

食品ロスに関するアンケート調査結果（第七回）

ハウス食品グループ本社では、「食品ロスの削減の推進に関する法律（以下、略称：食品ロス削減推進法）」が公布後・施行前だった 2019 年 7 月から、お客様（ハウス食品グループ本社の会員サイト登録者）に向けて「食品ロス」に関するアンケート調査を実施しています。2026 年 6 月末から 7 月上旬に七回目のアンケート調査を実施しました。

1. 目的

- ・「食品ロス削減の認知率」や「家庭における食品ロスの実態」を知る。
- ・食に携わる企業として、食品ロス削減の取り組みや発信につなげる。
- ・継続的に調査を実施することで、食品ロスの認知率や実態の変化を把握していく。

2. 対象

ハウス食品グループ本社の会員サイトに登録いただいているお客様 有効回答数：4,617
 （全国 10 代～90 代の男女、性別：男性 1,186、女性 3,396、未回答 35）
 属性データに誤り・欠損のない回答を有効としました。

3. アンケート実施期間：2026/6/29～7/6

（第一回：2019/7/2～7/8、第二回：2020/6/29～7/6、第三回：2021/1/22～1/29、
 第四回：2021/9/3～9/8、第五回：2022/5/12～5/16、第六回：2024/1/22～1/29）

※本調査は当社会員サイト登録者を対象に、回答者が自らの意思で回答したものです。

回答者構成を母集団に合わせた補正(ウェイトバック)は行っていないため、
 結果は日本の生活者全体を代表するものではなく、回答者における傾向を示すものです。

4. 方法：インターネット調査

5. 調査項目

<Q1～Q6 は、会員サイトに登録いただいているお客様ご本人に回答いただきました。>

- Q1.食品ロス（フードロス）をご存じですか？（単一選択・以下略称：SA）
- Q2.食品ロス（フードロス）が「事業系」と「家庭系」に分けられることをご存じですか？（SA）
- Q3.（期限切れで）食品や食材を捨ててしまう頻度を教えてください（SA）
- Q4.（期限切れで）捨ててしまいがちな食品・食材を教えてください（複数選択・以下略称：MA）
- Q5.（期限切れで）最近捨ててしまった食品・食材を具体的に教えてください（自由回答・以下略称：FA）
- Q6.ご家庭で「食品ロス（フードロス）」を減らすために、やっていることを教えてください（MA）

<Q7 は、Q1～Q6 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に回答いただきました。> 有効回答数：1,056、18 歳以下：1,050

- Q7.お子さまは、「食品ロス（フードロス）」という問題をご存じですか？（SA）

6. その他・補足

百分率（%）は小数点第 2 位で四捨五入し、小数点第 1 位までを算出しました。

- ・百分率の合計値が 100%とならない場合がございます。
- ・Q4・Q5：食品・食材の回答で「無し」「特に無い」などは、順位から除外しました。
- ・Q7：「該当なし」と回答した人は、集計から除外しました。18 歳以下の回答を集計しています。

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。

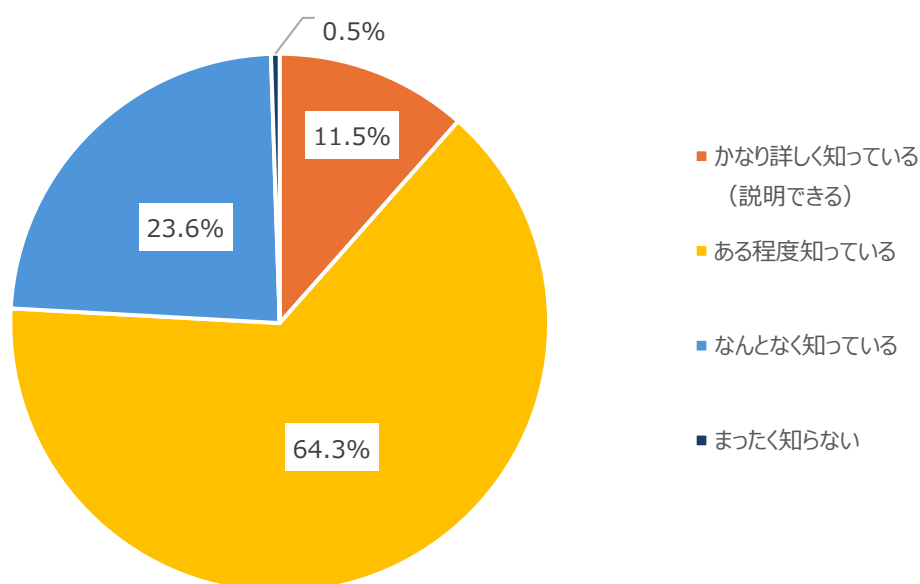
【調査結果】

Q1.食品ロス（フードロス）をご存じですか？（SA）

1-1.食品ロス問題の認知率（知っている割合）

「かなり詳しく知っている（説明できる）」は 11.5%で、「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%となりました。つまり、ほとんどの人が「食品ロス」という言葉を知っている状況です。

グラフ 1-1.食品ロス問題の認知率（知っている割合） SA、n=4,617



【過去比較】1-1.食品ロス問題の認知率（知っている割合）の増減

調査を回ごとにみると、「かなり詳しく知っている（説明できる）」の割合は、増加傾向が続いています。この背景として、SDGs の普及、コロナ禍における食生活の変化や、物価上昇に伴う節約意識の高まりなど、複数の要因が重なって影響している可能性があります。

