

資 料

目 次

資料 1. 食品ロス削減に関するアンケート結果【単純集計、クロス集計（男女年代別）】	1
1. 市民アンケート	1
(1) 調査概要	1
(2) 結果概要（※問 1～問 7 は地球温暖化対策についてのため除いた）	2
2. 事業者アンケート	46
(1) 調査概要	46
(2) 結果概要	46
資料 2. 食品ロス削減に関するアンケート結果【令和 2 年度調査との比較】	68
1. 比較の方法	68
2. 市民アンケート	68
(1) 調査概要	68
(2) 結果概要（※問 1～問 7 は地球温暖化対策についてのため除いた）	69
3. 事業者アンケート	77
(1) 調査概要	77
(2) 結果概要	77

資料 1. 食品ロス削減に関するアンケート結果【単純集計、クロス集計（男女年代別）】

1. 市民アンケート

(1) 調査概要

① アンケート名

第3回 地球温暖化対策と食品ロスについてのアンケート

② 目的

本市環境施策に関する市民の意見を吸い上げるとともに、地球にやさしいライフスタイルの浸透度を測り、今後の施策の参考とするため。

また、令和7年度は金沢市食品ロス削減推進計画の改定作業の資料として活用する。

③ 実施期間

令和7年7月4日～令和7年7月17日

④ 対象と回答率

e モニター登録をしている 250 名（市内在住、市政に関心を持つ 18 歳以上の方）

回答率は 89.2%

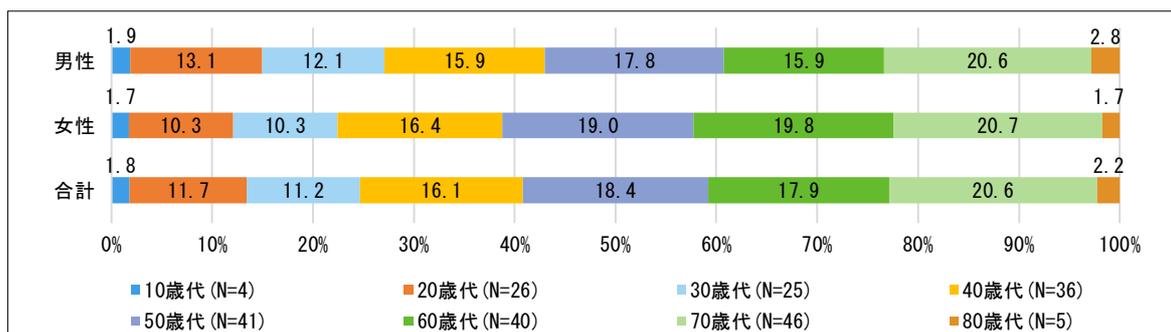
年代内訳	対象者（人）	回答者（人）
10 歳代	6	4
20 歳代	32	26
30 歳代	30	25
40 歳代	40	36
50 歳代	46	41
60 歳代	40	40
70 歳代	51	46
80 歳代	5	5
計	250	223

⑤ 回答者の年代、男女別割合

回答者の 223 人の年代、男女別割合は以下の通り。

※クロス集計結果について、10 代及び 80 代は他の年代に比べてサンプル数が少ないため、参考値とし分析の対象外とした。

内訳	回答者（人）			割合（%）		
	男性	女性	合計	男性	女性	合計
10 歳代	2	2	4	1.9	1.7	1.8
20 歳代	14	12	26	13.1	10.3	11.7
30 歳代	13	12	25	12.1	10.3	11.2
40 歳代	17	19	36	15.9	16.4	16.1
50 歳代	19	22	41	17.8	19.0	18.4
60 歳代	17	23	40	15.9	19.8	17.9
70 歳代	22	24	46	20.6	20.7	20.6
80 歳代	3	2	5	2.8	1.7	2.2
計	107	116	223	100.0	100.0	100.0



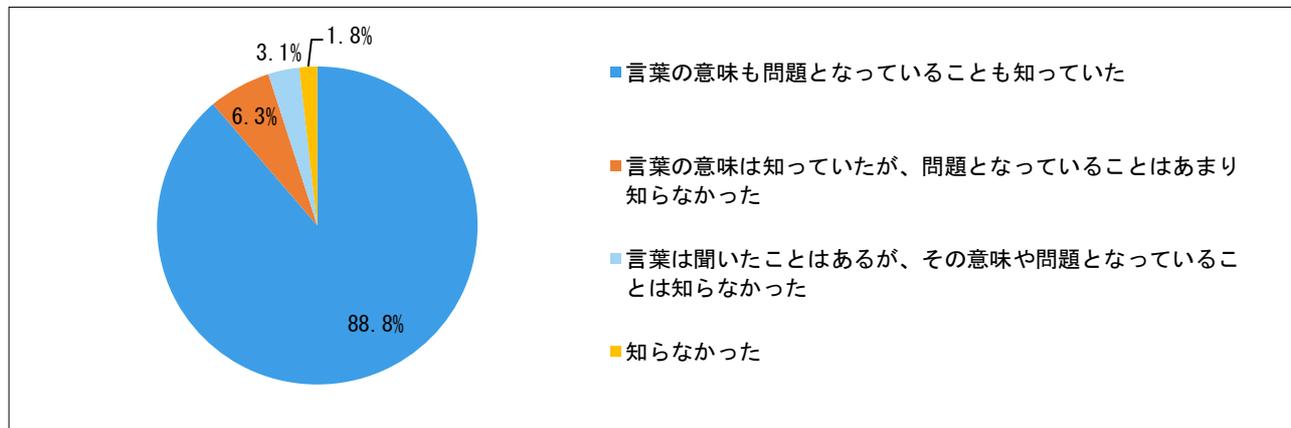
(2) 結果概要 (※問1～問7は地球温暖化対策についてのため除いた)

問8 「食品ロス (フードロス)」について言葉の意味や問題になっていることを知っていましたか。

※食品ロスとは、本来食べられるのに捨てられてしまう食品のことをいいます。

回答数 223 件

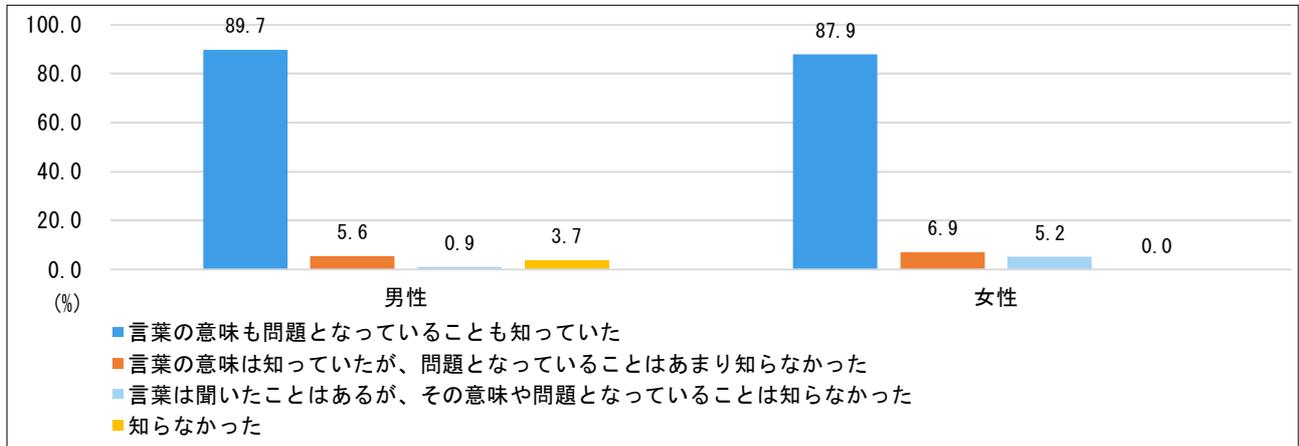
回答	回答数 (件)	割合 (%)
言葉の意味も問題となっていることも知っていた	198	88.8
言葉の意味は知っていたが、問題となっていることはあまり知らなかった	14	6.3
言葉は聞いたことはあるが、その意味や問題となっていることは知らなかった	7	3.1
知らなかった	4	1.8
計	223	100.0



- ・ 回答者の 88.8%が「食品ロス」という言葉の意味と問題となっていることを知っていると回答しており、認知度は高い。

【男女別傾向】

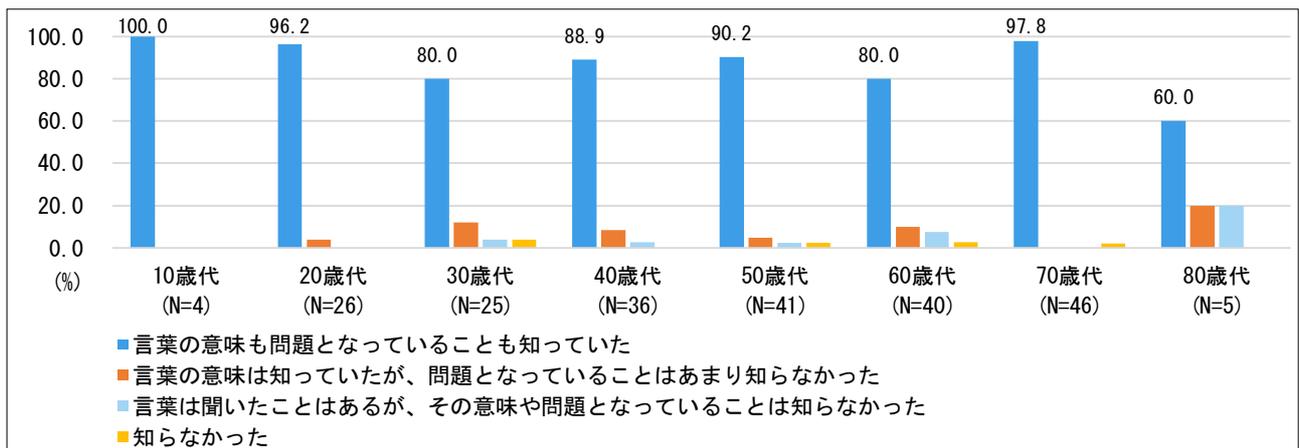
回答	割合 (%)	
	男性	女性
言葉の意味も問題となっていることも知っていた	89.7	87.9
言葉の意味は知っていたが、問題となっていることはあまり知らなかった	5.6	6.9
言葉は聞いたことはあるが、その意味や問題となっていることは知らなかった	0.9	5.2
知らなかった	3.7	0.0
計	100.0	100.0



・男女ともに「言葉の意味も問題となっていることも知っていた」（男性：89.7%、女性：87.9%）が最も多い。認知度は高く、男女間の差はほとんどない。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
言葉の意味も問題となっていることも知っていた	100.0	96.2	80.0	88.9	90.2	80.0	97.8	60.0
言葉の意味は知っていたが、問題となっていることはあまり知らなかった	0.0	3.8	12.0	8.3	4.9	10.0	0.0	20.0
言葉は聞いたことはあるが、その意味や問題となっていることは知らなかった	0.0	0.0	4.0	2.8	2.4	7.5	0.0	20.0
知らなかった	0.0	0.0	4.0	0.0	2.4	2.5	2.2	0.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

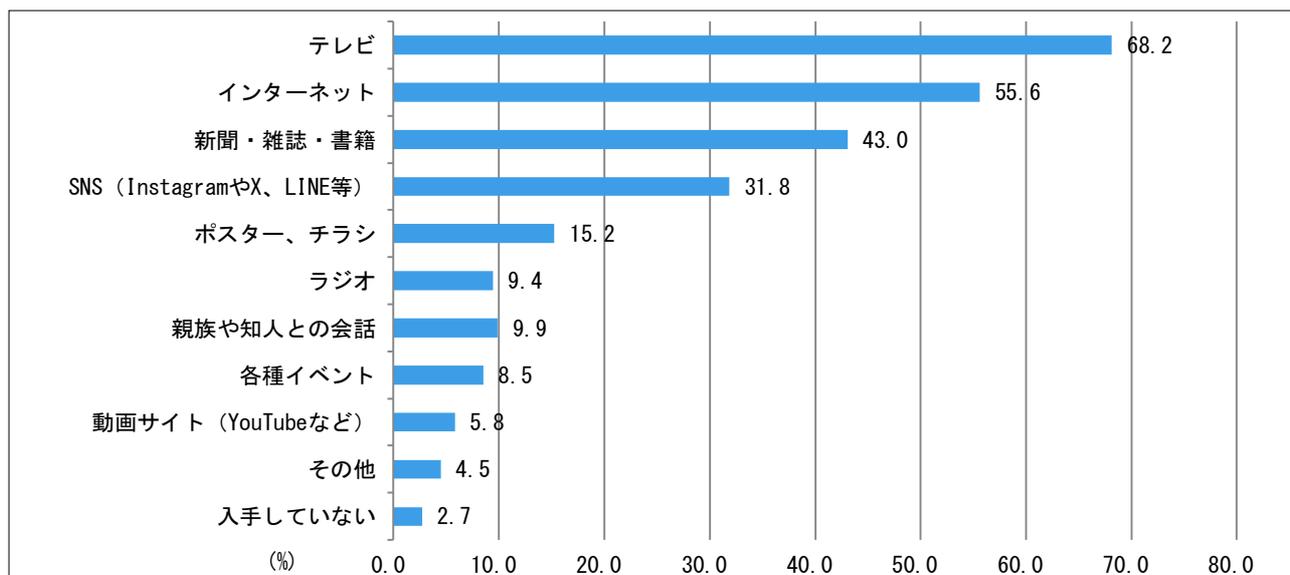


・20代から70代の全ての年代で「言葉の意味も問題となっていることも知っていた」が80%以上と多い。年代による差はほとんどない。

問9 あなたは、食品ロスの問題や取り組みに関する情報を何から入手していますか。当てはまるものをすべて選択してください。(複数回答可)

回答数 223 件

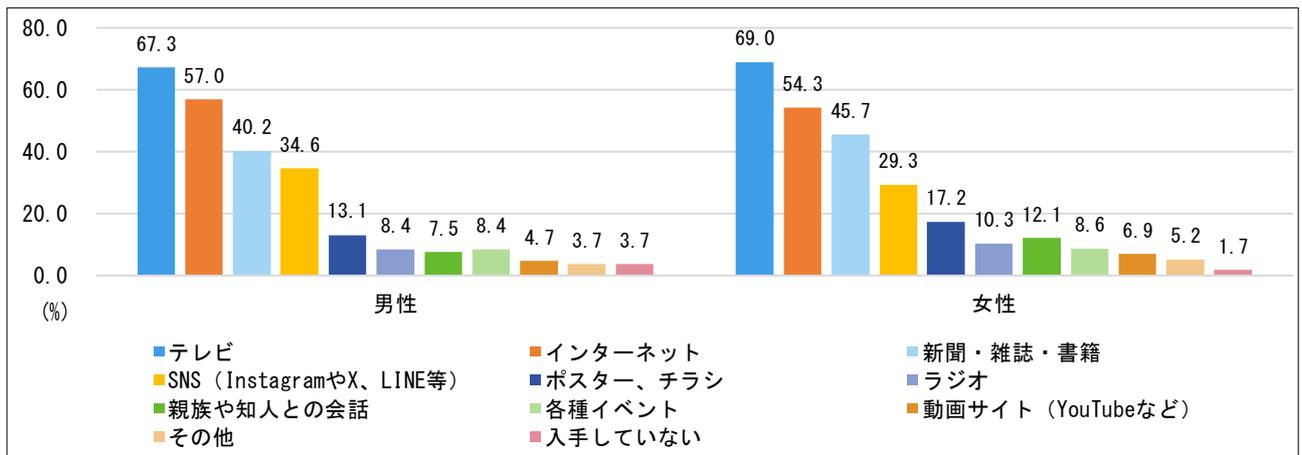
回答	回答数 (件)	割合 (%)
テレビ	152	68.2
インターネット	124	55.6
新聞・雑誌・書籍	96	43.0
SNS (InstagramやX、LINE等)	71	31.8
ポスター、チラシ	34	15.2
ラジオ	21	9.4
親族や知人との会話	22	9.9
各種イベント	19	8.5
動画サイト (YouTubeなど)	13	5.8
その他	10	4.5
入手していない	6	2.7
計	568	—
【その他のご回答】 ・スーパーに設置されているフードポスト ・イオンの店舗 ・職場 ・子ども食堂 ・スーパー ・会社のOB会のホームページに常に掲載されている ・スーパーなど店頭のPOP ・子どもの学校での取り組み ・市民団体からの情報 ・スーパーやドラッグストアの賞味期限切れの案内		



・「テレビ」(68.2%)が最も多く、次いで「インターネット」(55.6%)、「新聞・雑誌・書籍」(43.0%)と続いた。

【男女別傾向】

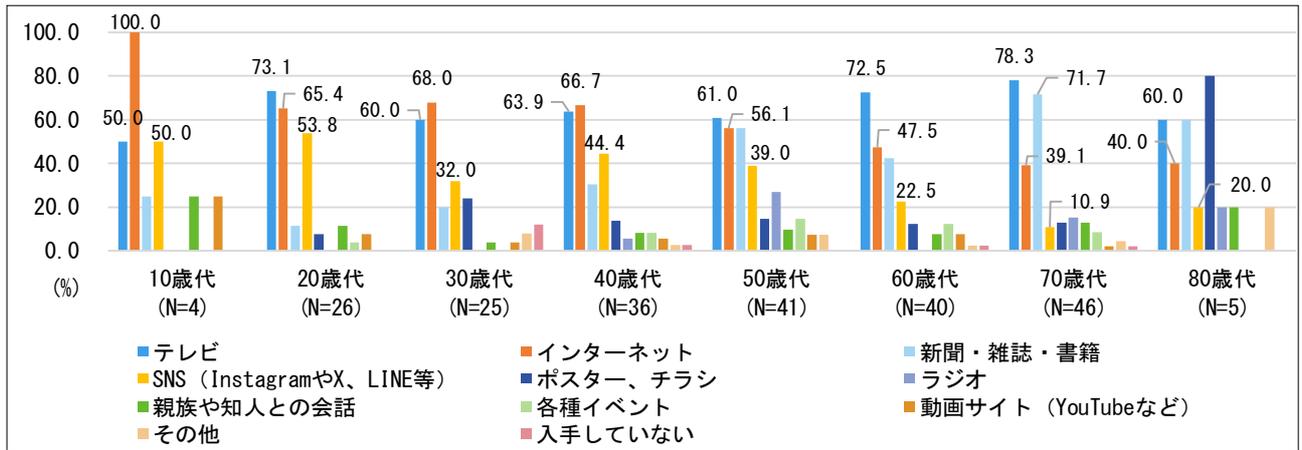
回答	割合 (%)	
	男性	女性
テレビ	67.3	69.0
インターネット	57.0	54.3
新聞・雑誌・書籍	40.2	45.7
SNS (InstagramやX、LINE等)	34.6	29.3
ポスター、チラシ	13.1	17.2
ラジオ	8.4	10.3
親族や知人との会話	7.5	12.1
各種イベント	8.4	8.6
動画サイト (YouTubeなど)	4.7	6.9
その他	3.7	5.2
入手していない	3.7	1.7
計	—	—



- ・男女ともに「テレビ」(男性：67.3%、女性：69.0%)が最も多い。情報の入手方法に男女間の差はほとんどない。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
テレビ	50.0	73.1	60.0	63.9	61.0	72.5	78.3	60.0
インターネット	100.0	65.4	68.0	66.7	56.1	47.5	39.1	40.0
新聞・雑誌・書籍	25.0	11.5	20.0	30.6	56.1	42.5	71.7	60.0
SNS (InstagramやX、LINE等)	50.0	53.8	32.0	44.4	39.0	22.5	10.9	20.0
ポスター、チラシ	0.0	7.7	24.0	13.9	14.6	12.5	13.0	80.0
ラジオ	0.0	0.0	0.0	5.6	26.8	0.0	15.2	20.0
親族や知人との会話	25.0	11.5	4.0	8.3	9.8	7.5	13.0	20.0
各種イベント	0.0	3.8	0.0	8.3	14.6	12.5	8.7	0.0
動画サイト (YouTube など)	25.0	7.7	4.0	5.6	7.3	7.5	2.2	0.0
その他	0.0	0.0	8.0	2.8	7.3	2.5	4.3	20.0
入手していない	0.0	0.0	12.0	2.8	0.0	2.5	2.2	0.0
計	—	—	—	—	—	—	—	—

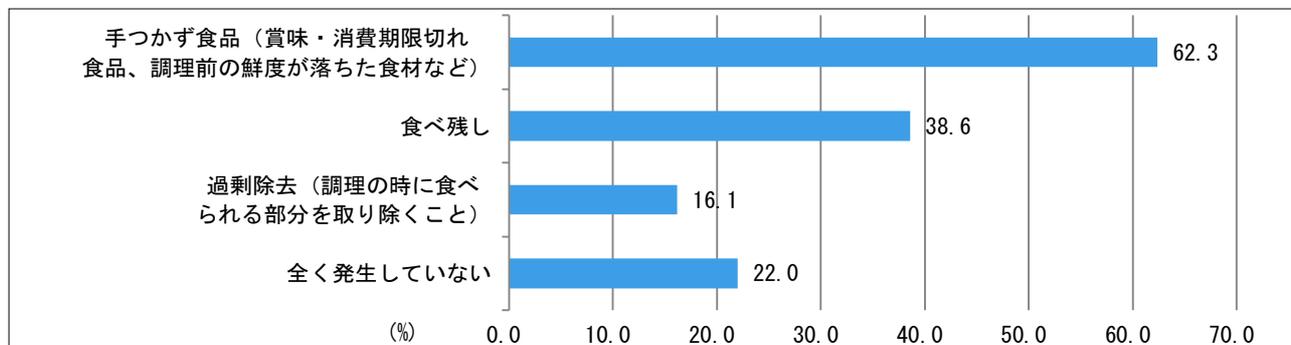


- ・「テレビ」は20代から70代の全ての年代で60%以上となっている。
- ・「インターネット」は40代以下の年代で60%以上（20代：65.4%、30代：68.0%、40代：66.7%）となっている。
- ・年代が若いほど「SNS」が多く、20代では53.8%である。
- ・年代が上がるにつれて「新聞・雑誌・書籍」が多く、70代では71.7%である。

問10 ご家庭からどのような食品ロスが発生していますか。当てはまるものをすべて選択してください。
 (複数回答可)

回答数 223 件

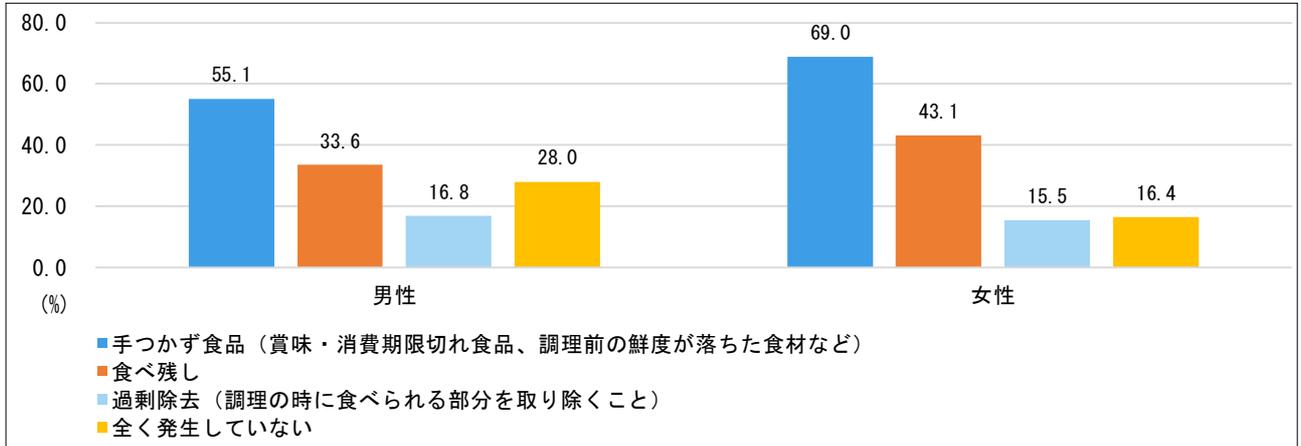
回答	回答数 (件)	割合 (%)
手つかず食品 (賞味・消費期限切れ食品、調理前の鮮度が落ちた食材など)	139	62.3
食べ残し	86	38.6
過剰除去 (調理の時に食べられる部分を取り除くこと)	36	16.1
全く発生していない	49	22.0
計	310	—



- ・「手つかず食品」が62.3%で最も多い。
- ・22.0%の人が「全く発生していない」と回答した。

【男女別傾向】

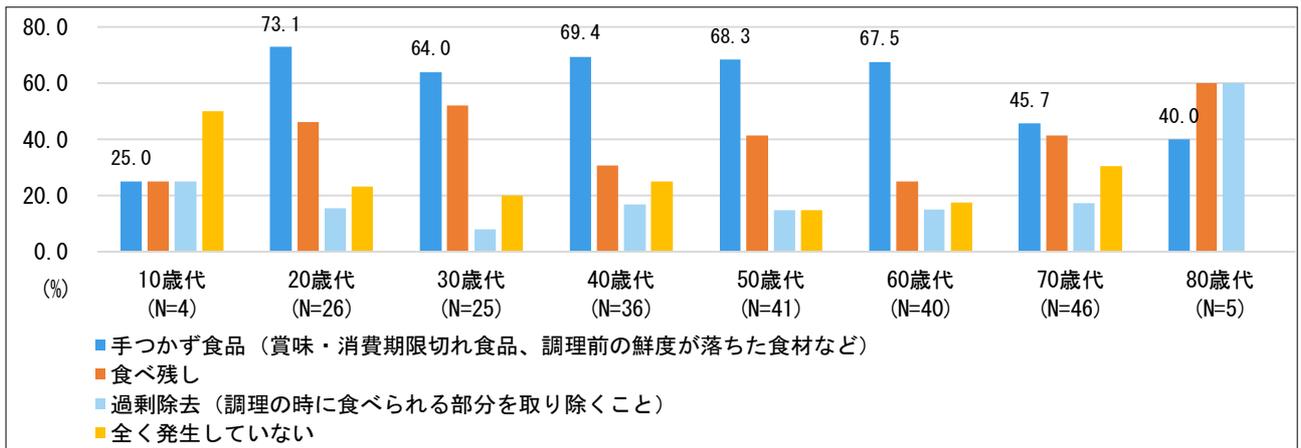
回答	割合 (%)	
	男性	女性
手つかず食品（賞味・消費期限切れ食品、調理前の鮮度が落ちた食材など）	55.1	69.0
食べ残し	33.6	43.1
過剰除去（調理の時に食べられる部分を取り除くこと）	16.8	15.5
全く発生していない	28.0	16.4
計	—	—



- ・最も多い食品ロスは「手つかず食品」であり、女性(69.0%)が男性(55.1%)より多い。
- ・「全く発生していない」は男性(28.0%)が女性(16.4%)より多い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
手つかず食品（賞味・消費期限切れ食品、調理前の鮮度が落ちた食材など）	25.0	73.1	64.0	69.4	68.3	67.5	45.7	40.0
食べ残し	25.0	46.2	52.0	30.6	41.5	25.0	41.3	60.0
過剰除去（調理の時に食べられる部分を取り除くこと）	25.0	15.4	8.0	16.7	14.6	15.0	17.4	60.0
全く発生していない	50.0	23.1	20.0	25.0	14.6	17.5	30.4	0.0
計	—	—	—	—	—	—	—	—



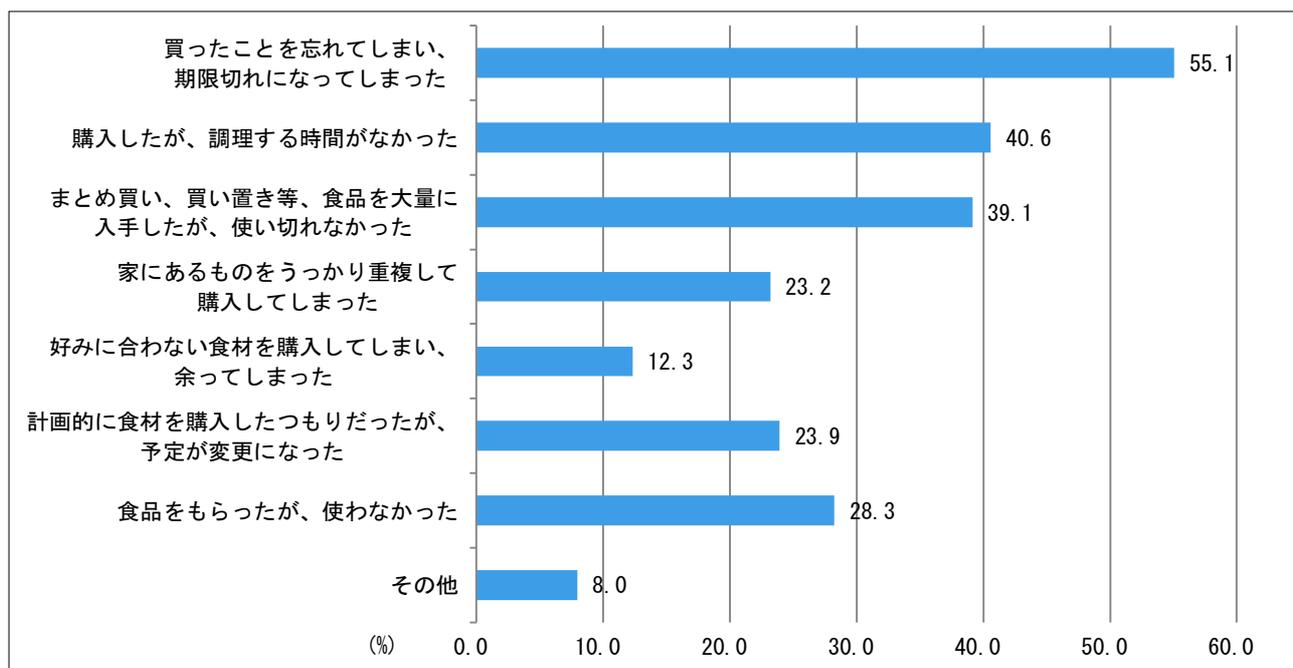
- ・「手つかず食品」は20代(73.1%)で最も多く、次いで40代(69.4%)となっている。

問11 【問10で「全く発生していない」以外を選択した方】

捨ててしまった原因は何ですか。当てはまるものをすべて選択してください。(複数回答可)

回答数 138件 (未回答36件)

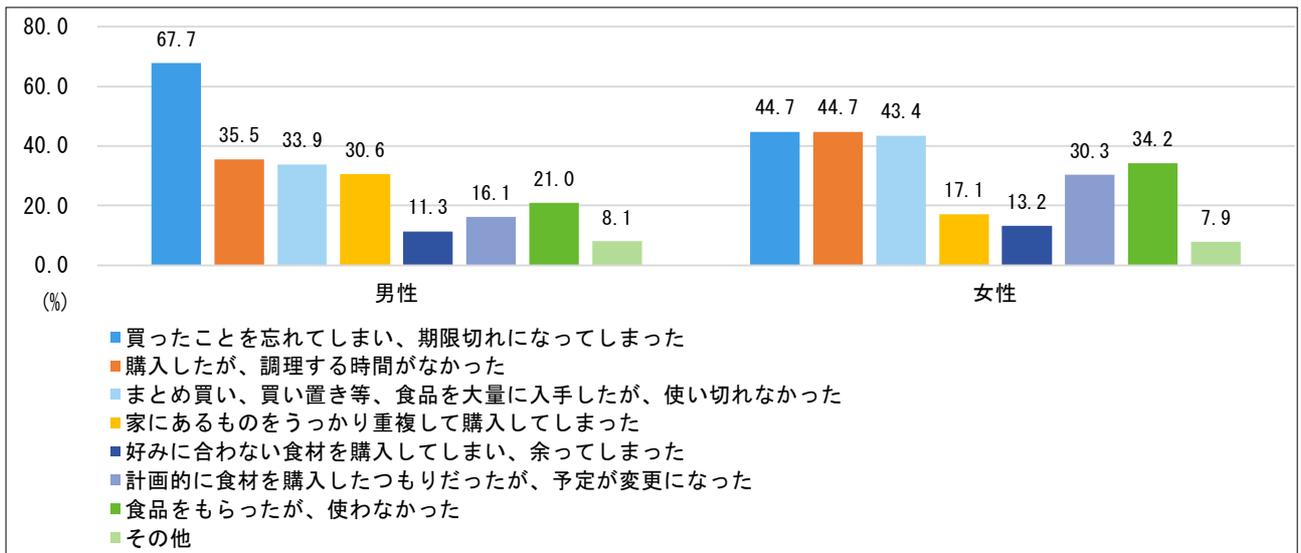
回答	回答数(件)	割合(%)
買ったことを忘れてしまい、期限切れになってしまった	76	55.1
購入したが、調理する時間がなかった	56	40.6
まとめ買い、買い置き等、食品を大量に入手したが、使い切れなかった	54	39.1
家にあるものをうっかり重複して購入してしまった	32	23.2
好みに合わない食材を購入してしまい、余ってしまった	17	12.3
計画的に食材を購入したつもりだったが、予定が変更になった	33	23.9
食品をもらったが、使わなかった	39	28.3
その他	11	8.0
計	318	—
【その他のご回答】		
・調理時の皮むきなど		
・子どもの食べ残し。時間がない時などは、処分することがある。		
・必要不可欠な食品を購入していない		
・野菜の皮とかお魚の内臓とか苦手なので		
・体調が悪かった時		
・野菜など、少し汚れた所も捨ててしまう		
・保存食品なのに保管状況が良くなかったのか、カビが発生した。		
・子供が野菜を食べる日もあるけれど、食感が嫌いで食べ残す日もあるから。		
・子供の好き嫌い		
・食べきれず冷蔵庫に入れたまま食べなかった。		
・買いすぎて食べきれなかった		



・捨ててしまう原因として最も多いのは「買ったことを忘れてしまい、期限切れになってしまった」(55.1%)である。

【男女別傾向】

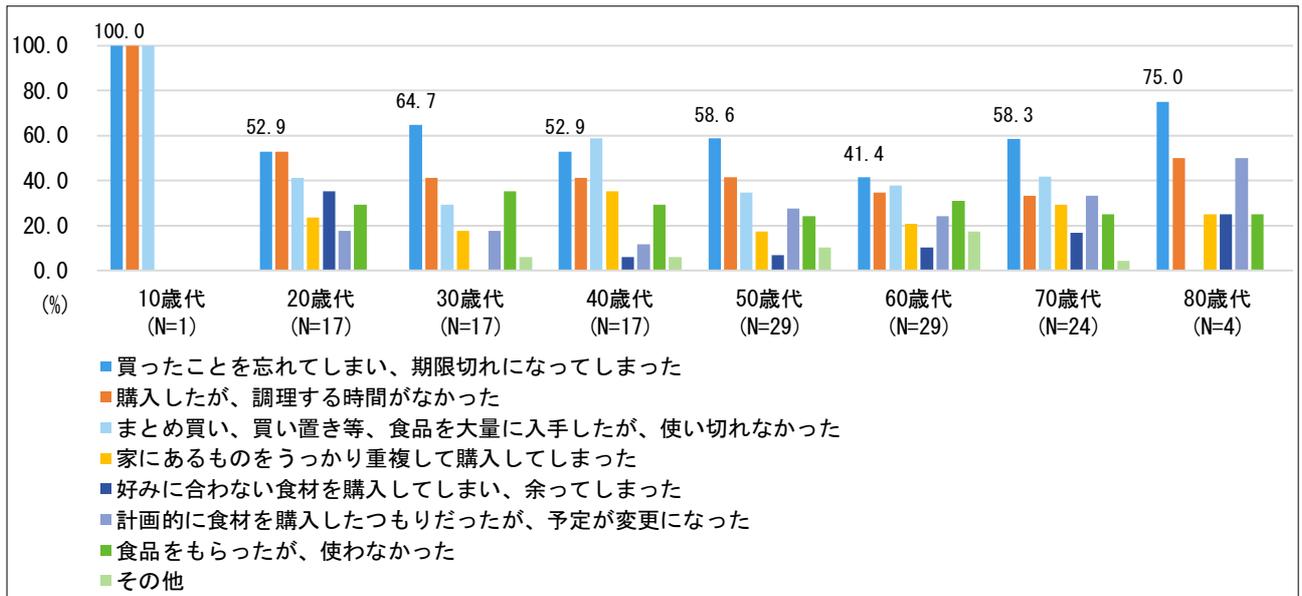
回答	割合 (%)	
	男性	女性
買ったことを忘れてしまい、期限切れになってしまった	67.7	44.7
購入したが、調理する時間がなかった	35.5	44.7
まとめ買い、買い置き等、食品を大量に入手したが、使い切れなかった	33.9	43.4
家にあるものをうっかり重複して購入してしまった	30.6	17.1
好みに合わない食材を購入してしまい、余ってしまった	11.3	13.2
計画的に食材を購入したつもりだったが、予定が変更になった	16.1	30.3
食品をもらったが、使わなかった	21.0	34.2
その他	8.1	7.9
計	—	—



- ・男性は「買ったことを忘れてしまい、期限切れになった」(67.7%)が最も多い。在庫管理への意識が比較的低いことがわかる。
- ・女性は「買ったことを忘れてしまい、期限切れになった」(44.7%)、「購入したが、調理する時間がなかった」(44.7%)、「まとめ買いで使い切れなかった」(43.4%)がほぼ同率で上位を占めていた。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10 歳代	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳代	80 歳代
買ったことを忘れてしまい、期限切れになってしまった	100.0	52.9	64.7	52.9	58.6	41.4	58.3	75.0
購入したが、調理する時間がなかった	100.0	52.9	41.2	41.2	41.4	34.5	33.3	50.0
まとめ買い、買い置き等、食品を大量に入手したが、使い切れなかった	100.0	41.2	29.4	58.8	34.5	37.9	41.7	0.0
家にあるものをうっかり重複して購入してしまった	0.0	23.5	17.6	35.3	17.2	20.7	29.2	25.0
好みに合わない食材を購入してしまい、余ってしまった	0.0	35.3	0.0	5.9	6.9	10.3	16.7	25.0
計画的に食材を購入したつもりだったが、予定が変更になった	0.0	17.6	17.6	11.8	27.6	24.1	33.3	50.0
食品をもらったが、使わなかった	0.0	29.4	35.3	29.4	24.1	31.0	25.0	25.0
その他	0.0	0.0	5.9	5.9	10.3	17.2	4.2	0.0
計	—	—	—	—	—	—	—	—

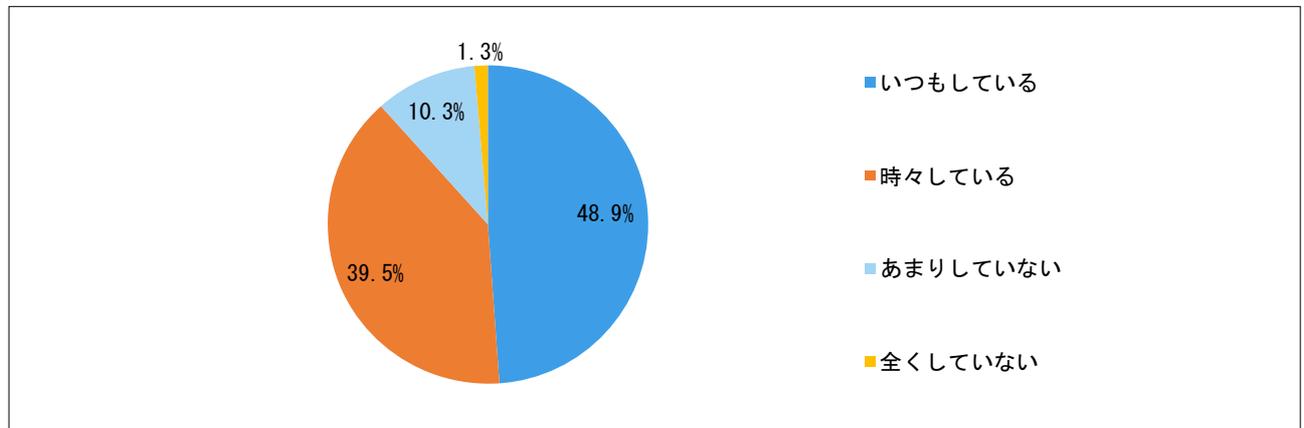


・「買ったことを忘れてしまい、期限切れになった」は全年代で多く、特に30代(64.7%)、50代(58.6%)、70代(58.3%)が多い。

問12 「食品ロス」を減らす取組をしていますか。

回答数 223 件

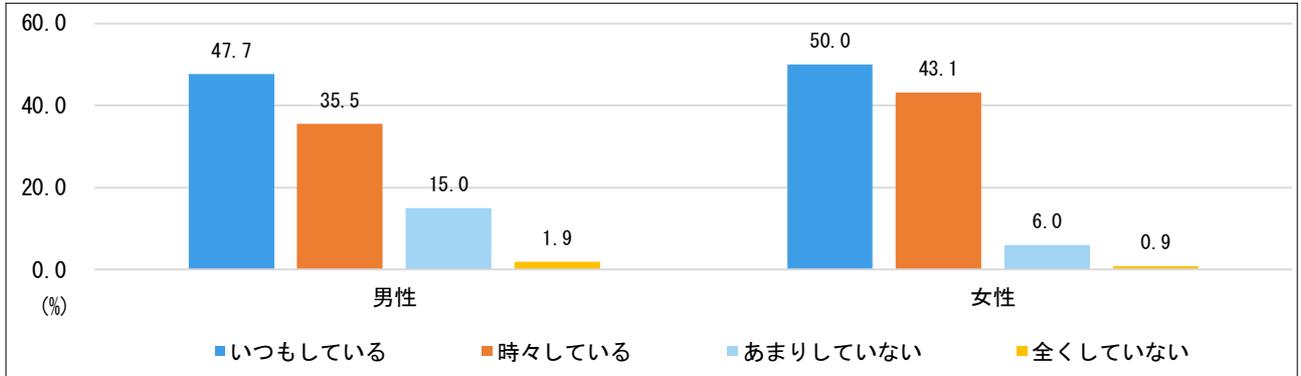
回答	回答数 (件)	割合 (%)
いつもしている	109	48.9
時々している	88	39.5
あまりしていない	23	10.3
全くしていない	3	1.3
計	223	100.0



・「いつもしている」(48.9%)、「時々している」(39.5%)を合計すると、88.4%の人が取組を行っている
と回答した。

【男女別傾向】

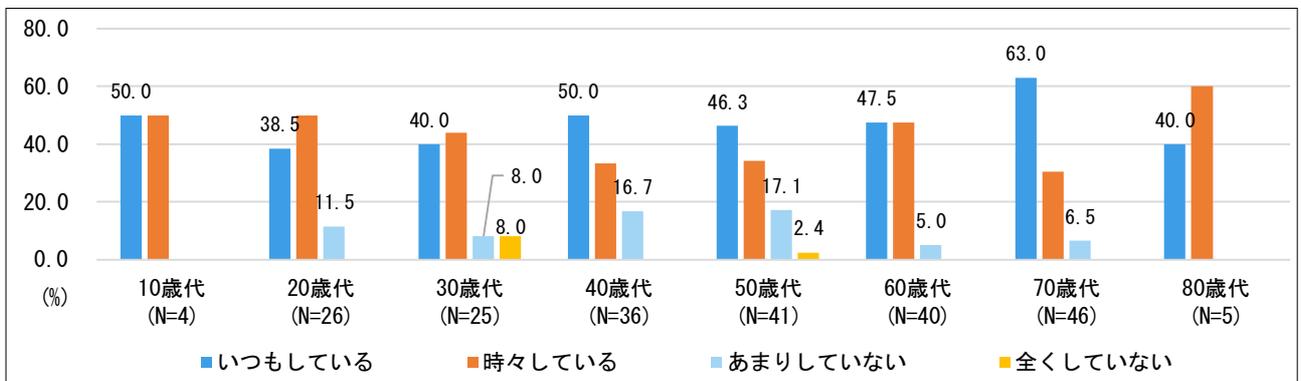
回答	割合 (%)	
	男性	女性
いつもしている	47.7	50.0
時々している	35.5	43.1
あまりしていない	15.0	6.0
全くしていない	1.9	0.9
計	100.0	100.0



