずなのに、捨てられてしまう食べ残しや手つかず食品（未開封品）を食品ロスといいます。食品ロスについて、以下の質問にお答えください。

（1）食品ロスの認知度

問1 あなたは食品ロスという言葉を知っていましたか。（○は1つ）

食品ロスの認知度については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査とともに「意味を含めて知っていた」が9割を超えて最も高く、以下「意味は知らないが聞いたことがあった」、「知らなかった」となっている。

一方、年齢別にみると、すべての年代で「意味を含めて知っていた」の割合が高くなっており、年齢による大きな差はみられない。

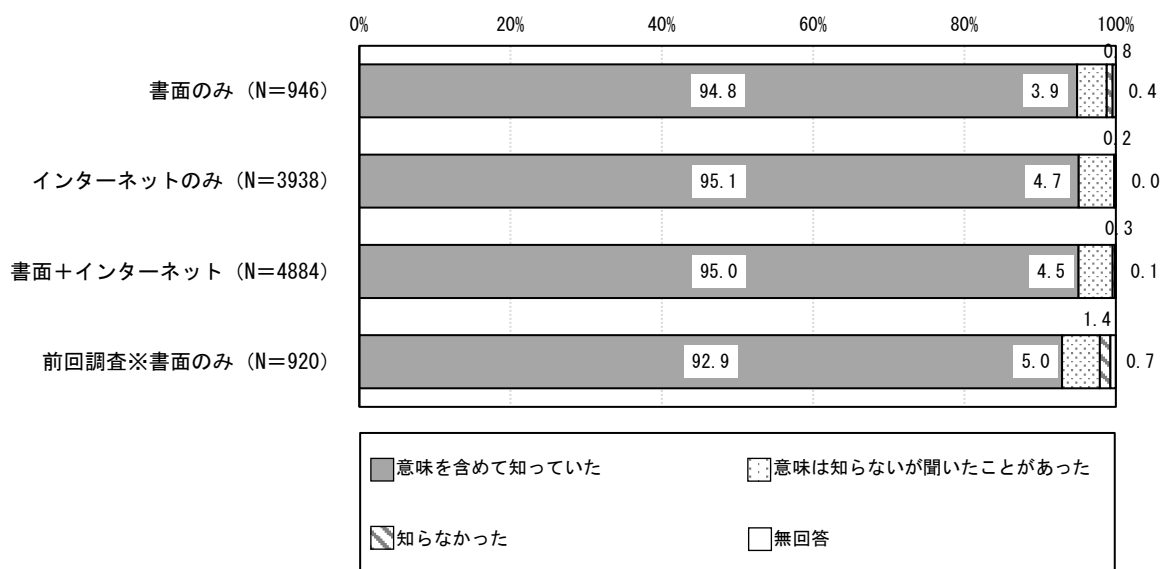


図1－1 食品ロスの認知度

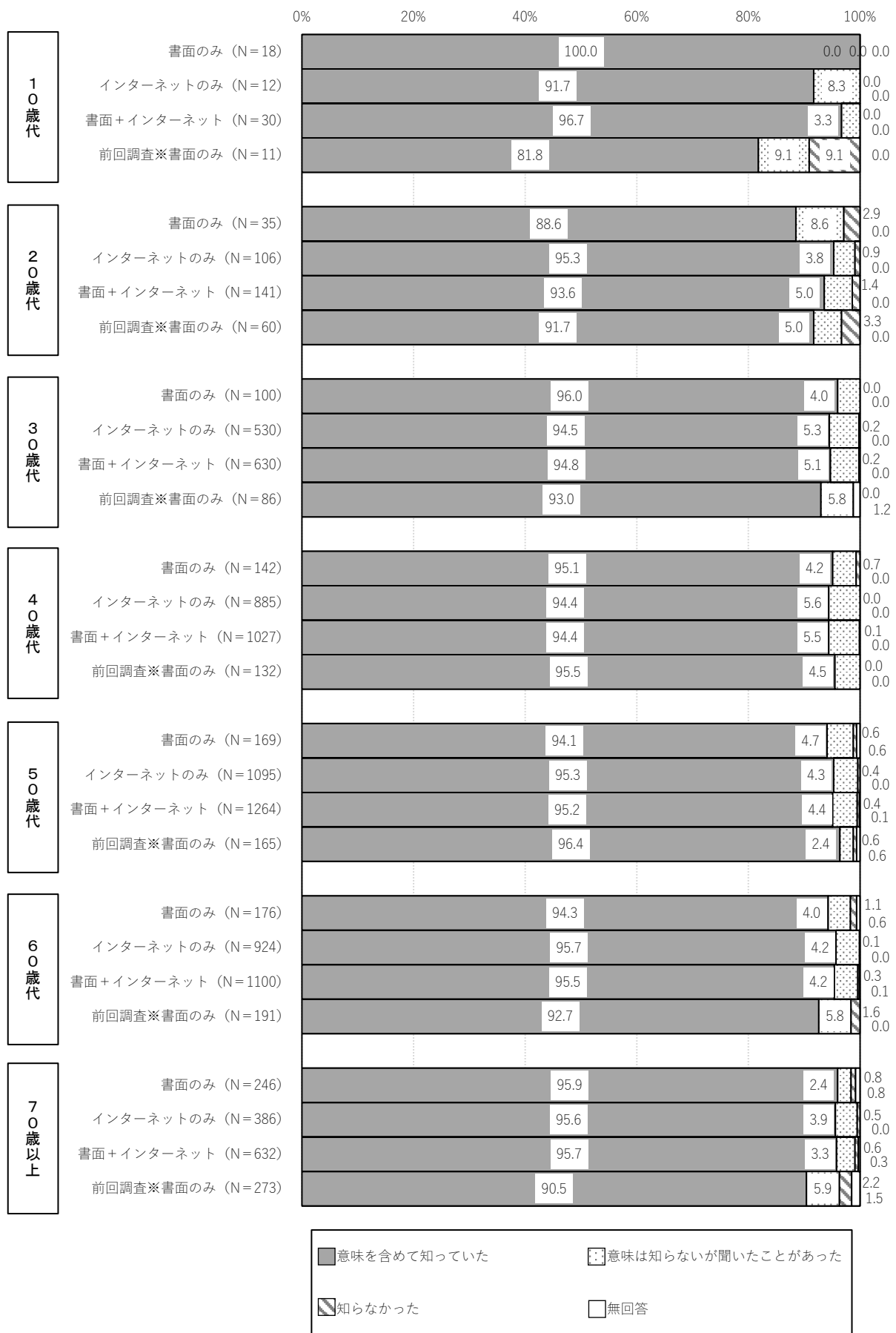


図 1 - 2 年齢別 食品ロスの認知度

（２）食べ残しや手つかず食品（未開封品）の廃棄度

問２ あなたの世帯では、食べ残しや手つかず食品（未開封品）を捨ててしまうことはありますか。（○は１つ）

食べ残しや手つかず食品（未開封品）の廃棄度については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「ほとんどない（週１回以下）」が７割を超えて最も高く、以下「たまにある（週２日程度）」、「よくある（週４日以上）」となっている。

これを、年齢別にみると、回答者数の少ない１０歳代、２０歳代の書面のみを除くと、すべての年代で「ほとんどない（週１回以下）」の割合が最も高く、次に多いのは「たまにある（週２日程度）」となっており、年齢による大きな差はみられない。

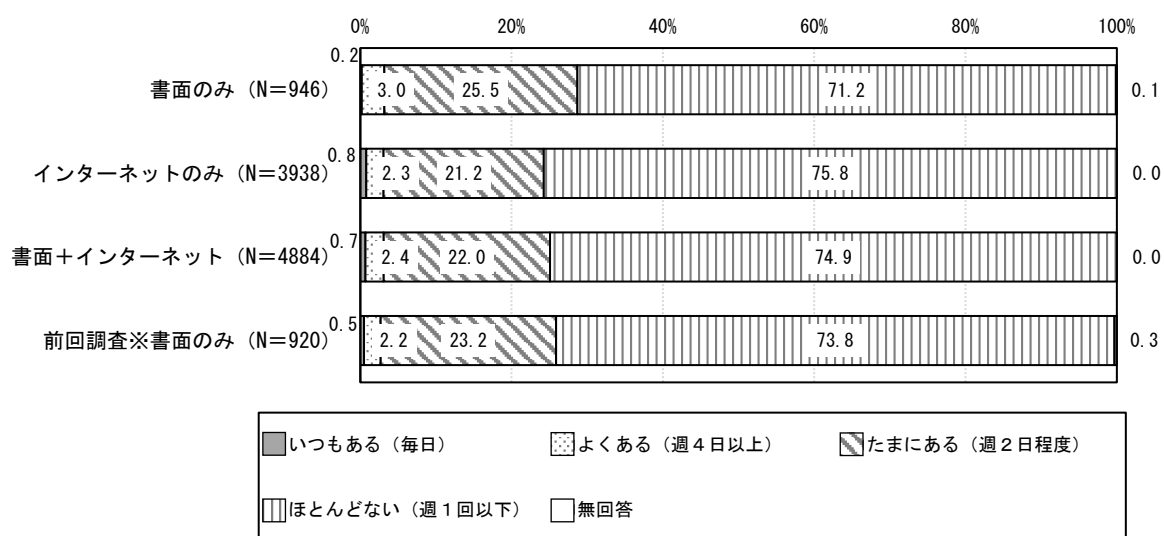


図１－３ 食べ残しや手つかず食品（未開封品）の廃棄度

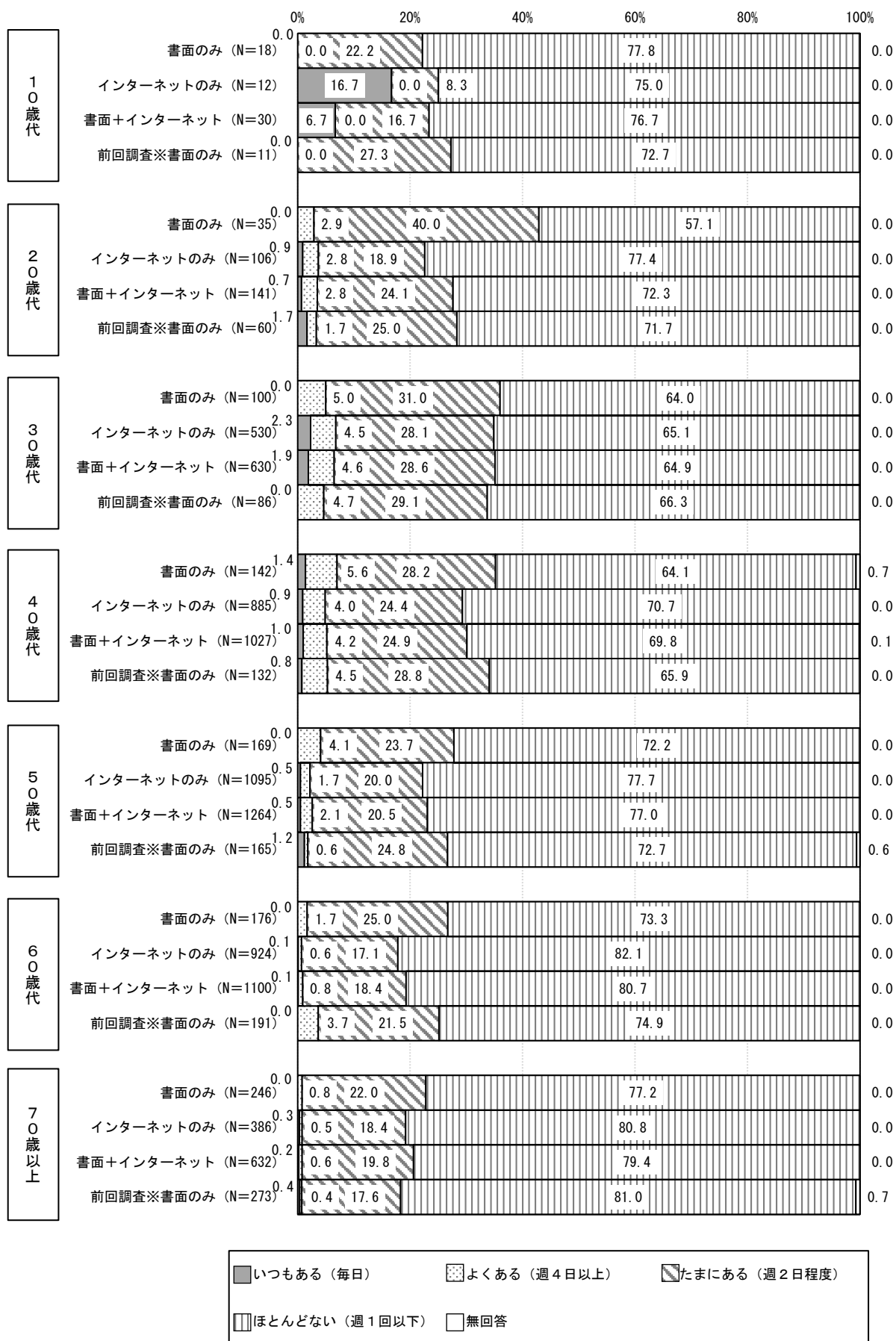


図1-4 年齢別 食べ残しや手つかず食品（未開封品）の廃棄度

(3) 食べ残しの廃棄種類

問3 あなたの世帯でよく捨ててしまう「食べ残し」は何ですか。(○は該当するものすべて)

食べ残しの廃棄種類については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「捨ててしまう食べ残しは無い」が4割を超えて最も高く、以下、「汁物」、「お菓子」が1割を超えている調査があり、前回調査時の「サラダ・和え物」は11.1%であったが、今回は約3ポイント下回っている。

また、「その他」の内容としては、「賞味期限切れの乳製品」、「賞味期限切れの調味料」「子供の食べ残し」などがあがっている。

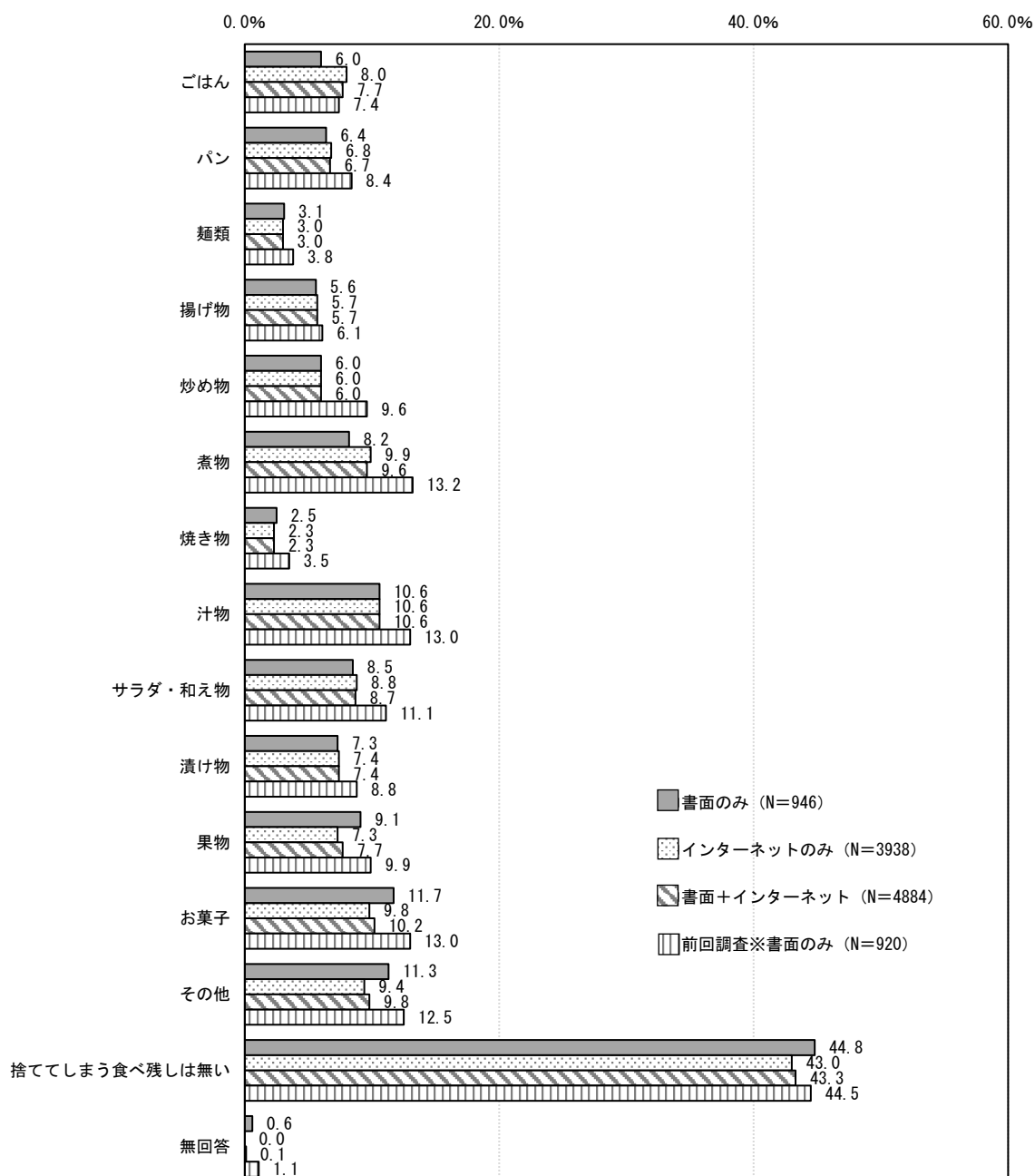


図1－5 食べ残しの廃棄種類

(4) 手つかず食品（未開封品）の廃棄種類

問4 あなたの世帯がよく捨ててしまう「手つかず食品（未開封品）」は何ですか。
(○は該当するものすべて)

手つかず食品（未開封品）の廃棄種類については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「捨ててしまう手つかず食品はない」が最も多く、以下、「野菜類」、「調味料」、「レトルト・インスタント食品」が1割を超え、インターネットのみと書面＋インターネットでは、「加工品（練り物・ハムなど）」も1割を超えている。

また、「その他」の内容としては「缶詰」、「冷凍食品」、「頂き物」などがあがっている。

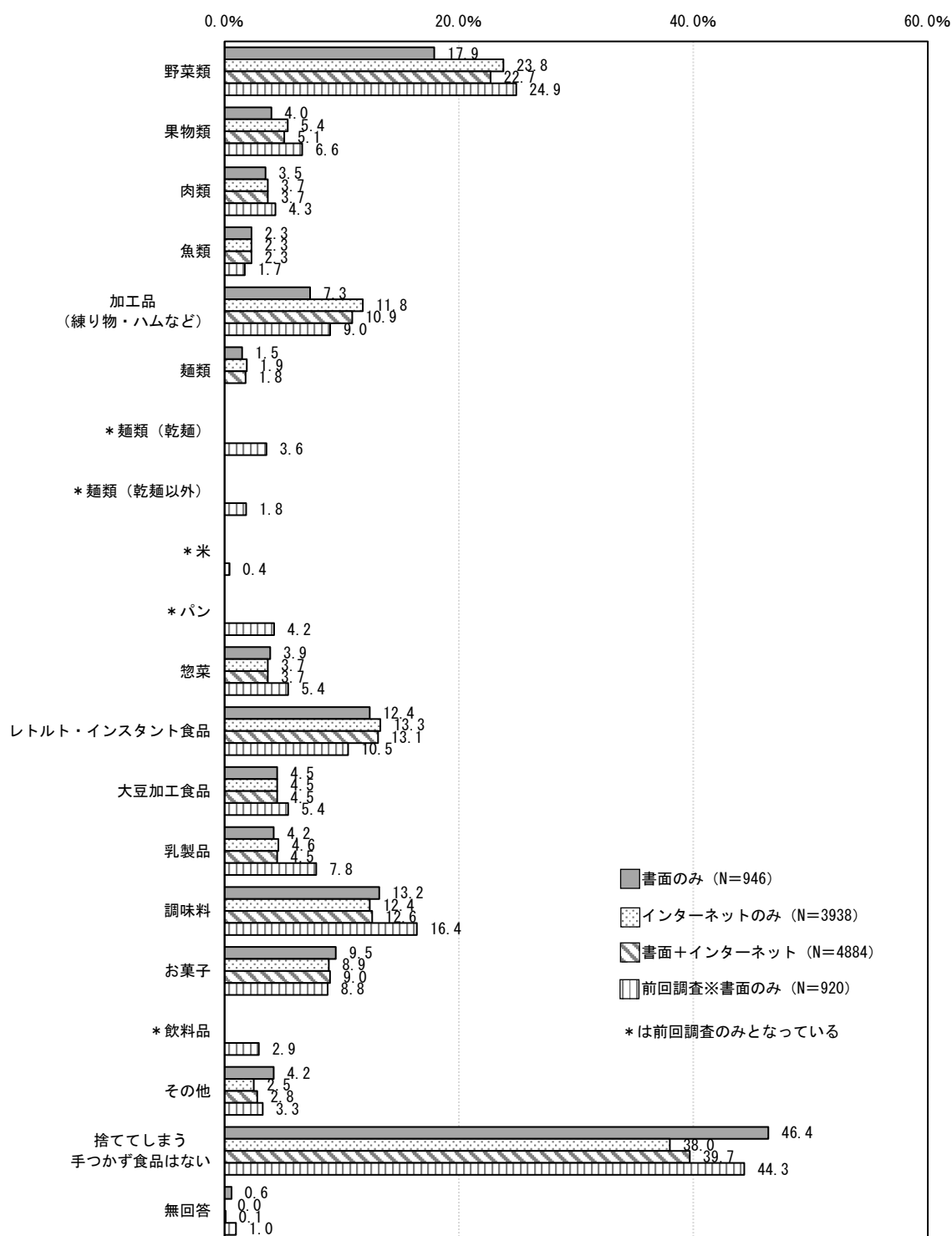


図1-6 手つかず食品（未開封品）の廃棄種類

（５）食品廃棄の理由

問５ あなたの世帯で食品を捨ててしまう主な理由は何ですか。（○は該当するものすべて）

食品を捨ててしまう主な理由は、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査とともに「保存していた食材の使い忘れ」が４割を超えて最も多く、以下「食品を捨てることはない」、「保存していた料理の食べ忘れ」となっている。

また、「食品の買い過ぎ」と「料理の作り過ぎ」といった予測できることや「食事の急な予定変更」、「頂き物のもらい過ぎ」、「口に合わない」の予測できないことも少数ではあるが、一定数の世帯がいると見受けられる。

なお、「その他」の内容としては「消費期限・賞味期限切れ」、「子供の食べ残し」などがあがっている。

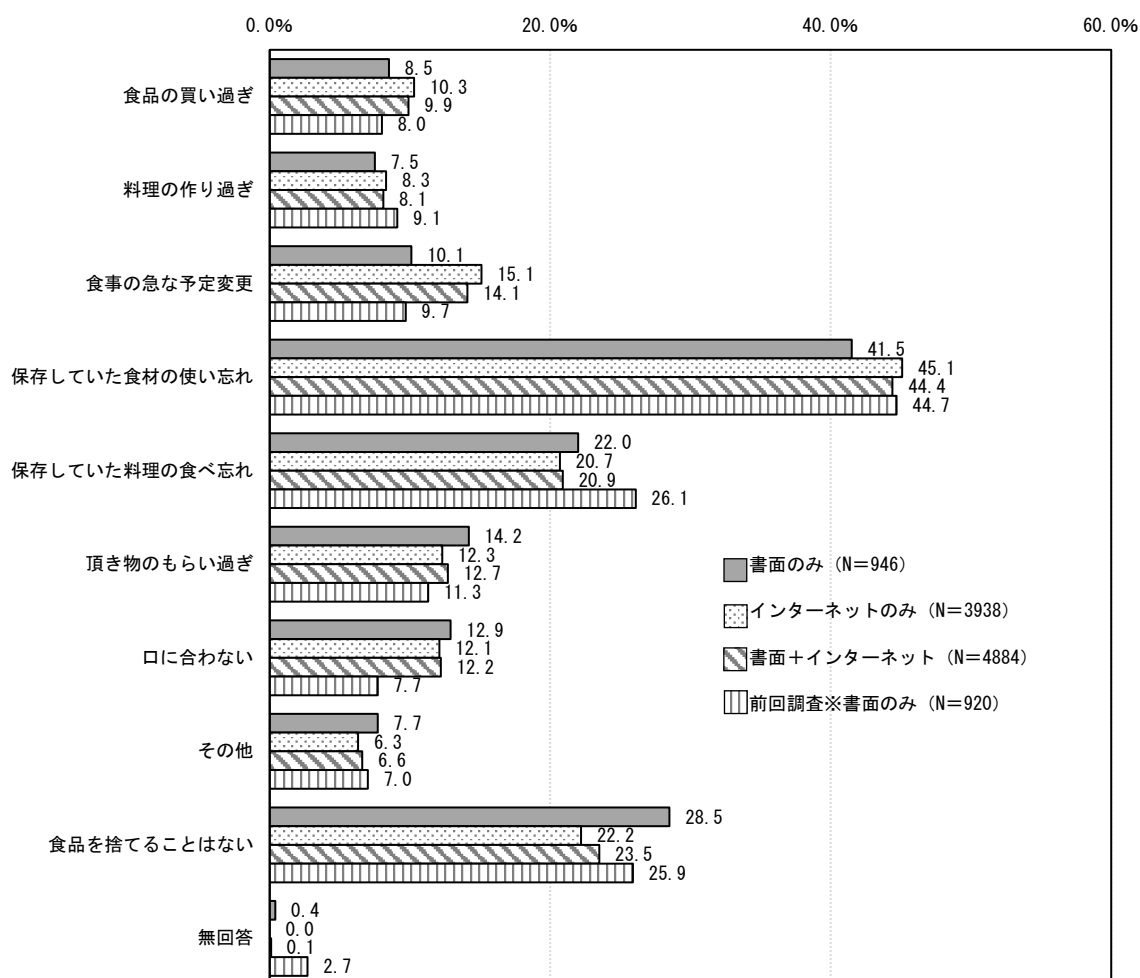


図１－７ 食品廃棄の理由

(6) 食品購入時の注意点

問6 あなたが買い物の際に食品ロス対策として、気をつけていることは何ですか。
(○は該当するものすべて)