【過去比較】1-1.食品ロス問題の認知率（知っている割合）の増減 SA、n 数は下表に記載

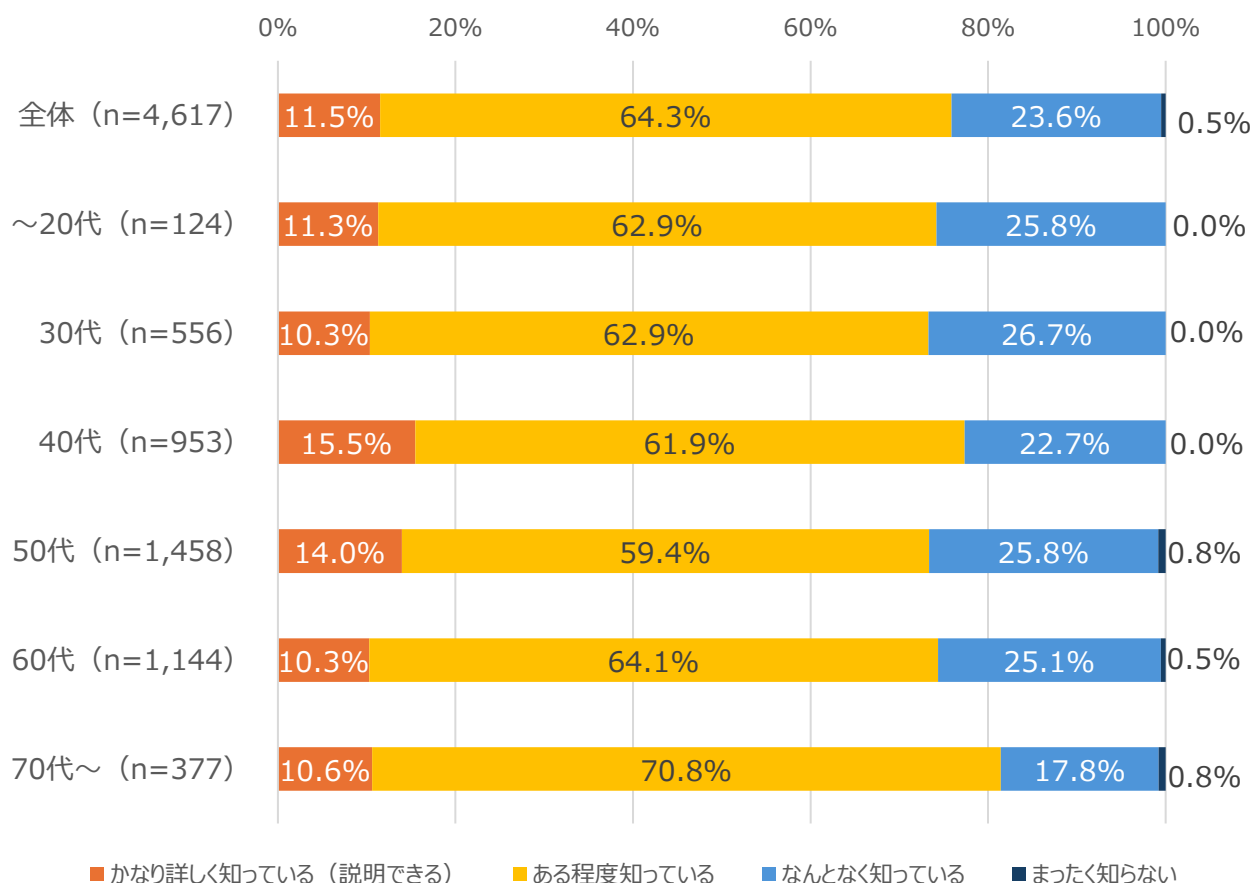
	第七回	第六回	第五回	第四回	第三回	第二回	第一回
	2026年6月	2024年1月	2022年5月	2021年9月	2021年1月	2020年7月	2019年7月
n=	4,617	8,537	7,226	7,576	8,979	6,990	6,357
かなり詳しく知っている（説明できる）	11.5%	10.0%	8.6%	8.2%	6.5%	6.0%	4.9%
ある程度知っている	64.3%	64.1%	63.1%	62.9%	59.1%	57.4%	45.7%
なんとなく知っている	23.6%	25.3%	27.5%	27.7%	32.4%	34.0%	39.5%
まったく知らない	0.5%	0.6%	0.9%	1.2%	2.0%	2.7%	9.9%

1-2.食品ロス問題の認知率（知っている割合）＜年代別＞

「かなり詳しく知っている（説明できる）」と「ある程度知っている」を合わせた割合は、70代以上で最も高くなっています。70代以上で理解している人が多い背景には、日本に根付く「もったいない」という意識が関係している可能性があります。

また、食品ロスという言葉自体は幅広く浸透している一方で、今後は言葉の理解にとどまらず、世代ごとの価値観や生活実態に合わせて、食材を「使いきる」「食べきる」といった具体的な行動につなげていくことが重要だと考えられます。

グラフ 1-2.食品ロス問題の認知率（知っている割合）＜年代別＞ SA、n=4,617



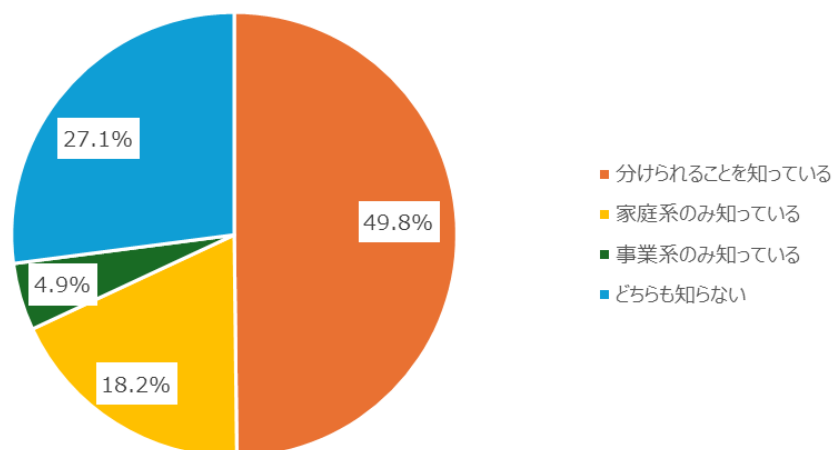
Q2.食品ロス（フードロス）が「事業系」と「家庭系」に分けられることをご存じですか？（SA）

