

参考資料Ⅳ

店舗での実証実験

【趣旨】

まだ十分に消費期限があり、値引きの対象にはならない商品について、新しいものから（棚の奥から）取る傾向が見られ、結果的に売れ残りにつながる可能性がある。

消費者のこうした行動の変革を促すきっかけとして、複数の消費期限（日付）の商品のうち古い方に目印となるシールを貼り、情報提供と合わせて、シールを集めるインセンティブを付与することで、消費者の購買行動の変化を調査した。

【実証実験の内容】

調査期間を8日間とし、前半4日間を現状データの収集期間とする。この期間中で新しいものを選ぶ傾向が強い商品を選定し、手前から取ることの必要性を訴えけるとともに、前の日付の商品を選択することによるインセンティブを付与した。

具体的には、同一商品で2つ以上の日付がある場合に、古い方に目印となるシールを貼り、“理由もなく新しい方を選ぶのではなく、すぐに食べる場合はそちらを選んでもらえるよう”、“選んでもらった場合は、食品ロス削減に協力したとしてインセンティブを付与すること”を呼びかけた。インセンティブは、エコポイント（1ポイント）とした。

時間ごとにどの日付の商品がどのように選ばれていくかを観察することと合わせて、「どういう人（年齢層、性別等）が、どの時期に、どちらを選んでいるか」の傾向についても把握することで、今後の呼びかけ方の端緒を掴むことを試みた。

日程	実施内容
2/27, 28, 3/4, 5 [現状データ]	・ 通常のまま、対象品目について日付ごとの廃棄量・売れ方等を、曜日毎に計測することで、商品ごとにどの日付のものがどのように売れていくかを調査する
3/6, 7, 3/11, 12 [キャンペーン]	・ 前半の実験で、新しいものから売れていく商品を対象として、同一商品で複数の消費期限が早く来るものにシールを貼り、キャンペーンの内容（シールをエコポイントと交換する旨）を掲示 ⇒シールを貼ることによって、による商品選択行動がどのように変化するかを観察する予定であったが、ポイントシールの認知度が低く、PRも十分でなかったため、シール貼付による差を調べることはできなかった。 ⇒このため、シールの貼付は3月6日（1日）のみで中止し、代わりに当該品目の中でカウントする品目を増やした。

【実施方法】

①場所・日程

- 場所：アピタ千代田橋（名古屋市千種区千代田橋二丁目1番1号）
- 日程：2月27日（土）～3月12日（金）のうち、木・金・土・日（前半は通常データ収集の期間とする。）

②対象商品

- 下記の10品目を対象とし、日付ごとの商品売れ行きをできるだけ詳細に把握した。

・牛乳 ・ヨーグルト ・納豆 ・プリン
・卵 ・練製品 ・豆腐 ・たらこ
・漬物 ・パン

⇒上記品目のうち、店舗側を選んでいただいた1～3点の商品を対象として、1時間ごとに日付ごとの販売個数をカウントする。

- 後半の4日間は、前半の傾向を見て、特に新しいものを選びがちな以下の品目を抽出し、シール貼付実験（3／6のみ）及び対象品種を増やした販売個数のカウントと、店頭でのインタビューを行った。

・牛乳 ・納豆 ・豆腐 ・たらこ

③シール・インセンティブについて

- 3／6には、前に作られた方の商品に「グリーンシール」を貼り、「手前から買いましょう」といった内容のチラシとシールを貼るための台紙を配布した。
- シール1枚は、サービスカウンター（又はエコマネーセンター等）でエコポイント1pに変換できるようにした。
- シールを貼る台紙には、裏に簡単な質問（性別、年齢層、なぜシールのついた商品を買ったのか等）を書き、交換の際に記入してもらうことで購入者情報の参考にするようにした。

④実験データの収集

- 開店から閉店まで、1時間おきに各対照商品の「日付ごとの数」をカウントした。
- 3／6以降は、商品の売れ行きのカウントと並行して「なぜそれを選んだか／選ばなかったか」「（還元については）どのような還元を望むか」等についてインタビューを行った。

【調査日程】

日	月	火	水	木	金	土
				2/25	26	27
28	3/1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13



通常データ収集期間



シール貼付期間



商品数カウントの実施日



インタビュー実施日

②調査時間

<通常データ収集期間：2/27, 28, 3/4, 5>

調査員等のシフト：7. 5時間/日×2名体制

時間	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
A						休 憩							
B								休 憩					

↑開店

↑閉店

<実証実験実施期間：3/6, 7, 11, 12>

調査員等のシフト：8. 5時間/日×2名体制

時間	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
A						休 憩							
B								休 憩					

↑開店

↑閉店



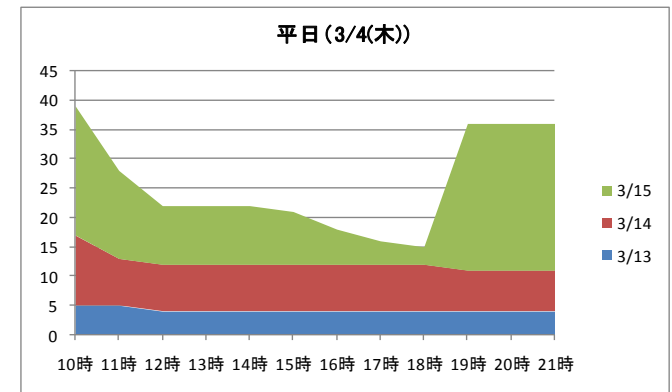
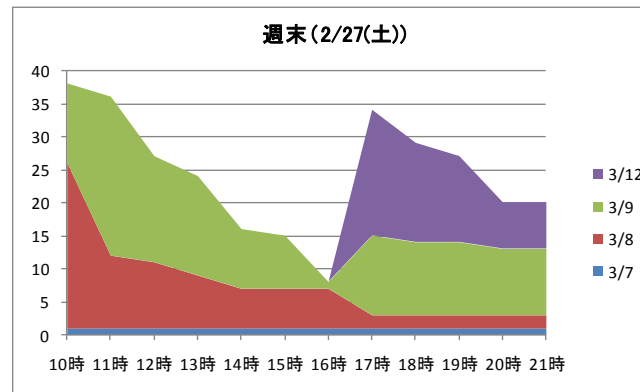
カウント



