

---

自動販売機横空容器回収ボックスへの  
一般ごみ混入対策調査プロジェクト  
(KORABOKS)

---

第2次調査（2006.11～2007.5）報告書

2008年1月1日 発行

日本コカ・コーラ株式会社

環境三四郎

アートファクトリー玄株式会社

## はじめに

コカ・コーラシステム（日本コカ・コーラと全国 12 のボトラー社等で構成）と東京大学学生サークル 環境三四郎、及びアートファクトリー 株式会社は、清涼飲料業界のリーディングカンパニーとして、環境意識の高い学生団体として、そして自動販売機ロケーションの企画・開発の最大手として、産学のコラボレーションである本プロジェクトに取り組んでいる。当初は手探りの状態で始まったが、循環型社会の構築に向かって、それぞれの立場から主体的に関わっていくことで、企業のみ、あるいは学生のみによる事業の限界を大きく越えて活動を展開し、この度第 2 次調査に至ることが出来た。

本プロジェクトのテーマは、自動販売機横の空容器専用回収ボックス（以下、回収ボックス）における一般ごみの混入問題の解決である。第 1 次調査の報告書でも述べたとおり、回収ボックス内の空容器以外の一般ごみが、資源としての空容器の品質を落としてしまっている。よって、処理コストを削減し、より効率的なリサイクルを可能にすることが、容器のリサイクル推進、ひいては循環型社会へとつながるだろう。しかし、回収ボックスの具体的な状況を示した調査はこれまでほとんど実施されてこなかった。

そこで、一般ごみ混入の現況とその有効な改善策を提示するために本プロジェクトでは今までに意識調査と二回の回収ボックス内容物調査（以下、内容物調査）を行ってきた。2006 年 4 月ごろから行った第 1 次の現地調査、2006 年 11 月にインターネットによる意識調査、そして 2007 年からこの第 2 次の現地調査を開始したのである。本報告書では、インターネット調査と第 2 次調査の現地調査（以下、本調査）を扱う。第 1 次調査の現地調査に関しては、第 1 次調査に関する報告書を参照されたい。

本プロジェクトの目的は、初めから変わることなく、消費者の意識改善を促し、一般ごみの混入を防ぐには何が最も効果的かということを探ることである。単なる調査で終わることなく、飲料業界の先駆けとなるべく世に出せる成果を出したい——そのようなゴールを目指してこの二年間模索を続けてきた。本報告書が、回収ボックスひいてはリサイクルや資源の活用といった問題にむけた関心を高め、循環型社会形成の一端を担えれば幸いである。

最後に、第 1 次調査に引き続き本調査へ協力をしていただいた東京コカ・コーラボトリング株式会社、調査場所をお借りした東京大学教養学部に深く御礼申し上げる。

# KORABOKS 第2次調査

## 目次

はじめに.....	1
<b>1. 目次.....</b>	<b>2</b>
<b>2. 推移.....</b>	<b>3</b>
<b>3. インターネット調査.....</b>	<b>4</b>
3.1 背景.....	4
3.2 目的.....	4
3.3 設問の構成.....	4
3.4 結果・考察.....	4
<b>4. 回収ボックス内容物調査.....</b>	<b>8</b>
4.1 背景.....	8
4.2 目的.....	8
4.3 調査設計.....	8
4.4 対策.....	8
4.5 調査地点.....	10
4.6 スケジュール.....	11
4.7 調査方法.....	11
4.8 結果・考察.....	11
<b>5. 展望.....</b>	<b>15</b>
<b>巻末資料.....</b>	<b>I</b>

本プロジェクトの略称である“KORABOKS”（コラボックス）は、「コラボレーション」と「ボックス」という響きを合わせ持つとともに、KO：コカ・コーラのニューヨーク証券取引場での略称、A：アートファクトリー玄、KS：環境三四郎、という三者をも示す。

## 2. プロジェクトの推移



### 3. インターネット調査

回収ボックスに関する消費者意識を直接調べるために、インターネット上でアンケートを実施した。対象は、全国の12-64歳の男女計1000名で、飲料を月一回以上自動販売機で購入飲用する者である。報告書末尾に使用した質問票を添付した。

#### 3.1 背景

回収ボックスの内容物調査や周辺環境調査のみでは消費者の意識を間接的にしか把握することができない。一般ごみ混入率の調査結果を解釈し、さらに進んだ対策を設計するためには、より直接的に消費者の意識を把握することが求められる。そこでアンケートを実施することにより消費者の意識をより正確に把握することを試みた。

#### 3.2 目的

回収ボックスに対する消費者の意識を多様な角度から探り、消費者からみた回収ボックスの位置づけおよび一般ごみ混入の発生要因・背景を明確にすること。

#### 3.3 設問の構成

設問は次の5項目を把握することを目的として作成した。

##### ①分別意識と現状 (Q3-Q10)

アンケート対象者の一般ごみに関する分別意識と実際の分別行動の把握を目的とした。

##### ②回収ボックスに対する消費者のイメージ（認識）(Q11-Q18)

回収ボックスそのものの認識や、回収ボックスの存在意義・役割の認識等、多角的な視点から消費者が回収ボックスに対して持っているイメージの把握を試みた。

##### ③回収ボックスの利用状況(Q19-Q24およびQ27-Q31)

回収ボックスの内容物構成や周辺環境との関係を調べるため、主に消費者の行動に関して質問した。

##### ④回収ボックスへの一般ごみ投入の理由 (Q25-Q31)

一般ごみ投入行動が起こる理由を把握するためにアンケート対象者に具体的な選択肢を挙げつつ質問するなどした。

##### ⑤回収ボックスに対して消費者が望むこと (Q32)

消費者の回収ボックスに対する不満や要望を自由回答形式で質問した。

また、Q1-Q2、Q33-Q36 は回答者の属性を調べるために設けた。

### 3.4 結果・考察

インターネット調査の結果に対し、前項で着目してきた点を中心に第2次調査の調査設計を行うために考察を加えた。

#### 【分別意識と現状】

日常生活における分別意識に関する質問において、「非常に意識している」または「まあ意識している」と答えた人の割合が93%であり、当初の予想に反して分別意識は高いことがわかった。したがって、意識と行動の間に何らかの乖離があると考えられる。また、年齢層が低いほど上記の二項目に当てはまると答えた人の割合が低く、10代では83%である一方60代では99%にまで達した。そして、男性より女性の方が上記の二項目に当てはまると答えた人の割合が有意に高かった。

家庭・職場・街中などで分別しない理由に関する質問においては、「分別の仕方がわからない」という理由を挙げる人が多かった。日常生活の様々な場面で分別のルールが異なっていることが、このように感じる理由と関係しているのだろう。

#### 【回収ボックスに対する消費者の認識】

自販機横の回収ボックスの存在は94%の人に認知されているにもかかわらず、その回収物がリサイクルされているという認識は77%にとどまっている。また、回収ボックスを「汚い」と感じている人の割合も過半数に達した。特に20代で汚いと感じている割合が多く、66%にのぼった。20代は同じものを見ても汚いと感じるのか、この年代が多く利用するような場所にある回収ボックスが他の場所に比べて汚いのか、現段階で結論付けることはできない。また、汚いと感じる理由については表面の汚れやボックスからあふれ出した回収物の存在を挙げる人が73%にのぼった。回収ボックスの周囲にごみが置かれている状況も、汚いと感じる理由の中で大きなものであった。

ここまでで挙げられた「汚く見える理由」は、スーパーなどの店頭の回収ボックスとの相違点でもある。また、リサイクルの細かい指示が書かれていないことも相違点として挙げられる。「洗う」などの指示がされていないとリサイクルしていないと思われるのだろう。自販機横回収ボックスの中身がリサイクルされているとの認識率が全体の77%である一方、スーパー店頭の回収ボックスの中身がリサイクルされているとの認識率は全体の89%、という結果はこれらの相違点に起因するものと考えられる。

