


タイトル	食品購入や外食の時の行動に関するアンケート
概要	実店舗での購買行動と外食での行動を調査し、小売や飲食店等のサービス業での品揃えや在庫、期限管理との関連で消費者側の行動を捉えるためのアンケートです。

対象者数: 300人 回答者数: 250人 回答率: 83.3%

1. 会員番号を入力してください。(必須。4文字以内。半角英数(記号))

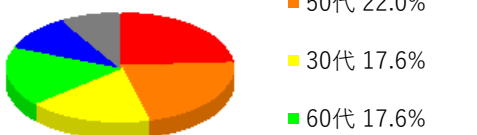
2. 性別を教えてください。(必須)

回答	選択人数	%
男性	91人	36.4%
女性	159人	63.6%




3. 年齢を教えてください。(必須)

回答	選択人数	%
10代	2人	0.8%
20代	19人	7.6%
30代	44人	17.6%
40代	60人	24.0%
50代	55人	22.0%
60代	44人	17.6%
70代以上	26人	10.4%



4. 今の家に何人でお住まいですか。(必須)

回答	選択人数	%
1人	14人	5.6%
2人	75人	30.0%
3人	73人	29.2%
4人	67人	26.8%
5人	16人	6.4%
6人以上	5人	2.0%



5. お住まいの住居形態を教えてください。(必須)

回答	選択人数	%
一戸建て住宅持家	161人	64.4%
一戸建て住宅借家	5人	2.0%
共同住宅持家(マンションなど)	54人	21.6%
共同住宅借家(アパートなど)	30人	12.0%
その他	0人	0.0%



- 一戸建て住宅持家 64.4%
- 共同住宅持家(マンションなど) 21.6%
- 共同住宅借家(アパートなど) 12.0%
- 一戸建て住宅借家 2.0%

6. お住まいの地域を教えてください。(必須)

回答	選択人数	%
A地域(日下行政サービスセンター管轄内)	29人	11.6%
B地域(四条行政サービスセンター管轄内)	38人	15.2%
C地域(中鴻池行政サービスセンター管轄内)	26人	10.4%
D地域(若江岩田駅前行政サービスセンター管轄内)	49人	19.6%
E地域(楠根行政サービスセンター管轄内)	19人	7.6%
F地域(布施駅前行政サービスセンター管轄内)	43人	17.2%
G地域(近江堂行政サービスセンター管轄内)	30人	12.0%
分からない	16人	6.4%



- D地域(若江岩田駅前行政サービスセンター管轄内) 19.6%
- F地域(布施駅前行政サービスセンター管轄内) 17.2%
- B地域(四条行政サービスセンター管轄内) 15.2%
- G地域(近江堂行政サービスセンター管轄内) 12.0%
- A地域(日下行政サービスセンター管轄内) 11.6%
- 上記以外の回答 24.4%

7. あなたは、「食品ロス」という言葉を知っていますか。(必須)

※食品ロスとは、売れ残りや食べ残り等まだ食べられるのに捨てられる食品のことをいいます。

回答	選択人数	%
知っていた	241人	96.4%
知らなかった	9人	3.6%



- 知っていた 96.4%
- 知らなかった 3.6%

全体の96.4%の方が「知っていた」と回答しており、認知度は高くなっています。

8. あなたは、小売店や飲食店等の事業者から排出される食品ロスが問題になっていることを知っていますか。(必須)

回答	選択人数	%
知っている	235人	94.0%
知らない	15人	6.0%

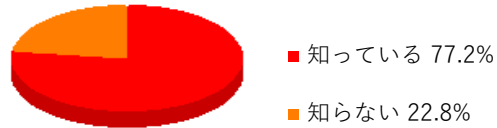


- 知っている 94.0%
- 知らない 6.0%

全体の94.0%の方が「知っている」と回答し、食品ロスという言葉だけではなく、どこから食品ロスが発生しているのか、その要因についても理解を得ていることが分かりました。

9. あなたは、家庭から排出される食品ロスが問題になっていることを知っていますか。(必須)

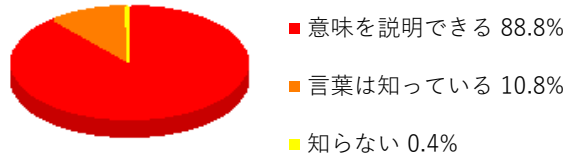
回答	選択人数	%
知っている	193人	77.2%
知らない	57人	22.8%



全体の77.2%の方が「知っている」と回答しました。問8の事業者から排出される食品ロスが問題になっていることを「知っている」と回答した人数と比較すると低い値となりましたが、食品ロスについての問題意識の高さが窺えました。

10. あなたは、「賞味期限」について知っていますか。(必須)

回答	選択人数	%
意味を説明できる	222人	88.8%
言葉は知っている	27人	10.8%
知らない	1人	0.4%



全体の88.8%の方が「意味を説明できる」と回答しました。賞味期限という言葉が広く浸透しているだけでなく、意味まで理解されていることが分かりました。

11. あなたは、「消費期限」について知っていますか。(必須)

回答	選択人数	%
意味を説明できる	218人	87.2%
言葉は知っている	32人	12.8%
知らない	0人	0.0%

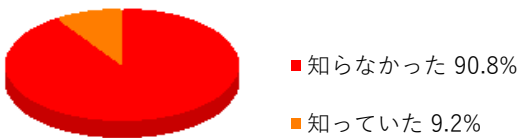


全体の87.2%の方が「意味を説明できる」と回答し、賞味期限、消費期限の違いについても理解が進んでいることが分かりました。

12. あなたは、「3010運動」について知っていますか。(必須)

※3010運動とは食品ロスを減らすために、宴会の開始から30分と、閉宴10分前には着席して食事を楽しみましょうというものです。

回答	選択人数	%
知っていた	23人	9.2%
知らなかった	227人	90.8%



全体の90.8%の方が「知らなかった」と回答し、認知度の低さが表れました。引き続き啓発が必要です。

13. あなたは、惣菜を買うことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	13人	5.2%
たいていしている(4回に3回程度)	17人	6.8%
ときどきしている(半々程度)	83人	33.2%
あまりしていない(4回に1回程度)	106人	42.4%
まったくしていない	31人	12.4%



