令和３年度
流通店舗をフィールドにした消費者向け
食品ロス削減啓発モデル事業報告書

令和４年６月

消費者庁新未来創造戦略本部

内容

第１章 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業..... － 2 －
１ 事業目的 ..... － 2 －
２ 背景 ..... － 2 －
３ 本事業に至る経緯..... － 3 －
第２章 本事業内容 ..... － 5 －
第３章 アンケート結果と考察..... － 8 －
１ 「アンケートモニター向け」アンケ―トの集計結果..... － 8 －
２「店舗責任者向け」アンケートの集計結果..... － 13 －
別添資料１ ..... － 17 －
別添資料２ ..... － 21 －
別添資料３ ..... － 24 －
別添資料４ ..... － 28 －

第１章 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業

１ 事業目的

令和2年度における流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業では、徳島県内の流通店舗 20 店舗の協力により、消費者の意識と行動の変化を事前及び事後のアンケート調査によって啓発活動の効果を検証した。検証の結果、啓発物を設置し、設置場所の違いによって啓発物を見て内容も読んだ割合（以下「視認率」という。）に差が生じることが分かり、効果的な啓発活動を行うためには、視認率に期待が持て、啓発物を協力店舗の設備に簡単かつ一定期間設置できる啓発活動が有効であると推定された。

そこで、視認率に一定の効果があると考えられるサッカー台（商品を袋に詰める台）の天板上に設置可能なデスクマット型ポスターを作製するとともに、実施エリアを中四国地方に広げ、啓発活動に係る設置効果を検証すること（以下「本事業」という。）で、全国を対象にした流通店舗における消費者向け食品ロス削減啓発モデルの提案につなげることを目的とする。

２ 背景

世界全体では、人の消費のために生産された食料のおよそ3分の1に当たる年間約 13 億トン [1]の食料が廃棄されている一方で、約 7.7 億人が飢えや栄養不良状態であり、5歳未満の発育阻害は約 1.5 億人 [2]にのぼり、必要な人に必要な食料が届いていないという大きな格差と不均衡が生じている。また、世界の人口は 2019 年の約 77 億人から 2050 年には約 97 億人まで急増する見込み [3]であり、食料に関しては、将来の食料資源の確保・有効利用・廃棄量削減・需給バランス・フードサプライチェーン・インフラ整備の必要性・温室効果ガス排出量削減等の重要な課題を抱えている。

我が国においても、生産・製造・流通・販売・消費の各段階で年間 570 万トン（事業系：約 309 万トン、家庭系：約 261 万トン）[4]の食品ロスが発生している一方で、子供の貧困は、7人に1人 [5]と依然として高水準になっている。また、食料供給を海外に大きく依存（カロリーベース自給率 37%）[6]し、廃棄物の処理に多額の費用（年間約 2.1 兆円）[7]を支出し、食料の家計負担も大きく（消費支出の4分の1以上）[8]なっており、将来の食料問題、環境問題、経済的側面からも多くの課題を抱えている。

食品ロスの削減については、平成 27 年9月に国際連合で採択された「持続可能な開発のための 2030 アジェンダ」で定められている「持続可能な開発目標」（SDGs）のターゲットの一つに、2030 年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食品ロスを半減させることが盛り込まれるな

---

[1] 国連食糧農業機関（FAO）「世界の食料ロスと食料廃棄（2011 年）」
[2] 国連食糧農業機関（FAO）「The State of Food Security and Nutrition in The World（2021）」
[3] 国連「World Population Prospects The 2019」
[4] 環境省・農林水産省「食品ロス量 令和元年度推計」
[5] 厚生労働省「2019 年 国民生活基礎調査」
[6] 農林水産省「食料需給表（令和２年度）」
[7] 環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況等について（令和元年度）」
[8] 総務省「家計調査（2020 年）」

ど、国際的な食品ロス削減の機運が高まっている。

我が国においても、食品ロス削減の取組を「国民運動」として推進するため、令和元年 10 月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」（食品ロス削減推進法）（令和元年法律第 19 号）が施行され、令和2年3月には、「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」が閣議決定されている。この他にも、関連する各種法律として、令和元年 7 月に公表した「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」（食品リサイクル法）（平成 12 年法律第 116 号）の基本方針において、食品関連事業者から発生する事業系食品ロスを、2000 年度比で 2030 年度までに半減させる目標や、一般家庭から発生する家庭系食品ロスについても、「第四次循環型社会形成推進基本計画」（平成 30 年6月閣議決定）において同様の目標が設定されるなど、行政、事業者、消費者等が連携した取組を推進している。

３ 本事業に至る経緯

消費者庁新未来創造戦略本部（旧消費者行政新未来創造オフィス）では、平成 29 年度に家庭で発生する食品ロスを消費者自らが計量し記録する等の調査を実施した結果、家庭から出る食品ロスの量が減り、更に座学を加えて学習機会を増やしたところ、一層その効果がみられた。また、家庭における食品ロス削減の取組として、冷蔵庫等の食材の整理整頓、買物の仕方を見直し、食材の再利用及び保存の工夫による「もったいない」の意識付けがポイントになることを把握した。

上述の調査により把握した家庭における食品ロス削減に関する「実践しやすく効果がある取組」について、消費者に対し浸透を図るため、令和2年度には、流通店舗において簡易に実践できる消費者向けの啓発活動を試行する食品ロス削減啓発モデル事業に取り組んだ。そこで、幅広い年齢層の消費者が日々買物に訪れ、日常的に食品に触れる場所である流通店舗において、食品ロス削減に関する消費者向けの啓発活動の場として有効であるという仮説のもと、スーパーマーケットの店舗を実施場所として実証事業に取り組んだ。具体的には、徳島県内の流通店舗 20 店舗に啓発物（4ページ【参考：令和2年度啓発物（ポスター・POP・ラベル）】）を1か月間設置し、アンケート調査による啓発物設置の効果検証を行った。その結果、「流通店舗における消費者向け啓発活動の有効性」、「テレビ等のメディアと合わせた啓発の重要性」、「店舗における啓発物の設置場所の違いによる視認率の格差」が明らかとなった。これにより、流通店舗における啓発活動については、従来の掲示型ではなく、サッカー台の天板上への設置による啓発が効果的ではないかという結論に至った。

【参考：令和２年度啓発物（ポスター・ＰＯＰ・ラベル）】

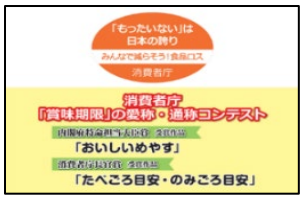
●Ａ２ポスター２種類

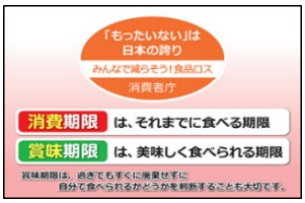
●店舗入口付近に設置

●サッカー台天板上に設置

●サッカー台付近に設置

●Ｂ５ＰＯＰ





●売場に設置

●惣菜値引き商品に張り付けた啓発ラベル

第２章 本事業内容

1、事前準備	令和3年8月後半頃から準備を始めたが、新型コロナウイルス感染症の流行により、実施想定企業の本部との対面交渉は難しい状況であった為、四国地方4県及び一部の中国地方のチェーン本部に電話とメールで内容を説明し協力依頼を行った。 協力いただける企業の本部窓口の方にメール及び電話にて詳細説明を行い、各店舗のサッカー台の天板上にデスクマット型ポスター（1店舗当たり6～18 枚を目安）を設置することと併せて、サッカー台への設置写真の送信（1チェーン2店舗分を目安）、「アンケートモニター向け」及び「店舗責任者向け」アンケート調査への協力を依頼した。
2、実施期間	令和3年 10 月 31 日～令和4年1月 31 日
3、実施場所	中四国地方の流通 12 チェーン 258 店舗で実施。
4、啓発方法	実施店舗のサッカー台にデスクマット型ポスターを設置。 店舗規模によってサッカー台数に差があるため実施チェーン本部と相談し、各実施店舗の設置枚数を取り決めた。
5、啓発物	デスクマット型のポスター A3サイズ（タテ 297 ㎜×ヨコ 420 ㎜） 材質・厚み：再生 PET 0.4 ㎜厚 印刷・仕様：UV オフセット4色＋白印刷、裏面滑り止めニス印刷、保護フィルム付き、トムソン加工、6枚で1セット梱包 作製枚数：2,500 枚