食品を購入する時の注意点については、前回調査を除き「商品や食べる時期によって賞味期限・消費期限を考慮して選ぶ」が最も多く、以下「買い物前に冷蔵庫の中身を確認する」、「事前に買い物メモをつくる」となっており、いずれも約半数を超えている。

また、「小分け・バラ売りのものを選ぶ」と「衝動買いをしない」も一定数の世帯が見受けられる。

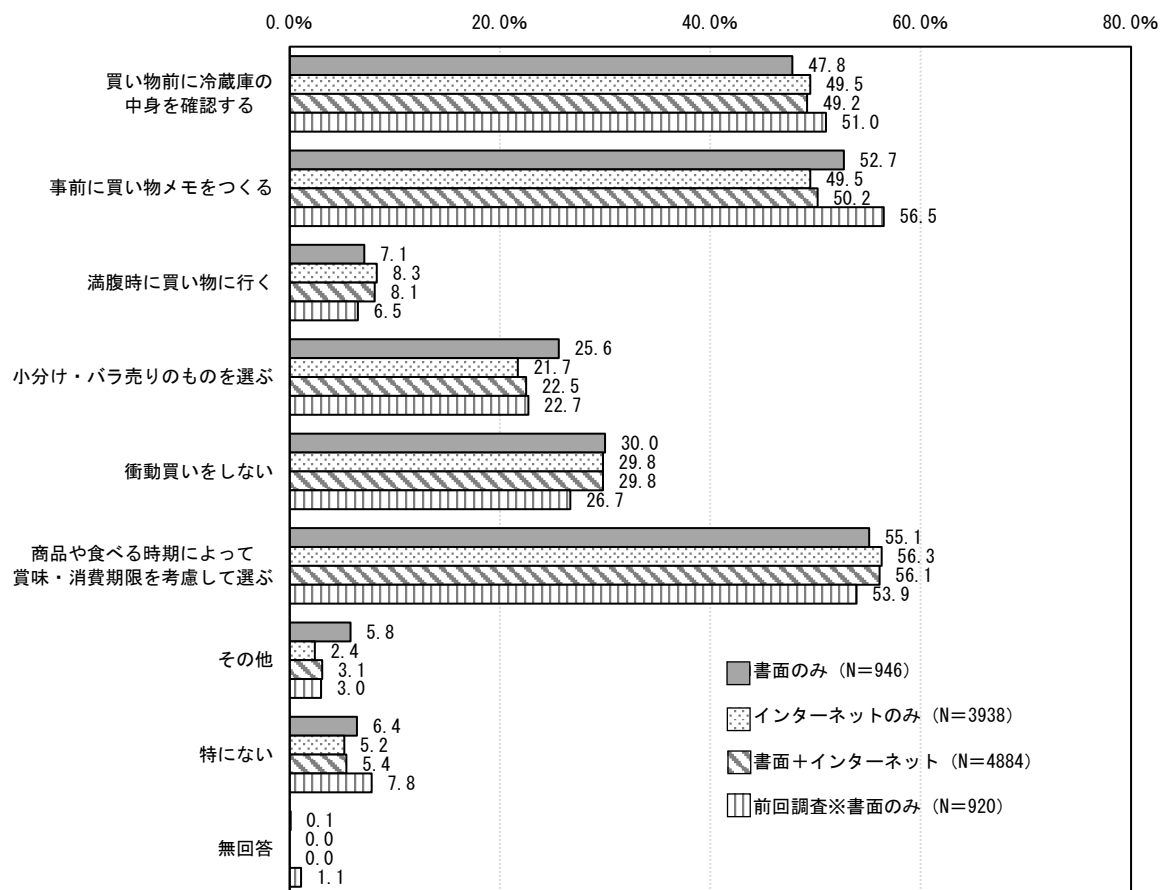


図1-8 食品購入時の注意点

(7) 食品保存の実践方法

問7 あなたが冷蔵庫に食品を保存する際に行っていることは何ですか。
(○は該当するものすべて)

食品保存の実践方法については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「定期的に冷蔵庫の中身を確認する」が最も多く5割を超えており、以下「食材ごとに定位置を決める」「小分けにして保存する」となっている。

また、「その他」の内容としては、「冷凍できる食品は冷凍する」「買いだめしないように心掛ける」などがあがっている。

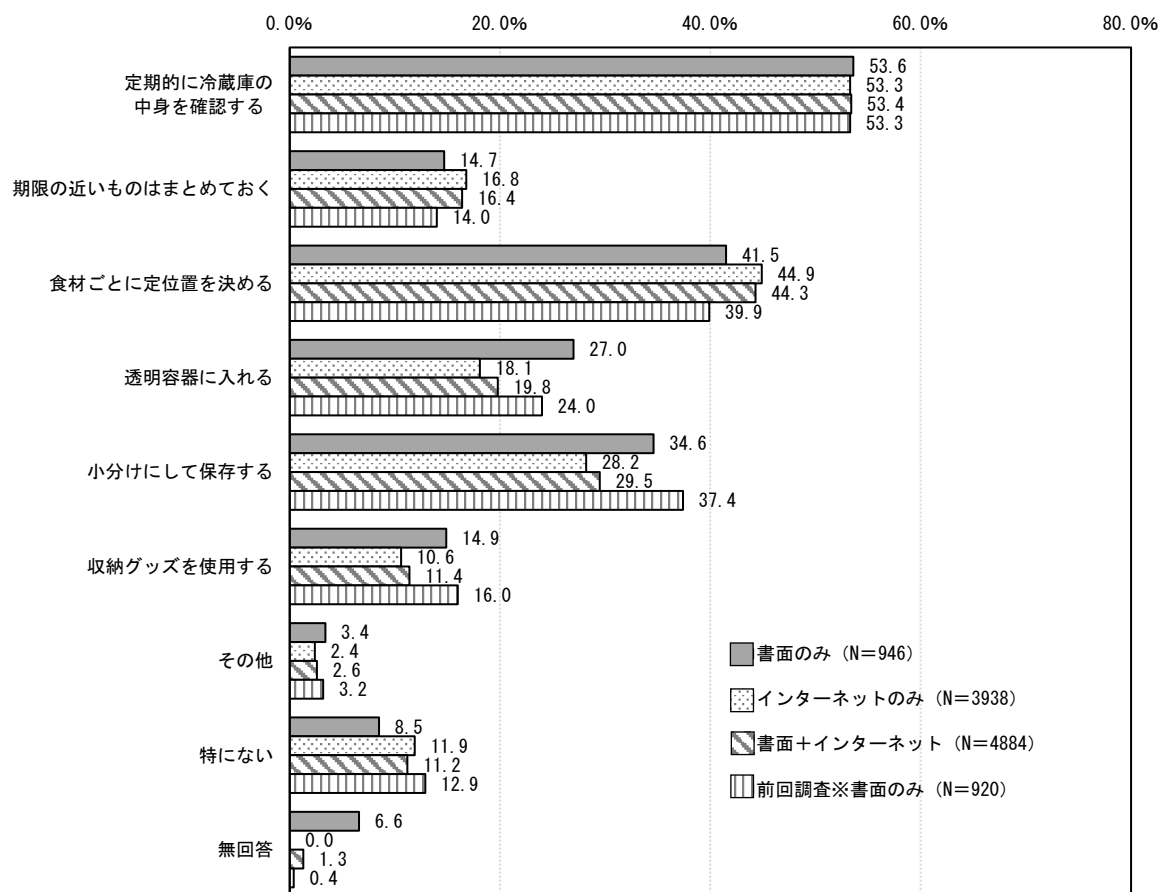


図1-9 食品保存の実践方法

（８）食品ロスを減らす余地

問８ あなたは、あなたの世帯の食品ロスを減らす余地があると思いますか。（○は１つ）

食品ロスを減らす余地については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「まだ減らせる」が最も多く、次いで「食品ロスが出ない」となっており、前回調査時の「もう減らせない」と「わからない」では約３ポイントの差があったが、今回調査ではほとんど差は見られない。

これを、年齢別にみると、回答者数の少ない１０歳代を除く、すべての年代で「まだ減らせる」が最も多く、次いで前回調査時の２０歳代、３０歳代、書面のみ３０歳代を除き、「食品ロスが出ない」となっている。

また、「まだ減らせる」の割合は、年齢層が低くなるにつれて大きくなる傾向がみられ、インターネットのみの３０歳代では７５.５％となっている。

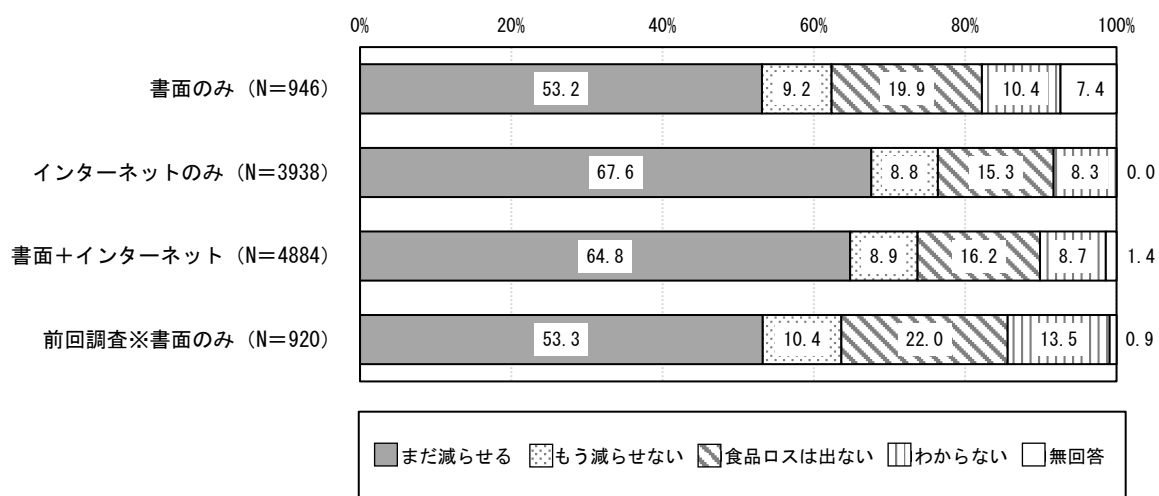


図１－１０ 食品ロスを減らす余地

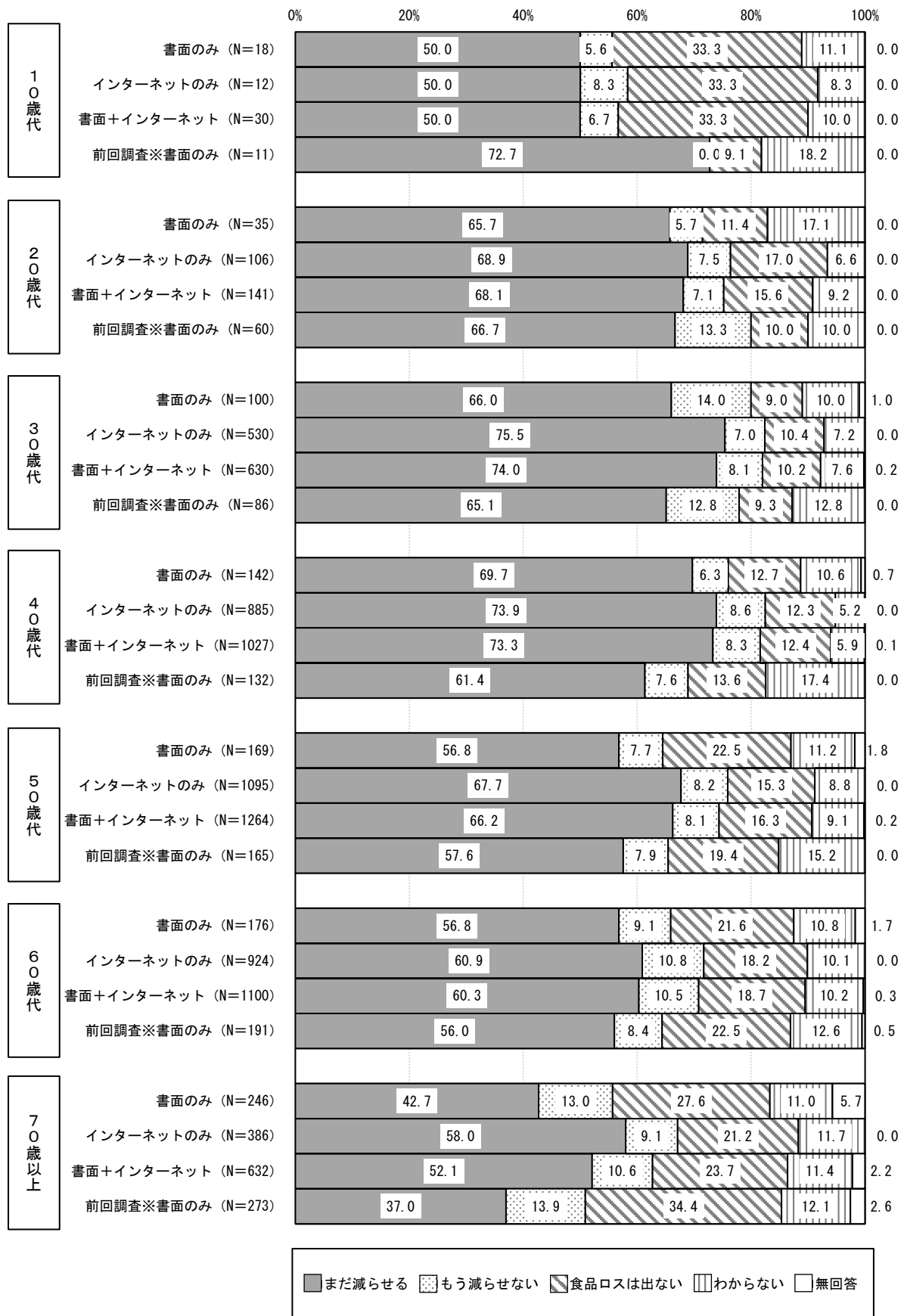


図1-11 年齢別 食品ロスを減らす余地

（９）食品ロス削減による効果

問 9 （あなたの世帯に限らず）あなたは一般家庭からの食品ロスが減ると、どんな効果があると思いますか。（○は該当するものすべて）

食品ロスが減ると、どのような効果があるかを尋ねたところ、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「食費節約」が7割を超えて最も多く、以下「有料ごみ袋の節約」、「ごみ焼却エネルギーの節約」やインターネットのみ、書面＋インターネットの「冷蔵庫内の整理整頓」も5割を超えている。

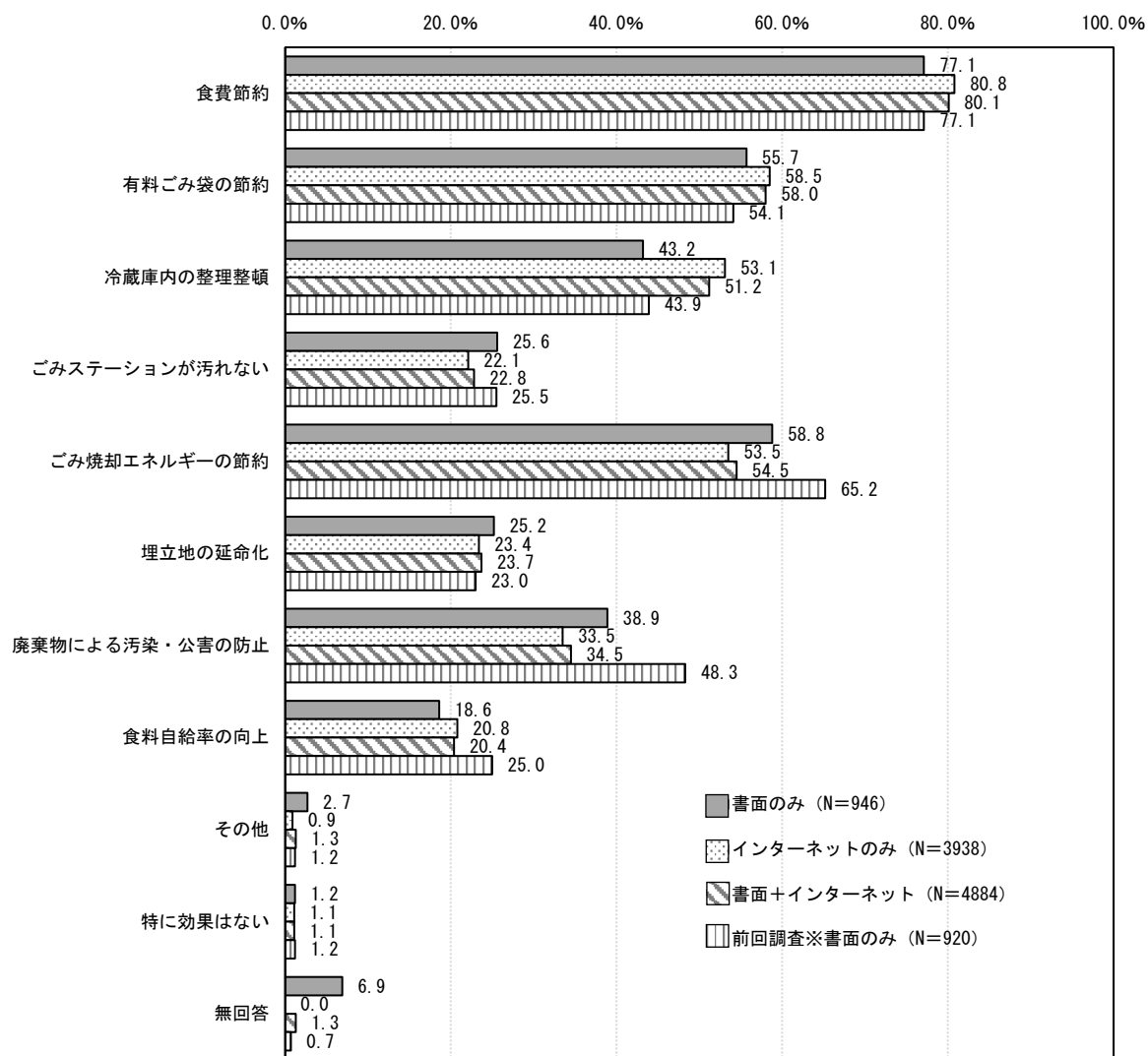


図 1－1 2 食品ロス削減による効果

(10) 食品ロス削減の意識度

問 10 あなたはこの2～3年で、「食品ロス削減」の意識は高まりましたか。(○は1つ)

食品ロス削減の意識度については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「どちらかと言えば高まった」が最も多く、「高まった」を合わせた『高まった派』はインターネットのみで見ると7割を超えている。

これを、年齢別にみると、回答者数の少ない10歳代を除く、すべての年代で「高まった」と「どちらかと言えば高まった」を合わせた『高まった派』の割合は、年齢層が高くなるにつれて大きくなる傾向がみられ、インターネットのみの70歳以上では78.5%となっている。

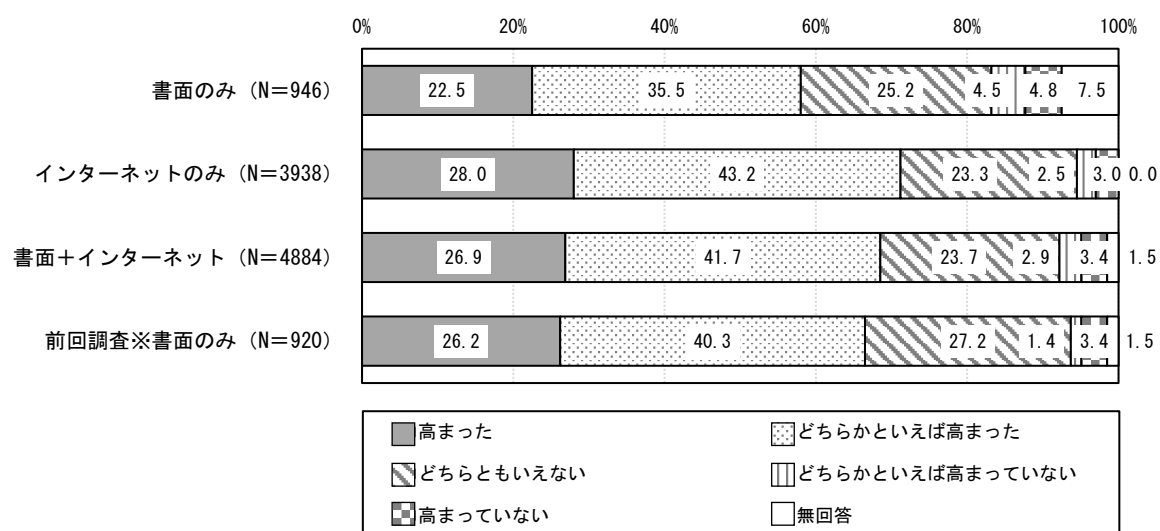


図 1－1 3 食品ロス削減の意識度

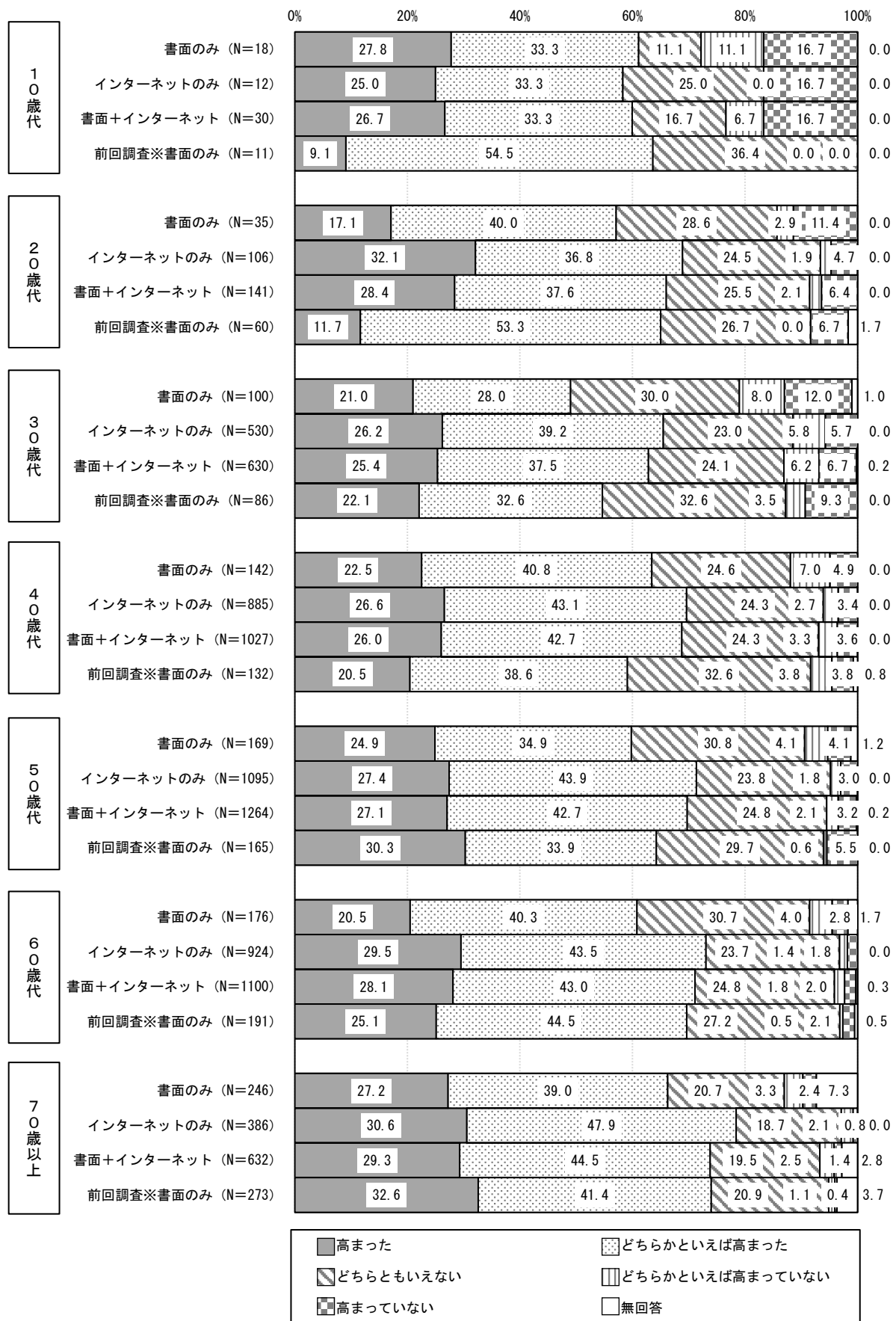


図 1 - 1 4 年齢別 食品ロス削減の意識度

また、家族構成別では、すべての世帯で「高まった」と「どちらかと言えば高まった」を合わせた『高まった派』の割合が高く、次いで「どちらとも言えない」となっており、家族構成による大きな差はみられない。

