



ニュースリリース

2023年10月26日

「食品ロス削減」意識している人は94.8%！

ロス削減のカギは「冷蔵庫整理」にあり!?

～くらしのリアルを探る「ほぼ1000人にききました」～

くらしにまつわる旬の話題やちょっとしたトピックをオレンジページが読者アンケートでリサーチする、「ほぼ1000人にききました」。今回は、10月31日の「食品ロス削減の日」を前に、国内在住の成人女性803人にSDGsと食品ロスについて調査。2020年の調査と比較すると、SDGsという言葉の認知度は約70ポイントもアップ。また、89.7%の人が「ふだんの生活の中で個人的にSDGsに取り組みたいと思う」と回答。言葉や考え方だけでなく、行動にもつながっていることが分かり、家庭で取り組める「食品ロス削減」には94.8%と高い関心が寄せられました。さらに、冷蔵庫整理ができている人ほど食品を捨てない傾向があることも判明しました。

【ダイジェスト】

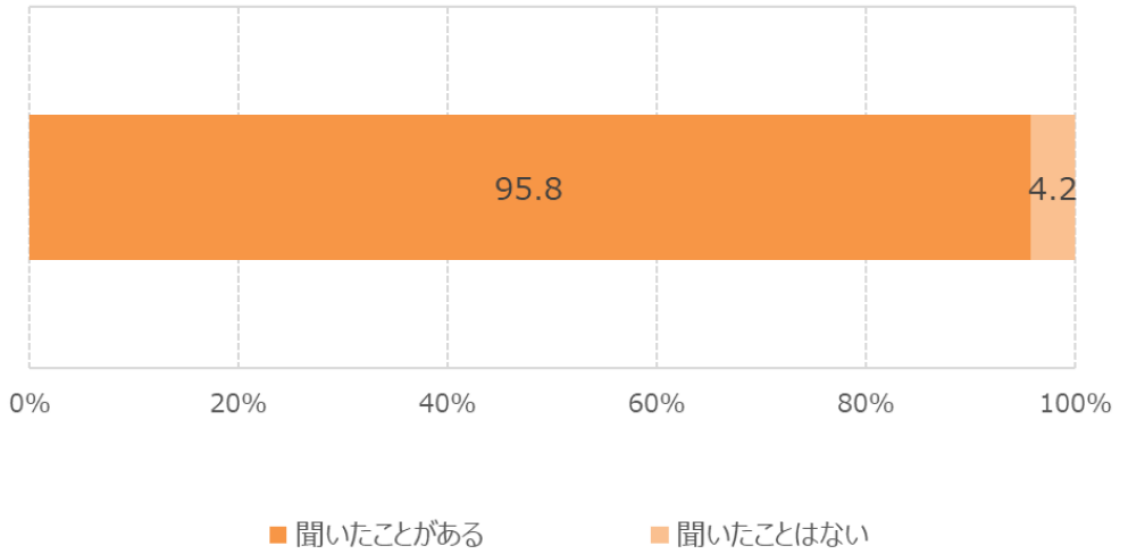
SDGsの言葉の認知度は3年で約70ポイントもアップ！

食品ロス削減を「意識している」94.8%。冷蔵庫整理との意外な関連も明らかに!?

