

令和元年度 東大阪市地域研究活動報告書

食品ロス抑制行動と意識に関する研究  
研究報告書

令和2年3月31日

近畿大学総合社会学部

内海 秀樹

# 目次

第1章	はじめに	2
第2章	調査方法	3
2.1	調査概要	3
2.2	発送数及び回収数等	3
第3章	調査結果（飲食店）	4
3.1	料理提供時以外に行う食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況	4
3.2	料理提供時に行う食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況	7
3.3	標本集団の特徴	9
第4章	調査結果（小売店）	11
4.1	食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況	11
4.2	標本集団の特徴	13
第5章	調査結果（持ち帰り・配食配達サービス業）	15
5.1	食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況	15
第6章	おわりに	18

# 第 1 章

## はじめに

食品ロスが問題とされる中、2019 年 5 月 24 日に「食品ロス削減の削減の推進に関する法律」が成立し、同 5 月 31 日に公布、10 月 1 日に施行された。これを受けて、都道府県は「都道府県食品ロス削減推進計画」を、市町村は同計画を踏まえ「市町村食品ロス削減推進計画」を定めるよう努めることとされている。

食品ロスは、「本来は食べることができたであろうが廃棄される食品」のことと定義される。この「食べることができたであろう」という部分は、受け取る人の側によって異なることが考えられる。それ故、食品ロスの発生量については質問紙調査にはそぐわないと考え、食品ロス削減に向けての取り組み状況に絞る形で調査を行った。

本調査は、事業系の食品ロスを対象にするものであるが、取り組みについては顧客との関係によって決まる面がある。例えば、飲食店等の場合、仕入を小口化し注文を受けてから調理をして料理を提供し、顧客が食べ残すことがなければ、食品ロス削減に向けての取り組みを別途行う必要がない。

事業者は、顧客の満足のため、食材を無駄なく活用する等、経営上行っていることが大半であり、これを調査する側が食品ロス削減と関連づけて問うている点には注意が必要である。回答する側の事業者が、自らが経営上行っている行動と食品ロス削減行動とが結びつくことがなければ回答を得ることは難しいであろう。また、食品ロスが多いことは事業者にとっては不名誉なことであり、これも回答を得るのは難しい。このような中、回答をくださった方々には感謝したい。

しかし、これらの回答のうち回収できた調査票の数や調査資源の関係で、やむを得ず報告書に記載することができなかった回答があることをここにお詫びしたい。今後の活動の中で、頂いた回答を何らかの形で活用させて頂くことでご理解を賜りたい。

本調査は、東大阪市内の食料品関連の製造業、小売業、飲食サービス業（飲食店）、飲食サービス業（持ち帰り・配食サービス業）の関係者各位、東大阪市地域研究助成金事業の関係者各位の多大な御協力や御理解なくしてはできなかった。感謝申し上げるとともに重ねてお詫び申し上げたい。

## 第 2 章

### 調査方法

#### 2.1 調査概要

東大阪市内での平成 28 年経済センサス活動調査の対象となった事業者で、産業中分類の食料品製造業、各種食品小売業の一部、飲食料品小売業、その他の飲食料品小売業、飲食店、持ち帰り・配食飲食サービス業から標本を抽出した。

実施方法及び、実施期間は次の通り。

- 実施方法：郵送法による質問紙調査
- 実施期間：第 1 回 2020/02/10～2020/02/25 および第 2 回 2020/03/02～2020/03/25

#### 2.2 発送数及び回収数等

発送数及び回収数等について次の表に示す。

候補数は、平成 28 年経済センサス活動調査での調査対象数である。製造業と飲食サービス業（飲食店）、飲食サービス業（持ち帰り・配達配食サービス業）は、この調査対象の中から屋号が示されていないものや、送付先の表記から返送されると予想されたものを除き、これを発送数とした。小売業は、45 %を抽出しその後、同様の操作を行って発送数とした。小売業（追加分）は、産業再分類の総合スーパー、コンビニエンスストア、各種食料品小売業\*1で第 1 回の最初の発送時に未発送の事業者宛に送付した。

不明数は、送付後、宛先不明で返送されたものである。発送数合計から不明数合計を引いたものに対する回収率は約 18 %であった。有効回答率は約 18 %であった。

	候補数	発送数	不明数	回収数	有効回答数
製造業	76	49	2	8	8
小売業	1072	401	56	57	54
小売業（追加分）		80	6	6	（上を含む）
飲食サービス業（飲食店）	931	884	107	156	156
飲食サービス業（持ち帰り・配達配食サービス業）	215	211	38	33	33
合計	2294	1625	209	260	251

本調査では、飲食サービス業（飲食店）、小売業、飲食サービス業（持ち帰り・配達配食サービス業）に比して製造業の回収数が少なく統計的に分析することが困難と判断し、本報告では省略せざるを得なかった。以降、順に飲食サービス業（飲食店）、小売業、飲食サービス業（持ち帰り・配達配食サービス業）の調査結果を示す。

