

長野経済研究所プレスリリース

レジ袋の有料化に7割が肯定的な考え ～消費動向調査結果(2019年1～3月調査)～

本調査は、県内の消費動向や消費意識に関わるテーマに対する考え方を分析するため、県内1,000世帯を対象に実施している(年4回、3カ月ごと実施)。

調査結果のポイント

<レジ袋等の利用について>

4割以上が「使い捨てストロー」と「レジ袋」を過剰と認識

- ・ 日常生活の中で過剰と思うプラスチック製品について尋ねたところ、「使い捨てストロー」が45.9%と最も多く、次いで「レジ袋」が43.1%、「食品トレイ」が39.1%となった。
- ・ スーパーとコンビニエンスストア(以下、コンビニという)でのレジ袋の利用状況は、「毎回もらっている」が、スーパーで13.4%、コンビニで50.6%となった。
- ・ 「毎回もらっている」と「時々もらっている」と回答した人にレジ袋を利用する理由について尋ねると、「レジ袋が無料だから」がスーパーで29.0%、コンビニで42.0%とともに最も多く、次いでスーパーでは、「レジ袋が欲しいから」が17.9%、コンビニでは「レジで品物を袋に入れて渡してくれるから」が30.1%となった。

約7割がレジ袋の有料化に肯定的な考え

- ・ レジ袋の有料化に対する考えを尋ねたところ、「有料化に賛成」が22.8%、「有料化もやむを得ないと思う」が48.7%となり、約7割がレジ袋の有料化に肯定的な見方を示した。
- ・ レジ袋が有料の場合、利用をやめる金額について尋ねたところ、「1～3円」が39.9%と最も多く、「4～5円」が23.7%、「6～10円」が21.5%となった。

<インターネットショッピングの利用動向>

19年1～3月のインターネットショッピングの利用経験は82.3%

- ・ 1～3月のインターネットショッピングによる商品・サービスの利用経験は、「購入した」が82.3%で、8割以上がインターネットショッピングを利用している。
- ・ 1～3月の購入金額の合計は、「1万～3万円未満」が32.6%と最も多く、次いで「5千～1万円未満」が19.0%、「3万～5万円未満」が18.3%などとなった。
- ・ 購入した商品・サービスは、「食品」が40.5%で最も多く、次いで、「衣類」が36.8%、「図書・雑誌」が32.3%などとなった。

