

報道関係各位

2023年12月20日  
株式会社クロス・マーケティング

## セルフレジ使う？使わない？ 犬派？猫派？ 年賀状出す？出さない？ 気になる2択 あなたはどっち？

－ 2023年総決算！ あなたはどっち？（2023年） －

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「2023年総決算！あなたはどっち？（2023年）」と題し調査を実施しました。はたして、生活者の反応はどうか。今回は、生活にまつわるさまざまなテーマに関して、「自身が●●派と▲▲派のどちらなのか？」という二者択一形式で聴取しました。

◆自主調査リリースの続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20231220theendoftheyear/>

### ■調査結果

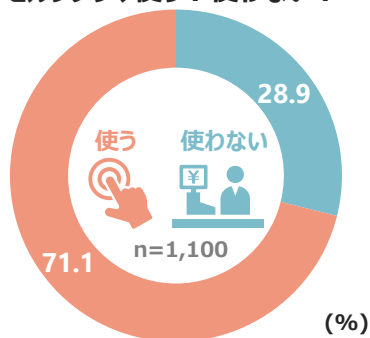
#### 【お金・お買い物編】セルフレジを「使う」が71.1%と多数派。日頃の支払いは「キャッシュレス」派に軍配。＜図1～図9＞

- ✓ 今欲しいのは、「お金」が74.5%、「時間」の25.5%。20代は「時間」が31.4%とやや多い。
- ✓ 買い物は、「実店舗」の方が好きが66.7%。年代が上がるほど「実店舗」の方が好きな割合が増える。
- ✓ レジ袋は、「買わない」が83.6%と多数。年代があがるほど「買わない」は増え、60代では9割超え。
- ✓ プレゼントとして欲しいのは、「モノ（目に見える物）」が77.9%に対して、「コト（目には見えない体験や経験）」が22.1%。
- ✓ 臨時収入があった場合は、「使う」よりも「貯金する」が67.1%と多数派。
- ✓ 投資に「興味がある」と「興味がない」はほぼ半々。年代別でも大きな差はみられない。
- ✓ 送料無料が5千円以上の場合、無理にでも5千円分は「買わない」が62.0%。

#### 【生活・エンタメ編】「猫」37.3%に対し、「犬」62.7%と「犬」好きが上回る。＜図10～図21＞

- ✓ テレビは自宅に「必要」が73.4%。60代は「必要」が86.4%に対し、20代では60.9%と差がある。
- ✓ 映画館で映画を観る際は、「エンドロールまで観る」が77.5%、「本編が終わったら席を立つ」が22.5%。
- ✓ 唐揚げにレモンを「かける」は47.5%、「かけない」が52.5%と半々。40代、50代は「かけない」派がやや多い。
- ✓ 飲み会での最初の一杯は、「ビール」と「ビール以外」は拮抗。年代が若いほど「ビール以外」の割合が高まり20代は6割を超える。
- ✓ 休みの日の過ごし方は、「アウトドア派」が31.1%に対して、「インドア派」が68.9%。
- ✓ バスタオルは「何回か使ってから洗う」が43.3%、「毎回洗う」の方が56.7%とやや多い。20代、30代は「毎回洗う」が6割超え。
- ✓ お風呂は「湯船につかる」が59.2%、「シャワーで済ます」は40.8%。年代が高いほど「湯船につかる」割合が増える。
- ✓ 2024年の紙の年賀状を「出す」は38.2%、「出さない」が61.8%。60代のみ「出す」が6割を占める。
- ✓ 初詣には「行く」が52.9%、「行かない」が47.1%と同程度。
- ✓ 「去年より良い年だった」が55.7%、「去年より良くなかった」44.3%。60代のみ「去年より良い年だった」が6割を超える。
- ✓ 来年は今年より「良くなる」が67.4%と「良くならない」の32.6%を上回る。60代は「良くなる」が73.6%と多い。

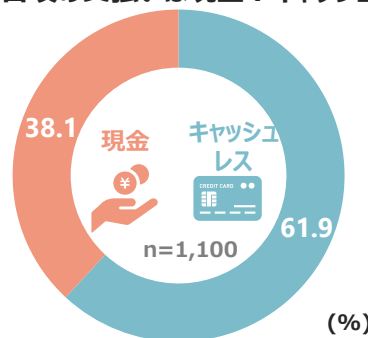
＜図1＞セルフレジ、使う？使わない？



(%)

