資料１

■食品ロス削減に関するアンケート結果について

1　市民アンケート

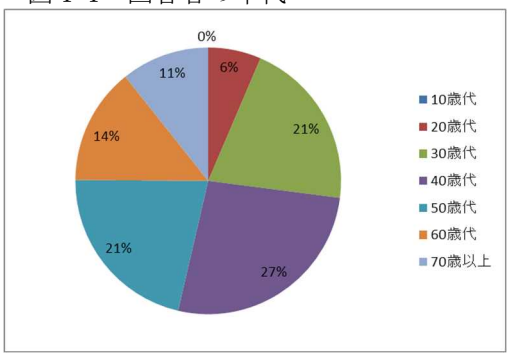
(1) アンケート概要

【実施期間】令和２年６月 19 日～令和２年７月３日

【回答者数】233 人（N＝250）

内訳	人数	%
10歳代	0	0.0
20歳代	15	6.4
30歳代	48	20.6
40歳代	62	26.6
50歳代	50	21.5
60歳代	33	14.2
70歳以上	25	10.7
計	233	100.0

図 1-1　回答者の年代



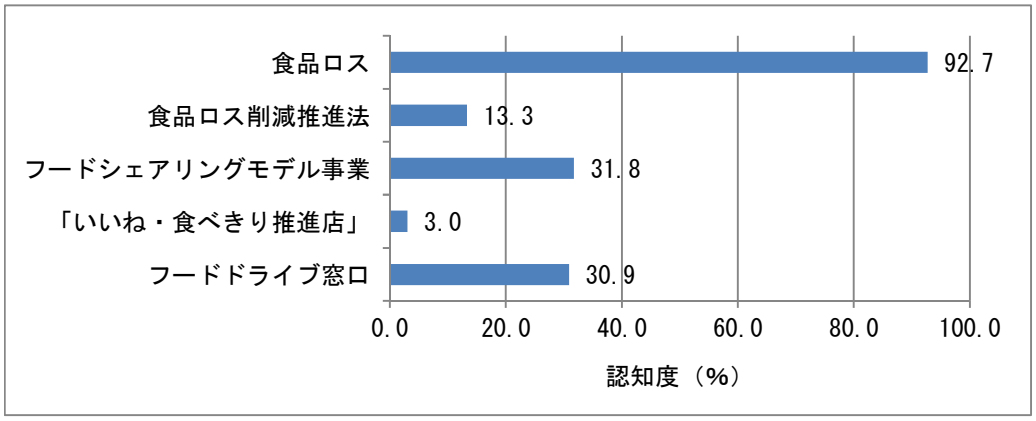
(2) アンケート結果

【認知度について】

食品ロス事業に関する語句についての認知度を調査したところ、「食品ロス」という言葉の意味及び食品ロスが問題となっていることについて知っていると回答した人が 92.7%であった。

一方で、食品ロス問題に対する法律や事業の認知度は、低いという結果であった。

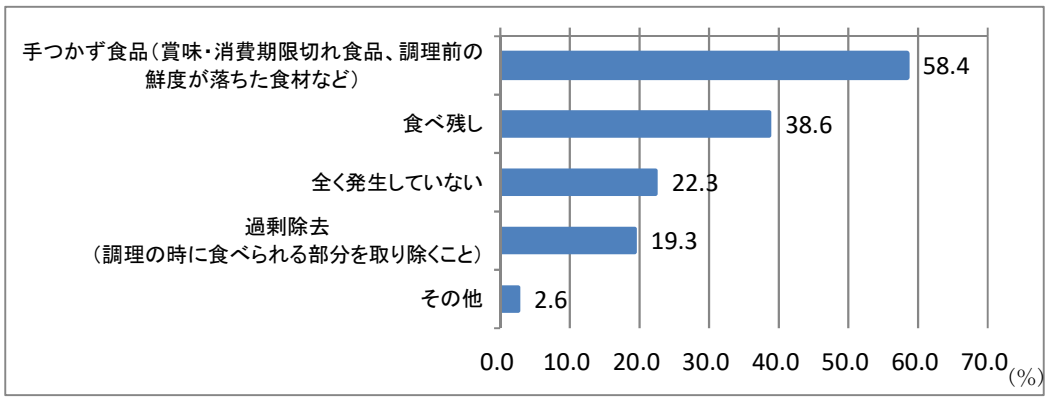
図 1-2　食品ロスに関する認知度



【家庭の食品ロス】

家庭から発生している食品ロスは賞味・消費期限切れ等による「手つかず食品」と回答した人が最も多く 58.4%だった。

図 1-3　家庭から発生する食品ロス（複数回答）



【食品ロス削減のための取組】

家庭で食品ロスを減らす取組について聞いたところ、取組をしていると回答した人は 85.4%であった。（「いつもしている」45.5%＋「時々している」39.9%）

各家庭での食品ロスを減らす取り組みとして、「買い物に行く前に冷蔵庫・食品庫等の在庫確認をしている」が最も多く 61.8%、「賞味期限を過ぎても直ぐに捨てるのではなく、自分で食べられるか判断する」は 56.2%であった。

