

# 令和元年度 食べきり協力店 アンケート調査結果

## 1 調査概要

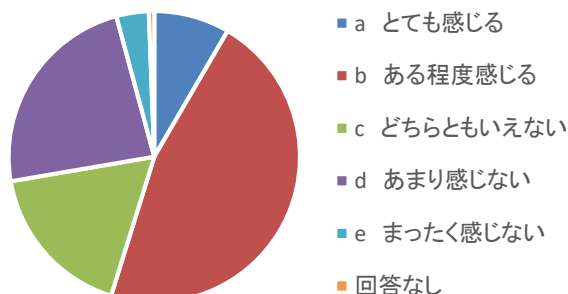
- (1) 調査対象 「食べきり協力店」登録店舗
- (2) 調査方法 登録店舗に対してアンケート用紙を郵送し、返信があったものを集計
- (3) 調査時期 令和2年1月10日（金）から令和2年2月7日（金）まで
- (4) 返信状況 166店舗／738店舗※（回答率：22.5%）  
【参考：H28集計結果 122店舗／710店舗 17.2%】  
※ 令和元年度に連絡が取れなかった店舗等は除く



## 2 集計結果

- (1) 食品ロス削減について消費者側の意識が強まっていると感じますか。

a とても感じる	8.4%
b ある程度感じる	46.4%
c どちらともいえない	17.5%
d あまり感じない	23.5%
e まったく感じない	3.6%
回答なし	0.6%

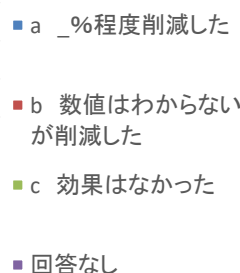


「とても」または「ある程度」感じる店舗が54%で、半数以上の店舗が食品ロスに対する消費者意識が強まっていると感じている。一方、25%超の店舗は、「まったく」または「あまり」感じないという状況である。

- (2) 食べきり協力店に登録後に、食べ残しの削減効果はありましたか。

【前回調査】

a _%程度削減した	6.6%	5.2%
b 数値はわからないが削減した	65.7%	73.9%
c 効果はなかった	22.3%	20.9%
回答なし	5.4%	-



【参考】a 削減率について

25%未満削減	2店舗
25%以上削減	9店舗

食べ残しの削減効果を感じる店舗は、数値が不明も含めて、70%を超えている。一方で、効果を感じられないとして、20%超の回答があった。さらに、そもそも食べ残しが発生していなかったという店舗からも削減効果は無かった旨の自由意見もあった。

(3) 食べきり協力店に登録したことにより、実感された効果がありますか。【複数回答可】

【前回調査】

a 環境に配慮している店舗であることをPRできた	61店舗	36.7%	34.4%
b 従業員の環境への意識が向上した	41店舗	24.7%	23.0%
c 店舗利用者が増えた	1店舗	0.6%	1.6%
d ポスター等を見て食べ残しが減った	29店舗	17.5%	未測定
e その他	10店舗	6.0%	4.1%
特に効果は無かった	44店舗	26.5%	23.8%

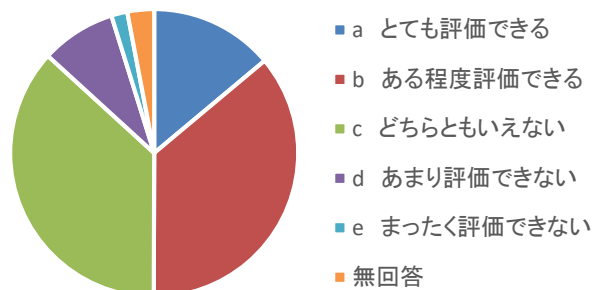
「環境に配慮している店舗であることをPRできた」という回答が最も多く、36%で効果があったと回答があった。「従業員の環境意識向上」で24%、「ポスター等による食べ残し削減」についても17%の店舗で効果があった旨の回答があった。

一方で、「特に効果は無かった」という店舗も25%超存在していた。

自由意見としては、「小盛りの提供が増えた」ことが多く、少数意見としては、「学生が食品ロス削減の自由研究調査」に訪れることになった店舗もあった。

(4) 食べきり協力店のデザイン刷新について、評価を教えてください。

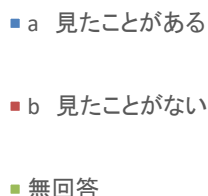
a とても評価できる	13.9%
b ある程度評価できる	36.1%
c どちらともいえない	36.7%
d あまり評価できない	8.4%
e まったく評価できない	1.8%
無回答	3.0%



