

消費者アンケートによる 使用済製品の排出・退蔵実態

平成24年3月
経済産業省

消費者アンケートについて(概要)

調査経緯

○リサイクル制度や取組に対する、消費者の認知度、分かりやすさ、使用済製品の廃棄先の選択及びその動機等の消費者意識について幅広く調査することによって、国内でいかに回収量を確保するかという観点から、具体的にどういった対策が必要かを検討するための基礎調査とする。

調査目的

- 既存の回収・リサイクル制度及び業界の自主取組等のある家電4品目、パソコン、携帯電話、小型家電、小型二次電池を対象に、当該製品を廃棄したことがある消費者に対して、回収・リサイクル制度の認知及び実際の廃棄先を尋ねることによって、認知と行動のギャップ及びその原因を探る。
- 参加・協力しやすい回収・リサイクル制度を尋ねることによって、認知と行動のギャップを解消するための方策を探る。
- 退蔵の有無を尋ね、その理由と、退蔵を解消するための方策を探る。

対象製品

○家電4品目、パソコン、携帯電話、小型家電※1、小型二次電池※2

※1 携帯音楽プレーヤー、デジタルカメラ、シェーバー、電気歯ブラシ(いずれも充電式のもの)

※2 ※1の小型家電に使用されている小型二次電池

プレ調査回答の割付

○以下の区分について、人口構成比に比例するよう、プレ調査の回答を収集。

- 性別: 男性、女性
- 年齢: 20代、30代、40代、50代、60代
- 地域: 北海道・東北・関東・中部・近畿・中国・四国・九州の8地域

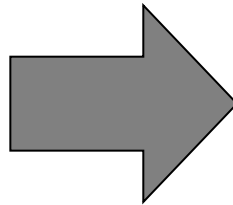
消費者アンケートについて(概要)

調査方法

○プレ調査の対象者40,000人のうち、「過去3年間に対象製品を廃棄したことがある」と回答した人の中から、更に2,967人を本調査の対象として抽出

プレ調査 40,000人

- ・インターネットアンケートによるモニター回答(回答率100%)
- ・過去3年間に廃棄経験があると回答した人の中から本調査対象を抽出



本調査 2,967人

家電4品目廃棄経験者	2,429人
パソコン廃棄経験者	1,071人
携帯電話等廃棄経験者	829人
小型家電廃棄経験者	579人

※複数製品を廃棄した人はそれぞれの品目について回答

調査内容

プレ調査

- ・対象製品廃棄経験(過去3年間)
- ・回収・リサイクル制度の認知度

本調査

- ・廃棄先・廃棄先決定理由
- ・希望廃棄先・希望廃棄先決定理由
- ・退蔵理由 等

消費者アンケートについて(結果の概要)

品目	制度の認知度※3	主な廃棄先とその割合	退蔵している人の割合とその理由※4	適正に廃棄されない理由
家電 4品目	【84.7%】 ◎70.4% ○14.3% △9.5% ×5.8%	<ul style="list-style-type: none"> ・小売店等(79.2%) ・不用品回収業者(9.9%) ・無料回収場所(3.6%) 	—	<ul style="list-style-type: none"> ・料金が高いと感じる人が存在 ・不用品回収業者等の存在
パソコン	【21.6%】 ◎9.1% ○12.5% △23.4% ×55.0%	<ul style="list-style-type: none"> ・ゆうパック(22.1%) ・小売店(35.9%) ・不用品回収業者(21.5%) ・無料回収場所(8.7%) 	【46.7%】 <ul style="list-style-type: none"> ・手続が面倒(39.0%) ・個人情報(35.9%) ・きっかけがない(31.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・制度の不知 ・不用品回収業者等の存在 ・退蔵 (手続が面倒、個人情報、きっかけがない)
携帯電話	【60.4%】 ◎41.1% ○19.3% △20.0% ×19.5%	<ul style="list-style-type: none"> ・MRN等(94.9%) ・自治体(2.3%) 	【63.9%】 <ul style="list-style-type: none"> ・保存データ(41.6%) ・きっかけがない(31.5%) ・個人情報(30.0%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・退蔵 (保存データ、きっかけがない、個人情報)
小型家電 ※1	—	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体(53.7%) ・小売店(23.0%) ・不用品回収等(17.4%) 	【39.0%】 <ul style="list-style-type: none"> ・きっかけがない(49.5%) ・手続が面倒(36.5%) ・予備として保管(21.1%) 	<ul style="list-style-type: none"> ・不用品回収業者等の存在 ・退蔵(きっかけがない、手続が面倒)
小型 二次電池 ※2	【52.8%】 ◎28.6% ○24.2% △18.8% ×28.4%	<ul style="list-style-type: none"> ・回収ボックス等(35.8%) ・小型家電ごと廃棄(33.9%) ・自治体(20.2%) 	—	<ul style="list-style-type: none"> ・制度の不知 ・小型家電と一緒に廃棄されてしまう

※1:携帯音楽プレーヤー、デジタルカメラ、シェーバー、電気歯ブラシ(いずれも充電式のもの)

※2: ※1の小型家電に使用されている小型二次電池

※3: プレ調査40,000人からの回答。【◎: 全て知っている。○: ある程度知っている(費用、場所等)。△: 具体的には分からないがなんとなく知っている。×: 全く知らない。】

※3: 退蔵している割合は本調査対象の2,967人のうちの割合。退蔵理由の割合については、退蔵していない人を除いたときの割合。

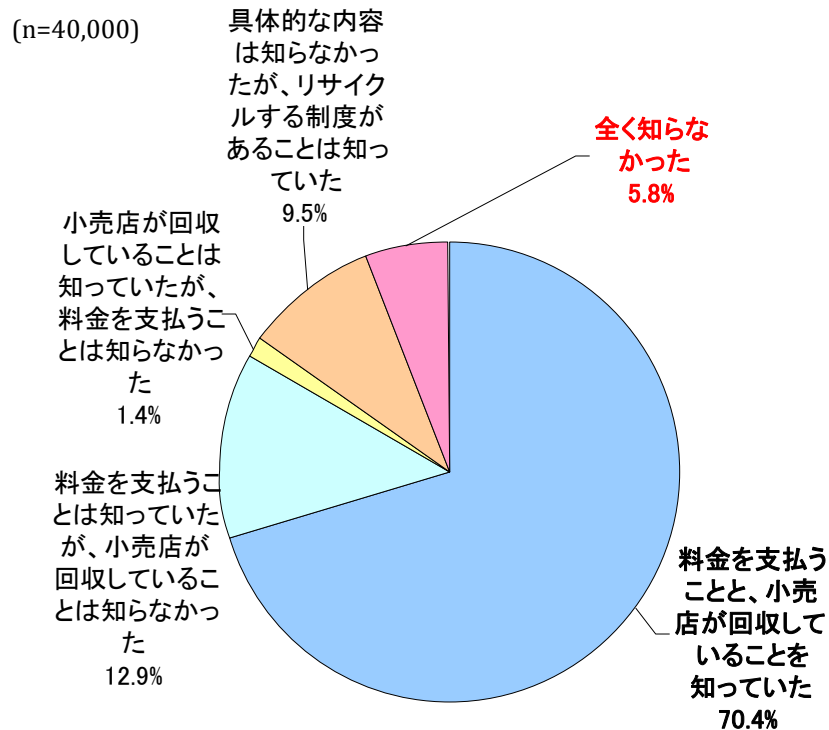
家電4品目に関する消費者アンケート結果(1)

○家電リサイクル法の認知度はプレ調査で84.7%。全く知らない人は5.8%。

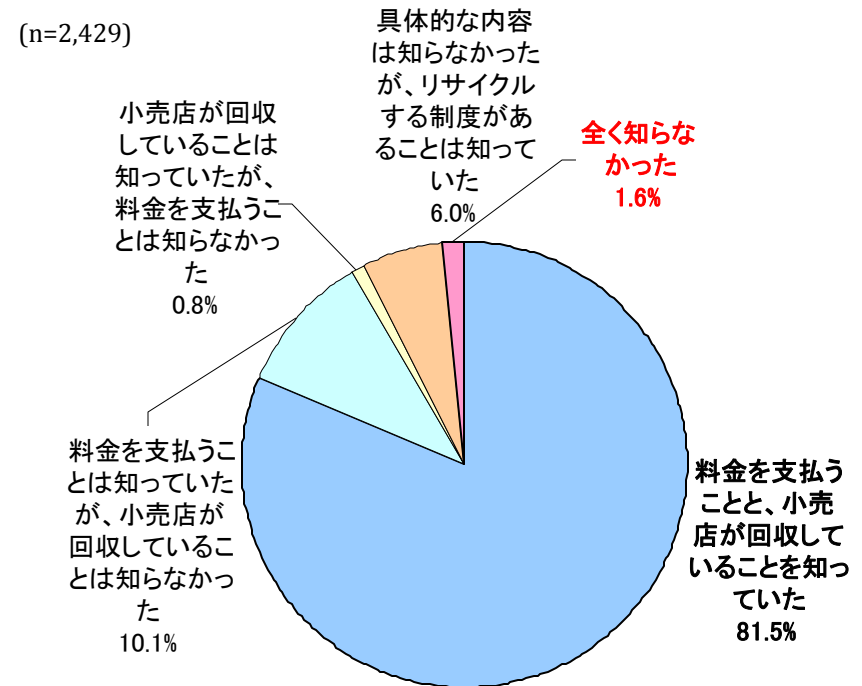
○家電4品目廃棄経験者2,429人の認知度は92.4%。全く知らない人は1.6%。

→家電リサイクル法の認知度は他の制度に比べて高い。

認知度(プレ調査40,000人)



認知度(廃棄経験者)



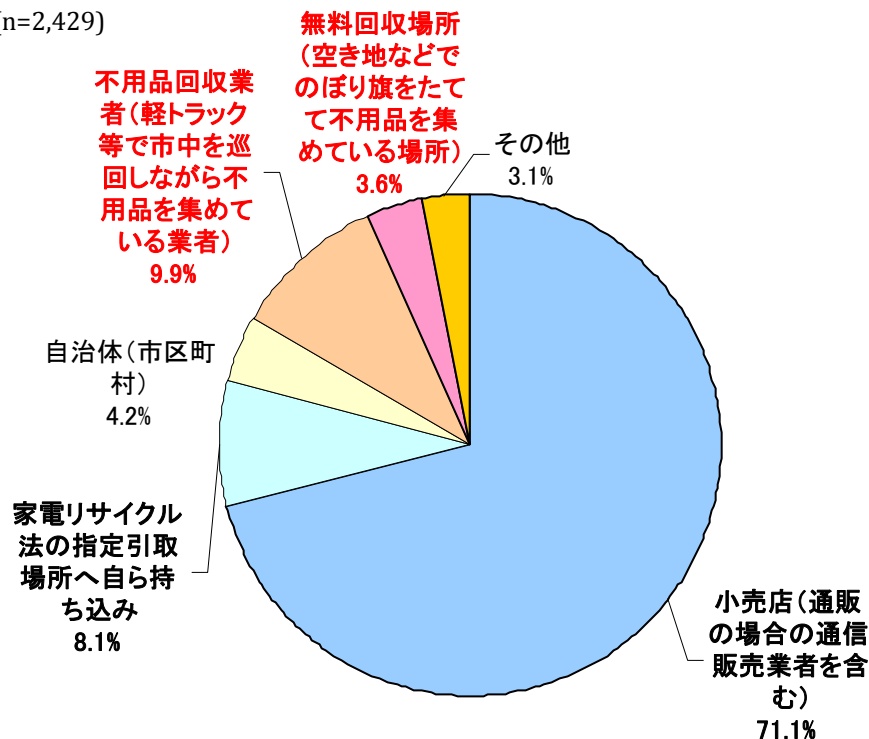
家電4品目に関する消費者アンケート結果(2)

○廃棄経験者2,429人の79.2%は制度上の廃棄先(小売店、指定引取場所)を選択しているが、13.5%は不用品回収業者等を選択。

○廃棄先選択理由は、「買換えの際の案内」(51.3%)、「手続等が簡単」(48.7%)、「家まで取りに来てくれる、または近い」(34.0%)の順。

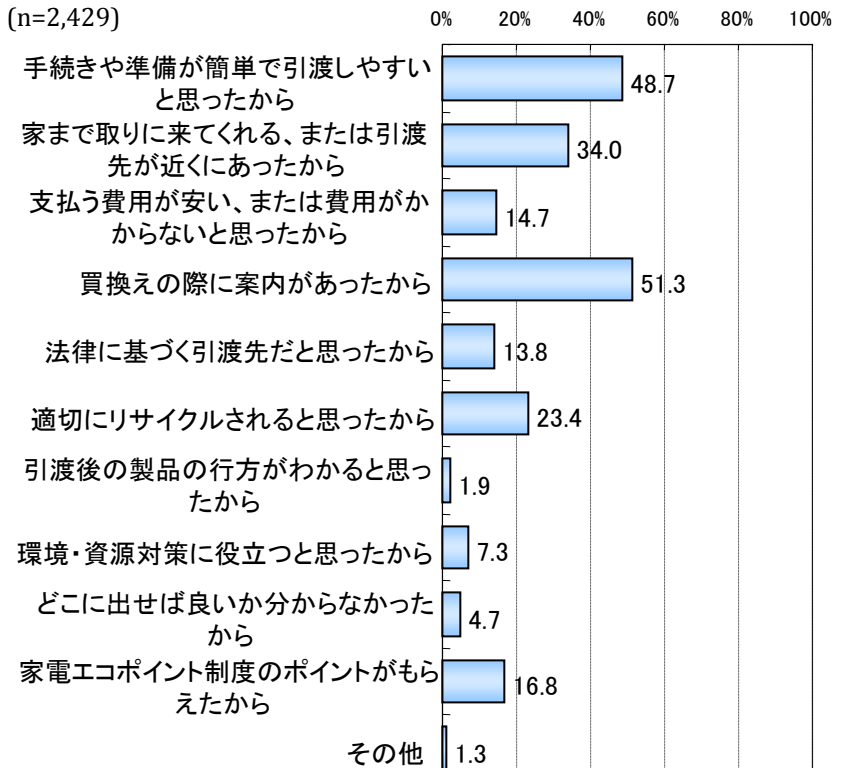
廃棄先

(n=2,429)