- あまりしていない(4回に1回程度) 42.4%
- ときどきしている(半々程度) 33.2%
- まったくしていない 12.4%
- たいていしている(4回に3回程度) 6.8%
- いつもしている 5.2%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の12.0%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の54.8%となり、惣菜を買う頻度は低い傾向にあることが分かりました。

14. あなたは、肉や魚、野菜等の生鮮食品や日配品(牛乳、豆腐等冷蔵であまり日持ちのしない食品)について少しでも新しいものを買うことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	108人	43.2%
たいていしている(4回に3回程度)	83人	33.2%
ときどきしている(半々程度)	44人	17.6%
あまりしていない(4回に1回程度)	10人	4.0%
まったくしていない	5人	2.0%



- いつもしている 43.2%
- たいていしている(4回に3回程度) 33.2%
- ときどきしている(半々程度) 17.6%
- あまりしていない(4回に1回程度) 4.0%
- まったくしていない 2.0%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の76.4%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の6.0%となり、生鮮食品等では、少しでも新しいものを買う頻度は高い傾向にあることが分かりました。

15. あなたは、お菓子や飲料等常温で日持ちする食品について少しでも新しいものを買うことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	58人	23.2%
たいていしている(4回に3回程度)	60人	24.0%
ときどきしている(半々程度)	50人	20.0%
あまりしていない(4回に1回程度)	55人	22.0%
まったくしていない	27人	10.8%

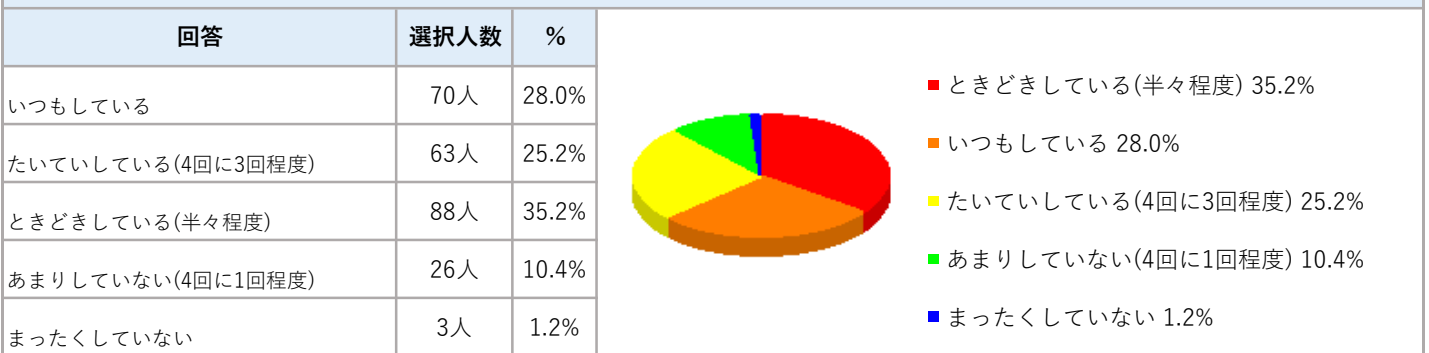


- たいていしている(4回に3回程度) 24.0%
- いつもしている 23.2%
- あまりしていない(4回に1回程度) 22.0%
- ときどきしている(半々程度) 20.0%
- まったくしていない 10.8%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の47.2%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の32.8%となり、生鮮食品等と比較すると、日持ちする食品については、少しでも新しいものを買う頻度は低い傾向にあることが分かりました。

16. あなたは、賞味期限が近づき値引きされた商品を買うことがありますか。(必須)

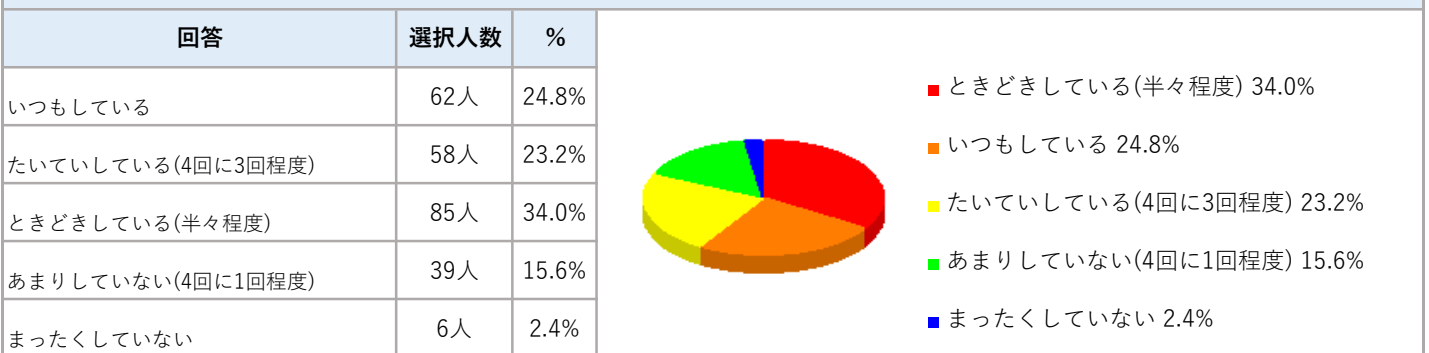
※賞味期限とは、定められた方法で保存した場合、その食品を美味しく食べられる期限のことをいいます。



「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の53.2%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の11.6%となり、賞味期限が近づき値引きされた商品を買う頻度は高い傾向にあることが分かりました。

