

報道関係各位

2020年7月9日
株式会社クロス・マーケティング

コンビニでの買い物、2人に1人は買い物用バッグを持参 レジ袋有料化の最大の懸念点は「自宅のゴミ袋がなくなる」こと

－レジ袋有料化に関する調査－

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「レジ袋有料化に関する調査」を実施しました。7/1（水）から全国でプラスチック製買物袋の有料化が開始され、買い物の際にエコバッグなど買い物用袋を持ち歩く人も増えたのではないのでしょうか。今回は、コンビニで買った商品の持ち帰り方と、レジ袋の有料化で不都合に思うことについて分析しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200709shopping/>

■調査結果

✓コンビニで買い物時、「持参の買い物用バッグ」の利用は全体で56%、女性では7割。 レジ袋を購入する人は全体の1割弱に留まる。

【コンビニで買った商品の持ち帰り方】は「持参した買い物用バッグ（エコバッグ等）に入れる」が56.0%と最多。「袋に入れず、手持ちやバッグの中に入れる」人は2割弱。店側で用意した「レジ袋を購入する」人は1割弱に留まった。〈図1〉

男女別にみると、女性の「持参した買い物用バッグ」の利用割合が大きく、男性の4割強に対して、女性は7割に及んだ。男性は4人に1人が「袋に入れない（手持ち、またはバッグの中に入れる）」という結果になった。〈図2〉

✓レジ袋の有料化、最大の懸念点は「自宅のゴミ袋がなくなる」こと。

コンビニ利用に関わらず、レジ袋が有料化されたことで不都合に思うことのトップ3は、「自宅のゴミ袋がなくなる」、「袋やバッグを持参するのが面倒・忘れてしまう」、「エコバッグに入れるのに適さない商品がある」。

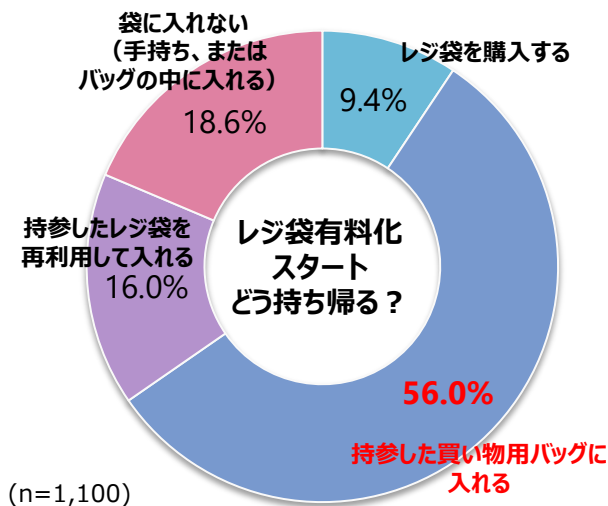
男女別にみると、「自宅のゴミ袋がなくなる」と「エコバッグに入れるのに適さない商品がある」の2点は特に男性よりも女性が気にしていることがわかった。さらに性別×年代でみると、「自宅のゴミ袋がなくなる」が特に多かったのは女性30代で、半数以上に及んだ。〈図3〉

