

食品ロス削減啓発に係る実証事業報告書

令和7年3月

消費者庁新未来創造戦略本部

内容

第1章	はじめに	3
第2章	令和5・6年度食品ロス削減啓発に係る実証事業	4
2-1.	食品ロス削減ガイドブック概要版の作成	4
	食品ロス削減ガイドブックの作成方針	4
2-2.	アンケート調査の実施	5
(1)	実施概要	5
(2)	調査結果	6
2-3.	まとめ	11
第3章	おわりに	12
別添資料	令和6年度実証事業資料	

第1章 はじめに

世界各国では、将来の食料資源の確保・有効利用・廃棄量削減・需給バランス・フードサプライチェーン・インフラ整備の必要性・温室効果ガス排出量削減等の重要な課題を抱えている。中でも、世界全体の食料廃棄量は年間約13億トンとなり、これは人の消費のために生産された食料の約3分の1に当たる¹。

食品廃棄物のうち、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。平成27年9月に国際連合で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」で定められている「持続可能な開発目標」(SDGs)のターゲットの一つとして、2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の1人当たりの食品ロスを半減させることが盛り込まれるなど、国際的に食品ロス削減の機運が高まっている。

我が国は食料自給率が低く(カロリーベースで38%²)食料を海外からの輸入に大きく依存している一方で、食品ロス量は年間472万トン³(このうち約半分が家庭からの廃棄)であり、これは国民1人あたりに換算すると年間約38kgとなる。

また、我が国における食品ロスを含む一般廃棄物の処理に要する経費は年間約2.2兆円⁴に上るほか、食料費の家計負担が大きく、全世帯の平均で見ると消費支出の4分の1以上(約7万円/月)⁵を負担している。また、子どもの貧困は9人に1人⁶と高水準となっており、将来の食糧問題、環境問題、経済的側面等からも多くの課題を抱えている。

そこで、食品ロス削減の取組を「国民運動」として推進するため、令和元年10月に「食品ロスの削減の推進に関する法律」(食品ロス削減推進法)(令和元年法律第19号)が施行され、令和2年3月に「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」が閣議決定された。

この他、令和元年7月に公表した「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」(食品リサイクル法)(平成12年法律第116号)の基本方針において、食品関連事業者から発生する事業系食品ロスを、2000年度比で2030年度までに半減させるという目標が設定されている。また、一般家庭から発生する家庭系食品ロスについても、平成30年6月に閣議決定された「第四次循環型社会形成推進基本計画」において同様の目標が設定されるなど、事業者、消費者、行政等が連携した取組を推進している。

消費者庁では、地域に根ざした食品ロス削減の取組や普及啓発を行う人材育成を行うため、食品ロス削減推進サポーター(以下「サポーター」という。)制度を、令和4年度からスタートさせており、令和6年12月時点で、約3,200人がサポーター登録し、イベントでの普及啓発や出前講座を実施している。しかし、出前講座用にサポーター自身が自由使用・編集できる資料は少なく、資料作成の負担が大きいことが、講座開催の障壁の一つになっている。

この課題解決のため、消費者庁では、サポーターを支援するための啓発資材として令和5年度に「食品ロス削減ガイドブック概要版」を作成した。この啓発資材は、講座の構成に応じてサポーターが自由に使用・編集しやすいものを目指している。令和6年度は、実際に出前講座で啓発資材を使用し、講師のサポーター及び受講者の一般消費者に対して、講座の理解度、意識変化及び啓発資材への評価についてアンケート調査を実施することとした。

¹ 国連食糧農業機関 (FAO)「世界の食料ロスと食料廃棄」(2011年10月)

² 農林水産省「食料需給表(令和5年度)」(2024年8月)

³ 農林水産省・環境省「食品ロス量(令和3年度推計値)」(2024年6月)

⁴ 環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況等(令和4年度)について」(2024年3月)

⁵ 総務省「家計調査報告(家計収支編)2023年(令和5年)平均結果の概要」(2024年3月)

⁶ 厚生労働省「2022(令和4)年 国民生活基礎調査」(2023年7月)

第2章 令和5・6年度食品ロス削減啓発に係る実証事業

2-1. 食品ロス削減ガイドブック概要版の作成

食品ロス削減ガイドブックの作成方針

食品ロス削減ガイドブック概要版（以下「ガイドブック概要版」という。）は、サポーターが出前講座を開催する際、使用できる啓発資材が少なく、サポーターは自ら資料を作成しなければならないことが多いことが原因で、資料作成の負担が大きくなっていることがサポーター向けアンケート調査（令和6年8月実施）より示唆されている。

なお、既存の啓発資料については、教科書として作成したものであり、出前講座で実際に使用するには内容量が多く、投影も難しい。このため、サポーターを支援するための啓発資材として、講座の構成に応じてサポーターが自由に使用・編集が可能なものとし、また、消費者にとっても身近なテーマを中心に構成を行った。



