

平成 30 年度
消費者の意識に関する調査
結果報告書

—食品ロスの認知度と取組状況等に関する調査—

平成 31 年 4 月
消費者庁消費者政策課

【調査概要】

1. 調査目的

本調査は、不特定多数の消費者に対して、食品ロスの認知度と取組状況等について調査を行い、食品ロス削減に関する消費者の現状や求められる施策等を把握し、食品ロス削減に向けた施策検討及び消費者基本計画等の作成に資することを目的とする。

2. 調査対象

全国の満18歳以上の男女3,000人

※国勢調査（2015年）における性別、年齢、地域の比率を基に、調査協力した事業者に登録されているモニターから抽出。

3. 調査時期

2019年1月

4. 調査方法

インターネット調査

5. 調査項目

Q1：あなたは、「食品ロス」が問題となっていることを知っていますか。当てはまるものを1つお選びください。

Q2：あなたは、「食品ロス」を減らすために取り組んでいることはありますか。当てはまるものを全てお選びください。

Q3：あなたは、食生活の中で「もったいない」を意識したことはありますか。当てはまるものを全てお選びください。

Q4：あなたは、外食した際に、食べ残すことがありますか。当てはまるものを1つお選びください。

Q5：あなたは、スーパーやコンビニでの「食品ロス」発生を減らすために、商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品を購入することがありますか。当てはまるものを1つお選びください。

Q6：あなたは、フードバンク活動を知っていますか。フードバンク活動とは、賞味期限内にもかかわらず、様々な理由により食品関連事業者による販売が困難となった食品の寄付を受けて福祉施設や食べ物に困っている方々に無償で提供する取組です。当てはまるものを1つお選びください。

Q7：あなたは、「食品ロス」を減らすために、今後どのように取り組もうと思いますか。当てはまるものを1つお選びください。

6. 調査協力

株式会社クロス・マーケティング

7. その他

- (ア) Nとは、比率算出の基数を表すもので、原則として回答総数又は分類別の回答者数のことである。「複数回答」と記載のある質問は、複数回答を認めているため、回答した人の合計値はNを上回ることがある。
- (イ) 百分比(%)は、小数第二位で四捨五入し、小数第一位までを算出した。そのため、比率の合計値が100%にならない場合がある。また、本文中の数値と図表の各項目の合計値が一致しない場合がある。
- (ウ) 平成28年度以降、調査対象及び調査方法は同様としている。

