

食品ロス削減に向けた消費者庁の取組

平成25年8月2日
消費者庁

1. 24年度における主な取組

(1) ホームページ「食べもののムダをなくそうプロジェクト」開設

当庁ホームページに専用ページを設け、消費者への周知を図った。

※主な掲載内容

- ①食品ロス削減関係省庁等連絡会議の資料等
- ②関係省庁や企業、団体等の取組みに係るページへのリンク

(2) 消費者を対象としたパンフレットの作成

自治体等のイベント等での活用を通じて消費者に食品ロスの削減に取り組んでいただくよう広く呼びかけた。

※主な掲載内容

- ①食品ロスの現状
- ②食品ロス削減のために取り組んでいただきたい例
(賞味期限の正しい理解、必要に応じた買い物、食べ残しを出さないような献立や調理の工夫)

(3) シンポジウムへの後援等

- ① 農林水産省補助事業による「食品ロス削減シンポジウム」に対する協力（後援、パネリスト紹介、開催周知等）。
- ② フードロス・チャレンジ・プロジェクト「キックオフシンポジウム＆ワークショップ」への後援。

(4) 政府広報への協力

農林水産省と連携し、政府広報を作成（テキスト、動画、ラジオ等）。

(5) 消費者教育推進のための体系的プログラム研究会での検討

「消費者教育の体系イメージマップ」を活用し食品ロスの位置づけを整理し、消費者教育の展開例を示した。【参考①】

※消費者教育の体系イメージマップの概要

消費者教育の重点領域をタテ軸に、幼児期から高齢期までの

ライフステージ各時期をヨコ軸に配置し、その交わったボックスに教育内容(学習目標)を記したマトリックス状の一覧表。

2. 25年度における主な取組（予定含む）

（1）「消費者基本計画」への記載

重点施策のひとつとして、「食品ロス削減その他の消費者自身の意識改革による社会問題への対応」を盛り込んだ。

（2）「消費者教育の推進に関する基本的な方針（基本方針）」の策定

文部科学省とともに、今後の消費者教育の推進の指針となる「基本方針」を作成。【参考②】

※基本方針の概要

「誰もが、どこに住んでいても、生涯を通じて、様々な場で消費者教育を受けることができる機会を提供する」ために、国や地方公共団体の消費者教育の施策の指針となるだけでなく、様々な消費者教育の担い手の指針ともなるもの。

