

令和４年度消費者庁行政事業レビュー公開プロセス  
議事録

- １．日時：令和４年６月２９日（水）１５：００～１６：３５
- ２．場所：WebExテレビ会議
- ３．公開プロセス対象事業名：食品ロスの削減の推進
- ４．議事録：

○植田参事官　では、１５時になりましたので、開始させていただきます。

本日は、お忙しいところ、「令和４年度消費者庁行政事業レビュー公開プロセス」に御出席いただき、ありがとうございます。

本日の進行役を務める消費者庁行政事業レビュー推進チーム副統括責任者の植田でございます。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、本日の公開プロセスはオンライン開催となっております。お手数ですが、事務局からの説明が聞こえないという場合は、適宜その旨を御発言いただくか、メッセージ機能でお伝えいただきますようお願い申し上げます。

次に、本日の配付資料について確認させていただきます。配付資料一覧を御覧ください。

本日の資料として、資料１から資料３までは１つずつのファイル、資料４については３番まで枝番がついたファイルを事前に事務局から送付させていただいております。

大変恐縮ですが、資料番号が間違っておりまして、資料４－２がレビューシート、資料４－３がロジックモデルとなっておりますけれども、逆になっておりまして、資料４－２がロジックモデル、資料４－３がレビューシートとなっておりますので、訂正させていただきます。お願いいたします。

送付されていない資料などはございませんでしょうか。大丈夫でしょうか。

ありがとうございます。

なお、本日の会合については、随時各資料の画面共有を行いながら議事を進めさせていただきます。

場では、早速議事に入らせていただきます。

初めに、消費者庁行政事業レビュー推進チーム統括責任者の片岡政策立案等総括審議官から御挨拶を申し上げます。

○片岡審議官　消費者庁の片岡でございます。

有識者の皆様におかれましては、御多忙のところ、この公開プロセスに御出席いただきまして、誠にありがとうございます。

冒頭、少しお時間をいただいて一言御挨拶を申し上げたいと思います。

消費者庁は、御案内のとおり、２００９年に発足いたしました非常に新しい組織でございます。体制面では、職員が４００人弱、年度予算としては約１２０億円という非常にコンパクトな組織となっております。こうした中で消費者行政の舵取り役としての役割を果たして

いくことが求められているわけでございます。

昨今の消費者行政の課題としましては、一つには、特にコロナ禍で加速いたしました通信販売などの消費のデジタル化に伴うトラブル被害の増加への対応。それから、消費生活相談のDX化などデジタル化への対応というのが一つ。それから、SDGsの取組の中で消費者と事業者が連携をして、消費者によりよい選択をしていただくようなエシカル消費の面での取組が2つ目。そして、3つ目としては、自然災害の増加ですとか、あるいはコロナの感染症など、緊急時の対応という3つの課題が大きくあるのかなと考えてございまして、こうした課題に対応するための必要な予算や体制の確保を進めていく必要があると考えてございます。

他方で、もともと非常に少ない予算ではございますので、無駄をなくして、効果的、そして、効率的に成果を最大化させていくということが求められていると考えてございます。

本日のこの公開プロセスをはじめといたします行政事業レビューにつきましては、こうした要請に応じていくためにも非常に大事な機会であると考えてございます。

特に今日御議論いただきます食品ロス削減の推進につきましては、SDGsの取組の中で、あるいは循環経済の実現に向けて、消費者と事業者が寄り添って協働して取組を進めていく必要があるというものであると考えてございます。そういった面で、特に今日はこういった方向での改善があり得るのかということを含めまして、有識者の皆様から客観的な視点で御忌憚のない御意見をいただきたいと考えてございます。

本日はどうぞ御指導のほど、よろしくお願い申し上げます。

○植田参事官 続きまして、本日同席いただいている内閣官房行政改革推進本部事務局の川村参事官からも御挨拶をいただきます。お願いいたします。

○川村参事官 行革担当の牧島大臣から御挨拶を承っております。大臣は本日都合により出席できませんので、代読させていただきます。

6月1日から、行政事業レビューの公開プロセスが各府省庁において開催されております。

この公開プロセスは、各府省庁が外部有識者の方々のお知恵をお借りしながら、公開の場で自らの事業の点検を行うことにより、各事業の効率的、効果的な実施に向けた改善及び見直しを推進するものです。

さらに、そうした議論を公開することで、国の行政の透明性を高め、政府の取組について国民の皆様にご理解、御関心を持っていただくことも重要な意義と考えております。

また、デジタル技術の急速な進展やコロナ禍に見られるように、行政を取り巻く環境は刻々と変化しており、行政の在り方も見直していかなければならないと考えています。

こうした考えの下、昨年の秋のレビューについては、行政の無駄の削減だけでなく、旧来型の組織や社会をどう再構築していくかというより幅広い観点から踏み込んだ議論をいただきました。

さらに、本年1月には行革推進会議の下にワーキンググループを設置し、行政の無謬性神話からの脱却をテーマとして、デジタル時代にふさわしい政策形成、評価の在り方について議論をしてまいりました。その提言が去る5月31日に取りまとめ、その中で、意思決定過程におけるEBPM的観点の導入につなげる観点から行政事業レビューを活用する旨の御提言もいただいております。行革担当としても議論を深め、順次実行に移していきたいと考えておりますので、この場で御協力をお願いをさせていただきます。

今回の公開プロセスについても、国民本位の真に効果的、効率的な実施に向けた議論の場とすべく、御参加いただく外部有識者の方々には、行政の無謬性神話にとらわれることなく、ここが悪かったのではないか、ここに責任があるのではないかといった何かを責めるのではなく、こうすればよいのではないか、こんなやり方があるのではないかといった前向きで建設的な御意見、御提案をいただければ幸いです。

また、消費者庁の皆様にも、御議論をしっかりと受け止め、事業の改善につなげていただきたいと思います。

以上となります。

○植田参事官 ありがとうございました。

次に、資料2に基づきまして、本日御出席いただいている6名の外部有識者の皆様を御紹介させていただきます。

公益財団法人交通協力会常務理事、石堂正信先生。

Social Policy Lab 株式会社代表取締役社長、川澤良子先生。

上智大学法学部教授、楠茂樹先生。

政策シンクタンク構想日本総括ディレクター、伊藤伸先生。

津田塾大学総合政策学部教授、伊藤由希子先生。

学校法人品川女子学院理事長、漆紫穂子先生。

以上6名でございます。よろしくお願いいたします。

なお、石堂先生には対象事業の評価結果等の取りまとめ役をお願いしたいと考えておりますので、お手数ですが、どうぞよろしくお願いいたします。

次に、本日の進め方について御説明いたします。

資料3に基づき対象事業について私から議論すべき論点を提示した後、資料4に基づき担当課から10分程度で御説明をいたします。その後、質疑応答を45分程度行うことを予定しております。

質疑、議論の終了予定時間の10分程度前を目安に、外部有識者の皆様には、所要の様式に評価結果、コメントを記載して事務局宛にメールで御送信いただくよう御案内させていただきます。

質疑議論が終了した後、10分程度取りまとめ役の石堂先生が中心となって評価結果及び取りまとめコメントについて議論をしていただき、石堂先生から評価結果及び取りまとめコメントを発表していただきたいという段取りで行いたいと思いますので、どうぞよろし

