

「食品ロス削減」パイロットプロジェクト
実施店舗における店頭消費者調査
報告書

2013年12月11日(水)

公益財団法人 流通経済研究所

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

目次

1. 店頭消費者調査の概要.....	3
2. 店頭消費者調査の結果.....	10
I. 購入した商品について	
II. 「食品ロス」削減の取り組みについて	
3. まとめ.....	41

1. 店頭消費者調査の概要

1-1. 調査目的

- 本調査は、「食品ロス」を削減するために、店舗への納品期限を賞味期限の1/3から1/2まで延長する実験を行っている店舗において、一般消費者が実験対象商品を購入する際の意識や態度を探ることを目的として、実施した。

 - 具体的には、
 - 購入した商品の賞味期限を見たかどうか
 - 購入した商品を、いつごろ食べ切る・飲み切るのか
 - 購入した商品の鮮度について、どう思うか
 - 「食品ロス」を削減するための納品期限を延長する実験について、
 - ・ 買物をする際に、実験が行われていることに気づいたかどうか
 - ・ 食品・流通産業が協力して、納品期限延長などの「食品ロス」削減に向けた取り組みが行われていることについて、どう思うか
- といった点を探り、納品期限の緩和に関する検討を行う上で参考に資するデータを得ることを目的として、実施した。

1-II. 店頭消費者調査の設計

- 対象店舗：スーパー A店、スーパー B店(2店舗)
- 対象者：調査対象店舗において、「食品ロス」削減実験の対象商品(飲料、または菓子)を購入した、20代以上の女性個人
- 完了数：160サンプル

※上記各店舗で、「食品ロス」削減の店頭実験が行われている商品カテゴリーの商品を購入し、上記の対象条件を満たす人を店頭でリクルートし、質問を行った。

調査対象店舗	飲料購入者	菓子購入者	合計
スーパー A店	53	52	105
スーパー B店	55		55
合計	108	52	160

-
- 調査手法：店頭調査
 - 調査期間：2013年11月26日(火) 10:00~18:00

※注記：本報告書では、カテゴリーにより小サンプル数となっていますが、回答傾向をわかりやすく示すためグラフ等を作成しております。ただし、小サンプル数の結果については、定量的な分析を行い得るサンプル規模ではないため、参考資料としてご覧ください。

1-IV. 調査項目

1. 属性情報

- 性別、年代
- 店頭における、対象商品の購入時刻

2. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

- 購入した対象商品を食べる人・飲む人
- 対象商品の購入時に、「賞味期限」を見たかどうか
- 購入した対象商品を、いつ頃食べ切る・飲み切ると思うか
- 当該商品カテゴリーの購入時点における、「賞味期限」までの望ましい残存期間
- 調査対象店舗における、当該商品カテゴリーの「新しさ(鮮度)」(以前との比較)
- 調査対象店舗における、当該商品カテゴリーの「新しさ(鮮度)」(他店舗との比較)

3. 「食品ロス」削減の取り組みについて (※「PP」に関する「コンセプト」を提示し、読み上げた上で質問)

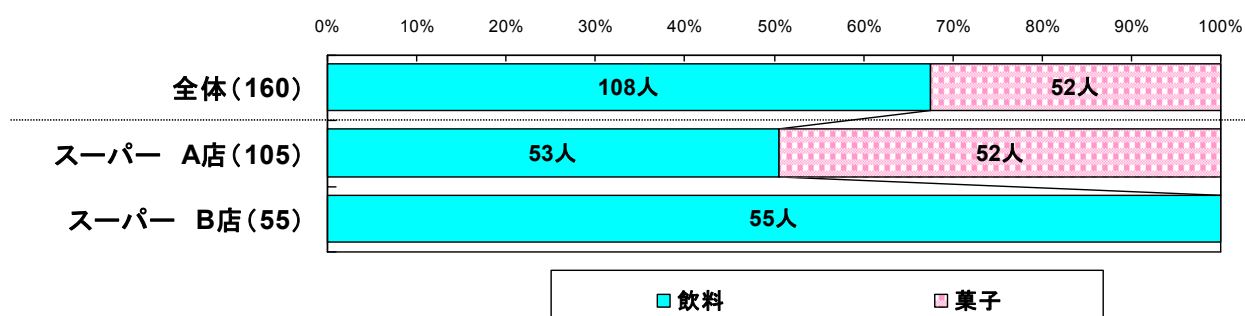
- 当該商品カテゴリーで「食品ロス」削減実験が行われていることの認知有無
- (認知していた人)「食品ロス」削減実験の認知経路
- 「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

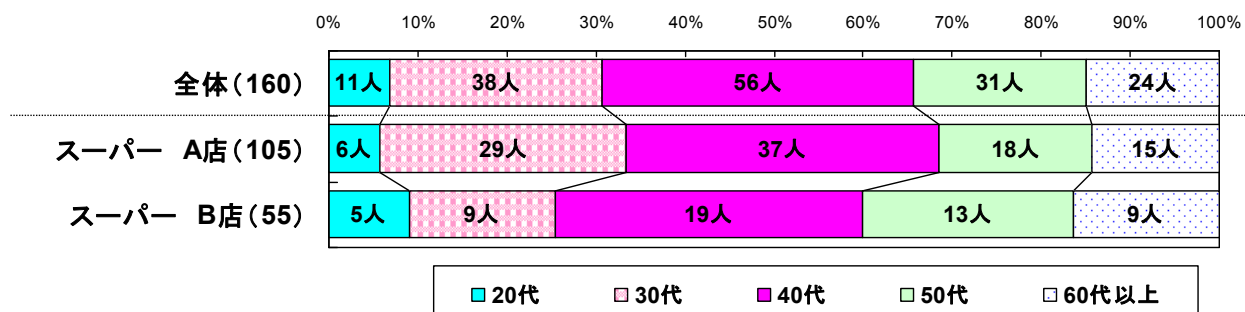
7

1-V. 対象者属性-1

①調査対象「商品カテゴリー」

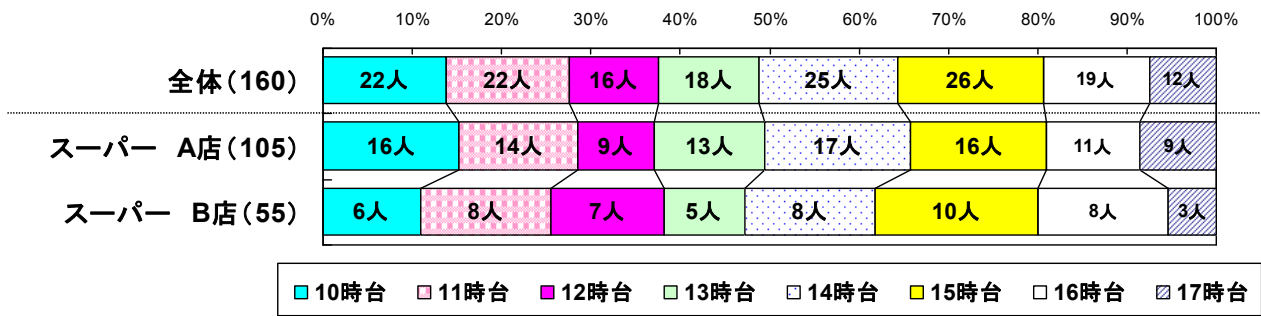


②対象者の年代(SA)



1-V. 対象者属性-2

③店頭での、対象商品の購入時刻



ベース：全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

9

2. 店頭消費者調査の結果

- I. 購入した商品について
- II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

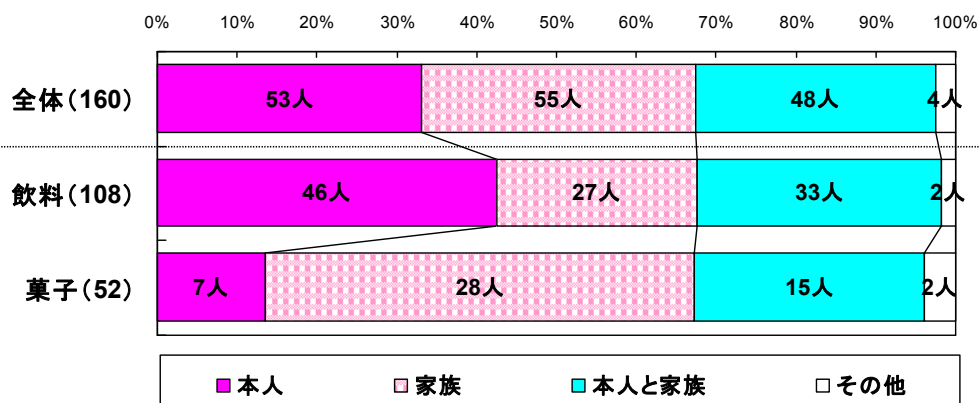
©2013 公益財団法人 流通経済研究所

10

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

①購入した対象商品を食べる人・飲む人(SA)

- 全体では、「本人」「家族」「本人と家族」が、それぞれ回答の約3分の1ずつを占めている。
- 商品カテゴリー別では、「飲料」は「本人」が約4割、「菓子」は「家族」が5割超である。



ベース: 全対象者

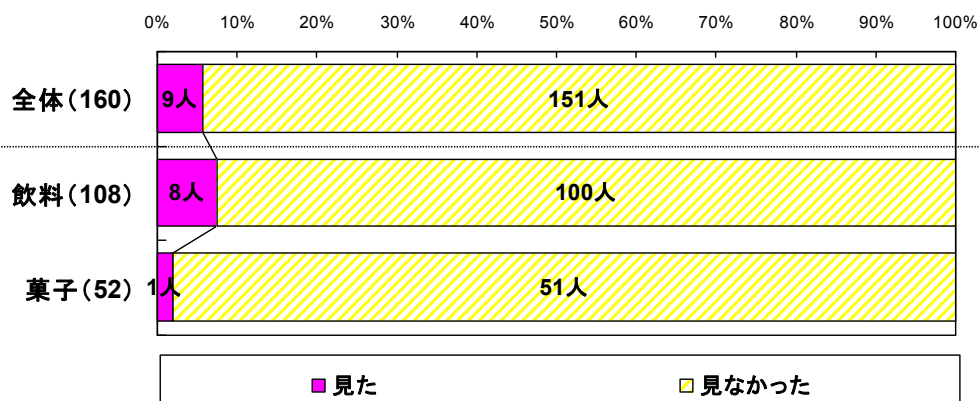
©2013 公益財団法人 流通経済研究所

11

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

②対象商品の購入時に、「賞味期限」を見たかどうか(SA)-1

- 全体では、賞味期限を「見なかった」との回答が9割以上と高い。
- 商品カテゴリー別では、「菓子」の方が「見なかった」の割合が高く、賞味期限を「見た」対象者は1人だけであった。



