

食品ロス削減のための  
「もったいないキャンペーン」実施店舗における  
店頭消費者調査報告書

2015年3月6日(金)

公益財団法人 流通経済研究所

# 目次

---

## 1. 調査概要

## 2. 調査結果

(1)「もったいないキャンペーン」の認知／理解

(2)キャンペーン実施前後の購買行動の変化

(3)日配品の店頭における「食品ロス削減」に関連する意識・態度について

## 3. まとめ

<参考>「もったいないキャンペーン」で使用した広告資材の例

---

# 1. 調査概要

## (1) 調査目的

---

- 日配品は、消費・賞味期限が短い。そのため、「食品ロス」削減にあたり、特に消費者の理解と協力が不可欠。食品ロス削減の重要性や食品の期限表示の意味などについて、消費者に十分に訴求して行くことが望ましい
- そこで、日配品(パン)を対象として「もったいないキャンペーン」を実施。小売店舗(スーパーマーケット)において、広報資材(ポスター、POP、シール等)を活用して、消費者への訴求と理解拡大を図った。
- 「もったいないキャンペーン」の実施店舗において、今後の理解・協力促進策を検討する上で参考に資するデータを得ることを目的に、対象商品購入者の意識を把握する調査を実施した。

## (2) 調査の設計①

- 対象店舗：スーパー P店、スーパー Q店(2店舗)
- 対象者：調査対象店舗(2店舗)において、「もったいないキャンペーン」のシールを貼付した対象商品(パン)\*を購入した20代以上の男女個人

\*対象商品(パン)： <スーパー P店> 食事パン(食パン、ロールパン等)、菓子パン  
※サンドを除く  
<スーパー Q店> 菓子パン、惣菜パン

※当初は女性のみを対象者としていたが、スーパーQ店では女性来店客が少なかったため、上記条件に合致する男性来店客も対象者に含めることとした。

- 完了数：81サンプル

※各店舗で、上記対象条件を満たす来店客を店頭でリクルートし、質問を行った。

※当初は完了100サンプルを計画していたが、調査当日、対象商品における値下げ販売の発生数量が少なかったため、100サンプルに到達する前に、キャンペーンのシールを貼付した対象商品(パン)を売り切った状況となった。このため、上記対象条件を満たす81サンプルで分析を行っている。

調査対象店舗	女性	男性	合計
スーパー P店	33	0	33
スーパー Q店	39	9	48
合計	72	9	81

## (2) 調査の設計②

---

- 調査手法： 店頭調査
- 調査期間：
  - スーパーP店： 2015年2月7日(土)16:00～21:00
  - スーパーQ店：           2月8日(日)14:30～20:00

※注記： 本報告書では、分析区分によっては小サンプル数となっておりますが、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。

### (3) 調査項目

---

#### (1) 「もったいないキャンペーン」の認知／理解

- ① パン売場で当該キャンペーンが実施されていたことの認知有無
- ② キャンペーンの認知経路
- ③ 店内資材に書かれたキャンペーン説明を、読んだかどうか
- ④ 「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)

#### (2) キャンペーン実施前後の購買行動の変化

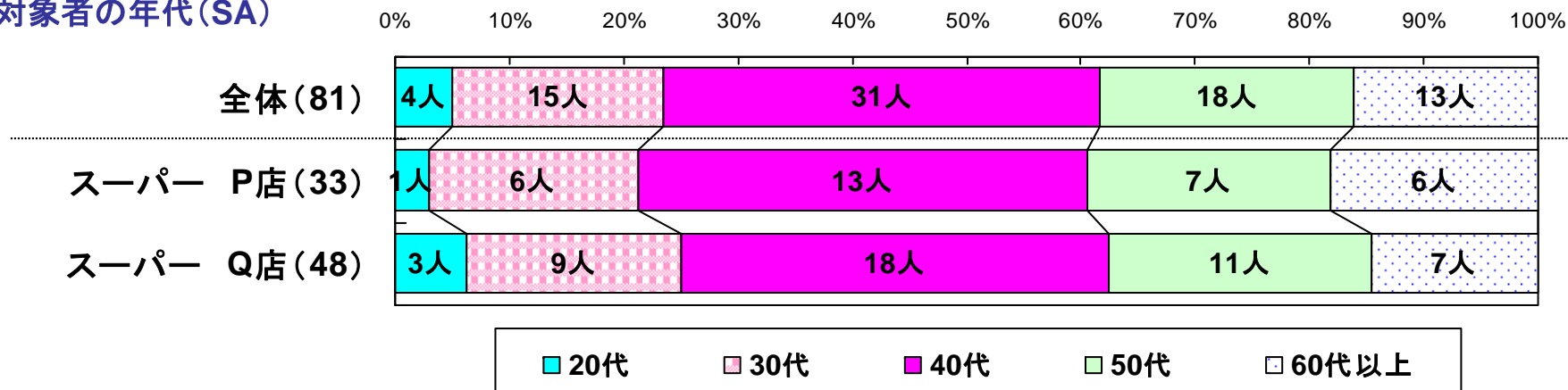
- ① キャンペーン開始以前に、値引き商品(パン)を買っていたかどうか
- ② キャンペーン開始以前に、値引き商品(パン)を買っていた理由
- ③ キャンペーン対象商品(パン)以外で、値引き商品の購入経験がある商品カテゴリー
- ④ 本日、値引きシールが貼られた商品(パン)を購入した理由
- ⑤ 「もったいないキャンペーン」をきっかけとした、今後の値引き商品の購入意向

#### (3) 日配品の店頭における「食品ロス削減」に関連する消費者の意識・行動

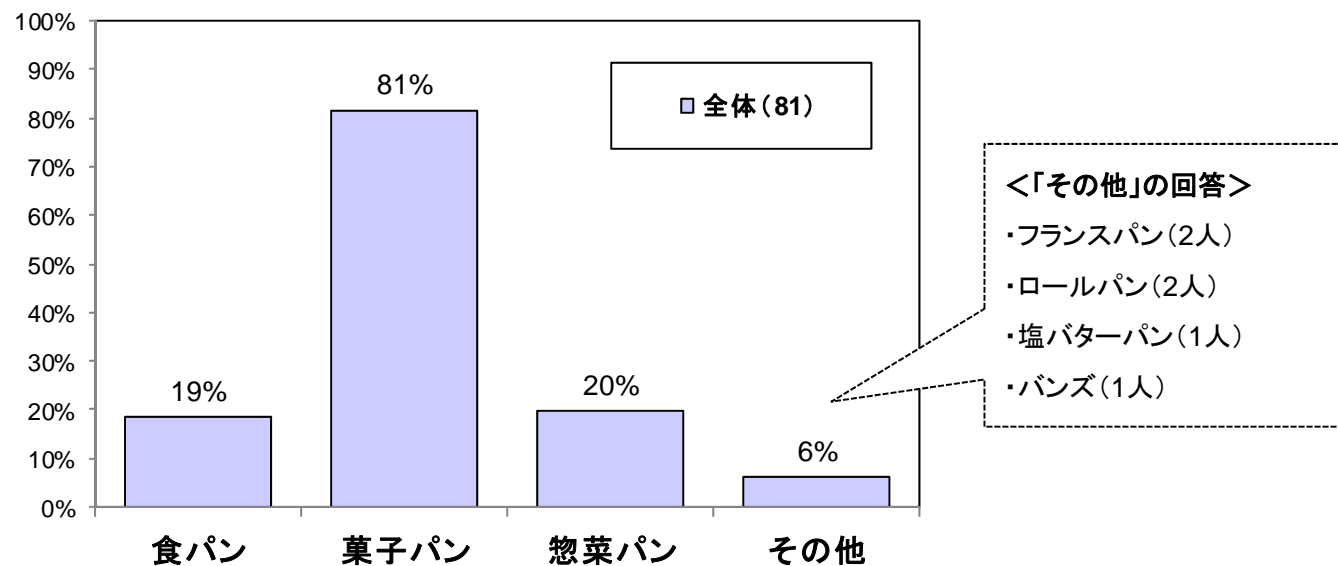
- ① 「消費期限」「賞味期限」の用語の理解程度・内容(自由回答)
- ② 買物に行く前に、食品の「家庭内在庫」を確認しているかどうか

# (4) 調査対象者の属性①

## ①対象者の年代(SA)



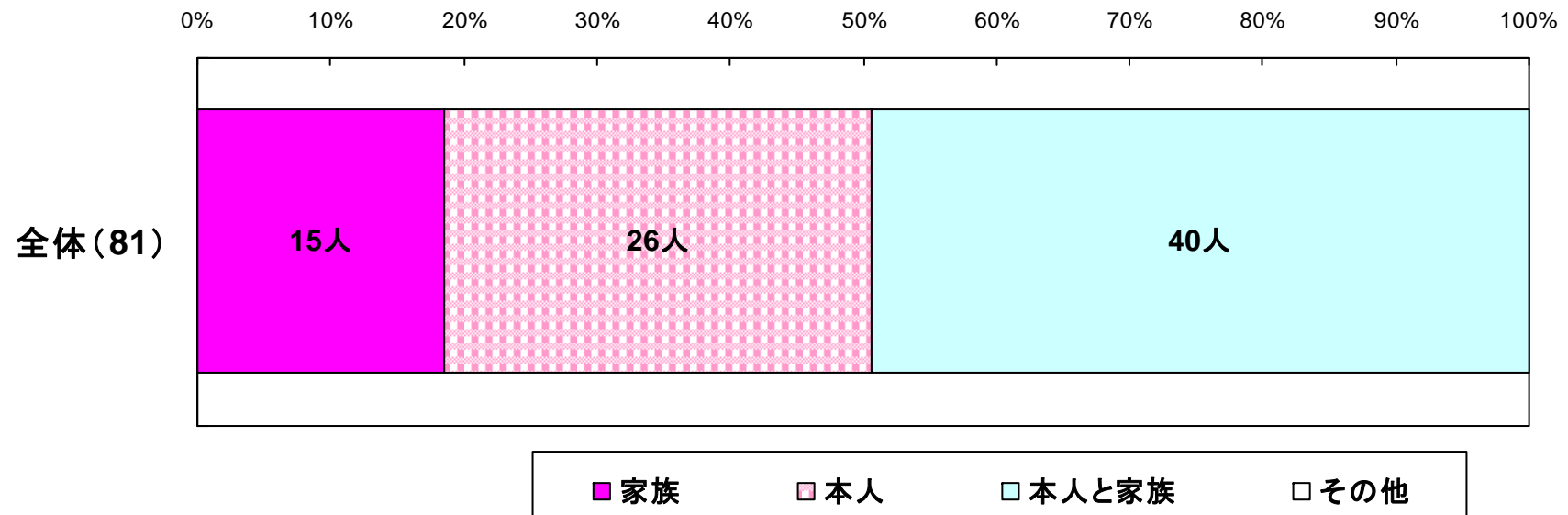
## ②購入した商品(パン)の種類(MA)





## (4) 調査対象者の属性②

### ③購入した対象商品(パン)を食べる人(SA)



---

## 2. 調査結果

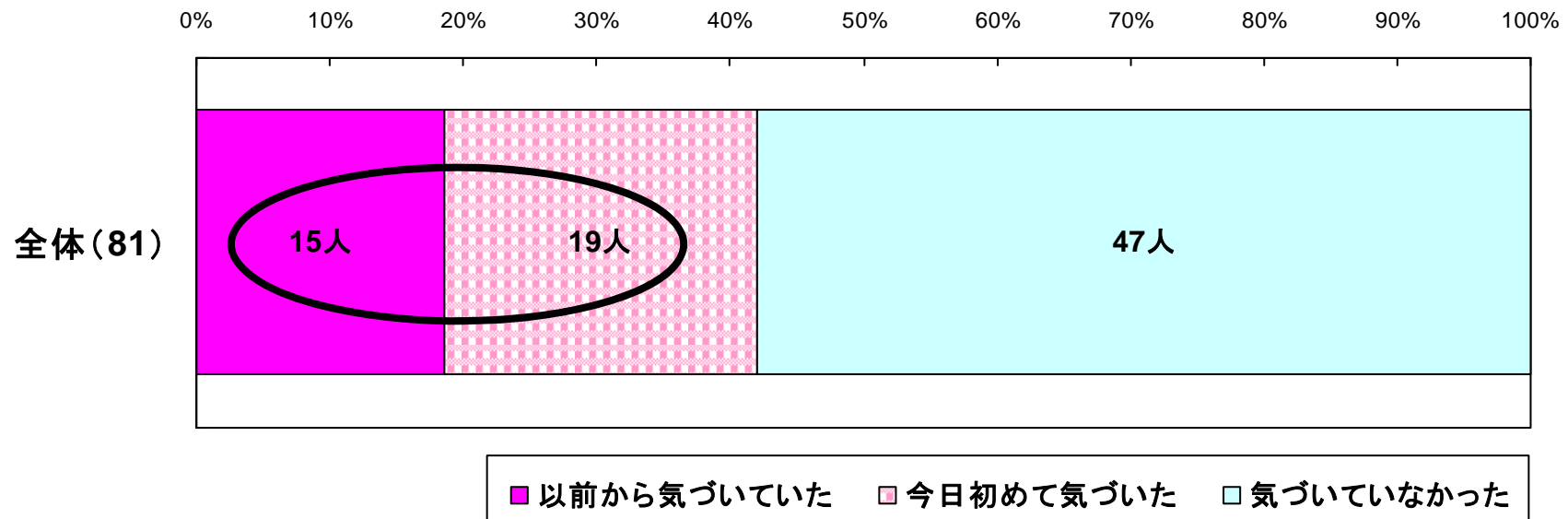
### (1)「もったいないキャンペーン」の認知／理解

# (1)「もったいないキャンペーン」の認知／理解

## ①パン売場で当該キャンペーンが実施されていたことの認知有無(SA)

※別紙「資料」を提示し読み上げた上で、このようなキャンペーンが行われていることに、(調査当日の来店以前に)気づいていたかどうかを質問

- 「以前から気づいていた」と「今日初めて気づいた」を合わせると、4割強がキャンペーンが実施されていることを認知していた。



## (資料) キャンペーンの説明シート

～食品ロス削減のためのもったいない  
キャンペーンを行っています～

- 消費・賞味期限の短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。

(農林水産省他5府省が展開する「食品ロス削減国民運動」への協力の取り組みです)