くお願いいたします。

それでは、議題に入らせていただきます。

まず、議論すべき論点について説明させていただきます。

資料3を御覧いただけますでしょうか。

本事業に係る論点は配付資料のとおり、1、事業目的に見合った手法の妥当性。それから、2番目に成果指標の設定の妥当性。3、事業の効率性という構成で御議論いただければということを想定しております。

この点を踏まえまして、皆様から忌憚のないコメント、御意見をいただきますよう、お願いを申し上げます。

よろしいでしょうか。

それでは、担当課から事業説明を行います。

○食品ロス削減推進室 食品ロス削減推進室長の田中と申します。

先生方におかれましては、本日は御評価のほど、よろしくお願いいたします。

お手元資料4以降を画面共有させていただきながら、御説明をさせていただければと思います。

まずは、資料4－1からスライドに沿って御説明をさせていただきます。

我が国では日常的に食品ロスが大量に発生している現状にあり、この問題の解決は消費者、事業者双方にとって重要な課題となっております。

食品ロスは、まだ食べられるにもかかわらず、廃棄されてしまっている食品のことを指します。

この食品ロス削減の推進に当たりましては、食品ロス削減推進法及び当該法律に基づき策定された基本的な方針に沿って、国民運動として食品ロス削減が推進されるよう、関係省庁が連携をし、様々な事業に取り組んでいるところです。

食品ロスの推進に関する事業予算といたしましては、令和3年度において4700万円の予算を計上しております。消費者等への普及啓発、食品ロス削減に関する優良事例や川柳などの大臣表彰、諸外国における規制等の実態調査、食品ロス削減推進会議の開催など、様々な事業に取り組んできているところです。

続きまして、2枚目のスライドに移らせていただきます。

我が国の食品ロス量は、平成28年度当時で年間643万トンと推定されておりました。これは国連の世界食糧計画、WFPと呼ばれておりますけれども、その量の1.6倍に相当する非常に大きな数字となっております。

この状況を改善し、SDGs2030アジェンダでも言及をされております食品ロス削減を強力に推し進めるべく、令和元年に多様な主体が連携し、国民運動として食品ロス削減を推進することを目的とした食品ロス削減推進法が制定をされました。この法律は、食品ロス削減の基本方針の策定、推進会議の設置、都道府県・市町村における削減計画の策定、優良表彰の実施、食品ロス削減月間や食品ロス削減の日の制定などが主に規定されております。

令和2年3月には、食品ロス削減推進法に基づきまして、食品ロス削減の推進に関する基本的な方針が閣議決定をされております。この基本方針に沿って、2000年度に比較しまして2030年度までに食品ロス量を半減させるという目標を掲げまして、その目標達成に向け、消費者庁、農林水産省、環境省、経済産業省、厚生労働省などの関係省庁が連携し、様々な施策を実施しているところです。

具体的には、消費者に対しまして買い物や外出時の留意点を示したり、あるいはドギーバッグによる持ち帰りの推奨など、食品ロス削減に向けた消費者の行動変容の普及啓発などに努めております。

また、事業者に対しましては、賞味期限表示の大きくくり化、あるいは商慣習として納品期限、3分の1ルールと呼ばれておりますけれども、その3分の1ルールの緩和といった商慣習の見直しなどの普及啓発に取り組んでいるところです。

国におきましては、消費者等への食品ロス削減の普及啓発、事業者等の取組支援、あるいは自治体において食品ロス削減計画の策定の促進を支援するといった対応を行っております。

これは、いずれも先ほど御説明をいたしました基本的な方針に明示されているところです。

また、食品ロス問題を認知して具体的な食品ロスの削減行動に取り組む消費者の割合を80%にまで引き上げることもこの基本的な方針の中で目標の一つに掲げ、現在、その認知行動率は約78%にまで達しているところです。

SDGs2030アジェンダにおきましては、小売、消費レベルで発生するロスをフードウェイストと言っておりますけれども、そのフードウェイストを半減させる。また、生産、加工、流通レベルでのロスをフードロスと言っておりますけれども、このフードロスを減少させるとの持続可能開発目標が掲げられているところですが、我が国におきましては、食品リサイクル法という法律に基づきまして推計された事業系の食品ロス量と、循環型社会形成推進基本法に基づき推計されております家庭から排出される食品ロス量、これらのまだ食べられるにもかかわらず廃棄されてしまうロスを食品ロスと法律的に定義づけ、これは我が国独自の定義になりますけれども、その削減目標については、2030アジェンダよりもさらに踏み込んで、この食品ロス量を2000年度に比して2030年度までに事業系、家庭系双方において半減させるという目標を掲げて閣議決定をしております。

この図に示しておりますとおり、2000年度に980万トンあった食品ロス量を2030年度までに489万トンにまで減少させるという目標を掲げております。2000年度以降、大企業をはじめとした様々な取組により、2013年度には600万トン台まで減少しておりますけれども、ここ数年来は600万トン台で高止まりという状況が続いております。

その関係からも、さらにこの食品ロス削減を強力に推し進めるべく、食品ロス削減推進法が制定されたわけですけれども、今月公表されました最新の数字では、令和2年度、2020年度の推計になりますが、我が国の食品廃棄物量は2,372万トン。そのうち食品ロス量は年

間522万トンと推計されております。これは国民1人当たり年間41キロ、毎日に換算しますと国民1人当たりおにぎり1個を捨てている計算となります。

この図には示されておられませんけれども、この522万トンのうち、事業系が275万トン、家庭系が247万トンというのが最新の数字となっておりますけれども、いずれも事業系、家庭系がおよそ半数を占めており、食品ロス量全体を削減するためには、食品関連事業者の商慣習の見直し等のみならず、消費者の行動変容を促していくことが重要であるということもこの一連の統計から見てとれるところです。

このため、消費者庁では、2030年度の半減目標に向け、事業者、消費者双方の食品ロスを削減すべく、関係省庁と連携し、また、あるときは司令塔としての役割を果たしつつ、様々な施策に取り組んでいるところです。

関係省庁が連携した取組としましては、食品ロス削減月間の周知及び我が国における食品ロス削減の取組の啓発実施、あるいは日本フランチャイズチェーン協会と連携した「てまえどり」キャンペーンの実施などを行っております。

7枚目のスライドに移りますけれども、消費者庁の取組としましては、食品ロス削減の普及啓発に取り組む人材となる食品ロス削減推進サポーターを育成するため、200ページに及ぶ教材を作成して、今、この普及啓発に取り組んでいるところです。

8枚目のスライドになりますけれども、食品ロス削減に取り組む著名人を起用したメディアミックスによる普及啓発活動というのも実施いたしております。

9枚目のスライドになりますけれども、食品ロス削減に取り組む企業や団体の優良事例を表彰する食品ロス削減推進大賞の大臣表彰等の実施というのも消費者庁として実施しております。今年度は環境省と連携し、今、まさに募集を開始しているところです。

10枚目のスライドになりますけれども、食品ロス削減を我が事として考えていただく機会を醸成するため、食品ロス・ゼロ川柳コンテストというのも実施しております。このコンテストでは、全国の小学生から高齢者まで約6,600作品の応募があり、多くの学校からも御応募いただいておりますけれども、学校の授業の一環として多くの学生からも応募いただくなど、幅広い世代から反響をいただいたところです。

このように、関係省庁が連携しつつ、各省庁の個別の事業の施策を推進しているところですけれども、令和4年度の予算事業といたしましては、消費者庁においては食品ロス削減の普及啓発、推進会議の開催、諸外国の法規制や先進事例の調査事業等に係る経費を計上し、実施しているところです。

