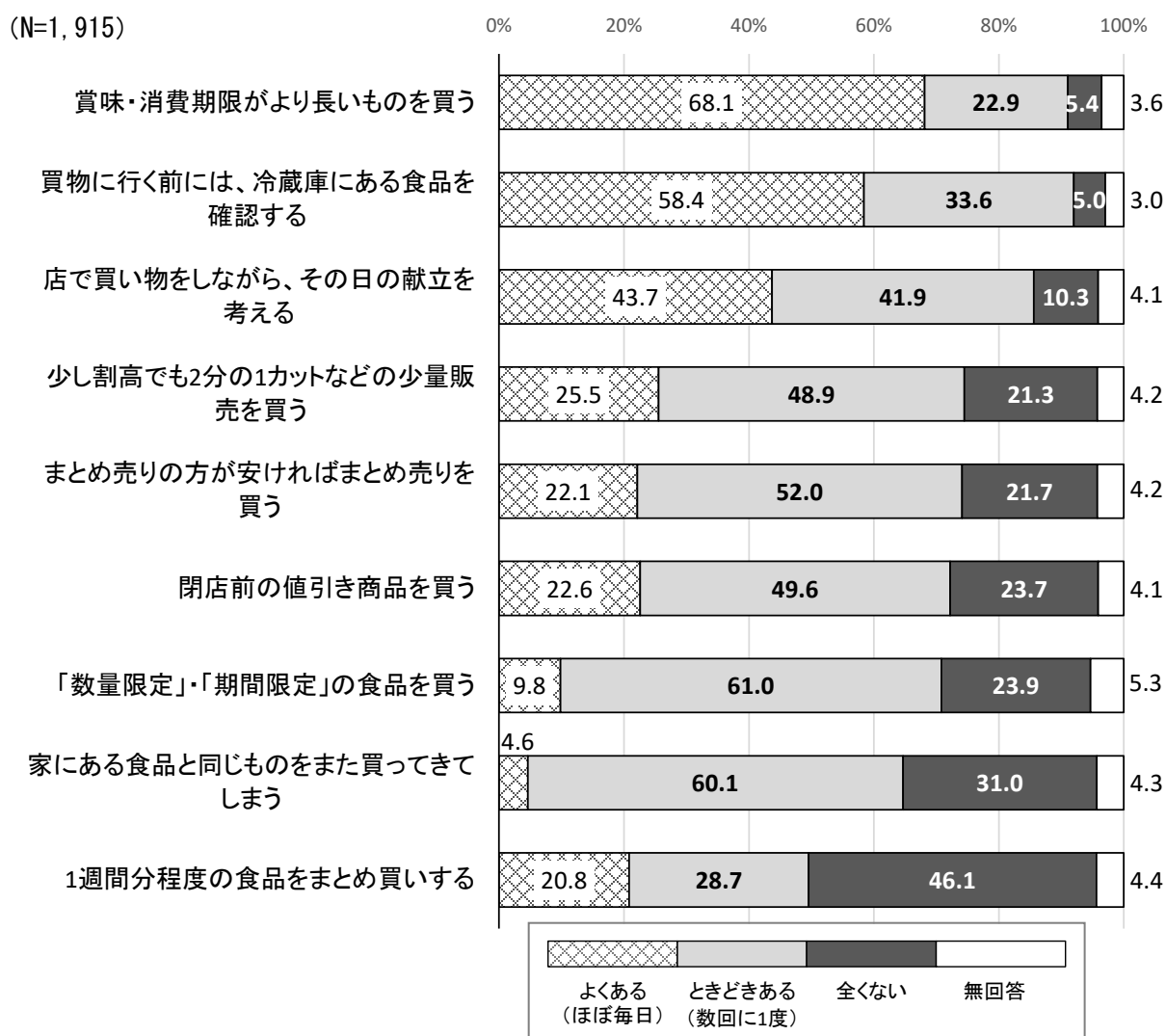


## 食品ロスの削減について

現在、日本国内では、本来食べられるにもかかわらず食品が廃棄されてしまう「食品ロス」が問題になっており、国民1人1日当たり約132g（茶わん約1杯分のごはんの量に相当）の食品が廃棄されています。食品ロスを引き起こす消費者の行動要因等を調査し、食品ロスの削減に向けた各種広報や新たな施策展開などの参考にしたいと考えています。

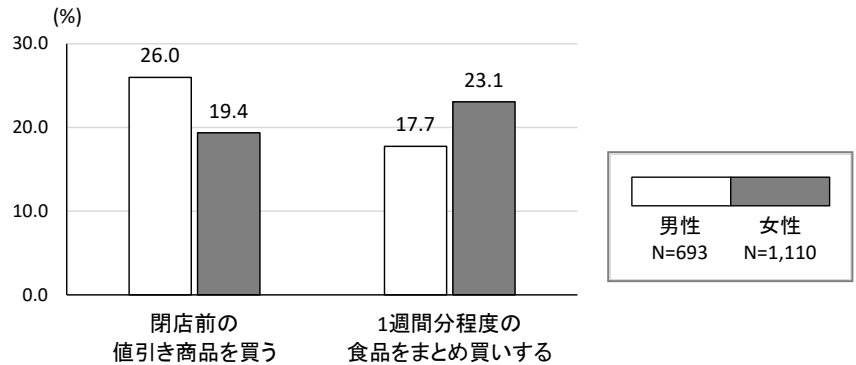
問 21. あなたのご家庭における食品購入時等の行動について、それぞれあてはまるもの1つに○をつけてください。

- 食品購入時の9つの行動について、半数以上の人々が「よくある（ほぼ毎日）」としたのが、【賞味・消費期限がより長いものを買う】（68.1%）、【買物に行く前には、冷蔵庫にある食品を確認する】（58.4%）である。
- 【「数量限定」・「期間限定」の商品を買う】、【家にある商品と同じものをまた買ってきってしまう】については、「ときどきある（数回に1度）」が6割ほどあるが、「よくある（ほぼ毎日）」は1割を下回っている。
- 【1週間分程度の食品をまとめ買いする】については、「全くない」が46.1%で、最も多い。



