

衣料品回収の協力促進に向けた生活者の意識と行動の考察 ～長崎市における衣料品回収事業をもとに～

大田原和希

1. 背景・論点

ファッション製品は保健衛生機能と装飾審美機能を持ち、経済的にも重要な産業である。しかし、近年の衣料品の生産・消費の急増、特にファストファッションの影響で、「修理よりも買い替え」が主流となり、大量生産・大量廃棄が進行している。衣服の製造には大量の二酸化炭素排出や水資源の消費が伴い、日本では年間約70万トンの衣服が廃棄されるが、その再資源化率は5%にとどまる。ファッション産業のサステナブル化には、ライフサイクル全体を通じた課題解決が求められており、生産・流通段階では原料調達や在庫管理、消費・排出段階では環境配慮意識の向上や適切な回収システムの整備、排出後ではリユース・リサイクル技術の確立が必要である。

消費者のファッションと環境への関心は高まりつつあるものの、実際の行動には結びついていない。環境省の調査によると、サステナブルファッションの認知率は52.1%に達するが、実際に行動しているのは3.7%にすぎない。衣服のリペア率も2020年の14.3%から2022年には6.3%に減少しており、リサイクルやリユースの認知が十分に浸透していないことが課題とされる。また、衣服購入時に環境配慮を意識する人の約4割が、処分時には可燃ごみとして排出しているため、持続可能な行動に結びついていない。こうした状況を改善するためには、「衣服の回収のしやすさ」「分かりやすい情報発信」「リペア・リユースの利用しやすさ」「企業の環境配慮の情報公開」などの対策が求められる。さらに、消費者教育を通じた意識改革が必要とされ、衣服の排出行動には製品の要因（色・サイズなど）や生活環境の要因（保管スペース・取得しやすさなど）が影響を与えている。サステナブルファッションを実現するためには、社会システムの構築と個人の志向性に配慮した施策が重要である。

日本の衣料品の資源循環システムには、回収・分別・再生・製造・販売の各段階で課題があり、特に回収システムの未整備が大きな問題となっている。法的な位置づけが曖昧で自治体ごとに対応が異なり、全国的な統一回収が困難である。衣料品の回収には行政回収・集団回収・店頭回収の3つのルートがあるが、それぞれに課題がある。行政回収は回収を引き受ける事業者がいない自治体では実施が困難であり、集

団回収は高齢化や収益性低下の影響を受けている。店頭回収は受け入れやすいものの、自治体ごとに分別基準が異なるため、消費者の資源認識が低下する要因となっている。

衣料品の生産・廃棄に伴う環境負荷は大きく、回収・リサイクルを主導する主体が不明確であるため、仕組みが十分に確立されていない。今後、生活者の意識改革と自主的な参画の促進が不可欠であり、行政や事業者も回収を促す施策を検討する必要がある。しかし、先行研究では回収事業に対する生活者の行動や認識に関する具体的な分析が不足しており、生活者に寄り添った利便性の高い回収システムの整備が求められている。

2. 研究の目的・意義

本研究では、生活者における不用衣料品への資源意識や衣生活における実態とその行動要因について、長崎市民を対象とした質問票調査を通して考察する。回収のための社会の仕組みづくりの主体として、自治体を取り上げ、長崎市が実施する古着の拠点回収を自治体や地域における資源循環に向けた事例として扱う。その認知度や利用経験の有無、協力意図を問いながら、事業における現状を把握し、今後の自治体や地域が主体となっていく資源の循環に向けた取り組みの在り方について議論することを目的とする。

自治体の行う回収活動について着目し、効果的な啓発手段や政策提言につなげることを本研究の意義とし、今後の地域社会において、サステナブルファッションの実現に向けた具体的な施策設計や生活者個人の行動促進のための参考資料となることを期待する

3. 質問票調査

3.1. 調査方法

本研究では、長崎市民を対象に衣料品の購入や処分に関する認識と行動を調査するため、2024年12月6日から12月30日にかけて質問票調査を実施した。調査は商業施設やイベント会場周辺で行われ、QRコードの読み取りや聞き取り方式を用いた。母集団となる長崎市民の人口は約39万人(2024年10月時点)で、必要なサン

