

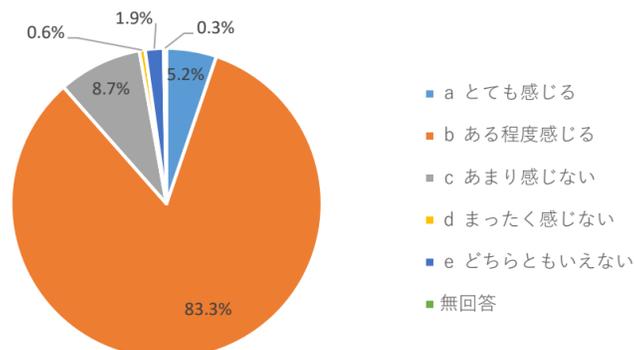
令和5年度食品ロス削減に関するアンケート調査結果

1 調査概要

- (1) 調査対象 食べ残しゼロ協力店・事業所 認定店（令和5年8月1日時点）
- (2) 調査方法 認定店に対してアンケート用紙を郵送し、返送があったものを集計
- (3) 調査時期 令和5年8月10日（木）～10月6日（金）
- (4) 返信状況 311店舗／598店舗 （回答率52.0%）

問1 食品ロス削減について消費者（お客様）の意識が強まっていると感じますか。

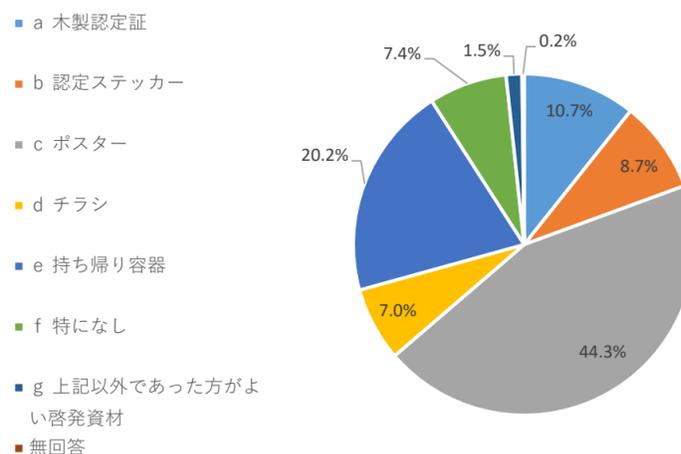
	割合
a とても感じる	5.2%
b ある程度感じる	83.3%
c あまり感じない	8.7%
d まったく感じない	0.6%
e どちらともいえない	1.9%
無回答	0.3%



約9割の店舗（88.5%）が食品ロスに対する消費者意識が「とても」または「ある程度」強まっていると感じており、また、昨年度調査時よりも、ポイントが上がっている（昨年度調査時80.1%）。一方、約1割（9.3%）の店舗は、「まったく」または「あまり」感じないという状況であるが、こちらは昨年度調査時よりも、ポイントが下がった（昨年度調査時15.1%）。消費者意識の強まりを感じる店舗が増加している結果となった。

問2 お届けした啓発資材で効果があると思うものについて教えてください。【複数回答可】

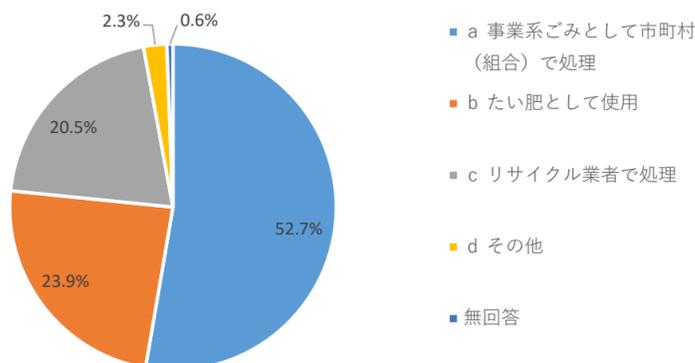
	割合
a 木製認定証	10.7%
b 認定ステッカー	8.7%
c ポスター	44.3%
d チラシ	7.0%
e 持ち帰り容器	20.2%
f 特になし	7.4%
g 上記以外であった方がよい啓発資材	1.5%
無回答	0.2%



「ポスター」（44.3%）、「持ち帰り容器」（20.2%）、「木製認定証」（10.7%）の順に、効果がある啓発資材であると考えているとの結果になった。その他の啓発資材として、バッジ、SNS配信用素材等があった方がよいとの意見が寄せられた。

