

日本では、本来食べられるのに捨てられる「食品ロス」が年間600万t超発生しています。これは1人1日当たりお茶碗1杯分のご飯の量に相当します。

国では、2019年10月に「食品ロス削減の推進に関する法律」が施行され、2020年3月に閣議決定された基本方針を踏まえ、都道府県及び市町村において、食品ロス削減推進計画を策定することとされました。

本市においては、2020年4月に「食品ロス削減推進担当連絡会」を設置し、食品ロス削減に向け、調査・研究を進めております。今後、食品ロス削減に向けた具体的な取り組みを検討するため、アンケートを実施しましたのでその結果についてお知らせします。

(セーフコミュニティ課)

調査概要

- 調査期間 令和2年9月16日(水)～9月25日(金) (10日間)
- 回答方法 専用ウェブサイトから回答を送信する。
- モニター数 360名 (男性 172名 女性 188名)
- 回答者数 310名 (男性 147名 女性 163名)
- 回答率 86.1%

【分析】

《回答者内訳(人)》

年代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	合計
男性	5	3	15	30	30	16	40	8	147
女性	7	8	38	55	38	14	2	1	163
合計	12	11	53	85	68	30	42	9	310

《食品ロスについて》

- ・「食品ロス」が問題になっていることについて「よく知っている」「ある程度知っている」合計で9割を超えている(問1)
- ・「賞味期限」「消費期限」の言葉の違いについて全体の84.5%が「知っている」と回答し、あえて賞味期限・消費期限が近付いたものを買うと回答したものは全体の15.2%であったが、安くなっている場合は買うと回答したものは全体の45.8%であった(問2～4)
- ・消費者庁「令和元年消費者意識基本調査」(以下：消費者庁調査)の結果と比較すると、食品ロス削減につながる行動について6つの設問において、より高い割合で行っていることが読み取れる(問3～8)

《ごみ削減に向けた取り組みについて》

- ・郡山市の1人1日あたりのごみ排出量が全国の中核市の中で最も多いという環境省の調査結果について全体の81.0%が「知らない」と回答(問10)

《生活全般や消費生活における意識や行動について》

- ・倫理的消費(エシカル消費)という言葉について全体の79.0%が「知らない」と回答(問12)
- ・消費者庁調査の結果と比較すると、倫理的消費(エシカル消費)に該当する行動について、4つの設問において、より高い割合で行っていることが読み取れる(問15～18)
- ・消費者ホットライン188について全体の53.2%が「名前・番号どちらも知らない」と回答(問19)

【考察】

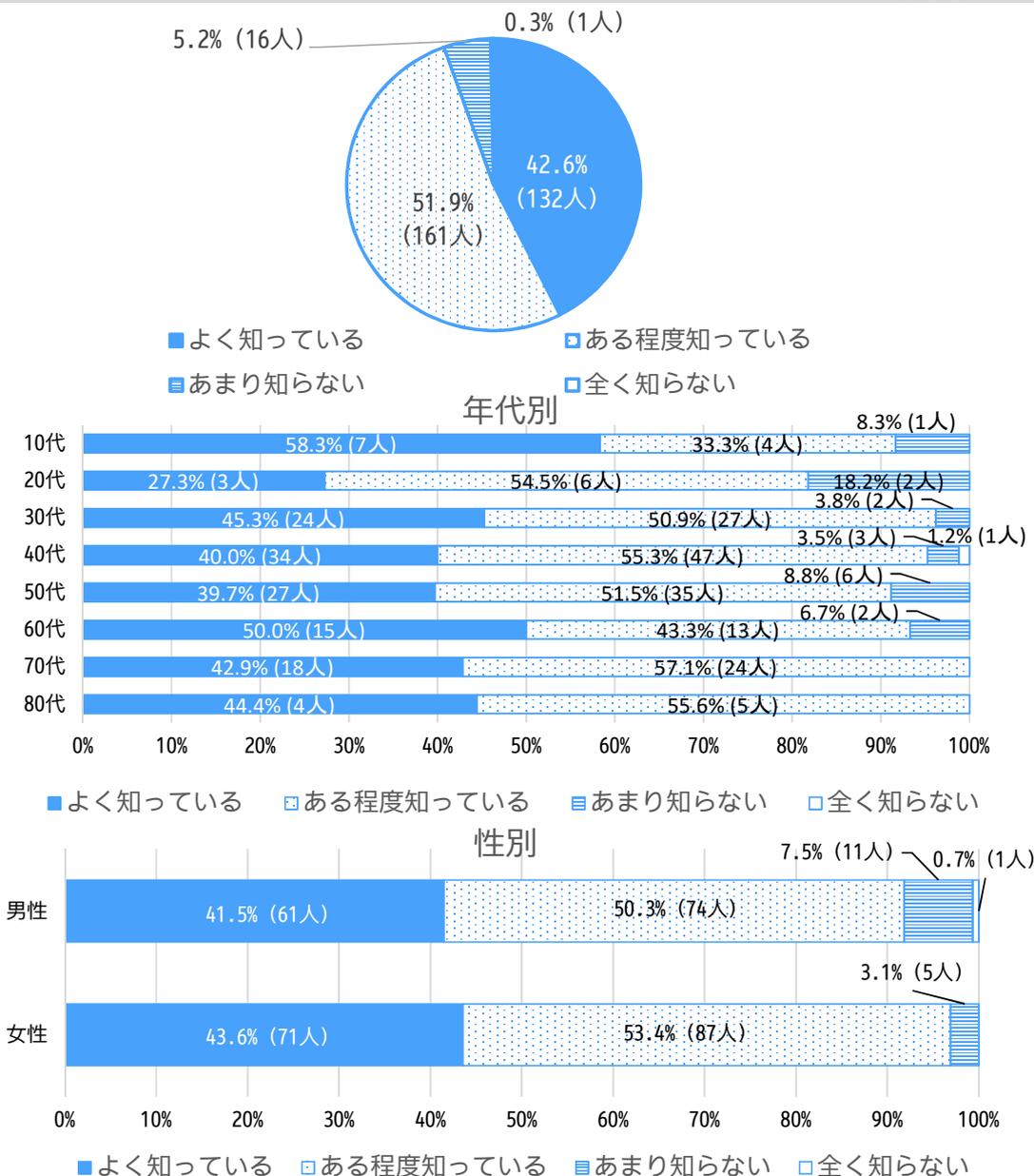
- ・「食品ロス」が問題になっていることについて理解している方が多く、全国と比較しても食品ロス削減につながる行動をとっている方が多くいることが推測できる一方、外出時の食べ残しを持ち帰る方は、全国的にも低い割合であり、今回の調査においても持ち帰りがしやすい制度があると良いという意見も見られた。今後、全国や他市町村の動向を見ながら、コロナ禍の中、衛生面を踏まえた食品ロス削減について検討を続ける必要があると考えられる。
- ・郡山市のごみ排出量が全国の中核市の中で最も多いことを知っているものは少ないため、今後様々な媒体を通してさらなる周知が必要と考えられる。
- ・倫理的消費(エシカル消費)についての認知度は低いが、全国と比較しても、それに該当する行動をとっている方が、高い割合でいることが推測できる。今後は一つ一つの消費行動が与える社会や環境への影響を理解してもらえるよう、電子媒体、講座等、さらなる周知を進めることが重要と考えられる。

※構成比は、端数を四捨五入しているため、合計が100.0%にならない場合があります。

第1章 食品ロスについて

問1 近年「食品ロス」が問題となっていることをご存知ですか？（1つ選択）

（回答者：310人）



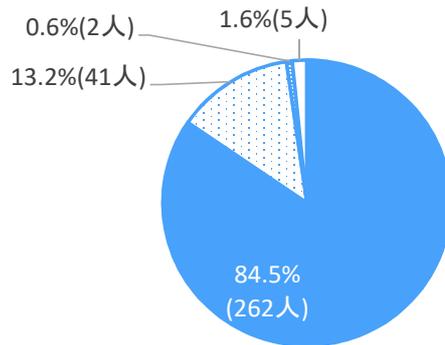
全体の42.6%が「よく知っている」、51.9%が「ある程度知っている」と回答し、両方で全体の9割を超えている。

消費者庁「令和元年消費者意識基本調査」（以下：消費者庁調査）（※）では同様の設問に対し38.0%が「よく知っている」50.1%が「ある程度知っている」と回答していることから、「食品ロス問題」に対する理解度は比較的高いことが読み取れる。

（※）<調査回答者>全国の満15歳以上の日本国籍を有する者 6,173人（400地点 373市区町村）
 <調査時期>令和元年11月7日～11月30日
 <消費者庁ウェブサイト>
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/

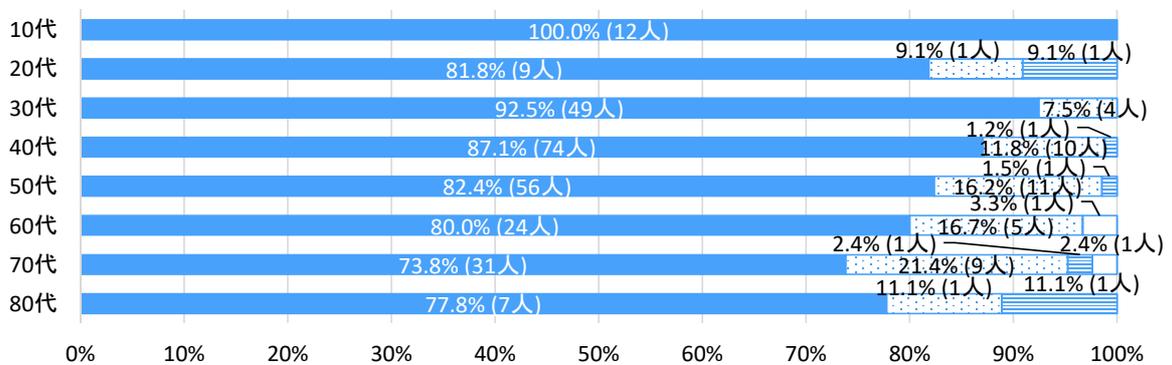
問2 「賞味期限(※1)」「消費期限(※2)」の意味の違いをご存知ですか？
(1つ選択)

(回答者：310人)



■ 知っている □ 言葉は知っていたが、意味までは理解していない ■ 知らない □ 違いを気にしていなかった

年代別



■ 知っている □ 言葉は知っていたが、意味までは理解していない ■ 知らない □ 違いを気にしていなかった

性別



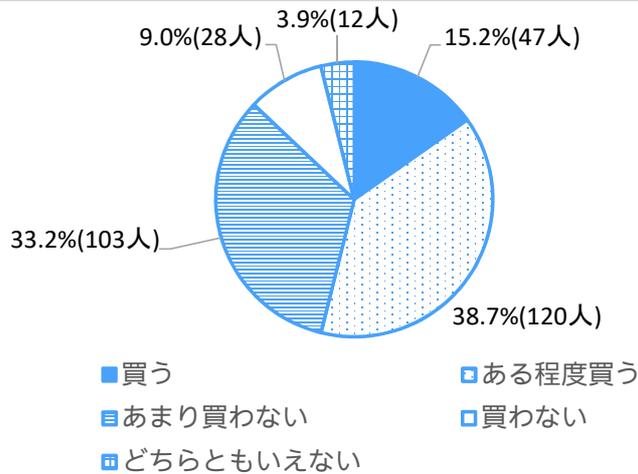
■ 知っている □ 言葉は知っていたが、意味までは理解していない ■ 知らない □ 違いを気にしていなかった

