

参考資料V

インターネットアンケート②の結果概要

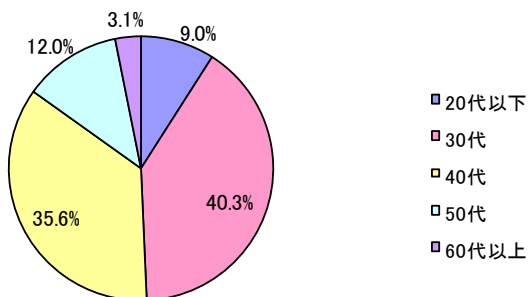
小売店における食品廃棄物の発生抑制に効果的な具体策の検証を行うにあたり、消費者側の一般的な購買傾向やニーズを把握するための調査として実施した。

1. アンケート実施概要

- (1) 実施日程：2010年3月12日～
- (2) 有効回答：509人
- (3) 調査対象：

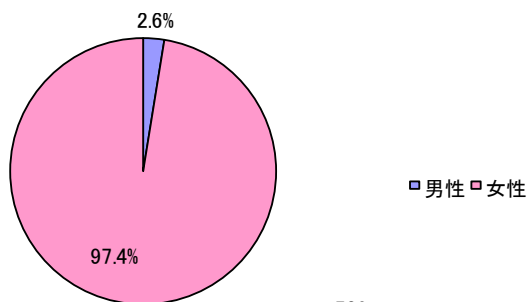
【性別】

性別	人数	割合
男性	13人	2.6%
女性	496人	97.4%
合計	509人	100.0%



【年代】

年代	人数	割合
20代以下	46人	9.0%
30代	205人	40.3%
40代	181人	35.6%
50代	61人	12.0%
60代以上	16人	3.1%
合計	509人	100.0%



【県別】

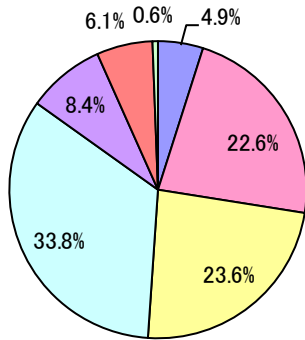
県名	人数	県名	人数	県名	人数	県名	人数
東京都	75人	静岡県	10人	滋賀県	4人	秋田県	2人
大阪府	63人	岡山県	8人	長野県	4人	大分県	2人
神奈川県	39人	岐阜県	8人	鳥取県	4人	福島県	2人
千葉県	31人	山口県	8人	佐賀県	3人	和歌山県	2人
兵庫県	27人	三重県	7人	山梨県	3人	沖縄県	1人
北海道	27人	新潟県	7人	鹿児島県	3人	宮崎県	1人
愛知県	26人	島根県	6人	長崎県	3人	熊本県	1人
埼玉県	26人	奈良県	6人	徳島県	3人	高知県	1人
広島県	24人	福井県	6人	栃木県	3人	青森県	1人
京都府	18人	宮城県	5人	富山県	3人		
茨城県	12人	岩手県	4人	愛媛県	2人		
福岡県	12人	群馬県	4人	香川県	2人		

【既婚か未婚か】

年代	人数	割合
未婚	65 人	12.8%
既婚	430 人	84.5%
無回答	14 人	2.8%
合計	509 人	100.0%

【家族構成】

回答	人数	回答率
単身	25 人	4.9%
夫婦(同世代の2人暮らしを含む)	115 人	22.6%
自分(単身又は夫婦)+子供(1人)	120 人	23.6%
自分(単身又は夫婦)+子供(2人以上)	172 人	33.8%
自分(単身又は夫婦)+(子供なし)+親世代	43 人	8.4%
自分(単身又は夫婦)+子供(1人以上)+親世代	31 人	6.1%
その他	3 人	0.6%
合計	509 人	100.0%



- 単身
- 夫婦(同世代の2人暮らしを含む)
- 自分(単身又は夫婦)+子供(1人)
- 自分(単身又は夫婦)+子供(2人以上)
- 自分(単身又は夫婦)+(子供なし)+親世代
- 自分(単身又は夫婦)+子供(1人以上)+親世代
- その他

n=509

■ 調査協力：株式会社ハー・ストーリィ

2. 質問内容

◆基本的な買い物のパターンについて

(1) 食品を買いに行く店と目的について教えてください。

回答	総合スーパー	食品スーパー	デパート等の食料品売り場	コンビニエンスストア	専門店・個人商店
日常的に行く					
特売・セールのおきにだけ行く					
外出・別件のついでがあるときにだけ行く					
まとめ買いをする際にだけ行く					
急な買い足しがある時にだけ行く					
目的がある場合にだけ行く(そこでしか扱っていない物を買う等)					
行かない					

(2) 主な買い物パターンに近いものを一つ選んでください。

- ア) その日の献立に応じてほぼ毎日
- イ) まとめ買い(平日) + 足りないものを買ひ足し
- ウ) まとめ買い(休日) + 足りないものを買ひ足し
- エ) 宅配 + 足りないものを買ひ足し
- オ) その他

(3) 食料品を買いに行く時間帯とその主な理由について教えてください。

回答	平日 午前中	平日 12～ 15時	平日 15時 すぎ～ 18時	平日 18時 すぎ 以降	休日 午前中	休日 12～ 15時	休日 15時 すぎ～ 18時	休日 18時 すぎ 以降
商品が豊富にそろっている								
特売品・タイムセール								
店が空いている								
値引き品(お値打ち品)がある								
家族の都合(送迎等)								
自分の都合(仕事、用事のついで等)								
その時間帯には行かない								

(4) 日頃の献立の決め方(パターン)で、多いものを選んでください。(2つまで)

- ア) 買い物に行く前に、お店のチラシ・セール情報等を見て決めることが多い
- イ) 買い物に行く前に、テレビや雑誌等を参考にして決めることが多い
- ウ) 数日分の献立を想定して、材料をまとめ買いや宅配で注文することが多い
- エ) まとめ買いをした食材の中から、献立を決めることが多い
- オ) 事前に考えもするが、店に行ってから献立を決めることが多い
- カ) その他

◆店舗で行われている販売方法と、購買意欲について

- (5) 惣菜やサラダ等についてお聞きします。買ってみたいくなる、または、実際に買ったことがある方法を教えてください。(複数回答)
- ア) 特売セール
 - イ) キャンペーン (グッズのプレゼント等)
 - ウ) 試食販売
 - エ) その材料を使ったレシピの紹介
 - オ) 栄養価や効能の表示
 - カ) 商品特性の紹介 (適した食べ方、味の特徴)
 - キ) 調理メニューを想定したセット販売
 - ク) 値引き販売 (お値打ち品等)
 - ケ) まとめ売り (3つでいくら等)
- (6) 生鮮食品 (野菜、果物、精肉、鮮魚等) についてお聞きします。買ってみたいくなる、または、実際に買ったことがある方法を教えてください。(複数回答)
- ア) 特売セール
 - イ) キャンペーン (グッズのプレゼント等)
 - ウ) 試食販売
 - エ) その材料を使ったレシピの紹介
 - オ) 栄養価や効能の表示
 - カ) 商品特性の紹介 (適した食べ方、味の特徴)
 - キ) 調理メニューを想定したセット販売
 - ク) 値引き販売 (お値打ち品等)
 - ケ) まとめ売り (3つでいくら等)
- (7) 消費期限が数日から10日程度の加工食品 (パン、豆腐、納豆、漬物、練製品、ハム・ソーセージ等) についてお聞きします。買ってみたいくなる、または、実際に買ったことがある方法を教えてください。(複数回答)
- ア) 特売セール
 - イ) キャンペーン (グッズのプレゼント等)
 - ウ) 試食販売
 - エ) その材料を使ったレシピの紹介
 - オ) 栄養価や効能の表示
 - カ) 商品特性の紹介 (適した食べ方、味の特徴)
 - キ) 調理メニューを想定したセット販売
 - ク) 値引き販売 (お値打ち品等)
 - ケ) まとめ売り (3つでいくら等)

