

20歳～79歳男女1,200名に聞いた

**「日用品の定期購入と環境意識に関する調査」**

日用品の購入は店頭 98.0%、オンラインは 31.0%

日用品の定期購入を行っている人は 7.9%

洗濯洗剤の購入時にゴミ削減の容器を意識する人は？

総合マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回、2020年1月11日（土）～2020年1月13日（月）の3日間、20～79歳の男女1,200人を対象に「日用品」をテーマにしたインターネットリサーチを行いました。

## &lt;調査背景&gt;

新しい消費の形態として定期購入サービス（サブスクリプション、サブスク）など最近よく耳にするようになってきました。また環境問題に関する報道が注目を集める中、日用品、特に日用品についての購入はどのような状況にあるのでしょうか。ネオマーケティングでは日用品の購入と、特に洗濯洗剤の容器に関する意識を取り上げ、調査を行いました。報道資料の一部としてぜひご活用ください。

## 【アンケート調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の20歳から79歳の男女のうち日用品を購入する方
3. 有効回答数：1,200名（20代、30代、40代、50代、60代、70代：男女各100名ずつ）
4. 調査実施日：2020年1月11日（土）～1月13日（月）

## ◆アンケートの主な質問と回答

## ◆普段、日用品をどこで購入しているか

「お店に足を運んで店頭で購入している」が98.0%、「ネットなどオンライン上で購入している」が31.0%。

