

「ガラスびん」の利用に関する調査 報告書

(広報資料)

2008年3月13日

調査元：日本ガラスびん協会
調査実施：マイボイスコム株式会社

MyVoice

<目次>

1. 調査概要-----	2
2. 回答者の属性-----	4
3. 調査結果の概要-----	5
4. 調査結果-----	7
4-1. ガラスびん入り商品の購入頻度と購入意向-----	7
4-2. ガラスびんの魅力-----	9
4-3. ガラスびんと環境-----	14
4-4. 食の安全性への意識-----	19

1. 調査概要

1-1. 調査目的

一般生活者の「ガラスびん」の利用状況やイメージ、評価、潜在需要ニーズ等を分析し、「ガラスびん」利用促進における今後のプロモーション戦略の参考資料とする

1-2. 調査方法

弊社のインターネットコミュニティ「MyVoice」のモニターを対象としたWebアンケート調査。抽出した対象者にメールで協力依頼を行い、回答上限数までの回答をウェブで受け付ける手法。

1-3. 調査期間

2008年1月25日(金)～1月28日(月)

1-4. 調査対象者

MyVoice会員で、15～79歳の男女。性・年代別に均等割付。

	15～19歳	20代	30代	40代	50代以上	合計
男性	102	104	100	103	102	511
女性	101	103	103	102	102	511
合計	203	207	203	205	204	1022

1-5. 回収数

有効回収数 1022件

本調査に関するお問合せは

マイボイスコム株式会社

(担当) 恒吉

〒101-0054 東京都千代田区神田錦町3-17-11

TEL : 03-5217-1911 FAX: 03-5217-1913

voice@myvoice.co.jp

1. 調査概要

1-6. 調査内容

主な調査項目は以下の通り。

- ① ガラスびん入り商品の購入状況、購入意向
- ② ガラスびん入り商品の魅力、イメージ
- ③ ガラスびんに関する事柄の認知、魅力度
- ④ 環境に対する意識
- ⑤ 食品の安全性に対する意識

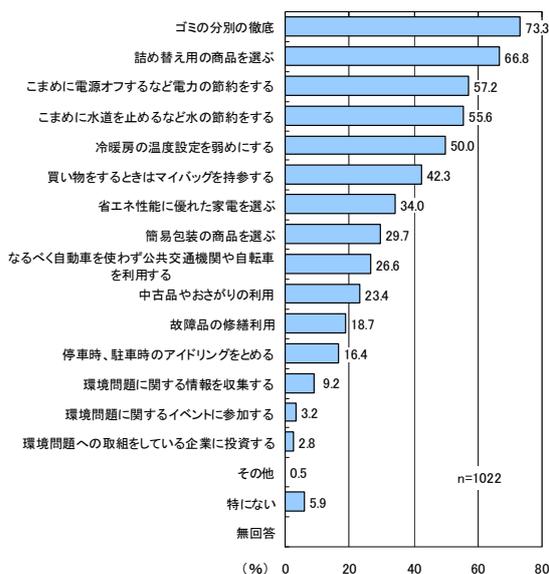
1-7. 分析の視点

2002年調査との時系列比較および以下の属性・意識別の比較を行った。

- ① 性別
- ② 年代別
- ③ 環境意識別
- ④ 食の安全意識別

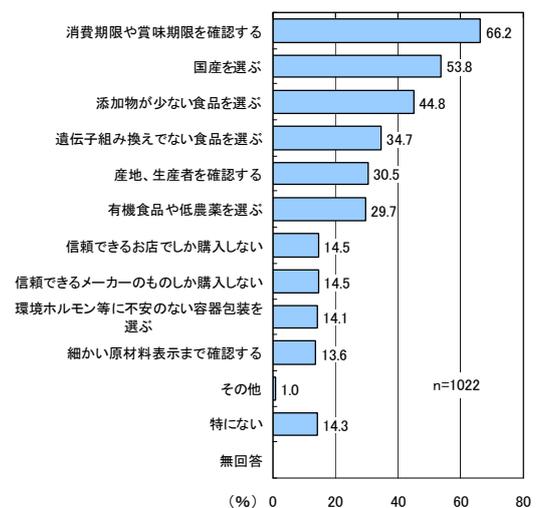
※環境意識別は「環境のために行っていること」の個数で区分

- 7～16個 → 環境意識-高
- 3～6個 → 環境意識-中
- 0～2個 → 環境意識-低



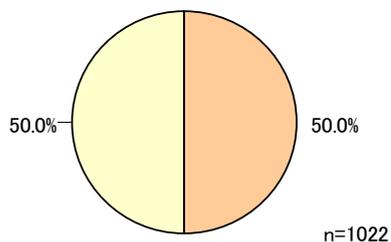
※食の安全意識別は「食品の安全性について気をつけていること」の個数で区分

- 5～11個 → 安全意識-高
- 2～4個 → 安全意識-中
- 0～1個 → 安全意識-低

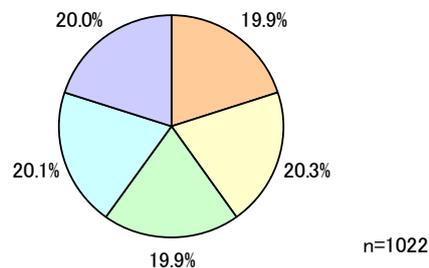


2. 回答者の属性

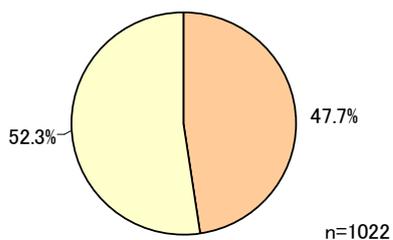
<性別>



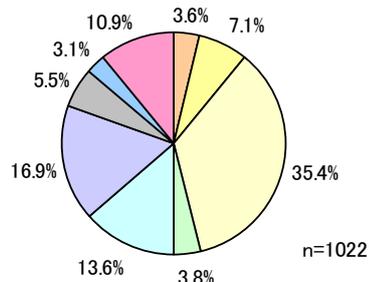
<年代>



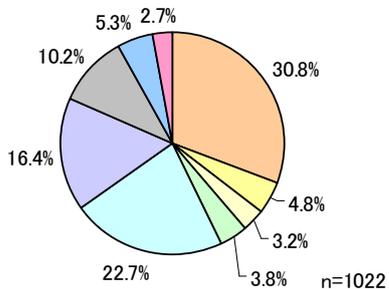
<未既婚>



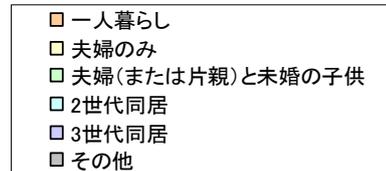
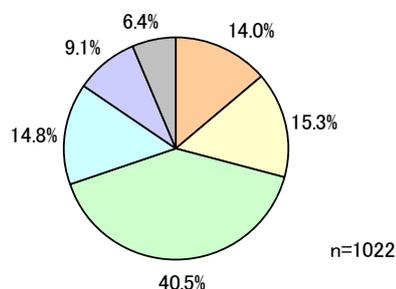
<地域>



<職業>



<世帯構成>



3. 調査結果の概要

3-1. ガラスびん入り商品の購入頻度と購入意向

◆購入頻度は、減少傾向

ガラスびん入り商品の購入頻度は、「変わらない」が7割弱を占め、「減った」は3割弱。「増えた」は3%程度。減った割合が増えた割合より多く、購入頻度は減少の傾向がみられる。また、ガラスびん入り商品が増えてほしい度合いも、2002年調査に比べ減少傾向。

