プラスチックリサイクル白書

【プラスチックリサイクルに関する意識・実態調査】

プラスチックのリサイクル意識は“年代が進むほど高くなる”
20代と50代で意識の差が約30％

プラスチックは“する”時代から、“選ぶ”時代へ

2023年3月

esa environmental solutions architect

調査概要

調査概要

- 調査対象者数　：全国20代以降の男女529名（性別・世代別・エリア別・職業別は下記の通り）
- 調査集計期間　：2023年2月15日～2月22日
- 調査方法　：インターネット調査
- グラフの表記　：グラフ・表内の数値（%）は小数点以下第2位を四捨五入し、0.1ポイント単位で表記

性別

	総数	(%)
男性	263	49.7%
女性	266	50.3%

職業

	総数	(%)
公務員	29	5.5%
経営者・役員	8	1.5%
会社員(事務系)	74	14.0%
会社員(技術系)	72	13.6%
会社員(その他)	77	14.6%
自営業	19	3.6%
自由業	8	1.5%
専業主婦(主夫)	86	16.3%
パート・アルバイト	66	12.5%
学生	20	3.8%
その他	70	13.2%

年齢

	総数	(%)
20歳～29歳	112	21.2%
30歳～39歳	112	21.2%
40歳～49歳	96	18.1%
50歳～59歳	97	18.3%
60歳以上	112	21.2%

ARE 地域

	総数	(%)
北海道	29	5.5%
東北地方	34	6.4%
関東地方	193	36.5%
中部地方	84	15.9%
近畿地方	100	18.9%
中国地方	26	4.9%
四国地方	17	3.2%
九州地方	46	8.7%

調査結果サマリ・考察

調査結果サマリ・考察①

【プラスチックのリサイクルに関する意識について】

- プラスチックのリサイクルについて、20代から60代全ての年代で「意識している」人が多い
  →世の中として「リサイクルが当たり前」の時代へ

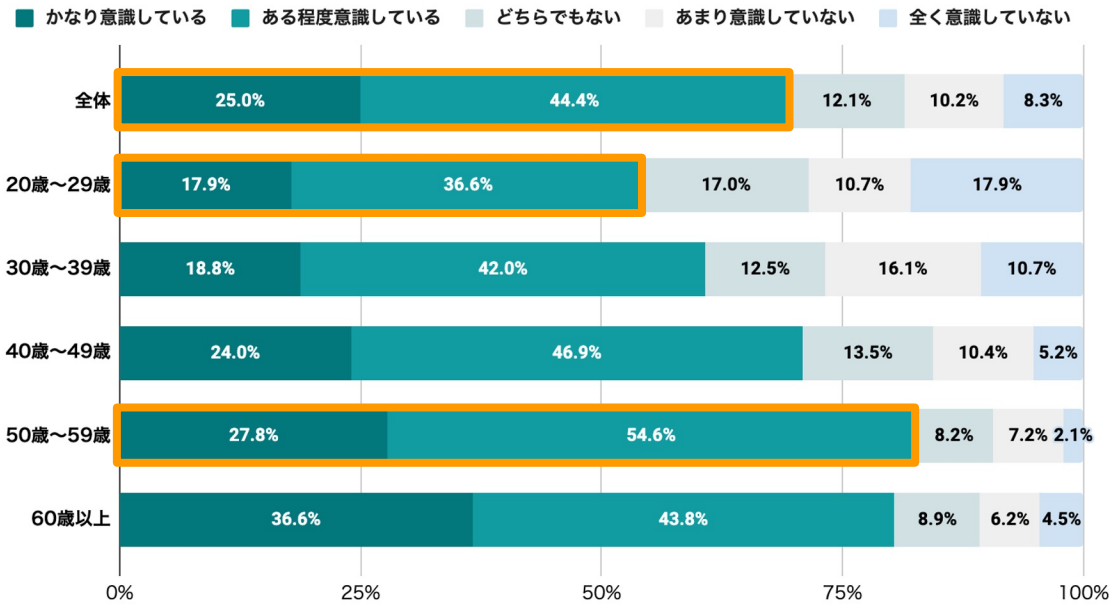
- プラスチックのリサイクル意識は“年代が進むほど高くなる”
- 20代と50代で意識の差が30ポイント弱
  →リサイクルへの意識と年代は比例関係。「若低老高」の様相に

- モノやサービスを選ぶ際に、企業の環境・サステナビリティに対する取り組みを意識。
  企業のSDGsやESGに対する取り組みによって、その企業やブランドの評価に影響
  →企業やブランドへの評価にSDGsやESGについても意識され始めており、
  世代を超えて「リサイクル・ファースト」になっていくのではないか。