ベース: 全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

12

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

②商品購入時に、「賞味期限」を見たかどうか(SA)-2

<賞味期限を「見た」と回答した対象者の、購入商品・属性等>

- 店頭での購入商品は、「緑茶」「紅茶」「スポーツドリンク」「キャンディ」であった。

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	店頭での購入商品	
				商品	容量
55	女性	40代	飲料	緑茶	500ml
80	女性	50代	飲料	緑茶	500ml
24	女性	60代以上	飲料	緑茶	500ml
64	女性	60代以上	飲料	緑茶	2L
40	女性	60代以上	飲料	緑茶	500ml
74	女性	30代	飲料	スポーツドリンク	500ml
66	女性	40代	飲料	紅茶	460ml
10	女性	50代	飲料	紅茶	500ml
138	女性	60代以上	菓子	キャンディー	46g

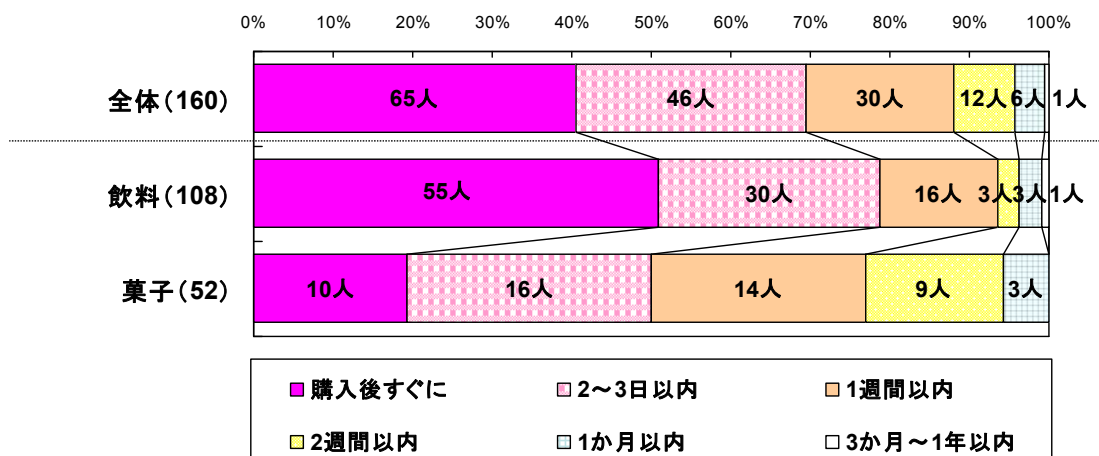
©2013 公益財団法人 流通経済研究所

13

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

③購入した対象商品を、いつ頃食べ切る・飲み切ると思うか(SA)

- 全体では、「購入後すぐに」が4割、「2~3日以内」が3割となっており、9割近くが1週間以内に消費すると考えている。
 > 「1か月超」の回答は1件のみで、「ミネラルウォーター」(ペットボトル、2L)の購入者が「1年以内」と回答していた。
- 商品カテゴリー別では、「飲料」は「購入後すぐに」が5割と高く、約8割が2~3日以内に消費すると考えている。
- 一方「菓子」は、約5割が2~3日以内に消費すると考えている。「飲料」よりも食べ切り・飲み切りまでの期間が長い。

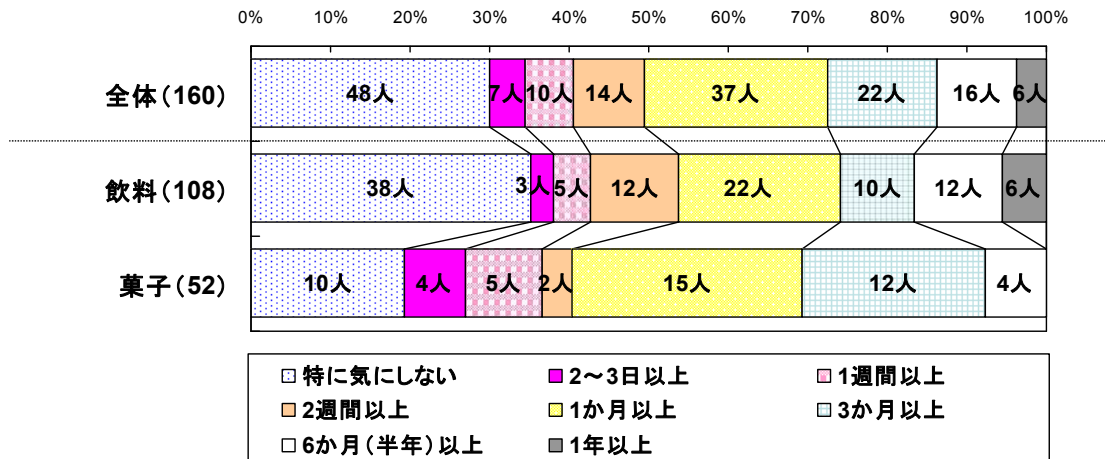


2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

④当該商品カテゴリーの購入時点における、「賞味期限」までの望ましい残存期間(SA)-1

※購入時に、「賞味期限」までどれくらい残ってれば「買ってよい」「問題ない」と思うかを質問。

- 全体では、「特に気にしない」が3割を占め、最も高い。一方、賞味期限の残存期間が「6か月以上」あることが望ましいと考えている人は、14%存在。
- 商品カテゴリー別では、「飲料」は「特に気にしない」の割合が「菓子」よりも高い。
- 「菓子」は、「6か月以上」を望む割合が8%と少ない。



ベース: 全対象者

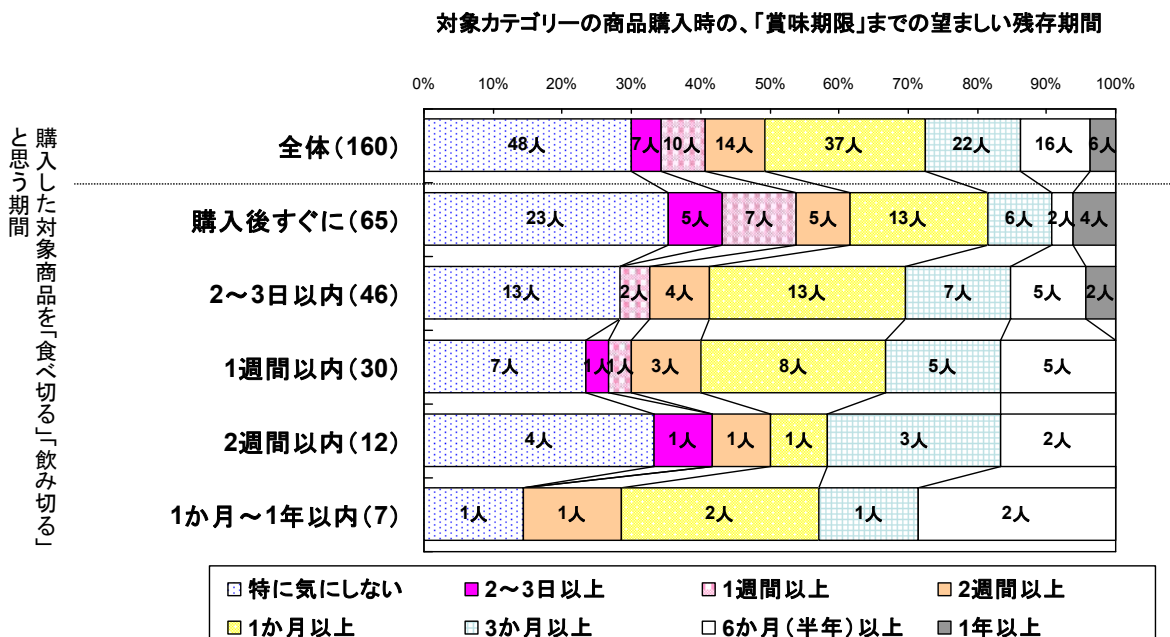
©2013 公益財団法人 流通経済研究所

15

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

④対象カテゴリーの商品購入時の、「賞味期限」までの望ましい残存期間(SA)-2

- 商品を「購入後すぐに」消費すると回答した対象者の約4割が、また「2~3日以内」「1週間以内」に消費すると回答した対象者の約6割が、商品購入時に「1か月以上」賞味期限が残っていることが望ましいと回答している。
- 購入時に、必要以上に長い賞味期限を希望していることから、賞味期限の意味などを含めて、消費者へのコミュニケーションが必要であることが示唆されている。



ベース: 全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

④対象カテゴリーの商品購入時の、「賞味期限」までの望ましい残存期間(SA)-3

＜「賞味期限」の望ましい残存期間を「3か月」以上と回答した対象者の、購入商品・属性等＞

- 店頭での購入商品は、「飲料」では「水」「緑茶」「炭酸飲料」「スポーツドリンク」等となっている。「菓子」では、「チョコレート菓子」「キャンディー」等となっている。

ID	Q1 性別	Q2 年代	Q7 購入商品カテゴリー購入時の、許容できる「賞味期限」 残存期間	F2 調査 カテゴリー	店頭での購入商品	
					商品	容量
●飲料						
85	女性	60代以上	3か月以上	飲料	水	500ml
75	女性	60代以上	6か月(半年)以上	飲料	水	2L
87	女性	30代	6か月(半年)以上	飲料	水	2L
92	女性	30代	6か月(半年)以上	飲料	水	2L
67	女性	40代	1年以上	飲料	水	1.5L
33	女性	50代	1年以上	飲料	水	500ml
80	女性	50代	3か月以上	飲料	緑茶	500ml
43	女性	50代	3か月以上	飲料	緑茶	2L
20	女性	50代	6か月(半年)以上	飲料	緑茶	2L
49	女性	50代	6か月(半年)以上	飲料	緑茶	2L
64	女性	60代以上	6か月(半年)以上	飲料	緑茶	2L
48	女性	40代	3か月以上	飲料	紅茶	500ml
103	女性	50代	6か月(半年)以上	飲料	紅茶	500ml
29	女性	40代	3か月以上	飲料	お茶(その他)	500ml
56	女性	30代	6か月(半年)以上	飲料	お茶(その他)	2L
89	女性	40代	1年以上	飲料	お茶(その他)	2L
12	女性	30代	1年以上	飲料	お茶(その他)	500ml
69	女性	50代	1年以上	飲料	コーヒー	90g
22	女性	40代	3か月以上	飲料	スポーツドリンク	500ml
74	女性	30代	3か月以上	飲料	スポーツドリンク	500ml
4	女性	60代以上	6か月(半年)以上	飲料	スポーツドリンク	500ml
23	女性	40代	6か月(半年)以上	飲料	スポーツドリンク	500ml
78	女性	40代	3か月以上	飲料	炭酸飲料	1.5L
38	女性	30代	3か月以上	飲料	炭酸飲料	500ml
76	女性	30代	3か月以上	飲料	炭酸飲料	380ml
72	女性	40代	6か月(半年)以上	飲料	炭酸飲料	500ml
5	女性	40代	6か月(半年)以上	飲料	炭酸飲料	490ml
94	女性	20代	1年以上	飲料	炭酸飲料	1.5L

