

報道関係各位

2020年10月20日
株式会社クロス・マーケティング

レジ袋有料化から3ヶ月、「買い物バッグ持参」が浸透 「まとめ買い」など、約4割が買い物意識・行動に変化

－レジ袋有料化に関する調査（第3回）－

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（第3回）」を実施しました。7月のレジ袋有料化から、第1回（2020/7/7-8）、第2回（2020/8/14-15）と調査を実施していますが、3ヶ月以上がたった今、マイバックの利用は定着しているのでしょうか。今回は、買い物時の商品の持ち帰り方法や、レジ袋有料化による買い物時の意識や行動の変化、レジ袋購入頻度の変化について分析しています。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20201020shopping3/>

■調査結果

- ✓ レジ袋有料化から3ヶ月が経過、買い物時の商品持ち帰り方法は「持参した買い物用バッグに入れる」が引き続き最多でマイバッグの浸透が窺える。「レジ袋を購入する人」は1割弱にとどまっている。〈図1〉

男性20・30代は「手持ち、またはバッグの中に入れる」が3割を超え、男性40-60代は「持参したレジ袋を再利用して入れる」が2割前後、女性40-60代は「持参した買い物用バッグに入れる」が7割以上と性年代別によって特徴がみられる。〈図2〉

- ✓ レジ袋有料化による買い物時の意識や行動の変化として、「コンビニなどにふらっと立ち寄る機会が減った」「できるだけ1つの店舗で買い物を済ませることが増えた」「1度にまとめ買いする機会が増えた」が上位3位に。約4割は買い物時に何かしらの意識や行動に変化が起きている。

性年代別にみると、「特に変化はない」は女性30代が35%と最も低く、「できるだけ1つの店舗で買い物を済ませることが増えた」「1度にまとめ買いする機会が増えた」がそれぞれ2割を超え、買い物を1度にまとめようとする傾向がうかがえる。〈図3〉

- ✓ 7月のレジ袋有料化時から「有料のレジ袋は極力買わないようにしている」は44%。

7月のレジ袋有料化時と比べて現在のレジ袋を買う頻度は、「自宅のゴミ袋が無くなる」等の理由で「増えた」と回答した人は1割弱。一方、「エコバックやレジ袋を持参する習慣がついた」等の理由で「減った」と回答した人は3割超。〈図4〉

【買い物時の商品持ち帰り方法（単一回答）】 (n=1,100)

〈図1〉 全体

〈図2〉 性年代別

■ レジ袋を購入する
■ 持参した買い物用バッグ（エコバック等）に入れる
■ 持参したレジ袋を再利用して入れる
■ 手持ち、またはバッグの中に入れる (%)



