

食品ロスに関する事業者アンケート 調査結果報告書

令和4年3月

宮城県環境生活部循環型社会推進課

目 次

1. 調査概要

(1) 調査目的	1
(2) 調査対象	1
(3) 調査期間	1
(4) 調査方法	1
(5) 回収結果	1
(6) その他	1

2. 調査結果

業種	2
<問1> 食品ロス問題の認知度	3
<問2> 食品ロス発生の有無に関する意識	4
<問3> 食品ロスの発生要因	5
<問4> 「廃棄物」・「食品廃棄物」・「食品ロス」発生量の把握状況	9
<問5> 外食産業における食べ残しを減らすための工夫	12
<問6> 「みやぎの食べきりモデル店舗認定事業」の認知度	15
<問7> 「みやぎの食べきりモデル店舗認定事業」の参加意向	16
<問8> 食品小売業における売れ残りを減らすための工夫	18
<問9> 商習慣「1/3ルール」の見直しに関する取組	20
<問10> 商習慣「1/3ルール」の見直しに関する取組内容	21
<問11> 商習慣「1/3ルール」の見直しに関する最も重要な事項	23
<問12> 商習慣「1/3ルール」により廃棄した食品ロスの割合	24
<問13> 「フードドライブ」や「フードバンク」などの取組	25
<問14> 食品ロス問題など環境に関する情報の入手先	26
<問15> 食品ロスを減らすための取組に対する意見	29
<参考資料>食品ロスに関する事業者アンケート調査票	38

1. 調査概要

(1) 調査目的

本アンケートは、事業活動における食品ロスの発生状況、食品ロス削減に向けた意見などを基に、計画策定の参考とするための基礎データを得ることを目的とする。

(2) 調査対象

経済センサス活動調査の事業所名簿を基に、業種別、従業者規模別に宮城県内の事業所を層別し、4,000事業所を抽出した。

- ① 従業者数30人以上の事業所：全数抽出（1176事業所）
- ② 従業者数10人以上30人未満の事業所：66.3%無作為抽出（2824事業所）

(3) 調査期間

令和3年10月4日（月）～10月20日（水）

(4) 調査方法

郵送による配付・回収

(5) 回収結果

発送数（※1）	配付数（※2）	有効回収数（※3）	有効回収率
4,000	3,763	1,085	27.1%

※1 発送数とは、発送した数

※2 配付数とは、発送数から宛所不明で返送された分を除いた数

※3 有効回収数とは、回収数から白票の無効票を除いた数

<業種別>

業種別	発送数	配付数	有効回収数	有効回収率
食品製造業	457	443	266	58.2%
飲料製造業	24	24	19	79.2%
飲食品卸売業	331	324	79	23.9%
百貨店、総合スーパー	269	256	55	20.4%
飲食品小売業	1037	992	291	28.1%
宿泊業	248	243	79	31.9%
飲食店	1404	1264	260	18.5%
持ち帰り・配達飲食サービス業	210	198	23	11.0%
結婚式場業	20	19	2	10.0%
無回答	—	—	11	—
合計	4000	3763	1085	27.1%

(6) その他

- ・図中の「n」とは、回答者総数又は該当者質問での該当者数のことである。
- ・結果の数値は、小数点第2位を四捨五入しているため、単一回答であっても100%にならない場合がある。

2. 調査結果

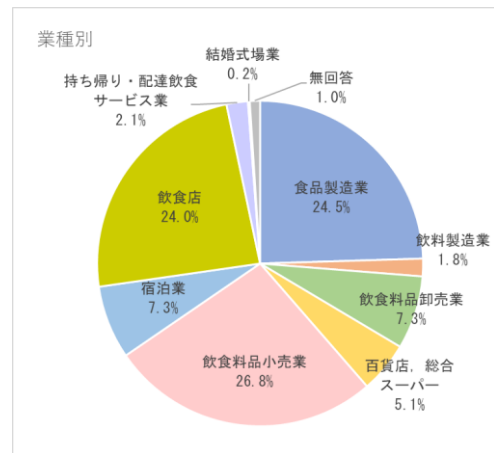
貴事業所についてお伺いします。

業種をお答えください。あてはまるもの1つに○を付けてください。

※貴事業所の事業が1～9に示す業種の複数にまたがる場合は、主な業種1つに○を付けてください。

業種別では、飲食料品小売業が26.8%で最も高く、次いで食品製造業が24.5%、飲食店が24.0%、飲食料品卸売業及び宿泊業が7.3%、百貨店、総合スーパーが5.1%、持ち帰り・配達飲食サービス業が2.1%、飲料製造業が1.8%、結婚式場業が0.2%であった。

業種別	回答者数	割合
食品製造業	266	24.5%
飲料製造業	19	1.8%
飲食料品卸売業	79	7.3%
百貨店、総合スーパー	55	5.1%
飲食料品小売業	291	26.8%
宿泊業	79	7.3%
飲食店	260	24.0%
持ち帰り・配達飲食サービス業	23	2.1%
結婚式場業	2	0.2%
無回答	11	1.0%
合計	1085	100.0%



<問 1> 食品ロス問題の認知度

全ての方（全業種）にお伺いします。

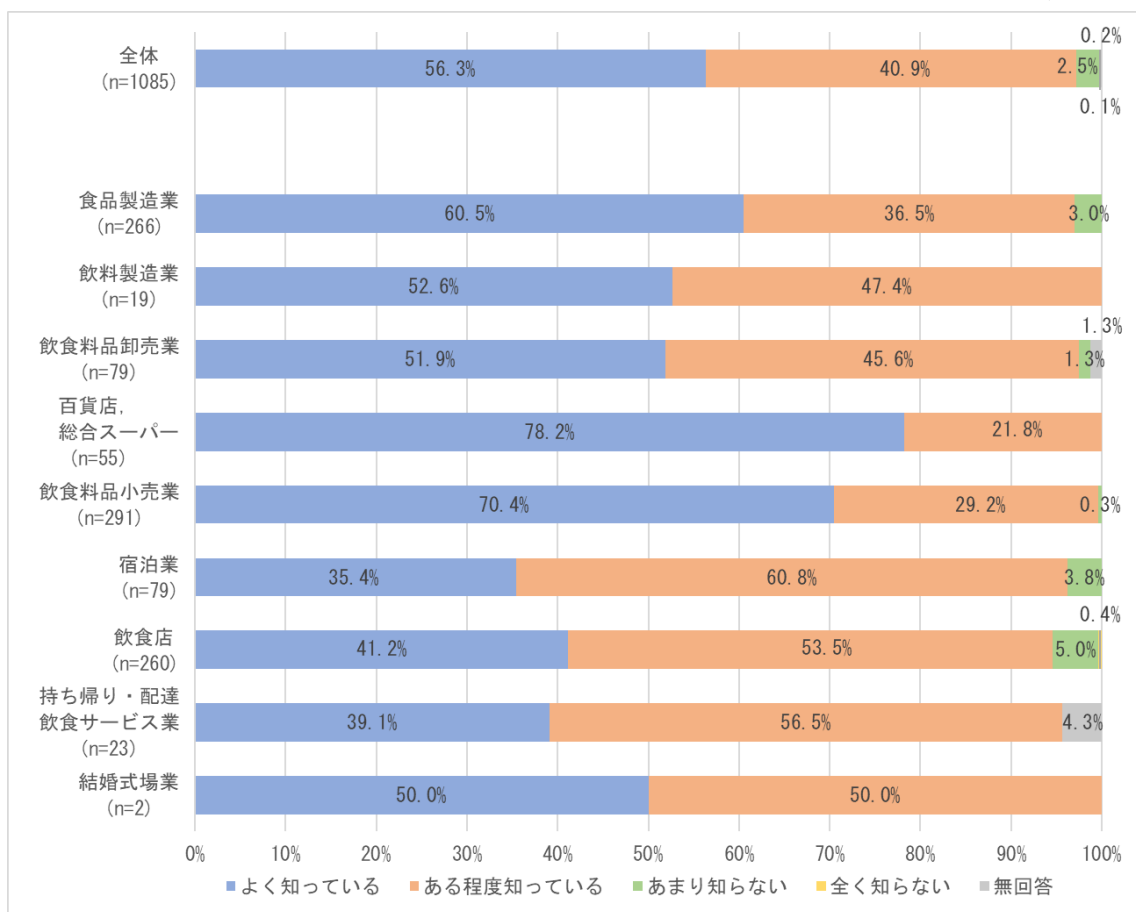
あなたは、「食品ロス」が問題となっていることを知っていますか。

あてはまるもの1つに○を付けてください。

・「知っている」と回答した人が97.2%（「よく知っている」56.3%+「ある程度知っている」40.9%）であった。一方で、「知らない」と回答した人が2.6%（「あまり知らない」2.5%+「全く知らない」0.1%）であった。

・業種別では、「知っている」（「よく知っている」+「ある程度知っている」と回答した人がすべての業種において9割以上であった。

※無回答は除く



＜問 2＞ 食品ロス発生の有無に関する意識

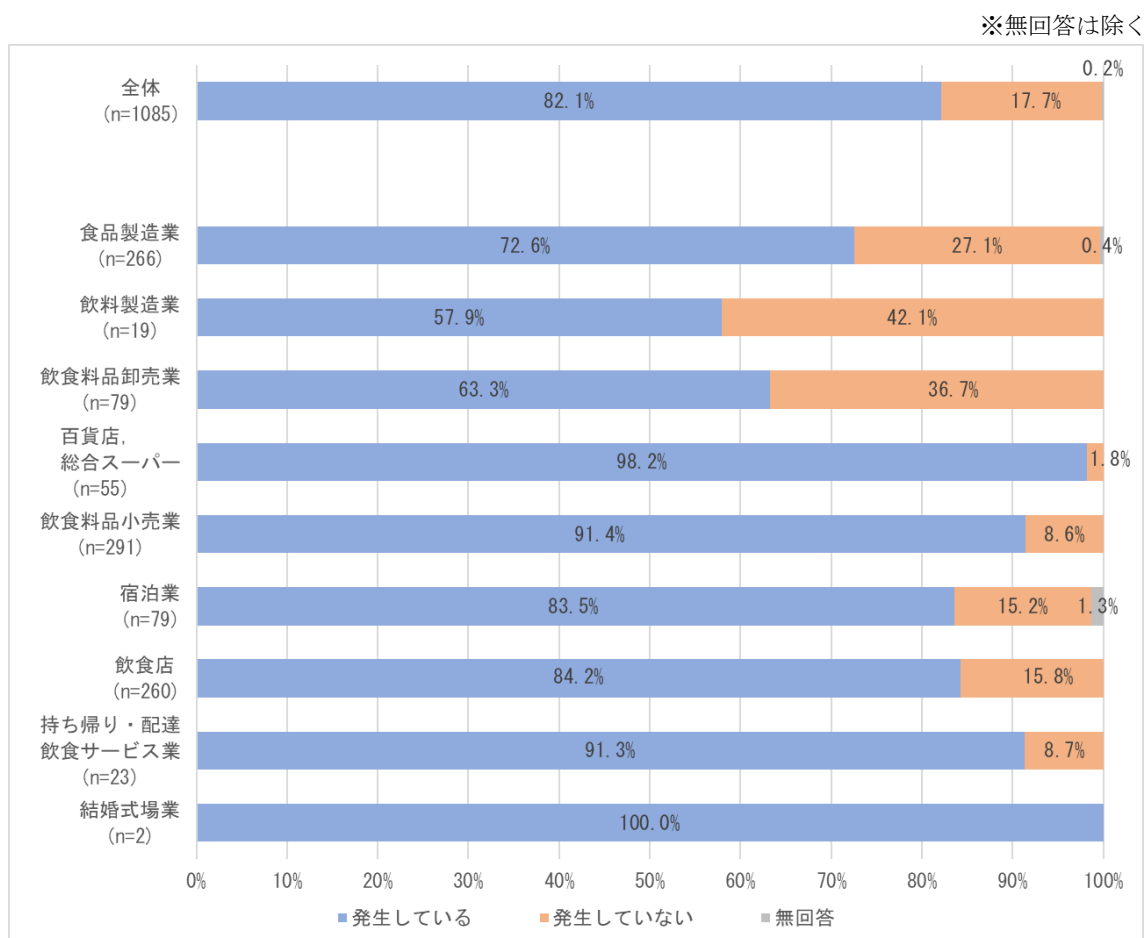
全ての方（全業種）にお伺いします。

貴事業所では食品ロスが発生していますか。

あてはまるもの1つに○を付けてください。

・「発生している」と回答した人が82.1%で、「発生していない」と回答した人は17.7%であった。

・業種別では、「発生している」と回答した人が食品製造業及び飲食料品卸売業では、6～7割で、飲食料品小売業、宿泊業、飲食店及び持ち帰り・配達飲食サービス業、結婚式場業では、8～10割であった。



