

報道関係各位

2021年9月27日

クラダシが「フードロスに関する意識調査」を実施 新型コロナウイルス感染拡大前と比較して フードロスへの関心が高まったと答えた人は**72.3%**

社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」を運営する株式会社クラダシ（本社：東京都品川区、代表取締役社長：関藤竜也）は、10月1日からの「食品ロス削減月間」に先がけて、「KURADASHI」会員を対象に「フードロスに関する意識調査」を実施しました。

【意識調査サマリ】

フードロス削減に取り組む必要性を感じている人は**99.6%**

新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、フードロスへの関心が高まった人は**72.3%**

フードロス削減に継続的に取り組んでいる人は**78.7%**

継続して取り組んでいない理由の1位は「効果や成果が見えないから」

“もったいない”を価値へ



■意識調査実施の背景

クラダシは、食品の賞味期限の切迫や季節商品、パッケージの汚れやキズ、自然災害による被害などの要因で、消費可能でありながら通常の流通ルートでの販売が困難な商品を買取り、社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」で販売することでフードロスの削減に取り組んでいます。

この度、10月1日からの「食品ロス削減月間」に先立ち「フードロス」に関する意識調査を行い、「KURADASHI」会員5,613名から回答が得られました。

■フードロスの現状

農林水産省及び環境省の推計によると、日本においては年間600万トンものフードロスが発生しています(2018年度推計)。これは、日本人全員が毎日お茶碗1杯分(約130g)の食べ物を廃棄しているのと同等の量です。また、これは、世界中で飢餓に苦しむ人々に向けた世界の食料援助量(2019年で年間約420万トン)の約1.4倍に相当します。



日本の食品ロス
600万 トン

≒



お茶碗(毎日)
約1億3000万人分

≒



世界の食糧援助量
420万トン× 1.4倍

【本件に関するお問い合わせ】
広報担当:小平 pr@kuradashi.jp

■アンケート回答者の属性

【年齢】

19歳以下:0%／20歳～29歳:2%／30歳～39歳:8.9%／40歳～49歳:27.4%
50歳～59歳:34%／60歳～69歳:20.6%／70歳以上:7.1%／その他:0.1%

【性別】

男性:28.8%／女性:70.8%／その他:0.5%

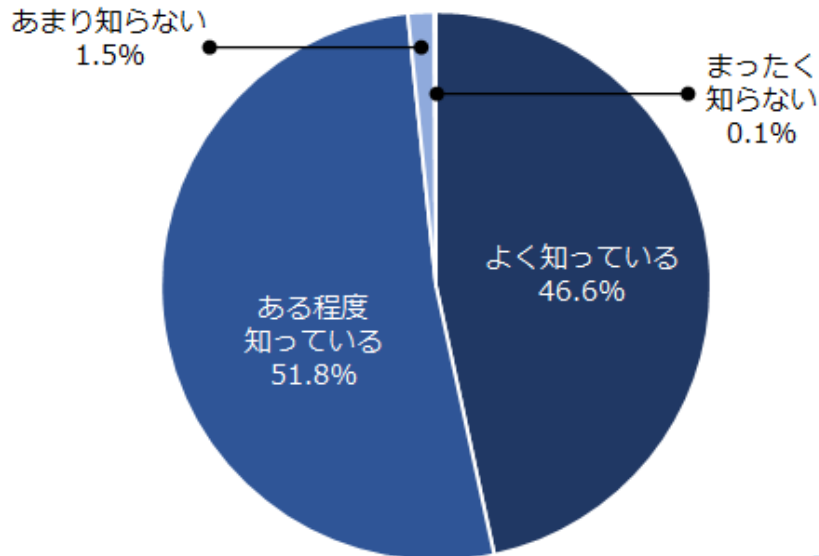
【居住地】

北海道:3.6%／東北:4.6%／関東:47%／中部:15.6%／近畿:16.9%／中国:4.5%
四国:1.5%／九州・沖縄:6.1%／その他:0.1%

■調査結果

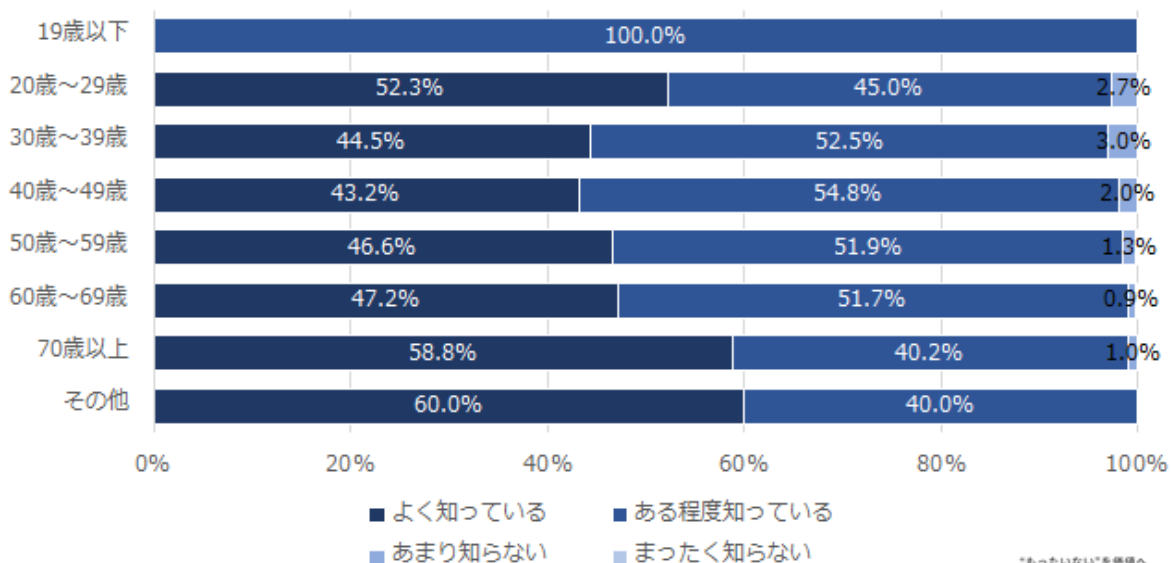
1-1.あなたは「フードロス」が問題になっていることを知っていますか。(n=5,613/SA)

