



で開催された地球環境サミットのリオ宣言等により地球温暖化、オゾン層破壊などに対する諸対策が世界的に行われるようになり我が国でも環境問題への意識の高まりがみられるようになった。しかし、意識の高まりは行政レベルに留まり、消費者の意識の高まりは未だ不十分である。そこで食品包装材に焦点を絞り消費者側の食品包装に対する意識と行動実態を把握することを目的にアンケート調査を行った。

## 【方法】

調査時期：2001年6月～7月

調査対象者：福岡市および近郊に在住の20代から70代の男女730人。

回収率：516枚 70%。

調査項目

- ①環境認識度
- ②環境に対する意識と行動
- ③食品包装に関する意識と行動

## ④贈答用食品包装材必要度

集計・解析分析：単純集計、クロス集計を行い環境意識と行動について分析した。

また意識と行動について高位群、中位群、低位群に分け食品包装の必要性について分散分析を行った。集計と解析は集計ソフト SPSS を用いた。

## 【結果および考察】

### 1. 調査対象者の概要

今回の調査対象者の概要は表2のとおりで、性別では女性が98.1%、男性は1.9%であり、男性は高齢者がほとんどであった。年齢は30代が43.6%と最も多く、ついで40代が21.7%、20代が16.0%であった。職業別では専業主婦が61.7%で常勤、パート、自営業を合わせた有職者は18.4%であった。家族数は4人が最も多く38.9%、ついで5人家族19.0%、3人家族17.1%であった。居住地は住宅地が90.5%であり、住居形態では集合住宅と一戸建てがほぼ半数であった。また買い物サイクルは2日

表2 アンケート対象者の概要

性別			居住地		
男性	10	1.9	住宅地	475	90.5
女性	515	98.1	商業地	15	2.9
	525人	100%	工業地	2	0.4
年齢			農業地	16	3.0
20代	84	16.0	漁業地	1	0.2
30代	229	43.6	その他	16	3.0
40代	114	21.7		525人	100%
50代	52	9.9	住居形態		
60代以上	43	8.2	一戸建て	218	41.5
不明	3	0.6	集合住宅	307	58.5
	525人	100%		525人	100%
職業			買い物サイクル		
常勤	27	5.1	ほぼ毎日	124	23.6
パート	54	10.3	2日に1回程度	200	38.1
専業主婦	324	61.7	週に2回程度	152	29.0
無職	15	2.9	週に1回程度	44	8.4
自営業	16	3.0	10日に1回程度	5	0.9
その他	89	17.0		525人	100%
	525人	100%	家族数		
家族数			1人	41	7.8
1人	41	7.8	2人	43	8.2
2人	43	8.2	3人	90	17.1
3人	90	17.1	4人	204	38.9
4人	204	38.9	5人	100	19.0
5人	100	19.0	6人以上	47	9.0
6人以上	47	9.0		525人	100%
	525人	100%			

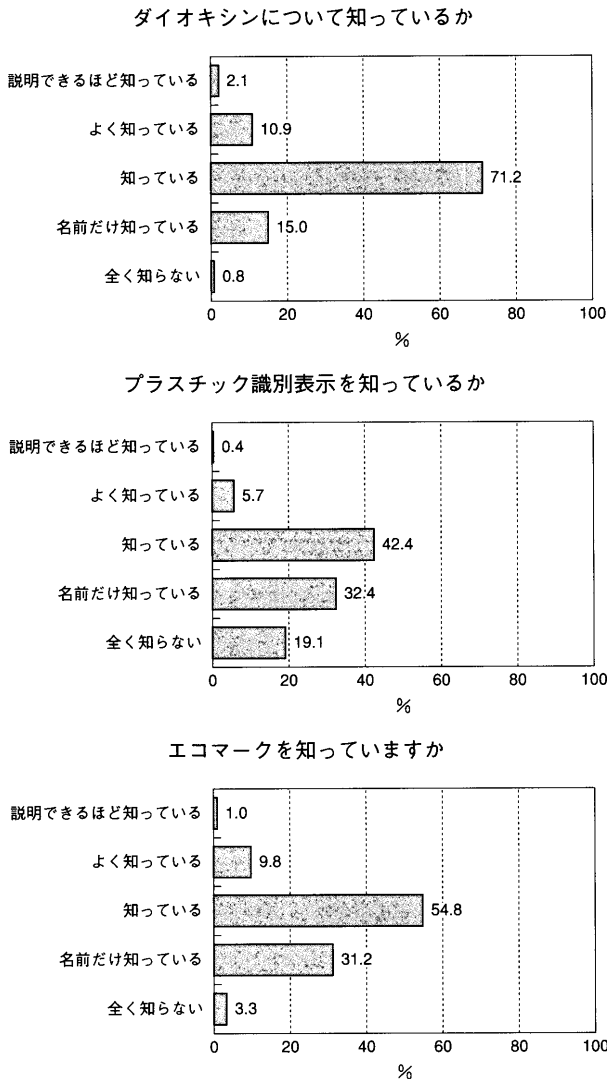


図3 環境認識度

に1度が38.1%で週に2回程度が29.0%、ほぼ毎日が23.6%であった。

## 2. 環境に対する認識度

今回、対象者が環境に対してどの程度の認識を持っているかを調べるためにダイオキシン、プラスチック識別表示、エコマークの3つをとりあげ、これらの認識度を環境に対する認識度とした。結果を図3に示す。

