



---

～自治体・事業者向け～  
消費者の行動変容等による  
食品ロスの効果的な削減に向けた手引き

---

-資料編-

令和8年3月更新版

環境省 環境再生・資源循環局 資源循環課

## 1. 地域における食品ロスの発生要因の調査

- 1.1 食品ロスが発生する要因
- 1.2 食品ロスの発生の特徴（特定のタイミングや世帯による発生）

## 2. 消費者に着目した施策推進の考え方（どのような「消費者の行動」をターゲットとするか）

- 2.1 食品ロスの削減に向けた消費者の行動に関するアンケート 調査概要
- 2.2 調査結果
  - (1) 属性
  - (2) 単純集計結果
  - (3) 属性別の集計結果

## 3. 消費者に着目した効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

- ① 冷蔵庫の整理等の普及啓発・ツールの活用
- ② 生鮮野菜の管理に関する普及啓発
- ③ 食品寄附の普及促進
- ④ 作り過ぎを防ぐ調理方法の周知
- ⑤ 調理技術を伝達する料理教室の開催
- ⑥ 「てまえどり」の推進
- ⑦ mottECO（食べ残しの持ち帰り）の普及促進

---

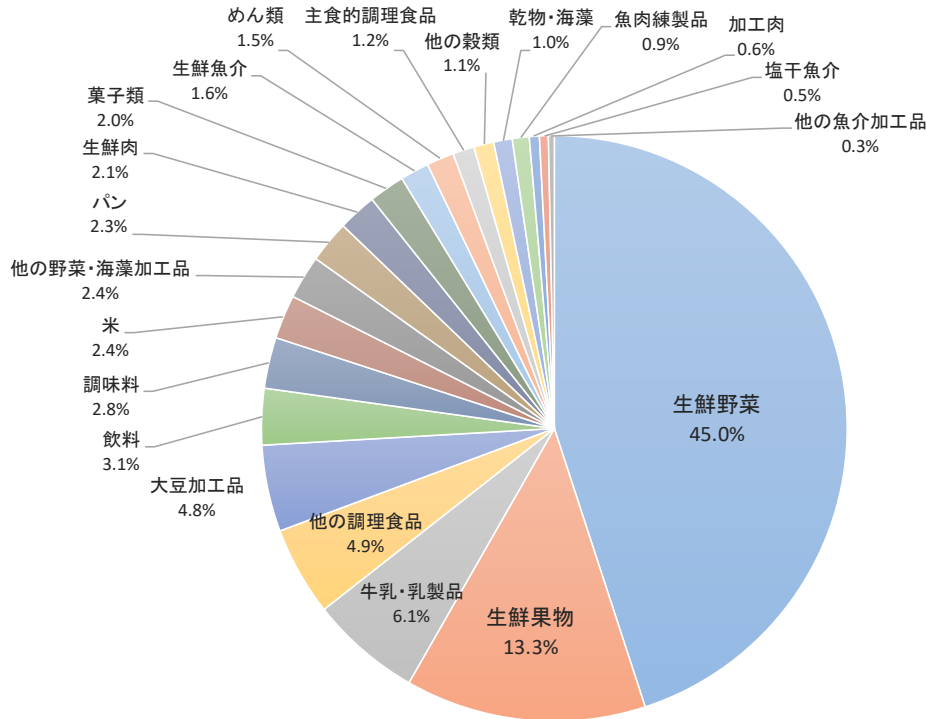
# 1. 地域における食品ロスの発生要因の調査

---

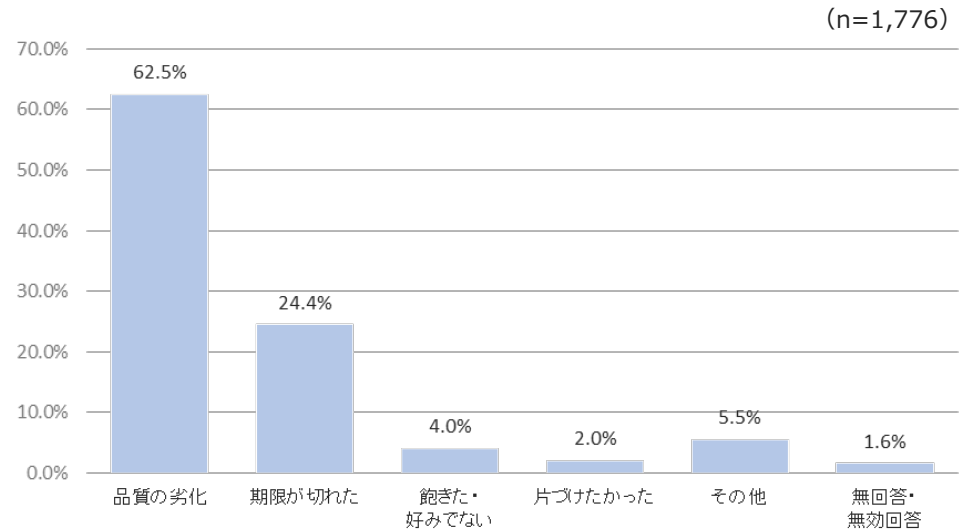
# 1.1 食品ロスが発生する要因

- 過去に食品ロスダイアリーを用いて調査された結果を見ると、直接廃棄（手つかず食品）の中では「生鮮野菜（45.0%）」「生鮮果物（13.3%）」「牛乳・乳製品（6.1%）」の順に発生しており、廃棄した理由は「品質の劣化（62.5%）」「期限が切れた（24.4%）」の順に多いという結果が報告されている。

## 廃棄された手つかず食品の割合



## 手つかず食品を捨てた理由



(出所) 2019年度仙台市家庭系食品廃棄物の発生抑制循環促進に関する調査及び事業化検討業務

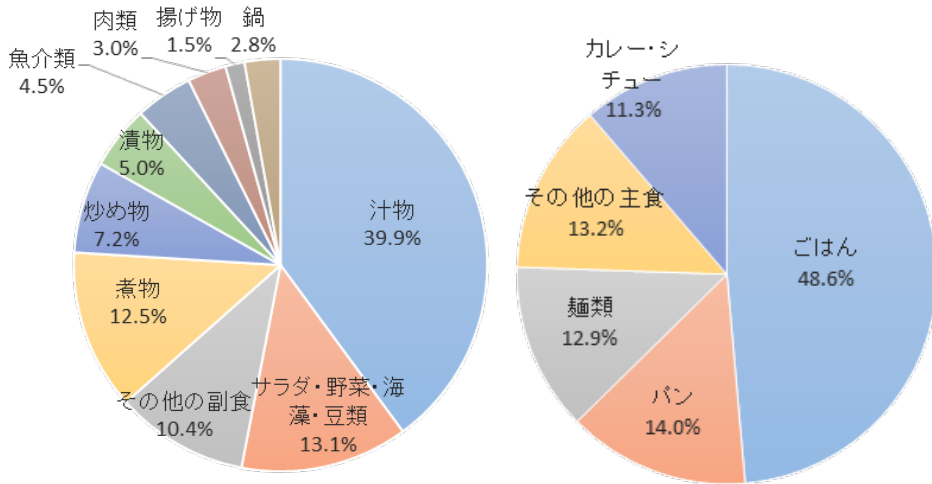
(出所) 2019年度仙台市家庭系食品廃棄物の発生抑制循環促進に関する調査及び事業化検討業務

(注) 重量換算可能な1,768件の廃棄された食品の重量合計316,519 gを集計している。

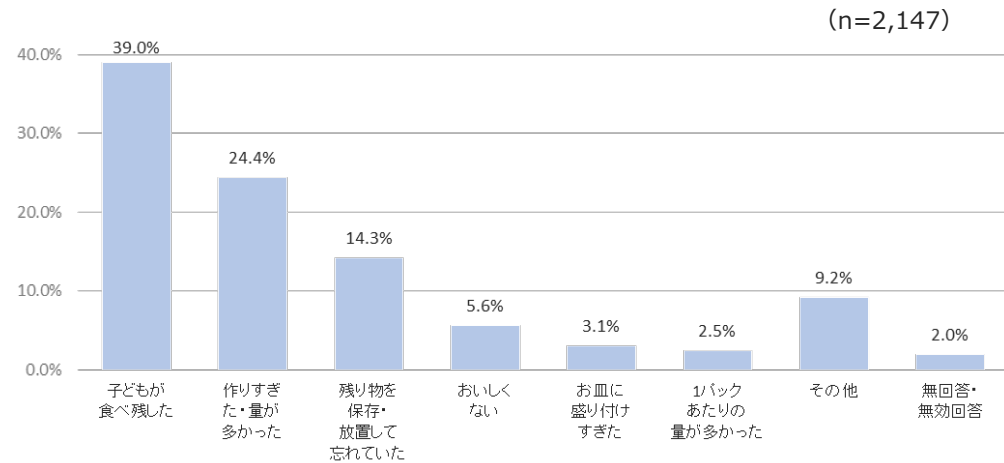
# 1.1 食品ロスが発生する要因

○ 食べ残しの中では、副食としては「汁物（39.9%）」「サラダ・野菜・海藻・豆類（13.1%）」の順、主食としては「ごはん（48.6%）」「パン（14.0%）」の順に発生しており、廃棄した理由は「子どもが食べ残した（39.0%）」「作りすぎた・量が多かった（24.4%）」の順に多いという結果が報告されている。

廃棄された食べ残しの割合（左：副食、右：主食）



食べ残しの発生理由



（出所）2019年度仙台市家庭系食品廃棄物の発生抑制循環促進に関する調査及び事業化検討業務

（出所）2019年度仙台市家庭系食品廃棄物の発生抑制循環促進に関する調査及び事業化検討業務

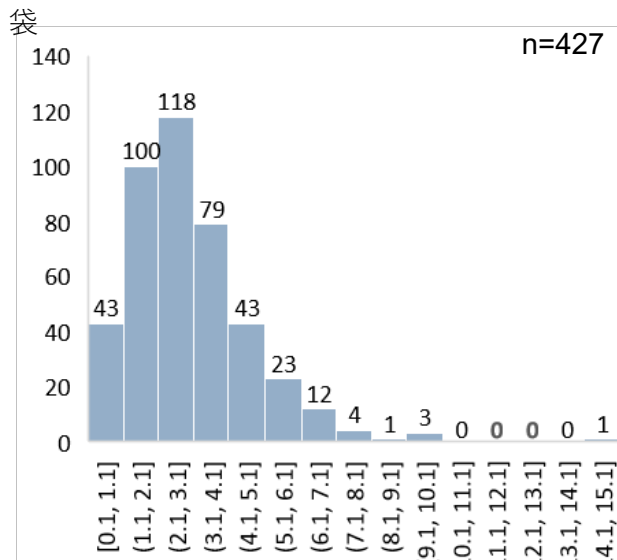
（注）副食は重量換算可能な1,184件の廃棄された食品の重量合計113,313gを集計。主食は重量換算可能な652件の廃棄された食品の重量合計56,767gを集計。