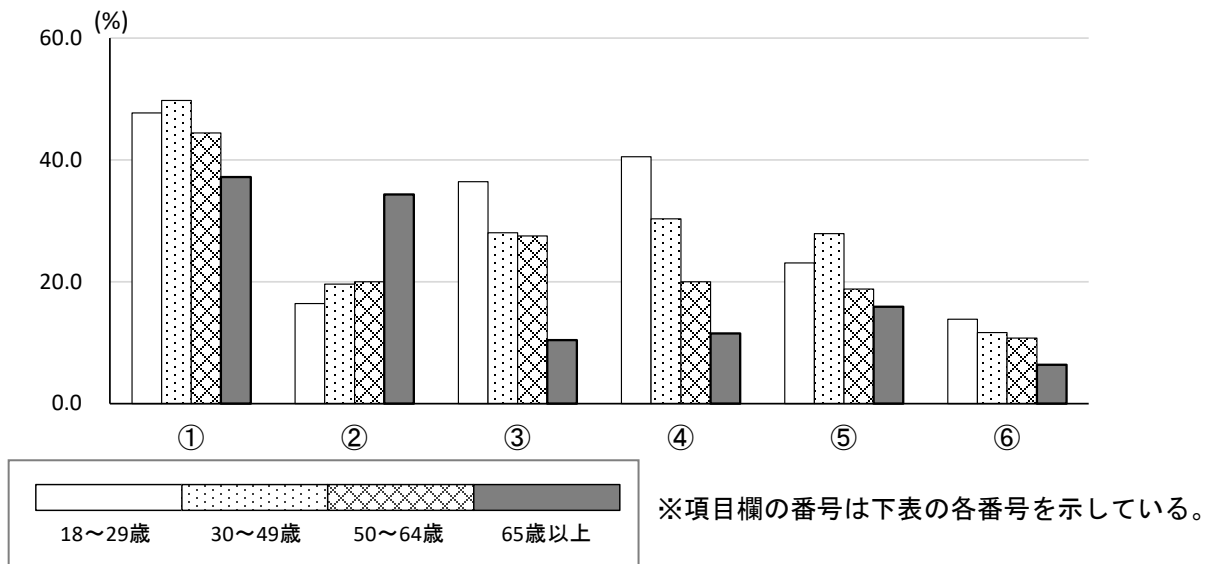
- 性別に「よくある（ほぼ毎日）」をみると、5ポイント以上差がある項目が2つある。【閉店前の値引き商品を買う】は『男性』の方が多く、【1週間分程度の食品をまとめ買いする】は『女性』の方が多い。

■性別で5ポイント以上差がある食品購入時等の「よくある（ほぼ毎日）」行動



- 年齢（4区分）別に「よくある（ほぼ毎日）」をみると、【店で買い物をしながら、その日の献立を考える】、【少し割高でも、2分の1カットなどの少量販売を買う】、【閉店前の値引き商品を買う】、【まとめ売りの方が安ければまとめ売りを買う】、【1週間分程度の食品をまとめ買いする】、【「数量限定」・「期間限定」の食品を買う】の6つの行動で、違いが大きい。
- 【店で買い物をしながら、その日の献立を考える】、【閉店前の値引き商品を買う】、【まとめ売りの方が安ければまとめ売りを買う】、【「数量限定」・「期間限定」の食品を買う】、【1週間分程度の食品をまとめ買いする】の5つの行動は、若い世代ほどその割合が多い。
- 【少し割高でも、2分の1カットなどの少量販売を買う】については、年齢区分が上がるほどその割合が多くなる。

■年齢（4区分）で違いが大きい食品購入時等の「よくある（ほぼ毎日）」行動（図）



①	②	③	④	⑤	⑥
店で買い物をしながら、その日の献立を考える	少し割高でも、2分の1カットなどの少量販売を買う	閉店前の値引き商品を買う	まとめ売りの方が安ければまとめ売りを買う	1週間分程度の食品をまとめ買いする	「数量限定」・「期間限定」の食品を買う

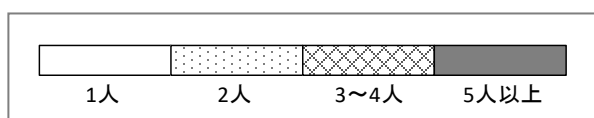
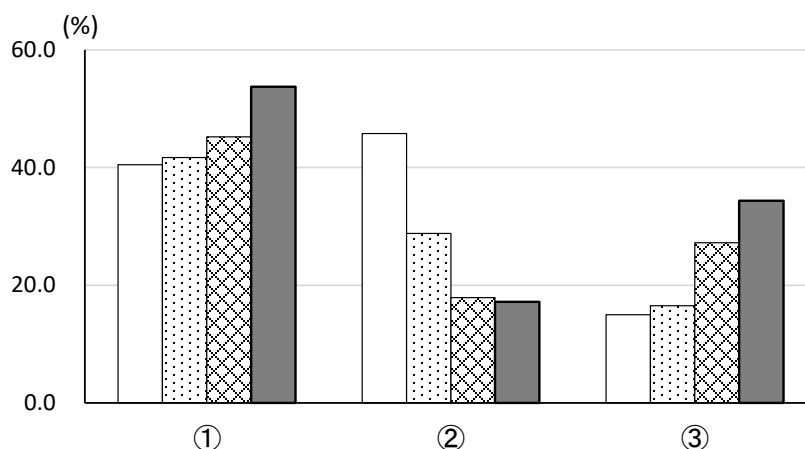
■年齢（4区分）別で違いが大きい食品購入時等の「よくある（ほぼ毎日）」行動（表）

単位：%

	N (人)	①	②	③	④	⑤	⑥
		店で買い物をしながら、その日の献立を考える	少し割高でも、2分の1カットなどの少量販売を買う	閉店前の値引き商品を買う	まとめ売りの方が安ければまとめ売りを買う	1週間分程度の食品をまとめ買いする	「数量限定」・「期間限定」の食品を買う
全体	1,915	43.7	25.5	22.6	22.1	20.8	9.8
18～29歳	195	47.7	16.4	36.4	40.5	23.1	13.8
30～49歳	567	49.7	19.6	28.0	30.3	27.9	11.6
50～64歳	484	44.4	24.4	27.5	20.0	18.8	10.7
65歳以上	662	37.2	34.3	10.4	11.5	15.9	6.3

- 同居家族の人数別に「よくある（ほぼ毎日）」をみると、【店で買い物をしながら、その日の献立を考える】、【少し割高でも、2分の1カットなどの少量販売を買う】、【まとめ売りの方が安ければまとめ売りを買う】の3つの行動で、違いが大きい。
- 【店で買い物をしながら、その日の献立を考える】、【まとめ売りの方が安ければまとめ売りを買う】の2つの行動は、同居家族の人数が多いほど、「よくある（ほぼ毎日）」の割合が多い。
- 【少し割高でも、2分の1カットなどの少量販売を買う】については、同居家族の人数が少ないほど、「よくある（ほぼ毎日）」の割合が多い。

■同居家族の人数で違いが大きい食品購入時等の「よくある（ほぼ毎日）」行動



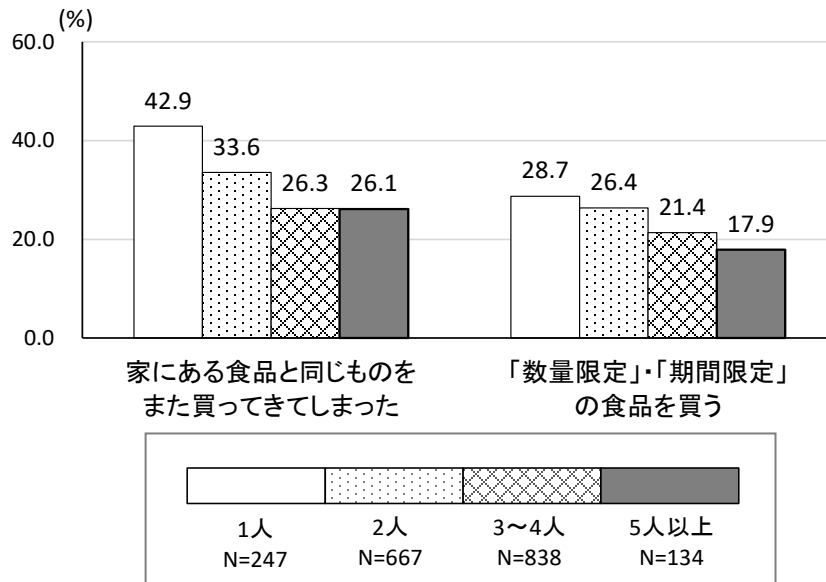
※項目欄の番号は下表の各番号を示している。

単位：%

	N (人)	①	②	③
		店で買い物をしながら、その日の献立を考える	少し割高でも、2分の1カットなどの少量販売を買う	まとめ売りの方が安ければまとめ売りを買う
全体	1,915	43.7	25.5	22.1
1人	247	40.5	45.7	15.0
2人	667	41.7	28.8	16.5
3～4人	838	45.2	17.9	27.2
5人以上	134	53.7	17.2	34.3

