HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	ライフスタイルから見る環境配慮行動 : 消費購買行動の類型化による人びとの特徴
Author(s)	大沼, 進
Citation	廃棄物資源循環学会論文誌, 22(2), 101-113
Issue Date	2011-03
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/46780
Type	article (author version)
File Information	haikibutsushigen_final.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

ライフスタイルから見る環境配慮行動：消費購買行動の類型化による人びとの特徴

○（正）大沼進 1)
1)北海道大学

和文要旨(400 字以内)：
本研究では，日常生活の消費・購買行動を基準に人々の類型化を行い，その型ごとの分別・再資源化行動や態度の違いを明らかにした。札幌市在住者を対象に世帯調査を行い，訪問回収により 65%の回収率を得た(有効回答数 499)。まず，弁当や惣菜の購入量や既製食品の食事頻度など日常生活における消費購買行動をもとに，ライフスタイルの類型化を行った。消費・購買行動に関する項目をコレスポンデント分析及び因子分析に基づき得点化し，その得点を元にクラスター分析を行った結果，3R 実践型，割り切り型，倹約型，家庭消費型，中外食依存型と名付けた 5 つの特徴に整理した。次いで，これらの類型ごとの回答者の属性の特徴を見た上で，さらにごみ・資源排出時の分別行動や認知の違いを調べた。中外食依存型の人々は，他の類型の人々に比べ資源分別・排出をあまり行っていなかったが，他の 4 類型の間には顕著な差異は見られなかった。

キーワード（5 語以内）：
ライフスタイル，消費・購買行動，環境配慮行動，社会心理学

簡略表現(30 字以内)
ライフスタイルから見る環境配慮行動

【連絡先】〒060-0810　札幌市北区北 10 条西 7 丁目　北海道大学大学院文学研究科行動システム科学講座
大沼進　Tel:011-706-4158　FAX:011-706-4158　e-mail:ohnuma@let.hokudai.ac.jp

1. 目的

本研究は，個々人の環境配慮行動の促進という観点から，循環型社会形成に向けた３R の促進，とくに，排出抑制に関連する行動群を整理し，さらに，ライフスタイルに即した人々の類型化を試み，その特徴を明らかにすることを目的とする。

今日の日本では，循環型社会形成を目指し，その重要な一つとして３R の原則の考え方が広く浸透しつつある。さらに，先進的なところではリサイクル一辺倒になりがちな現状を鑑みてリデュースとリユースを強調する 2R が打ち出されてきている。しかし，個人の行動を対象とした働きかけを考える場合，再資源化やごみ減量化に比べて，排出抑制については行動の種類が多様である。また，ごみ・資源収集などに比べて，リデュースについては明確な施策を打ち出しにくく，曖昧な理念の提示にとどまらざるを得ず，さらに消費者だけでなく事業者の理解と協力も必要なため，あくまでも自主的な努力に依存せざるを得ないことが多い。例えば，食べ残しをしない，賞味期限を切らさないといった食に関わること，詰め替え容器を利用するなど容器包装に関することなどをとっても，消費者には選択の自由があり，その選択肢を制度的に制限することには困難なことが多い。さらに，生産や流通などに関わる事業者への働きかけと彼らの協力も必要である点も困難な理由に加えられよう。こうした事情も相まって，リデュースの重要性が循環型社会形成基本法で謳われるなど各方面で指摘されているにも関わらず，環境配慮行動の分野でも，ごみ分別など排出やリサイクルを題材とした研究の蓄積が膨大にあることに比べれば（一例として、びん [1)] や古紙 [2-3)]の資源回収を扱った研究，びん・缶の地域ボランティアによる回収 [4-5)]，ごみの適正分別排出の促進 [6-8)]などがある），リデュースやリユースに関わる研究は多くはない（ただし、依藤ら [9)] のような家庭から出るごみを減らす排出抑制行動に関する研究もいくつかある）。このように，とくに 2R 行動はバリエーションが豊富で，政策的に誘導するような具体的な方策を打ち出すことがごみ収集や再資源化に比べ容易でないことは明白であり，一人一人への行動変容アプローチを地道に続ける必要があるだろう。そこで本研究では，日常生活の消費・購買行動に関連したライフスタイルに着目し，日々の消費・購買行動がどのようであるかを把握し，分類整理することを第一の目的とする。次に，これらの消費購買行動の類型とごみ・資源の適正排出，適正分別などの行動との一連の繋がりとそれに関連する態度や認知などを検討する。

本稿では，消費購買行動を取り上げるに際し，例えば，弁当や惣菜，カップ麺，レジ袋などプラスチック製容器包装の排出に繋がるものをとくに重点的に取り上げる。その理由は，第一に，プラスチック製容器包装は一般に再資源化にコストがかかるといわれており，またその質の向上が課題とされているだけでなく，排出抑制が強く要請されていること [10)]，第二に，家庭ごみの組成を容量で見ると多くを占めていること[†]，第三に，直接的には食品のプラスチック製容器包装はごみや資源リサイクルなどの問題だが，その背後には食生活という個人の健康にも繋がる日常生活において身近で重要な問題も関わっているためである。また，食生活の問題に関連して，食べ残しや買い過ぎなど食品の廃棄に繋がること，さらにはそもそも料理をするかといった行

[†]環境省の調査によれば，プラスチック類は容積比で家庭ごみの約 40%を占め，そのほとんどが容器包装である [11)]。

動も取り上げていく。

上記のような日常生活の消費・購買行動を把握し，類型化した上で，ごみや資源物として排出する時点での行動や態度との関連を見ていく。ごみ・資源排出に関する行動や態度との関連を見る理由は，ごみや資源物として排出する時点における行動は，ある程度は制度設計による誘導が可能であり，実際様々な取り組みが行われてきているためである。また，行動や態度などの関連を分析するに際しては，環境配慮行動の先行研究で行動の規定要因として明らかにされてきている行動意図やコスト評価などを取り上げる[12, 13]。以上について可能な限り定量的なデータに基づいて分析するために，以下で述べるような標本調査を行った。

2. 調査概要

2.1 調査手続き・方法・回収状況

本研究では，上記の目的に即して家庭における消費・購買行動を把握するため，無作為抽出による社会調査を実施した。その際，個人ではなく世帯を対象とする調査とした。調査への回答は，世帯での消費・購買に関してもっとも把握している方にお願いする必要があるため「家事を主に担当する方」に依頼した[††]。調査対象は札幌市在住の 20 歳以上を世帯主とする世帯とした。また，本調査の主眼は消費・購買行動を中心としたライフスタイルを幅広く把握することにあるため，熱心に取り組んでいる方だけでなく必ずしも熱心に取り組んでいるとはいえない方からも回答を得て，信頼性の高い標本を集める必要がある。すなわち，標本抽出の無作為性だけでなく，回収率の高さも重要である。そこで，高い回収率を得るために，訪問回収を行った。調査手順の詳細は次の通りである。

地点抽出は層化二段法により選定した。第一段として，札幌市（約 86 万世帯）10 区より豊平区，白石区，東区，及び西区の 4 区を選出し，第二段として，まちづくりセンターのカバーする範囲を一地区の原単位として[†††]，各区より 6 地区を選出した。世帯の抽出は住民基本台帳に基づく無作為（系統）抽出によって行った。1 地区あたり，32 世帯とし，1 区から 6 地区，札幌市全体から 4 区で計 768 世帯を抽出した。

調査方法は郵送発送･留め置きによる訪問回収とした。まず平成 18 年 6 月 15 日に，はがきにて調査協力依頼状を出し，宛先不明及び事前拒否のあった世帯は訪問対象から除外した。一週間後，アンケート調査票を郵送にて送付し，その約一週間後の平成 18 年 7 月 1 日～3 日に調査員が戸別に訪問して回収した。なお，調査票回収時に，回答者に 500 円分の図書カードを謝礼として手渡した。

得られた回答は 499 票であり，計画標本数 768 に対する有効回収率は 65.0%であった。

なお，回答者の性別は 21%(n=106)が男性，78%(n=388)が女性，1%(n=5)が欠損（無

---

†† 家事を主に担当していることは，直ちに本研究で扱うような消費・購買行動などの問題に関心が高く，熱心に取り組んでいることを意味しない。

††† 札幌市には，計 87 箇所にまちづくりセンターがある。地域によりばらつきはあるが，平均すると 1 万世帯前後をカバーしている。まちづくりセンターは地域活動の様々な拠点となっており，その管轄区域は実態としてローカルな生活圏を反映したものとなっている。本研究のように，日常の消費・購買行動を扱う際には，生活圏を単位とした地区の選定・抽出が望ましいと考えられる。

回答・不明）であった。本調査は個人調査ではなく世帯調査であり，世帯の中で「ふだん主に家事を中心にされている方」に記入をお願いしたため，女性の比率が多くなったと考えられる。

2.2 調査項目

(a) 消費購買行動

「買い物袋を持参し，レジ袋を断っている」「食品の賞味期限を切らして捨ててしまうことがある」など，日常生活のさまざまな場面で行っていること 18 項目について，「全く実行していない，あまり実行していない，ときどき実行している，いつも実行している」の 4 段階で尋ねた（項目は表 1)。ここで取り上げた項目は，個人消費者が食品を中心として日常生活でモノを消費する一連の流れを想定して作成した。つまり，全体としては，モノを購入・消費し最終的に再資源化またはごみとして排出するまでの流れを想定したが，考え方としては，資源物やごみとして排出する場面からさかのぼり，そのモノを購入する場面や消費する場面を選定した。とくに誰にとっても日常生活で身近であることを優先して項目を作成した。また，リデュースやリユース，排出抑制などの観点から望ましい行動だけでなく，結果的に多くのごみを出すことにつながるかもしれない行動も考慮した。例えば,「買い物に行くと，つい買いすぎてしまう」とか,「賞味期限を切らしてしまう」といった項目がそれに該当する。