全体の84.5%が「知っている」と回答し、消費者庁調査の同様の質問・回答が69.7%であったことと比較しても、「賞味期限」と「消費期限」について理解しているものが多い。
なお10代は12人全員が「知っている」と回答し、ほかの年代と比較しても高い理解度が示されている。これは現在の中学校家庭科教育において「賞味期限」と「消費期限」が扱われていることが影響していると考えられる。

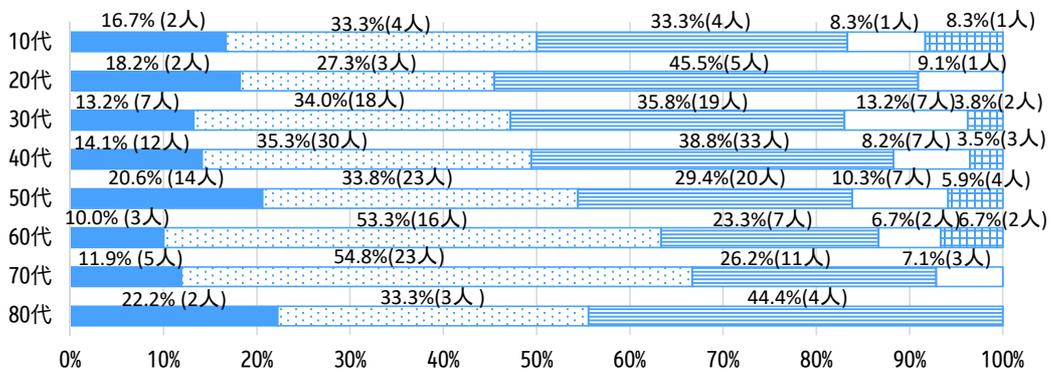
- (※1)賞味期限：袋や容器を開けないままで、書かれた保存方法を守って保存していた場合に「品質が変わらずにおいしく食べられる期限」のことで、スナック菓子や乳製品、缶詰などに表示されています。この期限を過ぎても、すぐに食べられなくなるということはありません。
- (※2)消費期限：袋や容器を開けないままで、書かれた保存方法を守って保存していた場合に「安全に食べられる期限」のことで、弁当、サンドイッチ、生麺、ケーキなど、傷みやすい食品に表示されています。

問3 賞味期限・消費期限が近づいたものをあえて買いますか？（1つ選択）

（回答者：310人）

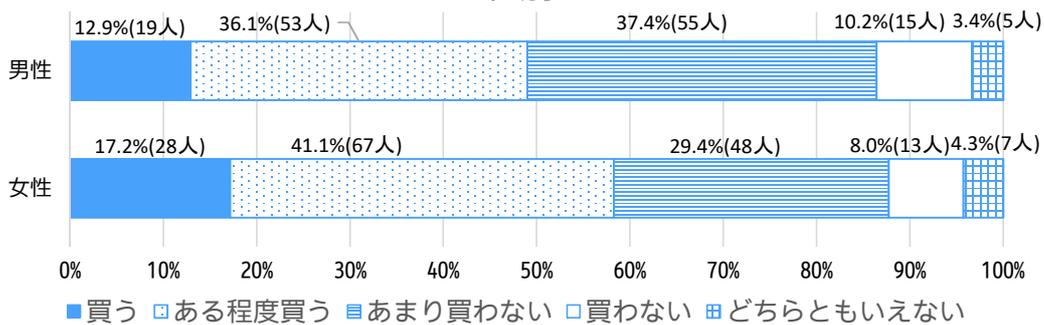


年代別



■ 買う □ ある程度買う ■ あまり買わない □ 買わない ■ どちらともいえない

性別

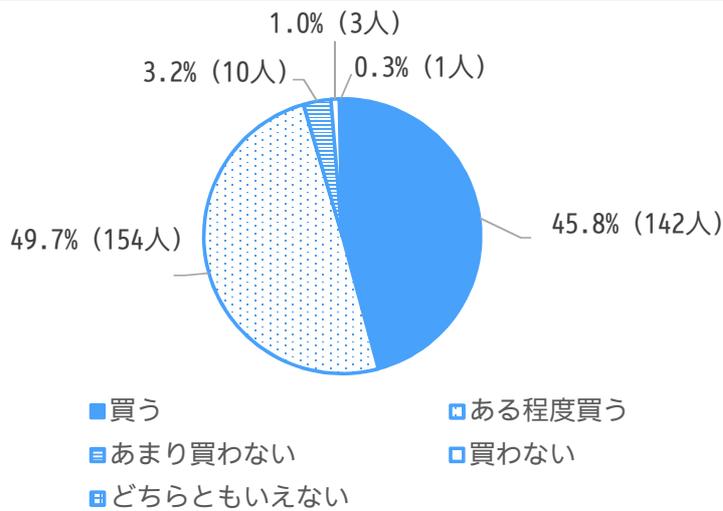


■ 買う □ ある程度買う ■ あまり買わない □ 買わない ■ どちらともいえない

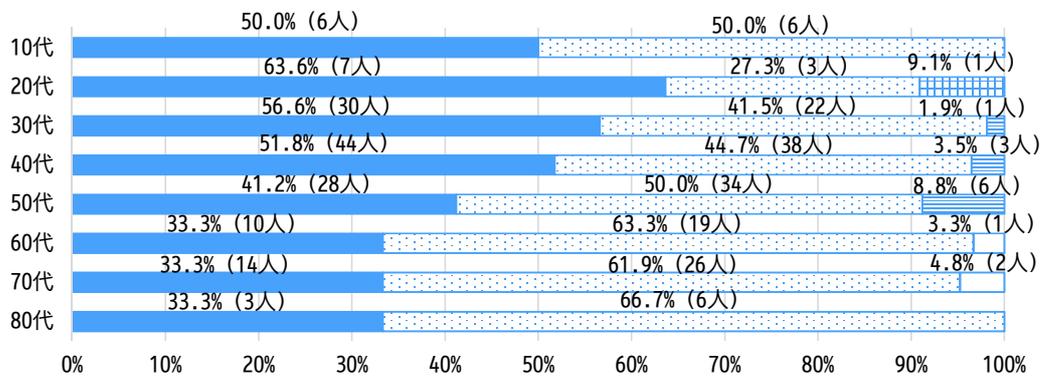
全体の15.2%が「買う」、38.7%が「ある程度買う」と回答し、両方で全体の5割を超えている。

消費者庁調査では同様の質問に対し2.4%が「かなり当てはまる」、9.0%が「ある程度当てはまる」と回答し、両方で全体の1割程度であったことと比較すると、多くの方が賞味期限・消費期限が近づいたものをあえて買っていることが読み取れる。

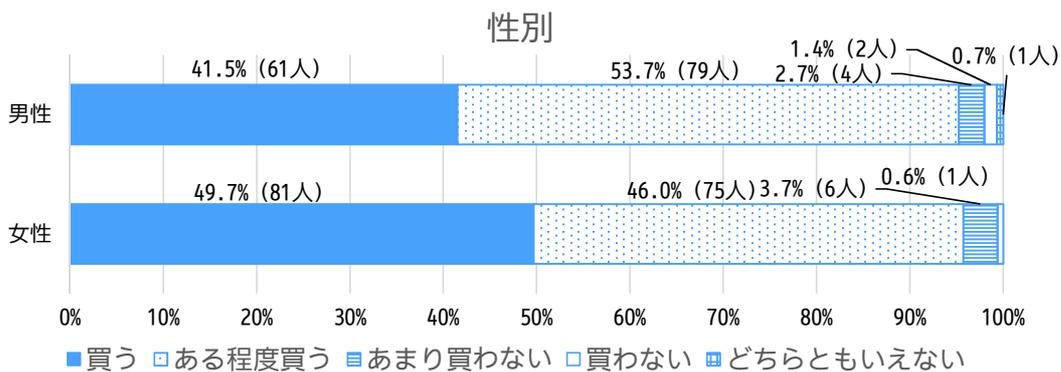
問4 賞味期限・消費期限が近づいても、安くなっていれば買いますか？（1つ選択）
（回答者：310人）



年代別



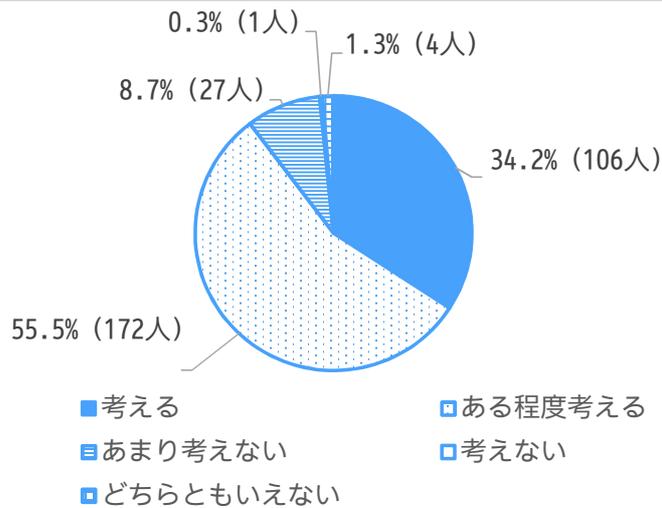
性別



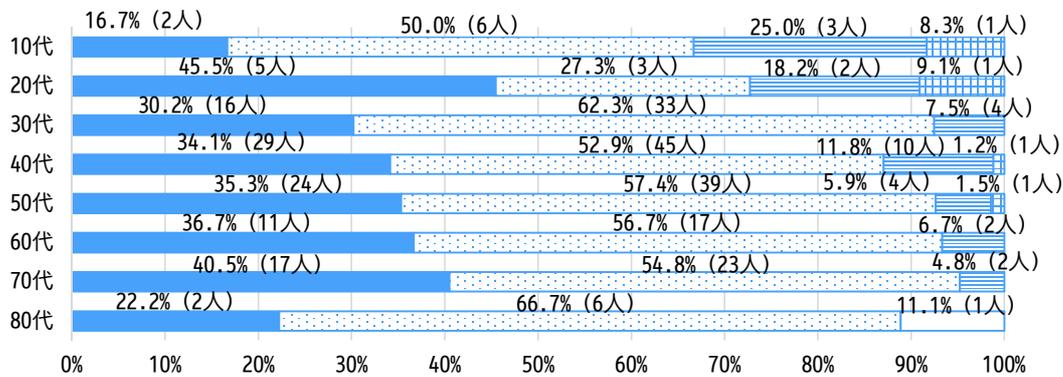
全体の45.8%が「買う」、49.7%が「ある程度買う」と回答し、両方で全体の9割を超えている。
消費者庁調査では同様の質問に対し14.1%が「かなり当てはまる」、44.3%が「ある程度当てはまる」と回答し、両方で全体の6割程度であったことと比較すると、多くの方が値段が安くなっていた場合、賞味期限・消費期限が近づいたものを買っていることが読み取れる。

