

平成21 年度

# フィールドワーク調査報告書

第 7 号

淑 徳 大 学 総 合 福 祉 学 部  
人 間 社 会 学 科

## はしがき

本報告書は、総合福祉学部人間社会学科の「フィールドワークⅠ」および「フィールドワークⅡ」を履修した学生の、1年間にわたる調査研究の成果である。

本学人間社会学科のカリキュラムの1つの大きな特徴は、社会学の研究方法としての社会調査について、学生が体系的に学習することを可能としている点にある。1・2年次に必修科目として統計学および質的・量的調査の方法について計6科目を学び、3年次には「フィールドワークⅠ・Ⅱ」のほか「応用統計解析」を選択科目として履修することができる。前・後期あわせて通年でとりくむ「フィールドワークⅠ・Ⅱ」は選択科目であるが、社会調査法と統計解析について1・2年次で身につけてきた学習内容の集大成として、個別の研究テーマの設定から、テーマに関する仮説の検討、調査の方法的枠組みと分析方法の検討、調査対象の選定と調査票の作成、実査、データの集計、結果の解析、そして報告書による成果の公表にいたる一連の過程に、学生が主体となって取り組むものである。平成21年度の担当教員は、榎渕俊子・磯岡哲也の2名、社会調査助手・本多敏明、教育助手補・庄司壮であり、履修学生は17名であった。17名全員はすでに(社)社会調査協会の「社会調査士資格(見込み)」の認定を得ており、この「フィールドワークⅠ」「フィールドワークⅡ」の単位取得をもって、資格取得に必要な科目を履修済みとなる。

今年度は、昨年度と同様に、千葉市を対象地域として「環境問題と生活様式」をテーマに調査研究を実施した。昨年度は千葉市6区のうち中央区・若葉区・緑区を対象とし、今年度は花見川区・稲毛区・美浜区を対象とした。今年度と昨年度をあわせて千葉市住民を対象としたひとまとまりの調査とみることもできる(補論参照)。

振り返ってみると、2009年は、いわゆる「エコカー減税」「エコカー補助金」「エコポイント」など、政府の環境・経済政策によって、各家庭が経済(エコノミー)面と環境負荷(エコロジー)面の双方から関心を高めた年であった。環境問題への取り組みは、政府、家庭、地域、マスコミなど多様な主体の多様な関わりのもとで展開されている。これらの問題・取り組みのありようを、千葉市の20歳から69歳の男女を対象に生活様式との関連で総合的に考察することが本調査の目的である。

統計的調査は調査票を用いた郵送調査を実施した。調査票の作成にあたっては、20歳から69歳の方々からインテンシブなインタビュー調査も併せて実施した。学生たちは、自分とは違う世代・生活様式の方々の話から大変な刺激を受け、その後も熱心に調査票の作成、データの集計・分析に取り組んだ。調査研究は調査対象者のご協力によってはじめて成し遂げられる。郵送調査にご協力いただいた千葉市民、インタビュー調査にご協力いただいた方々に心より感謝申し上げる。また、サンプリングにあたっては、各区役所の市民課にお世話になった。記して厚くお礼申し上げる。

これから時代に求められる大学のあり方として、研究事業や教育の他に地域貢献が求められるとするならば、大学が立地する地域の社会問題を授業の一環として調査研究することも大学としての重要な地域貢献のあり方だと考える。地域をよく知ることは地域をよく生きることにつながる。1年間という短い期間ながら学生たちが懸命に取り組んだ本調査の成果が、地域をよく知ることの一助になれば幸いである。

平成22年3月

総合福祉学部教授 榎渕俊子 磯岡哲也



## 目 次

はしがき .....	榎瀬 俊子・磯岡 哲也	i
目次 .....		iii
1 章 問題意識と研究テーマ .....	本多 敏明	1
2 章 統計的調査の概要 .....		2
1. 調査の目的と調査票の概要	庄司 壮	2
2. 調査の名称と調査の主体	庄司 壮	3
3. 調査対象	庄司 壮	3
4. 統計的調査の方法	庄司 壮	4
5. 調査対象者の基本属性	田中 千尋	4
3 章 千葉市の概要 .....		6
1. 花見川区の地域特性	小川 円・平野由香里・花澤 千尋	6
2. 稲毛区の地域特性	古谷 香奈・武林美由紀・大西なつの	9
3. 美浜区の地域特性	佐藤 純・町山 恵理・我妻 麻美	12
4. 千葉市の環境行政	平川 桃子・並木 正典	15
5. 千葉市のごみ行政	小川 裕哲・関吉 広亮・品田 裕太	17
6. 千葉市の食にかかわる行政	三上 大貴	19
7. 最近の国の環境行政	佐野まどか	21
4 章 社会規範・地域活動への参加とエコ行動 .....		22
1. 規範的な行動と資源の節約	我妻 麻美	22
2. 地域活動への参加とごみ出しルールの把握	品田 裕太	27
5 章 環境政策・環境問題に関する理解度とエコ行動 .....		31
1. 政府の環境政策理解度の規定要因	平川 桃子	31
2. 環境問題に関する理解度とエコ行動	花澤 千尋	36
6 章 流行・メディア・情報との接触とエコ行動 .....		40
1. 流行・メディアとの接触と環境問題に関する理解度	武林美由紀	40
2. ライフスタイルとごみの廃棄行動	田中 千尋	45
3. メディアとの接触とエコ行動	小川 円	50
7 章 身の回りの生活・意識とエコ行動 .....		55
1. 食材購入時の安全性重視度と買い物時のエコ意識	三上 大貴	55
2. もったいない意識とエコ行動	町山 恵理	60
3. 買い物とエコ行動	古谷 香奈	64

8 章 生活のゆとりとエコ行動	68
1. 時間的余裕と身近なエコ行動	平野由香里 … 68
2. 世帯収入とグリーン購入	関吉 広亮 … 73
3. 経済的余裕と節約行動	佐野まどか … 78
4. 将来の不安と節約行動	並木 正典 … 82
5. 経済状況とエコグッズ	佐藤 純 … 86
9 章 家事・家族類型とエコ行動	90
1. 家事の担当とごみ減量行動	小川 裕哲 … 90
2. 家族類型とエコ行動	大西なつの … 95
補論：生活様式と環境問題	本多 敏明 … 99
あとがき	本多 敏明・庄司 壮 … 105

## 附録

事例調査	
(4章・1-2 5章・1-2 6章・1-3 7章・1-3 8章・1-5 9章・1-2)	… 107
単純集計表	… 123
調査票	… 135

# 1章 問題意識と研究テーマ

本多敏明

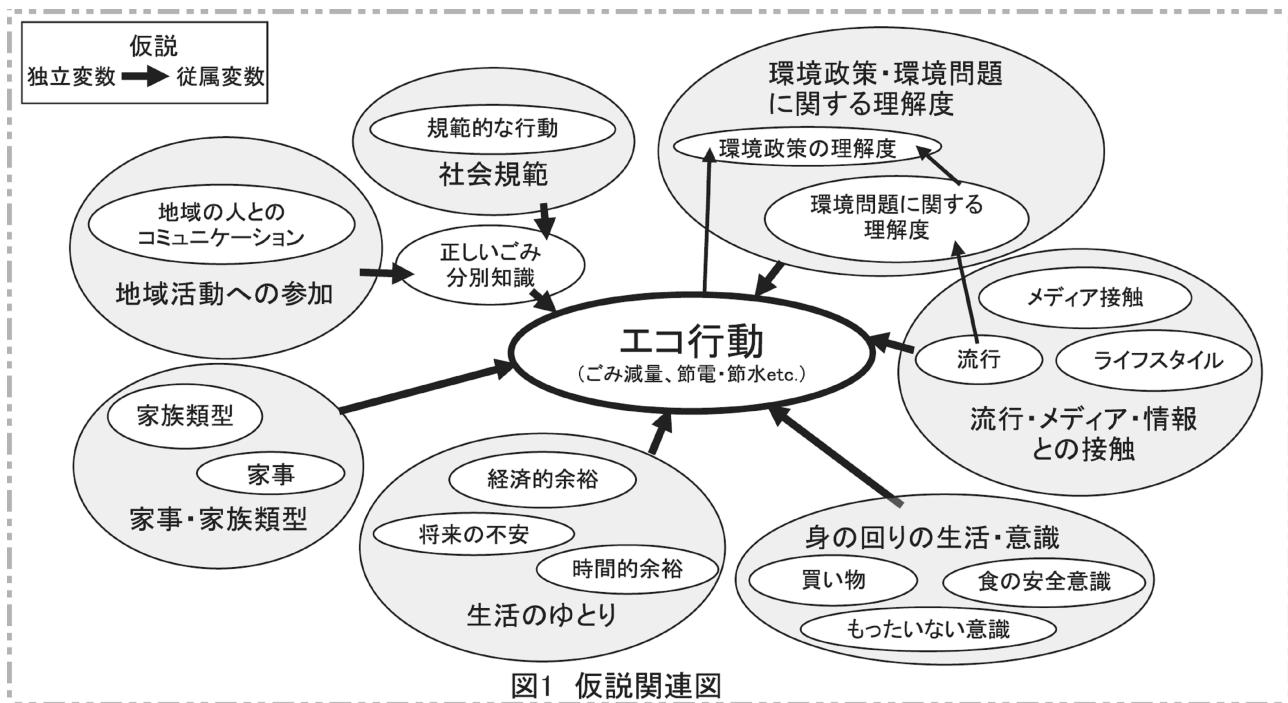
## 1. はじめに

2008年と2009年の2年にわたって、「環境問題と生活様式」を研究テーマとして調査を実施した。2008年は千葉市6区のうち中央区・若葉区・緑区の3区を対象とし、2009年は花見川区・稲毛区・美浜区の3区を対象とした。ともに対象者は、千葉市に居住する20~69歳の男女とした。

## 2. 事例調査による問題意識の明確化

自らの問題意識の明確化を行うために、17名全員が2009年5月下旬から6月上旬にかけて、調査対象者と同じ20歳から69歳までの男女（千葉市居住者に限らない）1名以上に自由面接法によるインタビュー調査を行った（詳しくは附録の「事例調査」参照）。その結果を踏まえて明確化された、各自の問題意識・仮説は、図1のようにまとめられる。

中央の「エコ行動」が（ほぼ全員の）従属変数であり、周囲をとり囲む7つの円が独立変数を示している。独立変数は大きく①「社会規範」、②「環境政策への関心・環境問題に対する理解度」、③「流行・メディア・情報との接触」、④「身の回りの生活に関わる意識」、⑤「生活のゆとり」、⑥「家事・世帯構成」、⑦「地域との関わり」の7群に分けられる。



①と②と③は、いわば個人の外部からの影響がエコ行動にいかなる影響を及ぼすかを探る仮説群である。①は社会規範が、②は環境政策や環境問題に関する意識が、③は（環境政策や環境問題に限定されず）一般的な流行やメディアとの接触行動がそれぞれエコ行動に与える影響を探っている。

④と⑤は、個人の意識や状況がエコ行動にどのような影響を与えるかを探る仮説群である。④は食の安全意識やもったいない意識が、⑤は（時間的・経済的）ゆとりあるいは将来の不安がそれぞれエコ行動といかなる関連をもっているかを探っている。

⑥と⑦は、身近な他者との関係がエコ行動に対してもつ影響を探る仮説群である。⑥は家族との関係が、⑦は地域との関わりが、それぞれエコ行動に与える影響を探っている。

以上の問題意識からそれぞれの仮説検証を進めていきたい。

## 2章 統計的調査の概要

### 1. 調査の目的と調査票の概要

庄司壯

#### 1. 1 調査の目的

この調査は、環境問題と生活様式に関して、1章で述べた問題意識を明らかにするために行った。

#### 1. 2 調査票の概要

調査を行うにあたって、以下の質問項目を設定し、調査票を作成した（附録の「調査票」参照）。

- 居住区に関する項目 (Q1)
- 性別に関する項目 (Q2)
- 年齢に関する項目 (Q3)
- 環境対策の理解度に関する項目 (Q4)
- 普段行っているエコ行動の頻度に関する項目 (Q5)
- 「節水」の効果の認識に関する項目 (Q6)
- エコバッグ所持に関する項目 (Q7)
- エコバッグの使用頻度に関する項目 (Q8)
- エコバッグの使用動機に関する項目 (Q9)
- 衣類をごみとして捨てる理由に関する項目 (Q10)
- 買い物をする際の配慮に関する項目 (Q11)
- 省エネ家電の購入に関する項目 (Q12)
- 省エネ家電を購入する理由に関する項目 (Q13)
- 省エネ家電を購入しない理由に関する項目 (Q14)
- エコカーの購入に関する項目 (Q15)
- エコカーを購入する理由に関する項目 (Q16)
- エコカーを購入しない理由に関する項目 (Q17)
- 千葉市で可燃ごみとして出せるものの知識に関する項目 (Q18)
- 千葉市の資源ごみを出せる曜日の把握に関する項目 (Q19)
- ごみの分別の頻度に関する項目 (Q20)
- 装飾品に1ヶ月に使える金額に関する項目 (Q21)
- 食品・食材の購入での配慮に関する項目 (Q22)
- メディア接触頻度に関する項目 (Q23)
- 流行への敏感さ・流されやすさに関する項目 (Q24)
- もったいない意識に関する項目 (Q25)
- 家事の担当に関する項目 (Q26)
- 規範的な行動の頻度に関する項目 (Q27)
- 地域活動への参加頻度に関する項目 (Q28)
- 生活の余裕に関する項目 (Q29)
- 将来の不安に関する項目 (Q30)
- 職業に関する項目 (Q31)
- 1週間の労働時間に関する項目 (Q32\_a)
- 1週間の労働日数に関する項目 (Q32\_b)
- 居住年数に関する項目 (Q33)
- 世帯人数に関する項目 (Q34)
- 世帯構成に関する項目 (Q35)
- 世帯の年収に関する項目 (Q36)

## 2. 調査の名称と調査の主体

### 2. 1 調査の名称

「環境問題と生活様式に関するアンケート」

### 2. 2 調査の主体

淑徳大学総合福祉学部人間社会学科

2009年度「フィールドワークⅠ」「フィールドワークⅡ」受講生

田中 千尋	三上 大貴	平川 桃子	町山 恵理	小川 円
平野 由香里	並木 正典	佐藤 純	我妻 麻美	
佐野 まどか	古谷 香奈	小川 裕哲	関吉 広亮	
武林 美由紀	大西 なつの	品田 裕太	花澤 千尋	

調査責任者

淑徳大学教授 植瀬 俊子

社会調査助手 本多 敏明

淑徳大学教授 磯岡 哲也

教育助手補 庄司 壮

## 3. 調査対象

### 3. 1 母集団

千葉市3区（花見川区、稲毛区、美浜区）在住の20代～60代の男女。千葉市を選定したのは、千葉市がさまざまな住民が混住する都市近郊の特色を表わしていると考えられるためである。その中で20代～60代の男女を選定したのは、環境問題が年齢や性別に関係なく全ての住民に関わる問題であるためである。

平成21年3月1日現在において、千葉市3区（花見川、稲毛区、美浜区）の住民基本台帳に記載されている20代～60代の男女は339,755人であった。

### 3. 2 対象者

千葉市花見川区、稲毛区、美浜区在住の20代～60代の男女の中から無作為に抽出した1,400名

### 3. 3 選定方法

以下の手順に従って、確率比例抽出法により抽出をした。確率比例抽出法は、第1段階の第1次抽出単位ではその大きさに比例した確率でランダムに抽出し、第2段階では抽出された第1次抽出単位にその大きさに関係なく同数の標本を割り当てる方法である。

- ① 1地点（町丁）ごとに40名を抽出し、合計1,400人を抽出するために第1次抽出単位として35地点を選定することにする。 $(1,400 \text{ (人)} \div 40 \text{ (人)}) = 35 \text{ (地点)}$
- ② 平成21年3月1日現在、千葉市花見川区、稲毛区、美浜区の全196町丁のうち20代～60代の男女の人数が50人以下の町丁は隣接する町丁とまとめ、第1次抽出単位の町丁数を187町丁とした。
- ③ 母集団の人数（339,755人）を抽出する地点数（35）で割り、第1次抽出単位の抽出間隔を決める。その結果、抽出間隔は9,702（人）となる。
- ④ ランダムに決定した4ケタの番号をスタート番号として、そこから9,702間隔で該当した地点を抽出する。この作業を繰り返して、35地点を抽出する。例えば、スタート番号が1,234であった場合には、1,234（第1地点）、 $1,234 + 9,702 = 10,936$ （第2地点）、 $10,936 + 9,702 = 20,638$ （第3地点）と順に選択していく、331,102（第35地点）となる。
- ⑤ 抽出した35地点から、各地点ごとに40人ずつを抽出して1,400人を抽出する。 $(35 \text{ (地点)} \times 40 \text{ (人)}) = 1,400 \text{ (人)}$

#### 4. 統計的調査の方法

郵送調査法（調査票を対象者に郵送し、対象者が調査票に記入し、返送する調査方法）

調査時期 平成21年9月4日（金）～9月25日（金）

回収結果 有効回収数（率） 366票（26.1%）

（内訳） 花見川区 23.3%（121/520票）

稲毛区 24.5%（108/440票）

美浜区 29.5%（130/440票）

#### 5. 調査対象者の基本属性

A72011 田中千尋

##### 5. 1 居住区

表1 居住区(本調査の回答者)

	度数(人)	相対度数(%)
花見川区	121	33.7
稲毛区	108	30.1
美浜区	130	36.2
計	359	100.0

欠損値=7

参考:千葉市3区の20～69歳人口(居住別)

	度数(人)	相対度数(%)
花見川区	125,265	36.9
稲毛区	108,144	31.8
美浜区	106,385	31.3
計	339,794	100.0

※平成21年9月30日現在

美浜区が36.2%（130人）と最も多く、花見川区33.7%（121人）、稲毛区30.1%（108人）と続いた。千葉市3区と比べると美浜区の割合がやや多いものの、3区とも約30%ずつを占めている。

##### 5. 2 性別

表2 性別(本調査の回答者)

	度数(人)	相対度数(%)
男性	136	37.6
女性	226	62.4
計	362	100.0

欠損値=4

参考:千葉市3区の20～69歳人口(性別)

	度数(人)	相対度数(%)
男性	170,866	50.3
女性	168,928	49.7
計	339,794	100.0

※平成21年9月30日現在

住民基本台帳に記載されている3区の男女人口はほぼ半々であるが、本調査では男性は37.6%（136人）、女性は62.4%（226人）と女性のほうが多いかった。

##### 5. 3 年齢

表3 年齢(10歳ごと)(本調査の回答者)

	度数(人)	相対度数(%)
20歳代	33	9.1
30歳代	59	16.3
40歳代	72	19.9
50歳代	87	24.1
60歳代	110	30.5
計	361	100.0

欠損値=5

参考:千葉市3区の20～69歳人口(年代別)

	度数(人)	相対度数(%)
20歳代	55,739	16.4
30歳代	82,651	24.3
40歳代	70,097	20.6
50歳代	58,926	17.3
60歳代	72,381	21.3
計	339,794	100.0

※平成21年9月30日現在

20歳代の回答者が9.1%（33人）と最も少なく、60歳代が30.5%（110人）と最も多かった。千葉市3区と比べると、20・30歳代の回答者が約7~8%も少なく、50・60歳代の回答者が多かった。

## 5. 4 家族類型

一人暮らしは 9.6% (35 人)、夫婦のみ 24.2% (88 人)、核家族 a (配偶者と子ども) は 42.9% (156 人)、核家族 b (親と子兄弟姉妹) は 9.1% (33 人)、3 世代は 4.7% (17 人)、4 世代以上は 0.5% (2 人)、その他は 9.1% (33 人) であった。

表4 家族類型(本調査の回答者)

	度数(人)	相対度数 (%)
一人暮らし	35	9.6
夫婦のみ	88	24.2
核家族a (配偶者と子ども)	156	42.9
核家族b (親と子兄弟姉妹)	33	9.1
3 世代	17	4.7
4 世代以上	2	0.5
その他	33	9.1
計	364	100.0
		欠損値=2

## 5. 5 職業

最も多かったのは「正社員」の 28.4% (100 人) であった。次に多かったのは、「専業主婦」の 23.9% (84 人) であった。女性が 226 人（表 2 参照）いる中で「専業主婦」が 84 人という結果から、女性が社会に進出していることが伺える。また、「無職」は 11.6% (41 人) であった。

表5 職業(本調査の回答者)

	度数(人)	相対度数 (%)
正社員	100	28.4
パートタイマー	70	19.9
派遣社員	8	2.3
公務員・団体職員	22	6.3
自営業・農林業	13	3.7
その他	14	4.0
専業主婦	84	23.9
無職	41	11.6
計	352	100.0
		欠損値=14

## 5. 6 世帯収入

「300 万以上 500 万未満」が最も多く、25.1% (89 人) であった。続いて、20.3% (72 人) の「700 万以上 1000 万未満」、さらに「100 万以上 300 万未満」と「500 万以上 700 万未満」は同率 16.9% (60 人) であった。

表6 世帯収入(本調査の回答者)

	度数(人)	相対度数 (%)
100万未満	6	1.7
100万以上300万未満	60	16.9
300万以上500万未満	89	25.1
500万以上700万未満	60	16.9
700万以上1000万未満	72	20.3
1000万以上	68	19.2
計	355	100.0
		欠損値=11

## <参考資料>

千葉市企画調整局統計課「千葉市：人口統計」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/jinkou.html>, 2010.2.2) .

### 3章 千葉市の概要

#### 1. 花見川区の地域特性

A72085 小川円 A72095 平野由香里 A72113 花澤千尋

##### 1. 1 花見川区の特色

花見川区は千葉市の北西部に位置し、今回の調査で対象にしている3区の中で一番人口が多く、18万人を越える人々が生活している。

区域を縦断する花見川の流域では、都市型農業が営まれている。内陸部には製造業を中心とした工場が進出している。南部では、交通網の発達により商業施設の集積が見られる。

区は、恵まれた自然環境と地理的条件を活用し、都市と自然の調和を図りながら、「川と緑の魅力が活きる 心と心の通う町」の実現をめざしている。

南部にはJR総武線や京成線が通り、JR検見川駅・幕張駅周辺には商業施設の集積が見られ、JR幕張本郷駅周辺は幕張新都心の玄関口として発展をつづけているため、第3次産業の発達が著しい。また、内陸部には製造業を中心とした工場が進出し、工業団地が形成されている。

##### 1. 2 花見川区の人口構成

千葉市企画調整局統計課より毎年刊行される人口統計の情報を元に花見川区の人口構成について調べた。データは2005(平成17)年と2009(平成21)年のもので、それぞれ9月30日現在の数値である。

2005年から2009年にかけて男女とも人口の増減にあまり変化はない(表1)。年齢別の構成比をみてみると、男女ともに20歳~29歳人口の割合は減少しているのに対して、60~69歳人口の割合は増加している(図1、2)。花見川区でも高齢化は確実に進行しているといえる。

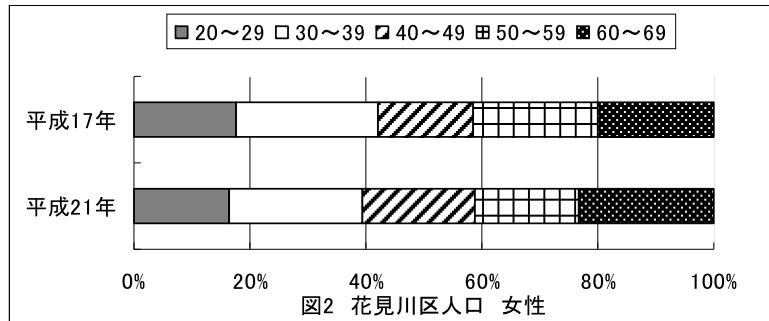
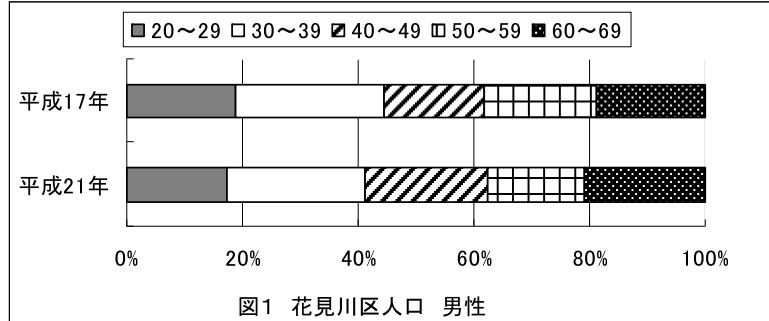


表1 花見川区総人口 単位(人)

	平成17年	平成21年
総数	180,933	180,348
男性	91,081	90,541
女性	89,852	89,807

出典:千葉市の統計情報

##### 1. 3 花見川区の人口転出入状況

千葉市企画調整局統計課より毎年刊行される人口統計の情報を元に花見川区の人口転出入状況を調べた。データは1999(平成11)年から2009(平成20)年のものである(表2)。

表2 花見川区転入出状況

単位(人)

	転入			転出		
	市外	市内	その他	市外	市内	その他
1999年	11,803	2,186	132	10,936	2,329	72
2000年	10,972	1,941	160	10,530	2,874	94
2001年	11,294	2,101	144	10,748	2,624	131
2002年	10,926	2,203	150	10,115	2,347	81
2003年	10,656	2,182	187	10,701	2,588	112
2004年	9,556	1,599	169	9,881	2,222	138
2005年	9,239	1,735	978	9,565	2,566	1,026
2006年	9,374	1,856	180	9,375	2,162	147
2007年	8,815	1,782	151	9,307	2,418	213
2008年	8,973	1,661	138	8,540	2,315	110

出典:千葉市企画調整局 各年『千葉市統計書』より

花見川区の転入出状況は転入・転出ともに減少傾向にあるが、毎年約10,000人の人が転入・転出しており、花見川区は人口移動が多い区といえる。そして、転入・転出とともに市外からが多く、その中でも県外から転入・転出する人が多い。

#### 1.4 花見川区の世帯構成

2005(平成17)年度の国勢調査を元に花見川区の世帯構成を調べた。花見川区の世帯数は72,547世帯である。そのうち一般世帯数は71,867世帯で、うち単身世帯数は19,225世帯ある。一世帯あたりの人員は2.50人で、施設等の世帯数は527世帯である(表3)。

住宅の建て方別に世帯数を見ると住宅に住む一般世帯数70,583世帯のうち、共同住宅に住む世帯数が39,108世帯と最も多かった。一戸建てに住む世帯数が29,893世帯、長屋建てに住む世帯数は17世帯であった(表4)。

表3 花見川区の世帯数

花見川区／千葉市 (割合)	花見川区／千葉市		花見川区／千葉市
	総世帯数		72,547／373,766 (100.0%／100.0%)
	一般世帯数		71,867／36,9571 (99.2%／98.9%)
	単身世帯数		19,225／107,233 (26.5%／28.7%)
	1世帯あたり人員		2.50／2.45
	施設等の世帯数		527／971 (0.7%／0.3%)

出典:平成17年度国勢調査

表4 花見川区の住宅の建て方別世帯数

花見川区／千葉市 (割合)	花見川区／千葉市		花見川区／千葉市
	住宅に住む 一般世帯数		70,583／361,941 (100.0%／100.0%)
	一戸建て		29,893／149,489 (42.4%／41.3%)
	長屋建て		1,565／6,507 (2.2%／1.8%)
	共同住宅		39,108／205,658 (55.4%／56.8%)
	その他		17／287 (0.02%／0.1%)

出典:平成17年度国勢調査

#### 1.5 花見川区の就業状態

2005(平成17)年の国勢調査のデータを用いて、花見川区の就業状態を調べた。

表5 花見川区の労働力状態別15歳以上人口

総 数 1)	総 数 (労働率) (労働力率)	労働力人口						非労働力 人口		
		就業者				完全失業者数				
		総 数	主に仕事	家事のほか 仕事	通学のかた わら仕事	休業者	総 数	失業率(%)		
実数	148607	91176	86309	70401	12539	1957	1412	4867	5.3	57431
割合(%)	100.0	61.4	58.1	47.4	8.4	1.3	1.0	3.3	—	38.6
千葉市全体 の実数	750280	458378	431779	351521	61700	10959	7599	26599	5.8	291902
割合(%)	100.0	61.1	57.5	46.9	8.2	1.5	1.0	3.5	—	38.9

1) 総数には労働力状態「不詳」を除く。(総数=労働力人口+非労働力人口)

花見川区の労働力人口総数は 148,607 人(100.0%)である。そのうち就業者は 86,309(58.1%)と半数以上を上回っており、就業の状態別数では「主に仕事」が 70,401 人(47.4%)と最も多く、次いで「家事のほか仕事」が 12,539 人(8.4%)いることが分かる。

花見川区は、労働力人口の 60%近くの人が何らかの仕事に就いているということになった。完全失業率は 5.3%であった。

2005 年国勢調査報告書によると、「就業者」というのは、調査期間中に、賃金、給料、諸手当、営業収益、手数料、内職収入など収入（現物収入を含む）になる仕事を少しでもした人のことを指している。「完全失業者」というのは、調査期間中収入になる仕事を少しもしていなかった人のうち、仕事に就くことが可能であって積極的に仕事を探していた人であるのに対して、調査期間中に収入になる仕事を少しもしなかった人のうち、休業者および完全失業者以外の人が「非労働力人口」に分類される（稻毛区、美浜区も同様）。

## 1. 6 花見川区の産業構造

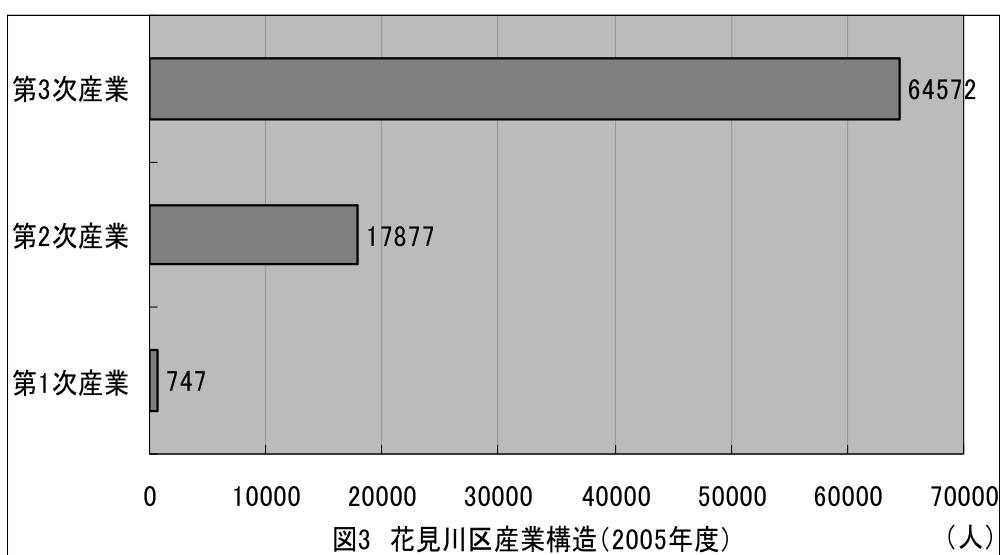


図3は2005年度国勢調査の結果から美浜区の産業構造をグラフにしたものである。美浜区の第1次産業従事者数は747人(0.9%)、第2次産業従事者数は17,877人(21.5%)、第3次産業従事者数は64,572人(77.6%)である。

第3次産業が他の産業より大差をつけて多い。第1次産業にいたっては、1,000人にも満たない。

### <参考文献・資料>

独立行政法人統計センター「政府統計の総合窓口 e-stat」

(<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>,2010.2.13) .

千葉市企画調整局統計課「千葉市：人口統計」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/jinkou.html>,2010.2.10) .

千葉市企画調整局統計課「千葉市：千葉市統計書」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/kekka.html>,2010.2.12).

千葉市企画調整局統計課、「千葉市：平成17年度国勢調査結果その1」

(<https://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/contents/kekka/17kokutyo/17kekka13.html>,2010.2.1)

## 2. 稲毛区の地域特性

A72056 古谷香奈 A72091 武林美由紀 A72103 大西なつの

### 2. 1 稲毛区の特色

稲毛区は千葉市の北西部に位置し、北部の工業団地を除くとほぼ住宅系の用途地域であり、ほかの区と比べると人口密度が高くなっている。交通の利便性が高く、都心への通勤者も多くみられる。

千葉大学をはじめとする複数の大学など教育・研究施設が集まる文教のまちである。また、かつての海岸沿いには、旧神谷伝兵衛稻別荘など往時をしのばせる古い建築物が残っており、歴史と文化の香り高いエリアである。

J R 稲毛駅周辺では商業機能が集積しているほか、稲毛図書館等の施設の整備も進み、区の中心としてさらなる発展が期待されている。

東部には千葉総合スポーツセンター等があり、スポーツ・レクリエーション活動の拠点となっている。

### 2. 2 稲毛区の人口構成

千葉市企画調整局統計課より毎年刊行される人口統計の情報を元に稲毛区の人口構成について調べた。データは 2005(平成 17) 年と 2009(平成 21) 年のもので、それぞれ 9 月 30 日現在の数値である。

2005 年から 2009 年にかけて稲毛区は男女共に 20~29 歳と、50~59 歳の年齢層の割合が減少しているのに対して、その他の年齢層の割合は増加している(図 1、2)。最も人口割合の高い年齢層は男女共に 30~39 歳である。

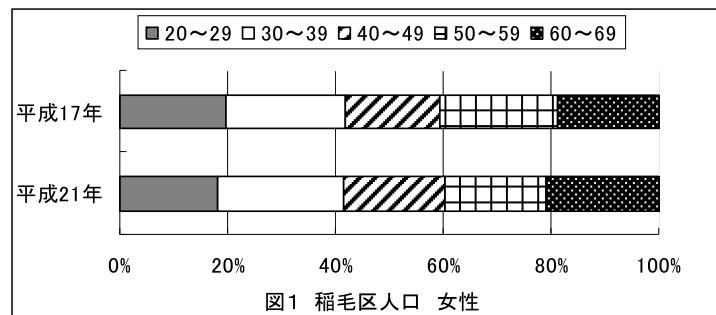
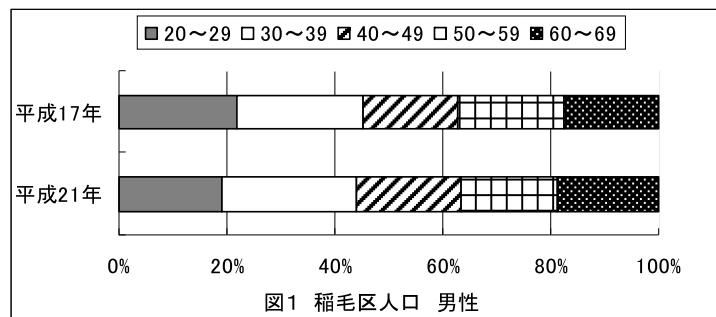


表1 稲毛区総人口 (単位 人)

	平成17年	平成21年
総数	106181	107340
男性	54536	54745
女性	51645	52595

### 2. 3 稲毛区の人口転入出状況

千葉市企画調整局統計課より毎年刊行される人口統計の情報を元に花見川区の人口転入出状況を調べた。データは 1999(平成 11) 年から 2009(平成 20) 年のものである(表 2)。全体的に転入・転出ともに市外からが多い。

転入については、市外からは 1999 年の 8,315 人以降、減少傾向が続いていたが、2009 年は 8,460 人と過去 10 年で一番転入者数が増加した。市内からの転入は、若干の増減をしながらもほぼ横ばい状態である。

表2 稲毛区転入出状況

単位(人)

	転入			転出		
	市外	市内	その他	市外	市内	その他
1999年	8,315	2,592	125	8,519	3,131	57
2000年	8,233	2,922	135	8,699	3,362	83
2001年	8,175	2,901	111	8,313	3,249	55
2002年	7,582	3,051	109	7,817	3,323	63
2003年	7,779	2,894	134	7,747	3,071	138
2004年	7,463	2,810	202	7,314	2,416	187
2005年	7,869	3,301	153	7,249	2,524	220
2006年	7,253	2,659	173	7,253	2,388	143
2007年	7,694	3,096	148	6,998	2,638	181
2008年	8,460	2,827	166	7,006	2,389	90

出典:千葉市企画調整局 各年『千葉市統計書』より

転出については、市外へは 2000 (平成 12) 年の 8,699 人をピークに減少傾向が続いている。同様に市内への転出も、2000 年の 3,362 人をピークに減少傾向が続いている。

## 2. 4 稲毛区の世帯構成

2005 (平成 17) 年度の国勢調査を元に稻毛区の世帯構成を調べた。

稻毛区の世帯数は 62,863 世帯である。そのうち一般世帯数は 62,815 世帯で、うち単身世帯数は 20,886 世帯ある。一世帯あたりの人員は 2.36 人で、施設等の世帯数は 37 世帯である (表 3)。

住宅の建て方別に世帯数を見ると住宅に住む一般世帯数 61,318 世帯のうち、共同住宅に住む世帯数が 37,703 世帯と最も多かった。一戸建てに住む世帯は 22,582 世帯、長屋建てに住む世帯数は 992 世帯であった (表 4)。

表3 稲毛区の世帯数

稲毛区／千葉市 (割合)	稲毛区／千葉市		稲毛区／千葉市
	総世帯数		62,863／373,766 (100.0%／100.0%)
	一般世帯数		62,815／369,571 (99.9%／98.9%)
	単身世帯数		20,886／107,233 (33.2%／28.7%)
	1世帯あたり人員		2.36／2.45
	施設等の世帯数		37／971 (0.1%／0.3%)

出典:平成17年度国勢調査

表4 稲毛区の住宅の建て方別世帯数

稲毛区／千葉市 (割合)	稲毛区／千葉市	
	住宅に住む 一般世帯数	
	一戸建て	
	長屋建て	
	共同住宅	
	その他	

出典:平成17年度国勢調査

## 2. 5 稲毛区の就業状態

2005 (平成 17) 年度の国勢調査のデータを用いて、稻毛区の就業状態を調べた。

表5 稲毛区の労働力状態別15歳以上人口

	総 数 1)	総 数 (労働力率)	労働力人口						非労働力 人口
			就業者			完全失業者数			
	総 数	主に仕事	家事のほか 仕事	通学のかた わら仕事	休業者	総 数	失業率(%)		
実数	122742	74786	70804	56927	9894	2678	1305	3982	5.3
割合(%)	100.0	60.9	57.7	46.4	8.1	2.2	1.1	3.2	—
千葉市全体 の実数	750280	458378	431779	351521	61700	10959	7599	26599	5.8
割合(%)	100.0	61.1	57.5	46.9	8.2	1.5	1.0	3.5	—
									291902
									38.9

1) 総数には労働力状態「不詳」を除く。(総数=労働力人口+非労働力人口)

稻毛区の労働力人口総数は 122,742 人(100.0 %)である。そのうち就業者は 70,804(57.7%)と半数以上を上回っており、就業の状態別数では「主に仕事」が 56,927 人(46.4%)と最も多く、次いで「家事のほか仕事」が 9,894 人(8.1%)いることが分かる。

表 5 によると稻毛区は、労働力人口の 6 割ほどの人が何らかの仕事をしている。完全失業率は 5.3% であった。

## 2. 6 稲毛区の産業構造

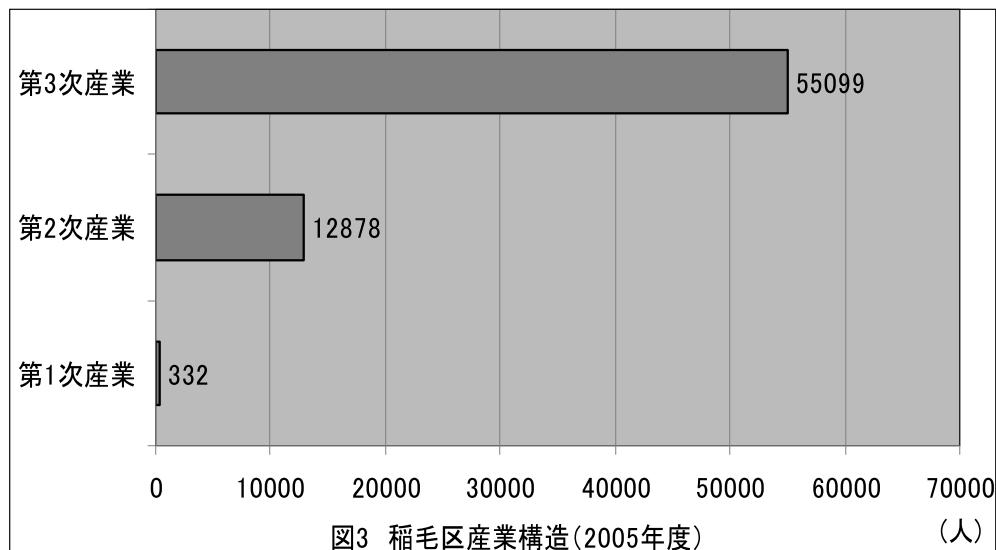


図3は2005(平成17)年度国勢調査の結果から美浜区の産業構造をグラフしたものである。美浜区の第1次産業従事者数は332人(0.5%)、第2次産業従事者数は12,878人(18.9%)、第3次産業従事者数は55,099人(80.7%)である。

第3次産業が他の2つの産業に比べてかなり多い結果となった。第1次産業にいたっては、500人にも満たない非常に少ない結果となった。

### <参考文献・資料>

千葉市企画調整局統計課「千葉市：人口統計」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/jinkou.html>, 2010.2.10)

千葉市企画調整局統計課「千葉市：千葉市統計書」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/kekka.html>, 2010.2.12).

千葉市企画調整局統計課、「千葉市：平成17年度国勢調査結果その1」

(<https://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/contents/kekka/17kokutyo/17kekka13.html>, 2010.2.1)

千葉市広報課、2009年「千葉市勢要覧2009」千葉市

### 3. 美浜区の地域特性

A72031 佐藤純 A72038 町山恵理 A72040 我妻麻美

#### 3. 1 美浜区の特色

千葉市の北西に位置し、区域のすべてが埋め立て地による造成地である。計画的にまちづくりがすすめられた結果、都市機能の充実した区となった。

この都市機能の中核を成すのが国際業務機能をもつ「幕張新都心」であり、国際的なイベントや会議が開催される「幕張メッセ」を中心とした高層ビルやホテル群が林立している。その一方、都市型ライフスタイルをリードする「幕張ベイタウン」という住宅地としても人気があり整備が進んでいる。

そして、日本初の人工海浜とヨットハーバーを備えた「稲毛海浜公園」をはじめ、千葉ロッテマリーンズの本拠地である「千葉マリンスタジアム」、新港クリーン・エネルギーセンターの余熱を利用したアイススケートリンクと温浴施設がある「アクアリンクちば」、マリンスポーツの拠点であり 2010（平成 22）年に行われる「ゆめ半島千葉国体」のセーリング競技会場にもなっている「稲毛ヨットハーバー」、四季折々の花や熱帯植物などの展示をしている「花の美術館」等のレクリエーション、レジャー施設も充実している。

#### 3. 2 美浜区の人口構成

千葉市企画調整局統計課より毎年刊行される人口統計の情報を元に美浜区の人口構成について調べた。データは 2005(平成 17) 年と 2009(平成 21) 年のもので、それぞれ 9 月 30 日現在の数値である。

2005 年から 2009 年にかけて、男女ともに 20 歳代と 50 歳代の人口割合が減少しているのに対して、40 歳代と 60 歳代の人口割合が増えている（図 1、2）。

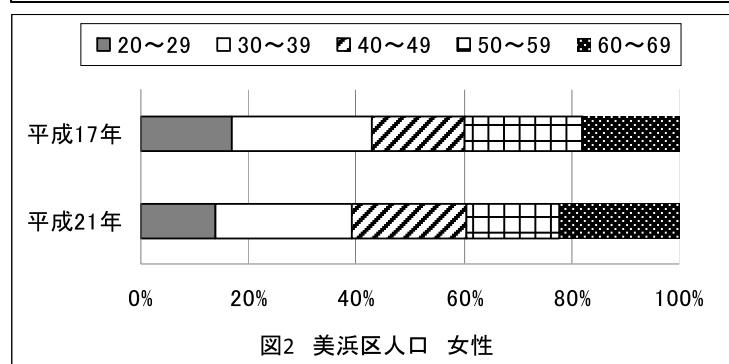
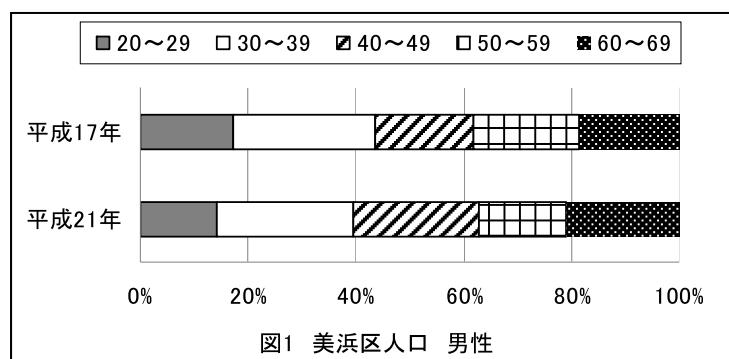


表1 美浜区総人口 単位(人)

	平成17年	平成21年
総数	108,242	106,385
男性	53,612	51,976
女性	54,630	54,409

#### 3. 3 美浜区の人口転入出状況

千葉市企画調整局統計課より毎年刊行される人口統計の情報を元に花見川区の人口転入出状況を調べた。データは 1999（平成 11）年から 2009（平成 20）年のものである（表 2）。

表2 美浜区転入出状況

単位（人）

	転入			転出		
	市外	市内	その他	市外	市内	その他
1999年	7,097	1,851	127	6,684	2,913	79
2000年	8,721	2,449	118	6,677	2,733	89
2001年	8,197	2,313	95	6,681	2,768	52
2002年	7,698	2,209	128	6,356	2,645	63
2003年	9,005	2,680	130	6,637	2,559	101
2004年	7,597	1,912	178	6,556	2,012	113
2005年	7,964	1,957	195	6,849	2,640	141
2006年	7,395	1,696	216	6,589	2,326	147
2007年	7,892	1,855	159	6,829	2,662	179
2008年	8,435	1,596	136	6,573	2,307	136

出典:千葉市企画調整局 各年『千葉市統計書』より

美浜区の転入出状況は、市外への移動が一番多い。市外とその他は転入の方が多いが、市内は転出の方が多い、他区へ移動していることが分かる。

### 3.4 美浜区の世帯構成

2005(平成17)年度の国勢調査を元に美浜区の世帯構成を調べた。

美浜区の世帯数は58,976世帯である。そのうち一般世帯数は58,914世帯で、うち単身世帯数は14,599世帯ある。一世帯あたりの人員は2.46人で、施設等の世帯数は37世帯である(表3)。

住宅の建て方別に世帯数を見ると住宅に住む一般世帯数58,084世帯のうち、共同住宅に住む世帯数が51,978世帯と最も多かった。一戸建てに住む世帯数が5,747世帯、長屋建てに住む世帯数は12世帯であった(表4)。

表3 美浜区の世帯数

美浜区／千葉市 (割合)	美浜区／千葉市	
	総世帯数	58,976／373,766 (100.0%／100.0%)
	一般世帯数	58,914／36,9571 (99.9%／98.9%)
	単身世帯数	14,559／107,233 (24.7%／28.7%)
	1世帯あたり人員	2.46／2.45
	施設等の世帯数	37／971 (0.0%／0.3%)

出典:平成17年度国勢調査

表4 美浜区の住宅の建て方別世帯数

美浜区／千葉市 (割合)	美浜区／千葉市	
	住宅に住む一般世帯数	58,084／361,941 (100.04%／100.0%)
	一戸建て	5,747／149,489 (9.9%／41.3%)
	長屋建て	347／6,507 (0.6%／1.8%)
	共同住宅	51,978／205,658 (89.5%／56.8%)
	その他	12／287 (0.02%／0.1%)

出典:平成17年度国勢調査

### 3.5 美浜区の就業状態

2005(平成17)年の国勢調査のデータを用いて、美浜区の就業状態を調べた。

表5 美浜区の労働力状態別15歳以上人口

総 数 1)	総 数 (労働力率)	労働力人口							非労働力 人口	
		就業者				完全失業者数				
		総 数	主に仕事	家事のほか 仕事	通学のかた わら仕事	休業者	総 数	失業率(%)		
実数	118192	74653	70388	57903	9999	1448	1038	4265	6.0	43539
割合(%)	100.0	63.2	59.6	49.0	8.5	1.2	0.9	3.6	—	36.8
千葉市全体 の実数	750280	458378	431779	351521	61700	10959	7599	26599	5.8	291902
割合(%)	100.0	61.1	57.5	46.9	8.2	1.5	1.0	3.5	—	38.9

1) 総数には労働力状態「不詳」を除く。(総数=労働力人口+非労働力人口)

美浜区の労働力人口総数は 118,192 人(100.0%)である。そのうち就業者は 70,388(59.6%)と半数以上を上回っており、就業の状態別数では「主に仕事」が 57,903 人(49.0%)と最も多く、次いで「家事のほか仕事」が 9,999 人(8.5%)いることが分かる。

表 5 によると美浜区は、労働力人口の 6 割が就業している。完全失業率は、6.0%とやや高い結果となっている。

### 3. 6 美浜区の産業構造

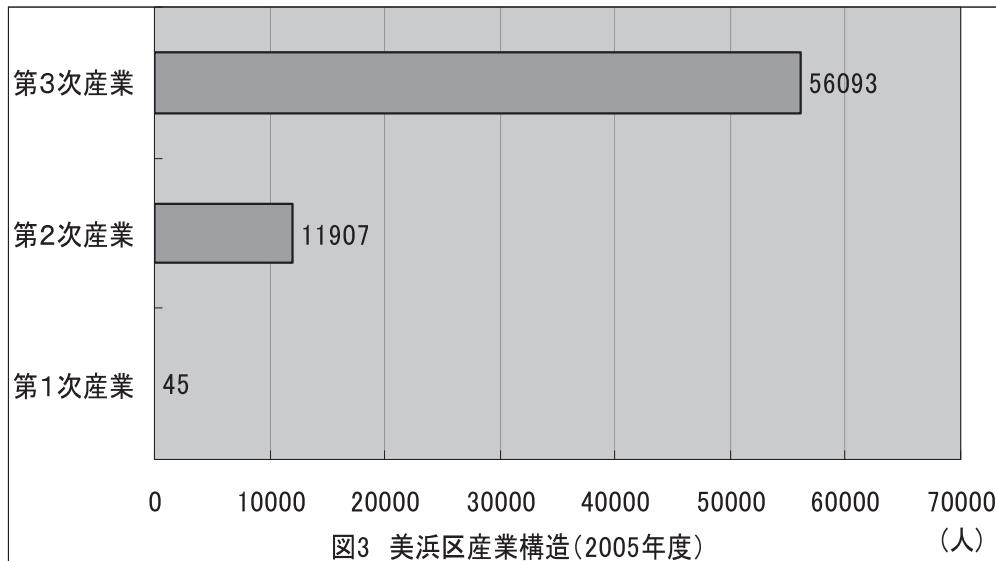


図3は2005(平成17)年度国勢調査の結果から美浜区の産業構造をグラフにしたものである。美浜区の第1次産業従事者数は45人(0.1%)、第2次産業従事者数は11,907人(17.5%)、第3次産業従事者数は56,093人(82.4%)である。

美浜区は千葉市を代表する臨海工業集積地である。準工業地域と工業専用地域からなり、両地域にまたがって、日本で最初の食品工業団地として「千葉食品コンビナート」が形成されており、食品製造業が集積していることが特徴となっている。特に工業専用地域には製粉・製糖・製油など国民生活の基盤となる企業が多く、その製品は材料として地区内で製パンに利用されるなどしている。

#### <参考文献・資料>

独立行政法人統計センター、「政府統計の総合窓口 e-stat」

(<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/eStatTopPortal.do>, 2010.2.13) .

千葉市企画調整局統計課「千葉市：人口統計」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/jinkou.html>, 2010.2.10)

千葉市企画調整局統計課「千葉市：千葉市統計書」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/kekka.html>, 2010.2.12)

千葉市企画調整局統計課、「千葉市：平成17年度国勢調査結果その1」

(<https://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/contents/kekka/17kokutyo/17kekka13.html>, 2010.2.1)

#### 4. 千葉市の環境行政

A72036 平川桃子 A72111 並木正典

千葉市が行っている環境問題に関する政策・取り組みを年表にまとめた（表1）。

2000年以前は、事業者や行政向けの環境政策であったのに対して、2000年以降は市民に向けた環境政策・イベントが多くなり、「ちば市自然環境フェスタ21」などのイベントなども始まった。これらのイベントが多くなってきたのは、市民の人たちに環境問題をより身近に関心を持ってもらうためだと考えられる。

表1 環境に関する年表

年	月	内容
1970 (昭和45)	12	千葉市・市原地域公害防止計画策定
1971 (昭和46)	4	千葉市環境保全基本条例制定
1973 (昭和48)	6	第一回環境月間を実施
1974 (昭和49)	12	千葉臨海地域公害防止計画策定
1977 (昭和52)	12	最初の千葉環境白書を公表
1979 (昭和54)	3	花見川に水質自動観測局を設置
1980 (昭和55)	3	千葉臨海地域公害防止計画延長
1984 (昭和59)	4	緑と水辺の基金設定
	10	緑と水辺の都市宣言
1985 (昭和60)	3	千葉臨海地域公害防止計画の延長・拡大
1988 (昭和63)	4	環境部内に産業廃棄物指導課設置
1989 (平成元)	4	千葉地域公害防止計画を策定
1993 (平成5)	3	千葉市生活排水対策推進計画策定
1995 (平成7)	3	千葉市環境基本計画策定
	3	千葉市自動車公害防止計画策定
1997 (平成9)	4	千葉市環境保全率先実行行動計画 (エコオフィスちばプラン) 策定
1998 (平成10)	2	千葉地域公害防止計画を策定
1999 (平成11)	3	千葉市水環境保全計画策定
2001 (平成13)	3	ちば市自然環境フェスタ21開催
	3	千葉市生活排水対策推進計画の改定
2002 (平成14)	4	千葉市一般廃棄物(ごみ)処理基本計画の見直し
	6	千葉市環境基本計画の見直し
	11	千葉市地球温暖化防止実行計画の策定
	11	千葉市緑と水辺の基本計画の見直し
2003 (平成15)	3	蘇我エコロジーパーク構想策定
	6	コロジサン・シンポジウム2003構想
	8	ごみ減量のための「ちばルール」の策定
2004 (平成16)	3	千葉市地球温暖化対策推進計画策定
2006 (平成18)	3	千葉市地下水保全計画の策定
	3	第四次千葉市産業廃棄物処理指導計画の策定
	11	(新) 千葉市自動車公害防止計画の策定
2007 (平成19)	3	(新) 千葉市一般廃棄物(ごみ)処理基本計画 (焼却ごみ1/3削減キャンペーン) 策定
	11	千葉市マイバックキャンペーンの実施
2008 (平成20)	2	クリーンバスツアー(清掃施設見学会)の実施

現在、千葉市が力を入れていることは、ごみ問題であり、「挑戦！焼却ごみ1/3削減」が行われている。2009(平成21)年8月の焼却ごみの量は、家庭から排出される焼却ごみが約17,300トン、事業所から排出される焼却ごみが約6,800トンで、合計約24,100トンとなりました。これを昨年の8月と比較すると、家庭から排出される焼却ごみが75トン増え、事業所から排出される焼却ごみが37トン減り、合計では38トン増えてしまっている。

千葉市では、「挑戦！焼却ごみ1/3削減」として3つの基本方針、29の個別事業を掲げ、年間の焼却ごみの1/3にあたる10万トンを削減し、市内に3つある清掃工場を1つ減らして2清掃工場体制の実現を目指している。これにより、清掃工場の建て替え費用等の節減、温室効果ガスの排出量削減、最終処分場の延命化が図れる。

### < 3つの基本方針 >

- 1.ごみを作らない出さない環境づくりを推進します。
- 2.徹底した分別による焼却ごみ削減を推進します。
- 3.環境負荷の低減と経済性・効率性を考慮したごみ処理を推進します。

なかでも「徹底した分別」、特に古紙の再資源化として雑紙(ざつがみ)の分別を推進し、主要駅周辺などで啓発キャンペーンを行うほか、清掃工場に持ち込まれる事業所ごみを検査・指導するなど、焼却ごみの削減に取り組んでいる。この結果、2007(平成19)年度の焼却ごみの量は、2006(平成18)年度と比べて約24,000トン減少し、2008年度は、2007年度と比べて約14,000トン減少させることができた。2009(平成21)年度は、さらに15,000トンの減量を目指している。

また、焼却ごみ1/3削減に向けた計画や、ごみを減らす方法をもっと知っていただくために、市職員が町内自治会、勉強会などの集会へ出向き説明会も隨時開催している。

#### 雑紙(ざつがみ)って何?

- ・「雑紙」とは、包装紙、お菓子やティッシュの空き箱、トイレットペーパーの芯、メモ用紙など新聞、雑誌、紙パック、段ボール以外のリサイクル可能な古紙のこと。
- ・雑紙を含む古紙は、次の方法により回収している。
  1. 古紙・布類の集団回収(町内自治会・子ども会等)
  2. 古紙・布類の分け方・出し方
  3. 古紙・布類の自己搬入

### < 焼却ごみを減らすためには >

千葉市では、いまだ多くの古紙が可燃ごみとして出されている。古紙は、再生利用できる大切な資源である。家庭でも、事業所でも、焼却ごみを減らすためには、まず、古紙の分別をすることが大事なことなのである。

家庭で分別した古紙は、住まいの地域で実施されている集団回収や月に2回実施している古紙・布類のステーション回収の日(住まいの場所によって異なる)に出すことができる。また、手をつけられずに捨てられている食品類も多いようだが、食品の買いすぎや、料理の作りすぎを減らすことを心がけ、生ごみを出す際、よく水を切ると、ごみの減量だけでなく、悪臭の防止にも役立つ。

### < 参考文献・資料 >

千葉市環境局 (<http://www.city.chiba.jp/kankyo/index.html>, 2010.3.1).

