

レジ袋消費者意識調査結果

- 1 実施方法 中部地区の食品スーパー（7店舗）の店頭で来店客にアンケート方式で実施
（中部回答者数）994名
- 2 調査実施日 平成28年7月5日から7月15日
（1店舗あたり午前10時から午後5時までの間で4時間実施）
- 3 実施目的 レジ袋削減（マイバッグ持参による買物実践者の拡大）の取組を進める上で必要となる基礎データの取得
- 4 結果概要

- ・中部地区で994人の回答を得た。
- ・回答者の約90%が買物袋を持参する（よくある66%、たまに24%）と答えており、またマイバッグ持参の理由として最も多かったのは、「今どき当たり前」（約46%）であった。
- ・レジ袋が有料となった場合の行動として最も多かったのは、「マイバッグを持参する」（約82%）であった。

5 集計結果

(1) 基本属性（単位：名、%）

	10代	20代	30代	40代	50代	60代～	NA	計
男性	3 (75.0)	15 (30.0)	19 (28.8)	21 (18.9)	36 (19.7)	162 (28.5)	2 (18.2)	258 (26.0)
女性	1 (25.0)	35 (70.0)	45 (68.2)	85 (76.6)	139 (76.0)	388 (68.2)	4 (36.4)	697 (70.1)
NA	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (3.0)	5 (4.5)	8 (4.3)	19 (3.3)	5 (45.4)	39 (3.9)
計	4 (100.0)	50 (100.0)	66 (100.0)	111 (100.0)	183 (100.0)	569 (100.0)	11 (100.0)	994 (100.0)

※上記中、「NA」とは無回答(No Answer)を表す。以下同じ。

(2) レジ袋削減運動の意義について（複数回答）（単位：名、%）

選択肢	左記を選択した者			
	男性(割合)	女性(割合)	NA(割合)	計(割合)
地球温暖化対策のため	87(33.7)	368(52.8)	17(43.6)	472(47.5)
石油資源の有効活用	84(32.6)	225(32.3)	7(17.9)	316(31.8)
ごみの削減	136(52.7)	489(70.2)	27(69.2)	652(65.6)
特に意義があるとは思わない	24(9.3)	11(1.6)	2(5.1)	37(3.7)
わからない	18(7.0)	22(3.2)	2(5.1)	42(4.2)

※上記中「(割合)」とは、例えば男性であれば全回答者男性中の割合を表す。以下同じ。

(3) マイバッグの持参状況 (単位：名、%)

選択肢	左記を選択した者			
	男性(割合)	女性(割合)	NA(割合)	計(割合)
よくある	115(44.6)	518(74.3)	27(69.2)	660(66.4)
たまにある	78(30.2)	157(22.5)	8(20.5)	243(24.4)
ない	63(24.4)	19(2.7)	4(10.3)	86(8.7)
NA	2(0.8)	3(0.5)	0(0.0)	5(0.5)
計	258(100.0)	697(100.0)	39(100.0)	994(100.0)

(4) マイバッグを持参する或いは持参しない理由 (複数回答) (単位：名、%)

選択肢	左記を選択した者			
	男性(割合)	女性(割合)	NA(割合)	計(割合)
使いやすいから	69(26.7)	292(41.9)	8(20.5)	369(37.1)
おしゃれだから	4(1.6)	45(6.5)	0(0.0)	49(4.9)
今どき当たり前だから	85(32.9)	358(51.4)	18(46.2)	461(46.4)
持ち運びが面倒だから	62(24.0)	97(13.9)	11(28.2)	170(17.1)
レジ袋が貰えるので必要ないから	35(13.6)	42(6.0)	1(2.6)	78(7.8)
衛生面で不安だから	6(2.3)	26(3.7)	3(7.7)	35(3.5)

(5) レジ袋が有料化された場合の対応 (単位：名、%)

選択肢	左記を選択した者			
	男性(割合)	女性(割合)	NA(割合)	計(割合)
レジ袋を買う	52(20.2)	26(3.7)	3(7.7)	81(8.1)
マイバッグを持って行く	167(64.7)	618(88.7)	34(87.2)	819(82.4)
レジ袋無料店に替える	12(4.7)	11(1.6)	1(2.6)	24(2.4)
買い物を控える	5(1.9)	1(0.1)	1(2.6)	7(0.7)
その他	15(5.8)	7(1.0)	0(0.0)	22(2.2)

(6) もらったレジ袋の利用方法 (複数回答) (単位：名、%)

選択肢	左記を選択した者			
	男性(割合)	女性(割合)	NA(割合)	計(割合)
ごみ入れ	175(67.8)	590(84.6)	32(82.1)	797(80.2)
収納用袋	31(12.0)	96(13.8)	3(7.7)	130(13.1)
多くは捨てている	12(4.7)	10(1.4)	0(0.0)	22(2.2)
家で保管	34(13.2)	71(10.2)	4(10.3)	109(11.0)
その他	16(6.2)	20(2.9)	1(2.6)	37(3.7)

(7) 店を選ぶ基準（複数回答）（単位：名、%）

選択肢	左記を選択した者			
	男性(割合)	女性(割合)	NA(割合)	計(割合)
品揃え	134(51.9)	427(61.3)	22(56.4)	583(58.7)
価格	132(51.2)	417(59.8)	20(51.3)	569(57.2)
商品の安心感	79(30.6)	319(45.8)	21(51.3)	419(42.2)
近さ	59(22.9)	201(28.8)	13(33.3)	273(27.5)
車の駐め易さ	40(15.5)	140(20.1)	10(25.6)	190(19.1)
接客態度	31(12.0)	105(15.1)	7(17.9)	143(14.4)
サービス	13(5.0)	51(7.3)	3(7.7)	67(6.7)
清潔感	22(8.5)	99(14.2)	4(10.3)	125(12.6)
エコなイメージ	7(2.7)	17(2.4)	3(7.7)	27(2.7)
その他	3(1.2)	7(1.0)	0(0.0)	10(1.0)