廃棄先選択理由

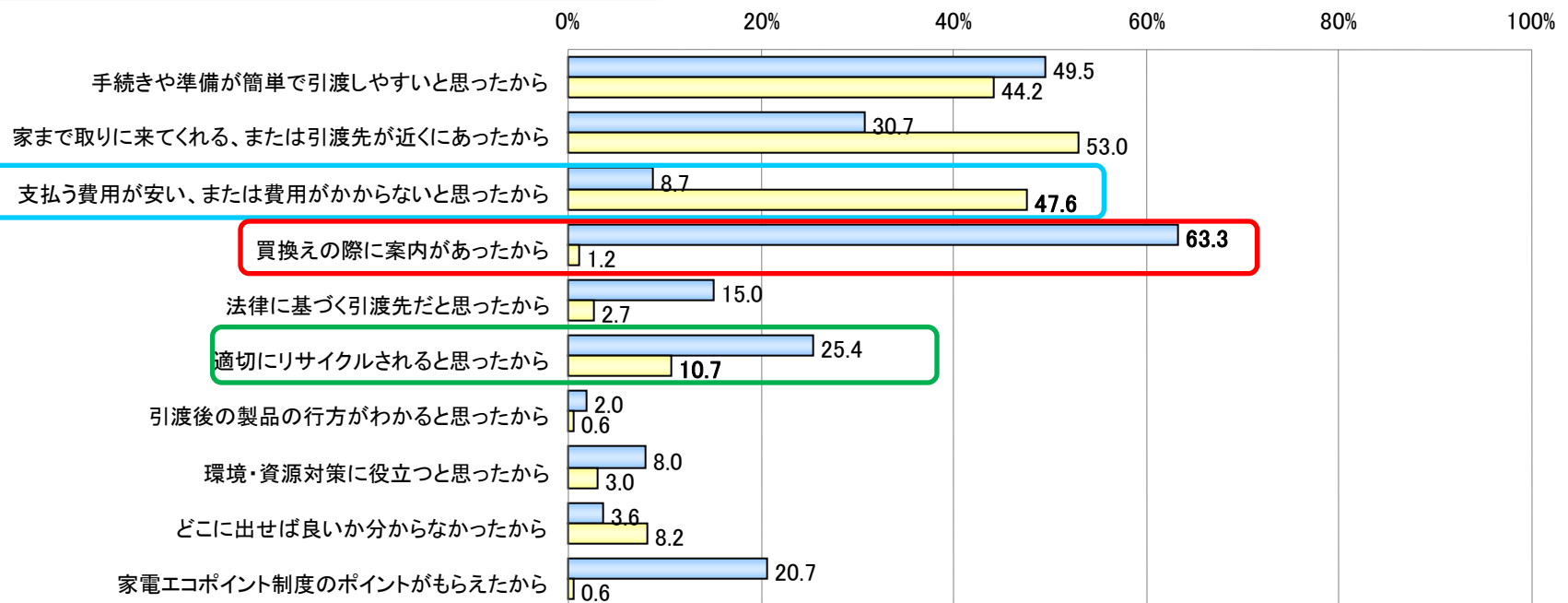
(n=2,429)



家電4品目に関する消費者アンケート結果(3)

- 不用品回収業者等に廃棄した理由として「支払う費用が安い、またはかからない」ことを選択した人の割合は、制度上の廃棄先(小売店、指定引取場所)に廃棄した理由として同選択肢を選択した人の割合に比べ約5倍。
- 制度上の廃棄先(小売店、指定引取場所)を選択した理由で最も高いものは「買換えの際の案内」(63.3%)。
- 不用品回収業者等に出すことで「適切にリサイクルされる」と考えた人が10.7%存在。

廃棄先別の選択理由



□ 小売店・指定引取場所(n=1,922) □ 不用品回収業者・無料回収場所(n=328)

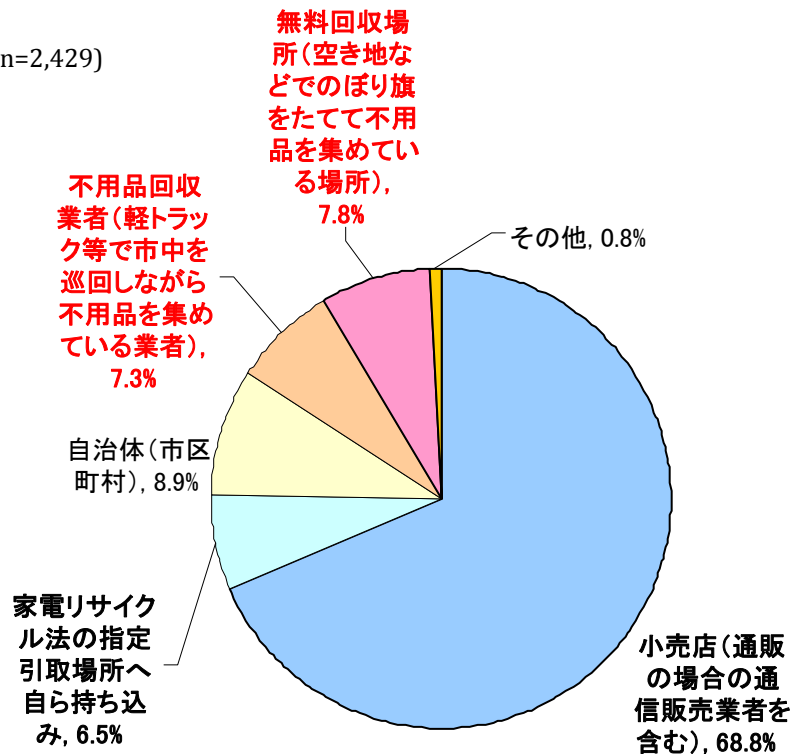
家電4品目に関する消費者アンケート結果(4)

○廃棄経験者2,429人が希望する廃棄先は、制度上の廃棄先(小売店、指定引取場所)が74.3%、不用品回収業者等は15.1%。

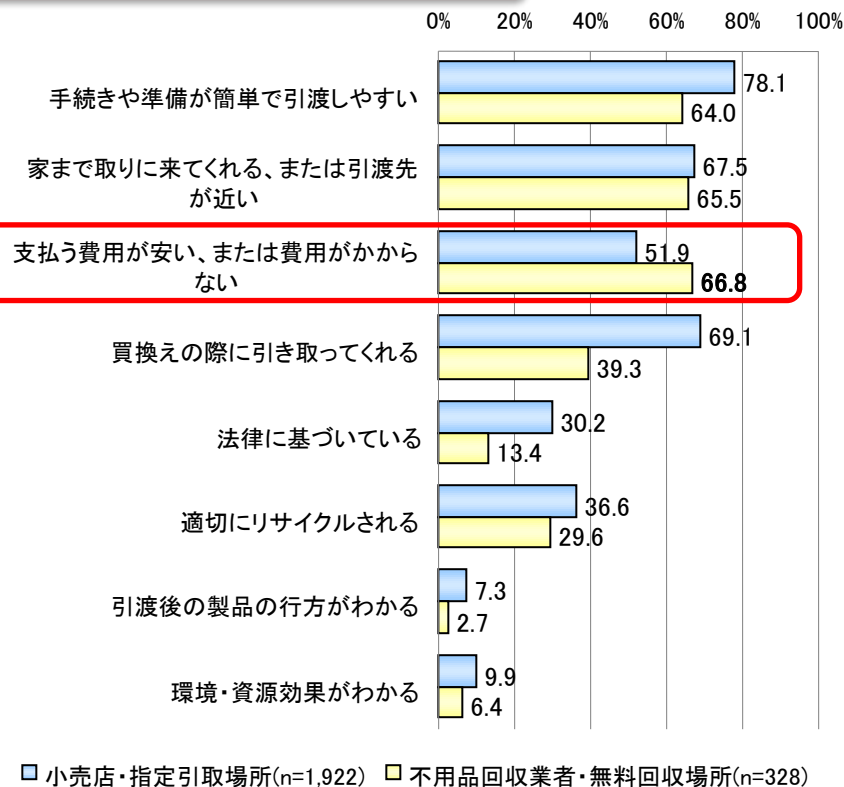
○参加・協力しやすいと考える条件は、制度上の廃棄先(小売店、指定引取場所)では「手続きが簡単」(78.1%)、「買換えの際に引き取ってくれる」(69.1%)、「家まで取りに来てくれる、または近い」(67.5%)の順だが、不用品回収業者等では「支払う費用が安い、かからない」が最も高い(66.8%)。

希望廃棄先

(n=2,429)



廃棄先別の参加・協力しやすい条件



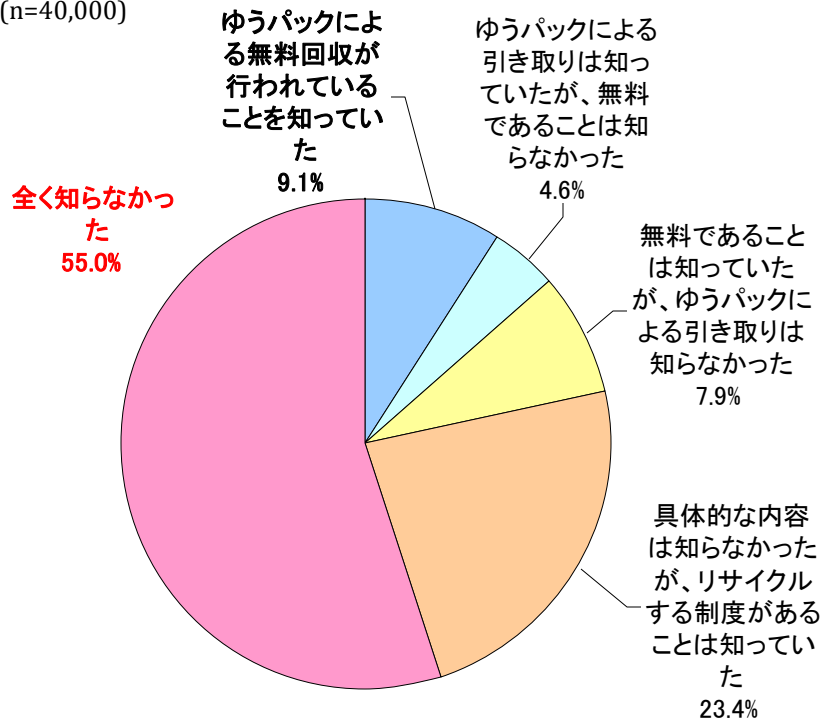
パソコンに関する消費者アンケート結果(1)

- パソコンリサイクル制度の認知度はプレ調査で21.6%。全く知らない人は55.0%。
- パソコン廃棄経験者1,071人の認知度は35.9%、全く知らない人は37.2%。
- パソコンリサイクル制度の認知度は、他の制度に比べて低い。

認知度(プレ調査40,000人)

※PCリサイクルマークが付いているパソコンの廃棄の場合

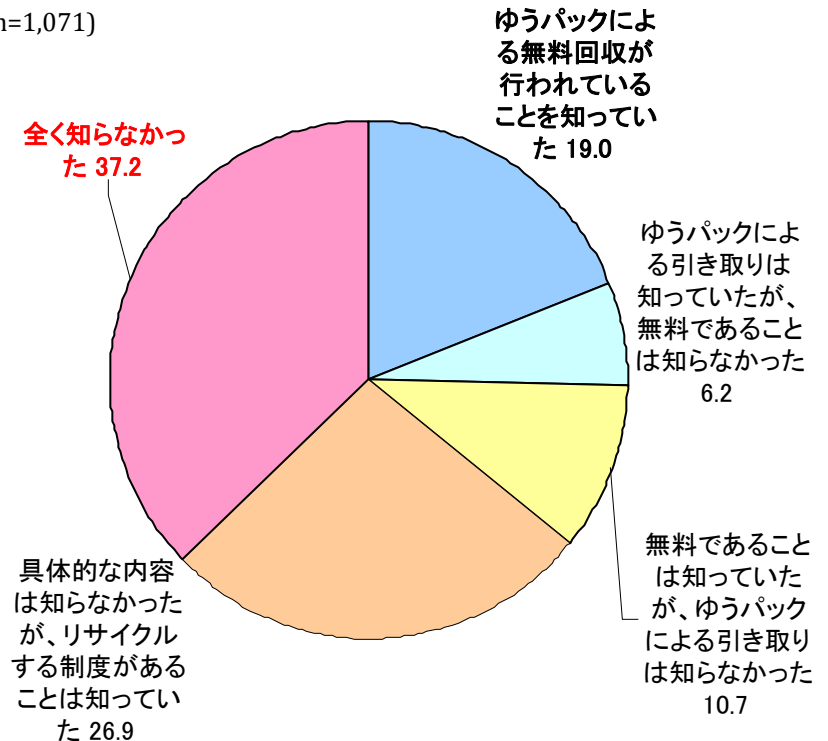
(n=40,000)