千葉市 (<http://www.city.chiba.jp/index.html>, 2010.3.1)

## 5. 千葉市のごみ行政

A72065 小川裕哲 A72070 関吉広亮 A72108 品田裕太

### 5. 1 ちばルール

千葉市では、2003（平成15）年8月、市民・事業者・市の三者が、それぞれの立場から、ごみ減量に取り組んでいくための行動指針として『ちばルール』を策定した。『ちばルール』とは、市民参加型で運営されたルールづくり懇話会の報告書（2003年7月）を受けて、市がまとめたものであり、三者が行動する上でのよりどころとする自主ルールを定めたものである。『ちばルール』では、「3R（さんアール）」を3つのルールとしてとらえ、項目ごとに、市民と事業者が実践すべき行動（指針と行政の責務）を示している。以下に示すものが、ちばルール（3R）のルールと内容である。

#### (1)「ルール1」発生抑制（リデュース Reduce）

これは、ごみの発生抑制を進めるため、事業者は、環境に負荷をかけない商品の販売を行い、一方、市民は、ごみを増やさない買い物をしたり、環境に負荷をかけない生活をするといふいわゆる「グリーンコンシューマー」として行動するというように、それぞれの立場で協力しあうものである。

#### (2)「ルール2」再使用（リユース Reuse）

これは、物を何度も繰り返し使用することにより、ごみの発生抑制を進めるため、事業者は、商品の修理体制を充実し、一方、市民は、自分にとって不用となり、まだ使える物は必要とする人に譲ったり、故障したときは修理して使うなど、それぞれの立場で協力しあうものである。

#### (3)「ルール3」再生利用（リサイクル Recycle）

これは物を再生資源に戻すため、事業者は資源回収を行い、一方、市民は再生できるものは、仕分けして出すなど、市民と事業者がそれぞれの立場で協力しあうものである。

以上の『ちばルール』で、市民・事業者・市の三者が行なわなければならないことは、千葉市では行動5つに分けて掲げられている。以下に示すものが、千葉市が5つに分けた行動である。

#### ①レジ袋削減・簡易包装の推進

市民はマイバッグを携帯、事業者はレジ袋や過剰包装によるごみを少しでも減らす。

#### ②エコ製品取り扱い・購入の拡大

環境負荷の少ないエコ製品を販売したり生活に取り入れたりすることにより、ごみの発生抑制・再資源化に努める。

#### ③事業者による廃プラスチック類の自己回収

食品トレーなどの廃プラスチック類の店頭回収の促進を図り、市民もそれに協力する。

#### ④新聞販売店による新聞の回収

新聞販売店は古新聞回収の拡充に努め、市民もそれに協力する。

#### ⑤行政による古紙や布類の拠点回収

集団回収方式が未実施の地域で、これを補完するためステーション回収方式も導入する。

以上のように、市民・事業者・市の三者が、それぞれの立場から、ごみ減量に取り組んでいくための行動指針として「ちばルール」が策定された。

### 5. 2 「焼却ごみ1/3削減」キャンペーン

千葉市は「焼却ごみ1/3削減」キャンペーンの広く認知してもらうために、さまざまな啓発・PR活動等を行っている。例えば、国内最大規模の音楽イベント「サマーソニック」にて、サマーソニック事務局と千葉市環境局が協力して2008年、2009年と幕張の浜でビーチクリーン活動を行った。そして、「サマーソニック2009」では、海浜幕張駅とイベント会場間の歩道において「千葉市焼却ごみ1/3削減」ロゴと「サマーソニック」ロゴ等とのコラボレーション横断幕を掲出したり、イベントエリア内のブースにおいて「焼却ごみ1/3削減」のぼりを出したほか、マリンスタジアム内の特設ステージ上において千葉市

長が「焼却ごみ 1/3 削減」の PRを行った。

その他、「焼却ごみ 1/3 削減」の取り組みを PRするために、千葉市内を走るモノレールに特別なラッピングをした車両の運行を始めたり、ごみ収集車にも特別なラッピングを施した。また、ラジオ番組内において PR 用の CM を流す、千葉市内にある 87 店舗のコンビニのトイレに「焼却ごみ 1/3 削減」を PR する文章が印字されたトイレットペーパーを設置するなど、地域に密着した PR 活動を行っている。

### 5. 3 「減らそう！焼却ごみ 1/3 削減」の効果

千葉市のホームページに環境局環境管理部環境総務課が掲載している『「挑戦！焼却ごみ 1/3 削減」～ごみ処理に関するページ～』で毎月千葉市内から出される焼却ごみの量を確認することができる。下記の表は 2006（平成 18）年 4 月から 2009（平成 21）年 3 月までの焼却ごみの推移を掲載する。

表 1 は千葉市全体から出された焼却ごみの量を示している。この表を見ると千葉市全体から出される焼却ごみの量の合計は年々減少していることがわかる。2008（平成 20）年 4 月から 2009 年 3 月までの焼却ごみの合計の量は 292,383 トンで、2007（平成 19）年の 4 月から 2008 年の 3 月までの焼却ごみの合計と比較すると 14,422 トン削減された。これは千葉市が 2008 年度の削減目標とした 15,000 トンをほぼ達成できたと言える。

表 2 は家庭から出される焼却ごみ、表 3 は千葉市の事業所から出される焼却ごみの量をそれぞれ示している。表 2 の家庭から出された焼却ごみの合計を 2007 年度と 2008 年度で比べると約 6,300 トン、表 3（次ページ）の事業所から出される焼却ごみの合計も 2007 年度と 2008 年度を比較すると約 8,100 トンが削減されているところを見ると、「挑戦！焼却ごみ 1/3 削減」は順調に市民や事業所のあいだに浸透していることがわかる。

表1 千葉市全体から出される焼却ごみの量

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2006年度	26,218	31,199	29,254	29,524	28,941	27,085
2007年度	25,964	28,876	26,943	27,601	26,032	24,725
2008年度	24,521	27,168	24,822	26,466	24,005	24,838

単位 (t)

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
2006年度	27,730	26,318	29,752	25,761	22,348	26,562	330,692
2007年度	26,384	24,518	26,370	24,187	20,987	24,218	306,805
2008年度	25,338	22,609	27,261	22,484	19,832	23,039	292,383

単位 (t)

表2 千葉市の家庭から出される焼却ごみの量

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2006年度	17,827	21,909	20,248	20,303	19,969	18,385
2007年度	17,995	20,533	18,882	19,494	18,066	17,144
2008年度	17,357	19,824	17,868	18,954	17,177	17,761

単位 (t)

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
2006年度	18,834	17,843	20,216	17,953	15,055	18,012	226,554
2007年度	18,379	17,017	18,423	17,531	14,682	17,032	215,178
2008年度	17,855	16,077	19,369	16,260	13,902	16,468	208,872

単位 (t)

表3 千葉市の事業所から出される焼却ごみの量

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
2006年度	8,391	9,290	9,006	9,221	8,972	8,700
2007年度	7,969	8,343	8,061	8,107	7,966	7,581
2008年度	7,164	7,344	6,954	7,512	6,828	7,077

単位 (t)

	10月	11月	12月	1月	2月	3月	合計
2006年度	8,896	8,475	9,536	7,808	7,293	8,550	104,138
2007年度	8,005	7,501	7,947	6,656	6,305	7,186	91,627
2008年度	7,483	6,532	7,892	6,224	5,930	6,571	83,511

単位 (t)

### <参考文献・資料>

千葉市、千葉市：千葉市環境局環境管理部ごみ減量推進課

(<http://www.city.chiba.jp/kankyo/kankyonri/recycle/index.html>, 2010.2.27).

### 6. 1 「食」にかかわる行政

千葉県では、野菜・果物・魚・米・肉・牛乳など食卓を彩る食材や鮮やかな花など、さまざまな農林水産物が生産されている。2007（平成19）年の農業産出額は4119億円で全国第2位となっている。落花生の産地として全国によく知られているが、園芸部門（野菜・果樹・花きなどの合計）も北海道などの強豪を抑えて全国1位を誇っている。早場米の産地として、おいしいお米も作られている。温暖な気候と豊かな自然、広い県土、そして生産者の努力と愛情が「農業王国千葉」を築いているのである。また、海の幸も豊富で、2006（平成18）年の水産物の漁業養殖業生産量（海面）は全国6位である。黒潮と親潮の寒暖両流がぶつかる房総沖は格好の漁場、外房ではキンメダイ・イセエビやアワビといった高級魚介類が獲れ、内房ではアサリ漁やノリの養殖が盛んだ。国民の食卓を彩る食材の多くが千葉県で生産されている。千葉県はまさに食材の宝庫といえる。

食の安全性が騒がれている昨今、千葉市農政課のホームページ内には農薬の基礎知識やBSE（牛海绵状脳症）、鳥インフルエンザ（高病原性鳥インフルエンザ）などの病気の解説が記載されている。また、環境への負荷を軽減した環境にやさしい農業（環境保全型農業）を紹介している。環境保全型農業とは、堆肥（稻わら・落ち葉・家畜ふん等の有機物を腐熟させたもの）や綠肥（えん麦やソルゴー等）などを利用した土づくりを基本とし、環境への負荷を軽減するために、化学肥料や農薬を出来るだけ減らした持続性の高い農業のことをいう。環境保全型農業で栽培された農産物の種類は有機農産物、特別栽培農産物、ちばエコ農産物がある。また、農産物ではなく、土づくり・化学肥料の削減・農薬の削減を一体的に行う生産方式を導入する計画を立てた生産者に対して、県知事が認定する「エコファーマー」という制度もある。

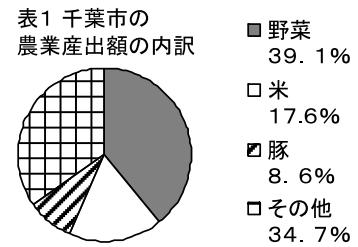
千葉市は地域で生産したものを地域で消費する「千産千消」を推進している。一般的には「地産地消」と書くが、千葉県としての独自の取り組みを表現するために、「地」の部分に同音で千葉を意味する「千」を使って「千産千消」としている。また、全国に向けてPRする取り組みを「千産全消」と呼んでいる。

「千産千消」のメリットは、千葉県産の新鮮でおいしい、安心安全な農林水産物を、消費してもらうことである。小学校、特別支援学校の給食では2005（平成17）年度から、市内産農産物を積極的に組み入れた共通メニューを実施している。中学校的給食は1998（平成10）年度から取組みが開始され、特別栽培農産物の大根、にんじん、バレイショ、ほうれん草、小松菜などが利用されている。2008年度の学校給食の献立には、にんじんや小松菜、ジャガイモ、大根等が入れられている。また、スイカや小松菜は生産者の出張授業により、食の大切さや仕事の苦労話を子供たちに伝えている。市民の日には特別メニューとして、千葉の郷土料理であるつみれを使用したスープや、千葉市は千葉県下で生産量1位である牛乳、春にんじんを使用した、ちはな丼やゼリーが出されている。特に「幕張にんじん」は100年を越える歴史があり全国的に有名である。この給食のねらいは、子供たちに千葉市で取れる農産物を市民の日のメニューに取り入れ、千葉市の農業や食文化等を知り「ふるさと千葉」を愛することを目的としている。

### 6. 2 「食」の現状

食の安全性が問われている現在、40%しか自給していないわが国は国内自給率を高めるといった重要な課題を抱えている。東京都と隣接し、県北西部に人口が集中する千葉県は、全国6位の人口をほこる県だが、農業産出額が全国3位という国内でもトップクラスの「農業県」である。首都圏の大消費地に近いことから、有利性を持っている。また、千葉市は県中央に位置し、工業や商業など県の産業の中核にある中で、野菜を中心に、酪農、米、らっかせいの生産も盛んである。生産量では、ねぎ、ほうれん草、さといも等が全国1位である。さらには、日本なし、醤油が全国的な特産物とも知られている。農業産出額では、野菜が全体の39.1%を占め、次に米が17.6%、豚8.6%、その他34.7%と続く形になる（表

1参照)。ちなみに、千葉市は農業産出額及び主要部門別産出額の全国上位20市町村の中で豆類の14位に入っている。



### 6. 3 千葉市の「食」と「農」にかかる行政

千葉市は、市民、民間団体、企業、行政など都市を構成するすべてが主体となるものであり、これらが一体となった参加と協働により、1999(平成11年)12月に「千葉市基本構想」(千葉市新総合ビジョン)を立ち上げた。千葉市の都市づくりにあたっては、「人間尊重・市民生活優先」を基本理念に、基本的な目標を「人とまち いきいきと幸せに輝く都市」として掲げている。これにより、千葉市民がより住みやすく、快適空間の広がった都市や、社会福祉や生活環境が整備され、国際性豊かな文化環境に包まれ、時代を拓く多彩な産業社会の実現された、いきいきと活動できる地域社会を支える都市を形成することが目標である。

日本は経済大国として世界でも有数の国だがその反面、生活面では豊かさを実感できないようなニュースや事件が起きている。「食の安全性」からの不安が拭いきれることはない。

このような時代ではあるが、千葉市の「食」と「農」は様々な取り組みを毎年行っていることもあり、「生活面での豊かさ」「食への豊かさ」が少しでも感じられるのではないだろうか。千葉市が千葉県の中心となり、千葉県が日本の中心となり、「食」と「農」を引っ張っていくという考えが千葉市の発展となることを期待している。

#### <引用・参考資料>

関東農政局ホームページ

(<http://www.maff.go.jp/kanto/index.html>, 2010.1.22) .

千葉県農林水産部「教えて千葉の恵み」

(<http://www.megumi.pref.chiba.lg.jp/index.html>, 2010.1.22) .

千葉市「千葉市農林業ホームページ」

(<http://www.city.chiba.jp/keizainosei/nosei/nosei/nouringyoutop.html>, 2010.1.22) .

千葉市「千葉市:新総合ビジョンのページ」

([http://www.city.chiba.jp/kikaku/vision/vision\\_frame\\_set.html](http://www.city.chiba.jp/kikaku/vision/vision_frame_set.html), 2010.1.22) .

農林水産省「平成18年生産農業所得統計」

(<http://www.maff.go.jp/toukei/sokuhou/data/sousansyutu-si2006/sousansyutu-si2006.pdf>, 2010.1.22) .

## 7. 最近の国の環境行政

A72048 佐野まどか

これまでの環境対策は、いわゆる公害防止の観点から、経済対策とは別のものと思われがちであった。すなわち公害防止のためのコストは、企業経営や産業振興にとって、余計なコスト増につながるマイナス要因と思われてきたからである。現在の環境省では、地球温暖化問題をはじめとする地球規模の環境問題を解決するため、経済・社会全体の在り方も含めた変革に向けて取り組みを始めることが重要視されている。また、環境政策を行うことで経済発展への制約ととらえることから脱却し、むしろ思い切った環境政策を行うことで、経済発展を牽引する必要があるとしている。そして 2010（平成 22）年 4 月に「緑の経済と社会の変革」を策定・公表している。「緑の経済と社会の変革」では、省エネ家電への一斉買い替えなどの取り組み促進など、環境配慮を経済活動に織り込む制度が取り入れられている。

日本における家電製品の 2007（平成 19）年度の年間国内出荷額は約 7.3 兆円と我が国の経済の柱であり、世界最高レベルの省エネ技術を有する製品で占められている。しかしながら、昨今の厳しい経済状況の下で、家電業界も過去に例を見ないほど業績が悪化してきている。そこで政府がエコポイントの付与を導入することによって、省エネ製品の普及が進むような仕組みを構築する。この施策によって、約 4 兆円の経済効果と年間約 400 万トンの二酸化炭素削減効果が期待されるなど、環境保全と景気拡大が促進されるとともに、多くの消費者が環境負荷の少ない商品やサービスを優先的に選択する社会システムへの変革が進むことが期待されている。

追加経済対策として 2009（平成 21）年度補正予算案に盛り込まれたエコポイントとは、省エネ家電の普及を促すために価格の 5% を「エコポイント」として消費者に還元するという制度である。またハイブリッド車などのエコカー購入者に対する補助金制度の拡充も盛り込まれている。

また、表 1 を見てわかるように、経済対策には 2009 年 4 月からはじめて省エネ家電購入補助などの対策がとられており、最近の日本の環境行政には省エネ・エコが重要なキーワードとなっている。

表1 これまでの主な経済対策

策定時期	経済対策名	主要な内容
1998年4月	総合経済対策	公共事業・雇用対策・特別減税
1998年11月	緊急経済対策	金融システム安定化・恒久減税
1999年11月	経済新生対策	中小企業金融対策・介護対策
2000年10月	日本新生新発展対策	公共事業・雇用対策
2001年10月	改革先行プログラム	雇用対策・中小企業対策
2001年12月	緊急対応プログラム	公共事業・IT推進
2002年12月	改革加速プログラム	雇用対策・中小企業対策
2008年8月	安心実現緊急総合対策	防災訓練・中小企業金融対策
2008年10月	生活対策	定額給付金・高速道路料金引き下げ
2009年4月	経済危機対策	低公害車・省エネ家電購入補助

### <参考資料>

環境省「平成 22 年度 環境省重点施策」

(<http://www.env.go.jp/guide/budget/h22/h22juten-1.pdf>, 2010.1.28)

環境省「緑の経済と社会の変革について」

([http://www.env.go.jp/guide/info/gnd/pdf.igecs\\_main.pdf](http://www.env.go.jp/guide/info/gnd/pdf.igecs_main.pdf), 2010.1.28)

## 4章 社会規範・地域活動への参加とエコ行動

### 1. 規範的な行動と資源の節約

A72040 我妻麻美

#### 1. 1 問題意識

最近エコという言葉が浸透してきている。環境問題に対して世間の関心が高まってきている一方で、実行に移している人はまだ少ないようにも感じられる。エコバッグやマイ箸など新たに購入しなければいけない行動は抵抗が感じられたり、きっかけをつかめなければ行えないのではないだろうか。資源の節約に貢献できる行動と分かってはいても、習慣にするのは難しい面があるかもしれない。それに対して日常生活ですでに行っているはずのごみの分別は、お金のかからない身近な行動であり、消費者にとって重要な責任である。まずは取り組みやすい行動から、資源の節約に貢献していくことが大切だ。

環境問題に責任を感じて行動する人は、規範的な行動をする人ではないかと考えられる。他人事のように感じて環境に頓着しない生活を送る人もいるが、規範的な行動をする人は環境問題を自分自身のことだとしっかりと受け止め、行動に移すだろう。さらに、ごみの分別を行うためには、正しい知識がなければならないし、正しい知識を持ってごみの分別ができればリサイクルになり、無駄なエネルギーを使わずに済み、資源を節約することができる。そのため、規範的な行動をする人は、地球のことを考えて正しい知識を持っているのではないかと考え仮説Ⅰを立てた。

そのうえで行動からも検証してみると必要があると考え、資源の節約に貢献している人に注目した。詰め替え用品の購入や過剰包装を断ることは、少し意識するだけで資源の節約ができる行動として一步踏み込んだ行動であると考えられる。そこで、規範的な行動をする人は、資源を大切にできる行動をしているのではないかと考え、仮説Ⅱを立てた。

#### 1. 2 仮説

仮説Ⅰ 規範的な行動をする人ほど、可燃ごみ分別の正しい知識を持っている

仮説Ⅱ 規範的な行動をする人ほど、資源を大切にする

#### 1. 3 仮説の検証に使用した変数

##### (1) 規範的な行動（独立変数）の単純集計結果

規範的な行動の頻度を調べるためにQ27を用いた。この質問には5つの選択肢が用意されているが、「機会がない」を欠損値として処理し、4件法とした。

表1 規範的な行動

	いつも行う	ときどき行う	あまり行わない	全く行わない	単位(%)	
					計	
Q27_a 挨拶をする	74.5	21.8	2.8	0.9	100.0	(353人)
Q27_b 皿をまとめる	48.2	42.2	8.6	1.1	100.0	(351人)
Q27_c 席を譲る	46.5	44.9	8.0	0.6	100.0	(325人)
Q27_d 相談に乗る	24.4	58.7	15.4	1.5	100.0	(332人)
Q27_e ドアを開ける	47.4	45.4	6.3	0.9	100.0	(348人)
Q27_f 物を捨てる	75.2	22.8	1.8	0.3	100.0	(334人)

表1では全体的に見て「いつも行う」、「ときどき行う」が多い傾向が分かる。「Q27\_a 近所の人に自ら挨拶する」、「Q27\_f 人が物を落したら拾って渡す」の2項目では「いつも行う」が多く、74.5%、75.2%である。「Q27\_b 外食時、皿をまとめる」、「Q27\_c 公共の乗り物で席を譲る」、「Q27\_e 次の人のためにドアを開ける」の3項目では「いつも行う」と「ときどき行う」の割合が同じくらいであり、順に48.2%と42.2%、46.5%と44.9%、47.4%と45.4%という結果になった。「Q27\_d 友人の相談に乗る」では「ときどき行う」が多く、22.1%と53.3%という結果になった。

4件法の「いつも行う」を“規範的な行動をする”と、「ときどき行う」「あまり行わない

い」「全く行わない」を“規範的な行動をしない”にカテゴリー統合した。「いつも行う」という人は規範意識が強いとみなして別格の扱いとしたいので、この分け方にする。いつも行っていない人は規範意識が強いとは言えないのではないかと考えたためである。

## (2) 可燃ごみ分別の正しい知識（従属変数）の単純集計結果

可燃ごみ分別の正しい知識を調べるためにQ18を用いた。「Q18\_1 乾電池」、「Q18\_2 生ごみ」、「Q18\_4 傘」、「Q18\_7 スプレー缶」の4項目では、正解を選んでいる人が98.1%、97.5%、97.0%、98.4%で圧倒的に多い。「Q18\_3 卵パック」、「Q18\_6 フロッピーディスク」の2項目では、正解を選んでいる人が80.1%、77.1%で、正解率は高いと言えるが、間違えている人が約20%いる。「Q18\_5 貝殻」、「Q18\_8 シャンプーのボトル」の2項目では、正解を選んでいる人が、62.8%、59.0%で過半数は超えているが、間違えている人が約40%もいる。

1つ正解するごとに1点とすると、合計点は0点～8点までとなる。Q27とクロス集計するには分散しすぎてしまうので、中央値の7点で区切ることにし、「全問正解」(8点)、「非全問正解」(3点～7点)の2つに分類した。

**表2 可燃ごみの分別知識度**

	度数(人)	相対度数(%)
全問正解	94	25.9
非全問正解	269	74.1
計	363	100.0

欠損値=3

## (3) 資源を大切にする行動（従属変数）の単純集計結果

資源を大切にする行動の頻度を調べるために、Q5\_a,b,e,hおよびQ11\_a,b,c,gの8項目を用いた。Q11は「よくする」「たまにする」「あまりしない」「全くしない」という表現で4件法になっているが、Q5の表現と同様に頻度を尋ねているので統一した。

**表3 資源を大切にする**

		単位(%)				
		いつも行う	ときどき行う	あまり行わない	全く行わない	計
Q5_a	直して使う	41.0	47.9	8.9	2.2	100.0 (361人)
Q5_b	過剰包装を断る	26.3	49.6	18.3	5.8	100.0 (361人)
Q5_e	節水をする	63.5	28.5	7.2	0.8	100.0 (361人)
Q5_h	詰め替え用品を購入する	65.3	30.6	3.3	0.8	100.0 (359人)
Q11_a	必要なものだけ購入する	62.3	31.6	5.5	0.6	100.0 (361人)
Q11_b	再利用可能なものを購入する	16.5	38.2	37.5	7.8	100.0 (357人)
Q11_c	長期利用可能なものを選ぶ	46.5	41.5	10.9	1.1	100.0 (359人)
Q11_g	資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ	17.6	46.0	27.9	8.6	100.0 (359人)

表3のほとんどの項目で「いつも行う」、「ときどき行う」を合わせると約70～90%になる。しかしQ11\_b、Q11\_gは「いつも行う」、「ときどき行う」を合わせても約60%であり、「あまり行わない」、「全く行わない」と答えた人は他の質問に比べて多かった。

## 1. 4 仮説の検証

### (1) 仮説 I の検証

仮説を検証するために Q27\_a～f (表 1) と可燃ごみの分別知識度 (表 2) をそれぞれクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った。表 4 はその結果の一例であり、Q27\_a と可燃ごみの分別知識度をクロス集計した結果を示したものである。 $\chi^2$  検定の結果、すべての規範的な行動と可燃ごみの正しい分別知識度との関連性に統計的に有意な差はなく、仮説は検証されなかった。

挨拶をする	単位(%)		
	全問正解	非全問正解	計
規範的な行動をする	27.3	72.7	100.0 (260人)
規範的な行動をしない	20.0	80.0	100.0 (90人)
全体	25.4	74.6	100.0 (350人)

$$\chi^2(1)=1.8828 \quad p=0.1700$$

### (2) 仮説 II の検証

#### ①クロス集計

表 5 は仮説 II を検証するためにそれぞれクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った結果である。仮説 II では独立変数を、より規範的な行動といえる項目 Q27\_a,c,e に絞った。

表5 規範的な行動と資源を大切にする行動のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

	Q5_a 直して使う	Q5_b 過剰包装を断る	Q5_e 節水をする	Q5_h 詰め替え用品購入	Q11_a 必要なものだけ購入	Q11_b 再利用可能なものを購入	Q11_c 長期利用可能なものを選ぶ	Q11_g 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ
Q27_a 挨拶をする	3.4684	4.4056 *	0.0518	11.7412 **	1.0157	1.1487	7.5840	0.2824
Q27_c 席を譲る	8.2001 **	9.0012	3.1888	7.3452 **	0.1655	7.9272 **	4.9373 *	7.2924 **
Q27_e ドアを開ける	4.3395 *	9.0351 **	2.9810	9.8664 **	6.5617 *	2.7364	6.6012 *	2.6864

注 1) 値は  $\chi^2$  値を表す 注 2) \*\*p<0.1 \* p<0.5 を示す

表 5 のクロス集計では「いつも行う」を“規範的な行動する”と「ときどき行う」・「あまり行わない」・「全く行わない」を“規範的な行動しない”にカテゴリー統合した。「いつも行う」を別格の扱いにしたいので、この分け方にする。「Q5・Q11 資源を大切にする行動」は「いつも行う」を“資源大切”と「ときどき行う」・「あまり行わない」・「全く行わない」を“資源浪費”にカテゴリー統合した。

#### ②従属変数「資源を大切にする行動」の尺度化

一つずつのクロス集計では、有意差があったものとなかったものに分かれたので、より一般化して分析するために、従属変数の尺度化を行った。従属変数の「資源を大切にする行動」の質問を「いつも行う」に 4 点、「ときどき行う」に 3 点、「あまり行わない」に 2 点、「全く行わない」に 1 点というスコアを与え、「資源を大切にする行動」の中央値 26 点で 2 群に分け、「資源を大切にする行動頻度が高い」(27 点～32 点)「資源を大切にする行動頻度が低い」(11 点～26 点)とした。

この尺度化はクロンバッック  $\alpha$  係数が 0.71 と内的整合性が高く妥当である。

表6 資源を大切にする実行度

実行度	度数(人)	相対度数(%)
高い	184	53.0
低い	163	47.0

欠損値=19

実行度が「高い人」は 53.0%、実行度が「低い人」は 47.0% で約半数に分かれた。

### ③仮説Ⅱの検証（規範的な行動と資源を大切にする実行度とのクロス集計）

表7～9は独立変数「挨拶をする」、「席を譲る」、「ドアを開ける」それぞれと、従属変数の「資源を大切にする」を尺度化した「実行度」との関連をみた結果である。

表7 挨拶と資源を大切にする実行度 単位(%)

挨拶をする	実行度		計
	高い	低い	
規範的な行動する	57.1	42.9	100.0 (247人)
規範的な行動しない	38.2	61.8	100.0 (89人)
合計	52.1	47.9	100.0 (336人)

$$\chi^2(1)=9.3475 \quad p=0.0022$$

表8 席を譲ると資源を大切にする実行度 単位(%)

席を譲る	実行度		計
	高い	低い	
規範的な行動する	58.0	42.0	100.0 (143人)
規範的な行動しない	49.4	50.6	100.0 (166人)
合計	53.4	46.6	100.0 (309人)

$$\chi^2(1)=2.3069 \quad p=0.1288$$

表9 ドアを開けると資源を大切にする実行度 単位(%)

ドアを開ける	実行度		計
	高い	低い	
規範的な行動する	57.2	42.8	100.0 (159人)
規範的な行動しない	48.5	51.5	100.0 (173人)
合計	52.7	47.3	100.0 (332人)

$$\chi^2(1)=2.5030 \quad p=0.1136$$

表7は統計的に有意な差がみられたが、表8と表9では統計的に有意な差がみられなかった。表7は規範的な行動をする人の方が資源を大切にする実行度が高い。この結果から表7の挨拶と資源を大切にする実行度のみ仮説Ⅱは検証されたと言える。

### 1.5 考察

以上の分析から、挨拶をする人は資源を大切にしているといえる。独立変数である規範的な行動の「挨拶をする」、「席を譲る」、「ドアを開ける」の3つの中で、「挨拶をする」だけが資源を大切にする実行度と有意な関連がみられた。挨拶をする人で、資源の実行度が高い人は女性に多かった。年代では60代が多く、職業では専業主婦が多かった。専業主婦は近所付き合いも多く、必然的に挨拶する人が多く、長時間家にいるので、あらゆる日常生活の場面から資源について考えさせられる機会が多く、そのため環境へも気を配れる人が多いのではないだろうか。そして60代の人は昔からの近所付き合いが多いだろうし、昔と比べて資源の大切さについて考えことがあるのではないだろうか。

「席を譲る」、「ドアを開ける」は、見知らぬ人に対して行う場合が多いのに対して、「挨拶をする」は「近所の人に挨拶をする」という質問だったので、顔見知りが多い人のほうが実行度が高いのだと考えられる。従属変数である資源を大切にする行動でも、手間がかかるなったり、目に見えるかたちで成果ができるものは実行する人が多い。このことから規範的な行動をする人は、今ある資源を大切に使おうとする人が多いのではないかということを考えられる。

以上のことから、日常生活の中で資源の大切さを感じる機会と時間の余裕がポイントになるのかもしれない。そしてものを買ったり使うということは、後に不要物が出るということを頭に置いて生活すべきだと思う。

これからは本当に一人一人の小さな貢献が必要とされてくる。一例を挙げると、カーボンフットプリントという制度が一部始まった。カーボンフットプリントとは、どこでどれだけ CO<sub>2</sub> が排出されたかを「見える化」したものである。つまり商品を作る過程、店への輸送、使用時などで、どれだけ排出されているかを商品に数値化して表わすことだ。こうした取り組みを行うことで、消費者は意識を高められ、CO<sub>2</sub> の削減に一步前進する。そして事業者は CO<sub>2</sub> の削減努力が必要とされる。消費者が正しい選択をすることで、大きな一步へと変わるので。他にも環境問題の取り組みはされているが、結局は多くの人が参加しないことには、広がらないし成果も少ないはずである。もっと意識を持ち、実行する人が増えることを願いたい。そして私自身、環境問題により関心が高まったことで、できるこどから積極的に行動に移していきたい。

<参考URL>

社団法人産業環境管理協会「カーボンフットプリント」  
(<http://www.cfp-japan.jp/>, 2010.1.4) .

## 2. 地域活動への参加とごみ出しルールの把握

A72108 品田裕太

### 2.1 問題意識と仮説

最近の社会ではモラルの低下が叫ばれている。自分さえよければいい、バレなければ何をやってもいい。そんな自己中心的な考えが、ルールや他人の気持ちを無視した行動につながっている。しかし、本来なら守られるべきルールはたくさんある。

その中でも生活に密着しているもので「ごみ出しのルール」というものがある。生活していく上でどうしてもごみは出るものであるが、一口にごみと言っても様々な種類があり、しっかりと分別しなければならない。分別することが面倒だと感じる人もいるだろうが、ルールは守るものである。そのルールを守る人はどのような人かと考えた時に、自分の住んでいる地域の活動に参加している人ではないかと考えた。地域の活動に参加していれば同じ活動に参加している人たちとコミュニケーションをとることで、ルールがわからなくても、その人たちに聞いてルールを把握することができる。

また、コミュニケーションをとっている人たちからの目もあるため、適当にごみ出しを行ってイメージを悪くすることを避けたいという理由もあって、ごみ出しのルールを把握するようになるのではないか。

さらに、一定の地域に長く住むことで、その地域の生活にも慣れ、周囲の状況を把握できる状態になるので、ごみ出しルールを把握することもできるようになるのではないかとも考え、居住年数とごみ出しのルールの把握との関連性についても検証する（図1）。

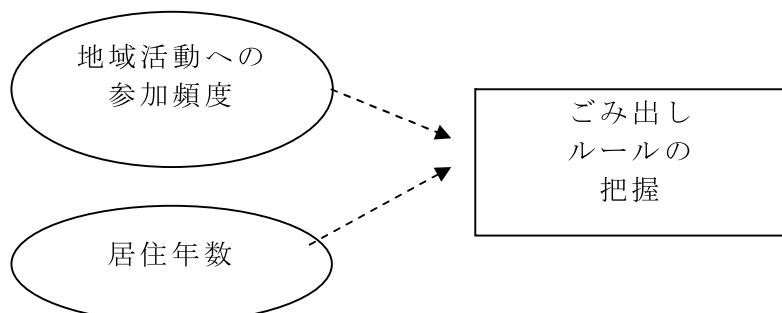


図1 仮説のイメージ図

### 2.2 仮説

- I 地域の活動に参加している人ほど、ごみ出しのルールを把握している
- II 地域の居住年数が長い人ほど、ごみ出しのルールを把握している

### 2.3 仮説に使用する質問の単純集計結果

#### (1) 資源ごみを出してよい曜日の把握

従属変数の資源ごみを出すルールの把握については、「Q19 資源ごみを出してよい曜日の把握」を用いた。

「把握している」が 73.8% で最も多かった。次いで、「ある程度把握している」が 15.0%、「あまり把握していない」が 5.7%、「把握していない」が 5.5% の順であった（附録の「単純集計表」参照）。

分析の際には、「把握している」を「完全把握」とし、「ある程度把握している」と「あまり把握していない」と「把握していない」を「非完全把握」とした（表1）。

表1 ごみ出しルールの把握

把握度	度数(人)	相対度数(%)
完全把握	270	73.8
非完全把握	96	26.2
計	366	100.0

## (2) 地域活動への参加頻度

従属変数の地域活動への参加頻度については、「Q28 地域活動への参加頻度」を用いた（選択肢「5. あてはまらない」は欠損値として扱った）。

「いつもしている」が最も多かったのは「Q28\_a 環境保全（ごみ拾いなど）」の 21.7% であった。次いで、「Q28\_e 自治会運営（自治会役員になるなど）」が 9.4%、「Q28\_b 地域行事（お祭りなど）」が 9.2% という順であった。

反対に、「全くしていない」が最も多かったのは「Q28\_f 高齢者・障害者支援（家事援助など）」の 59.0% であった。次いで、「Q28\_d 防犯・防災（非難訓練など）」が 41.1%、「Q28\_c 教育文化（子ども会など）」が 40.3% という順であった（附録の「単純集計表」参照）。

分析の際には、a～f の結果を統合し、新たな変数「参加頻度」の尺度を作成した。尺度として使用することが妥当かどうか検証するために、クロンバッックの  $\alpha$  係数を確認したところ、 $\alpha$  係数が 0.846471 と 0.7 以上であったため尺度として使用することが妥当であった。

そして、a～f の各選択肢で「いつもしている」に 4 点、「よくしている」に 3 点、「あまりしていない」に 2 点、「全くしていない」に 1 点を与えて点数化した。点数化した結果を 2 群に分けるため、中央値を調べたところ 12 点であったため、6～12 点を参加頻度が「低い」、13～24 点を参加頻度が「高い」という 2 群に分けた（表 2）。

なお、先にも述べたように、「Q28 地域活動への参加頻度」では「5. あてはまらない」を欠損値として扱っているため、欠損値が 194 と多くなっている。

表 2 地域活動の参加頻度

参加頻度	度数（人）	相対度数（%）
低い	101	58.7
高い	71	41.3
計	172	100.0
欠損値=194		

## (3) 居住年数

独立変数の居住年数については、「Q33 居住年数」を用いた。「20 年以上」が 47.2% と最も多かった。次いで、「10 年以上 20 年未満」が 20.8%、「5 年以上 10 年未満」が 15.1% の順であった（附録の「単純集計表」参照）。

分析の際には、「20 年以上」、居住年数が 20 年より短い選択肢を「20 年未満」とした（表 3）。

表 3 居住年数

年数	度数（人）	相対度数（%）
20 年以上	172	47.3
20 年未満	192	52.7
計	364	100.0
欠損値=2		

## 2.4 仮説検証

### (1) 仮説Iの検証

表4は仮説Iを検証するために、Q28\_a～fと「ごみ出しルールの把握」(表1)をクロス集計し、 $\chi^2$ 値を示したものである。6項目中5項目で統計的に有意な差がみられた。

さらに、新たな変数「参加頻度」(表2)と「ごみ出しルールの把握」(表1)をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った。

参加頻度が「低い」で「完全把握」している人は66.3%（67人）に対して、「高い」で「完全把握」している人は90.1%（64人）であった。

1%水準で有意差があったため、「地域活動への参加頻度」と「ごみ出しルールの把握」の間には統計的に有意な関連性があることがわかった（表5）。

表4 仮説Iの検証に使用した変数のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

	独立変数	Q19 資源ごみの曜日把握
従属変数	Q28_a 環境保全への参加	10.4674**
	Q28_b 地域行事への参加	2.5248
	Q28_c 教育文化への参加	4.3406*
	Q28_d 防犯・防災への参加	13.7720**
	Q28_e 自治会運営への参加	9.9342**
	Q28_f 高齢者・障害者支援への参加	5.4851*

(注1)\*\*p<0.01、\*p<0.05 (注2)値は $\chi^2$ 値を示す

表5 地域活動の参加頻度とごみ出しルールの把握 単位(%)

参加頻度	ルールの把握		計
	完全把握	非完全把握	
低い	66.3	33.7	100.0 (101人)
高い	90.1	9.9	100.0 (71人)
計	76.2	23.8	100.0 (172人)

$$\chi^2(1) = 13.01 \quad p=0.0003$$

### (2) 仮説IIの検証

仮説IIの検証のため、「居住年数」(表3)と「ごみ出しルールの把握」(表1)をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った。

居住年数が「20年以上」で「完全把握」している人は77.9%（134人）に対して、「20年未満」で「完全把握」している人は69.8%（124人）と少なかった。

5%水準では統計的に有意な差がなかったため、「居住年数」と「ごみ出しルールの把握」の間には統計的に有意な関連性は見られなかったが、10%水準では統計的に有意な差がみられることから、仮説のような傾向がまったくないとはいえないことがわかった（表6）。

表6 居住年数とごみ出しルールの把握 単位(%)

居住年数	ルールの把握		計
	完全把握	非完全把握	
20年以上	77.9	22.1	100.0 (172人)
20年未満	69.8	30.2	100.0 (192人)
計	73.6	26.4	100.0 (364人)

$$\chi^2(1)=3.08 \quad p=0.08$$

## 2.5 考察

「Q19 あなたは、資源ごみを出してよい曜日を把握していますか」という質問に対して、「把握している」と回答した人が全体のおおよそ74%を占め、「ある程度把握している」も含めるとおおよそ89%にも及ぶことがわかり、自分の住んでいる地域のルールをしっかりと把握していることにとても驚いた。

たかが「ごみ出しのルール」と考えられるかもしれないが、それを把握しているか把握していないかは自分の周囲の人々からの評価や態度にかかわる重要なことなのではないだろうか。居住地域のルールをおろそかにすることは、周囲の人々に迷惑をかけることにな

り、悪い印象を与えることになるだろう。

そのようなことを避けたいという気持ちから「ごみ出しルールの把握」という事柄に反映されているのではないかと感じた。自分の住んでいる地域の活動に参加することによって、自分の住んでいる地域のことをより深く考えたり、愛着がわくことになり、生活の基盤となる自分の住んでいる地域の事柄をおろそかにはできないという考えに至り、それがごみ出しルールの把握につながるのではないだろうか。

また、居住年数の長さによって、地域住民とのコミュニケーションなどを通して、住んでいる地域の事柄が自然と頭に入ってくるようになり、自分の生活にかかわる「ごみ出しルールの把握」といった生活の基礎の部分となる事柄について自然と覚えるということが、多少はあるのではないかとも感じた。

これは感想になるが、今回の仮説の検証をするにあたり、仮説や質問の練り直しやインタビュー調査を通して、自分の考えが正しいのか間違っているのかを確かめることは、簡単なことではないということを痛感した。

特に、インタビュー調査では、自分が漠然と考えていたことと違うお話を聞いたことで、方向性を見失ってしまい、何が自分の考えなのかがわからなくなったりもしたが、それを乗り越えることで何を確かめたいかがはっきりした。今回の仮説の検証を通して、自分の考えを確かめることは、とても難しいことではあるが、それも面白さの一つなのではないかとも感じた。

また、これは個人的なことになるが、私は自分が住んでいる地域のごみ出しのルールを把握できていない。これは、家族と一緒に住んでいて自分がごみ出しを担当していないことや、ごみを出したとしても家族に言われるがままにごみ出しを行っているため、「どのごみをどの曜日に出す」ということを考えずに、ごみ出しを手伝っていることが要因なのではないかと考えられ、「Q19 あなたは、資源ごみを出してよい曜日を把握していますか」において、「非完全把握」に分類された方の中にも、このような要因を抱えていた方がいたのかもしれない。

これから、就職などを機に一人暮らしをすることがあるだろう。そんな時は自分一人でいろいろなルールを守り、問題を解決していかなければならないことも多くなっていくだろう。守るべきルールの中には、もちろん「ごみ出しのルール」も入っている。生活の基盤にかかわるルールなのだから、守らなければ自分で自分の生活環境を悪くしているのと同じことなのではないだろうか。「たかがごみ出しのルール、されどごみ出しのルール」と考えて、損得を抜きにしてごみ出しのルールを守るべきなのではないだろうか。

## 5章 環境政策・環境問題に関する理解度とエコ行動

### 1. 政府の環境政策理解度の規定要因

A72036 平川桃子

#### 1. 1 問題意識と研究テーマ

2008年、リーマンショックの影響により景気が悪くなり、政府の経済政策として、省エネ家電のエコポイント制度やエコカー減税や補助金などエコなモノへと買い替えを促すための補助金制度が行われている。

家電エコポイント制度とは、2009年5月15日より、地球温暖化対策、経済の活性化及び地上デジタル対応テレビの普及を図るため、グリーン家電の購入により様々な商品・サービスと交換可能な家電エコポイントが取得できるものである。家電エコポイント登録申請受付期間は2009年7月1日から2011年2月28日、家電エコポイント交換期間は2009年7月1日から2012年3月31日である。申請書、メーカー発行の保証書（コピー）、領収書/レシート（原本）、家電リサイクル券の排出者控え（コピー）をグリーン家電エコポイント事務局に郵送すると、家電エコポイントが取得でき、取得した家電エコポイントを使って様々な商品・サービスと交換できる。

エコカー減税とは、2009年4月1日より、燃費がよく排気ガスの少ないエコカーを対象となる自動車を購入するときに課税される自動車取得税と、購入時や車検ごとに支払う自動車重量税が基準に応じて50から100%減税となる。

また、エコカーへの買い替え補助金制度は、2009年6月19日から申請受付開始となり、現在のクルマから環境性能の良いクルマに買い替える場合と、買い替えを伴わなくても、環境性能に優れたクルマを購入する場合に補助金が交付されるという制度である。エコカー減税とは全く違った制度だが、併用することも可能である。

このような制度には、どのような人々が関心を持っているのだろうか。今回の調査によると、省エネ家電を「購入した・購入しようとしている」と回答した人は71.0%であり、多くの人が省エネ家電を購入した・購入しようとしていることがわかる。省エネ家電を「購入する予定がない」と回答した人は29.0%であった。省エネ家電の購入理由としては、2011年7月でアナログ放送が終了してしまうため、地上デジタル放送対応のテレビへの移行がされているからではないだろうか。また、省エネ家電を使用した方が光熱費を節約することが出来るからではないだろうか。

エコカーを「購入した・購入しようとしている」と回答した人は16.1%、と全体の約2割程度であった。エコカーを「購入する予定がない」と回答した人は83.9%であり、大半の人がエコカーを購入する予定がないということがわかる。エコカーを購入しない理由としては、現在使用している車がまだ使えるため、エコカーに買い換える必要性がないからではないだろうか（附録の「単純集計表」参照）。

私は、人々が普段行っているエコ行動やメディアへの接触度と、政府の環境政策の理解度には何らかの関連性があるのではないかと思った。そして、「普段エコ行動を行っている人の方が、政府の環境政策を理解している」、「メディアへの接触度が高い人の方が、政府の環境政策を理解している」という仮説を立てた。

#### 1. 2 仮説

- I 「普段エコ行動を行っている人の方が、政府の環境政策を理解している」
- II 「メディアへの接触度が高い人の方が、政府の環境政策を理解している」

#### 1. 3 分析に用いる質問項目の単純集計結果

##### (1) 政府の経済政策の理解度

政府の経済政策においては、「Q4\_c 省エネ家電の購入補助金」、「Q4\_d エコカー減税や補助金」の2つの設問を用いた。

「Q4\_c 省エネ家電の購入補助金」は「わかっている」39.1%と「ある程度わかっている」32.5%をあわせると71.6%、「Q4\_d エコカー減税や補助金」は「わかっている」が45.9%

と「ある程度わかっている」33.6%をあわせると 79.5%と、ほとんどの人が政府の経済政策について理解しているということがわかる。

全体的に見て「わかっている」という回答が多く、「わかっている」、「ある程度わかっている」を合わせると約 70%以上になるという結果が出た。補助金制度は、政府の経済政策としてテレビや新聞、雑誌などといったメディアで、エコポイント・エコカー減税などのおおまかな内容はよく耳にするため、ある程度知ってはいるが、詳しい内容まではわからないことなのではないだろうか。(巻末の「単純集計表」を参照)

## (2) 普段のエコ行動

普段のエコ行動においては、「Q5\_d 冷暖房の温度をこまめに設定する」「Q5\_e 水を使うとき、出しっぱなしにしない」「Q5\_h 詰め替え用品を購入するようにする」「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込み過ぎない」の4つの設問を用いた。

「Q5\_d 冷暖房の温度をこまめに設定する」は「いつも行う」56.0%と「ときどき行う」28.7%をあわせると 84.7%、「Q5\_e 水を使うとき、出しっぱなしにしない」は「いつも行う」62.6%と「ときどき行う」28.1%をあわせると 90.7%、「Q5\_h 詰め替え用品を購入するようにする」は「いつも行う」63.9%、「ときどき行う」30.1%をあわせると 94.0%、「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込み過ぎない」は「いつも行う」40.2%、「ときどき行う」33.9%をあわせると 74.1%と、ほとんどの人が普段のエコ行動を行っているということがわかる。

「いつも行う」では「Q5\_h 詰め替え用品を購入するようにしている」が 63.9%と最も高かった。「ときどき行う」を合わせると約 90%以上になり、ほとんどの人が行っていることがわかる。

全体的に見て「いつも行う」という回答が多く、「いつも行う」、「ときどき行う」を合わせると約 70%以上になるという結果が出た(附録の「単純集計表」参照)。

## (3) メディアとの接触度

メディアとの接触度においては「Q23\_a TVで毎日ニュース番組を見る」「Q23\_b TVでよくドキュメント番組を見る」「Q23\_c 新聞は毎日ひと通り目を通す」「Q23\_d インターネットで毎日ニュースをチェックする」「Q23\_e 雑誌を定期的に講読している」「Q23\_f 地域情報誌に目を通す」「Q23\_g 市や県の広報誌によく目を通す」「Q23\_h エコ行動に関するポスターをよくみる」の8つの設問を用いた。

「Q23\_a TVで毎日ニュース番組を見る」は「あてはまる」が 80.1%、「あてはまらない」が 1.4%、「Q23\_b TVでよくドキュメント番組を見る」は「あてはまる」が 30.6%、「あてはまらない」が 4.6%、「Q23\_c 新聞は毎日ひと通り目を通す」は「あてはまる」が 53.0%、「あてはまらない」が 14.8%、「Q23\_d インターネットで毎日ニュースをチェックする」は「あてはまる」が 24.1%、「あてはまらない」が 39.1%、「Q23\_e 雑誌を定期的に講読している」は「あてはまる」が 13.7%、「あてはまらない」が 59.6%、「Q23\_f 地域情報誌に目を通す」は「あてはまる」が 22.1%、「あてはまらない」が 15.9%、「Q23\_g 市や県の広報誌によく目を通す」は「あてはまる」が 25.4%、「あてはまらない」が 11.8%、「Q23\_h エコ行動に関するポスターをよくみる」は「あてはまる」が 11.8%、「あてはまらない」が 13.1%であり、設問によって回答にばらつきがみられた。

「あてはまる」と回答した項目では「Q23\_a TVで毎日ニュース番組を見る」で 80.1%と最も高く、次いで「Q23\_c 新聞は毎日ひと通り目を通す」で 53.0%と半数以上の方が毎日メディアと接触していることがわかる。「あてはまらない」と回答した項目では「Q23\_e 雑誌を定期的に講読している」で 59.6%と最も高かった。毎日 TV を見ることや新聞を読むことは“当たり前”的な行動とされてきているため、この2つのメディアと接触度が高くなつたのではないだろうか。(巻末の「単純集計表」を参照)

## 1. 4 仮説の検証

### (1) 仮説 I の検証

表1は仮説 I の独立変数であるエコ行動(Q5\_d,e,h,i)と従属変数である省エネ政策

(Q4\_c,d)をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った結果をまとめたものである。

Q5 の質問項目から、エコ行動と考えられる質問項目を4つ選び、表1で有意な関連性差がみられたクロス集計表のみについて以下検討する。クロス集計にあたって、次のように選択肢を統合した。Q5\_d,e,h,i の普段のエコ行動をはかる質問では、4件法(「いつも行う」「ときどき行う」「あまり行わない」「行わない」)の選択肢を統合して2件法(「行う」「行わない」)にした。同様に、Q4\_c,Q4\_d の政府の環境政策の理解度をはかる質問では、4件法(「わかっている」「ある程度わかっている」「少しあわかっている」「わからない」)の選択肢をカテゴリー統合して2件法(「理解している」「理解していない」)にした。

表1 エコ行動と政府の環境政策理解度のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

	Q4_c 省エネ家電の購入補助金	Q4_d エコカーの減税や補助金
Q5_d 冷暖房の温度をこまめに設定	10.7997 **	3.0633
Q5_e 水を出しっぱなしにしない	0.0597	0.1117
Q5_h 詰め替え用品を購入する	not valid	not valid
Q5_I 冷蔵庫にものを詰め込み過ぎない	0.5855	0.3756

(注)\*\*p<0.01

表2 冷暖房の温度設定と省エネ家電購入補助金 単位(%)

冷暖房の温度をこまめに設定	省エネ家電の購入補助金			計
	理解している	理解していない		
行う	76.2	23.8	100.0 (261人)	
行わない	54.0	46.0	100.0 (96人)	
全体	73.1	26.9	100.0 (357人)	

$\chi^2 (1)=10.7997 \ p=0.0010$

普段省エネ行動をしている、していないにかかわらず、人々は政府の補助金制度を理解しているということがわかった。今日、表3にある省エネ行動を行うことは、すでに人々にとって“当たり前”的な行動とされていて、政府の補助金の理解度を左右するものではなかったのではないか、と私は考えた。

そこで、仮説検証に使用した変数同士の関連性を見ていくと、最終的に「メディア接触度、政府の補助金制度を理解度」に関係があるのではないかという仮説IIにいたった。

## (2) 仮説IIの検証

表3は、仮説IIの独立変数であるエコ行動(Q5\_d,e,h,i)と従属変数であるメディア接触度(Q23\_a~h)をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定した結果をまとめたものである。

表3で有意な関連性がみられたクロス集計表のみについて以下検討する。クロス集計にあたって、次のように選択肢を統合した。Q23\_a~h のメディア接触度をはかる質問では、4件法(「あてはまる」「ややあてはまる」「あまりあてはまらない」「あてはまらない」)の選択肢を統合して2件法(「あてはまる」「あてはまらない」)にした。同様に、Q4\_c,Q4\_d の政府の環境政策の理解度をはかる質問では、4件法(「わかっている」「ある程度わかっている」「少しあわかっている」「わからない」)の選択肢をカテゴリー統合して2件法(「理解している」「理解していない」)にした。

表3 メディア接触度と政府の環境政策理解度のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

	Q4_c 省エネ家電の購入補助金	Q4_d エコカー減税や購入補助金
Q23_a TVで毎日ニュース番組を見る	2.8933	1.3298
Q23_b TVでドキュメント番組を見る	1.6264	0.9121
Q23_c 新聞は毎日ひと通り目を通す	7.2453 *	8.8520 *
Q23_d インターネットで毎日ニュースをチェックする	1.6880	0.2104
Q23_e 雑誌を定期的に講読している	4.5223 *	1.5125
Q23_f 地域情報誌によく目を通す	1.1559	0.0061
Q23_g 市や県の広報誌によく目を通す	8.0653 *	3.9671 *
Q23_h エコ行動に関するポスターをよく	0.4832	0.7918

(注)\*\*p&lt;0.01 \*p&lt;0.05

表4 新聞は毎日目を通すと省エネ家電購入補助金 単位(%)

省エネ家電の購入補助金		計	
新聞は毎日目を通す	理解している理解していない		
あてはまる	77.3	22.7	100.0 (256人)
あてはまらない	63.4	36.6	100.0 (101人)
全体	73.4	26.6	100.0 (357人)

 $\chi^2 (1)=7.2453$  p=0.0071

表6 広報誌に目を通すと省エネ家電購入補助金 単位(%)

省エネ家電の購入補助金		計	
広報誌に目を通す	理解している理解していない		
あてはまる	78.2	21.8	100.0 (234人)
あてはまらない	64.2	35.8	100.0 (123人)
全体	73.4	26.6	100.0 (357人)

 $\chi^2 (1)=8.0653$  p=0.0045

表8 広報誌に目を通すとエコカー減税や購入補助金 単位 (%)

エコカー減税や購入補助金		計	
広報誌に目を通す	理解している理解していない		
あてはまる	84.3	15.7	100.0 (235人)
あてはまらない	75.6	24.4	100.0 (123人)
全体	81.3	18.7	100.0 (358人)

 $\chi^2 (1)=3.9671$  p=0.046

表5 雑誌の定期購読と省エネ家電購入補助金 単位(%)

省エネ家電の購入補助金		計	
雑誌の定期購読	理解している理解していない		
あてはまる	82.1	17.9	100.0 (84人)
あてはまらない	70.4	29.6	100.0 (270人)
全体	73.2	26.8	100.0 (354人)

 $\chi^2 (1)=4.5223$  p=0.0335

表7 新聞は毎日目を通すとエコカー減税や購入補助金 単位(%)

エコカー減税や購入補助金		計	
新聞は毎日目を通す	理解している理解していない		
あてはまる	85.2	14.8	100.0 (256人)
あてはまらない	71.6	28.4	100.0 (102人)
全体	81.3	18.7	100.0 (358人)

 $\chi^2 (1)=8.8520$  p=0.0029

## 1. 5 考察

2008年、リーマンショックの影響により景気が悪くなり、政府の環境政策が始まった。そのため、人々が普段行っているエコ行動と政府の環境政策の理解度には何らかの関連性があるのではないかと思った。しかし、調査の結果、人々が普段行っているエコ行動と政府の環境政策の理解度には関連性がなかった。人々は、普段エコ行動を行っている、行っていないにかかわらず、政府の環境政策を理解しているということがわかった。今日、エコ行動を行うことは、すでに人々にとって“当たり前”的な行動とされていて、政府の環境政策の理解度を左右するものではなかったのではないか。また、政府の環境政策は環境問題やエコ活動というよりも、景気対策として重視されてしまったからではないか。

仮説I「普段エコ行動を行っている人の方が、政府の環境政策を理解している」が支持されなかつたため、ではどのような人が政府の環境政策と関連があるのかを考え、仮説検証に使用した変数同士の関連性を見ていくと、最終的に「メディア接触度と、政府の環境

「政策理解度」に関係があるのではないかと考えた。そして、仮説Ⅱの「メディア接触度が高い人の方が、政府の環境政策を理解している」を立てた。仮説検証の結果から、メディア接触度が高い人はメディア接触度が低い人よりも、政府の環境政策について理解していることがわかった。これは、政府の環境政策についてTVや新聞などで日々取り上げられており、人々が目にする機会が多くなったからではないだろうか。2010年からは地球温暖化対策の推進及び経済の活性化を図ることを目的として、住宅エコポイント制度が開始され、ますますエコ意識が高まって来ていると言えるのではないか。

#### 引用・参考文献

- ・株式会社プロトコードレーション (PROTO CORPORATION)  
([http://www.ecocarlife.com/ecocar\\_tax/](http://www.ecocarlife.com/ecocar_tax/), 2010.1.30).
- ・グリーン家電普及促進事業 エコポイント (家電エコポイント制度とは)  
(<http://eco-points.jp/index.html/>, 2010.5.5).