フードロス問題についての認知率は、「よく知っている」方が46.6%、「ある程度知っている」方が51.8%となり、全体の98.4%がフードロス問題を認知しているという結果でした。2015年のSDGs採択、2019年の「食品ロス削減推進法」施行などを経て、フードロスに関する認知が広がっていることが推察されます。



1-2.年代別結果

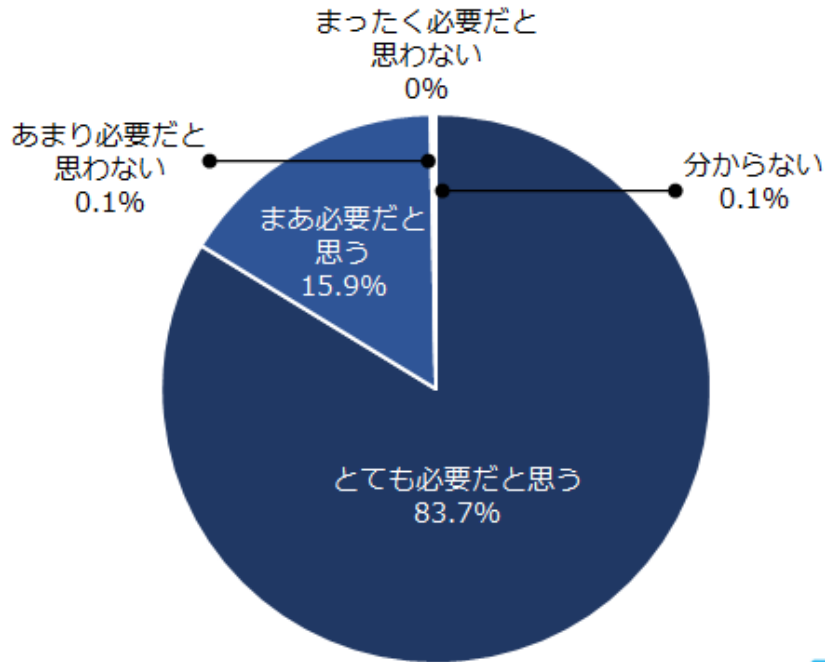
19歳以下、その他を除いて、「よく知っている」方の割合がもっとも多いのは70歳以上でした。いずれの年代も「あまり知らない」「まったく知らない」方の割合は3%以下でした。



2-1.あなたはフードロス削減に取り組むことが必要だと思いますか。(n=5,613/SA)

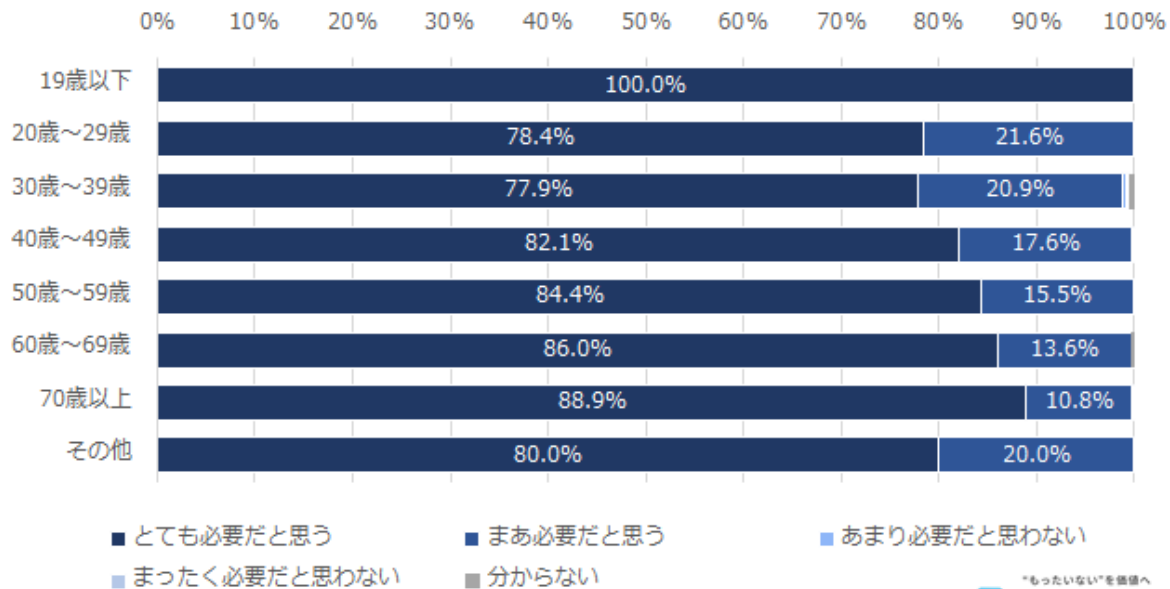
【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当:小平 pr@kuradashi.jp

「とても必要だと思う」方が83.7%、「まあ必要だと思う」方が15.9%と、全体の99.6%の回答者がフードロス削減への取り組みの必要性を感じていました。



2-2.年代別結果

19歳以下、その他を除いて、フードロス削減へ取り組むことが「とても必要だと思う」方の割合がもっとも多いのは70歳以上で88.9%でした。質問1の結果と併せても、70歳以上の方が特にフードロス問題について認知しており、取り組む必要性を強く感じているという結果になりました。