<問3> 食品ロスの発生要因

問2で「1 発生している」と回答された事業所にお伺いします。

「食品ロス」が発生する主な場面・理由は何ですか。

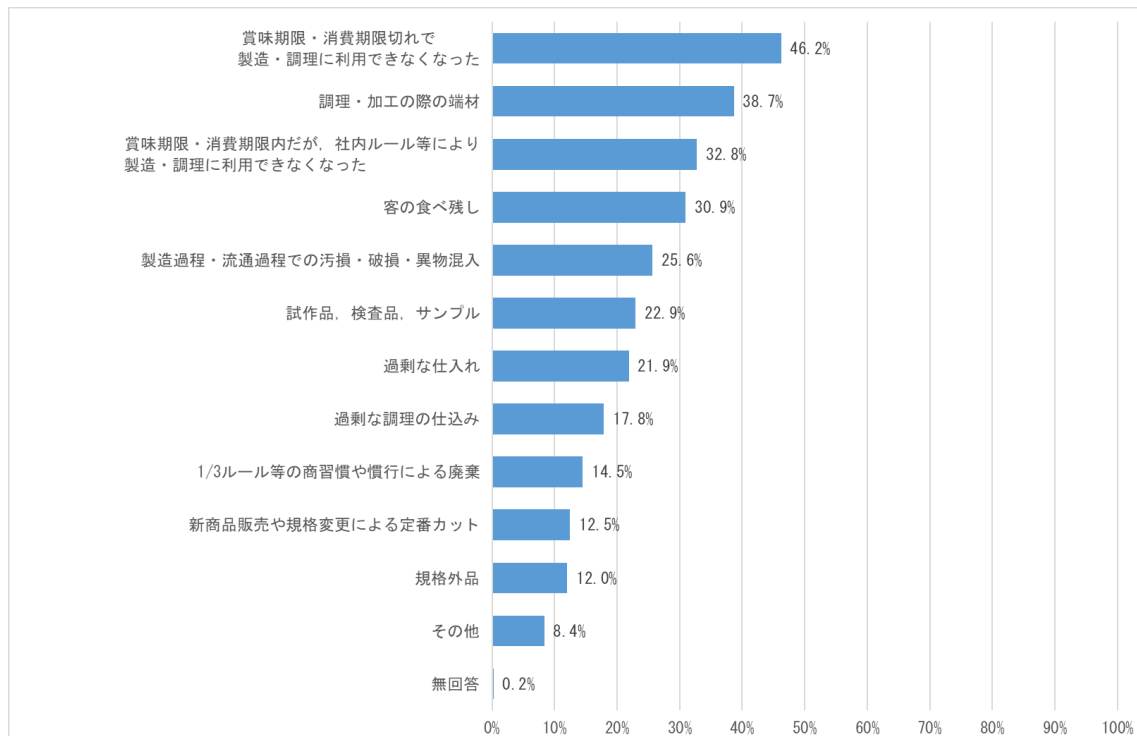
あてはまるもの全てに○を付けてください。

・「賞味期限・消費期限切れで製造・調理に利用できなくなった」と回答した人が46.2%で最も高く、次いで「調理・加工の際の端材」が38.7%、「賞味期限・消費期限内だが、社内ルール等により製造・調理に利用できなくなった」が32.8%、「客の食べ残し」が30.9%、「製造過程・流通過程での汚損・破損・異物混入」が25.6%、「試作品、検査品、サンプル」が22.9%、「過剰な仕入れ」が21.9%、「過剰な調理の仕込み」が17.8%、「1/3ルール等の商習慣や慣行による廃棄」が14.5%、「新商品販売や規格変更による定番カット」が12.5%、「規格外品」が12.0%であった。

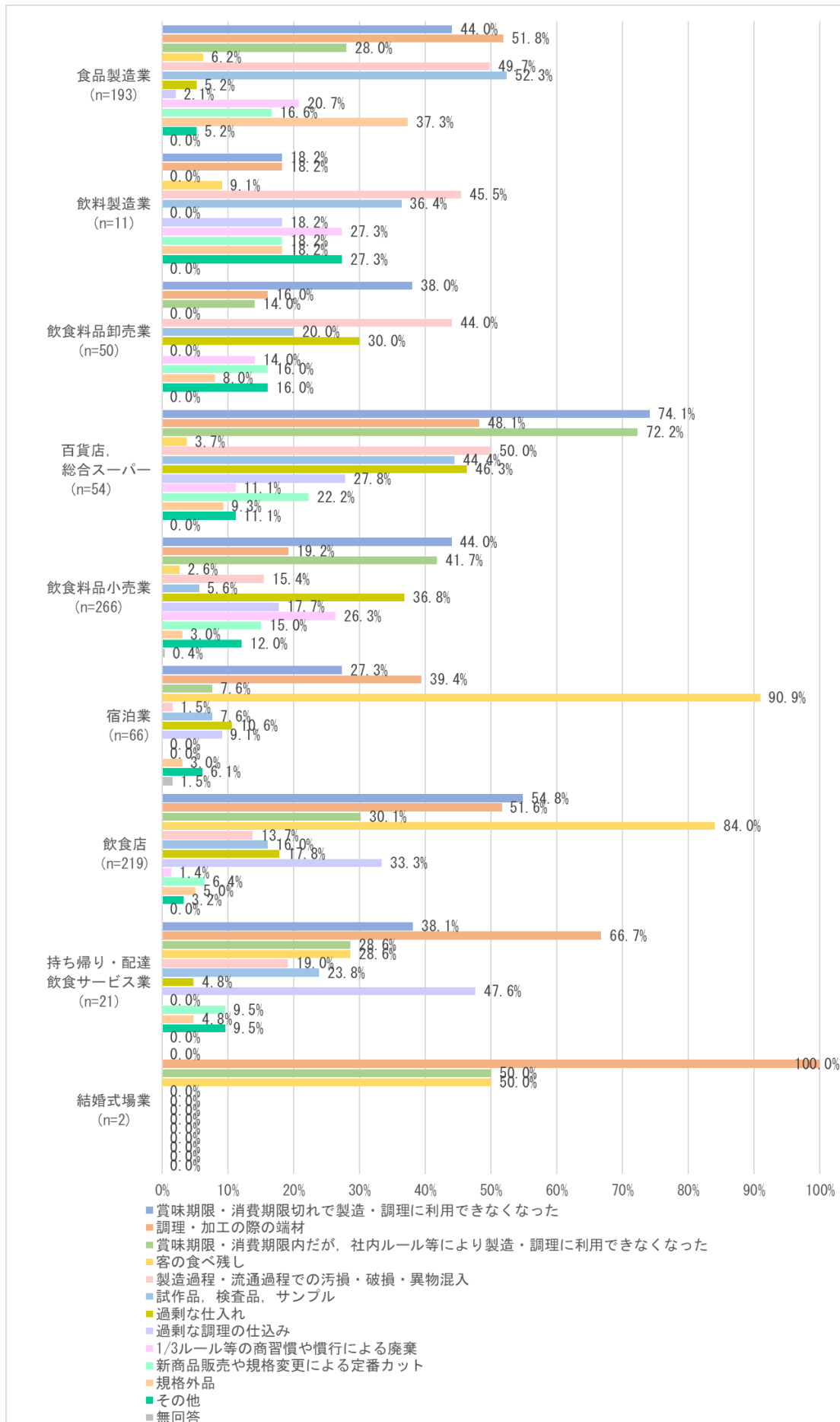
・業種別では、食品製造業で「調理・加工の際の端材」、「製造過程での汚損・破損・異物混入」、「試作品、検査品、サンプル」などが主な理由となっている。

また、食品小売業では「賞味期限・消費期限切れ」や「賞味期限・消費期限内だが、社内ルール等で利用できなくなった」などの要因が多い状況である。

外食産業では、「調理・加工の際の端材」や「客の食べ残し」などが食品ロスの主な要因となっている。



(n=891)



<その他>

(食料品製造業)

回答	件数
売れ残りによる廃棄処分	3
得意先からの返品	2
天候による販売予測のかい離	1
滞留在庫の発生	1
生産ロットの都合による廃棄	1
その他	2

(飲料製造業)

回答	件数
販売期限切れ	1
自社で定める出荷期限切れによる廃棄	1

(飲食料品卸売業)

回答	件数
1/3 ルール等納品期限の指定	3
得意先に出荷できなくなった商品	2
量販店からの返品	1
販売予測のかい離	1
賞味期限の短い特売品の残	1

(百貨店, 総合スーパー)

回答	件数
売れ残りによる廃棄	3
予想と客数のかい離	2
期限切れによる廃棄	1

(飲食料品小売業)

回答	件数
期限切れ商品の廃棄	24
天候等による売上げ減等	3
本部からの指示	2
お客様が奥から商品を取るため	1
その他	2

(宿泊業)

回答	件数
ビュッフェ等での残食	3
予約のキャンセルなど	1

(飲食店)

回答	件数
閉店在庫	2
調理ミス，調理後の社内ルールによる期限切れ	2
提供見込み違いによる残食	1
コロナによる休業のため	1
その他	1

(持ち帰り・配達飲食サービス業)

回答	件数
給食の食べ残し，残食	2

(業態不明)

回答	件数
入退院等による廃棄（病院食）	2
子供の好き嫌い・食べ残し	1

<問 4> 「廃棄物」・「食品廃棄物」・「食品ロス」 発生量の把握状況

全ての方（全業種）にお伺いします。

貴事業所では「廃棄物」「食品廃棄物」・「食品ロス」の発生量を把握していますか。

「廃棄物」「食品廃棄物」・「食品ロス」のそれぞれについて、

把握していない場合は「把握していない」欄に○を付けてください。

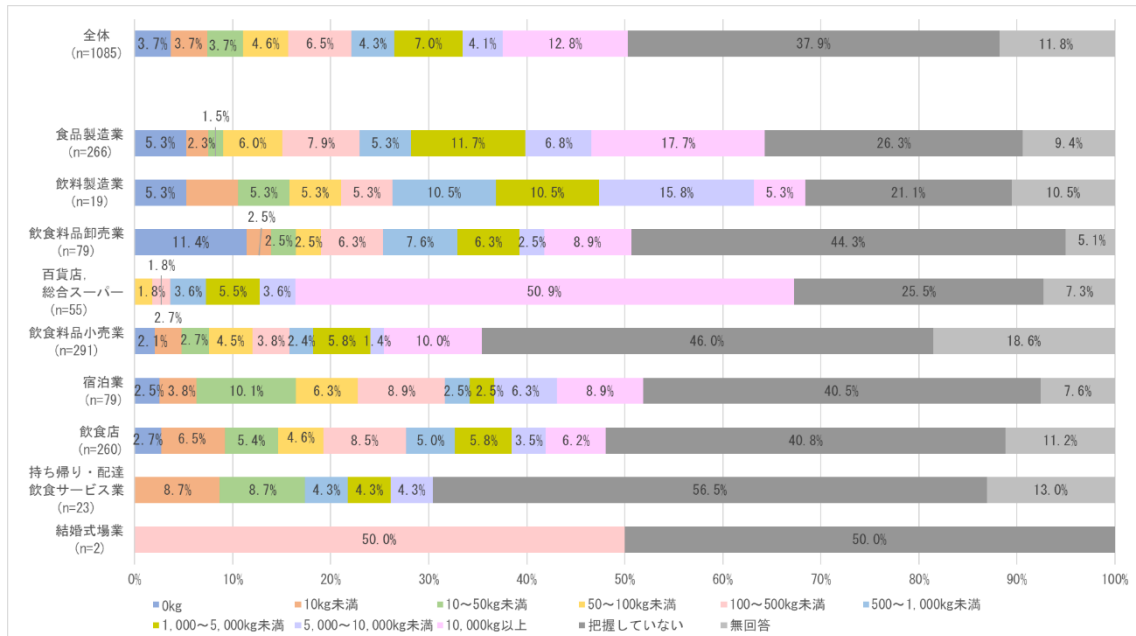
把握している場合は、おおよその年間発生量を、ア～ケから選択してください。

なお、発生していない場合は、「ア 0kg」を選択してください。

<廃棄物量>

- ・「把握していない」と回答した人が 37.9%で最も高く、「10,000kg 以上」が 12.8%、「5,000～10,000 kg未満」が 4.1%、「1,000～5,000 kg未満」が 7.0%、「500～1,000 kg未満」が 4.3%、「100～500 kg未満」が 6.5%、「50～100 kg未満」が 4.6%、「10～50 kg未満」が 3.7%及び「0 kg」が 3.7%であった。
- ・業種別では、「10,000kg 以上」と回答した人が百貨店、総合スーパーで約 5 割と最も高かった。一方で、「把握していない」と回答した人は持ち帰り・配達飲食サービス業で約 6 割と最も高かった。

