

～ 食品ロスや環境課題を、親子で学ぶきっかけに ～
第五回「食品ロスに関するアンケート調査」を公開！
夏休み企画「親子オンライン工場見学」7/1から募集開始

ハウス食品グループ本社株式会社は、ご家庭で期限が近づいた食材をおいしく召し上がっていただく解決策の1つとして、食品ロスに対する意識・実態調査や、食品ロスになりがちな食材を使ったレシピ提案・発信を行う『もっとカレーだからできることプロジェクト』に取り組んでいます。

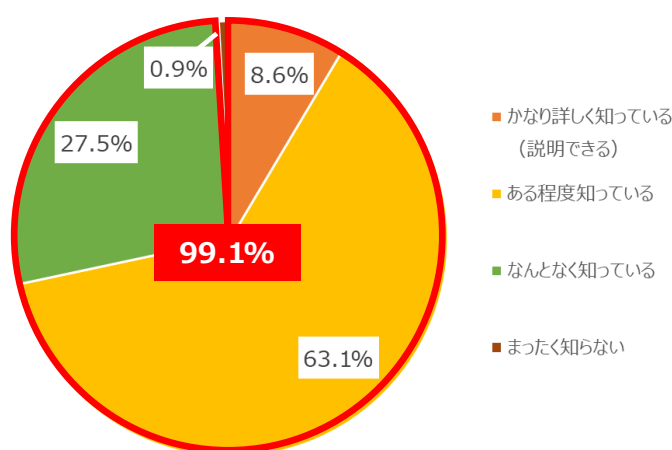
この度、2022年5月に実施した「食品ロスに関するアンケート調査（第五回）」を公開します。食品ロスの認知率や発生頻度といった継続して調べている内容に加え、前回調査に引き続き「子どもの食品ロス認知率」についても調査しました。この結果、**子どもの食品ロス認知度は大人と比較するとまだ低いことが判明しました。**

子どもに対する、食品ロスをはじめとした環境課題への認知・理解のきっかけづくりが必要と考え、ハウス食品グループの**会員サイト「カモンハウス」**の夏休み企画として、**抽選で50組を招待する「親子オンライン工場見学」を8月9日に開催**します。7月1日から同サイト内キャンペーンページにて、参加者の募集を開始します。

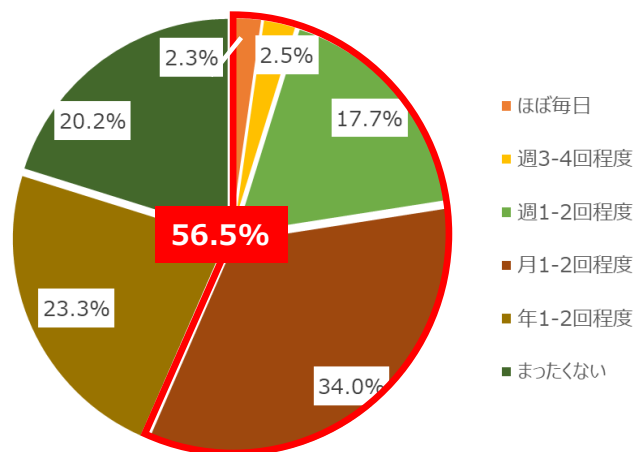
(1) もっとカレーだからできることプロジェクト「食品ロスに関するアンケート調査（第五回）」の結果

- ◆ **食品ロスの認知率は99.1%で前回（2021年9月：98.8%）から0.3%上昇、月に1回以上食品・食材を捨ててしまっているご家庭の割合は56.5%で前回（59.1%）から減少しました。**（n=7,226/SA）
 →認知率は「ある程度知っている」以上の割合も71.7%となり、食品ロスの認知はさらに高まっています。

【食品ロス問題の認知率】



【食品ロス発生頻度】



- ◆ **最近捨ててしまった食品・食材の第1位は「キャベツ」。**次いで、「きゅうり」「もやし」「レタス」「パン・食パン」の順。「キャベツ」が今回の捨ててしまった食品・食材の第1位でした（前回は2位）。前回（2021年9月）と比べ「きゅうり」の割合は2/3程度となり、調査の実施時期が捨ててしまった食材に影響することが改めて分かりました。また、2022年4月に価格が高騰した「玉ねぎ」は、前回7位（4.0%）→今回12位（2.9%）と順位を下げ、食品・食材の価格は食品ロスに影響することが判明しました。

【最近捨ててしまった食品・食材ランキング】（今回 FA、n=7,226 前回 FA、n=7,576）

第五回（2022年5月）			第四回（2021年9月）		
順位	食品・食材	回答割合	順位	食品・食材	回答割合
1	キャベツ	7.6%	1	きゅうり	10.7%
2	きゅうり	6.9%	2	キャベツ	6.3%
3	もやし	4.9%	3	パン・食パン	6.0%
4	レタス	4.8%	4	レタス	4.9%
5	パン・食パン	4.5%	5	もやし	4.5%
6	豆腐	4.2%	6	豆腐	4.5%
7	大根	3.8%	7	玉ねぎ	4.0%
8	納豆	3.7%	8	トマト	4.0%
9	牛乳	3.6%	9	納豆	3.8%
10	人参	3.2%	10	牛乳	3.0%
11	長ねぎ	3.1%	11	大根	3.0%
12	玉ねぎ	2.9%	12	漬物	2.8%
13	白菜	2.5%	13	にんじん	2.7%