認知度(廃棄経験者)

※PCリサイクルマークが付いているパソコンの廃棄の場合

(n=1,071)



パソコンに関する消費者アンケート結果(2)

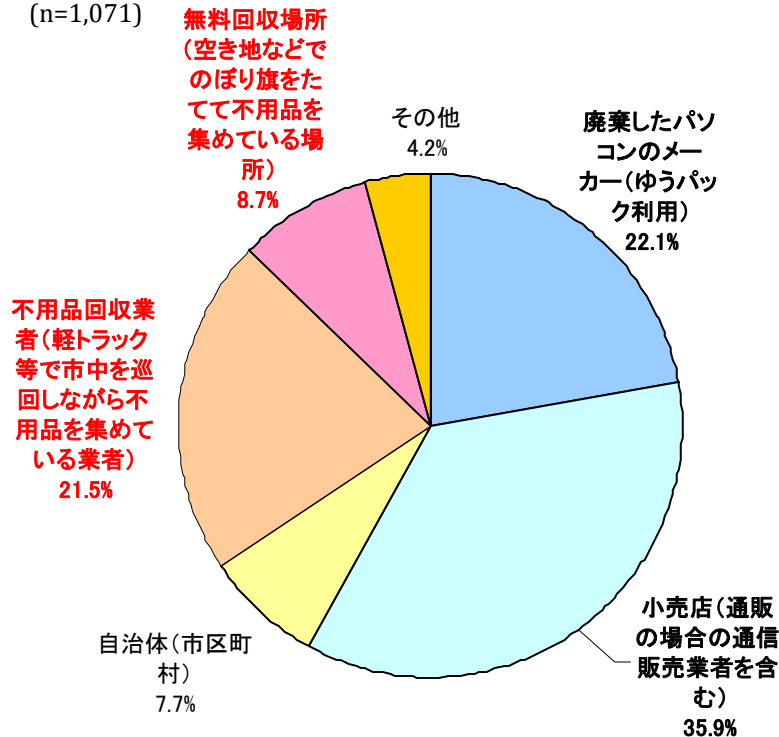
○廃棄経験者1,071人の22.1%がパソコンメーカーへ引き渡しているが、不用品回収業者等は30.2%。小売店が35.9%で最も多い。

○パソコンリサイクル制度を知っている人は59.3%がメーカーに廃棄。制度を知らない人は8.0%がメーカーに廃棄。

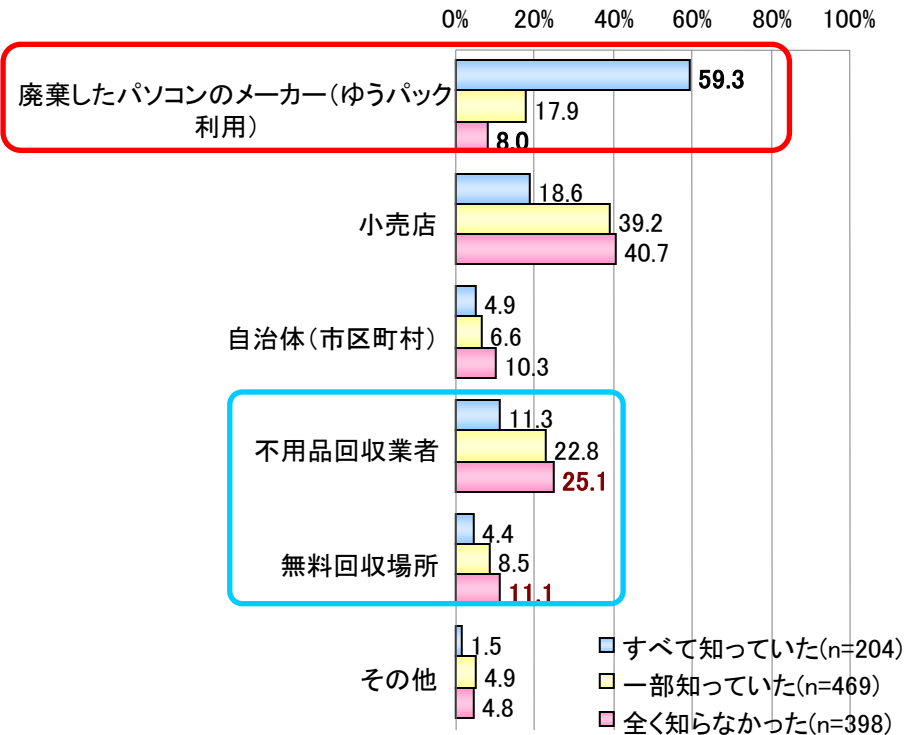
○制度を知らない人は制度を知っている人に比べ、不用品回収業者等に廃棄する傾向にある。

廃棄先

(n=1,071)



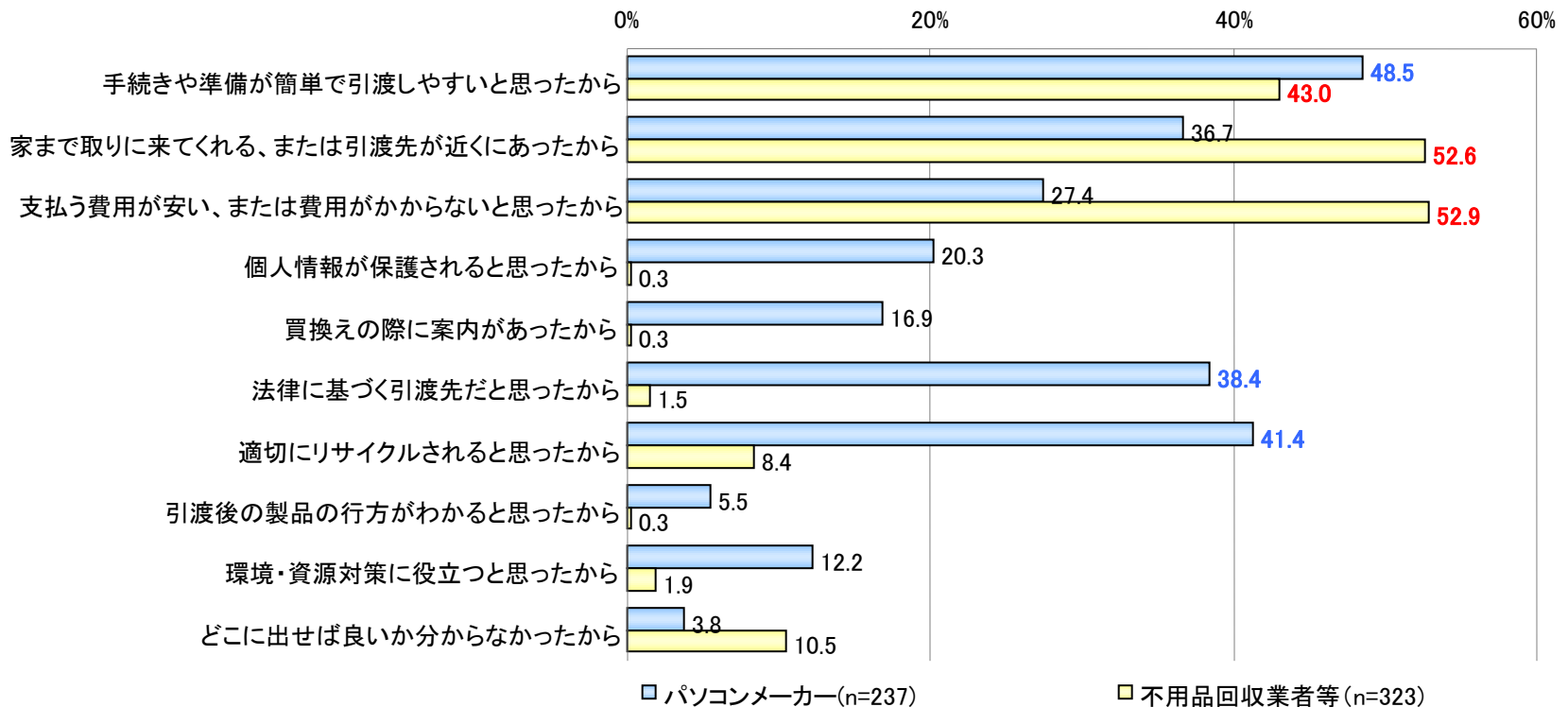
認知度別の廃棄先



パソコンに関する消費者アンケート結果(3)

- パソコンメーカーに廃棄した理由は「**手続等が簡単**」(48.5%)、「**適切にリサイクルされる**」(41.4%)、「**法律に基づく引渡先**」(38.4%)の順。
- 不用品回収業者等に廃棄した理由は「**支払う費用が安い、またはかからない**」(52.9%)、「**家まで取りに来てくれる、または近い**」(52.6%)、「**手続等が簡単**」(43.0%)の順。
- 不用品回収業者等に出すことによって、「**適切にリサイクルされる**」と思っている人が8.4%存在。

廃棄先選択理由



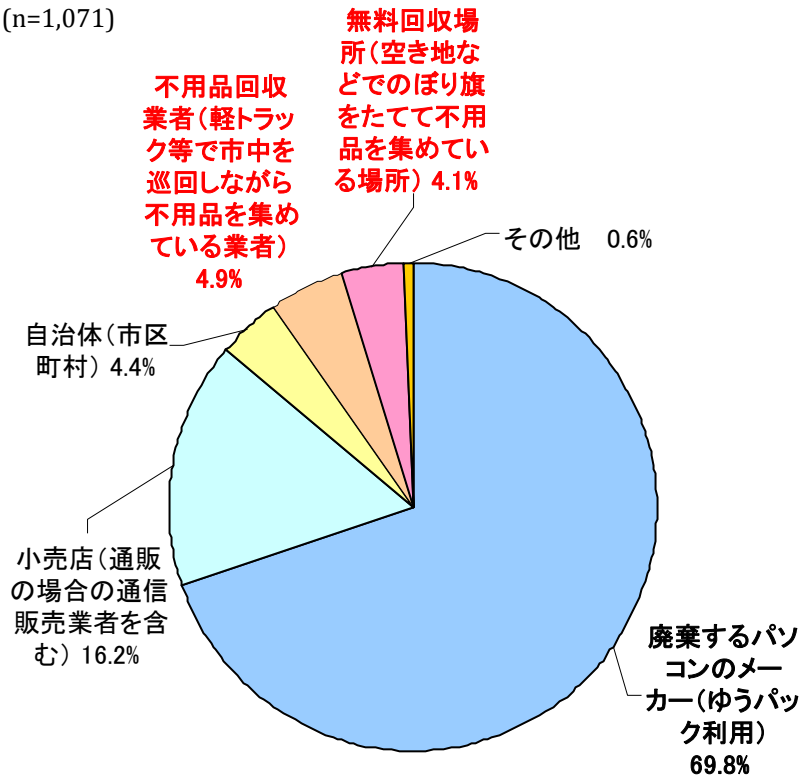
パソコンに関する消費者アンケート結果(4)

○廃棄経験者1,071人の69.8%がパソコンメーカーへの引渡しを希望。

○廃棄経験者の参加・協力しやすい条件は、「手続きが簡単」(77.8%)、「支払う費用が安い、またはかからない」(67.0%)、「家まで取りに来てくれる、または近い」(65.3%)の順。