調査結果

- プラスチックのリサイクルについて普段から意識している人は全体の約7割。一方、リサイクルについて「全く意識していない」と回答した人は1割未満にとどまる
- 世代間での意識差もあり。普段から意識している（かなり意識している、ある程度意識している）人は20代では54.5％であるのに対し、50代は82.4％で、3割弱（27.9％）の差が開く結果に。

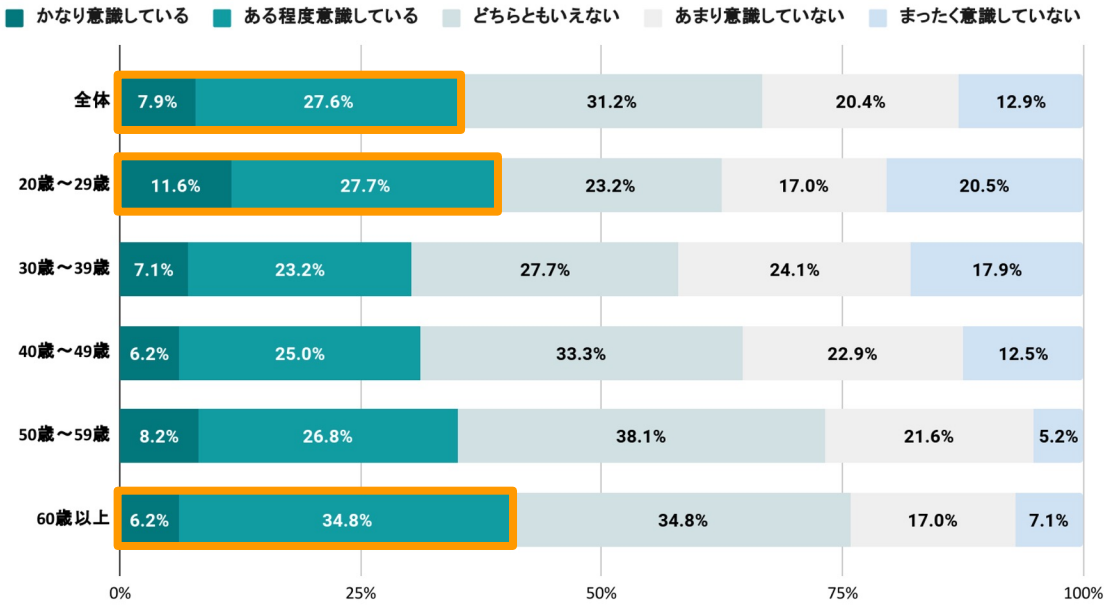
Q あなたは、プラスチック製品（ペットボトルやビニール袋、プラスチック製の容器など）のリサイクルについて普段から意識していますか？



調査結果

- 約3人に1人（35.5%）は、モノやサービスを選ぶ際に、企業の環境・サステナビリティに対する取り組みを意識していると回答
- 世代別でみると、20代（39.3%）と60代以上（41.0%）が意識している率が高く、30代（30.3%）と40代（31.2%）は意識している率が低いという結果に

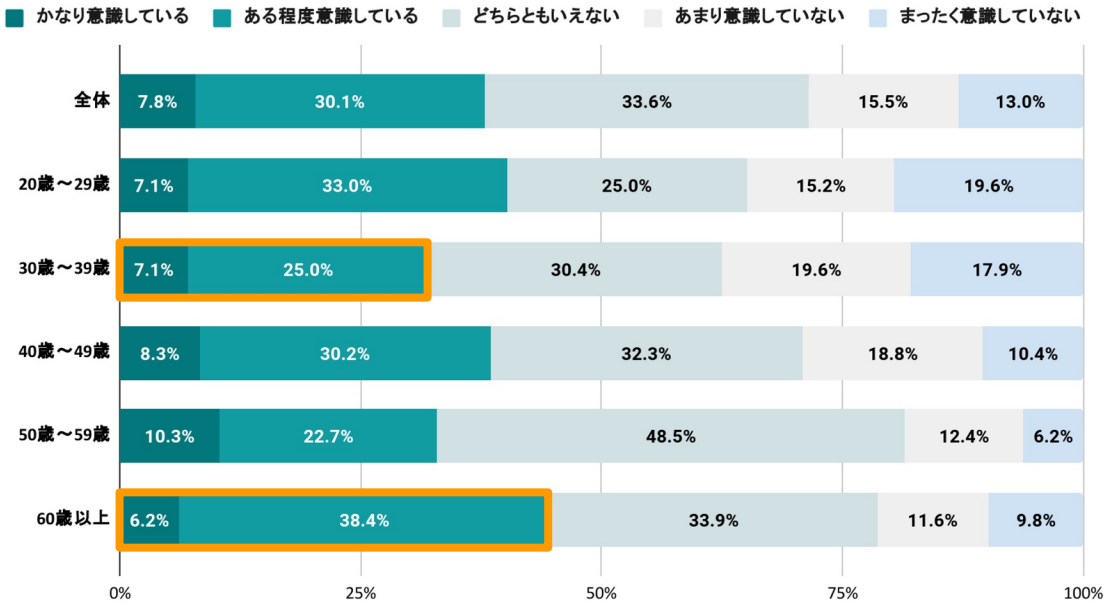
Q あなたはモノやサービスを選ぶ（購入する）際に、企業や店舗の環境・サステナビリティに対する取り組みをどのくらい意識していますか？