◆購入頻度が減った理由は、販売側の要因が上位

ガラスびん入り商品の購入頻度が減った理由は、「店においてあるガラスびん入り商品の数が減った」「以前ガラスびんだった商品が他の容器に変わった」などの販売側の要因が上位に挙がる。

◆PETボトル・プラスチック容器への移行がみられる

ガラスびん入り商品の購入頻度が減った人の、ガラスびんに代わって購入が増えた容器は、PETボトル・プラスチック容器が9割。

3-2. ガラスびん入り商品の魅力

◆ガラスびんの強みは、「高級」「保存力が高い」「おいしそう」「おしゃれ」

ガラスびん入り商品のイメージは、「高級」「保存力が高い」「おいしそう」「おしゃれ」などが上位で、他容器に比べても高く、ガラスびんの強みとなっている。

◆「保存力が高い」イメージが減少

2002年調査と比べ、イメージの全体的な傾向は類似しているが、「保存力が高い」が7.6ポイント減少。一方、PETボトル・プラスチック容器は2002年調査に比べ、「ゴミに出しやすい」「保存力が高い」「安全」といったイメージが10ポイント以上増加。

◆お気に入り「ワイン」「ジャム」、入っていたらよいと思うのは「牛乳」「ワイン」

お気に入りのガラスびん商品(自由回答)では、酒類、調味料類などが挙がり、特に、「ワイン」「ジャム」が多く挙げられた。また、ガラスびんに入っていたらよいと思うもの(自由回答)では、「牛乳」と「ワイン」が多く挙げられた。

3. 調査結果の概要

3-3. ガラスびんと環境

◆ガラスびんの環境にやさしいイメージが減少

環境にやさしいと思う容器は、2002年調査ではガラスびんがトップであったが、今回調査では比率が10.9ポイント減少し、紙容器と同程度となった。

◆ガラスびんの環境優位性の認知は、特に若年層で弱い

ガラスびんの環境優位性の認知は若年層で低い傾向がみられ、ガラスびんの環境優位性が特に若年層に伝わっていない様子が見られる。

◆リターナブルびんの購入意向率は85.0%

リターナブルびんの環境優位性説明後の、リターナブルびん商品の購入意向は85.0%みられる。また、普段食品を購入する店がリターナブルびんで販売するようになった場合に、「容量や値段が同じ場合はリターナブルびんを選ぶ」意向も6割にみられ、情報伝達を行った上でのリターナブルびんの受容性は十分にみられる。

ただし、購入したくない理由として、返却が面倒な点や汚い感じがすることが挙げられ、今後の要望としても、回収場所・機会の増加(いつでも出せる)や、衛生面で安心できる情報の提供が求められる。また、利用しやすい環境の整備(リターナブルだと分かる表示、規格の統一、デポジット制やポイント制など)も要望としてみられる。

3-4. ガラスびんと食品の安全性

◆ガラスびんは、食品が入っていて不安を感じない

食品が入っていて不安に感じたことがある容器として、ガラスびん以外の容器は各1~2割程度みられるのに対し、ガラスびんは2%程度と低い。他容器について不安に感じた主な内容は「物質が溶け出しそう」であり、このような不安を感じないことが、ガラスびんの強みといえる。

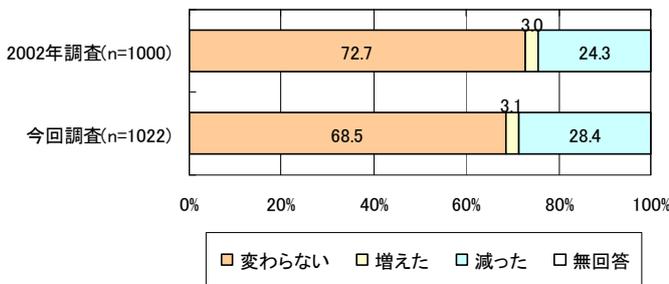
4. 調査結果

4-1. ガラスびん入り商品の購入頻度と購入意向

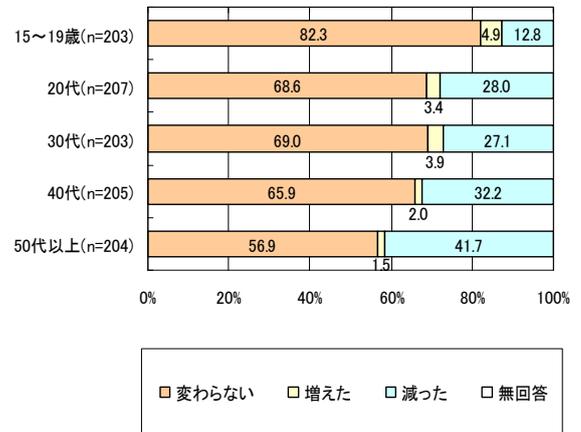
4-1-1. ガラスびん入り商品の購入頻度の変化

- ◆ガラスびん入り商品の購入頻度は、「変わらない」が7割弱を占め、「減った」は3割弱。「増えた」は3%程度。2002年調査と同様の傾向
- ◆年代別では、高齢層で「減った」割合が高い傾向がみられ、50代以上では「減った」が4割を占める
- ◆ガラスびん入り商品の購入頻度が減った理由としては、「店においてあるガラスびん入り商品の数が減った」「以前ガラスびんだった商品が、他の容器に変わった」などが上位
- ◆ガラスびんに代わって、購入が増えた容器素材は、2002年調査と同様に「PETボトル・プラスチック容器」の割合が9割と最も高い