# 1.2 食品ロスの発生の特徴（特定のタイミングや世帯による発生）

- 関東地域のS市（人口：12万人）において、家庭から排出されたごみ袋（N=427）を、袋ごとに可燃ごみ量、食品廃棄物量、食品ロス量を計測した結果を、それぞれ重量区分ごとに階級を設けて度数分布表を作成し、ヒストグラムとして図示した。
- 食品ロス量のヒストグラムでは、**食品ロスが少量または含まれない袋\*が多く確認**される一方で、**多量に含まれる袋（2kg以上が14袋、最大5.5kg）が一部存在したことから、食品ロスは「特定のタイミング」または「特定の世帯」によって多量に排出されている**ことが推察された。

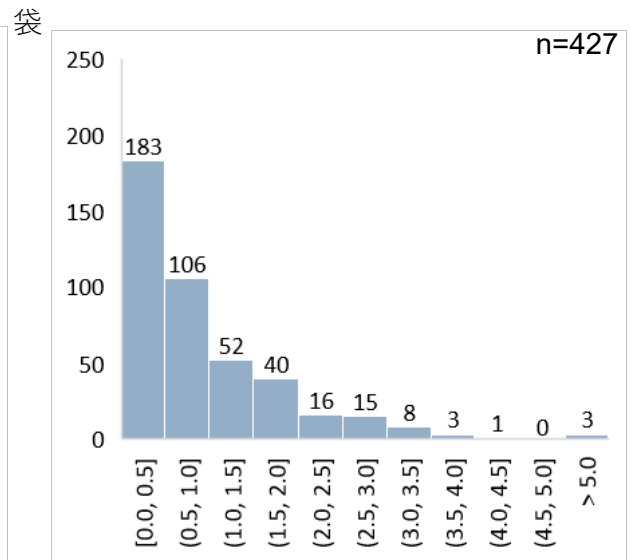
\* 食品ロス量が0.5kg以下の袋が327袋（全体の77%）、0kgの袋が137袋（全体の32%）であった。

### 可燃ごみ量のヒストグラム



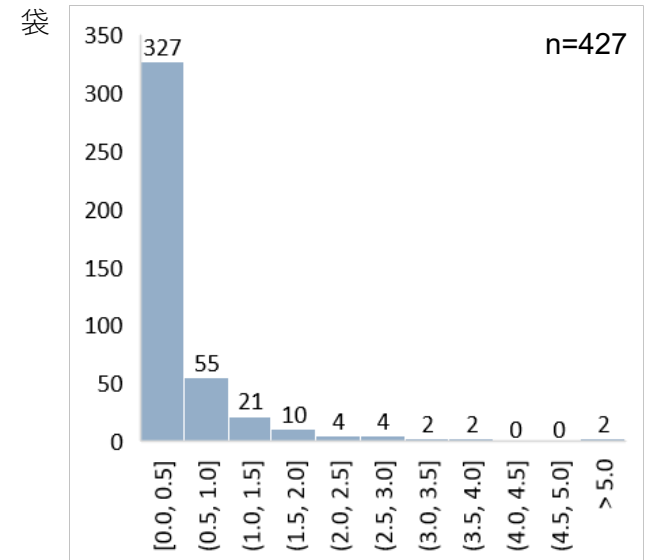
- ・最小 : 0.1kg/袋
- ・最大 : 14.5kg /袋 (8kg以上が7袋)
- ・推定値 : 3.0 kg ± 0.2 kg

### 食品廃棄物量のヒストグラム



- ・最小 : 0 kg /袋 (61袋)
- ・最大 : 6.4 kg /袋
- ・推定値 : 0.87 kg ± 0.09 kg

### 食品ロス量のヒストグラム



- ・最小 : 0 kg /袋 (137袋)  
※61袋は調理くずも0kg
- ・最大 : 5.5 kg /袋
- ・推定値 : 0.38 kg ± 0.07 kg

※ 1袋あたりの存在量に関する推定値は、95%信頼区間で表記している。

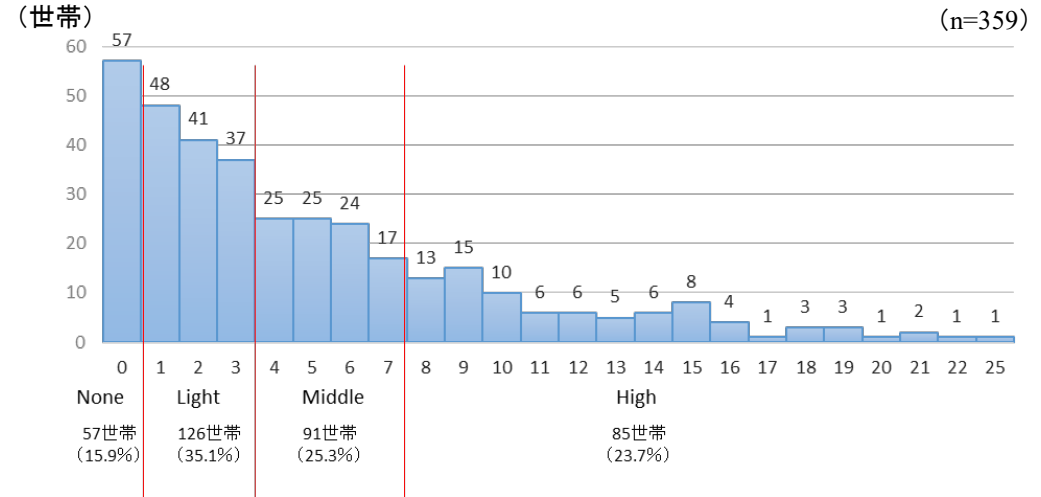
# 1.2 食品ロスの発生の特徴（特定のタイミングや世帯による発生）

- 世帯ごとの特徴を分析した事例として、仙台市が2018~2019年度に実施した食品ロスダイアリー調査では、直接廃棄（手つかず食品）と食べ残しの廃棄件数が多い層をHigh~Noneの4段階に分類し、件数上位の約25%をH層（多量排出世帯）として分析を行っている。

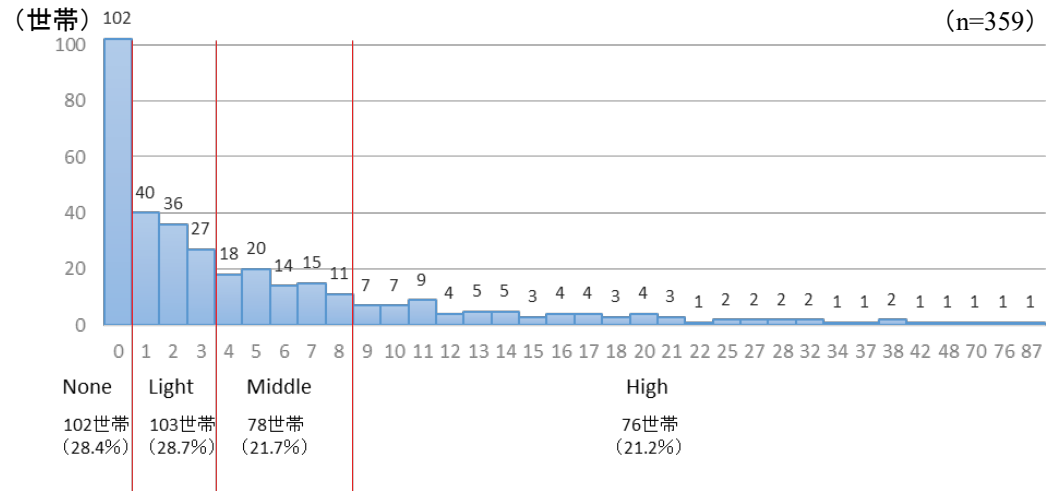
※N層+L層で約50%、M層とH層をそれぞれ約25%としている

- 調査期間の5週間のうち、直接廃棄は8件以上廃棄している世帯をH層、食べ残しは9件以上廃棄している世帯をH層として、分析を行っている。

## 直接廃棄（手つかず食品）の廃棄件数の分布



## 食べ残しの廃棄件数の分布



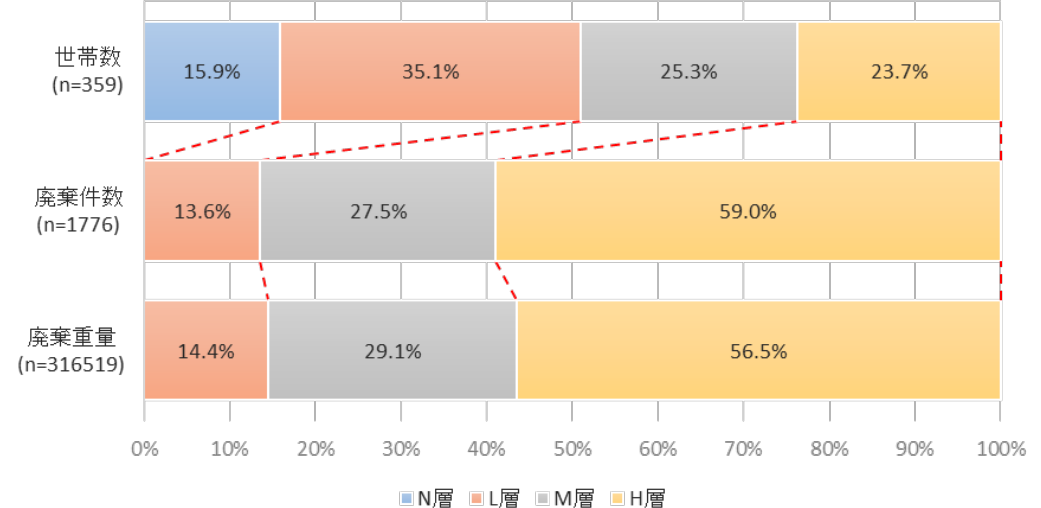
(出所)「仙台市家庭系食品廃棄物の発生抑制循環促進に関する調査及び事業化検討業務」(令和2年2月28日、仙台市)

※2019年度二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金（脱炭素イノベーションによる地域循環共生圏構築事業のうち、地域の多様な課題に応える脱炭素型地域づくりモデル形成事業）

## 1.2 食品ロスの発生の特徴（特定のタイミングや世帯による発生）

- 世帯数・廃棄件数・廃棄重量に占める各層の割合を分析した結果、**世帯数では約25%に該当するH層が、廃棄重量では60%前後を占める**ことがわかる。
- ✓ 手つかず食品は、世帯数の約24%を占めるH層（High／8件以上）からの廃棄件数が、廃棄件数全体の59%（廃棄重量で約57%）を占めている。（右上図）
- ✓ 食べ残しは、世帯数の約21%を占めるH層（High／9件以上）からの廃棄件数が、廃棄件数全体の約70%（廃棄重量で約66%）を占めている。（右下図）
- また、手つかず食品の廃棄件数が多い多量排出世帯（H層）、食べ残しの廃棄件数が多い多量排出世帯（H層）の重なりを分析した結果、**いずれもH層であるのは全体の1割強（39世帯）**であるが、この39世帯で**食品ロス件数の35%、食品ロス重量の約32%**を占めているとされている。

廃棄頻度カテゴリー別の世帯数及び廃棄件数の割合（直接廃棄）



廃棄頻度カテゴリー別の世帯数及び廃棄件数の割合（食べ残し）



（出所）「仙台市家庭系食品廃棄物の発生抑制循環促進に関する調査及び事業化検討業務」（令和2年2月28日、仙台市）

※2019年度二酸化炭素排出抑制対策事業費等補助金（脱炭素イノベーションによる地域循環共生圏構築事業のうち、地域の多様な課題に応える脱炭素型地域づくりモデル形成事業）