また、関係省庁につきましても、ここに示しておりますとおり、食育でありますとか食品ロス削減総合対策事業、様々な取組を関係省庁が連携し、実施をしているところです。

続きまして、資料を切り換えさせていただきます。

参考資料としてお付けしておりますけれども、食品ロス削減の推進に関する基本的な方針においてそれぞれ基本的施策が示されております。

例えば教育及び学習の振興、普及啓発等につきましては、消費者庁、農林水産省、環境

省、あるいはここに示されておりますような関係省庁が個別の施策においてそれぞれ普及啓発に当たっているところです。

資料に関しましては別途御覧いただければと思いますけれども、ここに示されておりますような個別施策を個々の省庁あるいは連携をした形での実施、例えばここに食品ロス削減月間というのがありますけれども、消費者庁、農林水産省、環境省の3省庁が連携し、この月間において食品ロス削減の普及啓発に図るというような取組も実施をしております。

続きまして、資料4-2になりますけれども、食品ロスの削減の推進に関しまして、資源のインプットから国民・社会へのインパクトにつきましては、様々な普及啓発活動を通じ、短期的には食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を80%まで引き上げることを目指しております。この80%を目指すということに関しての調査報告書に関しましては、毎年度公表しているところです。

また、関係省庁との連携を基に、中長期的には、2000年度に比較をして2030年度までに食品ロス量を半減させる。これは先ほどの図にもお示しいたしましたが、事業系、家庭系それぞれにおいて食品ロス量を半減させる、国連の示しますフードウェイストあるいはフードロスとは必ずしも一致しない日本独自の定義ではありますが、さらに一歩踏み込んで日本における食品ロスというものを事業系、家庭系双方においてしっかりと半減をさせるべく、今、関係省庁が尽力をしているところです。

続きまして資料4-3、事業レビューシートになりますけれども、この行政事業レビューシートにおきまして、予算額、執行額の欄にありますとおり、令和3年度予算額4700万円に対しまして、執行の割合は87%となっております。

また、令和4年度は4,200万円を計上し、現在執行しているところとなります。

内訳といたしましては、消費者政策調査費が大半を占めております。

また、成果実績につきましては、食品ロスの削減が国民運動として広がっていることを示す指標といたしまして、先ほどのシートでもお示しいたしましたが、成果目標80%と設定しているところ、今年度公表いたしました令和3年度の消費者の意識調査におきましては78.3%と着実に伸びている状況にあります。こういった観点からも、成果実績は成果目標に見合っているものと考えて、今、まさに普及啓発に当たっているところです。

なお、平成29年度に公表いたしました、消費者庁が徳島県において実施いたしました家庭における食品ロス削減の実証事業というものがございますけれども、その結果におきましては、食品ロス削減を意識して行動に移すことで、家庭から出る食品ロス量を2割削減できる。また、記録をつけることによって、食品ロスを4割削減できるというような調査結果も出ておりますので、単に食品ロスを認知するだけではなく、何らかの行動に移していただくことによって、日々家庭から出る食品ロス量を削減できるとも考えております。

以上、こちらのレビューシートにもありますけれども、私どもといたしましては、引き続き関係省庁とも連携しつつ、消費者庁が独自に行っております個別の事業も含めまして、引き続き食品ロス削減の推進に尽力してまいりたいと思っております。

先生方、御評価のほど、よろしくお願いいたします。

○植田参事官 それでは、質疑応答に入らせていただきます。時間は16時10分まででお願いをいたします。

御発言される方は、挙手などいただきましたら、私から御指名させていただきますので、よろしくお願いいたします。

どなたからでもどうぞ。

では、伊藤由希子先生、お願いします。

○伊藤（由） 委員 御説明ありがとうございました。

他省庁との連携という言葉が何度か見えたと思います。事実上、事業系ロスには農水省が推計していて、家庭系のロスは環境省が推計していて、例えば食育という点では文科省も関わっていますし、農水省の地産地消なども食品流通を効果的にするための取組の一つかと思っております。どこまでが連携の範囲と認識しているのかということと、実際に連携できている範囲はどこまでなのかという点について、つまり、理想を言えばここも関わっていききたい、ないし、ただ、現実としてはこういったことまではできているという認識について伺いできればと思います。

○食品ロス削減推進室 御質問ありがとうございます。

まず、関係省庁におきましては、先ほど個別の予算も公表させていただいておりますけれども、基本方針の施策を中心に関係省庁とも実施しているところとなりますが、個別の施策ごとに、関係省庁が連携して実施する場合もございますし、個別の事業として個別に関係省庁が単独で行うという場合もございます。

今、御指摘のありましたとおり、事業系に関しましては主に農林水産省、あるいは経済産業省が所管団体も含めまして対応に当たっている一方で、家庭系につきましては、廃棄物の関係から関係省庁も行っておりますけれども、消費者の行動変容ということに関しては、消費者庁も単独で行動変容を促す普及啓発というところにも当たっているところ です。

ただ、先生の御指摘のとおり、事業系に関しましては、本来であれば関係省庁もしっかりと連携して様々な団体に対して呼びかけをして、本来であれば消費者庁ももっと踏み込んで事業系に対しても何らかの施策を講じられればとも思っておりますけれども、確かに主体的にはまずは農林水産省さんが対応に当たっているところではあります。当然ながら、業の振興という観点で経済産業省さんも様々なIoT技術を用いた支援というのも行っておりますけれども、消費者庁においてはやはり普及啓発にとどまるということもございますので、そこは一つの課題かとも思っております。

一方で、食品ロス削減推進法におきましては、まず関係省庁で実施している施策を取りまとめて、そのフォローアップをするという役割を消費者庁が担っております。そういった意味で、食品ロス削減推進会議でありますとか食品ロスの関係省庁連絡会議というような関係省庁の打合せ、取りまとめといったところは消費者庁が司令塔となって実施させて



いただいているところです。

また、複数の省庁にまたがるような施策に関しましては、消費者庁が主体的に動いているものもございます。例えば昨今ですと、全省庁的に役割を終えた国の災害用備蓄食品に関しては原則フードバンク団体に提供するという申合せを行いましたけれども、その申合せに関しましては、消費者庁が中心となってその取りまとめを実施したところとなっております。

当然ながら、消費者庁として様々な課題に取り組む中ででき得ることは頑張っているところでもありますけれども、さらにそういった事業系あるいは家庭系ということで事業者と消費者双方にさらなる啓発活動が行える方策というのはしっかり考えていきたいと思っております。

○植田参事官 よろしいでしょうか。

○伊藤（由）委員 ありがとうございました。

では、楠先生、お願いいたします。

○楠委員 どうもありがとうございました。

ほかの省庁との関わりということで、どうしてもアウトプットの部分とアウトカムのところの因果というものが気になります。ほかのところもいろいろなことをやっているの、結果的にアウトカムにどういう影響を与えたのか、消費者庁の取組が実際にどこまで影響を与えたのかということについては何らかの形で検証するような詰めた議論が必要だと思います。

それから、調査結果の活用というところがアウトプットに書いてあるのですが、これは件数というよりは活用したかどうかというイエスカノーかみたいな話なので、中身が大事になってくると思うのですが、ここで気になったのが、諸外国の措置とかを調査します、これからいろいろ調査して応用しますということなのですが、立法の段階では既に調査されているのが一般だと思うのです。これはなぜ今やっているのかというと、議員立法だからなのか。閣法の場合は一般的には立法の段階でいろいろな調査は済んでいると思うのですが、その辺の事情をお聞かせください。

