

令和 6 年度

茨城県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 5 年度実績)

令和 7 年 3 月

茨城県県民生活環境部資源循環推進課

目次

第1節 調査概要	5
1. 調査目的	5
2. 調査対象	5
3. 調査期間	5
4. 調査方法	5
5. 回収結果	6
第2節 基本属性	7
1. 業種	7
2. 従業者数	8
第3節 食品ロスに関する実態	9
1. 廃棄物・食品廃棄物等・食品ロスの発生量	9
2. 食品廃棄物等量に占めるロス量の割合	10
3. 食品廃棄物等の再利用状況	11
4. 食品ロスの発生内訳	12
第4節 食品ロス削減に関する取組	13
1. 食品ロス削減の位置づけ	13
2. 実施している取組	14
3. 特に成果に繋がっている取組	15
4. 食品ロス削減に関する取組の課題または行えない理由	16
5. 食品ロスに関する情報の入手先	17
6. 茨城県が実施する取組についての認識および意識	18
7. 消費者や行政に期待したいこと・要望（自由回答）	19

第 1 節 調査概要

1. 調査目的

本調査は、食品廃棄物等や食品ロス削減に向けた今後の茨城県の取組検討、及び茨城県廃棄物処理計画（食品ロスに関する事項）の策定に向けた基礎資料として用いるために実施した。

2. 調査対象

日本標準産業分類平成 25 年 10 月改定の業種区分を基本に、食品廃棄物等の発生及び処理状況の特性を勘案し、次の業種を対象とした。

- 製造業（食料品及び飲料に限る）
- 卸売業・小売業（食料品、飲料及び百貨店・総合スーパーに限る）
- 宿泊業・飲食サービス業
- 生活関連サービス業・娯楽業（結婚式場業に限る）

3. 調査期間

令和 6 年 9 月 4 日から令和 6 年 10 月 21 日

4. 調査方法

イ 標本抽出内容

標本の抽出に関しては、「日本標準産業分類（総務省）」の業種区分の製造業（食料品及び飲料に限る）、卸売業・小売業（食料品、飲食及び百貨店・総合スーパーに限る）、宿泊業・飲食サービス業、生活関連サービス業・娯楽業（結婚式場に限り）を調査対象とした。

業種別抽出方法：

業種	抽出方法等
食品製造業	従業員数 30 人以上 全数抽出 従業員数 5 ～ 30 人未満 無作為抽出
飲料製造業	
飲食料品卸売業	従業員数 100 人以上 全数抽出 従業員数 5 ～ 100 人未満 無作為抽出
百貨店、総合スーパー	
飲食料品小売業	
宿泊業	
飲食店	
持ち帰り・配達飲食サービス業	
結婚式場業	

抽出件数は、調査対象事業所数 19,458 事業所（令和 3 年経済センサス活動調査）のうち、業種特性、規模別特性等を考慮し、1,594 事業所（抽出率 9 %程度）を抽出した。

抽出後の標本データについては、I D 及びパスワードを付番し、調査対象者が web 調査での回答が可能となるように準備のうえ、調査を行った。また、web 調査に加え、紙媒体での調査および Excel 調査票ファイルのダウンロードによる調査も行った。

ロ アンケート調査項目等

アンケート調査は、次のとおり実態調査及び意識等調査の項目により行った。

- ①廃棄物・食品廃棄物等・食品ロスの発生状況
- ②食品廃棄物等の再利用状況
- ③食品ロスの発生内訳
- ④食品ロス削減の位置づけ
- ⑤食品ロス削減に関する取組の実施状況
- ⑥食品ロス削減に関する取組の課題または行えない理由
- ⑦食品ロスに関する情報の入手先
- ⑧茨城県が実施する取組についての認識および意識

5. 回収結果

発送数：1,594 件

回収数：423 件（回収率：26.5%）

有効回答数：398 件（有効回答率：25.0%）

第2節 基本属性

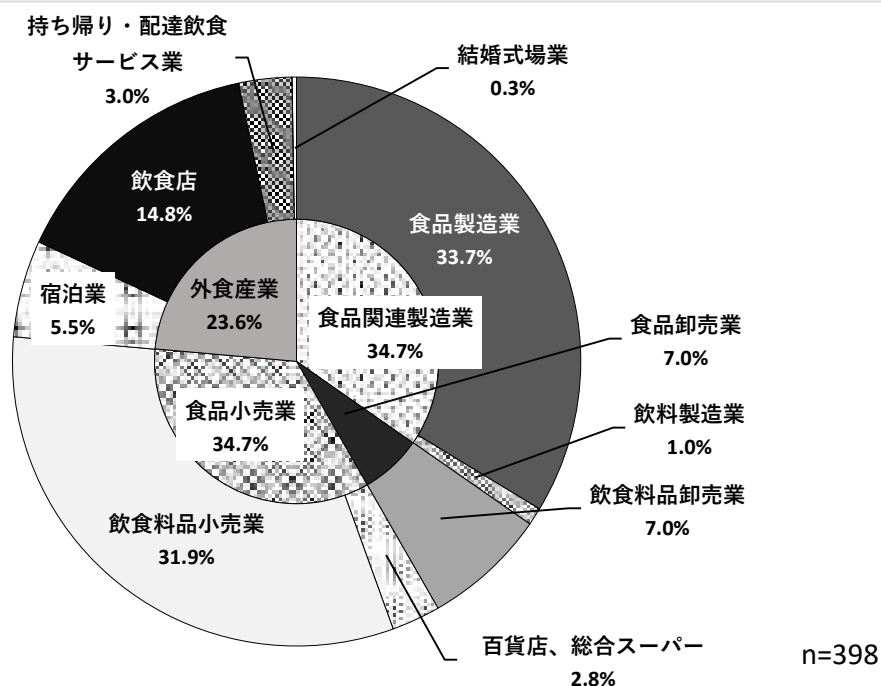
1. 業種

回答業者の業種を尋ねたところ、「食品製造業」が33.7%と最も多く、ついで「飲食料品小売業」(31.9%)、「飲食店」(14.8%)の順となっている。

大分類業種別にみると、「食品関連製造業」と「食品小売業」が34.7%と最も多く、ついで「外食産業」(23.6%)、「食品卸売業」(7.0%)の順となっている。(図表5-1)

