

小売店舗の衛生管理に対する 消費者の意識・行動 (詳細版)

美感、衛生、環境の株式会社クレオ

調査期間：2023年1月27日（金）～1月30日（月）
調査手法：インターネット調査
対象条件：スーパーマーケットでの買い物頻度が週1回以上
サンプル数：合計1,260名（※）
調査企画：株式会社クレオ
実査担当：ジーアイ・マーケティング・パートナーズ株式会社

※性年代均等配信のスクリーニング調査の結果を基に、地域別の人口構成比に応じた割付を行った。

全体	1260	100%	北海道・東北	140	11%
男性	551	44%	北関東（群馬、栃木、茨城）	70	6%
女性	709	56%	北陸・甲信越（新潟、富山、石川、福井、山梨、長野）	80	6%
20代	212	17%	1都3県（東京、埼玉、千葉、神奈川）	370	29%
30代	286	23%	東海4県（愛知、静岡、三重、岐阜）	150	12%
40代	276	22%	近畿	200	16%
50代	261	21%	中四国	110	9%
60代以上	225	18%	九州・沖縄	140	11%

～まとめ～

■ 小売店舗に対する衛生意識の“定着”と購買行動の“分散”

小売店舗の店内備品や設備等に対して、その除菌・消毒状態を気にする生活者は依然として多く存在する。

関連して買い物に行く回数やタイミングの変化、また通販やふるさと納税の活用にも増加が見られる。

それまでの食品スーパー中心の食品購買行動は、自己防衛という観点から少しずつ購買チャネルおよび購買タイミングに分散傾向が現れている。

■ 店員による買い物カゴ除菌・消毒への“理解”と“限界”

来店客の大半は普段利用している店舗において、必ずしも全ての買い物カゴが除菌・消毒されていないと認識している。

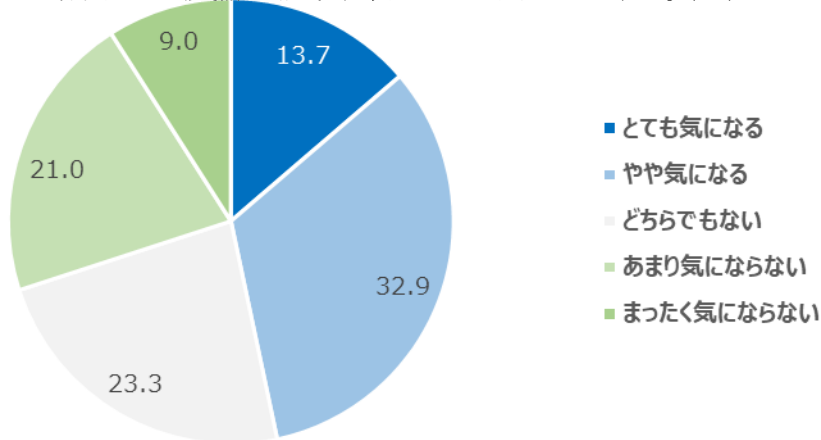
また買い物カゴの除菌・消毒を「店舗側で行うべき」という意見は3割に留まり、「店と客の双方がすれば良い」との意見が若干上回る結果となった。買い物カゴの除菌・消毒の徹底が満足度の向上や来店促進に繋がる可能性も示唆されており、多くの来店客は店員の対応には限界があることを理解する一方で全ての買い物カゴが除菌・消毒されることを望んでいる。

■ 衛生管理実態の情報発信が効果的

寿司類や米飯・惣菜・調理麺、刺身・切り身などを中心に加工工場やバックヤードの調理場に対する来店客の衛生管理への注目度が高い。加工処理済み・調理済み食品の衛生管理を徹底することによって55.2%の来店客は「今よりも利用したい」と回答していることから、今後は店舗での衛生管理実態を積極的に情報発信していくことが効果的であると考えられる。