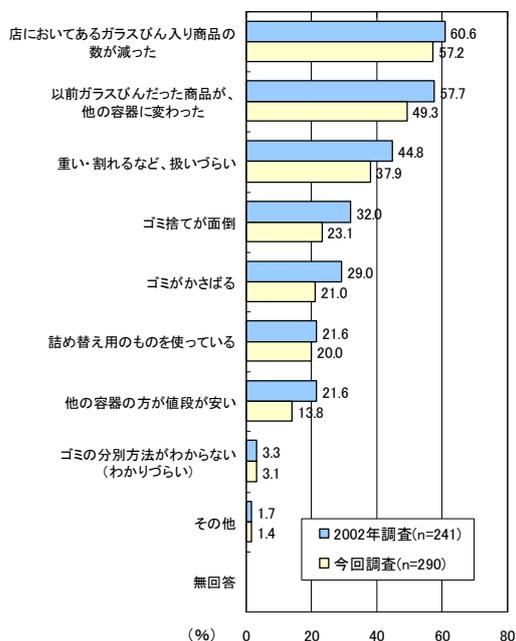
図表4-1-1-1. ガラスびん入り商品の購入頻度の変化



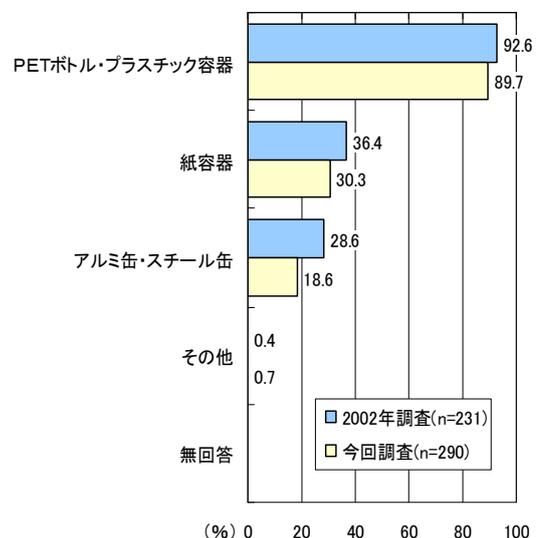
図表4-1-1-2. 年代別 ガラスびん入り商品の購入頻度の変化



図表4-1-1-3. ガラスびん入り商品の購入頻度が減った理由<複数回答>
—ガラスびん入り商品の購入頻度が減った人に占める比率



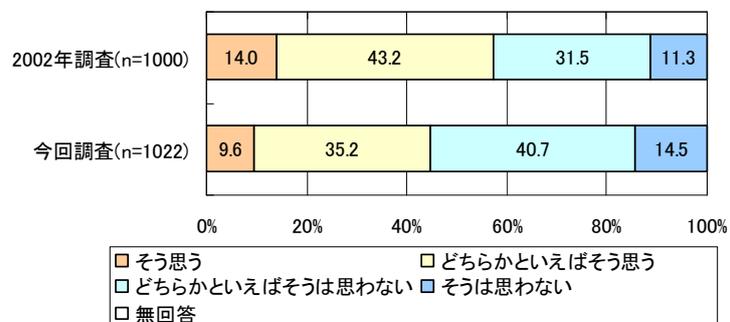
図表4-1-1-4. 購入頻度が増えた容器<複数回答>—ガラスびん入り商品の購入頻度が減った人に占める比率



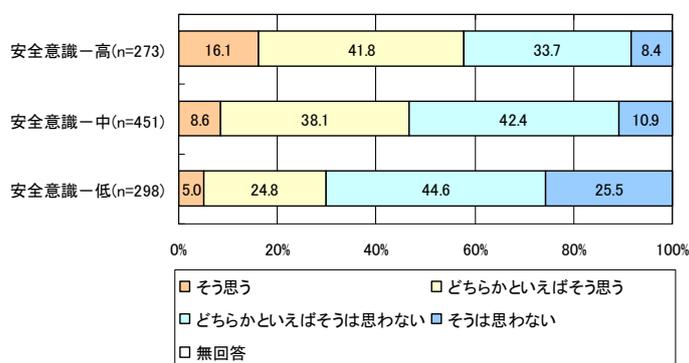
4-1-2. ガラスびん入り商品が増えてほしいか

- ◆ガラスびん入り商品が増えてほしいかどうかは、「そう思う」「どちらかといえばそう思う」をあわせ44.8%が、ガラスびんが増えてほしいと思っている
- ◆2002年調査に比べ増えてほしい率(そう思う+どちらかといえばそう思う)は12.4ポイント減少
- ◆食の安全意識別では、安全意識が高い程、増えて欲しい割合が高い傾向

図表4-1-2-1. ガラスびん入り商品が増えてほしいか



図表4-1-2-2. 食の安全意識別 ガラスびん入り商品が増えてほしいか

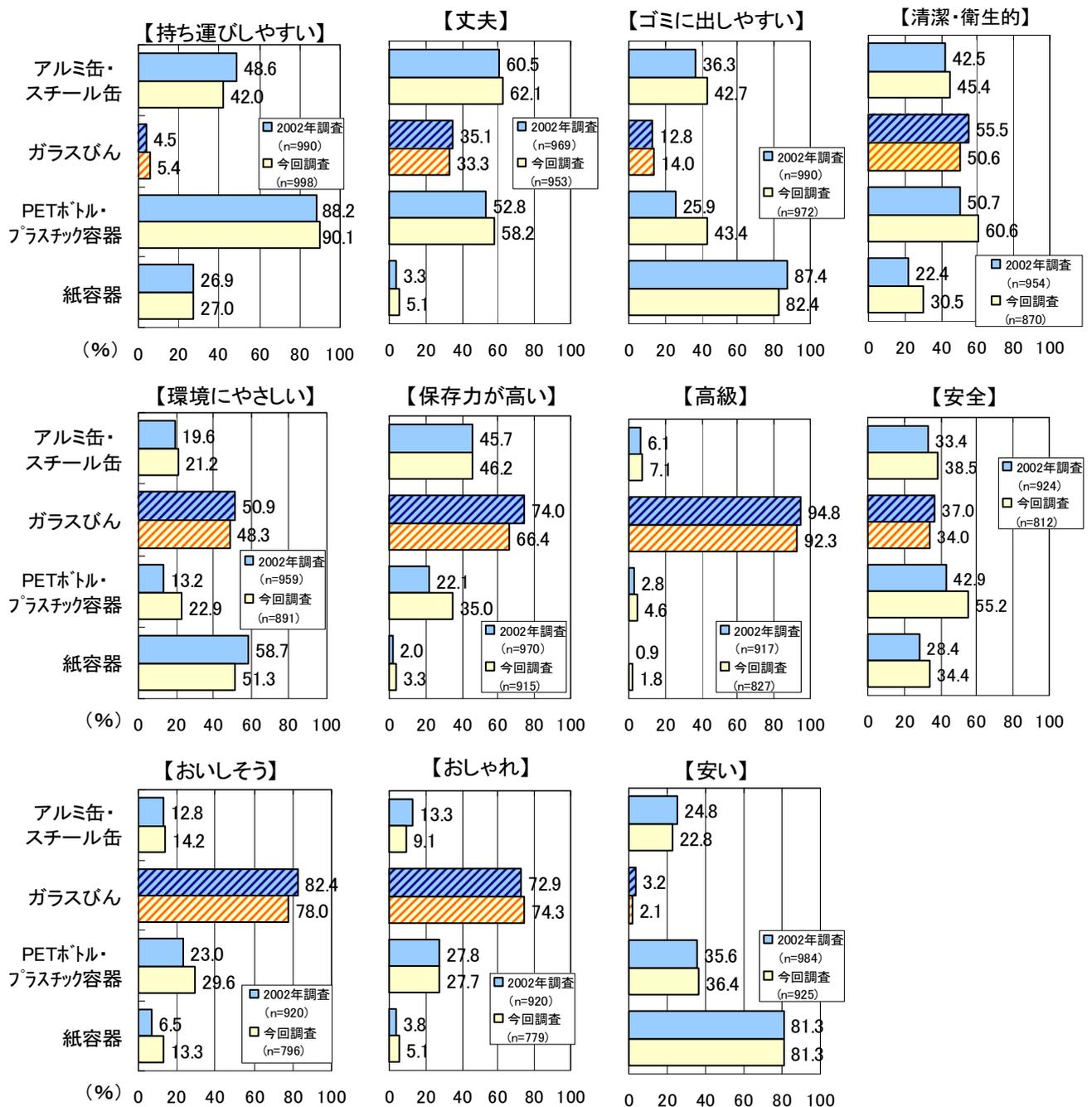


4-2. ガラスびんの魅力

4-2-1. ガラスびん入り商品のイメージ

- ◆『ガラスびん』入り商品のイメージは、「高級」「保存力が高い」「おいしそう」「おしゃれ」などが上位で、他容器を上回る
- ◆2002年調査に比べ、「保存力が高い」が7.6ポイント減少
- ◆『PETボトル・プラスチック容器』は、2002年調査に比べ、「ゴミに出しやすい」「保存力が高い」「安全」が10ポイント以上増加