これらを総合して考えると、自販機横の回収ボックスは汚いうえに回収に関する指示がなかったり、缶やびんを分けて回収していなかったりすることから、「リサイクルするものを集める拠点」として認識されていない、ということが導ける。したがって、一般ごみをまぜないようにするというインセンティブが薄れ、一般ごみの混入率が高止まりしていると考えられる。

### 【回収ボックスの利用状況】

回収ボックスに飲料容器のみを入れると答えた人が89%ということは、飲料容器専用の回収ボックスだということが「認識」はされているということである。ここでも認識と行動の乖離がみられる。商品を購入した自販機の横のボックスにそのまま投棄する、いわゆる即時消費の割合は61%で、当初の予想よりも高いことがわかった。年齢による差も大きく、30代以下では5割前後なのに対し、40代以上では65%、76%、82%と年齢が上がるにつれ上昇した。これは、中高年層の缶コーヒーの消費率や若年層のペットボトル飲料の購入率の高さによるものだろう。ただし、即時消費について議論する場合は、屋内屋外の違いも考慮しなくてはならないだろう。

また外出時に一般ごみが出た際の処分の仕方として、そのごみ専用のごみ箱を探す人の割合が最も高く64%であった。自宅に持ち帰る人の割合が次に高く22%であった。これは当初の予想に反するものであり、意外な結果であった。さらにごみ箱を探すと答えた64%の人にゴミ箱が周囲に見当たらなかった場合の対応を聞いたところ、自宅に持ち帰る人の割合が46%にのぼった。今回の調査では、「探す」という行為について時間や探し方などを限定しなかったため、消費者の正確な動向を把握するにはやや不十分な問いであったかもしれない。

### 【回収ボックスへの一般ごみ投入の理由】

一般ごみ投入の理由のトップは「周辺にごみ箱がないため」で、25%の人がこのように答えた。他には、「いち早くどこかに捨てたい」ということを挙げる消費者が多かった。このときにポイ捨てではなくボックスに入れてしまうことを考えると、回収ボックスが「ごみ箱」に近い認識であり、一般ごみ投入はポイ捨てよりも罪悪感の薄い行為だという認識があると思われる。また、64%の人が回収ボックスには一般ごみを投入しないと回答した。

街中で必要なごみ箱としては、一般ごみを入れる「可燃物」「不燃物」用のごみ箱を求める声が多い。足りないと思うごみ箱の種類はないと答えた人は全体の23%にすぎない。

また、自販機横回収ボックスの分別表示の認知率は80%であった。その分別表示を見やすいと答えた人はそのうち53%で、見にくく感じたり印象に残っていなかったりする人が半数近くであった。

### 【喫煙者の傾向】

質問全体を通じて、喫煙者に固有の特徴はほとんどなかった。違いが見られたのは、足りないごみ箱の種類として、吸殻入れを挙げる人が多いなど、ごく一部の問いについてであった。また、自販機近くで喫煙した場合の吸殻の処理方法については、59%が「携帯吸殻入れに捨てる」、43%が「吸殻入れのあるところまで持っていく」としたものの、「路上に捨てる」「缶の中に入れてそのまま回収ボックスに捨てる」と答える人もそれぞれ15%前後いた。今後改善の余地があると考えられる。

【自由回答】

いくつかの意見を抜粋して掲載する。

- ・ 綺麗／清潔にして欲しい (多数)
- ・ 溜めないようにしているところは気持ちが良い (男性・57歳)
- ・ 明確に色分けをして、それをCM等で認識を広めてほしい (男性・29歳)
- ・ 本当にリサイクルしているんですか?? (女性・23歳、他)
- ・ 便利でよいと思う (女性・31歳、他)
- ・ 分かりやすくしてほしい (女性・12歳、他)
- ・ 必要ないと思う (多数)
- ・ 自動販売機には必ず設置してほしい (多数)
- ・ 缶とPETボトル両方捨てていいのか迷うことがある (男性・43歳)
- ・ 飲み残しの対策をしてほしい (多数)
- ・ 飲料メーカーは容器回収にもっと力を入れるべき (男性・50歳)
- ・ 回収ボックスに入れるゴミは洗わなくていいのか? (女性・24歳)
- ・ リサイクルの回収を有料にすればよい (男性・40歳)
- ・ 傍らに普通のごみ箱があればよい (多数)

結果から導ける改善策

- ・ 分別表示シールを印象に残るように改善する。
- ・ 何を集め、それがどうなるかを分かりやすく伝え、リサイクルされているということ、一般ゴミを入れないでほしいということをアピールする。
- ・ 回収ボックスが「汚いもの」という認識を変えていく。
- ・ 「近隣にごみ箱がないため」という不満に少しでも応じるべく、最寄りのごみ箱を表示する (根本的な解決は飲料メーカーだけでは限界がある)。



## 4. 回収ボックス内容物調査

### 4.1 背景

本調査は第2次調査であり、4.2の目的を達成するために、第1次調査やインターネット調査の成果と反省を活かして実施される運びとなった。

第1次調査では一般ごみ混入率が低減したかどうかを、思ったように確認できなかった。というのも、調査地点選定の基準を新宿駅周辺としか確定せず、ビルとビルの谷間で、日中も薄暗い調査地点を選ぶなどの事務的問題点が多数あった。また、第1次調査の後にインターネットを利用した消費者の意識調査を行い、消費者の声を得る機会を得た。

### 4.2 目的

調査設計を新たにすることで透明回収ボックスの効果を再検証するとともに、新規に想定した対策（詳細後述）の効果を検証すること。また、渋谷地区の回収ボックスについての現状把握を行うこと。

### 4.3 調査設計

今回の調査では、第1次調査の反省をいかして調査設計を行った。具体的には

1. 調査地点の選定を行うための事前調査をおこない、周辺の人通りやボックスの目立ち具合、どのような利用者が多いかを見てまわり、
2. 効果が表れるまで一定の時間がかかると考えられる透明回収ボックスの意義を含め、調査期間を延長した。

### 4.4 対策

インターネット調査の結果より、普段の分別意識の高さに比べ、自販機横の回収ボックスのリサイクル認知率が低いことがわかった。これは回収ボックスを回収ボックスであると認識していない人が少なからずいるということになる。よって、回収ボックスを周知する仕組みが必要であるというのが、各対策共通の前提となった。

#### 【透明回収ボックス（対策1）】

第1次調査の対策でもあった透明回収ボックスは計画に問題点があり、正しい結果が得られなかったため、再度検証することにした。

### 【分別表示シール（対策2）】

インターネット調査において、分別表示シールが見やすいと思っている人は半数にとどまったことから、わかりやすい分別表示シールを貼ることとした。

### 【看板 a（対策3）】

気付きさえすれば一般ごみを投入するのを躊躇するかもしれない人々にアピールするため、インパクト重視でストレートなメッセージ(キャッチフレーズのようなもの)を書いた看板を作成した。

調査地点を若者が多い渋谷としたこと、インターネット調査で最も回収ボックスを汚いと感じている人々が10～20代であるという結果から、メッセージは主にこの若年層の人々に伝えることを想定した（今回の対策のターゲットが10～20代の人になったということではない）。

### 【看板 b（対策4）】

インターネット調査において、缶とペットボトルという別々の分別表示があるにも関わらず回収ボックス中では同一の袋で集めていることに違和感があるという意見に対応した。すなわち、缶とペットボトルだけであれば、同時に回収しても、自動で分別されてきちんとリサイクルされているということを伝えるべく考え出された。

リサイクルしていることをわかりやすく説明するメッセージが描かれた看板であり、一見して気付くことに加え、多少立ち止まって内容を読んでもくれることを期待したものだ。



【対策1】



【対策2】



【対策3】



【対策4】

なお、汚れが回収ボックスをごみ箱だと認識されてしまう原因ではないかと考え、全ての調査地点でボックス自体は新品のものを導入し、ビニール袋が回収ボックスからはみ出したりすることのないようにメンテナンスも徹底していただいた。残液による投入口の汚れの問題などもあるが、頻繁に清掃することは対策として現実的でないため、調査期間等考え合わせ、調査開始時に新品の回収ボックスに交換することに留めた。