※2-2.詳細

【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

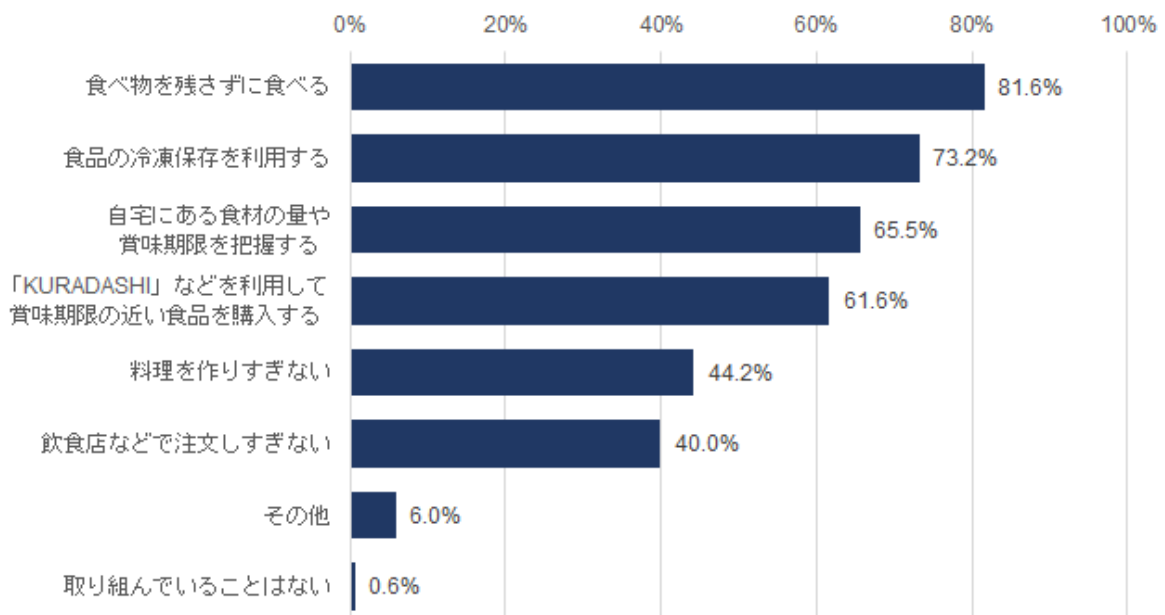
	とても必要 だと思う	まあ必要 だと思う	あまり必要 だと思わない	まったく必要だ と思わない	分からない
19歳以下	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20歳～29歳	78.4%	21.6%	0.0%	0.0%	0.0%
30歳～39歳	77.9%	20.9%	0.4%	0.2%	0.6%
40歳～49歳	82.1%	17.6%	0.2%	0.0%	0.1%
50歳～59歳	84.4%	15.5%	0.1%	0.0%	0.1%
60歳～69歳	86.0%	13.6%	0.0%	0.1%	0.3%
70歳以上	88.9%	10.8%	0.3%	0.0%	0.0%
その他	80.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	83.7%	15.9%	0.1%	0.0%	0.1%



3-1.あなたはフードロス削減のためにどのような取り組みを行っていますか。

(n=20,922/MA)

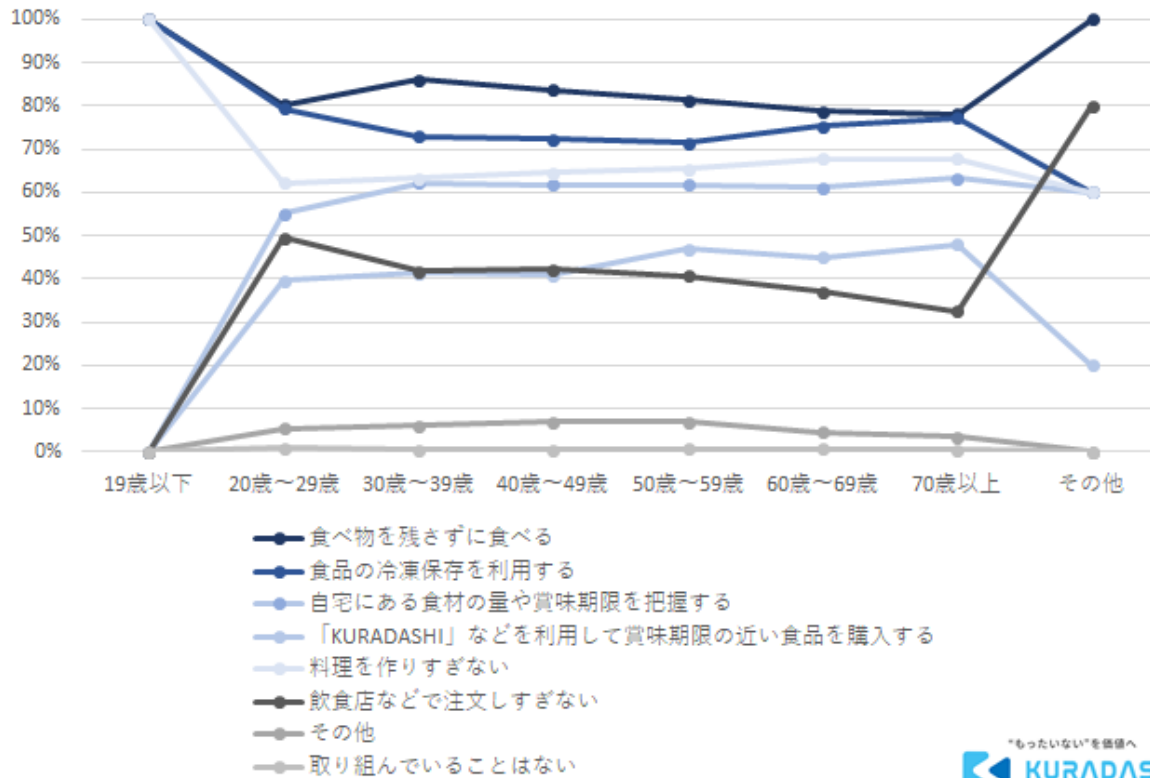
フードロス削減への取り組みとして70%を超えたものは「食べ物を残さずに食べる」、「食品の冷凍保存を利用する」でした。日々の生活の中で気軽に取り組めることから実践している方が多いことがわかります。