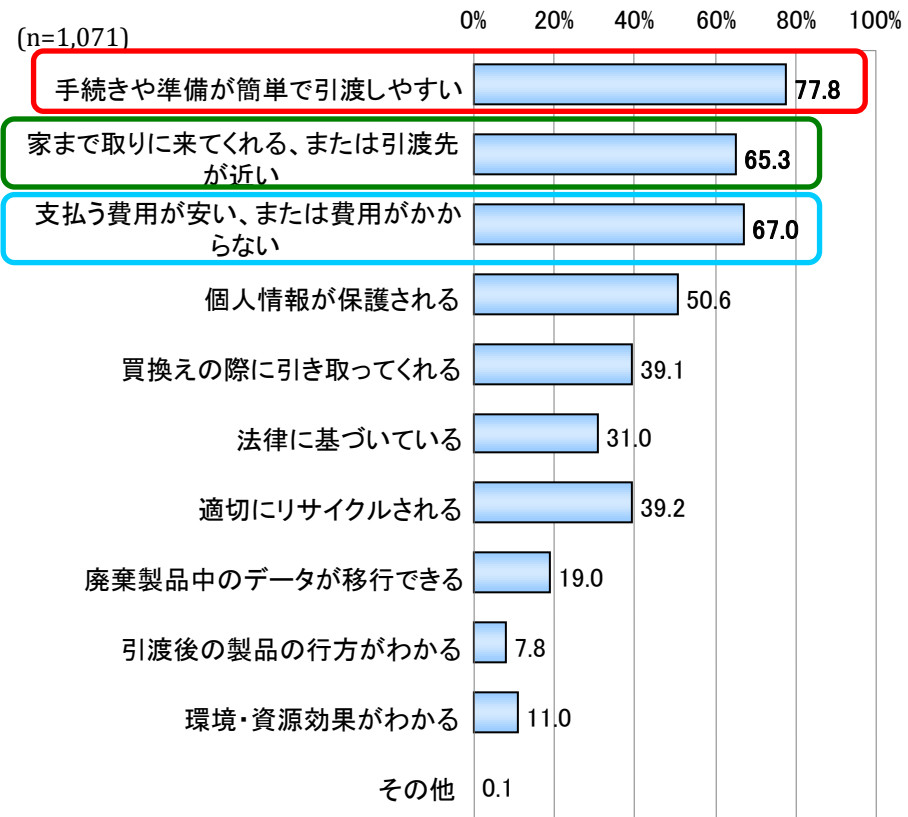
希望廃棄先

(n=1,071)



参加・協力しやすい条件

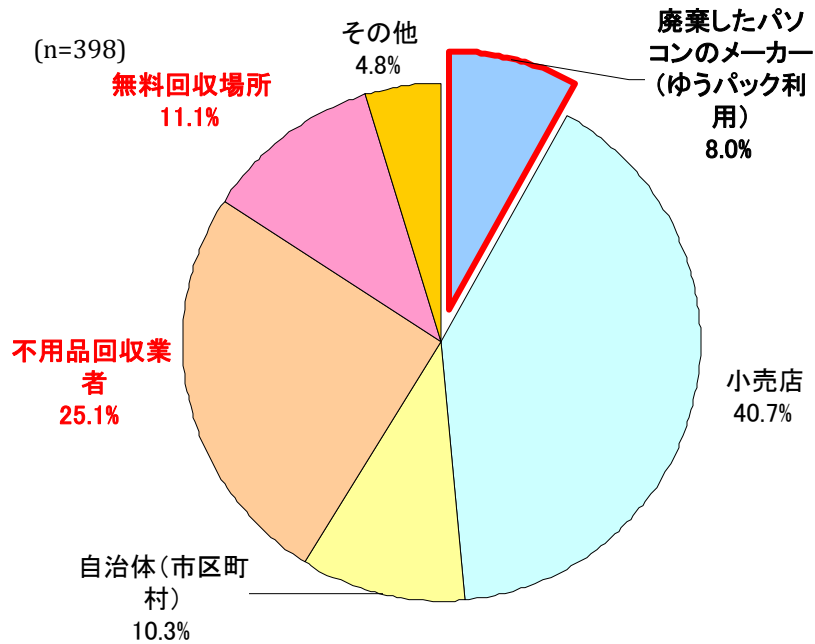
(n=1,071)



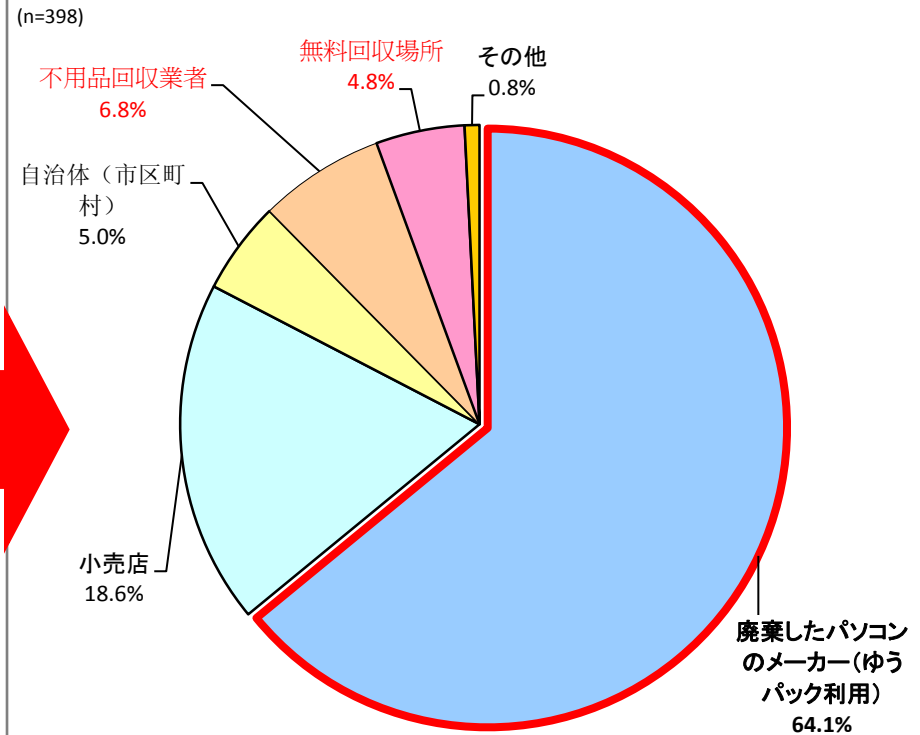
パソコンに関する消費者アンケート結果(5)

○パソコンリサイクル制度を知らない人の実際の廃棄先は、パソコンメーカーが8.0%だったが、PCリサイクルマークが貼付されたパソコンは排出時に無料で回収されることを理解すると、希望廃棄先はパソコンメーカーが64.1%まで増加。

制度を知らない人の廃棄先



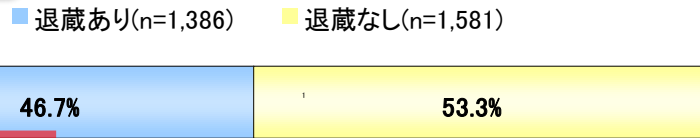
制度を知らない人の希望廃棄先



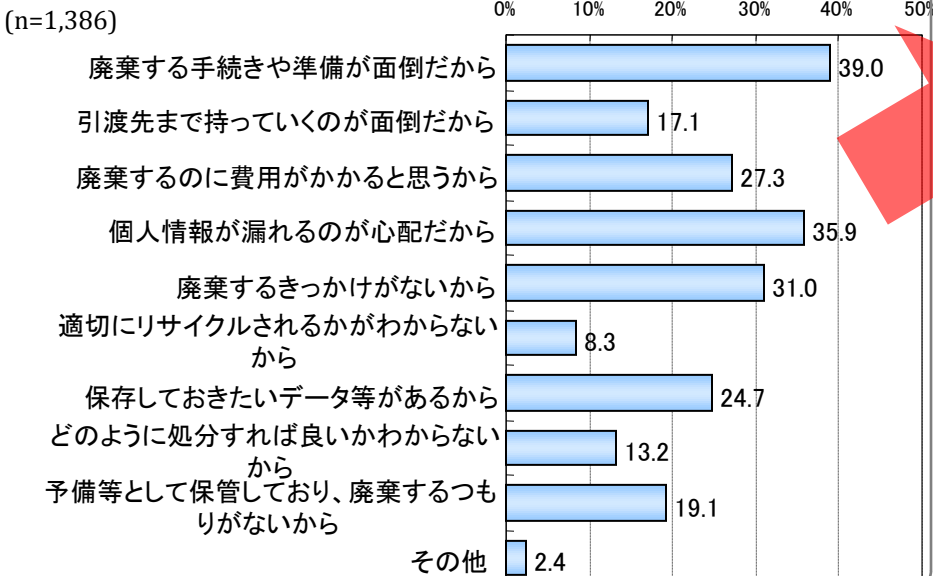
パソコンに関する消費者アンケート結果(6)

- 本調査2,967人中1,386人(46.7%)がパソコンを退蔵している。
- 退蔵理由は、「手続等が面倒」(39.0%)、「個人情報漏洩を心配」(35.9%)、「きっかけがない」(31.0%)の順。
- 過去3年間パソコンを廃棄せず退蔵している人は、廃棄経験者に比べ、個人情報の漏洩を心配している割合が約1.5倍。

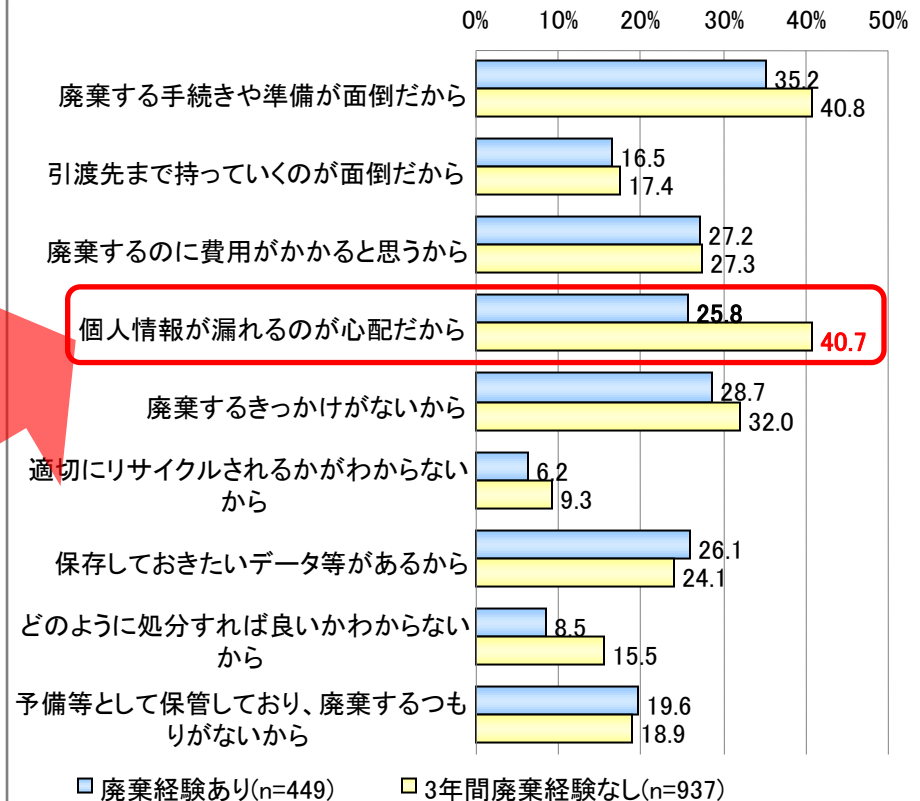
退蔵割合



退蔵理由



廃棄経験別の退蔵理由



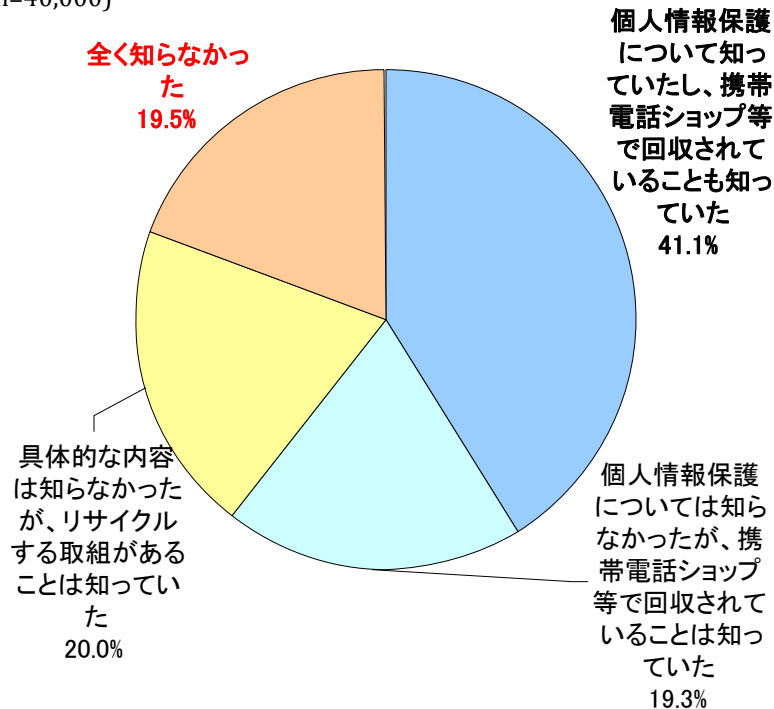
携帯電話に関する消費者アンケート結果(1)