ネットでの購買は最も高い30代（36.5%）と最も低い70代（21.5%）で15ポイントの差。

## ◆日用品を購入する際に利用する端末

「パソコン」が75.3%、スマートフォンが48.9%ガラケーは1.9%、タブレットが9.9%でほぼパソコンとスマートフォンが利用されているという結果に。

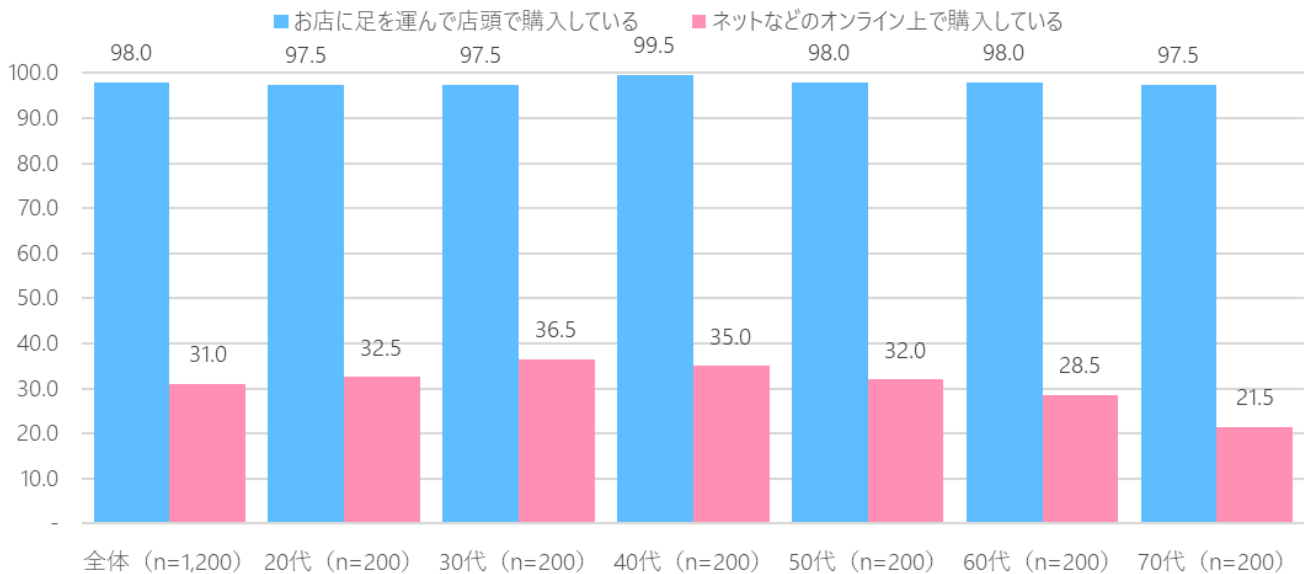
## ◆普段、日用品の定期購入サービスや定期便などを利用しているか

「利用している」7.9%、「以前利用していたが、現在は利用していない」7.7%、「利用したことはない」84.4%。

## ◆洗濯洗剤を選ぶにあたり、排出ゴミの削減につながる容器であることを気にかけるか

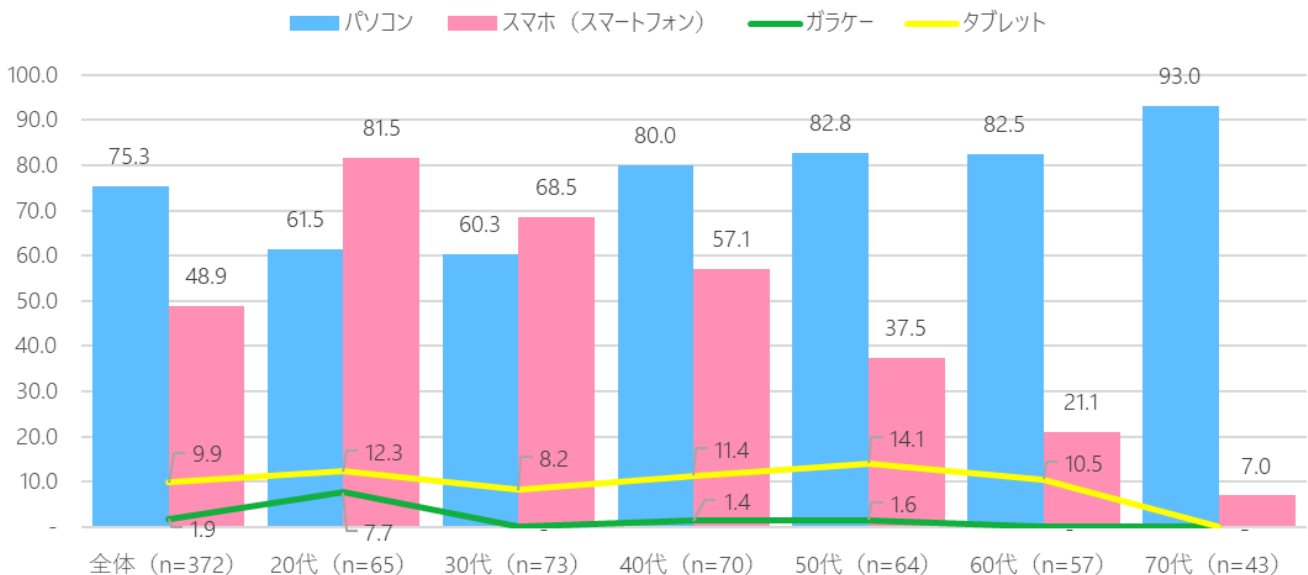
「とても気にかける」12.9%、「少しに気にかける」33.2%で46.1%が気にかけているという結果に。年代が上がるごとに排出ゴミへの意識が高くなっており、「一人暮らし」の世帯と「夫婦のみの世帯」では容器に対する意識に18.4%の差。

Q1. あなたは普段、日用消耗品をどこで購入していますか。(複数回答)【n=1,200】



普段日用消耗品をご自身で購入する20歳~79歳の男女1,200名に、日用消耗品をどこで購入しているか聞いたところ、ほとんどの人が店頭で日用消耗品を購入しているという結果になりました。一方ネットなどオンライン上で購入している人も、全体では3割程度という結果となりました。ネットで購入している割合は、最も高い30代が36.5%、70代が最も低く21.5%という結果でした。

