

千葉県における食品ロスに関する事業者アンケート 調査結果報告書

1 調査概要

(1) 調査方法：郵送（回答は郵送又はメール）

(2) 調査対象

県内の食品関連事業所を営む事業者約 27,000 者から、業種規模が偏らないよう配意し 995 者を抽出（当初）。回答のなかった者のうち 200 者に再送付（11 月）。また、再送付に合わせ、新たに抽出した 118 者に追加送付（11 月）。
なお、再送付及び追加送付はいずれも回答率の低かった食品卸売業、食品小売業、
外食産業を対象に実施。

(3) 調査期間

令和 4 年 6 月 20 日～7 月 29 日（当初分）

令和 4 年 11 月 16 日～12 月 7 日（再送付分、追加送付分）

(4) 調査項目

- ・ 回答者の業種と売上高等、食品関連事業所数
- ・ 食品ロス削減の重要度に関する意識
- ・ 取組の実施率等、特に成果につながっている取組
- ・ 食品の廃棄量の把握方法
- ・ 食品の廃棄状況
- ・ 食品ロスの内訳、発生要因
- ・ フードバンク活動について
- ・ 意見等

2 回収結果

業種	発送先の数	回答者数※	回答率
食品製造業	170	51	30.0%
食品卸売業	200	32	16.0%
食品小売業	368	52	14.1%
外食産業	375	48	12.8%
計	1,113	183	16.4%

※廃業等を除く有効回答数。

3 集計結果

■ 回答者の業種と売上高等（Q1）

回答者の業種と直近1年間の事業活動に伴う売上高等を尋ねたところ、以下のとおりであった。外食産業は、他業種に比べ売上高等の規模が小さい事業者の割合が高くなっている。

業種	回答者数	うち売上高等1億円以上 (売上高等 大)	うち売上高等1億円未満 (売上高等 小)
食品製造業	51	31	20
食品卸売業	32	14	18
食品小売業	52	16	36
外食産業	48	5	43
計	183	66	117

※売上高等…売上高または製造品出荷額等（製造品出荷額等＝「製造品出荷額」、「加工賃収入額」、「修理料収入額」、「製造工程から出たくず及び廃物」の出荷額と「その他の収入」の合計）

※H28 経済センサス-活動調査 産業横断的集計によると、「単一事業所企業」の「1企業当たり売上高」が10,209万円となっていることを参考に、売上高等1億円以上を「売上高等 大」、1億円未満を「売上高等 小」に分類して集計（以下の集計においても同様）。

※「旅館・ホテル」「飲食店」「飲食店以外の外食」は「外食産業」として集計。

■ 回答者の食品関連事業所数（県内）の状況（Q2）

業種	回答者数	うち 県内事業所数1か所	うち 県内複数事業所あり
食品製造業	51	44 (86%)	7 (14%)
食品卸売業	32	28 (88%)	4 (12%)
食品小売業	52	40 (77%)	12 (23%)
外食産業	48	44 (92%)	4 (8%)
計	183	156 (85%)	27 (15%)

■ 食品ロス削減の重要度に関する意識（Q3）

「貴社の経営において、食品ロス削減はどの程度重要な課題でしょうか」と尋ねたところ、回答は以下のとおりであった。

○全業種

		計
1	非常に重要である	43
2	重要である	51
3	どちらともいえない	26
4	あまり重要でない	17
5	全く重要でない	11
計		148

○業種別

製造		計
1	非常に重要である	11
2	重要である	19
3	どちらともいえない	6
4	あまり重要でない	5
5	全く重要でない	4
計		45

卸売		計
1	非常に重要である	10
2	重要である	5
3	どちらともいえない	6
4	あまり重要でない	3
5	全く重要でない	2
計		26

小売		計
1	非常に重要である	11
2	重要である	14
3	どちらともいえない	7
4	あまり重要でない	6
5	全く重要でない	4
計		42

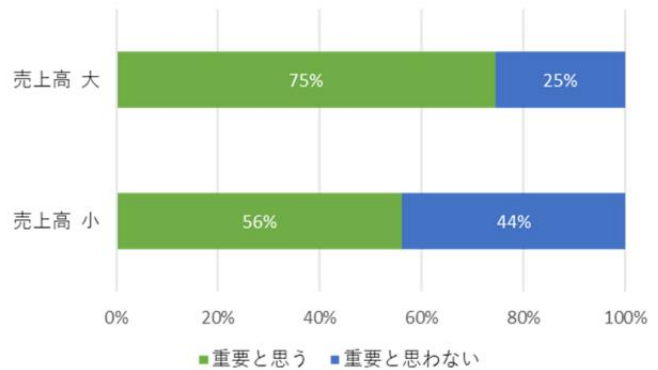
外食		計
1	非常に重要である	11
2	重要である	13
3	どちらともいえない	7
4	あまり重要でない	3
5	全く重要でない	1
計		35

また、食品ロス削減を重要と思う事業者の傾向を把握するため、売上高等の規模の大小で区分して回答を整理すると以下のとおりとなった。

業種全体でみると、「重要と思う」事業者の割合は、「売上高等 小」の区分で低い傾向が見られた。

全業種

全業種	重要と思う	重要と思わない	計
売上高等大	44 (75%)	15 (25%)	59
売上高等小	50 (56%)	39 (44%)	89
計	94	54	148



○業種別

製造	重要と思う	重要と思わない	計
売上高等大	23 (77%)	7 (23%)	30
売上高等小	7 (47%)	8 (53%)	15
計	30	15	45

卸売	重要と思う	重要と思わない	計
売上高等大	8 (73%)	3 (27%)	11
売上高等小	7 (47%)	8 (53%)	15
計	15	11	26

小売	重要と思う	重要と思わない	計
売上高等大	11 (79%)	3 (21%)	14
売上高等小	14 (50%)	14 (50%)	28
計	25	17	42

外食	重要と思う	重要と思わない	計
売上高等大	2 (50%)	2 (50%)	4
売上高等小	22 (71%)	9 (29%)	31
計	24	11	35

※回答は5択であったが、「1非常に重要である」又は「2重要である」の回答を「重要と思う」とし、「3どちらともいえない」、「4あまり重要でない」又は「5全く重要でない」の回答を「重要と思わない」として集計した。

■ 取組の実施率等 (Q4)

食品ロス削減の取組状況を把握するため、取組内容として考えられる25項目を提示して、それぞれ「すでに行っている」「今後行ってみたい」「行ってない」から択一回答を求めた。併せて、取組を行っている場合の課題や取組を行わない場合の理由について複数回答で尋ねたところ、以下のとおりであった。

○全業種

	①取組状況				②課題等									
	すでに行っている	今後行ってみたい	行ってない	設問総回答者数	ロスがない 非該当/対応する食品	必要性を感じない	時間や人手が足りない	費用がかかる	やり方がわからない	技術的に困難	取引先との調整が難しい	ブランド価値が損なわれる	衛生面に懸念がある	その他
1 生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (TPM, QC, ISO等)	59 37%	23 14%	78 49%	160 100%	1 38	11 34	11 21	5 0	0 0	0 0	0 0	0 0	11	
2 食品ロスの削減目標の設定	40 25%	34 21%	87 54%	161 100%	2 48	19 24	3 11	7 0	0 0	0 0	0 0	0 0	5	
3 食品ロス削減についての従業員教育	69 43%	22 14%	69 43%	160 100%	3 38	14 29	8 9	4 2	0 0	0 0	0 0	0 0	10	
4 食品ロス発生量の継続的な計量	50 31%	18 11%	92 58%	160 100%	4 42	12 29	3 9	8 0	0 0	0 0	0 0	0 0	6	
5 歩留まり(※)の改善	71 45%	18 11%	70 44%	159 100%	5 45	11 28	3 16	10 0	0 0	0 0	0 0	1 1	12	
6 発注や生産計画における予測精度の改善	81 51%	21 13%	56 35%	158 100%	6 37	10 17	8 8	9 9	0 0	0 0	0 0	0 0	12	
7 季節商品の予約販売制の導入	48 30%	18 11%	92 58%	158 100%	7 46	11 17	9 4	5 9	0 0	0 0	0 0	0 0	7	
8 原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	82 52%	31 19%	46 29%	159 100%	8 35	6 9	35 3	7 4	0 0	2 2	8 8	9 8		
9 賞味・消費期限の延長	41 26%	27 17%	91 57%	159 100%	9 52	12 10	5 5	14 8	0 0	9 9	0 0	9 8		
10 賞味期限表示の大括り化 (年月表示、日まとめ表示)	42 28%	28 18%	82 54%	152 100%	10 45	15 21	7 8	9 11	0 0	4 4	8 8	0 0		
11 自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用 (商品開発、販路開拓)	48 31%	22 14%	87 55%	157 100%	11 50	13 21	8 4	10 3	2 2	0 0	0 0	0 0	8	
12 農家等で発生する規格外品の活用 (商品開発など)	28 19%	14 9%	109 72%	151 100%	12 58	18 8	4 6	4 4	4 4	1 1	8 8	0 0		
13 取引先との納品期限緩和に向けた調整	35 22%	23 15%	98 63%	156 100%	13 50	14 13	2 4	7 20	1 2	3 3	6 5	0 0		
14 販売期限の延長	21 14%	21 14%	112 73%	154 100%	14 58	15 8	3 1	12 9	0 0	0 0	0 0	0 0	3	
15 小容量販売 (ばら売り・小分け) の導入	71 45%	11 7%	75 48%	157 100%	15 45	12 18	12 0	2 1	1 1	0 0	0 0	0 0	6	
16 店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与	38 24%	14 9%	104 67%	156 100%	16 57	16 6	9 1	5 2	3 0	7 7	0 0	0 0		
17 飲食店等でお客様が料理を食べることへの値引き・ポイント付与	3 2%	7 5%	129 93%	139 100%	17 76	18 6	7 2	5 1	0 0	0 0	0 0	0 0	5	
18 飲食店等での食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	17 12%	10 7%	115 81%	142 100%	18 71	15 9	3 3	4 1	1 1	0 0	0 0	0 0	3	
19 飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応	28 20%	5 4%	108 77%	141 100%	19 73	12 4	4 2	2 0	0 0	5 5	2 2	0 0		
20 フードシェアリングサービス(※)の活用	2 1%	13 9%	132 90%	147 100%	20 64	15 8	4 14	8 3	3 3	6 5	0 0	0 0		
21 フードバンク(※)活動への協力 (食品提供など)	11 7%	15 10%	122 82%	148 100%	21 60	17 9	3 15	3 4	1 1	6 6	4 4	0 0		
22 食品ロスになりそうな商品の社内販売	41 27%	9 6%	102 67%	152 100%	22 53	14 8	3 2	4 1	3 4	8 8	0 0	0 0		
23 食品ロスに関する消費者啓発 (食べきり・てまえどり(※)など)	16 11%	13 9%	116 80%	145 100%	23 58	16 16	3 2	6 0	1 1	1 1	6 5	0 0		
24 食品ロスに関する消費者啓発 (イベント、セミナー開催など)	7 5%	10 7%	129 88%	146 100%	24 43	21 17	3 3	8 1	1 1	0 0	0 0	0 0	3	
25 そのほかに行っている取組	7 -	-	-	-	25 5	1 2	0 0	1 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0	

