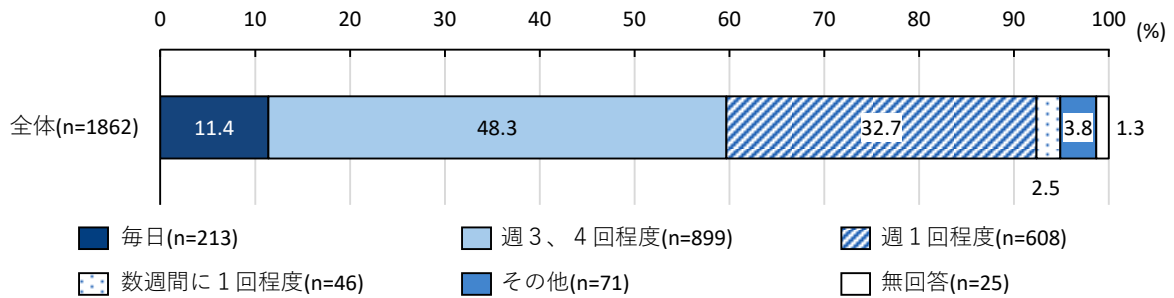


3 買い物での食品ロス削減の取組について

3.1 あなたの買い物の頻度は、次のどれにあたりますか。(1つだけに○) なお、食料品の宅配も買い物として数えてください。

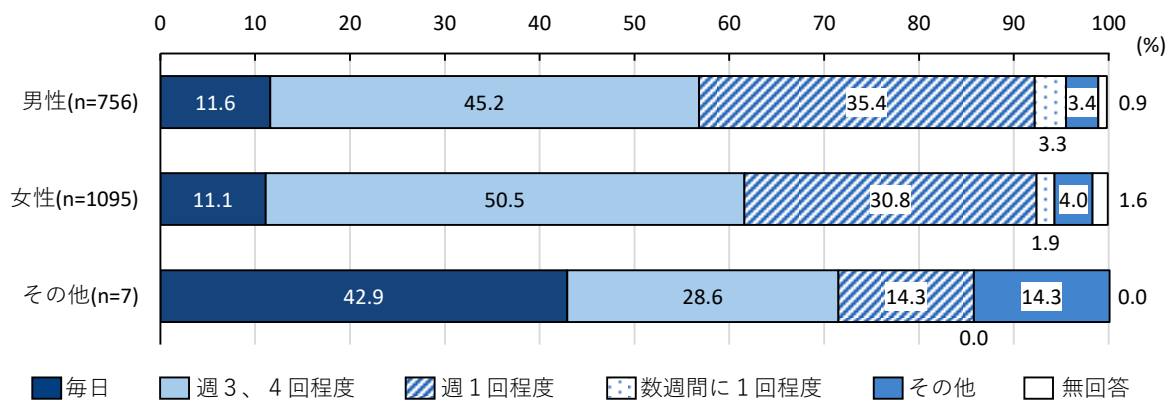
【全体】

「週3、4回程度」の割合が48.3%で最も高く、次いで「週1回程度」(32.7%)、「毎日」(11.4%)の順で続いている。



【性別】

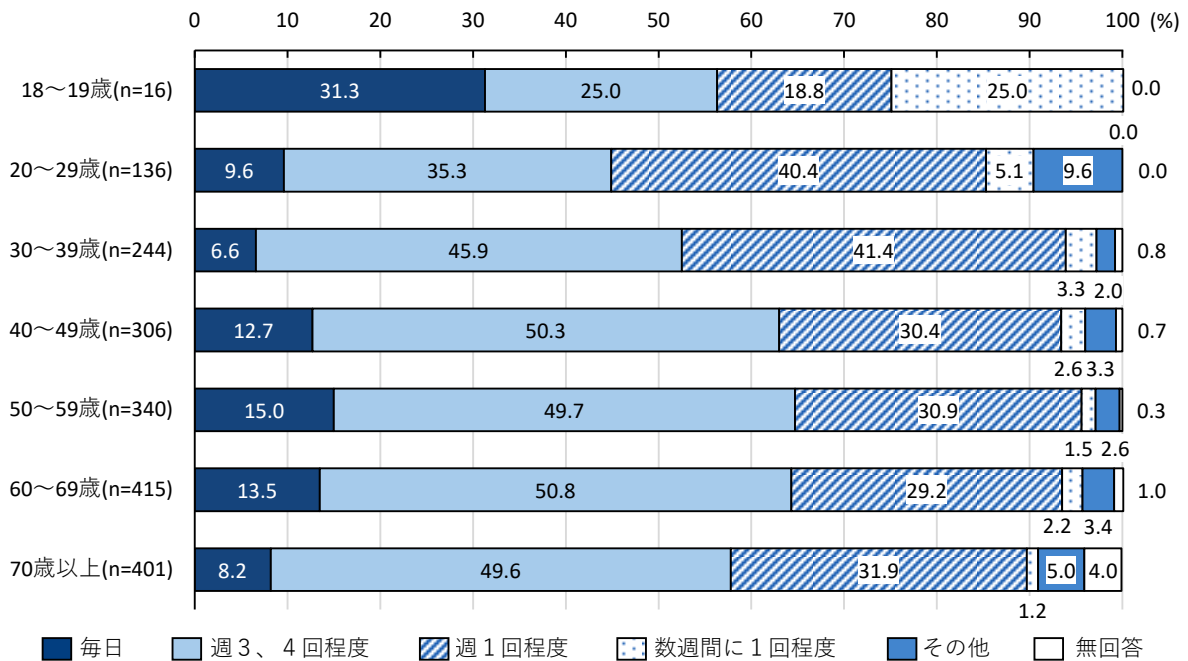
性別にみると、男女ともに「週3、4回程度」の割合（男性：45.2%、女性：50.5%）が最も高く、次いで「週1回程度」（男性：35.4%、女性30.8%）、「毎日」（男性：11.6%、女性：11.1%）の順で続いております、性別による大きな差はみられない。