インタビュー

※AとBの役割分担は問わない

牛 乳

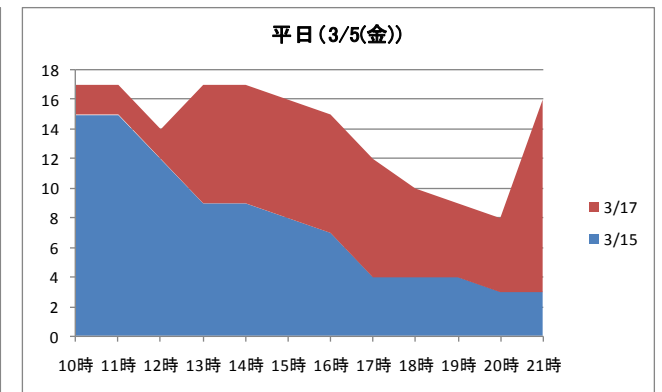
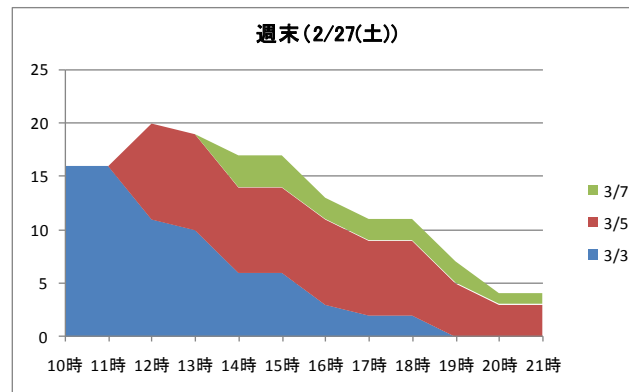


北海道八雲町発 3.8 牛乳 (1 L)

商品写真	消費期限 (店頭に並んでいるもの)	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 北海道八雲町発 3.8 牛乳(1L) : 228 円	 8 日後～14 日後	● 新しい商品から選ぶ傾向が顕著。手前から何気なく取っても、家族等同行者の指摘で奥から取り直すシーンも多く見られた ● 平積みしてあり、日付が一目瞭然で比較でき、奥に新しいものがあることが一般常識となっていることから、複数種類の消費期限があると一番古いものが最後まで残りやすい ● 前のものが売れてから出すのが望ましいが、繁忙店では品切れを恐れ時間のあるときに棚を満たさざるを得ない状況にある ● 500mL 当日中に売り切れ、賞味期限は 1 種類のみであった	● 少人数世帯や大人ばかりの世帯では 1 L を飲むのに時間かかり、自宅での消費期限切れを避けるためできるだけ新しいものを選びたい ● 子供がいる家庭では 1 日 1 本以上消費することもあり、一度に数本購入する場合には、何らかのメリットがあれば期限に近いものも買う可能性がある
 北海道八雲町発 3.8 牛乳(500mL) : 138 円	 12 日後～13 日後		

備考

ヨーグルト



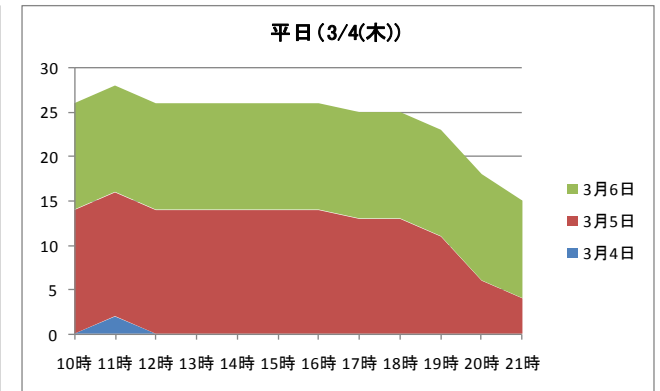
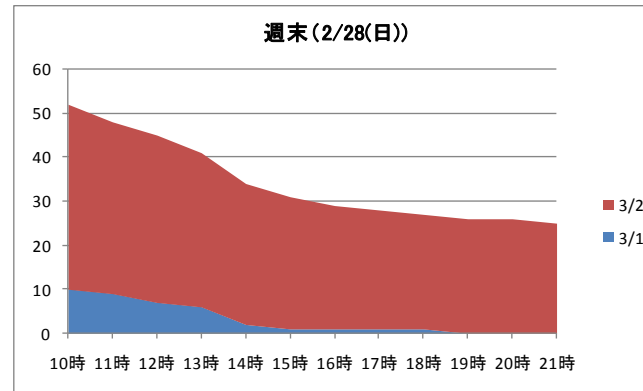
Style one ビフィズスヨーグルト

明治ブルガリアヨーグルト

商品写真	消費期限 (店頭で並んでいるもの)	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 Style one ビフィズスヨーグルト : 138 円	 4 日後～8 日後、側面に記載	- 消費期限は牛乳と同程度であるにもかかわらず、選択の際の日付へのこだわりは低いように見受けられる。(ヨーグルト等発酵食品は比較的長く保存可能という認識があるか?) - 実験店舗では、前の消費期限の商品が終わる頃に新しいものを追加するなど、補充のタイミングが良好。 - パッケージによって、消費期限が側面と全面とがあるが、両者に差は見られなかった。	
 明治ブルガリアヨーグルト : 158 円	 8 日後～15 日後、前面に記載		