○業種別

(製造)

	①取組状況				②課題等									
	すでに行っている	今後行ってみたい	行ってない	設問総回答者数	ロスがない 非該当/対応する食品	必要性を感じない	時間や人手が足りない	費用がかかる	やり方がわからない	技術的に困難	取引先との調整が難しい	ブランド価値が損なわれる	衛生面に懸念がある	その他
1 生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (TPM, QC, ISO等)	31 65%	4 8%	13 27%	48 100%	1 7	1 11	5 3	1 0	0 0	0 0	0 0	0 0	5	
2 食品ロスの削減目標の設定	13 27%	12 25%	23 48%	48 100%	2 15	2 7	1 4	3 0	0 0	0 0	0 0	0 0	3	
3 食品ロス削減についての従業員教育	20 42%	10 21%	18 38%	48 100%	3 9	2 12	3 4	2 0	0 0	0 0	0 0	0 0	1	
4 食品ロス発生量の継続的な計量	18 38%	5 10%	25 52%	48 100%	4 10	3 6	2 4	2 0	0 0	0 0	0 0	0 0		
5 歩留まり(※)の改善	28 60%	4 9%	15 32%	47 100%	5 11	1 6	1 5	6 0	0 0	0 0	0 0	0 0	2	
6 発注や生産計画における予測精度の改善	29 62%	5 11%	13 28%	47 100%	6 9	1 4	4 4	2 6	0 0	0 0	0 0	0 0	4	
7 季節商品の予約販売制の導入	10 22%	5 11%	31 67%	46 100%	7 12	3 6	4 2	2 5	0 0	0 0	0 0	0 0		
8 原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	24 49%	14 29%	11 22%	49 100%	8 8	0 2	14 2	5 3	0 0	0 0	0 0	0 0		
9 賞味・消費期限の延長	16 33%	12 24%	21 43%	49 100%	9 11	0 2	0 2	7 7	0 0	4 4	3 3	0 0		
10 賞味期限表示の大括り化 (年月表示、日まとめ表示)	16 34%	10 21%	21 45%	47 100%	10 9	2 1	4 4	1 9	0 0	2 2	3 3	0 0		
11 自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用 (商品開発、販路開拓)	16 34%	11 23%	20 43%	47 100%	11 13	2 6	3 2	1 2	2 0	1 1	0 0	0 0		
12 農家等で発生する規格外品の活用 (商品開発など)	4 10%	2 5%	36 86%	42 100%	12 22	2 0	0 2	1 0	3 0	2 2	0 0	0 0		
13 取引先との納品期限緩和に向けた調整	15 32%	9 19%	23 49%	47 100%	13 12	0 4	1 3	3 12	0 0	0 0	0 0	0 0		
14 販売期限の延長	8 17%	8 17%	31 66%	47 100%	14 15	1 1	0 0	2 5	0 0	0 0	0 0	0 0		
15 小容量販売 (ばら売り・小分け) の導入	18 39%	5 11%	23 50%	46 100%	15 14	1 3	2 0	0 1	1 1	0 0	0 0	0 0		
16 店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与	5 12%	4 9%	34 79%	43 100%	16 18	2 1	0 1	1 0	0 0	0 0	0 0	0 0		
17 飲食店等でお客様が料理を食べることへの値引き・ポイント付与	0 0%	2 5%	38 95%	40 100%	17 25	0 0	1 1	1 1	0 0	0 0	0 0	0 0		
18 飲食店等での食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	0 0%	1 3%	39 98%	40 100%	18 25	1 0	0 1	1 0	0 0	0 0	0 0	0 0		
19 飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応	1 3%	1 3%	38 95%	40 100%	19 24	1 0	1 1	1 0	0 0	0 0	0 0	0 0		
20 フードシェアリングサービス(※)の活用	0 0%	3 7%	40 93%	43 100%	20 19	0 2	2 4	2 0	2 4	1 1	0 0	0 0		
21 フードバンク(※)活動への協力 (食品提供など)	5 11%	4 9%	36 80%	45 100%	21 18	2 2	0 3	2 1	0 0	2 0	0 0	0 0		
22 食品ロスになりそうな商品の社内販売	13 28%	5 11%	29 66%	47 100%	22 14	2 1	1 1	1 1	0 0	0 0	0 0	0 0		
23 食品ロスに関する消費者啓発 (食べきり・てまえどり(※)など)	2 5%	4 10%	36 86%	42 100%	23 19	0 3	1 2	2 0	0 0	0 0	0 0	0 0		
24 食品ロスに関する消費者啓発 (イベント、セミナー開催など)	3 3%	3 7%	40 87%	46 100%	24 18	2 7	1 1	2 0	0 0	0 0	0 0	0 0		
25 そのほかに行っている取組	3 -	-	-	-	25 3	0 1	0 0	1 0	0 0	0 0	0 0	0 0	0	

(卸売)

	①取組状況				②課題等														
	すでに行っている	今後行ってみよう	行っていない	設問総回答者数	ロスがない	非該当/対応する食品	必要性を感じない	時間や人手が足りない	費用がかかる	やり方がわからない	技術的に困難	取引先との調整が難しい	ブランド価値が損なわれる	衛生面に懸念がある	その他				
1 生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (TPM,QC,ISO等)	6	21%	8	29%	14	50%	28	100%	1	11	1	6	2	5	0	0	0	0	2
2 食品ロスの削減目標の設定	7	25%	4	14%	17	61%	28	100%	2	12	4	2	1	1	0	0	0	0	1
3 食品ロス削減についての従業員教育	10	36%	5	18%	13	46%	28	100%	3	8	3	4	1	2	0	0	0	0	0
4 食品ロス発生量の継続的な計量	8	29%	5	18%	15	54%	28	100%	4	10	0	4	0	2	1	0	0	0	2
5 歩留まり(※)の改善	10	36%	3	11%	15	54%	28	100%	5	14	0	2	1	3	0	0	0	0	4
6 発注や生産計画における予測精度の改善	13	46%	4	14%	11	39%	28	100%	6	10	1	3	0	1	2	2	0	0	3
7 季節商品の予約販売制の導入	7	24%	3	10%	19	66%	29	100%	7	12	0	1	1	2	1	2	0	0	1
8 原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	19	68%	3	11%	6	21%	28	100%	8	9	0	0	5	0	0	1	0	1	0
9 賞味・消費期限の延長	9	32%	2	7%	17	61%	28	100%	9	14	1	1	1	1	1	0	0	0	0
10 賞味期限表示の大括り化 (年月表示、日まとめ表示)	12	44%	2	7%	13	48%	27	100%	10	14	1	1	0	1	2	0	0	0	0
11 自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用 (商品開発、販路開拓)	11	39%	2	7%	15	54%	28	100%	11	13	2	3	1	0	1	0	0	0	3
12 農家等で発生する規格外品の活用 (商品開発など)	4	16%	2	8%	19	76%	25	100%	12	14	2	2	1	1	0	0	0	0	1
13 取引先との納品期限緩和に向けた調整	8	29%	3	11%	17	61%	28	100%	13	13	2	2	0	0	1	2	0	0	0
14 販売期限の延長	6	22%	3	11%	18	67%	27	100%	14	17	0	0	0	0	3	1	0	0	0
15 小容量販売 (ばら売り・小分け) の導入	20	71%	0	0%	8	29%	28	100%	15	10	2	2	5	0	1	0	0	0	1
16 店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与	8	29%	3	11%	17	61%	28	100%	16	15	1	0	2	0	0	0	1	0	2
17 飲食店等でお客様が料理を食べることへの値引き・ポイント付与	0	0%	0	0%	20	100%	20	100%	17	18	1	1	0	0	0	0	0	0	0
18 飲食店等での食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	0	0%	0	0%	19	100%	19	100%	18	18	1	0	0	0	0	0	0	0	0
19 飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応	0	0%	0	0%	19	100%	19	100%	19	18	1	0	0	0	0	0	0	0	0
20 フードシェアリングサービス(※)の活用	0	0%	1	5%	20	95%	21	100%	20	15	2	0	0	2	0	0	0	0	1
21 フードバンク(※)活動への協力 (食品提供など)	1	5%	2	10%	18	86%	21	100%	21	13	3	0	0	3	0	0	0	0	0
22 食品ロスになりそうな商品の社内販売	10	43%	1	4%	12	52%	23	100%	22	11	1	0	0	0	0	0	0	1	2
23 食品ロスに関する消費者啓発 (食べきり・てまどり(※)など)	2	8%	2	8%	20	83%	24	100%	23	15	2	3	1	0	0	0	0	0	0
24 食品ロスに関する消費者啓発 (イベント、セミナー開催など)	1	4%	1	4%	21	91%	23	100%	24	13	3	4	1	0	0	0	0	0	0
25 そのほかに行っている取組	1	—	—	—	—	—	—	—	25	2	0	0	1	0	0	0	0	0	0

(小売)