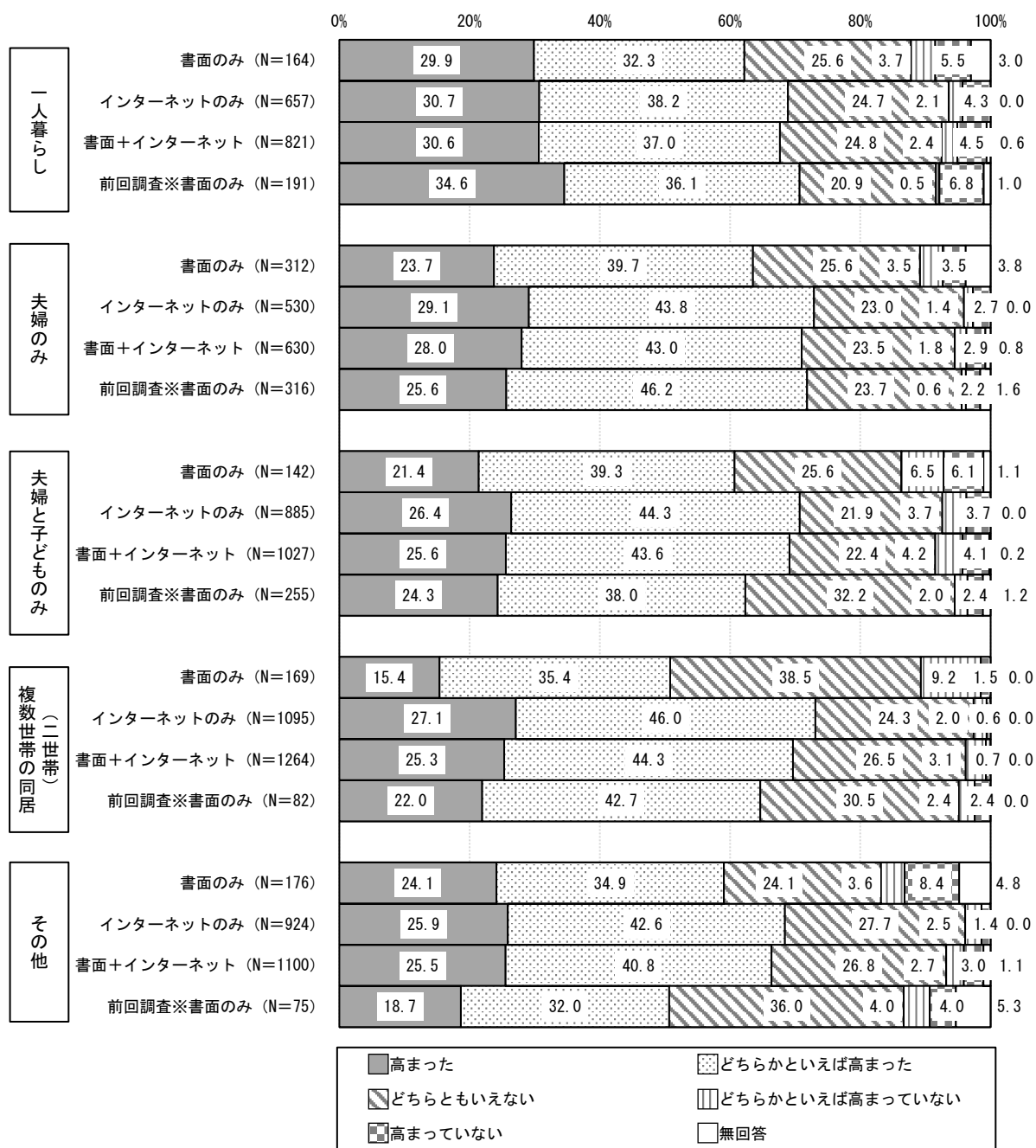


図 1 - 1 5 家族構成別 食品ロス削減の意識度

さらに、居住形態別にみると、回答者数の少ない『その他』を除く、『一戸建て』『マンション・アパート』の「高まった」と「どちらかといえば高まった」を合わせた『高まった派』の割合が高く、次いで「どちらとも言えない」となっており、居住形態による大きな差はみられない。

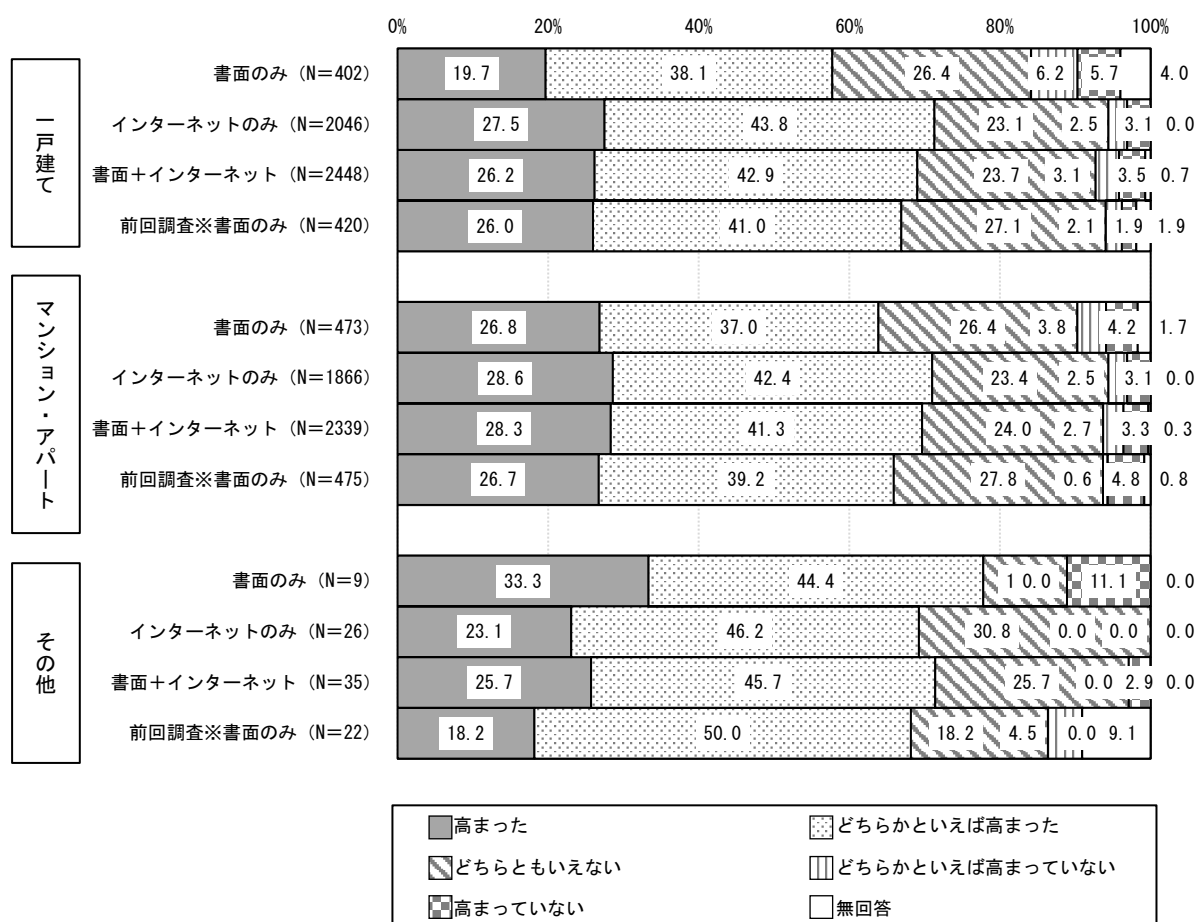


図 1 - 1 6 居住形態別 食品ロス削減の意識度

ここで、食品ロス削減の意識度を“食品ロスを減らす余地”別にみると、『まだ減らせる』と回答した人においては、「どちらかと言えば高まった」の割合が高くなっている。

一方、「どちらとも言えない」は、書面のみとインターネットのみにおいて、『まだ減らせる』と回答した人に比べて『わからない』と回答した人の方が多くなっている。

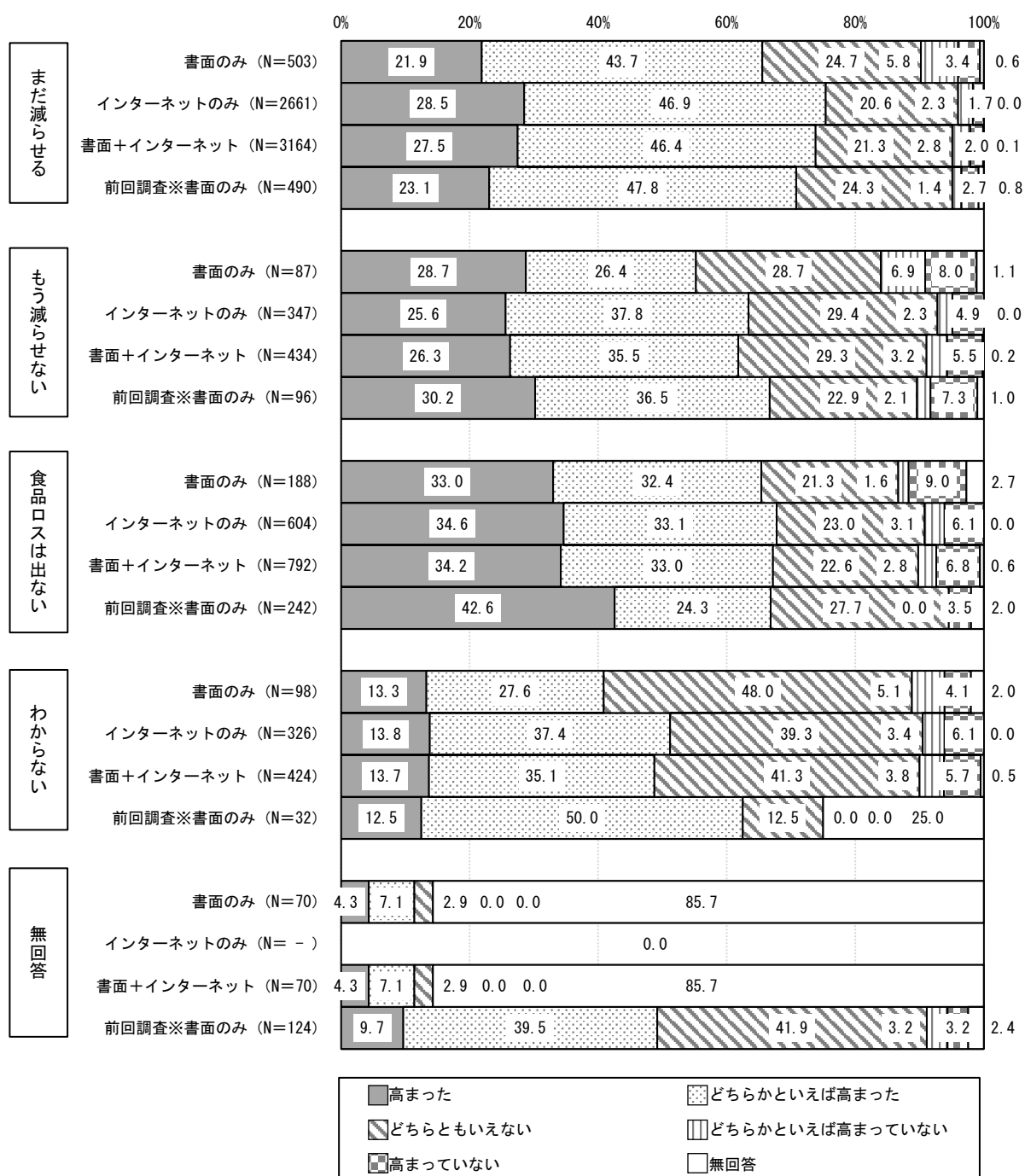


図 1 - 17 食品ロスを減らす余地別 食品ロス削減の意識度

(11) 食品ロス削減の意識が高まったきっかけ

問 11 は、＜問 10 で「1 高まった」、「2 どちらかと言えば高まった」に○をつけた方に伺います＞

問 11 あなたの「食品ロス削減」の意識が高まったきっかけは何ですか。

(○は該当するものすべて)

食品ロス削減の意識が「高まった」「どちらかと言えば高まった」と回答した人に理由を尋ねたところ、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「マスコミの報道を見て」が最も多くなっている。

一方、「ホームページ・SNSからの情報」、「札幌市の啓発」は、少数ではあるが一定数の方がいると見られる。

また、「その他」の内容としては、「物価の高騰」「ゴミ袋の有料化」などがあがっている。

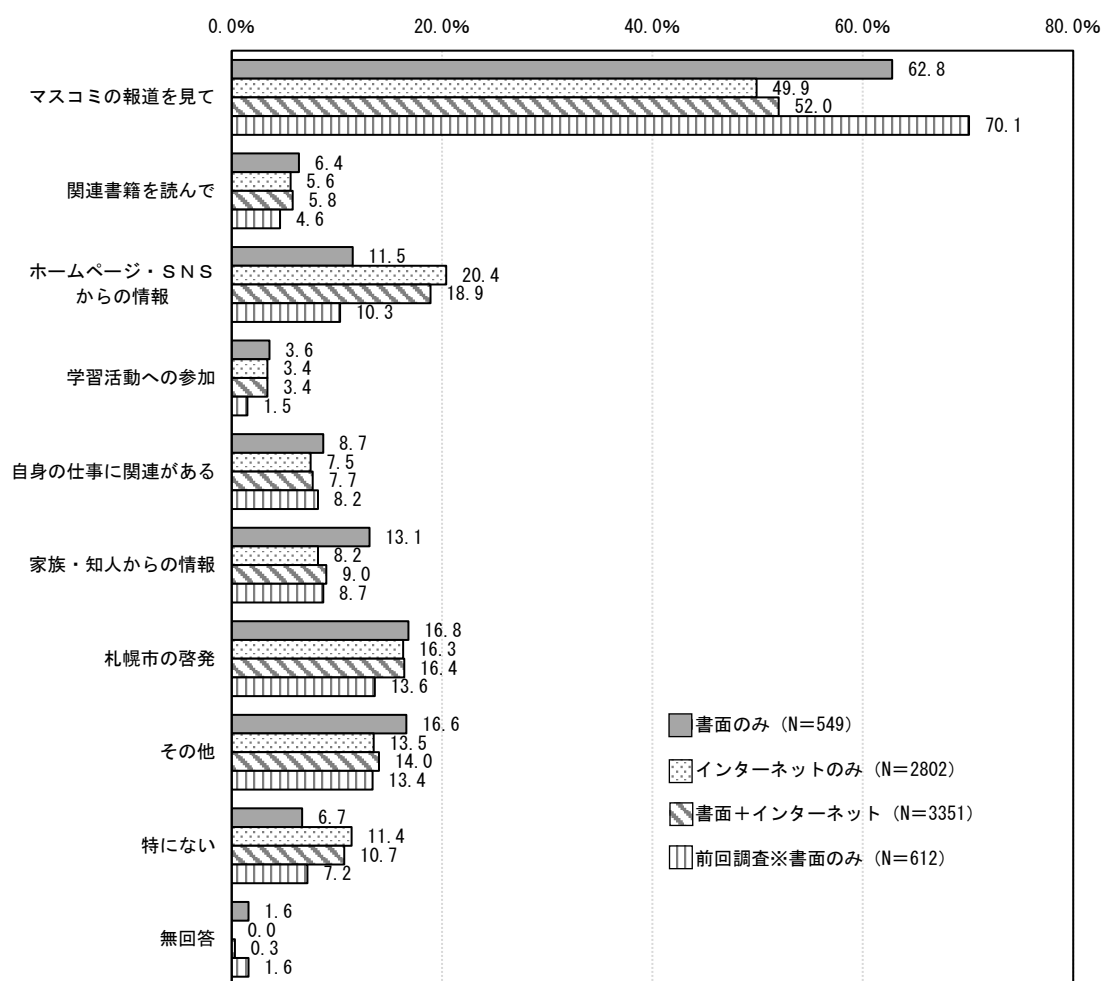


図 1－18 食品ロス削減の意識が高まったきっかけ

(12) 「2510（ニコッと）スマイル宴（うたげ）」の認知度

問 12 あなたは「2510（ニコッと）スマイル宴（うたげ）」を知っていましたか。
（○は1つ）

「2510（ニコッと）スマイル宴（うたげ）」の認知度については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「知らなかった」が約9割を占めている。

一方、年齢別にみると、回答者数の少ない10歳代を除く、すべての年代で「知らなかった」の割合が高くなっており、年齢による大きな差はみられない。

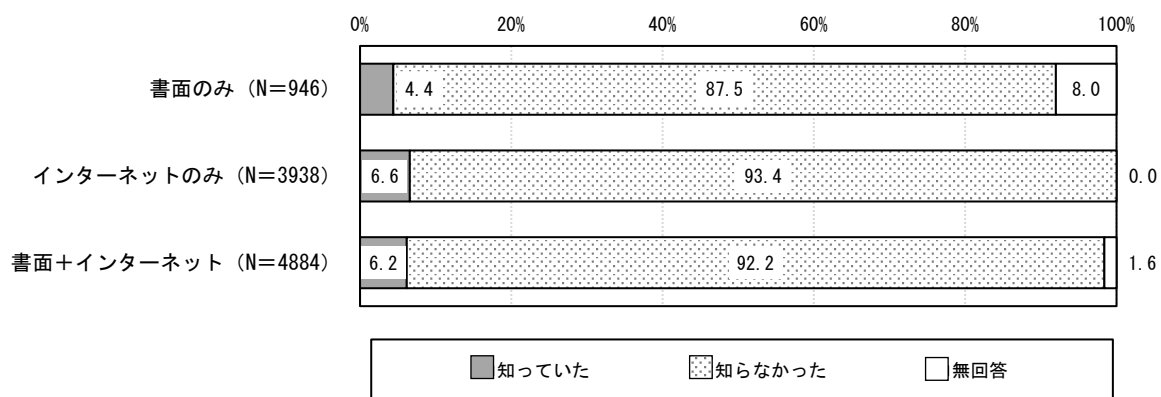


図 1－19 「2510 スマイル宴」の認知度

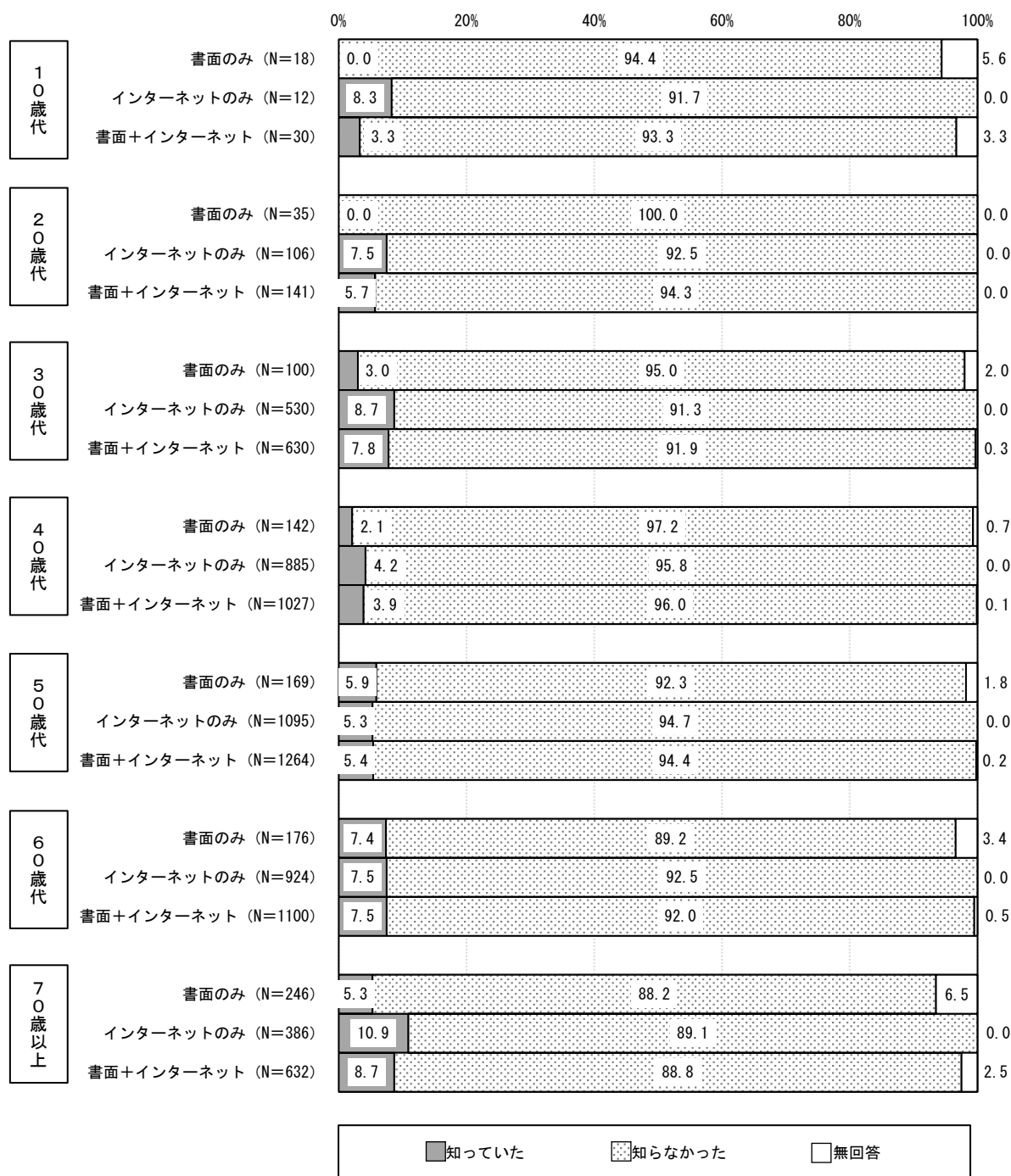


図 1 - 2 0 年齢別 「2510 スマイル宴」の認知度

(13) 「2510スマイル宴」の実践度

問 13 は、＜問 12 で「1 知っていた」に○をつけた方に伺います＞

問 13 あなたは「2510 スマイル宴」を実践したことがありますか。(○は1つ)