問5 買い物に行く前に買うもの（食品）を考えますか？（1つ選択）

（回答者：310人）

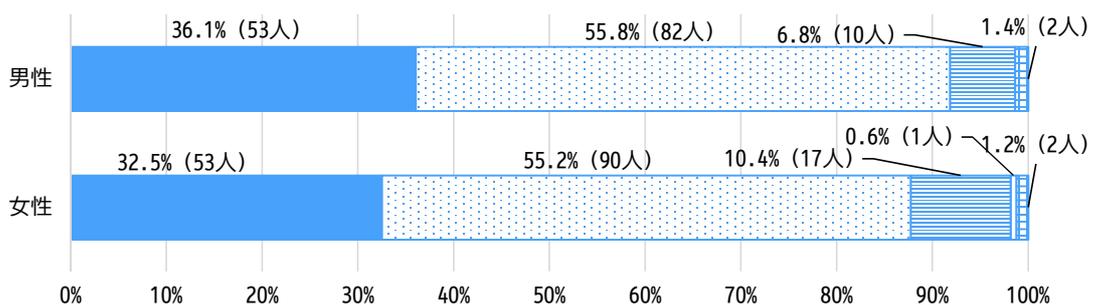


年代別



■考える □ある程度考える ■あまり考えない □考えない ■どちらともいえない

性別

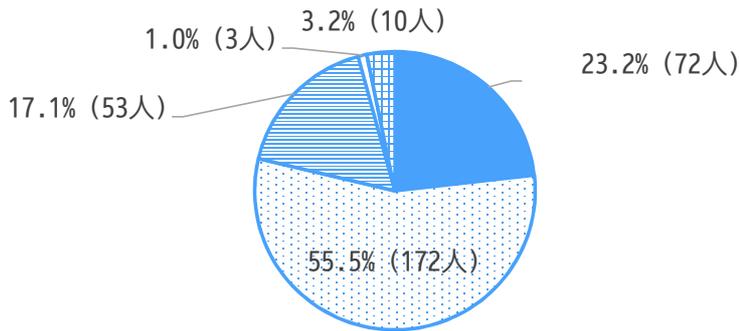


■考える □ある程度考える ■あまり考えない □考えない ■どちらともいえない

全体の34.2%が「考える」、55.5%が「ある程度考える」と回答し、両方で全体の9割程度であった。
 消費者庁調査では「買い物に行ってから買うもの考える」という質問に対し「当てはまらない」が7.5%、「あまり当てはまらない」が22.1%と回答し、両方で3割程度であったことと比較すると、多くの方が買い物に行く前に買うもの考えていることが読み取れる。

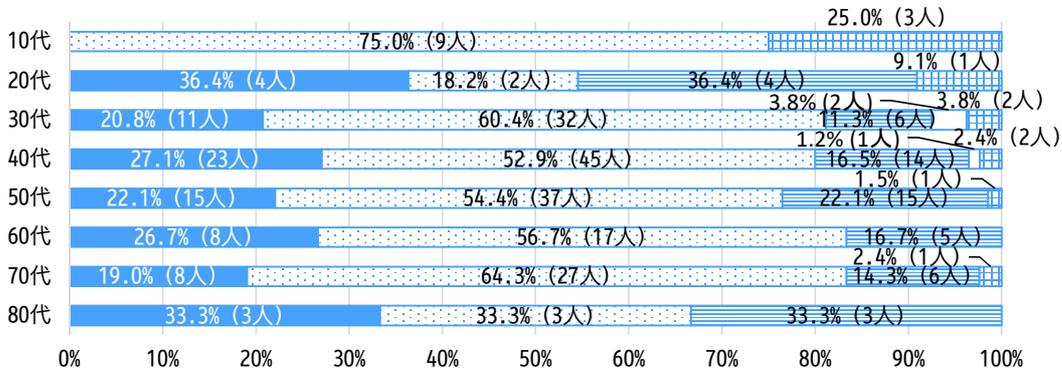
問6 冷蔵庫、食品庫に詰め込み過ぎず、何が入っているか常にわかるようにしていますか？(1つ選択)

(回答者：310人)



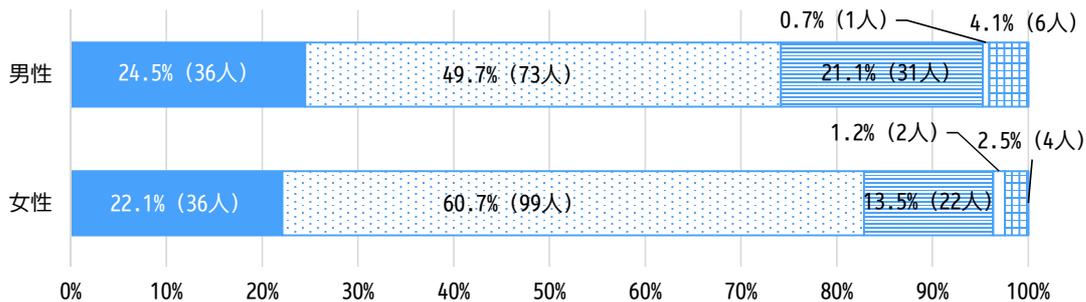
- わかるようにしている
- ある程度わかるようにしている
- あまりわかるようにしていない
- わかるようにしていない
- どちらともいえない

年代別



- わかるようにしている
- ある程度わかるようにしている
- あまりわかるようにしていない
- わかるようにしていない
- どちらともいえない

性別

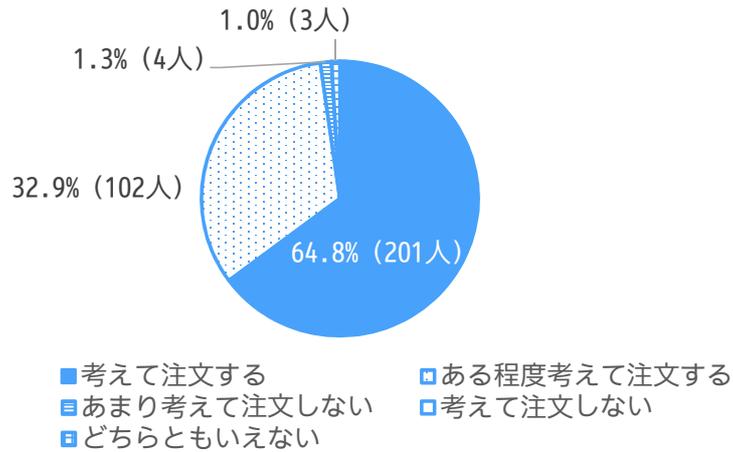


- わかるようにしている
- ある程度わかるようにしている
- あまりわかるようにしていない
- わかるようにしていない
- どちらともいえない

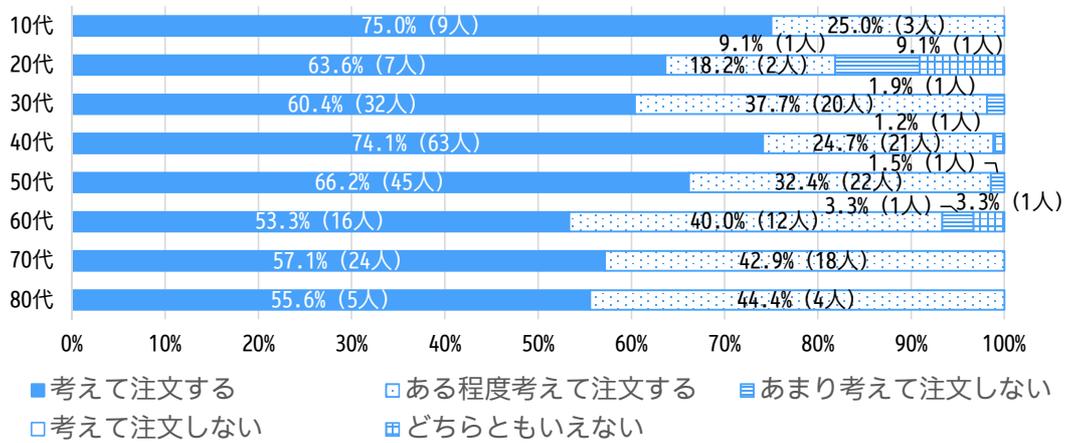
全体の23.2%が「わかるようにしている」、55.5%が「ある程度わかるようにしている」と回答し、両方で全体の8割程度であった。
 消費者庁調査では同様の質問に対し14.6%が「かなり当てはまる」、37.6%が「ある程度当てはまる」と回答し、両方で全体の5割程度であったことと比較すると、多くの方が冷蔵庫・食品庫に詰め込みすぎず、何が入っているかわかるようにしていることが読み取れる。

問7 外食時、食べきれる量を考えて注文していますか？（1つ選択）

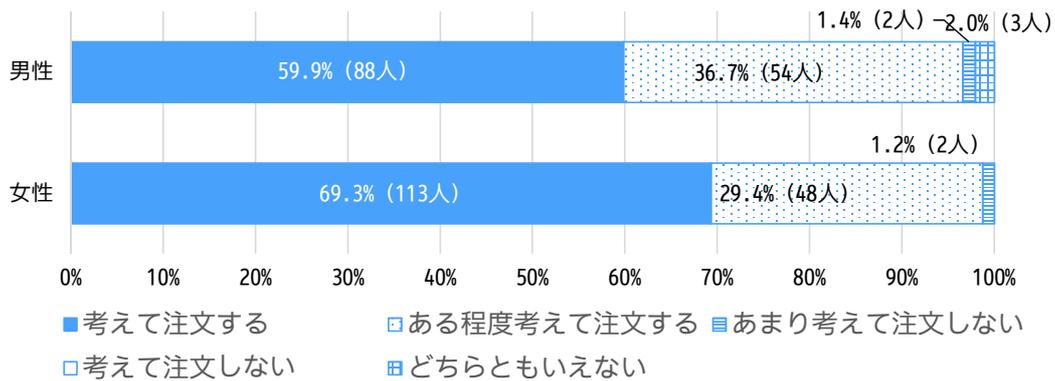
（回答者：310人）



年代別



性別

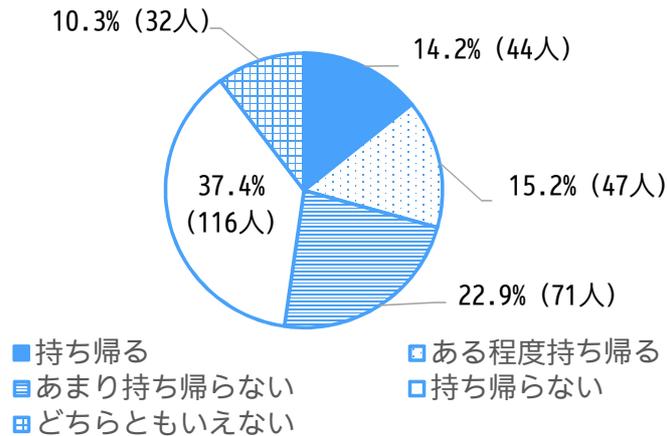


全体の64.8%が「考えて注文する」、32.9%が「ある程度考えて注文する」と回答し、両方で全体の9割を超えている。

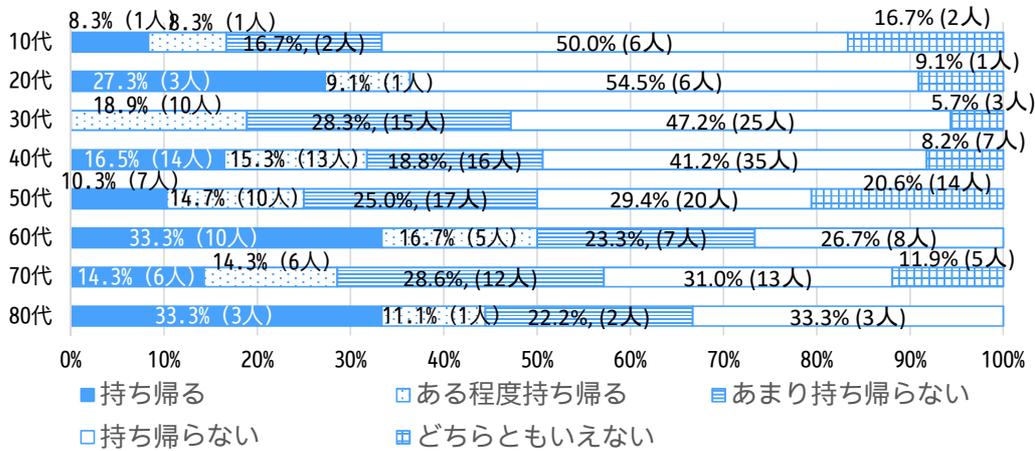
消費者庁調査では同様の質問に対し39.3%が「かなり当てはまる」、42.5%が「ある程度当てはまる」と回答し、両方で全体の8割程度であったことと比較すると、多くの方が外食時、食べきれる量を考えて注文していることが読み取れる。