▲ガイドブック概要版の表紙

2-2. アンケート調査の実施

(1) 実施概要

アンケート調査の概要は表1のとおりである。

本アンケート調査は、ガイドブック概要版を用いた講座で、講師となったサポーター向けのアンケートと、講座を受講した一般消費者向けのアンケートにより行った。また、同時期に消費者庁ウェブサイトでガイドブック概要版の送付を申し込んだ者に対しても、サポーター向けアンケートを実施した。

表1 アンケート調査概要

調査エリア	徳島県、香川県及びオンライン
調査対象者	<ul style="list-style-type: none"> ・食品ロス削減推進サポーター 6名 ・消費者庁ウェブサイトでの申込者 11名 ・講座を受講した一般消費者 317名
調査の実施期間	令和6年9月～同年12月
調査方法	新たな啓発資材を用いた講座実施時、講師のサポーター（事前、事後の2回）及び講座受講者の一般消費者（事前、事後、1か月後の3回）に実施。
アンケート配布方法	<p>事前・事後アンケート：消費者庁からアンケート調査票又はオンラインのアンケートフォーム（サポーター向け及び一般消費者向け）を講座実施日に配付・送信。</p> <p>1か月後アンケート：消費者庁からアンケート調査票又はオンラインのアンケートフォーム（一般消費者向け）を配付・送信。</p>
アンケート実施時期	令和6年9月9日～同年12月18日
回答者数	<p>サポーター向け</p> <p>事前：17名（うち消費者庁ウェブサイトからの回答者11名）</p> <p>事後：10名（うち消費者庁ウェブサイトからの回答者4名）</p> <p>一般消費者向け</p> <p>事前：305名</p> <p>事後：312名</p> <p>1か月後：245名</p> <p>※事前、事後及び1か月後のアンケート全てに回答があったものを有効回答者数とした。</p>
回収率	<p>サポーター向け：事前：100.0%、事後：58.8%</p> <p>一般消費者向け：事前：96.2%、事後：98.4%、1か月後：77.2%</p>

(2) 調査結果

本報告書においては、「無回答」「不正回答」は無効なものとして扱い、集計していない。また、グラフ中に記載の%を示す数字は、小数点第2位を四捨五入して表記しているため、数値の合計が100%にならない場合がある。

ア. サポーター向けアンケート調査結果

(ア) 講師として活動する際、使用する啓発資材

食品ロス削減に関する講座で講師として活動する際、使用した啓発資材については、スクリーン投影用電子データが76.5%、紙媒体が52.9%、その他が5.9%、啓発資材は使用しないが5.9%となった(図1)。

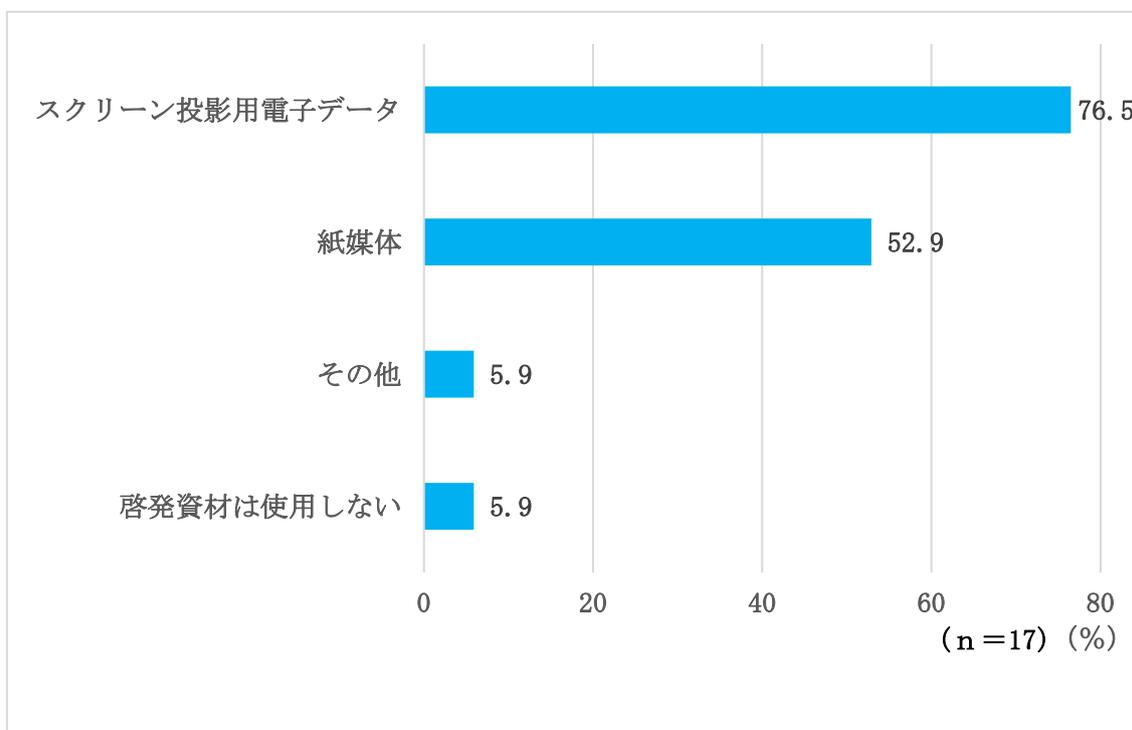


図1 講師として活動する際、使用する啓発資材(複数選択可)(事前アンケート)