- アンケート結果は、小売店頭での食品ロス削減に向けた現状把握や施策検討に活かします。ご協力お願い致します。



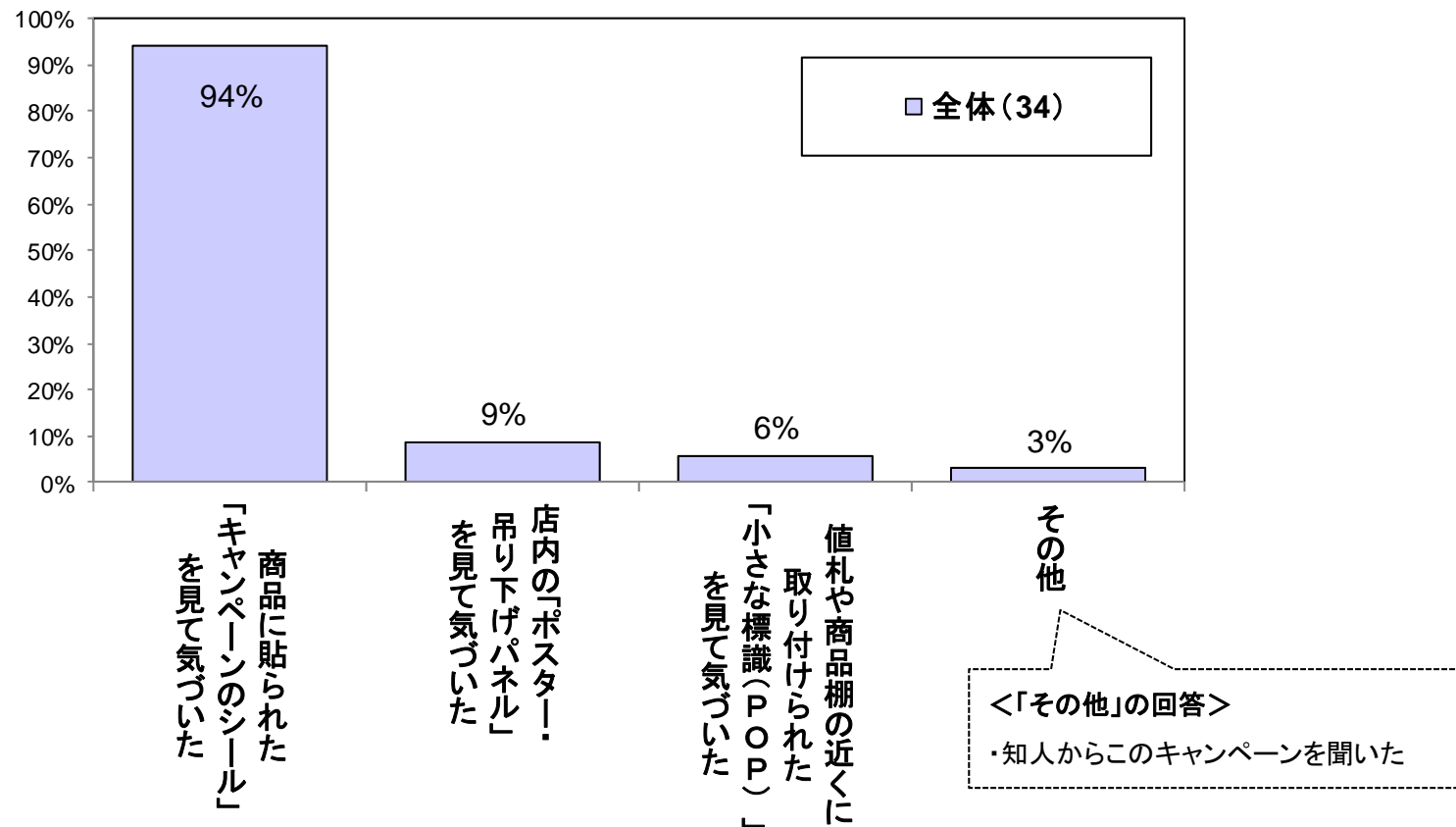
シール



# (1)「もったいないキャンペーン」の認知／理解

## ②(認知していた人のみ)キャンペーンの認知経路(MA)

- 「もったいないキャンペーン」が行われていることに以前から気づいていた／調査当日気付いた対象者における認知経路は、「商品に貼られたキャンペーンのシールを見て気付いた」との回答が圧倒的に多い。
- 「ポスター・吊り下げパネル」や「POP」により認知した、との回答は少ない。

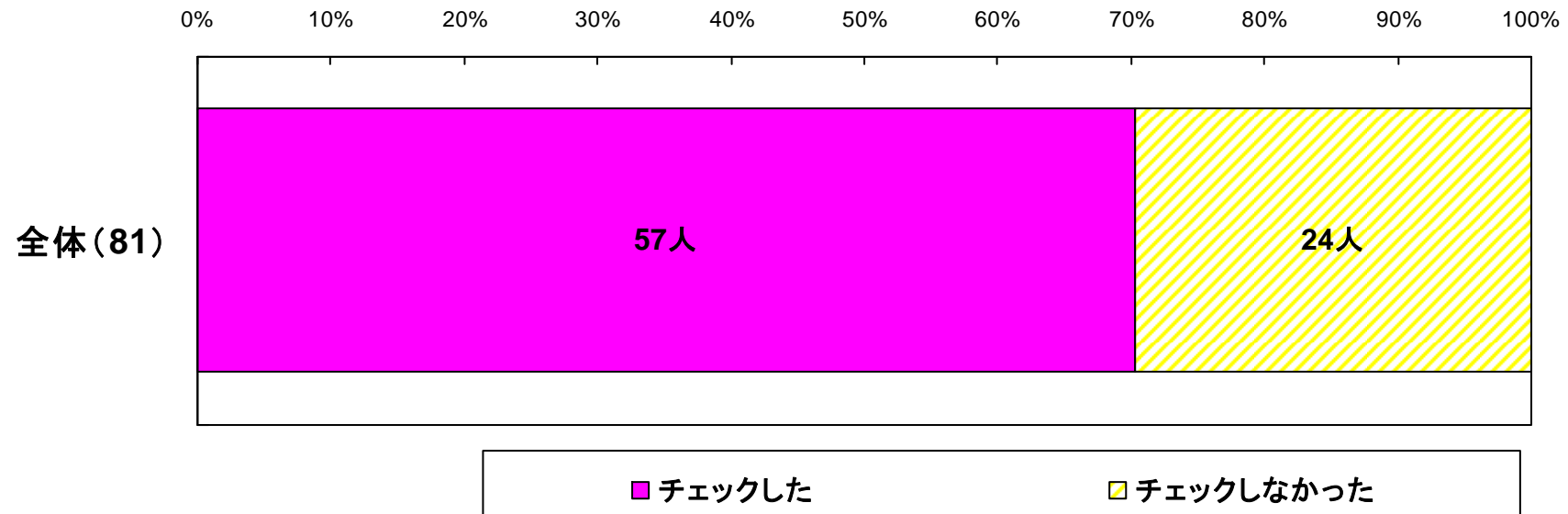


ベース: 「もったいないキャンペーン」が行われていることに「以前から気づいていた」「今日気づいた」と回答した対象者

(参考)

## 対象商品の購入時に、「消費期限」または「賞味期限」をチェックしたかどうか(SA)-1

- 対象商品を購入する際、消費期限・賞味期限を「チェックした」との回答は7割である。

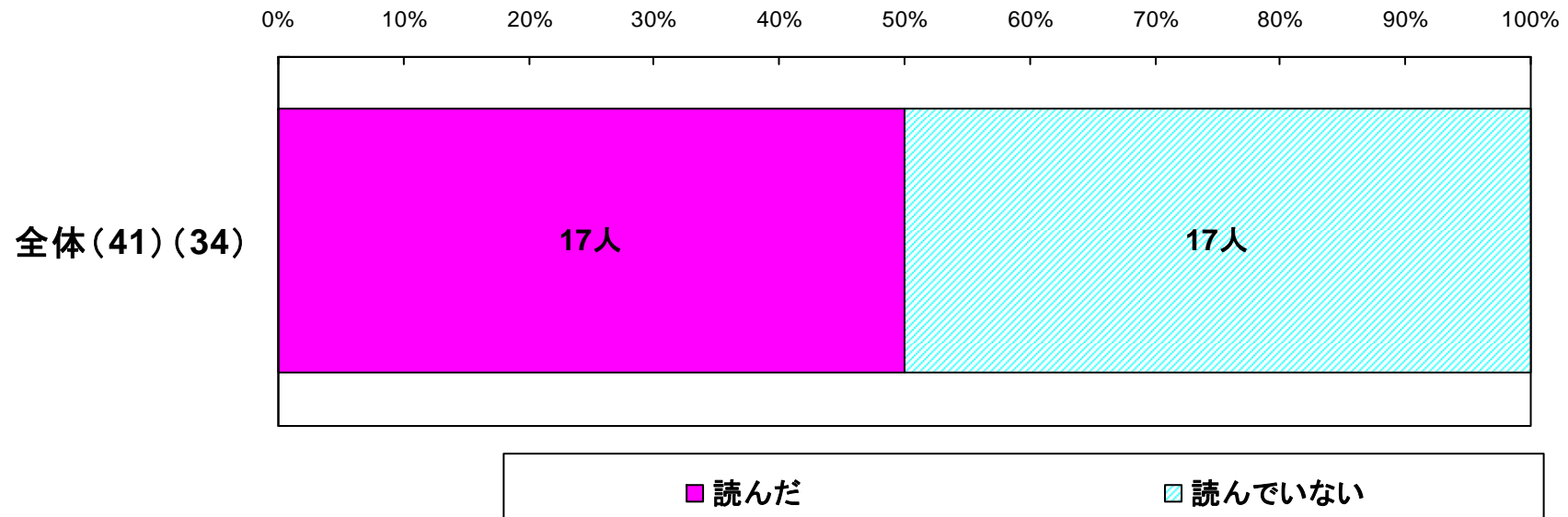


# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ③(認知していた人のみ)店内資材\*に書かれたキャンペーン説明を、読んだかどうか(SA)

\*店内資材: 店内ポスター・吊り下げパネル・標識(POP)

- 「もったいないキャンペーン」が行われていることに気づいていた／調査当日気付いた対象者において、店内ポスター・吊り下げパネル・POPに書かれた説明を「読んだ」人は、約半数であった。

