

食品ロスの認知率は99%！次の課題は、購入後の「使い切り」と「適切な保存」

第七回「食品ロスに関するアンケート調査」を公開

調査でわかった「捨ててしまいがちな食材」をおいしく使い切るオリジナルレシピを公開

ハウス食品グループ本社株式会社は、ご家庭で発生する食品ロスの削減に向けて、意識・実態調査や、食品ロスになりがちな食材を活用したレシピの提案・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』を2020年5月より取り組んでいます。

この度、10月の食品ロス削減月間に合わせ、2026年6月末から7月上旬に実施した「食品ロスに関するアンケート調査（第七回）」を公開します。今回の調査では、食品ロスの認知率は99.4%に達する一方で、約8割の人が食品・食材を捨てた経験があることがわかりました。また、食品ロス削減のために「期限に気をつける」「必要なものだけを買う」といった買う前の段階での意識は広く浸透している一方で、「調理時に食材を使い切る」「正しい保存を心がける」といった買った後の食材を無駄なく使い切るための実践率は相対的に低い結果となりました。家庭における食品ロス削減の次のステップとして、長持ちさせるための保存も含めた、「使い切る工夫」の重要性が伺えました。

そこでハウス食品グループでは、「最近捨ててしまった食品・食材ランキング」で上位にあがったきゅうりやキャベツ、豆腐、納豆などの食材を子どもも楽しみながら、おいしく使い切るオリジナルレシピを開発し、『もっとカレーだからできることプロジェクト』サイトで公開します。

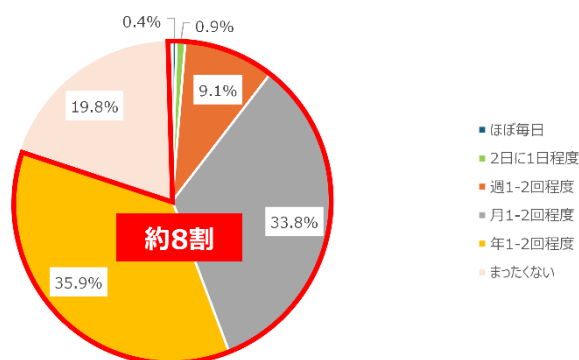
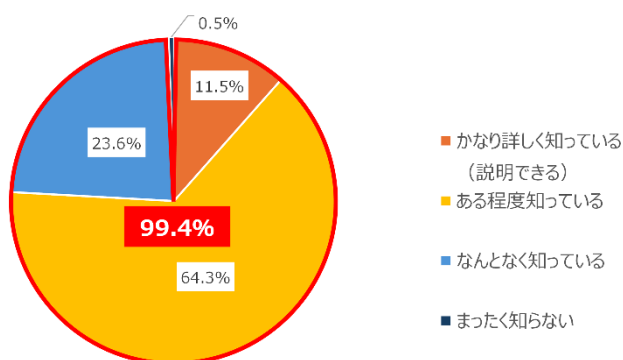
■「食品ロスに関するアンケート調査（第七回）」の結果

◆食品ロスの認知率は99.4%に、一方で約8割の家庭で食品ロスが発生

食品ロスについて「かなり詳しく知っている（説明できる）」「ある程度知っている」「なんとなく知っている」を合わせた認知率は99.4%となり、ほとんどの人が食品ロスという言葉認識していることがわかりました。近年はSDGsの浸透に加え、コロナ禍での食生活の変化や物価高による節約意識の高まりを背景に、食品ロス問題への関心や理解が一層広がっていると考えられます。一方で、「食品や食材をまったく捨てない」と回答した人は19.8%にとどまり、約8割の家庭では何らかの食品ロスが発生している実態が明らかになりました。食品ロス問題の認知は広く浸透しているものの、理解が必ずしも行動につながっているとは言えず、食品ロス削減に向けては、より実践しやすい工夫や環境づくりが求められていることが伺えます。

