

<ジーコム独自調査レポート No.139>

# レジ袋の購入とマイバッグの利用状況

## 福岡県居住者の「レジ袋の有料化」に関する調査

2020年8月

# 調査概要

## 1. 調査方法

弊社アンケートモニター「コムネット」登録者に対するインターネット調査

## 2. 調査対象

福岡県在住の20歳以上の男女

## 3. 調査時期

2020年7月17日（金）～7月24日（金）

## 4. 調査規模

534サンプル

### 【標本構成】

■性	件数	構成比 (%)
男性	236	44.2
女性	298	55.8
全体	534	100.0

■年代	件数	構成比 (%)
20代	41	7.7
30代	108	20.2
40代	104	19.5
50代	104	19.5
60代	124	23.2
70代以上	53	9.9
全体	534	100.0

■居住地	件数	構成比 (%)
福岡市内	289	54.1
市外都市圏	112	21.0
その他福岡県	133	24.9
全体	534	100.0

■ライフステージ	件数	構成比 (%)
未婚	126	23.6
既婚・子どもなし	60	11.2
既婚・子どもが小学生以下	117	21.9
既婚・子どもが中学生以上で扶養	70	13.1
既婚・子育て終了	161	30.1
全体	534	100.0

■職業	件数	構成比 (%)
会社員	161	30.1
公務員	19	3.6
団体職員・病院勤務	16	3.0
経営者・会社役員	12	2.2
派遣社員・契約社員	33	6.2
商工自営	22	4.1
農林漁業	1	0.2
自由業	9	1.7
学生	6	1.1
パート・アルバイト	69	12.9
専業主婦（主夫）	126	23.6
無職	57	10.7
その他	3	0.6
全体	534	100.0

### 【報告書の見方】

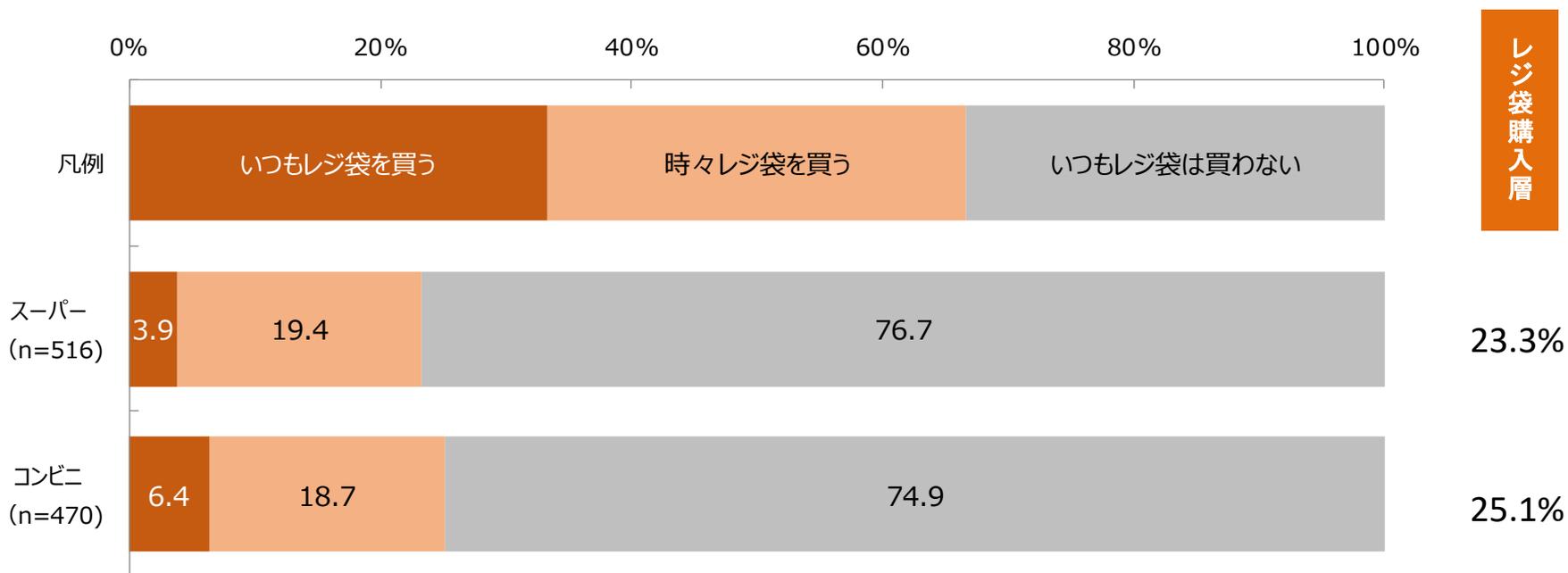
- 本文及び図中に示した調査結果の数値は小数点以下第2位を四捨五入しているため、全項目の回答比率の合計が100.0%とならない場合や合計値に誤差が生じる場合がある。
- 複数の回答を求めた質問では、回答比率の合計が100.0%を超えることがある。
- 報告書中の図表では、コンピューター入力の場合、回答選択肢の表現を短縮している場合がある。

