

## 《食品ロス対策ウェブサービス利用者実態調査》 回答者の7割が食品ロス削減への貢献を意識 ～3人にひとりがサービスをきっかけに地域店舗のリピーターに～

自治体向けの業務支援を行う株式会社G-Place(本社:京都府長岡京市、代表取締役社長:綾部英寿、以下「当社」)の公共イノベーション事業グループは、食品ロス対策のために自社で提供する自治体向けフードシェアリングサービス「タバスケ」について、利用者向けのアンケートを行いました。

アンケート結果からは食品ロス貢献に向けたユーザーの高い意識や、本サービスが地域の店舗にとって継続顧客獲得のきっかけになっている事実も見えてきました。

# タバスケ

T A B E S U K E

### 調査結果の概要

- ・「タバスケ」の活用理由では「お得に購入すること」に次いで、「食品ロスへの貢献」が高くなっており、ユーザーにおける食品ロス削減への貢献意識が高い
- ・回答者の40%近くが「タバスケ」をきっかけに店舗の継続顧客に

### 調査方法

タバスケサービスサイトを訪問する登録済み利用者を対象にアンケートへの参加を呼びかけました。なお、アンケート回答者には抽選で300名に300円分の商品クーポンを提供することとし、結果的に1,225人の回答を得ました。

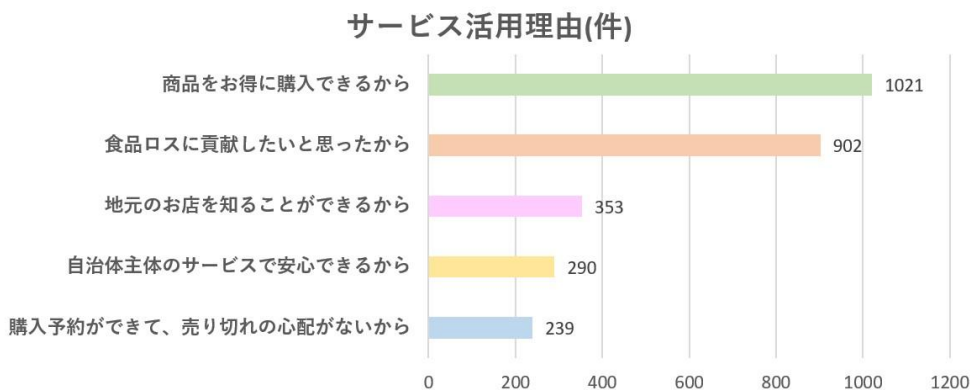
回答者の年代は40代が30%と最も多く、30代約27%、50代約25%となっており、30代～50代で82%を占める状況になっており、性別については回答者の80%が女性でした。

調査時期:2023年10月16日から10月29日

### 調査結果要点 1: ユーザーにおける食品ロス削減への貢献意識が高い

「タバスケ」を活用する理由について複数回答で尋ねたところ、最も多かったのが「商品をお得に購入できるから」で1021ポイントでした。またこれに次いで「食品ロスに貢献したいと思ったから」が多く、この選択肢の回答数は902ポイントでその割合はアンケート回答者中約73%に上り、食品ロス削減への意識が非常に高いことが確認されました。

「タバスケ」は自治体が食品ロス削減を目的として提供しているものですが、この食品ロス削減という目的が利用者にも共感されていることが確認できました。

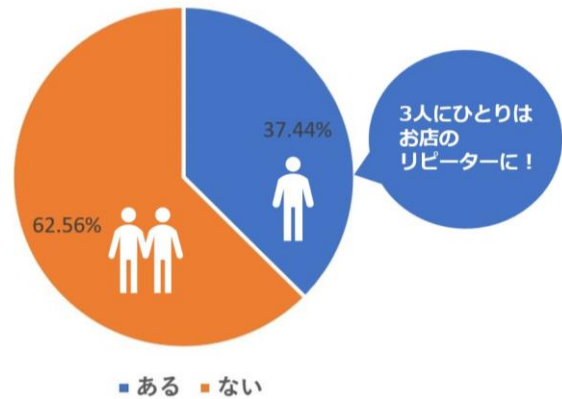


## 調査結果要点 2:回答者の40%近くが「タバスケ」をきっかけに店舗の継続顧客に

また「タバスケ」をきっかけとして、以後そのお店を「タバスケ」以外で利用したことがあるか聞いた設問では、回答者中37.4%が「ある」と回答しており、本サービスが店舗にとって継続顧客獲得のきっかけになっていることが明らかになりました。