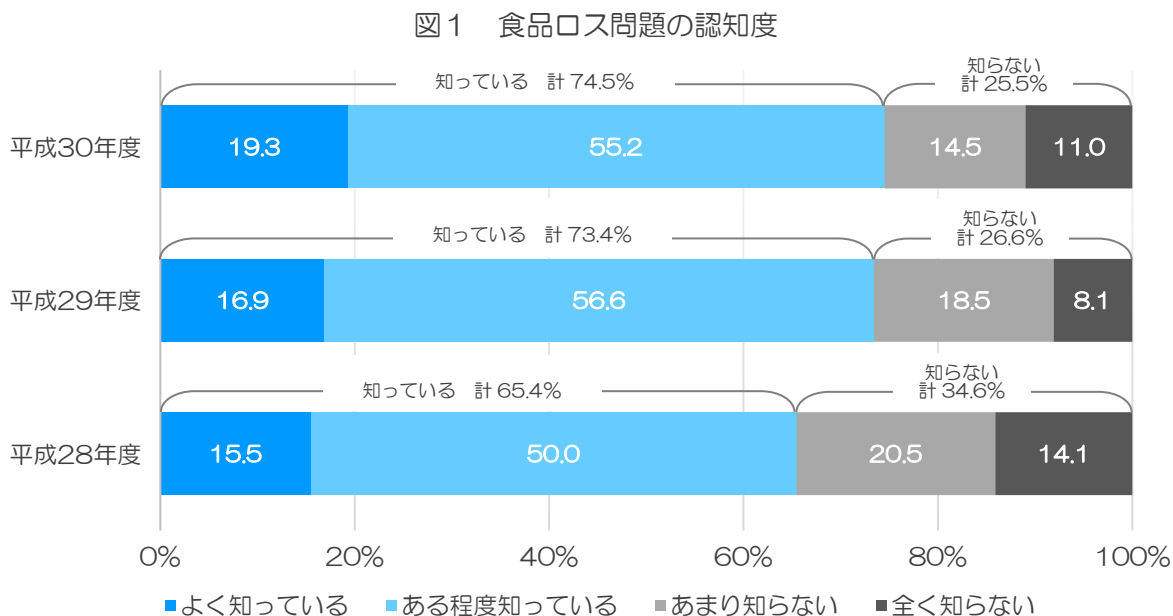
【調査結果】

1 食品ロス問題の認知度

食品ロス問題を知っているか聞いたところ、「知っている」と回答した人が74.5%（「よく知っている」19.3%+「ある程度知っている」55.2%）であった。一方で、「知らない」と回答した人が25.5%（「あまり知らない」14.5%+「全く知らない」11.0%）であった。

平成28年度、平成29年度の調査結果と比較したところ、「知っている」と回答した人の割合が増加している。（図1）

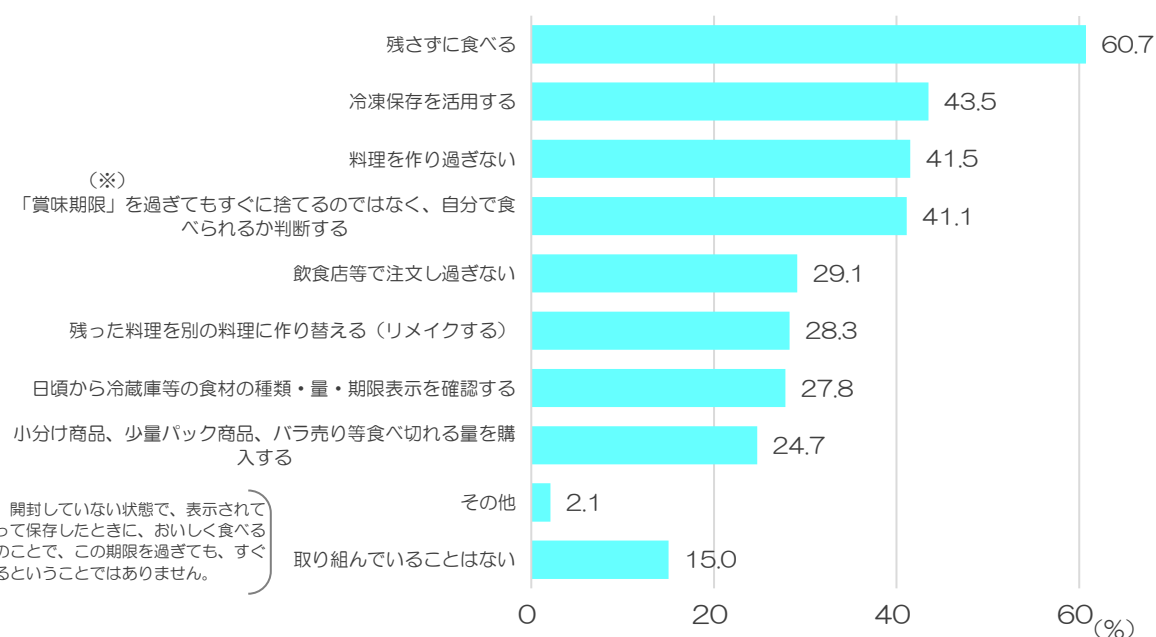
（各年度 N=3,000）



2 食品ロスを減らすための取組

食品ロスを減らすための取組について聞いたところ、「残さずに食べる」と回答した人が60.7%と最も多くなっている。一方で、「取り組んでいることはない」と回答した人は15.0%であった。（図2）

図2 食品ロスを減らすための取組 （複数回答） (N=3,000)