ダイオキシンについては71.2%が知っていると回答し、よく知っている、説明できるをあわせると84.2%が知っていると回答した。プラスチック識別表示については、知っているのは42.4%で、よく知っている、説明できるをあわせても48.5%と5割に満たなかった。また、エコマークについては知っている、よく知っている、説明できるをあわせると65.6%であった。この3つの質問項目の中ではダイオキシンについてが最も認識されており、ついでエコマークであり、プラスチック識別表示の認識度は最も低かった。次にこれを年齢別に検討した結果を図4に示す。ダイオキシン、プラスチック識別表示について

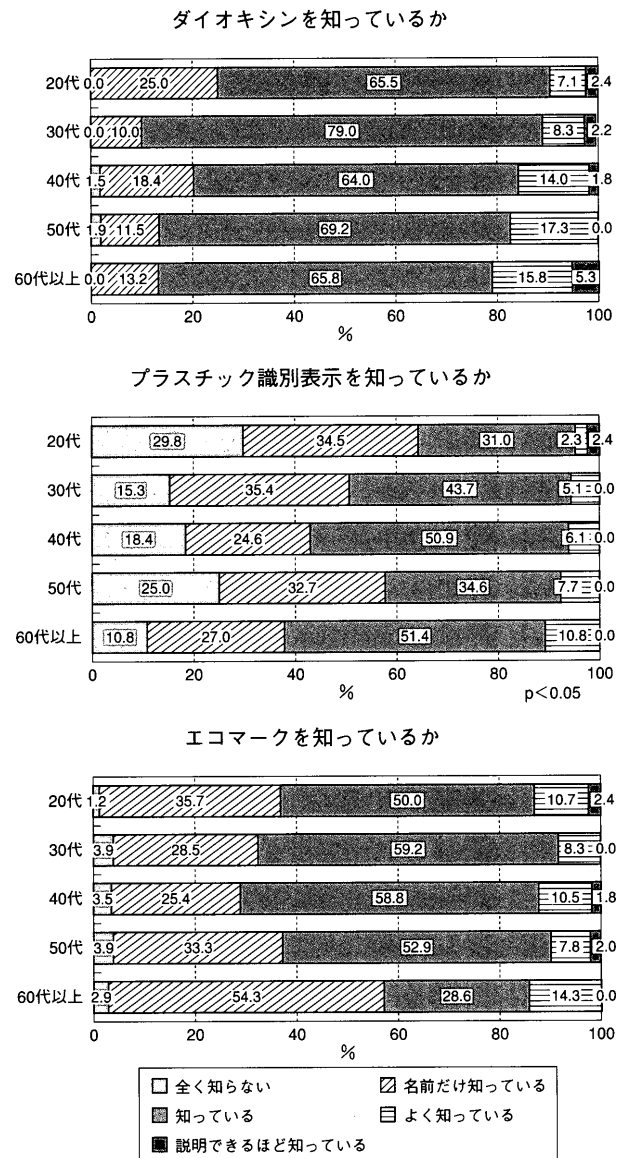


図4 環境認識度（年齢別）

は高年齢になるに従い認識度が高くなる傾向が見られた。このうちプラスチック識別表示については、各年齢と認識度間を $\chi^2$ 検定した結果、5%危険率で有意差が見られた。

## 3. 環境に対する意識と行動

次に環境に対する意識と行動に関する項目として6つの質問項目を取り上げた。結果を図5に示す。自宅の「ゴミの量が気になるか」では、「いつも、時々気になる」をあわせると42.9%で、気にしている人は半数以下であった。また「ゴミの分別は苦痛ですか」では65.3%が「苦痛でない」と回答し「苦痛である」としたものは16.2%であった。このことから意識の上ではゴミの分別・収集には余力が見られるようである。実際の行動についての質問では「買い物袋を持参するか」では67.2%が「持参しない」と回答し、「魚はどのようなものを購入するか」では「いつも切り身」と「切り身が多い」を

