

## 循環型社会に関する意識・行動調査結果

### 1. 調査の概要

調査目的： 「循環型社会形成推進基本計画」(平成 20 年 3 月)の取組指標として掲げられている「循環型社会形成に向けた意識・行動の変化」の実態を把握し、今後の施策の参考とする。

調査項目： (1) 循環型社会に関連する一般的な意識 (問 1～問 3)  
 (2) 日常生活と循環型社会に対する意識 (問 4～問 11)  
 (3) 循環型社会に関連する施策等への意識 (問 12)  
 (4) グリーン購入に対する意識 (問 13～問 17)  
 (5) 環境関連のその他の事柄に対する意識 (問 18～問 21)  
 (6) この 1 年間での意識の変化 (問 22～問 27)

調査設計にあたっては、経年比較ができるように昨年度調査をベースとしたが、今年度は「この 1 年間での意識の変化」の項目を新たに設け、6 問を新たに追加した。また、「グリーン購入に対する意識」についても、新たに 4 問 (問 14～問 17) を追加している。

調査対象： (1) 母集団：全国 20 歳以上の男女  
 (2) 抽出方法：地域区別に、平成 22 年度国勢調査の人口比率を反映して調整

調査時期： 平成 23 年 11 月 14 日 (月)～平成 23 年 11 月 15 日 (火)

調査方法： インターネット調査

回収結果： 有効回答数：1,096 人

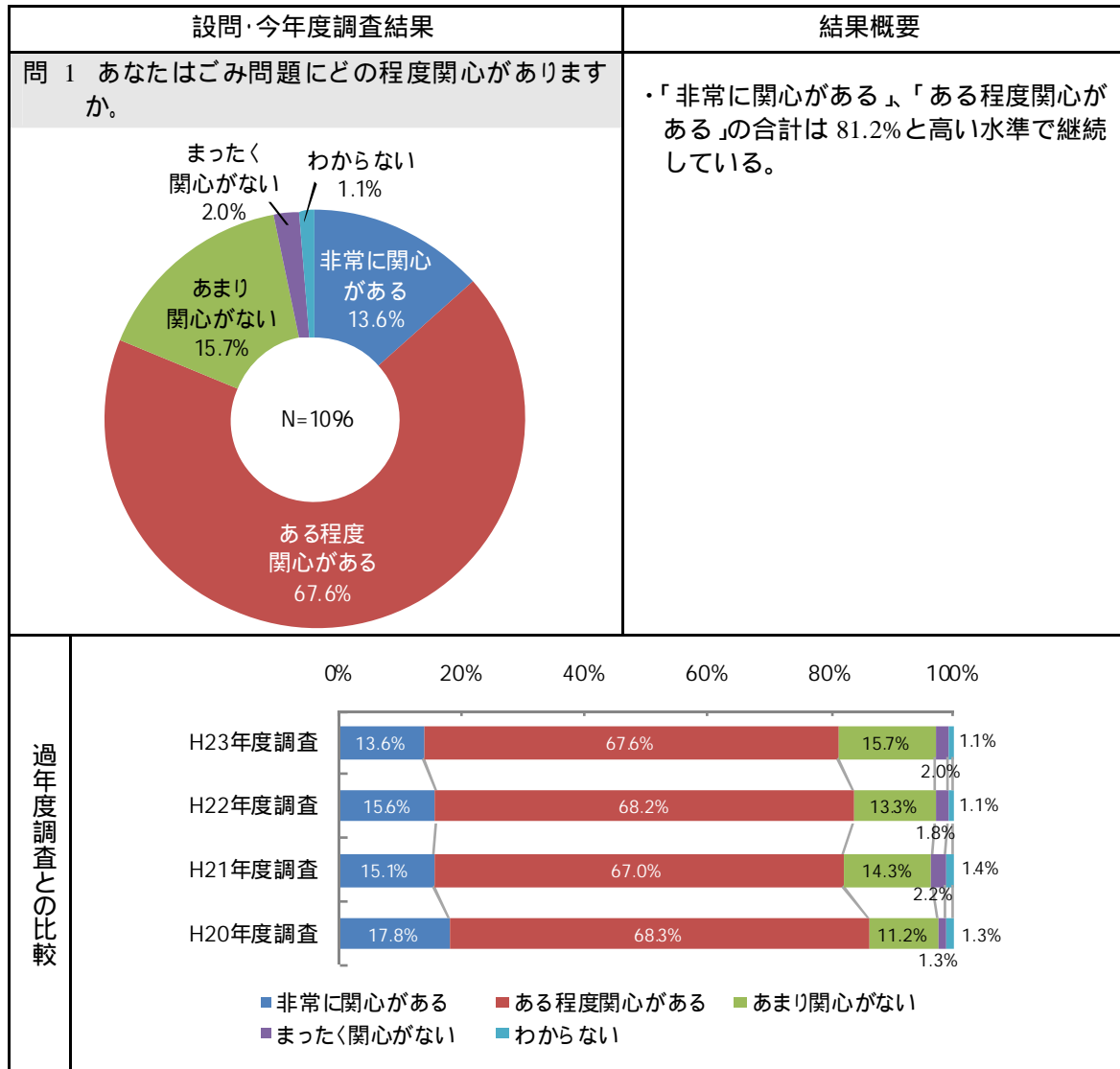
#### <回答者の属性>

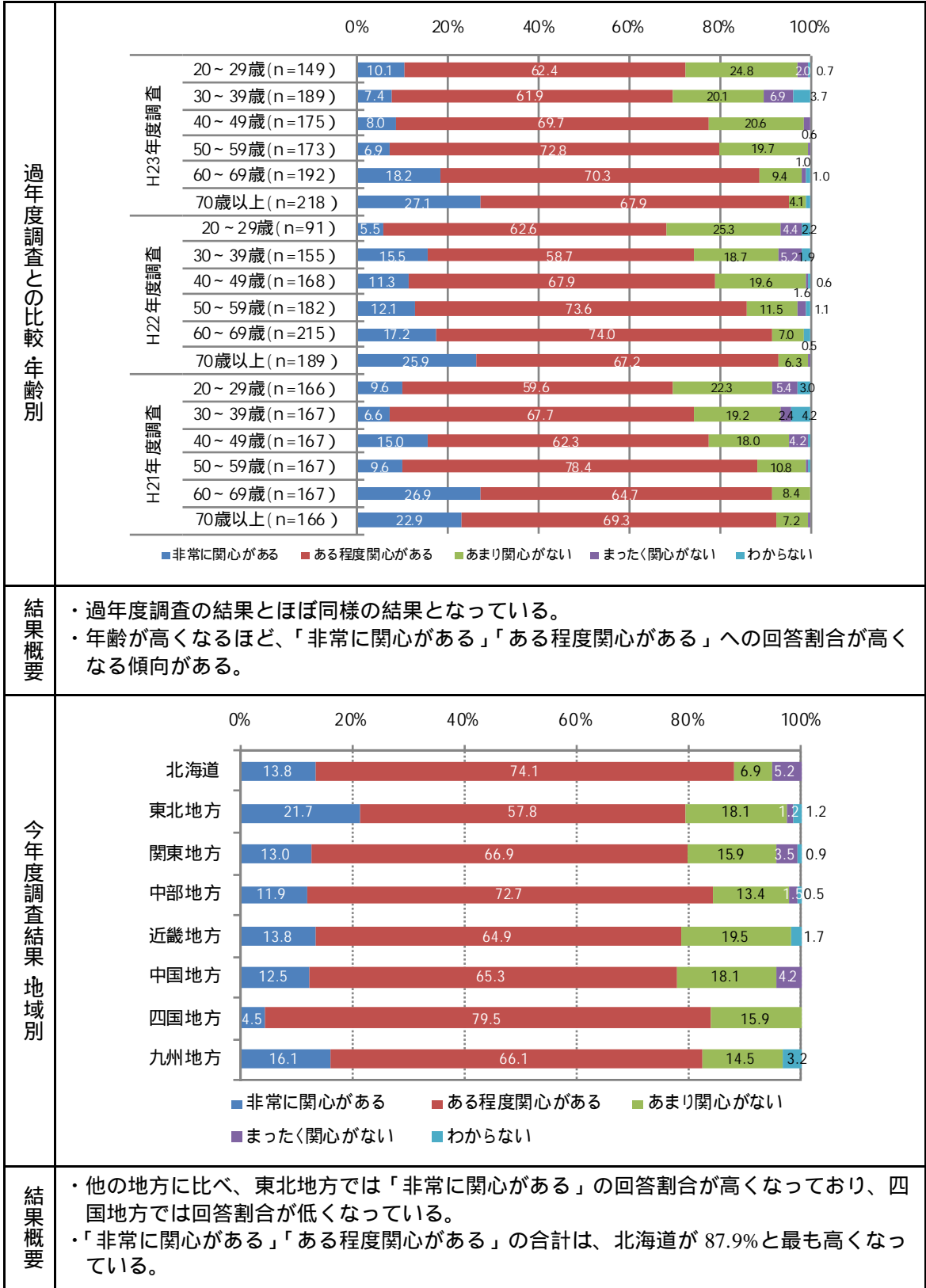
性別	男性 48.4%		女性 51.6%	
年齢	20 歳代	13.6%	30 歳代	17.2%
	40 歳代	16.0%	50 歳代	15.8%
	60 歳代	17.5%	70 歳以上	19.9%
居住地域	北海道	5.3%	東北	7.6%
	関東	31.7%	中部	17.7%
	近畿	15.9%	中国	6.6%
	四国	4.0%	九州・沖縄	11.3%

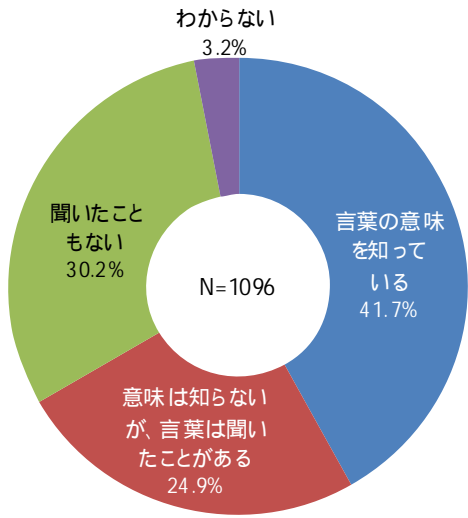
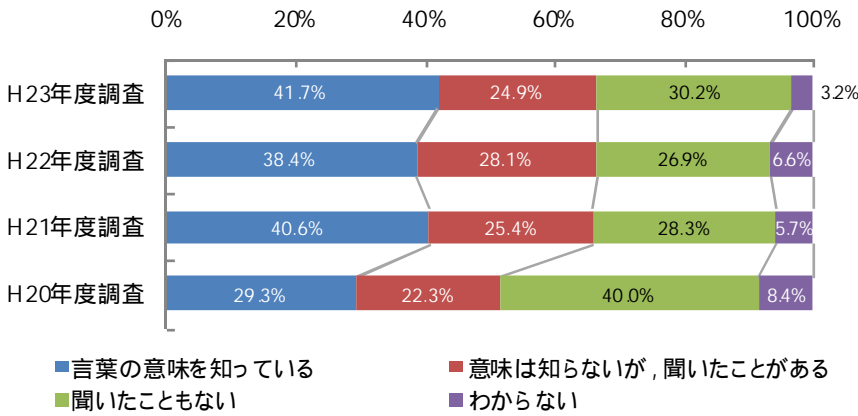
#### 4. 設問別の調査結果

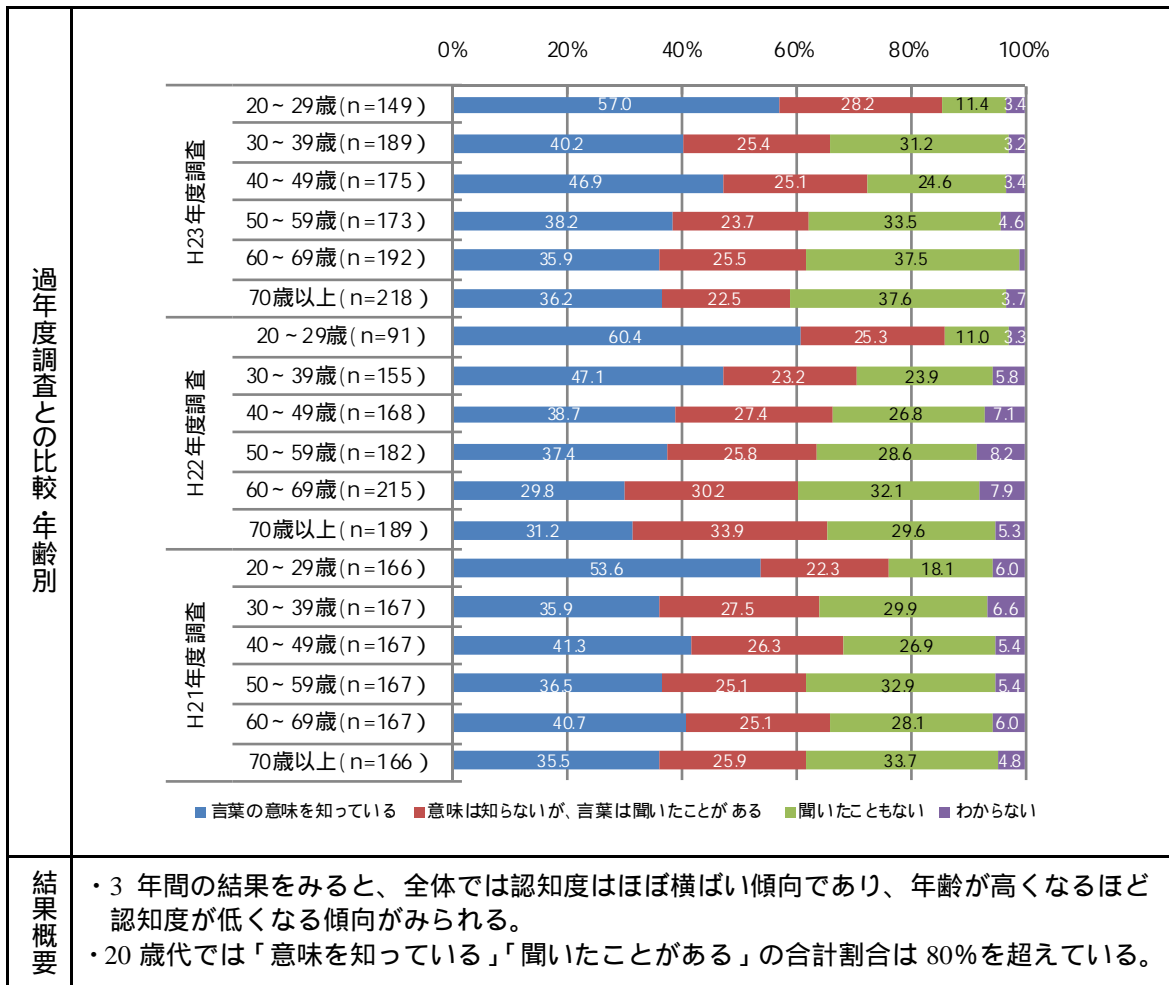
今年度調査結果をまとめるとともに、昨年度調査結果と比較可能な設問については、比較結果を整理した。また、年齢や性別による差が顕著なものや、今年度新規に追加した項目である「この1年間の意識の変化」については、クロス集計結果も掲載している。

##### (1) 循環型社会に関連する一般的な意識



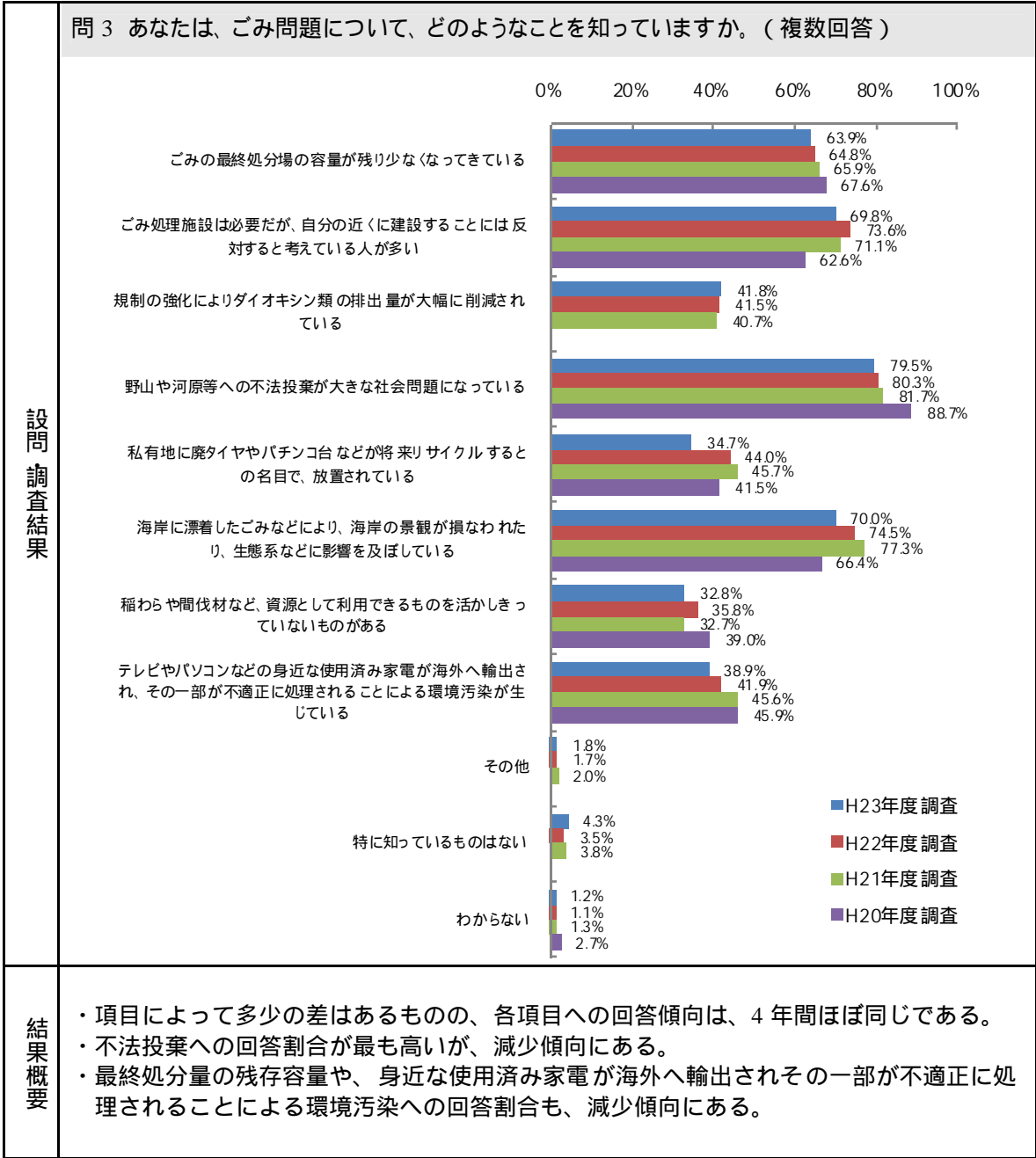


設問・今年度調査結果	結果概要																									
<p>問2 あなたは「3R」(スリーアール)の言葉の意味を知っていますか。</p>  <p>わからない 3.2%</p> <p>言葉の意味を知っている 41.7%</p> <p>聞いたこともない 30.2%</p> <p>意味は知らないが、言葉は聞いたことがある 24.9%</p> <p>N=1096</p>	<p>・「言葉の意味を知っている」への回答は41.7%と、昨年度よりわずかに増加しているが、「言葉は聞いたことがある」まで含めると、昨年度とほぼ同程度となっている。</p>																									
<p>過年度調査との比較</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>調査年度</th> <th>言葉の意味を知っている</th> <th>意味は知らないが、聞いたことがある</th> <th>聞いたこともない</th> <th>わからない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H23年度調査</td> <td>41.7%</td> <td>24.9%</td> <td>30.2%</td> <td>3.2%</td> </tr> <tr> <td>H22年度調査</td> <td>38.4%</td> <td>28.1%</td> <td>26.9%</td> <td>6.6%</td> </tr> <tr> <td>H21年度調査</td> <td>40.6%</td> <td>25.4%</td> <td>28.3%</td> <td>5.7%</td> </tr> <tr> <td>H20年度調査</td> <td>29.3%</td> <td>22.3%</td> <td>40.0%</td> <td>8.4%</td> </tr> </tbody> </table> <p>■言葉の意味を知っている ■意味は知らないが、聞いたことがある ■聞いたこともない ■わからない</p>	調査年度	言葉の意味を知っている	意味は知らないが、聞いたことがある	聞いたこともない	わからない	H23年度調査	41.7%	24.9%	30.2%	3.2%	H22年度調査	38.4%	28.1%	26.9%	6.6%	H21年度調査	40.6%	25.4%	28.3%	5.7%	H20年度調査	29.3%	22.3%	40.0%	8.4%
調査年度	言葉の意味を知っている	意味は知らないが、聞いたことがある	聞いたこともない	わからない																						
H23年度調査	41.7%	24.9%	30.2%	3.2%																						
H22年度調査	38.4%	28.1%	26.9%	6.6%																						
H21年度調査	40.6%	25.4%	28.3%	5.7%																						
H20年度調査	29.3%	22.3%	40.0%	8.4%																						

