

令和 3 年 7 月 21 日
株式会社 アイスタット
News Release

株式会社アイスタット マンスリーレポート
- 第2回 レジ袋有料化に関するアンケート調査 -
(調査期間：2021年7月14日)

プラスチック削減を目的としたレジ袋の有料化が2020年7月1日より義務付けられて1年。レジ袋の辞退が浸透されている一方、代替としてポリ袋の購入が増えているようで、当初の目的であるプラスチック削減につながっているのかという課題が見えてきています。株式会社アイスタット（本社：東京都杉並区、代表取締役社長：志賀保夫）は、一般市民のレジ袋辞退率、プラスチック削減の実態を知る目的として、昨年6月20日の調査実施に続き、第2回レジ袋有料化に関するアンケートを行いました。

業界最大規模のモニター数を誇るセルフ型アンケートツールFreeasy を運営するアイブリッジ株式会社（本社：大阪府大阪市）の会員 20 歳～ 69 歳を対象に調査を実施しました。

調査結果サマリー

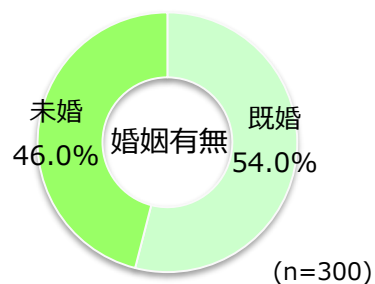
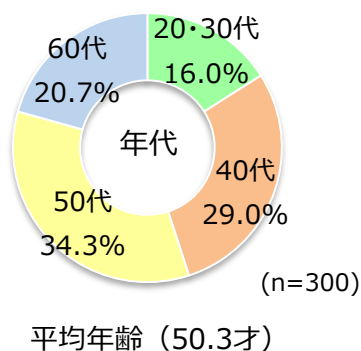
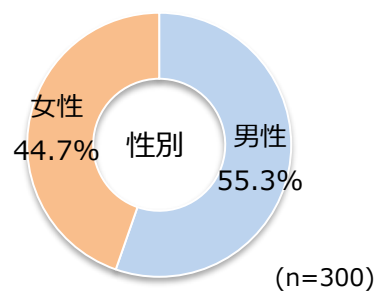
- ✓ 買い物時にエコバックやレジ袋を常に持参する割合は84.7%で、有料化前より13.7%増加！
- ✓ レジ袋が有料化になってから、「レジ袋を購入したことが一度もない（辞退率）」は、約4割！
- ✓ レジ袋有料化後、レジ袋の代替として、ポリ袋の購入が増えた割合は全体の3割！
- ✓ レジ袋有料化について、「困る」が導入前45%から導入後37%と減少！
- ✓ レジ袋有料化後、家庭ごみのプラスチックゴミの排出量は、約8割が変わっていない！
- ✓ レジ袋以外のプラスチック製品を環境に配慮し、有効に使う意識をしている割合は約4割！
- ✓ 紙袋の有料化について、約6割が便乗値上げと思っている！

調査概要

形式	Webアンケート形式
調査期間	2021年7月14日
回答者	セルフ型アンケートツールFreeasyに登録している20歳～69歳の会員300人
調査機関	株式会社アイスタット

【回答者属性】

全体		300名	100.0%
性別	男性	166名	55.3%
	女性	134名	44.7%
年代	20・30代	48名	16.0%
	40代	87名	29.0%
	50代	103名	34.3%
	60代	62名	20.7%
有 婚 無 姻	未婚	138名	46.0%
	既婚	162名	54.0%
居住地	北海道・東北地方	33名	11.0%
	関東地方	116名	38.7%
	中部地方	42名	14.0%
	近畿地方	57名	19.0%
	四国・中国・九州地方・沖縄	52名	17.3%
職業	会社員(正社員)	97名	32.3%
	会社員(契約・派遣社員)	14名	4.7%
	経営者・役員	7名	2.3%
	公務員(教職員を除く)	6名	2.0%
	自営業	22名	7.3%
	自由業	8名	2.7%
	医師・医療関係者	4名	1.3%
	専業主婦	39名	13.0%
	学生	2名	0.7%
	パート・アルバイト	43名	14.3%
	無職	50名	16.7%
	その他	8名	2.7%