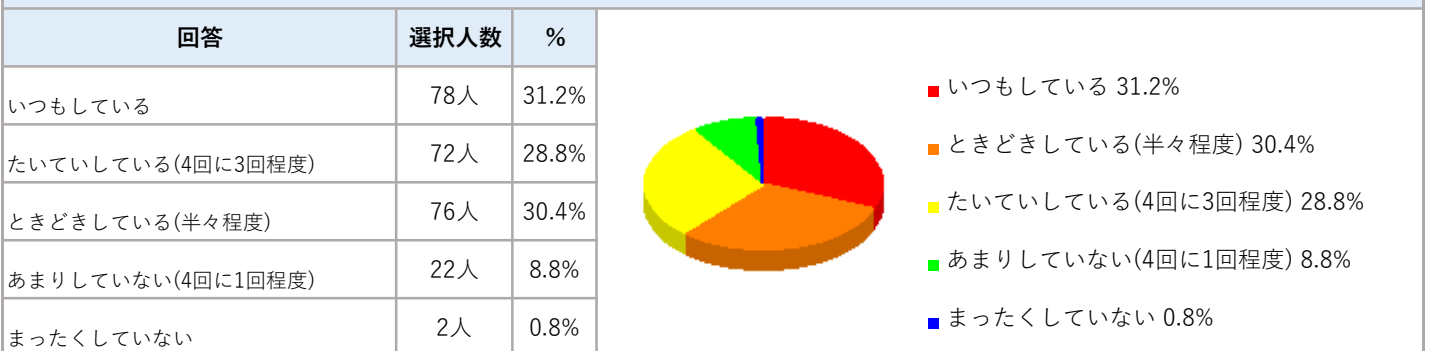
17. あなたは、消費期限が近づき値引きされた商品を買うことがありますか。(必須)

※消費期限とは、定められた方法で保存した場合、その食品を安全に食べられる期限のことをいいます。



「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の48.0%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の18.0%となり、賞味期限と同様に、消費期限が近づき値引きされた商品を買う頻度は高い傾向にあることが分かりました。

18. あなたは、目玉商品または特価品を買うことがありますか。(必須)



「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の60.0%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の9.6%となり、目玉商品または特価品を買う頻度は高い傾向にあることが分かりました。

19. あなたは、旬の食べ物を買うことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	49人	19.6%
たいていしている(4回に3回程度)	76人	30.4%
ときどきしている(半々程度)	107人	42.8%
あまりしていない(4回に1回程度)	16人	6.4%
まったくしていない	2人	0.8%



- ときどきしている(半々程度) 42.8%
- たいていしている(4回に3回程度) 30.4%
- いつもしている 19.6%
- あまりしていない(4回に1回程度) 6.4%
- まったくしていない 0.8%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の50.0%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の7.2%となり、旬の食べ物を買う頻度は高い傾向にあることが分かりました。

20. あなたは、国内または都道府県等産地を選んで商品を買うことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	42人	16.8%
たいていしている(4回に3回程度)	45人	18.0%
ときどきしている(半々程度)	90人	36.0%
あまりしていない(4回に1回程度)	53人	21.2%
まったくしていない	20人	8.0%



- ときどきしている(半々程度) 36%
- たいていしている(4回に3回程度) 18%
- いつもしている 16.8%
- あまりしていない(4回に1回程度) 21.2%
- まったくしていない 8%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の34.8%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の29.2%となり、産地を選んで商品を買う頻度はどちらかという高い傾向にあることが分かりました。

21. あなたは、テレビ番組等で紹介された食材(商品)を買うことがありますか。(必須)

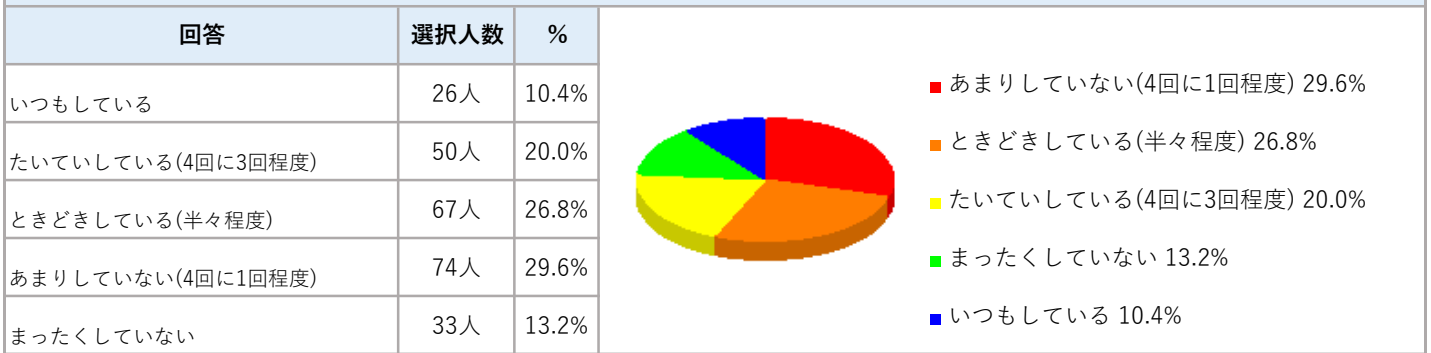
回答	選択人数	%
いつもしている	5人	2.0%
たいていしている(4回に3回程度)	13人	5.2%
ときどきしている(半々程度)	99人	39.6%
あまりしていない(4回に1回程度)	106人	42.4%
まったくしていない	27人	10.8%



- あまりしていない(4回に1回程度) 42.4%
- ときどきしている(半々程度) 39.6%
- まったくしていない 10.8%
- たいていしている(4回に3回程度) 5.2%
- いつもしている 2.0%