#### 4.5 調査地点

渋谷エリアにおける調査地点の選定を行い、実施する対策を決定した。  
 繁華街であるため10代・20代が多く、回収ボックスに関しては表面の汚さに比例して、一般ごみの混入も目立っていた。奥まった立地の回収ボックスは比較的きちんと分別されていた。



汚れた回収ボックス



渋谷の自動販売機の様子



落書きされている様子

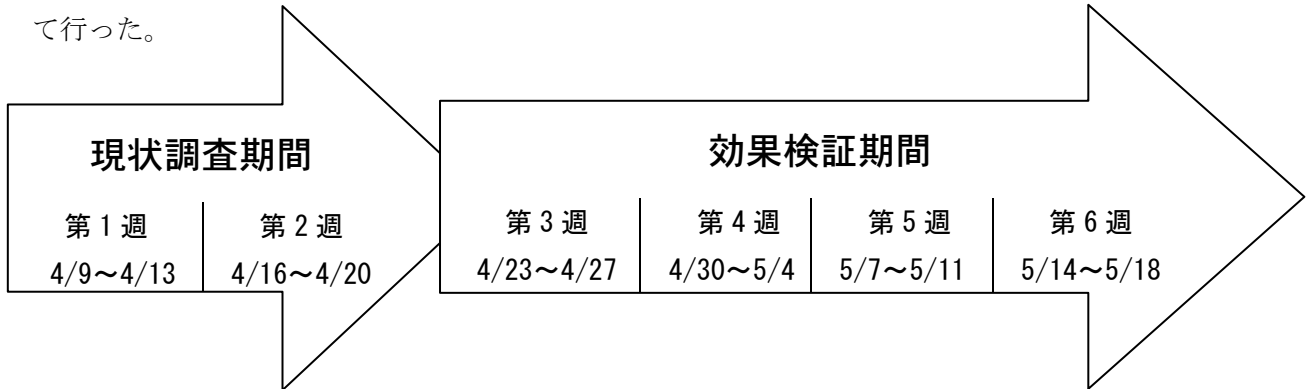
人通り・周辺環境を考慮して以下の9ヶ所を選び、それぞれ対策を適用した。表中の調査地点番号は、巻末簡易地図における回収ボックスの番号に対応する。

調査地点	対策	人通り※	コメント
A	対策3	5	喫煙も可能なスペースあり
B	対策3	2	特に通りすがりでの利用者は少ない。他社の自販機も合わせて5台ほど設置
C	対策4・黒	4	不特定多数の利用。道幅が広く、目立つ立地。
D	対策4・緑	4	特定者による利用。
E	対策1	2	センター街裏の飲食店店頭に立地 飲食店入り口が通りから距離を取っているため、スペースが広い
F	対策1	2	通りに面した駐車場に自販機が3台ほど設置されているため、人目につきやすい
G	対策2	2	建物同士の狭間に設置しているため人目に付きにくい
H	対策2	1	駐車場内
I	対策なし	3	駐車場入り口で、あまり目立たない

※人通り 5：極めて多い 4：多い 3：ふつう 2：少ない 1：極めて少ない

#### 4.6 スケジュール

回収ボックス内容物調査は、4月9日（月）より5月18日（金）までの6週間にわたって行った。



各週、月曜日から金曜日まで毎日回収された内容物を一時保管し、その週の土曜日・日曜日にまとめて調査するという方法で調査を進めていった。

#### 4.7 調査方法

基本的には、回収されてきた袋を一袋ずつ開封し、

- ・ 総重量
- ・ 缶とペットボトル、びんそれぞれの本数と重量
- ・ 上記容器を除いた後(一般ごみ)の重量
- ・ 残液量

を記録した。

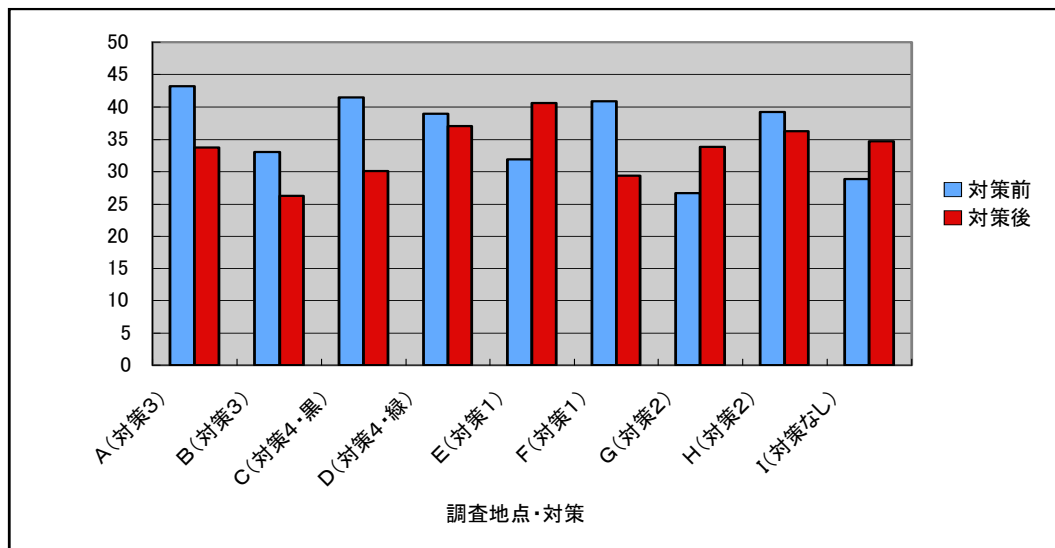


#### 4.8 結果・考察

異常値の排除や本数の記録に基づいたペットボトル・缶・びんの重量補正など、記録値の補正を行った結果、各調査地点における対策実施前後の一般ごみ混入率変化は次ページのようになった（結果の詳細は巻末を参照）。

一般ごみ混入率変化

調査地点名 (対策名)	対策前後の混入率変化 [%]	混入率 (対策前) [%]	混入率 (対策後) [%]	1 日平均総重量 (容器+一般ごみ) [g/日]
A (対策 3)	-9.46	43.19	33.74	2812
B (対策 3)	-6.83	33.09	26.26	1748
C (対策 4・黒)	-11.40	41.49	30.09	4501
D (対策 4・緑)	-1.98	38.94	36.96	3946
E (対策 1)	+8.69	31.92	40.61	510
F (対策 1)	-11.44	40.82	29.38	1245
G (対策 2)	+7.15	26.69	33.84	1035
H (対策 2)	-3.02	39.19	36.17	982
I (対策なし)	+5.82	28.92	34.74	1973



全 9 調査地点中 6 地点で一般ごみ混入率は低下し、3 地点で増加した。増加した 3 地点の中には、新品に交換する以外の対策を行っておらず「対策なし」としての役割を持つ調査地点 I も含まれる。リサイクル表示を設置する対策 3、4 を行った調査地点 A、B、C、D においては、全調査地点で一般ごみ混入率が低下したものの、期待されたように一般ごみ混入率が半減するといったことは見られなかった。従って対策 3、4 が一般ごみ混入率を低減させる効果を持っていると言い切ることはできない。

調査結果は、調査地点の特性や調査時期の影響を受けていると考えられる。次にこれらの影響について検討した結果を記す。まず調査地点の特性に関しては、調査範囲内(渋谷エリア)で検討する限り、いずれの調査地点においてもその内容物の構成は同じような性質を

