

## 消費者庁におけるこれまでの周知・啓発事例

- 消費者教育の体系イメージマップ
- パンフレット
- 映画「おしん」とのタイアップチラシ

# 消費者教育の体系イメージマップ

	各期の特徴	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期		
						特に若者	成人一般	特に高齢者
Ver.1.0								
重点領域								
消費者市民社会の構築	各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味を通して、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期	周囲の支援を受けつつも人生での豊富な経験や知識を消費者市民社会構築に活かす時期
	消費がもつ影響力の理解	おつかいや買い物に関心を持つ	消費をめぐ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る習慣を身につけよう	生産・流通・消費・廃棄が環境、経済、社会に与える影響に配慮して行動しよう	消費者の行動が環境、経済、社会に与える影響に配慮することの大切さを伝え合おう
	持続可能な消費の実践	身の回りのものを大切にしよう	自分の生活と身近な環境とのかかわりに気づき、物の使い方などを工夫しよう	消費生活が環境に与える影響を考え、環境に配慮した生活を実践しよう	持続可能な社会を目指して、ライフスタイルを考えよう	持続可能な社会を目指したライフスタイルを探そう	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	持続可能な社会に役立つライフスタイルについて伝え合おう
	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けよう	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	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協働して取り組むことの重要性を理解しよう	消費者問題その他の社会課題の解決や、公正な社会の形成に向けた行動の場を広げよう	地域や職場で協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう	支え合いながら協働して消費者問題その他の社会課題を解決し、公正な社会をつくろう
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力	くらしの中の危険や、ものの安全な使い方に気づこう	危険を回避し、物を安全に使う手がかりを知ろう	危険を回避し、物を安全に使う手段を知り、使おう	安全で危険の少ないくらしと消費社会を目指すことの大切さを理解しよう	安全で危険の少ないくらしをする習慣をつけよう	安全で危険の少ないくらしと消費社会をつくろう	安全で危険の少ないくらしの大切さを伝え合おう
	トラブル対応能力	困ったことがあったら身近な人に伝えよう	困ったことがあったら身近な人に相談しよう	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、相談機関の利用法を知ろう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用する習慣をつけよう	トラブル解決の法律や制度、相談機関を利用しやすい社会をつくろう	支え合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
生活の管理と契約	選択し、契約することへの理解と考える態度	約束やきまりを守ろう	物の選び方、買い方を考え適切に購入しよう 約束やきまりの大切さを知り、考えよう	商品を適切に選択するとともに、契約とそのルールを知り、よりよい契約の仕方を考えよう	適切な意思決定に基づいて行動しよう 契約とそのルールの活用について理解しよう	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	契約とそのルールを理解し、くらしに活かそう	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	欲しいものがあつたときは、よく考え、時には我慢することをおぼえよう	物や金銭の大切さに気づき、計画的な使い方を考えよう 買い物や貯金を計画的におこなうを考えて使おう	消費に関する生活管理の技能を活用しよう 買い物や貯金を計画的にしよう	主体的に生活設計を立ててみよう 生涯を見通した生活経済の管理や計画を考えよう	生涯を見通した計画的なくらしを目指して、生活設計・管理を実践しよう	経済社会の変化に対応し、生涯を見通した計画的なくらしをしよう	生活環境の変化に対応し、支え合いながら生活を管理しよう
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力	身の回りのさまざまな情報に気づこう	消費に関する情報の集め方や活用の方を知ろう	消費生活に関する情報の収集と発信の技能を身につけよう	情報と情報技術の適切な利用法や、国内だけでなく国際社会との関係を考えよう	情報と情報技術を適切に利用する習慣を身につけよう	情報と情報技術を適切に利用するくらしをしよう	支え合いながら情報と情報技術を適切に利用しよう
	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	望ましい情報社会のあり方や、情報モラル、セキュリティについて考えよう	情報社会のルールや情報モラルを守る習慣をつけよう	トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう	支え合いながら、トラブルが少なく、情報モラルが守られる情報社会をつくろう
	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	消費生活情報の評価、選択の方法について学び、意思決定の大切さを知ろう	消費生活情報を評価、選択の方法について学び、社会との関連を理解しよう	消費生活情報を主体的に吟味する習慣をつけよう	消費生活情報を主体的に評価して行動しよう	支え合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、理解を進めやすいように整理したものであり、学習指導要領との対応関係を示すものではありません。