図 1-4　家庭での食品ロスを減らす取組

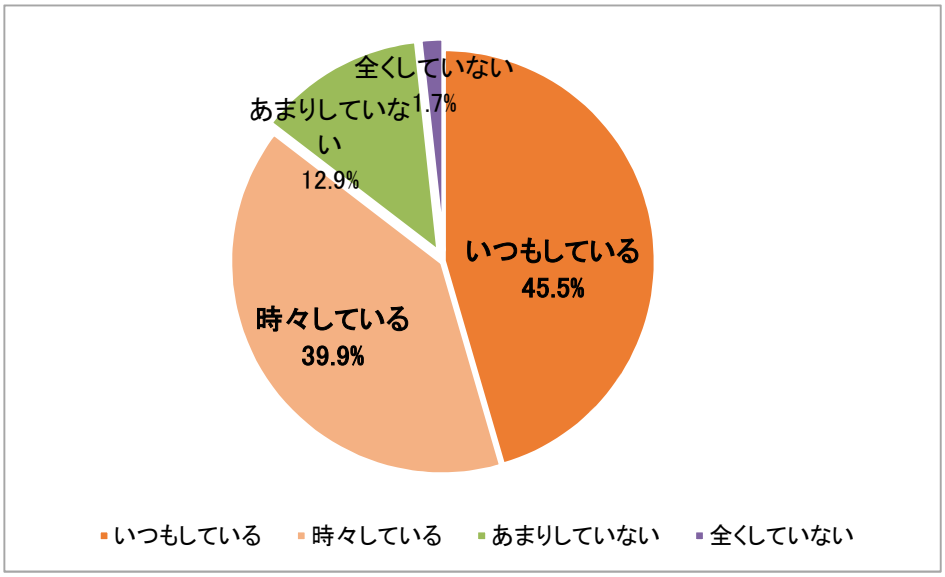
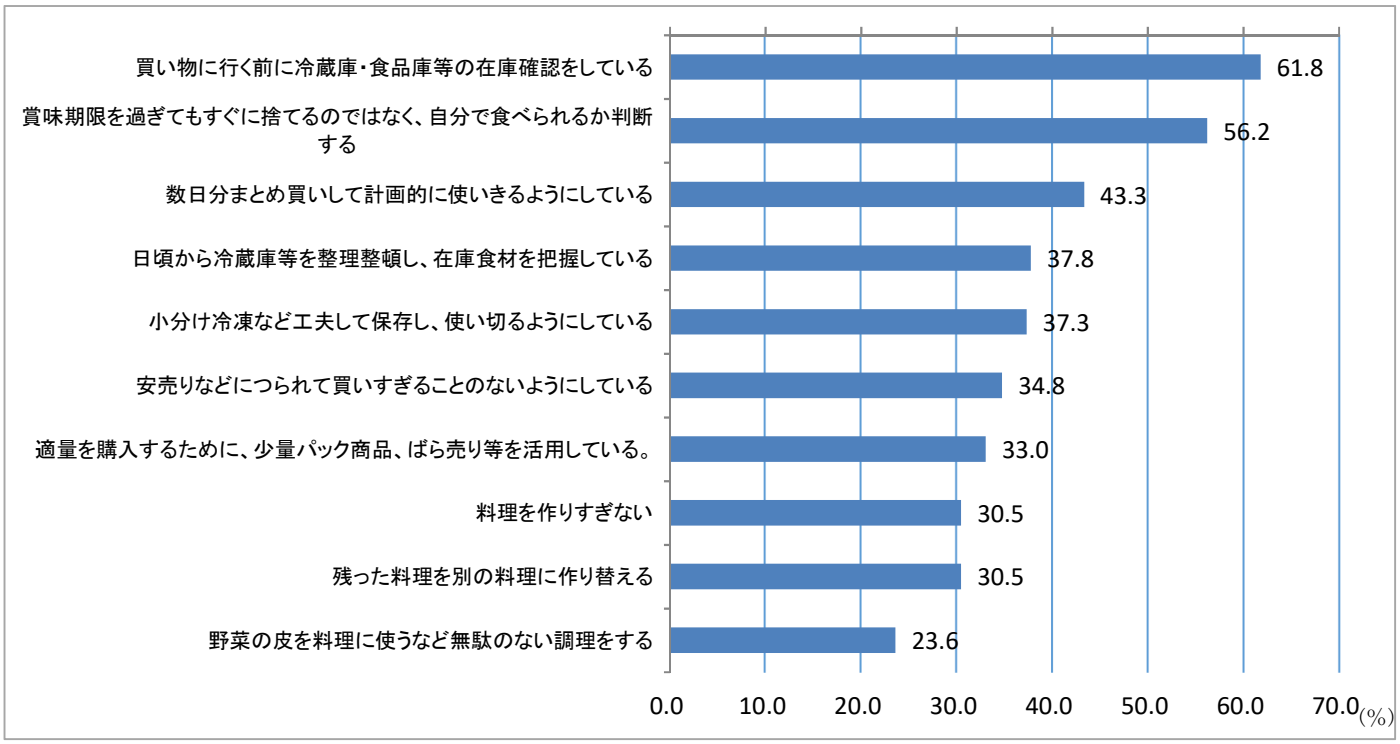


図 1-5　家庭での食品ロスを減らす取組（複数回答）



【持ち帰り対応について】

外食時に食べきれなかった料理を持ち帰ることについては、90%が賛成している。

また、料理を持ち帰ることについての意見としては、「残すのはもったいない」「食品ロスの削減にもなり環境によい」と回答する人が多い一方で、「生ものや半生など持ち帰りは避けるべきだ」(45.5%)、「食中毒など衛生上の不安を感じる」(37.8%) というように、衛生面に不安を感じると考えている人もみられた。

図 1-6　持ち帰り対応について

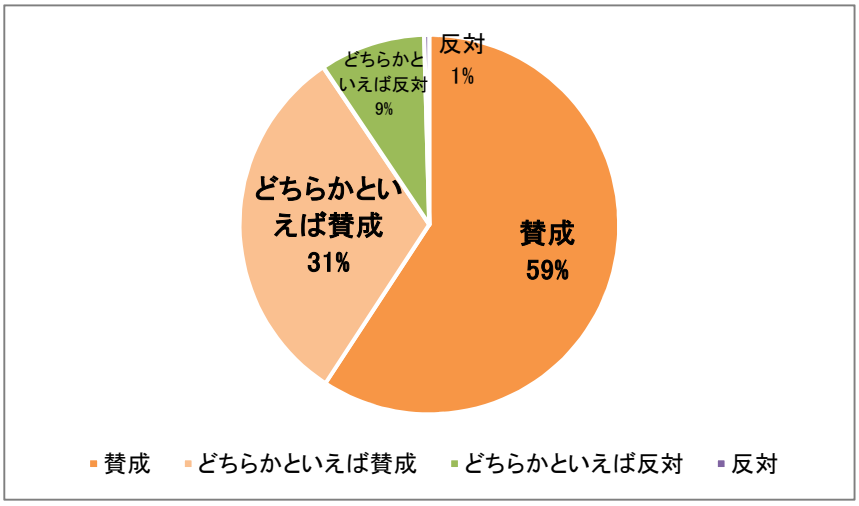
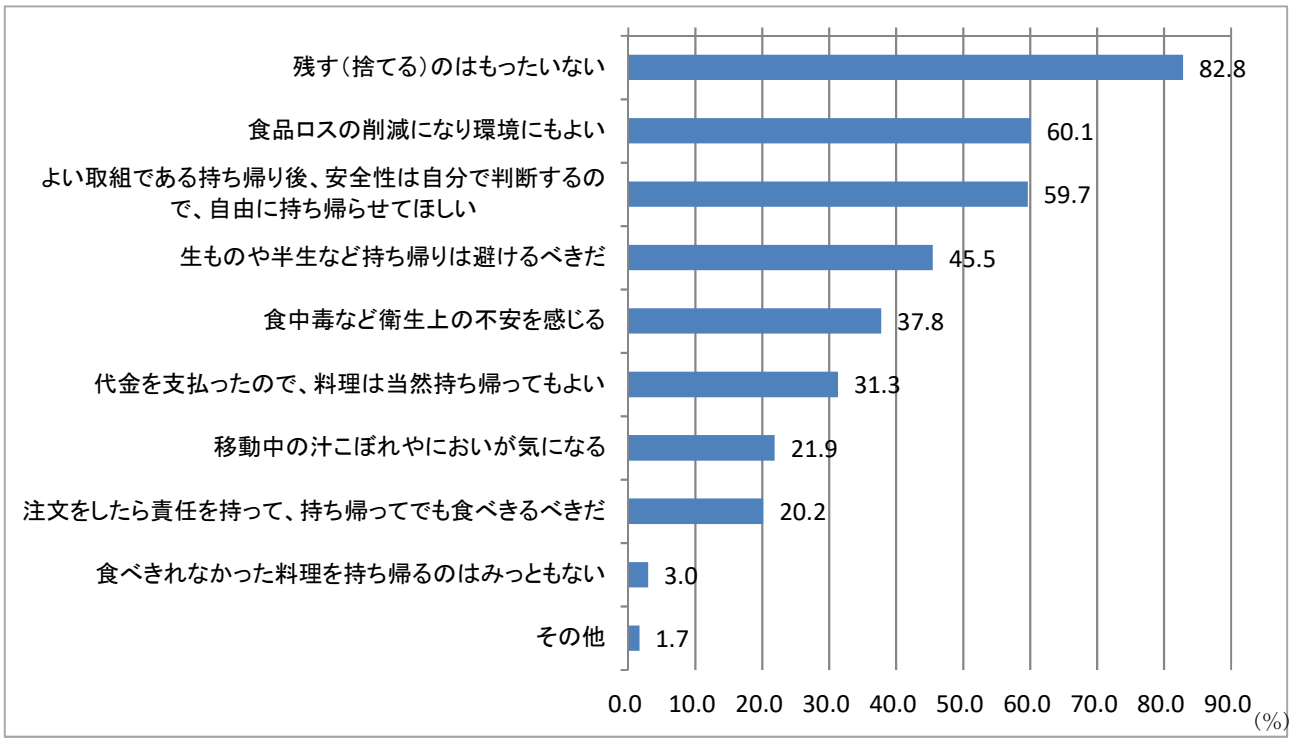