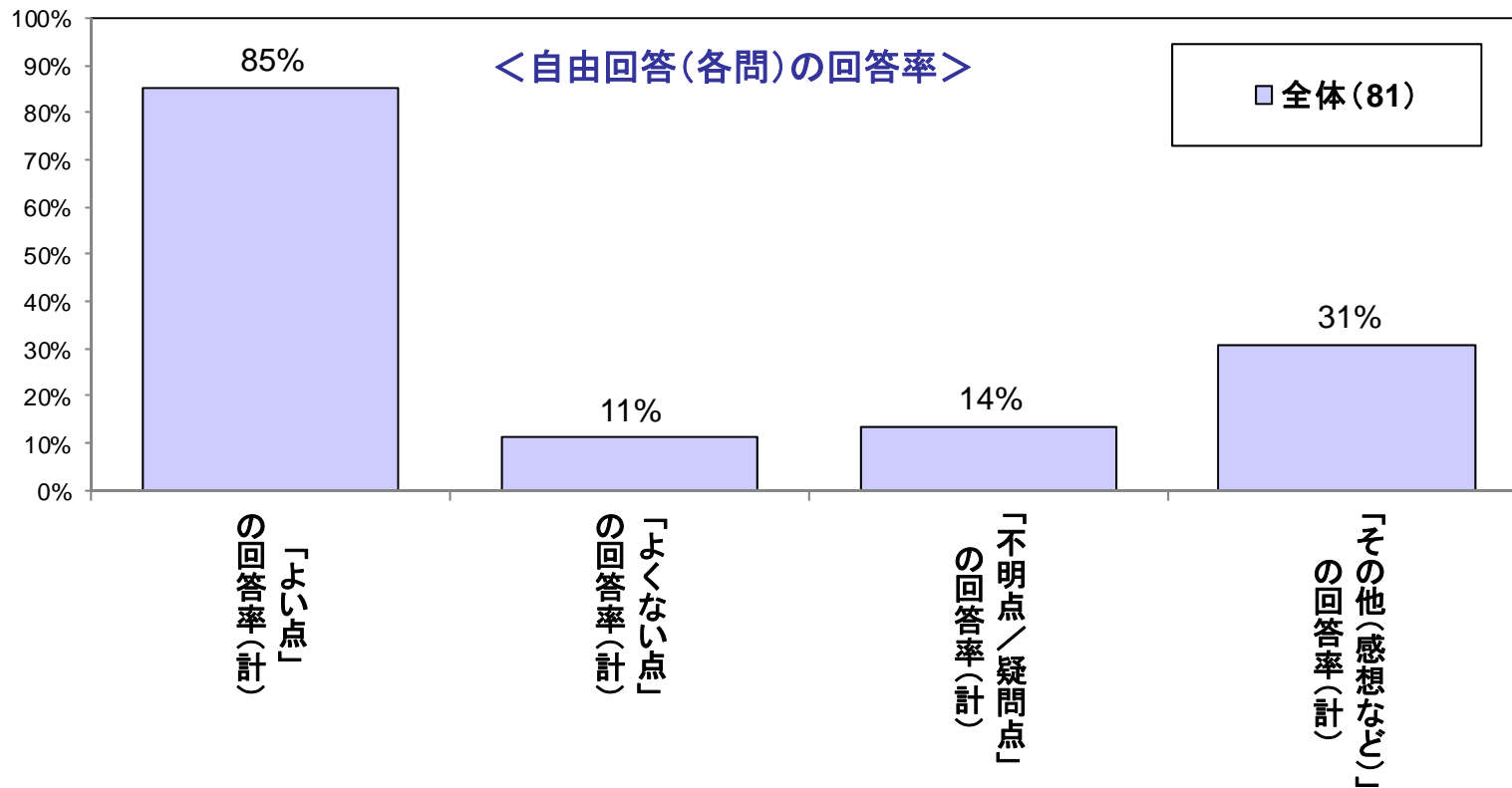


ベース: 「もったいないキャンペーン」が行われていることに「以前から気づいていた」「今日気づいた」と回答した対象者

# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-1

- 「もったいないキャンペーン」について、全対象者の多く(85%)が、何らかの「よい点」を挙げている。
- 「よくない点」を上げた対象者は、約1割であった。

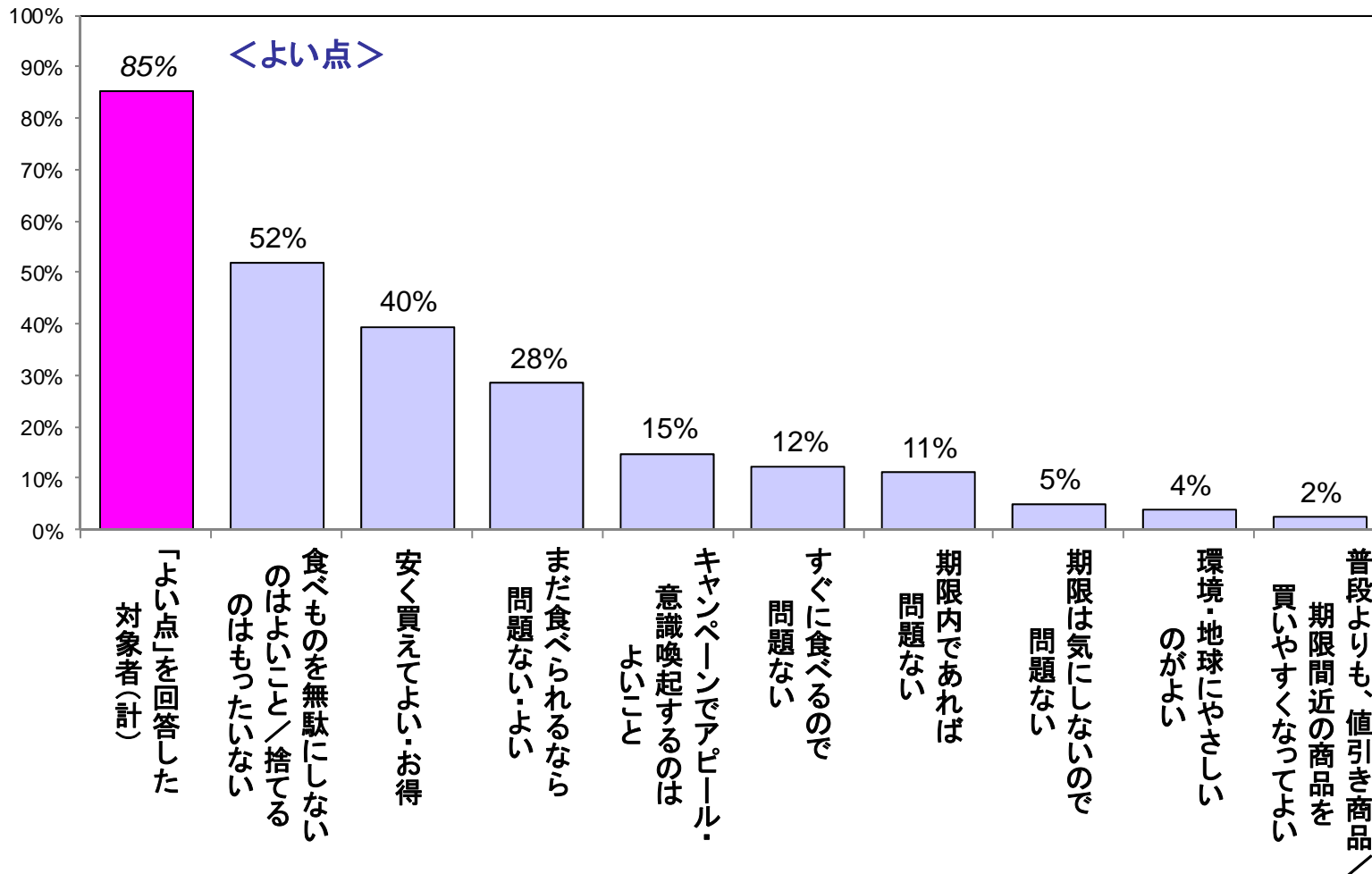




# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-2 よい点

- 「もったいないキャンペーン」について、「よい点」を挙げた対象者は85%であった。
- 具体的には、「食べものを無駄にしないのはよいこと」「安く買えてよい」「まだ食べられるならも問題ない」「キャンペーンでアピール・意識喚起するのはよい」といった意見が多い。



# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-2 よい点

「もったいないキャンペーン」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。

### <よい点>

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5.「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q8(1).「もったいないキャンペーン」の よい点
29	女性	60代以上	食パン	以前から気づいていた	読んでいない	捨てるのは勿体ない。期限内であれば、食べられるものは食べた方がよい。
10	女性	40代	食パン	気づいていなかった		物を大切にするのはいいことだと思う。
1	女性	50代	食パン	気づいていなかった		まだ食べられる商品を捨てないで無駄にしないのは良いと思う。
39	女性	60代以上	食パン	気づいていなかった		消費者は味が変わらないから得する。
8	女性	60代以上	食パン	気づいていなかった		食べられれば賞味期限はあまり気にしないので、安く買えて良いと思う。
21	女性	40代	食パン、菓子パン、惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	賞味期限が近づいても充分食べられるので、値引して購買してくれた方がよいと思う。
17	女性	40代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	無駄がなくなりそうで、安くいいと思う。
11	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	勿体ないから、食べられるものを食べられて良い。有効利用できる。
19	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	ロスをなくして、地球環境にやさしい。ゴミをなくす。
97	女性	50代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	無駄がなくなるなら、安くして売るのは良いと思う。
26	女性	50代	食パン、菓子パン	気づいていなかった		ぎりぎり品質が良いなら問題ない。
67	男性	50代	食パン、菓子パン	気づいていなかった		捨てるのは勿体ないし、安く買えるならば尚更良い。
27	女性	40代	食パン、その他	今日初めて気づいた	読んでいない	期限が切れて捨てられるよりは、それを勿体ないとPRして良い。
24	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	すぐ食べられるものだから、おいしいものなら少しでも安い方がいい。
88	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	「食べ物をおもたない」ということを大々的にすすめているので、こういったシールが貼ってあると、値引品も恥ずかしい思いをせずに、いつもよりも積極的に買えていいと思う。
76	男性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	安くなっていて、更に商品を捨てなくて良い。
58	女性	50代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	廃棄するのは勿体ないから、どうぞ買ってくださとアピールしている。
7	女性	60代以上	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	価格が安くなっていて、期限内であれば問題ない。

(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5.「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q8(1).「もったいないキャンペーン」の よい点
64	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	まだ食べられるので、安く買えるのであれば主婦としてはありがたい。
65	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	消費期限が近づいても問題なく食べられると思うので、安く買えるのはとても良いと思う。
61	女性	50代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	菓子パンはすぐ食べることが多いので、同じものなら安く買えるのは嬉しいので、良いと思う。
68	女性	50代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	無駄にならないし、充分まだ食べられるものなので、捨ててしまうのは勿体ないから、安く買えるのなら良いと思う。
73	女性	60代以上	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	ロスは無駄ない。安く買えるならば、私も助かる。大賛成。
16	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	期限は気にしない。味が変わらないなら、捨てるよりは全然いい。
30	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	賞味期限が大丈夫なら、消費期間が長くなりロスが減って、循環が良くなると思う。
59	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	今日食べるものに貼られていれば、すぐ食べるものだし、食品ロスが減るのでいいことだと思う。
106	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	捨てないように、ロスを少なくする意識が高まって良い。
3	女性	40代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	食品を消費期限で区切って廃棄するのは、以前から勿体ないと思っていた。
28	女性	20代	菓子パン	気づいていなかった		日本はまだ食べられる商品をたくさん廃棄していると聞くので、勿体ないと思うことが減って良いと思う。
77	女性	20代	菓子パン	気づいていなかった		まだ食べられるものなら、安く買いたいのので良いと思う。
4	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		品質が問題ないものが安く買って良い。
5	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		まだ捨てなくても食べられる食品を安く買える点。

(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5.「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q8(1).「もったいないキャンペーン」の よい点
14	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		安く買えるのはいいと思うので、これからもやってほしい。
25	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		食べられる商品が無駄にしないのは良いと思う。
60	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		食べ物を無駄にしないので良いと思う。
66	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		まだ食べられるものだし、主婦なので食べ物を捨てるのに抵抗があるので、とてもいいことだと思う。
71	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		すぐ食べるものは消費・賞味期限の近いものから買うようにしているので、良いことだと思う。
82	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		期限が近くなった商品から買う人が増える。
92	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		消費者にとって、勿体ないことをお知らせしてくれるので良いことだと思う。シールが貼ってあることで安心できる。
93	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		値段を下げて売るので、買う側にとっては良いこと。
109	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		期限が迫っている商品が安くなるのは、消費者にとってありがたい。
111	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		安くなっていて良い。その日のうちに食べるので問題ない。
13	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		味が変わらないから食べられる。捨てたら勿体ない。
20	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		味も日にちも気にしないから、安い方がお得。期限が過ぎたものでなければ大丈夫。
79	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		買ったものは捨てないように、食べきるようにしているので、こういうキャンペーンは良いと思う。
91	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		パンなど今日明日食べるものは、すぐに食べるから、このキャンペーンはいいと思う。
94	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		食べられるもので味に問題がないのであれば、捨てるのは勿体ないことなので、良いキャンペーンだと思う。
74	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		傷んでいないものを、そういう風に安くして売るのは良いことだ。
87	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		捨てるのは良くないので、このキャンペーンをして廃棄が減るのは良い。
84	男性	20代	菓子パン	気づいていなかった		食料を無駄にする人が多いので、これで無駄が減るのはとても良いと思う。
80	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		食品ロスがないのが良い。
95	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		廃棄物が減るので良い。

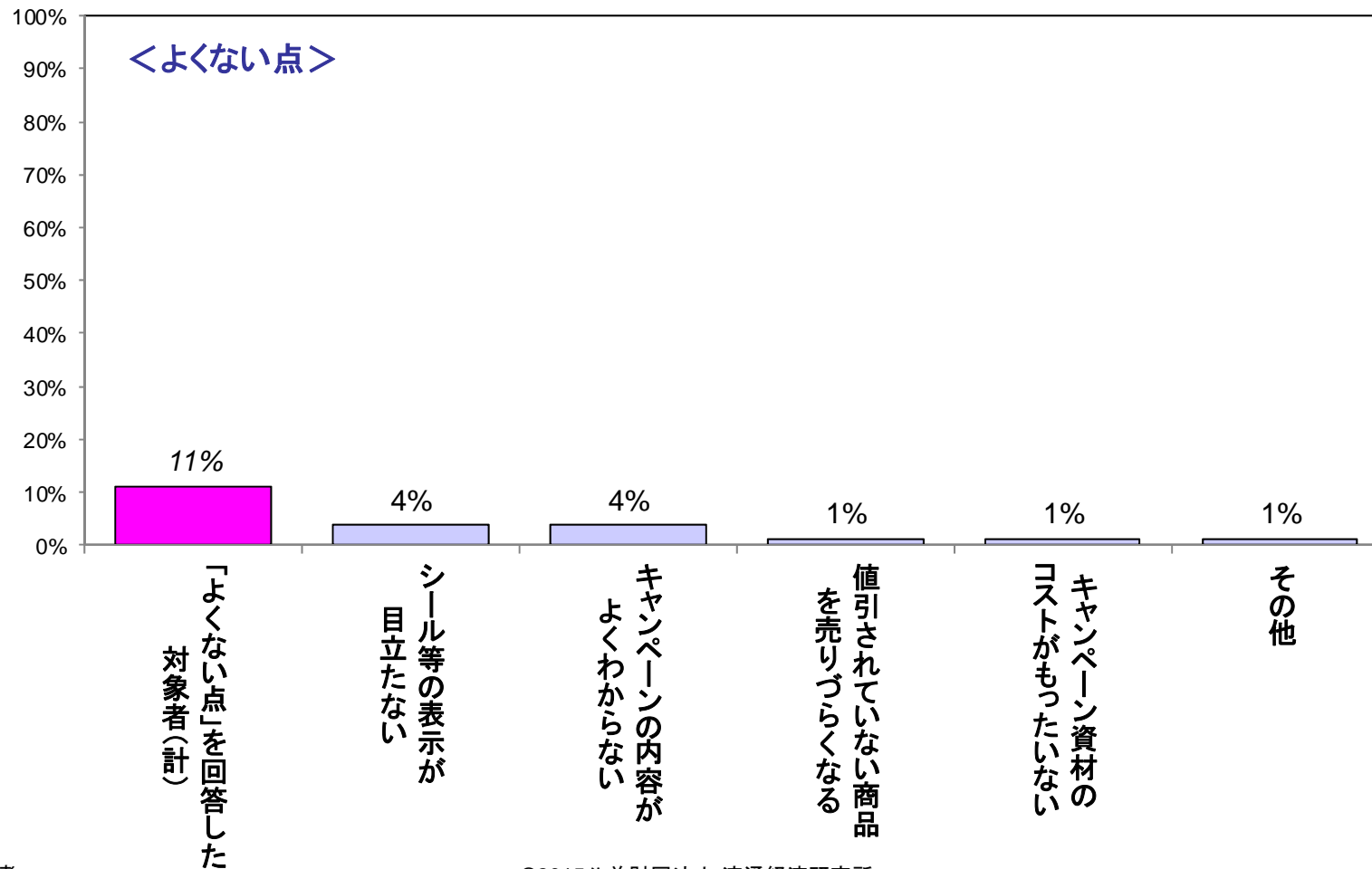
(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q8(1). 「もったいないキャンペーン」の よい点
2	女性	40代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		安いからいくつも買える。
62	男性	40代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		食品を無駄にしない。
12	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		どうせすぐ食べるので、安くなっている方が良い。
96	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		消費期限内で安いものが買えて良い。
6	女性	50代	菓子パン、その他	気づいていなかった		食品ロスがなくなる。
9	女性	40代	菓子パン、その他	気づいていなかった		普段から買っていて、味が変わらないから、安い方を買う。
15	女性	60代以上	菓子パン、その他	気づいていなかった		すぐ食べるのでOK。
90	女性	30代	菓子パン、その他	気づいていなかった		店にとっては売れ残った商品の廃棄処理代が減るし、客は期限内のものを安く買えるので良い。
81	男性	20代	惣菜パン	以前から気づいていた	読んだ	以前ここで働いていたことがあるが、こういうところはゴミがたくさん出る。こういうキャンペーンをやると、ゴミが減るのでいいと思う。
103	女性	30代	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	廃棄や食品ロスが減るので良い。
70	女性	40代	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	捨てないことは良いこと。廃棄が少なくなって、資源を無駄にしない。
85	女性	60代以上	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んでいない	合理的で無駄がなくて良いと思う。
75	女性	40代	惣菜パン	気づいていなかった		今日すぐ食べるので、安く買えるから良い。
107	女性	40代	惣菜パン	気づいていなかった		自分と夫はあまり消費期限は気にしないで、すぐに食べるので、安く無駄なく買えるなら賛成。
43	女性	50代	惣菜パン	気づいていなかった		勿体ないから安く買いたい。
23	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		賞味期限は近づいていても、まだ切れていないようなら十分おいしいと思うので、売り切れるように安くするのは大賛成。
72	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		若い人は食品廃棄のことはよく考えないので、アピールすることは良い。

# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-3 よくない点

- 「もったいないキャンペーン」について、「よくない点」を挙げた対象者は11%とわずかであった。
- 具体的には、「シール等の表示が目立たない」「キャンペーンの内容がよくわからない」といった内容であった。



# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-3 よくない点

「もったいないキャンペーン」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。

### <よくない点>

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品(パン)の種類	Q5. 「もったいないキャンペーン」認知	Q7. キャンペーン説明	Q8(2). 「もったいないキャンペーン」のよくない点
21	女性	40代	食パン、菓子パン、惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	キャンペーンのシールを作る資源やコストが反対に勿体ない気もする。
27	女性	40代	食パン、その他	今日初めて気づいた	読んでいない	小さな文字が見つらい。大きくした方がわかりやすい。
82	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		シールの色が目立たない。黄色の値引シールの方ばかり目立っていて、そちらしか気づかなかった。
80	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		新しいものが売りづらくなる。
94	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		知られていない。全く知らなかったのもっとキャンペーンをアピールした方が良い。
105	男性	40代	菓子パン、惣菜パン	今日初めて気づいた	読んでいない	このキャンペーンの内容がよく分からない。キャンペーンに関係なく、値引シール自体で安ければ買おうと思うので、特にキャンペーンを行う必要はない気がする。
12	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		形が崩れていたりする。値引シールを貼ると、人がたくさん触った跡がある。
15	女性	60代以上	菓子パン、その他	気づいていなかった		もっと目立つように大きく表示した方がいい。
103	女性	30代	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	食品ロス削減がどのような仕組みでそうなるか、理由が分からない。

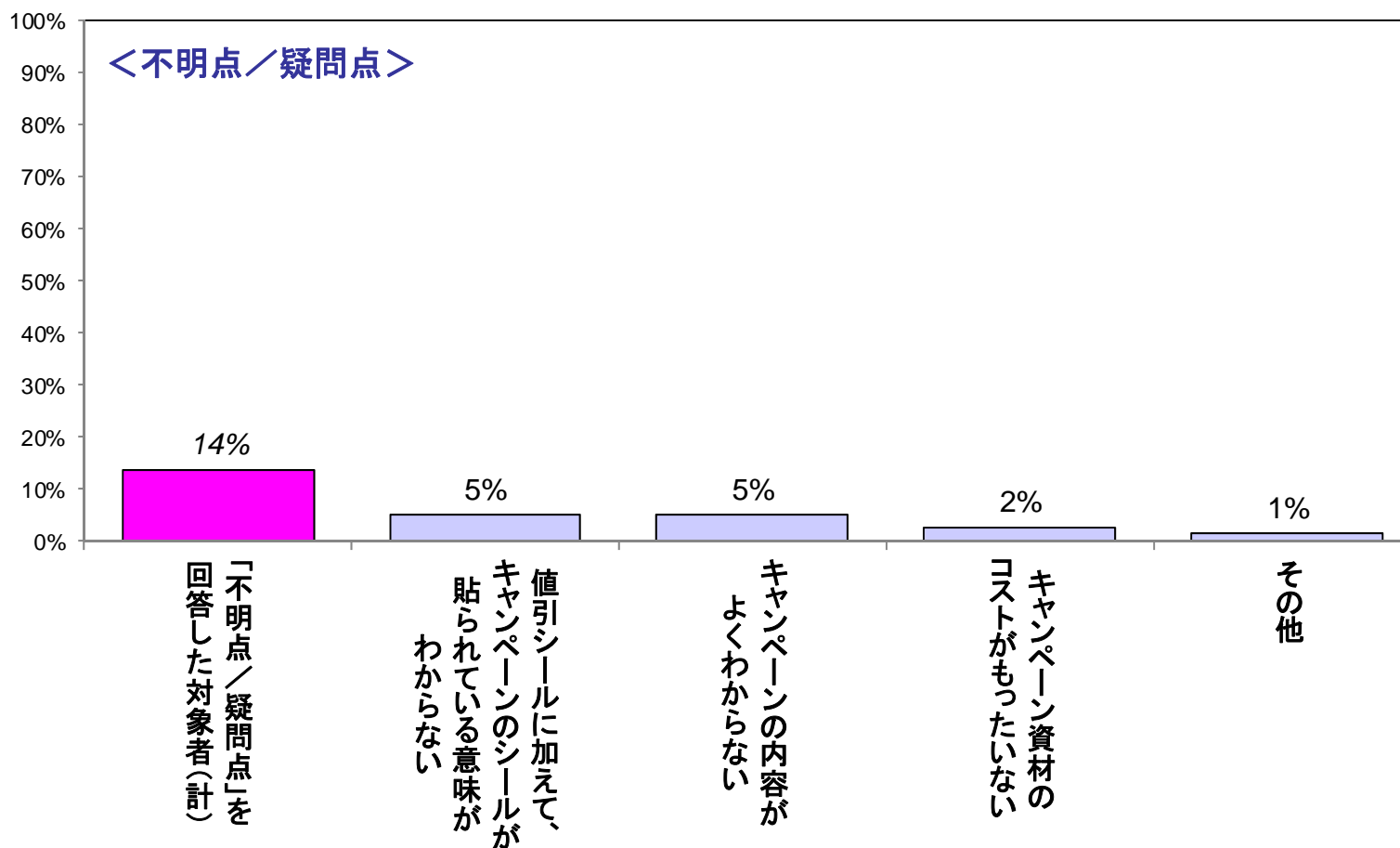
# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-4 不明点・疑問点

- 「もったいないキャンペーン」に関する「不明点・疑問点」を挙げた対象者は14%であった。

※端数を四捨五入した関係で、全回答率の合算値と異なっている。

- 具体的には、「値引きシールに加えて、キャンペーンのシールが貼られている意味がわからない」「キャンペーンの内容がよくわからない」といった内容であった。





(1)「もったいないキャンペーン」について

④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-4 不明点・疑問点

「もったいないキャンペーン」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。

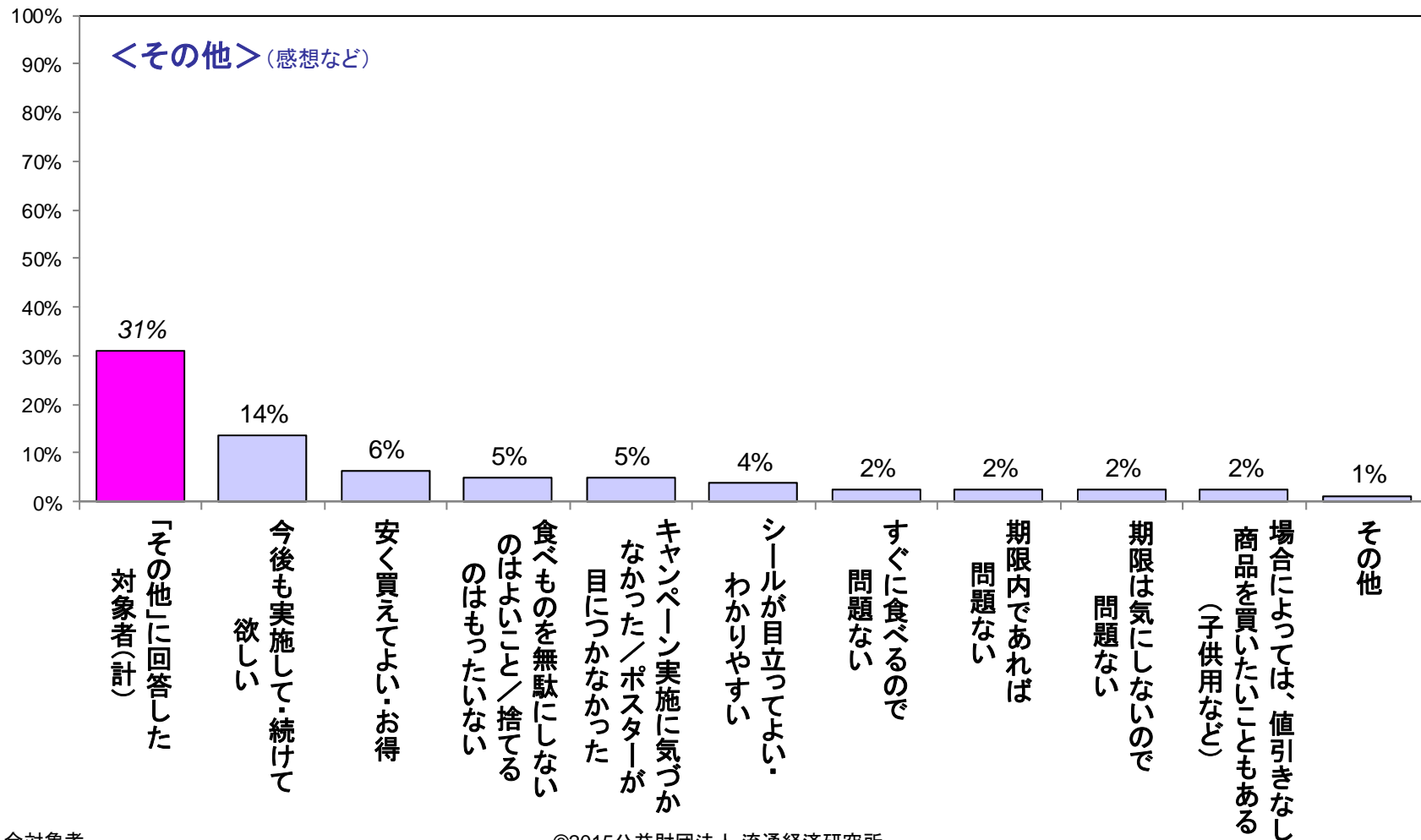
<不明点／疑問点>

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいないキャンペーン」認知	Q7. キャンペーン説明	Q8(3). 「もったいないキャンペーン」の不明点／疑問点
1	女性	50代	食パン	気づいていなかった		いつからキャンペーンをやっていたのか？
22	女性	40代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	消費期限が近いから値引シールが貼られているのに、それ以外でキャンペーンのシールを貼るのはどういう意味があるのだろうかと考えてしまった。
27	女性	40代	食パン、その他	今日初めて気づいた	読んでいない	説明文が小さくて、何が勿体ない商品かわからない。対象商品と書いてあるが、何が対象商品なのか？
86	女性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	キャンペーンと言っているが、「何のどんなキャンペーンなのかな？」と以前から思っていた。どんなことが行われているか分からなかった。
58	女性	50代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	元々値引シールが貼られているのに、さらにシールを作って貼るのはお金の無駄ではないか？
34	女性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	正直、内容がよく分からない。
98	男性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	このシールの意味がよく分からない。何でこのシールが貼ってあるのか分からない。
4	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		同じ日付なのに、パンによってシールが貼られているものと、いないものがあるのは何故？
95	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		消費者にとって、商品が安く買える以外に、このキャンペーンをすることによって何のメリットがあるのか分からない。
63	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	以前から気づいていた	読んだ	このシールが貼ってあるのは良いけれど、シールも紙代がかかるので、勿体なくないんですか？
96	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		売れ残って期限が来てしまったものは、どうになってしまうのか疑問。

# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-5 その他

- 「もったいないキャンペーン」に関する「意見・感想等」を述べた対象者は、31%であった。
- 具体的には、「今後も実施して欲しい」「(商品を)安く買えてよい」「食べものを無駄にしないのはよい」等の他、「キャンペーン実施に気づかなかった」という意見も少数挙げられていた。



# (1)「もったいないキャンペーン」について

## ④「もったいないキャンペーン」に対する意見・感想等(自由回答)-5「その他」

「もったいないキャンペーン」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。

### <その他> (感想など)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5.「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q8(4).「もったいないキャンペーン」について その他(感想など)
29	女性	60代以上	食パン	以前から気づいていた	読んでいない	値引されたものは品物があまりよくなかったりする。
1	女性	50代	食パン	気づいていなかった		安く買えて助かる。
8	女性	60代以上	食パン	気づいていなかった		賞味期限なら切れていても気にしないので、こういうキャンペーンはこれからは行ってほしい。
18	女性	30代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	自分の意識にも繋がるし、シールとかだと子供が見ても分かる。
11	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	シールは目立って良いと思う。
19	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	どんどん取り組んでほしい。
97	女性	50代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	買ったものはすぐ食べる人が多いので、期限はそんなに細かく気にしていない。
27	女性	40代	食パン、その他	今日初めて気づいた	読んでいない	店内に分かりやすく掲示した方が良いと思う。
58	女性	50代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	キャンペーンをやることで身近になる。
34	女性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	たまたま今回は値引商品を買ったが、値段よりも好きな商品を買うので、同じ商品があれば値引品を買いたい、という感じ。
7	女性	60代以上	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	消費期限はいつも見て買っている。
64	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	本日ではなく明日が消費期限の商品が対象になっていたの、今後もそうであれば是非利用したい。
16	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	シールが目立つから良いと思う。お買い得と分かりやすい。
59	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	良くない点はないし、良くないと思っていたら値引シールが貼られているものを買わない。