## 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】

	幼児期	小学生期	中学生期	高校生期	成人期	Ver.1.0
各期の特徴	様々な気づきの体験を通じて、家族や身の回りの物事に関心をもち、それを取り入れる時期	主体的な行動、社会や環境への興味をもち、消費者としての素地の形成が望まれる時期	行動の範囲が広がり、権利と責任を理解し、トラブル解決方法の理解が望まれる時期	生涯を見通した生活の管理や計画の重要性、社会的責任を理解し、主体的な判断が望まれる時期	生活において自立を進め、消費生活のスタイルや価値観を確立し自らの行動を始める時期	精神的、経済的に自立し、消費者市民社会の構築に、様々な人々と協働し取り組む時期
重点領域						
消費者市民社会の構築	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働	消費がもつ影響力の理解 持続可能な消費の実践 消費者の参画・協働
商品等の安全	商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力	商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力	商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力	商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力	商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力	商品安全の理解と危険を回避する能力 トラブル対応能力
生活の管理と契約	選択し、契約する態度 生活設計・管理する能力	選択し、契約する態度 生活設計・管理する能力	選択し、契約する態度 生活設計・管理する能力	選択し、契約する態度 生活設計・管理する能力	選択し、契約する態度 生活設計・管理する能力	選択し、契約する態度 生活設計・管理する能力
情報とメディア	情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力	情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力	情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力	情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力	情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力	情報の収集・処理・発信能力 情報社会のルールや情報モラルの理解 消費生活情報に対する批判的思考力

※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、理解を進めやすいように整理したものであり、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ず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](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?

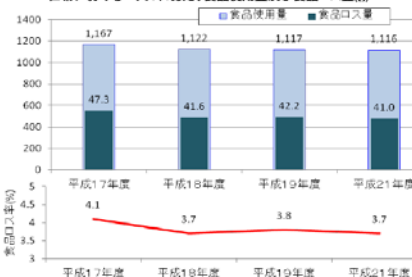
## 展開 30分

### ☆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

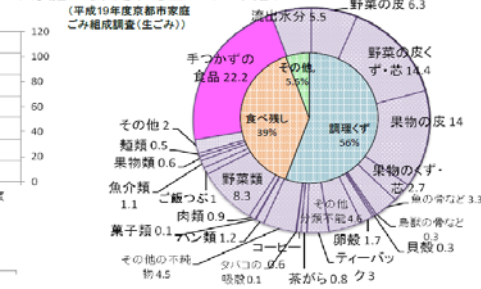
- 人口減少や高齢者増加により世帯における一人あたり食品の使用量の減少とともに、食品ロス率は消費者意識の高まりもあって減少傾向にある。
- 家庭から出される生ごみのうち、食べ残しが3.8%を占めており、その半分以上が手つかずの食品である。また、手つかずのまま廃棄された食品のうち、賞味期限前のものが約4分の1を占めている。
- 食品ロス率の高い単身世帯に対する取組や賞味期限に対する正しい理解など食品ロス削減に向けた取組が引き続き重要である。

#### ◆世帯における食品ロス(農林水産省「食品ロス統計調査」)



食品ロス率(%)	平成17年度	平成18年度	平成19年度	平成21年度
計	4.1	3.7	3.8	3.7
単身世帯	5.0	6.4	4.6	4.8
2人世帯	4.5	4.0	4.0	4.2
3人以上世帯	3.9	3.6	3.7	3.4
高齢者がいない	3.7	3.5	3.6	—
高齢者がいる	4.3	3.7	3.7	—