6、啓発内容	・食品ロス　約半分は家庭から ・食品ロス削減3か条 「買物前には家にある食材を確認」 「使い切れる分だけ買う」 「食べられる分だけ調理」 ・消費者庁ホームページにリンクする QR コード
7、啓発物の設置	①令和3年 10 月 23 日～24 日着で実施チェーン本部へ送付。 ②到着後、各チェーン本部より実施店舗に転送。 令和3年 10 月 25 日～29 日に各店舗にて設置完了するよう依頼。 デスクマット型ポスターを送付する際に、デスクマット型ポスターの設置に関する仕様書を梱包し、取扱い方法を店舗の担当者が理解しやすくする工夫も行った。 ③令和3年 10 月 30 日（食品ロス削減の日）までに設置完了。 徳島県の 22 店舗は消費者庁職員が店舗を巡回し、状況確認を含めて設置した。 （設置例） アイランド型 サッカー台 （設置例） 机タイプ サッカー台

8、アンケート 内　容 対 象 者 実施期間 回収数・率	①「アンケートモニター向け」アンケート調査票 ・対象者：期間中に実施店舗で買物をすることが想定される 従業員・世帯を別にする家族親戚、友人、知人 59 店舗×30 名/店舗＝1,770 名 ・アンケート回答者数：1,594 名／回収率 90.1% ※有効回答者：1,594 名 ②「店舗責任者向け」アンケート調査票 ・対象者：各企業の店舗責任者等（店長、副店長、サービスカウンター等でサッカー台をよく見られている方） 59 店舗×1名/店舗＝59 名 ・アンケート回答者数：55 名／回収率 93.2% ※有効回答者：55 名 ③アンケート送付日 令和3年 12 月 18 日頃　実施チェーン各本部へアンケート用紙を送付した。（各店舗別に封筒に入れ、返信用封筒を同封） 令和3年 12 月9日～17 日の期間中に消費者庁新未来創造戦略本部職員が実施チェーン本部の窓口の方を訪問し、状況確認とアンケート実施依頼内容を確認した。 ④アンケート配布期間 令和4年1月3日～16 日を目途に各店舗にて配布し実施した。 ⑤アンケート回収期間 令和4年1月 19 日～24 日を目途に各実施チェーン本部にて集約後、消費者庁新未来創造戦略本部宛に返送を依頼した。 アンケート調査票は、記入後にアンケートモニター自身で封緘（ふうかん）し、回答内容が見えない状態で提出され、店舗代表者が取りまとめてから各企業の本部において集約する方法をとった。 徳島県内 22 店舗は、消費者庁新未来創造戦略本部職員が状況確認及び現場の方への聞き取り調査も兼ねて店舗を巡回し回収した。

第３章 アンケート結果と考察

有効回答者による回答の分析結果と考察を記載する。なお、以下のグラフは、無回答には不正回答を含むものとし、グラフ中に記載の％を示す数字は、小数点第1位を四捨五入して表記した。

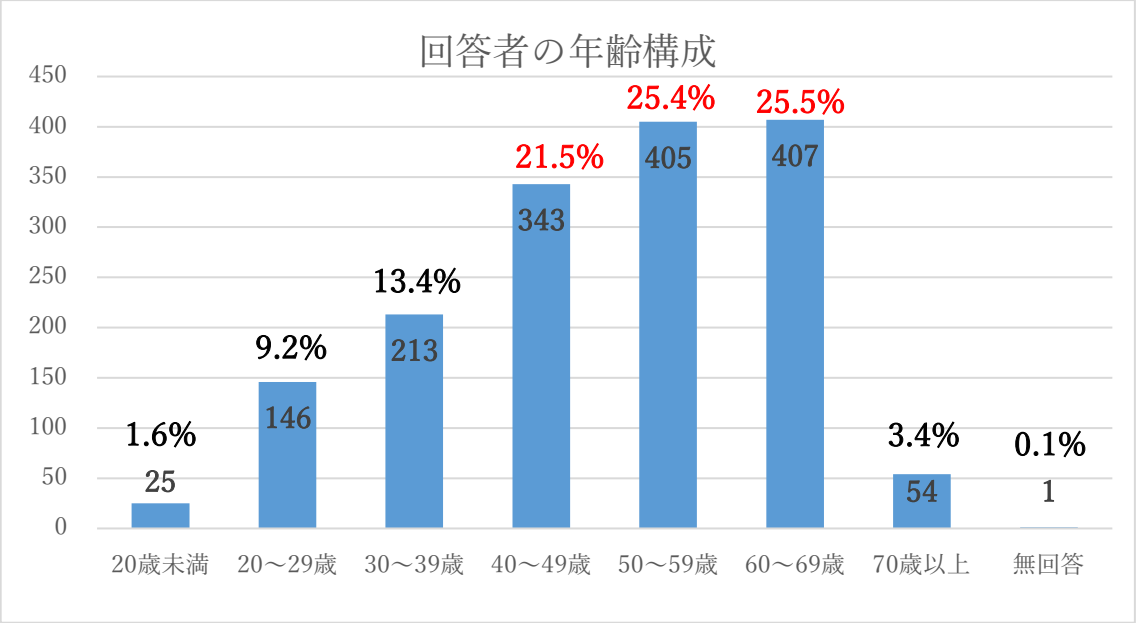
１ 「アンケートモニター向け」アンケートの集計結果

回答者（ご自身）の属性等について

（1）あなたの年齢（令和4年1月１日現在）を選択してください。（1つに○）

アンケート回答者の年齢は、40 歳～60 歳台で約 72％を占めている。

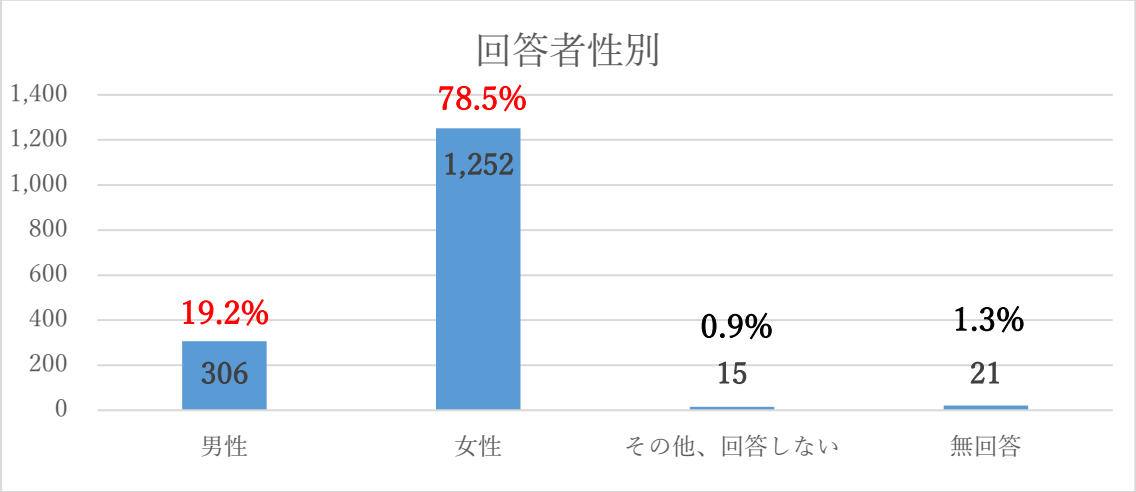
n=1,594



（2）性別を選択してください。（1つに○）

女性が約8割、男性が約2割の構成であった。

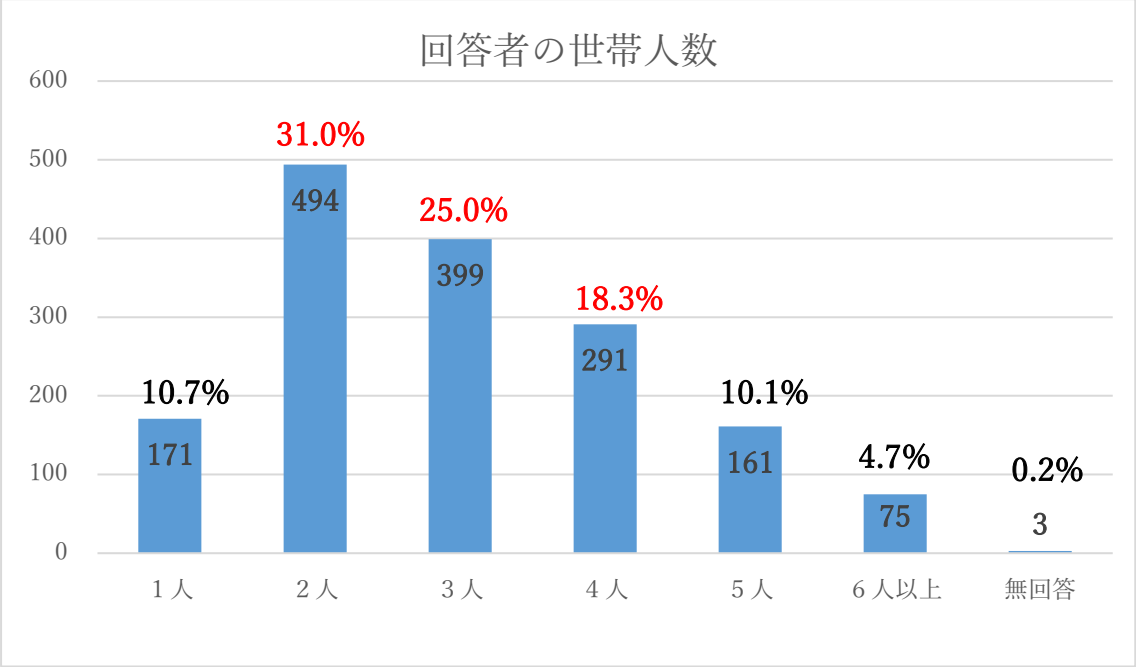
n=1,594



(3)あなたを含む同居している家族の人数を選択してください。(1つに○)

