

食べきり推進店認定制度の現状把握と
課題に対する有効な改善策の提案

Understanding the current status of certification system
Of stores promoting reduction of leftover
and proposing effective remedial measures for tasks

齋藤 優花里

SAITO, Yukari

環境政策・計画学科において学士（環境科学）の学位授与の資格の
一部として滋賀県立大学環境科学部に提出した卒業研究論文

2018 年度

承認

指導教員

目 次

第一章	序論	1
1-1	本研究の背景	1
1-2	本研究の目的	1
1-3	本研究の意義	1
1-4	本研究の研究手法	2
1-5	本研究の構成	2
1-6	本研究での用語の定義	2
	参考文献	3
第二章	食べきり推進店認定制度についての概要	4
2-1	はじめに	4
2-2	食べきり推進店認定制度とは	4
2-3	制度実施自治体	5
2-4	飲食店での食べ残し削減に関する先行研究について	5
2-5	本研究の位置づけ	9
	参考文献	9
第三章	調査方法	10
3-1	はじめに	10
3-2	自治体へのアンケート調査	10
3-2-1	調査目的	10
3-2-2	調査対象	10
3-2-3	調査時期・調査方法・返信状況	10
3-2-4	調査内容	10
3-3	認定店へのアンケート調査	11
3-3-1	調査目的	11
3-3-2	調査対象	11
3-3-3	調査時期・調査方法・返信状況	11
3-3-4	調査内容	11
3-4	課題に対する改善策に関する自治体及び認定店への追加アンケート調査	11
3-4-1	調査目的	11
3-4-2	調査対象	11
3-4-3	調査時期・調査方法・返信状況	12

3-4-4	調査内容	12
第四章	食べきり推進店認についての現状把握	16
4-1	はじめに	16
4-2	本章の目的	16
4-3	自治体へのアンケート調査の結果および考察	16
4-3-1	調査方法	16
4-3-2	調査対象	16
4-3-3	調査結果	16
4-3-3-1	制度の開始経緯	16
4-3-3-2	制度の設立背景	17
4-3-3-3	食べ残し量を何らかの方法で測定しているか	18
4-3-3-4	食べ残し量の変化	18
4-4	認定店へのアンケート調査の結果および考察	18
4-4-1	調査方法	18
4-4-2	調査対象	18
4-4-3	調査結果	19
4-4-3-1	食べ残し量の変化について	19
4-4-3-2	認定店の意見	19
第五章	食べきり推進店認定制度の課題と課題に対する改善策の提案	21
5-1	はじめに	21
5-2	本章の目的	21
5-3	自治体へのアンケート調査の結果および考察	21
5-3-1	調査方法	21
5-3-2	調査対象	21
5-3-3	調査結果	21
5-4	認定店へのアンケート調査の結果および考察	22
5-4-1	調査方法	22
5-4-2	調査対象	22
5-4-3	調査結果	22
5-5	課題に対する改善策	22
5-5-1	課題「認知度の低さ」に対する改善策	23
5-5-1-1	自治体による対策	23
5-5-1-2	課題「認知度の低さ」に対する改善策の提案	25
5-5-2	課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策	26

5-5-2-1	自治体による対策	26
5-5-2-2	認定店へのアンケート	27
5-5-2-2-1	認定店が制度を知った経緯	27
5-5-2-2-2	認定店増加のために有効だと思われる広告方法	27
5-5-2-3	課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策の提案	28
5-5-3	課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策	28
5-5-3-1	自治体による対策	28
5-5-3-2	認定店へのアンケート	29
5-5-3-2-1	認定店となってよかったと感じること	29
5-5-3-2-2	制度に加えてほしい店にとってメリットとなる取組	30
5-5-3-2-3	認定店となった理由	30
5-5-3-3	課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策の提案	30
5-5-4	課題「食べ残し量の変化のなさ」に対する改善策	31
5-5-4-1	課題「食べ残し量の変化のなさ」に対する改善策の提案	31
第六章	食べきり推進店認定制度の課題に対する有効な改善策の提案	32
6-1	はじめに	32
6-2	本章の目的	32
6-3	調査方法	32
6-4	調査対象	32
6-5	課題に対する有効な改善策の提案方法	32
6-6	課題「認知度の低さ」に対する改善策の提案	33
6-7	課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策の提案	33
6-8	課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策の提案	34
6-9	課題「食べ残し量の変化のなさ」に対する改善策の提案	35
6-10	まとめ	35
第七章	結論	37
7-1	本研究の目的	37
7-2	本研究の結論	37
7-2-1	目的1の結論	37
7-2-2	目的2の結論	38
7-3	今後の課題	39
謝辞		40

図 表 目 次

表 2-1	制度実施自治体	5
表 3-1	質問項目(自治体へのアンケート)	10
表 3-2	質問項目(認定店へのアンケート)	11
表 3-3	自治体追加アンケート(実施可能性)	13
表 3-4	自治体追加アンケート(改善可能性)	14
表 3-5	認定店追加アンケート(改善可能性)	15
表 4-1	制度の開始時期(n=20)	16
表 4-2	制度を作るにあたって参考とした他自治体の制度(複数回答可, n=21)	17
表 4-3	最低認定項目数の決め方(n=21)	17
表 4-4	食べ残し量を測定しているか(n=21)	18
表 4-5	食べ残し量は変化したか(n=20)	18
表 4-6	認定店になって食べ残し量は変化したか(n=208)	19
表 4-7	認定店になってよかったと感じること(複数回答可, n=213)	19
表 4-8	認定店になってよかったと感じること(自由記述)(n=120)	20
表 5-1	制度の課題(複数回答可, n=21)	21
表 5-2	認定店になってよかったと感じること(n=213)	22
表 5-3	認知度の低さについての対策(複数回答可, n=21)	23
表 5-4	認知度の低さについての対策(自由記述)	24
表 5-5	課題「認知度の低さ」に対する改善策の提案	25
表 5-6	登録店舗数の少なさについての対策(複数回答可, n=21)	26
表 5-7	登録店舗数の少なさについての対策(自由記述)	26
表 5-8	制度を知った経緯(複数回答可, n=213)	27
表 5-9	認定店増加のために有効だと思われる広告方法	27
表 5-10	課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策の提案	28
表 5-11	店舗側のメリットの少なさについての対策	29
表 5-12	認定店となってよかったと感じること(複数回答可, n=213)	29
表 5-13	制度に加えてほしい, 店にとってメリットとなる取組(複数回答可, n=213)	30
表 5-14	認定店となった理由(複数回答可, n=213)	30
表 5-15	課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策の提案	31
表 5-16	課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する改善策の提案	31
表 6-1	改善策の評価に関するカラスケール	33
表 6-2	課題「認知度の低さ」に対する改善策への評価(n=10,44)	33
表 6-3	課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策への評価(n=10,44)	34
表 6-4	課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策への評価(n=10,44)	35

表 6-5	課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する改善策への評価(n=10,44) ……	35
表 6-6	課題に対する改善策への評価(n=10,44) ……	36

付 録 目 次

付録 1	自治体へのアンケート調査票 ……	2
付録 2	認定店へのアンケート調査票 ……	7
付録 3	追加アンケート(自治体) ……	11
付録 3	追加アンケート(認定店) ……	19
付録 5	参考および引用 URL ……	24

食べきり推進店認定制度の現状把握と課題に対する有効な改善策の提案

金谷研究室 1512018 齋藤優花里

1. 背景・論点

日本国内における年間の食品ロスは約 621 万トンにもものぼる。これは日本国内における年間の食品廃棄量約 2800 万トンの約 2 割を占める。食品ロスを減らすために、食べ物をもっと無駄なく、大切に消費していく事が求められている。食品ロスのうち事業系食品ロスは 339 万トンであり、そのうち外食産業によるものは 35%を占め大部分となっている。¹⁾

食品ロスのうち外食産業が発生源となるものが占める割合は高い一方、外食産業による食品ロスは私たち消費者が少し意識を変え行動することで、発生量を大幅に削減することが期待される。

飲食店での食べ残し削減のため、食べ残し削減に積極的な飲食店や宿泊施設を推進店として認定する制度を設ける自治体がある。認定された店の PR、認定店への啓発グッズ配布等を行うことで、飲食店・飲食店利用者が食べ残し削減を意識する機会が増えることを目指し、食べ残し削減を図る制度である。認定店は、各自治体が設けたいくつかの食べ残し削減のための取組項目のうち、各自治体が定めた数以上の項目に取り組む必要がある。制度の名称は自治体により様々だが、本研究では「食べきり推進店認定制度」と統一して呼ぶ。

食品ロスについては、牛久保の研究で、食品廃棄物の発生量を減少させるためにはまず発生抑制を図ることが重要だと明らかにされている²⁾。飲食店における食品ロスについては、土屋、羽田野の研究で、一般市民の食品ロスに係る認知度と動機づけを行うことで食品ロス削減に対する行動に取り組む機会が増えることが明らかにされている³⁾。また三木の研究では、長野県の食べきり推進店認定制度について現状と課題、今後の方向性が明らかにされている⁴⁾。

しかし、これほど飲食店における食べ残し削減が求められており、飲食店・自治体・住民が一体となって食べ残し削減に取り組める食べきり推進店認定制度の普及・改善が食べ残し削減に繋がると期待できるにも関わらず、制度について一つの自治体にとどまらず、全国に視野を広げている研究は見られない。

2. 研究の目的・意義

本研究では、全国の食べきり推進店舗認定制度の現状について把握することを目的 1 とし、課題を把握し、課題に対する有効な改善策を提案することを目的 2 とする。

本研究の意義は、既存の制度の改善や認定店の増

表 1 自治体へのアンケート調査の質問項目(一部抜粋)

設問番号	質問内容
問1	制度の開始時期
問3	最低認定項目数はどのようにして決定したか
問5	食べ残し量は減少したか
問7	制度の知名度を住民に広めるためにどのような努力をしているか
問8	制度の課題は何か
問9	課題についての対策

表 2 認定店へのアンケート調査の質問項目(一部抜粋)

設問番号	質問内容
問1	制度を知った経緯は何か
問3	認定店となった理由は何か
問4	認定店になって良かったと感じることは何か
問5	制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取組は何か
問6	食べ残し量の変化について

加のための参考となることと、新しく制度を作る際の参考となることである。

3. 研究方法

研究の目的を次のような方法で達成する。

(1) 文献調査

飲食店での食べ残し削減についての先行研究を調査する。

(2) 事例調査

全国の食べきり推進店認定制度について制度実施自治体や認定店舗数を調べる。

(3) 自治体へのアンケート調査

制度を実施している 27 自治体に対してアンケート調査を行い、制度の現状や課題について明らかにする(表 1)。21 自治体から返信があった。

(4) 認定店へのアンケート調査

自治体へのアンケート調査で返信があった 21 自治体内の制度の認定店 6256 店から無作為に抽出した 700 店を対象にアンケート調査を行い、制度の現状や課題に対する改善策をまとめる際の参考とする(表 2)。213 店から返信があった。

(5) 自治体・認定店への追加アンケート調査

アンケート結果などを参考に提案した、課題に対する改善策の実施可能性と改善可能性の評価を、自治体・認定店へ依頼する。先に行ったアンケートで回答があった 21 自治体と 213 店を対象にアンケートを行い、10 自治体、44 店から返信があった。

4. 結果及び考察

(1) 食べきり推進店認定制度についての現状把握

1) 制度について

自治体へのアンケート問 1「制度の開始時期はいつか」についての回答から、平成 26 年より前から制

度を開始した自治体は福井県、千葉県、長野県、山口県、横浜市の5自治体であり、その他の16自治体は平成26年以降に制度を開始していることが分かった。このことから、制度が比較的最近普及し始めているものであることが分かる。

また、店舗が認定店となるためには各自自治体が定めた食べ残し削減のためのいくつかの取組項目のうち、各自自治体が定めた一定の数以上の項目数を実施していなければならない。その項目数の決め方については、1自治体が「大きな効果を狙うため、高めに設定した」と回答し17自治体が「多くの店舗が認定店となるよう少なめに設定した」と回答した。このことから、認定店となるハードルを高くするのではなく、多くの店舗が認定店となり、より多くの店舗・利用者が食べ残し削減に意識を持つ機会が多くなることを期待する自治体が多いことが分かった。

2) 食べ残し量の変化について

自治体へのアンケート問5「食べ残し量は減少したか」への回答は「分からない(12自治体)」「少し減少している(6自治体)」「減少していない(2自治体)」であった。自治体が各店舗の食べ残し量の変化を把握することが難しく、「分からない」という回答が多かった。認定店へのアンケート問6「食べ残し量の変化について」への回答は「減少した(98店)」「変わらない(89店)」「分からない(21店)」の順に多かった。「減少した」と回答した店舗が最も多く、制度に一定の効果がみられることが分かる。

(2) 食べきり推進店認定制度の課題に対する改善策

表3に、自治体へのアンケート問8「制度の課題は何か」についての回答を示す。「認知度が低いこと」「登録店舗数が少ないこと」「その他(店舗側のメリットが少ないこと)(以下、店舗側のメリットの少なさと示す)」「効果があまり感じられないこと(アン

表3 制度の課題は何か(複数回答可, n=21)

制度の課題	回答数	割合
認知度が低いこと	15	71%
登録店舗数が少ないこと	12	57%
その他(店舗側のメリットが少ないこと)	7	33%
効果があまり感じられないこと	4	19%
店舗ごとの取組み項目数が少ないこと	2	10%
その他	1	5%

表4 課題「認知度の低さ」に対する改善策

改善策	補足説明
啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実	グッズやポスターを見たお客様から小盛を要求されることがある認定店から
ステッカーの配布	声があったため、目に見える宣伝をして
ポスターの配布	制度を知ってもらうため
小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する	店舗から、お客様の様子を見ていと小さい頃の教えが大切だと感じるという声が多かったため
グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼	
ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする	認定店を使うメリットを作ることで住民の方に知られる機会が増えるのではないかと考えられるため
キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする	

表5 課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策

改善策	補足説明
組合などから宣伝する	制度を組合などの組織から知った認定店が多かったため
直接個別の訪問に力を入れる	訪問や個別のDMなど、直接個別の宣伝により制度を知った認定店が多かったため
個別のDMIによる宣伝に力を入れる	
ラジオでの宣伝	仕込み中にラジオを聴く方が多いため
認定店の声などを集め、まとめる	認定店になってよかったことなどを聞きまとめてHPに載せることで、認定店でない店が興味を持ったり、認定店になろうとするきっかけになったりするのではないかと考えるため

ケート回答の備考欄を反映し、以下、食べ残し量の変化の少なさと示す)が挙げられた。以下、これらの課題について、アンケート調査の回答を基に改善策を提案する。

1) 課題「認知度の低さ」について

認定店へのアンケート問4「認定店となってよかったと感じることは何か」についての回答で「啓発グッズやステッカーを見てお客様からのリアクションがあった」という意見が31店からあり、啓発グッズ、ステッカー等には、目に見える宣伝の効果があると考えられる。また、認定店へのアンケート問5「制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取組は何か」についての回答で、「成長段階である、教育の段階で、食べ残しを減らす意識を持ってほしい」といった意見が22店から挙げられた。食べ残し削減に意識を持つことで、制度に気づいたり、認定店を利用しようという人が増えたりし、長期的に制度の認知度向上に繋がると考えられる。以上のことを踏まえ、課題「認知度の低さ」に対する改善策の提案を表4にまとめる。

2) 課題「登録店舗数の少なさ」について

認定店へのアンケート問1「制度を知った経緯は何か」についての回答は「自治体の職員さんによる訪問・宣伝(110店)」「その他(57店)」「自治体HP(41店)」「広報誌(15店)」「ラジオCM(4店)」であった。その他の回答のうち、23店が自治体からの封書やDMなどの宣伝による方法を回答し、30店が飲食店組合などの既存の組織から知ったと回答した。以上のことを踏まえ、課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策の提案を表5にまとめた。