## 1.2 食品ロスの発生の特徴（特定のタイミングや世帯による発生）

- 仙台市によるH層（多量排出世帯）の特徴に関する分析の結果、2018年度調査・2019年度調査で共通して得られた傾向は多量排出世帯の特徴といえる可能性が高く、啓発の重点ターゲットとしての検討が必要と整理されている。
- 同報告書では「相関関係は強くないものの、手つかず食品は50代、60代以上に比べ、30代、40代において多量排出世帯（H層）の割合が高く、食べ残しにおいては、主な調理者の年代が30代の世帯や子どものいる世帯で多量排出世帯（H層）の割合が高いことが把握できた。」と報告している。

### 仙台市の食品ロスダイアリー調査より得られた多量排出世帯の特徴（※主に2019年度の結果より整理）

#### 【手つかず食品】

##### ★ 多量排出者の特徴の可能性が高い事項（2018年度・2019年度で共通して得られた傾向）

- ✓ 主な調理者の属性の特徴は、フルタイムで就業している傾向が高い。
- ✓ 買い物については、利用する入手方法が3種類以上の世帯、「念のためと思って食品を多めに買う」・「買い物をしながら献立を考える」・「家にある食品と同じものをうっかり買う」といった行動をとる世帯においてH層の割合が高くなる傾向がある。

##### ☆ 多量排出者の特徴の可能性のある事項（2018年度と一部異なる傾向ではあるが特徴が確認される主な事項）

- ✓ 主な調理者の属性の特徴は、年齢が50代以上よりも、30～40代においてH層の割合が高い。
- ✓ 世帯の特徴として、13～17歳の子どもがいる世帯や、5名以上の世帯にてH層の割合が高くなる傾向がある（2018年度は傾向が不明であった）。
- ✓ 保存方法等については、「野菜は紙で包んでポリ袋に入れている」世帯でH層の割合が高く（2018年度とは異なる。工夫はみられるが、食品の特性に合わせた適切な保存方法ができていない可能性がある）、定期的な冷蔵庫・食品の保管場所の整理をほとんど行っていない世帯においてH層の割合が高い傾向がある。

#### 【食べ残し】

##### ★ 多量排出者の特徴の可能性が高い事項（2018年度・2019年度で共通して得られた傾向）

- ✓ 世帯の特徴として、18歳未満の子どもがいる世帯、特に子どもの年齢が低いほどH層の割合が高くなる傾向がある。

##### ☆ 多量排出者の特徴の可能性のある事項（2018年度と一部異なる傾向ではあるが特徴が確認される主な事項）

- ✓ 主な調理者の属性の特徴は、30代においてH層の割合が高い（2018年度は30代及び60代以上のため一部異なる）。
- ✓ 買い物については、利用する入手方法が3種類以上の世帯においてH層の割合が高い傾向がある（2018年度は傾向が不明であった）。

---

## 2. 消費者に着目した施策推進の考え方 どのような「消費者の行動」をターゲットとするか

---

## 2.1 食品ロスの削減に向けた消費者の行動に関するアンケート 調査概要

- 食品ロスの削減に向けた消費者の行動について、現時点での取組状況と今後の取り組みやすさを調べることを目的とし、調査を実施した。（調査実施期間：2024年7月2日～7月9日）

### 設問の概要（以下の29の行動について、取組状況・取り組みやすさをそれぞれ聴取）

場面	行動	場面	行動
食品の 買い物	1 食事のメニューを計画してから、買い物をする	食品の 使用・ 調理	15 早く使う必要がある傷みやすい食品を優先して使う
	2 買い物リストを作ってから、買い物をする		16 賞味期限を過ぎても、食べられるものはできるだけ食べる
	3 買い物をする前に冷蔵庫などの在庫チェックを行う		17 料理を作りすぎないように、必要な分量を量る
	4 買い過ぎないように購入する量に気をつける		18 料理を作りすぎないように、家族の食事の予定や体調を確認する
	5 食べきれるように、小分けや少量パックのものを買う		19 残っている食材を使い切る料理を作る
	6 すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る（てまどり）		20 レシピに足りない材料があるときは、家にある他のもので代用できないか考える
	7 期限間近で値引きされている商品を活用する		21 野菜などの皮やヘタを取り除くときは、取り除く部分をできるだけ少なくする
食品の 保管	8 冷蔵庫を奥まで見えるように整理する		22 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う
	9 早く使う必要がある、傷みやすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く		23 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する
	10 早く使う必要がある食品が残っていないか、冷蔵庫内をよく探す	家庭での 食事	24 残さずに食べる
	11 家にある食品の賞味・消費期限を確認する		25 食べきれる量を確認して配膳する
	12 使い切れない食品には、冷凍保存を活用する		26 リメイクなども活用し、残った料理はあとで食べきる
	13 冷蔵庫内の温度が上がらないように、開ける頻度を最低限にする	外食	27 メニューの量や内容を確認し、食べきれるかどうかわよく考えて注文する
	14 野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている		28 注文した料理を食べきる
	29 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る		

#### <設問>

- ✓ 現在取り組んでいるか（いつもしている / たびたびしている / あまりしていない / まったくしていない）
- ✓ 行動に取り組むことを想定した場合の取り組みやすさ  
（とても取り組みやすい / 取り組みやすい / どちらともいえない / 取り組みにくい / とても取り組みにくい）

## 2.1 食品ロスの削減に向けた消費者の行動に関するアンケート 調査概要

- 自分や家族の食事のための買い物や調理をメインで担当している（以下、「食事管理者」）、全国の18歳～79歳の男女2,000名を対象に調査した。
- サンプルは国勢調査に基づいた世帯人数の比率を用いて層化した。各層における食事管理者の性別・年代別の比率（右下表）は、母集団における世帯人数別の性別・年代別比率(※)とした。

(※) 母集団における性別・年代別比率は、国勢調査に基づいた性別・年代別割付で実施した10,000名を対象としたスクリーニング調査（左下表）の結果を踏まえて推定した。（信頼水準95%において誤差約±1%）

### スクリーニング調査の割付

		性別		合計
		男性	女性	
年代	18～29歳	777	747	1,524
	30～39歳	747	726	1,473
	40～49歳	967	949	1,916
	50～59歳	870	872	1,742
	60～69歳	801	841	1,642
	70～79歳	784	919	1,703
合計		4,946	5,054	10,000

(※) 国勢調査に基づいて性別・年代別に割付

### 本調査の各層における割付比率

	世帯人数			
	1人	2人	3人	4人以上
男性／18-29歳	10%	1%	3%	3%
男性／30-39歳	8%	2%	5%	4%
男性／40-49歳	9%	2%	3%	4%
男性／50-59歳	9%	2%	3%	2%
男性／60-69歳	8%	2%	1%	1%
男性／70-79歳	5%	3%	1%	0%
女性／18-29歳	8%	4%	8%	6%
女性／30-39歳	7%	6%	11%	18%
女性／40-49歳	9%	11%	17%	29%
女性／50-59歳	8%	16%	19%	16%
女性／60-69歳	9%	22%	16%	10%
女性／70-79歳	10%	30%	12%	6%
合計	100%	100%	100%	100%

(※) 食事管理者の性別・年代別比率

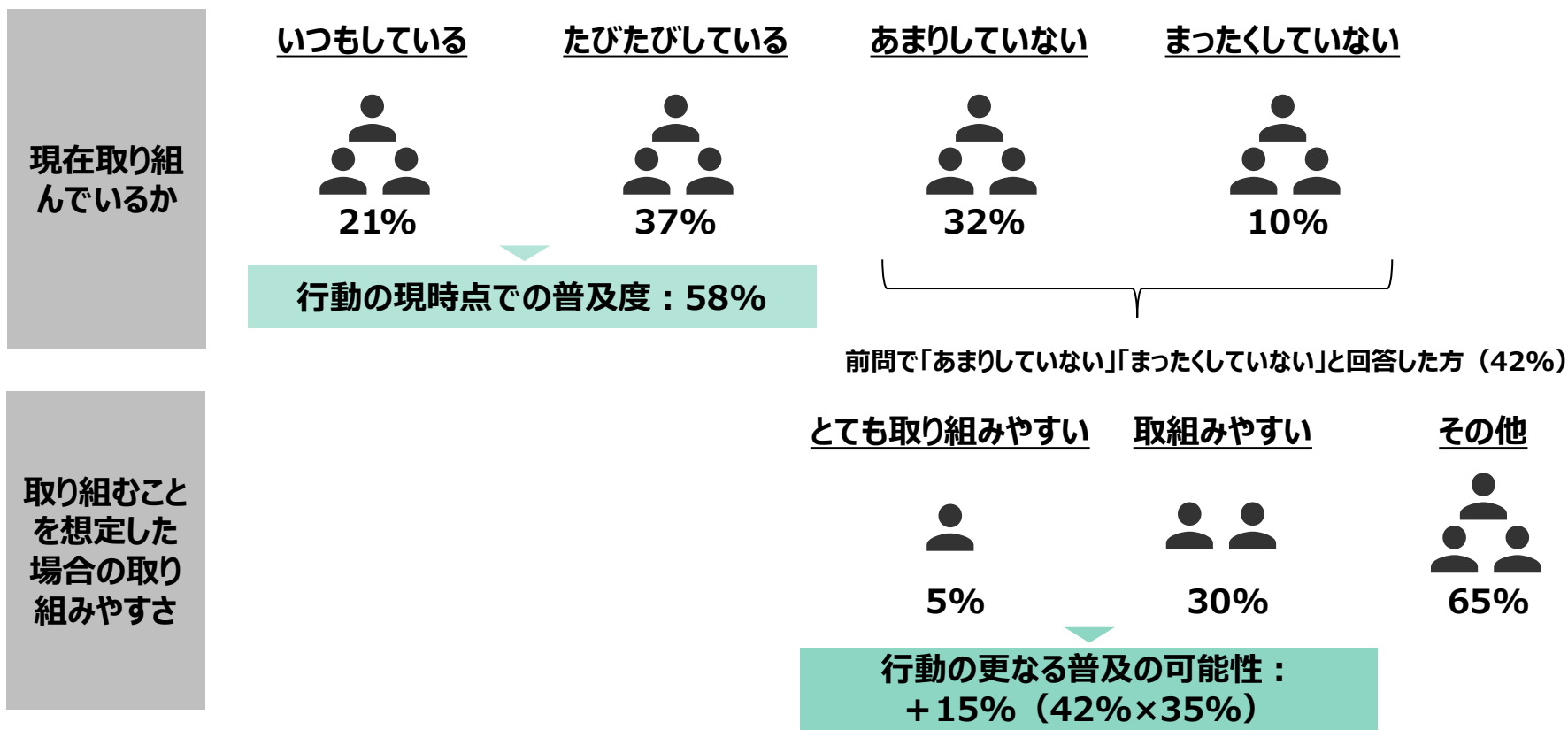
(※) スクリーニング調査を踏まえて設定

## 2.1 食品ロスの削減に向けた消費者の行動に関するアンケート 調査概要

- 調査対象全体である2,000名を分母として、行動に既に取り組んでいる人の割合を「**行動の現時点での普及度（○%）**」、現在取り組んでいないが取り組みやすいと考える人の割合を「**行動の更なる普及の可能性（+○%）**」として、集計・分析した。