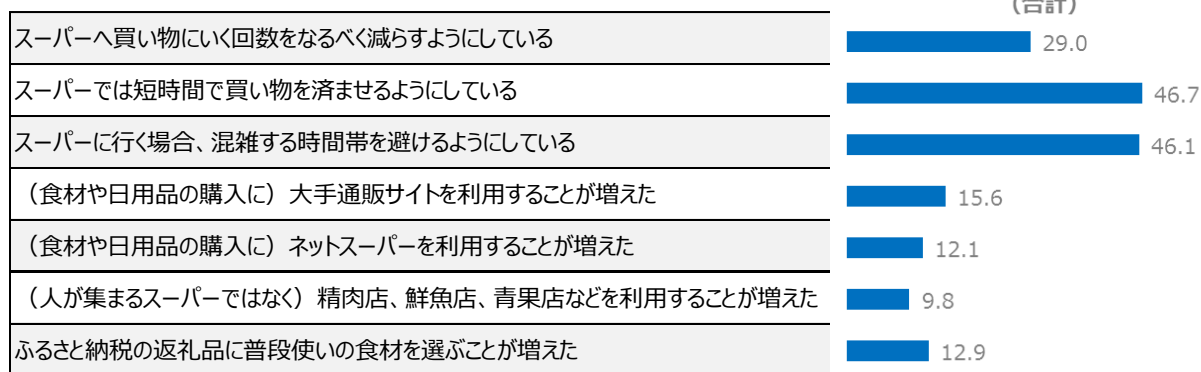
スーパーマーケット店内設備や備品類の消毒・除菌について
「（とても・やや）気になる」が46.6%と直近においても約半数を占める。
一方で「（あまり・まったく）気にならない」は30%。
来店客の一定数には高い衛生意識の定着が感じられる。

Q.コロナ禍以降、最近でもスーパーマーケット店内（カゴや備品、器具などの設備）の消毒・除菌について気になりますか。（SA）



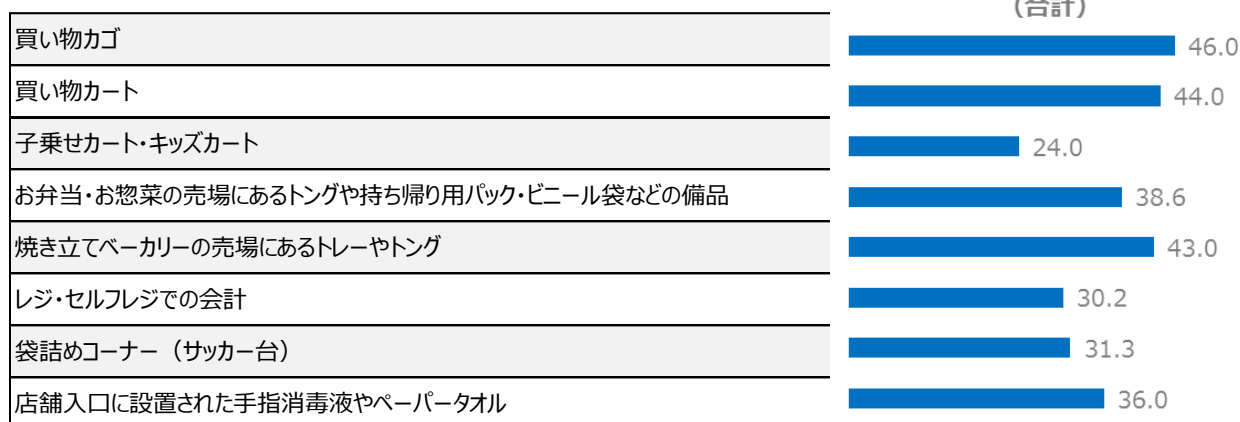
買い物行動には変化や工夫が見られ、スーパーでの買い物について
「短時間で買い物を済ませるようにしている」が46.7%。
「混雑する時間帯を避けるようにしている」が46.1%。
「買い物に行く回数をなるべく減らすようにしている」が29.0%。
その他通販サイトやふるさと納税の活用も見られる。

Q.最近の“コロナ感染予防のための”買い物行動について、以下それぞれどれくらい当てはまりますか。（SA）



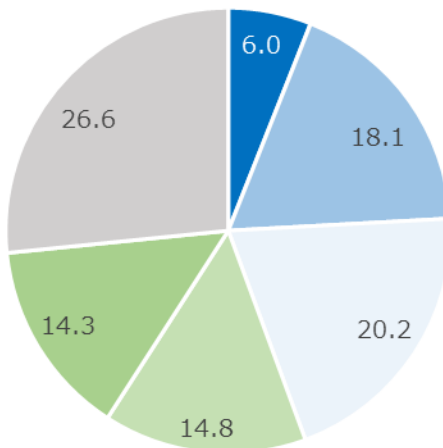
スーパー店内において来店客が特に衛生状態を気にしているのは「買い物カゴ（46.0%）」「買い物カート（44.0%）」「焼き立てベーカリーの売場にあるトレーやトン
グ（43.0%）」。**不特定多数が直接触れるものについては未だに不安意識が残る。**

Q.スーパーの店内で買い物中に接触する各所について、それぞれどれくらい衛生状態（消毒・除菌）が気になりますか。（SA）



普段利用している店舗での買い物カゴの除菌・消毒状況について、来店客の認識は「全体の5割以上されている」が44.3%。「7～8割以上」が24.1%。一方で「2～3割以下」29.1%。「わからない」26.6%。大半の来店客は必ずしも買い物カゴがきちんと除菌・消毒されていないという認識である。