主な分析結果

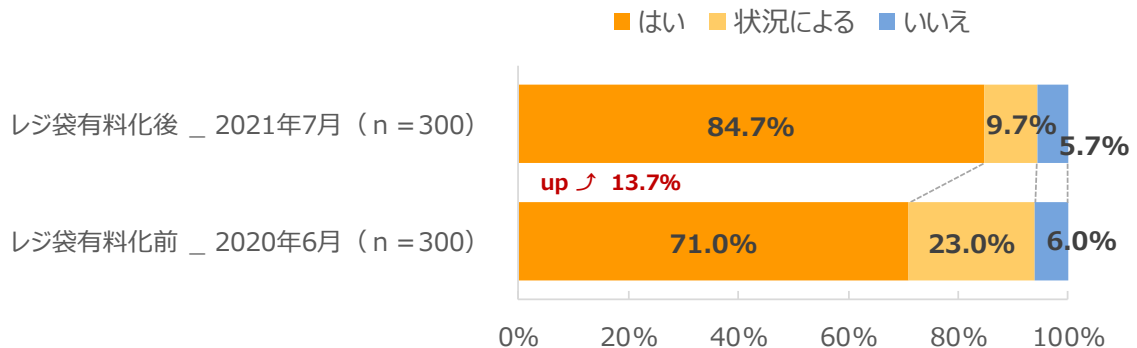
買い物時にエコバックやレジ袋を常に持参する割合は84.7%で、有料化前より13.7%増加！

買い物をする時、常にエコバックやレジ袋を持参するかを聞いたところ、「はい」が84.7%で最も多く、次に「状況による」の9.7%、「いいえ」の5.7%と続いた。

レジ袋有料化導入前 _ 2020年6月と比べると、「はい（持参する）」は71.0% ➡ 84.7%で13.7%増加した。レジ袋の有料化が義務づけられて1年、エコバックやマイバック・レジ袋の持参意識が浸透されていることがうかがえる。

「はい（持参する）」と回答した人の属性をみると、「40代」「女性」「既婚」「専業主婦」「北海道・東北地方」で最も多かった。

【図1】 あなたは買い物をする時、常にエコバックやマイバック、レジ袋を持参していますか。（回答は1つ）



(横%表)

		買い物時にエコバックやレジ袋の持参			n
		はい	状況による	いいえ	
全体		84.7	5.7	9.7	300
年代	20・30代	75.0	10.4	14.6	48
	40代	88.5	5.7	5.7	87
	50代	85.4	2.9	11.7	103
	60代	85.5	6.5	8.1	62
性別	男性	81.3	6.6	12.0	166
	女性	88.8	4.5	6.7	134
婚姻	未婚	81.9	5.1	13.0	138
	既婚	87.0	6.2	6.8	162

各項目を縦に見て最大値に彩色

(横%表)