### 集計・分析のイメージ

（例）「食事のメニューを計画してから、買い物をする」という行動について



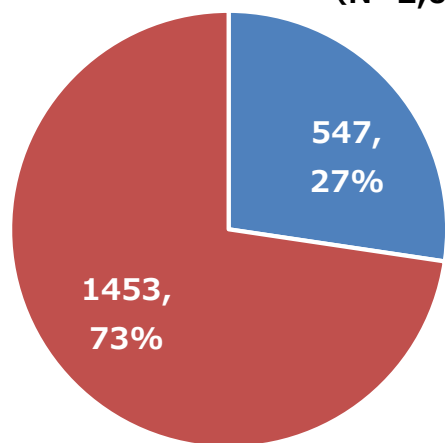
（※）行動の更なる普及の可能性＝現在取り組んでいない（「あまりしていない」「まったくしていない」と回答）の割合  
× 現在取り組んでいないが、取り組みやすいと考える人（現在取り組んでいないとの回答者における「とても取り組みやすい」「取り組みやすい」の回答）の割合  
（※）「食事メニューを計画してから、買い物をする」という行動を例にとると、普及可能性は（32%+10%）×（5%+30%）＝+15%と算出される

## 2.2 調査結果（1）属性

- 調査対象とした2,000名の属性の比率は以下の通りであった。
- 性別・年代の比率は、母集団における食事管理者の性別・年代別の比率を反映している。

### 性別

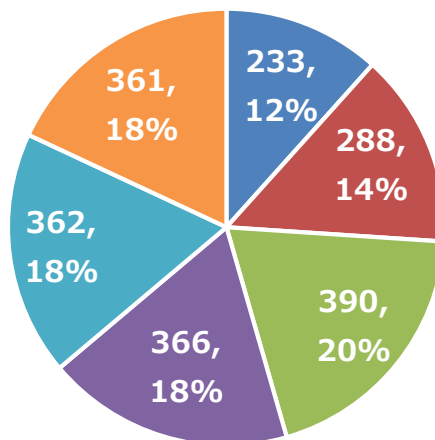
(N=2,000)



■ 男性 ■ 女性

### 年代

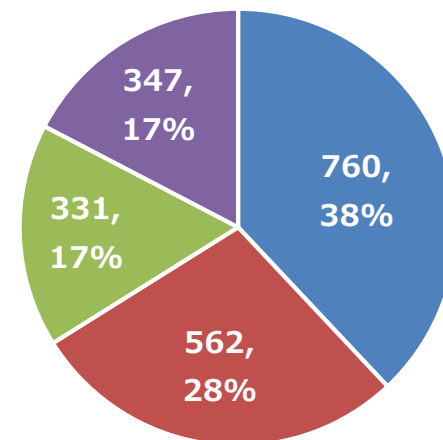
(N=2,000)



■ 18～29歳 ■ 30～39歳 ■ 40～49歳  
■ 50～59歳 ■ 60～69歳 ■ 70～79歳

### 世帯人数

(N=2,000)



■ 1人 ■ 2人 ■ 3人 ■ 4人以上

### ①行動の現時点での普及度

- 行動の現時点での普及度の上位3位は、「24. 残さずに食べる (94%)」、「28. 注文した料理を食べきる (94%)」、「15. 早く使う必要がある傷みやすい食品を優先して使う (90%)」であった。
- 下位3位は、「23. 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する (15%)」「29. 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る (37%)」「22. 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う (38%)」であった。

### ②取り組むことを想定した場合の取り組みやすさ

- 現時点であまり/まったく取り組んでいない人に限定し、取り組みやすさの集計を行ったところ、上位3位は、「3. 買い物をする前に冷蔵庫などの在庫チェックを行う (49%)」「9. 早く使う必要がある、傷みやすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く (49%)」「4. 買い過ぎないように購入する量に気をつける (47%)」であった。
- 下位3位は、「23. 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する (16%)」「22. 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う (20%)」「14. 野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている (16%)」であった。

### ③行動の更なる普及の可能性 (①、②を踏まえた整理)

- 行動の更なる普及の可能性の上位3位は「29. 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る (+18%)」「6. すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る (てまえどり) (+18%)」「14. 野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている (+18%)」であった。
- +10%以上を基準とすると、29の行動のうち15の行動が該当し、**今後の施策によって、比較的変容しやすい行動であると考えられた。**
- なお、「22. 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う」「23. 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する」「29. 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る」は、普及度+更なる普及の可能性が低く (現在取り組んでいる割合が低く、かつ取り組みにくいと考えられている取組)、**今後の取り組みやすさの改善が望まれるといえる。**

## 2.2 調査結果 (2) 単純集計結果

### ① 行動の現時点での普及度

場面	行動	現時点での取組状況 (いつもしている～まったくしていない)			
食品の 買い物	1 食事のメニューを計画してから、買い物をする	21%	37%	32%	10%
	2 買い物リストを作ってから、買い物をする	27%	31%	24%	18%
	3 買い物をする前に冷蔵庫などの在庫チェックを行う	28%	44%	20%	8%
	4 買い過ぎないように購入する量に気をつける	33%	46%	17%	4%
	5 食べられるように、小分けや少量パックのものを買う	18%	39%	31%	11%
	6 すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る (てまどり)	18%	34%	35%	13%
	7 期限間近で値引きされている商品を活用する	36%	44%	15%	5%
食品の 保管	8 冷蔵庫を奥まで見えるように整理する	28%	39%	27%	6%
	9 早く使う必要がある、傷みやすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く	31%	46%	18%	5%
	10 早く使う必要がある食品が残っていないか、冷蔵庫内をよく探す	27%	48%	19%	5%
	11 家にある食品の賞味・消費期限を確認する	29%	50%	17%	4%
	12 使い切れない食品には、冷凍保存を活用する	43%	41%	12%	4%
	13 冷蔵庫内の温度が上がらないように、開ける頻度を最低限にする	23%	44%	28%	6%
	14 野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている	17%	23%	31%	29%
食品の 使用・ 調理	15 早く使う必要がある傷みやすい食品を優先して使う	44%	46%	8%	2%
	16 賞味期限を過ぎても、食べられるものはできるだけ食べる	45%	43%	9%	3%
	17 料理を作りすぎないように、必要な分量を量る	27%	45%	23%	6%
	18 料理を作りすぎないように、家族の食事の予定や体調を確認する	21%	41%	25%	13%
	19 残っている食材を使い切る料理を作る	38%	48%	11%	3%
	20 レシピに足りない材料があるときは、家にある他のもので代用できないか考える	32%	49%	14%	5%
	21 野菜などの皮やヘタを取り除くときは、取り除く部分をできるだけ少なくする	32%	43%	20%	6%
	22 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う	13%	24%	36%	27%
	23 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する	5%	10%	19%	66%
	24 残さずに食べる	66%	28%	5%	1%
家庭での 食事	25 食べられる量を確認して配膳する	51%	38%	9%	2%
	26 リメイクなども活用し、残った料理はあとで食べる	46%	36%	13%	6%
	27 メニューの量や内容を確認し、食べられるかどうかよく考えて注文する	51%	38%	8%	3%
外食	28 注文した料理を食べきる	64%	30%	5%	2%
	29 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る	17%	20%	32%	31%

現時点での普及度：上位3位

現時点での普及度：下位3位

いつもしている

たびたびしている

あまりしていない

まったくしていない

行動の現時点での普及度

## 2.2 調査結果 (2) 単純集計結果

### ② 取り組むことを想定した場合の取り組みやすさ

場面	行動	取り組みやすさ (とても取り組みやすい～とても取り組みにくい)				→現時点であまり/まったく取り組んでいない人に限定					
食品の 買い物	1 食事のメニューを計画してから、買い物をする	21%	44%	25%	9%	2%	5%	30%	43%	18%	4%
	2 買い物リストを作ってから、買い物をする	28%	40%	23%	7%	2%	7%	28%	43%	16%	6%
	3 買い物をする前に冷蔵庫などの在庫チェックを行う	30%	48%	17%	4%	2%	8%	40%	36%	10%	6%
	4 買い過ぎないように購入する量に気をつける	28%	50%	19%	3%	1%	8%	38%	42%	6%	5%
	5 食べきれるように、小分けや少量パックのものを買う	23%	43%	25%	7%	3%	9%	29%	42%	14%	6%
	6 すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る (てまえどり)	24%	39%	26%	9%	3%	9%	29%	39%	16%	6%
	7 期限近くで値引きされている商品を活用する	38%	42%	16%	3%	2%	8%	29%	43%	15%	5%
食品の 保管	8 冷蔵庫を奥まで見えるように整理する	24%	46%	21%	7%	1%	5%	29%	44%	17%	4%
	9 早く使う必要がある、傷みやすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く	30%	50%	16%	3%	1%	10%	39%	38%	11%	3%
	10 早く使う必要がある食品が残っていないか、冷蔵庫内をよく探す	27%	50%	18%	3%	2%	8%	38%	41%	10%	3%
	11 家にある食品の賞味・消費期限を確認する	28%	50%	17%	4%	2%	6%	38%	39%	15%	3%
	12 使い切れない食品には、冷凍保存を活用する	34%	46%	16%	4%	2%	9%	27%	45%	15%	5%
	13 冷蔵庫内の温度が上がらないように、開ける頻度を最低限にする	24%	45%	23%	6%	1%	7%	31%	45%	15%	3%
	14 野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている	19%	33%	30%	13%	6%	7%	22%	42%	20%	9%
食品の 使用・ 調理	15 早く使う必要がある傷みやすい食品を優先して使う	32%	52%	13%	1%	1%	3%	35%	48%	11%	3%
	16 賞味期限を過ぎても、食べられるものはできるだけ食べる	36%	47%	14%	2%	1%	9%	23%	48%	14%	7%
	17 料理を作りすぎないように、必要な分量を量る	25%	49%	21%	4%	2%	11%	35%	41%	11%	3%
	18 料理を作りすぎないように、家族の食事の予定や体調を確認する	22%	47%	25%	5%	2%	9%	31%	45%	10%	5%
	19 残っている食材を使い切る料理を作る	29%	49%	18%	3%	2%	7%	30%	45%	12%	6%
	20 レシピに足りない材料があるときは、家にある他のもので代用できないか考える	27%	46%	21%	4%	2%	5%	25%	51%	14%	5%
	21 野菜などの皮やヘタを取り除くときは、取り除く部分をできるだけ少なくする	25%	45%	22%	6%	2%	5%	27%	45%	17%	6%
22 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う	15%	27%	32%	18%	8%	4%	15%	40%	27%	13%	
23 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する	7%	17%	28%	23%	24%	4%	12%	29%	26%	29%	
家庭での 食事	24 残さずに食べる	48%	41%	9%	1%	1%	6%	25%	52%	14%	3%
	25 食べきれる量を確認して配膳する	42%	43%	13%	2%	1%	13%	28%	46%	11%	2%
	26 リメイクなども活用し、残った料理はあとで食べきる	36%	41%	18%	4%	2%	7%	23%	49%	17%	5%
外食	27 メニューの量や内容を確認し、食べられるかどうかよく考えて注文する	42%	43%	13%	1%	1%	11%	26%	50%	8%	5%
	28 注文した料理を食べきる	44%	43%	12%	1%	1%	8%	25%	49%	11%	7%
	29 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る	21%	28%	28%	15%	8%	10%	19%	36%	22%	13%