図表 5-1 回答業者の業種

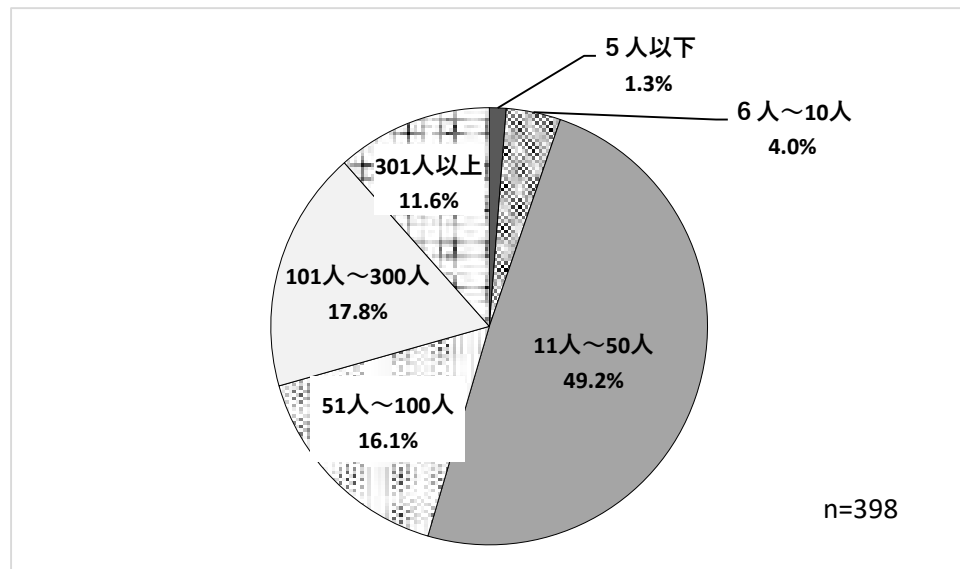
業種	発送件数	有効回答数	有効回答率(%)	構成率(%)
食品製造業	355	134	37.7	33.7
飲料製造業	8	4	50.0	1.0
食品関連製造業 小計	363	138	38.0	34.7
飲食料品卸売業	126	28	22.2	7.0
食品卸売業 小計	126	28	22.2	7.0
百貨店、総合スーパー	18	11	61.1	2.8
飲食料品小売業	433	127	29.3	31.9
食品小売業 小計	451	138	30.6	34.7
宿泊業	79	22	27.8	5.5
飲食店	490	59	12.0	14.8
持ち帰り・配達飲食サービス業	67	12	17.9	3.0
結婚式場業	18	1	5.6	0.3
外食産業 小計	654	94	14.4	23.6
合計	1,594	398	25.0	100.0



2. 従業者数

回答業者の従業者数を尋ねたところ、全体では「11人～50人」が49.2%と最も多く、ついで「101人～300人」(17.8%)、「51人～100人」(16.1%)の順となっている。(図表5-2)

図表 5-2 回答業者の従業者数（全体）



図表 5-3 回答業者の従業者数（業種別）

		従業者数区分					
		5人以下	6人～10人	11人～50人	51人～100人	101人～300人	301人以上
業 種	食品製造業(n=134)	0.0%	0.7%	30.6%	23.9%	28.4%	16.4%
	飲料製造業(n=4)	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%
	食品関連製造業(n=138)	0.0%	0.7%	30.4%	23.2%	29.7%	15.9%
	飲食料品卸売業(n=28)	7.1%	7.1%	64.3%	7.1%	14.3%	0.0%
	食品卸売業(n=28)	7.1%	7.1%	64.3%	7.1%	14.3%	0.0%
	百貨店、総合スーパー(n=11)	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	54.5%	45.5%
	飲食料品小売業(n=127)	0.8%	5.5%	56.7%	11.8%	12.6%	12.6%
	食品小売業(n=138)	0.7%	5.1%	52.2%	10.9%	15.9%	15.2%
	宿泊業(n=22)	0.0%	9.1%	54.5%	22.7%	9.1%	4.5%
	飲食店(n=59)	1.7%	6.8%	71.2%	16.9%	3.4%	0.0%
	持ち帰り・配達飲食サービス業(n=12)	8.3%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	16.7%
	結婚式場業(n=1)	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	外食産業(n=94)	2.1%	6.4%	68.1%	16.0%	4.3%	3.2%
	全体(n=398)	1.3%	4.0%	49.2%	16.1%	17.8%	11.6%

第3節 食品ロスに関する実態

1. 廃棄物・食品廃棄物等・食品ロスの発生量

令和5年度における「廃棄物量」「廃棄物量に占める食品廃棄物等量」「食品廃棄物等量に占める食品ロス量」の発生量を尋ねたところ、全体では「廃棄物量」は合計で約55.4万トンとなっており、「廃棄物量に占める食品廃棄物等量」は約5.9万トンと「廃棄物量」の10.7%となっている。また、「食品廃棄物等量に占める食品ロス量」は約1.2万トンとなっており、「廃棄物量に占める食品廃棄物等量」の21.0%となっている。

業種別にみると、「廃棄物量」では食品製造業で約52.6万トンと最も多く、ついで飲食料品小売業（約1.4万トン）、飲料製造業（約0.7万トン）の順となっている。「廃棄物量に占める食品廃棄物等量」では、食品製造業で約4.5万トンと最も多く、ついで飲食料品小売業（約0.6万トン）、飲料製造業（約0.4万トン）の順となっている。「食品廃棄物等量に占める食品ロス量」では、食品製造業で約1.1万トンと最も多く、ついで飲食料品小売業（約443.7トン）、飲料製造業（約312.0トン）の順となっている。

大分類業種別にみると、「廃棄物量」では食品関連製造業で約53.3万トンと最も多く、ついで食品小売業（約1.7万トン）、食品卸売業（約0.3万トン）の順となっている。「廃棄物量に占める食品廃棄物等量」では、食品関連製造業で約4.9万トンと最も多く、ついで食品小売業（約0.6万トン）、食品卸売業（約0.3万トン）の順となっている。「食品廃棄物等量に占める食品ロス量」では、食品関連製造業で約1.2万トンと最も多く、ついで食品小売業（約525.7トン）、外食産業（約280.9トン）の順となっている。（図表5-4）

図表5-4 廃棄物・食品廃棄物等・食品ロスの発生量（業種別）

		(量:トン/年、割合:%)			
		廃棄物量	廃棄物量に占める食品廃棄物等量	食品廃棄物等量に占める食品ロス量	食品廃棄物等量に占める食品ロスの割合
業 種	食品製造業(n=134)	526,248.6	45,136.5	11,209.8	24.8
	飲料製造業(n=4)	6,846.8	4,307.4	312.0	7.2
	食品関連製造業(n=138) 小計	533,095.3	49,443.9	11,521.8	23.3
	飲食料品卸売業(n=28)	2,687.9	2,559.0	83.7	3.3
	食品卸売業(n=28) 小計	2,687.9	2,559.0	83.7	3.3
	百貨店、総合スーパー(n=11)	2,489.4	401.9	82.0	20.4
	飲食料品小売業(n=127)	14,502.2	5,902.7	443.7	7.5
	食品小売業(n=138) 小計	16,991.6	6,304.6	525.7	8.3
	宿泊業(n=22)	559.4	307.2	24.4	7.9
	飲食店(n=59)	676.1	386.6	173.2	44.8
	持ち帰り・配達飲食サービス業(n=12)	281.2	164.0	82.9	50.5
	結婚式場業(n=1)	1.20	0.72	0.36	50.0
	外食産業(n=94) 小計	1,517.9	858.5	280.9	32.7
	全体(n=398) 合計	554,292.7	59,165.9	12,412.1	21.0