◆食品の販売の単位（サイズ・売り方）について

(8) 惣菜やサラダ等についてお聞きします。次のような販売単位を見かけますか。または、希望しますか。

回答	ばら売り	量り売り	数や量を選べるパック売り(大・小の2サイズ)	数や量を選べるパック売り(大・中・小の3サイズ)	まとめ売り(2パックでいくら等)
よく利用する(望ましい)					
見かけるが、あまり利用しない					
あまり見かけないが、あると望ましい					
あまり見かけないし、必要ない					

(9) 野菜類についてお聞きします。次のような販売単位を見かけますか。または、希望しますか。

回答	ばら売り	1/2 カット売り	1/4 以下のカット売り	量り売り	数や量を選べるパック売り(大・小の2サイズ)	数や量を選べるパック売り(大・中・小の3サイズ)	まとめ売り(2パックでいくら等)
よく利用する(望ましい)							
見かけるが、あまり利用しない							
あまり見かけないが、あると望ましい							
あまり見かけないし、必要ない							

(10) 鮮魚についてお聞きします。次のような販売単位を見かけますか。または、希望しますか。

回答	ばら売り	量り売り	数や量を選べるパック売り(2つ・3つ、又は大・小の2サイズ)	数や量を選べるパック売り(1つ・2つ・3つ、又は大・中・小の3サイズ)	まとめ売り(2パックでいくら等)
よく利用する(望ましい)					
見かけるが、あまり利用しない					
あまり見かけないが、あると望ましい					
あまり見かけないし、必要ない					

(11) 精肉についてお聞きします。次のような販売単位を見かけますか。または、希望しますか。

回答	1個売り	量り売り	2サイズのパック売り(大・小)	3サイズのパック売り(大・中・小)	まとめ売り(2パックでいくら等)
よく利用する(望ましい)					
見かけるが、あまり利用しない					
あまり見かけないが、あると望ましい					
あまり見かけないし、必要ない					

◆食品を購入する際の選択基準等について

(12) 品物を選ぶとき、どの程度製造日・賞味期限・加工日時等を気にしますか。品目ごとに一番近いものを一つ選んでください。

回答	牛乳等	乳製品(ヨーグルト等)	デザート類(プリン)	たまご	ロール等	パン(食パン、バター)	豆腐	納豆	け等	漬物(浅漬け、糠漬)	ちくわ等	練製品(はんぺん、)	ハム・ソーセージ等
必ず確認し、一番新しいものを選ぶ													
必ず確認し、一見してわかる範囲で新しいものを選ぶ													
確認はするが、手前からとることが多い													
あまり確認せずに買うことが多い													
ほとんど確認していない													

(13) 複数のメーカー・ブランド等の商品があるとき、環境に関する以下の情報の中で、どの項目が付記されているときに「その商品を選んでもいいかな」と思いますか？ここで、各商品の価格や品質は同じであるとします。(3つまで)

- ア) 地域で生産している
- イ) 商品の製造・販売に伴うCO₂排出量が少ない
- ウ) 農薬や化学肥料を使っていない
- エ) エコポイントがついている
- オ) 売り上げの一部が環境貢献(植樹や熱帯林保全等)に寄付される
- カ) ごみが少ない(容器・包装等)
- キ) リサイクル資源の循環利用をしている(再生紙、食品残渣の堆肥を使用等)
- ク) その他

(14) 生鮮食品(野菜、果物、精肉、鮮魚等)を買うとき、複数の産地・種類の商品がある場合の主な選択基準は何ですか。優先順に最大3つまで挙げてください。(フリー回答)

- ア) 値段(通常売値、特売価格等)
- イ) 成分・添加物等
- ウ) ブランド・産地
- エ) 賞味(消費)期限・鮮度(見た目)
- オ) 店頭表示(おすすめ、等)
- カ) 売れ行き(減っている、等)
- キ) 家族の意向・好み
- ク) 自分の好み
- ケ) 11.の質問で回答した環境に関する情報

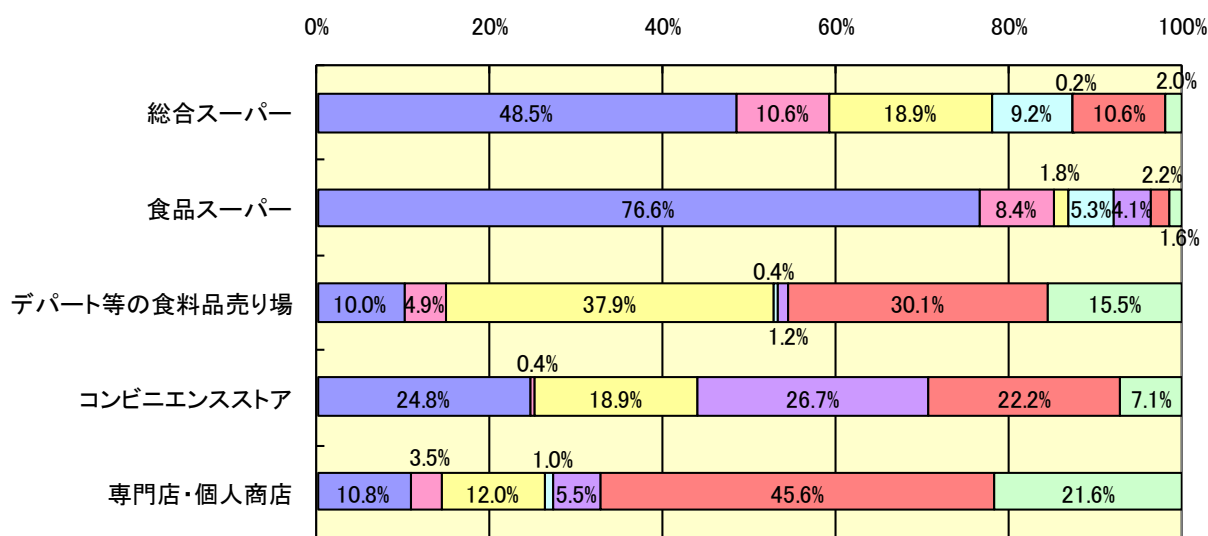
- (15) 消費期限が数日から10日程度の加工食品（パン、豆腐、納豆、漬物、練製品、ハム・ソーセージ等）を買うとき、複数のメーカー・ブランドの商品がある場合の主な選択基準は何ですか。優先順に最大3つまで挙げてください。（フリー回答）
- ア) 値段（通常売値、特売価格等）
 - イ) 成分・添加物等
 - ウ) ブランド・産地
 - エ) 賞味（消費）期限・鮮度（見た目）
 - オ) 店頭表示（おすすめ、等）
 - カ) 売れ行き（減っている、等）
 - キ) 家族の意向・好み
 - ク) 自分の好み
 - ケ) 11. の質問で回答した環境に関する情報
- (16) 消費期限が10日程度以上の加工食品（レトルト食品、缶・びん詰、嗜好品（コーヒー等））を買うとき、複数のメーカー・ブランドの商品がある場合の主な選択基準は何ですか。優先順に最大3つまで挙げてください。（フリー回答）
- ア) 値段（通常売値、特売価格等）
 - イ) 成分・添加物等
 - ウ) ブランド・産地
 - エ) 賞味（消費）期限・鮮度（見た目）
 - オ) 店頭表示（おすすめ、等）
 - カ) 売れ行き（減っている、等）
 - キ) 家族の意向・好み
 - ク) 自分の好み
 - ケ) 11. の質問で回答した環境に関する情報
- (17) 環境に配慮した商品の販売促進や、環境に良い販売方法を普及促進しようとする場合、どのような制度であれば参加しても良いとしますか。（複数選択可）
- ア) 割引や店舗・企業のポイント還元等の金銭的なメリットがある
 - イ) 電子マネー等の汎用性の高いポイントが貯められる
 - ウ) 地域や店舗独自のマークやシールなどが貼付され、集めると商品等と交換できる
 - エ) 地域や店舗独自のマークやシールなどが貼付され、地域社会に還元される（例：地域のNPO支援、環境整備費等）
 - オ) 広い地域で共通のマークやシールなどが貼付され、国内外を含む社会に還元される（例：植樹、途上国支援等）
 - カ) 参加したいとは思わない