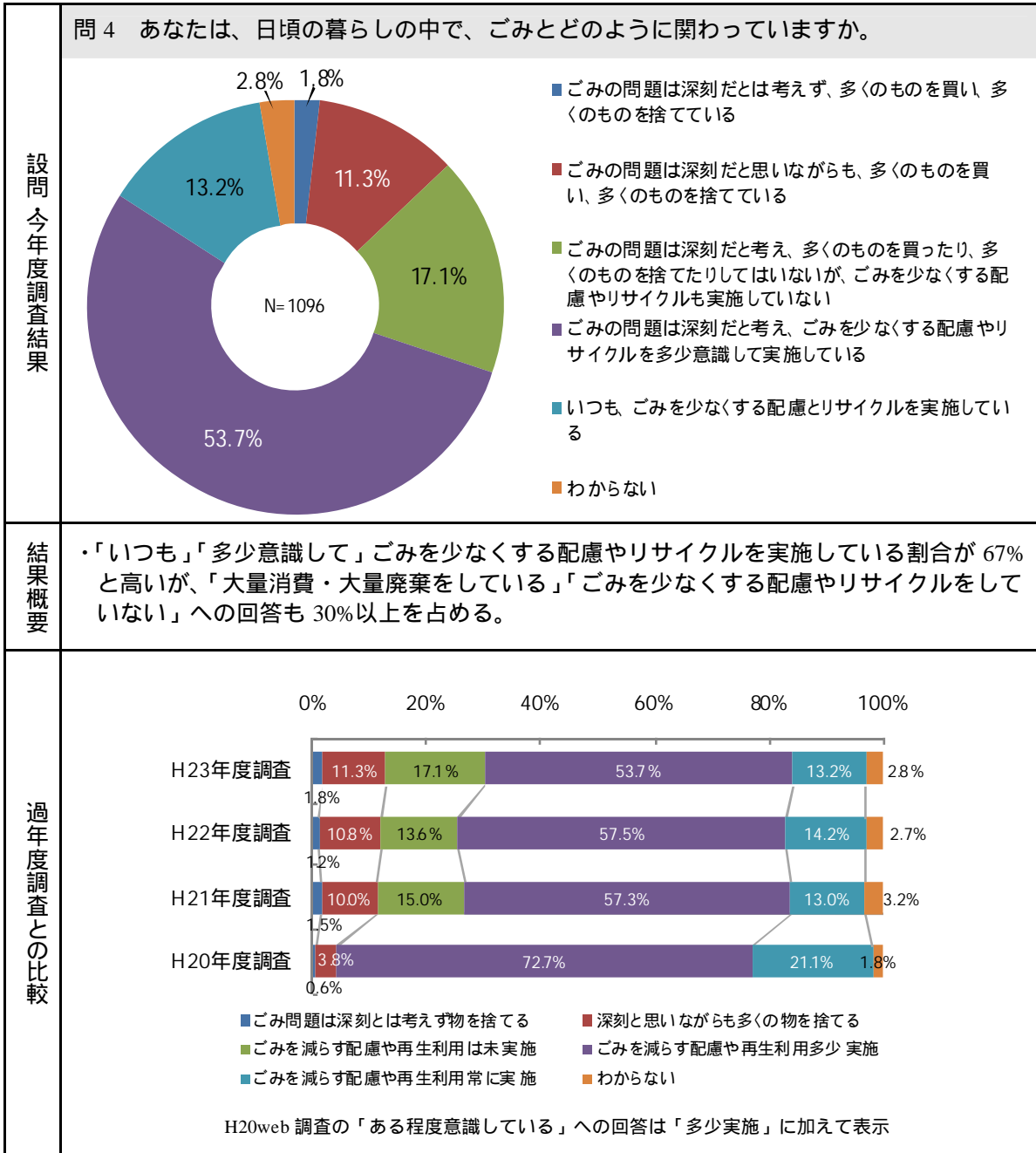


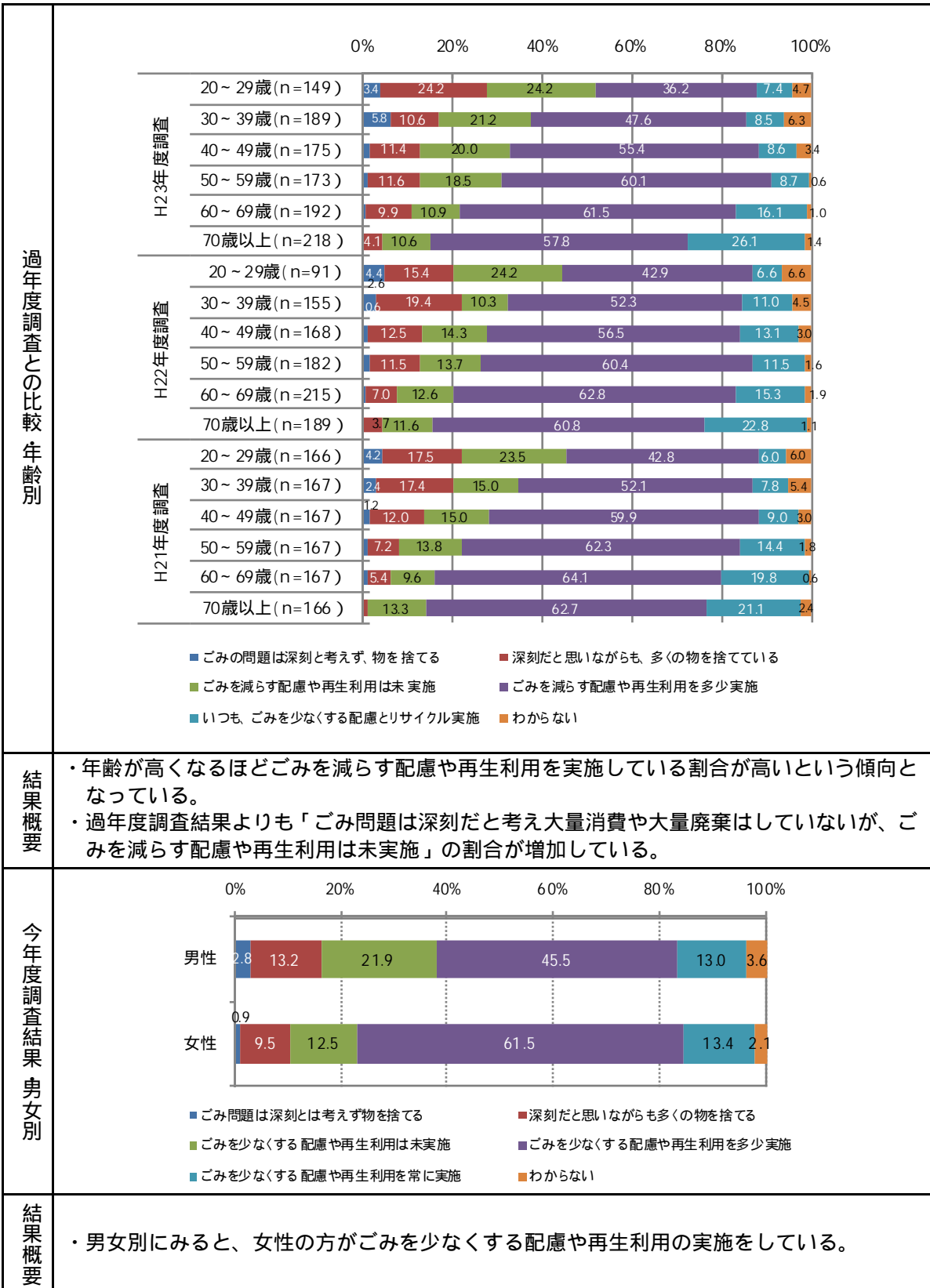
結果概要

- ・ 3年間の結果をみると、全体では認知度はほぼ横ばい傾向であり、年齢が高くなるほど認知度が低くなる傾向がみられる。
- ・ 20歳代では「意味を知っている」「聞いたことがある」の合計割合は80%を超えている。



(2) 日常生活と循環型社会に対する意識

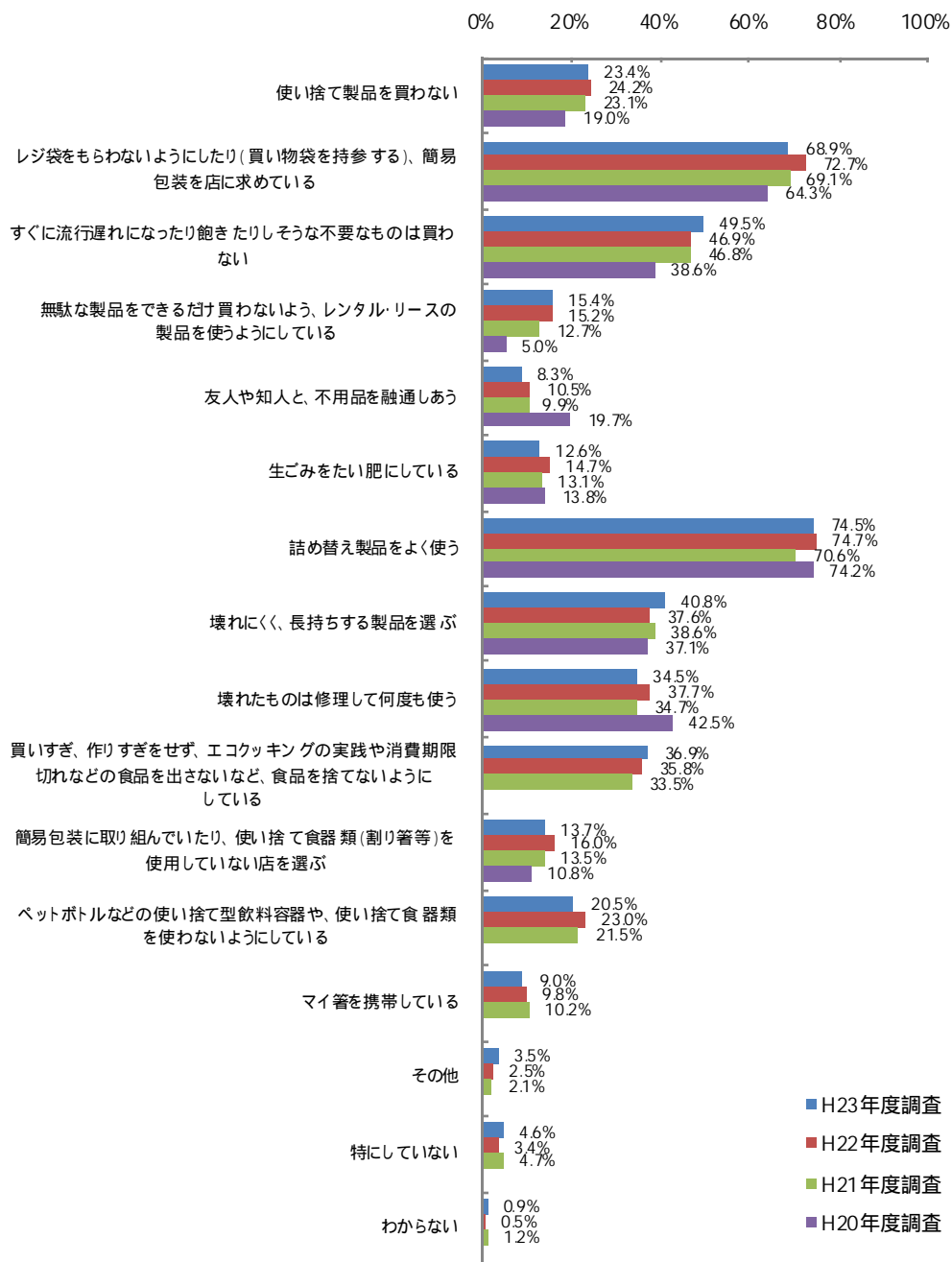






問5 あなたは日頃、ごみを少なくするためにやっていることはありますか。(複数回答)

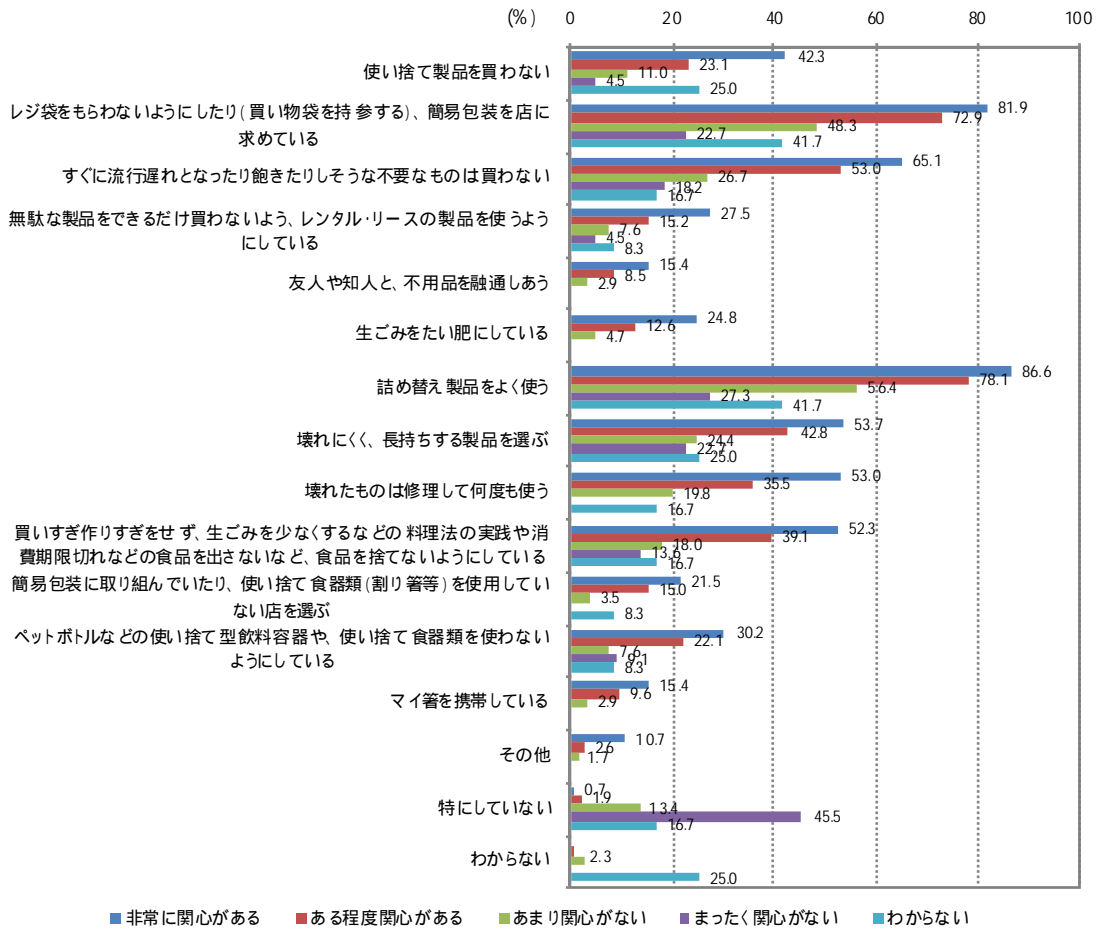
設問調査結果



結果概要

- ・項目により多少の差はあるものの、過年度調査とほぼ同様の回答傾向となっている。
- ・「詰め替え製品をよく使う」「レジ袋をもらわないようにしたり、簡易包装を店に求めている」との回答は、いずれも60%を超えている。