2. 食品廃棄物等量に占めるロス量の割合

業種ごとの食品廃棄物等量に占める食品ロス量の割合をみると、「持ち帰り・配達飲食サービス業」が 50.5%と最も多く、ついで「結婚式場業」（50.0%）、「飲食店」（44.8%）の順となっている。（図表 5-5）

図表 5-5 食品廃棄物等量に占める食品ロス量の割合

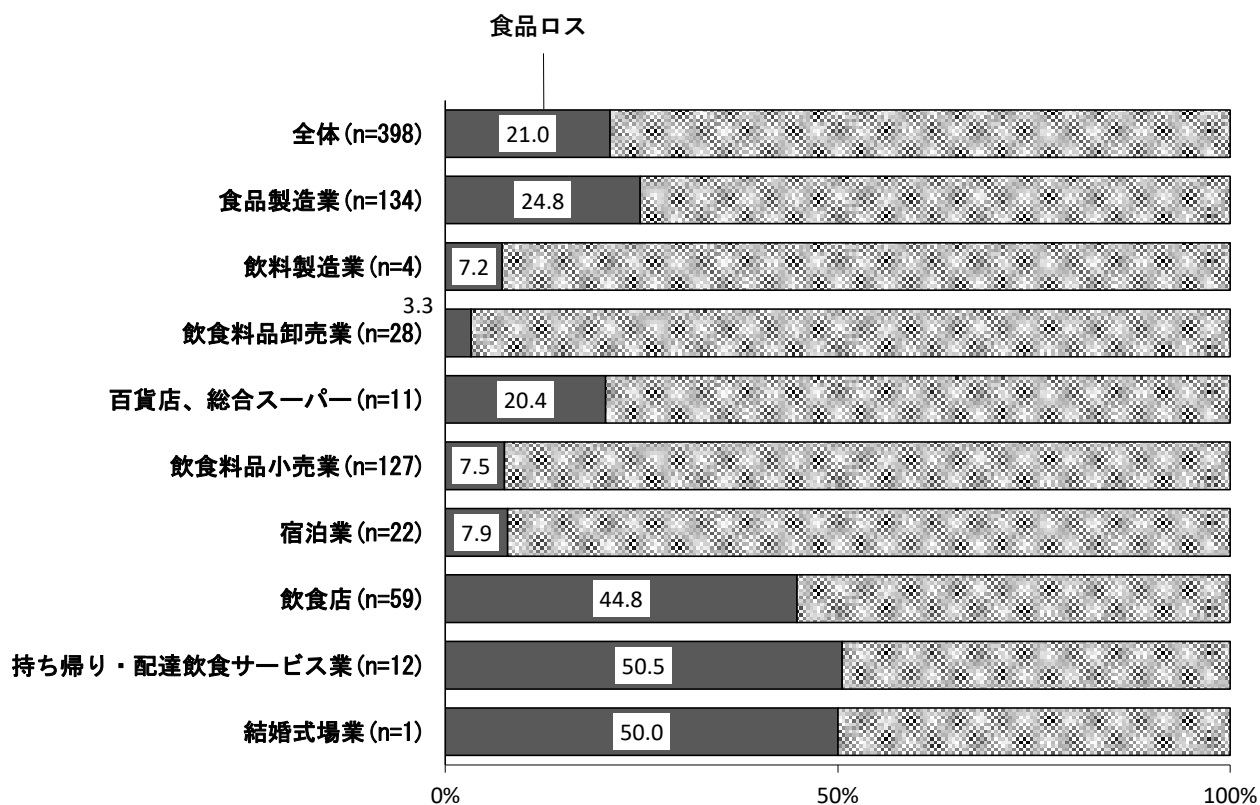
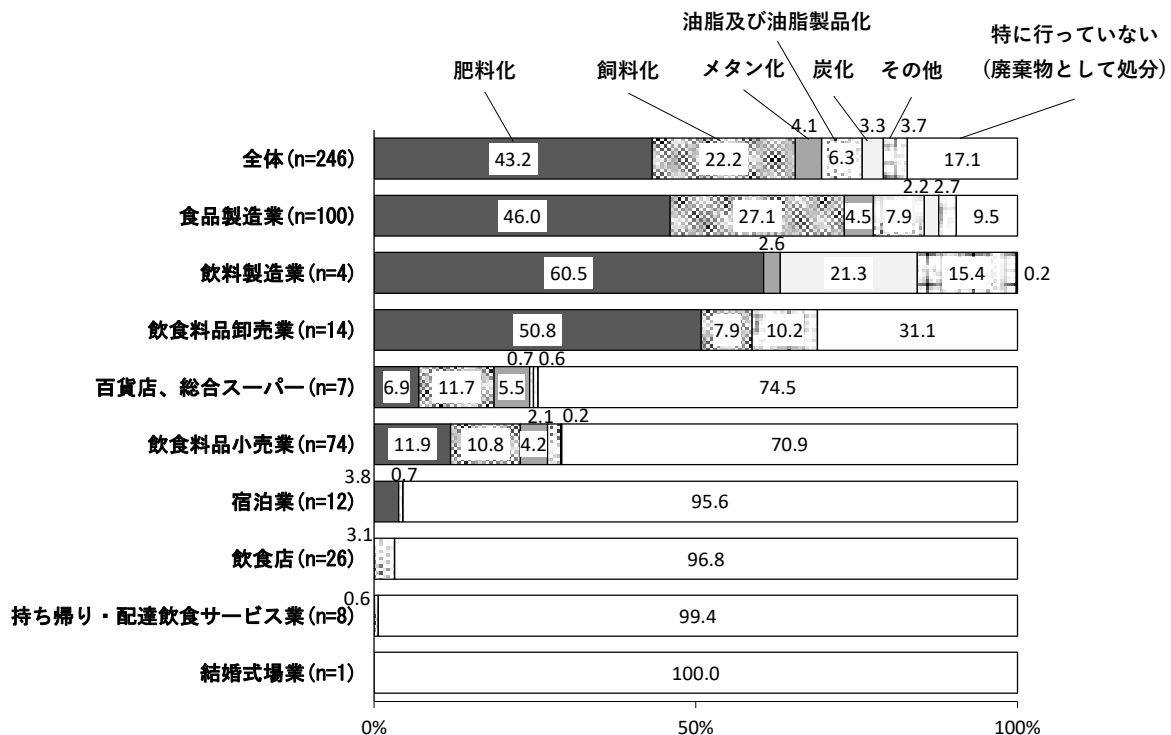


