

消費者行動の変化に関する調査の実施とプラスチックごみ削減に向けた取組み ～購買スタイルの変化で環境保全を推進～

セゾン自動車火災保険株式会社(代表取締役社長:佐藤史朗、以下「セゾン自動車火災」)は、「消費者行動の変化に関する調査」を実施しました。調査結果および当社で取り組んでいるプラスチックごみ削減に向けた取組みについてお知らせします。

1. 調査実施の背景

2020年7月1日から、全国でプラスチック製買物袋の過剰な使用抑制を目的にレジ袋の有料化が開始されました。また、今般の新型コロナウイルスの感染拡大は、消費者行動にも影響が及んでいます。これらの背景を受け、食料品や日用品等の購買スタイルや買い物時の意識も変化していることが想定されたため、それら消費者行動に関する調査を実施しました。

2. 概要

- (1) 調査期間 : 2020年7月20日(月)～7月27日(月)
- (2) 調査方法 : インターネット
- (3) 調査対象 : 全国在住の20歳以上の男女
- (4) 回答数 : 1,096人

3. 調査結果のポイント

- レジ袋有料化については、その目的を含め全世代に理解が浸透
- 新型コロナウイルスの感染拡大によって、3人に1人の消費者行動(食料品や日用品等の購買スタイル)が変化
- 8割を超える方がレジ袋の購入を控え、持参したエコバッグや買い物袋で対応

4. 調査結果

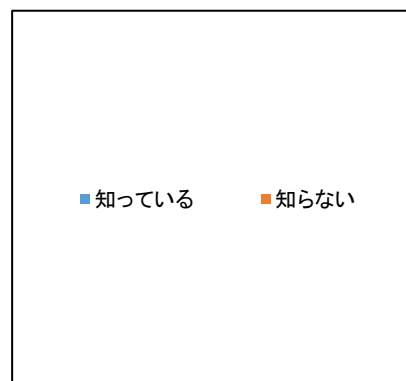
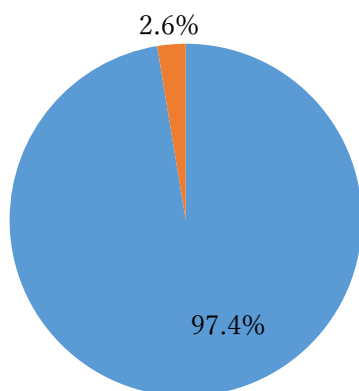
アンケートの設問、回答状況および分析結果は以下のとおりです。

Q1. レジ袋が有料化されたことを知っていますか？

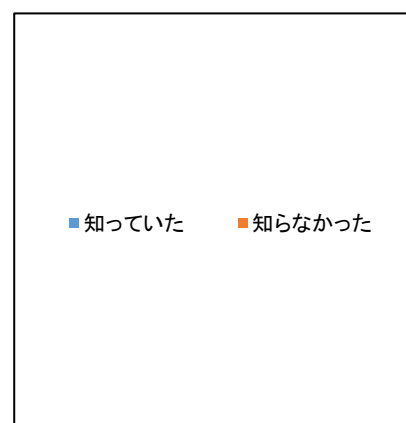
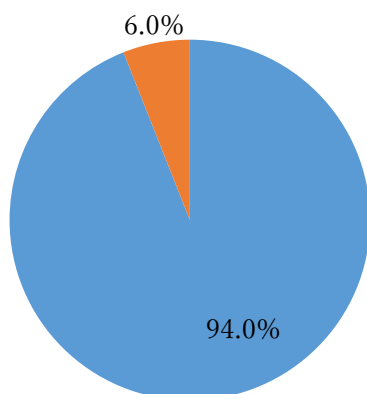
Q2. レジ袋有料化の理由（プラスチックの過剰な使用を抑制するため）を知っていましたか？

レジ袋の有料化については、97.4%の方が「知っている」と回答。「知っている」と回答した方のうち、94%の方がレジ袋有料化の理由についても「知っていた」と回答しており、理由も含めて広く周知されていることがわかりました。