※無回答は除く

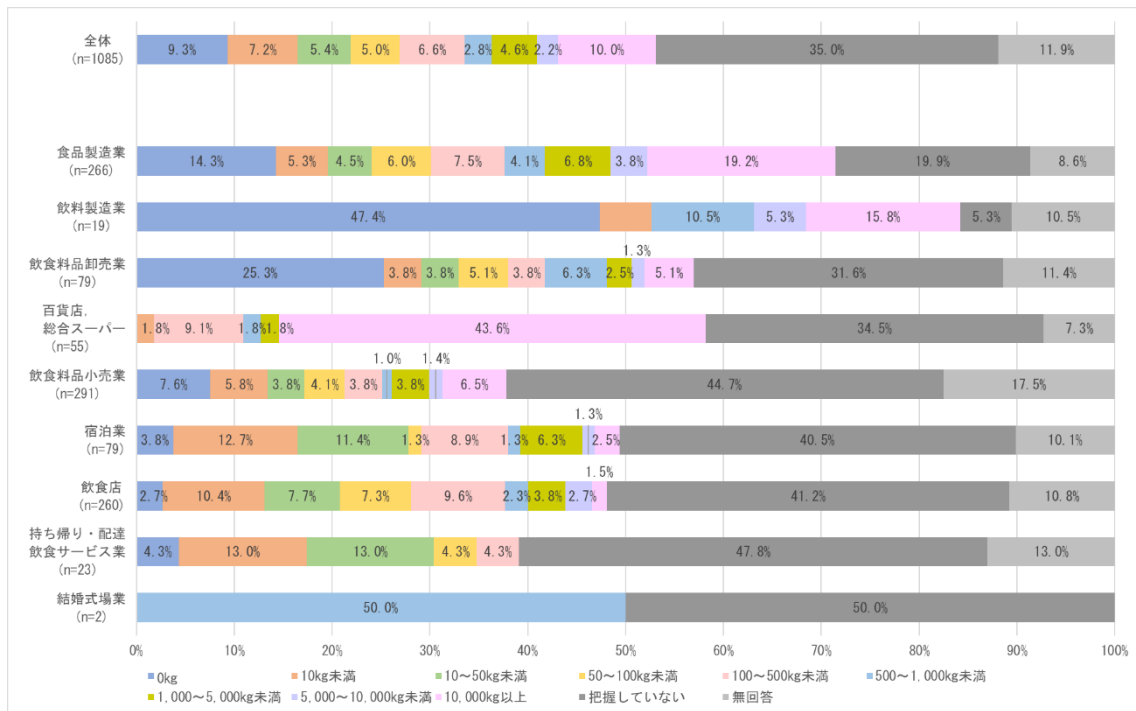


<食品廃棄物量>

・「把握していない」と回答した人が35.0%で最も高く、「10,000kg以上」が10.0%、「5,000～10,000kg未満」が2.2%、「1,000～5,000kg未満」が4.6%、「500～1,000kg未満」が2.8%、「100～500kg未満」が6.6%、「50～100kg未満」が5.0%、「10～50kg未満」が5.4%、「10kg未満」が7.2%及び「0kg」が9.3%であった。

・業種別では、「10,000kg以上」と回答した人は百貨店、総合スーパーで約4割と最も高かった。一方で、「把握していない」と回答した人は飲食料点小売業、宿泊業、飲食店及び持ち帰り・配達飲食サービス業では約4割であった。

※無回答は除く

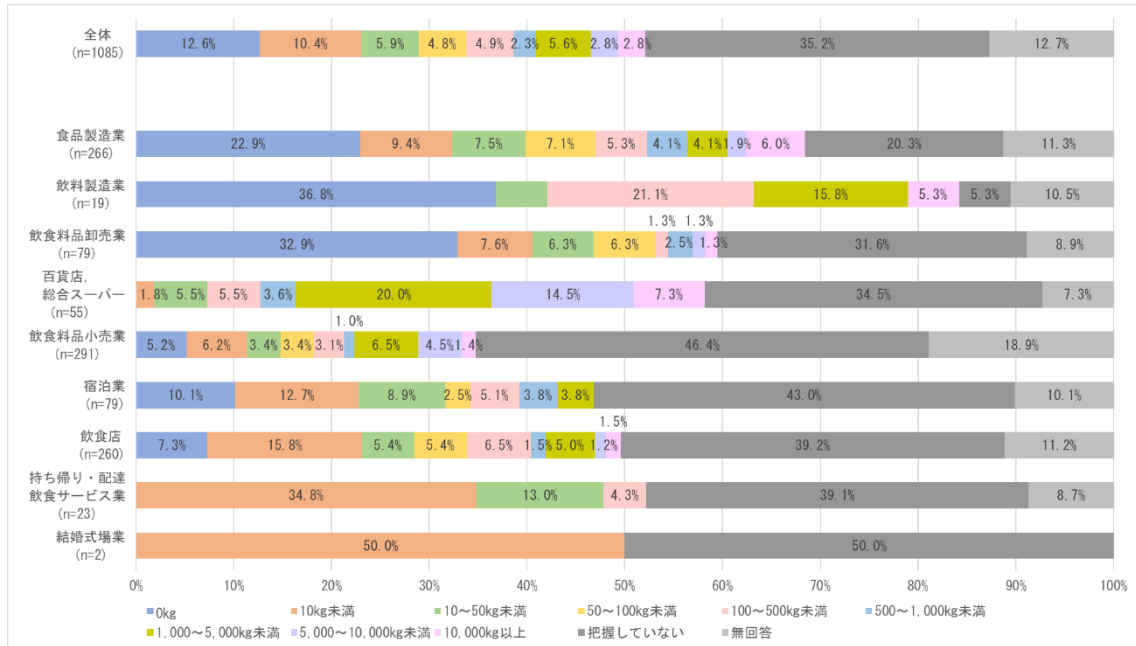


<食品ロス量>

・「把握していない」と回答した人が 35.2%で最も高く、「10,000kg 以上」が 2.8%、「5,000～10,000 kg未満」が 2.8%、「1,000～5,000 kg未満」が 5.6%、「500～1,000kg 未満」が 2.3%、「100～500kg 未満」が 4.9%、「50～100kg 未満」が 4.8%、「10～50kg 未満」が 5.9%、「10 kg未満」が 10.4%及び「0kg」が 12.6%であった。

・業種別では、「把握していない」と回答した人は飲食料品小売業、宿泊業、飲食店及び持ち帰り・配達飲食サービス業では約 4 割、食品製造業では約 2 割であった。

※無回答は除く



＜問 5＞ 外食産業における食べ残しを減らすための工夫

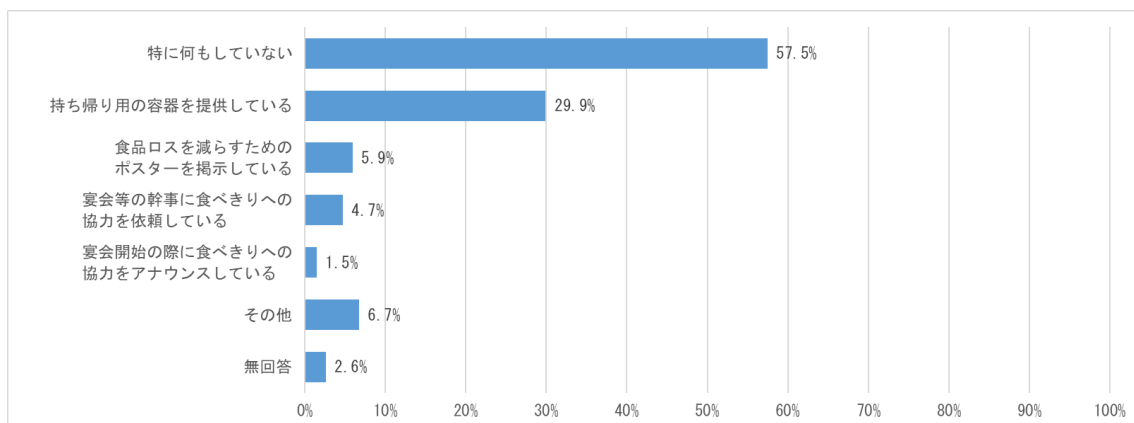
「飲食店」、「宿泊業」、「結婚式場業」の事業者の方にお伺いします。

貴事業所では「30・10 運動（さんまるいちまる運動）」など、顧客の食事の食べ残しを減らすための活動を実施していますか。

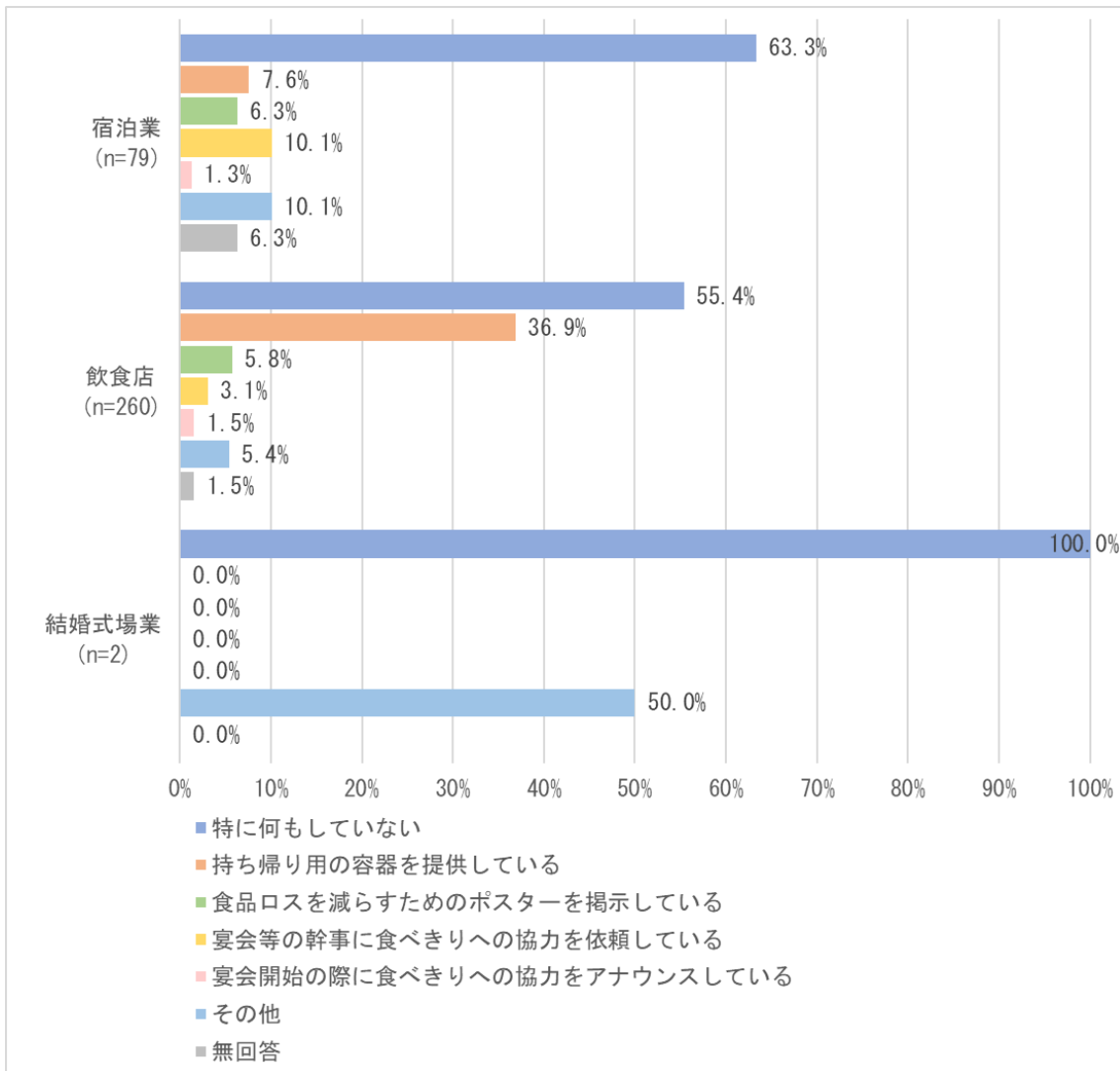
あてはまるもの全てに○を付けてください。

・「特に何もしていない」と回答した人が 57.5%で最も高く、次いで「持ち帰り用の容器を提供している」が 29.9%、「食品ロスを減らすためのポスターを掲示している」が 5.9%、「宴会等の幹事に食べきりへの協力を依頼している」が 4.7%、「宴会開始の際に食べきりへの協力をアナウンスしている」が 1.5%であった。

・業種別では、「持ち帰り用の容器を提供している」と回答した人が飲食店で 36.9%と最も高かった。



(n=341)



<その他>

(宿泊業)

回答	件数
宿泊人数や食べきれる量を確認して提供している	3
宴会はせず、個食のみとしている	2
食事の提供をしていない	2
その他	1

(飲食店)

回答	件数
食事の量をヒアリングして提供している	2
お客様に声がけをしている	2
売れ残った商品の値引き販売	1
食品ロス管理表の作成	1
食べきった際のデザートサービスの実施	1
その他	4

(結婚式場業)

回答	件数
宴会の際、受注時にお声掛けする	1

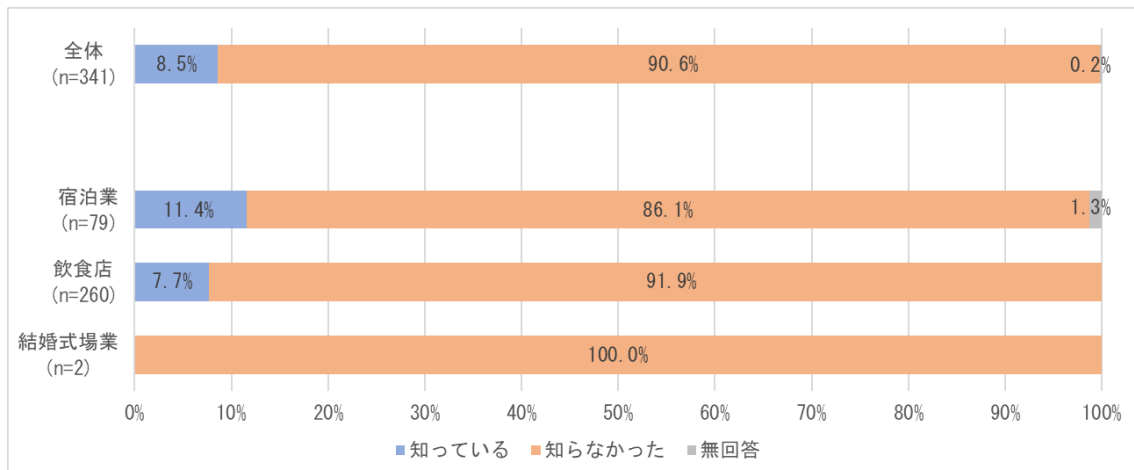
＜問 6＞「みやぎの食べきりモデル店舗認定事業」の認知度

「飲食店」、「宿泊業」、「結婚式場業」の事業者の方にお伺いします。

県では、食品ロスの削減に向け、平成 30 年 7 月から『みやぎの食べきりモデル店舗認定事業』を実施しています。

この事業について御存じですか。あてはまるもの 1 つに○を付けてください。

- ・「知らなかった」と回答した人が 90.6%で、「知っている」と回答した人は 8.5%であった。
- ・業種別では、「知らなかった」と回答した人がすべての業種において約 9 割以上であった。