「2510 スマイル宴」を実践したことがあるかを尋ねたところ、「実践したことがない」が過半数以上を占めている。

一方、年齢別にみると、回答者数の少ない10歳代、20歳代を除く、すべての年代で「実践したことがない」の割合が高くなっており、年齢による大きな差はみられない。

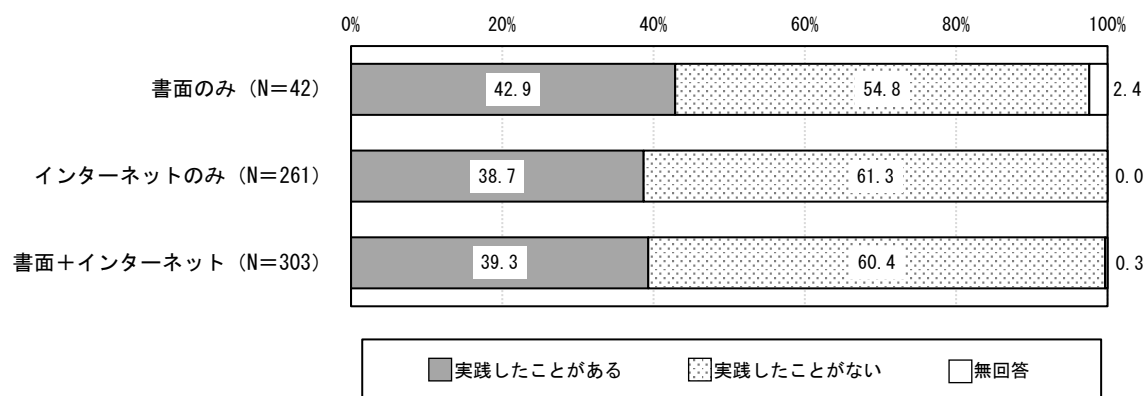


図 1 - 2 1 「2510 スマイル宴」の実践度

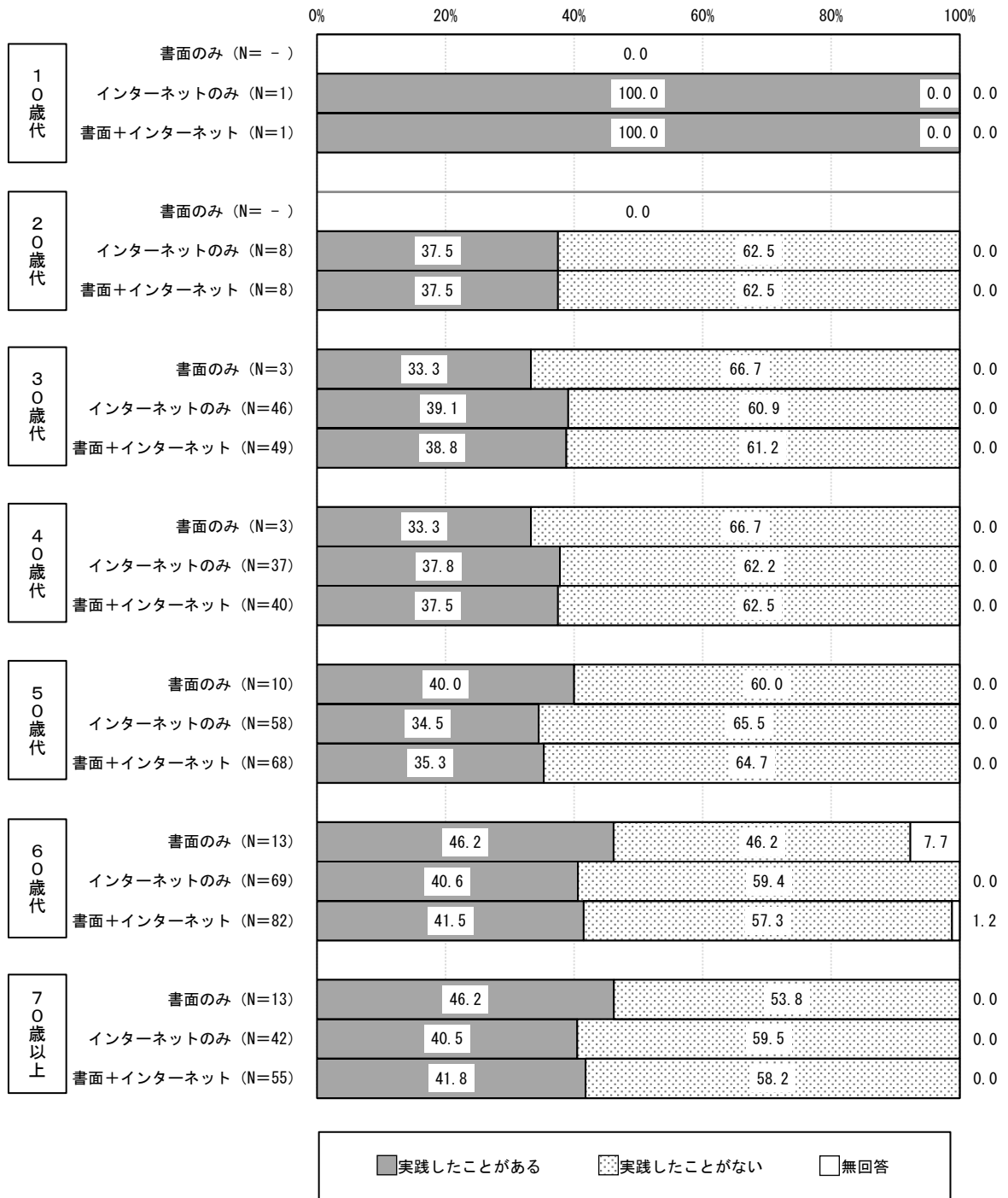


図1-22 年齢別 「2510 スマイル宴」の実践度

2 生ごみの水切りについて

家庭から出る生ごみは、約 75%が水分であると言われていることから、札幌市では、家庭における生ごみ減量の方法の一つとして、水切りをご紹介します。

生ごみの水切りについて、以下の質問にお答えください。

(1) 水切りへの関心度

問 14 あなたは生ごみ減量の取り組みとして、水切りは有効だと思いますか。(○は1つ)

水切りへの関心度については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査とともに「有効である」が6割を超えて最も多く、「ある程度有効である」を合わせた『有効派』を合わせると9割を超えている。

一方、年齢別にみると、すべての年代で「有効である」と「ある程度有効である」を合わせた『有効派』の割合が高くなっており、年齢層が高くなるにつれて大きくなる傾向がみられる。

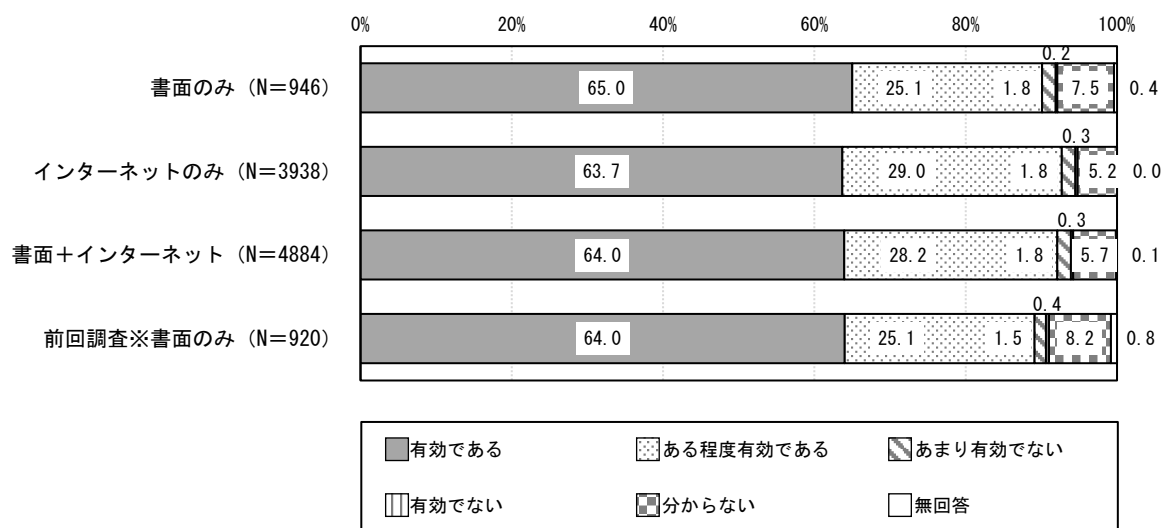


図 2－1 水切りへの関心度

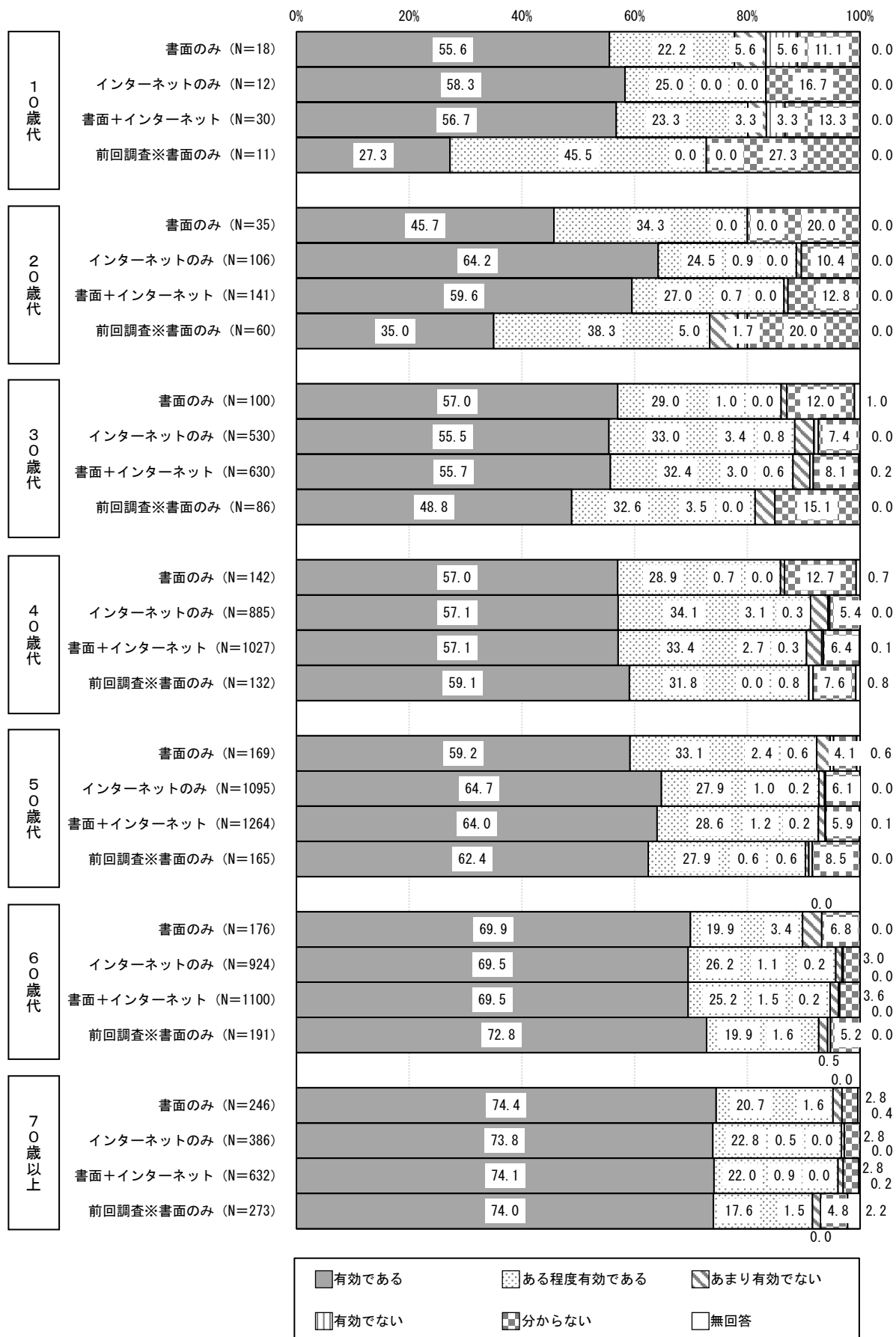


図2-2 年齢別 水切りへの関心度

(2) 水切り取り組み状況

問 15 あなたの世帯では生ごみの水切りに取り組んでいますか。(○は1つ)

水切り取り組み状況は、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査とも「現在取り組んでいる」が7割を超えて最も多く、以下「これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」、「これまで取り組んだことはなく、今後も取り組む予定はない」となっている。

これを、年齢別にみると、回答者数の少ない10歳代を除き、すべての年代で「現在取り組んでいる」の割合が最も高く、年齢層が高くなるにつれて大きくなる傾向がみられる。

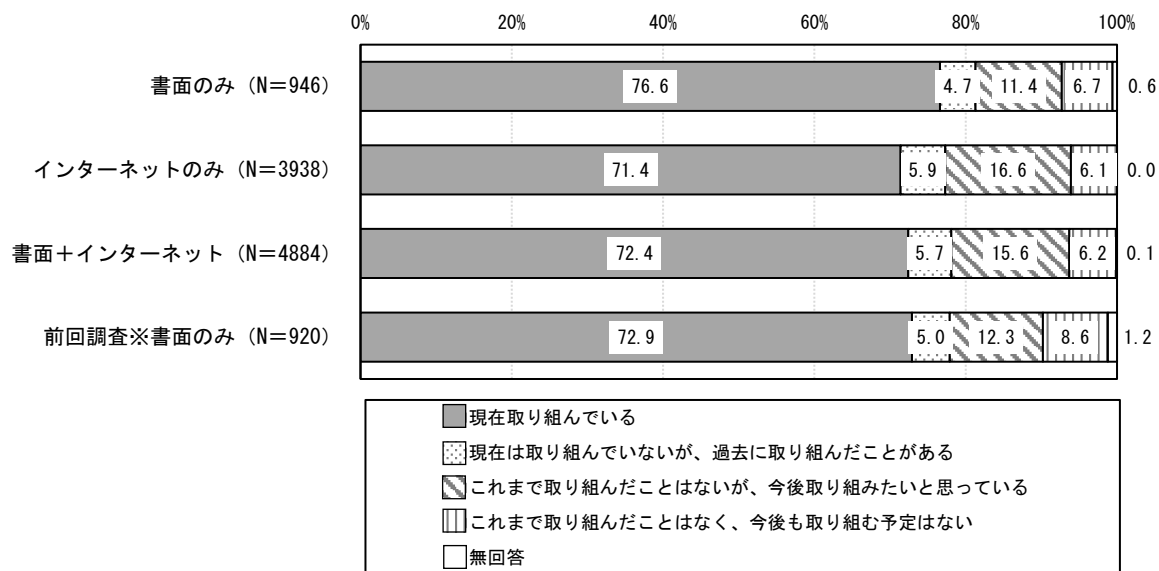


図 2－3 水切り取り組み状況

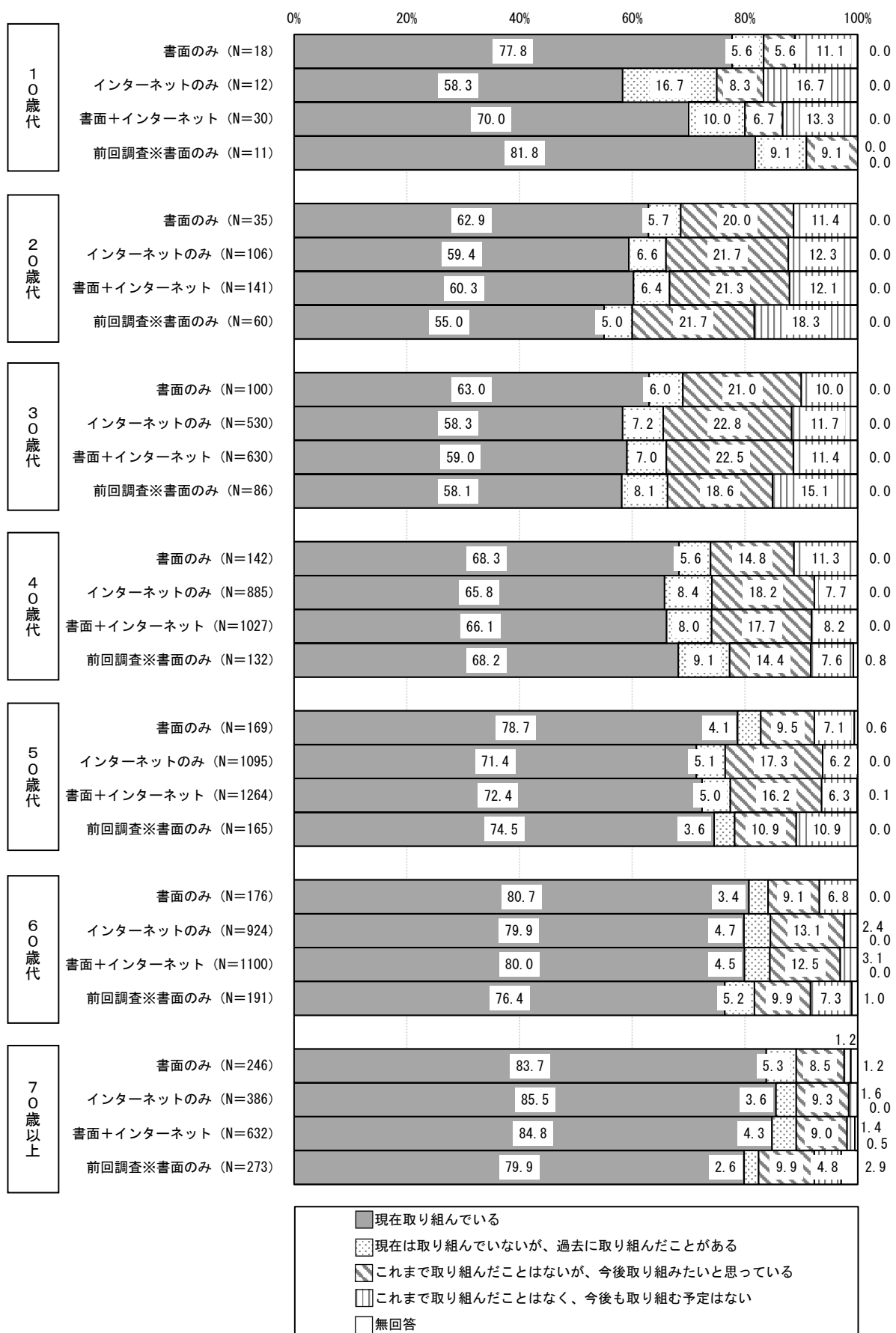


図 2 - 4 年齢別 水切り取り組み状況

また、家族構成別では、すべての世帯で「現在取り組んでいる」の割合が最も高く、次いで「これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」となっており、特に家族構成による大きな違いはみられない。

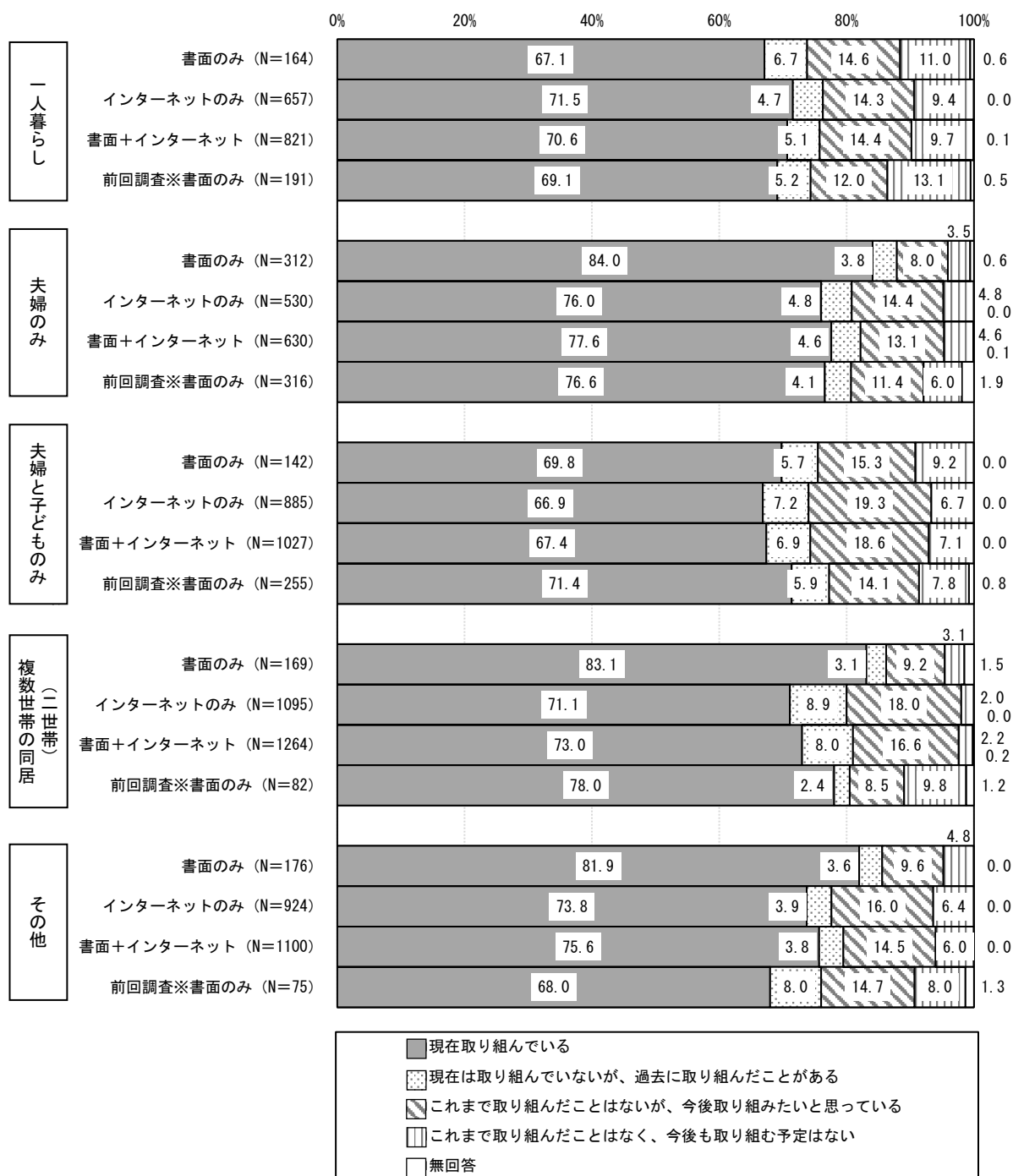


図 2 - 5 家族構成別 水切り取り組み状況

さらに、居住形態別にみると、今回調査で回答者数の少ない『その他』を除き、一戸建て、マンション・アパートとも「現在取り組んでいる」の割合が最も高く、次いで「これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」となっており、居住形態による大きな差はみられない。

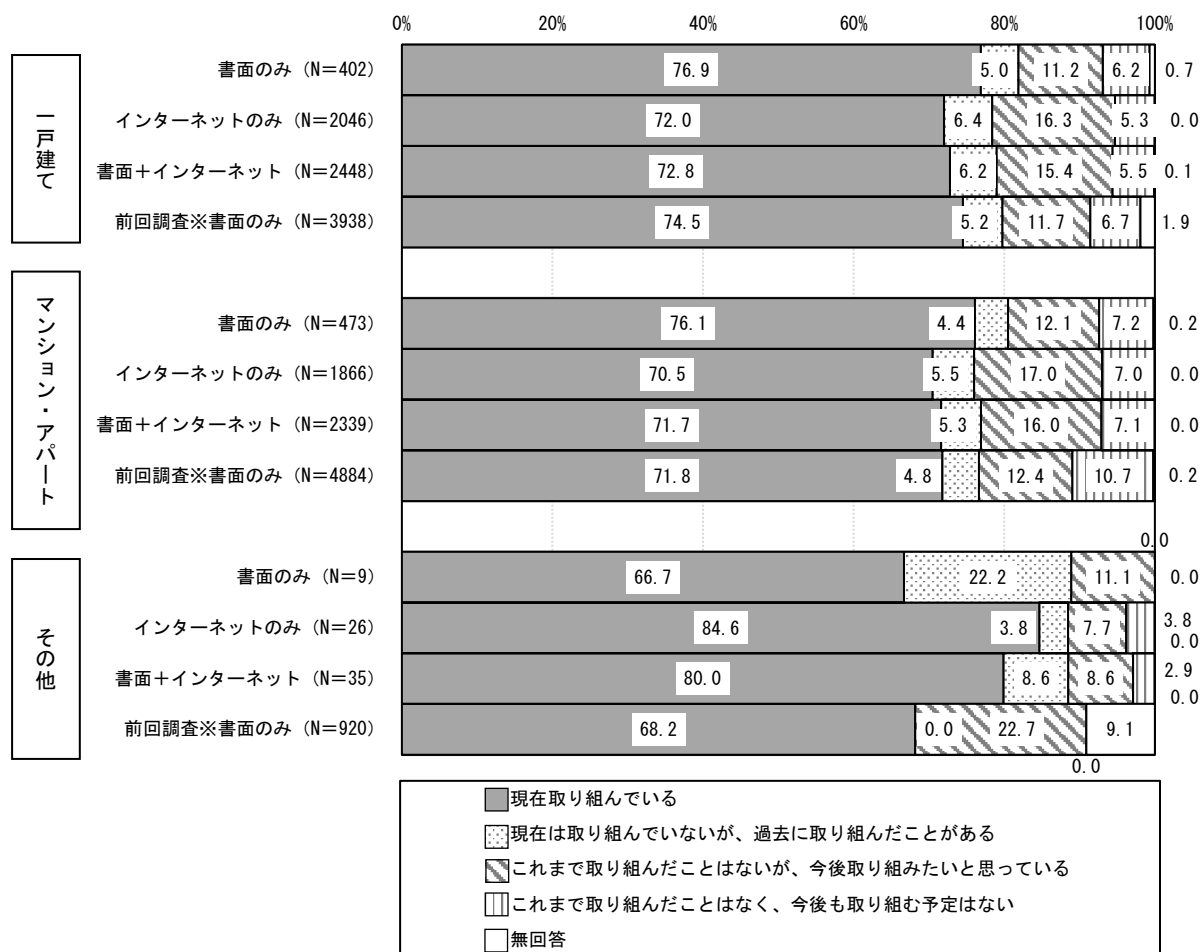


図 2 - 6 居住形態別 水切り取り組み状況

ここで、取り組み状況を水切りへの関心度別にみると、水切りについて『有効である』と回答した人においては「現在取り組んでいる」の割合が8割を超えて高くなっており、『ある程度有効である』と回答した人においても「現在取り組んでいる」の割合が高くなっている。