(イ) 啓発資材を作成するとき、参考にしている資料

講座で使用する啓発資材を作成する際、参考にしているのは、消費者庁が作成した資料が93.3%と1番多く、続いて国のその他機関が作成した資料が80.0%、自分が所属している団体が作成した資料が53.3%、地方公共団体が作成した資料が46.7%、その他の団体や自分以外の個人が作成した資料が26.7%、国際機関が作成した資料が20.0%となった(図2)。

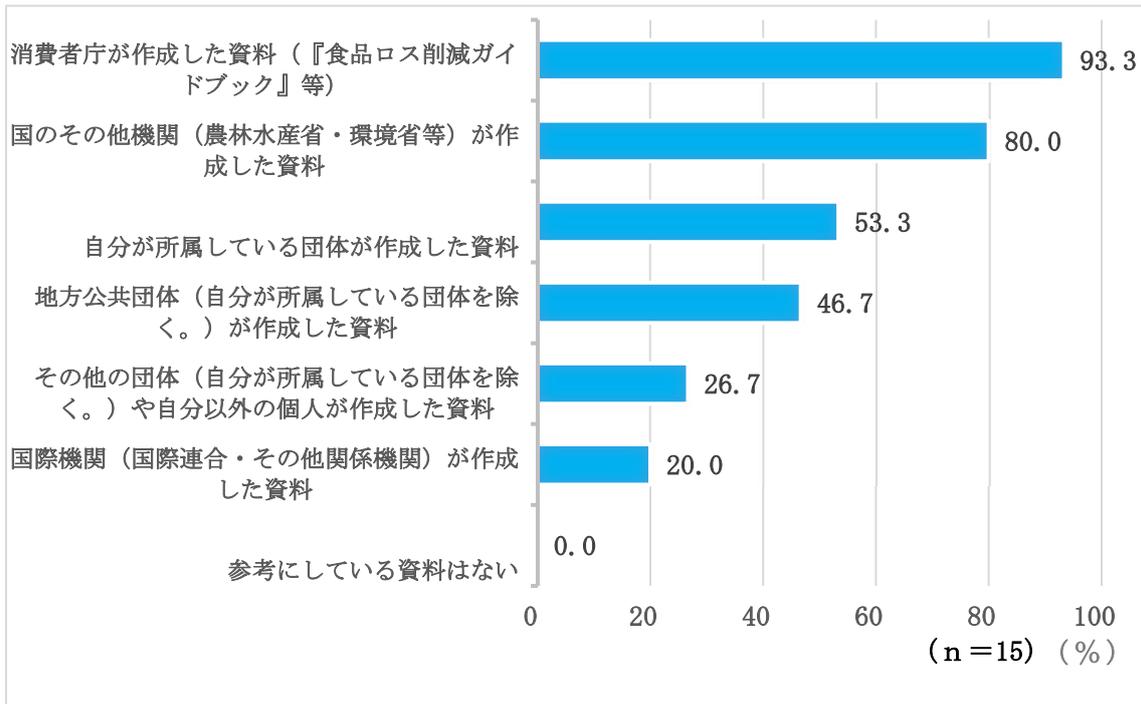


図2 啓発資材を作成するとき、参考にしていない資料（複数選択可）（事前アンケート）

(ウ) 講座で使用する資料を準備する際、負担に感じる作業

資料を作成する際、1番負担と感じるのは、資料の作成作業（とても思うが15.4%、少し思うが53.8%）、次いで、印刷、送付（とても思うが23.1%、少し思うが15.4%）、テーマ選び（とても思うが7.7%、少し思うが23.1%）、となった（図3）。