- また、同居家族の人数別に「全くない」をみると、【家にある商品と同じものをまた買ってきしまった】、【「数量限定」・「期間限定」の食品を買う】の2つの行動で違いが大きい。いずれも同居家族の人数が多いほどその割合が少ない。

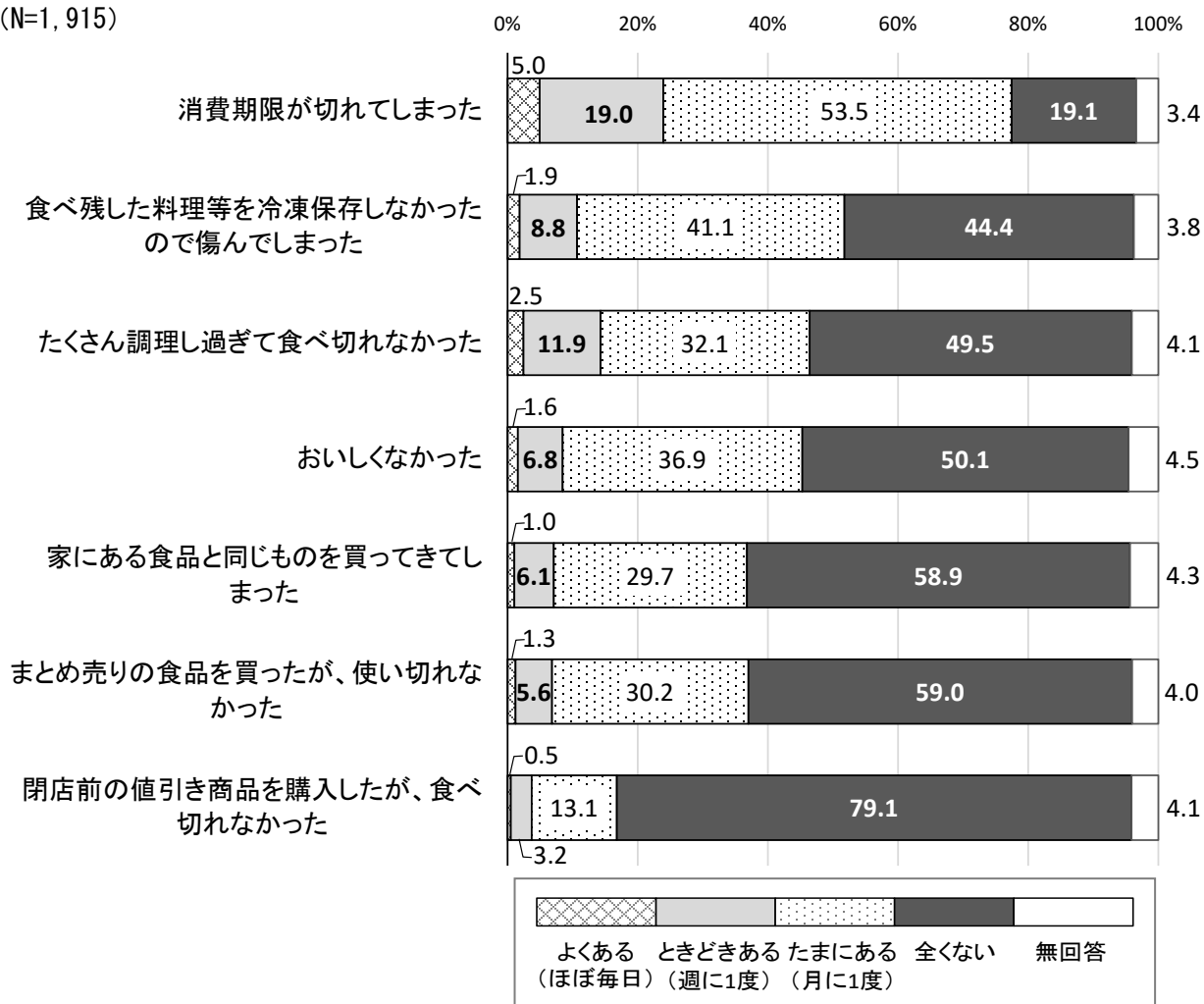
■同居家族の人数で違いが大きい食品購入時等の「全くない」行動



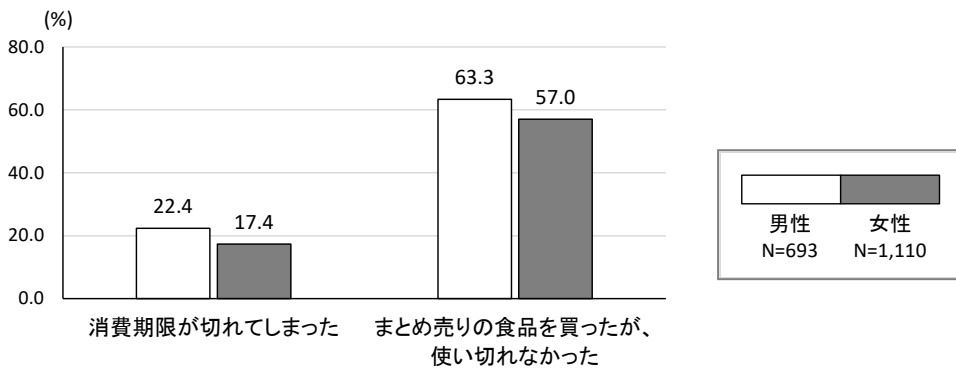
問 22. あなたのご家庭では、食品を廃棄することがある場合は、どんな食品をどのような状況で廃棄していますか。それぞれあてはまるもの1つに○をつけてください。

