

全国の20~69歳の男女1000人に聞いた
「食品ロスに関する意識調査」
「食品ロス」について人々の意識を徹底調査！

**「食品ロス」について改善すべきだと思う方は
男性 86.8%、女性 92.2%で 8 割超え！**

総合マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回 2020 年 4 月 24 日（金）～2020 年 4 月 26 日（日）の 3 日間、20～69 歳の男女 1000 人を対象に「食品ロス」をテーマにしたインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査背景>

新型コロナウイルス感染拡大に伴う外出自粛を受けて、家庭でご飯を食べる機会が増え、以前よりも農産物を身近に感じる機会も増えたのではないのでしょうか。他方で、営業自粛や学校の休校等で「食品ロス」の問題が注目されました。食品ロスについては SDGs との関わりも深く、大手コンビニエンスストアをはじめ、「食品ロス」の削減を目的としたプロジェクトに取り組んでいる企業もあります。そこで今回は、全国の 20～69 歳の男女に対し、食品を無駄にしないためのあらゆる施策に対する人々の意識を聴取しました。ぜひ報道の一資料としてご活用ください。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用した WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：アイリサーチ登録モニターのうち、全国の 20～69 歳の男女を対象に実施
3. 有効回答数：1000 名
4. 調査実施日：2020 年 4 月 24 日（金）～2020 年 4 月 26 日（日）

◆「農業に関する意識調査」主な質問と回答

◆「食品ロス」についてどう思うか？：8割以上が改善すべきだと思っている！

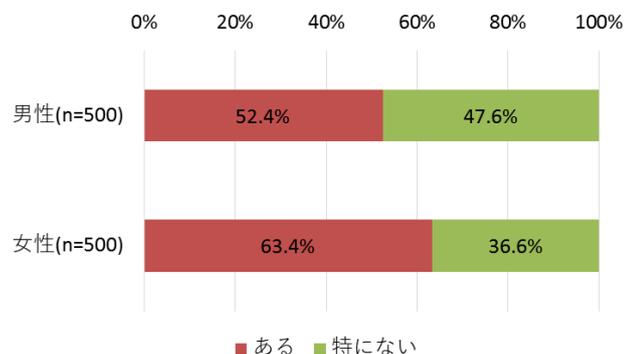
「改善すべきだと思う」「まあ改善すべきだと思う」と回答したのは男女ともに8割を超え、多くの人が「食品ロス」に対する改善の必要性を感じていることが分かった。