(b) 日常の消費購買量

飲料や惣菜，弁当，カップ麺や袋入りといった各種ラーメンなど容器包装の排出に関連した食品の 1 週間の消費量，一ヶ月平均の外食頻度など 16 項目について尋ねた（項目は表 3, 4)。項目の選定は，a)と同様に，誰にとっても日常生活の中で身近であることを優先した。ただし，一つの調査で網羅的に扱うと項目数が膨大になってしまい，回答の質が低下する恐れがあるため，ある程度焦点を明確化する必要がある。そこで，本調査では，誰にとっても日常生活で身近であるといえる，食と食品容器包装に関する内容に特化した。惣菜や弁当，牛乳やびん入り飲料などの購入量，買い物頻度，レジ袋をもらう枚数は，一週間あたりの平均で尋ねた。ラーメンを食べる頻度や外食回数などについては，一ヶ月あたりの平均で尋ねた。一週間あたりとするか一ヶ月あたりとするかは，回答者にとって想起しやすいだろうとの理由で決めた。

(c) 環境に配慮した資源分別・排出行動と今後の行動意図

ここでは，プラスチックと紙に関する資源の分別・排出行動を取り上げた。プラスチックに着目した理由は,日常の消費購買行動に深く関わっているためである。また，紙に着目した理由は，古紙・雑誌・段ボールなどだけでなく，近年，雑紙の回収がホットトピックの一つとなっているためである。具体的には，プラスチックについては，「ペットボトルのふたをはずしてから回収にだしている」,「白色の食品トレーは，洗ってから回収に出す」,「弁当やお惣菜の容器は，洗ってから回収に出す」の 3 項目，紙については,「古紙は，新聞と雑誌と段ボールを分けて回収に出す」,「ホチキスのついているプリントなどは，ホチキスをはずして古紙回収に出す」,「ダイレクトメールやチラシなどの雑紙も，古紙回収に出す」の 3 項目について，それぞれ消費購買行動と同様に「全く実行していない―いつも実行している」の 4 段階で尋ねた。

同時に，上記 6 つの行動に関する今後の行動意図について，「今後，やるつもりはない」，「ルールとして定められたらやってもよい」，「今後，自主的にやろうと思う」の 3 段階で尋ねた。

さらに，これらとは別に，店頭回収や集団資源回収への協力意図を尋ねた。びん・缶，ペットボトル，白色の食品トレー，弁当や惣菜の容器，古紙，牛乳パック，包装ラップの 7 項目について，それぞれ「集団資源回収や店頭回収を今後したいと思いますか」と尋ねた。回答は，上の資源分別・排出行動と同じく，「今後，やるつもりはない」，「ルールとして定められたらやってもよい」，「今後，自主的にやろうと思う」の 3 段階で尋ねた。

(d) ごみ問題や生活のしかたに関する態度・評価

「分別やリサイクルは面倒だ」「きちんと分別したくても何が適正分別か迷うことが多い」などのコストや実行可能性についての意見について，「全くそう思わない，あまりそう思わない，どちらともいえない，ややそう思う，非常にそう思う」の 5 段階で尋ねた。同様に，「現在のごみ問題は深刻だと感じている」という深刻さ認知や，「現在のごみ問題に関心がある」，「自分もごみ問題を改善するために何かしなくてはならないと思う」などの一般的態度も，「全くそう思わない―非常にそう思う」の 5 段階で尋ねた。

(e) 属性項目

性別，年齢，職業，住居形態，町内会加入及び役員経験などの属性項目について尋ねた。

2.3 統計的解析手順

以上より得られたデータを，以下の手順で分析した。はじめに，消費購買行動と消費購買量を因子分析により種類分けを行った。ただし，消費・購買量の分析には，分布の不安定さと結果の解釈妥当性を考慮し，補助的にコレスポンデント分析を行った。次に，上記に得られた因子得点を元に，クラスター分析を行い，人々の類型化を行った。さらに，類型化された区分ごとに，社会的属性の特徴を確認した上で，ごみ分別や資源排出行動やそれに関連する認知の比較を行った。

３．結果

3.1 消費購買行動と消費購買量の整理・分類

3.1.1 消費購買行動の整理・分類

日常の消費購買行動に関する 18 項目について因子分析（主成分解，バリマックス回転）を行った。その結果，固有値 1 を基準としたところ 5 因子が抽出され，5 因子による解釈が適切であると判断した（表 1）。第 1 因子には，「肉や魚などは量り売りで買う」「汚れても布巾やタオルを使用して拭く」など 6 項目が含まれた。これらの項目は，大幅なごみ減量が期待される行動なので，「ごみ減量行動」とも考えられるが，以下の第 2 因子，第 4 因子，第 5 因子もそれぞれごみ減量に繋がるのでこの命名は適切でない。また，省資源・省エネルギーに繋がるとも考えるが，同様に他の因子にも省資源や資源有効利用などに繋がる行動が含まれる。そこで，第 1 因子を「手間のか

かる行動」と名付けた。他の因子にもそれなりに手間のかかる行動も見られるが，とくに第 1 因子に含まれた行動でその特徴が顕著であると解釈した。第 2 因子には，「過剰包装を断る」「買い物袋を持参しレジ袋を断っている」など 4 項目が含まれ，「リデュース行動」と名付けた。第 3 因子には，「つい考えずに買いすぎる」「食品の賞味期限を切らして捨ててしまう」など 4 項目が含まれ，「無計画消費行動」と名付けた。第 4 因子には，「しっかり水切りをする」「料理をあまりしないので調理くずはでない（逆転項目）」の 2 項目が含まれ，「料理行動」と名付けた。第 5 因子には，「洗剤やシャンプーの容器は繰り返し利用している」などの 2 項目が含まれ，「リユース行動」と名付けた。

3.1.2 消費購買量の整理・分類

日常生活の世帯あたりの消費購買に関する量や頻度の項目について，ライフスタイルに根付いた行動の分類を行った ††††。日常生活における消費購買量や頻度のバリエーションは，本調査で収集した項目だけでも多岐にわたるため，いきなり因子分析により尺度を作成することはなじまない部分がある。そのもっとも大きな理由は，分布が安定せず，単純に相関係数に基づく解釈が困難であるためである。実際，表 2 に示した元の購買量や消費行動頻度に関する変数について，すべて対数変換した上で因子分析を行ったところ，大まかには後に示すパターン（表 3）に近い結果が得られたものの，解が安定しなかった。そこで，はじめに，コレスポンデント分析(数量化Ⅲ類)を行い，おおよそのパターンを確かめることにした。

消費購買量や行動頻度で回答された 16 項目について，単純集計結果からおよそ半分くらいになるところで「多い」か「少ない」かに二分し（表 2），コレスポンデント分析により大まかな傾向を把握した。したがって，分析対象となる変数は 16×2 で 32 変数である。その結果を図 1 に示す。第一軸（横軸）の正の方向に得点が高いところに弁当の購入量が多く，レトルトパックやカップ麺をよく食べ，料理を作らない，という消費群が見られた。逆に，第一軸（横軸）も第二軸（縦軸）も負のところに，外食もせず，弁当の購入量も少なく，カップ麺やレトルトなども食べないという群が見られた。また，第一軸（横軸）は負だが，第二軸（縦軸）の得点が正のところに，レジ袋はもらわないが，買い物の回数も少なく，日配品の購入量が全般的に少ない行動群が見られた。逆に，第二軸（縦軸）の値がマイナスで第一軸（横軸）がプラスのところに，日常的に買い物の量が多くレジ袋も多くもらうという行動群が見られた。原点付近には，びん入り飲料や缶ビールなどの購買量に関する行動群が見られた。

上記のコレスポンデント分析の結果より，解釈可能な結果が得られたが，通常，コレスポンデント分析では 3 軸以上を抽出することがない。しかし，本研究では消費購買量から消費者行動を類型化することを目指しており，2 軸の得点だけでは類型化に必要な分析（後述のクラスター分析）に十分ではない。そこで，コレスポンデント分

†††† 本研究は世帯調査のため，分析の単位も世帯のままである。質問も，すべて「あなたの家庭では」と尋ねている。これを世帯人数で割り個人を単位とした分析も考えられるが，本研究ではなじまない項目が多い。例えば，「家族で外食に行く頻度」，「食事をレトルトパックですます回数」，「家族の食事に関する買い物に行く回数」，「一ヶ月に何回ラーメンを食べるか」などは，世帯人数で割るとかえっておかしくなる。

析により解釈可能な結果を得られたと判断し，この分類基準を元に，消費・購買量に関する項目について因子分析（主成分解，バリマックス回転）を行った。ただし，解が安定しなかった缶ビール購入量を除いたため，最終的には 15 項目が分析対象となった。以上の結果，固有値 1 を基準としたところ 5 因子が適切であると判断した（表 3)。第 1 因子には，「1 週間の弁当購入量」「1 週間の惣菜購入量」など 4 項目が含まれ，プラスチック容器包装を多く使ういわゆる“中食”の購入量と見なせるため，これを省略して「中食購入量」と呼ぶことにした。第 2 因子には，「1 週間にもらうレジ袋の枚数」「1 週間の家族の食事に関する買い物の量」など 4 項目が含まれ，「日配品購買量」と名付けた。第 3 因子には，「1 ヶ月のカップラーメンを食べる頻度」「1 ヶ月のインスタントラーメンを食べる頻度」など 3 項目が含まれ，「ラーメン食事頻度」と名付けた。第 4 因子には，「家族で外食をする頻度」など 2 項目が含まれ，「外食頻度」と名付けた。第 5 因子には，「1 週間のびん入り飲料購入量」など 2 項目が含まれ「びん類購入量」と名付けた。なお，ここで因子分析を用いたのは，主として，次に行う人々の類型化のためのクラスター分析で，この因子得点を用いるためであり，例えば，尺度そのものの絶対量を基準として母集団の量を推計することが目的ではない。あくまでも，多様で単位の異なる消費購買行動を共通の得点化をすることを通じて，消費・購買行動に基づき消費者を分類整理しようとするためのものである。