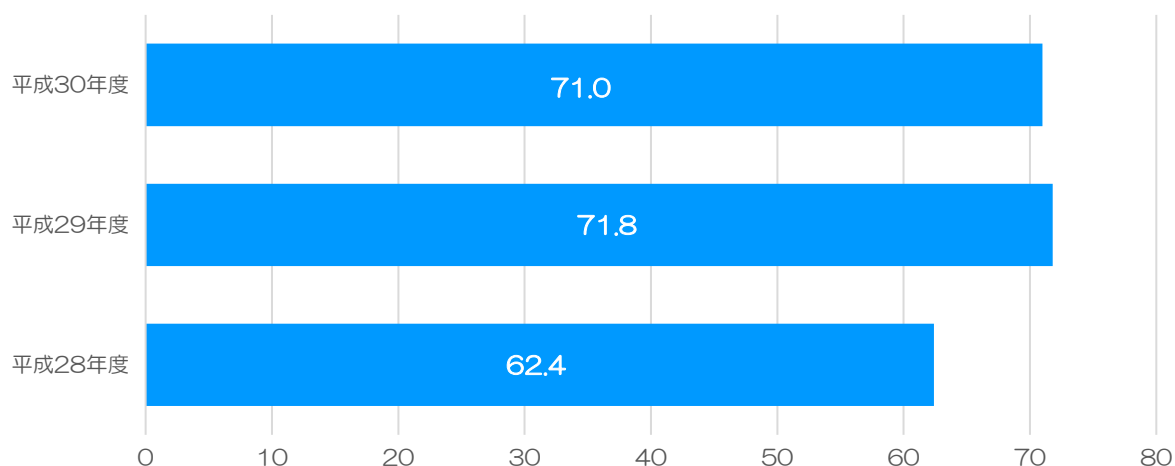


3 食品ロス問題を認知して食品ロス削減に取り組む人の割合

食品ロス問題を認知して食品ロス削減に取り組む人の割合を集計したところ、食品ロス問題を「知っている」と回答し、食品ロスを減らすための「取組を行っている」と回答した人は71.0%であった。

平成29年度の調査結果と比較したところ、食品ロス問題を認知して食品ロス削減に取り組む人の割合に変化は見られなかった。(図3)

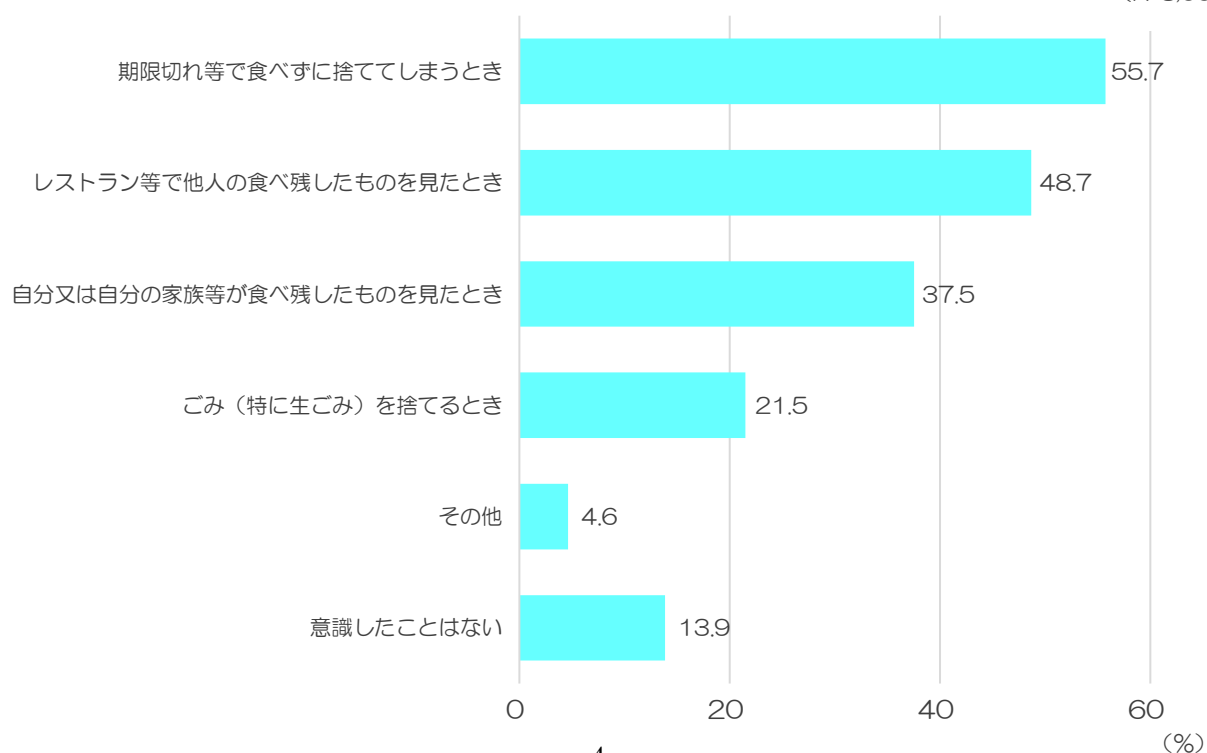
図3 食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む人の割合 (各年度 N=3,000)