3. アンケート集計結果

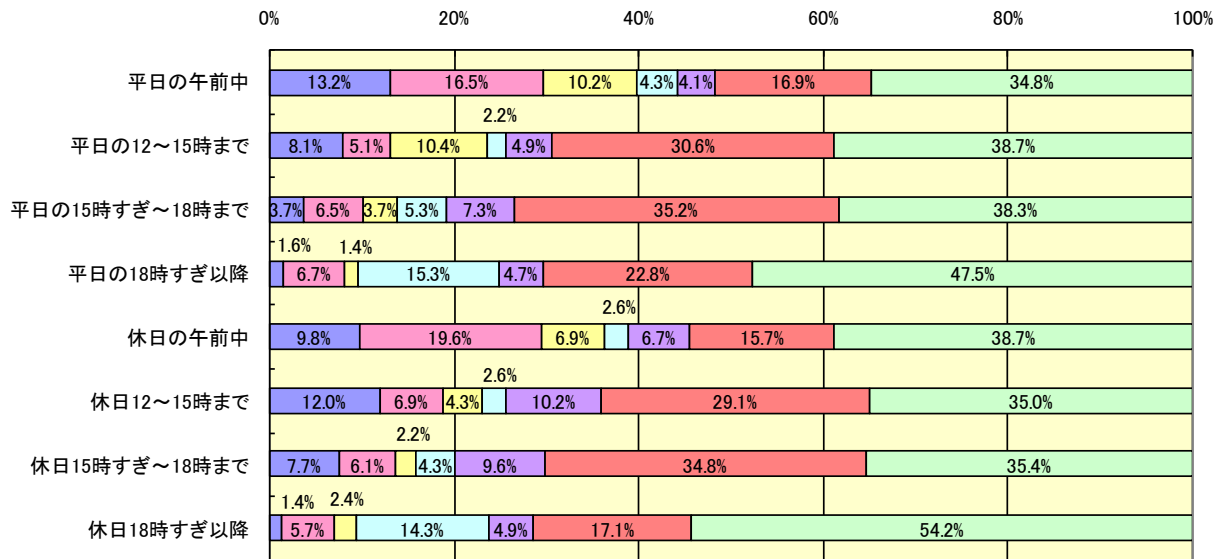
◆基本的な買い物のパターンについて

(1) 食品を買いに行く店と目的

回答者数	総合スーパー	食品スーパー	デパート等の食料品売り場	コンビニエンスストア	専門店・個人商店
日常的に行く	247人	390人	51人	126人	55人
特売・セールの際にだけ行く	54人	43人	25人	2人	18人
外出・別件のついでがあるときにだけ行く	96人	9人	193人	96人	61人
まとめ買いをする際にだけ行く	47人	27人	2人	0人	5人
急な買い足しがある時にだけ行く	1人	21人	6人	136人	28人
目的がある場合にだけ行く(そこでしか扱っていない物を買う等)	54人	11人	153人	113人	232人
行かない	10人	8人	79人	36人	110人
合計	509人	509人	509人	509人	509人

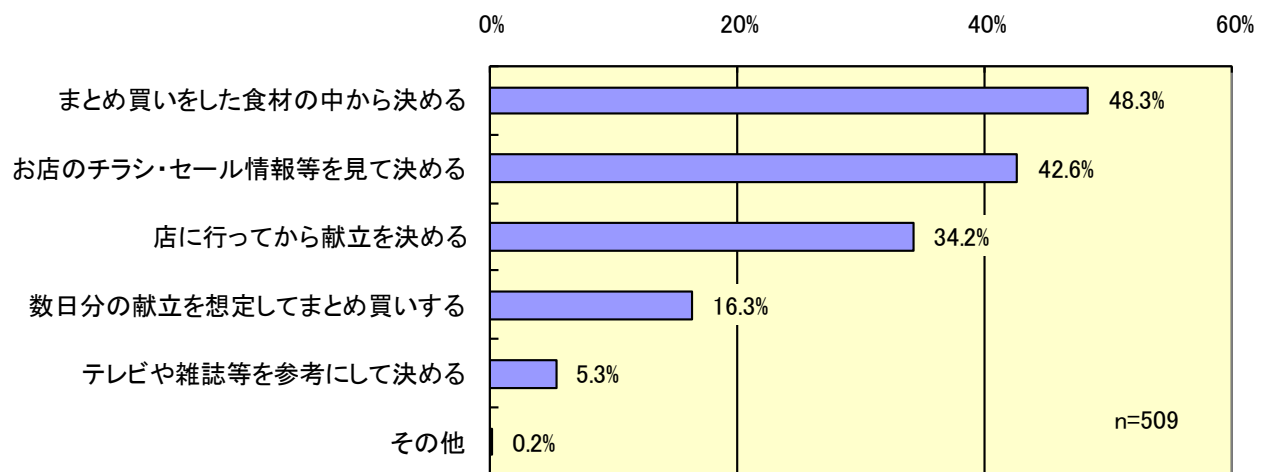


- 日常的に行く
- 特売・セールの際にだけ行く
- 外出・別件のついでがあるときにだけ行く
- まとめ買いをする際にだけ行く
- 急な買い足しがある時にだけ行く



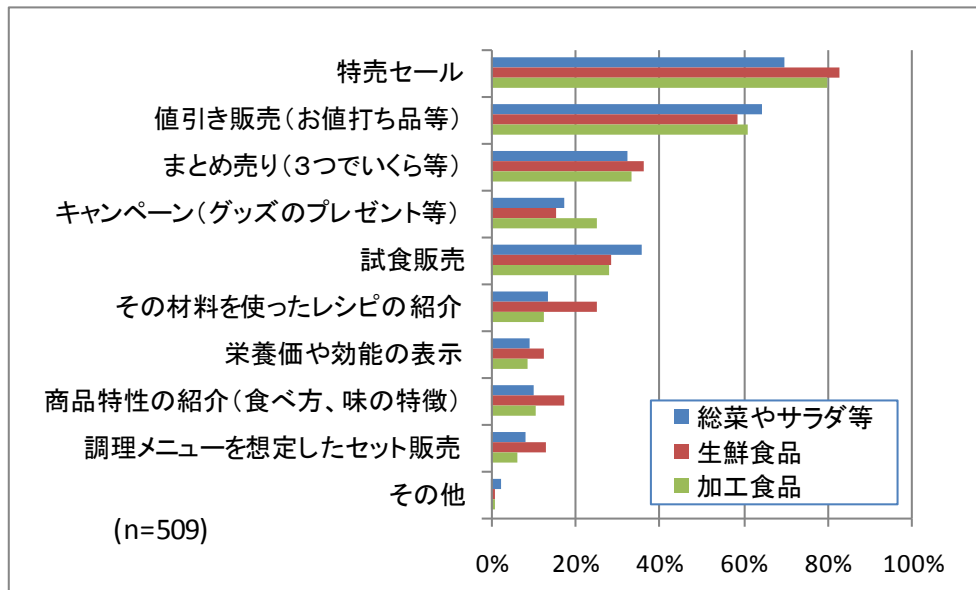
- 商品が豊富にそろっている
- 特売品・タイムセール
- 店が空いている
- 値引き品(お値打ち品)がある
- 家族の都合(送迎等)
- 自分の都合(仕事、用事のついで等)
- その時間帯には行かない

(4) 日頃の献立の決め方 (2つまで回答)



◆店舗で行われている販売方法と、購買意欲について

(5)～(7) 買ってみたいくなる、または、実際に買ったことがある方法 (複数回答)