取組みやすさ 上位3位

取組みやすさ 下位3位

※現時点で取り組んでいない人 (右グラフ) について

とても取り組みやすい

取組みやすい

どちらともいえない

取組みにくい

とても取り組みにくい

(注) 行動を実施することがあまり想定されない場合 (例: 外食時はいつも食べきっており、持ち帰りを想定しにくい) が含まれ、「どちらともいえない」が過大となっている可能性がある。

## 2.2 調査結果 (2) 単純集計結果

### ③行動の更なる普及の可能性 (①、②を踏まえた整理)

場面	行動	行動の現時点での普及度・更なる普及の可能性		
食品の 買い物	1 ★ 食事のメニューを計画してから、買い物をする	58%	+15%	27%
	2 ★ 買い物リストを作ってから、買い物をする	58%	+15%	27%
	3 ★ 買い物をする前に冷蔵庫などの在庫チェックを行う	73%	+13%	14%
	4 買い過ぎないように購入する量に気をつける	79%	+10%	11%
	5 ★ 食べきれるように、小分けや少量パックのものを買う	58%	+16%	26%
	6 ★ <b>すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る (てまどり)</b>	52%	+18%	30%
	7 期限間近で値引きされている商品を活用する	80%	+7%	12%
食品の 保管	8 ★ 冷蔵庫を奥まで見えるように整理する	67%	+11%	21%
	9 ★ 早く使う必要がある、傷みやすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く	77%	+11%	12%
	10 ★ 早く使う必要がある食品が残っていないか、冷蔵庫内をよく探す	76%	+11%	13%
	11 家にある食品の賞味・消費期限を確認する	79%	+9%	12%
	12 使い切れない食品には、冷凍保存を活用する	83%	+6%	11%
	13 ★ 冷蔵庫内の温度が上がらないように、開ける頻度を最低限にする	67%	+12%	21%
	14 ★ <b>野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている</b>	40%	+18%	43%
食品の 使用・ 調理	15 早く使う必要がある傷みやすい食品を優先して使う	90%	+4%	6%
	16 賞味期限を過ぎても、食べられるものはできるだけ食べる	88%	+4%	8%
	17 ★ 料理を作りすぎないように、必要な分量を量る	71%	+13%	16%
	18 ★ 料理を作りすぎないように、家族の食事の予定や体調を確認する	62%	+15%	23%
	19 残っている食材を使い切る料理を作る	86%	+5%	9%
	20 レシピに足りない材料があるときは、家にある他のもので代用できないか考える	81%	+6%	13%
	21 野菜などの皮やヘタを取り除くときは、取り除く部分をできるだけ少なくする	74%	+8%	17%
	22 ★ 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う	38%	+12%	50%
家庭での 食事	23 ★ 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する	15%	+14%	71%
	24 残さずに食べる	94%	+2%	4%
	25 食べきれる量を確認して配膳する	90%	+4%	6%
外食	26 リメイクなども活用し、残った料理はあとで食べる	82%	+6%	13%
	27 メニューの量や内容を確認し、食べきれるかどうかよく考えて注文する	89%	+4%	7%
	28 注文した料理を食べる	94%	+2%	4%
	29 ★ <b>食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る</b>	37%	+18%	45%

“★”の付いた15の行動が、更なる普及の可能性が+10%を上回る。

→ 今後の施策によって、比較の変容しやすい行動であると考えられる。

行動の現時点での普及度 (○%)

行動の更なる普及の可能性 (+○%)

行動の更なる普及の可能性：上位3位

### ④行動の現時点での普及度 (属性別)

- 属性別 (性別・年代別・世帯人数別) にクロス集計を行い、全体結果と5ポイント以上の差異がある属性・行動を確認した結果、以下の通りであった。
  - ✓ 「男性」は全体結果を5%以上下回る行動が多く、特に「食品の保管」「食品の使用・調理」において、行動の現時点での普及度が低い傾向が見られた。
  - ✓ 「18歳～29歳」は、「食品の使用・調理」を中心に全体結果を5%下回る行動が多かったが、「6. すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る (てまえどり) (62%)」「23. 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する (22%)」「29. 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る (48%)」は行動の現時点での普及度が高い傾向にあった。
  - ✓ 「1人暮らし」は全体結果を5%下回る行動が多く、特に「食品の保管」において、行動の現時点での普及度が低い傾向が見られた。

### ⑤行動の更なる普及の可能性 (属性別)

- 属性別 (性別・年代別・世帯人数別) にクロス集計を行い、全体結果と3ポイント以上の差異がある属性・行動を確認した結果、以下の通りであった。
  - ✓ 「18歳～29歳」は、特に「食品の使用・調理」における行動の更なる普及の可能性が高い傾向にあった。「23. 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する」「29. 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る」については、現時点での普及度が比較的高い中、行動の更なる普及の可能性も高かった。
  - ✓ 「5. 食べきれるように、小分けや少量パックのものをかう」について、60歳以上の年代では行動の更なる普及の可能性は低く、世帯人数が3人以上の行動の更なる普及の可能性が高かった。
  - ✓ 「29. 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る」について、60歳以上の年代では行動の更なる普及の可能性は低く、世帯人数が4人以上の行動の更なる普及の可能性が高かった。

## 2.2 調査結果 (3) 属性別の集計結果

### ④行動の現時点での普及度 (属性別)

場面	行動	全体 N=	性別		年代別						世帯人数別			
			男性	女性	18~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	1人	2人	3人	4人以上
食品の 買い物	1 食事のメニューを計画してから、買い物をする	2,000	547	1,453	233	288	390	366	362	361	760	562	331	347
	2 買い物リストを作ってから、買い物をする	58%	46%	62%	55%	59%	59%	57%	57%	61%	46%	65%	66%	67%
	3 買い物をする前に冷蔵庫などの在庫チェックを行う	73%	69%	74%	76%	75%	72%	74%	72%	70%	66%	74%	83%	77%
	4 買い過ぎないように購入する量に気をつける	79%	73%	81%	76%	76%	80%	79%	81%	79%	75%	82%	81%	80%
	5 食べられるように、小分けや少量パックのものを買う	58%	57%	58%	61%	55%	58%	51%	61%	60%	61%	59%	56%	49%
	6 すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る (てまえどり)	52%	51%	52%	62%	52%	55%	49%	50%	47%	51%	51%	54%	52%
	7 期限間近で値引きされている商品を活用する	80%	81%	80%	83%	81%	86%	80%	79%	75%	79%	79%	82%	85%
食品の 保管	8 冷蔵庫を奥まで見えるように整理する	67%	58%	70%	63%	64%	63%	69%	72%	70%	63%	73%	66%	69%
	9 早く使う必要がある、傷みややすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く	77%	68%	80%	68%	75%	74%	80%	80%	81%	71%	83%	78%	81%
	10 早く使う必要がある食品が残っていないか、冷蔵庫内をよく探す	76%	66%	79%	73%	73%	75%	77%	78%	76%	68%	80%	79%	83%
	11 家にある食品の賞味・消費期限を確認する	79%	72%	81%	76%	78%	79%	81%	81%	76%	73%	82%	82%	82%
	12 使い切れない食品には、冷凍保存を活用する	83%	71%	88%	78%	83%	82%	83%	85%	88%	76%	88%	88%	89%
	13 冷蔵庫内の温度が上がらないように、開ける頻度を最低限にする	67%	64%	68%	62%	65%	68%	70%	66%	68%	63%	70%	64%	73%
食品の 使用・ 調理	14 野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている	40%	33%	42%	42%	43%	36%	33%	40%	47%	33%	45%	46%	41%
	15 早く使う必要がある傷みややすい食品を優先して使う	90%	86%	92%	80%	88%	92%	92%	93%	93%	87%	93%	92%	92%
	16 賞味期限を過ぎても、食べられるものはできるだけ食べる	88%	82%	90%	80%	85%	89%	90%	90%	89%	84%	91%	88%	90%
	17 料理を作りすぎないように、必要な分量を量る	71%	64%	74%	70%	73%	74%	73%	71%	66%	67%	76%	72%	73%
	18 料理を作りすぎないように、家族の食事の予定や体調を確認する	62%	51%	66%	58%	66%	63%	65%	60%	57%	49%	67%	69%	74%
	19 残っている食材を使い切る料理を作る	86%	77%	89%	75%	85%	88%	85%	89%	87%	79%	91%	89%	88%
	20 レシピに足りない材料があるときは、家にある他のもので代用できないか考える	81%	67%	86%	67%	76%	81%	83%	87%	87%	73%	87%	86%	86%
	21 野菜などの皮やヘタを取り除くときは、取り除く部分をできるだけ少なくする	74%	68%	77%	63%	75%	75%	75%	77%	79%	70%	79%	75%	78%
	22 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う	38%	37%	38%	34%	43%	38%	39%	36%	36%	33%	39%	40%	42%
	23 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する	15%	18%	14%	22%	23%	18%	12%	10%	9%	14%	14%	16%	20%
家庭での 食事	24 残さずに食べる	94%	94%	95%	91%	94%	97%	96%	96%	92%	94%	95%	94%	94%
	25 食べられる量を確認して配膳する	90%	88%	90%	87%	91%	92%	90%	92%	84%	89%	90%	89%	91%
	26 リメイクなども活用し、残った料理はあとで食べる	82%	72%	85%	77%	78%	83%	79%	85%	84%	76%	85%	85%	84%
外食	27 メニューの量や内容を確認し、食べられるかどうかよく考えて注文する	89%	81%	91%	86%	88%	92%	87%	90%	87%	84%	91%	91%	92%
	28 注文した料理を食べきる	94%	89%	95%	91%	93%	96%	93%	95%	93%	91%	95%	95%	94%
	29 食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る	37%	35%	38%	48%	42%	37%	32%	35%	33%	35%	37%	34%	43%

