

市町村リユースモデル事業
店頭配布アンケート結果概要

<目次>

1 . 店頭配布アンケート調査の概要	2
2 . 店頭配布アンケート調査結果	3
2.1 店頭配布アンケートの結果の概要	3
2.1.1 回答者の属性	3
2.1.2 リユースショップの利用状況、モデル事業の利用意向	6
2.1.3 モデル事業の利用状況	8
2.1.4 買い取ってもらった（査定を依頼した）製品の状況	9
2.1.5 モデル事業への満足度	11
2.1.6 モデル事業の改善点	13

1. 店頭配布アンケート調査の概要

モデル事業を通じてリユースショップを利用した住民に対してアンケート調査を実施し、利用状況や満足度・課題等を把握する。

(1) 調査概要

調査対象：モデル事業期間中にリユースショップに使用済製品を引き渡した住民

調査方法：リユースショップに使用済製品を引き渡す際、調査票を手渡し、郵送回収

実施店舗数：35 店舗で実施

(リストとして紹介した全 39 件のうち、宅配買取のみの 4 件を除く)

実施時期：モデル事業期間中に随時実施(平成 23 年 12 月～平成 24 年 2 月末まで)

(2) 設問項目

モデル事業利用者向けアンケートの設問内容を図表 1 に整理する。設問項目は、「モデル事業の認知機会・利用状況」、「モデル事業の満足度及び課題」、「その他」の 3 つに大別される。

図表 1 モデル事業利用者向けアンケート(店頭配布)の設問内容

設問内容		概要
認知機会・ 利用状況	モデル事業の認知機会の把握	モデル事業をどのように知ったのか。
	引渡品目の把握	どのような品目を引き渡したか。 (家具/電化製品/衣類 など)
満足度及び 課題	モデル事業の利用理由	なぜモデル事業を利用したのか。 (行政の紹介だから/場所が近いから/引き渡せる品目と分かったから など)
	モデル事業が無かった場合の取扱	モデル事業が無かった(知らなかった)場合、どのように処理をしていたか。
	モデル事業の満足度の把握	モデル事業利用時の工程ごと(受付時、リユース品の受取時など)の満足度
	モデル事業の課題の把握	ちらし内容やリユースショップの対応の改善点 (掲載店舗数が増える/引取り品目が増える/コンプラ体制の充実 など)
その他	リユースの認知度の変化	モデル事業をきっかけとしてリユースの認知するようになったか。
	今後の利用意向	事業終了もリユースショップを利用したいか。

2. 店頭配布アンケート調査結果

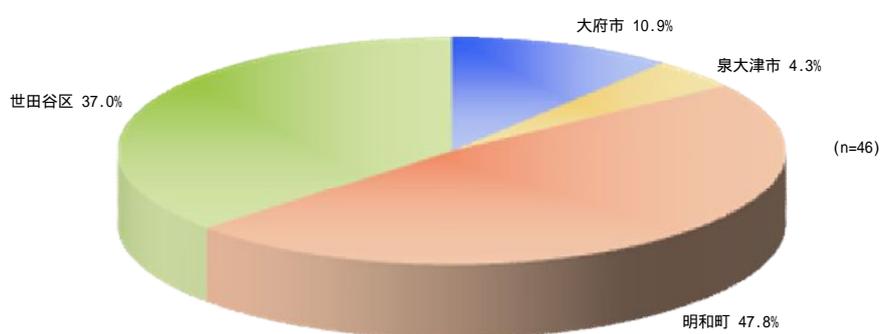
2.1 店頭配布アンケートの結果の概要

2.1.1 回答者の属性

(1) 回答アンケートの概要

アンケート回収数 46 件のうち、「明和町」は 47.8% (22 件)、「世田谷区」は 37.0% (17 件)、「大府市」10.9% (5 件)、「泉大津市」4.3% (2 件)であった。

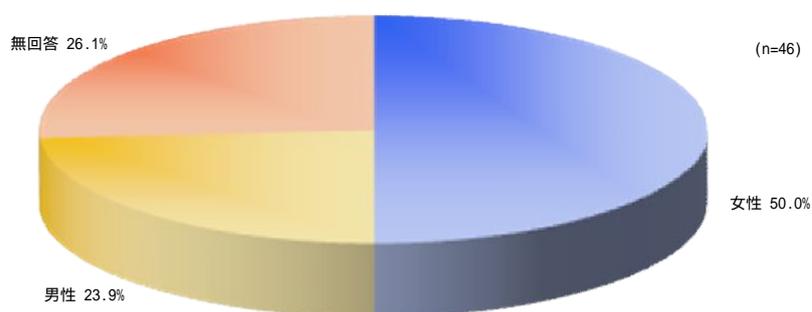
図表 2 回収アンケートの概要



(2) 性別

性別について、「女性」は 50.0%(23 件)、「男性」は 23.9%(11 件)であった。

図表 3 性別 (店頭配布アンケート)



