

使用済み小型家電の効果的な回収に関する消費者意識の考察

神戸山手大学 正会員 ○和田 有朗

神戸山手大学 正会員 中野加都子

1. はじめに

「使用済み小型電子機器等の再資源化の促進に関する法律」(以下、小型家電リサイクル法)が平成25年4月1日施行され、使用済み小型家電リサイクルが本格実施されることになった。しかし、特定対象品目とその他小型家電の製品の特性による消費者の排出の仕方等の違いから、資源的付加価値の高い使用済み小型家電を効果的に回収するためには、さらに製品特性に伴う消費者行動の特徴に適合した回収方法を検討していく必要がある。本研究は、筆者らが参加しているひょうごエコタウン推進会議が消費者を対象として実施した使用済み小型家電に関するアンケート調査に基づいて、消費者が参加しやすい資源的付加価値の高い使用済み小型家電の効果的な回収について考察を行ったものである。

2. 調査の概要

使用済み小型家電のリサイクルシステムを構築するための消費者を対象としたアンケート調査を2012年9月と同年11月の2回実施した。携帯電話については前年度までに調査を行ったため¹⁾、今回は携帯電話以外の使用済み小型家電を対象として調査を実施した。質問内容は、使用済み小型家電の処分方法、回収・リサイクルの方法についてである。回答枚数は599枚である。

3. 使用済み小型家電に関する消費者の意識

(1) 回答者の属性(表-1)

男性が約6割であり、年代別には、50代、60代が最も多く、次いで40代となっている。さらに、30代、10代、20代となっており、それらはほぼ同じ割合を占めた。職業別には、会社員が最も多く、次いで無職(主婦、高齢者含む)、学生となっている。

(2) 使用済み小型家電の処分方法(図-1)

デジタルカメラ、ゲーム機、携帯音楽プレイヤーの3種類(以下、3種類)については、いずれも「捨てずに持っている」が最も多く、50%以上となっている。特にデジタルカメラでは63%を占め、退蔵している割合が

高くなっている。その他小型家電(炊飯器、電子レンジ、掃除機など)については、自治体のごみ回収に出された割合が40%と最も高くなっている。また、小売店、量販店がそれぞれ28%ずつを占めることから、自治体回収に出されない場合は、販売店に回収を依頼していることが多いと見られる。退蔵割合は24%とあまり高くないことから、「その他小型家電」全般としては、3種類と比べて積極的に処分されていることが伺える。

(3) 捨てずに持っている(退蔵)理由(図-2)

3種類、その他小型家電とも「廃棄するきっかけがない(なんとなく)」が最も多い。特に3種類でその割合が高くなっており、デジタルカメラ、ゲーム機では60%を越えている。

(4) 消費者が回収に協力しやすい場所(図-3)

消費者(回答者全員)が回収に協力しやすい場所を

表-1 回答者の属性

性別	男性	64%	職業	学生	15%
	女性	36%		会社員	37%
年齢	10代	11%		公務員	5%
	20代	11%		団体職員	5%
	30代	12%		自営業	5%
	40代	18%		パート・アルバイト	6%
	50代	20%		無職	24%
	60代	20%		その他	3%
	70代以上	8%			

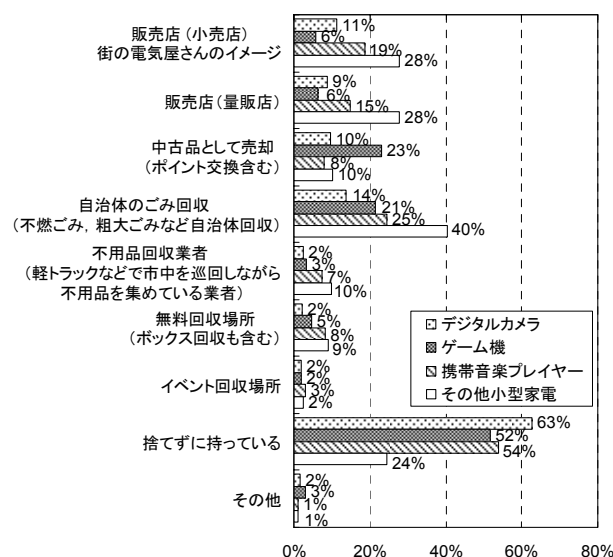


図-1 デジタルカメラ、ゲーム機、携帯音楽プレイヤーと「その他小型家電製品」の排出先

キーワード 使用済み小型家電、効果的な回収、消費者意識、資源的付加価値

連絡先 〒650-0004 神戸市中央区中山手通6丁目5番2号 神戸山手大学現代社会学部 TEL078-371-8000

上位3つ記入してもらい、第1位の回答に3点、第2位には2点、第3位には1点を与え、それぞれへの回答数を掛け合わせて合計した評点を図-3に示した。

これによると、コンビニが最も高い評点になっており、次に家電量販店、スーパー・ホームセンターの順になっている。自治体の資源回収は第4位である。

4. 消費者意識と資源的付加価値の高い使用済み小型家電の回収場所の関係

図-2の「廃棄するきっかけがない(なんとなく)」と回答した人が、3種類とその他小型家電について回収に協力しやすい場所と回答した結果に、図-3と同様の方法で評点を算出した。3種類については傾向が似通っていたためデジカメとその他小型家電を図-4(a),(b)にそれぞれ示す。3種類についてはコンビニが1番となり、次いで、家電量販店、スーパー、ホームセンターとなっている。自治体の資源回収は4番目である。その他小型家電についても3種類と同様に上位4位までは同様の場所となっているが、コンビニ、スーパー、ホームセンター、家電量販店の評点は3種類と比べて低くなっている。このことから「廃棄するきっかけがない(なんとなく)」と回答した人が回収に協力しやすい場所についても消費者全体の傾向(図-3)とあまり変わらないことが示唆された。