3) 課題「店舗側のメリットの少なさ」について

認定店へのアンケート問4「認定店となってよかったことは何か」についての回答は「その他(120店)」「廃棄物が減少した(103店)」「広報される機会が増えた(34自治体)」「啓発品を活用できる(16店)」の順に多かった。その他の回答(自由記述)には、「店だけでなく自治体として食べ残し削減に取り組んでいることをPRしやすくなり、お客様に食べ残し削減の協力をお願いしたり、お客様から小盛にしてほしい

表 6 課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策

改善策		補足説明
啓発グッズの充実		認定店になったメリットとして「お客様への声掛けが行いやすくなった」「飲食店独自ではなく行政が食べ残し削減を目指している」ということを伝えられるようになった」というものが多く、そのメリットをさらに伸ばすため
食べ残し削減に関する情報提供		制度に加えてほしい取り組みとして挙げる認定店が多かったため
PRの充実	ポップ	PRをし、利用される機会を増やすため
	CM	
	認定店のみ掲載のチラシの配布	
	のぼりポスター	
	市の広報誌 新聞	

表 7 課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する改善策

改善策	補足説明
食べ残し削減に関する情報提供	
食べ放題の店などを重点的に制度をPRする	食べ放題の店において食べ残しが多いと考えられるため

と声掛けをされたりすることが多くなった」という意見が 35 店から挙がっており、このメリットを伸ばしていくことも有効であると考えられる。また、その他の回答のうち 25 店からは「店側の意識改革ができた」という意見が挙がった。

また、「制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取組は何か」という問いに対し、118 店が「食べ残し削減のための取組や工夫の情報提供」、91 店が「宣伝の拡大」、25 店が「啓発グッズの充実」と回答した。以上のことを踏まえ、課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策の提案を表 6 にまとめる。

4) 課題「食べ残し量の変化の少なさ」について

食べ残し量の変化の少なさについて、自治体へのアンケート問 9「課題についての対策」に対しての

回答を参考にし、改善策を表 7 にまとめた。

(3) 食べきり推進店認定制度の課題に対する有効な改善策の提案

追加アンケート調査により、課題に対する改善策に関して、自治体へは実施可能性・改善可能性、認定店へは改善可能性についての評価を依頼した。

評価は、実施可能性については、1. 実施することは難しい(1点)、2. 実施することはやや難しい(2点)、3. 準備すれば実施することができる(3点)、4. すぐに実施可能(4点)の4段階での評価と、5. 実施済み(5点)、6. 分からない、と6つの選択肢を設けた。改善可能性については、1. 効果は得られない(1点)、2. 効果はあまり得られない(2点)、3. 効果はやや得られる(3点)、4. 十分な効果が得られる(4点)の4段階での評価と、5. わからない、と5つの選択肢を設けた。選択肢に点数を設け、平均点により実施可能性と改善可能性を評価した。また、意見のばらつきを確認するため、評価の基準に標準偏差も用いた。

平均点3点以上、標準偏差1以下の評価を基準とし、実施可能性についての評価が基準以上である改善策のうち、改善可能性について、「改善策を実施済みの自治体、未実施自治体、認定店すべてからの評価が基準以上のもの」を課題に対する有効な改善策とし、「いずれか2者からの評価が基準以上のもの」を課題に対するやや有効な改善策とする。

表 8 に、課題に対する評価を示す。有効な改善策に濃い色で、やや有効な改善策に薄い色で色を付けている。基準点以上の数値にも色を付けている。

課題「認知度の低さ」に対する有効な改善策は「啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実」「小中学校など教育の場で

表 8 課題に対する改善策の実施可能性・改善可能性に関する評価

課題	改善策	実施可能性			改善可能性						
		平均点	標準偏差	実施済み自治体数	実施自治体		未実施自治体		店舗		
					平均点	標準偏差	平均点	標準偏差	平均点	標準偏差	
認知度の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進している)	4.64	0.00	9	4.00	0.94	3.00	0.00	3.02	0.92	
	ステッカーの配布	4.82	0.00	10	3.30	1.10	2.00	0.00	2.78	0.91	
	ポスターの配布	5.00		11	3.73	0.96			2.73	0.96	
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度	3.69	0.49	5	3.80	0.43	3.33	0.47	3.36	0.77	
	グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼	3.04	0.69	4	4.00	0.71	3.29	0.70	3.11	0.85	
	ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か	1.22	0.42	0			3.45	0.66	2.88	1.04	
登録店舗数の少なさ	組合などから宣伝する	4.59	0.50	8	3.13	0.78	3.33	0.47	2.85	0.86	
	直接個別の訪問に力を入れる	3.91	0.71	7	3.86	0.35	3.50	0.50	2.90	1.08	
	個別のDMによる宣伝に力を入れる	2.82	0.58	3	2.67	0.94	2.50	0.87	2.29	1.14	
	ラジオでの宣伝	3.09	1.15	4	3.00	1.47	3.00	1.41	2.36	1.14	
	認定店の声などを集め、まとめる	3.20	0.60	0			3.27	1.14	2.88	0.95	
店舗のメリットの少なさ	啓発グッズの充実	3.73	0.58	4	4.25	0.43	3.29	1.16	3.16	0.81	
	食べ残し削減に関する情報提供	3.59	0.50	1	3.00	0.00	3.80	1.08	3.10	0.73	
	PRの充実	ポップ	3.73	0.58	4	3.75	0.83	2.57	0.90	3.05	0.86
		CM	2.00	0.67	2	3.00	1.00	3.11	0.99	2.87	0.79
		認定店のみ掲載のチラシの配布	2.82	0.94	2	3.00	0.00	3.56	0.50	2.83	1.11
		のぼりポスター	2.92	0.83	3	2.00	0.82	2.88	0.60	2.64	0.92
		市の広報誌 新聞	3.91	0.49	6	2.83	1.21	3.20	0.75	2.69	1.05
	食べ残し量の変化の少なさ	食べ残し削減に関する情報提供	3.13	0.45	2	4.00	1.00	3.00	1.05	2.95	0.95
食べ放題の店などを重点的に制度をPRする		2.33	0.94	0			2.64	0.98	2.79	0.99	

食べ残しの現状や制度について紹介する」「グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼」である。「啓発グッズの充実」については、実際に店舗側から、グッズを見たお客様から小盛にしてほしいなどの声掛けがあるという意見があり、啓発が分かりやすいデザインにすることで効果が得られるのではないかと考える。また「教育の場で紹介する」についても、実際に利用者の様子を見ている店舗から「小さい頃の教えや習慣が身についていると思う」という意見が多く、実施することで長期的に見れば効果があると考えられる。

課題「登録店舗数の少なさ」に対するやや有効な改善策は「組合などから宣伝する」「直接個別の訪問に力を入れる」である。実際にこれらの方法で制度を知った店舗が多く、これらに力を入れることで課題解決に繋がると考える。また、改善策「認定店の声などを集め、まとめる」については、実施している自治体はなかったが、実施可能性、改善可能性共に評価は高かった。認定店となつて良かったことなどの意見をまとめ、HPなどに提示することで、認定店でない店が制度を理解しやすくなつたり、認定店になろうとするきっかけになつたりするのではないかと考える。

課題「店舗側のメリットの少なさ」に対するやや有効な改善策は「啓発グッズの充実」「食べ残し削減に関する情報提供」「ポップによるPRの充実」である。「啓発グッズの充実」については、使う頻度の高いものや便利なものの充実が直接的なメリットとなるとともに、店だけでなく行政が食べ残し削減に取り組んでいることをPRしやすくなるメリットもある。「情報提供」については、実際に食べ残し量を削減できることが、認定店となる事のメリットとなるようにするために有効であると考えられる。

課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する有効な改善策はない。

多くの改善策において、まだ実施していない自治体よりも、実施している自治体において改善可能性の評価が高く、実施することで予想以上の効果が得られることが期待できる。各課題に対して、多方向から解決に向けて対策をしていく事が、制度の普及や効果の上昇のために必要であると考えられる。

5. 結論

(1) 食べきり推進店認定制度の現状把握(目的1)

平成26年以降から制度を開始した自治体がほとんどであり、比較的近年普及し始めている制度であることが分かった。また、制度の設立目的としては、認定店となるハードルを高くするのではなく、多くの店舗が認定店となり、より多くの店舗・利用者が

食べ残し削減に意識を持つ機会が多くなることを期待する自治体が多いことが分かった。

また、自治体が制度を開始したことによる食べ残し量の変化は、測定が難しく分からないという回答が最も多かったが、次いで減少したという回答が多かった。店舗が認定店となったことによる食べ残し量の変化についても、減少したという回答が最も多く、制度に一定の効果がみられることが分かった。

(2) 食べきり推進店認定制度の課題に対する有効な改善策の提案(目的2)

制度についての課題は「認知度が低さ」「登録店舗数が少なさ」「店舗側のメリットが少なさ」「食べ残し量の変化が少なさ」である。

課題「認知度の低さ」に対する有効な改善策は「啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実」「小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する」「グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼」である。課題「登録店舗数の少なさ」に対するやや有効な改善策は「組合などから宣伝する」「直接個別の訪問に力を入れる」である。課題「店舗側のメリットの少なさ」に対するやや有効な改善策は「啓発グッズの充実」「食べ残し削減に関する情報提供」「ポップによるPRの充実」である。課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する有効な改善策はない。

(3) 今後の課題

本研究に取り組むにあたり、食べきり推進店認定制度の現状や課題について明らかにすることができ、課題に対する改善策を把握し、改善策についての改善可能性と実施可能性を提示するまでに至った。しかし、制度が近年始まっていることを踏まえると、数年後には課題も変化している可能性がある。さらに、近年注目されている30・10運動との関係についても調査すべきである。また、制度を実施していない自治体や、認定店でない店への調査を実施することで、より多面的な改善策の提案ができると考える。

6. 参考文献

- 1) 農林水産省：食品ロスの削減に向けて
<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/170516-2.pdf>2019-1-7
- 2) 牛久保明邦：食品廃棄物等と資源循環の促進，フードシステム研究，Vol. 15，No. 2，pp4-11(2008)
- 3) 土屋雄一，羽田野雅司：食品ロス削減に係る一般市民意識変化調査について，信州公衆衛生雑誌 9(1)，54-55，(2014)
- 4) 三木陽平：長野県の生ごみ削減の取り組みー「食べ残しを減らそう県民運動」の現状と課題，廃棄物資源循環学会誌，26(3)，pp215-221(2015)

第一章 序論

1-1 本研究の背景

日本国内における年間の食品ロスは約 621 万トンにもものぼる。これは、日本国内における年間の食品廃棄量約 2800 万トンの約 2 割を占めており、国民一人当たりが毎日茶わん一杯分捨てている量に匹敵する。現代社会における大量生産・大量消費の生活を見直すためにも、食べ物をもっと無駄なく、大切に消費していき、食品ロスを減らすことが求められている。食品ロスのうち事業系食品ロスは 339 万トンであり、そのうち外食産業によるものが 35%を占めている。これは国内全体の食品ロスの約 1/5 に相当し、外食産業による食品ロスが大量に発生していることが分かる。¹⁾

食品ロスのうち、外食産業が発生源となるものが占める割合は高い一方で、外食産業による食品ロスは私たち消費者や飲食店の方々が少し意識を変え行動することで、発生量を大幅に削減することが期待できる。

飲食店での食べ残しを減らすため、食べ残しの削減に積極的な飲食店や宿泊施設を認定店として登録する制度を設ける自治体が存在する。この認定店は、各自治体が定めたいくつかの食品ロス削減のための取り組み項目のうち、各自治体が定めた一定の数以上の項目に取り組んでいることが必要とされている。この制度について、名称は各自治体によりさまざまであるが、本研究では「食べきり推進店認定制度」と呼ぶこととする。

食品ロスについては、牛久保の研究で、食品廃棄や食べ残しなど食品廃棄物の発生量を減少させるためにはまず発生抑制を図ることが重要だと明らかにされている²⁾。また、上岡・金谷の研究で、ホテルでの食品リサイクルの現状と課題が明らかにされている³⁾。

さらに、飲食店における食品ロスについては、内海の研究で、経営方式による飲食店の食品ロス発生抑制行動の違いが明らかにされている⁴⁾。福岡の研究で、小規模飲食店では食品ロスの発生が少ないことが明らかにされている⁵⁾。また、土屋、羽田野の研究で、一般市民の食品ロスに係る認知度と動機づけを行うことで食品ロス削減に対する行動に取り組むことが増えることが明らかにされている⁶⁾。岡山・澤橋の研究では、学生食堂での食べ残し削減のために有効な取組が明らかにされている⁷⁾。

また、食べきり推進店認定制度については、三木の研究で、長野県の食べきり推進店認定制度である「食べ残しを減らそう県民運動～e プロジェクト～」について現状と課題、今後の方向性が示されており、協力店の増加や、県民への認知度向上が必要であることが明らかにされている⁸⁾。

しかし、これほど飲食店における食べ残し削減が求められているなか、飲食店関係者・自治体・住民が一体となって食べ残し削減に取り組むことが期待できる食べきり推進店認定制度が全国に広まりつつあり、制度をより多くの自治体で行うことや、制度の効果をより高いものにするのが食べ残し削減につながると考えられるにもかかわらず、制度について一つの自治体にとどまらず全国に視野を広げ着目している研究は見られない。そこで

本研究では、全国の食べきり推進店認定制度を対象に、制度の現状と課題を把握し、課題に対する改善策を提案することを目的とする。

1-2 本研究の目的

本研究の目的は、以下の2点である。

目的1：全国の食べきり推進店認定制度の現状について把握すること

目的2：今後の課題を把握し、課題に対する有効な改善策を提案すること

1-3 本研究の意義

本研究の意義は、既存の制度の改善や認定店の増加のための参考となることと、新しく制度を設ける際の参考となることである。

1-4 本研究の研究手法

本研究の目的を以下のような方法で達成する。

(1)文献調査

飲食店での食品ロス削減についての先行研究を調査する。

(2)事例調査

全国の食べきり推進店認定制度について実施自治体や認定店舗数を調べる。

(3)アンケート調査

制度を実施している自治体と認定店を対象にアンケート調査を行う。自治体に対してアンケート調査を行ったのち、認定店に対してアンケート調査を行う。

(4)さらに、制度の課題に対する改善策についての実施可能性・改善可能性の評価を追加アンケート調査により依頼する。

1-5 本研究の構成

第一章 本研究の背景、目的、意義、研究方法、構成、用語 について記述する。

第二章 食べきり推進店認定制度について記述する。

第三章 具体的な調査方法について記述する

第四章 アンケート調査によって明らかになった、食べきり推進店認定制度の現状について記述する。

第五章 アンケート調査によって明らかになった、食べきり推進店認定制度の課題と、課題に対する改善策について記述する。

第六章 アンケート調査によって明らかになった、制度の課題に対する改善策について、追加アンケートによってその実施可能性と改善可能性を明らかにし、課題に対す

る有効な改善策を提案する。

第七章 本研究の目的に対する結論と今後の課題について記述する。

1-6 本研究での用語の定義

*食べきり推進店認定制度：自治体により実施されている，食べ残し削減のための制度を示す。自治体が設けた，食べ残し削減のための取組項目のうち，各自治体が定めた一定の数以上の取組を実施している飲食店を認定店として登録し，様々なPRなどをしていく制度であり，名称は各自治体によりさまざまであるが，本研究では食べきり推進店認定制度と統一して呼ぶ。

*認定店：食べきり推進店認定制度により，登録されている店舗。

<参考文献>

1)農林水産省：食品ロスの削減に向けて

<http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/170516-2.pdf>2019-1-7

2)内海秀樹：飲食店での経営方式別食品ロス発生抑制行動に関する研究—東大阪市の飲食店を対象として—，近畿大学総合社会学部紀要 = Applied sociology research review Kinki University 5(1), pp27-34(2016)

3)牛久保明邦：食品廃棄物等と資源循環の促進，フードシステム研究，Vol. 15 ， No. 2, pp4-11(2008)