3-2.年代別結果

【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

年代別で大きな傾向の違いは見られず、どの世代においても日々の生活の中で気軽に取り組めることから実践している様子が見えます。



※3-2.詳細

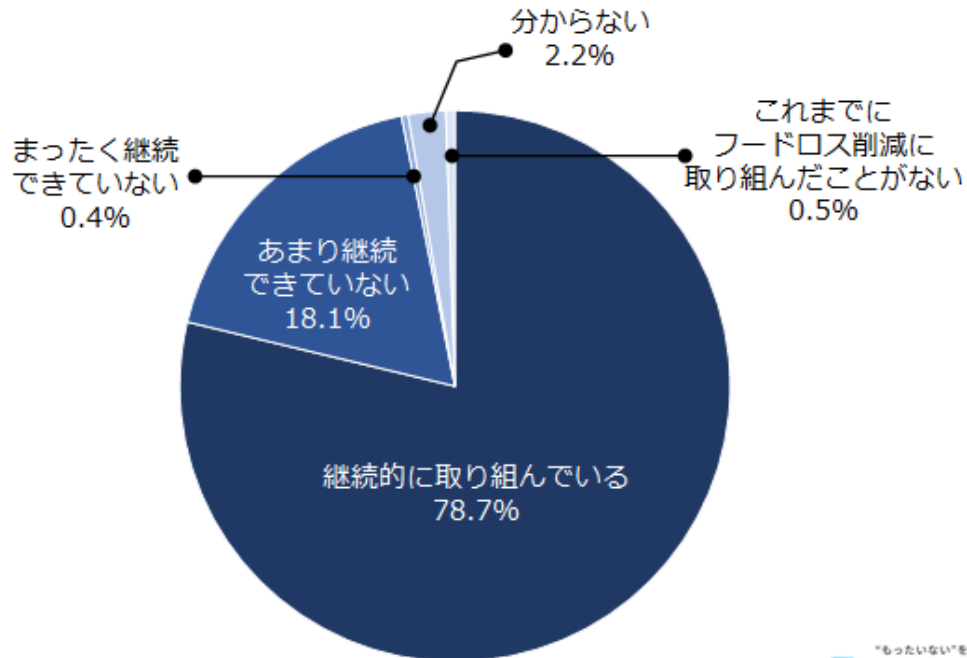
	食べ物を残さずに食べる	食品の冷凍保存を利用する	自宅にある食材の量や賞味期限を把握する	「KURADASHI」などを利用して賞味期限の近い食品を購入する	料理を作りすぎない
19歳以下	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
20歳～29歳	80.2%	79.3%	55.0%	39.6%	62.2%
30歳～39歳	86.1%	72.8%	62.2%	41.2%	63.2%
40歳～49歳	83.7%	72.3%	61.8%	40.8%	64.6%
50歳～59歳	81.2%	71.5%	61.8%	46.9%	65.3%
60歳～69歳	78.8%	75.3%	61.1%	44.9%	67.7%
70歳以上	78.1%	77.1%	63.3%	48.0%	67.8%
その他	100.0%	60.0%	60.0%	20.0%	60.0%

	飲食店などで注文しすぎない	その他	取り組んでいることはない
19歳以下	0.0%	0.0%	0.0%
20歳～29歳	49.5%	5.4%	0.9%
30歳～39歳	41.6%	6.0%	0.4%
40歳～49歳	42.1%	6.8%	0.5%
50歳～59歳	40.6%	6.8%	0.6%
60歳～69歳	36.9%	4.6%	0.7%
70歳以上	32.4%	3.5%	0.5%
その他	80.0%	0.0%	0.0%

【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

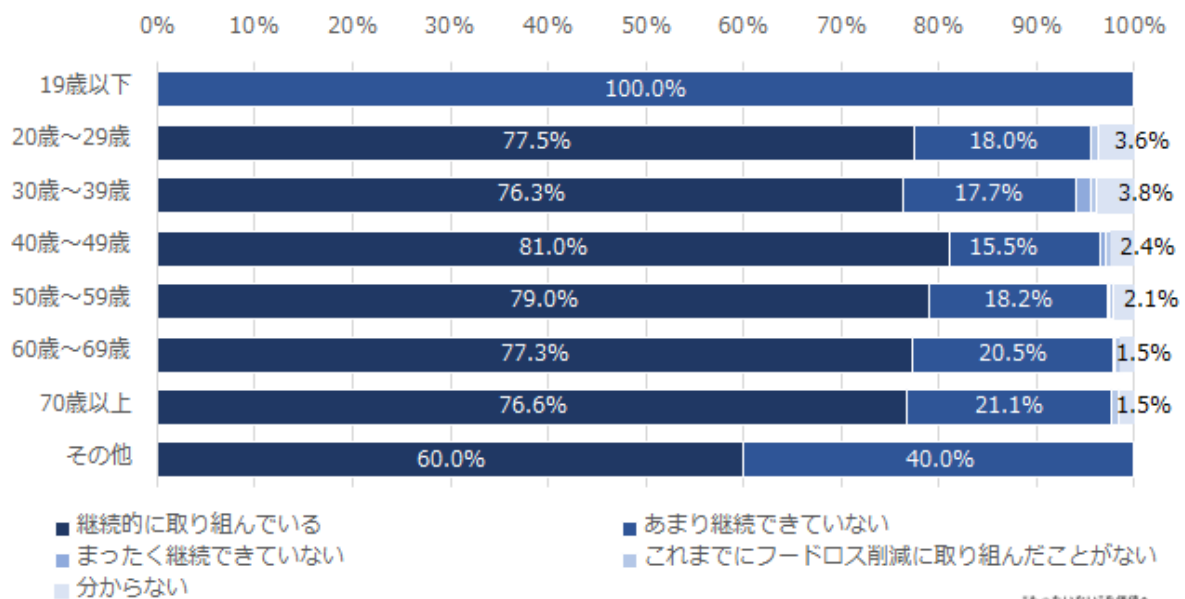
4-1.あなたはフードロス削減の取り組みを継続的に行っていますか。(n=5,613/SA)

質問2から99.6%がフードロス削減への取り組みの必要性を感じており、質問3から99.4%がフードロス削減への何かしらの取り組みをしていることが明らかになったにもかかわらず、「継続的に取り組んでいる」方は78.7%でした。必要性を感じていながらも、「継続できていない」「分からない」等の回答をした方が20%以上おり、フードロス削減の機会の損失が発生していると推察されます。