○食品ロス削減推進室 まずは、今回の食品ロス削減推進法が策定された段階では、議員立法ということで、今後、各省が臨むべき課題の一つとして、諸外国の先進的な事例を踏まえた上で、各省庁がその施策を推進すべきといったことも附帯決議に一部書かれておりますけれども、まずは諸外国の先進事例を調査することによって、これから強力な食品ロス削減の施策を推進すべき内容を検討していくというような流れとなっております。

そういった中で、海外調査の活用状況ということになりますけれども、例えば令和2年度の調査につきましては、食品ロス削減推進法に基づきまして、諸外国における食品寄附に対する税制優遇あるいは免責制度等の実態を調査しております。令和3年度につきましては、諸外国における食品ロスの実態や政府の施策の先進的な取組というのを調査しております。

この調査内容からも御理解いただけますとおり、まずこういった諸外国の制度を調べ、それと参考になるような事例を関係省庁が連絡会議や推進会議の中で共有しつつ、個別の施策につなげていく。今はそういう段階にあると御理解いただければと思います。

また、令和２年度の調査につきましては、食品寄附に対する税制優遇や免責制度につきまして、現在、まさに関係省庁の間でどうあるべきかというところを議論しているところとなります。例えばフードバンク団体が提供する食品で何らかの事故が起きた場合に、その取扱いをどうするかといったところは、免責制度とともに議論がなされているところですが、すけれども、少なくとも最終的な受益者、寄附を受けた受益者がしっかりと救われる制度として、例えばフードバンク団体に保険に加入させる。これはフランスで先進的な事例がありますけれども、そういったところを日本で導入できないかというようなことも今議論の中で検討をしているところです。

こういったことは、海外調査に基づく結果において私どもの議論に反映されている点となります。

また、令和３年度の調査につきましては、アメリカやイギリスにおいて事業者による自主宣言を公募し、その取組内容を公表するというような取組がなされておりますけれども、こういった事業者の努力を消費者の方々に可視化をしていくといった先進的な事例も我が国において同様の取組ができるのではないかとということで、今後同じような対応を消費者庁が中心となって実施していくことも、今、議論している真っ最中となります。

その他、事業者の方々あるいは教育現場における先進的な取組も諸外国においては幾つか見受けられますので、そういった報告結果を基に今後の施策をしっかりと考えていきたいと思っております。

ちなみに、海外調査の内容につきましては、概要版、詳細版を消費者庁のホームページで令和３年度までの調査結果を公表させていただいているところとなります。

○楠委員 どうもありがとうございます。

海外の動向も日々変わっていくと思いますので、これからもそういった調査をきちんとやっていただきたいと思っています。

以上です。ありがとうございました。

○食品ロス削減推進室 御示唆ありがとうございます。

○植田参事官 では、漆先生、お願いいたします。

○漆委員 よろしくをお願いいたします。

３点お伺いいたします。

まず、食品ロスの問題を自分事とする取組について伺います。世界の持続可能性を担保するためというのはなかなか行動変容に移りにくい気もするのですが、家庭系において、まず自分で実際どう関わるのかというような情報提供というのはどのようになされているか。また、気持ちで動けない方々に対して、行動科学的なアプローチというのはなさっているかどうか。

また、事業系については、賞味期限の延長技術というのが大変効果的なのですが、これに対するインセンティブはどのようになっているか。

また、普及啓発だけではなく、ルール化できることはないのか。例えば持ち帰りを普及するということですが、ホテルなどではこれを禁止しているところも多いので、こうしたことをルール化することはできないのかということが1点目です。

2点目は、成果指標のところ、前回も申し上げたのですが、アウトプットの数値を18歳以上で取っていますが、インプットに関しては18歳以下に行っているものがあります。今後、18歳以下の数値の調査の可能性はあるのかどうかということをお伺いしたいと思います。データに基づいてターゲット設定を明確にすることが効率につながるという考え方です。

3点目です。結果報告書の項目を見たのですが、これは知っているかだけを聞いている項目が結構あるのです。それに対して知っているかとそれに対してどう動いているかというのはセットで1つずつ聞かないと効果検証になっていかないのではないかなと感じました。例えば「てまえどり」を知っているかと聞いていて、それをやっているかというのはやはりセットで聞いていかないと、知っているけれども、自分は手前のものは取らないという人もいると思うのです。なので、これはセットで聞かないと、80%と言っても結果としては行動に移っていないということにならないかなということを危惧したのですが、これについてが3点目です。

以上です。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

まず、自分事とするということであれば、確かに日々の家庭における食品ロス量をまず知っていただくということも普及啓発としては一つ行っておりますけれども、そもそも家庭において食品ロス削減をしようというインセンティブを働かせるために、先ほどちょっと御紹介いたしましたけれども、徳島県において実証実験というものを行っておりまして、まず食品ロスを意識して行動に移していただくと、2割削減できる。推計としまして、食品ロスの家計における負担というところを、これは精緻な数字とは言い切れないのですが、食品ロスで家計にかかる負担が年間およそ6万円というような推計も出ておりまして、こういった数字を意識して行動していただければ2割減らせますよというようなところも消費者の方々に知っていただくような取組をしております。

また、よくダイエットとかでも体重の記録をつけるとやせるというようなことがあるのと同じように、自分の家庭からどれぐらい食品ロスが出ているのかということを実際に記録をつけてもらって4割減らせるというような実証実験というものも行っておりますので、実際に家庭において食品ロス削減に取り組んでいただければ、家計にも優しい、経済的にもそういった負担が減るというところのインセンティブが働くような普及啓発というところも今行わせていただいております。

この辺りは実際に環境問題ということでの取組を理解していただくということもひと

つあるのですけれども、実際の経済的なお得感というところも消費者の方々に理解してもらいながら、かつ、事業系と家庭系半数ずつ多くの食品ロスが出ているということを消費者の方々に理解してもらいつつ、節電と同じような意識で食品ロス削減にも取り組んでいただければというところの呼びかけに今、努めているところです。

また、賞味期限の延長技術というのは、まさに企業の方々の努力で、例えばパッケージの変更でありますとか、製造技術の改良などによって賞味期限を延長していただくというような取組もしていただいております、これはまさに食品ロスの削減にもつながる取組として優良事例等を紹介させていただいているところですが、ひとつルール化といたしまして、確かに持ち帰りを義務づけるというところまでは制度上でできておりませんけれども、例えば一つのルール変更といたしまして、今まで賞味期限というのは年月日表示で行うということを前提としておりましたけれども、今は、大きくくり化とっておりますけれども、年月表示で表示をすることによって、よりロット管理をしやすくすることとともに、かつ食品ロス削減にもつながるというような制度上の見直しも行っております。

こういったところは、先進的な企業が自らSDGsの意識の下に食品ロス削減の観点から取り組んでいただいていると理解しておりますけれども、そういった各企業の取組を国としても紹介することによって、様々な企業への広がりというところも考えていければと思っております。

あとは、先ほどの商慣習の見直しとして、3分の1ルールを例えば2分の1ルールに見直ししていただくというような先進的な取組をしていただいている企業等につきましては、農林水産省において、別の事業者名の公表というのも行っております。こういった商慣習の見直し関係を先進的に行っていただいている企業を公表することによって、一つ、さらなるインセンティブを生むというような取組も関係省庁では行っておりますので、消費者庁におきましても、そういった先進的な取組を行う企業の公表を今後検討していきたいと思っております。