<お問い合わせ先>

一般財団法人 長野経済研究所 電話：026-224-0501
担当：調査部 上席研究員 桑井 裕至
研究員 佐藤 翔胤

【調査の概要】

「消費動向調査」アンケート実施概要

調査時期： 2019年4月中旬～下旬

調査対象： 長野県内在住の1,000世帯

回答属性： 単独世帯 145世帯
二人以上世帯 855世帯

性別 男性 43.0% 女性 57.0%
年齢別

20代	3.4%
30代	13.6%
40代	28.7%
50代	31.5%
60代	16.4%
70以上	6.4%

調査方法： インターネット調査

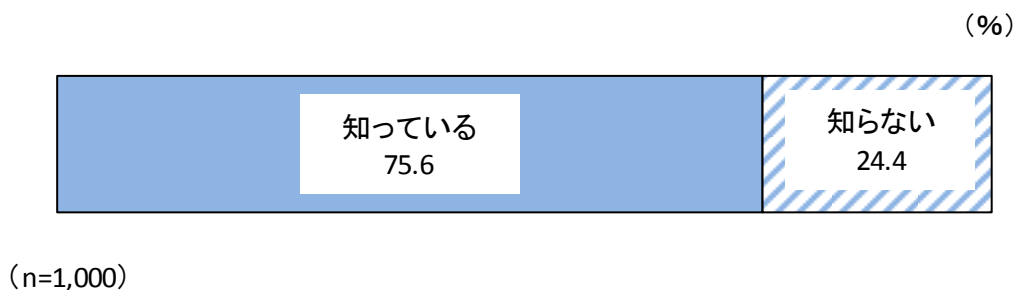
※ 四捨五入の関係で、合計が100%にならない場合がある。

<レジ袋等の利用について>

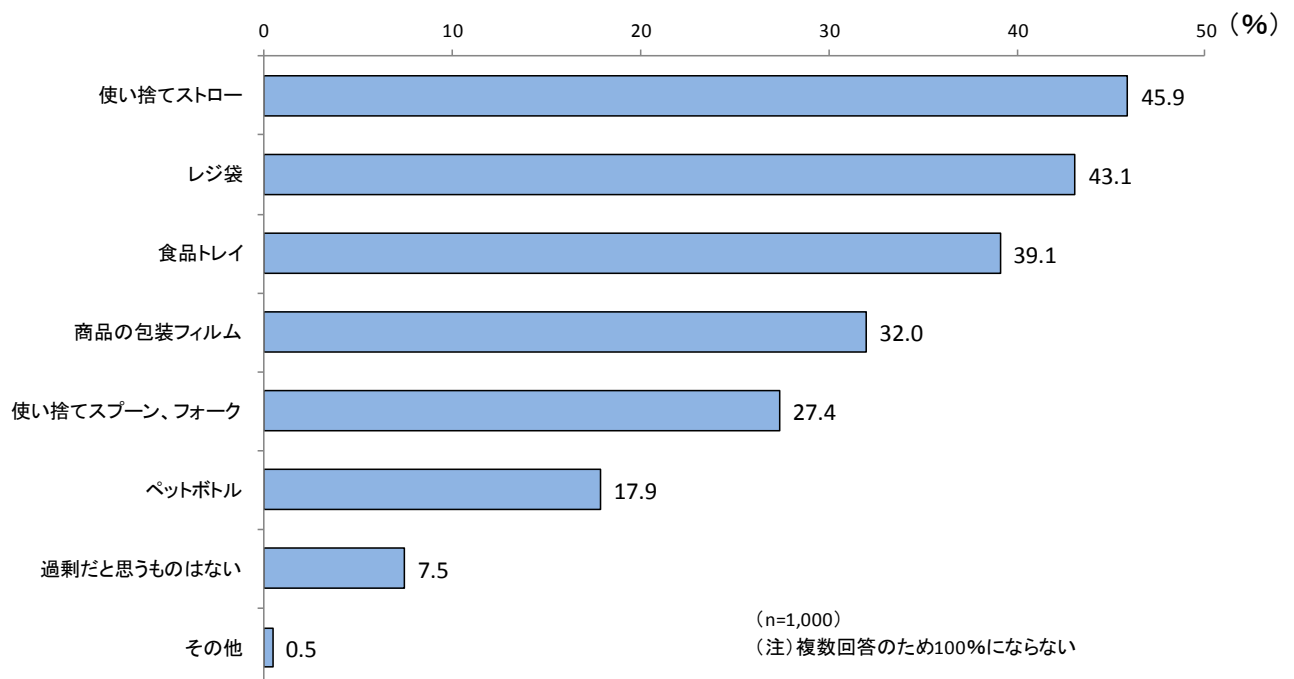
◆ 消費者の4割以上が「使い捨てストロー」と「レジ袋」を過剰と認識

- ・ 世界中でプラスチックゴミの問題が深刻さを増しており、日本国内でも脱プラスチックへの動きが高まっている。政府は、2020年以降を目途にレジ袋の有料化を義務付ける方針を示しているが、この方針についての消費者の認知度を尋ねたところ、「知っている」が75.6%、「知らない」が24.4%となった(図表1)。
- ・ 日常生活の中で過剰と思うプラスチック製品について尋ねたところ、「使い捨てストロー」が45.9%と最も多く、次いで「レジ袋」が43.1%、「食品トレイ」が39.1%となった(図表2)。

