

市民消費生活白書（要約）

(1) 地球環境に対する関心度

従来から「オゾン層の破壊」「地球の温暖化」「酸性雨」「海洋汚染」は、常に60%から80%近い高い関心を集めてきた。しかし、「熱帯雨林の減少」「酸性雨」「海洋汚染」の各項目は、調査が重ねられる中で徐々にその割合を減少させていた。今回の調査では、「COP3」の結果を受けてか「地球温暖化」に対する関心が急速に高まり、84.4%の高率を示している。また、新たに加えた「環境ホルモン」には、63.2%の人が関心を示した。

年齢別に見ると、比較的年齢の高い層が「熱帯雨林の減少」「酸性雨」「海洋汚染」といった従来から議論されている問題に高い関心を示したのに対し、若い年齢層では「環境ホルモン」に対する関心が高いことがわかった。また「地球温暖化」は、いずれの年齢層においても高い関心が寄せられており、地元京都での会議に市民全体が大きな関心を寄せていた反映と見ることができる。

(2) 環境保護と生活の不便化意識

環境を重視すると考えられる「多少不便でもかまわない」とする人は、36.2%（前回調査比 -7.1ポイント）とこの調査を実施して以来最も低い値を示した一方、「生活が不便になるのは困る」「どちらも困る」の各項目も、それぞれ前回の調査より減少している。また、「わからない」「無回答」が前回調査から増加していることから、市民の大半の印象は、環境か生活かいずれも簡単には選べないという環境問題に対する評価の難しさを表しており、日々の生活との関わりで環境問題の難しさが徐々に理解されるようになってきていると見ることができる。

年齢別に見ると、比較的若い年齢層の人々には、環境問題の解決によって生活費が圧迫されることに対する不安が高いのに対し、40歳代になると費用負担とともに、時間負担、手間負担に対する不安が高い。また、50歳代以上になると、環境に対する意識が高まる傾向がある。

(6) ごみ問題に対する関心

平成4年調査以来、ごみ問題は、8割から9割の人が「関心がある」と回答しているが、「大いに関心がある」「少しは関心がある」はともに減少してきており、「大いに関心がある」と回答する人の現象がようやく増加に転じたのが、今回調査の特徴である。また、「あまり関心がない」「まったく関心がない」とする人の割合も減少しきており、加えて「無回答」が前回調査から4倍強と、保護と生活の不便化意識同様高いことに注目したい。

年齢別に見ると、40歳代以下では「少しは関心がある」人の割合が高く、50歳代を境に「大いに関心がある」と答える人の割合が「少しは関心がある」という人を上回り、年齢とともにこの傾向は強まっていく。また、40歳代以上に対して20歳代、30歳代では「あまり関心がない」「まったく関心がない」とする人も多く、ごみ問題については、若年層を中心に継続的な情報提供が大きな課題となるであろう。

(7) ごみ減量のための取組

「廃品回収の利用」は従来から積極的に取り組まれており、今回調査でも75.9%の人が利用しているが、経年的に見てみると減少している。逆に、リサイクル法の改正に伴い各種店舗に回収ボックスが設置されるようになり、多くの人が参加しやすい取組になった結果、「牛乳パック等の回収に協力」は、年々利用者が増加している。

今回の調査で最も注目されるのは、「ごみになるものは買わない」とする人の増加である。平成4年以来一貫して減少していたが、今回の調査では、対前回調査比で10ポイントも急増した。理由としては、「ごみになるものは買わない」という取組は、出ってしまったごみをどのように処理するかという点に対応した他の取組に対して、そもそも家庭でごみを作らないという、新しい生活様式を模索する取組だからである。

年齢別に見ても、この取組を選んだ人は、どの年齢層にも同じような割合で存在しており、こうした取組により多くの人の参加を得るための方策が検討される。

(8) 包装基準の認知度

京都市では昭和60年から商品の包装基準を設け、過大・過剰包装を防ぐことに努めている。しかしながら、前回調査に比べ「よく知っている」「大体知っている」と答えた人は減少し、逆に「知らない」と答えた人は増加している。男女別に見てみると、女性に比べて男性が、20歳代、30歳代の若い層で「知らない」人が多い傾向にあった。今後一層若年層を中心に情報提供が必要である。

(9) 商品の過大包装の経験

前回調査で初めて減少に転じた「経験あり」の回答は、今回の調査ではさらなる減少傾向が見られる。しかし、それでもまだ半数を超える人が経験している。さらに年齢別に比較すると、年齢層を超えて経験を持っており、過大・過剰包装問題については、行政の強い指導と、事業者団体による一層の自主規制がもっとも有効であると考えられる。

過大・過剰包装としてよく指摘されるのは、観光土産品、菓子類、タオル、化粧品、酒類、ベビー用品などである。これを年齢別に見ると、観光土産品、菓子類はどの年齢層でも高い割合で指摘されている。ベビー用品については、全体的には指摘は低いものの、20歳代、30歳代の指摘の割合が他の年齢層を大きく引き離す結果が現れた。この年齢層に焦点を絞って売られている結果であるが、少子化が進行した今日、社会的に問題視されにくい状況が存在しており、このことが一層、ベビー用品の過大・過剰包装を許していると思われる。若い世代に絞ったベビー用品や子供服などの過大・過剰包装に対する注意の喚起が重要となっている。

以上の商品の過大・過剰包装は多くの場合、贈答品・プレゼント品であり、本人の購入要求を超えて過大・過剰包装が繰り返される傾向があるのに対し、化粧品やアクセサリは多くの場合、自らが購入する過大・過剰包装の商品であるということが指摘できる。特に化粧品は、40歳代までの比較的若年層の指摘が高く、年齢が上がってもその数値はそれほど減少しない。化粧品が持つ高級感が、従来こうした過大・過剰包装を許してきた経緯があるが、近年、男性の間にも化粧品の使用が広がっており、包装・容器ごみの抑制を実現していく上で、今後、早急に化粧品に対する過大・過剰包装防止の対策を確立する必要が迫られている。

市民消費生活白書

— 市民の消費生活意識と行動に関する調査報告書 —

調査の対象と有効回答

調査は市内に居住する20歳以上の市民2500人を対象とした。
対象者の選定は、住民基本台帳から20歳以上の個人を各行政区別に人口に比例させ、無作為に抽出した。

調査の結果、得られた有効回答は845人（33.8％）である。

平成12年 3 月

京 都 市

日々の生活から見た環境問題

今日私たちは、消費を通して大変豊かな生活を実現することが可能となった。しかしこの豊かな生活は視点をかえれば豊富な商品を大量に使用し、大量に廃棄するという生活を意味する。このような生活を維持していくことは、地球規模で見れば非常に問題の多い生活の仕方である。こうした現代の生活の様式に根底から問題を投げかけたのが、地球環境に対する視点であった。

現在の生活が将来とも続いていく、つまり『持続可能』であるのか否かを考える大きな契機となったのが、1997（平成9）年12月に京都で開催された「第3回気候変動枠組条約締結国会議」（COP3）であった。

もちろん、それ以前から身近な環境問題として、京都市は大都市であるが故に水問題やごみ問題に向き合ってきた。環境問題は、巨視的に見れば地球環境汚染として現れるが、その出発点は個々の市民一人一人の生活のスタイルの問題である。とりわけ豊かな消費社会に暮らす私たちの、今後の生活のあり方を議論する場合、地球環境の問題を解決していく視点を加える必要性は高い。

この章では、今日社会的関心が急速に増している地球環境問題と私たち市民の日々の生活をいかに結びつけていくのかという観点で、第一に市民の地球環境問題に対する意識を確認し、次いで具体的な環境を保全するための市民の行動として水質汚染に対する取組の現状を「石けんと合成洗剤」の選択状況から確認する。さらに、資源保全・大気の浄化・土壌の保全・水質浄化など総合的な環境保全の要に位置する「ごみ問題」について市民の意識と取組、京都市が定めている包装基準の受け止め方の三点から考察を試みた。