調査結果

- 約4割の人が、企業のSDGsやESGに対する取り組みによって、その企業やブランドの評価に影響すると考えている
- 世代別でみると、60代以上が意識している率がもっとも高く（44.6%）、30代が約3割（32.1%）と低い水準となっている

Q あなたは企業のSDGsやESGに対する取り組みについて、どれくらいその企業やブランドの評価に影響しますか？



調査結果サマリ・考察②

【プラスチックのリサイクルに関する実態について】

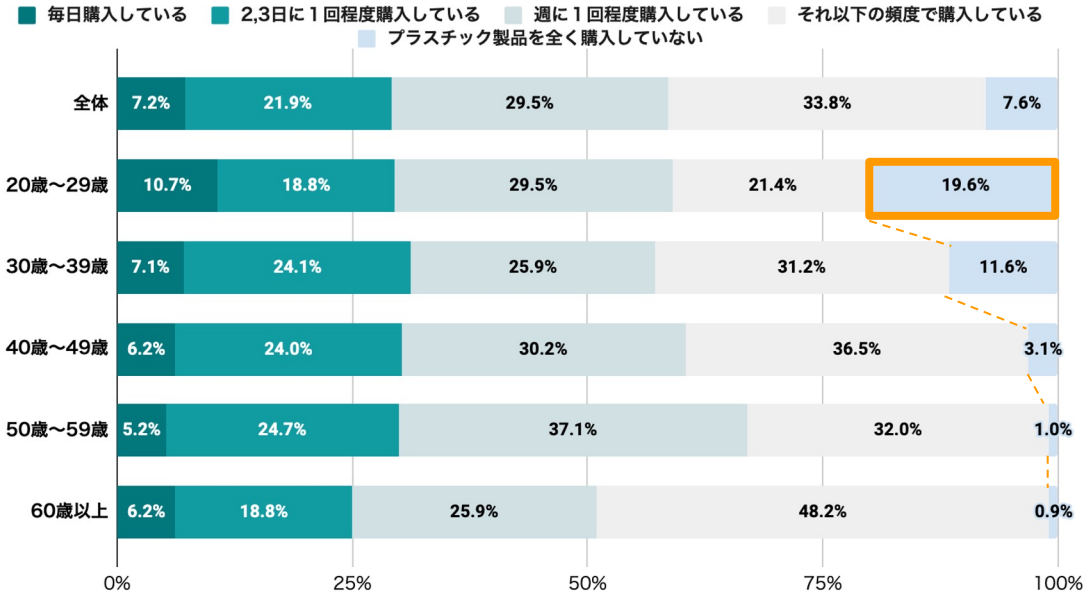
- 年代が高くなるほど、レジ袋はもらわなくなる一方、廃プラ・再生プラスチック製品は年代が低いほど購入率が高まる
- 若い世代のほうがプラスチック非購入者率が高い
  →若い世代ほど、環境に配慮したモノ・サービスを買う・選ぶことが当たり前に。

- シャンプーの詰め替えやレジ袋をもらわない等、多くの人が日頃からプラスチックのリサイクルを取り組んでいる
  →日常生活において環境・サステナビリティに配慮したアクションが浸透している

調査結果

- プラスチック製品を週に1回以上購入している人は全体で約6割程度
- 一方、プラスチック製品を全く購入していない人は1割未満であるが、世代別でみると、20代は約2割（19.6%）が「プラスチック製品を全く購入していない」と回答
- 若い世代のほうがプラスチック非購入者率が高い