飲食サービス業（持ち帰り・配達配食サービス業）は、他の分類では標本集団の特徴として扱っている食品毎についてはたずねていないため結果を省略する。

\*1 地域密着型の食品中心のスーパーマーケット等

## 第3章

### 調査結果（飲食店）

#### 3.1 料理提供時以外に行う食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況

##### 3.1.1 設問

次にあげる料理提供時以外で行う食品ロス削減に向けての取り組みを実施されていますか。a.～n.のそれぞれにあてはまる番号 1つ を丸で囲んでください。「o. その他」の場合は、( ) 内に具体的な内容をお答えください。

- |                                |                |
|--------------------------------|----------------|
| a. 経験と勘による来客数の予測               | (1. はい 2. いいえ) |
| b. 販売データによる来客数の予測              | (1. はい 2. いいえ) |
| c. 冷蔵庫や食品庫等のこまめな在庫確認           | (1. はい 2. いいえ) |
| d. 仕入れの小口化                     | (1. はい 2. いいえ) |
| e. 複数の料理に使いやすい食材の利用            | (1. はい 2. いいえ) |
| f. 流通量や在庫量の多い食材を使った料理の開発・創作*1  | (1. はい 2. いいえ) |
| g. 捨てられることが多い食材を使った料理の開発・創作*2  | (1. はい 2. いいえ) |
| h. 規格外等市場に流通しない食材の活用           | (1. はい 2. いいえ) |
| i. 賞味期限内、消費期限内で販売期限を超えた食材の利用   | (1. はい 2. いいえ) |
| j. 注文（受注・発注）ミスをなくすための従業員への注意喚起 | (1. はい 2. いいえ) |
| k. 調理ミスをなくすための従業員への注意喚起        | (1. はい 2. いいえ) |
| l. 余剰食材を使った従業員へのまかない           | (1. はい 2. いいえ) |
| m. 余剰食材もしくは余った料理を従業員へ持ち帰らせること  | (1. はい 2. いいえ) |
| n. 食品ロス・食品廃棄物のリサイクル施設での処理      | (1. はい 2. いいえ) |
| o. その他 ( )                     |                |

##### 3.1.2 結果

集計した結果を表 3.1 及び図 3.1（「はい」が多いものから並べ替えている）に示す。

- d. 仕入れの小口化
- c. 冷蔵庫や食品庫等のこまめな在庫確認
- a. 経験と勘による来客数の予測
- e. 複数の料理に使いやすい食材の利用

は、概ね 3/4 以上の飲食店で行われている。

次に、

- k. 調理ミスをなくすための従業員への注意喚起

\*2 例えば旬の食材や多く仕入れた食材を使った料理

\*3 例えば骨、内臓、野菜の芯等、従来は捨てられることが多いものを食材として使った料理

- l. 余剰食材を使った従業員へのまかない
- j. 注文（受注・発注）ミスをなくすための従業員への注意喚起
- b. 販売データによる来客数の予測

は、概ね約 6～7 割程度の飲食店で行われている。

そして、

- f. 流通量や在庫量の多い食材を使った料理の開発・創作
- m. 余剰食材もしくは余った料理を従業員へ持ち帰らせること
- g. 捨てられることが多い食材を使った料理の開発・創作
- i. 賞味期限内、消費期限内で販売期限を超えた食材の利用
- h. 規格外等市場に流通しない食材の活用
- n. 食品ロス・食品廃棄物のリサイクル施設での処理

は、半数以下となっている。

表 3.1 料理提供時以外に行う食品ロス削減行動実施状況

	回答			合計
	はい	いいえ	無回答	
<b>a</b>	134 (85.9%)	10 (6.4%)	12 (7.7%)	156 (100%)
<b>b</b>	94 (60.3%)	46 (29.5%)	16 (10.3%)	156 (100%)
<b>c</b>	143 (91.7%)	0 (0%)	13 (8.3%)	156 (100%)
<b>d</b>	131 (84%)	14 (9%)	11 (7.1%)	156 (100%)
<b>e</b>	125 (80.1%)	19 (12.2%)	12 (7.7%)	156 (100%)
<b>f</b>	76 (48.7%)	66 (42.3%)	14 (9%)	156 (100%)
<b>g</b>	41 (26.3%)	101 (64.7%)	14 (9%)	156 (100%)
<b>h</b>	21 (13.5%)	118 (75.6%)	17 (10.9%)	156 (100%)
<b>i</b>	37 (23.7%)	103 (66%)	16 (10.3%)	156 (100%)
<b>j</b>	106 (67.9%)	32 (20.5%)	18 (11.5%)	156 (100%)
<b>k</b>	112 (71.8%)	23 (14.7%)	21 (13.5%)	156 (100%)
<b>l</b>	109 (69.9%)	30 (19.2%)	17 (10.9%)	156 (100%)
<b>m</b>	57 (36.5%)	80 (51.3%)	19 (12.2%)	156 (100%)
<b>n</b>	10 (6.4%)	125 (80.1%)	21 (13.5%)	156 (100%)