## 2. 環境問題に関する理解度とエコ行動

A72113 花澤千尋

### 2. 1 問題意識と研究テーマ

最近身近な場面でよく聞くようになった「エコ」。テレビでもエコバッグやマイ箸、マイボトルなどのエコグッズなどがたびたび紹介され、それと共に地球に優しい「エコ行動」というものが紹介されるようになった。その内容としては節電、節水、ゴミのリサイクルなど自分の身の回りからできるものなど様々である。

その中で、私が最初に注目した物は「エコバッグ」である。身の回りで出来るエコ行動で大きく取り上げられることが多かったエコバッグは、その利点であるポイント追加、割引、などの金銭的な利益が利点となって使用されていると私は考えた。人は何らかの利益、特に自分のお財布事情に關することなら率先してやるようになるのではないだろうか。そこで私は「エコバッグを使っている人は環境よりも自分の利益を優先しているのであって、エコバッグを使っていない人のほうが環境について考えている」という仮説を立て、インタビュー調査を行った。

インタビューでは二人の男性（エコバッグを使用している人と使用していない人）に、いくつかエコ行動を行っているかどうか聞いた。結果としては、二人とも行っているエコ行動に大きな差はなく、私の仮説はあてはまらなかった。そこで、今回のインタビュー調査を通して、「エコバッグ」に固執するのではなく、「環境問題についての理解度」という尺度を作り、「環境問題に関する理解度」と「エコ行動」との関連を考えてみることにした。

そして、「環境問題に関する理解度が高い人は、エコ行動を行っている」という仮説を立て、環境問題に関する理解度とエコ行動の関連を考えてみることとする。

### 2. 2 仮説

環境問題に関する理解度が高い人は、エコ行動を行っている

### 2. 3 仮説検証に使用する質問の単純集計結果

環境問題に関する理解度で使用する Q4\_a から Q4\_k までの調査結果は、全体的に理解度にバラつきがあったが、「Q4\_i 環境家計簿」、「Q4\_j レッドデータブック」、「Q4\_k 温室効果ガスの排出量取引制度」は、「少しあはわかっている」、「わからない」と答えた人が 6 割をしめる結果となった。また、全体的に個人の生活に直接関係してくるような「Q4\_e クールビズ」や「Q4\_f エコバッグがなぜ「エコ」か」などは「わかっている」、「ある程度わかっている」と答える人が多かった。これは、身近でよく聞く言葉だからではないだろうか。そして、今回「少しあはわかっている」、「わからない」と答えた人が多かったものは、特に個人の生活に直接関わってくるようなものであった。やはり、自分の身近にあるものについては、ある程度理解があるものだと考えられる。（附録の「単純集計表」参照）

エコ行動として使用する Q5\_a から Q5\_i までの質問は、「Q5\_c 生ゴミの自宅処理」以外は「いつも行う」、「ときどき行う」に 7 割近くの回答が集中した。そして「Q5\_c 生ゴミの自宅処理」は、7 割近くの回答が「まったく行わない」に集まる結果となった。また、「Q5\_g 値段が高くて、長く使用できるものを購入」は「いつも行う」よりも、「ときどき行う」という選択肢に約半数の回答が集まった。この質問では、金銭的な面を考えてか「いつも行う」と答えた人はあまりいないようだが「まったく行わない」と答えた人は 2% ほどだったため、この質問に回答したほとんどの人は行っているという結果になった（附録の「単純集計表」参照）。

## 2.4 「環境問題に関する理解度」尺度の構成

環境問題に関する「理解度」という尺度を作り、エコ行動との関連性をみたいと考える。そのため、「Q4\_a 「3 R」の意味」から「Q4\_k 温室効果ガスの排出量取引」まで合成してクロンバック  $\alpha$  係数を確認したところ、0.78と内的整合性が認められ妥当な尺度であると確認できた。そして、「Q4\_a 「3 R」の意味」から「Q4\_k 温室効果ガス排出量取引」までを点数化し「わかっている」に4点、「ある程度わかっている」に3点、「少しあわかっている」に2点、「わからない」に1点として最高44点、最低11点として全ての回答を点数化する。平均を27点とし、27点以上を「高理解」、27点未満を「低理解」として新しい尺度をつくった。

## 2.5 仮説検証

環境問題に関する理解度と Q5\_a から Q5\_i までのエコ行動をクロス集計し、それとの関連性を調べる。そのため、エコ行動を「いつも行う」、「ときどき行う」を「行う」、「あまり行わない」、「まったく行わない」を「行わない」としてカテゴリーを統合し、環境問題に関する理解度とクロス集計を行った。

表1 環境問題に関する理解度と  
「Q5\_a 直せば使えるものは修理・改良して使う」 単位(%)

理解度	直せば使える物は修理・改良して使う		
	行っている	行っていない	計
高	91.0	9.0	100.0 (178人)
低	86.9	13.1	100.0 (183人)
全体	88.9	11.1	100.0 (361人)

$$\chi^2_{(1)} = 1.5591, p=0.2118$$

表2 環境問題に関する理解度と「Q5\_c 生ゴミの自宅処理」  
単位(%)

理解度	生ゴミの自宅処理		
	行っている	行っていない	計
高	12.9	87.1	100.0 (178人)
低	14.8	85.3	100.0 (183人)
全体	13.9	86.2	100.0 (361人)

$$\chi^2_{(1)} = 0.2540, p=0.6143$$

表3 環境問題に関する理解度と  
「Q5\_d 冷暖房の温度設定をこまめにする」 単位(%)

理解度	冷暖房の温度設定をこまめにする		
	行っている	行っていない	計
高	88.2	11.8	100.0 (178人)
低	83.2	16.9	100.0 (184人)
全体	85.6	14.4	100.0 (362人)

$$\chi^2_{(1)} = 1.8758, p=0.1708$$

表4 環境問題に関する理解度と「Q5\_e 水を出しつぱなしにしない」  
単位(%)

理解度	水を出しつぱなしにしない		
	行っている	行っていない	計
高	91.6	8.4	100.0 (178人)
低	92.4	7.7	100.0 (183人)
全体	92.0	8.0	100.0 (361人)

$$\chi^2_{(1)} = 0.0737, p=0.7861$$

表5 環境問題に関する理解度と  
「Q5\_f 外出の際、自転車や公共交通機関を利用する」  
単位(%)

理解度	外出の際、公共交通機関を利用する		
	行っている	行っていない	計
高	74.2	25.8	100.0 (178人)
低	79.8	20.2	100.0 (183人)
全体	77.0	23.0	100.0 (361人)

$$\chi^2_{(1)} = 1.6120, p=0.2042$$

表6 環境問題に関する理解度と「Q5\_h 詰め替え用品を購入する」  
単位(%)

理解度	詰め替え用品を購入する		
	行っている	行っていない	計
高	96.0	4.0	100.0 (176人)
低	95.6	4.4	100.0 (183人)
全体	95.8	4.2	100.0 (359人)

$$\chi^2_{(1)} = 0.0348, p=0.8519$$

表1から表6までは、環境問題に関する理解度とQ5\_aからQ5\_iまでのエコ行動のクロス集計結果で有意な差がみられなかったものである。この結果から、これらのエコ行動と環境問題に関する理解度は関連性があるとはいえないかった。では、なぜ関連性がみられなかつたのだろうか。

表1の「Q5\_a 直せば使えるものは修理・改良して使う」、表3の「Q5\_d 冷暖房の温度設定をこまめにする」、表4の「Q5\_e 水を出しつぱなしにしない」、表6の「Q5\_h 詰め替え用品を購入する」、この4つのエコ行動はすべて日常生活に非常に近いエコ行動ではないだろうか。この4つのエコ行動は、普段の生活の中で日常的に行っているものではないのだろうか。これにより日々の習慣との関連性が考えられるものであったため、環境問題に関する理解度との関連性がみられなかつたのではないかと考えられる。

次に、表2の環境に関する理解度と「Q5\_c 生ゴミの自宅処理」のクロス集計結果をみてみる。すると、行っていない人が8割という結果となっている。これは、生ゴミの自宅処理という個人が住んでいる生活環境に左右されるエコ行動であるからではないだろうか。一言に生ゴミの自宅処理といっても庭に埋める、機械を買って処理をする、などの方法が考えられるが、庭に埋めるなどの方法は庭がなければできない。このように、個人が住んでいる生活環境で左右されるエコ行動であったため、環境に関する理解度との関連性がみられなかつたのではないだろうか。

そして、表5の環境問題に関する理解度と「Q5\_f 外出の際、自転車や公共交通機関を利用する」のクロス集計結果をみてみる。これは質問文で「自転車や歩行、電車、バスなどの公共交通機関」として、自転車や歩行などのお金がかからないものと電車やバスなどのお金をかけて移動するものを一緒に質問文に入れてしまっている。そのため、回答が一方に偏ってしまったため、環境問題に関する理解度との関連性がみられなかつたのではないだろうか。

表7 環境問題に関する理解度と「Q5\_b 過剰包装を断る」  
単位(%)

理解度	過剰包装を断る		計
	行っている	行っていない	
高	81.6	18.4	100.0 (179人)
低	70.3	29.7	100.0 (182人)
全体	75.9	24.1	100.0 (361人)

$\chi^2_{(1)} = 6.2269, p=0.0126$

表8 環境問題に関する理解度と  
「Q5\_g 高額でも長く使用しているものを購入」  
単位(%)

理解度	高額でも長く使用できるものを購入		計
	行っている	行っていない	
高	80.9	19.1	100.0 (178人)
低	71.3	28.7	100.0 (181人)
全体	76.0	24.0	100.0 (359人)

$\chi^2_{(1)} = 4.5669, p=0.0326$

表9 環境問題に関する理解度と  
「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込みすぎない」  
単位(%)

理解度	冷蔵庫にものを詰め込みすぎない		計
	行っている	行っていない	
高理解	69.8	30.2	100.0 (179人)
低理解	79.8	20.2	100.0 (183人)
全体	74.9	25.1	100.0 (362人)

$\chi^2_{(1)} = 4.7595, p=0.0291$

表7から表9までは、環境問題に関する理解度とQ5\_aからQ5\_iまでのエコ行動のクロス集計結果で有意な差がみられた。なぜ統計的に有意な関連がみられたのか表ごとに考えていく。

表7は環境問題に関する理解度と「Q5\_b 過剰包装を断る」のクロス集計結果である。5%水準で有意な差がみられた。表7によると、理解度が高い人ほど過剰包装を断っているという結果となっている。これにより、仮説「理解度が高い人は、エコ行動を行っている」

は支持された結果となった。環境問題について関心がある人のほうが「環境によくない」ということを考えて過剰包装を断っているのではないだろうか。

表8は環境問題に関する理解度と「Q5\_g 高額でも長く使用できるものを購入」のクロス集計結果である。5%水準で有意な差がみられた。表8によると、理解度が高い人ほど高額でも長く使用できるものを購入しているという結果となっている。これにより、仮説「理解度が高い人は、エコ行動を行っている」は支持された結果となった。「高額」ということで身銭をきるような形でエコ行動を行っていることになる。しかし、環境問題に関する人は高額な商品を買ってでもエコ行動をしていることになるのではないかだろうか。

表9は、環境問題に関する理解度と「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込みすぎない」のクロス集計結果である。5%水準で有意な差がみられた。表9によると、理解度が低い人ほど冷蔵庫にものを詰め込みすぎないようにしている。したがって、仮説「環境問題に関する理解度が高い人は、エコ行動を行っている」は棄却されたが、関連性がある結果となった。このエコ行動だけが関連性が認められたエコ行動の中で唯一仮説が棄却された結果となつたが、冷蔵庫にものを詰め込みすぎないというエコ行動は、環境問題というより節約意識のほうが強いのではないかだろうか。このエコ行動は、環境問題に関する理解度が高い人ではなく、節約意識が強い人が行うのではないかだろうか。そう考えると、環境問題に関する理解度が低い人は「環境」よりも自身のお財布事情を気にしているのだろうか。

## 2. 6 まとめと考察

最初に私が感じた疑問は「人は本当に環境のことを考えてエコ行動を行っているのか」というものだった。そこで環境問題に関する理解度を使って「エコ行動」というものを考えてきた。結果として、環境問題に関する理解度と関連性があるエコ行動は多くはなかつた。一口に「エコ行動」と言っても種類は様々で、全てのエコ行動を理解した上で行っているとは限らないということが考えられる結果となつたからである。しかし関連性がみられたクロス集計結果では、仮説が支持されたものが多かつた。その中には、「Q5\_b 過剰包装を断る」、「Q5\_g 高額でも長く使用できるものを購入」などの環境問題に関する理解度が高いからこそできるエコ行動、「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込みすぎない」などの節約効果が目先にあるエコ行動などがあげられた。

これらの結果から考えて、環境問題に関する理解度が高い人のほうが日頃から「エコ」を意識してエコ行動を行っているのではないか。特に「Q5\_g 高額なものでも長く使用できる物を購入」については、環境問題に関する理解度が高い人ほど金銭的に不利であるとしても行っていることが結果として出た。これは、環境問題に関する関心と理解がなければ行わないエコ行動だと考えられる。また、「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込みすぎない」については、環境問題に関する理解度が低い人ほど行っているということで「環境」よりも節約効果という金銭的に得である点に考え方が偏ってしまうのではないかと考えられる。

このように、「エコ行動」と一言で言っても、環境問題に関する理解度と関連性が認められたものも含めて多様な種類がある。今回の結果から、「エコ行動」と一言で言っても様々なものがあり、それら全てが環境に対する配慮から行っているわけではないこと。特に目立つたのは、金銭的なものが絡むエコ行動だった。環境問題に関する理解度が高い人は自ら身銭をきるようなエコ行動を、環境問題に関する理解度が低い人は節約効果がみられるエコ行動をしている、という興味深い結果がみられた。私は環境に対する配慮がなくてはエコ行動をしてはいけない、とまでは言わない。「エコ行動」と言われているだけあって、環境に対して良いことには違いないだろう。しかし環境について意識しながらエコ行動を行っても悪くなることはないのではないかだろうか。今回、私の仮説では様々なエコ行動を色々な意識の元で行っていることが考えられる結果となつたが、理解をした上で行うエコ行動には、私たちが最初に出来る環境対策なのではないかと考える。

## 参考文献

デーリー東北新聞社、「エコ後退？ 市販ビニール袋売り上げ急増」

(<http://www.daily-tohoku.co.jp/news/2009/03/02/new0903021101.htm>, 2010.1.21)

## 6章 流行・メディア・情報との接触とエコ行動

### 1. 流行・メディアとの接触と環境問題に関する理解度

A72091 武林美由紀

#### 1. 1 問題意識

昨今、環境問題は注目を集めている。環境問題と言っても、地球温暖化、大気汚染、砂漠化など、多数の問題が複雑に絡み合った世界的な大問題である。今の深刻なレベルにまで達した環境問題はもはや世界各国が協力し合い、解決の道を模索していくしかない。これは私たちの共通理解になっていると言っても過言ではないだろう。

そのためか、私たちの日常生活で“エコ”を目にすることもここ数年で急増した。様々なメディアでもエコを積極的に取り上げているし、エコバッグやタンブラーなどのエコグッズを使用している人もよく見かける。まさに空前のエコブームである。調査対象である千葉市3区（稻毛区、美浜区、花見川区）においても、およそ8割の人がエコバッグを所有しており、また、そのうちの8割の人が何らかの際にエコバッグを使用していることがわかった。

もちろん人びとがエコを意識しながら生活していくことは非常に良いことである。しかし、実際にエコグッズを使用している人は本当に環境のことを考え、理解しているのだろうか。私は人びとがエコグッズを使用しているのは、環境のためではなく流行やメディアに流された、中身が伴っていないエコ行動なのではないかという疑問を持ち、調査することにした。

なお、本レポートではエコグッズを、種類や用途が豊富であるエコバッグに限定する。

#### 1. 2 仮説

仮説I：流行に敏感な人ほど、環境問題に関する理解度が低い

仮説II：メディアへの接触度が高い人ほど、環境問題に関する理解度が低い

#### 1. 3 分析に用いる質問項目の単純集計結果（単純集計表参照）

##### （1）流行への敏感さ

流行への敏感さを調べるためにQ24\_a～gで商品を購入する際のきっかけを尋ねた。「あてはまる」の回答を見ると、「Q24\_e 衝動買いをよくしてしまう」が11.8%と最も多く、次いで「Q24\_a CMで見た商品を度々買う」の10.4%、「Q24\_f 「○○限定」と書いてあると買ってしまう」の9.8%となった。Q24の各設問は全体的に見ると、実行度には多少差があるようだ。

##### （2）メディア接触度

メディアの接触度を調べるために、Q23\_a～gで各メディアへの接触度を尋ねた。「あてはまる」の回答を見ると、「Q23\_a TVで毎日ニュース番組を見る」が80.3%と、圧倒的に高い。全体的に見ると新聞、雑誌をはじめとする有料紙媒体は比較的接触度が低い。

##### （3）環境問題に関する理解度

環境問題に関する理解度を調べるためにQ4\_a～kで環境問題に関する語句や制度の理解度を尋ねた。「わかっている」の回答率を見ると、「Q4\_e クールビズ」が73.2%と圧倒的に高く、「Q4\_f エコバッグがなぜ「エコ」か」も57.9%と半数以上の人人が理解している。しかし、「Q4\_i 環境家計簿」は5.1%、「Q4\_j レッドデータブック」は8.5%と理解度が1割にも満たない語句もある。全体的に見ると、理解度の差が大きいことがわかる。

##### （4）「Q4 環境問題に関する理解度」の因子分析

仮説I・IIの検証に際して、従属変数「Q4 環境問題に関する理解度」の因子分析を行なった。

表1 理解度因子分析

変数名	質問	factor1 地球環境 (earth)	factor2 生活密接 (life)	factor3 環境政策 (policy)
Q4_k	温室効果ガスの排出量取引	0.74 *	0.02	0.13
Q4_i	環境家計簿	0.70 *	0.06	-0.11
Q4_g	グリーンニューディール政策	0.66 *	0.03	-0.02
Q4_j	レッドデータブック	0.62 *	-0.23	0.24
Q4_h	地球温暖化のしくみ	0.61 *	0.27	0
Q4_d	エコカー減税や補助金	0.05	0.85 *	0
Q4_c	省エネ家電の購入補助金	0.04	0.84 *	0.02
Q4_e	クールビズ	-0.12	0.74 *	0.14
Q4_f	エコバッグがなぜ「エコ」か	0.32 *	0.37 *	-0.02
Q4_b	チームマイナス6%	-0.07	0.12	0.83 *
Q4_a	「3R」の意味	0.11	-0.03	0.77 *

因子分析の結果、地球規模での環境問題対策でまとまった「地球環境(earth)」、人びとの生活に密接にかかわっている制度や行動でまとまった「生活密接(life)」、環境問題に対する政策でまとまった「環境政策(policy)」の理解度という3つの因子にわけることができた。

#### 1. 4 仮説の検証

##### (1) 仮説Iの検証

仮説Iの検証に際して、従属変数「Q4 環境問題に関する理解度」の因子分析を行ない、析出された因子と独立変数「Q24 流行への敏感さ」を用いて回帰分析を行ない、関連性を見た。

##### ① 独立変数「Q24 流行への敏感さ」と「地球環境 (earth)」の回帰分析

表2 独立変数「Q24 流行への敏感さ」と「地球環境(earth)」の回帰分析

独立変数	回帰係数	有意水準
Q24_a CMで見た商品を度々買う	0.12	0.10
Q24_b 流行ものをチェックしている	0.11	0.12
Q24_c 新商品が出たら買ってしまう	-0.04	0.61
Q24_d 番組で紹介された商品や行動は試す	0.08	0.28
Q24_e 衝動買いをよくしてしまう	-0.05	0.48
Q24_f 「〇〇限定」と書いてあると買ってしまう	-0.05	0.49
Q24_g 友人や知人から勧められたものは試す	0.004	0.97

\*\*p<0.01 \*p<0.05

回帰分析の結果、独立変数と「地球環境 (earth)」の理解度との間に統計的に有意な差は見られず、関連性がないことがわかった。

## ② 独立変数「Q24 流行への敏感さ」と「生活密接 (life)」の回帰分析

表3 独立変数「Q24 流行への敏感さ」と「生活密接(life)」の回帰分析

独立変数	回帰係数	有意水準
Q24_a CMで見た商品を度々買う	0.10	0.17
Q24_b 流行ものをチェックしている	0.07	0.28
Q24_c 新商品が出たら買ってしまう	-0.08	0.27
Q24_d 番組で紹介された商品や行動は試す	0.27	0.0002 **
Q24_e 衝動買いをよくしてしまう	-0.03	0.67
Q24_f 「〇〇限定」と書いてあると買ってしまう	0.10	0.18
Q24_g 友人や知人から勧められたものは試す	-0.07	0.39

\*\*p<0.01 \*p<0.05

回帰分析の結果、独立変数「Q24\_d 番組で紹介された商品や行動（節約術、健康法、食品など）は試す」と「生活密接 (life)」の理解度の間には1%未満の有意水準で有意差が見られた。

## ③ 独立変数「Q24 流行への敏感さ」と「環境政策 (policy)」の回帰分析

表4 独立変数「Q24 流行への敏感さ」と「環境政策(policy)」の回帰分析

独立変数	回帰係数	有意水準
Q24_a CMで見た商品を度々買う	-0.15	0.04 *
Q24_b 流行ものをチェックしている	0.32	<.0001 **
Q24_c 新商品が出たら買ってしまう	0.06	0.44
Q24_d 番組で紹介された商品や行動は試す	-0.13	0.07
Q24_e 衝動買いをよくしてしまう	0.03	0.62
Q24_f 「〇〇限定」と書いてあると買ってしまう	0.001	0.98
Q24_g 友人や知人から勧められたものは試す	-0.02	0.83

\*\*p<0.01 \*p<0.05

回帰分析の結果、「Q24\_a CM で見た商品を度々買う」と「環境政策(policy)」の理解度の間には5%水準で負の関連が見られた。

また、「Q24\_b 雑誌やインターネットなどで流行ものをチェックしている」と「環境政策(policy)」の理解度の間には1%未満の水準で正の関連が見られた。

## (2) 仮説Ⅱの検証

仮説Ⅱの検証に際して、「Q4 環境問題に関する理解度」の因子と独立変数「Q23 メディアへの接触度」を用いて回帰分析をおこない、関連性を見た。

## ① 独立変数「Q23 メディアへの接触度」と「地球環境 (earth)」の回帰分析

表5 独立変数「Q23 メディアへの接触度」と「地球環境(earth)」の回帰分析

独立変数	回帰係数	有意水準
Q23_a TVで毎日ニュース番組を見る	-0.19	0.06
Q23_b TVでよくドキュメント番組を見る	0.26	0.0003 **
Q23_c 新聞は毎日ひとり目を通す	0.17	0.0007 **
Q23_d インターネットで毎日ニュースをチェックする	0.16	0.0004 **
Q23_e 雑誌を定期的に講読している	0.05	0.33
Q23_f 地域情報誌に目を通す	-0.02	0.79
Q23_g 市や県の広報誌に目を通す	0.16	0.04 *

\*\*p<0.01 \*p<0.05

回帰分析の結果、「Q23\_b TV でよくドキュメント番組を見る」、「Q23\_c 新聞は毎日ひとり目を通す」、「Q23\_d インターネットで毎日ニュースをチェックする」の三項目と「地球環境(earth)」の理解度の間にはそれぞれ1%未満の有意水準で関連が見られ、「Q23\_g 市や県の広報誌に目を通す」の間には5%未満の有意水準で関連が見られた。

## ②独立変数「Q23 メディアへの接触度」と「生活密接（life）」の回帰分析

表6 独立変数「Q23 メディアへの接触度」と「生活密接（life）」の回帰分析

独立変数	回帰係数	有意水準
Q23_a TVで毎日ニュース番組を見る	0.03	0.73
Q23_b TVでよくドキュメント番組を見る	0.10	0.15
Q23_c 新聞は毎日ひと通り目を通す	0.07	0.19
Q23_d インターネットで毎日ニュースをチェックする	0.08	0.07
Q23_e 雑誌を定期的に講読している	0.06	0.26
Q23_f 地域情報誌に目を通す	-0.004	0.96
Q23_g 市や県の広報誌に目を通す	0.21	0.01 **

\*\*p<0.01 \*p<0.05

回帰分析の結果、「Q23\_g 市や県の広報誌に目を通す」と「生活密接（life）」の理解度の間には1%未満の有意水準で関連が見られた。

## ③独立変数「Q23 メディアへの接触度」と「環境政策（policy）」の回帰分析

表7 独立変数「Q23 メディアへの接触度」と「環境政策(policy)」の回帰分析

独立変数	回帰係数	有意水準
Q23_a TVで毎日ニュース番組を見る	-0.34	0.0004 **
Q23_b TVでよくドキュメント番組を見る	-0.03	0.65
Q23_c 新聞は毎日ひと通り目を通す	0.04	0.4
Q23_d インターネットで毎日ニュースをチェックする	0.24	<.0001 **
Q23_e 雑誌を定期的に講読している	0.03	0.53
Q23_f 地域情報誌に目を通す	0.06	0.43
Q23_g 市や県の広報誌に目を通す	-0.03	0.73

\*\*p<0.01 \*p<0.05

回帰分析の結果、「環境政策（policy）」の理解度と「TVで毎日ニュース番組を見る」の間には負の関連が、「Q23\_d インターネットで毎日ニュースをチェックする」との間には正の関連がそれぞれ1%未満の有意水準で関連が見られた。

## 1. 5まとめ・考察

### (1) 仮説Iの検証結果のまとめ・考察

負の関連が見られた「Q24\_a CMで見た商品を度々買う」と「環境政策(policy)」の理解度について、CMという受動的に得る情報に流されやすい人というのは、より環境のことを考えたエコ活動について理解していないことがわかった。つまり、流行に関して受動的な人というのは、環境問題の情報についても受動的であると考える。

「Q24\_d 番組で紹介された商品や行動は試す」と「生活密接（life）」の理解度について、Q24\_d の質問文の中に“節約術”や“健康法”という語句が含まれていることを踏まえると、より生活に役立つ情報に流されやすい人ほど、生活に密接にかかわっている環境問題や行動に関する理解が高くなる傾向にあると考える。

「Q24\_b 流行ものをチェックしている」と「環境政策(policy)」の理解度について、Q24\_b の質問文に“雑誌”や“インターネット”という語句が含まれていることから、流行を能動的に得ている人ほど理解が高いという結果が出ている。

以上の関連が認められた結果から見ると、私のたてた仮説「流行に敏感な人ほど、環境問題に関する理解度が低い」というのは支持されず、むしろ「流行に敏感な人ほど、環境問題に関する理解度が高い」という逆の結果になった。流行に敏感な人でもエコについて興味・関心を持っていることがわかった。

### (2) 仮説IIの検証結果のまとめ・考察

テレビや新聞、インターネット、広報誌といった、より多くのメディアへ接触している人ほど地球規模での環境問題対策について理解をしているという結果になった。

市や県の広報誌に目を通す人は、生活に密接にかかわっている制度や行動に関しての理

解が高い結果になった。自分の住む地域の現状を把握している人は、自らの生活を取り巻く様々な情報を得ようとしているためこのような結果が出たと考える。

「Q23\_a TVで毎日ニュース番組を見る」と「環境政策(policy)」の理解度の間には負の関連が見られたことから、ニュース番組を見ている人ほど、より環境のことを考えたエコ行動に対する理解度が低いことがわかった。ニュース番組はニュースを断片的にしか報道しないため、ニュース番組だけでは本当に環境のためのエコ活動が何なのかということが伝わっていないためではないかと考える。

それに対し、「Q23\_d インターネットで毎日ニュースをチェックする」との間には正の関連が見られたことから、インターネットを使用して能動的に情報を得ている人は、環境問題についても環境のためになるエコについて自ら調べているのではないだろうか。以上の関連が認められた結果から見ると、私のたてた仮説「メディアへの接触頻度が高い人ほど、環境問題に関する理解度が低い」というのは支持されなかった。

## 2. ライフスタイルとごみの廃棄行動

A72011 田中千尋

### 2. 1 問題意識と研究テーマ

現在、「大量生産・大量消費・大量廃棄」という生産・生活様式が支配的となっている。このことは、ごみの処理場・処分場の不足に加えて、ごみが大量に増えるということで、ごみ問題の深刻化の一因となっている。これには、流行との関わりがあるのではないかと考えた。流行は、若者に限らず、すべての世代に関わっている。それに加え、現代では流行の流れは速く、次々と変化している。そのため、流行となったものは大量に生産され、大量に消費される。そして、流行が過ぎると大量に廃棄される。「大量生産」については、ものを生産する企業や会社に関わってくるのだが、「大量消費」、「大量廃棄」については企業や会社だけでなく、一人一人のライフスタイルに大きく関わっているのではないだろうか。

### 2. 2 仮説

「流行のもの、新しいものを好む人ほど、ごみの廃棄行動をよく行う」

### 2. 3 仮説検証に用いた変数

#### (1) 流行への敏感さ

独立変数には、流行に大きく関連がある衣服について触れている Q24 を使用した。

「Q24\_a CM で見た商品を度々買う」では、「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計が 42.8%で、半数近くの人が買っていることがわかる。「Q24\_b 流行のものをチェックしている」では、25.2%で、多くの人が流行をチェックしていない。「Q24\_c 新商品がでたら買ってしまう」に関しても「あてはまる」「ややあてはまる」の合計が 22.8%で多くの人が新商品を買わないことがわかる。「Q24\_d 番組で紹介された商品や行動は試す」では、37.7%で、4割に満たない人が番組で紹介された商品や行動は試している。「Q24\_e 衝動買いをよくしてしまう」と「Q24\_f 『○○限定』と書いてあると買ってしまう」に関しては、「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計が 43.0%と 41.8%で半数に満たなかった。「Q24\_g 友人や知人から勧められたものは試す」では、「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計が 33.6%で、約 3 人に 1 人が行う結果となった。

全体的に、流行に敏感といえる「あてはまる」と「ややあてはまる」と回答した人は半数に満たなかったのだが、これは、回答者の 74.5%が 40 歳以上であるためと考えられる。40 歳以上で「あてはまる」または「ややあてはまる」と回答した人が Q24\_a を除いては、26.4%、27.8%、41.7%、43.1%、38.9%、31.9%と少なかった（附録の「単純集計表」参照）。

#### (2) ごみの廃棄行動

従属変数には、ごみの廃棄行動に関する Q5\_a、Q10 を使用した。「Q5\_c 生ごみは自宅で処理している」では、「いつも行う」と「ときどき行う」の合計が 13.9%で 1 割近くの人しか行わないことがわかった。生ごみ処理機が普及していないことや、畑が少なく肥料などにする機会がないからだと考えられる。衣類を捨てる理由として「Q10\_a サイズが合わなくなったから」では、「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計は 64.0%で半数以上の人気が行っている。「Q10\_b 飽きたから」、「Q10\_c 新しいものを買ったから」、「Q10\_d 流行が過ぎたから」に関しては、「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計はほぼ同率で 36.9%、37.7%、39.7%で、どれも 4 割に満たなかった。「Q10\_e 使えなくなったから」で「あてはまる」と「ややあてはまる」を合わせて 92.9%（328 人）という結果から、流行には関係なく、着られなくなったから捨てるという理由が多い。「Q10\_f 収納スペースが狭くなったから」で「あてはまる」と「ややあてはまる」の合計は 65.2%で半数以上の人気がスペースを理由に衣類を捨てている結果となった（附録の「単純集計表」参照）。

## 2. 4 仮説の検証

### (1) 「流行への敏感さ」と「ごみの廃棄行動」のクロス集計による仮説の検証

表1は独立変数と従属変数をそれぞれ「あてはまる」と「ややあてはまる」を「あてはまる」、「あまりあてはまらない」と「あてはまらない」を「あまりあてはまらない」、「いつも行う」と「ときどき行う」を「よく行う」、「あまり行わない」と「まったく行わない」を「あまり行わない」とカテゴリー統合し、クロス集計（ $\chi^2$ 検定）した結果である。

表1 流行への敏感さとごみの廃棄行動のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

	Q5_c 家庭での ゴミ処理	Q10 衣類を捨てる理由					
		a サイズが 合わない	b 飽きた	c 新しいもの を買った	d 流行が 過ぎた	e 使えない	f スペース なし
Q24_a CM	0.7720	1.7193	23.5823 **	16.9303 **	23.4844 **	0.1327	5.1855 *
Q24_b 流行チェック	0.0303	0.0310	11.2232 **	2.2676	12.0572 **	0.4732	6.8332 **
Q24_c 新商品	0.0102	3.6097	6.8700 **	6.7201 **	6.5054 *	0.3400	14.3052 **
Q24_d 試す	0.1224	0.8620	3.0499	5.2469 *	0.9631	1.1620	0.2930
Q24_e 衝動買い	0.4954	8.6970 **	26.9484 **	13.4933 **	12.8934 **	1.6844	8.4960 **
Q24_f 限定	4.5460 *	3.1998	9.6769 **	11.1778 **	11.3819 **	5.1290 *	5.2424 *
Q24_g おすすめ	0.1304	3.8712 *	12.3630 **	11.0766 **	11.8537 **	0.0581	3.4599

(注1) 値は $\chi^2$ 値を示す (注2) \*\*P<0.01、\*P<0.05を示す (注3) □ 尺度化し検証に用いた変数

### (2) 「流行への敏感さ」と「ごみの廃棄行動」の尺度化による仮説の検証

次に、「流行への敏感さ」、「ごみの廃棄行動」の変数の関連性を見るために、クロンバック $\alpha$ 係数を確認した。「流行への敏感さ」については、0.78と内的整合性が認められ妥当な尺度であると確認できた。また、「ごみの廃棄行動」については0.61と内的整合性の度合いが高くなかった。そのため、関連性が低い変数を消去して、もう一度クロンバック $\alpha$ 係数を確認したところ、0.78と内的整合性が認められ妥当な尺度であると確認できた。よって、独立変数には、Q24\_a, b, c, d, e, f, gを使用し、従属変数には、Q10\_b, c, d, fを使用することにした。

#### ① 「Q24\_a CM の商品購入」と「ごみの廃棄行動」

「CM の商品購入を行う人」ほど「飽きたから」、「新しいものを買ったから」、「流行を過ぎたから」衣類を捨てるに関連があるといえる(表1)。CMの商品購入をする人は、テレビを見ることで流行などの情報を取り入れていることが考えられる。表2のように、CMの商品購入に「あてはまる」人は、「Q10\_b 飽きたから衣類を捨てる」に関して「よく行う」の割合はほぼ半数であったが、CMの商品購入を「あまりあてはまらない」人は7割以上の方が「飽きた」という理由で衣類を捨てない結果となった。これは宣伝されているものに興味を持たない人は「飽きる」という考えを持たないということが見うけられる。また、「Q10\_c 新しいものを買ったから」についても同様で、宣伝効果のあるCMを見て、商品を購入しない人は、新たに買う機会さえも少ないのでないだろうか。

また、表3のようにCMの商品購入に「あてはまる」は「あまり行わない」に比べて、「Q10\_c 流行が過ぎたから衣類を捨てる」の「よく行う」割合が約2倍となっていて、流行の情報源であるテレビをよく見ていることが関係してくるのではないだろうか。

表2 CMの商品購入と飽きたから衣類を捨てる 単位(%)

CMの商品購入	飽きたから衣類を捨てる		
	よく行う	あまり行わない	計
あてはまる	51.4	48.6	100.0 (146人)
あまりあてはまらない	25.5	74.5	100.0 (188人)
全体	36.8	63.2	100.0 (334人)
$\chi^2$ (1)=23.5823			P=<.0001

表3 CMの商品購入と流行が過ぎたから衣類を捨てる

単位 (%)

CMの商品購入	流行が過ぎたから衣類を捨てる			計
	よく行う	あまり行わない		
あてはまる	54.1	45.9	100.0	(148人)
あまりあてはまらない	28.0	72.0	100.0	(186人)
全体	39.5	60.5	100.0	(334人)
	$\chi^2$ (1)=23.4844		P=<.0001	

## ② 「Q24\_b 流行をチェック」と「ごみの廃棄行動」

「流行をチェックしている人」ほど、「飽きたから衣類を捨てる」ことに関連があるといえる（表4）。また同じように、「流行が過ぎたから衣類を捨てる」にも関連があった。流行をチェックしている人は、流行が過ぎたことにも敏感でありそれに伴い飽きも早いといえるのではないだろうか。

表4 流行のチェックと飽きたから衣類を捨てる

単位 (%)

流行のチェック	飽きたから衣類を捨てる			計
	よく行う	あまり行わない		
あてはまる	51.7	48.3	100.0	(87人)
あまりあてはまらない	31.6	68.4	100.0	(247人)
全体	36.8	63.2	100.0	(334人)
	$\chi^2$ (1)=11.2232		P=0.0008	

## ③ 「Q24\_c 新商品の購入」と「ごみの廃棄行動」

新商品を購入する人は、ほぼ半数であるが、「新商品を購入する人」ほど、「飽きたから衣類を捨てる」に関連があった（表5）。また、同様に「新しいものを買ったから衣類を捨てる」、「流行が過ぎたから衣類を捨てる」ことにも関連があった。新商品を購入するということは、次々と新しいものを購入する傾向があることがわかる。

表5 新商品の購入と飽きたから衣類を捨てる

単位 (%)

新商品の購入	飽きたから衣類を捨てる			計
	よく行う	あまり行わない		
あてはまる	49.4	50.6	100.0	(79人)
あまりあてはまらない	33.1	66.9	100.0	(254人)
全体	36.9	63.1	100.0	(333人)
	$\chi^2$ (1)=6.8700		P=0.0088	

## ④ 「Q24\_d 番組で紹介された商品や行動を試す」と「ごみの廃棄行動」

「番組で紹介された商品や行動を試す人」ほど「新しいものを買ったから衣類を捨てる」ことに関連があるといえる（表6）。その他の変数とは関連性が見られなかった。

表6 番組で紹介された商品や行動は試すと新しいものを買ったから衣類を捨てる

単位 (%)

番組で紹介された商品や行動は試す	新しいものを買ったから衣類を捨てる			計
	よく行う	あまり行わない		
あてはまる	45.6	54.4	100.0	(125人)
あまりあてはまらない	33.0	67.0	100.0	(206人)
全体	37.8	62.2	100.0	(331人)
	$\chi^2$ (1)=5.2469		P=0.0220	

## ⑤ 「Q24\_e 衝動買いをよくしてしまう」と「ごみの廃棄行動」

すべての従属変数に関連性がみられた。中でも、「Q10\_b 飽きたから」には、高い関連性が見られた。これは、衝動買いをする人は感情の変化に敏感で、飽くるという感情の変化にも敏感だからではないだろうか。

## ⑥ 「Q24\_f 『○○限定』を購入する」と「ごみの廃棄行動」

「ごみの廃棄行動」の変数4つ全て関連性がみられた。限定商品購入する人数は新商品の購入人数よりも多く、貴重なものを購入する傾向が見られた。

⑦ 「Q24\_g 友人や知人から勧められたものは試す」と「ごみの廃棄行動」

「Q10\_b 飽きたから」、「Q10\_c 新しいものを買ったから」、「Q10\_d 流行が過ぎたから」には、関連性がみられた。友人や知人から勧められたものは試す人は、新しいものを買ったから衣類を捨てる人はちょうど半数であった。「Q10\_f 収納スペースが狭くなったから」には、関連性がみられず、友人や知人から勧められたものを試すのには、収納スペースを考えて行っているわけではないことがわかる（表7）。

表7 友人や知人から勧められたものは試すと新しいものを買ったから衣類を捨てる 単位（%）

友人や知人から勧められたものは試す	試すと新しいものを買ったから衣類を捨てる		計	(n)
	よく行う	あまり行わない		
あてはまる	50.0	50.0	100.0	(114人)
あまりあてはまらない	31.3	68.7	100.0	(217人)
全体	37.8	62.2	100.0	(331人)
	$\chi^2 (1) = 11.0766$		P=0.0009	

独立変数、「Q24\_a CM で見た商品をたびたび買う」、「Q24\_b 流行のものをチェックしている」、「Q24\_c 新商品がでたら買ってしまう」「Q24\_d 番組で紹介された商品や行動は試す」、「Q24\_e 衝動買いをよくしてしまう」、「Q24\_f 『○○限定』と書いてあると買ってしまう」、「Q24\_g 友人や知人から勧められたものは試す」の 7 つの変数を点数化し、7～15 点を「流行に敏感」、16～28 点を「流行に敏感」（＝「流行のもの、新しいものを好む人」）とした。また、従属変数、衣類を捨てる理由の「Q10\_b 飽きたから」、「Q10\_c 新しいものを買ったから」、「Q10\_d 流行が過ぎたから」、「Q10\_f 収納スペースが狭くなったから」の 4 つ変数も点数化し、4～9 点を「ごみの廃棄行動をあまり行わない」、10～16 点を「ごみの廃棄行動をよく行う」とし、これらの  $\chi^2$  検定を行った。

表8 流行への敏感さとごみの廃棄行動 単位（%）

流行への敏感さ	ごみの廃棄行動		計	(n)
	よく行う	あまり行わない		
敏感	63.2	36.8	100.0	(155人)
鈍感	29.6	70.4	100.0	(169人)
全体	45.7	54.3	100.0	(324人)
	$\chi^2 (1) = 22.1876$		P=<.0001	

その結果、「流行に敏感」な人は「ごみの廃棄行動をよく行う」が多く、「流行に敏感な人」は「ごみの廃棄行動」をしないという結果が多かった。1%未満の有意水準で有意な差があり、「流行のもの、新しいものを好む人ほど、ごみの廃棄行動をよく行う」という仮説は1%未満の有意水準で関連性があり、検証された。

この背景には、流行に敏感な人は、流行のものがあれば、それを手に入れ、流行が過ぎれば、それを廃棄する。流行に敏感な人は、そうでない人に比べて、商品を手に入れる機会が多いいため、廃棄する機会も増えてくるではないだろうか。

## 2. 5 考察

「Q24\_a CM の商品を購入」と「Q24\_c 新商品の購入」は同じような傾向が見られた。新しいものが好きということは飽きるのも早く、流行が過ぎた事にも敏感なのだろう。

「Q24\_b 流行のチェックをする」と「Q10\_c 新しいものを買ったから衣類を捨てる」の  $\chi^2$  検定の結果、関連性が見られなかったことに驚いた。新しいものを買ったが流行にまだのっているものについては、廃棄しないということがわかる。しかし、「Q24\_b 流行のものをチェックしている」と「Q10\_d 流行が過ぎたから衣類を捨てる」には関係性がみられ、新しいものを買ったからだけでなく、流行が過ぎたからでないと多くの人は衣類を捨

てない傾向があることがわかった。ごみの廃棄行動と関係がみられにくかった「Q24\_d 番組で紹介された商品や行動を試す」は、試したからといって流行に敏感ではなく、番組で紹介された商品や行動が流行になってから、試すことが流行に敏感といえるのではないかと考えた。また、流行と関係がみられなかった「Q5\_c 生ごみは自宅で処理している」は、行っている人が全体的に少なかった。生ごみの自宅での処理方法を多くの人は知らず、もしこれが流行したならば、今回の結果はまた変わってくるのではないだろうか。

今回、ごみの廃棄行動には、ものが使えなくなったからという理由だけでなく、流行と関わりがあることがわかった。流行はいつの時代にもあり、テレビ、雑誌、またメディアに限らず、コンビニや、町を歩くだけで流行を取り入れができる。現在では、以前よりも情報収集が簡単になり、さらには流行の変化が早い。このことが「大量生産・大量消費・大量廃棄」とつながり、ごみ問題の深刻化に拍車をかけているのではないだろうか。

流行は社会に大きな変化をもたらしていることを感じた。ごみの量を増やすことだけでなく、需要がその時によって変わるので、企業や会社にも影響を及ぼす。また、今回の調査の結果から「大量生産・大量消費・大量廃棄」の社会を見直していくべきだとも感じた。

#### 参考URL

環境省「ごみの話（旧厚生省情報）」([http://www.env.go.jp/recycle/kosei\\_press/h000404a.html](http://www.env.go.jp/recycle/kosei_press/h000404a.html),2010.01.29) .

### 3. メディアとの接触とエコ行動

A72085 小川円

#### 3. 1 問題意識

昨今、エコ行動にも様々な流行がみられる。例えば、ブランド物のエコバックや、政府による政策、地域でのイベントなどである。

私は、その流行を発信しているのは、メディアだと考えた。

なぜそのように考えたかというと、一つは「印象の強さ」である。テレビや雑誌で特集として取り上げられると、自然に扱い方は大きくなる。それは、とても大きなインパクトになるのではないだろうか。

二つ目に、「即時性」が挙げられる。特に、インターネットは顕著である。日々新しい情報を提供することは、新しい流行を起こすことに比例するのではないだろうか。

そこで、仮説として「メディアとの関わりが高い人ほど、エコ行動を活発に行っている」を立てた。

#### 3. 2 仮説

メディアとの接触が高い人ほど、エコ行動を活発に行っている

#### 3. 3 分析結果

仮説の「メディアとの接触が高い人ほどエコ行動を活発に行っている」を検証するために、全ての項目を二件法にした。

そして「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」を、それぞれ「Q23\_h エコ行動に関するポスターをよく見る」、「Q11\_b 再利用可能なものを選ぶ」、「Q11\_f 再生品を選ぶ」でクロス集計した。

##### (1) 《Q23\_a~g × Q23\_h》

「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」を、それぞれ「Q23\_h エコ行動に関するポスターをよく見る」でクロス集計をした。その結果が表1から表7までである。

表1 ニュース視聴とエコ関連ポスターを見る

単位(%)

ニュースを見る	ポスターを見る		
	見る	見ない	計
見る	49.1	50.9	100.0(342)
見ない	38.1	61.9	100.0(21)
計	48.5	51.5	100.0(363)

p = 0.3264

表2 ドキュメント視聴とエコ関連ポスターを見る

単位(%)

ドキュメントを見る	ポスターを見る		
	見る	見ない	計
見る	52.0	48.0	100.0(275)
見ない	37.9	62.1	100.0(87)
計	48.6	51.4	100.0(362)

p = 0.0221

表3 新聞を見るとエコ関連ポスター接触

新聞を見る	ポスターを見る			単位(%)
	見る	見ない	計	
見る	53.1	47.0	100.0(262)	
見ない	37.3	62.8	100.0(102)	
計	48.6	51.4	100.0(362)	
				p=0.0068

表4 インターネットを見るとエコ関連ポスターを見る

インターネットを見る	ポスターを見る			単位(%)
	見る	見ない	計	
見る	41.5	58.5	100.0(147)	
見ない	52.8	47.2	100.0(214)	
計	48.2	51.8	100.0(361)	
				p=0.0347

表5 雑誌を読むとエコ関連ポスターを見る

雑誌を読む	ポスターを見る			単位(%)
	見る	見ない	計	
読む	50.0	50.0	100.0(88)	
読まない	48.0	52.0	100.0(273)	
計	48.5	51.5	100.0(361)	
				p=0.7423

表6 地域情報紙を読むとエコ関連ポスターを見る

地域情報紙を読む	ポスターを見る			単位(%)
	見る	見ない	計	
読む	63.5	36.5	100.0(208)	
読まない	28.4	71.6	100.0(155)	
計	48.5	51.5	100.0(363)	
				p=<.0001

表7 広報誌を読むとエコ関連ポスターを見る

広報誌を読む	ポスターを見る			単位(%)
	見る	見ない	計	
読む	62.3	37.7	100.0(239)	
読まない	21.8	78.2	100.0(124)	
計	48.5	51.5	100.0(363)	
				p=<.0001

「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」、を、それぞれ「Q23\_h エコ行動に関するポスターをよくみる」でクロス集計した結果、Q23\_a 、 Q23\_b 、 Q23\_c 、 Q23\_e 、 Q23\_f 、 Q23\_g とエコ関連のポスターをみると関連があり、仮説が成立している。ところが、 $\chi^2$ 検定の結果 Q23\_a 、 Q23\_e は 5% 水準で統計的に有意な関連性がなかった。

また、Q23\_d は仮説が成立していなかった。

## ( 2 ) 《Q23\_a~g × Q11\_b》

「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」、を、それぞれ「Q11\_b 再利用可能なものを選ぶ」でクロス集計をした。その結果が表 8 から表 14 までである。

表8 ニュース視聴と再利用品購入

ニュースを見る	再利用品を選ぶ			単位(%)
	選ぶ	選ばない	計	
見る	54.5	45.5	100.0(336)	
見ない	57.1	42.9	100.0(21)	
計	54.6	45.4	100.0(357)	

p=0.8110

表9 ドキュメントを見ると再利用品購入

ドキュメントを見る	再利用品を選ぶ			単位(%)
	選ぶ	選ばない	計	
見る	59.3	40.7	100.0(270)	
見ない	40.7	59.3	100.0(86)	
計	54.8	45.2	100.0(356)	

p=0.0026

表10 新聞を見ると再利用品購入

新聞を見る	再利用品を選ぶ			単位(%)
	選ぶ	選ばない	計	
見る	56.1	43.9	100.0(255)	
見ない	51.0	49.0	100.0(102)	
計	54.6	45.4	100.0(357)	

p=0.3821

表11 インターネットを見ると再利用品購入

インターネットを見る	再利用品を選ぶ			単位(%)
	選ぶ	選ばない	計	
見る	54.1	45.9	100.0(146)	
見ない	54.6	45.5	100.0(209)	
計	54.4	45.6	100.0(357)	

p=0.9353

表12 雑誌を読むと再利用品購入

雑誌を読む	再利用品を選ぶ			単位(%)
	選ぶ	選ばない	計	
読む	57.5	42.5	100.0(146)	
読まない	53.6	46.4	100.0(209)	
計	54.5	45.5	100.0(355)	

p=0.5244

表13 地域情報紙を読むと再利用品購入

地域情報紙を読む	再利用品を選ぶ			単位(%)
	選ぶ	選ばない	計	
読む	66.2	33.8	100.0(204)	
読まない	38.4	61.6	100.0(151)	
計	54.4	45.6	100.0(355)	

p=&lt;.0001

表14 広報誌を読むと再利用品購入

広報誌を読む	再利用品を選ぶ			単位(%)
	選ぶ	選ばない	計	
読む	63.1	36.9	100.0(236)	
読まない	37.5	62.5	100.0(120)	
計	54.5	45.5	100.0(356)	

p=&lt;.0001

「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」、を、それぞれ「Q11\_b 再利用可能なものを選ぶ」でクロス集計した結果、Q23\_b、Q23\_c、Q23\_e、Q23\_f、Q23\_g と、再利用可能品購入とは関連があり、仮説が成立している。

ところが、 $\chi^2$ 検定の結果 Q23\_c、Q23\_e は 5% 水準で統計的に有意でなく関連性がなかった。また、Q23\_a、Q23\_d においては、仮説が成立していなかった。

(3) 《Q23\_a~g×Q11\_f》

「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」、を、それぞれ「Q11\_f 再生品を選ぶ」でクロス集計をした。その結果が表 15 から表 21 までである。

表15 ニュースを見ると再生品購入

単位(%)

ニュースを見る	再生品を選ぶ		
	選ぶ	選ばない	計
見る	53.4	46.6	100.0(337)
見ない	38.1	61.9	100.0(21)
計	52.5	47.5	100.0(358)

p=0.1726

表16 ドキュメントを見ると再生品購入

単位(%)

ドキュメントを見る	再生品を選ぶ		
	選ぶ	選ばない	計
見る	56.3	43.8	100.0(272)
見ない	40.0	60.0	100.0(85)
計	52.4	47.6	100.0(357)

p=0.0088

表17 新聞を見ると再生品購入

単位(%)

新聞を見る	再生品を選ぶ		
	選ぶ	選ばない	計
見る	55.9	44.1	100.0(256)
見ない	44.1	55.9	100.0(102)
計	52.5	47.5	100.0(358)

p=0.0446

表18 インターネットを見ると再生品購入

単位(%)

インターネットを見る	再生品を選ぶ		
	選ぶ	選ばない	計
見る	53.7	46.3	100.0(147)
見ない	51.4	48.6	100.0(210)
計	52.4	47.6	100.0(357)

p=0.6667

表19 雑誌を読むと再生品購入

単位(%)

雑誌を読む	再生品を選ぶ		
	選ぶ	選ばない	計
読む	54.6	45.5	100.0(88)
読まない	51.9	48.1	100.0(268)
計	52.5	47.5	100.0(356)

p=0.6623

表20 地域情報紙を読むと再生品購入

単位(%)

地域情報紙を読む	再生品を選ぶ		
	選ぶ	選ばない	計
読む	65.9	34.2	100.0(205)
読まない	34.2	65.8	100.0(152)
計	52.4	47.6	100.0(357)

p=<.0001

表21 広報誌を読むと再生品購入

単位(%)

広報誌を読む	再生品を選ぶ		
	選ぶ	選ばない	計
読む	64.1	35.9	100.0(237)
読まない	29.8	70.3	100.0(121)
計	47.5	52.5	100.0(358)

p=<.0001

「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」、を、それぞれ「Q11\_f 再生品を選ぶ」でクロス集計をした。その結果が表 15 から表 21 までである。

再生品を選ぶ」でクロス集計した結果、すべてが再生品購入と関連があり、仮説が成立している。ところが  $\chi^2$  検定の結果、Q23\_a、Q23\_d、Q23\_e は 5% 水準で統計的に有意でなく関連性がなかった。

### 3. 4 考察

以上、メディアの接触とエコ行動の関連性についてみてきたが、「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」の項目は、エコ行動と統計的に有意な関連がないことが分かった。

なぜ、このような結果になったのか。そこから見えたのは、メディアの多様化により起こった、各メディア内での役割分担であろう。いくつかのエコ行動と関連性があったのは、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」である。この 3 つ共通点として言えるものは、問題点や情報を記録として扱うことをメディアにおいての性格を担っていることである。つまり、「記録性」があるといえるのである。

一方、もうひとつの性格として挙げられるものとしては、「Q23\_a テレビで毎日ニュースを見る」、「Q23\_c 新聞を毎日読む」、「Q23\_d ネットで毎日ニュースを見る」においての「記録性」のある情報伝達における「速報性」であろう。つまり、画面や紙を通して、正確に情報を伝えることなのである。しかし、同じ「記録性」を持つ「Q23\_e 定期的に雑誌を読んでいる」は、どの項目とも関連性がなかった。いったいなぜであろうか。そこで見えてくるのが、「発信の方法」である。このメディアの分類の中で、定期的にお金を払わなくても受け取れる媒体がある。それは、「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」である。それ以外のものには、電気代、ネット接続料などのある程度の負担、確かな道具、見るための機会も必要である。つまり、自分がほしい情報を買う、自分から手に入れるということが必要なのである。そして、その行為を行うためには、各自の確かな意思が必要となるのである。

昨今、情報を買うという行為が当たり前になっている。しかし、そこから見出せる情報というのは、「自分がほしいと思う情報」だけなのである。つまり、日常的に情報選択を行ってしまっているのである。自分が要らないと思う情報には背を向けてしまう。そのことによって起こることは、興味のない問題はおざなりになる、ということである。エコ行動および環境問題は、そのような「興味がなければ触れない情報」という部類に入るのではないだろうか。理由としては、問題の長期化、話題性の乏しさが挙げられる。そのことが如実に表れているのが、「Q23\_b テレビでドキュメントを見る」ということではないだろうか。ドキュメントを見るという行動は、テーマになっている項目に自分自身が興味を持っているからこそ起きる行動である。そこが、ニュースを見るという行為とは大きな違いの点であるといえるであろう。ドキュメントを見るという行動を行う人は、取り上げるべき物として判断されたことに対して、「問題意識」を持っている人なのである。

「Q23\_f 地域情報誌を読んでいる」、「Q23\_g 広報誌を読んでいる」ということは、地域に关心があることと同時に、情報を簡単に手に入れることができることが読む行動につながっているのではないだろうか。つまり、情報がたくさんの人々に伝わりやすいのである。そして、自然に「問題意識」が積み重ねられていくのである。

## 7章 身の回りの生活・意識とエコ行動

### 1. 食材購入時の安全性重視度と買い物時のエコ意識

A72017 三上大貴

#### 1. 1 問題意識と研究テーマ

近年、人々の食の安全性への意識は高まっているが、その反面、食の簡便化が進み様々な問題点が指摘されている。今回の調査では食材購入時の安全性重視度と買い物時のエコ意識について調べた。

今日では加工食品や、無農薬・減農薬農産物、中国産などの輸入食品、遺伝子組み換えでない食品など、様々な食品・食材の安全性に対する問題が注目されている。また、中国産の農薬汚染など、食材についての安全問題が増えてきている。こういった問題が起きていたので、私は食材購入の際にはしっかりと安全性が高いか確かめてから買う人が増えていた。またテレビや新聞などで、加工食品や、無農薬・減農薬、遺伝子組み換えでない食品など、様々な食品・食材の安全性に対する報道が激増している。特に中国産などの輸入食品に対する報道は過剰なもので、こういった報道によって消費者の危険意識が高められているのだろうと感じる。エコクッキングという言葉が社会的にも言われるようになってきた現在、世界中で「もったいない」が使われ始めていている。私は普段の家庭で一般的に家事を行うと思われる女性に注目した。主婦として食材を購入する頻度の高いと思われるからだ。そこから食材購入と環境に対するエコ行動の関連を見ていくことにした。

仮説は女性に限定して検証することにした。その理由はもう一つあり、それは、今回行った調査対象者の性別の割合から見たものである。表1は性別の単純集計結果である。ここからわざることだが、今回の調査協力して頂いた方の大半を女性が占めている。なので、このことから女性の中だけで検証することにしたのである。

表1 性別		単位(%)
男性	37.2	(136人)
女性	61.8	(226人)
計	100.0	(362人)
欠損値 4		

#### 1. 2 仮説

女性で食材購入時に安全性を重視している人ほど、普段の買い物時のエコ意識が高い

#### 1. 3 分析に用いる質問項目の単純集計結果

##### ①食材購入時に重視すること

	表2 Q22 食材購入時に重視すること					単位(%)
	あてはまる	やや あてはまる	あまり あてはまらない	あてはまらない	計	
a 遺伝子組み換えでない食品	58.7	24.9	11.1	5.3	100.0	(225人)
b 加工食品の成分表示	39.1	32.9	22.2	5.8	100.0	(225人)
c 無農薬・減農薬の野菜	28.3	42.9	23.9	4.9	100.0	(226人)
d 中国産の食品	69.0	21.7	5.8	3.5	100.0	(226人)
e 食品の消費期限	76.1	19.5	4.0	0.4	100.0	(226人)
f 旬の食材	51.8	37.2	8.9	2.2	100.0	(226人)
g 新鮮な食材	77.0	20.4	1.3	1.3	100.0	(226人)
h 地元の食材	34.5	39.4	21.7	4.4	100.0	(226人)

## ②買い物時のエコ意識

表3 Q11 買い物時のエコ意識

	よくする	たまにする	あまりしない	全くしない	単位 (%)
					計
a 必要な物だけ購入	61.7	33.3	5.0	0.0	100.0 (222人)
b 再利用可能な物	18.6	41.2	33.0	7.2	100.0 (221人)
c 長期利用可能な物	46.0	44.1	9.5	0.5	100.0 (222人)
d 環境への影響が少ない物	23.2	36.4	34.1	6.4	100.0 (220人)
e 健康・安全を損なわない物	61.2	33.3	5.0	0.5	100.0 (219人)
f 再生品	10.5	50.0	34.1	5.5	100.0 (220人)
g エネルギーを浪費しない物	21.3	45.7	26.2	6.8	100.0 (221人)
h 環境対策に積極的な店やメーカー品	13.1	29.4	44.3	13.1	100.0 (221人)
i 環境に配慮した商品なら高額でも購入	15.8	39.2	32.9	12.2	100.0 (222人)

表2と表3はQ22\_a～Q22\_hとQ11\_a～Q11\_Iについて女性だけを抽出した単純集計結果である。これらの変数の中から、仮説にある「食材購入時に安全性を重視している」を検証するために変数Q22\_a～Q22\_dを使用する。また「買い物時のエコ意識」を検証するために変数Q11\_a～Q11\_iを使用していく。Q22\_e～Q22\_hとQ11\_eは仮説検証に使用しないため省くことにする。

### 1. 4 仮説検証に使用する変数のクロス集計 ( $\chi^2$ 値) 一覧

女性の「食材購入時に安全性を重視している」を検証するための変数Q22\_a～Q22\_dと「買い物時のエコ安全意識」を検証するための変数Q11\_a～Q11\_iの関係を検証する。この2つに関する項目をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行う。表4は独立変数と従属変数についてクロス集計し $\chi^2$ 検定をした結果である。表中の $\chi^2$ 値には\*\*、\*を付け、2変数間にはそれぞれ1%水準、5%水準で統計的に有意な関連がみられたものである。

Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶと、Q11のすべての変数との間に関連がみられた。Q22\_b 再利用可能なものを選ぶと、Q11\_c 長期利用可能なものを選ぶという変数の間に関連がみられなかった以外は、すべてに関連がみられた。Q22\_c 無農薬・減農薬の野菜を選ぶと、Q11\_b 再利用可能なものを選ぶという変数間に関連がみられなかった以外は、すべてに関連がみられた。Q22\_d 中国産の食品は買わないと、Q11\_c 長期利用可能なものを選ぶという変数間に数値の偏りが出てしまい有効な関係がみられなかった。またなお、Q22\_a～Q22\_h「食材購入の際気をつけること」の質問項目「あてはまる」、「ややあてはまる」のそれぞれと、「あまりあてはまらない」「あてはまらない」を「あてはまらない」とし、カテゴリー統合する。また、Q11\_a～Q11\_i「買い物をする際の注意点」も質問項目「よくする」、「たまにする」のそれぞれと、「あまりしない」「全くしない」を「しない」にカテゴリー統合する。