	①取組状況				②課題等														
	すでに行っている	今後行ってみよう	行っていない	設問総回答者数	ロスがない	非該当/対応する食品	必要性を感じない	時間や人手が足りない	費用がかかる	やり方がわからない	技術的に困難	取引先との調整が難しい	ブランド価値が損なわれる	衛生面に懸念がある	その他				
1 生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (TPM,QC,ISO等)	12	27%	5	11%	28	62%	45	100%	1	12	7	10	2	4	2	0	0	0	2
2 食品ロスの削減目標の設定	13	28%	6	13%	27	59%	46	100%	2	12	9	7	0	1	2	0	0	0	3
3 食品ロス削減についての従業員教育	19	41%	3	7%	24	52%	46	100%	3	14	5	7	1	1	0	0	0	0	1
4 食品ロス発生量の継続的な計量	15	33%	4	9%	27	59%	46	100%	4	16	6	9	0	1	0	0	0	0	2
5 歩留まり(※)の改善	16	36%	6	13%	23	51%	45	100%	5	12	7	4	0	3	2	0	0	0	3
6 発注や生産計画における予測精度の改善	22	47%	7	15%	18	38%	47	100%	6	11	6	6	3	1	0	1	0	0	1
7 季節商品の予約販売制の導入	19	41%	6	13%	21	46%	46	100%	7	10	7	5	1	0	0	1	0	0	2
8 原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	16	36%	8	18%	20	45%	44	100%	8	12	4	2	8	1	1	0	0	1	3
9 賞味・消費期限の延長	8	18%	5	11%	31	70%	44	100%	9	13	8	4	2	1	3	1	0	3	3
10 賞味期限表示の大括り化 (年月表示、日まとめ表示)	4	10%	8	19%	30	71%	42	100%	10	10	10	4	0	2	3	2	0	2	3
11 自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用 (商品開発、販路開拓)	9	20%	4	9%	31	70%	44	100%	11	12	8	7	0	1	2	1	0	0	1
12 農家等で発生する規格外品の活用 (商品開発など)	10	23%	3	7%	31	70%	44	100%	12	11	9	4	1	1	0	2	1	0	2
13 取引先との納品期限緩和に向けた調整	7	16%	5	11%	33	73%	45	100%	13	12	7	5	0	1	0	4	1	1	1
14 販売期限の延長	4	9%	6	13%	35	78%	45	100%	14	12	9	6	1	1	4	3	0	0	1
15 小容量販売 (ばら売り・小分け) の導入	22	48%	3	7%	21	46%	46	100%	15	10	5	9	2	0	0	0	0	0	2
16 店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与	24	51%	4	9%	19	40%	47	100%	16	10	6	3	3	0	0	2	1	0	1
17 飲食店等でお客様が料理を食べることへの値引き・ポイント付与	1	3%	2	5%	37	93%	40	100%	17	21	9	2	0	1	0	0	0	0	1
18 飲食店等での食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	2	5%	1	3%	37	93%	40	100%	18	20	7	2	0	1	0	0	0	0	1
19 飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応	2	5%	3	8%	35	88%	40	100%	19	21	7	2	0	1	0	0	0	0	1
20 フードシェアリングサービス(※)の活用	1	2%	4	9%	39	89%	44	100%	20	19	7	4	0	5	0	1	0	0	1
21 フードバンク(※)活動への協力 (食品提供など)	5	11%	4	9%	35	80%	44	100%	21	17	8	5	1	4	0	1	0	1	1
22 食品ロスになりそうな商品の社内販売	12	27%	2	4%	31	69%	45	100%	22	14	7	6	1	0	1	0	1	0	2
23 食品ロスに関する消費者啓発 (食べきり・てまどり(※)など)	9	22%	4	10%	28	68%	41	100%	23	13	10	7	0	0	1	0	1	0	1
24 食品ロスに関する消費者啓発 (イベント、セミナー開催など)	3	8%	3	8%	34	85%	40	100%	24	12	10	7	1	1	2	1	1	0	1
25 そのほかに行っている取組	2	—	—	—	—	—	—	—	25	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0

(外食)

	①取組状況				②課題等										
	すでに行っている	今後行ってみたい	行っていない	設問総回答者数	ロスがない	非該当/対応する食品	必要性を感じない	時間や人手が足りない	費用がかかる	やり方がわからない	技術的に困難	取引先との調整が難しい	ブランド価値が損なわれる	衛生面に懸念がある	その他
1 生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (TPM,QC,ISO等)	10 26%	6 15%	23 59%	39 100%	1	8	2	7	2	9	2	0	0	0	2
2 食品ロスの削減目標の設定	7 18%	12 31%	20 51%	39 100%	2	9	4	8	1	5	2	0	0	0	3
3 食品ロス削減についての従業員教育	20 53%	4 11%	14 37%	38 100%	3	7	4	6	3	2	2	0	0	0	3
4 食品ロス発生量の継続的な計量	9 24%	4 11%	25 66%	38 100%	4	6	3	10	1	2	5	0	0	0	2
5 歩留まり(※)の改善	17 44%	5 13%	17 44%	39 100%	5	8	3	6	1	5	2	0	0	1	3
6 発注や生産計画における予測精度の改善	17 47%	5 14%	14 39%	36 100%	6	7	2	4	1	2	5	0	0	0	4
7 季節商品の予約販売制の導入	12 32%	4 11%	21 57%	37 100%	7	12	1	5	3	0	2	1	0	0	2
8 原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	23 61%	6 16%	9 24%	38 100%	8	6	2	5	8	0	1	0	0	0	3
9 賞味・消費期限の延長	8 21%	8 21%	22 58%	38 100%	9	14	3	3	2	1	3	0	0	2	2
10 賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)	10 28%	8 22%	18 50%	36 100%	10	12	2	4	3	1	3	0	0	0	2
11 自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用(商品開発、販路開拓)	12 32%	5 13%	21 55%	38 100%	11	12	1	5	4	1	6	0	0	0	3
12 農家等で発生する規格外品の活用(商品開発など)	10 25%	7 18%	23 58%	40 100%	12	11	5	2	2	2	3	2	0	1	3
13 取引先との納品期限緩和に向けた調整	5 14%	6 17%	25 69%	36 100%	13	13	5	2	1	0	3	2	0	1	2
14 販売期限の延長	3 9%	4 11%	28 80%	35 100%	14	14	5	1	2	0	3	0	0	0	2
15 小容量販売(ばら売り・小分け)の導入	11 30%	3 8%	23 62%	37 100%	15	11	4	4	3	0	1	0	0	0	3
16 店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与	1 3%	3 8%	34 89%	38 100%	16	14	7	2	4	0	4	0	0	0	4
17 飲食店等でお客様が料理を食べることへの値引き・ポイント付与	2 5%	3 8%	34 87%	39 100%	17	12	8	3	6	0	4	0	0	0	4
18 飲食店等での食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	15 35%	8 19%	20 47%	43 100%	18	8	6	7	3	1	3	1	0	0	2
19 飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応	25 60%	1 2%	16 38%	42 100%	19	10	3	2	3	0	1	0	0	5	1
20 フードシェアリングサービス(※)の活用	1 3%	5 13%	33 85%	39 100%	20	11	6	2	2	3	6	2	1	2	2
21 フードバンク(※)活動への協力(食品提供など)	0 0%	5 13%	33 87%	38 100%	21	12	4	2	2	5	1	2	1	3	3
22 食品ロスになりそうな商品の社内販売	6 16%	1 3%	30 81%	37 100%	22	14	4	1	1	1	2	0	2	3	4
23 食品ロスに関する消費者啓発(食べきり・てまどり(※)など)	3 8%	3 8%	32 84%	38 100%	23	11	4	3	1	0	3	0	0	1	4
24 食品ロスに関する消費者啓発(イベント、セミナー開催など)	0 0%	3 8%	34 92%	37 100%	24	11	9	3	0	1	4	0	0	0	2
25 そのほかに行っている取組	1	—	—	—	25	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0

また、取組1～25のうち実施率上位3項目を挙げると以下のとおりであり、業種による特徴が大きく反映されている。

製造

1	生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (65%、31)
6	発注や生産計画における予測精度の改善 (62%、29)
5	歩留まりの改善 (60%、28)

卸売

15	小容量販売(ばら売り・小分け)の導入 (71%、20)
8	原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良 (68%、19)
6	発注や生産計画における予測精度の改善 (46%、13)

小売

16	店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与 (51%、24)
15	小容量販売(ばら売り・小分け)の導入 (48%、22)
6	発注や生産計画における予測精度の改善 (47%、22)

外食

8	原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良 (61%、23)
19	飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応 (60%、25)
3	食品ロス削減についての従業員教育 (53%、20)

※表中の()内の数値は各取組項目に占める「すでに行っている」の回答率、回答者数。

さらに、取組1～25のうち、「今後行ってみたい」とした群の割合が高いもの上位3項目及びその群が挙げた課題等は以下のとおりであった。

製造

8	原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良 (29%、14)
課題等⇒費用がかかる (8)、技術的に困難 (3)	
9	賞味・消費期限の延長 (24%、12)
課題等⇒取引先との調整が難しい(3)、時間や人手が足りない (2)、技術的に困難 (2)、その他 (2)	
2	食品ロスの削減目標の設定 (24%、12)
課題等⇒時間や人手が足りない (3)、やり方がわからない (2)	

卸売

1	生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (29%、8)
課題等⇒時間や人手が足りない (4)、やり方がわからない (3)	
3	食品ロス削減についての従業員教育 (18%、5)
課題等⇒時間や人手が足りない (2)、費用がかかる (1)、やり方がわからない (1)	
4	食品ロス発生量の継続的な計量 (18%、5)
課題等⇒時間や人手がかかる (2)、技術的に困難 (1)、その他 (1)	

小売

10	賞味期限表示の大括り化 (年月表示、日まとめ表示) (19%、8)
課題等⇒必要性を感じない (2)、時間や人手が足りない (2)、やり方がわからない (1)、取引先との調整が難しい (1)、衛生面に懸念がある (1)、その他 (1)	
8	原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良 (18%、8)
課題等⇒費用がかかる (4)、やり方がわからない (1)	
6	発注や生産計画における予測精度の改善 (15%、7)
課題等⇒必要性を感じない (2)、費用がかかる (2)、時間や人手が足りない (1)、やり方がわからない (1)	

外食

2	食品ロスの削減目標の設定 (31%、12)
課題等⇒時間や人手が足りない (4)、やり方がわからない (2)、技術的に困難 (2)	
10	賞味期限表示の大括り化 (年月表示、日まとめ表示) (22%、8)
課題等⇒時間や人手が足りない (2)、費用がかかる (1)、技術的に困難 (1)	
9	賞味・消費期限の延長 (21%、8)
課題等⇒時間や人手が足りない (3)、費用がかかる (2)	

※表中の()内の数値は各取組項目に占める「今後行ってみたい」の回答率及び回答者数、並びにその群が挙げた課題等の回答数。

■特に成果につながっている取組（Q5）

Q4において「すでに行っている」と回答した取組の中で、「特に成果につながっている取組」順位1～3について尋ねたところ、以下のとおりであり、業種によって違いが見られる。