2人世帯、3人世帯、4人世帯で約 74%であった。

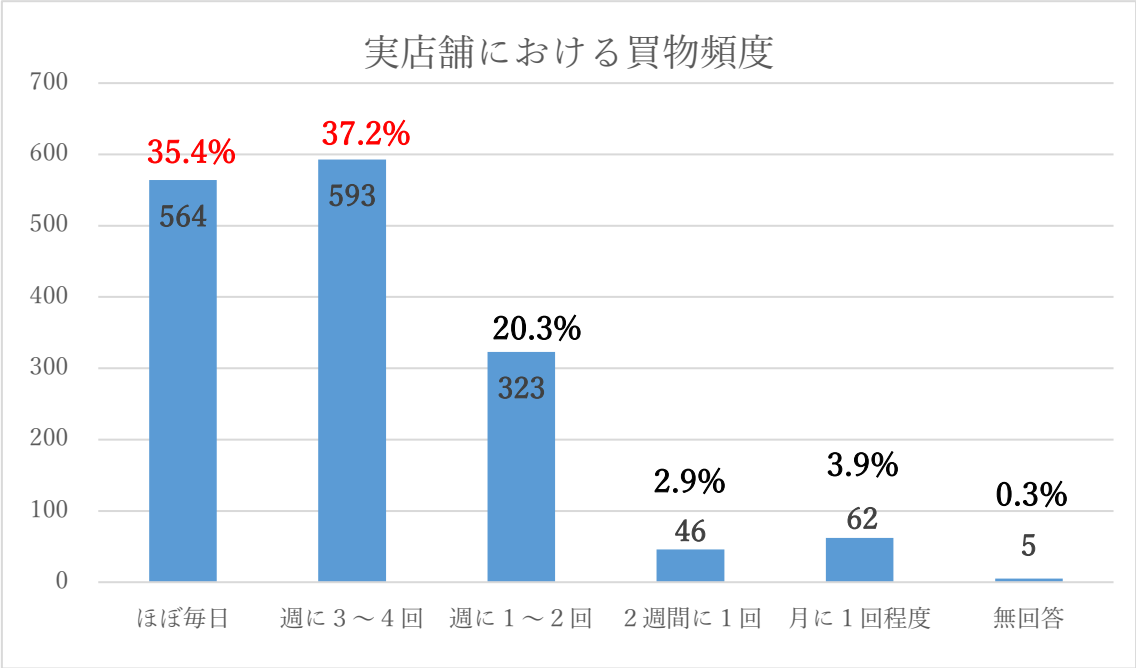
n=1,594



(4)デスクマット型ポスターを設置していたお店では、どのくらいの頻度でお買い物をされていますか。(1つに○)

週に3～4回、ほぼ毎日を合わせると約 73%であった。

n=1,594

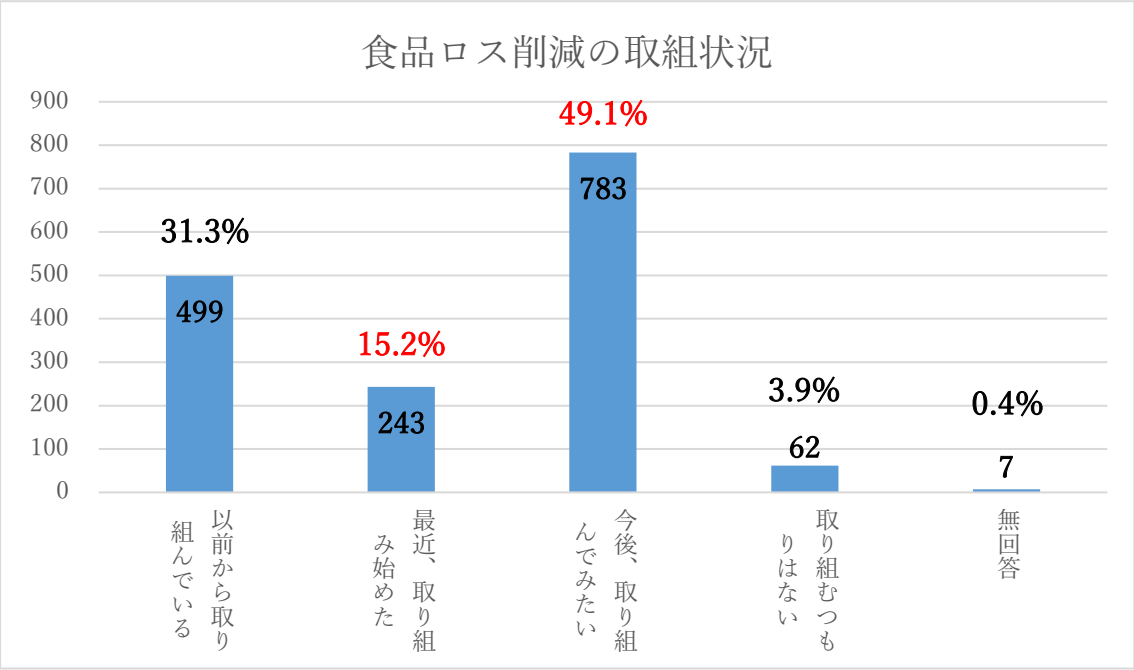


啓発活動に関するアンケート

(1)食品ロス削減のために、あなたは何か取り組んでみようと思いますか。

「今後、取り組んでみたい」「最近、取り組み始めた」回答者が約 64%であり、取組意欲は向上しているようである。

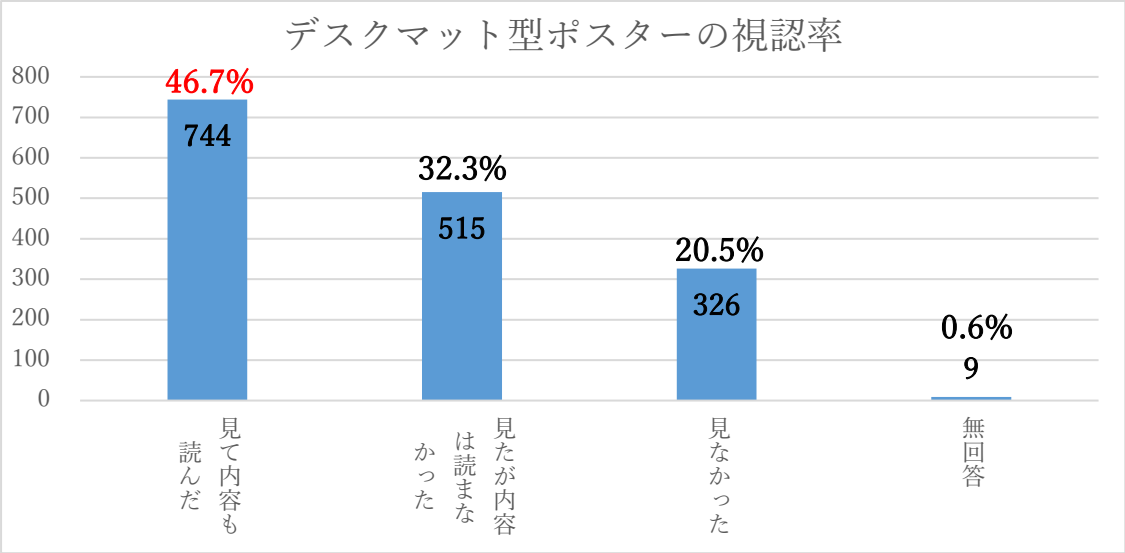
n=1,594



(2)あなたは、店舗内のサッカー台に設置したデスクマット型ポスターを見ましたか。

「見て内容も読んだ」(視認率)は約 47%であり、サッカー台の天板上への設置の視認率効果は高いと考えられる。なお、条件は少し異なるものの、令和2年度事業におけるサッカー台天板上のポスター視認率 35%より高い結果となった。