◆あなたの普段の行動は？：約5割の方はついつい買いすぎてしまうことがある！

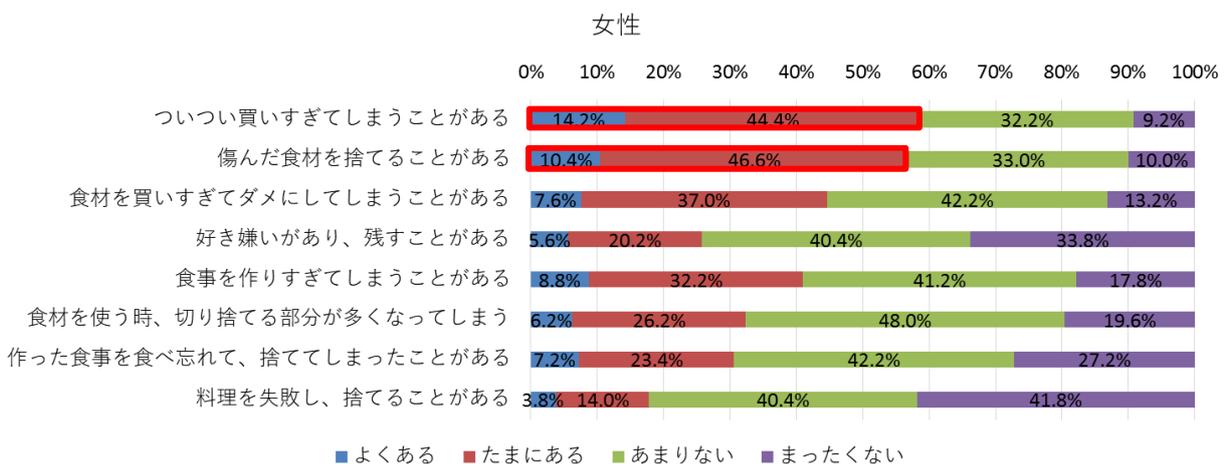
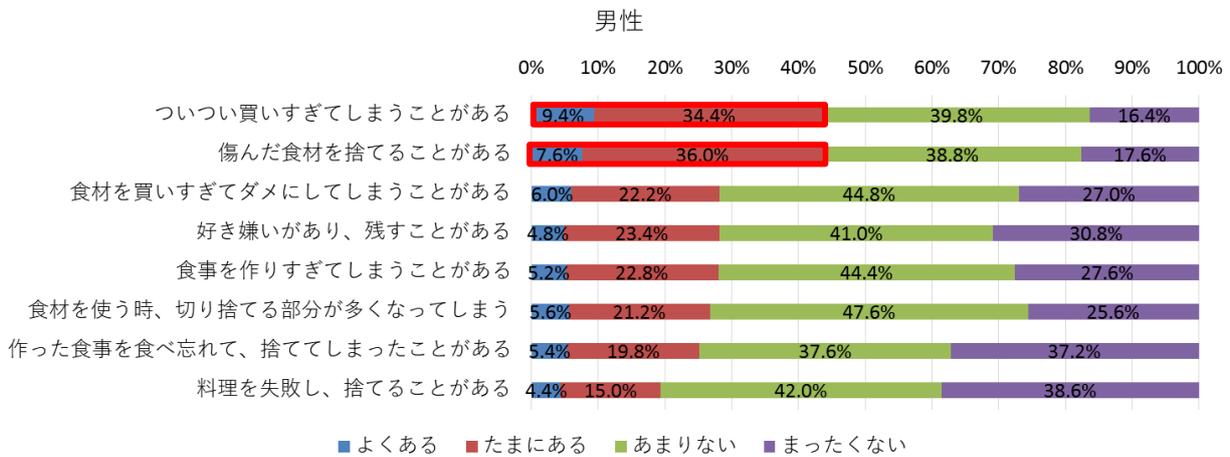
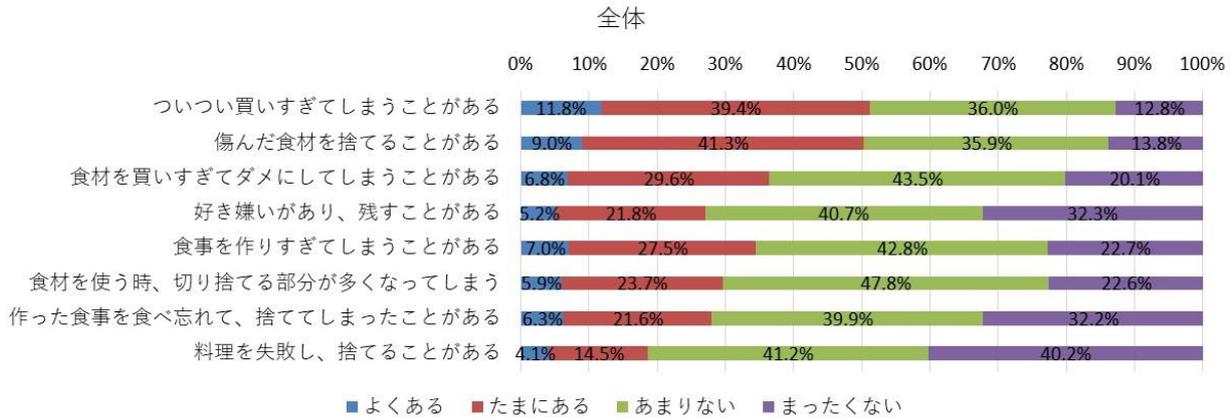
「ついつい買いすぎてしまう」ことが「よくある」「たまにある」方は男性 43.8%、女性 58.6%となり、買い物の際の意識改革が今以上に必要であろう。