	順位1の回答数					順位2の回答数					順位3の回答数				
	全業種	製造	卸売	小売	外食	全業種	製造	卸売	小売	外食	全業種	製造	卸売	小売	外食
1 生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動（TPM, QC, ISO等）	12	6	1	3	2	2	1	0	1	0	2	2	0	0	0
2 食品ロスの削減目標の設定	6	1	0	5	0	6	3	0	3	0	1	1	0	0	0
3 食品ロス削減についての従業員教育	4	0	0	1	3	3	0	1	1	1	4	2	0	1	1
4 食品ロス発生量の継続的な計量	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	4	2	1	1	0
5 歩留まり（※）の改善	13	10	2	1	0	8	5	1	1	1	2	2	0	0	0
6 発注や生産計画における予測精度の改善	20	7	4	7	2	14	7	0	5	2	2	1	0	1	0
7 季節商品の予約販売制の導入	4	1	1	2	0	7	2	1	2	2	3	1	0	2	0
8 原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	7	1	3	0	3	7	1	3	2	1	6	1	0	2	3
9 賞味・消費期限の延長	3	1	1	1	0	3	0	2	1	0	3	1	1	0	1
10 賞味期限表示の大括り化（年月表示、日まとめ表示）	5	2	1	0	2	3	2	0	0	1	0	0	0	0	0
11 自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用（商品開発、販路開拓）	7	1	1	1	4	4	2	1	1	0	3	1	1	0	1
12 農家等で発生する規格外品の活用（商品開発など）	5	3	0	2	0	6	0	1	1	4	4	1	1	2	0
13 取引先との納品期限緩和に向けた調整	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	3	1	2	0	0
14 販売期限の延長	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	1	0	0
15 小容量販売（ばら売り・小分け）の導入	4	1	0	3	0	6	3	0	2	1	4	2	2	0	0
16 店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与	7	0	2	5	0	3	0	0	3	0	3	1	0	2	0
17 飲食店等でお客様が料理を食べることへの値引き・ポイント付与	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
18 飲食店等での食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	2	0	0	0	2	1	0	0	0	1	5	0	0	0	5
19 飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応	4	0	0	0	4	3	0	0	1	2	2	0	0	0	2
20 フードシェアリングサービス（※）の活用	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
21 フードバンク（※）活動への協力（食品提供など）	2	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0
22 食品ロスになりそうな商品の社内販売	1	1	0	0	0	2	0	1	1	0	6	2	2	2	0
23 食品ロスに関する消費者啓発（食べきり・てまえどり（※）など）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0
24 食品ロスに関する消費者啓発（イベント、セミナー開催など）	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	1	0
25 そのほかに行っている取組	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
	109	38	16	33	22	83	28	11	26	18	64	24	11	16	13

業種別に、順位1に挙げられた上位項目をみると、以下のとおりであった。

製造（38）

5	歩留まりの改善（10）
6	発注や生産計画における予測精度の改善（7）

卸売（16）

6	発注や生産計画における予測精度の改善（4）
8	原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良（3）

小売（33）

6	発注や生産計画における予測精度の改善（7）
2	食品ロス削減目標の設定（5）
16	店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与（5）

外食（22）

11	自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用（商品開発、販路開拓）（4）
19	飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応（4）

※表中の（ ）内の数値は回答者数。

■ 食品の廃棄量の把握方法（Q6）

食品の廃棄量の把握方法について複数回答で尋ねたところ、業種別の回答数は以下のとおりであり、業種によって違いが見られる。

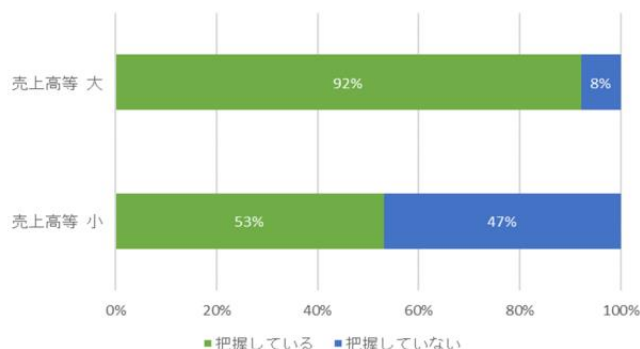
	全業種	製造	卸売	小売	外食
回答者数	115	35	16	32	32
1 計量器による計測	32 (28%)	17 (49%)	5 (31%)	4 (13%)	6 (19%)
2 一定期間実測した値を用いた推計	6 (5%)	2 (6%)	0 (0%)	3 (9%)	1 (3%)
3 原料使用量や製品生産量、売上高等から推計	17 (15%)	6 (17%)	1 (6%)	4 (13%)	6 (19%)
4 処理業者等への委託量から推計	31 (27%)	15 (43%)	4 (25%)	7 (22%)	5 (16%)
5 その他	12 (10%)	1 (3%)	4 (25%)	5 (16%)	2 (6%)
6 把握していない	34 (30%)	3 (9%)	3 (19%)	14 (44%)	14 (44%)
計	132	44	17	37	34

※売上高等又は廃棄量の記載のない回答、及びQ7で「廃棄していない」とした回答は集計から除外した。
 ※表中「その他」12件の内容：廃棄商品の金額から推計（2）、ほか（7）、具体的な内容記載なし（3）

また、廃棄量の把握の有無と売上高等の規模の大小で回答を区分して整理すると以下のとおりとなった。業種全体で見ると、「売上高等 小」の区分において「把握していない」割合が高くなっている。

○全業種

	把握している	把握していない	計
売上高等大	47 (92%)	4 (8%)	51
売上高等小	34 (53%)	30 (47%)	64
計	81 (70%)	34 (30%)	115



○業種別

製造	把握している	把握していない	計
売上高等大	28 (100%)	0 (0%)	28
売上高等小	4 (57%)	3 (43%)	7
計	32 (91%)	3 (9%)	35

卸売	把握している	把握していない	計
売上高等大	8 (100%)	0 (0%)	8
売上高等小	5 (63%)	3 (37%)	8
計	13 (81%)	3 (19%)	16

小売	把握している	把握していない	計
売上高等大	9 (75%)	3 (25%)	12
売上高等小	9 (45%)	11 (55%)	20
計	18 (56%)	14 (44%)	32

外食	把握している	把握していない	計
売上高等大	2 (67%)	1 (33%)	3
売上高等小	16 (55%)	13 (45%)	29
計	18 (56%)	14 (44%)	32

※売上高等又は廃棄量の記載のない回答、及びQ7で「廃棄していない」とした回答は集計から除外した。

※回答は6択であったが、「1 計量器による計測」、「2 一定期間実測した値を用いた推計」、「原料使用料や製品生産量、売上高等から推計」、「処理業者等への委託量から推計」又は「その他」を選択し、何らかの方法で把握しているとした回答を「把握している」とし、「6 把握していない」の回答を「把握していない」として集計した。

■食品の廃棄状況（Q7①②）

自社で発生する直近1年間の食品廃棄物等の量、うち可食部（食品ロス）の量について尋ねたところ、回答数の分布は以下のとおりであった。

○食品廃棄物等の量

	製造	卸売	小売	外食	計
廃棄していない	13	17	15	7	52
年間5t未満	14	15	31	31	91
年間5t～10t未満	2	2	1	1	6
年間10t～25t未満	6	1	0	1	8
年間25t～50t未満	3	0	0	0	3
年間50t～75t未満	1	0	0	1	2
年間75t～100t未満	4	0	0	0	4
年間100t以上	5	0	2	0	7
計	48	35	49	41	173

○食品ロスの量

	製造	卸売	小売	外食	計
廃棄していない	16	17	18	9	60
年間5t未満	16	15	29	30	90
年間5t～10t未満	0	3	0	1	4
年間10t～25t未満	7	0	0	1	8
年間25t～50t未満	5	0	0	0	5
年間50t以上	4	0	2	0	6
計	48	35	49	41	173

※ 売上高等の記載のない回答は集計から除外した。

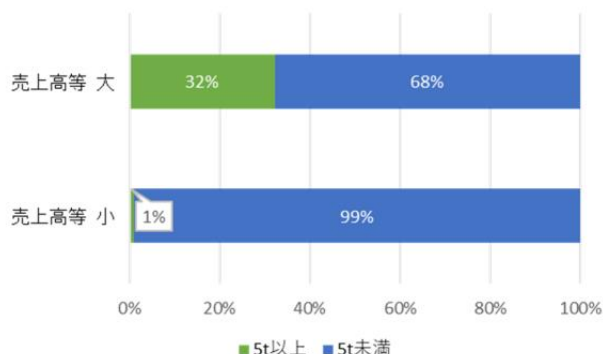
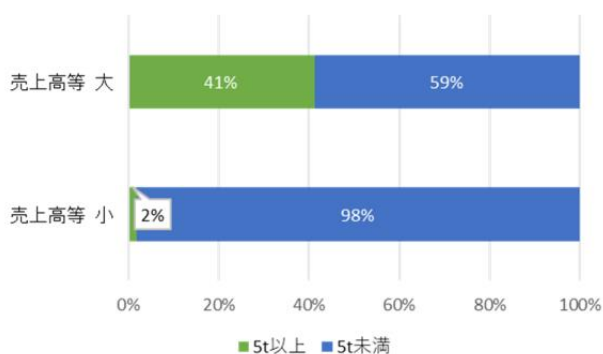
なお、売上高等の規模と廃棄量の関係を整理すると以下のとおりとなり、売上高等の規模が大きいと食品廃棄物等の量及び食品ロスの量が増える傾向がうかがえる。

○売上高等の規模と食品廃棄物等の量

全業種	食品廃棄物等 5t以上	食品廃棄物等 5t未満	計
売上高等 大	28 (41%)	40 (59%)	68
売上高等 小	2 (2%)	103 (98%)	105
	30	143	173

○売上高等の規模と食品ロスの量

全業種	食品ロス 5t以上	食品ロス 5t未満	計
売上高等 大	22 (32%)	46 (68%)	68
売上高等 小	1 (1%)	104 (99%)	105
	23	150	173



また、回答をもとに、発生原単位及び可食部割合（食品ロス率）を試算すると以下のとおりであり、**外食産業において食品ロス発生原単位が最も高くなった。**

業種	回答者数	回答者の売上高等の計 (千円)	回答者の年間発生量の計 (kg)			発生原単位 (kg/百万円)		食品廃棄物等に占める可食部（食品ロス）の割合
			食品廃棄物等	可食部（食品ロス）	不可食部	食品廃棄物等	可食部（食品ロス）	
製造	48	221,262,840	5,053,250	2,936,750	2,116,500	22.84	13.27	58.1%
卸売	35	375,514,740	65,680	54,880	10,800	0.17	0.15	83.6%
小売	49	260,047,260	814,540	360,730	453,810	3.13	1.39	44.3%
外食	41	3,495,910	168,880	105,010	63,870	48.31	30.04	62.2%
計	173	860,320,750	6,102,350	3,457,370	2,644,980	7.09	4.02	56.7%