- 食品を廃棄する7つの場合については、「よくある（週に数回）」、「ときどきある（週に1度）」を合わせて10%以上になるのが、【消費期限が切れてしまった】（それぞれ5.0%、19.0%）、【たくさん調理し過ぎて食べきれなかった】（それぞれ2.5%、11.9%）、【食べ残した料理等を冷凍保存しなかったので傷んでしまった】（それぞれ1.9%、8.8%）の3つの場合である。
- 「全くない」が半数を超えるのは、【おいしくなかった】、【家のある食品と同じものを買ってきしまった】、【まとめ売りの食品を買ったが、使い切れなかった】、【閉店前の値引き商品を購入したが、食べ切れなかった】の4つの場合である。
- 性別に「全くない」をみると、5ポイント以上差があるのが、【消費期限が切れてしまった】、【まとめ売りの食品を買ったが、使い切れなかった】の2つの場合である。いずれも『女性』より『男性』の方が、「全くない」の割合が多い。
- 年齢（4区分）別に「全くない」をみると、【家にある食品と同じものを買ってきしまった】、【おいしくなかった】の2つの場合で違いが大きい。いずれも年齢区分が上がるほど「全くない」の割合が少なくなる傾向にあり、特に『65歳以上』の割合が、他の年齢区分より少ない。
- 同居家族の人数別に「全くない」をみると、【おいしくなかった】、【たくさん調理し過ぎて食べ切れなかった】の2つの場合で、違いが大きい。【おいしくなかった】は、同居家族の人数が多いほど、「全くない」の割合が多い。【たくさん調理し過ぎて食べ切れなかった】は、同居家族の人数が多いほど、「全くない」の割合が少ない。

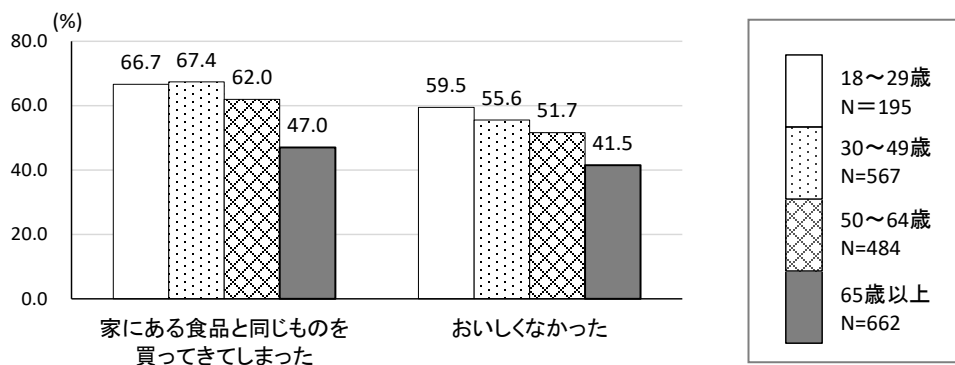
(N=1,915)