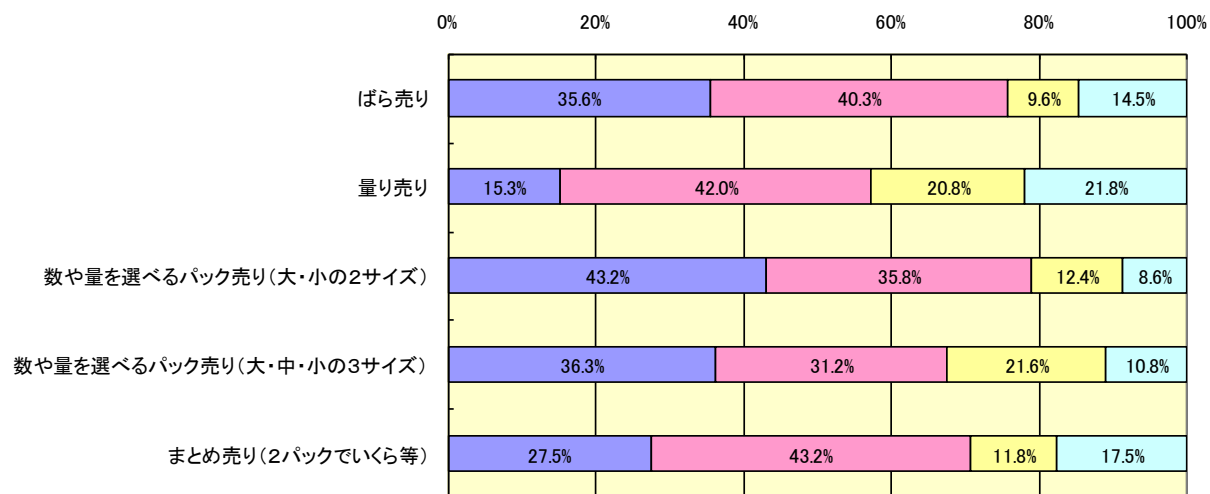
生鮮食品：野菜、果物、精肉、鮮魚等

加工食品：消費期限が数日から10日程度の加工食品 (パン、豆腐、納豆、漬物、練製品、ハム・ソーセージ等)

