

## 第2回青少年意見募集事業結果

平成25年10月

意見受付期間：8月12日～9月2日  
意見提出者数：171名(回答率:64.3%)

1

### 第2回テーマ

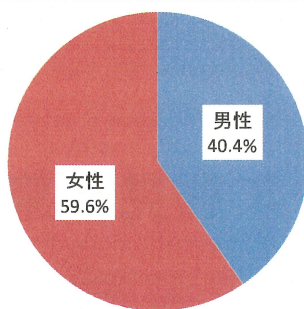
「食品ロス削減に向けた取組について」

(提案元:消費者庁)

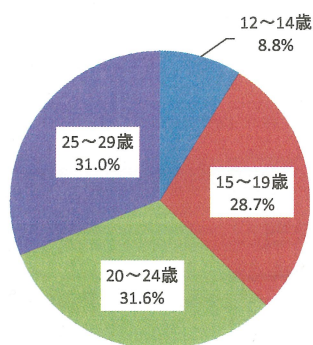
2

## 回答者の属性

【性別】男性が40.4%、女性が59.6%であった。



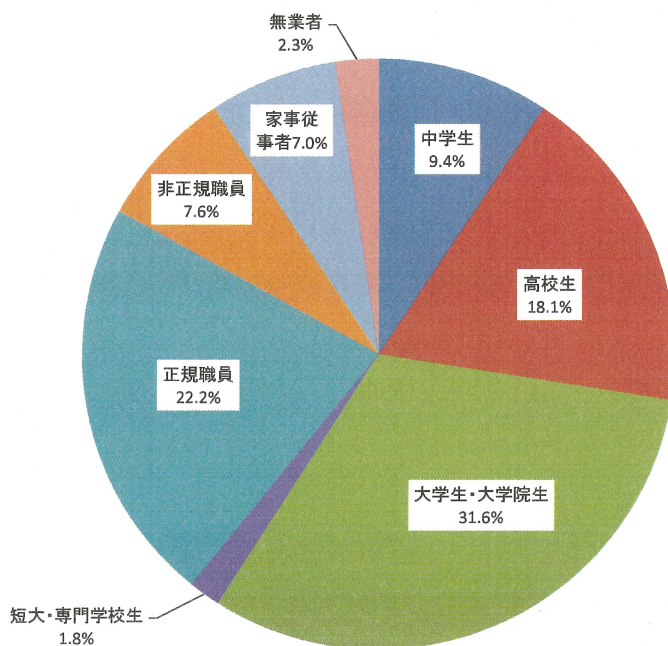
【年齢】12～14歳が8.8%、15～19歳が28.7%、20～24歳が31.6%、25～29歳が31.0%であった。