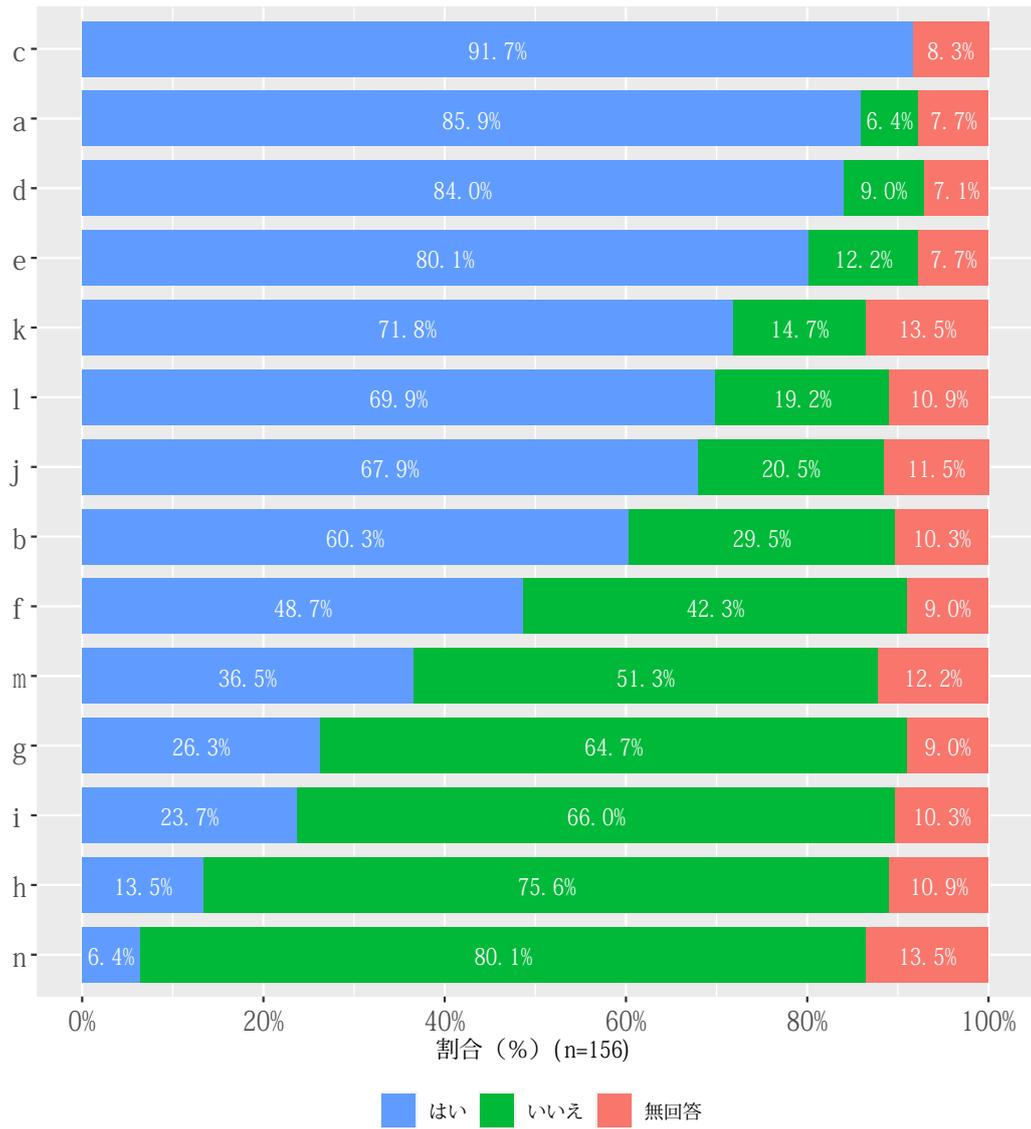


図 3.1 料理提供時以外に行う食品ロス削減行動実施状況

## 3.2 料理提供時に行う食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況

### 3.2.1 設問

次にあげる料理提供時に関連して行う食品ロス削減に向けての取り組みを実施されていますか。  
a.~i. のそれぞれにあてはまる番号 1つ をそれぞれ丸で囲んでください。「j. その他」の場合は、  
( ) 内に具体的な内容をお答えください。

- |                                  |                |
|----------------------------------|----------------|
| a. ポスター等の掲示による、食べ残し削減に向けた啓発活動の実施 | (1. はい 2. いいえ) |
| b. 食べ残しを減らすため、お客様へ声かけの実施         | (1. はい 2. いいえ) |
| c. 30・10 運動*の啓発活動の実施             | (1. はい 2. いいえ) |
| d. 少量の料理等、量を調整した料理の提供            | (1. はい 2. いいえ) |
| e. 客の要望に応じた量等の調整                 | (1. はい 2. いいえ) |
| f. 持ち帰り希望者への対応                   | (1. はい 2. いいえ) |
| g. 食品ロス削減につながる行動をされた方に特典付与       | (1. はい 2. いいえ) |
| h. 捨てられることが多い食材を使った料理を客に薦めること    | (1. はい 2. いいえ) |
| i. 流通量や在庫量が多い食材を使った料理を客に薦めること    | (1. はい 2. いいえ) |
| j. その他 ( )                       |                |