消費者市民社会の概念を明示し、環境教育や食育等の関連する教育との連携を示すなどにより、食品ロスを消費者教育のテーマとして位置づけ。

（3）地方自治体の協力を得た啓発事業や調査

地方自治体において「先駆的プログラム」として実施した内容や結果を消費者庁にて取りまとめて全国にフィードバック。

（予算額：500,000千円の一部）

（4）学識経験者及び消費者団体等の有識者による検討会（3回程度）

消費者が食品ロスを削減するために必要な知識、消費者に対する効果的な普及啓発の内容及び手法を検討（例：シンポジウムの開催、リーフレットの作成・配布）。【参考③】

（予算額：4,433千円）

（5）アンケート調査

内閣府における青少年意見募集事業を活用し、食品ロスに係る意識を調査。

以 上

展開モデル3 親子で取組む「食品ロス」の削減活動

【幼児期】【成人期】X【持続可能な消費の実践】

各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成入期	Ver.1.0
	重点領域	特に若者	特に高齢者			
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に興味を持とう	消費をくる物と金銭の流れを考えよう	消費者の行動が環境や経済に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を考えよう	生産・流通・消費・廃棄が環境・経済・社会に与える影響を考えよう
商品等の安全	持続可能な消費の実践	身の回りのもの大切にしよう	自分の生活と身近な環境の使い方などを工夫しよう	持続可能な社会を目指してマイスタイルをめざそう	持続可能な社会を目指してマイスタイルをめざしよう	持続可能な社会を目指してマイスタイルについて伝え合おう
生活の管理と契約	消費者の参画・協働	協力することの大切さを知ろう	身近な消費者問題に目を向ひよう	身近な消費者問題及び社会課題の解決や、公正な社会の形成について考えよう	消費者問題の他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向け行動の場を広げよう	えらいながら奮闘して消費者問題の他の社会課題を解決し、公正な社会をつこう
情報とメディア	商品安全の理解と危険を回避する能力	らしの中の危険や、もの的安全な使い方にあつこう	危険を回避し、物を安全に使う手を知り、使うよう	安全で危険の少ない暮らし方をする習慣をつけよう	安全で危険の少ない暮らし方をする習慣をつけよう	安全で危険の少ない暮らしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	困ったことがあから身近な人に伝えよう	困ったことがあから身近な人に伝えよう	販売方法の特徴を知り、トラブル解決の法律や制度、相談機関を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関の利用方法を知ろう	えらいながらトラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しよう
	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やつまりを守ろう	物の選び方、買いかたを考え直し、よりよい契約の大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するときに、開いたりそなうルールを知り、よりよい契約の大切さを理解しよう	契約の内容、ルールを理解し、よく確認して契約する習慣をつけよう	契約トラブルに遭遇しない、暮らしの知恵を伝え合おう
	生活を設計・管理する能力	欲しいものがあったときはよく考え、時にはお持するこをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう	主体的に生活設計を立てて、生活を計画的に行なう	生活を見直し、より実践的な生活をめざして、生活設計を実施しよう	生活環境の変化に応じ、生活を見直し、より実践的な暮らしをしよう
	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報をまとめてみよう	情報に関する情報の使い方や活用の仕方を知ろう	消費者に関する情報の収集や発信の技能を身につけよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身につけよう	えらいながら情報技術を活用しよう
	情報社会のルールや情報モラルの理解	自分や家族を大切にしよう	自分や知人の個人情報を守るなど、情報モラルを知ろう	著作権や発信した情報への責任を知ろう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつけよう	えらいながらトラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつこう
	消費生活情報に対する批判的思考力	身の回りの情報から「なぜ」「どうして」を考えよう	消費生活情報の目的や特徴、選択の大切さを知ろう	消費者情報の評価、選択の方法についてどうか、差思決定の大切さを知りよう	消費者情報を主体的に吟味する習慣をつけよう	えらいながら消費生活情報を上手に取り入れよう

※本イメージマップで示す内容は、学校、家庭、地域における学習内容について体系的に組み立て、理解を進めやすいうように整理したるものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

1. 目標の説明

「身のまわりのものを大切にしよう」

「持続可能な社会を目指したライフスタイルを実践しよう」

消費者が、単なる商品やサービスの受け手としてではなく、消費を個人の欲求を満たすものとのみ捉えず、社会、経済、環境等に消費が与える影響を考慮した選択や行動によって公正で持続可能な発展に貢献することが強く求められている。それは、大量生産・大量消費・大量廃棄の波に流されて漂流する存在から、持続可能な社会・経済に向けた舵取り役となることである。

以上のような考え方から、環境負荷の少ない商品の選択や、環境保全の活動の重要性が言われてきている。積極的な活動だけでなく、普段の生活の中で少しづつ配慮することにより、持続可能な社会を目指すのがこの目標である。

2. 他の対象領域、ライフステージとの関係

自己の判断により行動を決定するという点では、生活の管理と契約の領域にも深く関わる。また、ここでは特に成人期と幼児期との取組としてとりあげているように、全てのライフステージに関わるといえる。

3. この目標に関連して起こりうる問題等

食品廃棄物のうち、食べられるのに廃棄される食品、いわゆる「食品ロス」は年間約 500～800 万トン※と試算されている。（※平成 21 年度推計）

この数量は、我が国の米の年間収穫量約 813 万トンに匹敵するといえる。

また、食品ロスの約半分は、一般家庭からのものであり、家庭における一人当たりの食品ロス量は、年間約 15 キログラムと試算されている。これは、一度の食事で食べる御飯の量を 250 グラムと仮定した場合、その 60 食分に相当する。

他方で発展途上国では食糧不足が深刻で、世界規模の食糧危機が懸念される。

4. この目標を身に付けるための情報

食べ物のムダをなくそうプロジェクト（消費者庁）

http://www.caa.go.jp/adjustments/index_9.html

フードアクションニッポンホームページ

<http://www.syokuryo.jp/action/disposal.html>

食べ残しを減らそう県民運動（長野県）

<http://www.pref.nagano.lg.jp/kankyo/haiki/tabekiri/index.htm>

もぐもぐマンとザンパン星人（川崎青年会議所）

<http://www.kawasaki-jc.or.jp/mz.pdf>

・・・

5. 展開例

【講座案】

消費者庁ホームページに掲載の資料を題材として、大人たちが話し合い、そこから日々の生活の中でできる活動を考える。身近な活動が世界規模の問題に結びついていることを理解する。