○携帯電話ショップでの自主的取組の認知度はプレ調査で60.4%。全く知らない人は19.5%。

○携帯電話の廃棄経験者829人の認知度は74.6%。全く知らない人は10.0%。
→携帯電話の自主的取組の認知度は比較的高い。

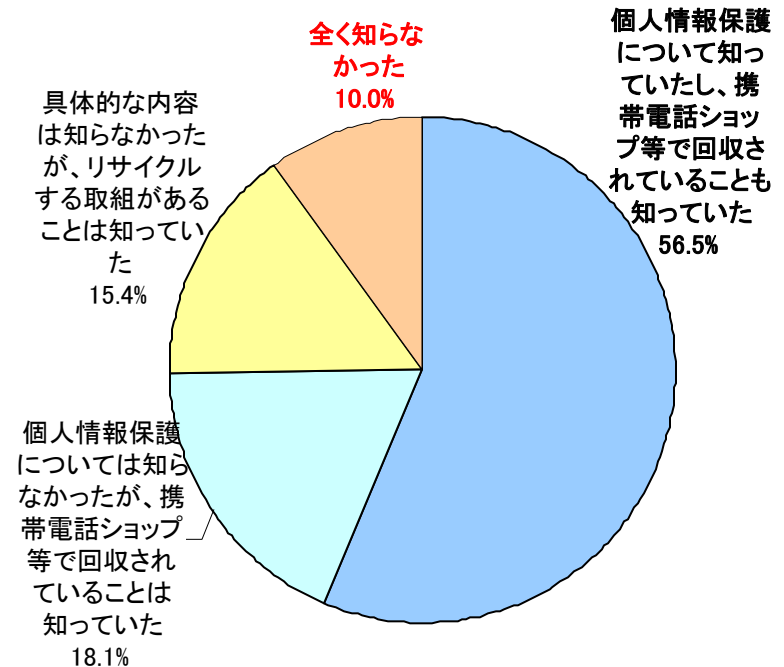
認知度(プレ調査40,000人)

(n=40,000)



認知度(廃棄経験者)

(n=829)

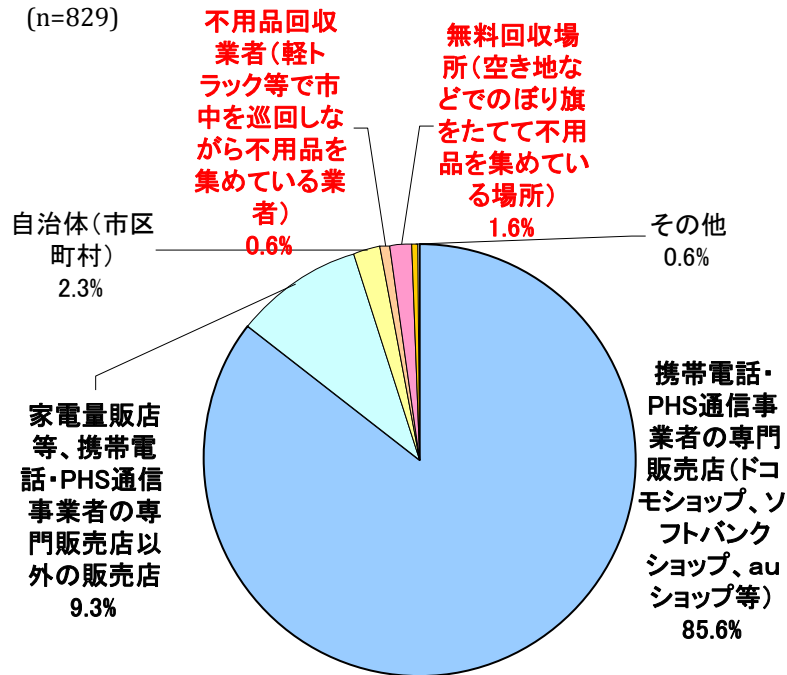


携帯電話に関する消費者アンケート結果(2)

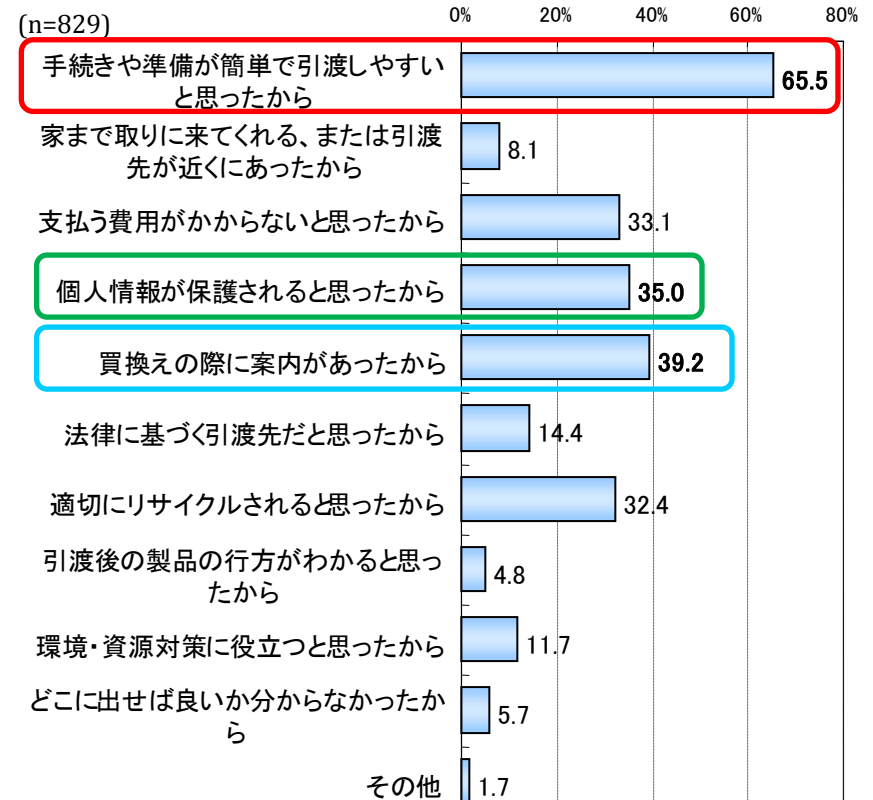
○廃棄経験者829人の廃棄先は85.6%が携帯電話ショップ(家電量販店等を含めると94.9%)。

○廃棄先選択理由は、「手続きが簡単」(65.5%)、「買換の際の案内」(39.2%)、「個人情報保護」(35.0%)の順。

廃棄先



廃棄先選択理由

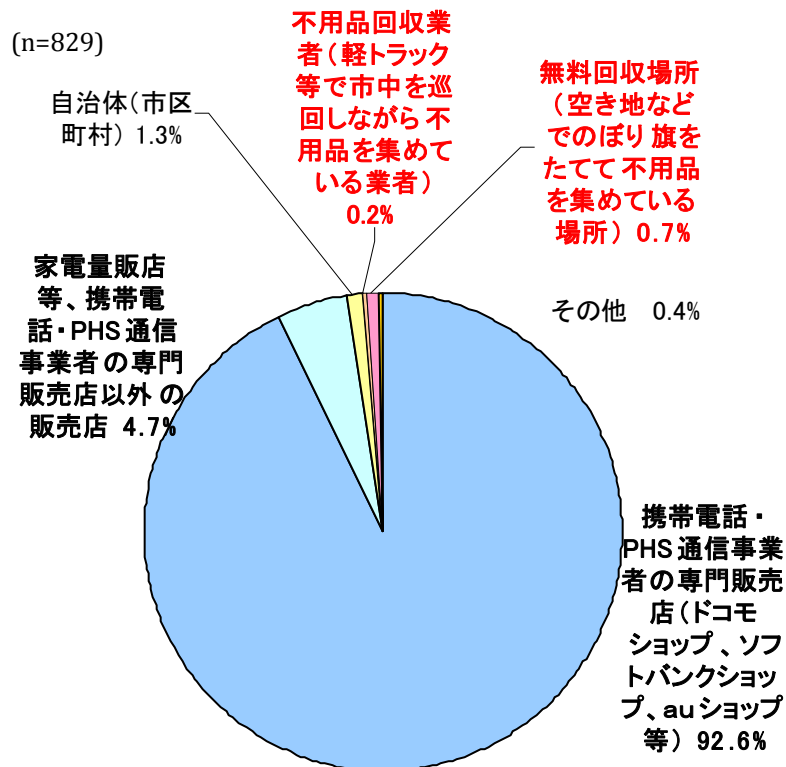


携帯電話に関する消費者アンケート結果(3)

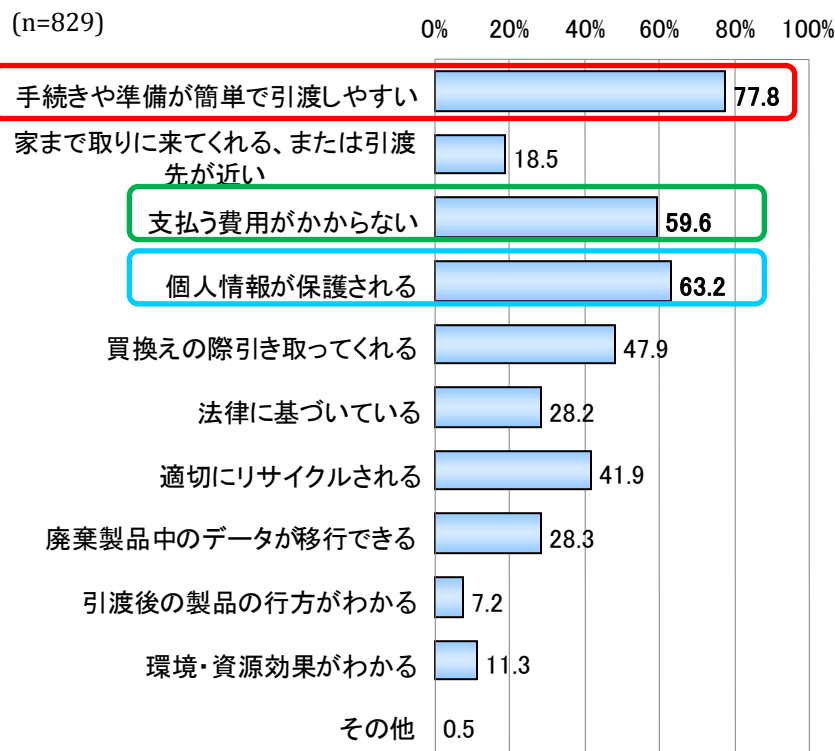
○廃棄経験者829人の希望廃棄先は92.6%が携帯電話ショップ(家電量販店等含めると97.3%)で、実際の廃棄先と同様の傾向。

○参加・協力しやすい条件は、「手続きが簡単」(77.8%)、「個人情報保護」(63.2%)、「支払う費用がかからない」(59.6%)の順。

希望廃棄先



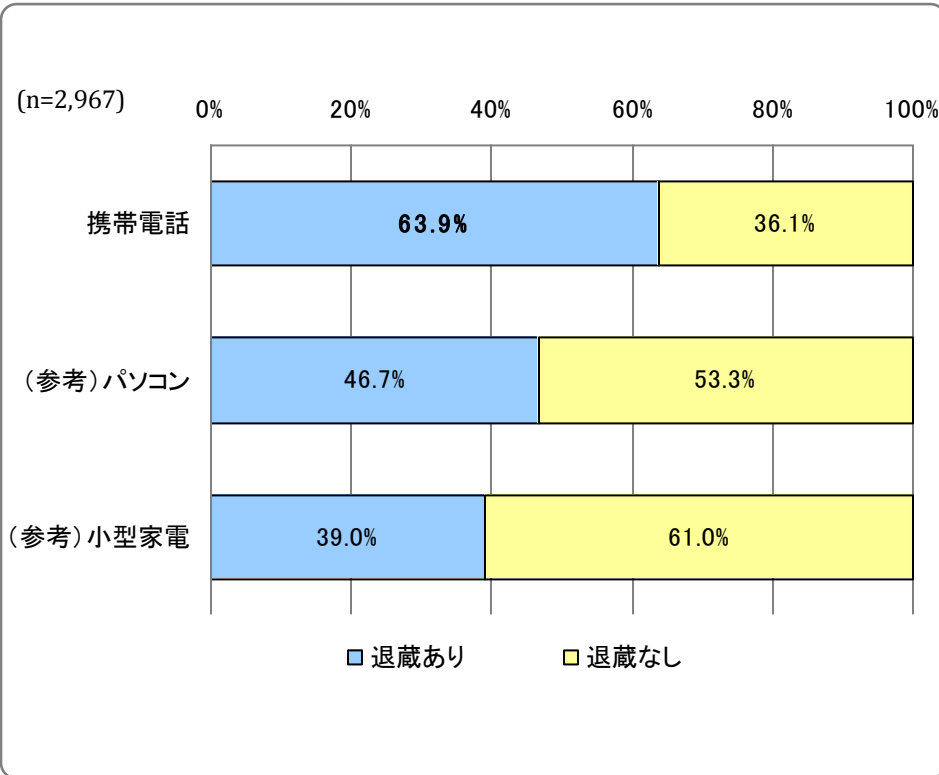
参加・協力しやすい条件



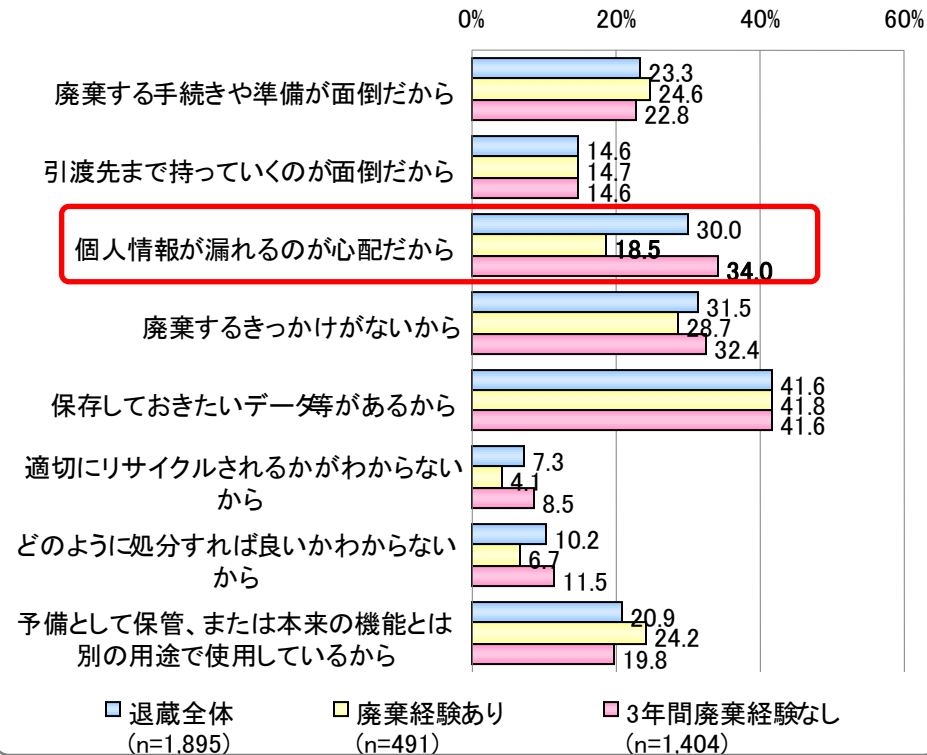
携帯電話に関する消費者アンケート結果(4)