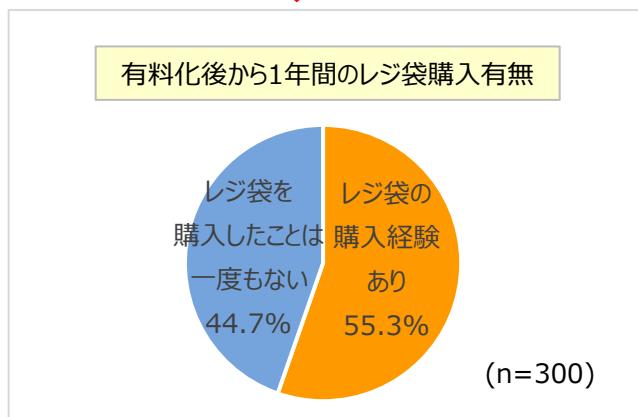
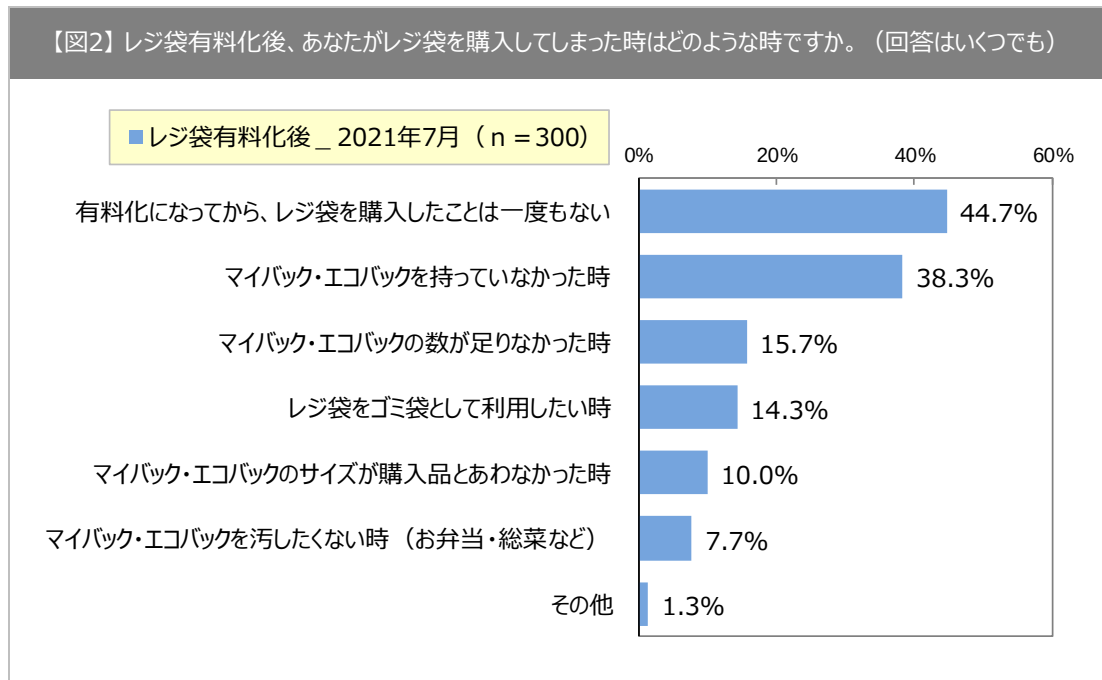
		買い物時にエコバックやレジ袋の持参			n
		はい	状況による	いいえ	
全体		84.7	5.7	9.7	300
職種	職業あり	85.4	6.3	8.2	158
	パート・アルバイト	86.0	7.0	7.0	43
	専業主婦	94.9	2.6	2.6	39
	無職・学生・その他	75.0	5.0	20.0	60
居住地	北海道・東北地方	93.9	0.0	6.1	33
	関東地方	84.5	5.2	10.3	116
	中部地方	78.6	7.1	14.3	42
	近畿地方	84.2	5.3	10.5	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	84.6	9.6	5.8	52

各項目を縦に見て最大値に彩色

レジ袋が有料化になってから、「レジ袋を購入したことが一度もない（辞退率）」は、約4割！

レジ袋有料化後、レジ袋を購入してしまった時の状況を聞いたところ、「有料化になってから、レジ袋を購入したことは一度もない」が44.7%で最も多く、次に「マイバック・エコバックを持っていなかった時」の38.3%、「マイバック・エコバックの数が足りなかった時」の15.7%、「レジ袋をゴミ袋として利用したい時」の14.3%が続いた。買い物時にマイバック・エコバックを持参する意識は高いものの（図1より）、有料化後から1年間を通して「レジ袋を購入したことは一度もない」の辞退率が約4割は多いとみるか、少ないとみるか。今後さらにレジ袋の辞退率をあげるためには、エコバック・マイバックの数、サイズを考えて買い物をするなど、買い物スタイルを変えることが示された結果となった。

【図2】レジ袋有料化後、あなたがレジ袋を購入してしまった時はどのような時ですか。（回答はいくつでも）



（横%表）

		レジ袋の購入有無 (辞退率)		n
		レジ袋を購入したことは一度もない	レジ袋の購入経験あり	
全体		44.7	55.3	300
居住地	北海道・東北地方	57.6	42.4	33
	関東地方	41.4	58.6	116
	中部地方	40.5	59.5	42
	近畿地方	38.6	61.4	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	53.8	46.2	52

各項目を縦に見て最大値に彩色

(横%表)

		レジ袋を購入してしまった時							n
		有料化になってから、レジ袋を購入したことは一度もない	マイバック・エコバックを持っていなかった時	マイバック・エコバックの数が足りなかった時	レジ袋をゴミ袋として利用したい時	マイバック・エコバックのサイズが購入品とあわなかった時	マイバック・エコバックを汚したくない時（お弁当・総菜など）	その他	
全体		44.7	38.3	15.7	14.3	10.0	7.7	1.3	300
年代	20・30代	41.7	43.8	12.5	14.6	4.2	10.4	2.1	48
	40代	44.8	42.5	20.7	13.8	14.9	4.6	0.0	87
	50代	36.9	40.8	18.4	12.6	11.7	11.7	1.9	103
	60代	59.7	24.2	6.5	17.7	4.8	3.2	1.6	62
居住地	北海道・東北地方	57.6	33.3	6.1	9.1	9.1	12.1	0.0	33
	関東地方	41.4	39.7	20.7	14.7	15.5	8.6	0.9	116
	中部地方	40.5	35.7	11.9	21.4	7.1	7.1	0.0	42
	近畿地方	38.6	43.9	14.0	10.5	7.0	5.3	1.8	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	53.8	34.6	15.4	15.4	3.8	5.8	3.8	52

