

## JA 農産物直売所とのコラボ

## 農産物直売所が発信する食品ロス削減対策

人間栄養学部 人間栄養学科

## 農産物直売所の利用者における食品ロス削減対策のニーズ調査

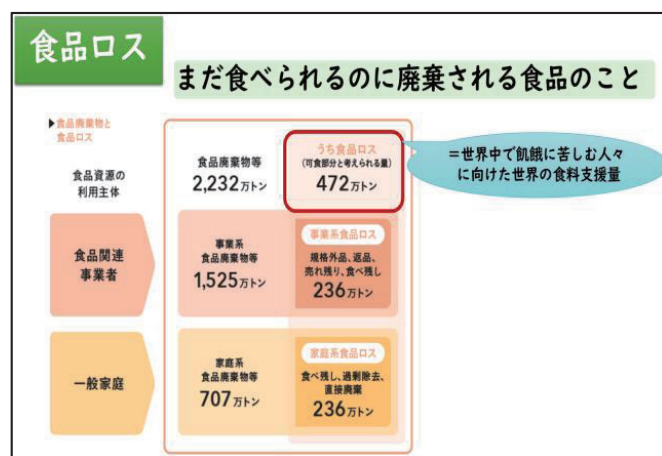
日本では、まだ食べられるのに廃棄される食品、いわゆる「食品ロス」は472万トン。世界中で飢餓に苦しむ人々に向けた世界の食料支援量(2022年で年間480万トン)とほぼ同等に相当します。

こうした背景の中で、農林水産省の「第4次食育推進基本計画(令和3～7年度)」にも、持続可能な社会の実現に向け、環境を配慮して、「食べ残しをなくそう」というスローガンが盛り込まれました。

農産物直売所は、消費者と直接接点を持つことができる場であり、消費者ニーズを把握することが可能です。食育活動を通じて、食品ロス削減に取り組むことで、利用者も拡大し、地域農業者の所得も向上することが期待されます。

そこで、人間栄養学部人間栄養学科 地域栄養教育研究室では、一般社団法人日本協同組合連携機構 食育食農支援チームと共同研究契約を結び、直売所の利用者に食品ロスの対応策について聞き取り調査と、105名の利用者によるweb調査を行ったため、その結果をご紹介します。

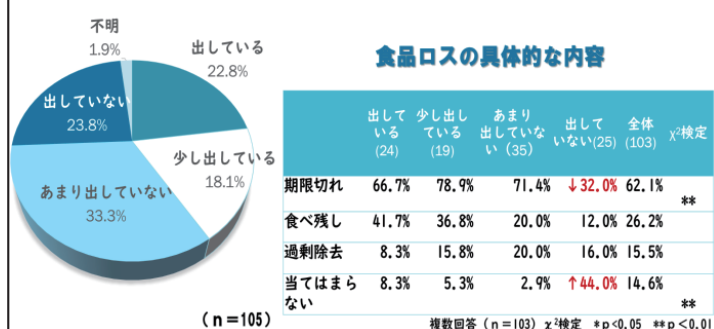
「食品ロスを出している」と回答した人は22.8%、「少し出している」18.1%であり、「あまり出していない」33.3%、「出していない」23.8%を下回っていました。また、食品ロスを出していないと認識している人は産地や生産者を意識した野菜や果物、加工品を選択する傾向がみられています。



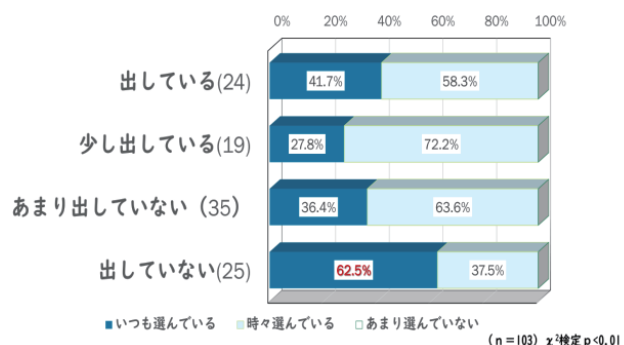
農産物直売所の店舗で聞き取り調査を実施



## 食品ロスを出していない人は期限切れが少ない



## 食品ロスを出していないと認識している人は産地や生産者を意識した野菜や果物、加工品を選択



## どのような食品ロスを出しているかに違いがある！

全体として、期限が近づいて焦ったことのある食品・食材は、野菜や果物、生肉や生魚、米やパン等の主食、おかずの順となっていました。

「食品ロスを出していない」と認識している人では野菜や果物においても低く、「食品ロスを出している」と認識している人では、野菜や果物のみならず、米やパン等の主食、おかずでも期限が近づいて焦った経験を持っていることがわかりました。