◆あなたが「食品ロス」を防ぐために意識していることは？：半数以上はある！

「食品ロス」を防ぐためにしていることが「ある」と回答した方は男性 52.4%、女性 63.4%という結果となった。半数以上の方は意識して食品ロスを防ごうとしていることが分かったが、今後「食品ロス」の問題がより認知され、食品ロスを防ぐための意識的な行動がさらに増加することを願いたい。

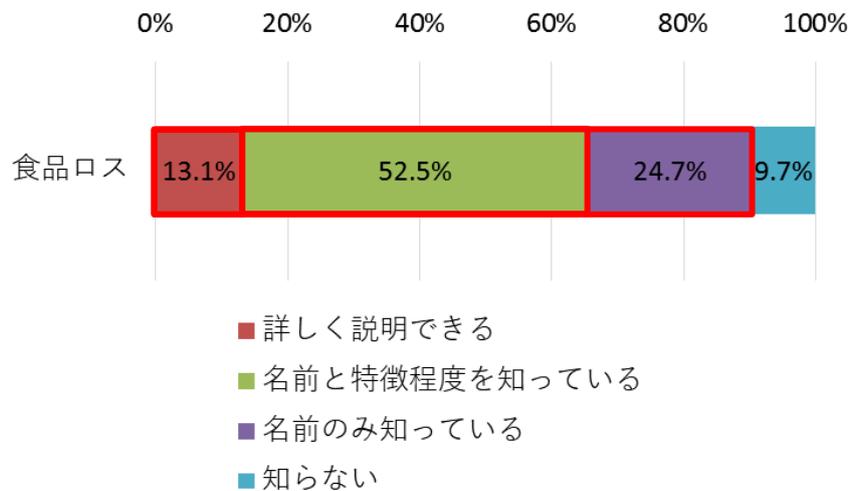


Q1. あなたの普段の行動について、あてはまるものをそれぞれお答えください。(単数回答)【n=1000】



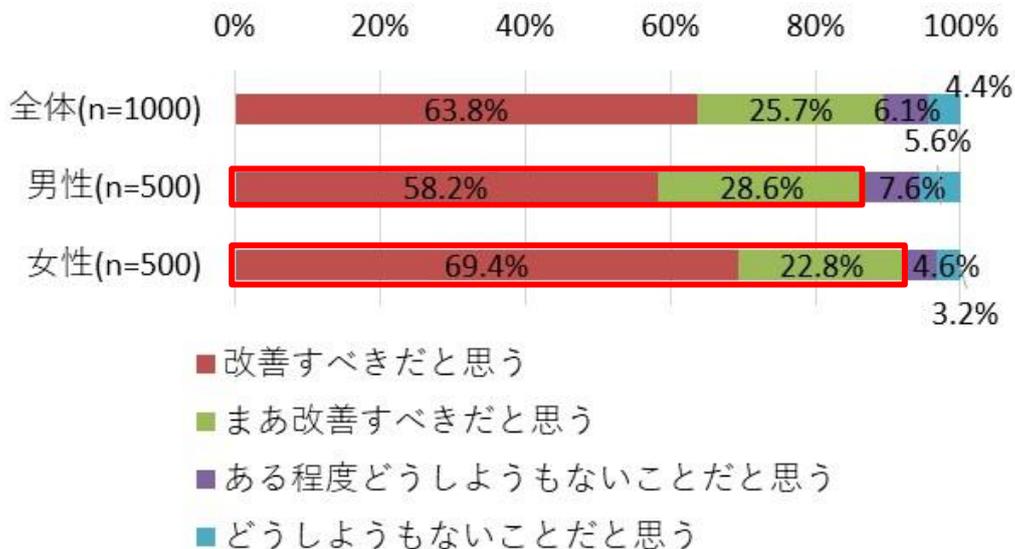
普段の行動についてあてはまるものをお聞きしました。全体では、「ついつい買いすぎてしまうことがある」「傷んだ食材を捨てることがある」について、「よくある」「たまにある」と回答した方が約半数を占めています。男女別でみると、「ついつい買いすぎてしまうことがある」について「よくある」「たまにある」と回答した方は男性43.8%、女性58.6%で最も多くなりました。次いで「傷んだ食材を捨てることがある」について「よくある」「たまにある」と回答した方は男性43.6%、女性57.0%という結果となりました。食材を買いすぎてしまった結果、使い切れなかった食材を捨てることが多いようです。