4-2.年代別結果

フードロス削減に「継続的に取り組んでいる」方の割合がもっとも多かったのは40歳～49歳で81.0%でした。



【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当:小平 pr@kuradashi.jp

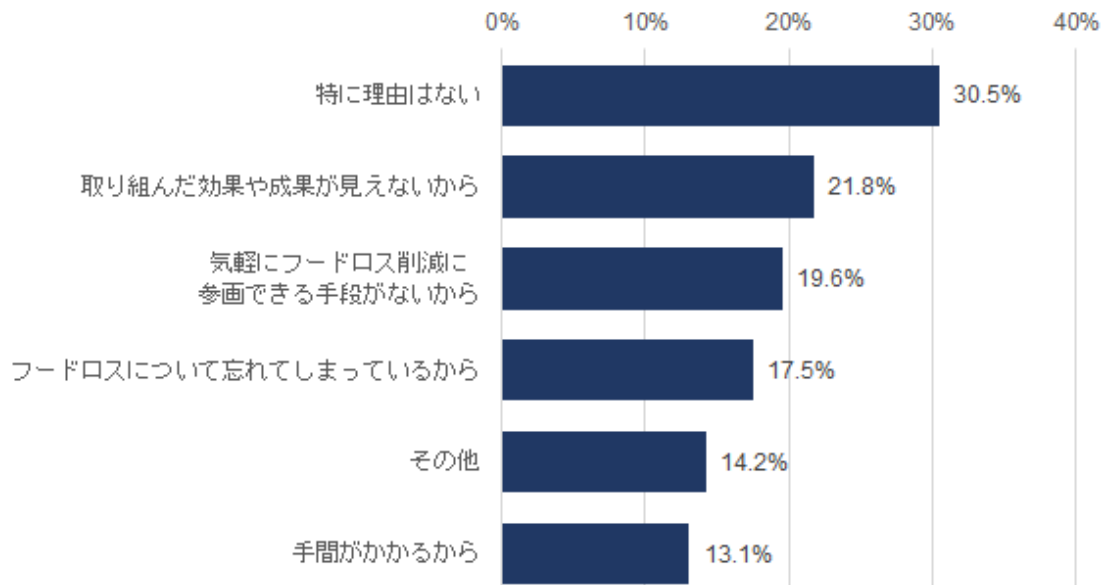
※4-2.詳細

	継続的に 取り組んでいる	あまり継続 できていない	まったく継続 できていない	これまでにフードロス削減に 取り組んだことがない	分からない
19歳以下	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20歳～29歳	77.5%	18.0%	0.0%	0.9%	3.6%
30歳～39歳	76.3%	17.7%	1.6%	0.6%	3.8%
40歳～49歳	81.0%	15.5%	0.5%	0.6%	2.4%
50歳～59歳	79.0%	18.2%	0.2%	0.4%	2.1%
60歳～69歳	77.3%	20.5%	0.3%	0.5%	1.5%
70歳以上	76.6%	21.1%	0.0%	0.8%	1.5%
その他	60.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	78.7%	18.1%	0.4%	0.5%	2.2%



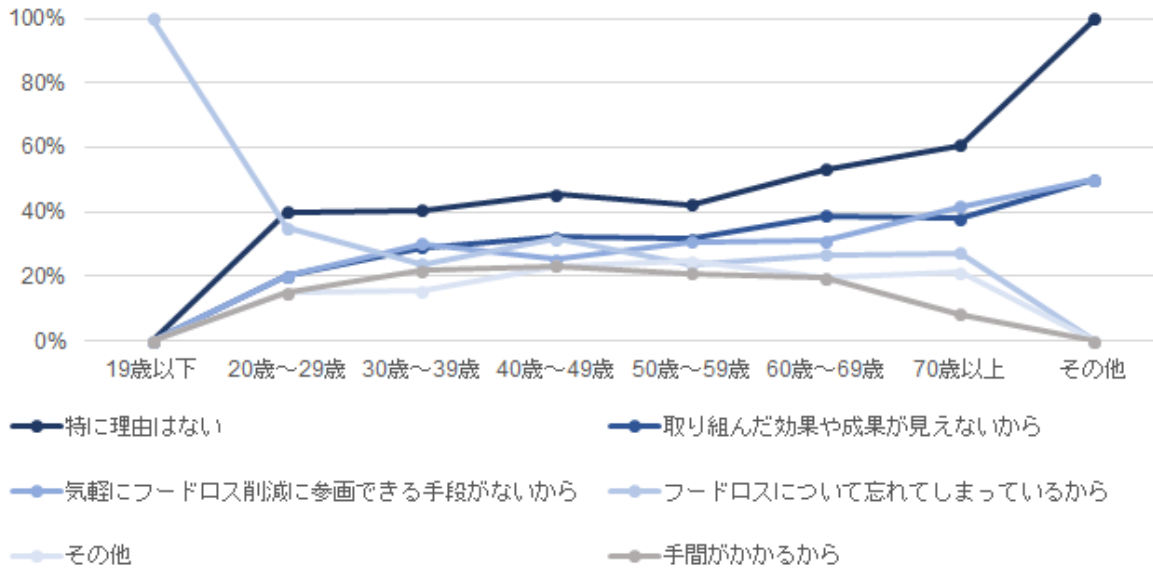
5-1.4で「あまり継続できていない」「まったく継続できていない」と答えた方は、その理由を教えてください。(n=1,909/MA)

継続できていない理由としてもっとも多かったのが「特に理由はない」、次いで「取り組んだ効果や成果が見えないから」という結果でした。



5-2.年代別結果

「特に理由はない」という回答を除くと、「取り組んだ効果や成果が見えないから」が各年代で上位を占め、さらに年代が上がるにつれてその回答の割合が高くなる傾向となりました。