(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q8(4). 「もったいないキャンペーン」について その他(感想など)
69	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		ポスターの文字、特に説明文の文字が小さくて読みにくい。目に付かない。
25	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		勿体ないキャンペーンの有無に係わらず値引商品を買うので、キャンペーンは良いと思うが(食べられる商品が無駄にしないので)、言われるまで気付かなかった。
71	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		ドイツの人は、すぐ食べるものは消費・賞味期限の近いものから買っていると聞いて、自分でもそうするようにしている。日本人は新しい商品を買おうとしすぎていると思う。
78	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		キャンペーンと関係なく、安いと買いたいと思うので、あまり興味はない。
83	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		自分でこういうことは分かっているから、特に何とも思わない。
12	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		捨てるのは勿体ないので、活用するのはいいことだ。
9	女性	40代	菓子パン、その他	気づいていなかった		ぜひ今後もやってほしい。
15	女性	60代以上	菓子パン、その他	気づいていなかった		ポスターに全然気付かなかった。アンケートに答えて初めて気付いた。
85	女性	60代以上	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んでいない	夕方に買物をするため、結局翌日に食べる人が多いので、翌日まで食べられれば問題ないと思う。
23	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		有名なメーカーのものなら信頼できるので、これからも続けてほしい。
107	女性	40代	惣菜パン	気づいていなかった		子供が食べるものだけは新鮮なものを選びたいので、反対に値引シールの貼っていないものを買うことが多い。
72	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		押し付けられてもすぐに忘れてしまうが、そういうことを思い出させてくれて、考えさせられる。

---

## 2. 調査結果

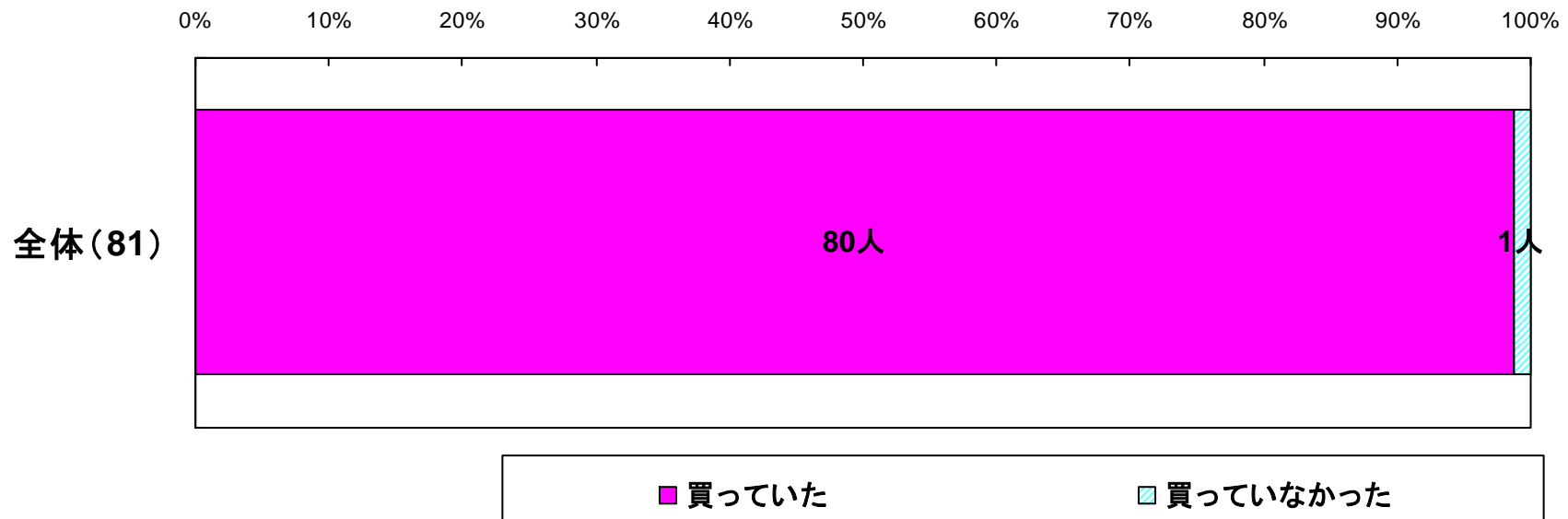
### (2) キャンペーン実施前後の購買行動の変化

## (2) キャンペーン実施前後の購買行動の変化

### ① キャンペーン開始以前に、値引き商品\*(パン)を買っていたかどうか(SA)

\*値引き商品(パン): 「賞味期限・消費期限が近づいて値引シールが貼られた商品」(パン)を指す

- ほとんどの対象者が、「もったいないキャンペーン」が開始される前から値引き商品を「買っていた」と回答した。

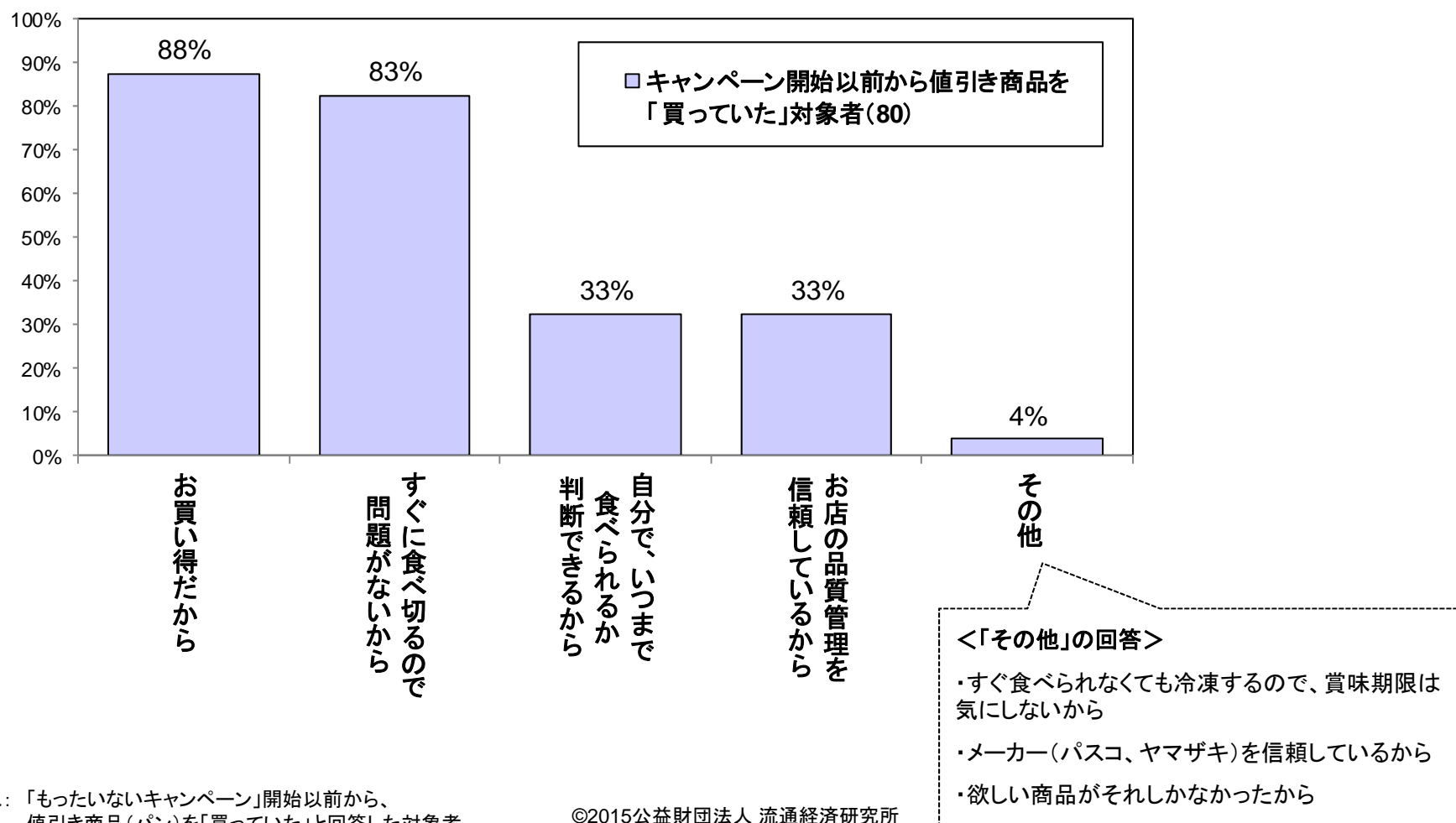


## (2) キャンペーン実施前後の購買行動の変化

### ② (買っていた人のみ) キャンペーン開始以前に、値引き商品\*(パン)を買っていた理由(MA)

\*値引き商品(パン): 「賞味期限・消費期限が近づいて値引シールが貼られた商品」(パン)を指す

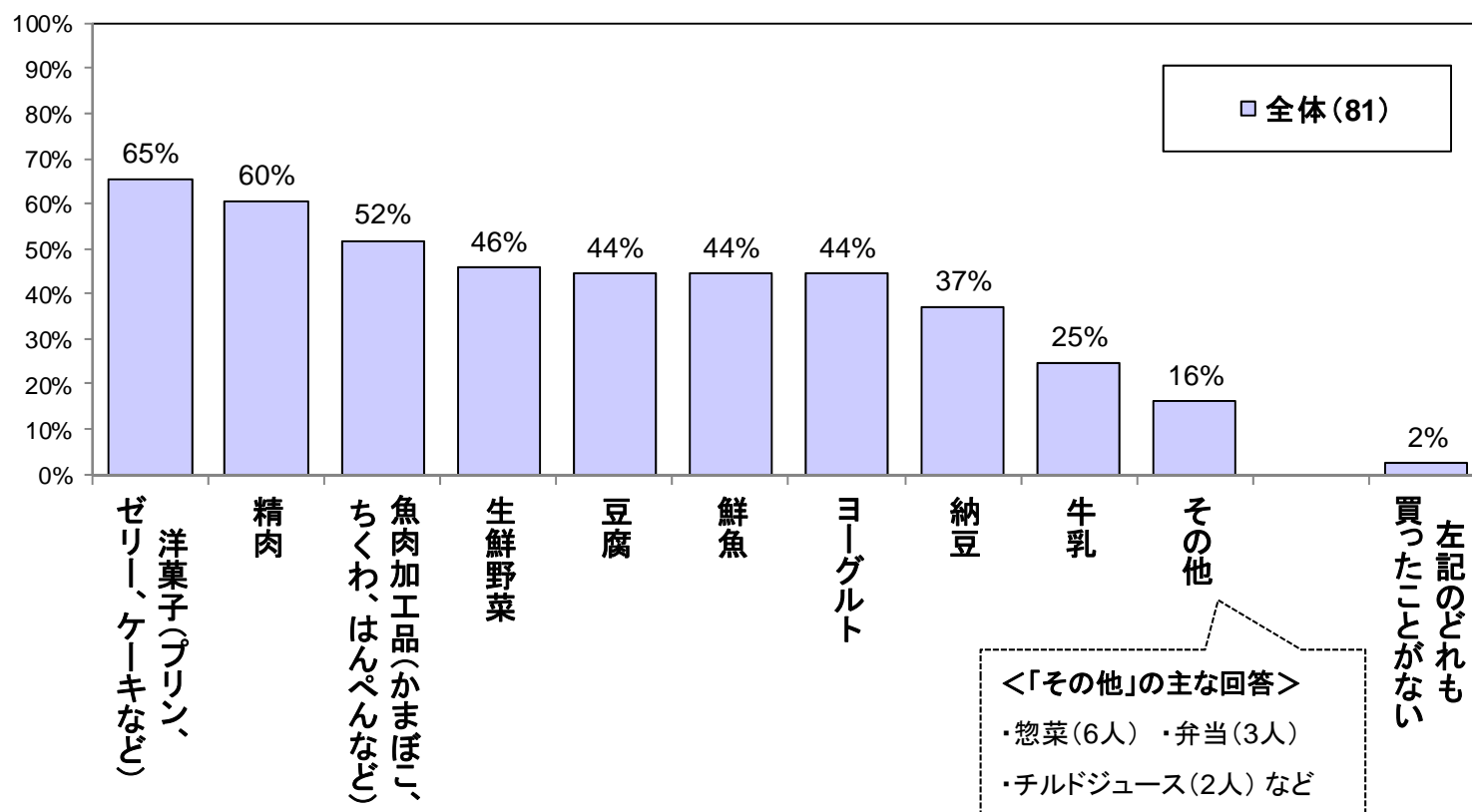
- キャンペーン開始以前に値引き商品(パン)を買っていた人は、その理由として、「お買い得だから」「すぐに食べ切るので問題がないから」と言った点を多く挙げていた。



## (2) キャンペーン実施前後の購買行動の変化

### ③ キャンペーン対象商品(パン)以外で、値引き商品の購入経験がある商品カテゴリー(MA)

- パン以外で値引き商品の購入経験がある商品カテゴリーは、「洋菓子」「精肉」「魚肉加工品」「生鮮野菜」「豆腐」「鮮魚」などであった。
- 主たる日配品・生鮮食品で値下げ商品を「買ったことのない人」は少ない。