表4 食材購入の時に重視すること買い物時のエコ意識のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

	Q11_a 必要な物だけ購入	Q11_b 再利用可能な物	Q11_c 長期利用可能な物	Q11_d 環境への影響が少ない物	Q11_e 健康・安全に損なわない物	Q11_f 再生品	Q11_g エネルギーを浪費しない物	Q11_h 環境対策に積極的な店やメーカー品	Q11_i 環境に配慮した商品なら高額でも購入
Q22_a 遺伝子組み換えでない食品	not valid	11.7228 *	10.1226 *	20.2441 **	not valid	19.8838 **	26.1441 **	18.4401 **	31.5402 **
Q22_b 加工食品の成分表示	not valid	22.2190 **	8.1875	53.8682 **	not valid	29.5054 **	29.3131 **	30.6811 **	49.9069 **
Q22_c 無農薬・減農薬の野菜	not valid	15.6727 **	2.5954	56.4576 **	not valid	26.1306 **	58.2086 **	29.2481 **	50.4080 **
Q22_d 中国産の食品	not valid	9.4966 *	not valid	14.8860 **	not valid	2.0574	1.8791	4.7734	8.4446

(注1)\*\*p<0.01、\*p<0.05 (注2)値は $\chi^2$ 値を示す (注3)not valid

## 1. 5 仮説の検証

ここでは、紙幅の関係から、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶに着目して、食材購入時に安全性を重視した行動と買い物時のエコ意識とのクロス集計を見ていくことにする。また、表 12 には Q22\_a と Q11\_a の統計的に有意な関連性がみられなかったクロス集計結果を載せておくことにする。

表5 遺伝子組み換えでない食品と再生利用可能なものの 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	再生利用可能なものの			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	22.1	45.7	32.3	100.0 (127人)
たまにする	14.3	41.1	44.6	100.0 (56人)
しない	13.5	24.3	62.2	100.0 (37人)
全体	18.6	40.9	40.5	100.0 (220人)
	$\chi^2(4)=11.7228$ p=0.0195			

表6 遺伝子組み換えでない食品と長期利用可能なものの 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	長期利用可能なものの			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	51.9	41.1	7.0	100.0 (129人)
たまにする	38.2	52.7	9.1	100.0 (55人)
しない	35.1	43.2	21.6	100.0 (37人)
全体	18.6	44.3	10.0	100.0 (221人)
	$\chi^2(4)=9.4966$ p=0.0498			

表7 遺伝子組み換えでない食品と環境への影響が少ない物 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	環境への影響が少ない物			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	33.1	33.9	33.1	100.0 (127人)
たまにする	12.7	43.6	43.6	100.0 (55人)
しない	5.4	32.4	62.2	100.0 (37人)
全体	23.3	36.1	40.6	100.0 (219人)
	$\chi^2(4)=10.1226$ p=0.0384			

表8 遺伝子組み換えでない食品と再生品 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	再生品			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	14.3	54.0	31.8	100.0 (126人)
たまにする	7.1	55.4	37.5	100.0 (56人)
しない	2.7	27.0	70.3	100.0 (37人)
全体	10.5	49.8	39.7	100.0 (219人)
	$\chi^2(4)=20.2441$ p=0.0004			

表9 遺伝子組み換えでない食品とエネルギーを浪費しないもの 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	エネルギーを浪費しないもの			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	28.4	48.0	23.6	100.0 (127人)
たまにする	14.3	51.8	33.9	100.0 (56人)
しない	5.4	29.7	64.9	100.0 (37人)
全体	20.9	45.9	33.2	100.0 (220人)
	$\chi^2(4)=19.8838$ p=0.0005			

表11 遺伝子組み換えでない食品と環境に良いなら高額でも購入 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	環境に良い商品なら高額でも購入			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	24.2	43.0	32.8	100.0 (128人)
たまにする	7.1	41.1	51.8	100.0 (56人)
しない	0.0	21.6	78.4	100.0 (37人)
全体	15.8	38.9	45.3	100.0 (221人)
	$\chi^2(4)=18.4401$ p=0.0010			

表10 遺伝子組み換えでない食品と環境対策をしているメーカー 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	環境対策をしているメーカー			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	18.1	34.7	47.2	100.0 (127人)
たまにする	10.7	25.0	64.3	100.0 (56人)
しない	0.0	16.2	83.8	100.0 (37人)
全体	13.2	29.1	57.7	100.0 (220人)
	$\chi^2(4)=26.1441$ p=<0.0001			

表12 遺伝子組み換えでない食品と必要な物だけ購入 単位(%)

遺伝子組み 換えでない 食品	必要な物だけ購入			計
	あてはまる やや あてはまる	あてはま らない	あて はまらな い	
よくする	60.9	35.2	3.9	100.0 (128人)
たまにする	62.5	28.6	8.9	100.0 (56人)
しない	62.2	35.1	2.7	100.0 (37人)
全体	61.5	33.5	5.0	100.0 (221人)
	$\chi^2(4)=2.9951$ p=0.5587			

表 5 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_b 再利用可能なものを選ぶ人との変数間では有意な関係性が認められたので、女性の遺伝子組み換えでない大豆食品を選び購入している人は再利用可能なものを選択する傾向があることがわかった。

表 6 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_c 長期利用可能なものを選ぶ人との変数間では有意な関係性が認められたので、女性の遺伝子組み換えでない大豆食品を選び購入している人は長期利用可能なものを選択する傾向があることがわかったた。

表 7 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_d 環境への影響が少

ない物を選ぶ人との変数間では有意な関係性が認められたので、女性の遺伝子組み換えでない大豆食品を選び購入している人は環境への影響が少ない物を選択する傾向があることがわかった。

表 8 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_f 再生品を選ぶ人の変数間では有意な関係性が認められたので、女性の遺伝子組み換えでない大豆食品を選び購入している人は再生品を選択する傾向があることがわかった。

表 9 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_g 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ人の変数間では有意な関係性が認められたので、女性の遺伝子組み換えでない大豆食品を選び購入している人は資源やエネルギーを浪費しないものを選択する傾向があることがわかった。

表 10 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_h 環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ人の変数間では有意な関係性が認められたので、女性の遺伝子組み換えでない大豆食品を選び購入している人は環境対策に積極的な店やメーカーで選択する傾向があることがわかった。

表 11 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_i 環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ人の変数間では有意な関係性が認められたので、女性の遺伝子組み換えでない大豆食品を選び購入している人は環境に配慮した商品なら高額でも選択する傾向があることがわかった。

表 12 では、Q22\_a 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ人と、Q11\_a 必要な物だけ購入を選ぶ人の変数間では統計的に有意な関係性が認められなかった。

## 1. 6 食材の「安全性重視度」と「エコ意識」の尺度化構成と仮説検証

4つの項目の中から、食材を購入する際の食への安全性重視度にあたると考えた Q22 を用いて、新たな尺度「安全性重視度」を作成したいと考えた。Q22 を合成してクロンバック  $\alpha$  係数を確認したところ、0.78 と内的整合性が認められ妥当な尺度であると確認できたため、Q22 を点数化して新たな尺度「安全性重視度」を作成した。中央値 27 で 2 群に分け、「食材に対して安全性重視度が高い」(27~36 点)、「食材に対して安全性重視度が低い」(9~26 点)とした。その分布は表 13 の通りである。

表13 安全性重視度

	度数(人)	相対度数(%)
高い (27~36)	132	58.9
低い (9~26)	92	41.1
全体	224	100.0
欠損値=2		

また、4つの項目の中から、買い物時のエコ意識にあたると考えた Q11 を用いて、新たな尺度「エコ意識」を作成したいと考えた。Q11 を合成してクロンバック  $\alpha$  係数を確認したところ、0.83 と内的整合性が認められ妥当な尺度であると確認できたため、Q11 を点数化して新たな尺度「エコ意識」を作成した。中央値 27 で 2 群に分け、「エコ意識が高い」(27~32 点)、「エコ意識が低い」(8~26 点)とした。その分布は表 14 の通りである。

表14 エコ意識

	度数(人)	相対度数(%)
高い (27~32)	107	50.0
低い (8~26)	107	50.0
全体	214	100.0
欠損値=12		

新しく作成した尺度「安全性重視度」と「エコ意識」を使って、両者の関連性をみた。すると、この尺度同士には有意な関連性が認められた。

この結果から、食材購入に対しての関心が高い人はエコ意識が高く、買い物をする際にも環境に配慮している傾向が見られた（表 15）。

表15 安全性重視度とエコ意識

単位(%)

安全性重視度	エコ意識		計	(%)
	高い	低い		
高い	68.3	31.7	100.0	(123人)
低い	24.4	75.6	100.0	(90人)
全体	49.8	50.2	100.0	(213人)

$\chi^2(1)=39.9707$  p <.0001

## 1. 7 考察

誰もが行う食事に関して、今回は加工食品や農薬といった食材購入時の安全性を重視していることと、普段何気なく行っている買い物時のエコ意識との関連について仮説を立てた。

女性の Q22\_a～Q22\_h 「食材購入時に重視すること」と女性の Q11\_a～Q11\_i 「買い物時のエコ意識」の関係を検証するために、この 2 つの項目をクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行い、さらに安全性重視度とエコ意識の二つを尺度化して関連性をみた。

結果は仮説どおり、女性の食材購入時の安全性に重視している人ほど、普段の買い物でのエコ意識が高い傾向がみられた。また、食材を購入する際での安全性重視度が高い人は、普段の買い物の時から環境やエコについて意識して行動している傾向がみられた。

今回調査対象の千葉市在住の 20 代～60 代までの女性は、食材購入時の安全性重視度が高く、エコ意識が高い人は 68.3% で、食材購入時の安全性重視度が低く、エコ意識が低い人は 75.6% であった。これは、食に対しての安全性に重視していることが、普段の買い物時のエコ行動に影響を与えていたためではないだろうか。

食への安全性や環境に配慮した製品が考えられている今だからこそ、食材を買うことで、一人ひとりがエコ意識を持って、考えて行動していくべきなのではないだろうか。そういった意識の持ち方や考え方で「食」に対しての安全性重視度や環境に対しての配慮の仕方は変化し、エコ行動に繋がっていくと思う。

## 参考 URL

「MOTTAINAI もったいない モッタイナイ」(<http://www.mottainai.info/>, 2010.1.22) .

## 2. もったいない意識とエコ行動

A72038 町山恵理

### 2. 1 問題意識と研究テーマ

大量生産、大量消費の消費社会では物が溢れかえり、「エコ商品」さえも大量に生産され消費されている。しかし、まだ物が豊富ではなかった昔の日本では、「もったいない」という言葉が大切にされてきた。最近では、ノーベル平和賞を受賞したケニア人女性、ワンガリ・マータイさんが「MOTTAINAI」を世界共通語として提唱している。エコグッズ、エコ商品を手に入れ使用する以外にも、日常生活の行動に「もったいない」という視点を少し加えるだけでエコ行動になるものがたくさんあるのではないだろうか。

そこで、日常生活においてどのような人々がもったいない意識をどのくらいもっているのか。また、もったいない意識と関わっている行動とはどのようなものなのか、意識と行動とは関連があるのかに关心をもち、次のような仮説を立てた。

### 2. 2 仮説

もったいない意識が高い人ほど、エコ行動をしている。

### 2. 3 分析に用いる質問項目

#### (1) もったいない意識（独立変数）（附録の「単純集計表」参照）

人々のもったいない意識をみるために、「Q25\_a 食事の際、食べ物を残す」「Q25\_b 調理で生ごみ（野菜の皮、魚の骨、お肉の脂身、など）を出す」「Q25\_c 買った服を1回しか着ない」「Q25\_d 少しの時間、部屋を離れる場合に照明をつけたままにする」「Q25\_e 水を流したまま食器を洗う」の5つの質問を使用した。

「Q25\_a 食べ物を残す」、「Q25\_c 服を1回しか着ない」、「Q25\_d 照明をつけたままにする」、「Q25\_e 水を流したまま食器を洗う」では「そう思う」と「ややそう思う」を統合してみると、約7割以上の人たちがもったいないと思っていることがわかった。中でも、「Q25\_c 服を1回しか着ない」については「そう思う」だけでも7割以上の結果であった。また、人が生活していく基盤になっている衣食住にあてはまる「Q25\_a 食べ物を残す」と「Q25\_c 服を1回しか着ない」の項目は「そう思う」だけでも半数を軽く超えている。しかし、「Q25\_b 生ごみを出す」では、「そう思う」と「ややそう思う」統合すると48.6%と「あまりそう思わない」と「そう思わない」の統合は48.9%と差がなかった。これは、「ごみ」という概念からしようがないものであるという意識があるからだろうか。

次に、もったいない意識をもつ人はどういう人たちなのか、性別、年代別に5つの行動についてのもったいない意識とのクロス集計を行い、関連をみた。表1～5はその結果である。

表1 性別ともったいない意識（食べ物を残す）

性別	食べ物を残す		計	単位(%)
	そう思う	そう思わない		
男	86.7	13.3	100.0 (135人)	
女	90.4	9.6	100.0 (219人)	
全体	89.0	11.0	100.0 (354人)	
	$\chi^2_{(1)}=1.1944$		$p=0.2744$	

表2 性別ともったいない意識（生ごみを出す）

性別	生ごみを出す		計	単位(%)
	そう思う	そう思わない		
男	50.4	49.6	100.0 (135人)	
女	49.5	50.5	100.0 (218人)	
全体	49.9	50.1	100.0 (353人)	
	$\chi^2_{(1)}=0.0229$		$p=0.8797$	

表3 性別ともったいない意識（服を1回しか着ない）

性別	服を1回しか着ない		計	単位(%)
	そう思う	そう思わない		
男	81.5	18.5	100.0 (135人)	
女	85.3	14.8	100.0 (217人)	
全体	83.8	16.2	100.0 (352人)	
	$\chi^2_{(1)}=0.8725$		$p=0.3503$	

表4 性別ともったいない意識（照明をつけたまま）

性別	照明をつけたまま		計	単位(%)
	そう思う	そう思わない		
男	71.9	28.2	100.0 (135人)	
女	76.0	24.0	100.0 (217人)	
全体	74.4	25.6	100.0 (352人)	
	$\chi^2_{(1)}=0.7659$		$p=0.3815$	

表5 性別ともったいない意識(水を流したまま) 単位(%)

性別	水を流したまま			計
	そう思う	そう思わない		
男	79.3	20.7	100.0	(135人)
女	86.2	13.8	100.0	(218人)
全体	83.6	16.4	100.0	(353人)
	$\chi^2_{(1)}=2.9576$		p=0.0855	

表2の「生ごみを出す」についてのもったいない意識以外は男性より女性の方が高い傾向がある。特に男女の差が大きいのは表5の「水を流したまま食器洗いをする」についてのもったいない意識で女性の方が6.9%の高かった。昔からある「家事は女性がやる」イメージから、今も変わらず家事は女性が担当する機会が多いとなれば、もったいないと思う機会も増えるからだろうか。これに対して、表2の「生ごみを捨てること」についてのもったいない意識は、男女の差がほとんどない。

表6 年代ともったいない意識(食べ物を残す) 単位(%)

年代	食べ物を残す			計
	そう思う	そう思わない		
20歳代	90.6	9.4	100.0	(32人)
30歳代	93.1	6.9	100.0	(58人)
40歳代	90.3	9.7	100.0	(72人)
50歳代	87.2	12.8	100.0	(86人)
60歳代	86.7	13.3	100.0	(105人)
全体	89.0	11.1	100.0	(353人)
	$\chi^2_{(1)}=2.0608$		p=0.7246	

表7 年代ともったいない意識(生ごみを出す) 単位(%)

年代	生ごみを出す			計
	そう思う	そう思わない		
20歳代	28.1	71.9	100.0	(32人)
30歳代	48.3	51.7	100.0	(58人)
40歳代	47.2	52.8	100.0	(72人)
50歳代	47.7	52.3	100.0	(86人)
60歳代	61.5	38.5	100.0	(104人)
全体	50.0	50.0	100.0	(352人)
	$\chi^2_{(1)}=12.1407$		p=0.0163	

表8 年代ともったいない意識(服を1回しか着ない) 単位(%)

年代	服を1回しか着ない			計
	そう思う	そう思わない		
20歳代	96.9	3.1	100.0	(32人)
30歳代	89.7	10.3	100.0	(58人)
40歳代	86.1	13.9	100.0	(72人)
50歳代	83.7	16.3	100.0	(86人)
60歳代	74.8	25.2	100.0	(103人)
全体	83.8	16.2	100.0	(351人)
	$\chi^2_{(1)}=11.95841$		p=0.0177	

表9 年代ともったいない意識(照明をつけたまま) 単位(%)

年代	照明をつけたまま			計
	そう思う	そう思わない		
20歳代	75.0	25.0	100.0	(32人)
30歳代	69.0	31.0	100.0	(58人)
40歳代	84.7	15.3	100.0	(72人)
50歳代	72.1	27.9	100.0	(86人)
60歳代	71.8	28.2	100.0	(103人)
全体	74.4	25.6	100.0	(351人)
	$\chi^2_{(1)}=5.5205$		p=0.2379	

表10 年代ともったいない意識(水を流したまま 単位(%)

年代	水を流したまま			計
	そう思う	そう思わない		
20歳代	84.4	15.6	100.0	(32人)
30歳代	86.2	13.8	100.0	(58人)
40歳代	86.1	13.9	100.0	(72人)
50歳代	84.9	15.1	100.0	(86人)
60歳代	78.9	21.2	100.0	(104人)
全体	83.5	16.5	100.0	(352人)
	$\chi^2_{(1)}=2.4395$		p=0.6555	

表6から表10は、20歳（19歳を1人含む）から69歳の年齢を10歳ごとに区切った年代と、もったいない意識をそれぞれクロス集計したものである。

表6の「食べ物を残すこと」については20代から40代は9割以上が「そう思う」だが、50代以降は87.2%→86.7%と低くなる傾向であった。表7の「生ごみを捨てること」は20代の「そう思う」が28.1%と一番低く、60代では61.5%と一番高い結果であった。年齢が上がるにつれて高くなる傾向である。表8の「服を1回しか着ない」の「そう思う」は20代が96.9%と、どの項目の中でも一番高い数値となった。また、年代が上がるにつ

れて「そう思う」は低くなる傾向である。表 9 の「照明をつけたまま」の「そう思う」は、20 代の 75.0%、30 代の 69.0%、40 代の 84.7% をピークに 50 代から 60 代は低くなる傾向である。表 10 の「水を流したまま」の「そう思う」も 20 代 84.4% から 30 代の 86.1% をピークに 40 代から 60 代は段々と低くなる傾向となつた。

全体的には、表 7 以外は 20 代から 40 代あたりのもつたいない意識がもっとも高く、50 代から低くなる傾向が見られた。

分析前に、私は年齢が高くなるほどもつたいない意識が高くなるだろうと思っていたが、それに当てはまる形に近いのは、年代と「調理で生ごみを出す」ことについてのもつたない意識の関連をみた表 7 のみであった。この表 7 のみ年代が上がるにつれて意識が高くなるのは、生ごみ=不必要なものとしてのゴミという概念から、しようがないと思うからだろうか。

## (2) エコ行動（従属変数）（※附録の「単純集計表」参照）

まず、ここでいうエコ行動とは、Q5 のエコ行動のなかでもつたない意識と関連がありそうな行動を選択した。それについては「Q5\_a 直せば使える物を修理または違うものにして使用する」「Q5\_d 冷暖房の温度をこまめに設定する」「Q5\_e 水を使うとき、だしつぱなしにしない」「Q5\_h 詰め替え用品を購入するようにしている」である。

全体的に「いつも行う」「ときどき行う」を統合してみると 8 割以上を占めており、エコ行動をしている人が多いことがわかる。特に回答率が高いのは「Q5\_h 詰め替え用品を購入するようにしている」で「いつも行う」「ときどき行う」を統合すると 94.0% であった。大きい差はないが逆に回答率が低いのは「Q5\_d 冷暖房の温度をこまめに設定する」で「いつも行う」「ときどき行う」の合計が 85.6% である。

### 2. 4 仮説の検証

表11 もつたない意識とエコ行動のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

	Q5_a 修理・補修する	Q5_d 冷暖房の設定	Q5_e 水をだしつぱなしにしない	Q5_h 詰め替え用品を購入
Q25_a 食べ物を残す	not valid	1.3755	not valid	not valid
Q25_b 生ごみを出す	1.4130	1.4971	3.0439	1.8016
Q25_c 服を1回しか着ない	0.2442	0.0002	not valid	not valid
Q25_d 照明をつけたまま	0.4170	0.5013	0.2832	not valid
Q25_e 水を流したまま	1.5314	0.3249	not valid	not valid

(注1)値は  $\chi^2$  値を示す

まず仮説の検証の前にもつたない意識とエコ行動の関係を見るためにクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行つた。その結果が表 11 の一覧表である。

関連性が認められるものは 1 つもなかった。よって、仮説の「もつたない意識が高い人ほどエコ行動をしている」は支持されなかつた。また、特に Q25 の設問に対して「Q5\_e 水をだしつぱなしにしない」と「Q5\_h 詰め替え用品を購入」はほとんどが WARNING であった。両方の変数の単純集計を見てもらうと、もつたない意識が高いことや、エコ行動を行つている人が多いのが原因だつる。要するに、もつたない意識からエコ行動に移すという流れはないかもしだれない。先の、もつたない意識やエコ行動の単純集計を見ても、全体的にもつたない意識が高く、エコ行動も行つてゐる結果であつた。このことから、もつたない意識は人々の中で意識されずにあるものなのだろうか。またエコ行動も、エコ行動と意識せずに人々の日常生活の中で当たり前にされている行動なのかもしだれない。

ここでの 2 変数間に有意な関連が見られなかつたが、もつたない意識とエコ行動の傾向をみたい。

まず、「Q25\_b 生ごみを出すこと」のもつたない意識と「Q5\_e 水を出しつぱなしにしない」のエコ行動のクロス集計を行つた（表 12）。

表12 もったいない意識(生ごみ)とエコ行動(水を出しっぱなしにしない) 単位(%)

生ごみを出すこと	水を出しっぱなしにしない		計
	あてはまる	あてはまらない	
そう思う	94.3	5.7	100.0 (176人)
そう思わない	89.2	10.8	100.0 (176人)
全体	91.8	8.2	100.0 (352人)

$\chi^2(1)=3.0439$  p=0.0810

表12をみると、「生ごみを出すこと」がもったいないと思う人（94.3%）のほうがもったいないと思わない人（89.2%）より、「水を出しっぱなしにしない」人がやや多かった。資源の無駄を省こうとする意識からだろうか。

次に、「Q25\_e 水を流したままにする」のもったいない意識と「Q5\_e 水を出しっぱなしにしない」のエコ行動のクロス集計の結果を以下の表13にした。

表13 もったいない意識(水を流したまま)とエコ行動(水を出しっぱなしにしない) 単位(%)

水を流したまま	水を出しっぱなしにしない		計
	あてはまる	あてはまらない	
そう思う	93.2	6.8	100.0 (295人)
そう思わない	84.2	15.8	100.0 (57人)
全体	91.8	8.2	100.0 (352人)

WARNING  $\chi^2(1)=5.1294$  p=0.0235

表13をみると、「水を流したままにすること」がもったいないと思う人ほど「水を出しつぱなしにしない」が93.2%であった。この2つの変数についてももったいない意識が低い人でも水を出しつぱなしにしないエコ行動をしている人は多い。

## 2. 5 考察

今回の分析を通して、自分の想像以上に人々はもったいない意識が高いという結果に驚いた。

性別でみると、「生ごみを出すこと」のもったいない意識が半々だった結果を除くと、大半は男性より女性の方がもったいない意識が高かった。また、年代でみると、「食べ物を残すこと」のもったいない意識は20代から40代にかけて意識が高いのに対して、50代、60代はやや低かった。20代と60代を比べると、「生ごみをだすこと」のもったいない意識以外は、高い年代ほどもったいない意識が低いことがわかった。これに対して、「生ごみをだすこと」のもったいない意識は、20代のもったいない意識が最も低く、60代のもったいない意識が最も高かった。

仮説の検証については、それぞれの項目のもったいない意識とエコ行動をクロス集計し $\chi^2$ 検定を行ったが有意な関連がみられなかった。もったいない意識が非常に高い傾向であったこと、エコ行動とする日常の行動もよく行われている傾向から、偏ったデータになってしまったからであろう。

今回の調査では、もったいない意識とエコ行動の関連性を実証できなかつたが、人々のもったいない意識は全般的に高く、環境への配慮に繋がるであろうエコ行動も当たり前の行動になりつつあるのではないかと感じた。

## 引用・参考 URL

毎日新聞「MOTTAINAI もったいない モッタイナイ」(<http://www.mottainai.info/>, 2010.1.20).

### 3. 買い物とエコ行動

A72056 古谷香奈

#### 3. 1 問題意識

最近では、環境に配慮した「エコ商品」や、マイバッグ運動やペットボトルのキャップを集めの運動、レジ袋の削減のポスターが貼られている等、エコ行動を推進している様子がテレビや市街でみられるようになった。

事例調査では、近所の方の影響でエコ行動をするきっかけとなっている場合もみられる。このように、何かのきっかけでエコ行動をするようになる人も少なくない。

そこで誰もが行ったことがあるだろう、食料品の買い物に私は着目した。この食料品の買い物を通して、エコ行動を推進するものに接触し、エコ行動をするきっかけとなっているのではないかと考えた。

#### 3. 2 仮説

仮説 食料品の買い物をよくする人ほど、エコ行動をする

補足仮説 1 食料品の買い物をよくする人ほど、エコ行動に関するポスターをよく見る

補足仮説 2 エコ行動に関するポスターをよく見る人ほど、エコ行動をする

#### 3. 3 仮説検証に使用した変数

##### (1) 食料品の買い物

食料品の買い物をする回数に関しては「Q26\_e 食料品の買い物」を使用する。集計にあたっては、「ほぼ毎日」と「週に 3, 4 回」を「よくする」、「週に 1 回程度」と「月に 1, 2 回」を「よくする」、「たまにする」を「ほとんどしない」の 3 件法にカテゴリー統合した。

その結果、表 1 の通り、食料品の買い物を「よくする」人が 61.6% (221 人)、「たまにする」人が 32.2% (115 人)、「ほとんどしない」人が 6.2% (22 人) であった。今回、事例調査で協力していただいた女性対象者の場合も、「広告を見て特売品などがあれば 3 ~ 4 日続けていくが、特にない場合は 1 ~ 2 日おきに買い物に行く」とのこと、やはり食料品の買い物は、男性 (33.3%) より女性 (79.0%) のほうが「よくする」と回答した数が多いことがわかる。

表1 性別と食料品の買い物のクロス集計表 (単位 %)

	食料品の買い物を			計
	よくする	たまにする	ほとんどしない	
男	33.3	55.6	11.1	100.0 (135)人
女	79.0	17.8	3.2	100.0 (219)人
計	61.6	32.2	6.2	100.0 (354)人

$$\chi^2(2)=73.6481 \quad p=<.0001$$

##### (2) エコ行動を促進するものへの接触

エコ行動を促進するものへの接触については、「Q23\_h 店頭のエコ行動に関するポスターをよく見る」の 1 項目を使用する。

集計を行うにあたっては、「Q23\_h」で「あてはまる」「ややあてはまる」を「あてはまる」に、「あまりあてはまらない」「あてはまらない」を「あてはまらない」の 2 件法にカテゴリー統合した。

その結果、表 2 の通り「Q23\_h」で「あてはまる」と回答した人は 48.6% (177 人) で、ほぼ、2 人のうち 1 人の人が、食料品の買い物に行った際にエコ行動に関するポスターをよくみていることが分かる。

表2 エコ行動の推進に関する単純集計表 単位 (%)

	あてはまる	あてはまらない	計
Q23_h 店頭のエコ行動に関するポスターをよく見る	48.6	51.4	100.0 (364)人

### (3) エコ行動

エコ行動に関しては「Q5\_b 過剰包装を断る」、「Q5\_h 詰め替え用品を購入」、「Q8 エコバッグ使用頻度」、「Q11\_a 必要な物だけ購入」、「Q11\_b 再利用可能な物を選ぶ」、「Q11\_c 長期利用できる物を選ぶ」、「Q11\_d 環境への影響が少ない物を選ぶ」、「Q11\_e 健康・安全を損なわない物を選ぶ」、「Q11\_f 再生品を選ぶ」、「Q11\_g 資源・エネルギーを浪費しない物を選ぶ」、「Q11\_h 環境対策に積極的メーカーを選ぶ」、「Q11\_i 環境に配慮した商品は高額でも選ぶ」の12項目を使用する。

集計を行うにあたっては、「Q5\_b」と「Q5\_h」の4件法に関して、「いつも行う」「ときどき行う」を「あてはまる」に、「あまり行わない」「まったく行わない」を「あてはまらない」にカテゴリー統合した。「Q8」の4件法に関しても、「いつも使用している」「たまに使用している」を「あてはまる」に、「あまり使用していない」「まったく使用していない」を「あてはまらない」にカテゴリー統合した。「Q11\_a」～「Q11\_i」の4件法も「よくする」「たまにする」を「あてはまる」に、「あまりしない」「全くしない」を「あてはまらない」にカテゴリー統合した。

その結果、表3の通り「Q5\_b」、「Q5\_h」、「Q8」、「Q11\_a」、「Q11\_c」、「Q11\_e」の6項目に関するそれぞれ「あてはまる」と回答した人が75%以上、「Q11\_b」、「Q11\_d」、「Q11\_f」、「Q11\_g」の4項目に関する「あてはまる」が50%以上、「Q11\_h」、「Q11\_i」の2項目に関する「あてはまる」が35%以上いるということがわかる。

表3 エコ行動に関する単純集計表

単位 (%)

	次の行動をよく行っているか		計
	あてはまる	あてはまらない	
Q5_b過剰包装を断る	75.9	24.1	100.0 (361人)
Q5_h詰め替え用品を購入するようにしている	95.8	4.2	100.0 (359人)
Q8エコバッグを使用している	81.8	18.2	100.0 (296人)
Q11_a必要なものだけ購入	93.9	6.1	100.0 (361人)
Q11_b再利用可能なものを選ぶ	54.6	45.4	100.0 (357人)
Q11_c長期利用できるものを選ぶ	88.0	12.0	100.0 (359人)
Q11_d環境への影響が少ないものを選ぶ	56.7	43.3	100.0 (358人)
Q11_e健康・安全を損なわないものを選ぶ	89.4	10.6	100.0 (357人)
Q11_f再生品を選ぶ	52.5	47.5	100.0 (358人)
Q11_gエネルギーを浪費しないものを選ぶ	63.5	36.5	100.0 (359人)
Q11_h環境対策に積極的なメーカーで選ぶ	38.0	62.0	100.0 (358人)
Q11_i環境に配慮した商品は高額でも選ぶ	49.9	50.1	100.0 (359人)

### 3.4 仮説の検証

仮説を検証するにあたって、まずは補助仮説1を検証するため、「Q26\_e 食料品の買い物」と「Q23\_h 店頭のエコ行動に関するポスターをよくみる」をクロス集計して $\chi^2$ 検定を行った。その結果、表4の通り、5%の有意水準で帰無仮説が棄却され、両者の関係は統計的に認められた。食料品の買い物をよくする人で、エコ行動に関するポスターをよくみている人は(53.4%)、食料品の買い物をほとんどしない人で、エコ行動に関するポスターをよくみるにあてはまらない人が(77.3%)と、食料品の買い物をよくする人ほど、店頭でエコ行動に関するポスターをよくみているといえる。

表4 食料品の買い物とエコ行動に関するポスター 単位 (%)

食料品の買い物を	エコ行動に関するポスターを見る		
	あてはまる	あてはまらない	計
よくする	53.4	46.6	100.0 (219人)
たまにする	44.4	55.7	100.0 (115人)
ほとんどしない	22.7	77.3	100.0 (22人)
全体	48.6	51.4	100.0 (356人)

$$\chi^2(2)=8.7684 \ p=0.0125$$

続いて、補助仮説2を検証するため、「Q23\_h 店頭のエコ行動に関するポスターをよく見る」とエコ行動の質問（「Q5\_b」・「Q5\_h」・「Q8」・「Q11\_a」～「Q11\_i」）をそれぞれクロス集計して $\chi^2$ 検定を行った。表5がクロス集計の $\chi^2$ 値の一覧である。「Q8」と「Q11\_a」と「Q11\_c」の3項目を除き、5%の有意水準で帰無仮説が棄却され、両者の関係は統計的に認められた。エコ行動を促進するものへの接触によって、エコ行動をしているといえる。

表5 ポスターとエコ行動のクロス集計( $\chi^2$ 値)の一覧

	Q5_b過剰包装を断る	Q5_h詰め替え用品を購入するようにしている	Q8エコバッグを使用している	Q11_a必要なものだけ購入	Q11_b再利用可能なものを選ぶ	Q11_c長期利用できるものを選ぶ	Q11_d環境への影響が少ないものを選ぶ	Q11_e健康・安全を損なわないものを選ぶ	Q11_f再生品を選ぶ	Q11_gエネルギーを浪費しないものを選ぶ	Q11_h環境対策に積極的なメーカーで選ぶ	Q11_I環境に配慮した商品であれば多少高額でも選ぶ
Q23_hエコ行動に関するポスターをよく見る	1021.94 **	not valid	12.1122 w	not valid	41.5625 **	not valid	19.5269 **	6.3899 *	25.7029 **	21.8814 **	25.1469 **	27.9278 **

(注)\*\*p<0.01、\*p<0.05を示す

また、「Q8」については、統計的に有意な関連性はないが、店頭のエコ行動に関するポスターを見る人のほうが、エコバッグを使用している人がやや多い傾向がみられる。

表6 店頭のエコ行動に関するポスターとエコバッグの使用 単位 (%)

Q23_h店頭のエコ行動に関するポスターを見る	Q8エコバッグを使用している		
	あてはまる	あてはまらない	計
みる	89.3	10.7	100.0 (150人)
みない	73.6	26.4	100.0 (144人)

$$\chi^2(1)=12.112 \ p=0.0005$$

最後に、「Q26\_e 食料品の買い物」とエコ行動の質問（「Q5\_b」・「Q5\_h」・「Q8」・「Q11\_a」～「Q11\_i」）をそれぞれクロス集計して $\chi^2$ 検定を行った。表7がクロス集計の $\chi^2$ 値の一覧である。「Q5\_b」、「Q11\_f」、「Q11\_i」の3項目のみ、5%以下の有意水準で帰無仮説が棄却され、両者の関係は統計的に認められた。

表7 食料品の買い物とエコ行動のクロス集計( $\chi^2$ 値)の一覧

	Q5_b過剰包装を断る	Q5_h詰め替え用品を購入するようにしている	Q8エコバッグを使用している	Q11_a必要なものだけ購入	Q11_b再利用可能なものを選ぶ	Q11_c長期利用できるものを選ぶ	Q11_d環境への影響が少ないものを選ぶ	Q11_e健康・安全を損なわないものを選ぶ	Q11_f再生品を選ぶ	Q11_gエネルギーを浪費しないものを選ぶ	Q11_h環境対策に積極的なメーカーで選ぶ	Q11_I環境に配慮した商品であれば多少高額でも選ぶ
Q26_e食料品の買い物	8.2968 *	11.2821 w	6.4235 w	not valid	not valid	not valid	not valid	not valid	16.6563 **	not valid	not valid	8.7940 *

(注)w=warning、\*\*p<0.01、\*p<0.05を示す

以下、統計的に有意差が認められたクロス集計の結果を示しておく。

表8 食料品の買い物と過剰包装

単位 (%)

食料品の買い物を	過剰包装を断る		計
	あてはまる	あてはまらない	
よくする	79.4	20.6	100.0 (218人)
たまにする	72.8	27.2	100.0 (114人)
ほとんどしない	52.4	47.6	100.0 ( 21人)
全体	75.6	24.4	100.0 (353人)

$$\chi^2(2)=8.2968 \quad p=0.0158$$

表9 食料品の買い物と再生品を選ぶ

単位 (%)

食料品の買い物を	再生品を選ぶ		計
	あてはまる	あてはまらない	
よくする	60.0	40.0	100.0 (215人)
たまにする	40.7	59.3	100.0 (113人)
ほとんどしない	27.3	72.7	100.0 ( 22人)
全体	51.7	48.3	100.0 (350人)

$$\chi^2(2)=16.6563 \quad p=0.0002$$

表10 食料品の買い物と環境に配慮した商品なら選ぶ

単位 (%)

食料品の買い物を	環境に配慮した商品であれば多少高額でも選ぶ		計
	あてはまる	あてはまらない	
よくする	54.8	45.2	100.0 (217人)
たまにする	42.9	57.1	100.0 (112人)
ほとんどしない	27.3	72.7	100.0 ( 22人)
全体	49.3	50.7	100.0 (351人)

$$\chi^2(2)=8.7940 \quad p=0.0123$$

### 3. 5 考察

食料品の買い物を通して、エコ行動の推進が私たちに影響されているのかを疑問に思い、検証してきた。つまり、食料品の買い物をすることによって、そこでエコ行動を推進するものへの接触（ここではエコ行動に関するポスターとしているが）によってエコ行動をしているのかということである。その結果、「食料品の買い物をする回数が多い人ほど、エコ行動に関するものにふれている」と「エコ行動に関するものにふれて、エコ行動をしている」の各両者の関係は統計的に認められた。

表7 仮説検証結果



そして、仮説である、「食料品の買い物をよくする人ほど、エコ行動をする」を検証してみたところ、このエコ行動が何であるかによって差があることが分かった。仮説が検証されたエコ行動については、「Q5\_b 過剰包装を断る」、「Q11\_f 再生品を選ぶ」、「Q11\_i 環境に配慮した商品は高額でも選ぶ」の3項目についてである。また、「食料品の買い物をする回数が多い人」というのも、男性よりも女性の方があてはまることが分かった。

結果、私たちは食料品の買い物をすることにより、（上記で述べた3項目に限るが、）エコ行動をするきっかけとなっているようである。

### 参考文献

- エコ行動に関する調査 (<http://www.hakuhodo.co.jp/pdf/2002/20020730.pdf>, 2009.1.28).  
「エコな買い物」に関する調査結果発表  
([http://www.dohouse.co.jp/press/p20071024\\_2.html](http://www.dohouse.co.jp/press/p20071024_2.html), 2009.1.28) .

## 8章 生活のゆとりとエコ行動

### 1. 時間的余裕と身近なエコ行動

A72095 平野由香里

#### 1. 1 問題意識と研究テーマ

近年、環境への関心が高まっており、エコという言葉を耳にすることが増えてきた。「エコ行動」という「環境を守り、より良い環境をつくる行動」を行う人も増えてきている。エコ行動にもいろいろあるが、私は比較的に簡単に行える身近なエコ行動について考える。

私が考える身近なエコ行動とは、お金があまりかからず、気軽に実行できるエコ行動のことである。しかし、身近なエコ行動といつても少しの時間と手間はかかる。だから、身近なエコ行動を行うか行わないかは、時間的に余裕があるかが関わっているのではないだろうか。どのような人が時間的に余裕があるのか考えた時に、労働時間の長さが大きく関わっているのではないかと考えた。例えば、服や家具など直せば使えるものを修理や補修をしてまた使用できるようにするようなエコ行動は、労働時間が長く、時間的に余裕がない人は、面倒だと思ってしまって新しいものを買うのではないだろうか。この他のエコ行動も時間的に余裕がないと、面倒やわざらわしいと感じてしまい実行しないのではないか。

この調査テーマを考察するにあたり、2009年6月4日、夫と2人暮らしで同じアルバイト先で働く、35歳のパートタイマーに時間的余裕とエコ行動についての聞き取り調査を行った。この方は、時間的に余裕があるので、買い物の際には詰め替え用品を買うようにしたり、直せば使えるものは修理してひとつのものを長期間使用したり、使えなくなったものでも再利用したりするなど、多くの身近なエコ行動を行っていた。

このように、聞き取り調査の結果からも時間的な余裕と身近なエコ行動は関連があるのではないかと考え、仮説を立てた。

#### 1. 2 仮説

労働時間が短い人ほど、身近なエコ行動を行っている

#### 1. 3 仮説の検証に使用する変数

##### (1) 労働時間

労働時間については、「Q32\_a 一週間の労働時間」を使用する。

単純集計の結果、一週間に最短0時間（育児休暇中）から最長84時間労働している人がおり、40時間以上50時間未満が31.4%（72人）と最も多かった（附録の「単純集計表」参照）。

仮説検証のため、中央値である40時間を基準にカテゴリー統合し、「40時間未満」46.3%（106人）と「40時間以上」53.7%（123人）の2群に分けた。

##### (2) 職業

さらに、「Q32\_a 一週間の労働時間」では「専業主婦」と「無職」（合わせて125人）は非該当になっていることを考慮して、「Q31 職業」を独立変数とする仮説の検証も併せて行う。

職業については、正社員が28.4%（100人）と最も多く、そして専業主婦23.9%（84人）、パートタイマー19.9%（70人）と次いでいる。（附録の「単純集計表」参照）。

仮説検証のため、正社員や公務員など自宅外での職業に就き、家にいる時間が短そうな人は「在宅短時間」、専業主婦やパートタイマーなど、家にいる時間が長そうな人は「在宅長時間」の2群に分けた。その際、「6.その他」14人の自由記述を確認すると、記述があつた9人の職業は、自宅外での仕事内容（スポーツインストラクター、契約社員等）が多かったため、「在宅短時間」に含めることにした。

よって、「1.正社員」「3.派遣社員」「4.公務員等・団体職員など」「6.その他」を（労働時間が長い）「在宅短時間」40.9%（144人）、「2.パートタイマー」「5.自営業・農林業」「7.

専業主婦」「8.無職」を（労働時間が短い）「在宅長時間」59.1%（208人）として2群に分けた。

### （3）身近なエコ行動

身近なエコ活動については、「Q5\_a 直せば使えるものは修理・補修して使用」、「Q5\_b 過剰包装は断る」、「Q5\_c 生ごみは自宅処理する」、「Q5\_d 冷暖房の温度はこまめに設定する」、「Q5\_e 水を使うとき出しっぱなしにしない」、「Q5\_f 外出の際は公共機関を利用」、「Q5\_g 値段が高くとも、長く使用できるものを購入」、「Q5\_h 詰め替え用品を購入」、「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込みすぎない」と「Q11\_a 必要なものだけ購入」、「Q11\_b 再利用可能なものを選ぶ」、「Q11\_c 長期利用できるものを選ぶ」、「Q11\_d 環境への影響が少ないものを選ぶ」、「Q11\_e 健康・安全を損なわないものを選ぶ」、「Q11\_f 再生品を選ぶ」、「Q11\_g 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ」、「Q11\_h 環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ」、「Q11\_i 環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ」の18項目を使用する。

単純集計の結果、Q5で「いつも行う」の割合が最も多かったのは「Q5\_h 詰め替え用品を購入」で65.2%（234人）であった。この他の項目でも「いつも行う」と「ときどき行う」を合わせると、ほとんどの項目が70%以上の人に行っているという結果になった。しかし、「Q5\_c 生ごみは自宅処理する」だけは「行う」と答えた人が少なく、「あまり行わない」と「全く行わない」を合わせると86.2%（311人）という結果になった。

Q11では「よくする」が最も多かったのは「Q11\_a 必要なものだけ購入」で62.3%（225人）であった。この他の項目でも「よくする」と「たまにする」を合わせると、ほとんどの項目が50%以上の人に行っているという結果になった。しかし、「Q11\_h 環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ」は「する」と答えた人が少なく、「あまりしない」と「全くしない」を合わせると62.0%（222人）、そして「Q11\_i 環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ」も若干「あまりしない」と「全くしない」と答えた人が多いという結果になった（附録の「単純集計表」参照）。

このように身近なエコ行動18項目のうち3項目は「行わない」人が多く、なかでも「Q5\_c 生ごみは自宅処理する」と「Q11\_h 環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ」は、60%以上の人が行っていなかった。それは「生ごみは自宅処理する」に関しては自宅で処理するためには専用の処理機を購入する必要があったり、家庭で生ごみを処理できることや、処理の仕方が一般に浸透していないことなどから、行う人が少ないと想われる。そして「環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ」に関しては、商品を購入する際は店やメーカーよりも商品の機能や値段で決める人が多いことから、行う人が少ないと想われる。

仮説検証のため、Q5とQ11の選択肢を「いつも行う」と「ときどき行う」、「あまり行わない」と「全く行わない」、「よくする」と「たまにする」、「あまりしない」と「全くしない」をそれぞれカテゴリー統合し、4件法から2件法にまとめた。

## 1. 4 仮説の検証

### （1）労働時間の長さと身近なエコ行動との関連

仮説を検証するために「Q32\_a 一週間の労働時間」と「Q5 普段の行動」「Q11 買い物の際の行動」とをクロス集計し、 $\chi^2$ 検定をそれぞれ行った（表1～表9）。

表1 労働時間と修理して使用

労働時間	直せば使えるものは修理・補修して使用			単位(%)
	行う	行わない	計	
40時間未満	93.4	6.6	100.0 (106人)	
40時間以上	80.3	19.7	100.0 (122人)	
全体	86.4	13.6	100.0 (228人)	

$$\chi^2_{(1)}=8.25 \quad p=0.0041$$

表2 労働時間と過剰包装は断る

労働時間	過剰包装は断る			単位(%)
	行う	行わない	計	
40時間未満	83.0	17.0	100.0 (106人)	
40時間以上	68.6	31.4	100.0 (121人)	
全体	75.3	24.7	100.0 (227人)	

$$\chi^2_{(1)}=6.33 \quad p=0.0119$$

表3 労働時間と公共機関の利用 単位(%)

外出の際は公共機関を利用する			
労働時間	行う	行わない	計
40時間未満	83.0	17.0	100.0 (106人)
40時間以上	68.0	32.0	100.0 (122人)
全体	75.0	25.0	100.0 (228人)

 $\chi^2_{(1)}=6.79$  p=0.0091

表4 労働時間と冷蔵庫に詰め込みすぎない 単位(%)

冷蔵庫にものを詰め込みすぎない			
労働時間	行う	行わない	計
40時間未満	81.1	18.9	100.0 (106人)
40時間以上	65.6	34.4	100.0 (122人)
全体	72.8	27.2	100.0 (288人)

 $\chi^2_{(1)}=6.93$  p=0.0085

表5 労働時間と再利用可能なものを選ぶ 単位(%)

再利用可能なものを選ぶ			
労働時間	行う	行わない	計
40時間未満	61.0	39.1	100.0 (105人)
40時間以上	49.2	50.8	100.0 (120人)
全体	54.7	45.3	100.0 (225人)

 $\chi^2_{(1)}=3.14$  p=0.0765

表6 労働時間と長期利用できるものを選ぶ 単位(%)

長期利用できるものを選ぶ			
労働時間	行う	行わない	計
40時間未満	94.3	5.7	100.0 (106人)
40時間以上	83.3	16.7	100.0 (120人)
全体	88.5	11.5	100.0 (226人)

 $\chi^2_{(1)}=6.70$  p=0.0097

表7 労働時間と環境に影響が少ないものを選ぶ 単位(%)

洗剤など環境に影響が少ないものを選ぶ			
労働時間	行う	行わない	計
40時間未満	61.9	38.1	100.0 (105人)
40時間以上	46.3	53.7	100.0 (121人)
全体	53.5	46.5	100.0 (226人)

 $\chi^2_{(1)}=5.52$  p=0.0188

表8 労働時間と健康を損なわないものを選ぶ 単位(%)

健康・安全を損なわないものを選ぶ			
労働時間	行う	行わない	計
40時間未満	96.2	3.9	100.0 (104人)
40時間以上	79.3	20.7	100.0 (121人)
全体	87.1	12.9	100.0 (225人)

 $\chi^2_{(1)}=14.08$  p=0.0002

表9 環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ 単位(%)

環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ			
労働時間	行う	行わない	計
40時間未満	58.1	41.9	100.0 (105人)
40時間以上	37.2	62.8	100.0 (121人)
全体	46.9	53.1	100.0 (226人)

 $\chi^2_{(1)}=9.87$  p=0.0017

$\chi^2$ 検定の結果、表5以外は労働時間の長さと身近なエコ行動との2つの変数の間に仮説通りの統計的に有意な関連がみられた（表5は統計的に有意な関連はみられなかったが、傾向はみられた）。なかでも買い物に関して関連がみられたものが多く、労働時間が短い人は環境に配慮しながら買い物をしていることがうかがえた（表2、表5～表9）。

## （2）職業的在宅時間の長さと身近なエコ行動との関連

仮説検証のため「Q31 職業」と「Q5 普段の行動」「Q11 買い物の際の行動」をそれぞれクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った（表10～表14）。

表10 職業的在宅時間と修理して使用 単位(%)

直せば使えるものは修理・補修して使用			
在宅時間	行う	行わない	計
長時間	91.7	8.3	100.0 (204人)
短時間	85.3	14.7	100.0 (143人)
全体	89.1	11.0	100.0 (347人)

 $\chi^2_{(1)}=3.48$  p=0.0622

表11 職業的在宅時間と冷暖房はこまめに設定 単位(%)

冷暖房の温度をこまめに設定する			
在宅時間	行う	行わない	計
長時間	88.3	11.7	100.0 (204人)
短時間	81.8	18.2	100.0 (143人)
全体	85.6	14.4	100.0 (348人)

 $\chi^2_{(1)}=2.87$  p=0.0902

表12 職業的在宅時間と公共機関の利用 単位(%)

外出の際は公共機関を利用する			
在宅時間	行う	行わない	計
長時間	81.4	18.6	100.0 (204人)
短時間	69.9	30.1	100.0 (143人)
全体	76.7	23.3	100.0 (347人)

 $\chi^2_{(1)}=6.15$  p=0.0131

表13 職業的在宅時間と冷蔵庫に詰め込みすぎない 単位(%)

冷蔵庫にものを詰め込みすぎない			
在宅時間	行う	行わない	計
長時間	78.1	22.0	100.0 (205人)
短時間	70.1	29.9	100.0 (144人)
全体	74.8	25.2	100.0 (349人)

 $\chi^2_{(1)}=2.81$  p=0.0939

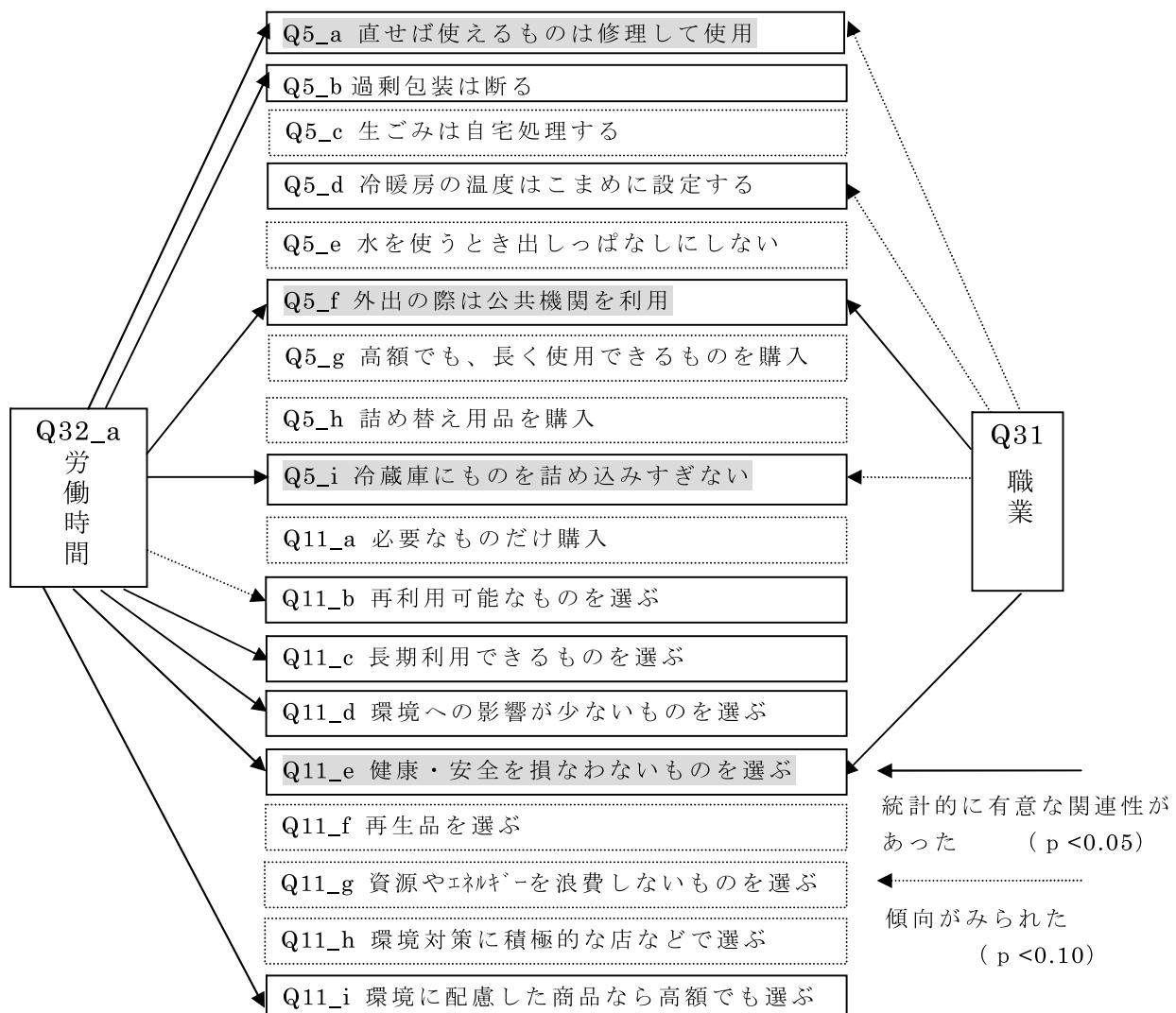
表14 職業的在家時間と健康を損なわないものを選ぶ 単位(%)

在宅時間	健康・安全を損なわないものを選ぶ		計
	する	しない	
長時間	94.6	5.4	100.0 (203人)
短時間	83.7	16.3	100.0 (141人)
全体	90.1	9.9	100.0 (344人)
	$\chi^2_{(1)}=11.09$ p=0.0009		

$\chi^2$ 検定の結果、表12と表14は職業的在家時間と身近なエコ行動との2つの変数間に仮説通りの統計的に有意な関連がみられた（表10と表11と表13は統計的に有意な関連はみられなかったが傾向はみられた）。この中で特に家の中で行うエコ行動で関連がみられたものが多く、職業的に労働時間が短い人は家の中でできるエコ行動を行っていることがうかがえた（表10、表11、表13）。

## 1. 5 考察

労働時間、職業と身近なエコ行動をそれぞれクロス集計と $\chi^2$ 検定を行った結果を下図に示した。関係性については、2種類の矢印で示した。



私は、身近なエコ行動を行うか行わないかは時間的な余裕の有無に左右されると考えた。そして時間的な余裕の有無は労働時間の長さに関係していると考え、仮説「労働時間が短い人ほど、身近なエコ行動を行っている」をたて、検証を行った。

まず、労働時間と身近なエコ行動で有意な関連や傾向があったものをみてみると、買い物の際や外で行うエコ行動が多く、家の中でできるエコ行動で関連や傾向がみられたものは「Q5\_a 直せば使えるものは修理・補修して使用」と「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込みすぎない」の2項目であった。労働時間が短く、時間的に余裕がある人は「直せば使えるものを修理・補修して使用」することにあまり面倒とは感じないので行うのに対して、労働時間が長く、時間的に余裕があまりない人はわざわざ修理して使用するのは面倒だと感じてしまい、新しいものを買う人が多いのだろう。

そして、外で行うエコ行動で関連が多くみられた理由は、労働時間が短い人は買い物をする時にじっくり選ぶ時間があり、環境のことを考え、エコ商品を買うのに対して、労働時間が長い人は買い物に行ってもあまりじっくり選ぶ時間がないのではないかと考えられる。

次に職業と身近なエコ行動で仮説を検証してみたところ、有意な関連や傾向がみられたものは、家の中で行うエコ行動の方が多かった。これは、やはり専業主婦やパートタイマーは家にいる時間が長いからだと考えられる。

しかし、あまり時間的な余裕とは関係ないエコ行動でも有意な関連がみられており、時間的な余裕と身近にできるエコ行動との関係性は部分的なのではないかと思った。それはエコ行動に対して、時間的な余裕がないことによって面倒やわずらわしいと思うのではなく、そのエコ行動の内容に対して面倒だと思えば時間に余裕があるなしに関わらず、行う人は少ないのでないだろうか。これは以前に行った聞き取り調査の結果からも、エコ行動と時間的余裕も関係性があったが、それよりも本人がエコ行動をしようという意識の高さによってエコ行動の実践の仕方は変わると思った。

エコ行動は未来の私たちのために、そして未来の地球を守るためにやらなければならぬ大切なことである。そのことをきちんと認識して、もっとエコ行動が人々の生活に密着した持続性のある活動になることを期待したい。

#### 〈引用・参考文献〉

淑徳大学総合福祉学部人間社会学科, 2009『平成20年度フィールドワーク調査報告書 第6号』淑徳大学総合福祉学部人間社会学科  
西岡秀三、宮崎忠國、村野健太郎, 2009『地球環境がわかる』技術評論社

## 2. 世帯収入とグリーン購入

A72070 関吉広亮

### 2. 1 問題意識

現在は地球温暖化が進み、世界中で環境に対する意識が高まってきたように感じる。地球温暖化の問題に関して日本では、2000（平成12）年5月に循環型社会形成推進基本法の個別法のひとつとして「国等による環境物品等の調達の推進等に関する法律（グリーン購入法）」が制定された。グリーン購入法の目的は、国等による環境物品（環境負荷の低減に資する物品・役務）等の調達の推進、情報の提供その他の環境物品等への需要の転換を促進するために必要な事項を定め、環境への負荷の少ない持続的発展が可能な社会の構築を図ることである。

そんな中、日本ではアメリカのリーマンショックの影響を受け不景気が蔓延し、それに伴い、リストラや内定取り消しなどの他、家庭生活でも様々な面において、ますます生活が苦しくなっていることが新聞やニュースでよく報道されるようになった。

環境問題と不景気が同時に起きた時、人々はどちらを優先させるのか。私は、世帯収入の差により、環境に対して、違った考え方が出てくるのではないかと考えた。世帯収入が多い人のほうが、生活にも少し余裕があり、世帯収入が少ない人より、環境についてしっかり考えることができるのでないかと考えた。つまり、世帯収入が多い人のほうが、買い物を行なう際、購入の必要性を十分考慮し、品質や価格だけではなく環境のことを考え、環境負荷ができるだけ小さい製品を購入するといった、「グリーン購入」を行なっているのではないかと考えた。

以上のことから、環境問題と不景気が同時に起きた際、世帯収入の差とグリーン購入の間には何らかの関連性があるのではないかと考え、仮説を立てた。

### 2. 2 仮説

世帯収入が多い人ほど、グリーン購入を行なっている。

### 2. 3 仮説の検証に使用する変数

#### （1）世帯収入

仮説の独立変数として、Q36の「世帯収入」を使用した。Q36「過去1年間の世帯収入」という問に対し「100万円未満」が1.7%（6人）、「100万円以上300万円未満」が16.9%（60人）、「300万円以上500万円未満」が25.1%（89人）、「500万円以上700万円未満」16.9%（60人）、「700万円以上1000万円未満」が20.3%（72人）、「1000万円以上」が19.1%（68人）と、「過去一年間の世帯収入」が500万円以上のは、56.3%（200人）と半数以上いる（表1）。