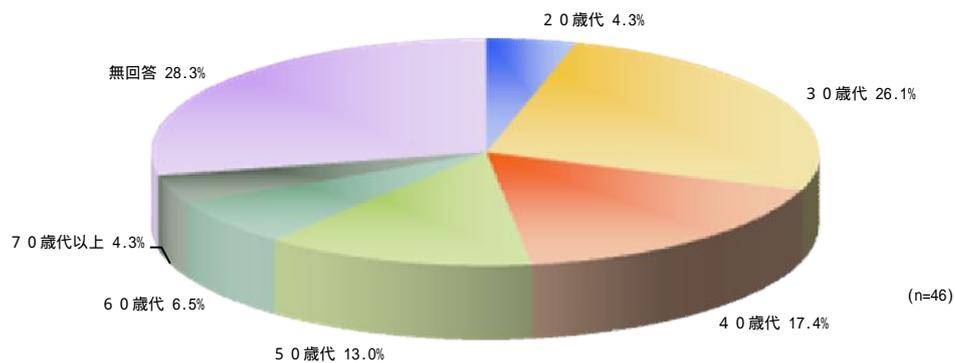
図表 4 性別（市町村別）（店頭配布アンケート）

	合計	女性	男性	無回答
合計	46	23	11	12
	100.0%	50.0%	23.9%	26.1%
大府市	5	3	1	1
	100.0%	60.0%	20.0%	20.0%
泉大津市	2	1	0	1
	100.0%	50.0%	0.0%	50.0%
明和町	22	13	3	6
	100.0%	59.1%	13.6%	27.3%
世田谷区	17	6	7	4
	100.0%	35.3%	41.2%	23.5%

(3) 年齢

年齢について、最も多かったのは「30歳代」で26.1%(12件)、次いで「40歳代」が17.4%(8件)、「50歳代」が13.0%(6件)と続いた。

図表 5 年齢（店頭配布アンケート）



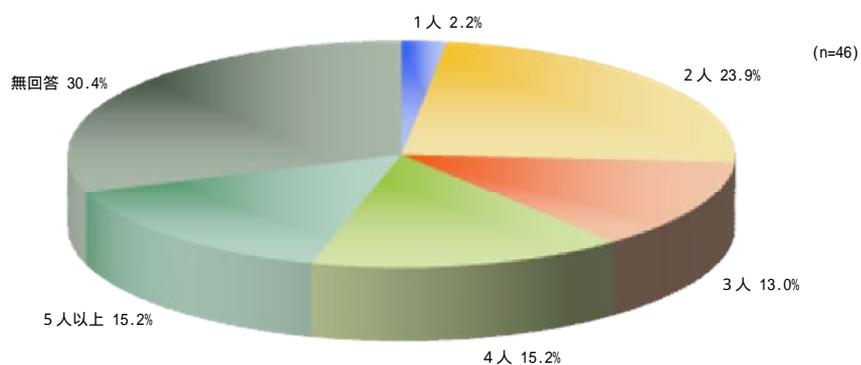
図表 6 年齢（市町村別）（店頭配布アンケート）

	合計	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳以上	無回答
合計	46	2	12	8	6	3	2	13
	100.0%	4.3%	26.1%	17.4%	13.0%	6.5%	4.3%	28.3%
大府市	5	1	0	0	2	0	1	1
	100.0%	20.0%	0.0%	0.0%	40.0%	0.0%	20.0%	20.0%
泉大津市	2	0	1	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
明和町	22	0	7	4	4	0	1	6
	100.0%	0.0%	31.8%	18.2%	18.2%	0.0%	4.5%	27.3%
世田谷区	17	1	4	4	0	3	0	5
	100.0%	5.9%	23.5%	23.5%	0.0%	17.6%	0.0%	29.4%