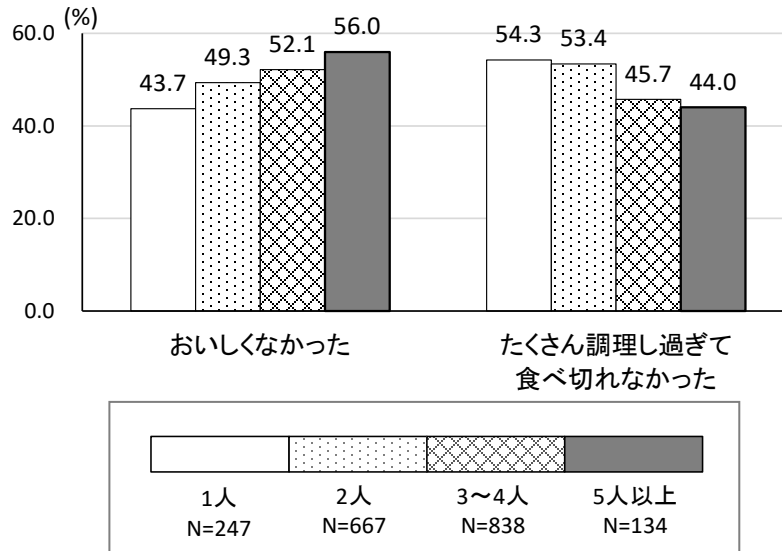
■性別で5ポイント以上差がある食品を廃棄することが「全くない」場合



■年齢（4区分）で違いが大きい食品を廃棄することが「全くない」場合



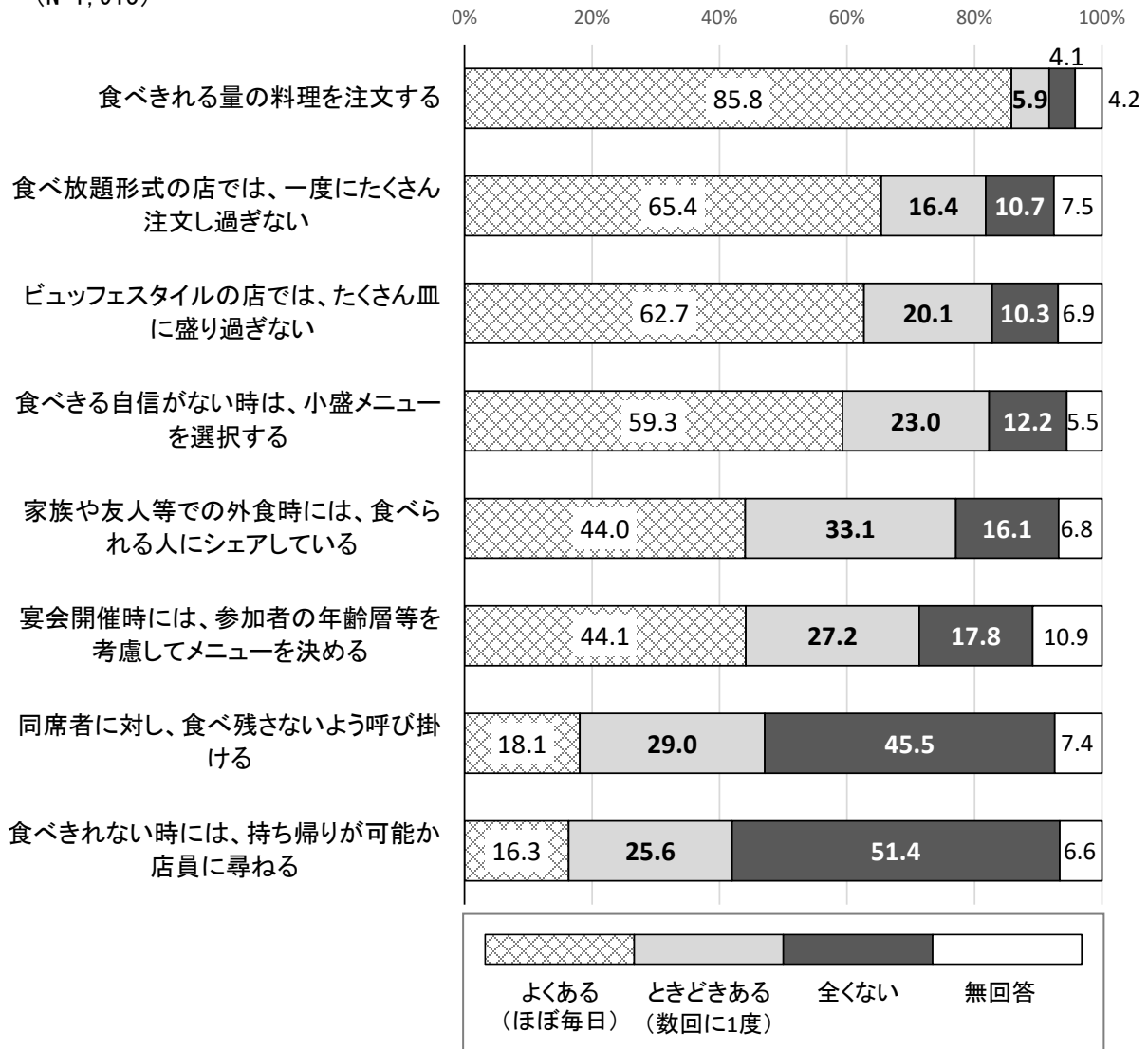
■同居家族の人数で違いが大きい食品を廃棄することが「全くない」場合



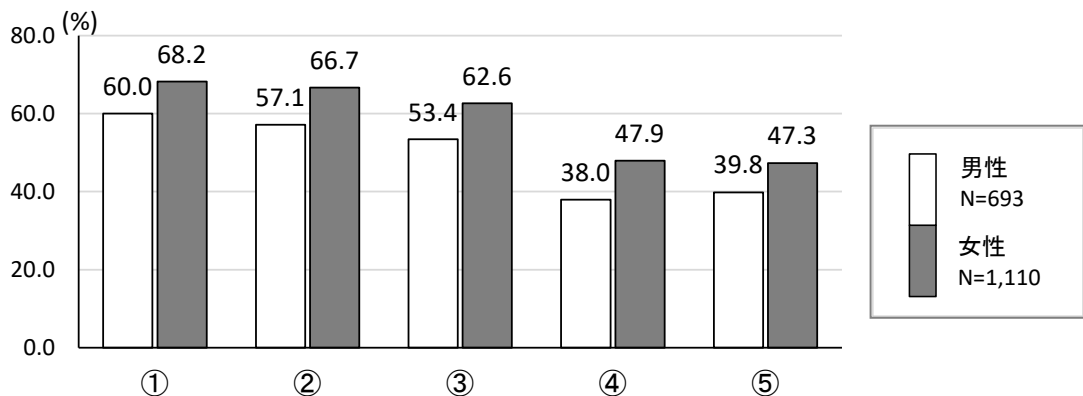
問 23. あなたが飲食店等で外食する際に心掛けていることについて、それぞれあてはまるものの1つに○をつけてください。

- 飲食店等で外食する際に心掛けていることで、半数以上が「よくある（ほぼ毎回）」としたのは、【食べきれる量の料理を注文する】（85.8%）、【食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない】（65.4%）、【ピュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない】（62.7%）、【食べきる自信がない時は、小盛メニューを選択する】（59.3%）の4点である。
- 【家族や友人等での外食時には、食べられる人にシェアしている】、【宴会開催時には、参加者の年齢層等を考慮してメニューを決める】の2点は、「よくある（ほぼ毎回）」が4割強である。
- 「全くない」が多いのは、【食べきれない時には、持ち帰りが可能か店員に尋ねる】（51.4%）、【同席者に対して、食べ残さないよう呼び掛ける】（45.5%）の2点である。
- 性別に「よくある（ほぼ毎日）」をみると、5ポイント以上差があるのが、【食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない】、【ピュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない】、【食べきる自信がない時は、小盛メニューを選択する】、【家族や友人等で外食時には、食べられる人にシェアしている】、【宴会開催時には、参加者の年齢層等を考慮してメニューを決める】の5点である。いずれも『男性』より『女性』の方が、「よくある（ほぼ毎日）」の割合が多い。

(N=1,915)



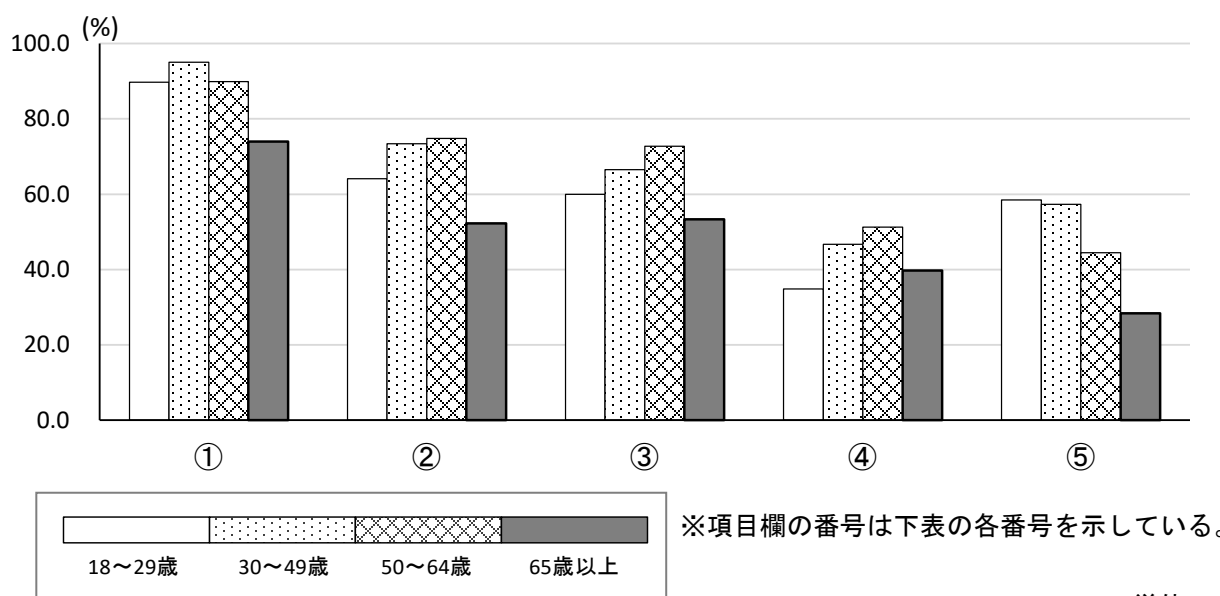
■性別で5ポイント以上差がある  
飲食店等で外食する際に「よくある (ほぼ毎日)」心掛けていること



①	②	③	④	⑤
食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない	ビュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない	食べきる自信がない時は、小盛メニューを選択する	家族や友人等での外食時には、食べられる人にシェアしている	宴会開催時には、参加者の年齢層等を考慮してメニューを決める

- 年齢（4区分）別に「よくある（ほぼ毎日）」をみると、【食べきれる量の料理を注文する】、【食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない】、【ビュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない】、【宴会開催時には、参加者の年齢層等を考慮してメニューを決める】、【家族や友人等で外食時には、食べられる人にシェアしている】の5点で、違いが大きい。
- 【食べきれる量の料理を注文する】は、64歳以下で「よくある（ほぼ毎日）」の割合が9割前後と多いが、『65歳以上』は他の年齢区分より少ない。
- 【食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない】は、『30～49歳』、『50～64歳』で「よくある（ほぼ毎回）」が7割強と多い。
- 【ビュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない】、【宴会開催時には、参加者の年齢層等を考慮してメニューを決める】の2点は、64歳以下では年齢区分が上がるほど、「よくある（ほぼ毎回）」の割合が多い。
- 【家族や友人等で外食時には、食べられる人にシェアしている】は、49歳代以下で「よくある（ほぼ毎回）」が5割を超えている。