4)上岡瞳・金谷健：ホテルにおける食品リサイクルの実施実態の把握，土木学会論文集 G (環境)，68(6), pp59-69(2012)

5)福岡雅子：地元密着型商店街の飲食店における食品ロスの実態（第2報），廃棄物資源循環学会研究発表会講演集，29(0), 117(2018)

6)土屋雄一，羽田野雅司：食品ロス削減に係る一般市民意識変化調査について，信州公衆衛生雑誌 9(1), 54-55, (2014)

7)岡山朋子，澤橋俊充：大学食堂における食品ロス削減に関する調査研究，廃棄物資源循環学会研究発表会講演集 29(0), 115(2018)

8)三木陽平：長野県の生ごみ削減の取り組み—「食べ残しを減らそう県民運動」の現状と課題，廃棄物資源循環学会誌，26(3), pp215-221(2015)

第二章 食べきり推進店認定制度についての概要

2-1 はじめに

本章では、食べきり推進店認定制度の概要について、ウェブサイト調査に基づいて述べる。

2-2 食べきり推進店認定制度とは

食べきり推進店認定制度とは、飲食店や宿泊施設での食べ残しを削減するため、地方自治体が行っている制度である。食べ残し削減に積極的な飲食店や宿泊施設を認定店として登録し、認定店のPRを行ったり、認定店へ啓発グッズの配布を行ったりする。そのことにより、食べ残し削減に積極的な飲食店が増加したり、飲食店利用者が食べ残し削減を意識する機会が多くなったりすることを目的とし、食べ残し削減を図ろうとする制度である。

認定店は、各自治体がそれぞれ設けたいくつかの食べ残し削減のための取組項目のうち、各自治体が定めた一定の数以上の項目に取り組んでいることが必要とされている。取組項目の例としては、「小盛り・ハーフサイズメニューの設定など、食べ残しを出さない工夫をする」「食べ残し削減に向けた啓発活動を行う」などがある。一定の数以上の項目に取り組んだうえで、自治体に対してHPなどから申し込みをしたり、自治体からの認定店になってほしいという要請にこたえたりすることで、認定店として登録される。

2-3 制度実施自治体

食べきり推進店認定制度は、都道府県単位で行われているものと市区町村単位で行われているものがある。

表 2-1 に、制度実施自治体と制度名、登録店舗数を示す。2018 年 3 月時点で制度が行われており、期間を限定せず、継続的に行っている自治体を取り上げた。

表 2-1 制度実施自治体

実施自治体	制度名	登録店舗数
京都市	食べ残しゼロ推進店舗認定制度	596
山口県	やまぐち食べきり協力店	256
高崎市	たかさき食品ロスゼロ協力店	127
広島市	スマイル！ひろしま 食べ残しゼロ推進協力店	89
横浜市	食べきり協力店	782
富山市	おいしいとやま食べきり運動	720
長野県	「食べ残しを減らそう県民運動～eプロジェクト～」協力店	655
福岡市	福岡エコ運動協力店	262
千葉県	ちば食べエコ協力店	204
江戸川区	えどがわ食べきり推進運動	152
新発田市	食の循環しばた モッタイナイ運動協力店	102
加古川市	加古川市おいしい食べきり運動協力店	98
秋田市	もったいないアクション協力店	66
港区	港区食べきり協力店	64
鳥取県	とっとり食べきり協力店	61
妙高市	もったいない！食べ残しゼロ運動協力店	56
網走市	「食べ残しを減らそう」協力店	54
名古屋市	食べ残しゼロ協力店	43
立川市	食べきり推進店	43
前橋市	食べきり協力店	27
熊本市	「もったいない！食べ残しゼロ運動」協力店	22
群馬県	ぐんまちゃんの食べきり協力店	6

2-4 飲食店での食べ残し削減に関する先行研究について

(1)三木の先行研究(2015)について¹⁾

この研究は、長野県で実施されている「食べ残しを減らそう県民運動」の現状と課題、今後の方向性を示すことを目的としている。

長野県では、生ごみの発生抑制を目的に、「食べ残しを減らそう県民運動」として、飲食店等で食べ残しを減らす取り組み、また、家庭での生ごみ発生抑制の意識の向上に向けた取り組みを行っている。「食べ残しを減らそう」協力店の募集・登録や「宴会たべきりキャンペーン」の実施が主な取り組みであるが、こうした取り組みは、モニタリング調査により、食べ残しの削減に効果があることを確認している。しかし、直近のアンケート調査によると、これらの取り組みの県民認知度は低く、県民に十分浸透しているとはいえないのが現状である。今後は、こうした取り組みを、市町村等とも連携を深め、より県民参加型の取り組みとして発展させてゆく必要がある。さらに、県民・協力店を対象として行

ったアンケート調査結果および既存のアンケート調査結果から、協力店の増加や低年齢層への普及啓発に力を入れていくことが必要であると分かった。

(2) 福岡雅子(2018)の研究について

この研究では、社会的に調査対象となりにくい地域密着型の小規模飲食店で発生する食品ロスの状況の把握を目的として、大学近隣の商店街との連携により、食品使用量のモニター調査及び、ごみ組成調査（ごみ容器を開封して分類別に実測する調査）を行い、その結果を用いて小規模飲食店の食品フローを推定している。

その結果、農林水産省の食品ロス統計調査・外食調査では、食堂・レストランでの食べ残し量の割合が3.6%となっていた一方、本研究の協力店舗の食品ロス量は2.3%であり、地域密着型の小規模飲食店では、食品ロスの発生が抑えられていることがうかがえる結果であった。本研究の協力店舗のように、個人業主が自ら調理し、近隣に住む常連客に支持される飲食店では、調理くずや非可食部としての食品廃棄物の排出はあるものの、食品ロスの発生が少ないことが、聞き取り調査や実測調査によって判明した。

(3) 岡山, 澤橋の研究(2018)について³⁾

この論文では、食品ロスが発生する現場として学生食堂（以下、学食）に着目し、大正大学の学食の食品ロスについて発生量など実態を把握した上で、食品ロス削減につながる方法を検討し、それを「食品ロス削減キャンペーン」として実施し、食品ロス削減効果を検証し、その結果を報告している。

キャンペーンは、学食利用者を対象に、特に食べ残しを減らすことをねらいとし、7日間実施した。キャンペーン期間中は、食べ残し削減を促す声かけを行い、卓上POP、ポスターなどを表示するといった啓発活動を行った。野菜の食べ残し削減対策として、もともとドレッシングは赤・白のフレンチドレッシングしか置いていなかったが、声かけやPOPで野菜を食べきることを促しつつ、値段的にも学食が購入可能なノンオイルドレッシング2種類を追加した。ご飯の食べ残し削減対策として、「小盛り」「(ご飯)無し」を意思表示する食券を券売機横で配布した。その他の食べ残し削減対策として、麺類のトッピング（ラーメンのメンマなど）が要らない人のために「トッピング無し」食券を配布した。

削減キャンペーンは、特に定食のご飯と野菜サラダ、麺類のトッピングの食べ残しを減らすために実施された。野菜については、汁と絡みつくため野菜だけの分別・計量は難しかったが、食べ残しとしての野菜は多くなかった。多くはネギや玉ネギ、千切りのキャベツであった。これは、野菜やサラダを残したわけではなく、きれいに野菜を食べ切っていないだけに見受けられた。タンメンやラーメンに含まれるネギなどの食べ残しも多かった。ご飯については、日によっては丼の注文数の方が定食よりも多いことがあることを鑑みて、定食だけのご飯残し対策だけではなく、丼メニューについても小盛り食券を配布すると良かった。定

食の「小盛り」食券の成果はあり、ご飯の食べ残し量が減ることで、全体の食べ残し量も減った。今回は価格には変更がなかったことを鑑みると、今後、券売機において「小盛り（値引きあり）」メニューが加われば、さらに食品ロスが減ることが予想される。また、麺大盛の食券も多く売れていることから、多くの量を食いたい学生も多いことがわかる。麺類を多く頼む学生が多い中、麺が大量に残されることは、ほとんどなかった。一方、メンマが大量に残されており、嫌いな学生が多いことがわかった。ラーメンのトッピング無し食券の効果は、一定程度はあったと考えられる。このように、メニューから何かを減らす・無くすレスオプションには、食べ残し削減効果があることが実証できた。この結果は、例えば飲食店における食品ロス削減に向けた取り組みに資することが期待される。

(4)土屋，羽田野(2014)の研究について⁴⁾

この研究では、松本市において、食品ロス削減に向けてより効果的な事業を行うための課題等を整理し、今後の具体的な施策を検討するため、食品ロスに係る認知度及び啓発を行うことによる効果等について検証した。一般市民の食品ロスに係る認知度と、動機付けを行った場合、どの程度意識及び行動に変化があるかについて明らかにするため、無作為抽出した1,000戸を対象に、アンケート調査を2回実施した。

その結果、食品ロスに係る認知度では、日本全体の食品ロスがどの程度あるか知らない市民は約7割おり、食品ロスの現状を知らない市民が非常に多いことがわかった。また、動機付けを行った後の意識変化調査では、約5割の市民に意識及び行動の変化が現れ、的確な情報を与えることで食品ロス削減の取組みにつながることもわかった。

(5)牛久保明邦(2008)の先行研究について⁵⁾

牛久保の論文では、平成13年5月に施行された、資源の有効な利用の確保及び食品関連企業から発生する食品廃棄物などの排出抑制を図ることを目的に「食品循環資源の再生利用などの促進に関する法律」について、その概要や食品廃棄物等の年間発生量と再生利用等の実施率の推移、課題などについて明らかにしている。まとめとして、食品廃棄や食べ残し等食品廃棄物の発生量を減少するためには、まず発生抑制を図ることが重要だと述べられている。しかしながら、食品リサイクル法の施行後においても発生抑制の取り組みが十分に進んでいない状況にある。製造業段階では、製造・加工の見直しによる食品廃棄物発生量の抑制のほか、未使用原材料等の有効利用や製品の過剰納入の自粛等の取り組み、食品卸業及び食品小売業の段階では、製品の過剰な仕入れや安易な品の抑制に努めるほか、特に小売業ではきめ細かな配送や消費期限等が近づいている製品の販売方法の工夫が必要である。外食段階では、メニューや盛り付けの工夫のほか食べ残しの削減に取り組むほか、消費者に対して自らの取り組みをPRすること等により、食品廃棄物の発生抑制や異物混入の防止等について消費者の理解促進に努める必要がある。

(6)上岡・金谷の先行研究(2012)について⁶⁾

この論文では、ホテルでの食品リサイクルの計画段階の過程を把握することを目的1、ホテルでの食品リサイクルの実施段階の状況を把握することを目的2、ホテルでの食品リサイクルのメリットと今後の課題を把握することを目的3とし、食品リサイクルを行うホテルへのアンケート調査を行っている。

その結果、目的1について、①検討を開始して一番初めに行うことは「自社の食品 廃棄物発生量の調査」である。最後に行うことで最も多いのは「従業員への説明」であり、リサイクル体制が整ってから行われている②初期費用は委託ありのホテルでは50万円未満の割合が多く、委託なしでは金額にばらつきがみられた③苦勞したことには「従業員への指導・理解」、「できた資源の供給先」等があり、「人の意識」に関する問題が一番苦勞したというホテルもあった、ということが分かった。

目的2について、①分別のパターンについて、調理くずはひとまとめにするところが多かったが、食べ残しは分別項目ごとに分別するところの方が多かった②委託しているホテルではリサイクルループを構築できていない割合が高いことがわかった。全体ではループは構築されていないホテルの方が多かった③廃棄物処理コストについて、委託なしのホテルは初期費用が高いが、継続的にみると処理コストが減少している割合が高い、ということが分かった。

目的3について、①導入のメリットは「環境負荷量の削減」や「企業のイメージ向上」が多く、費用面でメリットとするホテルはあまり多くない②課題はコストの問題が多かったが、その対応策の回答はみられなかった。また従業員の環境意識の向上も良質の資源を作るうえで重要であり、課題である、ということが分かった。

(7)内海(2016)の先行研究について⁷⁾

内海の先行研究は、東大阪市に立地する飲食店を対象に経営方式の違いと食品ロス発生抑制行動との関係を明らかにすることを目的として、外食産業から持ち帰り・配達飲食サービス業、管理、補助的経済活動を行う事業所を除いた「主に店舗にて飲食物を客に提供する業態」である飲食店を対象として、経営方式及び食品ロス発生抑制行動の有無ごとにクロス集計を行った。また、飲食店の種類及び経営方式及び客世紀数、食材の管理から料理の完成までの調理段階と完成した料理を客に提供する提供段階における食品ロスの発生抑制に関する質問を行い、経営方式ごとに分析した。その結果、第一に経営方式で有意差が認められた発生抑制に関する行動は「余剰食材の従業員への提供」「規定献立向け余剰食材の別献立での使用」「過食部分の有効活用」の三つであることが、第二に有意差が認められなかったものは「余剰食材の客への提供」「量を変えたメニューの提供」「食べ残しを出さないように客への告知」「客の要望に応じた量の調整」「持ち帰りが可能なことの客への告知」「客の持ち帰りへの対応」であることが分かり、これらから、仕入れから調理

までの調理段階での食品ロス発生抑制行動に取り組んでいると答えた飲食店の割合は単独店のほうがチェーン店に比べ有意に多く、提供段階での取組に関しては両者の間には有意な差は見られないことが分かった。

2-5 本研究の位置づけ

食品ロス削減，飲食店における食べ残し削減が求められ，食べ残しが発生しにくい飲食店の傾向や，外食における食べ残し減少のために有効な取組が様々な研究により明らかにされている。また，飲食店における食べきり推進店認定制度に特に焦点を当てたものとして，長野県の食べきり推進店認定制度に注目した研究もみられる。

しかし，これほど飲食店における食べ残し削減が求められているなか，飲食店関係者・自治体・住民が一体となって食べ残し削減に取り組むことが期待できる食べきり推進店認定制度が全国に広まりつつあり，制度をより多くの自治体で行うことや，制度の効果をより高いものにすることが食べ残し削減につながると考えられるにもかかわらず，制度について一つの自治体にとどまらず全国に目を広げ着目している研究は見られない。そこで本研究では，全国の食べきり推進店認定制度を対象に，制度の現状と課題を把握し，課題に対する改善策を提案することを目的とする。

<参考文献>

- 1)三木陽平：長野県の生ごみ削減の取り組みー「食べ残しを減らそう県民運動」の現状と課題，廃棄物資源循環学会誌，26(3)，pp215-221(2015)
- 2)福岡雅子：地元密着型商店街の飲食店における食品ロスの実態（第2報），廃棄物資源循環学会研究発表会講演集，29(0)，117(2018)
- 3)岡山朋子，澤橋俊充：大学食堂における食品ロス削減に関する調査研究，廃棄物資源循環学会研究発表会講演集 29(0)，115(2018)
- 4)土屋雄一，羽田野雅司：食品ロス削減に係る一般市民意識変化調査について，信州公衆衛生雑誌 9(1)，54-55，(2014)
- 5)牛久保明邦：食品廃棄物等と資源循環の促進，フードシステム研究，Vol. 15，No. 2，pp4-11(2008)
- 6)上岡瞳・金谷健：ホテルにおける食品リサイクルの実施実態の把握，土木学会論文集 G(環境)，68(6)，pp59-69(2012)
- 7)内海秀樹：飲食店での経営方式別食品ロス発生抑制行動に関する研究ー東大阪市の飲食店を対象としてー，近畿大学総合社会学部紀要 = Applied sociology research review Kinki University 5(1)，pp27-34(2016)

第三章 調査方法

3-1 はじめに

3-2 自治体へのアンケート調査

3-2-1 調査目的

調査目的は、アンケート調査より制度の設立経緯や制度の現状、課題、工夫している取組などについて把握することである。

3-2-2 調査対象

調査対象は、インターネット調査によって明らかになった、制度を実施している 27 自治体である。

3-2-3 調査時期・調査方法・返信状況

2018年3月2日に、インターネット上のメール、問い合わせフォームによって 27 自治体に送付した。21 自治体から返送があり、回答率は 78%となった。

3-2-4 調査内容

表 3-1 にアンケート調査票の質問項目を示す。また、付録にアンケート調査票を記載する。問 1～5 は第 4 章で、問 6～12 は第 5 章でそれぞれ回答を示すか、回答を用いている。