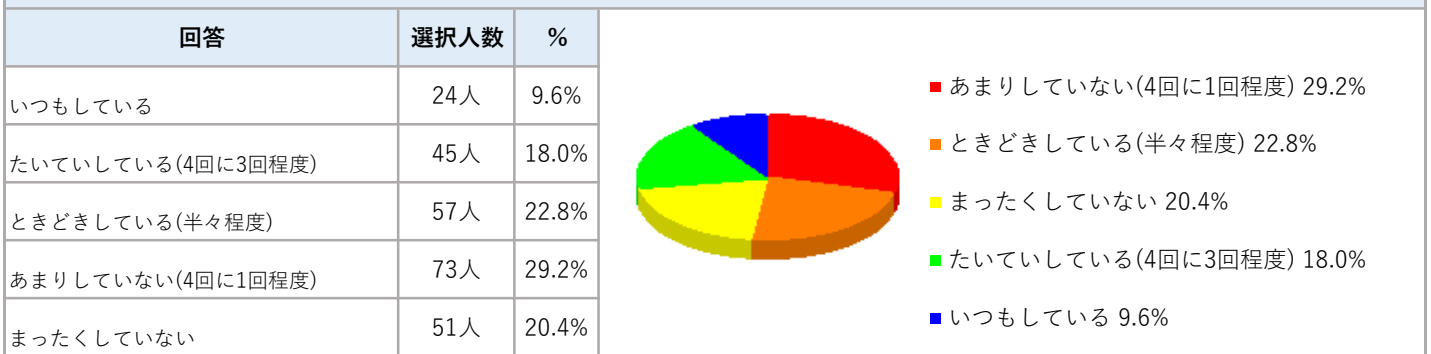
「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の7.2%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の53.2%となり、テレビ番組等で紹介された食材(商品)を買う頻度は低い傾向にあることが分かりました。

22. あなたは、食品表示を見て添加物等が少ない商品を選んで買うことがありますか。(必須)



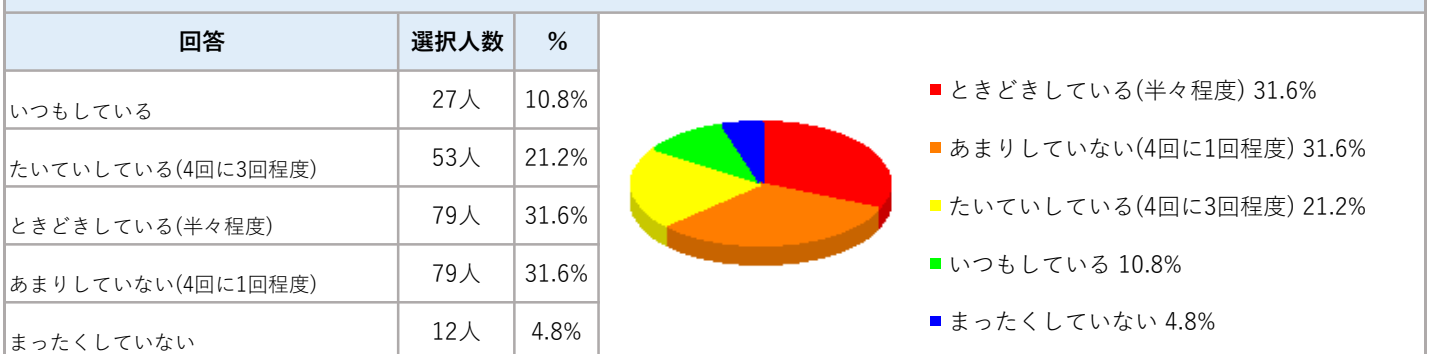
「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の30.4%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の42.8%となり、添加物等が少ない商品を選んで買う頻度はどちらかという低い傾向にあることが分かりました。

23. あなたは、肉や魚、野菜等の生鮮食品の鮮度を確かめるために触って確認をすることがありますか。(必須)



「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の27.6%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の49.6%となり、生鮮食品の鮮度を確かめるために触って確認をする頻度は低い傾向にあることが分かりました。

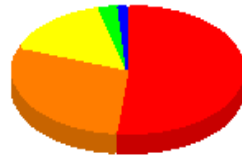
24. あなたは、商品棚の手前から商品をとることがありますか。(必須)



「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の32.0%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の36.4%となり、商品棚の手前から商品をとる頻度はどちらかという低い傾向にあることが分かりました。賞味期限・消費期限が近づいた商品は値引き品となり、売れなければ廃棄対象になります。食品ロスを削減するためにも手前から商品を選んでもらえるよう、啓発が必要です。

25. あなたは、賞味期限や消費期限を確認することがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	129人	51.6%
たいていしている(4回に3回程度)	73人	29.2%
ときどきしている(半々程度)	38人	15.2%
あまりしていない(4回に1回程度)	7人	2.8%
まったくしていない	3人	1.2%

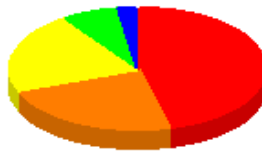


- いつもしている 51.6%
- たいていしている(4回に3回程度) 29.2%
- ときどきしている(半々程度) 15.2%
- あまりしていない(4回に1回程度) 2.8%
- まったくしていない 1.2%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の80.8%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の4.0%となり、賞味期限や消費期限を確認する頻度が高い傾向となり、賞味期限や消費期限への意識の高さが窺えました。

26. あなたは、より安く量が多いものがあれば食べきれないかもしれないと思いつつも買うことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	6人	2.4%
たいていしている(4回に3回程度)	18人	7.2%
ときどきしている(半々程度)	58人	23.2%
あまりしていない(4回に1回程度)	115人	46.0%
まったくしていない	53人	21.2%



- あまりしていない(4回に1回程度) 46.0%
- ときどきしている(半々程度) 23.2%
- まったくしていない 21.2%
- たいていしている(4回に3回程度) 7.2%
- いつもしている 2.4%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の9.6%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の67.2%となり、安くても食べきれない量のものは購入を避ける傾向にあることが分かりました。

27. あなたは、必要な食材を考え、買うものを決めてから買い物をすることがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	42人	16.8%
たいていしている(4回に3回程度)	84人	33.6%
ときどきしている(半々程度)	65人	26.0%
あまりしていない(4回に1回程度)	51人	20.4%
まったくしていない	8人	3.2%