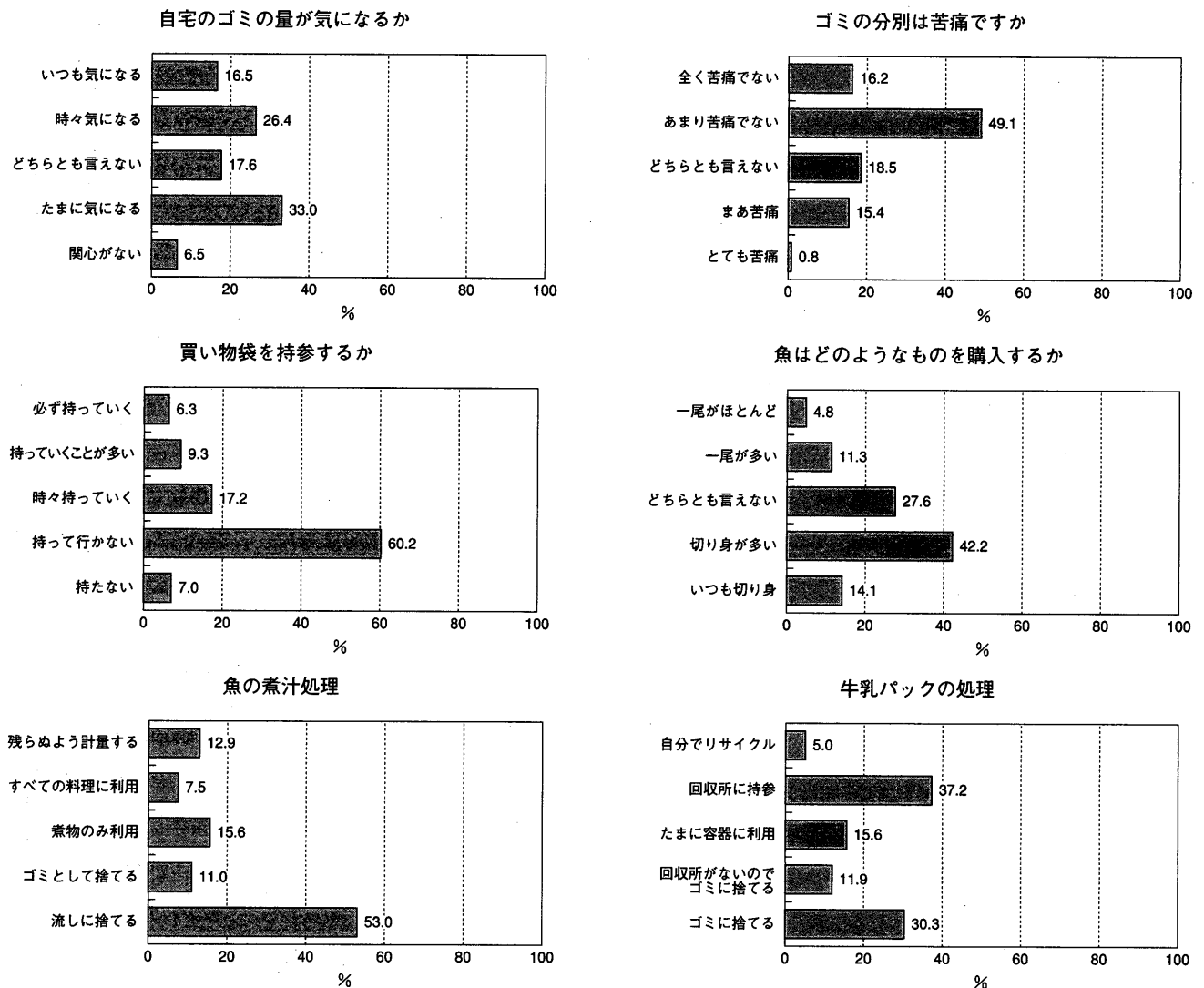


図5 環境に対する意識と行動

合わせると56.3%で半数以上が容器入り（パック）切り身を購入していた。魚の購入にあたっては小売店の減少や販売店側の包装意識が強く影響して、消費者は容器入りを購入しなければならぬ状況もある。また魚の煮汁の処理は53.0%が「流しに捨てる」、牛乳パックの処理についても42.2%が「ゴミとして捨てる」と回答した。つまり環境に配慮した行動とは言えない実態が明らかになった。

次にこれらの項目について年齢別に検討した結果を図6に示す。「自宅のゴミの量が気になるか」では高年齢になるに従い顕著に気になる人が増加し、買い物袋の持参や魚の煮汁の処理、牛乳パックの処理なども、明らかに高年齢になるに従い環境に配慮した行動が伴うことがうかがえた。その理由として高齢者ほど健康意識が高まることや不便な時代を経験しているために物を大切にす意識も高いこと等が考えられた。それに比べ若者ほど便利な生活から抜けきれない現状がうかがわれ、若者の環境に対する意識を一層高め、環境を考えた行動に結びつける対策が必要であると思われた。