「とても」又は「ある程度」評価できるとの回答は半数ある一方で、「あまり」又は「まったく」評価できないとの回答は10%であった。

(5) 食べきり協力店のウェブサイトをご覧になったことはありますか。

a 見たことがある	27.7%
b 見たことがない	70.5%
無回答	1.8%



ウェブサイトを「見たことがある」店舗の回答は30%に満たない一方で、「見たことがない」回答は70%もあった。

(6) 食べきり協力店ウェブサイトの機能で追加や改善を希望する点を教えてください。【複数回答可】

a 先進的又は独創的な食品ロス削減の取組を行っている登録店舗の紹介	23.5%
b 店舗情報の拡充	7.8%
c 横浜市における食品ロス削減に関する取組についての紹介	54.8%
d その他	10.2%
無回答	20.5%

「横浜市における食品ロス削減に関する取組についての紹介」という回答が最も多く、半数を超える店舗から機能追加を希望する回答があった。

次に、「先進的又は独創的な食品ロス削減の取組を行っている登録店舗の紹介」が20%超の店舗から回答があり、「お客様への声掛けなどの例」を動画として紹介することで、店舗側の取組の強化につながるとの意見もあった。

「店舗情報の拡充」は、7%の店舗から回答があり、具体的には「営業日、定休日、メニュー」情報の掲載を希望する意見があった。

その他意見としては、「食品ロス削減に向けた啓発の強化」、「店舗検索機能の強化」や「ウェブサイト自体の認知度向上」を求める声があった。

(7) 食べきり協力店登録後に市からの支援として希望する内容を教えてください。【複数回答可】

a 食べきり協力店の認知度向上	41.0%
b 店舗における具体的な取組事例の紹介	15.7%
c 食品ロス削減等に関する最新情報の提供	27.7%
d ポスター・ステッカー等の啓発品の配布	35.5%
e その他	5.4%
無回答	15.1%

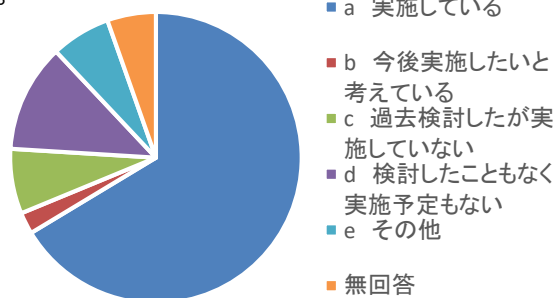
最も多い「食べきり協力店の認知度向上」は、40%超の店舗から回答があり、次いで「ポスター・ステッカー等の啓発品の配布」も、35%の希望があった。

また、「食品ロス削減等に関する最新情報の提供」は25%超で、「店舗における具体的な取組事例の紹介」は15%から回答があった。

なお、その他として「持ち帰り用グッズの配布」や「食品ロス削減のPR」を希望する意見があった。

(8) テイクアウトや食べ残しの持ち帰りを実施していますか。

a 実施している	66.3%
b 今後実施したいと考えている	2.4%
c 過去検討したが実施していない	7.2%
d 検討したこともなく実施予定もない	12.0%
e その他	6.6%
無回答	5.4%



回答総数のうち、約3分の2の店舗で、テイクアウトや持ち帰りを実施している回答があった。また、衛生面で懸念のある季節（夏場）を除いて実施するなどの工夫をしているとの意見もあった。

(9) テイクアウトや食べ残しの持ち帰りが困難である理由※を教えてください。【複数回答可】

※テイクアウトを実施している店舗(前の質問でaを回答)以外の理由を集計。

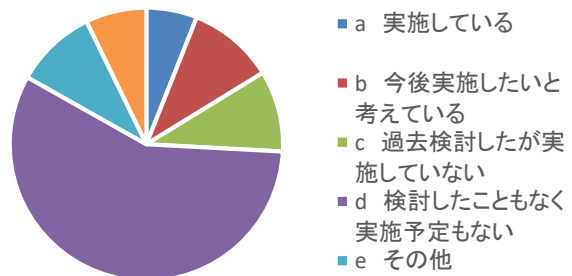
a 食中毒のリスクがある	75.0%
b 従業員の業務量増大	14.3%
c 持ち帰り容器等のコスト発生	35.7%
d 各店舗でなく会社全体で判断する必要がある	10.7%
e 生もの等持ち帰りに適さない料理の提供が多い	23.2%
f その他	5.4%
無回答	14.3%

