

消費者庁『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—』

まとめ≡ごみかん運営委員 小野寺 勲

食品ロス削減に関する消費者の現状や求められる政策等を把握し、食品ロス削減に向けた施策の検討に資することを目的に、全国の満18歳以上の男女を対象として実施したアンケート調査の結果。毎年度実施。2016年度以降はインターネットにて調査。ここでは、これまでの調査結果から抜粋して掲載。

■食品ロス問題の認知度 (%)

	2016年	2022年
よく知っている	15.5	24.0
ある程度知っている	50.0	57.1
あまり知らない	20.5	11.0
全く知らない	14.1	7.9
n	3,000	5,000

■食品ロスを減らすための取組 (複数回答) (%)

	2016年	2022年
残さず食べる	64.7	61.1
賞味期限を過ぎ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	44.1	48.8
冷凍保存を活用する	45.8	42.5
料理を作りすぎない	44.9	32.7
日頃から冷蔵庫などの食材の種類・量・期限表示を確認する	32.0	32.5
飲食店等で注文しすぎない	22.6	29.7
期限間近による値引き商品・ポイント還元の商品を率先して選ぶ	-	29.3
小分け商品、少量パック商品、バラ売り等、食べきれぬ量を購入する	27.2	25.6
残った料理を別の料理に作り替える(リメイクする)など、工夫して食べる	34.5	22.4
商品棚の手前に並ぶ期限の近い商品を購入する(いわゆる「てまえどり」)	-	14.5
外食時には、小盛りメニュー等希望に沿った量で料理を提供する店舗を選ぶ	-	7.9
その他	0.4	0.4
取り組んでいることはない	13.7	13.7
n	3,000	5,000

■食品ロスを減らすための取組理由 (%)

	2017年
食べものを捨ててしまうことがもったいないから	45.2
食べものを捨てることにお金を捨てることにつながる	22.8
食べものを捨てることに罪悪感があるから	18.9
環境問題やごみ減量などに貢献したいから	9.2
その他	0.9
特に理由はない	3.1
n	2,751

■直接廃棄の理由 (複数回答) (%)

	2022年
消費期限が切れた	29.2
保存していることを忘れていて、傷んでしまった	28.9
保存方法が不適切で、傷んでしまった	20.9
賞味期限が切れた	20.2
もらったものの、多すぎて使い切れなかった	14.1
買いすぎて、使い切れなかった	10.3
購入またはもったった時点で傷んでいた	10.2
もらったものの、食べ方がわからなかった	5.9
その他	0.6
捨てた経験はない	27.2
n	5,000

■食べ残しの理由 (複数回答) (%)

	2022年
保存していることを忘れていて、傷んでしまった	23.9
保存方法が不適切で、傷んでしまった	18.8
作りすぎたため、食べきれなかった	17.4
好みの味ではなかった	14.1
調理に失敗して、食べられなかった	11.8
作ったものの、食べる機会がなくなってしまった	9.3
デリバリー等を、注文しすぎて食べきれなかった	2.7
その他	0.5
捨てた経験はない	35.5
n	5,000

■食品を購入する際の賞味・消費期限の意識 (%)

	2022年
消費予定に関係なく、なるべく期限の長い商品を購入している	47.3
消費予定が近いものは、なるべく期限の短い商品を購入している	27.1
意識していない	25.2
その他	0.5
n	5,000