Q2. あなたは食品ロスについてどの程度ご存じですか。(単数回答)【n=1000】



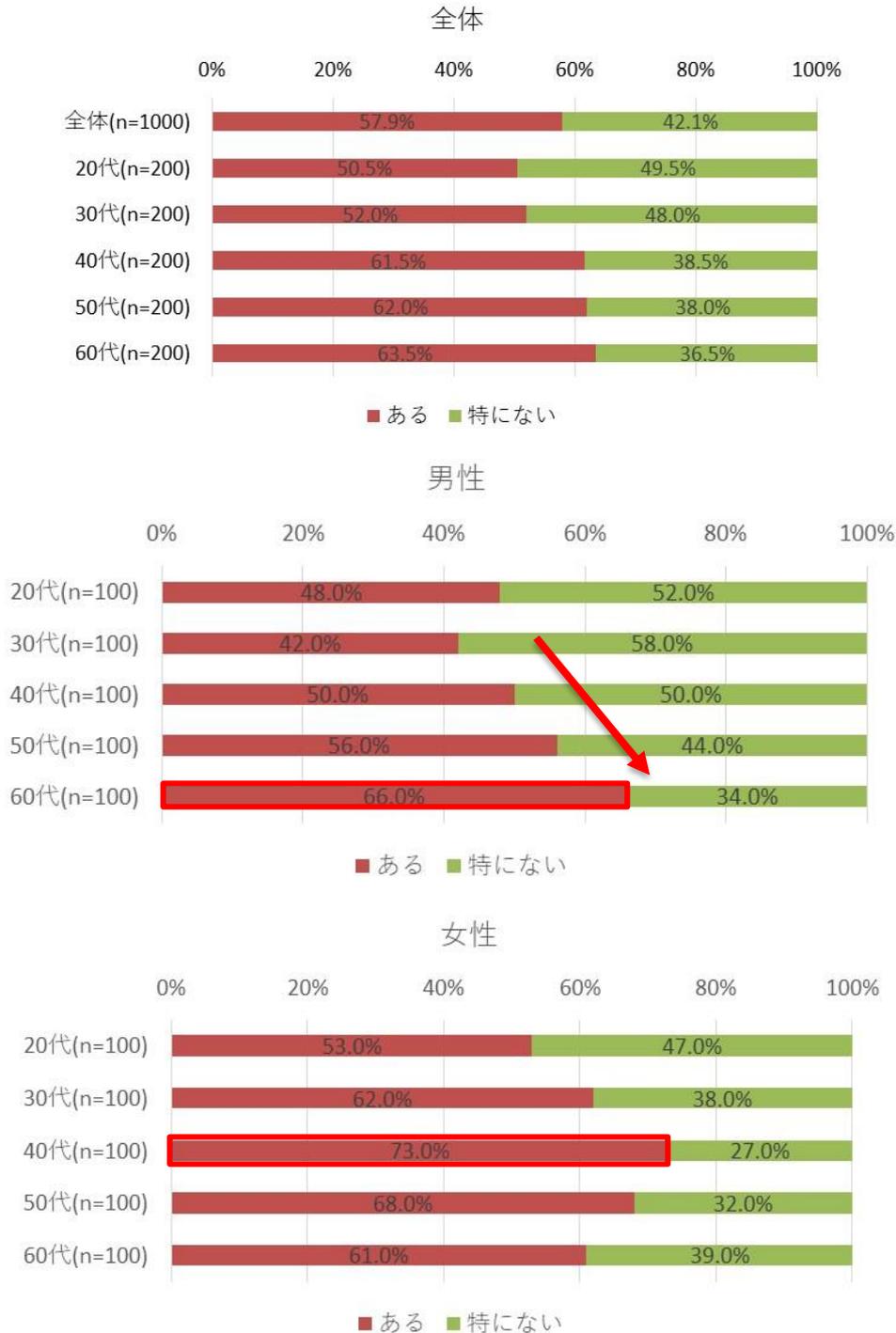
「食品ロス」について知っているかお聞きしたところ、食品ロスについて「詳しく説明できる」と回答した方は13.1%という結果となりました。食品ロスについて「名前と特徴程度を知っている」と回答した方は52.5%で最も多く、食品ロスについての名前の認知度は90.3%と高い結果となりました。「食品ロス」を改善していくには、人々のより詳しい理解が必要となるでしょう。