Ⅲ. 調査結果

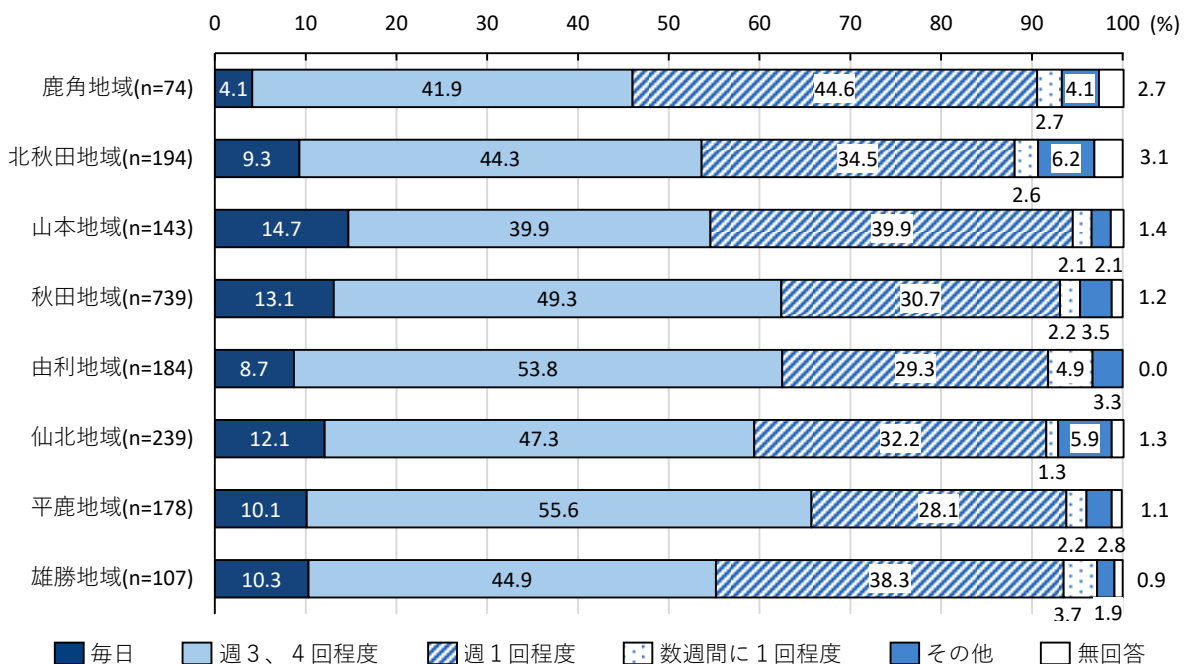
【年齢別】

年齢別にみると、18～19歳では「毎日」、20歳代では「週1回程度」、30歳以上では「週3、4回程度」の割合が最も高くなっている。



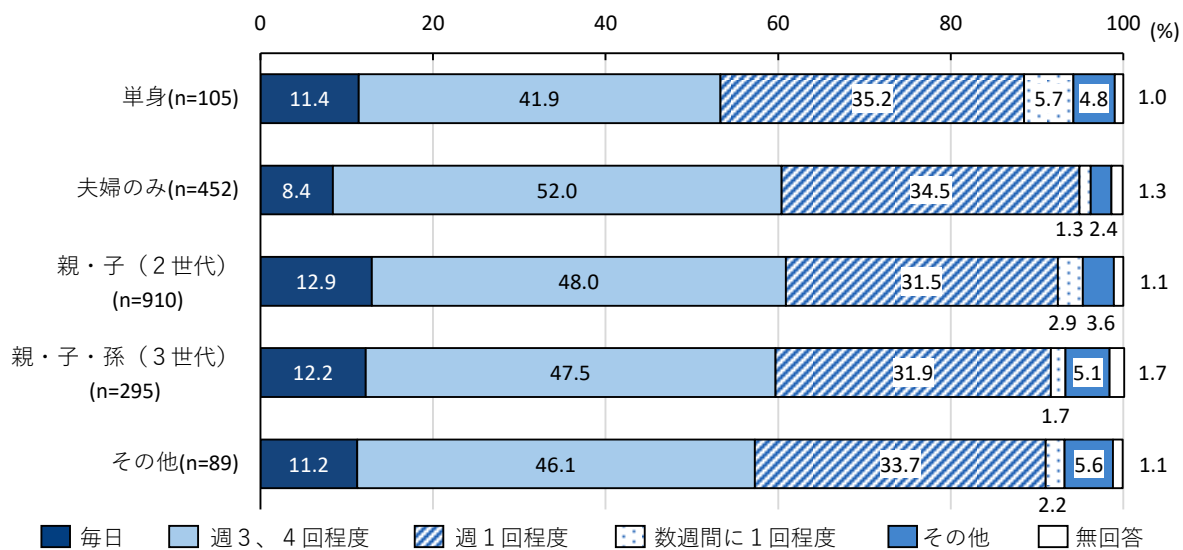
【地域別】

地域別にみると、鹿角地域では「週1回程度」の割合が最も高く、山本地域では「週3、4回程度」および「週1回程度」が同率で最も高くなっている。他6地域ではいずれも「週3、4回程度」の割合が最も高くなっている。



【家族構成別】

家族構成別にみると、いずれの区分においても「週3、4回程度」の割合が最も高く、次いで「週1回程度」、「毎日」の順で続いている。

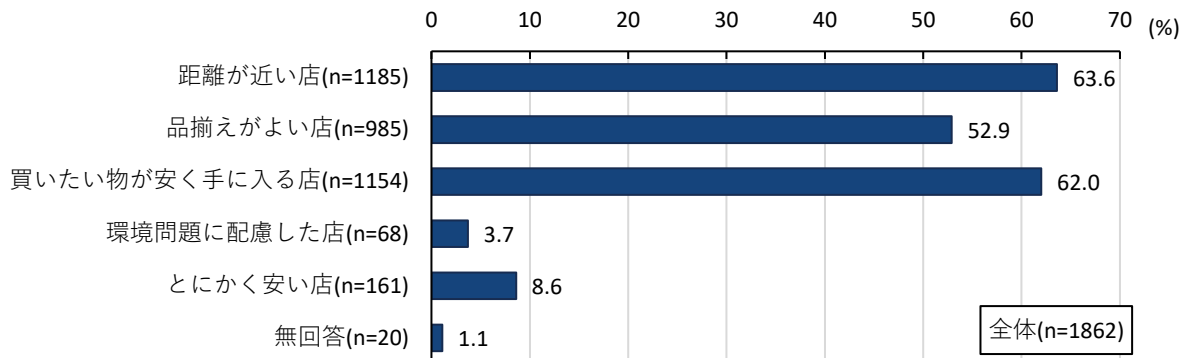


Ⅲ. 調査結果

3.2 あなたは、買い物をするとき、どのようなお店を選びますか。(当てはまるものすべてに○)