#### 4. 食品包装に関する意識と行動

##### 1) 贈答用食品の包装

贈答用食品の包装に対する意識を調べた結果を図7に示す。最も過剰包装となる歳暮・中元用品の包装が気になる人は「とても」と「少し気になる」を合わせて59.4%であり、これらの包装紙の処理については「保存するが再利用しない」8.5%と「ゴミとして処理する」34.7%とを合わせると43.2%で約半数の人が再利用やリサイクルをしていなかった。

次に消費者が中元・歳暮を含めたプレゼント時にどの程度包装を必要としているのかについて見てみる。「年上の人にプレゼントする時、包装が気になるか」では「とても」と「少し」をあわせると気になると回答した人は59.3%と約6割であるのに対して「年下からプレゼントされた時包装が気になるか」では気になると回答した人は僅かに17.1%であった。これら2つの質問項目において年齢による有意差は見られなかった。このことはプレゼントに際して年配者は年下の人が考えるほどに包装に関して気にしていない事がうかがえた。歳暮・中元用品

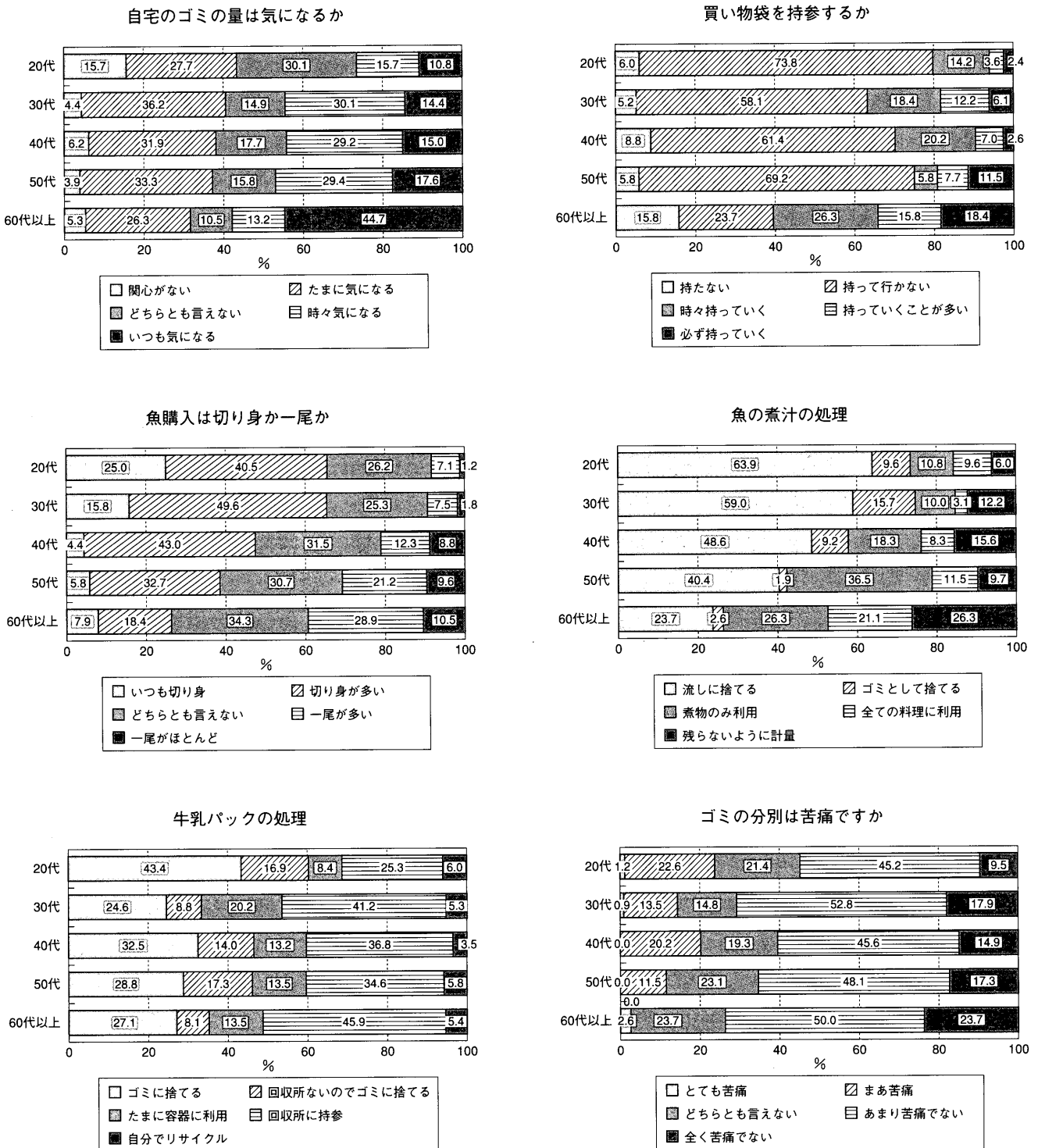


図6 環境に対する意識と行動 (年代別)

