

食品ロス削減啓発モデル事業

- ① 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業
- ② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査



令和5年3月15日

消費者庁新未来創造戦略本部



食品ロス削減啓発モデル事業の背景及び取組

食品ロス削減に係る問題意識・課題

- 我が国の食品ロス量は年間522万トン*であり、その**約半分は家庭から発生**しており、削減促進が急務
- 平成29年度に実施した家庭における食品ロス削減に関する実証事業を踏まえた「**実践しやすく効果的な取組**」の内容を消費者へ浸透することが重要



消費者の意識変化・行動変容の可能性を検証し、**効果的な啓発物及び手段を検討**する必要がある

令和4年度で実施した取組

- ① 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業
- ② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査

① 流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和4年度検証事業内容
3. アンケート調査について
 - (1) 概要
 - (2) デスクマット型ポスターの効果
 - (3) デスクマット型ポスターによる意識・行動変化
4. 調査結果のまとめ

② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和3年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
3. 令和4年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
4. 最後に

① 流通店舗をフィールドにした消費者向け 食品ロス削減啓発モデル事業

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和4年度検証事業内容
3. アンケート調査について
 - (1) 概要
 - (2) デスクマット型ポスターの効果
 - (3) デスクマット型ポスターによる意識・行動変化
4. 調査結果のまとめ

① 流通店舗をフィールドにした消費者向け 食品ロス削減啓発モデル事業

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和4年度検証事業内容
3. アンケート調査について
 - (1) 概要
 - (2) デスクマット型ポスターの効果
 - (3) デスクマット型ポスターによる意識・行動変化
4. 調査結果のまとめ

1. モデルプロジェクトの概要

～流通店舗をフィールドにした消費者向け食品ロス削減啓発モデル事業～



【目的】

消費者が食品ロス削減の認識を高めるために、消費行動の変容を促す効果的な取組の検証・普及啓発を実施すること

振り返り（令和2、3年度）

	令和2年度	令和3年度
エリア	徳島県	中国・四国地方
店舗数	20店舗	約260店舗
啓発物	ポスター、POP、啓発ラベル	デスクマット型ポスター
啓発場所	店舗入口、サッカー台※ 天板上、サッカー台付近、売場	サッカー台天板上
啓発期間	1か月	3か月
検証内容	掲示条件による効果の違い	啓発の効果及び耐久性・実施期間の検証
結果	サッカー台に置くデスクマット型ポスターによる啓発が有効	・設置期間は1か月が適切であった ・デスクマット型ポスターの有効性が示唆された

令和4年度

	令和4年度
エリア	全国
店舗数	約2,900店舗
啓発物	デスクマット型ポスター
啓発場所	サッカー台天板上
啓発期間	1か月
検証内容	啓発の効果

※ サッカー台：商品を袋に詰める台

2. 令和4年度検証事業内容



①店舗のサッカーテーブル天板上にデスクマット型ポスターを設置

【設置期間】

令和4年10月1日～令和4年10月31日

【設置場所】

全国の検証協力企業33社 約2,900店舗 ※一部エリアを除く

【デスクマット型ポスターの特徴】

- ・令和4年度作成啓発絵本との連動性を持たせたデザイン
- ・「食品ロスを減らす3つの約束」を記載



▲啓発物：デスクマット型ポスター
(A3サイズ・再生PET)

②消費者アンケート調査を実施

【内容】

- ・デスクマット型ポスターの効果
- ・デスクマット型ポスターによる意識・行動変化



▲設置方法イメージ

【方法】

- ・店頭アンケート調査（消費者庁職員が実施）
- ・インターネットアンケート調査



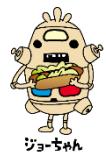
▲店頭アンケート調査風景

① 流通店舗をフィールドにした消費者向け 食品ロス削減啓発モデル事業

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和4年度検証事業内容
3. アンケート調査について
 - (1) 概要
 - (2) デスクマット型ポスターの効果
 - (3) デスクマット型ポスターによる意識・行動変化
4. 調査結果のまとめ

3. アンケート調査について

(1) 概要

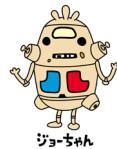


	店頭アンケート調査	インターネットアンケート調査	
	デスクマット型ポスターの効果	デスクマット型ポスターによる意識・行動変化	
手法	実施者：消費者庁職員 人数：4～6名／店 実施工アリ亞：徳島県、東京都、 千葉県 実施工舗数：11店舗 場所：店舗入口付近 時間：約2時間／店	消費者庁ウェブサイト上	
対象者	実施工舗で買物をした 消費者	実施工舗での買物の有無関係なく、 インターネット上で回答した消費者	
調査期間	令和4年10月7日～26日	令和4年10月21日～11月18日	
回答者数	584名	777名	764名