備考

プリン

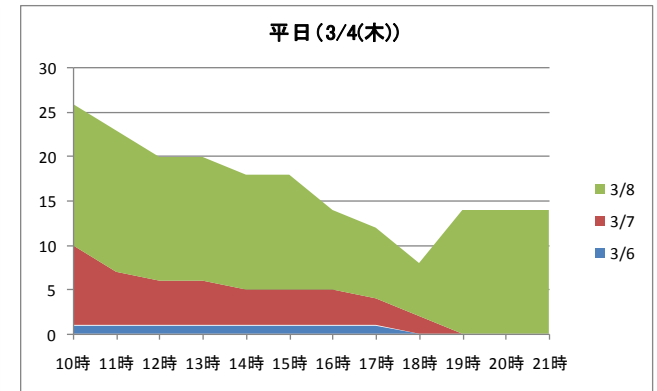
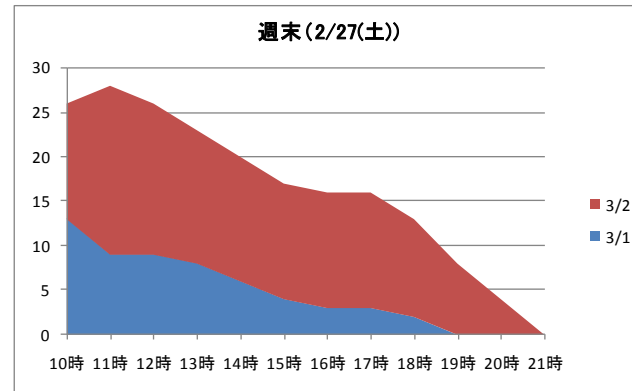


プリン (ロビア プチ フルーツ、ロビア プチ ティラミス、ロビア プチ モンブラン)

商品写真	消費期限 (店頭に並んでいるもの)	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 ロビア プチ フルーツ : 118 円	 1 日後～3 日後、側面に記載	● 日付は確認 (他の商品と比較) せずに手前から購入されていく ● 1 回で食べ切る形のデザートであることから、すぐに食べるつもりで購入する人が多いと考えられる ● 最上段にあることから、陳列時は消費期限は見えにくいことも起因していると考えられる	●
 ロビア プチ ティラミス : 118 円			
 ロビア プチ モンブラン : 118 円			

備

パン

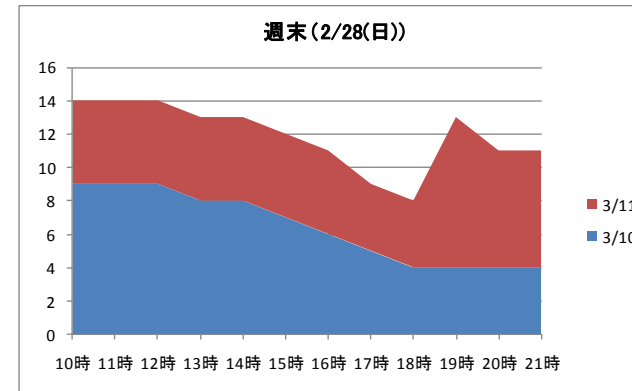


Style one ロールパン (バターロール)

商品写真	消費期限 (店頭に並んでいるもの)	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 Style one ロールパン (バターロール) : 138 円	 2 日後～4 日後	- 商品が多量に積まれているなか、消費期限を確認して購入している様子はあまり見られなかった - 当該店舗は商品の開店が早く、ロールパンについて、開店時には前日の商品が数点残っているが、手前にあるものから昼前には全て購入されている - 袋の形状や陳列位置 (今回は最下段) から、食パン等と比べると消費期限が印字されたタグが見えにくい	

備考

卵



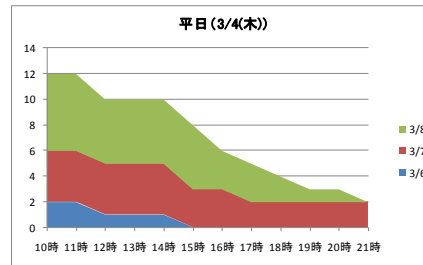
きらら紅たまご (10 ケ)

商品写真	消費期限 (店頭に並んでいるもの)	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
きらら紅たまご : 278 円 / 238 円	7 日後 ~ 12 日後	2/27,28 は、中段の棚に間口が狭く陳列されていた。出してみないと日付を確認することができないが、壊れ物であるためか、日付を確認して選ぶ姿は見受けられなかった	

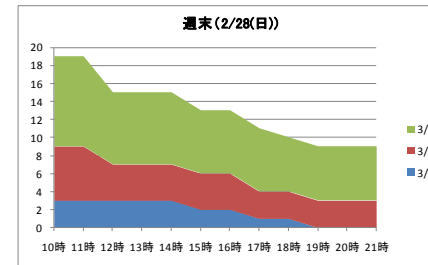
備考

3/4,5 は「おすすめ品」として 40 円引きの 238 円で販売され、下段の半分が全て「きらら紅たまご」であったため、カウントを断念

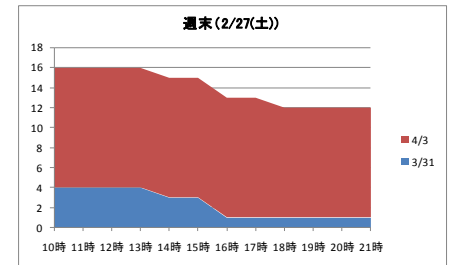
漬物



小夜子 さわやか胡瓜ぬか漬



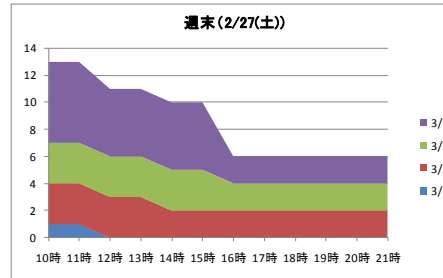
三井 みぶな漬



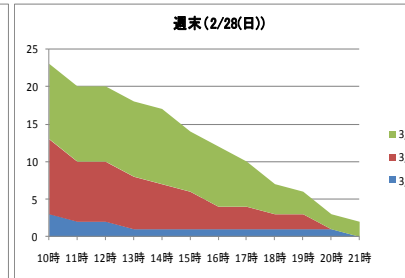
片山 しそかつおにんにく

商品写真	消費期限（店頭に並んでいるもの）	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 小夜子 さわやか胡瓜ぬか漬：278 円	 2 日後～4 日後	きゅうり糠漬、みぶな漬とも、手前から購入される傾向にある。この要因としては、間口が狭いということも考えられるが、漬物は比較的保存可能という認識があるためと考えられる	
 三井 みぶな漬：248 円	 4 日後～7 日後		
 片山 しそかつおにんにく：248 円	 32 日後～35 日後		
備考			