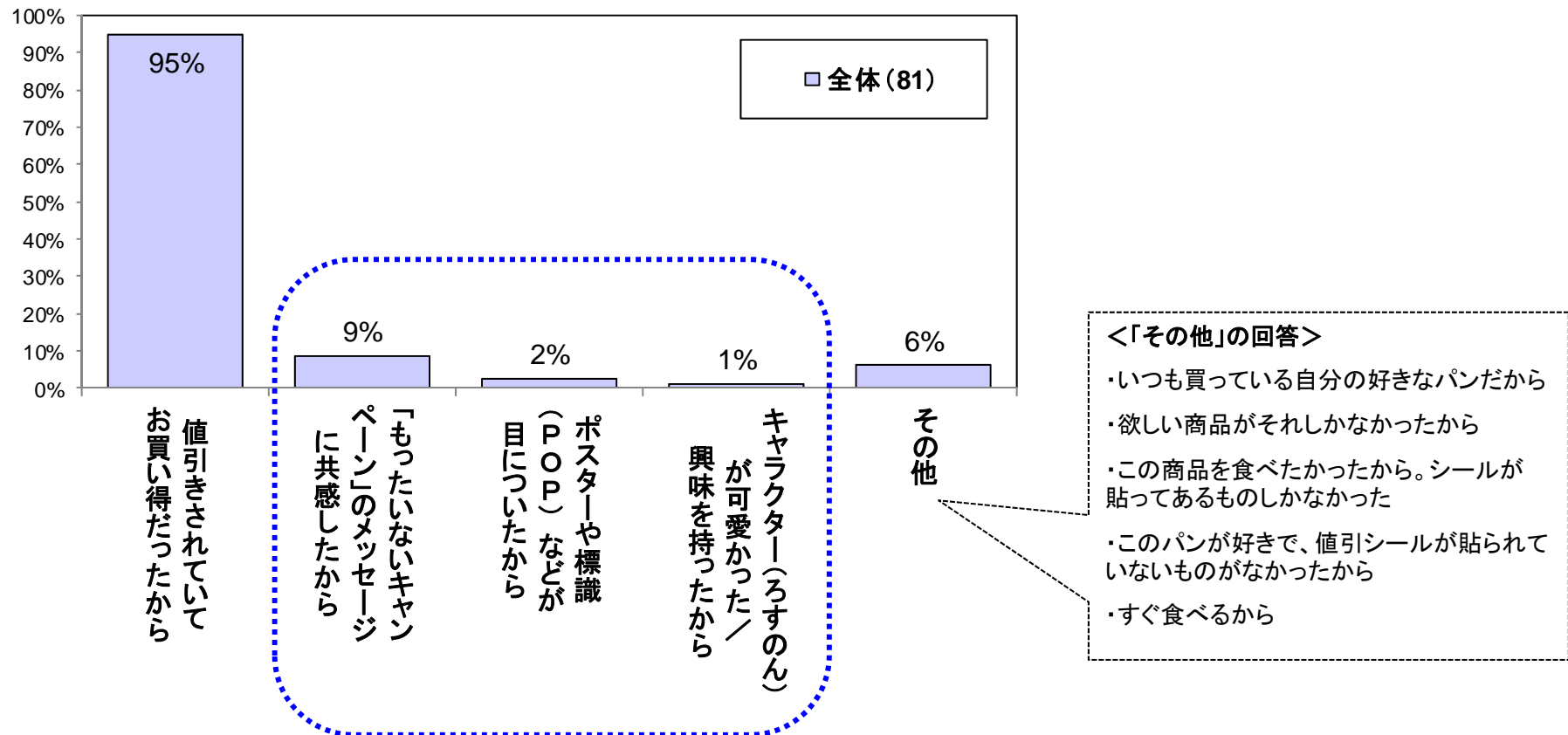




## (2) キャンペーン実施前後の購買行動の変化

### ④本日、値引きシールが貼られた商品(パン)を購入した理由(MA)

- 実査当日に値引きシールが貼られた商品(パン)を購入した理由は、「値引きされていてお買い得だったから」との回答が圧倒的に多い。
- 「キャンペーンのメッセージに共感した」「資材が目についた」「キャラクターに興味を持った」など、キャンペーンが主たる購入理由になったとの回答は、少ない。

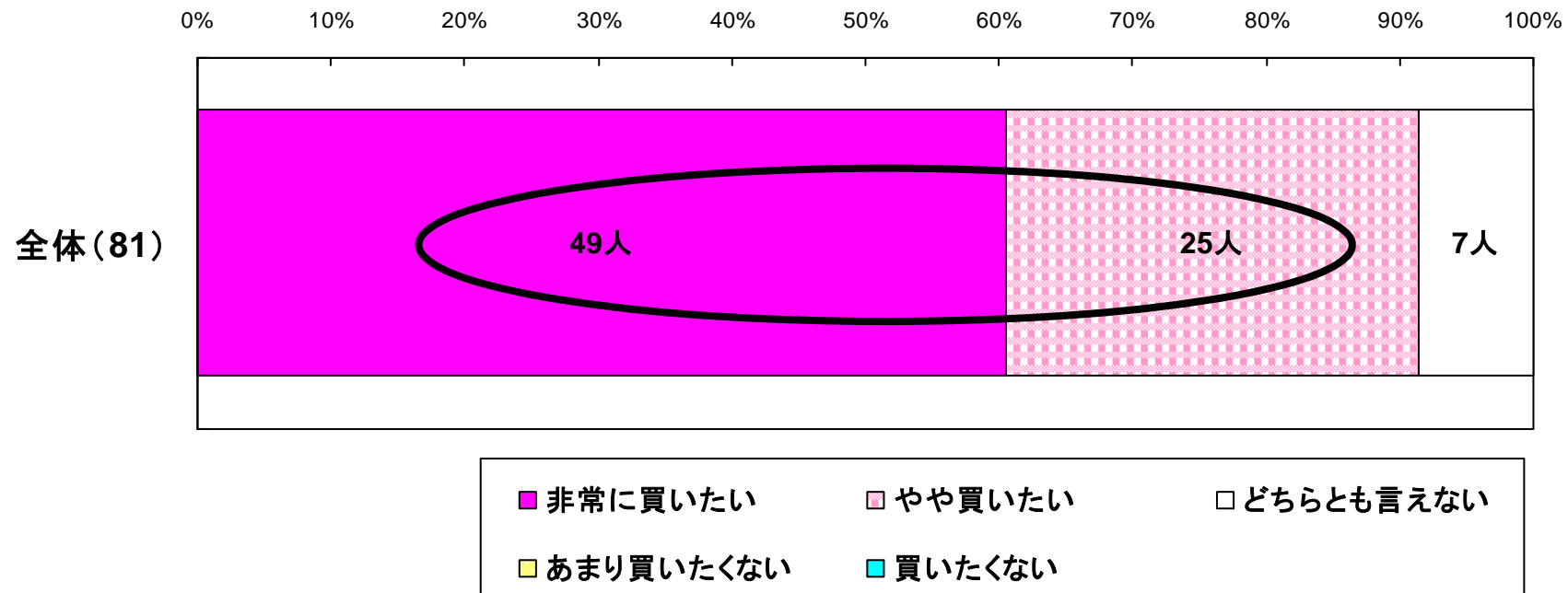


ベース: キャンペーンシール貼付「あり」の対象商品  
(パン)を購入した対象者

## (2) キャンペーン実施前後の購買行動の変化

### ⑤ 「もったいないキャンペーン」をきっかけとした、今後の値引き商品の購入意向(SA)

- 「もったいないキャンペーン」をきっかけとして、今後「消費期限・賞味期限が近づいて値引シールが貼られた商品」を購入したい意向がどの程度あるかを質問したところ、全体で9割超と多くの対象者が、「非常に買いたい」「やや買いたい」と回答した。
- 「買いたくない」との回答は0名であった。



---

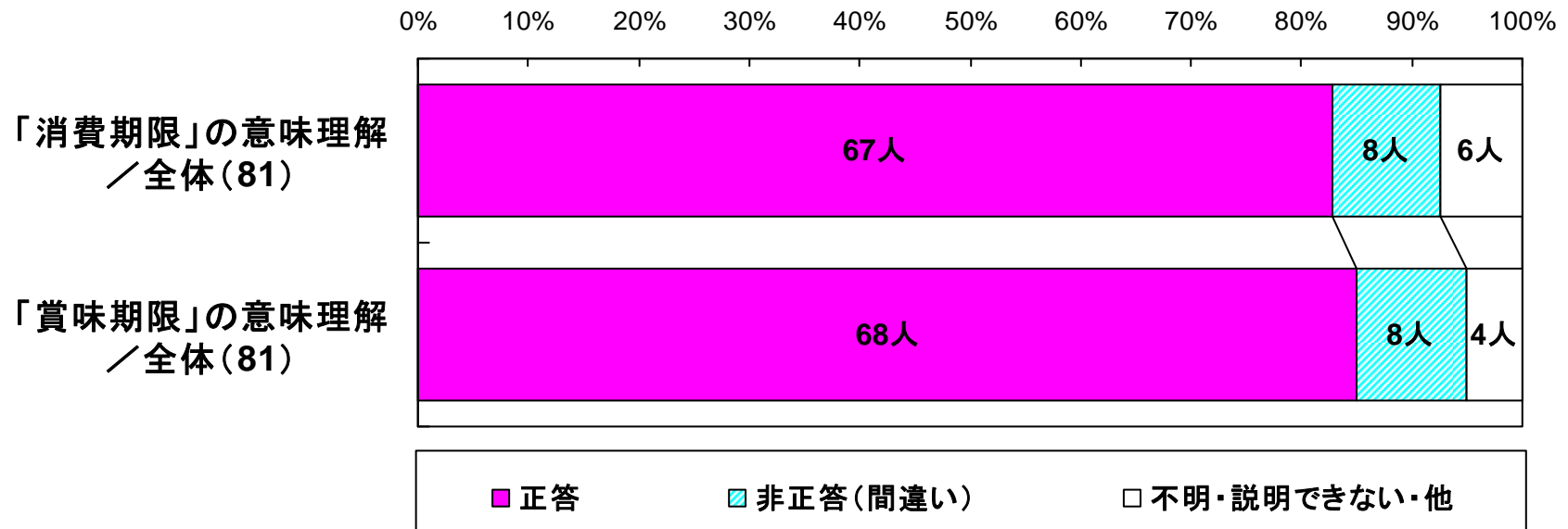
## 2. 調査結果

### (3) 日配品の店頭における「食品ロス削減」に関連する消費者の意識・行動

### (3) 日配品の店頭における「食品ロス削減」に関する消費者の意識・行動

#### ①「消費期限」「賞味期限」の用語の理解程度・内容(自由回答)-1

- 「消費期限」「賞味期限」の各用語の意味を質問したところ、「消費期限」「賞味期限」ともに、全体の8割以上が、何らかの正しい内容を説明(回答)した。
- 間違って理解していた人は各1割、用語の意味がわからない人は、各1割未満であった。



※質問時に、必要に応じて対象者に提示した  
 (対象者が質問内容・意図を全く理解できなかった場合などに、補助的に使用)

## シート 期限表示

# 食品の「期限表示」について

期限表示は、賞味期限と消費期限の2種類です。

**■賞味期限** → 劣化が比較的遅い食品に表示されます。

定められた方法により保存した場合において、期待されるすべての品質の保持が十分に可能であると認められる期限を示す年月日をいいます。ただし、当該期限を越えた場合であっても、これらの品質が保持されていることがあるとされています。



