

SDGs（持続可能な開発目標）の中に「つくる責任 つかう責任」という目標が策定されています。事業者の取り組み、消費者の意識などについてアンケート調査を実施しましたので、その結果をお知らせします。

1. 調査概要

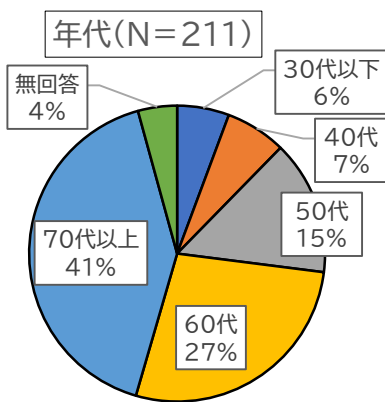
調査期間：令和3年9月～10月

調査対象：札幌市民及び近隣市町村民、(公社)札幌消費者協会会員

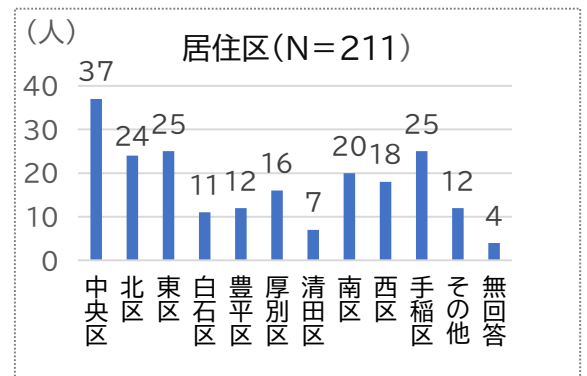
回答数：211名

2. 調査結果

属性



年代	人数
30代以下	12
40代	14
50代	31
60代	58
70代以上	87
無回答	9

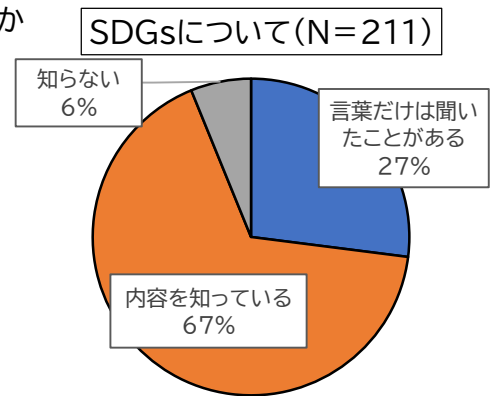


*回答者の年代は60代以上の方が約7割でした。

設問1 あなたはSDGs(持続可能な開発目標)について知っていますか

*「内容を知っている」「言葉だけは聞いたことがある」を合わせると9割を超えました。

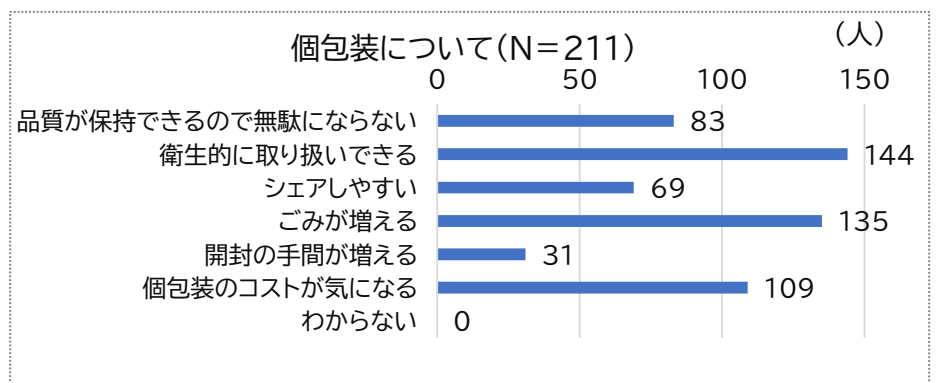
SDGsについて	人数
言葉だけは聞いたことがある	57
内容を知っている	141
知らない	13