20代 (n=220)	72.3	27.7
30代 (n=220)	79.5	20.5
40代 (n=220)	66.8	33.2
50代 (n=220)	74.5	25.5
60代 (n=220)	62.3	37.7

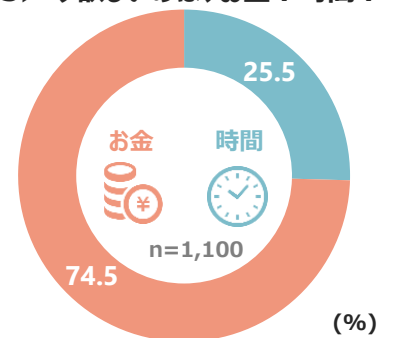
＜図2＞日頃の支払いは現金？キャッシュレス？



(%)

20代 (n=220)	40.9	59.1
30代 (n=220)	39.1	60.9
40代 (n=220)	44.5	55.5
50代 (n=220)	36.8	63.2
60代 (n=220)	29.1	70.9

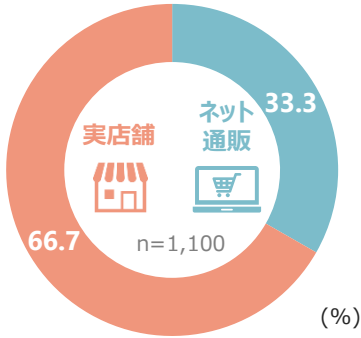
＜図3＞今欲しいのは、お金？時間？



(%)

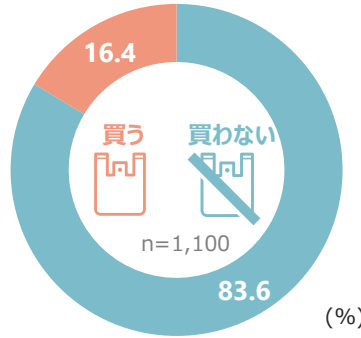
20代 (n=220)	68.6	31.4
30代 (n=220)	77.3	22.7
40代 (n=220)	75.5	24.5
50代 (n=220)	78.2	21.8
60代 (n=220)	73.2	26.8

<図4> 買い物をするのは、どちらが好き？



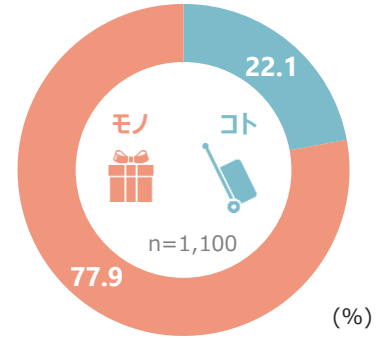
世代	実店舗 (%)	ネット通販 (%)
20代 (n=220)	60.9	39.1
30代 (n=220)	61.4	38.6
40代 (n=220)	62.3	37.7
50代 (n=220)	71.4	28.6
60代 (n=220)	77.7	22.3

<図5> レジ袋は買う？ 買わない？



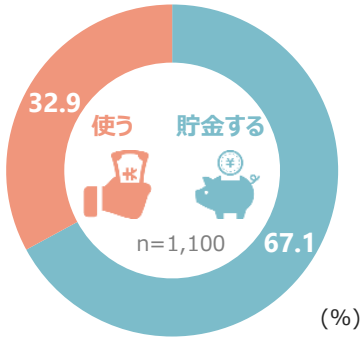
世代	買う (%)	買わない (%)
20代 (n=220)	26.4	73.6
30代 (n=220)	19.1	80.9
40代 (n=220)	17.7	82.3
50代 (n=220)	10.5	89.5
60代 (n=220)	8.2	91.8