表 5-6)



4. 食品ロスの発生内訳

食品ロスの発生内訳について尋ねたところ、全体では「製造、調理時のロス」が73.3%と最も多く、ついで「原材料・仕入品のロス」(12.2%)、「売れ残り」(5.1%)の順となっている。

業種別にみると、食品関連製造業では「製造、調理時のロス」が77.5%と最も多く、ついで「原材料・仕入品のロス」(11.4%)、「売れ残り」(2.7%)の順となっている。

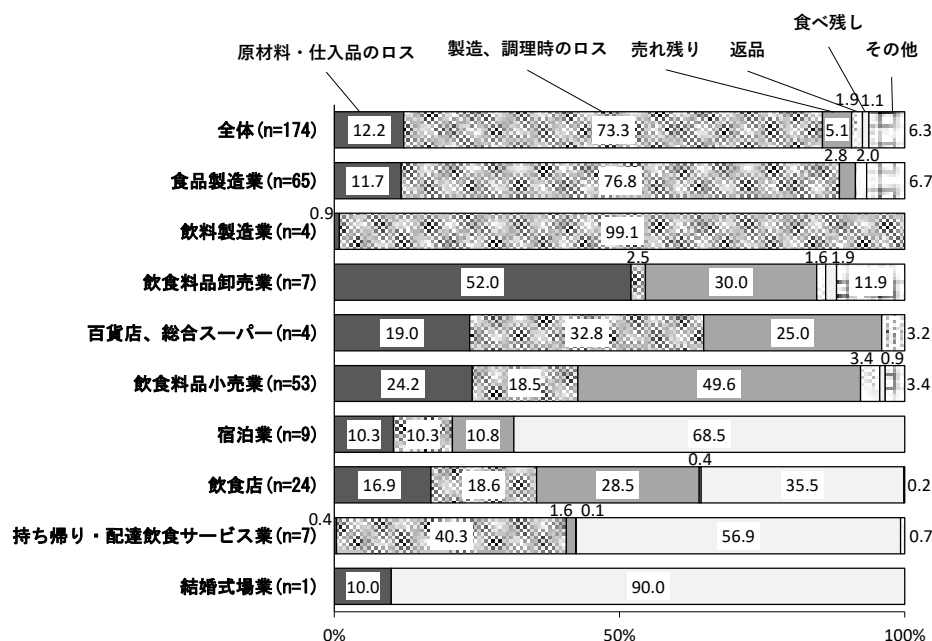
食品卸売業では「原材料・仕入品のロス」が52.0%と最も多く、ついで「売れ残り」(30.0%)、「製造、調理時のロス」(2.5%)の順となっている。

食品小売業では「売れ残り」が49.6%と最も多く、ついで「原材料・仕入品のロス」(24.2%)、「製造、調理時のロス」(18.5%)の順となっている。

外食産業では「食べ残し」が44.7%と最も多く、ついで「製造、調理時のロス」(24.3%)、「売れ残り」(19.0%)の順となっている。(図表5-7)

図表 5-7 食品ロスの発生内訳（業種別平均値）

		入 原 材 料 の ロ ス	製 造 、 調 理 時 の ロ ス	売 れ 残 り	返 品	食 べ 残 し	そ の 他
業 種	食品製造業(n=65)	11.7%	76.8%	2.8%	2.0%	0.0%	6.7%
	飲料製造業(n=4)	0.9%	99.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	食品関連製造業(n=69)	11.4%	77.5%	2.7%	1.9%	0.0%	6.5%
	飲食料品卸売業(n=7)	52.0%	2.5%	30.0%	1.6%	1.9%	11.9%
	食品卸売業(n=7)	52.0%	2.5%	30.0%	1.6%	1.9%	11.9%
	百貨店、総合スーパー(n=4)	19.0%	32.8%	25.0%	3.2%	0.0%	0.0%
	飲食料品小売業(n=53)	24.3%	14.0%	53.2%	3.2%	1.1%	4.1%
	食品小売業(n=57)	24.2%	18.5%	49.6%	3.4%	0.9%	3.4%
	宿泊業(n=9)	10.3%	10.3%	10.8%	0.0%	68.5%	0.0%
	飲食店(n=24)	16.9%	18.6%	28.5%	0.4%	35.5%	0.2%
	持ち帰り・配達飲食サービス業(n=7)	0.4%	40.3%	1.6%	0.1%	56.9%	0.7%
	結婚式場業(n=1)	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	90.0%	0.0%
	外食産業(n=41)	11.4%	24.3%	19.0%	0.2%	44.7%	0.3%
	全体(n=174)	12.2%	73.3%	5.1%	1.9%	1.1%	6.3%



第4節 食品ロス削減に関する取組

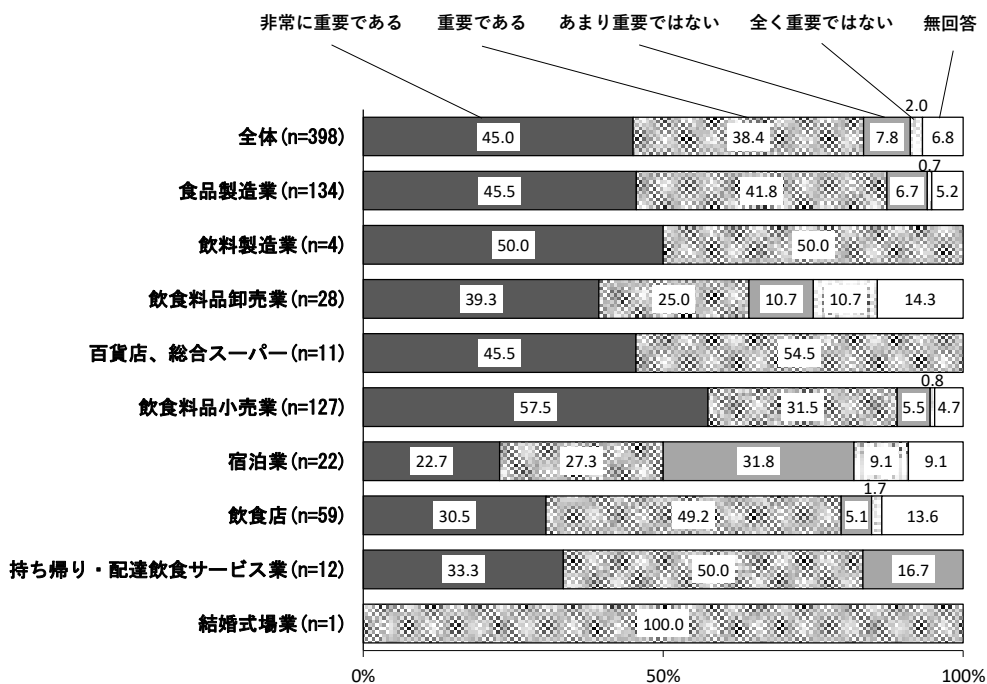
1. 食品ロス削減の位置づけ

事業所の経営における食品ロス削減の位置づけについて尋ねたところ、全体では「非常に重要である」と「重要である」を合わせた《重要である》が83.4%、「あまり重要でない」と「全く重要でない」を合わせた《重要でない》が9.8%となっている。