問1 ごみ問題への関心(と)のクロス集計

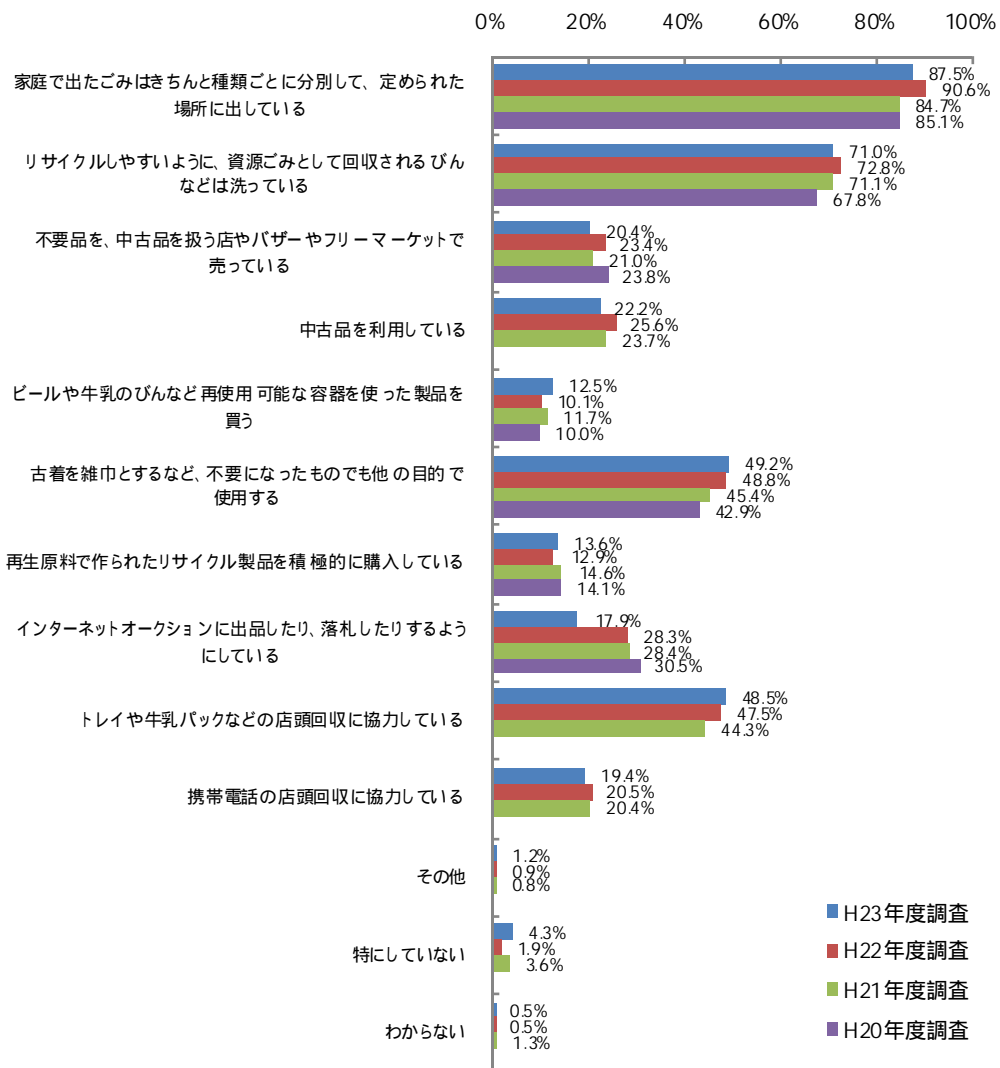


結果概要

- ・ごみ問題への関心が高い人の方が、ごみを少なくするための取り組みを行っている。
- ・詰め替え製品の利用や買い物袋の持参、簡易包装などは、関心が低い人も行っている割合が比較的高くなっている。

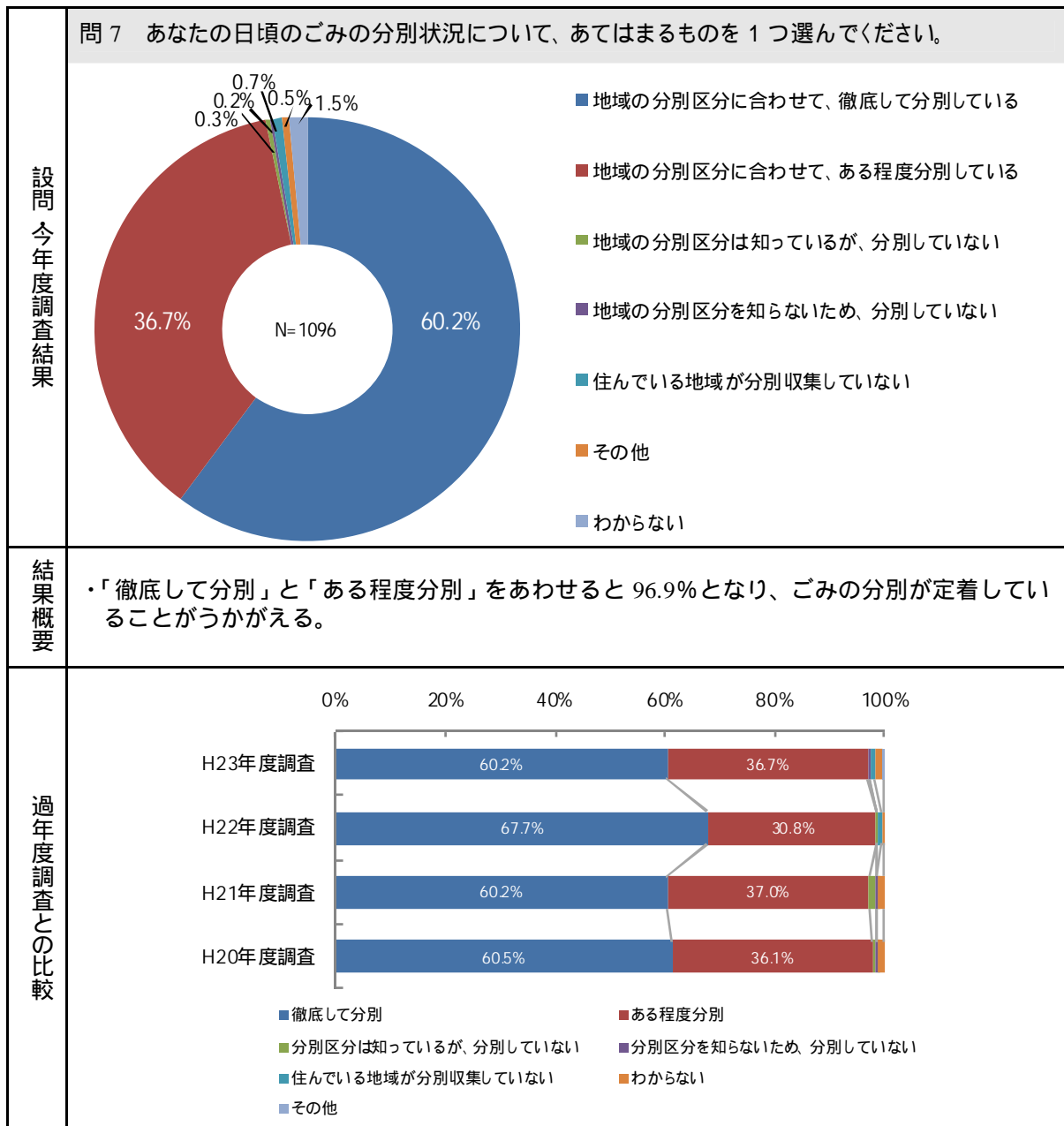
問 6 あなたは日頃、ごみや、一度使ったものが再使用、再生利用がされやすいように、行っていることはありますか。(複数回答)

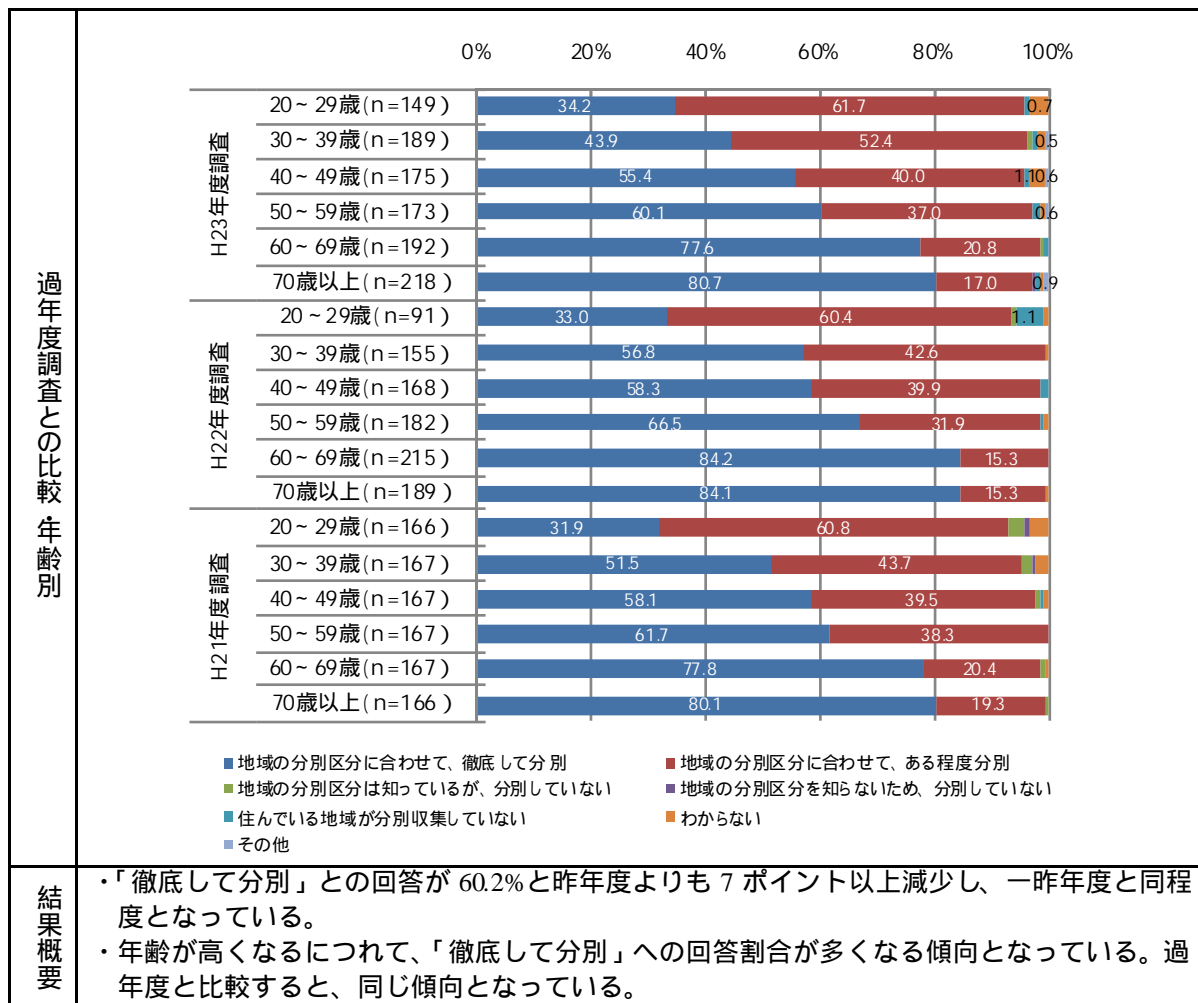
設問  
調査結果



結果概要

- ・各選択肢に対する回答傾向は、過年度調査とほぼ同様となっている。
- ・「ごみの分別」への回答割合が最も高く、87.5%となっている。
- ・「インターネットオークションに出品・落札している」は過年度よりも大きく減少している。

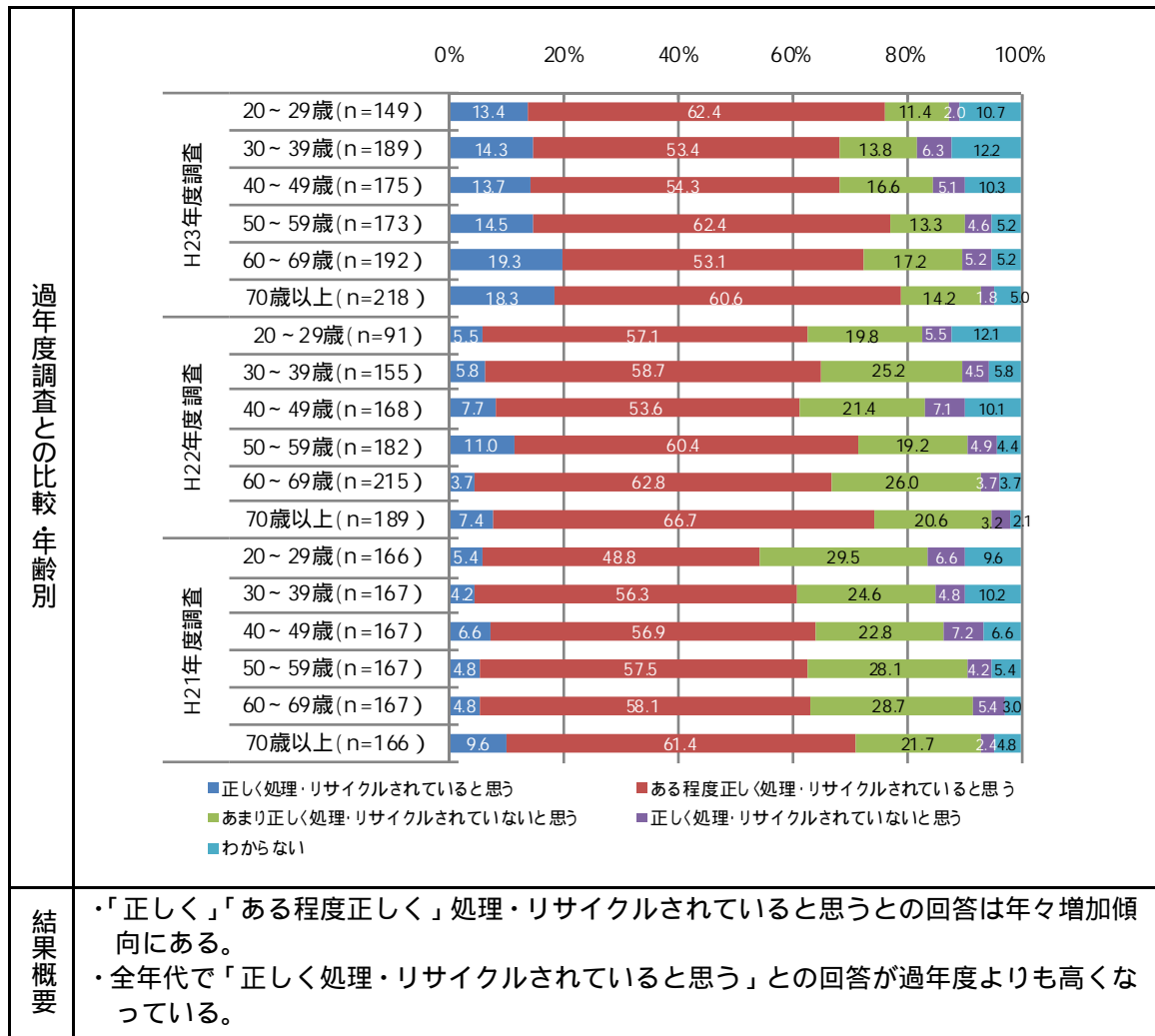


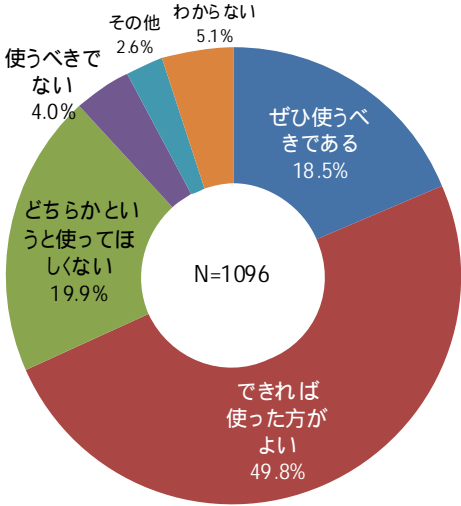
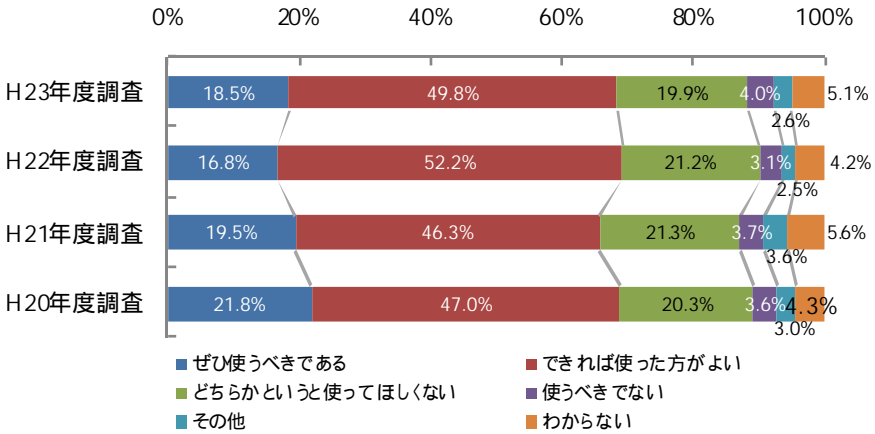
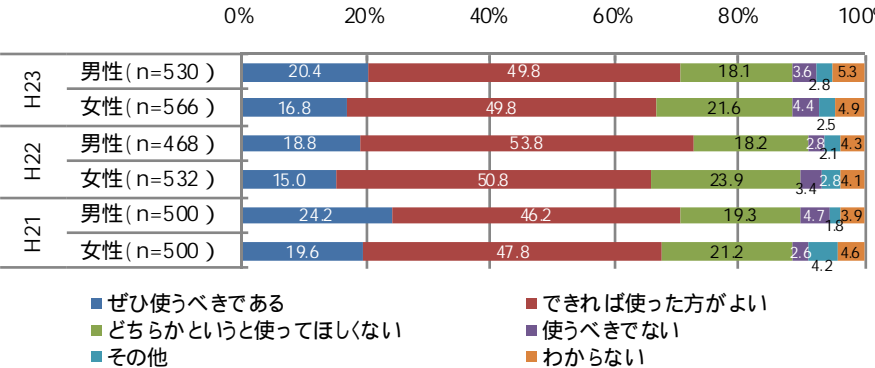