【食品ロス問題の認知率】（SA、n=4,617）

【食品ロス発生頻度】（SA、n=4,617）



◆食品ロス対策は「買いすぎ防止」に加え「使い切る工夫」も

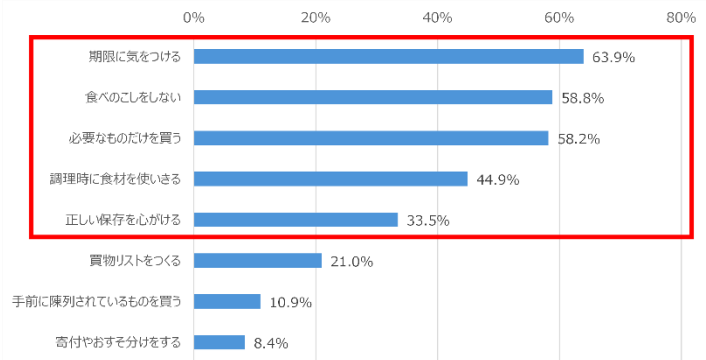
食品ロス削減のために実践していることとして、「期限に気をつける」(63.9%)、「食べのこしをしない」(58.8%)、「必要なものだけを買う」(58.2%)が上位となりました。食品ロス削減に向けた取り組みは、「買う前・食べる時」の段階では広く浸透していることが伺えます。

一方で、「調理時に食材を使い切る」は44.9%、「正しい保存を心がける」は33.5%でした。「買った後」の使い切りや保存に関する取り組みは、相対的に実践率が低い結果となりました。

この結果から、食品ロス削減に向けた意識は広がっているものの、購入後の食材を無駄なく使い切ることや適切に保存することについては、さらなる実践の余地があることが伺えます。

食品ロスをさらに減らすためには、購入後の使い切りや適切な保存にも目を向けることが重要だと考えられます。

【家庭で食品ロス削減のために実施していること】 (MA、n=4,617)



◆捨てられているのは、身近にある「いつもの食材」

最近捨ててしまった食品・食材の上位には、「きゅうり」「レタス」「もやし」などの野菜や、「豆腐」「牛乳」「パン・食パン」などの日配品・乳製品があげられました。これらは普段からよく購入する身近な食品である一方、傷みやすぐ保存期間が短いため、使い切れないまま廃棄されやすいと考えられます。

その背景には、仕事や家事、育児などで忙しく、購入時に予定していた料理を作れなかったり、食品を食べ切れなかったりする現代の生活スタイルがあると考えられます。食品ロスは、特別な場面だけで発生するのではなく、毎日の食卓で使う身近な食品の積み重ねによって生じている実態が伺えます。

【最近捨ててしまった食品・食材】 (FA、n=4,617)

第七回（2026年6月）		
順位	食品・食材	回答割合
1	きゅうり	11.0%
2	豆腐	10.2%
3	牛乳	9.4%
4	パン・食パン	8.9%
5	レタス	8.6%
6	納豆	8.6%
7	もやし	8.5%
8	キャベツ	8.4%
9	玉ねぎ	7.5%
10	ドレッシング	6.3%

※回答数をもとに順位づけしているため、同じ回答割合でも順位が異なる場合があります。

◆子どもの食品ロス認知率は78.4%、全体結果の99.4%と21ptの差

子ども（※1）の食品ロスの認知率は、「かなり詳しく知っている（説明できる）」「ある程度知っている」「なんとなく知っている」あわせて78.4%でした。一方、「まったく知らない」は21.6%で、全体結果（0.5%）と比べると大きな差がありました。また、年代によって認知率に差が見られ、中学生・高校生以上では約97%が認知していました。一方で、認知が広がっていても、必ずしも説明できるレベルまで理解が深まっているとは限りません。今後は、食品ロスについて知るだけでなく、その原因や対策を理解し、日常の行動につなげていくことが重要だと考えられます。

（※1）子ども：会員サイトの登録者ご本人へのアンケートに回答いただいたお客様のうち、「お子さまはアンケートに参加いただけますか？」という質問に「参加できる」と回答した方のお子さまを対象としています。18歳以下のお子さまの回答を集計しています。

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ております。詳細のレポートは、下記 PDF からご確認ください。

（第七回調査データ URL：https://housefoods-group.com/tsunagu/foodloss/research_data07.pdf）

【調査設計】

調査対象者 ①ハウス食品グループ 会員サイトの登録者ご本人 ②①の回答者のうち、「お子さまはアンケートに参加できる」と回答した方のお子さま
有効回答数 ①4,617名（全国10～90歳代男女、性別：男性25.7%、女性73.6%、不明・未回答0.8%） ②1,056名（うち、18歳以下1,050名）
実施時期 2026年6月29日～2026年7月6日
調査方法 インターネット調査
百分率（%）は小数点第2位で四捨五入し、小数点第1位までを算出。百分率の合計値が100%とならない場合があります。