ルサイズは 272 件と算出されたが、最終的に 217 件の有効回答を分析対象とした。

質問項目は、(1) 衣生活での行動（購入や処分）、(2) 環境負荷に関する認識、(3) 長崎市の衣料品回収事業への理解、(4) 回答者の属性（年代・性別・居住地域・家族構成）で構成された。特に、衣料品の環境負荷や社会貢献意識、廃棄時の「もったいなさ」などの認識、計画的な購入や年間購入金額といった行動面について詳細に分析する。また、長崎市が実施する古着の拠点回収の現状についても調査し、新型コロナによる中断を経て 2024 年 4 月に再開された事業の影響や、市民の衣料品処理方法との関連を考察する。統計分析ではロジスティック回帰分析を用い、衣料品の購入・廃棄行動と回収事業への関心の関係を検討する。

3.2. 調査結果

回答者は、男性 90 名 (41.5 %)、女性 127 名 (58.5 %) で、女性の方がやや多い。年代別では、20 代が最も多く (21.1 %)、次いで 40 代 (16.6 %)、30 代 (15.7 %) と続く。

長崎市民の衣生活について、家庭で衣服を着なくなった理由として、「似合わなかった」(37.3 %)、「着る機会がなかった」(18.6 %) 等があげられた。一方、「ほとんどない」と回答した人は 7 % だった。不用衣料品の処理方法は「可燃ごみとして処理」(37.3 %) が最多で、「手間がかからない」ことが主な理由である。一方で、「身内・友人への譲渡」(13.0 %) も一定数いた。購入時の態度では「2 年以上着られるものを買う」(27.6 %) が最も多く、価格を意識する傾向も見られた。年間の衣料品購入額は「1 万~3 万円未満」(36 %) が最多で、全国平均より低い結果だった。

市が実施する古着回収の認知度は 33.6 %、利用経験者は 7.8 % と低い。一方で、約 76.5 % が今後利用に前向きだった。利用を妨げる要因として「回収場所の把握不足」(約 50 %)、「持参の手間」(約 19 %) が挙げられ、周知や利便性の向上が今後の課題といえる。

4. 計量分析

4.1. 分析モデル

本研究では、「古着の拠点回収の利用経験の有無」および「古着の拠点回収への協力意図」の 2 つの要素を分析対象とし、それらに影響を与える要因を明らかにするためのモデルを構築した。

要因は、「認識」「行動」「属性」の 3 つの観点から仮説を立て、消費者教育に関する先行研究や消費者庁の「サステナブルファッション」に関する意識調査を参考に分析フレームワークを作成した。

分析手法にはロジスティック回帰分析を採用した。ロジスティック回帰分析は、目的変数が 2 値 (0 または 1) を取る場合に適用される統計モデルであり、ある要因の影響によって特定の現象が発生する確率を予測する手法である。本研究では、2 つの目的変数（「利用経験の有無」「協力意図」）と、それぞれの説明変数との関係を数式で表し、分析を行った。オッズ比を用いることで、各説明変数が目的変数に与える影響を評価している。説明変数としては、「年代」「性別」などの属性的要素、「環境負荷意識」「社会貢献実感」「廃棄時のもったいなさ」などの認識的要素、「計画的購入」「年間衣料品購入金額」などの行動的要素を設定した。例えば、環境意識が高い人ほど古着回収に協力する意向が強いのではないかと、計画的に衣料品を購入する人ほど拠点回収を利用しているのではないかとといった仮説に基づいて分析を進めた。

これらの分析モデルを通して長崎市民の衣生活に関する「認識」と「行動」が古着の拠点回収の利用や協力意図にどう影響するかを分析することを目的としている。

表 1 変数リスト

変数	測定内容
ENV_1	衣料品の生産と環境負荷についての認識
CON_2	不用衣料品回収への協力における意識
WAS_3	不用衣料品排出における意識
PUR_4	衣料品を計画的に購入しているかどうか
PRI_5	年間に衣料品を購入する金額
AGE_6	10代/20代/30代/40代/50代/60代/70代～
GEN_7	男性 / 女性

4.2. 分析データ

ロジスティック回帰分析に用いる説明変数の基本統計量を示した結果、多くの変数は最小値と最大値の中間付近に分布しており、大きな偏りは見られなかった。しかし、「社会貢献実感」(CON_2) の平均値は 0.802 (標準偏差: 0.399, 中央値: 1) と最大値に近く、多くの人が古着回収を通じて社会貢献を実感すると回答したことが分かった。ただし、回収の認知率が約 3 割である点を考慮すると、必ずしも行動と結びついているとは言えず、「協力すること」に関する質問の影響で肯定的な回答が増えた可能性がある。このこと