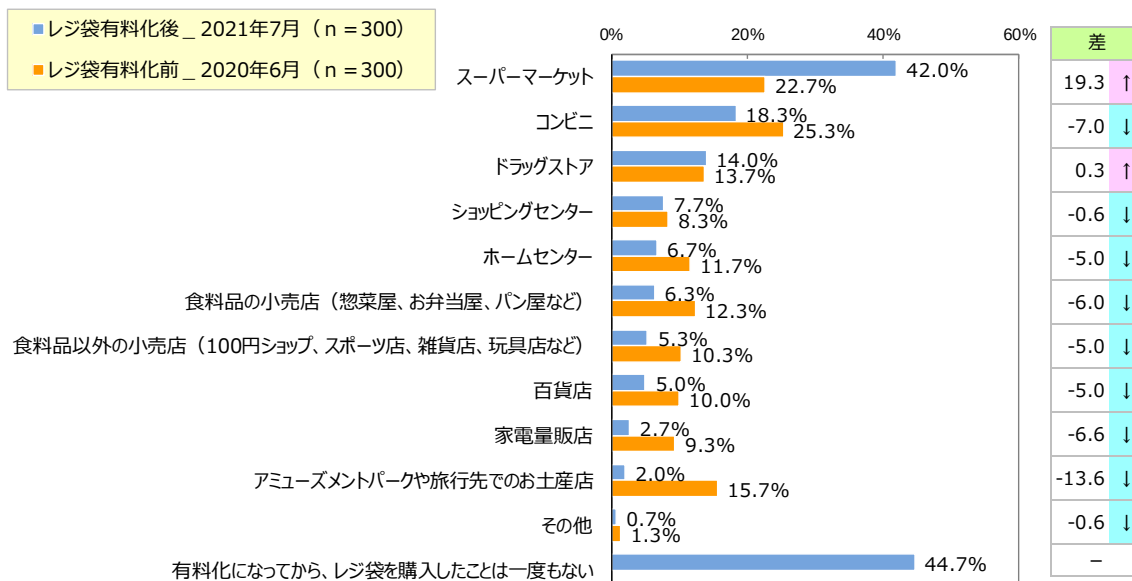
各項目を縦に見て最大値に彩色

レジ袋有料化後、レジ袋を購入したことがある店の第1位は「スーパーマーケット」

レジ袋有料化後、レジ袋を購入したことがある店を聞いたところ、「一度もない」44.7%が最も多く、次に「スーパーマーケット」42.0%、「コンビニ」の18.3%、「ドラッグストア」の14.0%、「ショッピングセンター」の7.7%が続いた。

レジ袋有料化導入前_2020年6月と比べると、「スーパーマーケット」は19.3%の増加、「ドラッグストア」は0.3%の増加、それ以外のお店では減少した。減少したお店が9店と多かったことから、レジ袋の辞退意識が浸透していることがうかがえる。一方、「スーパーマーケット」「ドラッグストア」でレジ袋購入が増えた要因は、持参したエコバック・マイバックが買い物の量に適していないからだろうか。「スーパーマーケット」の増加が大きかったことについて懸念する。

【図3】レジ袋有料化後、あなたがレジ袋を購入したことがあるお店をお知らせください。（回答はいくつでも）



(横%表)