図 1-7　持ち帰りに対する考え（複数回答）



（その他の主な回答）

・安全性は自分で判断し、お店の責任には絶対にしない！というのでないと、お店側は持って帰ってほしくない場合もあると思う

・持ち帰った場合の安全性・自己責任を市がはっきり認識させるべき

・料理によって、持ち帰りができるものとできないものがある

・注文したら残さないように食べきる

【フードバンク活動・フードドライブ活動について】

「フードバンク」について 54.9%、「フードドライブ」について 37.3%の人が「言葉も内容も知っていた」と回答した。言葉又は内容のどちらかを知っている人を合わせると、フードバンクで 74.2%、フードドライブで 59.2%の認知度であった。

市で行っているフードドライブ窓口の利用について聞いたところ、「余った食品がないため持ち込むことはない」と回答した人が 36.5%と多い一方、「持ちこみたいが窓口までいくのが困難又は面倒に感じる」との回答も 29.6%あった。

図 1-8　フードバンクについて

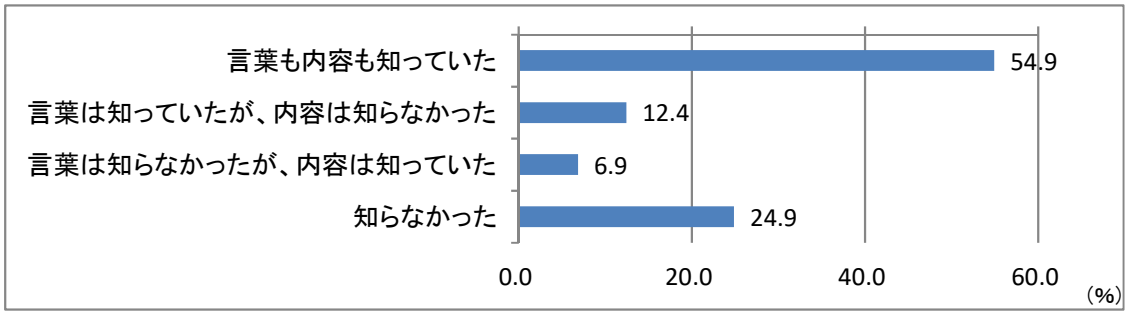


図 1-9　フードドライブについて

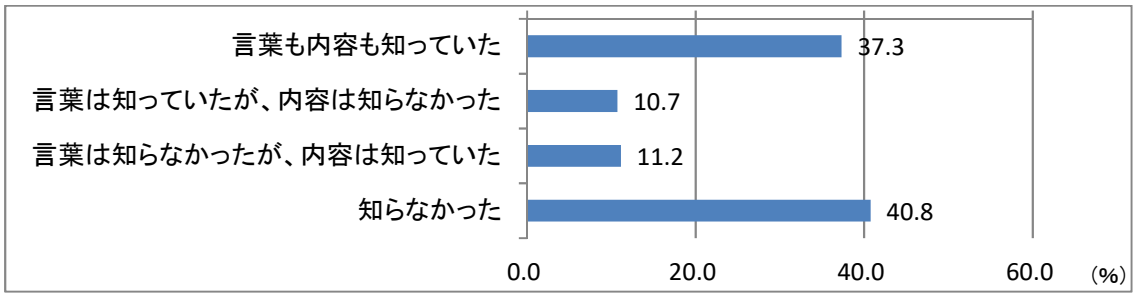
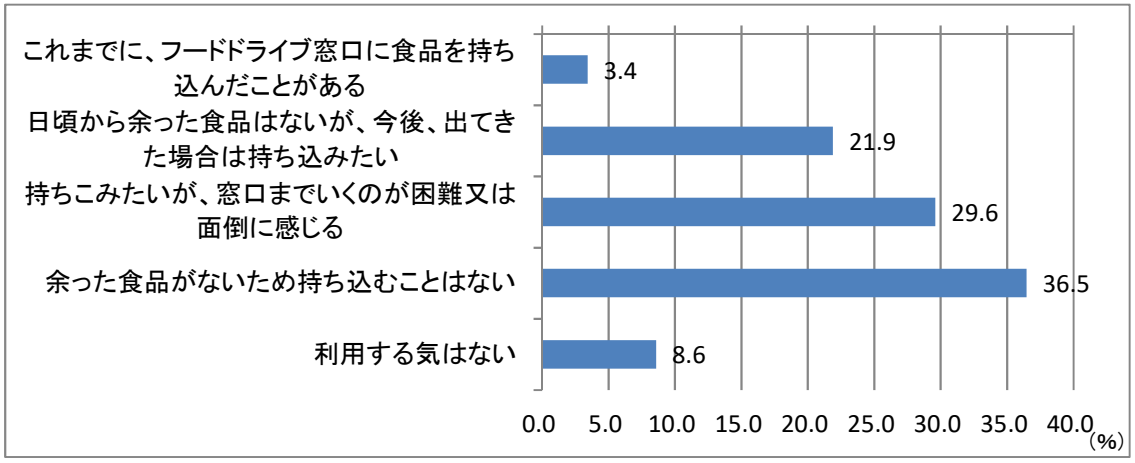