消費購買量についてのコレスポンデント分析と因子分析の結果を比較すると次のような特徴が読み取れる。第一に，コレスポンデント分析では，第一軸（横軸）の正の方向に弁当の購買量が多い，レトルトパックを食べる，カップ麺を食べる，ペットボトル飲料の購入量が多い，外食をする，料理をしないなど，中外食の多さと消費購買量の多さの両方を示す項目が集中し，第一軸（横軸）が負の方向ではその逆になっている。これに対し，因子分析では，いわゆる中外食の多さとラーメンを食べる行動，また，料理をしないなどはそれぞれ独立の因子として抽出された。第二に，コレスポンデント分析結果の第二軸（縦軸）を見ると，負の方向に買い物の回数が多い，牛乳の購入量が多い，レジ袋をもらう回数が多いなど，いわゆる内食のための買い物の多さを示す項目がきており，第二軸（縦軸）の正の方向ではその逆になっている。一方，因子分析結果では，これらの項目が日配品購買量に関する因子としてまとまっており，ほぼ対応した結果と読み取れる。以上のように，二つの分析で大きな違いは見られないが，因子分析の方がより細分化された詳細な傾向を読み取れる。しかし，得点を[0,1]の二値データに落とす前の下の量の回答そのままでは，対数変換などの工夫をしても因子分析の結果が安定しなかったことから，コレスポンデント分析により解釈可能な分類をしたことには一定の意義はあるだろう。これによって，再度因子分析をして安定していてかつ解釈しやすい解を読み取ることができたという点において，これらの分析の組み合わせは意義があったと考えられる。

3.2 消費購買に関するライフスタイルに基づいた人びとの類型化

3.2.1 クラスター分析による類型化

上のコレスポンデント分析と因子分析で類型化した行動タイプをもとに，人々を分類するため，クラスター分析を行った。分類の基準とする変数としては，前項で扱っ

た消費購買行動に関する 5 因子並びにその量に関する 5 因子，計 10 の因子得点を用いた。因子得点はいずれも標準化されており，平均 0 標準偏差 1 となっている。クラスター分析における解の導き方は，ユークリッド平方距離で Word 法による最小分散法を用いた。

クラスター分析の結果，385 のクラスター結合が見られたが，固有値の減衰状況を見て，固有値 1 以上で区切り，5 つのクラスターが妥当であると判断した。ただし，統計的には 1%水準で有意であるものの R^2=.189 と十分に大きい値とはいえなかった。しかし，R^2 を高めて，より細かなクラスター分類を用いることは，解釈を複雑にすること，また，固有値 1 以下の基準を積極的に採用する理由が見当たらないことから，5 つのクラスターで区切ることとした。得られた各クラスターに，欠損値のなかった 387 名の回答者を分類すると，第 1 クラスターに 32%（122 名），第 2 クラスターに 20%（78 名），第 3 クラスターに 18%（70 名），第 4 クラスターに 13%（49 名），第 5 クラスターに 18%（68 名）が含まれた。

次に，それぞれのクラスターの特徴を見るために，分類基準に用いた消費購買行動に関する 10 の因子得点の平均値を，クラスター別に求めた（図 2,3）。以下に，その結果と特徴を示す。

第 1 クラスターに分類された回答者は，生ごみ処理行動とラーメン食事頻度で正の方向に平均値が高く，中食購入量，外食量，びん類購入量，手間行動で負の方向に平均値が高かった。ここから，中食や外食に頼らず料理はそれなりにするという点で内食指向であるが，買い物に行く頻度は少なくラーメンなどに頼りがちで，手間のかかる行動はしないというときどき家事の手を抜いている様子が想像できる。しかし，中外食をせず，購買量も控え，よく料理をし，食事もラーメンのような簡単なもので済ませる切り詰めた生活をしているとも読める。そこで，このクラスターに属する人びとを「倹約型」と命名した。

第 2 クラスターに分類された回答者は,無計画消費行動と料理行動,日配品購買量,外食量で正の方向に平均値が高かった。また，それほど顕著ではないが，手間のかかる行動やリデュース行動も負の値であった。ここから，中食には頼らないが家族で外食することが多く，その割には頻繁に買い物に行っており，結果的に不要な消費行動から大量消費に繋がってしまう，家庭での消費が多い生活像が想像できる。そこでこのクラスターに属する人びとを「家庭消費型」と命名した。

第 3 クラスターに分類された回答者は，ラーメン食事量と無計画消費行動，リユース行動で負の方向に他のクラスターよりも平均値が高かった。また，外食量，びん類購入量，生ごみ処理量の平均値もやや負の方向に偏っており，逆に手間行動，リデュース行動は正の方向に平均値が高かった。このように幅広い項目で，しかもそれぞれ環境配慮の点からしかるべき行動がとれているという特徴が見られ，一通りの環境配慮行動はできている様子がうかがえる。しかし，どの項目も決して突出して高いわけでもなく，リユース行動もしていないことから，熱心に 3R 行動をしているほどではないこともうかがえる。そこでこのクラスターに属する人びとを「割り切り型」と命名した。

第 4 クラスターに分類された人びとは，中食購入量，外食量，無計画消費行動で正

の方向に平均値が高く，リデュース行動，料理行動で負の方向に平均値が高かった。ここから，食事は容器包装の弁当や外食に偏っていて，家庭で料理をしない人物像が想像できる。そこで，このクラスターを「中外食依存生活型」と命名した。

第 5 クラスターでは，びん類購入量，手間行動，リユース行動で正の方向に特に平均値が高かった。また，リデュース行動も先の 3 項目ほどではないが正の方向に平均値が高く，ラーメン食事頻度，外食量，生ごみ処理行動では負の方向に平均値が高かった。ここから，いわゆる 3R 型の環境配慮行動を実践している人物像が想像できる。そこで，このクラスターに含まれる人びとを「３R 実践型」と命名した。なお，第 5 クラスターに属する人の特徴として，びん類購買量が多い点もあげられる。これは缶ビールやペットボトル入り飲料の代わりに，びんビールやびん入りジュースを買っていることではないかと考えられるが，「びん購入量」には「小びん入り飲料」も含まれており，ワンウェイボトルも多く購入している可能性も考えられる。もし，ワンウェイボトルを多く購入していれば，結果的には他の容器入り飲料よりも環境負荷が高くなる場合もあり得る。この点については，本調査ではこれ以上明らかにすることができない。しかし，全体的な特徴を見れば，3R 行動を実践していると見なすことには支障がないだろう。

3.2.2 類型ごとの社会属性の特徴

次に，クラスター毎に社会属性の特徴について，年代，職業，同居人数，居住形態を取り上げ，比較した。

年代については，倹約型，家庭消費型，3R 実践型では 30～50 代と中年層が多いのに対し，割り切り型では 50～60 代以上の高齢層，プラスチック依存生活型では 20～40 代が多かった（図 4)。若い世代で中外食に依存した生活をしている割合が多いという状況が読み取れる。

職業では，どのクラスターでも「専業主婦・主夫」,「パート・アルバイト・内職」,「常時雇用されている一般従事者（勤め人)」の 3 つが多勢を占め，その中でも特に「専業主婦・主夫」の比率が最も高かった。これは，主に家事を担当している方に回答を依頼したためである。中でも，家庭消費型で「専業主婦・主夫」が約半数を占める。だが，中外食依存生活型では「常時雇用されている一般従事者（勤め人)」が半数を超えており，他のクラスターに比べて非常に多かった。また 3R 実践型では，他と比べて「自営業主やその家族従業者（農業も含む)」の比率が高かった（図 5)。中外食依存型で常時努めている人が多かったように，一般に，働いているほど中食や外食に依存せざるを得ない点は認めるべきだろう。だが，割り切り型では 3 割近くが「常時雇用されている一般従事者（勤め人)」を占めているにもかかわらず，このクラスターに属する人々は中外食に依存していない。したがって，働いていてもそれなりに工夫をしている人々もいる点にも目を向ける意義があるだろう。また，３R 活動を実践するような人は専業主婦（主夫）が多いと思われがちだが，実際には，パートなどをしていたり，自営業で家族の仕事を手伝ったりしながらという人でも実践している人が少なからずいるという点は，着目に値するだろう。

同居人数では，倹約型，家庭消費型，3R 実践型では 2～4 人が多かったが，割り切

り型と中外食依存生活型では 1～3 人とやや少なめな人数が多かった。中外食依存生活型では 1 人暮らしの割合が他と比べてとくに多かった（図 6)。世帯人数が少なければ，弁当や惣菜などの中食の方が経済的であるとも考えられるので，中外食依存型の人に単身世帯が多いことは理解できる。しかし，中食に依存しない割り切り型でも単身世帯が少なからずおり，単身でも中食に依存しない生活が可能であることにも目を向けるべきだろう。なお，本調査では，二世帯以上の同居があるかどうかについては尋ねなかったのでわからないが，二世帯住居者は 5 人以上である可能性が高い（一方で，同居者が 5 人や 6 人でも一世帯家族は大いにあり得る）ことを考えると，二世帯以上か否かでの分析は難しいだろう。

居住形態では，一戸建てか集合住宅かについては，倹約型と中外食依存生活型で集合住宅の比率が高かった。とくに，中外食依存型では，集合の賃貸住宅の割合が半数近くを占めた。逆に，割り切り型と家庭消費型で一戸建て自己所有の割合が多かった。また，倹約型では，他に比べれば集合住宅自己所有がやや多かった（図 7)。

町内会に加入しているか，また加入している場合役員経験があるかについては，3R 実践型で「加入しており役員経験がある」が 4 割近く，逆に未加入は 1 割に満たなかった。一方，中外食依存型では，役員経験があるのは 15%弱に過ぎず，未加入が 4 分の 1 近くあった（図 8)。家庭消費型は，3 割以上が役員経験があるという一方で，未加入も 2 割弱であった。