※5-2.詳細

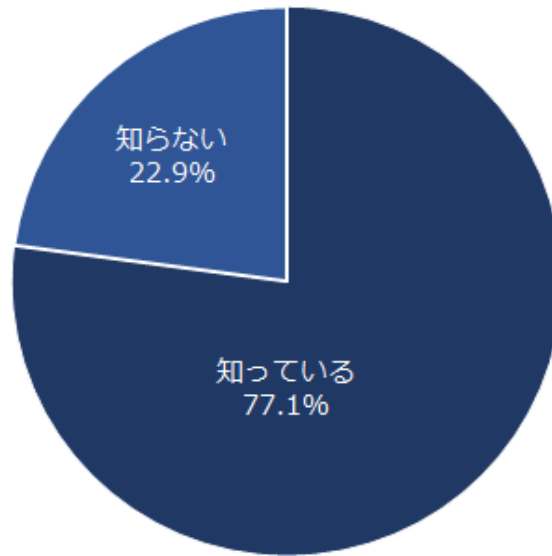
	特に理由はない	取り組んだ効果や成果が見えないから	気軽にフードロス削減に参画できる手段がないから	フードロスについて忘れてしまっているから	その他	手間がかかるから
19歳以下	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%
20歳～29歳	40.0%	20.0%	20.0%	35.0%	15.0%	15.0%
30歳～39歳	40.6%	29.2%	30.2%	24.0%	15.6%	21.9%
40歳～49歳	45.5%	32.1%	25.2%	31.7%	23.2%	23.2%
50歳～59歳	42.3%	31.5%	30.7%	23.9%	24.7%	21.0%
60歳～69歳	53.1%	38.9%	31.0%	26.8%	19.7%	19.7%
70歳以上	60.7%	38.1%	41.7%	27.4%	21.4%	8.3%
その他	100.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%



6-1.あなたは、フードロスによってCO2の排出量が増えていることを知っていますか。(n=5,613 / SA)

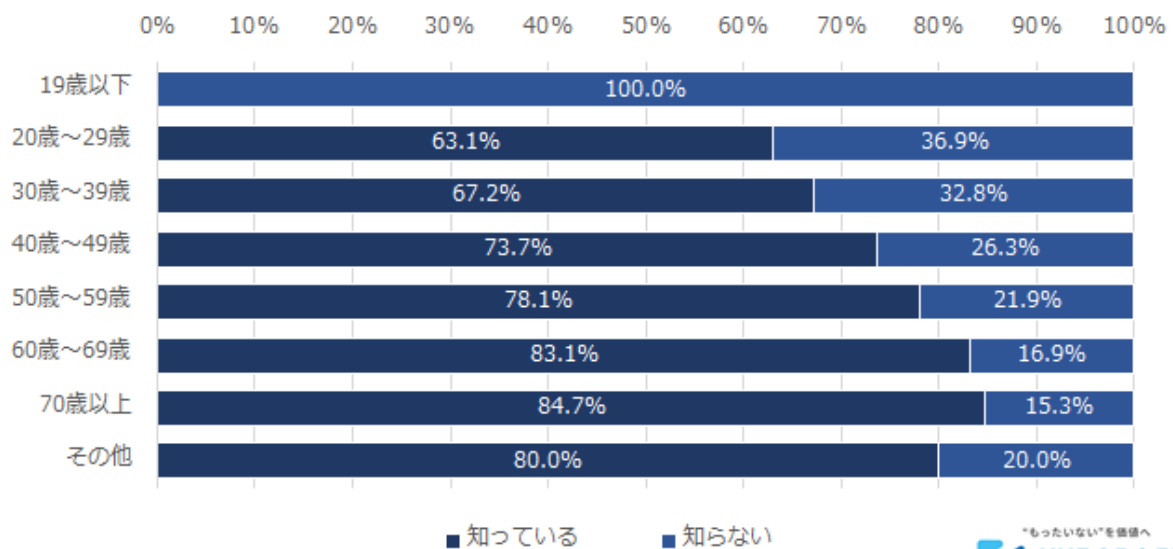
【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

77.1%の方が、フードロスによってCO2の排出量が増えていることを「知っている」と回答しました。



6-2.年代別結果

フードロスによってCO2の排出量が増えていることを「知っている」方の割合は、年代が高くなるほど上昇するという傾向が見られます。フードロスとCO2排出量の関係について、若い世代へより周知していくことが必要だと思われます。

