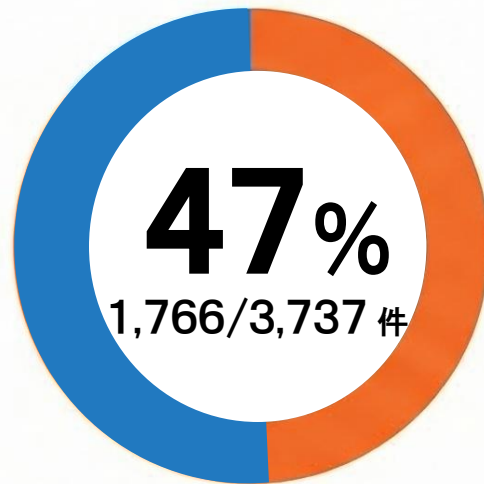


食べきり啓発事業 実績レポート：食品ロス削減の成果と店舗の意識変化

令和7年12月から令和8年1月にかけて実施された「食べきり啓発事業」の報告です。99の協力店舗を対象に、宴会での呼びかけや食品ロス削減の実績、幹事の反応、および今後の継続意向を調査しました。(アンケート回収数59店舗 60%)

呼びかけの状況



宴会での
呼びかけ実施率

宴会の 約5割 で、幹事による「食べきり」の呼びかけが行われました。

啓発期間の 食品ロス量の変化 (1店舗、月当たり)



啓発活動を通じて、各店舗で着実な食品ロスの減少が確認されました。

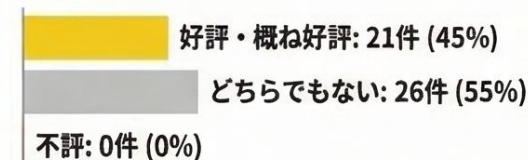
店舗の約4割で減少
12月: 減った 37%
 変わらない63%
1月: 減った 33%
 変わらない67%

幹事の評価



約45%の店舗が
幹事から「好評」だったと回答

不評という回答は0件であり、利用者の多くが活動を肯定的に受け止めています。



今後の展望



83%

83%の店舗が
「今後も継続したい」

店舗側の意識も向上し、大多数が今後の啓発活動の継続を希望しています。

食べきり啓発事業 実績レポート：記述式の回答内容一例



店舗の工夫

- ・大皿を減らし、個人盛付を増やした。
- ・「スープは残さないで」とポップを作った。
- ・料理の量を客層に合わせた。
- ・多く注文される時は少なめにしてほしいと伝えた。
- ・盛り合わせの料理は、合間を見て取り分けた。
- ・お客様に量を説明した。
- ・年配のお客様には中間サービスで一言添えるようにスタッフに周知した。
- ・食べきりサイズ、食べやすい用に作る、おいしく作る。
- ・A4のチラシをパウチしてメニューとセットにしておいた。声かけするのに役立った。また、お一人様には、可能なメニューはハーフサイズをご提案した。
- ・乾杯から20分間は食事をする20分会食を行っている。



店舗の変化

- ・量より質を意識するようになった。
- ・幹事の方にお声掛けすることで、食品ロスを意識する機会が増え、削減の意識が醸成した。
- ・お土産パックの提案やお声がけでコミュニケーションを取りお互い笑顔で対応できた。
- ・幹事様、お客様との会話が増えた。(説明のため)
- ・行動やシステムを変えることで、食品ロスが軽減され原価率に好影響となると意識付けが出来た。
- ・残食の原因に対する意識が高まった。
- ・お客様に食べきっていただくよう、食事量や味付けに工夫し、残食を確認するようになった。(調理師)
- ・積極的に声掛けを行うようになった。

食べきり啓発事業(持ち帰り) 実績レポート: 食品ロス削減の成果と店舗の意識変化

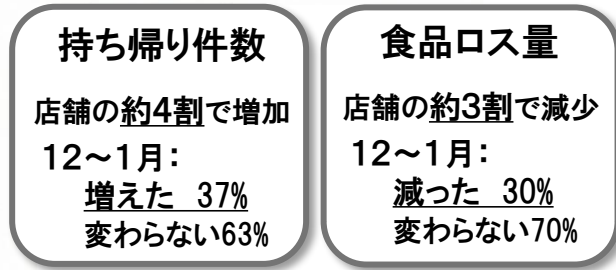
今までの取組

- ・店舗の約9割が持ち帰り既に対応



- ・持ち帰り容器代金は
0円 約6割(25/39)
5~100円 約4割(14/39)

啓発期間の 食品ロス量等の変化 (1店舗、月当たり)



2.7kg
(食品ロス減少量)



持ち帰り対応により、一店舗から出る廃棄量を着実に減らしています。

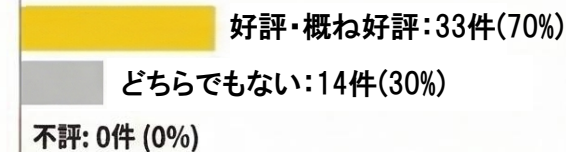
2.1割
(減少割合)

顧客の評価



約70%の店舗が
顧客から「好評」だったと回答

不評という回答は0件であり、
利用者の多くが活動を肯定的に
受け止めています。



今後の展望



93%

93%の店舗が
「今後も継続したい」

店舗側の意識も向上し、大多数が今後の啓発活動の継続を希望しています。

食べきり啓発事業(持ち帰り) 実績レポート:記述式の回答内容一例



店舗の工夫

- ・持ち帰りやすい空気を出す。
当たり前を持って行ってもらえるように気をつけている。
- ・持ち帰る前提だと食べなくなるため、終わり際で持ち帰りできると伝えている。
- ・宴会場内に容器置き場を設置し、自由にお客様が利用できるようにした。
- ・汁物を少なくした。
- ・お持ち帰りする物はなるべく早く食べてほしいと伝えた。
- ・コース料理提供時、前の料理を食べる時間が長い場合、加熱調理済みのお料理は持ち帰りできると伝え、お客様が食べ方を調整できるように声をかけることがある。
- ・お持ち帰りしたい方は声を掛けてくださいとお客様に伝えている。



店舗の変化

- ・割り箸の袋が好評で、会話が進んだ。箸袋を見ながら、残さずもらっていこうと言ってもらえる事が多くなった。
- ・大きな変化はないが、食べきりと一緒に、持ち帰りを勧めやすくなった。
- ・スタッフが「お持ち帰りできますよ」の一言を伝えたりした。
- ・スタッフが自発的に声掛けをするようになった。
- ・食品ロスに対して意識を持つようになった。
- ・持って帰れることを事前に伝え、前もって準備した。
- ・以前から意識していたが、今までよりもさらに行動を起こせている。
- ・お料理を多めに提供しても、罪悪感がなくなった。

アプローチの比較: 「食べきり」と「持ち帰り」

	 持ち帰り	 食べきり
 主なターゲット	個人客・日常の食事	団体客・宴会
 ↓ 啓発期間の上乗せ 食品ロス削減量 (1店舗、月当たり)	2.7kg (安定した削減)	7.9kg (ピーク時の大量削減)
 顧客/幹事の 肯定的な反応 (好評・概ね好評)	70% (残り 30%:どちらでもない)	45% (残り 55%:どちらでもない)

「持ち帰り」は顧客満足度を高めながら日常的なロスを削減し、
「食べきり」はイベント時の大量ロスを防ぐ。(主なターゲット)