3. アンケート調査について

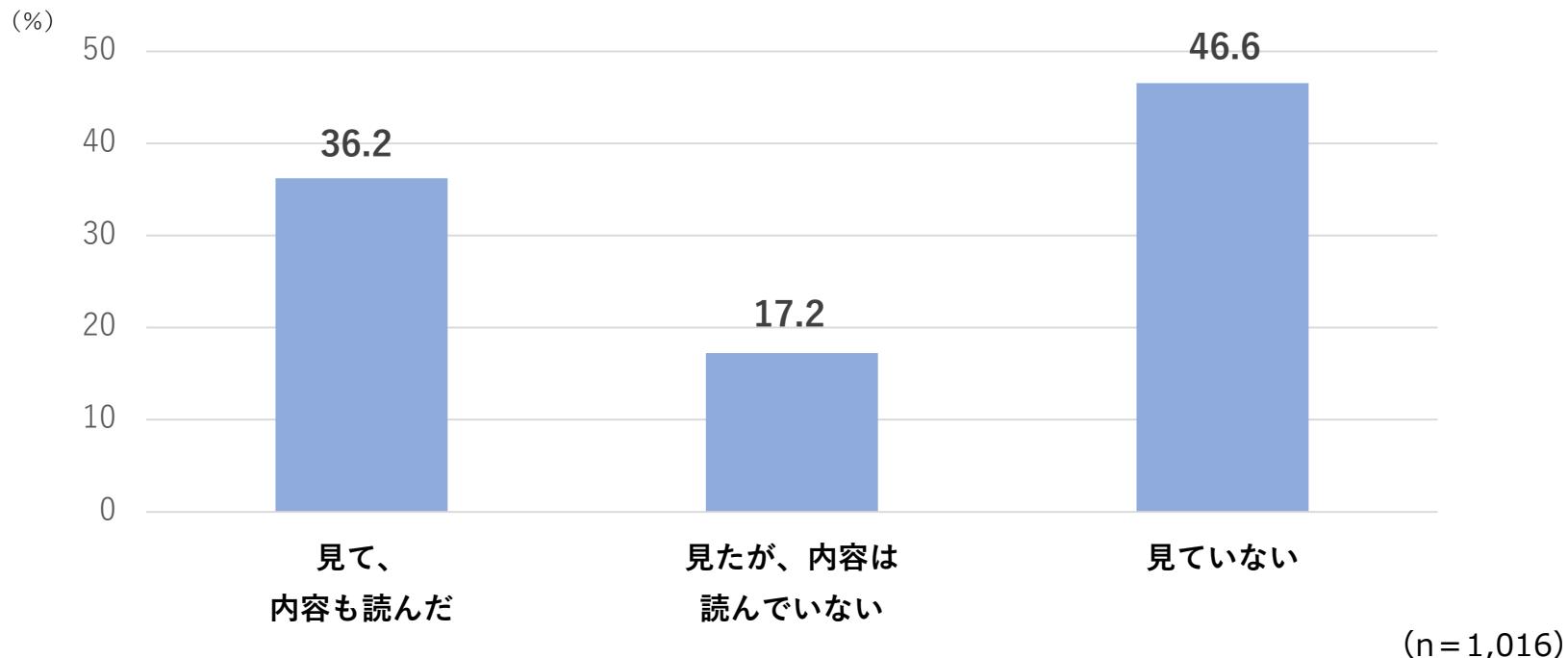
(2) 「デスクマット型ポスターの効果」の結果①

※本資料掲載の調査結果は2023年3月15日時点の速報値であり、今後変わり得ることもあります。



① デスクマット型ポスターの視認率

質問：スーパーでマーケットにおいて、デスクマット型ポスターを見て内容も読みましたか。



- 視認率（見て、内容も読んだ）は、36.2%となった。

3. アンケート調査について

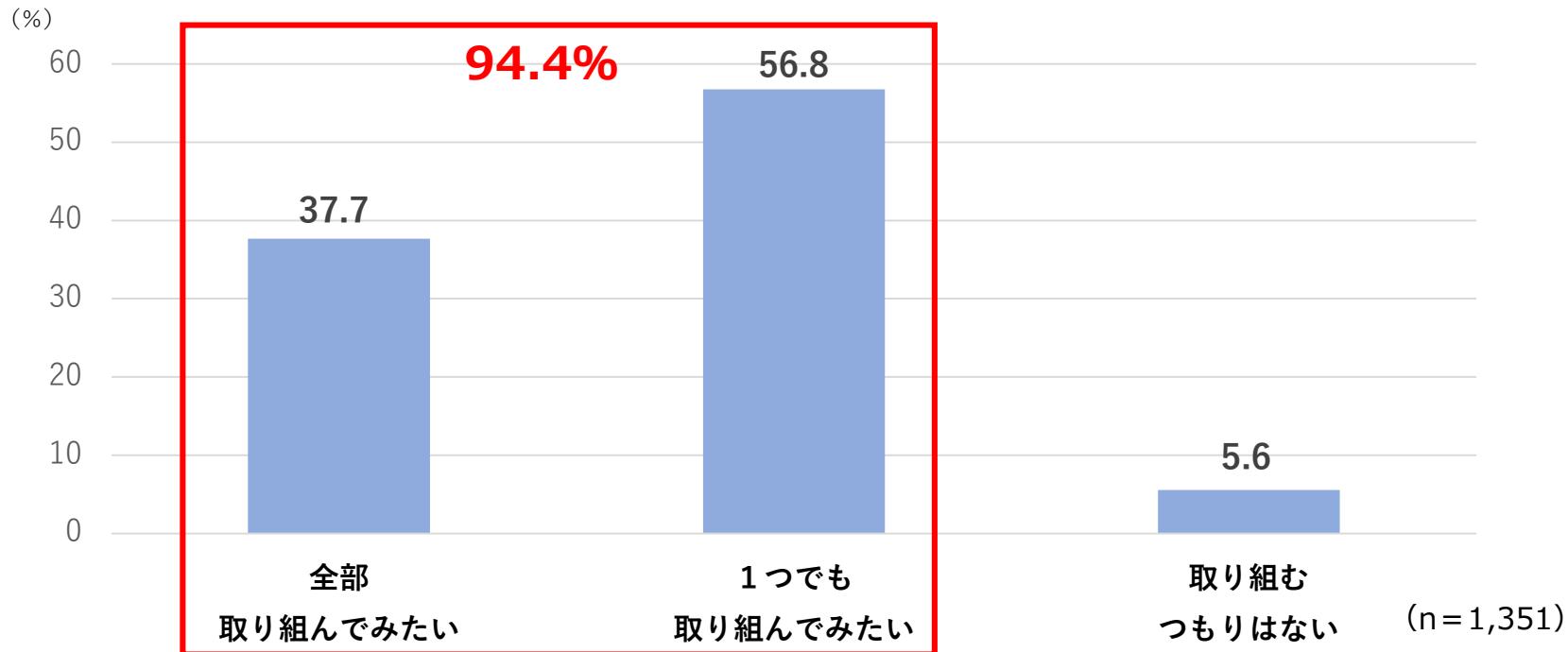
(2) 「デスクマット型ポスターの効果」の結果②

※速報



② 「3つの約束」への取組

質問：デスクマット型ポスターに記載している「3つの約束」について、取り組んでみたいと思いましたか。



「3つの約束」とは

1. 買い物前に今ある食材を確認！
2. すぐに食べるもののは手前から取る！
3. お料理は食べる分だけ！

➤ 「全部取り組んでみたい」「1つでも取り組んでみたい」を選択した方は94.4%であった。

※店頭アンケートとインターネットアンケートの数値を合算して、グラフを作成しています。

※四捨五入表記の為、数値の和・差の合計が一致しない場合があります。

3. アンケート調査について

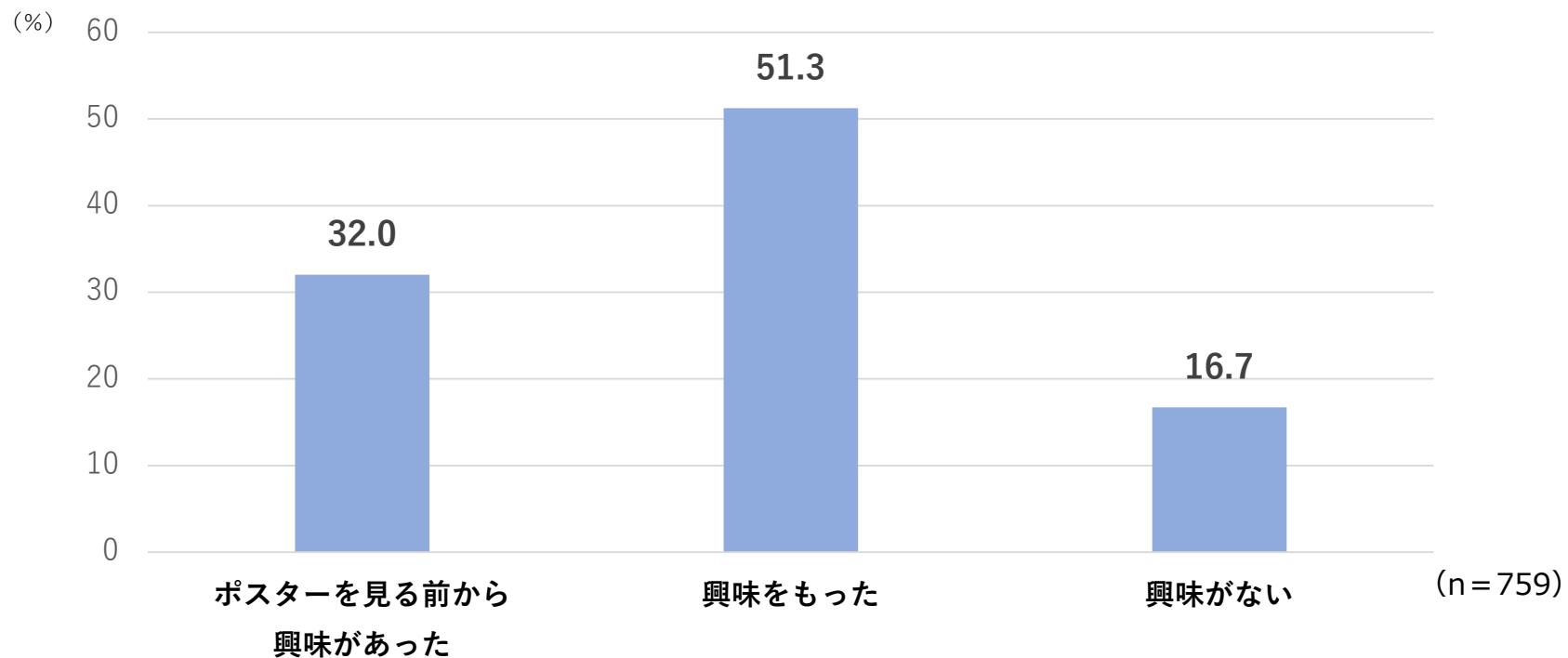
(3) 「デスクマット型ポスターによる意識・行動変化」の結果①

※速報



① 食品ロス削減への興味

質問：「かいじゅうステップ SDGs大作戦」のキャラクターを起用したデスクマット型ポスターを見て、食品ロス削減について興味を持ちましたか。



- 以前から、食品ロス削減に対し、興味がある人が32.0%いた。
- 今回のポスターで、食品ロス削減に対し、興味を持った人は51.3%となった。

3. アンケート調査について

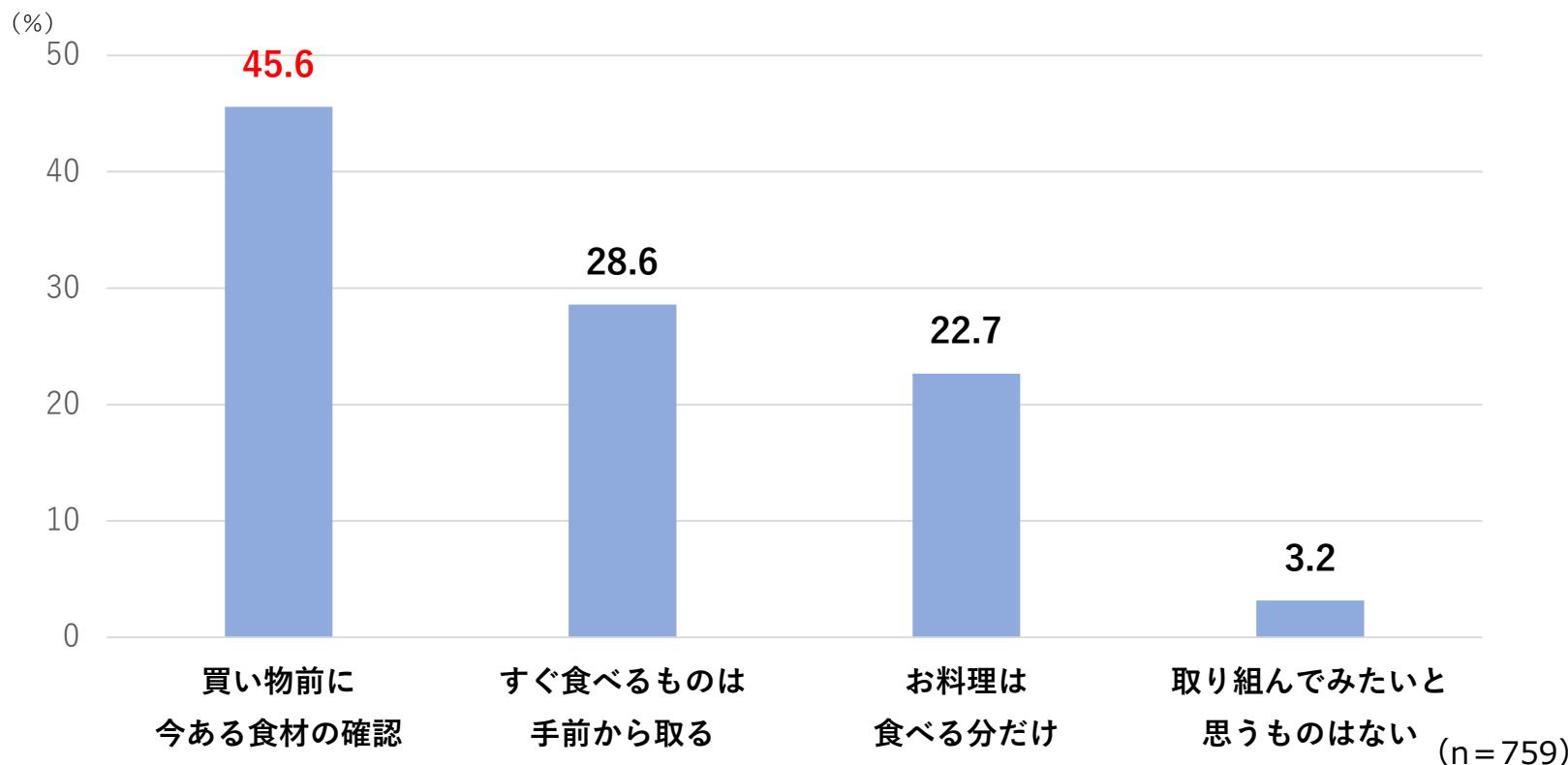
(3) 「デスクマット型ポスターによる意識・行動変化」の結果②



※速報

② 「3つの約束」で取り組みたいもの

質問：デスクマット型ポスターに記載している「3つの約束」を読んで、一番に取り組んでみたいと思うものはどれですか。



- 「買い物前に今ある食材の確認」が一番多く、45.6%であった。

3. アンケート調査について