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く) 17

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	Q7 購入商品カテゴリー購入時の、許容できる「賞味期限」 残存期間	F2 調査 カテゴリー	店頭での購入商品	
					商品	容量
●菓子						
113	女性	40代	3か月以上	菓子	キャンディー	80g
114	女性	30代	3か月以上	菓子	キャンディー	120g
135	女性	40代	3か月以上	菓子	キャンディー	112g
128	女性	30代	3か月以上	菓子	キャンディー	94g
156	女性	60代以上	3か月以上	菓子	キャンディー	46g
153	女性	40代	3か月以上	菓子	キャンディー	1枚
121	女性	40代	3か月以上	菓子	キャンディー	28g
120	女性	40代	3か月以上	菓子	キャンディー	52g
118	女性	60代以上	6か月(半年)以上	菓子	キャンディー	80g
144	女性	30代	3か月以上	菓子	チョコレート菓子	67g
152	女性	40代	3か月以上	菓子	チョコレート菓子	161g
148	女性	40代	3か月以上	菓子	チョコレート菓子	48g
119	女性	40代	3か月以上	菓子	チョコレート菓子	171g
117	女性	40代	6か月(半年)以上	菓子	チョコレート菓子	204g
146	女性	40代	6か月(半年)以上	菓子	チョコレート菓子	50g
132	女性	40代	6か月(半年)以上	菓子	チョコレート菓子	37g

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

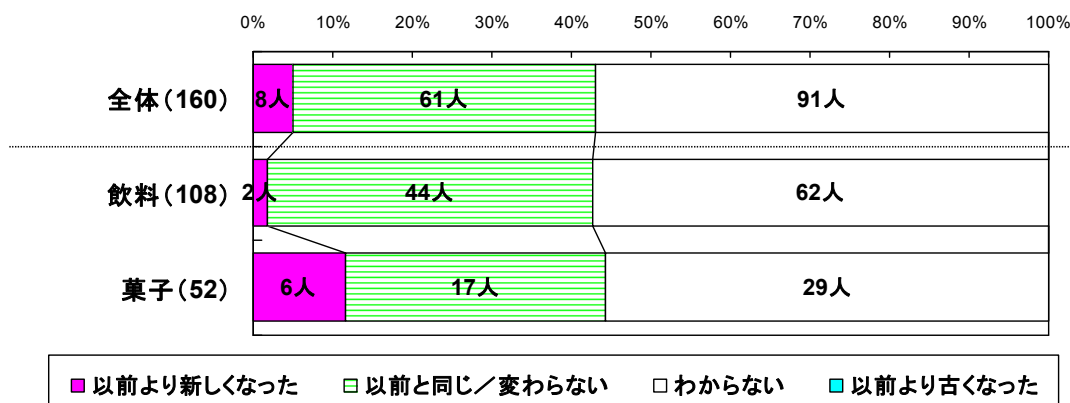
18

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

⑤調査対象店舗における、当該商品カテゴリーの「新しさ(鮮度)」「SA)ー以前との比較

※同じ店舗において、以前と比べて当該商品カテゴリーの「新しさ(鮮度)」がどのように変化したかを質問。

- 全体では、「わからない」が6割近くを占める。「以前と同じ／変わらない」の約4割と合わせると、殆どの対象者が、パイロットプロジェクトを実施しても、「新しさ(鮮度)」が変化したとは感じていない。「以前より古くなった」との回答は、0件であった。
- 商品カテゴリー別では、「菓子」は「以前より新しくなった」の回答割合が、「飲料」よりも高い。



ベース: 全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

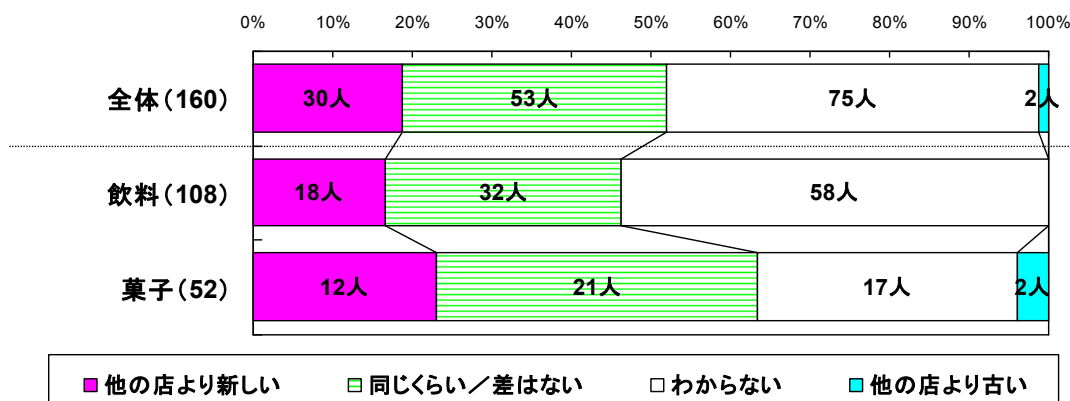
19

2-1. 購入した商品(パイロットプロジェクトの対象商品)について

⑥調査対象店舗における、当該商品カテゴリーの「新しさ(鮮度)」「SA)ー他の店との比較

※普段利用する他の店と比べて、当該商品カテゴリーの「新しさ(鮮度)」がどのようなものであるかを質問。

- 全体では、「わからない」が5割近くを占める。「同じくらい／差はない」の3割超と合わせると、8割の対象者が、普段利用する他の店とパイロットプロジェクトの実施店舗とで、「新しさ(鮮度)」に差がないと感じている。「他の店より新しい」は2割弱、「他の店より古い」は2件のみであった。
- 商品カテゴリー別では、「菓子」で「他の店より古い」との回答が少数あるものの、「他の店より新しい」の割合も「飲料」より高くなっている。



ベース: 全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

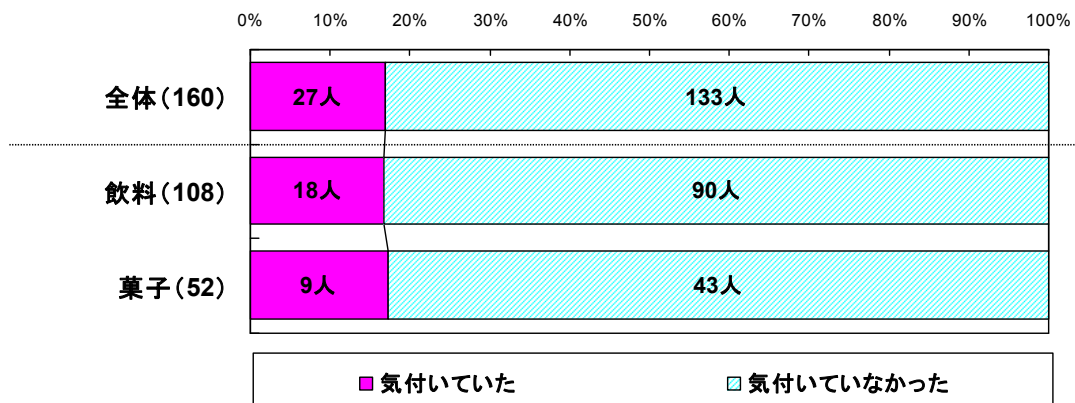
20

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑦当該商品カテゴリーで「食品ロス」削減実験が行われていることの認知有無(SA)

※別紙「コンセプト」を提示し読み上げた上で、このような「食品ロス」削減実験が行われていることに気づいていたかどうかを質問。

- 全体では、8割以上が「気づいていなかった」と回答した一方、「気づいていた」との回答が、2割弱あった。
- 商品カテゴリー別では、「飲料」「菓子」とともに「気づいていなかった」が8割超で、傾向に差は見られない。



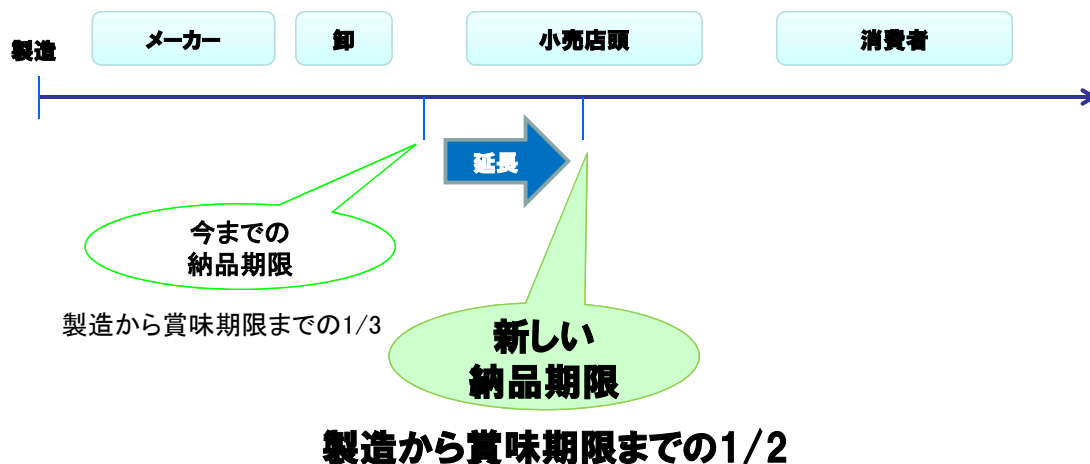
ベース: 全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

21

提示したコンセプト

加工食品の納品期限を見直す実験を行っています



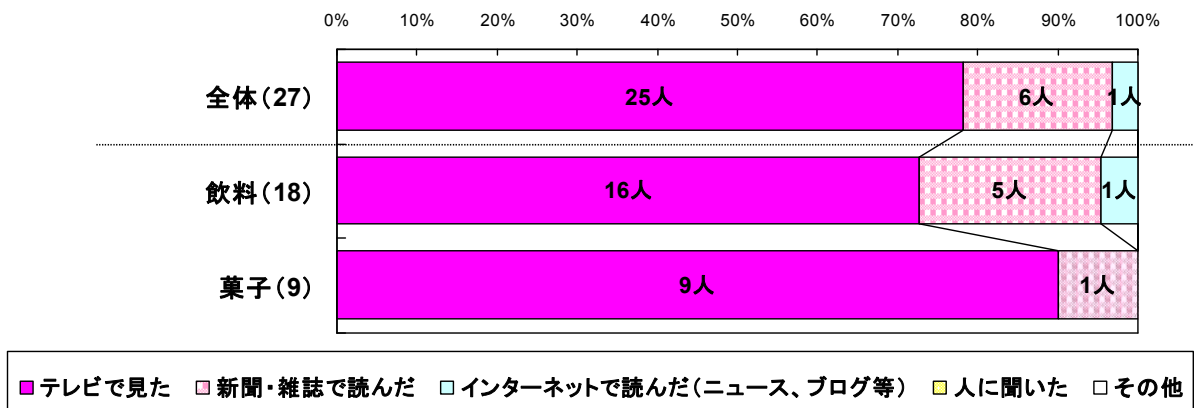
- これまでは、小売店頭に納品される商品は、製造から賞味期限までの日数の1/3以内で納品されていました。
- しかし、このやり方だと、たとえば製造から賞味期限までの日数が3年ある商品の場合、賞味期限までの日数が2年も残っている商品でも、店頭には並べられないこととなります。
- こうした商品が、まだ食べられるにも関わらず、廃棄されてしまうことがあります。
- そこで、このお店では、こうした食べられるにも関わらず廃棄されてしまう“食品ロス”の削減に貢献するため、店舗に納品されるまでの期限を、製造から賞味期限までの日数の1/2以内にまで延長する実験を行っています。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑧(認知していた人のみ)「食品ロス」削減実験の認知経路(MA)