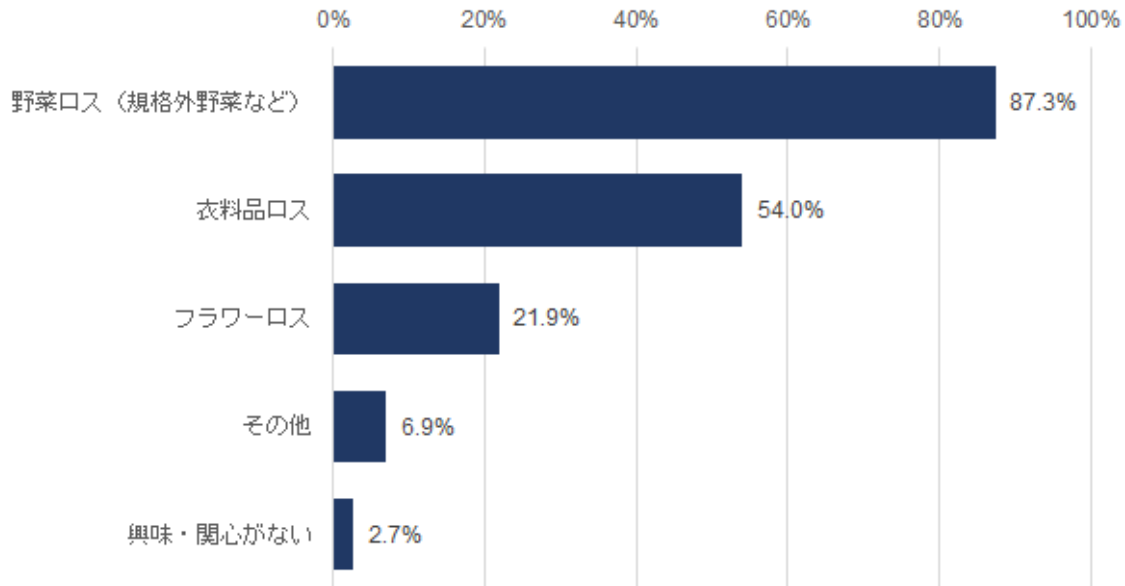


【本件に関するお問い合わせ】
広報担当:小平 pr@kuradashi.jp

7-1.あなたはフードロス以外でどのような「ロス」に興味・関心がありますか。

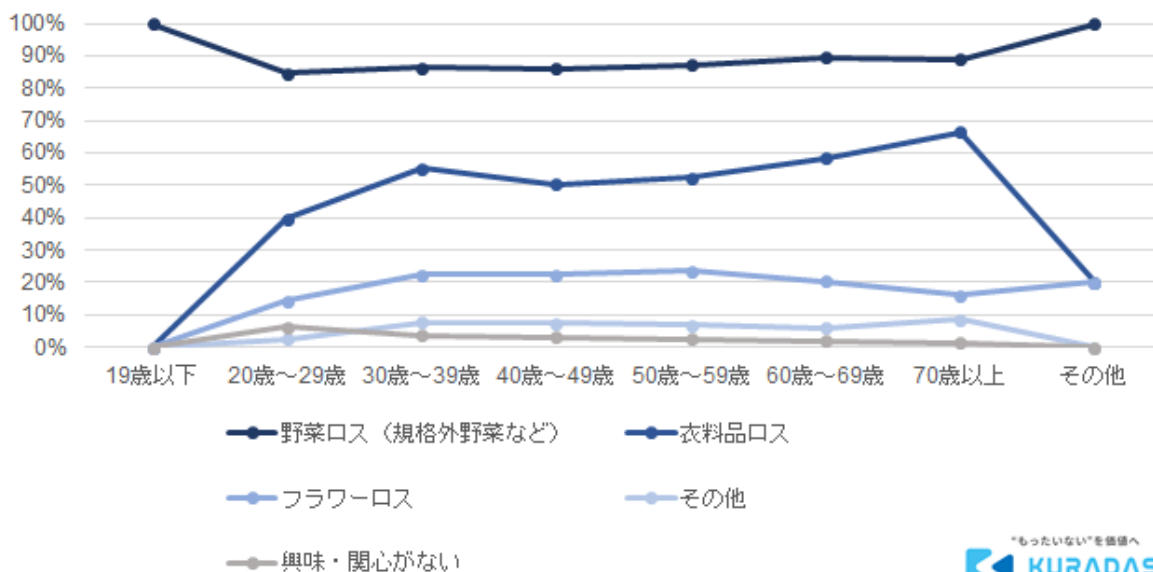
(n=9,705/MA)

「野菜ロス(規格外野菜など)」がもっとも多く、87.3%の方が興味・関心を持っています。以下の選択肢の中では、日常生活において一般的に、花や衣料品と比較すると野菜の購入頻度の方が高いことから、興味・関心の度合いもより高くなっていると推察されます。



7-2.年代別結果

各年代、「野菜ロス(規格外野菜など)」に対して興味・関心がある人が80%を超えています。「衣料品ロス」は30歳～70歳以上の年代が50%以上が興味・関心があると回答した一方で、20歳～29歳で興味・関心があると回答したのは40%以下と、やや低い結果となりました。



【本件に関するお問い合わせ】
 広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

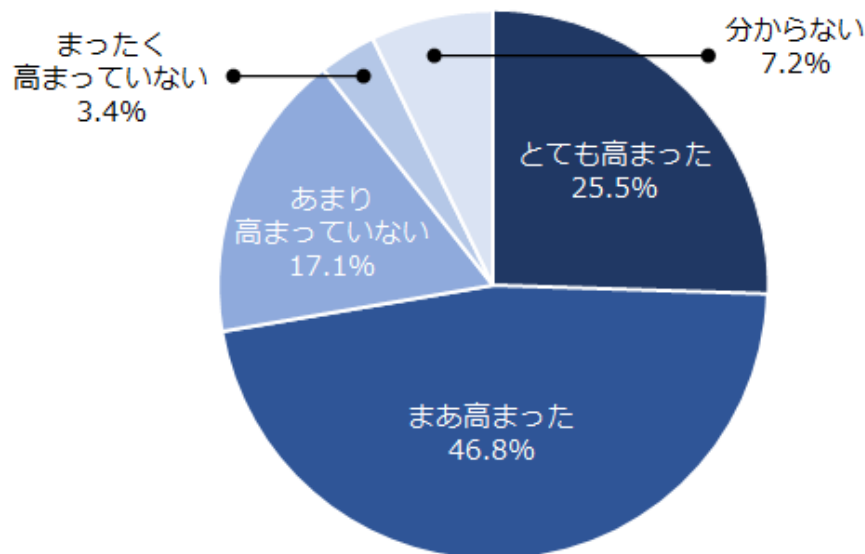
※7-2.詳細

	野菜ロス (規格外野菜など)	衣料品ロス	フラワーロス	その他	興味・関心がない
19歳以下	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20歳～29歳	84.7%	39.6%	14.4%	2.7%	6.3%
30歳～39歳	86.3%	55.3%	22.5%	7.6%	3.8%
40歳～49歳	86.0%	50.3%	22.5%	7.5%	3.1%
50歳～59歳	87.2%	52.4%	23.7%	6.8%	2.6%
60歳～69歳	89.5%	58.4%	20.5%	6.1%	2.1%
70歳以上	88.9%	66.6%	16.1%	8.5%	1.5%
その他	100.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%