表 3-1 質問項目(自治体へのアンケート)

設問番号	質問内容
問1	制度の開始時期
問2	制度を作るにあたって参考とした他自治体の制度
問3	最低認定項目数はどのようにして決定したか
問4	食べ残し量を何らかの方法で測定しているか
問5	食べ残し量は減少したか
問6	登録店を増やすためにどのような努力をしているか
問7	制度の知名度を住民に広めるためにどのような努力をしているか
問8	制度の課題は何か
問9	課題についての対策
問10	制度を作るにあたって苦労したことは何か
問11	制度作成前に調べておけばよかったと思うことはあるか
問12	制度をより良いものにするために工夫していることは何か

3-3 認定店へのアンケート調査

3-3-1 調査目的

調査目的は、アンケート調査により、認定店にとっての制度の捉え方や、自治体へのアンケート調査により明らかになった課題に対する改善策をまとめる際の参考とすることである。

3-3-2 調査対象

調査対象は、自治体へのアンケート調査で返信があった 21 自治体の制度の認定店 6256 店から無作為に抽出した 700 店である。

3-3-3 調査時期・調査方法・返信状況

2018 年 8 月 26 日に郵送により送付した。700 店にアンケートを送付し、213 店舗から返信があった。回答率は 29.7%である。

3-3-4 調査内容

表 3-2 にアンケート調査票の質問項目を示す。また、付録にアンケート調査票を記載する。問 4 は第 4 章、その他の問いについては、第 5 章で回答を示すか、回答を用いている。

表 3-2 質問項目(認定店へのアンケート)

設問番号	質問内容
問1	制度を知った経緯は何か
問2	認定店増加のために有効だと思われる広告は何か
問3	認定店となった理由は何か
問4	認定店になって良かったと感じることは何か
問5	制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取組は何か
問6	食べ残し量の変化について
問7	今後実施を考えている項目はあるか

3-4 課題に対する改善策に関する自治体及び認定店への追加アンケート調査

3-4-1 調査目的

調査目的は、自治体と認定店へのアンケート調査の結果を参考にまとめた、制度の課題に対する改善策の実施可能性と改善可能性について把握することである。

3-4-2 調査対象

自治体アンケートで返信のあった 21 自治体と、認定店へのアンケートで返信のあった 213 店舗を対象とする。

3-4-3 調査時期・調査方法・返信状況

2018年11月15日から19日にかけて、自治体へはメールにより、認定店へは郵送により調査を行った。それぞれ10自治体、44店舗から返信が得られた。回答率は自治体への追加アンケートが48%、認定店への追加アンケートが21%である。

3-4-4 調査内容

表3-3.4.5にアンケート調査票の質問項目を示す。制度の課題に対する改善策について、自治体へは実施可能性と改善可能性、認定店へは改善可能性の評価を依頼した。

実施可能性については、1. 実施することは難しい(1点)、2. 実施することはやや難しい(2点)、3. 準備すれば実施することができる(3点)、4. すぐに実施可能(4点)の4段階での評価と、5. 実施済み(5点)、6. 分からない、と6つの選択肢を設けた。

改善可能性については、1. 効果は得られない(1点)、2. 効果はあまり得られない(2点)、3. 効果はやや得られる(3点)、4. 十分な効果が得られる(4点)の4段階での評価と、5. わからない、と5つの選択肢を設けた。

選択肢に点数を設け、平均点により実施可能性と改善可能性を評価した。さらに、意見のばらつきを確認するため、評価の基準に標準偏差も用いた。なお、付録にアンケート調査票を記載する。

表 3-3 自治体追加アンケート(実施可能性)

課題	対策と補足説明		実施は		実施済み	分からない	具体的な方法、補足欄	
			難しい	⇔				可能
			1	2	3	4	5	6
① 認知度の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実	グッズやポスターを見たお客様から小盛を要求されることがあると認定店から声があったため、目に見える宣伝をして制度を知ってもらうため						
	ステッカーの配布							
	ポスターの配布							
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する	店舗から、お客様の様子を見てみると小さい頃の教えが大切だと感じるという声が多かったため						
	グルメ雑誌などへの認定店の掲載							
	ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする	制度の存在や認定店を使うメリットを作ることで住民の方に知られる機会が増えるのではないかと考えられるため						
② 認定店の少なさ	キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする							
	組合などから宣伝する	制度を組合などの組織から知った認定店が多かったため						
	直接個別の訪問に力を入れる	訪問や個別のDMなど、直接個別の宣伝により制度を知った認定店が多かったため						
	個別のDMによる宣伝に力を入れる							
③ 店舗のメリットの少なさ	ラジオでの宣伝	仕込み中にラジオを聴く方が多いため						
	認定店の声などを集め、まとめる	認定店になってよかったことなどを聞きまとめてHPに載せることで、他店舗も気づいていなかったメリットに気付き活かすことができたり、制度を盛り上げたりできるのではないかと考えるため						
④ 食べ残し量の変化の少なさ	啓発グッズの充実	認定店になったメリットとして「お客様への声掛けが行いやすくなった」「飲食店独自ではなく行政が食べ残し削減を目指しているということを伝えられるようになった」というものが多く、そのメリットをさらに伸ばすため						
	食べ残し削減に関する情報提供	制度に加えてほしい取り組みとして挙げる認定店が多かったため						
	PRの充実	ポップ						
		CM						
		認定店のみ掲載のチラシのほりポスター	PRをし、利用される機会を増やすため					
市の広報誌								
新聞								
④ 食べ残し量の変化の少なさ	食べ残し削減に関する情報提供							
	食べ放題の店などを重点的に制度をPRする	食べ放題の店において食べ残しが多いと考えられるため						

表 3-4 自治体追加アンケート(改善可能性)

課題	対策と補足説明		効果なし⇔効果あり				分からない	具体的な方法、補足欄
			1	2	3	4		
①認知度の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実	グッズやポスターを見たお客様から小盛を要求されることがあると認定店から声があったため、目に見える宣伝をして制度を知ってもらうため						
	ステッカーの配布							
	ポスターの配布							
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する	店舗から、お客様の様子を見てみると小さい頃の教えが大切だと感じるという声が多かったため						
	グルメ雑誌などへの認定店の掲載							
	ポイントカードを作成し、認定店でたまと特典を受けられるようにする	制度の存在や認定店を使うメリットを作ることで住民の方に知られる機会が増えるのではないかと考えられるため						
②認定店の少なさ	キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする							
	組合などから宣伝する	制度を組合などの組織から知った認定店が多かったため						
	直接個別の訪問に力を入れる	訪問や個別のDMなど、直接個別の宣伝により制度を知った認定店が多かったため						
	個別のDMIによる宣伝に力を入れる							
	ラジオでの宣伝	仕込み中にラジオを聴く方が多いため						
認定店の声などを集め、まとめる	認定店になってよかったことなどを聞きまとめてHPIに載せることで、他店舗も気づいていなかったメリットに気付き活かすことができたり、制度を盛り上げたりできるのではないかと考えるため							
③店舗のメリットの少なさ	啓発グッズの充実	認定店になったメリットとして「お客様への声掛けが行いやすくなった」「飲食店独自ではなく行政が食べ残し削減を目指しているということを伝えられるようになった」というものが多く、そのメリットをさらに伸ばすため						
	食べ残し削減に関する情報提供	制度に加えてほしい取り組みとして挙げる認定店が多かったため						
	PRの充実	ポップ						
		CM						
		認定店のみ掲載のチラシのぼりポスター	PRをし、利用される機会を増やすため					
市の広報誌								
新聞								
④食べ残し量の変化のなさ	食べ残し削減に関する情報提供							
	食べ放題の店などを重点的に制度をPRする	食べ放題の店において食べ残しが多いと考えられるため						

表 3-5 認定店追加アンケート(改善可能性)

課題	対策と補足説明		効果なし⇔効果あり				分 か ら な い	具 体 的 な 方 法 、 補 足 欄	
			1	2	3	4			5
①認知度の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実	グッズやポスターを見たお客様から小盛を要求されることがあると認定店から声があったため、目に見える宣伝をして制度を知ってもらうため							
	ステッカーの配布								
	ポスターの配布								
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する	店舗から、お客様の様子を見てみると小さい頃の教えが大切だと感じるという声が多かったため							
	グルメ雑誌などへの認定店の掲載								
②認定店の少なさ	ポイントカードを作成し、認定店でたまと特典を受けられるようにする	制度の存在や認定店を使うメリットを作ることで住民の方に知られる機会が増えるのではないかと考えられるため							
	キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする								
③店舗のメリットの少なさ	組合などから宣伝する	制度を組合などの組織から知った認定店が多かったため							
	直接個別の訪問に力を入れる	訪問や個別のDMなど、直接個別の宣伝により制度を知った認定店が多かったため							
	個別のDMによる宣伝に力を入れる								
	ラジオでの宣伝	仕込み中にラジオを聴く方が多いため							
④食べ残し量の変化の少なさ	認定店の声などを集め、まとめる	認定店になってよかったことなどを聞きまとめてHPIに載せることで、他店舗も気づいていなかったメリットに気づき活かすことができたり、制度を盛り上げたりできるのではないかと考えるため							
	啓発グッズの充実	認定店になったメリットとして「お客様への声掛けが行いやすくなった」「飲食店独自ではなく行政が食べ残し削減を目指しているということを伝えられるようになった」というものが多く、そのメリットをさらに伸ばすため							
	食べ残し削減に関する情報提供	制度に加えてほしい取り組みとして挙げる認定店が多かったため							
	PRの充実	ポップ							
		CM							
認定店のみ掲載のチラシのぼりポスター		PRをし、利用される機会を増やすため							
市の広報誌									
新聞									
④食べ残し量の変化の少なさ	食べ残し削減に関する情報提供								
	食べ放題の店などを重点的に制度をPRする	食べ放題の店において食べ残しが多いと考えられるため							

第四章 食べきり推進店認定制度についての現状把握

4-1 はじめに

本章では、全国で行われている食べきり推進店認定制度について、制度実施自治体 27 自治体と、無作為に抽出した認定店 700 店に対して行ったアンケート調査に基づいて、食べきり推進店認定制度についての現状を述べる。

4-2 本章の目的

全国の食べきり推進店認定制度についての現状を把握すること（目的 1）を目的とする。

4-3 自治体へのアンケート調査の結果及び考察

自治体へのアンケートの結果及び考察を以下に示す。

4-3-1 調査方法

第三章で述べたとおりである。

4-3-2 調査対象

第三章で述べたとおりである。

4-3-3 調査結果

4-3-3-1 制度の開始経緯

表 4-1 に、問 1「制度の開始時期」についての回答を示す。平成 26 年より前から制度を開始している自治体は福井県、千葉県、長野県、山口県、横浜市の 5 自治体である。一方、平成 26 年以降に制度を開始した自治体は 15 自治体であり、75%を占める。

このことから、制度が比較的最近普及し始めているものであることが分かる。

表 4-1 制度の開始時期(n=20)

制度開始年	自治体名
平成18年	福井県
平成22年	千葉県、長野県
平成23年	山口県
平成24年	横浜市
平成26年	高崎市、前橋市、鳥取県、京都市
平成28年	松本市、福岡市、秋田市、川崎市、加古川市、港区、江戸川区
平成29年	岩手県、名古屋市、群馬県、熊本県

また、表 4-2 に、問 2「制度を作るにあたって参考とした他自治体の制度」についての回答を示す。

参考とされる自治体としては、平成 24 年から制度を実施している横浜市、平成 18 年から制度を実施している福井県、平成 22 年から制度を実施している長野県など、比較的初期から制度を実施していた自治体が多い。

表 4-2 制度を作るにあたって参考とした他自治体の制度(複数回答可, n=21)

参考とされた自治体	自治体数
横浜市	5
福井県	5
長野県	3
山口県	2
前橋市	2
京都市	2
松本市	1
福岡市	1
鳥取県	1
諏訪市	1
熊本県	1
北九州市	1
秋田市	1

4-3-3-2 制度の設立背景

表 4-3 に、問 3「最低認定項目数はどのようにして決定したか」についての回答を示す。ここで、最低認定項目数とは、各自治体が定めた食べ残し削減のためのいくつかの取組項目のうち、認定店となるために取り組んでいなければならない最低項目数を指す。この数も各自治体がそれぞれに定めている。

表より、認定店となるための基準を高くして認定店一つ一つの効果を上げるというよりは、基準を低めにして、認定店を増やし、制度の認知度を高めたり、市民の目に触れる機会を多くしたりすることを目指している自治体が多いことが分かる。

表 4-3 最低認定項目数の決め方 (n=21)

最低認定項目数の決め方	回答数	割合
多くの店舗が登録店となるよう、少なめに設定した	17	81%
大きな効果を狙うため、高めに設定した	1	5%
その他	3	14%

4-3-3-3 食べ残し量を何らかの方法で測定しているか

表 4-4 に、問 4「食べ残し量を何らかの方法で測定しているか」についての回答を示す。「している」と回答した自治体は 21 自治体中 4 自治体にとどまり、食べ残し量を測定し、把握することは難しいことが分かった。

「している」と回答した自治体について、測定方法は、認定店へのアンケートにより測定している自治体が 2 自治体、家庭ごみ組成分析調査により測定している自治体が 1 自治体、排出されるごみ袋の数収集にかかった金額により測定している自治体が 1 自治体であった。

表 4-4 食べ残し量を測定しているか(n=21)

食べ残し量を測定しているか	回答数	割合
している	4	19%
していない	17	81%

4-3-3-4 食べ残し量の変化

表 4-5 に、問 5「食べ残し量は変化したか」についての回答を示す。

自治体が各認定店の食べ残し量の変化を把握することが難しく、「分からない」という回答が最も多かった。次いで多かった回答は「少し減少している」であり、制度を開始したことにより効果を感じている自治体が一定数あることが分かる。一方で「減少していない」と回答した自治体も 2 自治体あり、制度の効果を上げていく必要があると考えられる。

表 4-5 食べ残し量は変化したか(n=20)

食べ残し量は減少したか	回答数	割合
分からない	12	60%
少し減少している	6	30%
減少していない	2	10%
とても減少している	0	0%

4-4 認定店へのアンケート調査の結果及び考察

認定店へのアンケート調査の結果及び考察を以下に示す。

4-4-1 調査方法

第三章で述べたとおりである。

4-4-2 調査対象

第三章で述べたとおりである。

4-4-3 調査結果

4-4-3-1 食べ残し量の変化について

表 4-6 に、問 6「認定店になって食べ残し量は変化したか」についての回答を示す。

「減少した」という回答が最も多く、46%を占める。これらの店舗からは、「認定店となってから、お客様から小盛の要求を受けることが多くなった」という意見や、「店の利益のために食べ残し削減に力を入れているのではなく、自治体として食べ残し削減に力を入れていることをアピールしやすくなったため、食べ残し削減の声掛けをしやすくなり、食べ残しが減少した」という意見が得られた。

また、次に多い回答は「変わらない」であり、42%を占める。「変わらない」と回答した店舗のうち 76 店舗は、補足として、以前から食べ残し削減に力を入れていたため変化はあまり見られないと回答した。これらのことから、制度による一定の効果がみられることが分かった。

表 4-6 認定店になって食べ残し量は変化したか(n=208)

食べ残し量は変化したか	回答数	割合
減少した	98	47%
変わらない	89	43%
分からない	21	10%
増加した	0	0%

4-4-3-2 認定店の意見

表 4-7 に、問 4「認定店になって良かったと感じることは何か」についての回答を示す。実際に「廃棄物が減少した」という回答が最も多く、48%に上る。次いで、「広報される機会が増えた」「啓発品を活用できる」と続く。