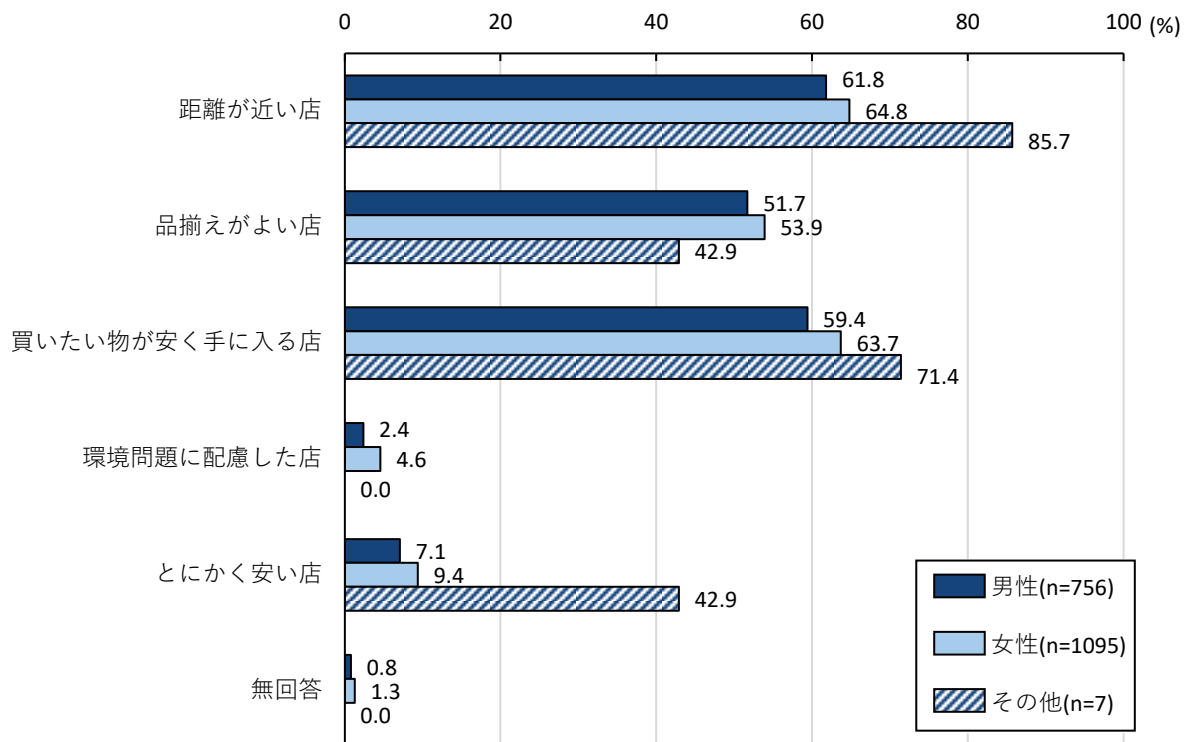
【全体】

「距離が近い店」の割合が63.6%で最も高く、次いで「買いたい物が安く手に入る店」(62.0%)、「品揃えがよい店」(52.9%)の順で続いている。



【性別】

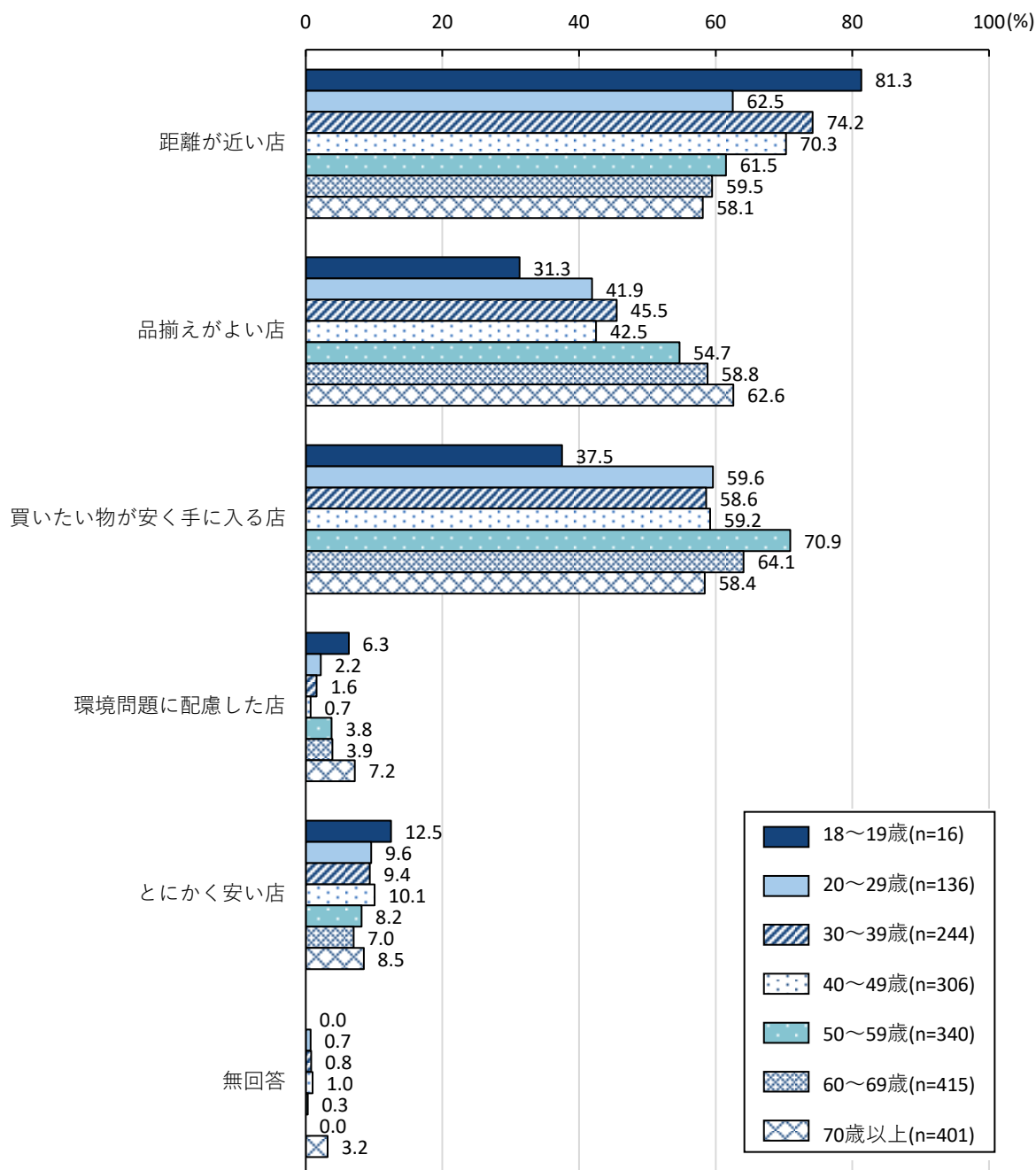
性別にみると、男女ともに「距離が近い店」の割合（男性：61.8%、女性：64.8%）が最も高く、次いで「買いたい物が安く手に入る店」（男性：59.4%、女性：63.7%）、「品揃えがよい店」（男性：51.7%、女性：53.9%）の順で続いております、性別による大きな差はみられない。



【年齢別】

年齢別にみると、18～49歳では「距離が近い店」、50～69歳では「買いたい物が安く手に入る店」、70歳以上では「品揃えがよい店」の割合が最も高くなっている。

「距離が近い店」の割合は、18～19歳では8割台、30～49歳では7割台、その他の年齢は6割前後となっており、年齢が低い層ほど割合が高い傾向にある一方、「品揃えのよい店」では、18～19歳では3割台、20～49歳では4割台、50～69歳では5割台、70歳以上では6割台となっており、年齢が高い層ほど割合が高い傾向にある。

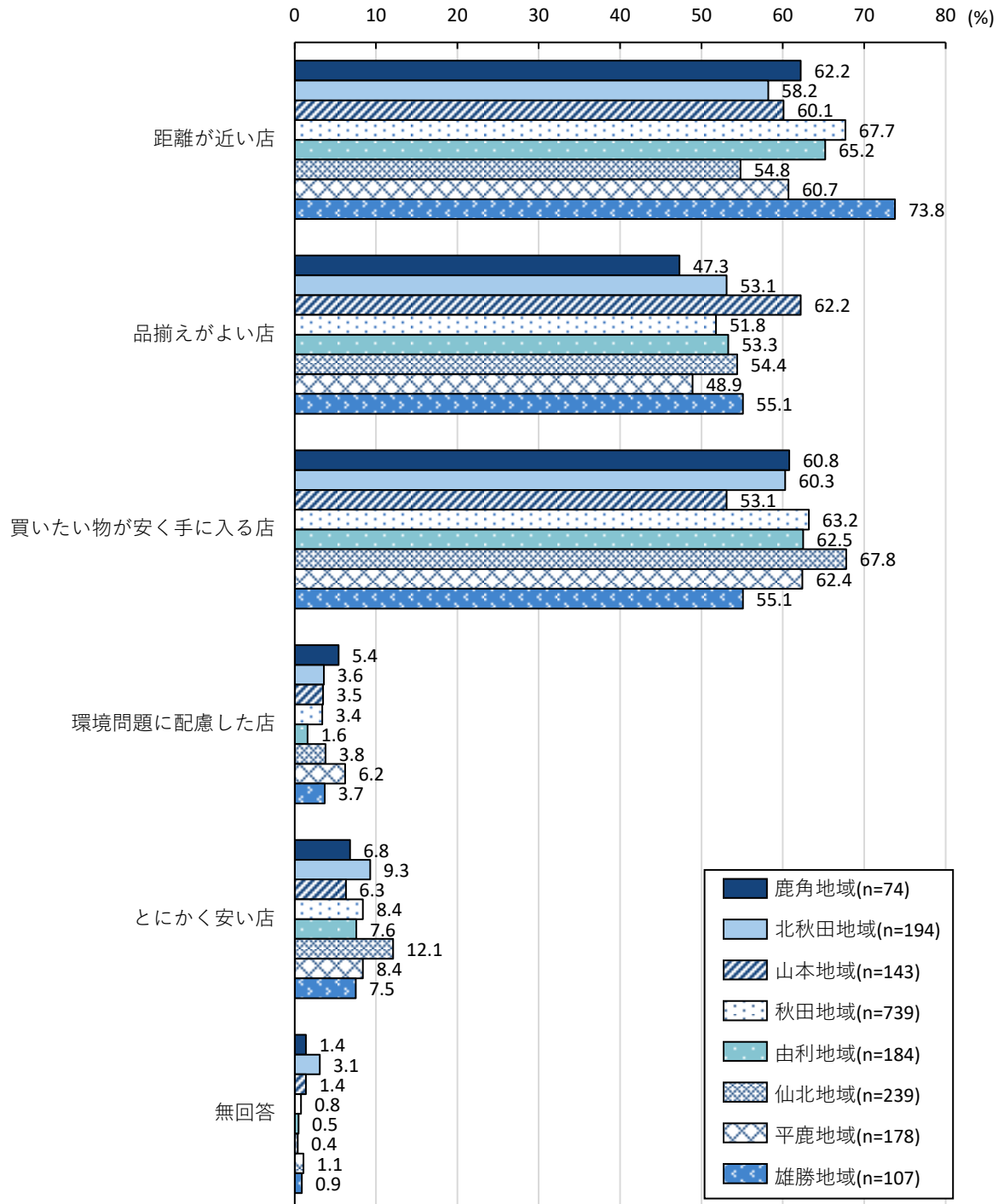


Ⅲ. 調査結果

【地域別】

地域別にみると、北秋田地域および仙北地域、平鹿地域では「買いたい物が安く手に入る店」、山本地域では「品揃えがよい店」、他4地域では「距離が近い店」の割合が最も高くなっている。

