

食品ロス「家庭からが約半分」知らなかった 86.9%

捨てがちな食品、第1位は「牛乳・乳製品」

冷蔵庫整理が、食品ロス削減の近道に!?

「オレンジページくらし予報」では、国内在住の20歳以上の女性を対象に「食品ロス」について調査しました。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。国連が提唱する「持続可能な開発目標」(SDGs)にも盛り込まれ、近年、社会的な課題として大きな注目を浴び、日本でも2019年の10月に「食品ロス削減推進法」が施行されています。そこで、「食品ロス」という言葉の認知率や関心、捨てがちな食品やその背景などを調査し、日本の家庭における食品ロスの実態を探りました。

【ダイジェスト】

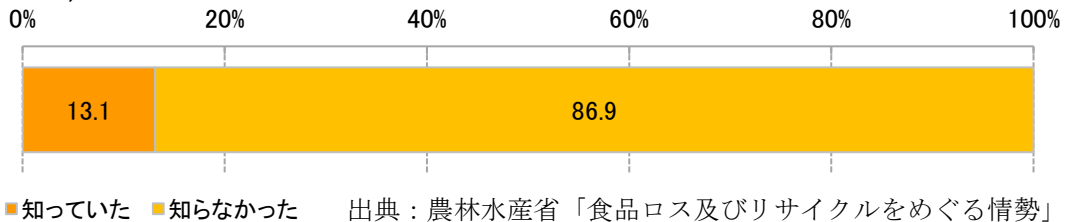
食品ロス、「家庭からが約半分を占める」知らなかった 86.9%

捨てがちな食品、第1位は「牛乳・乳製品」

「冷蔵庫すっきり」派は、食品を捨てる率が24.7%少ない！

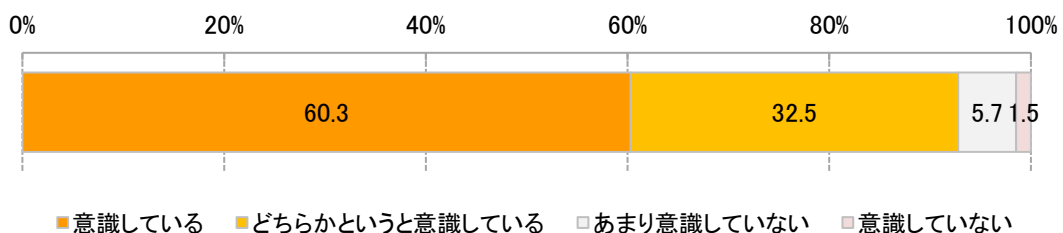
[Q] 現在、日本の食品ロスは、年間約643万トンあり、その半分は「家庭」から排出されています。あなたはこのことをご存じでしたか？

(n=1081)



[Q] あなたは「家庭からでる食品ロスを減らそう」と意識していますか？

(n=1081)



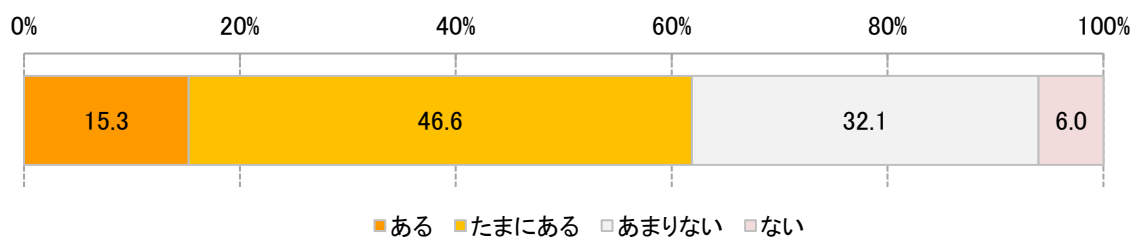
食品ロス、「家庭からが約半分を占める」知らなかった 86.9%

まず、「食品ロス」という言葉の認知率を確かめたところ、「よく知っていて、言葉の意味も説明できる」46.5%、「ある程度知っている」47.2%。「家庭から出る食品ロスを減らそうと意識しているか」という設問に対しても、「意識している」「どちらかという意識している」を合わせて、92.8%。日本では、食品を粗末にすることを「もったいない」と戒めてきただけに、食品ロスの認知率も関心も、高いことがうかがえます。

一方、「日本の食品ロスが年間 643 万トンあり、その約半分は家庭から排出されている」のは、知らなかった人が 86.9%。食品ロスといえば、「売れ残った恵方巻やクリスマスケーキが、廃棄されているニュースが印象に残っている」(50代・パート)など、流通や外食産業の問題と思いがちなせいも、家庭からも多くの食品が廃棄されていることは、驚きをもって受け止められたよう。日本の国民 1 人当たりの食品ロス量は、1 日に約 139g(茶碗 1 杯のご飯の量に相当)、年間では約 51kg にもなることに対して、「そんなにたくさんの食品が捨てられているなんて、知らなかった」(60代・専業主婦)といった声が、数多く寄せられました。