図表4-2-1-1. 容器別商品のイメージ〈複数回答〉



※無回答を除外して集計

4-2-2. お気に入りのガラスびん入り商品

- ◆お気に入りのガラスびん商品としては、酒類、調味料類などが総称で多く挙げられた。特に、「ワイン」「ジャム」は多く挙げられた。
- ◆デザイン性を評価する意見が多く、ジャムでは入れ物として再利用するとの意見もみられた
- ◆商品名で2件以上挙げられた商品は「コココーラ」「オロナミンC」など

図表4-2-2-1. お気に入りのガラスびん入り商品＜自由回答＞

【総称として5件以上】

カテゴリ	内容	件数
酒類	ワイン	58
	ビール	23
	ウイスキー	20
	酒類	18
	焼酎	16
	日本酒	13
	シャンパン	5
調味料	ジャム	48
	ドレッシング	11
	酢	10
	ポン酢	6
	焼肉のたれ	6
飲料	牛乳	16
	ラムネ	14
	コーラ	13
	インスタントコーヒー	11
	コーヒー	7
	ジュース	6
	ミネラルウォーター	6
	飲料	5
食品	プリン	5
食品以外	香水	12
	化粧品	7

【商品名として2件以上】

内容	件数
コココーラ	15
オロナミンC	9
リポビタンD	7
ウェルチ	5
アオハタジャム	4
ビックル	4
エバラ焼肉のたれ	3
いいちこ	2
ウィルキンソン・ジンジャーエール	2
サントリー角瓶	2
ジーマ	2
ペリエ	2
ボンヌママンのジャム	2
味ポン	2
明治屋のマイジャム	2

【件数が多かった項目のコメント（抜粋）】

カテゴリ	内容
コココーラ	・コココーラの瓶のようにデザイン性があるもの(男性 34歳)
ジャム	・ジャムなどが入ったビンは洗いやすく、洗った後も臭いがしないので再利用しやすい。(女性 46歳) ・ジャムのガラスびん。デザインがかわいいし、洗ったら、入れ物に使えるから。(女性 16歳)
ワイン	・ワイン。もしペットボトルだとかに入っていると買う気がしない。(男性 25歳) ・ワインのガラス瓶。形とか色にお洒落感を感じる。(男性 66歳) ・青色のドイツワインのビン(花瓶としてお部屋のインテリアとして利用)(男性 36歳)

4-2-3. ガラスびんに入っていたらよいと思うもの

- ◆ガラスびんに入っていたらよいと思うものとしては、下記のような商品が挙げられた
- ◆特に多く挙げたのは「牛乳」と「ワイン」の2つ
- ◆「牛乳」では、おいしく感じるという意見が、「ワイン」では、高級感や外観の良さが理由としてみられる

図表4-2-3-1. ガラスびんに入っていたらよいと思うもの
＜自由回答＞

カテゴリ	内容	件数	カテゴリ	内容	件数	
飲料	牛乳	27	食品	菓子	10	
	飲料	18		ヨーグルト	8	
	ジュース	10		漬物	7	
	コーヒー	9		食品	6	
	炭酸	9		梅干	6	
	コーラ	5		キムチ	4	
	ミネラルウォーター	5		チョコレート	4	
	清涼飲料水	5		プリン	4	
	お茶	4		鮎	4	
	ラムネ	3		パスタ	3	
	紅茶	2		缶詰	3	
	酒類	ワイン		26	豆腐	2
		酒類		19	食品以外	化粧品
ウイスキー		8	液体	6		
ビール		8	香水	6		
日本酒		5	入浴剤	2		
ブランデー		2				
プレミアムビール		2				
焼酎		2				
調味料	ジャム	12				
	醤油	10				
	調味料	9				
	ドレッシング	6				
	酢	6				
	スパイス	5				
	焼き肉のたれ	4				
	ソース	3				
	マヨネーズ	3				
	塩	3				
	味噌	3				
	メープルシロップ	2				
	小麦粉	2				

※2件以上挙げたもの

【件数が多かった項目のコメント（抜粋）】

カテゴリ	内容
牛乳	・牛乳 紙パック入りはにおいがいい。牧場や宅配のものだけではなくスーパーの牛乳も全部瓶入りになればいいのと思う。(女性 24歳)
	・牛乳です。量り売りできたら。(女性 30歳)
	・牛乳はガラス瓶がおいしそうに感じる。(女性 53歳)
	・牛乳はやはり、紙容器よりもガラスの方が美味しい。ジュースもそう。値段が高いのがネックだけれど。(女性 22歳)
ワイン	・ジャム、ワインはやはり従来どおり、ガラスびんがいいと思います。(女性 55歳)
	・ワイン 外観がきれいである。(女性 68歳)
	・ワインなどの少し高級な気分を味わいたいもの。(女性 40歳)
	・特にワイン、ウイスキーは中の状況を目で楽しめる(男性 54歳)

4-2-4. ガラスびんに期待すること・要望

- ◆ガラスびんに期待することとしては、「軽量化」「割れない」などを中心に、様々な意見が挙がった
- ◆リサイクル・リターナブルについては、システムの整備や回収場所の増加の他、「ラベルをはがしやすく」「洗いやすく」など、出す際の手間を考慮した意見もみられた。
- ◆そのほかにも、「宣伝してほしい」という意見や、「ペットボトルのように」といった意見も挙がった

図表4-2-4-1. ガラスびんに期待すること・要望<自由回答>その1

カテゴリ	内容
軽量化	・ガラスの質感を損なわずに軽くて割れにくいものがあつたら良いと思う。(男性 59歳)
	・軽くなれば、ペットボトルより買うと思う。(女性 18歳)
	・重くてゴミに出す時が大変なので、軽量化すると助かると思う。(女性 21歳)
	・重くないびんなら リターナブルビンとして使いやすい(女性 52歳)
割れない	・割れにくい・持ち歩きにも適す軽いビンがあればいいのにとよく思います。(女性 31歳)
	・軽量化と薄くて割れないビン(男性 51歳)
安全性	・安全性 割れたときに丸い粒になる。(男性 65歳)
	・割れてもケガしないビン(男性 26歳)
	・割れても危なくないガラス瓶があると、子供のいる家庭でも使いやすい(男性 48歳)
デザインを良く	・デザインに面白さを(女性 51歳)
	・デザインをもっと高級感のあるものを出して欲しい(男性 15歳)
	・部屋のアクセントとして使えるデザインのガラスびんがあつたら面白いと思います(男性 22歳)
	・保管しておくのに、四角形の瓶が良い(女性 55歳)
持ちやすい	・ガラスはすべて持ちにくいので手に添えるような少し曲線のある形になつたら便利だと思います。(女性 63歳)
	・ガラス瓶を持ちやすい四角などの形にして欲しい。出来ればデポジット等が本当は望ましい。(男性 55歳)
	・取っ手がほしい(女性 58歳)
洗いやすく	・プラスチックのふたなどが取り除きにくいものは、洗うのが大変なので、簡単に取り外せて洗えるようにしてほしい。(女性 55歳)
	・家で洗いやすいようにビンの口を大きくするなどの工夫がほしい。(女性 55歳)
宣伝してほしい	・これらの環境にやさしい面を強調してほしい。軽量化(男性 42歳)
	・ペットボトルのように、リサイクルできるものだともっと知らせて欲しい。(女性 23歳)
	・もっと積極的にPRしたらいいのでは？(男性 39歳)
	・宣伝が足りないと思う 軽かさえなればペットボトルにかわると思う(女性 53歳)
	・堂々とリサイクルした旨を宣伝して、多少傷があつてもよとする雰囲気を作ってほしい(男性 29歳)
ペットボトルのように	・ペットボトルのような柔らかいガラス(女性 48歳)
	・ペットボトルなみに軽く、壊れにくい(男性 25歳)