※データをご使用・転載される際は、「ハウス食品グループ本社(株)調べ」と明記くださいますよう、お願いいたします。

■ 調査で見た「捨ててしまいがちな食材」をおいしく使い切るオリジナルレシピを公開

今回の調査では、「最近捨ててしまった食品・食材」として、きゅうり、レタス、キャベツ、豆腐、納豆などが上位にあがりました。そこで『もっとカレーだからできることプロジェクト』では、こうした身近な食材をおいしく無駄なく使い切るために、子どもも楽しく調理ができるオリジナルレシピを開発しました。

食品ロス削減には、「買いすぎない」ことに加え、「最後までおいしく食べ切る」ことも重要です。今回公開するレシピは、忙しい毎日の中でも実践でき、余りがちな食材を無理なく活用できるレシピとなっています。

他にも多数のレシピを紹介していますので、ぜひ『もっとカレーだからできることプロジェクト』WEBサイトをご覧ください。



「豆腐とレタスのオムカレーチャーハン」



「きゅうりと納豆のオムカレーチャーハン」

『もっとカレーだからできることプロジェクト』: <https://housefoods-group.com/tsunagu/foodloss/index.html>

■ ノーペコ ラボ (※2) 主催の食育イベントに協力

今回の調査では、子どもの食品ロス認知率は78.4%となりました。その一方で、約5人に1人にあたる21.6%が「まったく知らない」と回答しており、食品ロスへの理解をさらに広げていく余地があることが伺えます。ハウス食品グループでは、家庭での実践支援に加え、次世代への啓発活動も重要であると考えています。その取り組みの一環として、2026年9月9日に開催された食品ロス問題を楽しく学び、日々の行動につなげる活動を行う「ノーペコ ラボ」(ノーペコ:「ノー、腹ペコ!」) 主催の食育イベント「ノコサン食堂」に協力をしました。イベントでは、子どもが楽しく食品ロス問題を学びながら調理ができるレシピ(豆腐とレタスのオムカレーチャーハン)を紹介しました。

(※2) 食品ロス削減をテーマに、当社とは別の外部団体が運営するプロジェクトです。食品ロスを単なる「もったいない」の問題としてだけでなく、CO₂排出や気候変動、世界の飢餓・貧困などにつながる社会課題として捉え、家庭でできる食品ロス削減を楽しく伝えるとともに、学生参加型で企業の食品ロス課題解決にも取り組んでいます。

「ノーペコ ラボ」公式Instagram: <https://www.instagram.com/nopeco.lab/>



イベント名: ノコサン食堂 (2026年9月9日実施)

後援: 農林水産省、消費者庁、こども家庭庁、東京都環境局、港区

協力: 「世界食料デー」月間2026事務局、ハウス食品グループ本社

ハウス食品グループは、今後も調査やレシピ提案、食育活動などを通じて、食品ロス削減活動に取り組んでまいります。

■ 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普段であれば捨ててしまいがちな食材も、意外な組み合わせでカレーにすることで、スパイスがそれぞれの味を引き立て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つなげていきたいと考えています。

また、継続的なアンケート調査を通じて、食品ロスに対する意識や実態の変化を把握するとともに、食品ロスになりがちな食材を活用したレシピの提案・発信をしています。食品ロスがそれぞれのご家庭

から発生し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をお届けしていきます。

『もっとカレーだからできることプロジェクト』：<https://housefoods-group.com/tsunagu/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（※3）は、約461万トン(2024年度)で、前年度に比べ3万トン減少しました。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237万トン(前年度比+6万トン)、各家庭から発生する「家庭系」食品ロスは224万トン（前年度比▲9万トン）となりました。統計開始（2012年度）以来最少となった一方で、食品ロスは年間約461万トン発生しており、引き続き社会全体で削減に取り組むことが重要です。

（※3）農林水産省・環境省 令和六年度推計値

【報道関係各位のお問い合わせ先】

ハウス食品グループ本社広報・IR部 03（5211）6039

【お客様からのお問い合わせ先】

ハウス食品お客様相談センター 0120（50）1231