図表1 レジ袋有料化の義務化方針についての認知度



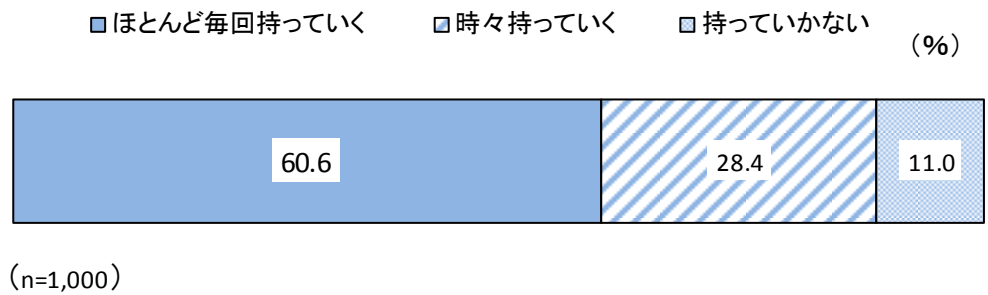
図表2 日常生活の中で過剰と思うプラスチック製品



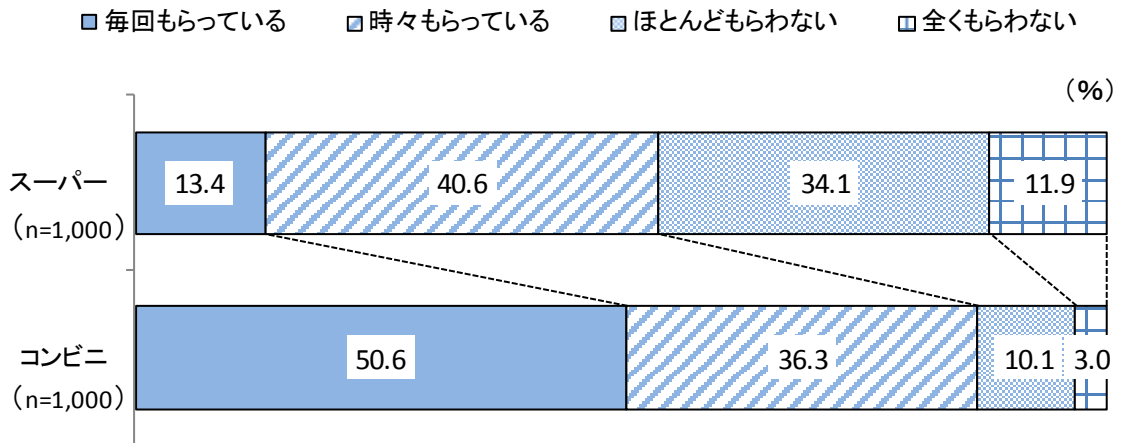
◆ 買い物時のマイバッグ持参率はおよそ9割

- ・ 買い物時のマイバッグ持参状況を尋ねたところ、「ほとんど毎回持っていく」が60.6%、「時々持っていく」が28.4%、「持っていない」が11.0%となった(図表3)。
- ・ スーパーとコンビニでのレジ袋の利用状況では、スーパーでは「毎回もらっている」が13.4%、コンビニでは50.6%となった(図表4)。スーパーに比べコンビニでの利用が多くなっている。