3.3 人びとの類型別のごみ分別・資源排出行動と認知

以上に整理された消費・購買行動からみた人々のタイプと，再資源化に関わる分別・排出行動とその行動意図，さらに資源分別・排出行動に関連する認知との関連を見る。

3.3.1 ごみ・資源の分別・排出行動及び関連する認知についての尺度の作成

以下の項目については，広瀬 [11,12]の二段階モデルに基づいて測定したものである††††。

はじめに，資源物の分別・排出行動に関する尺度の確認をした。事前に，プラスチックに関する行動と古紙に関する行動とを分けて考えていたが，念のため因子分析（主成分解，バリマックス回転）を行い，固有値 1 以上を基準としたところ，2 因子が確認され，第 1 因子がプラスチック，第 2 因子が紙に関する分別・排出行動となった（回転前の，第 1 因子の固有値 2.67，第 2 因子 1.01)。そこで，これらについてクロンバックのアルファ係数を確認した。「ペットボトルのふたをはずしてから回収にだしている」(Mean(以下，M)=3.45, Standard Deviation(以下，sd)=0.95)，「白色の食品トレーは，洗ってから回収に出す」(M=3.46，sd=0.93)，「弁当やお惣菜の容器は，洗ってから回収に出す」(M=3.28，sd=1.03)の 3 項目については，α=.80 と，高い一貫性が認められた。紙については，「古紙は，新聞と雑誌と段ボールを分けて回収に出す」

†††† 二段階モデルは，態度と行動の不一致を説明するために，行動に直接関連する評価要因を行動意図，行動に直接関連しにくい態度成分を目標意図として整理している。行動意図に関連する要因としては，実行可能性評価，便益費用評価，社会規範評価があり，目標意図（一般的態度）に関連する要因としては，深刻さ認知，責任帰属認知，有効性認知がある。

(M=3.35, sd=1.05),「ホチキスのついているプリントなどは，ホチキスをはずして古紙回収に出す」(M=2.33, sd=1.18),「ダイレクトメールやチラシなどの雑紙も，古紙回収に出す」(M=2.84, sd=1.20)の 3 項目については，α=0.51 であった。十分高い一貫性があるとは言い難いが，表 2 や表 4 に示した消費購買行動群と比較して，それほど一貫性が低いとはいえない。むしろ，尺度間でαの範囲が大きく異ならないことが重要なので，今回の分析では十分だと見なせる。なお，プラスチックの分別・排出行動と紙の分別・排出行動の尺度間相関は，r=.44 であった。

次に，資源分別・排出に関する行動意図について尺度の確認をした。行動意図については，プラスチックの 3 項目と紙に関する 3 項目とも相関が高く，確認的因子分析をしたところ，1 因子性が高かった（固有値 3.52)。そこで，プラスチックと紙の分別排出に関する行動意図 6 項目を一つの尺度とすることにした（α=.85)。これらが 1 因子となった理由は，回答の選択肢が,「今後，やるつもりはない」,「ルールとして定められたらやってもよい」,「今後，自主的にやろうと思う」という 3 段階の順序尺度となっており，通常の SD 法(Semantic Differential Technique)でなかったためではないかと考えられる。

集団資源回収・店頭回収への行動意図についても，同様の手順で確認をしたところ，1 因子性が高く（固有値 4.68)，α=.91 であることが確認された。なお，資源分別・排出の行動意図と，集団資源回収・店頭回収の行動意図の尺度間相関は，r=.36 であった。

コスト評価と実行可能性評価の項目について確認的に因子分析（主成分解，バリマックス回転）を行い，固有値 1 以上を基準としたところ 2 因子が得られた（第一因子の固有値 2.40, 第二因子 1.98)。第 1 因子には,「分別やリサイクルは面倒だ」,「ペットボトルやその他プラスチックはゆすぐのが面倒くさい」,「きちんと分別をしているほどの時間がない」,「ごみを出さないように生活をするほど気を配っていられない」の 4 項目が含まれ，コスト評価の因子であると見なせた。第 2 因子には,「分別や集団資源回収などについて知りたくてもどこに聞いたらよいのかわからない」,「集団資源回収に参加したくてもどこでやっているのか知らない」,「きちんと分別したくても何が適正分別か迷うことが多い」,「適正に排出したくてもいつどのごみを回収に来るのかよくわからない」の 4 項目が含まれ，実行可能性評価の因子であると見なせた。

一般的態度については,「現在のごみ問題に関心がある」「自分もごみ問題を改善するために何かしなくてはならないと思う」の 2 項目について尋ねた。この 2 項目のアルファ係数はα=.68 であり，この 2 項目の単純平均値を一般的態度の尺度とした(M=3.76, sd=.81)。

なお，深刻さ認知については,「現在のごみ問題は深刻だと感じている」の 1 項目だけだったため，この単独項目を用いた(M=4.19, sd=0.87)

3.3.2 人びとの類型別にみたごみ分別・資源排出行動や認知の比較

上で得られたごみ・資源排出時の配慮行動及びそれに関する認知について，3.2 で類型化したクラスター別に平均値を算出し，比較した（表 4)。それぞれの行動・認知変数を従属変数とし，5 つのライフスタイルの類型化を独立変数とした 1 要因 5 水準

の分散分析を行った。

「その他プラへの配慮行動」,「紙類排出配慮行動」,「資源回収の行動意図」,「集団・店頭回収の行動意図」,「コスト評価」,「深刻さ認知」では 5%水準で有意な効果が見られ,「実行可能性評価」と「一般的態度」では 10%水準で有意傾向が見られた。すなわち，全体的にライフスタイルの類型別に行動，行動意図および認知などに差があることが示された。そこで，さらにどのライフスタイルの間に差があるかを調べるために，Tukey の HSD 法による多重比較(有意水準 5%)を行った。

「その他プラの配慮行動」では，中外食依存型とそれ以外の 4 つとの間に有意な差異が認められた。同様に,「紙類排出行動」でも同じパターンが見られ，中外食依存型が他の 4 類型との間に有意な差が見られたが，それ以外の 4 類型の間には有意な差は見られなかった。中外食依存型のライフスタイルの人は，それ以外と比べてその他プラや紙類の適正排出を行っていないことが示された。一方，それ以外の 4 類型の間には有意な差が見られなかった。3 R 実践型は,他よりもやや平均値が大きく見えるが，統計的には有意ではなかったことから，割り切り型，倹約型，家庭消費型とは大きくは違わないと解釈して良さそうである。

「資源回収意図」,「集団・店頭回収意図」，「コスト評価」についても同様の結果で，中外食依存型が他の 4 類型との間に有意な差が見られたが，残りの 4 類型の間には有意な差異は見られなかった。中外食依存型のライフスタイルの人は，資源回収や集団・資源回収をしようという意図が低く，また分別を面倒だと感じていた。一方，3R 実践型，割り切り型，倹約型，家庭消費型は，意図や認知のレベルにおいてはあまり大差ないと解釈できる。

「深刻さ認知」と「一般的態度」については，中外食依存型と 3 R 実践型との間でのみ有意な差異が見られた。したがって，3 R 実践者はごみ問題を深刻だと考えており関心も高いが，中外食依存型は逆に深刻だと考えず関心もないといえる。割り切り型，倹約型，家庭消費型については，深刻さ認知と一般的態度に関してはっきりとした違いは読み取れなかったため，とくにこれらの層が関心が高いあるいは低いという傾向はないと解釈しておいてよいだろう。「実行可能性評価」については，分散分析の主効果は有意傾向が見られたものの，多重比較の結果どの類型の間にも有意な差は見られなかった。

以上の分散分析結果をまとめると，一般的態度や深刻さ認知では，やや 3 R 実践型の人々が高く，中外食依存型の人が低いという傾向が見られたが，全体的にはあまり大きな差はなかった。一方，行動や行動意図になると，中外食依存型の人々が顕著に低いという特徴がより明確になったが，模範生活型がそれ以外と比べて顕著に行動しているとは言い切れなかった。本研究では，すべて同一の市内（札幌市）から抽出しており，同一の制度下にあるため，消費・購買行動の分散の大きさに比べれば排出時の行動に大きな差異をもたらしにくかったと考えられる。とくに，中外食依存型を除けばその他プラの配慮行動は高く，天井効果に近かったとも考えられる。むしろ，それにもかかわらず，中外食依存型で他との間に差が見られた点を注視すべきと考えられる。

４．まとめ

本研究では，プラスチック製容器包装及び関連する食生活に関する消費購買行動を基準にライフスタイルの類型化を行った。その結果，3R 活動を実践しているような人々から，これらの実践をせず中外食に依存した生活をしている人々までを特徴付けることができた。また，大多数の中間層と括られる中にも異なる特徴があり，割り切り型，倹約型，家庭消費型などに分類でき，それぞれごとに消費購買行動の特徴を浮き彫りにした。しかし，こうしたライフスタイルの多様性に比べると，中外食依存型を除けば，ごみ分別や再資源化などの行動や行動意図の差はあまり大きくなかった。

属性別に見ると，中外食依存型は，若い年代に多く，同居人数が少なく，仕事を持っていることが多く，賃貸の集合住宅に住む割合が多く，町内会加入率が低かった。こうした特徴を持つ層へアプローチすることは難しい。町内会に加入することを強制はできないし，日中に会いたくても会えないことが多い。こうした特徴を持つ人びとに対して，廃棄物行政の立場からは，いわゆるごみステーション対策からのアプローチが可能であろう。ごみステーションはまだ多くの自治体では複数住戸を単位に設置している。ごみステーションをめぐっては住民からの苦情やトラブルが多いが，だからといって戸別収集化への変更は目先のトラブルは回避できても，潜在的には社会的接点が少ない人びとの孤立化・孤独化を助長するおそれのある安易な解決法だろう。しかも，戸別収集はコスト増の問題もある。ステーション方式であれば，ルール遵守の徹底を促す機会をもちやすいことに加え，ルールを守れない人の背後にある事情を斟酌した上でトラブルを回避する解決策を，現場では見つけることが可能である。例えば，同じステーションを利用する住民が収集日の間違いを伝えにいったところ，単身者世帯で夜間労働しているとのことだったが，温和な話し合いによりごみ出しが改善されただけでなく地域に溶け込むきっかけになったという話も耳にする。中外食依存型へはこうした地道な努力をしていくしかないだろう。