持つとは言えずばらつきがあるものの、特別記す必要があるほど全体からかけ離れて特異的な調査地点も存在しなかった。次に、調査時期に関しては、調査期間が年度始めである4月を含み、ゴールデンウィークもはさんだがこれらによる影響は特定できなかった。各数値の長期的トレンドも、対策3を実行した後の調査地点Aで一般ごみ混入率に多少有意な減少傾向が見られたものの、どの地点でもはっきりした変化は存在しなかった。従って今回得られた結果の中に調査地点の特性や調査時期の影響が顕著に表れたものが存在するとは言えず、調査地点の少なさや調査期間の短さに由来するばらつきを考慮すれば得られた数値は妥当なものであると思われる。さらに正確な調査のためには調査地点数を増やし、調査期間もより長く取る必要があるが、限られた労力の下では実現困難である。

本調査では、リサイクル表示（対策3、4）や回収ボックスの透明化、分別表示シールの貼付といった多様な取り組みを行ったが、調査結果からこれらは屋外回収ボックス中の一般ごみ混入率低減において抜本的な解決策とはならなかったと言える。しかし、対策案として挙げたものの中で時間・コスト等の都合上今回の調査では行われなかったものがあるのも事実である。その案を以下に掲げる。

対策案	想定される効果
回収ボックス自体の形状変更（スタイリッシュなデザイン、ペットボトル型のものなど）	回収ボックスのイメージが向上する、物理的に一般ごみ投入が困難となる
投入口の形状変更（投入口にブラシを設置、ペットボトル型のものなど）	物理的に一般ごみ投入が困難となる
自販機一体型の回収ボックス	回収ボックスのイメージが向上する
CMでの啓発戦略	回収ボックスのイメージが向上する、分別意識が向上する
調査地点オーナーへの依頼による一般ごみ箱の併設	一般ごみを投入する場所を作ることによって回収ボックスへの混入を阻止する
「幸運を呼ぶ回収ボックス」をコンセプトとした回収ボックス	回収ボックスのイメージが向上する
おみくじつき回収ボックス	ゲーム性を取り入れることにより、分別意識が喚起される
上蓋固定用鍵つき回収ボックス	上蓋を外しての異物投入が不可能となる
回収ボックスに指導員をつける	心理的に一般ごみ投入が困難となる、分別意識が向上する
自治体等による街中への一般ごみ箱整備	一般ごみを持ち歩く頻度を減らすことにより回収ボックスに一般ごみが投入される頻度も減る

飲料会社共同でリサイクルステーション設置（自販機横回収ボックスは廃止）	回収ボックスが集約化されることにより整備が容易になり回収ボックスのイメージが向上する
灰皿併設	回収ボックスへのタバコ投入が減少する、タバコの火消しによる回収ボックスへのダメージが削減される

これらの内、回収ボックスの形状変更と一般ごみ箱の併設という 2 つの対策が特に問題解決の可能性が高く、実現可能性も比較的高いものとして調査前に検討された。回収ボックスの形状変更は、既存の回収ボックスの外見がごみ箱であると強く認識されているのではないかという考えから提案されたが、新しい形状をデザインし、試作するためにはかなり時間とコストが必要になることから今回は行わなかった。一方、一般ごみ箱の併設は、インターネット調査において一般ごみを混入する理由のうち最も多かったものが「周辺にごみ箱がないため」であったり、専用ごみ箱が見つからない場合に周囲で探そうとする人が 51%いたりすることから提案されたが、コカ・コーラシステム単独では実行できないため行わなかった。

以上述べたように多数の案があり、これからも新たな案が出てくることも十分考え得るので、今後も解決策を探り続けるべきであると言える。それと同時に、今回リサイクル表示が一定の結果を残したことから、意識啓発活動も今後行っていくべきであろう。

## 5. 展望

第2次調査では消費者の意識面を重要視し、インターネット調査と分別調査を行った。その結果が今後の一般ごみ混入率対策に関する方向性について示唆するところを述べる。

第一に、インターネット調査の結果からは以下のようなことが確認された。まず、分別意識を持つ消費者の割合は高いにも関わらず、回収ボックスで実際に一般ごみを投入しない消費者の割合は分別意識を持つ消費者の割合よりも小さくなってしまった。このことは、分別行為の必要性を意識しながらも回収ボックスに一般ごみを投入してしまう層が存在することを示唆している。この層に関しては、意識に訴えかけることにより一般ごみ投入行動を抑制できる可能性がある。さらに、なぜ回収ボックスに一般ごみを投入してしまうかという観点から調査結果を見ると、スーパー店頭と自販機横のリサイクル認知率に差があることから、消費者に対して自販機横の回収ボックスで空容器がリサイクルされていることをアピールすることの必要性が推測される。さらに、「分別の仕方が分からない」との声もあり、これは分別方法を消費者に伝えていく必要があることを示している。

回収ボックス内容物調査では、意識面での対策であるリサイクル表示を実施した全てのロケーションにおいて、劇的な効果があったと言える程ではないものの、一般ごみ混入率は減少した。これは、インターネット調査の結果と整合のとれた結果であった。

第1次・第2次の2回の調査を通して見ると、簡便な改良方法で劇的に一般ごみの混入を減らすことは困難だと言わざるを得ない結果であった。これを踏まえ、新たな方向性が考えられる。その時点で実現可能な対策を着実に実行し小さな効果を積み重ねていくことで徐々に一般ごみ混入を減少させていく、というものだ。消費者の意識という目に見えないものを急激に変化させるのは難しく、時間をかけて訴えていかななくてはならないだろう。2、3年後に目に見えて変わってくることを目指す、というような中長期的視野も不可欠である。

以上のことから、今後も意識啓発を行っていく必要があり、また、意識啓発を行うことで一定の結果が得られるであろうことが分かる。コカ・コーラシステムでは、このことを既に実行に移しており、今回の調査で使用した対策3に手直しを加えた表示を7月下旬の鈴鹿サーキット（来場者10万人）で使用した。また、鈴鹿サーキットではさらに回収ボックスでのリサイクル過程を説明する「リサイクルブース」を設けたところ、2000-3000人の来訪があり、出場したライダーやコンパニオンガールも訪れ、リサイクルステーションの認知度を高めた。今後もコカ・コーラシステムではイベント会場などで、本調査で使用したものをベースとした表示を使用していく予定である。