「期限が切れた食品」でも食べる人の割合は……!？捨てる部分の活用も

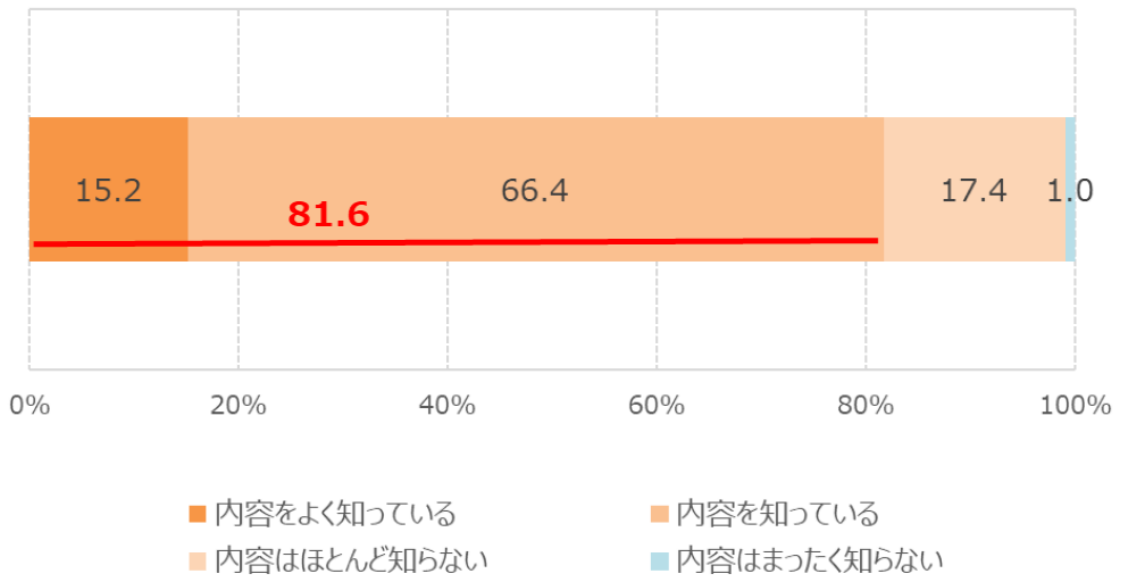
[Q]「SDGs（エスディーゼズ）」という言葉を知っていますか？

(n=803)



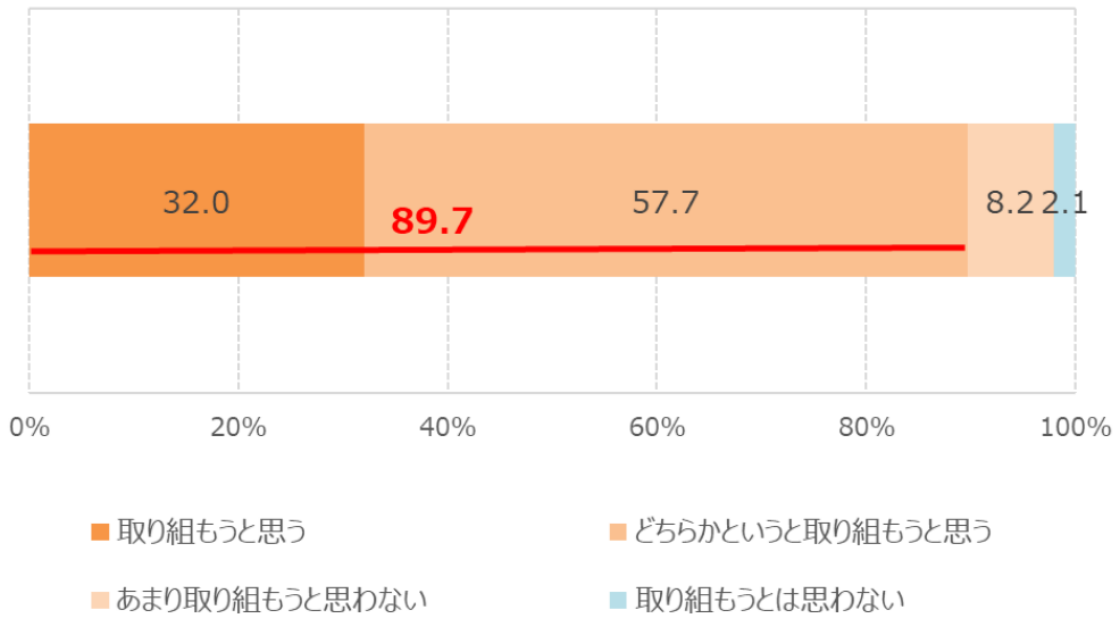
[Q]「SDGs（エスディーゼズ）」という言葉の内容をご存じですか？

(n=769・「SDGs（エスディーゼズ）」という言葉を知っている人)



[Q]ふだんの生活の中で個人的にSDGsに取り組もうと思いますか？

(n=803)