- 「食品ロス」削減実験に「気付いていた」と回答した人における認知経路は、「テレビ」が約8割、「新聞・雑誌」が約2割であった。
- 商品カテゴリー別では、「飲料」は菓子に比べて「新聞・雑誌」の回答割合が高く、「菓子」は「テレビ」の割合が高い。



ベース: 「食品ロス」削減実験が行われていることに「気付いていた」と回答した対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

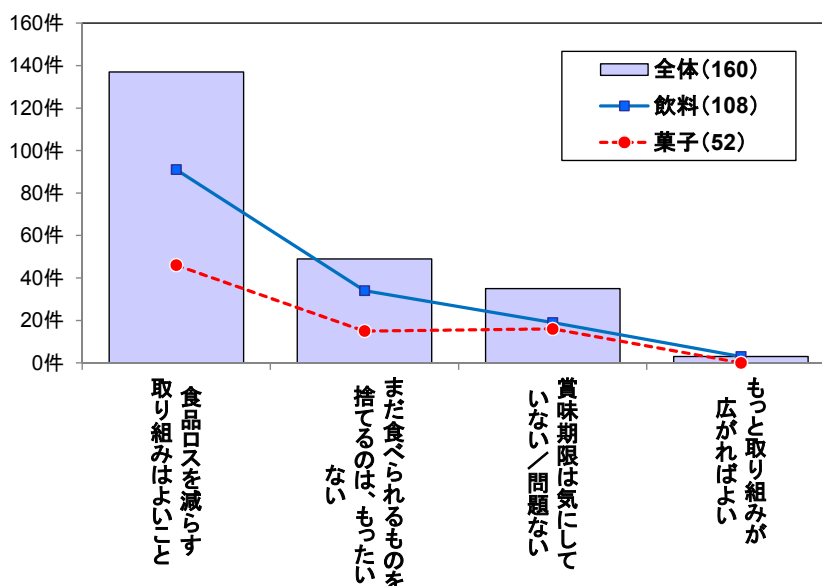
23

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-1 よい点

- 「食品ロス」削減の取り組みについて、「よい点」を挙げた対象者は88%であった。
- 具体的には、「食品ロスを減らす取り組みはよいこと」「まだ食べられるものを捨てるのは、もったいない」「賞味期限は気にしていない／問題ない」といった意見が多い。

<1. よい点>



ベース: 全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

24

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-1 よい点

「食品ロス」削減の取り組みについて、「よい点」として挙げられた具体的なコメントは、下記の通り。

<1. よい点>

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12①良い点
●飲料				
91	女性	40代	飲料	廃棄するものが少なくなるのは良いこと。
81	女性	30代	飲料	食品が無駄にならないのは良い。
97	女性	50代	飲料	まだ食べられるものを捨てちゃうのは勿体ないので、良いと思う。
95	女性	50代	飲料	食品ロスをなくす取り組みは良いと思う。
13	女性	30代	飲料	食品ロスが削減できて良いと思う。食べられる期限なら、消費者として問題なし。1/2なら全く問題なし。
9	女性	20代	飲料	単純に勿体ないので、廃棄量が減るのは良い事だと思う。
48	女性	40代	飲料	無駄が無くなって良いと思う。賞味期限は近づくとも味が落ちる程度のイメージなので、気にしない。消費期限は気をつけている。
52	女性	60代以上	飲料	賛成です。ゴミの量が減って良いと思う。商品にもよるが、安全第一に賞味期限ギリギリまで伸ばしても良いのではと思う。
3	女性	30代	飲料	日本は無駄に捨てているので、良い取り組み。賛成です。
8	女性	20代	飲料	ロスが削減され、無駄が無くなれば良いと思う。勿体ないと思う。
55	女性	40代	飲料	勿体ない事を少なくするには良い試みだと思う。もっと取り組みを進めたら良いと思う。
71	女性	30代	飲料	食べずに捨てられる商品が少なくなるのは、とても良いことだ。
86	女性	40代	飲料	まだ食べられるもののロスが少なくなって良いと思う。ちゃんと表示してあれば良い。選ぶのは本人。
96	女性	50代	飲料	無駄が減らせるというところが良い。
80	女性	50代	飲料	ロスにならないのは良い。
56	女性	30代	飲料	廃棄されないのは良い。
61	女性	50代	飲料	食べられるものが売れなくなるのは勿体ないので、納品期限が延びることは良いことだ。
68	女性	60代以上	飲料	段々と資源が無くなっていくので、納品期限が延びて無駄が少なくなるのは良い事だ。
60	女性	30代	飲料	納品期限が1/3だということを元々知っていて、勿体ないと思っていたので、1/2になるのは良いと思う。
88	女性	30代	飲料	捨てるのは勿体ないので良い。ペット入り飲料に関しては、全く賞味期限を気にしていないので、ロスが減ることはとても良い。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

25

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12①良い点
11	女性	60代以上	飲料	無駄がなくなるなら良いと思う。味もそんなに変わらないだろうし。
37	女性	50代	飲料	ロスも考えての価格設定だから、ロスが減ると安くなるかも。
44	女性	20代	飲料	ロスを無くす工夫を実験しているのは良い事。ただでさえ消費税が上がったりしているのに、勿体ないことが多いので、勿体ないのがなくなるのは良い事。
46	女性	40代	飲料	ロスが減るから良いと思う。ロスの量が多すぎる。勿体ない。何とかしたい問題だと思う。
51	女性	30代	飲料	食べ物の無駄が無くなるなら良い事。期限はそんなに気にしない。
104	女性	40代	飲料	賞味期限は気にしていない。元々期限間近で安くなっているものを積極的に買うようにしているので、こういう取り組みは良い。
25	女性	60代以上	飲料	とても良いことだと思う。無駄が無くなるのはよい。
90	女性	50代	飲料	延長して少しでも無駄が減るのは良いことだ。元々、保存用の水と違って、お茶類は買ってすぐ飲むことが多いので、賞味期限は気にしていなかった。
10	女性	50代	飲料	無駄をもっとなくしてほしい。食べられるものを捨てるのは勿体ない。
77	女性	40代	飲料	今まで出荷されなかったものが出荷されるようになることは、良いことだと思う。
103	女性	50代	飲料	廃棄される商品が少なくなるのは良いことだ。
35	女性	40代	飲料	勿体ないので良いと思う。
57	女性	30代	飲料	廃棄される商品が少なくなると、無駄が無くなる。
28	女性	50代	飲料	無駄が減るので良い取り組み。
58	女性	40代	飲料	廃棄を無くそうとしているのは良い。
24	女性	60代以上	飲料	すすんでやってもらいたい。勿体ないことが減るのなら良い取り組みだと思う。
34	女性	60代以上	飲料	賛成。勿体ない。もっとやった方がいい。
36	女性	50代	飲料	偽装等で期限が過ぎたものを置かなければ、無駄が無くなってよしいと思います。
32	女性	40代	飲料	ロスが減るなら良いと思う。賞味期限はそこまで気にしない。
33	女性	50代	飲料	食べられるものを捨てるのは勿体ないので、ロスが減るのであれば良い取り組みだと思う。
53	女性	40代	飲料	期限が緩和されることは大賛成。アフリカでは食べられない人がいるというのに、日本ではあまりにも残飯が多く、まだ食べられるものもあるのに、と思う。売れなくなった商品がホームレスや孤児院にいらしているのもTVで見た。大賛成です。
85	女性	60代以上	飲料	ロスが減る取り組みは良いと思う。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

26

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12①良い点
4	女性	60代以上	飲料	食品ロスを削減して途上国に援助に回してあげたら良いと思う。以前ケニアに駐在していた時に、現地でものもらいやストリートチルドレンをたくさん見てきた。個人では助けてあげられない。勉強になりました。良い取り組みだと思う。
23	女性	40代	飲料	勿体ないので良い事だと思う。
22	女性	40代	飲料	食べられるのに廃棄するのは勿体ないので良い。
84	女性	40代	飲料	期限を延長して食品ロスが減ることは良いことだ。
108	女性	40代	飲料	ロスが少なくなるのは良いことだ。
30	女性	30代	飲料	加工食品は期限をそんなに意識していないので、ロスはない方が良いと思う。
78	女性	40代	飲料	まだ充分食べたり飲んだりできるものが、無駄に捨てられなくて良い。廃棄するのにもお金がかかるし、資源の無駄遣いなので。
107	女性	60代以上	飲料	無駄にしてはいけなし、廃棄処分は良くないので、それらが改善されるのであれば、とても良いことだ。
100	女性	30代	飲料	特に問題ない。ロスが減るのは良いこと。
73	女性	50代	飲料	改善するために実験してみることは良いことだ。ロスが少なくなって良い。
69	女性	50代	飲料	食品が無駄にならないので良い。
89	女性	40代	飲料	食品ロスをなくすために見直すのは良いことだと思う。
105	女性	50代	飲料	無駄をなくすので良いことだと思った。
59	女性	30代	飲料	すぐ飲むものなので、賞味期限さえ切れていなければ気にしない。
16	女性	50代	飲料	ロスが少ない方が良いと思う。無駄がなくなるのは良いと思う。
29	女性	40代	飲料	食べられるのに廃棄は勿体ないので良いと思う。
15	女性	20代	飲料	廃棄が減るので良いと思う。
54	女性	30代	飲料	食品ロスが無くなるのは良い事だと思う。食べられるなら勿体ない。自給率も低いのだから。
18	女性	40代	飲料	勿体ないから良い取り組みだと思う。
74	女性	30代	飲料	食品ロスをなくすために、このような実験が行われているのは良い。
6	女性	50代	飲料	良い事だと思う。以前から勿体ないと思っていた。仕事で食品を廃棄する立場にあるので、いつも心が痛む。
14	女性	40代	飲料	飲料はすぐ飲むために買っているから、期限を意識しないから、無駄を無くすのは良いと思う。
21	女性	20代	飲料	無駄を減らすのは良い。食べ物を無駄にしないためなら賞味期限が短くても問題ない。
19	女性	40代	飲料	品質が落ちなければロスが減るのは良いと思う。
27	女性	40代	飲料	食べられるなら無駄がなくて良い。
31	女性	50代	飲料	食品ロスはなくしてほしい。無駄がなくなるのなら良い事だと思う。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