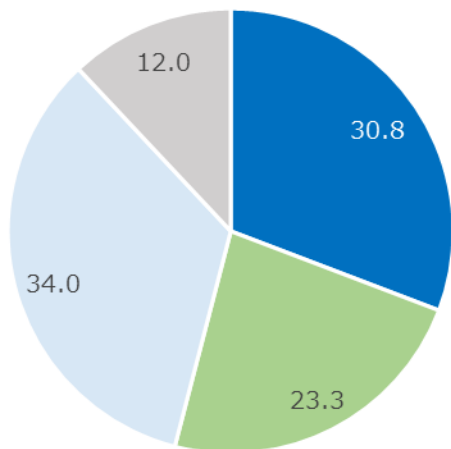
Q.普段最もよく利用しているスーパーマーケットの店舗では買い物カゴを除菌・消毒されていますか。(SA)



- 全て（100%）の買い物カゴが除菌されている（と思う）
- 全体の7～8割くらいは除菌されている（と思う）
- 全体の5割くらいは除菌されている（と思う）
- 全体の2～3割くらいは除菌されている（と思う）
- まったくされていない（と思う）
- わからない

買い物カゴの消毒・除菌は「必要ない」という回答が1割に満たない中、「お店がすべき」は30.8%。「客が自分ですれば良い」は23.3%。「双方が」は最も多く34.0%。誰が労力を負担すべきかと、どうすればより安心か、の視点で主に意見が分かれる。

Q.使用する買い物カゴの消毒・除菌は「お店が行う」「自分で行う」のどちらが良いと思いますか。(SA)

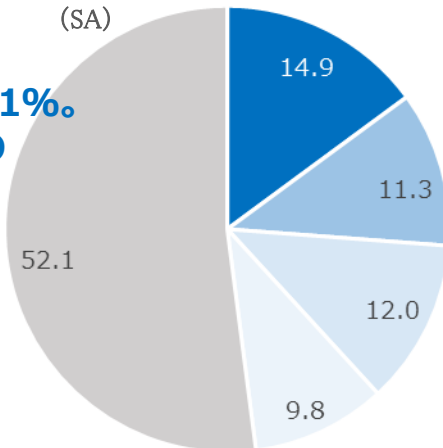


- 「お店が」除菌・消毒済みのものを設置すべき
- お店で用意した除菌・消毒液で使用前に「客が自分で」除菌すれば良い
- お店も客も「双方が」除菌すれば良い
- 買い物カゴの除菌・消毒は「必要ない」

※それぞれに対する理由コメントについては別紙をご覧ください。

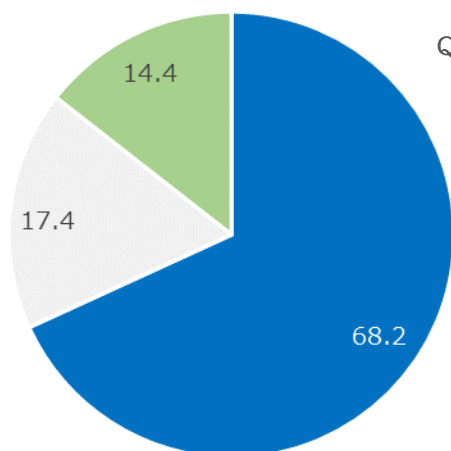
来店客の約半数は自ら買い物カゴを消毒・除菌することがある。「必ず毎回している」が14.9%。「毎回ではないがしている」が33.1%。この約3割の来店客は、店舗での買い物カゴの状態によってその場で「する/しない」の判断をしていると思われる。

Q.使用する買い物カゴを、ご自身やご同行されている方が自ら（手指消毒液・ペーパータオルなどを使って）消毒・除菌することがありますか。(SA)



- 必ず毎回している
- 7～8割くらいはしている
- 5割くらいはしている
- 2～3割くらいはしている
- ほとんど（まったく）していない

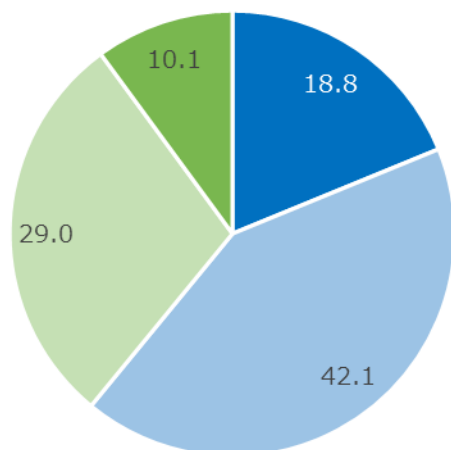
買い物カゴの除菌装置は一部の小売店で見られるようになったものの、まだ普及が進んでおらず68.2%のお客様は存在自体を認知していない。85.6%のお客さまは導入店舗の利用経験がない。