Q3. 食品ロスについて、あなたはどのように思いますか。(単数回答)【n=1000】



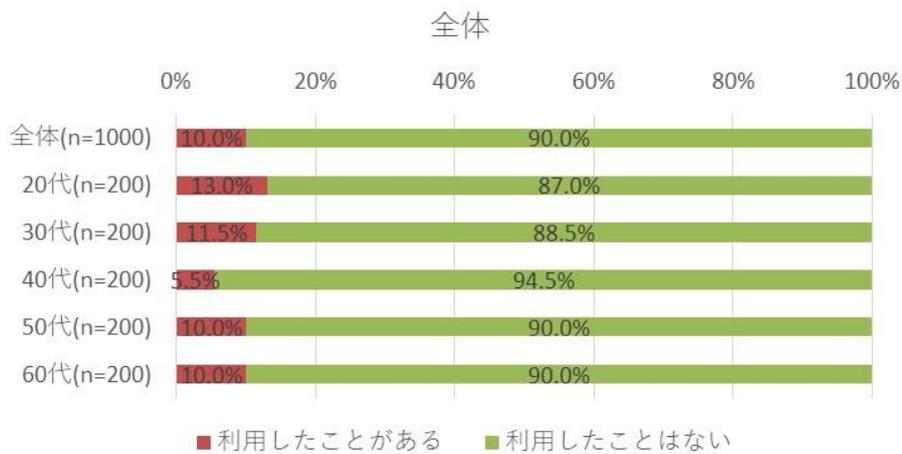
食品ロスについてどのように考えているかお聞きしたところ、「改善すべきだと思う」「まあ改善すべきだと思う」と回答した方は、全体で89.5%、男性は86.8%、女性は92.2%となりました。改善の必要性を感じている方が多いため、今後、よりいっそう改善されるための施策や取り組みが行われることを期待します。