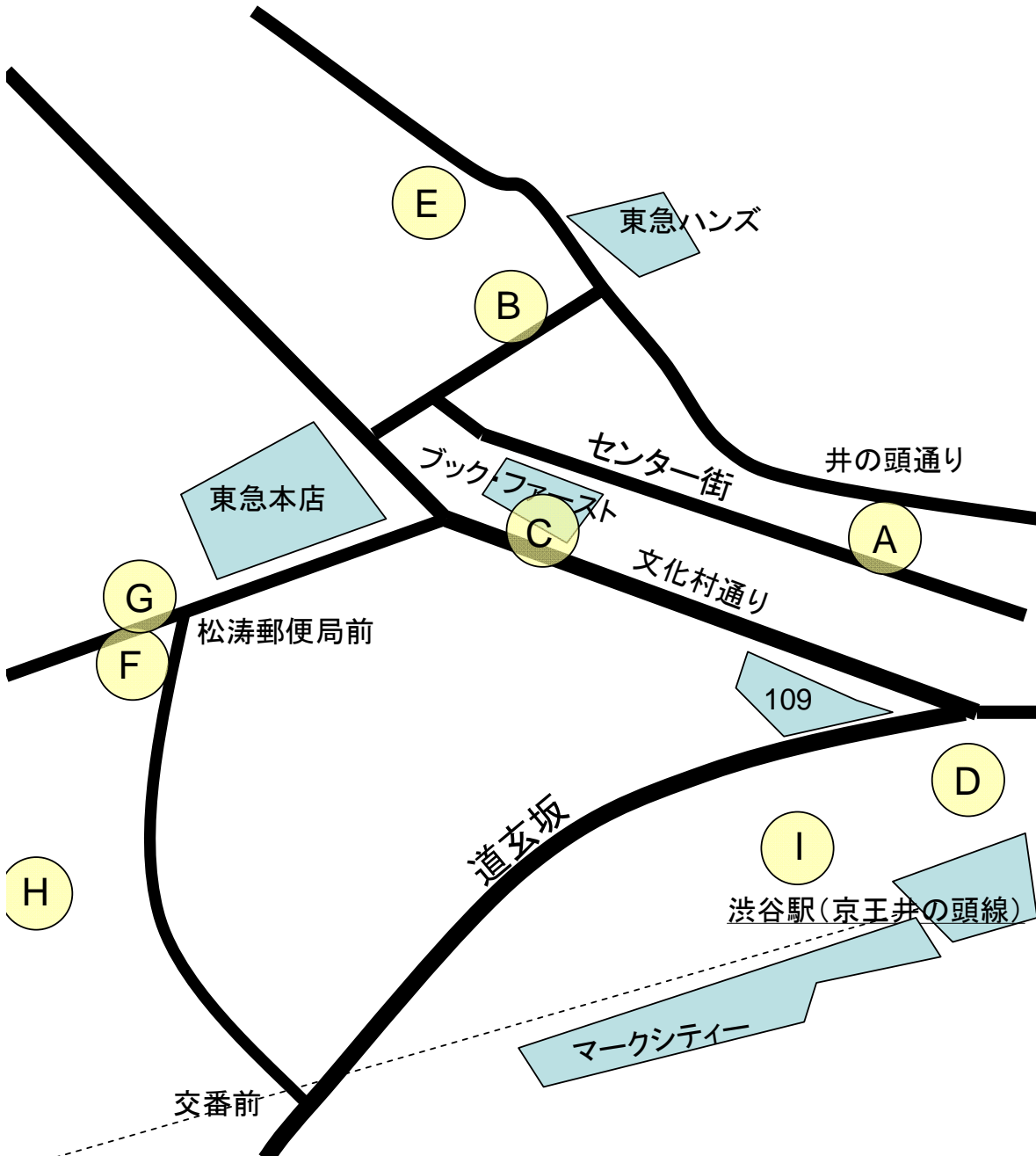


## 卷末資料

1. 調査地点
2. 回収ボックス内容物調査
3. インターネット調査

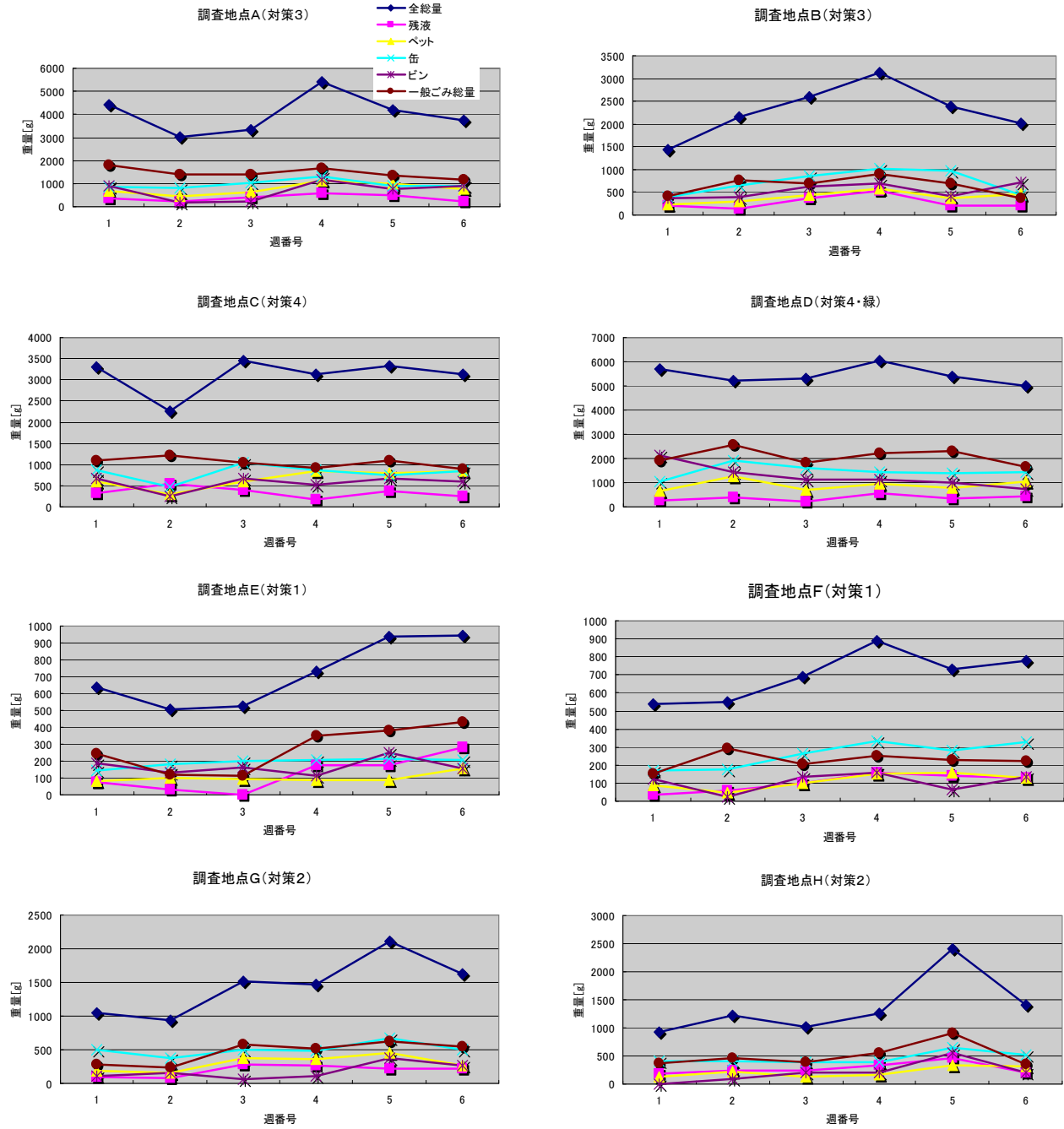
1. 調査地点(4.5 補足)

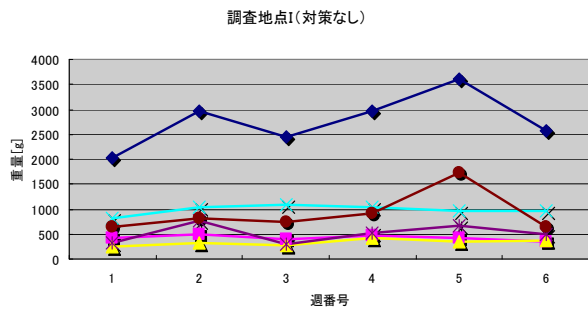
調査地点の簡易地図を以下に示す。本文中に述べたとおり A～I の 9ヶ所が調査地点である。