＜問7＞「みやぎの食べきりモデル店舗認定事業」の参加意向

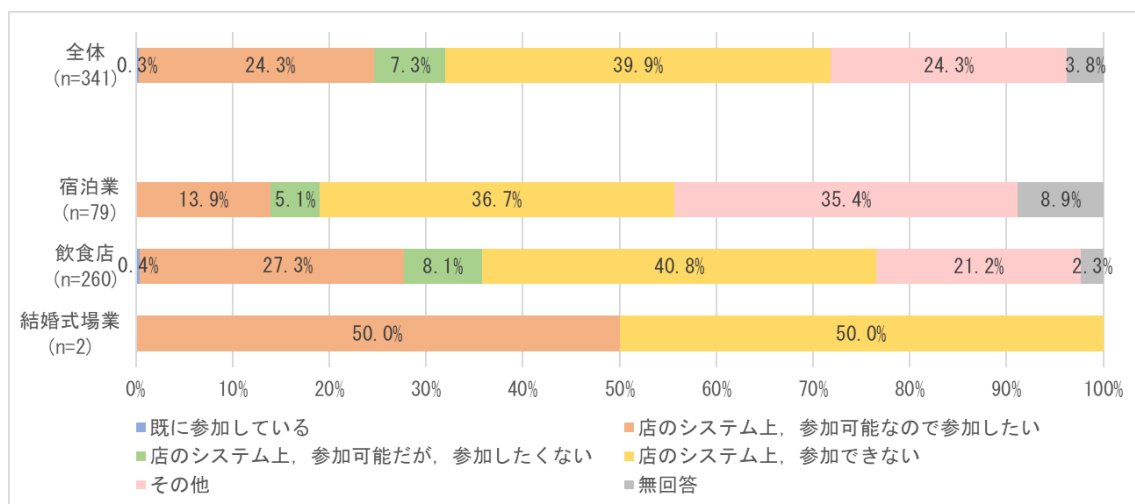
「飲食店」、「宿泊業」、「結婚式場業」の事業者の方にお伺いします。

『みやぎの食べきりモデル店舗認定事業』への参加意向を教えてください。

あてはまるもの1つに○を付けてください。

・「店のシステム上、参加できない」と回答した人が39.9%で最も高く、次いで「店のシステム上、参加可能なので参加したい」が24.3%、「店のシステム上、参加可能だが、参加したくない」が7.3%、「既に参加している」が0.3%であった。

・業種別では、飲食店で「店のシステム上、参加可能なので参加したい」と回答した人が約3割、「店のシステム上、参加できない」と回答した人が約4割であった。



<その他>

(宿泊業)

回答	件数
検討中	7
本社・本部の判断	4
具体的な内容を把握したい	4
業態やサービス状況と合わない	4
お客様の食べ残しはほとんどない	2
その他	6

(飲食店)

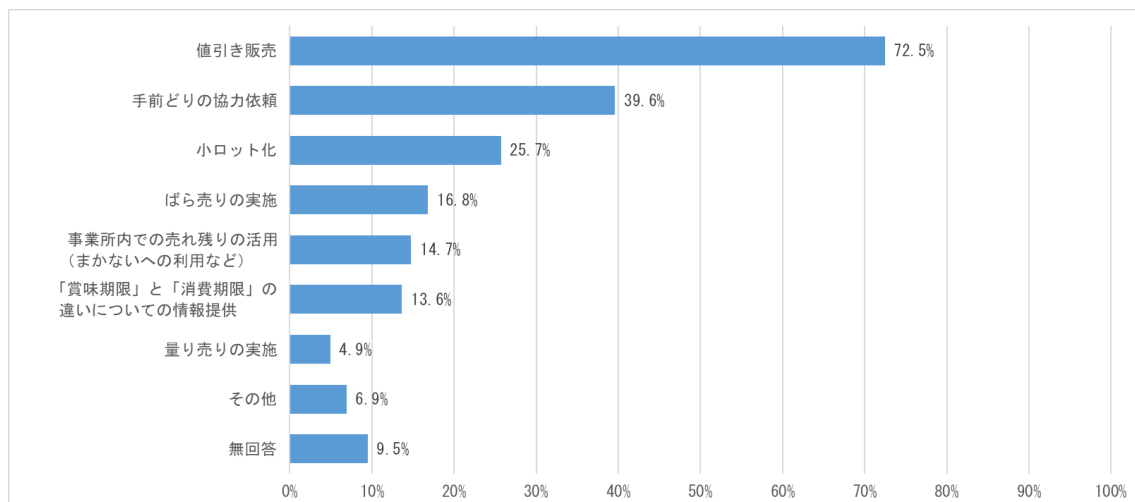
回答	件数
本社・本部の判断	20
業態やサービス状況と合わない	6
具体的な内容を把握したい	5
お客様の食べ残しはほとんどない	3
検討中	2
売上減少に繋がりがねない	1
その他	14

＜問 8＞ 食品小売業における売れ残りを減らすための工夫

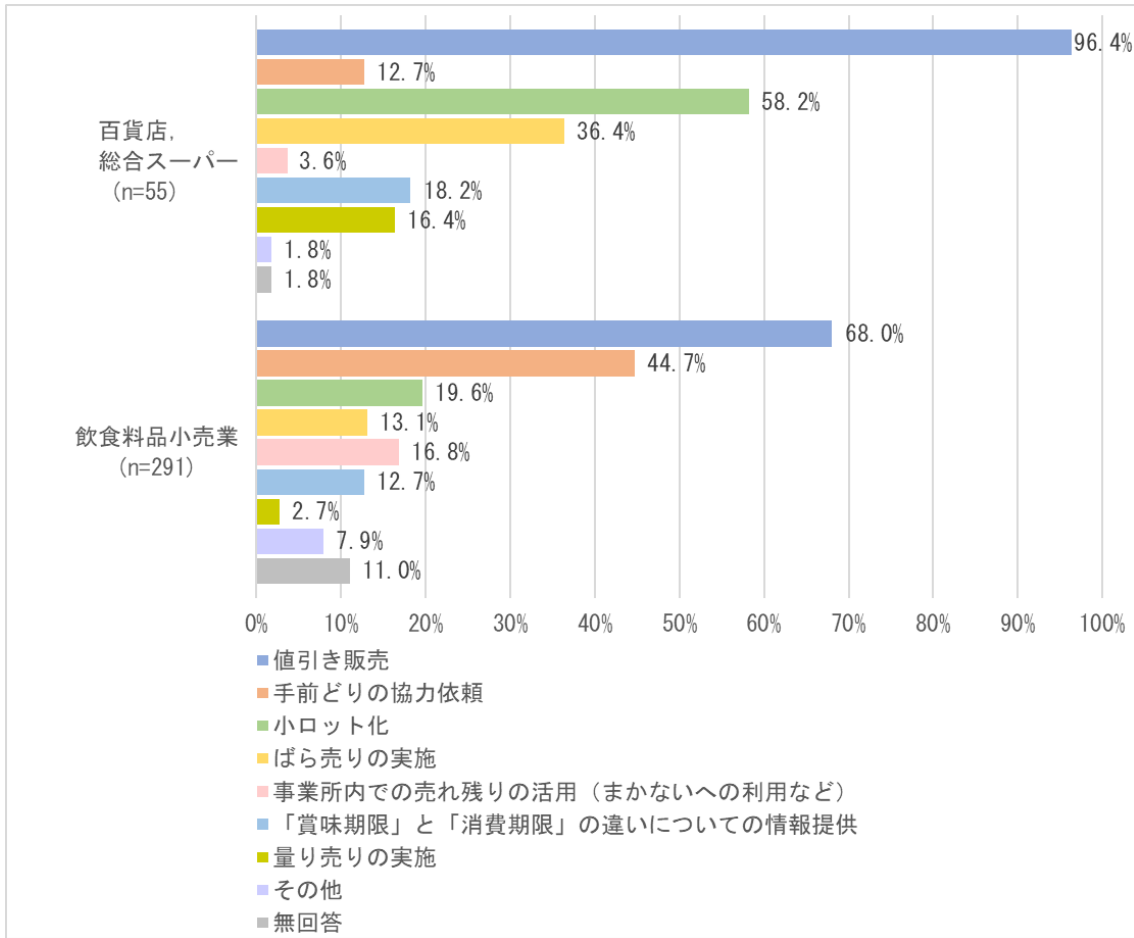
「百貨店、総合スーパー」、「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。
貴事業所は、売れ残りを減らすための工夫を行っていますか
あてはまるもの全てに○を付けてください。

・「値引き販売」が 72.5%で最も高く、次いで「手前どりの協力依頼」が 39.6%、「小ロット化」が 25.7%、「ばら売りの実施」が 16.8%、「事業所内での売れ残りの活用（まかないへの利用など）」が 14.7%、「『賞味期限』と『消費期限』の違いについての情報提供」が 13.6%、「量り売りの実施」が 4.9%であった。

・業種別では、「値引き販売」、「小ロット化」、「ばら売りの実施」、「『賞味期限』と『消費期限』の違いについての情報提供」及び「量り売りの実施」と回答した人が百貨店・総合スーパーでは高く、「手前どりの協力依頼」及び「事業所内での売れ残りの活用（まかないへの利用など）」と回答した人は飲食料品小売業で高かった。



(n=346)



<その他>

(百貨店, 総合スーパー)

回答	件数
日又は曜日によって販売量を増減している	1

(飲食料品小売業)

回答	件数
発注量及び発注数の調整	6
消費期限の近い品へのポイント加算	5
フードバンクへの寄付	1
その他	7

＜問 9＞商習慣「1/3 ルール」の見直しに関する取組

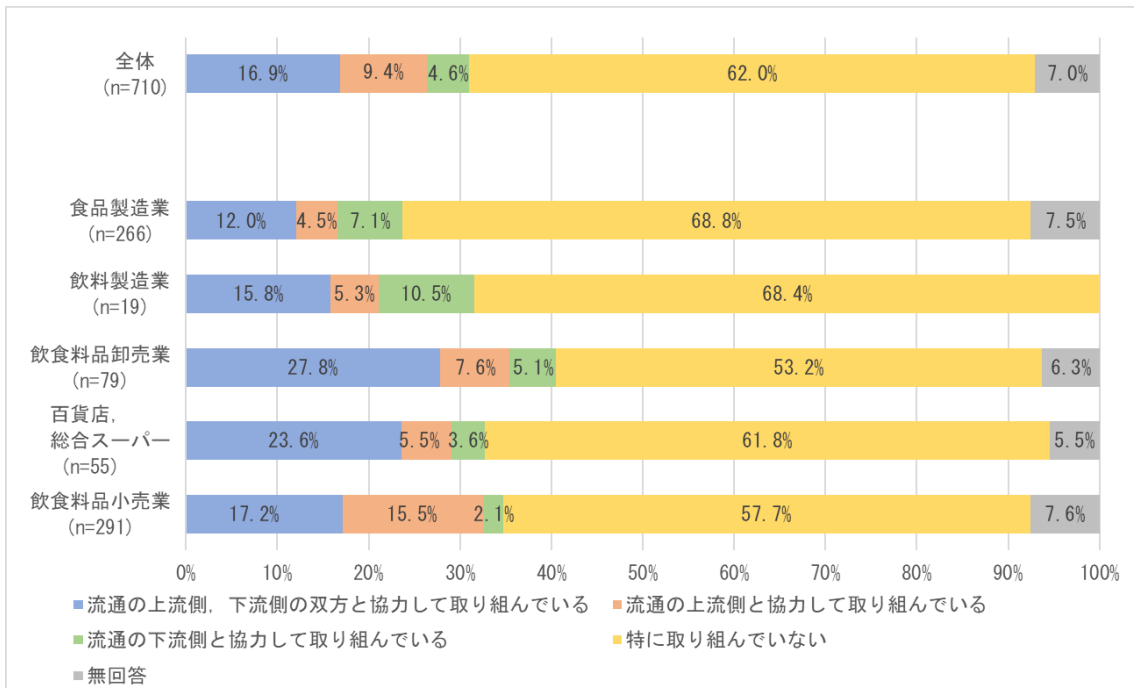
「食料品製造業」、「飲料製造業」、「飲食料品卸売業」、「百貨店、総合スーパー」、「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。