(4) 世帯人数

世帯人数について、最も多かったのは「2人」で23.9%（11件）、次いで「4人」と「5人以上」がそれぞれ15.2%（7件）と続いた。

図表 7 世帯人数（店頭配布アンケート）



図表 8 世帯人数（市町村別）（店頭配布アンケート）

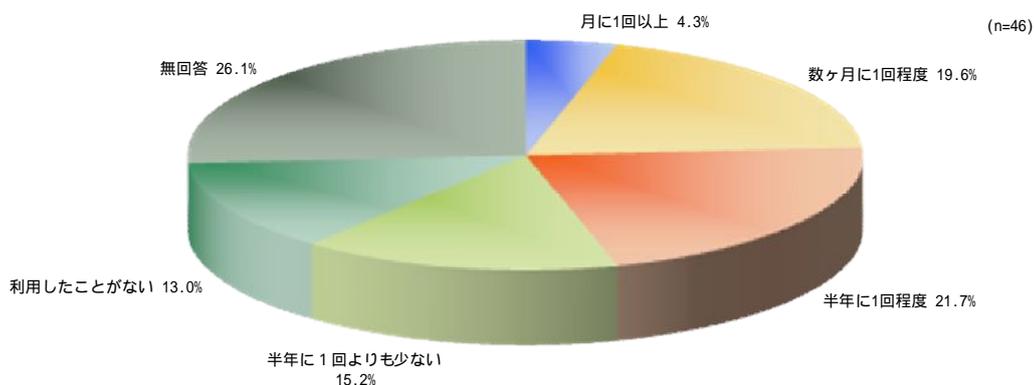
	合計	1人	2人	3人	4人	5人以上	無回答
合計	46	1	11	6	7	7	14
	100.0%	2.2%	23.9%	13.0%	15.2%	15.2%	30.4%
大府市	5	0	2	1	0	1	1
	100.0%	0.0%	40.0%	20.0%	0.0%	20.0%	20.0%
泉大津市	2	0	1	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%
明和町	22	0	2	4	6	4	6
	100.0%	0.0%	9.1%	18.2%	27.3%	18.2%	27.3%
世田谷区	17	1	6	1	1	2	6
	100.0%	5.9%	35.3%	5.9%	5.9%	11.8%	35.3%

2.1.2 リユースショップの利用状況、モデル事業の利用意向

(1) これまでのリユースショップの利用頻度

これまでのリユースショップの利用頻度（買取依頼、中古品の購入のいずれも対象）について、最も多かったのは「半年に1回程度」で21.7%（10件）、次いで「数ヶ月に1回程度」が19.6%（9件）、「半年に1回より少ない」が15.2%（7件）と続いた。

図表 9 リユースショップの利用頻度（店頭配布アンケート）



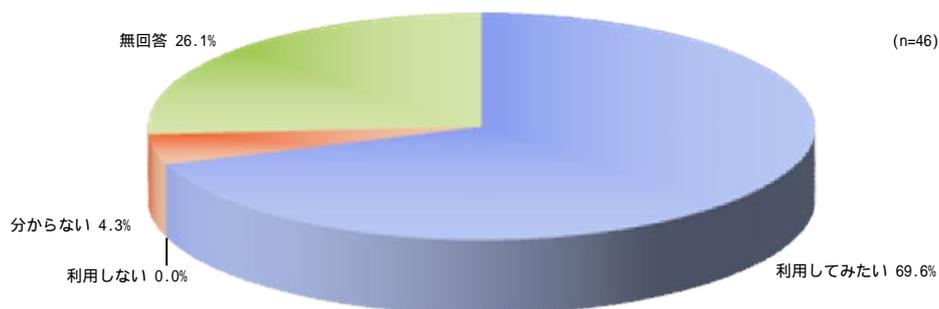
図表 10 リユースショップの利用頻度（市町村別）（店頭配布アンケート）

	合計	月に1回以上	数ヶ月に1回程度	半年に1回程度	半年に1回より少ない	利用したことがない	無回答
合計	46	2	9	10	7	6	12
	100.0%	4.3%	19.6%	21.7%	15.2%	13.0%	26.1%
大府市	5	0	1	0	1	2	1
	100.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	40.0%	20.0%
泉大津市	2	0	0	0	0	1	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%
明和町	22	2	2	7	3	2	6
	100.0%	9.1%	9.1%	31.8%	13.6%	9.1%	27.3%
世田谷区	17	0	6	3	3	1	4
	100.0%	0.0%	35.3%	17.6%	17.6%	5.9%	23.5%

(2) モデル事業が継続された場合の利用意向

モデル事業が継続された場合の利用意向について、最も多かったのは「利用してみたい」で69.6%（32件）、次いで「わからない」が4.3%（2件）、「利用しない」という回答はなかった。

図表 11 モデル事業の今後の利用意向（店頭配布アンケート）



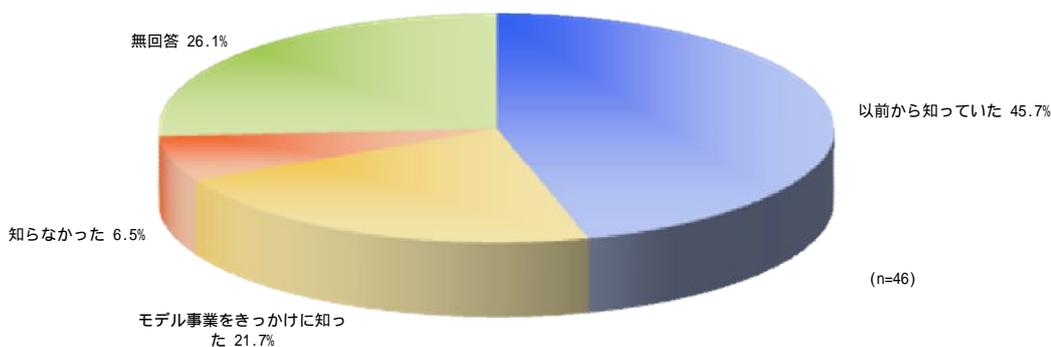
図表 12 モデル事業の今後の利用意向（市町村別）(店頭配布アンケート)