問8 外食時の食べ残しを「ドギーバッグ(※)」などで持ち帰りますか？(1つ選択)

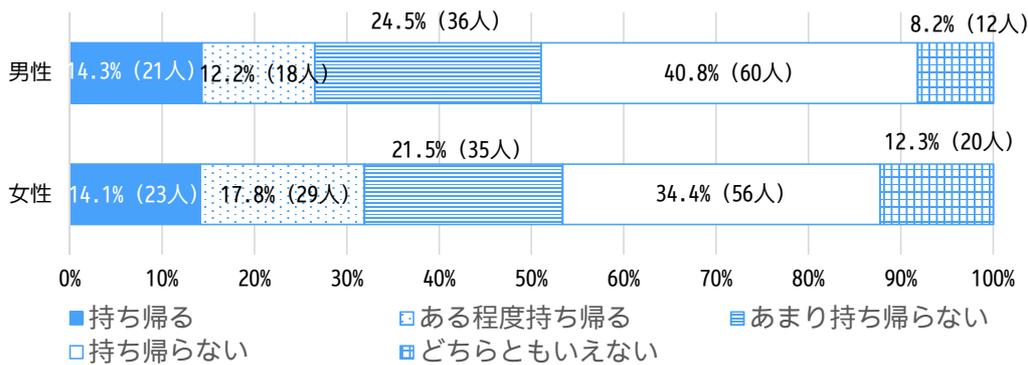
(回答者：310人)



年代別



性別



全体の14.2%が「持ち帰る」、15.2%が「ある程度持ち帰る」と回答し、両方で全体の3割程度であった。

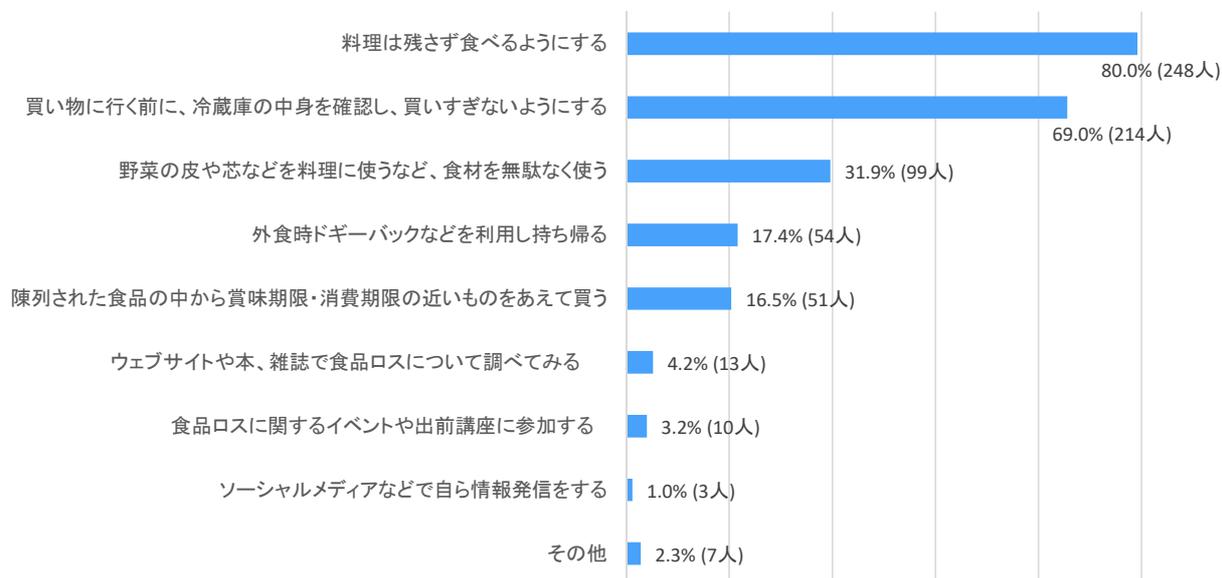
消費者庁調査では同様の質問に対し5.8%が「かなり当てはまる」、13.7%が「ある程度当てはまる」と回答し、両方で全体の2割程度であり、全国と比較すると多くの方がドギーバッグなどで持ち帰っているが、持ち帰らない方のほうが多数であることが読み取れる。

(※) 食べ残しを持ち帰るための容器

※回答の比率は、その設問の回答者数を基数として算出しました。したがって、複数回答の設問はすべての比率を合計すると100.0%を超えることがあります。

問9 食品ロス削減に向けて取り組んでみたいことは何ですか？（複数選択可）

（回答者：310人）



◆「その他」を選択した方の主な意見

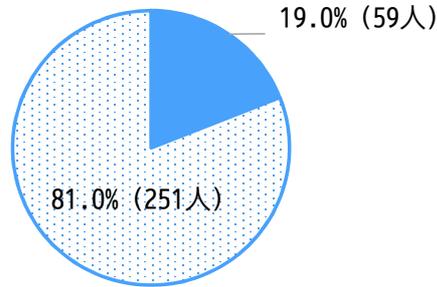
- ・外食する際は空腹具合を考えて注文する。
- ・料理をつくりすぎない。
- ・野菜クズをコンポストで堆肥づくりをしたい。

食品ロス削減に向けて取り組んでみたいことについては、「料理は残さず食べるようにする」が80.0%で最も高く、次に69.0%が「買い物に行く前に、冷蔵庫の中身を確認し、買いすぎないようにする」と回答している。

第2章 ごみ削減に向けた取り組みについて

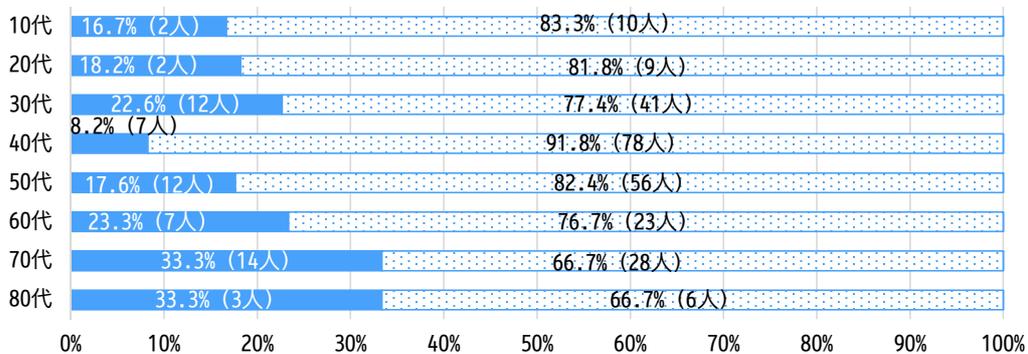
問10 環境省の最新の調査結果によると、郡山市の1人1日あたりのごみ排出量が全国の中核市の中で、最も多いことが明らかになりました。この結果をご存知ですか？
(1つ選択)

(回答者：310人)



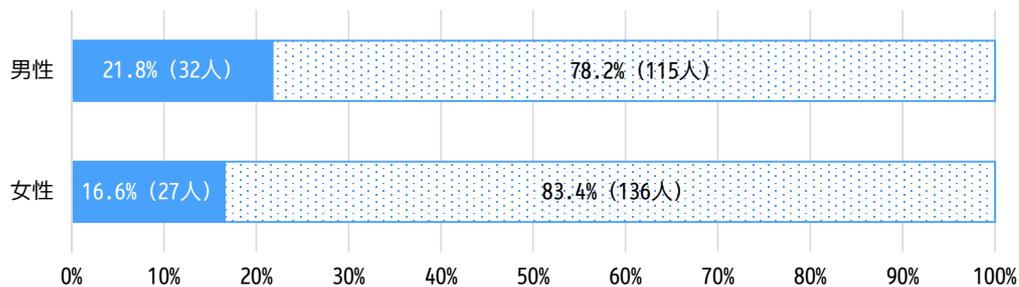
■ 知っている □ 知らない

年代別



■ 知っている □ 知らない

性別

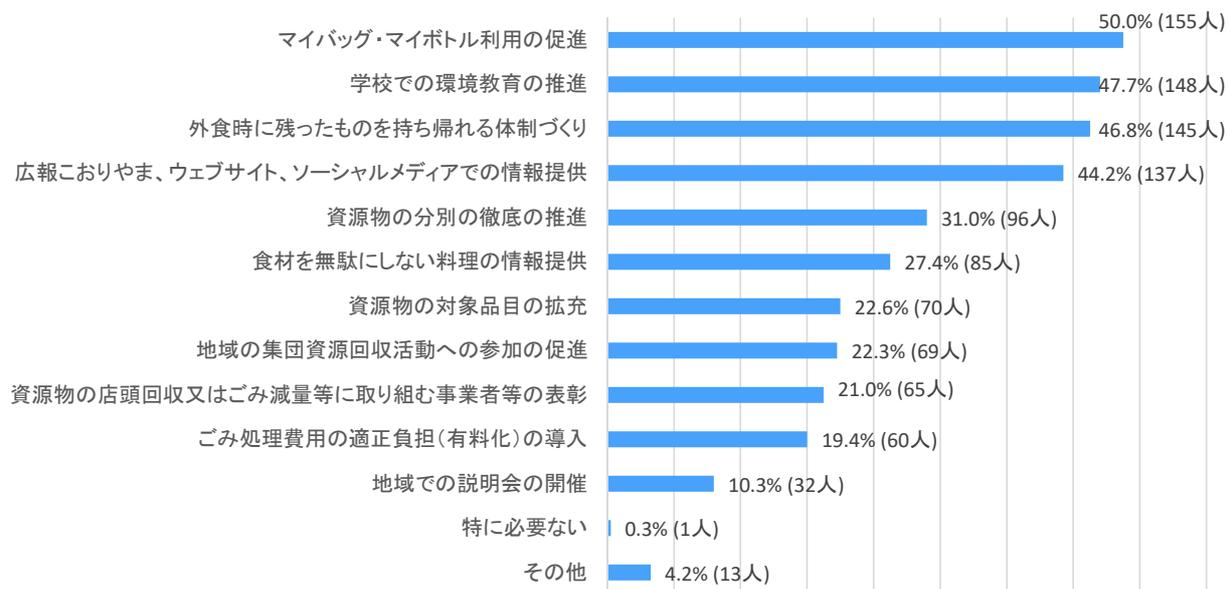


■ 知っている □ 知らない

ごみ排出量に関する調査結果について、全体の81.0%が「知らない」と回答。
全ての年代で6割以上の方が、男性、女性いずれも7割以上の方が「知らない」と回答しており、年齢性別にかかわらず十分な理解には至っていないといえる。