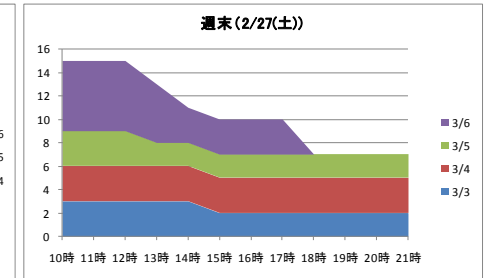
納 豆



あづま 黒豆小粒納豆



まるあい 糸引納豆

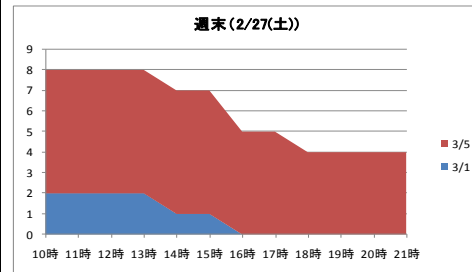


タカノ コラーゲン納豆

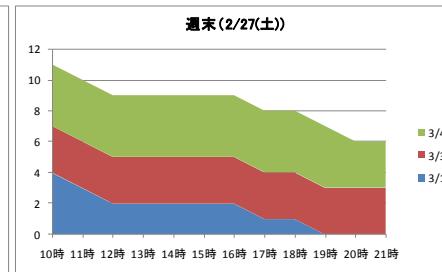
商品写真	消費期限 (店頭に並んでいるもの)	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 あづま 黒豆小粒納豆 (右) : 178 円	 あづま 黒豆小粒納豆 2 日後～9 日後	「タカノ コラーゲン納豆」「あづま 黒豆小粒納豆」「まるあい 糸引納豆」の順に、日付の新しいものから買われる傾向が強い - この理由として「商品の特性」「陳列場所」「賞味期限の印字場所」が影響していると考えられる。 - コラーゲン納豆のみ二段目に陳列され、賞味期限が（触れなくても読める）正面に印字されていることから、比較して新しいものから購入された可能性がある。また、「まるあい 糸引納豆」は賞味期限が裏面に記載されている。 - 商品特性については右欄を参照	商品の特性：コラーゲン入りは主に女性に好まれると想定され、買い物客が自ら食べるものを購入している可能性が高い。一人では3パック食べるまでに一定の時間を要することから、余裕のあるものを選んでいるのではないかな。
 まるあい 糸引納豆 (左) : 178 円	 まるあい 糸引納豆 4 日後～7 日後		
 タカノ コラーゲン納豆 : 148 円	 4 日後～8 日後、前面に記載		

備考

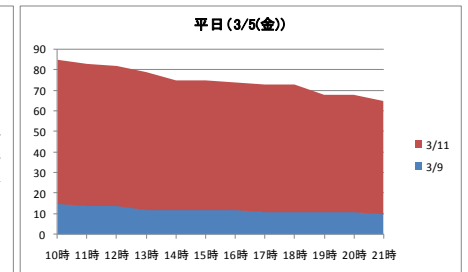
練物



紀文 鯛入笹かま



一正 鰻(はも) 入ちくわ

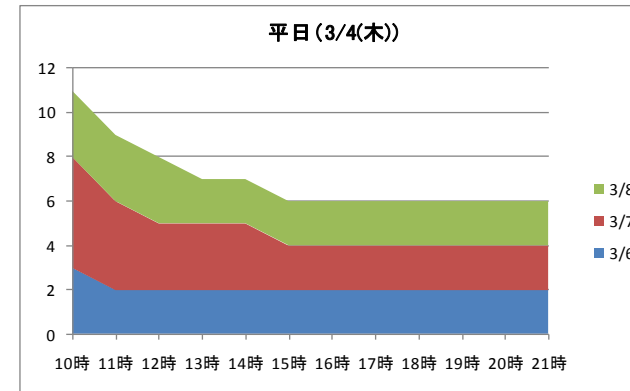


一正 鰻(はも) 入ちくわ

商品写真	消費期限 (店頭に並んでいるもの)	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 紀文 鯛入笹かま : 250 円 (28 日 210 円)	 2 日後～8 日後	2/27,28 は、練製品は多品種を少量ずつ販売されていてしていたため、陳列の間口が狭かった。取り出さないと日付が確認できないこともあり、3 品目全て手前から取られていた。 3/4,5 は「鰻入ちくわ」が特売され、最下段に多量に並べられていた。この結果、日付を容易に確認できるためか、新しいものから選ばれる傾向が見られた。 - 陳列方法によって、消費期限の新しいものから選ばれる傾向は異なる	
 紀文 白はんぺん : 188 円	 3 日後～9 日後		
 一正 鰻入ちくわ : 198 円／178 円	 2 日後～7 日後		