(1) 地球環境問題に対する関心度

1997（平成9）年12月に京都で「第3回気候変動枠組条約締結国会議」（以下、「COP3」という）が開催され、身近に環境問題が語られるようになった。こうした環境問題を取り巻く状況の変化は、私たち市民の意識にどのような変化をもたらしただろう。図50-1は、こうした意識の変化の推移を見たものである。従来から「オゾン層の破壊」「地球の温暖化」「酸性雨」「海洋汚染」は、いずれの調査においても60%から80%近い高い関心を集めていた。しかし、「熱帯雨林の減少」「酸性雨」「海洋汚染」の各項目は、調査が重ねられる中で徐々にその割合を減少させていた。今回の調査では、「COP3」の結果を受けてか「地球温暖化」に対する関心が急速に高まり、84.4%の高率を示している。また、近年急速にクローズアップされてきた「環境ホルモン」（外因性内分泌かく乱化学物質）を今回項目に新たに加えたところ、63.2%の人が関心を示した。調査結果を年齢別に見ると図50-2に示すように、「熱帯雨林の減少」「酸性雨」「海洋汚染」といった従来から議論されている問題には、比較的年齢の高い層が関心を示した。一方、20歳代、30歳代といった若い層では「環境ホルモン」に対する関心が高いことがわかった。自らの健康問題や子どもたちの健康問題としてこの年齢層がことさら強い不安を感じた反映であろう。また「地球の温暖化」はいずれの年齢においても高い関心が寄せられた。ことさら30歳代以降で80%を越える関心が集まり、なかでも70歳以上の層が最も高い関心を寄せた。ニュースを通じて地元京都での会議に市民全体が大きな関心を寄せていた反映と見ることができる。

図50-1 関心のある環境問題

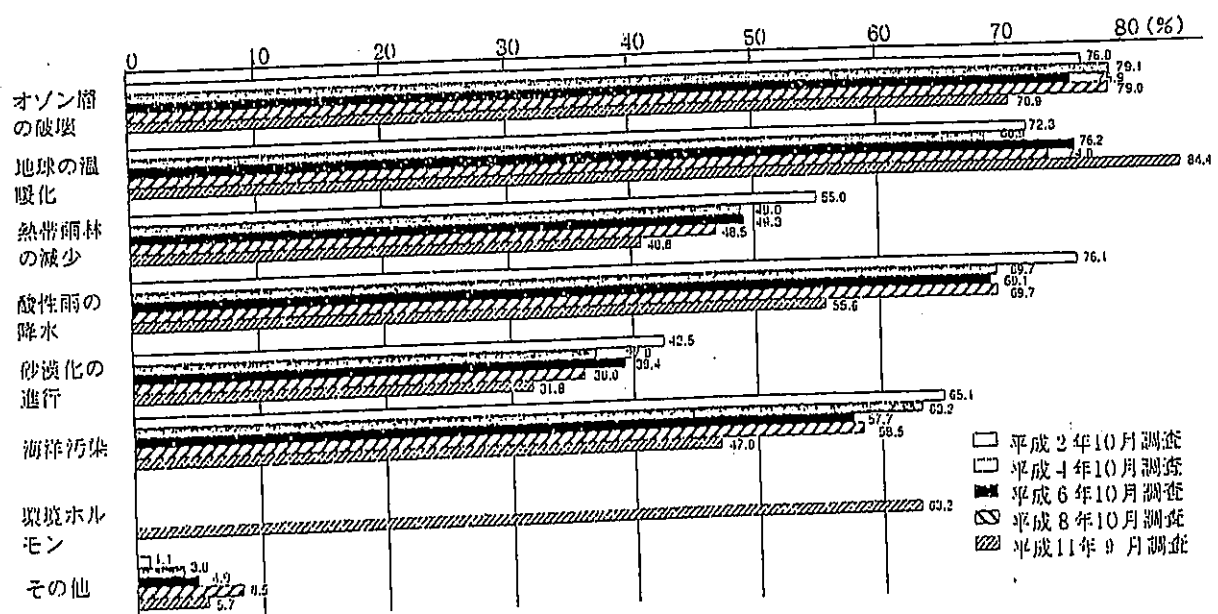
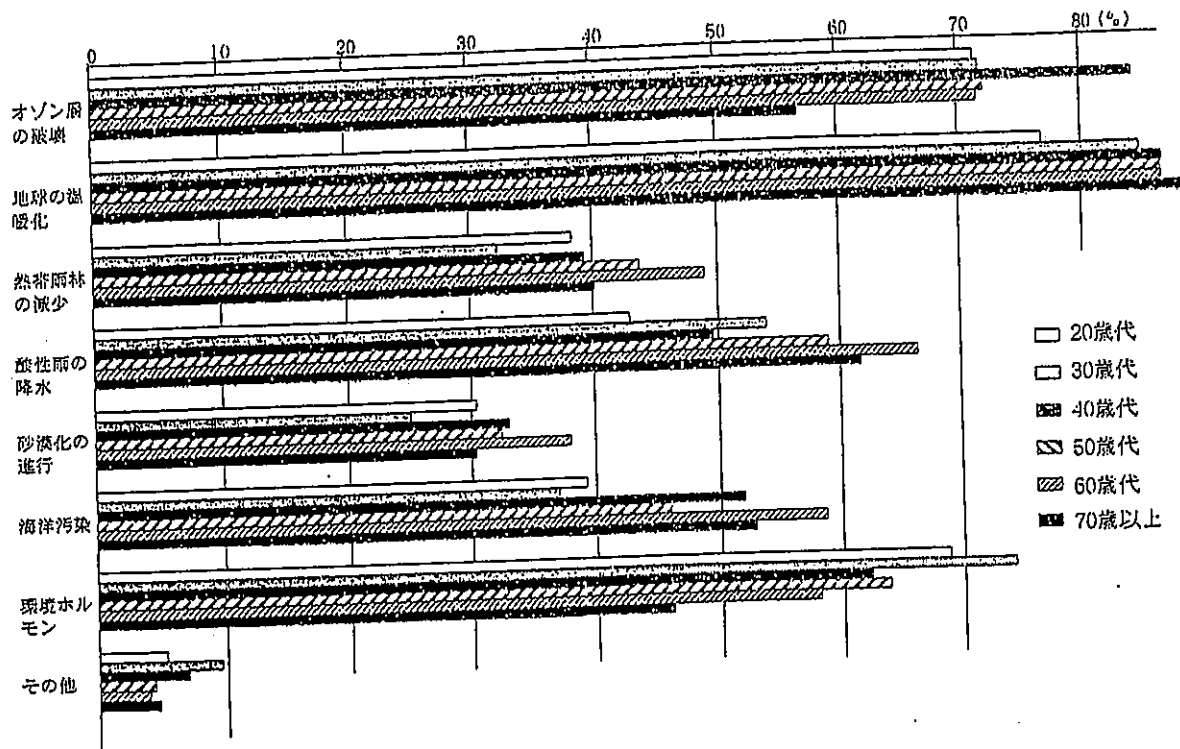


図50-2 関心のある環境問題（年代別）



〈参考〉 関心のある環境問題（性別・年代別）

	合計	オゾン層 の破壊	地球の 温暖化	熱帯雨林 の減少	酸性雨の 降水	砂漠化 の進行	海洋汚染	環境 ホルモン	その他
全 体	100.0	70.9	84.4	40.8	55.6	31.8	47.0	63.2	5.7
男 性	100.0	73.5	87.4	48.3	58.7	36.5	50.0	63.0	8.3
女 性	100.0	70.9	83.9	37.9	55.3	30.2	46.7	63.3	4.7
20歳代	100.0	71.4	76.8	38.4	42.9	30.4	39.3	68.8	5.4
30歳代	100.0	71.8	84.7	32.3	54.0	25.0	37.1	74.2	9.7
40歳代	100.0	84.3	86.6	39.4	49.6	33.1	52.0	64.6	7.1
50歳代	100.0	72.2	86.4	43.8	59.1	32.4	46.0	65.9	4.5
60歳代	100.0	71.6	86.5	49.0	66.5	38.1	58.7	58.1	3.9
70歳以上	100.0	56.9	88.2	40.2	61.8	30.4	52.9	46.1	4.9