- ・「あまりしていない」、「全くしていない」を合計すると、男性(16.9%)は女性(6.9%)の2倍以上であり、男性の実践率が低いことがわかる。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
いつもしている	50.0	38.5	40.0	50.0	46.3	47.5	63.0	40.0
時々している	50.0	50.0	44.0	33.3	34.1	47.5	30.4	60.0
あまりしていない	0.0	11.5	8.0	16.7	17.1	5.0	6.5	0.0
全くしていない	0.0	0.0	8.0	0.0	2.4	0.0	0.0	0.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



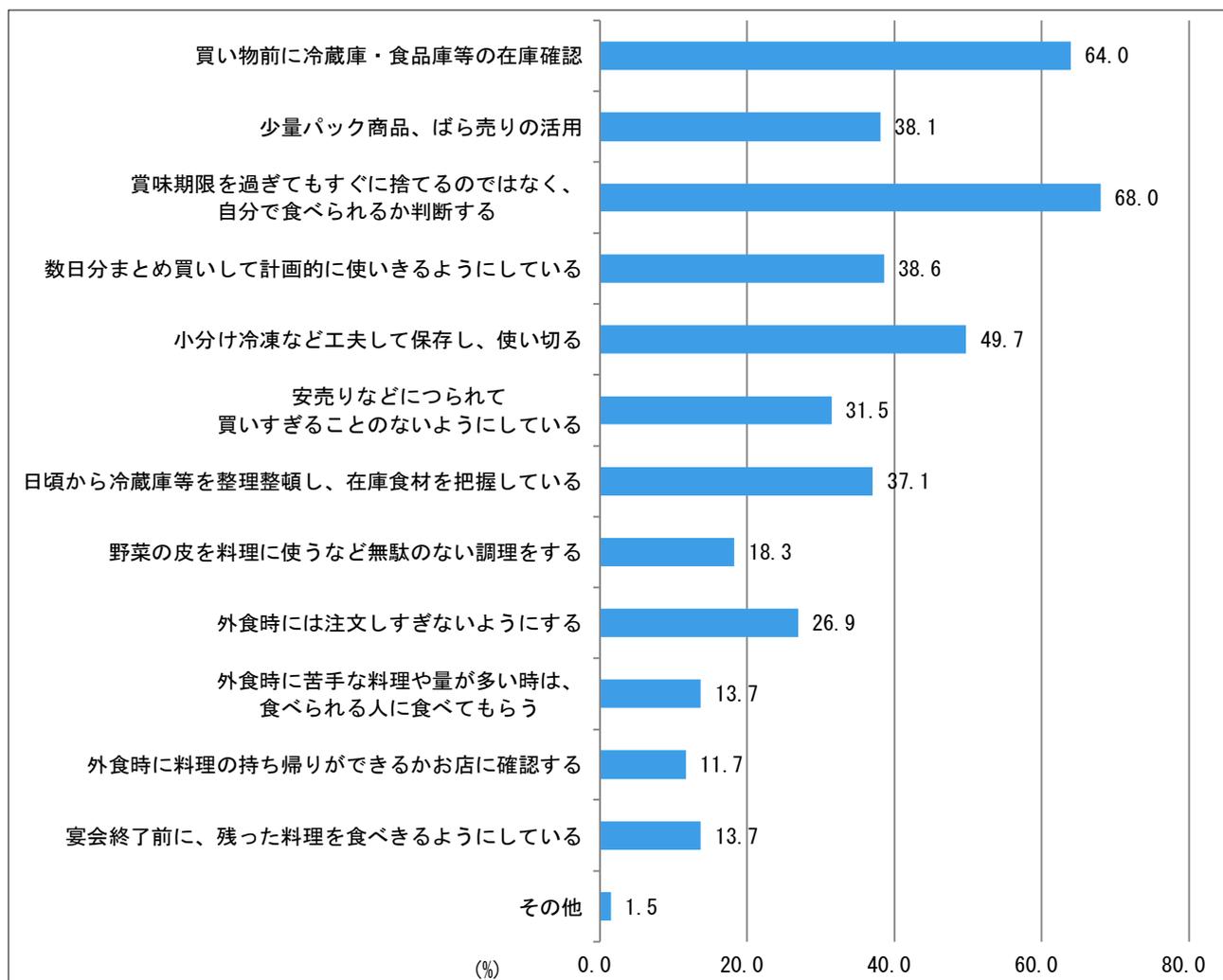
- ・「いつもしている」は70代が63.0%で最も多い。
- ・実践していない年代は、「あまりしていない」、「全くしていない」を合計すると、30代(16.0%)、40代(16.7%)、50代(19.5%)で多い。

問 13-1 【問 12 で「いつもしている」または「時々している」を選択した方】

食品ロスを減らすために、どのようなことに取り組んでいますか。当てはまるものすべて選択してください。（複数回答可）

回答数 197 件

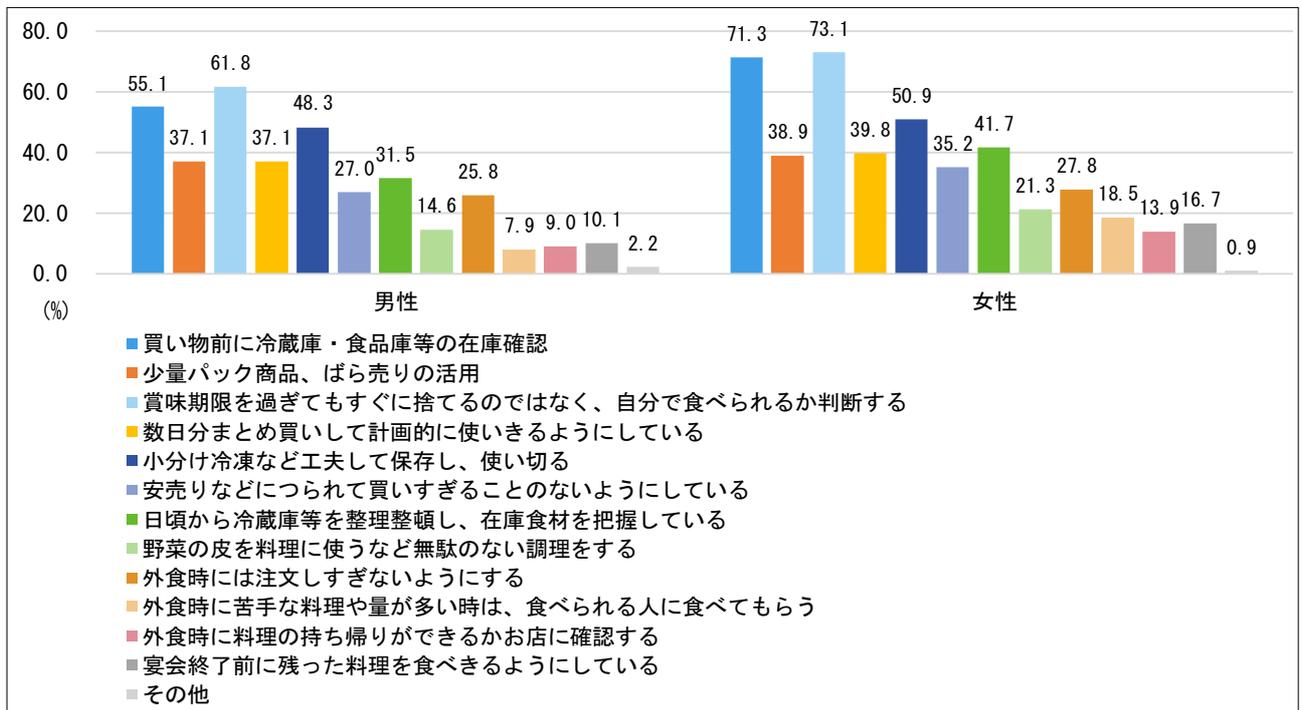
回答	回答数 (件)	割合 (%)
買い物前に冷蔵庫・食品庫等の在庫確認	126	64.0
少量パック商品、ばら売りの活用	75	38.1
賞味期限を過ぎててもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する	134	68.0
数日分まとめ買いして計画的に使いきるようにしている	76	38.6
小分け冷凍など工夫して保存し、使い切る	98	49.7
安売りなどにつられて買いすぎることをないようにしている	62	31.5
日頃から冷蔵庫等を整理整頓し、在庫食材を把握している	73	37.1
野菜の皮を料理に使うなど無駄のない調理をする	36	18.3
外食時には注文しすぎないようにする	53	26.9
外食時に苦手な料理や量が多い時は、食べられる人に食べてもらう	27	13.7
外食時に料理の持ち帰りができるかお店に確認する	23	11.7
宴会終了前に、残った料理を食べきるようにしている	27	13.7
その他	3	1.5
計	813	—
【その他のご回答】		
・生ごみ処理機に入れて堆肥に変えています。		
・市役所で食品ロスの取り組みをしているのでそこに持って行ったりしています		
・外食はしない		



- ・食品ロスを減らすために取り組んでいることとして最も多いのは、「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」(68.0%)であり、次いで「買い物前に冷蔵庫・食品庫等の在庫確認」(64.0%)が続いた。

【男女別傾向】

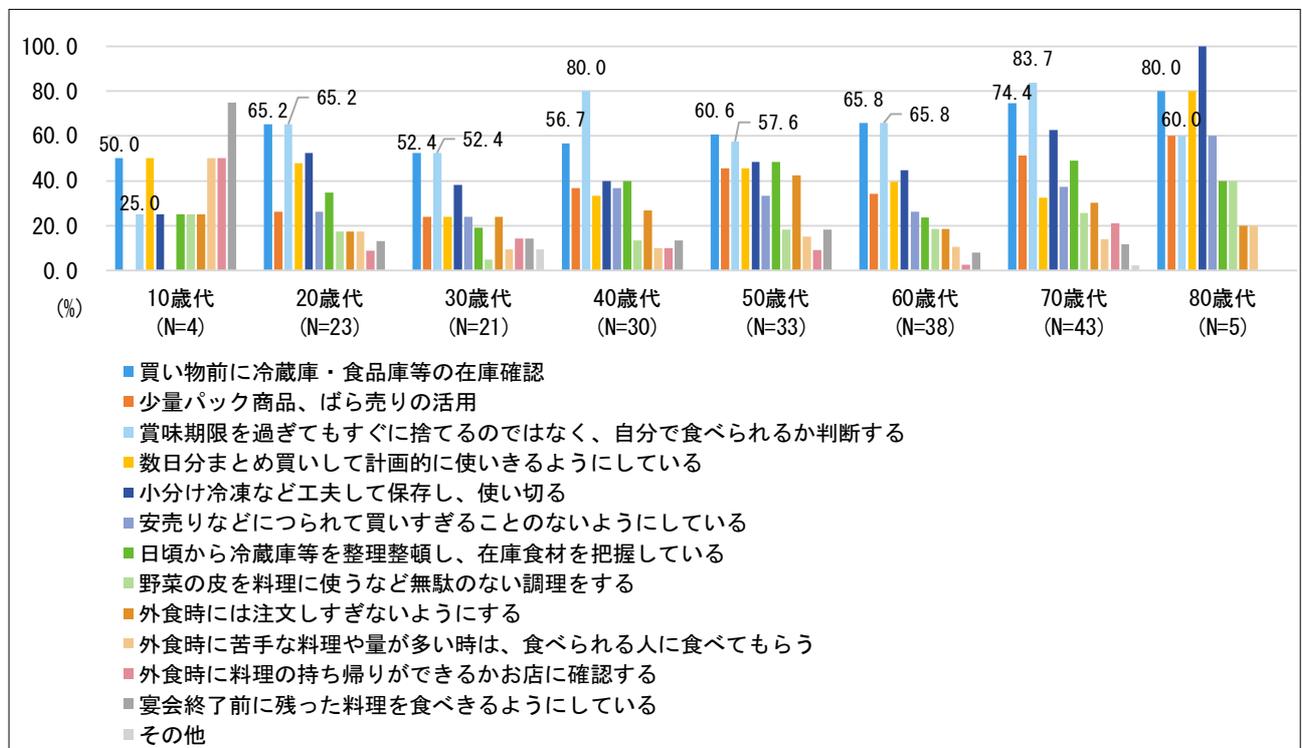
回答	割合 (%)	
	男性	女性
買い物前に冷蔵庫・食品庫等の在庫確認	55.1	71.3
少量パック商品、ばら売りの活用	37.1	38.9
賞味期限を過ぎててもすぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する	61.8	73.1
数日分まとめ買いして計画的に使いきるようにしている	37.1	39.8
小分け冷凍など工夫して保存し、使い切る	48.3	50.9
安売りなどにつられて買いすぎることをないようにしている	27.0	35.2
日頃から冷蔵庫等を整理整頓し、在庫食材を把握している	31.5	41.7
野菜の皮を料理に使うなど無駄のない調理をする	14.6	21.3
外出時には注文しすぎないようにする	25.8	27.8
外出時に苦手な料理や量が多い時は、食べられる人に食べてもらう	7.9	18.5
外出時に料理の持ち帰りができるかお店に確認する	9.0	13.9
宴会終了前に、残った料理を食べるようにしている	10.1	16.7
その他	2.2	0.9
計	—	—



・「買い物前に冷蔵庫等の在庫確認」(71.3%)、「賞味期限を過ぎてても自分で食べられるか判断する」(73.1%)などほとんどの項目で女性の方が実践率が高い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
買い物前に冷蔵庫・食品庫等の在庫確認	50.0	65.2	52.4	56.7	60.6	65.8	74.4	80.0
少量パック商品、ばら売りの活用	0.0	26.1	23.8	36.7	45.5	34.2	51.2	60.0
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	25.0	65.2	52.4	80.0	57.6	65.8	83.7	60.0
数日分まとめて買って計画的に使いきるようにしている	50.0	47.8	23.8	33.3	45.5	39.5	32.6	80.0
小分け冷凍など工夫して保存し、使い切る	25.0	52.2	38.1	40.0	48.5	44.7	62.8	100.0
安売りなどにつられて買いすぎることのないようにしている	0.0	26.1	23.8	36.7	33.3	26.3	37.2	60.0
日頃から冷蔵庫等を整理整頓し、在庫食材を把握している	25.0	34.8	19.0	40.0	48.5	23.7	48.8	40.0
野菜の皮を料理に使うなど無駄のない調理をする	25.0	17.4	4.8	13.3	18.2	18.4	25.6	40.0
外食時には注文しすぎないようにする	25.0	17.4	23.8	26.7	42.4	18.4	30.2	20.0
外食時に苦手な料理や量が多い時は、食べられる人に食べてもらう	50.0	17.4	9.5	10.0	15.2	10.5	14.0	20.0
外食時に料理の持ち帰りができるかお店に確認する	50.0	8.7	14.3	10.0	9.1	2.6	20.9	0.0
宴会終了前に、残った料理を食べるようにしている	75.0	13.0	14.3	13.3	18.2	7.9	11.6	0.0
その他	0.0	0.0	9.5	0.0	0.0	0.0	2.3	0.0
計	—	—	—	—	—	—	—	—

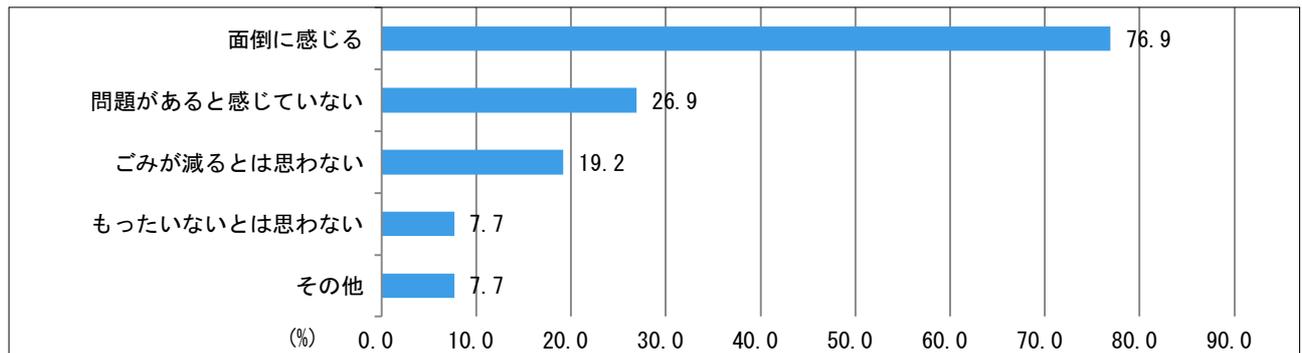


- ・「買い物前に冷蔵庫等の在庫確認」、「賞味期限を過ぎても自分で食べられるか判断する」は20代から70代の全ての年代で50%以上となっている。
- ・年代が上がるにつれて多くの項目で実施率が高まる傾向にある。特に「買い物前に冷蔵庫等の在庫確認」は60代(65.8%)、70代(74.4%)、「賞味期限を過ぎても自分で食べられるか判断する」は60代(65.8%)、70代(83.7%)である。

問 13-2 【問 12 で「あまりしていない」または「全くしていない」を選択した方】
その理由をお尋ねします。当てはまるものを全て選択してください。（複数回答可）

回答数 26 件

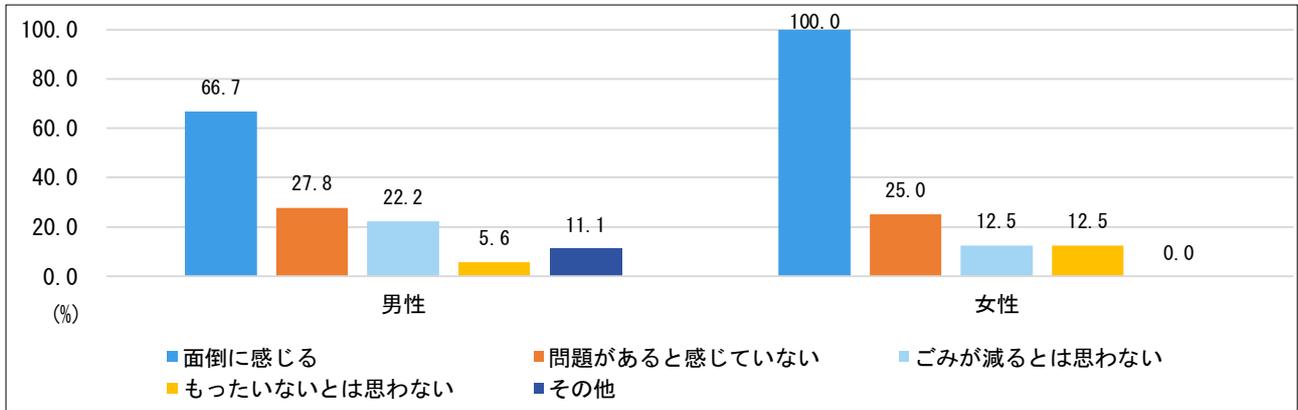
回答	回答数 (件)	割合 (%)
面倒を感じる	20	76.9
問題があると感じていない	7	26.9
ごみが減るとは思わない	5	19.2
もったいないとは思わない	2	7.7
その他	2	7.7
計	36	—
【その他のご回答】 ・特に意識していなかった ・あまり意識していない		



- ・食品ロス削減に取り組まない理由として、76.9%が「面倒を感じる」と回答した。

【男女別傾向】

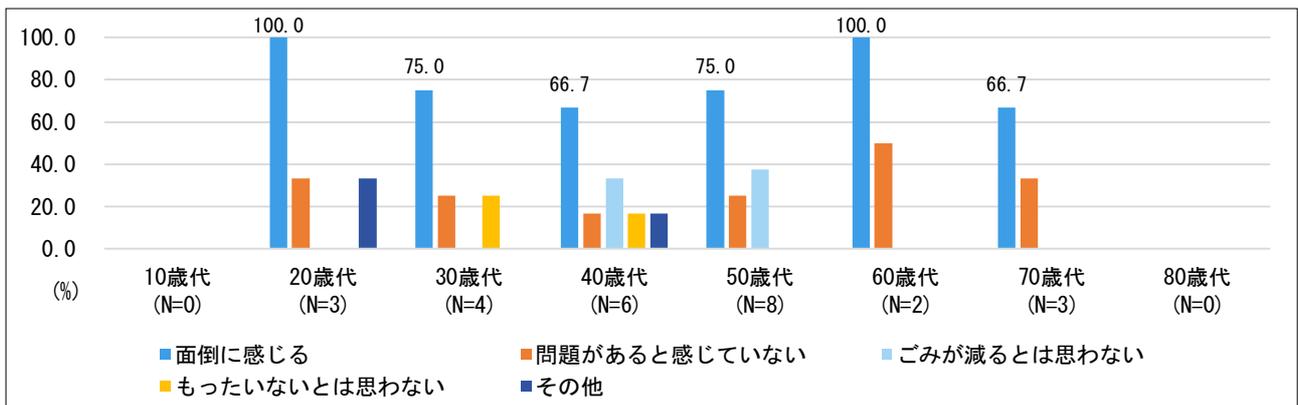
回答	割合 (%)	
	男性	女性
面倒を感じる	66.7	100.0
問題があると感じていない	27.8	25.0
ごみが減るとは思わない	22.2	12.5
もったいないとは思わない	5.6	12.5
その他	11.1	0.0
計	—	—



・男女ともに「面倒を感じる」が最も多く、特に女性は100%がこれを理由に挙げている。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)								
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代	
面倒を感じる	0.0	100.0	75.0	66.7	75.0	100.0	66.7	0.0	
問題があると感じていない	0.0	33.3	25.0	16.7	25.0	50.0	33.3	0.0	
ごみが減るとは思わない	0.0	0.0	0.0	33.3	37.5	0.0	0.0	0.0	
もったいないとは思わない	0.0	0.0	25.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	
その他	0.0	33.3	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	
計	—	—	—	—	—	—	—	—	

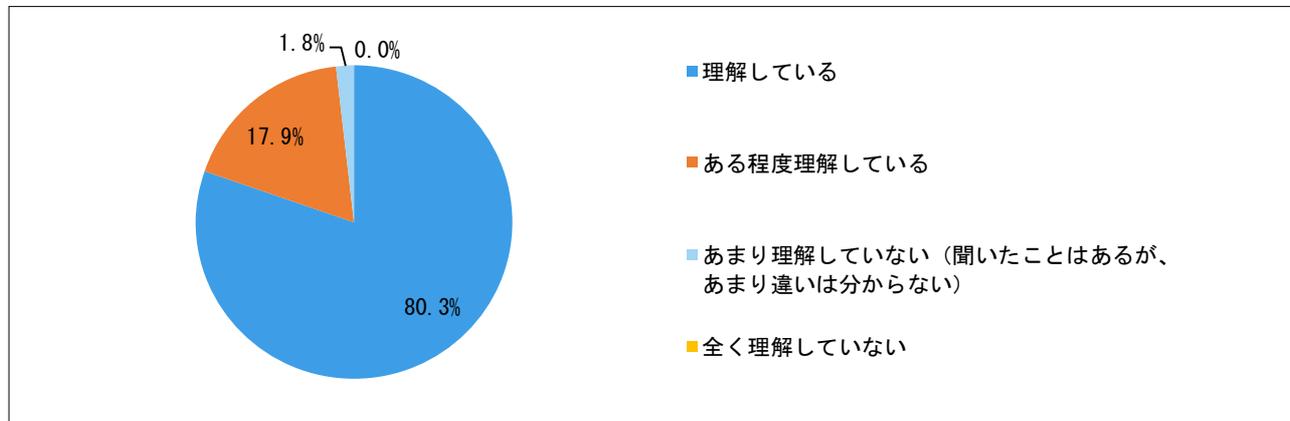


・全ての年代で「面倒を感じる」が最も多い。

問 14 賞味期限・消費期限を正しく理解していますか。

回答数 223 件

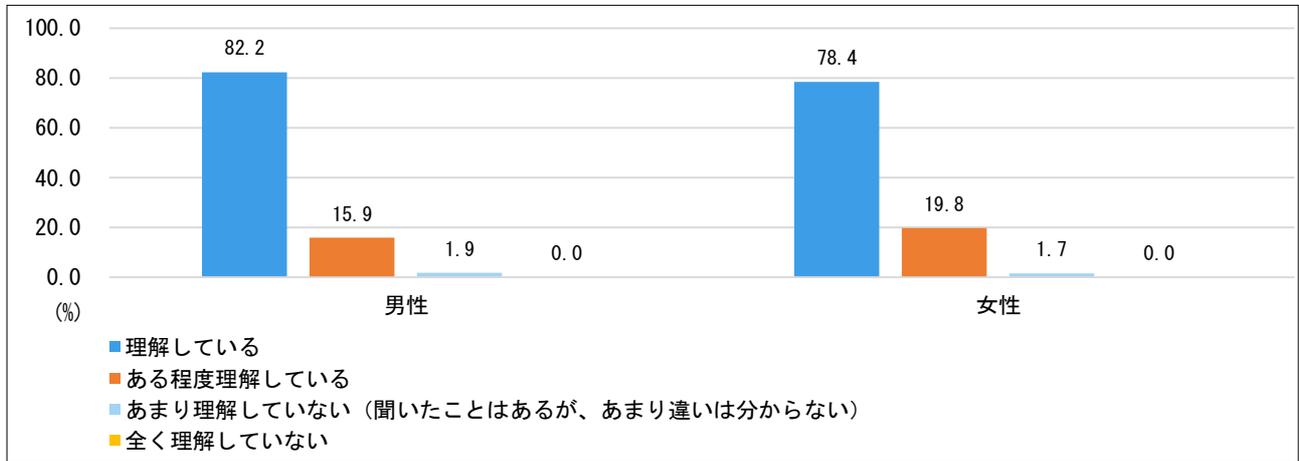
回答	回答数 (件)	割合 (%)
理解している	179	80.3
ある程度理解している	40	17.9
あまり理解していない (聞いたことはあるが、あまり違いは分からない)	4	1.8
全く理解していない	0	0.0
計	223	100.0



- ・「理解している」(80.3%)、「ある程度理解している」(17.9%) を合計すると、98.2%の人が賞味期限・消費期限を正しく理解していると回答した。

【男女別傾向】

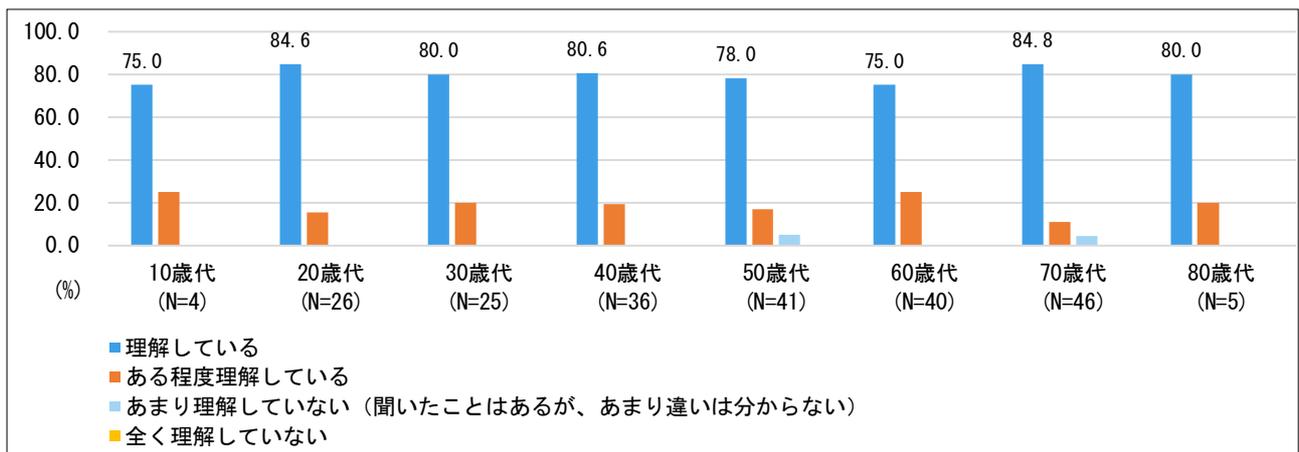
回答	割合 (%)	
	男性	女性
理解している	82.2	78.4
ある程度理解している	15.9	19.8
あまり理解していない (聞いたことはあるが、あまり違いは分からない)	1.9	1.7
全く理解していない	0.0	0.0
計	100.0	100.0



- ・男女ともに「理解している」(男性：82.2%、女性：78.4%) が最も多い。理解度に男女間の差はほとんどない。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
理解している	75.0	84.6	80.0	80.6	78.0	75.0	84.8	80.0
ある程度理解している	25.0	15.4	20.0	19.4	17.1	25.0	10.9	20.0
あまり理解していない (聞いたことはあるが、あまり違いは分からない)	0.0	0.0	0.0	0.0	4.9	0.0	4.3	0.0
全く理解していない	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



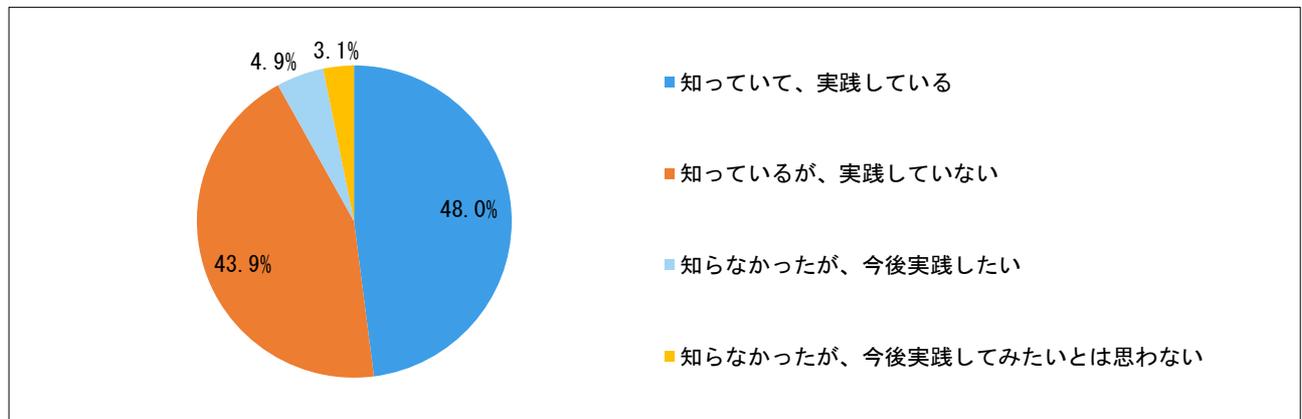
- ・全ての年代で「理解している」が75%以上であり、年代による差はほとんどない。

問 15 「てまえどり」を知っていて実践していますか。

※「てまえどり」とは、すぐに食べるものを購入するときに、陳列棚の手前にある商品等、期限の迫った商品を積極的に選ぶ購買行動です。

回答数 223 件

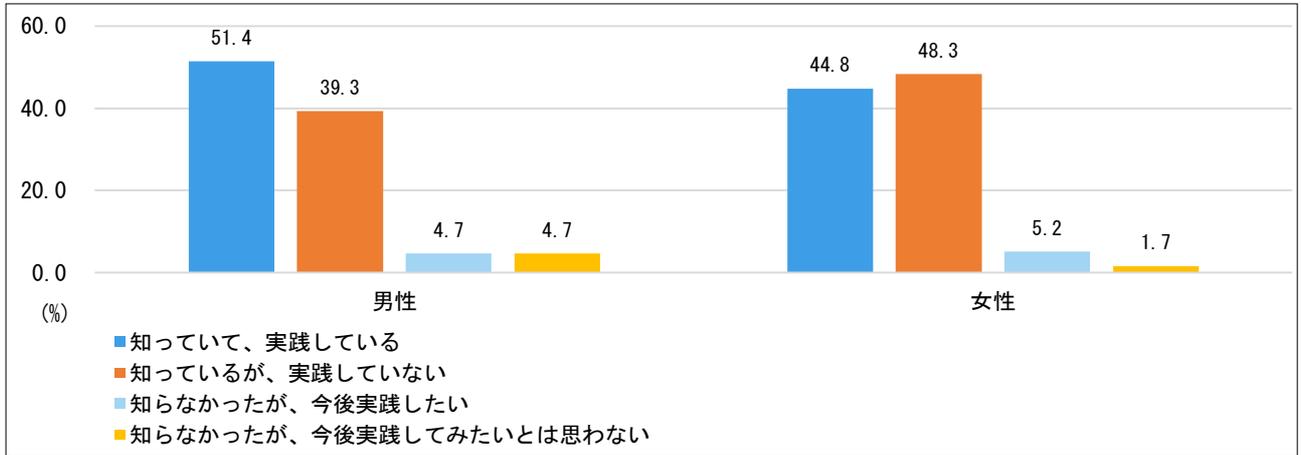
回答	回答数 (件)	割合 (%)
知っていて、実践している	107	48.0
知っているが、実践していない	98	43.9
知らなかったが、今後実践したい	11	4.9
知らなかったが、今後実践してみたいとは思わない	7	3.1
計	223	100.0



- ・「知っているが、実践していない」と回答した人の割合が高く (43.9%)、認知はされているものの、実践につながっていないことがわかる。

【男女別傾向】

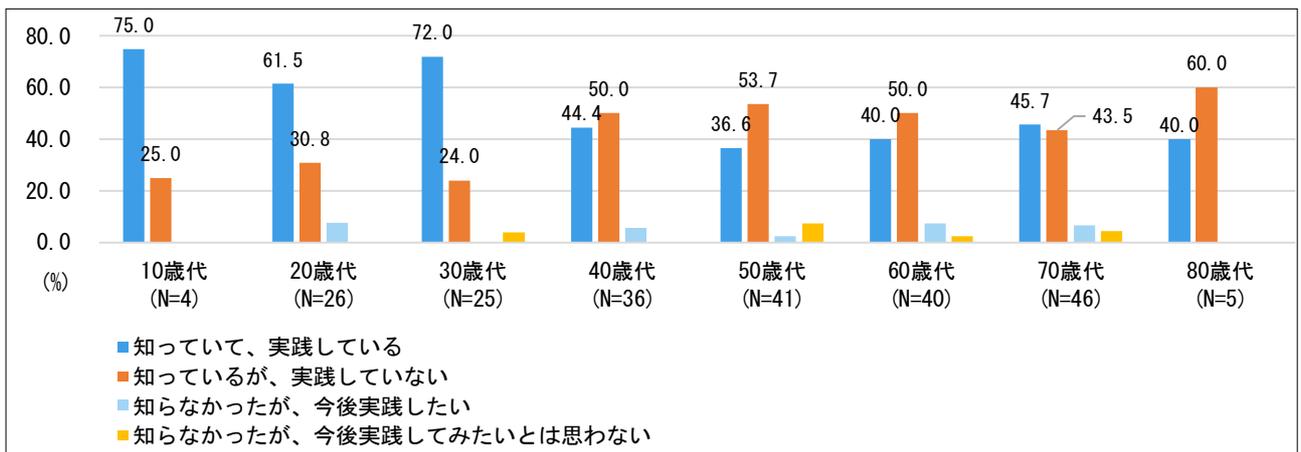
回答	割合 (%)	
	男性	女性
知っている、実践している	51.4	44.8
知っているが、実践していない	39.3	48.3
知らなかったが、今後実践したい	4.7	5.2
知らなかったが、今後実践してみたいとは思わない	4.7	1.7
計	100.0	100.0



- ・「知っている、実践している」は男性 (51.4%) が女性 (44.8%) より多い。
- ・女性は「知っているが、実践していない」 (48.3%) が最も多い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
知っている、実践している	75.0	61.5	72.0	44.4	36.6	40.0	45.7	40.0
知っているが、実践していない	25.0	30.8	24.0	50.0	53.7	50.0	43.5	60.0
知らなかったが、今後実践したい	0.0	7.7	0.0	5.6	2.4	7.5	6.5	0.0
知らなかったが、今後実践してみたいとは思わない	0.0	0.0	4.0	0.0	7.3	2.5	4.3	0.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

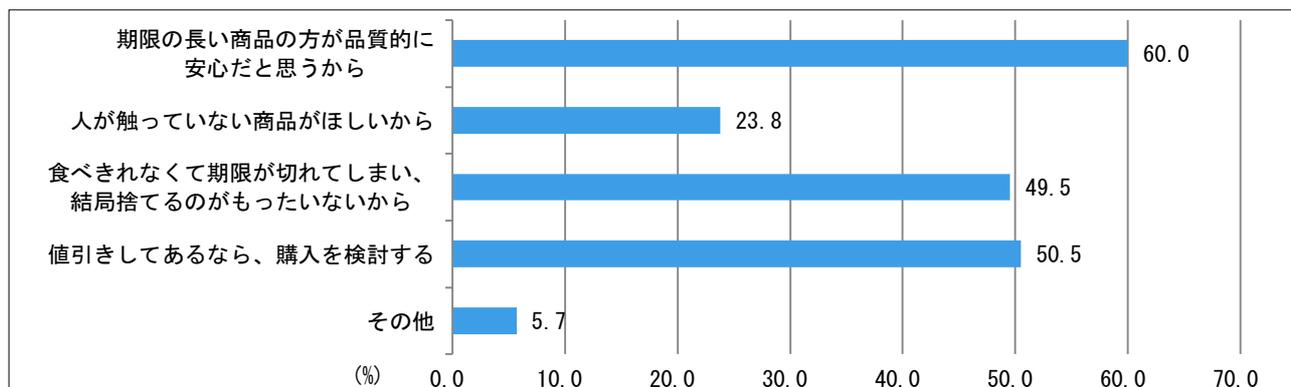


- ・年代が若いほど「知っている、実践している」が多く、20代 (61.5%)、30代 (72.0%) である。
- ・年代が上がるにつれて「知っているが、実践していない」が多い。

問 16 【問 15 で「知っているが実践していない」「知らなかったが、今後実践してみたいとは思わない」を選択した方】 その理由は何ですか。当てはまるものをすべて選択してください。（複数回答可）

回答数 105 件

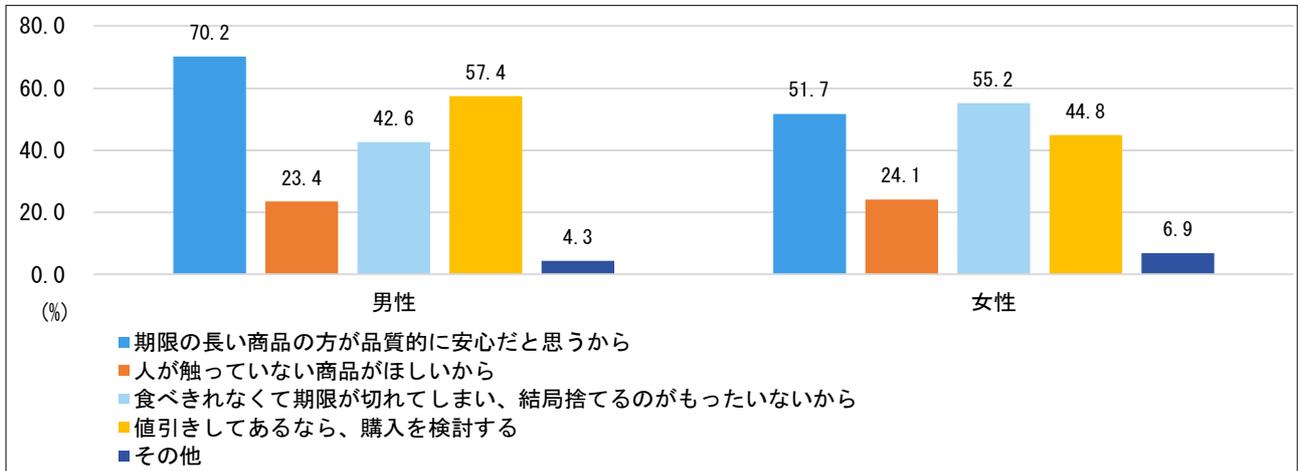
回答	回答数 (件)	割合 (%)
期限の長い商品の方が品質的に安心だと思うから	63	60.0
人が触っていない商品がほしいから	25	23.8
食べきれなくて期限が切れてしまい、結局捨てるのがもったいないから	52	49.5
値引きしてあるなら、購入を検討する	53	50.5
その他	6	5.7
計	199	—
【その他のご回答】 ・必ずしも今日明日に食べるわけではないから ・計画的に長期的に食べるので長めの賞味期限が必要 ・週一回の買い物なので、期限の近い物は買えない ・すぐ使うものは「てまえどり」するが、手前にある商品の消費期限内に使い切る予定のないものは期限の長いものを買いたいと思ってしまう ・家族の人数が少ないので、その商品を使い切る日数が長いので。 ・買い物の回数を減らしているから		



- ・実践しない理由として、「期限の長い商品の方が品質的に安心だと思うから」(60.0%)、「値引きしてあるなら、購入を検討する」(50.5%) という回答が多い。
- ・市民は商品購入の際に品質への安心感や値引き等のメリットを重視していることがわかる。

【男女別傾向】

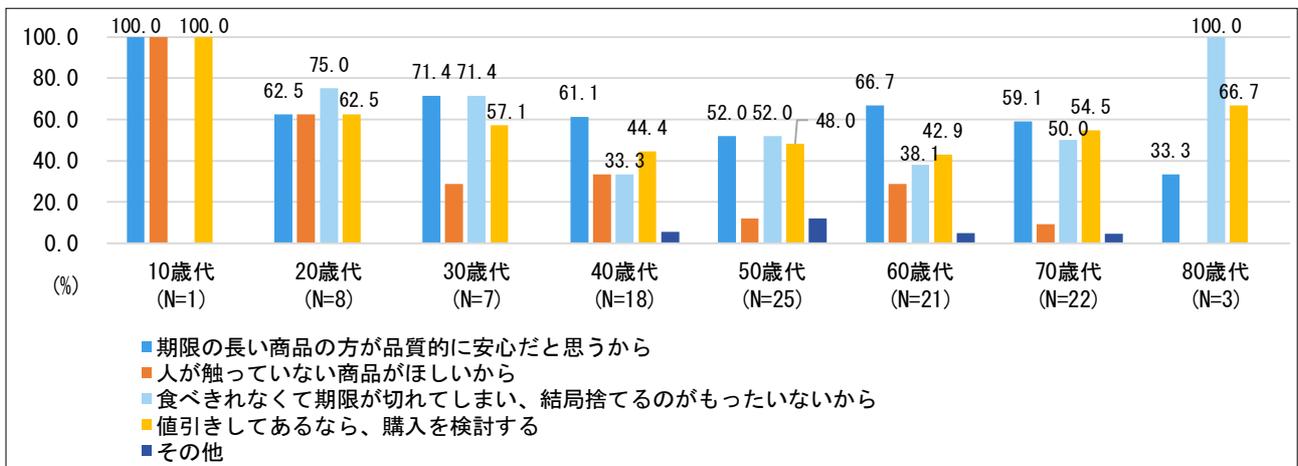
回答	割合 (%)	
	男性	女性
期限の長い商品の方が品質的に安心だと思うから	70.2	51.7
人が触っていない商品がほしいから	23.4	24.1
食べきれなくて期限が切れてしまい、結局捨てるのがもったいないから	42.6	55.2
値引きしてあるなら、購入を検討する	57.4	44.8
その他	4.3	6.9
計	—	—



- ・男性は「期限の長い商品の方が品質的に安心だと思うから」(70.2%)が最も多い。
- ・女性は「食べきれなくて期限が切れてしまい、結局捨てるのがもったいないから」(55.2%)が最も多い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
期限の長い商品の方が品質的に安心だと思うから	100.0	62.5	71.4	61.1	52.0	66.7	59.1	33.3
人が触っていない商品がほしいから	100.0	62.5	28.6	33.3	12.0	28.6	9.1	0.0
食べきれなくて期限が切れてしまい、結局捨てるのがもったいないから	0.0	75.0	71.4	33.3	52.0	38.1	50.0	100.0
値引きしてあるなら、購入を検討する	100.0	62.5	57.1	44.4	48.0	42.9	54.5	66.7
その他	0.0	0.0	0.0	5.6	12.0	4.8	4.5	0.0
計	—	—	—	—	—	—	—	—

