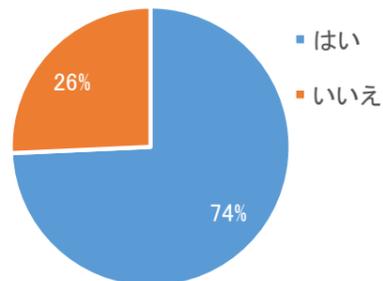


# お店アンケート

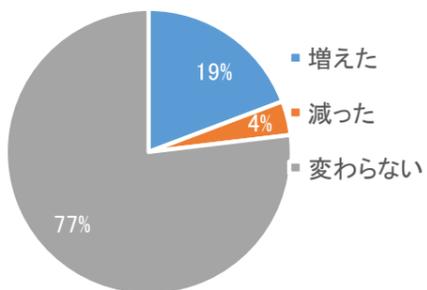
アンケートを郵送し、電子やメール等により回答  
回答数35(回収率85%)

## 以前からの持ち帰りの取組

### ■以前から持ち帰りをしてきたか。



### ■事業により件数に変化はあったか。



### ■容器はいくらで提供していたか。

7割が無料で提供、有料の場合は5円から100円と幅がある。

### ■月にどれほど持ち帰りがあったか。

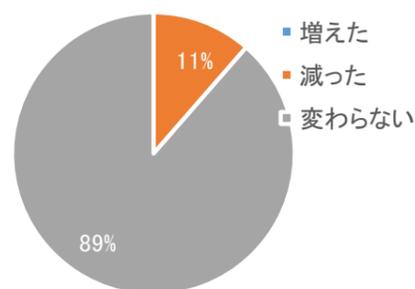
1~70件と幅があり、平均値を採ると約9件

## モデル事業の効果

### ■持ち帰り件数

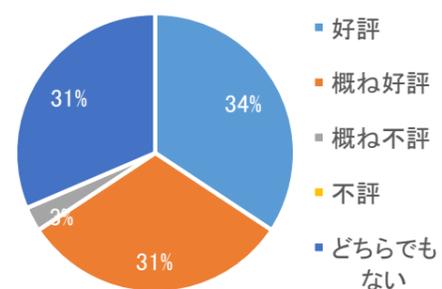
合計787件で、ピークは12月の295件、店舗によっては0件

### ■食品ロス発生量の変化



1店舗当たり約490グラム減少

### ■お客様の反応



### ■お客様の具体的な反応・コメント等

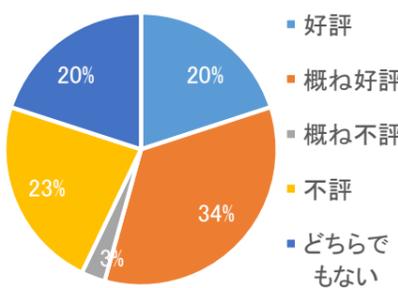
- ・子どもが楽しんで組み立てて、意識できた。
- ・デザインが好評、可愛い。
- ・電子レンジで使用できることを喜んでた。
- ・組み立てが難しい、面倒。
- ・使いづらい。