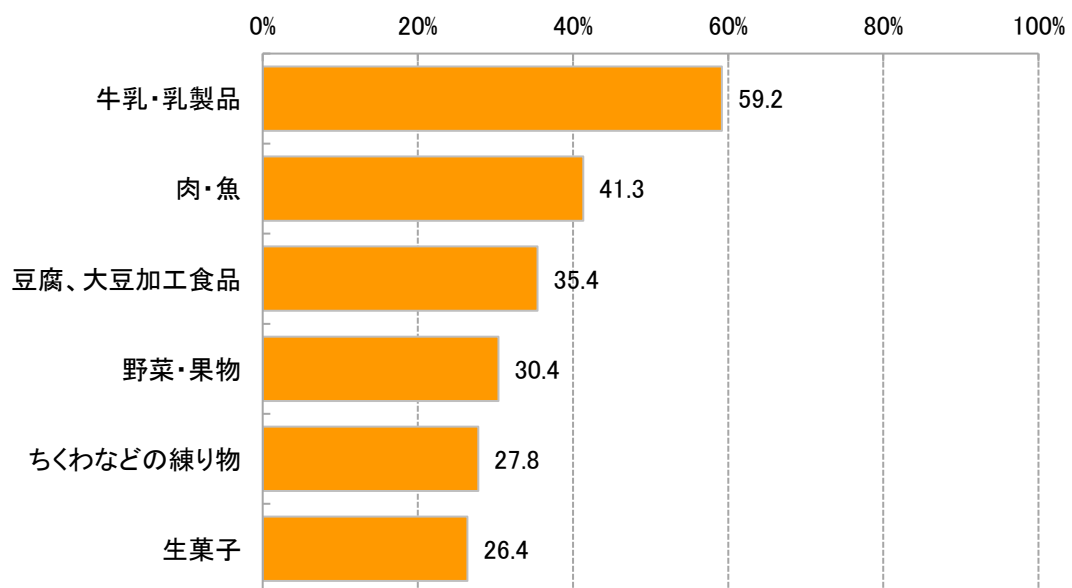
[Q]「消費期限」「賞味期限」の日付が過ぎた食品を捨てることはありますか。

(n=931、消費期限や賞味期限が気になる人)

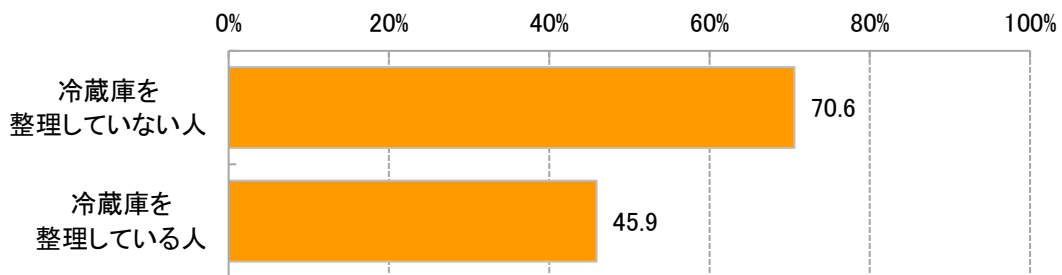


[Q]「消費期限」「賞味期限」の日付が過ぎたり、鮮度が落ちたりして、捨てることのある食品をお選びください。

(n=576、消費期限や賞味期限が過ぎた食品を捨てることのある人、複数回答のうち上位6つ)



傷んだ食品を、捨てたことがある人の割合
(n=1081)



「冷蔵庫すっきり」派は、食品を捨てる率が 24.7%少ない！

食品ロスにつながる大きな要因として、「買いすぎ」の実態も見えてきました。「食品をつい買いすぎてしまったと思うことがある」と回答した割合は、63.1%。理由として、「安売りしていると、まとめ買いしてしまう」77.6%、「大容量パックなど、お得なほうを買ってしまう」43.0%など、「お得」につられて、必要以上に買ってしまうのではないのでしょうか。

さらに、データの分析から、「冷蔵庫」をすっきり整理できているかどうか、食品ロスの量を左右することが浮き彫りになりました。「傷んだ食品を捨てたことがある」割合は、「冷蔵庫を整理していない」派 70.6%なのに対し、「冷蔵庫を整理している」派 45.9%と、24.9%も少ないことが分かりました。また、「冷蔵庫を整理していない」派は、「つい買いすぎてしまう」率が 12.3%高いという結果も。冷蔵庫がごちゃごちゃしていると、中身が把握しにくいために、「チルド室の奥から、忘れていた賞味期限切れのハムやベーコンが見つかったりする」(50代・パート)といった、傷んだ食品が見つかることも。わが家の食品ロスを減らそうと思ったら、「まずは冷蔵庫をすっきり整理する」ことが近道かもしれません。

食品ロスは、国連で採択された「SDGs」(Sustainable Development Goals・持続可能な開発目標)にも盛り込まれている、国際的な社会課題のひとつです。日本でも、2030年までに食品ロスの半減を目指しています。そのためには、ひとりひとりが、自分にできることを考え、実行していくことが大切。冷蔵庫をチェックして余分な食品を買わない、おかずを作りすぎない、週に1回は食品を使いきる料理を作るなど、小さな目標を実行することを始めたいものです。

アンケート概要

- 調査対象: オレンジページメンバーズ・国内在住の20歳以上の女性(有効回答数 1081人)
- 調査方法: インターネット調査
- 調査期間: 2020年3月3日～8日

●「オレンジページくらし予報」について

読者モニター「オレンジページメンバーズ」には、さまざまなくらし情報・くらし体験によってはぐくまれた“くらしの目利き”たちが数多く所属しています。そんなメンバーたちの声を集めてく次のくらし>を読み解い

ていくのが「オレンジページ暮らし予報」です。WEB 上でのアンケート調査、座談会など、ご相談に応じて展開いたします。

●『オレンジページ』について

失敗なくおいしく作れるレシピ情報が支持され、今年創刊 35 周年を迎える生活情報誌。30～40 代の主婦を中心に幅広い読者層を誇ります。発行部数＝318,679 部(2019 年印刷証明付発行部数)。

この資料に関するお問い合わせ

株式会社オレンジページ

暮らしデザイン部

kurashi@orangepage.co.jp Tel. 03-3436-8418