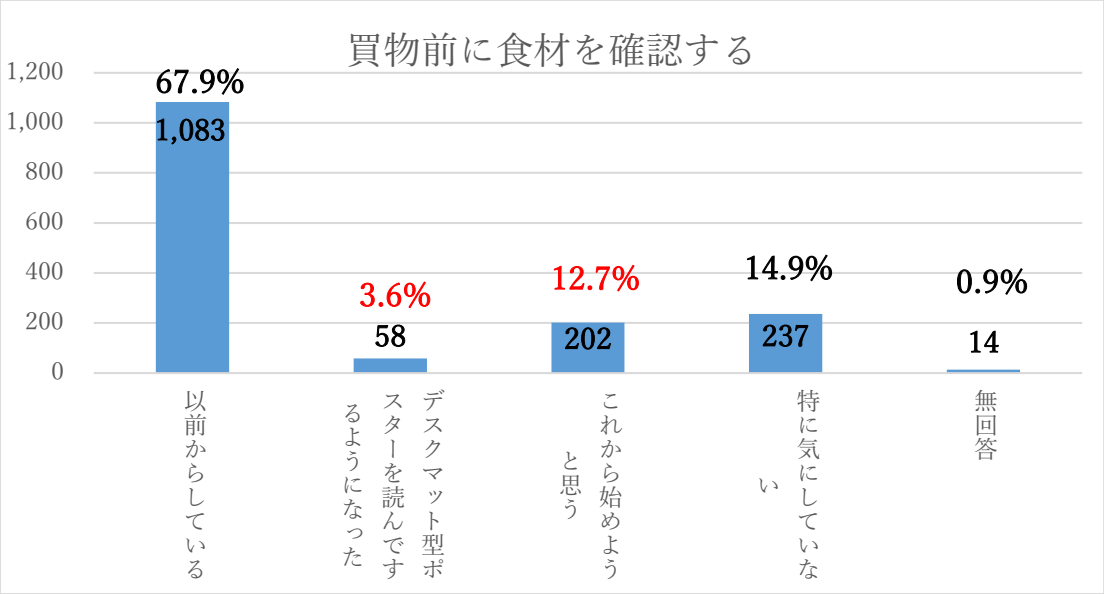
n=1,594



(3)あなたは、買物前に家にある食材を確認していますか。

「これから始めようと思う」「デスクマット型ポスターを読んでするようになった」回答者が約 16%であり、啓発活動の効果と捉えている。

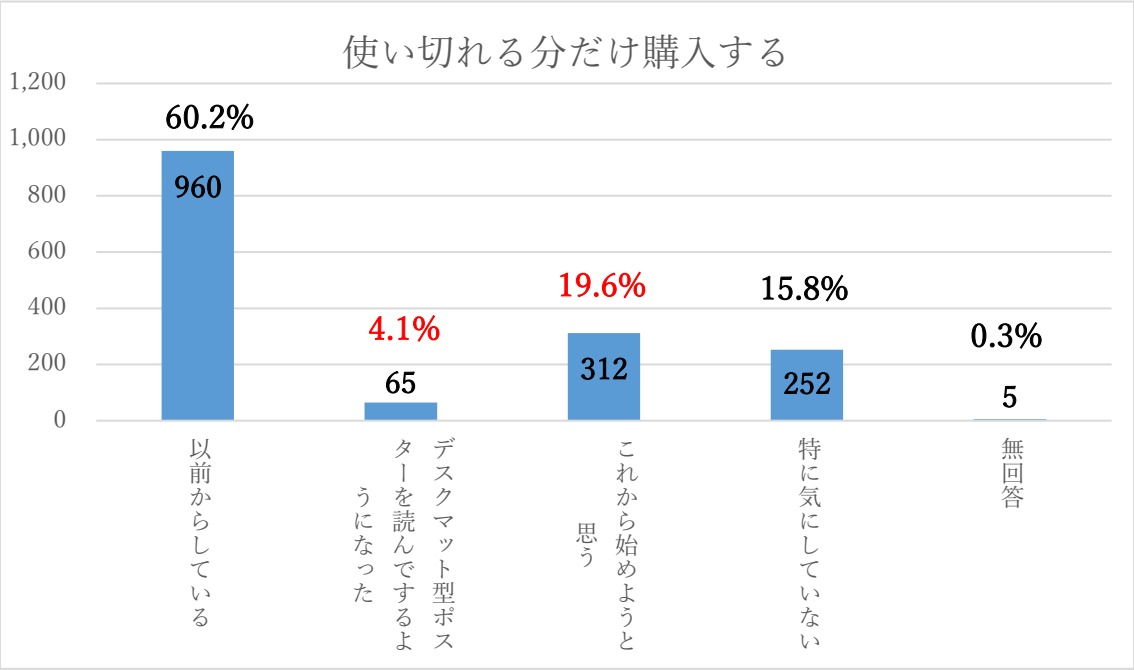
n＝1,594



(4)あなたは、食品・食材を使い切れる分だけ購入していますか。

「これから始めようと思う」「デスクマット型ポスターを読んでするようになった」回答者が約 24%であり啓発活動の効果と捉えている。

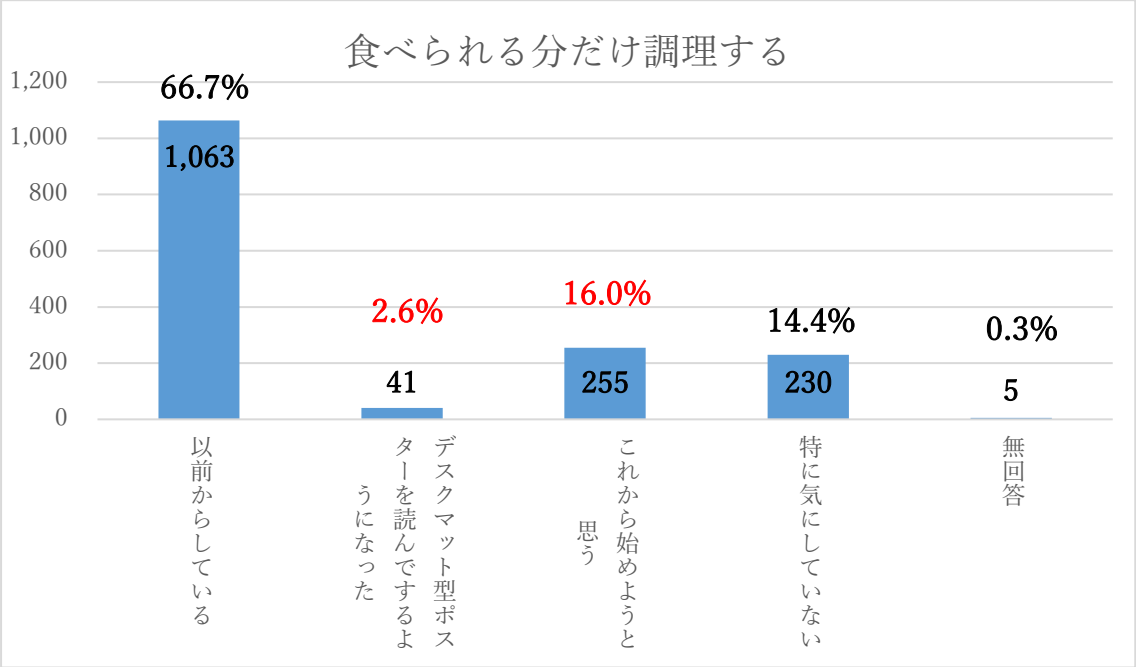
n＝1,594



(5)あなたは、食べられる分だけ調理していますか。

「これから始めようと思う」「デスクマット型ポスターを読んでするようになった」回答者は約 19%であり啓発活動の効果と捉えている。

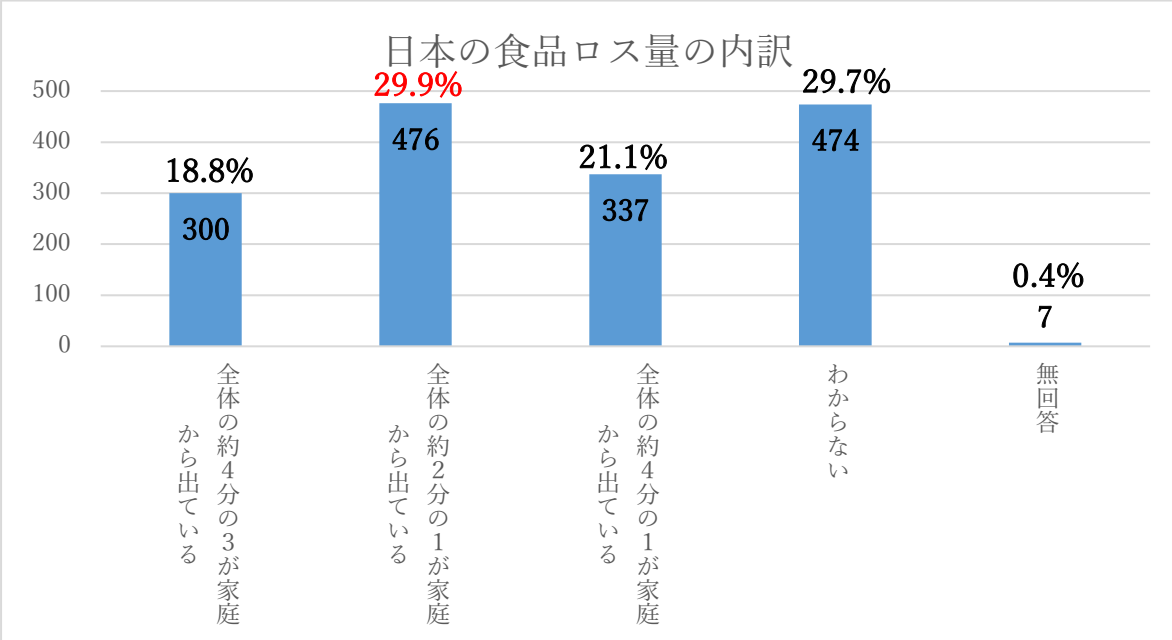
n＝1,594



(6) 日本の食品ロス量の内訳について正しいと思うものに〇を付けてください。

(2)で「見て内容を読んだ」回答者が約 47%であったが、正解率(日本の食品ロスの約半分が家庭から出ている)は約 30%であり、消費者の認識度はまだ低いと思われる。