Q2. あなたが、日用消耗品を購入する際に利用する端末を教えてください。(複数回答)【n=372】

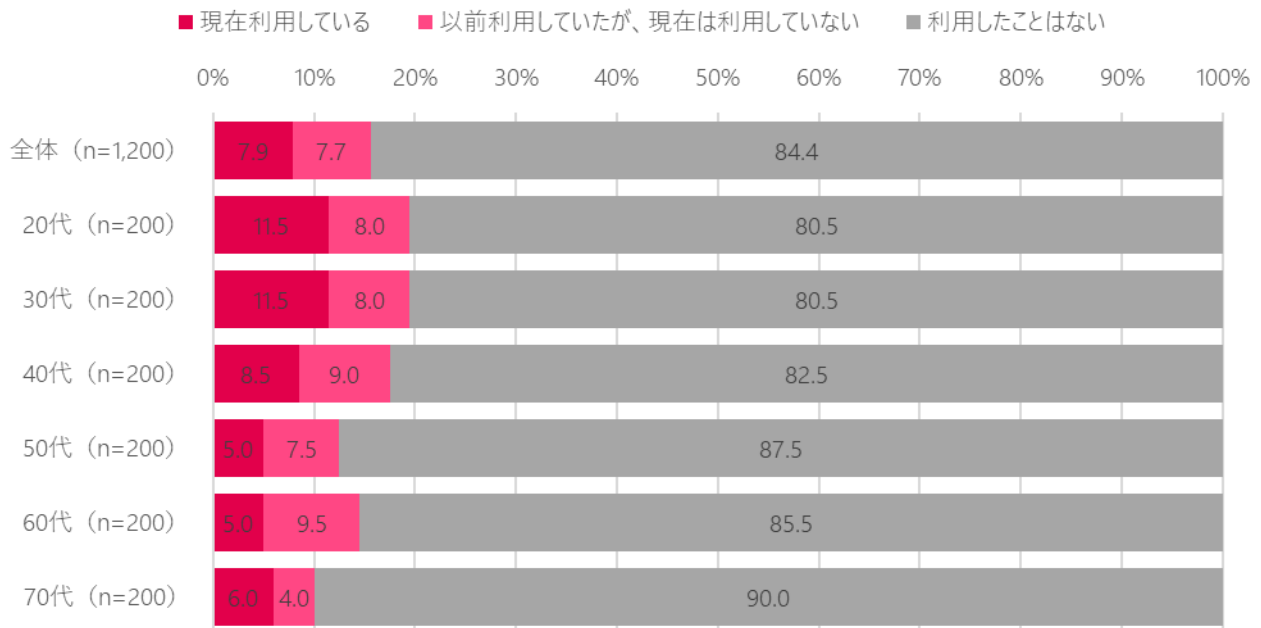


続いて、オンライン上で日用消耗品を購入している人へ購入する際に利用する端末を聞いたところ、「パソコン」が75.3%と最も高く、次に「スマホ (スマートフォン)」で48.9%という結果になりました。ただし年代でその順位は逆転しており、20代、30代に関してはスマートフォンでの購入がパソコンでの購入を上回る結果となりました。

PRESS RELEASE

2019. 1. 29

Q3. あなたは普段、日用消耗品の定期購入サービスや定期便などを利用していますか。  
 (単一回答)【n=1,200】



次に、日用消耗品の定期購入サービスや定期便の利用状況について聞きました。全体で見ると、「現在利用している」と回答した人は7.9%、「以前利用していたが、現在は利用していない」と回答した人は7.7%、「利用したことはない」と回答した人は84.4%でした。利用したことのない人の割合が8割を超える結果となりました。