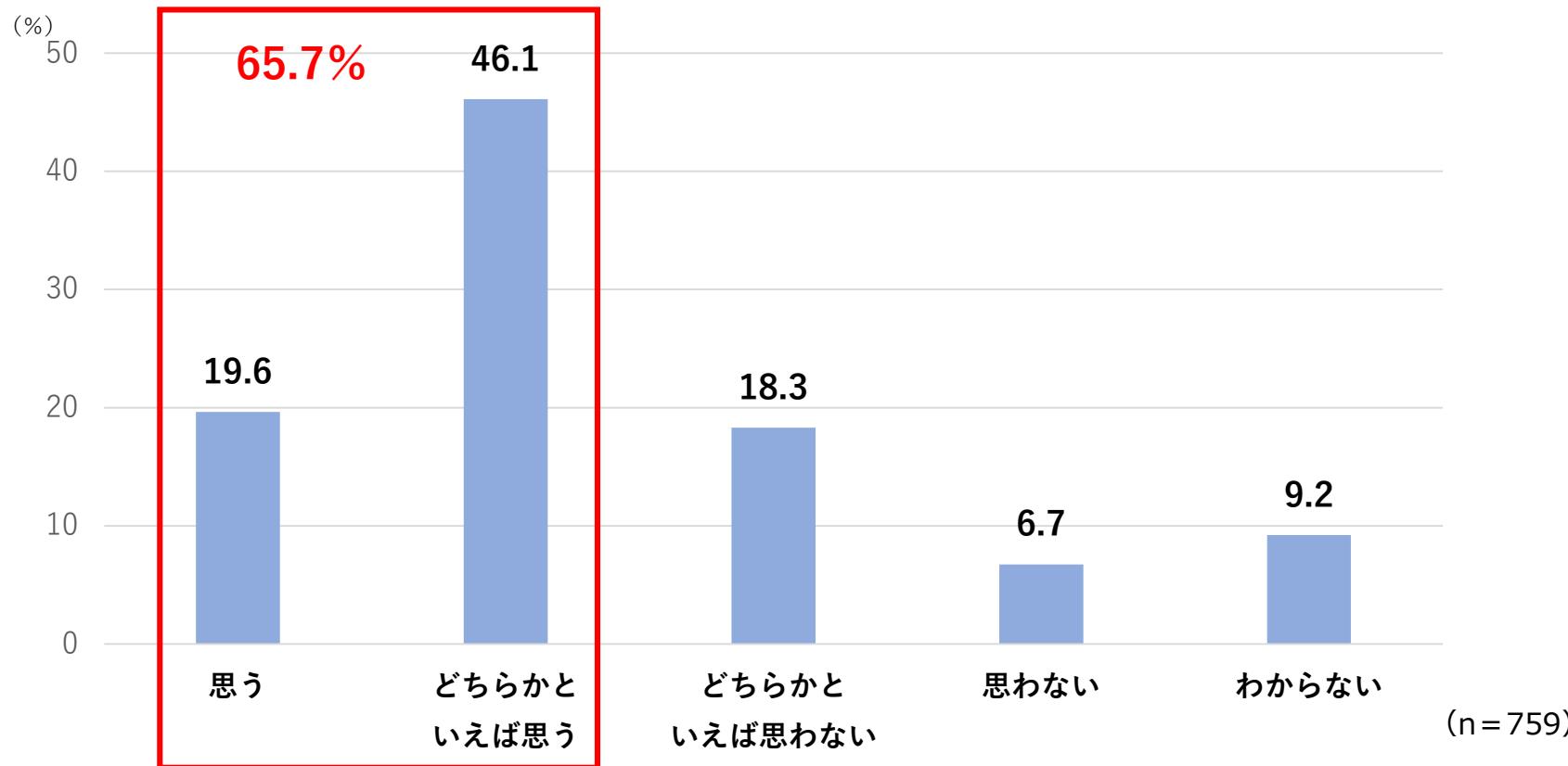
(3) 「デスクマット型ポスターによる意識・行動変化」の結果③



※速報

③ サッカーテーブル設置への効果

質問：サッカーテーブルに設置しているデスクマット型ポスターは、食品ロス削減啓発に効果的だと思いますか。



- 「（効果があると）思う」と「どちらかといえども（効果があると）思う」の合計で、65.7%であった。

3. アンケート調査について

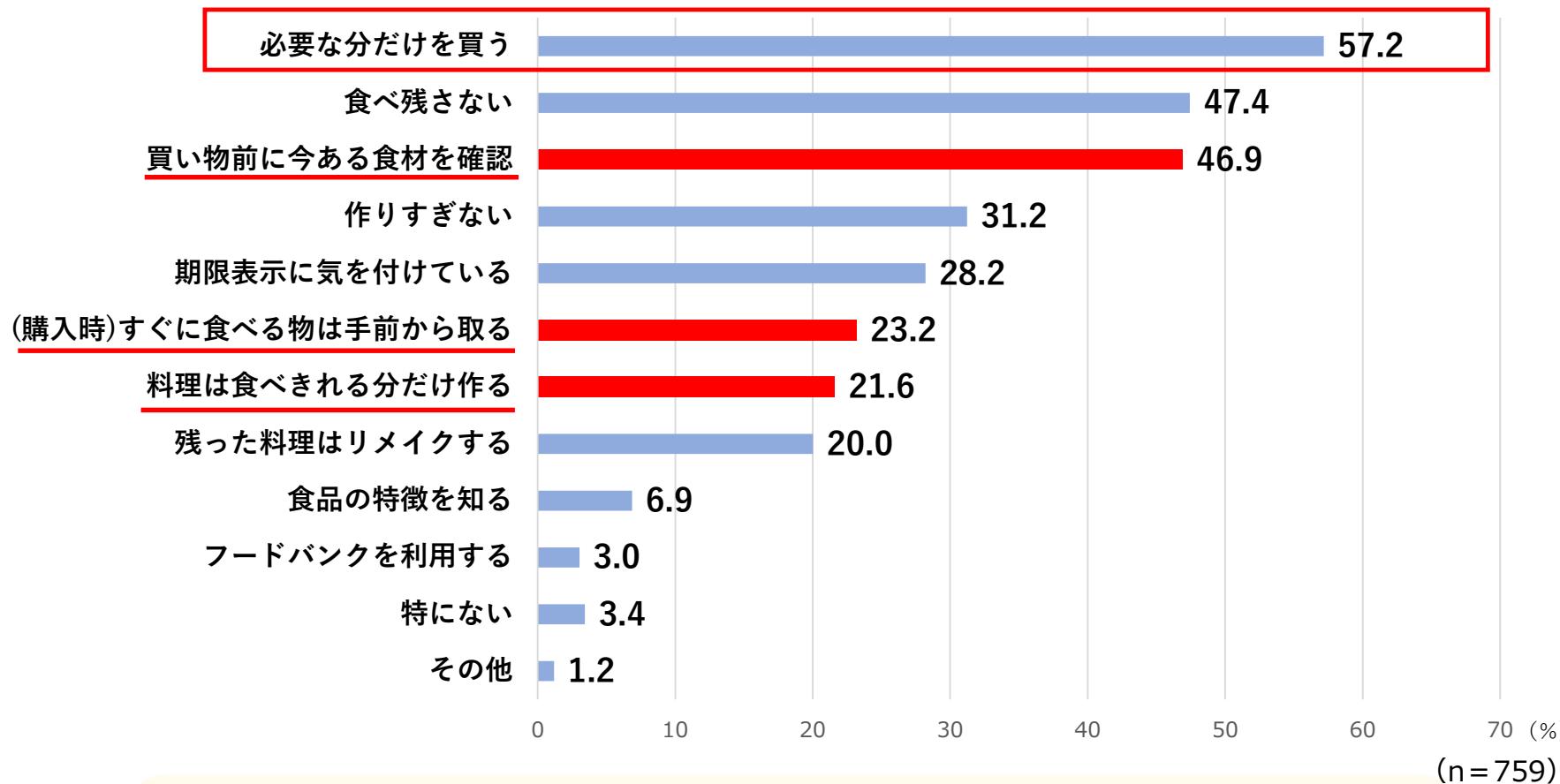
(3) 「デスクマット型ポスターによる意識・行動変化」の結果④



※速報

④ 食品ロス削減で現在実施していること

質問：食品ロス削減のために、現在実施していることはありますか。



- 「必要な分だけを買う」が一番多く、57.2%だった。
- 「3つの約束」に取り組んでいる方は、20%以上いた。



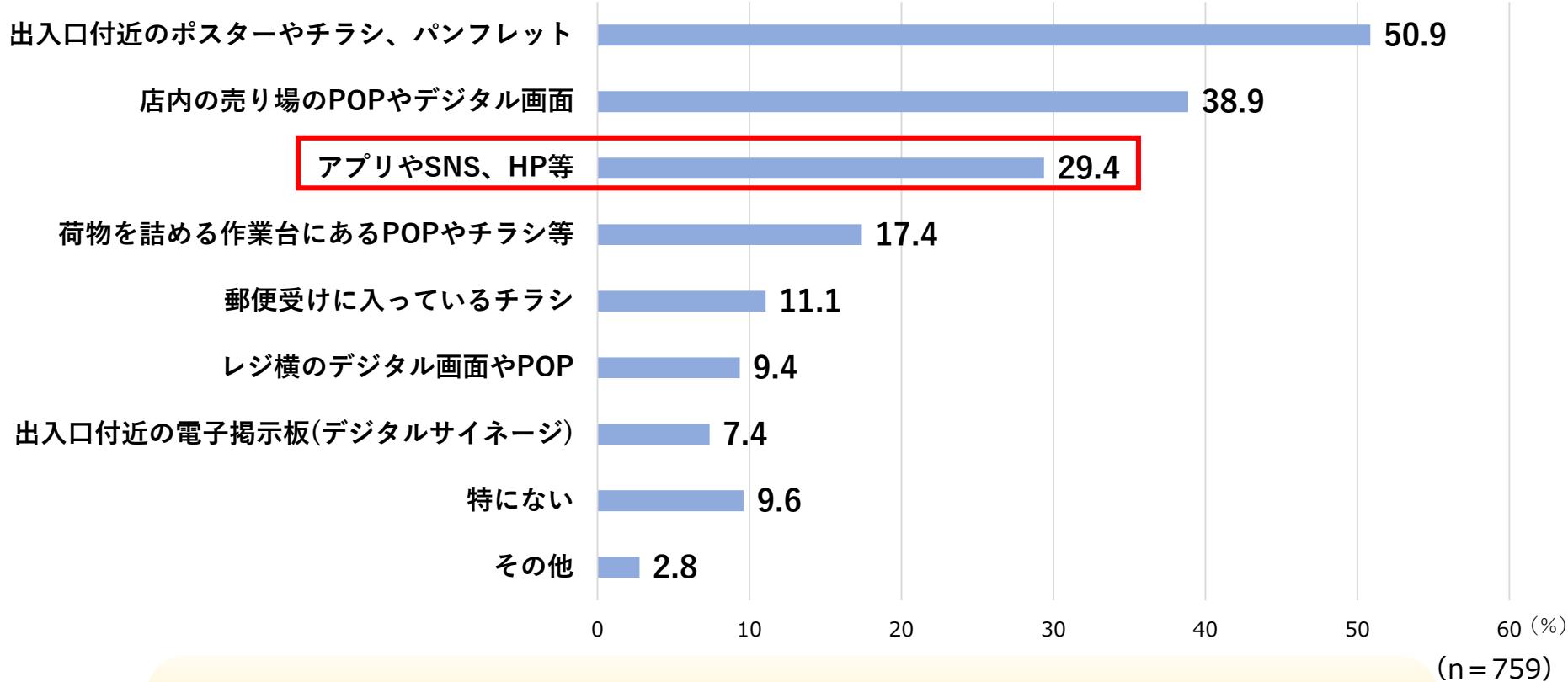
3. アンケート調査について

(3) 「デスクマット型ポスターによる意識・行動変化」の結果⑤

※速報

⑤ スーパーマーケットから発信される情報の入手先

質問：買い物中や買い物前に、スーパーから発信されている情報はどこから入手しますか。



- 「出入口付近のポスターやチラシ、パンフレット」が一番多く、50.9%だった。
- 「アプリやSNS、HP等」といった、デジタル媒体から情報を入手している人も多かった。

① 流通店舗をフィールドにした消費者向け 食品ロス削減啓発モデル事業

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和4年度検証事業内容
3. アンケート調査について
 - (1) 概要
 - (2) デスクマット型ポスターの効果
 - (3) デスクマット型ポスターによる意識・行動変化
4. 調査結果のまとめ

4. 調査結果のまとめ

※速報



ポイント

- デスクマット型ポスターを見ることにより、食品ロス削減に興味を持った人は、約半数以上。
- ポスター掲載内容の「3つの約束」について、「取り組んでみたい」と思う人は、94.4%。
- 「3つの約束」のうちの「買い物前に今ある食材を確認する」を取り組んでいる人は46.9%。
- サッカーボールでの食品ロス削減啓発は効果的であると回答した人は、65.7%。

所感