中外食依存型と対照的に，3R 実践型は，同居人数が比較的多く，町内会で役員をやったことがある割合が多かった。ただし，職業を見ると必ずしも専業主婦・主夫が他の型よりも多いわけではなく，自営業やその家族従事者が他の型よりも多かった。また，年代別にも他の型と比べて特徴的な偏りは見られなかった。さらに，居住形態も，必ずしも一戸建てや自己所有が他より多いということはなく，むしろ，割り切り型や家庭消費型よりも自己所有の割合は低いくらいであった。以上の属性の特徴から，3R 行動を実践する人は，必ずしも，いわゆるステイタスの高いと思われる人（自己所有一戸建て居住者）ばかりでもなく，可処分時間の多いとさえる専業主婦や高齢者ばかりでもないことが読み取れる。むしろ，3R 行動を実践する人々の特徴は，町内の関わりの深さだと考えられる。一つの解釈として，地域に関わりの深い人は，手間がかかって面倒そうな行動を簡単にできる，リユースやリデュースをすることで家計の負担を少しでも減らせる，などといったノウハウを知る機会が多いという可能性が考えられる。今後，地域の関わりの深さと 3R 行動の実践との関連について，より詳細なデータを蓄積していく必要性と意義があるだろう。

割り切り型，倹約型，家庭消費型の３つは，とくにごみ排出やリサイクルの行動と態度に違いがほとんど見られなかった。属性別に見ると，割り切り型はやや高い年齢

に偏っており，同居人数が少ない，家庭消費型は専業主婦・主夫の割合が高く，倹約型は集合住宅の自己所有の割合が他より高いという傾向が見られた。また，家庭消費型では，中外食依存生活型に次いで町内会未加入率が高かった。様々なライフスタイルが認められてしかるべきなので，中外食はすべてけしからんと抑制することは問題があるし，現実的でもないだろう。しかし，それぞれの型に対して，もう一歩ずつ消費・購買行動に働きかけることは可能だろう。例えば，日配品購入の多い家庭消費型に対して，レジ袋を断ったり過剰包装を断るといったことを促すような方策はさらに検討する意義があるだろう。倹約型には，生ごみの水切りをしっかりすることに加えて，生ごみ堆肥化をはじめるかけるきっかけを与えることが有効かもしれない。リユースをあまりしていない割り切り型には，バザーやガレッジセールなど古着のリユースができる場があることを知ってもらう方略が有効かもしれない。

ここで考察したことは必ずしも有効性が検証されたわけではないが，こうした類型化を通じて，対象を明確化しながらいかなる働きかけが有効か否かを検討していく作業それ自体には意義があるだろう。今後は，消費・購買行動だけでなく，とくに 2R との関連をより明確化できるデータを収集し，循環型社会形成に関連した議論の材料を提供する必要があるだろう。さらには，消費・購買行動や 2R，3R に限定せず，様々なライフスタイルを特徴付けるような調査と分析を行い，並行して，こうした特徴ある類型から有効なアプローチを探る研究をさらに進めていく必要があるだろう。

謝辞

本調査の実施にあたり，科学研究費補助金（基盤研究(C)）『環境配慮行動要因分析とマテリアルフロー分析による廃プラスチックの再資源化促進』(課題番号 17610001).（研究代表者：角田芳忠）の助成を受けた。本稿は，同研究報告書に掲載されている内容の一部を再分析し再構成したものである。

参考文献

1) J. Arbuthnot, R. Tedeschi, M. Wayner, J. Turner, S. Kressel, R. Rush: The induction of sustained recycling behavior through foot-in-the-door technique, Journal of Environmental Systems, Vol. 6, pp. 353-366 (1977)
2) R. De Young: Some Psychological Aspects of Recycling, Environment & Behavior, Vol. 27, pp. 435-449 (1986)
3) S. Oskamp, M. J. Harrington, T. C. Edwards, D. Sherwood, S. M. Okuda, D. C. Swanson: Factors Influencing household recycling behavior, Environment & Behavior, Vol.23, pp. 494-519 (1991)
4) 野波寛，大沼進，杉浦淳吉，山川肇，広瀬幸雄：資源リサイクル行動の意志決定における多様なメディアの役割－パス解析モデルを用いた検討－, 心理学研究, 第 68 巻, pp. 264-261 (1997)
5) 杉浦淳吉，大沼進，野波寛，広瀬幸雄：環境ボランティアの活動が地域住民のリサイクルに関する認知・行動に及ぼす効果, 社会心理学研究, 第 13 巻, pp. 143-151 (1998)

6) 杉浦淳吉・野波寛・広瀬幸雄：新ごみ収集制度への住民評価に情報提示と行動コミットメントが及ぼす効果：環境社会心理学的アプローチ，廃棄物学会論文誌，第10巻，pp. 87-96 (1999)
7) 中野康人，阿部晃士，村瀬洋一，海野道郎：社会的ジレンマとしてのごみ問題－ごみ減量行動協力意志に影響する要因の構造，環境社会学研究，第 2 巻，pp. 123-139 (1996)
8) 篠木幹子：環境問題へのアプローチ－ごみ問題における態度と行動の矛盾に関する正当化のメカニズム，多賀出版 (2007)
9) 依藤佳世：子供のごみ減量行動に及ぼす親の社会的影響，廃棄物学会論文誌，第14巻，pp. 166-175 (2003)
10) 森口祐一：循環型社会から廃プラスチック問題を考える，廃棄物学会誌，第16巻，5号，pp. 243-252 (2005)
11) 環境省：容器包装廃棄物の使用・排出実態調査(2008)
12) 広瀬幸雄：環境配慮行動の規定因について，社会心理学研究，第10巻，pp. 44-55 (1994)
13) 広瀬幸雄：環境と消費の社会心理学，名古屋大学出版会 (1995)

Environmentally Conscious Behavior and Types of Lifestyles: Classifying Individuals Consumption and Spending Patterns

Susumu Ohnuma*

*Department of Behavioral Science, Hokkaido University

Abstract

The aim of this study was to: 1) classify varied types of lifestyles according to daily consumption and spending patterns, and 2) compare demographics, along with behaviors and attitudes on appropriate separation of waste and recycling, as they pertain to overall living styles and personal patterns of consumption and shopping. A survey of households with random sampling was conducted in the city of Sapporo. Questionnaires were sent out by mail and collected door-to-door. The collection rate was 65% (499 valid samples). Scores regarding consumption and spending behaviors, which were constructed through correspondent analysis and factor analysis, were calculated based on cluster analysis for classifications of varied living styles. Five groups were clustered: Type practicing the 3Rs; Matter-of-fact Type; Frugality Type; At-home Consumption Type; and Type Relying on Home-meal Replacements and Eating Out. Those classified as Type Relying on Home-meal Replacements and Eating Out were found to practice less waste separation and recycling behaviors, and to be less interested in general waste problems as compared to those in the remaining four groups. No significant differences were found in the behaviors and intentions between the Type practicing the 3Rs and the other three types (Matter-of-fact Type, Frugality Type, At-home Consumption Type).

Keywords:

Lifestyle, consumption and purchasing behaviors, environmentally conscious behavior, social psychology

図表一覧

表 1 日常での環境配慮行動に関する因子分析
表 2 コレスポンデント分析に用いた消費・購買量の分類
表 3 消費購買量に関する因子分析
表 4 各クラスター別ごみ排出・リサイクルの態度・行動の平均値比較
図 1 日常の消費購買量に関するコレスポンデント分析の結果
図 2 日常の消費購買行動に関する 5 クラスター分類別平均得点
図 3 日常の消費購買量に関する 5 クラスター分類別平均得点
図 4 クラスター別の年代分布
図 5 クラスター別の職業割合
図 6 クラスター別の同居人数割合
図 7 クラスター別と居住形態
図 8 クラスター別と町内会加入・役員経験状況

表 1 日常での環境配慮行動に関する因子分析

質問項目	平均評定値（SD）	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	共通性	α係数
生ごみの堆肥化をしている	1.47(0.94)	0.65	0	0.06	−0.15	−0.09	0.46	0.64
ビール・ジュースなどは再利用できるびん入りを買う	1.75(0.91)	0.62	0.14	−0.05	0.04	0.09	0.42	
汚れてもティッシュではなく布巾やタオルなどを使用してふく	2.67(0.99)	0.59	0.08	−0.13	0.28	0.11	0.46	
肉や魚などは，トレー入りのものではなく，量り売りで買う	1.69(0.81)	0.58	0.34	0.11	0.06	−0.03	0.47	
野菜や果物などのトレーやラップは，はずして，店においていく	1.60(0.88)	0.45	0.38	0.13	−0.11	−0.02	0.38	
調理くずがあまりでないような調理をしている	2.57(0.86)	0.38	0.24	−0.36	0.28	0.03	0.41	
日配品以外の買い物をするときも，過剰な包装を断っている	2.45(0.99)	0.04	0.8	−0.01	0.16	0.07	0.67	0.66
お菓子は個包装がないものを買うようにしている	2.07(0.89)	0.23	0.69	−0.07	0.04	0	0.53	
買い物袋を持参し，レジ袋を断っている	1.86(1.03)	0.16	0.65	−0.02	−0.15	0.28	0.54	
容器のごみが出る弁当などは買わないようにしている	2.33(0.97)	0.15	0.51	−0.14	0.36	−0.17	0.46	
食品の賞味期限を切らして捨ててしまうことがある	2.46(0.84)	−0.12	0.01	0.74	−0.05	−0.07	0.57	0.56
買い物にいくと，ついうっかり買いすぎてしまう	2.61(0.83)	0.04	0.06	0.69	0.04	−0.03	0.48	
料理を食べ残して捨ててしまうことがある	2.32(0.87)	0.04	−0.08	0.63	−0.1	0.03	0.41	
おまけほしさにおまけつき商品を買ってしまう	1.00(0.99)	0.13	−0.1	0.51	−0.04	0.37	0.43	
生ごみはしっかり水切りをしている	3.09(1.01)	0.25	0.09	0.03	0.72	−0.14	0.64	−0.44
料理をあまりしないので，調理くずはでない	1.82(0.98)	0.31	0.01	0.23	−0.59	−0.15	0.51	
古着は再利用する	2.43(1.04)	0.05	0.1	−0.01	−0.09	0.79	0.64	0.26
洗剤・シャンプーなどは容器を繰り返し利用している	3.71(0.57)	−0.07	0.09	0.03	0.45	0.54	0.51	
固有値		3.32	2.09	1.4	1.13	1.04		
寄与		2.17	2.17	1.94	1.47	1.42		