業種別にみると、食品製造業、飲料製造業、百貨店、総合スーパー、飲食料品小売業、持ち帰り・配達飲食サービス業、結婚式場業において、「非常に重要である」と「重要である」を合わせた《重要である》が8割以上となっている。反対に、飲食料品卸売業、宿泊業においては、「あまり重要でない」と「全く重要でない」を合わせた《重要でない》が2割以上となっている。（図表5-8）

図表 5-8 食品ロス削減の位置づけ

		要 非 で 常 あ に る 重	重 要 で あ る	要 あ で ま り い 重	全 く 重 要 で な い	無 回 答
業 種	食品製造業(n=134)	45.5%	41.8%	6.7%	0.7%	5.2%
	飲料製造業(n=4)	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	食品関連製造業(n=138)	45.7%	42.0%	6.5%	0.7%	5.1%
	飲食料品卸売業(n=28)	39.3%	25.0%	10.7%	10.7%	14.3%
	食品卸売業(n=28)	39.3%	25.0%	10.7%	10.7%	14.3%
	百貨店、総合スーパー(n=11)	45.5%	54.5%	0.0%	0.0%	0.0%
	飲食料品小売業(n=127)	57.5%	31.5%	5.5%	0.8%	4.7%
	食品小売業(n=138)	56.5%	33.3%	5.1%	0.7%	4.3%
	宿泊業(n=22)	22.7%	27.3%	31.8%	9.1%	9.1%
	飲食店(n=59)	30.5%	49.2%	5.1%	1.7%	13.6%
	持ち帰り・配達飲食サービス業(n=12)	33.3%	50.0%	16.7%	0.0%	0.0%
	結婚式場業(n=1)	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	外食産業(n=94)	28.7%	44.7%	12.8%	3.2%	10.6%
	全体(n=398)	45.0%	38.4%	7.8%	2.0%	6.8%



2. 実施している取組

食品ロス削減に関して実施している取組を尋ねたところ、全体では「原材料・商品の発注の改善」が 58.3%と最も多く、ついで「食品ロス削減についての従業員教育」(47.7%)、「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)」(35.4%)の順となっている。

大分類業種別にみると、食品関連製造業では「歩留まりの改善」で 71.0%と最も多く、ついで「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)」(54.3%)、「食品ロス発生量の継続的な計量」(40.6%)の順となっている。

食品卸売業では「原材料・商品の発注の改善」で 35.7%と最も多く、ついで「原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良」(28.6%)の順となっている。

食品小売業では「値引き・ポイント付与による売り切り」で 77.5%と最も多く、ついで「原材料・商品の発注の改善」(76.1%)、「食品ロス削減についての従業員教育」(58.0%)の順となっている。

外食産業では「原材料・商品の発注の改善」で 76.6%と最も多く、ついで「食品ロス削減についての従業員教育」(54.3%)、「原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良」(25.5%)の順となっている。(図表 5-9)

図表 5-9 食品ロス削減に関して実施している取組

	(n=398)	(食品関連製造業 n=138)	(食品卸売業 n=28)	(食品小売業 n=138)	(外食産業 n=94)
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)	35.4%	54.3%	25.0%	27.5%	22.3%
食品ロス削減についての従業員教育	47.7%	39.1%	17.9%	58.0%	54.3%
食品ロス発生量の継続的な計量	33.7%	40.6%	17.9%	32.6%	29.8%
原材料・商品の発注の改善	58.3%	32.6%	35.7%	76.1%	76.6%
生産計画における予測精度の改善	35.2%	37.0%	21.4%	46.4%	20.2%
原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	24.4%	22.5%	28.6%	24.6%	25.5%
歩留まりの改善	34.9%	71.0%	17.9%	10.9%	22.3%
食材の未利用部分や規格外品の販売や加工品への利用	9.0%	10.1%	14.3%	9.4%	5.3%
値引き・ポイント付与による売り切り	30.7%	2.2%	25.0%	77.5%	5.3%
食品ロスになりそうな商品の社内販売	19.3%	21.0%	17.9%	28.3%	4.3%
賞味・消費期限の延長や大括り化(年月表示、日まとめ表示)	9.3%	10.1%	3.6%	13.0%	4.3%
食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	8.5%	0.0%	0.0%	8.0%	24.5%
料理の持ち帰り希望への対応	6.5%	0.7%	0.0%	2.2%	23.4%
フードシェアリングサービスの活用	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
期限間近の食品等を扱うショッピングサイトやマッチングアプリの活用	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
フードバンク・こども食堂への食品提供	5.8%	3.6%	3.6%	12.3%	0.0%
食品ロスに関する消費者啓発(食べきり・てまえどり等)	18.1%	0.7%	0.0%	47.1%	6.4%
商習慣の見直し(納品期限の緩和、返品削減など)	6.5%	5.1%	10.7%	10.1%	2.1%
飼料・肥料・燃料等へのリサイクル	29.1%	47.8%	3.6%	31.9%	5.3%
その他	1.8%	0.7%	0.0%	2.9%	2.1%
無回答	8.3%	8.7%	25.0%	3.6%	9.6%

3. 特に成果に繋がっている取組

食品ロス削減に関して実施している取組の中で特に成果に繋がっている『1位』の取組について尋ねたところ、全体では「値引き・ポイント付与による売り切り」が11.8%と最も多く、ついで「飼料・肥料・燃料等へのリサイクル」(10.6%)、「歩留まりの改善」(10.1%)の順となっている。

大分類業種別にみると、特に成果に繋がっている取組の『1位』では、食品関連製造業では「歩留まりの改善」(26.1%)、食品卸売業では「原材料・商品の発注の改善」(7.1%)ほか3項目、食品小売業では「値引き・ポイント付与による売り切り」(31.9%)、外食産業では「食品ロス削減についての従業員教育」(16.0%)がそれぞれ最も多かった。(図表5-10)