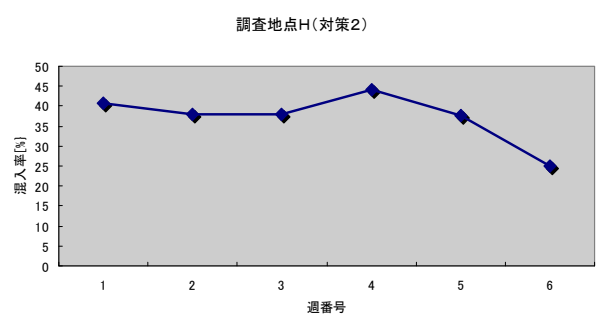
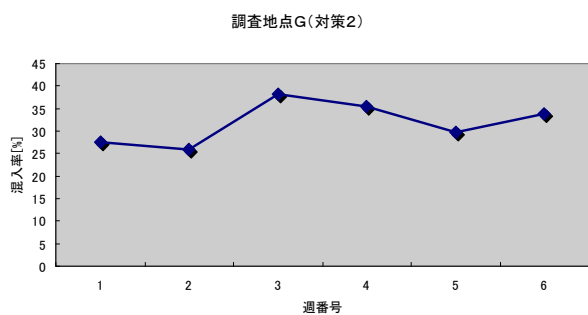
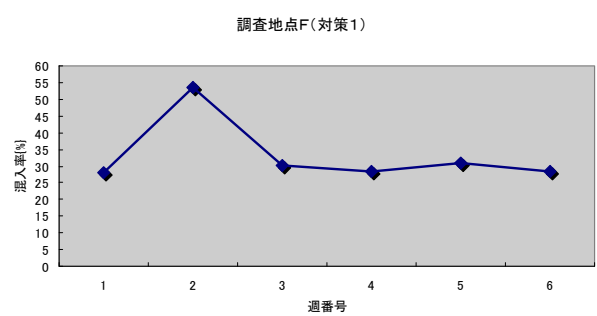
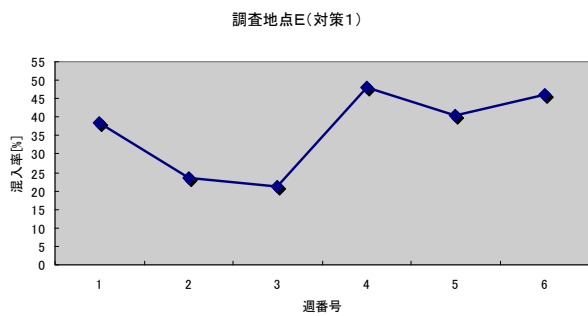
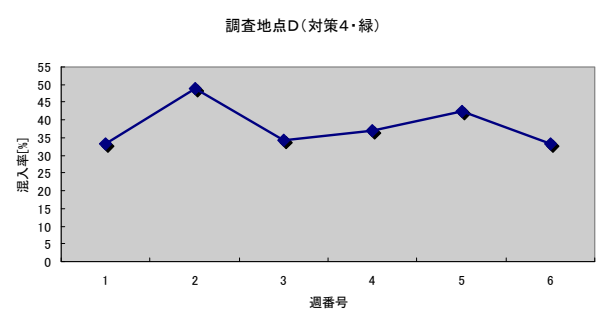
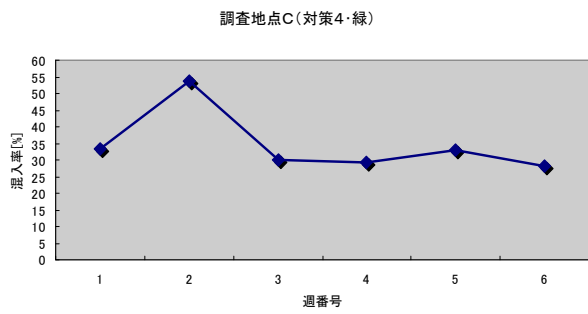
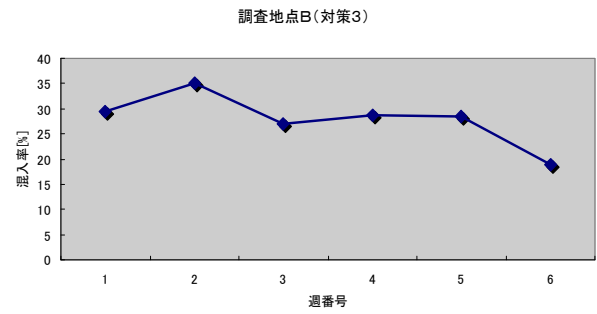
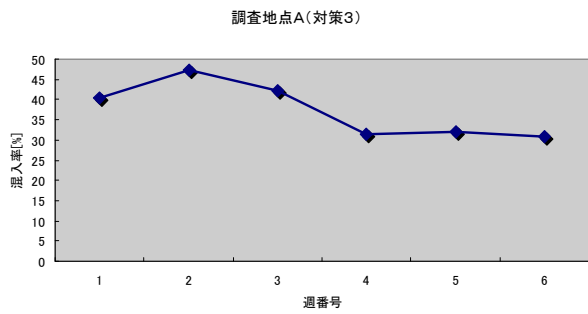
## 2. 回収ボックス内容物調査

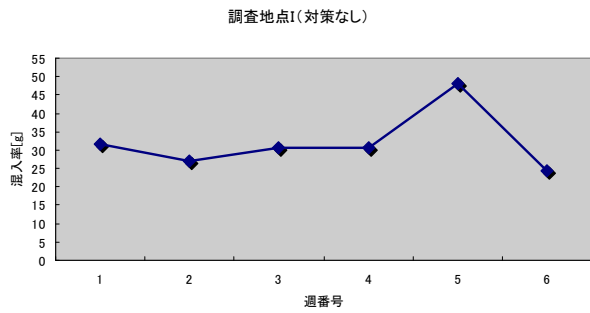
(1) 各記録項目の重量推移 (週平均: 週番号は調査期間中の第何週目かを示す)



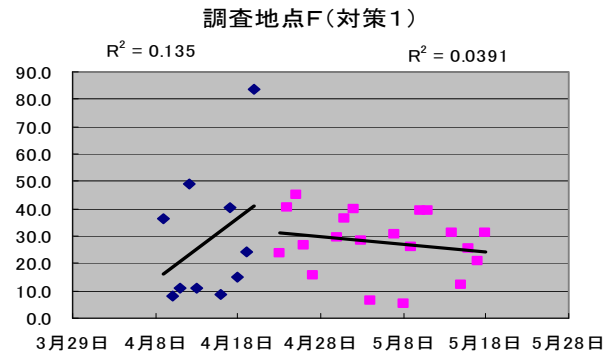
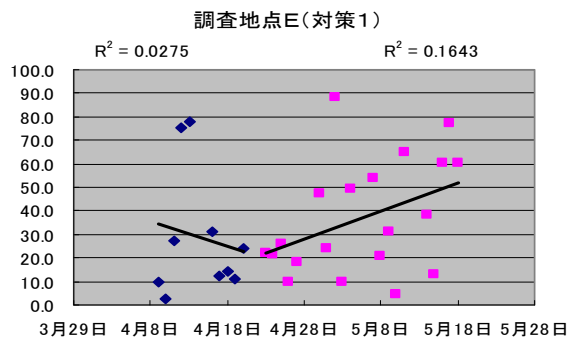
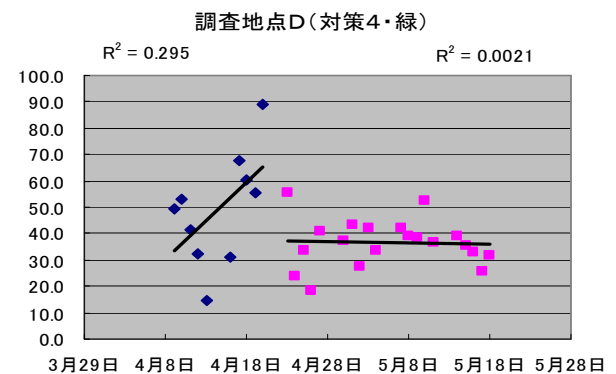
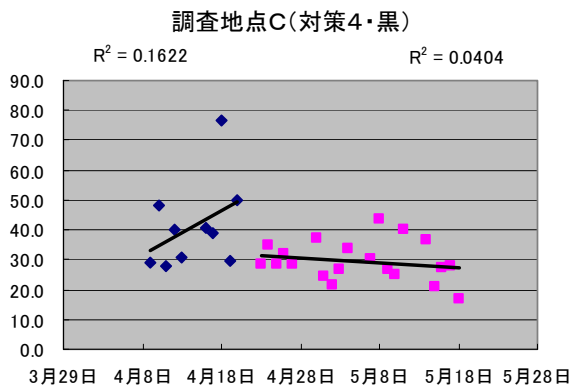
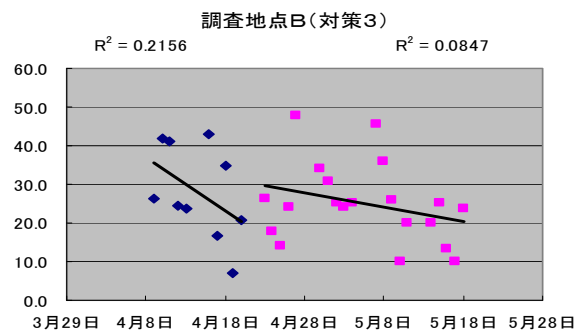
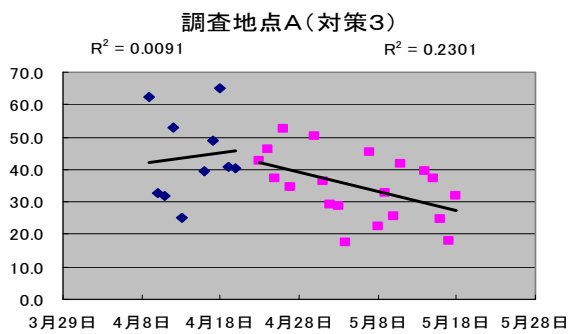