表 4-7 認定店になって良かったと感じること(複数回答可, n=213)

良かったと感じること	回答数	割合
廃棄物が減少した	103	48%
広報される機会が増えた	34	16%
啓発品を活用できる	16	8%
その他	120	56%

また、表 4-8 に、認定店になってよかったと感じることについての回答のうち、その他の回答(自由記述)を示す。

「特になし」という回答が 60 店舗から得られ、最も多かった。認定店にとってのメリットを作ることが求められていることが分かる。一方で、「店側の意識改革ができた」という意見も 25 店舗から得られた。さらに、店舗だけでなく自治体として食べ残しに取り

組んでいることがアピールしやすくなり、「お客様へ食べ残し削減の協力の声掛けをしやすくなった」という意見が 22 店舗から得られ、「お客様から小盛にしてほしいなどの声掛けをしてもらうことが多くなった」という意見が 13 店舗から得られた。

制度の課題として認定店となって良かったと感じることが特にないということが挙げられるが、良かったと感じることも多くあることが分かった。

表 4-8 認定店になって良かったと感じること(自由記述)(n=120)

良かったと感じること	回答数	割合
特になし	60	50%
店側の意識改革ができた	25	21%
お客様へ食べ残し削減の協力の声掛けをしやすくなった	22	18%
お客様から小盛にしてほしいなどの声掛けをしてもらうことが多くなった	13	11%

第五章 食べきり推進店認定制度の課題と課題に対する改善策の提案

5-1 はじめに

本章では、全国で行われている食べきり推進店認定制度について、制度実施自治体 27 自治体と、無作為に抽出した推進店 700 店に対して行ったアンケート調査に基づいて、食べきり推進店認定制度の課題と、課題についての改善策について述べる。

5-2 本章の目的

全国の食べきり推進店認定制度についての課題を把握し、課題に対する改善策を提案すること（目的 2）を目的とする。

5-3 自治体へのアンケート調査の結果及び考察

5-3-1 調査方法

第三章で述べたとおりである。

5-3-2 調査対象

第三章で述べたとおりである。

5-3-3 調査結果

表 5-1 に、問 8「制度の課題は何か」についての回答を示す。

課題としてあげた自治体数が最も多かったのは「認知度が低いこと」である。制度の PR が難しいことや、制度が比較的最近開始され、まだ浸透していないことなどから、認知度が低いことが課題となっている。

次いで「登録店舗数が少ないこと」「その他(店舗側のメリットが少ないこと)(以下、店舗側のメリットの少なさと示す)」「効果があまり感じられないこと(アンケート回答の備考欄を反映し、以下、食べ残し量の変化の少なさと示す)」と続く。また、その他の回答として、「飲食店は多忙であるため、PR する時間が限られていて十分に説明できないこと」というものもあった。

表 5-1 制度の課題(複数回答可, n=21)

制度の課題	回答数	割合
認知度が低いこと	15	71%
登録店舗数が少ないこと	12	57%
その他(店舗側のメリットが少ないこと)	7	33%
効果があまり感じられないこと	4	19%
店舗ごとの取り組み項目数が少ないこと	2	10%
その他	1	5%

5-4 認定店へのアンケート調査の結果及び考察

5-4-1 調査方法

第三章で述べたとおりである。

5-4-2 調査対象

第三章で述べたとおりである。

5-4-3 調査結果

認定店へのアンケートの結果及び考察を以下に示す。

表 5-2 に、問 4「認定店になってよかったと感じることは何か」についての回答を示す。回答数が最も多かったものは、「廃棄物が減少した」であり、次いで「その他(特になし)」と続く。認定店になっても特によかったと感じることがない店舗が約 30%に及ぶことは制度の課題であるといえるだろう。

表 5-2 認定店になってよかったと感じること(n=213)

良かったと感じること	回答数	割合
廃棄物が減少した	103	48%
広報される機会が増えた	34	16%
啓発品を活用できる	16	8%
その他(特になし)	60	28%
その他	60	28%

5-5 課題に対する改善策

以上の結果より、制度の大きな課題としては「認知度の低さ」「登録店舗数の少なさ」「店舗側のメリットの少なさ」「食べ残し量の変化の少なさ」が挙げられることが分かった。

「認知度の低さ」は最も多くの自治体が挙げた課題であり、制度の大きな課題として認識されていると言える。より多くの店舗、飲食店利用者が食べ残し削減の意識をもって行動するよう促進するためにも、この課題を解決していくことが不可欠である。

「登録店舗数の少なさ」について、制度の登録店舗数は第二章表 2-1 で示した通りであり、比較的登録店舗数が多い自治体もあるが、最近制度を始めた地域を中心として、登録店舗数はまだ少ないと言えるだろう。より多くの飲食店に食べ残し削減に積極的に取り組んでもらうとともに、より多くの飲食店飲食店利用者に食べ残し削減を意識してもらうために、登録店舗数を増やしていくことが求められる。

「店舗側のメリットの少なさ」については、自治体へのアンケートでも、認定店へのアンケートでも意見が出ている。登録店舗数の増加や効果の上昇など他の課題の解決にもつながるため、解決していくことが必要だろう。

以下、それぞれの課題について、アンケート結果などをもとにし、課題に対する改善策の提案を行う。

5-5-1 課題「認知度の低さ」に対する改善策

自治体へのアンケート調査の結果、「認知度の低さ」を課題として挙げる自治体が最も多かった。認知度を上げることで、食べ残し削減に取り組もうとする飲食店利用者が増えたり、食べ残し削減に積極的な飲食店が得をする仕組みを作れたりすることができる。そこで、この課題について、自治体・認定店へのアンケート結果をもとに課題に対する改善策を考察する。

5-5-1-1 自治体による対策

自治体へのアンケート問7より明らかになった、「認知度の低さ」の解決に向けて自治体が行っている対策を表5-3に示す。

表 5-3 認知度の低さについての対策(複数回答可, n=21)

制度の知名度を広げるためにしている努力	回答数	割合
HPの利用	20	95%
ポスターなどの掲示	12	57%
TVの活用	3	14%
SNSの活用	3	14%
その他	15	71%

また、その他の回答として自由記述で得られた意見を表 5-4 に示す。

表 5-4 認知度の低さについての対策(自由記述)

回答	分類
料理教室、出前講座での紹介	イベントにおける広報
区民祭りその他イベントでのチラシ配布	
出前講座	
出前講座、イベント出展	
イベントでの広報	
マップの作製	専用パンフレットの作成
協力店紹介パンフレットの作成	
区別全戸配布広報誌への掲載	広報誌などの活用
広報誌、ラジオ、新聞など各広報媒体の活用	
ラジオ、ラジオCMなど	
チラシ	
生活情報誌などへの掲載	
市の広報誌、市政広報ラジオ番組の活用	

HP の利用はほぼすべての自治体で行われており、それに加えて様々な工夫が行われている。まず、飲食店利用者への認知度を上げるための対策として、料理教室や区民祭り、イベントなど人が多く集まる場で紹介をしたり、出前講座を行ったりする自治体が見られた。また、認定店がある場所を示したマップの作成や、認定店を紹介するマップの作成を行い、認知度の向上を図る自治体も多くみられる。さらに、ラジオ、新聞、チラシ、生活情報誌などの各媒体の活用や、個別全戸配布広報誌など、全員の手が届く広報誌への掲載などの工夫も見られた。さらに、店舗への認知度を上げるための対策として、既存の協会などでの PR も行われている。

5-5-1-2 課題「認知度の低さ」に対する改善策の提案

認知度向上のため、今行われている PR 方法に加え、課題「認知度の低さ」に対する改善策を、様々なアンケート回答の自由記述欄を参考に表 5-5 にまとめた。

認定店へのアンケート問 4「認定店となってよかったと感じることは何か」についての回答で、啓発グッズやステッカー、ポスターを見てお客様からのリアクションがあったという意見が 31 店舗からあった。そのことから啓発グッズ、ステッカー、ポスター等には、目に見える宣伝の効果があると考えられるため、「啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実」「ステッカーの配布」「ポスターの配布」を挙げた。

また、認定店へのアンケート問 5「制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取り組みは何か」についての回答で、「成長段階である、教育の段階で、食べ残しを減らす意識を持ってほしい」といった意見が 22 店舗からあった。食べ残し削減に意識を持つことで、制度に気付いたり、認定店を利用しようという人が増えたりし、長期的に制度の認知度向上につながると考えられるため、「小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する」を挙げた。

さらに、認定店へのアンケート問 5「制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取り組みは何か」に対しての回答であった意見を参考に「グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼」「ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする」「キーホルダーを作成し、認定店で提示すれば何か特典を受けられるようにする」を挙げた。

表 5-5 課題「認知度の低さ」に対する改善策の提案

改善策	補足説明
啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実 ステッカーの配布 ポスターの配布	グッズやポスターを見たお客様から小盛を要求されることがあると認定店から声があったため、目に見える宣伝をして制度を知ってもらうため
小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する	店舗から、お客様の様子を見ていると小さい頃の教えが大切だと感じるという声が多かったため
グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼 ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする キーホルダーを作成し、認定店で提示すれば何か特典を受けられるようにする	制度の存在や認定店を使うメリットを作ることで住民の方に知られる機会が増えるのではないかと考えられるため

5-5-2 課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策

自治体へのアンケート調査の結果、「登録店舗数の少なさ」を課題として挙げる自治体が多かった。また、この課題についての対策を見つけることで、課題として最も多くの自治体があげていた「認知度の低さ」の解決にもつながるだろう。この課題について、自治体・認定店へのアンケート結果を基に課題に対する改善策を考察する。

5-5-2-1 自治体による対策

表 5-6 に、自治体へのアンケート問 6「登録店を増やすためにどのような努力をしているか」についての回答を示す。HP の利用はすべての自治体で行われている一方、店舗に直接訪れての宣伝やポスター等の掲示は、自治体ごとに取組状況が異なることが分かった。

表 5-6 「登録店舗数の少なさ」についての対策(複数回答可, n=21)

登録店舗数を増やすためにどのような努力をしているか	回答数	割合
HPの利用	21	100%
店舗に直接訪れて宣伝	14	67%
ポスター等の掲示	10	48%
その他	8	38%

また、その他(自由記述)で得られた回答を表 5-7 に示す。

商工会議所や飲食店組合など既存の団体を活用して呼びかけを行っていたり、食品衛生責任者講習会など既存の会で呼びかけを行ったりしている自治体があった。また、市町村と連携している自治体もあった。さらに、PR 方法としても、業界新聞、生活情報誌、チラシ、ラジオ、フリーペーパーなど自治体によって様々な手段がとられていることが分かった。

表 5-7 登録店舗数の少なさについての対策(自由記述)

登録店舗数を増やすためにどのような努力をしているか	分類
商工会議所に登録されている市内飲食店に制度の概要と申請書を送付	組合などの 既存団体の活用
飲食店組合など関係団体などに組合員への呼びかけを依頼	
実行チーム構成員への協力依頼	
関係団体への呼びかけ	
食品衛生責任者講習会でのチラシ配布	市町村との連携
県内の協力市町村と連携し、店舗訪問や文書による依頼	
協力店との登録制度を実施している関係部局及び関係市町村	PR
関係機関との連携	
業界新聞	
生活情報誌	
市広報誌やラジオでの周知	
情報誌、チラシ	
フリーペーパー、市政だより	

5-5-2-2 認定店へのアンケート

認定店へのアンケートの結果から、認定店増加のために有効だと思われる改善策を提案する。

5-5-2-2-1 認定店が制度を知った経緯

認定店へのアンケート問1「制度を知った経緯は何か」への回答を表5-8に示す。

表 5-8 制度を知った経緯(複数回答可, n=213)

制度を知った経緯	回答数	割合
自治体の職員さんによる訪問・宣伝	110	52%
自治体HP	41	19%
広報誌	15	7%
ラジオCM	4	2%
その他	57	27%

表から、「自治体の職員さんによる直接個別の訪問・宣伝」により知った店舗が110店舗と50%以上を占めていることが分かる。次いで、自治体HPにより知った店舗が41店舗であり、広報誌やラジオCMにより制度を知った店舗は10%にも満たない。

その他の回答のうち、23店舗が自治体からの封書やDMなど直接個別に宣伝されることにより制度を知っている。また、その他の回答のうち、30店舗は、飲食店組合などの既存の組織から制度を知っていた。これらのことから、直接個別に協力を依頼したり、既存の団体を経由した協力を依頼したりする方法が有効であると考えられる。

5-5-2-2-2 認定店増加のために有効だと思われる広告方法

表5-9に、認定店へのアンケート問2「認定店増加のために有効だと思われる広告方法は何か」についての回答を示す。自治体の職員さんによる訪問・宣伝と答えた店舗が最も多く、ラジオCM、自治体HPと続く。制度を知った経緯としてラジオCMを挙げた店舗は少なかった一方で、認定店増加のために有効だと思われる広告方法は何かという問いに対しては、49店舗がラジオCMと回答し、自由記述欄では、「飲食業界では仕込み中にラジオを聴くことが多く、ラジオによる宣伝も効果的だ」と17店舗が述べた。このことから、ラジオCMによる宣伝が有効だと考える店舗は多く、流し方や流す時間帯次第では有効な方法になるのではないかと考える。

表 5-9 認定店増加のために有効だと思われる広告方法(複数回答可, n=213)

認定店増加のために有効だと思われる広告	回答数	割合
自治体の職員さんによる訪問・宣伝	126	59%
ラジオCM	49	23%
自治体HP	48	23%
広報誌	41	19%
その他	27	13%

5-5-2-3 課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策の提案

以上の結果から、課題に対する改善策の提案を表 5-10 にまとめた。

アンケートの結果から、制度を知った経緯として挙げた店舗が多かったため、「組合などから宣伝する」「直接個別の訪問に力を入れる」「個別の DM による宣伝に力を入れる」を挙げた。また、仕込み中にラジオを聴くことが多いという意見を参考に、「ラジオでの宣伝」を挙げた。

さらに、アンケート集計を行う中で、認定店となってよかったと感じることや、認定店となったことで起きた変化などを認定店へヒアリングし、まとめて HP などに載せることで、認定店でない店舗が制度に興味を持ったり、すでに認定店である店舗が新たなメリットに気付き、それを活かすことで制度を盛り上げたりできるのではないかと考えたため、「認定店の声などを集め、まとめる」を挙げた。

表 5-10 課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策の提案

改善策	補足説明
組合などから宣伝する	制度を組合などの組織から知った認定店が多かったため
直接個別の訪問に力を入れる	訪問や個別のDMなど、直接個別の宣伝により制度を知った認定店が多かったため
個別のDMによる宣伝に力を入れる	
ラジオでの宣伝	仕込み中にラジオを聴く方が多いため
認定店の声などを集め、まとめる	認定店になってよかったことなどを聞き、まとめてHPに載せることで、認定店でない店が興味を持ったり、認定店になろうとするきっかけになったりするのではないかと考えるため

5-5-3 課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策

自治体へのアンケート調査の結果、「店舗側のメリットが少ないこと」を課題として挙げる自治体が多く見られた。

また、第五章で示した通り、認定店が、認定店となってよかったと感じることとして、「特になし」という回答が約 30%となっており、店舗側のメリットを創出することが制度の普及には不可欠であると言える。この課題について、自治体・認定店へのアンケート結果を基に課題に対する改善策を考察する。

5-5-3-1 自治体による対策

自治体へのアンケート問 9 より明らかになった「店舗側のメリットの少なさ」の解決に向けて自治体が行っている対策を表 5-11 に示す(回答は一件ずつの回答である)。啓発グッズの作成や、アンケート調査を行い認定店の声を聞くという回答があった。これら啓発グッズを作成・配布することの意味を意識したうえでデザインや配布方法を工夫したり、店舗側の要望をより仕入れたりすることが必要だと考えられる。