2-1.食品ロス問題（内訳）の認知率

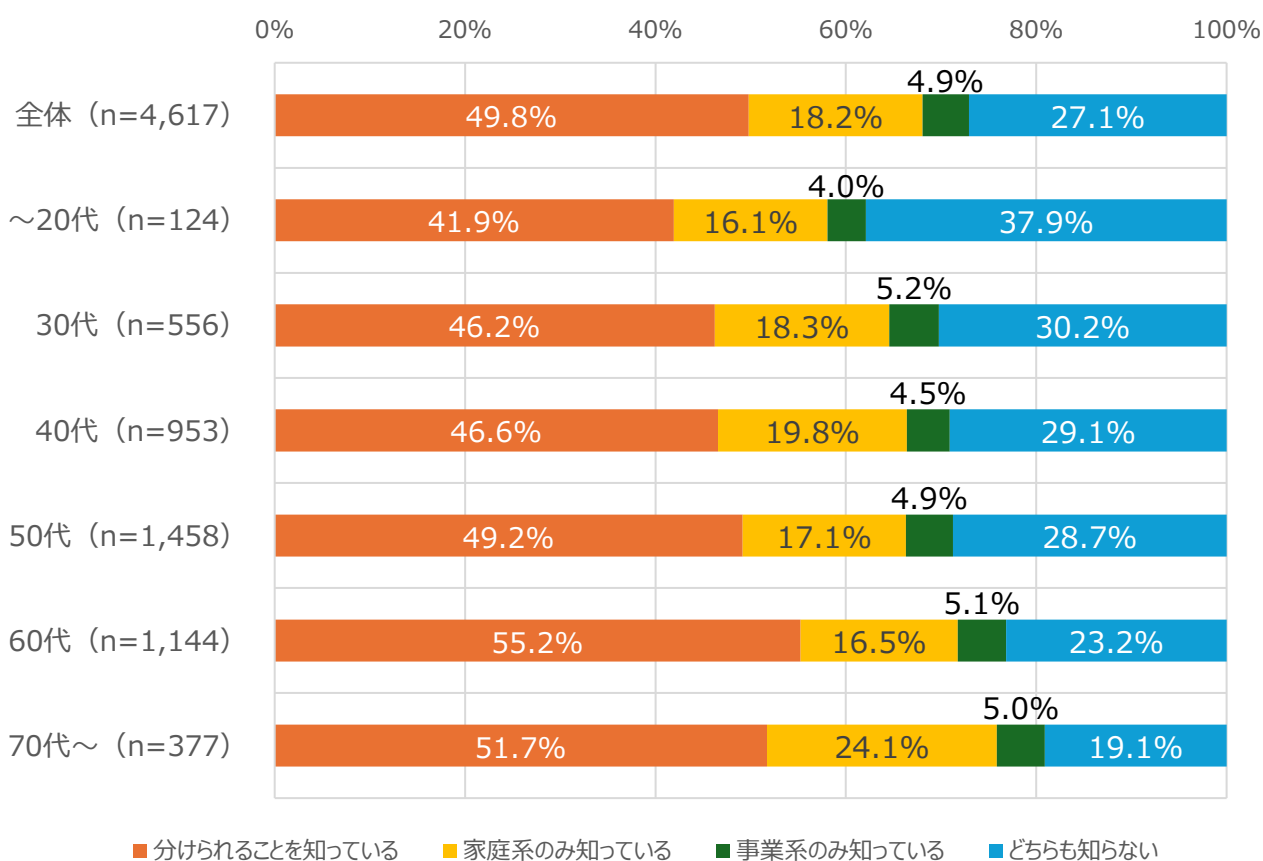
Q1 では「食品ロス（フードロス）を知っている」人が 99.4%と非常に多い一方で、Q2 で「食品ロスが『事業系』と『家庭系』に分けられること」を知っている人は 49.8%にとどまりました。食品ロスの発生場所や特徴についての理解は、十分に浸透していないことがうかがえます。

この結果から、食品ロスは広く認知されているものの、家庭や事業者がそれぞれどのような役割を担うのかについては、理解を深める余地があると考えられます。

グラフ 2-1.食品ロス問題（内訳）の認知率 SA、n=4,617



グラフ 2-1.食品ロス問題（内訳）の認知率 <年代別> SA、n=4,617



【過去比較】2-1.食品ロス問題（内訳）の認知率の増減

第一回と第七回を比べると、「分けられることを知っている（両方を知っている）」は48.0%から49.8%で、大きな変化は見られません。一方で「いずれかのみ知っている（家庭系のみ／事業系のみ）」の内訳には変化が見られます。

家庭系のみ知っている割合は、第一回の8.3%から第七回の18.2%へ増加しているのに対し、事業系のみ知っている割合は、第一回の14.8%から第七回の4.9%へ減少しています。

この変化は、SDGsの普及やコロナ禍による食生活の変化、物価上昇に伴う節約意識の高まりなどによって、食品ロスについて「家庭系のみ知っている」という人の割合が上昇している可能性が考えられます。また、事業系は製造・流通・外食など、生活者の実感と結びつきにくいいため、理解が広がりにくかったと考えられます。

【過去比較】2-1.食品ロス問題（内訳）の認知率の増減 SA、n数は下表に記載

	第七回	第六回	第五回	第四回	第三回	第二回	第一回
	2026年6月	2024年1月	2022年5月	2021年9月	2021年1月	2020年7月	2019年7月
n=	4,617	8,537	7,226	7,576	8,979	6,990	6,357
分けられることを知っている	49.8%	49.9%	53.9%	55.1%	51.3%	46.5%	48.0%
家庭系のみ知っている	18.2%	18.9%	16.5%	13.8%	11.3%	11.7%	8.3%
事業系のみ知っている	4.9%	4.0%	4.4%	5.7%	8.7%	11.2%	14.8%
どちらも知らない	27.1%	27.2%	25.3%	25.4%	28.7%	30.7%	28.9%