また、指標のお話がございましたけれども、アウトプットで18歳を一つのクライテリアとしております。それは、私ども、先ほどの食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合80%という目標を調査するに当たって、5,000人を対象とした調査を行っておりますけれども、これはいずれも全国の18歳以上の方々を国勢調査の性別、年代、地域の比率を基に算出しておりますけれども、確かに18歳未満の方々は対象としてはおりません。これは、日頃からスーパーで食品を購入したり、あるいは家庭において調理をするなど、食品ロス問題に触れる機会の多いと思われる成年年齢以上の男女の方々を対象として調査を行っているわけなのですけれども、先生の御指摘のとおり、17歳以下への普及啓発というところ也非常に重要な問題となります。そういった方々に早い段階から食育も含めて意識を持っていただくことによって、将来の食品ロス削減の広がりにつながると思いますので、いわゆる成年年齢以下の方々の理解状況というののも今後の課題として検討していきたいと思っております。

3点目といたしまして、先ほどの調査の中で、てまえどりということの認知だけではなくて、その行動をどう行っているかというところまでやはり調査すべきというような御指摘をいただいておりますけれども、この御指摘に関しましてはまさにそのとおりかと思えますので、アンケートの内容も含めて調査の仕方を少し検討していきたいと思っております。

御指摘ありがとうございます。

○漆委員 ありがとうございます。

○植田参事官 では、伊藤伸先生、お願いします。

○伊藤（伸）委員 よろしく願いいたします。

2020年度が522万ということですからかなり減少している。特に事業系については2030年目標とほぼ同じぐらいになっているというこの分析をまずお聞きしたいのですが、これはコロナによって例えば外食が減ったからとか、何か特殊要因があると感じられているものなのか、これまでの努力の成果と思われるか。それはいかがでしょうか。

○食品ロス削減推進室 御指摘ありがとうございます。

これに関しましては2つの解析がございまして、一つには外食の機会がかなり減ったというようなコロナ禍における消費者の方々の行動変容、あるいは事業者の方々の活動が制限されたということが要因としてあるのではないかという御意見もある一方で、やはり食品ロス削減に向けて事業者の方々がかなりしっかり取り組んでいただいた結果も含まれているという評価結果もございます。

ただし、コロナ禍において、事業者あるいは消費者の方々というのはやはり大きく行動が変容いたしましたので、例えば家庭においては制限された中で買い物の機会が減ることがどう影響したのかといったところ、様々な要因があるかと思ひまして、対外的には、関係省庁といたしましては、やはりコロナ禍の影響が一定の要因でありながらも、事業者の方々の努力も見えるのではないかというような評価結果になっております。

○伊藤（伸）委員 ありがとうございます。

多分これは2021もコロナの影響が起きているので、なかなかすぐに効果検証というかコロナ影響がどこまであるのか判断しにくいかなとは思いますが、実際にこれだけ約1割も前年度比で落ちているのはとてもよいことであるからこそ、これがどれだけ継続して下がっていくかということはかなり注目しておく必要があるのかなと思ひました。

もう一つ、これも現状認識になるのですが、先ほど諸外国調査をやっているという話がありました。民間団体でもいろいろ諸外国調査をやっていて、公表されている数字を見ると、決して日本が特別に国民1人当たりの食品ロス量が多いというわけではないというのは数字上読み取れているなと思うのですが、一つは、そもそも食品ロスの定義が国によって統一化されているのかどうかによっても変わるのかなと思うのです。日本の法律上の定義は、飲食料品のうち、医薬品などを除いたもので、まだ食べることができる食品が廃棄されないようにするというのを食品ロスの削減と定義づけている。この考え方は世界的に

同じだと捉えていいのでしょうか。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

食品ロスに関しましては、やはり各国で定義が異なっておりまして、統一的な考えというのは非常に難しいかと思います。日本のように、例えば食品リサイクル法あるいは廃棄物関係でここまで精緻にデータが取れている国は逆に珍しいのではないかという専門家の御意見もございます。

一方で、国連のフードロスとフードウェイストに関しては定義がございすけれども、日本においては必ずしもこれと一致していないというところはございますが、基本的に日本における食品ロス量を推計するに当たって、まだ食べられるにもかかわらず廃棄されてしまっている、いわゆる「もったいない」という観点から推計がなされている量としてはかなり精緻なデータが出ているのではないかと考えております。

ただ、世界との比較は非常に難しいというところは大きな課題として挙げられる点かと思えます。

○伊藤（伸）委員 これは感覚論になってしまうかもしれませんが、精緻なデータを日本は取れている。それによって、食品ロスの量でいくと他国よりもより量が多く見えているものなのか、それは逆なのか。感覚論で構わないのですが、いかがでしょうか。

○食品ロス削減推進室 日本独自というよりは、諸外国においてアジアと欧米諸国を比較したようなデータはあるのですが、そういった意味で、日本は中程度というような評価になっていますので、日本が際立って多いかというところではないかと思えますけれども、ただ一方で、冒頭に申し上げましたけれども、世界の国連の援助量、WFPの援助量よりも多くの食品が食べられるにもかかわらず、廃棄されている。世界でも生活困窮者の方々が多くいらっしゃる、日本でも7人に1人の子供さんが生活困窮状態にある中で、やはり食べられるにもかかわらず廃棄されているものがこれだけ大量に出ているというのは、やはり世界的に見ても大きな数字であると見てとれるかと思えます。

また、日本は輸入大国ですけれども、諸外国からの輸入量というのが大体3,100万トンと推計されておりますので、カロリーベースでいうと大体6割を海外から輸入していて、それが3,100万トンのうちの大体5分の1の量が食べられるにもかかわらず廃棄されているという状況は、数字としてやはり大きなものと捉えざるを得ないとも思っておりますので、そこは世界の比較というよりは、半減させると489万トン、そこよりもさらに削減していくというところも視野に入れつつ、しっかり対応していきたいと思っています。

○伊藤（伸）委員 まさに今の御回答は同じように思っています、食料自給率を勘案した中でのロス量でいくと、多分、他の国に比べると一番に近くなってくる。計算するとそうなるかというところは、今のお話は消費者庁としてそこへの危機感を持っておられるということだと思いますので、先ほど漆先生がおっしゃっていたように、エビデンスをしっかりと出すことによって国民に対しての意識変容、行動変容を伝えるという中で、単に今、毎年度、食品ロスはこれだけですというだけではない打ち出し方はやはり必要なのか

など。それは今みたいなお話なのかなと思いました。

もう一点だけすみません。一番最初の質問につながるのですが、減らさなくてはいけないというのは多分国民的コンセンサスが得られやすいことで、では、具体的にどう行動に移すかということの一つが徳島での実証事業の効果だと思うのですが、どうしても徳島の事例を見れば見るほど、これに依拠していいものだろうかと思ってしまうのです。先ほどと介入と非介入で2割の違いがあったという説明があったのですが、nは50ずつでもありますし、実際に非介入群も2割減っているのです。もしかしたら、これはモニターでこういうことをやりますよと言ったから、そうだ、やらないとなってしまうのではないかなと。そういうような疑念を打ち消すためには継続調査があったほうがいいのではないかなと思うのです。半年後、1年後、同じ人がどうなっているのか。もしくはサンプル数をもっと増やす。そういうものがないと、あまりこれを声高に言わないほうがいいのかなと思ったのですが、いかがでしょうか。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