- サッカーボールによる啓発活動は効果的であったと示唆される。
- 消費者が、実践しやすい取組を積極的に行っていることがうかがえた。
- 今回啓発をした「3つの約束」についても、より一層消費者に実践していただけるよう、引き続き啓発を行う必要があると考えられる。

啓発方法について（試案）

「アプリやSNS、HP等」といったデジタル媒体から情報を入手している消費者も多いことから、情報主体的に手に入れている消費者も多いことが予想される。

→デジタル媒体を利用した消費者が実践しやすい内容の啓発も考えられる。

② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和3年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
3. 令和4年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
4. 最後に

② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和3年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
3. 令和4年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
4. 最後に

1. モデルプロジェクトの概要

～食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査～



【目的】

- ・子どもの頃から食べ物を大切にする意識を身につけさせること
- ・読み聞かせを通じて保護者にも啓発を行い、家庭における食品ロス削減に取り組むこと
→ 啓発絵本完成後、実際に幼稚園や家庭で読み聞かせを行った

対象

- ・5～6歳（幼稚園の年長クラス相当）の子どもを想定

ねらい

- ・生産者や食事の作り手のことを考えつつ、食べ物を大切にする心を育てるこ
- ・食品ロスを減らす3つのコツ（買いすぎない、作りすぎない、食べ残さない）を身につけること

①「ぜんぶたべたよ！」
(令和3年度制作)

【主な展開】

- ・子どもが親と一緒に料理を作る
⇒ 普段の食事のありがたさを感じる
- ・生産者、物流、小売業の俯瞰図を入れる
⇒ フードサプライチェーンを意識

②「たべものかいじゅうあらわる！？」
(令和4年度制作)