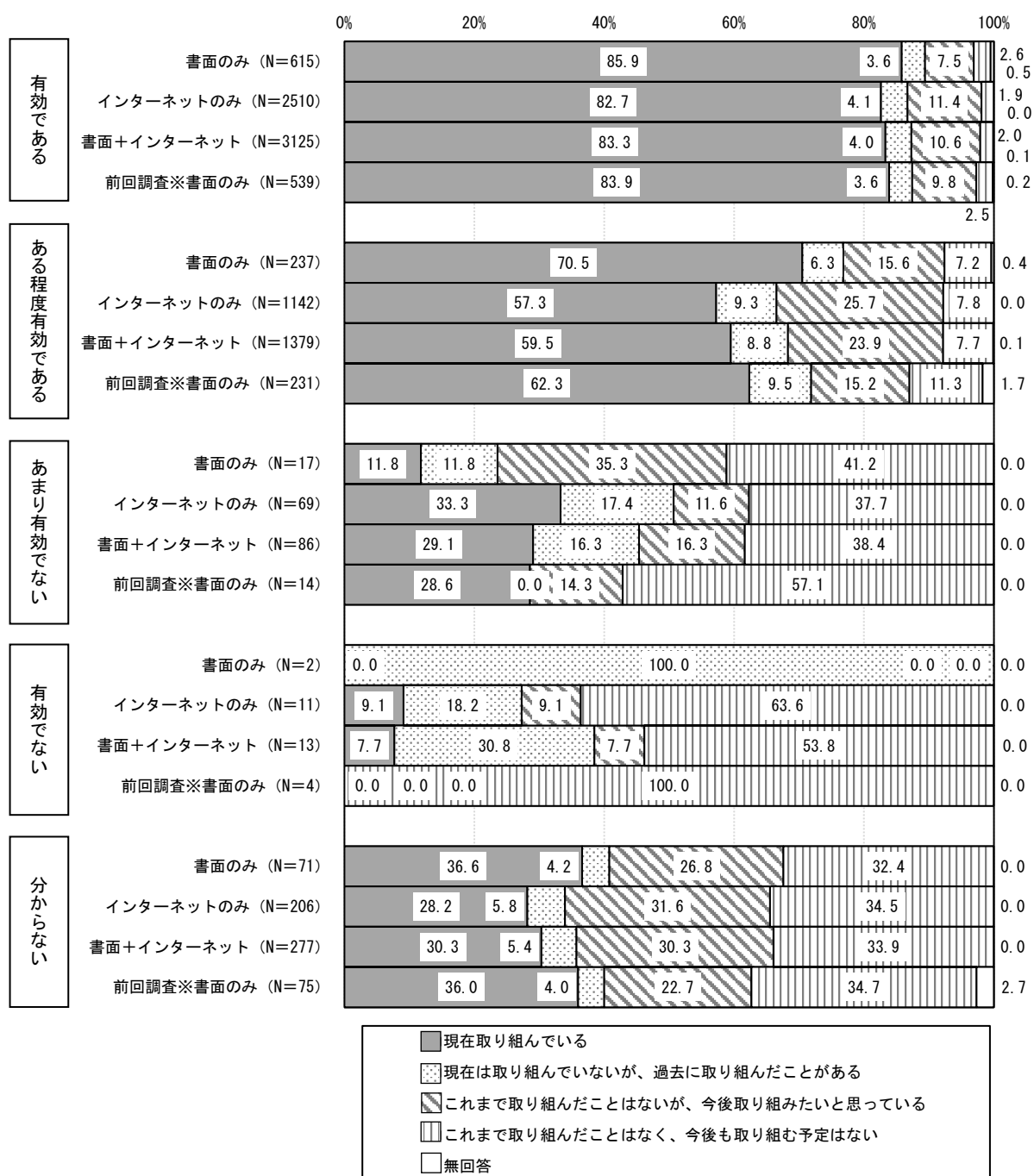


図 2-7 水切りへの関心度別 取り組み状況

(3) 取り組んでいる水切り方法

問 16～問 18 は、＜問 15 で「1 現在取り組んでいる」に○をつけた方に伺います＞
 問 16 あなたの世帯ではどのような方法で水切りを行っていますか。(○は該当するものすべて)

水切りに「現在取り組んでいる」世帯の水切り方法については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「三角コーナーを使用」が6割を超えて最も高く、次いで、「手や水切り器などでしぼる」となっている。

一方、「食材を洗う前に切る（濡らさない）」、「自然乾燥させる」は、少数ではあるが一定数の方がいると見受けられる。

また、「その他」の内容としては、「新聞紙などに吸わせている」、「生ゴミ処理機」などがあがっている。

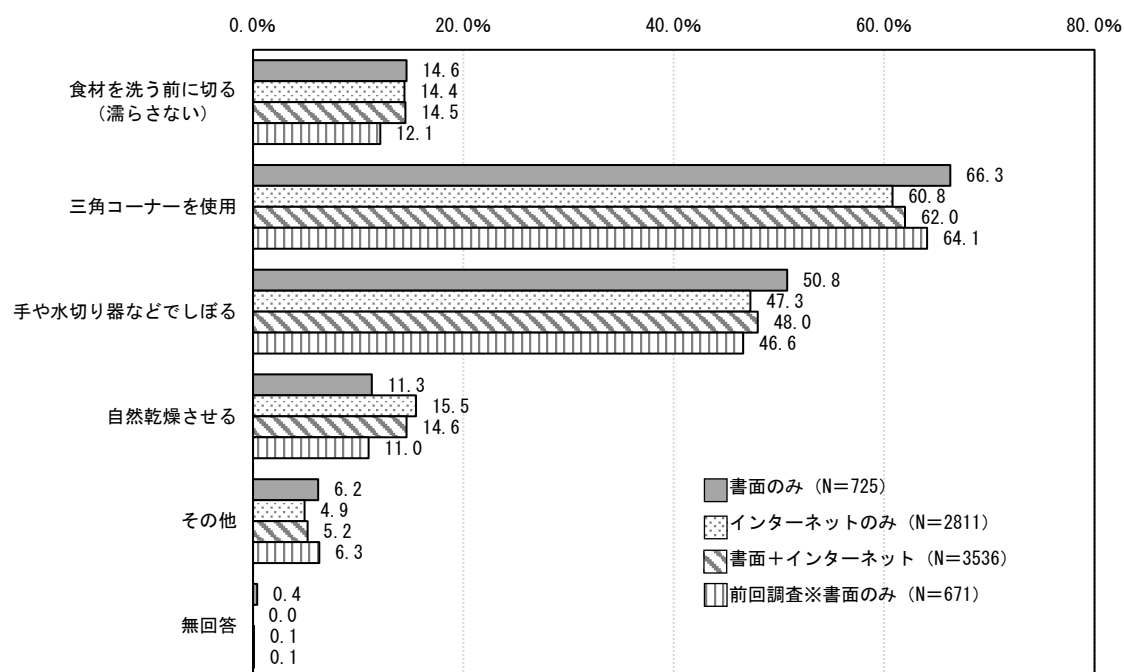


図 2－8 取り組んでいる水切り方法

(4) 水切りに取り組んでいる理由・目的

問 17 あなたの世帯が水切りに取り組んでいる 1 番の理由は何ですか。(○は 1 つ)

水切りに取り組んでいる主な理由・目的は、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「燃やせるごみを減らしたいから」の割合が最も高く、以下、「においを減らしたいから」、「環境にいいことだから」となっている。

また、「その他」の内容としては「ごみ出しの時に軽くしたいから」、「習慣になっている」などがあがっている。

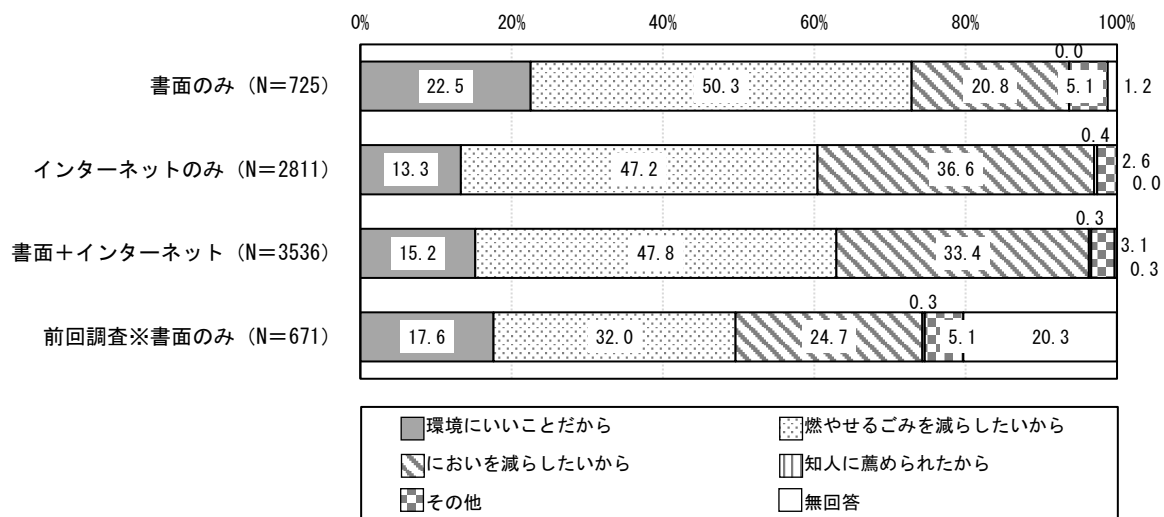


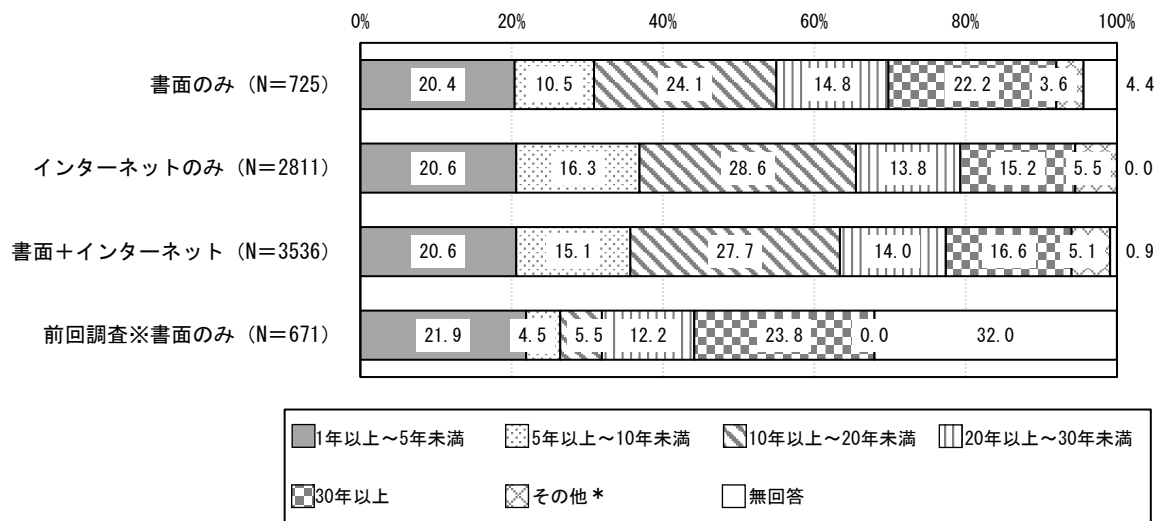
図 2－9 水切りに組んでいる理由・目的

（５）水切り実践期間

問 18 水切りに取り組んでいる期間はどのくらいですか。なお、１年未満の場合は「１年」と記入してください。

水切りの実施期間は、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「10年以上～20年未満」の割合が最も高くなっており、前回調査では、5.5%となっている。

また、前回調査では「30年以上」が最も高く 23.8%であったが、今回調査の書面のみ（22.2%）で比較すると大きな差はない。



*「その他」は今年度調査で追加された項目。

図 2－10 水切り実践期間

(6) 水切りに取り組んでいない理由

問 19 は、＜問 15 で「2 現在は取り組んでいないが、過去に取り組んだことがある」、
「3 これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」、「4 これまで取
り組んだことはなく、今後も取り組む予定はない」に○をつけた方に伺います＞

問 19 現在、水切りに取り組んでいない理由は何ですか。(○は該当するものすべて)

現在水切りに「取り組んでいない」人に理由を尋ねたところ、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「手間がかかる」が 4 割を超えて最も高く、以下、「方法がわからない」、「汚い・触りたくない」、「減量効果がわからない」となっている。

一方、前回調査では「特に理由はない」が 18.5%であったが、今回調査では 10.0%以下となっている。

また、「その他」の内容としては、「三角コーナーを使用していない」「時間がない」「コンポストを使用している」などがあがっている。

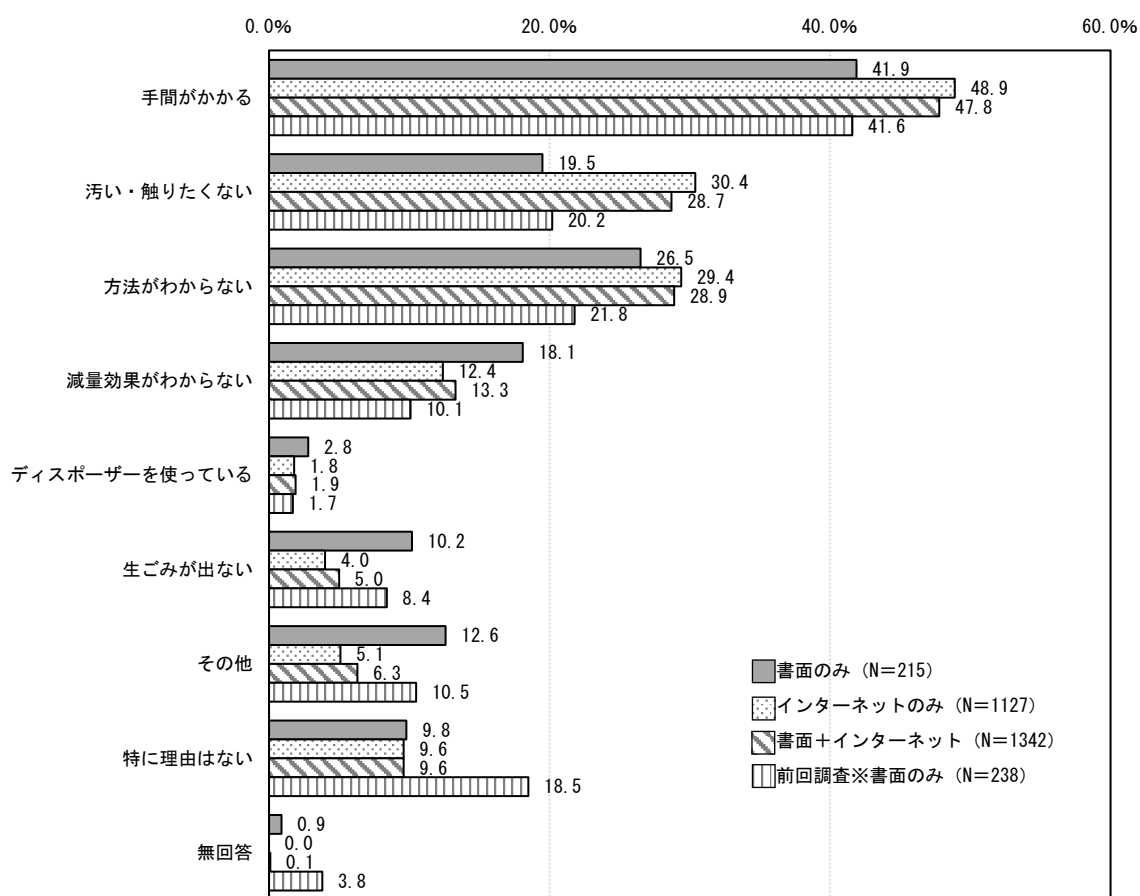


図 2－1 1 水切りに取り組んでいない理由

3 生ごみ堆肥化の取組について

家庭における生ごみリサイクルの方法の一つとして、生ごみの堆肥化があります。札幌市では、家庭で取り組めるいくつかの堆肥化の方法をご紹介します。

生ごみ堆肥化の取組について、以下の質問にお答えください。

(1) 堆肥化への関心度

問 20 あなたは生ごみ減量・リサイクルの取り組みとして、堆肥化は有効だと思いますか。
(○は1つ)

堆肥化への関心度については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査とともに「有効である」が最も高く、「ある程度有効である」を合わせた『有効派』はインターネットのみで見ると8割を超えている。

これを、年齢別にみると、回答者数の少ない10歳代を除く、すべての年代で「有効である」と「ある程度有効である」を合わせた『有効派』の割合は、年齢層での大きな差はみられない。

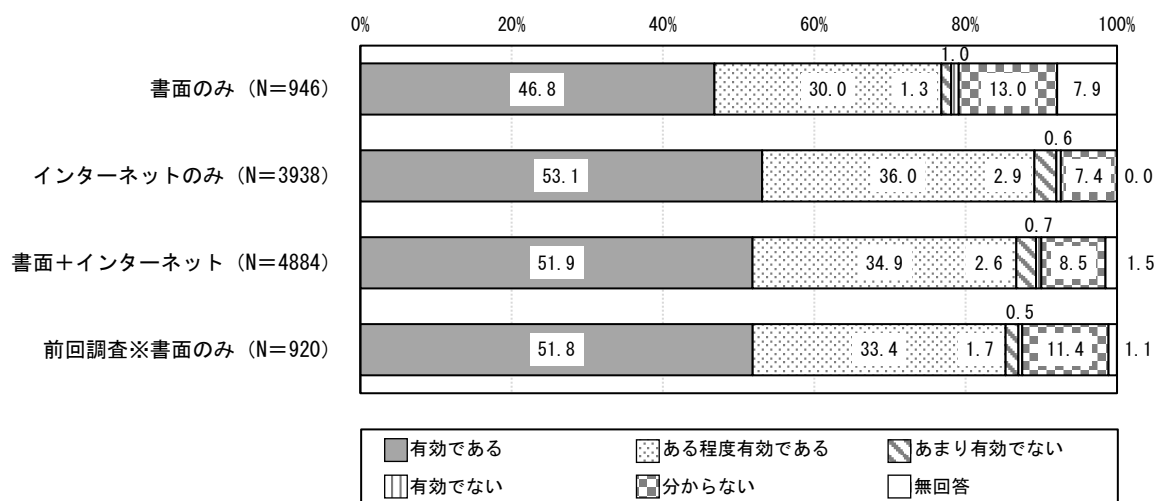


図 3 - 1 堆肥化への関心度

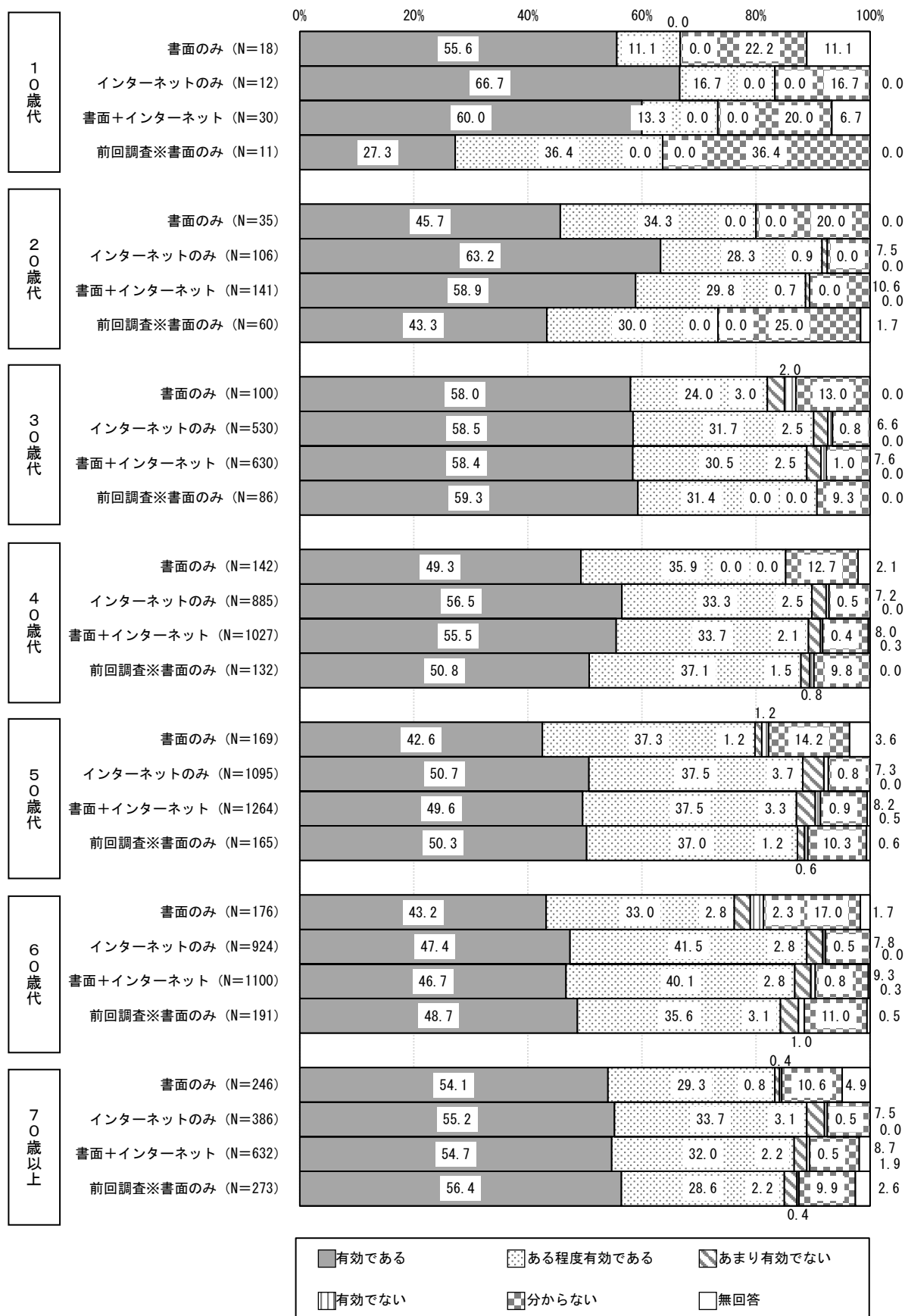


図3-2 年齢別 堆肥化への関心度

（２） 堆肥化への取り組み状況

問 21 あなたの世帯では生ごみ堆肥化に取り組んでいますか。（○は１つ）

堆肥化への取り組み状況については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「これまで取り組んだことはなく、今後も取り組む予定はない」が最も高く、以下、「これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」、「現在は取り組んでいないが、過去に取り組んだことがある」となっている。