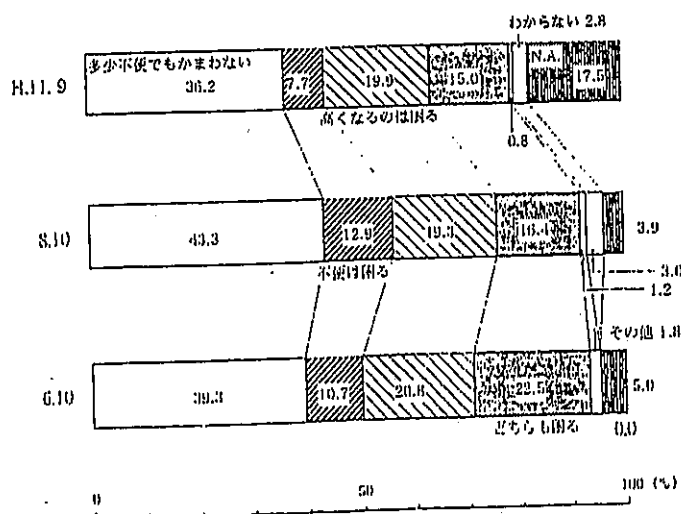
(2) 環境保護と生活の不便化意識

前項目で見たように地球環境問題には、多くの人が世代を超え強い関心を示していることがわかった。また1997（平成9）年に行われた「COP3」を契機に、開催地である京都市民の環境に対する意識は一層高まった。しかし、こうした環境問題に対し、具体的な対応策や将来にわたる根本的な対策を立てていくためには、私たち人間、ことさら豊かな生活を享受している先進国に住む人間は、今日の環境問題が私たちの生活の快適さの追求の果てに顕在化したことを考えれば、現在の生活水準の維持や更なる快適性の追求の要求と環境問題の解決とは、二律背反の関係にあることがわかる。

環境問題に対する市民の高い関心は、こうした現在の生活様式のあり方とどのようなバランスとして存在するのだろうか。地球環境の保護や資源の再利用のために、今の生活が多少不便になったり、商品やサービスの代金が高くなることをどう受けとめているか質問したところ、図51-1に示すような結果になった。

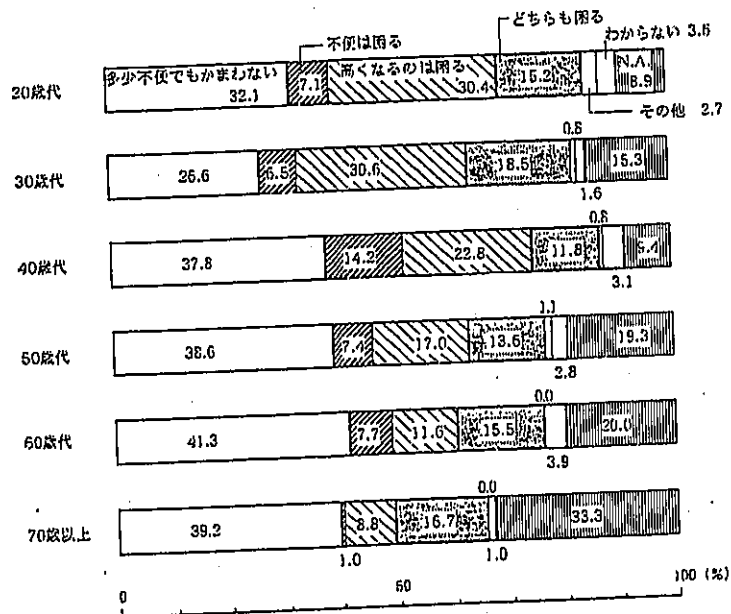
環境を重視すると考えられる「多少不便でもかまわない」とする人は、36.2%とこの調査を実施して以来最も低い値を示し、前回調査よりも7.1ポイントも少なかった。しかし、このことが、環境よりも現在の快適な生活を重視する考え方の増加を意味しているとは言い切れない。低迷する経済状態を反映して、「商品やサービスの代金が高くなるのは困る」と回答した人こそ19.9%と前回より0.6ポイント増えてはいるものの、「生活が不便になるのは困る」7.7%、「どちらも困る」15.0%と、前回の調査よりそれぞれ5.2ポイント、1.4ポイント減少している。市民の大半の印象は、環境か生活かいずれも簡単には選べないというところにあるのだろう。「わからない」2.8%、無回答17.5%の数字がこうした環境問題に対する評価の難しさを表している。無回答に至っては前回調査の4倍以上の17.5%と高率である。こうした日々の生活との関わりで環境問題の難しさが徐々に理解されるようになってきていると見ることができる。

図51-1 環境保護と生活への影響についての意識



これを回答者の年齢別に見ると20歳代と30歳代では「商品やサービスの代金が高くなるのは困る」とした人の割合が高く、また40歳代で「不便は困る」とした人の割合が高くなっていることがわかった（図51-2）。比較的若い年齢層の人々には、環境問題の解決によって生活費が圧迫されることに対する不安が高いのに対し、40歳代になると費用負担とともに、時間負担、手間負担に対する不安が高い。こうした傾向は、年齢によってライフスタイルの差や、生活における価値観が異なるためと考えられる。50歳代以上になるとこうした、「商品やサービスの代金が高くなるのは困る」「生活が不便になるのは困る」といった意見は急速に減少し、環境に対する意識が高まる傾向がある。これらの世代は、高度成長期以前の手間暇はかかるが、環境負荷の少ない生活様式を生活体験として知っているため、抵抗感が他の世代より少なかったと考えられる。

図51-2 環境保護と生活への影響についての意識（年代別）



(3) 合成洗剤と石けんの選択状況

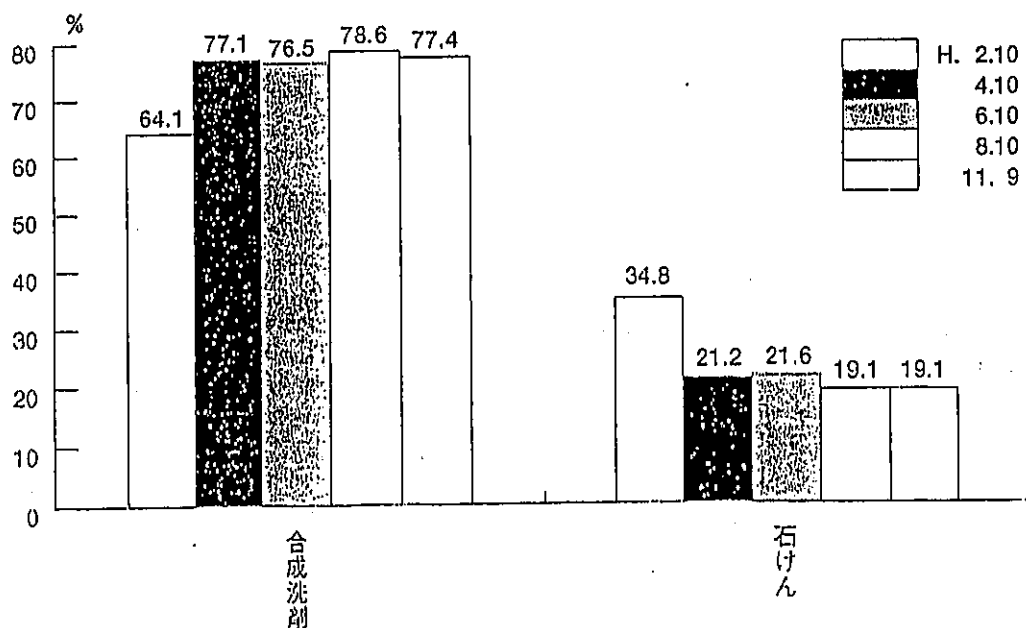
大多数の京都市民が生活用水として依存している琵琶湖の水質汚染が、多くの人々の関心を集めるようになってすでに四半世紀が過ぎる。私たちの日々の生活に直結する良質な水を求める努力とともに、加えて淀川水系の下流に大阪都市圏を持つため、私たちの水に対する関心は、一層の高揚が求められる。

とりわけ生活排水の浄化に対しては、下水道の整備や下水浄化施設の充実といった行政による取り組みだけではなく、一人一人の市民が、日々の生活の中で生活排水にいかに関心を払うかという取り組みも重要である。