備考

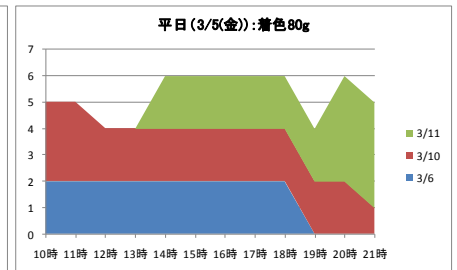
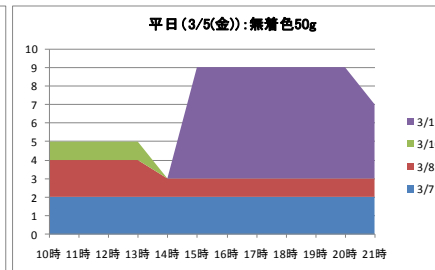
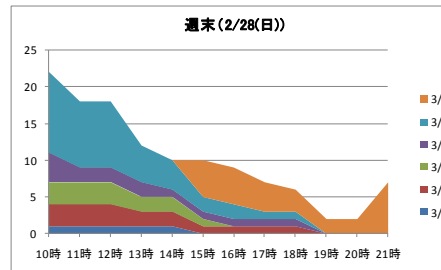
豆 腐



豆腐 (くすむら とろろ、くすむら ちよい硬、郡上 もめん豆腐)

商品写真	消費期限（店頭で並んでいるもの）	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 くすむら とろろ：315 円	 1 日後～4 日後	● 1 品目 10 丁程度しか並んでいない商品であり、消費期限は一目でわかるが、手前のものも購入されている。 ● 1 丁あたり 250 円以上の商品を抽出しているため、これらの商品は「日付」よりも「ブランド」「銘柄」で選ばれている可能性があり、購買層に偏りがあると考えられる。	●
 くすむら ちよい硬：273 円	 2 日後～4 日後		
 郡上 もめん豆腐：300 円	 1 日後～4 日後		
備考：			

た ら こ



たらか (はねうお 無着色 (50g)、はねうお 有色 (50g)、はねうお 有色 (80g))

商品写真	消費期限（店頭に並んでいるもの）	購買行動に見られる特徴	消費行動に関わる分析
 はねうお 無着色（50g）：398 円	 1 日後～7 日後	● 3 品目全体の傾向としては、重ねずに（1 段又は 2 段で）陳列されているため、一目瞭然に日付はわかる。しかしながら、手前の物も比較的均等に買われている。 ● 品目別の傾向を見ると、無着色の商品の方が、新しいものを選ぶ傾向があるように見える。無添加、無着色といった安全性・健康等に関心の高い層の方が、日付に対する意識がより高いのかもしれない。 ● ただし、1 日の販売個数自体が少ないため、購買傾向は掴みにくい。	●
 はねうお 有 色（50g）：398 円	 2 日後～7 日後		
 はねうお 有 色（80g）：450 円	 1 日後～7 日後		
備考			

店頭インタビュー結果

パターン1：新しいものを買う ⇒全てにおいて新しいものを買う（値段ではない）【回答数：14】

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
1	・いつも手前から買っている： →子どもがおなかを壊すので、高くても新しいものを買うことに決めている	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・エコポイントはインセンティブとは感じない →20円～2割～5割引が必要 →通常の店頭割引並の値引きがなければ注目は難しいと思う。	40代女性	牛乳
2	・全てにおいて、新しいものから買うことにしている。 ・メーカーなどはあまり気にせず、特売なら時々買う。 ・味はあまり変わらないと思うので、値段で決める。粒の大きさに決めることはあるかも。大きすぎるのは食べにくいから。	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・インセンティブがあっても新しいものを買う ・インセンティブに関係なく新しいものを買うから、考慮しない	70代女性	納豆
3	・メーカーにこだわりはないが、日付の新しいことだけは気をつけている	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・1pt=1円では安い。	70代女性	牛乳
4	・日付をみて一番新しいものを買っている： →日付が遅いものの方がいいから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		50代男性	豆腐
5	・日付をみて一番新しいものを買っている：	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・ポイントがあっても新しいものを買う	20代女性	牛乳
6	・日付をみて一番新しいものを買っている：	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・ポイントには興味はない	60代女性	牛乳
7	・日付をみて一番新しいものを買っている： →今日使うものではないので、日付の遅い物を選んだ	・インセンティブがあれば、手前から買う	・どのようなインセンティブでも、インセンティブがあるのであればそちらを買う	20代女性	豆腐
8	・日付をみて一番新しいものを買っている： →絶対期限が長いものの方がいいから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		40代女性	納豆
9	・日付をみて一番新しいものを買っている： →期限が長い方がいい	・インセンティブがあっても新しいものを買う		20代女性	豆腐
10	日付を見て一番新しい物を選んでる	インセンティブがあっても新しい物を買う	・ポイントには興味がない	30代女性	牛乳

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
11	日付を見て一番新しい物を選んでいる →ブランドを見て買っている →いろんなメーカーを試して買っている	インセンティブがあっても新しい物を買う		50 代男性	牛乳
12	日付を見て一番新しい物を選んでいる	インセンティブがあっても新しい物を買う	・ポイントには興味がない	50 代女性	豆腐
13	日付を見て一番新しい物を選んでいる	インセンティブがあっても新しい物を買う		40 代女性	豆腐
14	日付を見て一番新しい物を選んでいる →孫の食事を作っている為できるだけ新鮮な食材がよい		・食品の前にある割引券は利用する。携帯などの電子機器での割引は使い方が分からないので利用しない	70 代女性	豆腐