■年齢（4区分）で違いが大きい  
飲食店等で外食する際に「よくある（ほぼ毎日）」心掛けていること



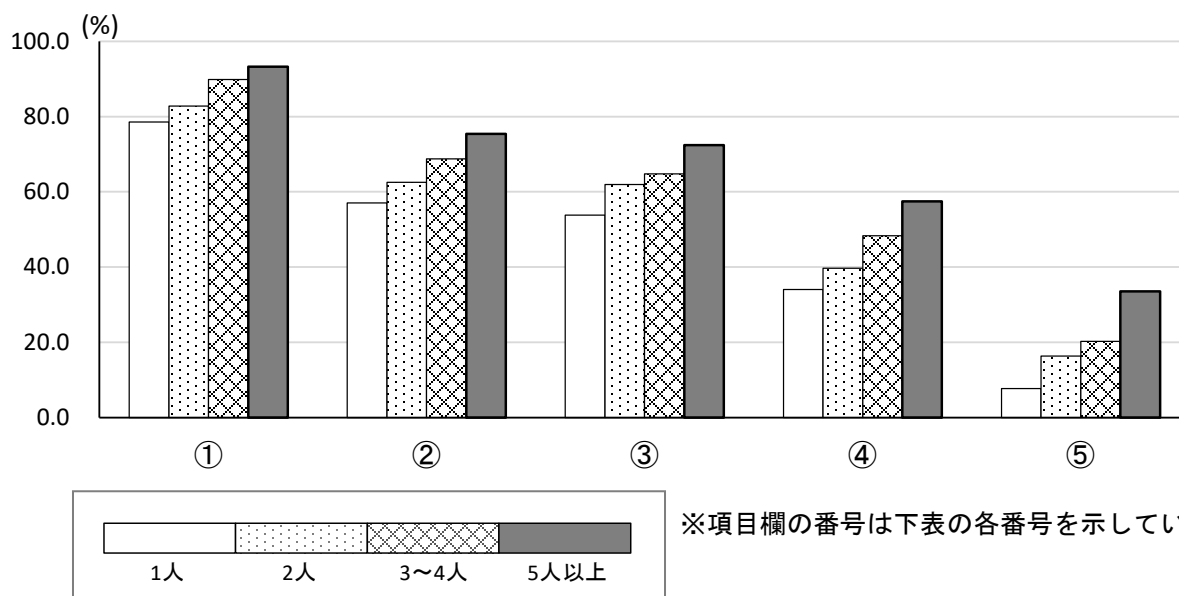
単位：%

	N (人)	①	②	③	④	⑤
		食べきれる量の料理を注文する	食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない	ビュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない	宴会開催時には、参加者の年齢層等を考慮してメニューを決める	家族や友人等での外食時には、食べられる人にシェアしている
全体	1,915	85.8	65.4	62.7	44.1	44.0
18～29歳	195	89.7	64.1	60.0	34.9	58.5
30～49歳	567	95.1	73.4	66.5	46.7	57.3
50～64歳	484	89.9	74.8	72.7	51.2	44.4
65歳以上	662	74.0	52.3	53.3	39.7	28.4



- 同居家族の人数別に「よくある（ほぼ毎日）」をみると、【食べきれる量の料理を注文する】、【食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない】、【ビュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない】、【家族や友人等で外食時には、食べられる人にシェアしている】、【同席者に対し、食べ残さないよう呼び掛ける】の5点で、違いが大きい。いずれも同居家族の人数が多いほど、「よくある（ほぼ毎日）」の割合が多い。

■同居家族の人数で違いが大きい  
飲食店等で外食する際に「よくある（ほぼ毎日）」心掛けていること



※項目欄の番号は下表の各番号を示している。

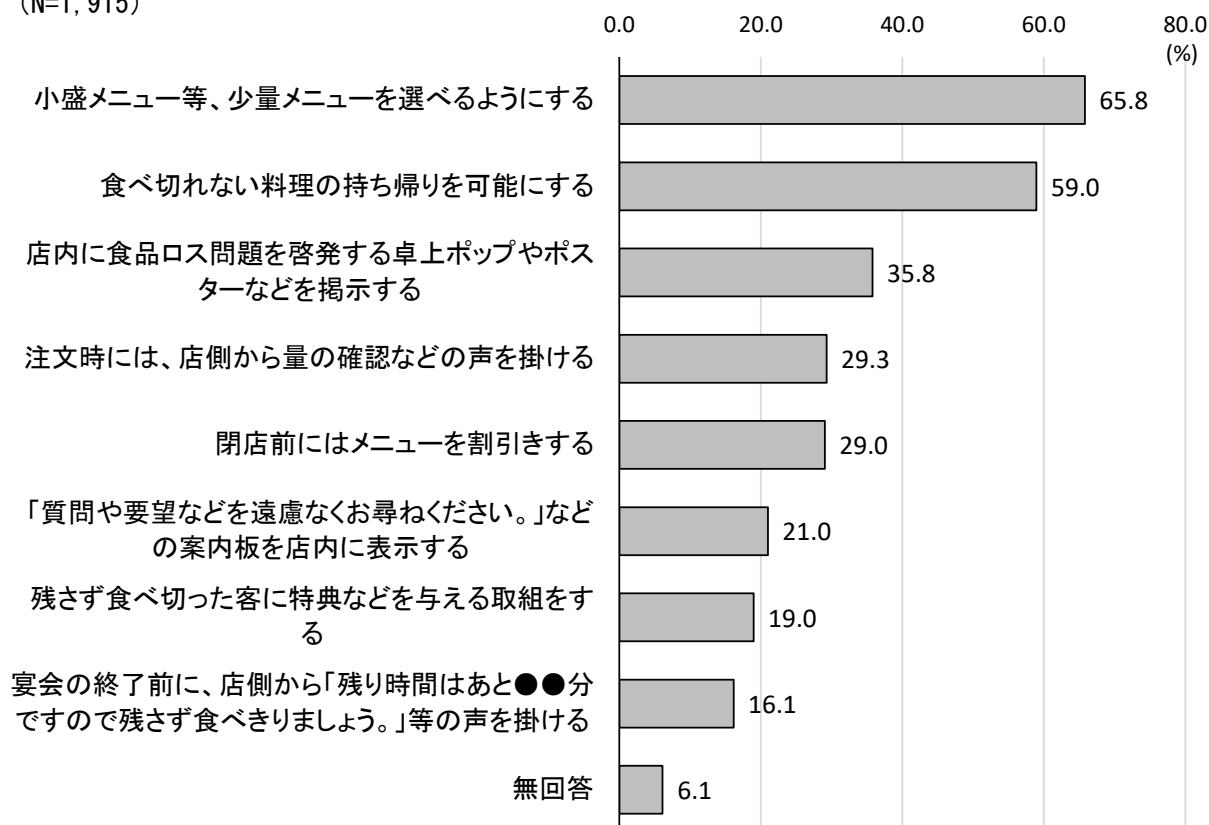
単位：%

	N (人)	①	②	③	④	⑤
		食べきれる量の料理を注文する	食べ放題形式の店では、一度にたくさん注文し過ぎない	ビュッフェスタイルの店では、たくさん皿に盛り過ぎない	家族や友人等での外食時には、食べられる人にシェアしている	同席者に対し、食べ残さないよう呼び掛ける
全体	1,915	85.8	65.4	62.7	44.0	18.1
1人	247	78.5	57.1	58.3	34.0	7.7
2人	667	82.8	62.5	61.9	39.7	16.3
3~4人	838	89.9	68.7	64.8	48.3	20.3
5人以上	134	93.3	75.4	72.4	57.5	33.6