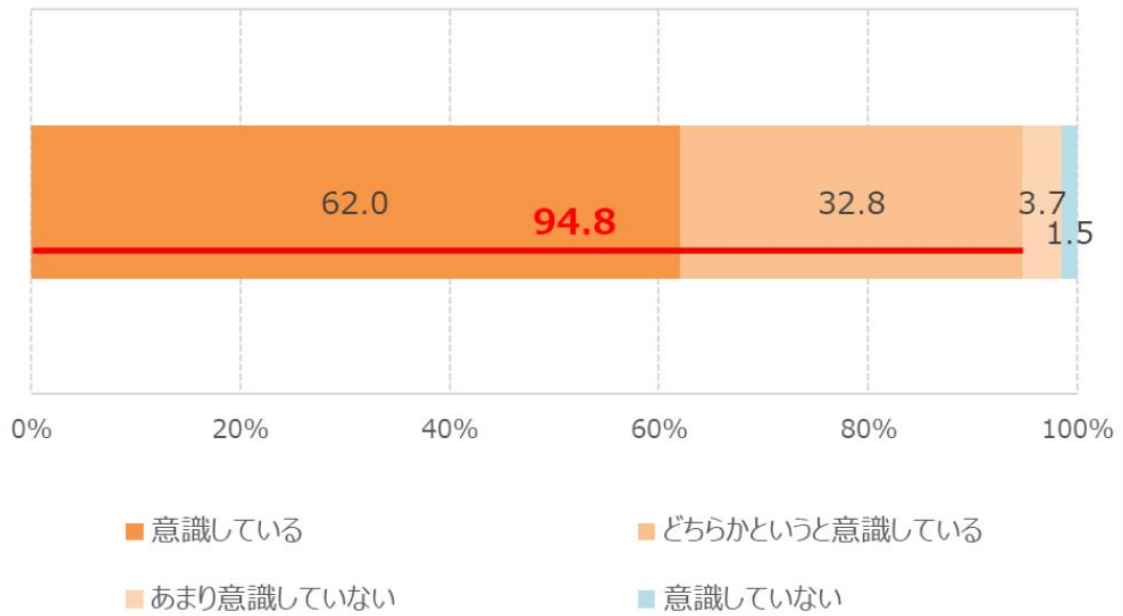


SDGs の言葉の認知度は 3 年で約 70 ポイントもアップ！

今回の調査で「SDGs という言葉を聞いたことがある」と回答した人は 95.8%。2020 年調査の 23.8% から、70 ポイントも増えていました。SDGs について「内容まで知っている」人も 81.7% に上り、こちらも 2020 年から約 20 ポイント増加。また、89.7% の人が「ふだんの生活の中で個人的に SDGs に取り組みたいと思う」と回答し、言葉や考え方が浸透してきただけでなく、具体的なアクションにもつながってきたことが伺えます。個人的に取り組みたい、取り組めそうと感じる SDGs 目標 TOP3 は「つくる責任つかう責任」47.2%、「海の豊かさを守ろう」40.7%、「陸の豊かさを守ろう」34.2% という結果となり、「つくる責任つかう責任」として、ゴミの分別やリサイクル、エコバッグやマイボトルの持参など、できることから実践している人も多数。「無料のサンプルなど不要なものは受け取らない」(30 代・さすらえないじゅん) など、これまでの当たり前を見直したり、ちょっとした行動や心がけで取り組んでいるとの声が多く寄せられました。また、食品ロス削減のため、「子どもといっしょに調理したり野菜を育てたりして食育し、おいしいと完食してもらえる食事作り」(20 代・あきめも) など、次世代につながることを意識した回答もありました。