【主な展開】

- ・イベントの裏で大量の食品ロスが発生
⇒ 作りすぎ、食べ残しの問題を意識
- ・食べ物に恵まれない星のキャラクター
⇒ 貧困、飢餓の問題を意識

② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和3年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
3. 令和4年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
4. 最後に

2. 令和3年度の啓発絵本

(1) 概要

タイトル：ぜんぶたべたよ！

作：小原 麻由美

絵：藤井 孝太

監修：東京家政学院大学 教授 上村 協子
四国大学 講師 勝浦 美和

あらすじ：体調のすぐれないお母さんを心配したゆうきくんは、
お父さんと一緒に夕飯のシチュー作りに挑戦する。
ゆうきくんは料理を通じて、食材の生産者や、
日ごろ料理をしてくれる人の愛情・ありがたさを実感する。



▲啓発絵本の表紙

調査方法

対象エリア	徳島県
対象施設と数	幼稚園（公立26か所、私立11か所、国立大学附属 1か所）
対象者	園児（年長クラス）とその保護者、各幼稚園教諭
実施時期	令和4年6月
アンケート調査方法	読み聞かせ後に回答
啓発絵本の配布数	333冊（園向け53冊、保護者向け280冊）
アンケート回収率	64.8%（園：92.3%、保護者：59.6%）

2. 令和3年度の啓発絵本

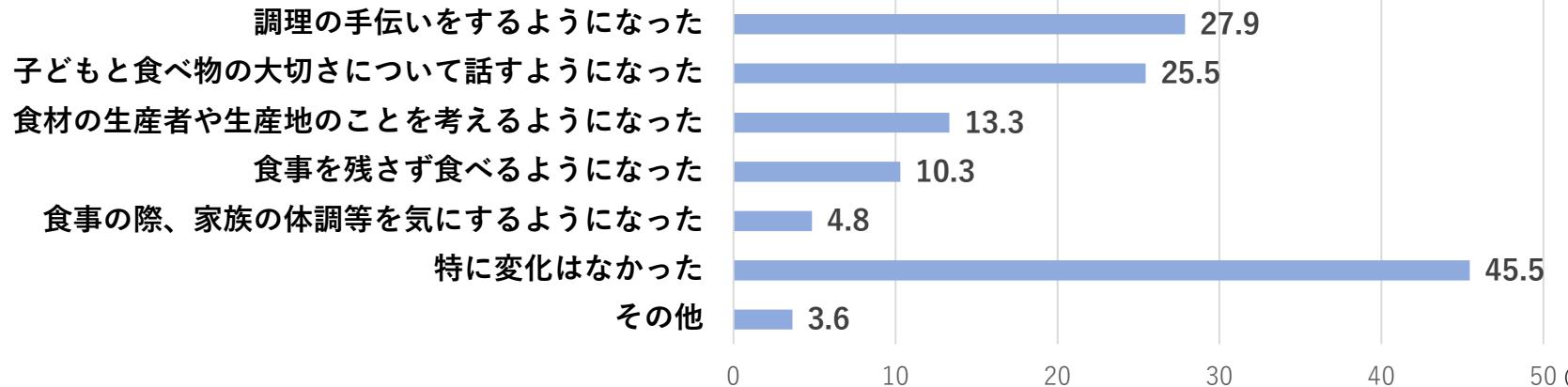
(2) アンケート調査の結果①



※速報

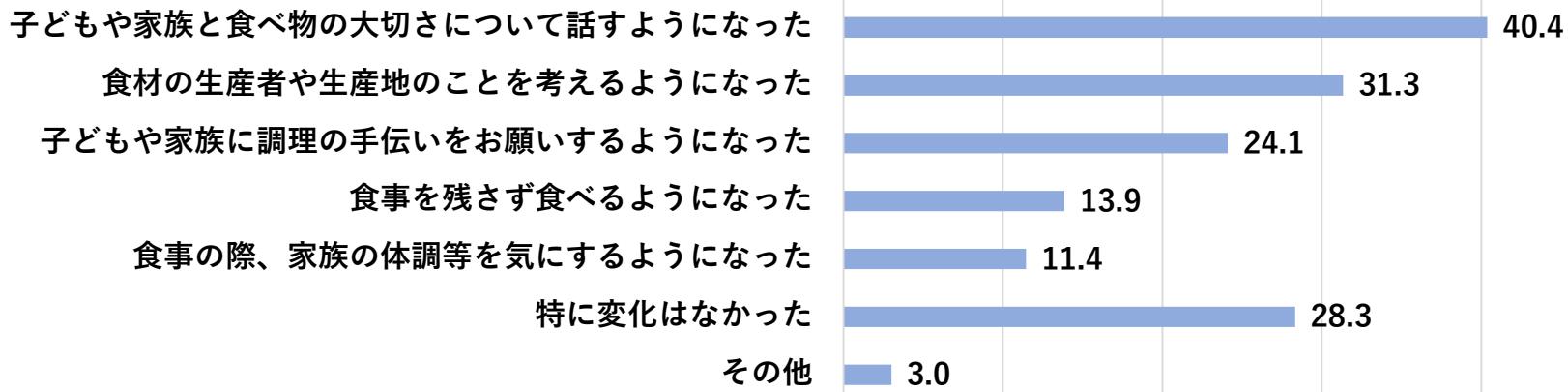
・読み聞かせ後の、子どもの行動変化（複数選択可）

(n=165)



・読み聞かせ後の、保護者の行動変化（複数選択可）

(n=166)