# 1. 買い物時のレジ袋購入状況

スーパー、コンビニともに、7割以上が買い物時にレジ袋を購入しておらず、女性でその割合が高い。

7月にレジ袋が有料化されて以降、買い物時にレジ袋を購入する割合は、「スーパー」で23.3%、「コンビニ」で25.1%であり、両者に大きな差はなく、3割を下回っている。

◆買い物時のレジ袋購入状況【単一回答】 ※店舗利用層限定



\*レジ袋購入層:「いつもレジ袋を買う」+「時々レジ袋を買う」

・スーパー、コンビニともに、性別では男性は女性に比べて、年代別では20・30代はその他の年代に比べて、レジ袋購入層の割合が高い。

◆買い物時のレジ袋購入状況【単一回答】 ※店舗利用層限定

			【%】			【%】	
		調査数	いつもレジ袋を買う	時々レジ袋を買う	買わないもレジ袋は	レジ袋購入層	
スーパー	全体	516	3.9	19.4	76.7	23.3	
	性別	男性	227	6.2	23.8	70.0	30.0
		女性	289	2.1	15.9	82.0	18.0
	年代別	20・30代	143	6.3	30.8	62.9	37.1
		40・50代	203	4.9	17.2	77.8	22.2
		60代以上	170	0.6	12.4	87.1	12.9
	コンビニ	全体	470	6.4	18.7	74.9	25.1
性別		男性	215	6.5	24.2	69.3	30.7
		女性	255	6.3	14.1	79.6	20.4
年代別		20・30代	131	13.7	26.0	60.3	39.7
		40・50代	186	4.8	18.8	76.3	23.7
		60代以上	153	2.0	12.4	85.6	14.4