設問2 事業者が食品ロス削減の為にしている取り組みについて

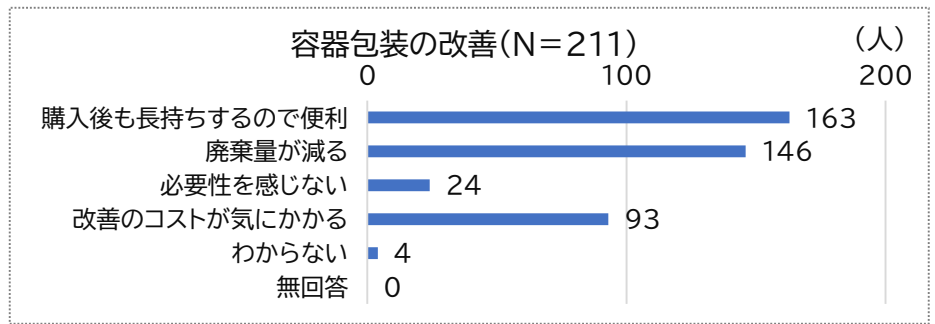
2-1 いろいろな商品が個包装になっていますがどう思いますか（回答は3つまで）

*「衛生的に取り扱える」が最も多く「ごみが増える」「コストが気になる」という回答が次に続きます。コロナ禍が影響していると考えられます。



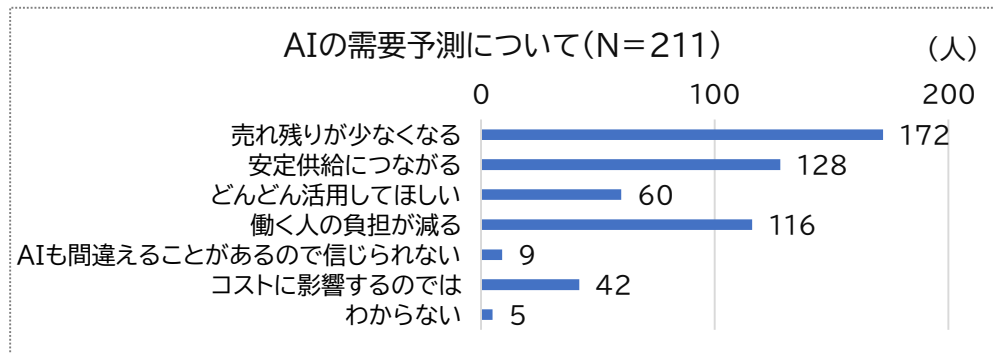
2-2 容器包装の改善により賞味期限を延長させていることについてどう思いますか（回答は3つまで）