こうした背景の中で京都市では、滋賀県の『石けん使用条例』に呼応して、京都市民へ石けんの使用を呼びかけている。本調査でも市民により一層石けん使用への関心を高めてもらう観点から、「合成洗剤を石けんに切り替えていただくよう市民に呼びかけています」と断り書きをした上で合成洗剤と石けん（粉石けんを含む）の使用実態を尋ねてきた。しかし、図52-1に示したようにこの間、石けんの使用者は、引き続き減少してきており、反対に合成洗剤の使用者は着実に増加を続け、今回の調査では、合成洗剤使用者が77.4%、石けん使用者は19.1%であった。4人に3人が合成洗剤を使用するに至っており、反対に石けんを使用する人はわずかに5人に1人である。

この11年間の洗剤使用の推移をみると、合成洗剤使用の人の増加が比較的緩やかであるのに比べ、石けん使用者の減少は顕著である。

図52-1 合成洗剤・石けんの使用状況



以上の結果をさらに回答者の男女別でみると、性別による合成洗剤、石けんの使用傾向に差はほとんどないが、図52-2に示すように、年齢別には40歳代と60歳代の石けん使用率が20.5%、24.5%と比較的高いのに対し、20歳代、30歳代の若い層でいずれも16.1%と低く、反対に合成洗剤使用率が81.3%、81.5%と高い。若年層を中心に水資源の保全の観点からの石けん普及に一層の努力が求められる。

また、合成洗剤か石けんかという洗剤の選択には図52-3のように、回答者の居住地による差も認められた。北、上京、下京の各区では、石けんの使用が活発である。このうち下京区は合成洗剤使用70.0%、石けん使用27.5%、上京区も合成洗剤使用68.5%、石けん使用24.1%の結果となった。一方、中京、東山、山科、伏見の各区は相対的に石けんの使用は少ない。とりわけ東山区は合成洗剤使用90.0%、石けん使用10.0%、山科区も合成洗剤使用84.6%、石けん使用14.3%の結果となった。

図52-2 合成洗剤・石けんの使用状況
(年代別)

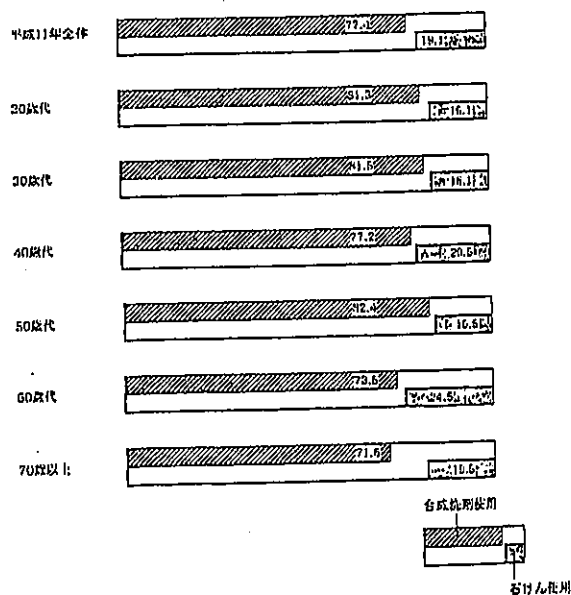
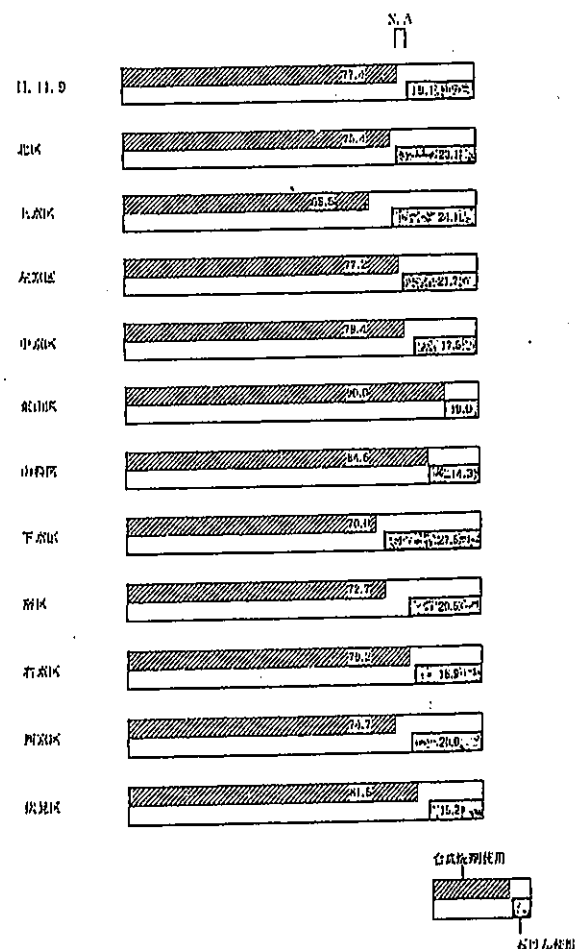


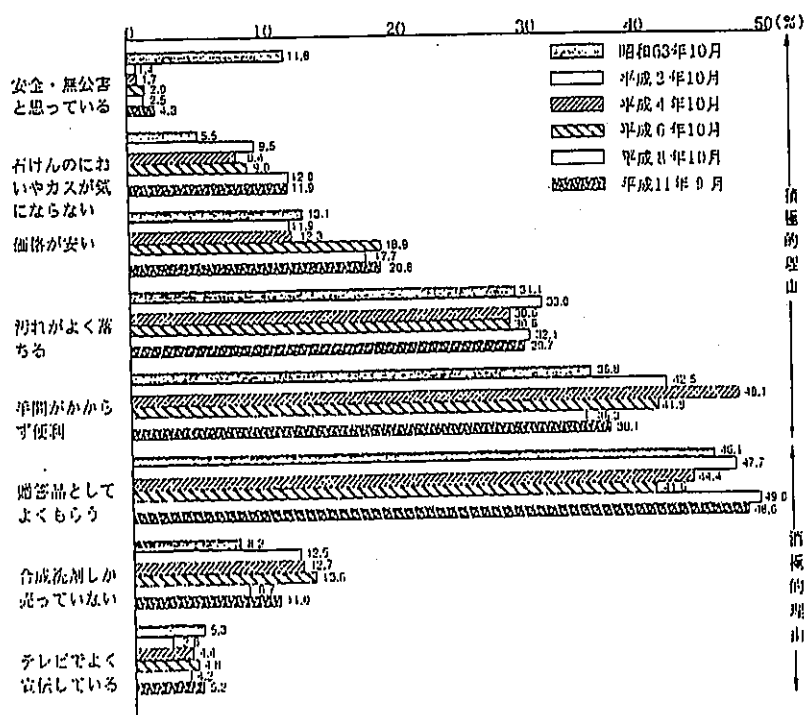
図52-3 居住地別に見た合成洗剤・石けんの使用状況



(4) 合成洗剤の選択理由

しかし、京都市が「河川の水質保全や市民の健康を守るため、合成洗剤を石けんに切り替えていただく」呼びかけを続けているのに、石けん使用者が増えず、逆に合成洗剤使用者が増加していくのはなぜだろうか。この点を確認するため、次に合成洗剤使用者に重ねてその使用の理由を尋ねた。その結果は、図53-1に示すとおりである。これからも明らかなとおり、合成洗剤を「安全・無公害だと思っている」人は平成2年調査以降5%を下回った結果が続いている。圧倒的に多いのが「手間がかからず便利」と「贈答品としてよくもらう」の理由で、今回調査でも38.1%、48.6%となった。また、「手間がかからず便利」「合成洗剤しか売っていない」といった理由は平成4、6年をピークに低下してきている。これらはこの間、石けんの安全性に対する報道が増えたことと石けんの製造技術が向上したことで、機能的に合成洗剤に劣っていると考えられた点が克服されつつある状況を反映している。また、合成洗剤なら「石けんのにおいやかすが気にならない」とする声も11.9%とそれほど高くはない。「汚れがよく落ちる」は30%前後で推移している。総合的に見ると石けんの持つ問題点が、合成洗剤を選択させているとは言い難い。結局のところ「贈答品としてよくもらう」ことが合成洗剤の最も大きな理由と考えられる。特に平成2年をピークに減少していたものが、前回調査から増加に転じていることは注目すべきである。日常生活に密着する洗剤だからこそ、贈答品として簡単に利用され、いったん貰えばかさばることもあって、貰えば使うという行動が簡単に構築されてしまうという使用のサイクルを、今後詳細に解明する必要がある。