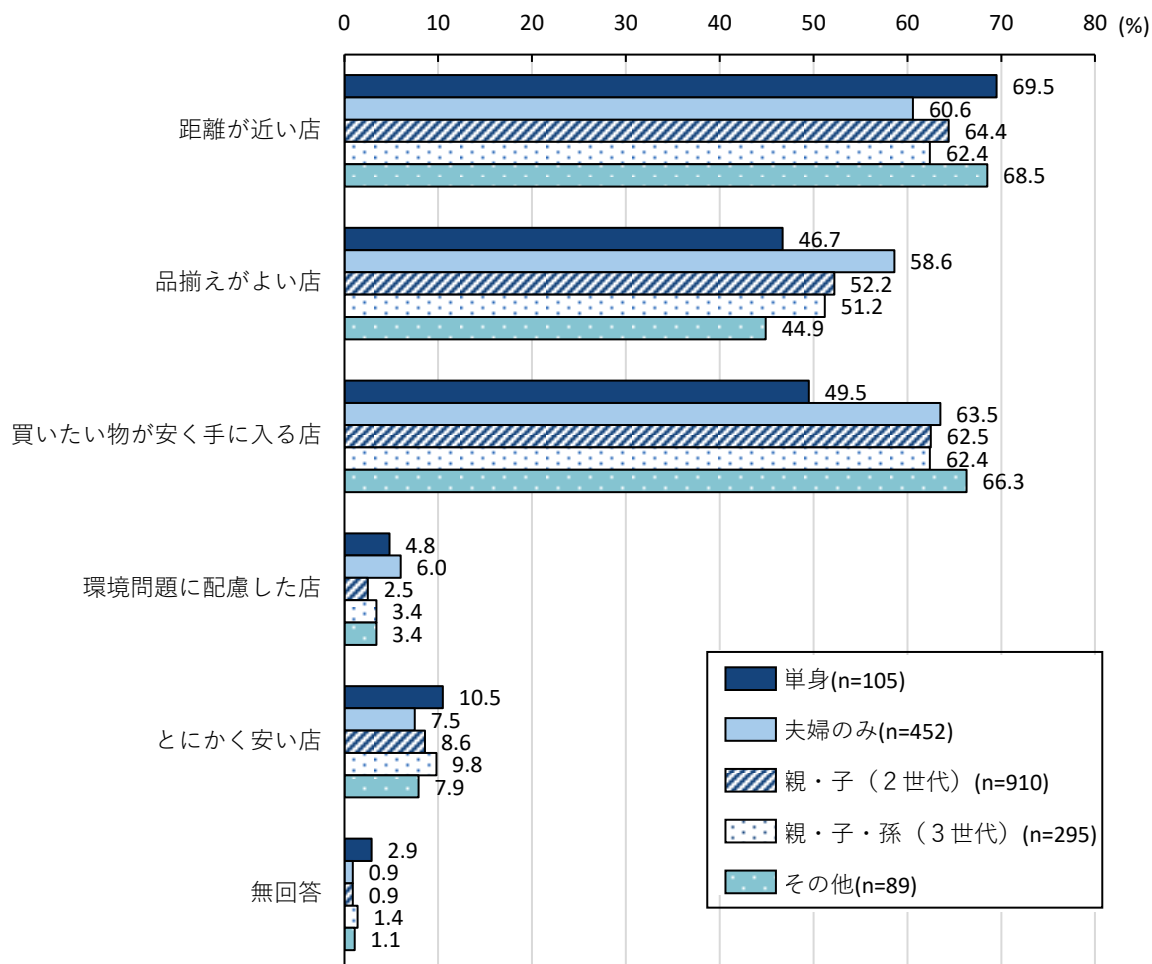
特に、「距離が近い店」の割合は、雄勝地域（73.8%）が全体の割合（63.6%）を10.0ポイント以上上回っている。



【家族構成別】

家族構成別にみると、夫婦のみでは「買いたい物が安く手に入る店」、親・子・孫（3世代）では「距離が近い店」および「買いたい物が安く手に入る店」が同率で最も高くなっている。他3区分ではいずれも「距離が近い店」の割合が最も高くなっている。

また、「買いたい物が安く手に入る店」の割合は、単身（49.5%）が全体の割合（62.0%）を10.0ポイント以上下回っている。

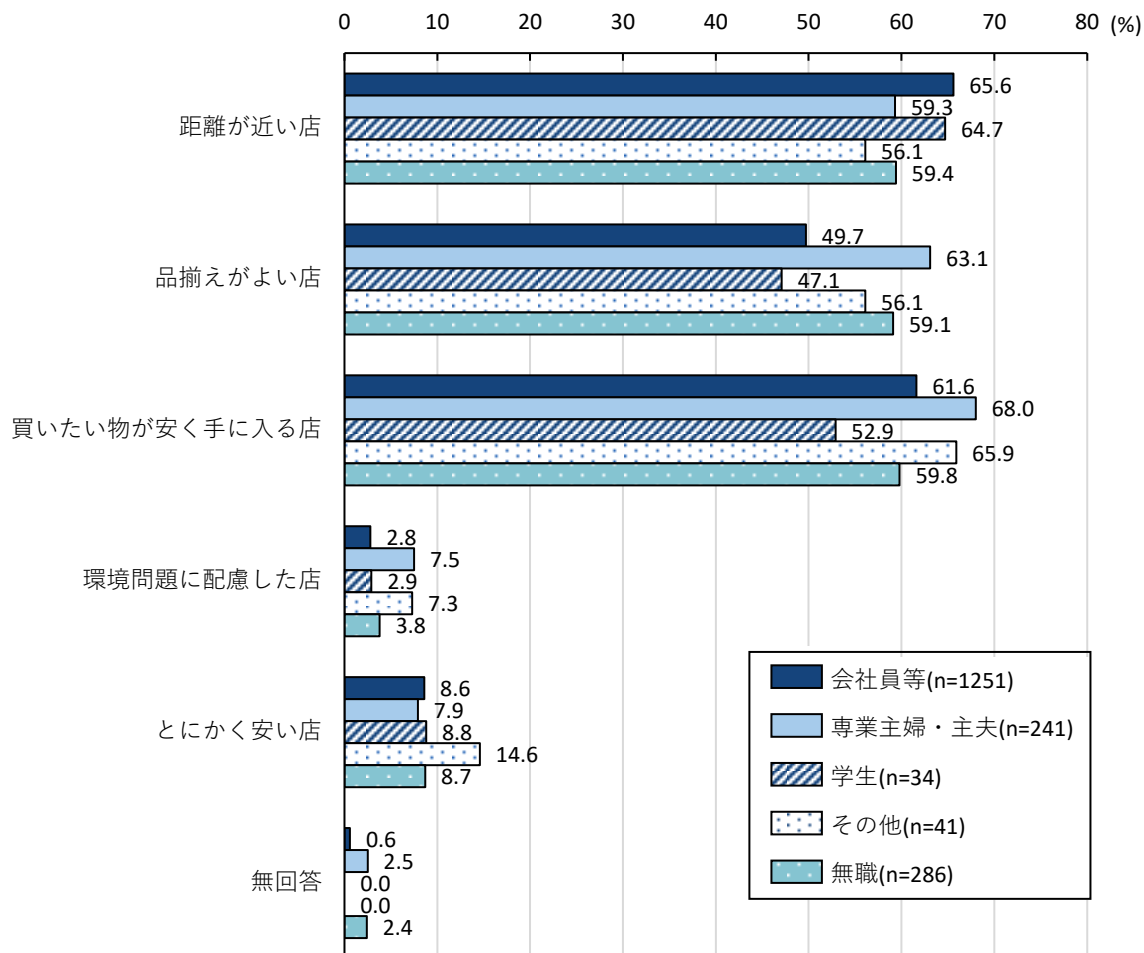


Ⅲ. 調査結果

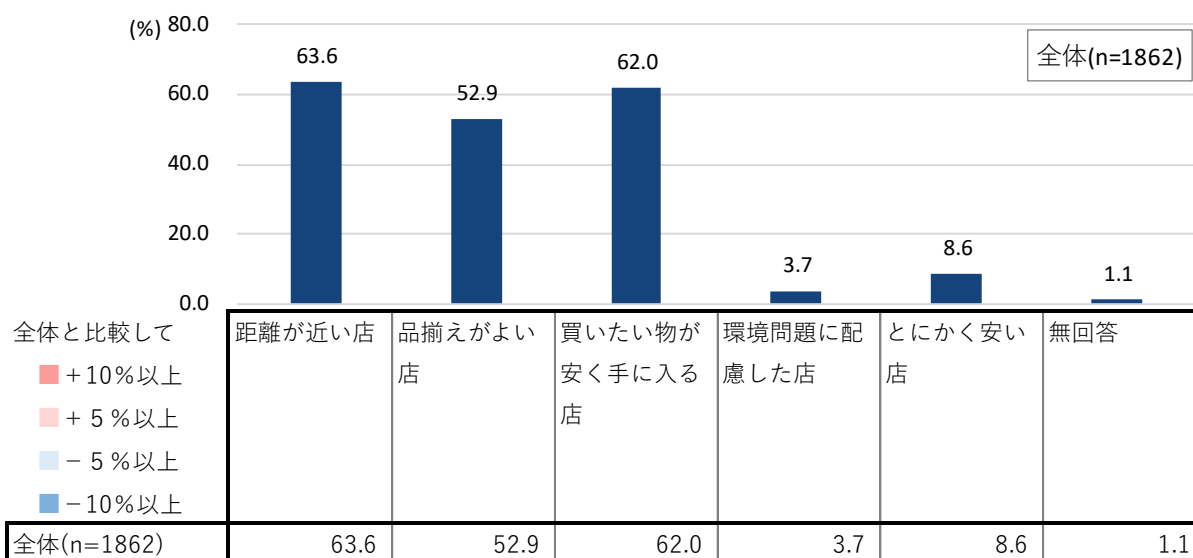
【職業別】

職業別にみると、会社員等および学生では「距離が近い店」の割合が最も高く、他3区分ではいずれも「買いたい物が安く手に入る店」の割合が最も高くなっている。

また、「品揃えがよい店」の割合は、専業主婦・主夫（63.1%）が全体の割合（52.9%）を10.0ポイント以上上回っている。



Ⅲ. 調査結果



性別	距離が近い店	品揃えがよい店	買いたい物が安く手に入る店	環境問題に配慮した店	とにかく安い店	無回答
男性(n=756)	61.8	51.7	59.4	2.4	7.1	0.8
女性(n=1095)	64.8	53.9	63.7	4.6	9.4	1.3
その他(n=7)	85.7	42.9	71.4	0.0	42.9	0.0