今回のレジ袋有料化は、レジ袋を家庭のゴミ袋として再利用していた習慣を見直す機会にもなると推察される。

【コンビニで買った商品の持ち帰り方】

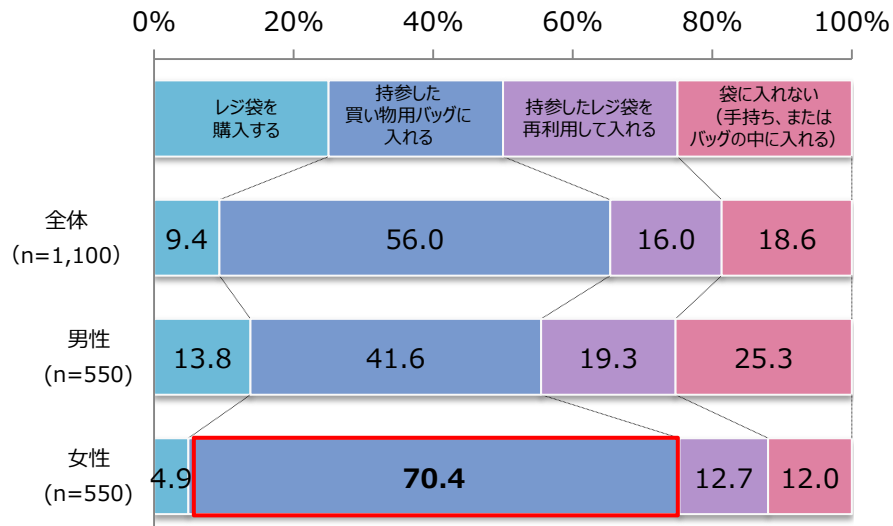
〈図1〉

全体結果

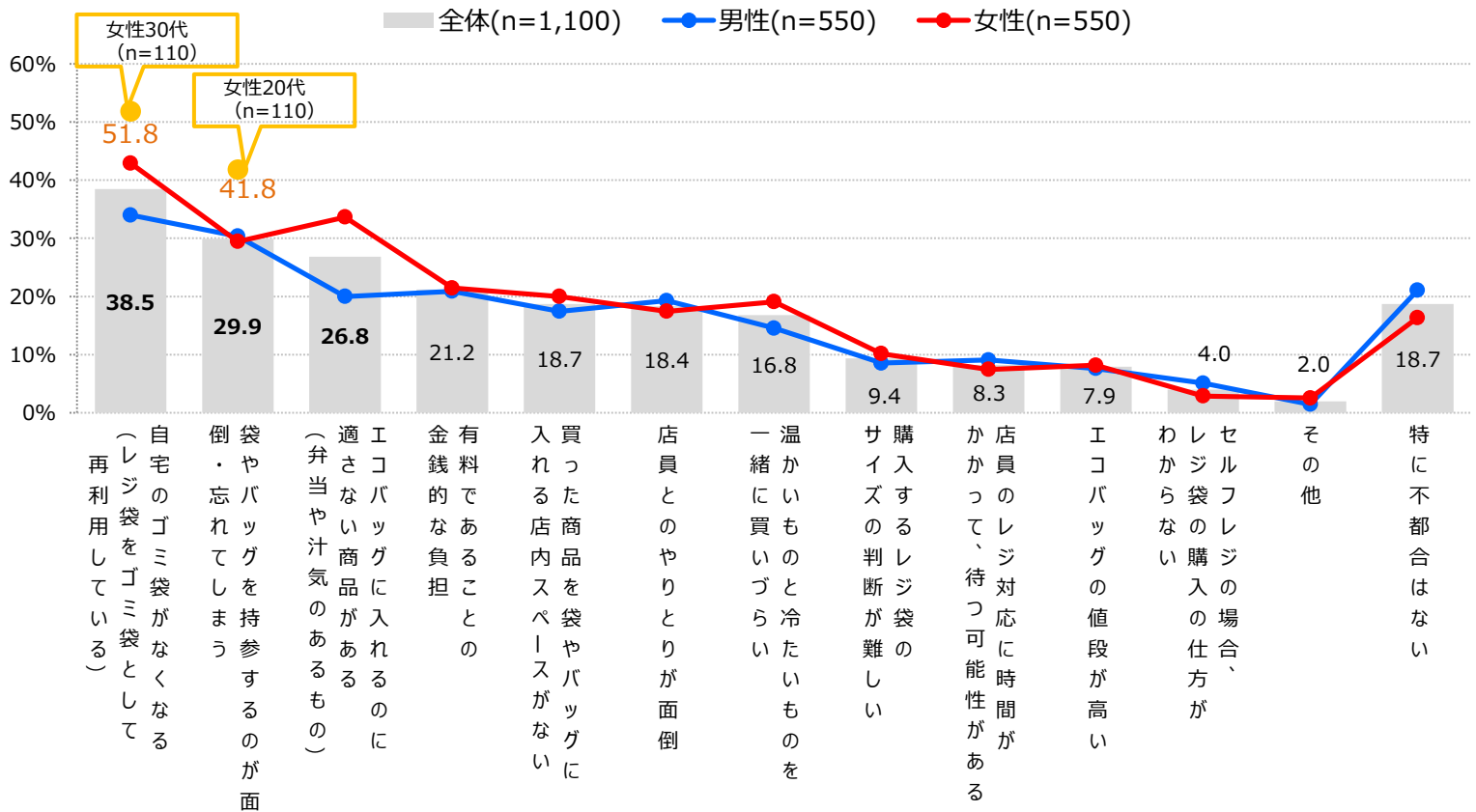


〈図2〉

男女比較結果



<図3> レジ袋の有料化で不都合に思うこと（複数回答）



■調査項目

- 属性設定
- 直近1週間の外出頻度
- 直近1週間で自分の「楽しみ」のために使った金額
- レジ袋有料化後のコンビニ商品の持ち帰り方
- レジ袋有料化で不都合に思うこと

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20200709shopping/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2020年7月7日（火）～7月8日（水）
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」