各項目は 4 段階尺度で回答を求めた。平均評定は 4 点のうちに対するもので，数値が大きいほどその行動をしていることを意味する。また，括弧内はその標準偏差(SD)である。

固有値と寄与については，バリマックス回転前の値である。各項目の因子負荷量は，バリマックス回転後の値である。

表 2 コレスポンデント分析に用いた消費・購買量の分類

項目	区分及び量(%)	
	少	多
ペットボトル飲料の購入量(一週間当り)	3 本未満（n=272 , 55.3%)	3 本以上（n=220 , 44.7%)
缶ビール購入量(一週間当り)	2 本未満（n=223, 45.4%)	2 本以上（n=268, 54.6%)
牛乳の購入量(一週間当り)	3 本未満（n=313, 63.2%)	3 本以上（n=182, 36.8%)
びん入り飲料の購入量(一週間当り)	0 本　（n=375, 76.2%)	1 本以上（n=117, 23.8%)
小びん入り飲料の購入量(一週間当り)	0 本　（n=375, 76.4%)	1 本以上（n=116, 23.6%)
総菜の購入量(一週間当り)	3 個未満（n=241, 49.8%)	3 個以上（n=243, 50.2%)
弁当の購入量(一週間当り)	0 個　（n=292, 60.1%)	1 個以上（n=194, 39.9%)
食事をレトルトパックですませる頻度(一週間当り)	0 個　（n=315, 64.6%)	1 個以上（n=173, 35.5%)
家族で外食をする頻度(一ヶ月当り)	2 回未満（n=269, 55.1%)	2 回以上（n=219, 44.9%)
料理を作る頻度(一週間当り)	10 回未満（n=137, 28.6%)	10 回以上（n=342, 71.4%)
カップラーメンを食べる頻度(一ヶ月当り)	0 回　（n=198, 42.0%)	1 回以上（n=273, 58.0%)
袋入インスタントラーメンを食べる頻度(一ヶ月当り)	0 回　（n=246, 52.0%)	1 回以上（n=227, 48.0%)
生ラーメンを食べる頻度(一ヶ月当り)	0 回　（n=205, 43.2%)	1 回以上（n=270, 56.8%)
外食でラーメンを食べる頻度(一ヶ月当り)	0 回　（n=242, 51.0%)	1 回以上（n=233, 49.0%)
家族の食事に関する買い物をする頻度(一週間当り)	4 回未満（n=296, 60.7%)	4 回以上（n=192, 39.3%)
レジ袋をもらう枚数(一週間当り)	7 枚未満（n=244, 49.7%)	7 枚以上（n=247, 50.3%)

(%は，分析対象数に対する割合で，欠損値は含んでいない)

表 3 消費購買量に関する因子分析

質問項目	平均評定値（SD）	第1因子	第2因子	第3因子	第4因子	第5因子	共通性	α係数
弁当の購入量(1週間当)	1.40(0.49)	0.700	−0.050	0.240	0.200	0.010	0.59	0.18
惣菜の購入量(1週間当)	1.50(0.50)	0.610	0.310	−0.090	−0.140	0.110	0.51	
食事をレトルトパックですませる頻度(1週間当)	1.36(0.48)	0.500	0.070	0.270	0.070	−0.010	0.34	
料理を作る頻度(1週間当)	1.71(0.45)	−0.550	0.110	0.100	−0.010	−0.080	0.33	
もらうレジ袋の枚数(1週間当)	1.51(0.50)	0.150	0.750	0.020	0.050	0.070	0.60	0.50
家族の食事に関する買い物をする頻度(1週間当)	1.39(0.49)	−0.060	0.690	−0.120	0.100	−0.060	0.51	
牛乳の購入量(1週間当)	1.37(0.48)	−0.300	0.500	0.130	−0.140	0.020	0.38	
ペットボトル飲料の購入量(1週間当)	1.45(0.50)	0.310	0.500	0.220	−0.030	0.000	0.39	
カップラーメンを食べる頻度(1ヶ月当)	1.58(0.49)	0.250	−0.010	0.670	0.010	−0.010	0.51	0.35
袋入インスタントラーメンを食べる頻度(1ヶ月当)	1.48(0.50)	0.050	−0.080	0.650	0.040	0.070	0.44	
生ラーメンを食べる頻度(1ヶ月当)	1.57(0.50)	−0.150	0.250	0.560	0.050	0.060	0.40	
家族で外食をする頻度(1ヶ月当)	1.45(0.50)	0.100	0.090	−0.080	0.820	0.090	0.70	0.50
外食でラーメンを食べる頻度(1ヶ月当)	1.50(0.50)	0.010	−0.005	0.200	0.780	−0.100	0.66	
びん入り飲料の購入量(1週間当)	1.24(0.43)	0.000	0.040	0.050	−0.040	0.820	0.68	0.53
小びん入り飲料の購入量(1週間当)	1.24(0.43)	0.130	−0.020	0.070	0.030	0.800	0.66	
固有値		2.270	1.650	1.400	1.220	1.160		
寄与		1.740	1.740	1.460	1.380	1.360		

固有値と寄与については，バリマックス回転前の値である。各項目の因子負荷量は，バリマックス回転後の値である。

表 4 クラスター別ごみ排出・リサイクルの態度・行動の平均値比較

	3R 実践型		割り切り型		倹約型		家庭消費型		中外食依存生活型		F 値	p<
質問項目	n	Mean(SD)	n	Mean(SD)	n	Mean(SD)	n	Mean(SD)	n	Mean(SD)		(有意確率)
その他プラ排出への配慮行動	68	3.58(0.57)	69	3.40(0.85)	122	3.45(0.76)	78	3.38(0.79)	49	2.86(0.98)	6.83	<.01
紙類排出への配慮行動	67	3.07(0.70)	69	2.88(0.86)	122	2.81(0.81)	78	2.79(0.82)	49	2.31(0.86)	6.53	<.01
今後の資源回収配慮意図	64	2.56(0.49)	60	2.50(0.46)	117	2.56(0.39)	77	2.54(0.45)	45	2.26(0.52)	4.06	<.01
今後の集団・店頭回収意図	66	2.20(0.52)	61	2.17(0.40)	118	2.07(0.53)	77	2.13(0.47)	47	1.91(0.43)	3.02	<.01
分別・リサイクルへのコスト	68	2.40(0.80)	70	2.14(0.92)	122	2.37(0.90)	78	2.47(0.87)	49	2.86(0.84)	5.09	<.01
分別・リサイクルへの実行可能性評価	68	2.70(0.88)	70	2.43(0.82)	122	2.57(0.83)	78	2.54(0.80)	49	2.84(0.93)	2.04	<.10
深刻さ認知	67	4.33(0.84)	70	4.17(0.83)	122	4.20(0.83)	78	4.13(0.78)	49	3.83(0.96)	2.59	<.05
一般的態度	67	3.93 (0.84)	70	3.76 (0.83)	122	3.80 (0.80)	78	3.67 (0.75)	49	3.53 (0.83)	4.02	<.10