- たいていしている(4回に3回程度) 33.6%
- ときどきしている(半々程度) 26.0%
- あまりしていない(4回に1回程度) 20.4%
- いつもしている 16.8%
- まったくしていない 3.2%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の50.4%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の23.6%となり、計画的に買い物をする傾向にあることが分かりました。

28. あなたは、広告(チラシ)を見て買うものを決めることがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	38人	15.2%
たいていしている(4回に3回程度)	65人	26.0%
ときどきしている(半々程度)	69人	27.6%
あまりしていない(4回に1回程度)	43人	17.2%
まったくしていない	35人	14.0%



- ときどきしている(半々程度) 27.6%
- たいていしている(4回に3回程度) 26.0%
- あまりしていない(4回に1回程度) 17.2%
- いつもしている 15.2%
- まったくしていない 14.0%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の41.2%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の31.2%となり、広告(チラシ)を見て買うものを決める頻度はどちらかという高い傾向にあることが分かりました。

29. あなたは、買うものを決めず店頭で価格を見ながら買い物をすることがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	33人	13.2%
たいていしている(4回に3回程度)	67人	26.8%
ときどきしている(半々程度)	90人	36.0%
あまりしていない(4回に1回程度)	45人	18.0%
まったくしていない	15人	6.0%



- ときどきしている(半々程度) 36.0%
- たいていしている(4回に3回程度) 26.8%
- あまりしていない(4回に1回程度) 18.0%
- いつもしている 13.2%
- まったくしていない 6.0%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の40.0%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の24.0%となり、買うものを決めず店頭で価格を見ながら買い物をする頻度は高い傾向にあることが分かりました。

30. あなたは、店頭で紹介されている献立(レシピ)を参考にして買い物をすることがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	2人	0.8%
たいていしている(4回に3回程度)	6人	2.4%
ときどきしている(半々程度)	36人	14.4%
あまりしていない(4回に1回程度)	106人	42.4%
まったくしていない	100人	40.0%

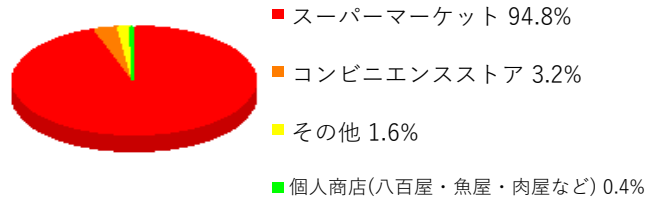


- あまりしていない(4回に1回程度) 42.4%
- まったくしていない 40.0%
- ときどきしている(半々程度) 14.4%
- たいていしている(4回に3回程度) 2.4%
- いつもしている 0.8%

「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の3.2%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の82.4%となり、店頭で紹介されている献立(レシピ)を参考にして買い物をする頻度は低い傾向にあることが分かりました。

31. あなたが食品を購入する主な場所はどこですか。(必須)

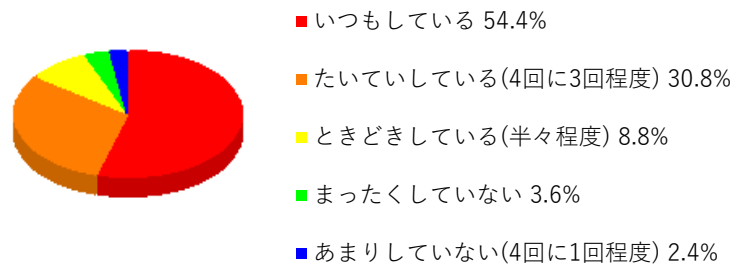
回答	選択人数	%
スーパーマーケット	237人	94.8%
個人商店(八百屋・魚屋・肉屋など)	1人	0.4%
コンビニエンスストア	8人	3.2%
その他	4人	1.6%



全体の94.8%の方が「スーパーマーケット」と回答し、食品を購入する際に多く利用されている場所だということが分かりました。

32. あなたは、外食の時、量を考えながら注文をすることがありますか。(必須)

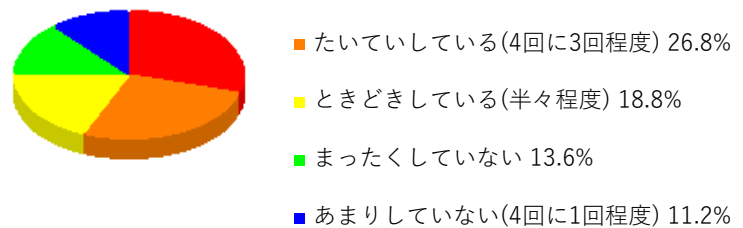
回答	選択人数	%
いつもしている	136人	54.4%
たいていしている(4回に3回程度)	77人	30.8%
ときどきしている(半々程度)	22人	8.8%
あまりしていない(4回に1回程度)	6人	2.4%
まったくしていない	9人	3.6%



「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の85.2%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の6.0%となり、外食時には量を考えながら注文する傾向にあることが分かりました。

33. あなたは、外食の時、子ども等他の家族が食べ残した時、代わりにそれを食べることはありませんか。(必須)

回答	選択人数	%
いつもしている	74人	29.6%
たいていしている(4回に3回程度)	67人	26.8%
ときどきしている(半々程度)	47人	18.8%
あまりしていない(4回に1回程度)	28人	11.2%
まったくしていない	34人	13.6%



「いつもしている」「たいていしている(4回に3回程度)」と回答した方を合わせると全体の56.4%、「あまりしていない(4回に1回程度)」「まったくしていない」と回答した方を合わせると全体の24.8%となり、外食時に家族の食べ残しを代わりに食べる頻度は高い傾向にあることが分かりました。

34. あなたは、食費を節約したいと思いますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつも思う	134人	53.6%
たいてい思う	62人	24.8%
ときどき思う	27人	10.8%
あまり思わない	23人	9.2%
まったく思わない	4人	1.6%



- いつも思う 53.6%
- たいてい思う 24.8%
- ときどき思う 10.8%
- あまり思わない 9.2%
- まったく思わない 1.6%

「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の78.4%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の10.8%となり、食費を節約したいという意識が高い傾向にあることが分かりました。