Q1 レジ袋が有料化されたことを知っていますか？（回答者数：1096人）



Q2 レジ袋有料化の理由（プラスチックの過剰な使用を抑制するため）を知っていましたか？（回答者数：1067人）

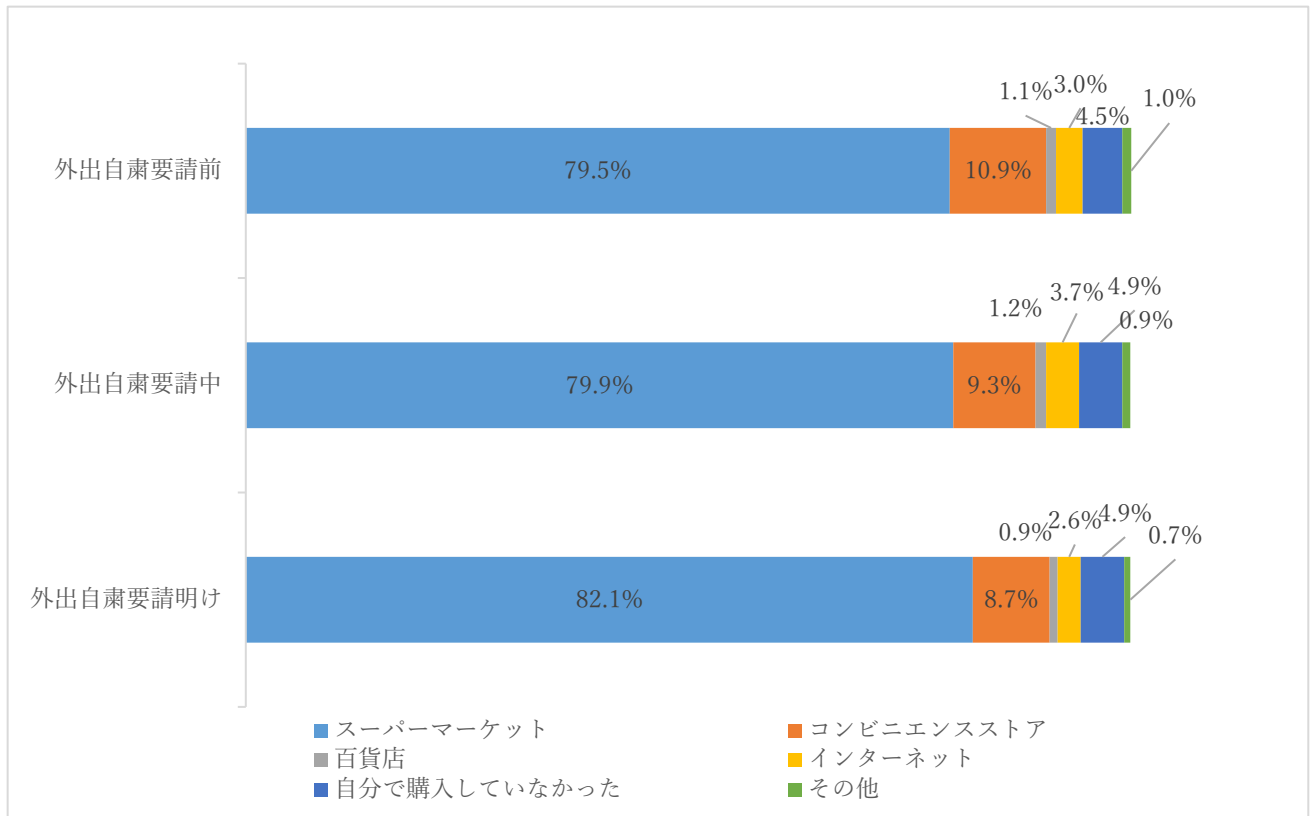


Q3. 以前（新型コロナウイルス対策の外出自粛要請前）食料品や日用品の買い物はどこでしていましたか？最もよく購入していた場所をお答えください。

Q4. （外出自粛要請中）食料品や日用品の買い物はどこでしていましたか？最もよく購入していた場所をお答えください。

Q5. 現在（外出自粛明け）食料品や日用品の買い物はどこでしていますか？

外出自粛要請中と前後の食料品や日用品の購買行動に大きな変化は見られないものの、外出自粛要請中のインターネット利用は増加傾向が見られました。

