

報道関係各位

 2025年4月2日
 株式会社クロス・マーケティング

賞味期限の表示延長は「良いと思う」が7割 賞味期限を過ぎた食品は「見た目」と「におい」で確認

- 賞味期限に関する調査（2025年）-

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「賞味期限に関する調査（2025年）」を実施しました。食品ロス削減を目的として、消費者庁は2025年3月28日に食品表示基準の一部改定をしました。賞味期限は品質が保たれる期限であり、期限を過ぎたら安全に食べられなくなるわけではありません。この改定によって、賞味期限は必要以上に期限を短縮しないよう示されました。今回は、「賞味期限／消費期限に対する意識」「賞味期限の表示が延長されることに関する認知／評価」「賞味期限を過ぎた食品で食べられると思うもの／食べられないと思うもの」「賞味期限についての考え方や行動」について聴取しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250402syoumikigen>

■調査結果

- ✓ 賞味期限を「必ず守る」人は16.9%、消費期限は36.2%で、いずれも大半は「多少、期限が過ぎることはある」。
20代・30代は、消費期限を「必ず守る」が4割を占める。<図1>
- ✓ 賞味期限の表示が延長されることについて、「知らなかった」は57.3%。表示延長の認知に関わらず、「良いと思う」人は7割。<図2>
- ✓ 賞味期限が過ぎても食べられると思う食品のTOP3は、「スナック菓子」「冷凍食品」「インスタント食品」。食べられないと思う食品は、「牛乳」「卵」「ヨーグルト」。
「卵」「ヨーグルト」は、賞味期限を過ぎても食べられると思う人、食べられないと思う人に意見が分かれる。<図3>
- ✓ 食品を購入するときは「賞味期限を確認する」、賞味期限が切れていたときは「見た目を確認する」「においを確認する」が上位。
年代が高いほど、賞味期限を意識・確認しているが、60代では賞味期限が切れていても「食べることに抵抗がない」「一口食べて判断する」が他年代と比べ高め。<図4>