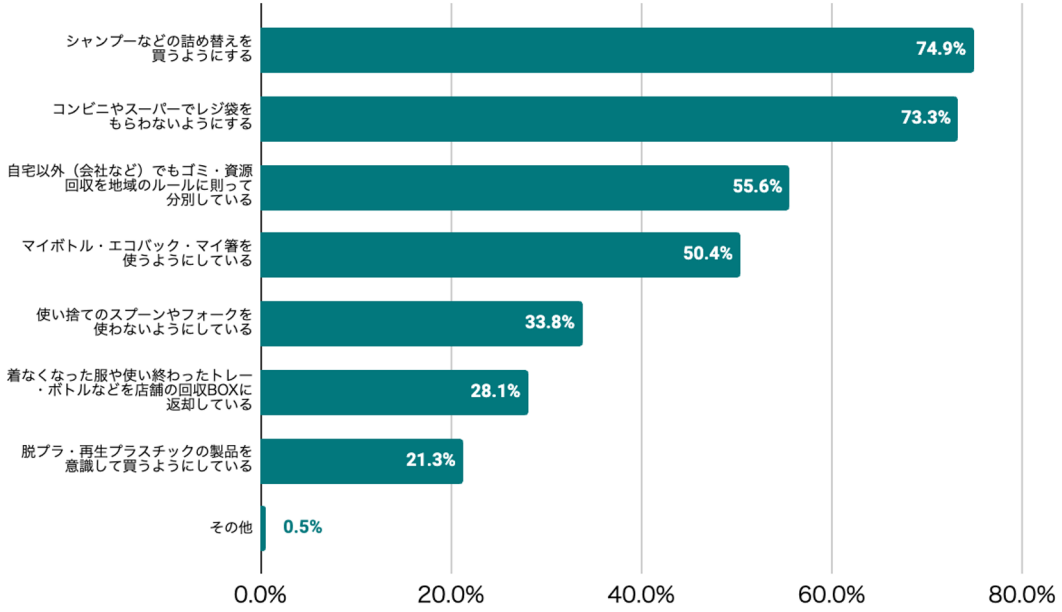
Q あなたは日常生活でプラスチック製品（家庭用品、包装・容器、文具、電化製品、スポーツ・レジャーの道具、その他日用品など）をどのくらい購入していますか？



調査結果

- プラスチックのリサイクルについて、日頃から意識して行っていることとして、「シャンプーの詰め替え」「レジ袋をもらわないようにする」と全体の7割以上が回答
- ゴミ・資源回収のルール分別、マイボトルやエコバックを使うことを意識している人も半数以上
- 一方、脱プラ・再生プラスチック製品を意識して買う人は約5人に1人にとどまる