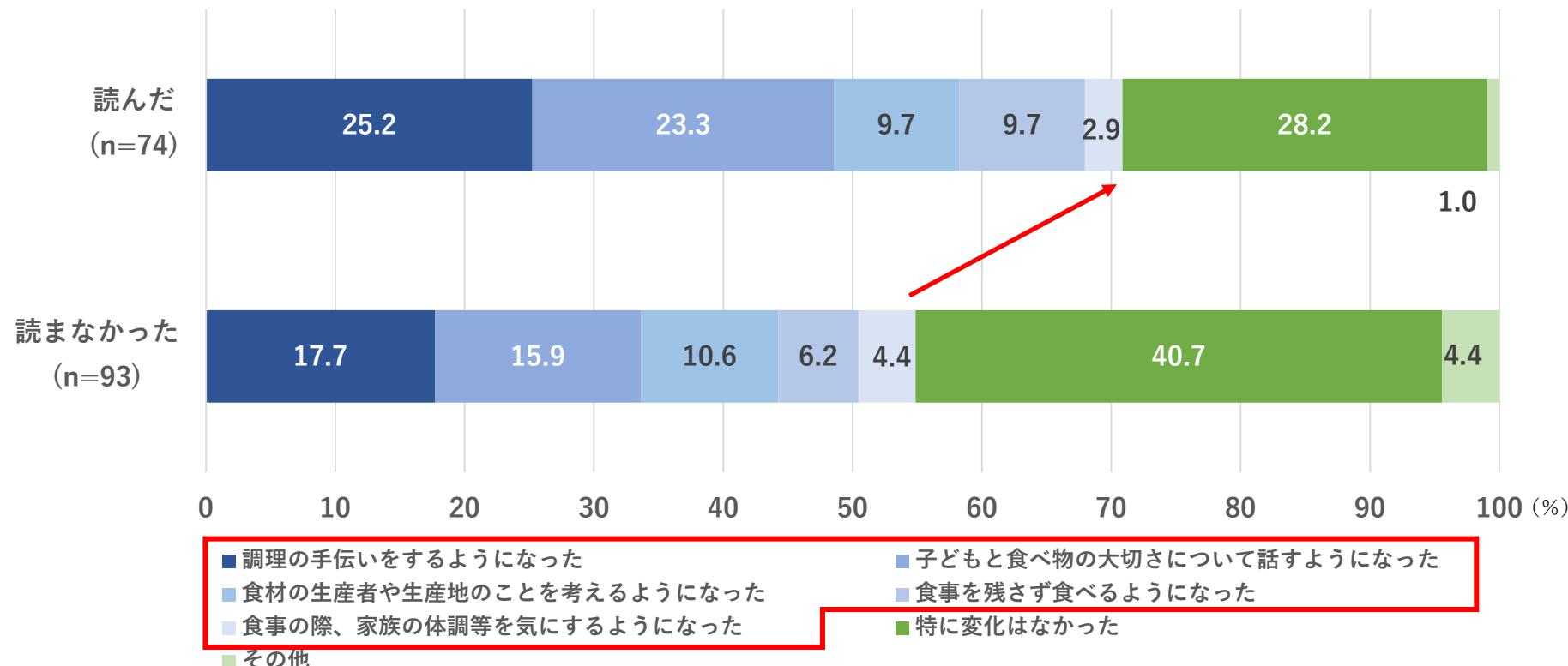
2. 令和3年度の啓発絵本

(2) アンケート調査の結果②



※速報

- ・読み聞かせの後、子どもは自ら進んで啓発絵本を読んだか
- ・読み聞かせ後の、子どもの行動変化（複数選択可）



➡ 啓発絵本を読み返した子どもは、食品ロス削減につながる行動がより増えている

2. 令和3年度の啓発絵本

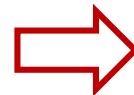
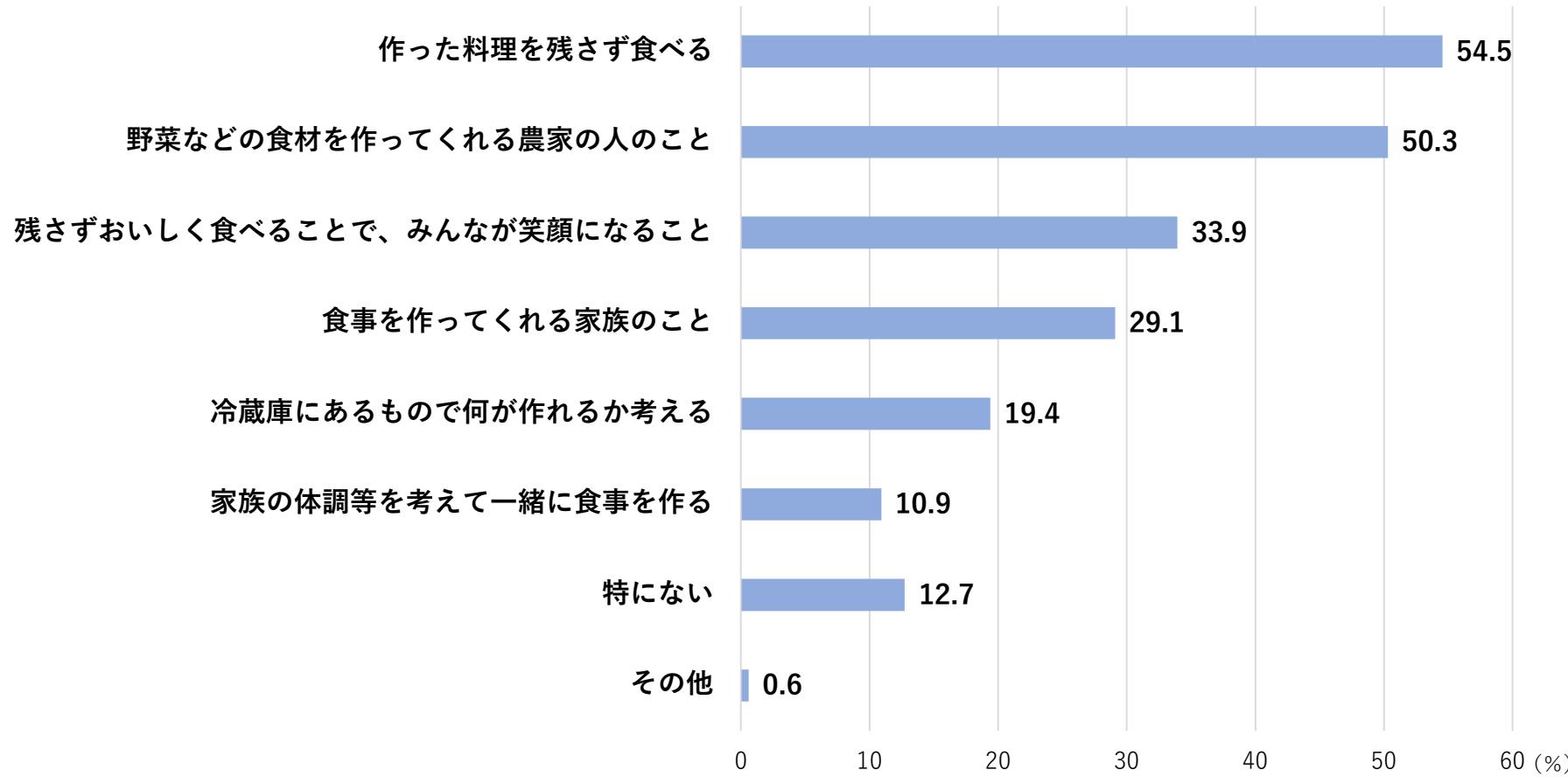
(2) アンケート調査の結果③



※速報

- ・読み聞かせの後、家庭で話し合った内容（複数選択可）

(n=165)



家庭における食品ロスに関するコミュニケーションのきっかけとなった



2. 令和3年度の啓発絵本

(2) アンケート調査の結果④

読み聞かせを行った保護者・先生の声（一部抜粋）

絵本を読んでから、食材の生産者さんことを気にする会話が子どもたちから出てうれしく思いました。残したらもったいないという意識がでてきたと思います。私自身も子どもの食べられる量、その日の体調に合わせて量を考えてお皿に盛りつけるようにすることで、残すことも減り、お互いストレスがなくなりました。（保護者）

親から口頭で「(食べ物を)残したら、もったいないよ。」「作っている人の気落ちを考えてごらん。」と言っても、子供にとってはお説教の様に聞こえてしまうのか、右から左へ聞き流されてしまいますが、絵本を通してお話しすると、子供の心にストンと気持ち良く届いてくれた様に感じました。（保護者）

絵本を読んで、食事を作ってくれる家族の事、野菜や色々な食品を作ってくれる生産者の人達の事など今まで以上に考えたり知ろうとするきっかけになりました。子供にも伝えやすく分かりやすい絵本でした。（保護者）

子どもたちの心に残る1冊となっています。大好きなお母さんが体調を崩すことに感情移入して見入る子も見られました。子どもたちの方から「読んで」と言ってもらえる1冊です。（先生）

② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和3年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
3. 令和4年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
4. 最後に

3. 令和4年度の啓発絵本

(1) 概要

タイトル：かいじゅうステップ® SDGs大作戦 たべものかいじゅうあらわる！？

文：あおいけ りょうすけ

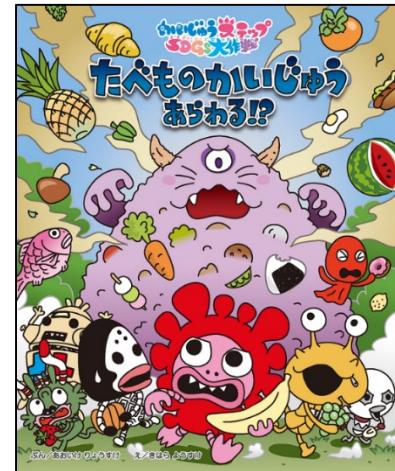
絵：きはら ようすけ

制作・著作：株式会社円谷プロダクション

あらすじ：チョーチイ星で暮らすピグちゃんは、仲間たちと一緒にお祭りを開くことを思いつく。お祭りは盛り上がったが、翌日、廃棄されたたくさんの食品が「たべものかいじゅう」として襲いかかってきた。ピグちゃんたちは食べ物を粗末にしたことを反省し、かいじゅうの正体・アンノン星人のアンちゃんと仲直りする。

調査方法

対象エリア	中国・四国地方
対象施設と数	国立大附属幼稚園（10か所）
対象者	園児（年長クラス）とその保護者、各幼稚園教諭
実施時期	令和4年10月
アンケート調査方法	読み聞かせの前後に回答（計2回）
啓発絵本の配布数	332冊（園向け10冊、保護者向け322冊）
アンケート回収率	91.4%（園：94.1% 保護者：91.3%）