	合計	利用してみたい	利用しない	分からない	無回答
合計	46	32	0	2	12
	100.0%	69.6%	0.0%	4.3%	26.1%
大府市	5	4	0	0	1
	100.0%	80.0%	0.0%	0.0%	20.0%
泉大津市	2	1	0	0	1
	100.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%
明和町	22	16	0	0	6
	100.0%	72.7%	0.0%	0.0%	27.3%
世田谷区	17	11	0	2	4
	100.0%	64.7%	0.0%	11.8%	23.5%

(3) リユースの意義・効果に対する認知状況

リユースの意義・効果（まだ使える製品を再利用することが、資源の有効活用、ごみ削減に繋がること）について、その認知状況を設問した。回答が最も多かったのは「以前から知っていた」で45.7%（21件）、次いで「モデル事業をきっかけに知った」が21.7%（10件）、「知らなかった」が6.5%（3件）となった。

図表 13 リユースの意義・効果の認知状況（店頭配布アンケート）



図表 14 リユースの意義・効果の認知状況（市町村別）（店頭配布アンケート）

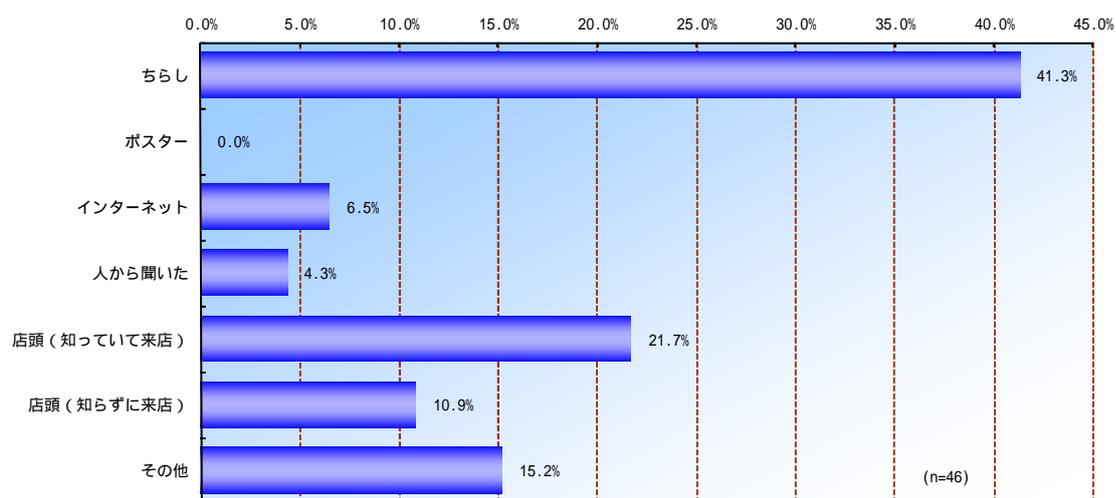
	合計	以前から知っていた	モデル事業をきっかけに知った	知らなかった	無回答
合計	46	21	10	3	12
	100.0%	45.7%	21.7%	6.5%	26.1%
大府市	5	1	3	0	1
	100.0%	20.0%	60.0%	0.0%	20.0%
泉大津市	2	1	0	0	1
	100.0%	50.0%	0.0%	0.0%	50.0%
明和町	22	12	3	1	6
	100.0%	54.5%	13.6%	4.5%	27.3%
世田谷区	17	7	4	2	4
	100.0%	41.2%	23.5%	11.8%	23.5%

2.1.3 モデル事業の利用状況

（1）モデル事業の認知のきっかけ

モデル事業の認知のきっかけについて（複数回答可）、最も多かったのは「ちらし」で41.3%（19件）、次いで「店頭（事前に知っていて来店）」が21.7%（10件）、「その他」が15.2%（7件）と続いた。「その他」は「広報紙」などの回答が多かった。