年齢別	距離が近い店	品揃えがよい店	買いたい物が安く手に入る店	環境問題に配慮した店	とにかく安い店	無回答
18～19歳(n=16)	81.3	31.3	37.5	6.3	12.5	0.0
20～29歳(n=136)	62.5	41.9	59.6	2.2	9.6	0.7
30～39歳(n=244)	74.2	45.5	58.6	1.6	9.4	0.8
40～49歳(n=306)	70.3	42.5	59.2	0.7	10.1	1.0
50～59歳(n=340)	61.5	54.7	70.9	3.8	8.2	0.3
60～69歳(n=415)	59.5	58.8	64.1	3.9	7.0	0.0
70歳以上(n=401)	58.1	62.6	58.4	7.2	8.5	3.2

地域別	距離が近い店	品揃えがよい店	買いたい物が安く手に入る店	環境問題に配慮した店	とにかく安い店	無回答
鹿角地域(n=74)	62.2	47.3	60.8	5.4	6.8	1.4
北秋田地域(n=194)	58.2	53.1	60.3	3.6	9.3	3.1
山本地域(n=143)	60.1	62.2	53.1	3.5	6.3	1.4
秋田地域(n=739)	67.7	51.8	63.2	3.4	8.4	0.8
由利地域(n=184)	65.2	53.3	62.5	1.6	7.6	0.5
仙北地域(n=239)	54.8	54.4	67.8	3.8	12.1	0.4
平鹿地域(n=178)	60.7	48.9	62.4	6.2	8.4	1.1
雄勝地域(n=107)	73.8	55.1	55.1	3.7	7.5	0.9

家族構成別	距離が近い店	品揃えがよい店	買いたい物が安く手に入る店	環境問題に配慮した店	とにかく安い店	無回答
単身(n=105)	69.5	46.7	49.5	4.8	10.5	2.9
夫婦のみ(n=452)	60.6	58.6	63.5	6.0	7.5	0.9
親・子(2世代)(n=910)	64.4	52.2	62.5	2.5	8.6	0.9
親・子・孫(3世代)(n=295)	62.4	51.2	62.4	3.4	9.8	1.4
その他(n=89)	68.5	44.9	66.3	3.4	7.9	1.1

職業別	距離が近い店	品揃えがよい店	買いたい物が安く手に入る店	環境問題に配慮した店	とにかく安い店	無回答
会社員等(n=1251)	65.6	49.7	61.6	2.8	8.6	0.6
専業主婦・主夫(n=241)	59.3	63.1	68.0	7.5	7.9	2.5
学生(n=34)	64.7	47.1	52.9	2.9	8.8	0.0
その他(n=41)	56.1	56.1	65.9	7.3	14.6	0.0
無職(n=286)	59.4	59.1	59.8	3.8	8.7	2.4

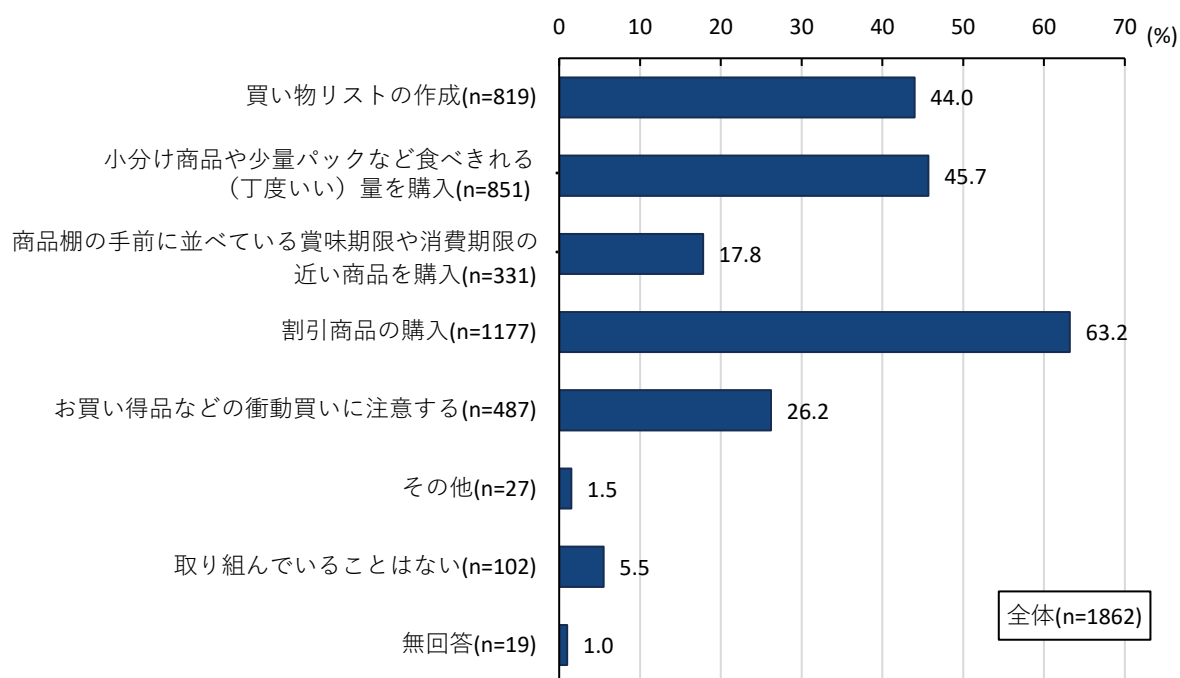
Ⅲ. 調査結果

3.3 あなたは、買い物をするとき、食品ロスを削減するために心がけていることや行っていることはありますか。(当てはまるものすべてに○)

【全体】

「割引商品の購入」の割合が63.2%で最も高く、次いで「小分け商品や少量パックなど食べきれ(丁度いい)量を購入」(以下『食べきれる量を購入』)(45.7%)、「買い物リストの作成」(44.0%)の順で続いている。