食品の製造業・卸売業・小売業において存在する商習慣「1/3 ルール」が食品ロス減らすうえで問題となっています。

貴事業所では「1/3 ルール」の改善・緩和に対し、取り組んでいることはありますか。あてはまるもの1つに○を付けてください。

・「特に取り組んでいない」と回答した人が 62.0%で最も高く、次いで「流通の上流側，下流側の双方と協力して取り組んでいる」が 16.9%，「流通の上流側と協力して取り組んでいる」が 9.4%，「流通の下流側と協力して取り組んでいる」が 4.6%であった。

・業種別では、「流通の上流側，下流側の双方と協力して取り組んでいる」と回答した人が飲食料品卸売業で 27.8%と最も高く、「流通の上流側と協力して取り組んでいる」と回答した人は飲食料品小売業で 15.5%と最も高かった。一方で、「特に取り組んでいない」と回答した人が食品製造業で 68.8%と最も高く、全業種で5割以上を占めていた。



<問 10>商習慣「1/3 ルール」の見直しに関する取組内容

問 9 において 1~3 を選択した方にお伺いします。

貴事業所における「1/3 ルール」の改善・緩和に対する取組内容を記入してください。

(食料品製造業)

回答	件数
1/2 ルールへの移行など商習慣の緩和策	10
賞味期限の近い商品の値引き販売	8
納入数量の調整	6
賞味期限の延長	5
小売店等への買い取り依頼	4
賞味期限の表示を年月日から年月に変更	3
製造ロットの少量化	3
在庫管理の徹底	2
廃棄は発生していない	2
福祉施設等への寄付	1
飼料等への再利用	1
社内販売の実施	1
その他	3

(飲料製造業)

回答	件数
賞味期限の延長	2
配送ルート計画・混載便による流通改善	1
その他	2

(飲食料品卸売業)

回答	件数
在庫管理の徹底	9
1/2 ルールへの移行など商習慣の緩和策	5
賞味期限の近い商品の値引き販売	3
その他	3

(百貨店, 総合スーパー)

回答	件数
賞味期限の近い商品の値引き販売	3
発注量の見直し	3
1/2 ルールへの移行など商習慣の緩和策	1
その他	3

(飲食料品小売業)

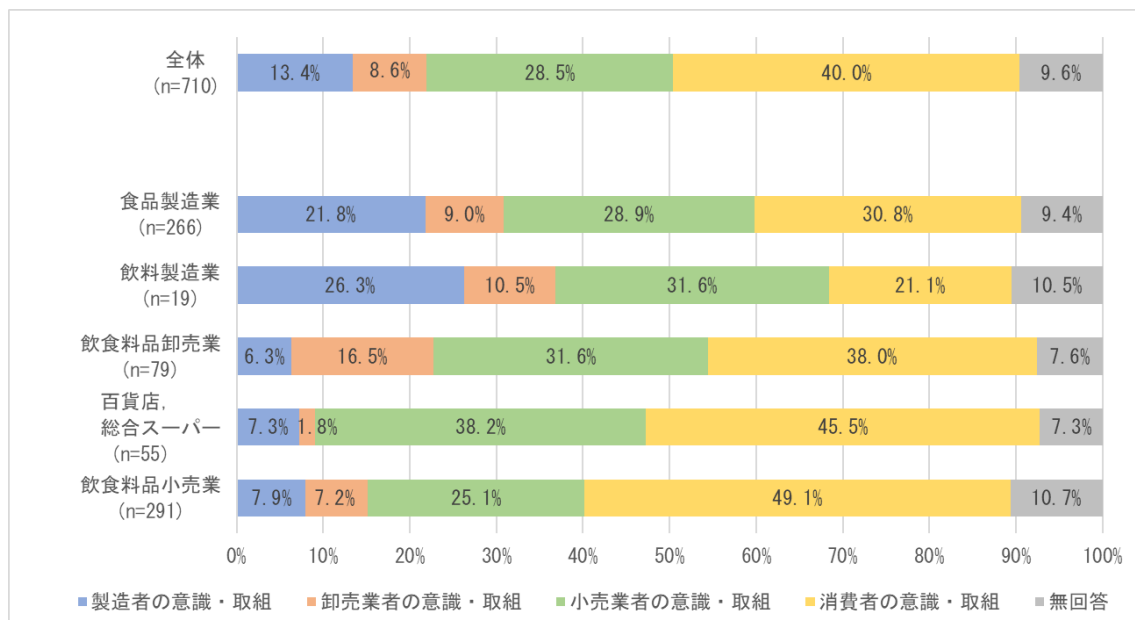
回答	件数
納品, 販売期限の延長・緩和	25
賞味期限の近い商品の値引き販売	14
適正な仕入れ・製造量	6
賞味期限の長い商品の開発	5
1/2 ルールへの移行など商習慣の緩和策	4
手前どりの POP で協力依頼	2
賞味期限の近い商品のポイント付与	2
食品を加工して販売 (リメイク)	2
製造から販売までの輸送時間の短縮	1
フードバンク活動の実施	1
その他	6

<問 11>商習慣「1/3ルール」の見直しに関する最も重要な事項

「食料品製造業」、「飲料製造業」、「飲食料品卸売業」、「百貨店、総合スーパー」、「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。

貴事業所では「1/3ルール」の改善・緩和に対し、最も重要と考える事項は何ですか。あてはまるもの1つに○を付けてください。

- ・「消費者の意識・取組」と回答した人が40.0%で最も高く、次いで「小売業者の意識・取組」が28.5%、「製造者の意識・取組」が13.4%、「卸売業者の意識・取組」が8.6%であった。
- ・業種別では、「製造者の意識・取組」と回答した人が食品製造業及び飲料製造業で高く、「小売業者の意識・取組」と回答した人は百貨店、総合スーパーで38.2%と最も高かった。また、「消費者の意識・取組」と回答した人は飲食料品小売業で49.1%と最も高かった。



＜問 12＞商習慣「1/3 ルール」により廃棄した食品ロスの割合

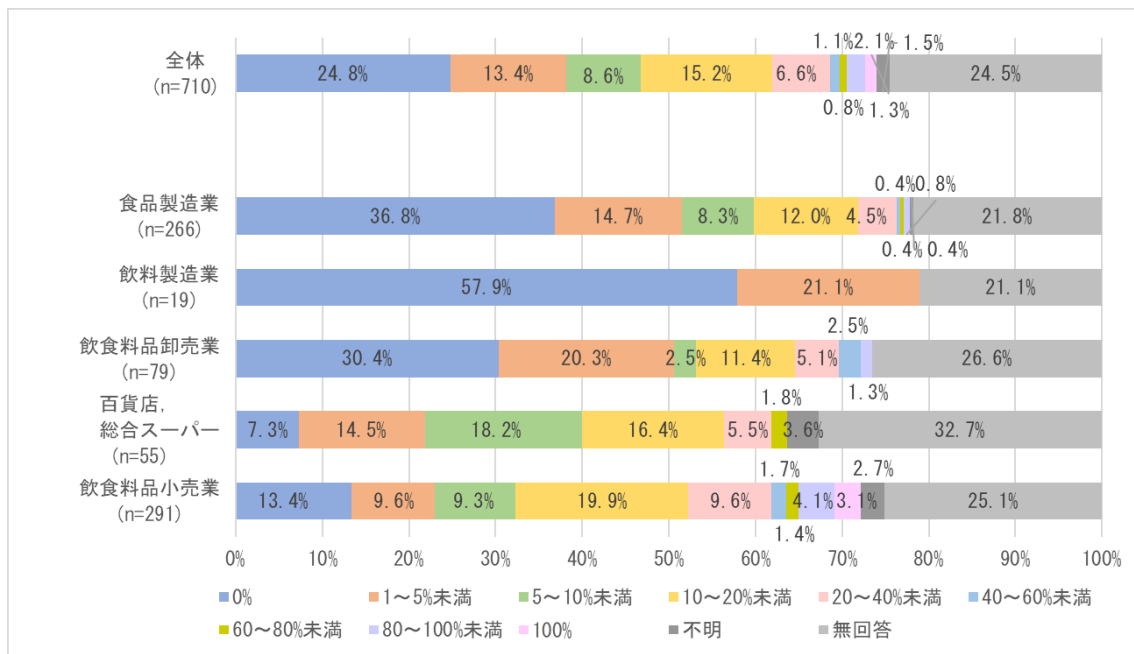
「食料品製造業」、「飲料製造業」、「飲食料品卸売業」、「百貨店、総合スーパー」、
「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。

貴事業所では「1/3 ルール」によって廃棄せざるを得なかった食品ロスは、
貴事業所の食品ロスのうち、どの程度ありますか。

概ねのパーセンテージについて記入してください。

・「0%」と回答した人が 24.8%で最も高く、「100%」が 1.3%、「80～100%未満」が 2.1%、「60～80%未満」が 0.8%、「40～60%未満」が 1.1%、「20～40%未満」が 6.6%、「10～20%未満」が 15.2%、「5～10%未満」が 8.6%、「1～5%未満」が 13.4%、「不明」が 1.5%であった。

・業種別では、「0%」と回答した人が飲料製造業で 57.9%と最も高かった。



<問 13> 「フードドライブ」や「フードバンク」などの取組

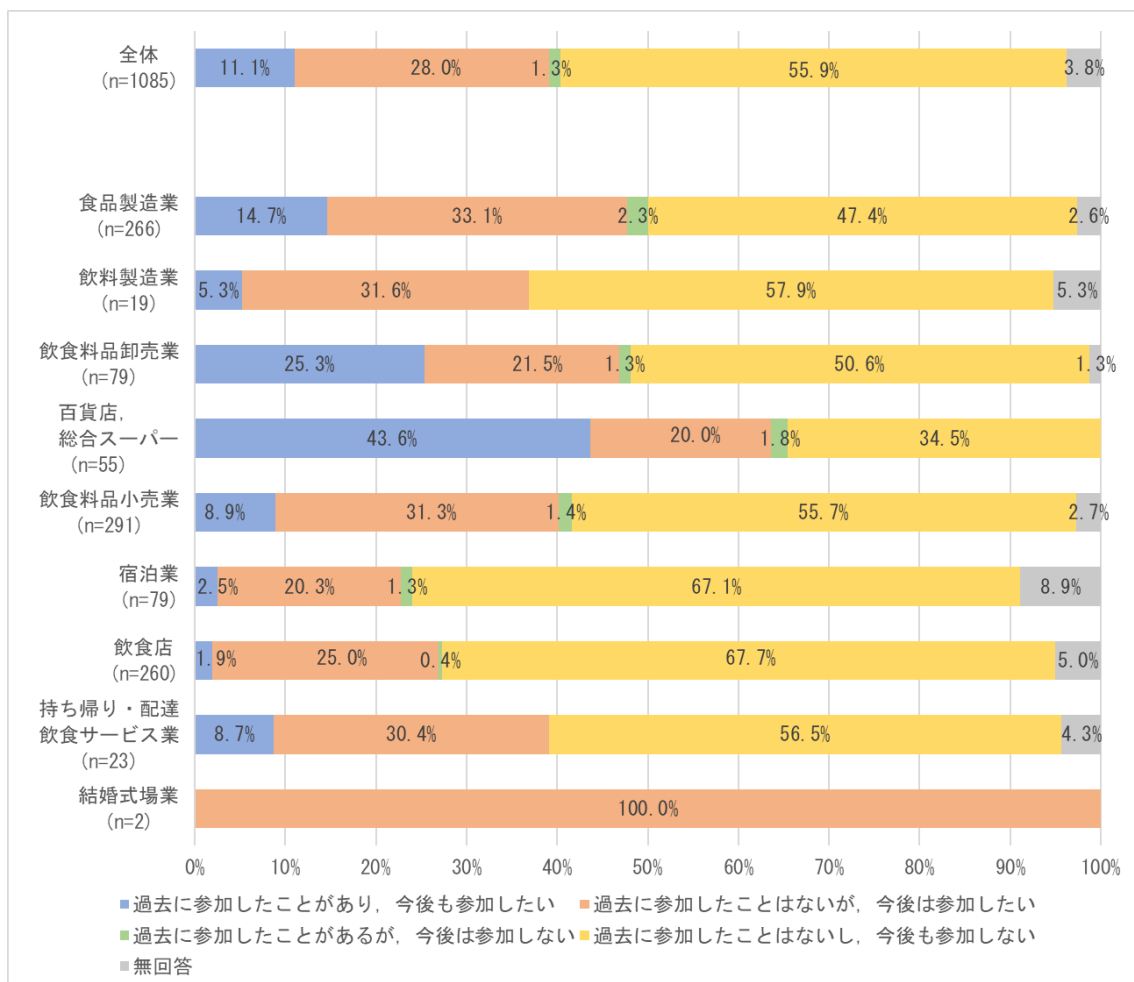
全ての方（全業種）にお伺いします。

貴事業所は、「フードドライブ」や「フードバンク」などにより、食品を寄付したことがありますか。あてはまるもの1つに○を付けてください

・「過去に参加したことはないし、今後も参加しない」と回答した人が 55.9%で最も高く、次いで「過去に参加したことはないが、今後は参加したい」が 28.0%、「過去に参加したことがあります、今後は参加したい」が 11.1%、「過去に参加したことがあるが、今後は参加しない」が 1.3%であった。

・業種別では、「過去に参加したことがあります、今後は参加したい」と回答した人が百貨店、総合スーパーで 43.6%と最も高かった。また、「過去に参加したことはないし、今後も参加しない」と回答した人は宿泊業及び飲食店で高かった。