図表 15 モデル事業の認知のきっかけ（店頭配布アンケート）



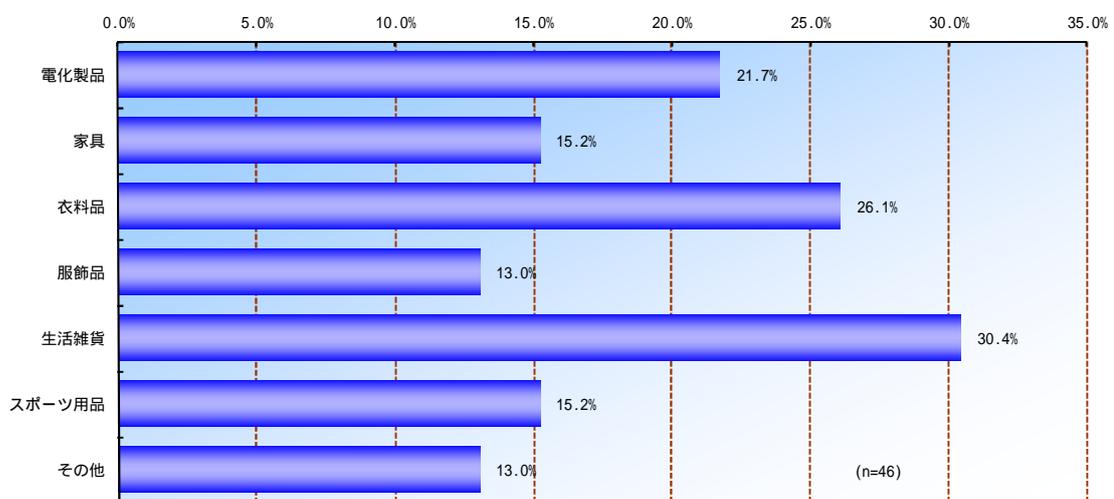
2.1.4 買い取ってもらった（査定を依頼した）製品の状況

モデル事業にてリユースショップに買い取ってもらった製品、査定を依頼した製品について、その取扱について設問した。

(1) 買い取ってもらった（または査定依頼した）製品の種類

リユースショップに買取ってもらった（または査定依頼した）製品の種類について（複数回答可）、最も多かったのは「生活雑貨」で30.4%（14件）、次いで「衣料品」が26.1%（12件）、「電化製品」21.7%（10件）と続いた。「その他」は“書籍”などの回答が多かった。

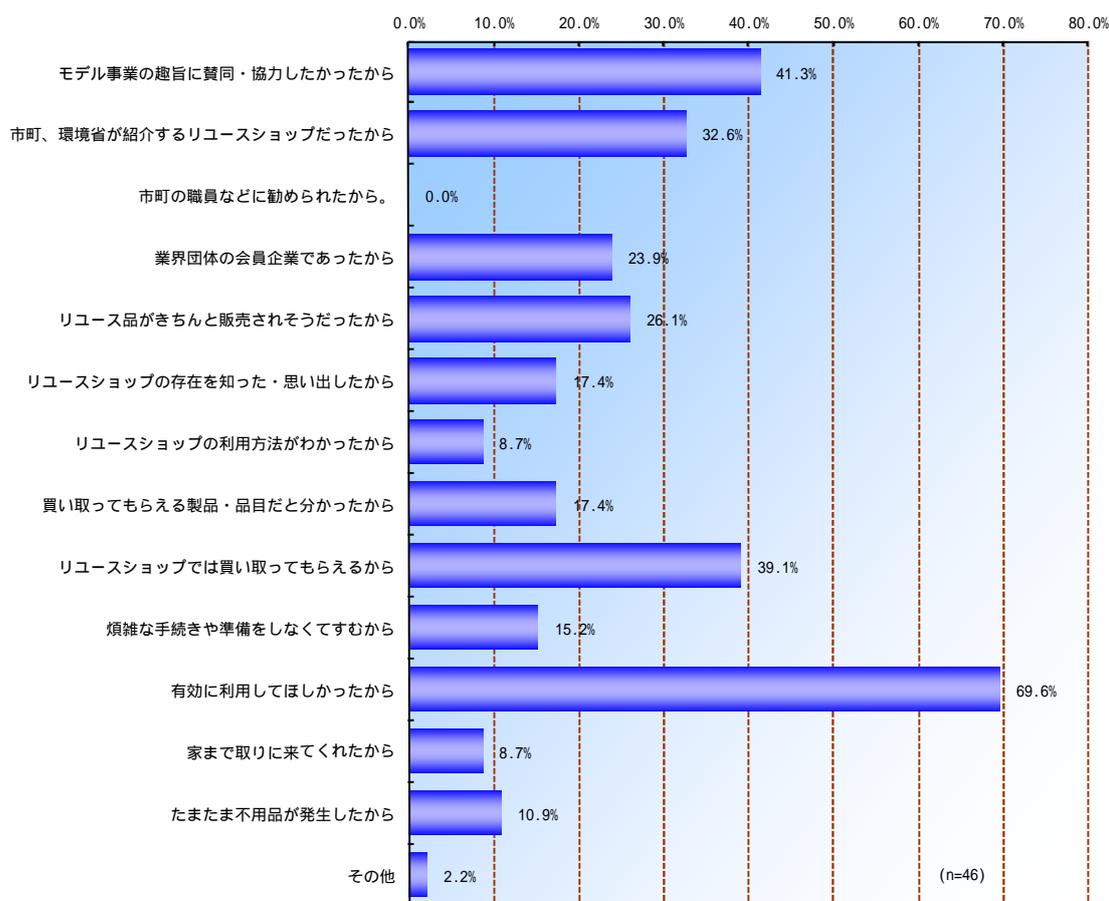
図表 16 買い取ってもらった（または査定依頼した）製品の内訳（店頭配布アンケート）