- 本調査2,967人中1,895人(63.9%)が携帯電話を退蔵している。携帯電話の退蔵割合はパソコンや小型家電に比べて最も高い。
- 退蔵理由は、「保存しておきたいデータがある」(41.6%)、「きっかけがない」(31.5%)、「個人情報漏れるのが心配」(30.0%)の順。
- 過去3年間携帯電話を廃棄せず退蔵している人は、廃棄経験者に比べ、個人情報の漏洩を心配している割合が倍近く高い。

退蔵割合



退蔵理由



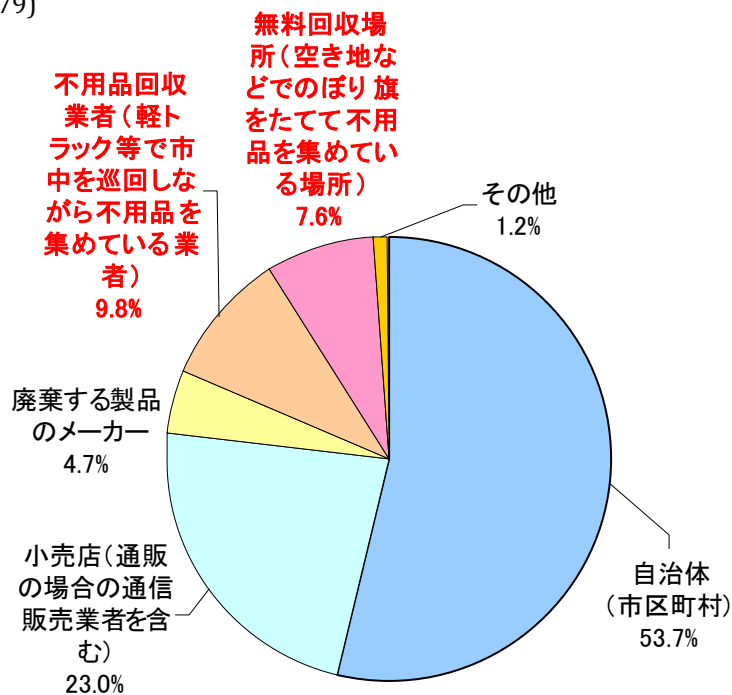
小型家電に関する消費者アンケート結果(1)

○小型家電廃棄経験者約579人の廃棄先は自治体が53.7%、小売店が23.0%、不用品回収業者等が17.4%。

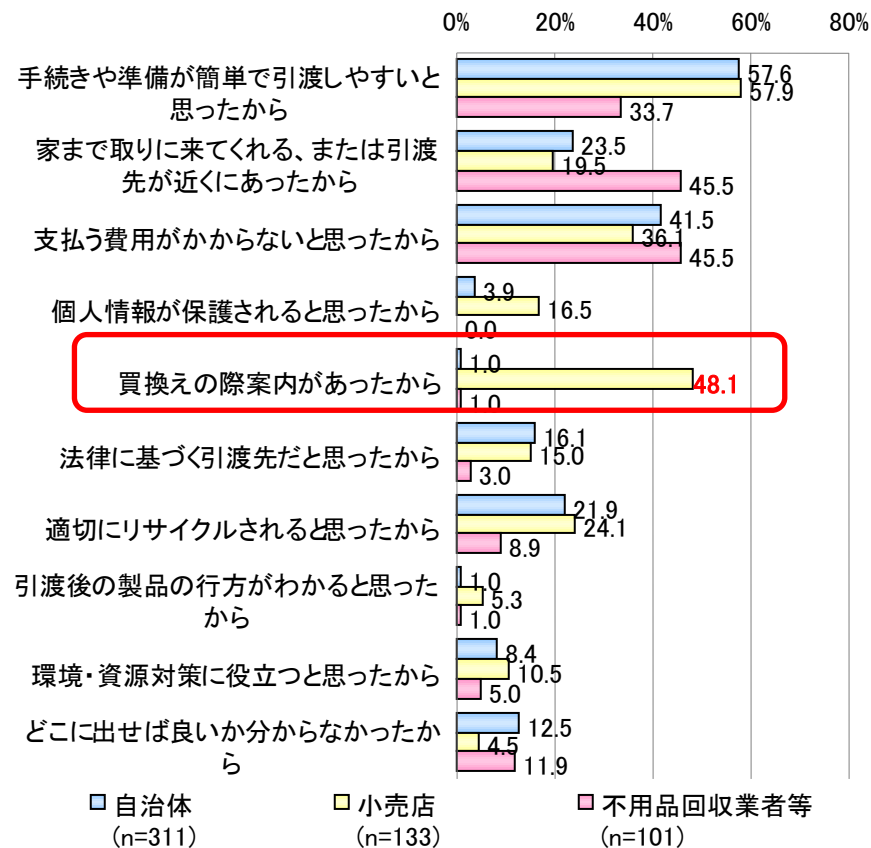
○小売店に引き渡した人の廃棄先選択理由は、「買換えの際に案内があったから」とする人が48.1%。

廃棄先

(n=579)



廃棄先別の選択理由

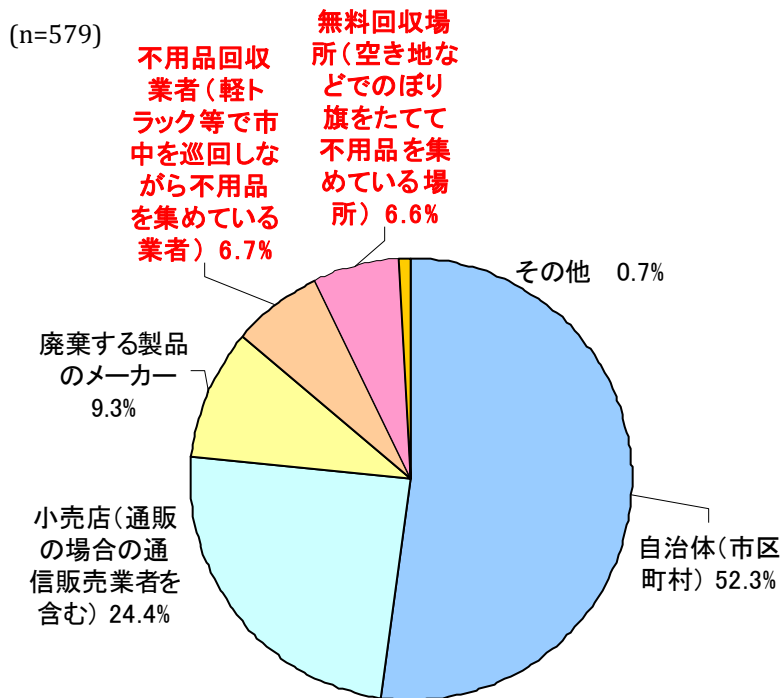


小型家電に関する消費者アンケート結果(2)

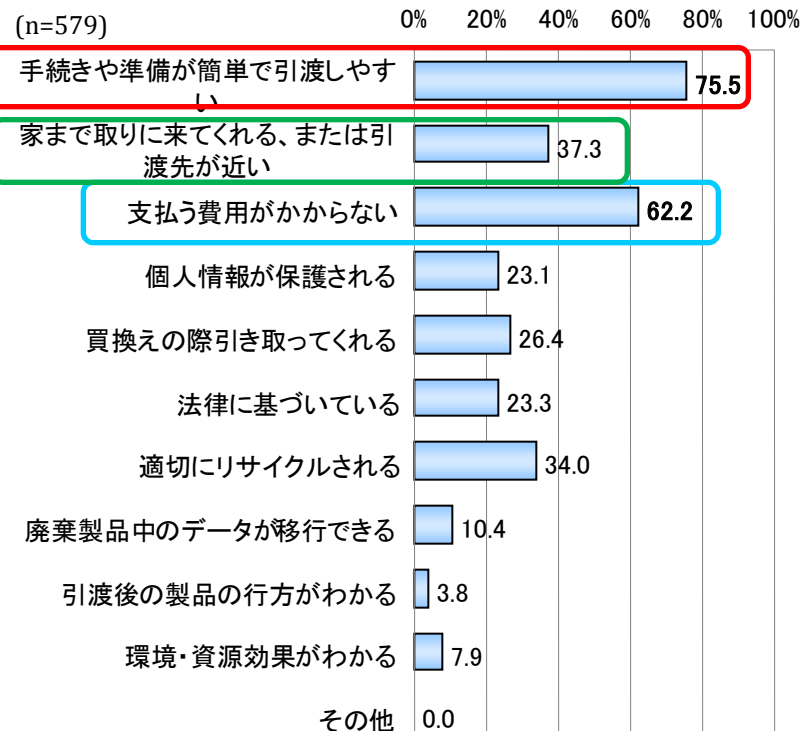
○小型家電廃棄経験者579人の希望廃棄先は自治体が52.3%、小売店が24.4%、不用品回収業者等が13.3%で、実際の廃棄先と同じ傾向。

○参加・協力しやすい条件は、「手続きが簡単」(75.5%)、「費用がかからない」(62.2%)、「家まで取りに来てくれる、または近い」(37.3%)の順。

希望廃棄先



参加・協力しやすい条件

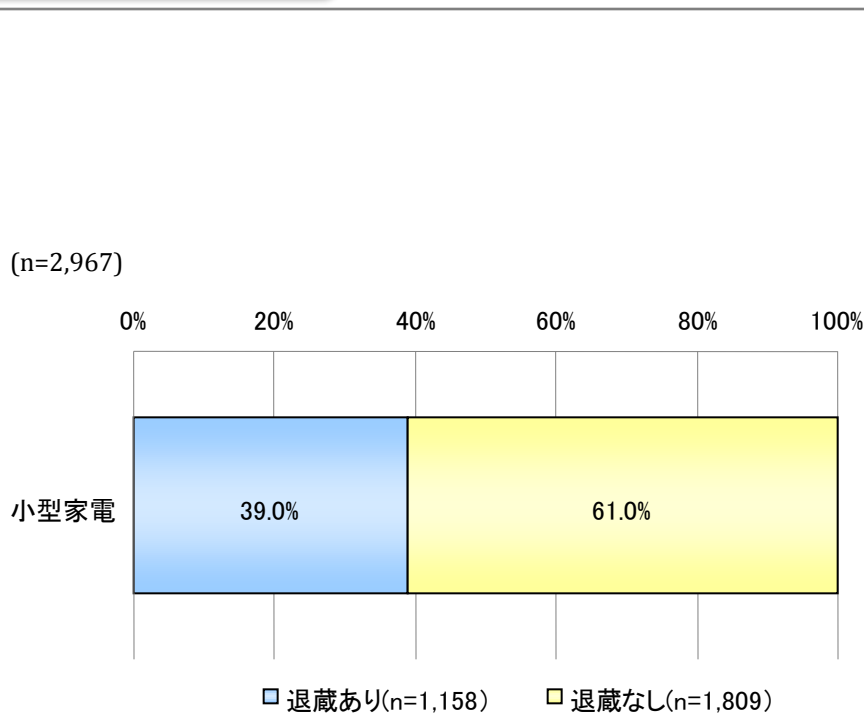


小型家電に関する消費者アンケート結果(3)