4 食生活の中で「もったいない」を意識した場面

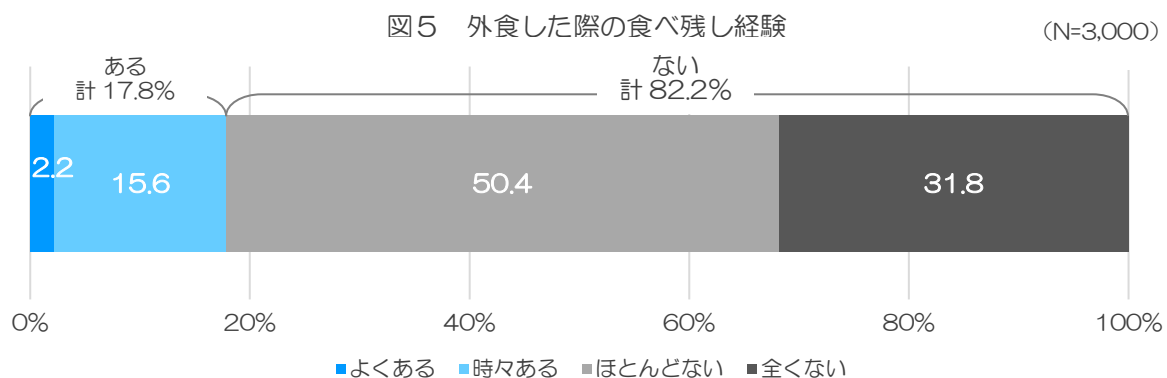
食生活の中のどのような場面で「もったいない」を意識したことがあるか聞いたところ、「期限切れ等で食べずに捨ててしまうとき」と回答した人が55.7%と最も多く、次いで「レストラン等で他人の食べ残したのを見たとき」(48.7%)、「自分又は自分の家族等が食べ残したのを見たとき」(37.5%)の順となっている。(図4)

図4 食生活の中で「もったいない」を意識した場面 (複数回答) (N=3,000)



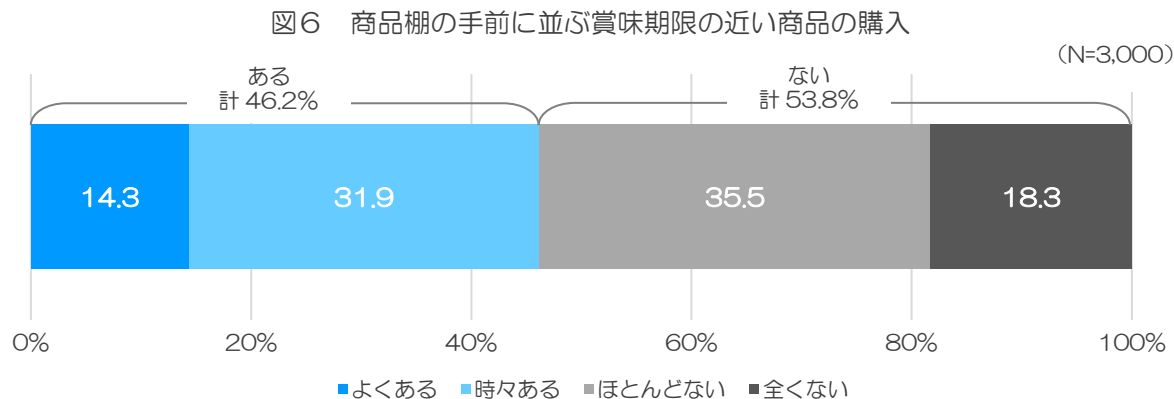
5 外食した際の食べ残し経験

外食した際に、食べ残したことが聞いたところ、「ある」と回答した人が17.8%（「よくある」2.2%+「時々ある」15.6%）であった。一方で、「ない」と回答した人が82.2%（「ほとんどない」50.4%+「全くない」31.8%）であった。（図5）