今回はじめて春季(5月)に調査を実施しましたが、夏季の「きゅうり」や冬季の「みかん」のように突出して捨ててしまった食品・食材が無く、「キャベツ」が最も多くなる結果となりました。季節によって食品ロスにつながる食品・食材は変わるという実態がうかがえます。今後も継続的に実態調査を行い、食品ロス問題の解決につなげてまいります。

◆子ども（18歳以下）の食品ロス認知率は72.9%、大人の認知率とは差が大きい。

「よく知っている：7.0%」「あるていど知っている：26.4%」「なんとなく知っている：39.5%」でした。「まったく知らない：27.0%」も依然として多く、大人の「まったく知らない：0.9%」とは、大きな差がありました。学校やニュースなどでも「食品ロス問題」について取り上げられる機会は増えていますが、子どもたちにとって身近な・当たり前の問題として捉えられるようになるには、まだ時間がかかりそうです。

※その他、食品ロスに関するアンケート調査結果については、『もっとカレーだからできることプロジェクト』のホームページで公開し、詳細のデータはPDFデータをダウンロードいただけます。

（第五回調査データ URL https://housefoods-group.com/activity/foodloss/research_data05.pdf）

【調査設計】

調査対象者 ハウス食品グループ 会員サイトの登録者
 有効回答数 7,226名（全国10～90歳代男女、性別：男性29.2%、女性67.4%、不明・未回答3.3%）
 実施時期 2022年5月12日～2022年5月16日
 調査方法 インターネット調査

※調査結果の掲載・利用については、事前にご連絡いただきますようお願い致します。

（2）会員サイト「カモンハウス」の夏休み企画「親子オンライン工場見学」開催決定！

ハウス食品グループ本社が運営する会員サイト「カモンハウス」では、2022年8月9日(火)に、ハウス食品静岡工場をオンラインで見学できる「親子オンライン工場見学」を実施します。抽選で50組を招待し、製品の製造工程を見学いただくとともに、工場における環境課題への取り組みもご案内します。また、お子さまにとって身近で取り組みやすい「食品ロス」についても紹介し、食品ロスについて考えていただくためのツールなども配布予定です。

ご参加いただけなかった方にも、親子で楽しめる「カモンハウス」内のWEBコンテンツを用意しており、8月10日以降に順次公開します。夏休み期間を通して、食品ロスや環境課題について親子で学びきっかけを提供してまいります。

【親子オンライン工場見学 応募概要】

- キャンペーン応募期間：2022年7月1日(金)13:00～2022年7月15日(金)13:00
- 応募方法：ハウス食品グループの会員サイト「カモンハウス」内キャンペーンページ
(URL <https://comeon-house.jp/activity/factory-kengaku/>) から応募。
※詳細は「カモンハウス」内のキャンペーンページをご確認ください。
※ご応募には無料の会員登録が必要となります。
- 当選者数：50組
- 提供内容：①オンライン工場見学体験（60分前後／Zoomで実施）
②ハウス食品 静岡工場で製造している製品
・咖喱屋カレー〈中辛〉×1点 ・とんがりコーン〈あっさり塩〉×1点
③「オンライン工場見学」ノベルティ（おてがみメモ）※非売品 ×1点



■ハウス食品グループの『もっとカレーだからできることプロジェクト』とは？



期限が近づいた食材や日頃だと捨ててしまう食材も、意外な食材の組み合わせもカレーならスパイスがおいしくまとめてくれます。そんな“カレーだからできること”を通じて、ご家庭の食品ロス削減に繋げていきたいという想いをもって取り組んでいます。

継続的なアンケート調査実施により、食品ロスに対する意識・実態の変化や、食品ロスになりがちな食材を使ったレシピ提案・発信をすることで、食品ロスがそれぞれのご家庭からも出ていることを知るきっかけや、楽しく・おいしく食品ロスを減らすヒントになればと考えています。

サイトURL <https://housefoods-group.com/activity/foodloss/index.html>

【参考】日本における食品ロスについて

最新の食品ロス推計値（注）は、約522万トン(2020年度)で、前年度に比べ48万トン減少しました。食品ロスは、事業活動に伴い発生する「事業系」と、各家庭から発生する「家庭系」に分けられますが、事業活動に伴い発生する「事業系」食品ロスは275万トン(前年度比▲34万トン)、各家庭から発生する「家庭系」食品ロスは247万トン(前年度比▲14万トン)となりました。統計開始(2012年度)以来最少となりましたが、国連世界食糧計画(WFP)が世界各国で援助する食料(420万トン/2020年度)を依然として上回る水準となっています。

(注) 農林水産省・環境省 令和二年度推計値