まさに数字としては決して大きい数字ではなくて、世帯数としては50程度の世帯数ということで規模の大きい調査とも言い切れない部分なのですが、ただ、結果としては非常に重要な内容となっておりまして、消費者の方々の行動変容につながる重要な調査だと据え置いて啓発に当たっているところなのですが、おっしゃるとおり、この辺りは継続的に実施することによってさらに見えてくるものがある可能性がございます。予算的な問題もございますけれども、先生の御指摘のとおり、このような調査というのはまた再度N数を増やして対応するということも検討してまいりたいと思っております。

○伊藤（伸）委員 ありがとうございます。

繰り返してしまうのですが、2020の数字はよかった。それと、消費者庁だけではないですけれども、農水省、文科省、ほかの省庁も今までやってきたこととどれだけの因果関係があるのかということを見るのがやはり大切なかなと。これを見ると、実は大変だなと思いながら、その意味で、今の徳島のような調査をもっと具体的にやっていく必要あるのかなと思いました。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

○植田参事官 川澤先生、お願いします。

○川澤委員 説明ありがとうございました。

先ほど、漆先生から認知度と行動についての調査の問いかけの方法についての御指摘があったかと思います。私も、今、78%超という形で認知度はかなり目標水準には近くなっているのだと思うのですが、あと2%達成、2%増加するというよりも、今ある78%の認知をされている方の行動をいかに増やしていくかということもかなり重要ではないかなと思っております。その意味で、今、アウトカムとして認知度だけを設定されていますけれども、認知した後の行動がどのくらい変容しているかという度合いを併せて成果指標として設定することが次のアクションにつながるのではないかなと思っております。その辺

りというのはいかがでしょうか。

○食品ロス削減推進室 御指摘ありがとうございます。

確かに2%上がるのを単に待つということだけではなくて、消費者の方々の行動変容というところをいかに促していくかというところが重要になるかと思っております。

そういった意味で、草の根ではあるのですが、今、食品ロス削減推進サポーターというものを全国の都道府県と協力をしながら増やしていこうという取組を行っているところです。今年度からまさに開始するのですが、先ほど御紹介させていただきました食品ロス削減ガイドブックと200ページに及ぶ教科書とはなるのですが、内容としては学生さんから大人まで幅広く理解しやすいガイドブックとなっております、このガイドブックを使って地域地域で食品ロス削減について普及啓発を図っていただくサポーターの育成というのを始めております。これから講義等を行って認証というのを進めてまいりますけれども、現在1,000人規模での登録をいただいております。これからこの数をどんどん増やしていって、地域地域で食品ロス削減の情報発信をしていただけるような方々を増やしていって、個別の家庭にまで届くような方策をやっていききたいと思います。

また、ここ最近、デジタル関係の情報発信等にもかなり力を入れているところなのですが、様々な著名人を用いた、例えば食品ロス削減の有益なレシピの情報発信とかを著名人に動画配信していただくようなことも行っております。これに関しては、やはり数万レベルでの普及啓発というところが期待でき、実際に視聴率を稼いでおりますけれども、そういったデジタル関係の情報発信というところにも力を入れていきたいとも思っております。

リアルとデジタル、双方を用いて個別の消費者の方々の行動変容を促していくことによって、2%と言わず、さらなる数字を上げていく方策を模索していきたいと思っております。

○川澤委員 御説明ありがとうございました。

今、御説明の中で食品ロス削減サポーターというお話があったかと思えます。これについては今年度からということなのですが、少しウェブで検索しますと、サポーターになりたい人が手を挙げて認証を得るという仕組みかと思えます。そういった自主的なサポーターになりたい方を認証するというプロセスも大変重要だと思うのですが、一方で、今までの施策を講じられている中でどういう対象について、例えば認知度が低い、行動が低い。ターゲットというのがある程度あるのだと思うので、そのときに、手挙げだけではなくて、どういう方になっていただきたい、どういう方になっていただくとその周囲に対して食品ロスの重要性が波及する。そういったある意味戦略的にサポーターをつくっていくという取組も必要なのだと思うのですが、その辺りというのはいかがでしょうか。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

まさにそこは課題だと思っております、我々が今ターゲットとしているのは、ある意味食品ロス削減とかといった環境問題も含めてですけれども、意識の高さを一定程度お持



ちの方々とおっしゃっております。一方で、そういったところにふだんあまり興味を持たれない方々に対してどうこの食品ロス問題を認知していただくかというところはひとつ大きな課題とおっしゃりまして、そういった意味でひとつ期待をしておりますのは、今、食育基本法でも食品ロス削減を取り扱っていただいておりますので、学校教育の場でも食品ロス削減問題を取り上げていただくようお願いをしているところです。学校教育であれば、興味がある方、ない方も含めてこういった問題があるのだということをインプットすることも可能かとおっしゃっておりますので、そういった取組も文部科学省を中心に今お願いをしているところです。

また、消費者庁独自の取組といたしましては、親子の方々をターゲット、特に幼児の方々を対象として、食品ロス削減問題を取り上げた絵本というのも作成しております。親御さんがその絵本を通じて読み聞かせすることによって、親世代あるいは小さな子供さんにも食品ロス問題というのを認知してもらって、興味を持ってもらうといった取組も併せて行っておりますので、まさにこれからそういった広げ方というのはひとつ戦略として工夫をしていかなければいけないというのは課題だと思っております。

○川澤委員 分かりました。ありがとうございます。

最後に1点だけ。今おっしゃっていただいた学校教育というところも私も非常に重要だと思っております。全然違う事業で不当表示広告の消費者教育事業から行政処分につながって、非常によい取組だということを報道ベースで拝見しまして、消費者庁の取組は学校現場の課題検討に非常になじむのではないかなという印象を持っております。その推進会議の中にも文部科学省は当然入っていて、先ほど各府省ごとの整理をしていただいた中にも事例集等を実施するというのがございますけれども、恐らく文科省で、どういう事例集なのかは分かりませんが、全体を見てどういうターゲットにどういう普及啓発の内容が必要かというのは、ある意味全体を見られている消費者庁さんのほうが情報をお持ちの可能性もあると思いますので、複数の府省で同じような事例集を作るというのは非効率的だと思いますし、やはり普及啓発というのは消費者庁が担って知見がある部分だと思いますので、ぜひその辺りは積極的に取り組んでいただきたいと思いますし、非効率がないようにしていただきたいと思います。

以上です。

○食品ロス削減推進室 貴重な御意見をありがとうございます。

○植田参事官 質疑の16時10分まであと10分程度になりましたので、恐縮ですが、コメントシートへの評価結果のコメントの入力、記載を始めていただければと思います。その際、コメントの中で特に強調いただきたい部分がありましたら、下線を引いていただければと思います。それと併せて質疑も続けさせていただきます。

石堂先生、お願いいたします。

○石堂委員 レビューシートのアウトプットのところを見ていきますと、それなりに順調な実績が上がっていることは分かるのですが、例えば数を見ても、日本は1億の人

口があり、世帯数で5500万ですか。また、事業者数も何百万という数字からいくと、あまりにも規模が小さ過ぎるような感じがするのです。これについて、先ほども御意見がございましたけれども、食品ロスの実態とか、あるいは実際に取られている施策について、直前にも学校教育を通じてというお話もありましたけれども、特にマスコミあるいはネットを通じて情報発信をどう強化していくかというのは非常に大事なのではないかなと思います。この辺について、これまでやってきたこと以上に何か対策を考えておられるかということをお伺いしたいと思います。