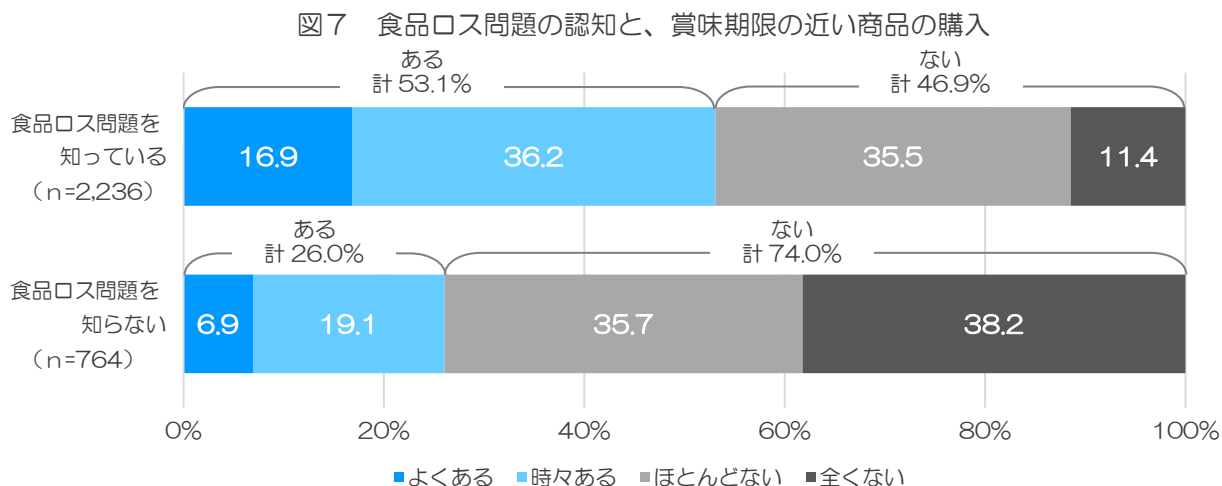
6 商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品の購入

食品ロスを意識して、スーパーやコンビニの商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品を購入することがあるか聞いたところ、「ある」と回答した人が46.2%（「よくある」14.3%+「時々ある」31.9%）であった。一方で、「ない」と回答した人が53.8%（「ほとんどない」35.5%+「全くない」18.3%）であった。（図6）



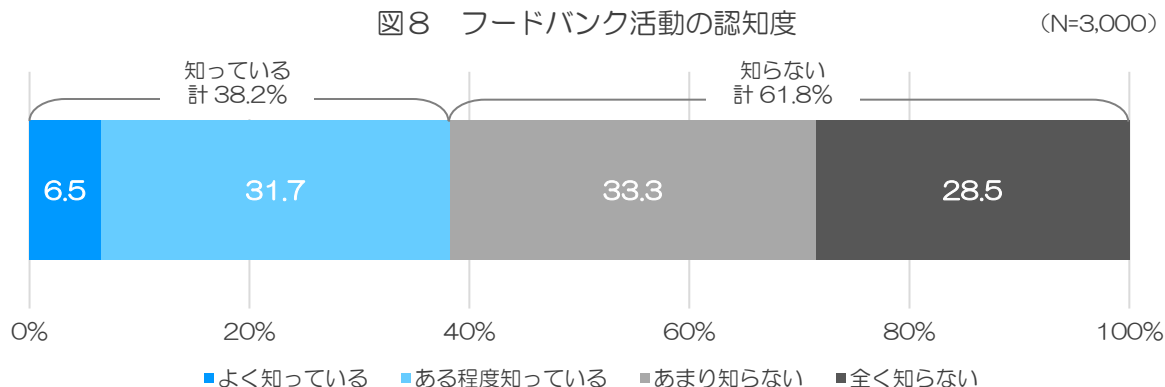
食品ロス問題の認知度（図1）と、食品ロスを意識してスーパーやコンビニの商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品の購入（図6）との関係を集計したところ、食品ロス問題を「知っている」と回答した人では、賞味期限の近い商品を購入することが「ある」と回答した割合が53.1%（「よくある」16.9%+「時々ある」36.2%）であった。

一方、食品ロス問題を「知らない」と回答した人では、賞味期限の近い商品を購入することが「ある」と回答した人が26.0%（「よくある」6.9%+「時々ある」19.1%）であった。（図7）