図表 5-10 特に成果に繋がっている取組

	1位					2位					3位					(%)
	(n=398) 全体	(n=138) 食品関連製造業	(n=28) 食品卸売業	(n=138) 食品小売業	(n=94) 外食産業	(n=398) 全体	(n=138) 食品関連製造業	(n=28) 食品卸売業	(n=138) 食品小売業	(n=94) 外食産業	(n=398) 全体	(n=138) 食品関連製造業	(n=28) 食品卸売業	(n=138) 食品小売業	(n=94) 外食産業	
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)	7.8	15.9	3.6	4.3	2.1	2.0	5.1	0.0	0.7	0.0	5.5	11.6	3.6	2.2	2.1	
食品ロス削減についての従業員教育	7.0	3.6	0.0	5.8	16.0	5.8	4.3	0.0	5.1	10.6	8.0	5.8	0.0	10.1	10.6	
食品ロス発生量の継続的な計量	2.0	2.2	0.0	0.7	4.3	4.8	10.1	3.6	0.0	4.3	7.5	6.5	3.6	10.1	6.4	
原材料・商品の発注の改善	6.8	0.0	7.1	8.0	14.9	13.3	5.1	3.6	23.2	13.8	6.0	8.0	7.1	4.3	5.3	
生産計画における予測精度の改善	2.0	2.2	0.0	0.7	4.3	6.8	11.6	3.6	5.8	2.1	5.5	5.1	0.0	9.4	2.1	
原材料や商品の保管状況の改善、容器の改良	1.5	1.4	7.1	0.0	2.1	2.5	5.1	3.6	0.7	1.1	1.5	1.4	3.6	0.7	2.1	
歩留まりの改善	10.1	26.1	7.1	0.0	2.1	9.0	20.3	7.1	0.7	5.3	3.8	7.2	0.0	0.0	5.3	
食材の未利用部分や規格外品の販売や加工品への利用	2.0	2.2	7.1	2.2	0.0	1.3	2.2	0.0	0.7	1.1	1.0	0.7	3.6	0.7	1.1	
値引き・ポイント付与による売り切り	11.8	0.7	3.6	31.9	1.1	6.0	0.7	3.6	14.5	2.1	2.0	0.0	3.6	4.3	1.1	
食品ロスになりそうな商品の社内販売	0.3	0.0	0.0	0.7	0.0	1.5	1.4	7.1	1.4	0.0	2.8	5.1	0.0	2.2	1.1	
賞味・消費期限の延長や大括り化(年月表示、日まとめ表示)	0.5	0.0	0.0	1.4	0.0	1.0	0.0	0.0	2.2	1.1	1.5	2.2	0.0	2.2	0.0	
食べ残し削減に向けたメニュー開発、少量メニュー導入	0.8	0.0	0.0	0.0	3.2	1.3	0.0	0.0	0.7	4.3	1.5	0.0	0.0	0.0	6.4	
料理の持ち帰り希望への対応	0.8	0.0	0.0	0.0	3.2	0.3	0.0	0.0	0.0	1.1	0.8	0.0	0.0	0.7	2.1	
フードシェアリングサービスの活用	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
期限間近の食品等を扱うショッピングサイトやマッチングアプリの活用	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
フードバンク・こども食堂への食品提供	0.5	0.7	0.0	0.7	0.0	0.3	0.0	0.0	0.7	0.0	0.5	0.0	0.0	1.4	0.0	
食品ロスに関する消費者啓発(食べきり・てまえどり等)	0.8	0.0	0.0	1.4	1.1	2.0	0.0	0.0	5.1	1.1	2.0	0.7	0.0	5.1	0.0	
商習慣の見直し(納品期限の緩和、返品削減など)	0.5	0.7	0.0	0.7	0.0	0.8	0.7	0.0	0.7	1.1	1.0	1.4	3.6	0.7	0.0	
飼料・肥料・燃料等へのリサイクル	10.6	19.6	3.6	10.1	0.0	1.5	3.6	0.0	0.7	0.0	5.0	9.4	0.0	4.3	1.1	
その他	0.3	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	0.0	0.0	2.9	0.0	
無回答	34.2	24.6	60.7	30.4	45.7	39.9	29.7	67.9	37.0	51.1	43.0	34.8	71.4	38.4	53.2	

4. 食品ロス削減に関する取組の課題または行えない理由

食品ロス削減に関する取組の課題、取り組みを行えない理由について尋ねたところ、全体では「手間がかかる、時間・人手が足りない」が39.4%と最も多く、ついで「これまでの商習慣を変えるのが難しい」(20.9%)、「費用がかかる」(19.6%)の順となっている。

大分類業種別にみると、食品卸売業を除いた、食品関連製造業、食品小売業、外食産業において、「手間がかかる、時間・人手が足りない」が3割以上となっており、またすべての業種において「これまでの商習慣を変えるのが難しい」が2割近くとなっている。(図表5-11)