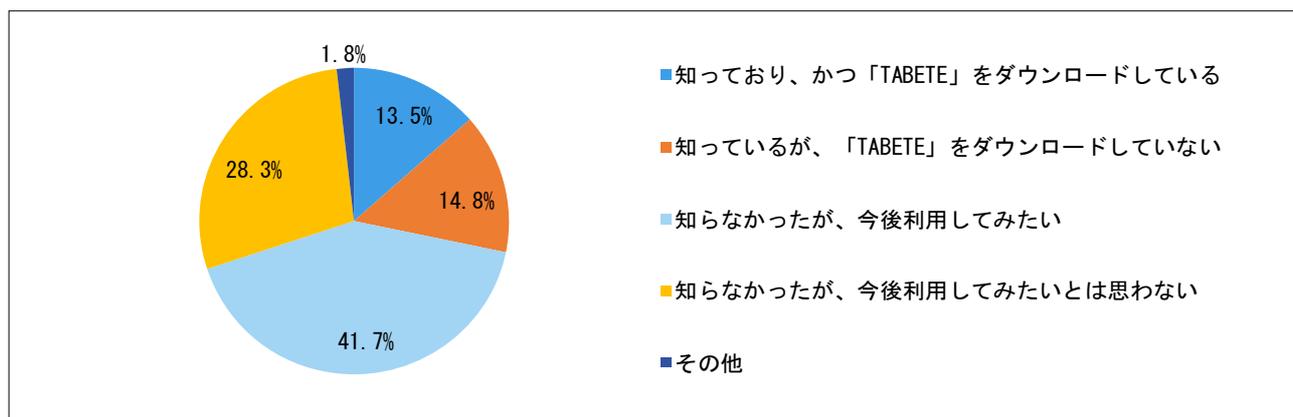


- ・「期限の長い商品の方が品質的に安心」は20代から70代の全ての年代で50%を超えている。
- ・「値引きしてあるなら、購入を検討する」は20代から70代の全ての年代で40%を超えている。
- ・「食べきれなくて期限が切れてしまい、結局捨てるのがもったいないから」は、20代(75.0%)、30代(71.4%)で多い。

問 17 金沢市では食品ロスの削減と環境に配慮した消費行動の促進等を目的に、アプリ「TABETE」を活用した「フードシェアリング事業」を実施しています。これについて当てはまるものを1つ選択してください。

回答数 223 件

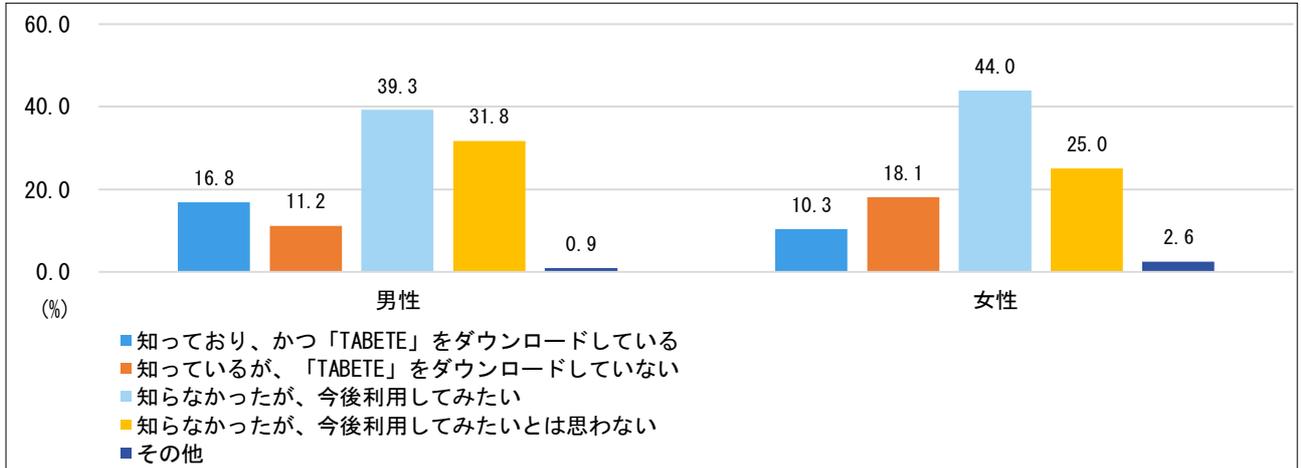
回答	回答数 (件)	割合 (%)
知っており、かつ「TABETE」をダウンロードしている	30	13.5
知っているが、「TABETE」をダウンロードしていない	33	14.8
知らなかったが、今後利用してみたい	93	41.7
知らなかったが、今後利用してみたいとは思わない	63	28.3
その他	4	1.8
計	223	100.0
【その他のご回答】 ・知らなかったが内容を見てから決めたい ・知らなかったが、どのようなアプリなのか周知されていないので、今後の判断ができない ・知らない ・全然知らなかったなので、どんな内容の物なのか調べてみたい。その上で決めたい。		



- ・知っているとは回答したのは、「知っており、かつ「TABETE」をダウンロードしている」(13.5%)、「知っているが、「TABETE」をダウンロードしていない」(14.8%)を合計すると28.3%であり、認知度は低い。
- ・一方で、「知らなかったが、今後利用してみたい」は41.7%と最も多く、利用する気がある人が多い。

【男女別傾向】

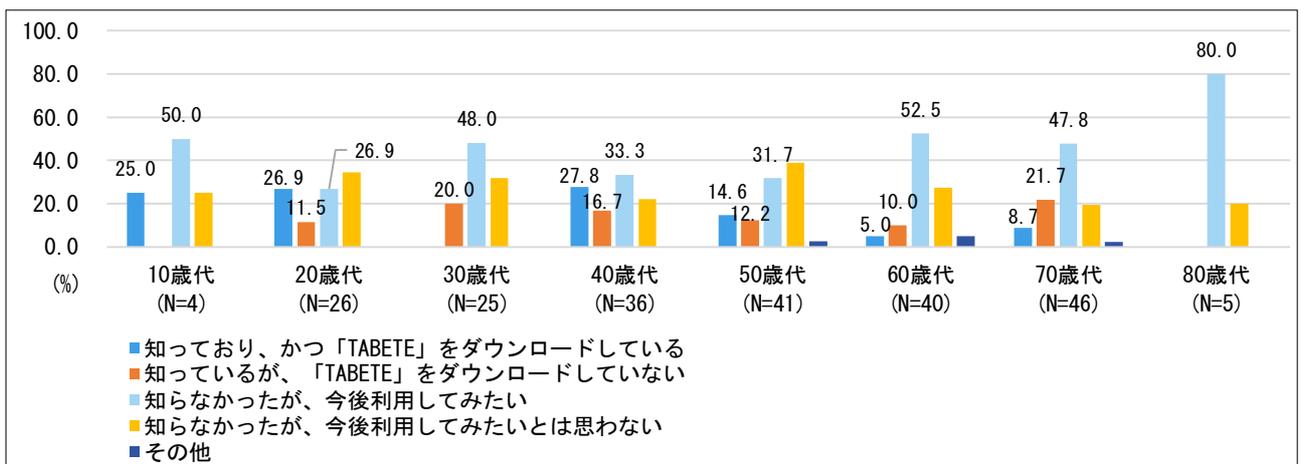
回答	割合 (%)	
	男性	女性
知っており、かつ「TABETE」をダウンロードしている	16.8	10.3
知っているが、「TABETE」をダウンロードしていない	11.2	18.1
知らなかったが、今後利用してみたい	39.3	44.0
知らなかったが、今後利用してみたいとは思わない	31.8	25.0
その他	0.9	2.6
計	100.0	100.0



- ・男女ともに「知らなかったが、今後利用してみたい」（男性：39.3%、女性：44.0%）が最も多い。
- ・アプリを「ダウンロードしている」は男性(16.8%)が女性(10.3%)より多い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
知っており、かつ「TABETE」をダウンロードしている	25.0	26.9	0.0	27.8	14.6	5.0	8.7	0.0
知っているが、「TABETE」をダウンロードしていない	0.0	11.5	20.0	16.7	12.2	10.0	21.7	0.0
知らなかったが、今後利用してみたい	50.0	26.9	48.0	33.3	31.7	52.5	47.8	80.0
知らなかったが、今後利用してみたいとは思わない	25.0	34.6	32.0	22.2	39.0	27.5	19.6	20.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	2.4	5.0	2.2	0.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



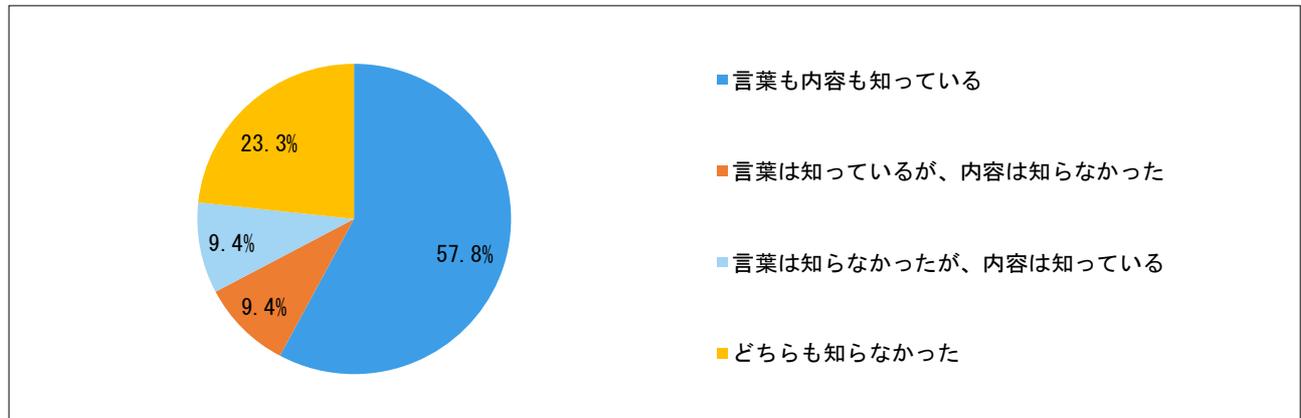
- ・年代が若いほど「ダウンロードしている」割合が多く、40代(27.8%)、20代(26.9%)である。
- ・「知っており、かつ「TABETE」をダウンロードしている」、「知っているが、「TABETE」をダウンロードしていない」を合計した割合は15.0%~44.5%であり、特に30代(20.0%)、60代(15.0%)の認知度が低い。
- ・「知らなかったが、今後利用してみたい」は30代(48.0%)、60代(52.5%)、70代(47.8%)で多い。

問 18 「フードドライブ」という言葉とその内容について知っていますか。

※「フードドライブ」とは、ご家庭で余っている食品を集めて、福祉団体等に提供する活動をいいます。

回答数 223 件

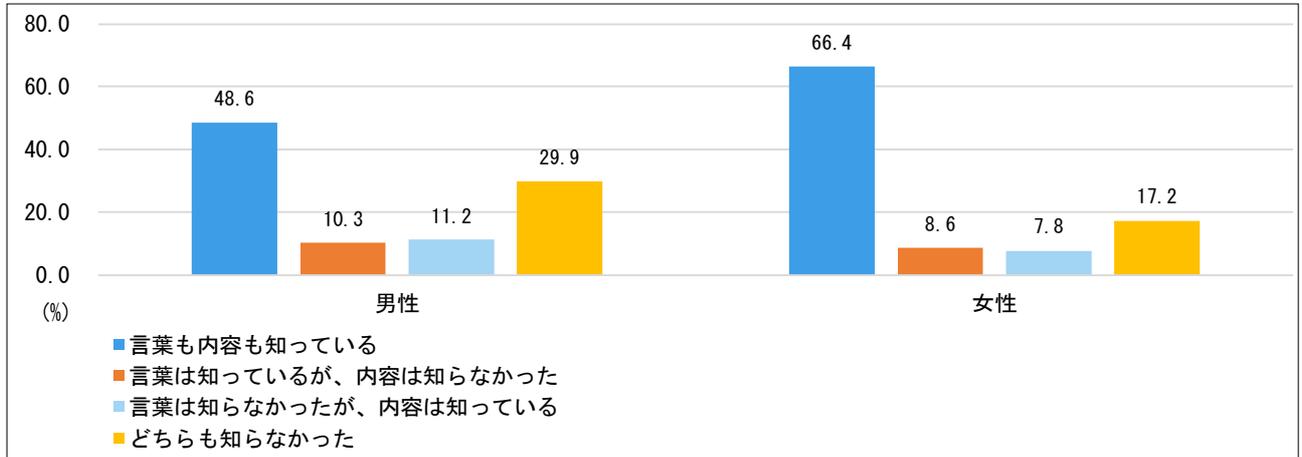
回答	回答数 (件)	割合 (%)
言葉も内容も知っている	129	57.8
言葉は知っているが、内容は知らなかった	21	9.4
言葉は知らなかったが、内容は知っている	21	9.4
どちらも知らなかった	52	23.3
計	223	100.0



・「言葉も内容も知っている」が 57.8%で最も多い。

【男女別傾向】

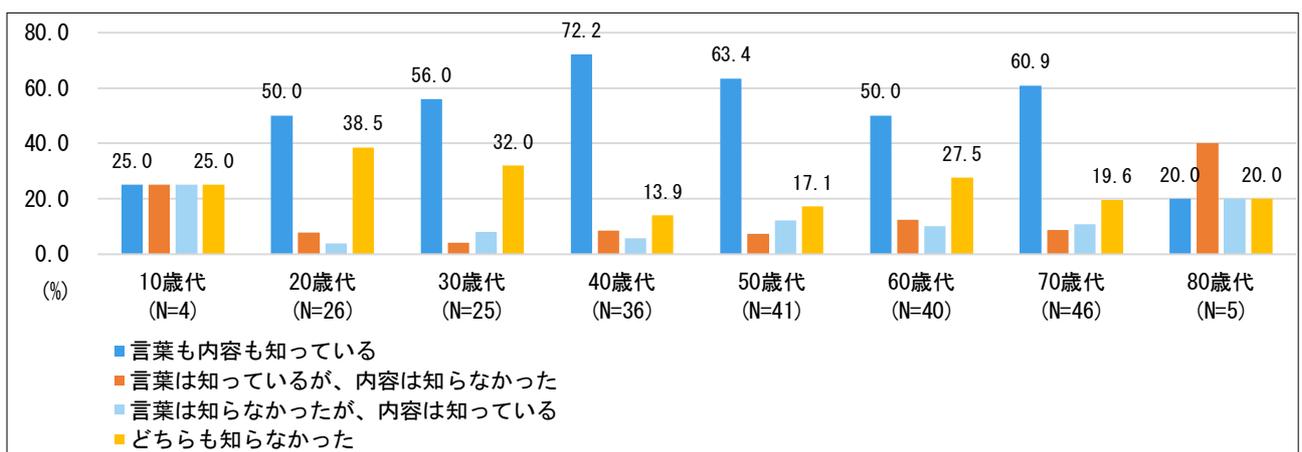
回答	割合 (%)	
	男性	女性
言葉も内容も知っている	48.6	66.4
言葉は知っているが、内容は知らなかった	10.3	8.6
言葉は知らなかったが、内容は知っている	11.2	7.8
どちらも知らなかった	29.9	17.2
計	100.0	100.0



- ・男女ともに「言葉も内容も知っている」（男性：48.6%、女性：66.4%）が最も多い。認知度は女性の方が高い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
言葉も内容も知っている	25.0	50.0	56.0	72.2	63.4	50.0	60.9	20.0
言葉は知っているが、内容は知らなかった	25.0	7.7	4.0	8.3	7.3	12.5	8.7	40.0
言葉は知らなかったが、内容は知っている	25.0	3.8	8.0	5.6	12.2	10.0	10.9	20.0
どちらも知らなかった	25.0	38.5	32.0	13.9	17.1	27.5	19.6	20.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0



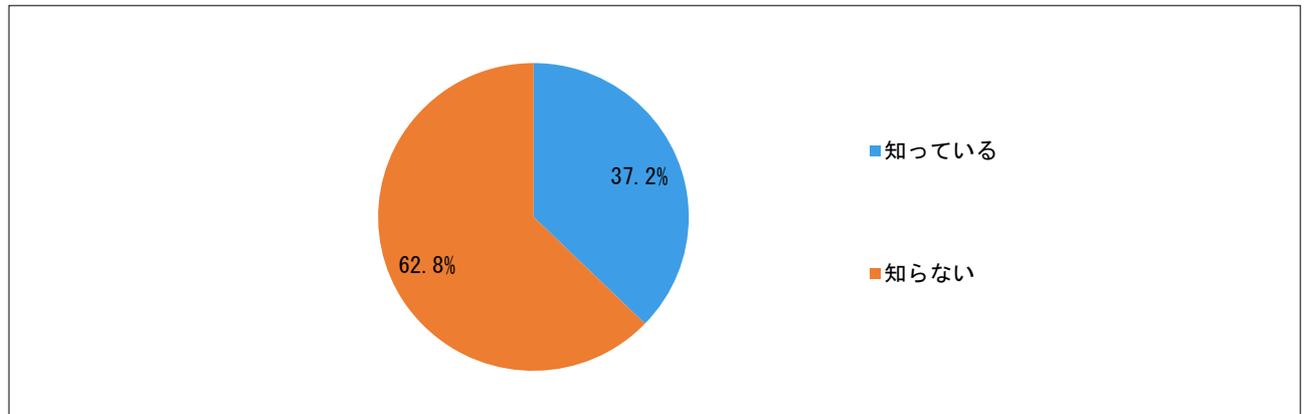
- ・「言葉も内容も知っている」は40代（72.2%）で最も多く、次いで50代（63.4%）である。
- ・「どちらも知らなかった」は20代（33.5%）で最も多く、次いで30代（32.0%）であり、年代が若いほど認知度は低い。

問 19 金沢市では市内4カ所に「フードドライブ受付窓口」※を開設しています。これについて知っていましたか。

※常設窓口（市役所第二本庁舎）、定期窓口（金沢市保健所・泉野福祉健康センター・元町福祉健康センター）を開設しています。ぜひ1点からでもお待ちしております！

回答数 223 件

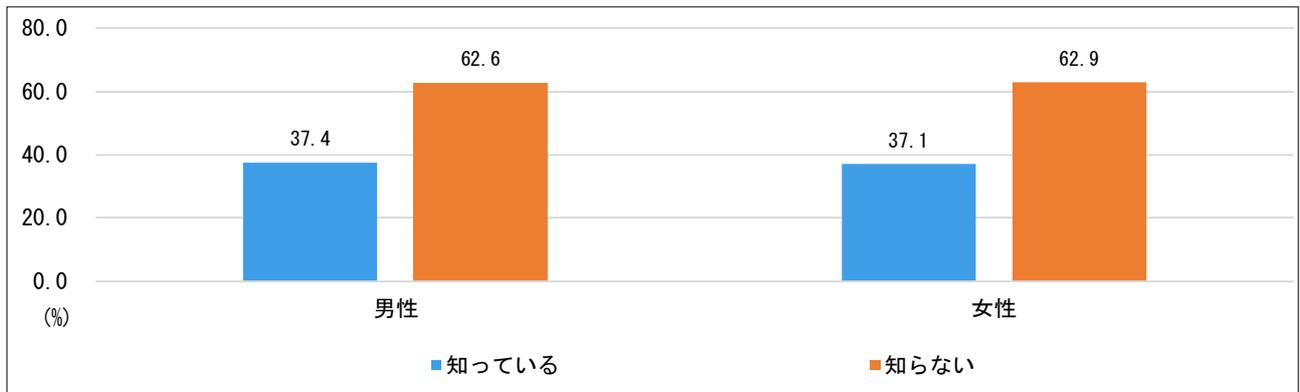
回答	回答数（件）	割合（％）
知っている	83	37.2
知らない	140	62.8
計	223	100.0



- ・「知っている」と回答したのは37.2%であり、認知度は低い。
- ・「フードドライブ」という言葉と意味については過半数が「知っている」と回答している中で、「フードドライブ受付窓口」の認知度が低く、市民の行動に繋がっていないことがわかる。

【男女別傾向】

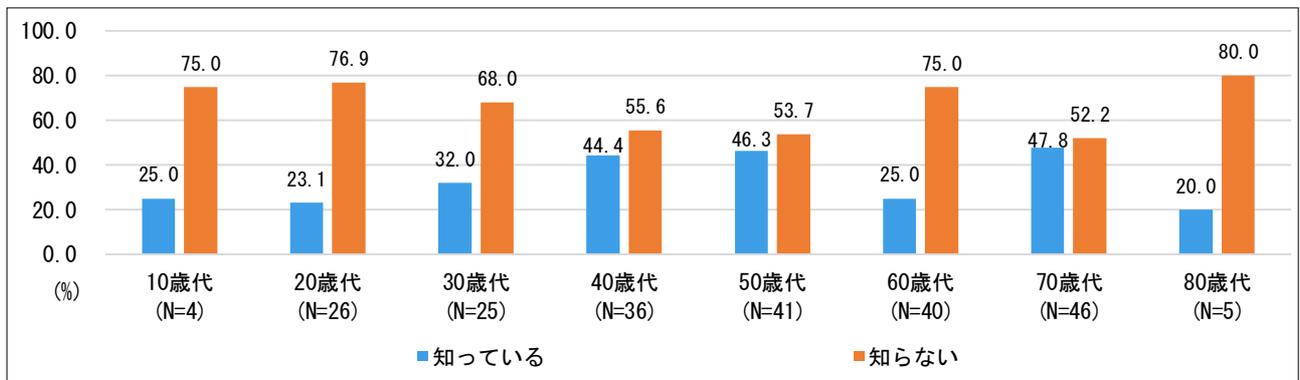
回答	割合 (%)	
	男性	女性
知っている	37.4	37.1
知らない	62.6	62.9
計	100.0	100.0



・「知っている」の割合は男女ともに約4割（男性：37.4%、女性：37.1%）であり、認知度は低く、男女間の差はほとんどない。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
知っている	25.0	23.1	32.0	44.4	46.3	25.0	47.8	20.0
知らない	75.0	76.9	68.0	55.6	53.7	75.0	52.2	80.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

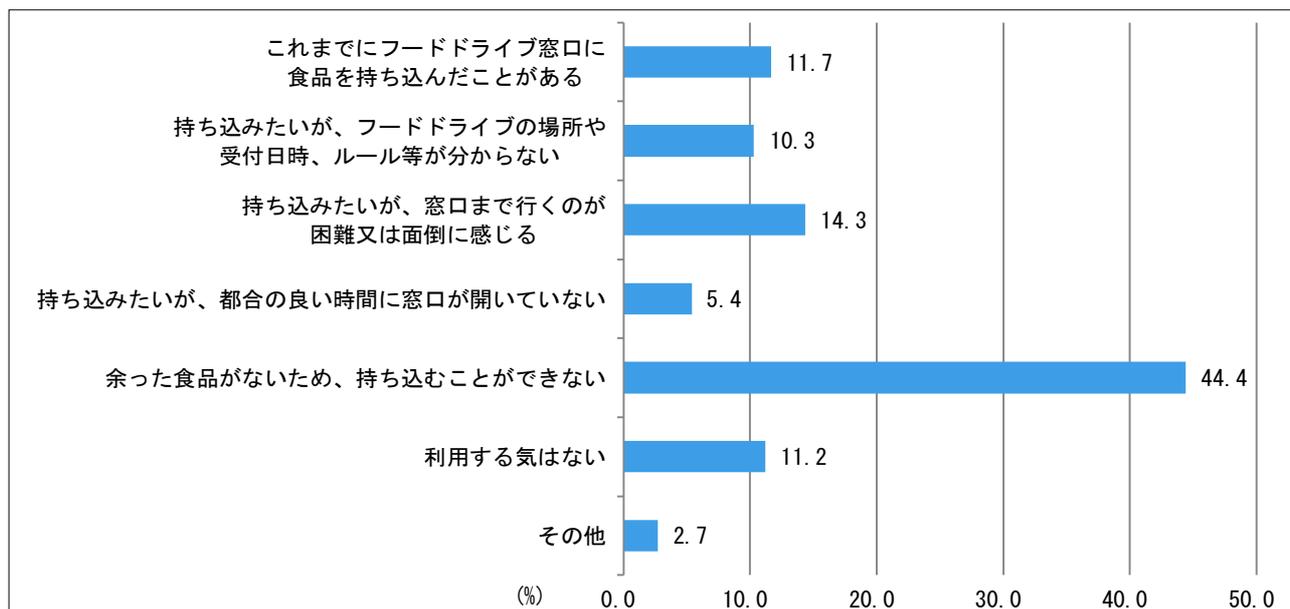


・「知っている」は23.1%～47.8%であり、認知度は低い。特に20代(23.1%)、60代(25.0%)の認知度が低い。

問 20 フードドライブ受付窓口の利用についてお尋ねします。当てはまるものを1つ選択してください。

回答数 223 件

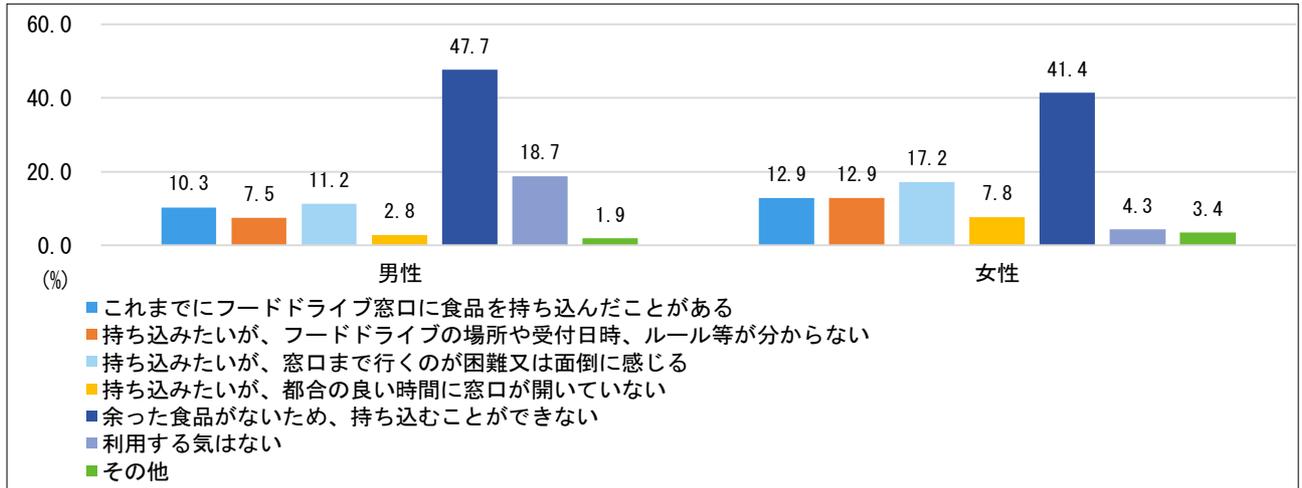
回答	回答数 (件)	割合 (%)
これまでにフードドライブ窓口に食品を持ち込んだことがある	26	11.7
持ち込みたいが、フードドライブの場所や受付日時、ルール等が分からない	23	10.3
持ち込みたいが、窓口まで行くのが困難又は面倒に感じる	32	14.3
持ち込みたいが、都合の良い時間に窓口が開いていない	12	5.4
余った食品がないため、持ち込むことができない	99	44.4
利用する気はない	25	11.2
その他	6	2.7
計	223	100.0
【その他のご回答】 ・余った食品はあるが、フードドライブの対象ではないか、食べかけである ・余った食品のリユースは良いことだが、そもそも余らせない取り組みのほうが重要だと思います ・賞味期限が迫っている状態では持っていけない ・機会があれば。 ・期限が切れるまで余っていた事に気づかないので持ち込めない ・余ったものがあっても市の窓口ではなく知人などに譲ってしまうため		



- ・「余った食品がないため、持ち込むことができない」が44.4%で最も多い。
- ・持ち込みたいが、「窓口まで行くのが困難又は面倒に感じる」(14.3%)、「場所や受付日時、ルール等が分からない」(10.3%)、「都合の良い時間に窓口が開いていない」(5.4%)を合計すると、30.0%が窓口の利便性の改善を求めていることがわかる。

【男女別傾向】

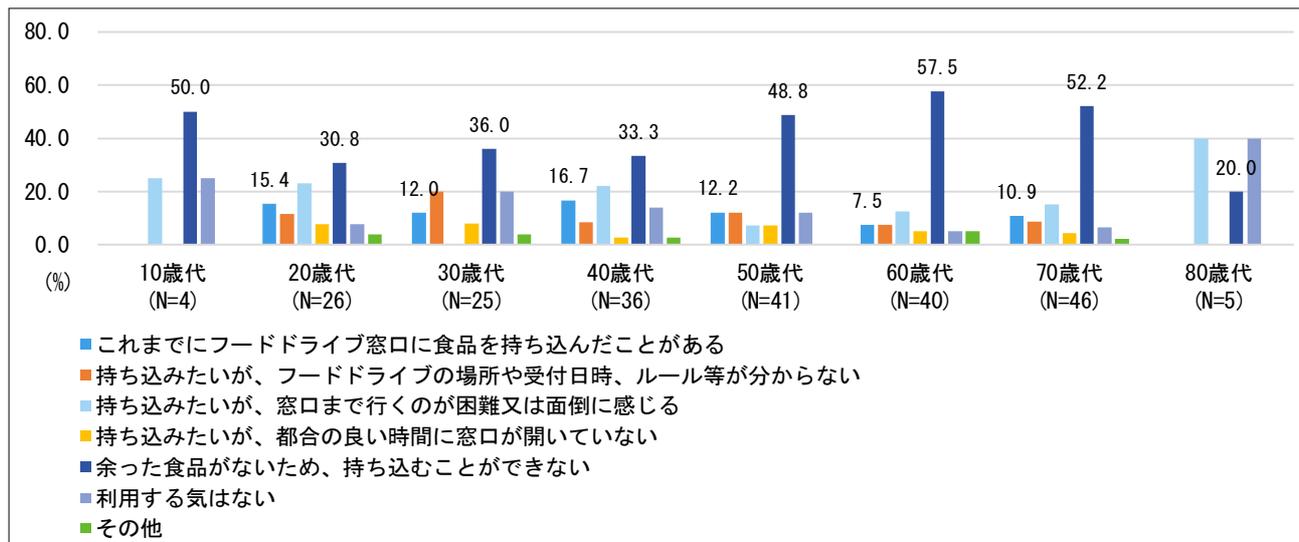
回答	割合 (%)	
	男性	女性
これまでにフードドライブ窓口に食品を持ち込んだことがある	10.3	12.9
持ち込みたいが、フードドライブの場所や受付日時、ルール等が分からない	7.5	12.9
持ち込みたいが、窓口まで行くのが困難又は面倒に感じる	11.2	17.2
持ち込みたいが、都合の良い時間に窓口が開いていない	2.8	7.8
余った食品がないため、持ち込むことができない	47.7	41.4
利用する気はない	18.7	4.3
その他	1.9	3.4
計	100.0	100.0



- ・男女ともに「余った食品がないため、持ち込むことができない」（男性：47.7%、女性：41.4%）が最も多い。
- ・「利用する気はない」は男性(18.7%)が女性(4.3%)の約4倍である。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
これまでにフードドライブ窓口に食品を持ち込んだことがある	0.0	15.4	12.0	16.7	12.2	7.5	10.9	0.0
持ち込みたいが、フードドライブの場所や受付日時、ルール等が分からない	0.0	11.5	20.0	8.3	12.2	7.5	8.7	0.0
持ち込みたいが、窓口まで行くのが困難又は面倒に感じる	25.0	23.1	0.0	22.2	7.3	12.5	15.2	40.0
持ち込みたいが、都合の良い時間に窓口が開いていない	0.0	7.7	8.0	2.8	7.3	5.0	4.3	0.0
余った食品がないため、持ち込むことができない	50.0	30.8	36.0	33.3	48.8	57.5	52.2	20.0
利用する気はない	25.0	7.7	20.0	13.9	12.2	5.0	6.5	40.0
その他	0.0	3.8	4.0	2.8	0.0	5.0	2.2	0.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

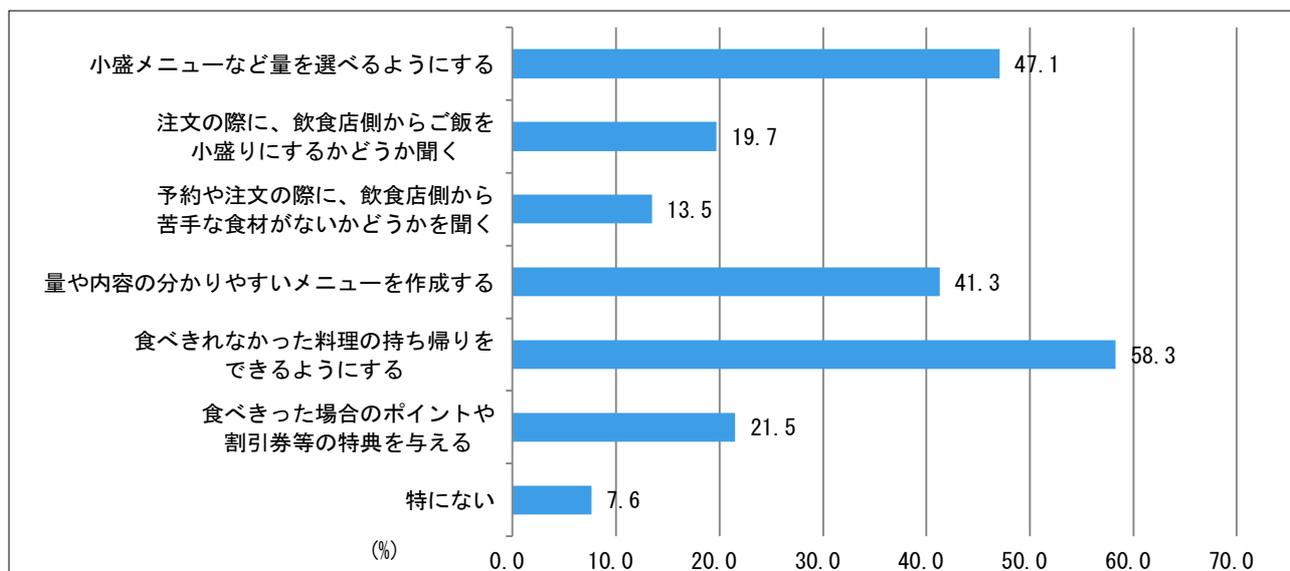


- ・「余った食品がないため、持ち込むことができない」が最も多く、特に60代、70代は50%以上となっている。
- ・「これまでにフードドライブ窓口に食品を持ち込んだことがある」は7.5%~16.7%であり、年代による差はほとんどなく利用率は低い。

問 21 外食や宴会時に食品ロスを減らすために、飲食店側に取り組んでほしいことはありますか。(複数回答可)

回答数 223 件

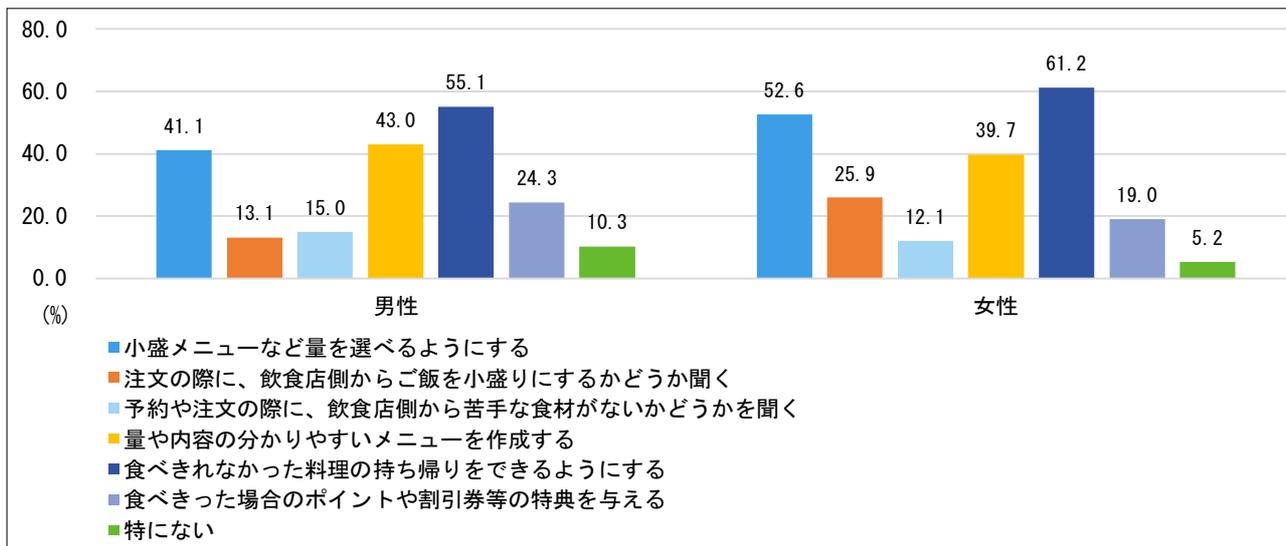
回答	回答数 (件)	割合 (%)
小盛メニューなど量を選べるようにする	105	47.1
注文の際に、飲食店側からご飯を小盛りにするかどうかを聞く	44	19.7
予約や注文の際に、飲食店側から苦手な食材がないかどうかを聞く	30	13.5
量や内容のわかりやすいメニューを作成する	92	41.3
食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする	130	58.3
食べきった場合のポイントや割引券等の特典を与える	48	21.5
特にない	17	7.6
計	466	—



・「食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする」が 58.3%で最も多い。

【男女別傾向】

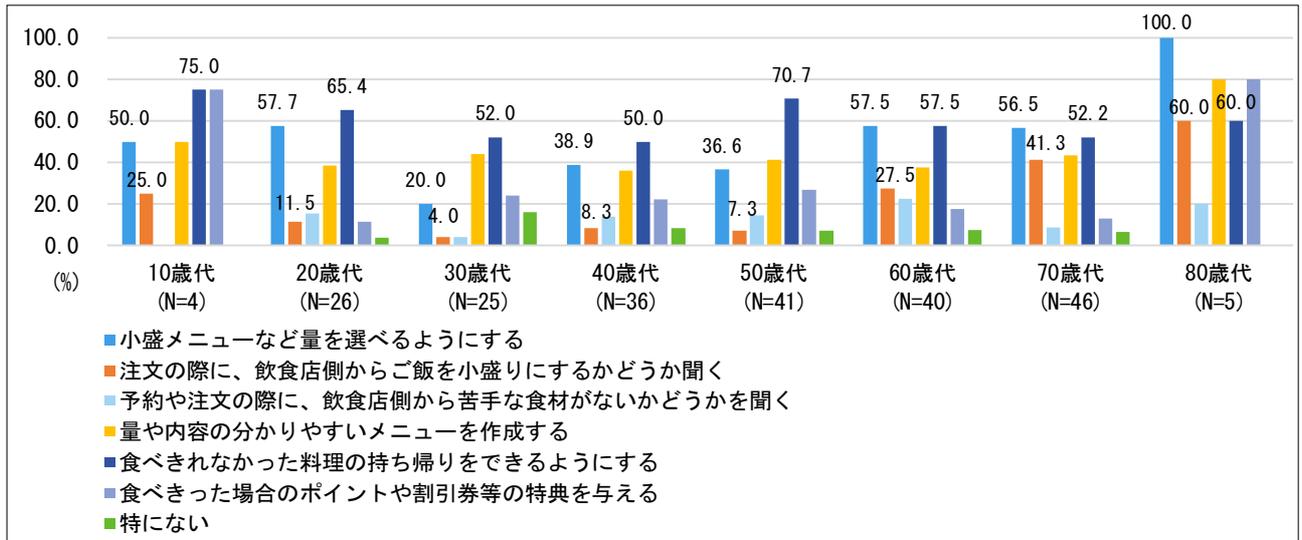
回答	割合 (%)	
	男性	女性
小盛メニューなど量を選べるようにする	41.1	52.6
注文の際に、飲食店側からご飯を小盛りにするかどうかを聞く	13.1	25.9
予約や注文の際に、飲食店側から苦手な食材がないかどうかを聞く	15.0	12.1
量や内容のわかりやすいメニューを作成する	43.0	39.7
食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする	55.1	61.2
食べきった場合のポイントや割引券等の特典を与える	24.3	19.0
特にない	10.3	5.2
計	—	—



- ・男女ともに「食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする」(男性：55.1%、女性：61.2%)が最も多く、次いで女性は「小盛メニューなど量を選べるようにする」(52.6%)、男性は「量や内容のわかりやすいメニューを作成する」(43.0%)である。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
小盛メニューなど量を選べるようにする	50.0	57.7	20.0	38.9	36.6	57.5	56.5	100.0
注文の際に、飲食店側からご飯を小盛りにするかどうかを聞く	25.0	11.5	4.0	8.3	7.3	27.5	41.3	60.0
予約や注文の際に、飲食店側から苦手な食材がないかどうかを聞く	0.0	15.4	4.0	13.9	14.6	22.5	8.7	20.0
量や内容のわかりやすいメニューを作成する	50.0	38.5	44.0	36.1	41.5	37.5	43.5	80.0
食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする	75.0	65.4	52.0	50.0	70.7	57.5	52.2	60.0
食べきった場合のポイントや割引券等の特典を与える	75.0	11.5	24.0	22.2	26.8	17.5	13.0	80.0
特にない	0.0	3.8	16.0	8.3	7.3	7.5	6.5	0.0
計	—	—	—	—	—	—	—	—



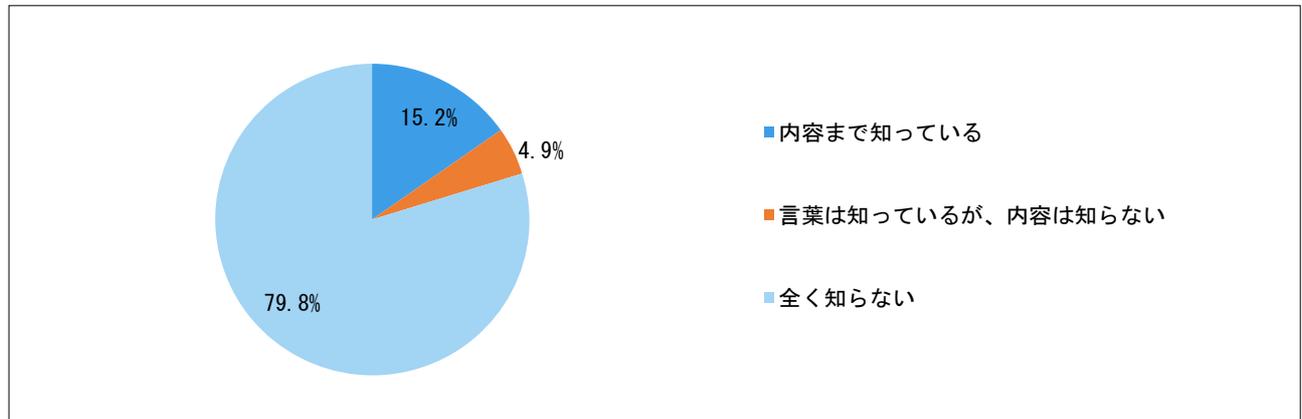
- ・「食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする」は20代から70代の全ての年代で50%以上である。
- ・「小盛メニューなど量を選べるようにする」は特に20代(57.7%)、60代(57.5%)、70代(56.5%)が多い。
- ・年代が上がるにつれて「注文の際に、飲食店側からご飯を小盛りにするかどうかを聞く」が多く、特に70代(41.3%)が多い。