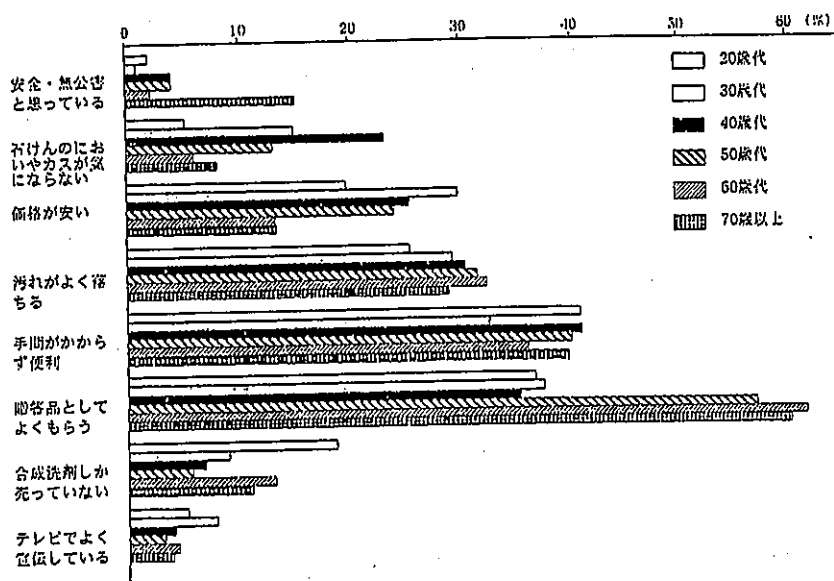
図53-1 合成洗剤の使用理由



この傾向を年齢別に比較したものが、図53-2である。「安全・無公害だと思っている」と回答する人は全体の平均でみればわずか4.3%しかなかったが、70歳以上では15.1%と他の年齢を大きく上回っていた。「石けんのにおいやカスが気になる」から合成洗剤を選択する人は、40歳代をピークに30歳代から50歳代に多くみられた。この年齢層は家族規模が拡大し、子供などを抱えれば洗濯の頻度も量も多いことがこうした意見の背景にはあると考えられる。合成洗剤を「贈答品としてよくもらう」のは圧倒的に50歳代以上の層であり、50歳代以上に手頃な贈答品として使用されていることを読みとることができる。

こうした傾向とその背景を踏まえ、年齢層ごとに集中した情報提供を実現していけば、「河川の水質保全や市民の健康を守るため、合成洗剤を石けんに切り替える」対策は、一層促進されるであろう。

図53-2 合成洗剤の使用理由（年代別）



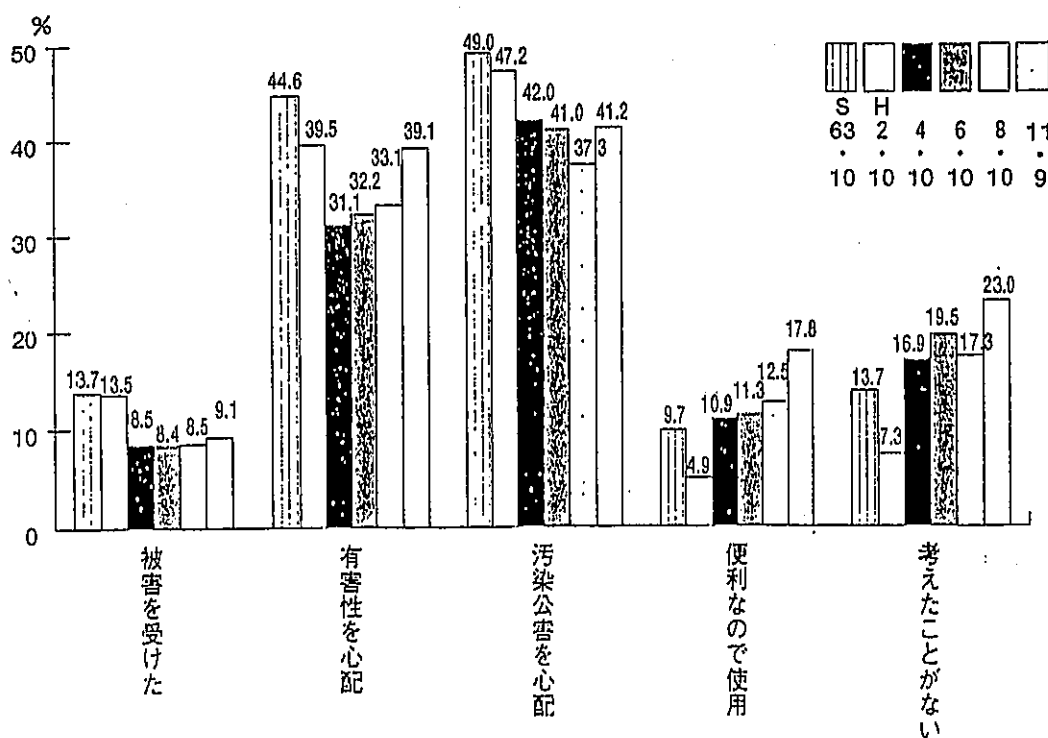
〈参考〉 合成洗剤の使用理由（性別・年代別）

	合計	安全・ 無公害	におい がない	安 価	よく おちる	便 利	贈答品	合成洗剤しか 売られていない	宣 伝
全 体	100.0	4.3	11.9	20.8	29.7	38.1	48.6	11.0	5.2
男 性	100.0	7.8	3.9	23.3	36.7	40.0	47.2	8.9	6.1
女 性	100.0	2.9	15.3	20.4	27.2	37.5	49.2	11.5	4.5
20歳代	100.0	2.2	5.5	19.8	26.4	40.7	36.3	18.7	5.5
30歳代	100.0	1.0	14.9	29.7	28.7	32.7	37.6	8.9	7.9
40歳代	100.0	4.1	23.5	25.5	30.6	40.8	34.7	7.1	4.1
50歳代	100.0	4.1	13.1	24.1	31.7	40.0	57.2	6.9	3.4
60歳代	100.0	2.6	6.1	13.2	32.5	36.0	62.3	13.2	4.4
70歳以上	100.0	15.1	8.2	13.7	28.8	39.7	60.3	11.0	4.1

(5) 合成洗剤に対する評価

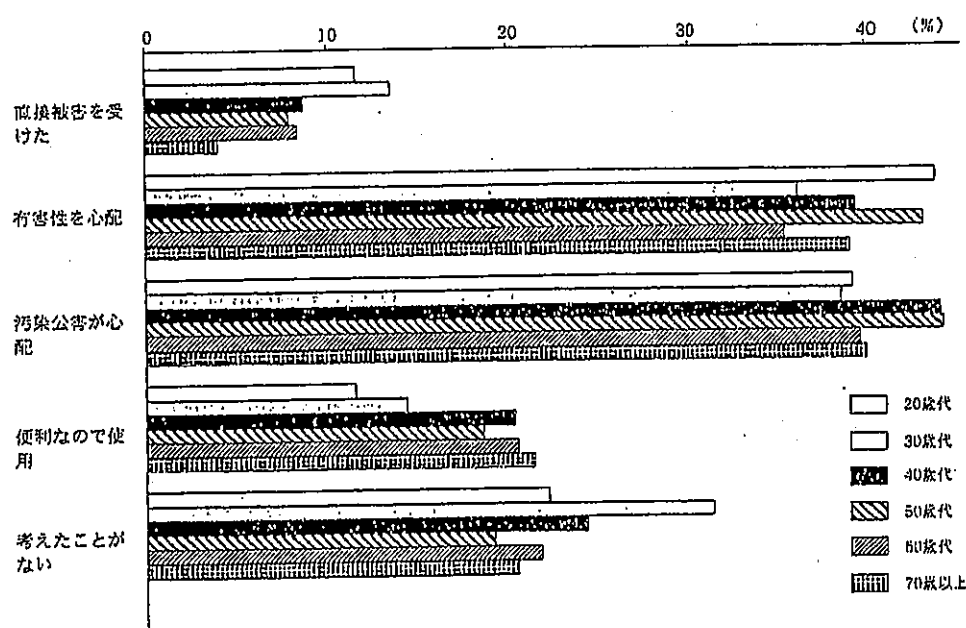
では、市民は合成洗剤を使用するに際してどのような評価しているのでしょうか。市民が合成洗剤を使用することで、どんな経験や考え方を持っているのかについて答えてもらった結果を、図54-1に示した。昭和63年調査以来一貫して10%を越えていた「手荒れなど人体に被害を受けたことがある」とする人は、平成4年調査以降10%を下回るようになった。しかし、直接被害を受けなくても「有害性を心配」「汚染公害を心配」する人は常に30%を上回っており、今回の調査では、39.1%、41.2%といずれも前回調査を大きく上回る結果となった。合成洗剤の問題が、使用した結果直接被害を受けるといった消費者問題から、被害が直接自身にすぐには及ばなくても、環境を汚染するという環境問題としての認識が高まってきたことがうかがえる。しかし、その一方で「便利なので使用」「考えたことがない」という意見もこの10余年の調査結果の中では最も高い値を示している。合成洗剤と水質汚染に対する市民の関心は、環境問題としての関心派と、自らに直接影響を感じない無関心派の二極分化していると考えられる。