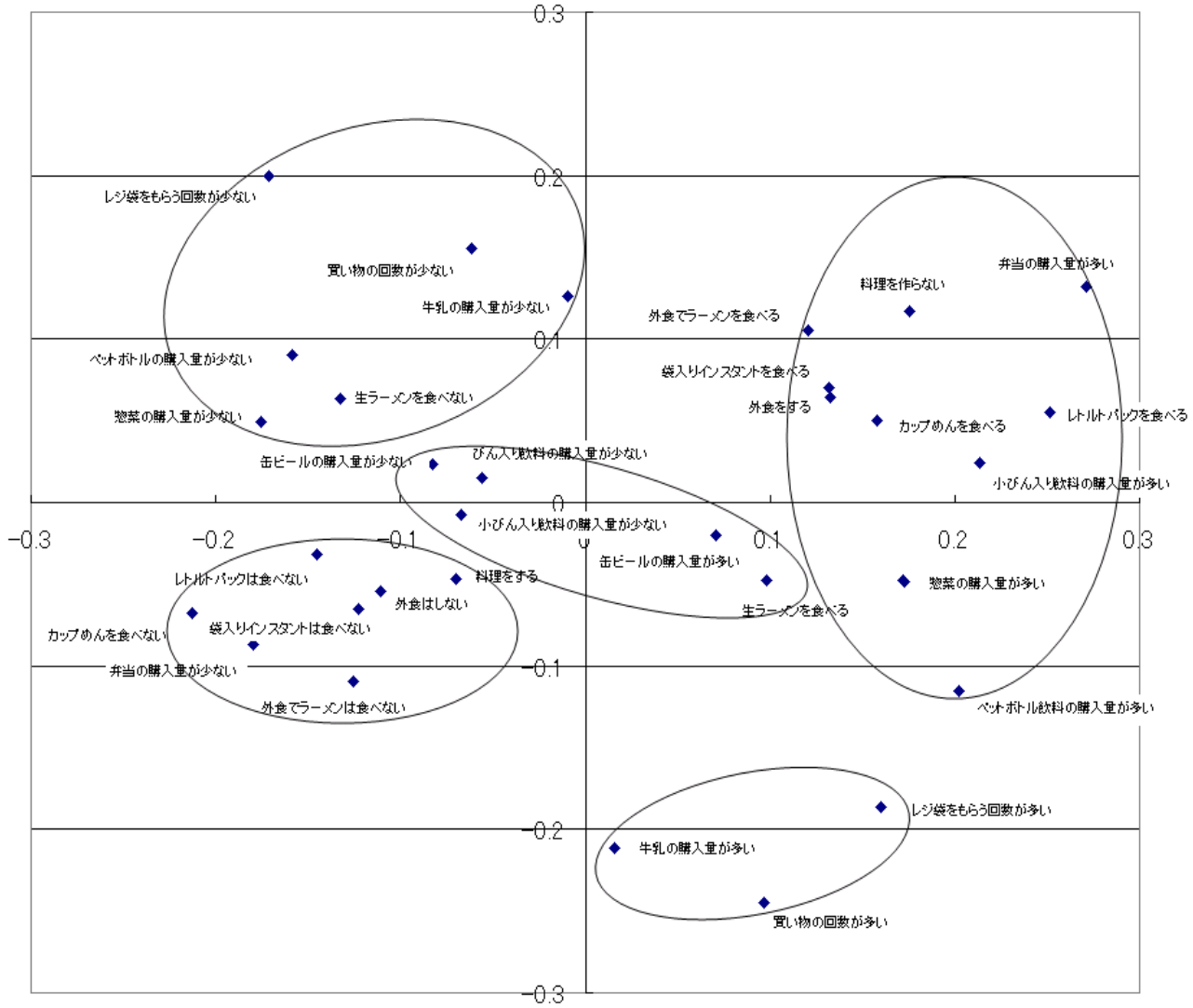

図１　日常の消費購買量に関するコレスポンデント分析の結果

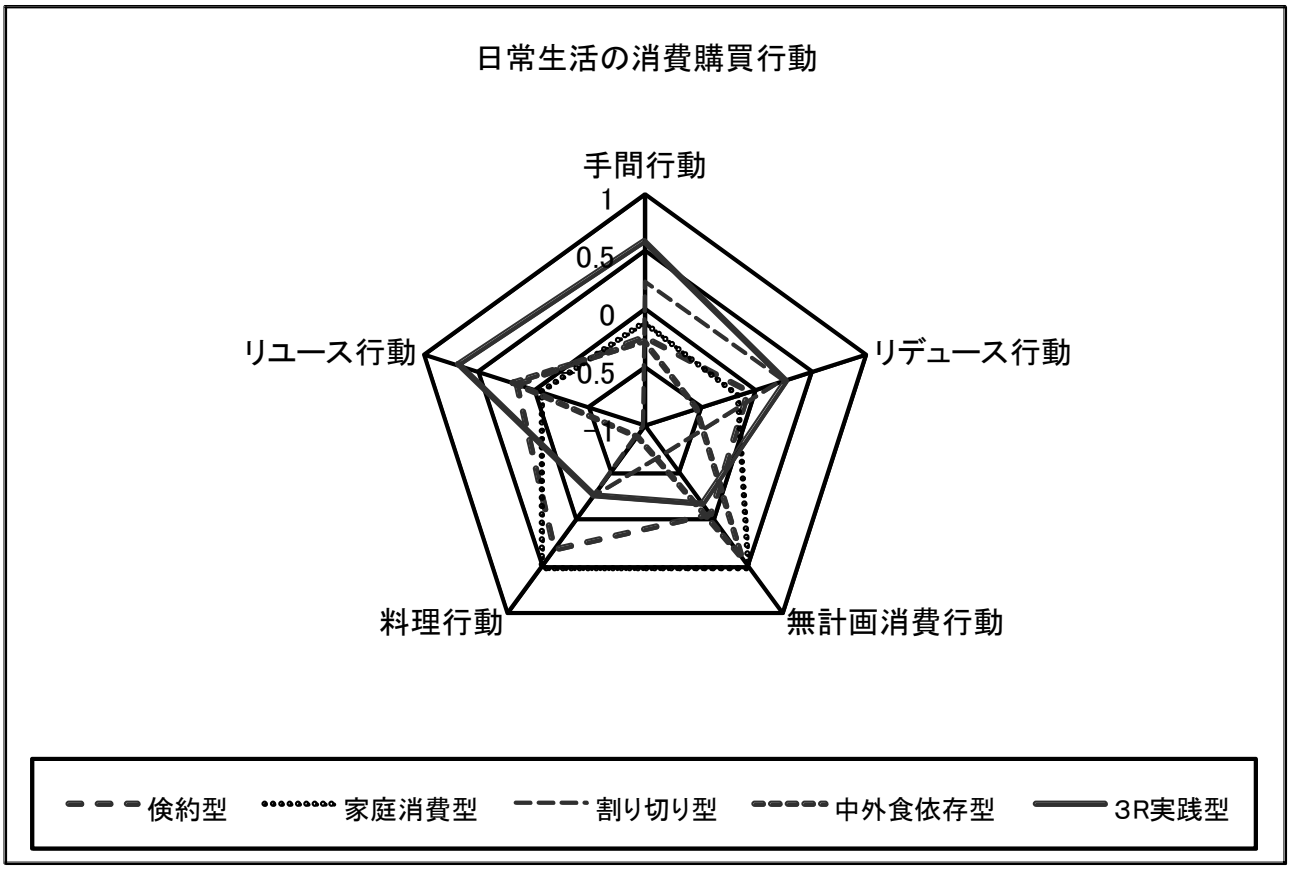

図 2　日常の消費購買行動に関する 5 クラスター分類別平均得点

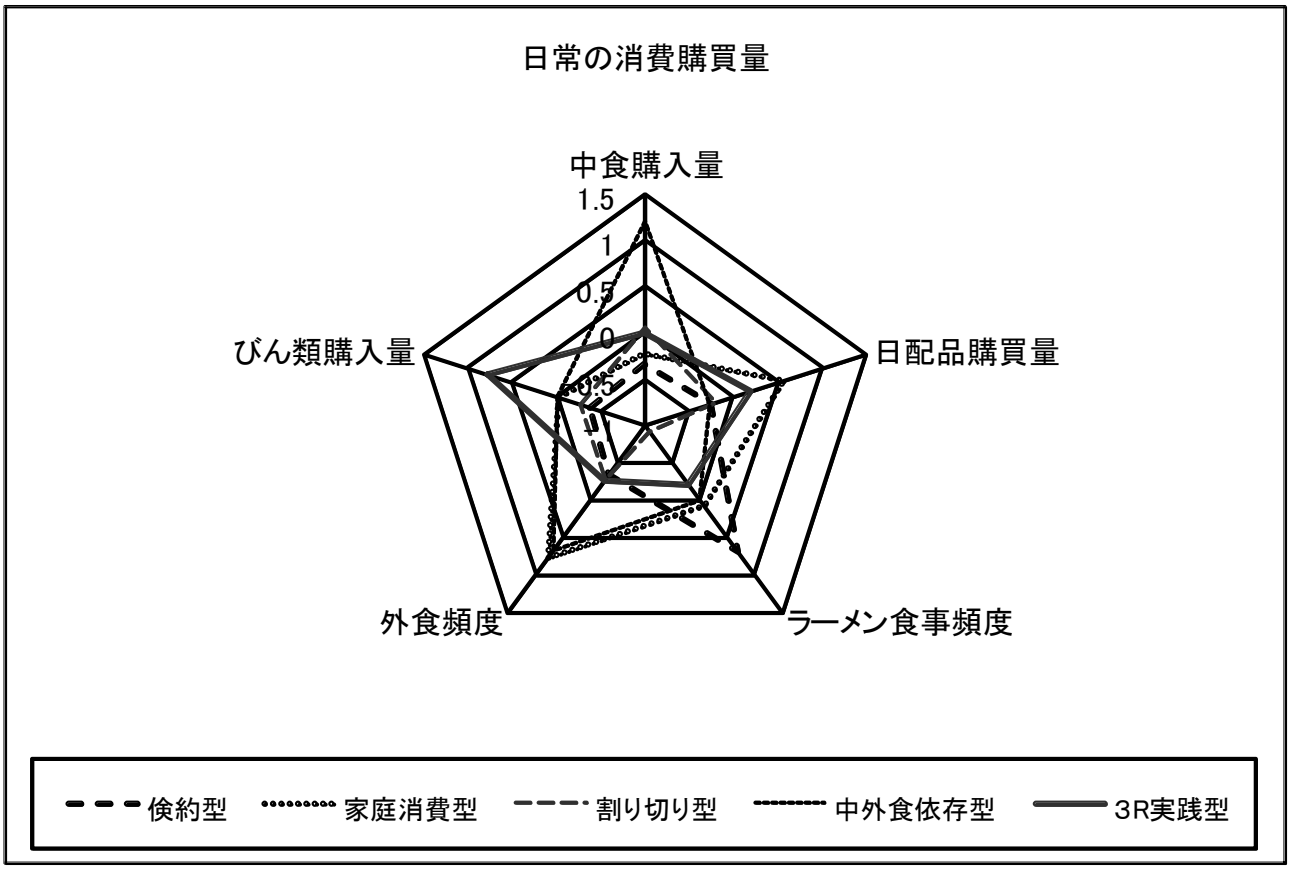

図 3 日常の消費購買量に関する 5 クラスター分類別平均得点

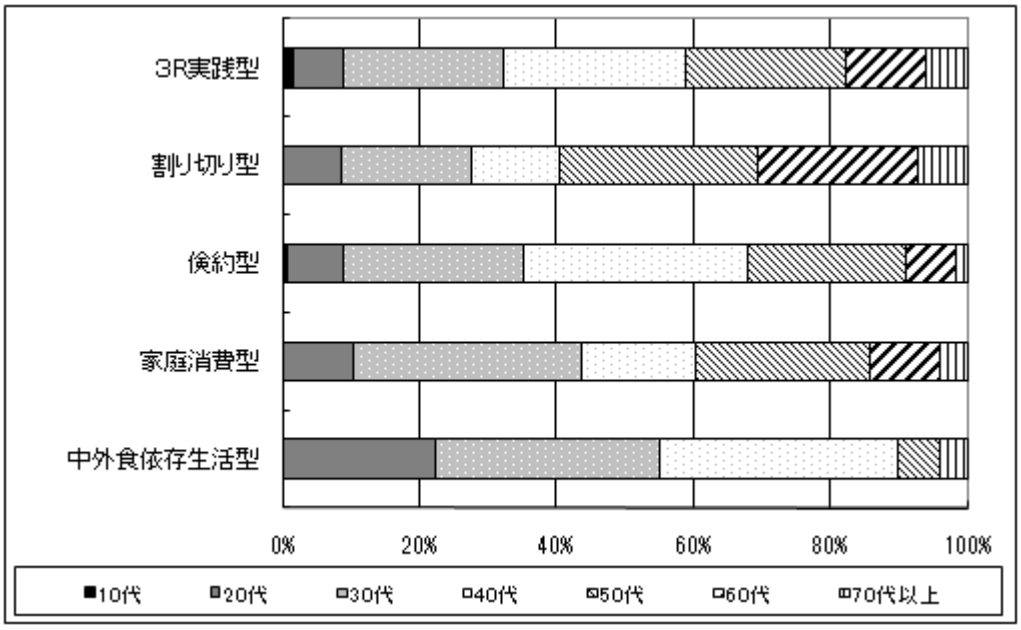