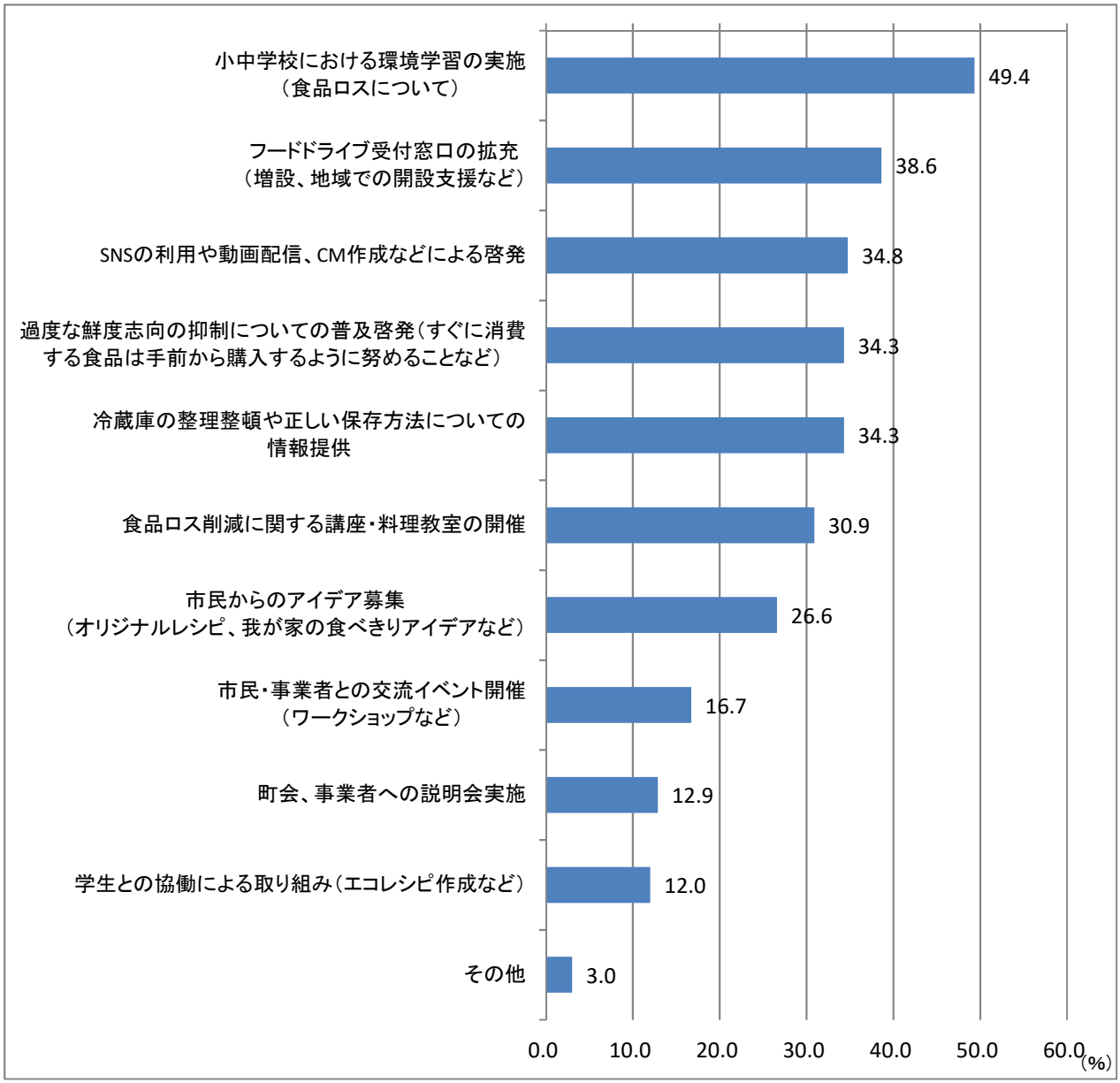
図 1-10　フードドライブ受付窓口の利用について



【施策の方向性】

食品ロス削減に向けて、市で実施した方がよい取組について聞いたところ、「小中学校における環境学習の実施（食品ロスについて）」が最も多く 49.4%、「フードドライブ受付窓口の拡充（増設、地域での開設支援など）」は 38.6%、次いで「SNS の利用や動画配信、CM 作成などによる啓発」「過度な鮮度志向の抑制についての普及啓発（すぐに消費する食品は手前から購入するように努めることなど）」「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」は約 34%という結果であった。

図 1-11　市が実施した方がよいと思う取組（複数回答）



（その他の主な回答）

・幼稚園保育所における環境学習の実施

・スーパーへの働きかけ

・ものがあふれる時代の中で「もったいない」という言葉が忘れられているように思うので一人一人の気づきとなるような呼びかけや啓蒙

・料理店に持ち帰りをできるように勧める

・フードドライブのポイント交換、食品の消費期限の周知

２　事業者アンケート

(1) アンケート概要

【実施期間】　令和２年７月

【対象事業者／回答数（回答率、Ｎ値）】

①飲食・宿泊業／71 事業者（29.0%、Ｎ＝245）

（内訳）いいね・食べきり推進店　44 事業者（64.7%、Ｎ＝68）

推進店以外　27 事業者（15.3%、Ｎ＝177）

②製造・小売業／54 事業者（43.5%、Ｎ＝124）

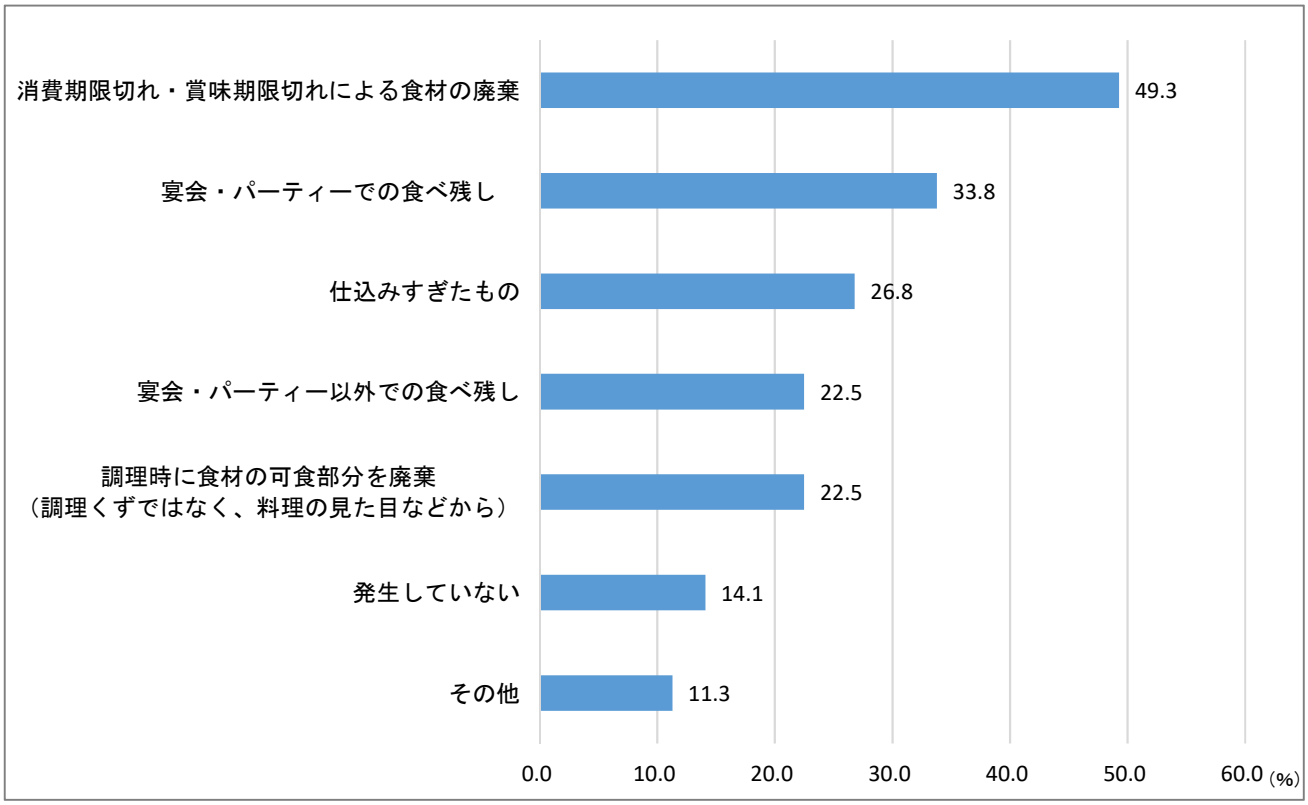
(2) アンケート結果

①飲食・宿泊業

【事業者（飲食・宿泊業）の食品ロス】

飲食・宿泊業から発生している食品ロスは、「消費期限切れ賞味期限切れによる食材の廃棄」と回答した事業者が最も多く（49.3%）、次に「宴会・パーティーでの食べ残し」（33.8%）が多かった。