※ 売上高等の記載のない回答は集計から除外した。

※ 「製造と卸売」「小売と外食」など複数の業種に売上高等の記載がある回答については、記載された食品廃棄物等及び食品ロスの量を売上高等で按分して各業種に計上した。

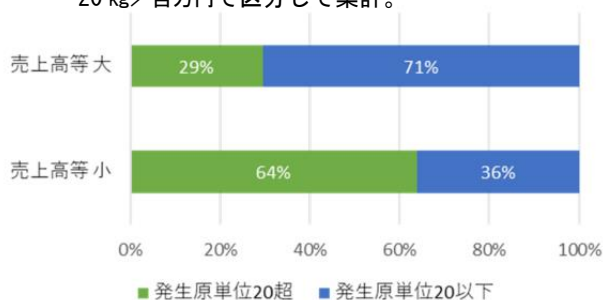
※ 選択肢「年間 5t～10t 未満」の回答は「年間 7.5t」、「年間 10t～25t」の回答は「年間 17.5t」のように、選択肢内の最低値と最高値の平均値に置き換えて計上した。

さらに、売上高等の規模の大小と発生原単位との関係を整理すると以下のとおりとなり、「売上高等 小」の区分において「食品廃棄物等」及び「食品ロス」の発生原単位が高くなる傾向が見られた。

○売上高等の規模と食品廃棄物等の発生原単位

全業種	発生原単位 20 kg/百万円 超	発生原単位 20 kg/百万円 以下	計
売上高等 大	20 (29%)	48 (71%)	68
売上高等 小	67 (64%)	38 (36%)	105
	87	81	173

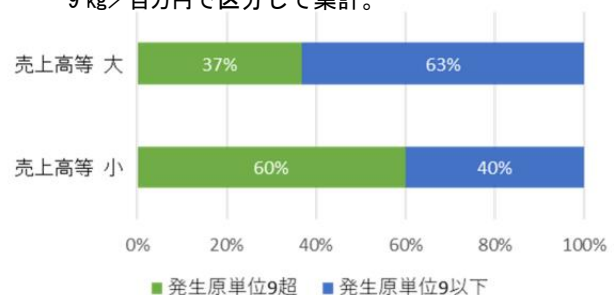
※ 1者ごとに発生原単位を算出し、その中央値 20 kg/百万円で区分して集計。



○売上高等の規模と食品ロスの量の発生原単位

全業種	発生原単位 9 kg/百万円 超	発生原単位 9 kg/百万円 以下	計
売上高等 大	25 (37%)	43 (63%)	68
売上高等 小	63 (60%)	42 (40%)	105
	88	85	173

※ 1者ごとに発生原単位を算出し、その中央値 9 kg/百万円で区分して集計。



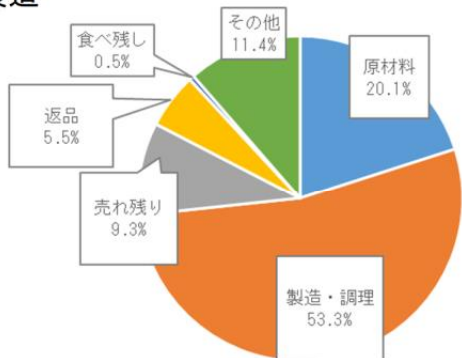
■食品ロスの内訳（Q7③）

自社で発生する食品ロスのおおよその内訳について、その割合を尋ねたところ、以下のとおりとなった。

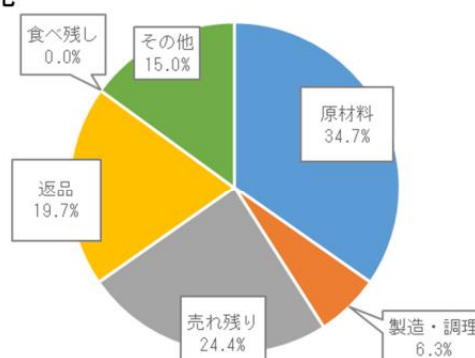
- ・ 製造業では「製造・調理時のロス」が多くを占め、次いで「原材料・仕入れ品のロス」が多い。
- ・ 卸売業では「原材料・仕入れ品のロス」「売れ残り」「返品」が多い。
- ・ 小売業では「売れ残り」が多くを占め、次いで「原材料・仕入れ品のロス」が多い。
- ・ 外食産業では「お客様の食べ残し」が多くを占め、次いで「製造・調理時のロス」が多い。

業種	回答者数	原材料・仕入れ品のロス	製造・調理時のロス	売れ残り	返品	食べ残し	その他	計
製造	34	20.1%	53.3%	9.3%	5.5%	0.5%	11.4%	100.0%
卸売	16	34.7%	6.3%	24.4%	19.7%	0.0%	15.0%	100.0%
小売	37	17.6%	8.1%	68.8%	0.6%	2.7%	2.2%	100.0%
外食	37	13.1%	16.4%	16.3%	0.1%	53.1%	0.9%	100.0%

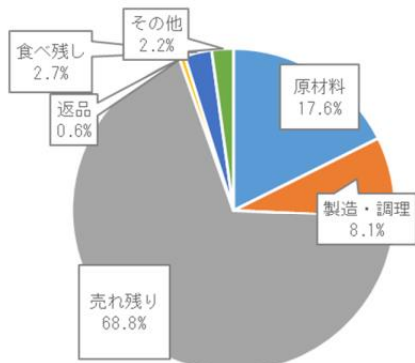
製造



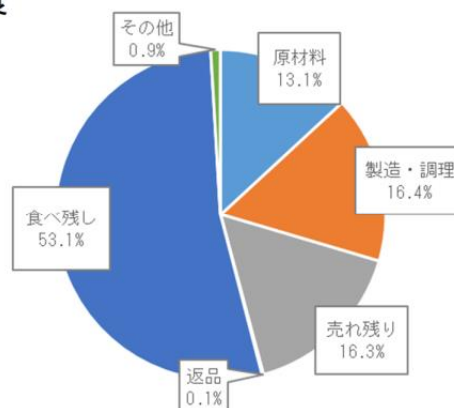
卸売



小売



外食



■食品ロスの発生要因（Q7④）

自社で発生する食品ロスの発生要因について複数回答で尋ねたところ、回答数の集計結果は以下のとおりとなった。

- ・ 製造業では製造・調理時の「端材」及び「製造不良・製造ミス（食品）」が多い。
- ・ 卸売業では「商品の仕入れ時や保管中の破損など（食品）」が最も多く、次いで「納品期限切れ」が多い。
- ・ 小売業では「販売期限切れ」が多くを占め、次いで「商品の仕入れ時や保管中の破損など（食品）」が多い。
- ・ 外食産業では「お客様の食べ残し」が最も多く、次いで「生産過多による売れ残りの発生」が多い。

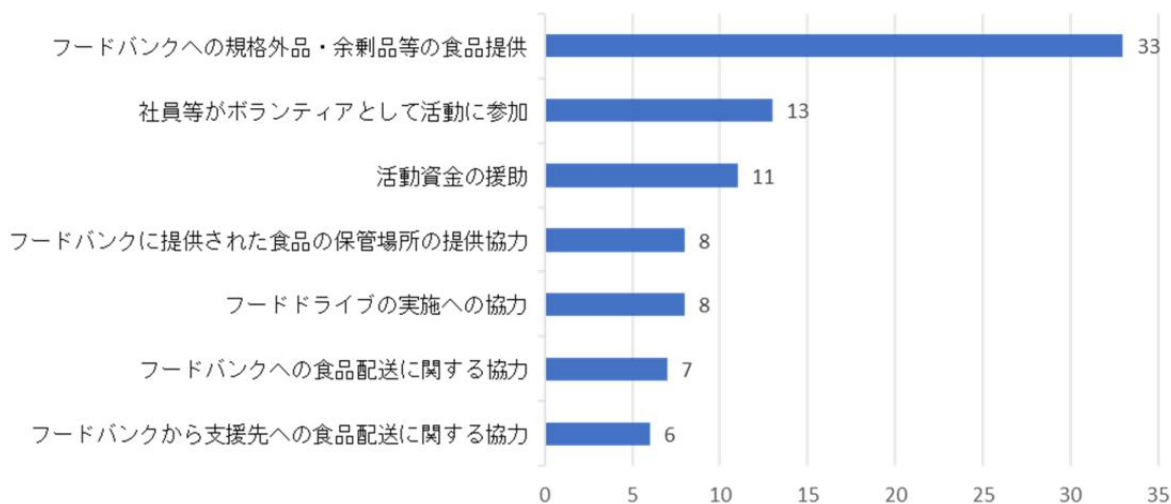
		回答者数					
		全業種	製造	卸売	小売	外食	
原材料・仕入品のロス	製造業（部門） 外食業（部門）	1 規格外の原材料の混入など	10	7	2	0	1
		2 原材料の仕入れ時や保管中の傷み・腐れ	28	9	2	4	13
		3 見込み違いなどによる原材料の使い残し	23	9	1	3	10
	卸売業（部門） 小売業（部門）	4 商品の仕入れ時や保管中の破損など（食品）	20	1	8	11	0
		5 商品の仕入れ時や保管中の容器・包装のキズ	10	1	4	4	1
製造・調理時のロス	製造業（部門） 外食業（部門）	6 端材	36	16	1	4	15
		7 残渣（食用にできるもの）	7	5	0	0	2
		8 製造不良・調理ミス（食品）	27	16	3	4	4
	9 製造不良（容器・包装）	14	11	0	1	2	
製造業（部門）	10 設備ロス	14	11	2	1	0	
売れ残り	製造業（部門） 外食業（部門）	11 生産過多による売れ残りの発生	33	8	2	6	17
		卸売業（部門）	12 納品期限切れ	10	3	6	0
	小売業（部門）	13 販売期限切れ	38	1	3	30	4
	共通	14 商品入替（季節品、定番カット、特売終了）に伴う余剰在庫の発生	6	3	0	3	0
返品	製造業（部門） 卸売業（部門）	15 納品期限切れによる返品の発生	8	6	2	0	0
		16 商品入替（季節品、定番カット、特売終了）に伴う返品の発生	4	2	0	1	1
残食しべ	外食業（部門）	17 お客様の食べ残し	34	1	0	1	32
その他	共通	18 試作ロス	18	7	0	7	4
		19 検査・保存用サンプル品	13	6	3	1	3
		20 その他 具体的に記入してください。	7	4	1	0	2

■フードバンク活動について（Q8）

フードバンク活動についての協力状況、今後の協力意向について尋ねたところ、以下のとおりとなった。「フードバンクへの規格外品・余剰品等の食品提供」について、「すでに協力している」「今後協力できそう」と回答した割合は18%であった。