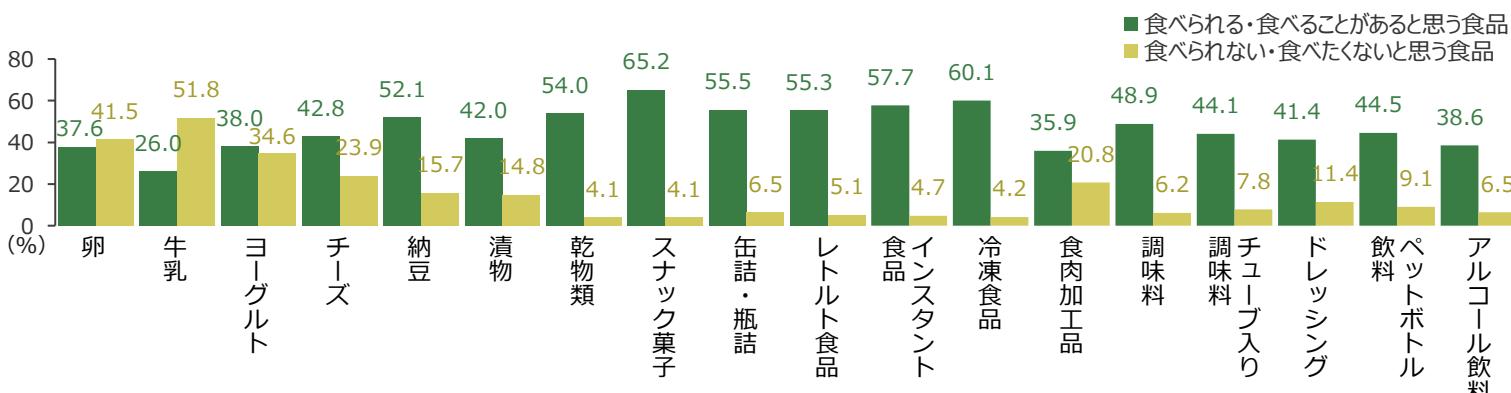
<図1> 賞味期限／消費期限に対する意識（単一回答）

n=	賞味期限 (おいしく食べられる期限)			消費期限 (安全に食べられる期限)		
	期限は必ず守る	多少、期限が過ぎることがある	期限は気にしない	期限は必ず守る	多少、期限が過ぎることがある	期限は気にしない
全体 (1,100)	16.9	62.5	20.5	36.2	49.1	14.7
20代 (220)	21.4	54.5	24.1	43.2	36.8	20.0
30代 (220)	18.2	63.6	18.2	41.4	43.2	15.5
40代 (220)	15.9	62.7	21.4	33.2	54.1	12.7
50代 (220)	14.1	67.3	18.6	31.4	55.5	13.2
60代 (220)	15.0	64.5	20.5 (%)	31.8	55.9	12.3 (%)

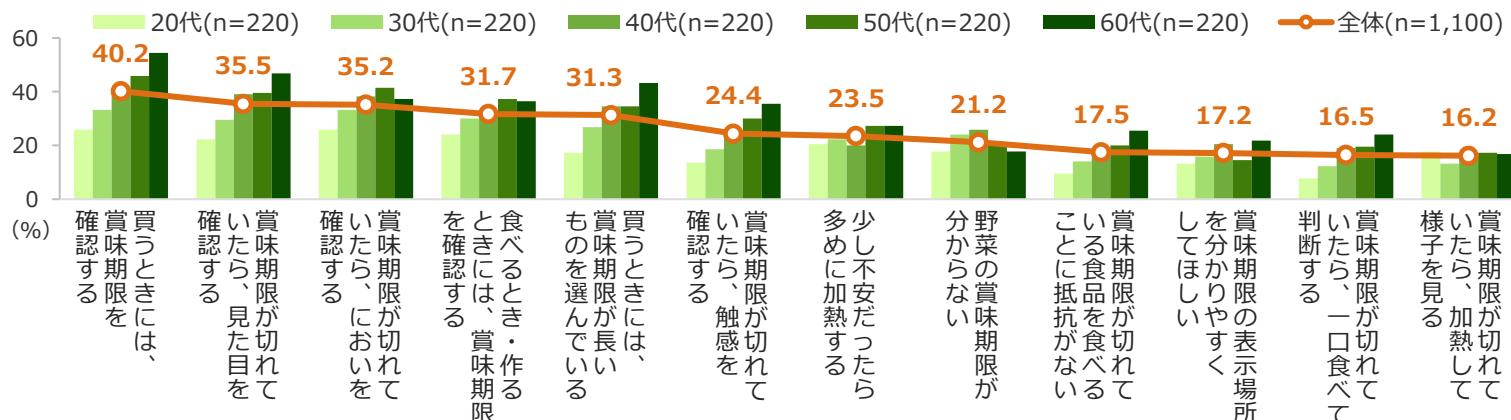
＜図2＞賞味期限の表示が延長されることに関する認知／評価（単一回答：n=1,100）



〈図3〉賞味期限を過ぎた食品で食べられると思うもの／食べられないと思うもの（複数回答：n=1,100）



＜図4＞賞味期限についての考え方や行動 TOP12 (複数回答: n=1,100)



■ 調查項目

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 属性設問 | <input type="checkbox"/> 賞味期限を過ぎてしまうと食べられないと思う食品 |
| <input type="checkbox"/> 賞味期限／消費期限に対する意識 | <input type="checkbox"/> 賞味期限を過ぎていても食べられると思う食品 |
| <input type="checkbox"/> 賞味期限の表示が延長されることに関する認知／評価 | <input type="checkbox"/> 賞味期限についての考え方や行動 |

◆クロス集計表のダウンロードは[こちらへ](https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250402syoumikigen) ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/trend-eye/20250402syoumikigen>

■ 調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ（クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用）
調査地域 : 全国47都道府県 調査期間 : 2025年3月28日（金）～30日（日）
調査対象 : 20～69歳の男女 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <http://www.cross-m.co.jp/>
所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
設立 : 2003年4月1日
代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当：マーケティング部 TEL：03-6859-1192 FAX：03-6859-2275

E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると……」