Q4. あなたは食品ロスを防ぐために、意識していることはありますか。(単数回答)【n=1000】

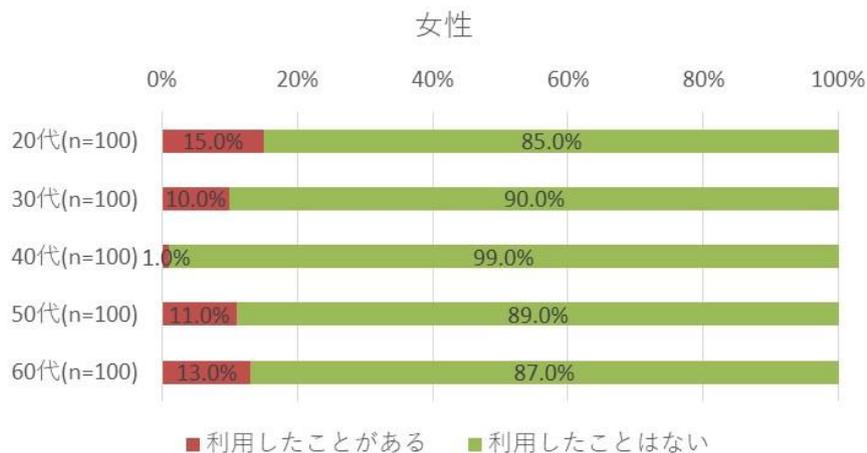
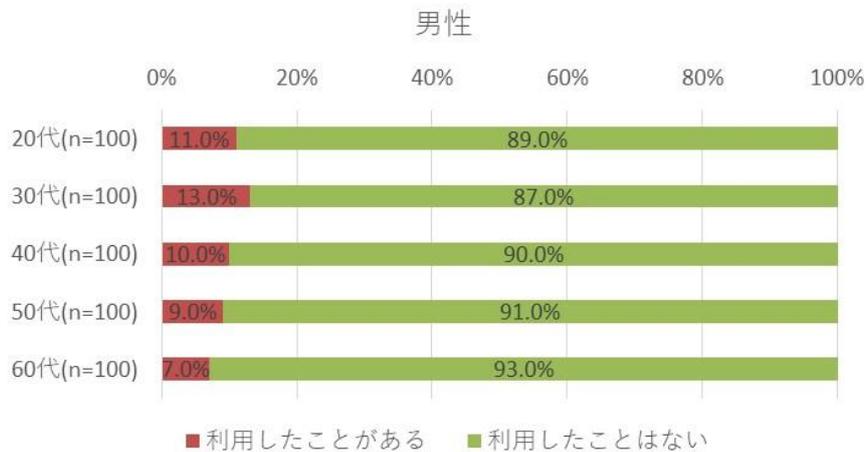


食品ロスを防ぐために意識していることをお聞きしたところ、意識していることが「ある」と回答した方は全体で 57.9%、年代別で見ると男性 60 代が 66.0%、女性 40 代が 73.0%と最も多い結果となりました。男性は年代が上がるにつれて意識が高まる傾向にあり、女性は 40 代が最も多い結果となりました。具体的に行っていることとしては「買いすぎない」という意見が多く、男性では「残さず食べる」や女性では「食材を使い切る」等の意見が見受けられました。