「タバスケ」には住民が地域の店舗を知る新たな機会をつくることを通して地域活性化に貢献することが期待されていますが、この期待に応える機能を一定程度果たしていることが確認できた結果となりました。

「タバスケ」をきっかけにした店舗の継続利用(%)



## 自治体で利用が進むフードシェアリングサービス「タバスケ」とは

「タバスケ」は「あなたの“お得”が地球環境を助けます。」というコンセプトをもとに開発されました。飲食店・食料品店は、まだ食べられるのに廃棄されてしまう可能性の高い食品を「タバスケ」上で安価に出品します。購入者は、出品された中から欲しい商品を「タバスケ」内で購入予約したうえで、商品を出品する店舗に出向き直接購入する仕組みです。お得に購入することを通して食品ロス削減に貢献することのできる環境をつくっています。

なお、地方自治体が自治体内の店(飲食店・食料品店)に向けてサービスを提供する形態をとっており、購入者は自治体在住者でなくても無料で利用可能です。また、商品登録をする飲食店・食料品店も無料で利用できるため、地域の小・中規模店舗でも参加しやすいサービスです(※1)。現在多くの自治体が食品ロスの削減目標を掲げていますが、その達成のための具体的政策手段として「タバスケ」の導入が進んでいます。

また、タバスケの利用をきっかけとして、地域住民に地域の店を知る機会が生まれ、そこから継続的な利用につながるにより、地域活性化に貢献することも期待されています。

※1 店舗への商品代金は発生

「タバスケ」サービスサイト <https://tabesuke.jp/>

「タバスケ」ご検討自治体様向けご紹介サイト <https://locapo.jp/service/tabesuke/>

## 「タバスケ」の利用状況

2021年3月1日のシステムリリース以降、現在までに23自治体が「タバスケ」を利用してサービスを提供しており、これまでに累計で登録ユーザー数55,484人、食品ロス削減量22.6t、リリース以降の累計の参加店舗売上総額約1,300万円(2023年11月末時点)となっています。

利用店舗は地域に根差した個人事業主の小・中規模店舗が中心になっており、掲載商品は売り切りたい商品だけでなく、試作品や素材在庫品など多岐にわたります。今後も導入自治体数と自治体内における利用を伸ばすことで累計削減量を増やしていきたいと考えています。

## 今後の展望

「タバスケ」は、自治体や利用者、参加店舗からのご意見を受け、現在仕様変更を検討しており、年度内に機能改善のバージョンアップを予定しています。より利便性の高いサービスに育てていくことで利用を促進し、地域における食品ロスの削減を進めるとともに、地域内の店舗と利用者の接点となることで、地域活性化により一層貢献することを目指しています。

## 世界でも注目される「食品ロス問題」について

2015年に国連で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に基づく「持続可能な開発目標(SDGs)」(※2)でも、食料廃棄の削減が重要な柱として位置付けられるなど「食品ロス」は国際的に重要視されており、日本でも2019年10月には「食品ロスの削減の推進に関する法律」が施行されました。そして、家庭系及び事業系の食品ロスのいずれについても2030年度までに2000年度比で半減するとの目標が定められています。

その背景には、世界の食料廃棄量が年間約13億トンにのぼり、人の消費のために生産された食料のおおよそ3分の1が廃棄されているという実情があります。また、IPCC土地関係特別報告書で人為的な温室効果ガス排出量の8-10%が食品ロスおよび排気に由来する可能性が示されたこともあり、温暖化対策の観点からもこの問題が注目されています。

日本の食品ロス量は年間523万トンであり、これは、世界中で飢餓に苦しむ人々に向けた世界の食料援助量の1.2倍に相当します。また、日本の食料自給率(カロリーベース)は38%にとどまっており、食料の多くを海外からの輸入に依存している中で、大量の食品ロスを出していることも問題です。

※2 Sustainable Development Goalsの略称で2030年までに持続可能でよりよい世界を目指すための国際目標。目標 12「持続可能な生産消費形態を確保する」において、食料廃棄の減少が重要な柱として位置付けられる

参考 (いずれも最終アクセス2023年12月25日)

食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針 令和2年3月31日閣議決定

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/information/food\\_loss/promote/pdf/promote\\_200331\\_0001.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/promote/pdf/promote_200331_0001.pdf)

消費者庁HP 食品ロスについて知る・学ぶ

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/information/food\\_loss/education/](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/education/)