	レジ袋を購入してしまった店												n
	有料化後、レジ袋を購入したことは一度もない	スーパーマーケット	コンビニ	ドラッグストア	ショッピングセンター	ホームセンター	食料品の小売店	食料品以外の小売店	百貨店	家電量販店	アミューズメントパークや旅行先でのお土産店	その他	
全体	44.7	42.0	18.3	14.0	7.7	6.7	6.3	5.3	5.0	2.7	2.0	0.7	300
年代													
20・30代	41.7	39.6	22.9	20.8	10.4	10.4	6.3	8.3	6.3	4.2	6.3	2.1	48
40代	44.8	43.7	20.7	18.4	10.3	8.0	9.2	6.9	6.9	4.6	3.4	1.1	87
50代	36.9	48.5	16.5	9.7	7.8	6.8	5.8	4.9	5.8	1.9	0.0	0.0	103
60代	59.7	30.6	14.5	9.7	1.6	1.6	3.2	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	62
居住地													
北海道・東北地方	57.6	27.3	18.2	12.1	12.1	3.0	9.1	3.0	3.0	6.1	3.0	3.0	33
関東地方	41.4	45.7	21.6	17.2	6.0	8.6	6.9	6.9	6.9	1.7	2.6	0.9	116
中部地方	40.5	40.5	26.2	7.1	7.1	7.1	4.8	0.0	4.8	2.4	0.0	0.0	42
近畿地方	38.6	45.6	12.3	12.3	8.8	5.3	8.8	3.5	5.3	3.5	1.8	0.0	57
四国・中国・九州地方・沖縄	53.8	40.4	11.5	15.4	7.7	5.8	1.9	9.6	1.9	1.9	1.9	0.0	52

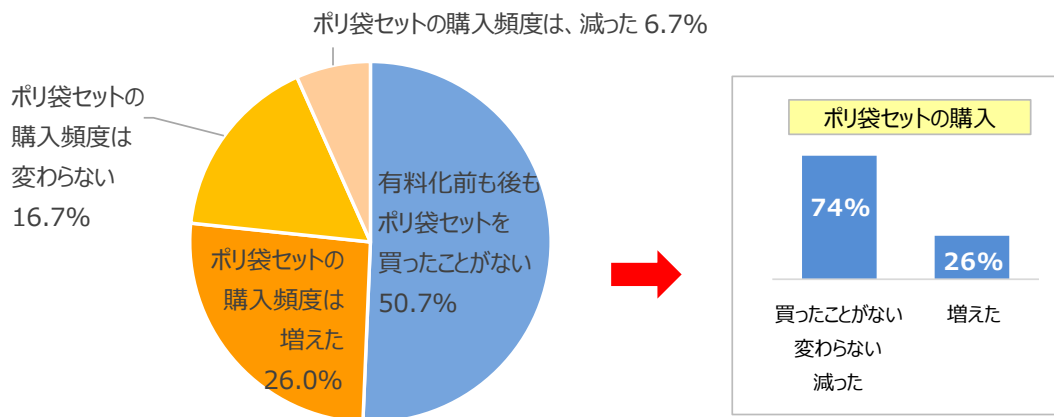
各項目を縦に見て最大値に彩色

レジ袋有料化後、レジ袋の代替として、ポリ袋の購入が増えた割合は全体の3割！

レジ袋が有料化してから、レジ袋と同じような形をした取っ手付きのポリ袋のセットをレジ袋の代替として購入しているかを聞いたところ、「有料化前も後もポリ袋セットを買ったことがない」の50.7%が最も多く、次に「増えた」26.0%、「変わらない」16.7%、「減った」6.7%の順に続いた。プラスチック削減を目的としてレジ袋の有料化が開始されたにもかかわらず、代替としてポリ袋セットを購入といった本来の目的につながっていない割合が「増えた（26%）」より、全体の約3割もいる残念な結果だった。一人ひとりがプラスチックとの付き合い方を見直すことが課題であると言わざるをえない。

【図4】レジ袋が有料化してから、レジ袋と同じような形をした取っ手付きのポリ袋のセットをあなたはレジ袋の代替として購入していますか。（回答は1つ）

レジ袋有料化後 2021年7月（n = 300）



（横%表）

		レジ袋の代替としてポリ袋セットの購入				n
		買ったことがない	増えた	変わらない	減った	
全体		50.7	26.0	16.7	6.7	300
年代	20・30代	45.8	25.0	25.0	4.2	48
	40代	47.1	31.0	16.1	5.7	87
	50代	47.6	25.2	18.4	8.7	103
	60代	64.5	21.0	8.1	6.5	62
	70代	50.0	24.1	17.2	8.6	116
居住地	北海道・東北地方	66.7	21.2	9.1	3.0	33
	関東地方	50.0	24.1	17.2	8.6	116
	中部地方	52.4	26.2	19.0	2.4	42
	近畿地方	43.9	24.6	19.3	12.3	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	48.1	34.6	15.4	1.9	52