図 2-1-1　事業者（飲食・宿泊業）から発生する食品ロス（複数回答）



（その他の主な回答）

・解凍して使い切れなかったもの（変色等）

・朝食時、カフェテリア方式での残り

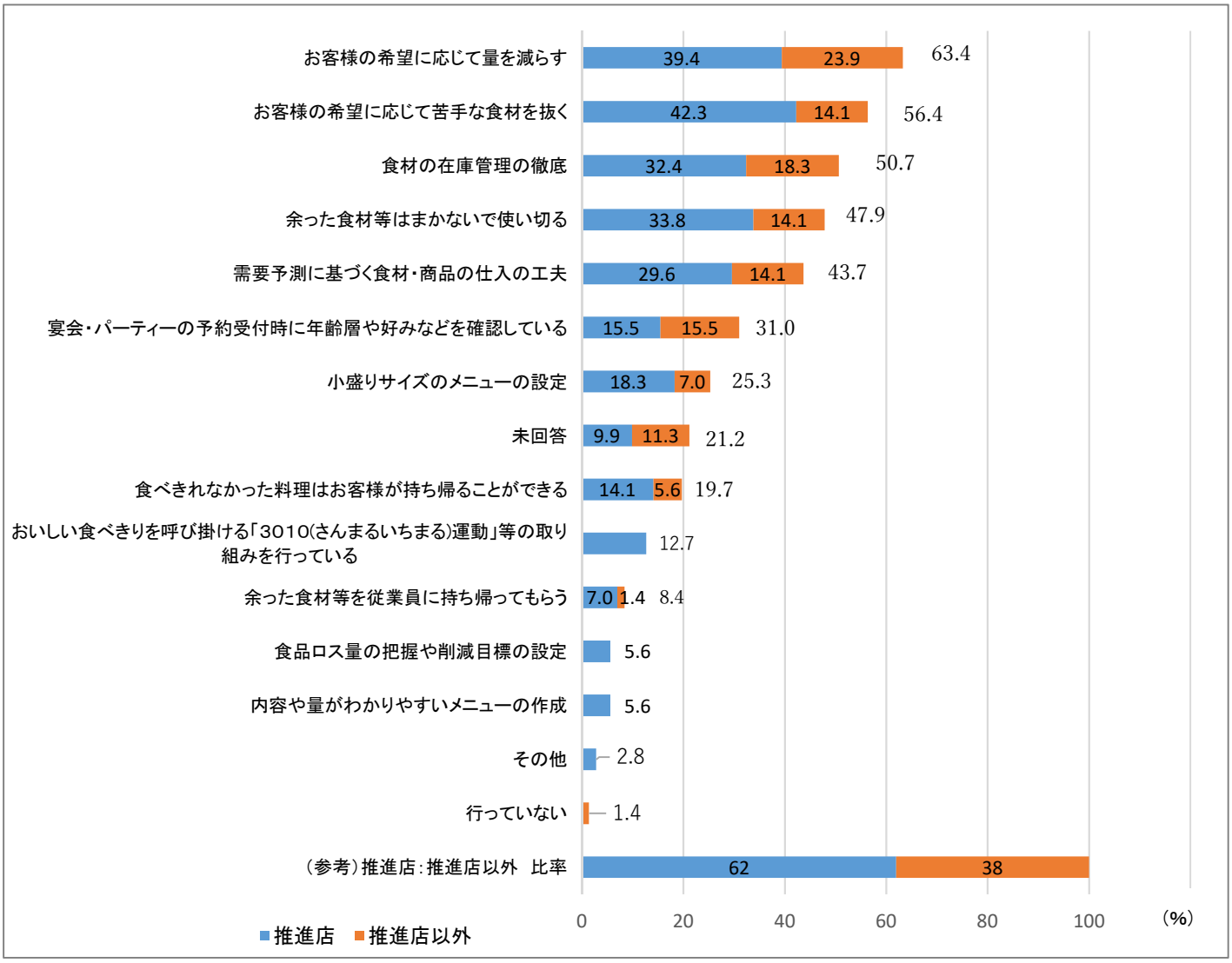
・1日販売での売れ残り

・お食事での食べ残し　そえもののパセリ、ごはん一口など

【食品ロス削減のための取組（飲食・宿泊業）】

食品ロスを減らすための取組について聞いたところ、「お客様の希望に応じて量を減らす」ことに取り組む事業者の割合が 63.4%と最も多く、次に「お客様の希望に応じて苦手な食材を抜く」が 56.4%であった。また、いいね・食べきり推進店に登録している事業所は、登録されていない事業所（以下、「推進店以外」という。）より、取組項目が多い結果であった。