この期限を過ぎたからといって、すぐ食べられないということではないよ。

**【対象】**  
 スナック菓子、カップめん、レトルト食品、缶詰、ジュース、ビーフジャーキー、かまぼこ、牛乳、バターなど

**■消費期限** → 劣化が速い食品(だいたい5日以内)にむくるもの)に表示されます。

定められた方法により保存した場合において、腐敗、変敗、その他品質の劣化に伴い安全性を欠くこととなるおそれがないと認められる期限を示す年月日をいいます。



この期限を過ぎた後は、食べないほうがいいのね。

**【対象】**  
 弁当、そうざい、生かき、生めん、調理パン(サンドイッチ)など

**■ふたや包装を開けてしまったら?**  
 期限表示は、「賞味期限」「消費期限」とも、容器・包装を開封する前の期限を表します。このため、一度開封した食品は、表示された期限にかかわらず、早めに食べるようにしましょう。

**■いつから変わるの?**  
 新しい表示ルールは平成15年7月から始まっていますが、平成17年7月31日までに製造・加工・輸入された食品等については、従来の「品質保持期限」の表示も認められます。

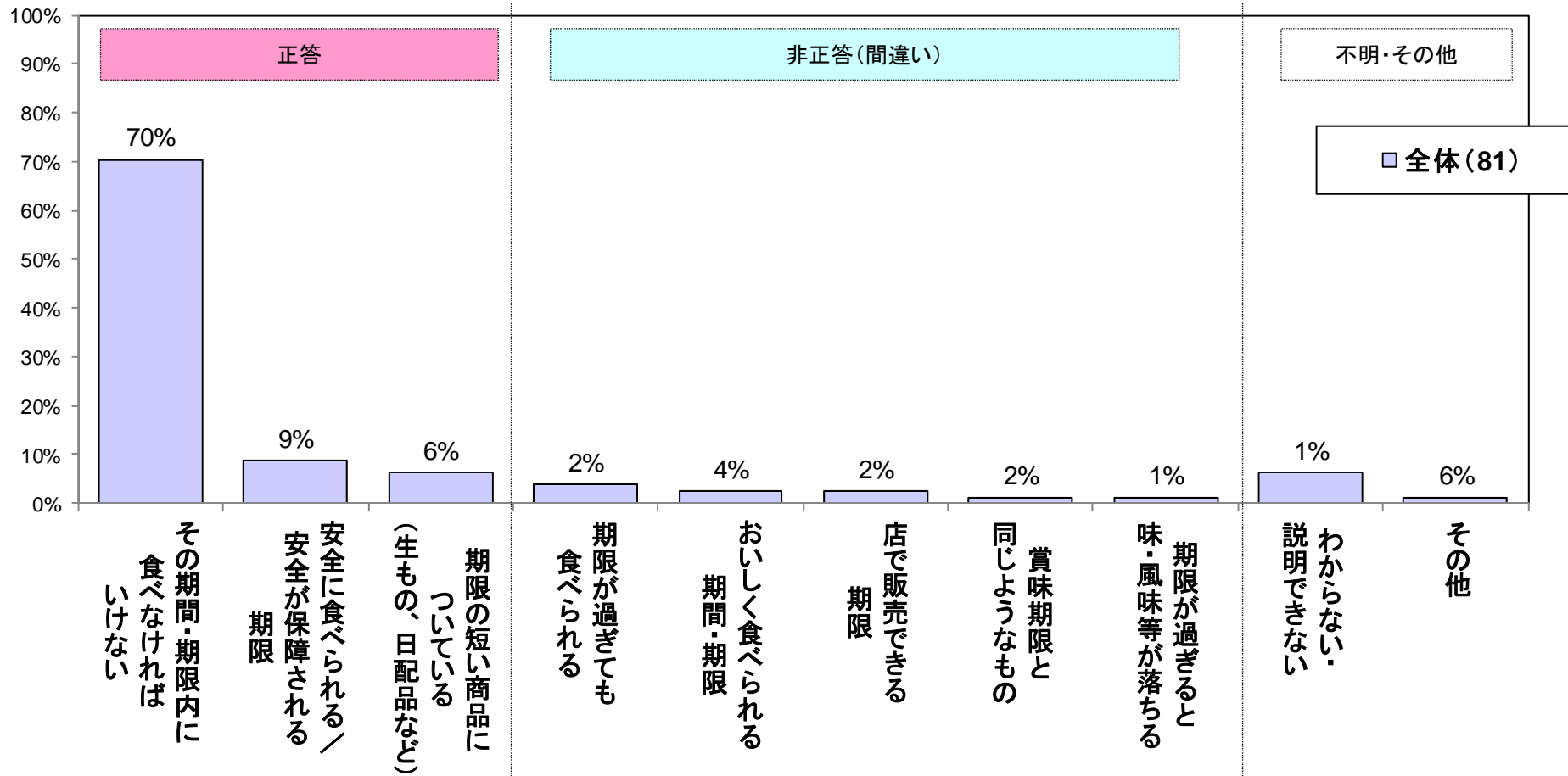
**出所: 農林水産省、厚生労働省**

### (3) 日配品の店頭における「食品ロス削減」に関連する消費者の意識・行動

#### ① 「消費期限」「賞味期限」の用語の理解程度・内容(自由回答)-2 「消費期限」

- 「消費期限」の意味については、全体の70%と多くの対象者が「その期間・期限内に食べなければいけない」と回答していた。「賞味期限よりも期間が長い」等と述べた人もあった。
- 一部、「賞味期限」と混同している、または違いがわからない人もあった。

#### <1. 「消費期限」の意味>



### (3) 日配品の店頭における「食品ロス削減」に関連する消費者の意識・行動

#### ①「消費期限」「賞味期限」の用語の理解程度・内容(自由回答)-2 「消費期限」

「消費期限」の用語の意味について、回答された具体的なコメントは、下記の通り。

##### <1.「消費期限」の意味>

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5.「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q14(1).「消費期限」の意味
29	女性	60代以上	食パン	以前から気づいていた	読んでいない	賞味期限と同じようなもの。
10	女性	40代	食パン	気づいていなかった		食べられる限界の期限。
1	女性	50代	食パン	気づいていなかった		この期間までに食べてください、とメーカーが提示している期限。
8	女性	60代以上	食パン	気づいていなかった		賞味期限より長く、この日を超えたらあまり食べない方がいい。
39	女性	60代以上	食パン	気づいていなかった		日にちまでに食べなさい。
21	女性	40代	食パン、菓子パン、惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	その日までに食べないと、腐ったりして食べられなくなる。
17	女性	40代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	消費期限の方が期間が長い。この日までは食べられる。
22	女性	40代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	それを過ぎたら食べられない。
18	女性	30代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	味には問題ない。
11	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その日付までに食べなさいいけないもの。
19	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その日までに食べきらなければいけない。
97	女性	50代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その次の日くらいまでには食べないと、問題がある。
26	女性	50代	食パン、菓子パン	気づいていなかった		その期限までに消費しなければならぬ。
67	男性	50代	食パン、菓子パン	気づいていなかった		そこまでに食べなければいけない期限。
27	女性	40代	食パン、その他	今日初めて気づいた	読んでいない	期限内に店が売らなければいけない。
86	女性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	早く食べなさいいけないのかなと思う。
24	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	消費するまでの期限。
88	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	生ものによく表示されている。この日までに食べれば品質に問題はない。
76	男性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	食べられる期限。
58	女性	50代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	それを超えて食べると体に良くない。
34	女性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	その日を超えてしまったら、もう食べるのはやめた方がいい。
98	男性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	安全に食べられる期限。
115	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	期間を過ぎたら食べられない。
7	女性	60代以上	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	自分なりに分かるが、人に説明はできない。



(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q14(1). 「消費期限」の意味
64	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	この日を過ぎたらもう食べない期限。
65	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	それまでに食べた方がいい期間。
61	女性	50代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	その日のうちに食べなければいけない。
68	女性	50代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	それを目安に食べられなくなる。
73	女性	60代以上	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	使い切らなければならない期間。
16	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その日までに食べなければならない。
30	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その時まで食べる。
59	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	書かれている日までに食べなければいけない。
106	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その日までは品質の安全などが保たれている。
3	女性	40代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	鮮度の保証が切れる期限のこと。
28	女性	20代	菓子パン	気づいていなかった		この日までに食べないと危ない期限。
77	女性	20代	菓子パン	気づいていなかった		その期限までに使い切る。
84	男性	20代	菓子パン	気づいていなかった		食べられる期限。
4	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		食べられるけれど、期限が過ぎると味が落ちる。
5	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		もうこれ以上過ぎたら食べられなくなる、という日時。
69	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		その期限以降は食べられない。腐る。
14	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		そこまでに食べなければいけない期間。
25	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		そこまでに消費しましょう、という日。
60	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		この日までに食べないと良くないという期限。
66	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		販売している側からの目線で、売れる期限。
71	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		その日までに食べきらなくてはいけない。それを過ぎたら食べてはいけない(実際は過ぎてても食べているが)。
82	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		絶対守る期限。
92	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		この期限までに調理したり食べないといけない。
93	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		消費期限と賞味期限のどちらかが、生鮮食品のように短い期間で食べなければならないものだが、はっきりどちらか分からない。
109	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		その期限内であれば、品質が保証されている。
111	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		食べるのは、この期間まで。



(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q14(1). 「消費期限」の意味
80	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		食べられる期限。
95	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		そこまで消費しなければいけない期限。
13	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		分からない。
20	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		あまり考えたことがないので分からない。
78	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		期限を越えていたら買わない方が良い。
79	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		期限が短い商品についている。日配商品についている(豆腐、パンなど)。
91	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		「この日までに食べてください」という期限。
94	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		その期間内で食べてしまうもの。
74	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		その期限内に食べなければいけない。
83	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		分からない。
87	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		使い切る期限。
89	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		その食料品がもつまでの間。
63	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	以前から気づいていた	読んだ	その日までに食べる。
105	男性	40代	菓子パン、惣菜パン	今日初めて気づいた	読んでいない	食べきらなければいけない期限。
2	女性	40代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		その期間までおいしく食べられる。
62	男性	40代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		それまでに消費しなければならない期限。
12	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		それ自身が食べられる期限。期限を過ぎたら廃棄される。
96	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		使うまでの期限。
90	女性	30代	菓子パン、その他	気づいていなかった		食べ物の期限。
9	女性	40代	菓子パン、その他	気づいていなかった		その日付までに消費しなければならない。
6	女性	50代	菓子パン、その他	気づいていなかった		消費する期限が短い(牛乳など)。
15	女性	60代以上	菓子パン、その他	気づいていなかった		それまでに食べなきゃいけない期限。

(前頁より続く)

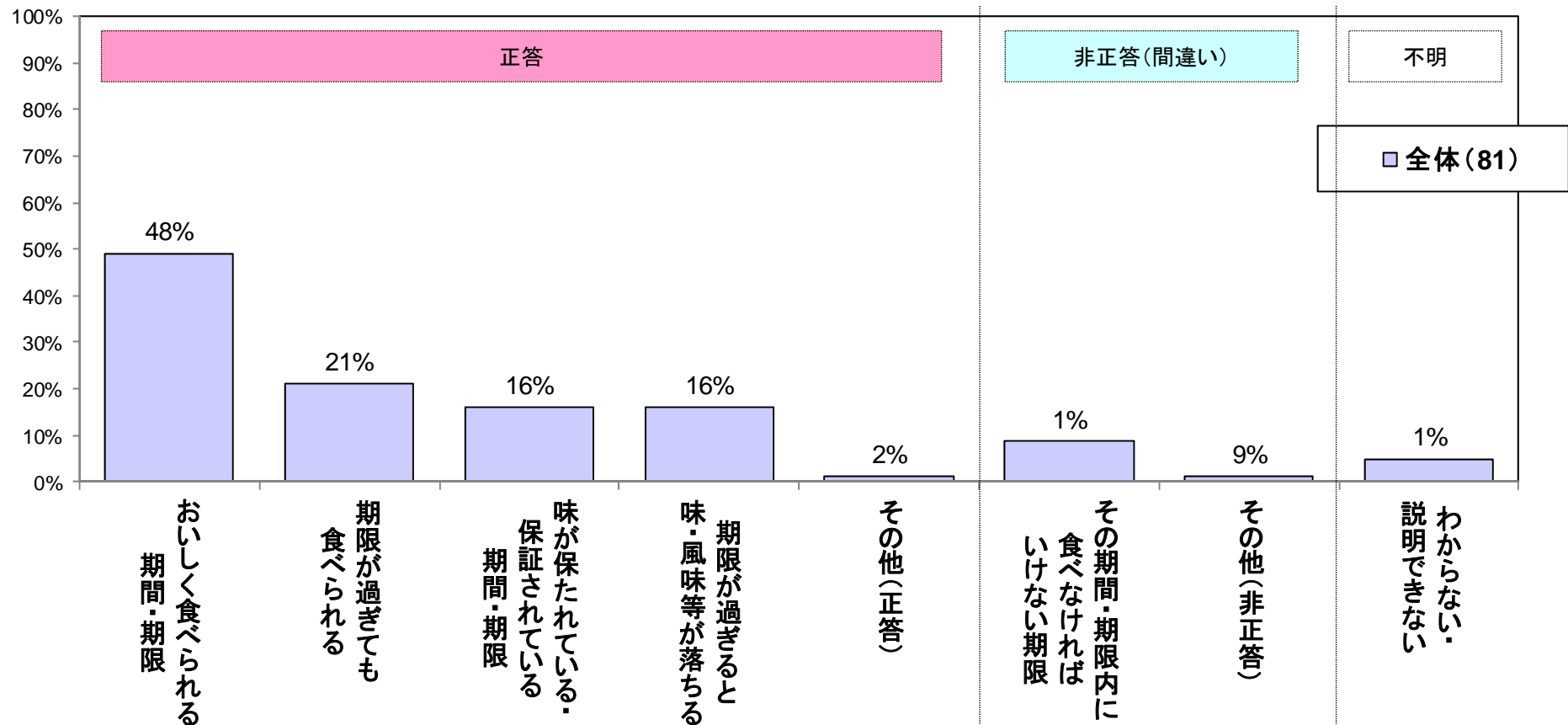
ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5.「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q14(1).「消費期限」の意味
81	男性	20代	惣菜パン	以前から気づいていた	読んだ	それを超えたら食べない。使うのを躊躇う。
103	女性	30代	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	安全に食べられる期間。以降は責任を持ってない。
70	女性	40代	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	その日までに食べないと駄目。
85	女性	60代以上	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んでいない	もうここまでには食べなければいけない期限。
75	女性	40代	惣菜パン	気づいていなかった		食べなくてはいけない期限。
107	女性	40代	惣菜パン	気づいていなかった		消費期限が切れたら食べない方がよい。
43	女性	50代	惣菜パン	気づいていなかった		商品を見て判断すればいい。
23	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		この日を超えたら、もう食べてはいけない。
72	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		両方の違いは意識していない。健康上問題なく食べられる期限。

### (3) 日配品の店頭における「食品ロス削減」に関連する消費者の意識・行動

#### ①「消費期限」「賞味期限」の用語の理解程度・内容(自由回答)-3 「賞味期限」

- 「賞味期限」の意味については、「おいしく食べられる期間・期限」「期限が過ぎても食べられる」「期限が過ぎると味・風味等が落ちる」などと、内容が理解されていた。
- 一部、「消費期限」と混同している、または違いがわからない人もあった。

#### <2. 「賞味期限」の意味>



## 2-V. 「食品ロス削減」に関する意識・態度について

### ⑮「消費期限」「賞味期限」の用語の理解程度・内容(自由回答)-3 「賞味期限」

「賞味期限」の用語の意味について、回答された具体的なコメントは、下記の通り。

#### <2. 「賞味期限」の意味>

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品(パン)の種類	Q5. 「もったいないキャンペーン」認知	Q7. キャンペーン説明	Q14(2). 「賞味期限」の意味
29	女性	60代以上	食パン	以前から気づいていた	読んでいない	いつまで食べられるかの期限。
10	女性	40代	食パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。
1	女性	50代	食パン	気づいていなかった		それなりにおいしく食べられる期間。
8	女性	60代以上	食パン	気づいていなかった		消費期限より短く、仮に期限が切れても、まだ食べられる。
39	女性	60代以上	食パン	気づいていなかった		日にちまでに食べなさい。
21	女性	40代	食パン、菓子パン、惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	その日にちまでならおいしく食べられる。
17	女性	40代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	賞味期限の方が期間が短い。
22	女性	40代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	おいしく食べられる期限。期限が過ぎても食べられる。
18	女性	30代	食パン、菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	期限内は食べて、過ぎるとおいしくない。
11	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その日付を過ぎると味が落ちる。
19	女性	40代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その日までに食べた方が、味がおいしく食べられる。期限以降も食べられる。
97	女性	50代	食パン、菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	まだ2~3日越えても、食べて大丈夫。
26	女性	50代	食パン、菓子パン	気づいていなかった		その期間なら味は変わらない。
67	男性	50代	食パン、菓子パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。
27	女性	40代	食パン、その他	今日初めて気づいた	読んでいない	食べ物を作ってから口に入るまで、期限内に食べきらなければならない。
86	女性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	その日までに食べないと味が落ちる。
24	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	食べられる期限。
88	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	おいしく食べられる期限。
76	男性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	おいしく食べられる期限。
58	女性	50代	菓子パン	以前から気づいていた	読んだ	その期限を越えると風味が落ちるが、食べても問題はない。
34	女性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	おいしい味で食べられる期限。
98	男性	30代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	味を維持できる期限。
115	女性	40代	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	その期限が過ぎると味が駄目になる。色が変わる。
7	女性	60代以上	菓子パン	以前から気づいていた	読んでいない	自分なりに分かるが、人に説明はできない。