結果概要

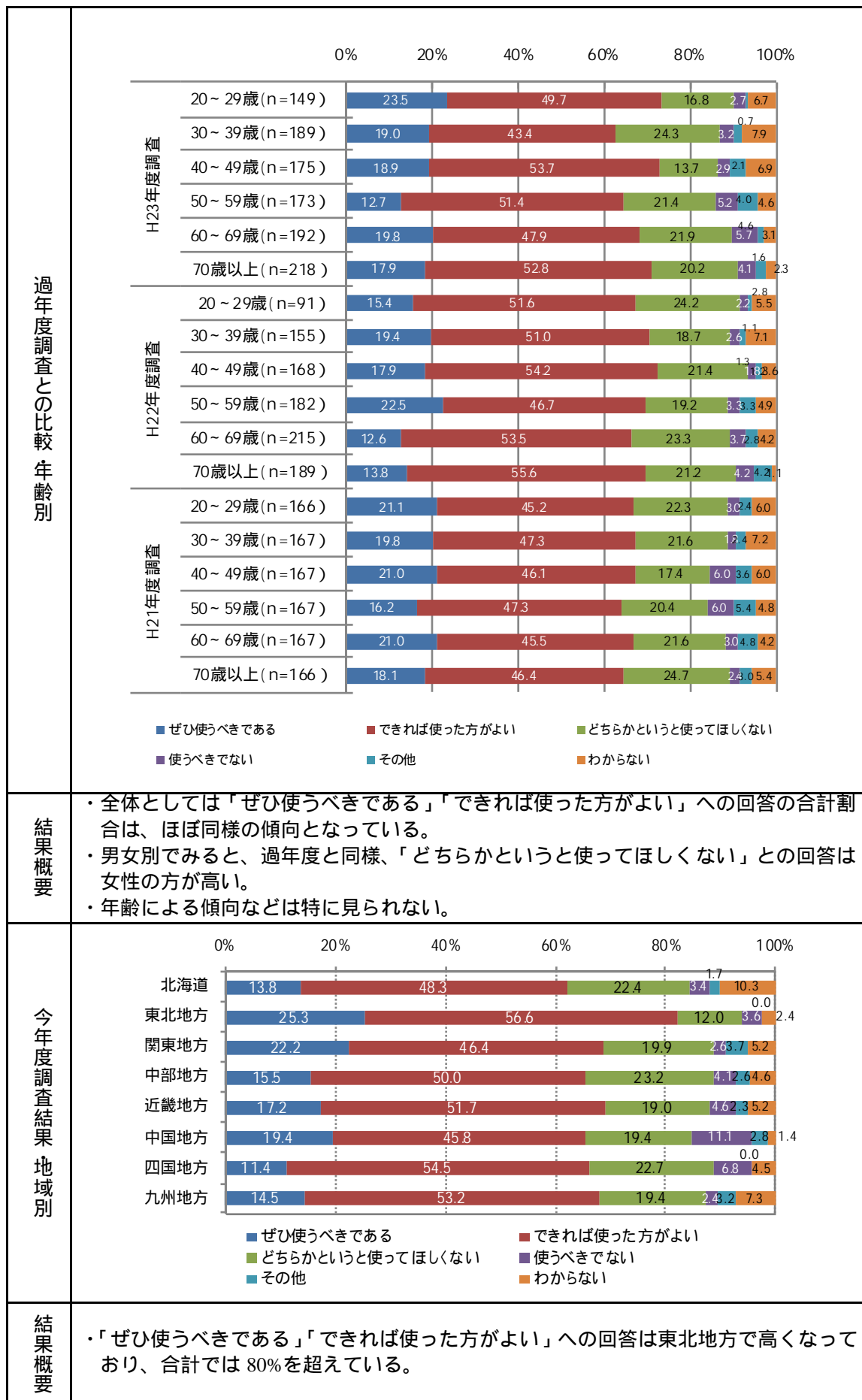
- ・「徹底して分別」との回答が60.2%と昨年度よりも7ポイント以上減少し、一昨年度と同程度となっている。
- ・年齢が高くなるにつれて、「徹底して分別」への回答割合が多くなる傾向となっている。過年度と比較すると、同じ傾向となっている。

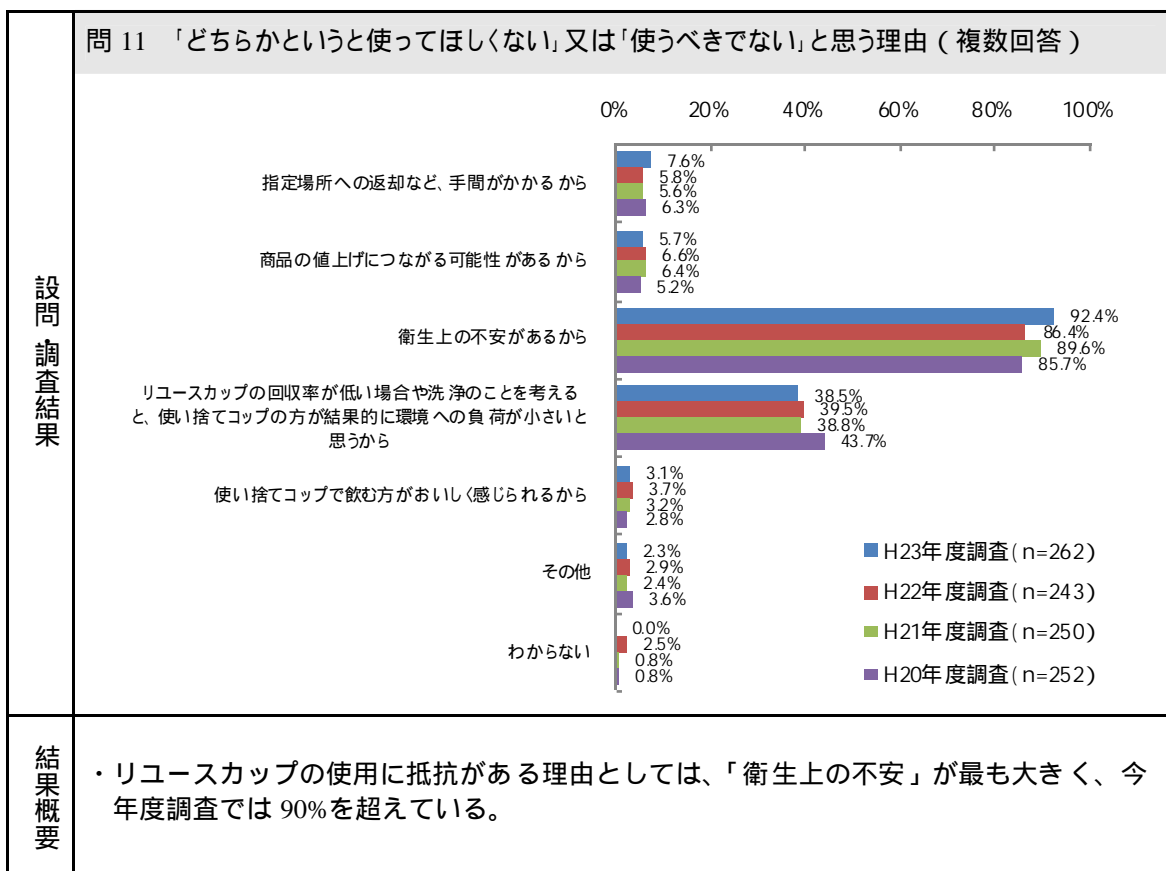
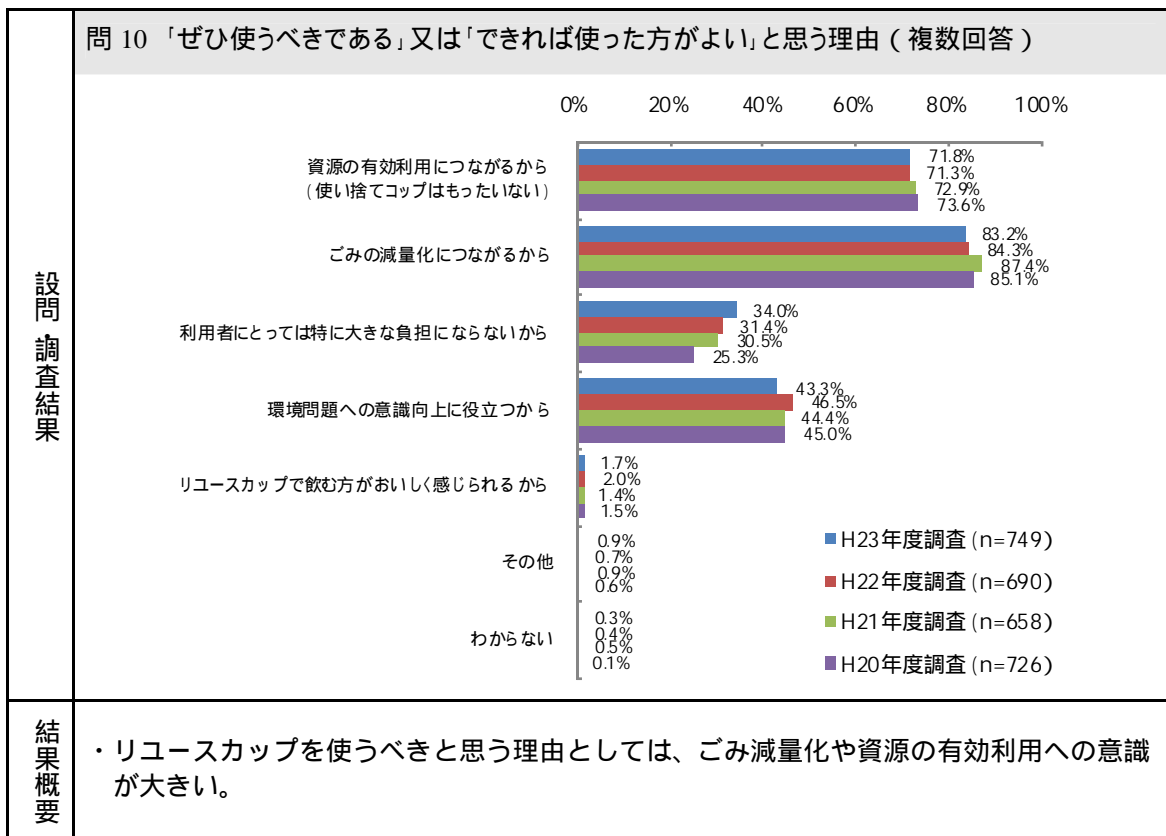
設問・今年度調査結果		結果概要																														
<p>問 8 あなたは、分別したごみは正しく処理・リサイクルされていると思いますか。</p> <p>正しく処理・リサイクルされていると思う 15.8%</p> <p>ある程度正しく処理・リサイクルされていると思う 57.6%</p> <p>あまり正しく処理・リサイクルされていないと思う 14.5%</p> <p>正しく処理・リサイクルされていないと思う 4.2%</p> <p>わからない 7.9%</p> <p>N=1096</p>		<p>・「正しく」「ある程度正しく」処理・リサイクルされていると思うとの回答は73.4%と昨年度調査よりも5ポイント以上高くなっている。</p>																														
過年度調査との比較	<table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>正しく処理・リサイクルされていると思う</th> <th>ある程度正しく処理・リサイクルされていると思う</th> <th>あまり正しく処理・リサイクルされていないと思う</th> <th>正しく処理・リサイクルされていないと思う</th> <th>わからない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H23年度調査</td> <td>15.8%</td> <td>57.6%</td> <td>14.5%</td> <td>4.2%</td> <td>7.9%</td> </tr> <tr> <td>H22年度調査</td> <td>6.9%</td> <td>60.4%</td> <td>22.3%</td> <td>4.7%</td> <td>5.7%</td> </tr> <tr> <td>H21年度調査</td> <td>5.9%</td> <td>56.5%</td> <td>25.9%</td> <td>5.1%</td> <td>6.6%</td> </tr> <tr> <td>H20年度調査</td> <td>7.6%</td> <td>48.1%</td> <td>31.8%</td> <td>7.6%</td> <td>4.9%</td> </tr> </tbody> </table>		年度	正しく処理・リサイクルされていると思う	ある程度正しく処理・リサイクルされていると思う	あまり正しく処理・リサイクルされていないと思う	正しく処理・リサイクルされていないと思う	わからない	H23年度調査	15.8%	57.6%	14.5%	4.2%	7.9%	H22年度調査	6.9%	60.4%	22.3%	4.7%	5.7%	H21年度調査	5.9%	56.5%	25.9%	5.1%	6.6%	H20年度調査	7.6%	48.1%	31.8%	7.6%	4.9%
	年度	正しく処理・リサイクルされていると思う	ある程度正しく処理・リサイクルされていると思う	あまり正しく処理・リサイクルされていないと思う	正しく処理・リサイクルされていないと思う	わからない																										
H23年度調査	15.8%	57.6%	14.5%	4.2%	7.9%																											
H22年度調査	6.9%	60.4%	22.3%	4.7%	5.7%																											
H21年度調査	5.9%	56.5%	25.9%	5.1%	6.6%																											
H20年度調査	7.6%	48.1%	31.8%	7.6%	4.9%																											



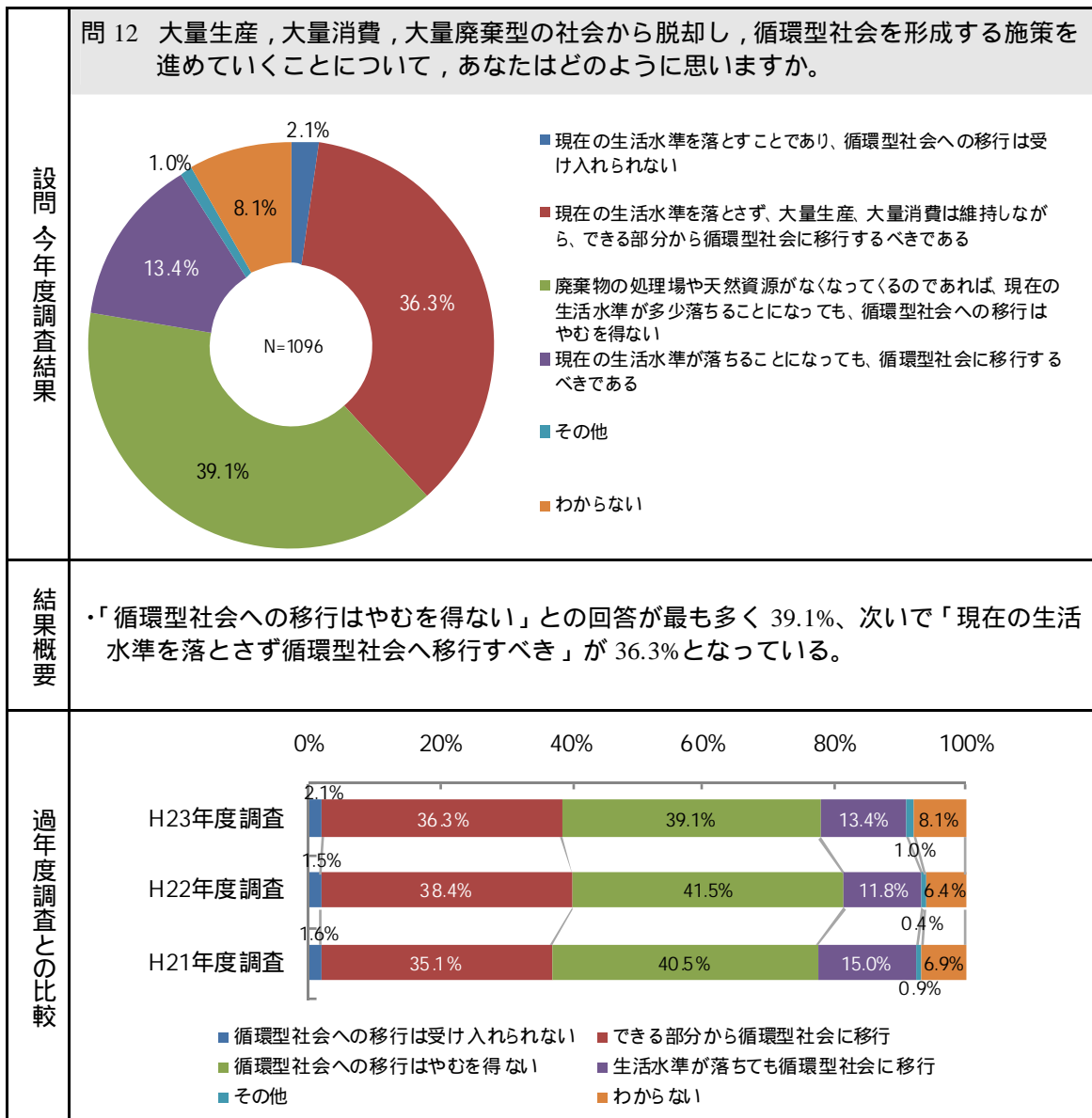
設問・今年度調査結果	結果概要																																																					
<p>問9 イベント等において、使い捨てコップの代わりに洗って繰り返し再利用できるプラスチック製のカップ(リユースカップ)を使うことについて(考えに最も近いものを1つ選択)</p> 	<p>・「ぜひ使うべきである」との回答は昨年度よりもわずかに増加しているが、「ぜひ使うべきである」「できれば使った方がよい」との回答の合計は68.3%と、昨年度よりもわずかに減少している。</p>																																																					
<p>過年度調査との比較</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>ぜひ使うべきである</th> <th>できれば使った方がよい</th> <th>どちらかというと思ってほしくない</th> <th>使うべきでない</th> <th>その他</th> <th>わからない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H23年度調査</td> <td>18.5%</td> <td>49.8%</td> <td>19.9%</td> <td>4.0%</td> <td>2.6%</td> <td>5.1%</td> </tr> <tr> <td>H22年度調査</td> <td>16.8%</td> <td>52.2%</td> <td>21.2%</td> <td>3.1%</td> <td>2.5%</td> <td>4.2%</td> </tr> <tr> <td>H21年度調査</td> <td>19.5%</td> <td>46.3%</td> <td>21.3%</td> <td>3.7%</td> <td>3.6%</td> <td>5.6%</td> </tr> <tr> <td>H20年度調査</td> <td>21.8%</td> <td>47.0%</td> <td>20.3%</td> <td>3.6%</td> <td>4.3%</td> <td>3.0%</td> </tr> </tbody> </table>	年度	ぜひ使うべきである	できれば使った方がよい	どちらかというと思ってほしくない	使うべきでない	その他	わからない	H23年度調査	18.5%	49.8%	19.9%	4.0%	2.6%	5.1%	H22年度調査	16.8%	52.2%	21.2%	3.1%	2.5%	4.2%	H21年度調査	19.5%	46.3%	21.3%	3.7%	3.6%	5.6%	H20年度調査	21.8%	47.0%	20.3%	3.6%	4.3%	3.0%																		
年度	ぜひ使うべきである	できれば使った方がよい	どちらかというと思ってほしくない	使うべきでない	その他	わからない																																																
H23年度調査	18.5%	49.8%	19.9%	4.0%	2.6%	5.1%																																																
H22年度調査	16.8%	52.2%	21.2%	3.1%	2.5%	4.2%																																																
H21年度調査	19.5%	46.3%	21.3%	3.7%	3.6%	5.6%																																																
H20年度調査	21.8%	47.0%	20.3%	3.6%	4.3%	3.0%																																																
<p>過年度調査との比較 男女別</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>性別</th> <th>ぜひ使うべきである</th> <th>できれば使った方がよい</th> <th>どちらかというと思ってほしくない</th> <th>使うべきでない</th> <th>その他</th> <th>わからない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">H23</td> <td>男性(n=530)</td> <td>20.4</td> <td>49.8</td> <td>18.1</td> <td>3.6</td> <td>2.8</td> <td>5.3</td> </tr> <tr> <td>女性(n=566)</td> <td>16.8</td> <td>49.8</td> <td>21.6</td> <td>4.4</td> <td>2.5</td> <td>4.9</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">H22</td> <td>男性(n=468)</td> <td>18.8</td> <td>53.8</td> <td>18.2</td> <td>2.8</td> <td>2.1</td> <td>4.3</td> </tr> <tr> <td>女性(n=532)</td> <td>15.0</td> <td>50.8</td> <td>23.9</td> <td>3.4</td> <td>2.8</td> <td>4.1</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">H21</td> <td>男性(n=500)</td> <td>24.2</td> <td>46.2</td> <td>19.3</td> <td>4.7</td> <td>1.8</td> <td>3.9</td> </tr> <tr> <td>女性(n=500)</td> <td>19.6</td> <td>47.8</td> <td>21.2</td> <td>2.6</td> <td>4.2</td> <td>4.6</td> </tr> </tbody> </table>	年度	性別	ぜひ使うべきである	できれば使った方がよい	どちらかというと思ってほしくない	使うべきでない	その他	わからない	H23	男性(n=530)	20.4	49.8	18.1	3.6	2.8	5.3	女性(n=566)	16.8	49.8	21.6	4.4	2.5	4.9	H22	男性(n=468)	18.8	53.8	18.2	2.8	2.1	4.3	女性(n=532)	15.0	50.8	23.9	3.4	2.8	4.1	H21	男性(n=500)	24.2	46.2	19.3	4.7	1.8	3.9	女性(n=500)	19.6	47.8	21.2	2.6	4.2	4.6
年度	性別	ぜひ使うべきである	できれば使った方がよい	どちらかというと思ってほしくない	使うべきでない	その他	わからない																																															
H23	男性(n=530)	20.4	49.8	18.1	3.6	2.8	5.3																																															
	女性(n=566)	16.8	49.8	21.6	4.4	2.5	4.9																																															
H22	男性(n=468)	18.8	53.8	18.2	2.8	2.1	4.3																																															
	女性(n=532)	15.0	50.8	23.9	3.4	2.8	4.1																																															
H21	男性(n=500)	24.2	46.2	19.3	4.7	1.8	3.9																																															
	女性(n=500)	19.6	47.8	21.2	2.6	4.2	4.6																																															