図 2-1-2　事業者（飲食・宿泊業）での食品ロスを減らす取組（食べきり推進店・推進店以外別／複数回答）

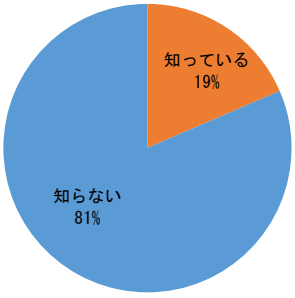


（その他の主なご回答）
・お客様が量を選べるシステム
・外国人の対応。宗教による対応をできる限り。

【「いいね・食べきり推進店」登録制度の認知度について】

推進店以外の事業者に、「いいね・食べきり推進店」登録制度について知っているか聞いたところ、81%の事業者が「知らない」と回答した。

図 2-1-3　いいね・食べきり推進店登録制度の認知度

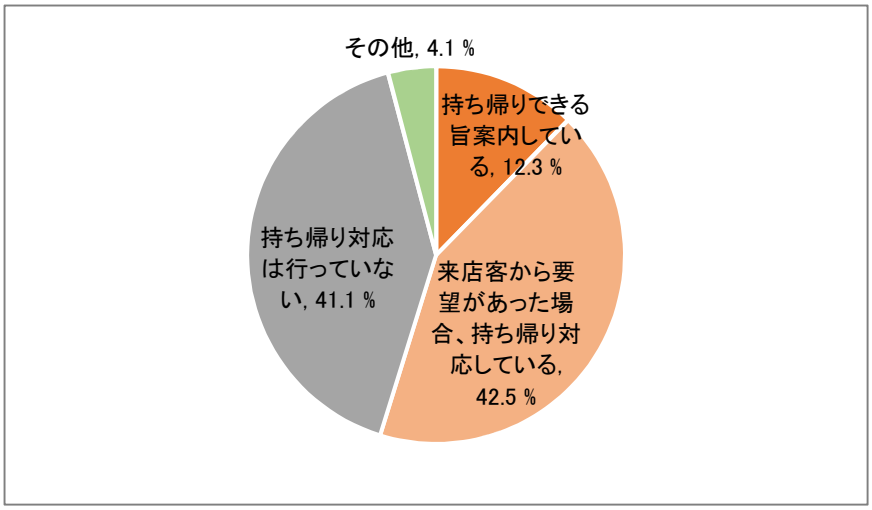


【持ち帰り対応について】

飲食・宿泊業で持ち帰りに対応している事業者は 54.8%であった。

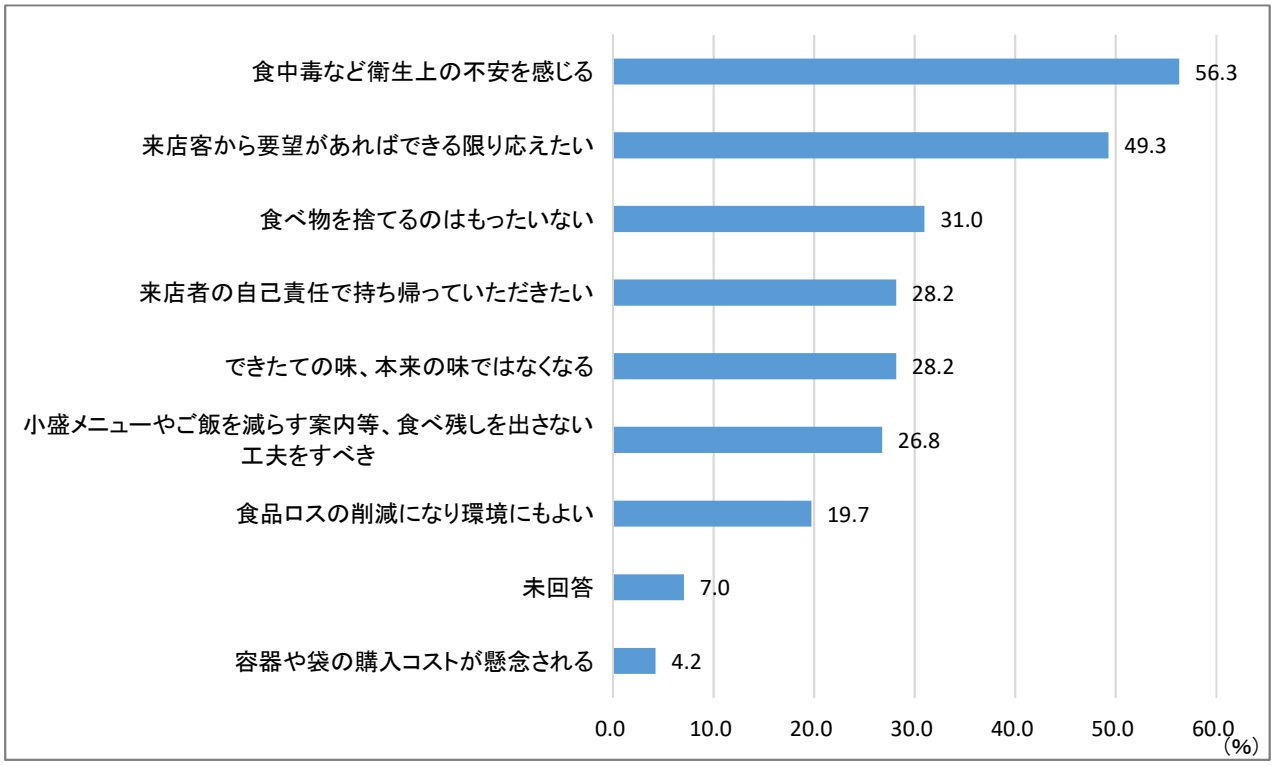
(「持ち帰りできる旨案内している」12.3%+「来店客から要望があった場合、持ち帰り対応している」42.5%)

図 2-1-4 持ち帰りへの対応



持ち帰り対応についての事業所の意見としては、「食中毒などの衛生上の不安を感じる」という回答が最も多く(56.3%)、「来店客から要望があればできる限り応えたい」という回答も多く見られた。(49.3%)