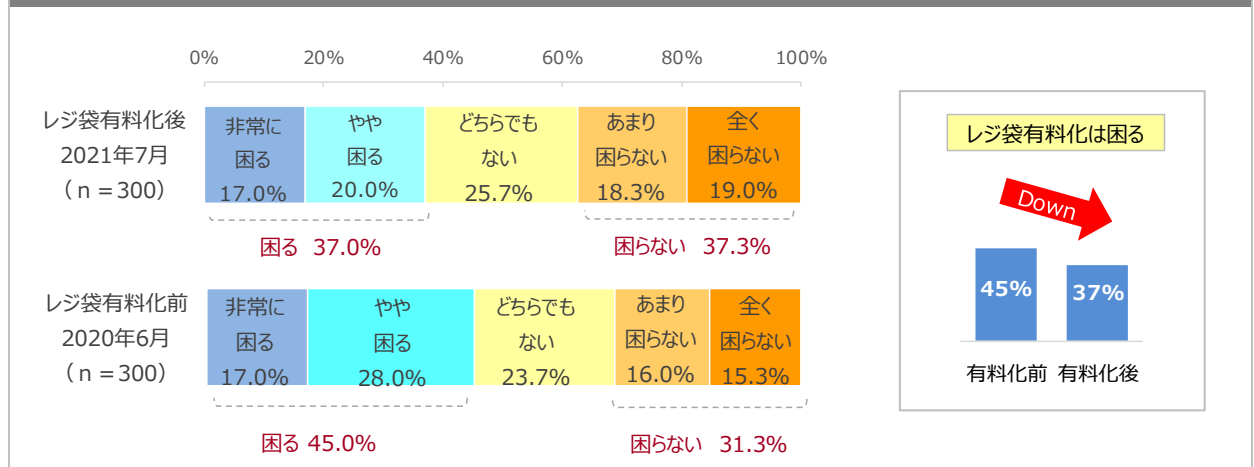
各項目を縦に見て最大値に彩色

レジ袋有料化について、「困る」が導入前45%から導入後37%と減少！

レジ袋有料化について意見を5段階評価で聞いたところ、「非常に」「やや」を足し合わせた「困る」は37.0%、「どちらでもない」「あまり」を足し合わせた「困らない」は37.3%で、「困る」と「困らない」がほぼ同じだった。

レジ袋有料化導入前 _ 2020年6月と比べると、「困る」は45% ➡ 37%と減少した。この1年で、エコバック・マイバック持参の定着率が浸透し、レジ袋有料化への抵抗が減っていることが明らかになった。

【図5】 レジ袋有料化について、あなたのご意見をお知らせください。（回答は1つ）



(横%表)

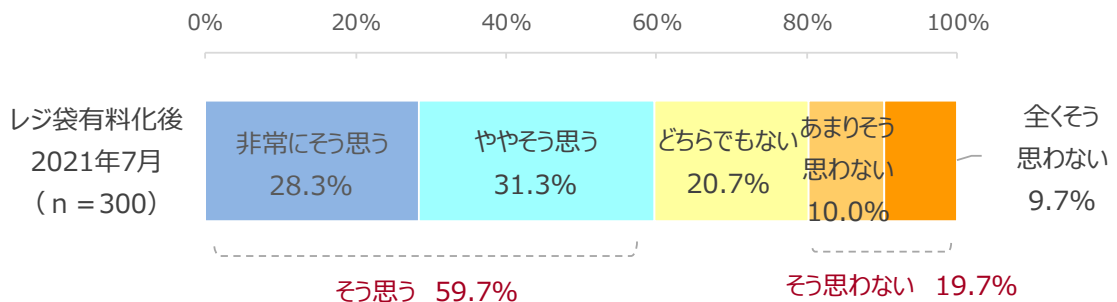
		レジ袋有料化の意見			n
		困る	どちらでもない ない	困らない	
全体		37.0	25.7	37.3	300
年代	20・30代	33.3	35.4	31.3	48
	40代	42.5	29.9	27.6	87
	50代	38.8	21.4	39.8	103
	60代	29.0	19.4	51.6	62
居住地	北海道・東北地方	30.3	24.2	45.5	33
	関東地方	37.1	23.3	39.7	116
	中部地方	21.4	35.7	42.9	42
	近畿地方	43.9	19.3	36.8	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	46.2	30.8	23.1	52