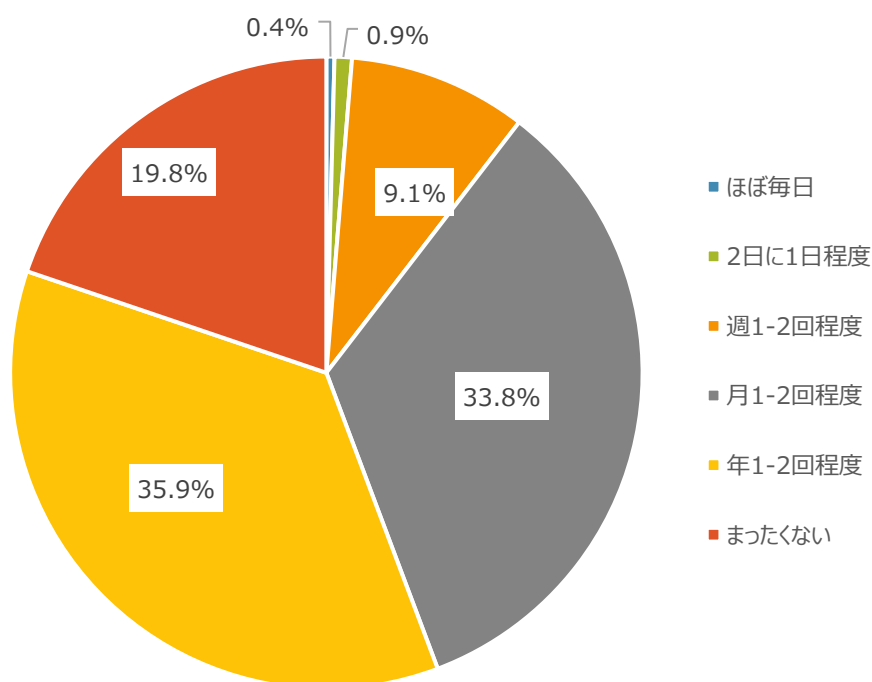
Q3.（期限切れで）食品や食材を捨ててしまう頻度を教えてください（SA）

3-1.食品・食材を捨ててしまう（食品ロスにしてしまう）頻度

約 5 人に 1 人が食品を「まったく捨てない（まったくない）」と回答しています。第一回から第七回にかけては、「まったく捨てない（まったくない）」の割合が 6.7%から 19.8%へ増加しました。背景としては、食品ロス問題の認知が広がったことに加え、コロナ禍での生活変化や物価高による節約意識の高まりが影響している可能性があります。

ただし、第五回の調査以降は「まったく捨てない（まったくない）」の割合がほぼ横ばいで推移しており、大きな変化は見られません。今後は、啓発だけでなく、買い物支援や保存技術の普及など、行動しやすい環境づくりに取り組むことが重要だと考えられます。

グラフ 3-1.食品・食材を捨ててしまう（食品ロスにしてしまう）頻度 SA、n=4,617



【過去比較】3-1.食品・食材を捨ててしまう（食品ロスにしてしまう）頻度 SA、n 数は下表に記載

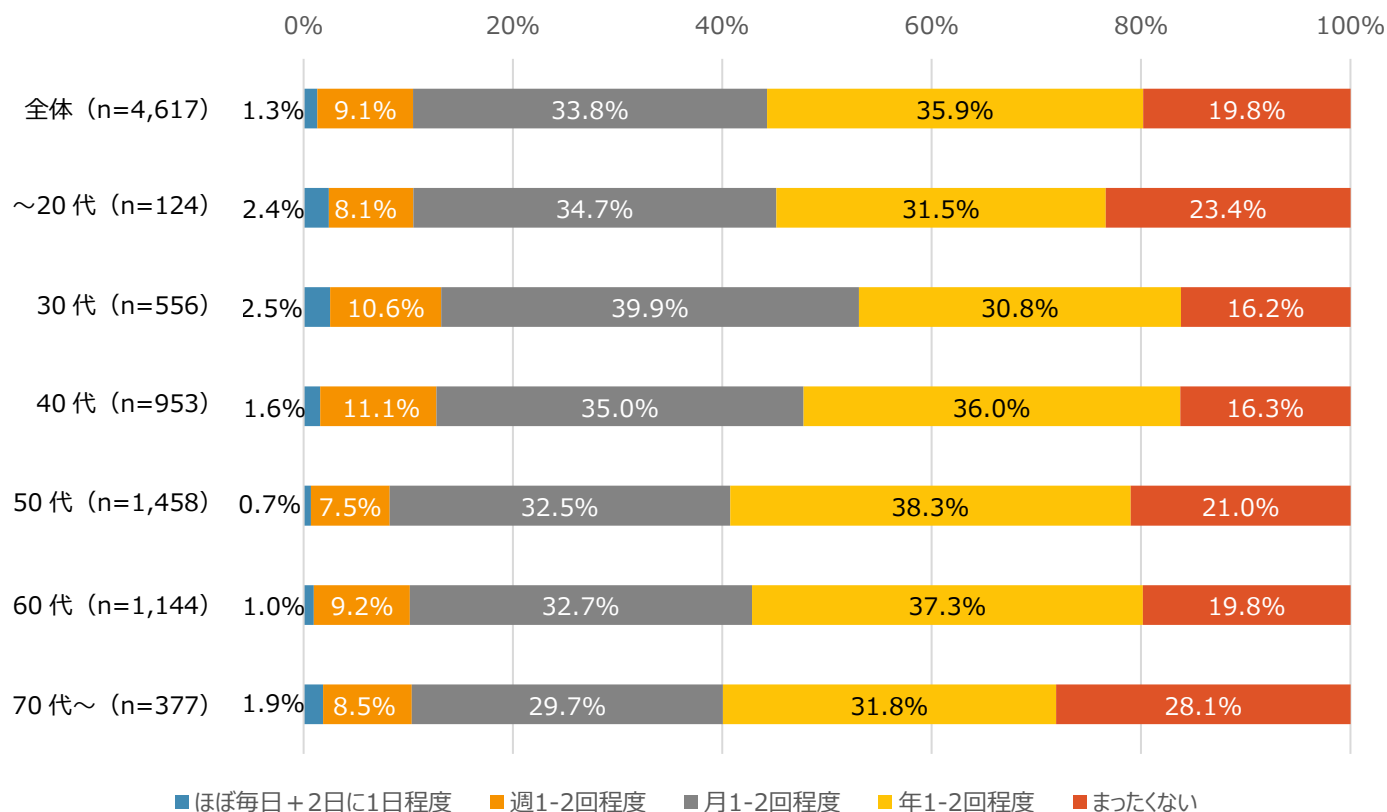
	第七回	第六回	第五回	第四回	第三回	第二回	第一回
	2026年6月	2024年1月	2022年5月	2021年9月	2021年1月	2020年7月	2019年7月
n=	4,617	8,537	7,226	7,576	8,979	6,990	6,357
ほぼ毎日	0.4%	0.6%	2.3%	2.3%	2.3%	2.1%	1.9%
2日に1日程度	0.9%	0.8%	2.5%	3.0%	2.7%	3.2%	3.8%
週1-2回程度	9.1%	9.3%	17.7%	18.8%	18.0%	20.1%	23.6%
月1-2回程度	33.8%	34.6%	34.0%	35.2%	36.0%	36.5%	41.0%
年1-2回程度	35.9%	34.7%	23.3%	22.5%	23.8%	21.0%	22.9%
まったくない	19.8%	20.0%	20.2%	18.4%	17.1%	17.1%	6.7%

