

Ⅲ. 調査結果

Ⅲ. 調査結果

i 調査結果の概要

(1) 全体

本調査の結果から、食品ロスが社会的な課題であることについては9割以上が認知しており、食品ロス削減がSDGsの目標となっていることについても一定程度の認知がみられるなど、食品ロスに関する問題意識は広く認識されている。また、賞味期限や日常生活における判断については、状況に応じて対応していると回答が多く、食品を無駄にしない意識が一定程度浸透している様子がうかがえる。

具体的な行動面をみると、家庭や買い物、外出といった日常のさまざまな場面において、食べきれない量を意識する、残さず食べる、冷凍保存を活用するなど、取り組みやすい行動を中心に食品ロス削減の取組が広がっている。一方で、生鮮食品の廃棄や、未開封・未使用の食材の廃棄も一定程度発生している。

また、取組状況を属性別にみると、家庭内の管理や備蓄食品の活用などについては、中高年層で比較的高い傾向がみられる一方、若年層では取組が十分に定着していない項目もみられる。さらに、「フードバンク活動」や「3010運動」、「カーボン・オフセット商品」等の認知や活用については限定的であり、認知と実際の活用との間に差がある状況が示されている。

このように、本調査からは、食品ロス削減に対する意識は一定程度高いものの、行動の定着や取組の広がりには分野や層による違いがうかがえる。

(2) 食品ロスへの関心について (P10~P23)

食品ロスが問題となっていることについて、回答者の9割以上が認知しており、食品ロス削減がSDGsの目標になっていることについては、約7割が認知している。

普段の食生活などで「もったいない」と感じる場面としては、「腐敗や期限切れなどにより食べ物を捨てる時」を挙げている回答者が最も多く、次いで「食品廃棄に関するニュースを見たとき」などが続いている。

また、賞味期限切れの食品については、「見た目や匂いで判断して食べている」および「あまり気にせず食べている」の割合が合わせて9割程度を占めており、賞味期限に対して一律に廃棄するのではなく、状況に応じて判断している様子がうかがえる。

(3) 家庭での食品ロス削減の取組について (P24～P50)

家庭での食品ロス削減に向けた取組についてみると、料理を作る際や保存の場面では、「冷凍保存の活用」を行っている人と回答している人が7割程度と最も多く、次いで「作り過ぎない」が6割弱となっている。一方で、特に取り組んでいないとする回答はごく少数にとどまっている。

また、食事の際には、「食べきれ的分だけ取り分ける」や「残さず食べる」といった行動を心がけているとする回答がともに6～7割程度を占めている。

冷蔵庫内の食品管理については、「賞味期限を過ぎてもすぐには捨てず、自分で食べられるか判断している」が7割程度と多く、「こまめな確認」や「整理・収納の工夫」を行っている人も一定割合みられる。

一方、直近1か月間に生鮮食品を「全く捨てていない」とする回答は2割程度にとどまり、また、未開封・未使用の食材・食品を廃棄した理由としては、「保存していることを忘れ、傷んでしまった」が5割で最も高い割合となっている。

なお、年齢別にみると、調理や保存、冷蔵庫内の食品管理に関する取組については、若年層に比べて中高年層で割合が高い傾向がみられるほか、生鮮食品を「全く捨てていない」とする回答は高年齢層で多い傾向にある。

(4) 買い物での食品ロス削減の取組について (P51～P68)

買い物の頻度については、「週3、4回程度」が5割弱と最も多く、買い物をする際に選ぶ店としては、「距離が近い店」や「買いたい物が安く手に入る店」を挙げる回答が6割前後、「品揃えがよい店」が5割程度となっている。

食品ロス削減を意識した買い物行動としては、「割引商品の購入」が6割程度と最も多く、次いで「食べきれる量を購入する」や「買い物リストを作成する」といった行動がともに4～5割程度を占めている。一方で、特に取り組んでいないとする回答はごく少数にとどまっている。

また、「てまえどり」については、8割以上が認知している一方で、「認知していて、かつ、実践している」人は4割弱にとどまっている。なお、属性別にみると、「てまえどり」について、若年層で実践している割合が高い一方、高年齢層では認知していても実践していない割合が高い傾向がみられる。

(5) 外食での食品ロス削減の取組について (P69～P93)

外食時、店を選ぶ際に食品ロス削減の取組を選択基準の一つとしているとする回答は2割程度にとどまっている。一方、外食時の行動としては、「食べきれる量を注文する・注文しすぎない」や「残さず食べる」といった行動を心がけているとする回答が7割前後となっており、個々の行動レベルでは食品ロス削減を意識している様子が見える。

また、飲食店で食べきれなかった料理を持ち帰った経験については、「持ち帰ったことがない」が8割程度と多いが、そのうち7割は「食べきれなかったことがない」「飲食店を利用していない」と回答している。なお、「持ち帰るという発想がなかった」や「衛生的に気になる」などを挙げる回答も一定割合みられる。

さらに、宴会や会食における食品ロス削減の取組である「3010運動」の認知度は2割弱となっており、実際に呼びかけられた経験がある人は1割未満にとどまっている。

Ⅲ. 調査結果

(6) 災害に備えた備蓄食品の廃棄を防ぐ取組について (P94～P100)

備蓄食品を無駄にしないために行っていることについては、「定期的に賞味期限を確認している」と回答している人が5割弱と最も多く、次いで「期限切れ間近な備蓄食品を料理に活用している」が4割弱となっている。一方で、「特に何もしていない」とする回答も3割程度を占めている。

なお、属性別にみると、男性や若年層、単身世帯、学生では「特に何もしていない」とする回答が比較的多い一方、年齢が高い層では、期限切れ間近な備蓄食品を料理に活用するなど、備蓄食品を計画的に管理・活用している傾向がみられる。

(7) フードバンク活動などについて (P101～P105)

フードバンク活動やフードドライブについて、6割弱が認知しており、属性別にみると、男性や18～19歳で認知が低い傾向にある。

また、フードバンク活動（フードドライブ）を実施している団体に対して、実際に食料品の提供や支援を行った経験があるとする回答は1割未満にとどまっており、多くは支援経験がない状況となっている。

(8) 資源やエネルギーの有効活用などについて (P106～P137)

食べ残したものの有効利用に関する取組についてみると、「特に取り組んでいることはない」とする回答が8割弱と最も多く、家庭での堆肥化など、食べ残しを資源として活用する取組は1割程度にとどまっている。一方、地球温暖化に対する意識については、「非常に興味・関心がある」または「興味・関心がある」とする回答を合わせると7割程度を占めており、一定の関心が示されている。

日常生活における環境配慮行動については、「マイバッグやマイバスケットの持参」が8割以上と最も高く、次いで「節電・節水・エコドライブの実践」が5割程度、「省エネ家電やエコカーの優先購入」が4割弱となっており、比較的取り組みやすい行動を中心に実践が進んでいる状況がうかがえる。「特に取り組んでいることはない」とする回答はごく少数となっている。

また、「カーボン・オフセット商品」については、2割弱の認知にとどまり、積極的に購入している人はごく少数となっている。

県の地球温暖化対策に関する施策の認知については、「知っている施策はない」とする回答が7割程度となっている。一方で、地球温暖化防止に向けて県に期待する取組としては、「省エネ家電やエコカーの購入への補助」や「住宅の断熱改修への補助」、「地球温暖化や省エネに関する情報提供・普及啓発の充実」などを挙げる回答が4～6割程度となっている。