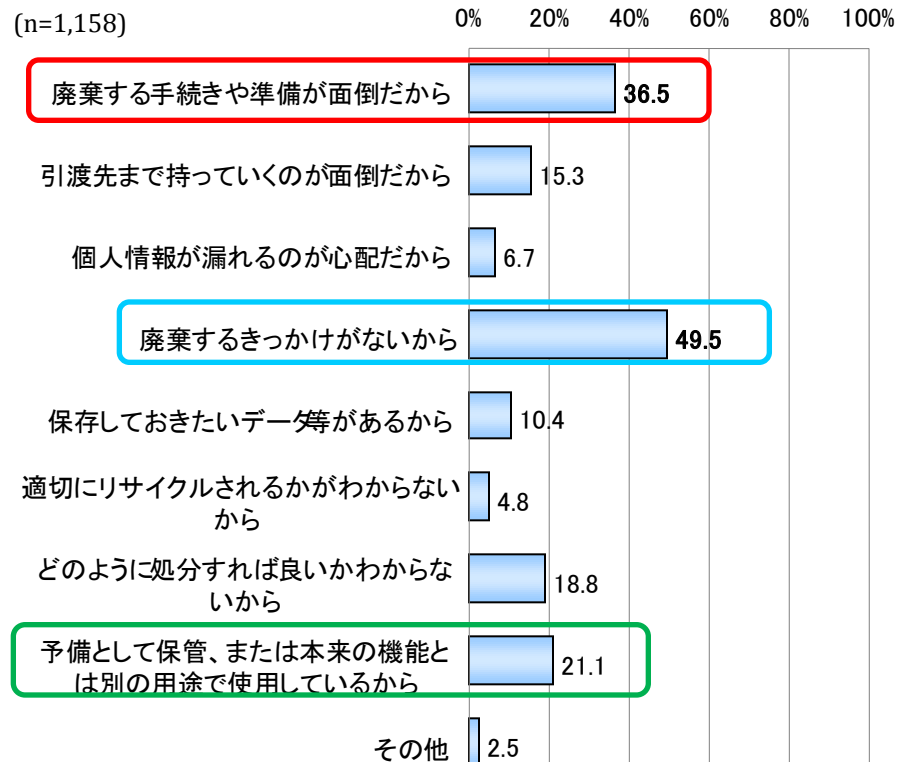
○本調査2,967人中1,158人(39.0%)が小型家電を退蔵。

○退蔵理由は、「きっかけがない」(49.5%)、「手続等が面倒」(36.5%)、「予備として保管」(21.1%)の順。

退蔵の割合



退蔵理由

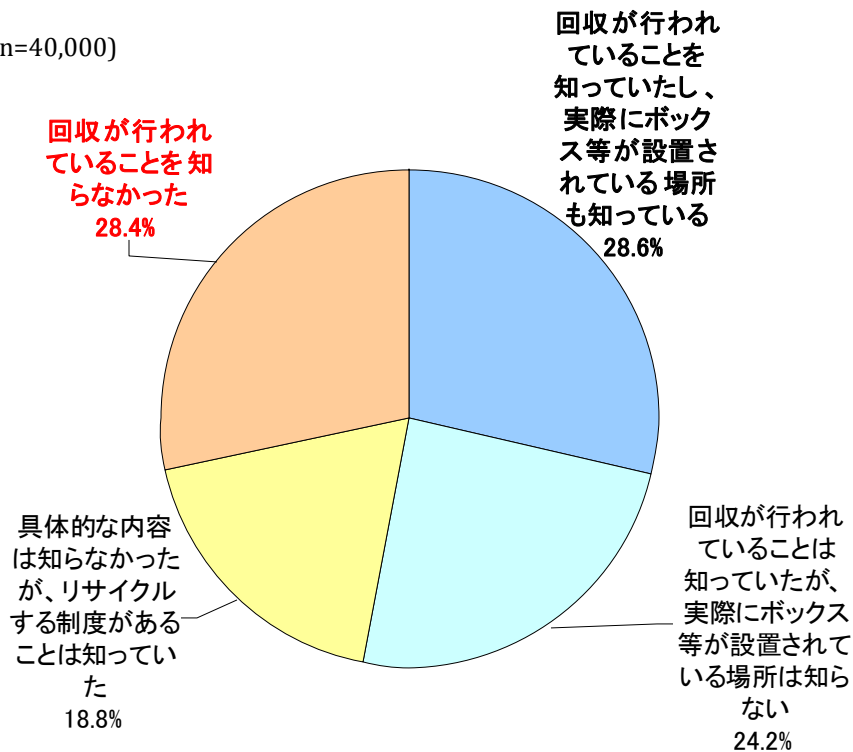


小型二次電池に関する消費者アンケート結果(1)

- 小型二次電池の回収制度の認知度はプレ調査で52.8%。知らない人が28.4%。
- 小型家電廃棄経験者の579人の認知度は63.7%。知らない人が20.0%。
- 小型二次電池の回収制度の認知度は比較的低い。

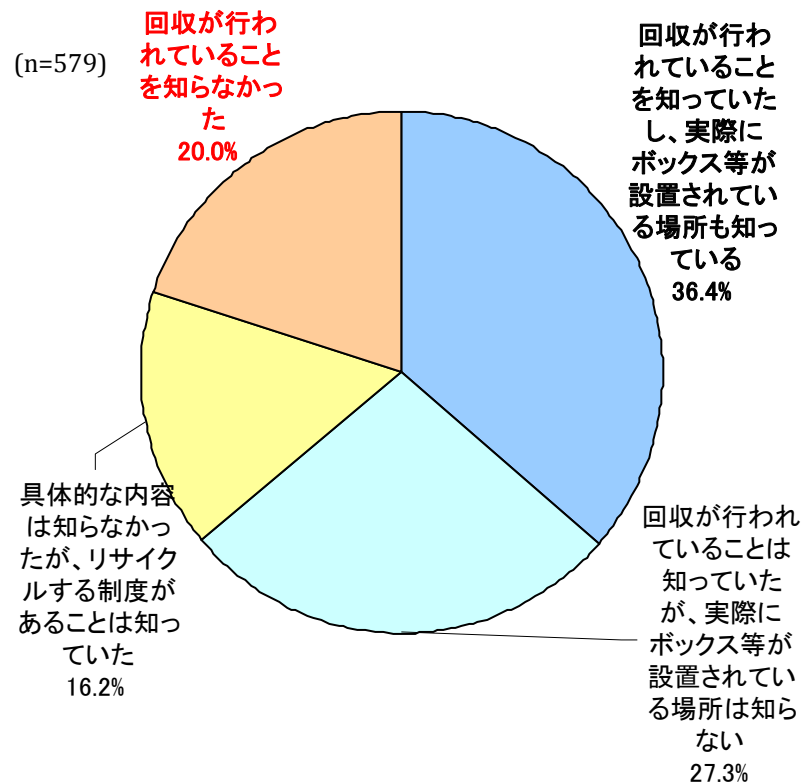
認知度(プレ調査40,000人)

(n=40,000)



認知度(廃棄経験者)

(n=579)



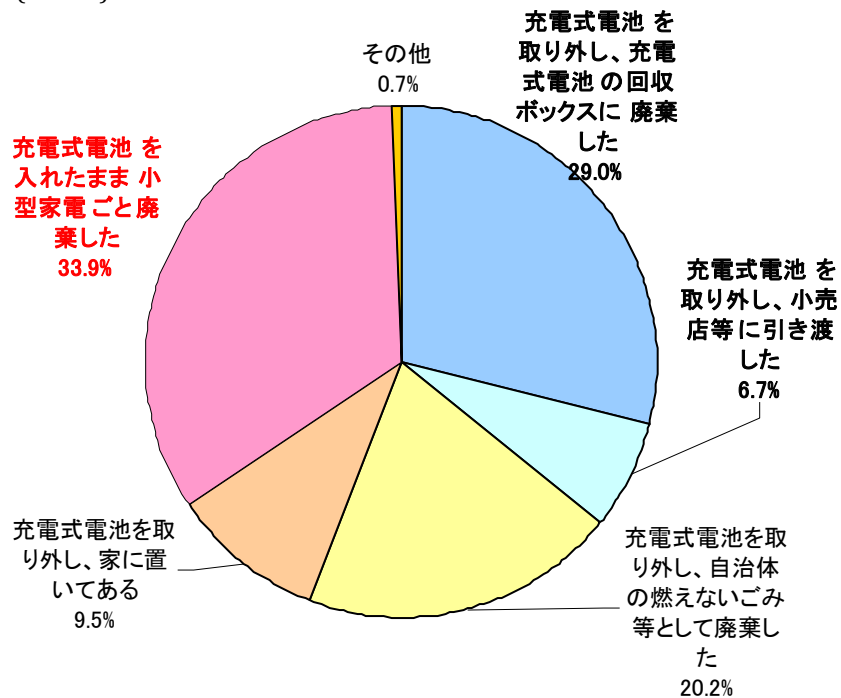
小型二次電池に関する消費者アンケート結果(2)

○小型二次電池を回収ボックスや小売店等に廃棄した人が35.7%、電池ごと小型家電を廃棄した人が33.9%。

○制度の認知度が高いほど回収ボックスに廃棄、低いほど製品ごと廃棄する傾向。

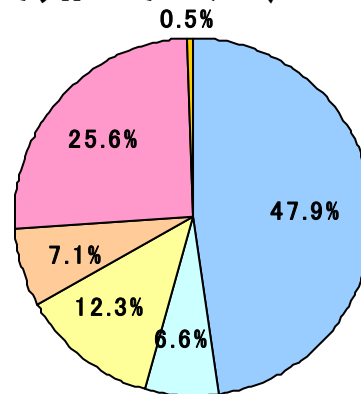
廃棄先

(n=579)



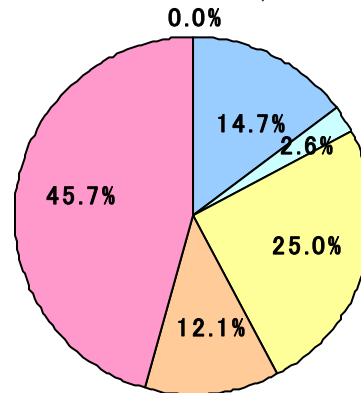
認知度別廃棄先

すべて知っていた (n=211)



- 充電式電池を取り外し、充電式電池の回収ボックスに廃棄した
- 充電式電池を取り外し、小売店等に引き渡した
- 充電式電池を取り外し、自治体の燃えないごみ等として廃棄した
- 充電式電池を取り外し、家に置いてある

全く知らなかった (n=116)



- 充電式電池を取り外し、充電式電池の回収ボックスに廃棄した
- 充電式電池を取り外し、小売店等に引き渡した
- 充電式電池を取り外し、自治体の燃えないごみ等として廃棄した
- 充電式電池を取り外し、家に置いてある

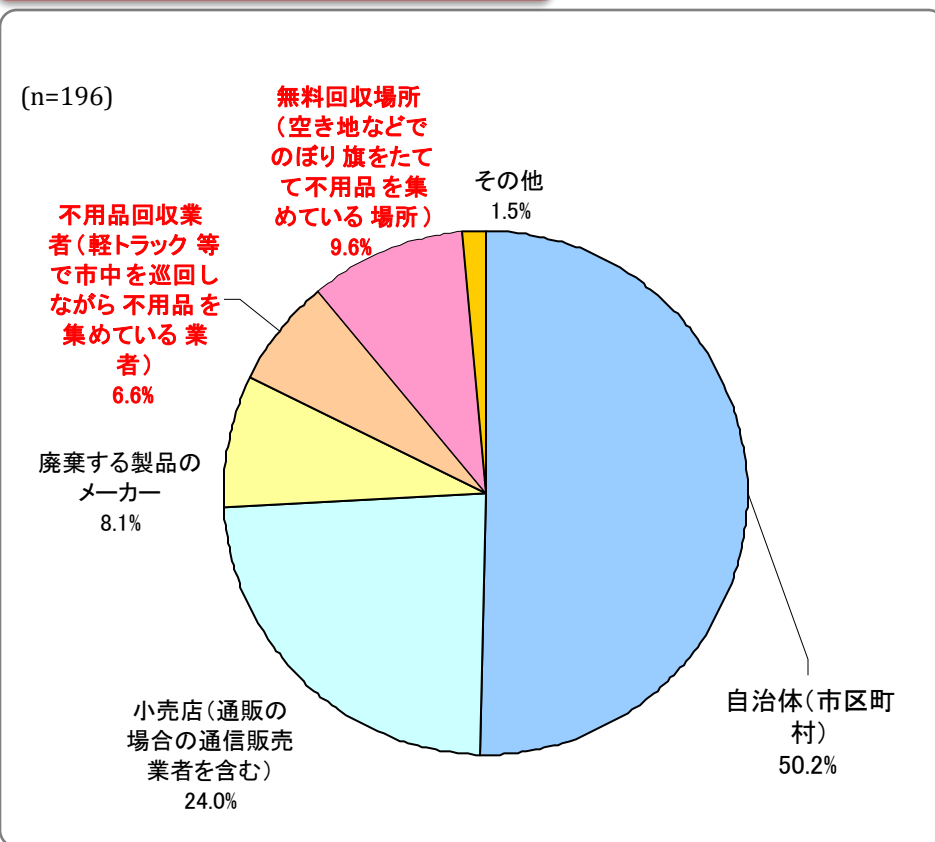
充電式電池を入れたまま

小型二次電池に関する消費者アンケート結果(3)