パターン2：新しいものを買う ⇒すぐ食べるとは限らないので悪くならないように 【回答数：26】

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
1	・いつも手前から買っている	・インセンティブがあっても新しいものを買う →家族は2人なので、保ちが良いものを選びたい。	・エコポイントをインセンティブと感じない →エコポイントのシールには気づかなかった	70 代女性	牛乳
2	・いつも手前から買っている： →子どもがおなかを壊すので、高くても新しいものを買うことに決めている	・その他： 同じ品目を買うことに決めている。 飲むのに時間がかかるので、痛まないように新しいものを買う。	・インセンティブがあっても新しいものを買う ・インセンティブに関係なく新しいものを買うから、考慮しない	40 代女性	牛乳
3	・すぐ食べるとは限らないから、新しいものから買う。 ・好みのたれがあるので、その商品を買った。	・ポイントにインセンティブは感じない。 ・ポイントよりも、新鮮さが重要だと思う。		60 代女性	納豆
4	・値段と、「牛乳（加工乳でないもの）」を選んでいる。 ・新しいのがあれば、新しいのを買う。飲みきれるかどうかわかり、新鮮なのがいい。	・インセンティブがあっても新しいのを買う：	・金額ではない。10 円安かったとしても期限が長い方がいい	40 代と 60 代の女性（母娘）	牛乳
5	・いつも買う品目を選んでいる。 ・日持ちを重視して選んでいる。	・値引きがあれば買うが、日持ちするものを重視して選ぶ ・その日の献立次第で値引き品も選ぶ。	・週 1～2 回程度しか来ないので、ポイントのことは忘れてしまいそう	30 代女性	牛乳
6	・いつも購入する定番品を、1 週間分をまとめて購入	・インセンティブがあっても新しいものを買う →“賞味期限”や“消費期限”は常に気にしてお		40 代女性	牛乳

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
	・1週間分なので、家族の健康等も考慮して、陳列棚に並んでいる最も新しい商品を購入するようにしている。	り、牛乳について、値引きされた商品が並んでいても買わない。			
7	・“賞味期限”や“消費期限”は常に気にしており、常に最も新しい商品を購入する。	・牛乳は、例え、値引きされた商品が並んでいても決して買わない。		50代女性 (夫婦で来店)	牛乳
8	・日付をみて一番新しいものを買っている： →自分しか食べないが3パックなので、食べ終わるまでに賞味期限が過ぎないように	・インセンティブが無ければ新しいのを買う →同じ価格なら、当然新しい方を買う →インセンティブがあれば考える	・ポイント： →汎用性のある貯めているポイントなら考える。店限定では、あまり貯まらないメリットを感じない	40代女性	納豆
9	・日付をみて一番新しいものを買っている： →一人暮らしなので、買ったものを余らないように、用途に応じて(味噌汁なら小さなサイズの比較的安めの商品、冷奴なら普通サイズで少し高めブランド商品を・・)、吟味して買っている	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・ポイントには興味ない	70代女性	豆腐
10	・日付をみて一番新しいものを買っている： →家族が少ないので。開封すると消費期限が限られるので、500mlを2本買われている。	・インセンティブがあっても新しいのを買う	・ポイントに興味はない	70代女性	牛乳
11	・日付をみて一番新しいものを買っている： →牛乳に限らず、他の食品でも新しいものを買っている。値段は関係ない。身体のために低脂肪乳を買っている。二人暮らしで1lを飲みきるのにだいたい1日半かかる。飲みきれる分だけを購入している。	・インセンティブがあっても新しいのを買う ⇒値引きがあっても新しいものを買う	・ポイントに興味はない	60代女性	牛乳
12	・日付をみて一番新しいものを買っている： ⇒日持ちがするから			30代男性	牛乳
13	・日付をみて一番新しいものを買っている： →今日使う予定がないので、日付の遅い物を選んだ	・インセンティブがあれば、手前から買う	・どのようなインセンティブでも、インセンティブがあるのであればそちらを買う	20代女性	豆腐
14	・日付をみて一番新しいものを買っている： →期限が長いほうが安心だから	・インセンティブが無ければ新しいのを買う	・ポイントにはあまり興味がないので、別のインセンティブがよい	20代女性	納豆
15	・日付をみて一番新しいものを買っている： →3パックだし、毎日食べるわけではないから	・インセンティブが無ければ新しいのを買う	・ポイントは分かりづらいので、好きではない	60代女性	納豆
16	・日付をみて一番新しいものを買っている： →一度に食べきる予定でないから	・インセンティブがあれば、手前から買う(すぐ使うものに限る)	・インセンティブの大きさより、どのような食品にインセンティブがつくのかのほうが重要	40代女性	納豆
17	・日付をみて一番新しいものを買っている： →今日使う予定じゃないから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		50代女性	豆腐

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
18	・日付をみて一番新しいものを買っている： →まとめてたくさん買うから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		60代女性	納豆
19	・日付をみて一番新しいものを買っている： →今日使う予定じゃないから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		50代女性	豆腐
20	・日付をみて一番新しいものを買っている： →まとめてたくさん買うから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		60代女性	納豆
21	・日付をみて一番新しいものを買っている： →まとめて買うからすぐ食べきれない	・インセンティブがあれば、手前から買う	・ポイントには興味がない	30代男性	納豆
22	・日付をみて一番新しいものを買っている： →まとめ買いするから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		50代女性	納豆
23	・日付をみて一番新しいものを買っている： →今日明日で食べ切るつもりじゃないから	・インセンティブがあっても新しいものを買う		40代女性	納豆
24	仕事で頻繁には来れないので、保存・日持ちを考えて買う。	・考えない	→品物による。が、豆腐は足が早いので、新しいものを優先。	40代男性	豆腐
25	保存・日持ちを考えて買う。	・インセンティブがあっても新しいものを買う	値引きのように、わかりやすいものなら考える。	40代男性	豆腐
26	・スーパーでの購入は、保存を前提に買う。コンビニ買いなら、即使うので考えない	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・ポイントの理解が面倒	60代女性	豆腐

パターン3：新しいものを買う ⇒国産や好みを重視し、値段はほどほどのものを買う 【回答数：8】

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
1	・二人暮らしなので、2P入りのものが多い。3Pだと、1個余ってしまうから。 ・値段はほどほどのものを購入する。 ・日付は新しいものかどうかを気にする。			60代女性	納豆
2	・国産のものを娘が好むので、それを購入している。 ・納豆以外のものでも、無農薬の玄米を買ったり食べたりしている。 ・日付ももちろん見て新しいものから買う。			40代女性	納豆
3	・国産で値段が安いものを購入する。 ・絹ごしの方が好みなので、それを買った。			60代女性	豆腐