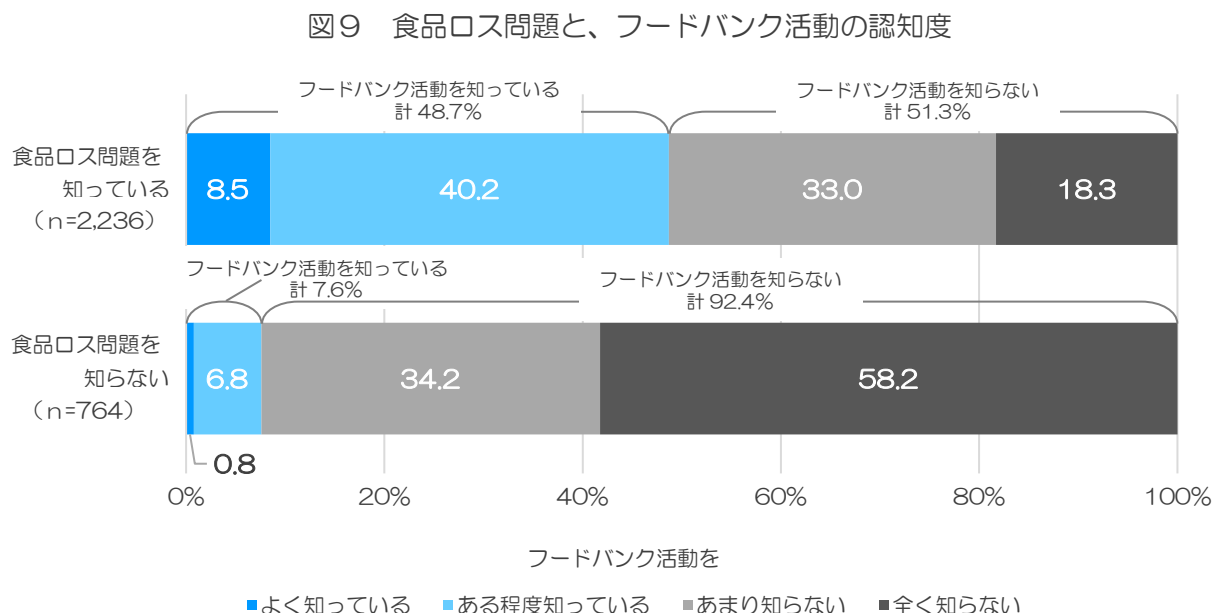
7 フードバンク活動※の認知度

フードバンク活動を知っているか聞いたところ、「知っている」と回答した人が38.2%（「よく知っている」6.5%+「ある程度知っている」31.7%）であった。一方で、「知らない」と回答した人が61.8%（「あまり知らない」33.3%+「全く知らない」28.5%）であった。（図8）



食品ロス問題の認知度（図1）と、フードバンク活動の認知度（図8）との関係を集計したところ、食品ロス問題を「知っている」と回答した人では、フードバンク活動を「知っている」と回答した割合は48.7%（「よく知っている」8.5%+「ある程度知っている」40.2%）であった。

一方、食品ロス問題を「知らない」と回答した人では、フードバンク活動を「知っている」と回答した割合は7.6%（「よく知っている」0.8%+「ある程度知っている」6.8%）であった。（図9）



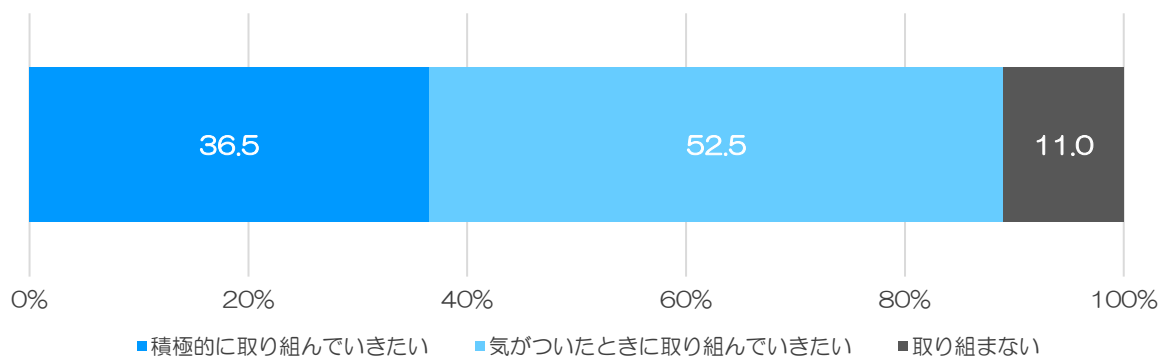
※ フードバンク活動とは、賞味期限内にもかかわらず、様々な理由により食品関連事業者による販売が困難となった食品の寄付を受けて福祉施設や食べ物に困っている方々に無償で寄付する取組です。