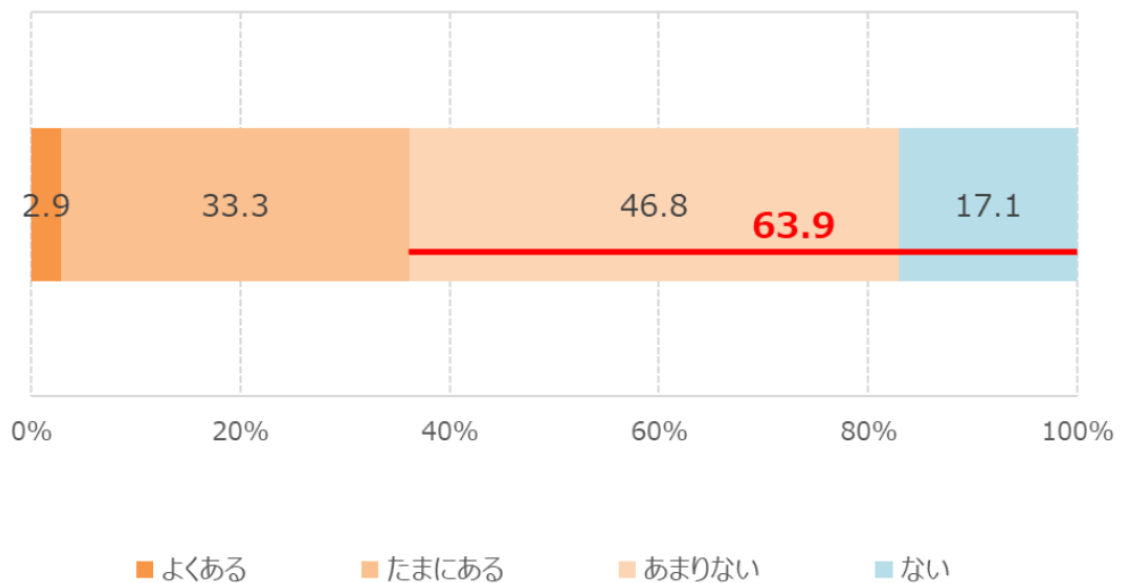
[Q]「家庭から出る食品ロスを減らそう」と意識していますか？

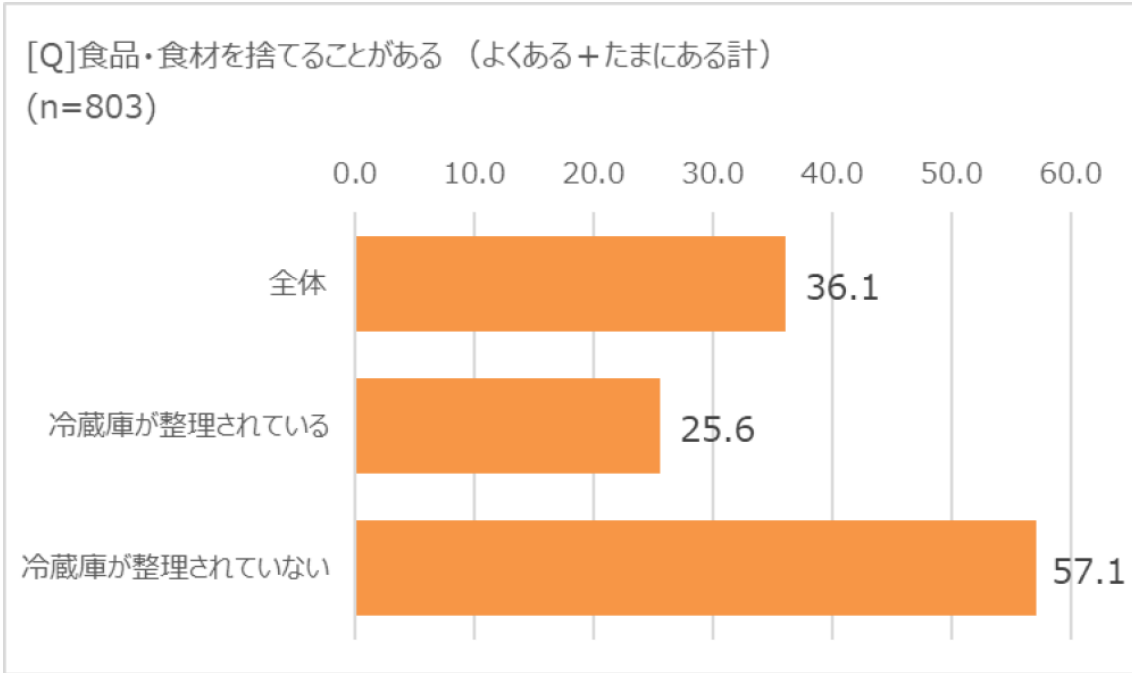
(n=803)



