

■実施内容

飲食店側

- POP・ポスターの掲示、店員による呼びかけ
- 持ち帰り宣言カードの配布
- 持ち帰り容器の提供（無料）

消費者側

- 来店者に対するアンケート調査の回答
- 持ち帰り実践者に対するアンケート調査の回答



《効果検証》

- ・適量注文、食べきり、持ち帰り数の変化
- ・食品の適正な衛生管理状態
- ・消費者の満足度の変化
- ・飲食店の現場の課題、メリット

【愛知工業大学との共同調査】 ※一部の店舗で実施

- ・POPの表記方法の違いによる比較
- ・持ち帰り容器の配布方法の違いによる比較

■実施店舗（6店舗）

- ・雁(がん)飯店(茨木本店) ・大阪産料理 空(そら)(堀江店) ・千房(高槻阪急支店) ・鉄板鍋料理 元(はじめ)(四條畷店)
- ・鳥貴族(吹田店、豊中店) 【※愛知工業大学との共同調査を実施】



■テーブルPOP



■持ち帰り宣言カード
(裏面には留意事項を掲載)



■持ち帰り箱イメージ

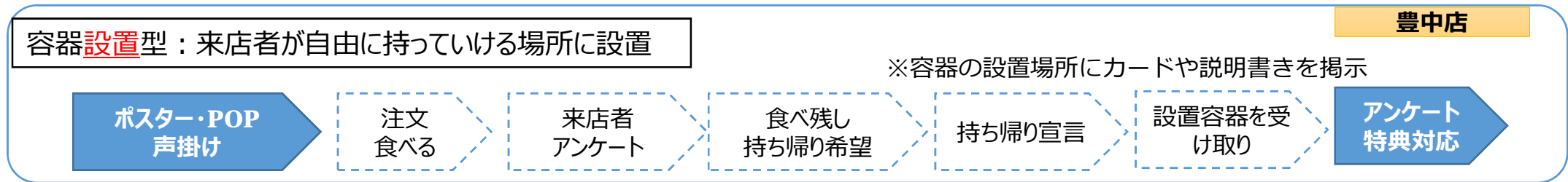


■持ち帰り袋イメージ



結果を検証のうえ、令和2年度から、飲食店・消費者双方がスムーズに“**食べきり・持ち帰り**”を進められる環境づくりに取り組み、大阪府全体で食品ロス削減を進める

1 持ち帰り容器の配布方法の違いによる比較

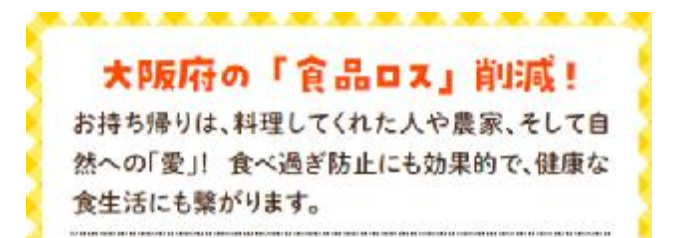
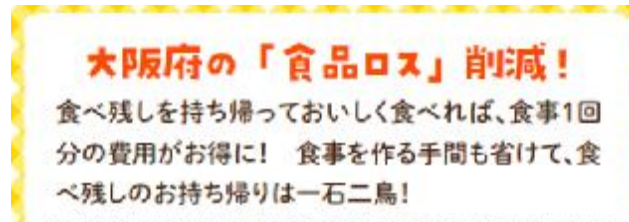
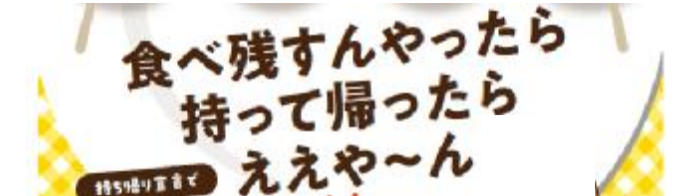
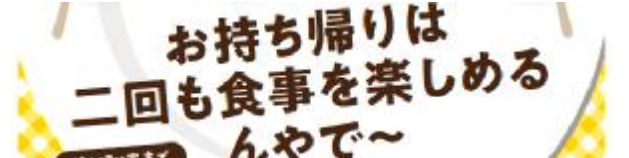


2 POPの表記方法の違いによる比較

㊦持ち帰り後の注意喚起に重点を行う呼びかけ

㊧経済的なお得感を打ち出す呼びかけ

㊨愛や健康をテーマにした呼びかけ



※そのほか、呼びかけ無しパターンも設定。

3 その他

◆食べ残し定量調査の実施

- ①実証期間中1日だけ生ごみを可食部と不可食部に分別して計量
- ②その他、期間外、期間中の生ごみ量を数日計量