それから、各省庁で取られている施策の連携のようなお話が出てくるのですが、この食品ロスの施策全体として見れば基本方針があって、それをどう実現していくかということやっていくとなれば、全体としてこういうものをやるぞというある意味では体系的なものがあって、それを各省庁が分担している。その分担しているものが歩調を合わせてちゃんと進んでいるかということを見ていくというのが本来あるべき姿ではないかなと思うのですが、逆に言うと、そのように行われているものと理解していいのかなのか。それはこういう理由でなかなか実現していないのだということなのか、そこをお伺いしたいと思います。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

マスコミを通じた情報伝達は不可欠という御指摘をいただいております。まさにそのとおりだと思っております。消費者庁が単独で行う普及啓発だけではなくて、国民運動の醸成を図るということは非常に重要ですので、私どもの力というよりも、著名人の方々の力もお借りする、あるいは企業との連携を取り組んでいくといったところもしっかり進めていきたいと思っております。まさに御指摘については今後の課題だと認識しておりますので、情報発信強化にも取り組んでいきたいとも思っております。

ただ、普及啓発というのも予算が限られているところではありますけれども、予算を使わずにできる普及啓発というものもあるかと思っております。例えば昨年度から日本フランチャイズチェーン協会との、全国のコンビニエンスストアとの協働によるてまどりの呼びかけに関しましては、民間団体、企業の皆様の御協力をいただき、実施をしているところです。また、川柳コンテストは非常に多くの応募を幅広い層からいただいておりますけれども、この川柳コンテストのいわゆる大臣表彰を受けた川柳、あるいは長官表彰を受けた川柳を、今後、例えば今、一部企業の方から御協力をいただけることとなっているのですけれども、牛乳のパックとかパッケージに川柳結果を掲載するという御協力も企業の方からいただける調整を今図っているところです。そうしますと、1日に数百万人規模で川柳に触れる、他の方々が自分のことと据え置く形で考えていただいた川柳の内容を見て触れていただくことによって、また食品ロスという問題を身近に捉えていただく、こういった行政ではなかなかできない取組を企業の方のいわゆるCSRの観点から御協力をいただいているところも今進めているところですので、まさに行政で足りない部分というのを様々な力を借りて進めていきたいと思っております。

2つ目といたしまして、体系的に見られる体制が整っているのかというお話をいただいております。これに関しましては、基本方針に関してどの程度どの省庁が何をどう進捗を  
して、どう連携できているかということに関しましては、関係省庁の連絡会議あるいは食品ロス削減の推進会議におきまして、進捗状況を報告いただいております。そのフォローアップというのも消費者庁のほうで取りまとめをして、各会議における報告内容は全て公表させていただいております。

今日、参考資料としてお付けしております基本方針に沿った各施策ですけれども、それぞれの施策がどの程度進捗状況にあるかということに関して個別に報告をいただいて公表しているところですので、ある意味体系的に個別の省庁が何がどう進んでいるのか、あるいは連携してしっかり行えているのかどうかということに関してはある程度世の中にお示しすることができているのではないかと考えているところです。

○石堂委員 ありがとうございます。

○植田参事官 それでは、伊藤伸先生、お願いします

○伊藤（伸）委員 今の関連で、先ほど来ずっと出ている関係省庁の役割分担の中で、食品ロス削減推進会議も、今、お話があった各省庁連絡会議も、運営というか事務局に当たるのは消費者庁ということでもいいのですよね。

○食品ロス削減推進室 はい。消費者庁が担っております。

○伊藤（伸）委員 その意味では、いろいろな省庁がやるのだけれども、消費者庁がある意味で食品ロス削減の旗振り役だという認識で間違いありませんよね。

○食品ロス削減推進室 そのように御理解いただければと思います。

○伊藤（伸）委員 そこと、この間というのか、いろいろ資料やホームページを見ている中で感じるのは、食品ロス量522とか、この数字を実際につくっているのは農水省になると思うのです。情報量でいくと圧倒的に農水省が持っているのかなと。その意味で、だからといって旗振り役ができないわけでは当然なくて、個々の省庁が専門性を持って、持っている情報をしっかり消費者庁が把握した上で、ただし、2030年に半減するというものの意味で主たる責任者は消費者庁なのだと思います。だからこそ、何となく今の啓発は国民啓発に限っているところもあるような気がしたのですが、それだけではなくて、各省に対してももっともっと取り組まなくてはいけないのだという意味での各省の旗振り役だと捉えていいのでしょうか。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

今いただいたような御指摘も含めて、私どもとしては、政府全体としての目標、まさに基本方針に示されるような各目標を達成すべく、その旗振り役、もしくは進捗を管理する、場合によっては、複数の省庁にまたがるような課題に関して、その解決に当たるというようなことは、消費者庁の役割としてしっかり担っていかなければならない。中心的役割を担う省庁であると考えております。

○伊藤（伸）委員 最後はコメントになってしまいますけれども、私、内閣府に何回か

籍しているのに、一省庁で賄い切れないものに調整役という名で内閣府が入るけれども、内閣府には情報も権限もなくして何となく形だけになってしまって、結果、物事の解決に結びつかないという案件はたくさんあったかなと思っていて、だからこれがそうだと思うつもりはないのですが、そういう意味では、消費者庁の役割はここなのではないかということが、少なくとも今日のこの事業だけでいくとなかなか見え切れないのではないかなと。だから、この間の御質問、御指摘もあったのかなと思いますので、そこを明確にしておく。明確というのは、消費者庁はこういう役割で、ある意味2030年半減の責任を持っているのだというところぐらいの明示をするということもありなのではないかなと感じました。

○食品ロス削減推進室 ありがとうございます。

まさにそういった意味で、先ほど御意見としてもいただいておりますけれども、諸外国における調査事業というところを消費者庁が今、中心となってやっておりますけれども、世界における先進事例という情報の蓄積を消費者庁が中心となって担うことによって、関係省庁に対してこういった施策はどうだというような提案をしていくことも可能かと思っております。情報の集約あるいは司令塔としての役割として、先進的な事業内容の情報蓄積というのも役割として担っているかと思っておりますので、そういった意識をしっかりと持ちつつ頑張っていきたいと思っております。

○植田参事官 それでは、これまでの御議論、その他論点に記載されていないような内容を含めて結構ですけれども、何か追加で御質問、御意見はございますでしょうか。

伊藤由希子先生、お願いします。

○伊藤（由）委員 細かな点になるので、時間がなければやめようと思っていた点です。

パンフレットは当初25万枚コロナ前は作っていたものを4万枚、1万枚と減らしていった、こういった無駄なものを減らしていくというのは、まさに食品ロスの観点と同じく、無駄な啓発授業を減らすということも大事な啓発事業だと思っております。

レビューシートを見てみますと、4700万円のうち3000万円ぐらいが吉本興業の委託費になっていて、著名人の発信力が大きいということも、理解はしつつ、ただ、大手の芸能事務所に使ってしまうのではちょっともったいないかなと。おっしゃっていたように牛乳パッケージに川柳を入れ込むとか、そういった草の根というのですか、お金をかけずにできるけれども、毎日当然いろいろな家庭で牛乳は飲むし、卵なども食べるし、そういったものにどんどんメッセージを発していくというさりげない試みの工夫がこれから求められるのかなと。省庁としては予算を取って何ぼみたいなのところもしかしたらあるのかもしれないですが、意外に私たちの生活に身近なことというのは、そんなに大々的な宣伝をしなくても、あるときには普及していくものだと感じております。