Q プラスチック製品のリサイクルについて、日頃から意識して行っていることはなんですか？

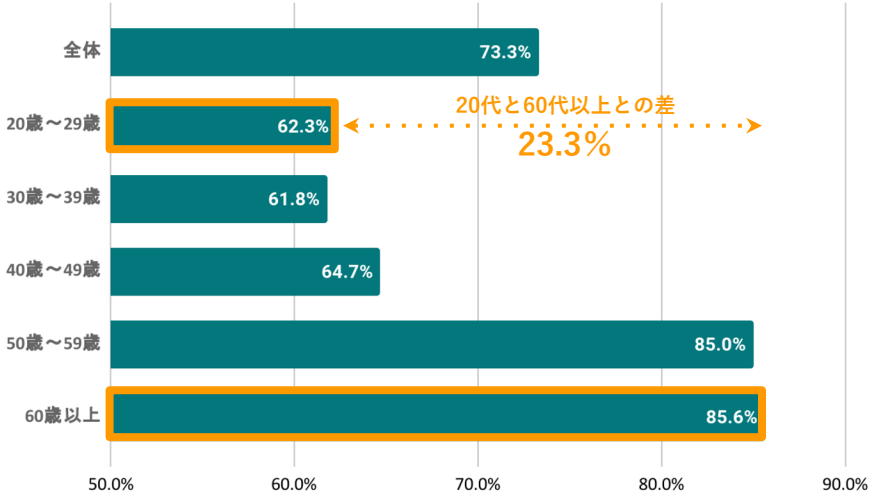


調査結果

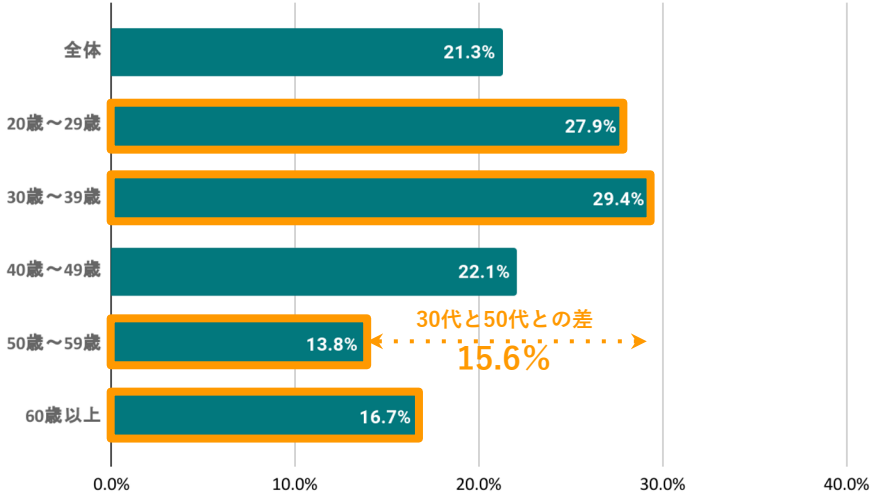
- 「コンビニやスーパーでレジ袋をもらわないようにする」について、世代別でみていくと、20代は62.3%に対し、60代以上は85.6%と、2割超（23.3%）の差
- 一方で、「脱プラ・再生プラスチックの製品を意識して買うようにしている」という項目では、20代（27.9%）と30代（29.4%）に対し、50代は13.8%、60代以上は16.7%と、20代と30代に比べて1割超の差がつく結果に

Q プラスチック製品のリサイクルについて、日頃から意識して行っていることはなんですか？

▼「コンビニやスーパーでレジ袋をもらわないようにする」と回答



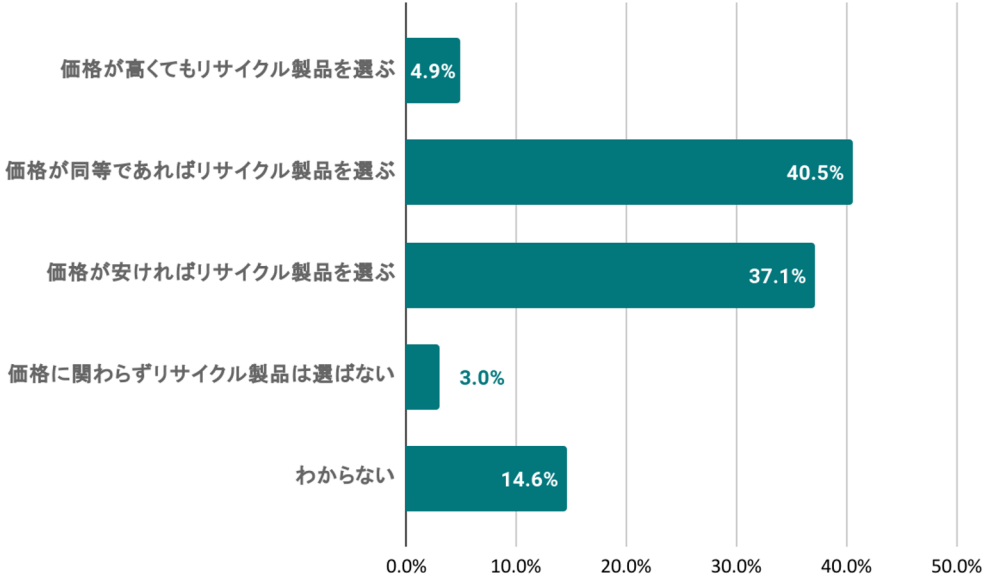
▼「脱プラ・再生プラスチックの製品を意識して買うようにしている」と回答



調査結果

- 価格が同等以上であれば、リサイクル製品を選ぶと4割以上が回答
- 日用品の買い物においても「品質条件が同等であれば、リサイクル製品をより選ぶ」ことが当たり前になってきている

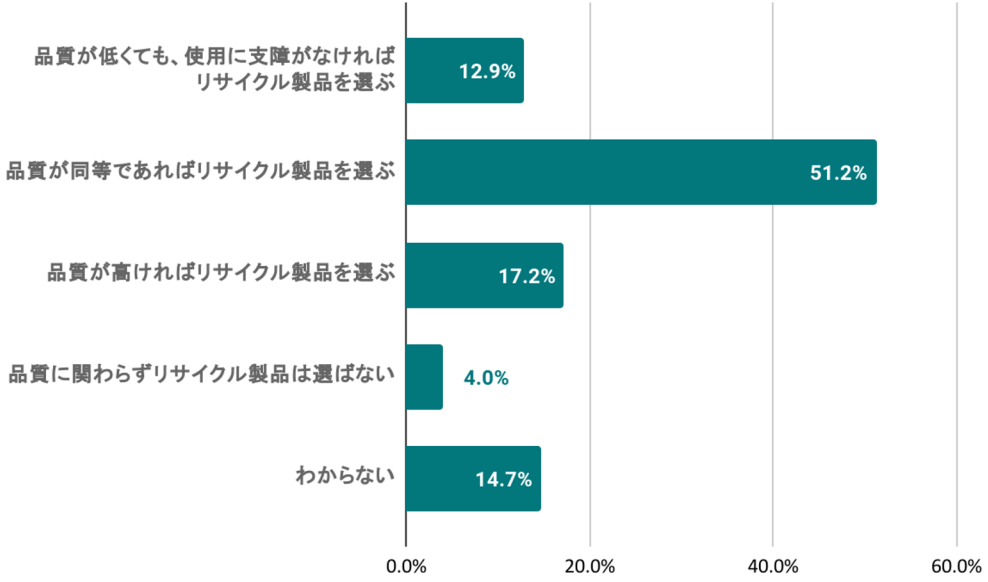
Q あなたは普段の日用品の買い物で、どのような条件であれば通常の製品ではなく、リサイクル製品を購入してもよいと考えていますか？
（品質は同程度の場合）



