

食品ロス削減の啓発に関する取組

消費者庁新未来創造戦略本部 溝木 晶子（みぞき・あきこ）

まだ食べられるにもかかわらず捨てられてしまう食品のことを食品ロスという。各家庭の食卓から食品ロスは出ているか、出ているとしたらどのような理由で捨てられているか、考えてみてほしい。おそらく多くの方が「食べきれなかった」「賞味期限を過ぎていた」などの理由を挙げると思われるが、全国各地において同様の理由で多くの食品ロスが発生している。

令和3（2021）年度の日本の食品ロス量は523万トンにものぼり（令和3年度推計（農林水産省・環境省）、このうち約半分の244万トンは家庭から出ている。この家庭の食品ロスを減らすために、消費者一人ひとりが他人事ではなく我が事としてとらえ、持続可能な社会の実現に向けて、身近にできることから実践していく必要がある。

政府としては、令和元（2019）年10月1日に施行された「食品ロスの削減の推進に関する法律」において、消費者に

食品ロスの削減に関する理解と関心を深めてもらうため、毎年10月を「食品ロス削減月間」、10月30日を「食品ロス削減の日」と定め、食品ロスの削減に関し国や地方公共団体、事業者などが連携し、食品廃棄物の発生抑制等に関する施策により食品ロスの削減を推進している。

これを受け、消費者庁新未来創造戦略本部においても、徳島から全国に向けた食品ロス削減啓発に関する事業を行ってきた。

令和2（2020）年度から徳島県内のスーパーマーケットにご協力いただき、「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」（以下「モデル事業」という。）を実施した。店舗内に啓発物を複数掲示し、掲示場所ごとに消費者が啓発物を「見て内容を讀んだ」「割合を調査したところ、購入した商品を袋に詰める作業台（サッカード）の上に設置した啓発用ポ

スターが有効である可能性があった。この結果を踏まえ、令和3（2021）年度は啓発地域を広げ、中国・四国地方のスーパーマーケット約260店舗においてサッカードへ啓発用のデスクマット型ポスターを設置した。令和4（2022）年度には、全国（一部の地域を除く）へと啓発地域を広げ、約2900店舗のスーパーマーケットのご協力のもと、前年度同様にサッカードへ啓発用のデスクマット型ポスターを設置して、一定の成果が見られた。

また、親子で家庭における食品ロスについて考えてもらうため、啓発絵本「ぜんぶたべたよー」及び「かいじゅうステッブ SDGs大作戦 たべものかいじゅうあらわる!?」を作成し、令和4（2022）年度に中国・四国地方の一部の家庭や幼稚園で読み聞かせを実施し、行動や意識の変化を調査した。調査結果から、読み聞かせやその後のコミュニケーションを通じて、食べ物大切にす

る心や、食事を食べきる・食品ロスを出さないといった意識が子どもと保護者の両方で高まったことが確認でき、食品ロス削減の啓発効果が見られた。この啓発絵本は多くの方に読んでいただけるよう、デジタルブックとして消費者庁ウェブサイトに掲載しているほか、円谷プロ公式YouTubeチャンネルにて読み聞かせ動画を公開している。この啓発絵本をきっかけに、各家庭で食品ロス削減について話す機会が生まれれば幸いである。

さらに、今年10月の食品ロス削減月間には、1000件以上の地方公共団体や事業者の方々と連携し、消費者に向けて食品ロス削減に関するメッセージを発信する「SNS媒体を活用した食品ロス削減啓発プロジェクト」を実施した。

消費者庁新未来創造戦略本部においては、食品ロス削減に向けて、引き続き様々な取組を行っていききたい。