これを、年齢別にみると、回答者数の少ない 10 歳代を除き、60 歳代及び 70 歳以上の高齢層では他の年齢層に比べて「これまで取り組んだことはなく、今後も取り組む予定はない」の割合は低く、「現在は取り組んでいないが、過去に取り組んだことがある」の割合は高くなっている。

また、「これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」の割合は、回答者数の少ない 10 歳代と書面のみ 20 歳代を除き、インターネットのみの 30 歳代で 33.6%、40 歳代で 30.6%と、他の年齢層に比べて高くなっている。

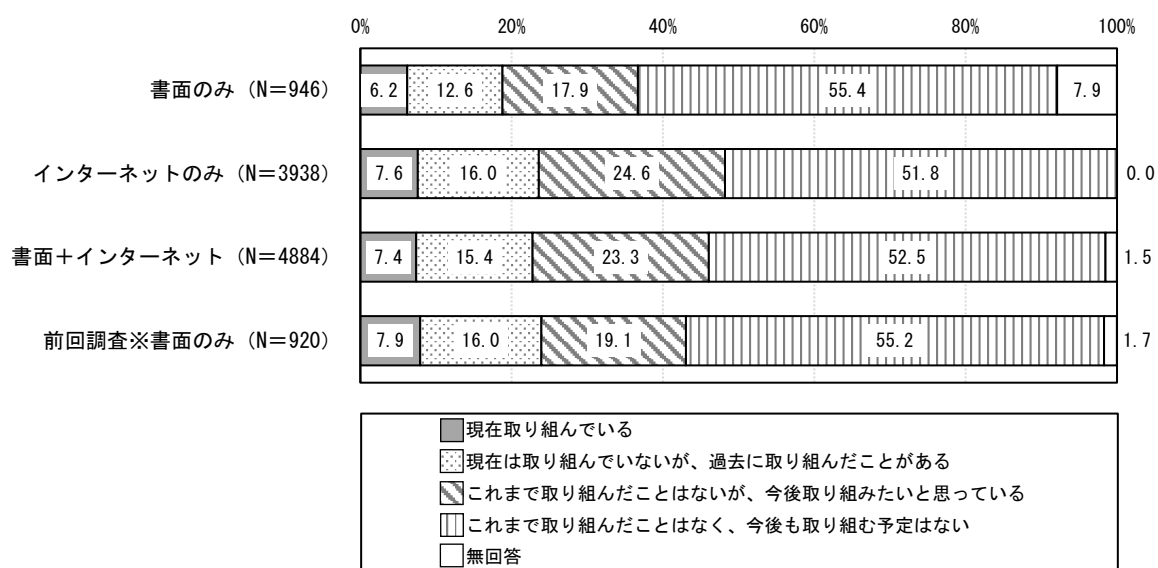


図 3－3 堆肥化への取り組み状況

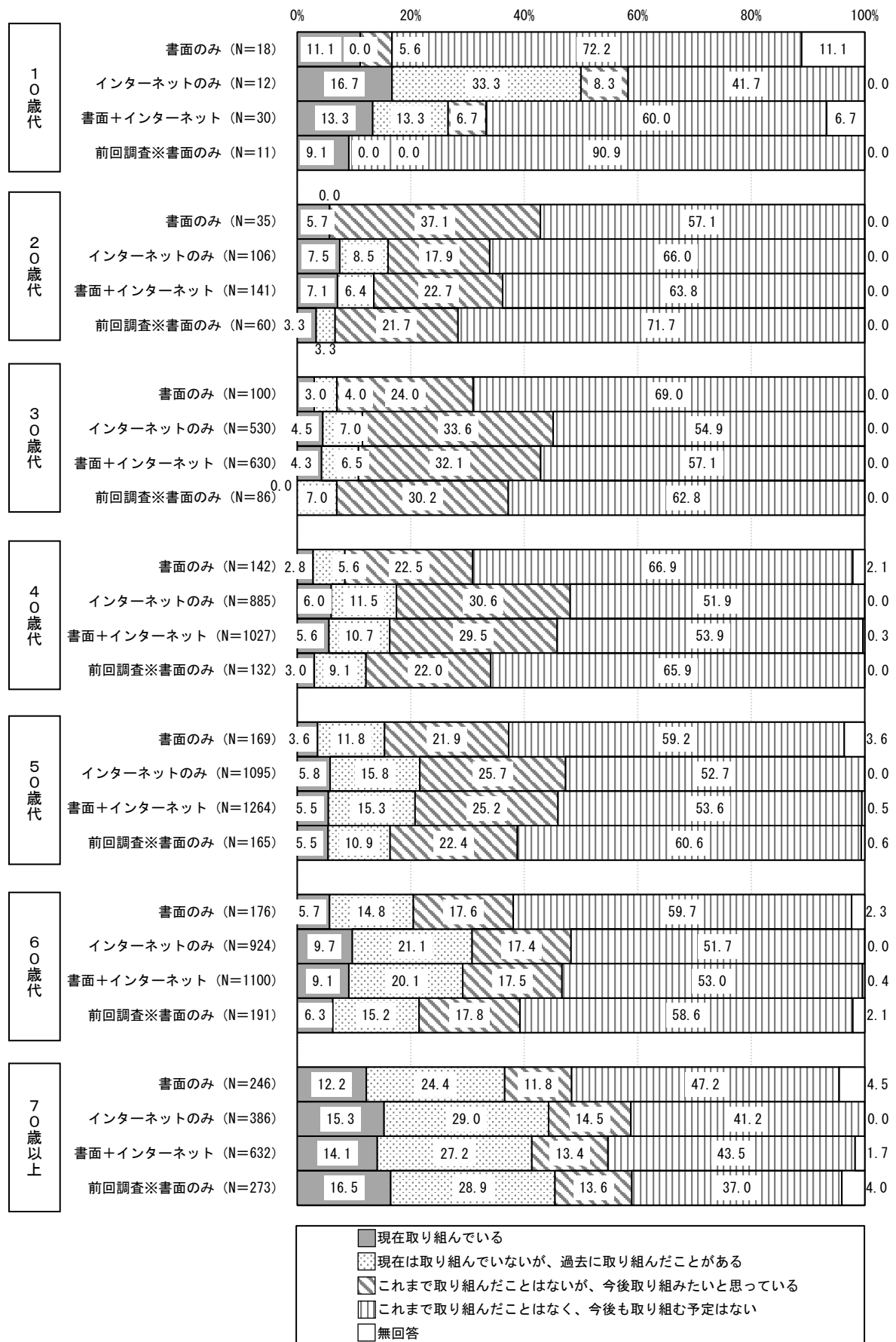


図3-4 年齢別 堆肥化への取り組み状況

また、家族構成別では、すべての世帯で「これまで取り組んだことはなく、今後もし取り組む予定はない」の割合が高く、次いで「これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」となっており、家族構成による大きな差はみられない。

また、前回調査では『夫婦のみ』、『複数世帯の同居（二世帯）』の「現在は取り組んでいないが、過去に取り組んだことがある」が「これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」よりも割合が高くなっている。

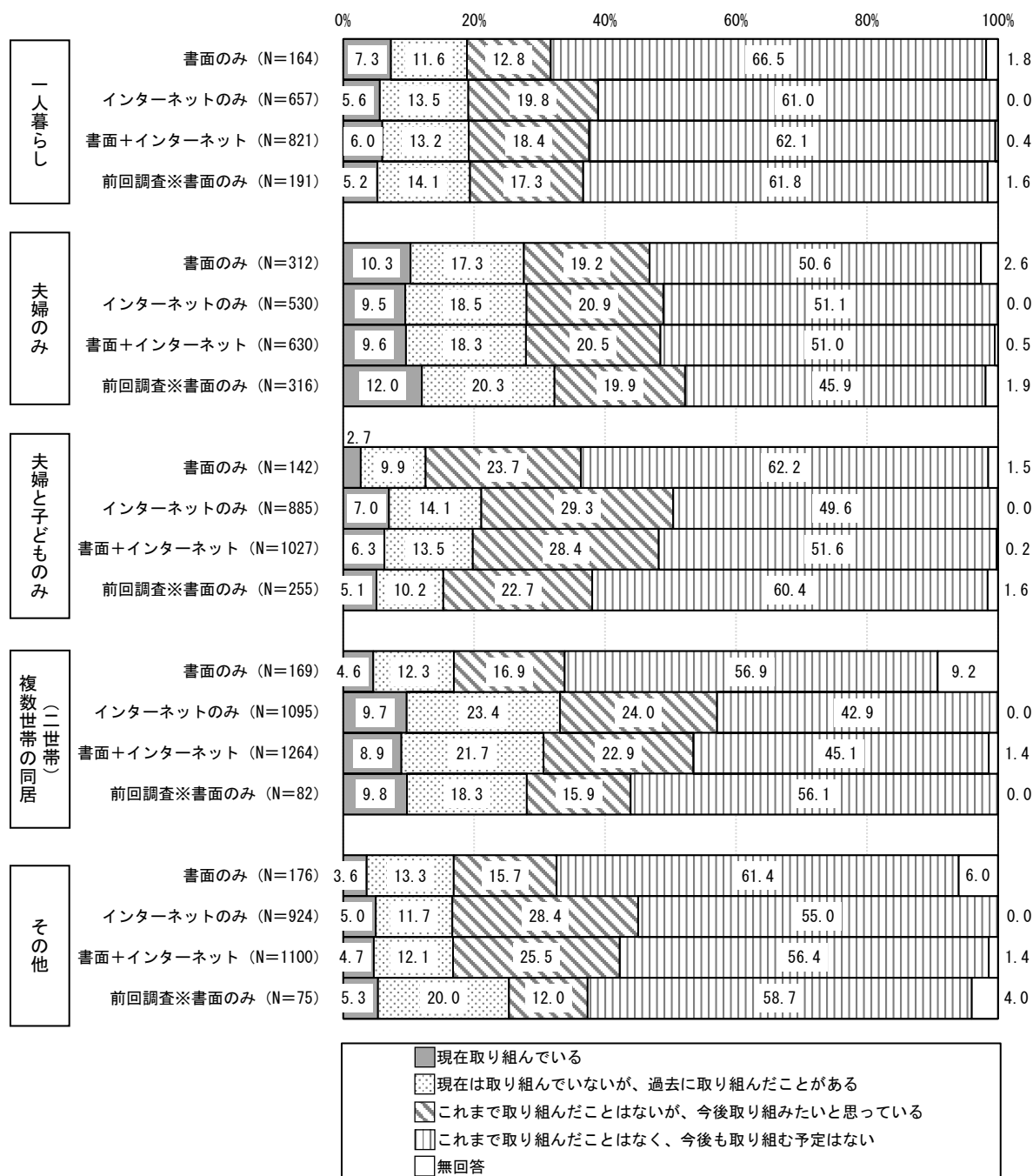


図 3 - 5 家族構成別 堆肥化への取り組み状況

一方、居住形態別では、回答者数の少ない『その他』を除く、「これまで取り組んだことはなく、今後も取り組む予定はない」については、『一戸建て』の過半数以下に対し、『マンション・アパート』では過半数を超えている。逆に、「現在取り組んでいる」については『一戸建て』に対し、『マンション・アパート』では1割にも満たない。

また、「現在は取り組んでいないが、過去に取り組んだことがある」については『一戸建て』で約2割に対し『マンション・アパート』では約1割となっており、『一戸建て』の方が堆肥化の経験者が多くなっている。

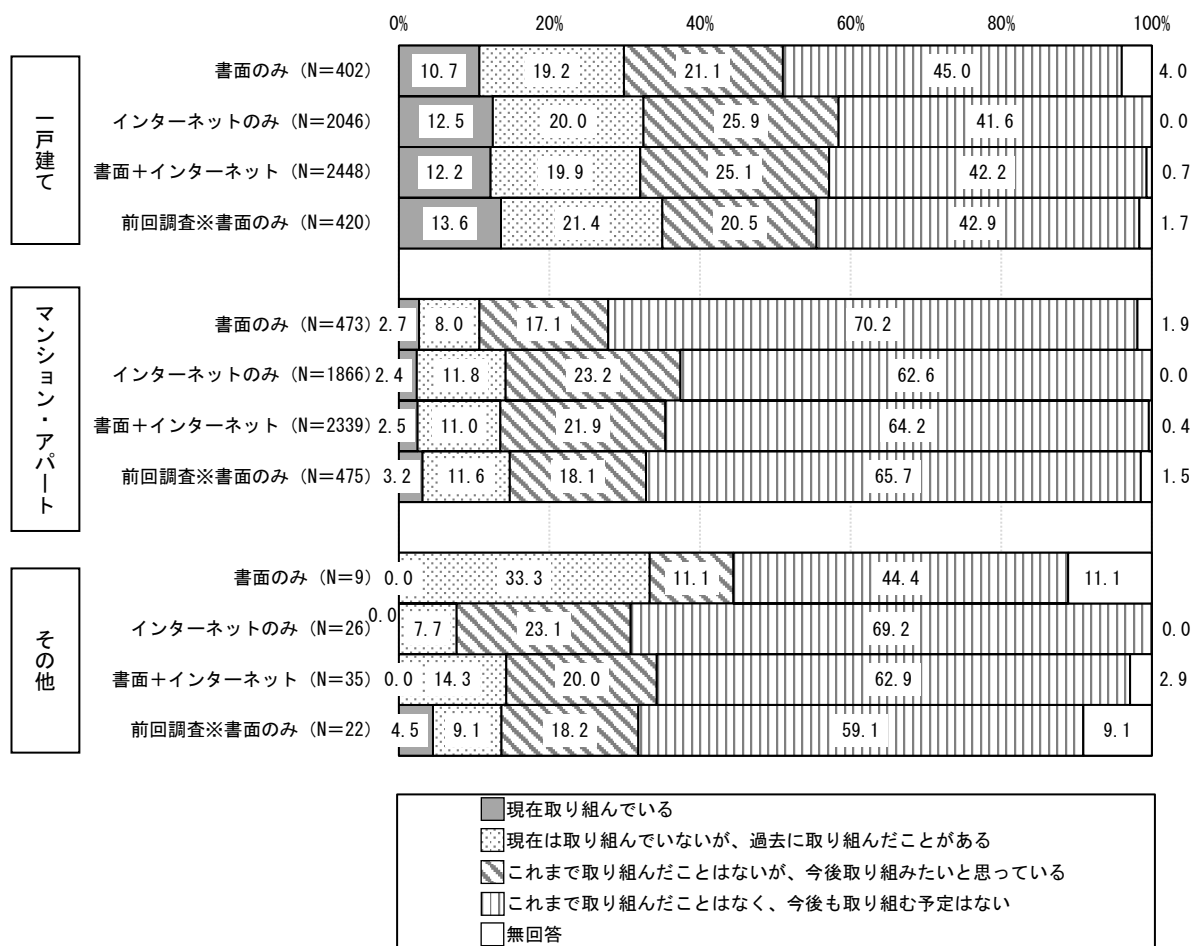


図 3-6 居住形態別 堆肥化への取り組み状況

ここで、取り組み状況を堆肥化への関心度別にみると、ほぼいずれの関心度においても「これまで取り組んだことはなく、今後も取り組む予定はない」が最も多くなっているが、特に堆肥化の有効性について『分からない』と回答した人では、書面＋インターネットを除き 8 割を超えている。

一方、堆肥化は『有効である』と回答した人では、「現在取り組んでいる」及び「これまで取り組んだことはなく、今後取り組みたいと思っている」の割合が、他の関心度に比べて高くなっている。

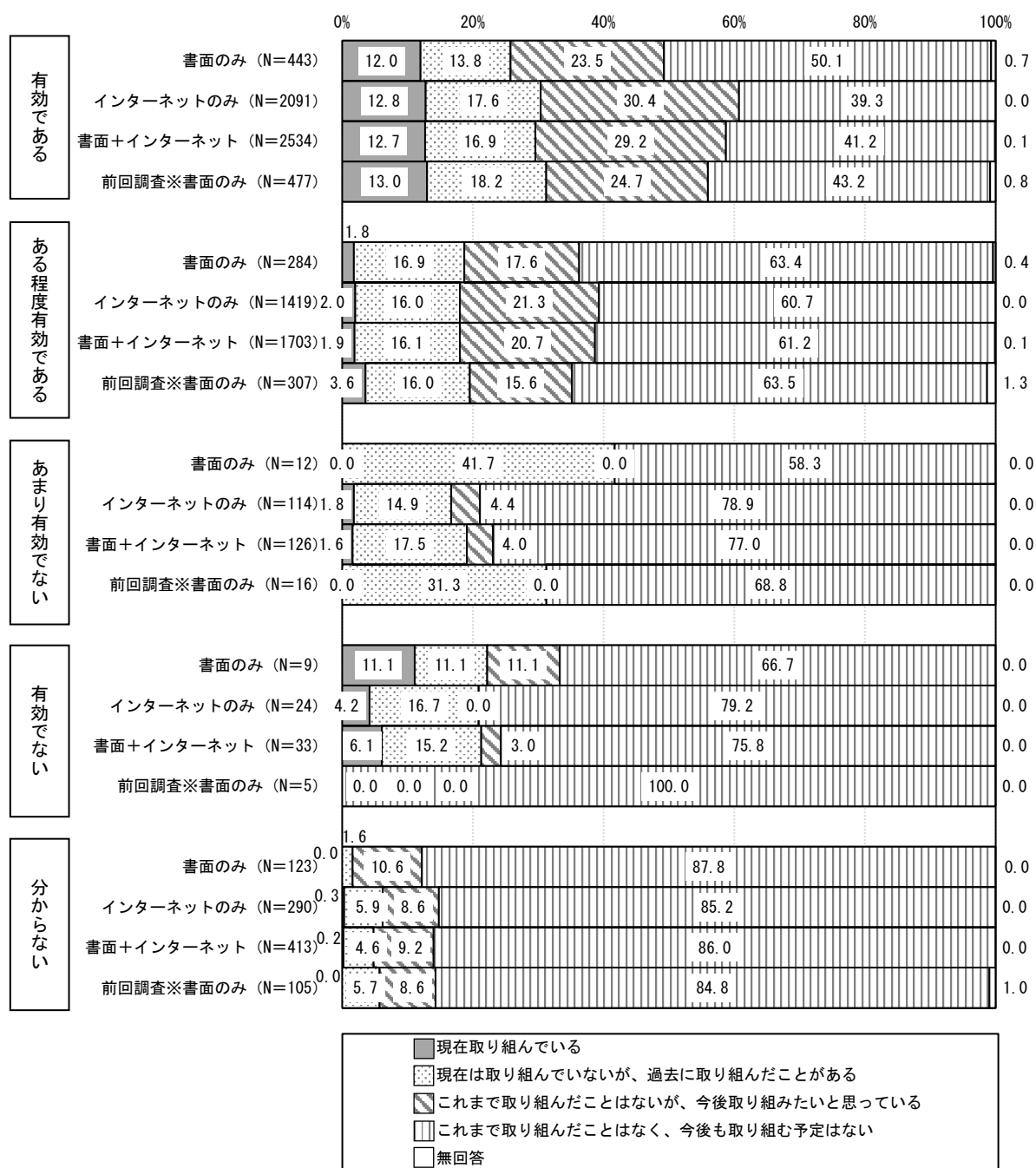


図 3－7 堆肥化への関心度別 取り組み状況

(3) 取り組んでいる堆肥化の方法

問 22・問 23 は、<問 21 で「1 現在取り組んでいる」に○をつけた方に伺います>
 問 22 あなたの世帯ではどのような堆肥化に取り組んでいますか。(○は該当するものすべて)

堆肥化に現在取り組んでいる人の堆肥化の方法としては、前回調査を除き「コンポスター容器による堆肥化」の割合が4割を超えて最も高くなっており、前回調査時の「コンポスター容器による堆肥化」14.8%に対して、今回調査の書面のみ(49.2%)で比較すると34.4ポイント増加している。

また、前回調査時の「ダンボール箱による堆肥化」9.1%に対して、今回調査のインターネットのみ(18.0%)で比較すると8.9ポイント増加している。

なお、「その他」の内容としては「土に埋める」、「畑に埋める」などがあがっている。

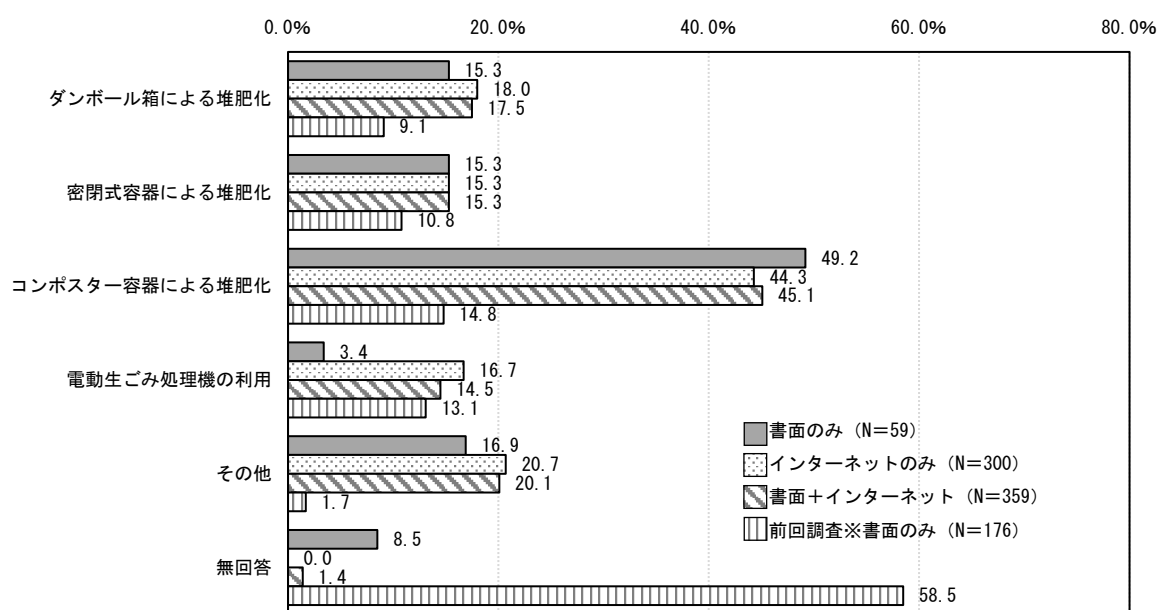


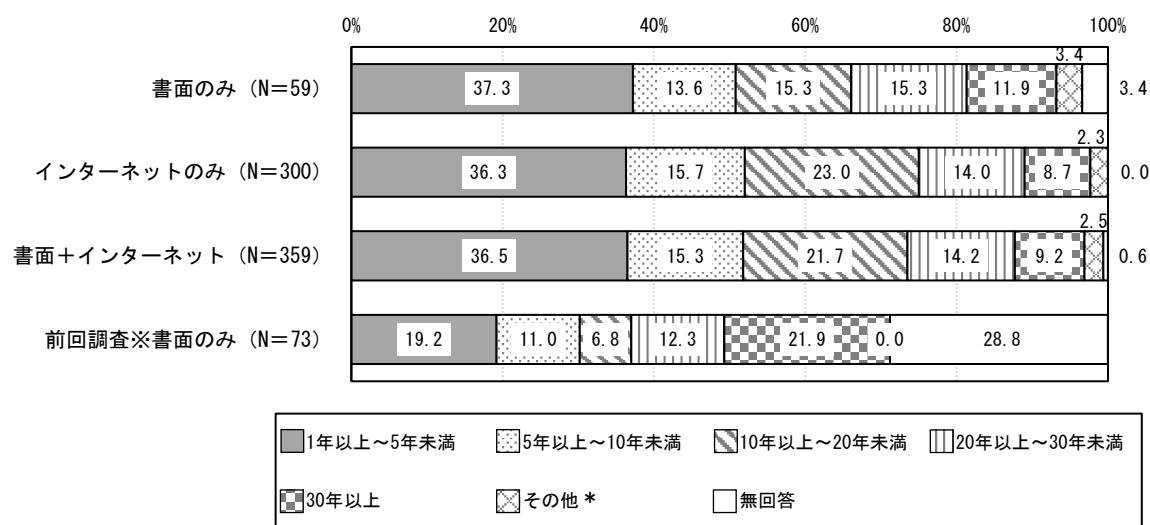
図 3-8 取り組んでいる堆肥化の方法

(4) 堆肥化実践期間

問 23 堆肥化に取り組んでいる期間はどのくらいですか。なお、1年未満の場合は「1年」と記入してください。

堆肥化実践期間は、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「1年以上～5年未満」の割合が最も高くなっており、前回調査では、19.2%となっている。