また、「取り組んでいることはない」の割合は5.5%となっている。



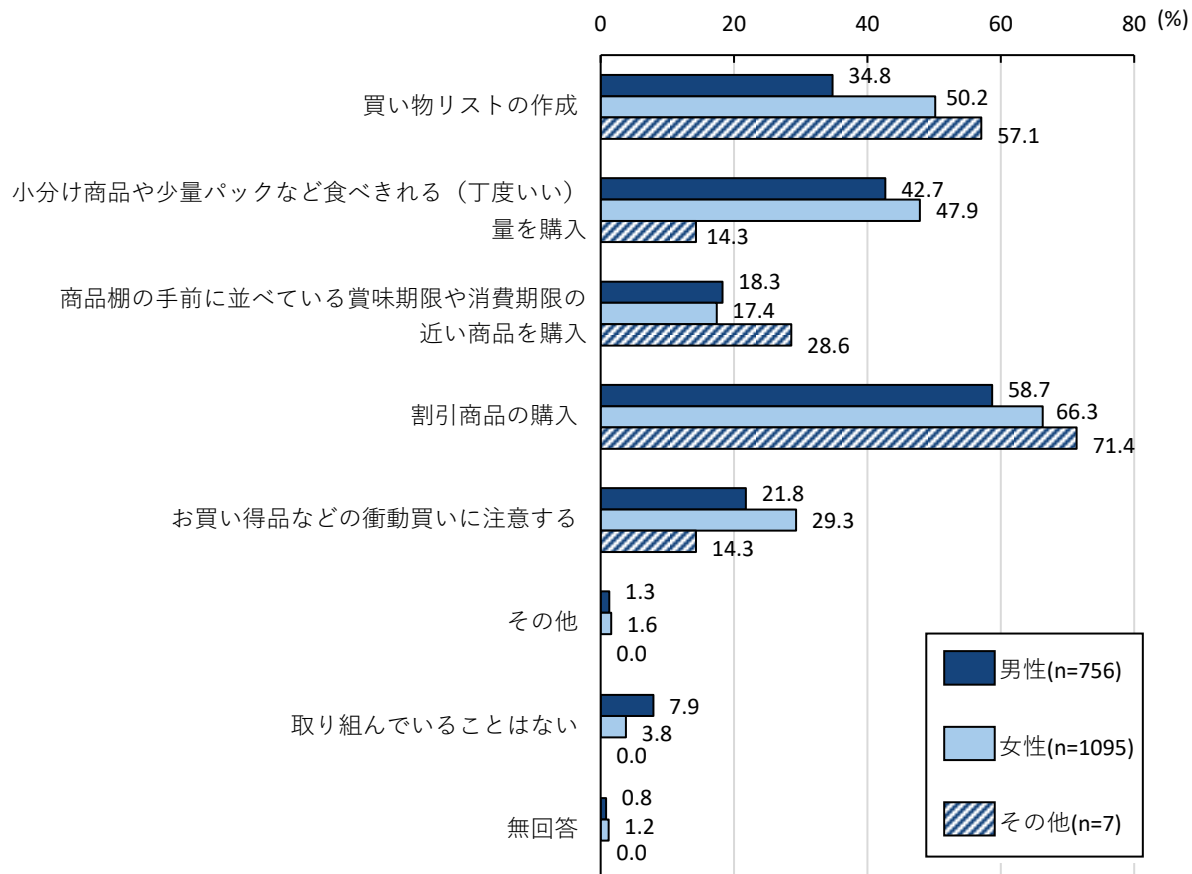
その他内容 (一部)

- その日必要な物を買う (女性/40~49歳)
- 作るものの予定を立てる (女性/40~49歳)
- 事前に家庭の冷蔵庫にあるものを確認 (男性/30~39歳)
- 冷凍庫の活用 (男性/40~49歳)

【性別】

性別にみると、男女ともに「割引商品の購入」（男性：58.7%、女性：66.3%）の割合が最も高くなっている。次いで、男性では『食べきれる量を購入』（42.7%）、「買い物リストの作成」（34.8%）の順で続いている一方、女性では「買い物リストの作成」（50.2%）、『食べきれる量を購入』（47.9%）の順で続いている。