(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q14(2). 「賞味期限」の意味
64	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	おいしく食べられる期限。
65	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	味が損なわれない期間。
61	女性	50代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	その日を過ぎると味は落ちるが、まだ食べるのには問題がない。
68	女性	50代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	おいしく食べられる期間。
73	女性	60代以上	菓子パン	今日初めて気づいた	読んだ	味が安心できる期間。
16	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	期限を過ぎたら味の保証はない。
30	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	自分で味見して大丈夫なら使う。
59	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	その日を過ぎたところで食べられなくなる訳ではない。その日を過ぎても風味が落ちるといっだけ。
106	女性	30代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	おいしく食べられる期間。これを過ぎると味が落ちる。
3	女性	40代	菓子パン	今日初めて気づいた	読んでいない	保証されている期限を越えると、味の保証ができない。
28	女性	20代	菓子パン	気づいていなかった		味が保証されている期限。おいしく食べられる。
77	女性	20代	菓子パン	気づいていなかった		その期限までに食べるとおいしい。
84	男性	20代	菓子パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。
4	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		期限が過ぎちゃうと食べられない。
5	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		この期限内ならおいしく食べられる、という日時。
69	女性	30代	菓子パン	気づいていなかった		その期限までおいしく食べられる。
14	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		味が保証されている期間。
25	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期間。
60	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		味を損なわないで食べられる期限。
66	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		食べられる期限。
71	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。
82	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		味が落ちてでもまだ食べられる期限。
92	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		この期限まで、保たれた味が保証される期間。
93	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		消費期限と賞味期限のどちらかが、生鮮食品のように短い期間で食べなければならぬものだが、はっきりどちらか分からない。
109	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		味が保たれている期限。
111	女性	40代	菓子パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期間。

(前頁より続く)

ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q14(2). 「賞味期限」の意味
80	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		味が保証されている期限。
95	男性	40代	菓子パン	気づいていなかった		味の保証期限。期限が過ぎても食べられる。
13	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		分からない。
20	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		あまり考えたことがないので分からない。
78	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		短めに設定されている。
79	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		その期限まではおいしく食べられる。
91	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		この日までに食べないと品質が変わってしまう。この日を過ぎたら品質が変わり、味が落ちる。
94	女性	50代	菓子パン	気づいていなかった		味は落ちるが、期間を過ぎても食べられる。
74	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		期限が過ぎても、2、3日なら大丈夫。
83	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期間。
87	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。
89	女性	60代以上	菓子パン	気づいていなかった		賞味期限まではおいしく食べられる。
63	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	以前から気づいていた	読んだ	「その日までは、その味は大丈夫ですよ」という意味。
105	男性	40代	菓子パン、惣菜パン	今日初めて気づいた	読んでいない	おいしく食べられる期限。
2	女性	40代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		期間を過ぎてもおいしく食べられる。
62	男性	40代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。
12	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。期限を過ぎても食べられる。
96	女性	50代	菓子パン、惣菜パン	気づいていなかった		味の期限。
90	女性	30代	菓子パン、その他	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。
9	女性	40代	菓子パン、その他	気づいていなかった		その日まで味は変わらないが、過ぎたら変わる。
6	女性	50代	菓子パン、その他	気づいていなかった		消費する期限が長い。
15	女性	60代以上	菓子パン、その他	気づいていなかった		おいしく食べられる期限。

(前頁より続く)

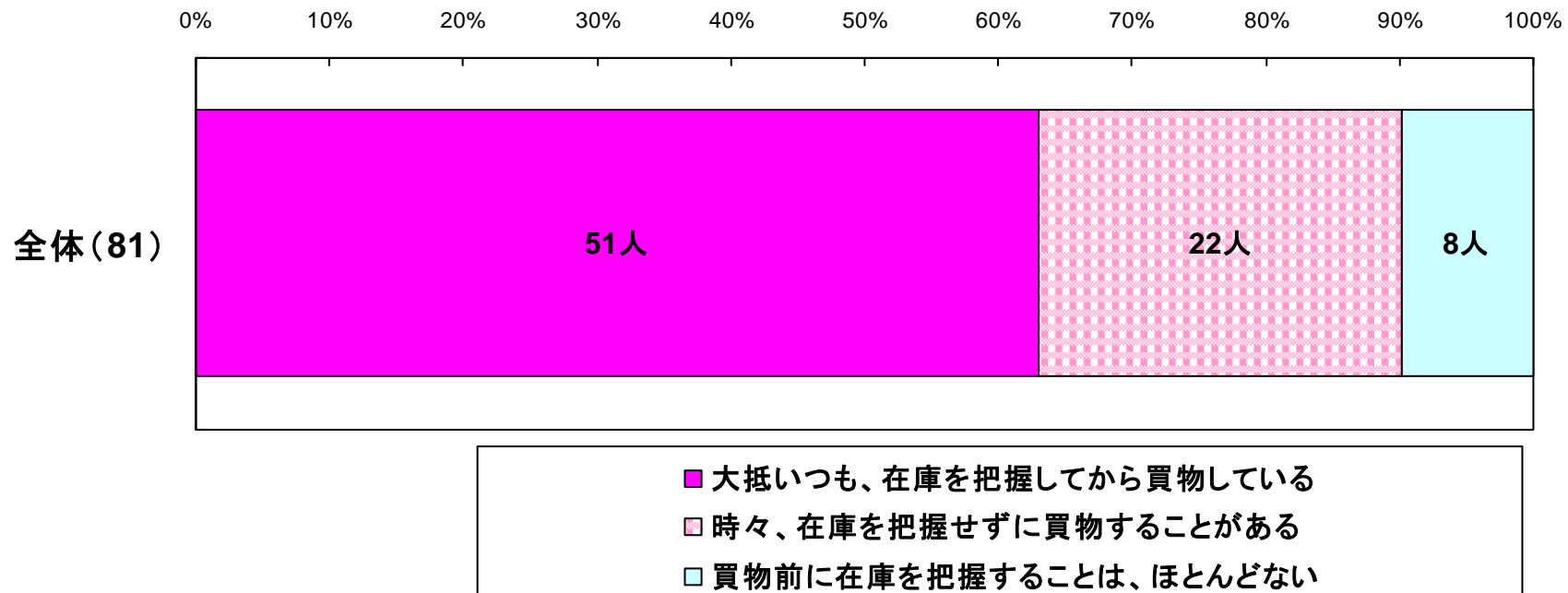
ID	F3. 性別	Q1. 年代	Q2. 購入した商品 (パン)の種類	Q5. 「もったいない キャンペーン」認知	Q7. キャンペーン 説明	Q14(2). 「賞味期限」の意味
81	男性	20代	惣菜パン	以前から気づいていた	読んだ	火を通すものだと問題なく使える。
103	女性	30代	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	おいしい味が保証される期間。それ以降も食べられるが、味が劣る。
70	女性	40代	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んだ	その日までおいしい。安心できる。
85	女性	60代以上	惣菜パン	今日初めて気づいた	読んでいない	おいしく食べられる期限。過ぎても食べて大丈夫。
75	女性	40代	惣菜パン	気づいていなかった		おいしく食べられる期限で、その後も食べられる。
107	女性	40代	惣菜パン	気づいていなかった		賞味期限が切れていても、品質は落ちるが、食べても問題はない。
43	女性	50代	惣菜パン	気づいていなかった		その日までに食べればいい。
23	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		この日まではおいしい味を保証しているが、この日を過ぎてもまだ食べられるはする。
72	女性	60代以上	惣菜パン	気づいていなかった		両方の違いは意識していない。健康上問題なく食べられる期限。



### (3) 日配品の店頭における「食品ロス削減」に関連する消費者の意識・行動

#### ②買物に行く前に、食品の「家庭内在庫」を確認しているかどうか(SA)

- 「無駄なく上手に食品の買物をするために、家にある食品の在庫を把握してから買物しているかどうか」を質問したところ、全体で6割超の対象者が「大抵いつも、在庫を把握してから買物している」と回答した。
- 対象者の9割は、日常的に買物前に在庫を把握している。





---

## 3. まとめ

## 店頭消費者調査 <まとめ>

---

- 店頭で、「消費期限が短くなった商品を、単に廃棄するのではなく、品質に問題のないものを手頃な価格(値下げ)で提供し、食品ロス削減に貢献したい」とのメッセージを伝えるキャンペーンを実施。対象商品購入者に店頭アンケートを実施した。
- キャンペーン期間は10日～20日間と長いわけではないが、購入者の4割がキャンペーンを認知し、一定の成果があったといえる。認知経路はシールが大半を占め、消費期限を確認する消費者が多いことから、商品本体上での訴求効果が高いと考えられる。
- キャンペーンに気づいたうち4割は、いずれかの媒体のメッセージを読んでおり、ある程度売場で媒体による内容の伝達は可能であり、かつ今回のメッセージは十分理解されるものと考えられる。
- 従来から消費期限が近づき値引された商品を購入していた消費者が多かったため、キャンペーンがどれだけ購入率を高めたか検証できなかったが、自由回答での肯定的な意見の多さから、購入継続意向を強める効果はあったと推察できる。
- 全体として消費者にメッセージを理解させ、共感を深めてもらう目的は果たしている。
- 今後は、非購入者をスイッチするための施策の検討が有効といえる。例えば、今回の結果、購入者の多数が、賞味期限・消費期限の意味を理解し、買物前に自宅の商品在庫確認をしていたが、こうした理解や行動が、非購入者の場合異なる可能性がある。非購入者を対象に、キャンペーンの認知・共感・消費期限等への理解度などを調査し、もしそれが低ければ、そこに購入者拡大の可能性があると見える。また、商品シール以外の訴求方法の工夫も検討すべきである。

---

**<参考>「もったいないキャンペーン」で  
使用した広告資材の例**

## <参考>「もったいないキャンペーン」で使用した広告資材の例(1)

※使用資材は、店舗・売場により異なります。

### ポスター

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。

日本でまだ食べられるのに捨てられる「食品ロス」は、年間500～800万トン  
(世界全体の食糧援助量の約2倍)

当店は、農林水産省他5府省が展開する「食品ロス削減国民運動」に協力しています。

NO-FOODLOSS PROJECT

食品ロス削減

もったいない  
キャンペーン  
実施中

「食品ロス削減」にご協力お願い致します

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。

食品ロス削減国民運動 進行中!!

詳しくは  
食品ロス 農林水産省 検索 で検索

日本でもまだ食べられるのに捨てられる「食品ロス」は、  
年間500～800万トン(世界全体の食糧援助量の約2倍)

当店は、農林水産省他5府省が展開する「食品ロス削減国民運動」に協力しています。

## <参考>「もったいないキャンペーン」で使用した広告資材の例(2)

※使用資材は、店舗・売場により異なります。

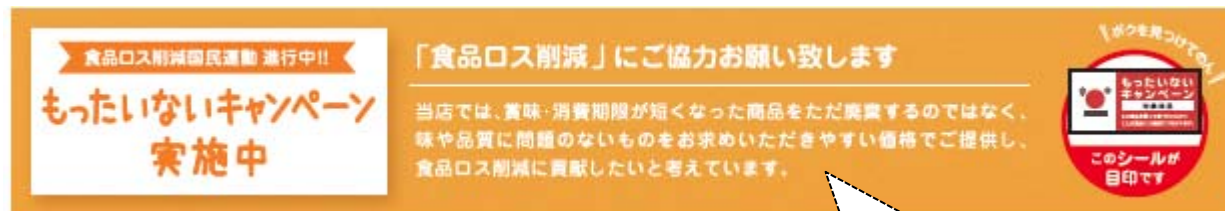
### シール(値下げ商品に貼付)



(縦25mm×横55mm)

この商品を買って食べて頂くことが  
食品ロス削減につながります

### パネル(両面)



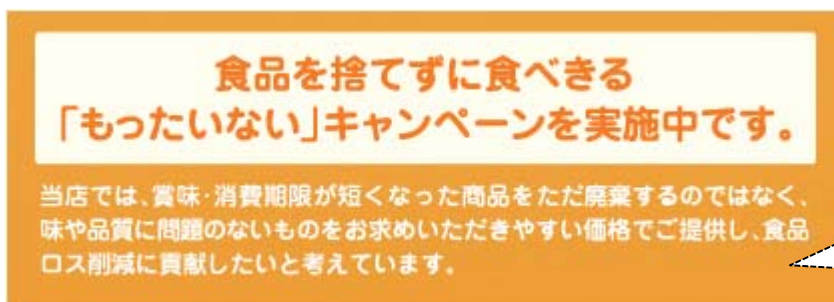
(縦150mm×横900mm)

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。

## <参考>「もったいないキャンペーン」で使用した広告資材の例(3)

※使用資材は、店舗・売場により異なります。

POP



(縦64mm×横182mm)

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。



(縦64mm×横182mm)

当店は、農林水産省他5府省が展開する「食品ロス削減国民運動」に協力しています。



(縦182mm×横257mm)

当店では、賞味・消費期限が短くなった商品をただ廃棄するのではなく、味や品質に問題のないものをお求めいただきやすい価格でご提供し、食品ロス削減に貢献したいと考えています。