※無回答は除く



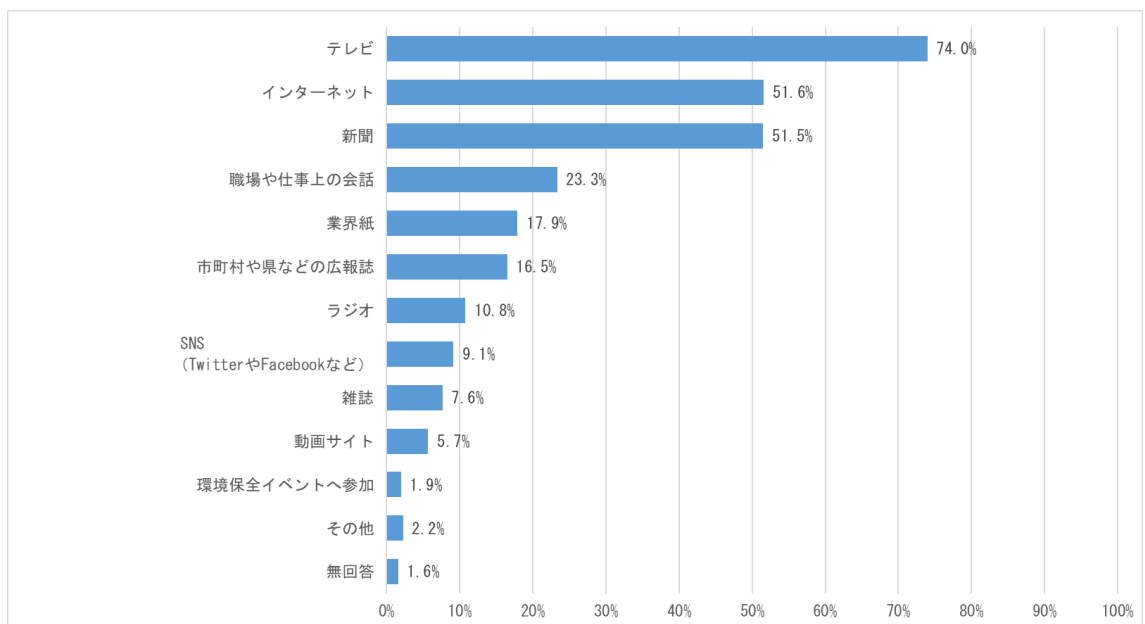
＜問 14＞食品ロス問題など環境に関する情報の入手先

全ての方（全業種）にお伺いします。

あなたは食品ロス問題など環境に関する情報を何から入手していますか。

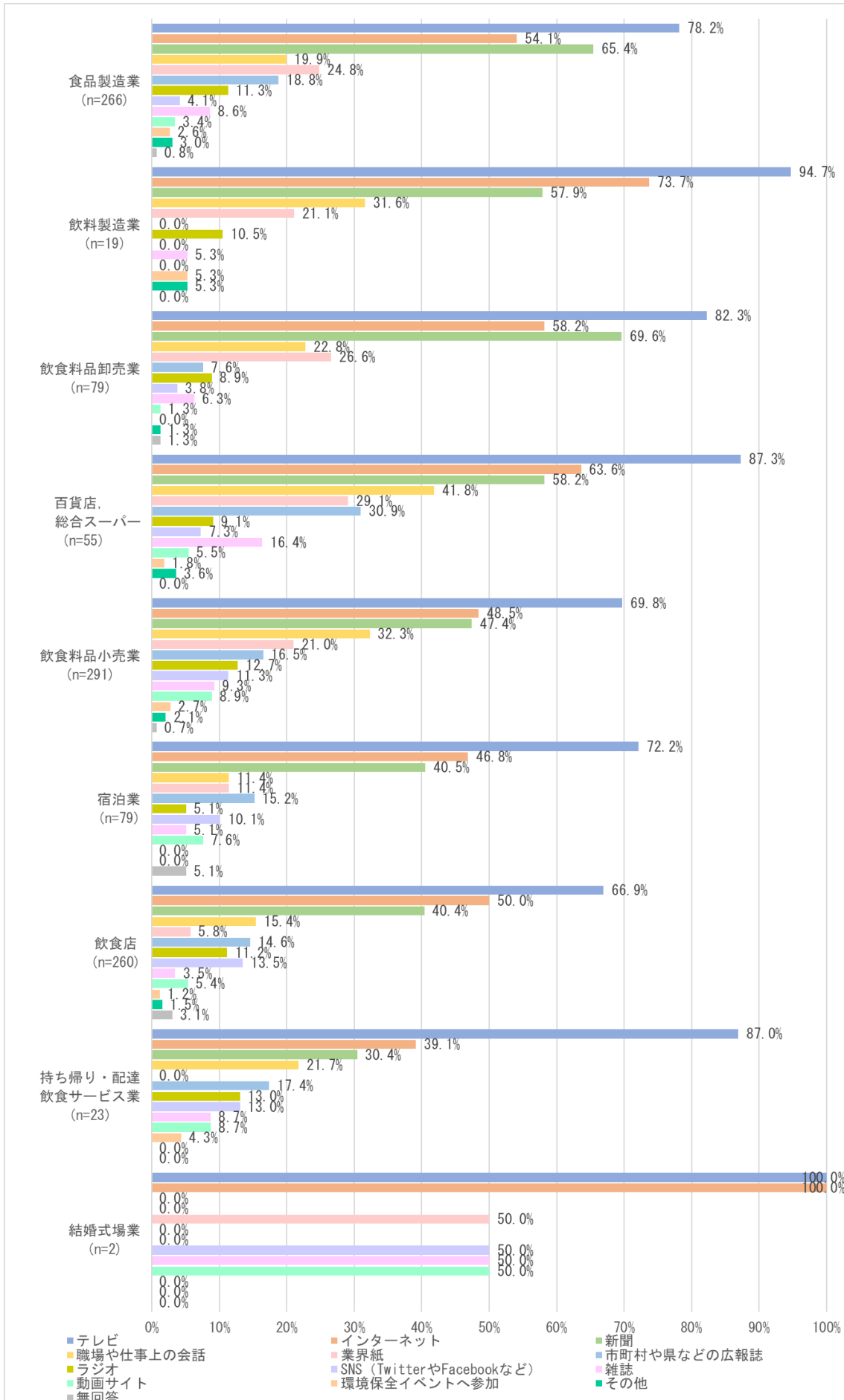
あてはまるもの全てに○を付けてください。

・「テレビ」と回答した人が 74.0%でも最も高く、次いで「インターネット」が 51.6%、「新聞」が 51.5%、「職場や仕事上の会話」が 23.3%、「業界紙」が 17.9%、「市町村や県などの広報誌」が 16.5%、「ラジオ」が 10.8%、「SNS (Twitter や Facebook など)」が 9.1%、「雑誌」が 7.6%、「動画サイト」が 5.7%、「環境保全イベントへ参加」が 1.9%であった。



(n=1085)

※無回答は除く



<その他>

(食料品製造業)

回答	件数
社内連絡文書, 社内の取組み等	4
取引先	1
官公庁	1
入手していない	1

(飲料製造業)

回答	件数
官公庁等や各種団体	1

(飲食料品卸売業)

回答	件数
加盟団体からの情報	1

(百貨店, 総合スーパー)

回答	件数
社内報等内部資料	2

(飲食料品小売業)

回答	件数
会社・本部	5
業界団体	1

(飲食店)

回答	件数
会社・本部	1
本アンケート	1
入手していない等, その他	2

(業態不明)

意見	件数
本アンケート	1

＜問 15＞食品ロスを減らすための取組に対する意見

全ての方（全業種）にお伺いします。

「食品ロス」を減らすため、一人ひとりや事業者が取り組まなければならないことについて、ご意見がありましたら記入してください。

（食品製造業）

意見
1. 意識改革について（25 件） ・食品を無駄にしないよう、一人ひとりの意識改革が必要である。（15 件） ・消費者の意識・取組が事業者に影響を与えるため、消費者の意識改革が必要である。（6 件） ・社会貢献への意識付け、製造工程の歩留まり改善等、事業者の意識改革が必要である。（4 件）
2. 賞味期限について（20 件） ・賞味期限と消費期限の違いを理解することが重要である。（9 件） ・賞味、消費期限を延長すべきである。（4 件） ・賞味期限を撤廃し、食べられるかどうかは消費者が判断できるようになれば良い。（3 件） ・消費期限等が短い商品は、限定販売とする。（1 件） ・スーパーで賞味期限切れが近い商品をワゴン販売しているが、同じ品質の商品であり、別のものに見えるような販売方法は改めるべきである。（1 件） ・賞味期限の表示方法を日にち表示ではなく月表示に変更し、消費者にも慣れていただきたい。（1 件） ・賞味期限と在庫を確認し、仕入れ材料は期限内に使いきることが重要である。（1 件）
3. 適正な仕入れ・在庫管理について（13 件） ・適正な仕入れ、購入を心掛ける。（5 件） ・計画的な販売見込みにより、適量生産を心掛ける。（5 件） ・製造から保管、出荷までの管理を徹底する。（2 件） ・適正な在庫管理のための情報収集に努める。（1 件）
4. 1/3 ルールの改善について（12 件） ・1/3 ルールの改善を推進すべきである。（10 件） ・1/3 ルールへの緩和、改善を進めているが、賞味期間があと 3 ヶ月、4 ヶ月あるものを安く販売するのは本来おかしいと考える。（1 件） ・1/2 ルールを推奨している事業者を公にすることで、取組みがより進むと思う。（1 件）
5. 行政への要望について（9 件） ・行政からの広報活動・食育に力を入れてほしい。（6 件）

<ul style="list-style-type: none"> ・法律の規制緩和をしてほしい。(2件) ・行政、販売者、製造者が一丸となり取組む事が大切である。(1件)
<p>6. 需要と供給のバランスについて (5件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・需要と供給のバランスを見極め、製造を行う。(3件) ・製造業は、確定生産(事前注文)がロスを大幅に削減出来ると思われる。(2件)
<p>7. フードバンク等の再利用について (3件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・納品期限切れの商品は、フードバンク等への寄付を検討すべきである。(1件) ・フードバンク等に取り組むことにより、メリットを受けられるシステムを開発してほしい。(1件) ・賞味期限が短い商品でも寄付等ができるような環境を整備してもらいたい。(1件)
<p>8. その他 (9件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・有機物のリサイクル・再利用。(1件) ・製造過程で発生したロスは、飼料として再利用している。(1件) ・通販や直売店で全て売り切っており食品ロスは発生していない。(1件) ・消費者への過剰サービスの改善。(1件) ・特売品をむやみに購入しない。(1件) ・コロナ後、納品側に依頼されてのお付き合い発注が増えた。(1件) ・食べ切れない量を頼んだり、SNS等に配信する等おもしろがって行っている事に対しての法整備が必要。(1件) ・食品サンプルの余りは社員が利用する等、極力食品ロスを出さないよう注意している。(1件) ・行動経済学的な考え方を導入した取組みなどがあってもよいのではないか。(1件)

(飲料製造業)

意見
<p>1. 賞味期限について (2件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・賞味、消費期限の表示を改め、食べられるかどうかは消費者が判断できる食育も重要である。(1件) ・賞味期限の意味を理解させるための取組みが第一である。(1件)
<p>2. 工程改善について (2件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・不良品を出さず、製造することが大切である。(1件) ・工程改善、製造ラインの安定稼働が重要である。(1件)
<p>3. その他 (2件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・一人ひとりの意識付けと地産地消、値下げではなく適正な取引で地方も豊かになることが必要である。(1件) ・大手流通、卸の慣習が改善されなければ食品ロスの削減は困難であり、法律等で強制しないと難しいと思う。(1件)

(飲食料品卸売業)

意見
1. 意識改革について (9 件) <ul style="list-style-type: none">・適量購入や適切保存, 外観や品質に対する消費者の意識改革が必要である。(4 件)・食品を無駄にせず, 地球環境の保全等, 一人ひとりの意識改革が必要である。(3 件)・消費者への情報伝達内容の見直しが必要である。(1 件)・大手企業が率先して取組むことが大切である。(1 件)
2. 賞味期限について (5 件) <ul style="list-style-type: none">・賞味, 消費期限を延長すべきである。(2 件)・賞味, 消費期限の見直しが必要である。(2 件)・必ず賞味期限内に販売する。(1 件)
3. 在庫管理について (4 件) <ul style="list-style-type: none">・適正な在庫管理を行う。(2 件)・商品終売による原材料の在庫調整を行いながら, 終売の決定を行えば, 原材料での食品ロスは少なくなるのではないかと思う。(1 件)・社内の在庫管理は, 自社ルールにて賞味期限管理を行っている。(1 件)
4. 1/3 ルールの改善について (2 件) <ul style="list-style-type: none">・大手スーパー等が率先して 1/3 ルールの緩和を進めるべきである。(1 件)・1/3 ルールにこだわらない柔軟な対応が必要である。(1 件)
5. その他 (5 件) <ul style="list-style-type: none">・食べ残しの量でお客様が料金を支払う制度。(1 件)・知事, 市長, 町長が自ら月 1 度清掃活動に取組み, 賛同する市民の輪を広げる。(1 件)・販売した食品が全てロスにならないような管理徹底が必要である。(1 件)・賞味 1~2 日しかない商品残はセンター作業員にて認識の上, 処分を積極的に行っている。(1 件)・業務用食品類の無償サンプルも料金を徴収する事で, 廃棄への抑制に繋がるのではないかと思う。(1 件)