以上のことから退蔵されている使用済み小型家電も含めて消費者から資源的付加価値の高い使用済み小型家電の回収を促進するためにはコンビニ、家電量販店、スーパー、ホームセンターといった身近な施設で回収することが望まれていることが示唆された。

5. まとめ

今回の調査結果では、使用済み小型家電の中でも3種類は、排出先、退蔵傾向、回収に協力しやすい場所等について、その他小型家電とは異なる傾向があることが明確になった。消費者から資源的付加価値の高い使用済み小型家電の回収を促進するためにはコンビニ、家電量販店、スーパー、ホームセンターといった身近な施設での回収に必要な条件を具体化していく必要がある。

参考文献

- 1) 和田有朗, 中野加都子: 使用済み小型家電リサイクルに関する使用者の意識調査に基づく考察, 土木学会論文集 G (環境), Vol.67, No.6, pp.Ⅱ_11-Ⅱ_18, 2011.

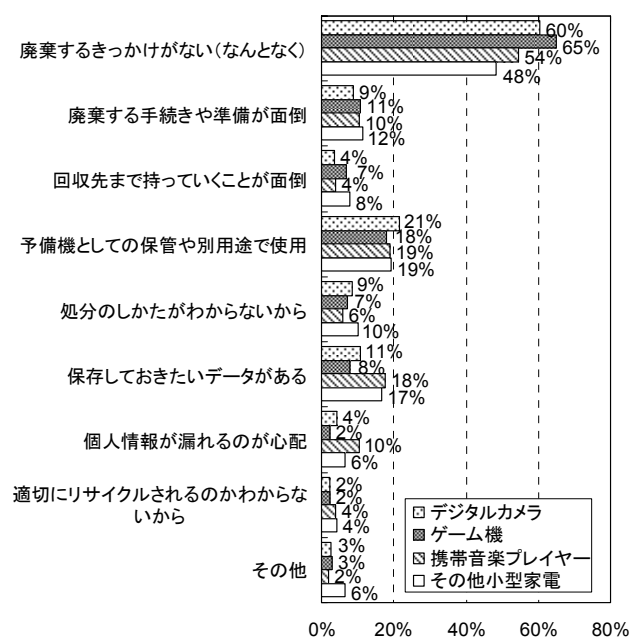


図-2 捨てずに持っている(退蔵)理由

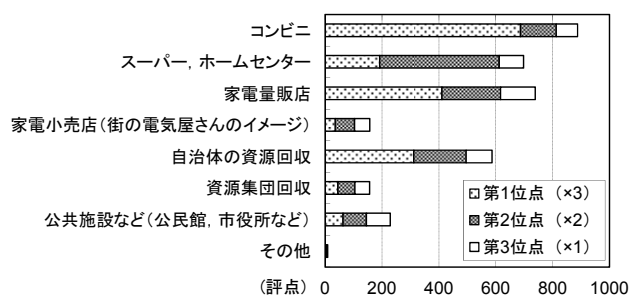
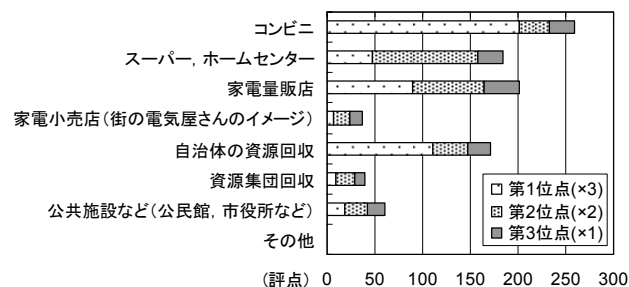
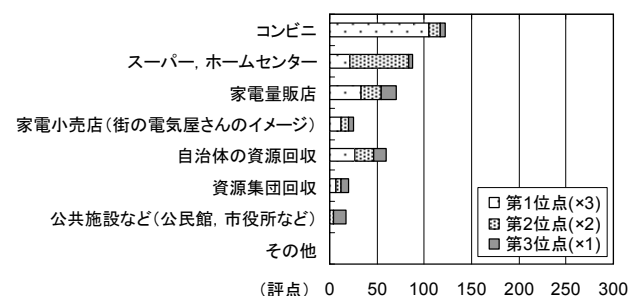


図-3 消費者が回収に協力しやすい場所



(a) デジカメ



(b) その他小型家電

図-4 廃棄するきっかけがない(なんとなく)と回答した人が回収に協力しやすい場所