▲啓発絵本の表紙

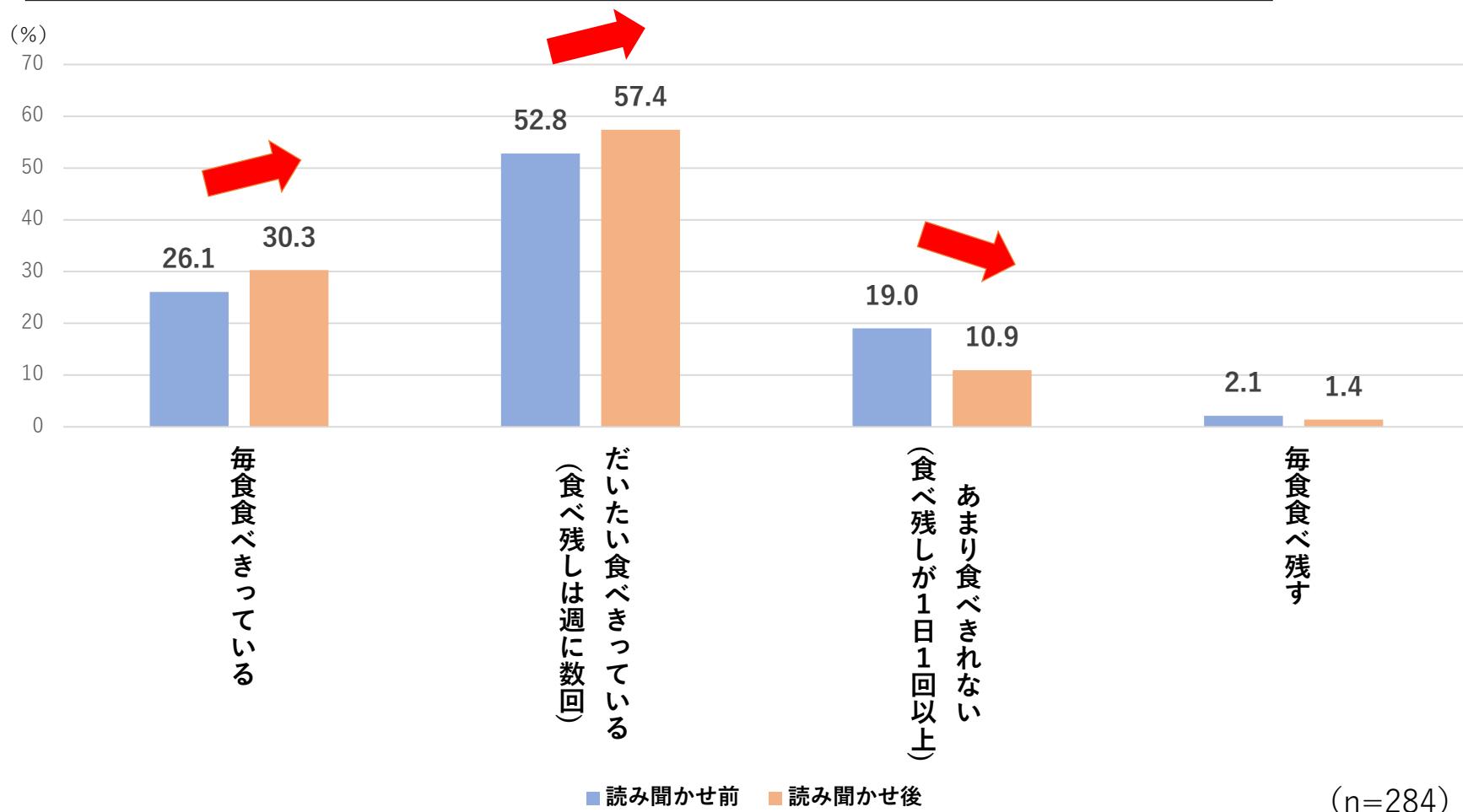
3. 令和4年度の啓発絵本

(2) アンケート調査結果①



※速報

- 読み聞かせの前後における、子どもが食事を完食する頻度の変化



→ 読み聞かせ後には、食事を食べきれる子どもの割合が増加した

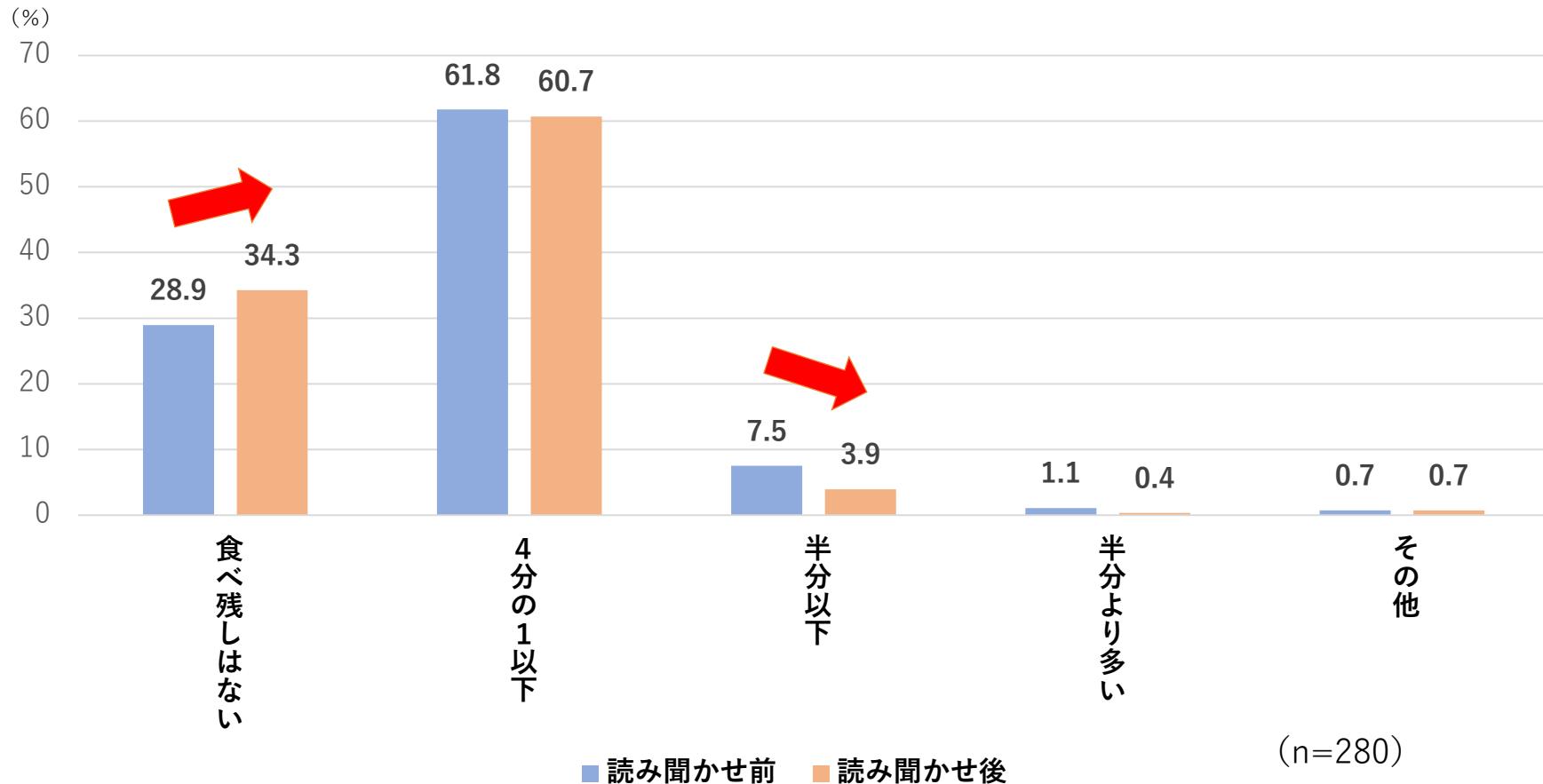
3. 令和4年度の啓発絵本

(2) アンケート調査結果②



※速報

- ・読み聞かせの前後における、子どもが1回の食事で残す量の変化



→ 読み聞かせ後には、子どもの食べ残しの量が減少した

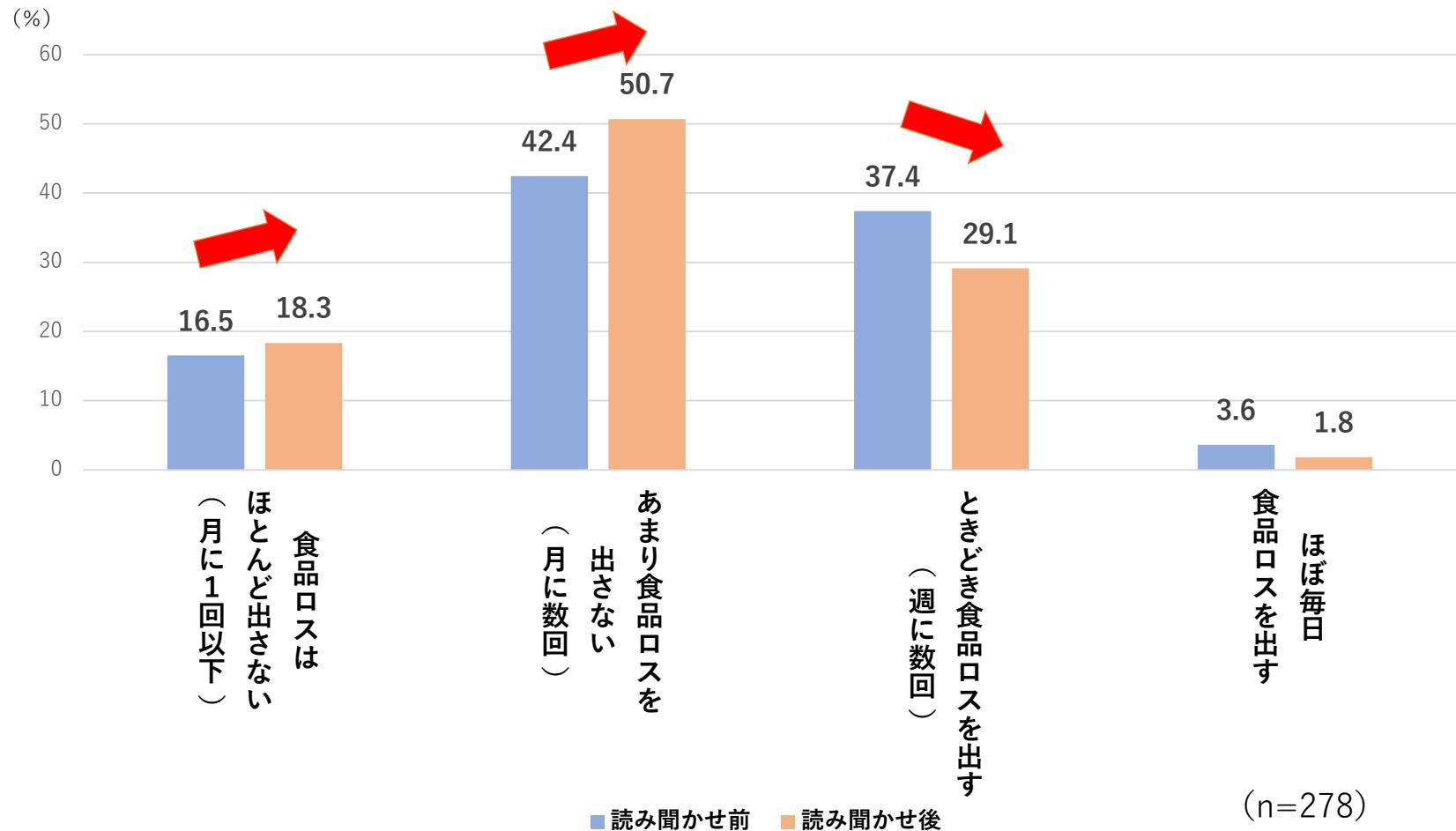
3. 令和4年度の啓発絵本

(2) アンケート調査結果③



※速報

- ・読み聞かせの前後における、保護者が出す食品ロス量の変化



→ 読み聞かせを行った保護者の食品ロス量も減少した

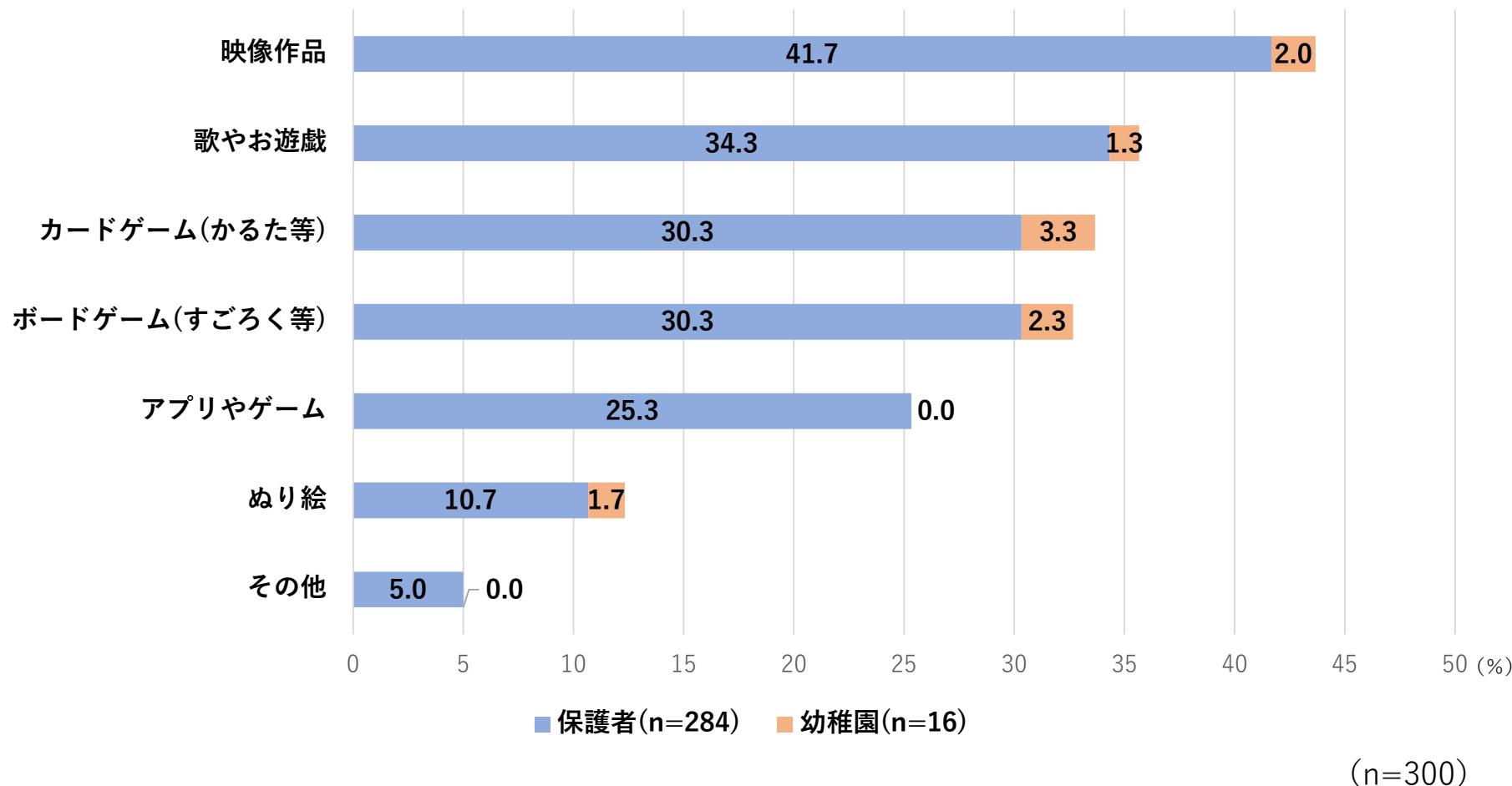
3. 令和4年度の啓発絵本

(2) アンケート調査結果④（参考資料）



※速報

- ・食品ロス削減啓発資料について、啓発絵本以外にあればよいと思うもの（複数選択可）



3. 令和4年度の啓発絵本

(2) アンケート調査結果⑤



読み聞かせを行った保護者・先生の声（一部抜粋）

絵本を通じて**親子で食品ロスについて考える良いキッカケ**となりました。子供も「ご飯を残さないようにしないといけないね」と話しており、以前より食べ残す回数が少し減った気もします。（保護者）

本を読んでから、「どうして食べ残すことがいけないの？」「どうして買すぎはよくないの？」という**問い合わせに、こちらも答えられるよう**になりました。それと同時に、捌かれた魚や肉、きれいに作ってくれた野菜やくだもの、それらをまた料理として提供してくれた人に対し、心から、「ご馳走さまでした」と言えるようになったと思います。命についても、学ぶ機会になりました。（保護者）