\*30・10 運動 宴会等での食べ残しを減らすキャンペーン。乾杯後 30 分は席を立たずに料理を味わい、お開き 10 分前になったら自席に戻って料理を残さずいただくというもの。

### 3.2.2 結果

集計した結果を表 3.2 及び図 3.2 (「はい」が多いものから並べ替えている) に示す。

- e. 客の要望に応じた量等の調整
- f. 持ち帰り希望者への対応
- d. 少量の料理等、量を調整した料理の提供

は、比較的多く取り組まれているのに対して、

- b. 食べ残しを減らすため、お客様へ声かけの実施
- i. 流通量や在庫量が多い食材を使った料理を客に薦めること
- a. ポスター等の掲示による、食べ残し削減に向けた啓発活動の実施
- h. 捨てられることが多い食材を使った料理を客に薦めること
- g. 食品ロス削減につながる行動をされた方に特典付与
- c. 30・10 運動\*の啓発活動の実施

は、比較的取り組んでいる例は少ないことがわかる。

表 3.2 料理提供時に関連して行う食品ロス削減行動

	回答			合計	
	はい	いいえ	無回答		
設問	a	7 (4.5%)	129 (82.7%)	20 (12.8%)	156 (100%)
	b	29 (18.6%)	108 (69.2%)	19 (12.2%)	156 (100%)
	c	2 (1.3%)	128 (82.1%)	26 (16.7%)	156 (100%)
	d	93 (59.6%)	45 (28.8%)	18 (11.5%)	156 (100%)
	e	127 (81.4%)	10 (6.4%)	19 (12.2%)	156 (100%)
	f	115 (73.7%)	24 (15.4%)	17 (10.9%)	156 (100%)
	g	2 (1.3%)	132 (84.6%)	22 (14.1%)	156 (100%)
	h	6 (3.8%)	127 (81.4%)	23 (14.7%)	156 (100%)
	i	23 (14.7%)	111 (71.2%)	22 (14.1%)	156 (100%)

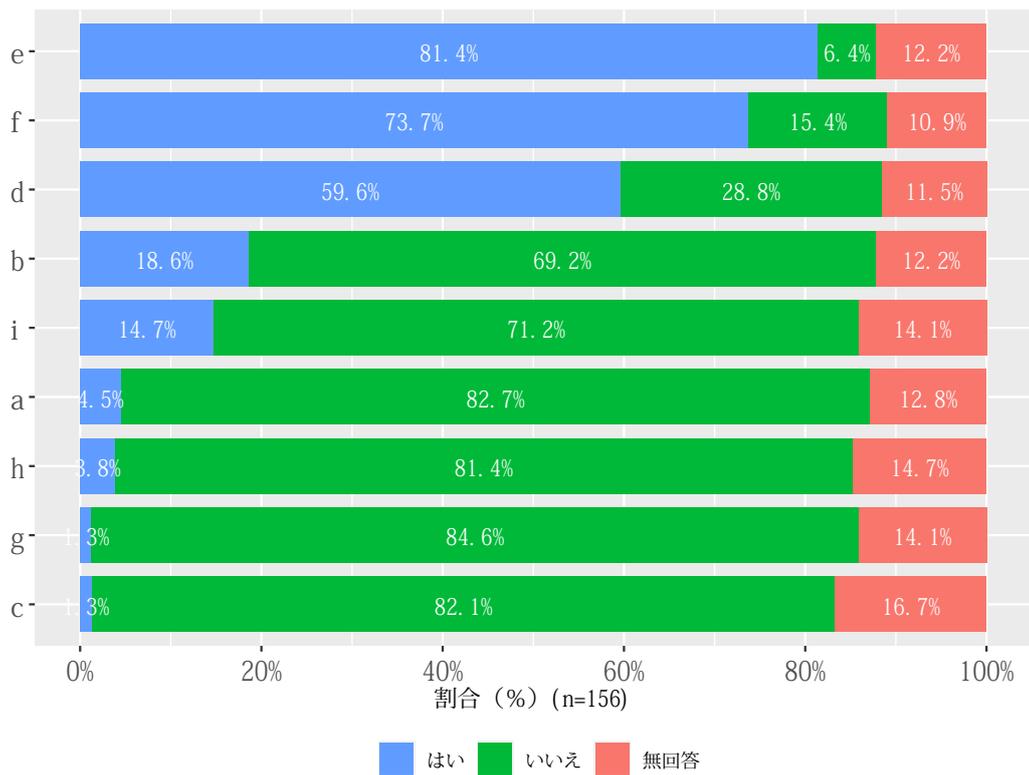


図 3.2 料理提供時に関連して行う食品ロス削減行動

### 3.3 標本集団の特徴

#### 3.3.1 設問

次の飲食店区分のうち、貴店に最もよくあてはまるものの番号 1つ を丸で囲んでください。

- |                     |             |          |
|---------------------|-------------|----------|
| 1. 食堂・レストラン         | 2. 日本料理店    | 3. すし店   |
| 4. そば・うどん店          | 5. 中華料理店    | 6. 焼肉店   |
| 7. お好み焼き・たこ焼き・焼きそば店 | 8. 東洋料理店    | 9. ラーメン店 |
| 10. ハンバーガー店         | 11. 西洋料理店   | 12. 酒場   |
| 13. 喫茶店             | 14. その他 ( ) |          |