また、前回調査では「30年以上」が最も高く21.9%であったが、今回調査の書面のみ（11.9%）と比較すると10ポイント減少しているのに対し、「1年以上～5年未満」では18.1ポイント増加している。



* 「その他」は今年度調査で追加された項目。

図 3－9 堆肥化実践期間

(5) 堆肥化に取り組んでいない理由

問 24 は、＜問 21 で「2 現在は取り組んでいないが、過去に取り組んだことがある」、「3 これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」、「4 これまで取り組んだことはなく、今後も取り組む予定はない」に○をつけた方に伺います＞

問 24 現在、堆肥化に取り組んでいない理由は何ですか。（○は該当するものすべて）

堆肥化に取り組んでいない理由としては、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネット、前回調査ともに「堆肥化容器の設置場所がない」の割合が最も高く、以下、「堆肥の使い道がない」、「手間がかかる」、「虫、臭いが心配」となっている。

また、「時間がかかる」「お金がかかる」「方法がわからない」も少数ではあるが、一定数の方が見受けられる。

なお、「その他」の内容としては、「堆肥化する程の量の生ごみが発生しないから」「キツネなど動物が来るから」などがあがっている。

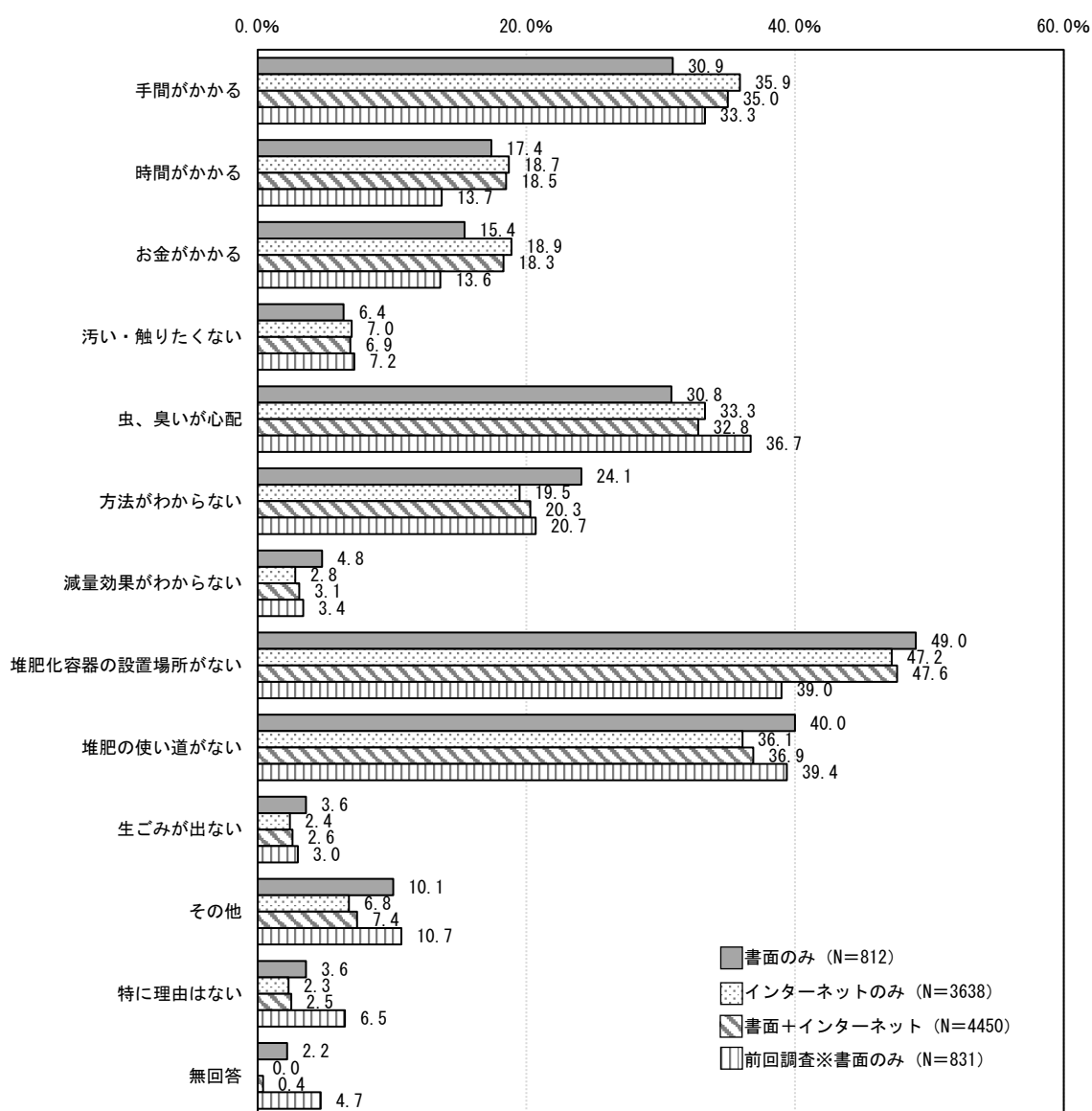


図 3－10 堆肥化に取り組んでいない理由

(6) 今後、取り組みたいと思っている堆肥化の方法

問 25 は、<問 21 で「3 これまで取り組んだことはないが、今後取り組みたいと思っている」に○をつけた方に伺います>

問 25 今後どのような方法で堆肥化に取り組みたいと思っていますか。（○は該当するものすべて）

今後、取り組みたいと思っている人に、希望する堆肥化方法について尋ねたところ、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「具体的な方法は決まっていないが、取り組みたいと思っている」の割合が最も高く、以下、「電動生ごみ処理機の利用」、「コンポスター容器による堆肥化」となっている。

また、「密閉式容器による堆肥化」も少数ではあるが、一定数の方がいると見受けられる。

「その他」の内容としては、「方法がよく分からない」「庭や畑に埋める」などがあがっている。

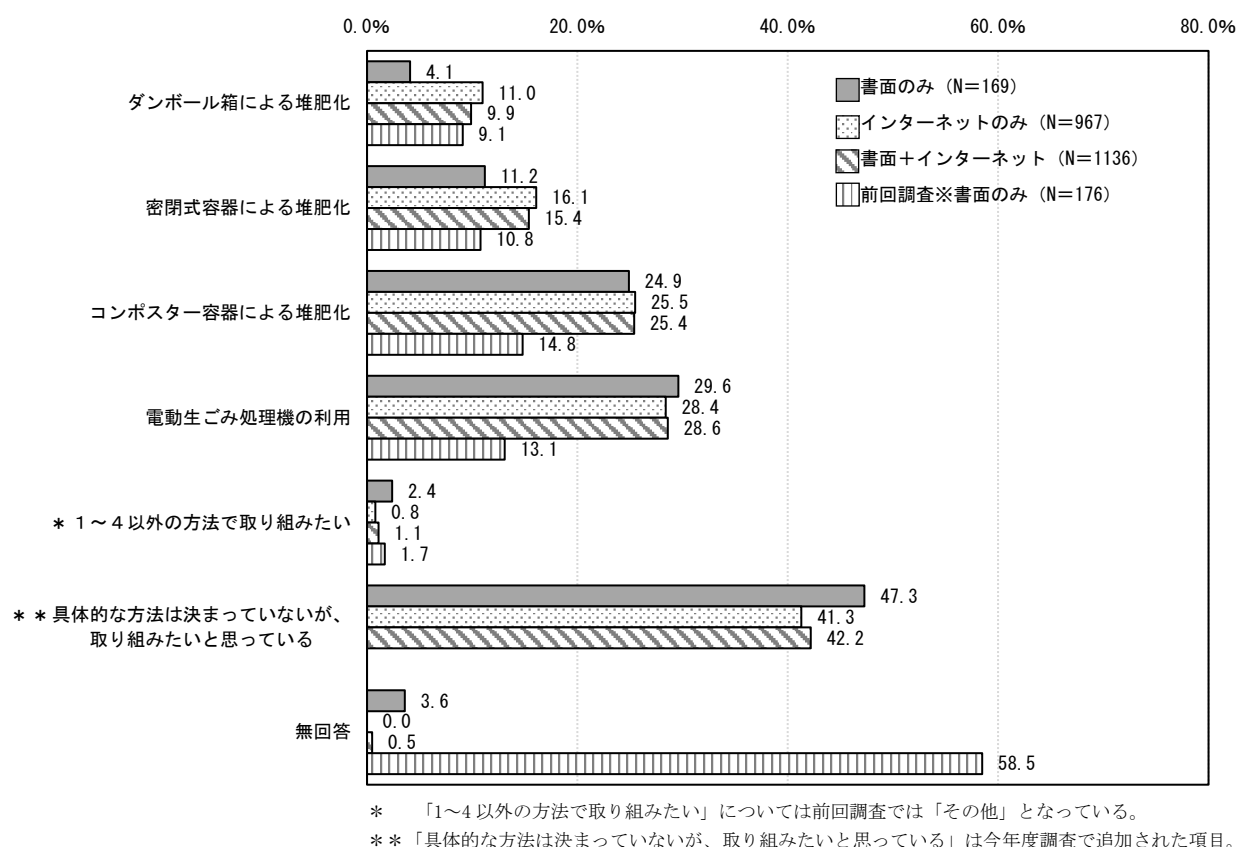


図 3－11 今後、取り組みたいと思っている堆肥化の方法

4 生ごみ減量の施策について

札幌市では、家庭で生ごみの減量・資源化に取り組んでいただくために、様々な施策を実施し、市民の皆様にご案内しています。

生ごみの減量・資源化に関する施策について、以下の質問にお答え下さい。

(1) 札幌市の施策の認知度

問 26 あなたは、以下の選択肢の札幌市の施策を見聞きしたことがありますか。
(○は見聞きしたことがあるものすべて)

札幌市の施策の認知度は、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「特にない」の割合が約 7 割を超えて最も高く、以下、「電動生ごみ処理機や堆肥化器材の購入助成制度」、「生ごみ堆肥化セミナー」となっており、札幌市の施策の認知度が低いと見受けられる。

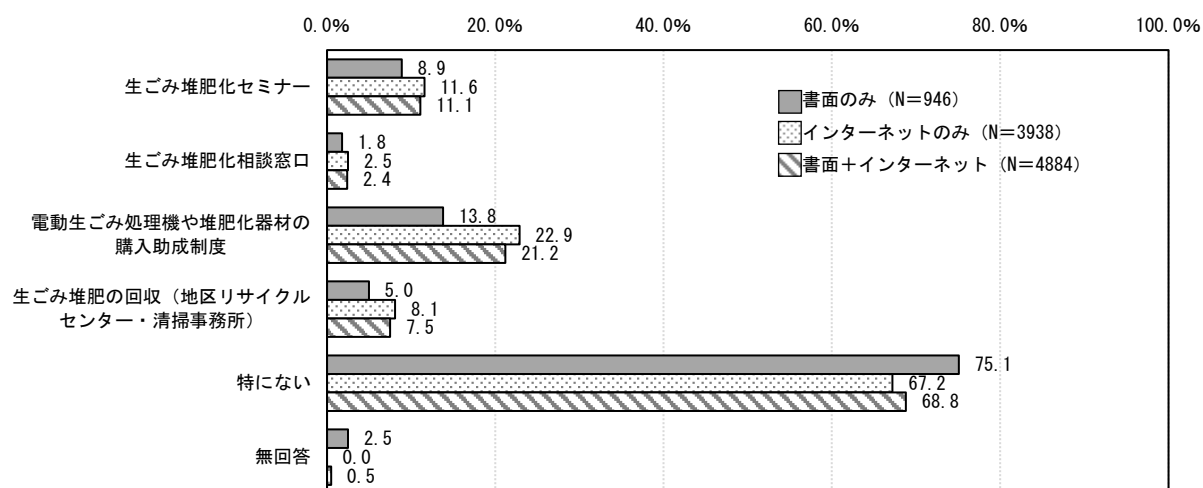


図 4－1 札幌市の施策の認知度

(2) 「生ごみ堆肥化セミナー」の認知情報媒体

問 27 は、＜問 26 で「1 生ごみ堆肥化セミナー」に○をつけた方に伺います＞
 問 27 どのような方法で「生ごみ堆肥化セミナー」を知りましたか。
 (○は該当するものすべて)

「生ごみ堆肥化セミナー」の認知情報媒体については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「広報さっぽろを見て」の割合が7割を超えて最も高く、以下、「セミナーを受講したことがある」、「市ホームページやSNSを見て」、「公共施設での配布チラシを見て」となっている。

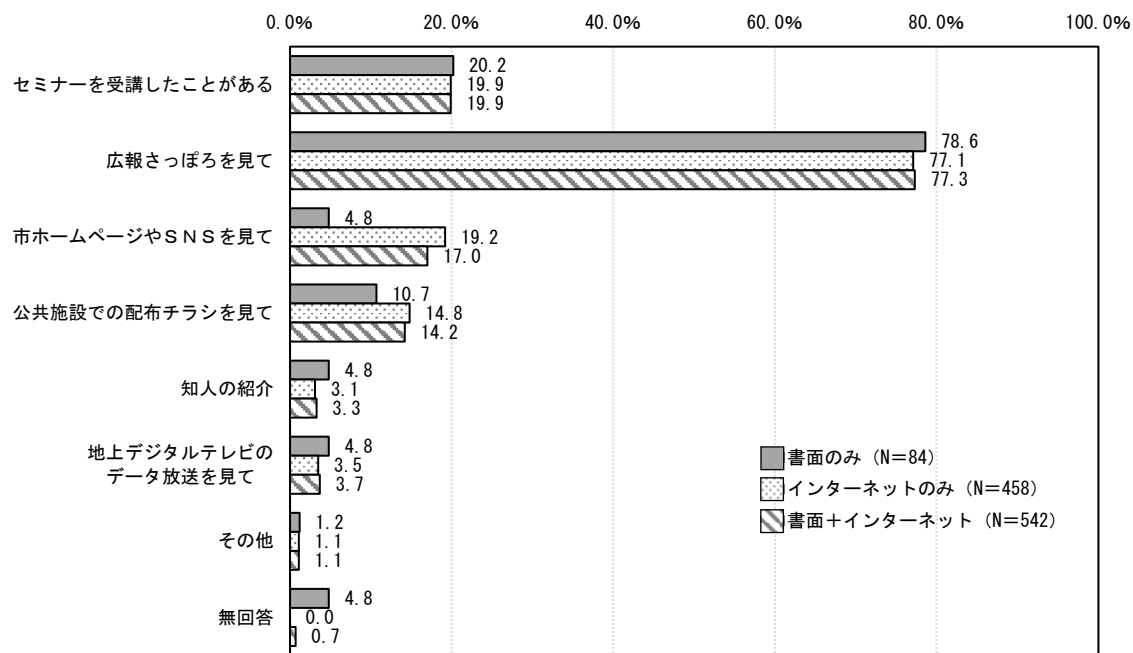


図 4-2 「生ごみ堆肥化セミナー」の認知情報媒体

(3) 「生ごみ堆肥化相談窓口」の認知情報媒体

問 28 は、＜問 26 で「2 生ごみ堆肥化相談窓口」に○をつけた方に伺います＞
 問 28 どのような方法で「生ごみ堆肥化相談窓口」を知りましたか。
 (○は該当するものすべて)

「生ごみ堆肥化相談窓口」の認知情報媒体については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「広報さっぽろを見て」の割合が最も高くなっており、書面のみでは約 9 割を占めている。

また、「市ホームページや SNS を見て」、「公共施設での配布チラシを見て」も少数ではあるが、一定数の方がいると見受けられる。

一方、書面のみ「相談窓口を利用したことがある」(17.6%)と「地上デジタルテレビのデータ放送を見て」(17.6%)では、インターネットのみと比較すると約 10 ポイント増加している。

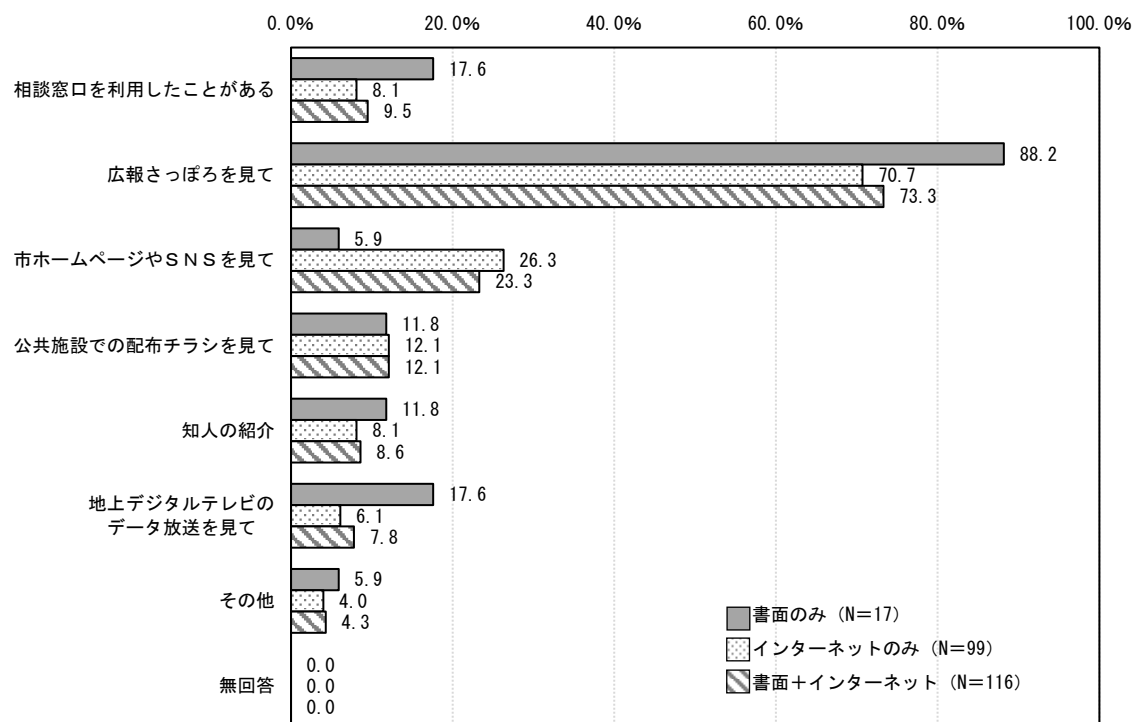


図 4－3 「生ごみ堆肥化相談窓口」の認知情報媒体

(4) 「電動生ごみ処理機や堆肥化器材の購入助成制度」の認知情報媒体

問 29 は、＜問 26 で「3 電動生ごみ処理機や堆肥化器材の購入助成制度」に○をつけた方に伺います＞

問 29 どのような方法で「電動生ごみ処理機や堆肥化器材の購入助成制度」を知りましたか。
(○は該当するものすべて)

「電動生ごみ処理機や堆肥化器材の購入助成制度」の認知情報媒体については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「広報さっぽろを見て」の割合が最も高くなっており、書面のみでは7割を超えている。以下、「市ホームページやSNSを見て」、「購入助成制度を利用したことがある」となっている。

なお、「その他」の内容としては「生ごみ処理機販売の店頭」、「地域での取り組み」などがあがっている。

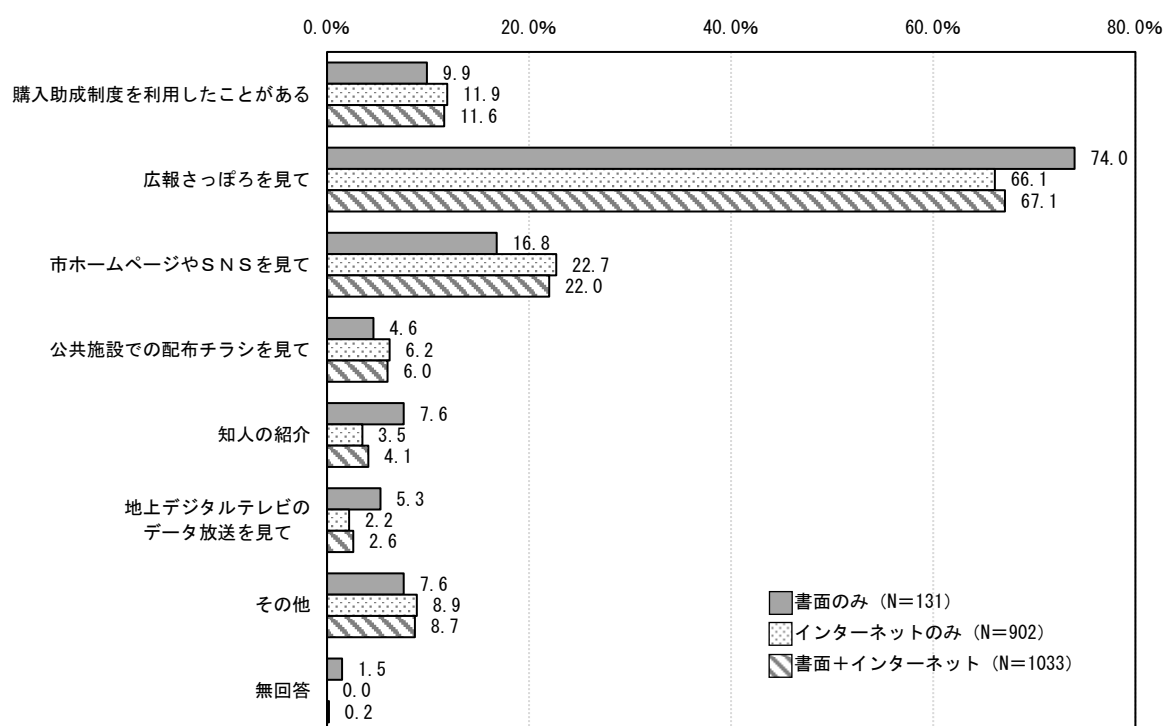


図 4－4 「電動生ごみ処理機や堆肥化器材の購入助成制度」の認知情報媒体

(5) 「生ごみ堆肥の回収拠点」の認知情報媒体

問 30 は、＜問 26 で「4 生ごみ堆肥の回収（地区リサイクルセンター等）」に○をつけた方に伺います＞

問 30 どのような方法で「生ごみ堆肥の回収拠点」を知りましたか。

(○は該当するものすべて)

「生ごみ堆肥の回収拠点」の認知情報媒体については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「広報さっぽろを見て」の割合が最も高くなっており、書面のみでは約 7 割を占めている。以下、「ごみ分けガイドを見て」、「市ホームページや SNS を見て」、「公共施設での配布チラシを見て」となっている。

また、書面のみでは「生ごみ堆肥の回収拠点を利用したことがある」と回答した人はいなかった。

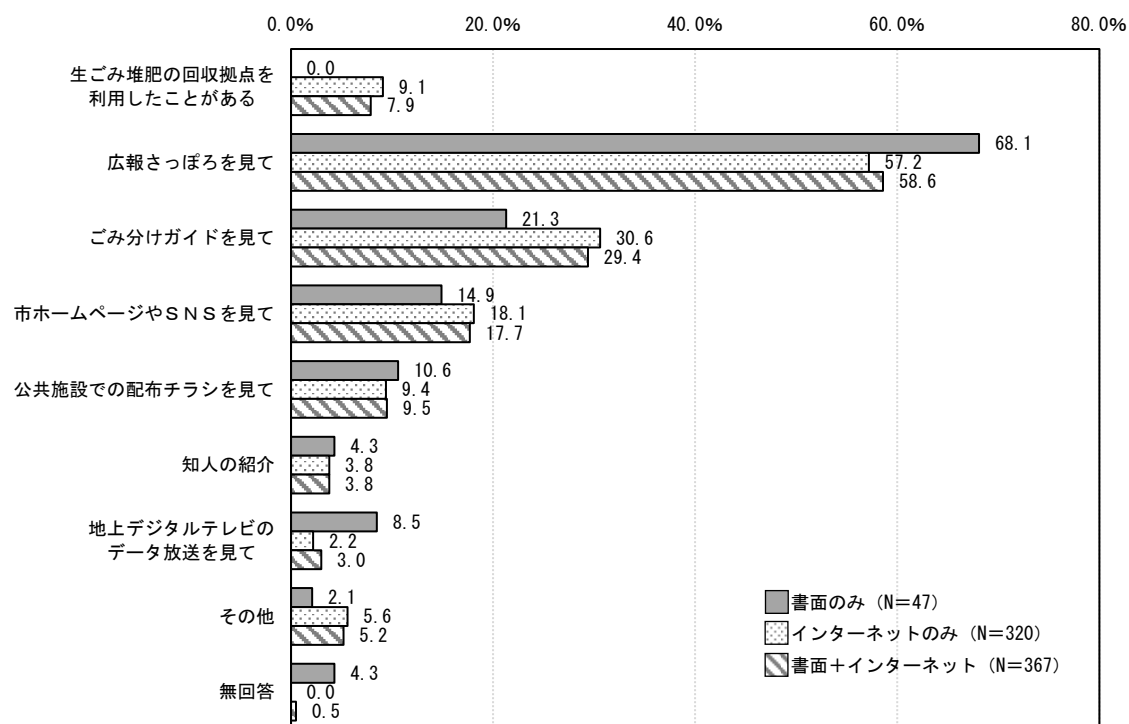


図 4－5 「生ごみ堆肥の回収拠点」の認知情報媒体

(6) コンテンツの認知度

問 31 あなたは、以下の選択肢のコンテンツを見聞きしたことがありますか。
(○は該当するものすべて)