4-2-4. ガラスびんに期待すること・要望

図表4-2-4-2. ガラスびんに期待すること・要望<自由回答>その2

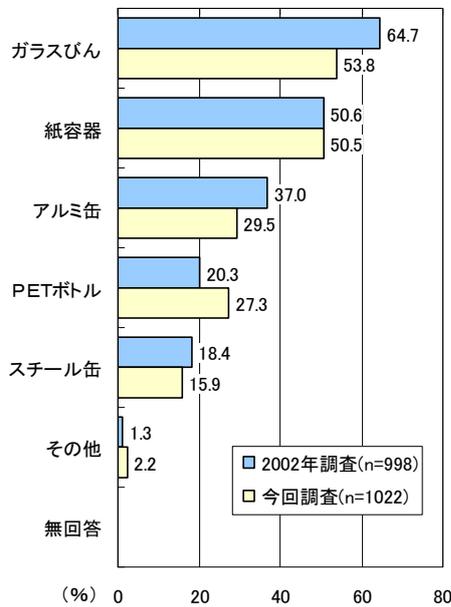
カテゴリ	内容
環境にやさしい	・ガラスびんが環境にやさしいのであれば、積極的に企業は取り入れていくべきだと思う(男性 28歳)
	・リサイクルなど、環境問題に着目している容器だったら使いやすい。(女性 16歳)
	・環境保全には良いことを知ったので、今後はぜひ利用したい。(女性 30歳)
リサイクル	・ガラス容器の回収システムへの製造・販売業者の協力体制作り。ガラスの着色・脱色技術の開発。剥し易いラベル素材の開発。(男性 45歳)
	・どんな中味のガラスびんでも回収してリサイクルできるようになれば、消費者がゴミ減量にもっと協力できると思います。(女性 45歳)
	・リサイクルの偽造が昨今問題になっているので正確な表記を徹底して欲しい。資源ごみに出して確実にリサイクルして欲しい。(男性 28歳)
	・昔に比べてよくなったが、分別収集しやすいようにデザインされていると助かる。ラベル等がゴミになると本末転倒なので、ガラスに模様を直接書き込むようなことができればいいと思います。(男性 45歳)
	・容器の形状を簡素化してリサイクルしやすいようにすればよい(男性 35歳)
リターナブル	・リターナブルびんであるということがわかるマークを作ってびんに刻印して欲しい。(女性 19歳)
	・デポジット制を普及させ、必ず再利用できるように、回収に力をいれる。(女性 53歳)
	・リターナブルには衛生面で安心出来るようにしてもらいたい(女性 72歳)
	・リターナブルびんを増やして欲しいし、他社でも使える規格にして欲しい。(女性 50歳)
	・リターナル瓶は再生には洗浄の水が多くなるのでは？これも問題！(男性 70歳)
	・リターナル瓶入り商品を購入し、その瓶を店舗の持っていったらポイントがもらえるなどのシステムがあったらいいと思う。(女性 40歳)
	・調味料などなら構わないけど、飲み物(口をつけるもの)だったらどれだけ洗ってあっても同じものは使いたくないと思います。(女性 18歳)
ラベルをはがしやすく	・はがしやすいラベルの導入。そのほうがリサイクルもリユースもしやすくなると思うから。(女性 23歳)
	・ラベルを、もっとはがし易いように工夫して欲しい。(ペットボトルのラベルのように、簡単にはがせる素材にするなど)。ゴミとして出す際、シール部分が綺麗に剥がせない。(女性 34歳)
	・自宅でも小さな”再利用”がしやすいように、ラベルは簡単にはがせるものがいいです。(女性 33歳)
回収場所	・コンビニ、スーパーにガラスびんの回収BOXがあるといい(男性 36歳)
	・スーパーで回収出来るなど、ペットボトルと同じような、いつでも出せるようにして欲しい。(女性 40歳)
	・回収場所や回収回数をふやしてほしい。保管が増えると面倒になるので使いたなくなる。(女性 48歳)
	・販売店でガラス瓶の回収をしているのは酒店などを除けば少ないので、それが増えて欲しい(男性 35歳)
その他	・ガチャガチャうるさくないものになったら面白い。(男性 61歳)
	・商品の多様化(男性 28歳)
	・ガラスびんを運びやすいバック等の開発。(マイバック等では運びにくい) ガチャガチャ音がする。割れるのが心配。(男性 16歳)

4-3. ガラスびんと環境

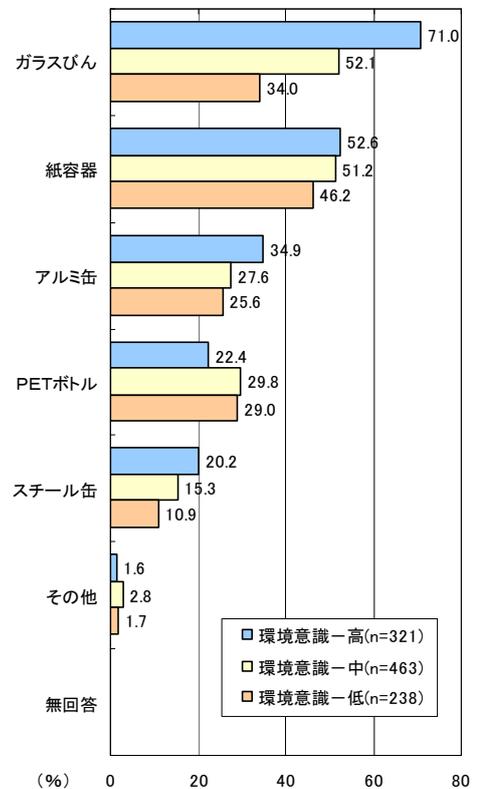
4-3-1. 環境にやさしいと思う容器

- ◆環境にやさしいと思う容器は、「ガラスびん」と「紙容器」が5割で他容器より高い
- ◆2002年調査に比べ、「ガラスびん」は10.9ポイント減少し、「アルミ缶」も7.5ポイント減少。逆に、「PETボトル」は7.0ポイント増加
- ◆環境意識別にみると、意識が高いほど、「ガラスびん」の割合が高い