「Q36 過去一年間の世帯収入」についての今回の調査結果を千葉市の勤労者世帯の平均年収と比較しておく。千葉市の統計書によると、「平成18年度千葉市一世帯（勤労者世帯）あたりの平均収入」が、月あたり、49万1194円で、単純に12倍して年収として考えてみると、589万4328円が一世帯あたりの平均年収と予測される。しかし、この千葉市の統計対象者の勤労者世帯は、二人以上の世帯を指し、世帯主が会社、官公庁、学校、工場、商店などに雇用されている世帯である。つまり、個人経営世帯や自由営業者世帯、無職世帯などは千葉市の統計調査の対象外となっているのに対して、本調査には、一人暮らしの方や、個人経営世帯の方など、千葉市の調査対象外となる方も含まれている。したがって、589万4328円という平均年収は、今回の調査の平均年収よりもいくらか高いことが見込まれるだろう。あくまで、千葉市の平均年収は参考として扱い、仮説の検証を行なう。

なお、クロス集計にあたって、Q36の過去一年間の世帯収入の選択肢を次のように統合した。「100万円未満」「100万円以上300万円未満」と答えた人は、「300万円未満」とし、「300万円以上500万円未満」「500万円以上700万円未満」と答えた人は「300万円以上700万円未満」、「700万円以上1000万円未満」「1000万円以上」と答えた人は「700万円以上」とカテゴリー統合した。

表1 世帯収入の単純集計

	度数(人)	相対度数(%)
100万円未満	6	1.7
100万円以上300万円未満	60	16.9
300万円以上500万円未満	89	25.1
500万円以上700万円未満	60	16.9
700万円以上1000万円未満	72	20.3
1000万円以上	68	19.1
計	355	100.0

欠損値=11

## (2) グリーン購入

仮説の従属変数には、Q11\_a、b、c、d、f、g、h、iを使用した。「Q11\_a 必要なものだけ購入する」、「Q11\_c 長期利用できるものを選ぶ」という問に対し、「よくする」「たまにする」を合わせるとそれぞれ93.9%、88.0%と、9割の人がグリーン購入を行っている(表2)。

「Q11\_b 再利用可能なものを選ぶ」、「Q11\_d 環境への影響が少ない物を選ぶ」、「Q11\_f 再生品を選ぶ」、「Q11\_g 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ」という問に対し、「よくする」「たまにする」を合わせると54.6%、56.7%、52.5%、63.5%と、半数以上の人々がグリーン購入を行っている(表2)。

「Q11\_h 環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ」という問に対し、「よくする」が10.6%(38人)「たまにする」が27.4%(98人)であり、両者合わせると38.0%(136人)と、環境対策に積極的な店やメーカーで選んでいる人は、4割にも満たない(表2)。

「Q11\_i 環境に配慮した商品であれば多少高額でも選ぶ」という問に対し、「よくする」が14.2%(51人)「たまにする」が35.7%(128人)両者合わせると49.9%(179人)と、半数の人は、環境に配慮した商品であれば多少高額でも選んでいる(表2)。

クロス集計のため Q11\_a、b、c、d、f、g、h、i の「よくする」「たまにする」を「行なう」、「あまりしない」「全くしない」を「行なわない」にそれぞれカテゴリー統合した。

表2 グリーン購入

	単位(%)				
	よくする	たまにする	あまりしない	全くしない	計
Q11_a 必要な物だけを購入する	62.3	31.6	5.5	0.6	100.0(361人)
Q11_b 再利用可能なものを選ぶ	16.5	38.1	37.5	7.8	100.0(357人)
Q11_c 長期利用可能なものを選ぶ	46.5	41.5	10.9	1.1	100.0(359人)
Q11_d 環境への影響が少ない物を選ぶ	21.2	35.5	34.9	8.4	100.0(358人)
Q11_f 再生品を選ぶ	9.2	43.3	39.1	8.4	100.0(358人)
Q11_g 資源やエネルギーを浪費しない物を選ぶ	17.6	45.9	27.9	8.6	100.0(359人)
Q11_h 環境対策に積極的な店やメーカーを選ぶ	10.6	27.4	44.7	17.3	100.0(358人)
Q11_i 環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ	14.2	35.7	35.4	14.8	100.0(359人)

「Q14 省エネ家電を購入する予定のない理由」という問に対し、「まだ使えるから」が68.8%(64人)「お金がかかるから」が9.7%(9人)「生活に支障がないから」が11.8%(11人)「理由はない」が5.4%(5人)「その他」が4.3%(4人)と、7割近くの人が「まだ使えるから」という理由であった(表3)。表3において、欠損値が273と多いのは、省エネ家電を既に購入済みの非該当者が269人と多かったためである。

クロス集計のため、Q14の「まだ使えるから」を「グリーン購入」、「お金がかかるから」「生活に支障がないから」「理由はない」「その他」を「非グリーン購入」にそれぞれカテゴリー統合した。

表3 省エネ家電を購入する予定のない理由の単純集計

	度数(人)	相対度数(%)
1 まだ使えるから	64	68.8
2 お金がかかるから	9	9.7
3 生活に支障がないから	11	11.8
4 理由はない	5	5.4
5 その他	4	4.3
計	93	100.0

欠損値=273

「Q17 エコカーを購入する予定のない理由」という問に対し、「まだ使えるから」が 61.2% (186 人) 「お金がかかるから」が 8.2% (25 人) 「他の交通手段で十分だから」が 19.1% (58 人) 「気に入るエコカーがないから」が 2.6% (8 人) 「その他」が 4.3% (13 人) 「運転免許なし」が 4.6% (14 人) と、6割近くの人が「まだ使えるから」という理由であった（表 4）。

クロス集計のため、Q17 の「まだ使えるから」「他の交通手段で十分だから」を「グリーン購入」、「お金がかかるから」「気に入るエコカーがないから」「その他」「免許なし」を「非グリーン購入」にそれぞれカテゴリー統合した。

表4 エコカーを購入する予定のない理由の単純集計

	度数(人)	相対度数(%)
1 まだ使えるから	186	61.2
2 お金がかかるから	25	8.2
3 他の交通手段で十分だから	58	19.1
4 気に入るエコカーがないから	8	2.6
5 その他	13	4.3
6 運転免許なし	14	4.6
計	304	100.0

欠損値=62

## 2. 4 仮説の検証

### (1) 仮説検証に使用した変数のクロス集計

表 5 は、<仮説>の独立変数と従属変数をそれぞれクロス集計し、 $\chi^2$  検定した結果である。

表5 世帯収入とグリーン購入のクロス集計( $\chi^2$ 値)一覧

		従属変数				
		Q11_a 必要な物だけ 購入する	Q11_b 再利用可能なも のを選ぶ	Q11_c 長期利用可能 なものを選ぶ	Q11_d 環境への影響が 少ないものを選ぶ	
独立変数	Q36 一年間の 世帯収入	2.7955	1.1506	0.1226	0.0569	
	Q11_f 再生品を選ぶ	Q11_g 資源やエネル ギーを浪費しな いものを選ぶ	Q11_h 環境対策に積 極的な店やメー カで選ぶ	Q11_i 環境に配慮した 商品なら多少高 額でも選ぶ		
	1.3147	2.1555	0.5081	6.1015 *		
Q14	省エネ家電を 購入する予定 のない理由	Q17 エコカーを購入 する予定のない 理由				
	9.9971 **	20.8622 **				

(注)\*\* p<0.01、\* p<0.05 (注2) 値は $\chi^2$ 値を示す

## (2) 仮説の検証

表5によると、「Q36 世帯収入」と統計的に有意な関連性がみられた変数は、「Q11\_i 環境に配慮した商品なら多少高額でも選ぶ」と「Q14 省エネ家電を購入する予定のない理由」および「Q17 エコカーを購入する予定のない理由」であった。しかし、関連性が見られないものが大半だった。以下に示すものは、関連性が見られたクロス集計の結果である。

表6 過去一年間の世帯収入と環境に配慮した商品なら多少高額でも選ぶ

単位(%)

買い物をする際、環境に配慮した商品なら多少高額でも選ぶ			
世帯収入	行う	行わない	計
300万円未満	47.7	52.3	100.0(65人)
300万円以上700万円未満	43.5	56.5	100.0(147人)
700万円以上	58.0	42.0	100.0(138人)
全体	50.0	50.0	100.0(350人)

$\chi^2_{(2)} = 6.1015$  p=0.0473

表6のクロス集計を見ると、世帯収入が「700万円以上」の人で「行う」と答えた人が、58.0%であるのに対して、「300万円未満」(47.7%)、「300万円以上700万円未満」(43.5%)の人では「行う」という回答が少なかった。以上の結果、世帯収入が多いほど、環境に配慮した商品なら多少高額でも選ぶ傾向があることがわかった。

表7 過去一年間の世帯収入と省エネ家電を購入する予定のない理由

単位(%)

省エネ家電を購入する予定のない理由			
世帯収入	グリーン購入	非グリーン購入	計
300万円未満	40.9	59.1	100.0(22人)
300万円以上700万円未満	75.6	24.4	100.0(45人)
700万円以上	79.2	20.8	100.0(24人)
全体	68.1	31.9	100.0(91人)

$\chi^2_{(2)} = 9.9971$  p=0.0067

次に表7を見てみると、省エネ家電を購入する予定のない人(91人)の理由で、世帯収入が多いほど「グリーン購入を行なっている」と答える傾向があることがわかった。つまり世帯収入が多いほど、グリーン購入を行なっている。

表8 過去一年間の世帯収入とエコカーを購入する予定のない理由

単位(%)

エコカーを購入する予定のない理由			
世帯収入	グリーン購入	非グリーン購入	計
300万円未満	36.2	63.8	100.0(58人)
300万円以上700万円未満	62.7	37.3	100.0(126人)
700万円以上	72.1	27.9	100.0(111人)
全体	61.0	39.0	100.0(295人)

$\chi^2_{(2)} = 20.8622$  p<.0001

さらに表8を見てみると、エコカーを購入する予定のない人(295人)の理由で、世帯収入が多いほど「グリーン購入を行なっている」と答える傾向があることがわかった。つまり世帯収入が多いほど、グリーン購入を行なっている。

## 2. 5 考察

今回の分析では、日常の生活においての買い物、安価な買い物時に世帯収入とグリーン購入とのあいだに有意な関連を見ることができなかった。しかし、エコカーや省エネ家電の高額な買い物時には、世帯収入が高い人のほうが、グリーン購入を行っていることがわかった。「Q36 世帯収入」と「Q11\_i 環境に配慮した商品なら多少高額でも選ぶ」や、「Q36 世帯収入」と「Q14 省エネ家電を購入する予定のない理由」、「Q36 世帯収入」と「Q17 エコカーを購入する予定のない理由」という各変数間に関連性が見られた。「Q36 世帯収入」と「Q11\_i 環境に配慮した商品なら多少高額でも選ぶ」で関連性が見られたのは、やはり世帯収入が多い人は、お金にも余裕があり、多少高額な商品でも、世帯収入が少ない人より、購入しやすいからではないかと考えた。「Q36 世帯収入」と「Q14 省エネ家電を購入する予定のない理由」、および「Q36 世帯収入」と「Q17 エコカーを購入する予定のない理由」において関連性が見られたのは、世帯収入が少ない世帯の人は、そもそも、家電製品やエコカーなど、高額な商品を購入しようと考えておらず、環境よりお金のほうを優先させてしまうのではないかと考える。

以上のことから、世帯収入が多い人は、省エネ家電やエコカーなどの高額な商品を購入する際、購入理由や非購入理由に関して、世帯収入が少ない人より環境について考えグリーン購入を行っていることが判明した。ただし、身近な買い物（省エネ家電やエコカー以外の買い物）をする際には、世帯収入の多い少ないは関係なく約半数の人がグリーン購入を行なっている。したがって、「世帯収入が多い人ほど、グリーン購入を行なっている」という仮説は、エコカーや省エネ家電といった高額商品に関してあてはまるといえる。

今回の分析で、現代社会の不景気とグリーン購入は一部で結びついていることが示唆された。

### <引用・参考文献>

千葉市企画調整局統計課「千葉市の統計情報 統計書」

(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/contents/toukeisyo/20toukei/excel/H20010105.xls>,2009.12.15) .

グリーン購入ネットワーク（GPN）「グリーン購入ネットワーク」

(<http://www.gpn.jp/basic/basic.htm>,2009.12.20) .

環境省「グリーン購入法.net」

(<http://www.env.go.jp/policy/hozan/green/g-law/houritu.html>,2010.2.13) .

### 3. 経済的余裕と節約行動

A72048 佐野 まどか

#### 3. 1 問題意識と研究テーマ

今日、「エコ」という言葉は私たちの生活と隣り合わせの言葉となっている。その一方で、「不景気」という言葉も最近よく耳にするようになった。私はエコ行動が人の心理状態と社会の経済状況が深く関係してくると考え、エコロジー行動（地域環境・自然環境に配慮した行動）ではなくエコノミー行動（金銭的・経済的な支出減を意識する行動）という側面に目を向け、エコ行動を分析する。

聞き取り調査を行った際（附録の「事例調査」参照）、調査対象者が行っているエコ行動はマイバッグの使用であった。なぜマイバッグを持つようになったのかを尋ねたところ、いつも利用しているスーパーでレジ袋を5円で買いたくないからマイバッグを持つようにしたという理由であった。このことから、マイバッグの使用というエコ行動は環境問題に配慮してではなく、節約を意識して行っている人がいることがわかった。したがって、以下ではエコ行動の節約行動としての側面に注目して、分析を進める。

「不景気」を「経済的不安」「経済的余裕のなさ」と捉え直しエコ行動との関連性を考えると、エコ行動には無駄遣いをなくすように努め、家計を節約する、言い換えれば「環境」より「経済」を重視した「節約行動」という側面があるのではないか。経済的余裕がなく、節約を重視している人ほど節約行動としての側面が強いエコ行動をしていると考えた。

#### 3. 2. 仮説

経済的余裕がなくなっていると感じている人ほど、節約行動をしている。

#### 3. 3 仮説検証に使用する変数

##### (1) 経済的余裕のデータ分析

Q29\_a でこの2~3年の間の生活について経済的に余裕がないかどうかを尋ねた。

その結果「あてはまる」が28.4%（104人）、「ややあてはまる」が34.7%（127人）、「あまりあてはまらない」が27.3%（100人）、「あてはまらない」が7.7%（28人）だった（附録の「単純集計表」参照）。

「あてはまる」「ややあてはまる」を回答した人は「余裕なし」とし、「あまりあてはまらない」「あてはまらない」を回答した人は「余裕あり」とカテゴリーを統合した。

表1 経済的余裕

	度数(人)	相対度数(%)
余裕なし	231	64.4
余裕あり	128	35.6
計	359	100.0

欠損値=7

「余裕なし」は64.4%（231人）、「余裕あり」は35.6%（128人）で、経済的に余裕がない人が多いという傾向があることがわかった。

##### (2) 節水による効果のデータ分析

Q6で節水について、「水道料金の節約」をイメージするか、それとも「環境への配慮」をイメージするかを尋ねた。Aは水道料金の節約、Bは環境を意識した考えである。その結果「Aに近い」が25.4%（93人）、「どちらかといえばAに近い」が30.3%（111人）、「どちらかといえばBに近い」が22.1%（81人）、「Bに近い」が21.3%（78人）だった。

「Aに近い」「どちらかといえばAに近い」と回答した人を「節約重視」とし、「どちらかといえばBに近い」「Bに近い」と回答した人を「環境重視」とカテゴリーを統合した。

表2 節水による効果

	度数(人)	相対度数(%)
節約重視	204	56.2
環境重視	159	43.8
計	363	100.0

欠損値=3

「節約重視」が56.2%（204人）、「環境重視」が43.8%（159人）で、節水は水道料金の節約のためと考えている人が多いという傾向があることがわかった。

### (3) 実際の節約行動のデータ分析

単純集計の結果、「いつも行う」の割合が最も多かったのは「c 詰め替え用品を購入」で、65.2%（234人）だった。次いで多かったのは「水を出しつばなしにしない」で、63.4%（229人）だった（附録の「単純集計表」参照）。仮説の検証では、「いつも行う」「ときどき行う」を「行う」とし、「あまり行わない」「全く行わない」を「行わない」とカテゴリーを統合した。

### (4) 新変数「金銭」のデータ分析

「経済的余裕」に「年収」という客観的な変数を合わせた新変数「金銭」を作成して仮説の検証を行うこととする。以下では、「Q36\_1 100万円未満」と「Q36\_2 100万～300万」を「100万～300万円」、「Q36\_3 300万～500万」と「Q36\_4 500万～700万」を「300万～700万」、「Q36\_5 700万～1000万」と「Q36\_6 1000万円以上」を「700万～1000万以上」と3つにカテゴリー統合し、分析を進める。

表3 経済的余裕と年収

年収	経済的余裕		計	(%)
	余裕なし	余裕あり		
100万～300万	83.1	16.9	100.0	(65人)
300万～700万	72.8	27.2	100.0	(147人)
700万～1000万以上	46.0	54.0	100.0	(137人)
全体	64.2	35.8	100.0	(349人)

$\chi^2(2)=34.565$  p=<.0001

「1年間の世帯収入」と「経済的余裕」をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定をした結果、統計的に有意な関連があった。

表4 金銭

	度数 (人)	相対度数 (%)
100万～300万/余裕なし	54	15.5
100万～300万/余裕あり	11	3.1
300万～700万/余裕なし	107	30.7
300万～700万/余裕あり	40	11.5
700万～1000万以上/余裕なし	63	18.0
700万～1000万以上/余裕あり	74	21.2
計	349	100.0

欠損値=17

また、新変数「金銭」のカテゴリー分布は、表4のとおりである。最も多かったのは「300万～700万/余裕なし」の30.7%（107人）だった。最も少なかったのは、「100万～300万/余裕あり」の3.1%（11人）だった。

### (5) 新変数「余裕と節水」のデータ分析

さらに、経済的余裕がないと感じていて、節水による効果を「節約」ととらえている人は、より節約行動をしていると考え、「Q29\_a 経済的余裕」と「Q6 節水による効果」を合わせて、新しい変数「余裕と節水」を作成した。

表5 経済的余裕と節水による効果

	度数 (人)	相対度数 (%)
余裕あり/環境	64	18.0
余裕あり/節約	62	17.4
余裕無し/環境	93	26.1
余裕無し/節約	137	38.5
計	356	100.0

欠損値=10

新変数「余裕と節水」で最も多いのは、経済的余裕がなくて節約重視の人で38.5%（137人）だった。

### 3.4 仮説の検証

#### (1) 経済的余裕と節水による効果との関連

「金銭的余裕がないと感じている人は、節約行動をしている」の検証を行うために、「経済的余裕」と「節水による効果」をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った結果、2変数間に統計的に有意な差はみられなかった。

表6 経済的余裕と節水による効果

経済的余裕	節水による効果		計	(%)
	環境重視	節約重視		
余裕なし	40.4	59.6	100.0	(230人)
余裕あり	50.8	49.2	100.0	(126人)
全体	44.1	55.9	100.0	(356人)

$\chi^2(1)=3.543$  p=0.0598

余裕のない人は節約重視だという傾向は見られたが、有意と言えるほどの差はなかった。

## (2) 経済的余裕と節約行動との関連

経済的余裕と、節約行動について尋ねた Q5\_a～Q5\_i を 1 つずつクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った結果「Q5\_b 過剰包装を断る」と「Q5\_g 値段が高くとも、長く使用できるものを購入」に仮説とは逆の統計的に有意な関連がみられ、余裕のある人のほうが節約行動を行っているという結果になった。他の問い合わせでは、統計的に有意な関連はみられなかった。

## (3) 新変数「金銭」と節水による効果との関連

経済的余裕と年収を合わせた新変数「金銭」と「節水による効果」をクロス集計し、仮説の検証を行った。その結果、統計的に有意な関連はみられなかった。

表7 「金銭」と節水による効果

金銭	節水による効果			単位 (%)
	環境	節約	計	
100万～300万/余裕なし	43.4	56.6	100.0	(53人)
100万～300万/余裕あり	80.0	20.0	100.0	(10人)
300万～700万/余裕なし	40.2	59.8	100.0	(107人)
300万～700万/余裕あり	41.0	59.0	100.0	(39人)
700万～1000万以上/余裕なし	33.3	66.7	100.0	(63人)
700万～1000万以上/余裕あり	51.4	48.6	100.0	(74人)
全体	43.1	56.9	100.0	(346人)

$\chi^2(5)=10.50$  p=0.06

全体的にどの年収でも余裕のない人のほうが節水による効果は節約と捉える傾向があるが、有意といえるほどの差ではなかった。

## (4) 新変数「金銭」と「節約行動」との関連

新変数「金銭」と Q5\_a～Q5\_i の節約行動を 1 つずつクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った結果、表 7 「Q5\_b 過剰包装を断る」には仮説とは逆の有意な統計的関連がみられ、表 8 「Q5\_f 外出の際、公共交通機関を利用する」に仮設を支持する有意な関連がみられた。

表8 「金銭」と過剰包装は断る

金銭	過剰包装は断る			単位 (%)
	行う	行わない	計	
100万～300万/余裕なし	67.9	32.1	100.0	(53人)
100万～300万/余裕あり	90.0	10.0	100.0	(10人)
300万～700万/余裕なし	67.0	33.0	100.0	(106人)
300万～700万/余裕あり	79.5	20.5	100.0	(39人)
700万～1000万以上/余裕なし	82.3	17.7	100.0	(62人)
700万～1000万以上/余裕あり	83.8	16.2	100.0	(74人)
全体	75.6	24.4	100.0	(344人)

$\chi^2(5)=11.58$  p=0.04

どの年収でみても余裕のある人のほうが過剰包装は断るという節約行動を行っていた。また、年収が700万円～1000万円以上の人には、余裕のあるなしにかかわらず、過剰包装を断るという節約行動を行っている割合に大差はなかった（表8）

## (5) 新変数「余裕と節水」と節約行動

表9 「金銭」と外出の際公共交通機関を利用する

金銭	公共交通機関を利用する			単位 (%)
	行う	行わない	計	
100万～300万/余裕なし	84.9	15.9	100.0	(53人)
100万～300万/余裕あり	100.0	0.0	100.0	(10人)
300万～700万/余裕なし	80.4	19.6	100.0	(107人)
300万～700万/余裕あり	76.9	23.1	100.0	(39人)
700万～1000万以上/余裕なし	73.0	27.0	100.0	(63人)
700万～1000万以上/余裕あり	63.0	37.0	100.0	(73人)
全体	76.2	23.8	100.0	(345人)

$\chi^2(5)=13.74$  p=0.02

また、表 9 によると、年収が300万以上1000万円以上の人には、余裕のない人のほうが公共交通機関を利用するという傾向がみられた。

3.3 の (5) で作成した経済的余裕と節水の効果を合わせた新変数と、Q5\_a～Q5\_i の節約行動を 1 つずつクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った結果、統計的に有意な差はなく、仮説は検証されなかった。

表10 経済的余裕/節水による効果と過剰包装は断る

単位 (%)

経済的余裕/節水による効果	過剰包装は断る			計
	行う	行わない		
余裕あり/環境	85.9	14.1	100.0	(64人)
余裕あり/節約	79.0	21.0	100.0	(62人)
余裕無し/環境	78.5	21.5	100.0	(93人)
余裕無し/節約	67.4	32.6	100.0	(135人)
全体	75.7	24.3	100.0	(354人)

$\chi^2(3)=9.46$  p=0.02

表11 経済的余裕/節水による効果と冷暖房の温度をこまめに設定

単位 (%)

経済的余裕/節水による効果	冷暖房の温度をこまめに設定			計
	行う	行わない		
余裕あり/環境	85.9	14.1	100.0	(64人)
余裕あり/節約	87.1	12.9	100.0	(62人)
余裕無し/環境	93.5	6.5	100.0	(92人)
余裕無し/節約	78.8	21.2	100.0	(137人)
全体	85.4	14.6	100.0	(355人)

$\chi^2(3)=9.69$  p=0.02

表12 経済的余裕/節水による効果と値段が高くとも長く使用できるものを購入

単位 (%)

経済的余裕/節水による効果	値段が高くとも長く使用できるものを購入			計
	行う	行わない		
余裕あり/環境	82.8	17.2	100.0	(64人)
余裕あり/節約	82.3	17.7	100.0	(62人)
余裕無し/環境	80.4	19.6	100.0	(92人)
余裕無し/節約	67.2	32.8	100.0	(134人)
全体	76.1	23.9	100.0	(352人)

$\chi^2(3)=9.72$  p=0.02

### 3. 5 知見・考察

「節水による効果は環境より節約である」と答えた人が多かったこと（56.2%）、「経済的余裕がない」と答えた人が多かったこと（64.4%）から、仮説が検証されると考えていたが、節約行動と掛け合わせて見ると、仮説は検証されにくいということがわかった。

「経済的に余裕がない」と感じている人は「節水による効果は節約である」と考えている、ということは検証されたのだが、実際の節約行動となると変わっていくことが伺えた。

経済的余裕と節約行動をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った結果では、経済的余裕があつても無くても、節約行動は行っていることがわかった。詳しく見てみると、経済的余裕がある人のほうが、節約行動を行う割合が高かった。

経済的余裕と年収を合わせた新変数（金銭）では、年収が100万円～300万円の3段階で言うと年収が一番低い世帯は、経済的余裕がないということがわかった。また、どの年収でみても経済的余裕があると答えた人は、無しと答えた人よりも低い割合だった。ここで作った変数と節約行動をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った結果（表7、表8）では、仮説通りの傾向が見られたのは9つの節約行動のうち1つのみであった。

経済的余裕と節水による効果を合わせた新変数「余裕と節水」と節約行動をクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った結果では、仮説通りの傾向は見られたのだが、いずれの節約行動を見ても余裕がある人のほうが節約行動を行っている割合が多かった。

以上のことから、年収が高い人は、経済的余裕のありなしに関わらず、節約行動を行っていることがわかった。年収が低い人も、節約行動を行っているのだが、年収が低く、また経済的余裕のある人のほうが節約行動を行っている傾向が見られた。

わたしは、経済的余裕のない人は、節約行動のことまで頭が回らないのではないか、したがってこの結果になったのではないかと考えた。今後は、余裕がある人、ない人のどちらでもできる節約行動、エコ行動が重視されていくのではないか。そのためには、節約行動の気軽さ、手軽さが大事になり、これからは「誰でもできるエコ行動」が広がっていくのではと考える。今後のエコ行動の広がりを見守っていきたい。

表10、12では、経済的余裕がある人のほうが節約行動を行っている傾向がみられた。経済的余裕がなく、節水による効果を節約と思っている人も、節約行動を行っているのだが、4つの変数の中では1番低い割合だった。

## 4. 将来の不安と節約行動

A72111 並木 正典

### 4. 1 問題意識

今日、環境問題が注目されている。限りのある資源の使い方やごみの減らし方などが考えなければならなくなってきた。そこで、生活の無駄な部分、必要のない出費などを減らし対処する節約行動に着目した。なぜなら、身近で負担が軽く、日常の生活において気軽にできると考えたからである。

また、節約行動には、金銭、環境問題などに対する将来の不安が影響しているのではないかと考えた。

### 4. 2 仮説

将来の不安があると感じる人ほど、節約行動をする

### 4. 3 仮説の分析に用いた項目

#### (1) 節約行動

節約行動については、「Q5\_a 直せば使える物は、修理・改良して使う」、「Q5\_b 過剰包装を断る」、「Q5\_c 生ごみは自宅で処理をしている」、「Q5\_f 外出の際、公共交通機関を利用する」の頻度を調べた質問を用いた。

表1 節約行動

(単位%)

	いつも行う	ときどき行う	あまり行わない	全く行わない	計	
Q5_a 修理・改良して使う	41.0	47.9	8.9	2.2	100.0	(361人)
Q5_b 過剰包装を断る	26.3	49.6	18.3	5.8	100.0	(361人)
Q5_c 生ごみは自宅で処理	7.8	6.1	10.8	75.3	100.0	(361人)
Q5_f 公共交通機関を利用	42.7	34.3	16.6	6.4	100.0	(361人)

「Q5\_a 直せば使える物は、修理・改良して使う」、「Q5\_b 過剰包装を断る」、「Q5\_f 外出の際、公共交通機関を利用する」は、「いつも行う」、「ときどき行う」が大半をしめたが、「Q5\_c 生ごみは自宅で処理をしている」だけは、「いつも行う」、「ときどき行う」を合わせても 13.7% と半数にも満たなかった。節約行動の種類の違いで、大きな差があるということがわかった。

クロス集計にあたって、「いつも行う」と「ときどき行う」を「行う」、「あまり行わない」と「全く行わない」を「行わない」とし、カテゴリーを統合した。

#### (2) 将來の不安

将来の不安を調べるために、「Q30\_a 経済・金銭的なこと」、「Q30\_b 人間関係のこと」、「Q30\_c 自分もしくは家族の健康のこと」、「Q30\_d 環境問題のこと」の 4 つの設問を用いた。

表2 将來の不安

(単位%)

	とても感じる	やや感じる	あまり感じない	全く感じない	計	
Q30_a 経済・金銭的な不安	43.7	37.6	15.7	3.0	100.0	(364人)
Q30_b 人間関係の不安	23.4	37.8	32.5	6.3	100.0	(363人)
Q30_c 健康の不安	36.4	45.2	15.7	2.7	100.0	(363人)
Q30_d 環境問題の不安	37.5	45.2	15.4	1.9	100.0	(363人)

「Q30\_a 経済・金銭的なこと」、「Q30\_c 自分もしくは家族の健康のこと」、「Q30\_d 環境問題のこと」は、「とても感じる」、「やや感じる」が大半をしめたが、「Q30\_b 人間関係のこ

と」は、「とても感じる」、「やや感じる」を合わせて 60.7% と他の設問と比べてみると不安と思う人が少ないということがわかった。

クロス集計のため、「とても感じる」と「やや感じる」を「不安を感じる」、「あまり感じない」と「全く感じない」を「不安を感じない」とし、カテゴリーを統合した。

Q30\_a～Q30\_d の 4 項目を合成して不安度を作成した。クロンバックの  $\alpha$  係数は 0.71 で、0.7 以上であったため尺度として使用することが妥当であることがわかった。

仮説を検証するため、「とても感じる」を 4 点、「やや感じる」を 3 点、「あまり感じない」を 2 点、「全く感じない」を 1 点というように 4～16 点にスコア化する。平均値が 12.3 だったので、12 点を基準にして、「将来の不安度が高い」、「将来の不安度が低い」に分ける。その分布は表 3 の通りである。

表3 将来への不安度

	度数 (人)	相対度数 (%)
高い (12～16)	238	65.6
低い (4～11)	125	34.4
全体	363	100.0
欠損値=3		

#### 4. 4 仮説の検証

表 4 は、Q30\_a、b、c、d と Q5\_a、b、c、f のそれぞれの質問をクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った結果である。その結果の内、1% 水準、5% 水準で有意差があったもの（表 5、表 6）と、2 つの変数に統計的に有意な差がなかったものの仮説を支持する傾向がみられたものを表 7～9 に示す。

表4 仮説検証に使用した変数のクロス表( $\chi^2$ 値)一覧

	Q5_a 修理・改良して使う	Q5_b 過剰包装を断る	Q5_c 生ごみは自宅で処理	Q5_f 公共交通機関を利用
Q30_a 経済・金銭的な不安	2.4454	0.1529	3.3362	2.8840
Q30_b 人間関係の不安	0.8399	0.5825	0.2044	0.1924
Q30_c 健康の不安	1.5111	0.9327	1.1966	0.1313
Q30_d 環境問題の不安	7.4735 **	4.6864 *	0.0706	3.3841

(注1) \*\* p<0.01、\* p<0.05 を示す (注2) 値は  $\chi^2$  値を示す

表5 環境問題の不安と修理・改良して使う 単位 (%)

環境問題の不安	修理・改良して使う		計
	行う	行わない	
不安を感じる	91.2	8.8	100.0 (295人)
不安を感じない	79.4	20.6	100.0 (63人)
全体	89.1	10.9	100.0 (358人)

$\chi^2(1)=7.4735 \quad p=0.0063$

環境問題に不安を感じている人は修理・改良して使うと 1% の有意水準で関連性があると認められた（表 5）。不安を感じる人は、できるだけごみを出さないようにするために修理・改良を行っていると考えられる。

表6 環境問題の不安と過剰包装を断る 単位 (%)

環境問題の不安	過剰包装を断る		計
	行う	行わない	
不安を感じる	78.0	22.0	100.0 (295人)
不安を感じない	65.1	34.9	100.0 (63人)
全体	75.7	24.3	100.0 (358人)

$\chi^2(1)=4.6864 \quad p=0.0304$

環境問題に不安を感じている人は過剰包装を断ると 5% の有意水準で関連性があると認められた（表 6）。過剰包装について、不安を感じる人は、できるだけごみを出さないようにするために行っていると考えられる。

表7 経済・金銭的な不安と生ごみは自宅で処理 単位 (%)

経済・金銭的な不安	生ごみは自宅で処理			単位 (%)
	行う	行わない	計	
不安を感じる	12.3	87.7	100.0	(292人)
不安を感じない	20.9	79.1	100.0	(67人)
全体	13.9	86.1	100.0	(359人)

$$\chi^2(1) = 3.3362 \quad p=0.0678$$

経済・金銭的な不安と生ごみは自宅で処理は、5% の有意水準で 2 つの変数に統計的に有意な差がみられなかったものの、仮説とは逆の傾向がみられた。経済・金銭的な不安を感じる人よりも不安を感じない人のほうが生ごみは自宅で処理を行っている。

表8 経済・金銭的な不安と公共交通機関を利用 単位 (%)

経済・金銭的な不安	公共交通機関を利用			単位 (%)
	行う	行わない	計	
不安を感じる	78.7	21.3	100.0	(291人)
不安を感じない	69.1	30.9	100.0	(68人)
全体	76.9	23.1	100.0	(359人)

$$\chi^2(1) = 2.8440 \quad p=0.0917$$

5% の有意水準で 2 つの変数に統計的に有意な差がみられなかったものの、経済的・金銭的な不安を感じる人は公共交通機関を利用する傾向があることがわかった。

表9 環境問題の不安と公共交通機関を利用 単位 (%)

環境問題の不安	公共交通機関を利用			単位 (%)
	行う	行わない	計	
不安を感じる	79.0	21.0	100.0	(295人)
不安を感じない	68.3	31.7	100.0	(63人)
全体	77.1	22.9	100.0	(358人)

$$\chi^2(1) = 3.3841 \quad p=0.0658$$

5% の有意水準で 2 つの変数に統計的に有意差がみられなかったものの、環境問題の不安を感じる人は公共交通機関を利用する傾向があることがわかった。

次に、新しく作られた変数「不安度」と Q5\_a、b、c、f をクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った。

表10 将来の不安度と修理・改良して使う 単位 (%)

将来の不安度	修理・改良して使う			単位 (%)
	行う	行わない	計	
高い	92.3	7.7	100.0	(233人)
低い	83.2	16.8	100.0	(125人)
全体	89.1	10.9	100.0	(358人)

$$\chi^2(1) = 6.9017 \quad p=0.0086$$

1% の有意水準で、将来の不安度と修理・改良して使うことのあいだに統計的に有意な差が認められた。

**表11 将来の不安度と公共交通機関を利用 単位 (%)**

将来の不安度	公共交通機関を利用			計
	行う	行わない		
高い	80.7	19.3	100.0	(233人)
低い	70.4	29.6	100.0	(125人)
全体	77.1	22.9	100.0	(358人)

$$\chi^2(1) = 4.8750 \quad p=0.0272$$

5%の有意水準で、将来の不安度と公共交通機関利用とのあいだに統計的に有意な差が認められた。

**表12 将來の不安度と生ごみは自宅で処理 単位 (%)**

将来の不安度	生ごみは自宅で処理			計
	行う	行わない		
高い	11.5	88.5	100.0	(234人)
低い	18.6	81.4	100.0	(124人)
全体	14.0	86.0	100.0	(358人)

$$\chi^2(1) = 3.3146 \quad p=0.0687$$

将来の不安度と生ごみは自宅で処理は、2つの変数に有意差がみられなかったものの、傾向がみられた。しかし、将来の不安度が高い人よりも低い人のほうが生ごみは自宅で処理を行っており、仮説とは逆の傾向がみられた。

#### 4. 5 考察

まず初めに、節約行動の4つのうち3つの項目が、「いつも行う」、「ときどき行う」と答えた人が70%以上おり、自分が考えていたよりも多くの人が実行しているのだと思った。なぜならば、多くの人は、知っていても実行には移していないのではないかと考えていたからである。

仮説の「将来の不安があると感じる人ほど、節約行動をする」については、将来の不安が少なからず節約行動をしている要因になっていることがわかった。将来の不安度と生ごみは自宅で処理に関しては、将来の不安度に関係なく、生ごみは自宅で処理を行う人が少ないことがわかった。その理由として、自宅での処理の仕方がわからないなど、家庭に生ごみは自宅で処理をすることができるということが浸透していないと考えられる。経済的・金銭的な不安についても同様の理由だと思われる。

今回の調査では、将来に対する不安が節約行動をする要因になっているということはつきりとはわからなかった。しかし、いろいろあった将来の不安のうち、将来の環境問題に対する不安だけは、2つの節約行動と関連していることがわかった。分析をする前は、将来にいろいろな不安を感じていても、同じように節約行動をするのではないかと考えていたが、将来の不安を感じているからこそしない節約行動もあるのだと分析を進めていくにつれて判明した。

## 5. 経済状況とエコグッズ

A72031 佐藤純

### 5. 1 問題意識と研究テーマ

近年、環境に対する人々の意識が高まっている。それに伴い、スーパー やコンビニなどでマイ箸やエコバッグ、エコカーなど「環境に優しい」を売りにした製品が販売されているのをよく目にする。テレビの CM でも様々なエコ関連商品が紹介されている。しかしこれらのエコグッズは本当に必要とされ、また売れているのだろうか。「エコ」というフレーズに惹かれてその商品を買った人と、そうでない人にはどのような違いがあるのか。家庭環境（経済状況）と関係しているのではないか。家の経済状況に余裕がないと感じている人ほど「環境」より「経済」を優先させているのではないだろうか。環境への意識は自分の経済状況と関わってくると考えられる。

今回の分析では、各人の経済状況を調べるためにあたって、経済的に余裕があるかないかといった意識だけでなく、実際の世帯収入も調べた。

そこで「経済的に余裕がないと感じている人ほど、『環境』より『経済』を優先させている」、および「世帯収入が低い人ほど『環境』より『経済』を優先させている」という 2 つの仮説を立て、考察を行った。

### 5. 2 仮説

- I : 経済的に余裕がないと感じている人ほど、「環境」より「経済」を優先させている  
II : 世帯収入が低い人ほど「環境」より「経済」を優先させている

### 5. 3 分析に用いる質問項目の単純集計結果

#### (1) 「環境」への取り組みかた（従属変数）

##### ① エコバッグの使用頻度と使用理由

「Q8 エコバッグの使用頻度」では「いつも使用している」を選択した人が 36.6%、「たまに使用している」を選択した人が 29.5%、「あまり使用していない」を選択した人が 10.7%、「全く使用していない」を選択した人が 4.1%となり全体的にエコバッグを使用している人の方が多かった（表 1）（附録の「単純集計表」参照）。

表1 エコバッグの使用頻度の単純集計

Q8 エコバッグの使用頻度	度数(人)	相対度数(%)
いつも使用している	134	45.3
たまに使用している	108	36.5
あまり使用していない	39	13.2
まったく使用していない	15	5.0
計	296	100.0

エコバッグ使用理由を「Q9\_1 環境に良いと思うから使う」と答えた人は、単純集計結果（表 2）によると、62.3%であり、「Q9\_2 ポイントが付くから」が 37.7%、「Q9\_8 もらったから」が 25.1%、「Q9\_4 レジ袋より機能的だから」が 22.4%、「Q9\_9 利用しているお店がエコバッグを勧めているから」が 19.1%、「Q9\_3 レジ袋が有料化されたから」が 18.3%、「Q9\_10 国や市が呼びかけているから」が 13.1%、「Q9\_13 その他」が 9.3%、「Q9\_7 デザインが気に入ったから」が 4.6%、「Q9\_5 流行しているから」が 1.9%、「Q9\_6 ブランド品だから」が 0.8%、「Q9\_11 身近な人がもっていないから」が 0.6%だった（附録の「単純集計結果」参照）。「Q9\_12 他の人の目を引きたいから」を選択した人はいなかった。全体的にエコバッグを環境に良いと思うから使う人が大半を占めており、デザインや流行のためエコバッグを使用している人は少なかった。

表2 エコバッグの使用理由の単純集計

Q9_1 エコバックを使用する理由	度数(人)	相対度数(%)
環境に良いと思うから		
あてはまらない	58	20.3
あてはまる	228	79.7
計	286	100.0

## ②買い物をする際の注意点

商品の選び方を質問した問 11 の中で、「Q11\_d 環境への影響が少ない物を選ぶ」を「よくする」と回答した人は 20.8%、「たまにする」を選択した人は 34.7%、「あまりしない」を選択した人は 34.2%、「全くしない」を選択した人は 8.2%だった（表 3）。全体的に商品は環境への影響が少ない物を選んでいる人の方が多かった。

表3 買い物をする際の注意点の単純集計

Q11_d 買い物をする際の注意点 環境への影響が少ない物を選ぶ	度数(人)	相対度数(%)
よくする	76	21.2
たまにする	127	35.5
あまりしない	125	34.9
全くしない	30	8.4
計	358	100.0

「Q11\_i 環境を考えた物なら高額でも選ぶ」の「よくする」を選択した人は 13.9%、「たまにする」を選択した人は 35.0%、「あまりしない」を選択した人は 34.7%、「全くしない」を選択した人は 14.5%で、商品は環境を考えた物なら高額でも選ぶことを「あまりしない」・「全くしない」を選択した人のほうが「よくする」・「たまにする」を選択した人より僅かに多かった。

表4 買い物をする際の注意点の単純集計

Q11_i 買い物をする際の注意点 環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ	度数(人)	相対度数(%)
よくする	51	14.2
たまにする	128	35.7
あまりしない	127	35.3
全くしない	53	14.8
計	359	100.0

## (2) 経済状況（独立変数）

### ①経済的余裕

「Q29\_a ここ 2～3 年、経済的に余裕がない」で「あてはまる」を選択した人は 28.4%、「やや当てはまる」を選択した人は 34.7%で、「あまりあてはまらない」を選択した人は 27.3%、「全くあてはまらない」を選択した人は 7.7%だった（表 5）。全体的にここ 2～3 年、経済的に余裕がないと答えた人が多かった（附録の「単純集計表」参照）。

表5 経済的余裕の単純集計

Q29_a ここ 2～3 年、経済的に余裕がない	度数(人)	相対度数(%)
あてはまる	104	29.0
ややあてはまる	127	35.3
あまりあてはまらない	100	27.9
全くあてはまらない	28	7.8
計	359	100.0

### ②世帯収入

「Q36 世帯収入」では「300 万以上 500 万未満」が 24.3%と最も多く、次いで「700 万以上 1000 万未満」の 19.7%、「1000 万以上」が 18.6%、「100 万以上 300 万未満」と「500 万以上 700 万未満」が 16.4%、「100 万未満」が 1.6%の順番になっている（表 6）。

表6 世帯収入の単純集計

Q36 世帯収入	度数(人)	相対度数(%)
100 万未満	6	1.7
100 万以上 300 万未満	60	16.9
300 万以上 500 万未満	89	25.1
500 万以上 700 万未満	60	16.9
700 万以上 1000 万未満	72	20.3
1000 万以上	68	19.1
計	355	100.0

## 5. 4 仮説の検証

### (1) クロス集計表

表7は「仮説I」「仮説II」の独立変数と従属変数についてそれぞれクロス集計し、 $\chi^2$ 検定した結果の $\chi^2$ 値の一覧である。

表7 仮説検証に使用したクロス表( $\chi^2$ 値)一覧

	Q8 エコバッグの使用頻度	Q9_1 環境に良いと思うから使う	Q11_d 環境への影響が少ないものを選ぶ	Q11_i 環境を考えた物なら高額でも選ぶ
Q26_a 経済的に余裕がない	2.0073	1.2962	0.5434	3.7245
Q36 世帯収入	26.6501	9.6375	11.9117*	10.6189*

(注1)値は $\chi^2$ 値を示す

(注2)\*P<0.05を示す

### (2) 仮説Iの検証

#### ①経済的余裕とエコバッグの使用頻度、使用理由

「Q29\_a ここ2～3年、経済的に余裕がない」と「Q8 エコバッグの使用頻度」、「Q9\_1 環境に良いと思うから使う」の関連については、経済的に余裕を感じていてもいなくても、エコバッグの使用頻度やエコバッグの使用理由に差は見られず、 $\chi^2$ 検定の結果、2つの変数の間に統計的に有意な関連はみられなかった。

つまり、経済的に余裕を感じていても、エコバッグの使用頻度が高くなったり、「環境に良いと思う」ことがエコバッグの主な使用理由になるわけではないといえる。

#### ②経済的余裕と買い物をする際の注意点

「Q29\_a ここ2～3年、経済的に余裕がない」と「Q11\_d 環境への影響が少ない物を選ぶ」、「Q11\_i 環境を考えた物なら高額でも選ぶ」のクロス集計に関しても、結果は経済的に余裕がないと感じていてもいまいが、商品の選び方には差は見られず、 $\chi^2$ 検定の結果、2つの変数の間に統計的に有意な関連はみられなかった。

つまり、経済的に余裕を感じていてもいなくても、環境へ配慮して商品を選ぶ人もいれば商品の値段を気にする人もいるということである。

### (3) 仮説IIの検証

#### ①世帯収入とエコバッグの使用頻度、使用理由

まず、「Q11\_d 環境への影響が少ない物を選ぶ」、「Q11\_i 環境を考えた物なら高額でも選ぶ」において「よくする」「たまにする」をカテゴリー統合し「選ぶ」に、「あまりしない」「まったくしない」もカテゴリー統合し「選ばない」にした。

「Q36 世帯収入」と「Q8 エコバッグの使用頻度」、「Q36 世帯収入」と「Q9\_1 環境に良いと思うから使う」をそれぞれクロス集計し、世帯収入とエコバッグの使用頻度、エコバッグの主な使用理由との関連を調べてみた。

結果は世帯収入が高くてもエコバッグの使用頻度とエコバッグの主な使用理由には差が見られず、 $\chi^2$ 検定の結果、それぞれの変数の間に統計的に有意な関連はみられなかった。

つまり、世帯収入が高くても低くても、エコバッグの使用頻度が多くなったり、エコバッグの主な使用理由が「環境に良いと思うから」が多くなったりする傾向にはないことがわかった。

## ②世帯収入と買い物をする際の注意点

「Q36 世帯収入」と「Q11\_d 環境への影響が少ない物を選ぶ」の 2 つの変数を用いて、世帯収入と商品の選び方についてクロス集計を行った（表 8）。

「100 万未満」に関してはカテゴリー統合を行っていないため、結果が偏ってしまったが、世帯収入が「100 万以上 300 万未満」の人と「300 万以上 500 万未満」の人は環境への影響が少ないものを選ぶ人が多く（61.0%、62.0%）、「500 万以上 700 万未満」、「700 万以上 1000 万未満」の人の選ぶか選ばないかの割合は約半分であった（48.3%、53.5%）。世帯収入が「1000 万以上」の人は環境への影響が少ないものを高額でも選ぶ人が僅かに多かった（59.7%）。

表8 世帯収入と商品の選び方1

環境への影響が少ないものを選ぶ 世帯収入	単位(%)		
	選ぶ	選ばない	計
100万未満	0.0	100.0	100.0 (6人)
100万以上300万未満	61.0	39.0	100.0 (59人)
300万以上500万未満	62.0	37.0	100.0 (89人)
500万以上700万未満	48.3	51.7	100.0 (58人)
700万以上1000万未満	53.5	46.5	100.0 (71人)
1000万以上	59.7	40.3	100.0 (67人)
全体	56.6	43.4	100.0 (350人)

$$\chi^2 (5) = 11.9117 \quad p < 0.05$$

次に「Q36 世帯収入」と「Q11\_i 環境を考えた物なら高額でも選ぶ」を使い、実際の世帯収入と商品の選び方をクロス集計した（表 9）。「100 万未満」に関してはカテゴリー統合を行っていないため、結果が偏ってしまったが、世帯収入が「100 万以上 300 万未満」の人は環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ人、選ばない人の割合は約半分だった。「300 万以上 500 万未満」、「500 万以上 700 万未満」の人は選ばないほうが僅かに多かった（58.4%、53.4%）。「700 万以上 1000 万未満」、「1000 万以上」の人は高額でも選ぶほうが多かった（52.8%、63.6%）。

表9 世帯収入と商品の選び方2

環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ 世帯収入	単位(%)		
	選ぶ	選ばない	計
100万未満	16.7	83.3	100.0 (6人)
100万以上300万未満	50.9	49.2	100.0 (59人)
300万以上500万未満	41.6	58.4	100.0 (89人)
500万以上700万未満	46.6	53.4	100.0 (58人)
700万以上1000万未満	52.8	47.2	100.0 (71人)
1000万以上	63.6	36.4	100.0 (67人)
全体	50.0	50.0	100.0 (350人)

$$\chi^2 (5) = 10.6189 \quad p < 0.05$$

## 5. 5 考察

仮説 I を分析した結果、経済的に余裕があるかないかではエコグッズを購入するかしないかに差がみられなかった。また仮説 II を分析した結果からも、世帯収入が低いと経済を優先させて安い商品を選ぶとはいえないかった。なぜこのような結果になったのだろうか。

今回聞き取り調査（附録の「事例調査」参照）を行った 50 代主婦の方には、環境問題のためだけにエコグッズを使用するのではなく、様々な理由からエコグッズを使用したり、しなかつたりするので、経済的な面または環境意識の面でエコグッズを使用したり使用しなかつたりをあまり考えていないとのことだった。エコグッズを使用する目的は、ときに環境のためであったり、節約のためであったり、利便性のためであったりなど様々である。今回の分析ではどのような場合に、どのような商品に関して、環境のためまたは節約のためなど理由が変化するか調べることができた点が悔やまれる。

## 9章 家事・家族類型とエコ行動

### 1. 家事の担当とごみ減量行動

A72065 小川裕哲

#### 1. 1 問題意識と研究テーマ

環境問題に人びとの注目が集まるようになってから、ごみの処分問題に対する関心にも目が向けられるようになった。2006（平成18）年度に日本の人口1人あたりが1日に出したごみの量（生活系ごみと事業系ごみの合計）は1,116グラム、これを1年間に排出したごみの総量になると52,036千トンになる。これは主要先進国の中でも非常に多い（環境省、『平成21年版環境統計表』、「2章地球環境・廃棄物」より）。

2000年、環境庁（現・環境省）は増え続ける廃棄物の処理量やリサイクル率を改善と、物質の効率的利用やリサイクルを進め、資源の消費を抑え、環境への負荷の少ない循環型社会を形成するための法律として同年6月に循環型社会形成推進基本法を公布した。この法律を基本にして、廃棄物処理法と資源有効利用促進法が改正され、容器包装リサイクル法や家電リサイクル法などの個別の特性に応じた規制にも影響を与えた。

私がごみ減量の手段として思いつくのは、ごみを初めから出さないことである。ごみの出される量が減れば必然的にごみの量は減ることになる。それでも人間が生活を営むかぎりごみを出さないことはありえない。そこでものを繰り返して使うことも有効だと考える。私はこのごみ減量の方法を家庭では誰が行っているのかと考えて以下の仮説を立てた。

#### 1. 2 仮説

##### (1) 仮説

- I 家事を多く担っている人は、ごみを出さないようにしている
- II 家事を多く担っている人は、資源の消費が少ないものを使っている

##### (2) 補足仮説

仮説I、IIの独立変数である「家事の担当」は男女差が大きいことが考えられるため、補足仮説を立て「性別」を加えた三重クロスによって仮説検証を行う。

- I 女性の場合、家事の担当度が高い人ほど、ごみを出さないようにしている
- II 女性の場合、家事の担当度が高い人ほど、資源の消費が少ないものを使っている

#### 1. 3 分析に用いる質問項目の単純集計結果

##### (1) ごみ減量行動

###### ①ごみを出さないための行動（仮説I・従属変数）

仮説Iの従属変数として、ごみを出さないための行動「Q5\_a」、「Q5\_b」、「Q5\_c」の3つを用いた。「Q5\_a 直せば使える物は修理・改良して使う」では「いつも使う」が41.0%、「ときどき使う」が47.9%であり、両者合わせると88.9%となり、9割近くの人が直せる物は修理・改良して使っている。「Q5\_b 過剰包装は断る」では「いつも使う」が26.3%、「ときどき使う」が49.6%であり、両者合わせると75.9%となり、かなり多くの人が過剰包装は断っている。「Q5\_c 生ごみは自宅で処理している」では「あまり行わない」が10.8%、「まったく行わない」が75.4%であり、両者合わせると86.2%となり、大部分の人は自宅で生ごみは処理していない（附録の「単純集計表」参照）。

###### ②資源の消費を少なくするための行動（仮説II・従属変数）

仮説IIの従属変数として、資源の消費を少なくするための行動「Q11\_b」、「Q11\_f」、「Q11\_g」の3つを使用した。「Q11\_b 再利用可能なものを選ぶ」では「よくする」が16.5%、「たまにする」が38.1%であり、両者を合わせると54.6%となり、半数あまりの人は再利用可能なものを選んでいる。「Q11\_f 再生品を選ぶ」では「よくする」が9.2%、「たまにする」が43.3%であり、両者を合わせると52.5%となり、全体のおよそ半数の人が再生品を選んでいる。「Q11\_g 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ」では「よくする」が17.6%、「たまにする」が46.0%であり、両者を合わせると63.5%となり、6割以上の人には資源を浪費しにくいものを選んでいる（附録の「単純集計表」参照）。

## (2) 家事の担当・担当度（仮説 I, II・独立変数）

仮説 I・IIの独立変数には「Q26\_a」、「Q26\_b」、「Q26\_c」、「Q26\_d」、「Q26\_e」の5項目を用いた。「Q26\_a 食事の用意」、「Q26\_b 食事の後片付け」、「Q26\_c 洗濯」、「Q26\_e 食料品の買い物」は「ほぼ毎日」「週に3、4回」を合わせて6割以上あり、その中で最も割合が高かった「Q26\_b 食事の後片付け」は73.5%であった。「Q26\_d 掃除」のみ「ほぼ毎日」「週に3、4回」を合わせても54.5%と6割に届かない（附録の「単純集計表」参照）。

表1 家事の担当度		
	度数(人)	相対度数(%)
高い	218	60.9
低い	140	39.1
計	358	100.0
		欠損値=8

Q26\_a～eの5項目を合成して「家事の担当度」の尺度を作成した。クロンバッックの $\alpha$ 係数は0.92であり、内的整合性が認められ妥当性のある尺度といえる。Q26\_a～eの選択肢「ほぼ毎日」の5点から「ほとんどない」まで1点を与える点数化した。平均点の19点以上を家事の担当度が「高い」、18点以下を家事の担当度が「低い」に分けた（表1）。

## 1.4 仮説の分析

### (1) クロス集計

表2は仮説Iと仮説IIの独立変数と従属変数についてそれぞれクロス集計し $\chi^2$ 検定を行った結果である。表中の値は $\chi^2$ 値を表し、それに付す\*、\*\*は2変数間にそれぞれ5%水準、1%水準で統計的に有意な関連があることを示す（網掛けのセルは有意差がみられたもの）。

表2 仮説検証に使用した変数のクロス集計( $\chi^2$ 値)の一覧

	仮説I			仮説II			
	Q5_a 直せば使えるものは修理・改良して使う	Q5_b 過剰包装を断る	Q5_c 生ごみは自宅で処理している	Q11_b 再利用可能なものを選ぶ	Q11_f 再生品を選ぶ	Q11_g 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ	
Q26_a 食事の準備	1.1646	4.3706 *	1.8453	7.0928 **	13.8959 **	1.4541	
Q26_b 食事の後片付け	5.816 *	8.0252 **	6.223 **	7.0929 **	10.0551 **	5.7279 *	
Q26_c 洗濯	0.0088	8.4805 **	1.7776	7.093 * 注1) 値は $\chi^2$ 値を示す 注2) * は $p<0.05$ 、** は $p<0.01$ を示す	12.1364 **	2.0349	
Q26_d 掃除	3.7661	13.5305 **	0.0227	7.0931 *	14.5148 **	6.7893 **	
Q26_e 食料品の買い物	5.363 *	4.2817 *	0.1259	7.0932	15.3251 **	2.5293	
家事の担当度	3.2546	7.9862 **	1.9464	7.0933 *	17.0646 **	4.4015 *	

(注1) 値は $\chi^2$ 値を示す (注2) \* は $p<0.05$ 、\*\* は $p<0.01$ を示す

### (2) 仮説Iの検証

「家事の担当」（附録の「単純集計表」参照）、「家事の担当度」（表1）と「ごみを出さないための行動」（附録の「単純集計表」参照）の質問をそれぞれクロス集計し $\chi^2$ 検定を行った。総計的に有意な差がみられた結果を表3～11に示す。独立変数「Q26\_b 食事の後片付け」では全ての従属変数で統計的に有意な差がみられた（表3～5）。Q26\_a～Q26\_eの中で食事の後片付けが最も行われている家事だからではないかと考えられる。「Q5\_c 生ごみは自宅で処理している」に関しては「行わない」が85.5%と偏っているが食事の後片付けをする人が最も気にすることだから有意な差がみられと考えられる。

表3 食事の後片付けと直せば使えるものは

修理・改良して使う

単位(%)

食事の後片付け	修理・改良		計
	行う	行わない	
担当している	91.1	8.9	100.0 (259人)
担当していない	81.9	18.1	100.0 (94人)
全体	88.7	11.3	100.0 (353人)

$\chi^2(1)=5.82$  p=0.02

表4 食事の後片付けと過剰包装を断る

単位(%)

食事の後片付け	過剰包装を断る		計
	行う	行わない	
担当している	79.5	20.5	100.0 (259人)
担当していない	64.9	35.1	100.0 (94人)
全体	75.6	24.4	100.0 (353人)

$\chi^2(1)=8.03$  p=0.005

表5 食事の後片付けと生ごみは  
自宅で処理している

単位(%)

食事の後片付け	生ごみを処理する		計
	行う	行わない	
担当している	16.7	83.3	100.0 (258人)
担当していない	6.3	93.7	100.0 (95人)
全体	13.9	86.1	100.0 (353人)

$\chi^2(1)=6.22$  p=0.01

次に「Q26\_e 食料品の買い物」では「Q5\_a 直せば使えるものは修理・改良して使う」と「Q5\_b 過剰包装を断る」の間で有意差があった（表 6・7）。食料品の買い物を担当している人が行っている結果だった。

表6 食料品の買い物と直せば使えるものは  
修理・改善して使う 単位(%)