「食中毒のリスクがある」ことが最多で4分の3の店舗が理由にしており、「持ち帰り容器等のコスト発生」を35%で、「生もの等持ち帰りに適さない料理の提供が多い」も23%の回答があった。  
 「従業員の業務量増大」や「会社全体で判断する必要がある」という理由もそれぞれ10%超の店舗から回答があった。  
 その他として、「一般には実施しないが、常連客であれば実施する」や「消費税に関する軽減税率の問題で実施していない」等の意見があった。

(10) フードシェアリングサービス※を実施していますか。

※飲食店などで残った又は余った商品を必要な人に紹介・案内する食品ロス削減に関する取組の1つ。

a 実施している	6.0%
b 今後実施したいと考えている	10.2%
c 過去検討したが実施していない	9.6%
d 検討したこともなく実施予定もない	57.2%
e その他	9.6%
無回答	7.2%



「実施している」店舗は6%しかなく、「今後実施したいと考えている」店舗も10%という状況の一方で、「検討したこともなく実施予定もない」が半数以上の57%から回答となった。  
 その他として、「そもそも残余がでない」や「従業員が購入する」等の意見があった。

(11) フードシェアリングが困難である理由※を教えてください。【複数回答可】

※フードシェアリングを実施している店舗(前の質問でaを回答)以外の理由を集計。

a 食中毒のリスクがある	49.4%
b 従業員の業務量増大	16.7%
c 持ち帰り容器等のコスト発生	20.5%
d 各店舗でなく会社全体で判断する必要がある	16.0%
e 生もの等持ち帰りに適さない料理の提供が多い	20.5%
f その他	9.0%
無回答	21.8%

(9)と同様に「食中毒のリスク」が多く、約半数の回答があった。次に「持ち帰り容器等のコスト発生」や「生もの等料理の提供」が20%の回答となった。  
 その他として、(10)と同様に「そもそも残余がでない」や「従業員が購入する」等の意見があった。

(12) 食べきり協力店事業について御自由に記入してください

【食品ロス全般について】

○良い事だと思います。できる事は協力したいと考えてます。

○食品ロスがない時代があたり前になるように…。

○飲食店として食の安心・安全を考えるとということ、食品のロスを少なくすることが矛盾する点があります。食品ロスが大きな関心を持つようになればと思っております。

○食品ロスに対する認知度をあげて、食べ残しが少なくなる社会になってほしい。「お金を払えば、食べようが、残そうが自由でしょ」の考え方が少なくなることを願います。

○お客様は不必要に頼み過ぎない、お店は過剰な在庫やロスを増やさない、その両輪の追及に尽きるのではと思います。

○フードロスについて、もっと広く知っていただく必要があると思います。(特に若い世代) フードシェアリングサービスで「TABETE」を利用していますが、登録店が少ないので、利用する人も少なく、知っている人も少ない状況です。子育て世代の方々や高齢者の方々にも知っていただいて利用して下さるようになると良いと思います。

○「食べ放題」「飲み放題」の店舗で、TVでの「大食い選手権」などの影響がみられる。店舗に期待するのではなく、食育が重要である。見ばえを気にし、内面の質や考える力が必要です。日本人ではあるが、外国人の方が、マナー全てにおいて質が高い。

○この取組自体は応援します。くわえて食品ロスはユーザは心がけています。店舗も心がけています。なぜなら自分の身を切るからです。食品ロスをコンビニ本部は当然のものとしています。ここが問題です。ロスの負担は店舗であり、コンビニ本部はロスを出た方が利益が出る構造です。ご存知ですか？これは食品ロスの観点から罪です。コンビニの食品ロスはたいへんな量で、よく調査して海外(フランス・ドイツ)を参考にして、条例等で規制しないと全く効果がありませんよ。現在、経産省がやっているコンビニ問題にも目を向け効果の出る対策を実施して下さい。

○食べきりはお客様にしてみれば、むずかしいことです。小盛りでもと思っても、食べきれずかともか、同じ金額を支払うなど考えると、できないことが多いと思います。

○食べ残しの希望するお客様の中で本当に自然環境を考えてる人と自分の都合で「お金を使うのがもったいない」人がいる。「もったいない」とお客様が発言しときながら容器代料金を有料化にすると、やっぱり持って帰るのをやめたという人が多数。今の時代レジ袋の有料は当たり前。所詮、みんな自分がかわいいってこと。