\*レジ袋購入層:「いつもレジ袋を買う」+「時々レジ袋を買う」

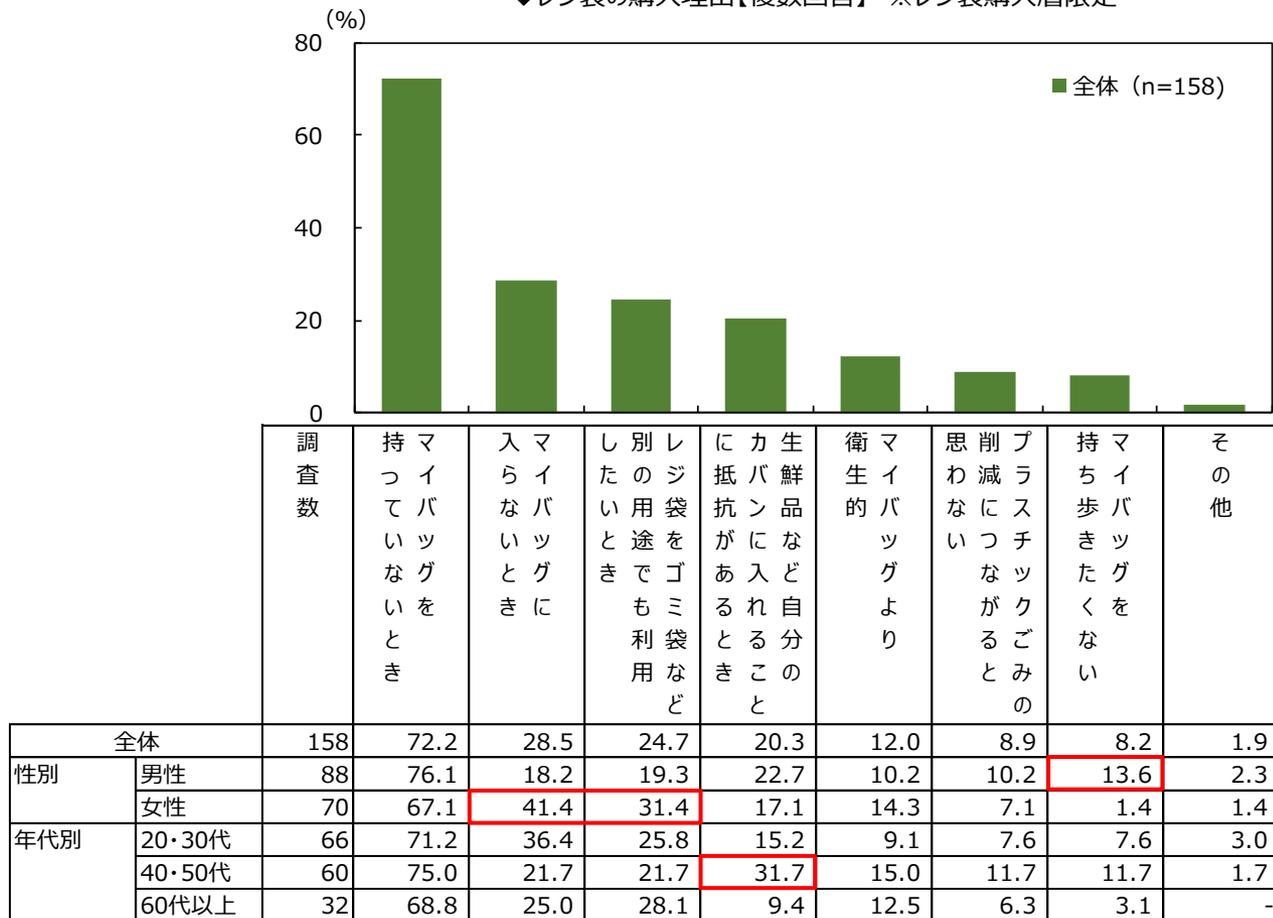
## 2. レジ袋の購入理由

男性はマイバッグを持ち歩くことの抵抗感、女性は買い物量に因るところや別用途でのレジ袋の利用意向の割合が高い。

レジ袋の購入理由は、「マイバッグを持っていないとき」の割合が72.2%で最も高く、次いで「マイバッグに入らないとき」28.5%、「レジ袋をゴミ袋など別の用途でも利用したいとき」24.7%の順である。

- ・性別では、男性は「マイバッグを持ち歩きたくない」、女性は「マイバッグに入らないとき」「レジ袋をゴミ袋など別の用途でも利用したいとき」の割合が高い。
- ・年代別では、40・50代は他の年代に比べて「生鮮品など自分のカバンに入れることに抵抗があるとき」の割合が高い。