食料品の買い物	修理・改良		計
	行う	行わない	
担当している	91.7	8.3	100.0 (218人)
担当していない	83.7	16.3	100.0 (135人)
全体	88.7	11.3	100.0 (353人)

$$\chi^2(1)=5.36 \quad p=0.02$$

表7 食料品の買い物と過剰包装を断る 単位(%)

食料品の買い物	過剰包装を断る		計
	行う	行わない	
担当している	79.4	20.6	100.0 (218人)
担当していない	69.6	30.4	100.0 (135人)
全体	75.6	24.4	100.0 (353人)

$$\chi^2(1)=4.28 \quad p=0.04$$

そのほかに有意差が出たのは「Q5\_b 過剰包装を断る」を従属変数としたものである。（表 8～11）。いずれも担当している人の方が行っている。

表8 食事の準備と過剰包装を断る 単位(%)

食事の準備	過剰包装を断る		計
	行う	行わない	
担当している	79.1	20.9	100.0 (230人)
担当していない	69.1	30.9	100.0 (123人)
全体	75.6	24.4	100.0 (353人)

$$\chi^2(1)=4.37 \quad p=0.04$$

表9 洗濯と過剰包装を断る 単位(%)

洗濯	過剰包装を断る		計
	行う	行わない	
担当している	80.7	19.3	100.0 (223人)
担当していない	66.9	33.1	100.0 (130人)
全体	75.6	24.4	100.0 (353人)

$$\chi^2(1)=8.48 \quad p=0.004$$

表10 掃除と過剰包装を断る 単位(%)

掃除	過剰包装を断る		計
	行う	行わない	
担当している	83.3	16.7	100.0 (192人)
担当していない	66.5	33.5	100.0 (161人)
全体	75.6	24.4	100.0 (353人)

$$\chi^2(1)=13.53 \quad p=0.0002$$

表11 家事の担当度と過剰包装を断る 単位(%)

担当度	過剰包装を断る		計
	行う	行わない	
高い	80.8	19.2	100.0 (214人)
低い	67.6	32.4	100.0 (139人)
全体	75.6	24.4	100.0 (353人)

$$\chi^2(1)=7.99 \quad p=0.005$$

### (3) 仮説Ⅱの検証

「家事の担当」（附録の「単純集計表」参照）、「家事の担当度」（表 1）と「資源の消費を少なくするための行動」（附録の「単純集計表」参照）の質問をそれぞれクロス集計し  $\chi^2$  検定を行った。統計的に有意差が出た結果のみを表 12～26 に示す。「Q5\_b 食事の後片付け」、「Q5\_d 掃除」、「家の担当頻度」では全ての従属変数で有意差がでた（表 12～表 20）。

表12 食事の後片付けと再利用可能なものを選ぶ 単位(%)

食事の後片付け	再利用可能なものを選ぶ		計
	する	しない	
担当している	57.8	42.3	100.0 (258人)
担当していない	41.8	58.2	100.0 (91人)
全体	63.0	37.0	100.0 (351人)

$$\chi^2(1)=6.92 \quad p=0.009$$

表13 食事の後片付けと再生品を選ぶ 単位(%)

食事の後片付け	再生品を選ぶ		計
	する	しない	
担当している	56.8	43.2	100.0 (257人)
担当していない	37.6	62.4	100.0 (93人)
全体	51.7	48.3	100.0 (350人)

$$\chi^2(1)=10.06 \quad p=0.002$$

表14 掃除と資源やエネルギーの浪費しないものを選ぶ 单位(%)

食事の後片付け	しないものを選ぶ		計
	する	しない	
担当している	66.7	33.3	100.0 (258人)
担当していない	52.7	47.3	100.0 (93人)
全体	63.0	37.0	100.0 (351人)

$$\chi^2(1)=5.73 \quad p=0.02$$

表15 掃除と再生品を選ぶ 単位(%)

掃除	再生品を選ぶ		計
	する	しない	
担当している	58.6	41.4	100.0 (191人)
担当していない	47.5	52.5	100.0 (158人)
全体	53.6	46.4	100.0 (349人)

$$\chi^2(1)=4.34 \quad p=0.04$$

表16 掃除と資源やエネルギーの浪費しないものを選ぶ 単位(%)

掃除	エネルギー消費の少ないものを選ぶ		計
	する	しない	
担当している	69.1	30.9	100.0 (191人)
担当していない	55.6	44.4	100.0 (160人)
全体	63.0	37.0	100.0 (351人)

$$\chi^2(1)=6.79 \quad p=0.009$$

表17 家事の担当度と再利用可能なものを選ぶ 単位(%)

担当度	再利用可能なものを選ぶ		計
	する	しない	
高い	58.4	41.6	100.0 (214人)
低い	45.9	54.1	100.0 (135人)
全体	53.6	46.4	100.0 (349人)

$$\chi^2(1)=5.19 \quad p=0.02$$

表19 家事の担当度と再生品を選ぶ			単位(%)	
担当度	再生品を選ぶ		計	( )
	する	しない		
高い	60.6	39.4	100.0 (213人)	
低い	38.0	62.0	100.0 (137人)	
全体	51.7	48.3	100.0 (350人)	
	$\chi^2(1)=17.07$ p< .0001			

表20 家事の担当頻度と資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ			単位(%)	
担当頻度	エネルギー消費のしないものを選ぶ		計	( )
	する	しない		
高い	67.3	32.7	100.0 (214人)	
低い	56.2	43.8	100.0 (137人)	
全体	63.0	37.0	100.0 (351人)	
	$\chi^2(1)=4.40$ p=0.04			

仮説 II に関して「Q26\_b 食事の後片付け」「Q26\_d 掃除」「家事の担当度」で全ての従属変数に有意な結果が出たので仮説 II は検証された。このほかにも有意差が出たのは表 21～25 であった。

表21 食事の準備と再利用可能るものを選ぶ			単位(%)	
食事の準備	再利用可能るものを選ぶ		計	( )
	する	しない		
担当している	58.7	41.3	100.0 (230人)	
担当していない	43.7	56.3	100.0 (191人)	
全体	53.6	46.4	100.0 (349人)	
	$\chi^2(1)=7.09$ p=0.008			

表23 洗濯と再利用可能ものを選ぶ			単位(%)	
洗濯	再利用可能ものを選ぶ		計	( )
	する	しない		
担当している	57.7	42.3	100.0 (222人)	
担当していない	46.5	53.5	100.0 (127人)	
全体	53.6	46.4	100.0 (349人)	
	$\chi^2(1)=4.08$ p=0.04			

表25 食料品の買い物と再生品を選ぶ			単位(%)	
食料品の買い物	再生品を選ぶ		計	( )
	する	しない		
担当している	60.0	40.0	100.0 (215人)	
担当していない	38.5	61.5	100.0 (135人)	
全体	51.7	48.3	100.0 (350人)	
	$\chi^2(1)=15.33$ p<.0001			

表22 食事の準備と再生品を選ぶ			単位(%)	
食事の準備	再生品を選ぶ		計	( )
	する	しない		
担当している	59.0	41.1	100.0 (229人)	
担当していない	38.0	62.0	100.0 (121人)	
全体	51.7	48.3	100.0 (350人)	
	$\chi^2(1)=13.90$ p=0.0002			

表24 洗濯と再生品を選ぶ			単位(%)	
洗濯	再生品を選ぶ		計	( )
	する	しない		
担当している	58.8	41.2	100.0 (221人)	
担当していない	39.5	60.5	100.0 (129人)	
全体	51.7	48.3	100.0 (350人)	
	$\chi^2(1)=12.14$ p=0.0005			

## 1. 5 補足仮説の検証（三重クロス）

### (1) 「性別」と「家事の担当度」の検証

三重クロスを行う前に「性別」と「家事の担当度」（表 1）をクロス集計し  $\chi^2$  検定を行った結果、女性の方が圧倒的に男性よりも家事の担当度が高いことがわかった（表 26）。

表26 性別と家事の担当度			単位(%)	
家事の担当度			計	( )
	高い	低い		
女性	87.2	12.8	100.0 (219人)	
男性	17.0	83.0	100.0 (135人)	
全体	60.5	39.6	100.0 (354人)	
	$\chi^2(1)=172.04$ p<0.0001			

### (2) 補足仮説 I の検証

補足仮説 I の検証には、「性別」と「家事の担当度」（表 1）と「ごみを出さないための行動」（附録の「単純集計表」参照）の三重クロスを行った。その結果、WARNING が出たため統計的に有意かはわからず補足仮説 I の検証はできなかった。

### (3) 補足仮説 II の検証

補足仮説 II の検証には、「性別」と「家事の担当度」（表 1）と「資源の消費を少なくするための行動」（附録の「単純集計表」参照）の三重クロスを行った。その結果、男性では有意な関連性はなかった（表 28・表 30）が、女性では 2 つの統計的に有意な関連性が認められた（表 27・表 29）。これによって有意差が見られた結果のみは補足仮説 II の検証ができた。女性では 6 割以上の人人が家事の担当度が高く、資源の消費が少ないものを選んでいるが、男性では家事の担当度が高くても再生品を選んでいる人は 43.5%、エネルギーを浪費しないものを選んでいる人は 52.2% と女性に比べて低い傾向がある。

表27 性別（女性）と家事の担当度と  
再生品を選ぶ

担当度	再生品を選ぶ		計	単位(%)
	する	しない		
高い	62.9	37.1	100.0 (186人)	
低い	37.0	63.0	100.0 (27人)	
全体	59.6	40.4	100.0 (213人)	

$\chi^2(1)=6.55$  p=0.01

表29 性別（女性）と家事の担当度と資源や  
エネルギーを浪費しないものを選ぶ

担当度	エネルギー消費の しないものを選ぶ		計	単位(%)
	する	しない		
高い	69.5	30.5	100.0 (187人)	
低い	44.4	55.6	100.0 (27人)	
全体	66.4	33.6	100.0 (214人)	

$\chi^2(1)=6.64$  p=0.01

表28 性別（男性）と家事の担当度と  
再生品を選ぶ

担当度	再生品を選ぶ		計	単位(%)
	する	しない		
高い	43.5	56.5	100.0 (23人)	
低い	38.2	61.8	100.0 (110人)	
全体	39.1	60.9	100.0 (133人)	

$\chi^2(1)=0.22$  p=0.64

表30 性別（男性）と家事の担当度と資源や  
エネルギーを浪費しないものを選ぶ

担当度	エネルギー消費の しないものを選ぶ		計	単位(%)
	する	しない		
高い	52.2	47.8	100.0 (23人)	
低い	59.1	40.9	100.0 (110人)	
全体	57.9	42.1	100.0 (133人)	

$\chi^2(1)=0.37$  p=0.54

## 1. 6 考察

以上の分析の結果、家事をしている人の方が、ごみの減量を行っていて、資源の消費しないものを使っていることがわかった。ごみの減量を行っていることに関しては、食事の後片付けをしている人が最も行っていると考えられる。特に自宅での生ごみ処理では唯一関連性が見られたことから推測すると、食事の用意をしている人よりも生ごみの処理について気を遣っているのではないだろうか。しかし、食事の用意を担当していて、生ごみを自宅で処理している人は2割もないことから、生ごみの自宅処理には周囲への配慮や衛生面での問題がついてくるのではないかと考えられる。過剰包装を断ることは誰でも気軽に見えるごみ減量の方法であった。

次に資源の消費しないものを使っていることに関しては、食事の後片付けまたは掃除を担当している人、家事の担当度の高い人で最も多く関連性が見られた。ここまでで食事の後片付けには大きな影響力があることが考えられる。関連性の認められなかったものに食事の準備あるいは掃除をしていて、資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶが入っているが、これは以前からそのようなものを無意識に選んで使っているので、改めて考えても思い至らなかつたため有意な結果が出なかつたのではないかというのが私の考え方である。

また補足仮説で検証されたように、資源の消費が少ないものを使っているのは、家事の担当頻度が高い女性に多いことがわかった。今回の調査では男性より女性のほうが調査票を回収できることからこのような結果になったのではないかと推察する。家事の担当頻度が高い女性の方が資源の消費について気を遣っていることが考えられるが、男性でも家事の担当度が高い人が増えれば女性と同様の結果が出るのではないかとも考えられる。

## <参考文献・資料>

環境省、平成21年版環境統計集・1人1日当たりのごみ排出量の推移  
(<http://www.env.go.jp/doc/toukei/contents/data/08ex305.xls>, 2010.2.16)

環境省、平成21年版環境統計集・ごみの総排出量の推移  
(<http://www.env.go.jp/doc/toukei/contents/data/08ex304.xls>, 2010.2.16)

環境省、平成21年版環境統計集・各国の一般廃棄物発生量  
(<http://www.env.go.jp/doc/toukei/contents/data/08ex240.xls>, 2010.2.16)

株式会社イーエムエスジャパン、環境関連法規制情報  
(<http://www.emsjapan.co.jp/law/index.html>, 2010.2.16)

環境省、「循環型社会形成促進基本法」について  
(<http://eee.env.go.jp/recycle/circul/recycle.html>, 2010.2.16)

日報インターネット、循環型社会基本法 データベース  
([http://www.nippo.co.jp/re\\_law/](http://www.nippo.co.jp/re_law/), 2010.2.16)

## 2. 家族類型とエコ行動

A72103 大西なつの

### 2. 1 問題意識

私は最近になって、買い物袋を持って買い物に行くことや、リサイクルできるお弁当のシリコンカップなどを自ら使うようになり、そのような行動を意識させるようなポイントシステムが行われ、社会が環境問題を取り組むようになったと感じている。物が豊かな時代で不便なく暮らすことが出来ているが、捨てる物が増えたり、無駄な消費をしたりと環境への負荷も増えているのが現状である。

では、環境問題に取り組むためにはどうしたら良いか考えたところ、社会や地域の協力が必要となるだろうと考えた。しかし、社会や地域の協力で環境問題を取り組むといつても全体的に行うには限度がある。まずは、各家庭で出来るような行動に取り組むことで環境への負荷を減らすことが出来るのではないかと考えた。

そこで、各家庭で取り組むのなら、環境への負荷を減らす行動も家族の協力で分担して行うことが可能であり、人手と時間の有効活用できるのではないかと考えた。

さらに家族内で分担することでエコ行動が行えるという考えを元に、新たな仮説を立てた。自分より上の世代が同じ屋根の下に住んでいるとしたら、家族内の誰かしらに声をかけ、エコ行動を促すのではないか。自分自身より上の世代だからこそ、人生の経験も多い、きっと、知恵のあるエコ行動を分担しながら効率良くこなすことができるのではないか。

### 2. 2 仮説

I 家族と一緒に住んでいるほうがエコ行動をしている

II 自分より上の世代と同居している人ほどエコ行動をしている

### 2. 3 仮説検証に用いる質問項目

#### (1) 普段のエコ行動

普段のエコ行動は Q5\_a～Q5\_i を使用した。回答方法は「いつも行う」「ときどき行う」「あまり行わない」「全く行わない」の 4 件法である。「Q5\_a 直せば使える物は修理・改良して使う」に関して「いつも行う」が 40.4%「ときどき行う」が 47.3%であり、5 割強がエコ行動をしている。「Q5\_b 過剰包装を断る」に関して「いつも行う」が 26.0%、「ときどき行う」が 48.9%であり、「ときどき行う」人がもっとも多い。「Q5\_c 生ごみは自宅で処理している」に関して「まったく行わない」が 74.3%であり、「行わない」が 7 割以上である。「Q5\_d 冷暖房の温度をこまめに設定する」に関して「いつも行う」が 56.0%、「ときどき行う」が 28.7%であり、「いつも行う」人がもっと多い。「Q5\_e 水を使うとき、出しつぱなしにしない」に関して「いつも行う」が 62.6%であり、6 割以上がいつも行なっている。「Q5\_f 外出の際、公共交通機関を利用する」に関して「いつも行う」が 42.1%、「ときどき行う」が 33.9%であり、4 割がエコ行動を行っている。「Q5\_g 高額でも長く使える物を購入する」に関して「いつも行う」24.3%、「ときどき行う」50.3%であり、「ときどき行う」がもっとも多い。「Q5\_h 詰め替え用品を購入するようにする」に関して「いつも行う」63.9%であり 6 割以上がエコ行動を行っている。「Q5\_i 冷蔵庫にものを詰め込み過ぎない」に関して「いつも行う」40.2%、「ときどき行う」33.9%であり、合わせて 7 割がエコ行動を行うのである（附録の「単純集計表」参照）。

#### (2) 同居家族

同居家族を調べる為に Q35\_1～Q35\_9 用いた。

「一人暮らし」をしている人は全体の 35 人(9.6%)、同居家族に「配偶者・パートナー」がいる人は 264 人、全体の 72.1%、「あなたの親」がいる人は 46 人、全体の 12.6%、「配偶者・パートナー親」がいる人は 7 人、全体の 1.9%、「あなたの子供」がいる人は 195 人、全体の 53.3%、「あなたの祖父母」がいる人は 2 人、全体の 0.6%、「あなたの孫」がいる人は 6 人、全体の 1.6%、「あなたの兄弟・姉妹」がいる人 24 人、全体で 6.6%、「その他」がいる人は 7 人、全体の 1.9%であった（附録の「単純集計表」参照）。

### (3) 家族類型(Ft1)

同居家族を尋ねた Q35\_1～Q35\_9 を用いて、次のような、新しい変数「家族類型(Ft1)」を作成した。そして分かりやすくする為に、①～⑦までの分類を行う。

- ① 「Q35\_1 一人暮らし」だけの人を「一人暮らし」
- ② 「Q35\_2 配偶者・パートナー」だけの人を「夫婦」
- ③ 「Q35\_2 配偶者・パートナー」と「Q35\_5 あなたの子供」だけの人を「核家族 a」
- ④ 「Q35\_2 配偶者・パートナー」と「Q35\_5 あなたの子供」の他に「Q35\_4 配偶者の親・パートナーの親」「Q35\_8 あなたの兄弟・姉妹」「Q35\_9 その他(親戚のおじさんなど)」いずれかの組み合わせの人を「核家族 b」
- ⑤ 「Q35\_3 あなたの親」と「Q35\_5 あなたの子供」又は「Q35\_3 あなたの親」と「Q35\_6 あなたの祖父母」又は「Q35\_5 あなたの子供」と「Q35\_7 あなたの孫」のいずれかの組み合わせ(「Q35\_2 配偶者・パートナー」や「Q35\_4 配偶者の親・パートナーの親」や「Q35\_8 あなたの兄弟・姉妹」や「Q35\_9 その他(親戚のおじさんなど)」が含まれていても良いとする)の人を「三世代家族」
- ⑥ 「Q35\_3 あなたの親」と「Q35\_5 あなたの子供」と「Q35\_6 あなたの祖父母」と「Q35\_7 あなたの孫」の組み合わせ(「Q35\_2 配偶者・パートナー」や「Q35\_4 配偶者の親・パートナーの親」や「Q35\_8 あなたの兄弟・姉妹」や「Q35\_9 その他(親戚のおじさんなど)」が含まれていても良いとする)の人を「四世代以上家族」
- ⑦ ①～⑥以外の組み合わせを「その他」(父子・母子家庭など)

分類の結果、「一人暮らし」が 9.6%(35 人)、「夫婦のみ」24.0%(88 人)、「核家族 a」42.6%(156 人)、「核家族 b」9.0%(33 人)、「三世代家族」4.6%(17 人)、「四世代以上家族」0.6%(2 人)、「その他」9.0%(33 人)であった(附録の「単純集計表」参照)。

### (4) 家族類型(Ft2)

仮説 I の検証を「一人で暮らしている」と「家族で暮らしている」の間での差をより詳しく調べるために新たな変数「家族類型(Ft2)」を作成した。

家族類型(Ft1)の「一人暮らし」を「一人で暮らす」とし、「夫婦のみ」、「核家族 a」「核家族 b」「三世代家族以上」「その他」を「家族と暮らす」とカテゴリー統合をした。

## 2. 4 仮説 I の検証

仮説 I を検証するために普段のエコ行動は Q5\_a～Q5\_i を使用する。なお、Q5\_a～Q5\_i の単純集計の結果、「あまり行わない」と「全く行わない」の回答率が低かったため、「あまり行わない」と「全く行わない」をカテゴリー統合し、「いつも行う」「たまに行う」「行わない」と選択肢を 3 つへとカテゴリー統合した。なお、Q5\_c「生ごみは自宅で処理している」の項目は、単純集計結果で、大多数の人が「全く行わない」の回答だったため、分析から除外する。

また、アフターコーディングで作成した、家族類型(Ft1)も「三世代家族」と「四世代以上家族」の回答が少なかったため、「三世代家族」と「四世代以上家族」をカテゴリー統合し「三世代以上家族」とした。

家族類型(Ft1)と普段のエコ行動 Q5\_a～Q5\_i (Q5\_c を除外)をそれぞれクロス集計し、 $\chi^2$  検定を行った結果、統計的に有意な差が見られたものに着目し、分析した。

その結果、家族類型(Ft1)と普段のエコ行動の 4 項目で統計的に有意な差がみられた。

この結果で、「一人暮らし」「夫婦のみ」「核家族 a」「核家族 b」「三世代家族以上」「その他」とは普段のエコ行動に差があるということが分かった。その中でも「一人暮らし」は、エコ行動を「いつも行う」人が多く、家族がいる暮らしとは違いエコ行動の頻度が高いのかも知れないと思い、もっとはつきりと「一人暮らし」と他の家族類型のエコ行動の頻度の差を見るところにする。

そこで、新たに作成した「家族類型 (Ft2)」を使って分析する。

先ほどと同じように、普段のエコ行動は Q5\_a～Q5\_i (Q5\_c を除外)を使用し、家族類型(Ft2)とクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った結果が表1である。表2の「Q5\_b 過剰包装を断る」と表3の「Q5\_f 外出の際、公共交通機関を利用する」から、家族類型(Ft2)と普段のエコ行動は、8項目中、2項目のみ、有意な差が見られた。2項目に着目し以下を考察する。

表1 家族類型(Ft2)と普段のエコ行動のクロス集計 $\chi^2$ 値一覧表

		従属変数							
		物の修理 改良を行う	過剰包装を 断る	冷暖房の 温度設定を行う	節水を する	外出時、 公共交通機関を使う	長く使えるなら 高い物を買う	詰め替え 商品を買う	冷蔵庫に物を 詰め込み過ぎない
独立変数	家族類型(Ft2)	3.4164	6.35584*	2.8755	1.4202	12.0951*	3.9496	1.778	1.0585

表2 家族類型(Ft2)と普段のエコ行動  
(過剰包装を断る)

家族類型(Ft2)	過剰包装を断る				計
	いつも行う	たまに行う	全く行わない	計	
一人で暮らす	35.3	29.4	35.3	100.0	(34人)
家族で暮らす	25.2	52.0	22.8	100.0	(325人)
全体	26.2	49.9	24.0	100.0	(359人)

$\chi^2_{(2)}=6.36$  p=0.0417

表3 家族類型(Ft2)と普段のエコ行動  
(外出時、公共交通機関を使う)

家族類型(Ft2)	外出時、公共交通機関を使う				計
	いつも行う	たまに行う	全く行わない	計	
一人で暮らす	69.7	12.1	18.2	100.0	(34人)
家族で暮らす	39.6	36.8	23.6	100.0	(325人)
全体	42.3	34.5	23.1	100.0	(359人)

$\chi^2_{(2)}=12.10$  p=0.0024

家族類型(Ft1)では「一人暮らし」と他の家族類型とエコ行動の頻度の差の有意な差があると4項目で検証されたが、家族類型(Ft2)で、Q5\_a～Q5\_i (Q5\_c を除外)の8項目の内、2項目だけで統計的に有意な差がみられた。

「過剰包装お断り」と「外出時、公共交通機関利用」の2項目で、「一人で暮らす」と「家族で暮らす」のエコ行動の頻度の差を明らかにするものとなった。「一人で暮らす」人は、「過剰包装お断り」を「いつも行う」、「外出時、公共交通機関を使う」を「いつも行う」とエコ行動を「いつも行う」となった。それに対して、「家族で暮らす」人は、「過剰包装お断り」を「たまに行う」、「外出時、公共交通機関を使う」を「いつも行う」と「たまに行う」が同じくらいであった。「一人で暮らす」と「家族と暮らす」を比べると「一人で暮らす」の方がエコ行動を「いつも行う」という頻度の高さが伺える。この分析から、「一人暮らし」の人が普段のエコ行動をするという結果になった。

しかし、8項目の内6項目は「一人で暮らす」と「家族で暮らす」の間で統計的に有意な差は見られなかった。「一人で暮らす」も「家族で暮らす」のどちらも普段からエコ行動をよく行っているため、有意な差が見られなかったと考えられる。

仮説Iの検証で、家族類型ごとに統計的に有意な差が見られない結果となったが、親や祖父母が同居している世帯ではエコ行動をしていると考えられるため、仮説IIを立て分析する。

## 2. 5 仮説IIの検証

家族類型(Ft1)を基に新たな変数「家族類型(Ft3)」を作成し、①～③に分類した。

①「自分より上の世代がいる世帯に住んでいる人」のことを「上世代同居世帯」。

対象者は家族類型(Ft1)で使用した「核家族b」を基準とする。

そして、同居家族の単純集計表の「Q35\_3 あなたの親」、「Q35\_4 パートナーの親」がいる人も含める。

②「自分より上の世代も、下の世代も世帯に住でいない人」のことを「同世代同居世帯」。

対象者は、家族類型(Ft1)で使用した「夫婦のみ」を基準とする。

そして、同居家族の単純集計表の「Q35\_4 パートナーの親」、「Q35\_8 あなたの兄弟・姉妹」がいる人も含める。

③「自分より下の世代がいる世帯に住んでいる人」のことを「下世代同居世帯」。

対象者は、家族類型(Ft1)で使用した「核家族a」を基準とする。

そして、同居家族の単純集計表の「Q35\_5 あなたの子供」、「Q35\_7 あなたの孫」がいる人も含まれる。

新たな変数「家族類型(Ft3)」では、「Q35\_2 配偶者・パートナー」が含まれているのかは、重視していない。それと「上世代同居世帯」、「下世代同居世帯」については、回答者にとって少なくとも同世帯が含まれる可能性があることがある。

表4 家族類型(Ft3)の単純集計表

	度数(人)	相対度数(%)
上世代同居世帯	52	14.3
同世代同居世帯	130	35.7
下世代同居世帯	182	50.0
計	364	100.0

欠損値=2

単純集計の結果、「上世代同居世帯」が14.3%(52人)、「同世代同居世帯」が35.7%(130人)、「下世代同居世帯」が50.0%(132人)であった。「下世代同居世帯」が最も多かった。

家族類型(Ft3)と普段のエコ行動 Q5\_a～Q5\_i (Q5\_cを除外)をそれぞれクロス集計し、 $\chi^2$ 検定を行った結果を表5にまとめた。その結果、有意な差が見られたものに着目し、表6、7を用いて分析する。

表5 家族類型(Ft3)と普段のエコ行動のクロス集計 $\chi^2$ 値一覧表

	物の修理 改良を行う	過剰包装を 断る	冷暖房の 温度設定を行う	節水を する	外出時、 公共交通機関を使う	従属変数			
						長く使えるなら 高い物を買う	詰め替え 商品を買う		
独立変数	家族類型(Ft3)	6.3272	8.9363	0.3681	5.2211	9.8758*	5.5009	14.5022**	6.8995

表6 家族類型(Ft3)と普段のエコ行動  
(詰め替え商品を購入する)

家族類型(Ft3)	詰め替え商品を購入する			計	単位(%)
	いつも行う	たまに行う	全く行わない		
上世代同居世帯	57.7	28.9	13.5	100.0 (52人)	
同世代同居世帯	63.0	33.1	3.9	100.0 (127人)	
下世代同居世帯	68.5	29.8	1.7	100.0 (180人)	
全体	65.0	30.8	4.2	100.0 (359人)	

$\chi^2_{(2)}=14.50$  p=0.0059

表7 家族類型(Ft3)と普段のエコ行動  
(外出時、公共交通機関を使う)

家族類型(Ft3)	外出時、公共交通機関を使う			計	単位(%)
	いつも行う	たまに行う	全く行わない		
上世代同居世帯	48.1	23.1	28.9	100.0 (52人)	
同世代同居世帯	48.8	29.1	22.1	100.0 (127人)	
下世代同居世帯	36.1	41.7	22.2	100.0 (180人)	
全体	42.3	34.5	23.1	100.0 (359人)	

$\chi^2_{(2)}=9.88$  p=0.0426

表6の「詰め替え商品を購入する」と表7「外出時、公共交通機関を使う」は、世帯と普段のエコ行動に統計的に有意な差があるという結果になった。普段のエコ行動 Q5\_a～Q5\_i (Q5\_cを除外)の8項目のうち2項目のみ統計的に有意な差がみられた。

表6の「詰め替え商品を購入する」というエコ行動では「上世代同居世帯」(57.7%)より「下世代同居世帯」(68.5%)のほうがよく行う。それに対して、表7の「外出時、公共交通機関を使う」というエコ行動では反対の結果がみられた。「下世代同居世帯」(36.1%)より「上世代同居世帯」(48.1%)のほうがよく行う。つまり、「自分より上の世代と同居している人ほどエコ行動をしている」という仮説IIは、「外出時、公共交通機関を使う」というエコ行動の場合、支持された。

私の考えである「上世代同居世代」がいることによってエコ行動をすると思っていたが、自分より上の世代の人が一緒に住んでいることに安心し、頼るという考え方の方が強かったのだと思う。それによって、エコ行動を積極的に行う必要もなかった為、「上世代同居世帯」がいるほどエコ行動をしていない結果となったのだと考える。

## 2. 6 考察

以上、仮説Iと仮説IIは一部のエコ行動について検証された。私自身の考えは家族がいるからこそ、一人で行うよりも分担することによって、効率も時間も短縮にすることができると思っていたが、普段のエコ行動を行うさい、家族で協力するよりも、家族内の一人、一人がエコ行動を普段から行うことによって成り立っていた。自分より上の世代がいるからといって、家族から言われてエコ行動を行うわけではなく、一緒にエコ行動を行っていくことで、自然と生活の一部としてエコ行動をしているのではないかと改めて思った。

### <引用・参考文献>

飯田 哲也, 1986, 『都市化と家族の社会学』, ミネルヴァ書房

# 補論：生活様式と環境問題

本多敏明

## 1. 補論の目的

本稿では、2008年と2009年の二時点のデータを統合し（統合可能な質問項目に限ってであるが）、主に性別・年齢という最も基本的な属性に基づいた分析結果を報告する。2008年と2009年の全23人の学生によるそれぞれの分析から得られた知見を建物の「本体」とするならば、本稿の基礎的分析結果はその「土台」の役割を果たすものと考えられる。

## 2. 調査の概要

### (1) 調査方法（実施時期）

2008年調査：郵送調査法（2008年10月1日（水）～10月21日（火））

2009年調査：郵送調査法（2009年9月4日（金）～9月25日（金））

### (2) 調査対象者

#### ①母集団

2008年調査：千葉市 中央区・若葉区・緑区 在住の20～69歳の男女314,014人

2009年調査：千葉市 花見川区・稲毛区・美浜区在住の20～69歳の男女339,755人

#### ②対象者の選定

2008年調査：確率比例抽出法によって1,000（中央440・若葉320・緑240）人を抽出

2009年調査：確率比例抽出法によって1,400（花見川520・稲毛440・美浜440）人を抽出

#### ③回収率

表1 2008年調査と2009年調査の回収率

	回収率	回収数／発送数
2008年 (中央・若葉・緑)	25.8%	258/1000名
2009年 (花見川・稲毛・美浜)	26.1%	366/1400名
合計	26.0%	624/2400名

両調査とも回収率は、約26%であった（表1）。区ごとの回答者数（回収率）は、母集団と回答者とでは、居住区の構成割合に多少の違いがみられる一方で（表2）、年齢による差が顕著であった（表3）。母集団の割合に比べて20～30歳代の回答者数が少ないのに対して、50～60歳代では5～10ポイント多かった。

表2 区ごとの回答者数  
(本調査回答者)

	度数(人)	(参考)千葉市の区ごと の20～69歳人口			
		相対度数 (%)	度数(人)	相対度数 (%)	
2008年 調査	中央区	111	18.1	136,118	20.7
	若葉区	76	19.8	102,145	15.5
	緑区	67	17.6	80,654	12.2
2009年 調査	花見川区	121	12.4	125,265	19.0
	稲毛区	108	21.2	108,144	16.4
	美浜区	130	10.9	106,385	16.2
合計		613	100.0	658,711	100.0
欠損値の度数=11		※2009年3月31日現在の人口			

表3 年齢(10歳)ごとの回答者数  
(本調査回答者)

	度数(人)	(参考)千葉市の年齢 (10歳)ごとの人口		
		相対度数 (%)	度数(人)	相対度数 (%)
20歳代	59	9.6	111,028	16.9
30歳代	107	17.4	159,303	24.2
40歳代	129	21.0	136,500	20.7
50歳代	138	22.6	115,324	17.5
60歳代	182	29.6	136,556	20.7
合計	615	100.0	658,711	100.0
欠損値の度数=9		※2009年3月31日現在の人口		

### (3) 電話・メールでの問い合わせ

2年間の調査を通じて、電話での問い合わせが約20件、メールでの問い合わせが2件であった（全サンプル数〔2400名〕の約1%）。

問い合わせ内容は、「質問の意味を詳しく尋ねる」内容が1件、「対象者本人が入院中で答えられないが別の家族が答えるてもよいか」という内容1件の他は、ほぼ「どこでわたしの（家族の）氏名と住所と年齢を調べたのか」という「個人情報保護」をめぐるものであった。そうした方々に対しては「千葉市の各区役所で所定の手続を踏まえ学術調査として認められた上で、住民基本台帳を閲覧させていただいた」旨をお伝えしている。それで納得していただける方もいるが、なかには「自らの個人情報を役場が勝手に第三者に閲覧させた」と解して激昂される方もいらっしゃるのが現状である。

### 3. 分析項目

本稿で分析する項目は、表4のとおりである。2008年調査と2009年調査に共通する質問項目のみの分析に限定される（質問文のワーディングが（ほぼ）同じ質問項目のみ）。

表4 分析項目一覧

分析項目	質問内容（※質問番号は2009年調査のもの）	分析項目	質問内容（※質問番号は2009年調査のもの）
1 性別と年齢	Q2 性別 Q3 年齢	4 環境問題理解度（意識）（つづき）	Q4_f エコバッグがなぜ「エコ」か Q4_h 地球温暖化のしくみ
2 世帯構成	Q35 同居している者		Q5_a 直せば使える物を修理・補修して使う Q5_b 過剰包装を断る Q5_e 水を出しつぶなしにしない Q5_f 外出には自転車、公共交通機関を使う Q5_h 詰め替え用品を購入する
3 地域活動への参加頻度	Q28_a 環境保全（ごみ拾いなど） Q28_b 地域行事（お祭など） Q28_c 教育・文化（子供会など） Q28_d 防犯・防災（パトロールなど） Q28_e 自治会運営（自治会役員など） Q28_f 高齢者・障がい者支援（家事援助など）	5 エコ行動（行動）	Q8 エコバッグを使用する頻度 Q11_a 必要な物だけ購入する
4 環境問題理解度（意識）	Q4_a 「3R」の意味 Q4_b チームマイナス6%	6 世帯の年収	Q36 世帯の年収

### 4. 集計プラン

- ①性別と年代によるグループ分け
- ②性別・年代×世帯構成
- ③性別・年代×年収
- ④性別・年代×地域活動への参加頻度
- ⑤性別・年代×環境問題理解度
- ⑥性別・年代×エコ行動

### 5. 分析

#### 5.1 性別と年代によるグループ分け

環境問題に対する意識や行動に関して「性別による差」および「年代による差」がきわめて大きいことが予想される。しかしながら、性差のみあるいは年代差のみによる分析だけでは明快な結果が得られることは少ない。したがって、本稿では性別（男と女）と年代（45歳以下と46歳以上）の4グループに基づく分析を行う（以下、「性別・年代」と記す）。

環境問題に対する意識や行動に関して「性別による差」が大きいのは、例えば毎日の食料品の買い物、洗濯や食器洗いなど家事に携わることの多い女性の方が、多かれ少なかれ環境問題にまつわる大小さまざまな「判断」を迫られる立場にあるためだと考えられる。また「年代による差」が現れるのは、物が乏しかった戦後の時代を経験してきた世代と、「大量生産・大量消費」の時代に育ってきた世代との間では、食べ物や様々な商品など物一般に対する基本的な態度が異なる（ことが十分に予想される）からである。

本稿では特に「年代による差」に関して、（乱暴な分類であるが）1964年以前生まれ（現在46歳以上）と1965年以後生まれ（現在45歳以下）の2つに分類する。「1964年」を境界線とした理由は、今回の調査対象者（20歳から69歳）の出生年（1939年から1989年）のちょうど真ん中にあたるという理由だけではない。日本の歴史を振り返ると、「1964（昭和39）年」は、高度経済成長がピークに差し掛かる時期である。1960年に池田内閣が「所得倍増計画」を発表した後に日本は「大量生産・大量消費」の時代に入る。1964年10月の「東京オリンピック開催」に伴って「カラー・テレビ」が爆発的に売れ、「クーラー」「自動車」とともに「3C」と呼ばれ、当時の日本では「豊かさの象徴」となった。また1964年には日本初の新幹線が開通し、首都圏では大型団地の造成が進み都市化が進んだ時期でもある。その陰でまだ社会的に問題視されないながらも、「四大公害」をはじめ首都圏の京浜・京葉工業地帯で環境汚染が進行していた。このように生まれながらにして「豊かな日本」の空気のなかで育った世代（20歳から45歳）と、それ以前に生まれた世代（46歳から70歳）では、生活様式および環境問題に対する意識や行動に差がみられるのではないか。

この「年代（46歳以上・45歳以下）」と「性別（男性・女性）」をかけあわせて、①「男性・46歳over」、②「女性・46歳over」、③「男性・under45歳」、④「女性・under45歳」の4グループに分類した（表5）。

表5 性別・年代

	度数(人)	相対度数(%)
男性・46歳over	150	24.4
女性・46歳over	233	37.9
男性・under45歳	80	13.0
女性・under45歳	152	24.7
全体	615	100.0
欠損値=9		

## 5. 2 性別・年代×世帯構成

表6 世帯構成(3分類)

	度数(人)	相対度数(%)
上世代と同居世帯	286	46.4
同世代のみ世帯	226	36.6
下世代と同居世帯	105	17.0
全体	617	100.0
	欠損値=7	

表7 性別・年代と世帯構成(3分類)

性別・年代	世帯の年収			計
	上世代と同居世帯	同世代のみ世帯	下世代と同居世帯	
男性・ 46歳over	43.9	43.9	12.2	100.0 (148人)
女性・ 46歳over	51.7	40.4	7.8	100.0 (230人)
男性・ under45歳	30.0	37.5	32.5	100.0 (80人)
女性・ under45歳	51.3	22.0	26.7	100.0 (150人)
全体	46.9	36.3	16.8	100.0 (608人)

世帯構成を、回答者本人と他の家族員との世代の差に着目して次の3グループに分けた。ひとつめは、回答者本人よりも上の世代（親や祖父母）と同居している「上世代と同居世帯」。二つめは、回答者本人と配偶者のみの「同世代のみ世帯」（一人暮らし世帯、兄弟姉妹のみ同居の世帯を含む）。三つめは、回答者本人が世帯の中で最も上の世代（本人が親や祖父母にあたる）かつ下の世代（子や孫）と同居している「下世代と同居世帯」（表6）。そのうえで、「性別・年代」と世帯構成（表6の3分類）とのクロス集計を行った（表7）。その結果、（当然の結果であるが）「46歳over」の男女ともに「下世代と同居世帯」が少なかった。それに対して「under45歳」では、「男性」ではほぼ均等（約3割ずつ）に分かれている一方で、「女性」は過半数（51.3%）が「上世代と同居世帯」（親や祖父母がいる世帯）となっている。

## 5. 3 性別・年代×年収

表8 年収(3分類)

	度数(人)	相対度数(%)
300万円未満	111	18.5
300～700万円未満	259	43.2
700万円以上	230	38.3
全体	600	100.0
欠損値=24		

表9 性別・年代と年収(3分類)

性別・年代	世帯の年収			計
	300万円未満	300～700万円未満	700万円以上	
男性・ 46歳over	17.9	44.8	37.2	100.0 (145人)
女性・ 46歳over	23.9	38.3	37.8	100.0 (222人)
男性・ under45歳	10.1	45.6	44.3	100.0 (79人)
女性・ under45歳	14.5	46.2	39.3	100.0 (145人)
全体	18.3	42.8	38.9	100.0 (591人)

$\chi^2(6)=10.3244$  p=0.1116

世帯の年収を「300万円未満」、「300万円以上700万円未満」、「700万円以上」の3グループに分けた（表8）。表9は性別・年代と年収のクロス集計結果である（統計的有意差はない）。

「under45歳」は男女とも顕著な差はみられない。「46歳over」には、勤続年数が長く比較的高給の人と、定年退職を迎えた（ゆえに無給で年金生活の）人が混合しているため、「46歳over」の特徴を言い表すことはやや難しい。

## 5. 4 性別・年代×地域活動への参加頻度

### (1) 地域活動への参加頻度の単純集計結果

地域活動への参加頻度を調べるために、Q28のa～fの6項目を用いた（表10）（a～fに「非該当」が含まれ集計から除外したため項目ごとに回答者数のバラツキがある）。

表10 地域活動への参加頻度の単純集計結果

（単位 %）

Q28 地域活動への参加頻度	いつも	よく	あまり	全く	計
	している	している	していない	していない	
Q28_a 環境保全(ごみ拾い、掃除当番など)	23.7	25.6	29.0	21.7	100.0 (442人)
Q28_b 地域行事(お祭、バザーなど)	10.6	20.8	40.3	28.3	100.0 (491人)
Q28_c 教育・文化(子供会、バザーなど)	6.0	16.9	35.4	41.7	100.0 (415人)
Q28_d 防犯・防災(避難訓練、パトロールなど)	5.1	16.7	39.0	39.2	100.0 (449人)
Q28_e 自治会運営(自治会役員、会合に参加など)	9.8	20.2	35.4	34.6	100.0 (460人)
Q28_f 高齢者・障がい者支援(家事援助、交流会など)	2.4	7.3	32.8	57.5	100.0 (381人)

### (2) 因子分析

因子分析の結果、「地域の基盤整備」、「地域内の交流」という2因子が抽出された（表11）。因子1は因子負荷量0.4以上項目（a、e、f、d）の内容から「地域の基盤整備」と名付けた。同様に、因子2（c、b、d）は「地域内の交流」と名付けた。

表11 地域活動への参加頻度の因子分析結果

項目	質問内容	factor1	factor2
		地域の基盤整備	地域内の交流
Q28_a 環境保全(ごみ拾い、掃除当番など)		0.80 *	0.17
Q28_e 自治会運営(自治会役員、会合に参加など)		0.77 *	0.37
Q28_f 高齢者・障がい者支援(家事援助、交流会など)		0.70 *	0.25
Q28_c 教育・文化(子供会、バザーなど)		0.21	0.89 *
Q28_b 地域行事(お祭、バザーなど)		0.29	0.84 *
Q28_d 防犯・防災(避難訓練、パトロールなど)		0.53 *	0.63 *

### (3) 分散分析（平均値の比較）

因子ごとに、性別・年代と地域活動参加頻度の関連を調べるために分散分析を行った。

「地域の基盤整備」活動に最も参加しているのは「女性・46歳over」であり、次に「男性・46歳over」が続いた（表12）。つまり、「年長者」ほど「地域の基盤整備」活動に参加している。それに対して、「年少」者は、女性も男性も参加頻度が低かった。「地域内の交流」活動に最も参加しているのは、「女性・under45歳」であった（表13。ただし統計的に有意な差はない）。「地域の基盤整備」活動に参加しているのが「46歳over」

であった（表12）のとは異なる結果である。「女性・under45歳」が多い理由は、表11にみられるように「地域内の交流」活動の内容が運動会、子供会、バザーなど、乳幼児や就学児童といった子育てを行っている「女性・under45歳」に関連する活動であるからだと考えられる。

### 5.5 性別・年代×環境問題理解度の $\chi^2$ 検定

性別・年代とのクロス集計の結果、以下でみるように、統計的に有意な差が、「年代」別に強く現れる項目と、「性別」に強く現れる項目に分かれる（以下、 $\chi^2$ 検定結果を図で示す）。

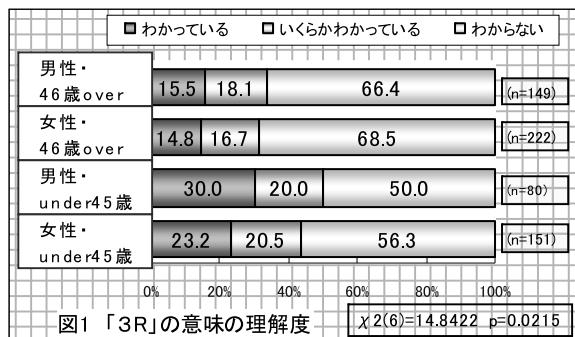


図1 「3R」の意味の理解度

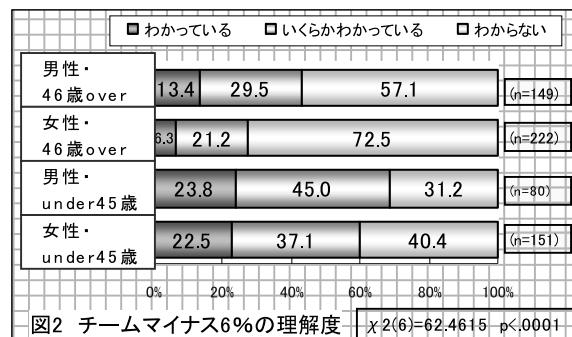


図2 チームマイナス6%の理解度

「3R」の意味（図1）およびチームマイナス6%（図2）の理解度に関しては、「年代」別に統計的に有意な差がみられた。「under45歳」の方が理解度が高いという結果であった。

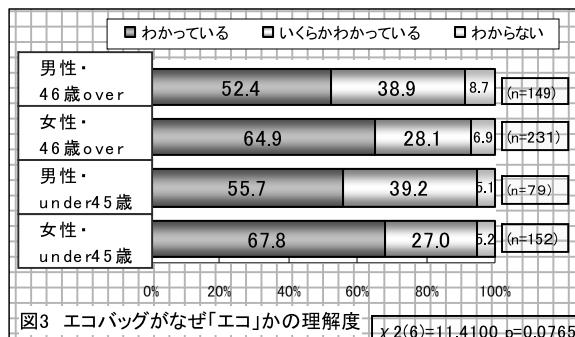


図3 エコバッグがなぜ「エコ」かの理解度

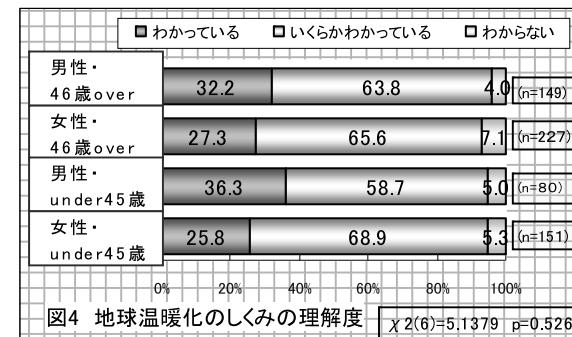
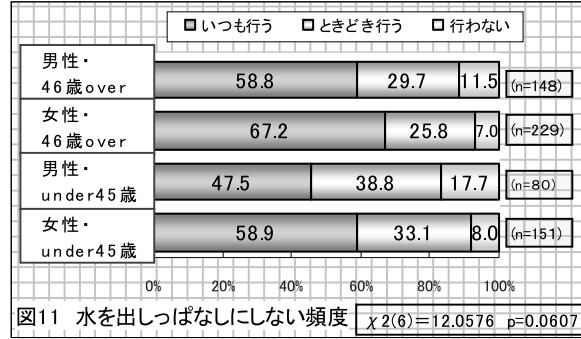
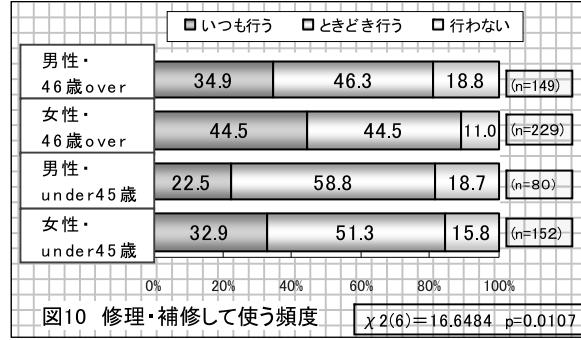
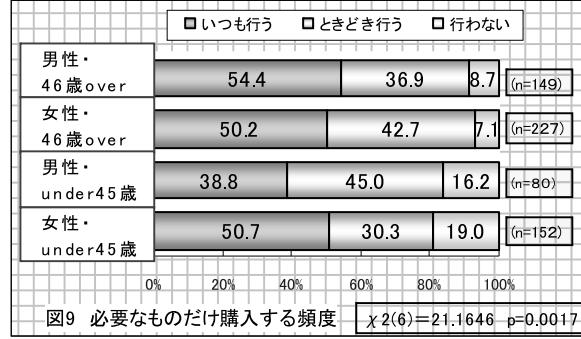
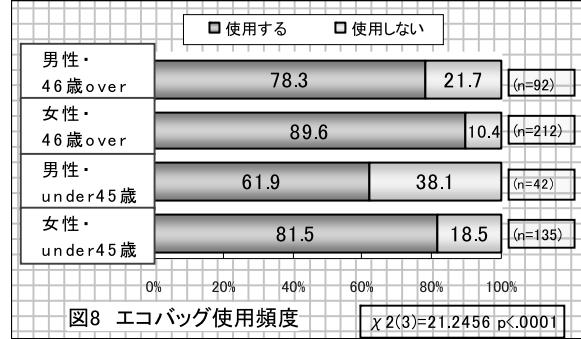
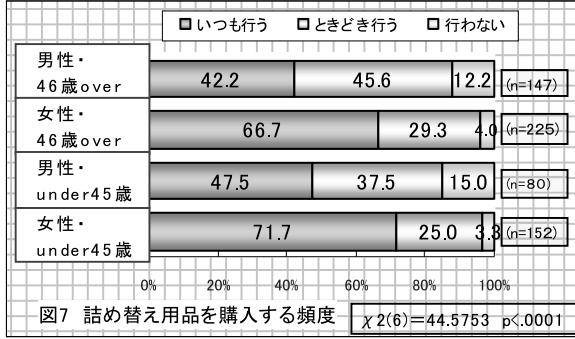
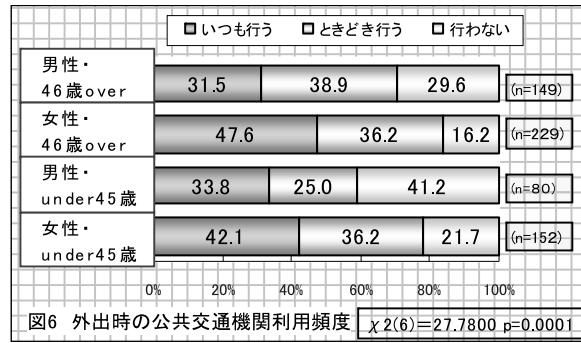
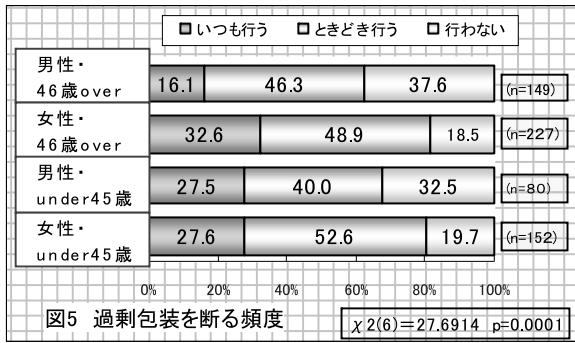


図4 地球温暖化のしくみの理解度

しかしながら、エコバッグがなぜ「エコ」か（図3）の理解度に関しては、「年代」別ではなく、（統計的に有意な差とまではいかないものの）「性別」に差がみられる傾向にある。エコバッグに関しては、「女性」の方が「わかっている」割合が高い（ただし統計的に有意な差はない）。温暖化のしくみの理解度（図4）に関しては、すべてのグループで「わかっている」「いくらかわかっている」に9割以上の人びとが偏ったため統計的に有意な差がみられなかった。

## 5. 6 性別・年代とエコ行動の $\chi^2$ 検定

エコ行動を測る7項目に関しては、6項目で統計的に有意な差がみられた（図5～図10）。



以上の4項目（図5～図8）との間には、「性別」に統計的に有意な差がみられた。「女性」の方が「男性」よりも、エコ行動を行っている。

それに対して、「Q11\_a 必要な物だけ購入する」に関しては（図9）、「年代」別に統計的に有意な差がみられた。「46歳 over」の方が「under45歳」よりも、必要な物だけを購入している。

この他に、「性別」と「年代」の双方が影響している項目があった。「Q5\_a 直せば使える物を修理・補修して使う」に関して（図10）、「女性・46歳 over」者だけが「行わない」割合が低かった（11.0%）。

以上の6つの項目との間に統計的に有意な差がみられたが、唯一、5%水準での統計的に有意な差がみられなかつたのは「Q5\_e 水を出しつばなしにしない」（図11）であった。「男性・under45歳」で「行わない」割合が高い（17.7%）ことが特徴的であるものの、統計的に有意な差はみられなかつた。

## 6. まとめ

以上の分析のまとめとして、地域活動への参加頻度、環境問題の理解度、エコ行動の全 12 項目それを性別・年代別にプロットした（図 12。あくまでもイメージ図である）。

例えば、図 12 の上部（年長）にある項目ほど、「46 歳 over」世代があてはまる項目であることを意味している。「女性」にあてはまる項目が多いため、比較的、図の右側（女性側）に多くの項目が分布している。

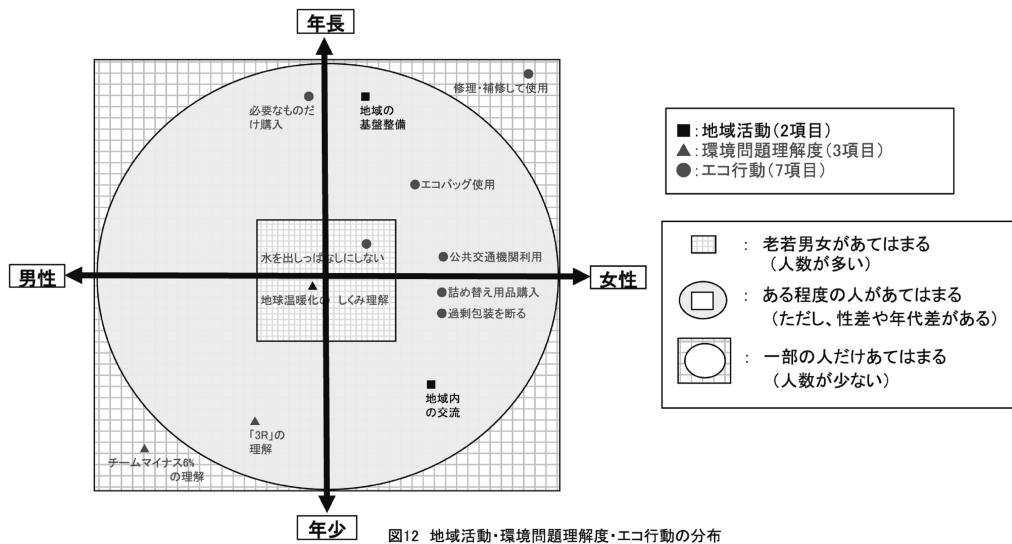


図12 地域活動・環境問題理解度・エコ行動の分布

全 12 項目を 3 つのグループにわけて結果を述べる。

①（原点付近の青色格子柄の小さな正方形に含まれる項目）この 2 項目は、老若男女ほぼすべての人びとがあてはまる。ゆえに、この 2 項目は老若男女を問わずほとんどすべての人が理解・実行している、いわば「日本人の生活様式に浸透している項目」といえるだろう。

②（その周りを囲む肌色無地の円に含まれる項目）この 8 項目は、ある程度の人びとがあてはまる。性別あるいは年代別に偏りがみられ、①の 2 項目よりも、あてはまる人びとが比較的小ない。例えば「詰め替え用品購入」や「過剰包装を断る」ことは、「女性」の生活様式にはあてはまるが、「男性」にはあまりあてはまらない。また、年代別で偏りがみられる項目もある。「地域の基盤整備」や「必要なものだけ購入」は「46 歳 over」世代の生活様式にはあてはまるが、「under45 歳」世代にはあまりあてはまらない。それに対して、図 12 の下方の『3R』の理解が「under45 歳」世代にあてはまるのは、いわゆる環境教育が成果をあげていることを意味するだろう。②に含まれる 8 項目が、今後多くの人びとの生活様式に浸透していくければ、図の原点へ向けて移動していくことになる。

さらに、③（最も外側の白黒格子柄の大きな正方形に含まれる項目）この 2 項目は、性も年代も双方が影響しており、一部の人だけがあてはまる。つまり、誰もがあてはまるわけではなく、人数が少ない項目であることを意味している。特に「女性・46 歳 over」にとってのみあてはまる「修理・補修して使用」は、今後の時代の流れのなかで（現在の「under45 歳」世代が「46 歳 over」世代に移行するのに応じて）実行する人が遞減していく可能性が高い。

以上、2 年にわたって行われた「生活様式と環境問題」調査の基礎的分析結果の報告したい。より細部にわたるテーマの分析結果は本報告書の第 4 章から第 9 章、ならびに『フィールドワーク報告書 第 6 号』の第 4 章から第 9 章を参照いただきたい。

<参考文献・参考ホームページ>

淑徳大学総合福祉学部, 2009『フィールドワーク報告書 第 6 号』(<http://www.shukutoku.ac.jp/sougou/shakai/h20fieldwork6.2010.3.1.pdf>) .

長谷川公一, 2008「調査倫理と住民基本台帳閲覧問題」社会調査士資格認定機構『社会と調査』創刊号, 有斐閣, 23-38 頁.

千葉市, 「千葉市の統計情報」(<http://www.city.chiba.jp/kikakuchosei/tokei/top.html>, 2010.3.1) .