<図6> プレゼントとして欲しいのは？



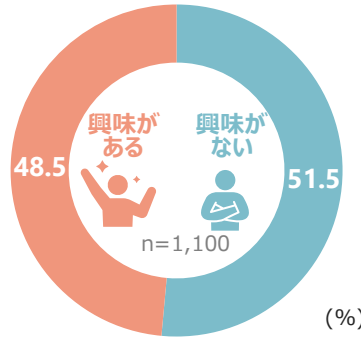
世代	モノ (%)	コト (%)
20代 (n=220)	74.5	25.5
30代 (n=220)	75.0	25.0
40代 (n=220)	81.8	18.2
50代 (n=220)	77.7	22.3
60代 (n=220)	80.5	19.5

<図7> 臨時収入があったら、どうする？



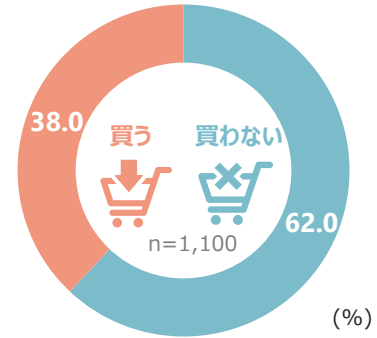
世代	使う (%)	貯金する (%)
20代 (n=220)	33.2	66.8
30代 (n=220)	36.4	63.6
40代 (n=220)	27.3	72.7
50代 (n=220)	28.6	71.4
60代 (n=220)	39.1	60.9

<図8> 投資に興味がある？ 興味ない？



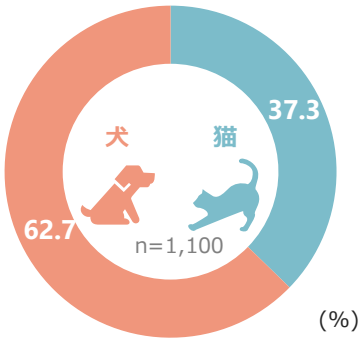
世代	興味がある (%)	興味がない (%)
20代 (n=220)	46.8	53.2
30代 (n=220)	51.8	48.2
40代 (n=220)	49.1	50.9
50代 (n=220)	48.6	51.4
60代 (n=220)	46.4	53.6

<図9> 送料無料のために、無理に5千円分買う？



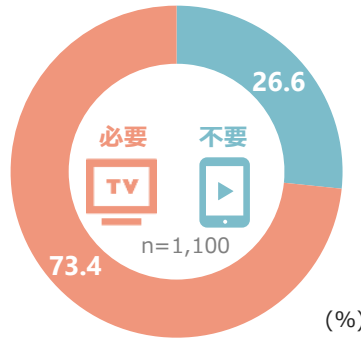
世代	買う (%)	買わない (%)
20代 (n=220)	34.1	65.9
30代 (n=220)	35.5	64.5
40代 (n=220)	38.2	61.8
50代 (n=220)	37.7	62.3
60代 (n=220)	44.5	55.5

<図10> 犬派？ 猫派？



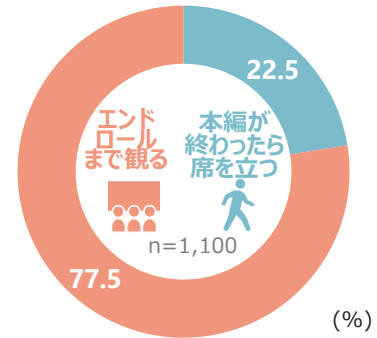
世代	犬派 (%)	猫派 (%)
20代 (n=220)	53.6	46.4
30代 (n=220)	66.4	33.6
40代 (n=220)	64.5	35.5
50代 (n=220)	59.5	40.5
60代 (n=220)	69.5	30.5

<図11> テレビは自宅に必要？ 不要？



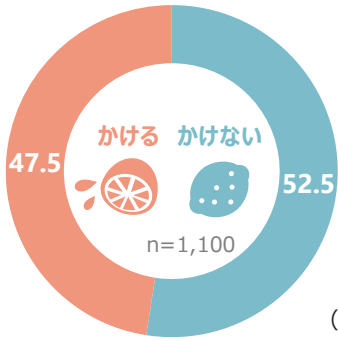
世代	必要 (%)	不要 (%)
20代 (n=220)	60.9	39.1
30代 (n=220)	73.2	26.8
40代 (n=220)	70.0	30.0
50代 (n=220)	76.4	23.6
60代 (n=220)	86.4	13.6