3

## 回答者の属性

【職業等】大学生・大学院生が31.6%、正規職員が22.2%、高校生が18.1%であった。



4

## 食品ロスの現状に関する認知度等について

### 【問1】

あなたは、「食品ロス」という言葉を知っていましたか。

### 【問2】

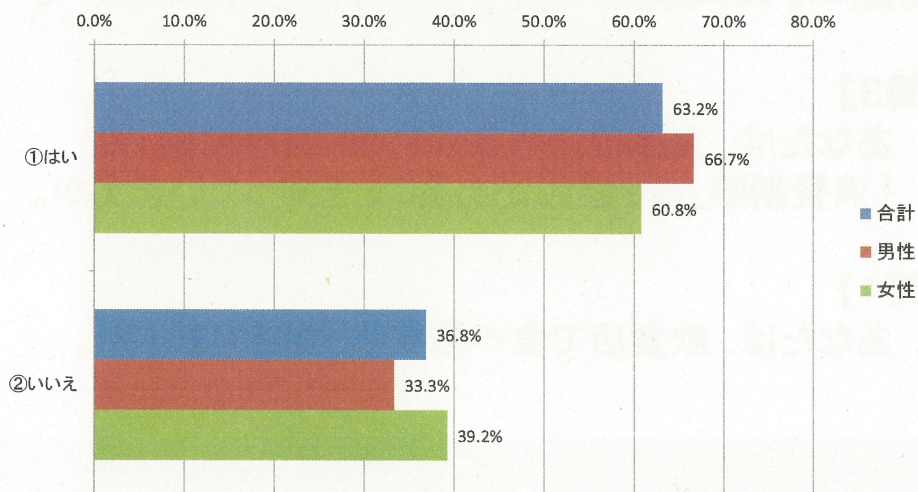
あなたは、購入した食品を食べないまま、捨ててしまうことがありますか。

5

## 問1 集計結果

「食品ロス」という言葉を知っていたか、について見ると「はい」が全体の63.2%と過半数を超え、「いいえ」が36.8%となった。

【あなたは、「食品ロス」という言葉を知っていましたか。】

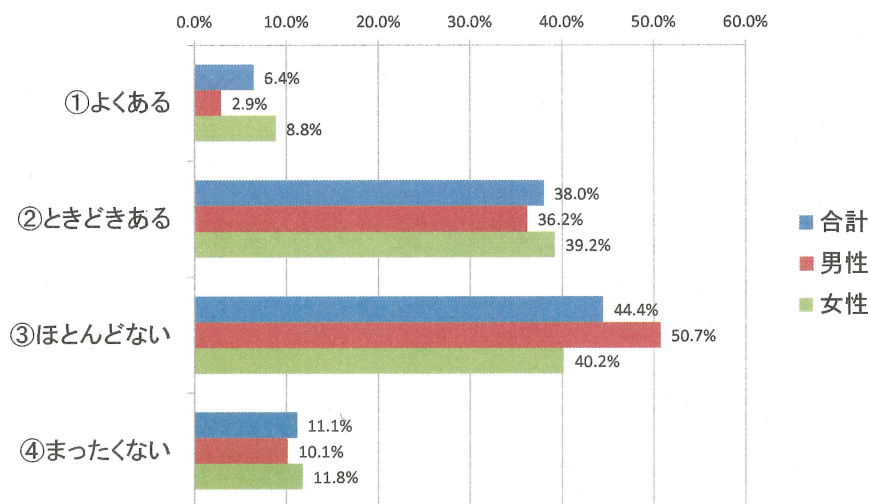


6

## 問2 集計結果

あなたは購入した食品を食べないまま、捨ててしまうことがありますか、について見てみると、「ほとんどない」が44.4%で最も多く、「ときどきある」が38.0%で続いた。また「まったくない」は11.1%、「よくある」は6.4%となった。

【あなたは、購入した食品を食べないまま、捨ててしまうことがありますか。】



7

## 食品ロスの現状に関する認知度等について

### 【問3】

あなたは、食品の期限表示には「賞味期限」と「消費期限」の2種類があることを知っていますか。

### 【問4】

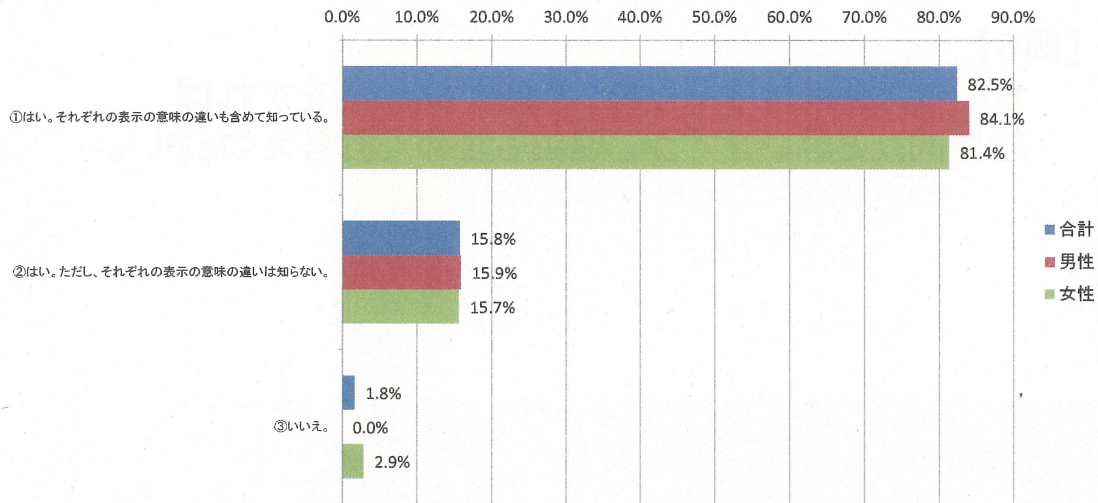
あなたは、飲食店で食べ残すことがありますか。

8

### 問3 集計結果

あなたは食品の期限表示には2種類あることを知っていますか、について見ると全体の82.5%が「はい。それぞれの意味も含めて知っている」と回答した。また、「はい。ただし、意味の違いは知らない」については15.8%、「いいえ」は1.8%となった。