## あとがき

この「フィールドワークⅠ・Ⅱ」で実施した調査は、学生たちにとってみれば、初めて一般市民を対象とした調査であり、学生だからという一切の甘えが許されないなかで初めて実施した調査である。

はしがきにも書かれているとおり、この「フィールドワークⅠ・Ⅱ」は、調査の企画から始まり、仮説の検討、それに基づいた調査票の設計、実査、その結果を統計解析によって仮説検証し、報告書としてまとめるという社会調査に必要な一連の作業に、教員・助手・TAの支援のもとで、学生たちが取り組む科目である。学生たちは、時にグループの力で、時に一人の力で一連の過程を力強く歩んでくれた。

ところで、本科目は、本学における「淑徳大学社会調査士資格」を取得するための科目として2003(平成15)年度に開講された。その後、同年11月に日本教育社会学会、日本行動計量学会および日本社会学会によって任意団体である「社会調査士認定機構」(2008年12月に「一般社団法人 社会調査協会」に改組)が発足し、「社会調査士資格」の認定が始まり、「フィールドワークⅠ・Ⅱ」という科目は、「社会調査士資格」の認定に必要な科目としても位置づけられるようになった。

この「淑徳大学社会調査士資格」ならびに「社会調査士資格」という2つの資格を取得するためには、学生たちはこの「フィールドワークⅠ・Ⅱ」の科目単位を取得するだけではなく、1、2年次からの積み重ねが必要であった。1、2年次において、社会調査の基本的事項に関する科目(本学では「社会調査論」)、調査設計と実施方法に関する科目(本学では「社会調査演習Ⅰ」)、基本的な資料とデータの分析に関する科目(本学では「統計解析法」「社会調査演習Ⅱ」)、社会調査に必要な統計学に関する科目(本学では「社会統計学」)の単位を取得し、そのうえで3年次において、量的データ解析の方法に関する科目(本学では「応用統計解析」—前期開講科目)、社会調査の実習を中心とする科目(本学では「フィールドワークⅠ・Ⅱ」—通年開講科目)の単位を取得しなければならない。

したがって、本報告書に至る道程は、—大げさかもしれないが—すでに1、2年次から始まっていたということができる、学生たちは大学入学当初から数えて約3年の歳月のうえで本報告書を書き上げるに至っている。3年をかけて積み重ねてきたという道のりを改めて思えば、学生たちは本当に頭が下がる。助手・TAというわれわれ2人の立場からすれば、学生たちは、一つ一つのことを積み重ねていくことができる力が自分にはしっかりと備わっているのだということに気づき、自信にしていってほしい。

本報告書の作成にあたっては、一般市民である調査対象者をはじめ、さまざまな方々の理解を得られてこそ可能だったことはいうまでもない。末筆ながら、調査を実施させていただくにあたって、本調査にご協力いただいた千葉市各区役所の市民課の皆様、住民基本台帳より選出させていただいた市民の皆様、またインタビューに応じてくださった皆様各位に、心より感謝を申し上げたい。

平成22年3月

社会調査助手 本多 敏明  
教育助手補 庄司 壮



# 事例調査



## 4章・1 規範的な行動と資源の節約

A72040 我妻麻美

### 1. テーマ

規範的な行動とごみの分別知識について

### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市美浜区に住む 40 代女性

既婚。夫・息子・娘と住んでいる。パートタイマーとして働いている。

### 3. 調査日時・場所

2009年6月2日に対象者の自宅にて18時～19時の約1時間行った。

### 4. 調査方法

自由面接法

### 5. 知見・考察

規範的な行動については半年に限っての行動を尋ね、体験談や世間一般的な印象を尋ねた。対象者は規範的な行動を当たり前だと思って日々している。電車やバスなど公共の乗り物で、お年寄りや妊婦など長時間立つのが辛そうな人に席を譲ったことはあるが、お年寄りの方は席を譲っても断られることがあり、見極めをするのが難しいそうだ。断られたので次からは声をかけないということではなく、他人を思いやる気持ちは変わらないとも言っていた。世間一般的な印象については、若者が席を譲っている姿を見てひどく感心したらしい。それに対して寝ているのか寝たふりをしているのか、席を譲らない人を見ると残念に思うとも言っていた。他にはドアを開けた時、次に入ってる人の為にドアを開けているそうだ。エレベーターでは、ドアを開けている人が誰もいなかったために挟まったことがあり、危険な目にあったと言っていた。どちらも人数が少なければ進んで行動する人が増えるに違いないが、大人数がいるからこそ他人事になってしまうのではないか。相手を思いやる気持ちと主体性が求められるはずだ。

次にごみの分別知識にはわりと自信があるということで、千葉市で可燃ごみとして出せると思うものについて8つの項目を尋ねた。乾電池、生ごみ、卵パック、傘、貝殻、フロッピーディスク、スプレー缶、シャンプーのボトルを可燃ごみとして出せると思うかを尋ね、対象者が唯一間違えたのは貝殻であった。ごみの分別をする際には、まずごみの素材で可燃か不燃かを考えて、不燃か有害かを考える。分からぬものがあつたら、千葉市が発行しているごみ分別の紙をもとに、きちんと分別するように心がけているそうだ。対象者が住んでいるマンションは環境への関心が高く、ごみの分別が細かく分かれていますリサイクルにも積極的だ。

対象者がごみの分別知識に自信があるのは、住んでいる環境にも影響があるようだ。

ごみの分別はもちろん大事だが、ごみを減らす努力も必要である。エコバッグを持ち歩き、なるべくレジ袋をもらわないようにしたり、過剰包装は断るようにしているそうだ。他にも詰め替え用品を購入することで、ごみを減らす努力をしているそうだ。メディアによって環境問題への取り組みが発信され、関心が高まっていることは確かである。ただ情報を持っていても取り組む人は限られているようにも思う。他人事ではなく、自分自身のことだと受け止めて行動に移すことが大切だ。

—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*

## 4章・2 地域活動の参加とごみ出しルールの把握

A72108 品田裕太

### 1. テーマ

地域との関わりとごみ出しルールの把握という二つの事柄に関連があるのか考えていきたい。

### 2. 調査対象者のプロフィール

緑区在住の40歳の女性。既婚。ご主人・娘さんと住んでいる。専業主婦。

### 3. 調査日時・場所

2009年6月6日（土）・千葉市緑区の対象者の自宅

### 4. 調査の方法

自由面接法

### 5. 知見・考察

仮説では一人暮らしの人を対象にしているが、今回は家族と暮らしている対象者にごみの出し方について話をうかがってみた。

対象者は、主にごみ出しを担っているのは自分であるが、5歳になる娘さんがいて、朝は少しバタバタしてしまうことがある。あまり余裕がないと感じた時はご主人に頼むそうだ。

ごみの分別は出来る限り行っている。ごみの分別のルールはすべて把握できているかを尋ねると、すべては把握しきれていないので、ごみの分別の一覧表を確認している。一覧表は千葉市役所のホームページに掲載されているものを印刷して確認するようにしている。

次にごみの分別の内容についてうかがった。いくつか物の名前を出し、それが可燃ごみ、不燃ごみ、資源ごみのどれにあてはまるかという形でうかがった。提示した物は、CDケース、Tシャツ、フリース、はがき、シャンプーのボトル、サンダル、スプーン、ビデオテープ、ペットボトルの9種類である。対象者は、

迷う時もあったが、すべて正解した。

この中で、はがきに関して、個人情報の流出のおそれがあるため、シュレッダーにかけて細かくして、本来は資源ごみで出すものだが、可燃ごみとして出していると話してくださった。

ごみを出す収集日と時間帯も把握しており、ごみを出す収集日と時間帯についてはなるべく守るようにしている。どうしても間に合わない場合は、収集車が来る時間の間にごみを出すようにしているという。しかし、近所の目もあるため、できるだけ収集車が来るような時間にはごみを出さないようにしていると話してくださった。

この調査を通して、自分が適当にごみ出しやごみの分別を行っていると自分だけでなく家族全体が「ごみ出しを適当にやっている」という目でまわりから見られてしまうこともあり、ごみ出しやごみの分別をルールを守っている可能性もあるのではないかと思った。一人暮らしではなくても、ごみの出し方のルールを把握している主婦の方がいるという事例がわかった。

—————

## 5章・1 政府の環境政策理解度の規定要因

A72036 平川桃子

### 1. テーマ

普段の生活で行っているエコ行動と意識について

### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市在住の、40代女性。夫(40代)と長男・長女(ともに高校生)の4人暮らし。パートタイマー。

### 3. 調査日時

2009年6月2日

### 4. 知見・考察

「家庭で行っている省エネ行動を教えてください」と質問してみたところ、家庭菜園をしているので、調理過程で出た生ごみは捨てずに肥料にしている、太陽光発電(ソーラー)を使用して、お風呂の湯に利用している、不要になったもの(洋服・本・CDなど)はリサイクルショップに持っていく、洗剤やシャンプーは詰め替え商品を使用するようにしている、買い物には、エコバッグを使用している(ポイントが貯まると割引になるので)、ペットボトルのリサイクルなどが挙げられた。

また、対象者のパート勤務先でも、再生紙の使用(両面印刷)・蛍光灯の数の削減(2つ使用していたが今は1つに)・冷暖房の温度調節(暖房は20℃、冷房は28℃)・廃棄物の削減(商品の値下げをして売れ残りを少なくする)・マイバッグの増進(レジ袋削減)といっ

たエコ活動をしているので、対象者自身もエコ活動・省エネ行動に関心が高いようだ。

政府の省エネ対策については、エコポイント・エコカー減税などのおおまかな内容はテレビや新聞、雑誌などといったメディアでよく耳にするため知っているが、詳しい内容はわからないようだ。政府の省エネ政策を聞いて、家電製品や車を買い替えたいとは思うが、まだ使えるものばかりなので、今は特に変えるつもりはないそうだ。しかもしも、買い替えが必要になった場合は、省エネ製品・エコカーを検討したいようだ。冷暖房の温度調節については、時々意識して暖房は20℃、冷房は28℃にしているときもあるが、ほとんどは特に気にせず冷暖房機を使用しているようだ。冷暖房の効率性を上げるために、暖房を使用するときはカーテン・断熱材を使用し部屋を暖めやすくし、冷房を使用するときは温度を高めに設定し、カーテン・扇風機を使用して部屋が涼しくなるようにしているようだ。フィルターの掃除は、時々気づいたときに掃除する程度で、あまり積極的には行っていないようだ。人のいない部屋の照明はこまめに消灯するようにしていて、なるべく家族みんなが同じ部屋で過ごすようにしていて、テレビやエアコン、照明などの電気代を節約しているようだ。テレビをつけたまま、他のことをしないようにと心がけてはいるが、朝などの忙しいときはテレビをつけたまま料理や洗濯などの家事をしてしまうが、普段は、テレビをつけたまま他のことをしないように意識しているようだ。冷蔵庫にはものを詰め込みすぎないようにしていて、一週間の献立を立ててから計画的に買い物をするようにしているので、つい食品を買いすぎてしまったり、無駄なものを買うこともないようだ。冷蔵庫のドアの開け閉めはなるべく短い時間で行っていて、ドアの開け閉めの回数もなるべく減らすようにしているようだ。洗濯するときは、家族全員の分をまとめて洗うようにしていて、節水を心がけているようだ。

今回の調査を通して、省エネに関する意識や行動は、テレビや新聞、雑誌、インターネットなどからの情報だけでなく、職場からの影響もあることがわかった。また、「政府の省エネ対策に関する理解度とエコ行動を行っている」という仮説も少し検証できたのではないだろうか。今まで自分の知らなかつた省エネ行動やエコ活動などが聞けて良かった。

—————

## 5章・2 環境問題に関する理解度とエコ行動

A72113 花澤千尋

### 1. テーマ

エコバッグ使用者はイベントやポイント制度が目当てで使用しているのではないかと考え、「エコバッグを

使っていない人は、エコバッグ以外の様々なエコ行動をしている」という仮説の元でインタビューを行った。

## 2. 調査対象者のプロフィール

①千葉市中央区に住む24歳の男性（Aさん）

現在は1人暮らし。エコバッグ使用者。

②千葉市中央区に住む21歳の男性（Bさん）

現在は1人暮らし。レジ袋使用者。

## 3. 調査日時・場所

①2009年5月29日（金）・淑徳大学内

②2009年5月27日（水）・淑徳大学内

## 4. 調査方法

自由面接法

## 5. 知見・考察

今回はエコバッグを使用しているAさん、使用していないBさんの2人に話を伺った。Aさんがエコバッグを使用するきっかけとしては、ポイント制度などではなく、レジ袋がたまってしまって困っていたためだそうだ。そしてBさんは、以前エコバッグを使用していたことがあるそうだが、そのときはポイント目当てだったそうだ。しかし近所のスーパーのポイント制が見直され、メリットが少なくなったため、レジ袋を使用することにしたそうだ。

以下の2人に、「普段できるエコ行動」ということで節電、節水からゴミの分別などの普段の生活で手軽にできるエコ行動を聞いてみた。Aさん、Bさんともに1人暮らしの男性ということで生活状況は非常に似ており、2人の行っているエコ行動を比べるにはなかなか最適な条件であったと考えられた。結果として、2人が行っているエコ行動に大差はなく、2人とも普段できるエコ行動の大半は行っているということだった。

この結果から考えられることとして、エコバッグを使用する理由はポイント制度などの個人的な利益だけではなく、エコバッグの頑丈さ、レジ袋をゴミとして出さない工夫、もらったものだから、などの様々な理由があり、ポイント制度などは使用するとき「あつたらやってみようかな」程度の理由の1つなのである。確かに、以前のBさんのようにポイント目当てだけで使用している人もいるだろうが、それはエコバッグを使用する人の一部に過ぎないのだと考えられる。また、普段にできるエコ行動は、エコバッグの使用とはあまり関連性がないと考えられる。今回2人に質問した「普段できるエコ行動」は、部屋割りの関係で出来ない（風呂の水を洗濯に使う）こともあり、そのようなエコ行動とエコバッグなどの「買い物に行く際のエコ」とはまた別に考えなければいけないエコ行動だと考えられた。

以上、今回行った事例調査ではエコバッグと「普段できるエコ行動」との関連性は見られない結果となつたがこの調査を元に、エコバッグと「普段出来るエコ行動」を別に考えることと、エコ行動を図る別の何かを考えることがわかった。

— \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \*

## 6章・1 流行・メディアとの接触と環境問題に関する理解度

A72091 武林美由紀

### 1. テーマ

昨今、私たちの生活は“エコ”という言葉であふれ、マイバッグやマイ箸などのエコグッズを使用している人が増えている。しかし、そのようにエコグッズを使用している人々は環境のためではなく、エコグッズを流行としてとらえ、流行に左右されたエコ行動なのではないかと疑問に思った。そこで私は、流行に敏感そうな同年代の女性に調査を行った。

## 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市在住の21歳女性。大学生。週に3~4日アルバイトをしている。

## 3. 調査日時・場所

2009年6月3日（水）13時。千葉市内飲食店にて。

## 4. 調査方法

自由面接法

## 5. 知見・考察

対象者には、①環境問題への関心、②エコグッズの所有、③流行への敏感度について質問した。

対象者は、環境問題に非常に关心があると回答した。環境問題に関するドキュメンタリーフィルムや映画などを見て、地球環境の現状を把握しようとしていることがわかった。

エコグッズについては、2つエコバッグを所有している。しかし、エコバッグを環境のことを考えて使用しているのではなく、ファッション感覚で使用していることがわかった。また、他のエコ行動についてもそれほど積極的に行っているとは思えない。つまり、対象者の意識は、本人の自覚とは裏腹に割と低いのではないかと推測できる。

そして、対象者の買い物の様子を見てみると、衣料品や小物などの買い物では、頻度や金額もやや高く、雑誌やインターネットで頻繁に流行の情報を得ていることがわかる。食品（主にお菓子類や飲料）の買い物でも、“限定”というフレーズであったり、メディアからの情報からとても影響を受けていることがわかる。

つまり、対象者は流行に対し敏感な方であると考えられる。

これらの結果を総合すると、私の仮説は支持されることになるが、その背景には、環境問題についてある程度理解し、興味を持っていても、自分の身に重大な危機をもたらす要因として認知されていないことがあるのではないかと考える。その結果、エコ行動が中身をともなっていないものになってしまったのではないだろうか。

— \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* —

## 6章・2 ライフスタイルとごみの廃棄行動

A72011 田中千尋

### 1. テーマ

現在、「大量生産・大量消費・大量廃棄」とされていて、家庭から出されるごみが多くなり、ごみ問題とされている。私はごみが増える経緯について考えることにした。

そこで、どのような人が、どのような消費行動をとり、ごみを多く出す傾向があるのかを見ていく。「流行のもの、新しいものを好む人ほど、ごみの廃棄行動をよく行う」と仮説を立てた。流行に敏感といわれている女性に聞き取りを行い、どの程度流行とごみの廃棄行動と関連してくるのかを調査にした。

### 2. 調査対象者のプロフィール

美浜区に住む21歳女性。未婚。父・母・祖母・兄・弟と同居。大学生。アルバイト(週に2~3日、4時間)。

### 3. 調査日時・場所

2009年6月5日(金)。対象者の大学

### 4. 調査方法

自由面接法

### 5. 知見・考察

「ごみ問題」をどのように捉えているか尋ねたところ、ごみが増えて処理ができていないという認知だった。自分が普段出すごみの量については考えたことがなかったようで、ごみを減らす努力はしていないようだ。話を聞いてみると、ごみの量としてではなく、ただ単にあるものがごみとなるときに「もったいない」と感じるそうだ。それは、新しいものに買い換えるため、まだ使えるものを捨てるとき、またご飯を食べきれずに残して捨ててしまうときなどで、多くの人が経験していることと考えられる。高価な電化製品などは、壊れても直して使い続けているが、携帯電話や洋服、バッグなどはまだ使えるにも関わらず流行が過ぎたものは捨てることが多いよう

に感じた。洋服以外のものはめったに買い換えないのを捨てることはないが、新しくモノを買った場合ははたいていごみとして捨てているとおっしゃっていた。

家庭でのごみ処理について、ご家族全員、使えるものを捨てて、新しいものを買うことはほとんどないそうだ。電化製品は修理に出して、それでもだめなら最終手段として廃棄とするそうだ。しかし、これはごみを減らすためにではなく、できるだけお金を使わないようにという意味であった。環境のことを考えての廃棄行動と経済的にかかわってくる廃棄行動があることがわかった。家族内でごみ問題を気にしている人がいるか聞いてみたところ、一生懸命に取り組んでいる人はいないが対象者や、その母や祖母は普段できることはしている。お菓子のごみなどは小さく折りたたむ、シャンプーなどは詰め替え用を買う、夕飯に必要なない食材は買わない、広告をメモ帳として使うなど、様々なことを教えてくださった。家庭で、一番多くごみが出る場所を聞いてみたところ、キッチン、次いでリビングだという。中でも、食品の包材が多いそうだ。ごみとして捨てる前に、お菓子の箱などは、書類の整理をする時に使ったりするらしい。また、リサイクルをし、ごみの分別をすることによって、少しでも、ごみの量が減ると教えてくれた。

ライフスタイルについては、「新商品」という言葉にはとても弱いと、おっしゃっていた。コンビニで新商品のお菓子を見つけると、金額にも関わってくるらしいが、買ってしまうそうだ。しかし、テレビやパソコンといった次々と新商品が出てくる、家電製品などは、高額なため、めったに買い換えないそうだ。流行によって左右される洋服やアクセサリー、靴などは、気に入れば買ってしまうとおっしゃっていた。やはり、対象者は若い女性だけあって、ファッションの流行には気にしていると教えてくださいました。それ以外にも、新商品の化粧品がすると気になって買ってしまうそうだ。女性ならではのものだが、これもやはり流行に乗っているものである。それ以外に1ヶ月に2~3回ほど、ショッピングに出かけ、流行の服を数着買うそうだ。衣服に関しては、流行の変化が激しいため次々と新しいものを買っていくようだ。

今回の調査でお話を聞いていると、やはり、仮説どおり「流行のもの、新しいものを好む人」は特に服、化粧品といった流行に敏感なものに対して次々と買う傾向があることが見られた。仮説について考えてみると、対象者は若い女子大学生ということもあり、ファッションに限らず、流行のもの、新しいものが好きで、新しいものを買うことによって、着なくなり捨てる服は多くなり、ごみとして捨てられ、買い替えではなくとも、お菓子のごみなど、多くなるように感じた。

—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*

## 6章・3 メディアとの接触とエコ行動の関連性

A72085 小川円

### 1. テーマ

昨今、エコ行動には様々な流行が誕生した。私は、その流行を発信しているのは、「印象の強さ」、「即時性」の観点からメディアだと考えた。そこで「メディアとの接触が高い人ほど、エコ活動に注目し行動を活発に行っている」という仮説をたてた。

### 2. 調査対象者プロフィール

中央区に住む20歳女性大学生。一人暮らし。

### 3. 調査日時・場所

2009年6月2日(火)。対象者の自宅。

### 4. 調査方法

自由面接法

### 5. 知見・考察

あるエコに関する物事の理解度、自分自身で実践しているかどうかを尋ねた。その後、その物事を知った理由、どのくらいメディアが関わっているかを尋ねた。

エコの物事は、エコバック、マイ箸、アースデイ東京、太陽光発電、エコポイント、屋上緑化、チーム・マイナス6パーセント、ISO14001について聞いた。対象者はエコバック、マイ箸、太陽光発電、エコポイント、屋上緑化、チーム・マイナス6パーセントを知っていた。しかし、行動をしていたまたはする気持ちがあると答えたのは、エコバック、エコポイント、屋上緑化だった。行動をしていた、またはする気持ちがあると答えた理由として、興味があったからという好奇心からだった。また行動をしなかった理由としては、難しさや大変さなどの抵抗感が見られた。

次に、対象者のメディアとの関わりを尋ねた。対象者は、1人暮らしのため、携帯電話やパソコンが主な情報源となっていた。簡単であることと楽であることが理由であるといえた。テレビはパソコンで見ることができるものあまり見ない現状であった。新聞と雑誌は購読していなかった。理由として、前々から読む習慣がなかったことと、節約のため、ということがわかつた。対象者は、このことにより、インターネットやテレビなどの「画面を通したメディア接触」だけになっていた。それによって自分が興味を抱かなかつたことには目を向けないまま終わってしまうという状況が起きているように感じた。エコ活動は、経済や社会、エンターテイメントなど様々な種類のことと絡み合っているため、一端のメディアでしか見ない状態になつ

ていると、有名なことだけしか知らない、という状況に陥ってしまうことが分かった。「メディアの関わり度の高さ(接触度)は自分自身が行っているエコ活動に比例している」という仮説は確かに成立するが、メディアの種類によても行動の仕方が変わることが浮かび上がった。

この調査を通して、対象者が触れているメディアの偏りが環境行動に比例していると感じた。今後の調査の中で、メディアの関わり方だけではなく、関わっている種類によってエコ活動がどのように変わるか調べたい。

—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*—\*

## 7章・1 食材購入時の安全性重視度と買い物時のエコ意識

A72017 三上大貴

### 1. テーマ

日常行なっている食に対する安全性の重視点

### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市中央区在住、62歳女性。週5日、朝11時から夜8時まで飲食店でパートタイマーをしている。

### 3. 調査日時と場所について

2009年6月3日。対象者のパート先にて

### 4. 調査方法について

自由面接法

### 5. 知見と考察

今回対象になっていたのは、私がアルバイトの時にお世話になっている62歳の女性である。普段の食事や食材購入時に気を付けていることを聞いた。

対象者は普段から細かいことまで気にする性格らしく、食材購入時にも細かいことに目がいってしまうとおっしゃっていた。例えば、賞味期限のある商品なら切れる前に食べるようによっているとおっしゃっていた。これは、賞味期限の過ぎたものは体に悪影響があると思っているのだという。他には、自分のあまり食べたことのないものに対しての危険性はあるかもしれない、普段食べるものはいつも同じようなものが良いとおっしゃっていた。

パートの仕事もしている対象者は健康にも気を使い、毎日朝ヨーグルトを食べていると教えてくれた。油物などはあまり食べずに野菜などを多く採っているようだ。この野菜というのも、無農薬・無添加野菜がやはり良いとおっしゃっていた。

対象者には息子さんとその息子のお嫁さん、お孫さ

ん二人と一緒に暮らしている。現在ではお嫁さんが家事をしてくれているので、家族のために料理を作ることは減ったというが、対象者の旦那さんが生前のころはまた違っていたという。その頃の話を聞かせてくれた。当時は旦那さんの決めていた事は絶対だったらしく、賞味期限の切れた食品は全て処理していたとおっしゃっていた。このことから現在も賞味期限が過ぎた食品は処理しているのだという。

外食やコンビニのお弁当は食べないとおっしゃっていた。また、冷凍食品も購入を避けているとおっしゃっていた。これは食材がどのようなものなのか不安になるからだという。近年、中国産の食材に対しての危険性が高くなっている。そのことも背景にあるようだ。

今回の対象者は62歳の女性で、様々な時代背景を感じてきたことが今の食生活にも反映してきているようだ。また、多くの時代背景に沿った話もしてくださいたので良い勉強になった。

この調査を通じて、外食やコンビニをお弁当などに对しての不安、冷凍食品への不信感が感じられることが大きく、近年に起こったニュースや出来事がその人の食生活まで大きく関係が出てくる事例がわかつた。

—————

## 7章・2 もったいない意識とエコ行動

A72038 町山恵理

### 1. テーマ

もったいないと思う時とエコ行動の有無

### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市内に住み、神奈川の大学に通う、20歳の女性

### 3. 調査日時・場所

2009年5月30日（土） 千葉市内ファミレス

### 4. 調査方法

自由面接法

### 5. 知見・考察

対象者は、毎朝早く家を出て約2時間かけて神奈川の大学まで通っている。バイト先はカフェでの接客である。彼女と話をしていると、非常にファッションを含む流行や経済に敏感であると感じる。その理由を聞くと、立ち読みも含むが雑誌に目を通すのは月に20冊以上を超しているという。テレビはあまり見ないというが、パソコンでインターネットを1日約2時間やるという。これらの積極的なメディアの接触で情報を得ているのだ。色々な情報を得ると、人とのコミュニケーションに困ることがなく、自分のモチベーションもあがるという。

まず、環境問題について聞いてみた。二酸化炭素の問題をあげ、とても環境問題について興味があると話してくれた。また、何か環境問題を意識してエコ行動をしているかと聞くと、マイボトルやマイ箸、エコバッグを持つことをしているという。しかしマイボトルについては、環境問題の意識そのものよりも某カフェチェーン店では、その店専用のマイボトルを持参すると数十円の割引があるからだそうだ。そして彼女自身、一番気になっているのは環境問題を売りにエコバッグを率先して売っていたり、バラまいている洋服店に苛立ちがあるという。逆にエコの機能が失われているのではないかと思うからである。

次に、もったいない意識について尋ねた。普段の生活中であまり意識してもったいないと思うことはない。しかし、唯一バイト先のカフェで勤務しているともったいないと思う時がある。彼女のバイト先ではご飯がメインのボリュームあるメニューが多いそうだ。女性のお客が多いことから、ご飯を残される時も数多くあり、その残飯をみると「嗚呼、もったいないな」と思うという。なぜかというと、裏にあるキッチンで一生懸命作ってくれた人のことを思うと少しせつなくなるからと答えてくれた。逆に、自分で料理をしたりする時はどうかと尋ねたら、料理をする機会があまりないため料理を通して意識したことはないが、自分の家族が作ってくれた料理を食べるときはなるべく残さないよう心がけているため、もしかしたらもったいないという意識があるからかもしれない。また、ファッションに敏感なので、服をいっぱいもっていることで処分する時について尋ねたら、昔は何も気にせずに流行に乗って欲しい服ばかりを買っていたが、最近になって、流行り廃りがない長く使うために質が良いものを買おうと心がけている。値段は高くなるが、それこそ本当に自分にとって必要なものか考える時間が増え、いい機会だという。

今回の調査を通して思ったのは、ケチになって金銭面とかでもったいないと思うことが少ないものだと感じた。どちらかというと、もったいないという気持ちの裏に人情的な理由が強い。やはり、もったいない意識も義理人情も昔からある日本人特有の美德ということと関係があるからだろうか。

—————

## 7章・3 買い物とエコ行動

A72056 古谷香奈

### 1. 調査テーマ

買い物をすることにより、エコ行動（レジ袋削減やマイバック運動等）に関するものに触れ、実際にエコ行動をしているかは別として、エコに対するきっかけとなりエコ意識が高まるのではないかと考えた。

## 2. 調査対象者のプロフィール

稲毛区在住。45歳女性。夫、子ども三人家族。移動支援のヘルパーとして主に週に1~3日働いている。

## 3. 調査日時・場所

2009年6月6日（土）19時。蘇我駅前の駐車場。

## 4. 調査方法

自由面接法

## 5. インタビュー内容

千葉市内の在住歴は22年。今まで若葉区に住んでいたが、今年の4月に稲毛区に引っ越しをした。買い物に行くペースは、特売品がない場合は1~2日おき。近所のスーパーを利用する。買い物はAさん一人で行く。買い物に行く場所にて、「レジ袋の削減」というフレーズをよく見るがレジ袋をゴミ袋として使用するため貢献したことではない。エコについて調べたことはなく、そもそも「エコ」という言葉に馴染みがない。どちらかというと「節約」というイメージがあるそうだ。

そこでAさんが行っている節約について伺った。節電に関して、夏はエアコンを一切使用しない。夫からは今時エアコンを使わない家はないなどと言われるが、一切使用しないようにしている。無駄な電気も消すように心がけている。テレビやカーペットなどの暖房器具等も就寝前や外出時などの長時間使用しない場合はコンセントを抜く。テレビがAさんの環境問題や節約などの情報源である。湯沸しポットのコンセントも昼間は必要がないため抜く。入浴に関して、まだ子どもが小さい頃にはなるべく家族がまとまって入るように心がけていた。また風呂の残り湯も洗濯に使用していたが、現在は腰を悪くしてしまったためできない。昔はなるべく自動車を使わないようにしていて、7キロ前後の距離であれば自転車で移動していた。しかし、転倒して腰を強打してからは乗るのを控えている。今年4月に稲毛区にある中古の一戸建てに引っ越しをしたが、ソーラーシステムでお湯を沸かす装置があったため新しいものにした。おかげで月に2500円弱ほどガス代が安くなった。Aさんはプロパンガスを使用しているため都市ガスだったらもっと安くなるかもしれない。天気が良い日には入浴する際のお湯も食器を洗う際のお湯も沸かさなくて済む。屋根が傷んでしまうなどのデメリットもあるが、これからも長く使用することができるため買い換えることを決意した。

引っ越しでコンロをIH式のものにした。以前は電気が20アンペアで足りていたが、替えてからは60アンペアになり、今までより2万円ほど高くなってしまった。それでも火事になりにくく障害を持つ息子でも

一人で料理が出来るようにと安全性も重要視している。

エコ行動と思われるものについて一般的に何があげられるか伺った。すると、レジ袋・マイバッグ・節水（排水）・ごみ・エコカーが挙げられた。夫がリサイクルショップに行くのが好きなため、必要な時に買に行く。時間があるときは、何かを修理したり新しいものを作ったりする。だいぶ昔に環境に良いといわれる洗濯洗剤を使用したことがあるが、家族には匂いがあまりよくないと不評でその1回限りだった。食器洗剤も試したが、あまり泡が出なくて洗った気がせず、普段使っている洗剤のほうが値段も安いためやめた。

周りの人とエコに関する話をするか伺った。すると洗濯洗剤は近所の方の影響だそうだ。また、話ではないが、仕事先のお母さんが空き缶のフタを集めたり、調査者（古谷）がペットボトルのキャップを集めたりしている人が周りにいるから集めてみようかと始めたが、いざ集めてから間もない時に何も知らない夫に捨てられてしまい少し気が落ちたが、また始めている。

最後に、「Aさん自身はエコ意識が高いと思いますか？」と直接聞いてみたところ、悩みながらもそもそもあまりエコという言葉に馴染みがないため、今までには「エコ」にあまり注目はしていなかったが、このインタビューを受けてからは、自分の行動を思い返して、意外とエコに繋がっている部分もみえたし、エコに対して意識するきっかけになれたとおっしゃった。

— \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* — \*

## 8章・1 時間的余裕と身近なエコ行動

A72095 平野由香里

### 1. テーマ

生活の時間的ゆとりとごみの廃棄行動との関連

### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市在住の35歳女性。会社員の夫とアパートで二人暮らし。平日はパート（平均週に4日、1日6時間）

### 3. 調査日時・場所

2009年6月4日（木）19時15分~20時15分。  
私と対象者共通のアルバイト先の休憩室で実施した。

### 4. 調査方法

自由面接法

### 5. 知見・考察

今回のテーマに沿って対象者に普段の生活の時間的ゆとりとごみの廃棄行動について尋ねた。

まず普段の生活の中での時間の使い方について聞いてみると、対象者は夫と2人暮して、子どもがいない

ため育児時間がないので、子どもがいる家庭より家事時間が短く、余暇時間や睡眠時間が長く、ゆったりとした生活を送っているように感じた。

そして普段の買い物の際での行動と廃棄行動について聞いてみると、買い物の際はエコバッグを使用し、衝動買いや無駄な買い物はほとんどしない。使い捨て用品は買わず、詰め替え用品を購入するようにしていた。しかし、リサイクル商品やエコ商品、商品に表示されているリサイクルマークや環境ラベルはあまり気にせずに買い物をしていた。家では、ひとつの物を長く使用するようにしており、家にある電化製品や家具は10年以上使っているものがほとんどだった。もし、壊れてしまったとしても修理できる程度のものなら修理して使用する。そして、ごみの分別は千葉市の制度に従ってきちんと行っており、スーパーに設置されている回収ボックスも利用していた。

この聞き取り調査からエコバッグを使用していること、ひとつの物を長く使い続けることなどから、ごみをあまりださないようにしていると言える。しかし、ごみ問題についての関心があるからというより、性格的に「捨てるのがもったいないから」という部分が大きいように感じた。そして、ごみの分別をきちんと行い、回収ボックスを利用していることから、ごみの廃棄行動はしっかり行っていた。しかし、リサイクル商品やリサイクルマークのついた商品のことはあまり認知していないことなどから、リサイクル意識はそんなに高くないと感じた。

そして、対象者は夫との2人暮らしであるため、買い物に関しては、家族が多い家庭ではどうしても買う量が増えてしまい、無駄な買い物をしがちだが、食品や日用品等は必要最低限の物しか買わなくてすんでいる。それに、家具等は子どもが壊したりすることもないでひとつの物を大切に長い年月使うことができている。

以上のことから私が考えていた、生活行動とごみの廃棄行動にはやはり関連があるのではないかと考えた。余暇時間が長い人ほど生活に余裕があり、ごみの廃棄行動にも気を遣って行っているのではないかと感じた。だから、今回は子どものいない方に調査をお願いしたが、子どもの有無で生活行動はかなり変化すると思うので、子どもがいる家庭の方に調査をすると違う回答が得られるのではないか。そして、家事を行う人はやはり無駄な買い物はしないようにするし、ごみの分別等もきちんと行っている人が多いと思うので、家の関わり方もごみの廃棄行動に関連があるのではないかと考えられる。

—————  
— \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* —

## 8章・2 世帯収入とグリーン購入

A72070 関吉 広亮

### 1. テーマ

現在の不景気に伴う、家庭内の経済面においての現状を知り、政府が行っているエコカー減税や、省エネ家電購入に伴う、エコポイントについての環境対策について、どのように考えているのかを知る。

### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市美浜区在住、40代女性

### 3. 調査日時・場所

2009年6月5日（金）15:30～17:30、対象者の自宅

### 4. 調査方法

自由面接法

### 5. 知見と考察

#### <家庭の経済面>

まず、対象者の家庭内の経済面について対象者自身、余裕があると感じているのか、余裕がないと感じているのかどちらか聞いてみた。対象者は、夫婦共働きをしており、子供も職に就いているので、現時点では、多少はあるが、経済的に余裕があるようだ。対象者は特に日常生活における経済的な面での節約もしておらず、特に無駄遣いをしないように心がけているわけでもないそうだ。ただ、対象者は老後の為にしっかりと、貯金しており、その貯金が、対象者自身にとって経済的な余裕に繋がるのではないかとおっしゃっていた。

#### <政府の環境対策について>

まず、対象者にエコカーを購入する予定があるのか聞いてみた。対象者は、エコカーという物には非常に興味を持っており、ニュースや新聞などでたくさんの情報を集めているが、現在使っている車を廃車にしてまで、エコカーを購入しようとは思わないそうだ。また、もう少し時間が経てば、現在のエコカーよりもっと環境に良い車が出るかもしれない、エコカーを購入することに距離を置いているそうだ。以上のように、いくらエコカー減税などの補助金が国から出ても、現在使って支障のない車は、エコカーが出たからといって、廃車にすることはないという考えを持っていた。

次に、省エネ家電の購入に伴うエコポイントについて聞いてみた。対象者は、まだエコポイントについて詳しく知識がなく、省エネ家電という物があるということだけ知っていた。対象者に省エネ家電の購入について聞くと、エコカーと同じように、エコポイントなどの特典が付いても、現在使える家電を捨ててまで、購入しようとは思わないそうだ。対象者によると、現在使えるものを捨ててまで、省エネ家電を買うことは、

本当の意味でのエコであるのか疑問であるとおっしゃっていた。

#### <考察>

今回調査に協力していただいた対象者は、夫婦共働きということもあり、家庭内の経済面の余裕という点では、とても安定しているという印象を受けた。また、エコカーの補助金や、省エネ家電の購入に伴うエコポイントなどの特典は、エコカーや省エネ家電の購入理由としては、今回の対象者に関しては、あまり重視しないということが1つの事例としてわかった。

—————

### 8章・3 経済的余裕と節約行動

A72048 佐野 まどか

#### 1. テーマ

今日、「エコ」は私たちの生活と隣り合わせの現象となっている。エコ行動は人の心理状態と社会の経済状況が深く関係してくると考え、不景気という観点から「エコロジー」ではなく「エコノミー」の側面にも目を向けた。

#### 2. 調査対象者のプロフィール

美浜区在住の50歳女性(Tさん)。既婚。夫、娘と住んでいる。小学校事務員(平均週5日、一日8時間)

#### 3. 調査日時・場所

2009年6月6日(土)・千葉市美浜区の対象者宅

#### 4. 調査方法

自由面接法

#### 5. 知見・考察

Tさんがしている一番身近なエコ活動はマイバッグであった。なぜマイバッグを持っているか尋ねたところ、ポイントを集めると特典商品がもらえたり、100円割引をしてくれたりすることが一番の要因であった。また、いつも行っているスーパーではレジ袋を1枚5円で購入しなければいけないので、そこのスーパーでのマイバッグを持っている人の人数ははとても多く感じる、とおっしゃっていた。

気になる環境問題について尋ねたところ、地球温暖化と教えてくれた。しかし気にはなるけど、具体的に地球温暖化のためになにをすれば一番効果的なのかはよくわからず、しかしちょっとしたことでもなにかエコ活動をしようとしていると考えているそうだ。そのちょっとしたことはいつも実践しているマイバッグである、とおっしゃっていた。地球温暖化にたいしてあまり実感はなく、また危機感もあまり感じていないらしい。地球環境だけを意識してのエコ活動はあまりし

ていなくて、節約もできてその上地球環境にもよいこと、つまり一番は自分のため、その次に地球のためでもある一石二鳥な、手軽なエコ活動をしようと思っているとおっしゃっていた。

「不景気だと感じている人ほど、経済的なエコ活動を実践している」という仮説で、まず「不景気というキーワードに関して考えると、対象者は好景気よりも社会的にも個人的にも不景気だと感じていることから、この独立変数には当てはまっている。「経済的なエコ活動」というキーワードに関して考えると、環境問題(ここでは地球温暖化)については知っているものの、危機感をあまり感じていなく、環境を考えたエコ活動というよりかは自分の生活圏内でできる身近で手軽なエコ活動をしていた。その中で環境にも優しかったら良いな、程度の考えであった。

また対象者が行っているエコ活動、つまりマイバッグの使用に関しても、いつも行っているスーパーでレジ袋を5円で買いたくないからマイバッグを持つようにした……ということから、マイバッグというエコ活動を行った理由の第一条件に環境問題があるわけではないことがわかった。

この調査を通して、不景気とエコ活動は少なからず関連している主婦の方がいる、という事例がわかった。

—————

### 8章・4 将來の不安と節約行動

A72111 並木正典

#### 1. テーマ

ごみとして捨てるものを捨てず、家の中で比較的誰でもしやすいリフォームに着目する。リフォームをする人としない人の違いにはどのような違いがあるのか。

#### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市若葉区在住、47歳の女性。既婚。夫・娘1人・息子2人の5人暮らし。週2日(4~5時間)のパート。

#### 3. 調査日時・場所

2009年6月6日(土)、対象者の自宅

#### 4. 調査方法

自由面接法

#### 5. 知見・考察

まず、対象者にどのような節約をしているか聞いてみた。対象者のしている節約は、洗濯をする時、お風呂の残り湯を使っている、水を出しっぱなしにしない、使用していない照明をすぐ消していたり、プラグは抜いていないが節電グッズであるテーブルタップを使っていると答えてくれた。この答えから見ると対象者は、

節水や節電のほうに力を入れていることがわかる。近所への移動は車ではなく徒歩や自転車で行こうと思っているが、荷物の持ち帰りの時、不便になってしまふということでなかなかできないと答えている。買い物のときも計画的ではないが無駄遣いはしていない、シャンプーや洗剤は詰め替え用を使っているとのことから金銭的節約や食費の節約は、節電、節水と比べるとあまりしていないようである。部屋は、家族バラバラで使わずに1つもしくは2つだけしかあまり使わないということなので対象者だけではなく家族みんなで節約のことを考えていることがわかった。節約をしているのは、環境より経済的な理由のほうが大きいようである。

リフォームに関して、使い古しのタオルなどを雑巾にしているが多くやっており、理由として、切ってしまえばすぐ使って便利だし簡単だからとおっしゃっていた。生ごみではないが畑に米ぬかを堆肥にしているらしく、祖父母の畑も同じようなことをしている。質問したリフォーム以外にも対象者の家では、破れたストッキングをほこり取り、ペットボトルの上部で作るじやがいもの芽取り、ペットボトルの下部で作った小物入れ、牛乳パックをひろげ魚を切るときに臭い移りしないために使い捨てのまな板などをしていると教えてくださいました。このようなリフォームは、テレビで見たらしく自分の家でもできるなと思ったからだそうである。

今回の調査では、環境ではなく経済的なことを考えてのリフォームや節約志向であった。対象者の方だけではなく家族の方も節約をしていたので、そちらを今後の参考にしていきたい。

—————

## 8章・5 経済状況とエコグッズ

A72031 佐藤純

### 1. テーマ

経済状況とエコグッズ

### 2. 調査対象者のプロフィール

千葉市美浜区に住む54歳女性。既婚。夫・娘と暮らしている。パート（平均週5日、一日4時間）。

### 3. 調査日時

2009年6月5日(金)

### 4. 調査方法

自由面接法

### 5. 知見・考察

今回のテーマに沿って対象者にエコグッズと経済状

況についてうかがった。対象者の家庭の経済状況に関して伺ってみた。対象者の家庭はいわゆる中流階級である。対象者は節約は家庭を持つようになってからは、子育てや老後の資金のため、常に意識してきたと話してくれた。節約を意識するようになって20年以上たっているので特にここ最近の間に節約を意識するようになったなどはあまりないそうだ。次に最近の生活は以前に比べ圧迫されていると感じるかどうかについて伺ってみた。特に現在の暮らしの中で困っていることはないが、これから先何があるのかもわからないので、もしもの時のためになるべく節約して、お金をためようと意識していると話してくれた。

次に商品を買うときなにを基準にしているのか聞いてみた。対象者は商品を買うときは、値段、使い勝手を主に重要視するという。「環境に優しい」などを売りにしたエコ商品は、意図的に選ぶことはほとんどないそうだが、使い勝手、値段が良ければ普通の商品よりエコ商品を選ぶようにはしているらしい。また、エコと経済を全く別のものとして考えていたが、対象者は安く使い勝手も良く、更に経済的というような商品を意図的に探して買うようにしているそうだ。次にエコグッズを買ったことがあるかどうかについて伺ってみた。対象者はエコグッズはエコバッグを2、3個もっているそうだ。しかしどれも買ったものではなくてスーパーで無料で配布されていたものを貰ってきた物らしい。実際バッグとして使ってはいるが、エコバッグとしてレジ袋をへらす為としては使用していないらしい。なぜエコバッグを使用していないかと聞いてみたら、対象者は何年も前からレジ袋を生ゴミを出すときや外出先でのゴミを持ち帰る時にに入る袋としてなど、様々な場面でレジ袋を使用しており、レジ袋がないと普段の生活が不便になるというのだ。

今回行った調査では対象者が50代の主婦で子供もあり、貯蓄もあるので自分の家庭の経済状況にそれほど圧迫感を感じてはいないようだった。節約のために続けていたことや、買ったものが実は環境にも良いということがわかった、というのが対象者と話をしていく中でたくさんでてきた。エコロジーとエコノミーを別々に分けて行動をするのではなく、環境にも経済にも良いとされる行動のほうが多いからだと思う。

—————

## 9章・1 家事の担当とごみ減量行動

A72065 小川裕哲

### 1. テーマ

人間が生活する上でごみを出すという行為は必然のものである。しかし、昨今では環境への負担を軽減するためにごみを削減する取り組みが行われている。そこで家事の担当している人がごみを削減しているかど

うかをテーマに調査を行った。

## 2. 調査対象者プロフィール

千葉市緑区在住の 62 歳男性。団体役員として働く。  
現在は妻と二人暮らし。

## 3. 調査日時・場所

2009 年 6 月 5 日金曜日、対象者の自宅にて

## 4. 調査方法

自由面接法

## 5. 知見・考察

調査に協力してくれた方は普段からごみ削減について多少は心がけてやっているということである。具体的には新聞紙などのいわゆる紙類は資源ごみの回収にまわしていたり、生ごみについては肥料にして庭の植物の栄養源としたり、段ボールはある程度溜まるとなじみの業者へ出しに行ったりなどの方法をとっていた。

「資源ごみはリサイクル。リサイクルしないとごみが出る」というのが対象者なりの考えだと教えてくれた。ごみとして捨てるものについては紙の切れ端、プラスチック類、不燃ごみであった。缶・ビン・ペットボトルについては対象者の家庭ではほとんど出ることはないが、ごみとして出た場合には自治体の定める所定の方法で処理しているようである。

対象者の家事担当は主にごみ捨てで、その他の家事についてはすべて配偶者に任せているようである。担当しているごみ捨てでは、ごみの量が減っているようである。対象者いわく経済的理由が原因ではないかと仰っていた。

対象者の家庭では環境への配慮から意識的にごみを減らしている、またはリサイクルをしてごみを減らすという見方のほかに、経済的理由が原因でものの買い控えが起こっているから、ごみの量も減っているのではないかという見方もできるのではないかと思えた。

— \* — \* — \* — \* — \* — \* — \* —

## 9章・2 家族類型とエコ行動

A72103 大西なつの

## 1. テーマ

今回、環境問題は地域で取り組む=家族と取り組むと考えて、そして家族で取り組む事が出来れば、エコ行動を分担し、人数と時間に有効活用でき、エコ行動を行いやすいのではないかと考え、「家族と一緒に住ん

でいる方が、エコ行動している」と仮説を立てた。

家族生活と普段のエコ行動の内容やの行う頻度、家族の協力など具体的に明らかにするための聞き取り調査を行った。

## 2. 調査対象者のプロフィール

稲毛区在住の 40 代女性。既婚。夫・息子 2 人(大学 2 年生と高校 3 年生)。専業主婦。

## 3. 調査時間・場所

2009 年 6 月 6 日(土)10~13 時頃。対象者宅。

## 4. 調査方法

自由面接法

## 5. 知見・考察

今回はテーマの「家族との暮らしの中で誰とどのようなエコ行動をしているのか」ということを尋ねる。

対象者は、平日は家族を送り出した後から、一人で家事をこなし、夕方になると家族が帰宅するため、夕食を共にしている。休日は平日と比べて家族と共にいる時間が多いため、それぞれ自立しているため、平日と何ら変わりのない生活をしている。普段の生活の中で行っているエコ行動は、ゴミの分別や詰め替え用品の購入、電気の節約、節水、マイバックの使用など身近で簡単に行えるものの例が上がった。対象者は、エコ行動をしているという意識ではなく、自然と身に付いているため、いつも行っている。家族にエコ行動を強制したことはないが、エコ行動を行う時の効率を良くする仕方やポイントなどお得情報は提案をしたり、提供をしたりしている。普段のエコ行動をする上で、家族の協力が必要かと尋ねたところ、「必要」と回答、その理由は、一人で行うよりも人数がいた方が、負担が少ないということであった。例えば、ゴミの分別は普段からしてほしいなど例も上がった。

この結果、エコ行動は簡単で気軽なものは、普段から頻繁に行うことができる事とエコ行動は強制するものではないが、一人で行うよりも人数がいた方が、負担が少ないと協力をしてほしいということが分かった。家族内で、普段からエコ行動を自然にしているとしたら、家族と一緒に住んでいる方がエコ行動をするのではないかと改めて思った。



# 单 純 集 計 表



Q1 居住区	欠損値未処理の単純集計				欠損値処理後の単純集計			
	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
2 花見川区	121	33.1	121	33.1	33.7	121	33.7	
3 稲毛区	108	29.5	229	62.6	30.1	229	63.8	
5 美浜区	130	35.5	359	98.1	36.2	359	100.0	
99 DK/NA	7	1.9	366	100.0				
Q2 性別	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 男性	136	37.2	136	37.2	37.6	136	37.6	
2 女性	226	61.8	362	98.9	62.4	362	100.0	
99 DK/NA	4	1.1	366	100.0				
Q3 年齢	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
20歳代(19歳1名含む)	33	9.0	33	9.0	9.1	33	9.1	
30歳代	59	16.1	92	25.1	16.4	92	25.5	
40歳代	72	19.7	164	44.8	20.0	164	45.4	
50歳代	87	23.8	251	68.6	24.1	251	69.5	
60歳代	110	30.1	361	98.6	30.5	361	100.0	
99 DK/NA	5	1.4	366	100.0				
平均値 = 49.7(歳)								
Q4_a 言葉の理解度 「3R」の意味	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	67	18.3	67	18.3	18.8	67	18.8	
2 ある程度わかっている	31	8.5	98	26.8	8.7	98	27.5	
3 少しはわかっている	28	7.7	126	34.4	7.9	126	35.4	
4 わからない	230	62.8	356	97.3	64.6	356	100.0	
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0				
Q4_b 言葉の理解度 チームマイナス6%	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	55	15.0	55	15.0	15.5	55	15.5	
2 ある程度わかっている	42	11.5	97	26.5	11.8	97	27.3	
3 少しはわかっている	68	18.6	165	45.1	19.1	165	46.4	
4 わからない	191	52.2	356	97.3	53.7	356	100.0	
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0				
Q4_c 言葉の理解度 省エネ家電の購入補助金	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	143	39.1	143	39.1	39.9	143	39.9	
2 ある程度わかっている	119	32.5	262	71.6	33.2	262	73.2	
3 少しはわかっている	82	22.4	344	94.0	22.9	344	96.1	
4 わからない	14	3.8	358	97.8	3.9	358	100.0	
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0				
Q4_d 言葉の理解度 エコカー減税や補助金	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	168	45.9	168	45.9	46.8	168	46.8	
2 ある程度わかっている	123	33.6	291	79.5	34.3	291	81.1	
3 少しはわかっている	58	15.9	349	95.4	16.2	349	97.2	
4 わからない	10	2.7	359	98.1	2.8	359	100.0	
99 DK/NA	7	1.9	366	100.0				
Q4_e 言葉の理解度 クールビズ	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	262	71.6	262	71.6	73.2	262	73.2	
2 ある程度わかっている	70	19.1	332	90.7	19.6	332	92.7	
3 少しはわかっている	16	4.4	348	95.1	4.5	348	97.2	
4 わからない	10	2.7	358	97.8	2.8	358	100.0	
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0				
Q4_f 言葉の理解度 エコバックがなぜ「エコ」か	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	208	56.8	208	56.8	57.9	208	57.9	
2 ある程度わかっている	91	24.9	299	81.7	25.4	299	83.3	
3 少しはわかっている	34	9.3	333	91.0	9.5	333	92.8	
4 わからない	26	7.1	359	98.1	7.2	359	100.0	
99 DK/NA	7	1.9	366	100.0				
Q4_g 言葉の理解度 グリーンニューディール政策	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	40	10.9	40	10.9	11.3	40	11.3	
2 ある程度わかっている	53	14.5	93	25.4	15.0	93	26.4	
3 少しはわかっている	96	26.2	189	51.6	27.2	189	53.5	
4 わからない	164	44.8	353	96.5	46.5	353	100.0	
99 DK/NA	13	3.6	366	100.0				

Q4_h 言葉の理解度 地球温暖化のしくみ		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	96	26.2	96	26.2	27.0	96	27.0	
2 ある程度わかっている	142	38.8	238	65.0	39.9	238	66.9	
3 少しあわかっている	97	26.5	335	91.5	27.3	335	94.1	
4 わからない	21	5.7	356	97.3	5.9	356	100.0	
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0				
Q4_i 言葉の理解度 環境家計簿		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	18	4.9	18	4.9	5.1	18	5.1	
2 ある程度わかっている	41	11.2	59	16.1	11.6	59	16.7	
3 少しあわかっている	76	20.8	135	36.9	21.5	135	38.1	
4 わからない	219	59.8	354	96.7	61.9	354	100.0	
99 DK/NA	12	3.3	366	100.0				
Q4_j 言葉の理解度 レッドデータブック		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	30	8.2	30	8.2	8.5	30	8.5	
2 ある程度わかっている	31	8.5	61	16.7	8.7	61	17.2	
3 少しあわかっている	32	8.7	93	25.4	9.0	93	26.2	
4 わからない	262	71.6	355	97.0	73.8	355	100.0	
99 DK/NA	11	3.0	366	100.0				
Q4_k 言葉の理解度 温室効果ガスの排出量取引		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 わかっている	65	17.8	65	17.8	18.2	65	18.2	
2 ある程度わかっている	77	21.0	142	38.8	21.5	142	39.7	
3 少しあわかっている	116	31.7	258	70.5	32.4	258	72.1	
4 わからない	100	27.3	358	97.8	27.9	358	100.0	
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0				
Q5_a 普段の行動 直せば使える物は修理・改良して使う		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う	148	40.4	148	40.4	41.0	148	41.0	
2 ときどき行う	173	47.3	321	87.7	47.9	321	88.9	
3 あまり行わない	32	8.7	353	96.5	8.9	353	97.8	
4 まったく行わない	8	2.2	361	98.6	2.2	361	100.0	
99 DK/NA	5	1.4	366	100.0				
Q5_b 普段の行動 過剰包装を断る		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う	95	26.0	95	26.0	26.3	95	26.3	
2 ときどき行う	179	48.9	274	74.9	49.6	274	75.9	
3 あまり行わない	66	18.0	340	92.9	18.3	340	94.2	
4 まったく行わない	21	5.7	361	98.6	5.8	361	100.0	
99 DK/NA	5	1.4	366	100.0				
Q5_c 普段の行動 生ゴミは自宅で処理している		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う	28	7.7	28	7.7	7.8	28	7.8	
2 ときどき行う	22	6.0	50	13.7	6.1	50	13.9	
3 あまり行わない	39	10.7	89	24.3	10.8	89	24.7	
4 まったく行わない	272	74.3	361	98.6	75.4	361	100.0	
99 DK/NA	5	1.4	366	100.0				
Q5_d 普段の行動 冷暖房の温度をこまめに設定する		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う	205	56.0	205	56.0	56.6	205	56.6	
2 ときどき行う	105	28.7	310	84.7	29.0	310	85.6	
3 あまり行わない	43	11.8	353	96.5	11.9	353	97.5	
4 まったく行わない	9	2.5	362	98.9	2.5	362	100.0	
99 DK/NA	4	1.1	366	100.0				
Q5_e 普段の行動 水を使うとき、出っっぱなしにしない		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う	229	62.6	229	62.6	63.4	229	63.4	
2 ときどき行う	103	28.1	332	90.7	28.5	332	92.0	
3 あまり行わない	26	7.1	358	97.8	7.2	358	99.2	
4 まったく行わない	3	0.8	361	98.6	0.8	361	100.0	
99 DK/NA	5	1.4	366	100.0				
Q5_f 普段の行動 外出の際、公共交通機関を利用する		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う	154	42.1	154	42.1	42.7	154	42.7	
2 ときどき行う	124	33.9	278	76.0	34.4	278	77.0	
3 あまり行わない	60	16.4	338	92.4	16.6	338	93.6	
4 まったく行わない	23	6.3	361	98.6	6.4	361	100.0	
99 DK/NA	5	1.4	366	100.0				
Q5_g 普段の行動 高額でも、長く使えるものを購入する		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う	89	24.3	89	24.3	24.8	89	24.8	
2 ときどき行う	184	50.3	273	74.6	51.3	273	76.0	
3 あまり行わない	79	21.6	352	96.2	22.0	352	98.1	
4 まったく行わない	7	1.9	359	98.1	2.0	359	100.0	
99 DK/NA	7	1.9	366	100.0				

Q5_h 普段の行動 詰め替え用品を購入するようにする		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う		234	63.9	234	63.9	65.2	234	65.2
2 ときどき行う		110	30.1	344	94.0	30.6	344	95.8
3 あまり行わない		12	3.3	356	97.3	3.3	356	99.2
4 まったく行わない		3	0.8	359	98.1	0.8	359	100.0
99 DK/NA		7	1.9	366	100.0			
Q5_i 普段の行動 冷蔵庫にものを詰め込み過ぎない		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも行う		147	40.2	147	40.2	40.6	147	40.6
2 ときどき行う		124	33.9	271	74.0	34.3	271	74.9
3 あまり行わない		80	21.9	351	95.9	22.1	351	97.0
4 まったく行わない		11	3.0	362	98.9	3.0	362	100.0
99 DK/NA		4	1.1	366	100.0			
Q6 「節水」による効果をどう考えているか 「A料金の節約」・「B水大事に使う」		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 Aに近い		93	25.4	93	25.4	25.6	93	25.6
2 どちらかといえばAに近い		111	30.3	204	55.7	30.6	204	56.2
3 どちらかといえばBに近い		81	22.1	285	77.9	22.3	285	78.5
4 Bに近い		78	21.3	363	99.2	21.5	363	100.0
99 DK/NA		3	0.8	366	100.0			
Q7 エコパックの所持状況(複数回答) 購入してもっている		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
Q7_1 購入してもっている		119	32.5	119	32.5	33.0	119	33.0
Q7_2 もらってもっている		212	57.9	331	90.4	58.7	331	91.7
Q7_3 以前から買い物袋をもっている (もっているらしいを含む)		79	21.6	410	112.0	21.9	410	113.6
Q7_4 もっていない		59	16.1	469	128.1	16.3	469	129.9
99 DK/NA		5	1.4	474	129.5			
Q8 エコバッグの使用頻度		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつも使用している		134	36.6	134	36.6	45.3	134	45.3
2 たまに使用している		108	29.5	242	66.1	36.5	242	81.8
3 あまり使用していない		39	10.7	281	76.8	13.2	281	94.9
4 まったく使用していない		15	4.1	296	80.9	5.1	296	100.0
88 非該当		59	16.1	355	97.0			
99 DK/NA		11	3.0	366	100.0			
Q9 エコパックを使用する理由(複数回答)		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
Q9_1 環境に良いと思うから		228	62.2	228	62.2	79.7	228	79.7
Q9_2 ポイントがつくから		138	37.7	366	99.9	48.3	366	128.0
Q9_3 レジ袋が有料化されたから		67	18.3	433	118.2	23.4	433	151.4
Q9_4 レジ袋より機能的だから		82	22.4	515	140.6	28.7	515	180.1
Q9_5 流行しているから		7	1.9	522	142.5	2.5	522	182.6
Q9_6 ブランド品だから		3	0.8	525	143.3	1.1	525	183.7
Q9_7 デザインが気に入ったから		17	4.6	542	147.9	5.9	542	189.6
Q9_8 もらったから		92	25.1	634	173.0	32.2	634	221.8
Q9_9 利用するお店が勧めるから		70	19.1	704	192.1	24.5	704	246.3
Q9_10 国や市が呼びかけているから		48	13.1	752	205.2	16.8	752	263.1
Q9_11 身近な人がもっていないから		2	0.5	754	205.7	0.7	754	263.8
Q9_12 他の人の目を引きたいから		0	—	754	205.7	—	754	263.8
Q9_13 その他		34	9.3	788	215.0	11.9	788	275.7
88 非該当		74	20.2	862	235.2			
99 DK/NA		6	1.6	868	236.9			
Q10_a 衣類を捨てる理由 サイズが合わなくなつたから		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		132	36.1	132	36.1	38.7	132	38.7
2 ややあてはまる		86	23.5	218	59.6	25.2	218	63.9
3 ややあてはまらない		52	14.2	270	73.8	15.3	270	79.2
4 あてはまらない		71	19.4	341	93.2	20.8	341	100.0
99 DK/NA		25	6.8	366	100.0			
Q10_b 衣類を捨てる理由 飽きたから		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		45	12.3	45	12.3	13.3	45	13.3
2 ややあてはまる		80	21.9	125	34.2	23.6	125	36.9
3 ややあてはまらない		90	24.6	215	58.7	26.6	215	63.4
4 あてはまらない		124	33.9	339	92.6	36.6	339	100.0
99 DK/NA		27	7.4	366	100.0			
Q10_c 衣類を捨てる理由 新しいもの買ったから		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		37	10.1	37	10.1	11.0	37	11.0
2 ややあてはまる		90	24.6	127	34.7	26.7	127	37.7
3 ややあてはまらない		100	27.3	227	62.0	29.7	227	67.4
4 あてはまらない		110	30.1	337	92.1	32.6	337	100.0
99 DK/NA		29	7.9	366	100.0			