※「2 日に 1 日程度」の選択肢について、第五回までは「週 3～4 回程度」という文言で聴取

3-2.食品・食材を捨ててしまう（食品ロスにしてしまう）頻度＜年代別＞

「まったく捨てない（まったくない）」は 70 代以上が最も多く、次いで 20 代以下が続く傾向は、過去から変わりませんでした。20 代以下で「まったく捨てない（まったくない）」が多い背景には、単身世帯や共働き世帯が多く、家庭で調理する機会が比較的少ないことがあると考えられます。また、出来合いの商品を購入したり外食を利用したりする機会が多いことも、食品を廃棄する場面が少ない一因となっている可能性があります。

グラフ 3-2.食品・食材を捨ててしまう（食品ロスにしてしまう）頻度＜年代別＞ SA、n=4,617



Q4. (期限切れで) 捨ててしまいがちな食品・食材を教えてください (MA)

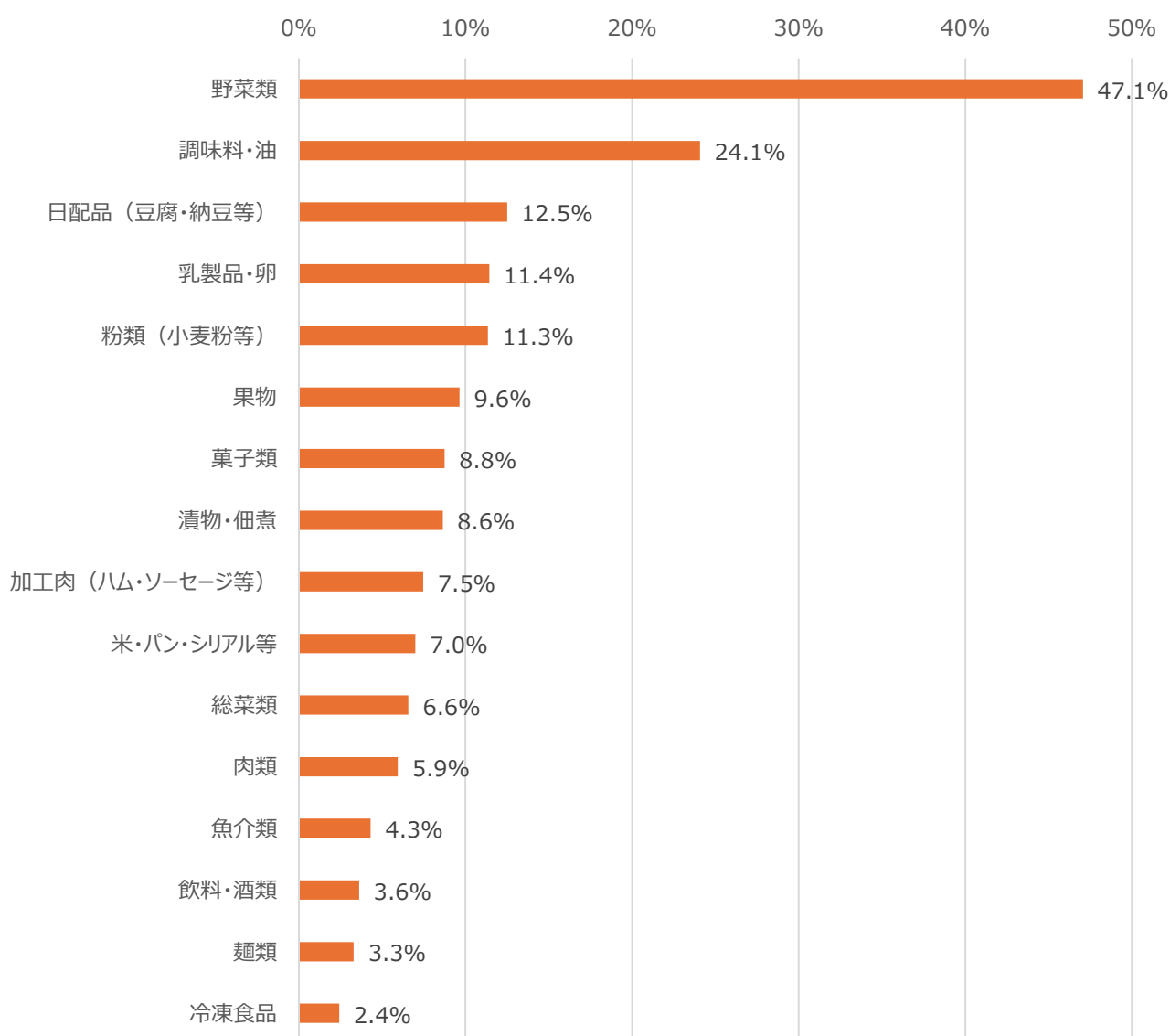
4. 捨ててしまいがちな食品・食材

食品ロスで最も多いのは「野菜類」で、47.1%を占めています。過去の調査でも同じ傾向が見られており、野菜が最も捨てられやすい食品となっています。野菜は傷みやすく、単身世帯や共働き世帯の増加によって使いきることが難しくなっていることから、現在の生活実態に対して、食材を計画的に使いきる取り組みが十分に追いついていない可能性が考えられます。