表 5-11 店舗側のメリットの少なさについての対策

対策	分類
新たな啓発品の作成	啓発グッズの作成
PRグッズの作成	
啓発グッズの作成	
お持ち帰り用パックの配布	
アンケート調査を行い、店舗側の要望を聞き取る予定	アンケート調査

5-5-3-2 認定店へのアンケート

認定店へのアンケート結果から、課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策を考察する。

5-5-3-2-1 認定店となってよかったと感じること

表 5-12 に、問 4「認定店となってよかったと感じることは何か」についての回答を示す。「廃棄物が減少した」という回答が最も多く、103 店舗が回答し、48%に上る。次いで「その他(特になし)」と回答した店舗が 60 店舗と多くなっている。次いで、「広報される機会が増えた」「啓発品を活用できる」の順に回答が多い。

その他の回答(自由記述)には、「認定店となり、店だけでなく自治体として食べ残し削減に取り組んでいることを PR しやすくなり、お客様に食べ残し削減の協力をお願いしたり、お客様から小盛にしてほしいと声掛けをされたりすることが多くなった」という意見が 35 店舗から挙がっている。声掛けをしやすくなった結果、食べ残し削減に繋がったり、ポスターや啓発グッズを見たお客様が小盛サイズを注文してきたりすることがあるそうだ。このメリットを伸ばしていくことも有効であると考えられる。また、その他の回答のうち 25 店舗からは「店長・正社員・アルバイトスタッフを含め、店側の意識改革ができた」という意見が挙がった。

表 5-12 認定店となってよかったと感じること(複数回答可, n=213)

良かったと感じること	回答数	割合
廃棄物が減少した	103	48%
広報される機会が増えた	34	16%
啓発品を活用できる	16	8%
その他(特になし)	60	28%
その他	60	28%

5-5-3-2-2 制度に加えてほしい店にとってメリットとなる取組

表 5-13 に、問 5「制度に加えてほしい店にとってメリットとなる取り組みは何か」についての回答を示す。最も回答数が多かったのは、「食べ残し削減のための工夫や取組の情報提供」であり、118 店舗が回答した。「宣伝の拡大」も 91 店舗が回答し、少し差が開いて 25 店舗が「啓発グッズの充実」と回答した。

表 5-13 制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取組(複数回答可, n=213)

制度に加えてほしい取組	回答数	割合
食べ残し削減の為に工夫や取組の情報提供	118	55%
宣伝の拡大	91	43%
啓発グッズの充実	25	12%
その他	15	7%

5-5-3-2-3 認定店となった理由

表 5-14 に、問 3「認定店となった理由は何か」についての回答を示す。「廃棄物の削減のため」と回答した店舗が最も多く、「PR のため」「自治体の職員さんによる熱心な宣伝のため」と続く。このことから、店舗として廃棄物の削減を大きなメリットとしてとらえ、目指していることが分かる。よって、効果的だった廃棄物削減の方法を共有したり、講演会などで紹介したり、廃棄物削減のために係る費用を助成したりなど、廃棄物削減というメリットを伸ばすことができる取り組みを自治体が行うことが必要だと考えられる。また、PR のために認定店となっている店舗も多くあり、様々な方法により PR を充実させていくことも必要だ。

表 5-14 認定店となった理由(複数回答可, n=213)

認定店となった理由	回答数	割合
廃棄物削減のため	141	66%
自治体の職員さんによる熱心な宣伝のため	54	25%
PRのため	53	25%
他店舗の影響	1	0%
その他	25	12%

5-5-3-3 課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策の提案

以上の結果から、課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策の提案を表 5-15 にまとめた。

先に述べた、飲食店利用者への声掛けや PR をしやすくなったというメリットを伸ばすため、行政が推進していることや食べ残しへの協力要請が分かりやすくなるよう「啓発グッズの充実」を挙げた。また、認定店から要請が多かった「食べ残し削減に関する情報提

供」 「PR の充実」 を挙げた。 「PR の充実」 については、 自治体へのアンケート問7 「制度の知名度を住民に広めるためにどのような努力をしているか」 に対しての回答を参考に各媒体を挙げた。

表 5-15 課題 「店舗側のメリットの少なさ」 に対する改善策の提案

改善策		補足説明
啓発グッズの充実		認定店になったメリットとして「お客様への声掛けが行いやすくなった」「飲食店独自ではなく行政が食べ残し削減を目指しているということを伝えられるようになった」というものが多く、そのメリットをさらに伸ばすため
食べ残し削減に関する情報提供		制度に加えてほしい取り組みとして挙げる認定店が多かったため
PRの充実	ポップ	PRをし、利用される機会を増やすため
	CM	
	認定店のみ掲載のチラシの配布	
	のぼりポスター	
	市の広報誌	
	新聞	

5-5-4 課題 「食べ残し量の変化の少なさ」 に対する改善策

自治体へのアンケート調査の結果、制度についての課題として「食べ残し量の変化の少なさ」を挙げる自治体がいくつかあった。食べ残し量は測定や把握も難しいという問題はあるが、制度の目的である食べ残し量の減少を効果としてあらわすことが求められている。

5-5-4-1 課題 「食べ残し量の変化の少なさ」 に対する改善策の提案

「食べ残し量の変化の少なさ」についての課題に対する改善策を表 5-16 に示す。自治体へのアンケート問 8 で、制度の課題を「食べ残し量の変化の少なさ」と答えた自治体が問 9 で課題について行っている、または行っていこうと考えている対策としてこれらを挙げた。

表 5-16 課題 「食べ残し量の変化の少なさ」 についての課題に対する改善策の提案

改善策	補足説明
食べ残し削減に関する情報提供	
食べ放題の店などを重点的に制度をPRする	食べ放題の店において、食べ残しが多いのではないかと考えられるため

第六章 食べきり推進店認定制度の課題に対する有効な改善策の提案

6-1 はじめに

本章では、前章で述べた食べきり推進店認定制度についての課題に対する課題に対する改善策のうち、自治体・認定店への追加アンケートの結果をもとに、課題に対する有効な改善策を提案する。

6-2 本章の目的

本章では、食べきり推進店認定制度の課題に対する有効な改善策を提案することを目的とする。

6-3 調査方法

第三章で述べたとおりである。

6-4 調査対象

第三章で述べたとおりである。

6-5 課題に対する有効な改善策の提案方法

追加アンケートにより、自治体へは課題に対する改善策の実施可能性と改善可能性の評価を、認定店へは課題に対する改善策の改善可能性の評価を依頼した。

実施可能性については、1. 実施することは難しい(1点)、2. 実施することはやや難しい(2点)、3. 準備すれば実施することができる(3点)、4. すぐに実施可能(4点)の4段階での評価と、5. 実施済み(5点)、6. 分からない、と6つの選択肢を設けた。

改善可能性については、1. 効果は得られない(1点)、2. 効果はあまり得られない(2点)、3. 効果はやや得られる(3点)、4. 十分な効果が得られる(4点)の4段階での評価と、5. わからない、と5つの選択肢を設けた。

選択肢に点数を設け、平均点により実施可能性と改善可能性を評価した。また、意見のばらつきを確認するため、評価の基準に標準偏差も用いた。

それぞれの改善策において、実施可能性についての評価が平均点3点以上かつ標準偏差1点以下であり、改善可能性についての評価が「策を実施済みの自治体、未実施自治体、店舗のすべてにおいて平均点3点以上かつ標準偏差1点未満」のものを課題に対する有効な改善策とする。また、「策を実施済みの自治体、未実施自治体、店舗のいずれか2者において平均点3点以上かつ標準偏差1点未満」のものを課題に対するやや有効な改善策とする。

また、本章では、基準点を超えるセルにピンクで色付けをし、表6-1に示す通り、有効な改善策をオレンジで色づけし、やや有効な改善策を薄いオレンジで色づけしている。

表 6-1 改善策の評価に関するカラスケール

	有効な改善策	やや有効な改善策
評価基準	対策実施済み自治体 未実施自治体、認定店 3者からの評価が 平均点3点以上、 標準偏差1以下	対策実施済み自治体 未実施自治体、認定店 いずれか2者からの評価が 平均点3点以上、 標準偏差1以下

6-6 課題「認知度の低さ」に対する改善策の提案

課題「認知度の低さ」に対する改善策についての実施可能性・改善可能性の回答を表 6-2 にまとめる。

表より、有効な改善策は「啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実」「小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する」「グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼」である。対して「ポイントカードの作成」や「キーホルダーの作成」はしている自治体はなく、実施可能性も低い。また、どの項目においても、未実施自治体に比べ、実施自治体のほうが平均点が高く、実施することで予想よりも効果が得られる可能性があると考えられる。

表 6-2 課題「認知度の低さ」に対する改善策への評価(n=10,44)

改善策	実施可能性			改善可能性					
	平均点	標準偏差	実施済み自治体数	実施自治体 平均点	実施自治体 標準偏差	未実施自治体 平均点	未実施自治体 標準偏差	店舗 平均点	店舗 標準偏差
啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実	4.64	0.00	9	4.00	0.94	3.00	0.00	3.02	0.92
ステッカーの配布	4.82	0.00	10	3.30	1.10	2.00	0.00	2.78	0.91
ポスターの配布	5.00		11	3.73	0.96			2.73	0.96
小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する	3.69	0.49	5	3.80	0.43	3.33	0.47	3.36	0.77
グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼	3.04	0.69	4	4.00	0.71	3.29	0.70	3.11	0.85
ポイントカードを作成し、認定店でたまと特典を受けられるようにする	1.22	0.42	0			3.45	0.66	2.88	1.04
キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする	1.22	0.42	0			3.45	0.66	2.46	1.18

6-7 課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策の提案

課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策についての実施可能性・改善可能性の回答を表 6-3 にまとめる。

表から、やや有効な改善策は「組合などから宣伝する」「直接個別の訪問に力を入れる」である。自治体へのアンケート問 9 や認定店へのアンケート問 2 への回答からも、その場で質問に答えられることや、熱意が伝わることから、直接訪問して認定店となっても

らう方法が効果的だという意見がそれぞれ4自治体、110店舗と多かった。「組合などから宣伝する」についても、既存の組織や、信頼のある組織から呼びかけられることで認定店となろうとする店舗が多いことが分かり、この方法が有効であることが分かる。また、「認定店の声などを集め、まとめる」「ラジオでの宣伝」は実施している自治体は少ないが、実施可能性、改善可能性は高い。「認定店の声などを集め、まとめる」については、認定店となってよかったことや、お客様の反応などを認定店にヒアリングし、HPなどにまとめて公開することで、まだ認定店でない店舗にも認定店となるイメージを持ってもらったり、制度を活気づけ、盛り上げたりすることができるのではないかと考える。

表 6-3 課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策への評価(n=10,44)

改善策	実施可能性			改善可能性					
	平均点	標準偏差	実施済み自治体数	実施自治体		未実施自治体		店舗	
				平均点	標準偏差	平均点	標準偏差	平均点	標準偏差
組合などから宣伝する	4.59	0.50	8	3.13	0.78	3.33	0.47	2.85	0.86
直接個別の訪問に力を入れる	3.91	0.71	7	3.86	0.35	3.50	0.50	2.90	1.08
個別のDMIによる宣伝に力を入れる	2.82	0.58	3	2.67	0.94	2.50	0.87	2.29	1.14
ラジオでの宣伝	3.09	1.15	4	3.00	1.47	3.00	1.41	2.36	1.14
認定店の声などを集め、まとめる	3.20	0.60	0			3.27	1.14	2.88	0.95

6-8 課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策の提案

課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策についての実施可能性・改善可能性の回答を表 6-4 にまとめる。

表より、やや有効な改善策は「啓発グッズの充実」「食べ残し削減に関する情報提供」「ポップによるPRの充実」である。「啓発グッズの充実」「食べ残し削減に関する情報提供」に対する評価はすべて基準点を上回っており、対策が有効であると考えられる。「啓発グッズの充実」については、おしぼりや箸など日々使うものや、食べ残し削減についての文章や、行政が力を入れて食べ残し削減に取り組んでいることが分かる文章が入れられているものを提供してほしいと認定店へのアンケート問5「制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取り組みは何か」への回答で25店舗から挙げられており、これらの配布が効果的であることが分かる。「食べ残しに関する情報提供」については、アンケート回答の備考欄において、44店舗中24店舗からしてほしいという意見があり、10自治体中7自治体からしていきたいという意見があった。工夫をしている店舗から意見を集めたり、制度を実施している自治体同士が意見を出し合ったりして情報を発信していくことが有効なのではないかと考える。一方、CMや新聞などは費用対効果が見込めないという意見が10自治体中3自治体から挙げられ、実施可能性が低くなっている。

表 6-4 課題「店舗のメリットの少なさ」に対する改善策への評価(n=10,44)

改善策	実施可能性			改善可能性						
	平均点	標準偏差	実施済み自治体数	実施自治体		未実施自治体		店舗		
				平均点	標準偏差	平均点	標準偏差	平均点	標準偏差	
啓発グッズの充実	3.73	0.58	4	4.25	0.43	3.29	1.16	3.16	0.81	
食べ残し削減に関する情報提供	3.59	0.50	1	3.00	0.00	3.80	1.08	3.10	0.73	
PRの充実	ポップ	3.73	0.58	4	3.75	0.83	2.57	0.90	3.05	0.86
	CM	2.00	0.67	2	3.00	1.00	3.11	0.99	2.87	0.79
	認定店のみ掲載のチラシの配布	2.82	0.94	2	3.00	0.00	3.56	0.50	2.83	1.11
	のぼりポスター	2.92	0.83	3	2.00	0.82	2.88	0.60	2.64	0.92
	市の広報誌	3.91	0.49	6	2.83	1.21	3.20	0.75	2.69	1.05
新聞	3.09	1.20	4	3.75	0.43	2.86	1.12	2.75	0.95	

6-9 課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する改善策の提案

課題「認知度の低さ」に対する改善策についての実施可能性・改善可能性の回答を表 6-5 にまとめる。表より有効な課題に対する改善策はない。しかし、「食べ残し削減に関する情報提供」については実施可能性、改善可能性ともに高い評価を得ている。認定店へのメリットを作るという効果もあるため、実施する価値のある改善策なのではないかと考える。

表 6-5 課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する改善策への評価(n=10,44)

改善策	実施可能性			改善可能性					
	平均点	標準偏差	実施済み自治体数	実施自治体		未実施自治体		店舗	
				平均点	標準偏差	平均点	標準偏差	平均点	標準偏差
食べ残し削減に関する情報提供	3.13	0.45	2	4.00	1.00	3.00	1.05	2.95	0.95
食べ放題の店などを重点的に制度をPRする	2.33	0.94	0			2.64	0.98	2.79	0.99

6-10 まとめ

すべての課題に対する改善策についての実施可能性、改善可能性を表 6-6 にまとめる。

平均点が3点以上、標準偏差が1以下の数値にピンクで色づけをしている。また、「策を実施済みの自治体、未実施自治体、店舗のすべてから平均点3点以上かつ標準偏差1点未満」と評価された改善策を課題に対する有効な改善策とし、オレンジで色づけしている。また、「策を実施済みの自治体、未実施自治体、店舗のいずれか2者から平均点3点以上かつ標準偏差1点未満」と評価された改善策を課題に対するやや有効な改善策とし、薄いオレンジで色づけしている。

課題「認知度の低さ」に対する有効な改善策は「啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実」「小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する」「グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼」である。

課題「登録店舗数の少なさ」に対するやや有効な改善策は「組合などから宣伝する」「直接個別の訪問に力を入れる」である。

課題「店舗側のメリットの少なさ」に対するやや有効な改善策は「啓発グッズの充実」「食べ残し削減に関する情報提供」「ポップによるPRの充実」である。

課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する有効な改善策はない。

また、多くの改善策において、まだ実施していない自治体よりも、実施している自治体において改善可能性の評価が高く、実施することで予想以上の効果が得られることが期待できる。それぞれの課題に対して、多方向から解決に向けて対策をしていくことが、制度の普及や効果の上昇のために必要であると考えられる。

表 6-6 課題に対する改善策への評価(n=10,44)