Q10_d 衣類を捨てる理由 流行が過ぎたから	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 あてはまる	53	14.5	53	14.5	15.6	53	15.6
2 ややあてはまる	82	22.4	135	36.9	24.1	135	39.7
3 ややあてはまらない	90	24.6	225	61.5	26.5	225	66.2
4 あてはまらない	115	31.4	340	92.9	33.8	340	100.0
99 DK/NA	26	7.1	366	100.0			
Q10_e 衣類を捨てる理由 使えなくなつたから	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 あてはまる	281	76.8	281	76.8	79.6	281	79.6
2 ややあてはまる	47	12.8	328	89.6	13.3	328	92.9
3 ややあてはまらない	12	3.3	340	92.9	3.4	340	96.3
4 あてはまらない	13	3.6	353	96.5	3.7	353	100.0
99 DK/NA	13	3.6	366	100.0			
Q10_f 衣類を捨てる理由 収納スペースが狭くなつたから	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 あてはまる	84	23.0	84	23.0	24.6	84	24.6
2 ややあてはまる	139	38.0	223	60.9	40.6	223	65.2
3 ややあてはまらない	53	14.5	276	75.4	15.5	276	80.7
4 あてはまらない	66	18.0	342	93.4	19.3	342	100.0
99 DK/NA	24	6.6	366	100.0			
Q11_a 買い物をする際の注意点 必要な物だけ購入する	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 よくする	225	61.5	225	61.5	62.3	225	62.3
2 たまにする	114	31.2	339	92.6	31.6	339	93.9
3 あまりしない	20	5.5	359	98.1	5.5	359	99.5
4 全くしない	2	0.6	361	98.6	0.6	361	100.0
99 DK/NA	5	1.4	366	100.0			
Q11_b 買い物をする際の注意点 再利用可能なものを選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 よくする	59	16.1	59	16.1	16.5	59	16.5
2 たまにする	136	37.2	195	53.3	38.1	195	54.6
3 あまりしない	134	36.6	329	89.9	37.5	329	92.2
4 全くしない	28	7.7	357	97.5	7.8	357	100.0
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q11_c 買い物をする際の注意点 長期利用可能なものを選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 よくする	167	45.6	167	45.6	46.5	167	46.5
2 たまにする	149	40.7	316	86.3	41.5	316	88.0
3 あまりしない	39	10.7	355	97.0	10.9	355	98.9
4 全くしない	4	1.1	359	98.1	1.1	359	100.0
99 DK/NA	7	1.9	366	100.0			
Q11_d 買い物をする際の注意点 環境への影響が少ない物を選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 よくする	76	20.8	76	20.8	21.2	76	21.2
2 たまにする	127	34.7	203	55.5	35.5	203	56.7
3 あまりしない	125	34.2	328	89.6	34.9	328	91.6
4 全くしない	30	8.2	358	97.8	8.4	358	100.0
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0			
Q11_e 買い物をする際の注意点 健康・安全を損なわないものを選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 よくする	206	56.3	206	56.3	57.7	206	57.7
2 たまにする	113	30.9	319	87.2	31.7	319	89.4
3 あまりしない	29	7.9	348	95.1	8.1	348	97.5
4 全くしない	9	2.5	357	97.5	2.5	357	100.0
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q11_f 買い物をする際の注意点 再生品を選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 よくする	33	9.0	33	9.0	9.2	33	9.2
2 たまにする	155	42.4	188	51.4	43.3	188	52.5
3 あまりしない	140	38.3	328	89.6	39.1	328	91.6
4 全くしない	30	8.2	358	97.8	8.4	358	100.0
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0			
Q11_g 買い物をする際の注意点 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 よくする	63	17.2	63	17.2	17.6	63	17.6
2 たまにする	165	45.1	228	62.3	46.0	228	63.5
3 あまりしない	100	27.3	328	89.6	27.9	328	91.4
4 全くしない	31	8.5	359	98.1	8.6	359	100.0
99 DK/NA	7	1.9	366	100.0			

Q11_h 買い物をする際の注意点 環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 よくする		38	10.4	38	10.4	10.6	38	10.6
2 たまにする		98	26.8	136	37.2	27.4	136	38.0
3 あまりしない		160	43.7	296	80.9	44.7	296	82.7
4 全くしない		62	16.9	358	97.8	17.3	358	100.0
99 DK/NA		8	2.2	366	100.0			
Q11_i 買い物をする際の注意点 環境に配慮した商品なら高額でも選ぶ		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 よくする		51	13.9	51	13.9	14.2	51	14.2
2 たまにする		128	35.0	179	48.9	35.7	179	49.9
3 あまりしない		127	34.7	306	83.6	35.4	306	85.2
4 全くしない		53	14.5	359	98.1	14.8	359	100.0
99 DK/NA		7	1.9	366	100.0			
Q12 省エネ家電の購入状況		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 2~3年間に購入した		170	46.5	170	46.5	47.0	170	47.0
2 近々購入しようとしている		86	23.5	256	70.0	23.8	256	70.7
3 購入する予定はない		93	25.4	349	95.4	25.7	349	96.4
4 購入した・購入しようとしている		13	3.6	362	98.9	3.6	362	100.0
99 DK/NA		4	1.1	366	100.0			
Q13_1 省エネ家電の購入理由(複数回答)		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
Q13_1 環境に良いと思うから		95	26.0	95	26.0	35.6	95	35.6
Q13_2 電気代が安くなるから		158	43.2	253	69.2	59.2	253	94.8
Q13_3 機能が良いから		127	34.7	380	103.9	47.6	380	142.4
Q13_4 使っている家電の調子が悪いから		158	43.2	538	147.1	59.2	538	201.6
Q13_5 エコポイントがつくから		62	16.9	600	164.0	23.2	600	224.8
Q13_6 店員にすすめられたから		14	—	614	164.0	5.2	614	230.0
Q13_7 流行しているから		5	1.4	619	165.4	1.9	619	231.9
Q13_8 他人の目を引きたいから		0	—	619	165.4	—	619	231.9
Q13_9 身近な人がもっていないから		0	—	619	165.4	—	619	231.9
Q13_10 その他		41	11.2	660	176.6	15.4	660	247.3
88 非該当		93	25.4	753	202.0			
99 DK/NA		5	1.3	758	203.3			
Q14 省エネ家電を購入する予定のない理由		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 まだ使えるから		64	17.5	64	17.5	68.8	64	68.8
2 お金がかかるから		9	2.5	73	20.0	9.7	73	78.5
3 生活に支障がないから		11	3.0	84	23.0	11.8	84	90.3
4 理由はない		5	1.4	89	24.3	5.4	89	95.7
5 その他		4	1.1	93	25.4	4.3	93	100.0
88 非該当		269	73.5	362	98.9			
99 DK/NA		4	1.1	366	100.0			
Q15 エコカーの購入状況		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 購入した		25	6.8	25	6.8	6.9	25	6.9
2 購入しようとしている		29	7.9	54	14.8	8.0	54	15.0
3 購入する予定はない		306	83.6	360	98.4	84.8	360	99.7
4 購入・購入しようとしている		1	0.3	361	98.6	0.3	361	100.0
99 DK/NA		5	1.4	366	100.0			
Q16 エコカーの購入理由(複数回答)		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
Q16_1 環境に良いと思うから		43	11.7	43	11.7	78.2	43	78.2
Q16_2 ガソリン代が安くなるから		35	9.6	78	21.3	63.6	78	141.8
Q16_3 機能が良いから		22	6.0	100	27.3	40.0	100	181.8
Q16_4 使っている車の調子が悪いから		14	3.8	114	31.1	25.5	114	207.3
Q16_5 補助金が出るから		28	7.7	142	38.8	50.9	142	258.2
Q16_6 店員にすすめられたから		0	—	142	38.8	—	142	258.2
Q16_7 流行しているから		0	—	142	38.8	—	142	258.2
Q16_8 他人の目を引きたいから		0	—	142	38.8	—	142	258.2
Q16_9 身近な人がもっていないから		0	—	142	38.8	—	142	258.2
Q16_10 その他		3	0.8	145	39.6	5.5	145	263.7
88 非該当		306	83.6	451	123.2			
99 DK/NA		5	1.4	456	124.6			
Q17 エコカーを購入する予定のない理由		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 まだ使えるから		186	50.8	186	50.8	61.2	186	61.2
2 お金がかかるから		25	6.8	211	57.7	8.2	211	69.4
3 他の交通手段で十分だから		58	15.9	269	73.5	19.1	269	88.5
4 気に入るエコカーがないから		8	2.2	277	75.7	2.6	277	91.1
5 その他		13	3.6	290	79.2	4.3	290	95.4
6 運転免許なし		14	3.8	304	83.1	4.6	304	100.0
88 非該当		55	15.0	359	98.1			
99 DK/NA		7	1.9	366	100.0			

Q18_1 可燃ごみとして出せると思うもの (複数回答)	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
Q18.1 乾電池	4	1.1	4	1.1	1.1	4	1.1
Q18.2 生ごみ	357	98.4	361	99.5	98.3	361	99.4
Q18.3 卵パック	293	80.1	654	179.6	80.7	654	180.1
Q18.4 傘	8	2.2	662	181.8	2.2	662	182.3
Q18.5 貝殻	230	63.4	892	245.2	63.3	892	245.6
Q18.6 フロッピーディスク	81	22.3	973	267.5	22.3	973	267.9
Q18.7 スプレー缶	3	0.8	976	268.3	0.8	976	268.7
Q18.8 シャンプーのボトル	216	59.5	1192	327.8	59.5	1192	328.2
99 DK/NA	3	0.8	1195	328.6			
Q19 資源ごみを出してよい曜日の把握	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 把握している	270	73.8	270	73.8	73.8	270	73.8
2 ある程度把握している	55	15.0	325	88.8	15.0	325	88.8
3 あまり把握していない	21	5.7	346	94.5	5.7	346	94.5
4 把握していない	20	5.5	366	100.0	5.5	366	100.0
Q20_a ごみの分別行動 可燃ごみと不燃ごみの分別	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行う	339	92.6	339	92.6	92.6	339	92.6
2 ときどき行う	24	6.6	363	99.2	6.6	363	99.2
3 あまり行わない	2	0.6	365	99.7	0.6	365	99.7
4 まったく行わない	1	0.3	366	100.0	0.3	366	100.0
Q20_b ごみの分別行動 有害ごみの分別	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行う	331	90.4	331	90.4	90.7	331	90.7
2 ときどき行う	20	5.5	351	95.9	5.5	351	96.2
3 あまり行わない	10	2.7	361	98.6	2.7	361	98.9
4 まったく行わない	4	1.1	365	99.7	1.1	365	100.0
99 DK/NA	1	0.3	366	100.0			
Q20_c ごみの分別行動 資源ごみの分別	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行う	353	96.5	353	96.5	96.7	353	96.7
2 ときどき行う	9	2.5	362	98.9	2.5	362	99.2
3 あまり行わない	2	0.6	364	99.5	0.6	364	99.7
4 まったく行わない	1	0.3	365	99.7	0.3	365	100.0
99 DK/NA	1	0.3	366	100.0			
Q20_d ごみの分別行動 古紙・布類の分別	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行う	291	79.5	291	79.5	79.7	291	79.7
2 ときどき行う	39	10.7	330	90.2	10.7	330	90.4
3 あまり行わない	26	7.1	356	97.3	7.1	356	97.5
4 まったく行わない	9	2.5	365	99.7	2.5	365	100.0
99 DK/NA	1	0.3	366	100.0			
Q21 1ヶ月で装飾品に使える金額	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
5000円未満	66	18.0	66	18.0	19.3	66	19.3
5000円以上～10000円未満	83	22.7	149	40.7	24.3	149	43.6
10000円以上～30000円未満	165	45.1	314	85.8	48.2	314	91.8
30000円以上	28	7.7	342	93.5	8.2	342	100.0
99 DK/NA	24	6.5	366	100.0			
平均値 = 11528.8 (円)							
Q22_a 食材購入の際気をつけること 遺伝子組み換えでない大豆食品を選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 あてはまる	167	45.6	167	45.6	46.0	167	46.0
2 ややあてはまる	87	23.8	254	69.4	24.0	254	70.0
3 あまりあてはまらない	68	18.6	322	88.0	18.7	322	88.7
4 あてはまらない	41	11.2	363	99.2	11.3	363	100.0
99 DK/NA	3	0.8	366	100.0			
Q22_b 食材購入の際気をつけること 加工食品の成分表示をみて選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 あてはまる	124	33.9	124	33.9	34.2	124	34.2
2 ややあてはまる	120	32.8	244	66.7	33.1	244	67.2
3 あまりあてはまらない	89	24.3	333	91.0	24.5	333	91.7
4 あてはまらない	30	8.2	363	99.2	8.3	363	100.0
99 DK/NA	3	0.8	366	100.0			
Q22_c 食材購入の際気をつけること 無農薬・減農薬の野菜を選ぶ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 あてはまる	84	23.0	84	23.0	23.0	84	23.0
2 ややあてはまる	148	40.4	232	63.4	40.6	232	63.6
3 あまりあてはまらない	105	28.7	337	92.1	28.8	337	92.3
4 あてはまらない	28	7.7	365	99.7	7.7	365	100.0
99 DK/NA	1	0.3	366	100.0			

Q22_d 食材購入の際気をつけること 中国産の食品は買わない		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		220	60.1	220	60.1	60.3	220	60.3
2 ややあてはまる		86	23.5	306	83.6	23.6	306	83.8
3 あまりあてはまらない		44	12.0	350	95.6	12.1	350	95.9
4 あてはまらない		15	4.1	365	99.7	4.1	365	100.0
99 DK/NA		1	0.3	366	100.0			
Q22_e 食材購入の際気をつけること 食品の消費期限を気にする		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		261	71.3	261	71.3	71.3	261	71.3
2 ややあてはまる		80	21.9	341	93.2	21.9	341	93.2
3 あまりあてはまらない		19	5.2	360	98.4	5.2	360	98.4
4 あてはまらない		6	1.6	366	100.0	1.6	366	100.0
Q22_f 食材購入の際気をつけること 旬の食材を買う		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		171	46.7	171	46.7	46.7	171	46.7
2 ややあてはまる		129	35.3	300	82.0	35.3	300	82.0
3 あまりあてはまらない		53	14.5	353	96.5	14.5	353	96.5
4 あてはまらない		13	3.6	366	100.0	3.6	366	100.0
Q22_g 食材購入の際気をつけること 新鮮なものを買う		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		257	70.2	257	70.2	70.2	257	70.2
2 ややあてはまる		93	25.4	350	95.6	25.4	350	95.6
3 あまりあてはまらない		11	3.0	361	98.6	3.0	361	98.6
4 あてはまらない		5	1.4	366	100.0	1.4	366	100.0
Q22_h 食材購入の際気をつけること 地元の食材を買う		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		108	29.5	108	29.5	29.5	108	29.5
2 ややあてはまる		126	34.4	234	63.9	34.4	234	63.9
3 あまりあてはまらない		101	27.6	335	91.5	27.6	335	91.5
4 あてはまらない		31	8.5	366	100.0	8.5	366	100.0
Q23_a メディアの接触度 TVで毎日ニュース番組を見る		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		293	80.1	293	80.1	80.3	293	80.3
2 ややあてはまる		51	13.9	344	94.0	14.0	344	94.3
3 あまりあてはまらない		16	4.4	360	98.4	4.4	360	98.6
4 あてはまらない		5	1.4	365	99.7	1.4	365	100.0
99 DK/NA		1	0.3	366	100.0			
Q23_b メディアの接触度 TVでよくドキュメント番組を見る		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		112	30.6	112	30.6	30.9	112	30.9
2 ややあてはまる		164	44.8	276	75.4	45.2	276	76.0
3 あまりあてはまらない		70	19.1	346	94.5	19.3	346	95.3
4 あてはまらない		17	4.6	363	99.2	4.7	363	100.0
99 DK/NA		3	0.8	366	100.0			
Q23_c メディアの接触度 新聞は毎日ひと通り目を通す		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		194	53.0	194	53.0	53.2	194	53.2
2 ややあてはまる		69	18.9	263	71.9	18.9	263	72.1
3 あまりあてはまらない		48	13.1	311	85.0	13.2	311	85.2
4 あてはまらない		54	14.8	365	99.7	14.8	365	100.0
99 DK/NA		1	0.3	366	100.0			
Q23_d メディアの接触度 インターネットで毎日ニュースをチェックする		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		88	24.0	88	24.0	24.3	88	24.3
2 ややあてはまる		60	16.4	148	40.4	16.6	148	40.9
3 あまりあてはまらない		69	18.9	217	59.3	19.1	217	59.9
4 あてはまらない		145	39.6	362	98.9	40.1	362	100.0
99 DK/NA		4	1.1	366	100.0			
Q23_e メディアの接触度 雑誌を定期的に講読している		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		50	13.7	50	13.7	13.9	50	13.9
2 ややあてはまる		38	10.4	88	24.0	10.5	88	24.4
3 あまりあてはまらない		55	15.0	143	39.1	15.2	143	39.6
4 あてはまらない		218	59.6	361	98.6	60.4	361	100.0
99 DK/NA		5	1.4	366	100.0			
Q23_f メディアの接触度 地域情報誌に目を通す		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる		81	22.1	81	22.1	22.3	81	22.3
2 ややあてはまる		127	34.7	208	56.8	35.0	208	57.3
3 あまりあてはまらない		97	26.5	305	83.3	26.7	305	84.0
4 あてはまらない		58	15.9	363	99.2	16.0	363	100.0
99 DK/NA		3	0.8	366	100.0			

Q23_g メディアの接触度 市や県の広報誌によく目を通す	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	93	25.4	93	25.4	25.6	93	25.6
2 ややあてはまる	147	40.2	240	65.6	40.4	240	65.9
3 あまりあてはまらない	81	22.1	321	87.7	22.3	321	88.2
4 あてはまらない	43	11.8	364	99.5	11.8	364	100.0
99 DK/NA	2	0.6	366	100.0			
Q23_h メディアの接触度 エコ行動に関するポスターをよくみる	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	43	11.8	43	11.8	11.8	43	11.8
2 ややあてはまる	134	36.6	177	48.4	36.8	177	48.6
3 あまりあてはまらない	139	38.0	316	86.3	38.2	316	86.8
4 あてはまらない	48	13.1	364	99.5	13.2	364	100.0
99 DK/NA	2	0.6	366	100.0			
Q24_a 流行への敏感さ CMで見た商品を度々買う	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	37	10.1	37	10.1	10.4	37	10.4
2 ややあてはまる	116	31.7	153	41.8	32.5	153	42.9
3 あまりあてはまらない	137	37.4	290	79.2	38.4	290	81.2
4 あてはまらない	67	18.3	357	97.5	18.8	357	100.0
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q24_b 流行への敏感さ 流行ものをチェックしている	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	27	7.4	27	7.4	7.6	27	7.6
2 ややあてはまる	63	17.2	90	24.6	17.7	90	25.2
3 あまりあてはまらない	129	35.3	219	59.8	36.1	219	61.3
4 あてはまらない	138	37.7	357	97.5	38.7	357	100.0
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q24_c 流行への敏感さ 新商品が出たら買ってしまう	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	22	6.0	22	6.0	6.2	22	6.2
2 ややあてはまる	59	16.1	81	22.1	16.6	81	22.8
3 あまりあてはまらない	117	32.0	198	54.1	32.9	198	55.6
4 あてはまらない	158	43.2	356	97.3	44.4	356	100.0
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0			
Q24_d 流行への敏感さ 番組で紹介された商品や行動は試す	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	18	4.9	18	4.9	5.1	18	5.1
2 ややあてはまる	116	31.7	134	36.6	32.6	134	37.6
3 あまりあてはまらない	135	36.9	269	73.5	37.9	269	75.6
4 あてはまらない	87	23.8	356	97.3	24.4	356	100.0
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0			
Q24_e 流行への敏感さ 衝動買いをよくしてしまう	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	42	11.5	42	11.5	11.8	42	11.8
2 ややあてはまる	111	30.3	153	41.8	31.2	153	43.0
3 あまりあてはまらない	131	35.8	284	77.6	36.8	284	79.8
4 あてはまらない	72	19.7	356	97.3	20.2	356	100.0
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0			
Q24_f 流行への敏感さ 「〇〇限定」と書いてあると買ってしまう	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	35	9.6	35	9.6	9.8	35	9.8
2 ややあてはまる	114	31.2	149	40.7	32.0	149	41.9
3 あまりあてはまらない	120	32.8	269	73.5	33.7	269	75.6
4 あてはまらない	87	23.8	356	97.3	24.4	356	100.0
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0			
Q24_g 流行への敏感さ 友人や知人から勧められたものは試す	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	13	3.6	13	3.6	3.6	13	3.6
2 ややあてはまる	107	29.2	120	32.8	30.0	120	33.6
3 あまりあてはまらない	166	45.4	286	78.1	46.5	286	80.1
4 あてはまらない	71	19.4	357	97.5	19.9	357	100.0
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q25_a もったいない意識 食べ物を残す	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 そう思う	249	68.0	249	68.0	69.6	249	69.6
2 ややそう思う	70	19.1	319	87.2	19.6	319	89.1
3 あまりそう思わない	21	5.7	340	92.9	5.9	340	95.0
4 そう思わない	18	4.9	358	97.8	5.0	358	100.0
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0			
Q25_b もったいない意識 調理で生ごみを出す	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 そう思う	56	15.3	56	15.3	15.7	56	15.7
2 ややそう思う	122	33.3	178	48.6	34.2	178	49.9
3 あまりそう思わない	143	39.1	321	87.7	40.1	321	89.9
4 そう思わない	36	9.8	357	97.5	10.1	357	100.0
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			

Q25_c もつたいない意識 買った服を1回しか着ない	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 そう思う	262	71.6	262	71.6	73.6	262	73.6
2 ややそう思う	37	10.1	299	81.7	10.4	299	84.0
3 あまりそう思わない	22	6.0	321	87.7	6.2	321	90.2
4 そう思わない	35	9.6	356	97.3	9.8	356	100.0
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0			
Q25_d もつたいない意識 部屋を離れるとき照明をつけたまま	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 そう思う	139	38.0	139	38.0	39.0	139	39.0
2 ややそう思う	124	33.9	263	71.9	34.8	263	73.9
3 あまりそう思わない	64	17.5	327	89.3	18.0	327	91.9
4 そう思わない	29	7.9	356	97.3	8.2	356	100.0
99 DK/NA	10	2.7	366	100.0			
Q25_e もつたいない意識 水を流したまま食器を洗う	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 そう思う	178	48.6	178	48.6	49.9	178	49.9
2 ややそう思う	121	33.1	299	81.7	33.9	299	83.8
3 あまりそう思わない	37	10.1	336	91.8	10.4	336	94.1
4 そう思わない	21	5.7	357	97.5	5.9	357	100.0
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q26_a 担当している家事 食事の用意	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 ほぼ毎日	213	58.2	213	58.2	59.5	213	59.5
2 週に3、4回	21	5.7	234	63.9	5.9	234	65.4
3 週に1回程度	37	10.1	271	74.0	10.3	271	75.7
4 月に1、2回程度	28	7.7	299	81.7	7.8	299	83.5
5 ほとんどない	59	16.1	358	97.8	16.5	358	100.0
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0			
Q26_b 担当している家事 食事の後片づけ	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 ほぼ毎日	228	62.3	228	62.3	63.7	228	63.7
2 週に3、4回	35	9.56	263	71.86	9.8	263	73.5
3 週に1回程度	37	10.11	300	81.97	10.3	300	83.8
4 月に1、2回程度	24	6.56	324	88.52	6.7	324	90.5
5 ほとんどない	34	9.29	358	97.81	9.5	358	100.0
99 DK/NA	8	2.19	366	100.0			
Q26_c 担当している家事 洗濯	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 ほぼ毎日	182	49.7	182	49.7	50.8	182	50.8
2 週に3、4回	44	12.0	226	61.8	12.3	226	63.1
3 週に1回程度	43	11.8	269	73.5	12.0	269	75.1
4 月に1、2回程度	28	7.7	297	81.2	7.8	297	83.0
5 ほとんどない	61	16.7	358	97.8	17.0	358	100.0
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0			
Q26_d 担当している家事 掃除	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 ほぼ毎日	131	35.8	131	35.8	36.6	131	36.6
2 週に3、4回	64	17.5	195	53.3	17.9	195	54.5
3 週に1回程度	69	18.9	264	72.1	19.3	264	73.7
4 月に1、2回程度	56	15.3	320	87.4	15.6	320	89.4
5 ほとんどない	38	10.4	358	97.8	10.6	358	100.0
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0			
Q26_e 担当している家事 食料品の買い物	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 ほぼ毎日	114	31.2	114	31.2	31.8	114	31.8
2 週に3、4回	107	29.2	221	60.4	29.9	221	61.7
3 週に1回程度	95	26.0	316	86.3	26.5	316	88.3
4 月に1、2回程度	20	5.5	336	91.8	5.6	336	93.9
5 ほとんどない	22	6.0	358	97.8	6.2	358	100.0
99 DK/NA	8	2.2	366	100.0			
Q27_a 3年間で行ったこと 近所の人に自ら挨拶する	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行なう	263	71.9	263	71.9	74.5	263	74.5
2 ときどき行なう	77	21.0	340	92.9	21.8	340	96.3
3 あまり行なわない	10	2.7	350	95.6	2.8	350	99.2
4 まったく行なわない	3	0.8	353	96.5	0.8	353	100.0
5 機会がない	4	1.1	357	97.5			
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q27_b 3年間で行ったこと 外食時、皿をまとめる	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行なう	169	46.2	169	46.2	48.1	169	48.1
2 ときどき行なう	148	40.4	317	86.6	42.2	317	90.3
3 あまり行なわない	30	8.2	347	94.8	8.5	347	98.9
4 まったく行なわない	4	1.1	351	95.9	1.1	351	100.0
5 機会がない	6	1.6	357	97.5			
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			

Q27_c 3年間で行ったこと 公共交通機関で席を譲る	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行なう	151	41.3	151	41.3	46.5	151	46.5
2 ときどき行なう	146	39.9	297	81.2	44.9	297	91.4
3 あまり行なわない	26	7.1	323	88.3	8.0	323	99.4
4 まったく行なわない	2	0.6	325	88.8	0.6	325	100.0
5 機会がない	32	8.7	357	97.5			
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q27_d 3年間で行ったこと 友人の相談に乗る	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行なう	81	22.1	81	22.1	24.4	81	24.4
2 ときどき行なう	195	53.3	276	75.4	58.7	276	83.1
3 あまり行なわない	51	13.9	327	89.3	15.4	327	98.5
4 まったく行なわない	5	1.4	332	90.7	1.5	332	100.0
5 機会がない	25	6.8	357	97.5			
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q27_e 3年間で行ったこと 次の人のためにドアを開ける	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行なう	165	45.1	165	45.1	47.4	165	47.4
2 ときどき行なう	158	43.2	323	88.3	45.4	323	92.8
3 あまり行なわない	22	6.0	345	94.3	6.3	345	99.1
4 まったく行なわない	3	0.8	348	95.1	0.9	348	100.0
5 機会がない	9	2.5	357	97.5			
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q27_f 3年間で行ったこと 人が物を落としたら拾って渡す	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつも行なう	251	68.6	251	68.6	75.1	251	75.1
2 ときどき行なう	76	20.8	327	89.3	22.8	327	97.9
3 あまり行なわない	6	1.6	333	91.0	1.8	333	99.7
4 まったく行なわない	1	0.3	334	91.3	0.3	334	100.0
5 機会がない	23	6.3	357	97.5			
99 DK/NA	9	2.5	366	100.0			
Q28_a 地域参加への活動頻度 環境保全(ゴミ拾いなど)	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつもしている	55	15.0	55	15.0	21.7	55	21.7
2 よくしている	61	16.7	116	31.7	24.1	116	45.8
3 あまりしていない	82	22.4	198	54.1	32.4	198	78.3
4 全くしていない	55	15.0	253	69.1	21.7	253	100.0
5 あてはまらない	102	27.9	355	97.0			
99 DK/NA	11	3.0	366	100.0			
Q28_b 地域参加への活動頻度 地域行事(お祭りなど)	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつもしている	27	7.4	27	7.4	9.2	27	9.2
2 よくしている	57	15.6	84	23.0	19.5	84	28.8
3 あまりしていない	133	36.3	217	59.3	45.5	217	74.3
4 全くしていない	75	20.5	292	79.8	25.7	292	100.0
5 あてはまらない	63	17.2	355	97.0			
99 DK/NA	11	3.0	366	100.0			
Q28_c 地域参加への活動頻度 教育文化(子ども会など)	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつもしている	14	3.8	14	3.8	5.6	14	5.6
2 よくしている	41	11.2	55	15.0	16.5	55	22.2
3 あまりしていない	93	25.4	148	40.4	37.5	148	59.7
4 全くしていない	100	27.3	248	67.8	40.3	248	100.0
5 あてはまらない	107	29.2	355	97.0			
99 DK/NA	11	3.0	366	100.0			
Q28_d 地域参加への活動頻度 防犯・防災(避難訓練など)	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつもしている	15	4.1	15	4.1	5.6	15	5.6
2 よくしている	41	11.2	56	15.3	15.2	56	20.7
3 あまりしていない	103	28.1	159	43.4	38.1	159	58.9
4 全くしていない	111	30.3	270	73.8	41.1	270	100.0
5 あてはまらない	85	23.2	355	97.0			
99 DK/NA	11	3.0	366	100.0			
Q28_e 地域参加への活動頻度 自治会運営(自治会役員になるなど)	度数	パーセント	累積 度数	累積 パーセント	パーセント	累積 度数	累積 パーセント
1 いつもしている	26	7.1	26	7.1	9.5	26	9.5
2 よくしている	50	13.7	76	20.8	18.2	76	27.7
3 あまりしていない	100	27.3	176	48.1	36.5	176	64.2
4 全くしていない	98	26.8	274	74.9	35.8	274	100.0
5 あてはまらない	79	21.6	353	96.5			
99 DK/NA	13	3.6	366	100.0			

Q28_f 地域参加への活動頻度 高齢者・障害者支援（家事援助など）	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつもしている	4	1.1	4	1.1	1.8	4	1.8
2 よくしている	17	4.6	21	5.7	7.7	21	9.5
3 あまりしていない	70	19.1	91	24.9	31.5	91	41.0
4 全くしていない	131	35.8	222	60.7	59.0	222	100.0
5 あてはまらない	127	34.7	349	95.4			
99 DK/NA	17	4.6	366	100.0			
Q28_g 地域参加への活動頻度 千葉市内のエコイベント	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 いつもしている	4	1.1	4	1.1	1.7	4	1.7
2 よくしている	14	3.8	18	4.9	5.8	18	7.5
3 あまりしていない	51	13.9	69	18.9	21.2	69	28.7
4 全くしていない	172	47.0	241	65.9	71.4	241	100.0
5 あてはまらない	113	30.9	354	96.7			
99 DK/NA	12	3.3	366	100.0			
Q29_a ここ2～3年、経済的に余裕がない	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	104	28.4	104	28.4	29.0	104	29.0
2 ややあてはまる	127	34.7	231	63.1	35.4	231	64.4
3 あまりあてはまらない	100	27.3	331	90.4	27.9	331	92.2
4 全くあてはまらない	28	7.7	359	98.1	7.8	359	100.0
99 DK/NA	7	1.9	366	100.0			
Q29_b ここ2～3年、時間的に余裕がない	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 あてはまる	96	26.2	96	26.2	27.4	96	27.4
2 ややあてはまる	118	32.2	214	58.5	33.7	214	61.1
3 あまりあてはまらない	94	25.7	308	84.2	26.9	308	88.0
4 全くあてはまらない	42	11.5	350	95.6	12.0	350	100.0
99 DK/NA	16	4.4	366	100.0			
Q30_a 将来の不安の内容 経済的・金銭的なこと	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 とても感じる	159	43.4	159	43.4	43.7	159	43.7
2 やや感じる	137	37.4	296	80.9	37.6	296	81.3
3 あまり感じない	57	15.6	353	96.5	15.7	353	97.0
4 全く感じない	11	3.0	364	99.5	3.0	364	100.0
99 DK/NA	2	0.6	366	100.0			
Q30_b 将来の不安の内容 人間関係のこと	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 とても感じる	85	23.2	85	23.2	23.4	85	23.4
2 やや感じる	137	37.4	222	60.7	37.7	222	61.2
3 あまり感じない	118	32.2	340	92.9	32.5	340	93.7
4 全く感じない	23	6.3	363	99.2	6.3	363	100.0
99 DK/NA	3	0.8	366	100.0			
Q30_c 将来の不安の内容 自分もしくは家族の健康のこと	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 とても感じる	132	36.1	132	36.1	36.4	132	36.4
2 やや感じる	164	44.8	296	80.9	45.2	296	81.5
3 あまり感じない	57	15.6	353	96.5	15.7	353	97.3
4 全く感じない	10	2.7	363	99.2	2.8	363	100.0
99 DK/NA	3	0.8	366	100.0			
Q30_d 将来の不安の内容 環境問題のこと	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 とても感じる	136	37.2	136	37.2	37.5	136	37.5
2 やや感じる	164	44.8	300	82.0	45.2	300	82.6
3 あまり感じない	56	15.3	356	97.3	15.4	356	98.1
4 全く感じない	7	1.9	363	99.2	1.9	363	100.0
99 DK/NA	3	0.8	366	100.0			
Q31 職業	度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 正社員	100	27.3	100	27.3	28.4	100	28.4
2 パートタイマー	70	19.1	170	46.5	19.9	170	48.3
3 派遣社員	8	2.2	178	48.6	2.3	178	50.6
4 公務員・団体職員	22	6.0	200	54.6	6.3	200	56.8
5 自営業・農林業	13	3.6	213	58.2	3.7	213	60.5
6 その他	14	3.8	227	62.0	4.0	227	64.5
7 専業主婦	84	23.0	311	85.0	23.9	311	88.4
8 無職	41	11.2	352	96.2	11.7	352	100.0
99 DK/NA	14	3.8	366	100.0			

Q32_a 一週間の平均労働時間		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
0時間(育児休暇中)		1	0.3	1	0.3	0.4	1	0.4
10時間未満		8	2.2	9	2.5	3.5	8	3.9
10時間以上～20時間未満		26	7.1	35	9.6	11.4	35	15.3
20時間以上～30時間未満		33	9.0	68	18.6	14.4	68	29.7
30時間以上～40時間未満		38	10.4	106	29.0	16.6	106	46.3
40時間以上～50時間未満		72	19.7	178	48.6	31.4	178	77.7
50時間以上～60時間未満		27	7.4	205	56.0	11.8	205	89.5
60時間以上		24	6.6	229	62.6	10.5	229	100.0
999 DK/NA		137	37.4	366	100.0			
平均値 = 36.8 (時間)								
Q32_b 一週間の平均労働日数		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
0日～1日		5	1.3	5	1.3	2.3	5	2.3
2日～3日		29	7.9	34	9.3	13.1	34	15.3
4日～5日		148	40.4	182	49.7	66.7	182	82.0
6日～7日		40	10.9	222	60.7	17.2	222	100.0
999 DK/NA		144	39.3	366	100.0			
平均値 = 4.7 (日)								
Q33 居住年数		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 1年未満		10	2.7	10	2.7	2.8	10	2.8
2 1年以上3年未満		33	9.0	43	11.8	9.1	43	11.8
3 3年以上5年未満		18	4.9	61	16.7	5.0	61	16.8
4 5年以上10年未満		55	15.0	116	31.7	15.1	116	31.9
5 10年以上20年未満		76	20.8	192	52.5	20.9	192	52.8
6 20年以上		172	47.0	364	99.5	47.3	364	100.0
999 DK/NA		2	0.6	366	100.0			
平均値 = 2.9 (人)								
Q34 同居家族人数		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1人		35	9.6	35	9.6	9.6	35	9.6
2人		107	29.2	142	38.8	29.4	142	39.0
3人		107	29.2	249	68.0	29.4	249	68.4
4人		93	25.4	342	93.4	25.6	342	94.0
5人		16	4.4	358	97.8	4.4	358	98.4
6人		3	0.8	361	98.6	0.8	361	99.2
7人		2	0.5	363	99.1	0.6	363	99.7
10人		1	0.3	364	99.5	0.3	364	100.0
999 DK/NA		2	0.5	366	100.0			
平均値 = 2.9 (人)								
Q35 世帯構成(複数回答)		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
Q35_1 一人暮らし		35	9.6	35	9.6	9.6	35	9.6
Q35_2 配偶者パートナー		264	72.1	299	81.7	72.5	299	82.1
Q35_3 あなたの親		46	12.6	345	94.3	12.6	345	94.7
Q35_4 配偶者・パートナーの親		7	1.9	352	96.2	1.9	352	96.6
Q35_5 あなたの子ども		195	53.2	547	149.4	53.6	547	150.2
Q35_6 あなたの祖父母		2	0.5	549	149.9	0.6	549	150.8
Q35_7 あなたの孫		6	1.6	555	151.5	1.7	555	152.5
Q35_8 あなたの兄弟、姉妹		24	6.6	579	158.1	6.6	579	159.1
Q35_9 その他		7	1.9	586	160.0	1.9	586	161.0
999 DK/NA		2	0.5	588	160.5			
平均値 = 2.9 (人)								
Q36 世帯収入		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 100万未満		6	1.6	6	1.6	1.7	6	1.7
2 100万以上300万未満		60	16.4	66	18.0	16.9	66	18.6
3 300万以上500万未満		89	24.3	155	42.4	25.1	155	43.7
4 500万以上700万未満		60	16.4	215	58.7	16.9	215	60.6
5 700万以上1000万未満		72	19.7	287	78.4	20.3	287	80.9
6 1000万以上		68	18.6	355	97.0	19.2	355	100.0
999 DK/NA		11	3.0	366	100.0			
平均値 = 2.9 (人)								
家族類型		度数	パーセント	累積度数	累積パーセント	パーセント	累積度数	累積パーセント
1 一人暮らし		35	9.6	35	9.6	9.6	35	9.6
2 夫婦のみ		88	24.0	123	33.6	24.2	123	33.8
3 核家族a(配偶者と子ども)		156	42.6	279	76.2	42.9	279	76.7
4 核家族b(親と兄弟姉妹)		33	9.0	312	85.3	9.1	312	85.7
5 3世代家族		17	4.6	329	89.9	4.7	329	90.4
6 4世代以上家族		2	0.6	331	90.4	0.6	331	90.9
7 その他		33	9.0	364	99.5	9.1	364	100.0
999 DK/NA		2	0.6	366	100.0			
平均値 = 2.9 (人)								

# 調查票



# 環境問題と生活様式に関するアンケート

## ☆ご記入にあたってのご注意

I. 質問ごとの指示にしたがって○をつけてください。

ひとつずつ○をつける質問では（○はひとつずつ）となっており、あてはまる番号すべてに○をつける質問では、（○はいくつでも）になっております。

II. ○をつけた箇所に、「その他（          ）」など（          ）がある場合には、（          ）内に具体的にお書きください。

※ 記入されたアンケートは、同封の返送用封筒に入れ、9月25日（金）までに投函いただけますようお願ひいたします。

## ☆お問い合わせ先

このアンケート調査についてご不明な点やご質問がございましたら、下記の調査責任者までお問い合わせください。

### 調査責任者

淑徳大学教授 榎瀬 俊子  
淑徳大学教授 磯岡 哲也

社会調査助手 本多 敏明  
教育助手補 庄司 壮

フィールドワーク履修生（淑徳大学総合福祉学部 人間社会学科3年）

田中 千尋	三上 大貴	平川 桃子	町山 恵理	小川 円
平野 由香里	北澤 美紀	並木 正典	佐藤 純	我妻 麻美
佐野 まどか	古谷 香奈	小川 裕哲	関吉 広亮	武林 美由紀
大西 なつの	品田 裕太	花澤 千尋		

連絡先：千葉市中央区大巖寺町200番地  
淑徳大学総合福祉学部人間社会学科  
電話番号：043-265-7331（内線559）  
E-mail：fieldwrk@soc.shukutoku.ac.jp

Q 1 あなたは何区にお住まいですか。あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつ)

- |        |         |        |
|--------|---------|--------|
| 1. 中央区 | 2. 花見川区 | 3. 稲毛区 |
| 4. 若葉区 | 5. 美浜区  | 6. 緑区  |

Q 2 あなたの性別を教えてください。あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつ)

- |       |       |
|-------|-------|
| 1. 男性 | 2. 女性 |
|-------|-------|

Q 3 あなたの年齢を数字でお書きください。

満 ( \_\_\_\_\_ ) 歳

Q 4 あなたは、次の a~k についてどのくらいわかっていますか。それぞれあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

わ か つ て い る	わ あ か る つ 程 度 い る	わ 少 か し つ は て い る	わ か ら な い
----------------------------	---	---	-----------------------

- |                   |       |   |       |   |       |   |       |   |
|-------------------|-------|---|-------|---|-------|---|-------|---|
| a. 「3 R」の意味       | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| b. チームマイナス 6 %    | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| c. 省エネ家電の購入補助金    | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| d. エコカー減税や補助金     | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| e. クールビズ          | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| f. エコバッグがなぜ「エコ」か  | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| g. グリーンニューディール政策  | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| h. 地球温暖化のしくみ      | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| i. 環境家計簿          | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| j. レッドデータブック      | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |
| k. 温室効果ガスの排出量取引制度 | ..... | 1 | ..... | 2 | ..... | 3 | ..... | 4 |

Q 5 あなたは、次の a~i の行動を普段どのくらい行っていますか。それぞれあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

いつも行う	ときどき行う	あまり行わない	まったく行わない
-------	--------	---------	----------

- a. 直せば使える物を修理・補修して使う、  
または違うものにして使用する（タオルをぞうきんにするなど）..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - b. 過剰包装を断る ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - c. 生ゴミは自宅で処理している ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - d. 冷暖房の温度をこまめに設定する ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - e. 水を使うとき、出しつぱなしにしない ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - f. 外出の際には、なるべく自転車や歩行、電車、バスなどの  
公共交通機関を利用する ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - g. 値段が高くとも、長く使用できるものを購入している ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - h. 詰め替え用品を購入するようにしている ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - i. 冷蔵庫にものを詰め込みすぎないようにしている ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q 6 次のA・Bの二つの意見のうち、どちらがあなたの考えに近いですか。あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつ)

- A. 「節水」によって水道料金を節約することができる
  - B. 「節水」によって水を大事に使うことができる

Q 7 あなたはエコバッグを持っていますか。あてはまる番号すべてに○をつけてください。

(○はいくつでも)

1. 購入して持っている → Q 8 にお答えください
2. 人にもらったり、キャンペーンで配られて持っている → Q 8 にお答えください
3. 以前から買い物袋を持っている → Q 8 にお答えください
4. 持っていない → 次頁のQ 10 へお進みください

Q 8 Q 7 でエコバッグを持っている (1, 2, 3) とお答えした方にお聞きします。あなたは、エコバッグをどのくらいの頻度で使用していますか。あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつ)

1. いつも使用している → Q 9 にお答えください
2. たまに使用している → Q 9 にお答えください
3. あまり使用していない → Q 9 にお答えください
4. まったく使用していない → 次頁のQ 10 へお進みください

Q 9 Q 8 でエコバッグを使用している (1, 2, 3) とお答えした方にお聞きします。あなたがエコバッグを使っている理由は何ですか。あてはまる番号すべてに○をつけてください。「13. その他」に○をついた方は具体的にお書きください (○はいくつでも)

1. 環境に良いと思うから
2. ポイントが付くから
3. レジ袋が有料化されたから
4. レジ袋より機能的だから
5. 流行しているから
6. ブランド品だから
7. デザインが気に入ったから
8. もらったから
9. 利用しているお店がエコバッグを勧めているから
10. 国や市が呼びかけているから
11. 身近な人がもっていないから
12. 他の人の目を引きたいから
13. その他 ( )

Q10 あなたが衣類をごみとして捨てる際、次の a～f の理由はどのくらいあてはまりますか。

それぞれ最もあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
-------	---------	------------	---------

- a. サイズが合わなくなったから ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - b. 飽きたから ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - c. 新しいものを買ったから ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - d. 流行が過ぎたから ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - e. 汚れたり破れたり使えなくなったから ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4
  - f. 収納スペースが狭くなってきたから ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q11 あなたは、買い物をする際、次の a~i についてどのくらい行っていますか。

それぞれ最もあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

よくする	たまにする	あまりしない	全くしない
------	-------	--------	-------

- a. 必要な物だけ購入する ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

b. 再利用可能なものを選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

c. 長期利用できるものを選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

d. 洗剤などは環境への影響が少ない物を選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

e. 健康・安全を損なわないものを選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

f. 再生品を選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

g. 資源やエネルギーを浪費しないものを選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

h. 環境対策に積極的な店やメーカーで選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

i. 環境に配慮した商品であれば多少高額でも選ぶ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q12 省エネ家電（例. テレビ、エアコン、洗濯機、冷蔵庫など）の購入について、あてはまる番号に○をつけてください。（○はひとつ）

1. この2～3年のあいだに購入した → Q13にお答えください
2. 近々、購入しようとしている → Q13にお答えください
3. 購入する予定はない → Q14にお答えください

Q13 Q12で「1. この2～3年のあいだに購入した」または「2. 近々、購入しようとしている」とお答えした方にお聞きします。省エネ家電を購入する理由として、あなたの考えにあてはまる番号すべてに○をつけてください。「10. その他」に○をつけた方は具体的にお書きください。（○はいくつでも）

- |                  |                      |
|------------------|----------------------|
| 1. 環境に良いと思うから    | 2. 電気代が安くなるから        |
| 3. 機能が良いから       | 4. 今使用している家電の調子が悪いから |
| 5. エコポイントがつくから   | 6. 店員にすすめられたから       |
| 7. 流行しているから      | 8. 他の人の目を引きたいから      |
| 9. 身近な人がもっていないから | 10. その他 ( )          |

Q14 Q12で「3. 購入する予定はない」とお答えした方にお聞きします。省エネ家電を買う予定のない理由として、あなたの考えに最もあてはまる番号に○をつけてください。「5. その他」に○をつけた方は具体的にお書きください（○はひとつ）

1. まだ使える家電をごみとして捨てるのがもったいないから
2. お金がかかるから
3. 省エネ家電でなくても生活に支障がないから
4. 特に理由はない
5. その他 ( )

Q15 エコカー（ハイブリッド車、電気自動車など）の購入について、あてはまる番号に○をつけてください。（○はひとつ）

1. この2～3年のあいだに購入した → Q16にお答えください
2. 近々、購入しようとしている → Q16にお答えください
3. 購入する予定はない → Q17にお答えください

Q16 Q15で「1. この2～3年のあいだに購入した」または「2. 近々、購入しようとしている」とお答えした方にお聞きします。エコカーを購入する理由として、あなたの考えにあてはまる番号に○をつけてください。「10. その他」に○をつけた方は具体的にお書きください（○はいくつでも）

- |                  |                       |
|------------------|-----------------------|
| 1. 環境に良いと思うから    | 2. ガソリン代が安くなるから       |
| 3. 機能が良いから       | 4. 今使用している自動車の調子が悪いから |
| 5. 補助金が出るから      | 6. 店員にすすめられたから        |
| 7. 流行しているから      | 8. 他の人の目を引きたいから       |
| 9. 身近な人がもっていないから | 10. その他（ ）            |

Q17 Q15で「3. 購入する予定はない」とお答えした方にお聞きします。エコカーを購入する予定のない理由として、あなたの考えに最もあてはまる番号に○をつけてください。「5. その他」に○をつけた方は具体的にお書きください（○はひとつ）

- |                               |
|-------------------------------|
| 1. まだ使える自動車があり廃車にするのがもったいないから |
| 2. お金がかかるから                   |
| 3. 自動車以外の交通手段で十分だから           |
| 4. エコカーのなかに気に入った自動車がないから      |
| 5. その他（ ）                     |

Q18 以下の1~8のうち、あなたが千葉市で可燃ごみとして出せると思うものすべてに○をつけてください。

(○はいくつでも)

- |        |              |          |              |
|--------|--------------|----------|--------------|
| 1. 乾電池 | 2. 生ごみ       | 3. 卵パック  | 4. 傘         |
| 5. 貝殻  | 6. フロッピーディスク | 7. スプレー缶 | 8. シャンプーのボトル |

Q19 あなたは、あなたがお住まいの地域での資源ごみを出してよい曜日を把握していますか。あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつ)

- |               |                |
|---------------|----------------|
| 1. 把握している     | 2. ある程度、把握している |
| 3. あまり把握していない | 4. 把握していない     |

Q20 あなたは次のa~dの分別をどのくらい行っていますか。あてはまる番号に○をつけてください。

(○はひとつずつ)

いつも行う	ときどき行う	あまり行わない	全く行わない
-------	--------	---------	--------

- |                    |       |   |   |   |   |
|--------------------|-------|---|---|---|---|
| a. 可燃ごみと不燃ごみの分別    | ..... | 1 | 2 | 3 | 4 |
| b. 有害ごみ（危険物）の分別    | ..... | 1 | 2 | 3 | 4 |
| c. びん・かん・ペットボトルの分別 | ..... | 1 | 2 | 3 | 4 |
| d. 古紙・布類の分別        | ..... | 1 | 2 | 3 | 4 |

Q21 あなたは、ご自身の洋服や靴やアクセサリーなどの装飾品に、1ヶ月にいくらまで使えますか。

金額をお書きください。

月に ( ) 円ぐらいまで

Q22 あなたは、どのようなことに気をつけて食品、食材を購入していますか。次の a～hについて、

あてはまる番号に○をつけて下さい。(○はひとつずつ)

あ て は ま る	や や あ て は ま る	あ ま り て は ま ら な い	あ て は ま ら な い
-----------------------	---------------------------------	---	---------------------------------

- a. 遺伝子組み換えでない大豆食品を選んで買う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

b. 加工食品の成分表示(着色料、酸化防止剤等)をみて選んで買う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

c. 無農薬・減農薬の野菜を選んで買う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

d. 中国産の食品を買わないようにしている ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

e. 食品の消費期限を気にして買う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

f. 旬の食材を買う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

g. 新鮮なものを買う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

h. できるだけ地元の食材を買う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q23 あなたは次の a~hについてどのくらいあてはまりますか。それがあてはまる番号に○をつけて

ください。(〇はひとつずつ)

あ て は ま る	や や あ て は ま る	あ ま り あ て は ま ら な い	あ て は ま ら な い
-----------------------	---------------------------------	--	---------------------------------

- a. テレビで毎日、ニュース番組を見る ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

b. テレビでよくドキュメント番組を見る ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

c. 新聞は毎日ひと通り目を通す ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

d. インターネットで毎日、ニュースをチェックする ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

e. 雑誌を定期的に購読している ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

f. 地域情報紙・ミニコミ誌によく目を通す ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

g. 市や県の広報誌によく目を通す ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

h. 店頭のエコ行動（レジ袋削減等）に関するポスターをよくみる ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q24 あなたは、次の a~g についてどのくらいあてはまりますか。それぞれ最もあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
-------	---------	------------	---------



Q25 あなたは、次の a～e について「もったいない」と思いますか。それぞれ  
あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

そう思 う	ややそ う思 う	あま りそ う思 わな い	そ う思 わな い
----------	----------------	---------------------------	--------------------

- a. 食事の際、食べ物を残す ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

b. 調理で生ごみ（野菜の皮、魚の骨、お肉の脂身、など）を出す ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

c. 買った服を1回しか着ない ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

d. 少しの時間、部屋を離れる場合に照明をつけたままにする ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

e. 水を流したまま食器を洗う ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q26 あなたは、次の a~e の家事をどのくらい担当していますか。それぞれ  
あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

ほんと毎日	週に3、4回	週に1回程度	週に1、2回	ほとんどない
-------	--------	--------	--------	--------

- a. 料理などの食事の用意 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

b. 盤洗いなどの食事の後片づけ ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

c. 洗濯 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

d. 掃除 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

e. 食料品の買い物 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

Q27 あなたは次の a~f の行動を、この3年間のうちにどのくらい行っていますか。 それぞれあてはまる番号に○をつけてください。なお、a~f のような機会がない方は「5. 機会がない」に○をつけてください。(○はひとつずつ)

いつも行う	ときどき行う	あまり行わない	全く行わない	機会がない
-------	--------	---------	--------	-------

- a. 近所の人に会った時、自らすすんで挨拶する ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- b. 外食し終わった時、皿などを店員が持つてきやすいようにまとめる ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- c. 電車やバスなどの公共の乗り物で、お年寄りや妊婦など長時間立つのがつらそうな人に席を譲る ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- d. 友人が落ち込んでいたら、相談に乗る ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- e. ドアを開けた時、次に入って来る人の為にドアを開けている ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- f. 前を歩いている人が物を落としたら、拾って渡す ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

Q28 あなたは、現在、次の a~g の地域の活動にどの程度参加していますか。あてはまる番号に○をつけてください。なお、地域で以下のような活動が行われていない場合、または以下のような活動が行われているか知らない場合は、「5. あてはまらない」に○をつけてください。(○はひとつずつ)

いつもしている	よくしている	あまりしていない	全くしていない	あてはまらない
---------	--------	----------	---------	---------

- a. 環境保全（ごみ拾い、掃除当番など） ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- b. 地域行事（お祭、運動会など） ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- c. 教育・文化（子供会、バザーなど） ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- d. 防犯・防災（避難訓練、パトロールなど） ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- e. 自治会運営（自治会役員、会合に参加など） ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- f. 高齢者・障がい者支援（家事援助、交流会など） ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5
- g. 千葉市内で開催されるエコイベント（ちばし環境フェスティバル、キャンドルナイト、エコライフ・フェアなど） ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4 ..... 5

Q29 この2~3年のあいだの、あなたの生活についてお聞きします。次のa~bのことがらについて、それぞれあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

あ て は ま る	や や あ て は ま る	あ ま り あ て は ま ら な い	あ て は ま ら な い
-----------------------	---------------------------------	--	---------------------------------

- a. 経済的に余裕がない ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4  
b. 時間的に余裕がない ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q30 あなたは次の a~dについてどのくらい不安を感じますか。それぞれあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつずつ)

まつたく	まつたく
感じない	感じない

- a. 将来の家計、仕事などの経済的・金銭的な不安 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

b. 将來の孤独、同居、人づきあいなどの人間関係の不安 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

c. 将來の自分もしくは家族の健康の不安 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

d. 将來の環境問題への不安 ..... 1 ..... 2 ..... 3 ..... 4

Q31 あなたの職業を教えてください。最もあてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつ)

1. 正社員（フルタイマー）  
2. パートタイマー（アルバイト含む）  
3. 派遣社員  
4. 公務員・団体職員など  
5. 商店などの自営業・農林業（家族従業員含む）  
6. その他（ ）  
7. 専業主婦 → 次の頁のQ33へお進みください  
8. 無職 → 次の頁のQ33へお進みください

Q32 にお答えください

**Q32** Q31で職業に就いているとお答えした(1~6に○をつけた)方にお聞きします。あなたは、一週間にどのくらい働いていますか。ここ半年の労働時間と労働日数の平均をそれぞれ教えてください。  
数字をお書きください。

- a. 時間：一週間に平均（ ）時間  
 b. 日数：一週間に平均（ ）日

Q33 あなたは、現在お住まいの地域にどのくらい住んでいますか。あてはまる番号に○をつけてください。  
転出して同じ町内に戻ってきた場合には通算年数でお答えください。(○はひとつ)

1. 1年未満                  2. 1年以上3年未満                  3. 3年以上5年未満  
4. 5年以上10年未満        5. 10年以上20年未満        6. 20年以上

Q34 現在、あなたと一緒に住んでいる方は、あなたを含めて全部で何人ですか（一時的に別居している方は除く）。数字をお書きください。一人暮らしの方は「1」とお書きください。

あなたを含めて（ ）人

Q35 現在一緒に住んでいる方について、次の1~9の中から、あてはまる番号すべてに○をつけてください。「9. その他」に○をつけた方は具体的にお書きください(○はいくつでも)

1. 一人暮らし                  2. 配偶者（パートナー）                  3. あなたの親  
4. 配偶者（パートナー）の親        5. あなたの子ども                  6. あなたの祖父母  
7. あなたの孫                  8. あなたの兄弟、姉妹                  9. その他（ ）

Q36 過去1年間のお宅の収入は、次のどれに近いですか。家族全員の収入を含めて、あてはまる番号に○をつけてください。(○はひとつ)

1. 100万円未満                  2. 100万円以上 300万円未満  
3. 300万円以上 500万円未満        4. 500万円以上 700万円未満  
5. 700万円以上 1000万円未満        6. 1000万円以上

◇以上で質問は終わりです◇

お手数ですが、裏面の折れ線にしたがって三つ折りにして、返信用封筒にお入れください。

なお、このアンケートに対するご意見等がありましたらお書きください。

ご協力ありがとうございました。