また、2位は「調味料・油」でした。さまざまな料理を楽しむ機会が増えたことで、使いきれない調味料が家庭に残りやすくなっていることがうかがえます。

こうした結果から、食品ロス削減には個人の意識だけでなく、余りがちな食材や調味料を無理なく使いきれるレシピ提案の充実、保存方法・保存技術の普及など、生活者が実践しやすい環境づくりが重要であると考えられます。

グラフ 4. 捨ててしまいがちな食品・食材の割合 MA、n=4,617



※割合(%) : 対象の回答件数/全回答者数

※Q4の選択肢全16項目を掲載しています。

【過去比較】4.捨ててしまいがちな食品・食材の割合 n 数は下表に記載

順位	前回 (第六回) からの 順位変動	n=	第七回	第六回	第五回	第四回	第三回	第二回	第一回
			2026年6月	2024年1月	2022年5月	2021年9月	2021年1月	2020年7月	2019年7月
			4,617	8,537	7,226	7,576	8,979	6,990	6,357
1	-	野菜類	47.1%	40.6%	55.0%	56.5%	53.6%	57.3%	68.1%
2	-	調味料・油	24.1%	20.3%	13.8%	13.4%	15.0%	14.5%	15.6%
3	-	日配品（豆腐・納豆等）	12.5%	12.0%	8.7%	9.1%	11.3%	11.1%	16.4%
4	↑	乳製品・卵	11.4%	10.4%	6.9%	7.2%	9.7%	8.6%	14.3%
5	↓	粉類（小麦粉等）	11.3%	10.5%	6.1%	7.1%	7.3%	7.2%	10.2%
6	-	果物	9.6%	10.0%	11.2%	11.3%	15.0%	10.8%	17.4%
7	↑	菓子類	8.8%	7.1%	5.9%	6.6%	7.0%	7.0%	10.9%
8	↓	漬物・佃煮	8.6%	8.6%	8.5%	8.8%	10.6%	9.7%	14.5%
9	-	加工肉（ハム・ソーセージ等）	7.5%	6.7%	4.0%	4.4%	5.3%	4.8%	8.1%
10	↑	米・パン・シリアル等	7.0%	6.1%	6.9%	8.4%	7.9%	8.8%	13.3%
11	↓	総菜類	6.6%	6.7%	8.3%	8.5%	8.8%	9.7%	13.4%
12	↓	肉類	5.9%	6.3%	5.3%	5.3%	5.9%	6.1%	13.5%
13	-	魚介類	4.3%	4.5%	4.3%	4.4%	4.8%	5.2%	9.1%
14	-	飲料・酒類	3.6%	2.6%	2.8%	2.4%	3.3%	3.0%	5.4%
15	-	麺類	3.3%	2.4%	1.8%	2.1%	2.2%	2.5%	5.3%
16	-	冷凍食品	2.4%	2.2%	1.6%	1.5%	2.1%	2.3%	5.0%

Q5.（期限切れで）最近捨ててしまった食品・食材を具体的に教えてください（FA）

5.最近捨ててしまった食品・食材

捨ててしまった食品・食材では、「きゅうり」「レタス」「もやし」などの野菜類や、「豆腐」「牛乳」「パン・食パン」などの日配品・乳製品が上位を占めます。これらは日常的に購入される食品である一方、傷みやすく保存期間が短いため、使いきれずに廃棄されやすい食品であると考えられます。

背景には、食品ロスに対する意識不足というよりも、仕事や家事、育児などによる忙しさから、購入時に想定していた調理や消費ができなくなるという、現代のライフスタイルがあると考えられます。

【過去比較】5.最近捨ててしまった食品・食材ランキング

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%
11	菓子	5.4%
12	ねぎ	5.1%
13	小麦粉	4.7%
14	にんじん	4.6%
15	トマト	4.5%
16	ハム	4.4%
17	じゃがいも	4.4%
18	漬物	4.2%
19	ヨーグルト	4.1%
20	大根	4.0%
21	卵	4.0%
22	バナナ	3.4%
23	なす	3.2%
24	チーズ	2.9%
25	佃煮	2.8%

第六回（2024年1月）		
順位	食品・食材	回答割合
1	納豆	4.8%
2	豆腐	4.7%
3	牛乳	4.7%
4	きゅうり	3.4%
5	みかん	3.0%
6	パン・食パン	2.9%
7	もやし	2.8%
8	ドレッシング	2.6%
9	小麦粉	2.4%
10	キャベツ	2.3%
11	ヨーグルト	2.0%
12	白菜	2.0%
13	レタス	1.9%
14	大根	1.9%
15	ハム	1.9%
16	卵	1.2%
17	野菜	1.2%
18	バナナ	1.1%
19	豚肉	1.0%
20	モヤシ	1.0%
21	トマト	1.0%
22	ほうれん草	1.0%
23	ジャム	0.9%
24	小松菜	0.9%
25	漬物	0.9%