問 22 宴会での「30・10 運動」※を知っていますか。

※宴会で「最初の30分と最後の10分は、歓談よりも食事を楽しみ、食べ残しを減らしましょう」という運動のことを、「30・10（サンマルイチマル）運動」といいます。

回答数 223 件

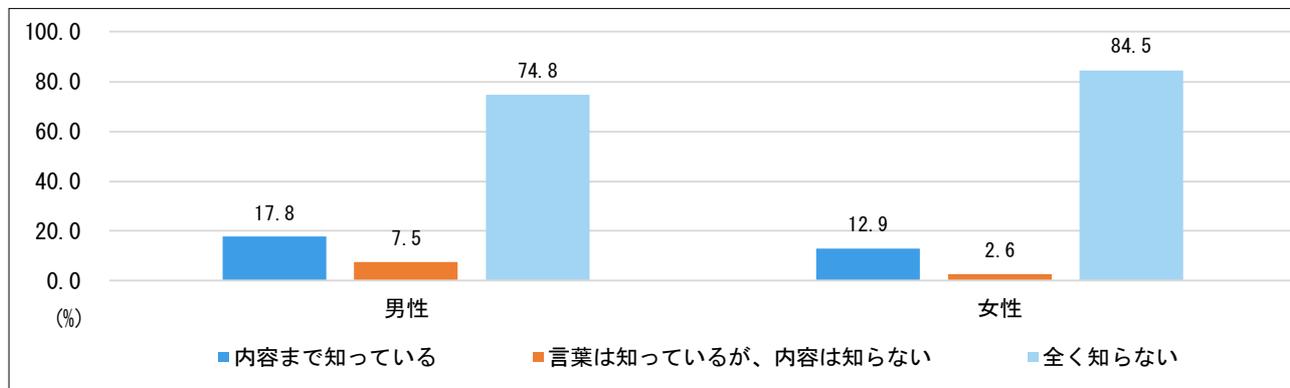
回答	回答数 (件)	割合 (%)
内容まで知っている	34	15.2
言葉は知っているが、内容は知らない	11	4.9
全く知らない	178	79.8
計	223	100.0



- ・知っているとは回答したのは、「内容まで知っている」、「言葉は知っているが、内容は知らない」を合計すると 20.1%であり、認知度は低い。

【男女別傾向】

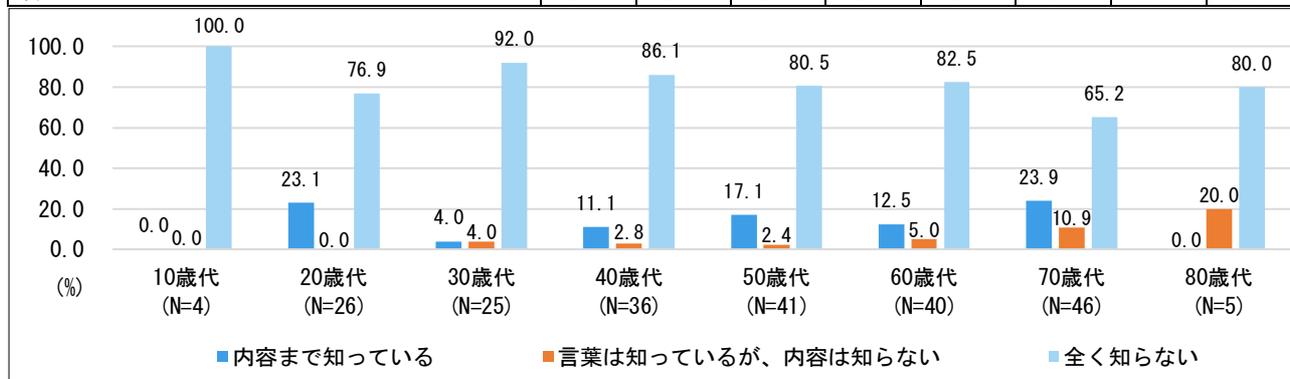
回答	割合 (%)	
	男性	女性
内容まで知っている	17.8	12.9
言葉は知っているが、内容は知らない	7.5	2.6
全く知らない	74.8	84.5
計	100.0	100.0



- ・知っているとは回答したのは、「内容まで知っている」、「言葉は知っているが、内容は知らない」を合計すると、男女ともに約2割（男性：25.3%、女性：15.5%）であり、特に女性の認知度が低い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
内容まで知っている	0.0	23.1	4.0	11.1	17.1	12.5	23.9	0.0
言葉は知っているが、内容は知らない	0.0	0.0	4.0	2.8	2.4	5.0	10.9	20.0
全く知らない	100.0	76.9	92.0	86.1	80.5	82.5	65.2	80.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

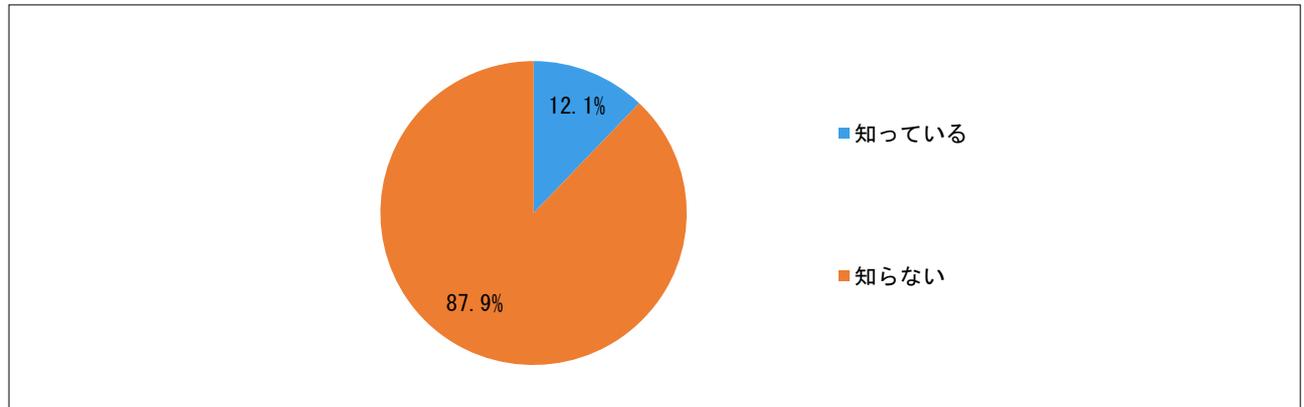


- ・知っているとは回答したのは、「内容まで知っている」、「言葉は知っているが、内容は知らない」を合計すると、全年代で8.0%~34.8%であり、特に30代(8.0%)の認知度が低い。

問 23 金沢市では、小盛メニューの設定などの食品ロス削減に取り組む飲食店等を「いいね・食べきり推進店」として登録し、金沢市のホームページで紹介しています。この取組を知っていますか。

回答数 223 件

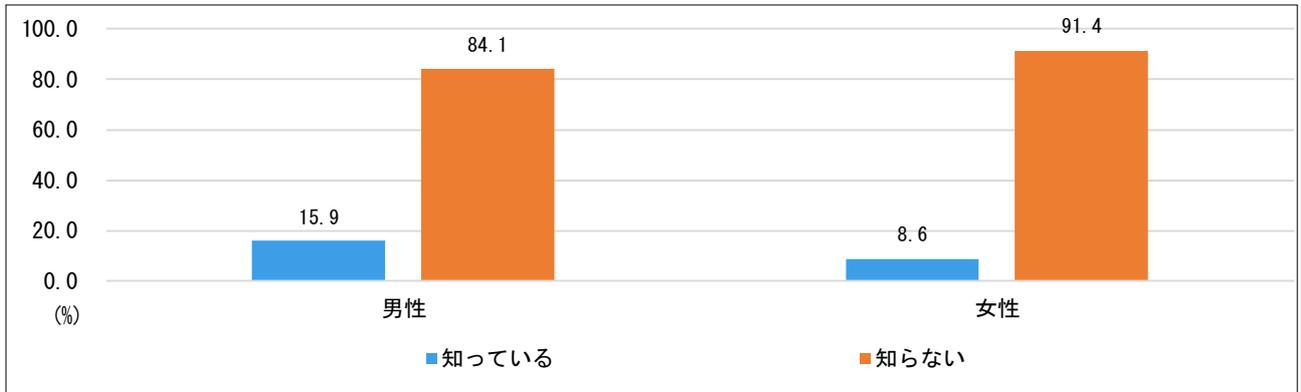
回答	回答数 (件)	割合 (%)
知っている	27	12.1
知らない	196	87.9
計	223	100.0



・「知っている」と回答したのは12.1%であり、認知度は低い。

【男女別傾向】

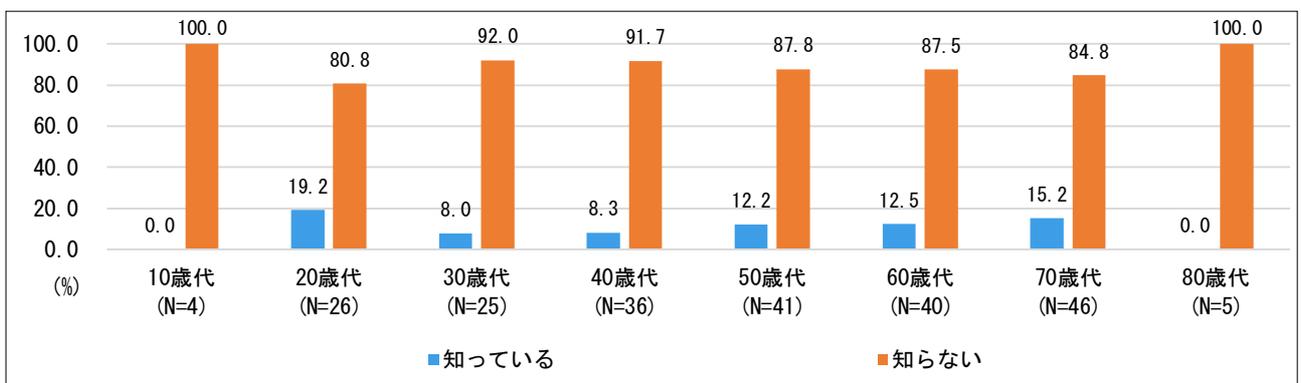
回答	割合 (%)	
	男性	女性
知っている	15.9	8.6
知らない	84.1	91.4
計	100.0	100.0



・「知っている」は男性（15.9%）が女性（8.6%）より多い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代	70歳代	80歳代
知っている	0.0	19.2	8.0	8.3	12.2	12.5	15.2	0.0
知らない	100.0	80.8	92.0	91.7	87.8	87.5	84.8	100.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

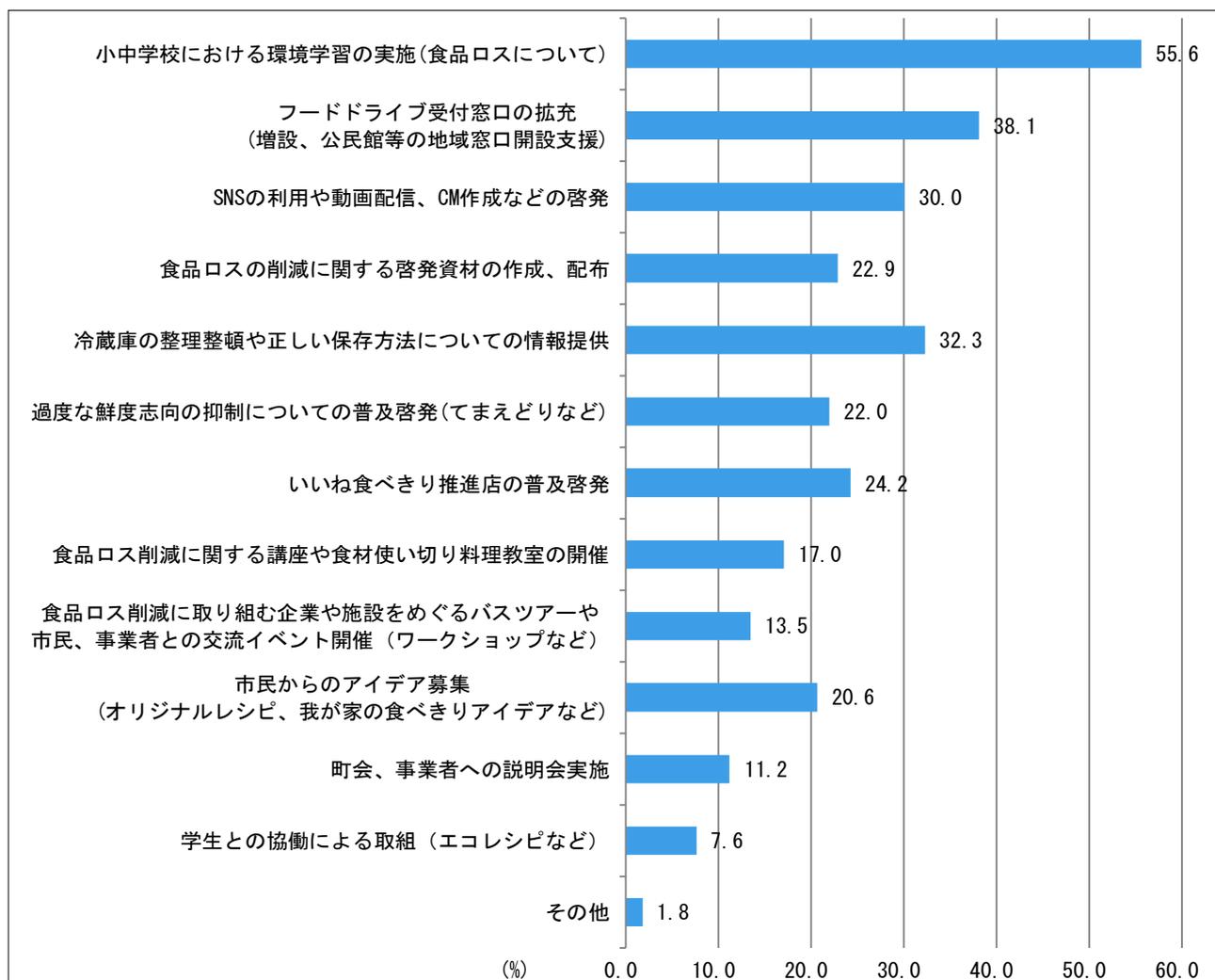


・「知っている」は8.0%~19.2%であり、特に30代(8.0%)、40代(8.3%)の認知度が低い。

問 24 食品ロス削減に向けて、どの取組が効果があると思いますか。当てはまるものすべて選択してください。(複数回答可)

回答数 223 件

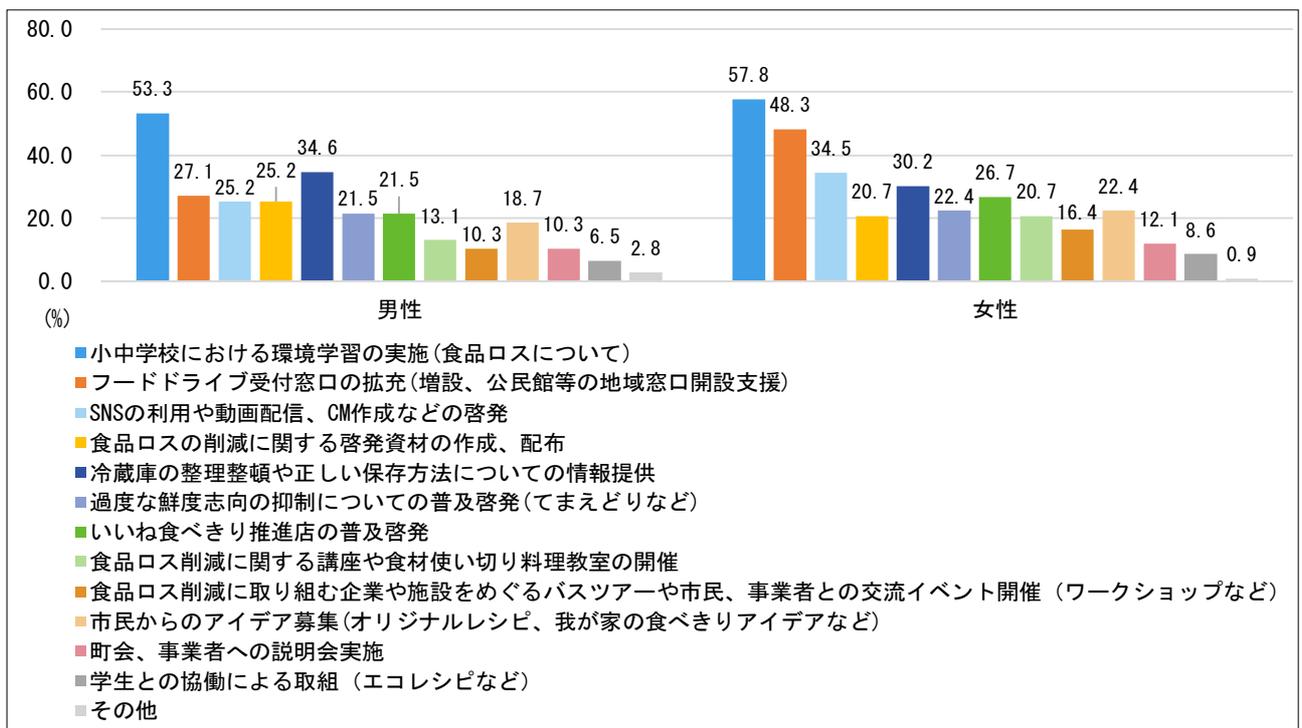
回答	回答数 (件)	割合 (%)
小中学校における環境学習の実施(食品ロスについて)	124	55.6
フードドライブ受付窓口の拡充(増設、公民館等の地域窓口開設支援)	85	38.1
SNSの利用や動画配信、CM作成などの啓発	67	30.0
食品ロス削減に関する啓発資材の作成、配布	51	22.9
冷蔵庫の整理整頓や正しい保存方法についての情報提供	72	32.3
過度な鮮度志向の抑制についての普及啓発(てまえどりなど)	49	22.0
いいね食べきり推進店の普及啓発	54	24.2
食品ロス削減に関する講座や食材使い切り料理教室の開催	38	17.0
食品ロス削減に取り組む企業や施設をめぐるバスツアーや市民、事業者との交流イベント開催(ワークショップなど)	30	13.5
市民からのアイデア募集(オリジナルレシピ、我が家の食べきりアイデアなど)	46	20.6
町会、事業者への説明会実施	25	11.2
学生との協働による取組(エコレシピなど)	17	7.6
その他	4	1.8
計	662	—
【その他のご回答】 ・昭和の頃のように、食べ物を大切にする教育が必要 ・大型スーパーのロスがなくなるように、ロス取り組みを認証するような仕組みがあれば、ユーザーもその店に魅力を感じるのではないかと思う。 ・作り過ぎる企業に問題がある ・TABETEは、出店者にはハードルが高い。		



・「小中学校における環境学習の実施(食品ロスについて)」が55.6%で最も多く、次いで「フードドライブ受付窓口の拡充」(38.1%)、「冷蔵庫の整理整頓や正しい保存方法についての情報提供」(32.3%)が多い。

【男女別傾向】

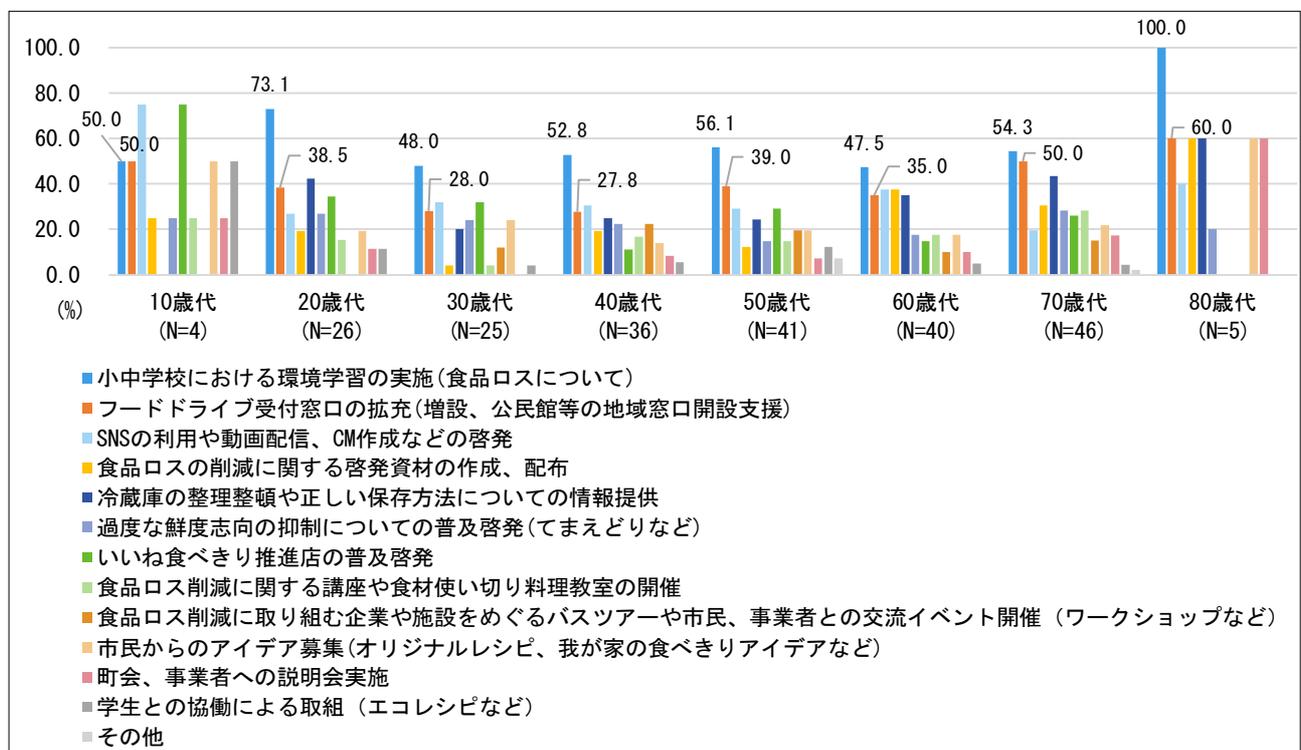
回答	割合 (%)	
	男性	女性
小中学校における環境学習の実施(食品ロスについて)	53.3	57.8
フードドライブ受付窓口の拡充(増設、公民館等の地域窓口開設支援)	27.1	48.3
SNSの利用や動画配信、CM作成などの啓発	25.2	34.5
食品ロスの削減に関する啓発資材の作成、配布	25.2	20.7
冷蔵庫の整理整頓や正しい保存方法についての情報提供	34.6	30.2
過度な鮮度志向の抑制についての普及啓発(てまえどりなど)	21.5	22.4
いいね食べきり推進店の普及啓発	21.5	26.7
食品ロス削減に関する講座や食材使い切り料理教室の開催	13.1	20.7
食品ロス削減に取り組む企業や施設をめぐるバスツアーや市民、事業者との交流イベント開催(ワークショップなど)	10.3	16.4
市民からのアイデア募集(オリジナルレシピ、我が家の食べきりアイデアなど)	18.7	22.4
町会、事業者への説明会実施	10.3	12.1
学生との協働による取組(エコレシピなど)	6.5	8.6
その他	2.8	0.9
計	—	—



- ・男女ともに「小中学校における環境学習の実施」(男性：53.3%、女性：57.8%)が最も多く、次いで女性は「フードドライブ受付窓口の拡充(増設、公民館等の地域窓口開設支援)」(48.3%)、男性は「冷蔵庫の整理整頓や正しい保存方法についての情報提供」(34.6%)が多い。

【年代別傾向】

回答	割合 (%)							
	10 歳代	20 歳代	30 歳代	40 歳代	50 歳代	60 歳代	70 歳代	80 歳代
小中学校における環境学習の実施(食品ロスについて)	50.0	73.1	48.0	52.8	56.1	47.5	54.3	100.0
フードドライブ受付窓口の拡充(増設、公民館等の地域窓口開設支援)	50.0	38.5	28.0	27.8	39.0	35.0	50.0	60.0
SNSの利用や動画配信、CM作成などの啓発	75.0	26.9	32.0	30.6	29.3	37.5	19.6	40.0
食品ロスの削減に関する啓発資料の作成、配布	25.0	19.2	4.0	19.4	12.2	37.5	30.4	60.0
冷蔵庫の整理整頓や正しい保存方法についての情報提供	0.0	42.3	20.0	25.0	24.4	35.0	43.5	60.0
過度な鮮度志向の抑制についての普及啓発(てまえどりなど)	25.0	26.9	24.0	22.2	14.6	17.5	28.3	20.0
いいね食べきり推進店の普及啓発	75.0	34.6	32.0	11.1	29.3	15.0	26.1	0.0
食品ロス削減に関する講座や食材使い切り料理教室の開催	25.0	15.4	4.0	16.7	14.6	17.5	28.3	0.0
食品ロス削減に取り組む企業や施設をめぐるバスツアーや市民、事業者との交流イベント開催(ワークショップなど)	0.0	0.0	12.0	22.2	19.5	10.0	15.2	0.0
市民からのアイデア募集(オリジナルレシピ、我が家の食べきりアイデアなど)	50.0	19.2	24.0	13.9	19.5	17.5	21.7	60.0
町会、事業者への説明会実施	25.0	11.5	0.0	8.3	7.3	10.0	17.4	60.0
学生との協働による取組(エコレシピなど)	50.0	11.5	4.0	5.6	12.2	5.0	4.3	0.0
その他	0.0	0.0	0.0	0.0	7.3	0.0	2.2	0.0
計	—	—	—	—	—	—	—	—



- ・「小中学校における環境学習の実施」は20代から70代の全ての年代で上位を占めており、特に20代は73.1%で最も多い。
- ・年代が上がるにつれて「フードドライブ受付窓口の拡充」が多く、70代は50.0%である。

問 25 食品ロス削減に向けたご意見・ご提案がありましたら、ご自由にお書きください。

1. 過剰に店で売らない、作らない
2. 保育園児くらいを対象に、もったいない、を教える活動をしてほしい。ごはんを残してなにが悪いの？から教えるきっかけになればいいと思う。
3. フードドライブに使い勝手の良くない売れ残りを入れなくてほしい。結局もらっても使えず処分になってしまい罪悪感だけできてしまう。
4. 一人一人の意識が大切だと思うので、SNSなどで頻繁な発信があると良い。主婦向けには食べ切りレシピや、学生向けにはフードロスがもたらす影響の発信など。
5. 普段から食べ残しや賞味期限切れが発生しないようにしているので、特にない。
6. スーパー、コンビニ等が利益を度外視した当日見切り品価格を設定する事が望ましい。例として、数時間後に期限が切れるパン等が、30%引きで販売されている。もしもこれが逆の数値ならば「即時完売」できる。そういった意味からは、事業者の意識改革が最も必要不可欠だと思う。
7. 食品ロス削減を、主婦や飲食店、子どもたちだけに働きかけるようではいけないと思います。まずは大人が率先して、食品ロスに向けた行動をとるべきだろうし、日頃の食事や生活の中で意識する必要があると思います。
8. 手前どりをもっと推進する
9. 最近は割引商品に対して「フードロス対策のために購入してくれてありがとう」というスタンスが見えて買いやすくなった。その点は嬉しい。また、賞味期限が伸びるという話もあって良い傾向だと思う。賞味期限切れの商品を安く売ってお店もあって良い変化だと思う。 ただ、フードロスの何が悪いのかよく分かっていない。食材や購入費がもったいない、ゴミ処理にお金がかかる、という点はあるかもしれないが、食材を捨てることに慣れてしまい罪悪感をあまり感じない。
10. 食品ロスランキングとかHPとかテレビで教えて欲しい。
11. 賞味期限と消費期限の違いとか、野菜の皮はむかずに調理するとか、正しい知識をまず普及することから始めたらいいと思います
12. 食材の保存方法をまとめたチラシがあったらいいなと思う。もしくはスーパーの野菜売り場に表示して欲しい。
13. もったいないの意識づけ・・・再度、物の大切さを次世代の子供達に教育・啓発すべきである・・・世界中の惨状を勘案して・・・
14. 特にない
15. 外食で食べきれなかった食品を持ち帰れる様飲食店等に強く指導して欲しい 殆どの飲食店は食べ残しの持ち帰りを拒否するので・・・ 保冷剤入りの保冷バッグ持参なら食べ残しの持ち帰りを拒否出来なくして欲しい
16. 各自に合った量の提供にこころがけることが大切だと思います。
17. これも。キャッチコピー、川柳、エッセー等のコンテストがあると嬉しいです
18. 深刻な問題です。食品ロスを、減らすよう 日頃から 取り組んでいきたいです。
19. 当日に必要な分だけ購入することを徹底すれば食品ロスは発生しません。
20. 小盛メニューが割高になりがちなことでお得感が薄れており、積極的に小盛を選択する人が減っていると思う。小盛メニューであっても、同様のコスパを提示するべきだと思う。
21. 買いだめをしない させない やらせない
22. 学生を巻き込みたい
23. 給食の見直し。飲食店での見直し。金沢市のポップな掲示物を広める
24. 大量買いをしてロスを生じる理由として、大包装が割安となっていることに起因していると思います。 消費者に無駄を生じさせないような価格設定での販売を行政サイドから指導する必要もあると思います。
25. 子どものベビーフードや、ミルクなど好みに合わないことがあって捨てるのはもったいないと思っているので、持ち込めるところがより増えてくれるとありがたいです。
26. 自分が注文する食品は食べられるだけの量として、「食べ放題」や「飲み放題」のメニューは発注しない。特に、残ったものは「持ち帰り」が出来ないお店は、再来店しないようにしてしている。「もったいない」という教育は小学校の授業にも採り入れるべきだと考える。
27. 食品ロス削減が必要になってきた背景と実施するメリット、実施コストなど、情報提供をお願いしたいです。
28. 色々な施設にフードドライブについてのチラシを置いて欲しい。集めた食品をどのように利用してるかも知りたい。
29. 更に努力をしていきたいと思っています。
30. もったいないの考えをもっと広める
31. 物価高もありロスは減っているように感じますが、大型スーパーでは大量の食品があり、廃棄されていないか心配になります。
32. 名前やメールアドレスの毎回入力の実用性を教えてほしい
33. 外食では、その日の体調で食べ切れない場合自己責任で持ち帰りを推奨して欲しい
34. スーパーの特売品拡充
35. かなり削減しているつもりだが、あまりやれば少しプレッシャーになる。ほどほどのところも見極めるべきでは。私は農業関係の仕事もしており、極端な削減や取り組みは、農産物消費の低下にもつながる。
36. ご飯少なくして下さいとお願いしても残して下さいと断られるお店がまだ多い。お店側にも啓発活動をして欲しい。
37. 個人よりは企業に啓蒙した方がよい
38. 食べ物に贅沢すぎるのを改善しない限り、ロスは続く。私たち高齢者は小さい時から残してはダメ、と教育されたので食べ物を粗末にする人は少ないが、若年層は美味かそうでないか、さもなければ見栄えがいいかそうでないかだけが問題のようなので、教育していくしかないのでは？
39. 実践できる食品の保存方法を知りたい。テレビやネットのCMで保存の知恵みたいなのをやるとみてしまう気がする。
40. ほとんど外食をしないので問 22 や問 23 は知りませんでした。家族に聞いてみたのですが、減多に宴会に参加しないので知らなかったみたいです。「年末の忘年会の時に参加したら【30・10運動】の話を出してみよう」って言ってました。
41. スーパー等の食品の売り方の工夫（売り切る工夫）をお願いしたい。
42. 食品ロスについての危機感を自分自身、理解していないため、そこが分かるような初級の講座があれば参加してみたい。
43. 大企業が取り組むべきだと考える。恵方巻の売れ残りなどは見てられない。 肥料 飼料にしてほしい。ホテルの宴会の食べ残しも同様です。分解させて土に還しましょう。

44. 消費期限が過ぎたものを破格の値段 9 割引とかで売れば良いと思う
45. 私の知ってるパン屋さんでは食パンのみみや端を捨てています。何処に相談していいのかわからないのが現状です!相談出来る窓口を!!
46. 安売りに飛びつかない様に心がける
47. 期限切れが近い食品を購入した場合のおまけ特典(ポイント)付与
48. お中元のシーズンでフードロスの情報発信を是非 SNS で流して欲しい
49. 飲食店を営んでいるので、『いいね、食べ切り推進店』について考えてみようと思います
50. 食材使い切り・エコレシビ等の料理教室があれば主婦の方は興味あると思います。ぜひ開催希望します。
51. 今回の質問で、我が家で実践されていないことを一つでも多く取り組んでいきたいし、若い人たちと食談義に話題として出していきたい。
52. もったいない精神に尽きると思います
53. 食品高騰の時代なので、ムダなく使い切りたいです。
54. 食べものを神様仏様のように大切に作る文化を、再認識してもらえるようショートムービーやポスター制作はいかがでしょうか?
55. 一緒に外食をした時に残す人は私の周りで居ないと思いました。残す事に残飯を出す事にとでも抵抗があります。大学生の娘にも確認したところ、仲の良い友人で残す子はいないと返答されました。残す子は残す子と一緒にいるのかも?と!!食品ロスに罪悪感のない人にわからしてもらうのは難しそうと感じました。
56. 食品ロスを無くす事は大事。バイキングでは、食品ロスした人にペナルティあったらよい。冷蔵庫などで、食品ロスがあるので、冷蔵庫の整理整頓の仕方の講座を行って欲しい。
57. あまり関心を持っていなかったテーマですが、テレビなどで繰り返し問題提起されているのを見て「少し気にしてみようかな」ぐらいには考えるようになっていきます。「問題になっているんだよ」という刷り込みが一番大事なのかなと思います。
58. フードドライブ専用の HP があればいい。
59. 値引きしてでも売り切る方針が、どんなランクのスーパーでも飲食業でも当たり前になるとよい。値段を下げると定価で売れなくなるから、値引きはせず廃棄するなどの習慣を無くす
60. 中学生の子どもが 2 人おり、食材が全く余らないためフードロスを他人事のように感じてしまうもう少し、社会に目を向けなければと思った
61. 自分の生活環境を、把握してふさわしい買い物消費を、心掛ける。
62. 知らないことが多くあり、これからは食品ロスについてもっと調べて実践したい
63. 季節行事などのイベント事(恵方巻きやうなぎ、クリスマスケーキなど)の商品は完全受注生産にするなど、企業側も工夫が必要だと思う。過剰生産過剰供給は廃棄食品を増やすだけです。 あとコンビニ弁当などの消費期限も短すぎると思うのももう少し長めに設定したり、期限が切れてもすぐに廃棄するのではなく割引して販売するなどしてほしい。期限を 1 秒でも過ぎるとレジが通らなくなり販売してもらえないので、そのシステムを改良して割引して販売するようにすればいいと思う。
64. 「いいね・食べきり推進店」のことは知りませんでした。増えていくとうれしいです。
65. 値引きがあると、賞味期限が近くても購入したいと思う人は多いはず、販売店の工夫次第でロスは防げると思う。
66. 売上の為に沢山作るのはやめたらよい。お店でシェア出来る様に取り皿の準備があればよい。
67. 食品ロス受付窓口の拡充、各公民館等に設置
68. 都会より小分け商品や小分け惣菜が少ないまたは割高に思います。少人数家庭が少ないとは思いますが、高齢化も進むことから、増やして欲しいです。
69. 食料品小売業さんへ:大根の葉やキャベツの外葉など 気兼ねなく拾えるようにコーナーを設けて欲しい
70. 全体で取り組む問題だ
71. 消費者もロスに気をつけて買っていると、思うので小売業者も計画的に食品を売って欲しい。
72. 大食いの番組をなくして欲しい。毎回食材が無駄だと感じる。

主に以下の 4 つの意見が多かった。

1) 事業者への改善要望

- ・割引設定、小盛メニューの設定など販売方法の工夫 (6, 20, 34, 36, 44, 47, 59, 63, 65)
- ・持ち帰りを希望 (15, 26, 33)

2) 情報発信と環境整備の要望

- ・食材の保存方法の情報共有 (12, 39)
- ・初級の講座、冷蔵庫の整理整頓の仕方の講座 (42, 56)

3) 啓発方法の工夫

- ・テレビなどで繰り返し問題提起 (57)

4) フードドライブについての要望

- ・利便性の向上、対象品目の拡大など (25, 28, 58)

2. 事業者アンケート

(1) 調査概要

① 目的

事業者の意識や取組状況等を集約し、今後の食品ロス削減に向けた取組の方向性を検討する。

② 実施期間

令和7年7月～令和7年8月

③ 対象

対象事業所	回答数
いいね・食べきり推進店	9
飲食業、宿泊業	53
製造、小売、卸売	41

(2) 結果概要

① いいね・食べきり推進店

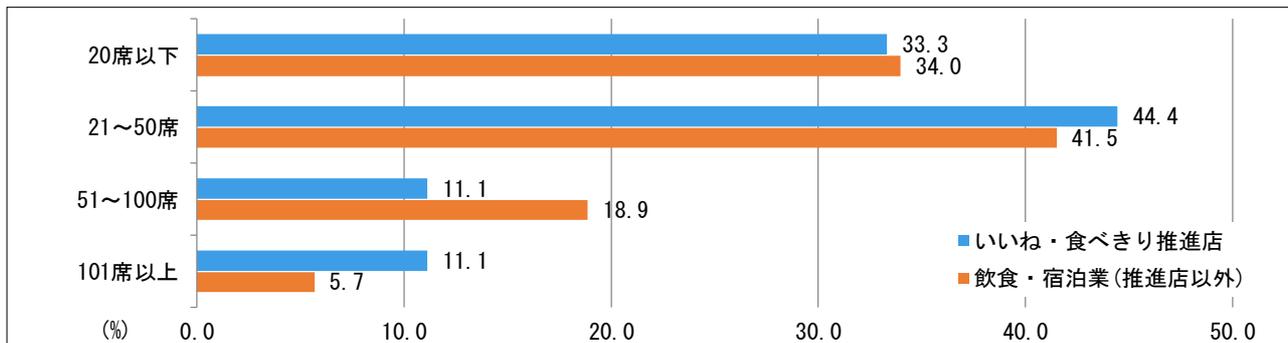
問1 貴事業所（宿泊業の方は飲食スペース）の座席数をお答えください。

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業（推進店以外）]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件

飲食・宿泊業（推進店以外） 回答数 53件

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業（推進店以外）	
	回答数（件）	割合（%）	回答数（件）	割合（%）
20席以下	3	33.3	18	34.0
21～50席	4	44.4	22	41.5
51～100席	1	11.1	10	18.9
101席以上	1	11.1	3	5.7
計	9	100.0	53	100.0



・両区分で「21～50席」が最も多い。（推進店：44.4%、推進店以外：41.5%）

問2 貴事業所の経営において、食品ロス削減はどの程度重要な課題でしょうか。

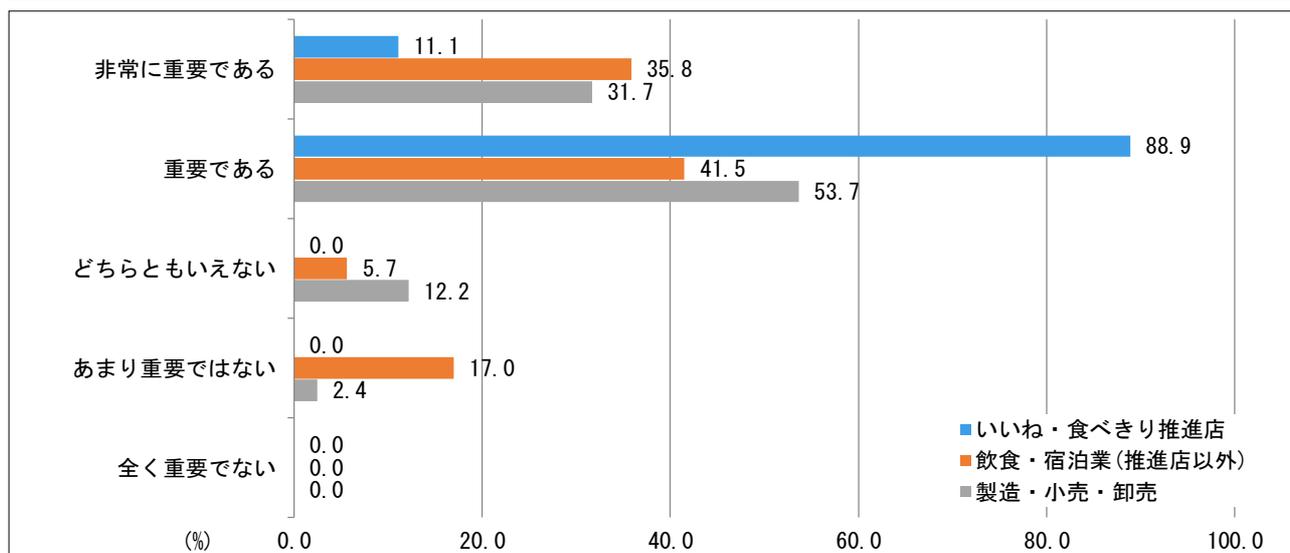
回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 53件

製造・小売・卸売 回答数 41件

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)		製造・小売・卸売	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
非常に重要である	1	11.1	19	35.8	13	31.7
重要である	8	88.9	22	41.5	22	53.7
どちらともいえない	0	0.0	3	5.7	5	12.2
あまり重要ではない	0	0.0	9	17.0	1	2.4
全く重要でない	0	0.0	0	0.0	0	0.0
計	9	100.0	53	100.0	41	100.0



・「非常に重要である」、「重要である」を合計すると、いいね・食べきり推進店は100.0%、飲食・宿泊業(推進店以外)は77.3%、製造・小売・卸売は85.4%の事業者が経営上の課題として高い関心を持っていることがわかる。

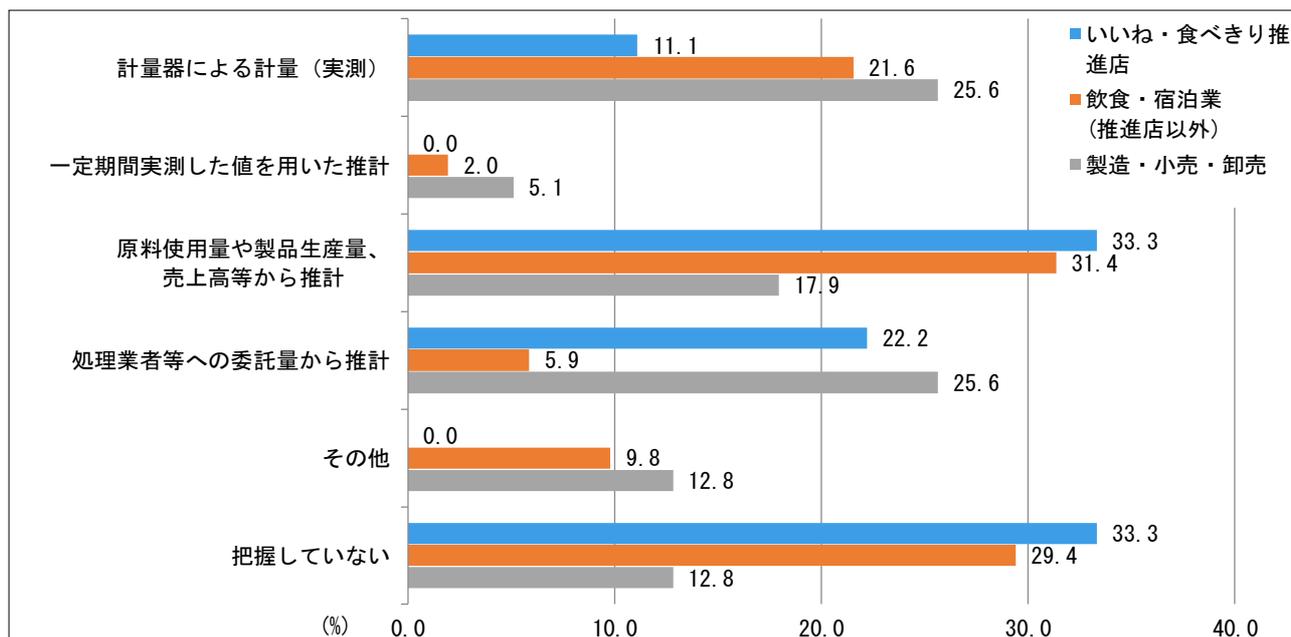
・飲食・宿泊業(推進店以外)では、17.0%が「あまり重要ではない」と回答した。