○飲食店は個人店などでは、もともと食べ物を粗末にあつたりしないし、ロスを出すこと自体、経営に関わるので意識が高いはず。大きな企業が、コンビニなどで出す時間切れ弁当などの方が、問題としては大きいのではないかと。また、チェーンのファミレス居酒屋などもアルバイト・パートは無責任な立場にいるので、大きな企業ほど、行政で働きかけた方が良いのではないかと。

○このアンケートがくるたびに思うんですが、いかにメニュー帳に手をつけられないものは値段をひいてひきとると書いても、平気で手をつけません。お客様の健康を考えて、野菜煮等を多く提供しているが、何のリアクションもなく、手をつけられない人が多々いる。手をつけて、まずいとか、あわないとかで残すならまだしも昔からの食堂としてのプライドとして、安く野菜を多く提供していることが、むなく、なさげなく、うちの店がマイナーになった理由がよくわかる。外食はこれでいいのかもしれないが、昔からの大衆食堂がどんどんやめていく理由がよくわかる。

○小さな働きかけから生まれてくることだが、コンビニ等で大量の処分を見かけることが多々ある。食べられるものをすてる、ゴミをへらす、どんなにがんばっても全体的に考えていかないとと思う

○色々な方がおられる。1粒の米を無駄にすると、いつか1粒の米で苦勞する。何でも大切に大切にされた品、手を付けたら全部食べる…?と思ったら手を付けない。これは自分の家でのこと。家庭で教えるのが一番。

○個人の定食屋なので、マンツーマンの会話ができるので、最初から食べきれなかったら減らすことができる。少しの食べ残しには、食べきるように伝えます。とにかく食に関して感謝の念が少ない。

#### 【取組内容について】

○おかげ様で、多くのお客様に食べきりのご協力いただいております。お客様が健康管理に対して、意識の高い方が多く、環境に対しても同様に配慮されているからでしょうか。この取組がさらに多くの方へ広がることを願っております。

○「食べ切れない場合はお持ち帰り用容器をご用意しておりますので」等の一声で、お客様との距離が縮まります。個人店にとっては良いコミュニケーションのきっかけです。

○小さい店なので日替わりランチのメニューは夕飯を想定して作っているのでロスが無い。我店の話は参考にならないと思います。常連が殆どなので、その方の食べる量も把握しているため、ある程度の融通がききます。苦手な物は出さないとか、揚げ物の量を減らすとか、個人にあわせて対応している。

○お店からは食べ残しをしないで！とは言えないので嫌味なく訴えかけるようなポスター・ステッカー等を配布してください。

○なかなか難しいが、お客様が望んでいるメニューのみにする。他店に無い当店自慢できるメニューだけに縛る。お通しは控える。

○一般の方の意識が低く、「一言」量を減らしてとの言葉が出ない。食事をのこさないPRが出来れば良いと思う。

○当店はお年寄りの方が多く、量が多い事は知っている方が多いので、注文時に「ごはん少なめに」「そばを半分」にして下さいと言ってくれる方が多いので、あまり食べ残しは出ないように思う。曜日でも男の方（サラリーマン）が多い平日は量を少し多く、家族連れが多い日曜日等は少し量を減らすなどしていても良いと思うのですが…。

○消費者の要望を言いやすい店舗側の態勢ができていないのか、常連のお客様にはお声かけできますが、1食の量がどの位か表示していないために、注文の時点で減量して良いのか悪いのかが不明である点を反省しています。

○リピーターのお客様がほとんどのため、小食のお客様には、ごはんの量を減らして提供するようにしています。現在、残飯はほとんど出ない食材も残さないようにしています。気になっているのは、食材等が入っている食品トレー、はじめからパックに入って売られているピーマン・ナス等の野菜類です。関係する業界全体で、こちらの対策も出来れば、より食材のロス、ゴミの削減もできるのでないでしょうか。アメリカのスーパーのように、ピーマン・ナス等が1コで買えれば良いと思う。

○食べ残りの品物、持ち帰りの際に説明をして、責任はお客様の都合。

○お客様から、ごはん少なめで…など、声をかけていただくことがあります。時間がなく、食べ残しがあることもありますが、常連客が多いので、ライスの量など、聞いたりすることで食べきり協力店の向上を心がけております。

○持ち帰れるというPRのおかげで、フルサイズのボリュームでも気軽にご注文頂けていると思います。オリンピックに向けて海外の方にもわかりやすいステッカー（案内）などあればうれしいと思います。