第五回（2022年5月）		
順位	食品・食材	回答割合
1	キャベツ	7.6%
2	きゅうり	6.9%
3	もやし	4.9%
4	レタス	4.8%
5	パン・食パン	4.5%
6	豆腐	4.2%
7	大根	3.8%
8	納豆	3.7%
9	牛乳	3.6%
10	人参	3.2%
11	長ねぎ	3.1%
12	玉ねぎ	2.9%
13	白菜	2.5%
14	みかん	2.4%
15	漬物	2.3%
16	じゃがいも	2.2%
17	調味料	2.0%
18	トマト	1.9%
19	バナナ	1.9%
20	ドレッシング	1.8%
21	ご飯	1.8%
22	肉・肉類	1.8%
23	ハム・ソーセージ	1.6%
24	小麦粉	1.5%
25	惣菜類	1.5%

※割合(%)：対象の回答件数/全回答者数

※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。

Q6.ご家庭で「食品ロス（フードロス）」を減らすために、やっていることを教えてください（MA）

6.ご家庭で「食品ロス」を減らすために、やっていること

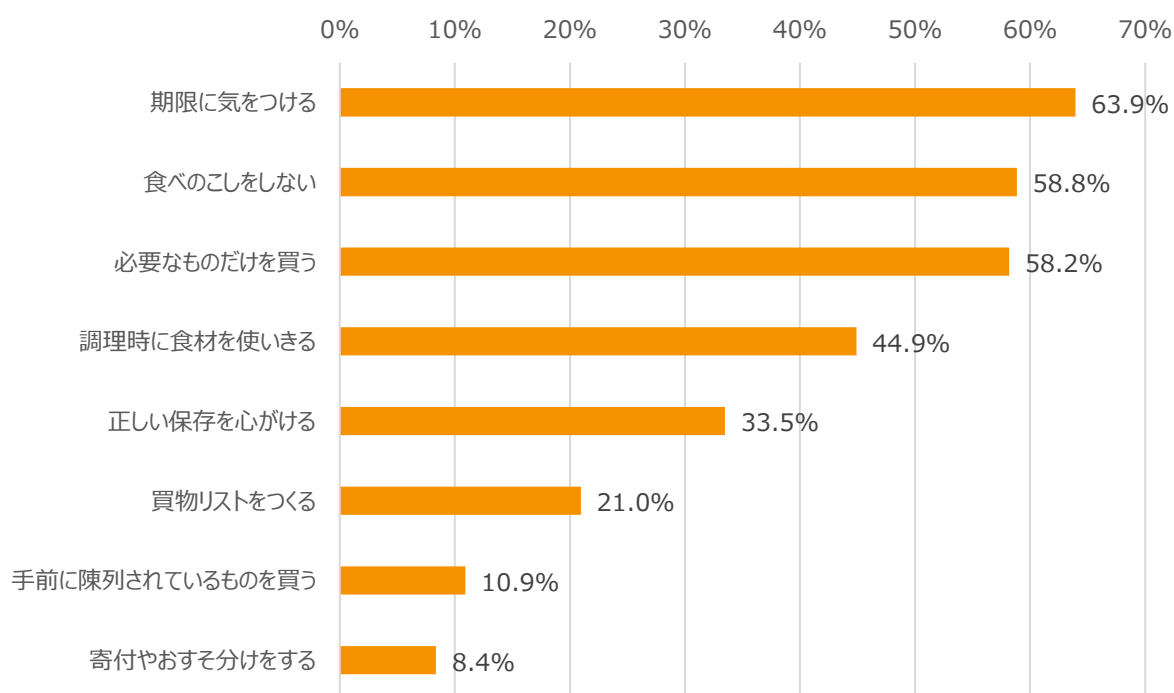
ご家庭で実践している食品ロス削減の取り組みは、「期限に気をつける」が63.9%で最も高く、次いで「食べのこしをしない」が58.8%、「必要なものだけを買う」58.2%が続きました。これらは、食品を無駄にしないために日常生活の中で比較的取り組みやすい行動であり、多くの家庭で実践されていることがわかります。

一方、「調理時に食材を使いきる」は44.9%、「正しい保存を心がける」は33.5%にとどまりました。つまり、期限に意識を向けたり、買いすぎ・食べのこしを防いだりする段階の取り組みは広がっているものの、調理まで含めて計画的に使いきることや、正しい保存ができていない人は相対的に少ないことがうかがえます。

さらに、「手前に陳列されているものを買う」の10.9%や「寄付やおすそ分けをする」の8.4%は、1割前後と低く、店舗での食品ロス削減への協力や食品のシェアといった取り組みは低い結果となっていることがわかりました。

全体としては、食品ロスを減らすための基本的で取り組みやすい行動は広く定着している一方で、保存や使いきりのように実践が難しい取り組みについては、今後さらに普及を促していく余地があると考えられます。

グラフ 6.ご家庭で「食品ロス」を減らすためにやっていることの割合 MA、n=4,617



※割合(%)：対象の回答者数/全回答者数

<以下設問には、お子さまに回答いただきました>

※お子さまの年齢：18歳以下の回答を集計しています。

Q7.お子さまは、「食品ロス（フードロス）」という問題をご存じですか？（SA）

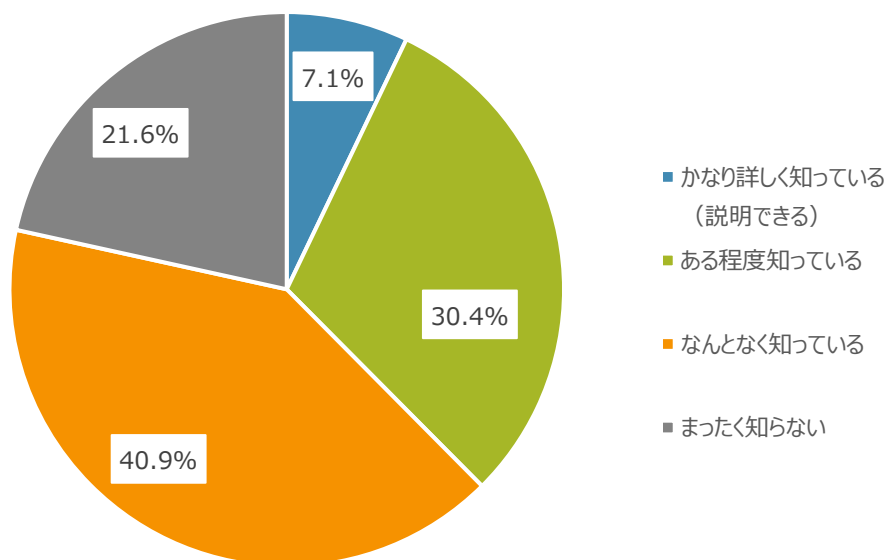
7.子どもの食品ロス問題の認知率

子どもの認知率は、「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」を合わせた割合は、78.4%でした。「まったく知らない」は21.6%で、全体の「まったく知らない」0.5%とは大きな差がありました。