問3 食品廃棄物はどのように処理していますか。

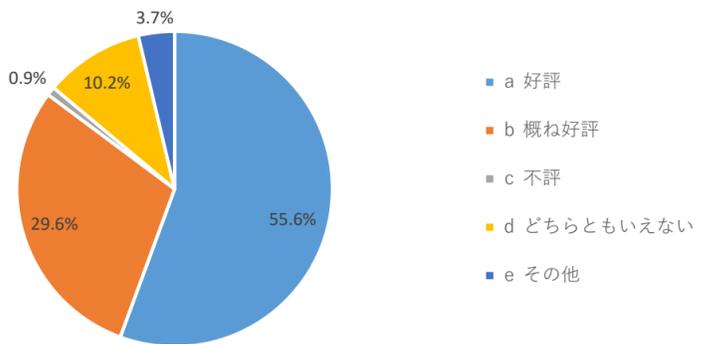
	割合
a 事業系ごみとして市町村（組合）で処理	52.7%
b たい肥として使用	23.9%
c リサイクル業者で処理	20.5%
d その他	2.3%
無回答	0.6%



5割以上（52.7%）の店舗から「事業系ごみとして処理している」と回答があった。「たい肥として使用」は2割以上（23.9%）、「リサイクル業者で処理」は約2割（20.5%）となっている状況である。昨年度調査時より、「たい肥として使用」は大幅に増加したが、「リサイクル業者で処理」は減少している（昨年度調査時、「たい肥として使用」6.0%、「リサイクル業者で処理」28.6%）。その他として、野菜等は養鶏のエサにする等が挙げられた。

問4 (※これまでにドギーバックの配布を受けたことがある場合)
ドギーバックについて、お客様の反応はいかがでしたか。また、その理由をお聞かせください。

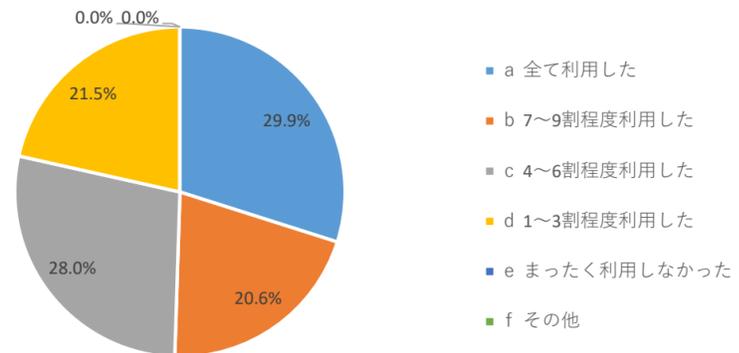
	割合
a 好評	55.6%
b 概ね好評	29.6%
c 不評	0.9%
d どちらともいえない	10.2%
e その他	3.7%



持ち帰り容器について、来客者の反応は、8割超(85.2%)の店舗において「好評」、または「概ね好評」となった。デザインが高く評価されているとのこと。一方で、本体とスリーブが別々で組み立てが面倒、大きさが少し大きい等の意見が寄せられた。

問6 (※これまでにドギーバックの配布を受けたことがある場合)
配布したドギーバックについて、どの程度利用されましたか。

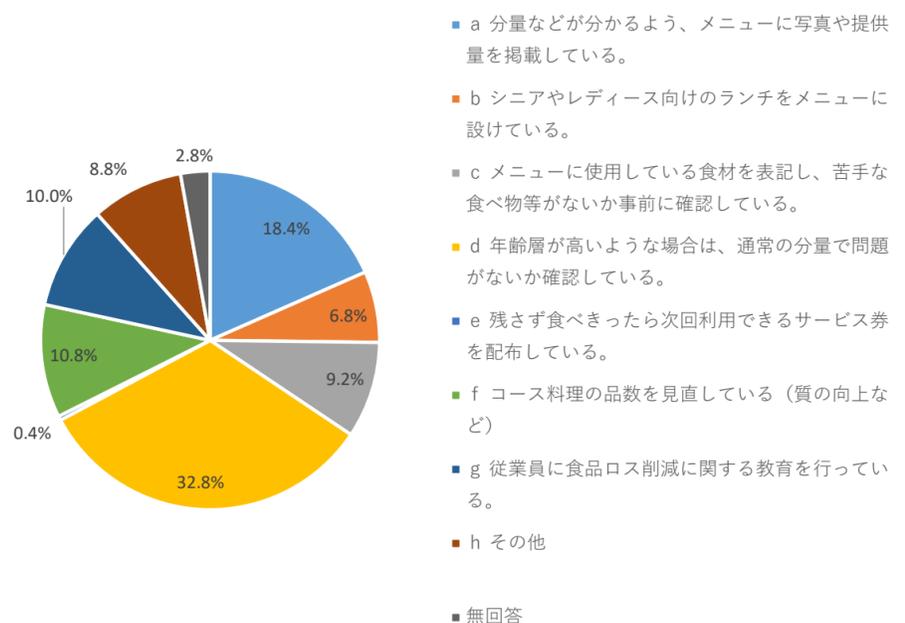
	割合
a 全て利用した	29.9%
b 7~9割程度利用した	20.6%
c 4~6割程度利用した	28.0%
d 1~3割程度利用した	21.5%
e まったく利用しなかった	0.0%
f その他	0.0%