また、「買い物リストの作成」（男性：34.8%、女性：50.2%）では、女性が男性を10.0ポイント以上上回っている。



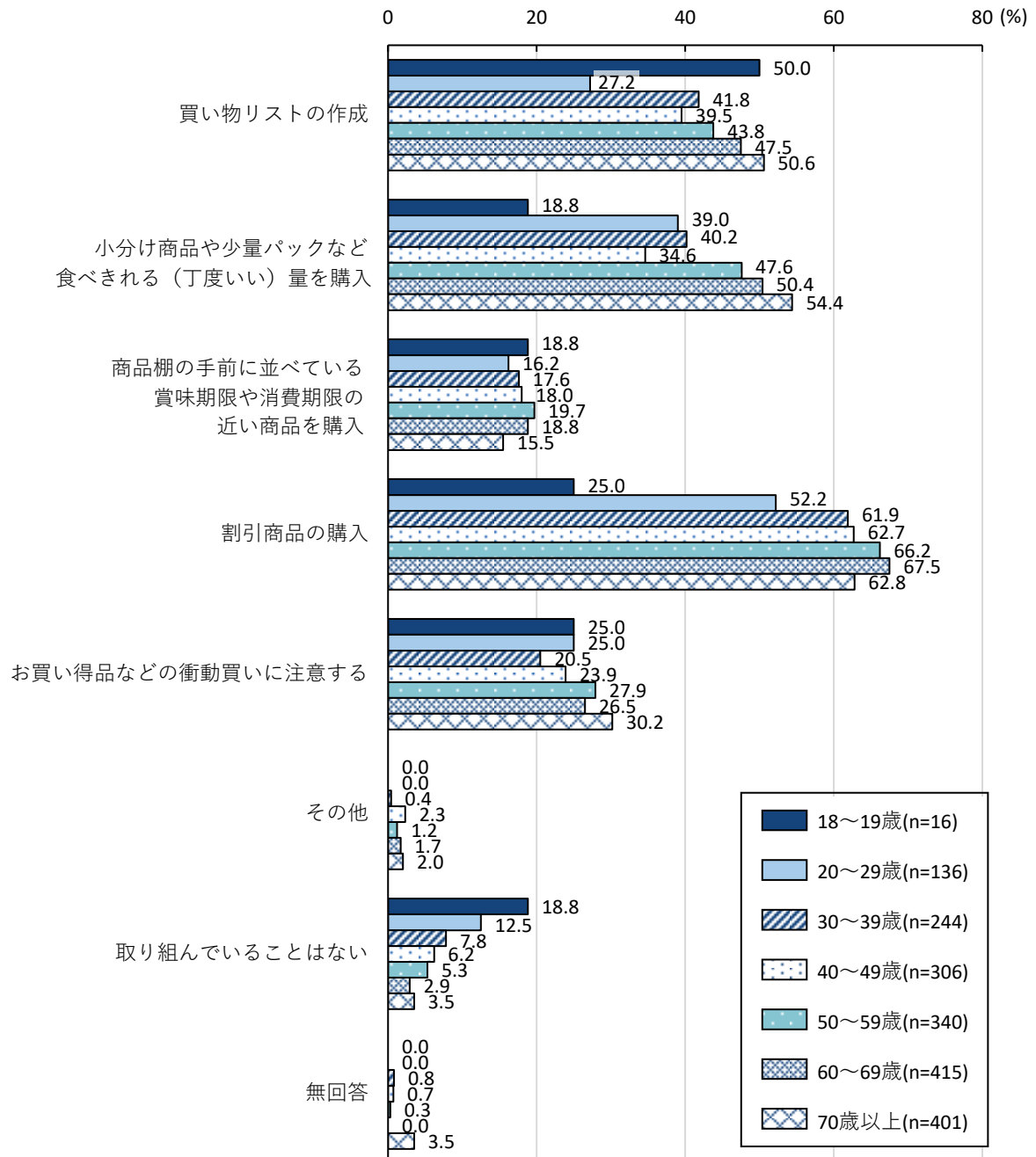
Ⅲ. 調査結果

【年齢別】

年齢別にみると、18～19歳では「買い物リストの作成」、20歳以上ではいずれも「割引商品の購入」の割合が最も高くなっている。

『食べきれない量を購入』の割合は、18～19歳では1割台、20～49歳では4割前後、50歳以上では5割前後となっており、年齢が高い層ほど割合が高い傾向にある。

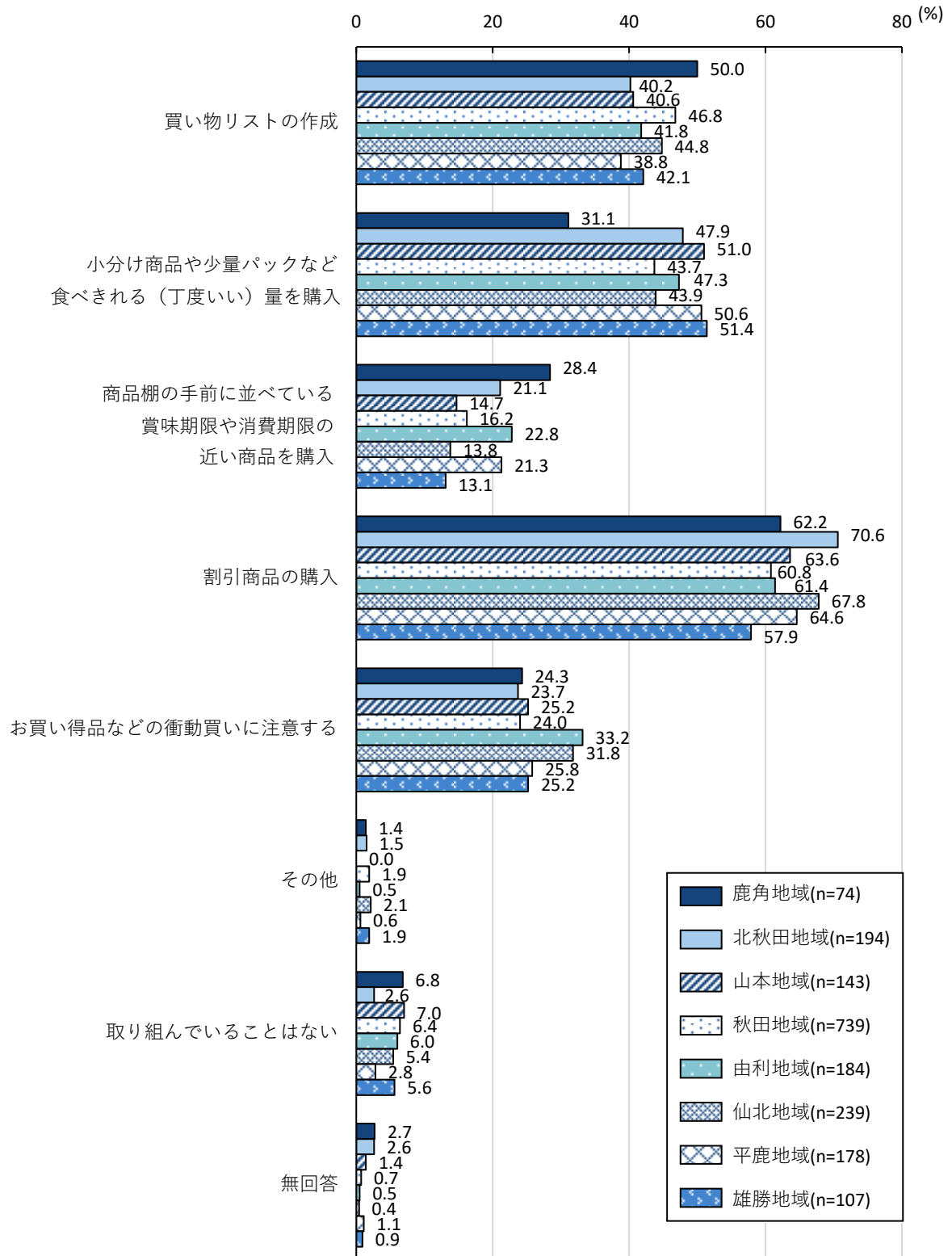
また、「取り組んでいることはない」の割合は、18～19歳（18.8%）が全体の割合（5.5%）を10.0ポイント以上上回っている。



【地域別】

地域別にみると、いずれの地域においても「割引商品の購入」の割合が最も高くなっている。

また、鹿角地域では『食べきれぬ量を購入』の割合（31.3%）が全体の割合（45.7%）を10.0ポイント以上下回っている一方、「商品棚の手前に並べている賞味期限や消費期限の近い商品を購入」の割合（28.4%）では全体の割合（17.8%）を10.0ポイント以上上回っている。

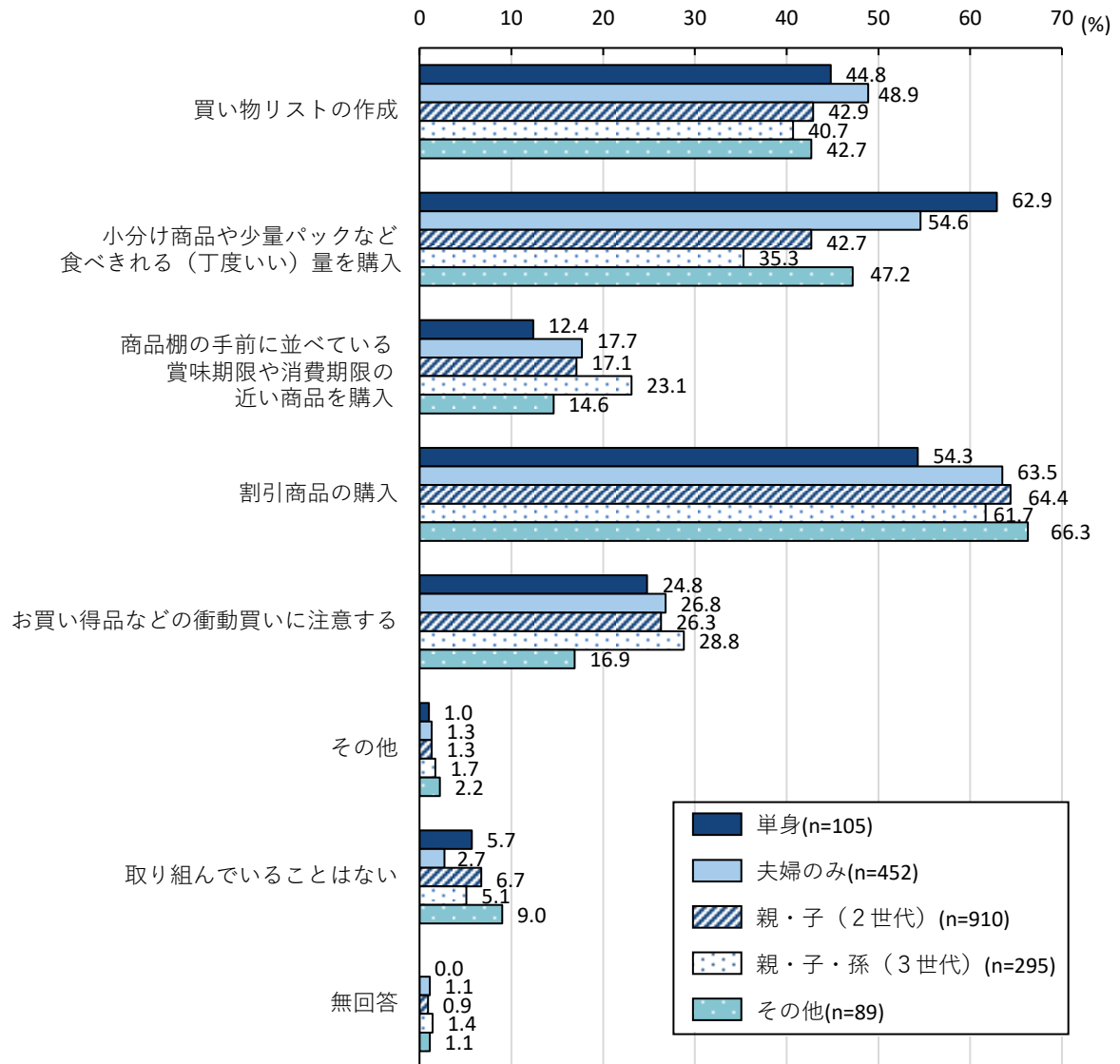


Ⅲ. 調査結果

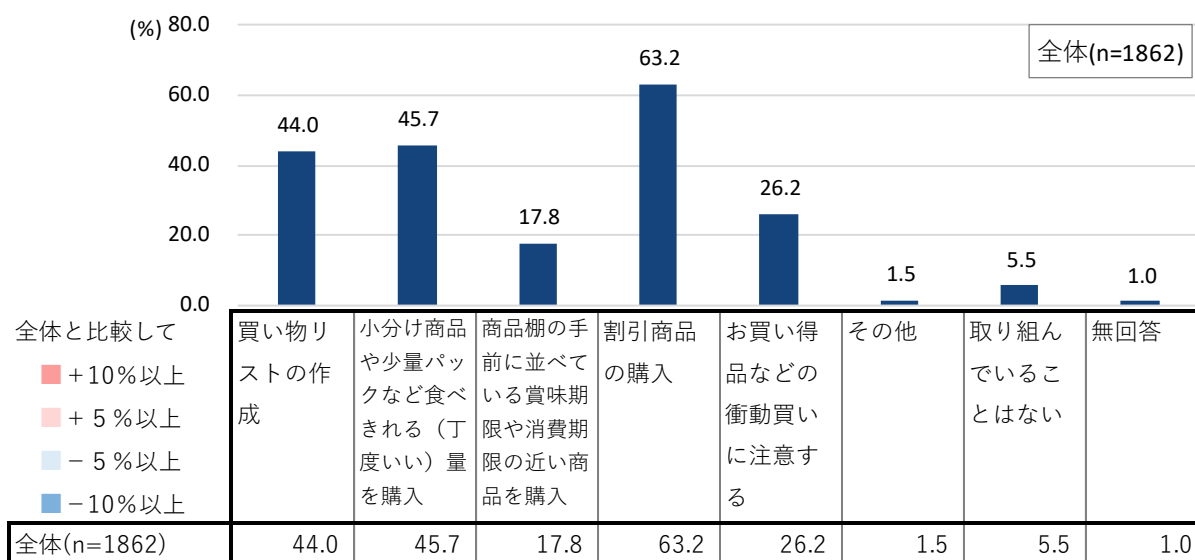
【家族構成別】

家族構成別にみると、単身では『食べきれる量を購入』、他4区分ではいずれも「割引商品の購入」の割合が最も高くなっている。

また、『食べきれる量を購入』の割合は、単身（62.9%）が全体の割合（45.7%）を10.0ポイント以上上回っている一方、親・子・孫（3世代）（35.3%）は全体の割合を10.0ポイント以上下回っている。