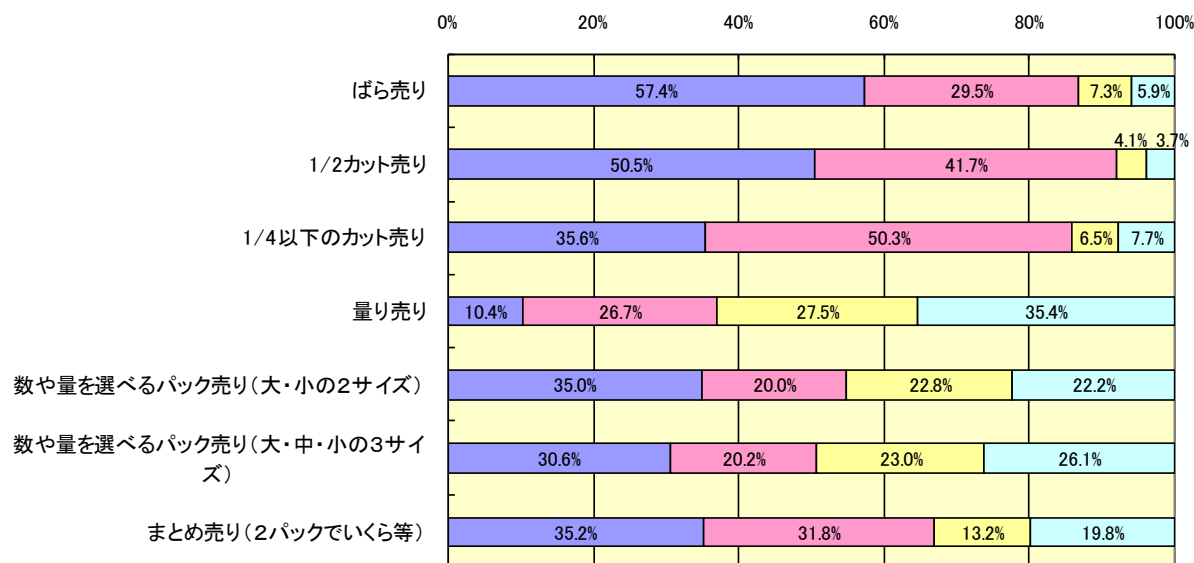
◆食品の販売の単位（サイズ・売り方）について

(8)～(11) 品目別の販売単位

①惣菜・サラダ等

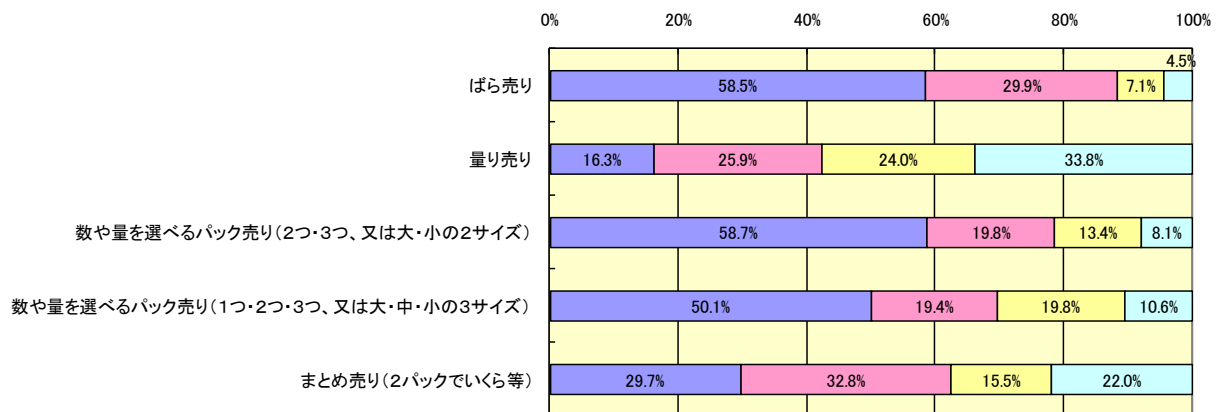


②野菜類

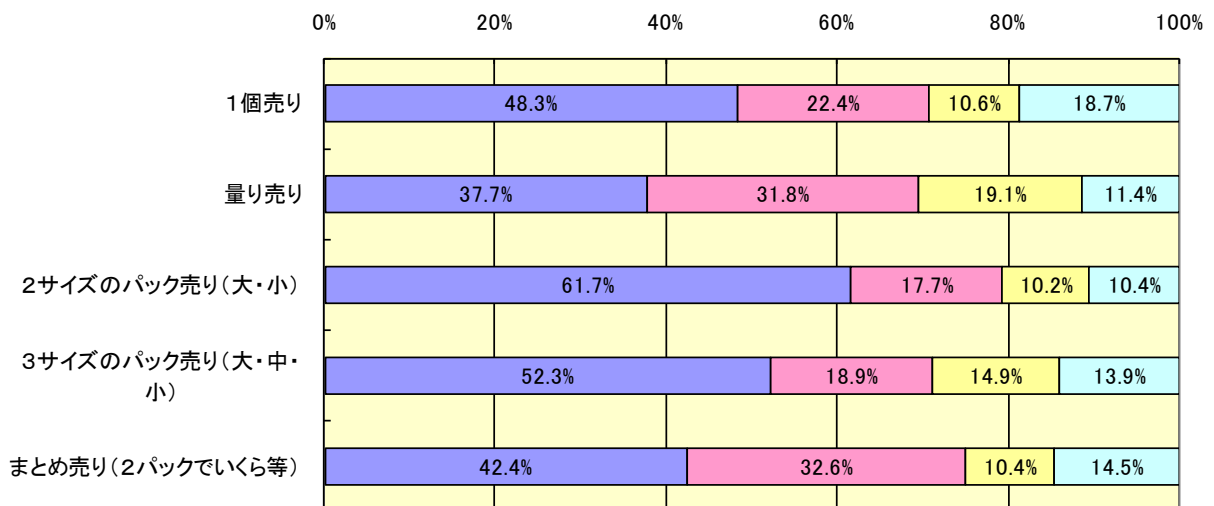


- よく利用する(望ましい)
- 見かけるが、あまり利用しない
- あまり見かけないが、あると望ましい
- あまり見かけないし、必要ない

③鮮魚



④精肉

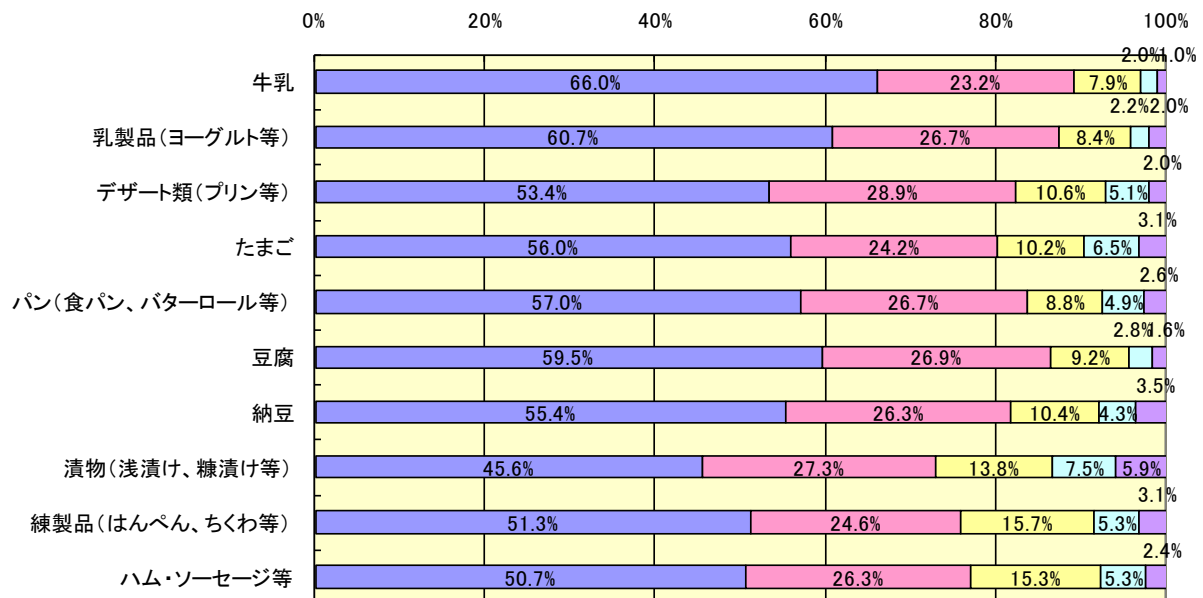


- よく利用する(望ましい)
- 見かけるが、あまり利用しない
- あまり見かけないが、あると望ましい
- あまり見かけないし、必要ない

◆食品を購入する際の選択基準等について

(12) 品物の選択時に、製造日・賞味期限・加工日時等を気にするか

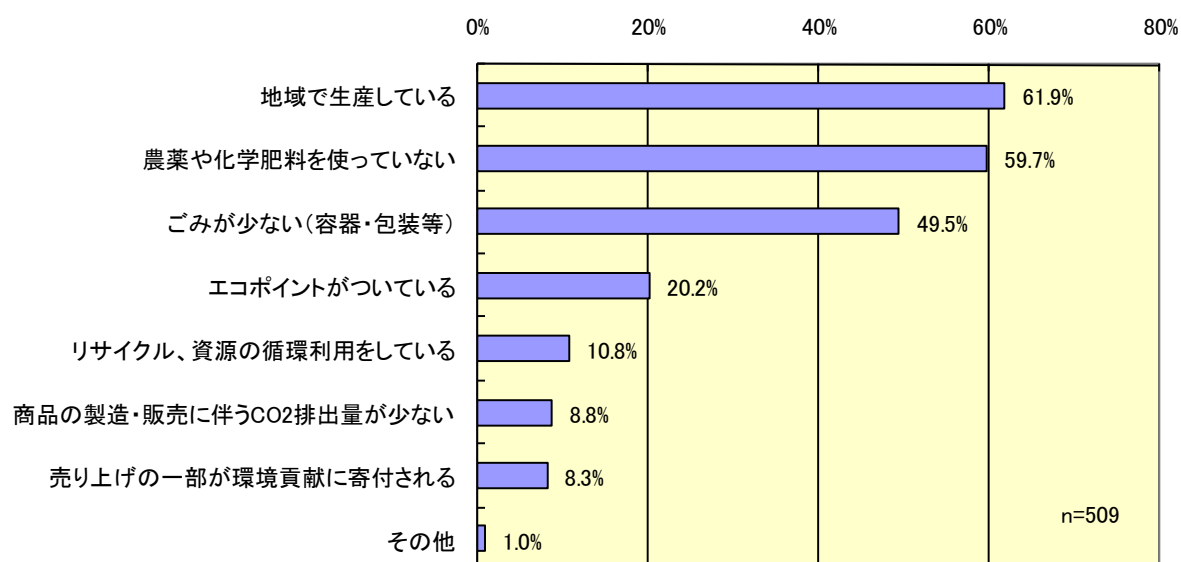
回答	牛乳	乳製品(ヨーグルト等)	デザート類(プリン等)	たまご	パン(食パン、バターロール等)	豆腐	納豆	漬物(浅漬け、糠漬け等)	練製品(はんぺん、ちくわ等)	ハム・ソーセージ等
必ず確認し、一番新しいものを選ぶ	336人	309人	272人	285人	290人	303人	282人	232人	261人	258人
必ず確認し、一見してわかる範囲で新しいものを選ぶ	118人	136人	147人	123人	136人	137人	134人	139人	125人	134人
確認はするが、手前からとることが多い	40人	43人	54人	52人	45人	47人	53人	70人	80人	78人
あまり確認せずに買うことが多い	10人	11人	26人	33人	25人	14人	22人	38人	27人	27人
ほとんど確認していない	5人	10人	10人	16人	13人	8人	18人	30人	16人	12人
合計	509人	509人	509人	509人	509人	509人	509人	509人	509人	509人



- 必ず確認し、一番新しいものを選ぶ
- 必ず確認し、一見してわかる範囲で新しいものを選ぶ
- 確認はするが、手前からとることが多い
- あまり確認せずに買うことが多い
- ほとんど確認していない

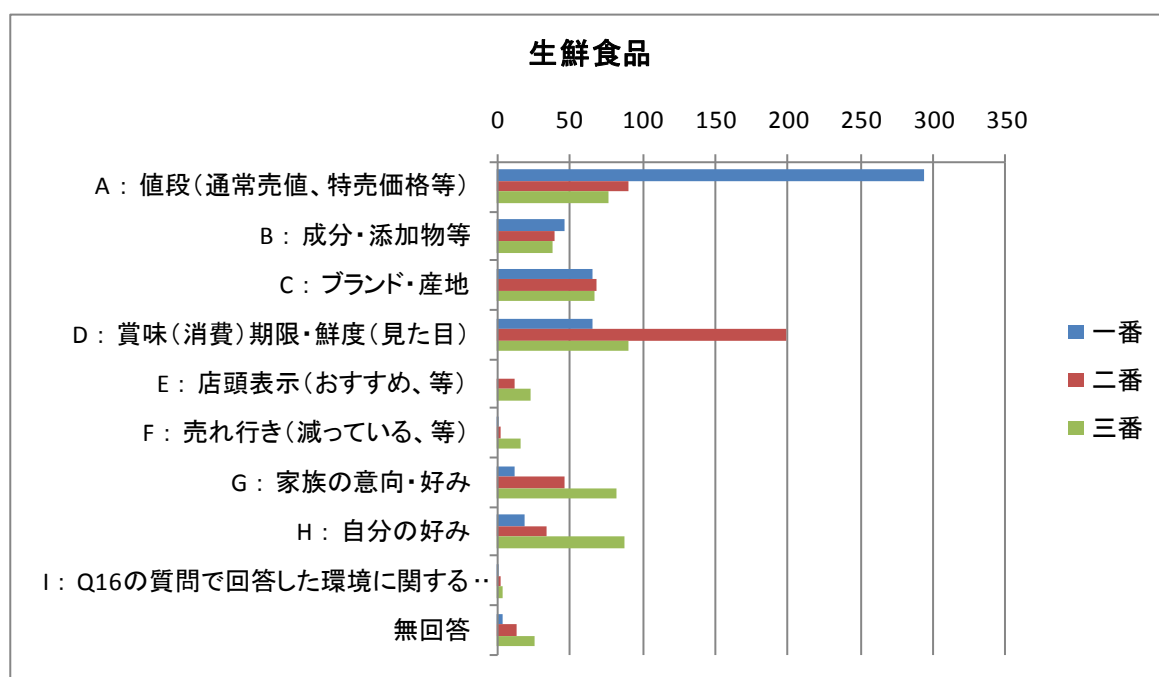
(13) 環境に関する情報のうち、商品に付記されている場合に「この商品を選択してもよい」と考える項目（3つまで回答）