図表4-3-1-1. 環境にやさしいと思う容器<複数回答>



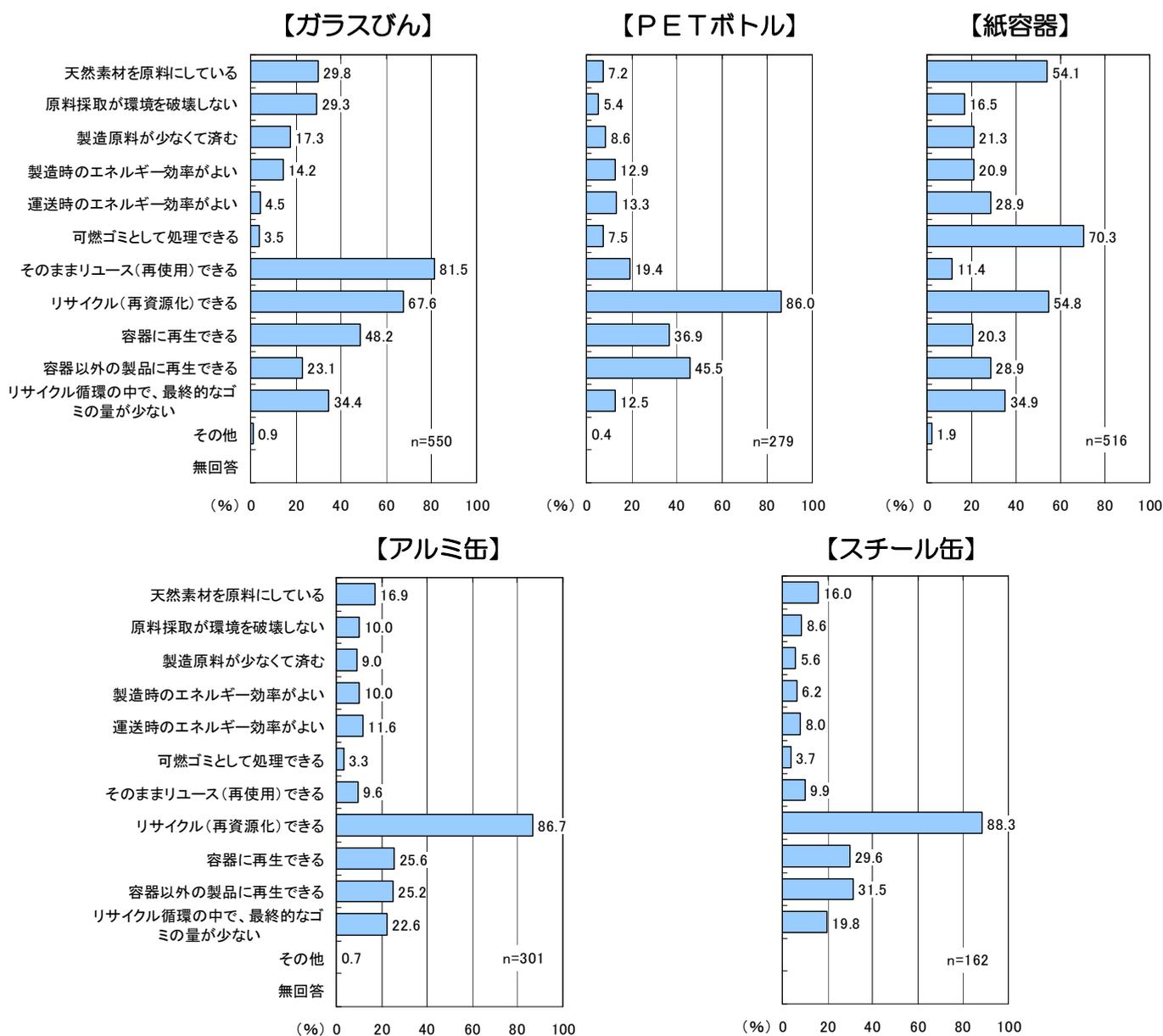
図表4-3-1-2. 環境意識別 環境にやさしいと思う容器<複数回答>



4-3-2. 環境にやさしいと思う容器の理由

- ◆環境にやさしいと思う理由は、『ガラスびん』では「そのままリユース(再利用)できる」が8割でトップ。次いで、「リサイクル(再資源化)できる」が7割弱
- ◆『PETボトル』『アルミ缶』『スチール缶』では「リサイクル(再資源化)できる」が9割近くを占める。『紙容器』では「可燃ゴミとして処理できる」が7割でトップ
- ◆「容器に再生できる」を理由とする割合は、『ガラスびん』(48.2%)が他容器に比べ高い
- ◆「リサイクル循環の中で最終的なゴミの量が少ない」を理由とする割合は、『ガラスびん』(34.4%)が『紙容器』(34.8%)と並び上位

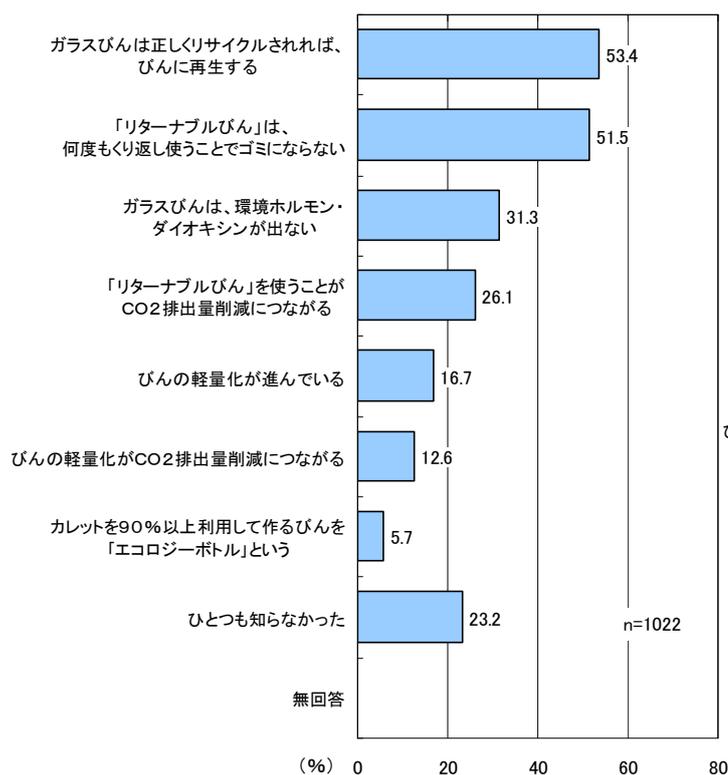
図表4-3-2-1. 環境にやさしいと思う容器の理由<複数回答>
 —各容器を「環境にやさしいと思う容器」として回答した人に占める比率



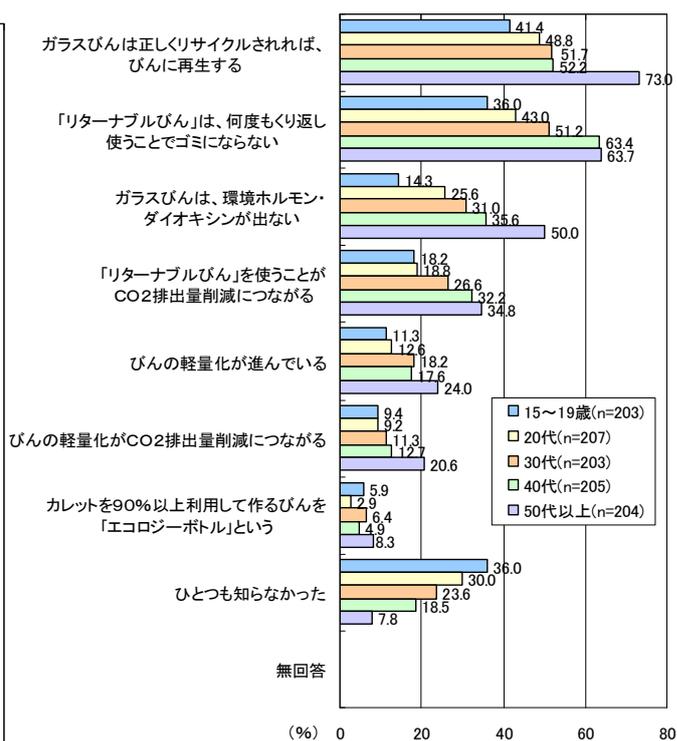
4-3-3. ガラスびん優位性の認知

- ◆ガラスびんの優位性の認知率は、「ガラスびんは正しくリサイクルされれば、びんに再生する」と「リターナブルびんは、何度もくり返し使うことでゴミにならない」は過半数が認知
- ◆「ガラスびんは、環境ホルモン・ダイオキシンが出ない」と「リターナブルびんを使うことがCO2削減につながる」の認知が3割前後
- ◆「ひとつも知らなかった」人も2割強みられる
- ◆年代別でみると、年代が高いほど認知率が高い項目が多く、若年層ほど「ひとつも知らなかった」割合が高い