Q5. フードシェアリングについて、利用したことがありますか。(単数回答)【n=1000】

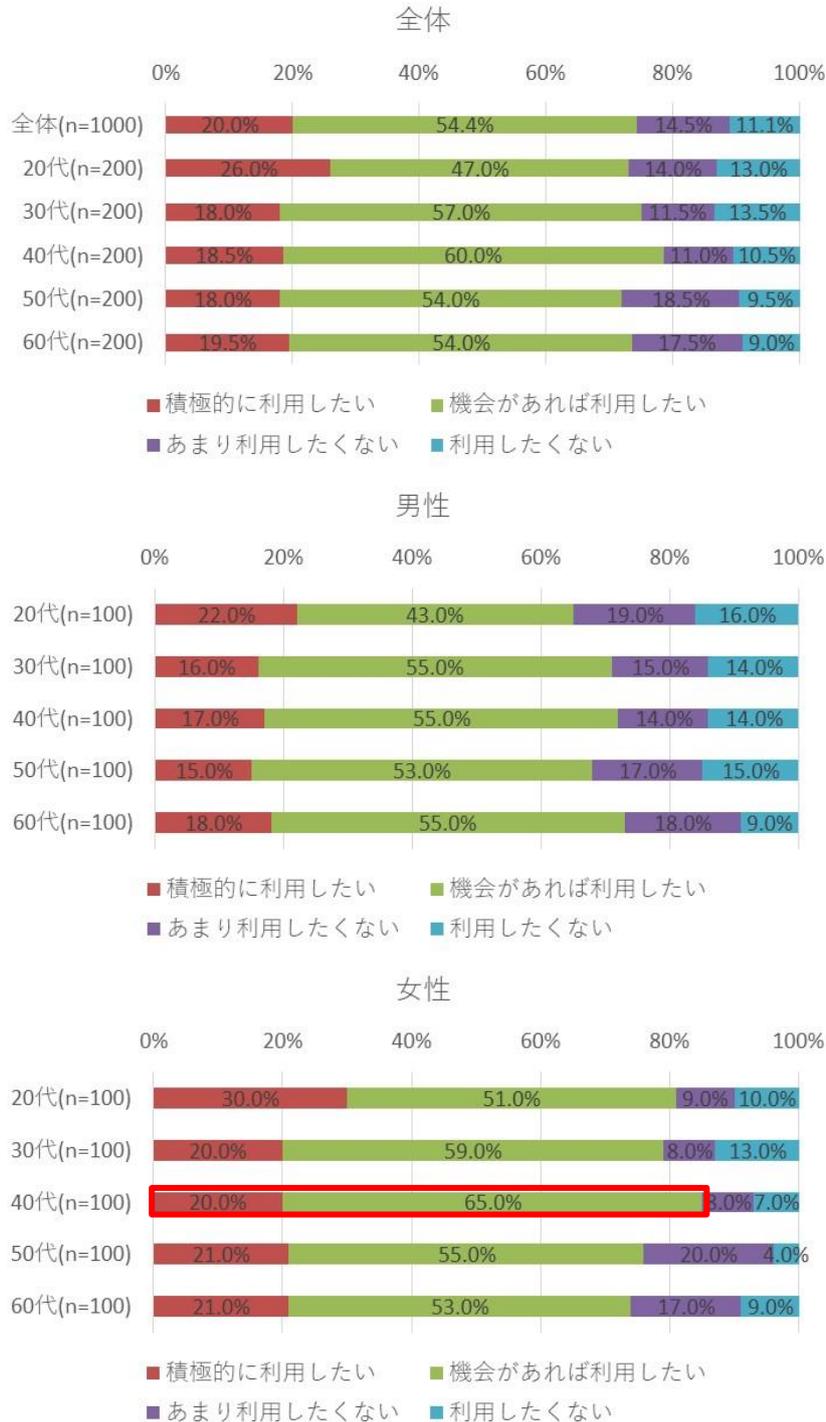


◎



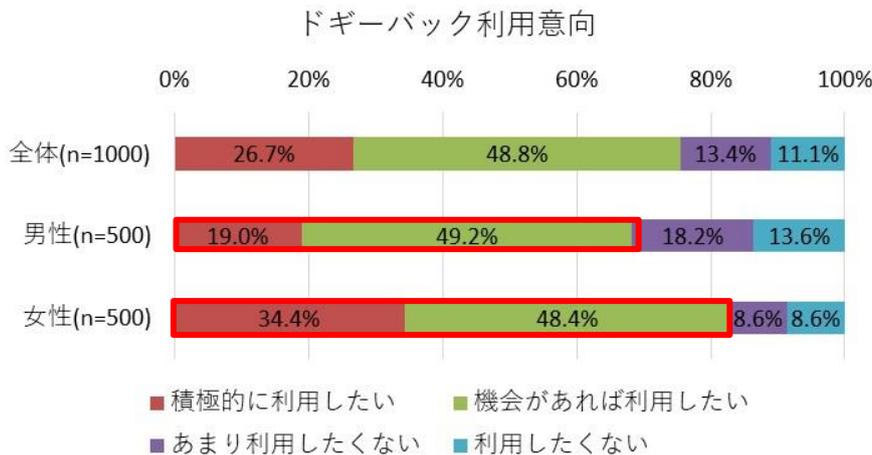
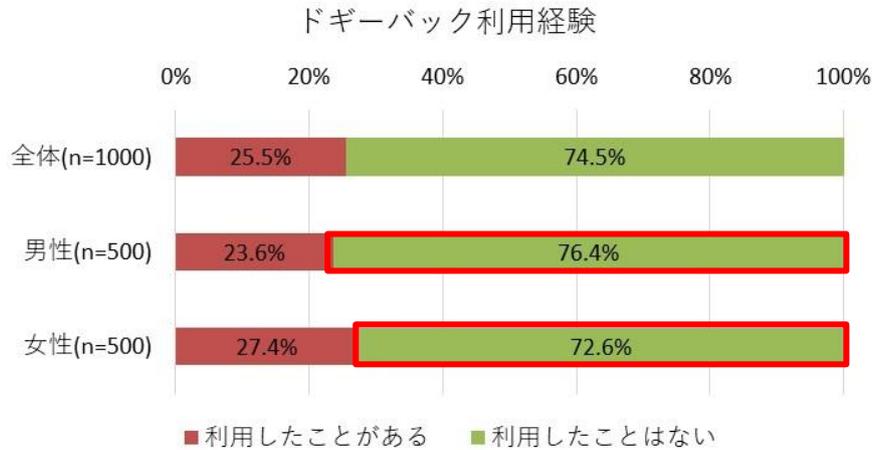
フードシェアリングとは、余った食品を有償または無償でほしい人に提供する様々なサービスのことです。フードシェアリングの利用経験についてお聞きしたところ、「利用したことがある」と回答した方は、全体では10.0%にとどまりました。性年代別でみると、20代女性が15.0%と最も多く、40代女性が1.0%と最も少ない結果となりました。まだフードシェアリングを利用した経験がある人は少数のようです。

Q6. フードシェアリングについて、今後の意向を教えてください。(単数回答)【n=1000】



利用意向について「積極的に利用したい」と回答した方は全体では74.4%、年代別で見ると、20代女性の30.0%が最も多く、次いで20代男性の22.0%が続く結果となりました。「積極的に利用したい」「機会があれば利用したい」と回答した方の中では、前問で利用経験が最も少なかった40代女性が85.0%と最も多くなりました。利用意向が全体的に高いため、今後若年層や女性を中心にさらに伸びていく事業となるでしょう。

Q7. ドギーバックについて、利用したことがありますか。(単数回答)【n=1000】
ドギーバックについて、今後の意向を教えてください。(単数回答)【n=1000】



続いてドギーバックの利用経験と今後の意向についてお聞きしました。ドギーバックとは主に海外で活用されている、外食時に食べきれなかった食事を持ち帰るための容器や袋のことです。全体では74.5%、男性76.4%、女性72.6%の方が「利用したことはない」と回答しています。

しかし、利用意向については「積極的に利用したい」または「機会があれば利用したい」と回答した方は男性68.2%、女性82.8%と男女ともに多い結果となりました。

「積極的に利用したい」「機会があれば利用したい」と回答した方の理由は「無駄がなくなる」「もったいない」「便利」という意見がありました。一方で「あまり利用したくない」「利用したくない」と回答した方の理由は「不衛生」「恥ずかしい」「食べるので不要」という意見が見受けられました。

日本では持ち帰り自体を衛生面への配慮から禁止している店舗もあります。これからフードロス削減に取り組むうえで、衛生面の問題を解決するサービスも開発されていくのかもしれませんが。

■この調査のその他の質問

- ・食品ロスについて、あなた自身に関係があると思うか
- ・日本の食品業界における「3分の1ルール」というものを知っているかなど

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「総合マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL : <https://www.neo-m.jp/>