

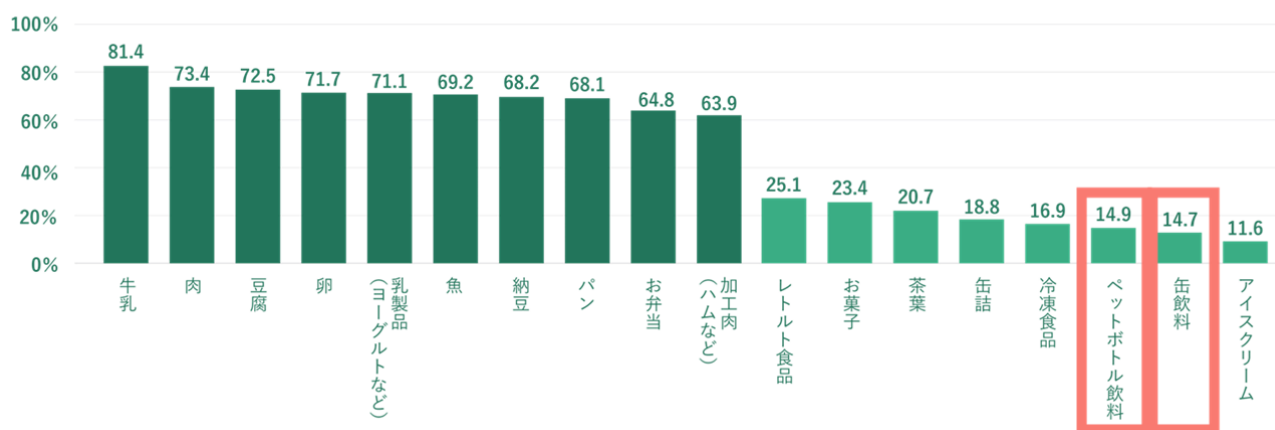
添付資料①:「賞味期限に関する意識調査」について

当研究会にて、食品を購入する際に賞味期限（又は消費期限）を気にするお客様の割合を調査しました。精肉や牛乳などの日配品、お菓子やパンなど、ペットボトル飲料以外の食品と関心の差についても調査しています。また、賞味期限の日付が逆転したペットボトル飲料がお客様にどのような印象を与え、購買行動に影響するかを検証しました。

調査対象 : 15～69 歳の男女
 調査地域 : 全国
 調査方法 : インターネットリサーチ
 調査時期 : 2025 年 9 月 19 日（金）～ 9 月 22 日（日）
 有効回答数 : n=2,670

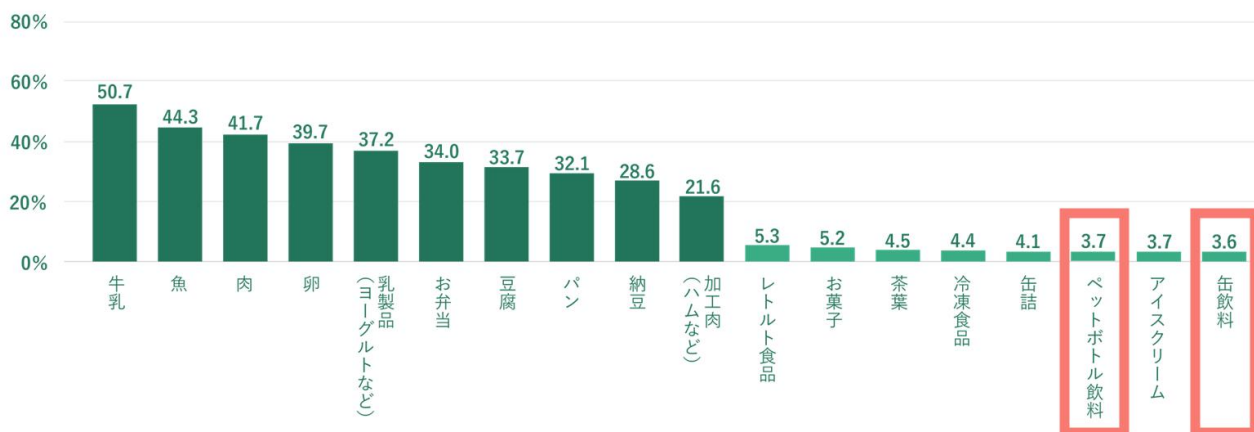
主に、日配品と加工食品で「とても気にする」「やや気にする」と回答した人の割合は大きく分かります。また、ペットボトル飲料と缶飲料は、賞味期限表示がないアイスクリームに次いで、気にしている人の割合が少ないことが分かりました。

■ 購入するときに、賞味期限/消費期限を気にしている人の割合



さらに、「賞味期限/消費期限をととても気にする」と回答した人の割合は、賞味期限が長い加工食品で 3.6%～5.3%と 1 割に満たないことが分かりました。特に、缶飲料ではアイスクリーム以下、ペットボトル飲料ではアイスクリームと同程度と、ペットボトル飲料と缶飲料は「賞味期限/消費期限をととても気にする」と回答した人の割合が特に少ないことがわかりました。

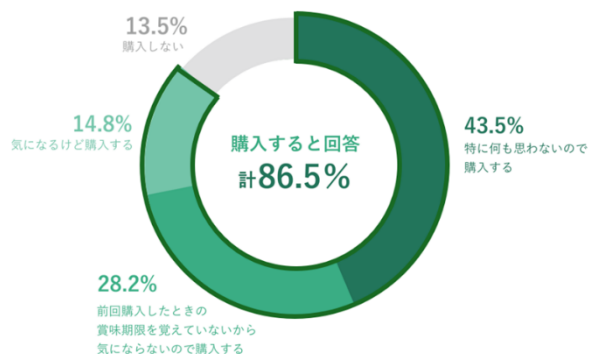
■ 購入するときに、賞味期限/消費期限を「とても」気にしている人の割合 (5段階評価のTOPのスコア)



他の食品と比較し、賞味期間が長いペットボトル飲料においては1 か月程度の賞味期限の逆転があっても9割近くのお客様が購入すると回答しました。以上のことから、ペットボトル飲料においては、賞味期限の日付逆転がお客様の購買行動に与える影響は限定的と考えられます。

■ ペットボトル飲料の賞味期限の日付逆転が購買行動に与える影響

“前回購入商品の賞味期限が1年1か月後”で、“賞味期限が1年後の同商品”を同じ店舗で見つけた場合



賞味期間が長いペットボトル飲料においては
1 か月程度の賞味期限の逆転があっても
86.5%の人が購入すると回答