8 食品ロスを減らすための今後の取組

食品ロスを減らすための今後の取組について聞いたところ、「積極的に取り組んでいきたい」と回答した人が36.5%、「気がついたときに取り組んでいきたい」と回答した人が52.5%となっている。(図10)

図10 食品ロスを減らすための今後の取組

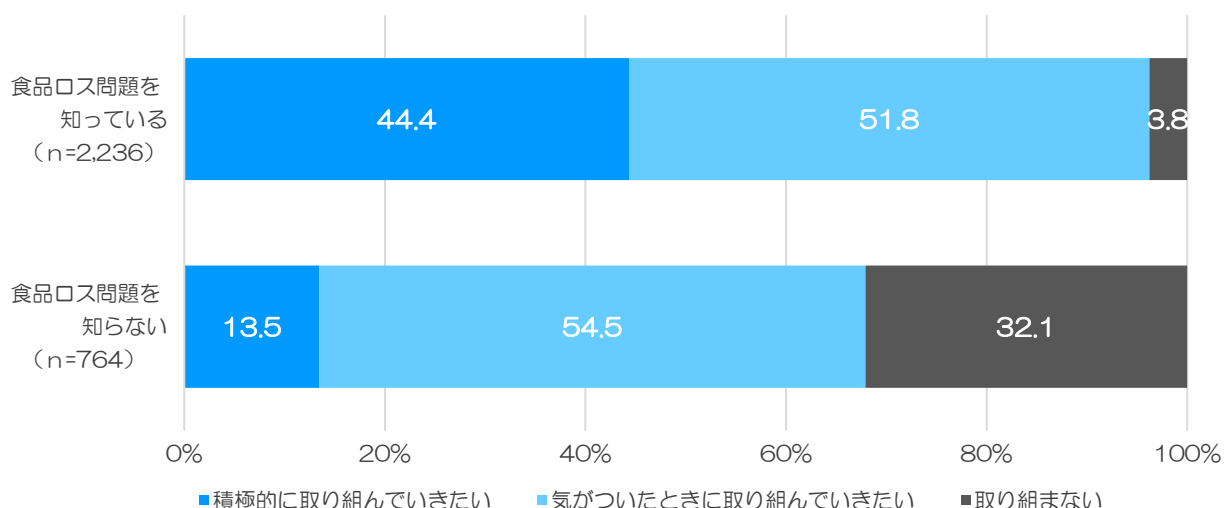
(N=3,000)



食品ロス問題の認知度(図1)と、食品ロスを減らすための今後の取組(図10)との関係を集計したところ、食品ロス問題を「知っている」と回答した人では、食品ロスを減らすために、今後、「積極的に取り組んでいきたい」と回答した割合が44.4%、「気がついたときに取り組んでいきたい」と回答した割合が51.8%となっている。

一方、食品ロス問題を「知らない」と回答した人では、食品ロスを減らすために、今後、「積極的に取り組んでいきたい」と回答した割合が13.5%、「気がついたときに取り組んでいきたい」と回答した割合が54.5%となっている。(図11)

図11 食品ロス問題の認知と、食品ロスを減らすための今後の取組



【調査票】

F.1 あなたの性別をお知らせください。

N=3,000

1) 男性	(48.1)	2) 女性	(51.9)
-------	--------	-------	--------

F.2 あなたの年齢をお知らせください。

N=3,000

1) 18 歳から 19 歳	(2.4)	5) 50 歳代	(14.5)
2) 20 歳代	(11.6)	6) 60 歳代	(17.0)
3) 30 歳代	(14.7)	7) 70 歳以上	(22.4)
4) 40 歳代	(17.4)		