図表3 買い物時のマイバッグ持参状況



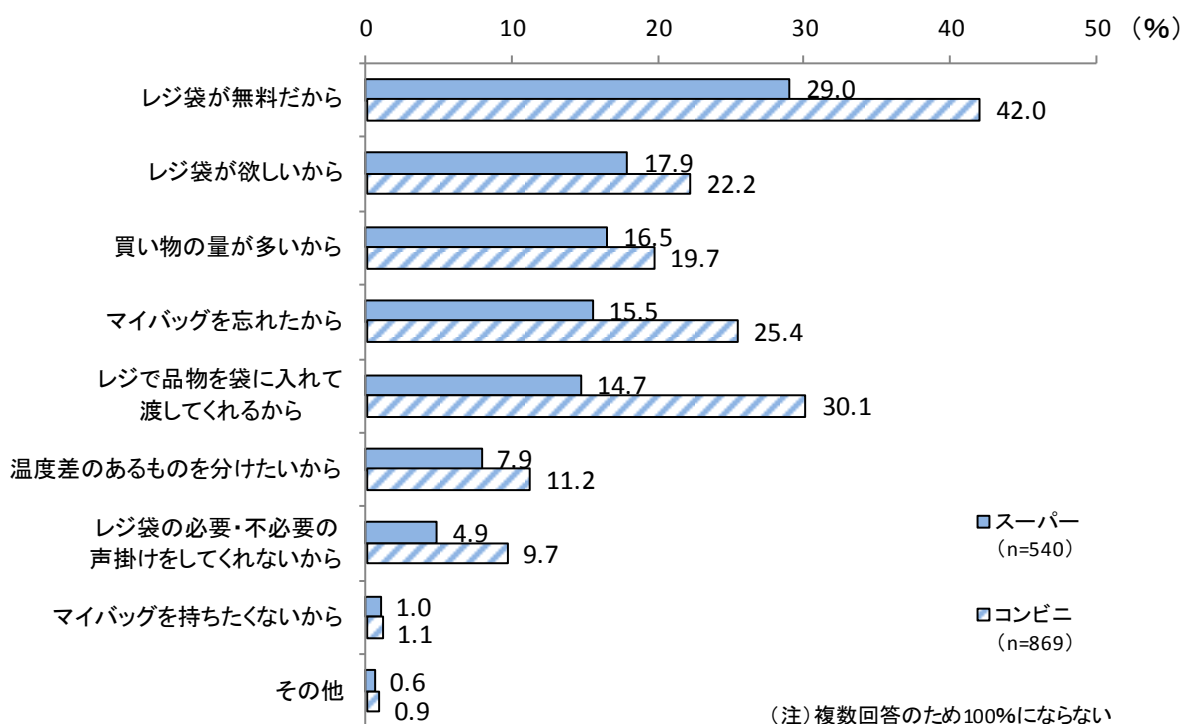
図表4 スーパー、コンビニでのレジ袋利用状況



◆ レジ袋をもらう最も多い理由は「レジ袋が無料だから」

- ・ レジ袋について、図表4でスーパーとコンビニごとに「毎回もらっている」と「時々もらっている」と回答した人にレジ袋を利用する理由について尋ねると、「レジ袋が無料だから」がスーパーで29.0%、コンビニで42.0%とともに最も多く、次いでスーパーでは、「レジ袋が欲しいから」が17.9%、コンビニでは「レジで品物を袋に入れて渡してくれるから」が30.1%となった(図表5)。
- ・ 「その他」の理由として、「ゴミ袋として使うから」や「汁物などでマイバッグを汚したくないから」などがあつた。

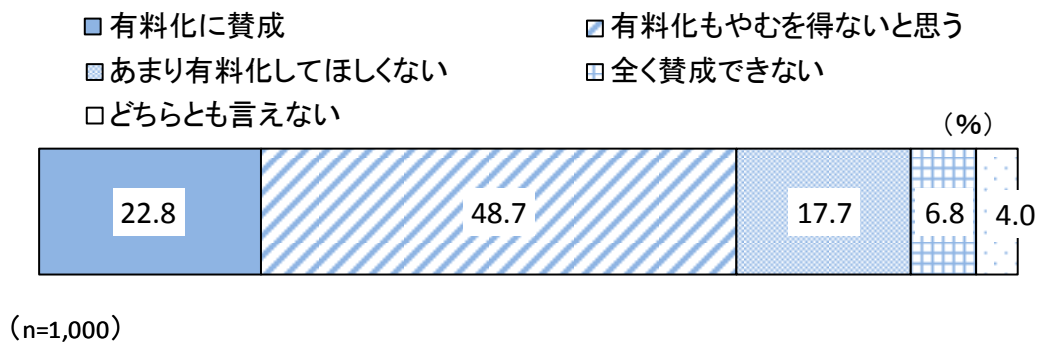
図表5 レジ袋をもらう理由(図表4で「毎回もらっている」「時々もらっている」と回答した先)



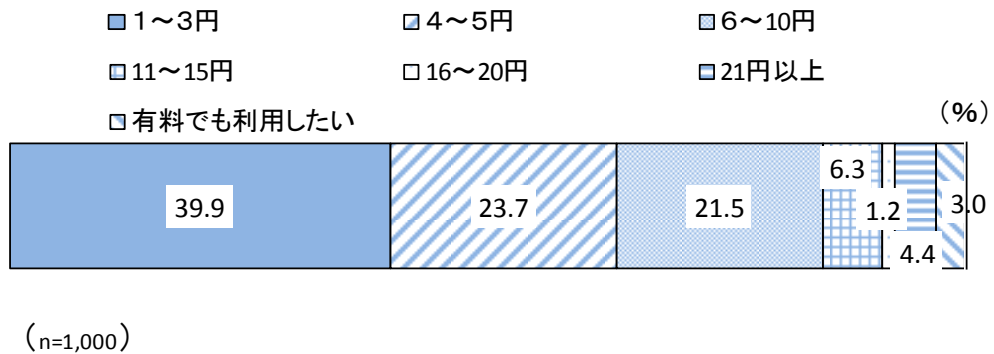
◆ 約7割がレジ袋の有料化に肯定的な考え

- ・ レジ袋の有料化に対する考えを尋ねたところ、「有料化に賛成」が22.8%、「有料化もやむを得ないと思う」が48.7%となり、約7割がレジ袋の有料化に肯定的な見方を示した(図表6)。
- ・ レジ袋が有料の場合、利用をやめる金額について尋ねた。「1～3円」が39.9%と最も多く、「4～5円」が23.7%、「6～10円」が21.5%となった(図表7)。
- ・ レジ袋が有料化した場合の買い物時の行動について尋ねたところ、「マイバッグを使用する」が81.4%で最も多くなった(図表8)。