問 11 今後郡山市では「食品ロス削減」を含めた「ごみ削減」に向けてどのようなことに力を入れるべきだと思いますか？（複数選択可）

（回答者：310人）



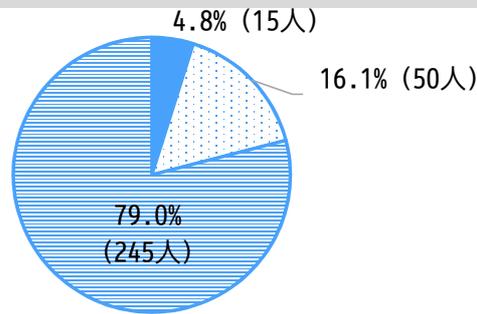
◆「その他」を選択した方の主な意見

- ・資源ごみ回収の取組みをしている企業にメリットを用意する
- ・簡易包装の定着、包装の役目の見直し
- ・草が生える時期に除草したもの等、焼却以外の方法を考える
- ・出前講座での啓発

ごみ削減に向けて力を入れるべきことについては「マイバッグ・マイボトル利用の促進」が50.0%で最も高く、続いて「学校での環境教育の推進」が47.7%、「外食時に残ったものを持ち帰れる体制づくり」が46.8%、「広報こおりやま、ウェブサイト、ソーシャルメディアでの情報提供」が44.2%となっている。

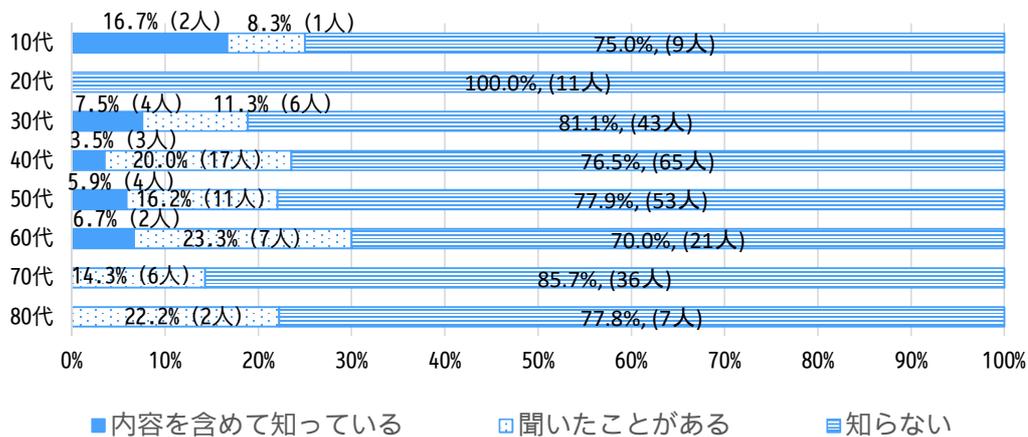
第3章 生活全般や消費生活における意識や行動について

問12 「倫理的消費（エシカル消費）（※）」という言葉をご存知ですか？（1つ選択）
（回答者：310人）



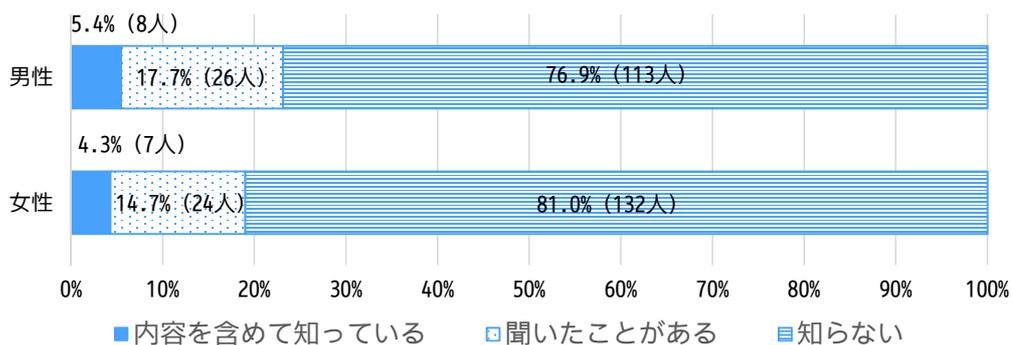
■内容を含めて知っている □聞いたことがある ■知らない

年代別



■内容を含めて知っている □聞いたことがある ■知らない

性別



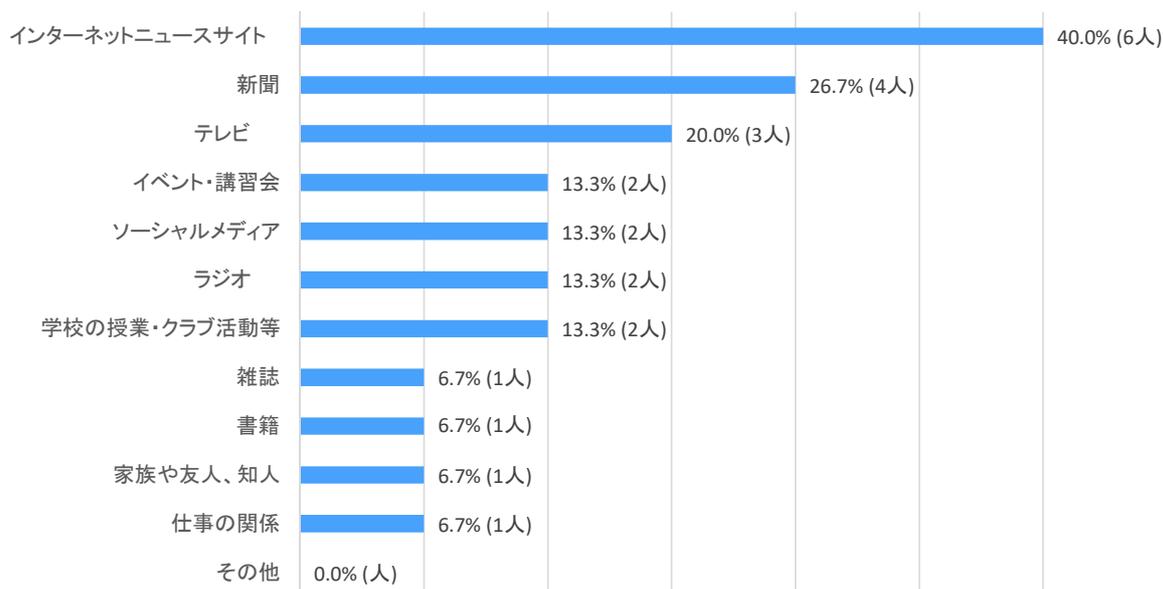
■内容を含めて知っている □聞いたことがある ■知らない

倫理的消費（エシカル消費）という言葉について、全体の79.0%が「知らない」と回答。「内容を含めて知っている」が4.8%であり、言葉が十分浸透しているとは言えないことがわかる。

(※) 地域の活性化や雇用などを含む、人や社会、環境に配慮した消費行動
（広報こおりやま10月号（令和2年10月1日発行）に特集記事を掲載しました。ぜひご覧ください）
（郡山市消費生活センターにおいて出前講座を実施しています。ぜひご利用ください）

問 13 問12で「内容を含めて知っている」を選択した方にお伺いします。何を通じて「倫理的消費（エシカル消費）」という言葉を知りましたか？（複数選択可）

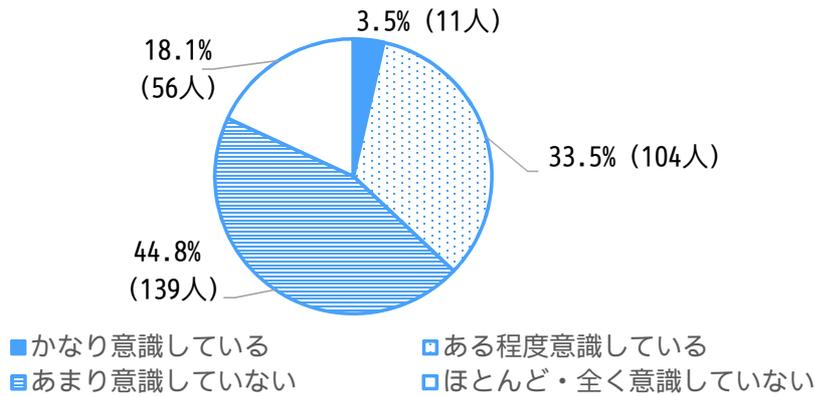
(回答者：15人)



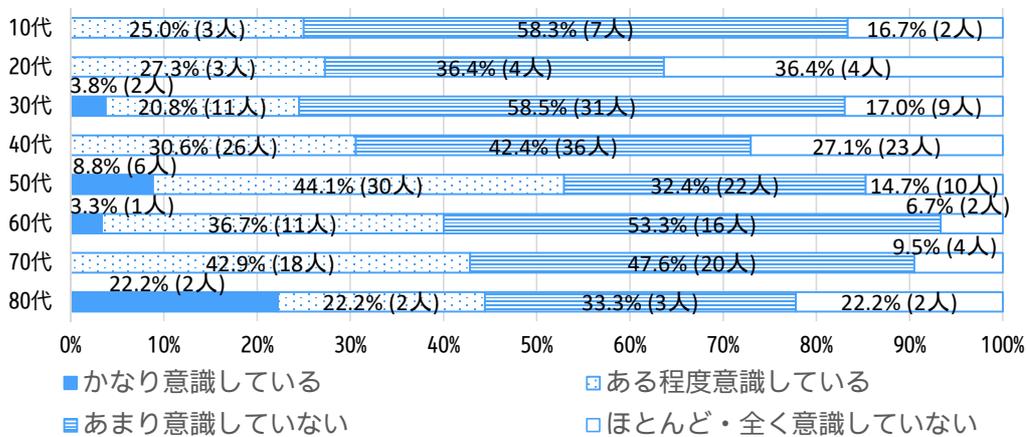
倫理的消費（エシカル消費）という言葉を知ったかについては「インターネットニュースサイト」が40.0%で最も高く、続いて「新聞」が26.7%、「テレビ」が20.0%となっている。

問 1 4 環境に配慮されたマークのある食品・商品を選ぶよう意識していますか？
(1つ選択)

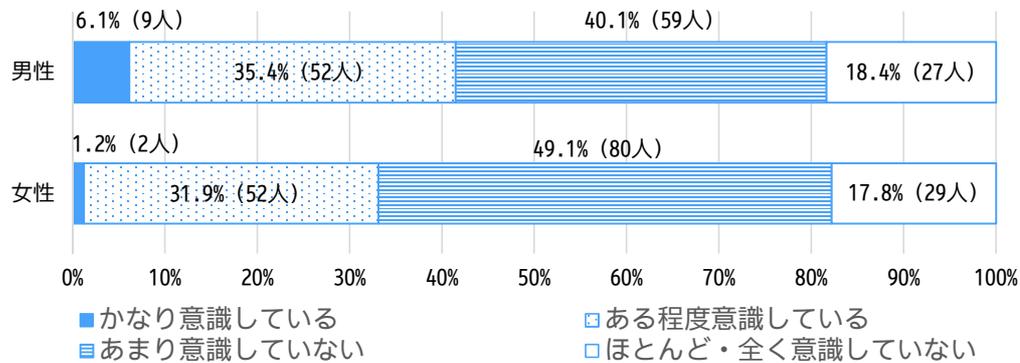
(回答者：310人)