回答	人数	回答率
地域で生産している	315人	61.9%
農薬や化学肥料を使っていない	304人	59.7%
ごみが少ない(容器・包装等)	252人	49.5%
エコポイントがついている	103人	20.2%
リサイクル、資源の循環利用をしている(再生紙、食品残渣の堆肥を使用等)	55人	10.8%
商品の製造・販売に伴うCO2排出量が少ない	45人	8.8%
売り上げの一部が環境貢献(植樹や熱帯林保全等)に寄付される	42人	8.3%
その他	5人	1.0%



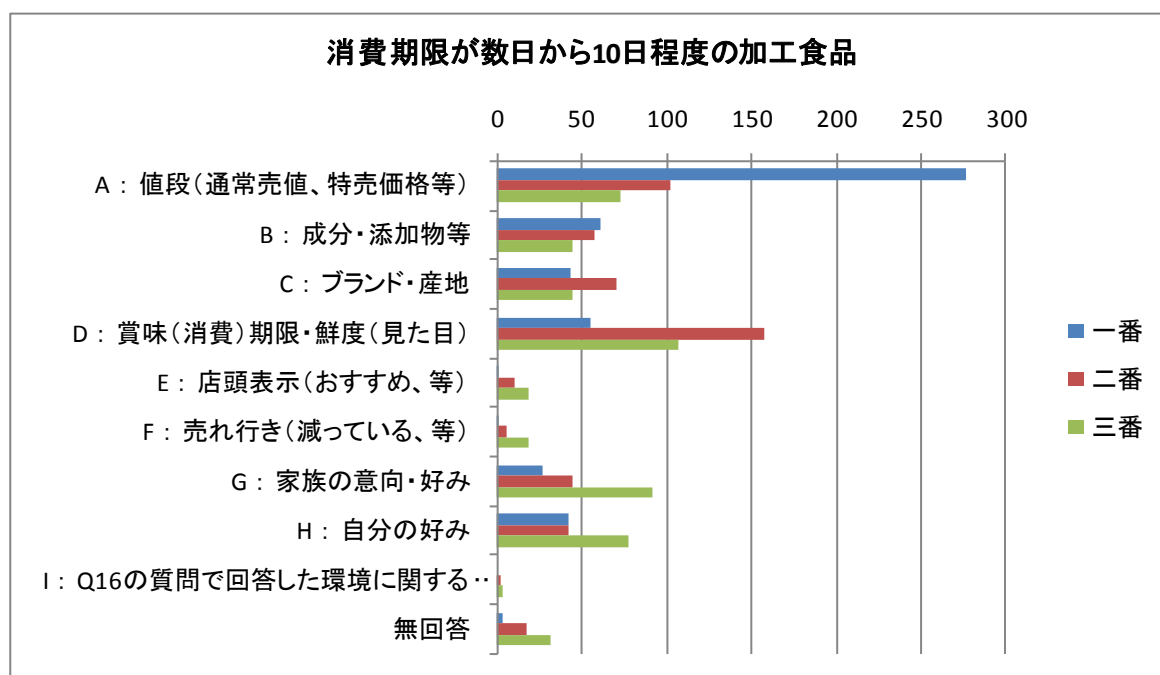
(14) 生鮮食品（野菜、果物、精肉、鮮魚等）を買うとき、複数の産地・種類の商品がある場合の主な選択基準（優先順位をつけて3つまで回答）

回答	一番	二番	三番
A: 値段(通常売値、特売価格等)	294	90	76
B: 成分・添加物等	47	40	38
C: ブランド・産地	66	69	67
D: 賞味(消費)期限・鮮度(見た目)	65	199	90
E: 店頭表示(おすすめ、等)	0	12	23
F: 売れ行き(減っている、等)	1	2	16
G: 家族の意向・好み	12	46	82
H: 自分の好み	19	34	87
I: Q16の質問で回答した環境に関する情報	1	3	4
無回答	4	14	26
合計	509	509	509



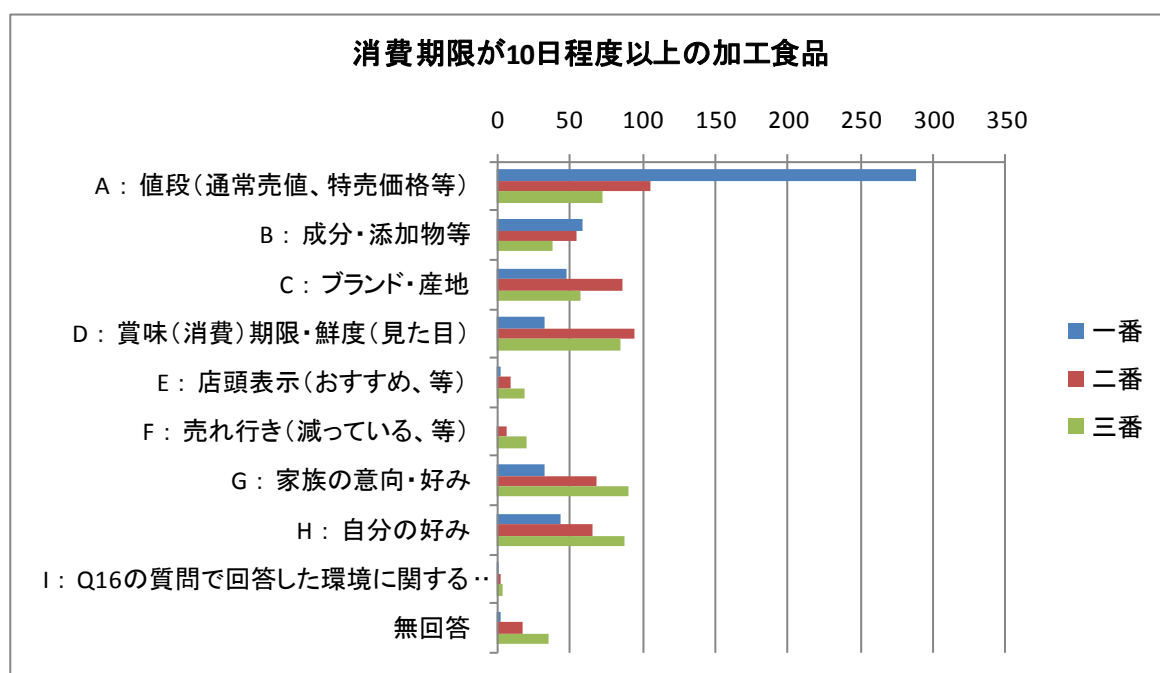
(15) 消費期限が数日から10日程度の加工食品（パン、豆腐、納豆、漬物、練製品、ハム・ソーセージ等）を買うとき、複数の産地・種類の商品がある場合の主な選択基準（優先順位をつけて3つまで回答）

回答	一番	二番	三番
A: 値段(通常売値、特売価格等)	276	102	73
B: 成分・添加物等	61	57	44
C: ブランド・産地	43	70	45
D: 賞味(消費)期限・鮮度(見た目)	55	158	107
E: 店頭表示(おすすめ、等)	1	10	19
F: 売れ行き(減っている、等)	1	6	19
G: 家族の意向・好み	27	45	91
H: 自分の好み	42	42	77
I: Q16の質問で回答した環境に関する情報	0	2	3
無回答	3	17	31
合計	509	509	509