一緒にスーパーへ買い物に出かけた際、「**手前から取らないかんね**」と前から並べられている牛乳をかごに入れてくれました。私からは何も声かけしていないのに…感心した出来事がありました。

家庭の中の会話で**「食品ロス」というワードが増えた**様に思います。（保護者）

「食べ物を残すともったいないから全部食べるようにする」と次の日の弁当の時間に言っていました。（先生）

② 食品ロス削減啓発絵本の活用に関する調査

1. モデルプロジェクトの概要
2. 令和3年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
3. 令和4年度の啓発絵本
 - (1) 概要
 - (2) アンケート調査結果
4. 最後に

4. 最後に



啓発絵本の活用に関する調査以外に行ったその他の取組

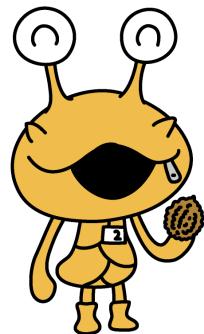
- ・委託事業者と連携した啓発活動、読み聞かせ動画の配信
- ・消費者庁Webサイトへの掲載、図書館等への寄贈
⇒ より幅広い年齢層や、より多くの家庭に向けた食品ロス削減啓発にも寄与

今後の啓発活動に向けて

- ・家庭や幼稚園における読み聞かせを通じて、**子どもや保護者が食品ロスに関心を持ち**、削減に向けてできることを話し合っていた
- ・食事の食べ残しが減少したほか、「てまえどり」など、**啓発絵本の中で紹介されたことを 実行に移した**家庭もあった
- ・今後も、様々な年代に向けた分かりやすい啓発資材が必要と考えられる



御清聴ありがとうございました



カネちゃん



ピグちゃん



ミミちゃん

かわいじゅうステップ
エスディージーズ・ザ・イマクセント
SDGs大作戦