問 24. あなたが飲食店側に望む取組内容について、あてはまるものすべてに○をつけてください。

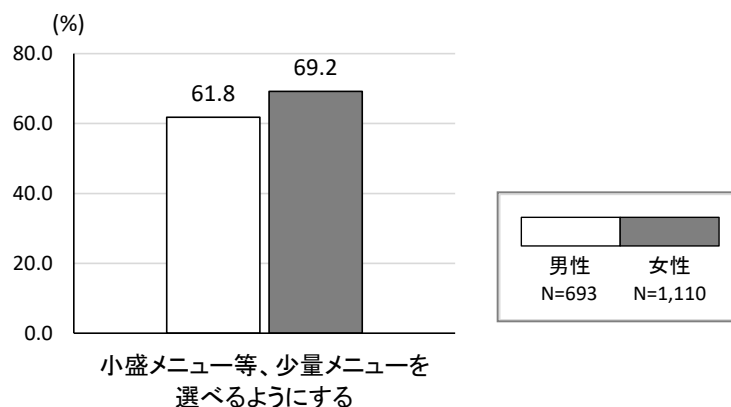
- 飲食店側に望む取組として、半数以上が「小盛メニュー等、少量メニューを選べるようにする」(65.8%)、「食べ切れない料理の持ち帰りを可能にする」(59.0%) の2点をあげている。
- 「店内に食品ロス問題を啓発する卓上ポップやポスターなどを掲示する」(35.8%)、「注文時には、店側から量の確認などの声を掛ける」(29.3%)、「閉店前にはメニューを値引きする」(29.0%) の3点は、3割前後となっている。

(N=1,915)

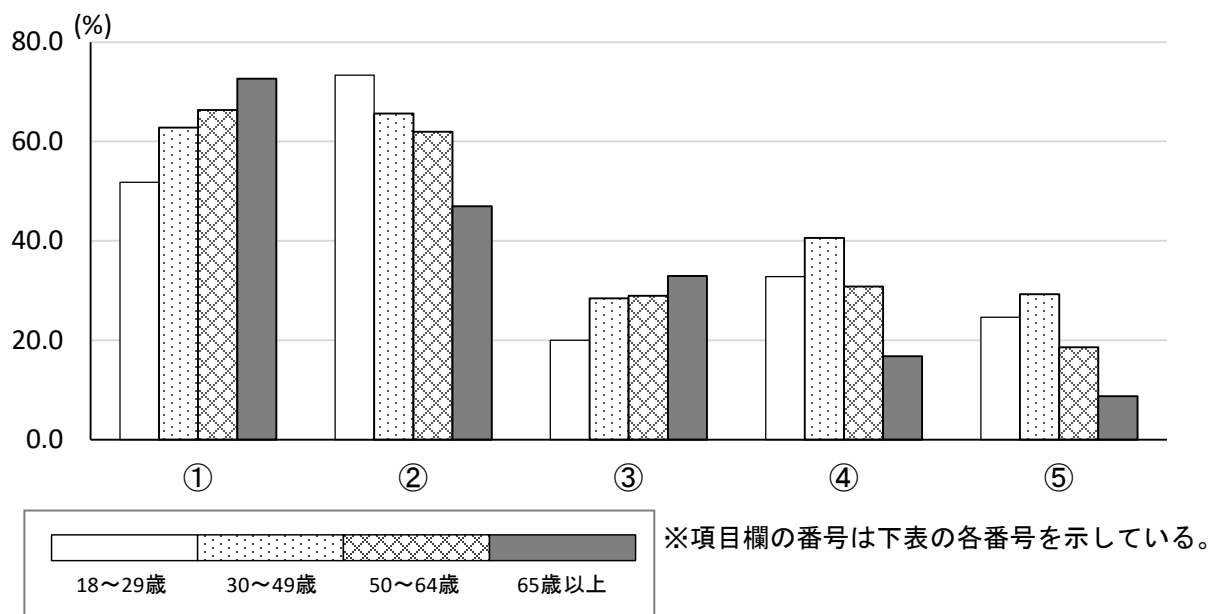


- 性別にみると、5ポイント以上差があるのが「小盛メニュー等、少量メニューを選べるようにする」で、『男性』より『女性』の方が多い。
- 年齢(4区分)別にみると、「小盛メニュー等、少量メニューを選べるようにする」、「注文時には、店側からの量の確認などの声を掛ける」、「食べ切れない料理の持ち帰りを可能にする」、「閉店前にはメニューを割引する」、「残さず食べきった客に特典を与える取組をする」の5点で違いが大きい。
- 「小盛メニュー等、少量メニューを選べるようにする」、「注文時には、店側からの量の確認などの声を掛ける」の2点は、年齢区分が上がるほど割合が多い。
- 「食べきれない料理の持ち帰りを可能にする」については、若い世代ほどその割合が多い。
- 「閉店前にはメニューを割引する」、「残さず食べきった客に特典を与える取組をする」の2点は、『30～49歳』が最も多く、『65歳以上』は少ない。

■性別で5ポイント以上差がある飲食店側に望む取組内容



■年齢（4区分）で違いが大きい飲食店側に望む取組内容



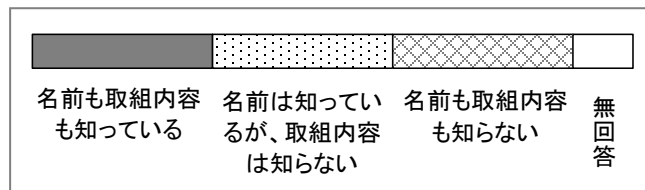
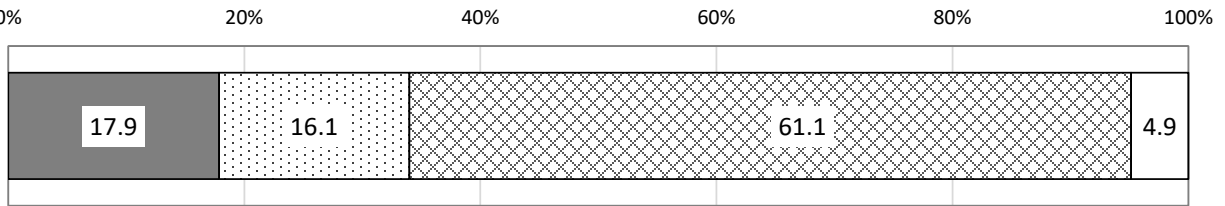
単位: %