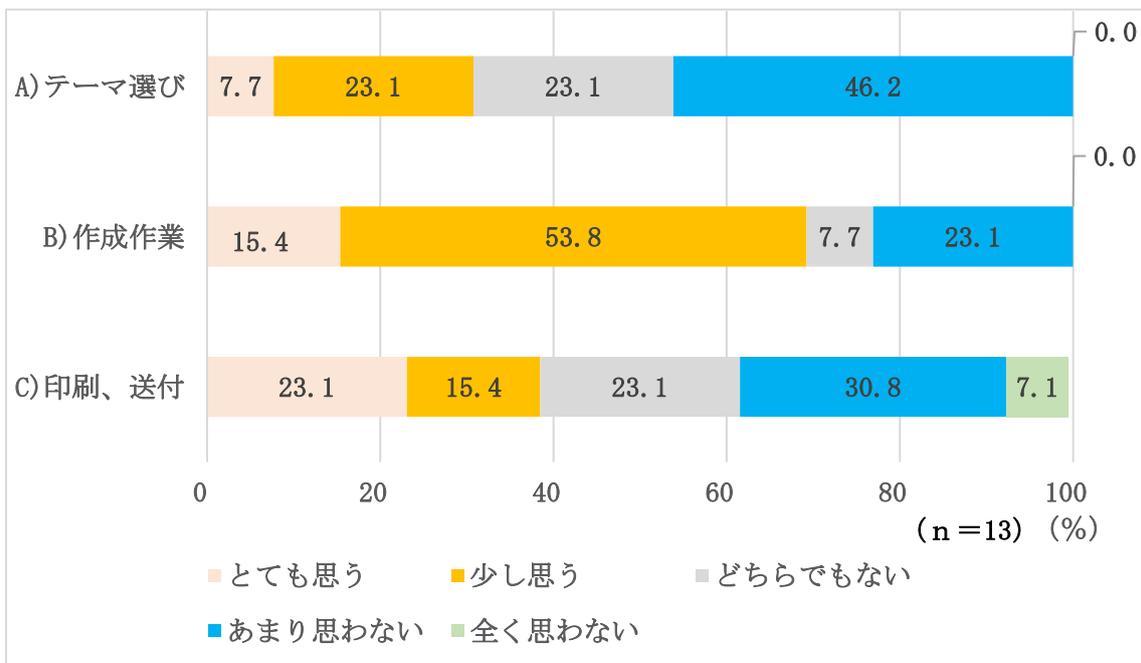


図3 講座で使用する資料を準備する際、負担に感じる作業（事前アンケート）

(エ) 提供された啓発資料を使用することで、資料作成の負担軽減が図られたか

提供された啓発資料を使用することで、負担軽減が図られたかとの質問では、作成作業（とても思うが30.0%、少し思うが60.0%）、が一番多く、次いで、テーマ選び（とても思うが30.0%、少し思うが40.0%）、印刷、送付（とても思うが30.0%、少し思うが10.0%）となった（図4）。

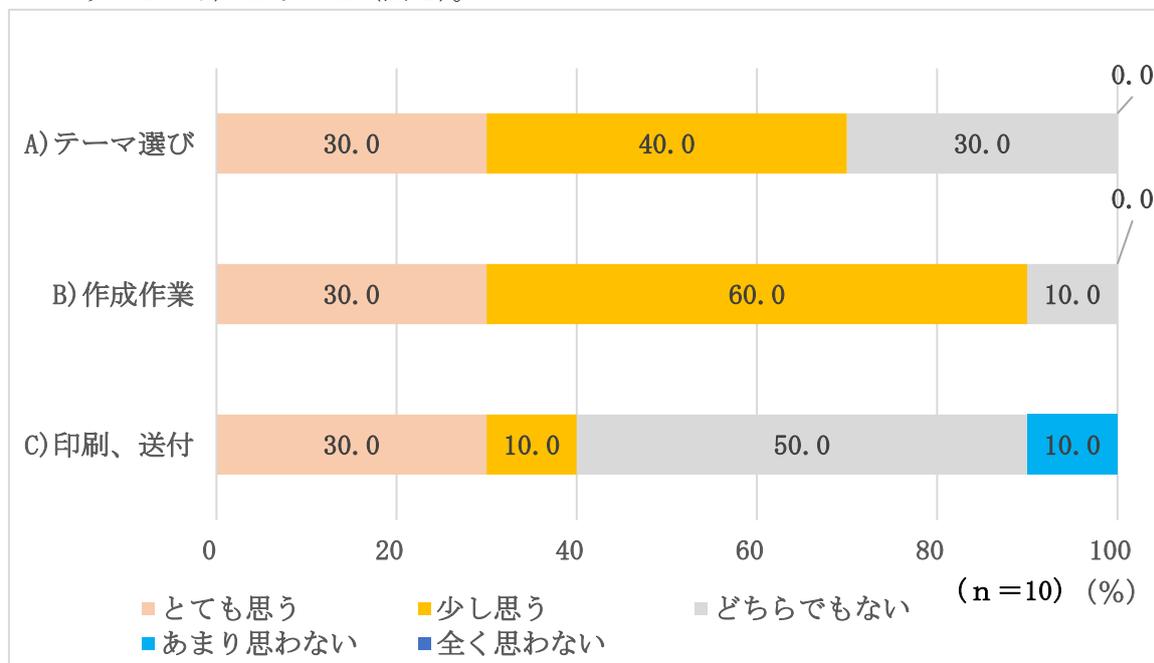


図4 提供された啓発資料を使用することで、資料作成の負担軽減が図られたか（事後アンケート）

(オ) 提供された啓発資料を使用することで、講座開催が取り組みやすくなるか

提供された啓発資料を使用することで、講座開催が取り組みやすくなるかとの質問では、とても思うが50.0%、少し思うが50.0%、どちらでもないが0.0%、あまり思わないが0.0%、全くそう思わないが0.0%となった（図5）。