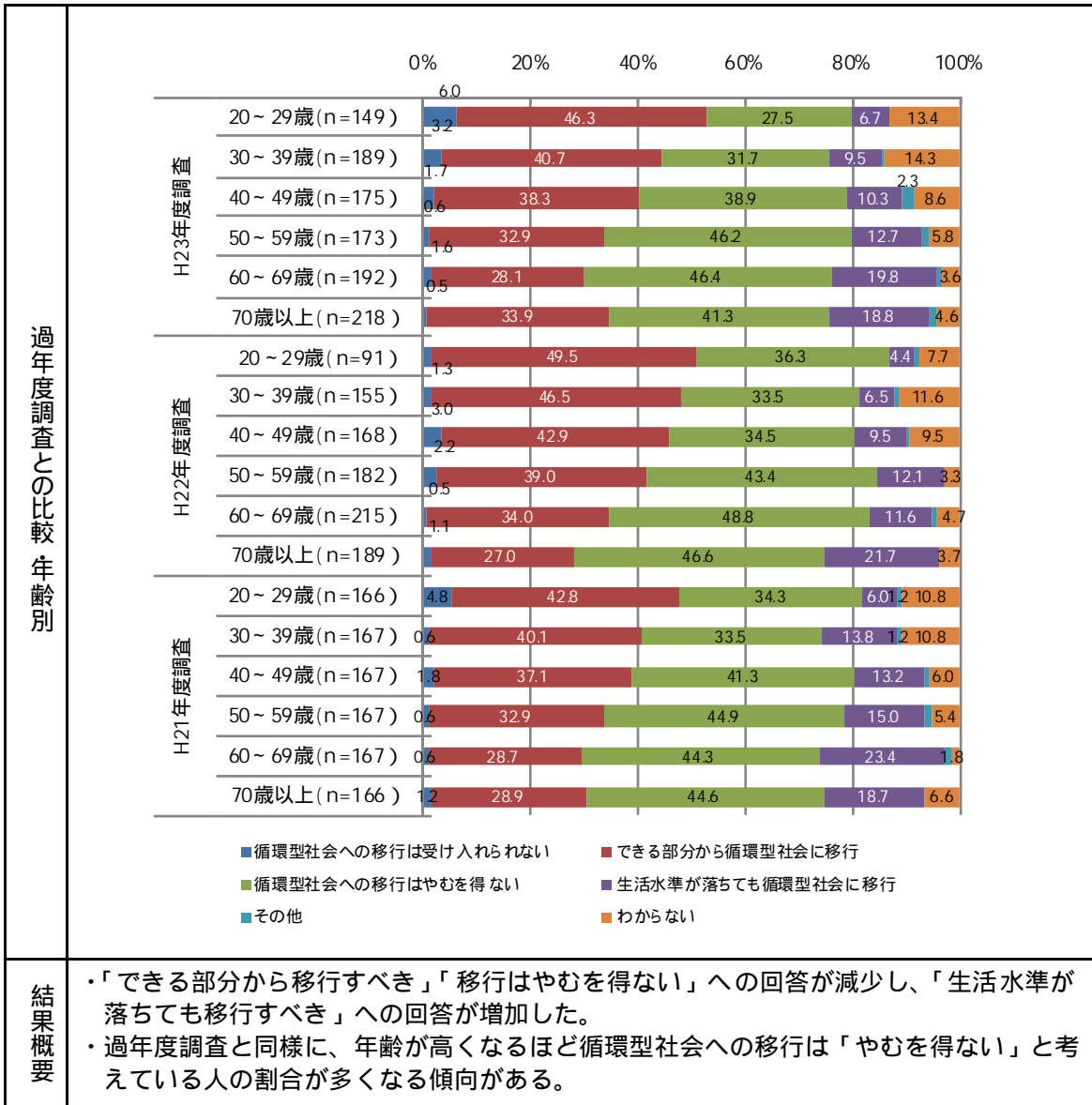






(3) 循環型社会に関連する施策等への意識

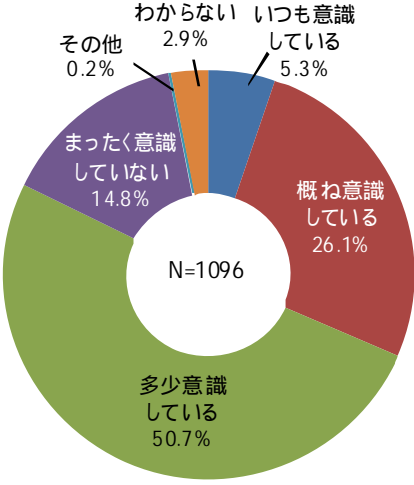
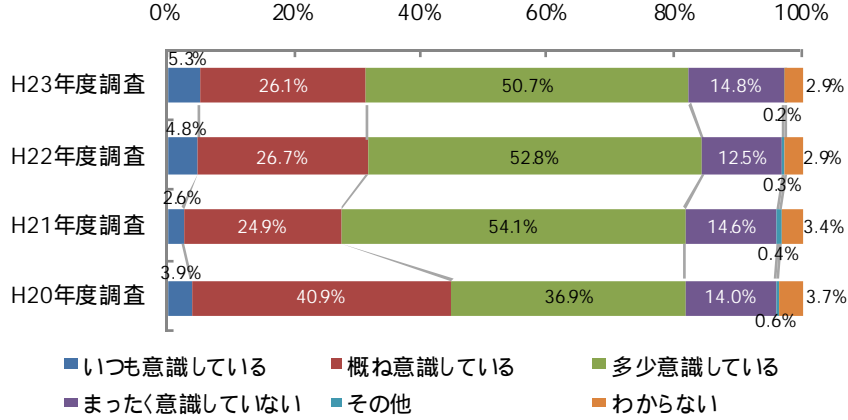


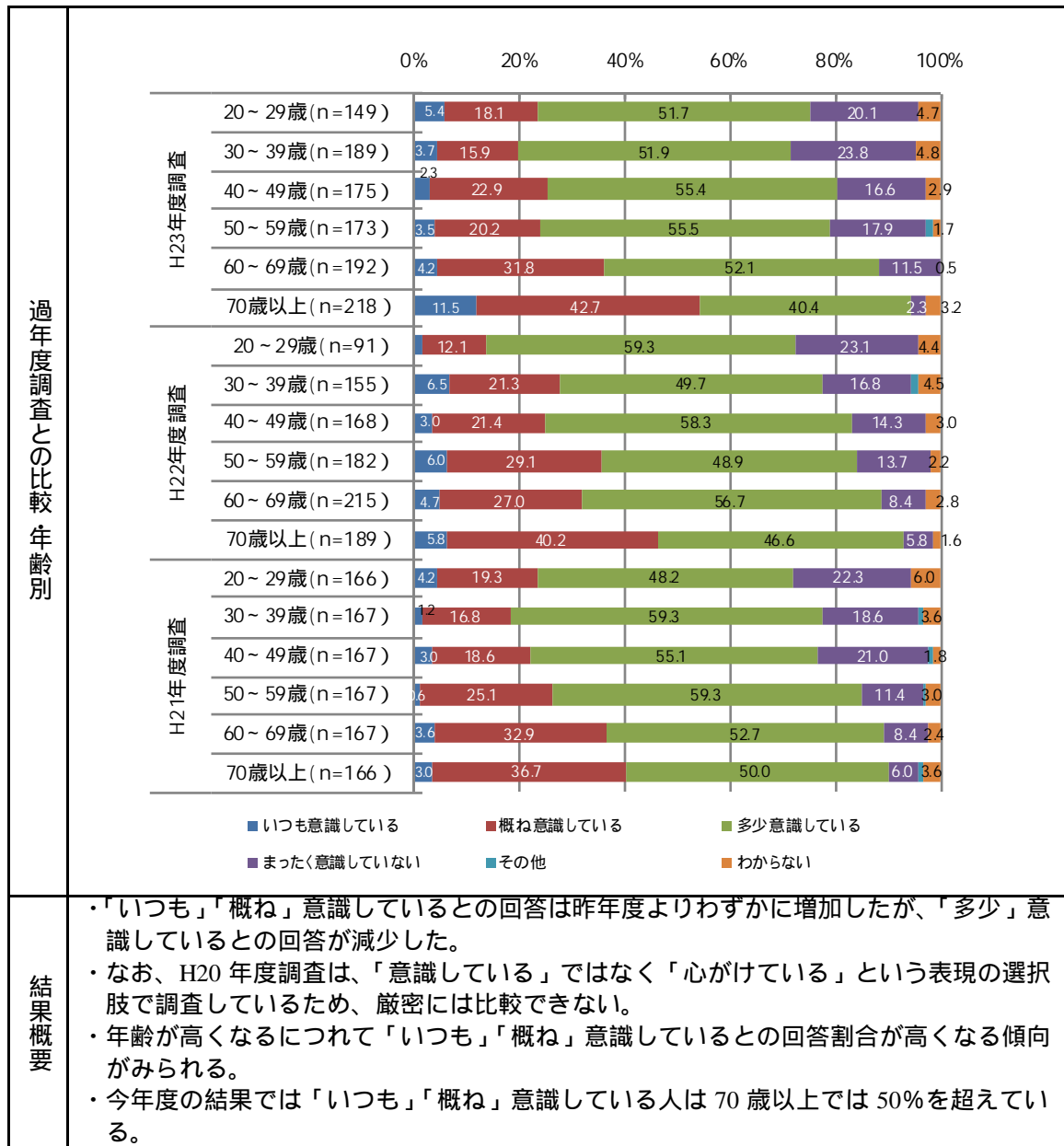


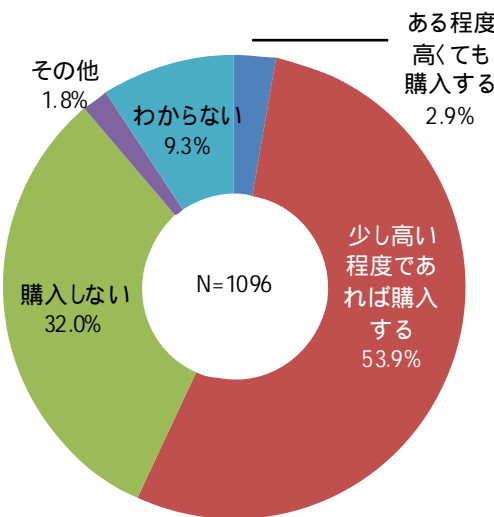
結果概要

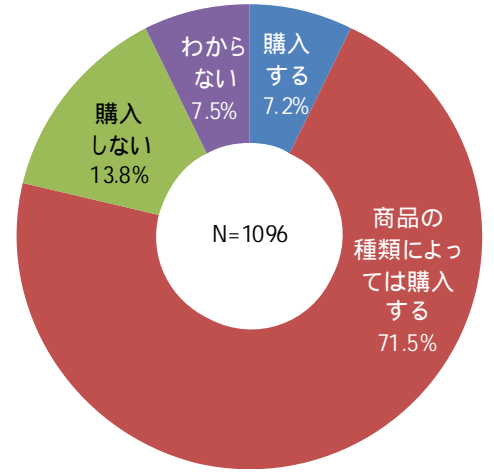
- ・「できる部分から移行すべき」「移行はやむを得ない」への回答が減少し、「生活水準が落ちても移行すべき」への回答が増加した。
- ・過年度調査と同様に、年齢が高くなるほど循環型社会への移行は「やむを得ない」と考えている人の割合が多くなる傾向がある。

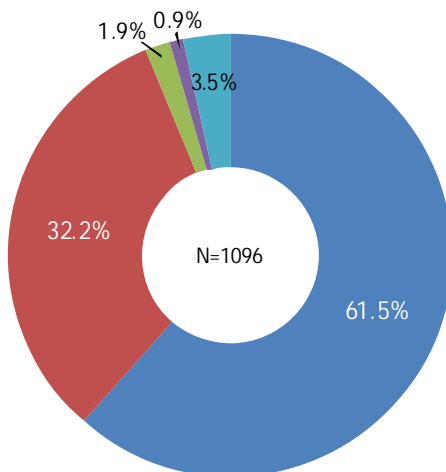
(4) グリーン購入に対する意識

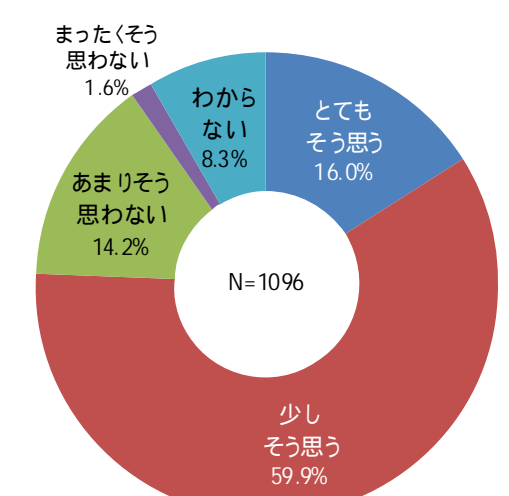
設問・今年度調査結果	結果概要																																			
<p>問 13 あなたは、製品等を購入する際に、その製品の素材に再生された原料が用いられていたり、不要になった後リサイクルがしやすいなど、環境に優しい製品を買うことについて、どれくらい意識していますか。</p> 	<p>・「いつも」「概ね」「多少」意識しているとの回答割合は合計で 80%を超え、環境にやさしい製品の購入意識がある程度定着していることがうかがえる。</p>																																			
<p>過年度調査との比較</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>いつも意識している</th> <th>概ね意識している</th> <th>多少意識している</th> <th>まったく意識していない</th> <th>わからない</th> <th>その他</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H23年度調査</td> <td>5.3%</td> <td>26.1%</td> <td>50.7%</td> <td>14.8%</td> <td>2.9%</td> <td>0.2%</td> </tr> <tr> <td>H22年度調査</td> <td>4.8%</td> <td>26.7%</td> <td>52.8%</td> <td>12.5%</td> <td>2.9%</td> <td>0.3%</td> </tr> <tr> <td>H21年度調査</td> <td>2.6%</td> <td>24.9%</td> <td>54.1%</td> <td>14.6%</td> <td>3.4%</td> <td>0.4%</td> </tr> <tr> <td>H20年度調査</td> <td>3.9%</td> <td>40.9%</td> <td>36.9%</td> <td>14.0%</td> <td>3.7%</td> <td>0.6%</td> </tr> </tbody> </table>	年度	いつも意識している	概ね意識している	多少意識している	まったく意識していない	わからない	その他	H23年度調査	5.3%	26.1%	50.7%	14.8%	2.9%	0.2%	H22年度調査	4.8%	26.7%	52.8%	12.5%	2.9%	0.3%	H21年度調査	2.6%	24.9%	54.1%	14.6%	3.4%	0.4%	H20年度調査	3.9%	40.9%	36.9%	14.0%	3.7%	0.6%
年度	いつも意識している	概ね意識している	多少意識している	まったく意識していない	わからない	その他																														
H23年度調査	5.3%	26.1%	50.7%	14.8%	2.9%	0.2%																														
H22年度調査	4.8%	26.7%	52.8%	12.5%	2.9%	0.3%																														
H21年度調査	2.6%	24.9%	54.1%	14.6%	3.4%	0.4%																														
H20年度調査	3.9%	40.9%	36.9%	14.0%	3.7%	0.6%																														



設問・今年度調査結果	結果概要												
<p>問 14 あなたは、製品の素材にリサイクル原料が用いられている物について、通常の商品よりも価格が高くて購入しますか。</p>  <table border="1"> <caption>問 14 の調査結果</caption> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>購入しない</td> <td>32.0%</td> </tr> <tr> <td>少し高い程度であれば購入する</td> <td>53.9%</td> </tr> <tr> <td>ある程度高くても購入する</td> <td>2.9%</td> </tr> <tr> <td>わからない</td> <td>9.3%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>1.8%</td> </tr> </tbody> </table>	回答	割合	購入しない	32.0%	少し高い程度であれば購入する	53.9%	ある程度高くても購入する	2.9%	わからない	9.3%	その他	1.8%	<p>・「ある程度高くても」「少し高い程度であれば」購入するとの回答は 56.8%となっている。</p>
回答	割合												
購入しない	32.0%												
少し高い程度であれば購入する	53.9%												
ある程度高くても購入する	2.9%												
わからない	9.3%												
その他	1.8%												