図54-1 合成洗剤による被害と使用意識



こうした傾向を年齢別に詳細に検討したものが、図54-2である。合成洗剤の使用によって「直接被害を受けたことがある」とする人は20歳代、30歳代と比較的若い人に多く、家庭で洗剤を使用するときはまず合成洗剤を選択することが、こうした結果を導き出したと考えられる。家事を担当する以前の中高生に対し、『合成洗剤の使用は直接被害のケースもあるので、まず石けんを使おう』といった一層の教育普及の必要がある。「便利なので使用」と答えるのは40歳代以上の年齢で増加している。また「考えたことがない」と回答するのは30歳代できわめて多い。こうした年齢別の傾向を踏まえて、水質汚染に対し関心ある層には、具体的な環境のための行動提起を示すとともに、関心を持たない層に対する粘り強い情報提供という二段階の広報活動が必要と考えられる。

図54-2 合成洗剤による被害と使用意識（年代別）



〈参考〉 合成洗剤による被害と使用意識（性別・年代別）

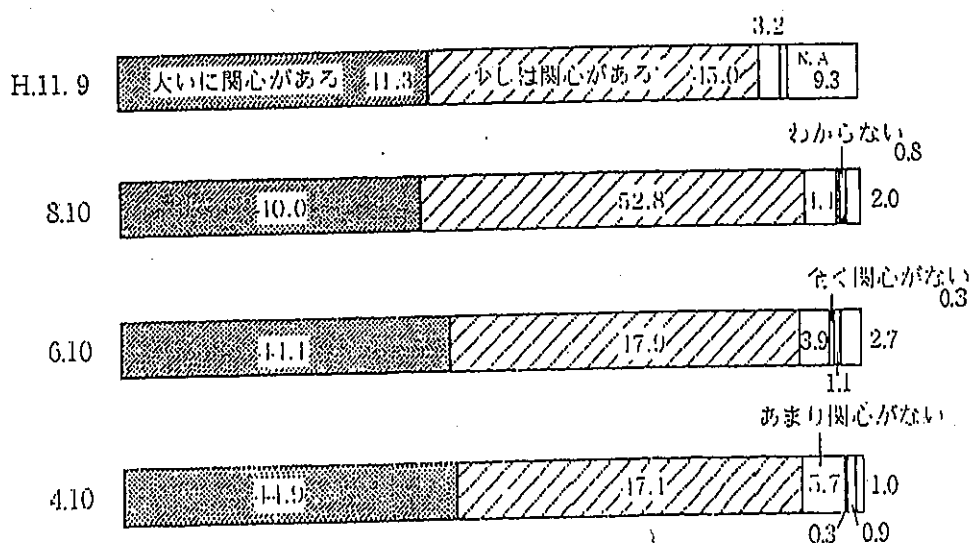
	合計	被害を受けた	有害性心配	汚染公害心配	便利	考えたことがない
全 体	100.0	9.1	39.1	41.2	17.8	23.0
男 性	100.0	4.3	42.6	38.7	19.1	27.4
女 性	100.0	10.9	38.1	41.9	17.9	21.8
20歳代	100.0	11.6	43.8	39.3	11.6	22.3
30歳代	100.0	13.7	36.3	38.7	14.5	31.5
40歳代	100.0	8.7	39.4	44.1	20.5	24.4
50歳代	100.0	8.0	43.2	44.3	18.8	19.3
60歳代	100.0	8.4	35.5	38.7	20.6	21.9
70歳以上	100.0	3.9	39.2	40.2	23.5	20.6

(6) ごみ問題に対する関心

水質汚染と並ぶ現代の生活様式を原因とする環境汚染源の一つに、ごみ問題がある。ごみ問題は、資源の枯渇、大気汚染、土壌汚染、水質汚染など複合的に地球環境を悪化させるだけでなく、焼却場建設や埋め立て場確保において自治体財政を圧迫するだけでなく、こうした施設確保に際し地域住民間の感情対立を引き起こすなど、その問題の表れ方は大変に複雑であり、しかもどの問題の解決も容易ではない。

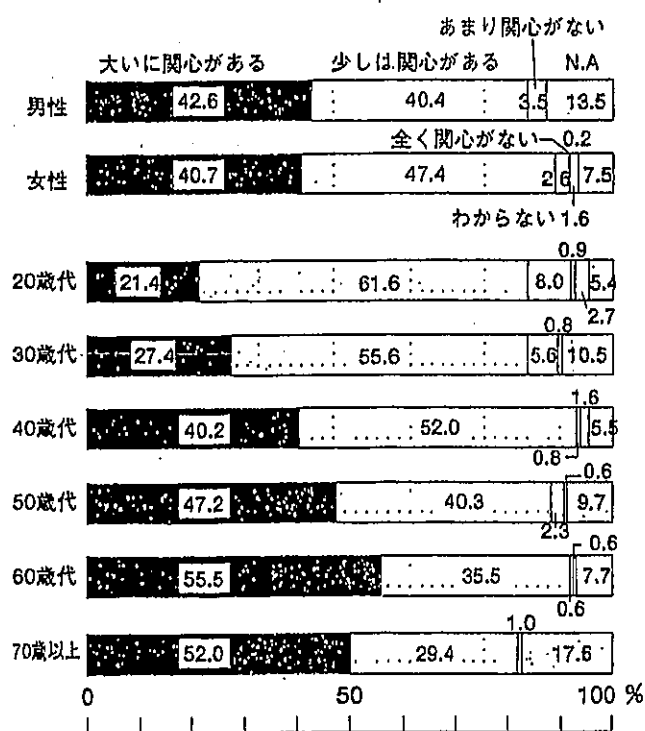
しかし、その一方で日々の生活の結果として家庭から出されるごみを介して、市民が直接認識しやすい問題でもある。加えて平成11年度は、名古屋市で藤前干潟を埋め立ててごみ関連施設を配置する案が断念されるなど、社会的にもごみ問題が注目された年であった。こうした状況の中で、京都市民はごみ問題にどの程度関心を寄せているのであろうか。図55-1をみると、平成4年調査以来ごみ問題は、8割から9割の人が「関心がある」と回答してきている。しかし、「大いに関心がある」「少しは関心がある」はともに徐々に減少してきており、「大いに関心がある」と回答する人の減少がようやく増加に転じたのが、今回調査の特徴である。もちろんこうした結果が、即座に関心のない人の増加につながるのではなく、「あまり関心がない」「全く関心がない」とする人の割合も減少してきている。今回の調査では無回答の人が9.3%と、前項の環境保護と生活の不便化意識同様高いことに注目したい。