#### 3.3.2 結果

集計した結果を、図 3.3 に示す。

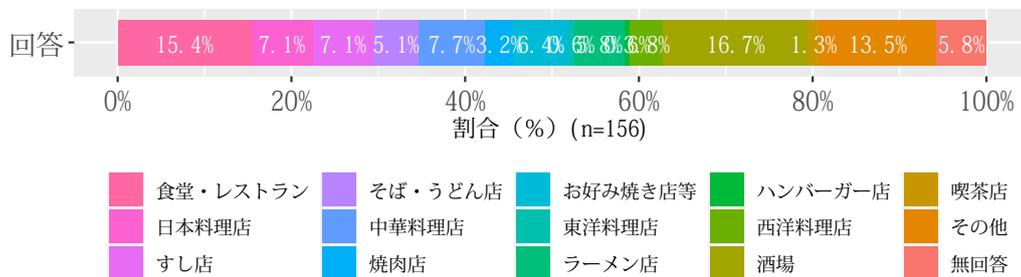


図 3.3 飲食店区分

表 3.3 飲食店区分

飲食店区分	件数 (割合)
食堂・レストラン	24(15.4%)
日本料理店	11(7.1%)
すし店	11(7.1%)
そば・うどん店	8(5.1%)
中華料理店	12(7.7%)
焼肉店	5(3.2%)
お好み焼き店等	10(6.4%)
東洋料理店	1(0.6%)
ラーメン店	9(5.8%)
ハンバーガー店	1(0.6%)
西洋料理店	6(3.8%)
酒場 (居酒屋)	26(16.7%)
喫茶店	2(1.3%)
その他	21(13.5%)
無回答	9(5.8%)
合計	156(100%)

食堂・レストランおよび酒場(居酒屋)からの回答が多く、次に中華料理店、日本料理店、すし店と続いた。

## 第4章

### 調査結果（小売店）

#### 4.1 食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況

##### 4.1.1 設問

次にあげる食品ロス削減に関する取り組みを実施されていますか。a.~k. のそれぞれにあてはまるものの番号 1つ を丸で囲んでください。i.~k. はあてはまる場合のみで結構です。

- |                                      |                |
|--------------------------------------|----------------|
| a. ポスターやポップ等の掲示による、食品ロス削減に向けた啓発活動の実施 | (1. はい 2. いいえ) |
| b. 店頭での展示やチラシの配布等、イベントの実施            | (1. はい 2. いいえ) |
| c. 食品の量り売り、小分け売りの実施                  | (1. はい 2. いいえ) |
| d. 担当部署や担当者の設置                       | (1. はい 2. いいえ) |
| e. 鮮度に合わせたきめ細やかな売価設定                 | (1. はい 2. いいえ) |
| f. 廃棄（食品ロス）の予算化                      | (1. はい 2. いいえ) |
| g. 独自の仕入れルートの確保                      | (1. はい 2. いいえ) |
| h. その他（具体的に：<br>常温管理商品を扱っておられる場合のみ   | )              |
| i. 納品期限（1/3ルール）の見直しや延長の実施            | (1. はい 2. いいえ) |
| j. 販売期限（1/3ルール）の見直しや延長の実施            | (1. はい 2. いいえ) |
| k. 賞味期限間近の食品や規格外品等の見切り、値引き販売の実施      | (1. はい 2. いいえ) |

##### 4.1.2 結果

集計した結果を表 4.1 及び図 4.1（「はい」が多いものから並べ替えている）に示す。

- e. 鮮度に合わせたきめ細やかな売価設定
- c. 食品の量り売り、小分け売りの実施
- g. 独自の仕入れルートの確保

は、「はい」の割合が比較的多い。それに対して、

- f. 廃棄（食品ロス）の予算化
- b. 店頭での展示やチラシの配布等、イベントの実施
- a. ポスターやポップ等の掲示による、食品ロス削減に向けた啓発活動の実施
- d. 担当部署や担当者の設置

は、「いいえ」の割合が比較的多くなっている。g. と f. は、本部との関係で店舗での裁量に影響するといわれている。b. や a. の取り組みに関しては少ないことを読み取れる。

表 4.1 食品ロス削減に関する取り組みの実施状況

	回答			合計
	はい	いいえ	無回答	
a	8 (14.8%)	37 (68.5%)	9 (16.7%)	54 (100%)
b	8 (14.8%)	37 (68.5%)	9 (16.7%)	54 (100%)
c	26 (48.1%)	20 (37%)	8 (14.8%)	54 (100%)
設問 d	7 (13%)	38 (70.4%)	9 (16.7%)	54 (100%)
e	29 (53.7%)	22 (40.7%)	3 (5.6%)	54 (100%)
f	14 (25.9%)	33 (61.1%)	7 (13%)	54 (100%)
g	23 (42.6%)	23 (42.6%)	8 (14.8%)	54 (100%)