調査結果

- 品質が同等以上であれば、リサイクル製品を選ぶと約7割が回答。
- 日用品の買い物においても「価格が同程度であれば、リサイクル製品を選ぶ」ことが当たり前になってきている

Q あなたは普段の日用品の買い物で、どのような条件であれば通常の製品ではなく、リサイクル製品を購入してもよいと考えていますか？
（価格は同程度の場合）



調査結果サマリ・考察③

【プラスチックのリサイクルに関する認知・理解について】

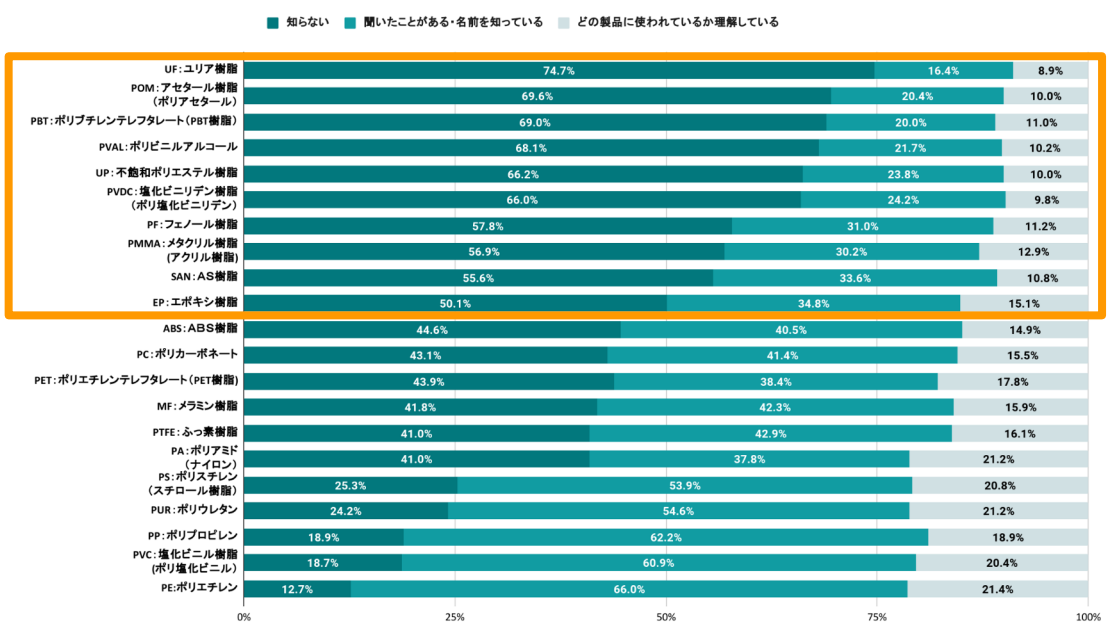
- プラスチックの種類やリサイクル方法については理解が進んでいない
  →プラスチックのリサイクルを推進するためには
  世の中全体でのプラスチックリサイクルへの興味関心・理解促進が重要

  プラスチック製品がどのような素材でつくられているのかを理解することで、
  分別が進み、リサイクルの最適な選択ができるようになる。

調査結果

- 提示した21種類のプラスチック素材のうち、全ての種類について「どの製品に使われているか理解している」と回答できたのは2割未満にとどまる
- プラスチックの種類のうち、半数以上が知らない人が多い
- プラスチックの種類と用途が複雑多様化していることで、リサイクルに対する理解が進まない