また、子どもの認知率を学齢別にみると、「まったく知らない」は小学生未満で72.2%と多く、そこから小学生になると20.9%まで大きく下がります。一方、「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」は小学生で79.1%となり、中学生・高校生以上では約97%と高い割合で保たれています。

この結果から、食品ロスの認知は年齢が上がるほど広がっていることがわかります。ただし、「かなり詳しく知っている（説明できる）」は中学生が13.5%で最も高く、高校生以上では9.6%まで下がっているため、知っている人が増えても、必ずしも「説明できるほど理解している」人が同じように増えるとは限りません。今後は、学年に合わせて用語を知るだけでなく、なぜ食品ロスが起きるのかを説明できたり、日常の行動につながる学習を段階的に強めていったりすることが大切だと考えられます。

グラフ 7-1.子どもの食品ロス問題認知率 SA、n=1,050



グラフ 7-2.子どもの食品ロス問題認知率＜学齢別＞ SA、n=1,050

	小学生未満	小学生	中学生	高校生以上
かなり詳しく知っている（説明できる）	0.0%	5.7%	13.5%	9.6%
ある程度知っている	2.4%	27.4%	40.9%	51.3%
なんとなく知っている	25.4%	46.0%	42.7%	35.9%
まったく知らない	72.2%	20.9%	2.9%	3.2%

【過去比較】7.子どもの食品ロス問題の認知率

「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」をあわせた「知っている」割合は増加傾向にあり、大人ほど認知されていないものの、認知が広がっていると考えられます。

【過去比較】7.子どもの食品ロス問題認知率 SA、n 数は下表に記載

	第七回	第六回	第五回	第四回	第三回	第二回	第一回
	2026年6月	2024年1月	2022年5月	2021年9月	2021年1月	2020年7月	2019年7月
n=	1,050	1,936	1,532	1,768			
かなり詳しく知っている（説明できる）	7.1%	6.3%	7.0%	8.2%			
ある程度知っている	30.4%	32.2%	26.4%	29.1%			
なんとなく知っている	40.9%	40.2%	39.5%	34.6%			
まったく知らない	21.6%	21.3%	27.0%	28.1%			

＜補足情報＞

【第七回（今回）：2026/6/29～7/6 基礎情報】

- 性別（n=4,617）
男性：25.7%／女性：73.6%／不明・未回答：0.8%
- 年代（n=4,617）※年齢「不明・未回答」の方を除く年代構成比
～20代：2.7%／30代：12.1%／40代：20.7%
50代：31.6%／60代：24.8%／70代～：8.2%
- Q7の子ども情報
有効回答数：n=1,056（うち、18歳以下 n=1,050）

【第六回（前回）：2024/1/22～1/29 基礎情報】

- 性別（n=8,537）
男性：14.8%／女性：38.8%／不明・未回答：46.5%
- 年代（n=4,485）※年齢「不明・未回答」の方を除く年代構成比
～20代：2.2%／30代：11.9%／40代：23.6%
50代：32.9%／60代：21.3%／70代～：8.1%
- Q7の子ども情報
有効回答数：n=2,306（うち、18歳以下 n=1,936）

【第五回：2022/5/12～5/16 基礎情報】

- 性別（n=7,226）
男性：29.2%／女性：67.4%／不明・未回答：3.3%
- 年代（n=6,923）※年齢「不明・未回答」の方を除く年代構成比
～20代：3.6%／30代：14.1%／40代：26.0%
50代：32.1%／60代：18.3%／70代～：5.9%
- Q6以降の子ども情報
有効回答数：n=1,796（うち、18歳以下 n=1,532）

【第四回：2021/9/3～9/8 基礎情報】

- 性別（n=7,576）
男性：26.5%／女性：68.1%／不明・未回答：5.5%
- 年代（n=7,119）※年齢「不明・未回答」の方を除く年代構成比
～20代：3.6%／30代：15.8%／40代：25.8%
50代：29.8%／60代：14.8%／70代～：4.3%
- Q6以降の子ども情報
有効回答数：n=2,114（うち、18歳以下 n=1,768）

【第三回：2021/1/22～1/29 基礎情報】

- 性別（n=8,979）
男性：23.4%／女性：74.3%／不明・未回答：2.3%
- 年代（n=8,760）※年齢「不明・未回答」の方を除く年代構成比
～20代：4.7%／30代：19.5%／40代：28.6%
50代：30.2%／60代：13.1%／70代～：3.9%

【第二回：2020/6/29～7/6 基礎情報】

●性別（n=6,990）

男性：21.0%／女性：59.5%／不明・未回答：19.5%

●年代（n=3,350）※年齢「不明・未回答」の方を除く年代構成比

～20代：2.3%／30代：13.6%／40代：27.8%

50代：34.1%／60代：17.0%／70代～：5.2%

【第一回：2019/7/2～7/8 基礎情報】

●性別（n=6,357）

男性：21.6%／女性：69.9%／不明：8.4%

●年代（n=5,721）※年齢「不明・未回答」の方を除く年代構成比

～20代：2.5%／30代：13.5%／40代：30.9%

50代：30.2%／60代：11.0%／70代～：2.0%