

アンケート結果の分析

【注記】 アンケートの集計結果は資料2-2を参照

1 アンケート各問の分析

視 点	集計結果	分析コメント
来館者の属性 (Q2～Q3)	40歳代以上が95% 月1回以上来館が77%	比較的高齢層の市民が繰り返し来館している。
来館目的 (Q4)	ショッピング58% 家具17%	多くの人がりサイクルショップ目的で来館している。
課題への関心 (Q5、Q13)	8割以上が関心あり 10年前に比べ比率上昇	市民は3Rに高い関心を持っている。
来館効果 (Q6)	8割以上が3Rを実践	来館者の啓発につながっている。
【ショッピング】		
メリット (Q7)	継続利用、公営、自宅 近隣、現物確認、安価 が上位	近所で通いなれた店として利用されている。出品すれば収入になる点も評価されている。
デメリット (Q8)	出品時の制限、品揃え 悪いが上位	出品する際の不満が大きい。購入者寄りの運営ルールによる結果か。
【家具】 メリット (Q9)	継続利用、公営、現物 確認、安価が上位	現物を見ながら安価に購入できる店として利用されている。
【イベント】 受講効果 (Q10)	啓発効果54%が持続	受講後効果は次第に減衰する。継続した啓発が必要。
市への要望 (Q11)	フリマ・バザー開催47% 情報提供・支援42%	リユースの場の提供、情報提供が求められている。
情報入手経路 (Q14)	広報・回覧が減少 ネット経由が増加	紙媒体、電子媒体の両方で情報提供する必要がある。

2 傾向と課題

アンケート結果で得られた傾向をもとに、リサイクルプラザの事業再構築を検討するうえでの課題を抽出する。

アンケート結果の傾向	検討する上での課題
3Rに関心を持った高齢層の市民がリサイクルショップ利用目的で繰り返し来館している。	3Rに関心が低い層へ広く啓発することが本来必要ではないか。
ショップは通いなれた店として利用されているが、出品時の不満も大きい。	リユース促進の方法として現在の運営方法が適切かどうか再検討が必要ではないか。
現物確認できて安価な点で、リサイクル家具が支持されている。	運営上の課題が克服できれば、さらに利用が広がる余地があるのではないか。
リユースの場の提供として、フリマ・バザーの開催が求められている。	余りルールに縛られず、自由に売買できる形式が支持されているのではないか。
3Rの情報提供が求められており、電子媒体ルートを求める声が増している。	電子媒体ルートにマッチした情報提供の方法を考える必要があるのではないか。