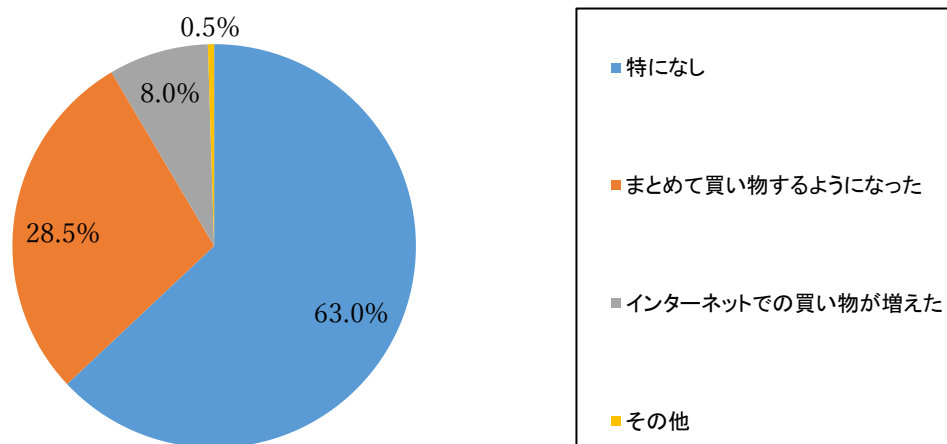


Q6. 直近3～4か月で食料品や日用品の買い物方法に変化はありましたか？最もあてはまる変化をお答えください。

「変化なし」と回答した方が63%と最も多いものの、28.5%の方が「まとめて買い物するようになった」と回答。「インターネットでの買い物が増えた」と回答した方(8%)を含めると、3人に1人以上の方の買い物方法に変化があったことがわかりました。

Q3～6の結果を踏まえると、購入場所に大きな変化はないものの、まとめ買いをするようになった傾向が見て取れます。

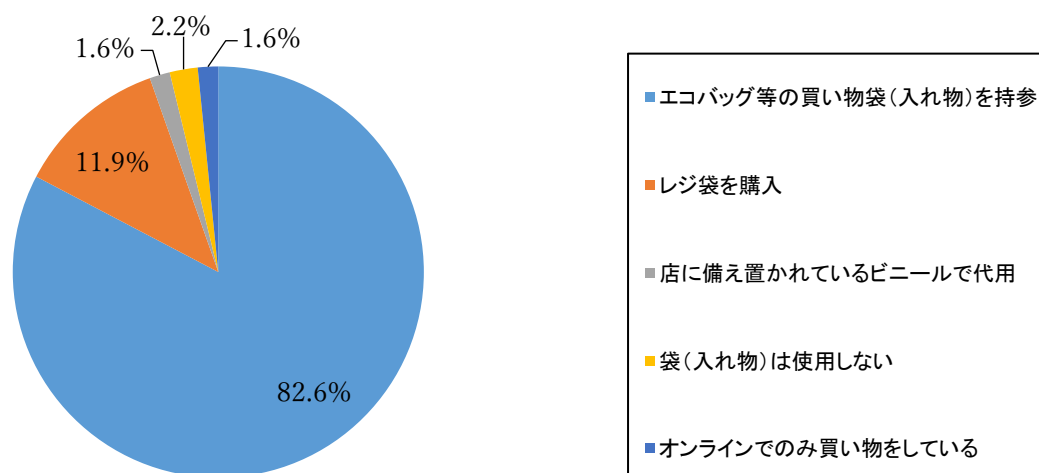
Q6 直近3～4か月で食料品や日用品の買い物方法に変化はありましたか？
最もあてはまる変化をお答えください。(回答者数=1035人)