（総回答者数 183）

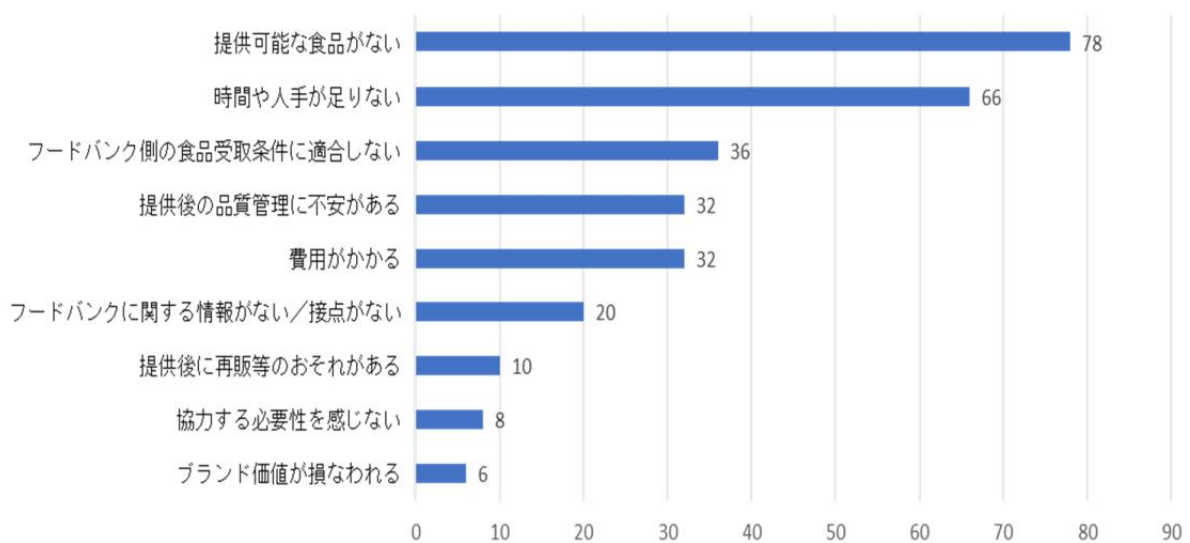
	すでに協力している		今後協力できそう		合計	
	回答者数	対総回答者数	回答者数	対総回答者数	回答者数	対総回答者数
フードバンクへの規格外品・余剰品等の食品提供	8	4.4%	25	13.7%	33	18.0%
フードドライブの実施への協力	2	1.1%	6	3.3%	8	4.4%
フードバンクに提供された食品の保管場所の提供協力	1	0.5%	7	3.8%	8	4.4%
フードバンクへの食品配送に関する協力	3	1.6%	4	2.2%	7	3.8%
フードバンクから支援先への食品配送に関する協力	1	0.5%	5	2.7%	6	3.3%
活動資金の援助	3	1.6%	8	4.4%	11	6.0%
社員等がボランティアとして活動に参加	3	1.6%	10	5.5%	13	7.1%



また、フードバンク活動について協力できない場合の理由や課題について尋ねたところ、以下のとおりとなった。

(総回答者数 183)

	回答者数	対総回答者数
時間や人手が足りない	66	36.1%
費用がかかる	32	17.5%
提供可能な食品がない	78	42.6%
フードバンク側の食品受取条件（数量、温度帯、賞味期限残存期間など）に適合しない	36	19.7%
食品を提供したいが、フードバンクに関する情報がない／接点がない	20	10.9%
提供後の品質管理に不安がある	32	17.5%
提供後に再販等のおそれがある	10	5.5%
ブランド価値が損なわれる	6	3.3%
協力する必要性を感じない	8	4.4%



■意見等

行政に期待したいこと、要望などについて自由記載で意見を求めたところ、以下のような回答があった。

－主な意見（一部抜粋）－

<取組に関するご意見>

- ・このようなアンケートを利用し、どのような局面で発生する事が多いのかも分析し、対策を検証してほしい。

<業界慣習、ルール等に関するご意見>

- ・流通の受注リードタイムの見直しをする事により、予測差異が出た時の製品廃棄の軽減ができる。
- ・ロス削減や省エネ活動のための設備導入に対する補助金等があるとよい。
- ・食品ロスはチャンスロスと位置付けられており、一定量のロスが発生するのを前提に発注をかけており、削減が難しい。
- ・食品業界全体として、食材仕入れ～販売まで必要なルールを見直し、食品ロスまでを生産（製造）の工程に入れたビジネスとして展開できるよう、枠組みを整えて頂きたい。
- ・大手飲食店において、注文が入る前に調理時間がかかる食品の調理を開始するオペレーションが問題。
- ・賞味期限前にもかかわらず販売期限のくくりだけで廃棄する現状はおかしいと思う。
- ・食品全般に賞味期限が近いように思う。まだ食べられる食品はいっぱいあるので考えてほしい。

<消費者の意識改革等に関するご意見>

- ・社会全般、特に食品等の大量生産が食品ロスを発生させる要因ではないか。大量、豊富の提供が販売業者に求められる現状を変え、必要需要量を勘案して製造し、時に売り切れの商品があってもいい社会思想も必要ではないか。
- ・家庭での食品ロスへの啓発広報を増やしてほしい。
- ・何でもすぐに手に入るという購買状況がふつうではないということを社会的に認知させてほしい。
- ・事業者ばかりでなく個人個人が理解していただけないと行政とお客様の板挟みになる。
- ・注文しすぎない、取りすぎない事を啓発する活動が必要だと思う。お金を払えば出て来るのではなく食べられる分だけ注文し払うという考えが必要だと思う。

- ・店側からお客様に対して食品ロスとなる行為を咎めることは出来ない。行政等が幅広く全体的に啓蒙活動を行って頂き、それが浸透して来ればロスもかなり減るのではないかと思う。
- ・国民の、きれいな形のものしか食べたくない買いたくない気持ちの改善をどうするか、考えていく事が必要。

<規格外や未利用食品の活用等に関するご意見>

- ・農家や小売業者が、規格外の商品を販売できる場所があればよい。国民全体の意識が高まるとよい。
- ・規格外野菜の活用について、県内企業のマッチングをして頂きたい。
- ・傷ついた果物、端材等を活用した商品を製造している。
- ・せっかく作られた食品が無駄にならないよう、フードバンク活動の普及啓発にも取り組んでほしい。
- ・フードバンク情報（取り扱い団体や活動場所など）を行政から提供してほしい。

4 今後の展開

アンケート調査の結果、売上高等の規模の大小により食品ロスに対する意識や廃棄量の把握状況、廃棄量の状況に違いが見られた。また、業種別では外食産業において売上高等に対する食品ロスの発生量が多く、その内訳をみると「お客様の食べ残し」が最も多くなっていた。さらに、事業者の取組のためには消費者の理解促進が必要との意見や、フードバンクの情報を求める意見があった。これらのことから、今後、以下のような取組を推進することが求められている。

■ 協力事業者の登録促進

- ・ 外食産業において売上高等に対する食品ロスの発生量が大きく、その内訳は「お客様の食べ残し」が最も多くなっていることから、利用者への啓発の支援が必要と考えられるため、食べ残しの削減に取り組む「ちば食べきりエコスタイル協力事業者」の登録を引き続き促進するとともに、協力事業者の対象範囲を拡大し、小売・卸売・製造等の事業者も含め広く参加を呼びかける。

■ 事業者の取組事例の紹介

- ・ 中小規模を含む事業者に対し、事例共有による取組普及を図るため、協力事業者から取組事例を収集して県ホームページ等で紹介する。併せて、消費者に対し、事業者の取組への理解促進を図る。

■ 消費者の行動変容のための啓発

- ・ 「ちば食べきりエコスタイル協力事業者」に、店舗等に設置可能なPR用グッズを配布し、訪れる消費者が事業者の取組に意識を向けてくれるよう働きかける。
- ・ 令和3年度からコンビニやスーパー等と連携して行っている、買ってすぐ食べる場合に棚の手前から商品を取る「てまえどり」の呼びかけについて、継続的に実施するとともに、対象店舗の拡大を図り、消費者が日常的に食品ロス問題へ意識を向けてくれるよう働きかける。
- ・ 6月の「環境月間」や10月の「食品ロス削減月間・3R推進月間」を中心に、各種イベント等において、事業者等とも連携しながら消費者啓発（リーフレット配布、啓発アンケート、パネル展示等）を実施する。

■ フードバンク活動に対する理解促進

- ・ 各種イベント等の機会を捉えてフードドライブを実施し、フードバンク活動に対する理解促進を図る。
- ・ フードバンクに関する情報を県ホームページ等で紹介する。

千葉県における 食品ロスに関する事業者アンケート調査票

このアンケート調査では、貴社（個人事業主の方を含みます。）の食品関連事業所（10ページの【業種一覧表】の業種に該当する事業所）のうち、千葉県内に所在する事業所を対象としています。他の都道府県の事業所や、食品関連でない事業所の分は除いていただき、千葉県内にある全ての食品関連事業所の情報をとりまとめて回答してください。

- このアンケート調査に係る貴社の連絡先を教えてください。（調査内容に関し、県から御連絡させていただく場合があります。）

貴社名・部署名	
御担当者（役職・氏名）	
電話番号	
Eメール	

- Q1 貴社の業種に該当するものについて、回答欄に○印を記入し、直近1年間（2021年4月1日～2022年3月31日など）の事業活動に伴う年間売上高または製造品出荷額等を教えてください。

	回答欄	売上高または製造品出荷額等 （消費税を含めてください）
1 食品製造業		約 億 万円
2 食品卸売業		約 億 万円
3 食品小売業		約 億 万円
4 旅館・ホテル		約 億 万円
5 飲食店		約 億 万円
6 飲食店以外の外食 <small>※持ち帰り飲食サービス車、配達飲食サービス車、送付売場等、水産業</small>		約 億 万円
7 その他 ()		約 億 万円