#### ◆家庭から出される生ごみの内訳



○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。



##### ○買い物で買いすぎない

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きるための調理方法や献立の工夫に取り組みましょう。

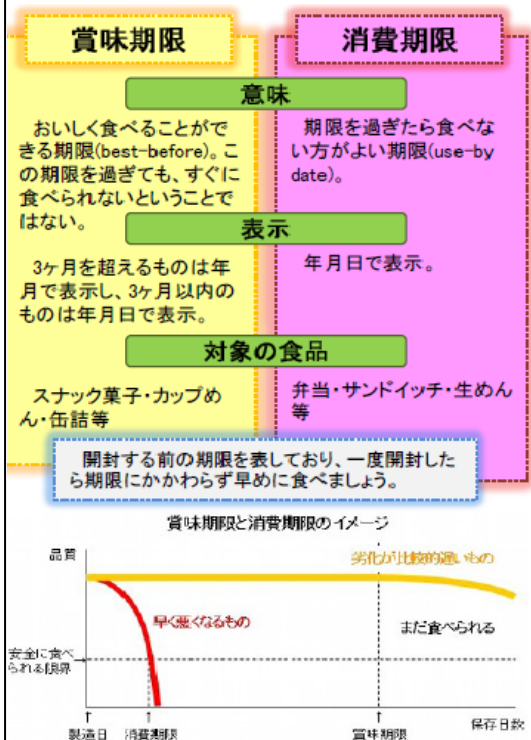


○消費者庁啓発チラシを参考に  
に各家庭でできることを話  
し合う→発表

## ☆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。



### ～ 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・食料を、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

## 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。



# あなたも一年で60食分※の 食べものを無駄にしているかも？！

～食品ロス削減のために、できることから始めよう～

大切なのは、一人一人が「もったいない」を意識して行動すること

家庭の食事だけでも、一人当たりの食品ロス量を試算すれば、一年間で約15キログラムに及び、60回※の食事分に相当します。（※一度の食事で食べるご飯の量を250グラムと仮定）

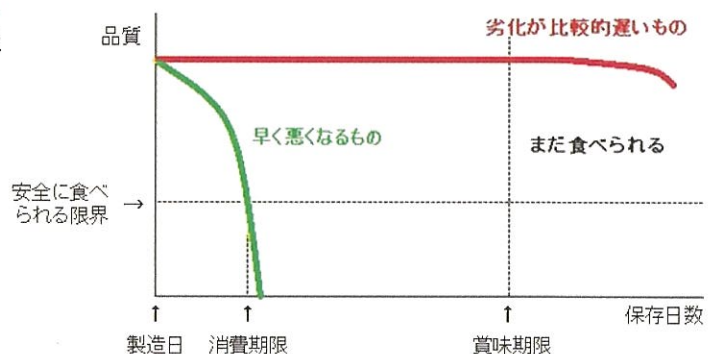
一人一人が「もったいない」を意識して、日頃の生活を見直すことが重要です。

たとえば・・・

## ○賞味期限を正しく理解する

食品の期限表示は、「賞味期限」と「消費期限」の2種類があります。「賞味期限」は、『おいしく食べることのできる期限』です。賞味期限を過ぎてもすぐに廃棄せず、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。

賞味期限と消費期限のイメージ



## ○買い物は必要に応じて

必要な食品を、必要な時に、必要な量だけ購入しましょう。

例えば買い物に出かける前には、冷蔵庫の中をチェックしてみましょう！



## ○調理で作りすぎない／余ったら作りかえる

もし、食べきれなかった場合は、他の料理に作りかえるなど、献立や調理方法を工夫しましょう。下記の消費者庁のリンクでは、関係省庁、自治体、民間団体などの食品ロス削減に向けた取組についてご紹介しています。取組の中には、調理方法などヒントになるような情報もあるので是非ご覧ください。

[http://www.caa.go.jp/adjustments/index\\_11.html](http://www.caa.go.jp/adjustments/index_11.html)



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の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。

## 食品ロスの現状

### ○食品ロスとは？

日本では、年間約1,788万トン※の食品廃棄物が出されています。  
このうち、食べられるのに廃棄される食品、いわゆる「**食品ロス**」は、約500～800万トン※と試算され、我が国の米の年間収穫量約813万トンにほぼ匹敵します。（※平成21年度推計）