各項目を縦に見て最大値に彩色

紙袋の有料化について、約6割が便乗値上げと思っている！

「紙袋」も有料化するケースが増えてきていることについて、便乗値上げだと思うか聞いたところ、「非常に」「やや」を足し合わせた「そう思う」は59.7%、「どちらでもない」は20.7%、「あまり」「全く」を足し合わせた「そう思わない」は19.7%で、全体の約6割が便乗値上げと感ずる結果だった。紙袋はビニール袋に比べてコストがかかるといわれており、また環境問題・資源問題の面で無縁ではないので、やむを得ないと思われる一方、値上げの時期がレジ袋有料化と重なった為、便乗値上げと感ずる人が多い結果につながったと思われる。

【図6】 ビニールの「レジ袋」の有料化だけではなく、「紙袋」も有料化するケースが増えてきていることについて、あなたは便乗値上げだと思いますか。（回答は1つ）



(横%表)

		紙袋の便乗値上げ			n
		そう思う	どちらでもない	そう思わない	
全体		59.7	20.7	19.7	300
年代	20・30代	56.3	12.5	31.3	48
	40代	66.7	19.5	13.8	87
	50代	54.4	26.2	19.4	103
	60代	61.3	19.4	19.4	62
居住地	北海道・東北地方	69.7	12.1	18.2	33
	関東地方	57.8	21.6	20.7	116
	中部地方	50.0	23.8	26.2	42
	近畿地方	59.6	26.3	14.0	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	65.4	15.4	19.2	52

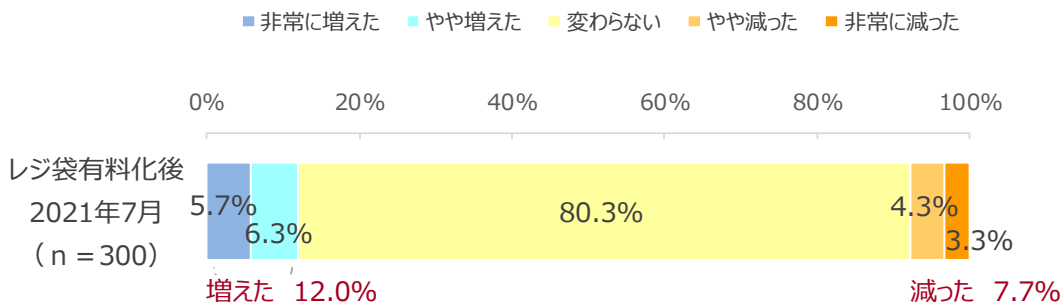
各項目を縦に見て最大値に彩色

レジ袋有料化後、家庭ごみのプラスチックゴミの排出量は、約8割が変わっていない！

レジ袋有料化後、お住まいのゴミ収集日に出すプラスチックゴミの量に変化があったかを聞いたところ、「非常に」「やや」を足し合わせた「増えた」は12.0%、「どちらでもない」は80.3%、「あまり」「全く」を足し合わせた「減った」は7.7%で、「変わらない」が最も多い結果だった。

日本で排出されるプラごみ量のうち、レジ袋は2～3%と言われている。したがってレジ袋の有料化だけでは、プラごみ削減につながらないのは当たり前で、今回の調査結果「変わらない」が約8割もいたことについては、決して驚く結果ではないと思われる。レジ袋有料化は、プラスチック削減の目的から言えば、まだ道半ばで不十分と言わざるをえないが、プラスチック製品を環境に配慮して、有効に使う意識のきっかけにつながっていくことを願う。

【図7】 レジ袋有料化後、あなたがお住まいのゴミ収集日に出すプラスチックゴミの量は、変化がありましたか。
(回答は1つ)



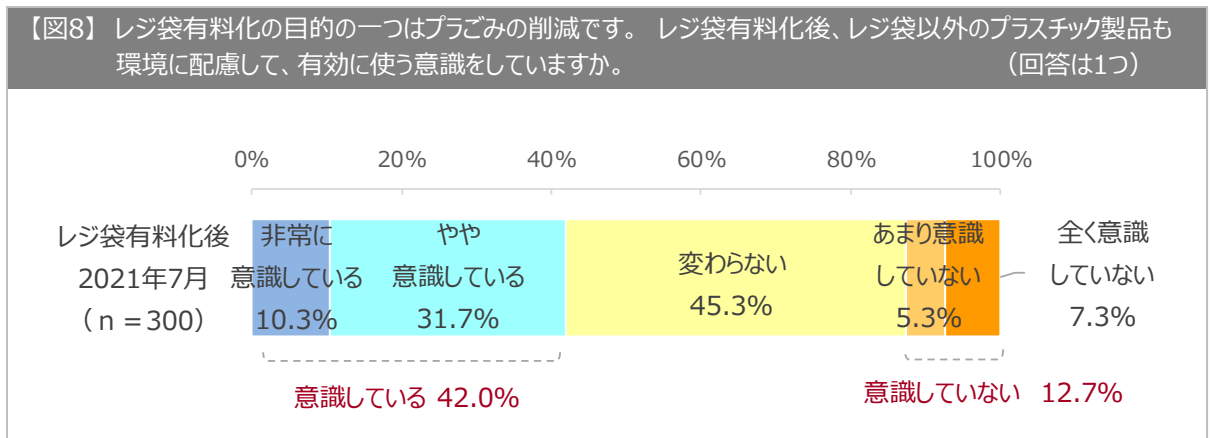
(横%表)