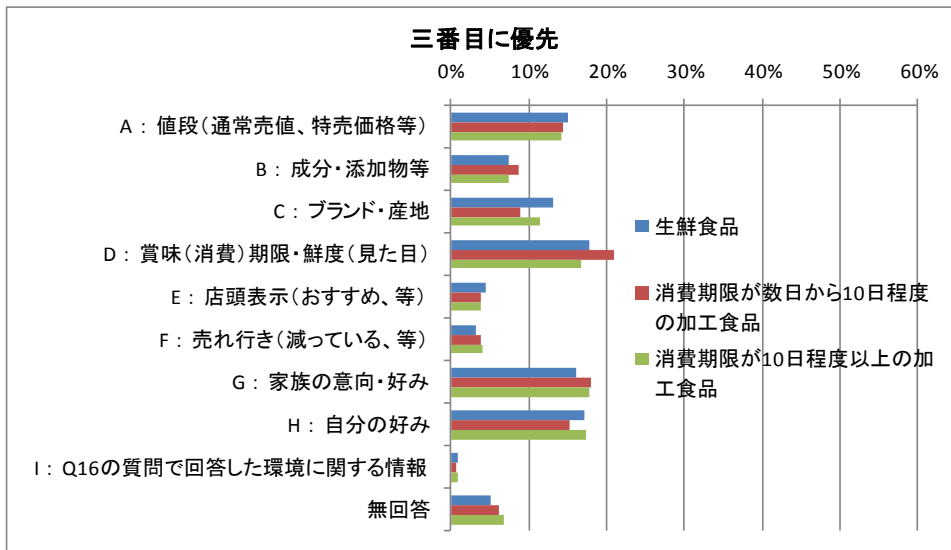
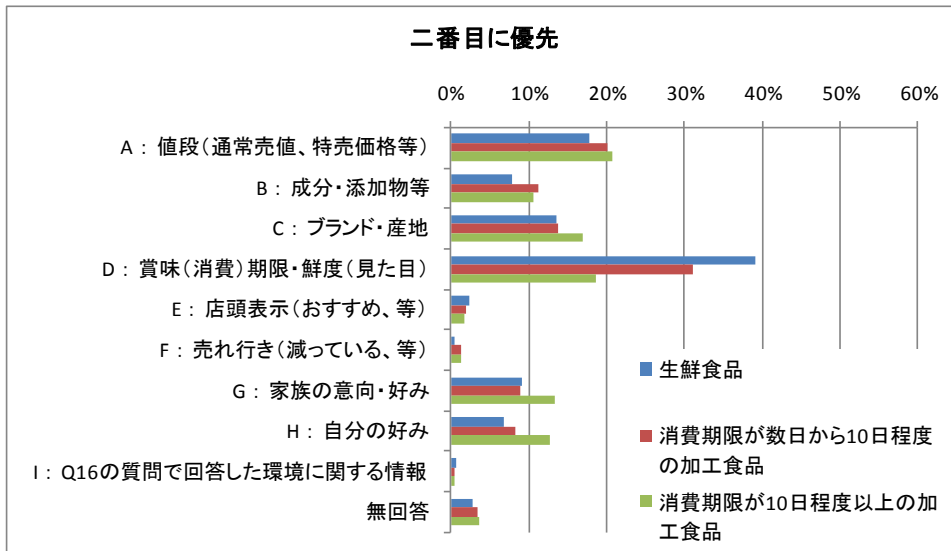
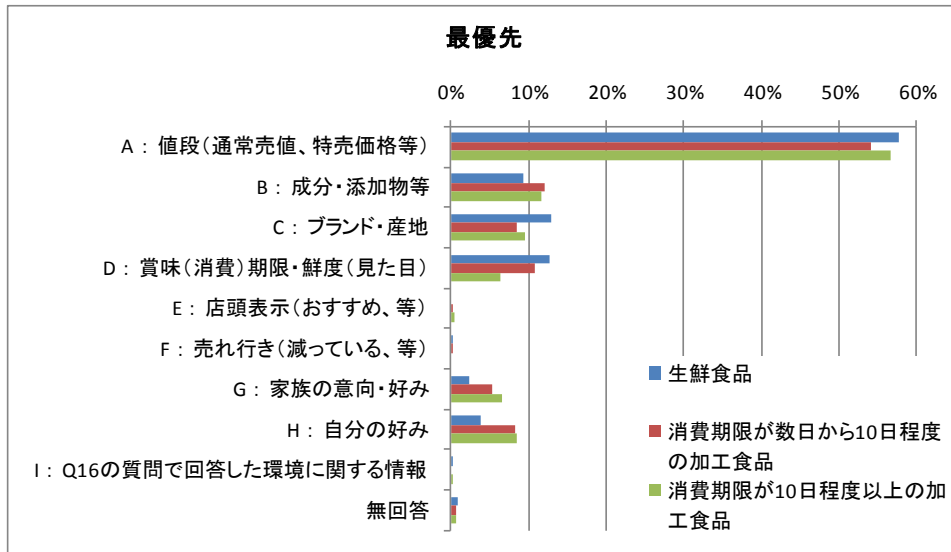


(16) 消費期限が10日程度以上の加工食品（レトルト食品、缶・びん詰、嗜好品（コーヒー等））を買うとき、複数の産地・種類の商品がある場合の主な選択基準（優先順位をつけて3つまで回答）

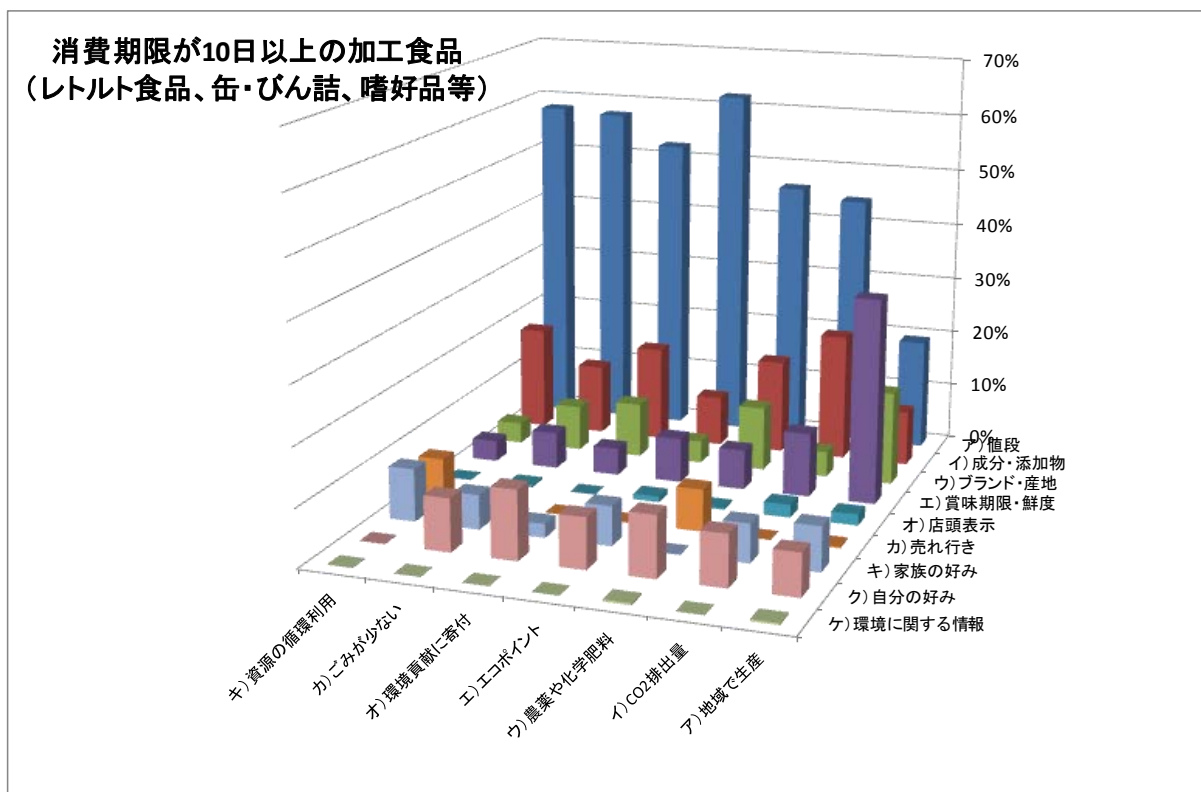
回答	一番	二番	三番
A: 値段(通常売値、特売価格等)	288	106	72
B: 成分・添加物等	59	54	38
C: ブランド・産地	48	86	58
D: 賞味(消費)期限・鮮度(見た目)	32	95	85
E: 店頭表示(おすすめ、等)	2	9	19
F: 売れ行き(減っている、等)	0	6	20
G: 家族の意向・好み	33	68	90
H: 自分の好み	43	65	88
I: Q16の質問で回答した環境に関する情報	1	2	4
無回答	3	18	35
合計	509	509	509