課題	改善策	実施可能性			改善可能性					
		平均点	標準偏差	実施済み自治体数	実施自治体		未実施自治体		店舗	
					平均点	標準偏差	平均点	標準偏差	平均点	標準偏差
認知度の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実	4.64	0.00	9	4.00	0.94	3.00	0.00	3.02	0.92
	ステッカーの配布	4.82	0.00	10	3.30	1.10	2.00	0.00	2.78	0.91
	ポスターの配布	5.00		11	3.73	0.96			2.73	0.96
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する	3.69	0.49	5	3.80	0.43	3.33	0.47	3.36	0.77
	グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼	3.04	0.69	4	4.00	0.71	3.29	0.70	3.11	0.85
	ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする	1.22	0.42	0			3.45	0.66	2.88	1.04
	キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする	1.22	0.42	0			3.45	0.66	2.46	1.18
登録店舗数の少なさ	組合などから宣伝する	4.59	0.50	8	3.13	0.78	3.33	0.47	2.85	0.86
	直接個別の訪問に力を入れる	3.91	0.71	7	3.86	0.35	3.50	0.50	2.90	1.08
	個別のDMIによる宣伝に力を入れる	2.82	0.58	3	2.67	0.94	2.50	0.87	2.29	1.14
	ラジオでの宣伝	3.09	1.15	4	3.00	1.47	3.00	1.41	2.36	1.14
	認定店の声などを集め、まとめる	3.20	0.60	0			3.27	1.14	2.88	0.95
店舗のメリットの少なさ	啓発グッズの充実	3.73	0.58	4	4.25	0.43	3.29	1.16	3.16	0.81
	食べ残し削減に関する情報提供	3.59	0.50	1	3.00	0.00	3.80	1.08	3.10	0.73
	ポップ	3.73	0.58	4	3.75	0.83	2.57	0.90	3.05	0.86
	CM	2.00	0.67	2	3.00	1.00	3.11	0.99	2.87	0.79
	認定店のみ掲載のチラシの配布	2.82	0.94	2	3.00	0.00	3.56	0.50	2.83	1.11
	のぼりポスター	2.92	0.83	3	2.00	0.82	2.88	0.60	2.64	0.92
	市の広報誌	3.91	0.49	6	2.83	1.21	3.20	0.75	2.69	1.05
	新聞	3.09	1.20	4	3.75	0.43	2.86	1.12	2.75	0.95
食べ残し量の変化の少なさ	食べ残し削減に関する情報提供	3.13	0.45	2	4.00	1.00	3.00	1.05	2.95	0.95
	食べ放題の店などを重点的に制度をPRする	2.33	0.94	0			2.64	0.98	2.79	0.99

第7章 結論

7-1 本研究の目的

本研究の目的は、以下の2点である。

目的1：全国の食べきり推進店認定制度の現状について把握すること

目的2：食べきり推進店認定制度の課題を把握し、課題に対する有効な改善策を提案すること

上記の2つの目的を達成するために、文献調査やアンケート調査を基に研究を行った。本章では、これらの目的について結論を以下に述べる。

7-2 本研究の結論

7-2-1 目的1の結論

食べきり推進店認定制度の現状について、以下のことが明らかになった。

(1) 制度の普及・設立目的について

調査開始時点で、制度を実施している自治体は、27自治体であった。都道府県単位で制度を実施している自治体と、市町村単位で制度を実施している自治体がある。

また、制度開始時期が明らかな自治体のうち、平成26年以前に実施を開始した自治体が5自治体であるのに対し、平成26年以降に実施を開始した自治体は15自治体であり、制度が比較的近年普及し始めているものであることがうかがえる。

さらに、最低認定項目数は多めに設定して店舗一つ一つの効果を高くするよりも、多くの店舗が認定店となることを期待し、少なめに設定している自治体がほとんどであった。このことから、認定店を増やし、制度の知名度を上げたり、飲食店利用者に食べ残し削減の意識を高めてもらうことを目的としている自治体が多いと考えられる。

(2) 食べ残し削減について

自治体へのアンケートにおいて、制度を開始する前後で食べ残し量は変化したかという問いについては、自治体では食べ残し量の変化の把握が難しく、「分からない」という回答が最も多かった。次に多かった回答は「少し減少している」であった。さらに、認定店からの回答では、「減少した」という回答が最も多く、制度による一定の効果がみられることが分かった。

(3) 認定店の意見

認定店となってよかったと感じることについては、「廃棄物が減少した」「特になし」「広報される機会が増えた」「店側の意識改革ができた」「お客様へ食べ残し削減に協力の声掛けをしやすくなった」「啓発品を活用できる」「お客様から小盛にしてほしいなどの声

掛けをしてもらうことが多くなった」というものがあり、この順に回答数が多かった。

7-2-2 目的2の結論

自治体・認定店へのアンケート調査の結果、食べきり推進店認定制度の課題として「認知度の低さ」「登録店舗数の少なさ」「店舗側のメリットの少なさ」「食べ残し量の変化の少なさ」が挙げられた。以下、課題ごとに課題に対する有効な改善策について述べる。

(1)課題「認知度の低さ」に対する改善策

課題「認知度の低さ」に対する改善策は「啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実」「ステッカーの配布」「ポスターの配布」「小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する」「グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼」「ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする」「キーホルダーを作成し、認定店で提示すれば何か特典を受けられるようにする」である。

課題に対する有効な改善策は「啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実」「小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する」「グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼」である。

特に、改善可能性、実施可能性ともに高い点数である「小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する」は実際に顧客と触れる立場にある店舗側の意見として、「小中学校などでの教育段階で、食べ残しをしないという意識を付けてもらうことが必要だと思う」という意見が多くみられ、認知度向上とともに、食べ残し削減に有効だと考えられる。

(2)課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策

課題「登録店舗数の少なさ」に対する改善策は「組合などから宣伝する」「直接個別の訪問に力を入れる」「個別のDMによる宣伝に力を入れる」「ラジオでの宣伝」「認定店の声などを集め、まとめる」である。

課題に対するやや有効な改善策は「組合などから宣伝する」「直接個別の訪問に力を入れる」である。

(3) 課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策

課題「店舗側のメリットの少なさ」に対する改善策は「啓発グッズの充実」「食べ残し削減に関する情報提供」「ポップによるPRの充実」「CMによるPRの充実」「認定店のみ掲載のチラシの配布によるPRの充実」「のぼりポスターによるPRの充実」「市の広報誌によるPRの充実」「新聞によるPRの充実」である。

課題に対するやや有効な改善策は「啓発グッズの充実」「食べ残し削減に関する情報提供」「ポップによるPRの充実」である。

特に、「啓発グッズの充実(制度を自治体を実施していることがアピールできるもの)」
「食べ残し削減に関する情報提供」は認定店からの評価の点数が高く、店舗側のメリットを増やすためには有効だと考えられる。また、制度を行っている自治体自体が行うため、「自治体の広報誌による PR」は実施可能性が高く、店舗のメリットにはなってもデメリットになることはないため、実施をしていくべきであると考えられる。

(4) 課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する改善策

課題「食べ残し量の変化の少なさ」に対する改善策は「食べ残し削減に関する情報提供」「食べ放題の店などを重点的に制度を PR する」である。

また、課題に対する有効な改善策はない。しかし、「食べ残し削減に関する情報提供」などは、店舗側のメリットにもつながるとともに、基準の値には達しなかったものの、食べ残し量の削減に役立つだろう。

7-3 今後の課題

本研究に取り組むにあたり、食べきり推進店認定制度の現状や課題について明らかにすることができ、課題に対する改善策を把握し、改善策についての改善可能性と実施可能性を提示するまでに至った。しかしながら、制度が近年始まっていることを踏まえると、数年後には課題も変化している可能性がある。さらに、近年注目されている 30・10 運動との関係についても調査すべきである。また、全国の制度を実施している自治体と、自治体の認定店へアンケート調査を実施し、食べきり推進店認定制度の現状や課題について把握したが、制度を実施していない自治体や、認定店となっていない店舗への調査を実施することで、より多面的な改善策の提案ができると考える。

謝辞

本研究を進めるにあたり、ご協力いただいた方々に心より御礼申し上げます。

本研究は、アンケート調査にご協力頂きました、制度実施自治体の皆様、認定店の皆様のおかげで完成することができました。度々、多くの項目に亘るアンケートにもかかわらず、貴重な情報やご意見を頂きたい上に、卒業論文作成への励ましのお言葉や体調への気遣いを頂きましたことに感謝申し上げます。

指導教員としてご指導いただいた金谷先生には大変お世話になりました。私が調査を進めるにあたる悩みを親切、丁寧に指導してくださいました。研究の進め方に迷ったり、結果のまとめ方に悩んだり、就職活動との両立で時間の使い方に苦労したりするときもありましたが、先生のご指導があったからこそ卒業論文を書き終えることができました。

また、助言教員としてご指導いただいた和田先生には、とても的確なご指摘を頂き卒業論文の質を上げることに繋がりました。ここに感謝の意を表します。

金谷研究室の同期の皆様にも、毎回のゼミ報告で皆様の進捗を知ることで自分への刺激になったり、分からないことを教えていただいたりと、大変お世話になりました。卒業論文の執筆を終えるまでに当たり、皆様の持つ和やかな雰囲気のおかげで救われたことも多々ありました。先生をはじめ、皆様と金谷研究室で書き上げられたことを良かったと思います。

改めて、卒業論文執筆にあたり、支えてくださった皆様に心より深くお礼申し上げます。

2019年2月21日

齋藤 優花里

付録

目次

付録 1	自治体へのアンケート調査票	2
付録 2	認定店へのアンケート調査票	7
付録 3	追加アンケート(自治体)調査票	11
付録 4	追加アンケート(認定店)調査票	19
付録 5	参考および引用 URL	24

付録1 自治体へのアンケート調査票

「食べきり推進店認定制度」についてのご教示のお願い

向春の候、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

私、滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科 金谷研究室 3 回生の齋藤優花里と申します。私は現在、「『食べきり推進店認定制度』の現状把握と課題に対する改善策の提案」というテーマで、卒業研究を進めております。その一環として、制度を実施されている自治体の皆様に、制度の実施状況を伺いたく、アンケートをお願いしています。

ご多忙のところ、大変恐縮ですが、お答えいただける範囲で結構ですので、別に添付の「アンケート回答例」をご参考に、[2018年3月27日までに oi12ysaito@ec.usp.ac.jp](mailto:oi12ysaito@ec.usp.ac.jp) にメール添付でご返信いただければ幸いに存じます。

どうぞよろしくお願ひ申し上げます

2018年3月〇日

滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科
金谷研究室 3 回生 齋藤優花里(調査担当者)
〒522-85331 滋賀県彦根市八坂町 2500
研究室 TEL : 0749-28-8279
FAX : 0749-828-8349
E-mail : oi12ysaito@ec.usp.ac.jp

<なお、以下は指導教員からのお願い分です>

齋藤優花里の指導教員の、滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科 教授 金谷健と申します。この旅は、大変ご面倒なお願いをさせていただき、申し訳ございません。

差支えない範囲で結構ですので、ご教示いただければありがたく存じます。どうかよろしくお願ひいたします。

なお、当研究室の研究内容等は、下記サイトをご参照いただければ幸いに存じます。
金谷研究室 HP <http://kanayaken.web.fc2.com/>

【御教示していただくにあたってのお願い】

- ・ご回答は、特に断りのない場合には当てはまる番号を一つだけ□でお囲みください
- ・質問によっては、「その他【 】」という選択肢がありますが、この選択肢をお選びになる場合には、【 】内に具体的な内容をお書きください。
- ・なお、この調査票に関してご質問等ございましたら、上記の金谷研究室の齋藤まで、お電話・ファックスまたは E-mail にてご連絡いただきますようお願いいたします。

お手数ですが、最初に基本情報についてお教えてください。

自治体名：

TEL：

FAX：

ご担当者様：

所属部署名：

E-mail：

なお、アンケートにご協力いただいた皆様のうち、調査結果の添付を希望される方には卒業論文完成後(2019年3月ごろ)に、卒業論文の要旨を添付させていただきます。

卒業論文の要旨の添付を希望されますか。

1. 希望する（郵送・メール添付：どちらかに□をお付けください）
2. 希望しない

問7. 制度の知名度を飲食店利用者に広めるためにどのような努力をされていますか

1. HP の利用
2. ポスターなどの掲示
3. TV の活用
4. SNS の活用
5. その他【 】

問8. 制度の課題についてお教えてください

1. 登録店舗数が少ないこと
2. 店舗ごとの取り組み項目数が少ないこと
3. 認知度が低いこと
4. 効果があまり感じられないこと
5. その他【 】

また、課題の中で最も重要だと思われるものはどれですか。該当する上記の番号を、お教えてください

【 】

問9. 問8での課題に対して取り組んでいる対策, 取り組む予定の対策はありますか. また, 課題に対してではなくとも, 今後改善のために実施される予定の取り組みがあればお教えてください.

問 10. 制度を作るにあたって苦勞されたことをお教えてください

問 11. 制度を作る前に調べておけばよかったと思うことはありますか

問 12. 制度をより良いものにするために工夫されていることがあればお教えてください

問 13. 今後、齋藤が卒業研究で「食べきり推進店認定制度」について研究していくうえで、「こうした点を調査研究すべき、あるいは調査研究すると面白い」とお考えの点がございましたら、ぜひご教示いただければ幸いです

付録2 認定店へのアンケート調査票

食べきり推進店認定店舗の皆様へ

「食べきり推進店認定制度」についてのご教示のお願い

残暑の候、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

私、滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科 金谷研究室 4 回生の齋藤優花里と申します。私は現在、『食べきり推進店認定制度』の現状把握と課題に対する改善策の提案」というテーマで、卒業研究を進めております(制度の名称は自治体によって様々だと存じます)。その一環として、制度の推進店として登録されている皆様に、制度の実施状況を伺いたく、アンケートをお願いしています。アンケートを行うにあたって、この制度を行っている 21 自治体の認定店 6256 店のうち、700 店を無作為に抽出させていただきました。抽出させていただいた 700 店舗の中に貴店が含まれましたので、アンケートを配布させていただきました。

ご多忙のところ、大変恐縮ですが、お答えいただける範囲で結構ですので、別に添付の「アンケート回答例」をご参考に、アンケートにご協力いただければありがたく存じます。

なお、このアンケートはご教示可能な範囲で結構ですのでご回答頂き、2018 年 9 月 20 日までに、同封する返信用封筒に回答済みアンケートのみ入れていただき、ご送付いただければ幸いです。ご教示いただいた情報につきましては、厳重に管理し、用済み後は確実に消去及び破棄いたしますのでご安心ください。

どうぞよろしくお願ひ申し上げます。

2018 年 8 月 25 日

〒522-8533 滋賀県彦根市八坂町 2500

滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科

金谷研究室 4 回生 齋藤優花里(調査担当者)

研究室 TEL : 0749-28-8279

FAX : 0749-828-8349

E-mail : oi12ysaito@ec.usp.ac.jp

<なお、以下は指導教員からのお願い文です>

齋藤優花里の指導教員の、滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科 教授 金谷健と申します。この度は、大変ご面倒なお願いをさせていただき、申し訳ございません。

差支えない範囲で結構ですので、ご教示いただければありがたく存じます。どうかよろしくお願ひいたします。

なお、当研究室の研究内容等は、下記サイトをご参照いただければ幸いに存じます。

金谷研究室 HP <http://kanayaken.web.fc2.com/>

【御教示していただくにあたってのお願い】

- ・ご回答は、問1~5は当てはまるものを一つまたは複数○でお囲みください。問6は当てはまるものを一つ○でお囲みください
- ・質問によっては、「その他【 】」という選択肢がありますが、この選択肢をお選びになる場合には、【 】内に具体的な内容をお書きください。
- ・なお、この調査票に関してご質問等ございましたら、上記の金谷研究室の齋藤まで、電話・ファックスまたはE-mailにてご連絡いただきますようお願いいたします。