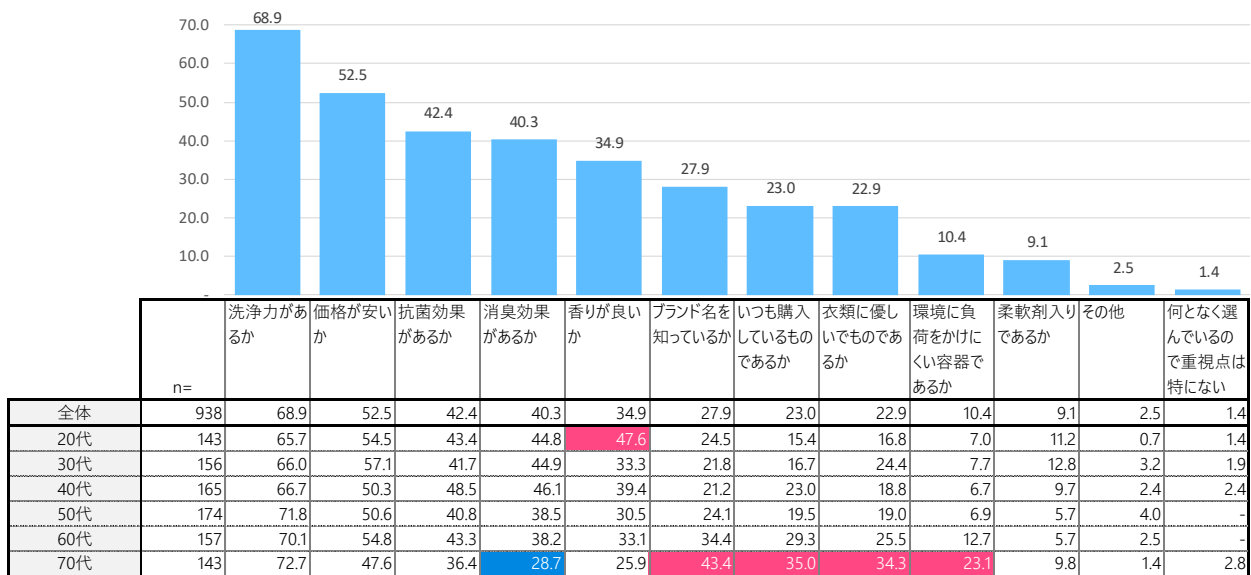
なお、現在日用消耗品の定期購入サービスや定期便を利用している人にどんなものを購入しているか、フリーアンサーで回答してもらいました(有効回答 85 サンプル)。「シャンプー・トリートメント」「トイレットペーパー・ティッシュペーパー」/「洗剤」の順に多い結果となりました。

購入しているもの	票数
シャンプー・トリートメント	22
トイレットペーパー、ティッシュペーパー	16
洗剤	16
飲料	12
サプリメント	10
化粧品	7
食品	7
歯ブラシ・歯間フロス・歯磨き粉	5
スキンケア用品	4
育毛剤・発毛剤	4
ペット用品	4
生理用品	4
消臭スプレー	2
石鹸・ボディソープ	2
その他	17