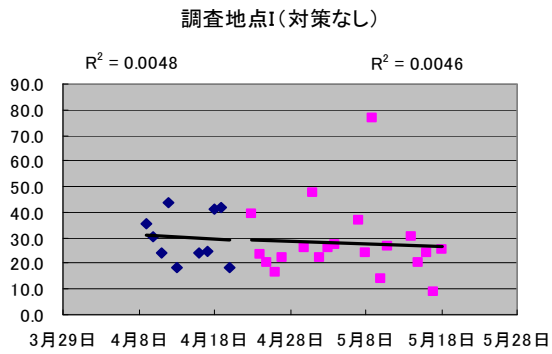
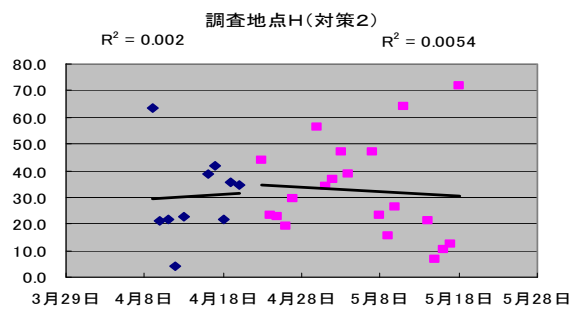
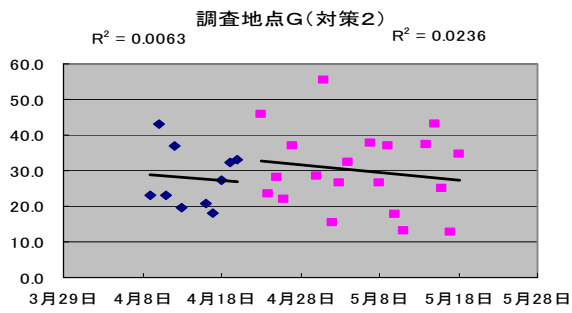
(2) 一般ごみ混入率の推移 (週平均：週番号は調査期間中の第何週目かを示す)





(3) 対策前／後の一般ごみ混入率の比較  
 (青：対策前、赤：対策後。また縦軸は一般ごみ混入率、横軸は日付を示す。)





## ゴミの分別などに関するアンケート

## ■■■ アンケートについて ■■■

このたびは、アンケートページへアクセスいただき、ありがとうございます。  
質問文をよくお読みいただき、お間違えのないようにご協力をお願いいたします。

皆様からのご回答および個人情報は、暗号化通信により安全に送信され、かつ調査結果として統計的に処理する以外の目的では使用されませんのでご安心ください。

また、ご回答に際し知りえた情報について、一切口外されませんようお願いいたします。

以下の『回答する』ボタンを押して、アンケート回答画面へ進んでください。

改 ペ ー ジ

Q1 あなたの年齢をお知らせください。

(半角数字)

 歳

改 ペ ー ジ

Q2 あなたの性別をお知らせください。

(チェックは1つだけ)

 男性 女性

改 ペ ー ジ

Q3 あなたにとって、『ゴミ』とはどのようなものを指しますか。  
次にあげる中から、あなたのお考えに最も近いものを1つだけお知らせください。

(チェックは1つだけ)

 全て廃棄されるべき物 中にはリサイクルによって、資源となるものが含まれる 全て何らかの方法によって、資源となる その他 (具体的に)

Q4 あなたは普段、ゴミを廃棄する際に、分別して廃棄する、ということを意識していますか。

(チェックは1つだけ)

- 非常に意識している
- まあ意識している
- どちらともいえない
- あまり意識していない
- 全く意識していない

Q5 あなたは普段、ご家庭でゴミを廃棄する際に、分別をしていますか。

(チェックは1つだけ)

- 分別している
- 分別しなくてはいけないとは思っているが、していない
- 分別していない

(分別してない方にお伺いします)

Q6 あなたが、ご家庭でゴミを廃棄する際に、分別しない理由を次の中からお知らせください。

(チェックはいくつでも)

- 分別回収されていないから
- 分別するのは面倒だから
- 家族や他の人が分別してくれるから
- 正しい分別のやり方がわからないから
- 他の人が分別していないから
- その他 (具体的に) \_\_\_\_\_

Q7 では、あなたは普段、職場や学校でゴミを廃棄する際に、分別をしていますか。

(チェックは1つだけ)

分別している



分別しなくてはいけないとは思っているが、していない

分別していない

改 ペ ー ジ

(分別してない方にお伺いします)

**Q8** あなたが、職場や学校でゴミを廃棄する際に、分別しない理由を次の中からお知らせください。

(チェックはいくつでも)

分別回収されていないから

分別するのは面倒だから

他の人が分別してくれるから

正しい分別のやり方がわからないから

他の人が分別していないから

その他(具体的に) \_\_\_\_\_

改 ペ ー ジ

**Q9** あなたは普段、街中でゴミを廃棄する際に、分別をしていますか。

(チェックは1つだけ)

分別している

分別しなくてはいけないとは思っているが、していない

分別していない

改 ペ ー ジ

(分別してない方にお伺いします)

**Q10** あなたが、街中でゴミを廃棄する際に、分別しない理由を次の中からお知らせください。

(チェックはいくつでも)

分別回収されていないから

分別するのは面倒だから

他の人が分別してくれるから

正しい分別のやり方がわからないから

他の人が分別していないから

その他(具体的に) \_\_\_\_\_

**Q11** あなたは、街中の飲料の自動販売機の横に、回収ボックスがあるのをご存じですか。

(チェックは1つだけ)

- 知っている
- 知らない

(ご存知の方にお伺いします)

**Q12** 街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスの衛生状態についてお伺いします。あなたが普段みかける、回収ボックスはきれいですか、それとも汚いですか。一般的な印象でお考えになって、お答えください。

(チェックは1つだけ)

- きれい
- 普通
- 汚い
- 特に感じない

(きれい以外を答えた方にお伺いします)

**Q13** 街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスのどのような状態をみて、きれいでないと感じますか。あてはまるものを全てお知らせください。

(チェックはいくつでも)

- 飲み残しダレやホコリ等で表面的に汚れている状態
- 回収物があふれていることが多い状態
- 回収ボックスの上や周りに、飲料容器やゴミが置かれている状態
- 蓋が外れた状態
- 回収ボックスから、中の回収ビニールがはみ出している状態
- 回収ボックスが、割れていたり、一部破損している状態
- その他(具体的に)

**Q14** あなたは、街中の自動販売機の横に回収ボックスは、必要だと思いますか。

(チェックは1つだけ)

- 必要だと思う
- 必要だとは思わない
- わからない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q15** あなたにとって、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスは、何を入れるものですか。

(チェックは1つだけ)

- 飲料容器のみ
- 飲料容器以外のものでも、回収口を通すことのできるもの
- 飲料容器以外のもので、回収口を通らなくても、ふたをあけて捨てることのできるもの
- わからない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q16** あなたは、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスで回収された、飲料容器がリサイクルされていることをご存じですか。

(チェックは1つだけ)

- 知っている
- 知らない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q17** あなたは、スーパーなどの店頭にも、飲料容器を回収するボックスがありますが、ご存じですか。