(2) モデル事業を利用した理由（引き取ってもらおうとした理由）

モデル事業を利用して、リユースショップに引き取ってもらおうとした理由について（複数回答可）、最も多かったのは「有効に利用してほしかったから」で69.6%（32件）、次いで「モデル事業の趣旨に賛同・協力したかったから」が41.3%（19件）、「リユースショップでは買い取ってもらえるから」が39.1%（18件）と続いた。

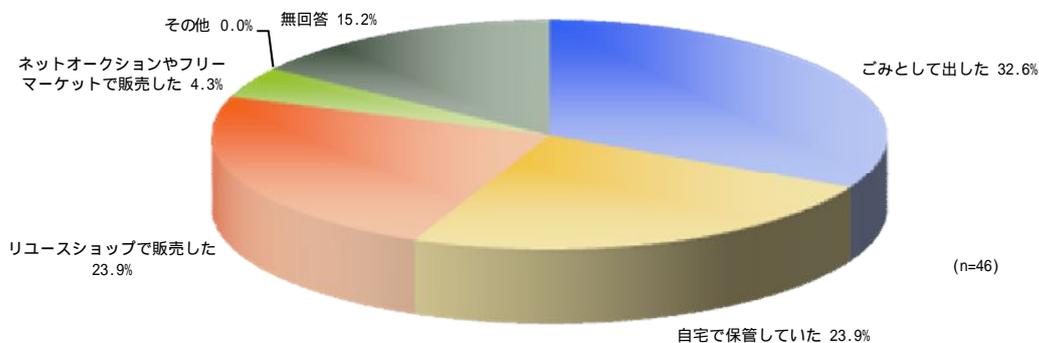
図表 17 モデル事業を利用した理由（店頭配布アンケート）



(3) モデル事業を利用しなかった場合の製品の取扱

モデル事業を利用しなかった場合の製品の取扱について、最も多かったのは「ごみとして出していた」で32.6%（15件）、次いで「リユースショップで販売していた」、「自宅で保管していた」が23.9%（11件）と続いた。

図表 18 利用しなかった場合の処分方法（店頭配布アンケート）



2.1.5 モデル事業への満足度

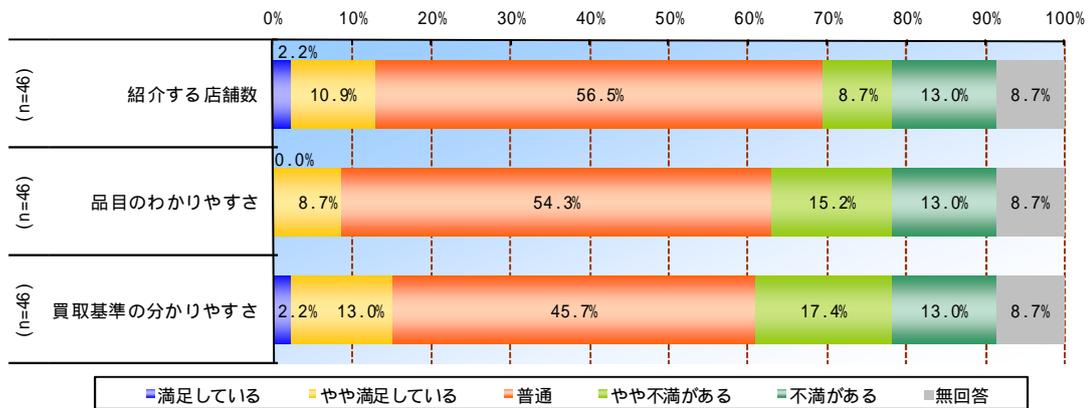
(1) 配布したちらし等への満足度・評価

ちらしやポスター、ウェブサイトでの掲載情報の内容のうち、「紹介する店舗数」、「品目の分かりやすさ」、「買取基準の分かりやすさ」の3項目について、5段階で評価する。