全体を5ポイント以上上回る

全体を5ポイント以下下回る

## 2.2 調査結果 (3) 属性別の集計結果

### ⑤行動の更なる普及の可能性 (属性別)

場面	行動	全体 N=	性別		年代別						世帯人数別			
			男性	女性	18~29	30~39	40~49	50~59	60~69	70~79	1人	2人	3人	4人以上
食品の 買い物	1 ★食事のメニューを計画してから、買い物をする	15%	15%	15%	15%	13%	13%	17%	15%	15%	18%	13%	12%	13%
	2 ★買い物リストを作ってから、買い物をする	15%	14%	15%	16%	14%	13%	16%	18%	12%	16%	13%	15%	15%
	3 ★買い物をする前に冷蔵庫などの在庫チェックを行う	13%	12%	14%	11%	10%	14%	13%	16%	15%	15%	13%	9%	14%
	4 買い過ぎないように購入する量に気をつける	10%	10%	10%	11%	11%	9%	10%	8%	11%	10%	9%	11%	12%
	5 ★食べきれるように、小分けや少量パックのものを買う	16%	15%	17%	18%	19%	18%	19%	12%	12%	13%	14%	20%	23%
	6 ★すぐ食べる食品は陳列棚の前の列から取る (てまえどり)	18%	16%	19%	15%	19%	19%	23%	17%	16%	18%	18%	20%	20%
	7 期限間近で値引きされている商品を活用する	7%	6%	8%	4%	6%	7%	9%	8%	8%	6%	9%	6%	7%
食品の 保管	8 ★冷蔵庫を奥まで見えるように整理する	11%	14%	10%	13%	14%	13%	11%	10%	9%	12%	9%	12%	13%
	9 ★早く使う必要がある、傷みややすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く	11%	13%	10%	17%	10%	13%	10%	10%	9%	12%	9%	14%	12%
	10 ★早く使う必要がある食品が残っていないか、冷蔵庫内をよく探す	11%	12%	11%	11%	9%	11%	13%	11%	11%	12%	12%	10%	11%
	11 家にある食品の賞味・消費期限を確認する	9%	10%	9%	9%	8%	9%	10%	9%	9%	10%	9%	7%	10%
	12 使い切れない食品には、冷凍保存を活用する	6%	10%	5%	8%	4%	6%	8%	6%	4%	8%	5%	3%	5%
	13 ★冷蔵庫内の温度が上がらないように、開ける頻度を最低限にする	12%	9%	14%	15%	12%	12%	13%	14%	11%	13%	11%	16%	11%
	14 ★野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている	18%	17%	18%	21%	17%	22%	16%	16%	14%	17%	17%	15%	23%
食品の 使用・ 調理	15 早く使う必要がある傷みややすい食品を優先して使う	4%	5%	3%	6%	4%	3%	4%	2%	3%	4%	4%	3%	3%
	16 賞味期限を過ぎても、食べられるものはできるだけ食べる	4%	4%	4%	6%	4%	4%	4%	4%	2%	4%	4%	4%	3%
	17 ★料理を作りすぎないように、必要な分量を量る	13%	14%	13%	16%	12%	12%	13%	12%	14%	13%	13%	12%	15%
	18 ★料理を作りすぎないように、家族の食事の予定や体調を確認する	15%	16%	15%	20%	11%	15%	15%	16%	16%	17%	17%	12%	13%
	19 残っている食材を使い切る料理を作る	5%	7%	5%	10%	6%	4%	6%	3%	5%	6%	5%	4%	5%
	20 レシピに足りない材料があるときは、家にある他のもので代用できないか考える	6%	7%	5%	11%	7%	5%	6%	3%	4%	7%	5%	4%	6%
	21 野菜などの皮やヘタを取り除くときは、取り除く部分をできるだけ少なくする	8%	6%	9%	12%	9%	7%	9%	9%	5%	7%	8%	11%	9%
	22 ★野菜などの皮やヘタなどを料理に使う	12%	11%	13%	18%	11%	15%	12%	10%	10%	11%	12%	13%	15%
	23 ★不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する	14%	12%	15%	18%	15%	15%	14%	12%	10%	12%	14%	15%	18%
家庭での 食事	24 残さずに食べる	2%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	2%	4%	1%	2%	3%	1%
	25 食べきれぬ量を確認して配膳する	4%	3%	5%	3%	2%	5%	5%	3%	7%	4%	5%	5%	3%
	26 リメイクなども活用し、残った料理はあとで食べる	6%	7%	5%	6%	4%	6%	6%	5%	6%	7%	6%	3%	5%
外食	27 メニューの量や内容を確認し、食べきれぬかどうかよく考えて注文する	4%	7%	3%	2%	3%	2%	6%	5%	6%	6%	4%	3%	3%
	28 注文した料理を食べきる	2%	4%	1%	2%	3%	2%	2%	1%	3%	3%	1%	1%	3%
	29 ★食べきれなかった料理は、持ち帰り用容器で持ち帰る	18%	18%	19%	22%	16%	23%	22%	14%	15%	19%	16%	19%	22%

全体を3ポイント以上上回る

全体を3ポイント以上下回る

---

### 3. 消費者に着目した効果的な施策例 (削減効果・コスト等の調査事例)

---

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ① 量り売りや小分け商品の販売による適量購入の促進

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

##### ■ 「バナナエシカルバリューチェーンプログラム」(株式会社ドール)

- ✓ バナナをバラで陳列し、スーパーマーケット店頭で設置した計量機で**消費者自身が計量・購入できる仕組み**を提供<sup>1</sup>。
- ✓ 実証を実施した全5店舗で、当日中の値引きによる売りきりによって、実証期間中に店舗でのバナナの廃棄は発生していないことも確認した。

##### ■ 量り売り実施店の一覧掲載(東京都調布市)

- ✓ 食品ロスやプラスチック包装材の削減に期待されるとして、ホームページにて市内で量り売りを実施している小売店の一覧を掲載している<sup>2</sup>。



株式会社ドールのバナナの計量機  
(出所)ドール モデル事業報告書

食品ロス削減等の効果測定	■ -
実施に掛かるコスト	■ <b>株式会社ドール</b> ：約280万円（人件費、啓発資材作成費、セミナー開催費を含む。単年度事業。）
普及拡大へのボトルネック	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 量り売りを行うと、特に生鮮野菜・果物については見た目が悪い商品が売れ残ることが懸念される。 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 「見た目が悪くても、中身は問題ないこと」をあわせて発信することが望ましい。なお、見た目が悪い食品の売りきりにおいては、「自然のままの不完全さであること」や「食品廃棄防止に参加しよう」といったメッセージの発信で、消費者の購入意向が高まるという検証結果がある<sup>3</sup>。</li> <li>- 冷蔵庫整理の行動変容と、食品ロス削減効果の関係性・効果の継続性が十分には確認されていない。</li> </ul> </li> </ul>

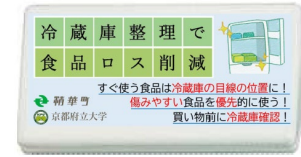
(参考) 1 株式会社ドール「バナナエシカルバリューチェーンプログラム」  
(令和4年度 地方公共団体及び事業者等による食品廃棄ゼロエリア創出の推進モデル事業等) (<https://www.env.go.jp/recycle/foodloss/pdf/r04bebs.pdf>)  
2 調布市「量り売り実施店」(2025年12月15日最終閲覧) (<https://www.city.chofu.lg.jp/070030/p041224.html>)  
3 欧州委員会“Milan BEXpo 2015: A behavioural study on food choices and eating habits”(2025年12月15日最終閲覧)  
([https://commission.europa.eu/publications/milan-bexpo-2015-behavioural-study-food-choices-and-eating-habits\\_en](https://commission.europa.eu/publications/milan-bexpo-2015-behavioural-study-food-choices-and-eating-habits_en))

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ② 冷蔵庫の整理等の普及啓発・ツールの活用

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

- 「冷蔵庫整理で食品ロス削減キャンペーン」（京都府立大、京都府精華町）
  - ✓ 「傷みやすい食品を優先的に使う」「すぐ使う食品は、冷蔵庫の目線の位置に」「買い物前に、冷蔵庫の確認を」をターゲット行動とし、**冷蔵庫整理に関する媒体広報（広報誌の全戸配布等）及び全戸訪問（プロンプトの配布、行動の呼びかけ）を実施。**
- 「日曜日は冷蔵庫をお片づけ。」（北海道札幌市）
  - ✓ 「日曜日は冷蔵庫をお片づけ。」をキャッチフレーズに、整理収納アドバイザーと協力し、**「冷蔵庫お片づけパンフレット」や整理術の紹介動画、ラジオ放送（2018年1～3月）等を実施。** 啓発冊子は平成30年度～令和3年度の間は継続的に配布。



プロンプト：マグネット付きクリップ  
（出所）黒川（2019年度）



冷蔵庫お片づけパンフレット  
（出所）札幌市HP  
<https://www.city.sapporo.jp/seiso/gomi/genryo/pamphlet.html>

食品ロス削減等の効果測定	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 京都府立大 : 冷蔵庫整理に対する行動・意識の変化を確認 可燃ごみに対する食品ロスの割合が5%減少（食品ロス量は重量比で3割程度減少）※</li> <li>■ 北海道札幌市 : 「冷蔵庫の保存で実践していること」がある方は69.0%、 「ここ2～3年で冷蔵庫整理の意識が高まった（高まった、どちらかといえば高まった）」方は40.6% （n=500、2021年の市民アンケート）※市全体の家庭系食品ロス量は減少傾向にあったが、2021年は増加。</li> </ul>
実施に掛かるコスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 京都府立大 : 1,023千円（平成29年度～平成31年度の研究費）の内数</li> <li>■ 北海道札幌市 : 27,194千円（令和3年度、食品ロス・リユース・使い捨てプラの啓発事業費）の内数</li> </ul>
普及拡大へのボトルネック	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 冷蔵庫整理の行動変容と、食品ロス削減効果の関係性・効果の継続性が十分には確認されていない。 - 札幌市では、約4割の市民（30代女性・60代以上女性では約6割）の意識が高まったが、家庭系食品ロス量は増加した。</li> <li>■ 行動変容をもたらすためには、普及啓発にコストを要する可能性がある。 - 京都府立大では、広報誌の全戸配布だけでは食品ロスの削減効果が確認されず、全戸訪問が必要であった。</li> </ul>

※効果検証の介入前データは、他地区を含むものや異なる季節のものを活用しており、「より精度の高い削減効果の推定方法の確立・実施」が課題として挙げられている。  
（出所）山川ら「ごみ組成調査を用いた「冷蔵庫整理で食品ロス削減キャンペーン」の効果分析」（2020年）、黒川昂規「家庭系食品ロスの削減に関する研究－京都府精華町の地域集中キャンペーンを中心として－」（2019年度卒業論文）、札幌市HP「日曜日は冷蔵庫をお片づけ。」、株式会社電通北海道「令和4年度ごみ減量キャンペーン企画運營業務調査結果報告書」（2023年1月）

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ② 冷蔵庫の整理等の普及啓発・ツールの活用

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

- ICT等を活用した家庭系食品ロス削減施策の発生抑制効果に関する研究（山川肇（京都府立大）、環境省・（独）環境再生保全機構 環境研究総合推進費、2022年度～2024年度）
  - ✓ 食品ロス削減の取組みとして、「①**チェック**（冷蔵庫の中身をチェックして、「早く使う必要のある食品」を見つける）」→「②**動かす**（見つけた食品をすぐ目につくところに動かす）」→「③**早く使う**（優先して使う必要のある食品を早めに使用する・食べる）」を依頼し、その支援ツールとして「**冷蔵庫整理グッズ**」「**スマートフォンによる庫内の写真撮影**」「**食品管理アプリの活用**」の有効性を検証する研究。
  - ✓ **いずれの支援ツールについても食品ロスの削減効果が確認され**、「スマートフォンによる庫内の写真撮影」と「食品管理アプリの活用」は**効果の持続性**が確認された。



冷蔵庫整理グッズのイメージ  
(出所) 環境研究総合推進費 中間成果報告資料

<p><b>食品ロス削減等の効果測定</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ クラウド型の自動計量システムを用いて家庭で発生した食品ロスを直接計量し、冷蔵庫整理グッズによる削減効果を検証。</li> <li>■ 2023年度に計119世帯を対象に実施した調査では、「<u>週あたりの食品ロス量</u>」が冷蔵庫整理グッズ（すぐ食べる食品を入れるケース、エリア分けに使うマスキングテープ）で51%削減、スマートフォンによる庫内の写真撮影で43%削減、食品管理アプリの活用で29%削減されると報告されている。</li> <li>■ 「スマートフォン」と「食品管理アプリ」は<b>効果の持続性が確認された一方</b>、「冷蔵庫整理グッズ」は慣れが生じ、<b>持続性が低くなる可能性</b>が示唆されている。</li> </ul>	<p>介入ツール別食品ロス量世帯平均推移 (出所) 瀬田ら (2024)</p>
----------------------------	---	--