F.3 あなたのお住まいをお知らせください。

N=3,000

1. 北海道	(5.3)	17. 石川県	(0.9)	33. 岡山県	(1.7)
2. 青森県	(1.1)	18. 福井県	(0.5)	34. 広島県	(2.2)
3. 岩手県	(1.0)	19. 山梨県	(0.6)	35. 山口県	(1.1)
4. 宮城県	(1.7)	20. 長野県	(1.7)	36. 徳島県	(0.5)
5. 秋田県	(0.7)	21. 岐阜県	(1.4)	37. 香川県	(1.1)
6. 山形県	(0.7)	22. 静岡県	(2.7)	38. 愛媛県	(1.2)
7. 福島県	(1.0)	23. 愛知県	(6.6)	39. 高知県	(0.3)
8. 茨城県	(1.6)	24. 三重県	(1.0)	40. 福岡県	(5.4)
9. 栃木県	(0.9)	25. 滋賀県	(1.2)	41. 佐賀県	(0.6)
10. 群馬県	(0.9)	26. 京都府	(2.4)	42. 長崎県	(0.9)
11. 埼玉県	(5.4)	27. 大阪府	(6.9)	43. 熊本県	(1.2)
12. 千葉県	(4.9)	28. 兵庫県	(4.3)	44. 大分県	(0.8)
13. 東京都	(12.6)	29. 奈良県	(1.1)	45. 宮崎県	(0.7)
14. 神奈川県	(7.7)	30. 和歌山県	(0.3)	46. 鹿児島県	(0.8)
15. 新潟県	(1.8)	31. 鳥取県	(0.4)	47. 沖縄県	(0.7)
16. 富山県	(1.1)	32. 島根県	(0.4)		

我が国では、食料の多くを海外からの輸入に頼っている一方で、推計（※）で年間約646万トンにのぼる「食品ロス」が発生しています。食品ロスとは、食べられるのに廃棄される食品のことで、食料資源の浪費や環境への負荷などの観点から問題となっています。

※ 平成 27 年度推計（農林水産省・環境省）

Q.1 あなたは、「食品ロス」が問題となっていることを知っていますか。

当てはまるものを1つお選びください。N=3,000

1) よく知っている	(19.3)
2) ある程度知っている	(55.2)
3) あまり知らない	(14.5)
4) 全く知らない	(11.0)

Q.2 あなたは、「食品ロス」を減らすために取り組んでいることはありますか。

当てはまるものを全てお選びください。N=3,000

1) 料理を作り過ぎない	(41.5)
2) 残さずに食べる	(60.7)
3) 残った料理を別の料理に作り替える（リメイクする）	(28.3)
4) 冷凍保存を活用する	(43.5)
5) 日頃から冷蔵庫等の食材の種類・量・期限表示を確認する	(27.8)
6) 「賞味期限」を過ぎててもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する	(41.1)
7) 小分け商品、少量パック商品、バラ売り等食べ切れる量を購入する	(24.7)
8) 飲食店等で注文し過ぎない	(29.1)
9) その他	(2.1)
10) 取り組んでいることはない	(15.0)

Q.3 あなたは、食生活の中で「もったいない」を意識したことはありますか。

当てはまるものを全てお選びください。N=2,751

1) 自分又は自分の家族等が食べ残したのを見たとき	(37.5)
2) レストラン等で他人の食べ残したのを見たとき	(48.7)
3) 期限切れ等で食べずに捨ててしまうとき	(55.7)
4) ごみ（特に生ごみ）を捨てる時	(21.5)
5) その他	(4.6)
6) 意識したことはない	(13.9)

Q.4 あなたは、外食した際に、食べ残すことがありますか。

当てはまるものを1つお選びください。N=3,000

1) よくある	(2.2)
2) 時々ある	(15.6)
3) ほとんどない	(50.4)
4) 全くない	(31.8)

Q.5 あなたは、スーパーやコンビニでの「食品ロス」発生を減らすために、商品棚の手前に並ぶ賞味期限の近い商品を購入することがありますか。

当てはまるものを1つお選びください。N=3,000

1) よくある	(14.3)
2) 時々ある	(31.9)
3) ほとんどない	(35.5)
4) 全くない	(18.3)

Q.6 あなたは、フードバンク活動を知っていますか。フードバンク活動とは、賞味期限内にもかかわらず、様々な理由により食品関連事業者による販売が困難となった食品の寄付を受けて福祉施設や食べ物に困っている方々に無償で提供する取組です。

当てはまるものを1つお選びください。N=3,000

1) よく知っている	(6.5)
2) ある程度知っている	(31.7)
3) あまり知らない	(33.3)
4) 全く知らない	(28.5)

Q.7 あなたは、「食品ロス」を減らすために、今後どのように取り組もうと思いますか。

当てはまるものを1つお選びください。N=3,000

1) 積極的に取り組んでいきたい	(36.5)
2) 気がついたときに取り組んでいきたい	(52.5)
3) 取り組まない	(11.0)