n＝1,594

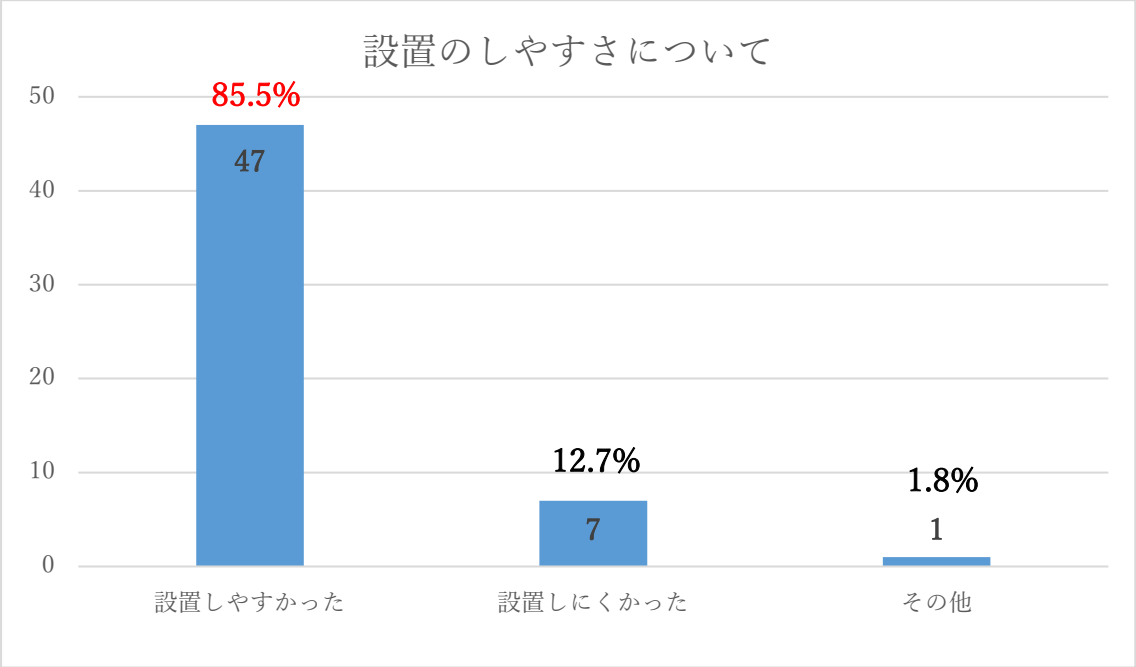


２「店舗責任者向け」アンケートの集計結果

(1) デスクマット型ポスターは設置しやすかったですか。

「設置しやすかった」とする回答が約 86%であり問題はないと思われる。

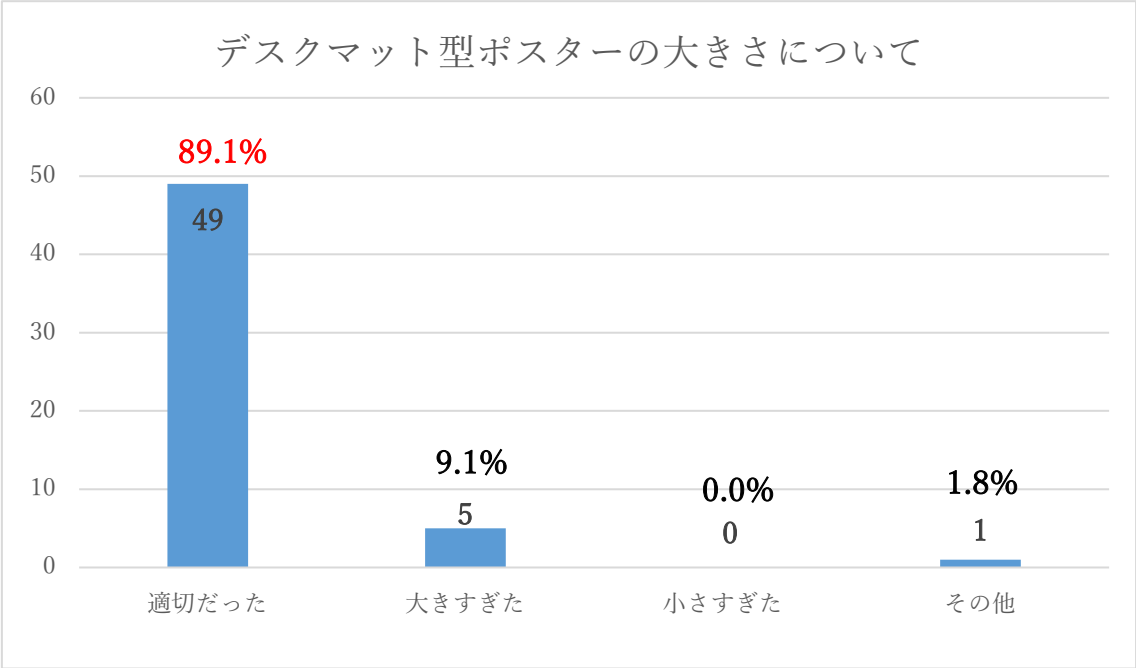
n＝55



(2) デスクマット型ポスターの大きさは適切でしたか。

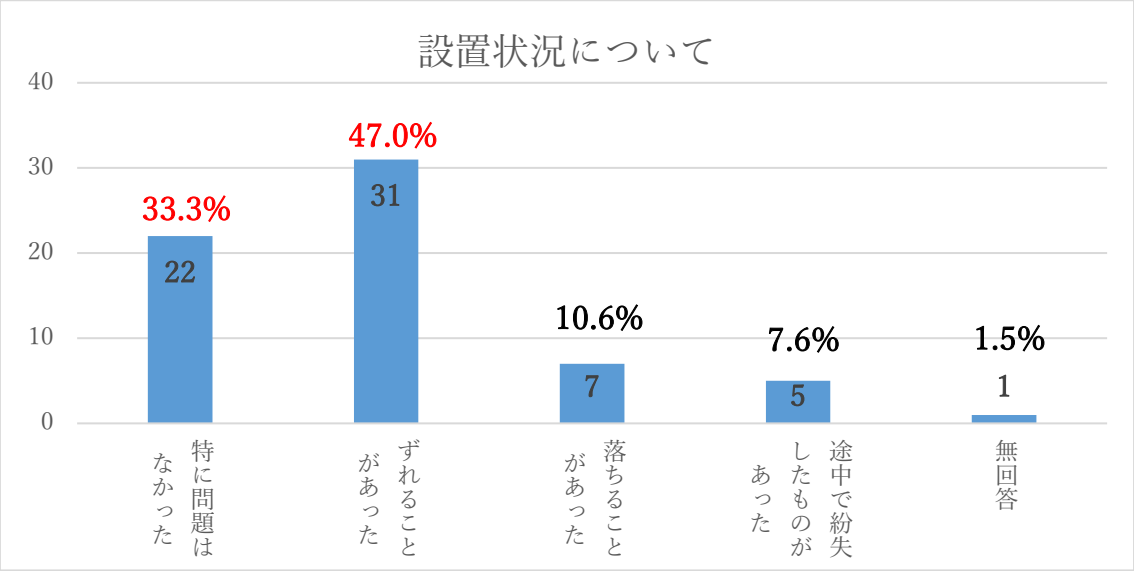
「適切だった」という回答が約 90%であり問題はないと思われる。

n＝55



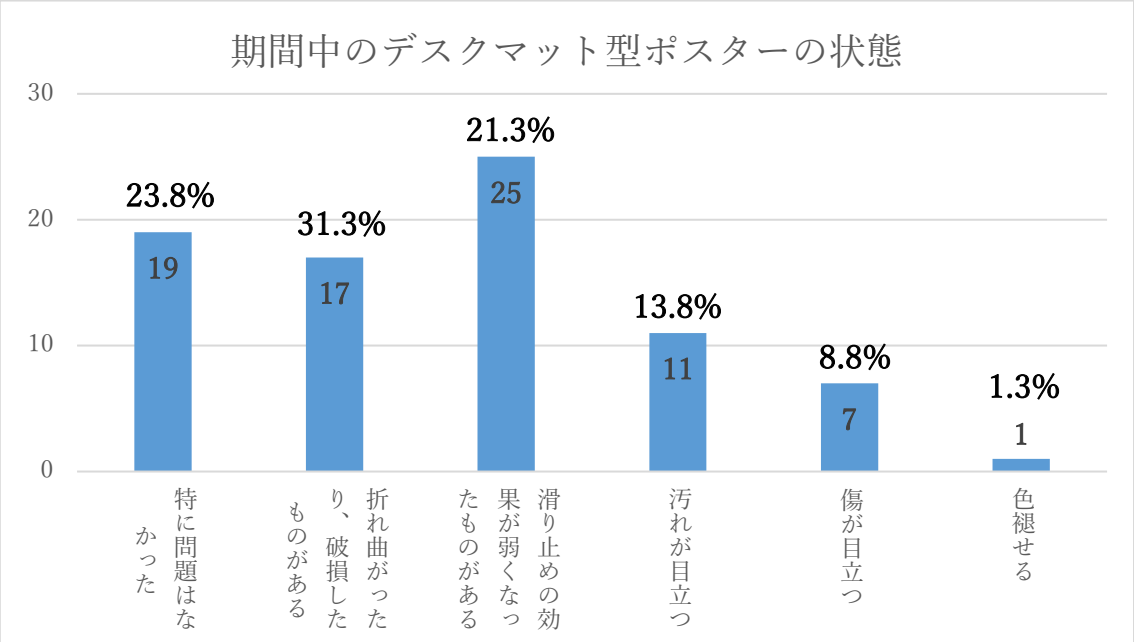
（３）期間中のデスクマット型ポスターの設置状況について教えてください。（複数選択）

「特に問題はなかった」は約 33%、「ずれることがあった」は約 47%であった。店舗へのヒアリングによると、特に 12 月の繁忙期になってから、デスクマット型ポスターがずれるケースが見られるようになったとのこと。店舗における買物カゴの底の当たり方、こすれ方や清掃時のアルコール消毒、デスクマットをはがす頻度等による店舗ごとの状況によるバラツキが出たと考えられる。



(4)期間中のデスクマット型ポスターの状態について教えてください。(複数選択)

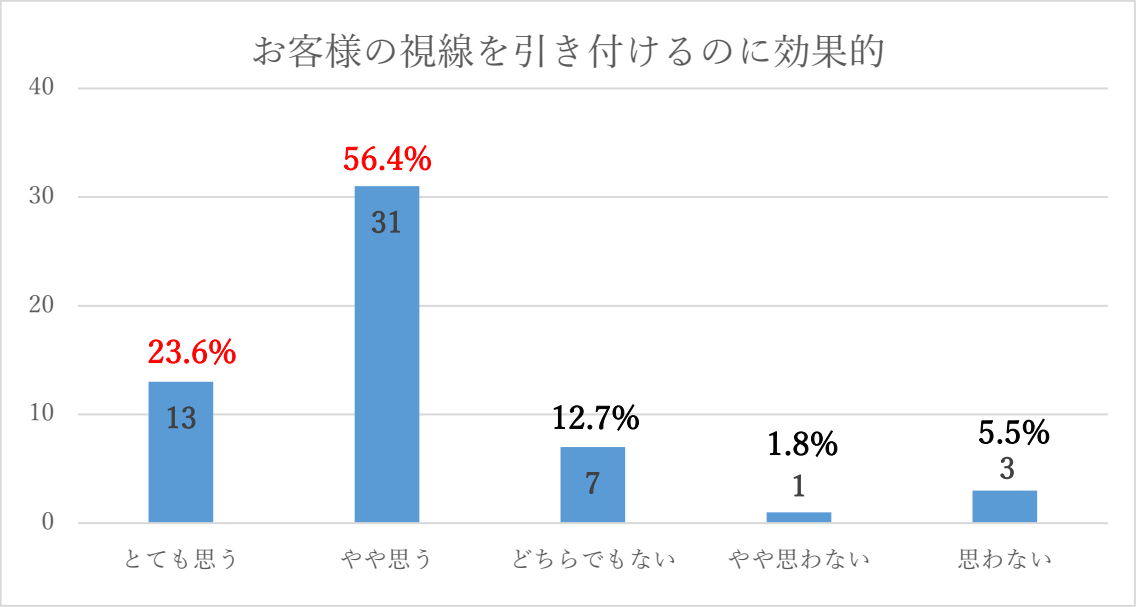