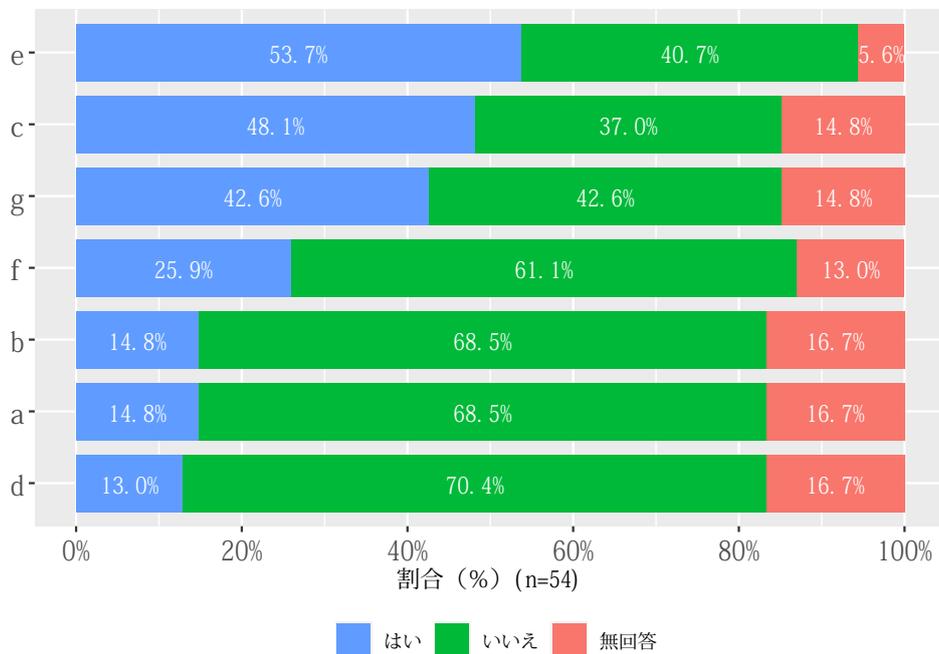


図 4.1 食品ロス削減に関する取り組みの実施状況

期限に関する食品ロス削減の取り組み実施状況を集計したものを表 図 4.2 に示す。

- k. 賞味期限間近の食品や規格外品等の見切り、値引き販売の実施
- i. 納品期限 (1/3 ルール) の見直しや延長の実施
- j. 販売期限 (1/3 ルール) の見直しや延長の実施

「k. 賞味期限間近の食品や規格外品等の見切り、値引き販売の実施」は、他と比べて「はい」の回答の割合が多い。

表 4.2 期限に関する食品ロス削減の取り組み実施状況

	回答			合計
	はい	いいえ	無回答	
設問 i	8 (14.8%)	27 (50%)	19 (35.2%)	54 (100%)
設問 j	5 (9.3%)	28 (51.9%)	21 (38.9%)	54 (100%)
設問 k	24 (44.4%)	14 (25.9%)	16 (29.6%)	54 (100%)

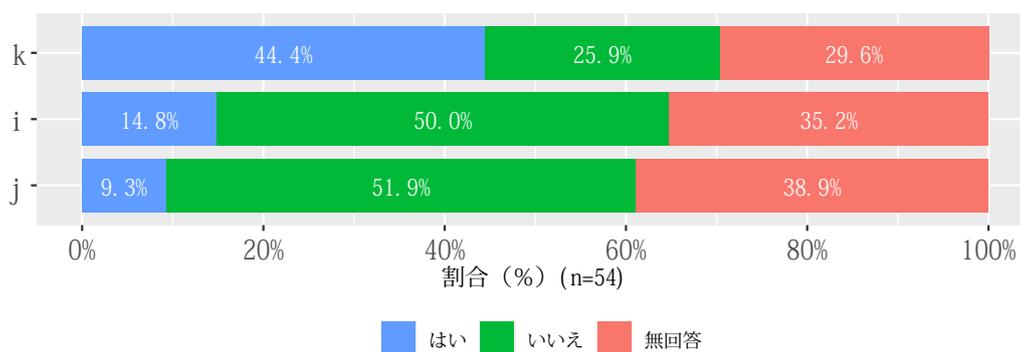


図 4.2 期限に関する食品ロス削減の取り組み実施状況

## 4.2 標本集団の特徴

### 4.2.1 設問

貴店の業態として最も近いものの番号 1 つ を丸で囲んでください。「7. 食料品専門店」を選択された場合は、主に扱っておられる食品について (略) お答えください。

1. 総合スーパー
2. 食品スーパー
3. コンビニエンスストア
4. 生協 (店舗)
5. ドラッグストア
6. ホームセンター
7. 食料品専門店 (→ 略)
8. その他 ( )