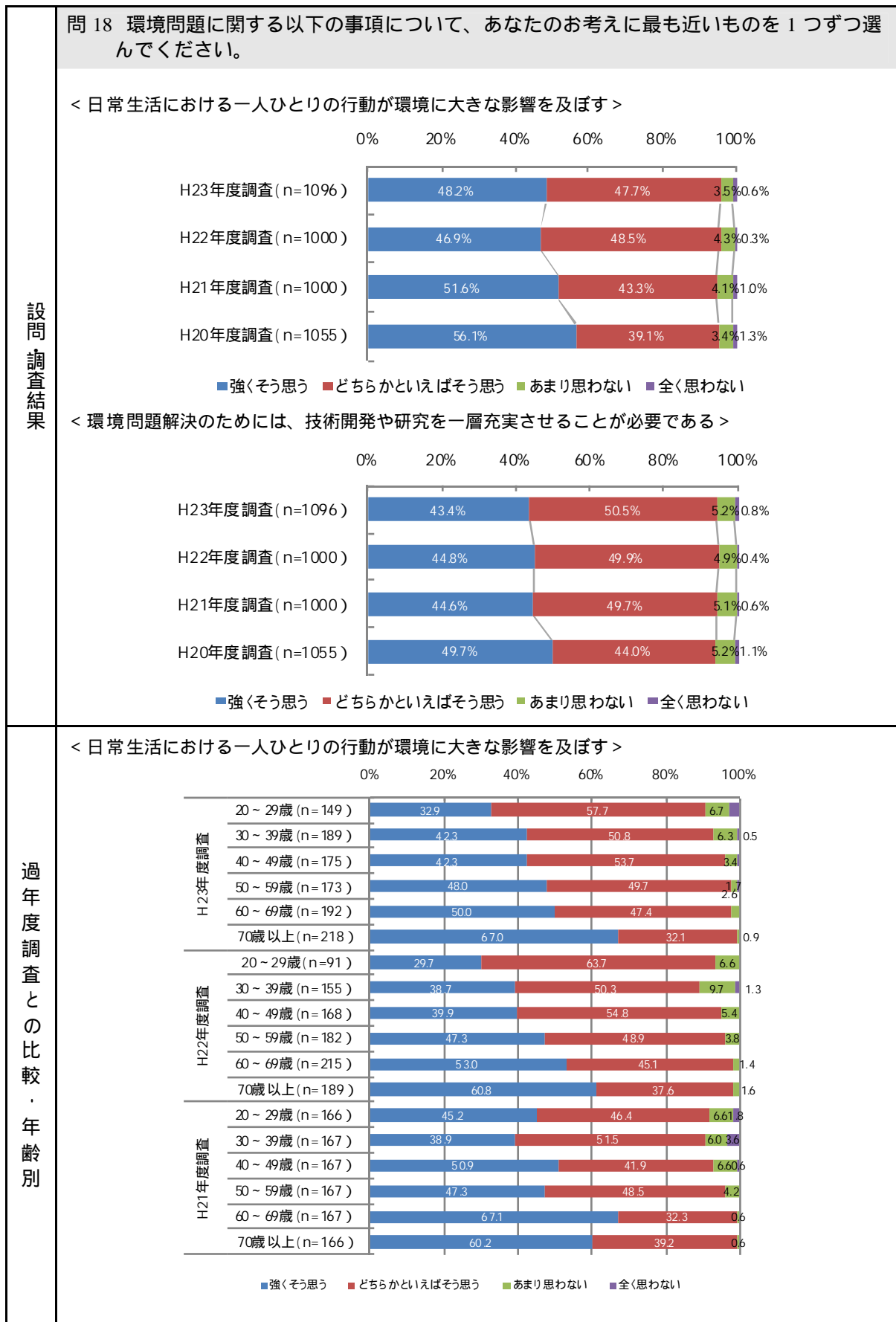
設問・今年度調査結果	結果概要										
<p>問 15 あなたは、製品の素材にリサイクル原料が用いられている物について、通常の商品よりも実用性を損なわない程度に品質が劣っていても購入しますか。</p>  <table border="1"> <caption>問 15 の調査結果</caption> <thead> <tr> <th>回答</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>商品の種類によっては購入する</td> <td>71.5%</td> </tr> <tr> <td>購入しない</td> <td>13.8%</td> </tr> <tr> <td>わからない</td> <td>7.5%</td> </tr> <tr> <td>購入する</td> <td>7.2%</td> </tr> </tbody> </table>	回答	割合	商品の種類によっては購入する	71.5%	購入しない	13.8%	わからない	7.5%	購入する	7.2%	<p>・「商品の種類によっては購入する」との回答が 71.5%と最も大きくなっている。</p>
回答	割合										
商品の種類によっては購入する	71.5%										
購入しない	13.8%										
わからない	7.5%										
購入する	7.2%										

<p>設問 今年度調査結果</p>	<p>問 16 商品の中には美しく見せるために、箱や袋で多段階にわたって包装されているものがあります。このような包装についてどう思いますか。</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 贈答用や土産物も含めて過剰包装であり、もっと簡易包装にすべき</li> <li>■ 自ら使用する商品は、もっと簡易包装にすべきだが、贈答用や土産物は包装をしっかりとすべき</li> <li>■ 自ら使用する商品も含めて包装をしっかりとすべき</li> <li>■ その他</li> <li>■ わからない</li> </ul>
<p>結果概要</p>	<p>・「贈答用や土産物も含めてもっと簡易包装にすべき」「自ら使用する商品はもっと簡易包装にすべき」の回答の合計割合は 93.7%と簡易包装への意識は高いことがうかがえる。</p>

設問・今年度調査結果	結果概要
<p>問 17 企業の中には、環境 ISO やエコアクション 21 の認証を受け、環境に関する方針や目標を設定し、これらの達成に向けて取り組んでいるところがあります。あなたは、物を購入するときに、そのような企業の製品を購入し、またはそのような企業の店舗を利用しようと思いますか。</p> 	<p>・「とても」「少し」そう思うとの回答は 75.9%と高い割合となっている。</p>

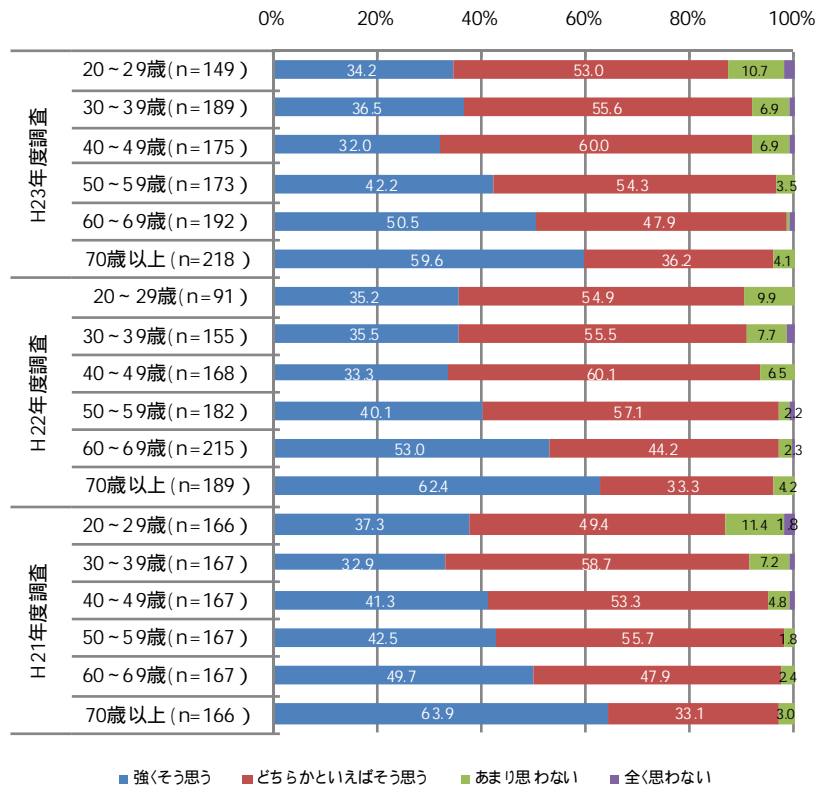


(5) 環境関連のその他の事柄に対する意識



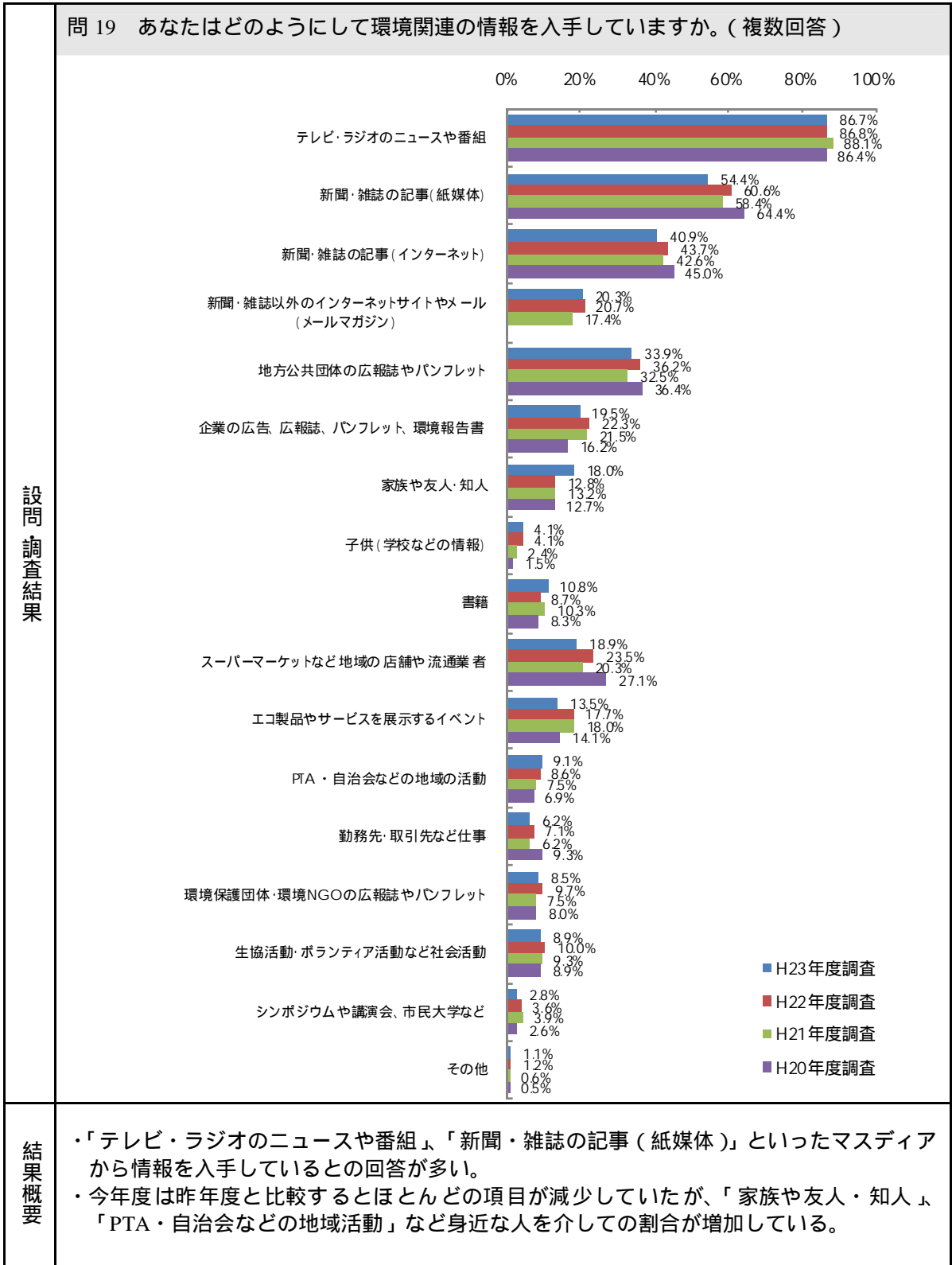
< 環境問題解決のためには、技術開発や研究を一層充実させることが必要である >

過年度調査との比較  
年齢別



結果概要

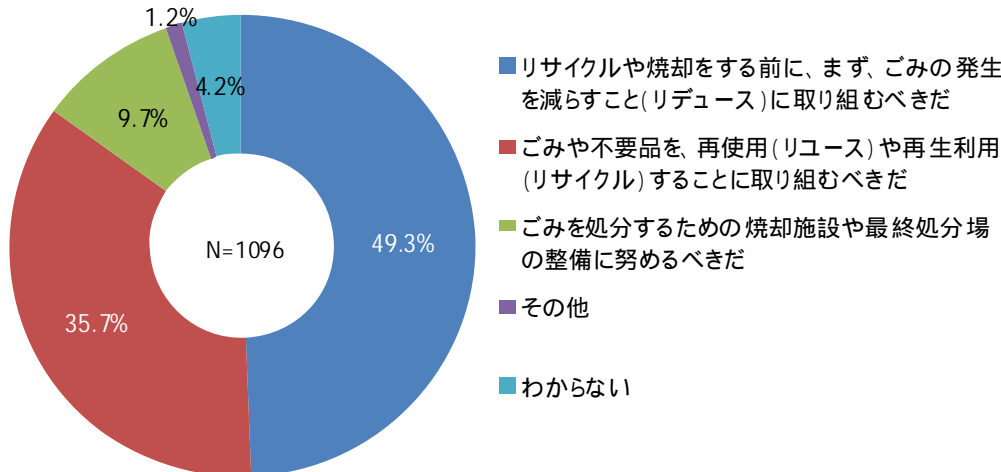
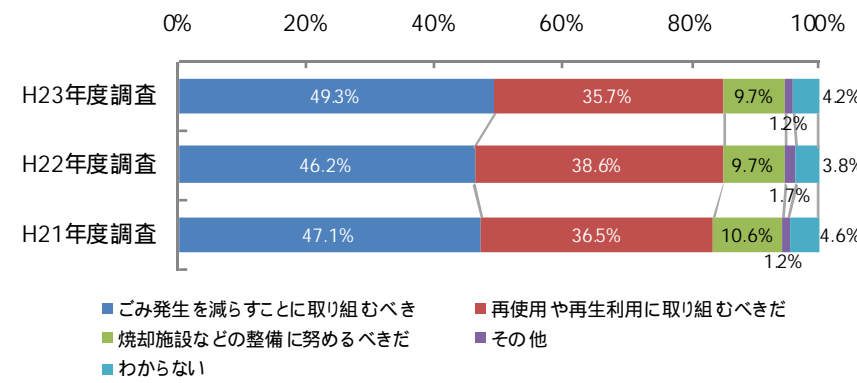
- ・いずれの項目も、「そう思う」との回答が90%以上を占めている。
- ・「日常生活における一人ひとりの行動が環境に大きな影響を及ぼす」の項目については、減少傾向にあった「強くそう思う」が今年度は昨年度よりも増加している。
- ・「環境問題解決のためには、技術開発や研究を一層充実させることが必要である」の項目については、「強くそう思う」が昨年度よりもわずかに減少したが、H21年度以降ほぼ同様の回答傾向となっている。
- ・年齢が高くなるにつれて「強くそう思う」との回答割合が高くなる傾向がある。



設問・調査結果

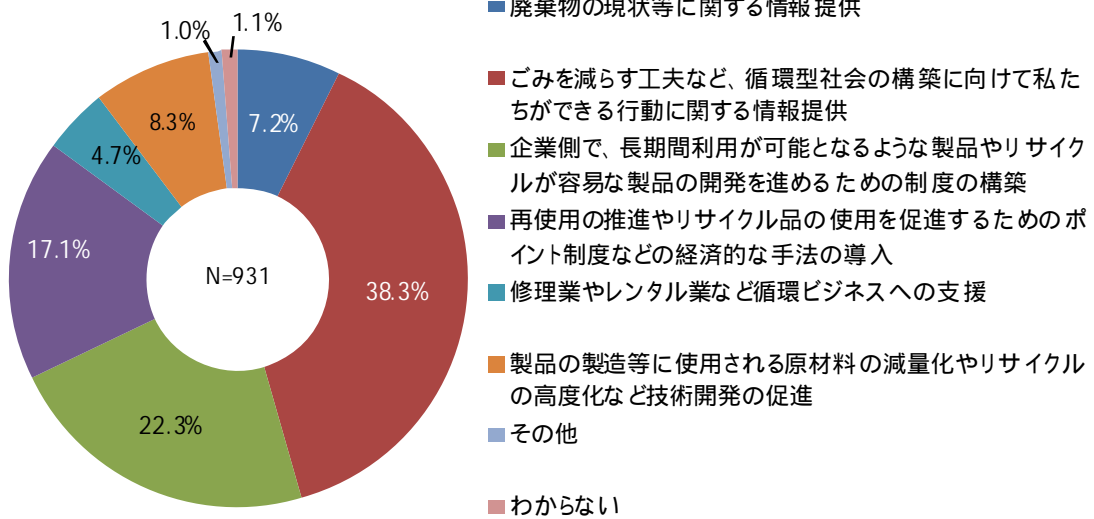
結果概要

- ・「テレビ・ラジオのニュースや番組」、「新聞・雑誌の記事(紙媒体)」といったマスメディアから情報を入手しているとの回答が多い。
- ・今年度は昨年度と比較するとほとんどの項目が減少していたが、「家族や友人・知人」、「PTA・自治会などの地域活動」など身近な人を介しての割合が増加している。