(3)の詳細な状況が把握できるが、デスクマットはサッカー台を汚さずに簡易に設置できることを目的として作製しているため、滑り止め効果が時間経過、はがす回数、アルコール消毒により弱くなることは想定していた。店舗へのヒアリング内容によると、実施期間を 1 か月程度に設定すると問題はないと考えられる。



（５）今回のサッカー台上にデスクマット型ポスターを設置した啓発活動は、お客様の視線を引き付けるのに効果的だったと思いますか？

「とても思う」と「やや思う」の合計が約 80％であり、買物をする人の視線を引き付ける効果は高いと考えられる。

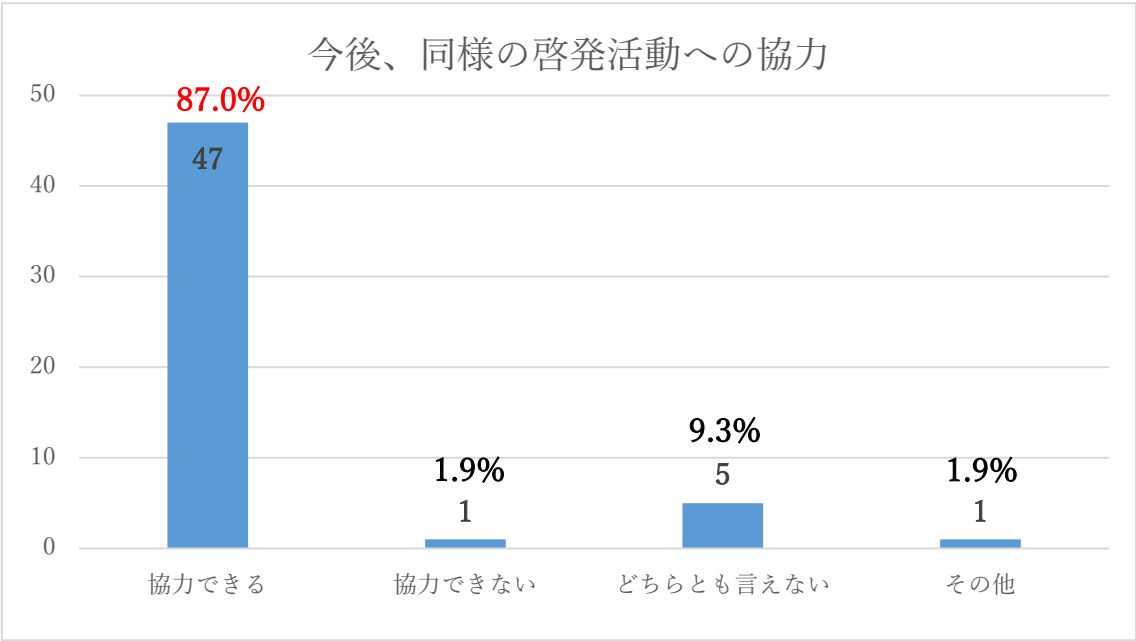
n＝55



(6)今後、消費者庁からデスクマット型ポスターを配布させていただく際は、サッカー台への設置にご協力いただけますか。

「協力できる」と回答した店舗は 87％であった。

n＝55



３ 今後の方向性

令和2年度及び令和3年度において消費者庁新未来創造戦略本部では、「流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業」に取り組んだ。その結果、流通店舗における啓発活動が既存のインターネット、テレビ、ラジオ等のマスコミ媒体、関係省庁、地方自治体、事業者等による様々な啓発活動に加えて、食品ロス削減に関する消費者向けの啓発活動の媒体としての可能性を把握した。