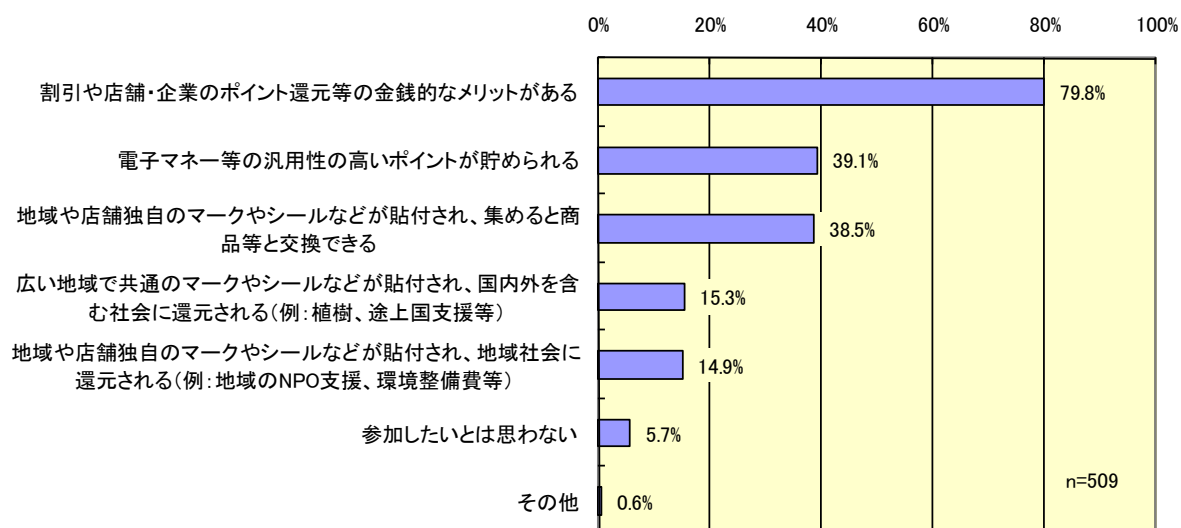
(14) ~ (16) 最も重視する選択基準の品目別の特徴



③賞味期限が10日以上の加工食品

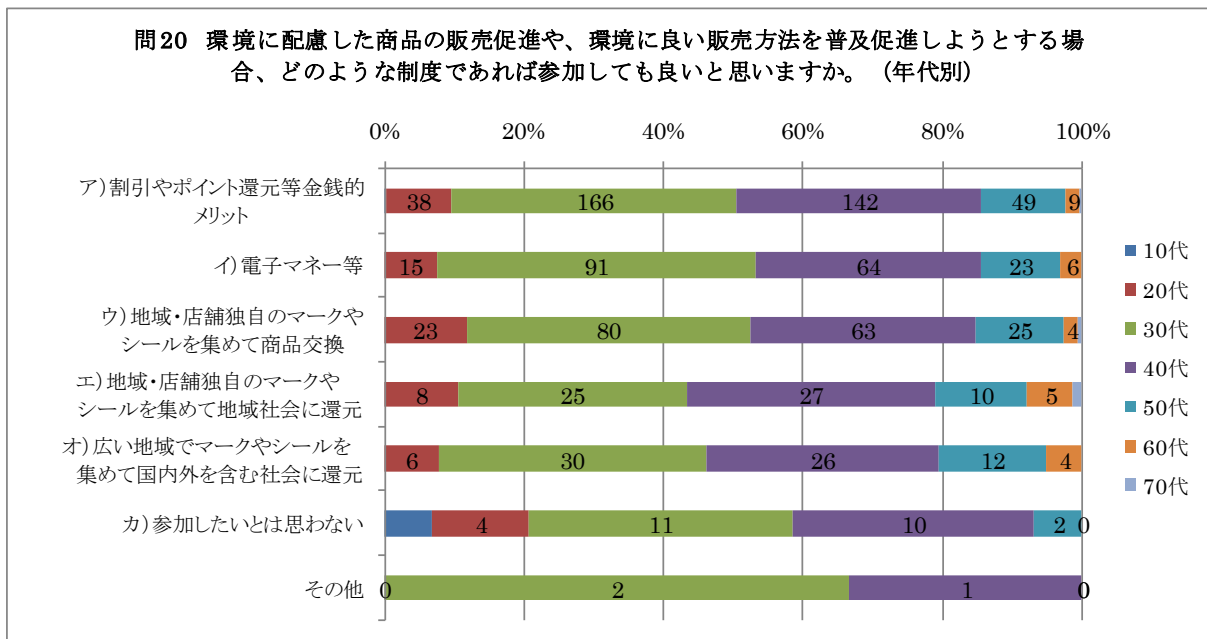


(17) 環境に配慮した商品の販売促進や、環境に良い販売方法を普及促進しようとする場合、参加してもよいと考える制度 (複数回答)

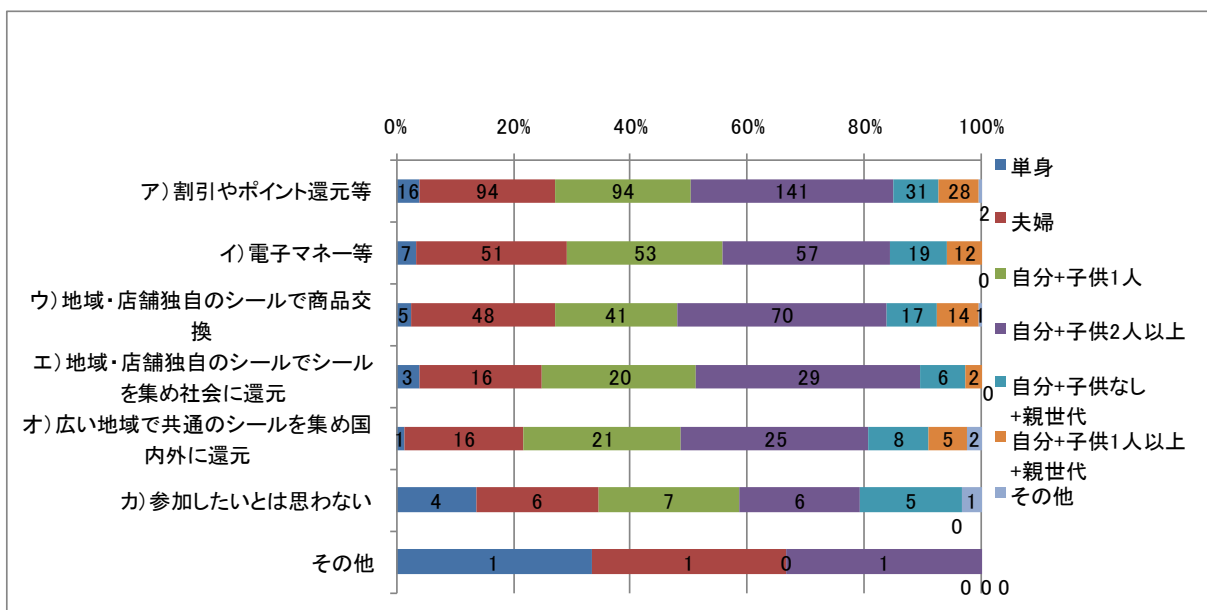


(17) 環境に配慮した商品の販売促進や、環境に良い販売方法を普及促進しようとする場合、参加してもよいと考える制度と、属性とのクロス集計

①年代



②家族構成



以上