いずれの項目でも、「普通」との回答が最も多い。

「買取基準の分かりやすさ」については、「やや不満である」(17.4%)、「不満である」(13.0%)と評価が低かった。

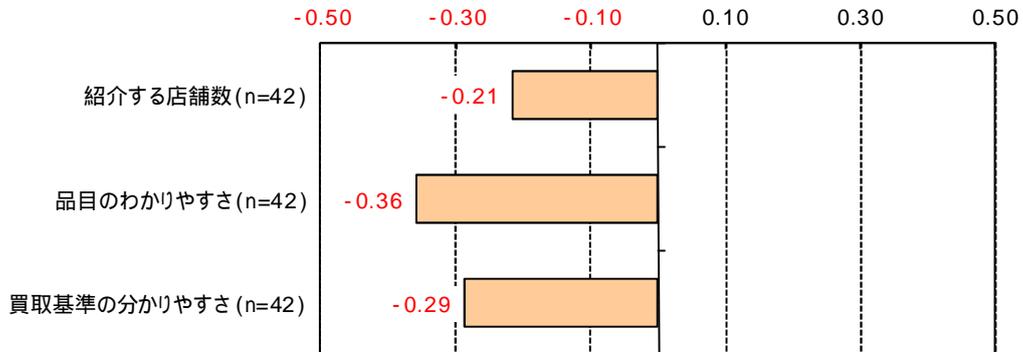
図表 19 ちらし等の掲載内容の評価(店頭配布アンケート)



ちらしやポスター、ウェブサイトでの掲載情報の内容についての満足度・評価をスコア化して示す。「満足しているとの回答」を2点、「やや満足している」を1点、「普通」を0点、「やや不満がある」を-1点、「不満がある」を-2点としてスコア化、回答者数で除し平均を求める。

いずれの項目も評価は負の値となっている。「紹介する店舗数」は-0.21ポイント、「買取基準の分かりやすさ」については-0.29ポイントであった。「品目のわかりやすさ」は-0.36ポイントと最も低くなっている。

図表 20 ちらし等の掲載内容への評価(スコア化)(店頭配布アンケート)



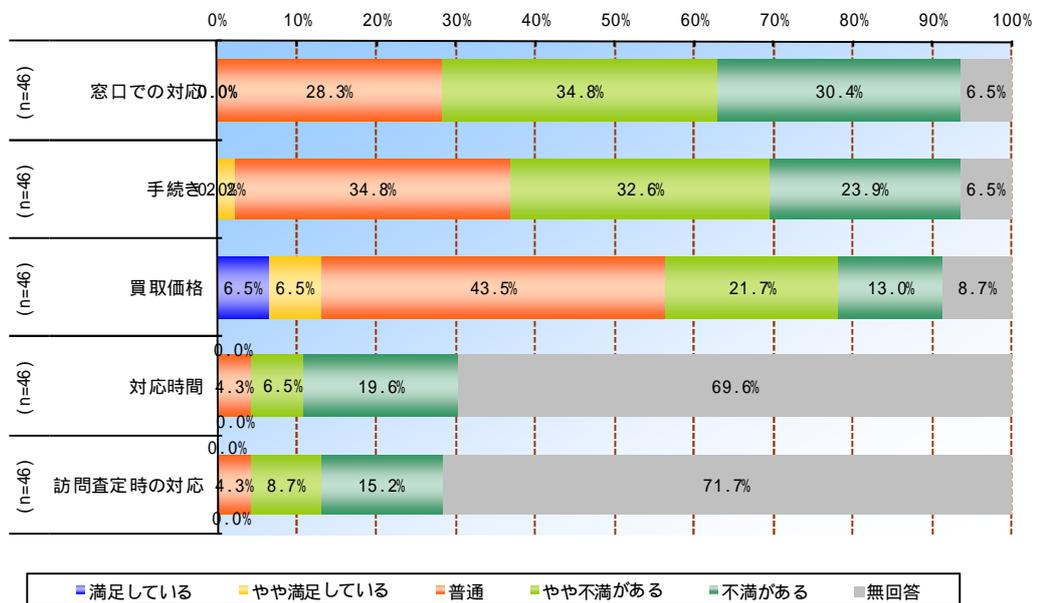
各項目「満足しているとの回答」を2点、「やや満足している」を1点、「普通」を0点、「やや不満がある」を-1点、「不満がある」を-2点としてスコア化(無回答を除く)

(2) 買取を依頼した際の満足度・評価

リユースショップに買取を依頼した際の対応等について、「リユースショップの窓口での対応」、「依頼、査定、買取、支払いに至るまでの手続き」、「買取価格」、「引取依頼から引取りまでの対応時間(出張買取の場合)」、「訪問査定時の対応(出張買取の場合)」の5項目について、5段階で評価する。

「依頼、査定、買取、支払いに至るまでの手続き」、「買取価格」では、「普通」という回答が最も多かったが、「リユースショップの窓口での対応」は「やや不満がある」(34.8%)が最も多く、「引取依頼から引取りまでの対応時間(出張買取の場合)」、「訪問査定時の対応(出張買取の場合)」では、「不満がある」が最も多くなった。