○年配のお客様も多いため、事前にご飯の量を聞くようにしている。

○各月で変わる料理により、残ってくる量が変わる。その情報を社内で共有できれば、かなり改善の余地があるように思う。

#### 【デザインについて】

○ポスター、ステッカー等の色が地味。もっと目立つカラーにしてはどうでしょうか。

○ポスターなど、もっと目立つものを作って頂けたらと思っています。

○「食べきり協力店」事業の新たなデザインは斬新で芸術性が高いと思うが、ひと目で食べきりのイメージはわからない。子ども・老人でもわかるシンプルなものが良い。

○食べるエコ活動始めませんか？という言葉がしっくりこないです。食べながらもエコ意識もちましようとか、食べる⇔エコとか、食べる⇔残さないとか、食エコ活動始めませんか？とか。

### 【事業の周知について】

- 世の中にもっとPRしてください。宜しくお願い致します。
- とても良い取組み。
- もっと認知度を上げる努力を関係者全体でやった方がいい。ほぼ知られていない感じがします。
- 登録証があると更にPRができると思います。
- 食べきり協力店として横浜市等からの表彰状などがいただければ、店舗に飾り、食品ロス等へのお店のアピールができ、今後の食品ロス・食べきりに対しての話などができると思う。
- 食品に携わる者としては、とても良い施策だと思っています。ただ、まだまだ認知度の低さを感じます。今後より積極的にPRして行って頂きたいです。
- まだまだ浸透していないと感じるため、お店でも力を入れていきます。禁煙もそうだったように全国をリード出来るようにがんばりたいです。
- PR効果が少ないように感じます。
- 食べるエコ活動の認知度が低いと思います。高齢者の方がわかりやすく、伝えやすいテーブルスタンドも良いのではないのでしょうか？ 外のステッカーを見て入っても、その店で何が食べきりになるような量にもらえるのか、わからないと思います。どういう風に伝えたらよいのかもわからないと思います。自分で持ち帰りの容器を持っていく方もいますが、こちらでOKをだしたものだけですが、隠れて持ち帰られて事故があるといけないので容器はいつも用意していますし、お伝えしています。
- 各席に置けるタイプのアイテムがあれば、一人ひとりが少しずつ食べきる努力（意識）をし、食べきり協力店としての認知度が上がるのではと考えています。店舗として「食べきる」をテーマに考えさせていただく機会をいただき、感謝しています。
- もっと知名度を上げてほしい。職員なども協力店で食事するとか、何かしらの向上を目的とした取組が必要あり。まずは自分たちで現状を見て、どのような取組かを確認するのも大事では？ ただ、このようなアンケートで形だけのやってます感を出すのではなく。
- TVでのCMなどをしてほしいと思う。
- 食べきり協力店の認知度があまりないのが残念です。
- アニメ「忍たま」の食堂のおばちゃんをポスターに使うといいと思います。

### 【その他】

- 店舗での食材（期限切れや閉店後のライス→これが一番多い）が廃棄処分→ゴミとして捨てるのがもったいないかぎりです。各外食店では、このような状況がおそらく毎日あると思いますので、これを行政・店舗一丸となって対応できればと思います。
- 「食べきり」とは、はなれてしましますが、食品ロスの問題の1つに“賞味期限”が大きい壁になっています。特に若い人は、期限が1日でも過ぎると捨ててしまいます。「くさってない、味をみてから捨てるか判断して」という指導が従業員はなかなか理解してもらえません。おいしいか、そうでないか、人間の五感で判断する力も育っていません。“賞味期限”を表示するようになって、捨てる量は増えたと思います。
- かつおぶしでダシを取っているのですが、ダシを取った後のかつおぶしのカスが出るので肥料や家畜の餌にならないか？ と思っているが、あてがない状況です。農家さんとかでほしい方などいないのでしょうか？
- 売れ残った商品など、販売することができなくても、まだ食べられる食品について廃棄以外にもっと有効活用する方法が何かあれば良いなと思います。個人的には、従業員が持ち帰る、又は（従業員に）安く販売することができれば良いと思うのですが、最近の大手企業の店舗ではそれを禁止しているところがほとんどのように見受けられるので、何か他に良い方法はないかと思っています。
- 緑区の“チーム ヴェルデ”は地元のものを使用し、お客様においしく食べていただき、食べきれない分は持ち帰ってもらうなど…さまざまな活動をしています。区役所を通して、ぜひチームのことを知ってもらいたい。