問3 貴事業所では「廃棄物」「食品廃棄物」「食品ロス」の発生量をどのように把握していますか。

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件
 飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 51件 (未回答2件)
 製造・小売・卸売 回答数 39件 (未回答2件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)		製造・小売・卸売	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
計量器による計量(実測)	1	11.1	11	21.6	10	25.6
一定期間実測した値を用いた推計	0	0.0	1	2.0	2	5.1
原料使用量や製品生産量、売上高等から推計	3	33.3	16	31.4	7	17.9
処理業者等への委託量から推計	2	22.2	3	5.9	10	25.6
その他	0	0.0	5	9.8	5	12.8
把握していない	3	33.3	15	29.4	5	12.8
計	9	100.0	51	100.0	39	100.0
【その他のご回答】 <input type="checkbox"/> 飲食・宿泊業(推進店以外) ・オープン前のため ・食品を扱っていない ・目視している ・廃棄物はほぼ無い ・予約なのでほとんどロスがないです <input type="checkbox"/> 製造・小売・卸売 ・POSデータから ・1日の売れ残り分 ・目視による確認 ・製品廃棄は0、原材料廃棄もほぼない ・営業前である						



- ・いいね・食べきり推進店は33.3%、飲食・宿泊業(推進店以外)は29.4%が「把握していない」と回答しており、製造・小売・卸売(12.8%)に比べると食品ロス量を把握していない事業者が多い。
- ・発生量を把握しているいいね・食べきり推進店、飲食・宿泊業(推進店以外)では、「原料使用量や製品生産量、売上高等から推計」が最も多い。(推進店：33.3%、推進店以外：31.4%)
- ・製造・小売・卸売では「計量器による計量(実測)」(25.6%)、「処理業者等への委託量から推計」(25.6%)、「原料使用量等から推計」(17.9%)など、様々な方法で発生量が把握されている。

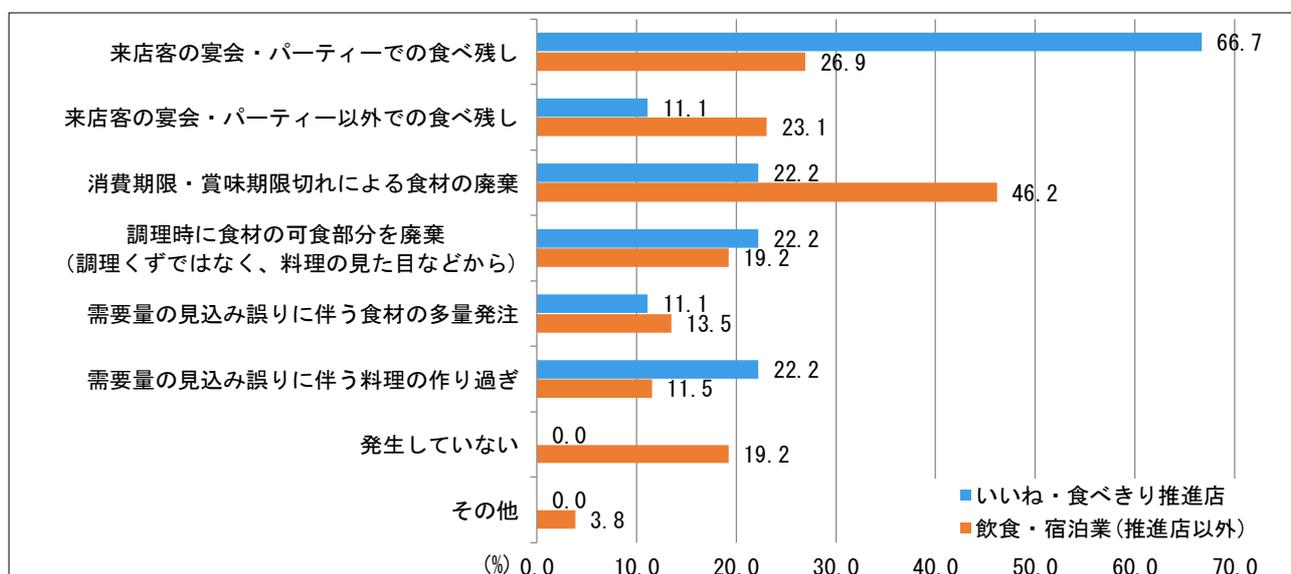
問4 貴事業所ではどのような食品ロスが発生していますか。(複数回答可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 52件 (未回答1件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
来店客の宴会・パーティーでの食べ残し	6	66.7	14	26.9
来店客の宴会・パーティー以外での食べ残し	1	11.1	12	23.1
消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄	2	22.2	24	46.2
調理時に食材の可食部分を廃棄(調理くずではなく、料理の見た目などから)	2	22.2	10	19.2
需要量の見込み誤りに伴う食材の多量発注	1	11.1	7	13.5
需要量の見込み誤りに伴う料理の作り過ぎ	2	22.2	6	11.5
発生していない	0	0.0	10	19.2
その他	0	0.0	2	3.8
計	14	—	85	—
【その他のご回答】 □飲食・宿泊業(推進店以外) ・オープン前のため ・客の食べ残し				



- ・いいね・食べきり推進店では「来店客の宴会・パーティーでの食べ残し」が66.7%で最も多い。
- ・飲食・宿泊業(推進店以外)では「消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄」(46.2%)が最も多く、次いで「来店客の宴会・パーティーでの食べ残し」(26.9%)が多い。

問4-2 【問4で「来店客の宴会・パーティーでの食べ残し」を選択した方】

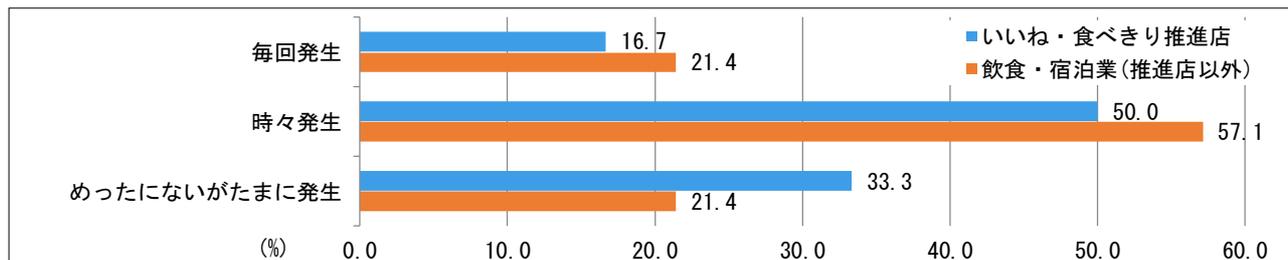
宴会・パーティーで食品ロスが発生する頻度

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)]

いいね・食べきり推進店 回答数 6件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 14件

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
毎回発生	1	16.7	3	21.4
時々発生	3	50.0	8	57.1
めったにないがたまに発生	2	33.3	3	21.4
計	6	100.0	14	100.0



- ・両区分で「時々発生」が最も多い。(推進店：50.0%、推進店以外：57.1%)
- ・「毎回発生」と回答したのは、いいね・食べきり推進店は1事業者(16.7%)、飲食・宿泊業(推進店以外)は3事業者(21.4%)である。

問5 金沢市では、アプリ「TABETE」を活用した「フードシェアリング事業」を実施しています。この取り組みをご存じでしたか。

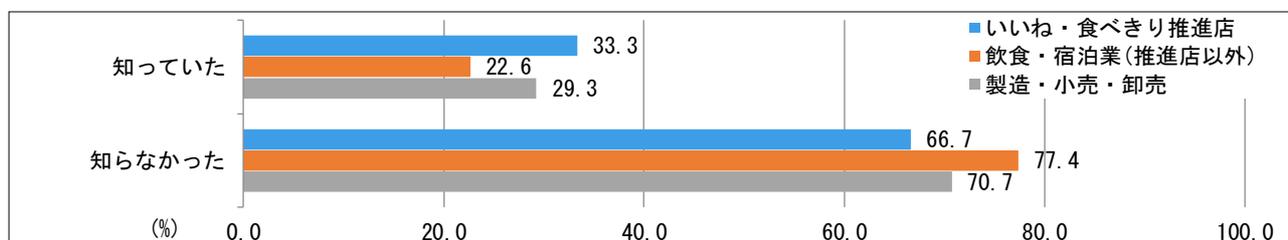
回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 53件

製造・小売・卸売 回答数 41件

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)		製造・小売・卸売	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
知っていた	3	33.3	12	22.6	12	29.3
知らなかった	6	66.7	41	77.4	29	70.7
計	9	100.0	53	100.0	41	100.0



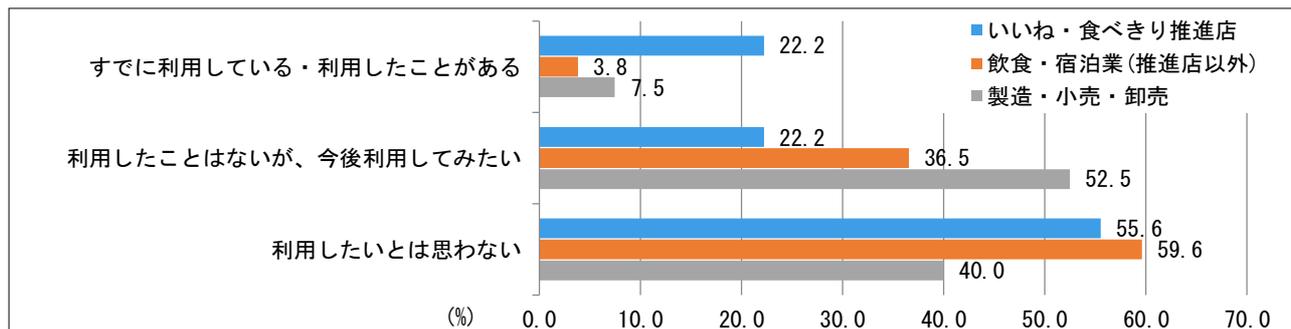
- ・「知っていた」と回答したのはいいね・食べきり推進店が33.3%、飲食・宿泊業(推進店以外)が22.6%、製造・小売・卸売が29.3%であり、全区分で認知度は低い。

問6 フードシェアリングを利用したいと思いますか。

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件
 飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 52件 (未回答1件)
 製造・小売・卸売 回答数 40件 (未回答1件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)		製造・小売・卸売	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
すでに利用している・利用したことがある	2	22.2	2	3.8	3	7.5
利用したことはないが、今後利用してみたい	2	22.2	19	36.5	21	52.5
利用したいとは思わない	5	55.6	31	59.6	16	40.0
計	9	100.0	52	100.0	40	100.0



- ・「すでに利用している・利用したことがある」と回答したのは、いいね・食べきり推進店が22.2%で最も多い。飲食・宿泊業(推進店以外)、製造・小売・卸売の利用率は低い。
- ・製造・小売・卸売では、過半数(52.5%)が「今後利用してみたい」と回答した。
- ・「利用したいとは思わない」という回答も全区分で多く、いいね・食べきり推進店で55.6%、飲食・宿泊業(推進店以外)で59.6%、製造・小売・卸売で40.0%である。

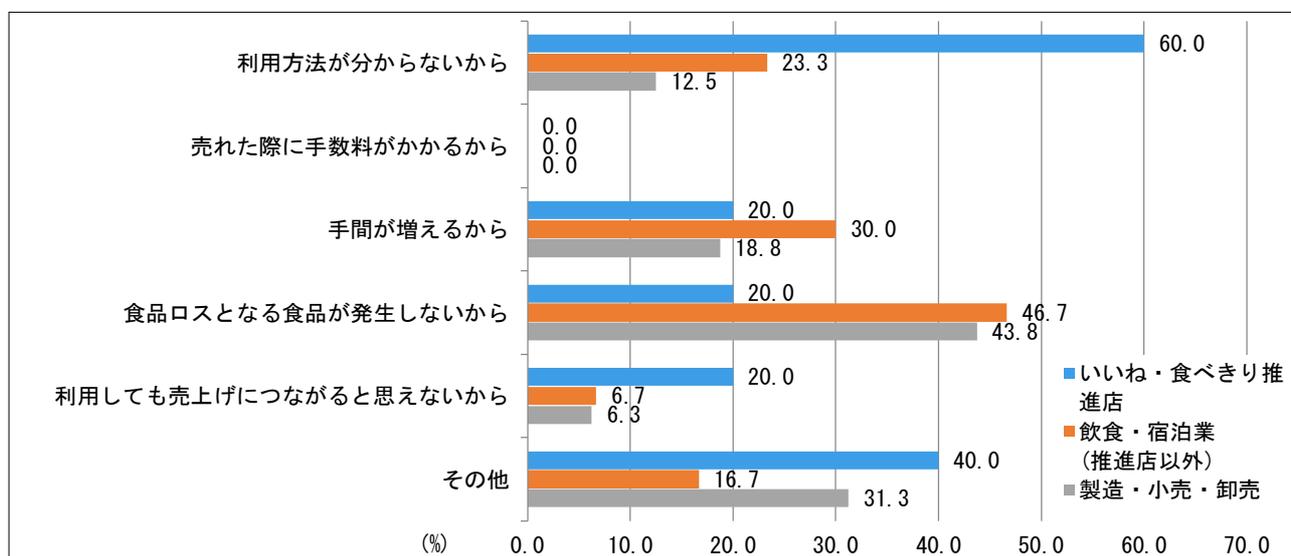
問6-2 【問6で「利用したいとは思わない」を選択した方】

その理由はなんですか。(複数回答可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店 回答数 5件
 飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 30件 (未回答1件)
 製造・小売・卸売 回答数 16件

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)		製造・小売・卸売	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
利用方法が分からないから	3	60.0	7	23.3	2	12.5
売れた際に手数料がかかるから	0	0.0	0	0.0	0	0.0
手間が増えるから	1	20.0	9	30.0	3	18.8
食品ロスとなる食品が発生しないから	1	20.0	14	46.7	7	43.8
利用しても売上げにつながると思えないから	1	20.0	2	6.7	1	6.3
その他	2	40.0	5	16.7	5	31.3
計	8	—	37	—	18	—
【その他のご回答】						
□いいね・食べきり推進店						
・食品衛生が心配						
・食品衛生が怖い						
□飲食・宿泊業(推進店以外)						
・当館は個別で朝食を提供しており、料理が余ったとしても、多量ではないから。						
・持ち帰りが難しい						
・予約なので人数分しか用意していない						
・取り分けた後の食べ残しのみなので捨てるしかないため						
・食品ロス発生後の対応(深夜帯等)の対応が困難な為						
□製造・小売・卸売						
・観光客の入込状況により流動的である						
・本部の許可が得られてない状態の為						
・ブランド毀損						
・ほぼ発生しないため						
・店頭で処理できる程度の量しか発生しないから。						



- ・いいね・食べきり推進店は「利用方法が分からない」(60.0%)とその他の意見で「食品衛生が心配」が多い。
- ・飲食・宿泊業(推進店以外)、製造・小売・卸売は「食品ロスとなる食品が発生しないから」が最も多い。(推進店以外：46.7%、製造・小売・卸売：43.8%)

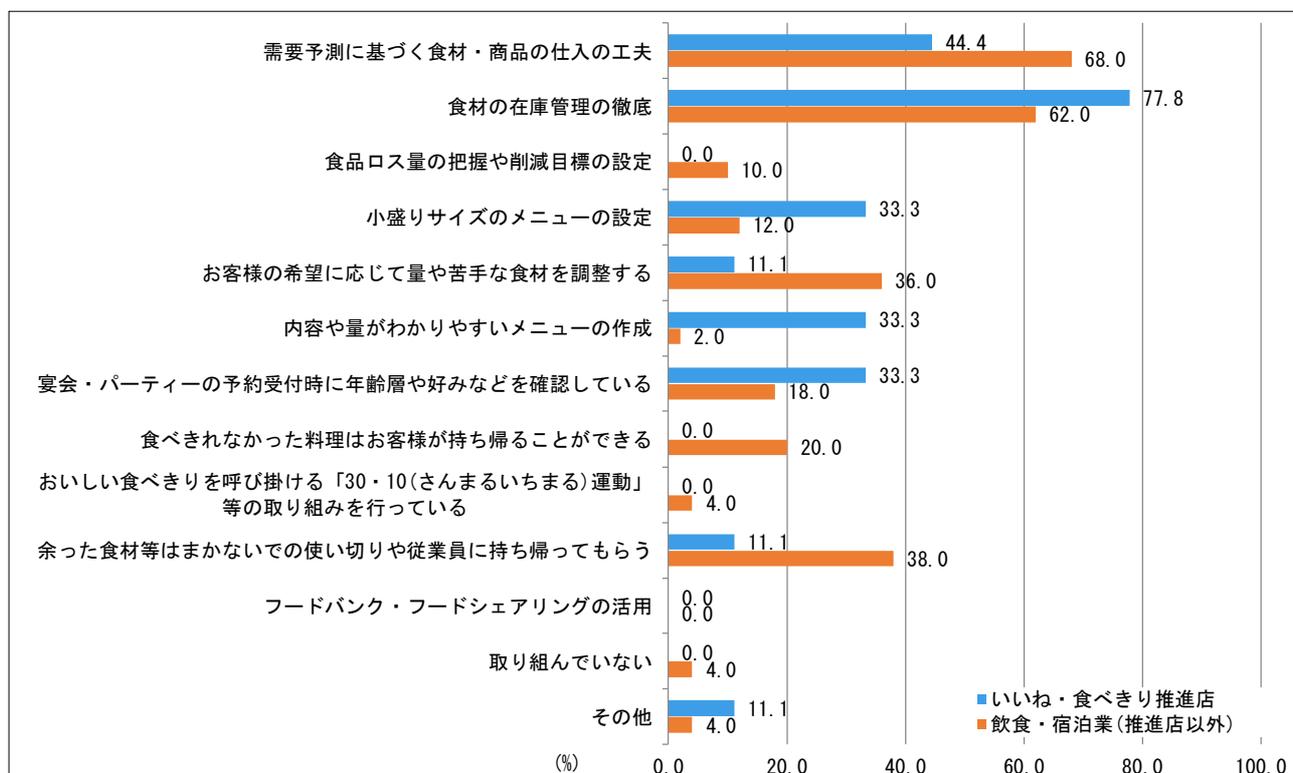
問7 食品ロスを減らすためにどのような取り組みを行っていますか。(複数回答可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 50件 (未回答3件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
需要予測に基づく食材・商品の仕入の工夫	4	44.4	34	68.0
食材の在庫管理の徹底	7	77.8	31	62.0
食品ロス量の把握や削減目標の設定	0	0.0	5	10.0
小盛りサイズのメニューの設定	3	33.3	6	12.0
お客様の希望に応じて量や苦手な食材を調整する	1	11.1	18	36.0
内容や量がわかりやすいメニューの作成	3	33.3	1	2.0
宴会・パーティーの予約受付時に年齢層や好みなどを確認している	3	33.3	9	18.0
食べきれなかった料理はお客様が持ち帰ることができる	0	0.0	10	20.0
おいしい食べきりを呼び掛ける「30・10(さんまるいちまる)運動」等の取り組みを行っている	0	0.0	2	4.0
余った食材等はまかないでの使い切りや従業員に持ち帰ってもらう	1	11.1	19	38.0
フードバンク・フードシェアリングの活用	0	0.0	0	0.0
取り組んでいない	0	0.0	2	4.0
その他	1	11.1	2	4.0
計	23	—	139	—
【その他のご回答】				
□いいね・食べきり推進店 ・該当なし				
□飲食・宿泊業(推進店以外) ・保存方法の工夫 ・社内で食べたい人に声をかけ安い価格で 買い取ってもらう				



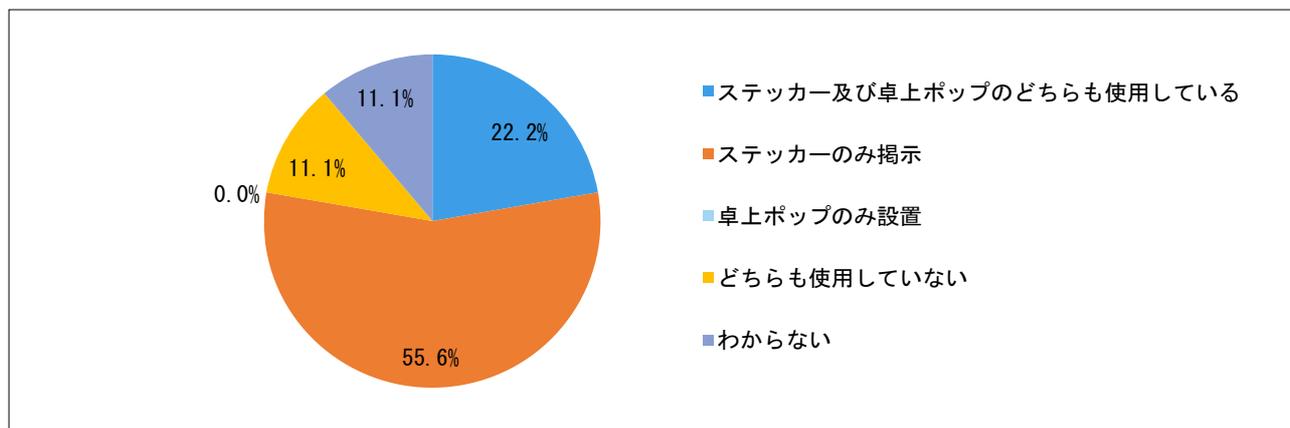
・両区分で「需要予測に基づく食材・商品の仕入の工夫」や「食材の在庫管理の徹底」といった、事業所内部での管理・効率化に関する取り組みが多い。

問8 推進店に登録した際にお渡ししたステッカーや卓上ポップは使用していますか。

回答対象：[いいね・食べきり推進店]

回答数 9件

回答	回答数 (件)	割合 (%)
ステッカー及び卓上ポップのどちらも使用している	2	22.2
ステッカーのみ掲示	5	55.6
卓上ポップのみ設置	0	0.0
どちらも使用していない	1	11.1
わからない	1	11.1
計	9	100.0



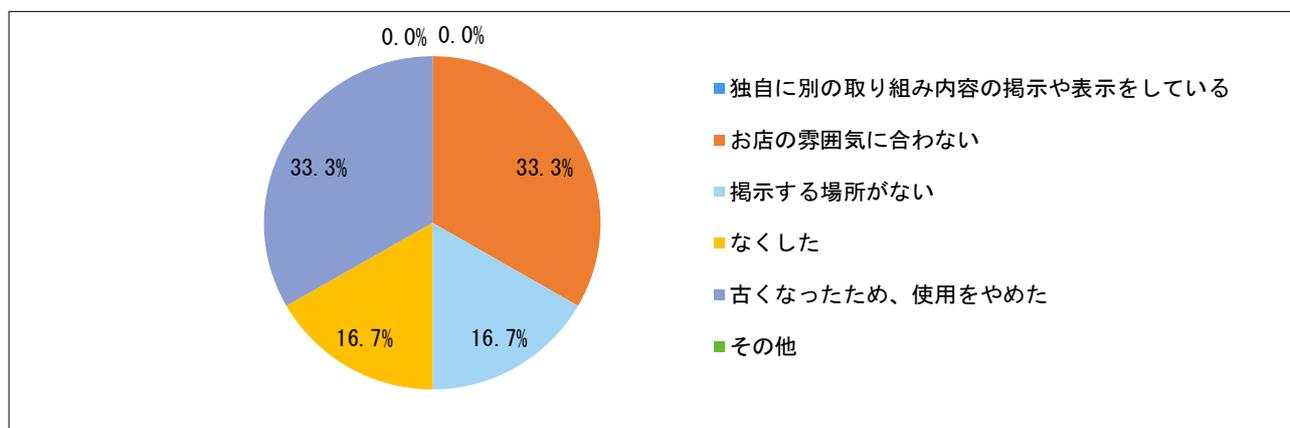
・「ステッカーのみ掲示」が55.6%で最も多い。

問8-2 【問8で「ステッカーのみ掲示」「卓上ポップのみ設置」「どちらも使用していない」選択した方】その理由を教えてください。(複数回答可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店]

回答数 6件

回答	回答数 (件)	割合 (%)
独自に別の取り組み内容の掲示や表示をしている	0	0.0
お店の雰囲気に合わない	2	33.3
掲示する場所がない	1	16.7
なくした	1	16.7
古くなったため、使用をやめた	2	33.3
その他	0	0.0
計	6	—



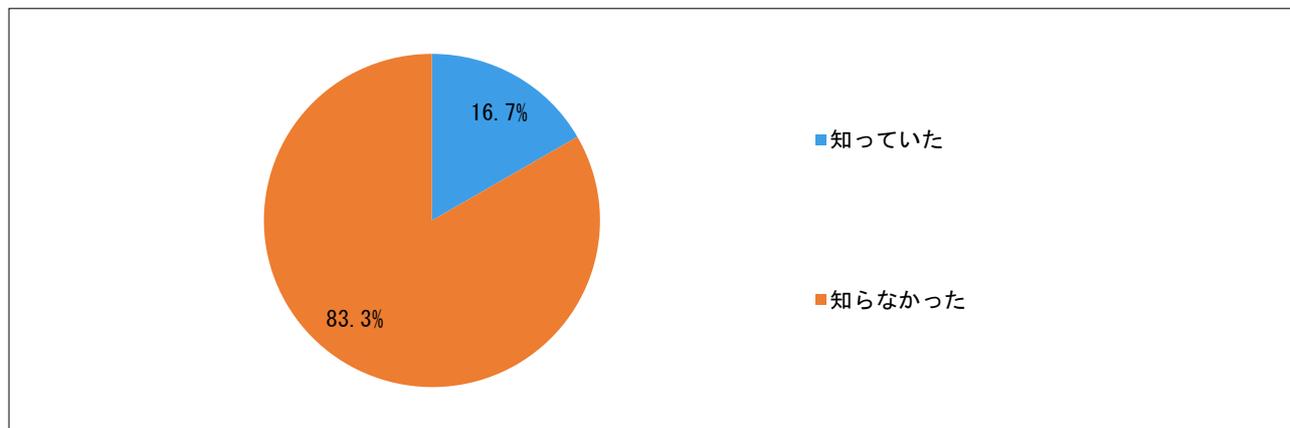
・使用していない理由は、「お店の雰囲気に合わない」、「古くなったため、使用をやめた」がそれぞれ33.3%で最も多い。

問9 金沢市では食品ロスの削減に向け、小盛りメニューの導入や食べきり推進の啓発などに取り組む飲食店などを「いいね・食べきり推進店」として登録し、金沢市のホームページなどで紹介しています。この取り組みをご存じでしたか。

回答対象：[飲食・宿泊業(推進店以外)]

回答数 48件 (未回答5件)

回答	回答数(件)	割合(%)
知っていた	8	16.7
知らなかった	40	83.3
計	48	100.0



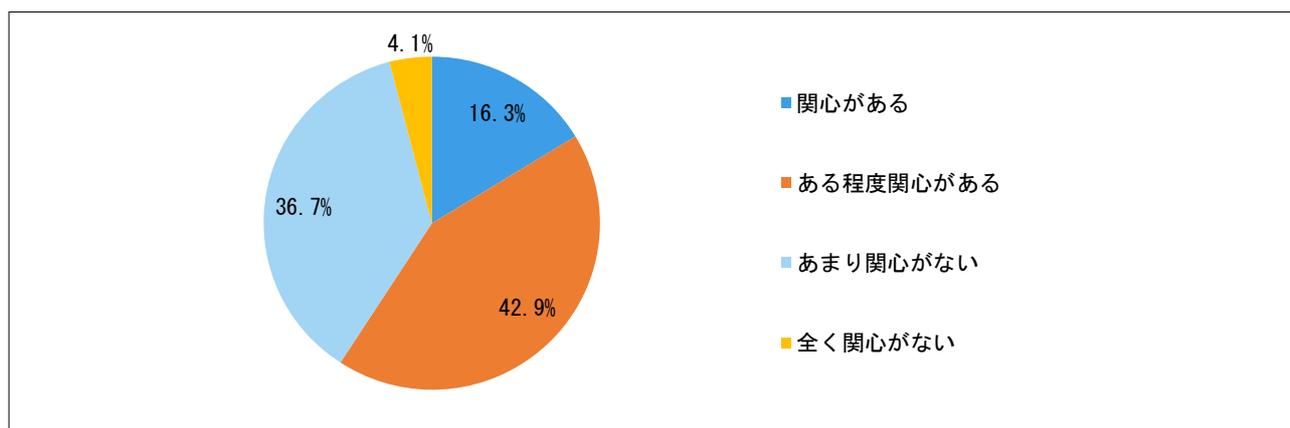
・「知っていた」と回答したのは16.7%であり、認知度は低い。

問10 「いいね・食べきり推進店」登録制度について関心はありますか。

回答対象：[飲食・宿泊業(推進店以外)]

回答数 49件 (未回答4件)

回答	回答数(件)	割合(%)
関心がある	8	16.3
ある程度関心がある	21	42.9
あまり関心がない	18	36.7
全く関心がない	2	4.1
計	49	100.0



・制度について、「関心がある」(16.3%)、「ある程度関心がある」(42.9%)を合計した59.2%の事業者が関心があると回答した。

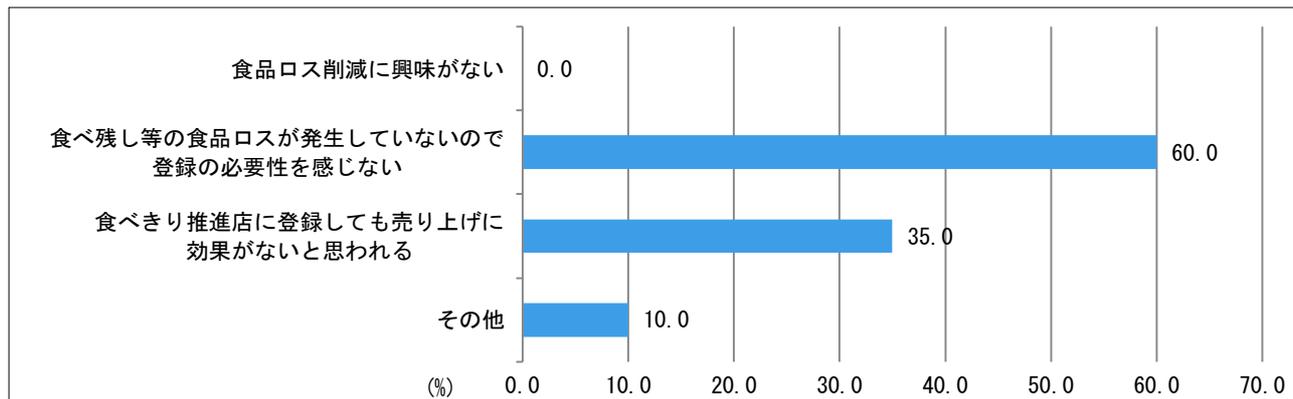
問10-2 【問10で「あまり関心がない」「全く関心がない」を選択した方】その理由を教えてください。

(複数回答可)

回答対象：[飲食・宿泊業(推進店以外)]

回答数 20件

回答	回答数(件)	割合(%)
食品ロス削減に興味がない	0	0.0
食べ残し等の食品ロスが発生していないので登録の必要性を感じない	12	60.0
食べきり推進店に登録しても売りに上げに効果がないと思われる	7	35.0
その他	2	10.0
計	21	—
【その他のご回答】		
・ほぼロスがない		
・いつもではないので「いいね・食べきり推進店」まではしなくてよいと思っている		



- ・関心がないと回答した理由は、「食べ残し等の食品ロスが発生していないので登録の必要性を感じない」が60.0%で最も多い。

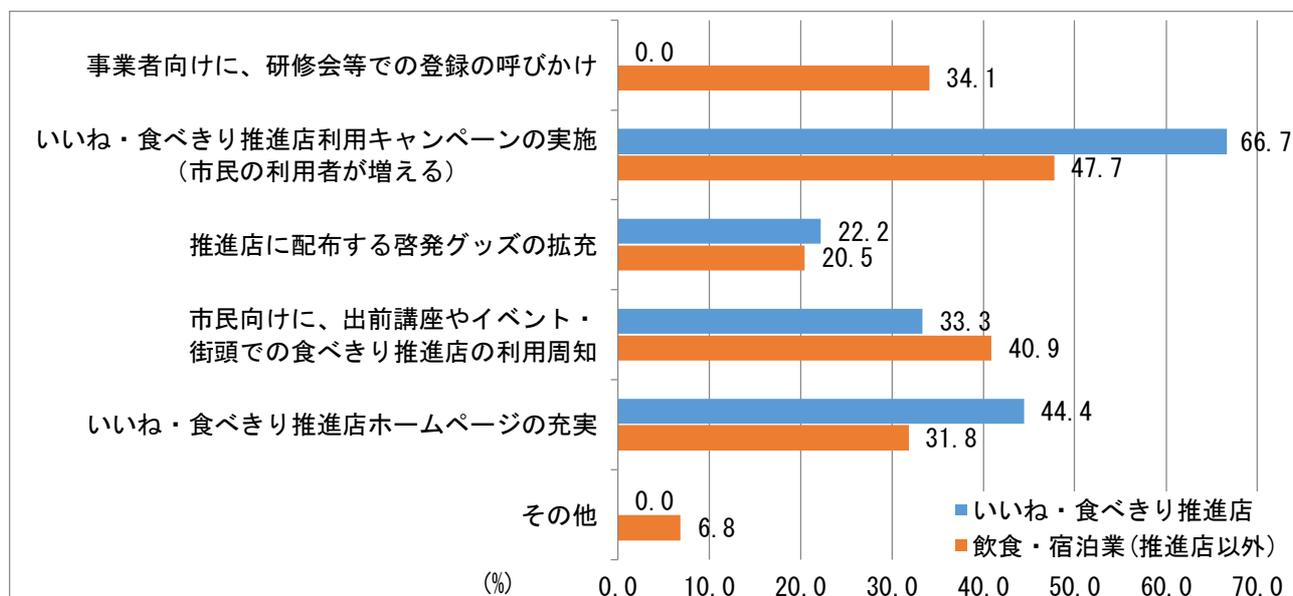
問11 いいね・食べきり推進店を普及させるために、効果的だと思うことはどれですか。(複数選択可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)]

いいね・食べきり推進店 回答数 9件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 44件 (未回答9件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
事業者向けに、研修会等での登録の呼びかけ	0	0.0	15	34.1
いいね・食べきり推進店利用キャンペーンの実施(市民の利用者が増える)	6	66.7	21	47.7
推進店に配布する啓発グッズの拡充	2	22.2	9	20.5
市民向けに、出前講座やイベント・街頭での食べきり推進店の利用周知	3	33.3	18	40.9
いいね・食べきり推進店ホームページの充実	4	44.4	14	31.8
その他	0	0.0	3	6.8
計	15	—	80	—
【その他のご回答】 □飲食・宿泊業(推進店以外) ・ロスに対する対応は経営者が考えるものであるし、その対応に影響するのは食品衛生法や様々なリスク(客の反応含む)になると思うので、この点への対応がされれば、理解が広まるのではないかと ・どれくらいのお客さんが期待されるかを細かくデータとして出し、飲食店がそれに応じて食材を準備できるようにすればいいと思います。 ・わからない				



- ・両区分で「いいね・食べきり推進店利用キャンペーンの実施」が最も多く、事業者は市民(消費者)側の利用を促進する施策を求めていることがわかる。(推進店: 66.7%, 推進店以外: 47.7%)
- ・次いで、いいね・食べきり推進店では、「いいね・食べきり推進店ホームページの充実」(44.4%)、飲食・宿泊業(推進店以外)では、「市民向けに、出前講座やイベント・街頭での食べきり推進店の利用周知」(40.9%)が多い。

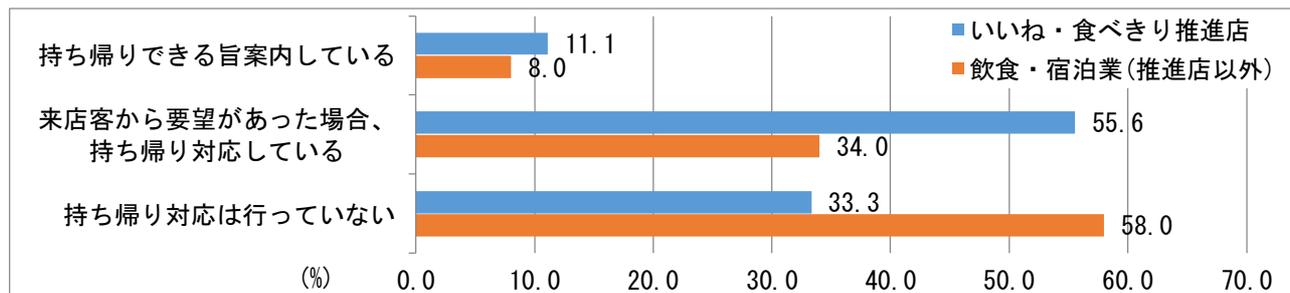
問 12 来店客が食べきれなかった場合、どのような対応を行っていますか。

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)]

いいね・食べきり推進店 回答数 9 件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 50 件 (未回答 3 件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
持ち帰りできる旨案内している	1	11.1	4	8.0
来店客から要望があった場合、持ち帰り対応している	5	55.6	17	34.0
持ち帰り対応は行っていない	3	33.3	29	58.0
計	9	100.0	50	100.0



- ・いいね・食べきり推進店は「来店客から要望があった場合、持ち帰り対応している」が 55.6%で最も多い。
- ・「持ち帰り対応は行っていない」は、いいね・食べきり推進店で 33.3%、飲食・宿泊業(推進店以外)で 58.0%であり、特に飲食・宿泊業(推進店以外)で持ち帰りを案内する事業者が少ない。

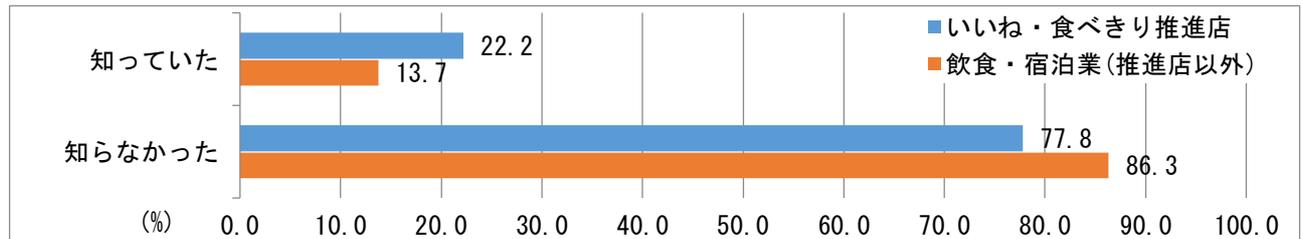
問 13 食べ残しの持ち帰りの取組を促進するため消費者庁及び厚生労働省において取りまとめられた「食べ残し持ち帰りガイドライン～SDGs 目標達成に向けて～」が令和 6 年 12 月に公表されました。ご存じでしたか。

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)]

いいね・食べきり推進店 回答数 9 件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 51 件 (未回答 2 件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
知っていた	2	22.2	7	13.7
知らなかった	7	77.8	44	86.3
計	9	100.0	51	100.0



・「知っていた」と回答したのは、いいね・食べきり推進店が 22.2%、飲食・宿泊業(推進店以外)が 13.7% であり、両区分で認知度は低い。

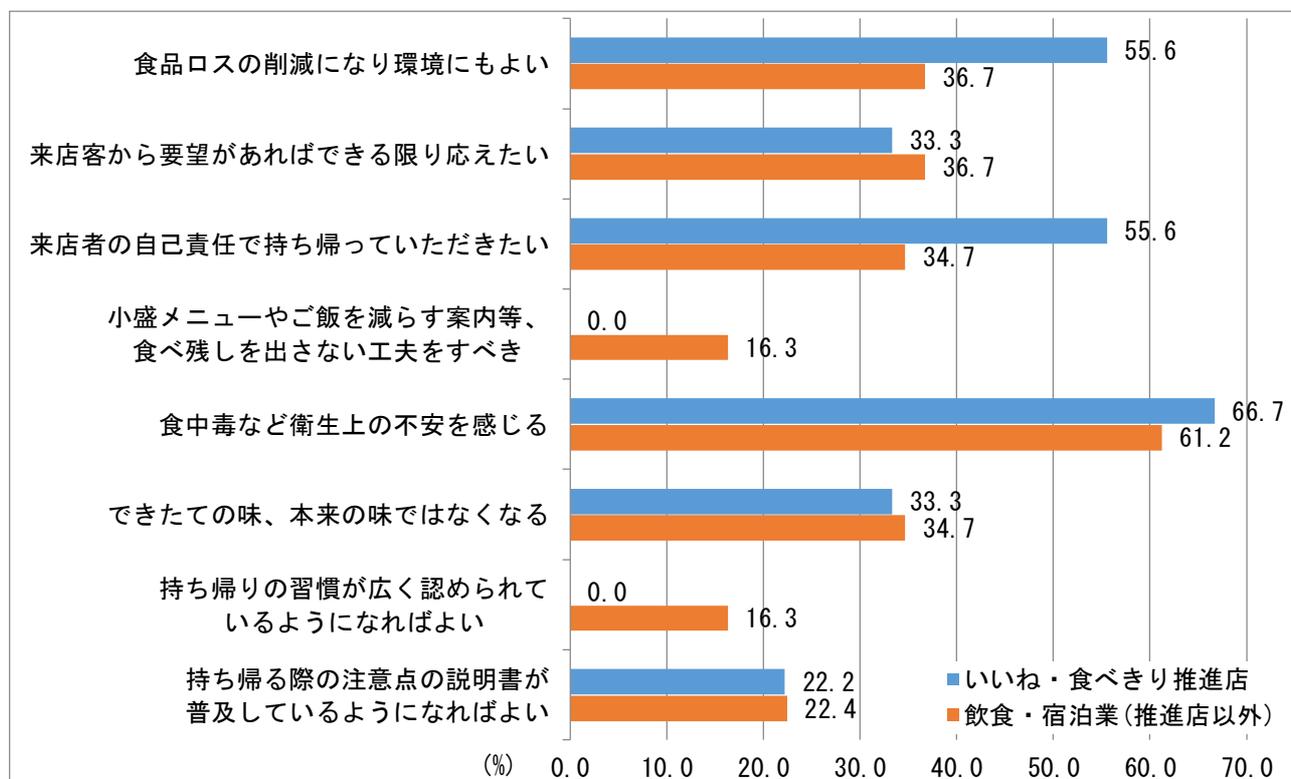
問 14 持ち帰り対応について、貴事業所の考えに合うものはどれですか。(複数回答可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)]

いいね・食べきり推進店 回答数 9 件

飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 49 件 (未回答 4 件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
食品ロスの削減になり環境にもよい	5	55.6	18	36.7
来店客から要望があればできる限り応えたい	3	33.3	18	36.7
来店者の自己責任で持ち帰っていただきたい	5	55.6	17	34.7
小盛メニューやご飯を減らす案内等、食べ残しを出さない工夫をすべき	0	0.0	8	16.3
食中毒など衛生上の不安を感じる	6	66.7	30	61.2
できたての味、本来の味ではなくなる	3	33.3	17	34.7
持ち帰りの習慣が広く認められているようになればよい	0	0.0	8	16.3
持ち帰る際の注意点の説明書が普及しているようになればよい	2	22.2	11	22.4
計	24	—	127	—