*高評価の回答が多い反面、「改善のコストが気にかかる」との回答も半数近くありました。



2-3 販売量・在庫量などをAI（人工知能）で需要予測して管理する方法についてどう思いますか（回答は3つまで）

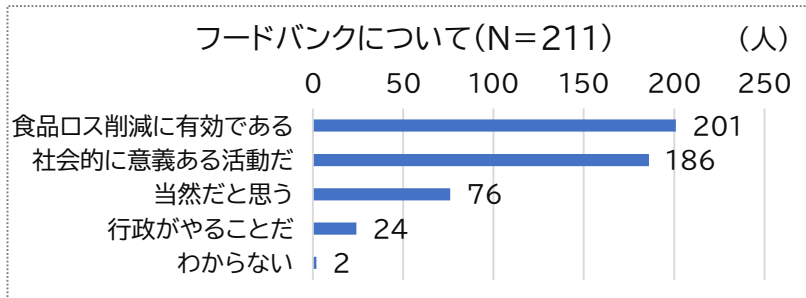
*概ね良好な管理システムと理解している事がわかりました。



2-4 事業者がフードバンク [注1]に提供することをどう思いますか（回答は3つまで）

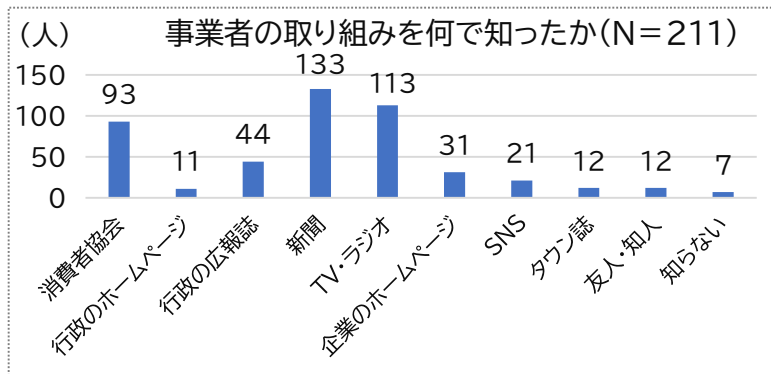
*有効であり、意義ある活動との評価が多い結果でした。

注1 主に企業や農家からまだ十分に食べられるのに、余っている食品を寄贈してもらい食べ物を必要としている人の元へ届ける活動および団体のこと



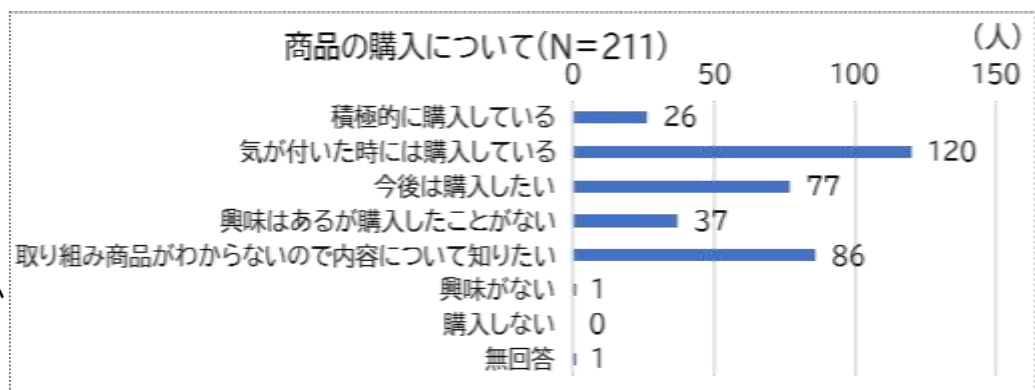
2-5 事業者のさまざまな取り組みを何で知りましたか（回答は3つまで）

*「新聞」「TV・ラジオ」が多く、「消費者協会」からの情報も役に立っていることがわかりました。



2-6 食品ロス削減に取り組んでいる事業者の商品を購入しますか（回答は3つまで）

*「気が付いた時には購入している」「今後は購入したい」が多く「購入しない」はいませんでした。また、「取り組み商品がわからないので内容を知りたい」という取り組み商品への関心の高さもうかがえます。