年代別



性別

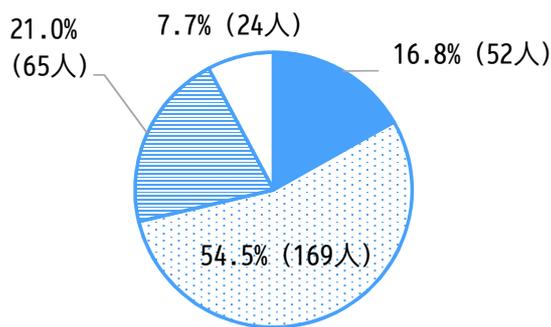


全体の3.5%が「かなり意識している」、33.5%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の4割未満であった。

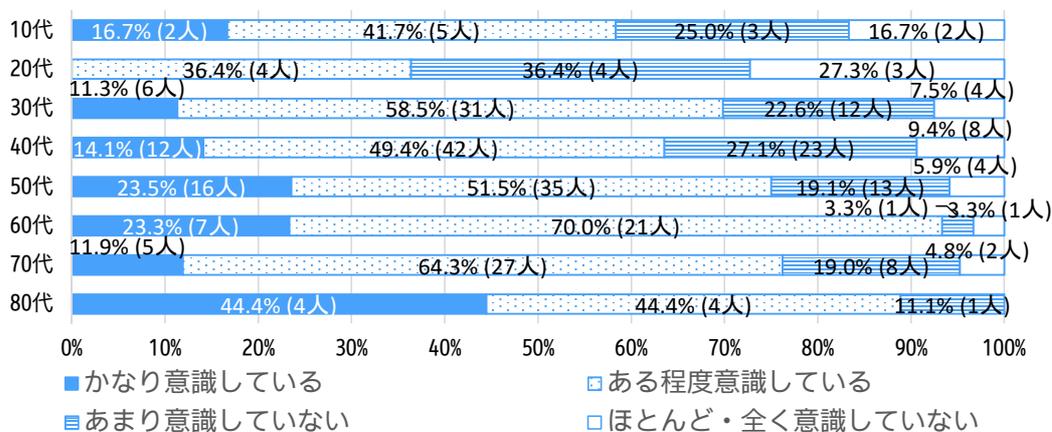
消費者庁調査では同様の質問に対し8.1%が「かなり意識している」、35.9%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の4割を超えており、全国と比較して環境に配慮されたマークのある食品・商品を選ぶ方が多いとは言えないことが読み取れる。

問 15 地元商品を購入して地産地消（※）を実践するよう意識していますか？
（1つ選択）

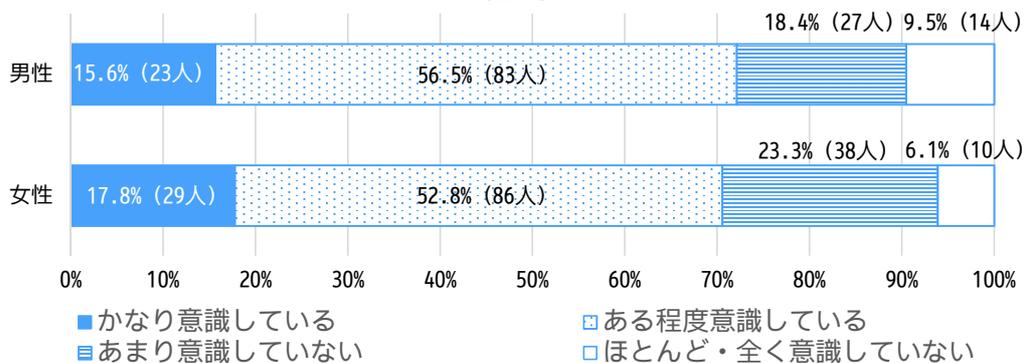
（回答者：310人）



■かなり意識している □ある程度意識している
■あまり意識していない □ほとんど・全く意識していない
年代別



性別

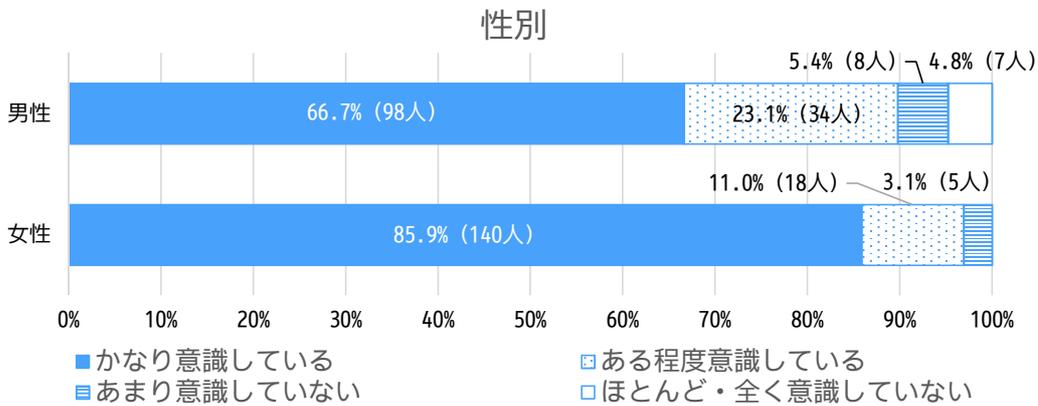
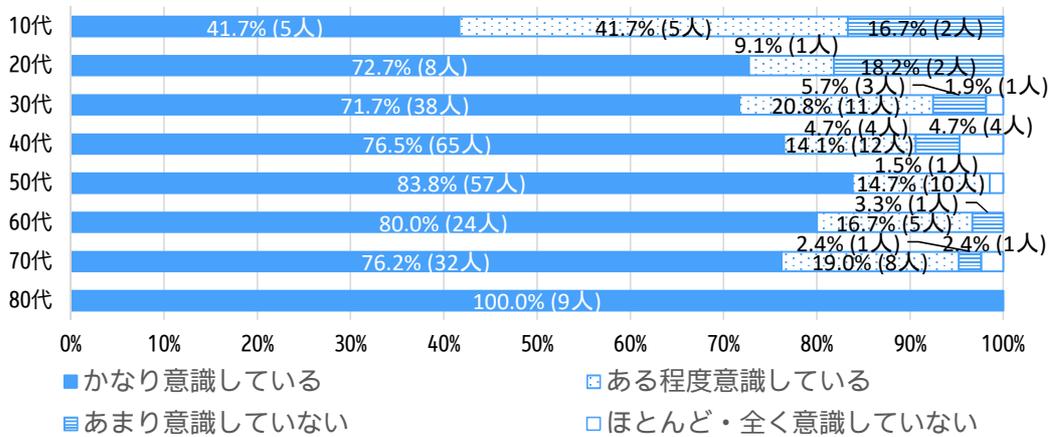
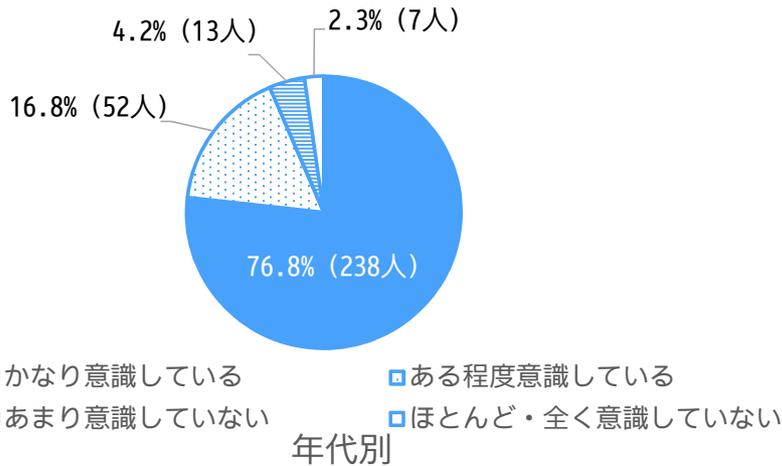


全体の16.8%が「かなり意識している」、54.5%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の7割を超えていた。
消費者庁調査では同様の質問に対し11.1%が「かなり意識している」、35.7%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の5割程度であり、全国と比較して地元産品を購入して地産地消を実践している方が多いことが読み取れる。

(※) 地域で生産されたものをその地域で消費すること

問 16 マイバッグを持ち歩くよう意識していますか？（1つ選択）

（回答者：310人）



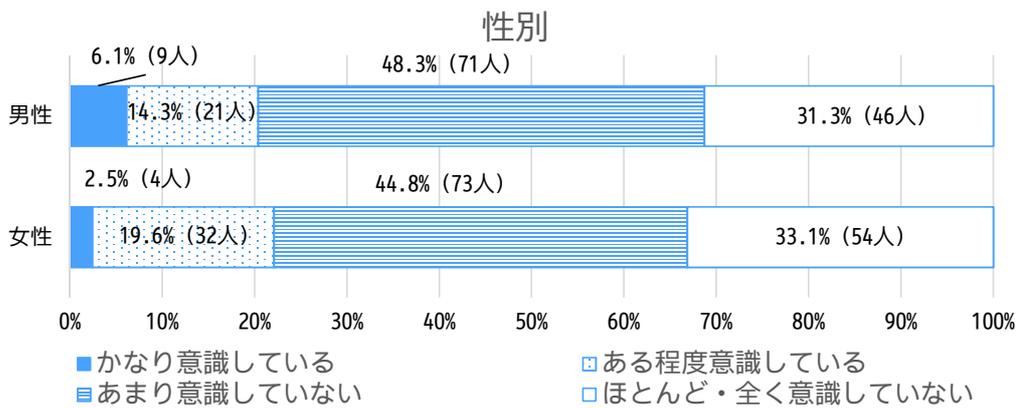
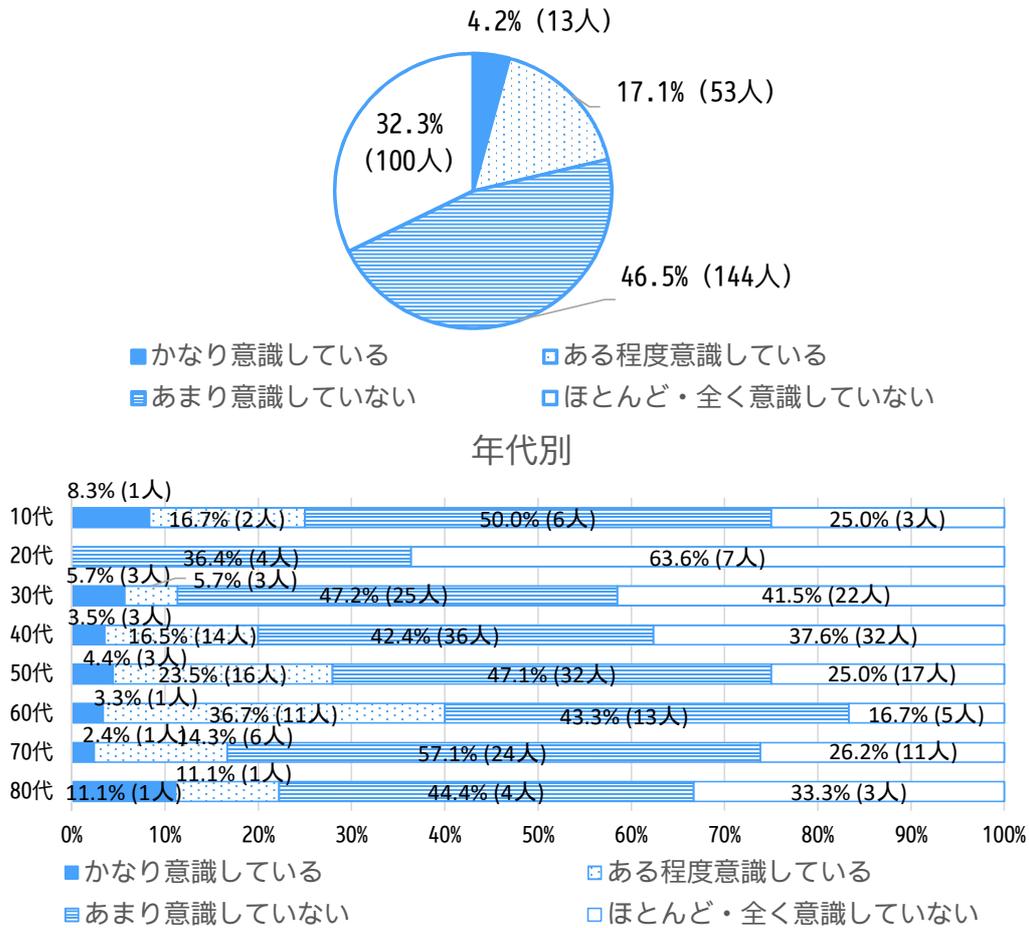
全体の76.8%が「かなり意識している」、16.8%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の9割を超えていた。