【あなたは、食品の期限表示には「賞味期限」と「消費期限」の2種類があることを知っていますか。】

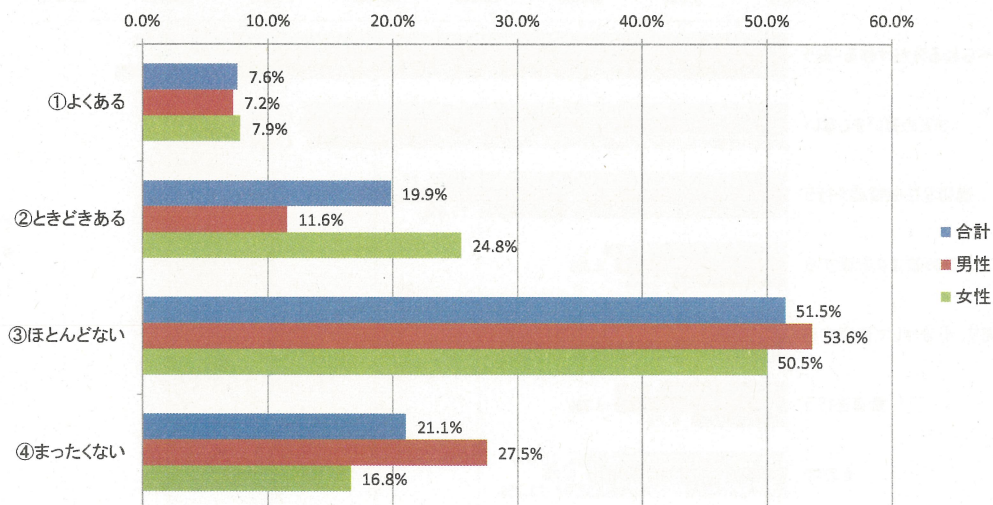


9

### 問4 集計結果

あなたは、飲食店で食べ残すことがありますか、について見ると、「ほとんどない」が全体の51.5%で最も多く、「まったくない」が21.1%で続いた。一方「ときどきある」は19.9%、「よくある」は7.6%となった。

【あなたは、飲食店で食べ残すことがありますか。】



10

### 【問5】

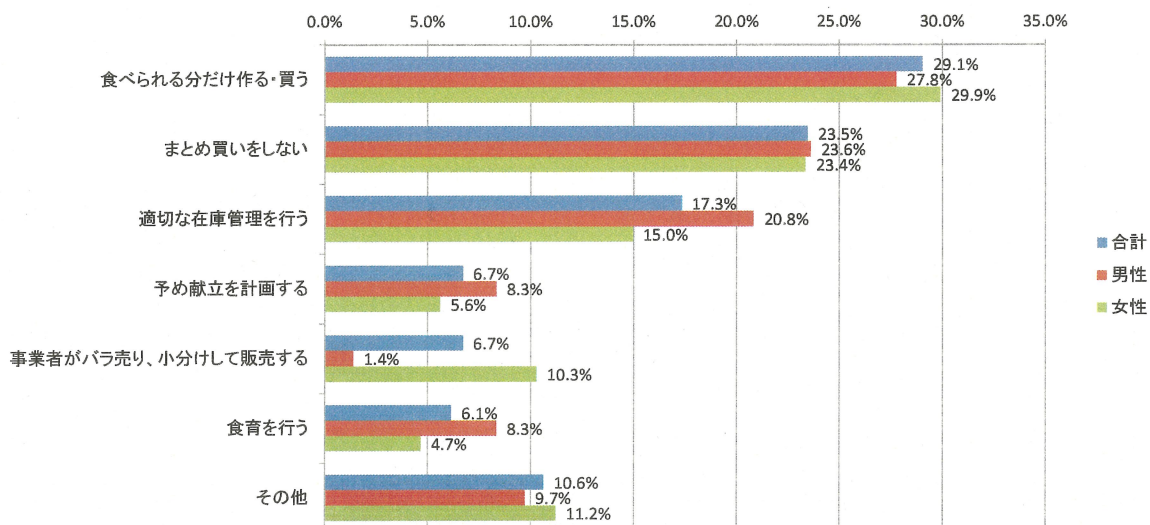
食品ロスを削減するため、どのようなことをすれば効果的だと思いますか。理由も含めてお答えください。