<図12> 映画館で映画を観る際はどっち？



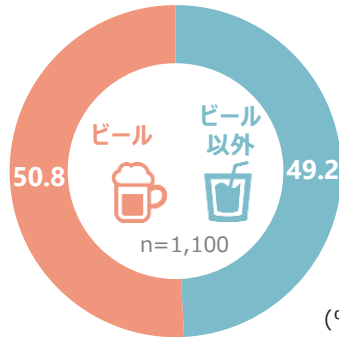
世代	エンドロールまで観る (%)	本編が終わったら席を立つ (%)
20代 (n=220)	79.5	20.5
30代 (n=220)	80.0	20.0
40代 (n=220)	79.1	20.9
50代 (n=220)	77.7	22.3
60代 (n=220)	71.4	28.6

<図13> 唐揚げにレモンかける？ かけない？ <図14> 飲み会の際、最初の一杯は？ <図15> 休みの日はアウトドア派？ インドア派？



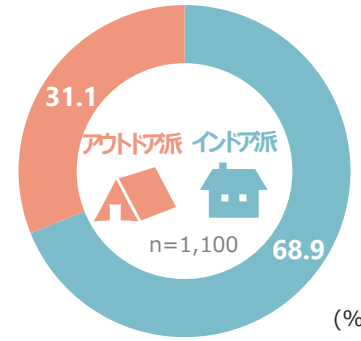
(%)

20代 (n=220)	50.0	50.0
30代 (n=220)	52.3	47.7
40代 (n=220)	44.1	55.9
50代 (n=220)	42.7	57.3
60代 (n=220)	48.6	51.4



(%)

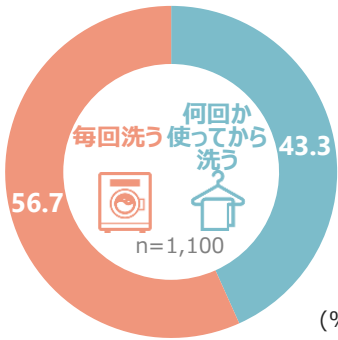
20代 (n=220)	37.3	62.7
30代 (n=220)	43.6	56.4
40代 (n=220)	49.5	50.5
50代 (n=220)	55.5	44.5
60代 (n=220)	68.2	31.8



(%)

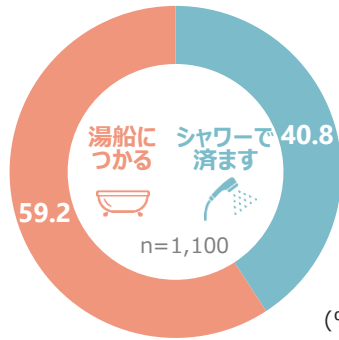
20代 (n=220)	35.5	64.5
30代 (n=220)	33.2	66.8
40代 (n=220)	26.4	73.6
50代 (n=220)	28.6	71.4
60代 (n=220)	31.8	68.2

<図16> 使ったバスタオルは毎回洗う？ <図17> お風呂に入るときはどちらが多い？ <図18> 来年は紙の年賀状を出す？ 出さない？



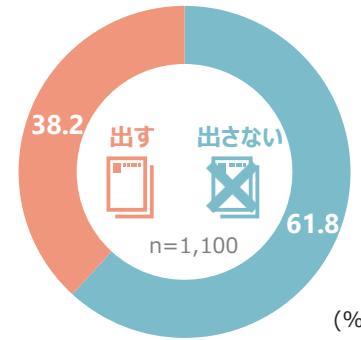
(%)

20代 (n=220)	60.5	39.5
30代 (n=220)	65.0	35.0
40代 (n=220)	57.7	42.3
50代 (n=220)	50.5	49.5
60代 (n=220)	50.0	50.0



(%)

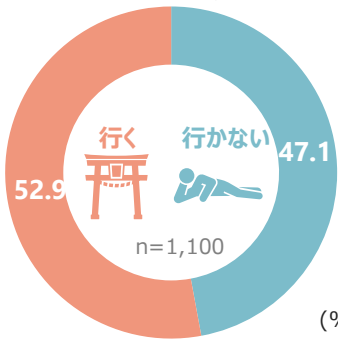
20代 (n=220)	51.8	48.2
30代 (n=220)	53.6	46.4
40代 (n=220)	56.8	43.2
50代 (n=220)	60.0	40.0
60代 (n=220)	73.6	26.4