コンテンツの認知度については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「特にない」の割合が7割を超えて最も高く、以下「日曜日は冷蔵庫をお片づけ」、「札幌市ごみ減量ポータルサイト」となっており、コンテンツの認知度が低いと見受けられる。

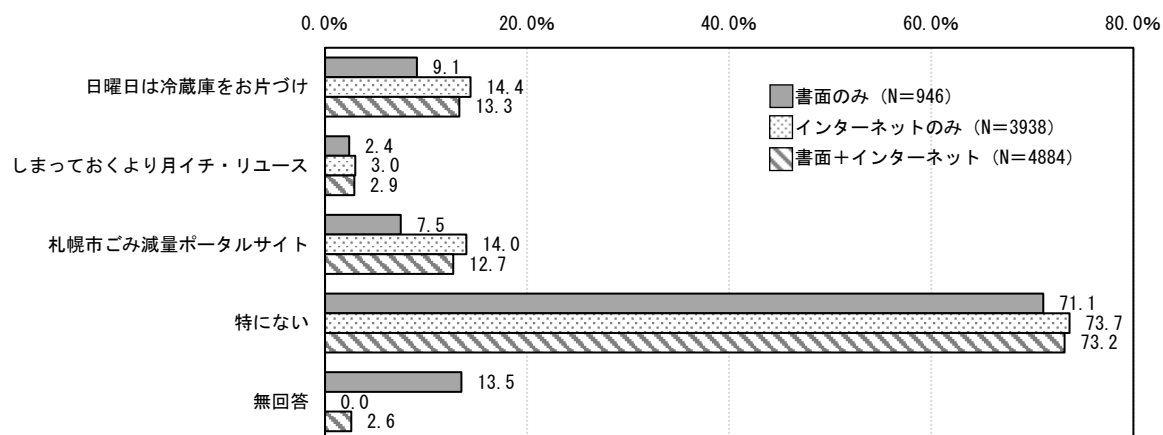


図 4－6 コンテンツの認知度

(7) 「日曜日は冷蔵庫をお片づけ」の認知情報媒体

問 32 は、<問 31 で「1 日曜日は冷蔵庫をお片づけ」に○をつけた方に伺います>
 問 32 どの（なに）で見聞きしたか、該当するものをすべてお選びください。
 （○は該当するものすべて）

「日曜日は冷蔵庫をお片づけ」の認知情報媒体については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「テレビで見た」、「新聞・フリーペーパーで見た」や「わからないが、どこかで見た」の割合が高くなっており、書面のみ「新聞・フリーペーパーで見た」（27.9%）では、インターネットのみと比較すると 5.5 ポイント高くなっている。

また、「地下鉄・バスで広告を見た」、「イベントで見た」、「公共施設で見た」も少数ではあるが、一定数の方がいると見受けられる。

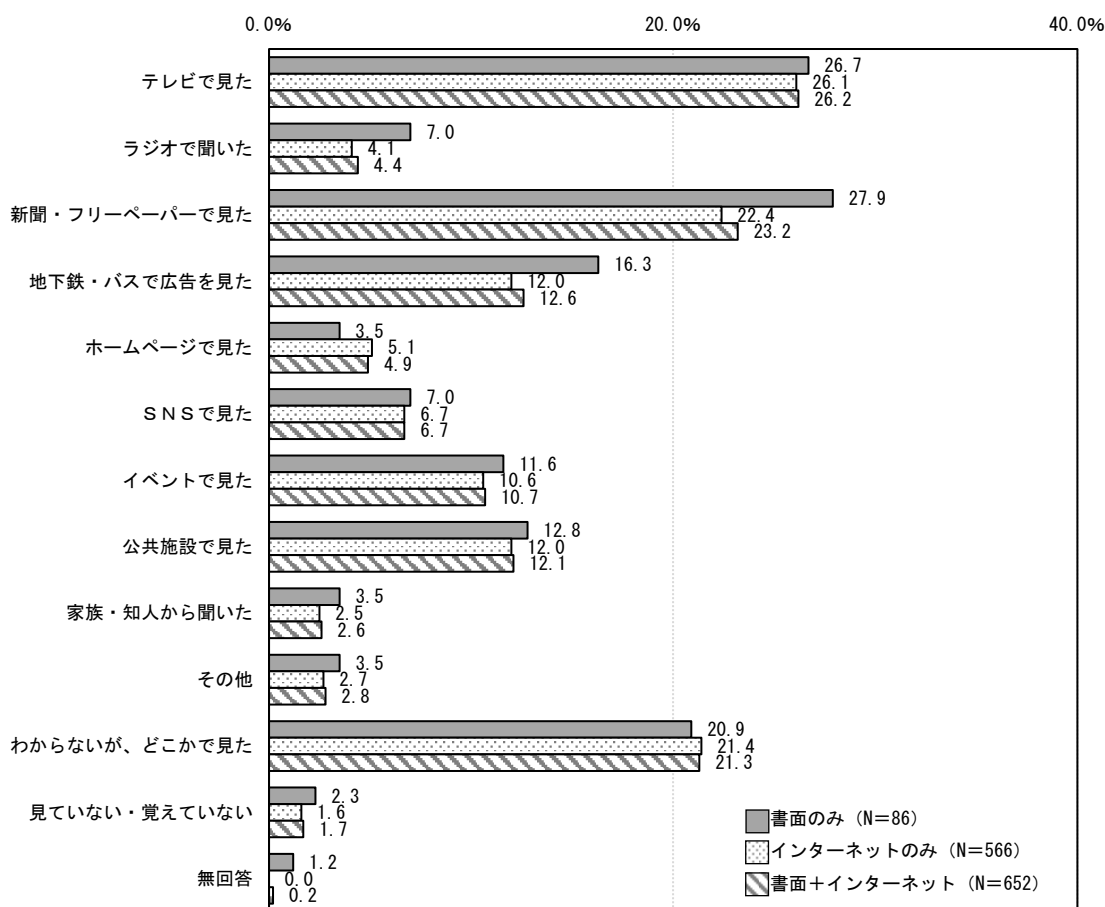


図 4-7 「日曜日は冷蔵庫をお片づけ」の認知情報媒体

(8) 「しまっておくより月イチ・リユース」の認知情報媒体

問 33 は、<問 31 で「2 しまっておくより月イチ・リユース」に○をつけた方に伺います>
 問 33 どの（なに）で見聞きしたか、該当するものをすべてお選びください。
 （○は該当するものすべて）

「しまっておくより月イチ・リユース」の認知情報媒体については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「テレビで見た」、「新聞・フリーペーパーで見た」、「公共施設で見た」の割合が高くなっている。

さらに、書面のみの「地下鉄・バスで広告を見た」や「わからないが、どこかで見た」も割合が高くなっている。

また、書面のみを除くと「地下鉄・バスで広告を見た」、「ホームページで見た」も少数ではあるが、一定数の方がいると見受けられる。

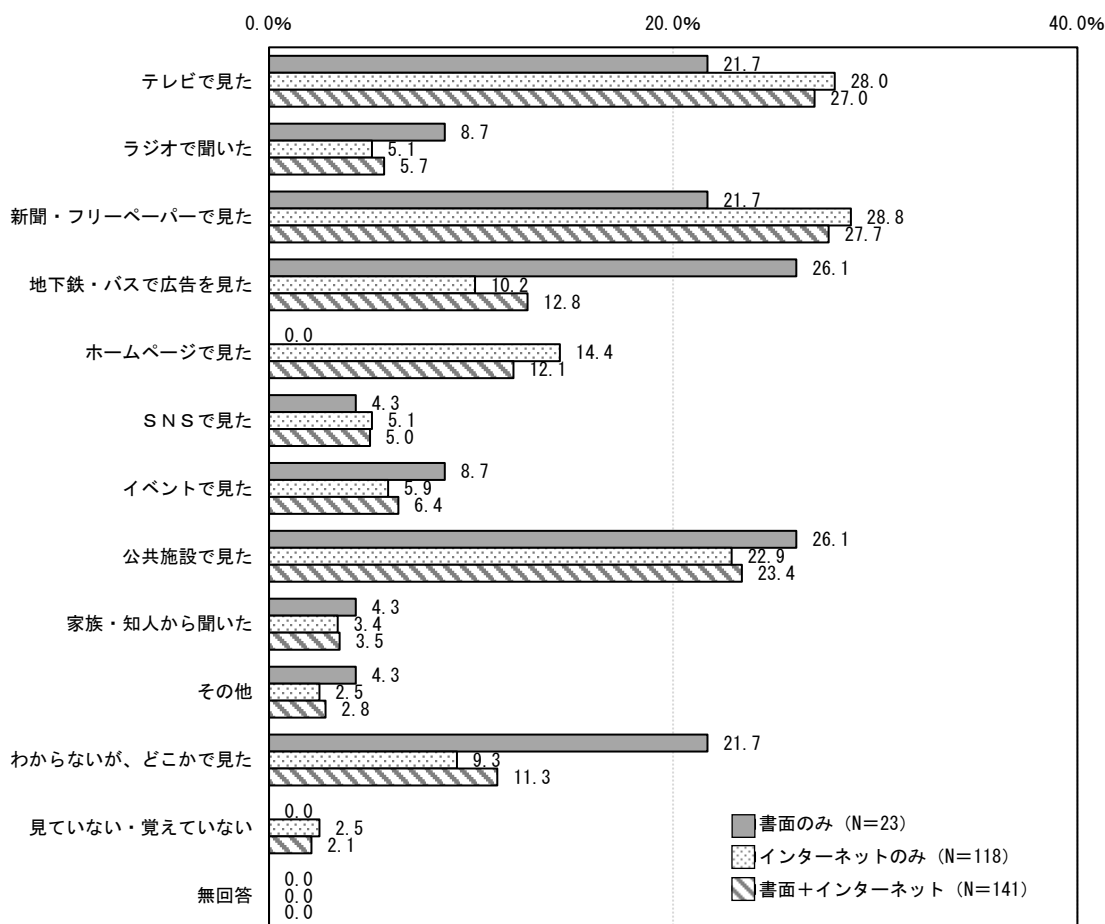


図４－８ 「しまっておくより月イチ・リユース」の認知情報媒体

(9) 「札幌市ごみ減量ポータルサイト」の認知情報媒体

問 34 は、<問 31 で「3 札幌市ごみ減量ポータルサイト」に○をつけた方に伺います>
 問 34 どの（なに）で見聞きしたか、該当するものをすべてお選びください。
 （○は該当するものすべて）

「札幌市ごみ減量ポータルサイト」の認知情報媒体については、書面のみ、インターネットのみ、書面＋インターネットともに「新聞・フリーペーパーで見た」、「ホームページで見た」や「わからないが、どこかで見た」の割合が高くなっており、書面のみの「公共施設で見た」も割合が高くなっている。

また、「テレビで見た」も少数ではあるが、一定数の方がいると見受けられる。

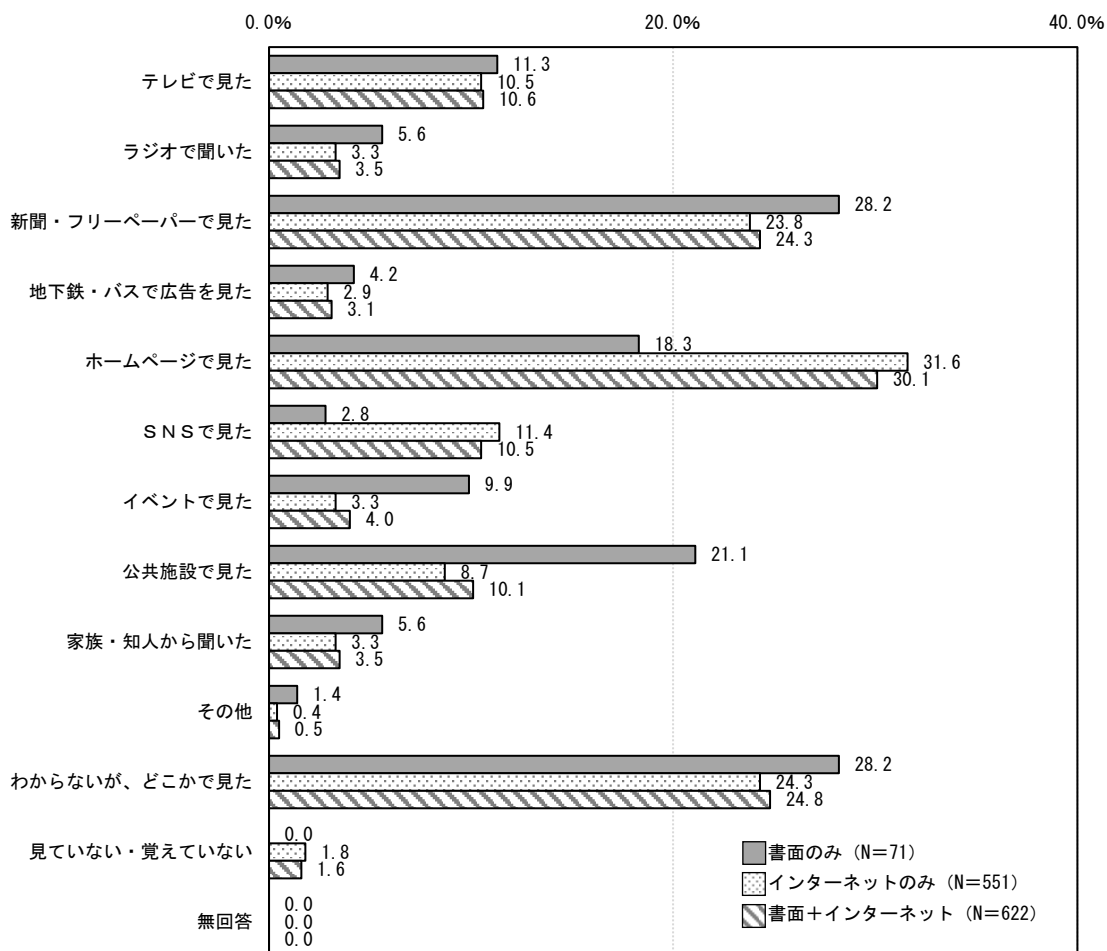


図 4－9 「札幌市ごみ減量ポータルサイト」の認知情報媒体

5 回答者属性

「あなた」ご自身のことについておたずねします。該当する番号に○をつけてください。

(1) 性別

問 35 性別を教えてください (○は1つ)

回答者の性別は、書面のみ、インターネットのみ、書面+インターネットでは前回調査と同様に「女性」の割合が多くなっているが、「男性」の割合は3割程度となっており、前回調査と比べても性別の構成に大きな差はみられない。

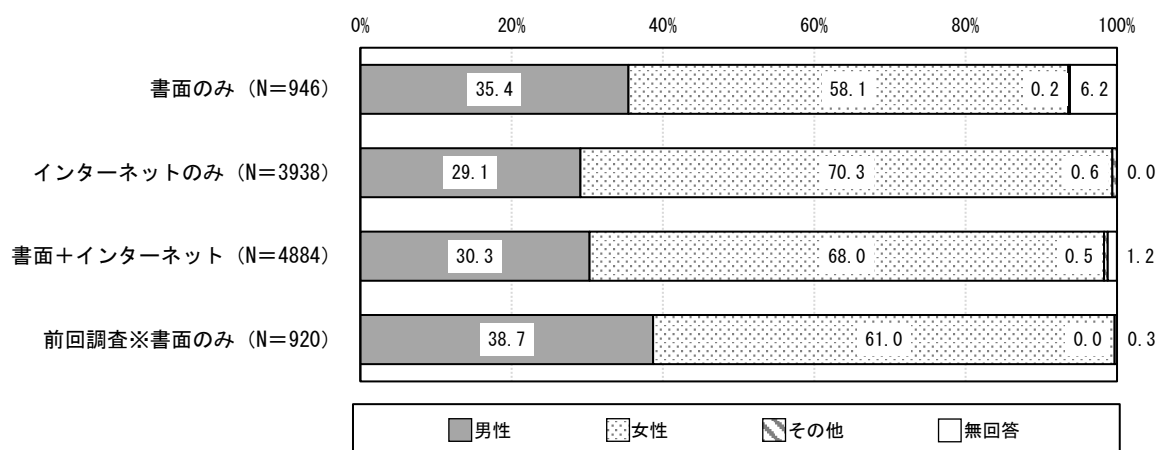


図5-1 性別

(2) 年齢

問 36 年齢を教えてください (○は1つ)

回答者の年齢は、書面のみでは「70歳以上」(26.0%)で割合が最も高く、次いで「60歳代」(18.6%)、「50歳代」(17.9%)の順となっており、前回調査と比べても年齢の構成に大きな差はみられない。
また、インターネットのみ、書面+インターネットでは「50歳代」の割合が最も高く、次いで「60歳代」、「40歳代」の順となっている。

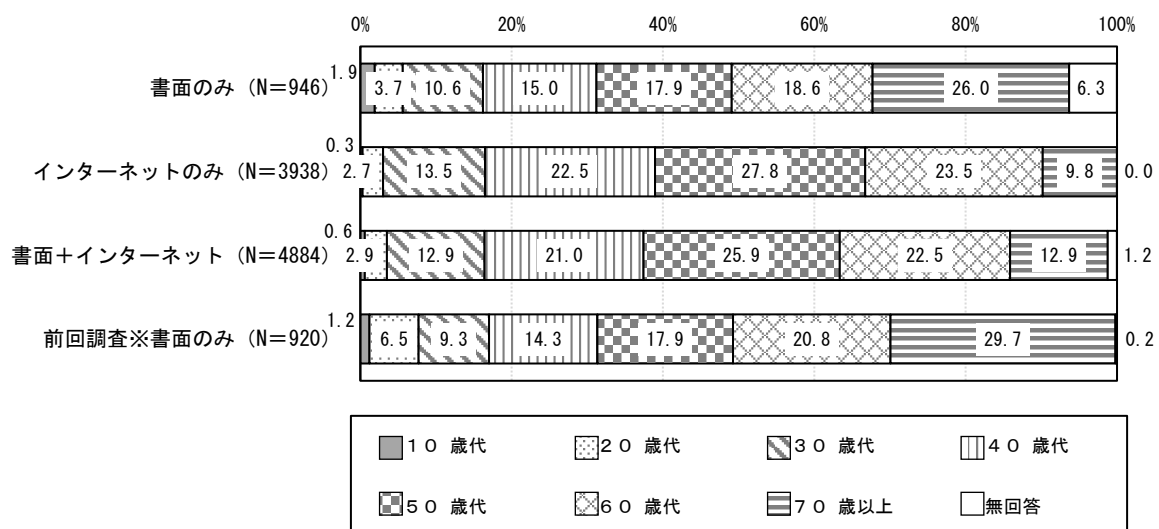


図5-2 年齢

(3) 家族構成

問 37 家族構成は次のどれに該当しますか（○は1つ）

回答者の家族構成は、書面のみでは「夫婦のみ」（33.0％）で割合が最も高く、次いで「夫婦と子どものみ」（27.7％）、「一人暮らし」（17.3％）の順となっており、前回調査と比べても家族構成に大きな差はみられない。

また、インターネットのみ、書面＋インターネットでは「夫婦と子どものみ」の割合が最も高く、次いで「夫婦のみ」、「一人暮らし」の順となっている。

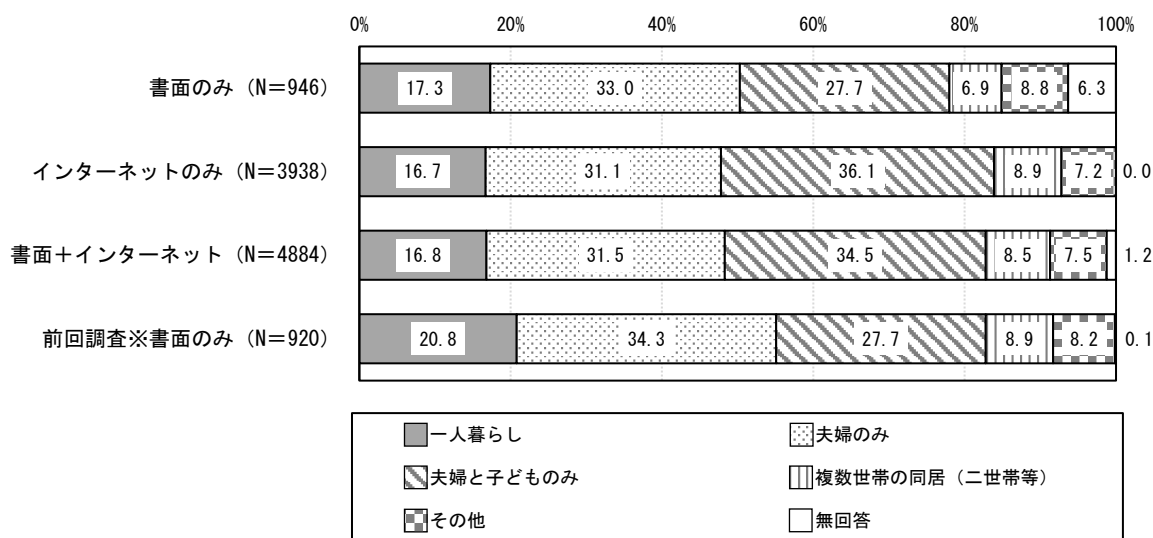


図 5－3 家族構成

(4) 居住形態

問 38 お住まいの住宅は次のどれに該当しますか（○は1つ）

回答者の居住形態は、書面のみでは「マンション・アパート」（50.0％）で割合が最も高く、次いで「一戸建て」（42.5％）となっており、前回調査と比べても居住形態の構成に大きな差はみられない。

また、インターネットのみ、書面＋インターネットでは「一戸建て」の割合が最も高く、次いで「マンション・アパート」となっている。

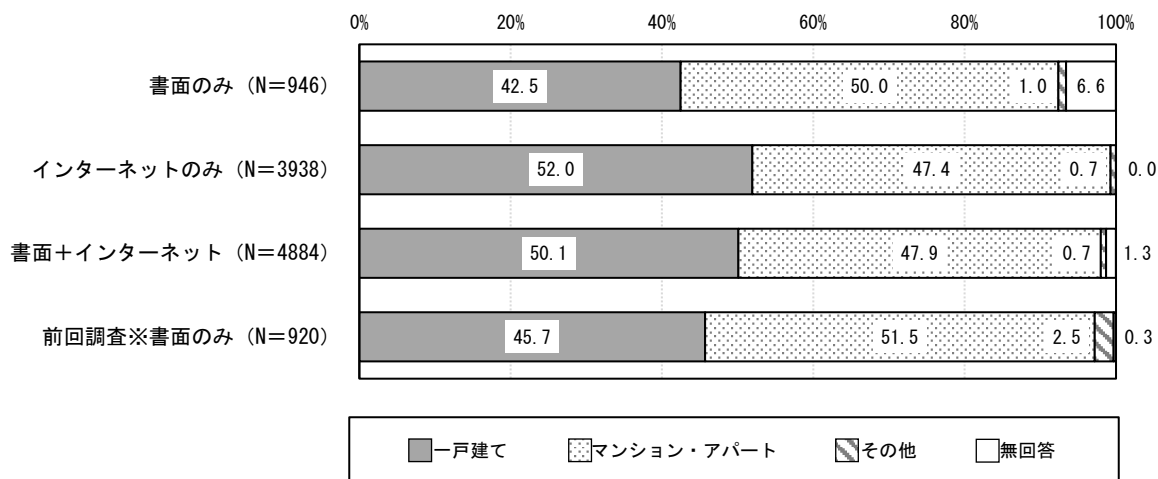


図 5－4 居住形態