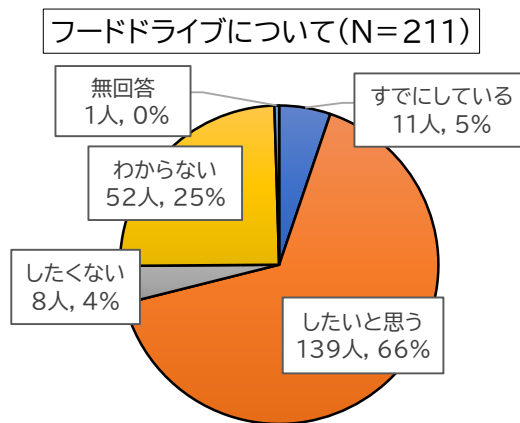


設問 3 個人の食品ロス削減の取り組みについて

3-1 フードドライブ 注2の拠点が身近にあったら寄付しますか

*寄付したいと思うが66%で、「すでに行っている」も5%(11人)あり、フードドライブへの関心の高さがうかがえます。

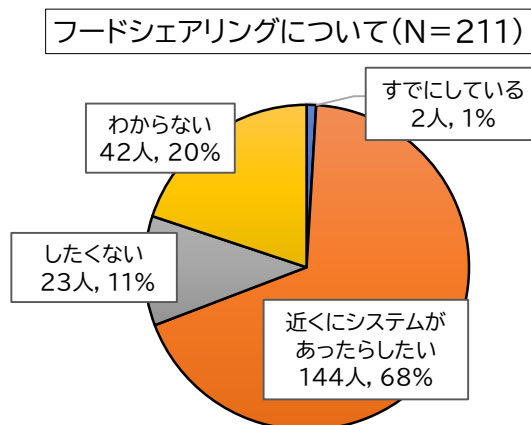
注2 家庭で余っている食品を捨てるのではなく必要としている地域の福祉団体やフードバンク等へ寄付する活動



3-2 フードシェアリング 注3を利用したいと思いますか

*「近くにシステムがあったら利用したい」は68%もいました。システムの拡充が望まれます。

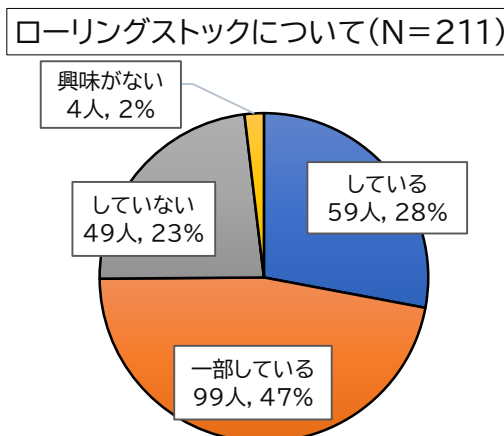
注3 飲食店での売れ残りや、予約キャンセルが発生したりして廃棄することになった料理を、通常の値段よりも安く提供するサービス。月額制の定額料金を、料理の余剰分が発生した場合利用できる権利を購入する仕組みなども登場している



3-3 ローリングストック 注4を取り入れた生活をしていますか

*「ローリングストックを取り入れている」が74%なので、生活に定着していると考えられます。

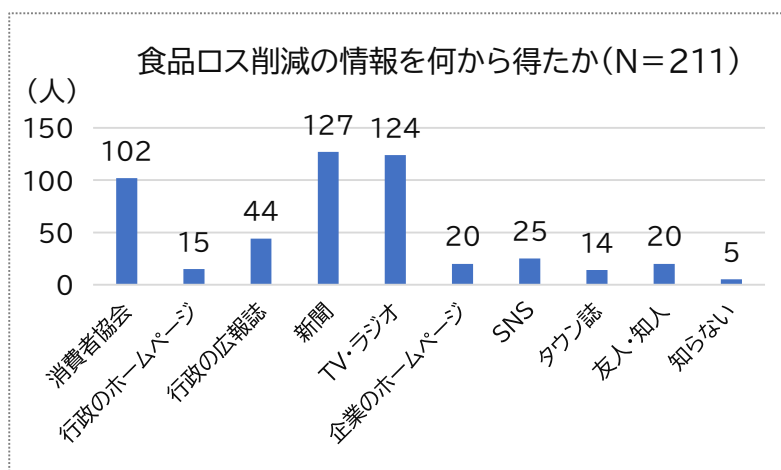
注4 気が付いたら非常食の賞味期限が大幅に過ぎて廃棄したといったことがないように日常的に非常食を食べて、新しい非常食を買い足すこと



3-4 食品ロス削減のさまざまな情報を何から得ていますか (回答は3つまで)

