

企画名：ネオニコチノイドと暮らす：京都におけるネオニコチノイドを含有する家庭用品の使状況
消費者 動向・意識の探求

団体名：スピーゲルバーグ マキシミアン

1. 報告要旨

我々は、ネオニコチノイド系殺虫剤7種類およびフィプロニルを成分に含む家庭用製品に関し、京都市内の店舗での販売状況、また京都市民へのオンライン・アンケートを通じて、消費者の使用状況やその認識を把握する調査を行った。調査内容は①調査前の商品リストアップ、②市内全域のドラッグストア・ホームセンター・園芸用品のマッピング、③ドラッグストア 67 店舗、ホームセンター5 店舗、園芸用品店 6 店舗の訪問調査(9 人のボランティアの協力)。結果分析。④調査結果を含めたネオニコチノイド製品の、リスト作成(成果 4.一般公開可)、⑤京都市民 1,000 名へのオンライン・アンケート調査である。

調査の結果、京都市内では 55 種類(ゴキブリ駆除などの屋内用 19 種類、アリ駆除や園芸用などの屋外用 36 種類)が店舗で販売されていた(2018 年夏現在)。その販売方法や容器の表示などの問題として、「商品には個々の薬剤名が書かれているため、どれがネオニコ含有製品かわからない」「パッケージが似ている上、同じブランドでも商品によって含有薬剤が異なる場合がある」「安全使用上の注意書きが小さくわかりづらい」「製品の形状や不適切な使用によっては、薬剤が直接体に触れる危険性がある」、「複数の成分(ネオニコ+殺菌剤など)が混合されている製品がある」「適切な廃棄方法が不明」といった点が指摘できる。また、店舗では大手メーカーの商品以外に、チェーン店のオリジナル商品(後発品)も販売されていた。商品の傾向として、薬剤の効き目を大きく謳うパッケージがある一方、逆に見た目がスタイリッシュな製品や、室内のインテリア小物風の商品が販売されているなど、「殺虫」というイメージをより「ソフト化」させる路線がある。また、オンライン調査でネオニコチノイドの認知度を調査したところ、「ネオニコチノイド」という単語やその特徴について知っている人は 10~15%と少ないものの、諸外国の規制状況を知ると、78%が使用について使用を再検討すべきと答え、商品開発会社に対しては「環境にやさしい製品を開発してほしい」、国に対しては「商品ラベルを見やすくわかりやすいものにしてほしい」といった回答率が高かった。

身近なネオニコチノイド、フィプロニル含有製品としては、家屋のシロアリ駆除剤、およびペットのノミ取り剤がある。京都市獣医師会の方々、関西・北陸しろあり対策協会の会長にもインタビューを行ったが、インタビューからは、現段階では大きな問題を把握していない旨の回答を得た。しかし、シロアリ駆除剤とペット用製剤については、今後もさらなる調査が必要である。

2. 成果物

1. 店舗調査用製品チェックリスト
2. 京都市消費者オンライン・アンケート結果(2019.3)
3. 京都市内店舗調査結果(2018 年夏)
4. ネオニコチノイド含有商品リスト

[家庭用・業務用殺虫剤](#) / [家庭園芸用農薬](#)