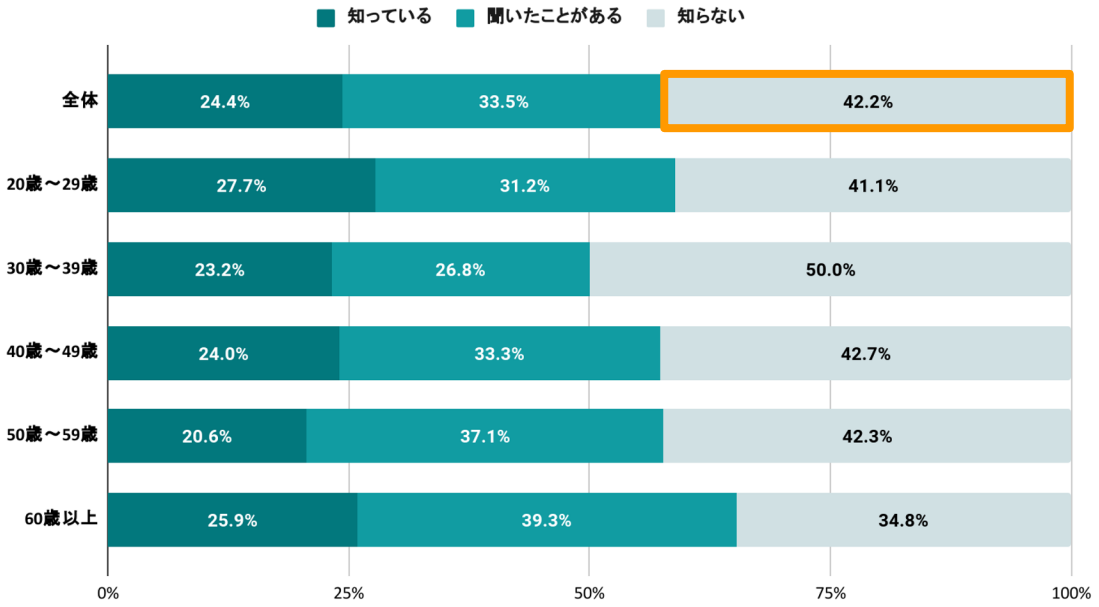
Q プラスチックの種類について、あなたが知っているものについてお答えください。



調査結果

- 約4割がプラスチック製品が複合素材で出来上がっていることを知らないと回答
- 世代別での大きな意識差はない

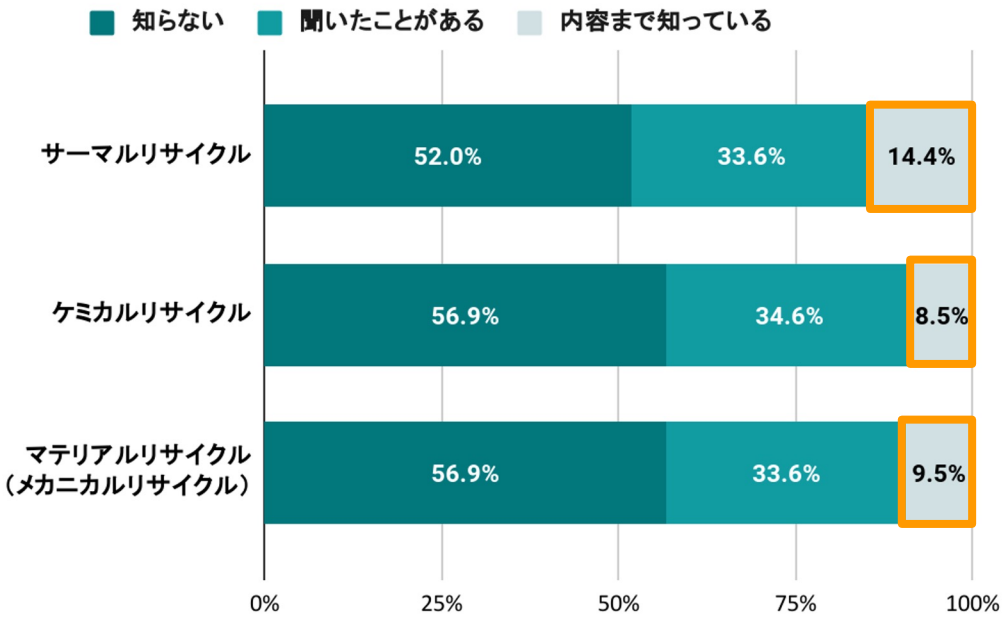
Q 世の中のプラスチック製品の多くは、異なる素材が複合されて出来上がっています。その事実を知っていますか？



調査結果

- リサイクルという単語は多用されるようになってきたが、「知らない」「聞いたことがある」が大多数となっている
- 具体的なリサイクル方法（サーマル、ケミカル、マテリアル）について「内容まで知っている」と回答した人は1割程度にとどまっていることから、リサイクルに関する詳細の理解が及んでいない