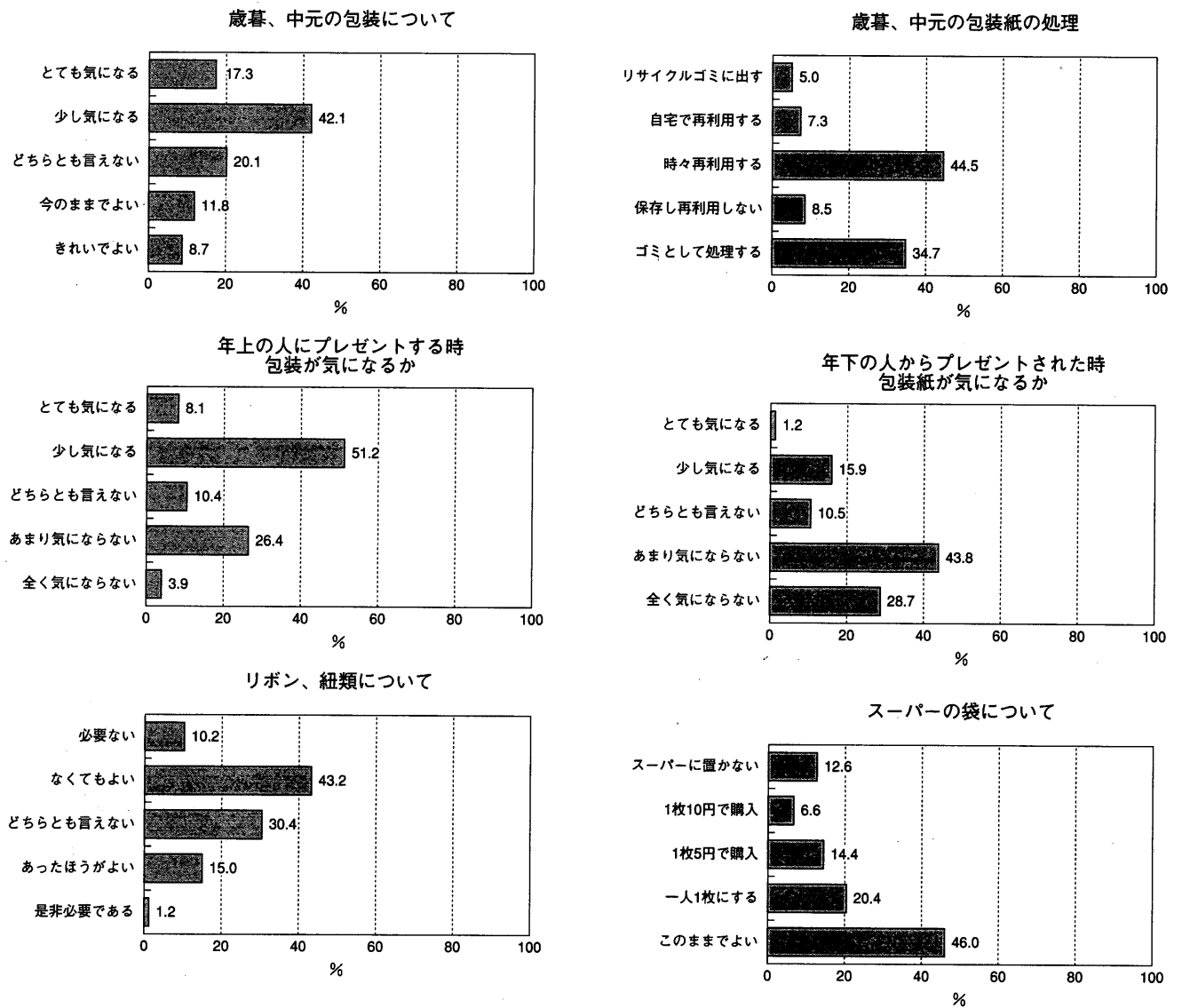


図7 食品包装に関する意識と行動

の包装については、日本の生活文化が根強く定着しており、ただ包装を簡素化することだけでは解決できない問題点がある。しかしながらプレゼントに際して年配者に配慮する工夫を重ねた上で環境にやさしく、しかも人の心を癒してくれる包装をめざし、なお一層の簡素化が図られなければならない。

またリボン、紐類については「必要ない」と「なくてもよい」を合わせると53.4%で半数が必要を感じていなかった。スーパーの袋については46.0%が「このままでよい」と回答した。リボンや紐類はスーパーの袋と比較して再利用が出来にくい事が要因であろう。