35. あなたは、生鮮食品等、冷蔵が必要な食品は新しいものを選びますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつも思う	141人	56.4%
たいてい思う	83人	33.2%
ときどき思う	15人	6.0%
あまり思わない	9人	3.6%
まったく思わない	2人	0.8%



- いつも思う 56.4%
- たいてい思う 33.2%
- ときどき思う 6.0%
- あまり思わない 3.6%
- まったく思わない 0.8%

「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の89.6%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の4.4%となり、冷蔵が必要な食品は新しいものを選ぶ意識が高い傾向にあることが分かりました。

36. あなたは、お菓子や飲料等、常温保存ができる食品は新しいものを選びますか。(必須)

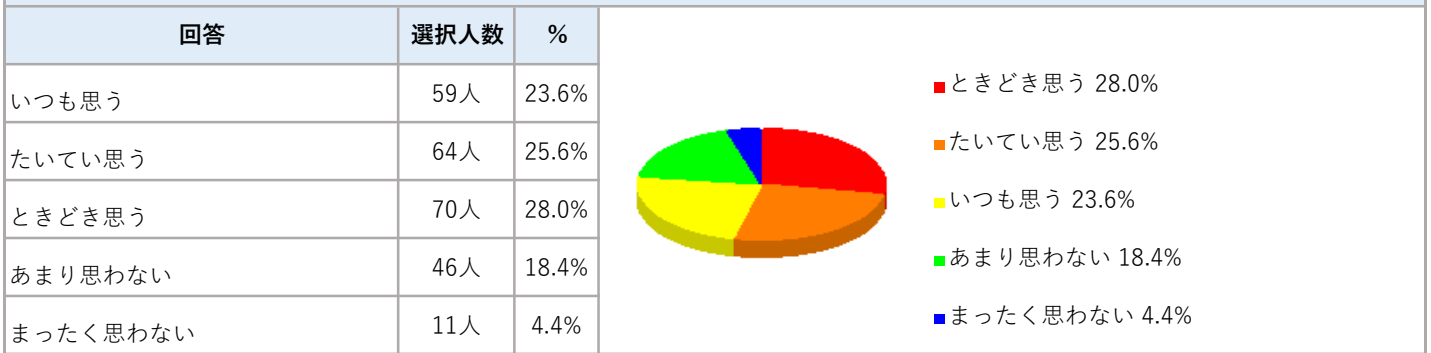
回答	選択人数	%
いつも思う	66人	26.4%
たいてい思う	65人	26.0%
ときどき思う	54人	21.6%
あまり思わない	53人	21.2%
まったく思わない	12人	4.8%



- いつも思う 26.4%
- たいてい思う 26.0%
- ときどき思う 21.6%
- あまり思わない 21.2%
- まったく思わない 4.8%

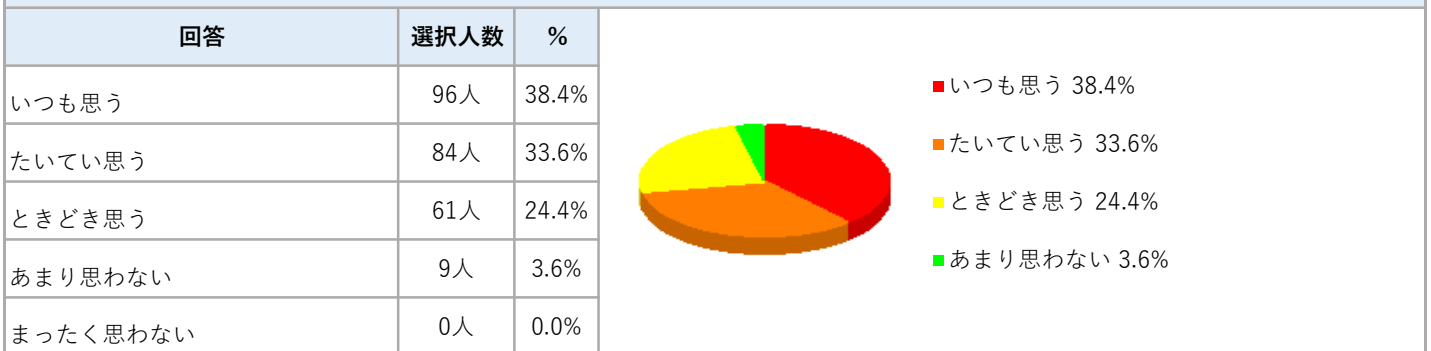
「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の52.4%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の26.0%となり、常温保存ができる食品は新しいものを選ぶ傾向にあります。問35の冷蔵が必要な食品と比較すると、新しいものを選ぶ意識は低いことが分かりました。

37. あなたは、食品を買うときに国内または都道府県等、生産地を選びたいと思いますか。(必須)



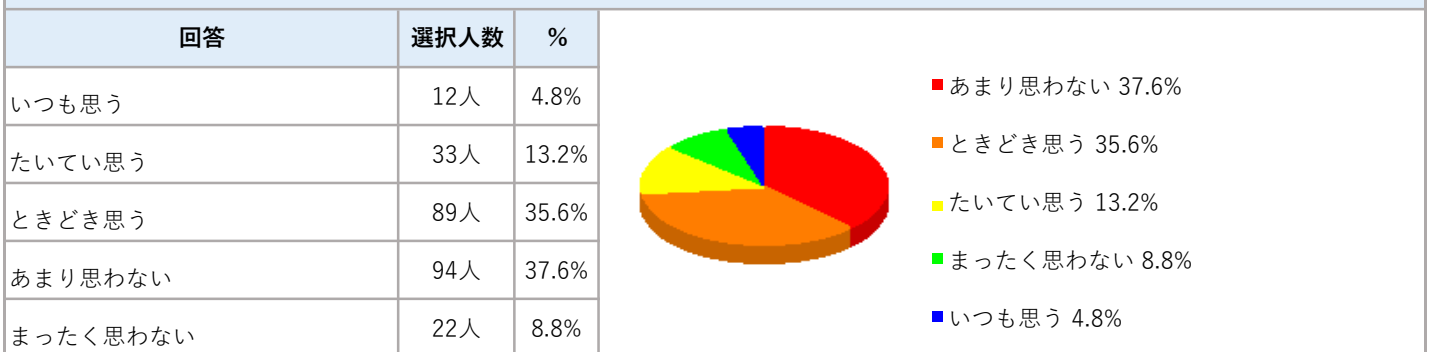
「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の49.2%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の22.8%となり、食品を買うときに生産地を選びたい意識が高い傾向にあることが分かりました。