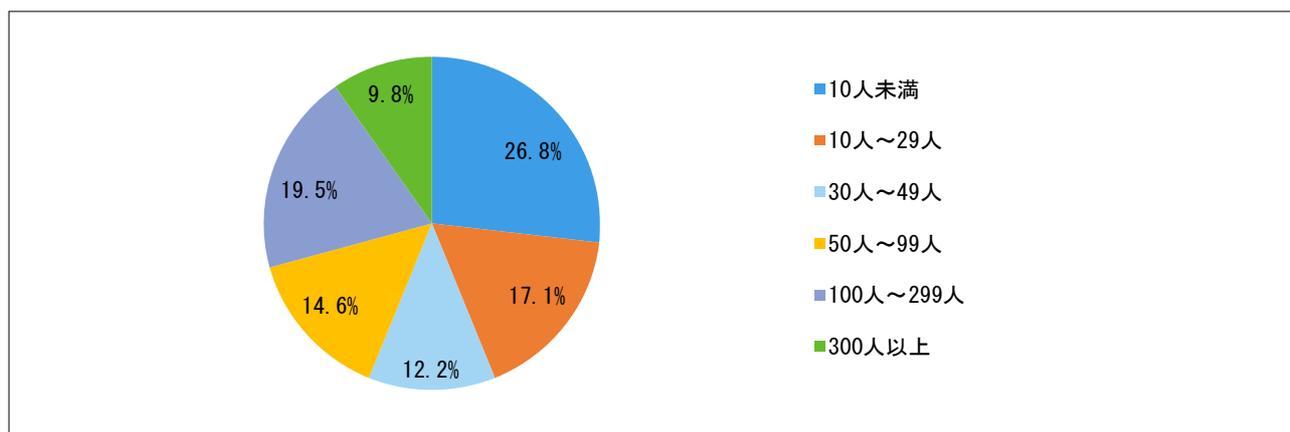
・両区分で「食中毒など衛生上の不安を感じる」が最も多い。(推進店：66.7%、飲食・宿泊業(推進店以外)：61.2%)

問 15 貴事業所の従業員数（パート・アルバイト含む）をお答えください。

回答対象：[製造・小売・卸売]

回答数 41 件

回答	回答数 (件)	割合 (%)
10 人未満	11	26.8
10 人～29 人	7	17.1
30 人～49 人	5	12.2
50 人～99 人	6	14.6
100 人～299 人	8	19.5
300 人以上	4	9.8
計	41	100.0



・「10 人未満」が 26.8%で最も多い。

問 16 貴事業所の経営において、食品ロス削減はどの程度重要な課題でしょうか。

回答対象：[製造・小売・卸売]

→問 2 で集計

問 17 貴事業所では「廃棄物」「食品廃棄物」「食品ロス」の発生量をどのように把握していますか。

回答対象：[製造・小売・卸売]

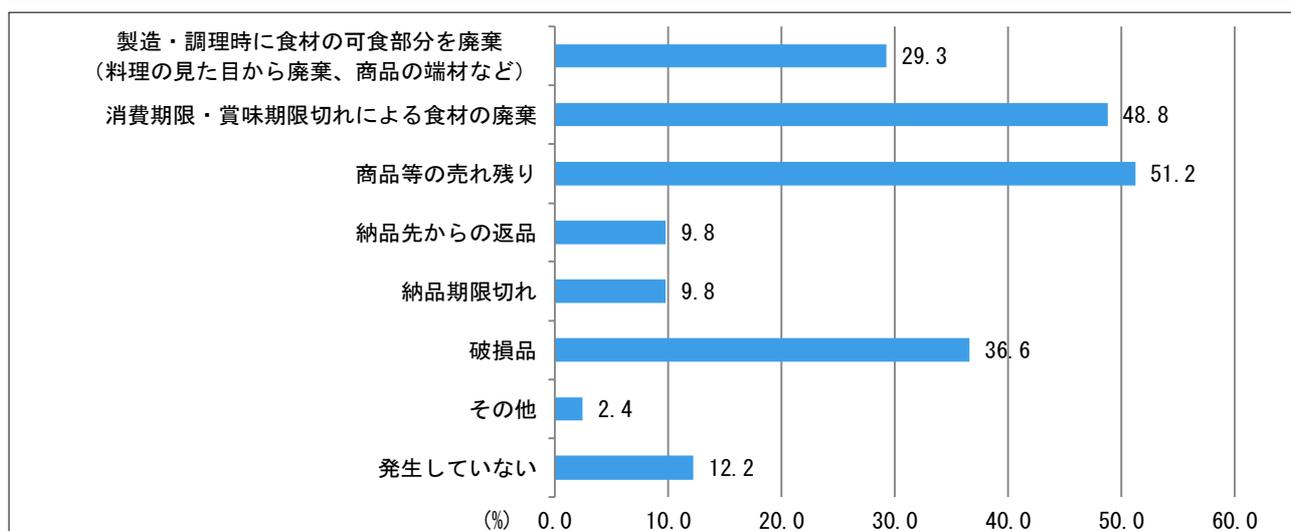
→問 3 で集計

問 18 貴事業所ではどのような食品ロスが発生していますか。(複数回答可)

回答対象：[製造・小売・卸売]

回答数 41 件

回答	回答数 (件)	割合 (%)
製造・調理時に食材の可食部分を廃棄 (料理の見た目から廃棄、商品の端材など)	12	29.3
消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄	20	48.8
商品等の売れ残り	21	51.2
納品先からの返品	4	9.8
納品期限切れ	4	9.8
破損品	15	36.6
その他	1	2.4
発生していない	5	12.2
計	82	—
【その他のご回答】 ・営業前である		



・「商品等の売れ残り」が 51.2%で最も多く、次いで「消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄」(48.8%)、「破損品」(36.6%)が多い。

問 19 金沢市では、アプリ「TABETE」を活用した「フードシェアリング事業」を実施しています。この取り組みをご存じでしたか。

回答対象：[製造・小売・卸売]

→問 5 で集計

問 20 フードシェアリングを利用したいと思いますか。

回答対象：[製造・小売・卸売]

→問 6 で集計

問 20-2 【問 20 で「利用したいとは思わない」を選択した方】

その理由はなんですか。(複数回答可)

回答対象：[製造・小売・卸売]

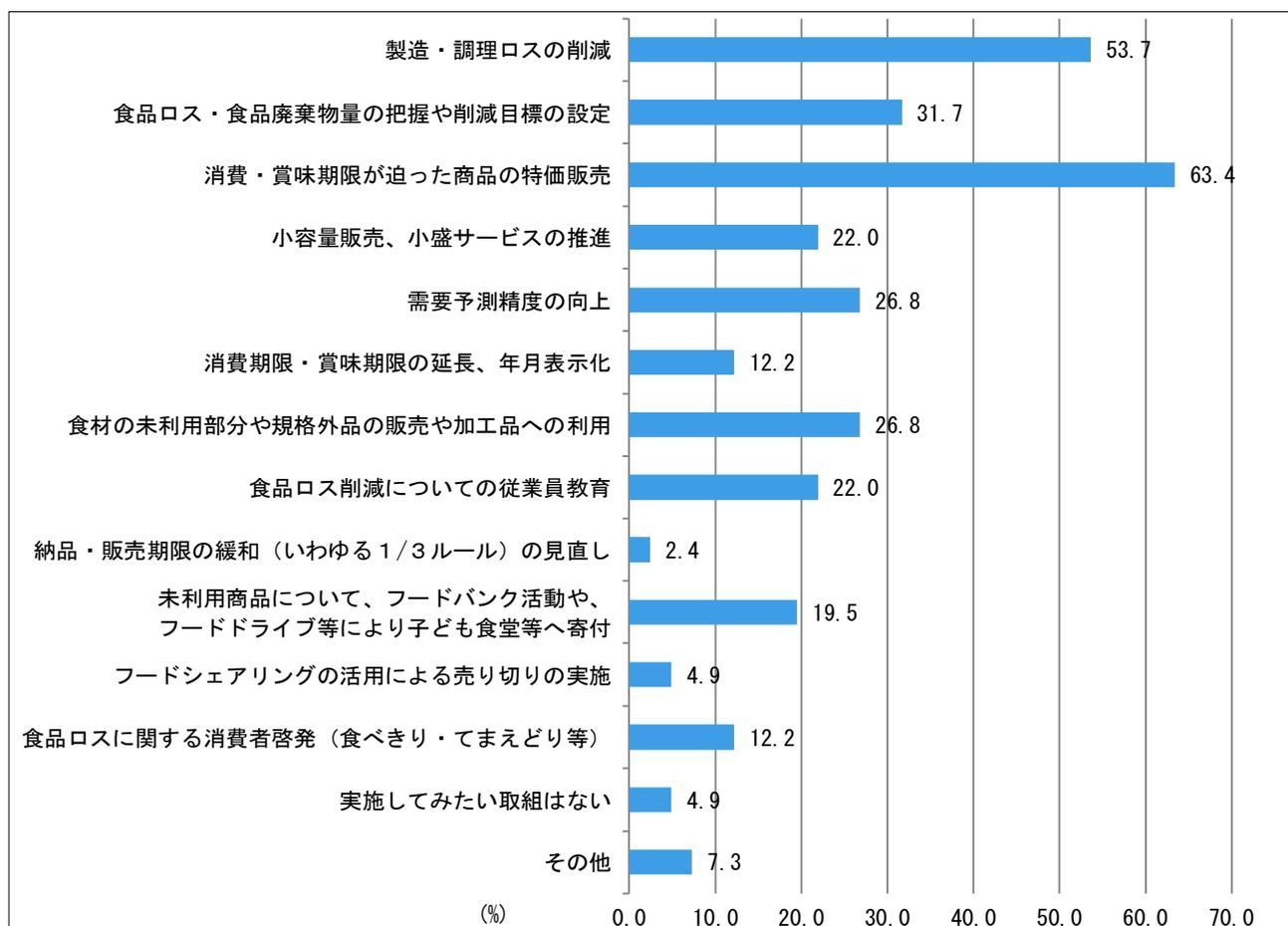
→問 6-2 で集計

問 21 次の取り組みで実施しているものはどれですか。(複数回答可)

回答対象：[製造・小売・卸売]

回答数 41 件

回答	回答数 (件)	割合 (%)
製造・調理ロスの削減	22	53.7
食品ロス・食品廃棄物量の把握や削減目標の設定	13	31.7
消費・賞味期限が迫った商品の特価販売	26	63.4
小容量販売、小盛サービスの推進	9	22.0
需要予測精度の向上	11	26.8
消費期限・賞味期限の延長、年月表示化	5	12.2
食材の未利用部分や規格外品の販売や加工品への利用	11	26.8
食品ロス削減についての従業員教育	9	22.0
納品・販売期限の緩和 (いわゆる 1/3 ルール) の見直し	1	2.4
未利用商品について、フードバンク活動や、フードドライブ等により子ども食堂等へ寄付	8	19.5
フードシェアリングの活用による売り切りの実施	2	4.9
食品ロスに関する消費者啓発 (食べきり・てまえどり等)	5	12.2
実施してみたい取組はない	2	4.9
その他	3	7.3
計	127	—
【その他のご回答】 ・データ管理による発注 ・ノントレー商品の品揃え (ハム等)、生ごみ処理機の活用、組合員活動によるフードドライブの取り組み ・消費期限の近いものがたくさんあるときは子ども食堂に持参している		



・「消費・賞味期限が迫った商品の特価販売」(63.4%)、「製造・調理ロスの削減」(53.7%) など、販売方法の工夫や製造工程の改善に関する取り組みが多く実施されている。

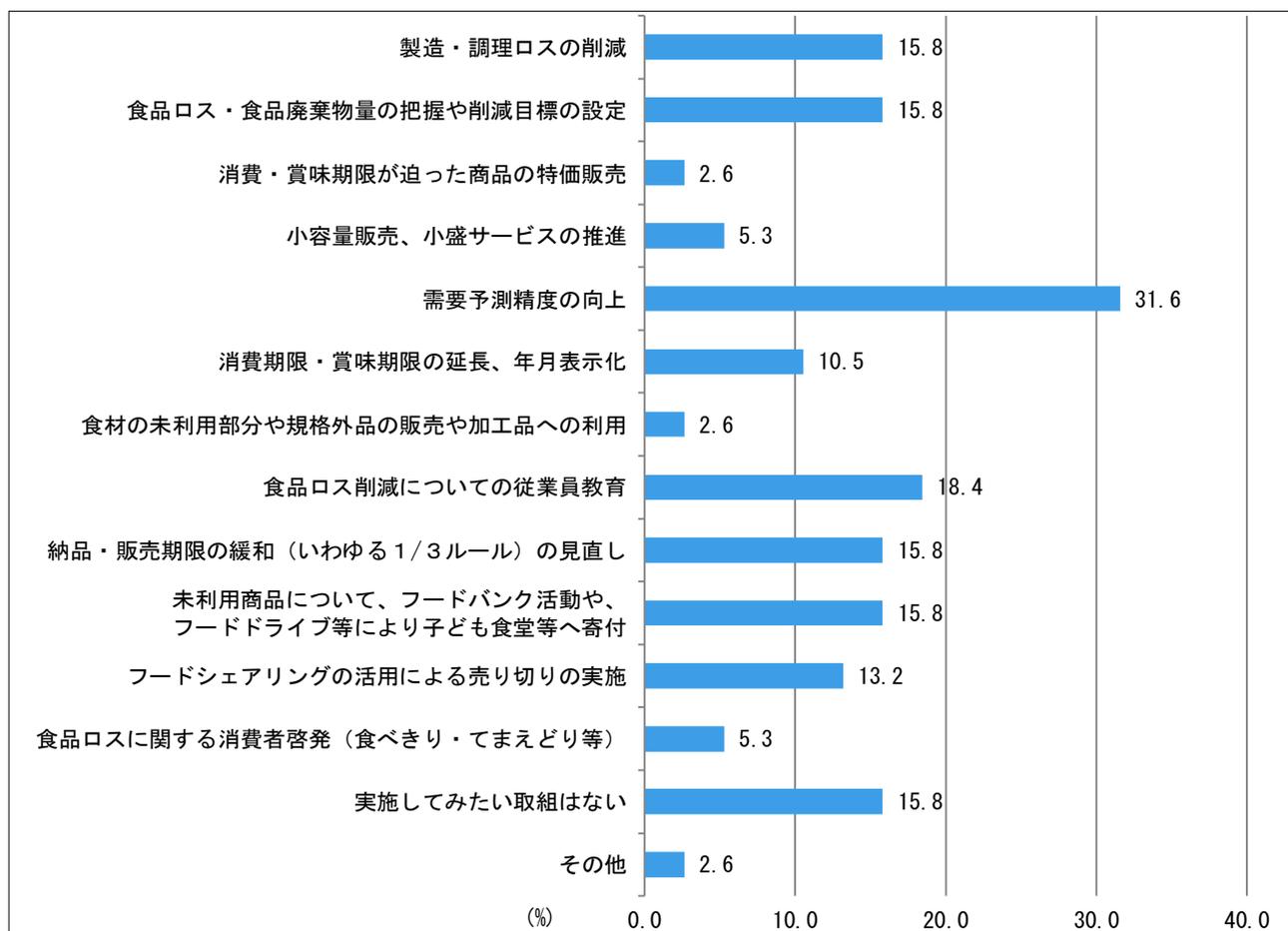
問 22 次の取り組みの中で、「現在は実施していないが、今後実施してみたい取り組み」はどれですか。

(複数回答可)

回答対象：[製造・小売・卸売]

回答数 38 件 (未回答 3 件)

回答	回答数 (件)	割合 (%)
製造・調理ロスの削減	6	15.8
食品ロス・食品廃棄物量の把握や削減目標の設定	6	15.8
消費・賞味期限が迫った商品の特価販売	1	2.6
小容量販売、小盛サービスの推進	2	5.3
需要予測精度の向上	12	31.6
消費期限・賞味期限の延長、年月表示化	4	10.5
食材の未利用部分や規格外品の販売や加工品への利用	1	2.6
食品ロス削減についての従業員教育	7	18.4
納品・販売期限の緩和 (いわゆる 1/3 ルール) の見直し	6	15.8
未利用商品について、フードバンク活動や、フードドライブ等により子ども食堂等へ寄付	6	15.8
フードシェアリングの活用による売り切りの実施	5	13.2
食品ロスに関する消費者啓発 (食べきり・てまえどり等)	2	5.3
実施してみたい取組はない	6	15.8
その他	1	2.6
計	65	—
【その他のご回答】 ・大半がすでに実施済み		



・「需要予測精度の向上」が 31.6%で最も多く、次いで「食品ロス削減についての従業員教育」(18.4%)が多い。

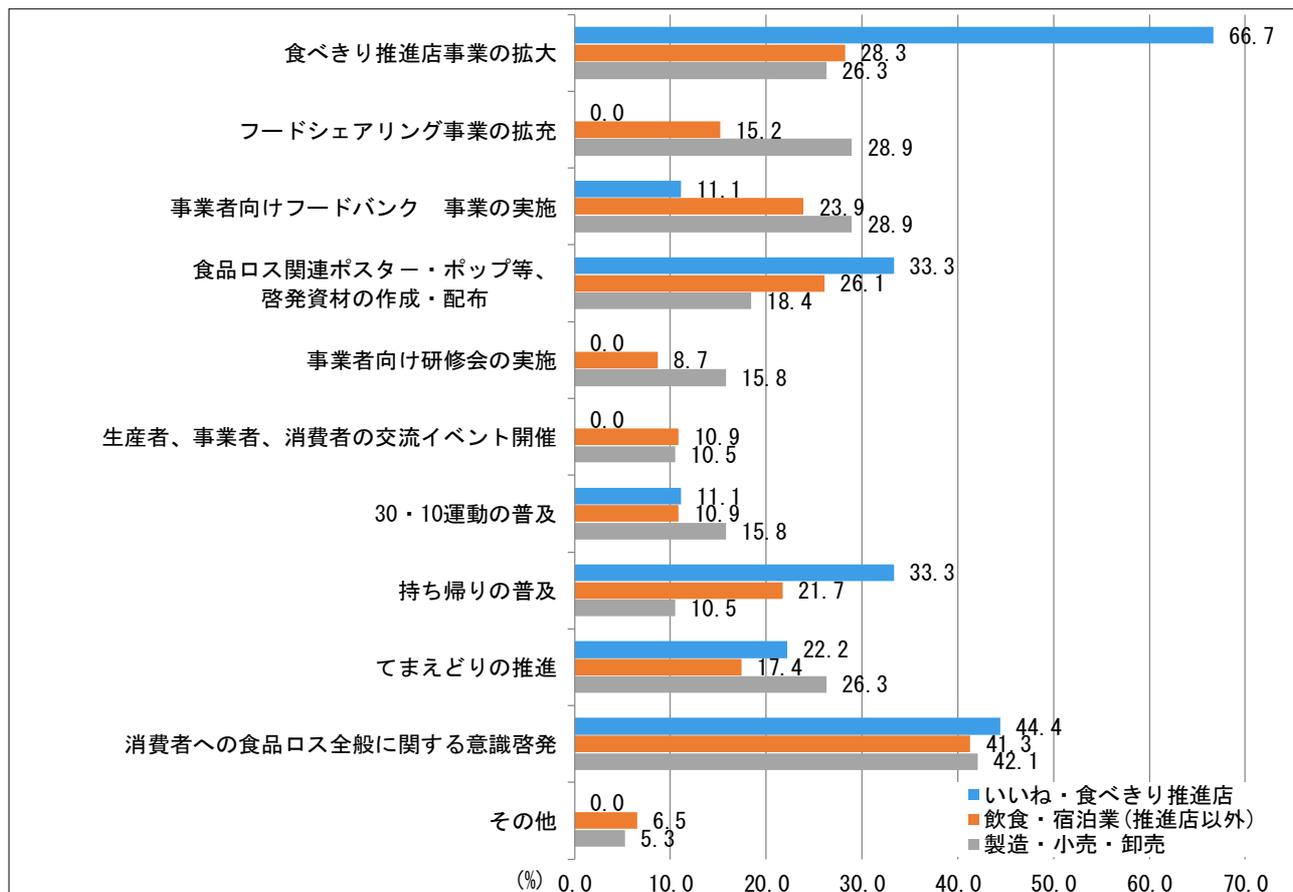
問 23 食品ロス削減に向けて、効果的だと思うことはどれですか。(複数回答可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店 回答数 9 件
 飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 46 件 (未回答 7 件)
 製造・小売・卸売 回答数 38 件 (未回答 3 件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)		製造・小売・卸売	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
食べきり推進店事業の拡大	6	66.7	13	28.3	10	26.3
フードシェアリング事業の拡充	0	0.0	7	15.2	11	28.9
事業者向けフードバンク事業の実施	1	11.1	11	23.9	11	28.9
食品ロス関連ポスター・ポップ等、啓発資材の作成・配布	3	33.3	12	26.1	7	18.4
事業者向け研修会の実施	0	0.0	4	8.7	6	15.8
生産者、事業者、消費者の交流イベント開催	0	0.0	5	10.9	4	10.5
30・10運動の普及	1	11.1	5	10.9	6	15.8
持ち帰りの普及	3	33.3	10	21.7	4	10.5
てまえどりの推進	2	22.2	8	17.4	10	26.3
消費者への食品ロス全般に関する意識啓発	4	44.4	19	41.3	16	42.1
その他	0	0.0	3	6.5	2	5.3
計	20	—	97	—	87	—

【その他のご回答】
 飲食・宿泊業(推進店以外)
 ・ビュッフェスタイルの廃止。
 ・お客様の食べ残しのない範囲での取り分け
 ・そもそもロスを出す経営者は資格なし
 製造・小売・卸売
 ・端材商品を販売するチャネルの増やす
 ・食品業界や流通業界全般の認識を変えるべき



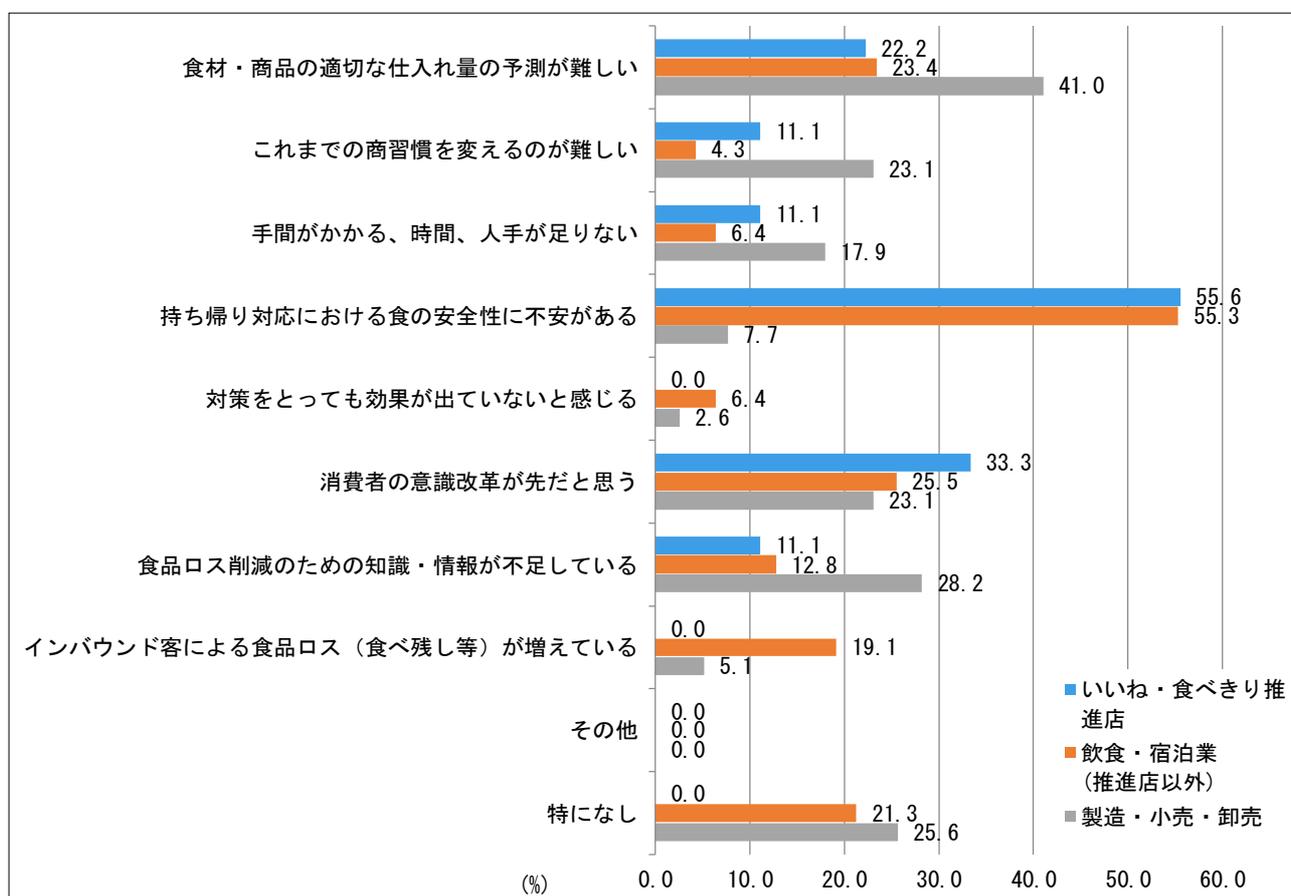
- ・いいね・食べきり推進店は「食べきり推進店事業の拡大」が66.7%で最も多い。
- ・全区分で「消費者への食品ロス全般に関する意識啓発」と回答した事業者が多い。(推進店：44.4%、推進店以外：41.3%、製造・小売・卸売：42.1%)

問 24 食品ロス削減のために取り組むにあたり、困りごとはありますか。(複数回答可)

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店 回答数 9 件
 飲食・宿泊業(推進店以外) 回答数 47 件 (未回答 6 件)
 製造・小売・卸売 回答数 39 件 (未回答 2 件)

回答	いいね・食べきり推進店		飲食・宿泊業(推進店以外)		製造・小売・卸売	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
食材・商品の適切な仕入れ量の予測が難しい	2	22.2	11	23.4	16	41.0
これまでの商習慣を変えるのが難しい	1	11.1	2	4.3	9	23.1
手間がかかる、時間、人手が足りない	1	11.1	3	6.4	7	17.9
持ち帰り対応における食の安全性に不安がある	5	55.6	26	55.3	3	7.7
対策をとっても効果が出ていないと感じる	0	0.0	3	6.4	1	2.6
消費者の意識改革が先だと思う	3	33.3	12	25.5	9	23.1
食品ロス削減のための知識・情報が不足している	1	11.1	6	12.8	11	28.2
インバウンド客による食品ロス(食べ残し等)が増えている	0	0.0	9	19.1	2	5.1
その他	0	0.0	0	0.0	0	0.0
特になし	0	0.0	10	21.3	10	25.6
計	13	—	82	—	68	—



- ・いいね・食べきり推進店、飲食・宿泊業(推進店以外)は「持ち帰り対応における食の安全性に不安がある」が最も多く(推進店:55.6%、推進店以外:55.3%)、次いで「消費者の意識改革が先だと思う」が多い。(推進店:33.3%、推進店以外:25.5%)
- ・飲食・宿泊業(推進店以外)では「インバウンド客による食品ロスが増えている」と回答した事業者が19.1%である。
- ・製造・小売・卸売は「食材・商品の適切な仕入れ量の予測が難しい」が41.0%で最も多く、次いで「食品ロス削減のための知識・情報が不足している」(28.2%)が多い。

問 25 その他、消費者や行政に期待したいこと・要望等ありましたらご記入ください。

回答対象：[いいね・食べきり推進店][飲食・宿泊業(推進店以外)][製造・小売・卸売]

いいね・食べきり推進店
回答なし
飲食・宿泊業(推進店以外)
<ul style="list-style-type: none">・ 個人利用の場合は、自分の好みや量など自分で決められるのでロスは少ないと思うが、宴会等自分で決められた内容ではない場合はロスが増えると思う。ビュッフェはロスが多いと思うが、工夫次第で減らせる。実現しないのはビュッフェのメリットの方が食品ロスのデメリットより大きいからだと思う。・ 持ち帰り等、資材などの購入費
製造・小売・卸売
<ul style="list-style-type: none">・ 商習慣を変えることがとても大事だと思います。製造者側だけでは、解決できない課題であると思いますので、フードチェーン全体として取り組みができるよう行政に期待したいです。・ 余り食材の有効な調理法の提案、無意味な食品キャンペーンの自粛（恵方巻など）を積極的に行うべき。持ち帰りの推進→保冷剤付き持ち帰り容器の開発など・ 小売業として販売上天気・天候等商品売れ方が変わり少なからずロスは出ることがあります。従業員のロス意識・販売努力も大事になっています。店ではフードドライブは月に一度実施してお客様にも未商品の寄付など少しずつ広がっている現状です。そのまま増やせるよう告知等でアピールは続けたいと思います。

資料 2. 食品ロス削減に関するアンケート結果【令和 2 年度調査との比較】

1. 比較の方法

令和 2 年度調査、令和 7 年度調査の共通設問について比較を行った。

令和 2 年度と令和 7 年度で回答の選択肢が異なる設問は、単純比較ができないため、参考として共通する選択肢の比較から読み取れる傾向を示した。

2. 市民アンケート

(1) 調査概要

① 対象と回答率

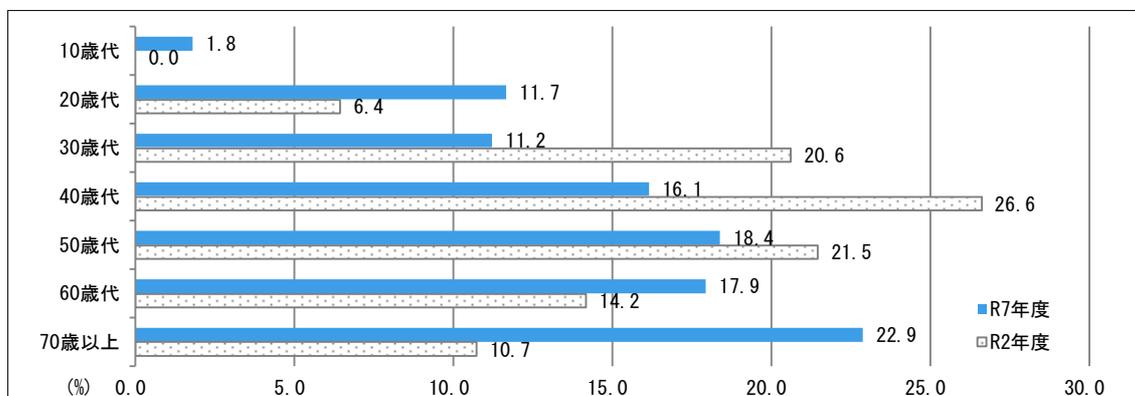
e モニター登録をしている 250 名（市内在住、市政に関心を持つ 18 歳以上の方）

【回答数、回答率】

年代内訳	R7 年度		R2 年度	
	対象者 (人)	回答者 (人)	対象者 (人)	回答者 (人)
10 歳代	6	4	0	0
20 歳代	32	26	17	15
30 歳代	30	25	53	48
40 歳代	40	36	66	62
50 歳代	46	41	51	50
60 歳代	40	40	35	33
70 歳以上	56	51	28	25
計	250	223	250	233
回答率		89.2%		93.2%

【回答者割合】

年代内訳	R7 年度		R2 年度	
	回答者 (人)	割合 (%)	回答者 (人)	割合 (%)
10 歳代	4	1.8	0	0.0
20 歳代	26	11.7	15	6.4
30 歳代	25	11.2	48	20.6
40 歳代	36	16.1	62	26.6
50 歳代	41	18.4	50	21.5
60 歳代	40	17.9	33	14.2
70 歳以上	51	22.9	25	10.7
計	223	100.0	233	100.0



(2) 結果概要 (※問1～問7は地球温暖化対策についてのため除いた)

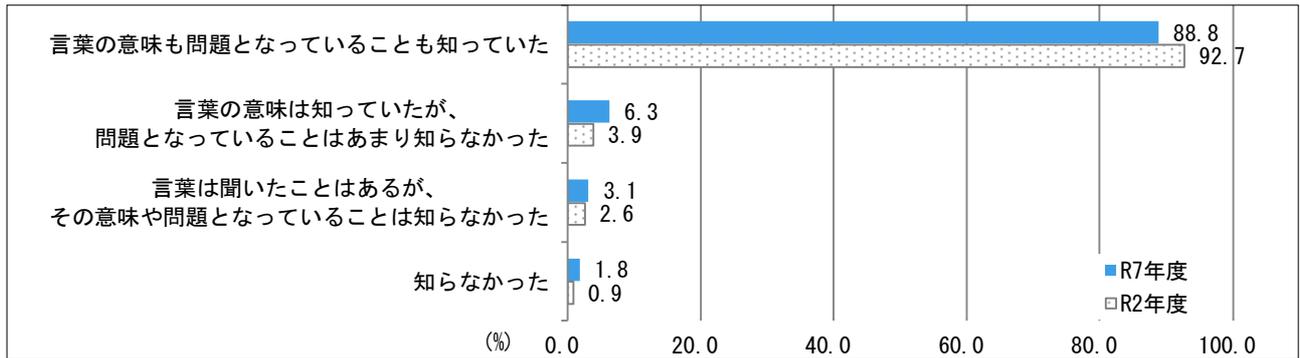
問8 「食品ロス (フードロス)」について言葉の意味や問題になっていることを知っていましたか。

※食品ロスとは、本来食べられるのに捨てられてしまう食品のことをいいます。

R7年度 回答数 223件

R2年度 回答数 233件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
言葉の意味も問題となっていることも知っていた	198	88.8	216	92.7
言葉の意味は知っていたが、問題となっていることはあまり知らなかった	14	6.3	9	3.9
言葉は聞いたことはあるが、その意味や問題となっていることは知らなかった	7	3.1	6	2.6
知らなかった	4	1.8	2	0.9
計	223	100.0	233	100.0



・「言葉の意味も問題となっていることも知っていた」と回答した割合は、令和7年度で88.8%であり、令和2年度(92.7%)とほぼ同等の高い水準である。

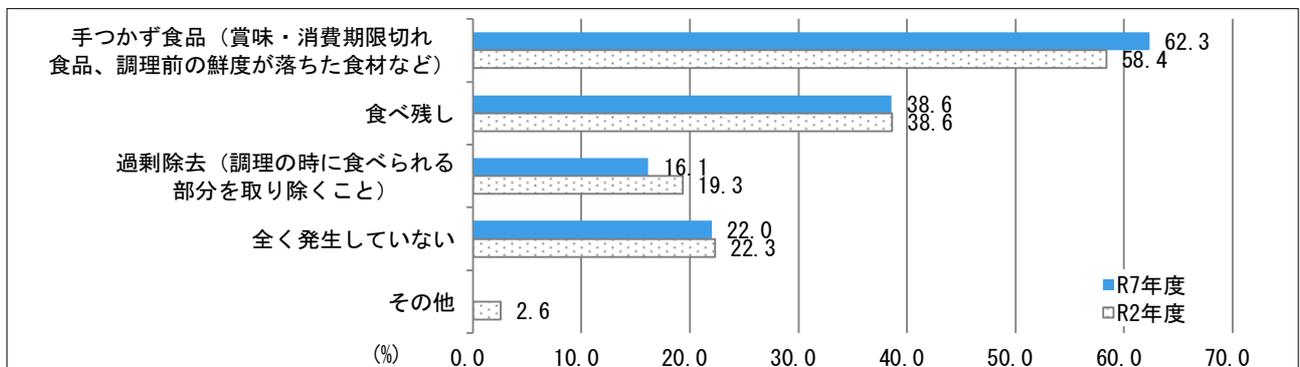
問10 ご家庭からどのような食品ロスが発生していますか。当てはまるものをすべて選択してください。

(複数回答可)

R7年度 回答数 223件

R2年度 回答数 233件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
手つかず食品 (賞味・消費期限切れ食品、調理前の鮮度が落ちた食材など)	139	62.3	136	58.4
食べ残し	86	38.6	90	38.6
過剰除去 (調理の時に食べられる部分を取り除くこと)	36	16.1	45	19.3
全く発生していない	49	22.0	52	22.3
その他	—	—	6	2.6
計	310	—	329	—



・「手つかず食品」が令和2年度、令和7年度ともに最も多く、令和2年度(58.4%)から令和7年度(62.3%)に増加した。

・「全く発生していない」の割合は、令和7年度で22.3%であり、令和2年度(22.0%)とほぼ同じである。

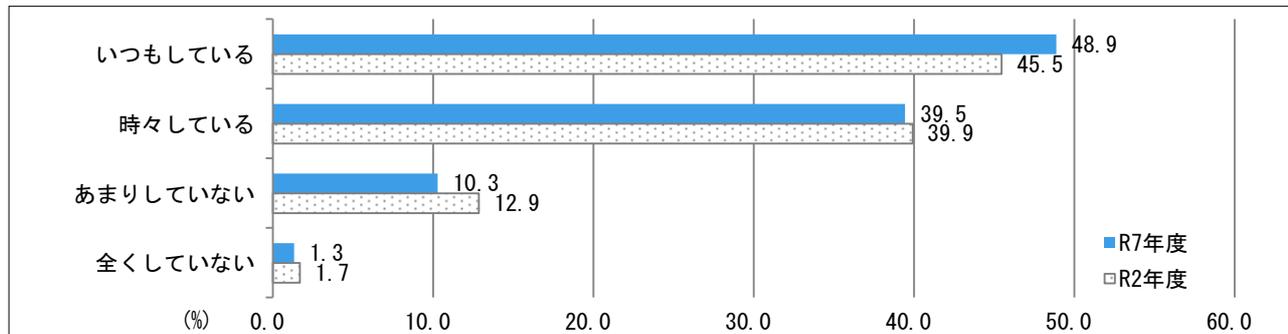
・「過剰除去」は令和2年度(19.3%)から令和7年度(16.1%)に減少した。

問 12 「食品ロス」を減らす取組をしていますか。

R7 年度 回答数 223 件

R2 年度 回答数 233 件

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
いつもしている	109	48.9	106	45.5
時々している	88	39.5	93	39.9
あまりしていない	23	10.3	30	12.9
全くしていない	3	1.3	4	1.7
計	223	100.0	233	100.0



- ・「いつもしている」、「時々している」を合計した割合は、令和2年度(85.4%)から令和7年度(88.4%)に増加した。
- ・市民の取組が進んでいることがわかる。

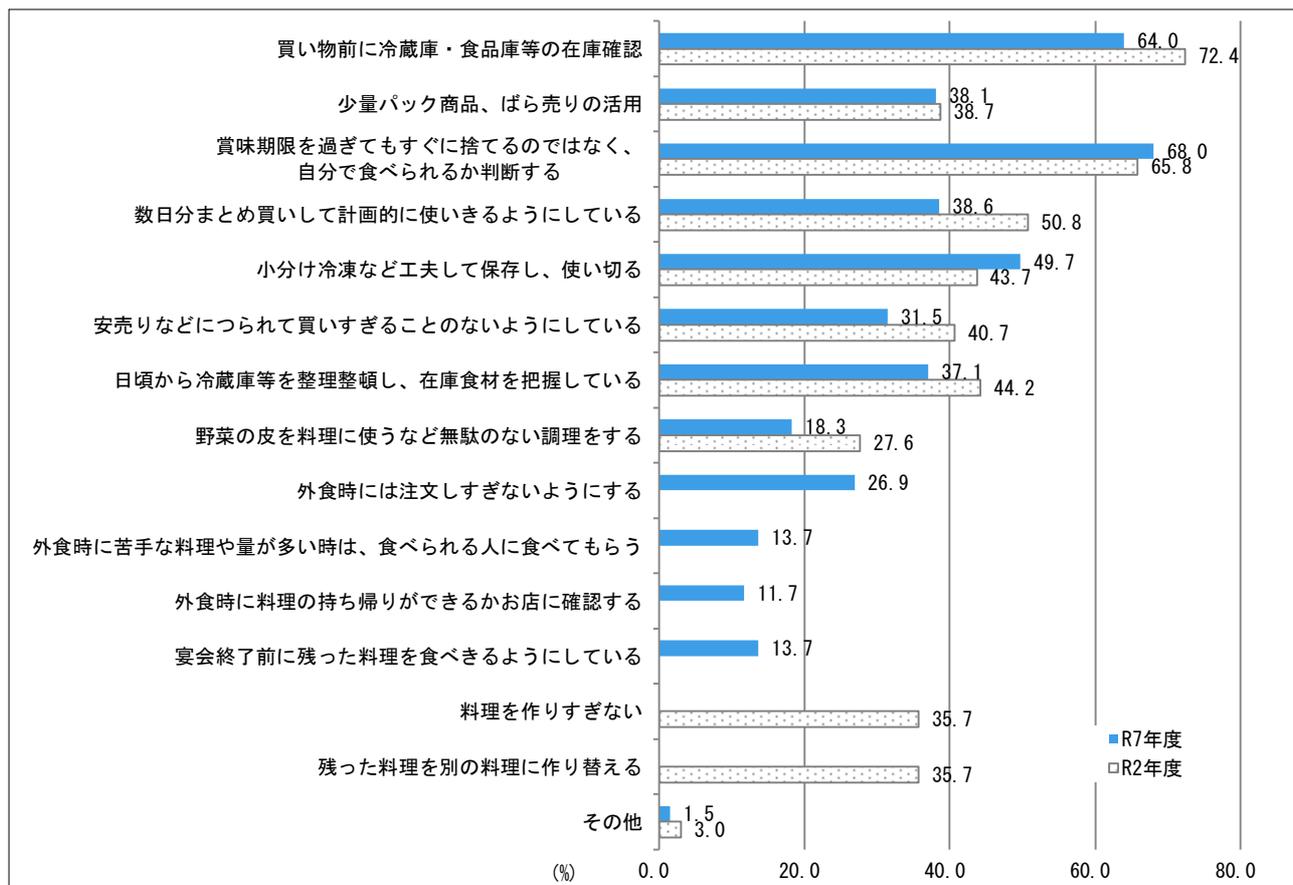
問 13-1 【問 12 で「いつもしている」または「時々している」を選択した方】

食品ロスを減らすために、どのようなことに取り組んでいますか。当てはまるものすべて選択してください。（複数回答可）

R7 年度 回答数 197 件

R2 年度 回答数 199 件

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
買い物前に冷蔵庫・食品庫等の在庫確認	126	64.0	144	72.4
少量パック商品、ばら売りの活用	75	38.1	77	38.7
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	134	68.0	131	65.8
数日分まとめ買いして計画的に使いきるようにしている	76	38.6	101	50.8
小分け冷凍など工夫して保存し、使い切る	98	49.7	87	43.7
安売りなどにつられて買いすぎることをないようにしている	62	31.5	81	40.7
日頃から冷蔵庫等を整理整頓し、在庫食材を把握している	73	37.1	88	44.2
野菜の皮を料理に使うなど無駄のない調理をする	36	18.3	55	27.6
外食時には注文しすぎないようにする	53	26.9	—	—
外食時に苦手な料理や量が多い時は、食べられる人に食べてもらう	27	13.7	—	—
外食時に料理の持ち帰りができるかお店に確認する	23	11.7	—	—
宴会終了前に残った料理を食べきるようにしている	27	13.7	—	—
料理を作りすぎない	—	—	71	35.7
残った料理を別の料理に作り替える	—	—	71	35.7
その他	3	1.5	6	3.0
計	813	—	912	—
【その他のご回答 (R7)】				
・生ごみ処理機に入れて堆肥に変えています。				
・市役所で食品ロスの取り組みをしているのでそこに持って行ったりしています				
・外食はしない				



- ・令和7年度の回答で最も多い「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」(68.0%)は、令和2年度(65.8%)よりも増加した。
- ・「買い物前に冷蔵庫・食品庫等の在庫確認」(72.4%→64.0%)、「数日分まとめ買いして計画的に使いきる」(50.8%→38.6%)、「日頃から冷蔵庫等を整理整頓し、在庫食材を把握している」(44.2%→37.1%)などの計画的な買い物に関する取り組みが令和2年度より減少した。