図表4-3-3-1. ガラスびん優位性の認知<複数回答>



図表4-3-3-2. 年代別 ガラスびん優位性の認知<複数回答>



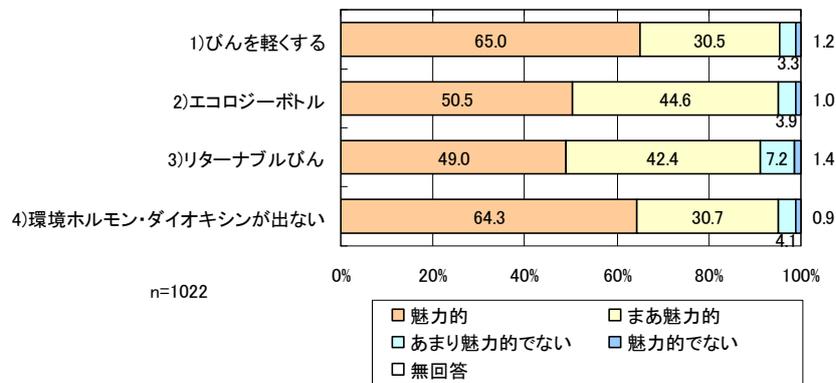
※ガラスびんに関する事柄の説明呈示後

4-3-4. ガラスびんに関する取り組みの魅力度

◆ガラスびんに関する事柄説明後の取り組みの魅力度は、「魅力的」「まあ魅力的」をあわせると、どの取り組みも9割以上が魅力を感じている

◆『びんを軽くする』『環境ホルモン・ダイオキシンが出ない』について各65%程度がTOPBOXである「魅力的」と回答しており、4つの取り組みの中では魅力度が高い

図表4-3-4-1. ガラスびんに関する取り組みの魅力度



※ガラスびんに関する事柄の説明呈示後

4-3-5. リターナブルびん商品の購入意向

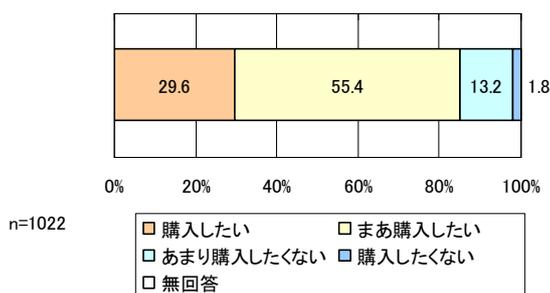
◆ガラスびんに関する事柄説明後のリターナブルびん商品の購入意向は、「購入したい」(29.6%)と「まあ購入したい」(55.4%)をあわせ、85.0%に購入意向がみられる

◆リターナブルびんの取り扱い先が増え、普段食品や飲料を購入するお店(スーパーやコンビニなど)でリターナブルびん入り商品を販売していたら、リターナブルびんを選択するかについては、「リターナブルびんを選ぶ」が6割、「リターナブルびん以外の商品を選ぶ」が1割、「どちらでも構わない」が3割

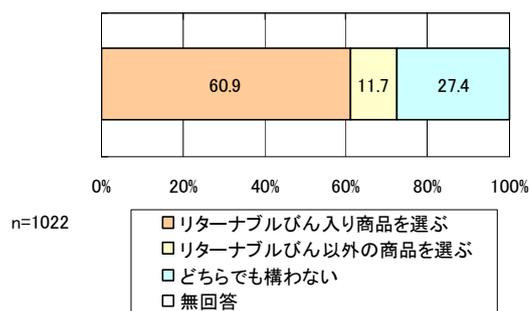
◆リターナブルびん商品購入意向理由は、「ゴミが減る」が8割、「原料や資源の節約になる」が7割、「二酸化炭素の排出量削減になる」が6割弱

◆リターナブルびん商品を、あまり購入したくない、購入したくないと回答した人の非購入意向理由は、「返却が面倒」(51.0%)がトップ、「汚い感じがする」(45.1%)が2位。次いで、「重い・割れるなど、ガラスびん自体が扱いづらい」「返却までの保管がかさばる」も各3割みられる

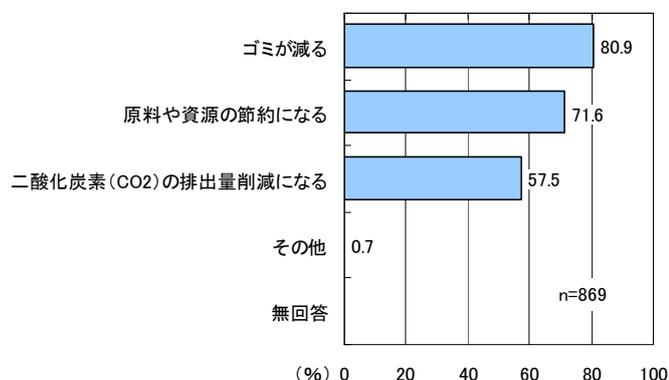
図表4-3-5-1. リターナブルびん商品の購入意向



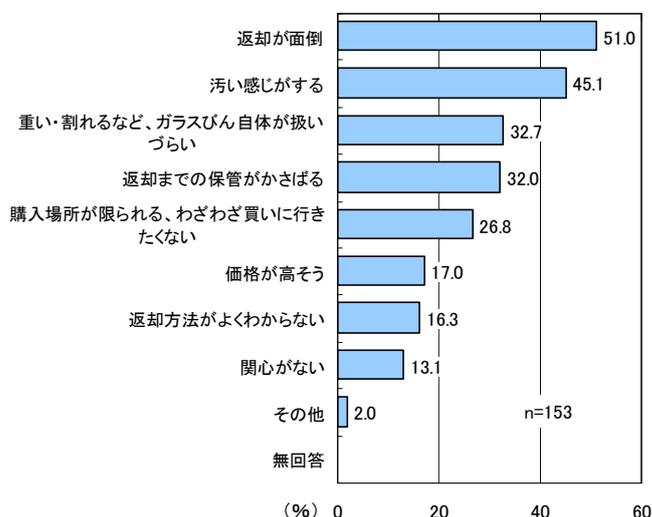
図表4-3-5-2. 普段食品を購入する店がリターナブル対応となった場合の選択意向