27

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12①良い点
47	女性	60代以上	飲料	食べ物を捨てるのは勿体ない。まだ食べられるのに捨てるものは減った方が良い。
50	女性	40代	飲料	個人的にはマイナス点はない。ゴミが減り、環境にも良いと思う。食べられるものが捨てられるのは勿体ない。
5	女性	40代	飲料	皆も自分もほとんど気にしないで買っていると思うし、すぐ飲むものと認識しているし、1年半(1/2)あるなら充分なので、ロスが減らすのは良い事だ。
26	女性	40代	飲料	勿体ないので1/2で全く問題ない。食品ロスの削減になるのなら、良い事だと思う。
94	女性	20代	飲料	せっかく作ったものが捨てられてしまうのは勿体ないことなので、良いことだと思う。
38	女性	30代	飲料	無駄にしないのは良い事。
75	女性	60代以上	飲料	食品ロスがなくなるのは良い。ラジオで、日本での食品ロスの量と、外国の食べられない人たちの食品の量が同じくらいと聞いていたので、こういう取り組みは良いと思う。
87	女性	30代	飲料	水などはすぐに使うものだから、納品期限が変わっても問題ないので、良いことだと思う。逆に、あまり賞味期限が長すぎると、期限が迫っていることに気付かない場合があるので、短くなった方が使い切れて良い。
92	女性	30代	飲料	食品の無駄がないのは良いこと。
1	女性	40代	飲料	1/3から1/2に延長すれば、資源の無駄を他に有効活用できると思う。
2	女性	60代以上	飲料	勿体ないので、少しでも減るなら良いと思う。
20	女性	50代	飲料	無駄を減らすので良い。冷蔵・冷凍技術・加工技術・工場も進んでいるので、そんなに長くする必要はない。
43	女性	50代	飲料	廃棄が少しでも無くなれば良いと思う。勿体ない。
45	女性	40代	飲料	生鮮食品と違って、賞味期限が残っているのに捨てるのは勿体ない。良い取り組みです。
49	女性	50代	飲料	食べられるのに捨てているのは勿体ない。ロスは無くした方が良い。
64	女性	60代以上	飲料	食べられるものをすぐに捨ててしまうのは勿体ないし、無駄がなくなるので良い。
65	女性	60代以上	飲料	無駄にならないのは良い。
7	女性	40代	飲料	無駄がなくなるのであれば、味が変わらないなら良いと思う。
39	女性	30代	飲料	期限の延長により、賞味期限が残っている商品が店頭に並び、良いと思う。
41	女性	50代	飲料	まだ食べられるのに捨てるなんて勿体ない。それが減るならとても良い事。
42	女性	30代	飲料	無駄になってしまっているものをなくす取り組みは良いと思う。勿体ない。
12	女性	30代	飲料	無駄がなくなるなら良いと思う。
82	女性	30代	飲料	廃棄されるものが少なくなって良い(コスト面や環境面から)。食品の品質が落ちなければ良いことだと思う。
76	女性	30代	飲料	食品のロスが少なくなることは良いことだ。
98	女性	50代	飲料	元々賞味期限は気にしない方だし、無駄がなくなるのであれば、全く問題ない。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

28

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12①良い点
●菓子				
112	女性	30代	菓子	食品ロスがなくなるのは良い。
147	女性	60代以上	菓子	飴などは賞味期限が1ヶ月残っていれば良いので、この取り組みは良いと思う。
158	女性	30代	菓子	食べられるのに廃棄されるのは勿体ないので、良いと思う。
150	女性	30代	菓子	早く捨てるのは勿体ないので、可能な限り店頭に並べてほしいと思います。
113	女性	40代	菓子	勿体ないので良いと思います。
138	女性	60代以上	菓子	グミなどは小さい袋で、すぐ食べ切れる物なので、食品ロス削減は良いと思います。
156	女性	60代以上	菓子	食べられるなら勿体ないので、良い取り組み。
125	女性	50代	菓子	廃棄されるのは勿体ないので、取り組みは良いことだと思う。賞味期限が過ぎたものが店頭 に並ぶわけではないので、不安などはない。
126	女性	50代	菓子	チョコレート菓子は生ものと違って、賞味期限にそこまで厳しくなくても良いと以前から思っ ていたし、少し賞味期限が過ぎたものでも食べることもあるので、良い取り組みだと思う。
144	女性	30代	菓子	食品の廃棄が減るので良い。
134	女性	30代	菓子	食品ロスがなくなるのは良い。食べられるのに捨てるのは勿体ない。
140	女性	20代	菓子	チョコレート菓子を買う時は、全く賞味期限を気にしていないし、賞味期限内に食べれば良い と思っているので、この取り組みは良いと思います。
124	女性	30代	菓子	食品ロスが減るのは良い。
136	女性	40代	菓子	お菓子はすぐ食べるし、賞味期限は気にしていないので、半年ぐらいの賞味期限が残ってい れば問題ないです(買います)。1/2じゃなくても、もっと納品期限を延ばしても良いと思う。取 り組みは良いと思う。
133	女性	60代以上	菓子	飴などは、1/3でも賞味期限がかなり長く、1/2にしても長いので、問題ないと思います。
143	女性	50代	菓子	食品が無駄にならないのが良い。
153	女性	40代	菓子	消費者には商品の劣化がどのくらい進むのかわからないので、商品が安全であれば、食品 を無駄にしないで済むので良いと思う。
157	女性	50代	菓子	お菓子は賞味期限を気にしないので、食品ロスがなくなるこういう取り組みは良い。
114	女性	30代	菓子	何年もまだ賞味期限が残っているなら、捨てないで食べるのは良いと思います。
117	女性	40代	菓子	食品ロスが減るのは良いと思う。
135	女性	40代	菓子	食品が無駄にならないのが良い、加工食品の賞味期限が店頭にある時点で1年以上あるな ら、納品期限が1/2になっても全く構わない。
142	女性	60代以上	菓子	食品のロスがなくなって良いと思う。仕入れが多くなるところが良い。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

29

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12①良い点
120	女性	40代	菓子	食べられるのに捨てられてしまうことがなくなる。グミなんてすぐに食べてしまうから、とても 良いことだと思います。
132	女性	40代	菓子	食品ロス削減は良いことだと思います。
119	女性	40代	菓子	チョコレートやチョコレート菓子なら、期限を気にしないで買うので、この取り組みは良いと思 う。
110	女性	20代	菓子	今まで食べられるのに捨ててしまっていたものを売るということは、良いことだと思います。
123	女性	40代	菓子	テレビや新聞で見たのですが、1/3だとすぐ勿体ないと思うので、食品ロスが削減できて良 いと思います。
137	女性	40代	菓子	無駄をなくすことができるのは良いと思います。
151	女性	20代	菓子	食品ロスをなくせる点は良いと思います。
115	女性	30代	菓子	実験は良い取り組みだと思う。外国からは、「日本は賞味期限を過ぎていると捨てる」と知っ て、勿体ないと言われていたので、良い取り組みだ。
131	女性	60代以上	菓子	お菓子に関しては、賞味期限を気にしていない。買う時も見ないので、良いと思います。
129	女性	50代	菓子	食品ロスの削減は良いことだと思います。
154	女性	40代	菓子	加工しているのだったら、問題ないです。
116	女性	40代	菓子	食品ロスがなくなるのは良いこと。
149	女性	50代	菓子	まだ食べられるものを捨てるのは勿体ないので、良い取り組みだと思う。
160	女性	20代	菓子	元々の賞味期限が長いので、それが1/2になっても全然良いと思います。
130	女性	30代	菓子	食品ロスがなくなることによって、勿体なくないし、ゴミも減る。
159	女性	30代	菓子	納品期限を延ばすことで食品ロスを減らせるのは良いと思う。
109	女性	30代	菓子	食品ロスが減るので良いと思う。
128	女性	30代	菓子	キャンディ類の賞味期限はこれまでも気にしていなかったもので、取り組みは良いと思う。加工 食品なら納品期限が延びても構わない。
127	女性	30代	菓子	廃棄されるものが減るので良いと思う。
145	女性	40代	菓子	勿体ないので、良い取り組みだと思う。生ものなら期限を気にするが、チョコレートならあまり 気にならない。
152	女性	40代	菓子	食品ロスが減るのは良いと思う。
141	女性	40代	菓子	勿体ないので、食品ロスが削減されるのは良い。まだ食べられるのに廃棄していた物も食べ られるようになって良い。
146	女性	40代	菓子	1/2になると食品ロスが減るので、良いことだと思う。
139	女性	40代	菓子	日本は、食べ残しも含めて食品のロスをしていると思うので、食品ロスの軽減になるこの取 り組みは良いと思う。
148	女性	40代	菓子	食べられるのに廃棄するのは勿体ない。
118	女性	60代以上	菓子	無駄にしないで済むので、良いと思います。アフリカの方とか、食べられない人がいっぱい いるので、そういうことは良いと思います。

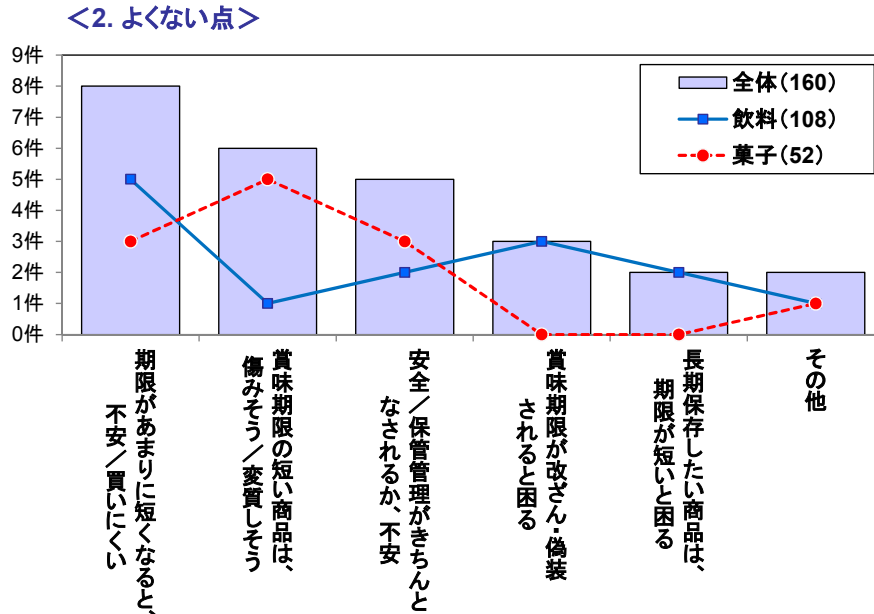
©2013 公益財団法人 流通経済研究所

30

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-2 よくない点

- 「食品ロス」削減の取り組みについて、「よくない点」を挙げた対象者は15%とわずかであった。
- 具体的には、「期限があまりに短いと不安／買いにくい」「賞味の期限の短い商品は傷みそう／変質しそう」「安全／保管管理がきちんとなされるか、不安」といった意見が多い。