◎40～50 分

◎講師は教える役割ではなく、検討を促す進行役を務める。

◎子ども（幼児を含む。）とその親、10 名程度の小グループで実施

導入 5分

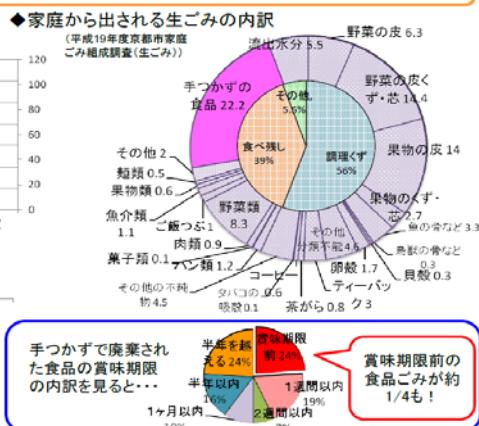
- あいさつ
- 食べ物の好き嫌いを尋ねる
 - ・食べ残しはどんなときにするか?
 - ・まだ食べられるのに捨ててしまったことはあるか?

展開 30分

☆食品ロス問題について知る

家庭における食品ロス削減の状況

- 人口減少や高齢者増加により世帯における一人あたり食品の使用量の減少とともに、食品ロス率は消費者意識の高まりもあって減少傾向にある。
- 家庭から出された生ごみのうち、食べ残しが38%を占めており、その半分以上が手つかずの食品である。また、手つかずのまま廃棄された食品のうち、賞味期限前のものが約4分の1を占めている。
- 食品ロス率の高い単身世帯に対する取組や賞味期限に対する正しい理解など食品ロス削減に向けた取組が引き続き重要である。



- 資料を見ながら(食品ロスの現状についてグループごとに)意見を出し合う

→「もったいない」という感覚を子ども世代に伝える。

☆食品ロス問題に対してできることを親子で考える

出来ることから始めてみませんか

食品関連事業者も、過剰在庫や返品等によって発生する食品ロス削減に向けて動き出しています。
消費者の皆様も、食品ロスの削減に向けてご協力をお願いします。

「ムダ」を意識しましょう！



○消費期限・賞味期限を正しく理解
賞味期限は「おいしく食べることのできる期限」であり、賞味期限を過ぎてもすぐに食べられなくなるわけではありません。
すぐに廃棄するのではなく、見た目やにおい等の五感を使って食べられるかどうかを判断することも必要です。



○買い物で買いつぎない

必要な食品を、必要な時に、必要な量だけ購入し、消費することが、家庭における食品ロスを削減するためには重要です。



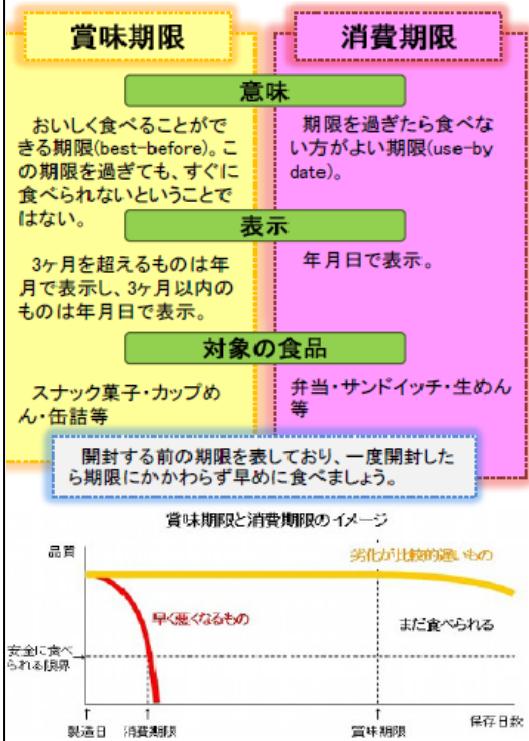
○調理で作りすぎない

食べきれなかったものは他の料理に作りかえておいしく食べるなど、食材を無駄なく食べるために調理方法や献立の工夫に取り組みましょう。

- 消費者庁啓発チラシを参考に各家庭でできることを話し合う→発表

☆問題をより理解するためのキーワードを学ぶ(関連資料を準備)