*「新聞」「TV・ラジオ」が多く消費者協会からも情報を得ている事がうかがえます。

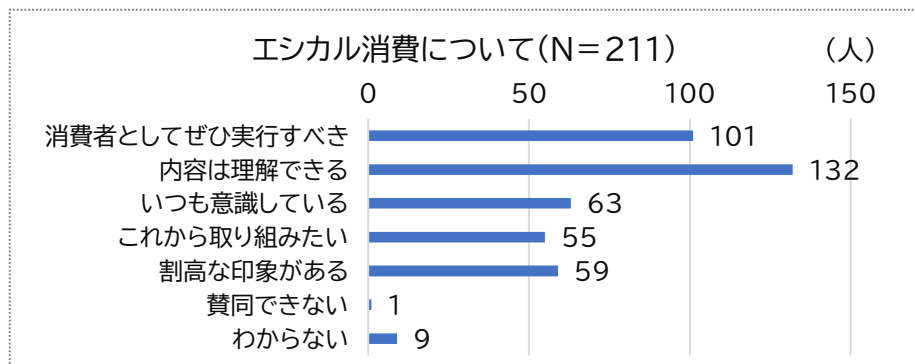
SDGsの目標12「つくる責任
つかう責任」は持続可能な方法
で生産し、責任をもって消費する
ことです



設問4 エシカル(倫理的)消費 注5)についてどう考えますか (回答は3つまで)

*肯定的な回答が多く、理解されているように考えられます。

注5 消費者が環境や人権に対して十分に配慮された商品を選択して買い求めること「誰が、どこで、どうやって、どのように作ったか」を意識しながら買い物をする



まとめ

- ❖ SDGsの内容を知っている人が67%と高く、今後私たちの生活の中に浸透していくことが期待されます。
- ❖ 個包装については、食品ロス削減の観点より衛生面での評価が高かったのは、コロナ禍の影響も考えられます。
- ❖ 容器包装の改善による賞味期限の延長については、「長持ちする」「廃棄量が減る」との回答が多い中、少数ではありますが「必要性を感じない」との意見もありました。
- ❖ AIで販売量・在庫量を管理することは、売れ残りが減り、安定供給が保たれ、食品ロス削減に役立つと考える人が多い結果でした。
- ❖ フードバンクの活動は、有効であり意義があるとの回答が多いことから広く認知されてきたと考えられます。
- ❖ 「食品ロス削減に取り組んでいる商品の購入について」は、内容について知りたいとの回答も多く、行政や事業者からのわかりやすい情報提供が求められます。
- ❖ フードドライブに関しては札幌市の「広報さっぽろ」2021年10月号に使いきれない商品の募集記事が掲載されて取り組みが見える形になりました。今後、身近な拠点の増加と、収集と分配のシステム作りが求められます。
- ❖ フードシェアリングについて、コロナ禍での外出自粛によりテイクアウトが注目され、店舗での作り置きが減少したため利用の機会が減ったのではと考えられます。今後は近くにシステムがあり、利用しやすい状況になると、利用者も増え食品ロス削減に繋がると考えられます。
- ❖ ローリングストックへの回答から、災害の多い昨今、準備を怠らない生活が定着してきたとわかります。しかし1/4が「取り入れていない」との回答から、アンケートを機会にローリングストックについて前向きに考えられることが期待されます。
- ❖ 「事業者の取り組み」「食品ロス削減の取り組み」などさまざまな情報の取得については、共に「新聞」「TV・ラジオ」から得ていることが多く、次に「消費者協会」が続き、協会活動が大きな役割を果たしていることがわかります。
- ❖ エシカル消費について「内容は理解できる」「ぜひ実行すべき」との回答が多く、消費者の意識の高さがうかがえます。今後も札幌消費者協会として、積極的に取り組みを進め、支援を続けていきたいと考えます。

最後に、消費者としてSDGsの目標達成のため食品ロス削減に取り組んでいる商品などの情報を含め、多岐にわたる有益な情報を得て、生活の中で自分に合った形で食品ロス削減を実践していくことが必要です。