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
4	・いろんな舌ざわりのものを食べたいから、いろいろなタイプのものをローテーションで買うようにしている。 ・味噌汁用には、3P入りとか4P入りの安いものを常に冷蔵庫に常備しているが、冷奴用にはもう少し高いものを買う ・豆腐は日持ちしないので、高いものは1個ずつ買っている。	・日持ちしないから、日付の方が重要だと感じる。		50代女性	豆腐
5	・豆は中粒がいい。好きな銘柄がある ・日付は新しい方がいい。			40代女性	納豆
6	・”特濃”を選んでいますが、いつものブランドが無いのでどれにしようかと迷った。 ・栄養をとる目的で買っているので、新鮮な方が体によいような気がする	・インセンティブがあっても新しいのを買う →2人住まいなので、2日で1本消費する程度。価格よりは鮮度を重視	・ポイントは、貯めても忘れてしまうので、あまりインセンティブとは思わない	70代女性	牛乳
7	・便利なタイプがいいから、それを買った。 ・日付や味はあまり気にしたことはない。	・インセンティブはあっても気付かないと思う。	・インセンティブには興味がない。	30代女性	納豆
8	・家族がひきわり納豆なら食べられるから、それを選んだ。			10代女性	納豆

パターン4：新しいものを買う ⇒全てにおいて新しいものを買うが、インセンティブは考慮 【回答数：20】

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
1	・値段と気に入ったメーカーだったら買う ・だいたい100円切るくらいの商品で購入を考える。 ・日付も良く見て買うので、当然新しいものから購入する。古い方から買う人がいるのか？			40代男性	納豆
2	・新婚早々でありお金がないので、購入する商品はいつも吟味している。 ・夫も妻も、賞味期限や消費期限は常に気にして(チェックして)、新しい方の商品を購入している。	・時々購入している(味の分かった)定番商品に値引シールが貼られていたら、おそらく購入すると思うが、あまり飲んだことのない商品ならば、仮に値引きされていたとしても買わないと思う。		20代 (カップル)	牛乳
3	・日付をみて一番新しいものを買っている：	・インセンティブがあれば手前から買う	・全館で使えるようなポイントであればよい	40代女性	牛乳

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
4	・日付をみて一番新しいものを買っている：	・その他： →インセンティブがあれば考えてはみる。日付による。	・ポイントがあっても日付による。	40 代女性	牛乳
5	・日付をみて一番新しいものを買っている： →今日使うものではないので、日付の遅い物を選んだ	・インセンティブがあれば、手前から買う	・どのようなインセンティブでも、インセンティブがあるのであればそちらを買う	40 代女性	豆腐
6	・日付をみて一番新しいものを買っている： →一度に食べきる予定でないから	・インセンティブがあれば、手前から買う（すぐ使うものに限る）	・インセンティブの大きさより、どのような食品にインセンティブがつくのかのほう重要	40 代女性	納豆
7	・日付をみて一番新しいものを買っている： →一人ではすぐ食べ切れないから	・インセンティブがあれば、手前から買う	・いろんな場所で使えるポイントがいい	20 代女性	納豆
8	日付を見て一番新しい物を選んでいる	その他 →すぐ食べる予定ならお勤め品も購入する	ポイントには興味がない	30 代女性	納豆
9	日付を見て一番新しい物を選んでいる	その他 →すぐ食べる予定なら日付に近い物でも良い	・値引きがより大きい方がよい。ポイントは面倒くさい。分かりやすいものがよい。	40 代女性	豆腐
10	日付を見て一番新しい物を選んでいる	その他 →その日や近い内に食べるものなら購入する		20 代女性	豆腐
11	・その他 →日付を見て食べきれそうな消費期限のものを買う。また自分なりの感覚で鮮度がよさそうなものを選んで買っている。	・その他 インセンティブがあっても食べきれる消費期限であれば買う。	・ポイントがあっても食べきれる消費期限であれば買う。	30 代女性	た ら こ
12	5 日以内のものを購入する	インセンティブがあれば手前から買う	・5 日以内のものを購入する	60 代男性	豆腐
13	買い置きになるので、新しいものを選ぶ（仕事でなかなか店に来れないので）	・あれば考えてもいい	・半額値引き、 ポイントなら一品 10 p 等と言われれば考える	50 代女性	豆腐
14	保存を考えて買う。献立次第だが、基本新しいもの	・あれば、手前から買う。 値段次第	・値引きならわかりやすいけど、ポイントはわかりにくい、	50 代女性	豆腐
15	保存を考えて選ぶ	・インセンティブがあれば、手前から買う	・値引きは魅力 ポイントも大きければ考える。一品 10p なんてあったら魅力。	40 代女性	豆腐
16	メーカー、値段も気にする。新しいもの、冷蔵庫での保存と使い切ることを考えて選ぶ	・その他	・わかりやすければ考える	60 代女性	豆腐
17	日付や値段を見て決めている	その他 →2 日くらいで飲むので、2～3 日くらいの余裕	・ポイントには興味がない	50 代女性	牛乳

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
		があれば購入する			
18	・値段を考えて割引品などを買っている。家族の消費量が多いので、値段が購入の鍵である。	・インセンティブがあっても新しいものを買う →家族は2人なので、保ちが良いものを選びたい。	・1 p t =5~10 円程度であればエコポイントをインセンティブと感じる	30 代男性	牛乳
19	・好みの味が決まっているので、値段を見てその商品が安かったら買う。	・ポイントがついているものがあっても、食べられる期間が長い方を買う。	・ポイントは知らない。	20 代女性	納豆
20	・日付をみて一番新しいものを買っている： →直ぐ食べる予定があるなら、値引き品を優先的に買うが、そうでなければ、日付を見て一番新しいものを買う。	・インセンティブが無ければ新しいのを買う →同じ価格なら、当然新しい方を買う	・ポイントにはあまり興味ない	50 代女性	納豆