- 「賞味期限」「消費期限」の違いを知る。
- 「フードバンク」活動を知る。



まとめ 5分

- もったいないという気持ちを行動に結びつける工夫を考える
- 自分でできること、製造者・販売者がしなければいけないことがあることを意識する。

発展課題

☆フィールドワーク

- 社会のために、自分でできることを考えて、地域の活動をさがして、出かけてみよう。

～フードバンク活動とは～

- ・ 包装の印字ミスや賞味期限が近いなど、食品の品質には問題がないが、通常の販売が困難な食品・食材を、NPO等が食品メーカー等から引き取って、福祉施設等へ無償提供するボランティア活動。
- ・ 米国では年間200万トンの食品が有効活用。
- ・ 日本ではNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンが最大の規模（2010年の食品取扱量は813トン）
- ・ 同法人を含む全国の11団体がネットワークを構築し、活動を推進。

○米、パン、めん類、生鮮食品、菓子、飲料、調味料、インスタント食品等様々な食品が取り扱われています。

など

「消費者教育の推進に関する基本的な方針」抜粋

3 他の消費生活に関する教育と消費者教育との連携推進

推進法第3条第7項では、「環境教育、食育、国際理解教育その他の消費生活に関する教育に関する施策との有機的な連携を図」ることを求めており、これらの消費生活に関する教育の目的、内容や対象範囲は、それぞれ異なるものであるが、消費者の自立を支援し、また、消費者市民社会の形成に参画することの重要性について理解及び関心を深める消費者教育と重なる部分も少なくない。これらの教育と消費者教育の関係を明確化して、推進することにより相乗効果をもたらす。内容の関わりに留意の上、特に地域や家庭、職域においては、両者において使用される教材等のコンテンツの共通化等を通じて、互いの教育の内容を織り込んだり、連携して実施、展開等することにより、効果的・効率的に教育を推進することができる。

そのため、次のように連携する教育と消費者教育の連携の方向性について共通の認識に立って、関係府省庁はもとより、地方公共団体を始めとした地域等で活動する多様な主体が、限られた人材や資源を活用し、密接に連携・協働することが必要である。国は、消費者教育推進会議を活用し、効果的・効率的に推進できるよう、継続的に各教育の実施状況を把握するとともに、連携の事例等を収集、提供する。

(環境教育)

環境教育は、環境教育等による環境保全の取組の促進に関する法律（平成15年法律第130号）に基づいて推進されている。持続可能な開発のための教育（Education for Sustainable Development: ESD）の視点を取り入れた環境教育の実践が特に重要である。

このため、環境教育の現場においては、環境に対する知識や考えのほか、社会の多様性や将来に対する責任、資源やエネルギーの有限性など、自ら考え、自ら行動する人づくりを推進している。

こうした施策は、生産・流通・消費・廃棄の社会経済システムの理解や環境とのバランスを考えた日常の消費生活や事業活動等へ結び付くものであり、消費者教育の側面からも効果的である。

消費生活の足場ともいえる環境保全や、そのために行われる環境教育は、持続可能な消費の実践を目指す消費者教育との関わりが深いので、その点を意識して連携を図ることで消費者教育の効果も高まる。

(食育)

食育は、食育基本法（平成17年法律第63号）に基づいて、推進されている。食育を、生きる上での基本であって、知育、德育及び体育の基礎となるべきものと位置付けるとともに、様々な経験を通じて「食」に関する知識と「食」を選択する力を習得し、健全な食生活を実践することができる人間を育てる食育を推進することが求められている。食育の取組の中で、マナーの習得、「もったいない」という意識のかん養、食品ロスの削減や地産地消の推進といった取組は、持続可能な社会の形成を目指す消費者教育の課題でもある。また、栄養バランス等の観点から適切な食生活を選択すること、食品の安全性に関する知識と理解を深めること等は、栄養表示を含めた食品表示の適切な理解を始め、食における危険を回避する能力を育む消費者教育と密接な関係がある。このように食育の内容は、消費者教育の重要な要素であり、積極的な推進に努める。

全国において食育推進運動が、国民、民間団体等の自発的意思を尊重し、地域の特性に配慮し、地域住民や多様な主体の参加と協力を得て、連携を図りつつ展開されているが、その担い手と消費者教育の国民運動の担い手が、両者の一体的な関係を認識して、連携・協働して推進することにより消費者教育の実践の場を広げることが期待される。

(国際理解教育)

国際理解教育は、社会経済の国際化の進展に合わせ、海外の文化や外国人の人々との接点を理解させ、地球規模の社会問題（環境や資源など）を考えさせることなどをねらいとしている。これは内外の社会情勢及び地球環境に与える影響を自覚するという点で消費者市民社会の形成に向けた教育と深く関係しており、消費者教育の重要な要素と位置付けられる。