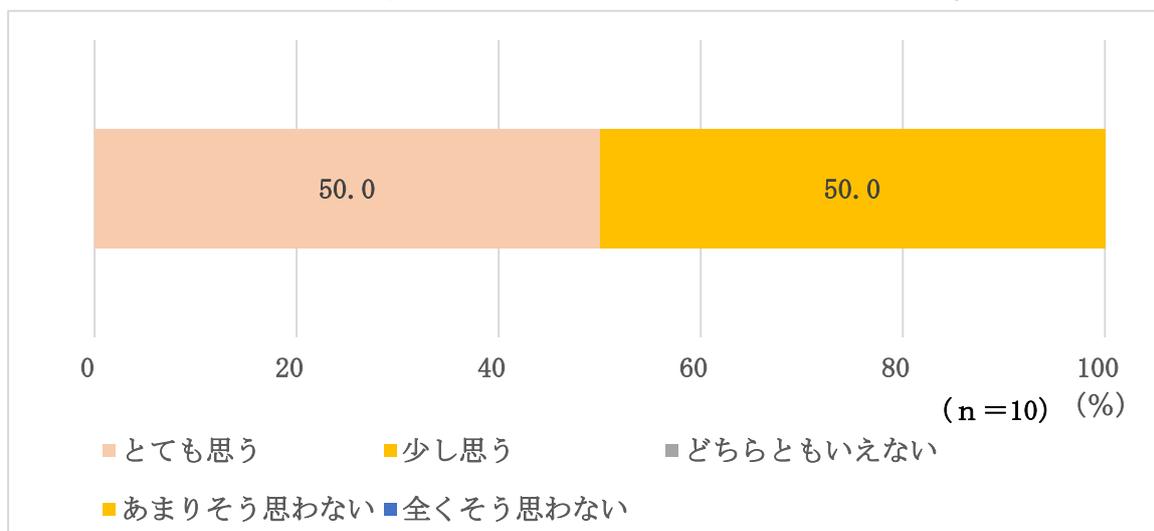


図5 提供された啓発資料を使用することで、講座開催が取り組みやすくなるか（事後アンケート）

イ. 一般消費者向けアンケート結果

(ア) まだ食べられる食品を捨ててしまう頻度

まだ食べられる食品を捨ててしまう頻度は、あまり捨てることがなかった（事前 48.9%、1か月後 51.1%）と回答した割合が多く、次いで、時々（月に数回）捨ててしまうことがある（事前 39.3%、1か月後 29.5%）、捨てたことがない（事前 6.8%、1か月後 16.7%）、頻繁（週に数回）捨ててしまうことがある（事前 5.0%、1か月後 2.6%）で、講座受講後は捨ててしまう頻度が減少するなどの行動変容がみられた（図6）。

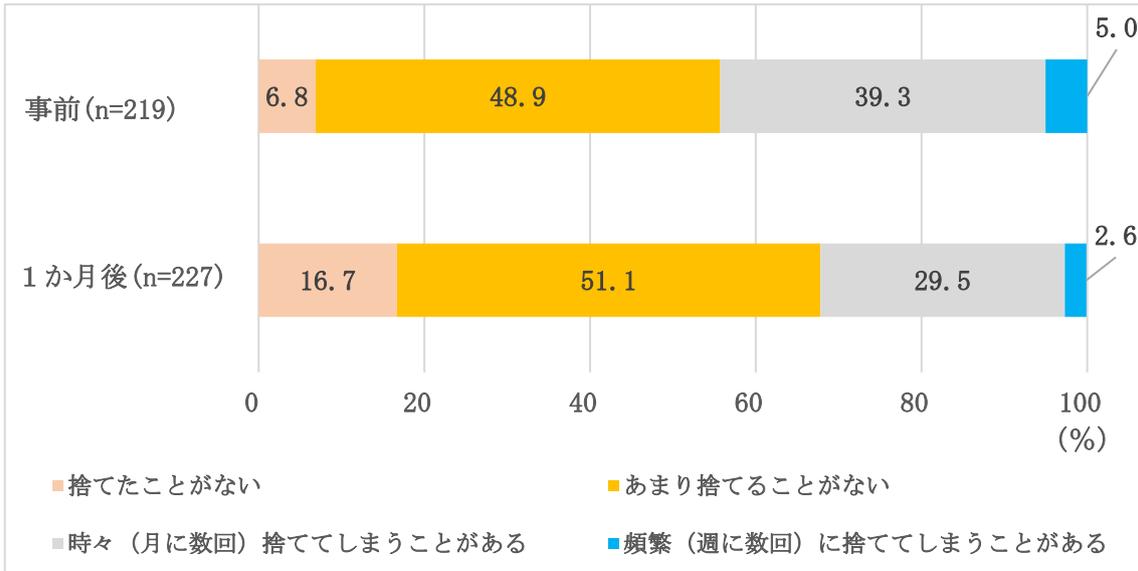


図6 まだ食べられる食品を捨ててしまう頻度

(イ) 講座の教材で扱ったテーマは、あなたにとって身近であるか

講座の教材で扱ったテーマは身近なテーマだと思いましたがとの質問に対して、とても思うが 75.3%、やや思うが 23.3%、あまり思わないが 1.3%となった（図7）。