以上です。

○食品ロス削減推進室 御指摘ありがとうございます。

まさに吉本興業に今回1,000万の予算をかけて、著名人を活用した形で、まず食品ロスの情報発信と、食品ロス削減につながるようなレシピの動画配信とかも、今回、予算の中で

メディアミックスという形で、YouTubeのみならず、様々なSNS等も通じて、あと、リアルイベントというのも実施していただきました。著名人を使った一定程度、数万人規模というような情報発信というのは、なかなか行政ではできない部分がございますので、そういった意味では一定程度効果はあったかと思います。

ただ一方で、予算を使わない形での普及啓発、今後、牛乳パッケージとかにも、牛乳だけではないのですけれども、かなりの商品でそういった川柳を掲載いただくような御協力もいただける道筋ができておりますので、いわゆる費用対効果も様々鑑みた形で、情報発信、展開というのはまさに草の根的にやっていきたいと思っております。ありがとうございます。

○植田参事官 ほかによろしいでしょうか。

それでは、お時間になりましたので、質疑、議論はここまでとさせていただきます。

外部有識者の皆様におかれましては、コメントシートを事前に御連絡しているメールアドレスに御提出いただきますよう、お願いいたします。

この後、今の質疑応答を踏まえまして、石堂先生を取りまとめ役として評価結果及び取りまとめコメントを皆様に御審議いただきますので、しばらくお待ちください。

(集計中)

○石堂委員 お待たせしてすみません。

各委員からのコメントを見せていただきました。今、ざっと目を通してただけでございますけれども、まず、評価結果の集計のほうですが、全員「事業内容の一部改善」ということで一致しておりましたので、これでいきたいと思います。

それから、いただきましたコメントシートの中から、ざっと見ただけではありますけれども、特徴的なものを幾つか挙げさせていただきます。

まず、厳しい意見ですけれども、今やっている啓発事業と食品ロス削減が結びついているところのエビデンスがやはり弱いのではないかという御意見。そのためにも、食品ロスが減ったなら減ったときの分析をより明確化する必要があるのではないかという御意見。

また、消費者庁は、国民の意識啓発だけでなく、各省庁の旗振り役、司令塔としての機能を強化すべきではないかというような御意見。

また、半期のアウトカム指標について、今後は食品ロス削減の行動の度合い、行動量のほうに特化していくような方向がよろしいのではないかという御意見。

それから、より啓発効果が期待できるターゲット層に、教育現場を通じて資源を投入する必要があるのではないかという御意見。

また、ロジックモデルのアウトプット指標とアウトカム指標の間には距離があり過ぎるのではないかという御意見。

また、消費の行動変容に関する情報をどう観察し、それをどう説明できるかを考えていただく必要があるのではないかという御意見。

また、事業系のロスを削減するため、インセンティブを各省庁と連携して設計してはどうか。これは各省庁との連携という言葉がたくさん出てくるのですけれども、いわば計画段階から連携してやっていってはどうかという御意見かと捉えました。

また、消費者教育はより早い時期に開始したほうが有効なので、特に年齢制限をおかずに進めるほうがいいのではないかと。調査等についても年齢制限をかけずにやったほうがよろしいのではないかとという御意見です。

それから、先ほどとちょっと類似しますけれども、食品ロスについて知っているかということと、どう行動しているかということは、両方きちんとセットで聞くべきではないかという御意見。

また、商習慣を大切にする取組というのは他省庁にも存在するので、十分な情報共有を図っていくべきでないかという御意見です。

それから、消費者庁の試みによって食品ロスが変化している直接的な因果関係というのはなかなか立証が難しい、これは先ほどもあった御意見ですけれども、なかなか難しいものがあるのではないかとという御意見でありました。

それから、やはり外的な環境の変化が大きく物事を左右する要素があるのではないかと。ということで、普及啓発について重要である領域、相対的に最も重要な領域はどこにあるかというような検討が必要なのではないかとという御意見です。

このような御意見がございました。非常に多岐にわたる御意見があったわけでありますけれども、私のほうで取りまとめ案として考えましたものを読み上げさせていただきます。

食品ロス削減は、2015年、国連総会の持続的開発に向けたアジェンダ2030でも触れられた世界的な課題に対応するものであり、食料需給率が低く、大量の輸入食料に頼っている我が国にとっては、特に重要な意味を持つ事業と捉えられている。

レビューシートに示された施策の進捗はおおむね堅実な傾向を示してはいるが、今日の公開プロセスの場で国民運動に育てるための自分事として受け止めてもらうための環境の整備とか、学校教育の場を通じた普及活動。それから、マスコミ等を通じた情報発信、これは食品ロスの実態、食品ロスに対する対策の両面で情報発信の強化を図っていくべきでないかというような様々な意見があったところであろうかと思えます。

また、現在設定されているアウトカムについても、一見分かりやすいものではあるのですが、最終目標であります食品ロスの削減についての里程碑としての機能を考えると、改善の余地があるように思われる。

以上のような点を公開プロセスの対象事務に関する意見の取りまとめとし、事業の一部見直し、改善を求めることとしたいと思えます。

なお、これに加えて、本年2月のロシアによるウクライナ侵略を機に、経済金融関係の混乱、物流の阻害、食糧不足の懸念、諸物価の高騰などが世界的規模で発生しており、食品ロス削減は全く新たな重要性を帯びる事態となったと考えられるのではないかと。この新たな局面への対応として、これまで行ってきた取組にとどまることなく、我が国の特状を

考慮した体系的な対策の構築を図り、2015年時点で国連が構想した目標を超えて、食品ロス削減に向けた強力な国民運動の形成と実効性のある手だてにつき、消費者庁が司令塔としてリードしていくことが求められるのではないかとと思われる。

多少公開プロセスの趣旨を超えるかなとは思ったのですが、現下の情勢を無視するわけにもいかないなと思って一言付け加えさせていただきました。これらの内容を取りまとめ案といたしたいと思いますけれども、各委員の御意見をよろしくお願いしたいと思います。

（「異議なし」と声あり）

○石堂委員 お一人ずつ全員から賛同を得られたのかどうか、私のほうで分からないのですが、こんな取りまとめでいきたいと思いますので、よろしくお願いいたします。

それでは、御意見はないようですので、この評価、取りまとめコメントを公開プロセスの結論とさせていただきます。

消費者庁の事務局におかれましては、今の結論の内容を落とし込んだ資料を後日皆さんに送付していただければと思います。よろしくお願いいたします。

○植田参事官 ありがとうございます。いただきました評価、御意見を踏まえてしっかり検討を行いまして、今後の予算要求や執行等においてしっかり対応してまいりたいと考えております。

担当課から一言ありますか。

○食品ロス削減推進室 委員の皆様、大変貴重な御意見をありがとうございました。

まさに今後、消費者庁として、いかに司令塔として力を発揮していくかということが大きな課題と認識いたしましたので、しっかり対応してまいりたいと思います。

本日はどうもありがとうございました。

○植田参事官 長時間ありがとうございました。

以上で「令和4年度消費者庁行政事業レビュー公開プロセス」を終了させていただきます。本当にありがとうございました。