(%)

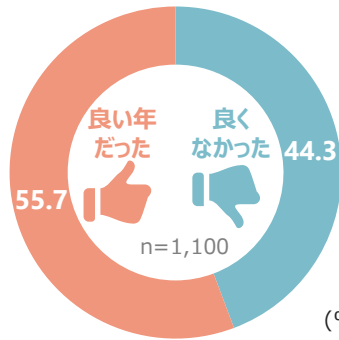
20代 (n=220)	24.1	75.9
30代 (n=220)	29.1	70.9
40代 (n=220)	35.9	64.1
50代 (n=220)	42.3	57.7
60代 (n=220)	59.5	40.5

<図19> 来年は初詣に行く？ 行かない？ <図20> 今年は去年と比べて良い年だった？ <図21> 来年は今年よりも良い年になる？



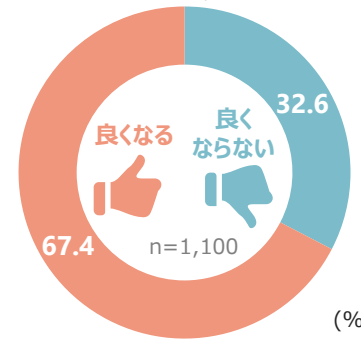
(%)

20代 (n=220)	56.8	43.2
30代 (n=220)	55.5	44.5
40代 (n=220)	51.4	48.6
50代 (n=220)	47.3	52.7
60代 (n=220)	53.6	46.4



(%)

20代 (n=220)	56.4	43.6
30代 (n=220)	55.9	44.1
40代 (n=220)	54.5	45.5
50代 (n=220)	49.1	50.9
60代 (n=220)	62.7	37.3



(%)

20代 (n=220)	69.1	30.9
30代 (n=220)	67.7	32.3
40代 (n=220)	63.2	36.8
50代 (n=220)	63.2	36.8
60代 (n=220)	73.6	26.4

**■ 調査項目**

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 属性設問                         | <input type="checkbox"/> 動画見るなら、PC？スマートフォン？         |
| <input type="checkbox"/> 犬派？猫派？                       | <input type="checkbox"/> テレビは自宅に必要？不要？              |
| <input type="checkbox"/> 日頃の支払いは現金？キャッシュレス？           | <input type="checkbox"/> 映画はエンドロールまで観る？本編終わったら席を立つ？ |
| <input type="checkbox"/> セルフレジ、使う？使わない？               | <input type="checkbox"/> 唐揚げにレモンかける？かけない？           |
| <input type="checkbox"/> 本を買う際は、紙？電子書籍？               | <input type="checkbox"/> 飲み会の際、最初一杯は？               |
| <input type="checkbox"/> 買い物をするのが好きなのは、実店舗？ネットショッピング？ | <input type="checkbox"/> 休みの日はアウトドア派？インドア派？         |
| <input type="checkbox"/> レジ袋は買う？買わない？                 | <input type="checkbox"/> あなたはボケ？ツッコミ？               |
| <input type="checkbox"/> プレゼントとして欲しいのは？               | <input type="checkbox"/> 使ったバスタオルは毎回洗う？             |
| <input type="checkbox"/> 臨時収入があったら、使う？貯金する？           | <input type="checkbox"/> お風呂に入るときはどちらが多い？           |
| <input type="checkbox"/> 投資に興味がある？興味ない？               | <input type="checkbox"/> 来年は紙の年賀状を出す？出さない？          |
| <input type="checkbox"/> 送料無料のために、無理に5千円分買う？          | <input type="checkbox"/> 来年は初詣に行く？行かない？             |
| <input type="checkbox"/> 欲しいのは、お金？時間？                 | <input type="checkbox"/> 今年は去年と比べて良い年だった？           |
| <input type="checkbox"/> 普通の生活で、時間に余裕がある？             | <input type="checkbox"/> 来年は今年よりも良い年になる？            |

◆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/20231220theendoftheyear/>

**■ 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 : 2023年12月15日(金)～12月16日(土)  
 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 <https://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、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

**◆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](mailto: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・・・」