図表4-3-5-3. リターナブルびん商品の購入意向理由<複数回答>—購入したい人に占める比率



図表4-3-5-4. リターナブルびん商品の非購入意向理由<複数回答>—購入したくない人に占める比率



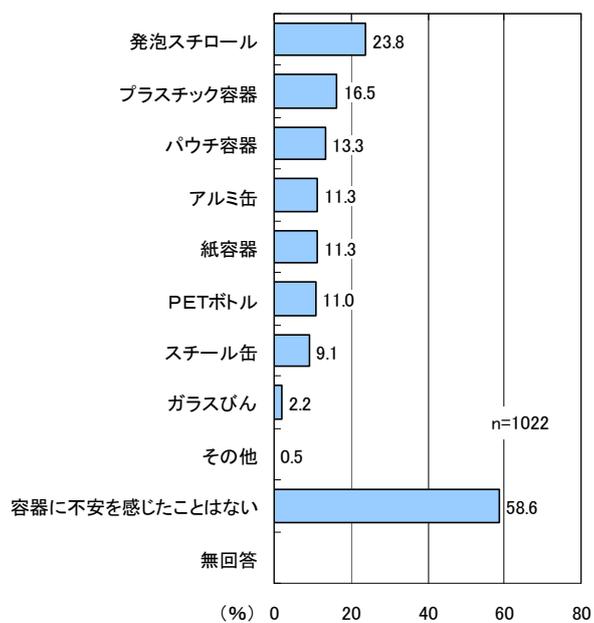
※ガラスびんに関する事柄の説明呈示後

4-4. 食の安全性への意識

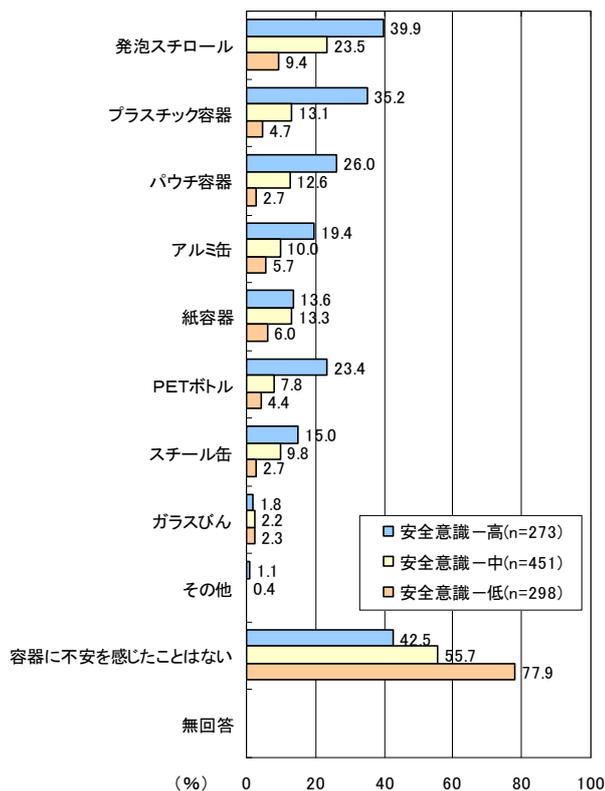
4-4-1. 食品が入っていて不安を感じる容器

- ◆「容器に不安を感じたことはない」人が6割を占める
- ◆食品が入っていて不安を感じる容器は、「発泡スチロール」が23.8%、「プラスチック容器」が16.5%など。その他に「パウチ容器」「アルミ缶」「紙容器」「PETボトル」も1割以上みられる中、「ガラスびん」は2%程度でほとんどみられない
- ◆食の安全意識が高いほど、多くの容器について不安を感じた割合が高い傾向がみられるが、「ガラスびん」ではどの層でも2%程度とほとんどみられない

図表4-4-1-1. 食品が入っていて不安を感じる容器<複数回答>



図表4-4-1-2. 食の安全意識別 食品が入っていて不安を感じる容器<複数回答>



4-4-2. 食品が入っていて不安を感じる具体的な内容

- ◆ 容器に不安を感じた理由としては、「環境ホルモンなど有害な物質が溶け出しそう」という意見が、『発泡スチロール』『プラスチック容器』『PETボトル』を中心に多く挙げた。場面としては、熱湯や電子レンジといった熱が加わったとき、酸性食品が入っているとき、容器素材のにおいがしたときなど
- ◆ その他には、耐久性への不安や、衛生面への不安が挙げた

図表4-4-2-1. 食品が入っていて不安を感じる具体的な内容<自由回答>

カテゴリ	内容
発泡スチロール	・あまり清潔感を感じない(女性 22歳)
	・お湯を入れて作るカップラーメンなどは 溶け出すことはないのかと思う(女性 52歳)
	・ちょっと不衛生に感じる(女性 53歳)
	・とけて食品に付着してそう。(男性 26歳)
	・環境ホルモンの問題があるのではないかと(男性 25歳)
プラスチック容器	・容器が砕けていたことがあり、食品に混入しているのではないかと(男性 32歳)
	・コンビニのお弁当を電子レンジにかける時、有害物質みたいなものが出ないかどうか、少々不安でした。(女性 37歳)
	・プラスチック容器の時に容器と内容物と反応したような変な臭いがした。何か有害物が発生している気がした。(男性 31歳)
	・環境ホルモン(女性 41歳)
	・匂いが気になる(男性 39歳)
パウチ容器	・容器を作っている原料がきになる。(女性 54歳)
	・パウチはレトルト食品によく使われているがそれを加熱する場合があります、有害な成分が加熱により溶け出すのではないかと心配になった(女性 54歳)
	・どの品も食品に直接触れていながら、開封後にも悪戯されやすい。特にパウチモノは危ない。(女性 37歳)
	・食品が変色してたから(女性 35歳)
アルミ缶	・特にパウチ容器で、ちゃんと新鮮さが保たれているのかどうか不安になることがある。(女性 17歳)
	・アルミが溶け出すのではないかと(男性 35歳)
	・アルミに含有される成分の影響(女性 19歳)
	・アルミ缶に関して、アルミはアルツハイマーを引き起こすらしいと聞いたことがあるので。(男性 32歳)
紙容器	・ジュースなど(特に温かいもの)、飲んだときに紙やアルミなどの香りがしたので、気になった。(女性 34歳)
	・紙だと軽くて便利なのだが耐久性に弱そうで不衛生な感じをやや受ける。(男性 26歳)
	・紙のにおいが飲み物に染み付いているから。(男性 36歳)
	・密封性がないのに、数日間保存するものがあるので心配がある。(女性 31歳)
PETボトル	・容器自体が劣化していたので(男性 24歳)
	・PETボトルを作る時に使用する強酸性と中和する強アルカリ薬品の使用が不安(男性 42歳)
	・ダイオキシン(女性 35歳)
	・ペットボトルやプラスチック容器に酢や梅干など酸性食品が入っていると容器の成分が溶け出すのではないかと心配。(女性 51歳)
スチール缶	・印刷のインクや接着剤(女性 44歳)
	・化学物質が溶け出さないか(男性 50歳)
	・ふたを開けた後や、使いきった後、一度洗う時によく手を切ってしまうから。(女性 34歳)
ガラスびん	・液体のものを入れて長期保存をしていたら、溶けるイメージがあるため。(女性 23歳)
	・酸化していないのか不安になったことがある。紙容器に液体を入れたとき、表面のコーティングが取れるのではないかと不安になる。(男性 45歳)
	・かけてたりしたことがあった(男性 30歳)
ガラスびん	・リサイクルで実は綺麗じゃないのではないかと(男性 33歳)
	・色が変色していても、色つきガラスだとよく見えなかったから(男性 55歳)