### ■持ち帰ったお客様の性別・年代

- ・男性約3割、女性約7割
- ・30代以下1割、40~50代4割、60代以上5割

## 持ち帰り容器

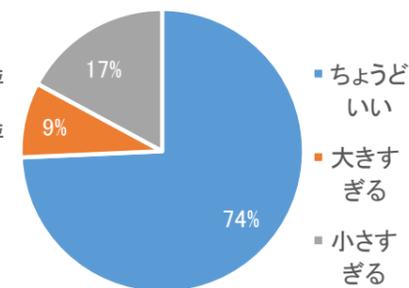
### ■デザイン



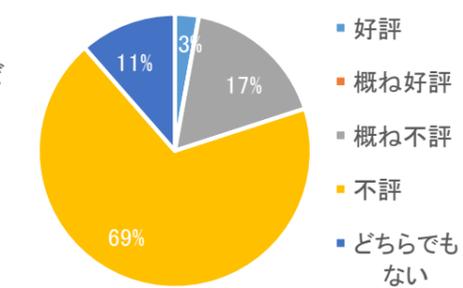
### ■容器に対する要望

組み立てが難しい、手間である。サイズは大小あってもいい。

### ■大きさ



### ■構造(耐久性、組み立て易さなど)

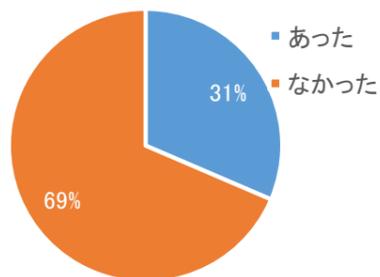


## 店舗から見たモデル事業の感想

## 令和5年度結果

### ■店舗側の意識や行動の変化

### ■変化の具体的な内容



- ・無料で配れることで声をかけやすくなった。
- ・食べ残しが出ないようにメニューを考えるようになった。
- ・従業員の持ち帰り勧奨意識の向上があった
- ・食べきれなさそうなお客さんに声をかけるようになった。

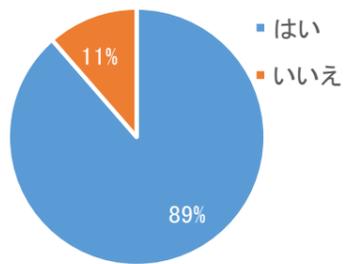
### ■店舗独自の工夫した取組

- ・箱は事前にスタッフで組み立てた。
- ・店側が容器に食品を入れた。
- ・子どもに作ってもらうことにより食品ロスを意識させることができた。
- ・今まで持ち帰りを推奨していなかったため、その場でおいしいうちに食べてもらうのが重要。

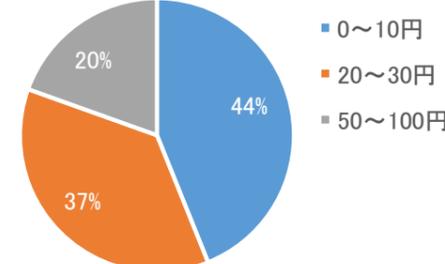
### ■お客さんに説明する際の注意点

- ・最初から持ち帰り前提ではないよう、誤解を招かないように気をつけた。
- ・食品衛生面について、再加熱と早く食べてもらうことを念入りに説明した。
- ・気温が上がる場合、持ち帰りを推奨することは難しいと感じた。

### ■今後も店舗で持ち帰りを行って良いか。



### ■容器代はどの程度であればいいか。



## 持ち帰りの普及に向けて

### ■持ち帰りを普及させていくための効果的な取組の考え

- ・広報の強化、チラシ・ポスターなどの使用
- ・子どもが興味を引くようなデザインとすることで家族で食品ロスが話題となるのではないかな。
- ・県民参加型の取り組みとする。
- ・持ち帰りに関するマニュアルを作ってほしい。責任の所在を明らかにしてほしい。

### ■モデル事業を実施して良かったことや苦労したこと、行政に支援して欲しいことなど

- ・お客さんとのコミュニケーションが取れた。
- ・今まで持ち帰りは断っていたが、このような活動があれば勧めることができ、期待している。
- ・モデル事業は継続して行って、ブラッシュアップしながら進めてほしい。
- ・容器の組立が難しかったので工夫してほしい。
- ・持ち帰りよりも適量注文や小盛メニューでの提供のほうが食品ロス削減となるのではないかな。

### [アンケートからの分析]

- ・以前から持ち帰りを実施している店舗が多かったが、事業の実施により持ち帰り件数も増え、また、新たに取組んだ店舗が26%いることから、モデル事業の効果が一定程度見られた。
- ・持ち帰り容器の組立に支障があり、改善の余地あり。
- ・モデル事業に参加したことで食品ロス削減を意識づけることができたのではないかな。