全国に約 26,000 店舗以上あるスーパーマーケットは、そこで働く多くの従業員及び買物に訪れる消費者にとっての日常生活の場であり、食品ロス削減に関する情報に触れる場として適していると考えられる。

より多くの消費者が普段の買物の場で少しでも食品ロス問題に触れて考える機会を持っていただくことや、既にある程度の認識を持っている消費者には更にそれを深めていただくことにより、それぞれの家庭における実践の積み重ねが日本国内の食品ロス削減につながり、政府が目標とする食品ロス削減に関する国民運動に資する取組になると考えている。

令和3年度事業では、実際にサッカー台専用デスクマット型ポスターを作製し、ある程度の店舗数における実証を行った。実施期間を3か月間と長めに設定したことで、デスクマット型ポスターの耐久性、実施期間等について検討することができた。

結論として、令和4年度は、食品ロス削減月間である 10 月に、対象店舗を全国エリアに広げ、流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業を実施したい。

啓発内容に関しては、令和2年度、令和3年度事業と同様に、家庭における「食品ロス削減3か条」をベースにデザインを検討し、順次全国チェーンの本部への提案を進めていきたい。

以上

別添資料１

【アンケート調査票２種類】

①アンケートモニター用

アンケートモニター　各位

消費者庁実施アンケートへの御協力のお願い

日頃より消費者行政に御理解と御協力をいただきまして、誠にありがとうございます。

令和３年10月下旬から皆様方が日頃御利用されているスーパーマーケット店舗内のサッカー台にデスクマットポスターを設置し、「消費者向けの家庭における食品ロス削減啓発活動」を実施しました。

つきましては、今後の啓発活動の参考とさせていただきたく、アンケート調査を実施いたしますので、大変恐縮ではございますが、御協力いただけますようよろしくお願い申し上げます。

【サッカー台に設置したデスクマットポスター】

【御回答に当たっての注意事項】

１．御回答は、ポスター設置店舗で普段からお買物をされる方が御記入ください。

２．質問は10問です。

各質問の回答欄の選択枝から当てはまる番号を１つだけ選んで〇を付けてください。

３．御回答内容を訂正する場合は、訂正箇所に二重線を入れてください。

４．本アンケートは無記名ですので、お名前を記入される必要はありません。

５．皆様からの御回答は、全て統計的に処理し、本調査の目的以外に使用することはありません。

６．御記入が終わりましたら、封筒に入れて、**令和４年１月15日（土）までに、配布された方にお渡しください。**

【問合せ先】

消費者庁新未来創造戦略本部　消費者教育推進課　食品ロス削減チーム
〒770－8570　徳島県徳島市万代町１－１　10階
電話番号：088-600-0020、088-600-0031（平日：9:00～17:00）

アンケートは裏面です。

問１．食品ロス削減のために、あなたは何か取り組んでみようと思いますか。（１つに○）

１．取り組むつもりはない	２．今後、取り組んでみたい
３．最近、取り組み始めた	４．以前から取り組んでいる

問２．あなたは、店舗内のサッカー台に設置したデスクマットポスター（表面の写真）を見ましたか。（１つに○）

１．見なかった	２．見たが内容は読まなかった
３．見て内容も読んだ	

問３．あなたは、買物前には家にある食材を確認していますか。（１つに○）

１．以前からしている	２．デスクマットポスターを読んですするようになった
３．これから始めようと思う	４．特に気にしていない

問４．あなたは、食品・食材を使い切れる分だけ購入していますか。（１つに○）

１．以前からしている	２．デスクマットポスターを読んですするようになった
３．これから始めようと思う	４．特に気にしていない

問５．あなたは、食べられる分だけ調理していますか。（１つに○）

１．以前からしている	２．デスクマットポスターを読んですするようになった
３．これから始めようと思う	４．特に気にしていない

問６．日本の食品ロス量の内訳について正しいと思うものに○を付けてください。（１つに○）

１．全体の約４分の３が家庭から出ている	２．全体の約２分の１が家庭から出ている
３．全体の約４分の１が家庭から出ている	４．分からない

あなた（回答者）御自身のことについてお尋ねします。

問７．あなたの年齢（令和４年１月１日現在）を選択してください。（１つに○）

１．20歳未満	２．20～29歳	３．30～39歳	４．40～49歳
５．50～59歳	６．60～69歳	７．70歳以上	

問８．性別を選択してください。（１つに○）

１．男性	２．女性	３．その他・回答しない

問９．あなたを含む同居している家族の人数を選択してください。（１つに○）

１．１人（あなたのみ）	２．２人	３．３人	４．４人
５．５人	６．６人以上		

問10．デスクマットポスターを設置していたお店では、どのくらいの頻度でお買物されていますか。（１つに○）

１．ほぼ毎日	２．週に３～４回	３．週に１～２回
４．２週間に１回	５．月に１回程度	

御協力ありがとうございました。

②店舗責任者用

店舗責任者　様

「サッカー台専用」デスクマットポスターアンケート

御社におかれましては、日頃より消費者行政に御理解と御協力いただきまして、誠にありがとうございます。デスクマットポスターの設置から約２か月が経過（啓発期間：令和３年 10 月 30 日から令和４年１月 31 日まで）いたしましたので、今後の取組への参考とするために、デスクマットポスターの使用状況に関する御協力をお願いいたします。

なお、アンケート回答内容は、統計的にコンピュータ処理し、集計・分析した結果を調査結果として公表する場合があります。その場合であっても個別の回答が公表されることはございません。
回答が終わりましたら、消費者アンケート（『消費者庁実施アンケートへのご協力のお願い』のアンケート用紙回答分を回収いただいたもの）と併せて返信用封筒に入れ、消費者庁新未来創造戦略本部宛に送付をお願いいたします。

【回答締切日】令和４年１月 18 日（火）でお願い致します。

【サッカー台専用 デスクマットポスター設置例】

【問合せ先】

消費者庁新未来創造戦略本部　消費者教育推進課　食品ロス削減チーム
〒770－8570　徳島県徳島市万代町１－１　10階
電話番号：088-600-0020、088-600-0031（平日：9:00～17:00）

アンケートは裏面です。

企業名と店舗名を御記入ください。

企業名	
店舗名	

問１．デスクマットポスターは設置しやすかったですか。（１つに○）

１．設置しやすかった	２．設置しにくかった
３．その他（具体的に：　　）	

問２．デスクマットポスターの大きさは適切でしたか。　（１つに○）

１．適切だった	２．大きすぎた	３．小さすぎた
４．その他（具体的に：　　）		

問３．期間中のデスクマットポスターの設置状況について教えてください。（複数選択）

１．特に問題はなかった	２．ずれることがあった	３．落ちることがあった
４．途中で紛失したものがあった	５．その他（具体的に：　　）	

問４．期間中のデスクマットポスターの状態について教えてください。（複数選択）

１．特に問題はなかった	２．折れ曲がったり、破損したりしたものがある	
３．滑り止めの効果が弱くなったものがある	４．汚れが目立つ	５．傷が目立つ
６．色褪（いろあ）せる	７．その他（具体的に：　　）	

問５．今回のサッカー台上にデスクマットポスター設置した啓発活動は、お客様の視線を引き付けるのに効果的だったと思いますか。（１つに○）

１．とても思う	２．やや思う	３．どちらでもない
４．やや思わない	５．思わない	

問６．今後、消費者庁からデスクマットポスターを配布させていただく際は、サッカー台への設置に御協力いただけますか。（１つに○）

１．協力できる	２．協力できない	３．どちらとも言えない
４．その他（具体的に：　　）		

問７．今回の啓発活動について何か御意見等ありましたら自由にお書きください。（お客様の反応、苦情など）

御協力ありがとうございました。

別添資料２

アンケート集計表

①「アンケートモニター」集計結果

問01　食品ロス削減のために取り組みたいと思うか

以前から取り組んでいる	最近、取り組み始めた	今後、取り組んでみたい	取り組むつもりはない	無回答	計
499	243	783	62	7	1,594
31.3%	15.2%	49.1%	3.9%	0.4%	100.0%

