

容器包装リデュース策検討プロジェクト ~いらない容器包装に「NO!」といえる社会づくり~

容器包装に関する消費者意識調査 < 案 >

平成20年10月実施

社団法人環境情報科学センター

1. 調査の目的

消費者意識から不要あるいは過剰と感じる容器包装を抽出することを目的に、店舗の買い物客を対象として面談および回収箱による意識調査を行います。

2. 調査の実施日時

「環境博覧会すぎなみ 2008」が開催される 10/18(土)、10/19(日)を含む4日間。

実施日 10/17(金)・10/18(土)・10/19(日)・10/20(月)

実施時間 平日：13時～18時、休日：12時～17時

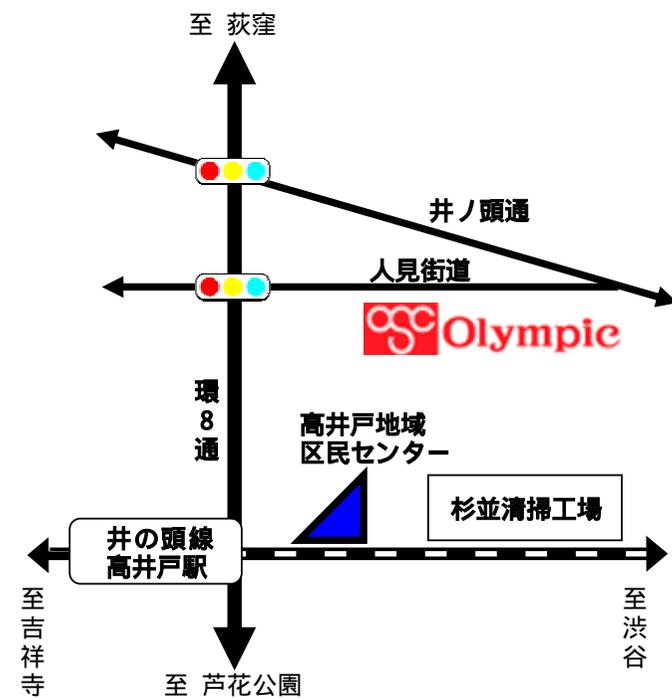
* 終了時間は最大。その日の予定サンプル数を収集次第、終了します。

3. 調査の実施場所

オリンピック高井戸店

住所：杉並区高井戸東3 - 21 - 17 電話：03 - 3331 - 2511

1F：食料品売り場 地階：日用雑貨、電化製品、靴、スポーツ用品



4. 調査方法

店舗入口付近に調査スペースを設置して、次の二通りの調査を実施します。

いない容器包装に関するアンケート調査

いない容器包装の回収実験

調査員

平日: アンケート調査員(学生アルバイト): 4名 + 担当者2名

休日: アンケート調査員(学生アルバイト): 6名 + 担当者2名

いらない容器包装に関するアンケート調査(面談方式による意識調査)

- 手順 1 店舗入口で、来店したお客様にお願いして、アンケートの主旨説明を行います。
- 手順 2 アンケートにご協力をいただけるお客様には、アンケート用紙一式を渡します。
- 手順 3 そのまま店内で買い物をしていただいて、不要・過剰と考えられる容器包装の商品、また、それと反対の簡易包装商品を見つけたら、その商品名をアンケート用紙に記入していただきます。
- 手順 4 お帰りの際、出口でアンケート用紙を回収します。
- その際、調査員が、アンケート用紙に記入していただいた商品を選んだ理由を尋ねます。
- 手順 5 最後に、ご協力をいただいたお客様には謝礼を進呈します(後述)。

* 商品は、店舗1F(食料品)、地階(日用雑貨、電化製品、靴、スポーツ用品)のいずれで選んでもよいものとしします。

いらない容器包装の回収実験(回収コーナーによる回収実験調査)

調査スペースに、容器包装の回収コーナーと、容器包装の回収について告知する案内板を設置します。

レジで清算を終えたお客様を対象として、「家に持ち帰りたくない容器包装」「精算後不要な容器包装」をそのコーナーで回収します。

回収の際、調査員が調査票に沿って不要な理由等について聞き取り調査を行います。

回収した容器包装は調査票とセットで個別に袋などに入れ保管します。

* 回収は精算を終えた直後の商品に限定し、家庭などから持ってきたごみ、また、店舗で回収を行うトレイ、牛乳パック等はお断りします。

5. 調査スペースの設置

店舗入り口外のひさしがあるところに調査スペースを設け、調査を案内する立て看板、調査にご協力いただいたお客様に進呈する謝礼や容器包装回収用の袋などを置くテーブルを設置します。

容器包装の回収コーナーとその案内板を設置します。



容器包装に関する
消費者意識調査

容器包装に関する
消費者意識調査

テーブル

いらない容器包装を
回収します
(案内板)

6. 調査の宣伝について

事前にポスター、チラシを配布し、調査について宣伝します。ポスター、チラシには、「環境博覧会すぎなみ 2008」期間中に調査を実施することについて明記します。

調査の10日～1週間前から、店内にポスターを掲示します。

10/18～10/19は、「環境博覧会すぎなみ 2008」会場(高井戸地域センター)にてチラシを配布し、調査の実施について周知し、買い物客を誘導します。

7. 謝礼について

面談方式による意識調査にご協力いただいたお客様には謝礼を進呈します。

謝礼は、オリンピック特製エコバッグや缶ジュースなど(オリンピックが選定)の中からお客様が選択。

8. 目標とするサンプル数について

面談方式による調査

平日: 10 件 / 時間 × 5 時間 = 50 件

休日: 20 件 / 時間 × 5 時間 = 100 件

4 日間計: 300 件

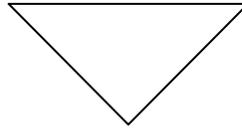
回収コーナーによる回収実験調査

に同じ

9. 調査方法の活用

< 意識調査結果の整理 >

消費者意識調査で収集した商品と、買い物客がそれを選んだ理由から、「消費者にとって不要な容器包装」などについて整理します。



< 調査結果の活用方法 >

アンケート調査結果を弊センターのホームページで公開

製造メーカーに対するヒアリング

消費者向けリーフレットの作成