ベース：全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

31

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-2 よくない点

「食品ロス」削減の取り組みについて、「よくない点」として挙げられた具体的なコメントは、下記の通り。

＜2. よくない点＞

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査カテゴリー	問12② 良くない点
13	女性	30代	飲料	1/2からもっと延長して、あまり短くなってしまうと不安かもしれない。
71	女性	30代	飲料	食品偽装のような問題が起こるかもしれない。
66	女性	40代	飲料	ミルクティーなどミルクが入っていると傷みやすいと思うので、店頭に出た時に期限が短くなってしまふのは困る。
10	女性	50代	飲料	すぐ消費するものは短くてもよい反面、長期保存できるものは長めにほしい場合もある。分かりやすい表示で選べると良いと思う。
35	女性	40代	飲料	あまり期限を短くしすぎると買わなくなる。
24	女性	60代以上	飲料	納品期限があまり短くなってしまふと不安になる。
22	女性	40代	飲料	期限があまりギリギリになるのも不安。
30	女性	30代	飲料	賞味期限が短くなる分、チェック体制をしっかりとしていないと、とは思う。チェック体制がしっかりできない不安がある。
59	女性	30代	飲料	他の店舗と統一されていないと、「この店だけ古いものを売っている」と思うってしまう可能性がある。
6	女性	50代	飲料	賞味期限を延長しても、季節や品目によっては特に安全に気を配ってほしいと思う。乳製品や生ものは特に商品の安全に注意してもらいたい。
27	女性	40代	飲料	日付の偽装が無ければ良いが、1回戻したもの(返品)を日付の表示を変えて、また売場に戻すようなことが起きなければ良い。
5	女性	40代	飲料	お水は災害用保存したいので、長い方が良いと思う。
1	女性	40代	飲料	賞味期限の改ざん等が行われなければ良いと思う。
20	女性	50代	飲料	期限ギリギリのものまで店頭に並ぶようになるのは良くない。
112	女性	30代	菓子	納品期限が延びると、その分、保存方法がきちんとなされ管理されていないと、商品が安全でなさそうなので怖い。
158	女性	30代	菓子	この取り組みによって、買わない人も出てきそう。
156	女性	60代以上	菓子	保存状態によっては傷むかもと心配。
114	女性	30代	菓子	元々賞味期限が短いものだと、食べられる期限が短くなるので困る。
132	女性	40代	菓子	チョコレートは、家に持って帰った時、白くなってしまっていたりする時があるので、納入期限が長くなるとそうなりやすくなるのは良くないです。
110	女性	20代	菓子	賞味期限が近く、今まで廃棄されていたものまで価格が同じなのは、ちょっと嫌です。そういった商品は安くしてほしい。
123	女性	40代	菓子	お店の人が賞味期限の管理をしっかりとできるかがちょっと不安です。うっかり見落としてしまうのではないかと、とか。保存状態の管理もしっかりしてほしいです。
131	女性	60代以上	菓子	生鮮品だとちょっと困るかなと思います。
141	女性	40代	菓子	ドレッシングとかソース系の水っぽいものは、味が変わったりしている物もあるので、そこは期限を延長するのはどうかと思う。
148	女性	40代	菓子	賞味期限が短いものだと、激短になってしまうので、どうかと思います。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

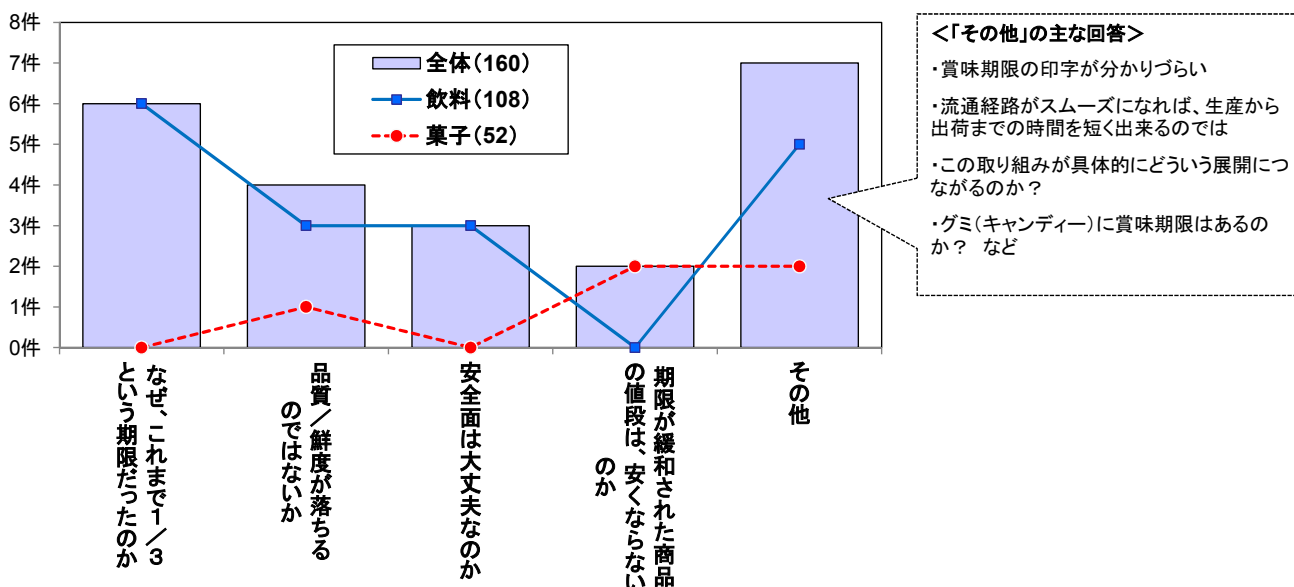
32

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-3 不明点・疑問点

- 「食品ロス」削減の取り組みに関する「不明点・疑問点」を挙げた対象者は14%であった。
- 具体的には、「なぜ、これまで1/3という期限だったのか」「品質／鮮度が落ちるのではないのか」「安全面は大丈夫なのか」といった意見が多い。

<3. 不明点／疑問点>



ベース：全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

33

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-3 不明点・疑問点

「食品ロス」削減の取り組みについて、「不明点・疑問点」として挙げられた具体的なコメントは、下記の通り。

<3. 不明点／疑問点>

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査カテゴリー	問12③不明点/疑問点
9	女性	20代	飲料	1/2になることにより、添加物が増えたりするのかな？とってしまう。
48	女性	40代	飲料	賞味期限で味・質について、どの程度劣化していくのか明確に知りたい。
52	女性	60代以上	飲料	賞味期限にしろ消費期限にしろ、メーカーと国で勝手に判断して決めていることなので、実際の期限の真相は分からないと思う。
71	女性	30代	飲料	今までずっと1/3でやっていたのに、なぜ今頃になって見直すようになったのか、それが疑問。
44	女性	20代	飲料	加工食品といっているのはどの商品までを指しているのかよく分からない。もともと豆腐とか期限が短いものがさらに短くなるのは困る。商品によっても違うと思う。
51	女性	30代	飲料	賞味期限、消費期限、お店に並ぶのは製造から賞味期限の1/3なこと、というこの辺が分かりにくい、明確に知らせてほしい。
90	女性	50代	飲料	流通経路がスムーズになれば、生産から出荷までの時間を短くすることができるのでは？
10	女性	50代	飲料	賞味期限の印字が分かりづらい。ペットボトルについては、最近は黒字になって以前よりは分かりやすくなったが。
57	女性	30代	飲料	商品の鮮度が落ちるのでは？
78	女性	40代	飲料	なぜ今まで1/3だったのか、1/2でも充分だと思う。
16	女性	50代	飲料	この取り組みが具体的にどういう展開に繋がるのか？(実験後どうなるのか)明確に分からない。
15	女性	20代	飲料	ギリギリまで売っていると思っていた。なんで今までこういう取り組みをしてこなかったのか不思議。
54	女性	30代	飲料	ペットボトルは加工食品なんですか？
49	女性	50代	飲料	1/3は誰が決めたのか？
39	女性	30代	飲料	季節に合わせた期限の対応をしてくれるのか？必要なのでは？
40	女性	60代以上	飲料	期限を短くすることで、菌が増えたりするなど安全面が大丈夫なのか心配です。
76	女性	30代	飲料	どうして1/3という期限になってしまったのか？
153	女性	40代	菓子	グミに賞味期限はあるのか？
142	女性	60代以上	菓子	仕入れが多くなる分、安くなるのか？
110	女性	20代	菓子	同じ商品を賞味期限別に分けて売るとどうなのかということが、これからどうなるのか気になります。
122	女性	40代	菓子	チョコレートやおせんべいを家で長期保存おくと、賞味期限がまだ残っているものでも、チョコレート菓子は味が落ちていたり、おせんべいは湿気ていたりする。納品を1/2にすると季節をまたぐことになるので、品質が落ちるのではないかなど感じる。
151	女性	20代	菓子	1/2期限のものも安くはならないのか？