### ○食品ロスの約半分は一般家庭から

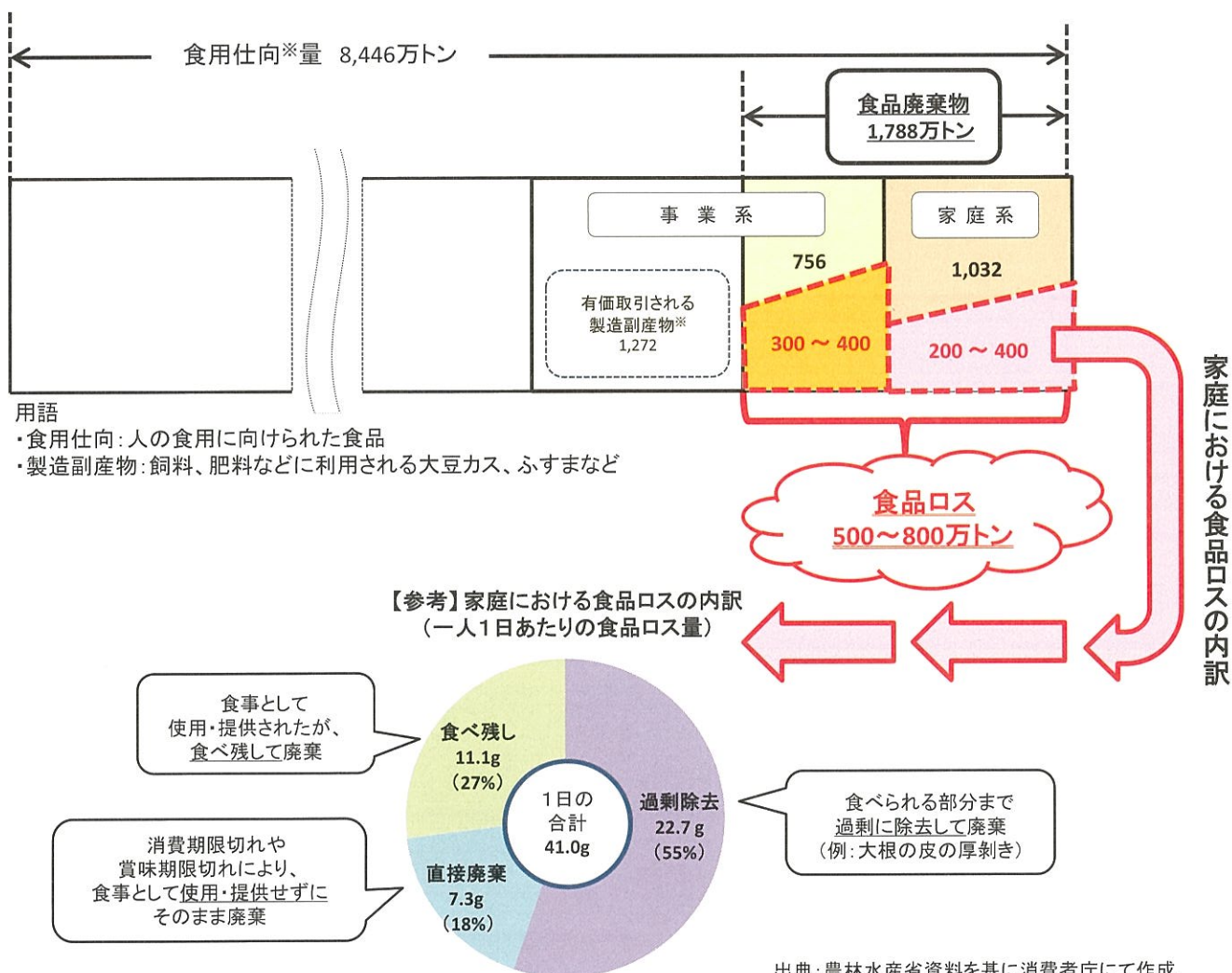
約500～800万トンの食品ロスの約半分は、一般家庭からのものです。

家庭での一人当たりの食品ロス量を試算すれば、一年間で約15キログラムに及び、60回※の食事分に相当します。

（※一度の食事で食べるご飯の量を250グラムと仮定）



捨てられた手付かずの食品例  
～富山県提供～



消費者庁では、食品ロスの削減に向けた情報発信を強化するため、**「食べもののムダをなくそうプロジェクト」**ページを開設しました。

食品ロス削減に取り組む自治体や民間団体なども紹介しています。

☆ホームページ（[http://www.caa.go.jp/adjustments/index\\_9.html](http://www.caa.go.jp/adjustments/index_9.html)）