図55-1 ごみ問題についての関心度



こうした傾向を年齢別に見ると、40歳代以下では「少しは関心がある」人の割合が高く、「大いに関心がある」は、20歳代、30歳代ともに3割に満たない。この関係が50歳代で逆転し、「大いに関心がある」と答える人の割合が「少しは関心がある」という人を上回り、年齢とともにこの傾向は強まっていく。また20歳代、30歳代では「あまり関心がない」「全く関心がない」とする人も比較的多いが、年齢が上がり40歳以上では急速に減少している。ごみ問題については、若年層を中心に継続的な情報提供が大きな課題となるであろう。

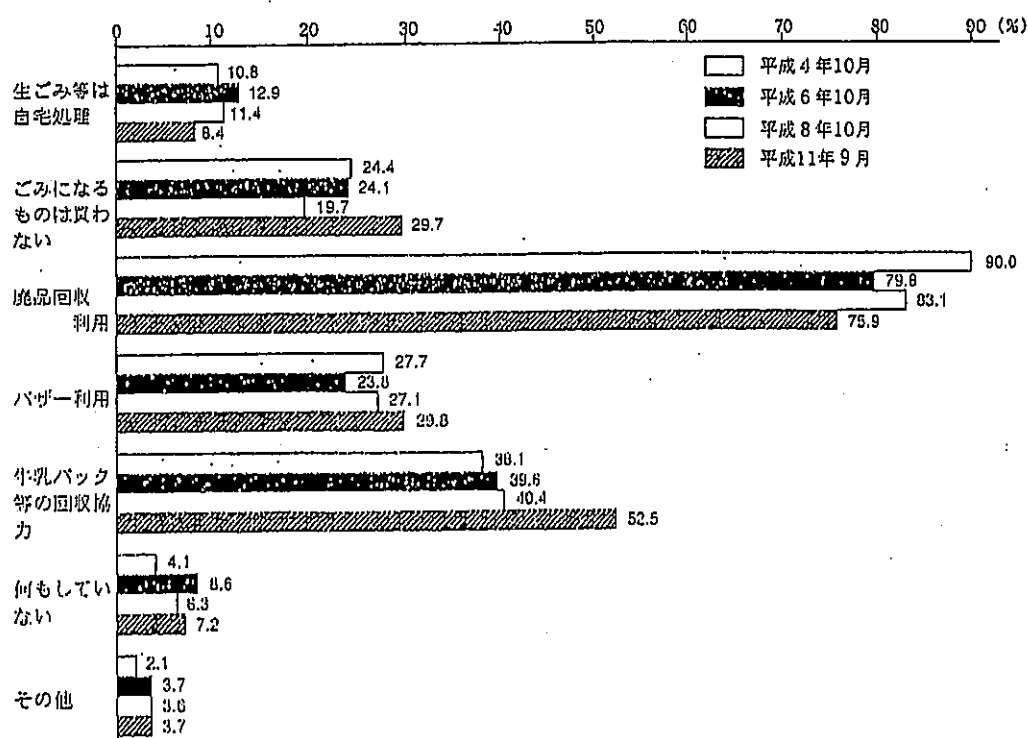
図55-2 ごみ問題についての関心度（性別・年代別）



(7) ごみ減量のための取組

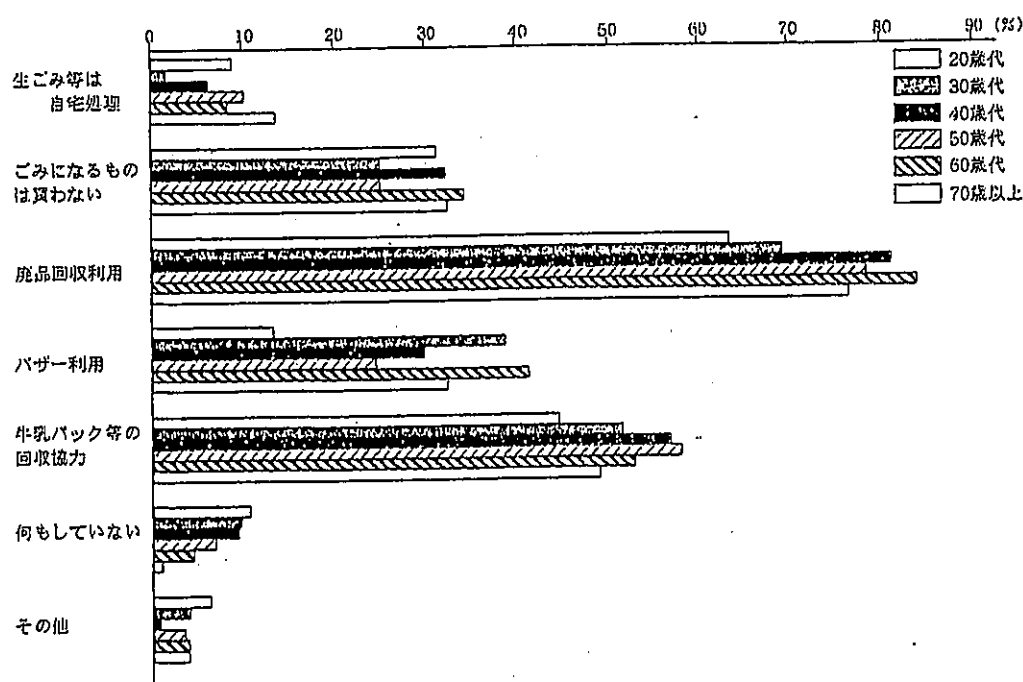
前項で見たとおり、ごみ問題に対する関心は高いものがあった。しかし、こうした意識にもとづいて市民は、それぞれごみ減量のためにどのような取組を行っているのだろうか。ごみ減量のための取組として市民が心がけているものを図56-1に示した。「廃品回収」は従来から積極的に取り組まれており、今回調査でも75.9%の人が利用していた。しかし、経年的に見てみると「廃品回収の利用」は減少してきている。廃品回収が子供会などの団体に委託されている場合が多いため、こうした組織力の低下とともに利用が徐々に困難になっているケースが考えられる。事実、年齢別に見ると、図56-2に示すように、20歳代、30歳代では「廃品回収の利用」は7割に満たない。逆に「牛乳パック等の回収に協力」は、年々利用者が増加し、今回調査では、52.5%と前回調査より12ポイント近く増加している。近年リサイクル法の改正でスーパーやコンビニなどに牛乳パックやトレイなどの回収ボックスが設置されるようになり、多くの人が参加しやすいごみ減量の取組になった結果である。さらに「バザー利用」「ごみになるものは買わない」はいずれもその利用者が増加している。しかし、「生ごみ等は自宅処理」はその割合が低く、平成6年をピークに減少している。生ごみコンポストの利用は、一定の庭地や畑地がある人に限定され、町家やアパートなどの団地では使いにくいためであるが、加えて近年ダイオキシンに対する関心が急速に高まり、従来家庭用小型焼却炉を利用していた人もその利用を見合わせるなどの結果と考えられる。

図56-1 ごみを減らすために心掛けていること



今回の調査でもっとも注目されるのは「ごみになるものは買わない」とする人の増加である。これは平成4年以来一貫して減少し、前回調査では19.7%しかなかった利用者が、今回の調査では29.7%と10ポイントも急増した。減少傾向に歯止めをかけ増加に転じたというその傾向以上に、他の「生ごみ等は自宅処理」「廃品回収利用」「バザー利用」「牛乳パック等の回収協力」がいずれも出てしまったごみをどのように処理するか、という点に対応した取組であるのに対し、「ごみになるものは買わない」はそもそも家庭でごみを作らないという、新しい生活様式を模索する取組だからである。またこの取組を選んだ人は、どの年齢層にも同じ様な割合で存在している。こうした取組により多くの人の参加を得るための方策が検討される。