Q.自動で買い物カゴを除菌できる専用の装置をご存じですか。(SA)

- 知らない
- 知っているが普段利用するスーパーには無い
- 普段利用するスーパーにある

除菌・消毒そのものを不要と考える人を含め、約4割が「（やや）反対」。一方で「（やや）賛成」は約6割。機械化・自動化していない現状を前提としながら、店員の労力を「無駄」と捉えるか、「サービスの一環」と捉えるかが意見の分かれ目。

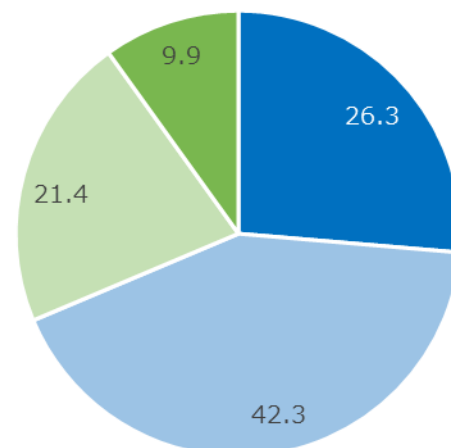


Q.買い物カゴの除菌をスーパーの店員が手作業で行うことについてどのように感じますか。(SA)

- 賛成
- やや賛成
- やや反対
- 反対

※それぞれに対する理由コメントについては別紙をご覧ください。

除菌・消毒そのものを不要と考える人を含め、約3割が「（やや）反対」。ゴミやエコの観点による意見が主流。一方で「（やや）賛成」は約7割。

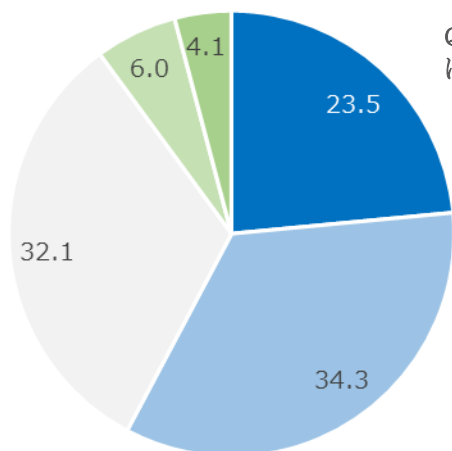


Q.店舗入口にある手指消毒液と一緒に使い捨てのペーパータオルを設置することについてどのように感じますか。(SA)

- 賛成
- やや賛成
- やや反対
- 反対

※それぞれに対する理由コメントについては別紙をご覧ください。

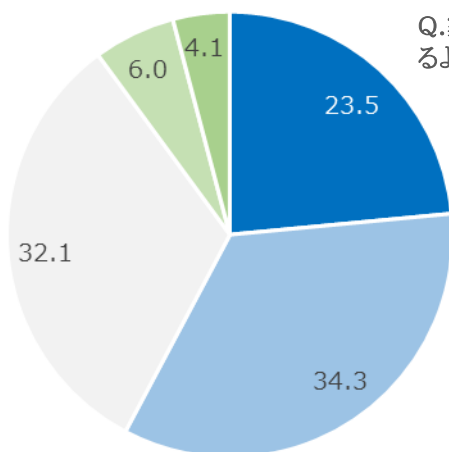
全ての買い物カゴの除菌・消毒によって来店客の57.8%は「今よりも安心して買い物できる」と回答。小売店として買い物カゴの除菌・消毒を徹底し、それを来店客に訴求することは来店客の満足度向上に直結すると言えそう。



Q.家の近くにあるスーパーで全ての買い物カゴが除菌・消毒されるようになったら今よりも安心して買い物できると思いますか。(SA)

- とてもそう思う
- ややそう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- まったくそう思わない

更に来店客の47.9%は全ての買い物カゴを必ず除菌・消毒することによって「今よりも利用したいと思う」ことから、買い物カゴの除菌・消毒の徹底および訴求は来店客の満足度向上だけでなく、客数増に貢献し、売上増に繋がる要素になり得ると考えられる。