38. あなたは、健康によいものを選ぶようにしたいと思いますか。(必須)



「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の72.0%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の3.6%となり、健康への意識が高いことが分かりました。

39. あなたは、買い物をしているときに時間がないと思うことがありますか。(必須)



「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の18.0%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の46.4%となり、買い物の際は時間に余裕がある傾向にあることが分かりました。

40. あなたは、調理をしているときに時間がないと思うことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
いつも思う	24人	9.6%
たいてい思う	36人	14.4%
ときどき思う	96人	38.4%
あまり思わない	69人	27.6%
まったく思わない	25人	10.0%



- ときどき思う 38.4%
- あまり思わない 27.6%
- たいてい思う 14.4%
- まったく思わない 10.0%
- いつも思う 9.6%

「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の24.0%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の37.6%となり、調理をしているときは時間に余裕がある傾向にあることが分かりました。

41. あなたは、食べ物の匂いについてよく知っている方だと思いますか。(必須)

回答	選択人数	%
かなり思う	17人	6.8%
わりと思う	96人	38.4%
どちらとも言えない	81人	32.4%
あまり思わない	48人	19.2%
まったく思わない	8人	3.2%



- わりと思う 38.4%
- どちらとも言えない 32.4%
- あまり思わない 19.2%
- かなり思う 6.8%
- まったく思わない 3.2%

「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の45.2%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の22.4%となり、食べ物の匂いについては、よく知っているという方が多い傾向にあることが分かりました。

42. あなたは、食材を無駄にしない調理技術について自信がある方だと思いますか。(必須)

回答	選択人数	%
かなり思う	19人	7.6%
わりと思う	62人	24.8%
どちらとも言えない	78人	31.2%
あまり思わない	64人	25.6%
まったく思わない	27人	10.8%



- どちらとも言えない 31.2%
- あまり思わない 25.6%
- わりと思う 24.8%
- まったく思わない 10.8%
- かなり思う 7.6%

「いつも思う」「たいてい思う」と回答した方を合わせると全体の32.4%、「あまり思わない」「まったく思わない」と回答した方を合わせると全体の36.4%となり、食材を無駄にしない調理技術については、どちらかという自信がないと思っている方が多くなりました。食材を無駄にしない調理方法についても情報発信していく必要があります。

43. あなたは、どのくらいの頻度で買い物に行きますか。(必須)

回答	選択人数	%
ほぼ毎日	55人	22.0%
週に3回から4回程度	95人	38.0%
週に1回から2回程度	86人	34.4%
月に1回から2回程度	11人	4.4%
その他	3人	1.2%



- 週に3回から4回程度 38.0%
- 週に1回から2回程度 34.4%
- ほぼ毎日 22.0%
- 月に1回から2回程度 4.4%
- その他 1.2%

「週に3回から4回程度」と回答した方が全体の38.0%と最も多く、全体の94.4%の方が週1回以上、買い物に行くことが分かりました。

44. あなたの炊事経験年数は、どのくらいですか。(必須)

回答	選択人数	%
炊事経験なし	22人	8.8%
5年未満	45人	18.0%
5年以上10年未満	31人	12.4%
10年以上15年未満	29人	11.6%
15年以上20年未満	29人	11.6%
20年以上	94人	37.6%



- 20年以上 37.6%
- 5年未満 18.0%
- 5年以上10年未満 12.4%
- 10年以上15年未満 11.6%
- 15年以上20年未満 11.6%
- その他 8.8%

「20年以上」と回答した方が全体の37.6%と最も多く、全体の91.2%の方が炊事経験があると回答しました。

45. あなたは、普段の生活において食材や食品を捨てたり、食べ残しを捨てたりすることがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
かなりある	4人	1.6%
ときどきある	80人	32.0%
どちらとも言えない	24人	9.6%
あまりない	80人	32.0%
ほとんどない	62人	24.8%

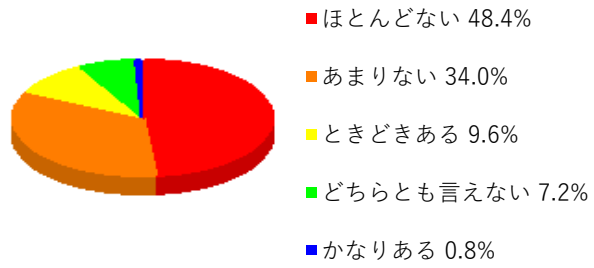


- ときどきある 32.0%
- あまりない 32.0%
- ほとんどない 24.8%
- どちらとも言えない 9.6%
- かなりある 1.6%

「かなりある」「ときどきある」と回答した方を合わせると全体の33.6%、「あまりない」「ほとんどない」と回答した方を合わせると全体の56.8%となり、普段の生活において食材や食べ残しを捨てたりする頻度は低い傾向にあることが分かりましたが、更なる食品ロスの削減に向け、協力を求める働きかけが必要です。

46. あなたは、外食したときに料理を残すことがありますか。(必須)

回答	選択人数	%
かなりある	2人	0.8%
ときどきある	24人	9.6%
どちらとも言えない	18人	7.2%
あまりない	85人	34.0%
ほとんどない	121人	48.4%



「かなりある」「ときどきある」と回答した方を合わせると全体の10.4%、「あまりない」「ほとんどない」と回答した方を合わせると全体の82.4%となり、問45の普段の生活と比較すると外食時の食品の廃棄は少ない傾向にあることが分かりました。