PRESS RELEASE

2019. 1. 29

Q4. あなたが洗濯洗剤を購入する際に重視する点を教えてください。(複数回答)【n=938】

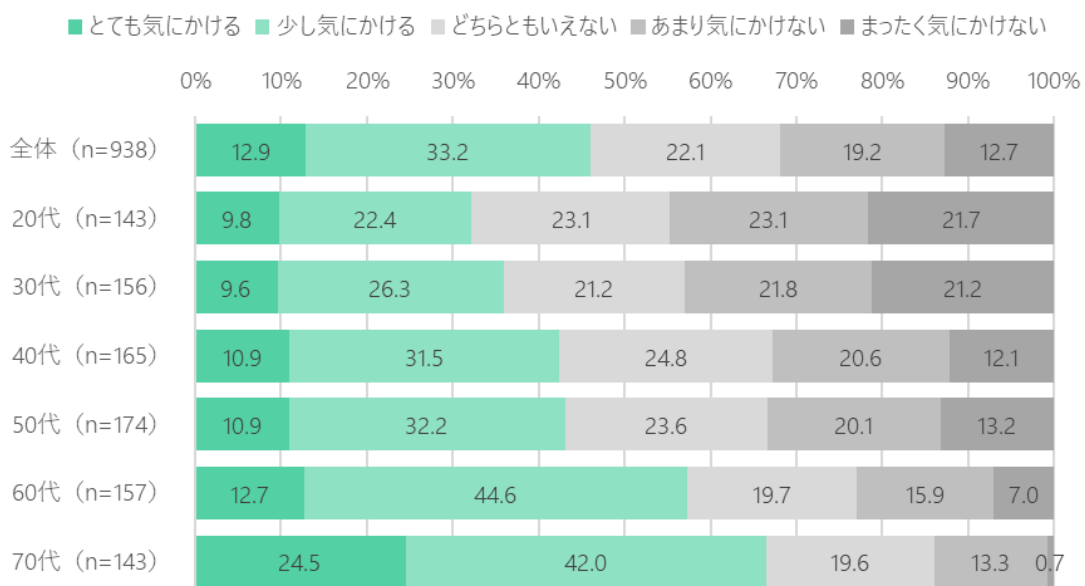


Q4以降は日用消耗品と環境意識について聴取を行うため、洗濯洗剤に絞り質問を行いました。

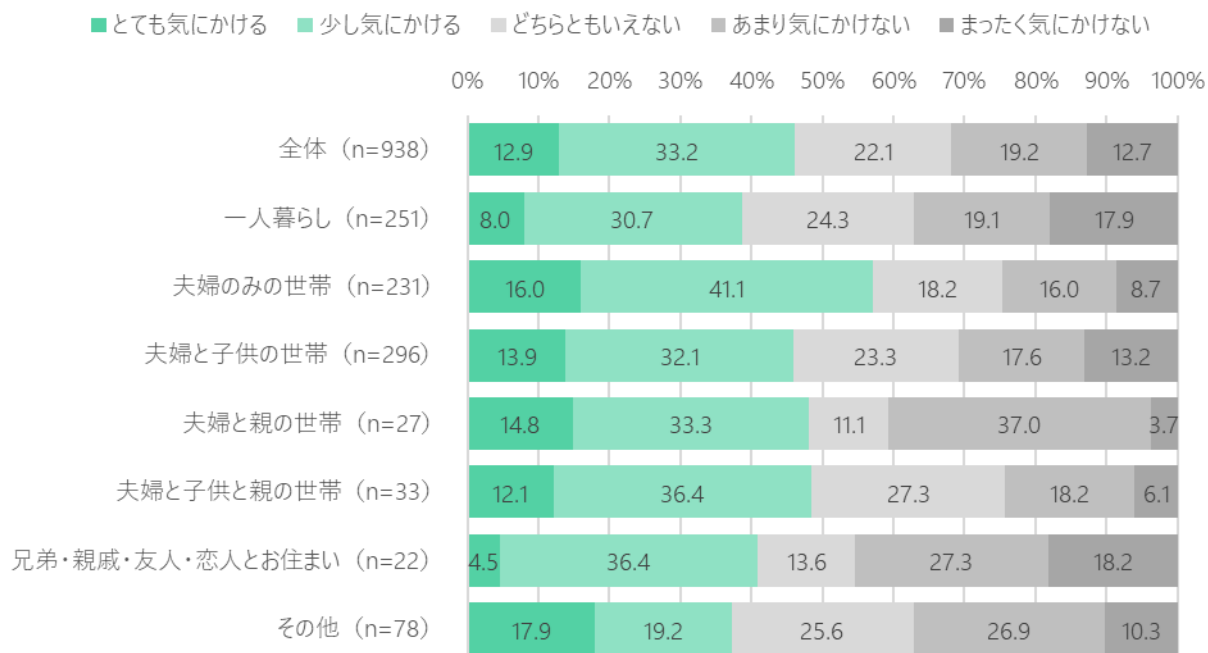
まず洗濯洗剤を自ら購入する人に購入時の重視点を聞きました。最も高いのが「洗浄力があるか」で68.9%、次に「価格が安い」で52.5%という結果となりました。

購入時の重視点として「環境に負荷をかけにくい容器であるか」に関しては10.4%の人が選択していますが、70代は他の年代よりも高いスコア(全体平均10.4%に対して23.1%)となっています。

Q5. あなたが、洗濯洗剤を選ぶにあたって排出ゴミの削減につながる容器かどうかどの程度気にかけますか。(単一回答)【n=938】



次に、洗濯洗剤を選ぶにあたって排出ゴミの削減につながる容器かどうか気にかけるか聞いたところ、46.1%の人が気にかける(とても気にかける+少し気にかける)と回答しました。ここでも70代が最も高く、年代が上がるごとにその割合は高くなっています。



なお世帯別にみても、「夫婦のみの世帯」が割合としては最も高く、「一人暮らし」世帯と比べ、18.4ポイント高い結果となっています。

■ 引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。  
<例> 「総合マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■ 「ネオマーケティング」 URL : <https://www.neo-m.jp/>