11

## 問5 集計結果

家庭における工夫に関しては「食べられる分だけ作る・買う」が29.1%と最も多く、「まとめ買いをしない」が23.5%と続いた。また、「適切な在庫管理を行う」が17.3%、「予め献立を計画する」が6.7%となった。

### 【家庭における工夫】

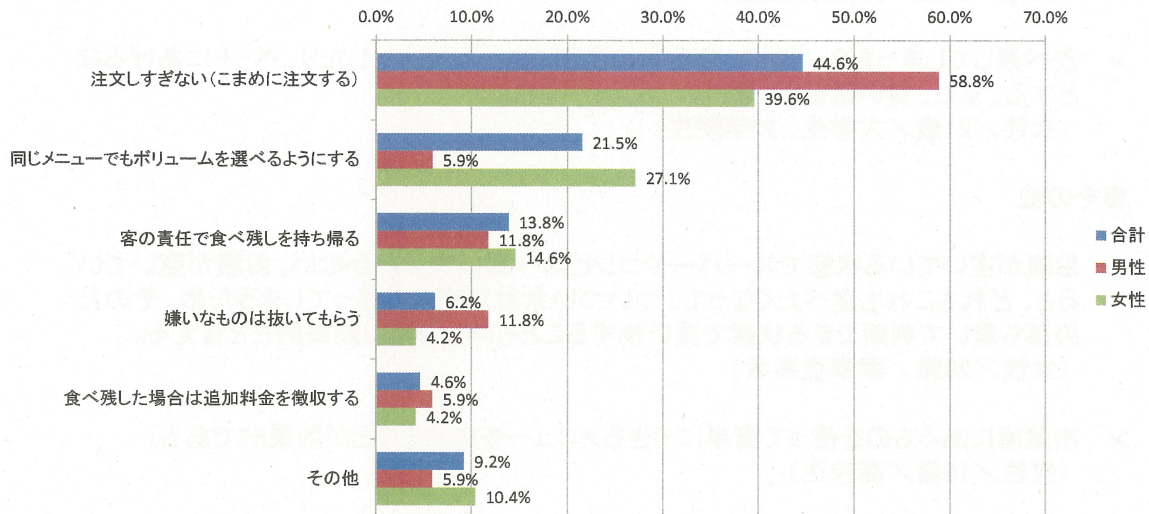


12

## 問5 集計結果

外食時における工夫に関しては「注文しすぎない」が44.6%と最も多く、「同じメニューでもボリュームを選べるようにする」が21.5%と続いた。また、「客の責任で食べ残しを持ち帰る」が13.8%、「嫌いなものは抜いてもらう」が6.2%となった。

### 【外食時における工夫】



13

## 提出された主な意見

### 【家庭における工夫】

#### ■食べられる分だけ作る、買う

- 一人暮らしのため、後で食べようと考え多くの材料を買って作りすぎてしまい、結果として腐らせてしまうことがある。適切な量を作ることと、適切な量を買うことを心がけている。(男性/22歳/大学生、大学院生)
- 買い物を計画的に行うことで、食品の無駄を削減することができる。特に量り売りなどを利用して必要な分だけ購入すれば、一人暮らしの世帯でも食品のロスを減らすことができると思う。(女性/15歳/高校生)

#### ■まとめ買いをしない

- まとめ買いをしない。お得だからと言って大容量のものを買わず、その時必要な分だけ入っているものを買う。(女性/28歳/家事従事者)
- 一度にまとめ買いをする事は、買ったことを忘れてしまうため慎むようにする。(女性/19歳/大学生、大学院生)