## 2) 日常食品の包装材使用割合

表3は日常食品の包装材について消費者の消費行動を検討するために包装材別食品の購入割合を調べた結果である。なお消費者はプラスチック容器とペットボトルの識別が出来ない人も多く、若干結果に矛盾が生じた。ビニール袋（原料：ポリエチレン、ポリプロピレン）使用が最

も多い食品は砂糖、米、海苔で、プラスチック（原料：ポリエチレン、ポリプロピレン、ポリスチレン等塩化ビニール樹脂）容器使用が多い食品はマヨネーズ、油、キムチ、佃煮で、ビン使用が多いものはジャム、めんつゆ、日本酒、こしょう、ドレッシングで、缶が多く選ばれているものはビール、トマトジュース、紅茶であった。またペットボトル（原料：ポリエステル（ポリエチレンテレフタレート））の使用が多いものは醤油、お茶、油であり、紙袋・紙パックが多いものは紅茶、お茶であった。これらの食品の包装材としてどれが最適であるかは生産者と消費者の両側から検討しなければならないが、リサイクルの観点からすると醤油やビールなどは昔から回収し繰り返し使用されてきたびんが減少し、缶やペットボトルが増加している。また油も昔はびんや缶が主体であったがペットボトルやプラスチック容器が増加している現状がある。これらの変化は生産者側は流通コストの削減に消費者側は使いやすさ、低価格に繋がっており、一概に良否は述べられない。つまり消費者の生活スタイル

表3 包装材別食品の購入割合 (%)

食品名	ビニール袋	プラスチック容器	缶	びん	ペットボトル	紙袋・紙パック	その他
醤油	0.0	0.0	0.0	35.4	64.0	0.6	0.0
お茶(浸出液)	3.6	2.8	6.5	0.4	43.8	34.0	8.9
めんつゆ	0.6	3.2	0.0	88.3	4.4	0.5	3.0
砂糖	94.1	0.8	0.0	0.0	0.0	4.7	0.4
油	0.0	46.6	22.6	5.5	23.8	1.0	0.5
ほうれん草	38.8	0.0	0.0	0.0	0.0	5.4	55.8
キムチ	37.4	41.5	0.6	8.9	1.2	3.0	7.3
ジャム	0.0	1.2	2.6	90.6	0.0	4.1	1.5
こしょう	11.7	25.0	2.0	53.4	0.6	4.7	2.6
ドレッシング	0.6	36.3	0.0	52.8	8.3	0.2	1.8
ビール	0.2	0.0	84.3	12.3	0.0	0.6	2.6
米	75.3	0.6	0.0	0.0	0.0	8.1	16.0
日本酒	0.0	1.6	0.2	68.0	2.0	23.8	4.4
佃煮	30.2	34.4	1.2	13.6	0.0	8.9	11.7
海苔	53.4	6.7	13.1	4.0	0.0	14.1	8.7
紅茶	5.0	2.0	33.1	0.4	2.6	50.1	6.8
トマトジュース	0.0	2.2	67.5	5.2	15.5	5.4	4.2
マヨネーズ	5.9	71.8	0.4	10.8	0.8	1.0	9.3

■ 購入割合1位  
 □ 購入割合2位

ルに合わせた購入が可能である。しかし、消費者はプラスチック識別表示の認識度が低くこれらの包装材は分別しにくくゴミになりやすい。つまりこのような家庭から出る合成高分子材料はここ30年で急増し、そのうち9割が食品包装ではポリ袋などの包装材である。従ってこれら食品用プラスチック容器を減少させなければ家庭ゴミの減量はありえない<sup>9)</sup>。そこで、消費者は食品選択にあたり価格や食味、消費期限などと同様に包装材について一層関心を高めることが重要である。環境への付加を減らすためにも消費者一人一人が出来るだけ再利用できる容器を使用した商品を購入したいものである。

### 5. 贈答用食品包装材の必要度

最も気になる贈答用食品包装材の必要度について贈答用食品20種類の包装材について必要度を質問した。必要ないを1点、必要であるを5点としその平均値で表した。結果を表4に示す。必要度の低い物から砂糖の缶、素麺の木箱、果物かご、明太子樽、味噌の樽で必要度の高い物はジャムのビン、鮮魚の発砲スチロール箱、和菓子の分封袋、クッキーの缶などであった。これらは食品の品質を保持し、保存性を高める目的で使用されている場合が多いが、ジャムのびん等は包装によって商品の価値を高めている場合も見られる。これら色や形が不均一できれいなビンに対してのリサイクルシステムを確立しなければならない。また菓子の缶や分封袋も過剰に小分けされていたり幾重にも包装されて、食品を口にするまでに時間がかかるものもある。このことは消費者が、食品の