消費者庁特設サイト「めざせ!食品ロス・ゼロ」 <https://www.no-foodloss.caa.go.jp/whats.html>

サステナブルな食に関する環境省の取組について <https://www.mhlw.go.jp/content/10904750/000760254.pdf>

## 当社の掲げるSDGs目標

当社で掲げるSDGs目標のひとつに「健全で持続可能な社会の実現」があり、この中で「可能なかぎりごみにしない社会を実現する」ことを目標に掲げています。この目標の達成指標として「フードシェアリングサービスの利用拡大により食品ロスを大幅に削減する」ことを置いており、引き続きサービスの普及と利用促進を通して食品ロス削減量を増やしていけるよう取り組んでまいります。

## 直近の関連リリース

2023年10月31日リリース

〈食品ロスを“お得”で解決〉自治体の主導するフードシェアリングサービス「タベスケ」利用者数5万人を突破!! <https://www.atpress.ne.jp/news/373694>

## 株式会社G-Placeについて

1968年に「日本グリーンパックス」として事業をスタート。2019年5月、創業50周年を機に現社名に変更しました。「アイデアで未来をつくる、創造総合商社」を掲げ、さまざまな分野で独自性のある商品やサービスを提供しています。創業から一貫して、全国自治体のごみ減量を支援する事業をひとつの柱にしており、現在では、高所安全対策製品や再生樹脂製品の販売、天然成分由来にこだわったオリジナルの化粧品や雑貨類の企画・販売、海外家電製品の輸入販売なども行っています。海外にも拠点を設け、積極的に事業を展開中です。

2020年からは当社の株の100%を一般財団法人 辻・山中財団が保有する体制に移行しており、当社の得た収益の一部は配当金として財団に支払われたのち、社会に対し意義のある事業に寄付される仕組みになっています。

株式会社G-Place公式サイト <https://g-place.co.jp>

一般財団法人辻・山中財団公式サイト <https://www.tsuji-yamanaka-zaidan.jp/>

## <G-Placeが提供する自治体向けICTサービスラインナップ(一部)>

### ◆ごみスケ <https://gomisuke.jp>

全国150以上の自治体が導入するごみ分別アプリ。ダウンロード数300万以上。昨今需要の高い外国語・やさしい日本語に対応。

### ◆ごみサク <https://www.gomisaku.jp>

家庭ごみの減量化・適正排出を促進し、地球環境に貢献するための分別辞典サイト。地域×品目ごとに、正しい捨て方やリユース方法を簡単に検索可能。

### ◆パーズ <https://perze.jp>

「ごみ・子育て支援・防災」など必要に応じ自由にカテゴリ登録ができ、イベントやMAP、コラムなど様々なテンプレートを組み合わせて自治体毎のオリジナルアプリを作れます。

### ◆タバスケ <https://tabesuke.jp/>

自治体向けフードシェアリングサービス。まだ食べられるけれど廃棄されてしまう可能性の高い食品を購入者につなげることで食品ロス削減に取り組みます。

### ◆ロカスタ <https://locapo.jp/service/locasta/>

農林水産業・飲食店と地産地消に関心のある住民をつなぐツールです。直売所の情報やイベント情報のPRなどを通し、「地産地消」を推進・支援します。

### ◆ロカポ <https://locapo.jp>

G-Placeが提供する地域の課題解決・活性化につながる自治体向け製品の検索サイト。



「ごみスケ」トップページ

#### 【リリースに関するお問い合わせ先】

株式会社G-Place  
経営企画グループ 広報:菊地、上山  
Email:[kikuchi@g-place.co.jp](mailto:kikuchi@g-place.co.jp)  
[kamiyama@g-place.co.jp](mailto:kamiyama@g-place.co.jp)

#### 【事業に関するお問い合わせ先】

株式会社G-Place  
公共イノベーション事業グループ  
東日本営業チーム Email:[kan2@g-place.co.jp](mailto:kan2@g-place.co.jp)  
西日本営業チーム Email:[kan1@g-place.co.jp](mailto:kan1@g-place.co.jp)

#### 【会社概要】

商号:株式会社G-Place (読み:ジープレイス)  
所在地:〒617-0835  
京都府長岡京市城の里10-9  
創業/設立:1968年5月7日/1969年5月16日  
代表取締役社長:綾部英寿  
公式HP:<https://g-place.co.jp>

掲載されている情報は発表時点のものです。発表後に内容が変更になる場合がございますので、何卒ご了承ください。