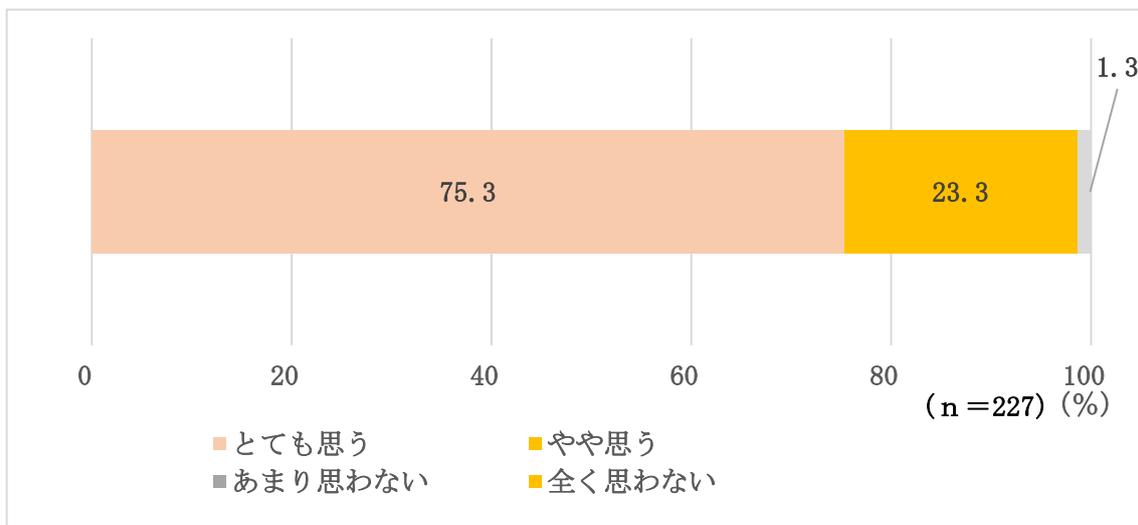


図7 講座の教材で扱ったテーマは、あなたにとって身近であるか（事後アンケート）

(ウ) 食品ロスの削減が必要だと思うか

食品ロスの削減が必要だと思うかとの質問に対して、非常に必要だと思う（事後 82.3%、1 か月後 89.5%）との回答が 1 番多く、次いで、まあまあ必要だと思う（事後 17.3%、1 か月後 10.5%）、あまり必要だと思わない（事後 0.4%、1 か月後 0.0%）、全く必要だと思わない（前後 0.0%、1 か月後 0.0%）で、講座受講後と 1 か月後で意識変化がみられた（図 8）。

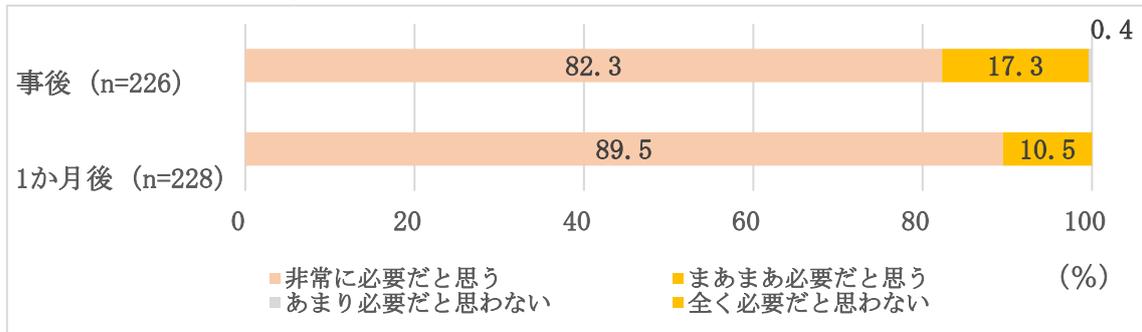


図 8 食品ロスの削減が必要だと思うか

(エ) 食品ロスを減らすための行動

一般消費者が食品ロスを減らすための取組について、事後アンケートで「引き続き取り組みたい」と回答した者及び 1 か月後アンケートで「いつも取り組んでいる」並びに「ときどき取り組んでいる」と回答した者をそれぞれ取組中の者として再集計し、講座受講後と 1 か月後の回答を比較したところ、すべての項目において取組中の者の割合が増加した（図 9）。

