全国食品産業協議会連合会ニュース
第 ７０ 号　　　　　　　　　発行日　2022年4月12日


○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］

４月８日、消費者庁は、食品ロスの認知度と取組状況等に関する「令和３年度消費者の意識に関する調査結果報告書」を公表しましたので、お知らせします。

本調査は全国の満18歳以上の男女5,000人を対象として令和４年３月に実施したインターネット調査です。

<https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/efforts/assets/consumer_education_cms201_20220408_001.pdf>

調査項目及び結果概要（最も回答が多いもの）は以下のとおりです。

|  |  |
| --- | --- |
| Q1:食品ロス問題の認知度 | （よく・ある程度）知っている80.9％ |
| Q2：食品ロス削減の取組 | 残さず食べる69.3％ |
| Q3：新型コロナによる消費行動の変化 | 外食の回数が減った60％ |
| Q4：賞味期限と消費期限の違い | 知っている71.9％ |
| Q5：フードバンク活動・フードドライブ活動の認知 | 両方とも知らない51.4％ |
| Q6：「規格外農産物・食品」の認知 | 知っていた48％ |
| Q7：「規格外農産物・食品」についての考え | 品質（味）が変わらなければ購入する51.1％ |
| Q8：「てまえどり」の認知 | 知らなかった49.4％ |
| Q9：「てまえどり」の実践 | 実践していない60.6％ |

（注）「てまえどり」とは、コンビニ等の商品棚の手前にある商品等、販売期限の迫った商品を積極的に選ぶこと。