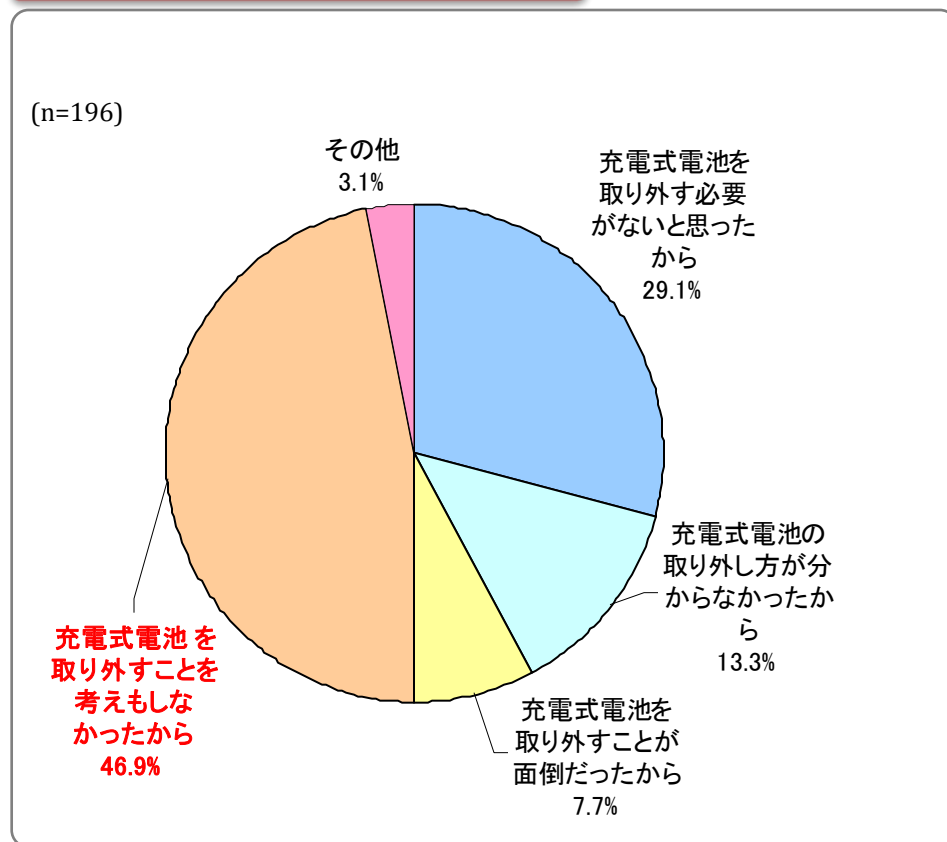
○小型二次電池ごと小型家電を廃棄した人の廃棄先は自治体(50.2%)、小売店(24.0%)、不用品回収業者等(16.2%)。

○小型二次電池ごと小型家電を廃棄した理由は、「考えもしなかった」が46.9%、「外す必要がないと思った」が29.1%。

小型家電ごと廃棄した人の廃棄先



小型二次電池を外さなかった理由

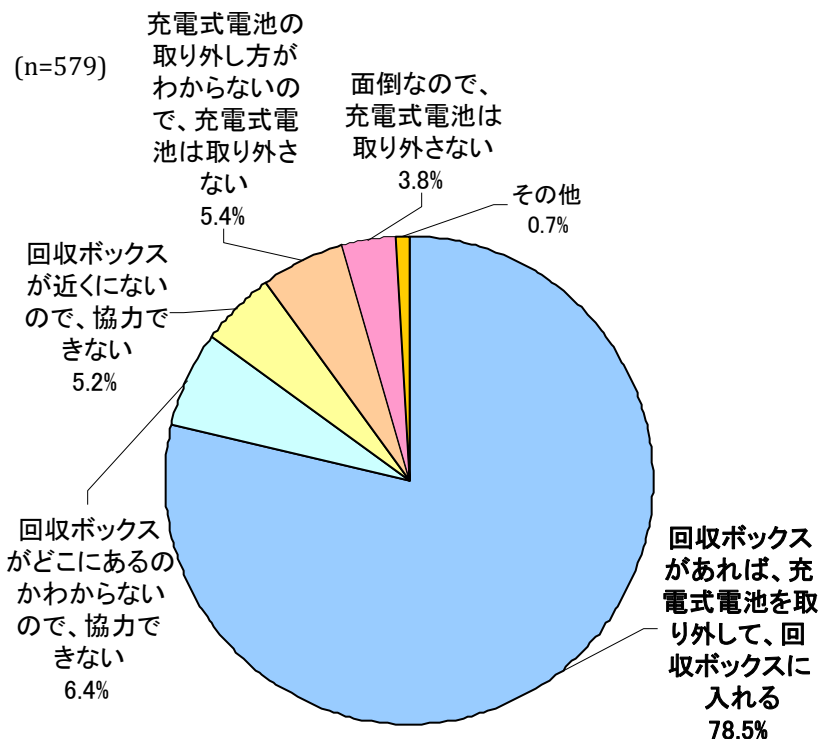


小型二次電池に関する消費者アンケート結果(4)

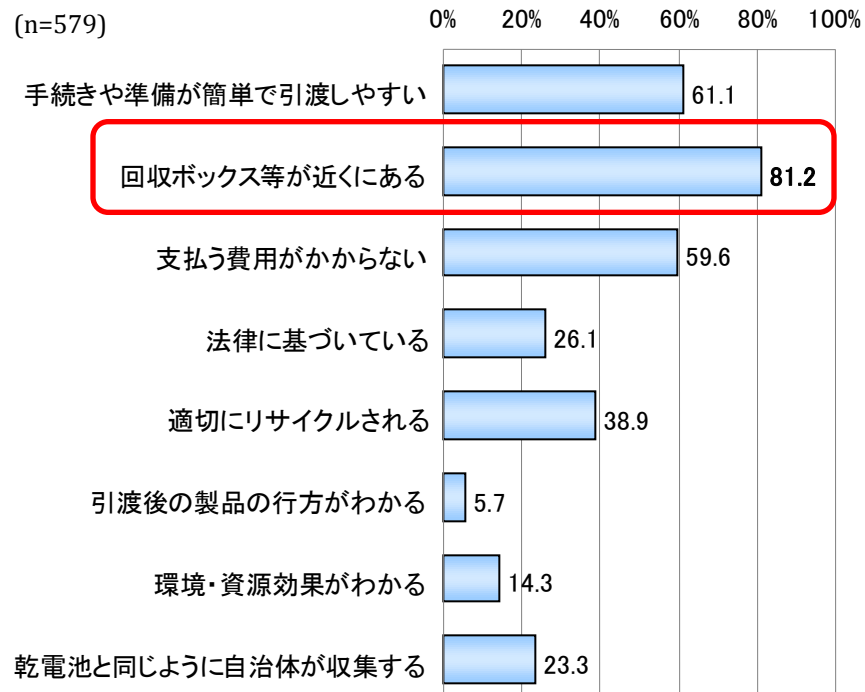
○廃棄経験者の78.5%の人が回収制度への協力意向を示した。

○参加・協力しやすい条件については「回収ボックス等が近くにあること」(81.2%)、「手続き等が簡単」(61.1%)、「支払う費用がかからない」(59.6%)の順。

制度の協力意向



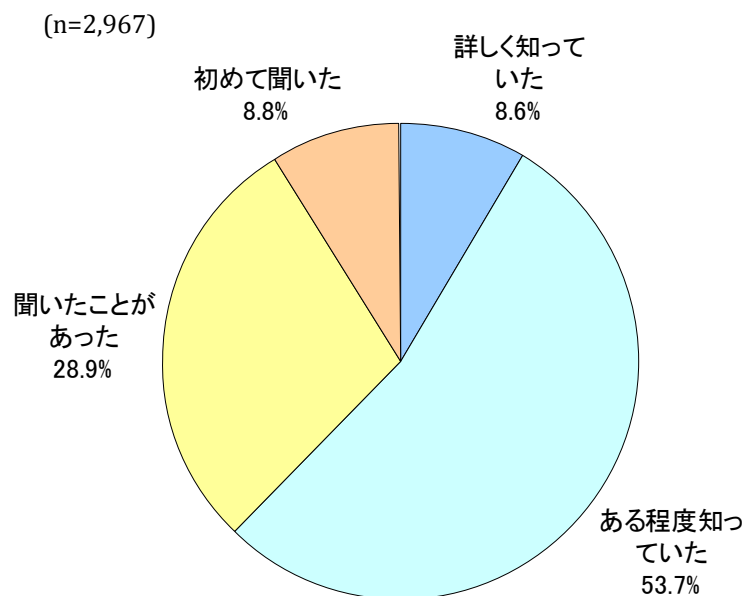
参加・協力しやすい条件



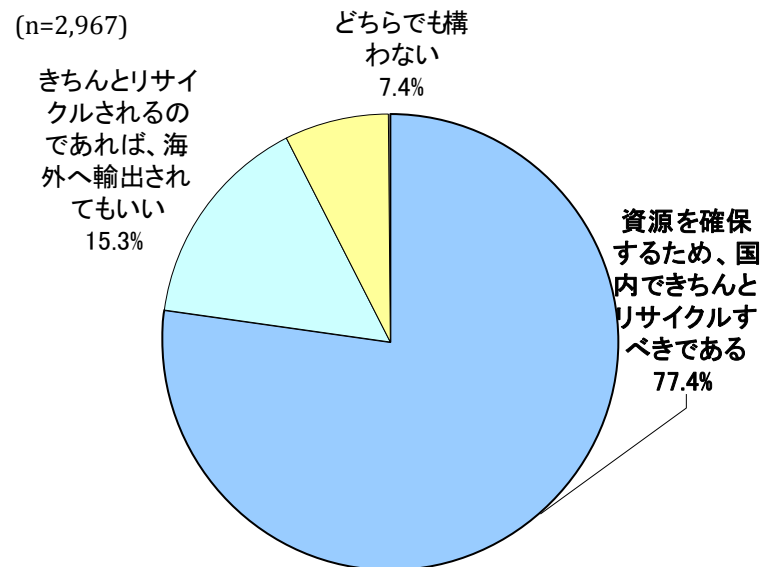
レアメタルに関する消費者アンケート結果

- エアコン等の電気電子機器の中にレアメタルが含まれていることの認知度は62.3%。
- レアメタルを含んだ電気電子機器のリサイクルについて、「資源を確保するため、国内できちんとリサイクルすべき」と回答したのは77.4%。

レアメタルの認知度



レアメタルのリサイクルについて



消費者アンケート結果から得られた現状と課題(1)

対象製品	現状	課題
家電 4品目	<ul style="list-style-type: none"> •家電リサイクル制度の認知度は高く、概ね制度上のルートへ引き渡されている。 •一方、リサイクル料金を高いと感じ、不用品回収業者等へ引渡す消費者が一定程度存在。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢不用品回収業者対策の強化 ➢バーゼル法の運用強化 ➢消費者の適正排出の一層の推進
パソコン	<ul style="list-style-type: none"> •パソコンリサイクル制度の認知度は低く、不用品回収業者等への引渡し割合が高い。 •小売店に排出される割合が高い(リユース目的の可能性)。 •退蔵している割合が高い。 •退蔵理由として、個人情報漏洩を懸念する消費者の割合が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢消費者に対する更なる普及啓発 ➢不用品回収業者対策の強化 ➢バーゼル法の運用強化 ➢リユースされないものについて、小売店等との連携の余地はないか ➢退蔵製品の排出促進 ➢個人情報保護対策の徹底及び消費者への周知
携帯電話	<ul style="list-style-type: none"> •携帯電話ショップ等での使用済み携帯電話回収の自主的取組を知らない消費者は一定程度存在するが、ほとんどの消費者は携帯電話ショップ等に引き渡している。 •他製品と比較し、最も退蔵している割合が高い。 •退蔵理由として、個人情報漏洩を懸念する消費者の割合が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢消費者に対する更なる普及啓発 ➢退蔵製品の排出促進 ➢個人情報保護対策の徹底及び消費者への周知

消費者アンケート結果から得られた現状と課題(2)

対象製品	現状	課題
小型家電	<ul style="list-style-type: none"> •自治体に排出される割合が過半。 •不用品回収業者等への排出も一定程度存在。 •買換えの際に案内があると小売店に引渡す割合が高くなる。 •退蔵している割合が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢小型家電制度の構築 ➢不用品回収業者対策の強化 ➢バーゼル法の運用強化 ➢小型家電制度への小売店の参加促進 ➢退蔵製品の排出促進
小型二次電池	<ul style="list-style-type: none"> •小型二次電池回収制度を知らない消費者が一定程度存在し、小型二次電池ごと小型家電を廃棄している割合が高い。 •小型二次電池回収ボックスが近くにあることを参加・協力の条件とする割合が高いが、回収ボックスがどこにあるか分からない、または近くにないので、制度に協力できないとする割合も一定程度存在。 	<ul style="list-style-type: none"> ➢消費者に対する更なる普及啓発(制度、電池の取り外し、回収ボックスの場所) ➢小型家電制度等との連携 ➢小型二次電池回収ボックスの増設等回収拠点の拡大の余地はないか