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

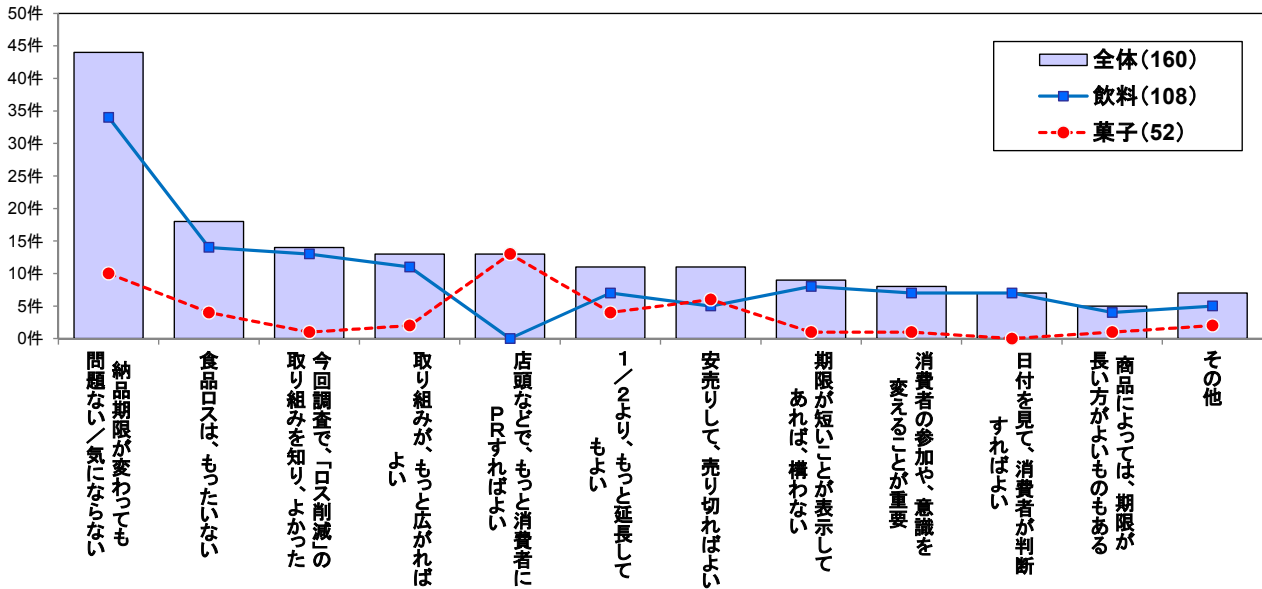
34

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-4

- 「食品ロス」削減の取り組みに関する「意見・感想等」を述べた対象者は、68%であった。
- 具体的には、「納品期限が変わっても問題ない／気にならない」「食品ロスは、もったいない」「今回調査でロス削減の取り組みを知り、よかった」「取り組みが、もっと広がればよい」「もっと消費者にPRすればよい」などと、肯定的なコメントが多く挙げられている。

<4. その他> (感想など)



ベース: 全対象者

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

35

2-II. 「食品ロス」削減の取り組みについて

⑨「食品ロス」削減の取り組みに対する意見・感想等(自由回答)-4

「食品ロス」削減の取り組みに対する「意見・感想」等として挙げられた具体的なコメントは、下記の通り。

<4. その他> (感想など)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12④その他 (感想など)
●飲料				
91	女性	40代	飲料	そもそも賞味期限内であれば、納品期限など関係なく売っていいと思う。賞味期限が間近でも構わない。
72	女性	40代	飲料	水やカップラーメンは備蓄するので期限が長い方が良いが、お菓子やジュースなどの嗜好品はすぐ食べたり飲んだりするので、短くなっても良いと思う。
97	女性	50代	飲料	限られた店舗ではなく、皆が足並み揃えて取り組みをすれば、賞味期限が短くなっても気にならない(店舗を限定すると、ここは期限が短いから別のところで買おうという人がいるかもしれないので)。
95	女性	50代	飲料	アンケートで説明を受けるまで、こういう取り組みをしていることを知らなかったのでもっとチラシや店頭で紙を置くなどして知らせてほしい。
13	女性	30代	飲料	今まで知らない情報だったので、教えてもらってよかった。他店でも取り組んで、もっと大きな規模で行われたら良いと思う。
17	女性	50代	飲料	食品ロスは勿体ないと思う(あまり意識していなかったが)。牛乳やお惣菜など、ものによっては期限を見るけれど、ペットボトル飲料などすぐ使うものは全然見なくて、気にしていなかった。
9	女性	20代	飲料	実験をやっているのは知らなかった。もっとPRすると良いと思います。
70	女性	40代	飲料	今まで飲み物の賞味期限を気にしていなかったのでも、特に何とも思わない。
48	女性	40代	飲料	普段、生ものは賞味期限を見るが、ドライ系は気にせず購入する。
52	女性	60代以上	飲料	お惣菜等の廃棄が多いとよく聞く。安くしても売り切ってしまう方が良く思う。
3	女性	30代	飲料	ものによっては、牛乳とかはどうしても期限を気にして、長く残っている方を取っちゃう。消費者も意識を変えないといけないと思う。
55	女性	40代	飲料	たくさん捨てられていることをこの調査で知り、びっくりした。東急ストア以外でこの取り組みに協力している大手流通メーカーはどこかを知りたい。そういった企業に消費者として協力・参加したい。
79	女性	40代	飲料	期限内であれば、納品期限が変わっても問題ない。
62	女性	50代	飲料	ペットボトルの飲み物なら賞味期限が多少切れていても問題ないと思うので、賞味期限内であれば納入期限が変わっても全然問題ない。
86	女性	40代	飲料	選ぶのは自分なので、ちゃんと期限を表示してあれば良い。なるべく賞味期限の表示は大きくしてほしい。
96	女性	50代	飲料	納品期限が延びたことを知らせる告知をしてくれれば良い。
56	女性	30代	飲料	魚などと違ってすぐ食べないといけないものではないので、少し期限が短くても気にならない。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

36

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリ	問12④その他 (感想など)
61	女性	50代	飲料	飲料は普段すぐに飲むし、元々賞味期限を気にして買っているものではないので、納品期限が延びても全然気にならない。
68	女性	60代以上	飲料	若い人達のために少しでも無駄を減らしていくようにしなければ。
60	女性	30代	飲料	非常用の水や缶詰は期限が長い方がいいけれど、すぐ飲み切るペットボトルの飲み物は、1年近く期限が残ってれば問題ない。
88	女性	30代	飲料	納品して店頭と並んでから、すぐ売れば何の問題もない。
37	女性	50代	飲料	公表して、気にならない人は買うようにすればいい。日本は期限が過ぎていても問題ない品質だから、物によっては食べちゃうから。
44	女性	20代	飲料	期限の長いものが半分くらいになるのは問題ないと思う。もともと短いものがさらに短くなるのは困るけど。
46	女性	40代	飲料	普段の買物では卵くらいしか賞味期限をチェックしない。その他の食品はお店を信じて購入している。「食品ロス」削減はとても良い取り組みなので、もっと分かりやすく、広くアピールしたら良いと思う。
51	女性	30代	飲料	期限が短いことを表示して、その分少しでも安くならいいと思う。
25	女性	60代以上	飲料	昨日もTVでやっているのを見た。豆腐など期限の短いものは必ず賞味期限をチェックしている。
66	女性	40代	飲料	今まで納品期限が1/3だと知らなかった。作ったらすぐ売られていると思っていた。
90	女性	50代	飲料	消費者には分からないので、もうちょっとそれに関してアピールしても良いのでは？
10	女性	50代	飲料	品目によっては1/2からもっと延長しても良いと思う。1/3は長すぎると思う。
77	女性	40代	飲料	今回の実験で1/3から1/2に期限が延長されるかもしれないのは、とても良いことだが、1/2以下になったものに関しては、やはり今まで通り捨てられてしまうとしたら、そちらについても考えた方が良さそう。
103	女性	50代	飲料	小売店側が賞味期限をちゃんと管理していれば、2/3でも良いと思う。
35	女性	40代	飲料	ニュースを見て、大体内容は知っていた。
57	女性	30代	飲料	作ったものがすぐに店頭と並べられるわけではないんだと思った。
102	女性	40代	飲料	1/2になったとしても、気になる期限ではないので、どんどんやるべきだと思う。
28	女性	50代	飲料	TVとかで取り上げていたり、もっと広まれば皆の意識が高まって、無駄が無くなって良いと思う。
58	女性	40代	飲料	ペットボトル1本はすぐ飲むので、賞味期限は気にならない。箱買いしたとしても、期限が半年くらいあれば気にせず買う。
24	女性	60代以上	飲料	すすんでやってもらいたい。食品を購入の際には全て賞味期限はチェックしている。
34	女性	60代以上	飲料	たくさん作りすぎると食品ロスの原因なのでは。
36	女性	50代	飲料	購入する時の賞味期限のチェックは自己責任だと思う。偽装等のない、正しい表示をしてほしい。
67	女性	40代	飲料	水は1年以上期限が残っていないと気持ち悪いけれど、カップラーメンや冷凍食品なら多少賞味期限が短くなっていても気にならない。
32	女性	40代	飲料	こんなことは知らなかった。捨てるのは勿体ない。
33	女性	50代	飲料	気にする人は賞味期限が長いものを買えばいいし、すぐ使うから気にしない人もいる。選ぶのは私達。
53	女性	40代	飲料	何月何日までと刻印され、管理が厳しい。まだ大丈夫でも、若い人ならそれを見て判断して捨てちゃうと思う。日本人はナーバスになり過ぎだと思う。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

37

(前頁より続く)

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリ	問12④その他 (感想など)
23	女性	40代	飲料	缶詰や乾物、ペットボトル飲料は、多少期限を過ぎていても使うので、そこまで期限を設ける必要はない。本当に勿体ない。びっくりした。
22	女性	40代	飲料	ものによると思う。ペットボトル飲料なんかは必要以上に長くなくてもよいので、ロスを無くすようにしてもいいけど。
108	女性	40代	飲料	お茶などはすぐに飲み切るものなので、全く賞味期限を気にしていなかった。ただ、災害用に買い置きするものは、少しでも長い方がよいので、気にして買う。
30	女性	30代	飲料	期限が切れる間際の商品を置いていると思っていないので、全く意識しないで買物をしていました。期限が短い商品は特価とかよくしているし。
78	女性	40代	飲料	1/2以下でも、安く売ったりとかすれば良い。それを消費者が納得すれば良いので、消費者に選ばせれば良い。自分はどうぞ買ってすぐに飲んだり食べたりするので、少しでも安いものが欲しい。
107	女性	60代以上	飲料	この店では気付かなかったが、2、3日前にNHKで、ちょうどその内容の番組をやっていた。なので、そういった実験をやっているというのは知っていた。
100	女性	30代	飲料	興味なかった問題だったが、アンケートを受けて初めて知ったので良かった。
73	女性	50代	飲料	賞味期限が元々長い商品は、お店が期限チェックをしてくれていると信用して、賞味期限を気にして買っていない。
105	女性	50代	飲料	食品などの廃棄がすごい量あるというのは聞いていた。買う人が納得すれば、1/2よりもっと長くなくてもよい。
106	女性	30代	飲料	飲料は賞味期限を気にしたことがないので、この取り組み自体、気にならない。
16	女性	50代	飲料	これはもっとやった方が良く思う。私たち消費者が協力できることは何か？
29	女性	40代	飲料	表示をしっかりとすれば買やすい。少し安くするとかすれば、買う人はたくさんいる。ストックする商品だと期限を気にするけれど、そうでなければすぐ食べるので。
15	女性	20代	飲料	惣菜とかは期限を気にするけれど、ペットボトルに期限があつたのは知らなかつたし、賞味期限が長く残っていても店頭と並べられない事も知らなかつた。
54	女性	30代	飲料	小売店がちゃんと管理していると思って買っているの、そこがちゃんとすれば気にならない。延長してもらって良いと思う。
18	女性	40代	飲料	まとめ買いするものではないので(物によってはけど)、必要以上に期限は長くなってよい。気にしてないし。
74	女性	30代	飲料	期限が1ヶ月以上あいていけば問題ない(すぐに飲まずに冷蔵庫に保存することもできる)。ただ、あまりに短いと、結局飲むことができずロスしてしまうことになるので、1ヶ月以上はあると良い。
14	女性	40代	飲料	生ものじゃないなら賞味期限は気にしない。小さなお店だと、ものによってはチェックするようにしている(ペットボトル飲料で期限が切れていたことがあった)。
83	女性	30代	飲料	加工食品(お茶などのペットボトルや冷凍食品、レトルト)は1年以上賞味期限があれば良い。なるべく長めの方が安心。食べることに集らず、捨てることもない。
21	女性	20代	飲料	世界では食べ物が足りていないところもあるのに、日本は色々充実しているのにこんなに無駄にしているのは良くない。賞味期限が短くても気にならない。
101	女性	40代	飲料	賞味期限を元々気にしてないし、買えば良いので、スーパー側の問題だと思うから関係ない。
19	女性	40代	飲料	ロスがとて多いという事は知らなかつたから、とどんやった方がよい。賞味期限が短くても分かるように表示すればいいし、目的が分かれば協力的にもなる。
27	女性	40代	飲料	ペットボトル飲料とかは多少期限が過ぎてでも飲むし、回転の速いお店だと問題ないと思って表示を見ないで買うので、問題ないと思う。
31	女性	50代	飲料	大いによってほしい。何も(賞味期限・食品ロス等)考えずに買物していることに、いま気づかされた。