		プラスチックゴミの量			n
		増えた	変わらない	減った	
全体		12.0	80.3	7.7	300
年代	20・30代	18.8	70.8	10.4	48
	40代	11.5	83.9	4.6	87
	50代	9.7	83.5	6.8	103
	60代	11.3	77.4	11.3	62
居住地	北海道・東北地方	12.1	81.8	6.1	33
	関東地方	13.8	75.9	10.3	116
	中部地方	9.5	83.3	7.1	42
	近畿地方	14.0	78.9	7.0	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	7.7	88.5	3.8	52

各項目を縦に見て最大値に彩色

レジ袋以外のプラスチック製品を環境に配慮し、有効に使う意識をしている割合は約4割！

レジ袋有料化後、レジ袋以外のプラスチック製品も環境に配慮して、有効に使う意識をしているかを聞いたところ、「非常に」「やや」を足し合わせた「意識している」は42.0%、「変わらない」は45.3%、「あまり」「全く」を足し合わせた「意識していない」は12.7%で、「意識している」は全体の約4割で過半数を下回った。環境省は、プラごみの削減に向け、2030年までの数値目標として使い捨てプラスチック排出量の25%削減を打ち出している。一人ひとりがプラスチックとの付き合い方を見直すタイミングに来ていることが浮き彫りとなった。



(横%表)

		プラスチック製品も環境に配慮			n
		意識している	変わらない	意識していない	
全体		42.0	45.3	12.7	300
年代	20・30代	35.4	47.9	16.7	48
	40代	43.7	43.7	12.6	87
	50代	40.8	45.6	13.6	103
	60代	46.8	45.2	8.1	62
居住地	北海道・東北地方	42.4	48.5	9.1	33
	関東地方	40.5	44.8	14.7	116
	中部地方	57.1	40.5	2.4	42
	近畿地方	40.4	43.9	15.8	57
	四国・中国・九州地方・沖縄	34.6	50.0	15.4	52

各項目を縦に見て最大値に彩色

サマリーレポートはこちらを参照ください。

こちらを参照ください。

<https://istat.co.jp/investigation/2021/07/result>

統計分析研究所 株式会社アイスstattについて

【株式会社アイスstatt（統計分析研究所）会社概要】

◇所在地 〒166-0011 東京都杉並区梅里1-22-26 パラドール東高円寺3F（旧YTビル）

◇設立 2011年6月2日

◇代表者 代表取締役社長 志賀 保夫

◇事業内容 株式会社アイスstatt(統計分析研究所)は、統計学 を礎とした情報サービス業 に従事しています。

◆本調査・弊社事業などに関するお問合せ先◆

統計分析研究所 株式会社アイスstatt <https://istat.co.jp/>

総務部 橋本 有子 (somu@istat.jp) TEL: 03-3315-7637/FAX: 03-3315-7660

書籍発売のご案内



監 修 : 菅 民郎
著 者 : 志賀保夫、姫野尚子
出版社 : オーム社
価 格 : 2,500円(税抜き)
体 裁 : A5版256頁
発売日 : 2019年9月

使える51の統計手法

本書はビジネスの世界で統計解析を身につけ、実務で使いたい、しかし、難解な統計解析にどのように取り組めばいいのかわからないとする方々を対象に統計手法をやさしく解説しています。

業務や卒業研究・論文などで良く使われる51個の統計手法をピックアップ。イラストと例題、図表を用いてわかりやすく解説しています。また各手法ごとに「使える場面」が掲載されているので、学びたい手法を見つけやすく、ピンポイントで学ぶことができる便利な1冊です。

アイスstattでは統計セミナーを定期開催しています。
開催スケジュールは[こちら](#)をご参照ください。