### 食品ロスに対する認識と 期限が近付いて焦ったことのある食品・食材

|                    | 出している<br>(24) | 少し出している<br>(19) | あまり<br>出していない<br>(35) | 出していない<br>(25) | 全体(103) | $\chi^2$ 検定 |
|--------------------|---------------|-----------------|-----------------------|----------------|---------|-------------|
| 野菜や果物              | 50.0%         | 57.9%           | 45.7%                 | ↓16.0%         | 41.7%   | *           |
| 生肉や生魚              | 33.3%         | 42.1%           | 34.3%                 | 12.0%          | 30.1%   |             |
| 主食(米、パン、シリアル、麺類など) | ↑37.5%        | 5.3%            | 25.7%                 | 12.0%          | 21.4%   | *           |
| おかず                | 20.8%         | ↑47.4%          | 11.4%                 | 12.0%          | 20.4%   | **          |
| 菓子・飲み物             | 16.7%         | 10.5%           | 17.1%                 | 4.0%           | 12.6%   |             |
| 調味料・油              | 20.8%         | 31.6%           | 14.3%                 | 4.0%           | 16.5%   |             |
| 粉類                 | 12.5%         | 26.3%           | 14.3%                 | 12.0%          | 15.5%   |             |
| 酒類                 | 0.0%          | 5.3%            | 2.9%                  | 0.0%           | 1.9%    |             |
| 冷凍食品               | 8.3%          | 15.8%           | 5.7%                  | 0.0%           | 6.8%    |             |
| その他                | 4.2%          | 0.0%            | 2.9%                  | 4.0%           | 2.9%    |             |
| 捨てることはほばない         | 8.3%          | 0.0%            | 14.3%                 | ↑52.0%         | 19.4%   | **          |

複数回答 (n=103)  $\chi^2$ 検定 \*p<0.05 \*\*p<0.01

## どのようなサポートやイベント等があったら、食品ロス対策ができるの？

「普段捨てがちな野菜くずの活用法・調理法レシピ」や「一食で野菜をたっぷり使うレシピ」や規格外品の積極的な販売等の店舗に依頼したいことと共に、利用者自身が実践できることや、食べものを大切にすること等、消費者としての意識を高めることも挙げられていました。

### 店舗に依頼したいこと

- ✓ 普段捨てがちな野菜くずの活用法・調理法・試食
- ✓ 一食で野菜をたっぷり使うレシピ
- ✓ 期限切れしやすい食材の保存方法やあまりやすい食材の活用レシピ
- ✓ 旬のものを使ったレシピの試食。簡単につくれて時短レシピ
- ✓ 保存方法や冷凍できるものを紹介してほしい
- ✓ 規格外品の積極的な販売
- ✓ 野菜などの規格外品を積極的に販売してほしい
- ✓ 野菜のばら売りなど食べきれ分で購入したい
- ✓ 食育ソムリエの活動をもっとPRしてほしい



### 利用者がしていきたいこと

- ✓ コンポストの活用
- ✓ 捨てる食品を野菜の肥料として使う
- ✓ 食品(家庭による)在庫チェック
- ✓ 手前どり
- ✓ まずは食べ残しを減らすことが大事。家族の食べる量を考えて食事を作る
- ✓ 子どものころからの食べ物を大切にする子育てが大切
- ✓ 食品に限らず色々なものを、製品を大切に扱う気持ちを持つこと

## まとめ

人間栄養学部の学生は卒業後、管理栄養士として、農産物直売所のみならず、生産者と消費者を結ぶ役割を果たしていくことが期待されています。消費者のニーズを把握すると共に、生産者の視点、流通業者の視点も重ね合わせて、双方向からフードシステムを考える機会、学ぶ機会を増やしていきたいと思ひます。

### プロジェクト概要

- パートナー  
一般社団法人日本協同組合連携機構  
食育食農支援チーム  
JA千葉みらい しょういか〜ご習志野店  
JAセレサ川崎 セレサモス宮前店
- 担当教員  
人間栄養学部 人間栄養学科  
教授 酒井治子
- 学生  
人間栄養学部 人間栄養学科  
4年生 4名
- 実施期間  
令和6年11月