

食品廃棄削減に向けた 消費者意識調査結果報告

平成26年2月26日
国民生活産業・消費者団体連合会

調査目的

社会全体の食品廃棄削減に向けて、生活者へ周知・啓発すべき内容、事業者としての対応について、議論のベースとなる生活者の実態を把握することを目的とする。

調査概要

調査時期	2013年11月1日(金)～11月14日(火)						
調査対象	世帯の食事管理者						
調査方法	インターネットによるアンケート調査						
回答者数	1871名(内、有効回答数1683件)						
年代構成	10・20代	30代	40代	50代	60代	70代	合計
女性	150名	263名	238名	207名	357名	68名	1283名
男性	25名	54名	105名	139名	67名	10名	400名
合計 (構成比)	175名 (10.4%)	317名 (18.8%)	343名 (20.4%)	346名 (20.6%)	424名 (25.2%)	78名 (4.6%)	1683名 (100%)
備考	調査結果の数値は四捨五入により合計が100%にならない場合があります。						

食品廃棄の頻度を中心に、属性（性別・年代別・世帯別・既婚未婚）、賞味期限・消費期限の認識、期限表示に関する知識などの項目と各設問とのクロスによる分析

○食品廃棄の頻度別に回答者を3つに分類

「お店で購入した下記の食品を、飲食しきれずに（使い切れずに）廃棄することはありますか？」との設問に対し、回答者を廃棄の頻度によって「よく捨てる人」「捨てない人」「どちらでもない人」に分類し傾向を分析した。

よく捨てる人(n=354)	34品目中8品目以上で「よくある」「たまにある」と回答(全体の約20%)
捨てない人(n=584)	34品目中「よくある」「たまにある」と回答した品目がない(全体の約35%)
どちらでもない人(n=745)	34品目中1~7品目で「たまにある」「よくある」と回答

鮮魚（お刺身、切り身など）	精肉	野菜・青果	弁当・惣菜	醤油・酢・みりん・料理酒	ケチャップ・マヨネーズ・ソース	ドレッシング	たれ（焼肉用・生姜焼き用など）	コショウ、七味唐辛子、カレー粉などの調味料	わさび、からし、しょうがなどの調味料	味噌	食用油（サラダ油、ゴマ油など）	卵	牛乳	バター・マーガリン・チーズ	プリン・ヨーグルトなど	インスタント食品（ラーメン、スープなど）	レトルト食品（カレー、パスタソースなど）	冷凍食品	缶詰	粉類（小麦粉、片栗粉、パン粉など）	シリアル（コーンフレークなど）	ハム・ソーセージ	練り物・チルド品（ちくわ、はんぺん、生麺、餃子など）	漬物	佃煮	こんにゃく・しらたき	納豆	豆腐	乾物（切り干し大根、干し椎茸、わかめ、昆布など）	キャンディ・チョコレートなどのお菓子	スナック、煎餅などのお菓子	清涼飲料水	酒類（ビール、清酒など）
---------------	----	-------	-------	--------------	-----------------	--------	-----------------	-----------------------	--------------------	----	-----------------	---	----	---------------	-------------	----------------------	----------------------	------	----	-------------------	-----------------	----------	----------------------------	----	----	------------	----	----	--------------------------	--------------------	---------------	-------	--------------

食品を「よく捨てる人」「捨てない人」の傾向

	よく捨てる人	捨てない人
買い物前の食品在庫の確認(何があるか)	確認しない	確認する
買い物前の食品在庫の確認(期限の確認)	確認しない	確認する
食品保管場所の整理整頓の頻度	頻度が低い	頻度が高い
食品購入後に家に買い置きや使いかけの物があつた経験	よくある	たまにある
消費期限と賞味期限の違いについての理解	なんとなく知っている	知っている
賞味期限についての認識・行動	期限で判断	五感で判断



生活者への周知が必要な内容

1. 食品在庫の状況把握の重要性

買い物前の食品在庫の確認、買い物後の整理整頓含め、日頃から食品の状況を管理把握し、賞味期間内での飲食の完結を目指す。

2. 食品および期限に関する知識

消費期限・賞味期限の知識について、正しい意味、期限の設定方法やその根拠など、知識を深めることで正しい飲食・廃棄の判断が行われることを目指す。

飲食時(使用時)に関する特徴

多くは消費者は賞味期限を過ぎても飲食を試みるが、カテゴリーや品目によってその割合が大きく異なり特徴が表れた。(参考資料参照)

		いつまで飲食を試みるか	
		あきらめるのが早い	過ぎても大丈夫
捨てること があるか	捨てる にくい	卵、バター・マーガリン・チーズ、プリン・ヨーグルトなど、シリアル、こんにゃく・しらたきなど 捨てることは少ないが 期限を過ぎたら捨てられやすい食品	醤油・酢・料理酒、ケチャップ・マヨネーズ・ソース、味噌、食用油、インスタント食品(ラーメン、スープなど)、レトルト食品(カレー、パスタソースなど)、冷凍食品、缶詰、乾物(切り干し大根、干し椎茸、わかめ、昆布など)、清涼飲料水、酒類 期限を過ぎても飲食され 捨てるにくい食品
	捨てる やすい	牛乳、ハム・ソーセージ、練り物・チルド品(ちくわ、はんぺん、生麺、餃子)、漬物、佃煮、納豆、豆腐 よく賞味期間を過ぎてしまい 捨てることの多い食品	ドレッシング、たれ(焼き肉用、生姜焼き用など)、コショウ、七味唐辛子、カレー粉などの調味料、わさび、からし、しょうが(チューブ入りの物)などの調味料、粉類(小麦粉、片栗粉、パン粉など)、キャンディ・チョコレートなどのお菓子、スナック・煎餅などのお菓子 期限を過ぎても飲食されるが 飽きたり、活用方法が分からなく 捨てられがちな食品

食品廃棄の原因と購入時・飲食時の傾向

食品廃棄の原因 (考察)	消費者が賞味期間内に使用する量と実際に購入する商品の内容量とがミスマッチ(割安な大容量商品を購入する傾向がある)
購入時の意識	見切り品の購入に対する抵抗感は低い
飲食時の意識	賞味期限を過ぎても飲食を試みるが、カテゴリーによってその度合いは異なる



事業者としての検討事項

1. 小容量商品の充実と工夫
2. 割高となる小容量商品の抵抗感の解消
3. 廃棄傾向の強いカテゴリーについての対応
4. 家庭で廃棄されにくい食品カテゴリーについての対応

期限表示に関する傾向

飲食の判断基準	「賞味期限が来たから」と回答している人が全体の41.8%
望ましい期限表示	「現状維持」が一番多く40.7%であるが、現状維持以外の表示方法を望む消費者は59.3%となる。



【期限の在り方について】

現状として、賞味期限の超過が起因となり廃棄が発生していることが分かった。すべての原因が期限表示ではないが、賞味期限を消費期限に統一したり、賞味目安のように期限と決めつけない、より柔軟性のある新たな表記にすることで多少なりとも食品廃棄を削減できると考えられる。

ご清聴ありがとうございました。

調査結果につきましては、当連合会のHPに掲載しております。

【本資料に関するお問い合わせ】

生団連事務局 担当:小川

TEL:03-3662-5240 FAX:03-3662-5285

E-mail:jimu@seidanren.jp

URL:<http://www.seidanren.jp>