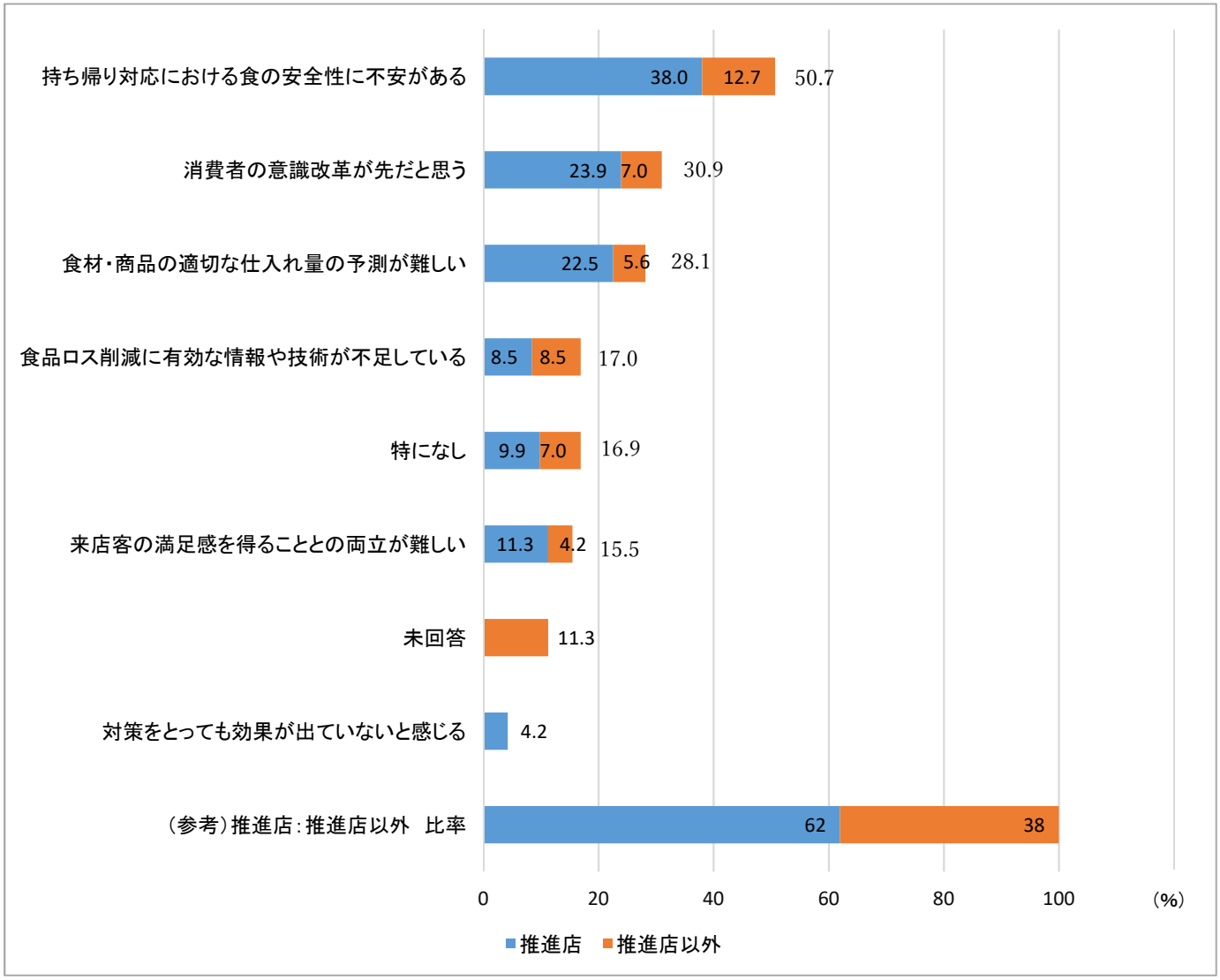
図 2-1-5 持ち帰り対応に対する意見



【食品ロス削減への取組に対する意見（飲食・宿泊業）】

食品ロス削減に取り組むにあたり、困りごとはあるか聞いたところ、「持ち帰り対応における食の安全性に不安がある」と回答した事業者の割合が 50.7%と最も多く、次に「消費者の意識改革が先だと思う」が 30.9%であった。

図 2-1-6　事業者（飲食・宿泊業）の食品ロスを減らす取組に対する困りごと
（食べきり推進店・推進店以外別／複数回答）

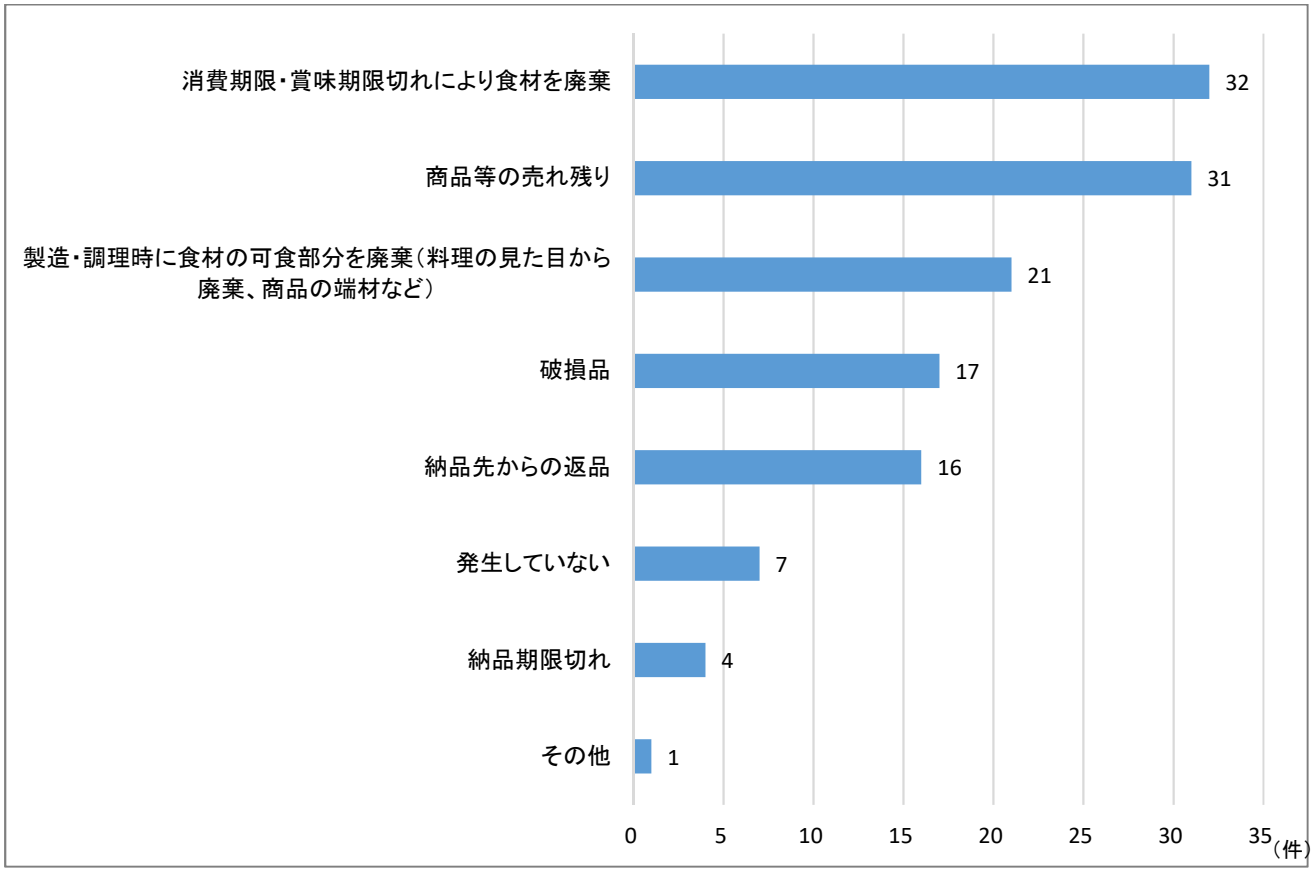


②製造・小売業

【事業所（製造・小売業）の食品ロス】

製造・小売業から発生している食品ロスは、「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」と回答した事業所が多かった。