(百貨店、総合スーパー)

意見
1. 適正な仕入れ・在庫管理について (9件) ・事業者は適量生産し、消費者も適量購入・手前どりを心掛ける。(4件) ・仕入量や販売量等のバランスが重要である。(3件) ・計画的な発注により、適量生産を心掛ける。(2件)
2. 意識改革について (4件) ・事業者、消費者双方の意識が低いため、情報を伝える取組みが必要である。(2件) ・手前どり等、小さい事から一人ひとりの意識改革が必要である。(1件) ・消費者の認識が変わらなければ、事業者の対策は結果的に一方通行になってしまう。(1件)
3. 賞味期限について (3件) ・賞味期限を延長すべきである。(1件) ・消費者が過度に賞味期限を心配する。(1件) ・事業者はより期限を長くできる技術、消費者は賞味期限の認識を改める必要がある。(1件)
4. 1/3 ルールの改善について (2件) ・1/3 ルールを緩和し、食べられる食品の廃棄を少なくしてほしい。(1件) ・1/3 ルールを改善し、賞味期限の認識を改めてほしい。(1件)
5. その他 (2件) ・早い段階での値下げを行う事で、廃棄を無くす。(1件) ・会社として取組み方針が定められない以上、行動できない事が難点である。(1件)

(飲食料品小売業)

意見
1. 意識改革について (28件) ・手前取りや賞味期限を正しく理解する等、消費者の意識改革が必要である。(16件) ・廃棄物を出さないための行動等、一人ひとりの意識改革が必要である。(5件) ・従業員一人一人の意識等、事業者の意識改革が必要である。(3件) ・事業者、消費者双方の意識改革が必要である。(1件) ・家庭、学校教育、地域が一丸となる必要がある。(1件) ・流通全体の仕組みの理解が必要である。(1件) ・期限、見た目等にこだわる事への罪悪感を、社会全体にうえつける。(1件)
2. 適正な仕入れについて (21件) ・適正な発注、仕入れを心掛ける。(12件) ・事業者は適正な仕入れ、消費者は適量購入・手前取り等を心掛ける。(5件) ・季節歳時や悪天候等による販売予測とのかい離を減らす。(2件)

<ul style="list-style-type: none"> ・事前予約で作りすぎ等を防止する。(1件) ・時間帯で製造調整を実施している。(1件)
<p>3. 適正な購入量について (16件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適量購入を心掛ける。(15件) ・計画的購入を心掛ける。(1件)
<p>4. 手前どりの取組みについて (13件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・陳列順に購入してほしい。(7件) ・手前どりを促すため、こまめなフェイスアップ等を行う。(1件) ・消費者心理を逆にとるような対策を考える。(1件) ・ポスター等で手前どり協力を勧めている。(1件) ・陳列順に商品を取らないのは、意識の問題である。(1件) ・商品を手前から取っても奥から取っても、販売店から見れば違いは少ない。(1件) ・手前どりの反対となるような行動を、マスメディアで放映しないでほしい。(1件)
<p>5. 行政への要望について (8件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・店舗数を増やしすぎないような法律を整備してほしい。(3件) ・食べられる物は廃棄できないような法律を整備してほしい。(1件) ・新しい商品を購入する意識を変える国主導の取組みが必要である。(1件) ・行政は食品ロスに対する意識啓発を、メディアを使いPRしてほしい。(1件) ・発注側が在庫を全て使い切るメニューの在り方をルール化してほしい。(1件) ・取組みよりも全員が知る事やそのための情報が少ないと思う。(1件)
<p>6. 値引き販売について (7件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・早めの値引き販売を行う。(2件) ・店舗側では値引き販売をしたいが、本部から禁止されている。(1件) ・惣菜は値引き販売をしている。(1件) ・値引き販売コーナーを設置したい。(1件) ・スーパーの特売を禁止する。(1件) ・値引き販売をしているが、毎日の事となると思うようにはいかない。(1件)
<p>7. 賞味期限について (7件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・賞味, 消費期限を延長すべきである。(2件) ・賞味可能期限を新たに設定し, 賞味可能期限内の商品は, フードバンク等への提供を義務付ける。(1件) ・賞味期限を撤廃し, 消費期限に統一すべきである。(1件) ・賞味期限ではなく, 製造期日を採用しても良いと思う。(1件) ・賞味期限と消費期限の違いを理解することが重要である。(1件) ・事業者として賞味期限が残っているものについては, 寄付等をしていきたい。(1件)
<p>8. その他 (14件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・値計販売の工夫。(1件)

<ul style="list-style-type: none"> ・フランチャイズの利益のあり方を根本的に見直さなければならない。(1件) ・本部メーカー側のしぼりを改善してほしい。(1件) ・経済活動と環境問題の合理性を追求する。(1件) ・一人ひとりの健康が維持できる最低量をAIで知る。(1件) ・TV番組等でシェフなどが判定する企画は今後やめるべきである。(1件) ・早くコロナが終息し、各家庭にお金の支援等をしてほしい。(1件) ・経済と消費のバランスが大切だと思う。(1件) ・販売期限を1時間でも長くする。(1件) ・フードバンクやフードドライブ等の取組みをより広げていく必要がある。(1件) ・本部からの仕入れの強制圧力を排除できれば、食品ロスを減らす事ができる。(1件) ・売上げを達成するために、食品ロス覚悟で商品を作ってしまう事があるが、会社も考えてほしい。(1件) ・食べ残しをしない。(1件) ・日付を分かりにくくする事が最も良い方法である。(1件)

(宿泊業)

意見
<p>1. 意識改革について (4件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品ロスは環境問題だけでなく、社会全体にも影響があるため、総合的に取組むべき重要な課題である。(2件) ・消費者に食品の大切さ、食事の重要性を伝えることが重要である。(1件) ・啓蒙活動が必要である。(1件)
<p>2. 適正な仕入れについて (3件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適正な仕入量、購入量を心掛ける。(3件)
<p>3. まかない食の取組みについて (2件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・端材等はまかないで消費している。(2件)
<p>4. その他 (9件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者とお客様から罰金を徴収する。(1件) ・法律をつくれれば良い。(1件) ・お客様になるべく食べていただける食材を提案し努力している。(1件) ・朝食と夕食はバイキングのため、自分の食べれる分のみ取り分けるようにしている。(1件) ・調理の家庭で出るロスと従業員の協力のもと減らしていきたい。(1件) ・料理を残さないよう、おいしい料理を提供する。(1件) ・分別の徹底から実施。(1件) ・まだはっきりと取組まなければとの意が出てきていない。(1件) ・料理をたくさん提供することはおもてなしであり、お腹一杯食べてほしい。(1件)

(飲食店)

意見
1. 適正な仕入れ・在庫管理について (23 件) <ul style="list-style-type: none">・適正な仕入れや仕込みを行う。(12 件)・仕入れ管理を徹底する。(4 件)・販売予測に伴う発注を心掛ける。(4 件)・適正な在庫量と在庫管理をする。(2 件)・事業者は適正な仕入れ、消費者は適量購入を心掛ける。(1 件)
2. 意識改革について (19 件) <ul style="list-style-type: none">・食品ロスへの関心を高め、一人ひとりの意識改革が必要である。(6 件)・食に関する意識、理解の向上等、消費者への意識改革が必要である。(5 件)・事業者、消費者双方が協力して取組む事が大切である。(2 件)・子供のときから教育すべきである。(2 件)・意識の統一は難しいため、小さなことから始める。(1 件)・食品ロスを発生させることがおかしいので、考え方を改めるべきである。(1 件)・地球環境への取組みを意識して、適量消費に努める。(1 件)・なるべく食品ロスが発生しないよう、従業員と共に考えている。(1 件)
3. 適正な注分量について (17 件) <ul style="list-style-type: none">・適量を注文し、食べ残しをなくす。(6 件)・消費者は適量な注文、事業者は適量な仕入れを心掛ける。(4 件)・1人前の適正量の把握や接客時に量の説明を行い、適量を注文頂けるようにする。(3 件)・接客中の声掛け等を工夫する。(1 件)・予約打合せ時には、献立案と希望を聞く事が必要である。(1 件)・宴会時は料理が残る事が多いため、料理提供方法に工夫が必要である。(1 件)・食品ロスを発生させないように完全予約制とし、予約分しか作らないようにした。(1 件)
4. 賞味期限について (5 件) <ul style="list-style-type: none">・賞味期限を撤廃し、消費期限に統一すべきである。(4 件)・賞味期限の正しい知識が大切である。(1 件)
5. 情報発信について (5 件) <ul style="list-style-type: none">・広告での告知や店内アナウンスでの訴求などを行っている。(2 件)・こまめな情報発信が必要である。(1 件)・情報を各職場で広げていければ良いと思う。(1 件)・行政などから情報発信をしてもらいたい。(1 件)
6. 持ち帰りについて (4 件) <ul style="list-style-type: none">・食べきれなかった分は、お持ち帰り頂く。(3 件)

<ul style="list-style-type: none"> ・お客様の要望によりお土産として、お持ち帰り頂く。(1件)
<p>7. その他 (14件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・家庭内の食品ロスが多いと思う。(1件) ・食べ残し客への罰金制度。(1件) ・コロナの影響で宴会がないため、食材がでない。(1件) ・国から義務としての強制力のある施策があれば良い。(1件) ・食品ロスに対してよく分からないため、今後少し考えてみたい。(1件) ・今後、何かできる事はないか等、考えながら生活していきたい。(1件) ・コロナの影響で客数が不安定なため、食品ロスが発生することが多い。(1件) ・余った食材等は、ランチやディナーにし、残さず食べるようにしている。(1件) ・わからない。(1件) ・食品ロスを減らすための具体例を教えてください。(1件) ・食品ロスを減らすための勉強会や講演会へ参加する。(1件) ・大量仕入れで安売りし、売れ残りを減らす。(1件) ・お客様の要望を聞きすぎである。(1件) ・現状に沿ったシステムの構築が必要である。(1件)

(持ち帰り・配達飲食サービス業)

意見
<p>1. 適正な仕込みについて (5件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事業者は適量生産、適切な発注を行い、消費者は適量購入を心掛ける。(4件) ・過剰な仕込みを削減するため、二次加工等も考える。(1件)
<p>2. 意識改革について (2件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食品ロスがもたらす影響について理解した上で、取組みを行っていくことが大切である。(1件) ・子供への教育が重要である。(1件)
<p>3. その他 (3件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・食料品の値上げ。(1件) ・適量購入や期限が迫っている食品から食べる。(1件) ・見込みで製造するため食品ロスが多くなるので、製造食数を二回に分けての調理や注文を早めるよう、対策をしている。(1件)

(結婚式場)

意見
<p>1. 適正な発注量について (1件)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・適正な発注、仕入れを心掛ける。(1件)

(業態不明)

意見
<p>1. その他 (6件)</p> <ul style="list-style-type: none">・給食でおいしい物を提供する。(1件)・国, 県, 市, 各企業が統一した考えを持ち, 様々な環境, 媒体を使って取組む事が大切である。売上, 利益優先となっている事が一番の問題である。(1件)・病院給食では入退院等があるため多めの仕込み, 調理をしているので, 毎日食品ロスが発生している。対策として良い方法があればと思っている。(1件)・食品表示法より賞味期限が厳しくなっているが, 消費者庁等が理解していないため, 食品ロスが発生している。(1件)・無駄を無くす事が大切である。(1件)・非可食部が取り除かれたカット済食材が普及すれば, 事業所での食品ロスは削減できると思う。(1件)

＜参考資料＞食品ロスに関する事業者アンケート調査票

貴事業所についてお伺いします。

業種をお答えください。あてはまるもの1つに○を付けてください。

※貴事業所の事業が1～9に示す業種の複数にまたがる場合は、主な業種1つに○を付けてください。

- | | | |
|--------------|------------------|-----------|
| 1 食料品製造業 | 2 飲料製造業 | 3 飲食料品卸売業 |
| 4 百貨店、総合スーパー | 5 飲食料品小売業 | 6 宿泊業 |
| 7 飲食店 | 8 持ち帰り・配達飲食サービス業 | |
| 9 結婚式場業 | | |

問 1

全ての方（全業種）にお伺いします。

あなたは、「食品ロス」が問題となっていることを知っていますか。

あてはまるもの1つに○を付けてください。

- | | |
|-----------|-------------|
| 1 よく知っている | 2 ある程度知っている |
| 3 あまり知らない | 4 全く知らない |

問 2

全ての方（全業種）にお伺いします。

貴事業所では食品ロスが発生していますか。

あてはまるもの1つに○を付けてください。

- | | |
|----------|-----------|
| 1 発生している | 2 発生していない |
|----------|-----------|

問 3

問2で「1 発生している」と回答された事業所にお伺いします。

「食品ロス」が発生する主な場面・理由は何ですか

あてはまるもの全てに○を付けてください。

- 1 調理・加工の際の端材
 - 2 規格外品
 - 3 製造過程・流通過程での汚損・破損・異物混入
 - 4 賞味期限・消費期限切れで製造・調理に利用できなくなった
 - 5 賞味期限・消費期限内だが、社内ルール等により製造・調理に利用できなくなった
 - 6 試作品、検査品、サンプル
 - 7 1/3ルール等の商習慣や慣行による廃棄
- ※1/3ルールについては8ページに解説があります。
- 8 新商品販売や規格変更による定番カット
 - 9 過剰な仕入れ
 - 10 過剰な調理の仕込み
 - 11 客の食べ残し
 - 12 その他（具体的に： _____)