(チェックは1つだけ)

- 知っている
- 知らない

----- 改 ペ ー ジ -----

(ご存知の方にお伺いします)

**Q18** あなたにとって、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスとスーパーなどの店頭にある回収ボックスとは、リサイクルのイメージはどのように違いますか。次の中からあなたのお考えに最も近いものを1つだけお知らせください。

(チェックは1つだけ)

- 自動販売機横の方がリサイクルイメージが強い
- 店頭の方がリサイクルイメージが強い

- どちらにもリサイクルイメージはある
- どちらにもリサイクルイメージはない
- わからない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q19** あなたは、普段、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスを利用しますか。

(チェックは1つだけ)

- 利用する
- 利用しない

----- 改 ペ ー ジ -----

(利用する方にお伺いします)

**Q20** では、あなたは街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスに、どんなものを投入したことがあるものはどれですか。あてはまるものを全てお知らせください。

(チェックはいくつでも)

- 缶
- ペットボトル
- ビン
- 紙やプラスチックのカップ
- 紙パック
- 吸殻
- レジ袋や紙袋
- 新聞や雑誌
- ゴミ全般
- その他(具体的に)

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q21** 普段、回収ボックスに投入される飲料容器はどこで購入されたものであることが多いですか。次の中から、最もあてはまる場合を1つだけお知らせください。

(チェックは1つだけ)

- そこにある自動販売機で購入したものを投入することが多い
- 他の自動販売機で購入したものを投入することが多い

- 自動販売機以外で購入したものを投入することが多い
- どこで購入した飲料容器がどうかは意識していないので、わからない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q22** あなたは、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスに飲料容器を投入する際に、中に飲み残しがあった場合は、どうしますか。次の中から最もあてはまるものを1つだけお知らせください。

(チェックは1つだけ)

- 特に何も意識せずに、そのまま投入
- 飲み残しを別の場所に捨ててから、投入
- 飲み残しを捨てる場所がないので、止むを得ず、そのまま投入
- その他（具体的に）

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q23** ところで、あなたは、普段外出先で飲料容器以外のゴミが発生した場合、どのようにすることが多いですか。次の中から最もあてはまるものを1つだけお知らせください。

(チェックは1つだけ)

- 基本的に、そのゴミ専用のゴミ箱（可燃物用、不燃物用、新聞・雑誌用など）に捨てる
- そのゴミ専用であるかに関らず、身近なゴミ箱に捨てる
- 自宅へ持ち帰る
- その他（具体的に）
- 外出先でゴミが発生するようなことはない

----- 改 ペ ー ジ -----

(「そのゴミ専用のゴミ箱に捨てる」とお答えの方に伺います)

**Q24** もし、ゴミが発生した時に、そのゴミ専用のゴミ箱が近くになかった場合は、どのようにすることが多いですか。

(チェックは1つだけ)

- そのゴミ専用のゴミ箱があるまで、探して捨てる
- そのゴミ専用のゴミ箱をある程度探して、見当たらなければ、専用外のゴミ箱に捨てる
- 専用のゴミ箱を探すようなことはせず、専用外のゴミ箱に捨てる
- 自宅へ持ち帰る
- その他（具体的に）

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q25** 街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスに、飲料の空容器以外のものを投入する場合の理由をお聞かせください。  
次の中からあてはまるものをお知らせください。

(チェックはいくつでも)

- 周辺に、ゴミ箱がないため
- 周辺に、吸殻入れがないため
- 街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスを、ゴミ箱だと思っているから
- いち早く、どこかに捨てたいため
- 回収ボックスの蓋が簡単に外せて、捨てやすいので
- その他（具体的に）
- 特に理由はない
- 自動販売機横の回収ボックスに、飲料の空容器以外のものを投入することはしない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q26** 街中のゴミ箱で、日常生活において、足りないと感じるものがありましたら、  
次の中からいくつでもお知らせください。

(チェックはいくつでも)

- 可燃物用のゴミ箱
- 不燃物用のゴミ箱
- 飲料容器用のゴミ箱
- 新聞や雑誌用のゴミ箱
- レジ袋や紙袋用のゴミ箱
- 吸殻入れ
- その他（具体的に）
- 特に足りないと思うゴミ箱の種類はない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q27** あなたは、普段、煙草を吸いますか。

(チェックは1つだけ)

- 吸う
- 吸わない

----- 改 ペ ー ジ -----

(喫煙者の方に伺います)

**Q28** あなたは、普段、街中で飲料の自動販売機の近くで、喫煙されることはありますか。

(チェックは1つだけ)

- 常日頃、自動販売機の近くで喫煙している
- たまに、自動販売機の近くで喫煙している
- 自動販売機近くでは、喫煙はしない

改 ペ ー ジ

(自動販売機近くで喫煙する方に伺います)

**Q29** 自動販売機近くで、喫煙した際に、吸殻の始末はどのようにされていますか。次の中からあてはまるものをお知らせください。

(チェックはいくつでも)

- 吸殻を直接、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスに捨てる
- 吸殻を缶の中に入れてから、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスに捨てる
- 吸殻をPETボトルに入れてから、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスに捨てる
- 携帯の吸殻入れに捨てる
- 路上に捨てる
- 吸殻入れのあるところまで持って行って捨てる
- その他(具体的に) \_\_\_\_\_

改 ペ ー ジ

**Q30** あなたは、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスに、分別表示(回収対象を示した表示=缶、ペットボトル等)がついているものがあるのをご存知ですか。

(チェックは1つだけ)

- 知っている
- 知らない

改 ペ ー ジ

(ご存知の方にお伺いします)

**Q31** あなたがご覧になったことがある、街中の飲料の自動販売機横の回収ボックスの分別表示(回収対象を示した表示=缶、ペットボトル等)は、見やすかったですか、それとも見にくかったですか。

(チェックは1つだけ)

- 見やすかった
- 見にくかった

覚えていない

改 ペ ー ジ

**Q32** 最後に、自動販売機横の空容器専用回収ボックスに対するご意見・ご要望がありましたら、どのようなことでも結構ですので、具体的にお知らせください。

---

---

改 ペ ー ジ

**Q33** 現在、ご結婚されていらっしゃいますか。

(チェックは1つだけ)

未婚

既婚

改 ペ ー ジ

**Q34** あなたのご職業は次のうち、どれにあてはまりますか。

(チェックは1つだけ)

小学生以下

中学生

高校生

大学生・大学院生・短大生・専門学校生

会社員・公務員・団体職員（フルタイム有職者）

自営・自由業

専業主婦

パート・アルバイト

無職

その他

改 ペ ー ジ

**Q35** 次にあげるような、缶やペットボトル入りの清涼飲料の中で、あなたが月に1回以上ご自分で買ってお飲みになるものがありましたら、すべてお知らせください。

(チェックはいくつでも)



- 炭酸飲料
- コーヒー飲料
- 無糖茶飲料（日本茶/中国茶/ブレンド茶など）
- 紅茶飲料
- スポーツドリンク（ポカリスエットやアクエリアスなど）
- 機能性飲料（DAKARAやアミノサプリなど）
- 100%果汁飲料
- 100%未満の果汁飲料（Qooやなっちゃんなど）
- 野菜ジュースや野菜果汁ミックスジュース
- 乳酸/乳性飲料（カルピスウォーターなど）
- ミネラルウォーター
- この中にはない

----- 改 ペ ー ジ -----

**Q36** ではあなたはふだん、今おうかがいしたような缶やペットボトル入りの清涼飲料を、合わせてどの程度の頻度でご自分で買ってお飲みになりますか。

**(チェックは1つだけ)**

- 日に1回以上
- 週に5~6回
- 週に3~4回
- 週に1~2回
- 月に2~3回
- 月に1回
- それ以下／購入しない

----- 改 ペ ー ジ -----

---

**■■■ 以上でアンケートは終了です ■■■**

最後までご回答いただき、ありがとうございました。

---