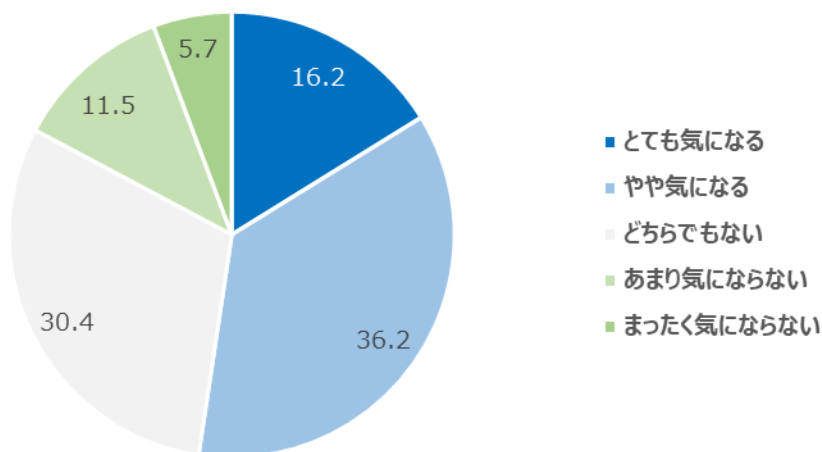


Q.家の近くにあるスーパーで全ての買い物カゴが必ず除菌・消毒されるようになったら今よりも利用したいと思いますか。(SA)

- とてもそう思う
- ややそう思う
- どちらでもない
- あまりそう思わない
- まったくそう思わない

普段の買い物行動では
目につかない調理場の各種厨房設備・調理器具等に対しても
来店客の52.4%は衛生状態を
気にしている。

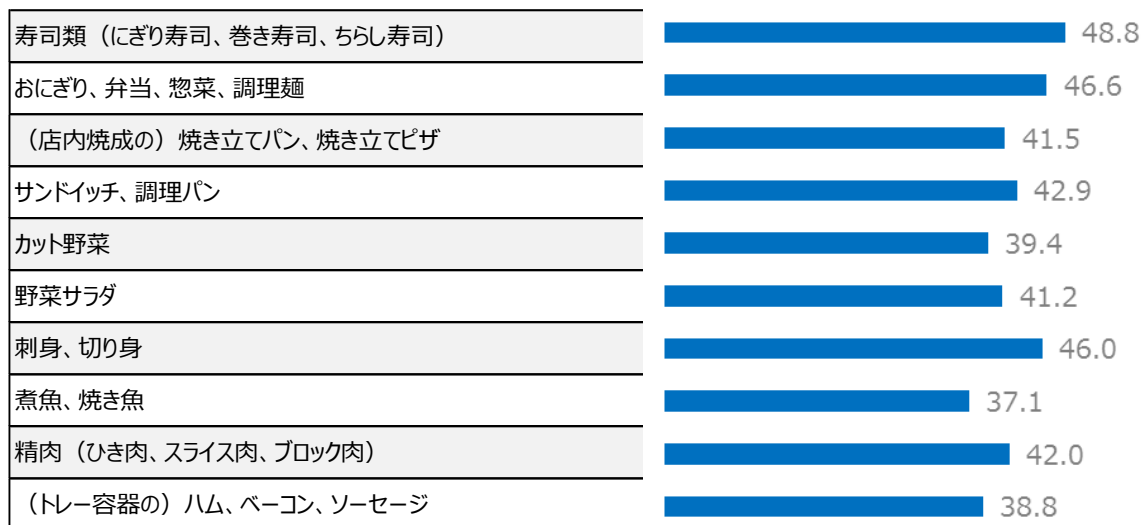
Q.生鮮食品の加工工場やスーパーの
バックヤードにある調理場の各種厨房設備・
調理器具等の衛生状態について
気になりますか。(SA)



「寿司類（48.8%）」「おにぎり、弁当、惣菜、調理麺（46.6%）」
「刺身、切り身（46.0%）」を中心にいずれも4割程度の来店客が衛生状態を気にして
いる。特に「生食」「即食」系カテゴリに対する意識が高い。

Q.スーパーで販売されている以下、
「加工処理済み・調理済み食品」の衛生状態について
どれくらい気になりますか。(SA)

とても気になる+やや気になる
(合計)



加工処理済み・調理済み食品の衛生
管理を徹底することによって55.2%
の来店客は「今よりも利用したい」と
回答。来店客へ衛生管理の実態を積
極的に情報発信することは、満足度
向上や来店促進に効果的と思われる。

Q.家の近くにあるスーパーにて
上記のような加工処理済み・調理済み食品
の衛生管理を徹底（自社や専門業者との
協働で）していることがわかれば今よりも利
用したいと思いませんか。(SA)