◆レジ袋の購入理由【複数回答】 ※レジ袋購入層限定

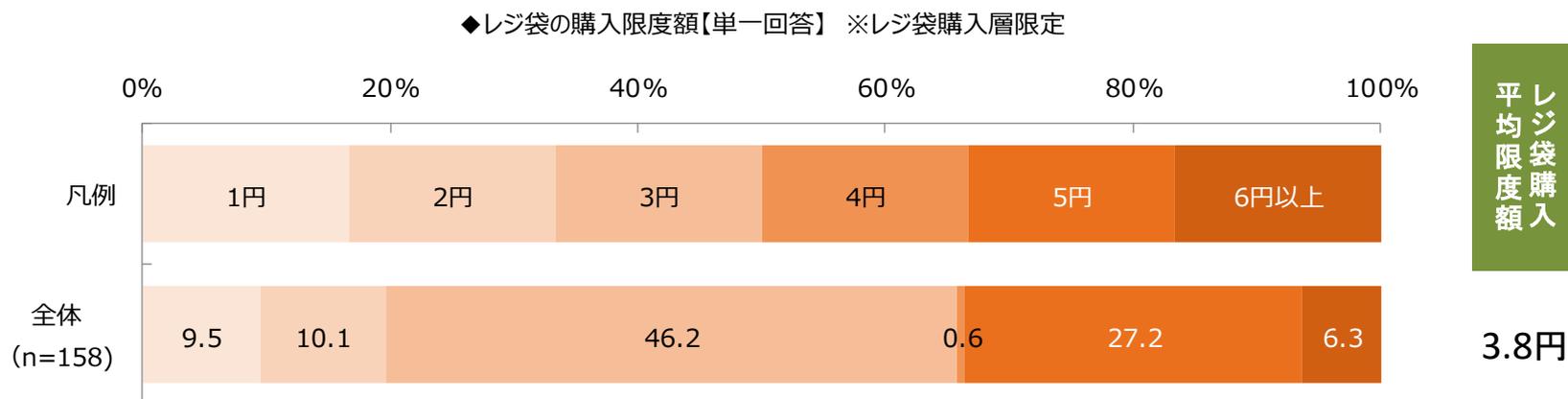


### 3. レジ袋の購入限度額

半数近くは3円を限度額としており、6円以上でも購入する人は1割に満たない。

レジ袋1枚あたりの購入限度額は、「3円」の割合が46.2%で最も高く、平均限度額は3.8円である。

・性別や年代別では、大きな差は見られない。



		調査数	1円	2円	3円	4円	5円	6円以上	平均レジ袋購入限度額
全体		158	9.5	10.1	46.2	0.6	27.2	6.3	3.8
性別	男性	88	11.4	9.1	44.3	1.1	28.4	5.7	3.7
	女性	70	7.1	11.4	48.6	-	25.7	7.1	3.9
年代別	20・30代	66	6.1	15.2	45.5	-	25.8	7.6	3.9
	40・50代	60	11.7	5.0	48.3	1.7	26.7	6.7	3.8
	60代以上	32	12.5	9.4	43.8	-	31.3	3.1	3.5

\*レジ袋購入平均限度額:「1円」=1、「2円」=2、「3円」=3、「4円」=4、「5円」=5、「6円」=6、「7円」=7、「8円」=8、「9円」=9、「10円」=10、「11円以上でもよい」=12、として加重平均値を算出。

## 4. マイバッグの購入・利用状況

15%がマイバッグを新しく購入しており、全体では9割がマイバッグを利用。

7月のレジ袋有料化を機にマイバッグを新しく購入した層は14.8%である。また、「以前から持っていた」割合は75.3%であり、マイバッグ利用層合計は90.6%であった。

- ・性別では、女性は男性に比べて「以前から持っていた」の割合が高い。
- ・年代別では、20・30代は他の年代に比べて「新規購入層」の割合がやや高い。

◆マイバッグの購入・利用状況【単一回答】



		調査数	300円未満	300~500円未満	500~1000円未満	1000~2000円未満	2000円以上	以前から持っていた	新たに手作りした	使っていない	新規購入層	マイバッグ利用層合計
全体		534	4.1	3.2	3.2	3.4	0.9	75.3	0.6	9.4	14.8	90.6
性別	男性	236	3.8	3.0	3.8	2.1	0.8	69.5	-	16.9	13.6	83.1
	女性	298	4.4	3.4	2.7	4.4	1.0	79.9	1.0	3.4	15.8	96.6
年代別	20・30代	149	8.1	4.7	4.0	3.4	1.3	66.4	0.7	11.4	21.5	88.6
	40・50代	208	3.4	3.4	2.4	3.4	-	76.9	-	10.6	12.5	89.4
	60代以上	177	1.7	1.7	3.4	3.4	1.7	80.8	1.1	6.2	11.9	93.8

\*新規購入層:「300円未満」+「300~500円未満」+「500~1000円未満」+「1000~2000円未満」+「2000円以上」

\*マイバッグ利用層合計:全体-「使っていない」

発行元：株式会社ジーコム

福岡市中央区天神4丁目1-1 第7明星ビル7F

TEL 092-761-0221

FAX 092-761-0228

URL：<https://www.gcom-net.co.jp/>

E-mail：[inq@gcom-net.co.jp](mailto:inq@gcom-net.co.jp)