Ⅲ. 調査結果



性別

男性(n=756)	34.8	42.7	18.3	58.7	21.8	1.3	7.9	0.8
女性(n=1095)	50.2	47.9	17.4	66.3	29.3	1.6	3.8	1.2
その他(n=7)	57.1	14.3	28.6	71.4	14.3	0.0	0.0	0.0

年齢別

18～19歳(n=16)	50.0	18.8	18.8	25.0	25.0	0.0	18.8	0.0
20～29歳(n=136)	27.2	39.0	16.2	52.2	25.0	0.0	12.5	0.0
30～39歳(n=244)	41.8	40.2	17.6	61.9	20.5	0.4	7.8	0.8
40～49歳(n=306)	39.5	34.6	18.0	62.7	23.9	2.3	6.2	0.7
50～59歳(n=340)	43.8	47.6	19.7	66.2	27.9	1.2	5.3	0.3
60～69歳(n=415)	47.5	50.4	18.8	67.5	26.5	1.7	2.9	0.0
70歳以上(n=401)	50.6	54.4	15.5	62.8	30.2	2.0	3.5	3.5

地域別

鹿角地域(n=74)	50.0	31.1	28.4	62.2	24.3	1.4	6.8	2.7
北秋田地域(n=194)	40.2	47.9	21.1	70.6	23.7	1.5	2.6	2.6
山本地域(n=143)	40.6	51.0	14.7	63.6	25.2	0.0	7.0	1.4
秋田地域(n=739)	46.8	43.7	16.2	60.8	24.0	1.9	6.4	0.7
由利地域(n=184)	41.8	47.3	22.8	61.4	33.2	0.5	6.0	0.5
仙北地域(n=239)	44.8	43.9	13.8	67.8	31.8	2.1	5.4	0.4
平鹿地域(n=178)	38.8	50.6	21.3	64.6	25.8	0.6	2.8	1.1
雄勝地域(n=107)	42.1	51.4	13.1	57.9	25.2	1.9	5.6	0.9

家族構成別

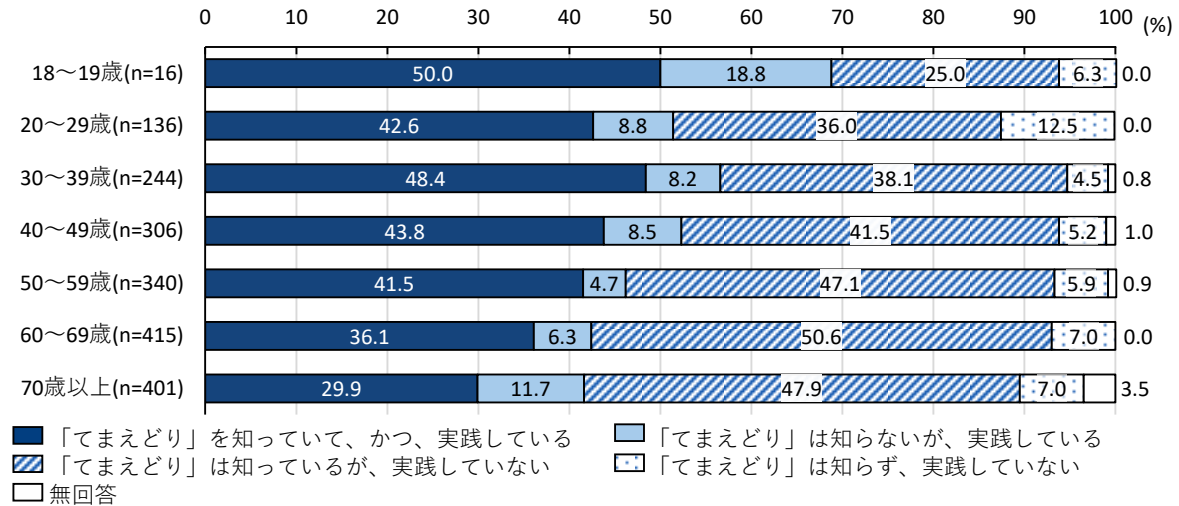
単身(n=105)	44.8	62.9	12.4	54.3	24.8	1.0	5.7	0.0
夫婦のみ(n=452)	48.9	54.6	17.7	63.5	26.8	1.3	2.7	1.1
親・子(2世代)(n=910)	42.9	42.7	17.1	64.4	26.3	1.3	6.7	0.9
親・子・孫(3世代)(n=295)	40.7	35.3	23.1	61.7	28.8	1.7	5.1	1.4
その他(n=89)	42.7	47.2	14.6	66.3	16.9	2.2	9.0	1.1

【年齢別】

年齢別にみると、18～49歳では『知っている、実践している』、50歳以上では『知っているが、実践していない』の割合が最も高くなっている。

また、『知っている』の割合は、いずれの年齢においても7～8割を占め、『知らない』の割合を上回っている。

『実践している』の割合は、18～49歳では5～6割台、50歳以上では4割台となっており、年齢が低い層ほど割合が高い傾向にある。

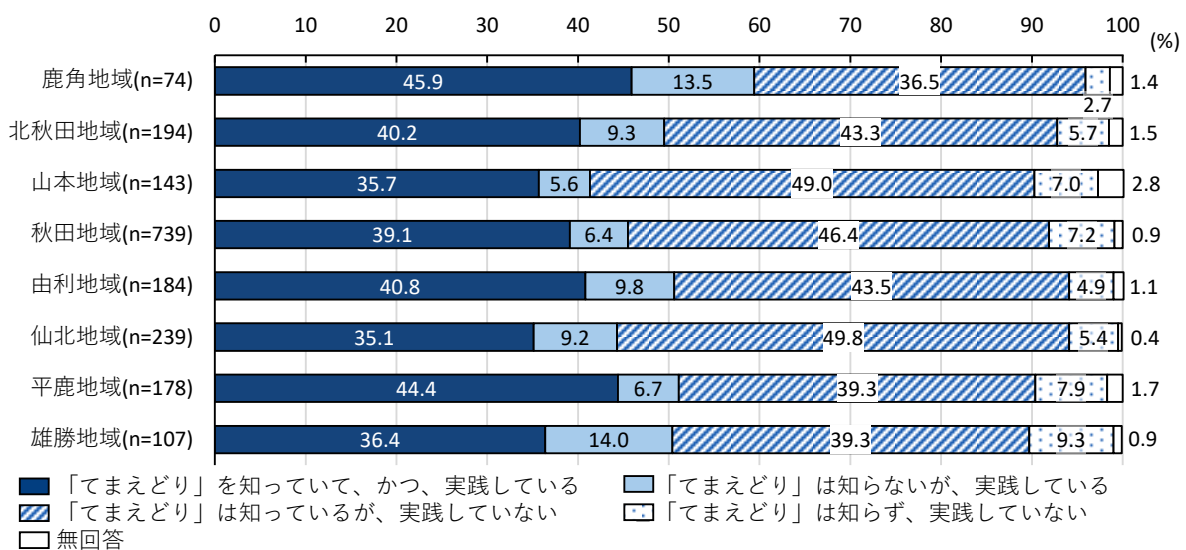


【地域別】

地域別にみると、鹿角地域および平鹿地域では『知っている、実践している』、他6地域ではいずれも『知っているが、実践していない』の割合が最も高くなっている。

また、『知っている』の割合は、いずれの年齢においても7～8割を占め、『知らない』の割合を上回っている。

『実践している』の割合は、鹿角地域および北秋田地域、由利地域、平鹿地域、雄勝地域の5地域では『実践していない』の割合を上回っている。一方、他3地域では『実践していない』が『実践している』を上回っている。



Ⅲ. 調査結果

【家族構成別】

家族構成別にみると、親・子・孫（3世代）では『知っている、実践している』、他4区分ではいずれも『知っているが、実践していない』の割合が最も高くなっている。

また、『知っている』の割合は、いずれの区分においても7～8割を占め、『知らない』の割合を上回っている。

『実践している』の割合は、親・子・孫（3世代）では『実践していない』の割合を上回っている。一方、他4区分では『実践していない』が『実践している』を上回っている。