消費者庁調査において「レジ袋をもらわない」という質問に対し、23.8%が「かなり意識している」、32.4%が「ある程度意識している」と回答し、両方で6割程度であったことと比較すると、今回の調査では「レジ袋をもらわない」という意識が高く表れているが、これは消費者庁調査後の令和2年7月にレジ袋が有料化となったことが影響していると考えられる。

また性別では「かなり意識している」と回答した男性が66.7%に対し女性が85.9%と19.2ポイント高く、性別による差が見受けられた。

問 17 フェアトレード商品（※）を選ぶよう意識していますか？（1つ選択）

（回答者：310人）



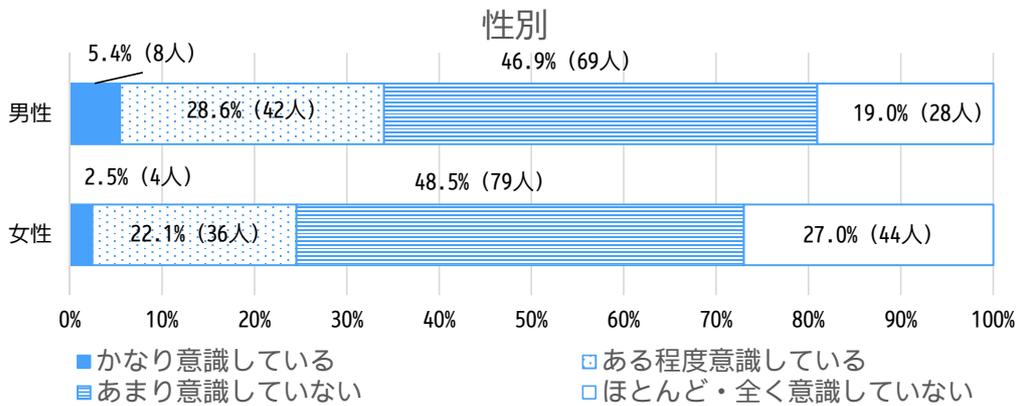
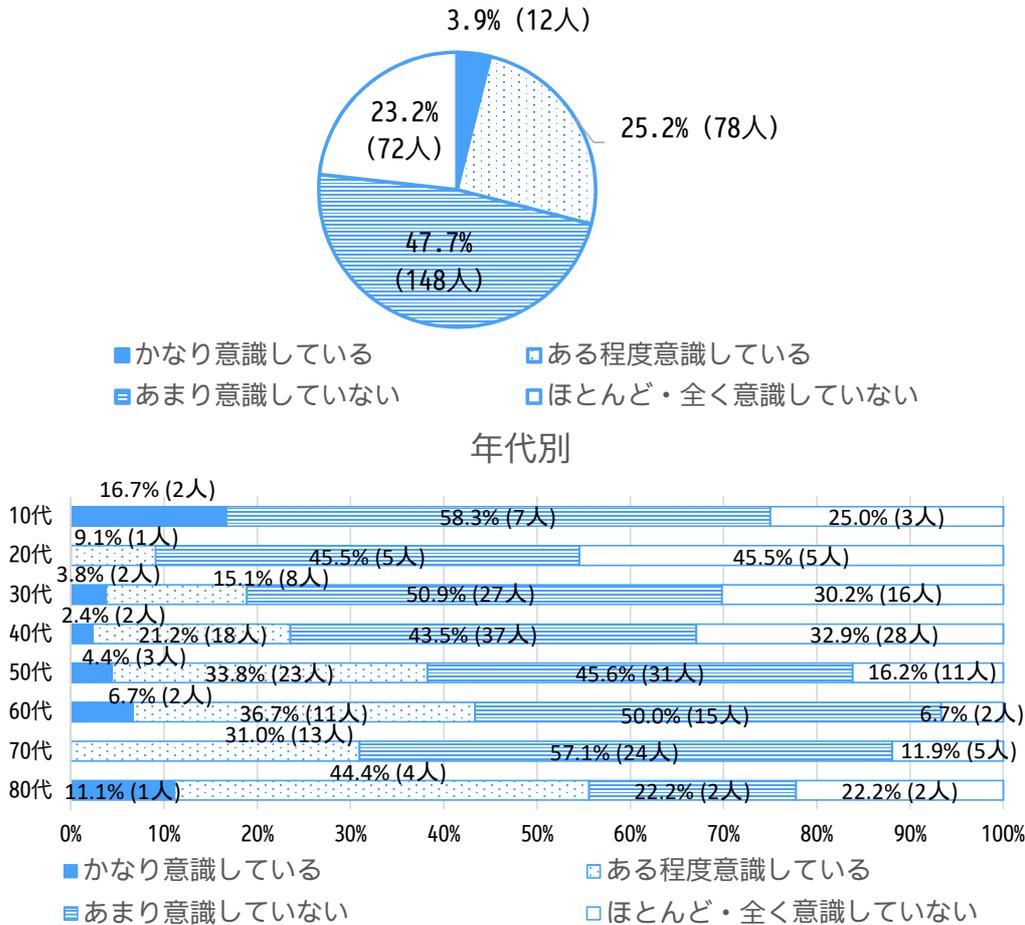
全体の4.2%が「かなり意識している」、17.1%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の2割程度であった。
 消費者庁調査では同様の質問に対し2.6%が「かなり意識している」、10.2%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の1割程度であり、全国と比較すると、フェアトレード商品を選ぶことを意識する方の割合は高いが、行動として広く浸透しているとはいえない。

（※）発展途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に取引された商品



問18 社会貢献活動に熱心な企業の商品を選ぶよう意識していますか？（1つ選択）

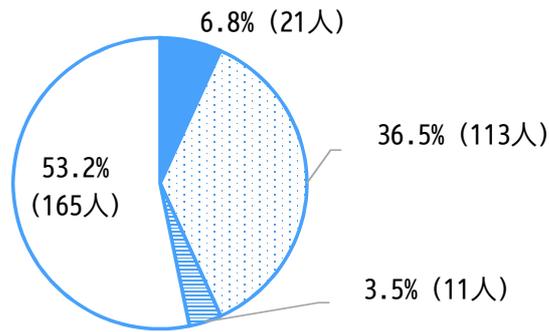
（回答者：310人）



全体の3.9%が「かなり意識している」、25.2%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の3割程度であった。
 消費者庁調査では同様の質問に対し3.5%が「かなり意識している」、15.6%が「ある程度意識している」と回答し、両方で全体の2割程度であり、全国と比較すると、社会貢献活動に熱心な企業の商品を選ぶことが多いことが読み取れる。

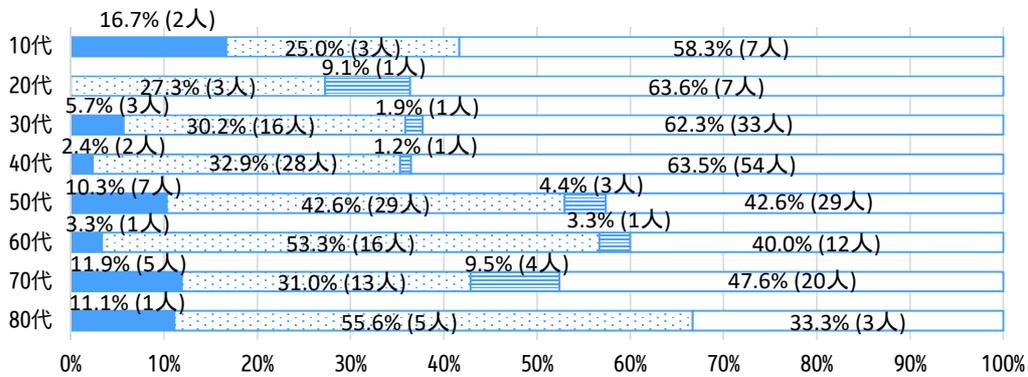
問19 「消費者ホットライン」188（※）をご存知ですか？（1つ選択）

（回答者：310人）



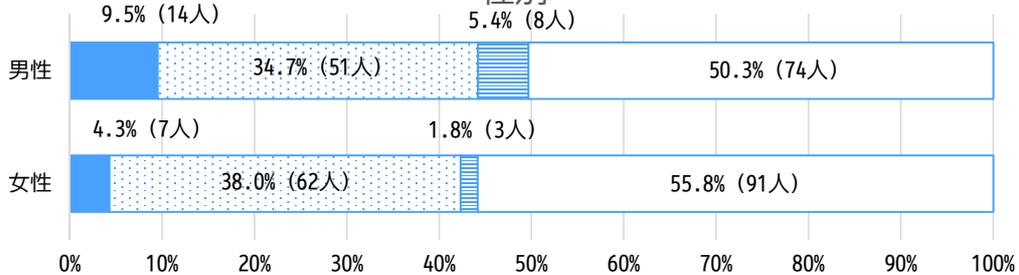
- 内容を含めて知っている
- 188の番号のみ知っている
- 消費者ホットラインの名前のみ知っている
- 名前・番号どちらも知らない