お手数ですが、最初に基本情報について差支えない範囲でお教えてください。

店舗名：

TEL：

FAX：

なお、アンケートにご協力いただいた皆様のうち、調査結果の添付を希望される方には卒業論文完成後(2019年3月ごろ)に、卒業論文の要旨を添付させていただきます。

卒業論文の要旨の添付を希望されますか。

1. 希望する（郵送・メール添付：どちらかに○をお付けください）
2. 希望しない

問1. 制度を知った経緯についてお教えてください

1. 自治体 HP
2. 広報誌【名称: 】
3. 直接自治体の職員さんが訪れて宣伝されたことで知った
4. ラジオ CM
5. その他【 】

問2. 認定店増加のために有効だと思われる制度の広告方法についてお教えてください

1. 自治体 HP
2. 広報誌【名称: 】
3. 直接自治体の職員さんが訪れて宣伝
4. ラジオ CM
5. その他【 】

問3. 認定店となった理由についてお教えてください

1. 廃棄物削減のため
2. PR のため
3. 自治体の職員さんに熱心に宣伝されたため
4. 他店舗の影響
5. その他【 】

問4. 協力店になって良かったと感じられることについてお教えてください

1. 廃棄物が減少した
2. 広報される機会が増えた
3. 啓発品を活用できる【具体例: 】
4. その他【 】

問5. 制度に加えてほしい、店にとってメリットとなる取り組みについてお教えてください

1. 啓発グッズの充実【具体例: 】
2. 宣伝の拡大
- 【どのような手段が有効だとお考えかお教えてください: 】
3. 食べ残し削減のための工夫や取り組みについての情報提供
4. その他【 】

問6. 食べ残し量の変化について、把握しておられるデータや、
 具体的でなくても感じられることがあればお教えいただきたいです

- 1. 減少した【 】
- 2. 変わらない
- 3. 増加した【 】
- 4. わからない

問7. 以下は、〇〇市の食べきり協力店制度の項目です。これらのうち、今後条件がそろえば実施をしようと思っている項目があれば、その項目と条件を下の表にご記入いただきたいです。

項目番号	項目内容
1	小盛りメニュー等の導入
2	持ち帰り希望者への対応
3	食べ残しを減らすための呼びかけ実践
4	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
5	上記以外の食べ残しを減らすための工夫

項目番号	条件, 詳細など

質問は以上です。長い間ご面倒な質問にお答えいただき、ありがとうございました。この結果は大切にさせていただきます。調査に対してのご意見、ご感想など何かございましたら、以下にご記入いただければ幸いです。

アンケートにご協力いただき、ありがとうございました。

付録3 追加アンケート(自治体)調査票

「食べきり推進店認定制度」についてのご教示のお願い

初冬の候、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

私、滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科 金谷研究室 4回生の齋藤優花里と申します。先日お願い致しましたアンケート調査では、ご回答いただき、誠にありがとうございました。アンケート調査の結果を踏まえ、引き続き、『食べきり推進店認定制度』の現状把握と課題に対する改善策の提案」というテーマで、卒業研究を進めております。その一環として、制度を実施されている自治体の皆様に、課題に対する自治体としての対策について、貴自治体としての実施可能性と改善可能性を伺いたく、申し訳ございませんが、追加アンケートをお願いできましたら幸いに存じます。

ご多忙のところ、大変恐縮ですが、お答えいただける範囲で結構ですので、別に添付のエクセルファイルのアンケートにご回答頂き、2018年12月7日までに oi12ysaito@ec.usp.ac.jp にメール添付でご返信いただければ幸いに存じます。ご教示いただいた情報につきましては、厳重に管理し、用済み後は確実に消去及び破棄いたしますのでご安心ください。本アンケートについて不明点や質問などがございましたら、下記のe-mail アドレスまでお問い合わせ頂ければ幸いです。どうぞよろしくお願い致します。

2018年11月16日

滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科
金谷研究室 4回生 齋藤優花里(調査担当者)

〒522-8533 滋賀県彦根市八坂町 2500

研究室 TEL : 0749-28-8279

FAX : 0749-28-8349

E-mail : oi12ysaito@ec.usp.ac.jp

<なお、以下は指導教員からのお願い分です>

齋藤優花里の指導教員の、滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科 教授 金谷健と申します。この度は、大変ご面倒なお願いをさせていただき、申し訳ございません。

差支えない範囲で結構ですので、ご教示いただければありがたく存じます。どうかよろしくお願いいたします。

なお、当研究室の研究内容等は、下記サイトをご参照いただければ幸いに存じます。
金谷研究室 HP <http://kanayaken.web.fc2.com/>

【御教示していただくにあたってのお願い】

- ・前回行ったアンケートなどを基に、制度の課題についての対応策をワークシート「実施可能性」「改善可能性」にまとめています。そちらの回答例を基に、アンケートにご記入ください。
- ・回答に補足が必要な場合は、補足欄にご記入ください。

【お手数ですが、最初に基本情報についてお教えください】

自治体名	
TEL	
FAX	
ご担当者様	
所属部署名	
E-mail	

なお、アンケートにご協力いただいた皆様のうち、調査結果の添付を希望される方には卒業論文完成後(2019年3月ごろ)に、卒業論文の要旨を添付させていただきます。

卒業論文の要旨の添付を希望されますか。

1. 希望する（郵送・メール添付：下のどちらかのセルに色をお付けください）
12 郵送
 メール添付
2. 希望しない

食べきり推進店認定制度について、課題に対応する対応策を以下のようにとまとめました。
 なぜ以下のような対策を提案するのか「対策の理由」として述べておきますので、そちらを参考にアンケートにお答えいただければ幸いです。
 それぞれ対応策について責任（真所）では**実施可能であるか**、下記の回答例をご参考に選択肢1～6の一到「○」をご記入ください。
 選択肢は、1. 実施することは難しい、2. 実施することはやや難しい、3. 準備すれば実施することができる、4. すぐに実施可能な5段階の評価です。
 なお、既に実施している場合は5を、分らない場合は6を選択ください。
 また、各回答の選択理由や、既に実施済の場合はどのような方法であったかなどについて、可能でしたら補足欄にご記入いただければ助かります。

<回答例>

課題	対策と補足説明	実施は						具体的な方法、補足欄
		1 難しい	2	3	4 実施可能	5 実施済み	6 分からない	
②認定店の少なさ	組合などから宣伝する					○	実際に八割ほどの店舗が組合などの宣伝から制度を知っている	
	直接個別の訪問に力を入れる	○					人員を割くのが難しい	
	個別のDMによる宣伝に力を入れる				○		比較的实施しやすい	
	ラジオでの宣伝	○					広告費に対して効果が出にくい。時間帯などが考えづらい。	
	認定店になってよかったことなどを聞きまとめてHPに載せることで、他店舗も気づいていなくてもメルリットに気付き活かすことができる。制度を盛り上げたりできるのではないかと考えるため			○			実施は可能であるが、前例などを見て実施したい。	

<回答欄>

課題	対策と補足説明	実施は						具体的な方法、補足欄
		難しい	1	2	3	4	5	
① 認定店の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実							
	ステッカーの配布	グッズやポスターを買ったお客様から小盛を要求されることがある認定店から声があったため、目に見える宣伝をして制度を知ってもらうため						
	ポスターの配布	店舗から、お客様の様子を写していると小さい頃の教えが大切だと感じるという声が多かったため						
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する							
	グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼							
② 認定店の少なさ	ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする	制度の存在や認定店を使うメリットを作ることで住民の方には知られる機会が増えるのではないかと考えられるため						
	キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする	制度を組合などの組織から知った認定店が多かったため						
	組合などから宣伝する							
	直接個別の訪問に力を入れる	訪問や個別のDMなど、直接個別の宣伝により制度を知った認定店が多かったため						
	個別のDMIによる宣伝に力を入れる	仕込み中にラジオを聴く方が多いため						
ラジオでの宣伝	認定店になってよかったことなどを聞きまともてHPに掲載することで、他店舗も気づいていなかったメリットに気付き活かすことができたり、制度を盛り上げたりできるのではないかと考えるため							

食べきり推進店認定制度について、課題に対応する対応策を以下のようにまとめました。
 それぞれ対応策について実施された場合、**どれほど改善可能性があるのか**、下記の回答例をご参考に選択肢1～5の一つに「○」をご記入ください。
 選択肢は、1. 効果は得られない、2. 効果はあまり得られない、3. 効果はやや得られる、4. 十分な効果が得られるの4段階の評価です。また、分からない場合は5を選択ください。
 なお、既に実施されている場合は実施した上でどれほどの効果があったか、当てはまるものを「◎」でご記入ください。
 また、各回答の選択理由や、詳細などについて、可能でしたら補足欄にご記入いただければ助かります。

<回答例>

課題	対策と補足説明	効果なしや効果あり					具体的な方法、補足欄
		1	2	3	4	5	
②認定店の少なさ	組合などから宣伝する						
	直接個別の訪問に力を入れる						
	個別のDMIによる宣伝に力を入れる						
	ラジオでの宣伝						
	認定店になってよかったことなどを聞きまともてHPIに載せることで、他店舗も気づいていなかったメリットに気付き活かすことができたり、制度を盛り上げたりできるのではないかと考えるため	制度を組合などの組織から知った認定店が多かったため			◎		
	訪問や個別のDMIなど、直接個別の宣伝により制度を知った認定店が多かったため						
	仕込み中にラジオを聴く方が多いため						

<回答欄>

課題	対策と補足説明	効果なし⇔効果あり					具体的な方法、補足欄
		1	2	3	4	5	
① 認知度の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実						
	ステッカーの配布						
	ポスターの配布						
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する						
② 認定店の少なさ	グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼						
	ポイントカードを作成し、認定店でたまの特典を受けられるようにする						
	キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする						
	組合などから宣伝する						
	直接個別の訪問に力を入れる						
	個別のDMIによる宣伝に力を入れる						
	ラジオでの宣伝						
	認定店の声などを集め、まとめる						

③店舗の メリットの 少なさ	啓発グッズの充実	認定店になったメリットとして「お客様への声掛けが行いやすくなった」「飲食店独自ではなく行政が食べ残し削減を目指している」ということを伝えられるようになった」というものが多く、そのメリットをさらに伸ばすため							
	食べ残し削減に関する情報提供	制度に加えてほしい取り組みとして挙げる認定店が多かったため							
PRの充実	ポップ	PRをし、利用される機会を増やすため							
	CM								
	認定店のみ掲載のチラシの配布								
	のぼりポスター								
	市の広報誌								
新聞									
④食べ残し量の 変化のなさ	食べ残し削減に関する情報提供								
	食べ放題の店などを重点的に制度をPRする								

付録4 追加アンケート(認定店)調査票

「食べきり推進店認定制度」についてのご教示のお願い

初冬の候、ますますご清祥のこととお慶び申し上げます。

私、滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科 金谷研究室 4回生の齋藤優花里と申します。先日お願い致しましたアンケート調査では、ご回答いただき、誠にありがとうございました。アンケート調査の結果を踏まえ、引き続き、『食べきり推進店認定制度』の現状把握と課題に対する改善策の提案」というテーマで、卒業研究を進めております。その一環として、制度の認定店の皆様に、制度の課題に対する自治体の様々な対策が実施された場合、貴店としてどれほど効果があるのかを伺いたく、申し訳ございませんが、追加アンケートをお願いできましたら幸いに存じます。

ご多忙のところ、大変恐縮ですが、お答えいただける範囲で結構ですので、同封のアンケートにご回答頂き、2018年12月7日までに、同封する返信用封筒にて、ご送付いただければ幸いに存じます。ご教示いただいた情報につきましては、厳重に管理し、用済み後は確実に消去及び破棄いたしますのでご安心ください。本アンケートについて不明点や質問などがございましたら、下記の e-mail アドレスまでお問い合わせ頂ければ幸いです。どうぞよろしくお願い致します。

2018年11月15日

滋賀県立大学 環境科学部 環境政策・計画学科
金谷研究室 4回生 齋藤優花里(調査担当者)

〒522-8533 滋賀県彦根市八坂町 2500

研究室 TEL : 0749-28-8279

FAX : 0749-28-8349

E-mail : oi12ysaito@ec.usp.ac.jp

<なお、以下は指導教員からのお願い分です>

齋藤優花里の指導教員の、滋賀県立大学環境科学部環境政策・計画学科 教授 金谷健と申します。この度は、大変ご面倒なお願いをさせていただき、申し訳ございません。

差支えない範囲で結構ですので、ご教示いただければありがたく存じます。どうかよろしくお願ひいたします。

なお、当研究室の研究内容等は、下記サイトをご参照いただければ幸いに存じます。

金谷研究室 HP <http://kanayaken.web.fc2.com/>

【御教示していただくにあたってのお願い】

- ・前回行ったアンケートなどを基に、制度の課題と、自治体としての対策を、まとめました。それぞれの対策について実施された場合、貴店においてどれほど効果があるのかを、回答例を基に、アンケートにご記入ください。
- ・回答に補足が必要な場合は、補足欄にご記入ください。

【お手数ですが、最初に基本情報についてお教えください】

店舗名	
TEL	
E-mail	

なお、アンケートにご協力いただいた皆様のうち、調査結果の添付を希望される方には卒業論文完成後(2019年3月ごろ)に、卒業論文の要旨を添付させていただきます

卒業論文の要旨の添付を希望されますか。

1. 希望する (郵送・メール添付 : どちらかに○をお付けください)
2. 希望しない

食べきり推進店認定制度について、課題に対する自治体の対策を以下のようまとめました。下記の回答例をご参考にご回答頂ければ幸いです。それぞれ対策について実施された場合、貴店においてどれほど効果があるのか、選択肢1～5から「○」を1つご記入ください。選択肢は、1. 効果は得られない、2. 効果はあまり得られない、3. 効果はやや得られる、4. 十分な効果が得られるの4段階の評価、および、5. 分らない、です。なお、既の実施されている場合は実施された上でどれほどの効果があつたか、当てはまるものを「◎」でご記入ください。また、各回答の選択理由や、詳細などについて、可能でしたら補足欄にご記入いただければ助かります。

<回答例>

課題	対策と補足説明	効果なし ⇄ 効果あり					分らない	具体的な方法、補足欄
		1	2	3	4	5		
②認定店の少なさ	組合などから宣伝する						○	自治体からの直接の訪問により知ったため
	直接個別の訪問に力を入れる				◎			訪問されると、熱意が伝わったり、質問をその場でしやすかったりするため
	個別のDMIによる宣伝に力を入れる					○		訪問に比べると、DMを読まない場合なども考えられる
	ラジオでの宣伝		○					ラジオを聞いてもその場で行動に移しづらいため
	認定店の声などを集め、まとめる					○		制度を盛り上げるために有効だと考える。制度を活かした店舗の例などを集めると実践しやすい。

＜回答欄＞

課題	対策と補足説明	効果なし⇔効果あり					具体的な方法、補足欄
		1	2	3	4	5	
①認知度の低さ	啓発グッズ(目に見えやすい、行政が推進していることが分かりやすい)の充実						
	ステッカーの配布						
	ポスターの配布						
	小中学校など教育の場で食べ残しの現状や制度について紹介する						
②認定店の少なさ	グルメ雑誌などへの認定店の掲載依頼						
	ポイントカードを作成し、認定店でたまると特典を受けられるようにする						
	キーホルダーを作成し、認定店で掲示すれば何か特典を受けられるようにする						
	組合などから宣伝する						
	直接個別の訪問に力を入れる						
	個別のDDMIによる宣伝に力を入れる						
	ラジオでの宣伝						
	認定店の声などを集め、まとめる						

農林水産省：食品ロスの削減に向けて

http://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/attach/pdf/170516-2.pdf

【参考：食べきり対策関連】

外食産業における食品ロスの量

- 日本の食品ロス（年間約621万トン）は、国民1人当たりが毎日茶碗1杯分捨てている量に匹敵
- **外食産業**で発生する食品ロスの量は、**国内全体の食品ロスの約1/5に相当**