14

## 提出された主な意見

### ■適切な在庫管理を行う

- 賞味期限が切れてしまった食品を捨てるが多いため、冷蔵庫の中を常にチェックする。賞味期限が近いものを把握しておくことが重要である。  
(女性/25歳/非正規職員)
- 食べ残してしまったら、また次の食事のときに食べる努力をしたり、ペットにあげるなどする。また、買い置きをしない。  
(女性/21歳/大学生、大学院生)

### ■その他

- お腹が空いている状態でスーパーやコンビニへ買い物に行かない。お腹が空いていると、どれもこれも食べたくなって、ついつい余計な物まで買ってしまうため。そのため落ち着いて判断できる状態で買い物することもロス削減に効果的だと言える。  
(女性/29歳/家事従事者)
- 冷蔵庫にあるものを使って簡単にできるメニューを広めることが効果的である。  
(男性/16歳/高校生)

15

## 提出された主な意見

### 【外食時における工夫】

#### ■注文しすぎない

- 食品を購入する際や料理を注文する際に、適度な量を考えることが最も重要であり、効果的である。(男性/26歳/正規職員)
- 外食時には自分の限界を把握し、注文形式の場合は食べきれそうなものを注文し、バイキング形式の場合は食べられる分のみ皿に入れる。  
(女性/20歳/大学生、大学院生)

#### ■同じメニューでもボリュームを選べるようにする

- 外食時に量が多そうだと感じたら、前もって注文の時に量を減らしてもらう。  
(女性/14歳/中学生)
- 外食は単品で頼んでもやや量が多い時がある。なので飲食店にはキッズ用と大人用の間のサイズを用意して欲しい。特に女性は食べきるのに苦労している人が多い。  
(女性/22歳/正規職員)

16



## 提出された主な意見

### ■客の責任で食べ残しを持ち帰る

- 外食した際に持ち帰れるようにする。アメリカでは食べ残しは持ち帰れることが多いが、日本ではあまり普及していない。(女性/28歳/正規職員)
- ドギーバックを使用できるお店を増やしたり、その周知徹底をする。食べきれない人も出てくるため持ち帰れるようにしたほうが良い。(男性/24歳/正規職員)
- 食中毒の恐れがないものについては持ち帰りができるようにする。資源の無駄にならないよう、容器は自宅から持ってくるようにする。  
(女性/20歳/大学生、大学院生)

### ■その他

- 手間と時間は多少かかってしまうが、ご飯のみを自分で調節して盛る制度にする。  
(女性/18歳/高校生)
- 自分の食べたい量と質で選ぶ。お店の広告に惑わされない信念を持つ。  
(女性/29歳/非正規職員)