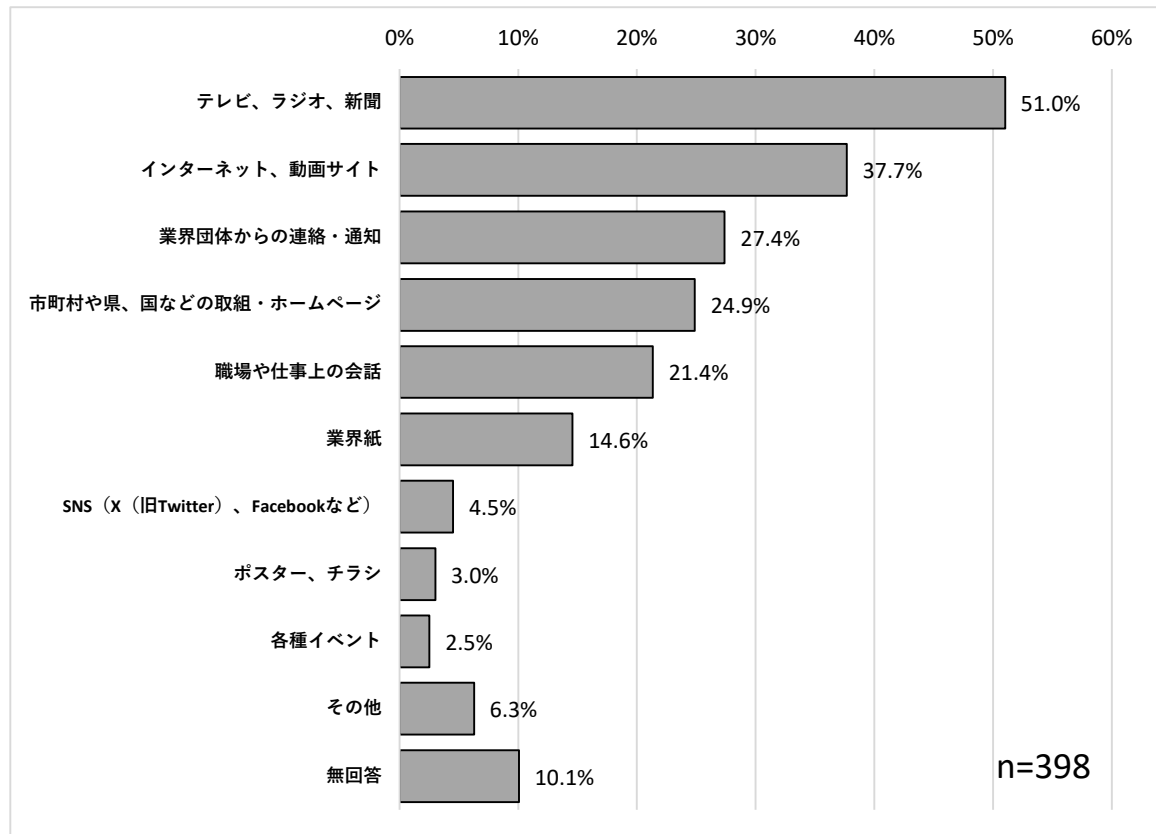
図表 5-11 食品ロス削減に関する取組の課題、取り組みを行えない理由

	(n=398 全体)	(n=138 食品 関連 製造 業)	(n=28 食品 卸売 業)	(n=138 食品 小売 業)	(n=94 外食 産業)
これまでの商習慣を変えるのが難しい	20.9%	18.1%	25.0%	23.2%	20.2%
費用がかかる	19.6%	23.9%	14.3%	19.6%	14.9%
手間がかかる、時間・人手が足りない	39.4%	42.0%	14.3%	47.8%	30.9%
実施のための知識・情報が不足している	15.8%	16.7%	10.7%	16.7%	14.9%
食品ロスを削減しても金銭的メリットが少ない	6.5%	6.5%	7.1%	8.0%	4.3%
衛生面に懸念がある	9.8%	11.6%	7.1%	3.6%	17.0%
リサイクルの活用先が見つからない	16.3%	19.6%	14.3%	18.8%	8.5%
どのように取り組めばよいか分からない	7.0%	2.9%	3.6%	10.1%	9.6%
その他	8.5%	8.0%	7.1%	10.1%	7.4%
無回答	22.9%	19.6%	42.9%	19.6%	26.6%

5. 食品ロスに関する情報の入手先

食品ロスに関する情報の入手先について尋ねたところ、「テレビ、ラジオ、新聞」が 51.0%と最も多く、ついで「インターネット、動画サイト」(37.7%)、「業界団体からの連絡・通知」(27.4%) の順となっている。(図表 5-12)

図表 5-12 食品ロスに関する情報の入手先

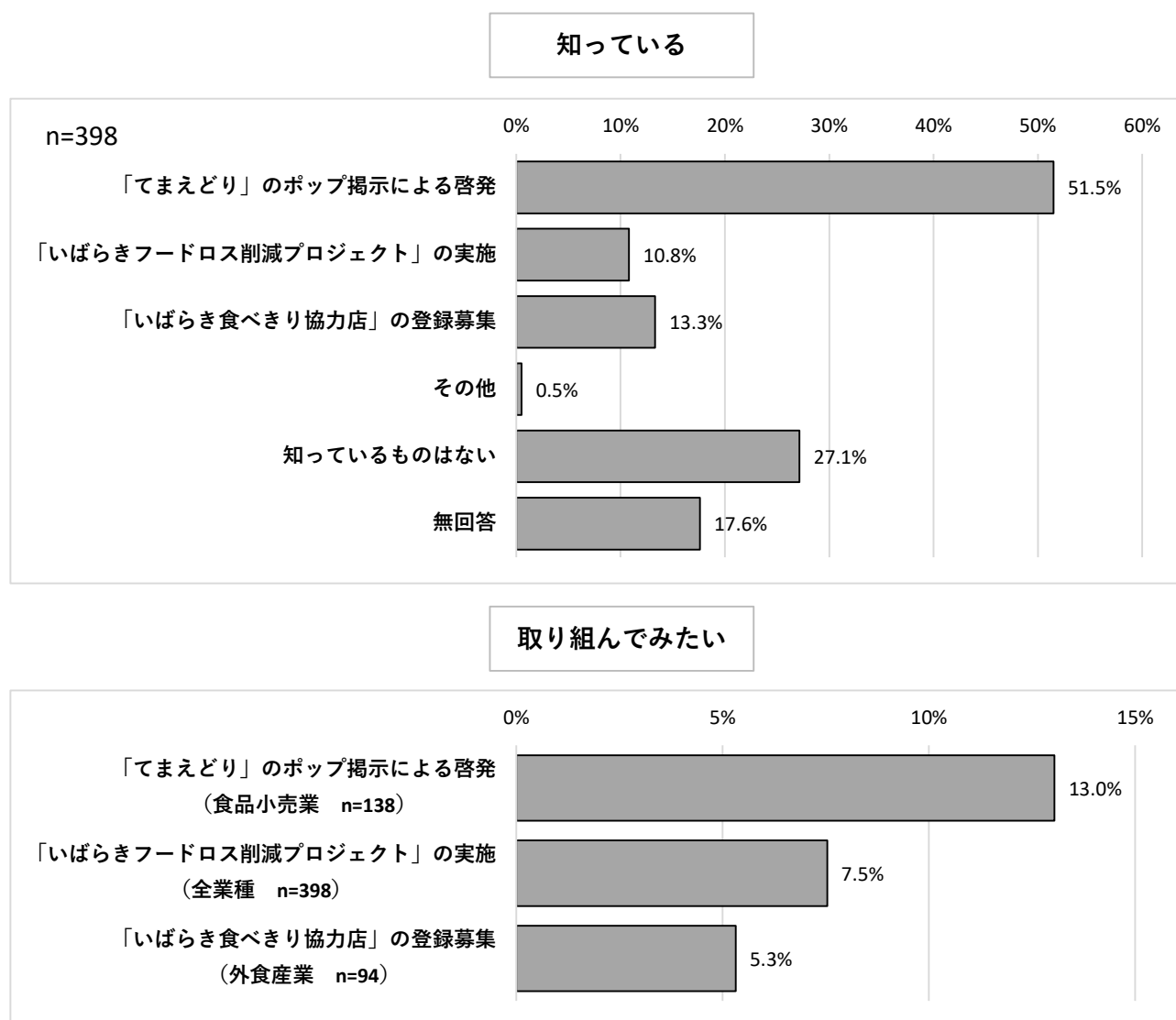


6. 茨城県が実施する取組についての認識および意識

茨城県が実施する取組についての認識および意識について尋ねたところ、『知っている』では「「てまえどり」のポップ掲示による啓発」が51.5%と最も多く、ついで「「いばらき食べきり協力店」の登録募集」(13.3%)、「「いばらきフードロス削減プロジェクト」の実施」(10.8%)の順となっている。