※ 業種の区分については、事業所ごとに判断して計上してください。

※ 県内・業種別の売上高の計上が困難な場合は、全国売上高に占めるおおよその割合などから推計してください。

- Q2 貴社の直近の決算期末現在（2022年3月31日など）の千葉県内の食品関連事業所数を教えてください。

千葉県内 か所

（本調査で使用した調査票）

03 貴社の経営において、食品ロス削減はどの程度重要な課題でしょうか。以下の1～5のうち当てはまる番号1つを選んで回答してください。

回答欄	<input type="text"/>	1 非常に重要である	2 重要である	3 どちらともいえない
		4 あまり重要でない	5 全く重要でない	

04 ① 貴社の食品ロス削減に向けた取組状況について、当てはまるものに○印をつけてください。

	①取組状況 (いずれかに○)		
	すでに行っている	今後行ってみたい	行っていない
1 生産効率や品質管理、環境配慮等に関するマネジメント活動 (TPM, QC, ISO等)			
2 食品ロスの削減目標の設定			
3 食品ロス削減についての従業員教育			
4 食品ロス発生量の継続的な計量			
5 歩留まり(※)の改善			
6 先注や生産計画における予測精度の改善			
7 季節商品の予約販売制の導入			
8 原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良			
9 賞味・消費期限の延長			
10 賞味期限表示の大括り化(年月表示、日まとめ表示)			
11 自社で発生する規格外品や食材の未利用部分の活用(商品開発、販路開拓)			
12 産家等で発生する規格外品の活用(商品開発など)			
13 取引先との納品期限緩和に向けた調整			
14 販売期限の延長			
15 小容量販売(ばら売り・小分け)の導入			
16 店頭商品の売り切りのための値引き・ポイント付与			
17 飲食店等でお客様が料理を食べることへの値引き・ポイント付与			
18 飲食店等での食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入			
19 飲食店等での料理の持ち帰り希望への対応			
20 フードシェアリングサービス(※)の活用			
21 フードバンク(※)活動への協力(食品提供など)			
22 食品ロスになりそうな商品の社内販売			
23 食品ロスに関する消費者啓発(食べきり・てまどり(※)など)			
24 食品ロスに関する消費者啓発(イベント、セミナー開催など)			
25 そのほかに行っている取組()			

※ 歩留まり…原材料の投入量に対し、実際に得られた製品生産量(出来高)の割合
 ※ フードシェアリングサービス…そのままでは消費されてしまう食品と購入希望者とのマッチングを行うサービス事業
 ※ フードバンク…未利用食品の提供を受けて、生活困窮、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない人に無償で提供する活動を行う団体
 ※ てまどり…販売期限が過ぎて廃棄されることによる食品ロスを減らすため、消費者に対し、標の半前にある商品を選択的に選ぶように促す取組

② 取組を「すでに行っている」又は「今後行ってみたい」場合に課題となっていることや、「行っていない」場合の理由として当てはまるもの全てに○印をつけてください。

	②課題等(すでに行っている/今後行ってみたい場合に課題となっていること、行っていない場合の理由) (複数回答可)										課題等の具体的な内容を記入してください (自由回答)
	品非ロス該当が ない	必要 性を 感じ ない	時間 や人 手が 足り ない	費用 がか かる	やり 方 が わ か ら ない	技術 的に 困難	取引 先 との 調整 が	わ ら ん だ 値 値 が 損 な	衛 生 面 に 懸 念 が あ る	そ の 他	
→ 1											
→ 2											
→ 3											
→ 4											
→ 5											
→ 6											
→ 7											
→ 8											
→ 9											
→ 10											
→ 11											
→ 12											
→ 13											
→ 14											
→ 15											
→ 16											
→ 17											
→ 18											
→ 19											
→ 20											
→ 21											
→ 22											
→ 23											
→ 24											
→ 25											

- 05-1 Q4において「すでに行っている」を選択された食品ロス削減の取組の中で、特に成果につながっているものを3つ選び、成果が高い順に回答欄に番号を記入してください。
また、よろしければその具体的な内容も教えてください。

順位	回答欄	具体的な取組内容〔自由回答〕
1		
2		
3		

- 05-2 Q4の選択肢に掲げた取組のほか、行ってみたい取組があれば内容を教えてください。

--

ここからは、貴社における食品廃棄物等・食品ロスの具体的な発生状況について伺います。

- 06 貴社では、食品廃棄物等（※）の量をどのように把握していますか。当てはまるものすべてに○印をつけてください。〔複数回答可〕

回答欄	把握の方法
1	計量器による計量（実測）
2	一定期間実測した値を用いた推計 全○店舗のうち○店舗で1か月間測定して売上当たりの発生量を算出し、売上高をかける等
3	原料使用量や製品生産量、売上高等から推計 原料使用量と製品化歩留まり率から発生量を算出する等
4	知理業者等への委託量から推計
5	その他（ ）
6	把握していない

※ 「食品廃棄物等」とは、食品由来の廃棄物等で以下のものをいいます。

- ① 食品が食用にされた後、又は食用にされずに廃棄されたもの
② 食品の製造、加工又は調理の過程において副次的に得られた物品のうち、食用に供することができないもの

【具体例】
・ 飲食店でのお客様の食べ残し
・ スーパー等での食品の売れ残り
・ 食品の製造・加工・調理等の過程で発生した副材・残さ（野菜の皮や芯、骨、魚の内臓、骨など）

※ 食品廃棄物等の「等」には、食品の製造工程等で発生する動物性由来の残さで飼料等の原料として飼育で取引されるもの（例：ふすま、大豆キール等）も含まれます。

※ フードバンク等に寄附したものは含まれません（歴史的に食用として人の口に入る分は含まれません）。

※ 容器包装は含まれません。

- 07 貴社の直近1年間（2021年4月1日～2022年3月31日など）の事業活動に伴う①～④の事項について教えてください。

① 食品廃棄物等の量

※ 千葉県内の食品関連事業所の状況をお答えください。

以下のうち、もっとも近いものを1つ選んで○印を記入してください。
発生量を把握していない場合は、前ページ06の1～4の選択肢を参考に、現状の排出状況から推計して記入してください。

回答欄	食品廃棄物等の量
1	発生していない
2	年間5t未満 （1日当たり～14kg）
3	年間5t～10t未満 （1日当たり14kg～27kg）
4	年間10t～25t未満 （1日当たり27kg～68kg）
5	年間25t～50t未満 （1日当たり68kg～137kg）
6	年間50t～75t未満 （1日当たり137kg～205kg）
7	年間75t～100t未満 （1日当たり205kg～274kg）
8	年間100t以上 （1日当たり274kg～）

※ 「年間100t以上」の場合、業種（部門）別に、おおよその量を教えてください。

食品廃棄物等の量 （業種別）（数値記入）		
製造業（部門）	年間	t
卸売業（部門）	年間	t
小売業（部門）	年間	t
外食業（部門）	年間	t

※ 外食業（部門）には、調理・ホール、持ち帰りサービス業、配達販売サービス業、惣菜店等、外食業を含みます。

② 食品ロス（＝食品廃棄物等のうち可食部）の量

※ 千葉県内の食品関連事業所の状況をお答えください。

以下のうち、もっとも近いものを1つ選んで○印を記入してください。
発生量を把握していない場合は、現状の排出状況から推計して記入してください。また、想定される食品ロスについて、7ページ④の選択肢に記載していますので、参考にしてください。

なお、食品ロス（可食部）に該当するかどうかの詳細は、11ページ「別紙【食品廃棄物等のうち、可食部・不可食部の考え方について】」を参照ください。

回答欄	食品ロス（＝可食部）の量
1	発生していない
2	年間5t未満 （1日当たり～14kg）
3	年間5t～10t未満 （1日当たり14kg～27kg）
4	年間10t～25t未満 （1日当たり27kg～68kg）
5	年間25t～50t未満 （1日当たり68kg～137kg）
6	年間50t以上 （1日当たり137kg～）

※ 「年間50t以上」の場合、業種（部門）別に、おおよその量を教えてください。

食品ロス（＝可食部）の量 （業種別）（数値記入）		
製造業（部門）	年間	t
卸売業（部門）	年間	t
小売業（部門）	年間	t
外食業（部門）	年間	t

※ 外食業（部門）には、調理・ホール、持ち帰りサービス業、配達販売サービス業、惣菜店等、外食業を含みます。

③ 食品ロスの内訳

※千円単位の食品関連事業所の状況をお答えください。

前ページ②で回答いただいた食品ロス（＝食品廃棄物等のうち可食部）の量のおおよその内訳を、貴社の該当する業種（部門）別の合計がそれぞれ100%となるように、割合で記入してください。
なお、該当しない業種の欄は空欄としてください。【数値記入（%）】

食品ロスの内訳【業種（部門）別の合計がそれぞれ100%となるように数値記入】							
	原材料・仕入品のロス	製造・調理時のロス	売れ残り	返品	食べ残し	その他	合計
	規格外品、仕入れ時の傷み・キズ、原材料の使い残しなど	工場での製造加工や飲食店での調理の際に発生する破材、残渣、製造不良など	商品や、料理の作り置き品の売れ残り	取引先から返品された商品	飲食店におけるお客様の食べ残し	具体的に	
製造業（部門）	%	%	%	%	%	%	100%
卸売業（部門）	%	%	%	%	%	%	100%
小売業（部門）	%	%	%	%	%	%	100%
飲食業（部門）	%	%	%	%	%	%	100%

（注）食品ロスの内訳の区分については、次ページ④の選択肢を参考にしてください。

④ 食品ロスの発生要因

前ページ③で回答いただいた食品ロス（食品廃棄物等のうち可食部）の発生要因として当てはまるものについて、回答欄に○印をつけてください。【複数回答可】

想定している業種	回答欄	発生要因	
原材料・仕入品のロス	1	規格外の原材料の混入など 大きさや形などが規格に合わず、原材料として使用しなかったもの	
	2	原材料の仕入れ時や保管中の傷み・腐れ 仕入れ時や通常の保管期間中の傷みや腐れの発生	
	3	見込み違いなどによる原材料の使い残し 見込み違いなどにより原材料が余剰となったことによる使い残し	
	4	商品の仕入れ時や保管中の破損など（食品） 仕入れ時や通常の保管・販売期間中の破損などにより、食品としての品質に影響があり、商品にならなかったもの	
	5	商品の仕入れ時や保管中の容器・包装のキズ 仕入れ時や通常の保管・販売期間中に生じた容器・包装のキズなどにより、食品としての品質に影響がないが食品にならなかったもの	
製造・調理時のロス	6	破材 製造・調理工程で日常的に発生する切り落とし・破材のうち食用にできるもの	
	7	残渣（食用にできるもの） 発酵残渣、抽出残渣のうち食用にできるもの（おから、日本酒の酒粕等）	
	8	製造不良・調理ミス（食品） 設備トラブルや人的ミスなどにより発生した製造不良等、食品としての品質に影響があり、商品にならなかったもの	
	9	製造不良（容器・包装） 設備トラブルや人的ミスなどにより発生した製造不良で、食品としての品質に影響はないが、容器・包装のキズなどにより商品にならなかったもの	
製造業（部門）	10	設備ロス 配置に付帯したものなど製造工程において設備から発生するもの	
売れ残り	11	生産過多による売れ残りの発生 作り過ぎた商品・料理の作り置き品の売れ残り	
	12	納品期限切れ 納品期限を過ぎた商品の発生	
	13	販売期限切れ 販売期限を過ぎた商品の発生	
	共通	商品入替（季節品、定番カット、特売終了）に伴う余剰在庫の発生 季節品入替、定番カット、特売終了などに伴う在庫商品の発生	
返品	15	納品期限切れによる返品品の発生 納品期限を過ぎ、取引先から返品された商品の発生	
	16	商品入替（季節品、定番カット、特売終了）に伴う返品品の発生 季節品入替、定番カット、特売終了に伴い返品された商品の発生	
残食し	17	お客様の食べ残し 飲食店種などでのお客様の食べ残しの発生	
その他	共通	18	試作ロス 試作品・サンプル品での発生
		19	検査・保存用サンプル品 検査、保存用サンプル品で、保存期間等過ぎたものの発生
		20	その他 具体的に記入してください。 ()