©2013 公益財団法人 流通経済研究所

(次頁に続く)

38

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12④その他 (感想など)
47	女性	60代以上	飲料	生ものじゃなければ、期限内であれば、全然気にならない。
50	女性	40代	飲料	期限の延長が行き過ぎると、人によっては体調不良になるおそれがあるかもしれないが、それは個人の意識の問題、自己責任。個人的には賞味期限を過ぎたものを食べても大丈夫。1/2と言わず、もっと延長しても良いと思う。
5	女性	40代	飲料	こういう実験をしているのは知らなかった。声をかけてもらって良かったです。
26	女性	40代	飲料	いつも賞味期限は全く見ないで購入してしまうので、1ヶ月とか期限が短いものは、何かの形でお知らせしてもらえると助かる。
93	女性	60代以上	飲料	賞味期限は少しくらい過ぎても気にしていないので、ギリギリのものが店頭に並んでいても構わない。飲み物は2~3日で消費するので、ギリギリでも良い。
94	女性	20代	飲料	なぜもっと早くこれに取り組まなかったのかと思う。
38	女性	30代	飲料	日本人は神経質なところがあり、無駄も多い。意識を変えないといけないと思う。
99	女性	30代	飲料	卵や乳製品は期限を気にするけれど、水は1日2日で使ってしまうので、期限は気にならない。最近ニュースで、卵の賞味期限が延ばされるというのを見たので、卵はよく見るようにしている。
63	女性	40代	飲料	期限が切れても味が変わらないものがあるので、どんどん買った方がいい。賞味期限とは別に、メーカー側からこの期限までは食べても大丈夫という提示があるとよい。
1	女性	40代	飲料	食品ロスについて今初めて知った。とても勿体ない現状だと思う。
20	女性	50代	飲料	結局、無駄が多く企業に損失が多くなるやり方だと、表示偽装などが起こりやすくなると思う。食べて問題なくても表示偽装して、「すごく悪いことをした」となる。そこそこ回転していると思うお店であれば、気にしないで買う。
43	女性	50代	飲料	この調査を受けなかったら「食品ロス」等知らなかったことなので、教えてもらってよかった。取り組みを知らない人もたくさんいると思うので、何かの形で呼びかけて、広めてほしい。
45	女性	40代	飲料	早く取り組んでほしいです。
49	女性	50代	飲料	お店でそんな古い商品は売っていないと思うから、信頼関係というか、気にしていなかった。期限を自分で確認して、その日付で買うか買わないかは自分で決めれば良いと思う。期間のことは知らなかった。ネットで期間が書かれていないお水を買ったら、短いのが届いたことがある。急いで飲んだが、店頭で見て買えるのは良いと思う。
7	女性	40代	飲料	期限が短くなったものを安くして売ると、より無駄もなくなると思う。1年後に飲もうと思って買うわけではないから、実際さほど気にしていないから。
39	女性	30代	飲料	すぐ消費してしまうものでも、ルールによって店頭には並ばず、勿体ないと思う。
41	女性	50代	飲料	昔は賞味期限表示はなかった。海外へよく行くが、日本は本当に厳しい。まだ食べられるのに売れないのなら、捨てないで他に利用をもっとすればよい。
40	女性	60代以上	飲料	「賞味期限は〇〇までですが品質は変わりありません」等、表示があると買いやすい。
42	女性	30代	飲料	賞味期限の近づいているものは値下げして売ったら良いと思う。
12	女性	30代	飲料	あまり考えたことが無いが、こういう背景を知ると勿体ないと思う。
76	女性	30代	飲料	こういったことを知らない人が多いと思うので、店頭でPOPなどで掲示しても良いと思う。

ID	Q1 性別	Q2 年代	F2 調査 カテゴリー	問12④その他 (感想など)
●菓子				
147	女性	60代以上	菓子	しょっちゅう買物に来ているので、納品期限を延長するのは構わない。
150	女性	30代	菓子	加工品や火が入っているものだと安心して購入できますが、そうでないものに関しては、少し考えるかもしれません。期限がすぐ迫っているものはセールしてほしい。
156	女性	60代以上	菓子	捨てるくらいなら、ワゴンに大きく置いて値下げすれば、皆買うと思う。
133	女性	60代以上	菓子	賞味期限があまりにも短いものは、安くしてほしいと思う。
111	女性	60代以上	菓子	戦中・戦後の者としては、食品を無駄にするのは勿体ないと感じる。賞味期限がギリギリの物も、品質が安全であれば、店頭で置いてほしいと思う。
143	女性	50代	菓子	消費者にこの取り組みを知ってもらえれば、賞味期限に対する考え方も良い方に変わると思う。今回のアンケートがきっかけで、パッケージ裏の賞味期限を見てみた。餡がこんなに長く保存できるとは知らなかった。今回買った餡の賞味期限は2014年10月で、賞味期限は1ヶ月くらいだと思っていたので、長くもつことに驚いた。
121	女性	40代	菓子	賞味期限が気になる商品もあるので、今まで通り、製造から賞味期限までの1/3以内の納品のままが良い。賞味期限が近くなったら安く売れば良いと思う。
114	女性	30代	菓子	このようなことを行っているのは、とても良いと思います。
117	女性	40代	菓子	主婦の人たちにこの取り組みを知ってもらえるよう、テレビでも取り上げてほしい。
120	女性	40代	菓子	グミなど、子供がすぐに食べてしまうお菓子は、賞味期限は気にしないで買っている。
110	女性	20代	菓子	こういった取り組みが分かって良かったです。
123	女性	40代	菓子	賞味期限がとて短くなってしまうものは安くしてほしい。食材が大切にされていて良いと思います。1/2と言わずに、1ヶ月賞味期限があれば充分だと思います。
137	女性	40代	菓子	1/2になっても、廃棄するものが出ると思う。それは勿体ないです。
129	女性	50代	菓子	賞味期限が短いものも、もっと置いても良いと思います。今までそんなに廃棄されていたということにびっくりしました。
154	女性	40代	菓子	食品ロスは無い方が良い。賞味期限は目安として考えていて、切れているものも食べているので、問題ないです。
149	女性	50代	菓子	チョコレートを買う時、お店で賞味期限は見ない(食べる時に期限を見るくらい)。
130	女性	30代	菓子	食品ロスに気付いていない人もいるので、もっとこういった取り組みをして、多くの人に気付いてほしいです。
109	女性	30代	菓子	品質に問題がないのなら、製造から賞味期限の1/2になっても構わない。気にしない。
145	女性	40代	菓子	このイトーヨーカドーは商品の回転率が良いと思っているので、チョコレート菓子は賞味期限をチェックしない。お客がガラガラのお店なら、チョコレート菓子でも期限をチェックすると思う。
141	女性	40代	菓子	すぐに食べられるものなら買う。お菓子に限らず冷凍食品でも、1/2以内のものも買うと思う。
155	女性	20代	菓子	まだ食べられるのに廃棄されるのは勿体ないと思う。賞味期限が近いものは安く店頭で並ぶ、だと良い。
148	女性	40代	菓子	お豆腐とかだと気にしているのに、お菓子は気にしていないことに気が付きました。お店の管理がちゃんとできるかどうか気がなります。

3. まとめ

店頭消費者調査 <まとめ>-1

1. 「パイロットプロジェクト」対象商品の購入・消費実態

- パイロットプロジェクトの対象商品を調査対象店舗で購入した際、9割以上と大半の対象者が「賞味期限」を見ておらず、「賞味期限」を見た対象者はわずかであった。
- 購入した対象商品は、約7割が「購入後すぐに」または「2~3日以内」に消費すると考えている。
- 購入商品の当該カテゴリにおいて、購入時に望む「賞味期限」の残存期間は、「特に気にしない」が3割で最も高い。
 - 「菓子」では、残存期間「1か月以上（~3ヶ月未満）」を望む割合が約3割で、最も高い。
 - 「飲料」「菓子」ともに、残存期間「3ヶ月以上」を望む割合は、3割前後となっている。
- 購入後、短期間で消費する予定であるにも関わらず、「1か月以上」など、必要以上に長い賞味期限の残存期間を望む消費者もおり、賞味期限等に関する正しい理解を広めることが重要だと考えられる。

2. 「パイロットプロジェクト」実施による「新しさ(鮮度)」の変化

- 調査対象店舗において、以前と比べて、あるいは、普段利用する他の店舗と比べて、当該商品カテゴリの「新しさ(鮮度)」が落ちた、という認識は、「飲料」「菓子」ともにほとんどない。

3. 「食品ロス」削減パイロットプロジェクトの認知状況

- 商品を購入した当該カテゴリーで、「食品ロス」削減実験が行われていることを「気付いていた」対象者は2割弱であった。
- 「気付いていた」対象者の認知経路は、「テレビ」が大半であった。

4. 「食品ロス」削減パイロットプロジェクトに対する意見・感想

- 「食品ロス」削減につながる取り組みに対して、多くの対象者が、「食べられずに捨てられるものが減るのはよいことだ」「問題ない」などと、肯定的にとらえている。
- また、「もっと取り組みが広がればよい」「もっと消費者にPRすればよい」などと、前向きな感想が多く寄せられた。
- 一方、「期限があまりに短いと不安」「傷みやすい商品は困る」といった不安も、一部の対象者から寄せられていた。取り組みに関する正しい理解を促進することが重要と考えられる。