<p style="writing-mode: vertical-rl;">設問 今年度調査結果</p>	<p>問 20 我が国では、ごみの最終処分場の残余年数がひっ迫しており、平成 20 年度末時点で一般廃棄物はあと約 18 年、産業廃棄物はあと約 7.5 年分の残余年数しかないといわれています。このような現状に対し、国は今後どのような対応を行う必要があると思いますか。</p>  <ul style="list-style-type: none"> <li>■ リサイクルや焼却をする前に、まず、ごみの発生を減らすこと(リデュース)に取り組むべきだ</li> <li>■ ごみや不要品を、再使用(リユース)や再生利用(リサイクル)することに取り組むべきだ</li> <li>■ ごみを処分するための焼却施設や最終処分場の整備に努めるべきだ</li> <li>■ その他</li> <li>■ わからない</li> </ul>																								
<p style="writing-mode: vertical-rl;">結果概要</p>	<p>・「リデュースに取り組むべき」との回答が、49.3%と最も多く、次いで「リユースやリサイクルに取り組むべき」との回答が 35.7 と続き、3R への取り組みで 80%を超える。</p>																								
<p style="writing-mode: vertical-rl;">過年度調査との比較</p>	 <table border="1"> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>ごみ発生を減らすことに取り組むべき</th> <th>再使用や再生利用に取り組むべきだ</th> <th>焼却施設などの整備に努めるべきだ</th> <th>その他</th> <th>わからない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>H23年度調査</td> <td>49.3%</td> <td>35.7%</td> <td>9.7%</td> <td>1.2%</td> <td>4.2%</td> </tr> <tr> <td>H22年度調査</td> <td>46.2%</td> <td>38.6%</td> <td>9.7%</td> <td>1.7%</td> <td>3.8%</td> </tr> <tr> <td>H21年度調査</td> <td>47.1%</td> <td>36.5%</td> <td>10.6%</td> <td>1.2%</td> <td>4.6%</td> </tr> </tbody> </table>	年度	ごみ発生を減らすことに取り組むべき	再使用や再生利用に取り組むべきだ	焼却施設などの整備に努めるべきだ	その他	わからない	H23年度調査	49.3%	35.7%	9.7%	1.2%	4.2%	H22年度調査	46.2%	38.6%	9.7%	1.7%	3.8%	H21年度調査	47.1%	36.5%	10.6%	1.2%	4.6%
年度	ごみ発生を減らすことに取り組むべき	再使用や再生利用に取り組むべきだ	焼却施設などの整備に努めるべきだ	その他	わからない																				
H23年度調査	49.3%	35.7%	9.7%	1.2%	4.2%																				
H22年度調査	46.2%	38.6%	9.7%	1.7%	3.8%																				
H21年度調査	47.1%	36.5%	10.6%	1.2%	4.6%																				
<p style="writing-mode: vertical-rl;">結果概要</p>	<p>・昨年度と比べると「リデュースに取り組むべき」との回答が増加し、「リユースやリサイクルに取り組むべき」との回答が減少しているが、全体的な回答傾向はほぼ同じとなっている。</p>																								

問 21 国は今後、具体的にどのような対応を行う必要があると思いますか。

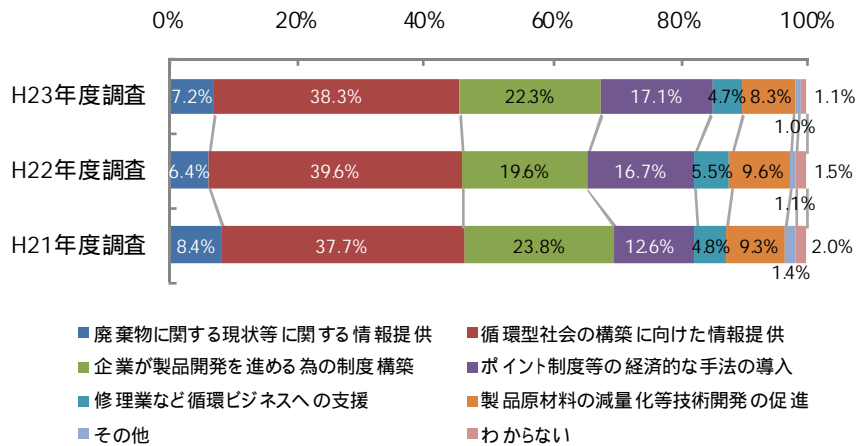
設問  
今年度調査結果

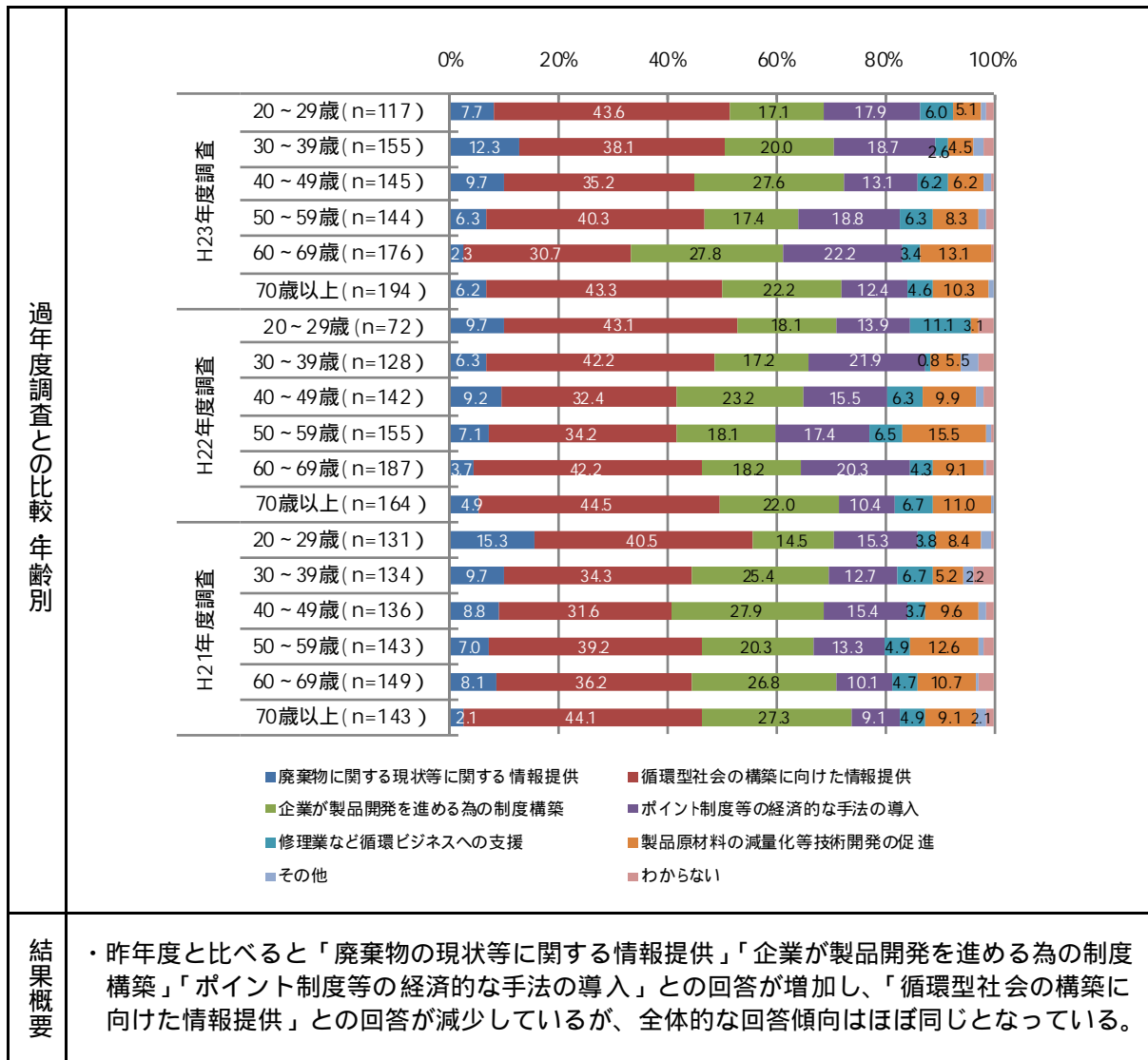


結果概要

・「廃棄物の現状等に関する情報提供」との回答が 7.2%、「循環型社会の構築に向けた行動に関する情報提供」との回答が 38.3%と、「情報提供」への回答が 45%を超えている。

過年度調査との比較

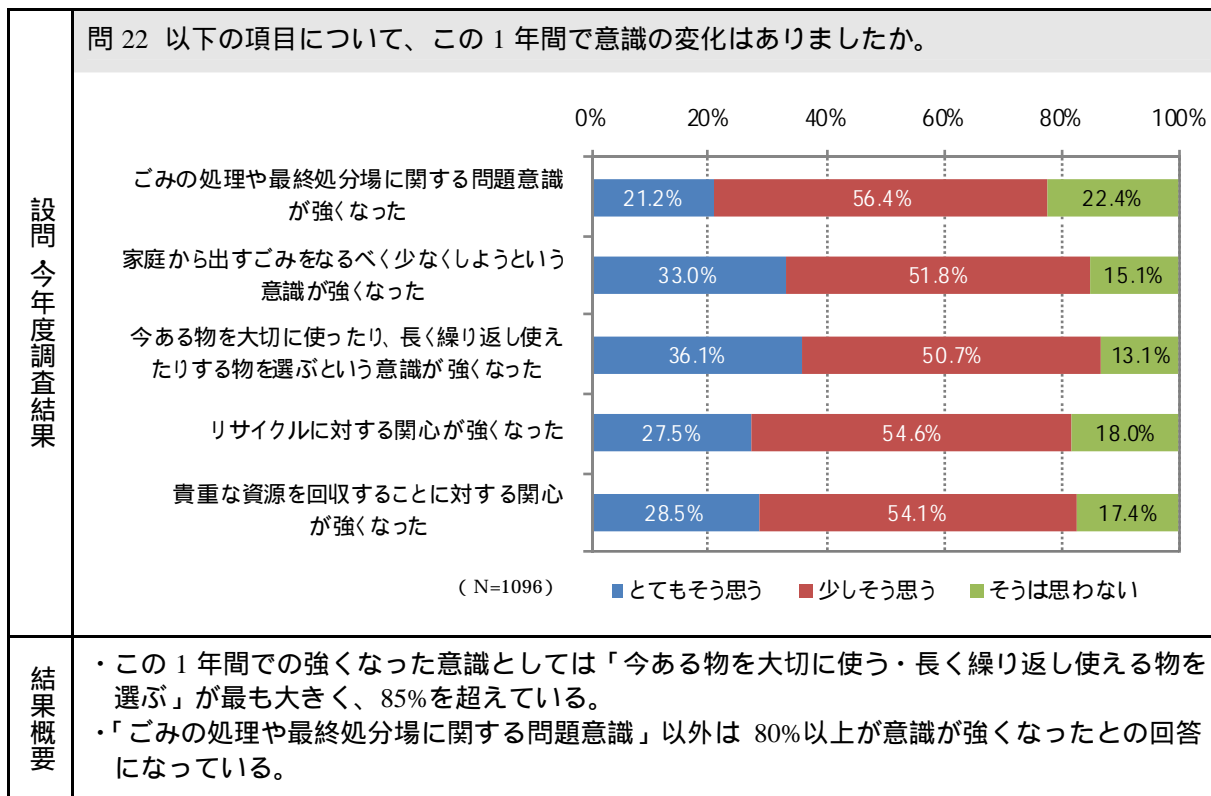


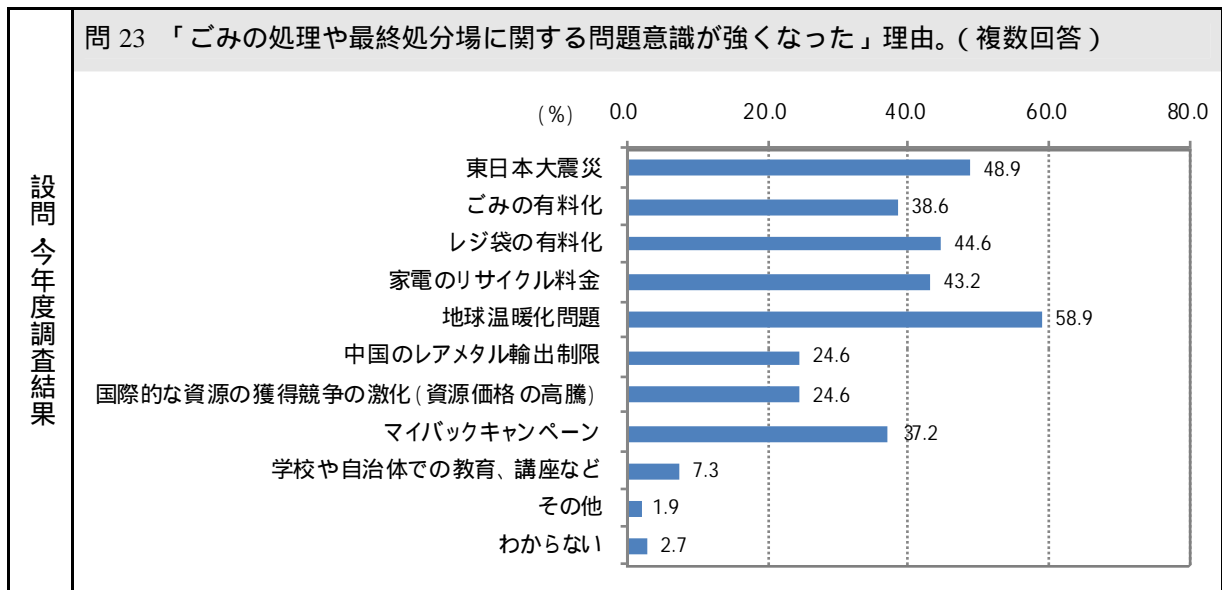


結果概要

・昨年度と比べると「廃棄物の現状等に関する情報提供」「企業が製品開発を進める為の制度構築」「ポイント制度等の経済的な手法の導入」との回答が増加し、「循環型社会の構築に向けた情報提供」との回答が減少しているが、全体的な回答傾向はほぼ同じとなっている。

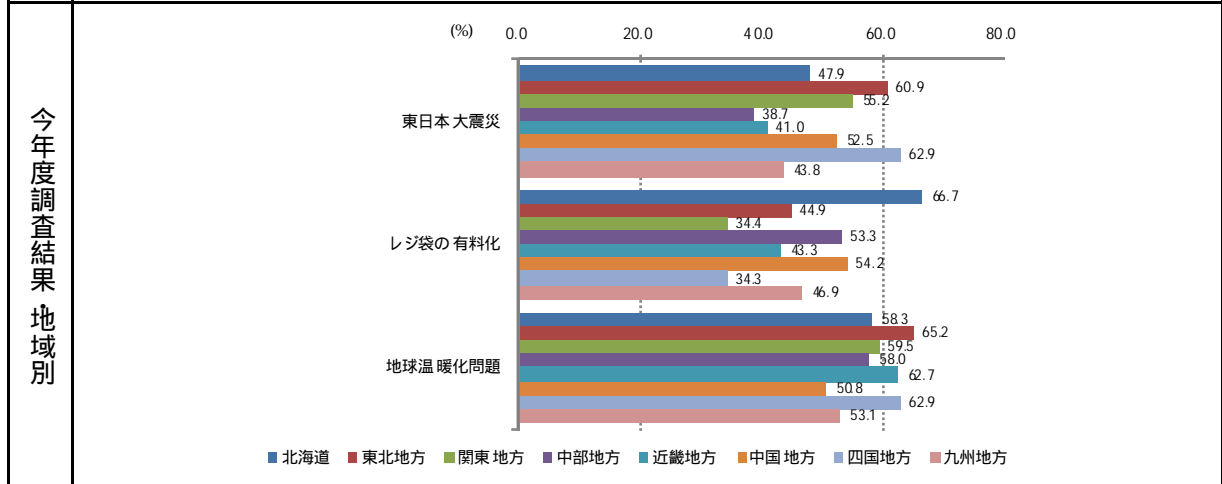
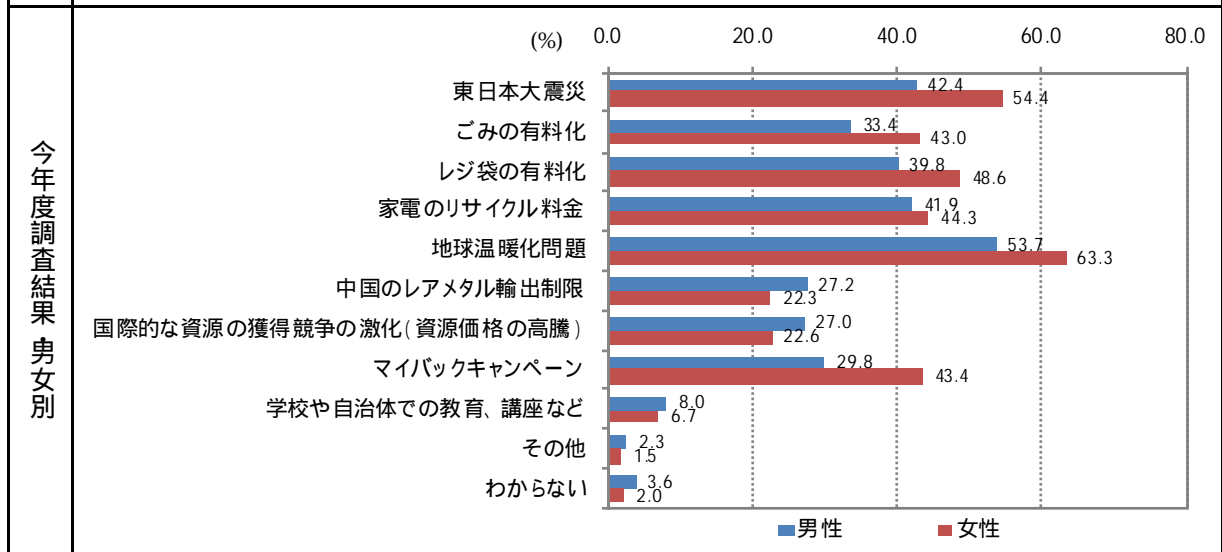
(6) この1年間での意識の変化