問 13-2 【問 12 で「あまりしていない」または「全くしていない」を選択した方】

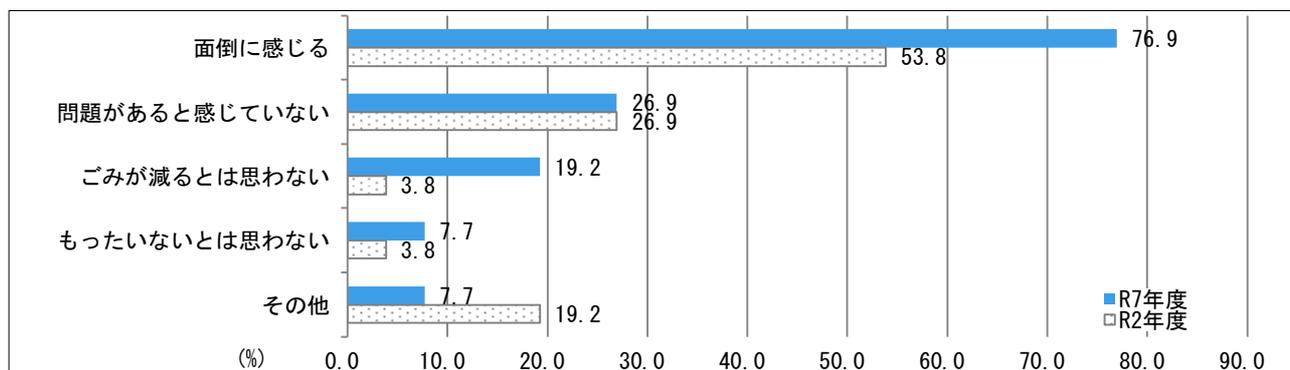
その理由をお尋ねします。当てはまるものを全て選択してください。（複数回答可）

R7 年度 回答数 26 件

R2 年度 回答数 26 件

回答	R7 年度		R2 年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
面倒に感じる	20	76.9	14	53.8
問題があると感じていない	7	26.9	7	26.9
ごみが減るとは思わない	5	19.2	1	3.8
もったいないとは思わない	2	7.7	1	3.8
その他	2	7.7	5	19.2
計	36	—	28	—
【その他のご回答 (R7)】 ・特に意識していなかった ・あまり意識していない				

※令和 2 年度調査の問 6 選択肢「食品ロスが発生していない」を除いて集計した。



・食品ロス削減に取り組まない理由は令和 7 年度、令和 2 年度のいずれも「面倒に感じる」が最も多い。

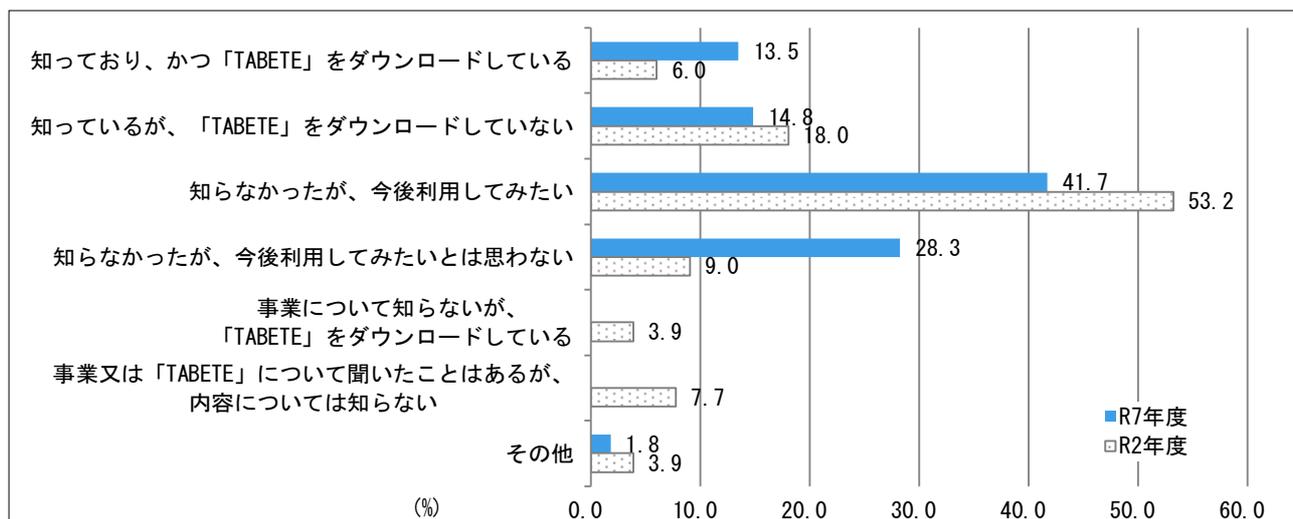
問 17 金沢市では食品ロスの削減と環境に配慮した消費行動の促進等を目的に、アプリ「TABETE」を活用した「フードシェアリング事業」を実施しています。これについて当てはまるものを1つ選択してください。

R7 年度 回答数 223 件

R2 年度 回答数 233 件（複数回答者あり）

回答	R7 年度		R2 年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
知っており、かつ「TABETE」をダウンロードしている	30	13.5	14	6.0
知っているが、「TABETE」をダウンロードしていない	33	14.8	42	18.0
知らなかったが、今後利用してみたい	93	41.7	124	53.2
知らなかったが、今後利用してみたいとは思わない	63	28.3	21	9.0
事業について知らないが、「TABETE」をダウンロードしている	—	—	9	3.9
事業又は「TABETE」について聞いたことはあるが、内容については知らない	—	—	18	7.7
その他	4	1.8	9	3.9
計	223	100.0	237	—
【其他のご回答 (R7)】				
・知らなかったが内容を見てから決めたい				
・知らなかったが、どのようなアプリなのか周知されていないので、今後の判断ができない				
・知らない				
・全然知らなかったなので、どんな内容の物なのか調べてみたい。その上で決めたい。				

※令和2年度調査の問9-1 選択肢「全く知らなかったし、興味もない」を「知らなかったが、今後利用してみたいとは思わない」として集計した。



- ・「ダウンロードしている」と回答した人は令和7年度で13.5%であり、令和2年度(6.0%)から約2倍に増加した。
- ・「知らなかったが、今後利用してみたいとは思わない」と回答した人は令和7年度で28.3%であり、令和2年度(9.0%)から約3倍に増加した。

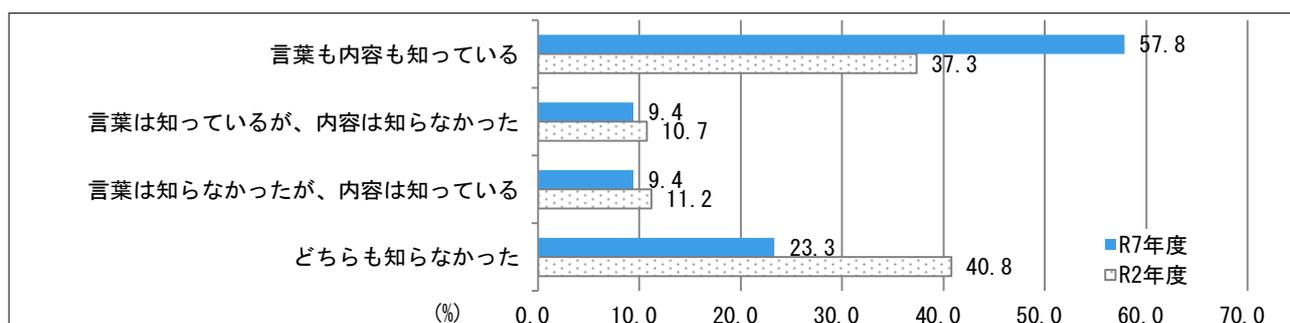
問 18 「フードドライブ」という言葉とその内容について知っていますか。

※「フードドライブ」とは、ご家庭で余っている食品を集めて、福祉団体等に提供する活動をいいます。

R7 年度 回答数 223 件

R2 年度 回答数 233 件

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
言葉も内容も知っている	129	57.8	87	37.3
言葉は知っているが、内容は知らなかった	21	9.4	25	10.7
言葉は知らなかったが、内容は知っている	21	9.4	26	11.2
どちらも知らなかった	52	23.3	95	40.8
計	223	100.0	233	100.0



・「言葉も内容も知っている」と回答した人は、令和 2 年度 (37.3%) から令和 7 年度 (57.8%) に増加した。

問 19 金沢市では市内 4 カ所に「フードドライブ受付窓口」※を開設しています。これについて知っていましたか。

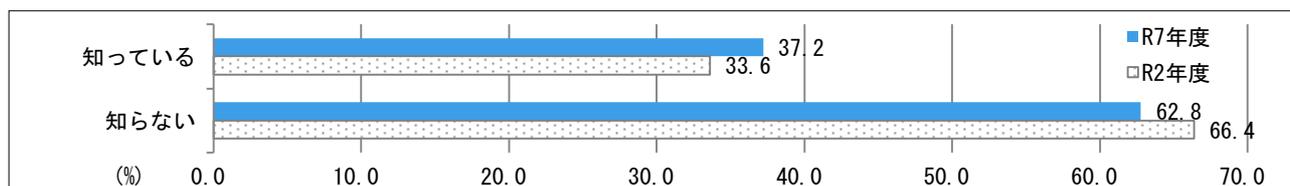
※常設窓口 (市役所第二本庁舎)、定期窓口 (金沢市保健所・泉野福祉健康センター・元町福祉健康センター) を開設しています。ぜひ 1 点からでもお待ちしています！

R7 年度 回答数 223 件

R2 年度 回答数 232 件 (未回答 1 件)

回答	R7 年度		R2 年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
知っている	83	37.2	78	33.6
知らない	140	62.8	154	66.4
計	223	100.0	232	100.0

※令和 2 年度調査の問 17 選択肢「どちらも知っていた」「保健所及び泉野・元町福祉健康センターについては知っていた」「第二本庁舎での常設受付窓口が始まったことは知っていた」を「知っている」として集計、「どちらも知らなかった」を「知らない」として集計した。



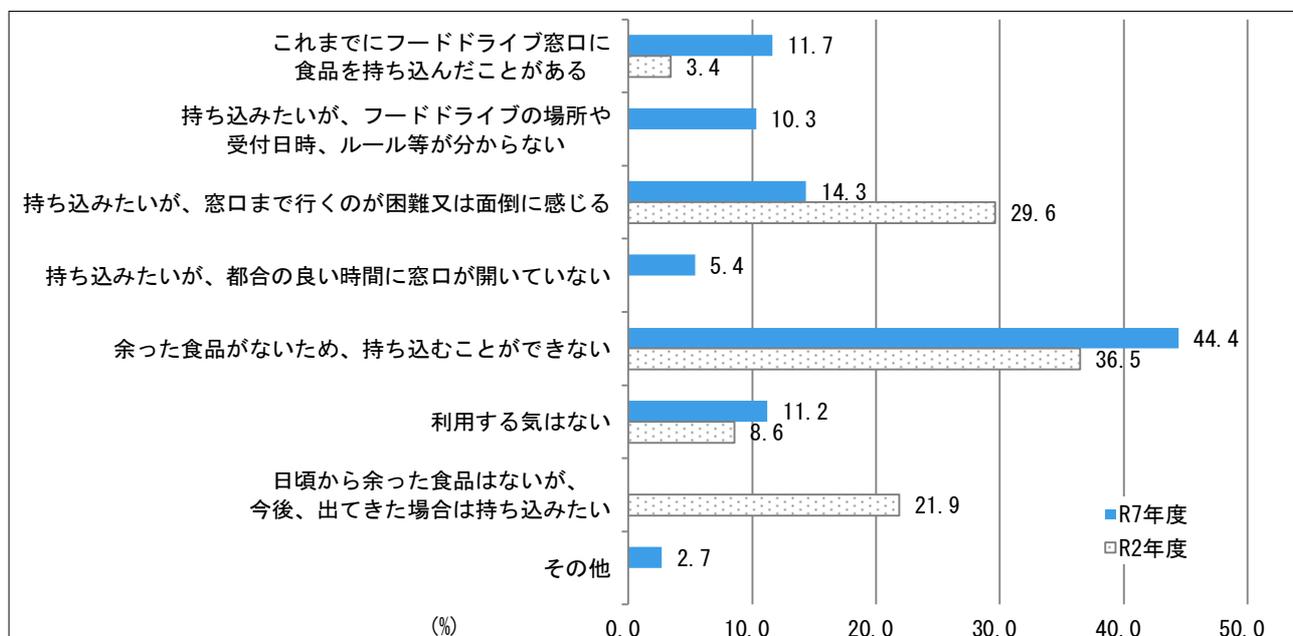
・「知っている」と回答した人は、令和 2 年度 (33.6%) から令和 7 年度 (37.2%) に増加したが、依然として認知度は低い。

問 20 フードドライブ受付窓口の利用についてお尋ねします。当てはまるものを1つ選択してください。

R7年度 回答数 223件

R2年度 回答数 233件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
これまでにフードドライブ窓口に食品を持ち込んだことがある	26	11.7	8	3.4
持ち込みたいが、フードドライブの場所や受付日時、ルール等が分からない	23	10.3	—	—
持ち込みたいが、窓口まで行くのが困難又は面倒に感じる	32	14.3	69	29.6
持ち込みたいが、都合の良い時間に窓口が開いていない	12	5.4	—	—
余った食品がないため、持ち込むことができない	99	44.4	85	36.5
利用する気はない	25	11.2	20	8.6
日頃から余った食品はないが、今後、出てきた場合は持ち込みたい	—	—	51	21.9
その他	6	2.7	—	—
計	223	100.0	233	100.0
【その他のご回答 (R7)】				
・余った食品はあるが、フードドライブの対象ではないか、食べかけである				
・余った食品のリユースは良いことだが、そもそも余らせない取り組みのほうが重要だと思います				
・賞味期限が迫っている状態では持っていけない				
・機会があれば。				
・期限が切れるまで余っていた事に気づかないので持ち込めない				
・余ったものがあっても市の窓口ではなく知人などに譲ってしまうため				



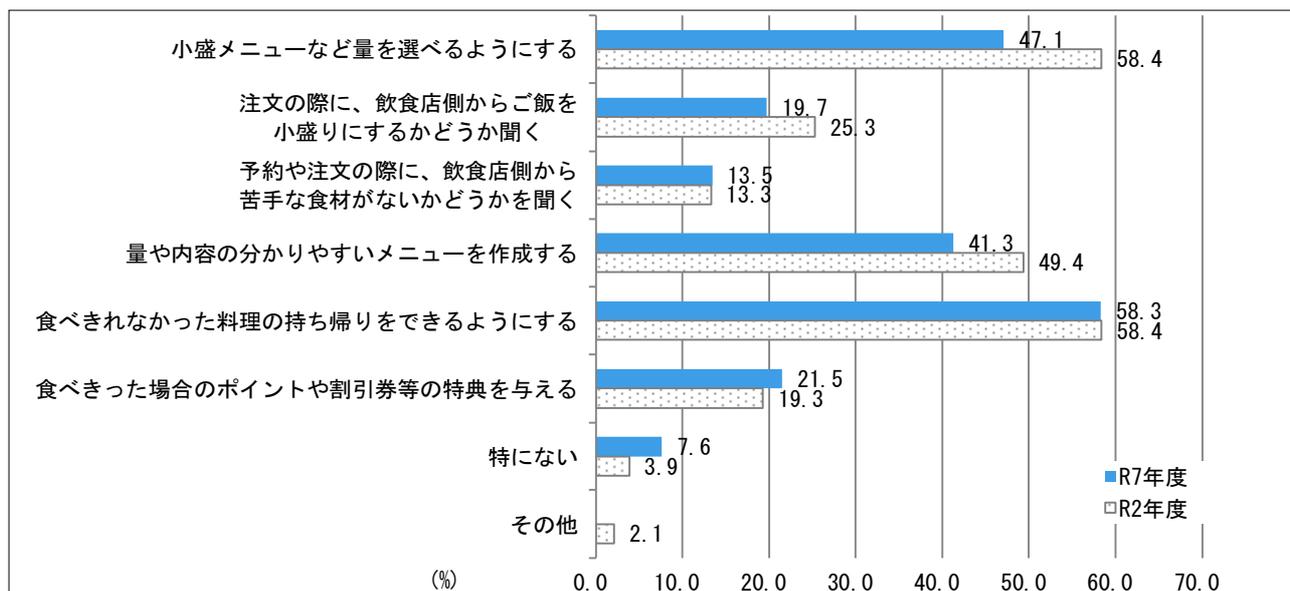
- ・「持ち込んだことがある」と回答した人は令和7年度で11.7%であり、令和2年度(3.4%)から約3倍に増加した。
- ・「持ち込みたいが、窓口まで行くのが困難又は面倒に感じる」と回答した人は令和7年度で14.3%であり、令和2年度(29.6%)から約半分に減少した。
- ・持ち込みたいが、「窓口まで行くのが困難又は面倒に感じる」(14.3%)、「場所や受付日時、ルール等が分からない」(10.3%)、「都合の良い時間に窓口が開いていない」(5.4%)を合計すると、30.0%が窓口の利便性の改善を求めており、令和2年度(29.6%)とほぼ同じである。

問 21 外食や宴会時に食品ロスを減らすために、飲食店側に取り組んでほしいことはありますか。(複数回答可)

R7年度 回答数 223件

R2年度 回答数 233件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
小盛メニューなど量を選べるようにする	105	47.1	136	58.4
注文の際に、飲食店側からご飯を小盛りにするかどうかを聞く	44	19.7	59	25.3
予約や注文の際に、飲食店側から苦手な食材がないかどうかを聞く	30	13.5	31	13.3
量や内容のわかりやすいメニューを作成する	92	41.3	115	49.4
食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする	130	58.3	136	58.4
食べきった場合のポイントや割引券等の特典を与える	48	21.5	45	19.3
特にない	17	7.6	9	3.9
その他	—	—	5	2.1
計	466	—	536	—



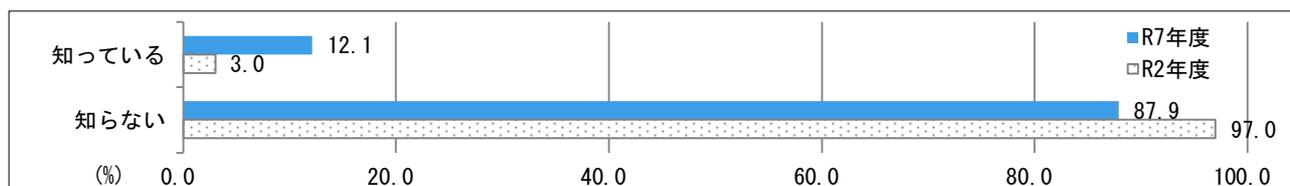
・「食べきれなかった料理の持ち帰りをできるようにする」と回答した人は令和7年度で58.3%であり、令和2年度(58.4%)とほぼ同じである。

問 23 金沢市では、小盛メニューの設定などの食品ロス削減に取り組む飲食店等を「いいね・食べきり推進店」として登録し、金沢市のホームページで紹介しています。この取組を知っていますか。

R7年度 回答数 223件

R2年度 回答数 232件 (未回答1件)

回答	R7年度		R2年度	
	回答数(件)	割合(%)	回答数(件)	割合(%)
知っている	27	12.1	7	3.0
知らない	196	87.9	225	97.0
計	223	100.0	232	100.0



・「知っている」と回答した人は、令和7年度で12.1%であり、令和2年度(3.0%)から約4倍に増加したが、依然として認知度は低い。

3. 事業者アンケート

(1) 調査概要

① 対象

対象事業所	R7 年度	R2 年度
	回答数 (件)	回答数 (件)
いいね・食べきり推進店	9	44
飲食業、宿泊業	53	27
製造、小売、卸売	41	54

(2) 結果概要

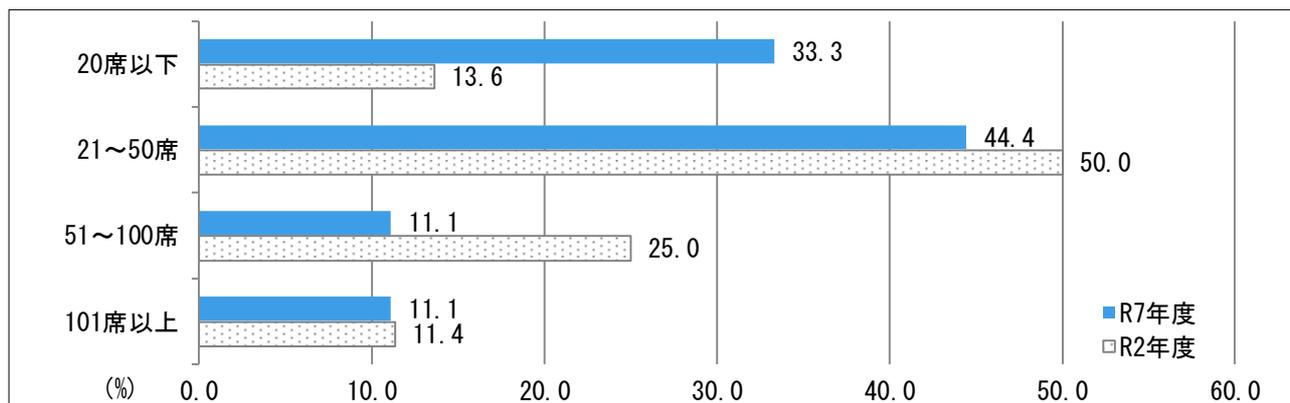
① いいね・食べきり推進店

問1 貴事業所（宿泊業の方は飲食スペース）の座席数をお答えください。

R7 年度 回答数 9 件

R2 年度 回答数 44 件

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
20 席以下	3	33.3	6	13.6
21～50 席	4	44.4	22	50.0
51～100 席	1	11.1	11	25.0
101 席以上	1	11.1	5	11.4
計	9	100.0	44	100.0



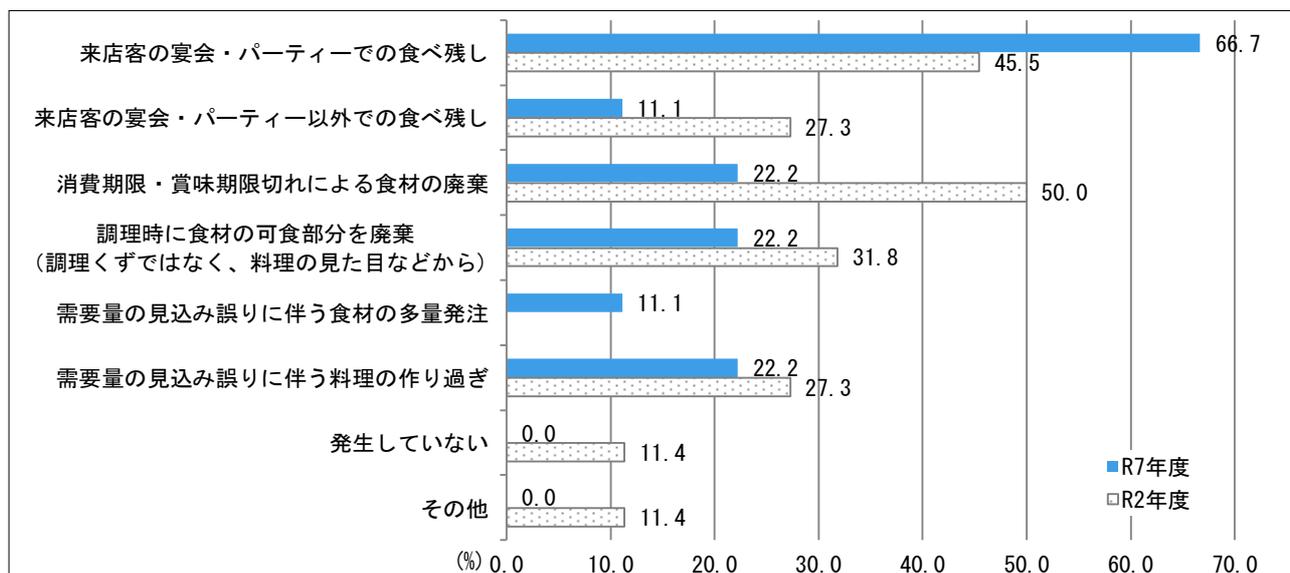
・令和7年度、令和2年度のいずれも「21～50 席」が最も多い。

問4 貴事業所ではどのような食品ロスが発生していますか。(複数回答可)

R7年度 回答数 9件
R2年度 回答数 44件

回答	R7年度		R2年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
来店客の宴会・パーティーでの食べ残し	6	66.7	20	45.5
来店客の宴会・パーティー以外での食べ残し	1	11.1	12	27.3
消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄	2	22.2	22	50.0
調理時に食材の可食部分を廃棄(調理くずではなく、料理の見た目などから)	2	22.2	14	31.8
需要量の見込み誤りに伴う食材の多量発注	1	11.1	—	—
需要量の見込み誤りに伴う料理の作り過ぎ	2	22.2	12	27.3
発生していない	0	0.0	5	11.4
その他	0	0.0	5	11.4
計	14	—	90	—

※令和2年度調査の間3(1)選択肢「仕込みすぎたもの」を「需要量の見込み誤りに伴う料理の作り過ぎ」として集計した。



- ・令和7年度の回答で最も多い「来店客の宴会・パーティーでの食べ残し」(66.7%)は、令和2年度(45.5%)よりも増加した。
- ・令和2年度の回答で最も多い「消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄」(50.0%)は、令和7年度には半数以下に減少した。

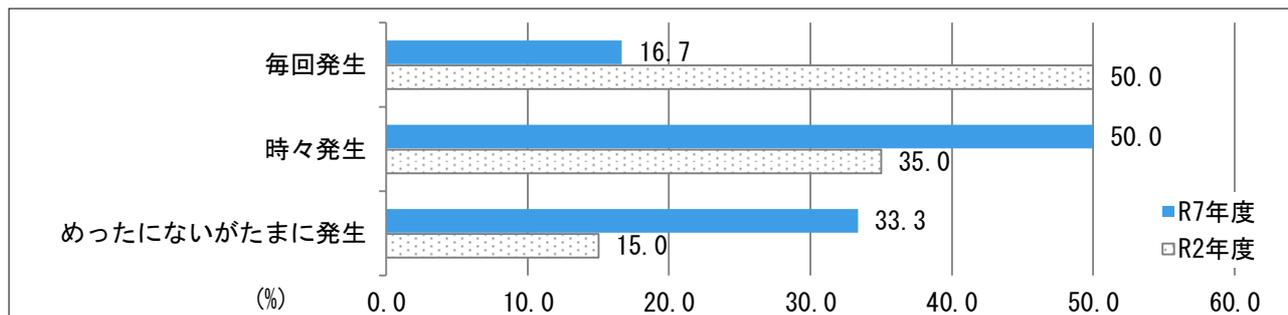
問4-2 【問4で「来店客の宴会・パーティーでの食べ残し」を選択した方】

宴会・パーティーで食品ロスが発生する頻度

R7年度 回答数 6件
R2年度 回答数 20件

回答	R7年度		R2年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
毎回発生	1	16.7	10	50.0
時々発生	3	50.0	7	35.0
めったにないがたまに発生	2	33.3	3	15.0
計	6	100.0	20	100.0

※令和2年度調査の問3(3)選択肢「ほぼ毎回発生」を「毎回発生」として集計した。



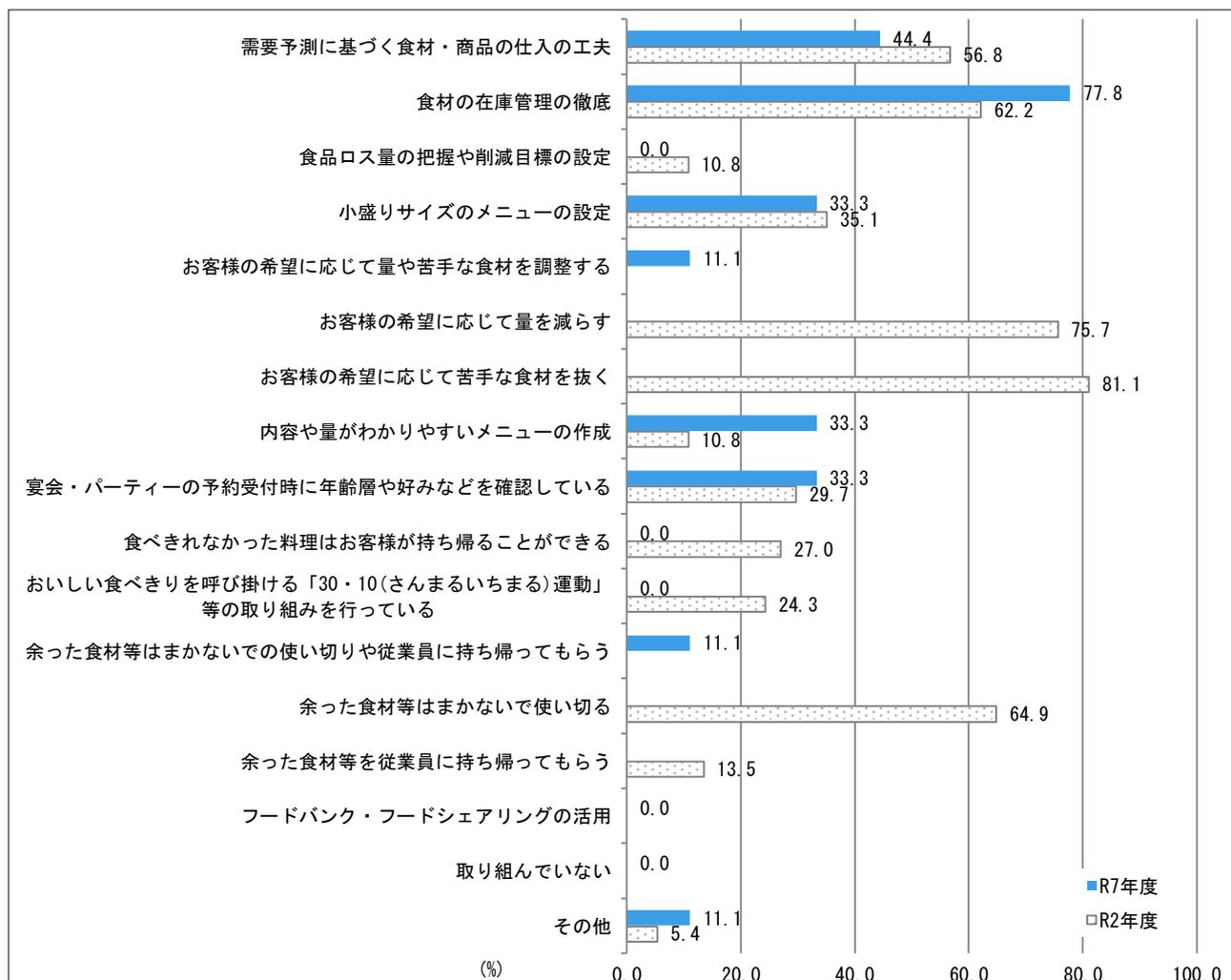
- ・令和7年度の各項目の割合は令和2年度に対し、「毎回発生」が減少し、「時々発生」、「めったにないがたまに発生」が増加した。

問7 食品ロスを減らすためにどのような取り組みを行っていますか。(複数回答可)

R7年度 回答数 9件

R2年度 回答数 37件 (未回答7件)

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
需要予測に基づく食材・商品の仕入の工夫	4	44.4	21	56.8
食材の在庫管理の徹底	7	77.8	23	62.2
食品ロス量の把握や削減目標の設定	0	0.0	4	10.8
小盛りサイズのメニューの設定	3	33.3	13	35.1
お客様の希望に応じて量や苦手な食材を調整する	1	11.1	—	—
お客様の希望に応じて量を減らす	—	—	28	75.7
お客様の希望に応じて苦手な食材を抜く	—	—	30	81.1
内容や量がわかりやすいメニューの作成	3	33.3	4	10.8
宴会・パーティーの予約受付時に年齢層や好みなどを確認している	3	33.3	11	29.7
食べきれなかった料理はお客様が持ち帰ることができる	0	0.0	10	27.0
おいしい食べきりと呼び掛ける「30・10(さんまるいちまる)運動」等の取り組みを行っている	0	0.0	9	24.3
余った食材等はまかないでの使い切りや従業員に持ち帰ってもらう	1	11.1	—	—
余った食材等はまかないで使い切る	—	—	24	64.9
余った食材等を従業員に持ち帰ってもらう	—	—	5	13.5
フードバンク・フードシェアリングの活用	0	0.0	—	—
取り組んでいない	0	0.0	—	—
その他	1	11.1	2	5.4
計	23	—	184	—
【その他のご回答 (R7)】				
・該当なし				



・令和7年度の回答で最も多い「食材の在庫管理の徹底」(77.8%)は、令和2年度(62.2%)よりも増加した。

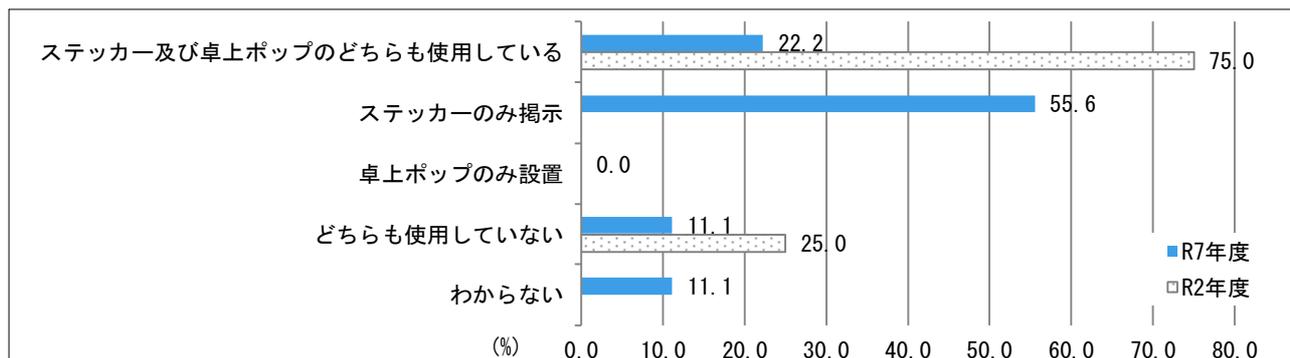
問8 推進店に登録した際にお渡ししたステッカーや卓上ポップは使用していますか。

R7年度 回答数 9件

R2年度 回答数 36件 (未回答8件)

回答	R7年度		R2年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
ステッカー及び卓上ポップのどちらも使用している	2	22.2	27	75.0
ステッカーのみ掲示	5	55.6	—	—
卓上ポップのみ設置	0	0.0	—	—
どちらも使用していない	1	11.1	9	25.0
わからない	1	11.1	—	—
計	9	100.0	36	100.0

※令和2年度調査の間5選択肢「掲示している」を「ステッカー及び卓上ポップのどちらも使用している」として集計、「掲示していない」を「どちらも使用していない」として集計した。



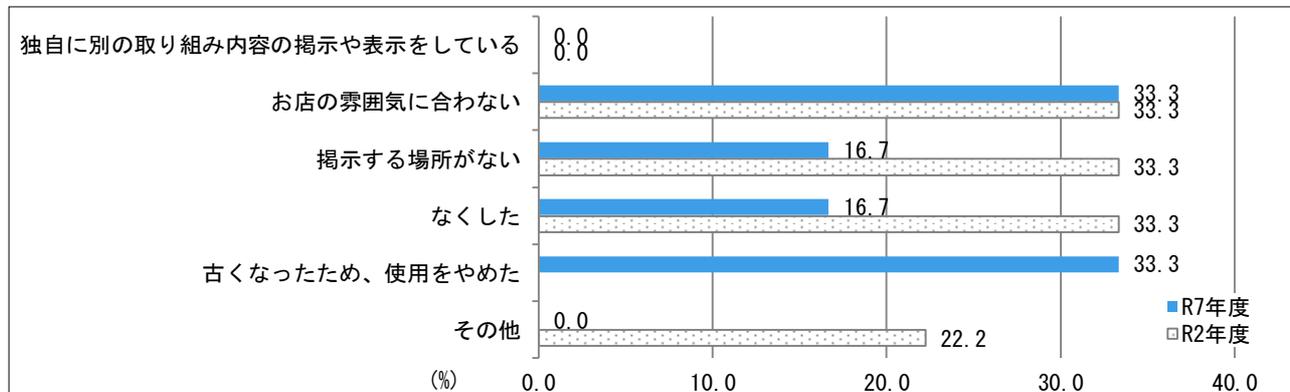
・ステッカーまたは卓上ポップの少なくとも一方を掲示している割合は、令和2年度(75.0%)に対し、令和7年度は77.8%（「どちらも使用」22.2%と「ステッカーのみ」55.6%の合計）となり増加した。

問8-2 【問8で「ステッカーのみ掲示」「卓上ポップのみ設置」「どちらも使用していない」選択した方】その理由を教えてください。(複数回答可)

R7年度 回答数 6件

R2年度 回答数 9件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
独自に別の取り組み内容の掲示や表示をしている	0	0.0	0.0	0.0
お店の雰囲気に合わない	2	33.3	3.0	33.3
掲示する場所がない	1	16.7	3.0	33.3
なくした	1	16.7	3.0	33.3
古くなったため、使用をやめた	2	33.3	—	—
その他	0	0.0	2.0	22.2
計	6	—	11.0	—



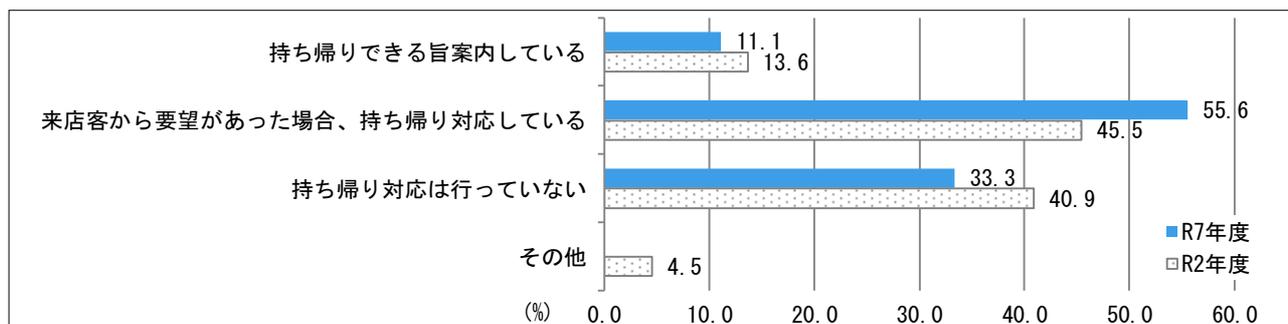
・使用していない理由は、令和7年度、令和2年度のいずれも「お店の雰囲気に合わない」という回答が多い。

問 12 来店客が食べきれなかった場合、どのような対応を行っていますか。

R7 年度 回答数 9 件

R2 年度 回答数 44 件 (複数回答者あり)

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
持ち帰りできる旨案内している	1	11.1	6.0	13.6
来店客から要望があった場合、持ち帰り対応している	5	55.6	20.0	45.5
持ち帰り対応は行っていない	3	33.3	18.0	40.9
その他	—	—	2.0	4.5
計	9	100.0	46.0	—



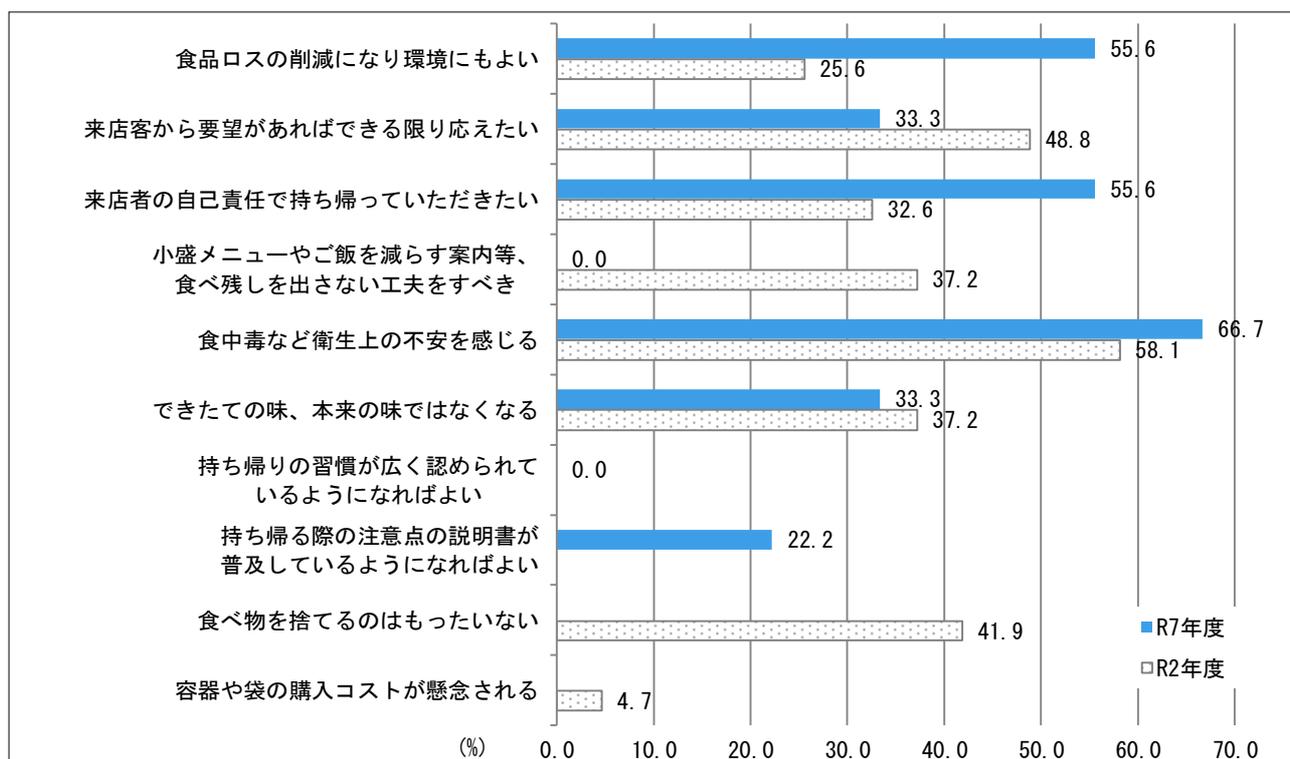
- ・持ち帰り対応している事業者（「持ち帰りできる旨案内している」「来店客から要望があった場合、持ち帰り対応している」の合計）は、令和2年度（59.1%）から令和7年度（66.7%）に増加した。

問 14 持ち帰り対応について、貴事業所の考えに合うものはどれですか。（複数回答可）

R7 年度 回答数 9 件

R2 年度 回答数 43 件 （未回答 1 件）

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
食品ロスの削減になり環境にもよい	5	55.6	11	25.6
来店客から要望があればできる限り応えたい	3	33.3	21	48.8
来店者の自己責任で持ち帰っていただきたい	5	55.6	14	32.6
小盛メニューやご飯を減らす案内等、食べ残しを出さない工夫をすべき	0	0.0	16	37.2
食中毒など衛生上の不安を感じる	6	66.7	25	58.1
できたての味、本来の味ではなくなる	3	33.3	16	37.2
持ち帰りの習慣が広く認められているようになればよい	0	0.0	—	—
持ち帰る際の注意点の説明書が普及しているようになればよい	2	22.2	—	—
食べ物を捨てるのはもったいない	—	—	18	41.9
容器や袋の購入コストが懸念される	—	—	2	4.7
計	24	—	123	—

