

# 食品ロス削減に関する意識調査結果概要

公益社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント・相談員協会

食生活特別委員会

## 1. 調査目的

2019年5月、「食品ロスの削減の推進に関する法律」が成立した。本法では、食品ロス削減に関して、行政や事業者の責務を明確にするとともに、消費者にも食品ロス削減を意識した自主的な取り組みが求められている。

食生活特別委員会では、消費者が食品ロス削減を意識し、日々の暮らしの中で実践していくための方策を探るため、消費者啓発や行政・事業者への提言に繋げるため、食品ロス削減に関する消費者意識のアンケート調査を実施した。

## 2. 調査概要

調査時期：2019（令和元）年6月～8月

調査対象：NACS会員及び一般消費者

回答者数：用紙 604名 WEB 627名 合計 1231名

調査方法：WEBアンケート調査、回答用紙配布によるアンケート調査

アンケート用紙：郵送、手渡し、留置アンケート記入方式（6月～8月9日）

WEB回答（調査期間 7月1日～31日）

調査項目：別紙参照

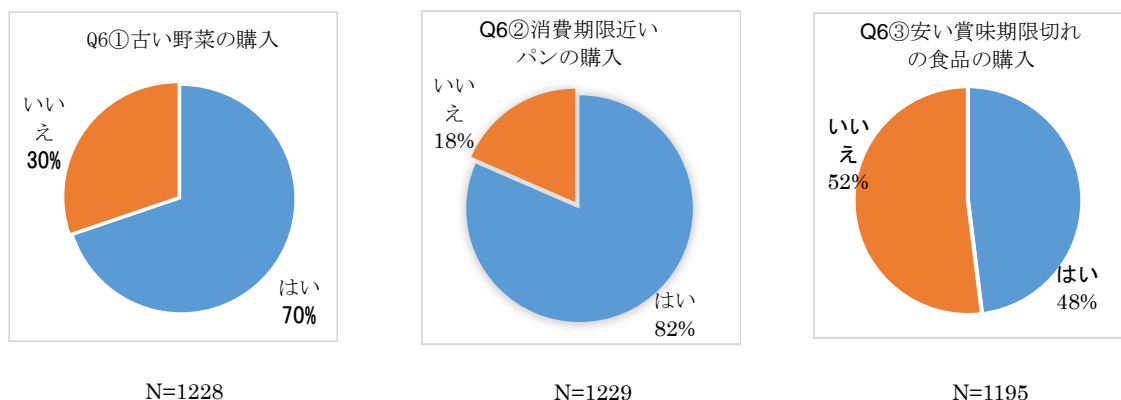
回答者の属性

- i. NACS会員と非会員の割合は、非会員が8割を超える。
- ii. 性別 男女比は、ほぼ半々であった。
- iii. 年代 最も多い年代は、50代32%、次に40代20%、60代17%と続く。30代、20代を合わせた若年層も、2割強となり、年代の偏りが少ない。
- iv. 家族数 2人家族が最も多く3割、続いて4人家族が2割5分、3人家族が2割強である
- v. 家族構成 最も多いのが、親と子ども世帯で、5割強であった。続いて、夫婦のみが3割弱、単身世帯が1割強である。
- vi. 就労状況 フルタイムとパートを合わせると、何らかの形で仕事をしている人が7割強である。学生からの回答が1割弱あった。

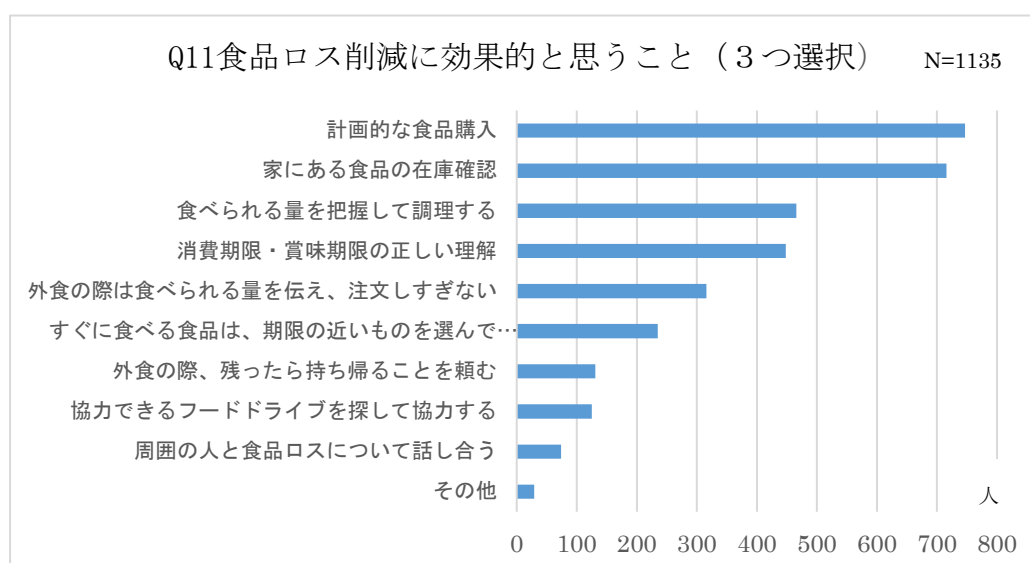
## 3. 結果のポイント

- i. 9割の人が食品ロスを意識し、食品を購入する時には在庫確認を行っているにもかかわらず、7割の人が「まだ（本来）食べられる食品を捨てたことがある」としている。
- ii. 捨てた理由で最も多かったのは、「消費期限切れ」で「はい」と回答した人の6割であった。2番目に多かったのが「食べ残し」である。3番目は「賞味期限切れ」で、「期限切れ」で捨てたことがある人が多い。
- iii. 「安くなった少し古い野菜」は7割、「安くなった消費期限の近いパン」は8割が購入すると回

答。「賞味期限切れの安い価格の食品」の購入については、5割強が「いいえ」と回答しているが、20代では「はい」という回答が6割で最も高い。購入しない理由として、食品の保管状況などに対する不安、期限切れを「販売」することに対する道義的な問題などが挙げられていた。



- iv. 外食時の食べ残しについて、「できるだけ食べるように努力する」が5割、「なんとかして食べきる」が2割で、多くの人々が、当たり前のように食べ残しをしているわけではないことが窺える。「持ち帰りたい」とする人が2割近くあったが、「その他」として、「持ち帰ることができるなら持ち帰る」といったコメントも散見された。
- v. 食品ロスの情報の入手先として、年代を問わず、最も多かったのは「テレビ」で4割強である。続いて、インターネット、新聞・雑誌の順に多い。「得ていない」という回答も1割弱あった。
- vi. 食べきれない贈答品をどうしているか尋ねたところ、「知人にお裾分け」という回答が8割強であった。フードドライブの利用はごくわずかである。フードドライブについての認知度は、「知らない」が4割強、「知っているが協力したことがない」とする人が半数であった。
- vii. 食品ロス削減のために効果的と思うことは、「食品の計画的な購入」が最も多く、回答者の7割弱が選択している。続いて「在庫確認」、「食べられる量を調理」、「消費期限及び賞味期限の正しい理解」が多かった。「期限の近いものから購入する」こと、いわゆる「前取り」を選択した人は回答者の2割に留まった。



以上