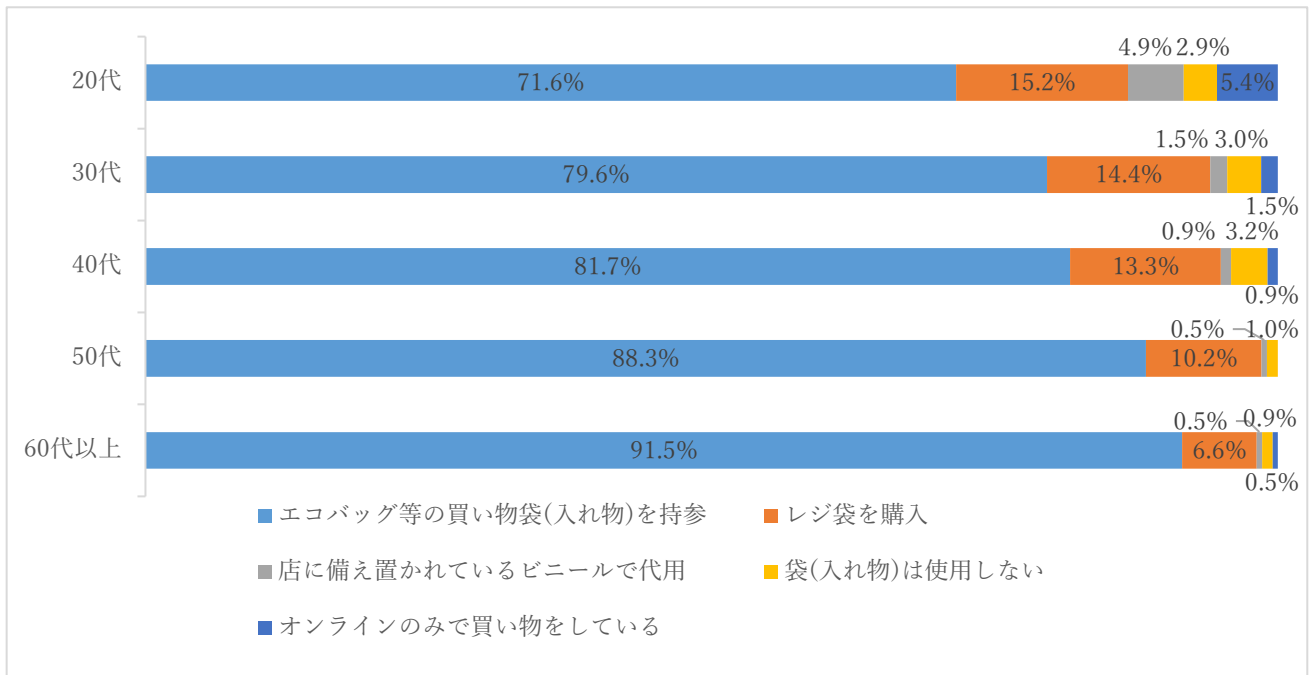


Q7. レジ袋が有料化された7月以降、買い物時（オンライン以外）の持ち帰りはどうしていますか？

8割を超える方がレジ袋の購入を控え、持参したエコバッグや買い物袋で対応していることがわかりました。世代別に見てみると、世代があがるにつれ「エコバッグ等の買い物袋を持参」と回答している割合が高い結果となりました。

Q7 レジ袋が有料化された7月以降、買い物時（オンライン以外）の持ち帰りは
どうしていますか？(回答者数:1042人)