図 2-2-1　事業所（製造・小売業）から発生する食品ロス（複数回答）



（その他の回答）

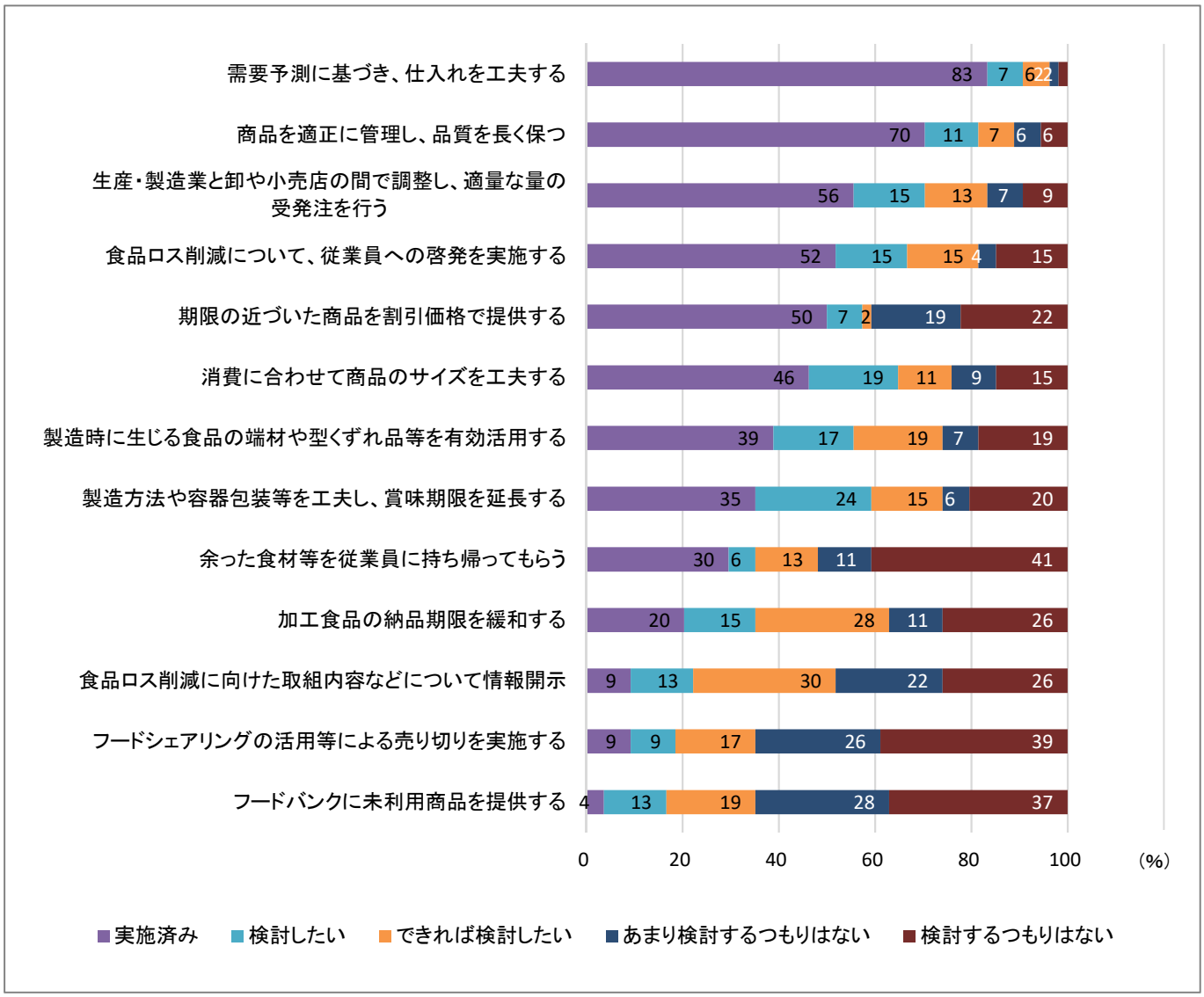
・ソフトクリーム原料

【食品ロス削減のための取組（製造・小売業）】

食品ロスを減らすための取組は、「需要予測に基づく仕入れの工夫」「商品を適正に管理し、品質を長く保つ」を実施する事業所が多かった。

今後どの程度検討できるかを聞いたところ、「検討したい」・「できれば検討したい」の割合が多い取組は「納品期限の緩和」「取組内容の情報開示」「賞味期限延長の工夫」「製造時の端材等の有効活用」「消費に合わせた商品サイズの工夫」であった。

図 2-2-2　食品ロスを減らす取組の実施状況・今後の検討の割合



【食品ロス削減への取組に対する意見（製造・小売業）】

食品ロス削減に取り組むにあたり、困りごとはあるか聞いたところ、「食材・商品の適切な仕入れ量の予測が難しい」と回答した事業者の割合が 42.6%と最も多く、次に「消費者の意識改革が先だと思う」「食品ロス削減に有効な情報や技術が不足している」が 20.4%であった。

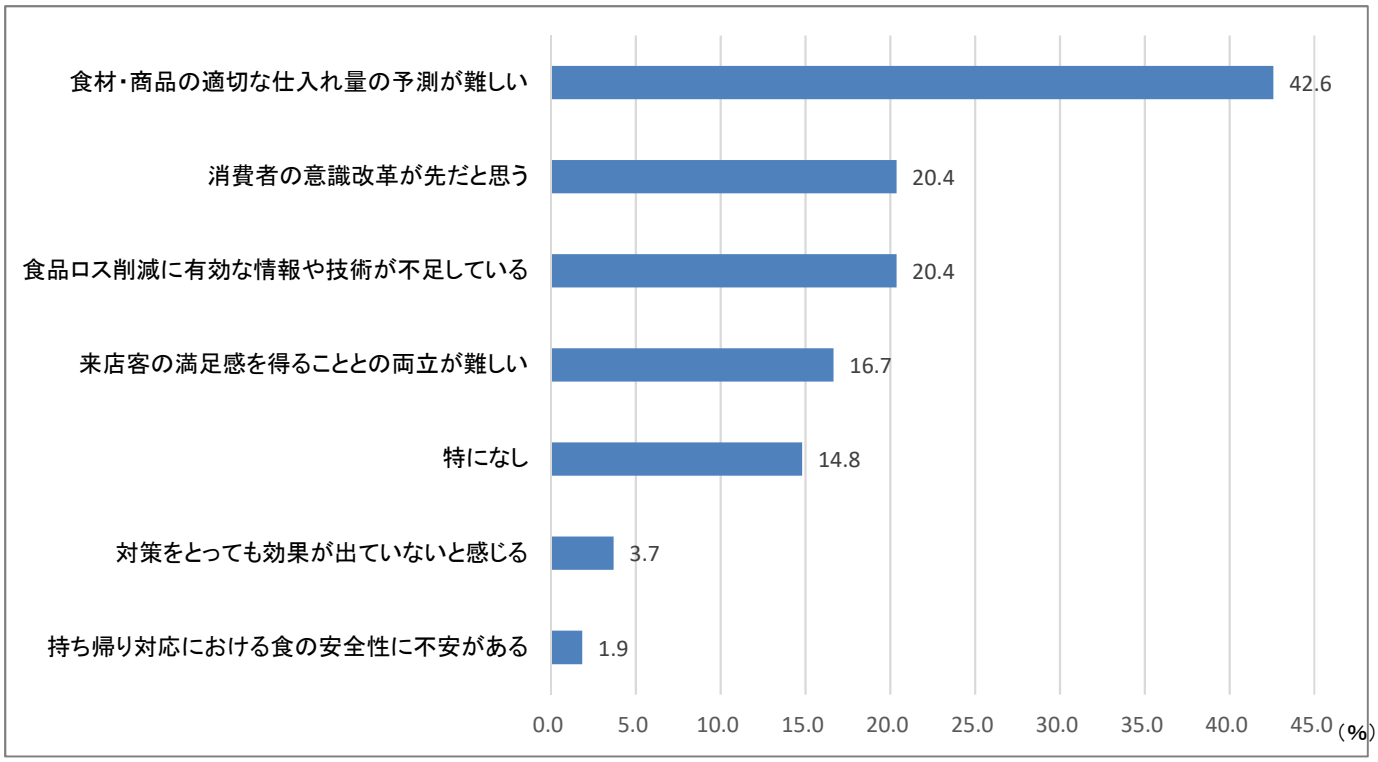



図 2-2-3　事業者（製造・小売業）の食品ロスを減らす取組に対するお困りごと（複数回答）