また『取り組んでみたい』では、それぞれ取り組み対象となる業種ごとに集計したところ、「「てまえどり」のポップ掲示による啓発」が13.0%で最も多く、ついで「「いばらきフードロス削減プロジェクト」の実施」(7.5%)、「「いばらき食べきり協力店」の登録募集」(5.3%)となった。(図表 5-13)

図表 5-13 茨城県が実施する取組についての認識および意識



7. 消費者や行政に期待したいこと・要望（自由回答）

食品ロス削減のために消費者や行政に期待したいことや要望等を尋ねたところ、以下の
ような意見があった。（一部抜粋）

啓発・情報発信に関して
消費者の皆様へ賞味期限と消費期限の違いを啓蒙していただきたい。
賞味期限に敏感な方々が多いので、賞味期限が近い物は悪い物という感覚がどうしてもあると思います。この意識を変えなければ食品ロスは減らないと思います。
「てまえどり」行動や「ローリングストック」の活用などを周知してほしい。
「てまえどり」に積極的に協力してほしい。行政でも積極的に消費者へ手前どりのアピールをしてほしい。
スーパーで「てまえどり」の協力掲示が多くなってきている。また、コンビニでも賞味期限の近づいている商品値引きを見かけるようになっていきます。良い傾向だと思います。
今現在、売場に「てまえどり」のPOPを取り付けていますが、まだお客様への認知度は低いと思われます。行政として認知度を上げる為の施策等さらに進めてもらいたい。
「てまえどり」のPOPを使っても、消費者はまったく気にしていないと思う。何か得になることが必要だと思う。
「いばらきフードロス削減プロジェクト」があまり認知されていないように感じますので、説明会や実際に活用している企業の講演会など、企画していただきたいです。
食品ロス削減について、消費者向けの行動変容につながる啓発、啓蒙資材等の協力があると助かります。
フードロス削減に成功している企業や家庭等、どのように削減に成功しているのかを詳しく紹介する媒体があれば役に立つと思います。
ノーベル賞を受賞したワンガリ・マータイさん。日本の「もったいない」を知って感銘を受け全世界に発信している。この「もったいない」という言葉を茨城県として普及させると良いと思う。カタカナや英語のキャッチフレーズだと一般人には浸透しづらいと思う。

未利用食品の寄付（フードバンク等）に関して
賞味期限が短いので、フードバンクへの提供ができない。
食品ロスがある時は子供食堂に寄付するなど社会的意識を高めて、困っている人を助ける事が一番だと思います。
フードバンクの認知度向上が必要だと思う。

商習慣・賞味（消費）期限に関して
賞味期限の見直しが必要だと思う。また劣化が少ない物は、期限延長をメーカーに提案していただきたい。
食品販売における「消費（味）期限」は、必要以上に短かく設定されている感じがする。改善によりロス削減も期待できるのでは。
小売店でも品切れによる機会ロスが多数発生しても良い風潮にしてもらいたい。企業側もお客様も常に売場に商品がある状況が強い程、食品ロスが発生しやすい。
食品ロスにならない様な商品（おいしいもの、話題性のある商品など）を開発してほしい。
賞味期限が切れても製造日からの日数で判断できるよう製造日と賞味期限を商品への記載してほしい。
大企業の商習慣（例えば3分の1ルール）を見直す必要がある。

費用に関して
冷凍などを行うと、費用がかかるので、費用面でのバックアップ体制を充実させて欲しい。
通常のゴミ回収よりも食品リサイクルとしての回収は費用と手間がかかるので、取り組み（削減量）などに対しての費用補助などしてほしい。
食品廃棄物の処理機導入に対する補助金制度について、創設をお願いしたいです。
食品ロス削減のための設備投資に対し、補助金制度を検討いただければと考えます。
行政において、製造過程で発生する産業廃棄物(植物性残さ)を自工場内で処理するための施設や設備を設置するための導入支援（指導や補助金等）が手厚くなれば、廃棄するための費用も抑えられ、メリットがあると考えます。しかし、企業任せの状態では現状から大きく進化することは考えにくい。これまでの慣習を打破できるような法令や補助などがあれば、ごみ＝廃棄物ではなく、ごみ＝再利用の転換ができると考えます。

リサイクルに関して
食べ残しのフードロス品を無料で回収していただき、農業用の肥料を作る処理場を近くにつくっていただきたい。
食品廃棄物については可能な限りリサイクルに取り組むようにしていますが、弊社単体では取り組みが困難ことがあります。例えば、リサイクルを実施している施設までの距離が遠くコストもかかるため、リサイクルできていない店舗もあります。一般廃棄物の処理場敷地内に食品廃棄物のリサイクル施設を併設するとか、同業他社と引き合わせをしていただくことにより同じ回収車両で食品廃棄物をリサイクル施設まで運ぶルート作りができるとありがたいです。

その他
バイキング会場で「召し上がれる分だけお取り下さい」等と携示していますが、ご家族連れの方々は多めにお持ちになり、お子様がほとんど召し上がらないというケースが多いので残念です。各個人の意識に期待したいです。
サラダバー、スープバー、ドリンクバーなど食べ切れる分だけ取るように意識してもらいたい。
消費者の方にはフードの食べきりや「てまえどり」に協力していただきたいです。
お客様へは商品オーダー時に「ネギ抜き」など苦手食材を抜く注文をしてほしい。
官民協力して、注文の精度を高めるシステムを作って欲しい。
弊社ではロスは出ておりませんが、非常に問題ありですので取り組み強化していただければと思います。
食の王国いばらき！らしいフードシェアリングサービスなど期待してます。生ゴミ処理機（肥料作り）と野菜の苗セットなどの食品ロスを考えられるふるさと納税、返礼品があったらいいなと思います。
アプリなどネットで事前に予約するように出来るだけなればいい。
無償で食品ロス削減の取組を行えるサービスがあれば嬉しい。
食品ロス削減に本気で取り組むのなら、食べたいものを食べたいときに食べただけ食べられるという現代の生活スタイルを大幅に制限しなければ大きな効果は見込めない。その覚悟を、小売店・飲食店のみならず、消費者も持たなければならないし、行政・生産者・製造者なども一体となる必要があると思う。
低コストかつ時間に余裕がある取り組みを紹介してほしい。行政主導による取り組みの強化をしてほしい。
貧困、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々に提供することのほか、食品ロスの見える化が必要だと思う。