全ての方（全業種）にお伺いします。

貴事業所では「廃棄物」「食品廃棄物」・「食品ロス」の発生量を把握していますか。

問 4

「廃棄物」「食品廃棄物」・「食品ロス」のそれぞれについて、把握していない場合は「把握していない」欄に○を付けてください。把握している場合は、おおよその年間発生量を、ア～ケから選択してください。なお、発生していない場合は、「ア 0kg」を選択してください。

「廃棄物」：ここでは、貴事業所から発生する廃棄物全体（紙ごみ、プラスチックなど全てのごみ）をさします。

「食品廃棄物」：調理くずや骨など「非可食部」と食べることができる「可食部」を合わせた食品系廃棄物全体をさします。

「食品ロス」：まだ食べることができるのに廃棄された食品・部位をさします。

項目	把握していない	把握している場合は、 おおよその年間発生量について、ア～ケから1つ選択																	
		<table border="1"> <tr><td>ア</td><td>0 kg</td></tr> <tr><td>イ</td><td>10 kg未満</td></tr> <tr><td>ウ</td><td>10～50 kg未満</td></tr> <tr><td>エ</td><td>50～100 kg未満</td></tr> <tr><td>オ</td><td>100～500 kg未満</td></tr> <tr><td>カ</td><td>500～1,000 kg未満</td></tr> <tr><td>キ</td><td>1,000～5,000 kg未満</td></tr> <tr><td>ク</td><td>5,000～10,000 kg未満</td></tr> <tr><td>ケ</td><td>10,000 kg以上</td></tr> </table>	ア	0 kg	イ	10 kg未満	ウ	10～50 kg未満	エ	50～100 kg未満	オ	100～500 kg未満	カ	500～1,000 kg未満	キ	1,000～5,000 kg未満	ク	5,000～10,000 kg未満	ケ
ア	0 kg																		
イ	10 kg未満																		
ウ	10～50 kg未満																		
エ	50～100 kg未満																		
オ	100～500 kg未満																		
カ	500～1,000 kg未満																		
キ	1,000～5,000 kg未満																		
ク	5,000～10,000 kg未満																		
ケ	10,000 kg以上																		
廃棄物量		ア イ ウ エ オ カ キ ク ケ																	
食品廃棄物量		ア イ ウ エ オ カ キ ク ケ																	
食品ロス量		ア イ ウ エ オ カ キ ク ケ																	

「飲食店」、「宿泊業」、「結婚式場業」の事業者の方にお伺いします。

貴事業所では「30・10 運動（さんまるいちまる運動）」など、顧客の食事の食べ残しを減らすための活動を実施していますか。

問 5

あてはまるもの **全てに○** を付けてください。

【30・10 運動】

宴会などの席において、乾杯後 30 分間とお開き前 10 分間は自分の席で料理を楽しむことで、食べ残しを減らそうという運動です。

- 1 食品ロスを減らすためのポスターを掲示している
- 2 宴会開始の際に食べきりへの協力をアナウンスしている
- 3 宴会等の幹事に食べきりへの協力を依頼している
- 4 持ち帰り用の容器を提供している
- 5 特に何もしていない
- 6 その他（具体的に： _____)

「飲食店」、「宿泊業」、「結婚式場業」の事業者の方にお伺いします。

県では、食品ロスの削減に向け、平成 30 年 7 月から『みやぎの食べきりモデル店舗認定事業』を実施しています。

この事業について御存じですか。あてはまるもの **1つに○** を付けてください。

問 6

【みやぎの食べきりモデル店舗認定事業】

食べ残しを減らそうと取り組む宮城県内の飲食店や宿泊施設を「みやぎの食べきりモデル店舗（モデル店）」として認定するものです。

事業に御協力いただける飲食店や宿泊施設は、県ホームページで紹介するほか、食べきり啓発用資材（コースターやポスター等）の配布などを行い、お客様への啓発に役立てていただきます。

- 1 知っている
- 2 知らなかった

「飲食店」、「宿泊業」、「結婚式場業」の事業者の方にお伺いします。

問 7

『みやぎの食べきりモデル店舗認定事業』への参加意向を教えてください。
あてはまるもの **1つに○** を付けてください。

- 1 既に参加している
- 2 店のシステム上、参加可能なので参加したい
- 3 店のシステム上、参加可能だが、参加したくない
- 4 店のシステム上、参加できない
- 5 その他（具体的に： _____)

「百貨店，総合スーパー」，「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。

問 8

貴事業所は，売れ残りを減らすための工夫を行っていますか
あてはまるもの全てに○を付けてください。

- 1 「賞味期限」と「消費期限」の違いについての情報提供
- 2 手前どりの協力依頼
- 3 ばら売りの実施
- 4 小ロット化
- 5 量り売りの実施
- 6 値引き販売
- 7 事業所内での売れ残りの活用（まかないへの利用など）
- 8 その他（具体的に： _____)

「食料品製造業」，「飲料製造業」，「飲食料品卸売業」，「百貨店，総合スーパー」，
「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。

問 9

食品の製造業・卸売業・小売業において存在する商習慣「1/3ルール」が食品ロスを減らすうえで問題となっています。
貴事業所では「1/3ルール」の改善・緩和に対し，取り組んでいることはありますか。
あてはまるもの1つに○を付けてください。

※1/3ルールについては8ページに解説があります。

- 1 流通の上流側，下流側の双方と協力して取り組んでいる
- 2 流通の上流側と協力して取り組んでいる
- 3 流通の下流側と協力して取り組んでいる
- 4 特に取り組んでいない

問9において 1～3 を選択した方にお伺いします。

問 10

貴事業所における「1/3ルール」の改善・緩和に対する取組内容を記入してください。

取組内容

「食料品製造業」、「飲料製造業」、「飲食料品卸売業」、「百貨店、総合スーパー」、
「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。

問 11

貴事業所では「1/3 ルール」の改善・緩和に対し、最も重要と考える事項は何ですか。あてはまるもの1つに○を付けてください。

- 1 製造者の意識・取組
- 2 卸売業者の意識・取組
- 3 小売業者の意識・取組
- 4 消費者の意識・取組

「食料品製造業」、「飲料製造業」、「飲食料品卸売業」、「百貨店、総合スーパー」、
「飲食料品小売業」の事業者の方にお伺いします。

問 12

貴事業所では「1/3 ルール」によって廃棄せざるを得なかった食品ロスは、貴事業所の食品ロスのうち、どの程度ありますか。概ねのパーセンテージについて記入してください。

食品ロス全体の、概ね（ ）%が「1/3 ルール」によって発生

↑
10%、20%など、概ねの割合を記入してください。

全ての方（全業種）にお伺いします。

問 13

貴事業所は、「フードドライブ」や「フードバンク」などにより、食品を寄付したことがありますか。あてはまるもの1つに○を付けてください。

- 1 過去に参加したことがあり、今後も参加したい
- 2 過去に参加したことはないが、今後は参加したい
- 3 過去に参加したことがあるが、今後は参加しない
- 4 過去に参加したことはないし、今後も参加しない

フードドライブ：家庭で余っている食べ物（缶詰、乾麺、レトルトパウチ食品などの保存が効くもの）を役所、学校、職場、お店に設置されているボックスなどに持ち寄り、支援を必要とする方へと寄付する活動です。

フードバンク：食べ物の品質に問題が無いにもかかわらず、包装の印字ミス、過剰在庫などの理由で流通に出すことができない食品を、企業などが福祉団体などを通じて支援を必要とする方へと寄付する活動です。

全ての方（全業種）にお伺いします。

問 14

あなたは食品ロス問題など環境に関する情報を何から入手していますか。
あてはまるもの全てに○を付けてください。

- 1 新聞 2 テレビ 3 ラジオ
4 動画サイト 5 インターネット
6 SNS（Twitter や Facebook など） 7 職場や仕事上の会話
8 市町村や県などの広報誌 9 業界紙
10 雑誌 11 環境保全イベントへ参加
12 その他（具体的に：)

全ての方（全業種）にお伺いします。

問 15

「食品ロス」を減らすため、一人ひとりや事業者が取り組まなければならないことについて、ご意見がありましたら記入してください。

ご意見欄

質問は以上です。御協力ありがとうございました。

食品ロスの削減に向けては、以下のホームページ等が参考となります。

消費者庁：[食品ロス削減]食べもののムダをなくそうプロジェクト

https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/

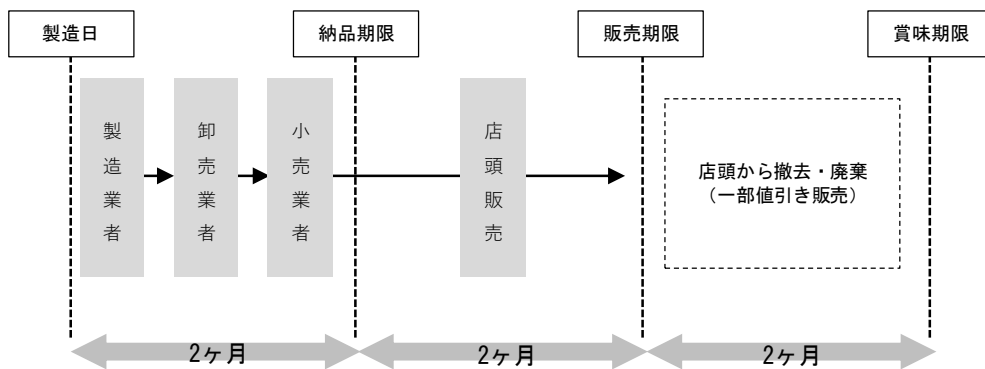
1/3ルールについて

【1/3ルールの概要】

1/3ルール（さんぶんのいちルール）は食品製造業者、卸売業者、小売店の間で決められた商習慣です（法律や規則ではないので、法的拘束力はありません）。1/3ルールでは、食品（加工品）の製造日から賞味期限までの期間を3等分し、以下の3つの期限を決めています。

- ・小売業者への「納品期限」は、製造日から1/3の時点まで
- ・小売業者による「販売期限」は、製造日から2/3の時点まで
- ・最後の1/3の期間は、消費者がその食品をおいしく食べることができる「賞味期限」

例えば、賞味期限が6ヶ月の食品の場合、製造日から2ヶ月以内への小売業者への納品、製造日から4ヶ月以内の販売が求められます。この「納品期限」、「販売期限」を過ぎた商品は、値引き販売に回されることもあります。その多くは返品または撤去の後、賞味期限前に廃棄されます。そのため、1/3ルールは食品ロス発生の要因の一つとなっています。

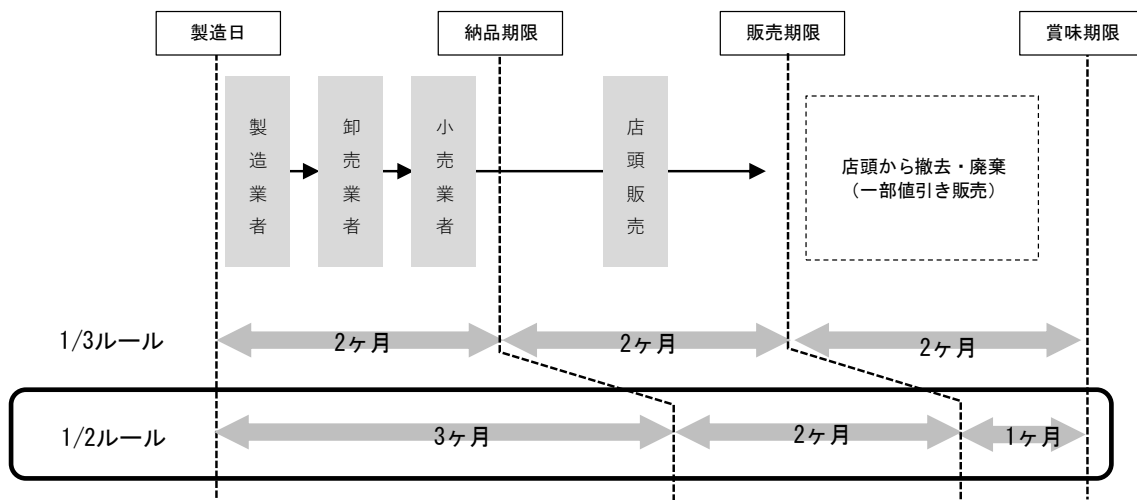


1/3ルールのイメージ（賞味期限6ヶ月の場合）

【1/3ルール改善の取組例】

一部の事業者においては、食品ロスの削減に向けて1/3ルールの条件を緩和する取組が始まっています。具体的には、飲料・菓子・カップ麺など比較的賞味期限が長い加工食品に関し、1/3ルールによる小売業者への納品期限を、製造日から賞味期限の期間の1/2までに延ばし、さらに販売期限を製造日から賞味期限の期間の5/6に延ばす内容（いわゆる1/2ルール）となっています。

この取組により、消費者の手に渡る前の段階における食品ロスの削減が期待できます。



1/2ルールのイメージ（賞味期限6ヶ月の場合）