問02　デスクマット型ポスターを見たか

見て内容も読んだ	見たが内容は読まなかった	見なかった	無回答	計
744	515	326	9	1,594
46.7%	32.3%	20.5%	0.6%	100.0%

問03　買物前に食材を確認するか

以前からしている	デスクマット型ポスターを読んですするようになった	これから始めようと思う	特に気にしていない	無回答	計
1,083	58	202	237	14	1,594
67.9%	3.6%	12.7%	14.9%	0.9%	100.0%

問04　食品・食材を使い切れる分だけ購入しているか

以前からしている	デスクマット型ポスターを読んですするようになった	これから始めようと思う	特に気にしていない	無回答	計
960	65	312	252	5	1,594
60.2%	4.1%	19.6%	15.8%	0.3%	100.0%

問05　食べられる分だけ調理しているか

以前からしている	デスクマット型ポスターを読んですするようになった	これから始めようと思う	特に気にしていない	無回答	計
1,063	41	255	230	5	1,594
66.7%	2.6%	16.0%	14.4%	0.3%	100.0%

問06　食品ロス量の内訳について

全体の約４分の３が家庭から出ている	全体の約２分の１が家庭から出ている	全体の約４分の１が家庭から出ている	わからない	無回答	計
300	476	337	474	7	1,594
18.8%	29.9%	21.1%	29.7%	0.4%	100.0%

問07　年齢

20歳未満	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上	無回答	計
25	146	213	343	405	407	54	1	1,594
1.6%	9.2%	13.4%	21.5%	25.4%	25.5%	3.4%	0.1%	100.0%

問08　性別

男性	女性	その他、回答しない	無回答	計
306	1,252	15	21	1,594
19.2%	78.5%	0.9%	1.3%	100.0%

問09　同居人数

１人	２人	３人	４人	５人	６人以上	無回答	計
171	494	399	291	161	75	3	1,594
10.7%	31.0%	25.0%	18.3%	10.1%	4.7%	0.2%	100.0%

問10　買物頻度

ほぼ毎日	週に３～４回	週に１～２回	２週間に１回	月に１回程度	無回答	計
564	593	323	46	62	5	1,594
35.4%	37.2%	20.3%	2.9%	3.9%	0.3%	100.0%

②「店舗責任者」集計結果

問01　デスクマットポスターは設置のしやすさ

設置しやすかった	設置しにくかった	その他	計
47	7	1	55
85.5%	12.7%	1.8%	100.0%

問02　デスクマットポスターの大きさ

適切だった	大きすぎた	小さすぎた	その他	計
49	5	0	1	55
89.1%	9.1%	0.0%	1.8%	100%

問03　デスクマットポスターの設置状況

特に問題はなかった	ずれることがあった	落ちることがあった	途中で紛失したものがあった	無回答	計
22	31	7	5	1	66
33.3%	47.0%	10.6%	7.6%	1.5%	100%

問04　デスクマットポスターの状態

特に問題はなかった	折れ曲がったり、破損したものがある	滑り止めの効果が弱くなったものがある	汚れが目立つ	傷が目立つ	色褪せる	計
19	17	25	11	7	1	80
23.8%	21.3%	31.3%	13.8%	8.8%	1.3%	100%

問05　サッカー台上での消費者への視認効果について

とても思う	やや思う	どちらでもない	やや思わない	思わない	計
13	31	7	1	3	55
24%	56%	13%	2%	5%	100%

問06　今後の協力について

協力できる	協力できない	どちらとも言えない	その他	計
47	1	5	1	54
87.0%	1.9%	9.3%	1.9%	100.0%

別添資料３

店舗設置写真

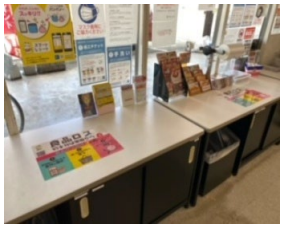
株式会社キョーエイ（本部：徳島県　全 30 店舗設置）

北島店

松茂店

鳴門店

笠木店



市場店

藍住店

共進店

脇町ミライズ店

山川店

セレブ鴨島店

石井店

アピカ店

上中店

羽ノ浦店

小松島店

ルピア店

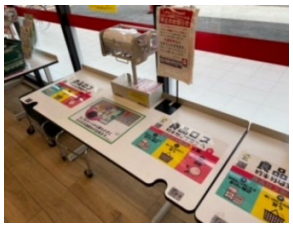
キュート大谷店

沖浜店

山城橋店

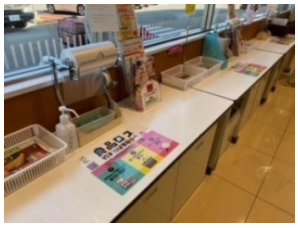
キュート昭和店

中央店　　国府店　　キュート鮎喰店　　タクト店



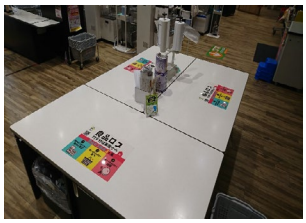
三ツ合橋店　　川内店　　住吉店　　福島店

生活協同組合とくしま（本部：徳島県　全２店舗設置）



コープ北島店　　コープ住吉店

株式会社サニーマート（本部：高知県　全 30 店舗設置）



山手店　　瀬戸店

株式会社サンプラザ（本部：高知県　全 11 店舗設置）

ショッピング店　　天王店

株式会社サンシャインチェーン本部（本部：高知県　全 29 店舗設置）

宇和島店

本山店

こうち生活協同組合（本部：高知県　全２店舗設置）

コープかもべ店

株式会社セブンスター（本部：愛媛県　全 10 店舗設置）

石井店

垣生店

株式会社ママイ（本部：愛媛県　全 18 店舗設置）

今治本店

三島店

生活協同組合コープえひめ（本部：愛媛県　16 店舗設置）

コープ余戸店

コープ東本店

生活協同組合コープかがわ（本部：香川県　12 店舗設置）

コープ栗林店

コープ香西

株式会社マルヨシセンター（本部：香川県　32 店舗設置）

伊予店

グランデリーズ飯山店

八万店

株式会社 A コープ西日本（本部：広島県　実施：全 66 店舗設置）

上下店（広島県）

みやうち店（広島県）

矢掛店（岡山県）

山越店（愛媛県）

城南店（愛媛県）

たまゆ店（島根県）

ごうつ店（島根県）

別添資料４

その他意見

（今回の啓発活動について何かご意見等ありましたら自由にお書きください（お客様の反応、苦情など）。）

・これがとっかかりだと思います。消費者にはまだまだ浸透していないと思います。継続していくことが大切かと。
・食品ロスについて意識が高まっていると感じた。フードバンクに出してもらえる商品も増えています。そういった事から食品を無駄にしない意識は高まっていると感じています。
・無理のないかたちでお客様に対して、非常にわかりやすかったと思います。
・引き続き啓発活動で協力できる事があればさせていただきたいと思います。
・食品ロスの取り組みはある程度理解されるが、てまえどりは難しい。
・重たいカゴを置くので痛みはあるが目の高さに貼るスペースはないので、その点では有効かと。
・他企業（流通店舗）もやっていたため、お客様には結果的に啓発できたのではないかと思います。
・サッカー台のアルコール消毒が影響したのか、端がはがれてきたところもあった。お客様の目につき、非常に効果的であったと感じた。
・サッカー台のアルコール消毒で滑り止めが弱くなる。お客様が買い物カゴをひっかけて折れ曲がりと破損。年末は客数が多いのでサッカー台に常に買物カゴをおいている状況なので目にとまりにくいと思う。
・ずれない工夫をされたら良いと思います。
・売場にもあったほうが良かったと思います。
・お客様の目にとまりやすいが、どうしても上にカゴ等を置く為、汚れが目立ってくる。
・デスクマット型ポスターの巨大版をスタンド POP 立てに設置するとお客様へのインパクトが大きいと思います。
・デスクマット型ポスターは予備用でかなりの枚数が必要。
・滑り止めの効果が弱く、ずれることが多く、逆にお客様に不快感を与えた感じがします（目は行ったと思いますが）置くのは問題ありませんが、とにかくずれないようにしてもらいたい。
・ムダなコストをかけている。もっと CM 等でアピールする方がメリットある。手間・管理ムダ、良かったのは最初だけだった。
・デスクマット型ポスターはお客様がカゴを置いた時にずれると音がすごくします。少しびっくりします。もし次に同じようなポスターにするならばもう少し素材などを変えていただけたらと思います。
・少しずれたりする場合に邪魔に感じるとの声がありました。
・サッカー台は販促活動の場所ではありません。サッカー台は販促活動の場所ではありません。状態管理を含めてお客様にとって迷惑をおかけしていると思う。設置期間が長すぎる。