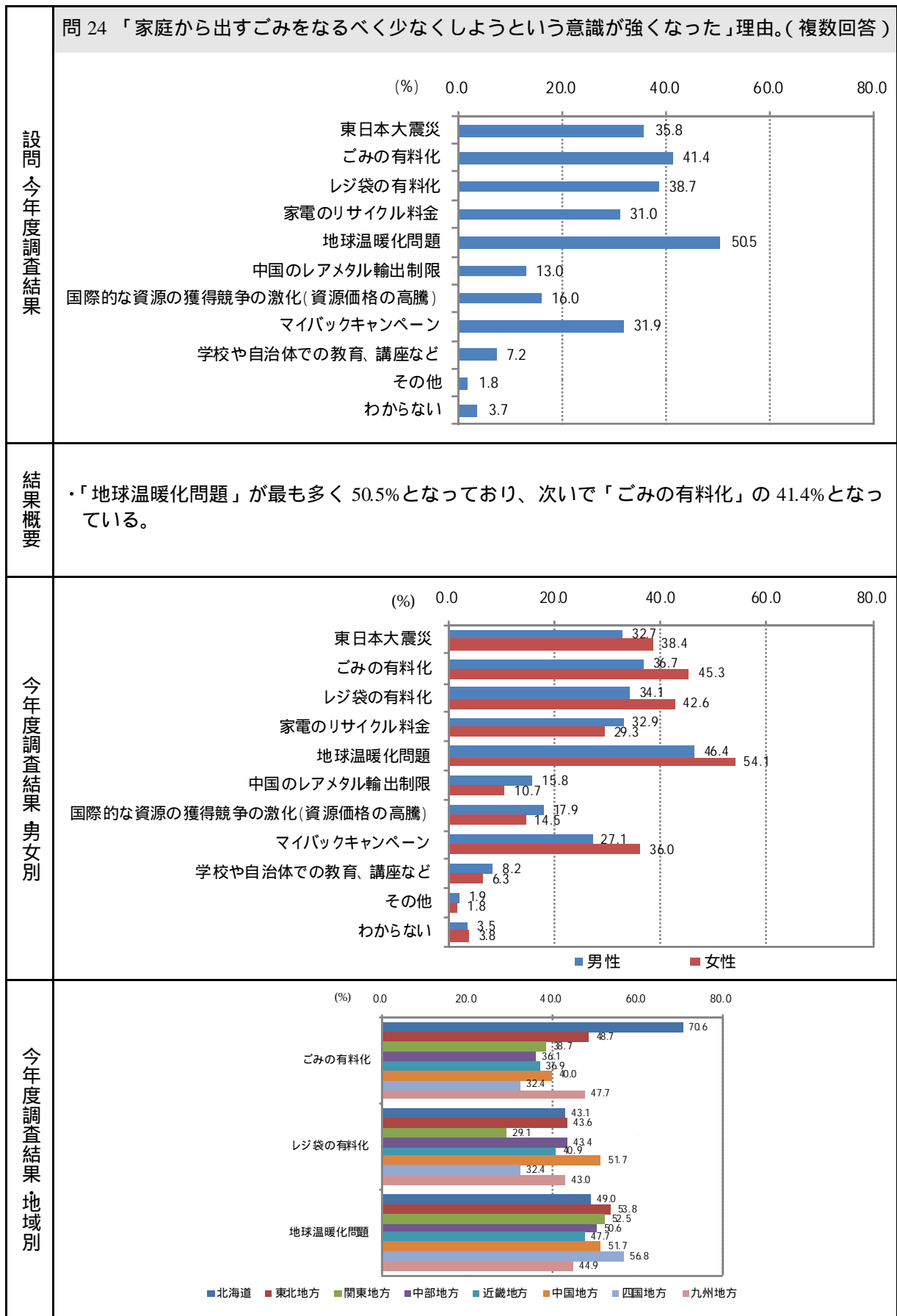


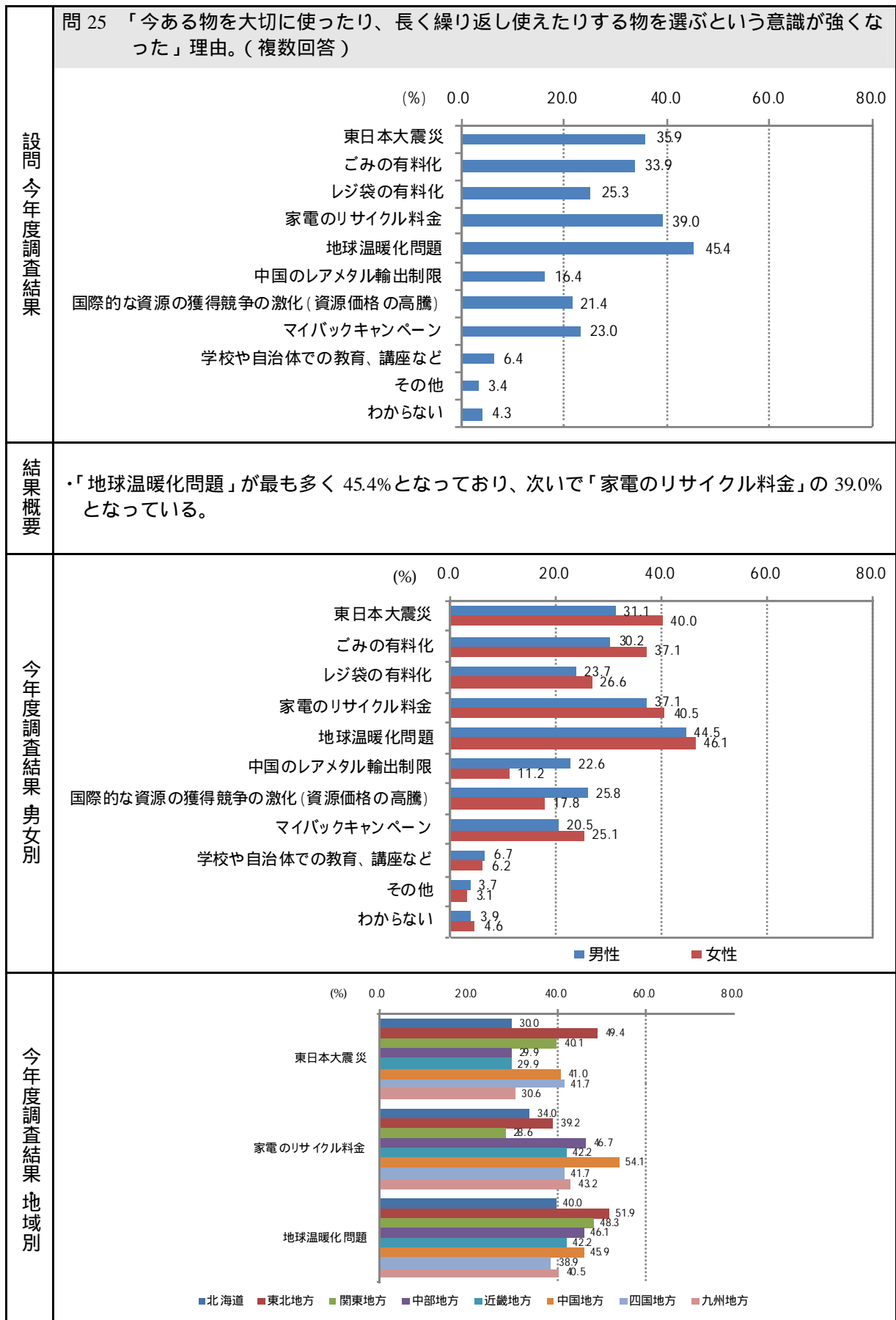
結果概要

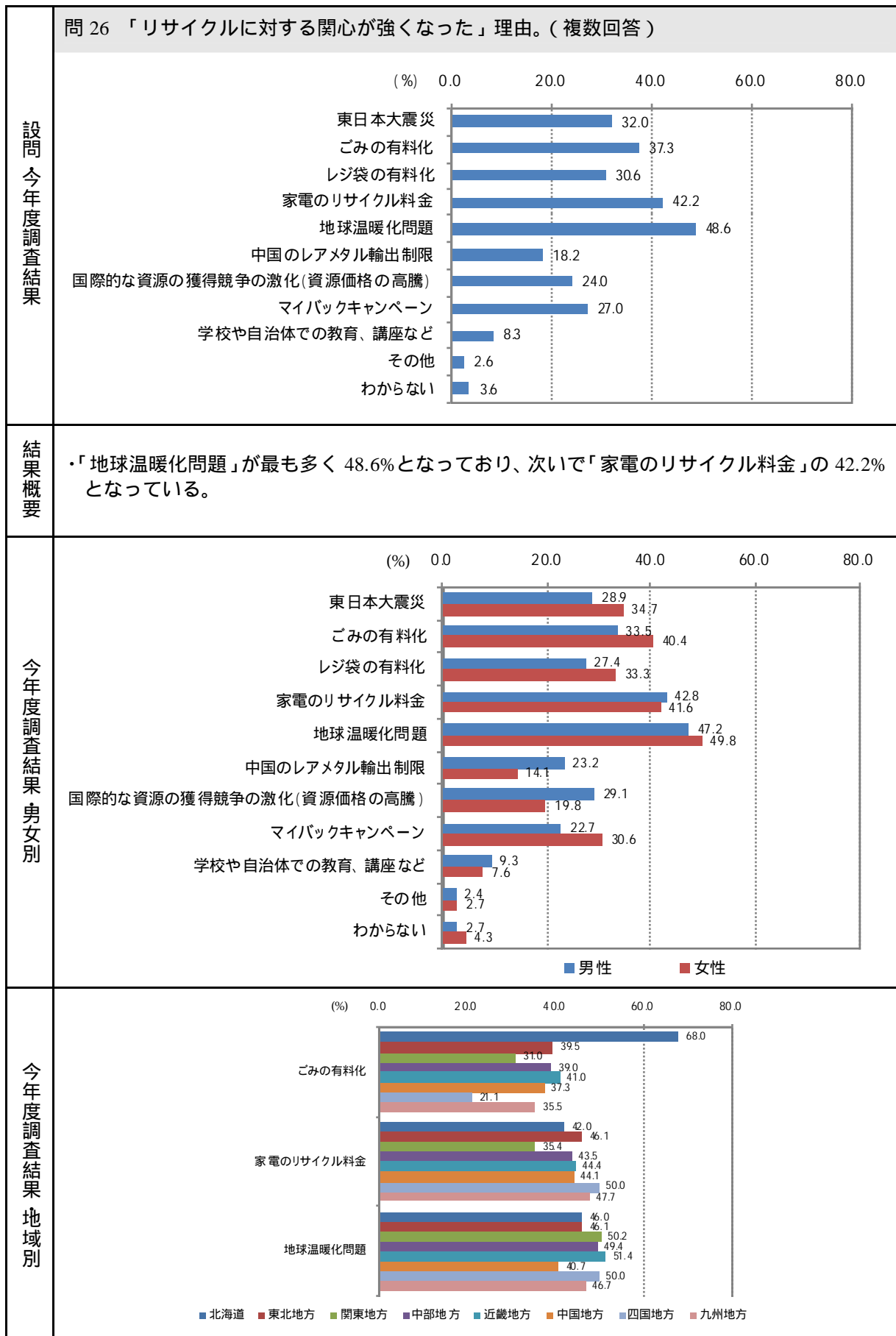
・「地球温暖化問題」が最も多く 58.9%となっており、次いで「東日本大震災」の 48.9%となっている。

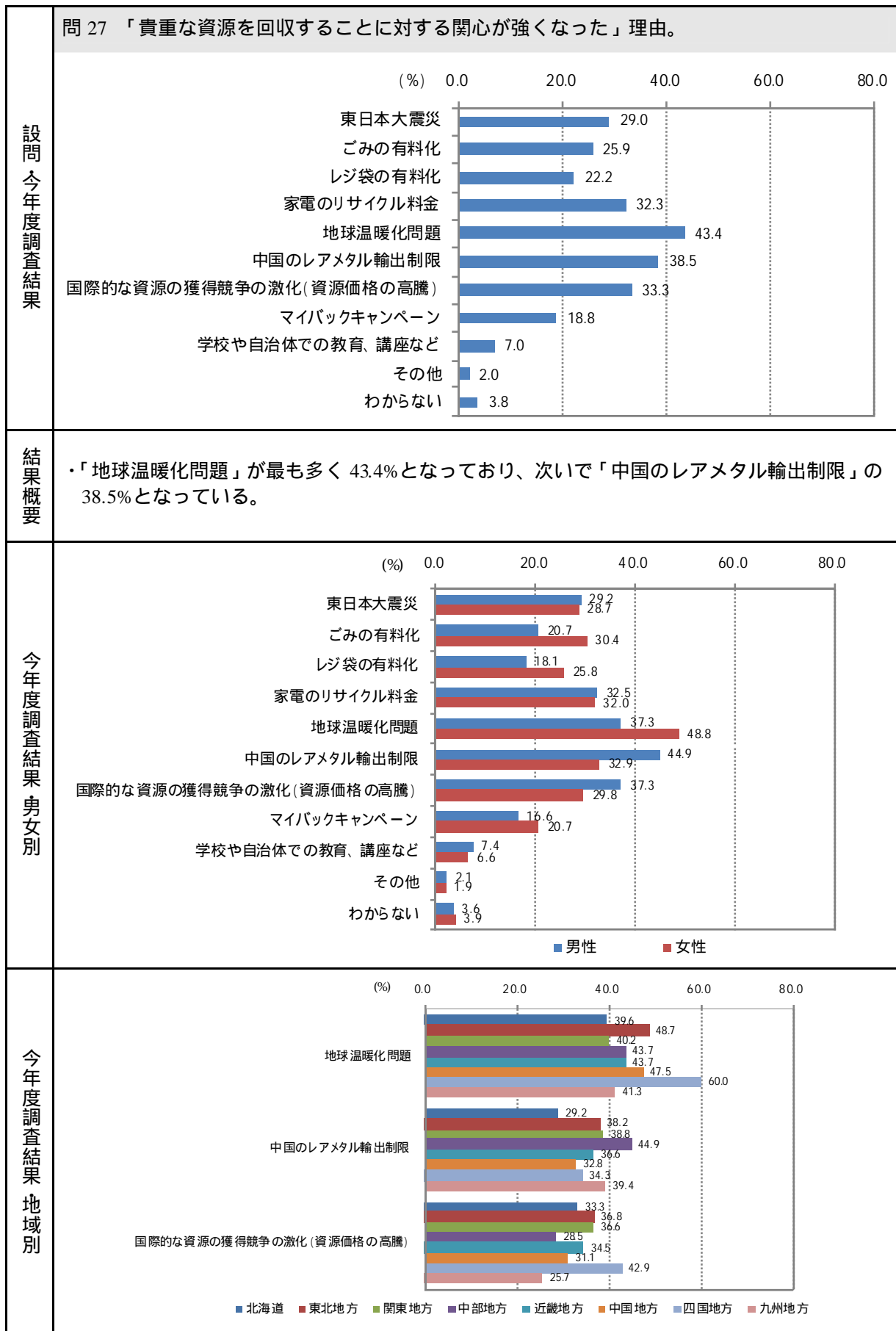




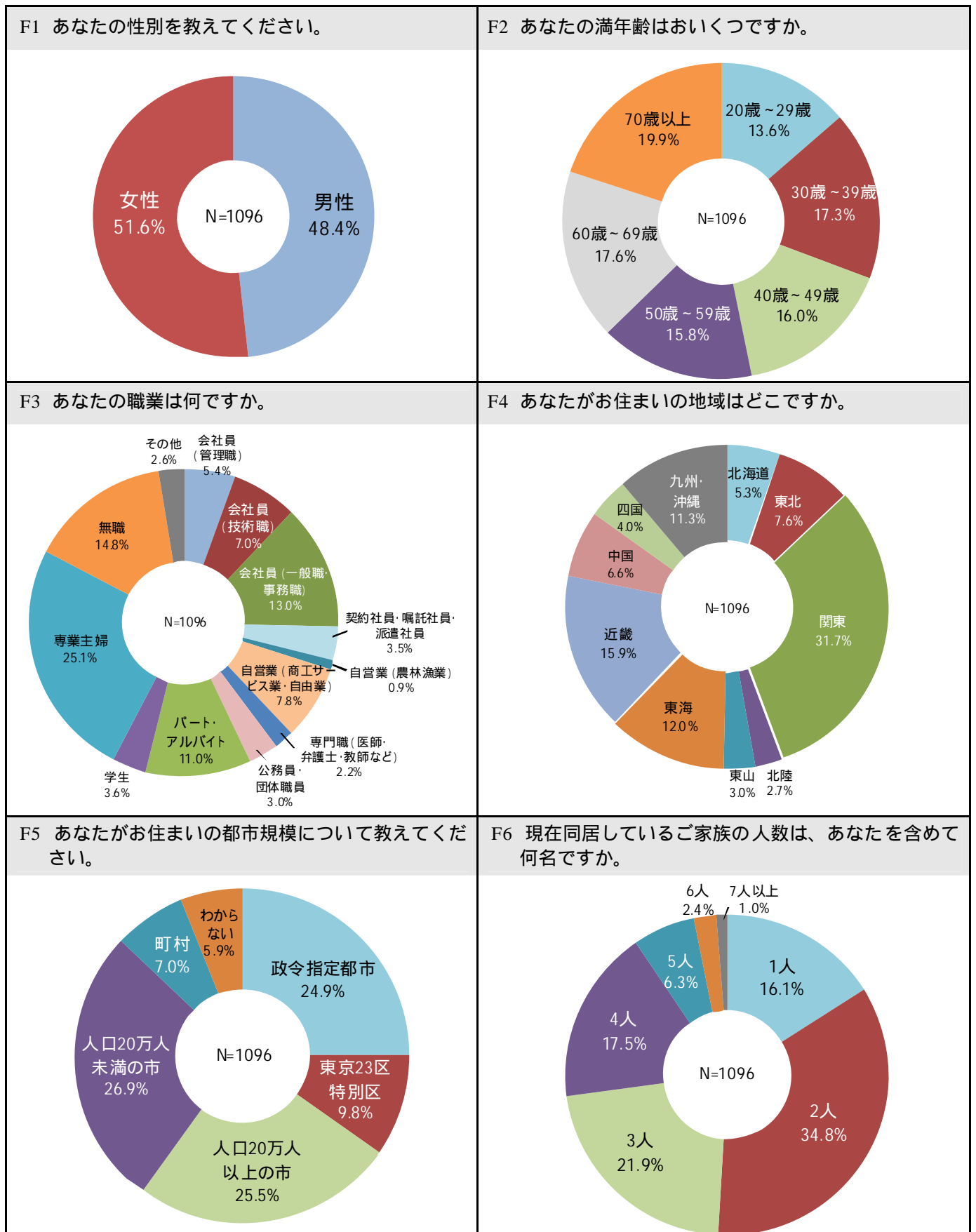




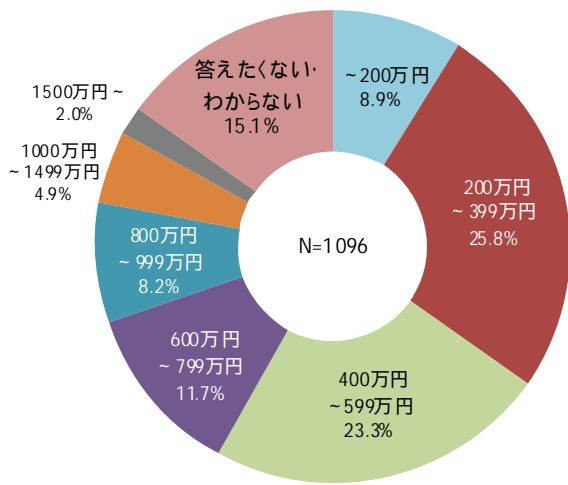




(7) 回答者属性



F7 あなたのご家庭の世帯年収について教えてください。



F8 あなたが最も関心がある環境問題を 1 つだけお選びください。