47. 食品購入や外食の時の行動に関することについてご意見・ご要望等がございましたら、ご自由にご記入ください。（1000文字以内）
回答（一部要約・抜粋）
スーパーではわりと頻りに値引き販売などによって、食品を売り切る体制ができていのように感じます。それでも食品ロスは出ているとは思いますが、逆にコンビニでは値引き販売なども行われていないように感じますし、食品ロスが多く発生しているように思いますので今後さらに対策が必要だと感じます。食品ロスを減らせれば商品価格にも反映させられて、売り上げも伸びるかとも思われますが、そんなに簡単にはいかないことも確かです。予約制にするとか現状でも対策はされているかとは思いますが、継続的に対策が必要だと思えます。
スーパーマーケットで食品棚の中に頭を入れて賞味期限や消費期限を確認している姿をよく見かけます。お店側や買い物客にとって、迷惑この上無いと思う。一部の人ですが…どこへ行っても同じ行動をされているのでしょうか。何か順番に商品を手に取る方法は無いのでしょうか。
フードロスになりそうな食品などを、集め、必要な人に、捨てるなら安く売る、そういう店がもっと出来れば良いと思います。福島区の野田にそういう店があり、たまに利用しています。
食品ロスを真剣に考えた時、消費する時期に見合った消費期限の商品と必要な消費量を見極める購入行動が不可欠である。日常のサイクルで使用するものは、管理は比較的できるものの、調味料類はややもすれば、半年以上、気が付かずに使っていることがある。節分の巻きずしの予約販売、来月のクリスマスケーキの廃棄の問題など多々あるが、販売店の姿勢に問われることもある。食品ロスがかなりの高額になることにおどろかされたが、更なる啓蒙行動が要求される。 我が家では内、外食を問わず食べ残し厳禁である。特に外食の場合、調理してくれた人のことを考えた時、食べ残しはあり得ない。関連業界一丸となってマスコミなどを通じて、食品ロスキャンペーンを行うべきだ。そのロスが、商品価格に反映されている可能性もある。
購入、消費と言うのはその行為だけでなく、季節や気温、価格や分量との兼ね合いだと思います。必ずしも安く大量なのがベストではないし今から即、使用するなら多少傷んでいても半額なら買います。若くて子供を育てている時ならしませんでした。環境が変化し、初老の夫婦だけになり、買い物の仕方も変わりました。定価で買うならより良い物を、と言うのは変わりませんが、柔軟に出来るようになりました。今では「食べたい物」を作るのではなく冷蔵庫にある材料で「作れる物」を食べています。
食品購入については、食ロスは消費者よりもコンビニエンスストアなどの廃棄の方が多くと考える。コンビニエンスストアでは賞味期限が近付いて来ても値下げ出来ないなどのシステムがあると報道されている。 食品購入の時は健康に良い食品を選択することに留意しながらも、消費期限が近付いて来ている値引きされた食品を買うこともよくある。経済的であり食品ロスを減らすことが出来ると思っている。 外食する時は、注文した料理はすべて食べることにしているので食品ロスは自分ではしていないと自負している。 日本は今平和な国で食べる物に困らないが、いつ戦争になるか分からないし、台風や地震などの天災で食料が手に入らなくなることも考えられる。そう言った危急の時の為にも食べ物を粗末に扱ってはならないと考えている。
地産地消を心掛けているが、どうしても特価品などに惹かれて購入することがある。食材については、無駄にならないように努力している。例えば野菜の皮などは冷凍保存してスープをとるなど。また、乾物や乾麺など保存できる食品をよく購入する。ちょっとした心がけで、できる範囲、無理のない範囲で食品ロスをなくすように家庭家庭で工夫するべきだと思っている。
少食なので、外食はなるべくしないように気をつけています。残すと店員さんから、お口に合わなかったですか？と尋ねられると、申し訳なさでいっぱいです。外食時に余ったものを持ち帰らせてくれるお店が増えてほしい。こちらから打診しても、衛生上不可だと断られたことが何回もあり、もったいないなあと思いました。自己責任との兼ね合いが難しく、不埒なヤカラも出てくるでしょうから無理はないかもしれませんが。生産者、提供者側も消費者側も納得できるルールを作って、無駄がなくなれば良いと思います。
販売店に対して：包装された食品の量が多すぎることが目につく。家族数が減る傾向にある今日なるべく少量包装のものも並べてほしい。ほしい量を取ることができるような工夫もしていただきたい。賞味期限が近づいた食品をサービス品として販売するときは清潔なワゴン・サービス品にする理由・購入後の取り扱い注意などを分かりやすく掲示していただきたい。外食店では特に主食の量を何段階かに分けてお客に前もって聞く習慣を根付かせたい。 食品関係行政：消費者に食品ロスのことを啓発する努力を続けてほしい。学校関係とも連携して幼小中高校の授業や給食の時間に「食品ロス」のことや消費者として注意することなどを取り上げていただきたい。特に日本では家庭における食品廃棄の多いことをいろいろな手段で消費者に知らせていただきたい。世界では今も飢餓に苦しんでいる国・地域があるのだから。外食店では食品衛生上の条件を付けて持ち帰りができるような指針ができないだろうか。 消費者：メディアや行政から送られてくる情報を暮らしに生かす力を高めたい。食品の購入・保存・調理・残り物の活用に日常的に努力すること。外食ではお皿の上には残さない習慣、もし残ったときは持ち帰る習慣を広めたい。

【総括】 今回のアンケートによって、消費者の購買行動や外食時の行動を把握することができました。また、食品ロスについての理解が進んでおり、その問題意識の高さを感じたところです。一方で商品棚の手前から商品を取らなかつたり、食品を廃棄してしまっている現状も垣間見えました。今後は皆さまからいただいた意見を参考に、引き続き市民へのお出前講座の開催や、各種媒体、イベントを通じた啓発を行ってまいります。また、小売店等への協力を呼びかけ、食品ロスの削減に努めてまいります。