<p><b>普及拡大へのボトルネック</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 世帯構成や生活スタイルによって、使用・継続しやすいツールが異なる可能性が考えられる。                     <ul style="list-style-type: none"> <li>- 支援ツールの中では、<u>食品管理アプリは、比較的手間がかかることが指摘されている。</u>（30代のモニター2名が大きな負担を感じ、低評価。子供の年齢も低く子育てに忙しく、アプリへの入力等が想定以上に負担になった可能性が考えられる。）</li> </ul> </li> </ul>
----------------------------	--

(出所) 山川肇「ICT等を活用した家庭系食品ロス削減施策の発生抑制効果に関する研究」(環境省・(独)環境再生保全機構 環境研究総合推進費、2022年度～2024年度) 中間成果報告資料、瀬田ら (2024)「支援ツールを用いた介入策による家庭系食品ロス発生抑制効果クラウド型自動計量システムを用いた食品ロス削減実験」(第35回廃棄物資源循環学会研究発表会 講演原稿)

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ③ 生鮮野菜の管理に関する普及啓発

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

- **廃棄が多い生鮮野菜の適切な保存方法を掲載したチラシの配布（兵庫県神戸市）**
  - ✓ 特に同市内で廃棄が多い生鮮野菜（9種）の**適切な保存方法を記載したチラシを配布**。
  - ✓ **食品ロスダイアリー調査**により、チラシを配布した家庭／配布しなかった家庭の食品ロス発生状況を比較。
- **「まるごと食べきり野菜活用ハンドブック」の作成（秋田県秋田市）**
  - ✓ 市内で生鮮野菜の廃棄が多いことに着目し、**生鮮野菜の保存方法や使い切りレシピの情報をまとめたハンドブック**を配布。
- **（参考）その他類似の取組（宮城県仙台市、千葉県千葉市ほか）**
  - ✓ 仙台市：同市HP「ワケルネット」にて、使い切りレシピと共に生鮮野菜や果物を長持ちさせる方法を周知。
  - ✓ 千葉市：千葉市地方卸売市場の市民感謝デーにおいて「千葉市食べきりキャンペーン～おうちで野菜を食べきろう～」を開催し、野菜専用鮮度保持袋（5枚入り）と、食品ロスに関する啓発マンガを配布。



生鮮野菜の保存方法を記載したチラシ（出所）神戸市

<b>食品ロス削減等の効果測定</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>神戸市</b>：食品ロスダイアリー調査（※チラシ配布なしの年度）において、<u>生鮮野菜の保存の工夫を行っている世帯の生鮮野菜の廃棄回数は、工夫を行っていない世帯より約3割減少</u>（工夫なし：2.5件／4週、工夫あり：1.8件／4週）。一方、別年度の食品ロスダイアリー調査において、一部の回答者に対して生鮮野菜の保存方法に関するチラシを配布したが、<u>チラシを配布した回答者群における生鮮野菜の廃棄件数の減少は見られなかった</u>。</li> <li>■ <b>秋田市</b>：パンフレットを配布した家庭（70世帯）に上述のハンドブックの記載内容の中で特に良かった内容を尋ねたところ、「生鮮野菜の保存方法」とした回答者が最も多く、34.4%であった。また、同ハンドブックに記載の「野菜の保存と調理」に引き続き取り組みたいとしたのは44.3%であった。</li> </ul>
<b>実施に掛かるコスト</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>神戸市</b>：公開情報なし</li> <li>■ <b>秋田市</b>：約110万円（ハンドブック・レシピ動画作成費、デザイン費・印刷費を含む。単年度事業。）</li> </ul>
<b>普及拡大へのボトルネック</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 実際の廃棄削減まで繋げるためには、<u>生鮮野菜を長持ちさせる啓発だけでなく、使い切ることまでを促す必要がある</u>。</li> <li>■ 生鮮野菜の保存方法は種類ごとに異なり、いずれの方法も実施に一定の手間を要する（例：茹でてから冷凍する等）。保存方法を習得し、継続的に実施するのは、<u>食品ロス削減や節約等に強い意欲を持つ者に限定されると考えられる</u>。</li> </ul>

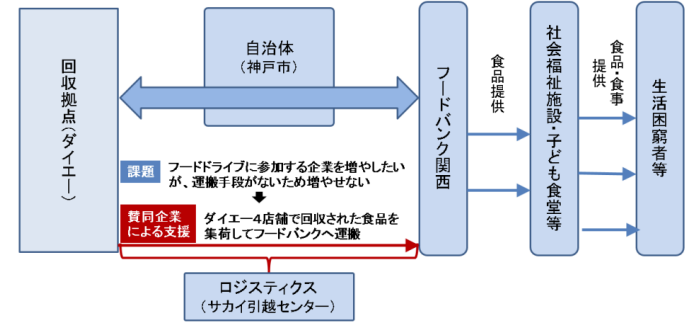
（出所）環境省HP「エビデンスに基づく政策」の実践：神戸市における食品ロス削減事業、環境省「令和2年度地方公共団体による食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業報告書 概要版」、神戸市「神戸市食品ロス削減アクションメニュー（改訂版）」（2021年3月）、仙台市HP「ワケルネット」、千葉市HP「千葉市食べきりキャンペーン」

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ④食品寄附の普及促進

- **業界を超えた連携（株式会社ダイエー、神戸市、株式会社サカイ引越センター）**
  - ✓ 従前よりフードドライブ活動を行ってきた神戸市とダイエー（スーパーマーケット）に、サカイ引越センター（引っ越し業者）が連携。**フードドライブの実施拠点とフードバンク団体間における、寄附食品の効率的な運搬を実現。**
- **コンビニ店舗でのフードドライブ（株式会社ファミリーマート）**
  - ✓ 全国各地に立地し消費者に身近である**コンビニエンスストアを回収拠点として**フードドライブを実施し、消費者の自宅にある使いきれない食品の持参・寄附を進める取組。近隣の子ども食堂・フードパントリー実施団体等が、各拠点（※）から寄附品を回収する。  
（※3,831店舗、2024年8月2日時点）

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店



ダイエー、神戸市、サカイ引越センターの連携スキーム  
（令和3年度 食品ロス削減環境大臣表彰 資料）

<b>食品ロス削減等の効果測定</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>ダイエー等</b>：2021年2月までに、約3.2トンフードバンク関西や地域の福祉団体等に提供。これは約6.1トンのCO2削減、約224万円の経済効果に相当（環境省・食品ロスダイアリーを基に算出）。</li> <li>■ <b>ファミリーマート</b>：2021年4月～2022年8月までに約50トンの食品を回収（お茶碗一杯（150g）のごはんで換算すると、約33万杯分相当 ※最新実績は2023年8月までに138.5トン、約92万杯分の食品を回収）</li> </ul>
<b>実施に掛かるコスト</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 一般に<b>広報・PR（ちらし、のぼり旗）</b>、<b>回収用容器（コンテナ箱、回収ボックス）</b> など。</li> <li>■ 継続的に実施するためには、回収した食品を寄贈先（フードバンク、子ども食堂等）に<b>運搬・輸送するための費用が課題</b>（参考：自治体実施している事例では、広報や回収用容器に特別な予算を講じず実施している事例もあり）</li> </ul>
<b>普及拡大へのボトルネック</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ フードドライブ活動に対する認知度は2～4割程度と報告されており、引き続き認知機会の創出、啓発・情報発信が必要。</li> <li>■ 普及拡大に向けて、消費者が寄附しやすい環境づくりとして、<b>アクセスしやすい場所での回収、定期的な回収が求められる。</b></li> <li>■ 回収した食品を寄贈先に<b>運搬・輸送するための費用・担い手が課題</b>であり、フードドライブ実施団体（自治体、小売店等）、寄贈を受ける団体（フードバンク等）、または第三者の連携が必要。継続的・効率的な運搬・輸送体制の構築も課題。</li> <li>■ 賞味期限間近の食品や生鮮食品を活用できない場合もあり、必要とされる方に活用いただくための制度・体制の検討が課題。</li> </ul>

（出所）環境省「[フードドライブ実施の手引き](#)」、株式会社ファミリーマートウェブサイト（<https://www.family.co.jp/sustainability/fooddrive.html>）、消費者庁「[令和3年度消費者の意識に関する調査結果報告書—食品ロスの認知度と取組状況等に関する調査—](#)」（令和4年4月）（※Q5、フードバンク活動のみ30%、フードドライブ活動のみ5.2%、両活動とも知っていた13.4%、両活動とも知らなかった51.4%）、認定NPO法人 全国子ども食堂支援センター・むすびえ「[2023年度子ども食堂に関する認知調査](#)」（※フードドライブの認知度38.4%）

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ④食品寄附の普及促進

- 農家や家庭菜園でできた生鮮野菜の寄附／フレッシュフードシェア（新潟市）<sup>1</sup>
    - ✓ 生産者又は製造、流通等の事業者から、市場に流通させることのできない規格外野菜等の提供を受け、必要とするこども食堂運営団体等に提供する取組。
    - ✓ 農家だけでなく、**家庭菜園で余ってしまった野菜の寄附も受け付けている。**
- ※ 個人からの生鮮野菜の寄附については積極的な呼び掛けは限られるが、フードバンク、こども食堂の6割程度が、「農家」「個人（家庭菜園）」から野菜を調達しているという報告もある<sup>2</sup>。地域内の取組状況の確認が望まれる。



フレッシュフードシェアの様子  
（出所）新潟市HP

#### 【参考】近隣の「フードバンク」「こども食堂」への寄附

- ✓ 行政・企業等が実施するフードドライブへの持ち込みの他、フードバンクやこども食堂が、家庭で不要になった食品の寄附を直接受け付けている場合もある。
- ✓ **こども食堂は全国9千箇所を超える**<sup>3</sup>。地域の社会福祉への貢献にも繋がるため、地域内の取組状況を周知することは、寄附促進の一助として期待される。

食品ロス削減等の効果測定	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>新潟市</b>：2022年12月に、新潟国際情報大学と2日間の実証事業を実施。JA直売所・地域農家・家庭菜園を行う市民等25の寄附者から、800kg超の生鮮野菜が提供され、こども食堂で活用された。</li> </ul>
実施に掛かるコスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 2023年度より、活動拠点の整備事業を「SDGsに向けた食品ロス削減 &amp; 子ども食堂支援補助金」にて支援。（食品用コンテナ、重量計、のぼり、広報啓発資材（チラシ、ポスター）、その他必要な備品・設置工事費など。）</li> <li>■ 1団体につき1回限り、上限10万円を支援。</li> </ul>
普及拡大へのボトルネック	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ フードドライブ・フードバンク・こども食堂、関連した取組に対する、認知機会の創出、啓発・情報発信が必要。</li> <li>■ <u>生鮮野菜の受入れ条件は実施団体によって異なる点に注意が必要。</u>こども食堂は家庭菜園との連携に積極的な意向であるが、フードバンクは<u>冷蔵設備の有無や、品質・種類・提供時期への懸念</u>から、受入れ困難だと考える団体も多い。（森島ら 2021）</li> </ul>