図 4 クラスター別の年代分布

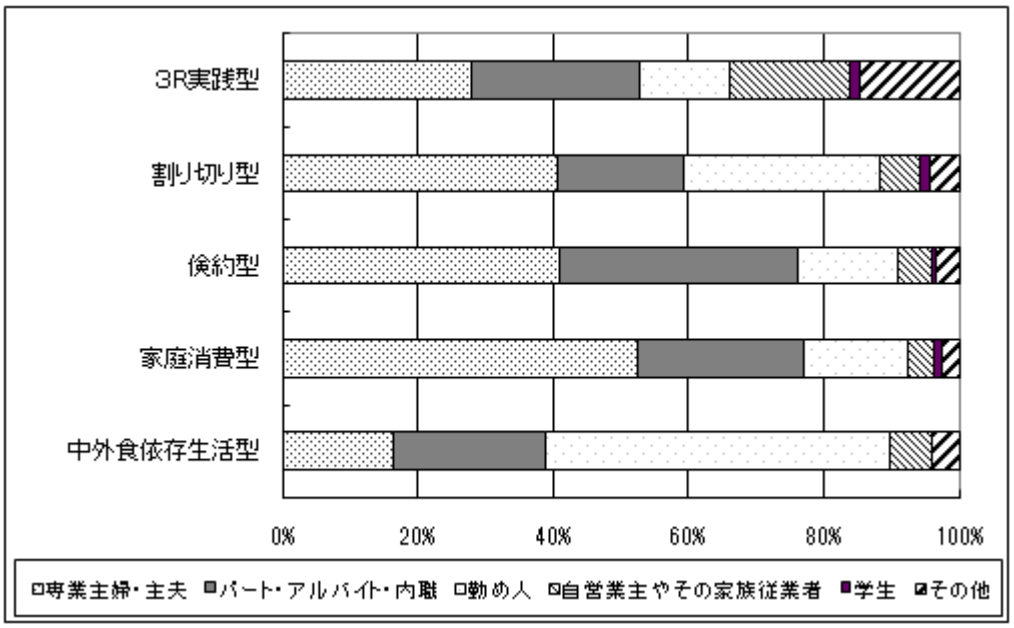

図 5 クラスター別の職業割合

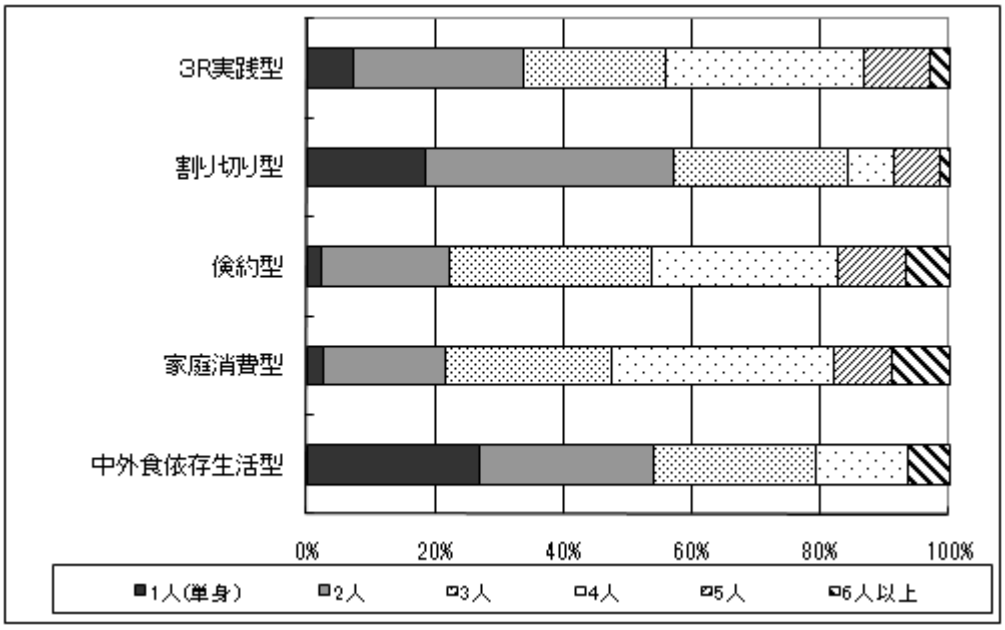

図 6 クラスター別の同居人数割合

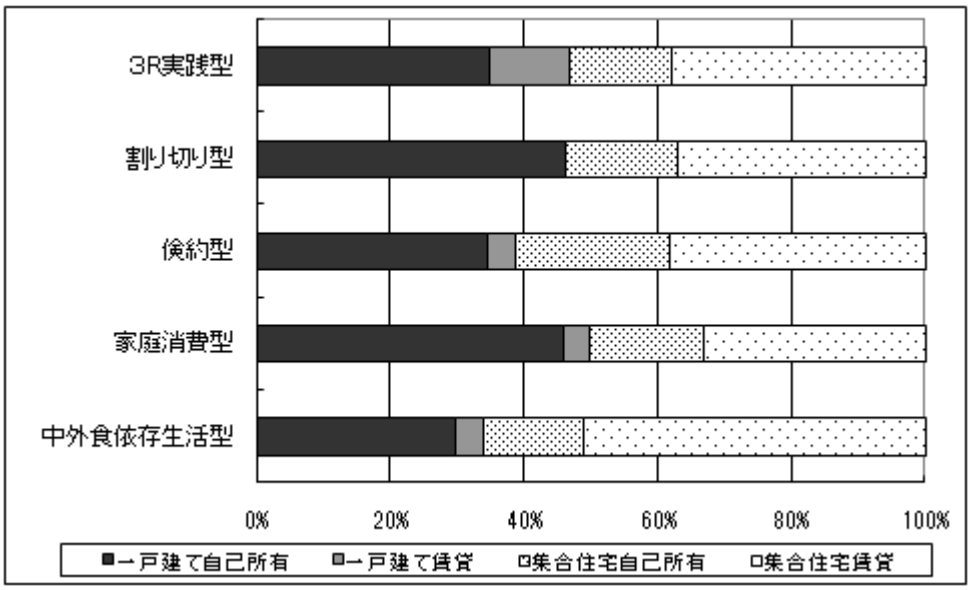

図 7 クラスター別と居住形態

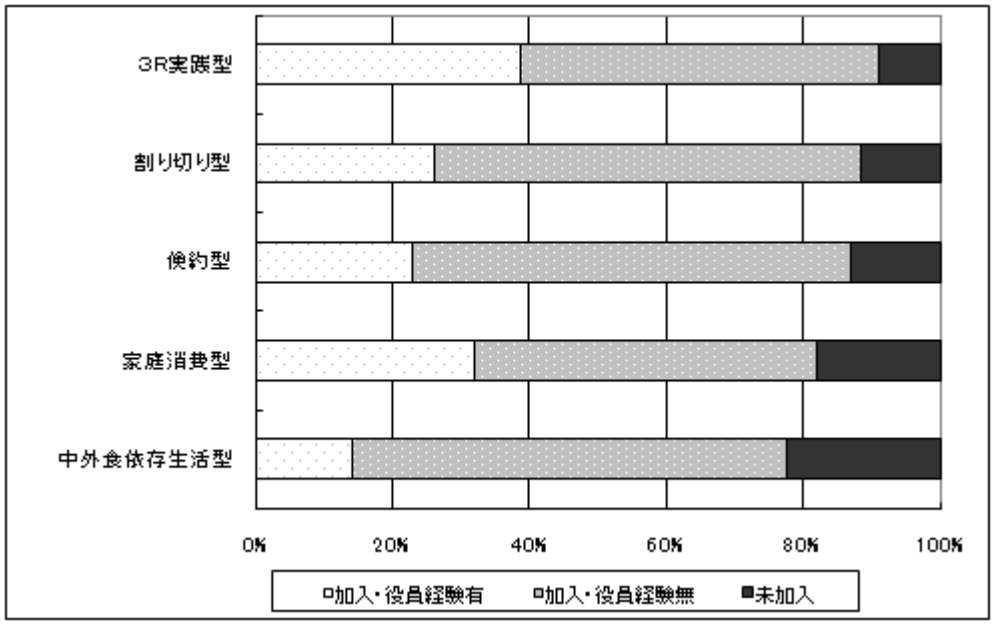

図 8 クラスター別と町内会加入・役員経験状況