配布された持ち帰り容器について、約半数(50.5%)の店舗において、配布した容器の「全て」または「7割程度」以上を利用したという回答であった。また、「全く利用しなかった」と回答した店舗は無く、昨年度調査より減少しており(昨年度調査時5.3%)、コロナによる影響の緩和によるものと思慮できるが、引き続き食べ残しの持ち帰りが出来ることを店内などで十分に周知する必要があると考える。

問7 (※飲食店・宿泊施設のみ対象)
お店での「食べきり」にどのように取り組んでいますか。【複数回答可】

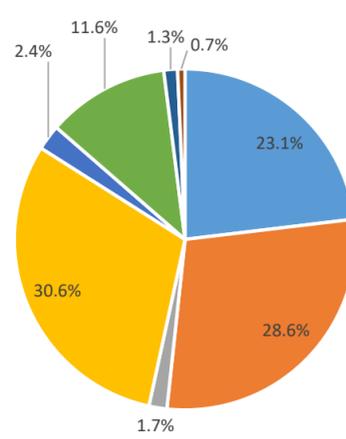
	割合
a 分量などが分かるよう、メニューに写真や提供量を掲載している。	18.4%
b シニアやレディース向けのランチをメニューに設けている。	6.8%
c メニューに使用している食材を表記し、苦手な食べ物等がないか事前に確認している。	9.2%
d 年齢層が高いような場合は、通常の分量で問題がないか確認している。	32.8%
e 残さず食べきったら次回利用できるサービス券を配布している。	0.4%
f コース料理の品数を見直している(質の向上など)	10.8%
g 従業員に食品ロス削減に関する教育を行っている。	10.0%
h その他	8.8%
無回答	2.8%



約3割(32.8%)の店舗で、「年齢層が高いような場合は、通常の分量で問題がないか確認している」という結果となった。その他の取組としては、お客様へ提供量を変更できる旨の声掛けや、提供量がどれくらいになるかの説明をしている、といったような、お客様とのコミュニケーションにより食べ残しを減らそうとする試みの実施という回答が寄せられた。

問8 (※食料品小売店・スーパーのみ対象)
 お店での食品廃棄が発生しないようどのように取り組んでいますか。【複数回答可】

	割合
a てまえどりの啓発をしている。	23.1%
b 消費（賞味）期限が迫った商品を段階的に値引きしている。	28.6%
c フードバンクなどへの寄付をしている。	1.7%
d 廃棄が発生しないような仕入や在庫の管理をしている。	30.6%
e 値引きの理由や品質に問題がないことを積極的に情報提供している。	2.4%
f 従業員に食品ロス削減に関する教育を行っている。	11.6%
g その他	1.3%
無回答	0.7%



- a てまえどりの啓発をしている。
- b 消費（賞味）期限が迫った商品を段階的に値引きしている。
- c フードバンクなどへの寄付をしている。
- d 廃棄が発生しないような仕入や在庫の管理をしている。
- e 値引きの理由や品質に問題がないことを積極的に情報提供している。
- f 従業員に食品ロス削減に関する教育を行っている。
- g その他
- 無回答

約3割（30.6%）の店舗で、「廃棄が発生しないような仕入や在庫の管理をしている」という結果となった。また、「従業員に食品ロス削減に関する教育を行っている」が昨年度調査から特に増加している（昨年度調査時6.5%）。
 一方で、「フードバンクなどへの寄付をしている」については1割未満（1.7%）の結果であり、昨年度調査と同様に低調である（昨年度調査時1.9%）。