### 4.2.2 結果



図 4.3 業態別割合

表 4.3 業態別件数及び割合

業態	件数 (割合)
総合スーパー	1(1.9%)
食品スーパー	2(3.7%)
コンビニエンスストア	13(24.1%)
食料品専門店	34(63%)
その他	3(5.6%)
無回答	1(1.9%)
合計	54(100%)

生協（店舗）、ドラッグストア、ホームセンターは、回答が得られなかった。食料品専門店の種別については省略する。

## 第 5 章

### 調査結果（持ち帰り・配食配達サービス業）

#### 5.1 食品ロス削減に向けての取り組みの実施状況

##### 5.1.1 設問

次にあげる食品ロス削減に向けてのそれぞれの取り組みを実施されていますか。a.～n. のそれぞれにあてはまる番号 1つ を丸で囲んでください。「o. その他」の場合は、（ ）内に具体的な内容をお答えください。

- |                                |                |
|--------------------------------|----------------|
| a. 経験と勘による来客数の予測               | (1. はい 2. いいえ) |
| b. 販売データによる来客数の予測              | (1. はい 2. いいえ) |
| c. 冷蔵庫や食品庫等のこまめな在庫確認           | (1. はい 2. いいえ) |
| d. 仕入れの小口化                     | (1. はい 2. いいえ) |
| e. 複数の料理に使いやすい食材の利用            | (1. はい 2. いいえ) |
| f. 流通量や在庫量の多い食材を使った料理の開発・創作*1  | (1. はい 2. いいえ) |
| g. 捨てられることが多い食材を使った料理の開発・創作*2  | (1. はい 2. いいえ) |
| h. 規格外等市場に流通しない食材の活用           | (1. はい 2. いいえ) |
| i. 賞味期限内、消費期限内で販売期限を超えた食材の利用   | (1. はい 2. いいえ) |
| j. 注文（受注・発注）ミスをなくすための従業員への注意喚起 | (1. はい 2. いいえ) |
| k. 調理ミスをなくすための従業員への注意喚起        | (1. はい 2. いいえ) |
| l. 余剰食材を使った従業員へのまかない           | (1. はい 2. いいえ) |
| m. 余剰食材もしくは余った料理を従業員へ持ち帰らせること  | (1. はい 2. いいえ) |
| n. 食品ロス・食品廃棄物のリサイクル施設での処理      | (1. はい 2. いいえ) |
| o. その他（                        | ）              |

##### 5.1.2 結果

集計した結果を、表 5.1、図 5.1（「はい」が多いものから並べ替えている）に示す。

次に示す取り組みは、約 6 割以上で取り組まれていた。

- c. 冷蔵庫や食品庫等のこまめな在庫確認
- d. 仕入れの小口化
- j. 注文（受注・発注）ミスをなくすための従業員への注意喚起
- b. 販売データによる来客数の予測
- k. 調理ミスをなくすための従業員への注意喚起
- e. 複数の料理に使いやすい食材の利用
- a. 経験と勘による来客数の予測

\*4 例えば旬の食材や多く仕入れた食材を使った料理

\*5 例えば骨、内臓、野菜の芯等、従来は捨てられることが多いものを食材として使った料理

これらの取り組みは、特に食品ロスの削減というよりも経営上実施することによって事業者利益をもたらすものである。

次に示す取り組みは、約3割程度以下の取り組みであった。

- l. 余剰食材を使った従業員へのまかない
- f. 流通量や在庫量の多い食材を使った料理の開発・創作
- m. 余剰食材もしくは余った料理を従業員へ持ち帰らせること
- i. 賞味期限内、消費期限内で販売期限を超えた食材の利用
- h. 規格外等市場に流通しない食材の活用
- g. 捨てられることが多い食材を使った料理の開発・創作
- n. 食品ロス・食品廃棄物のリサイクル施設での処理

表 5.1 食品ロス削減に向けての取り組み実施状況

		回答			合計
		はい	いいえ	無回答	
設問	a	17 (51.5%)	15 (45.5%)	1 (3%)	33 (100%)
	b	14 (42.4%)	17 (51.5%)	2 (6.1%)	33 (100%)
	c	17 (51.5%)	15 (45.5%)	1 (3%)	33 (100%)
	d	14 (42.4%)	17 (51.5%)	2 (6.1%)	33 (100%)
	e	15 (45.5%)	15 (45.5%)	3 (9.1%)	33 (100%)
	f	14 (42.4%)	15 (45.5%)	4 (12.1%)	33 (100%)
	g	15 (45.5%)	13 (39.4%)	5 (15.2%)	33 (100%)
	h	14 (42.4%)	15 (45.5%)	4 (12.1%)	33 (100%)
	i	15 (45.5%)	14 (42.4%)	4 (12.1%)	33 (100%)
	j	14 (42.4%)	16 (48.5%)	3 (9.1%)	33 (100%)
	k	16 (48.5%)	13 (39.4%)	4 (12.1%)	33 (100%)
	l	15 (45.5%)	15 (45.5%)	3 (9.1%)	33 (100%)
	m	15 (45.5%)	14 (42.4%)	4 (12.1%)	33 (100%)
	n	13 (39.4%)	15 (45.5%)	5 (15.2%)	33 (100%)