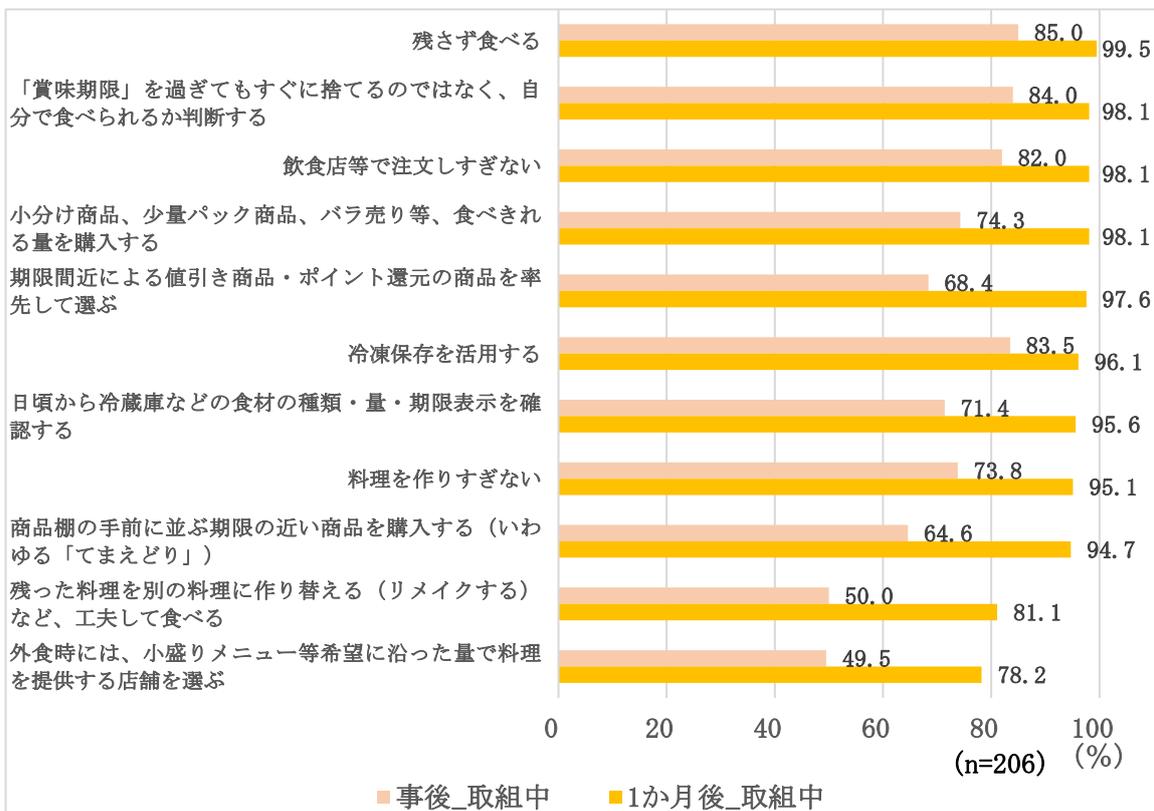


図 9 食品ロスを減らすための行動（事後、1 か月後アンケート）

(オ) 食品ロスに関するクイズ

各アンケートで食品ロスに関するクイズ5問(表2)を行い、その正解数を事前、事後及び1か月後で比較してみると、事前アンケートでは5問全ての正解の回答割合は49.8%であったものが、事後アンケートでは5問全ての正解の回答割合は53.9%、1か月後アンケートでは5問全ての正解の回答割合が60.8%に増加した(図10)。

表2 食品ロスに関するクイズ

問題	正解
「食品ロス」は、魚や肉の骨などの食べられない部分を含めた、食品由来の捨てられるもの全てを指す言葉である	誤っている
食品ロスを削減することは、「環境にやさしく、人や社会等の配慮にもつながる消費行動」であるエシカル消費の一つである	正しい
食品ロスを削減することは、持続可能な開発目標(SDGs)の一つである	正しい
「消費期限」とはおいしく食べられる期限、「賞味期限」とは安全に食べられる期限である	誤っている
「てまえどり」とは購入してすぐに食べる場合に、商品棚の手前にある商品など、販売期限が近づいた商品を積極的に選ぶことである	正しい