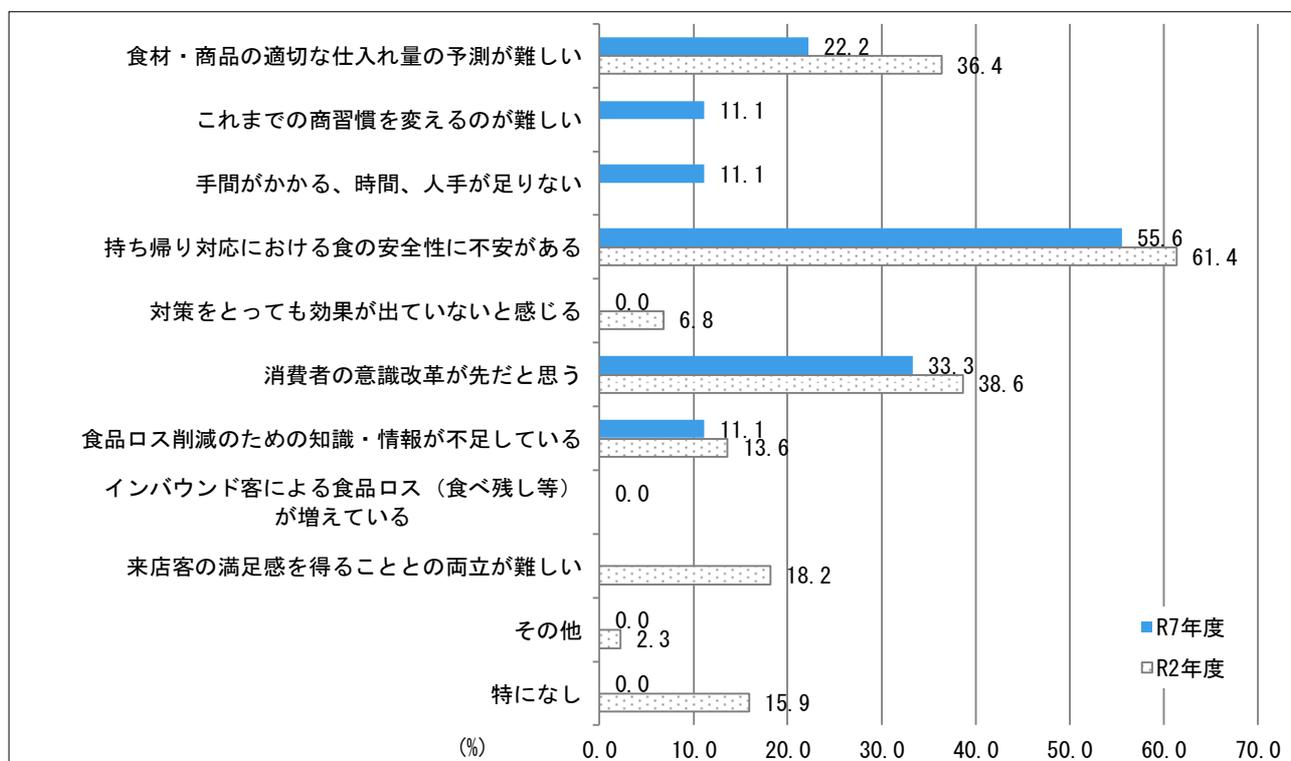


・令和 7 年度、令和 2 年度のいずれも「食中毒など衛生上の不安を感じる」が最も多い。

問 24 食品ロス削減のために取り組むにあたり、困りごとはありますか。(複数回答可)

R7 年度 回答数 9 件
R2 年度 回答数 44 件

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
食材・商品の適切な仕入れ量の予測が難しい	2	22.2	16	36.4
これまでの商習慣を変えるのが難しい	1	11.1	—	—
手間がかかる、時間、人手が足りない	1	11.1	—	—
持ち帰り対応における食の安全性に不安がある	5	55.6	27	61.4
対策をとっても効果が出ていないと感じる	0	0.0	3	6.8
消費者の意識改革が先だと思う	3	33.3	17	38.6
食品ロス削減のための知識・情報が不足している	1	11.1	6	13.6
インパウンド客による食品ロス(食べ残し等)が増えている	0	0.0	—	—
来店客の満足感を得ることとの両立が難しい	—	—	8	18.2
その他	0	0.0	1	2.3
特になし	0	0.0	7	15.9
計	13	—	85	—



・令和7年度、令和2年度のいずれも「持ち帰り対応における食の安全性に不安がある」が最も多く、次いで「消費者の意識改革が先だと思う」が多い。

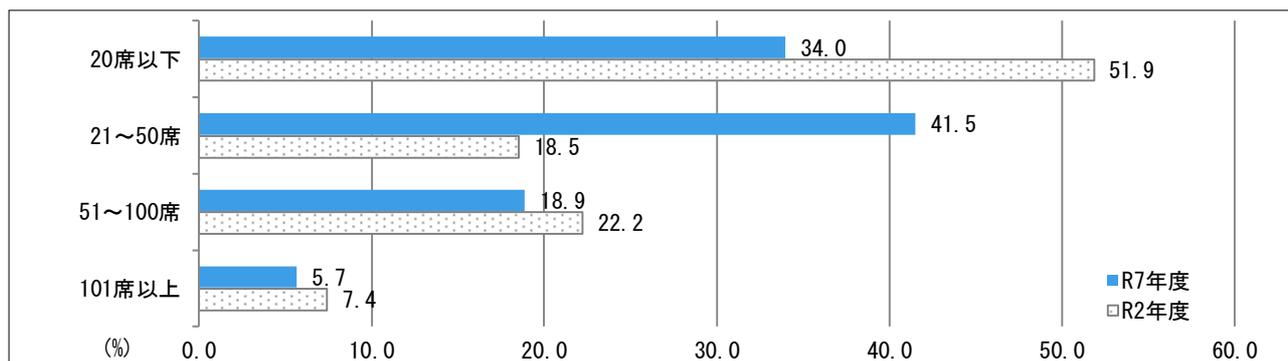
② 飲食業・宿泊業（いいね・食べきり推進店除く）

問1 貴事業所（宿泊業の方は飲食スペース）の座席数をお答えください。

R7年度 回答数 53件

R2年度 回答数 27件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
20席以下	18	34.0	14	51.9
21～50席	22	41.5	5	18.5
51～100席	10	18.9	6	22.2
101席以上	3	5.7	2	7.4
計	53	100.0	27	100.0



・令和2年度は「20席以下」が51.9%、令和7年度は「21～50席」が41.5%で最も多い。

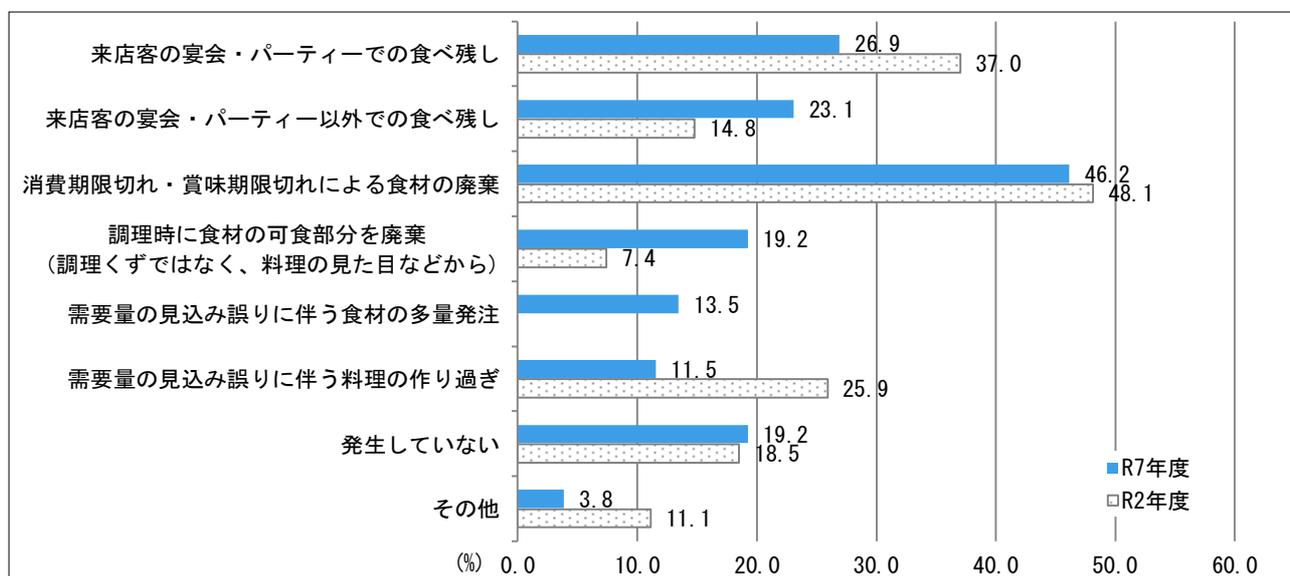
問4 貴事業所ではどのような食品ロスが発生していますか。(複数回答可)

R7年度 回答数 52件 (未回答1件)

R2年度 回答数 27件

回答	R7年度		R2年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
来店客の宴会・パーティーでの食べ残し	14	26.9	10	37.0
来店客の宴会・パーティー以外での食べ残し	12	23.1	4	14.8
消費期限切れ・賞味期限切れによる食材の廃棄	24	46.2	13	48.1
調理時に食材の可食部分を廃棄(調理くずではなく、料理の見た目などから)	10	19.2	2	7.4
需要量の見込み誤りに伴う食材の多量発注	7	13.5	—	—
需要量の見込み誤りに伴う料理の作り過ぎ	6	11.5	7	25.9
発生していない	10	19.2	5	18.5
その他	2	3.8	3	11.1
計	85	—	32	—
【その他のご回答(R7)】 ・オープン前のため ・客の食べ残し				

※令和2年度調査の問3(1)選択肢「仕込みすぎたもの」を「需要量の見込み誤りに伴う料理の作り過ぎ」として集計した。



- ・令和7年度、令和2年度のいずれも「消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄」が最も多く、次いで「来店客の宴会・パーティーでの食べ残し」が多い。
- ・令和7年度の「来店客の宴会・パーティー以外での食べ残し」、「調理時に食材の可食部分を廃棄」は令和2年度に対して増加した。

問4-2 【問4で「来店客の宴会・パーティーでの食べ残し」を選択した方】

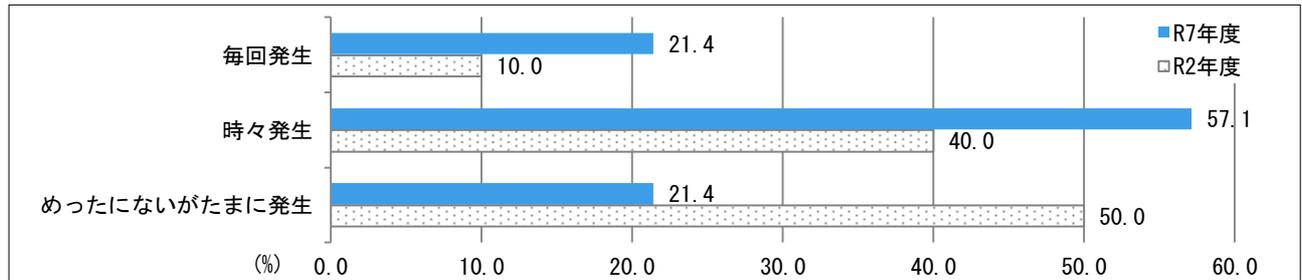
宴会・パーティーで食品ロスが発生する頻度

R7年度 回答数 14件

R2年度 回答数 10件

回答	R7年度		R2年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
毎回発生	3	21.4	1	10.0
時々発生	8	57.1	4	40.0
めったにないがたまに発生	3	21.4	5	50.0
計	14	100.0	10	100.0

※令和2年度調査の問3(3)選択肢「ほぼ毎回発生」を「毎回発生」として集計した。



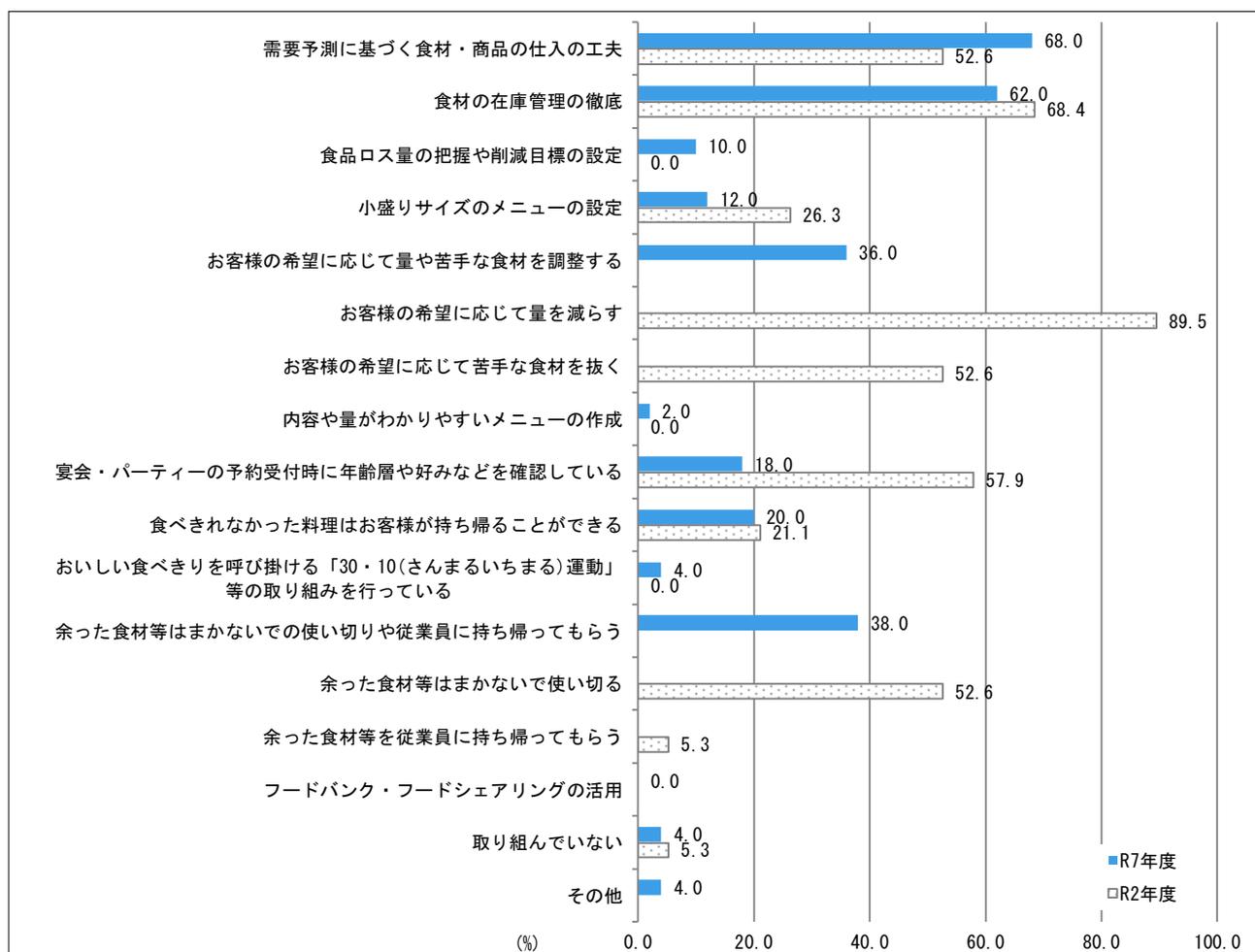
- ・令和7年度の各項目の割合は令和2年度に対して「毎回発生」「時々発生」が増加し、「めったにないがたまに発生」が減少した。

問7 食品ロスを減らすためにどのような取り組みを行っていますか。(複数回答可)

R7年度 回答数 50件 (未回答3件)

R2年度 回答数 19件 (未回答8件)

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
需要予測に基づく食材・商品の仕入の工夫	34	68.0	10	52.6
食材の在庫管理の徹底	31	62.0	13	68.4
食品ロス量の把握や削減目標の設定	5	10.0	0	0.0
小盛りサイズのメニューの設定	6	12.0	5	26.3
お客様の希望に応じて量や苦手な食材を調整する	18	36.0	—	—
お客様の希望に応じて量を減らす	—	—	17	89.5
お客様の希望に応じて苦手な食材を抜く	—	—	10	52.6
内容や量がわかりやすいメニューの作成	1	2.0	0	0.0
宴会・パーティーの予約受付時に年齢層や好みなどを確認している	9	18.0	11	57.9
食べきれなかった料理はお客様が持ち帰ることができる	10	20.0	4	21.1
おいしい食べきりと呼び掛ける「30・10(さんまるいちまる)運動」等の取り組みを行っている	2	4.0	0	0.0
余った食材等はまかないでの使い切りや従業員に持ち帰ってもらう	19	38.0	—	—
余った食材等はまかないで使い切る	—	—	10	52.6
余った食材等を従業員に持ち帰ってもらう	—	—	1	5.3
フードバンク・フードシェアリングの活用	0	0.0	—	—
取り組んでいない	2	4.0	1	5.3
その他	2	4.0	—	—
計	139	—	83	—
【その他のご回答 (R7)】				
・保存方法の工夫				
・社内で食べたい人に声をかけ安い価格で買い取ってもらう				



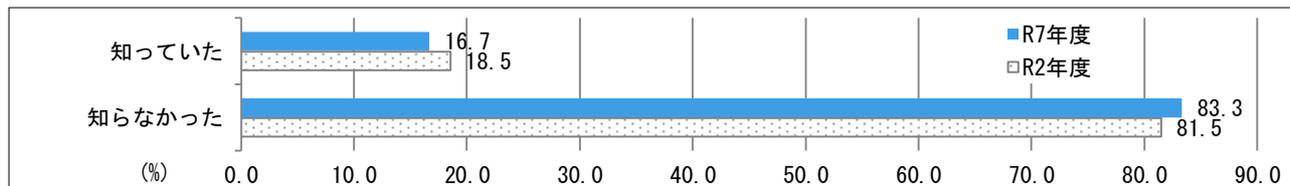
・令和7年度の回答で最も多い「需要予測に基づく食材・商品の仕入の工夫」(68.0%)は、令和2年度(52.6%)よりも増加した。

問9 金沢市では食品ロスの削減に向け、小盛りメニューの導入や食べきり推進の啓発などに取り組む飲食店などを「いいね・食べきり推進店」として登録し、金沢市のホームページなどで紹介しています。この取り組みをご存じでしたか。

R7年度 回答数 48件 (未回答5件)

R2年度 回答数 27件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
知っていた	8	16.7	5	18.5
知らなかった	40	83.3	22	81.5
計	48	100.0	27	100.0



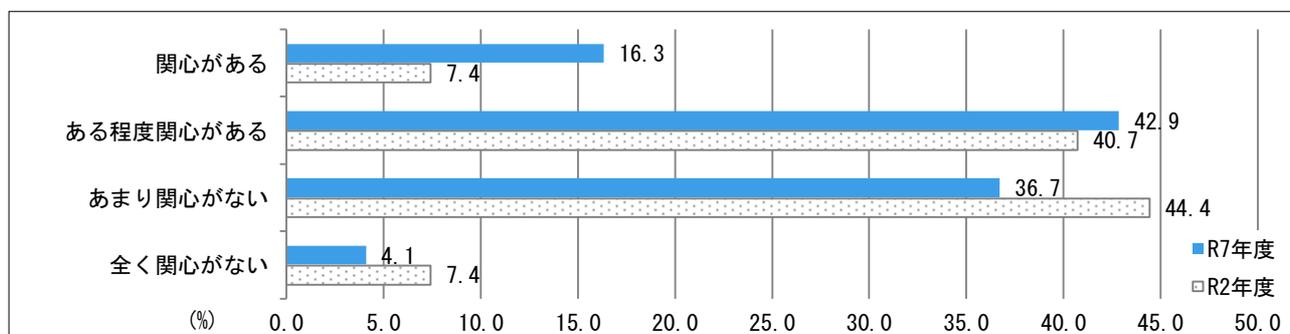
・「知っていた」は、令和7年度で16.7%であり、令和2年度(18.5%)とほぼ同じで、依然として認知度は低い。

問10 「いいね・食べきり推進店」登録制度について関心はありますか。

R7年度 回答数 49件 (未回答4件)

R2年度 回答数 27件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
関心がある	8	16.3	2	7.4
ある程度関心がある	21	42.9	11	40.7
あまり関心がない	18	36.7	12	44.4
全く関心がない	2	4.1	2	7.4
計	49	100.0	27	100.0



・「関心がある」と回答した事業者は、令和2年度(7.4%)から令和7年度(16.3%)に増加した。

問10-2 【問10で「あまり関心がない」「全く関心がない」を選択した方】その理由を教えてください。

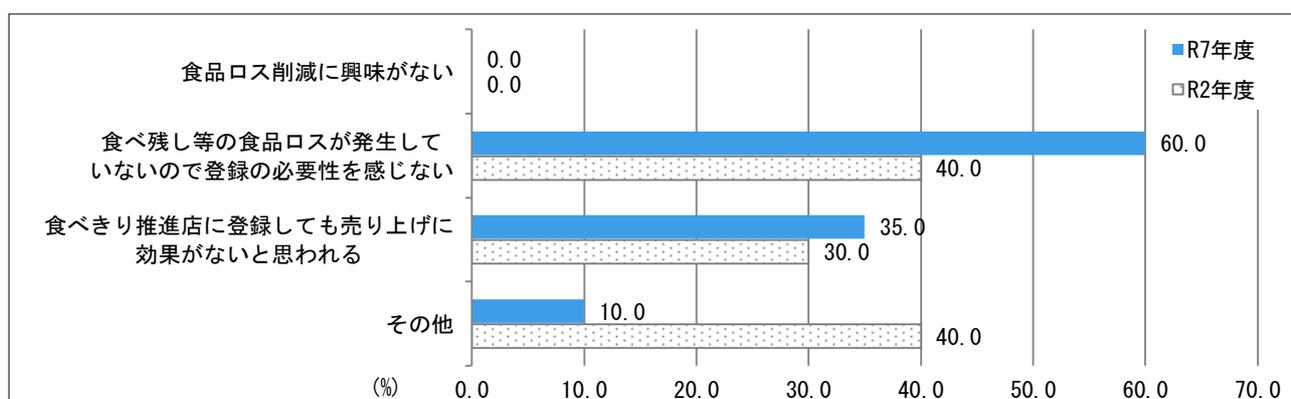
(複数回答可)

R7年度 回答数 20件

R2年度 回答数 10件 (未回答4件)

回答	R7年度		R2年度※	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
食品ロス削減に興味がない	0	0.0	0	0.0
食べ残し等の食品ロスが発生していないので登録の必要性を感じない	12	60.0	4	40.0
食べきり推進店に登録しても売りに上げに効果がないと思われる	7	35.0	3	30.0
その他	2	10.0	4	40.0
計	21	—	11	—
【その他のご回答 (R7)】 ・ほぼロスがない ・いつもではないので「いいね・食べきり推進店」まではなくてよいと思っ ている				

※令和2年度調査の間10選択肢「ホームページ等に掲載しても売りに上げに効果がないと思われるため」を「食べきり推進店に登録しても売りに上げに効果がないと思われる」として集計した。



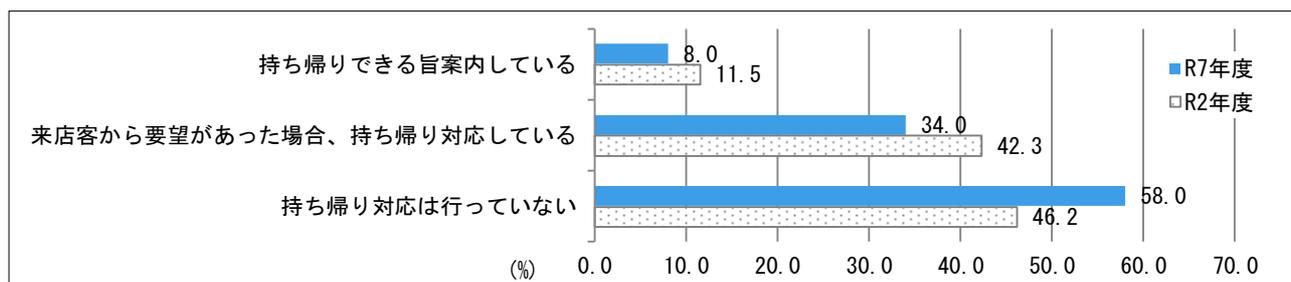
・令和7年度、令和2年度のいずれも「食べ残し等の食品ロスが発生していないので登録の必要性を感じない」が最も多い。

問12 来店客が食べきれなかった場合、どのような対応を行っていますか。

R7年度 回答数 50件 (未回答3件)

R2年度 回答数 26件 (未回答1件)

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
持ち帰りできる旨案内している	4	8.0	3	11.5
来店客から要望があった場合、持ち帰り対応している	17	34.0	11	42.3
持ち帰り対応は行っていない	29	58.0	12	46.2
計	50	100.0	26	100.0



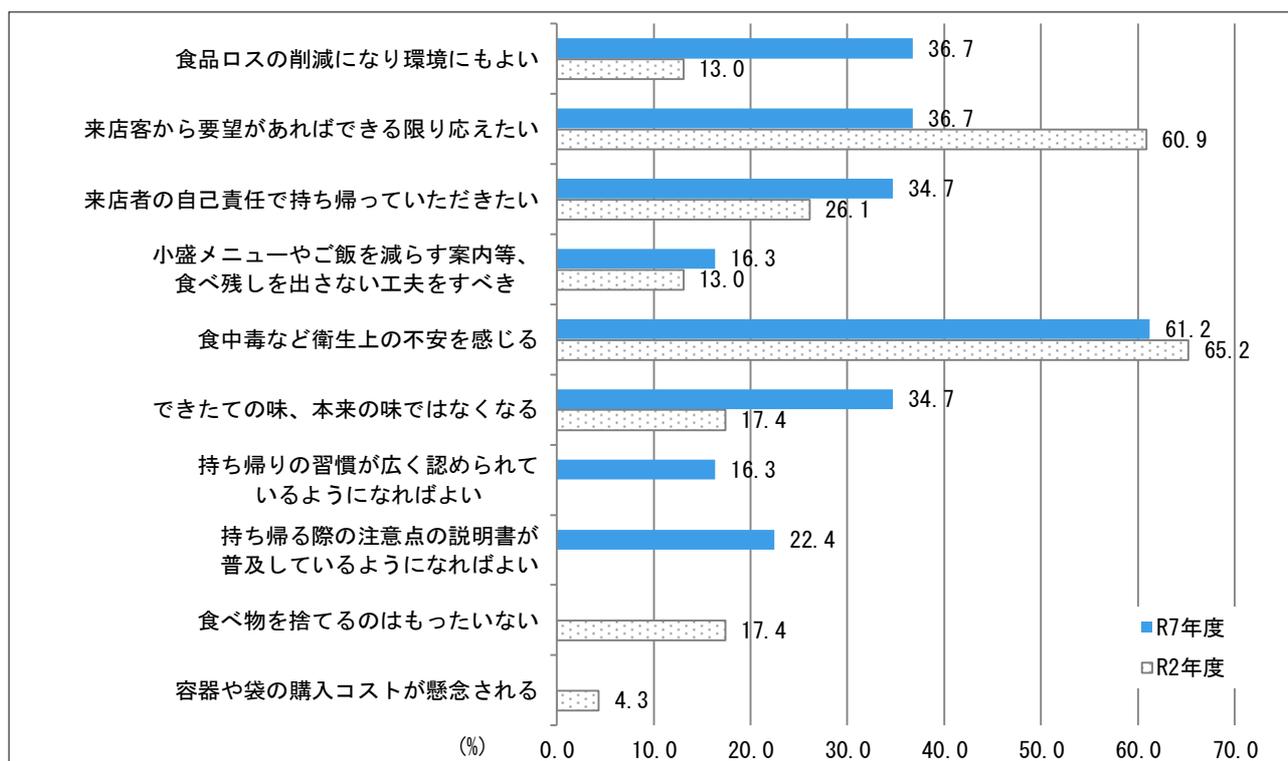
・「持ち帰り対応は行っていない」と回答した事業者は、令和2年度(46.2%)から令和7年度(58.0%)に増加した。

問 14 持ち帰り対応について、貴事業所の考えに合うものはどれですか。(複数回答可)

R7 年度 回答数 49 件 (未回答 4 件)

R2 年度 回答数 23 件 (未回答 4 件)

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
食品ロスの削減になり環境にもよい	18	36.7	3	13.0
来店客から要望があればできる限り応えたい	18	36.7	14	60.9
来店者の自己責任で持ち帰っていただきたい	17	34.7	6	26.1
小盛メニューやご飯を減らす案内等、食べ残しを出さない工夫をすべき	8	16.3	3	13.0
食中毒など衛生上の不安を感じる	30	61.2	15	65.2
できたての味、本来の味ではなくなる	17	34.7	4	17.4
持ち帰りの習慣が広く認められているようになればよい	8	16.3	—	—
持ち帰る際の注意点の説明書が普及しているようになればよい	11	22.4	—	—
食べ物を捨てるのはもったいない	—	—	4	17.4
容器や袋の購入コストが懸念される	—	—	1	4.3
計	127	—	50	—



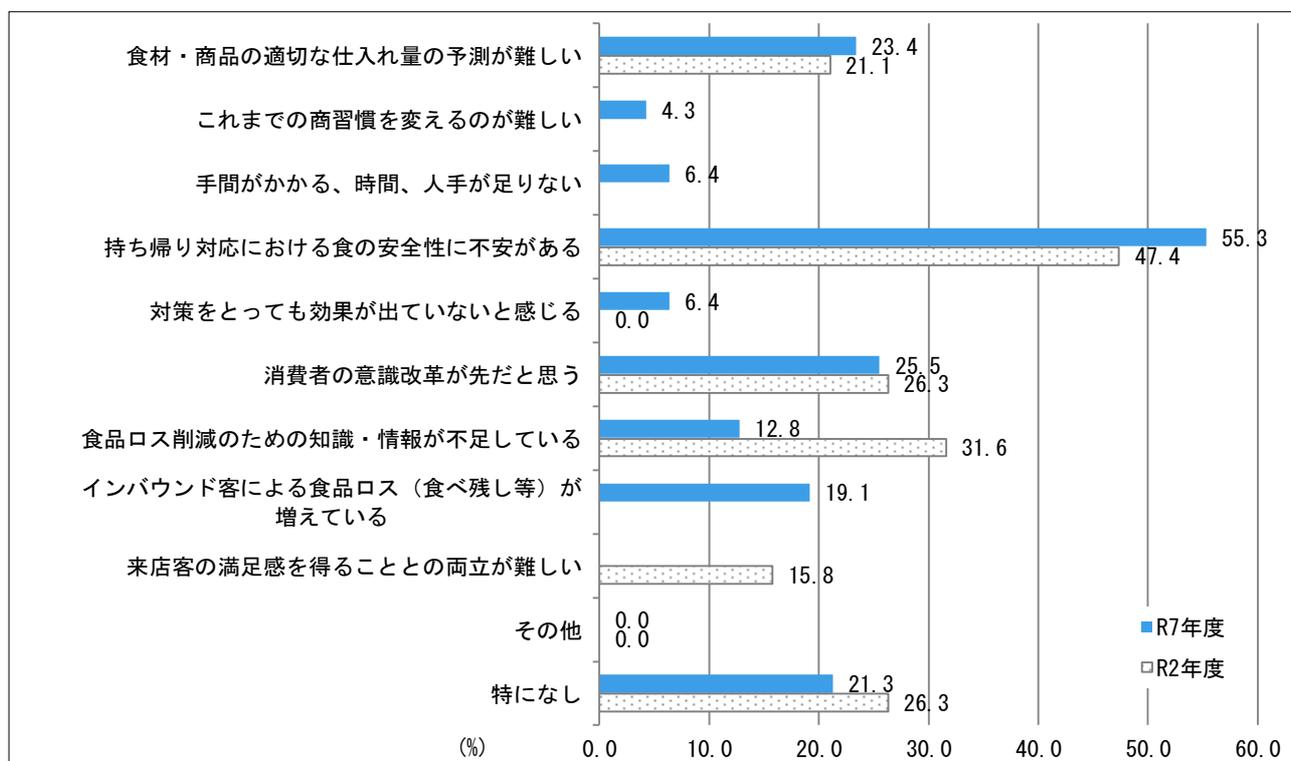
・令和7年度、令和2年度のいずれも「食中毒など衛生上の不安を感じる」が最も多い。

問 24 食品ロス削減のために取り組むにあたり、困りごとはありますか。(複数回答可)

R7 年度 回答数 47 件 (未回答 6 件)

R2 年度 回答数 19 件 (未回答 8 件)

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
食材・商品の適切な仕入れ量の予測が難しい	11	23.4	4	21.1
これまでの商習慣を変えるのが難しい	2	4.3	—	—
手間がかかる、時間、人手が足りない	3	6.4	—	—
持ち帰り対応における食の安全性に不安がある	26	55.3	9	47.4
対策をとっても効果が出ていないと感じる	3	6.4	0	0.0
消費者の意識改革が先だと思う	12	25.5	5	26.3
食品ロス削減のための知識・情報が不足している	6	12.8	6	31.6
インバウンド客による食品ロス(食べ残し等)が増えている	9	19.1	—	—
来店客の満足感を得ることとの両立が難しい	—	—	3	15.8
その他	0	0.0	0	0.0
特になし	10	21.3	5	26.3
計	82	—	32	—



- ・令和7年度、令和2年度のいずれも「持ち帰り対応における食の安全性に不安がある」が最も多く、次いで令和7年度は「消費者の意識改革が先だと思う」、令和2年度は「食品ロス削減のための知識・情報が不足している」が多い。

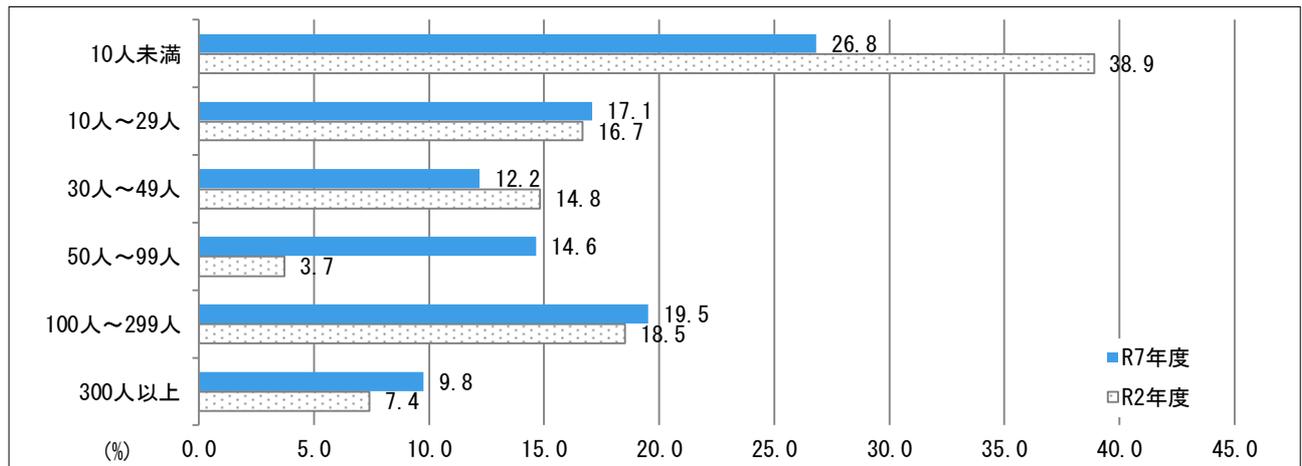
③ 製造・小売・卸売業

問 15 貴事業所の従業員数（パート・アルバイト含む）をお答えください。

R7年度 回答数 41件

R2年度 回答数 54件

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
10人未満	11	26.8	21	38.9
10人～29人	7	17.1	9	16.7
30人～49人	5	12.2	8	14.8
50人～99人	6	14.6	2	3.7
100人～299人	8	19.5	10	18.5
300人以上	4	9.8	4	7.4
計	41	100.0	54	100.0



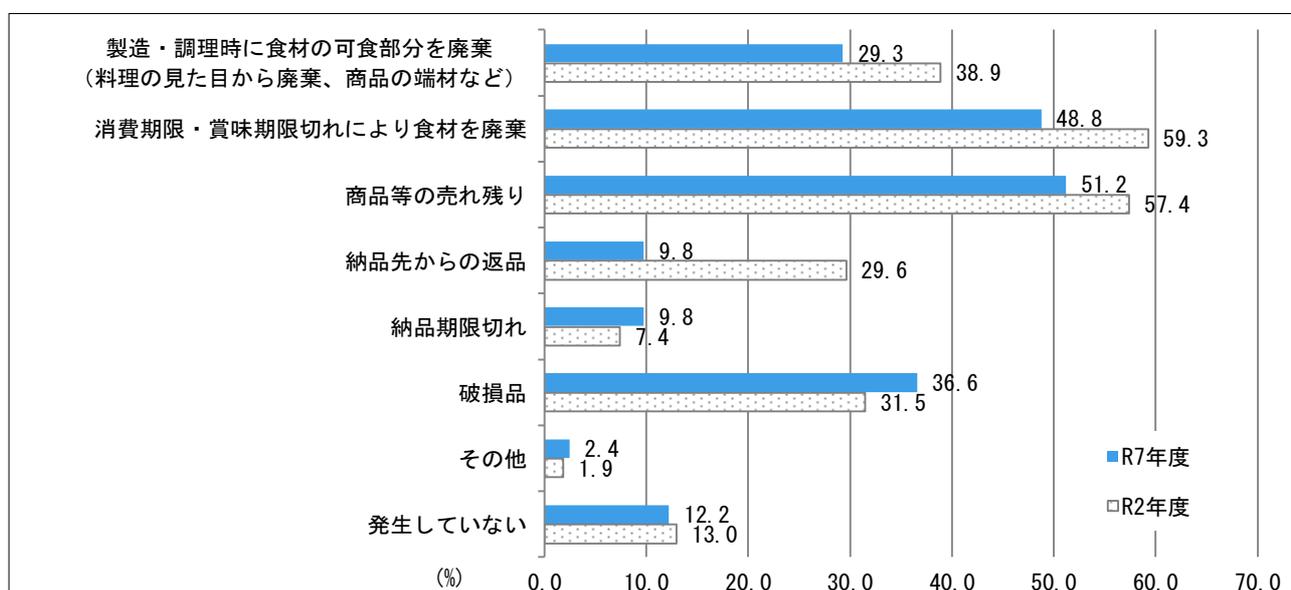
・令和7年度、令和2年度のいずれも「10人未満」が最も多い。

問 18 貴事業所ではどのような食品ロスが発生していますか。(複数回答可)

R7 年度 回答数 41 件

R2 年度 回答数 54 件

回答	R7 年度		R2 年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
製造・調理時に食材の可食部分を廃棄 (料理の見た目から廃棄、商品の端材など)	12	29.3	21	38.9
消費期限・賞味期限切れにより食材を廃棄	20	48.8	32	59.3
商品等の売れ残り	21	51.2	31	57.4
納品先からの返品	4	9.8	16	29.6
納品期限切れ	4	9.8	4	7.4
破損品	15	36.6	17	31.5
その他	1	2.4	1	1.9
発生していない	5	12.2	7	13.0
計	82	—	129	—
【その他のご回答 (R7)】 ・営業前である				



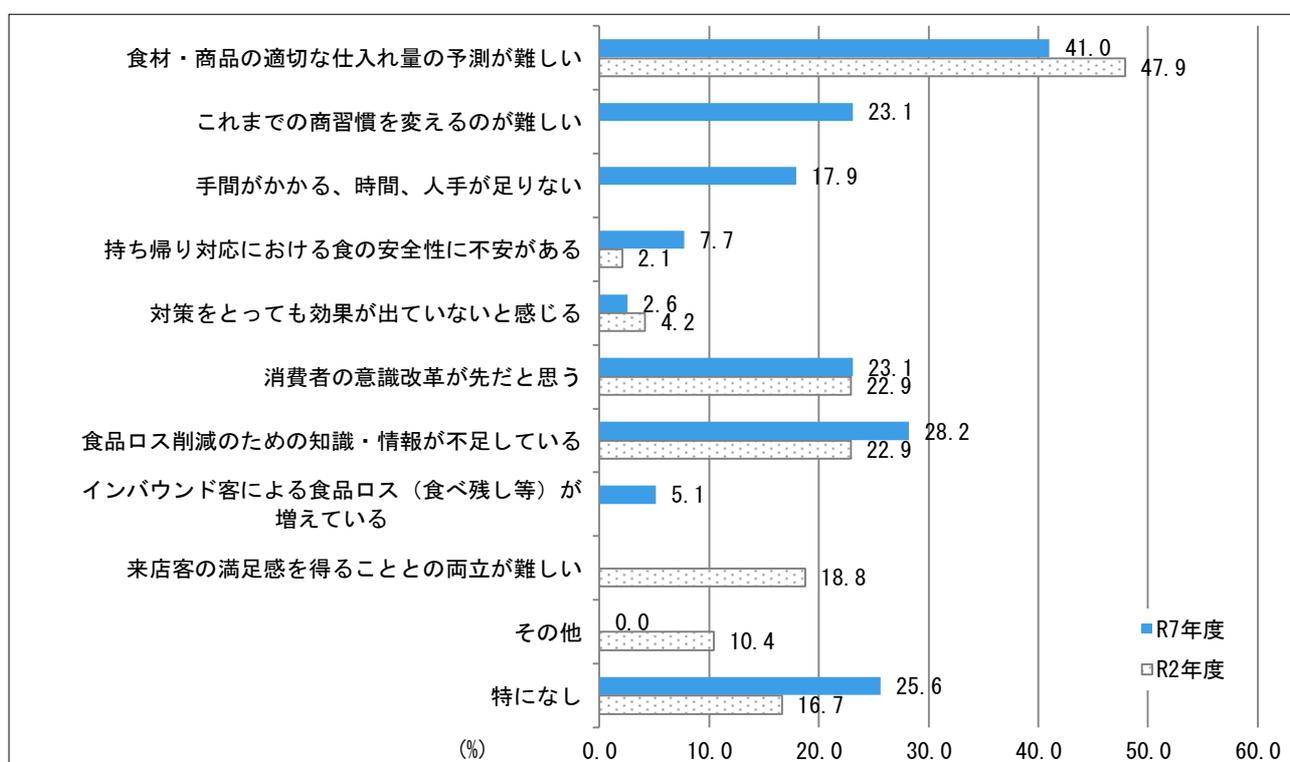
- ・令和7年度、令和2年度のいずれも「消費期限・賞味期限切れによる食材の廃棄」、「商品等の売れ残り」が多い。
- ・「納品先からの返品」は、令和2年度から令和7年度に減少した。

問 24 食品ロス削減のために取り組むにあたり、困りごとはありますか。(複数回答可)

R7年度 回答数 39件 (未回答2件)

R2年度 回答数 48件 (未回答6件)

回答	R7年度		R2年度	
	回答数 (件)	割合 (%)	回答数 (件)	割合 (%)
食材・商品の適切な仕入れ量の予測が難しい	16	41.0	23	47.9
これまでの商習慣を変えるのが難しい	9	23.1	—	—
手間がかかる、時間、人手が足りない	7	17.9	—	—
持ち帰り対応における食の安全性に不安がある	3	7.7	1	2.1
対策をとっても効果が出ていないと感じる	1	2.6	2	4.2
消費者の意識改革が先だと思う	9	23.1	11	22.9
食品ロス削減のための知識・情報が不足している	11	28.2	11	22.9
インバウンド客による食品ロス(食べ残し等)が増えている	2	5.1	—	—
来店客の満足感を得ることとの両立が難しい	—	—	9	18.8
その他	0	0.0	5	10.4
特になし	10	25.6	8	16.7
計	68	—	70	—



・令和7年度、令和2年度のいずれも「食材・商品の適切な仕入れ量の予測が難しい」が最も多く、次いで「食品ロス削減のための知識・情報が不足している」、「消費者の意識改革が先だと思う」が多い。