表4 贈答用食品包装材必要度

食品	包装材	平均値
砂糖	缶	1.98
素麺	木箱	2.10
果物	かご	2.14
明太子	樽	2.19
味噌	樽	2.25
椎茸	紙箱	2.26
佃煮	木箱	2.29
漬物	樽	2.30
チョコレート	紙箱	2.43
ワイン	紙箱	2.51
チーズ	紙箱	2.64
缶詰め	紙箱	2.65
ビール	紙箱	2.65
煎茶	茶筒	2.72
海苔	缶	2.75
紅茶	缶	2.93
クッキー	缶	3.05
和菓子	分封袋	3.10
鮮魚	発砲スチロール箱	3.16
ジャム	ビン	3.71

必要ない 1      あまり必要ない 2  
 どちらともいえない 3      時々必要である 4  
 必要である 5

保存性を高め安全性を確保する為に包装材料をある程度必要としていることを示している。一方で包装することで丁寧さや豪華さ、上品さを現すことに慣れきっているようでもある。

## 6. 環境意識と行動別贈答用食品包装材料の必要度

2. 3で述べた、環境認識度、環境意識と行動に関する合計9つの質問項目を夫々点数化した後、合計し環境意識と行動群とした。この信頼性の検定はアルファ値0.609であった。その平均値と標準偏差から環境意識・行動を上位群、中位群、下位群に分類し、この3群について食品の包装の必要性を分散分析した。その結果を表5に示す。環境意識・行動の上位群は中位群、下位群に比べてどの包装容器も必要度が低く示された。また3群間に1%危険率で有意差が見られたものは煎茶の茶筒、砂糖の缶であり、5%危険率で有意差が見られたものは漬物樽、果物かご、明太子の樽、和菓子の分封袋であった。しかし、多くの食品包装材料について環境意識・行動の上位群と下位群との間には差が見られず、包装に関しての関心の低さが浮き彫りになった。しかしながら環境に対する意識を高めることは僅かではあるがその行動に影響を及ぼしていると思われた。

食品の容器包装は商品の品質保持、商品の使いやすさ、また情報伝達などから必要である。また上質な包装紙できれいに包装された食品はそれだけで消費者においしさと充実感を与えることも事実である。熊倉は日本には包む文化があり、それは和装との関連があると述べている<sup>8)</sup>。食品包装で最も過剰包装になる中元・歳暮用品、プレゼントなど昔は風呂敷に包み、自分で持参することが常識であった。しかし和装の激減とともに風呂敷の使用も減少し、それに替わり包装材料が増加した。家庭の押入はデパートや小売店の包装紙や紙袋であふれ、それを再利用することもなくなった。

地球規模で環境問題が研究される今日、ゴミ問題を解決する対策としての優先順序は発生抑制、リサイクル、そして適正処理・処分と言われる<sup>10)</sup>。ゴミを減量するにはまずゴミを出さないシンプル社会へと転換することである。又包装に関するリサイクル化としては7つの方向性が示されている<sup>11)</sup>。それは1. 減量化2. 排出容易化(役目を終えたパッケージを簡単に分別できること)3. 再生材使用(再生材を利用してリサイクルの輪を広げる)4. リフィル化(パッケージをそのつど捨てずに中身を詰め替えたり、部品を交換すること)5. リターナブル化(ビールビンのように繰り返し利用すること)6. リサイクル化7. その他である。

今回は消費者側の包装意識と行動を調査したが、消費者側の取り組みについては高知県の事例が進んでいる。消費者は買い物袋を持参し、レジで購入した商品だけを買い物袋に入れ、包装パックを返還する。もちろん包装が必要な食品は包装ごと持ち帰ることになるが、このシ