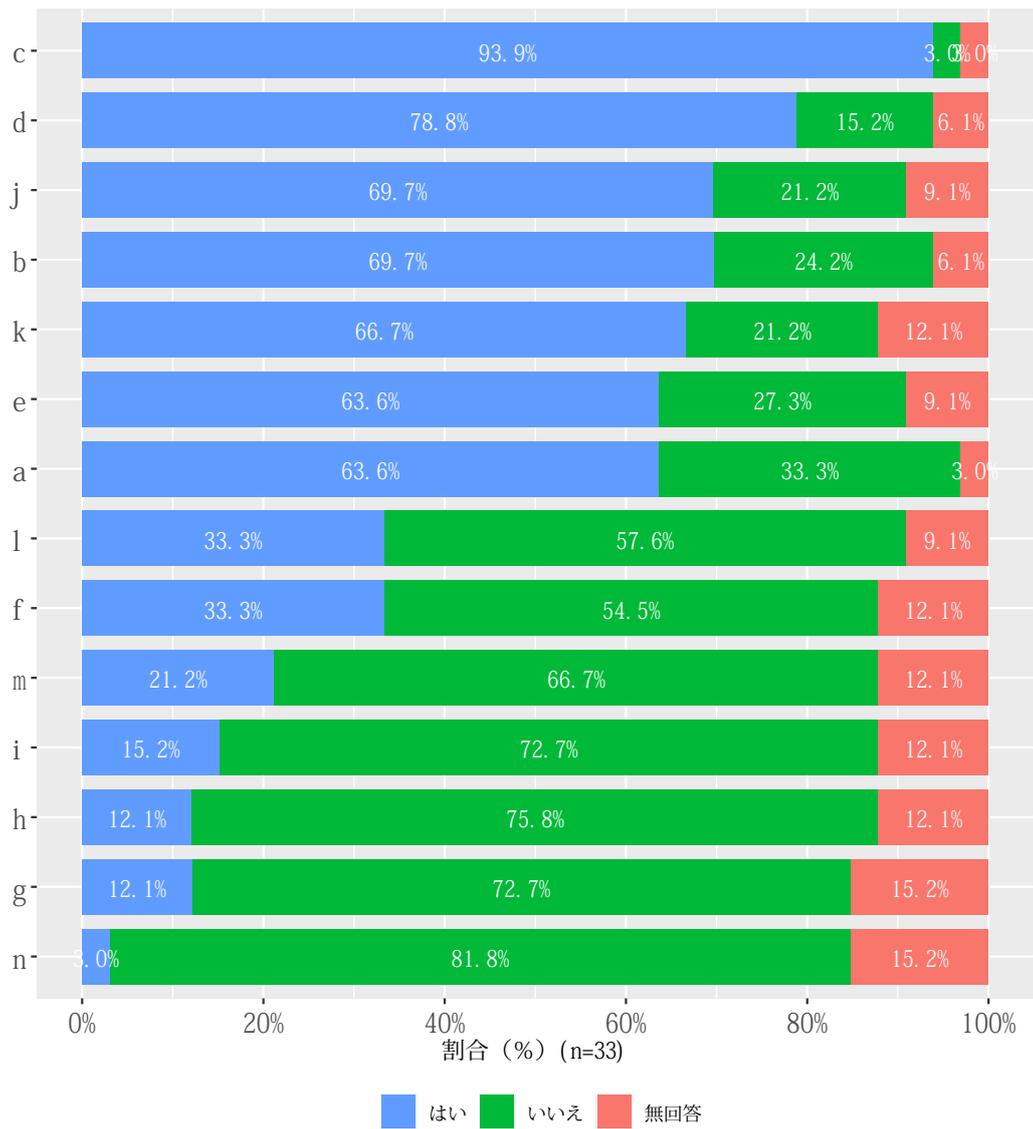


図 5.1 食品ロス削減に向けての取り組み実施状況

## 第6章

### おわりに

本調査で明らかになったことを総括すると、個別に行う経営上有利にもなるような食品ロス削減のための取り組みに関しては各事業者は可能な限り行っていると考えられる。

選択肢としてあげた取り組みのうち実施する必要があるかどうかについては更に吟味が必要でもあるが、例えば、規格外等市場に流通しない食材の活用等のように、入手ルートやその品質が明らかになることによって取り組みが広がる例もあるだろう。

顧客の側の意識とのバランスの中で実施できるようなものもある。経験や勘、販売データによる来客数の予測には取り組んでいる事業者は比較的多いが、当日にならないと数量がわからない状況であれば、予測を実際の注文に合わせる事が難しくなる。このような場合もあれば、顧客との調整や飲食店の場合は事業者が「おまかせ」にすることで食品ロスが出ないようにしている場合もある。

本報告の成果が、食品ロス削減に資することを願って結びとしたい。

近畿大学 総合社会学部 内海 秀樹