[Q]ふだん、食品や食材を捨てることはありますか？

(n=803)



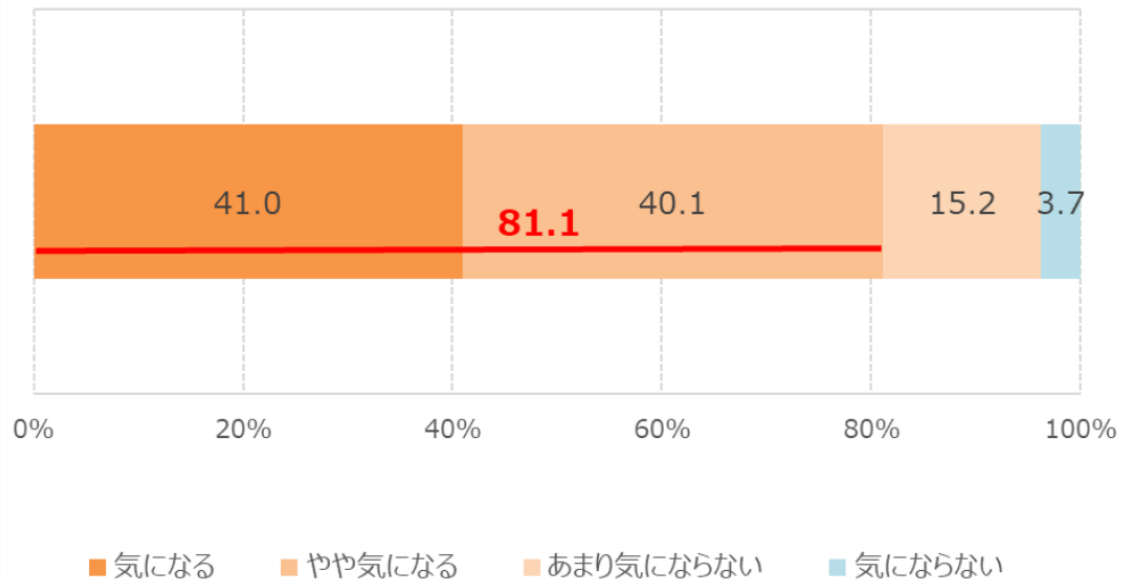


食品ロス削減を「意識している」94.8%。冷蔵庫整理との意外な関連も明らかに!?

食品ロスに関する意識を聞いたところ、食品ロス削減を重要だと思う人が 98.0%、家庭での食品ロス削減を意識している人が 94.8%と、いずれも高い数字に。食品を捨てることあるかという質問にも、約 64%が「ない」と回答し、おおむね食品ロス削減への意識が高いことがわかりました。ただし、「年間 523 万トンある日本の食品ロスのうち、約半分が家庭から排出されている」ことを知っている人は、33.6%。2020 年より 20 ポイント増えてはいるものの、まだ 1/3 程度にとどまっています。また今回の調査では、食品ロスと「冷蔵庫整理」の意外な関連が明らかに。「食品を捨てることある」人のうち、「冷蔵庫が整理されていない人」が 57.1%なのに対し、「整理できている人」は 25.6%と、約 30 ポイントも少ない結果に。「冷蔵庫の中を整理整頓し、見やすくすることで、うっかり食べ忘れをなくしている」(50 代・karon.)のように、冷蔵庫整理が「うっかり廃棄」の削減につながっているようです。ちなみに、冷蔵庫が整理されていない人は、整理できている人に比べて、生鮮食品以外でも、賞味期限日付が新しいものを買う人が 7 ポイントほど高いことも明らかになりました。