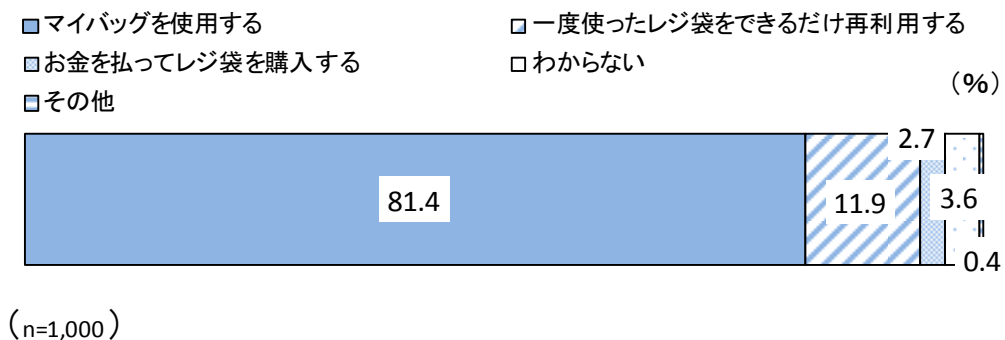
図表6 レジ袋有料化に対する考え



図表7 レジ袋の利用をやめる金額



図表8 レジ袋が有料化した場合の買い物行動

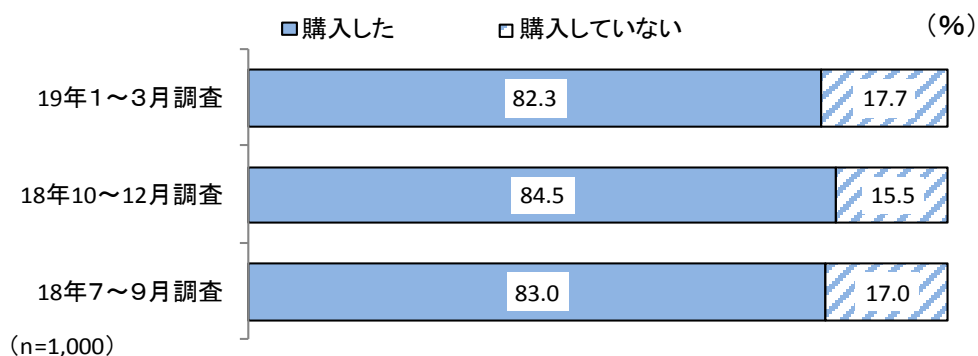


<インターネットショッピングの利用動向>

◆ 19年1～3月のインターネットショッピングの利用経験は82.3%

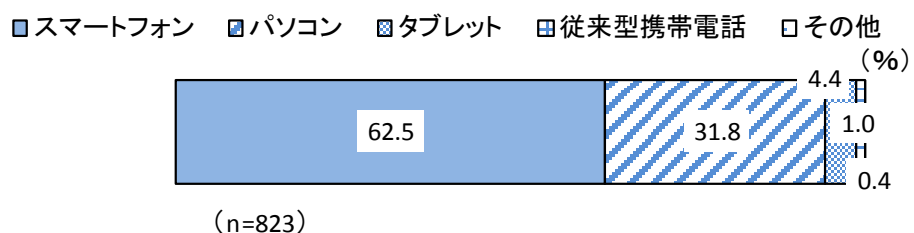
- ・ 1～3月のインターネットショッピングによる商品・サービスの利用経験は、「購入した」が82.3%、「購入していない」が17.7%となり、8割以上がインターネットショッピングを利用している（図表9）。
- ・ また、インターネットショッピングを利用する際に利用した機器を尋ねると、「スマートフォン」が62.5%で最も多く、次いで「パソコン」が31.8%となった（図表10）。
- ・ 「購入した」との回答先に前年同時期（18年1～3月）と比較した購入金額の変化を尋ねると、「増加した」が32.1%、「減少した」が17.6%、「変化はない」が50.3%となった。（図表11）。