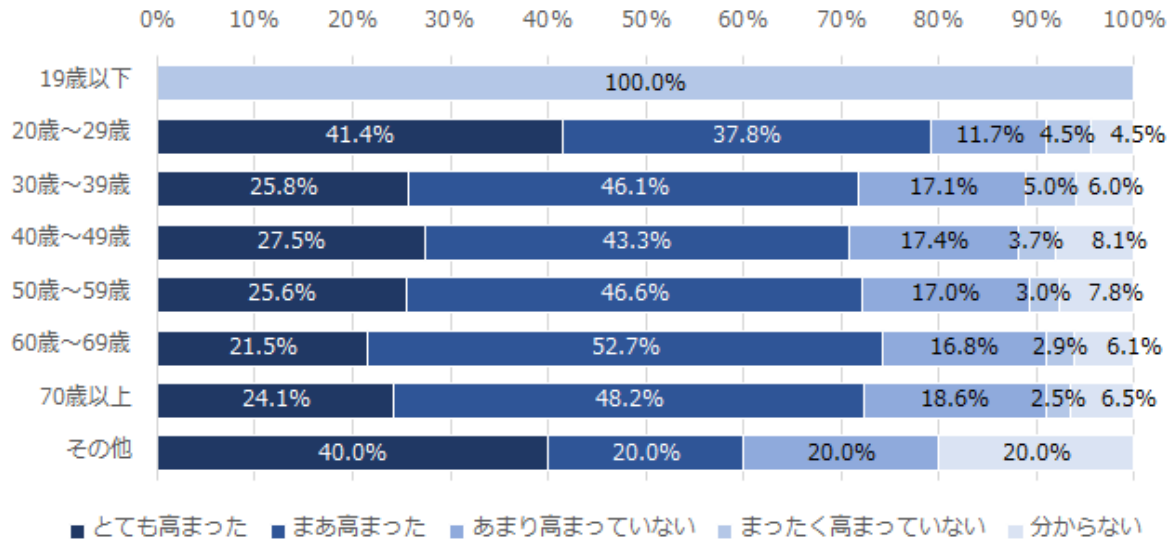
8-1.新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、あなたのフードロスへの関心は高まりましたか。 (n=5,613/SA)

「とても高まった」方が25.5%、「まあ高まった」方が46.8%と、全体の72.3%の回答者がフードロスへの関心が高まったと回答しています。旅行需要の低下やオリンピックの延期、飲食店の営業停止などによって増加した食品の滞留・廃棄に注目が集まったことが理由であると考えられます。



8-2.年代別結果

新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、フードロスへの関心が「とても高まった」方の割合がもっとも多いのは20歳～29歳で41.4%でした。



※8-2.詳細

	とても高まった	まあ高まった	あまり高まっていない	まったく高まっていない	分からない
19歳以下	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%
20歳～29歳	41.4%	37.8%	11.7%	4.5%	4.5%
30歳～39歳	25.8%	46.1%	17.1%	5.0%	6.0%
40歳～49歳	27.5%	43.3%	17.4%	3.7%	8.1%
50歳～59歳	25.6%	46.6%	17.0%	3.0%	7.8%
60歳～69歳	21.5%	52.7%	16.8%	2.9%	6.1%
70歳以上	24.1%	48.2%	18.6%	2.5%	6.5%
その他	40.0%	20.0%	20.0%	0.0%	20.0%
総計	25.5%	46.8%	17.1%	3.4%	7.2%



■調査概要

調査名: フードロス削減に関するアンケート

調査目的: 「KURADASHI」会員の「フードロス」についての認識や関心度合いを知り、
 フードロスに関する情報発信やサービス改善等に役立てる。

【本件に関するお問い合わせ】

広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

調査方法: インターネット調査

調査期間: 2021年9月2日(木)～2021年9月10日(金)

調査項目:

- 1.あなたは「フードロス」が問題になっていることを知っていますか。(単一回答、以下SA)
- 2.あなたはフードロス削減に取り組むことが必要だと思えますか。(SA)
- 3.あなたはフードロス削減のためにどのような取り組みを行っていますか。(複数回答、以下MA)
- 4.あなたはフードロス削減の取り組みを継続的に行っていますか。(SA)
- 5.4で「あまり継続できていない」「まったく継続できていない」と答えた方は、その理由を教えてください。(MA)
- 6.あなたは、フードロスによってCO2の排出量が増えていることを知っていますか。(SA)
- 7.あなたはフードロス以外でどのような「ロス」に興味・関心がありますか。(MA)
- 8.新型コロナウイルス感染拡大前と比較して、あなたのフードロスへの関心は高まりましたか。(SA)

有効回答: 5,613名

※補足

百分率(%)は小数第二位で四捨五入し、小数点第一位までを算出しています。

百分率の合計値が100%とならない場合があります。

■社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」について

KURADASHI(<https://www.kuradashi.jp/>)は、フードロス削減への賛同メーカーより協賛価格で提供を受けた商品を最大97%OFFで消費者(会員)へ販売し、売り上げの一部を社会貢献活動団体へと寄付する日本初・最大級の社会貢献型ショッピングサイトです。環境保護や動物保護の団体、クラダシ基金など、様々な団体を支援しています。

【SNS公式アカウント】

Twitter: https://twitter.com/kuradashi_jp

Instagram: <https://www.instagram.com/kuradashi.jp/>

LINE: <https://page.line.me/307ghimw>

【2021年7月末現在の主な累計実績】

- ・フードロス削減数: 14,178トン
- ・経済効果: 43億9,524万円
- ・CO₂削減数: 36.29t-CO₂
- ・寄付総額: 65,683,615円

【受賞歴】

▶2017～2019年

- ・「ソーシャルプロダクツ・アワード2017」優秀賞
- ・東京都環境局「チームもったいない」の「Saving Food」部門代表に抜擢
- ・環境省主催「第6回グッドライフアワード」環境大臣賞
- ・品川区「社会貢献製品支援事業」選定・認定

▶2020年

【本件に関するお問い合わせ】
広報担当: 小平 pr@kuradashi.jp

- ・第7回「食品産業もったいない大賞」審査委員会委員長賞
- ・「環境白書」「消費者白書」に掲載
- ・第3回「日本サービス大賞」農林水産大臣賞
- ・令和2年度「気候変動アクション環境大臣表彰」
- ・第21回「グリーン購入大賞」農林水産大臣賞
- ・第55回「社会貢献者表彰」
- ・「食品ロス削減推進大賞」消費者庁長官賞

▶2021年

- ・「Japan Venture Awards 2021」JVA審査委員会特別賞
- ・「High-Growth Companies Asia-Pacific 2021」ランクイン
- ・「第4回エコプロアワード」優秀賞



■会社概要

社名：株式会社クラダシ

代表者氏名：関藤竜也

設立：2014年7月

本社所在地：〒141-0021 東京都品川区上大崎3丁目2-1 目黒センタービル 5F

事業内容：社会貢献型ショッピングサイト「KURADASHI」の運営

URL：<https://www.corp.kuradashi.jp/>