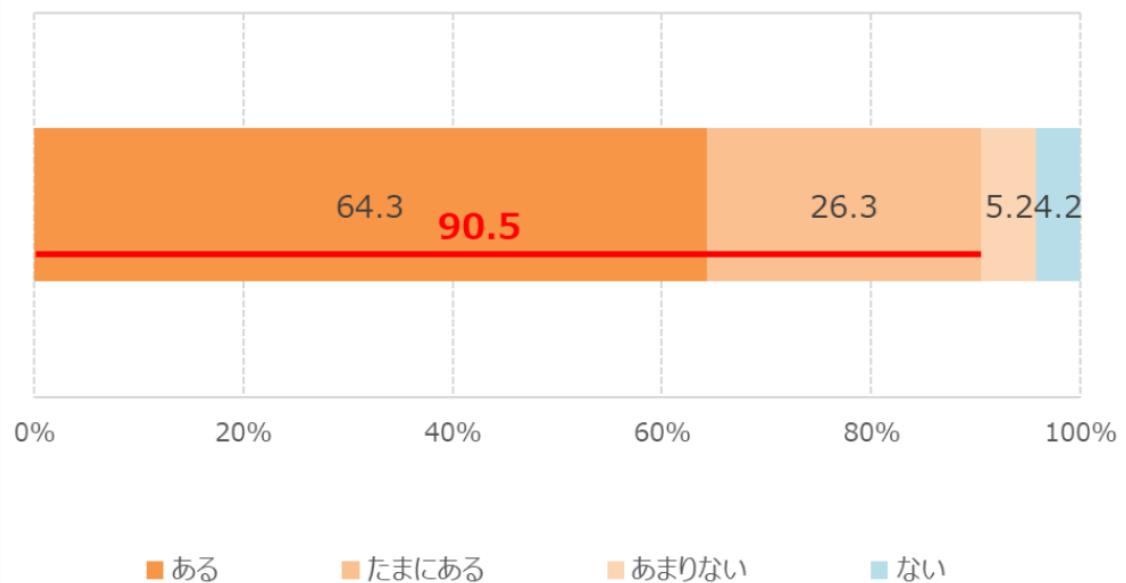
[Q]食品を買うときに、「消費期限」「賞味期限」が気になりますか？

(n=803)



[Q]賞味期限が過ぎていても、においや見た目などで問題ないようなら食べることはありますか？

(n=803)



「期限が切れた食品」でも食べる人の割合は……!? 捨てる部分の活用も

買い物をするとき、賞味期限や消費期限を気にする人は約 80%。その一方で、物価高騰の影響もあってか、「見切り品」や賞味期限の近い値引き品を買う人は 3 年前の調査から約 9 ポイント増えていました。さらに、全体の 44.2%は期限が切れたものを「捨てることはない」と回答。「期限が切れたものも、問題なさそうなら食べることもある」人は 90.5%に上り、「自分の味覚を信じて、賞味期限切れや近いものでも食べる」(50 代・mimi)、「わるくなりかけたら、カレーや餃子にして加熱して食べる」(30 代・ハトムギ)といった声が寄せられました。また、できるだけ廃棄を出さないため、「ピーマンは種を取らずにまるごと煮たり焼いたりする」(50 代・さっこ)、「野菜の皮を煮出してラーメンのスープにします」(50 代・らびママ)といった工夫を実践している人も。家庭での食品ロスを減らすため、自ら購入したものを「食べきる」意識も高まっているようです。

今回の調査では、SDGs や食品ロス削減の認知度がここ数年でかなり広がり、「自分ごと」としてとらえる人も増加していることが判明。その一方で、食品ロス削減については、家庭内での問題意識は高まっているものの、日本全体の課題として現状を把握するまでには、まだまだ認知が追いついていない現状も浮き彫りになりました。

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 803 人)

●調査方法: インターネット調査

●調査期間: 2023 年 8 月 15 日～8 月 25 日

●「ほぼ 1000 人にききました」について

読者モニター「オレンジページメンバーズ」には、さまざまな暮らし情報・暮らし体験によってはぐくまれた生活感度の高い読者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、「暮らしのリアル」な数字、リアルな声を集めたのが「ほぼ 1000 人にききました」企画です。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 38 周年を迎えた生活情報誌。30～40 代の主婦を中心に幅広い読者層を誇ります。

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

次の暮らしデザイン部

kurashi@orangepage.co.jp