表5 環境意識・行動群別包装の必要度

食品(包装材料)	環境意識・行動群	平均値	標準偏差	F値	検定
クッキー(缶)	下位群	3.10	1.46	0.36	n.s
	中位群	3.07	1.36		
	上位群	2.93	1.46		
漬物(樽)	下位群	2.48	1.21	4.53	*
	中位群	2.36	1.26		
	上位群	1.93	1.10		
缶詰(箱)	下位群	2.80	1.33	0.85	n.s
	中位群	2.66	1.28		
	上位群	2.51	1.34		
海苔(箱)	下位群	2.95	1.35	1.94	n.s
	中位群	2.78	1.38		
	上位群	2.50	1.55		
ワイン(箱)	下位群	2.72	1.45	1.17	n.s
	中位群	2.51	1.35		
	上位群	2.38	1.37		
チーズ(箱)	下位群	2.80	1.30	2.66	n.s
	中位群	2.68	1.32		
	上位群	2.34	1.26		
煎茶(茶筒)	下位群	3.03	1.35	7.43	**
	中位群	2.78	1.44		
	上位群	2.16	1.45		
果物(かご)	下位群	2.27	1.21	3.36	*
	中位群	2.19	1.25		
	上位群	1.81	1.09		
鮮魚(発砲スチロール箱)	下位群	3.09	1.43	0.49	n.s
	中位群	3.20	1.41		
	上位群	3.04	1.53		
椎茸(箱)	下位群	2.56	1.36	2.53	n.s
	中位群	2.24	1.18		
	上位群	2.13	1.24		
素麺(木箱)	下位群	2.26	1.22	1.96	n.s
	中位群	2.12	1.23		
	上位群	1.86	1.17		
佃煮(木箱)	下位群	2.45	1.19	2.64	n.s
	中位群	2.33	1.16		
	上位群	2.02	1.17		
ジャム(ビン)	下位群	3.79	1.17	0.21	n.s
	中位群	3.71	1.26		
	上位群	3.65	1.35		
明太子(樽)	下位群	2.44	1.09	3.95	*
	中位群	2.24	1.22		
	上位群	1.89	1.11		
和菓子(分封紙)	下位群	3.32	1.33	4.14	*
	中位群	3.15	1.24		
	上位群	2.74	1.36		
ビール(箱)	下位群	2.63	1.38	0.15	n.s
	中位群	2.67	1.37		
	上位群	2.58	1.36		
チョコレート(箱)	下位群	2.59	1.19	1.40	n.s
	中位群	2.43	1.24		
	上位群	2.24	1.21		
砂糖(缶)	下位群	2.29	1.11	5.17	**
	中位群	1.99	1.08		
	上位群	1.69	1.08		
紅茶(缶)	下位群	2.85	1.31	0.17	n.s
	中位群	2.95	1.35		
	上位群	2.96	1.40		
味噌(樽)	下位群	2.39	1.15	3.09	n.s
	中位群	2.29	1.24		
	上位群	1.93	1.23		

\* p<0.05

\*\* p<0.01

n.s 有意差なし



システムでは消費者の過剰包装に対する意識が高まることは事実である。また使用後の包装材は出来るだけリサイクルするように心がける。例えばジャムのビンは料理の保存容器として、きれいな包装紙は封筒や箸袋、整理箱の外紙等に再利用する。醤油や酒、ビールはリサイクル可能な容器のものを購入するなどである。日常生活の中で一人一人が食品包装に対する意識を高め、過剰包装を断る勇気を持つことが一層求められる。

11. 財団法人古紙再生促進センター：紙リサイクルハンドブック2002 22 (2002)

## 【要約】

食品包装に対する消費者の意識と行動実態を知る目的で調査をおこない次のことが示された。

1. ダイオキシン、プラスチック識別表示、エコマークなど環境問題について認識している人は45.8～71.2%で、特にプラスチックの識別表示の認識度は半数にみたなかった。
2. 環境意識・行動調査では、自宅のゴミの量が気になる人は32.9%と低く、買い物袋を持参しない人は67.2%、魚の煮汁を流しに捨てる人は53.0%と、意識も行動も低いことが示された。
3. 年上の人にプレゼントする時包装が気になる人は59.3%で、年下の人からプレゼントされるとき包装が気になる人は17.1%であった。年配者への配慮をふまえた包装の簡素化を図ることが望まれた。
4. 歳暮・中元用品の包装材について必要度を調査した結果、使用後利用しにくいものや大きく豪華に見せるものは必要度は低く、食品の保存性が高まるものは必要度が高くなる傾向を示した。
5. 環境認識度と意識・行動群を上位群、中位群、下位群の3群に分けて歳暮・中元の食品包装材の必要性を検討した結果、上位群は下位群に比べて食品包装材を必要としていない傾向が見られた。
6. 食品包装材に関する消費者の意識は高いとは言えなかった。

## 【参考文献】

1. 福岡県：平成11年度版私たちの環境、福岡県、(1999)
2. 廃棄物学会編：ごみ読本、中央法規 (1995)
3. 環境省編：平成14年度 環境白書 (株ぎょうせい) (2002)
4. 梅沢直樹、片山雅男、久米直明、田中真澄、濱田仁：自然のシステムに学ぶ生活環境論、化学同人19 (1998)
5. 環境省編：平成14年 環境白書 (株ぎょうせい) 174(2002)
6. 通産省：紙・パルプ統計年報 古紙回収率
7. 朝日新聞：朝刊、2001. 4. 2
8. 祖父江孝男、杉田繁治：現代日本文化における伝統と変容 1 暮らしの美意識365、ドメス出版 (1984)
9. 梅沢直樹、片山雅男、久米直明、田中真澄、濱田仁：自然のシステムに学ぶ生活環境論、化学同人19
10. 高月絃・仲上健一・佐々木佳代：現代環境論 有斐閣ブックス (2001)