（出所）1 新潟市HP「[フレッシュフードシェア～食品ロス削減と子ども食堂支援～](#)」「[実証事業 フレッシュフードシェアにご協力ください](#)」、2 森島ら「食料支援団体の現状および市民農園との連携受容性」(2021年)  
3 認定NPO法人 全国こども食堂支援センター むすびえHP「[全国箇所数調査](#)」

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ⑤ 作り過ぎを防ぐ調理方法の周知

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

#### ■ 適量調理のコツに関する調理実習講座の実施・情報発信（仙台市）

- ✓ 市民を対象とした調理実習講座を実施し、**計量を適切に行うことで作りすぎを防ぎつつ、美味しく無駄なく作ることができる**旨を紹介。（初回2019年、直近では2023年1月に実施）
- ✓ 初回の調理実習講座（2019年）では前年度食品ロスダイアリー調査において廃棄が多かったみそ汁を題材とし、参加者には計量目盛りがついた鍋を配布。
- ✓ 「せんだい食品ロス削減ガイドブック」（2023年10月、2,000部発行・ウェブ公開）に、**みそ汁の適量調理のコツをまとめた記事を掲載。**

適量調理のコツを記載した記事  
（出所）仙台市 上記ガイドブック



<b>食品ロス削減等の効果測定</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>仙台市</b>：食品ロスダイアリー調査（2019年度）においては、調理実習講座に参加した世帯のほうが、参加しなかった世帯に比べて廃棄件数の減少率が高かった。※調理実習講座に参加した世帯：40.6%（4.96件/週⇒2.95件/週）、参加しなかった世帯：21.8%（4.98件/週⇒3.98件/週）</li> </ul>
<b>実施に掛かるコスト</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ （参考）約509万円（「せんだい食エコリーダー」による講座開催及び啓発用ガイドブック作成、令和5年度当初予算案）</li> </ul>
<b>普及拡大へのボトルネック</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <u>食品ロス削減の観点のみを理由に適量調理を心掛ける層は限定的と考えられ、健康や節約等の他のメリットを示すことが重要と考えられる。</u></li> <li>■ 主にターゲットとして想定される属性は、同居人数が以前から減少しても、変わらず大きめの調理器具で作りすぎてしまうような層（例：単身高齢世帯）。反対に、<u>適量調理を取り入れにくい属性があることも考えられる。</u>（例：子どもがいる世帯で、子どもの体調や学校の用事等で喫食量が大きく変動する等。）<u>属性を意識した情報発信方法を検討・実施することが重要。</u></li> <li>■ 調理実習講座は参加人数に限られ、また、一部の強い関心を持つ消費者しか認知していない可能性がある。ガイドブックによる普及啓発についても、（使い切りレシピ集等と同様に）<u>取組の認知・活用を広げることに難しさがある。</u></li> <li>■ 当日使用する食材等によって、計量すべき食材・水の量等が異なる可能性があり、調整には一定の調理スキルが必要である。</li> </ul>

（出所）仙台市「仙台市食品ロス・ダイアリー 調査結果（概要版）」（2020年3月）、仙台市「令和5年度 当初予算案概要説明資料」、仙台市「せんだい食品ロス削減ガイドブック」（2023年10月）、仙台市HP「ワケルネット」

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ⑥ 調理技術を伝達する料理教室の開催

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

#### ■ 過剰除去を低減するレッスンの実施（株式会社エービーシースタイル）

- ✓ 食品廃棄削減を目的として、2021年9月～2022年2月の毎週水曜日に、キャベツを一食(2人分)で1/2個使い切る1dayレッスンを実施。**余りがちな食材のおいしい使い切り方法や、調理法を伝達。**
- ✓ 効果検証として、レッスンを実施した札幌店・丸の内店・四条烏丸店における食品廃棄物量の計量を実施。また、事前・事後アンケートを実施し、意識変容効果を調査。



キャベツ使い切りレッスンのイメージ  
(ABC Styleモデル事業報告書より)

#### ■ エコ・クッキングの普及促進（東京ガス株式会社）

- ✓ 平成7年より料理教室の開催等を通じて「エコ・クッキング」の考え方を普及。**エコ・クッキングの指導者の養成講座や学校での出前授業**を開催している。

食品ロス削減等の効果測定	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>エービーシースタイル</b>：レッスン受講人数あたりの食品廃棄物量が、札幌店・丸の内店・四条烏丸店のいずれにおいても減少。 (札幌：56g/人(8月)→36g/人(11月)→37g/人(2月)、丸の内：121g/人(8月)→78g/人(11月)→85g/人(2月)、四条烏丸：131g/人(8月)→105g/人(11月)→113g/人(2月))</li> <li>■ <u>レッスンへの参加を通じて、過剰除去への意識が高まった割合は72%であった。</u>（うち、参加前から取り組んでいる割合が46%、参加前は意識して取り組んでいなかった割合が27%。）</li> </ul>
実施に掛かるコスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>エービーシースタイル</b>：2,000千円（人件費、アンケート調査費、食品廃棄物量の計量調査費）</li> </ul>
普及拡大へのボトルネック	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ エコ・クッキングにおいては、地元の食材を地産地消することで省エネにつながる事がPRされており、削減効果・普及効果の高いレシピは地域ごとに異なる可能性がある。</li> <li>■ <u>レッスンに参加するのは、食品ロスへの関心を既に持つ層が多いと考えられる。</u>（エービーシースタイルのレッスンに参加した方のうち、過剰除去の削減を既に意識している人は68%と多数を占める。）普及拡大に向けては、どのような主体がどのような対象に対して普及啓発を図っていくかが重要となる。</li> </ul>

(出所) 環境省「令和3年度 地方公共団体及び事業者等による 食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業等報告書 概要版」、東京ガスHP

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ⑦「てまえどり」の推進

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

#### ■ 「てまえどり」による食品ロス削減（京都市）

- ✓ 京都生活協同組合（市内12店舗）を食品廃棄ゼロエリアの核として選定し、「てまえどり」の啓発を実施。
- ✓ 公募で選定したモニターを通じて「てまえどり」、消費・賞味期限の違い等を踏まえた食品ロス削減の取り組みを実施。さらに、モニターに「食品ロスダイアリー」を用いて食品ロス発生量を記録させ、効果検証を実施。
- ✓ 「てまえどり」の啓発ポスターを10月の食品ロス削減月間に市政広報板、市バス・地下鉄車内等に掲出。



（京都市HPより）

食品ロス削減等の効果測定	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「てまえどり」を重点的にPRした4品目（牛乳、食パン、豆腐、うどん）の廃棄率が減少し（前年同月比：3～7割減）、店舗全体の食品廃棄率も減少。事業実施期間における食品廃棄削減量は約450kgであり、年間を通じて事業を実施した場合、約2.7tの食品廃棄削減が見込まれる。</li> <li>■ 「てまえどり」に取り組んでも家庭での食品ロスの増加にはつながらず、食品ロス削減方法の情報提供を合わせておこなうことで、逆に家庭での食品ロスが減少する効果が確認された。</li> </ul>
実施に掛かるコスト	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 1,510千円（啓発資材作成費、モニター調査物品購入費、モニター調査協力謝礼、ダイアリー調査集計分析委託費、郵送費、有識者ヒアリング謝礼）</li> </ul>
普及拡大へのボトルネック	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 「賞味・消費期限まで近い食品を買うのは損をしている」という意識がボトルネックとなっている。 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 京都市のアンケートの結果、購入時に期限を確認する消費者は9割以上、期限の確認後「期限までの期間が長い食品を買う」が過半数を占める。「値引きされていれば購入する」人が9割であることから、定価で買うのは損という意識が伺えた。</li> </ul> </li> <li>■ 期限に近い食品を購入した場合、使い切れずに家庭で食品ロスが増えることを懸念し、てまえどりを実践しない可能性もある。てまえどりとあわせて、適切な保存や使い切り方法等を発信することが求められている。 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 京都市のアンケートの結果、てまえどりをしない理由として、「期限までに使い切れない」ことを心配する消費者が75%。）</li> </ul> </li> </ul>

（出所）環境省「令和3年度 地方公共団体及び事業者等による 食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業等報告書 概要版」

### 3. 食品ロスの削減に向けた効果的な施策例（削減効果・コスト等の調査事例）

#### ⑧ mottECO（食べ残しの持ち帰り）の普及促進

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

#### ■ 飲食店への持ち帰り容器の配布（群馬県）

- ✓ 事業に協力する飲食店・宿泊事業者を募集し、**モデル店舗に対して持ち帰り容器および啓発資材（ステッカー、ポスター、チラシ）を配布。**
- ✓ モデル店舗において来店客に持ち帰り容器を提供。店舗による持ち帰り量の記録およびアンケートを踏まえ、食品ロス削減効果等を把握。

#### ■ mottECO導入と拡大に向けたパートナーシップの構築（mottECO普及コンソーシアム）

- ✓ 食品ロス削減推進を目的とした産官学のアライアンスを構築。**コンソーシアム間で容器等を共同調達するスキームの構築**や、mottECO推進事業者の実践経験とデータに基づいた**啓発活動を実施。**
- ✓ 自治体としてmottECO普及コンソーシアムに参加する杉並区では、コンソーシアムで調達した容器を、域内の「mottECO（モッテコ）普及推進モデル事業協力店」に配布する事業を実施。協力店は、**利用者への容器の提供・注意事項チラシの配布・説明、普及啓発物（ポスター等）の掲示、区のアンケートへの協力等**に取り組んだ。



（環境書HPより）

<b>食品ロス削減等の効果測定</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>mottECO普及推進コンソーシアム</b>：2022年6月～12月の事業期間における1店舗の1日あたりの持ち帰り件数は、デニース0.9件、ロイヤルホスト0.6件、和食さと0.2件、日本ホテル0.3件であった。コンソーシアム参加企業が運営する全店舗（750店舗）で実施した場合、年間52.0tの食品廃棄物削減の効果が見込まれる。</li> </ul>
<b>実施に掛かるコスト</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <b>mottECO普及推進コンソーシアム</b>：3,640千円（ポスター制作費、持ち帰り容器購入費、印刷費、物流費、啓発イベント会場費等）※令和4年度地方公共団体及び事業者等による食品廃棄ゼロエリア創出の推進モデル事業等実績として。</li> <li>■ <b>群馬県</b>：2,481千円（持ち帰り容器製作費・配送費、普及啓発資材製作費（リーフレット、ステッカー、ポスター））</li> </ul>
<b>普及拡大へのボトルネック</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ <u>mottECOの認知度が不足している点</u>（環境省が2022年に実施した調査において、約90%の回答者が「mottECO」という言葉もロゴも知らない」と回答）が課題である。</li> <li>■ <u>事業者が新規にmottECOに取り組むにあたり、参入障壁が大きい点</u>（食品衛生上の懸念、容器の費用負担の検討、業態ごとの取組みやすさの差異等）もボトルネックとなる。</li> </ul>

（出所）環境省「令和3年度 地方公共団体及び事業者等による食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業等報告書 概要版」、環境省「令和5年度 食品廃棄ゼロエリア創出モデル事業等報告書 概要版」、杉並区HP 環境省「「飲食店における食べ残しの持ち帰りに関するアンケート調査」結果報告」