から、生活者の行動変容を促し、その意義を認識させる機会の提供が必要と考えられる。

また、年代についてはデータのばらつきが見られたが、平均値3.797(中央値:4)となり、30~40代が中心層であることが分かった。

表3 説明変数の基本統計量

変数	単位	平均値	標準偏差	最小値	最大値
ENV_1	ダミー変数	0.452	(0.498)	0	1
CON_2	ダミー変数	0.802	(0.399)	0	1
WAS_3	ダミー変数	0.673	(0.469)	0	1
PUR_4	ダミー変数	0.521	(0.5)	0	1
PRI_5	ダミー変数	0.585	(0.493)	0	1
AGE_6	年代(連続変数)	3.797	(1.852)	1	7
GEN_7	ダミー変数	0.415	(0.493)	0	1

4.3. 分析結果

表3に、「古着の拠点回収の利用経験」を目的変数としたロジスティック回帰分析の結果(考察に値するモデル(1),(4),(5))を示す。「古着の拠点回収の利用経験」に最も影響を与えている要因は年齢()であり、p値が0.01以下と統計的に有意であった。年代が上がるにつれて、拠点回収の利用経験が増加する傾向が確認され、特に50代以上の認知率は42%以上と高かった。一方、10~40代の認知率は平均26%と低い水準にとどまった。

「衣料品の廃棄時のもったいなさ」(WAS_3)については、係数と限界効果ともに負の値を示し、利用経験への影響が見られなかった。同様に、「衣料品の生産時の環境負荷意識」(ENV_1)や「社会貢献実感」(CON_2)も統計的に有意ではなく、現状として、環境意識が拠点回収の利用経験に結びついていないことが示唆された。

また、「計画的な購入」(PUR_4)や「年間の衣料品購入金額」(PRI_5)は、限界効果の値が0.017~0.045と小さく、これらの要因も利用経験に大きな影響を与えていないことが分かった。衣料品への関心が高いほど廃棄以外の行動を取るとされていたが、拠点回収の利用経験とは明確な関係が確認できなかった。さらに、性別(GEN_7)については、偏回帰係数が負の値を示し、男性よりも女性の方が古着の拠点回収を利用する傾向があることが分かった。

表3 古着の拠点回収の利用経験を目的変数としたロジスティック回帰分析

説明変数	(1)		(4)		(5)	
	係数 (標準偏差)	限界効果	係数 (標準偏差)	限界効果	係数 (標準偏差)	限界効果
ENV_1	0.935** (0.385)	0.153	0.961** (0.381)	0.157	0.782** (0.389)	0.124
CON_2	1.045*** (0.391)	0.205	1.078*** (0.400)	0.212	1.099*** (0.417)	0.211
WAS_3	0.036 (0.387)	0.006	0.023 (0.400)	0.004	0.010 (0.417)	0.002
PUR_4			0.012 (0.346)	0.002		
PRI_5			0.095 (0.400)	0.016	0.062 (0.340)	0.010
AGE_6			0.088 (0.090)	0.015	0.053 (0.086)	0.009
GEN_7					-1.003*** (0.353)	-0.171
定数項	0.016 (0.351)		-0.370 (0.532)		0.321 (0.540)	
標本数	217		217		217	
R ² (決定係数)	0.078		0.083		0.118	
対数尤度	-109.0		-108.5		-104.4	

※ p<0.1のとき「*」、p<0.05のとき「**」、p<0.01のとき「***」

表4に、「古着の拠点回収の利用経験」を目的変数としたロジスティック回帰分析の結果(考察に値するモデル(1),(4),(5))を示す。「古着の拠点回収への協力意図」に影響を与える主な要因は、「衣料品の生産時の環境負荷意識」(ENV_1)と「衣料品回収への社会貢献実感」(CON_2)であることが明らかとなった。両変数の偏回帰係数はそれぞれ0.935(ENV_1)、1.045(CON_2)であり、オッズ比に換算すると2.547(ENV_1)、2.843(CON_2)となり、これらの意識が高いほど協力意図が強まることが示唆された。

一方、「衣料品の廃棄時のもったいなさ」(WAS_3)は、限界効果が0.002~0.007と非常に小さく、協力意図に対する影響はほぼないと考えられる。また、「計画的な購入」(PUR_4)や「年間の衣料品購入金額」(PRI_5)についても、限界効果が0.010~0.022と低く、拠点回収への協力意図に対する影響は小さいことが分かった。

前述の分析(表参照)で「利用経験」に対して有意であった「年代」(AGE_6)は、本モデルでは有意な値を示さず、限界効果も0.009と低いため、協力意図には大きな影響を与えていないことが判明した。また、「性別」(GEN_7)は偏回帰係数が負の値を示し、女性の方が男性よりも協力意図が高いことが確認された。