図表9 インターネットショッピングによる商品・サービスの利用経験

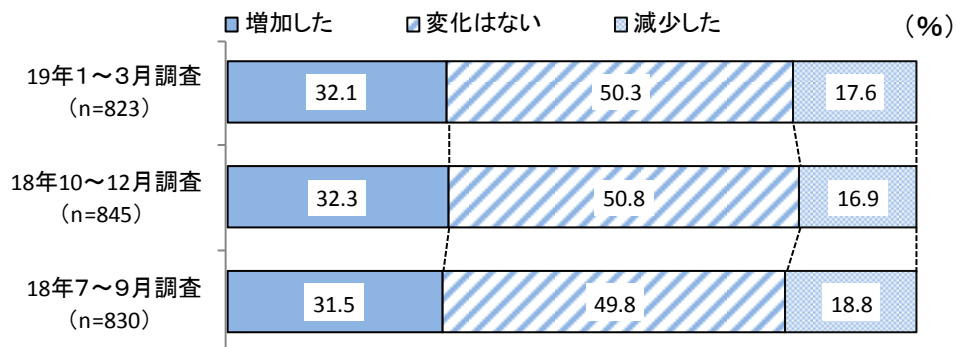


(注) 各調査期間においてネットショッピングによる支出があった場合、「購入した」として算出している

図表10 インターネットショッピングで利用する機器



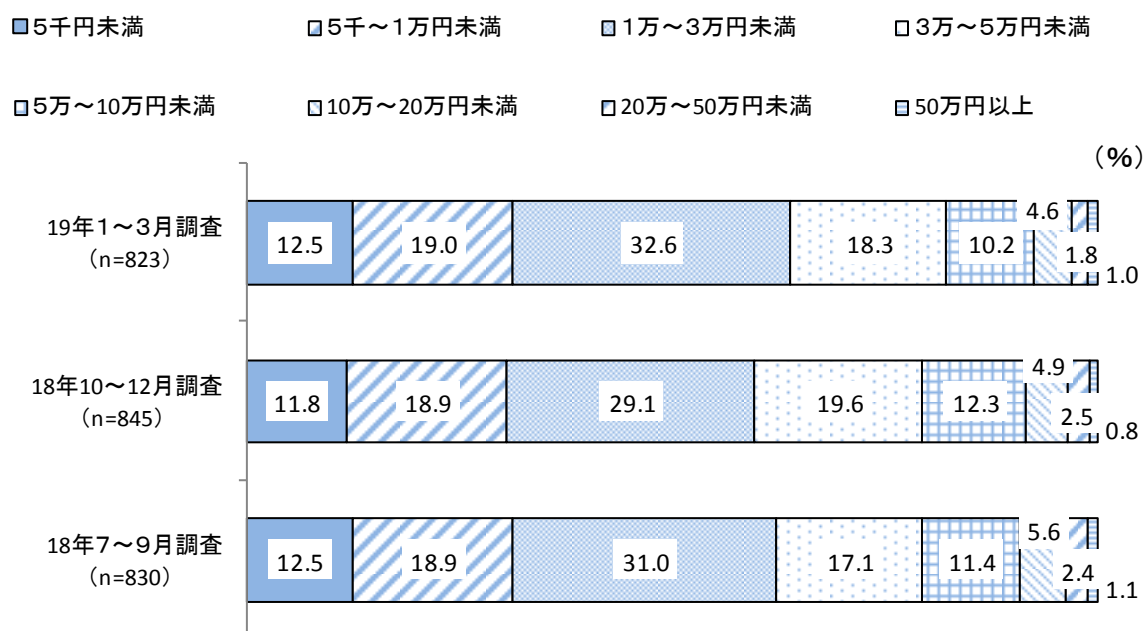
図表11 前年同時期と比べた購入金額の変化（「購入した」との回答先）



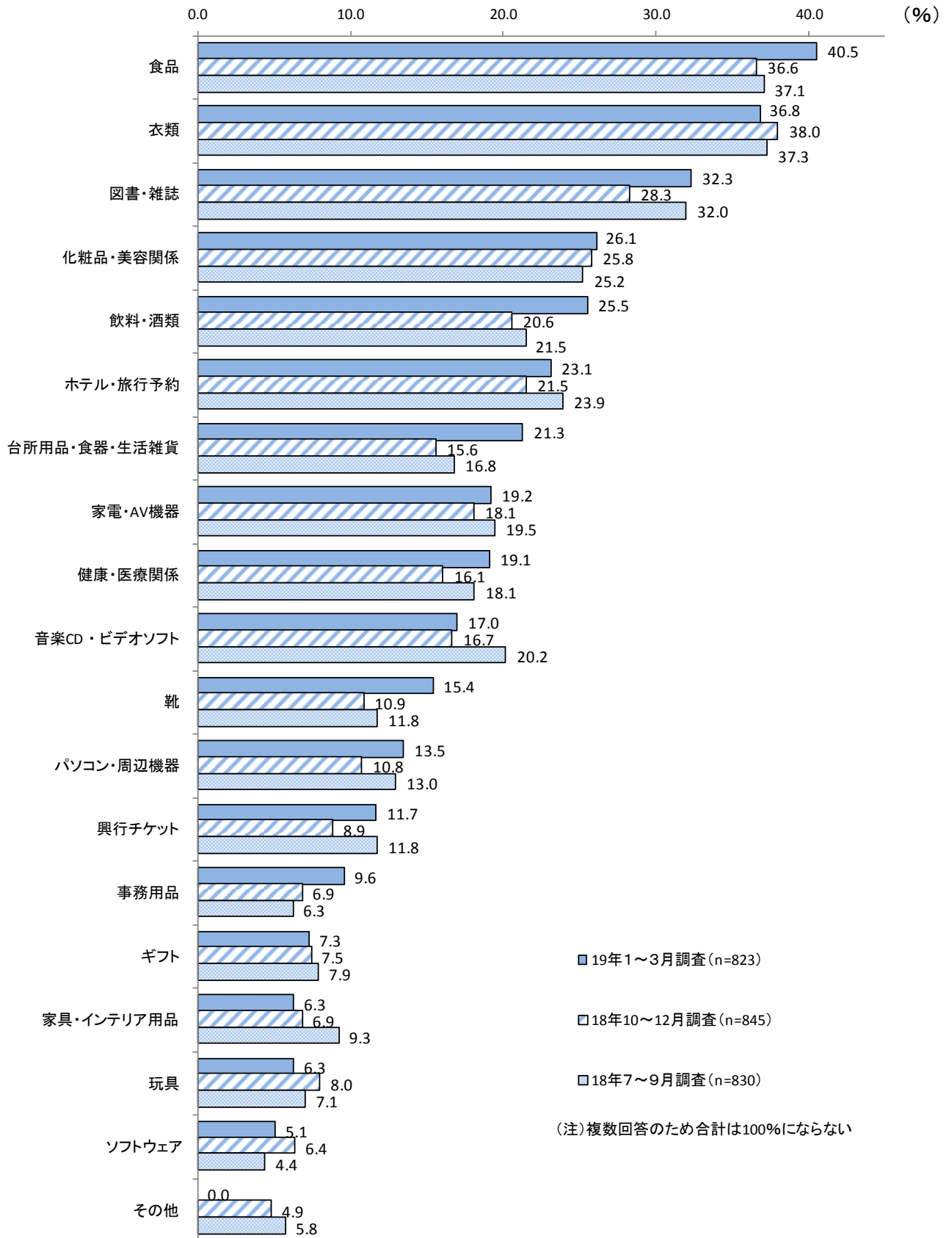
◆ 19年1～3月の購入金額の合計は「1万～3万円未満」が32.6%で最多

- ・ 1～3月の購入金額の合計は、「1万～3万円未満」が32.6%と最も多く、次いで「5千～1万円未満」が19.0%、「3万～5万円未満」が18.3%などとなった(図表12)。
- ・ 購入した商品・サービスは、「食品」が40.5%で最も多く、次いで、「衣類」が36.8%、「図書・雑誌」が32.3%などとなった(図表13)。
- ・ 前回調査で最も回答の多かった「衣類」に代わり、今回調査では「食品」が最も多くなった。また、前回調査と比べ回答割合が上昇した品目は、「台所用品・食器・生活雑貨」が5.7ポイント、「飲料・酒類」が4.9ポイント、「靴」が4.5ポイントなどとなった。

図表12 インターネットショッピングによる商品・サービスの購入金額の合計(「購入した」との回答先)



図表 13 インターネットショッピングで購入した具体的な商品・サービス(「購入した」との回答先)



以上