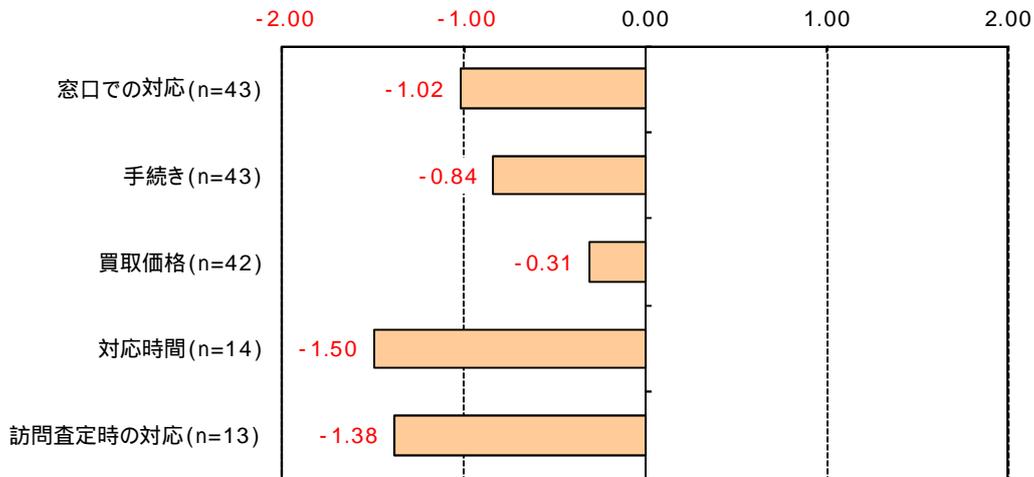
図表 21 リユースショップに対する満足度・評価(店頭配布アンケート)



リユースショップに買取を依頼した際の対応等についての満足度・評価をスコア化して示す。全て負の値であった。

特に「引取依頼から引取りまでの対応時間(出張買取の場合)」(-1.50ポイント)「訪問査定時の対応(出張買取の場合)」(-1.38ポイント)と低くなっている。

図表 22 リユースショップに対する満足度・評価（スコア化）
（店頭配布アンケート）

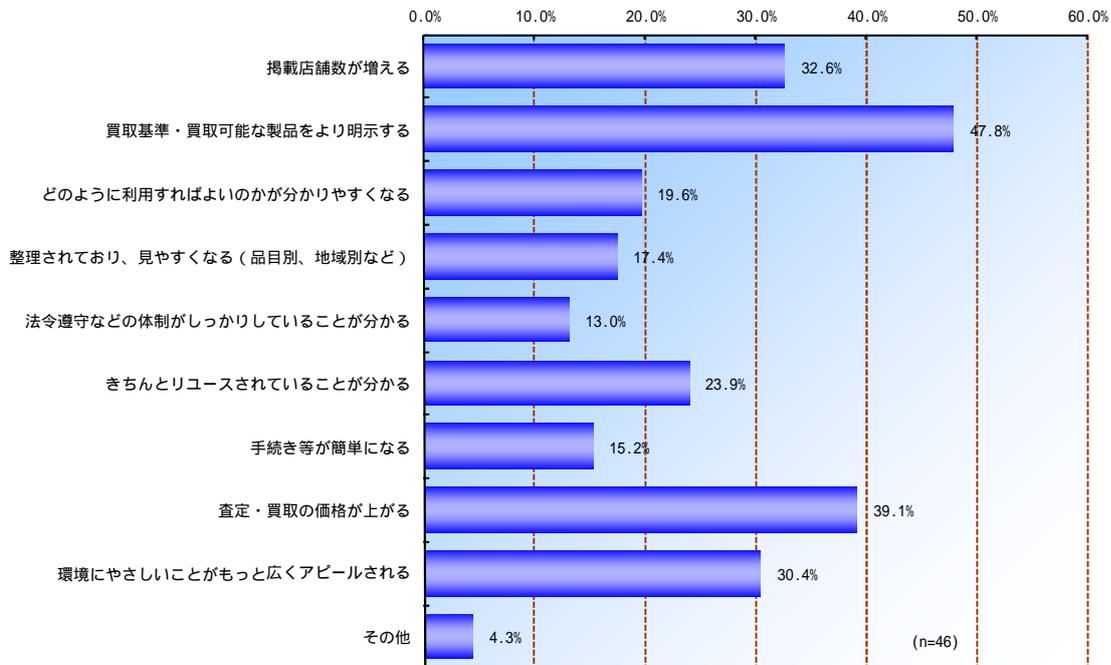


各項目「満足しているとの回答」を2点、「やや満足している」を1点、「普通」を0点、「やや不満がある」を-1点、「不満がある」を-2点としてスコア化（無回答を除く）

2.1.6 モデル事業の改善点

改善点について（複数回答可）最も多かったのは「買取基準・買取可能な製品をより明示する」で47.8%（22件）、次いで「査定・買取の価格が上がる」が39.1%（18件）、「掲載店舗数が増える」が32.6%（15件）と続いた。

図表 23 モデル事業の改善点（店頭配布アンケート）



（以上）