17

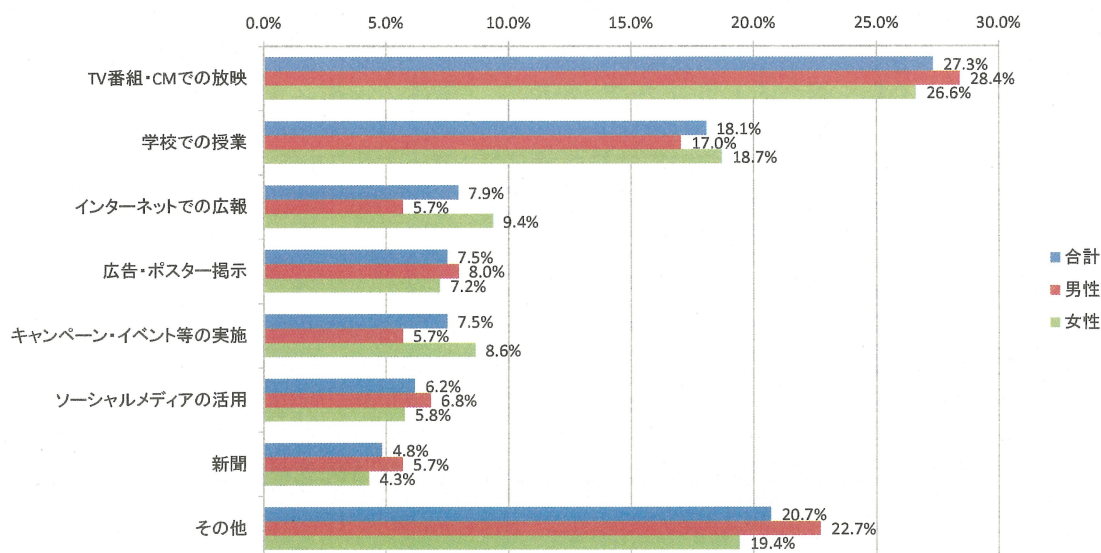
### 【問6】

食品ロスの削減に向けた取組を全国に普及させていくためには、どのような方法が効果的だと思いますか。理由も含めてお答えください。

18

## 問6 集計結果

「TV番組・CMで放映する」が27.3%と最も多く、「学校で授業を行う」が18.1%と続いた。次いで「インターネットでの広報」が7.9%、「広告・ポスター掲示」が7.5%となった。



19

## 提出された主な意見

### ■TV番組・CMでの放映

- ▶ テレビのコマーシャルや番組などを通して、食品ロスについて取り上げる。どれくらいの金額がムダになっているか、具体的にわかると削減しようという気持ちになる。  
(男性／21歳／大学生、大学院生)
- ▶ テレビで食品ロスに関する特集を行う。テレビだったらインターネットよりも沢山の世代が見るし、インターネットだと興味があることや必要な情報しか見ないため、もし食品ロスの事を知らなければあまり目に入らないだろうから。  
(女性／13歳／中学生)

### ■学校での授業

- ▶ 「食育」の中で普及に努める。学校教育の過程で早いうちから食品ロスの問題を知り、削減に努める雰囲気を作っていくことが重要ではないか。  
(男性／22歳／大学生、大学院生)
- ▶ 学校での授業はとても良い。ゴミを回収した後、そのゴミはどのように処理されているかも一緒に教えるべきである。(男性／27歳／正規職員)
- ▶ 学校での出前授業。一人が食品ロスをした場合、全体でどれだけの量になるのかが認識できる。もったいないという気持ちの大切さが分かる。(女性／25歳／正規職員)

20

## 提出された主な意見

### ■インターネットでの広報

- 食品ロステーマとしたインターネットサイトを開設し、それを開設したことをテレビコマーシャルやインターネットのパナー広告、インターネットサイトのニュース記事などを通して宣伝する。そうすれば大部分のインターネット世代の若者には普及するだろう。(女性/27歳/家事従事者)
- インターネットのパナー広告。暇つぶしになんとなくインターネットをする人が多いので頭に残ると思う。小さい枠の中でインパクトのあるキャッチコピーと効果的な配色を用いれば、きっとみんなクリックしたくなるはず。(女性/28歳/家事従事者)

### ■広告・ポスター掲示

- スーパーや飲食店にポスターを張って、食品ロスの削減をアピールする。まず食品ロスという言葉が沢山の人の知ってもらうことが大事な一歩である。(男性/15歳/高校生)
- 電車の中の広告。意外と自分の目にも入ってくるため。(女性/17歳/高校生)

21

## 提出された主な意見

### ■その他

- 食品ロスの可視化が必要。ある店舗につきどれだけの食品ロスがあるのかを可視化することによって、企業と消費者に気づきを与え、食品ロスの削減に向けた取組を全国に普及させていくことができる。(女性/23歳/家事従事者)
- 子供の教育だけでなく大人向けにも食品ロスについて学べる料理教室のようなイベントがあれば、裾野の広い普及活動になるのではないか。(女性/25歳/正規職員)
- 経営者側が常に売上と在庫の確認をし、在庫が多数残っている場合は、早めに安売りなどをする。この権限を店長に与え、食品ロスの削減に成功した店長を昇進、昇給させるなどの対応を取る。(女性/18歳/大学生、大学院生)
- スーパー等も積極的に地域のフードバンクに加盟し、必要な人に行き渡るような仕組みを作る。商売と社会貢献の狭間において、どれくらいのバランスで拠出するかを決める事は容易ではないだろうが、お店と地域や社会福祉協議会などが一体となって決定していく必要がある。(女性/29歳/家事従事者)
- カッコいい俳優、可愛いアイドルなどがTV番組で話したりブログで「こんなことを実践しています」等を書けば、多くの人が真似をするはず。(女性/16歳/高校生)

22