ここからは、食品ロス削減に向けた取組についての御意見を伺います。

Q8 フードバンク活動に関する考えを伺います。

県内には、規格外品などの未利用食品の提供を受けて、生活困窮、災害等により必要な食べ物を十分に入手することができない人に無償で提供する活動を行う「フードバンク」があります。フードバンク活動は、食品ロスの削減に資する取組であり、生活困窮者等の支援にもつながる取組であることから、県としても、活動を後押ししていきたいと考えています。

Q8-1 県内フードバンクの活動に関して、**すでに協力していること、今後協力できそうなことがあれば**○印をつけてください。【複数回答可】

取組内容	すでに協力している	今後協力できそう
1 フードバンクへの規格外品・余剰品等の食品提供		
2 フードドライブ（車）の実施への協力		
3 フードバンクに提供された食品の保管場所の提供協力		
4 フードバンクへの食品配達に関する協力		
5 フードバンクから支援先への食品配達に関する協力		
6 活動資金の援助		
7 社員等がボランティアとして活動に参加		
8 そのほか協力できそうなことがありましたら教えてください。（自由回答）		

※ フードドライブ一帯車で赤い食品を職場や店舗等に持ち寄り、それらをまとめてフードバンクなどに提供する活動

Q8-2 県内フードバンクの活動について**協力できない項目がある場合、その理由や課題**として当てはまるものに○印をつけてください。【複数回答可】

理由（課題）	回答欄
1 時間や人手が足りない	
2 費用がかかる	
3 提供可能な食品がない	
4 フードバンク側の食品受取条件（数量、温度帯、賞状期限残存期間など）に適合しない	
5 食品を提供したいが、フードバンクに関する情報がない／接点がない	
6 提供後の品質管理に不安がある	
7 提供後に再販等のおそれがある	
8 ブランド価値が損なわれる	
9 協力する必要性を感じない	
10 そのほか理由や課題がありましたら教えてください。特に、他都道府県のフードバンクに協力している事例はあるが、県内フードバンクには協力していないという場合は、その理由を記入してください。（自由回答）	

Q9 県では、食品ロスの削減に向けた事業者の取組事例を、ホームページ等で広く県民の皆様に公表していきたいと考えています。県ホームページのリンクで公開可能なWEBページがありましたら、該当する取組分野に○印を記入いただき、URLを記入してください。
また、リンク可能なWEBページがない場合で、取組事例について情報提供いただける場合には、以下に記載のURLより様式をダウンロードいただき、メールで提出してください。

取組分野	回答欄
1 小売店・飲食店における食品ロス削減のための取組	
2 輸配送・卸売工程で生じる食品ロス削減のための取組	
3 製造工程で生じる食品ロス削減のための取組	
4 その他（ ）	

取組事例に関するWEBページ URL記入欄

取組事例を様式にて提供いただく場合、以下URLからダウンロードしてください。

<https://www.pref.chiba.lg.jp/shigen/3r/food/ankeeto.html>

※ メールでの提出先 e-haiki@pref.chiba.lg.jp

※ ホームページ等に掲載する際は、別途メールにて連絡させていただきます。

Q10 食品ロス削減について、行政に「期待したいこと」や「ご要望」などがありましたら、できるだけ具体的に教えてください。【自由回答】

「質問は以上です。アンケートに御協力いただきありがとうございました。」

【業種一覧表】

本調査では、貴社の事業所のうち、下表の産業小分類に該当するものについて回答してください。

食品製造業

産業小分類コード	産業小分類名称
91	畜産食品製造業
92	水産食品製造業
93	野菜加工・果実加工・農産保存食品製造業
94	調味料製造業
95	糖類製造業
96	糖類・製粉業
97	パン・菓子製造業
98	動植物油脂製造業
99	その他の食品製造業
101	清涼飲料製造業
102	酒類製造業
103	茶・コーヒー製造業（清涼飲料を除く）

食品小売業

産業小分類コード	産業小分類名称
561	百貨店、総合スーパー
569	その他の各種成食品小売業（従業員が地料50人未満のもの）
581	各種食料品小売業
582	野菜・果実小売業
583	肉類小売業
584	鮮魚小売業
585	畜小売業
586	菓子・パン小売業
589	その他の食料品小売業

食品卸売業

産業小分類コード	産業小分類名称
521	農産物・水産物卸売業
522	食料・飲料卸売業

外食産業（旅館・ホテル、飲食店ほか）

産業小分類コード	産業小分類名称
452	沿海海運業
453	内陸水運業
751	旅館、ホテル
761	食堂、レストラン（専門料理店を除く）
762	専門料理店
763	そば・うどん店
764	すし店
765	蕎麦、ピザホール
766	バー、キャバレー、ナイトクラブ
767	喫茶店
769	その他の飲食店
771	持ち帰り飲食サービス業
772	配達飲食サービス業
79B	結婚式場業

※日本標準産業分類による分類

別組

【食品廃棄物のうち、可食部・不可食部の考え方について】

1 基本的な考え方

「食品廃棄物等」の可食部・不可食部は、食品リサイクル法第2条第2項に規定された内容をもとに、以下のように分類されます。

食品廃棄物等	可食部 (食品ロス)	「仕入れた食料・食品」、「食料を加工・調理等してできた食品」及び「副次的に発生したもので食用にできるもの」のうち、最終的に人に食されることなく食品廃棄物等となったもの
	不可食部	製造・加工・調理等の工程で副次的に発生したもので、食用にはできないもの

※「食品廃棄物等」の「等」には、食品の製造工程等で発生する動物性の残さで飼料等の原料として有価で取引されるものも含まれます。

※なお、「食品廃棄物等」には容器包装は含まれません。

2 可食部・不可食部の具体例

工程	原材料	製造	輸配送・販売	小売店舗	飲食店舗
可食部 (食品ロス)	<ul style="list-style-type: none"> 製品の原材料として仕入れた農産物等のうち食用として使用されなかったもの 	<ul style="list-style-type: none"> 製造工程で食用に加工されたものの、最終的に食用として使用されなかったもの 	<ul style="list-style-type: none"> 運搬途中の破損や返品等により、食用として使用されなかった食品 	<ul style="list-style-type: none"> 食品や調味品、又はその材料として用いる予定であったものの最終的に食用に使用されなかったもの 	<ul style="list-style-type: none"> 仕入れた材料や調理した料理のうち、最終的に食用に使用されなかったもの又は食されなかったもの
不可食部	—	<ul style="list-style-type: none"> 製造・加工残渣のうち、食品の原材料等として使用できないもの 	—	<ul style="list-style-type: none"> 加工・調理残渣のうち、食品の原材料等として使用できないもの 	<ul style="list-style-type: none"> 調理残渣のうち、食品の原材料等として使用できないもの

(注) 「3 その他の共通事項」も参照ください。

3 その他の共通事項

①食用にできるものの判断基準

ア 原材料の消費については、

(ア) 仕入れたままの状態である場合は、その全量を可食部としてカウントします。ただし、実測や日本食品標準成分表の消費率等により不可食部の量を把握している場合は、不可食部を除いた量を可食部としてカウントします。

(イ) 骨や皮など食用に適さない部分のみを消費する場合は、その消費する全量を不可食部としてカウントします。

イ 製造中の食品の廃棄は、加工して食べられる状態とする前の段階で廃棄する場合も可食部とします。また、消費時点で食べられる場合のみならず、もともと食べられる状態にあったものが、消費・賞味期限切れを食めて何らかの理由で食用に適さなくなった場合も可食部とします。なお、サンプル品（店頭での提供を前提としないものも含む）も可食部とします。

例： 原材料として仕入れた魚を、加えずそのまま消費した場合は、全量が「可食部」となります。ただし、実測や日本食品標準成分表の消費率等により不可食部の量を把握している場合は、不可食部を除いた量を可食部としてカウントします。

例： 原材料として仕入れた内臓肉（臓のレバー等）は、食品にする前提で仕入れているため、一般的に食用とされるものとして扱い、「可食部」となります。

例： パンやバスタなどの生地は、製造途中の状態での消費であっても、加工して食べる状態となることを前提で作られたものであるため、「可食部」となります。

例： 異物混入や腐敗を理由に消費するものは、もともと食べられる状態にあったものが、後から食用に適さなくなったものであるため、「可食部」となりません。

② 原材料の加工、又は調理の過程において副次的に得られた物品が「食品廃棄物等」となった場合、

○食用にできるものは「可食部」

例： 食パンの耳やおからは、加工、又は調理の過程において副次的に得られますが、一般に食べられているので「可食部」となります。

○食用にできないものは「不可食部」

例： 米ぬかは、加工（精米）の過程において副次的に得られ、その一部は米油等の製造に使用されますが、一般的に食べられていないので「不可食部」となります。

としてカウントします。

③ 製品、商品のうち、納品期限・販売期限切れの在庫、返品、サンプル品等により、最終的に消費されたものは、中身の全量を可食部としてカウントします（容器包装は「食品廃棄物等」に含まれないため、容器包装の重量は含みません）。製品の中に食用にならない部分（肉・魚の骨等）が含まれていても、容器包装の重量を除く全量を可食部としてカウントします。ただし、実測や日本食品標準成分表の消費率等により不可食部の量を把握している場合は、不可食部を除いた量を可食部としてカウントします。

④ お客様に提供する予定で準備していたが、消費されることになった商品・調理品は、全量を可食部としてカウントします（容器包装の重量は含みません）。調理品の中に食用に適さない部分があっても、容器の重量を除いた全量を可食部としてカウントします。ただし、実測や日本食品標準成分表の消費率等により不可食部の量を把握している場合は、不可食部を除いた量を可食部としてカウントします。

⑤ 上記のとおり、作り置き品や食べ残しのように食べられるものと食べられないもの（果実の皮、骨・肉の骨等）が混ざったものや、原材料消費のように食べられる部分と食べられない部分が一体になっているもの（まるごとのキャベツ、骨付き肉、皮付きのみかん等）が食品廃棄物等になった場合、基本的には全量を可食部としてカウントします。ただし、実測や日本食品標準成分表の消費率等により不可食部の量を把握している場合は、不可食部を除いた量を可食部としてカウントします。

以上