図56-2 ごみを減らすために心掛けていること（年代別）



〈参考〉 ごみを減らすために心がけていること（性別・年代別）

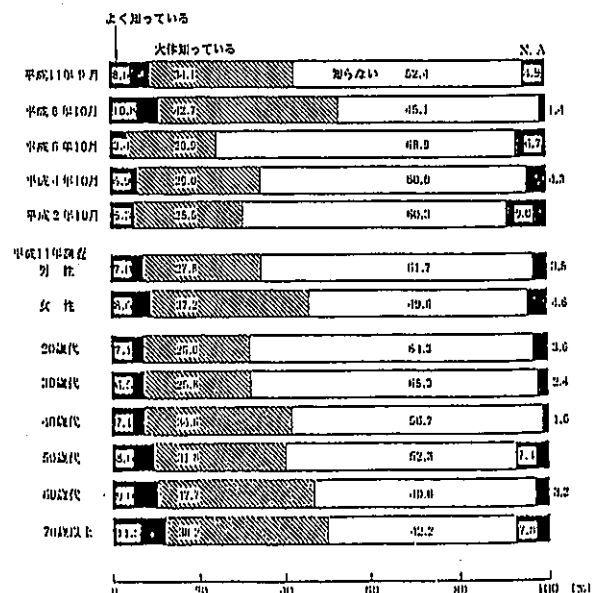
	合計	自宅処理	ごみ・ 買わない	廃品回収 利用	バザー 利用	牛乳パック 回収	何もして いない	その他
全 体	100.0	8.4	29.7	75.9	29.8	52.5	7.2	3.7
男 性	100.0	9.1	22.6	71.3	19.6	41.7	9.1	2.2
女 性	100.0	7.9	32.6	78.1	34.4	57.4	6.1	4.2
20歳代	100.0	8.9	31.3	63.4	13.4	44.6	10.7	6.3
30歳代	100.0	1.6	25.0	69.4	38.7	51.6	9.7	4.0
40歳代	100.0	6.3	32.3	81.1	29.9	56.7	9.4	0.8
50歳代	100.0	10.2	25.0	78.4	24.4	58.0	6.8	3.4
60歳代	100.0	8.4	34.2	83.9	41.3	52.9	4.5	3.9
70歳以上	100.0	13.7	32.4	76.5	32.4	49.0	1.0	3.9

(8) 包装基準の認知度

包装商品の増加はすでに見たように(4-(3)包装食品の品質表示基準の周知度)、全国を市場とする食品提供、さらにはグローバルな規模で展開される食品産業の成長の結果、著しいものがある。そして店頭に並ぶ商品は品質保持の目的から包装が厳重に行われるようになった。しかし、こうした傾向は時として、必要以上の過大・過剰包装をも生み出してきた。商品の質的向上ではなく、包装により付加価値を与えることが最大の目的と化した過大・過剰包装は、消費者に経済的損失を与えるだけでなく、資源の浪費や廃棄物の増大を招き、深刻な環境汚染の一因になっている。こうした状況に対応するため京都市では昭和60年から商品の包装基準を設け、過大・過剰包装を防ぐことに努めている。

しかし、今日の家庭ごみの増加という避けて通ることができない問題を考えるとき、家庭ごみの中で大きな割合を占める包装・容器ごみの増加は深刻である。そこで京都市民は商品の包装基準をどのように理解しているかを尋ねてみた。その結果は、図57に示すとおりである。前回調査に比べ「よく知っている」と回答した人で2.2ポイント、「大体知っている」と答えた人では8.6ポイントも減少し、逆に「知らない」と答えた人は7.3ポイントも増加している。これを男女別に見てみると、女性に比べ男性が、40歳代以上に比べ20歳代、30歳代の若い層で「知らない」人が多い傾向にあった。包装基準が単に過大・過剰包装として消費者個人に経済的損失を与えるだけでなく、包装・容器ごみの増加を招き、結果的には深刻な環境問題へとつながって、社会に大きな損失を与える人類の問題であることを伝え、「必ずなくさなければならない」課題であるという位置づけで今後一層若年層を中心に情報の提供が必要である。

図57 包装基準の認知度

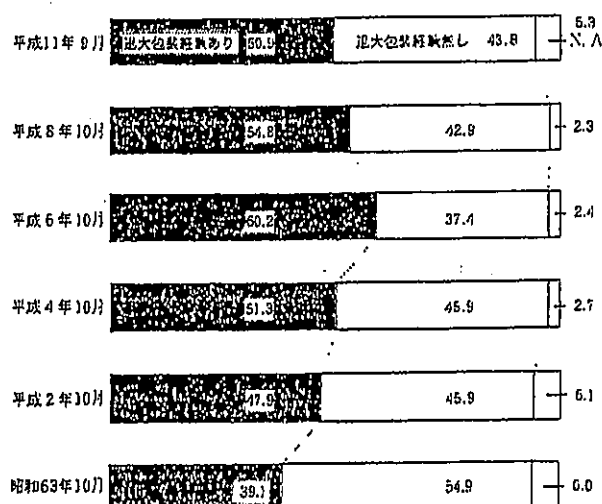


(9) 商品の過大包装の経験

次に過大・過剰包装の経験が実際にどの程度存在するかを尋ねてみた。ここでは、購入商品に加え過大・過剰包装という性格から贈答品も対象に加えた。結果は図58-1に示したとおりである。昭和63年から平成6年調査まで一貫して増加し続けていた「経験あり」の回答は、前回調査で初めて減少に転じたが、今回の調査ではさらなる減少傾向が見られる。商品の包装基準の影響が確実に現れてきていると見ることができる。しかし、それでもまだ半数を越える人々が、過大・過剰包装の経験をしており、その値はバブル経済の最盛期である平成2年調査結果を上回っており、この点は看過することができない。さらに年齢別に過大・過剰包装の経験を持つ人を比較すると、30歳代で多いものの、年齢層を超えて過大・過剰包装の経験を持っており、個人的経験や教育の実施では簡単に減らすことができない問題であることを示している。過大・過剰包装問題については、行政の強い指導と、事業者団体による一層の自主規制が最も有効であると考えられる。

こうした問題の難しさを理解するために、次にどのような商品が過大・過剰包装であったかを「経験あり」と回答した人に重ねて尋ねてみた。図58-2に示すように、過大・過剰包装としてよく指摘されるのは、観光土産品、菓子類、タオル、化粧品、酒類、ベビー用品などである。これを年齢別に見ると、観光土産品、菓子類はどの年齢層でも高い割合で指摘されているが、中でも60歳代、70歳以上の高齢者の指摘の高さは顕著である。特に60歳代の人では観光土産品の過大・過剰包装は、実に80.0%の人が経験している。この年齢層の旅行に出かける生活時間の自由度の高さと、そうした場合、身近な人に観光土産品を贈りあうといった生活習慣が相まってこうした高い割合になったものと考えられる。またタオルは、20歳代から40歳代までの年齢層で24%から38%の割合を示している。この年齢層が日常生活の中で頻繁に贈答品を交わしていることの反映と考えられる。一方、ベビー用品は全体的には5.8%と過大・過剰包装の指摘は低いものの、20歳代、30歳代で9.8%、14.7%と他の年齢層を大きく引き離す結果が現れた。この年齢層に焦点を絞って過大・過剰包装されたベビー用品が売られている結果である。しかし、少子化が進行し、一組の夫婦が生み育てる子供の数が著しく少なくなった今日、社会的に問題視されにくい状況が存在しており、このことが一層、ベビー用品の過大・過剰包装を許していると見られる。若い世代に絞ったベビー用品や子供服などの過大・過剰包装に対する注意の喚起が重要となっている。

図58-1 過大包装商品の経験の有無



以上見た商品の過大・過剰包装は多くの場合、贈答品・プレゼント品であり、消費者に対し情報提供を努めても、本人の購入要求を越えて商品の過大・過剰包装が繰り返られる傾向があるのに対し、化粧品やアクセサリは多くの場合、自らが購入する過大・過剰包装の商品であるということが指摘される。特に化粧品は、40歳代までの比較的若年層に過大・過剰包装の指摘が高かった。20歳代では実に37.3%にも及んでいる。しかし、年齢が上がってもその数値はそれほど減少せず、70歳以上でも19.6%の人が過大・過剰包装の指摘をしている。化粧品が持つ高級感が、従来こうした過大・過剰包装を許してきた経緯があるが、近年男性の間にも化粧品の使用が広がっており（今回の調査で男性からの指摘は19.3%）、包装・容器ごみの抑制を実現していく上で、今後早急に化粧品に対する過大・過剰包装防止の対策を確立する必要性が迫られている。

図 58-2 品目別に見た過大包装商品