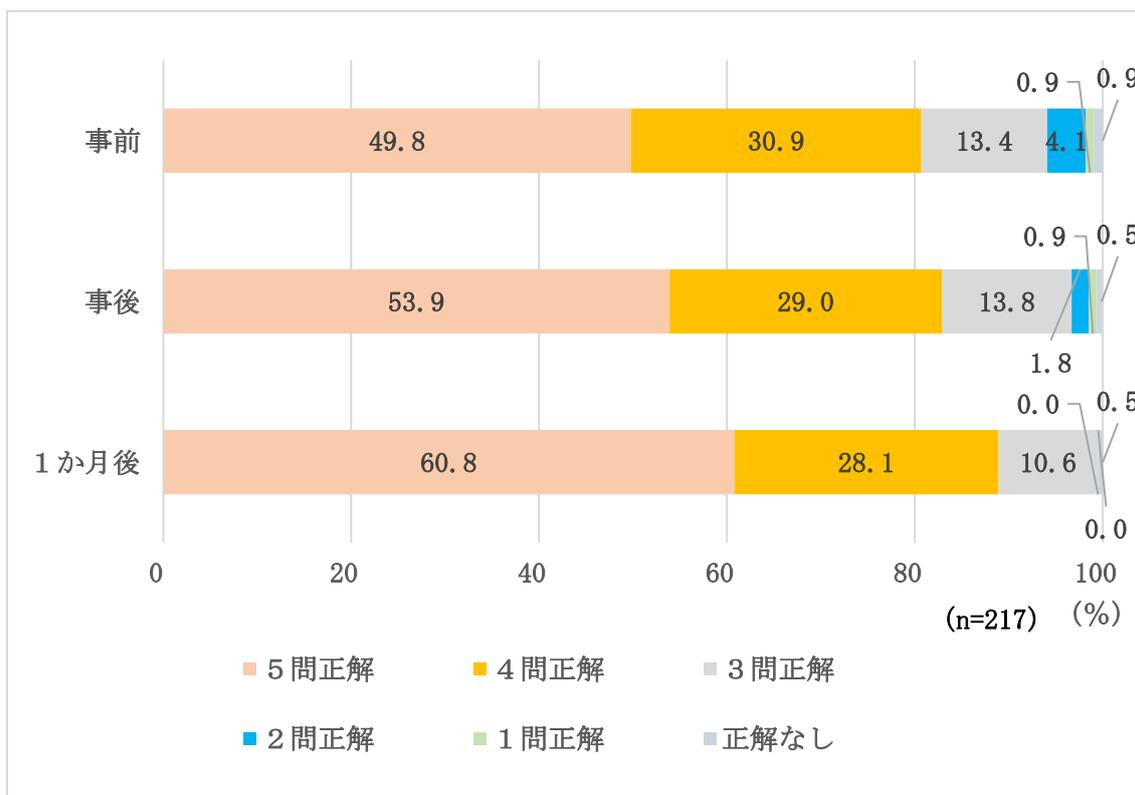


図10 食品ロスに関するクイズの正解数

2-3. まとめ

食品ロス削減の出前講座における、サポーターからのアンケート調査結果では、ガイドブック概要版を利用することで、資料作成の負担軽減及び今後の講座開催が取り組みやすくなったことが確認できた。サポーターが最も負担に感じていた作業は、テーマ選び、作成作業及び印刷・送付の3つのうち「作成作業」であったが、ガイドブック概要版を利用することで最も負担軽減された作業も「作成作業」であった。このことから、ガイドブック概要版の提供が、最も負担と感じる「作成作業」を減らす上で有用であり、その結果、資料作成の負担軽減が図られたと考えられる。

一般消費者からのアンケート調査結果では、講座受講後と1か月後を比較して食品ロス削減を必要と思う人の割合が増加し、受講者の意識変化がみられたとともに、食べられる食品を捨ててしまう割合の減少、食品ロスを減らすための行動についても取り組んでいる割合の増加といった行動変容についても確認できた。また、受講前、受講後及び1か月後を比較すると、食品ロスに関するクイズの正解率についても増加するなど理解度の向上がみられた。

このように、ガイドブック概要版を利用することで、サポーターの講座開催に係る資料作成の負担軽減及び今後の講座開催が取り組みやすくなったことが確認できた。また、受講者である一般消費者の食品ロス削減取組の意識向上が図られることが確認できた。

第3章 おわりに

サポーターは、地域に根ざした食品ロス削減の取組や普及啓発を行う人材育成を行うため、一般消費者を対象に出前講座を実施している。しかし、サポーターが講座用に自由に使用・編集できる資料は少なく、資料作成の負担が大きいことが、講座開催の障壁の一つとなっている。そこで、消費者庁では、令和5年度にサポーターの資料作成の負担を軽減する啓発資材として、ガイドブック概要版を作成した。続く令和6年度では、実際に出前講座で本資材を使用し、講師のサポーター及び受講者の一般消費者へのアンケート調査による効果測定を実施した。

その結果、サポーターへの調査では、講座開催に係る資料作成等の負担感の軽減と今後の講座開催が取り組みやすくなったことが確認できた。また、受講者の一般消費者への調査では、講座受講を通じて講座内容の理解度向上及び食品ロスの削減に向けた意識向上並びに行動変容がみられた。

本資材は、消費者庁ウェブサイトにて公表⁷しており、誰でも利用できることから、出前講座等での啓発資材として広く活用され、一般消費者の食品ロス削減への意識向上や積極的な取組が長期的なものとなることを期待する。

最後に、本調査を実施するに当たり、出前講座の開催等で多大なる御協力をいただいた関係各位に感謝を申し上げます。

⁷ 消費者庁ウェブサイト：https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/information/food_loss/pamphlet/