	N (人)	①	②	③	④	⑤
		小盛メニュー等、少量メニューを選べるようにする	食べ切れない料理の持ち帰りを可能にする	注文時には、店側から量の確認などの声を掛ける	閉店前にはメニューを割引きする	残さず食べ切った客に特典などを与える取組をする
全体	1,915	65.8	59.0	29.3	29.0	19.0
18~29歳	195	51.8	73.3	20.0	32.8	24.6
30~49歳	567	62.8	65.6	28.4	40.6	29.3
50~64歳	484	66.3	62.0	28.9	30.8	18.6
65歳以上	662	72.7	47.0	32.9	16.8	8.8

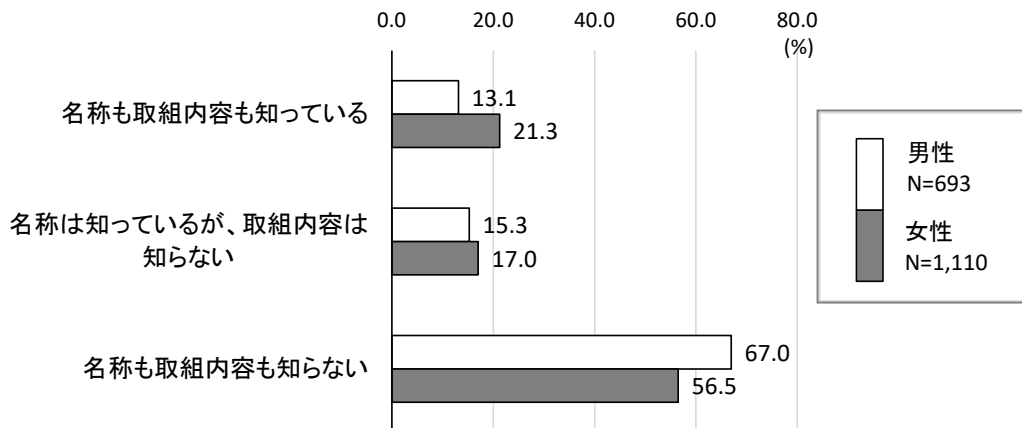
問 25. 西宮市では、食品ロスの削減に関する取組の一つとして、フードドライブを実施しています。あてはまるもの1つに○をつけてください。

- フードドライブについて、「名称も取組内容も知っている」は 17.9%で、「名称も取組内容も知らない」は 61.1%となっている。
- 「名称も取組内容も知らない」については、『男性』より『女性』の方が、また年齢（4区分）が上がるほど、その割合が少ない。

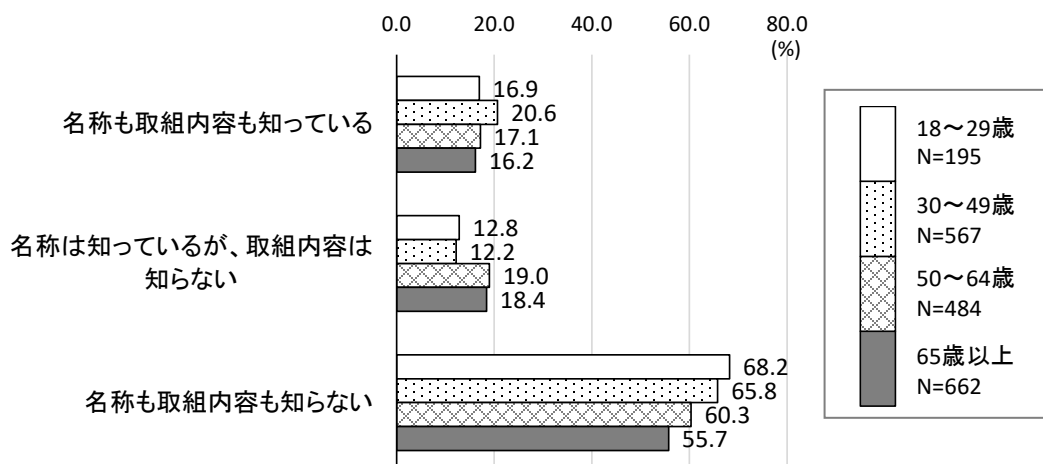
(N=1,915)



■性別 「フードドライブ」の認知状況



■年齢（4区分）別 「フードドライブ」の認知状況



## 施策に向けての一言 <食品ロスの削減について>

食品ロスとは、本来食べられるはずなのに捨てられてしまう食品のことをいう。農林水産省によれば、日本における国民1人あたりの食品ロス量は、1日あたり約132グラム、年間にして約48キログラムあるとされる。食品ロスは環境に負荷をかけることなどが問題視されており、令和元年（2019年）10月には「食品ロスの削減に関する法律」も施行されている。西宮市民を対象に食品ロスに関して調査する理由も、この点にある。

食品ロスを防ぐためには購入時の行動にどのような特徴があるかを知る必要がある（問21）。調査結果を見ると、「買物に行く前には、冷蔵庫にある食品を確認する」ことについて「ある」と回答した人は92.0%であった一方で、「家にある食品と同じものをまた買ってきってしまう」ことについて、あると回答した人も約65%いた。買い物をしながら購入品を考えることは一つの楽しみではあるが、それがこのような事態を引き起こす原因にもなっている可能性がある。

しかし、実際に食品を廃棄する理由について調査した結果を見ると（問22）、最も「ある」理由としてあげられていたのは「消費期限が切れてしまった」であり、「家にある食品と同じものを買ってきってしまった」人は多くない。同じものを買うことはあるが、それは必ずしも食品ロスに繋がるわけではない。購入を予定していなかったものを購入する方が食品ロスに繋がりやすいのであれば、買い物は計画的に、ということを改めて周知する必要がある。

食品ロスを減らす上では、外食の際に食べる量を調整することも必要である。この点について調査した結果を見ると（問23）、多くの市民がそのような意識を持つ一方で、（同席する）他者への呼びかけについては躊躇する人が一定数存在する、という結果になっている。また、男性より女性の方が、フードロスを減らす意識が高いという結果にもなっている。外食の際にロスを減らすような取り組みに関しては、特に男性に対して必要だといえる。

飲食店側に求められることとしては（問24）、持ち帰りメニューのほか、少量メニューの充実なども指摘されている。どのようなメニューを出すかは各店舗に委ねられていることではあるが、一品の量を減らすと食品ロスの削減に貢献できることを行政が飲食店に伝えるのも、方向性の一つとしてはありうるだろう。

西宮市が取り組んでいるフードドライブに関しては（問25）、61.1%が「名前も取組も知らない」と回答している。フードドライブとは家庭で保管されたままになっている食べ物を持ち寄り、まとめてフードバンクに寄附する活動である。認知度の低さを勘案するなら、そのような取り組みを行なっていることについては今まで以上に積極的に広報する必要がある。

（関西学院大学 善教将大）