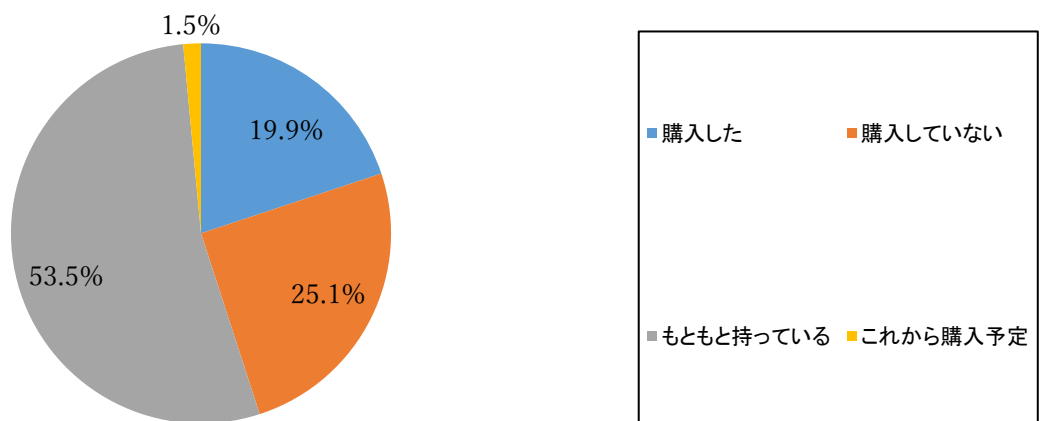


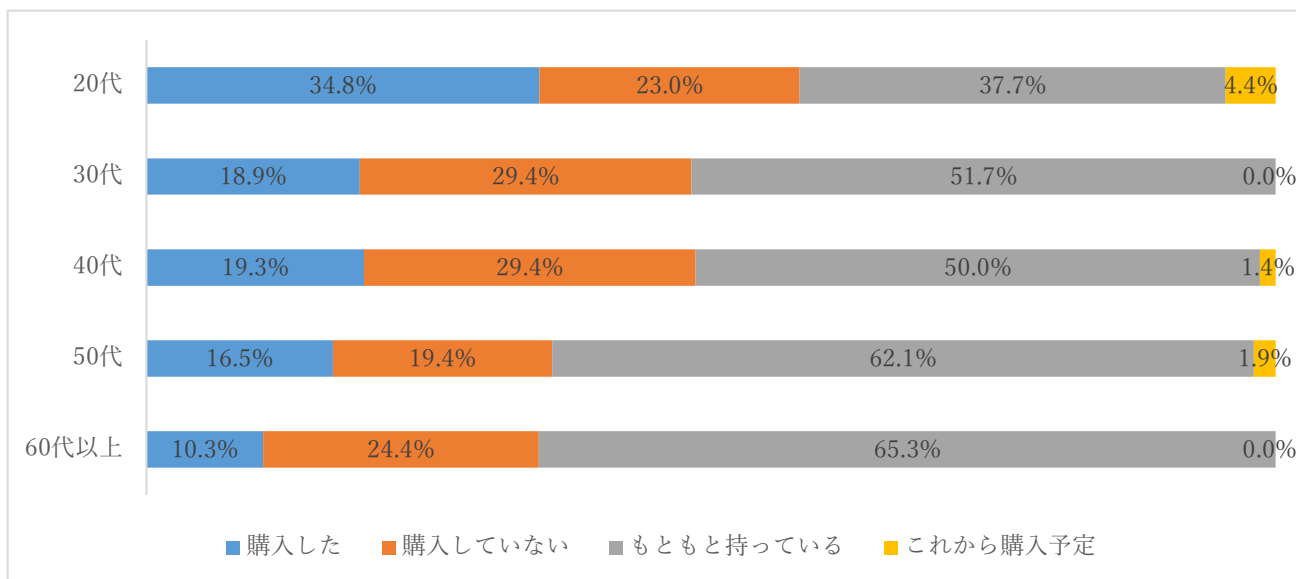
Q8. 7月からのレジ袋有料化に伴い、エコバッグを購入しましたか？

全体を見ると約2割の方が「購入した」と回答した一方で、半数以上の方が「もともと持っている」と回答。世代別にみると、7月のレジ袋有料化を受けてエコバッグを購入した割合は20代が最も高い結果となりました。世代があがるにつれ、「もともと持っている」と回答しており、エコの意識が浸透していたといえます。

Q7~8の結果を踏まえると、「レジ袋の有料化」を受け、若い世代にもエコの意識が浸透してきたことが読み取れます。

Q8 7月からのレジ袋の有料化に伴ってエコバッグを購入しましたか？(回答者数:1042人)





5. セゾン自動車火災の取組み

セゾン自動車火災では、SOMPOグループの一員として、SOMPOグループが定めるグループCSRビジョンに基づき、SDGs達成に向けた取組みを実施しています。

今年度の第一弾として、レジ袋有料化に着目し、全社を通じてエコバッグ利用を推進し、プラスチックごみの削減に向けて取り組むことを決定いたしました。推進にあたっては、環境保全団体であるWWFジャパンが販売しているリサイクルバッグの購入者を有志で募り、共同購入を行いました。購入利益はすべて、世界中の生きものや自然環境を守るWWFジャパンの活動に役立てられます。

社員からは「バッグの購入がさらなる環境保全活動の資金となると聞き、購入を決めた」といった声もあがり、本取組による環境保全の意識が社内でも高まっています。

■ バッグ購入先 <https://shop.wwf.or.jp/>

■ 購入枚数 327 枚



(参照) SOMPOグループのCSR情報 : <https://www.sompo-hd.com/csr/>

6. 今後の展開

今後も、セゾン自動車火災は、さまざまな施策を通じてSDGs達成に向けた取組みを推進していきます。

以上