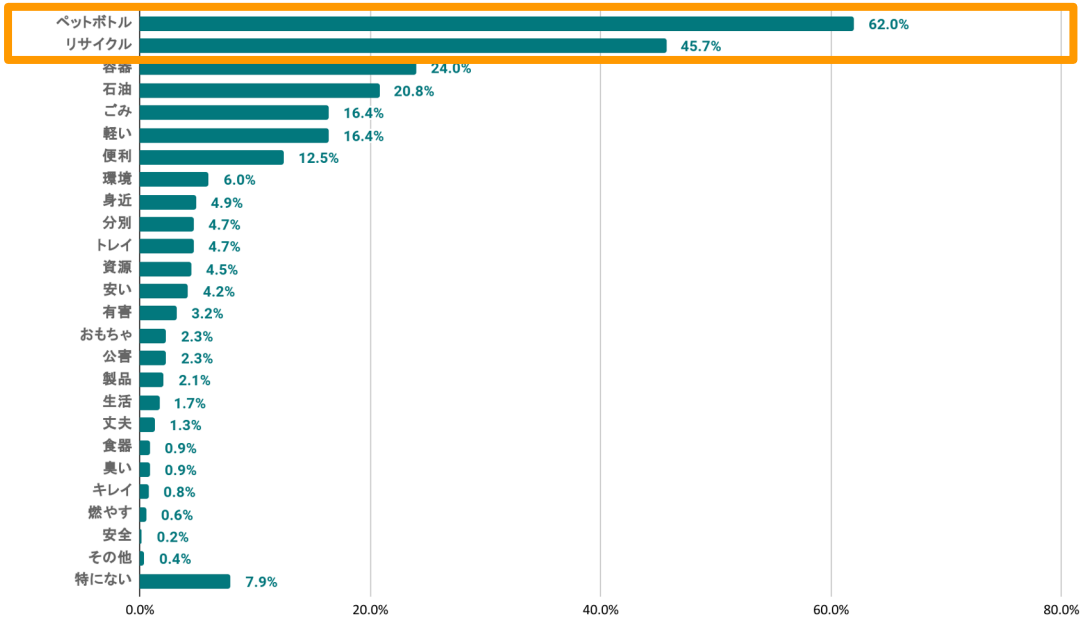
Q プラスチックのリサイクル方法について、あなたが知っているものについてお答えください。



調査結果

- プラスチックのわかりやすいイメージとして「ペットボトル」「リサイクル」が多数
- 「容器」や「軽い」「便利」など身の回りにあるものという認識
- 「石油」や「ごみ」「環境」など環境に寄与するイメージの人も一定数いる

Q あなたは「プラスチック」と聞いて、どのようなイメージを持っていますか？（1人あたり3つまで回答）



株式会社esa 共同代表 黒川周子 コメント

リサイクルを“する”時代から“選ぶ”時代へ。今後、プラスチック・リサイクル手順や方法に関する理解促進が必須

リサイクルを“選ぶ”時代において、私たち生活者は商品や企業を選択することで、環境に配慮した消費を行うことが可能となります。

生活者が商品を選択する際には、使用されているプラスチックがバージン原料なのか再生原料（リサイクル）なのかを選ぶことができるようになります。さらに今後は、製造元の企業が、SDGsやESG経営の観点の姿勢やスタンスを考慮することも求められてくるのではないかと考えています。

一方、企業はリサイクル手法や材料、スタンスの選択によって、環境に配慮した製品開発を進めることが可能となります。このような中、esaは従来の複合プラスチックをサーマルリサイクル（熱回収）に加え、新たなプラスチックリサイクル選択肢を提供しています。当社は、プラスチックリサイクルについて積極的に情報を提供していくことで、新しい情報を認知・理解いただき、生活者や企業の皆様がプラスチックリサイクルに対して主体的な選択を促していける環境を整えていきたいと考えています。

株式会社esa 共同代表　黒川周子（くろかわ・ちかこ）

1980年生まれ。1994-2004年、英国に留学。 Goldsmith, University of LondonにてSocial Anthropology学士取得。2004年より渡米、アパレル企業にて勤務。2006年帰国後、月刊誌ソトコト、ANA機内誌「翼の王国」を発行する株式会社木楽舎に入社。築地本願寺境内にてカフェ・レストランの開発、運営に関わる。2008年独立、くろかわちかこ事務所を設立。飲食店コンサルティング、ケータリング等、飲食に関わる業務に携わる。2011年東日本大震災を契機に、2012年にチームカーネーションズを共同設立。環境保全や教育に注力した活動を行う。2013年株式会社ベイクウェルを設立。同年フランス菓子専門店ルコントを開店。2022年3月、英国留学時代の友人である枝吉 宣輝、周 品諺とともに株式会社esaを設立。