パターン5：あまり気にしない ⇒日付に対するこだわりがそれほど高くない 【回答数：16】

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
1	・いつも手前から買っている： →いつも買う品目を選ぶ。買い物にあまり時間はかけない。	・インセンティブが無ければ新しいのを買う →インセンティブがあれば考えるが、表示を気にしていないので気がつかないかも、	・1pt=1円は妥当。	20 代女性	牛乳
2	・いつも手前から買っている： →「無調整」と「新しいもの」にこだわるが、銘柄は気にしない。	・インセンティブがあれば、手前から買う →値引きシールはわかりやすいので OK だが、エコポイントはわかりにくいと思う。	・1 p / 1 円では 安いと思う →値引きシールは 20 円以上引きになる。それに比べると、1 p / 1 円はチマチマしていて考慮に入らない。	40 代女性	牛乳
3	・いつも手前からとる： →“賞味期限”や“消費期限”は気にしていないが、妻や娘達が飲む牛乳は日頃から妻達に言われているので、最も新しい日付の商品を購入するようにしている。	・インセンティブがあれば、手前から買う →自分の飲む分については、値引きされた商品があれば、気にせずに購入すること多い		50 代男性 (夫婦で来店)	牛乳
4	・コーヒーを入れてコーヒー牛乳として少しずつ飲んでるので、1ℓ サイズの牛乳1本で1週間分 ・ブランドや、“賞味期限”や“消費期限”はほとんど気にしていない。	・“賞味期限”や“消費期限”が異なる商品が同じ値段で売られているというのが本当ならば納得できない。 ・飲める期限が短いなら、当然、安く売るべきではないか？		70 代女性	牛乳
5	・あまり日付を見ていない		・ポイントには興味がない	50 代男性	豆腐

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
6	・あまり日付は見えていない(手前から買っている) : →今日すぐ使うから	・インセンティブがあれば、手前から買う	・ポイントは分かりづらいから、違うインセンティブがいい	50 代女性	豆腐
7	・あまり日付は見ずに手前から買っている : →毎日食べるものだから気にしていない	・インセンティブがあれば、手前から買う	・どんなインセンティブでもいい	60 代男性	納豆
8	・あまり日付はみていない : →老眼で文字が見えないから気にせず買っている。	・その他 : →インセンティブがあっても気にせず買う	・ポイントに興味はない	70 代女性	牛乳
9	・日付はみて買うが、消費目安の確認のためだけ。 家族が少ないので飲みきれないように。	・インセンティブ自体に興味はない。	・ポイントは何であっても一切利用することはない。たくさんポイントをいただいて、利用価値があっても、使うことを忘れてしまう。気がついたら期限が切れていることが多い。	60 代女性	牛乳
10	・買ってから、食べる時期による。たいていすぐ食べるのであまり気にしないが、できるだけ新しいものを買う	・インセンティブがあれば考える	・店舗のクレジットカードで精算時に簡単に加算してくれるなら、考える。ポイントシールを一枚一枚集めるのは面倒。身体を考えるので、値段は高くてもいいという感覚でいる	50 代女性	納豆
11	毎日買い物をするので気にしない	・インセンティブ気にせず。	・食べたいものに基づくので、あまり気にしない	40 代男性	納豆
12	・すぐ消費するので、厳密にはこだわらない。 が、新しいものをなるべく選ぶようにしている	・インセンティブがあれば、手前から買う	・20～30 円引きくらい値引き (ポイント) がつくなら選んでも良い	40 代男性	納豆
13	・すぐに使い切るので、それほど気にしてない	・インセンティブがあっても新しいものを買う	・1p=1 円 が妥当。 店舗のクレジットカードで受け取れるなら便利。	40 代女性	豆腐
14	・日付は見るが新しいものを選ぶわけではない ・1 本だけ買うときは手前から買う。何本かまとめて買うときは消費期限にゆとりのある新しいものを選んで買う。			40 代女性	牛乳
15	・あまり日付は見ずに手前から買っている : →今日すぐ使うから	・インセンティブがあれば、手前から買う	・ポイントは分かりづらいから、違うインセンティブがいい	50 代女性	豆腐
16	・あまり日付は見ずに手前から買っている : →毎日食べるものだから気にしていない	・インセンティブがあれば、手前から買う	・どんなインセンティブでもいい	60 代男性	納豆

パターン6：値段を重視する ⇒普通に消費するのに問題なければ日付はあまり気にしない 【回答数：3】

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
1	・値段で選んでいる： →賞味期限が近いので、等、理由を明記した上で割引や何らかのポイントが付くなら、それを買うと思う。そういう人は多いはず。	・インセンティブがなければ新しいのを買うが、インセンティブがあれば考える ・小さい店では「期限が近いから安売り」といった売り方を見かけるが、アビタのような大きな店では、値下げしないで廃棄しているような気がして、もったいないと思う	・グリーンシールがあったときは積極的に参加していた。 ・ポイントの場合、アビタ限定のではあまりメリットを感じない。広く貯めたり使えたりするのがいい	30代女性	納豆
2	・値段が安いものを買う。 ・日付やメーカーには全くこだわらない。			50代男性	納豆
3	・日付をみて一番新しいものを買っている： →今日食べる予定があるなら、値引き品を優先的に買うが、そうでなければ、日付を見て一番新しいものを買う。	・インセンティブが無ければ新しいのを買う →同じ価格なら、当然新しい方を買う		30代女性	納豆

パターン7：趣旨に賛同する ⇒すぐに食べるなら、手前から買うべき 【回答数：1】

	商品選択に関するコメント	インセンティブがあった場合の対応とその理由	エコポイントその他のインセンティブについて	年齢・性別	売場
1	・3本購入したうち、2本は早めに消費できる“アテ”があるので、ポイントシール貼付の商品にした ・なお、賞味期限や消費期限については、商品を選ぶ折に、常に気にしているが、売り場に並んでいた商品はポイントシール貼付の商品と貼付されていない商品の賞味期限が1日しか違ってない。	・チラシに記載されていた考え方（「すぐ食べるものは、手前から買う」）には、賛同している。もっと、大々的にアピールしても良いと思う。		50代女性	納豆