表4 古着の拠点回収への協力意図を目的変数としたロジスティック回帰分析

説明変数	(1)		(4)		(5)	
	係数 (標準誤差)	限界効果	係数 (標準誤差)	限界効果	係数 (標準誤差)	限界効果
ENV_1	0.531 (0.501)	0.038	0.831 (0.5711)	0.044	0.746 (0.550)	0.037
CON_2	0.526 (0.779)	0.032	0.798 (0.727)	0.032	0.847 (0.707)	0.032
WAS_3	-0.058 (0.583)	-0.004	-0.045 (0.592)	-0.002	-0.034 (0.589)	-0.002
PUR_4						
PRO_5			0.521 (0.630)	0.031	0.520 (0.630)	0.028
AGE_6			0.491*** (0.166)	0.024	0.480*** (0.166)	0.023
GEN_7					-0.650 (0.602)	-0.030
定数項	-3.142*** (0.803)		-5.864*** (1.192)		-5.613*** (1.179)	
標本数	217		217		217	
R ² (決定係数)	0.016		0.118		0.129	
対数尤度	-58.68		-52.55		-51.94	

※ p<0.1のとき「*」、*p<0.05のとき「**」、p<0.01のとき「***」

5. 考察

5.1. 古着の拠点回収 (長崎市実施) の現状と展望

5.2. 自治体が主体となる資源回収循環の在り方

日本各地の自治体は、地域特性に合った繊維製品の資源循環システムを構築することが求められている。本研究では、国内の先行事例をもとに、衣類回収の成功要因を考察する。愛知県蒲安市では、市内に回収ボックスを設置し、イベントを通じたリユースの実証事業を実施。東京都中央区では、学校での標準服回収・補修・譲渡を行う「りゅぽ〜と」を展開。北九州市では、行政・事業者・NPO が協力し、寄付形式での古着回収が定着している。これら自治体の成功要因として、(1) 回収した衣類の使い道が明確であること、(2) サプライチェーンの理解とステークホルダーとの適切な連携が挙げられる。長崎市においても、拠点回収の実績やリサイクル率が不透明であり、需要と供給のバランスを考慮した回収体制の整備が必要である。また、従来の方式では経済的に成り立たなくなっており、効果的な回収・再利用の仕組みを明確にすることが課題である。

6. 結論

本研究では、長崎市における古着の拠点回収の利用促進に影響を与える要因として、環境負荷意識と社会貢献実感の2つが主要な説明変数であることを明らかにした。衣料品の生産時の環

境負荷を認識するほど廃棄以外の排出方法を選択しやすく、社会貢献実感が強いほど拠点回収への協力意向が高まる傾向が見られた。一方、もったいなさの感情は大きな影響を与えておらず、ブランド品等を主に扱う店頭回収と異なり、心理的な抵抗感なく回収に協力できる可能性が示唆された。また、持続可能な回収システムの構築には、回収後の用途の明確化と地域の関係者との連携が重要である。東京都中央区や蒲安市の事例から、用途の明確化が市民の納得感を高め、回収率向上につながることを示されている。長崎市では、回収量やリサイクル率の不透明さ、残差処分費用の課題が指摘されており、今後、①市民への情報発信、②リユース・リサイクル先の特定による効率的な回収計画の策定、③繊維関連企業やリユース団体との連携強化が求められる。

7. 参考資料

- 1) 岩地 加世 (2010) “衣” との付き合い方—これでいいの？ 衣類のリサイクル—, 廃棄物資源循環学会誌, Vol. 21, No. 3, pp. 132-139
- 2) 岡野 隆宏 (2023) ファッションと環境に関する日本の現状と課題, 廃棄物資源循環学会誌, Vol. 34, pp. 158 - 167.
- 3) 環境省 (2023) 令和4年度循環型ファッションの推進方策に関する調査業務, https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/goodpractice/case26.pdf (2024年11月11日参照)
- 4) 環境省 (2022) サステナブルファッション, https://www.env.go.jp/policy/sustainable_fashion/ (2024年9月28日参照)
- 5) 平尾 雅彦 (2023) サステイナブル・ファッション実現に向けた課題と展望, 廃棄物資源循環学会誌, Vol. 34, No. 3, pp. 147 -157.
- 6) 森 朋子 (2023) サステイナブル・ファッションの促進に向けた教育の課題と展望, 廃棄物資源循環学会誌, Vol. 34, No. 3, pp. 205 -214.
- 7) 山口 庸子, 生野 晴美 (2019) 衣生活論 持続可能な消費と生産, アイ・ケイコーポレーション