年代別



- 内容を含めて知っている
- 188の番号のみ知っている
- 消費者ホットラインの名前のみ知っている
- 名前・番号どちらも知らない

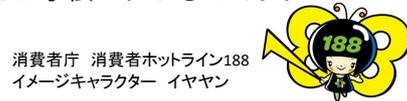
性別



- 内容を含めて知っている
- 188の番号のみ知っている
- 消費者ホットラインの名前のみ知っている
- 名前・番号どちらも知らない

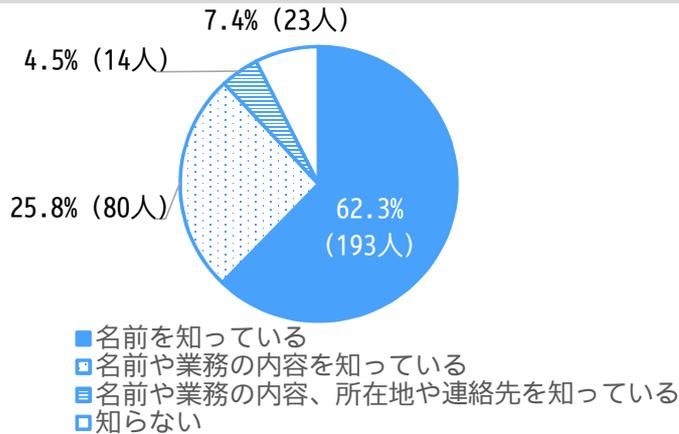
消費者ホットライン「188」について全体の6.8%のみが「内容を含めて知っている」と回答し53.2%が「名前・番号どちらも知らない」と回答。
 消費者庁調査の質問において、72.7%が「名前を知らなかった」、89.9%が「番号を知らなかった」、83.7%が「内容を知らなかった」と回答し、いずれにおいても7割を超える方が「知らなかった」と回答している。
 これらのことから消費者ホットライン「188」については十分な周知は図られておらず、今後もさらなる啓発が必要であると考えられる。

（※）「消費者ホットライン」は電話で3桁の「188」番にかけると、お近くの消費生活センターや消費生活相談窓口につながり、消費生活相談の最初の一步をお手伝いするものです。

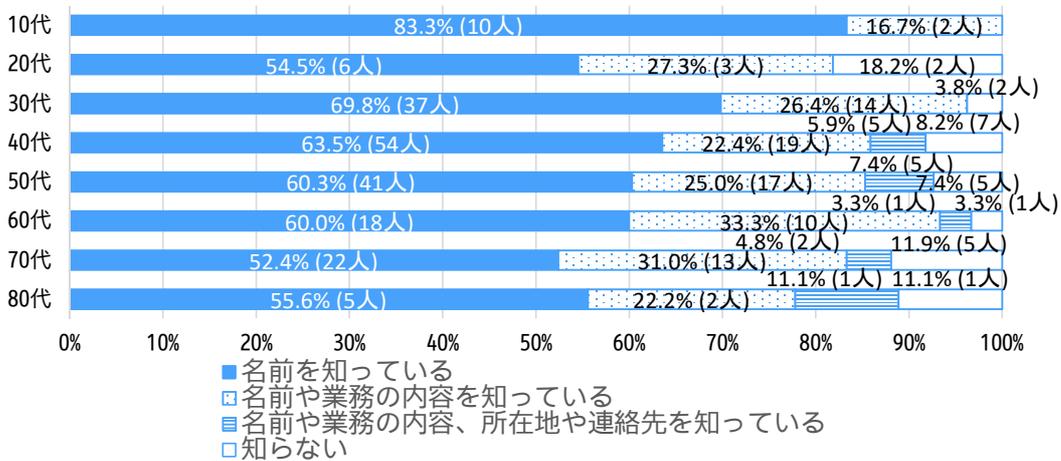


問20 「消費生活センター」をご存知ですか？（1つ選択）

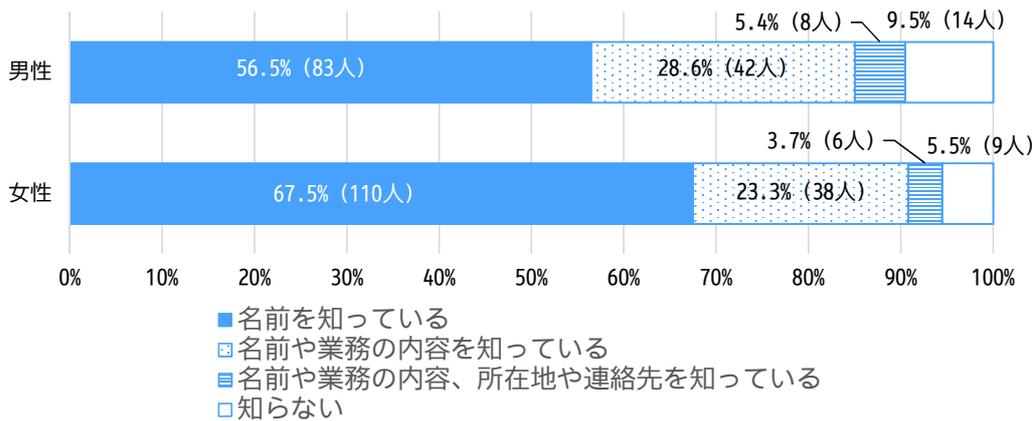
（回答者：310人）



年代別



性別



全体の62.3%が「名前を知っている」、25.8%が「名前や業務の内容を知っている」、4.5%が「名前や業務の内容、所在地や連絡先を知っている」と回答。

消費者庁調査では同様の質問に対し、全体の61.5%が「名前は知っている」、17.7%が「名前や業務の内容を知っている」、3.9%が「名前や業務の内容、所在地や連絡先を知っている」と回答していることから、全国と比較すると消費生活センターについて知っている方の割合は高いといえる。

問 21 その他、ご意見がございましたら、ご記入ください。（自由記述）

（回答者：57人）

食品ロス削減に向けた取り組みについて

・賞味期限内で余った食品を安価に販売したり、寄付したりすることができる環境を構築していく必要があります。食品、消耗品、備品等は必要なものだけを購入するような習慣を身につけることが、資産形成にもつながります。幼少期の頃からそうしたことを教えていくことが大事です。（50代・男性）

・料理をする時に、野菜など無駄なく使い切りができるようにレシピが知りたい。（40代・女性）

・「食品ロスについて」は、環境保護を考える上でも考える必要があると思うし、大切なことだと思います。市に対しては、「食品ロスについて」を目に見える形で発信してほしいです。（60代・男性）

・家庭での食品廃棄に比べ、スーパーや飲食店の食品廃棄が圧倒的に多いと思います。閉店間際のお店でも相当数のお惣菜が売れ残っているのを目にします。注文や予約を受けてから調理するなどの工夫で一定量の食品ロス削減は実現できると思います。デジタル化の推進が急務の中、需要と供給のバランスが取れた利便性の高いシステム導入を官民合同で検討していくべきだと思います。（30代・男性）

・ビュッフェスタイルで山盛り入れて残す人の気が知れない。TVの大食い競争は教育上よくない。学校で教育すべし。市もあらゆる機会をとらえPRすべし。（70代・男性）

・過剰な包装と飾り物が多すぎる。飲食店で注文時に量の増減が言える習慣になるとよい。（60代・男性）

・講演会で、フェアトレードの話聞いてショックを受けました。それ以来、フェアトレードはかなり意識しています。世界にはお腹いっぱいご飯を食べられない人がいることを意識すれば、食べ残しはゼロにできると思います。家庭での食べ残しをゼロにして、企業には食品が売れ残らない努力をしてほしいです。（40代・女性）

・テレビで、郡山市で家庭ごみを開封し、まだ食べられる食品がどのくらいあるのかを調査したという報道を拝見しました。とても意義がある調査だと思いました。エシカル消費については、広くたくさんの方に知ってもらいたいです。（40代・女性）

外食時の食べ残し・ドギーバックについて

・外食した時、ドギーバックを、くれる所はまだ少ないと思います。かと言ってタッパーを持っていくのも何となく恥ずかしいし。当たり前の感じになるといいと思います。（60代・女性）

・今年に入り、ほぼ外食はしていないが、以前、外食したとき、私は残すのが嫌いなので、持ち帰りたいと伝えたら、衛生上できませんとの返事が多かったです。なので、食べきれない量だと思うお店には、最初から、量を減らしてくださいと、伝えていました。（50代・女性）

・外食時の持ち帰りについて。今はコロナの影響でテイクアウトがよく見られるが、前は衛生面で残したものの持ち帰りはできないということがよく見られた。残したものの持ち帰りがOKな店は目立つ表示があればいいとおもう。（30代・女性）

・外食の際に、どの場所でも持ち帰り用の容器や包材（ごみ問題をクリアしているもの）が準備されていれば（義務化）いいと思っています。もちろんそれは自己責任です。（30代・男性）

ごみ削減に向けた取り組みについて

- ・子どもの頃からの教育が重要。(60代・女性)
- ・シンクの排水溝にディスプレイを設置し、生ごみを減らすようにしていますが、正直自分たちにとって何のメリットがあるのかと思ってしまいます。処理槽の管理費用が高むだけに思ってしまいます。ごみ削減に協力するメリット、ごみ削減に協力しないデメリットを明確にし、市民の動機づくりに励んだ方がよいと思われます。(30代・男性)
- ・毎週ごみが多いのは感じています。事業所のごみも、資源ごみになる紙製品が多く、もったいないな一と思います。スーパーやお弁当店のトレー類の多さも解消すべきだと思います。(50代・女性)
- ・便利とわがままは違う。過ぎた手軽さが、ものを大切にすることを阻害している。夜間や24時間営業もわがまを助長している大きな原因。(60代・男性)
- ・ペットボトルを使用していない商品を購入し、また自宅で飲み物をつくれる機器を購入して、ペットボトル排出をしないように心掛けています。(40代・男性)

ごみ処理費用の有料化について

- ・ごみ袋の有料化だけは避けていただきたい。そこに頭を悩ましたくありません。ごみの減量化や食料をムダにしないことを啓蒙してもらいたい。もったいない意識を何より高めてもらいたい。(50代・女性)
- ・ごみ袋を有料にしてごみを減らすような対策が必要だと思う。ごみ袋がフリーな自治体は珍しいと思う。(40代・女性)
- ・市の指定ごみ袋が有料である所も多いのに、郡山市は、無料で捨てることのできるのありがたいです。(40代・男性)
- ・ごみ処理の有料化は少量化にはよいが、ごみのポイ捨てに繋がると環境問題が起こる。難しい問題です。(70代・男性)

ごみ排出量に関する調査結果について

- ・郡山市が中核都市の中で一番悪いことは知らなかったのととても残念です。それを市民の皆さんが自覚をしなければいけないと思います。(60代・女性)
- ・郡山市のごみ排出量が中核市では、1番多いことに市民として大いに考えなければならぬと思う。自分自身の生活ぶりを考えこれからも、もっと意識をしてごみ問題を対処していきたい。(70代・男性)
- ・郡山市のごみ排出量が多い市だということに驚きました。「ごみを減らそう」と言われても何が減らせるのかを知ってる人は少ないと思います。家庭ごみなのか企業からのごみなのか、食料なのか容器なのか、情報にふれる機会の少なさが「自分には関係ない」に繋がると思います。広告、ソーシャルメディア等で受動的に情報を目にできれば、かつ調べたときに情報が出てくるように(市のウェブサイト等で)してもらえるといいなと思います。(20代・女性)
- ・調査結果は衝撃的でした。家庭用だけでなく店舗も含まれるなら、思い切った対策が必要だと思います。また、なぜ多いのか分析し、削減に成功している他県の例を真似するなど、早急に対応してほしいと思います。(40代・女性)

その他

- ・本質問の回答をしていると如何に自分が無意識か分かってきました。今後気をつけたいと思います。(70代・男性)
- ・今回のアンケートで、興味がわきました。自分のできる範囲でいろいろ調べて、行動にうつしたいと思います。(30代・女性)
- ・ごみを減らしフードロス無くすために、家族みんなで今一度、自分たちに出来ることは何か話し合ってみたいと思います。(40代・男性)