

## 「食品ロス」に係る青少年層の意識等

### 1. 経緯

内閣府では、子どもや若者の意見を聴き、施策に活用するとともに、子どもや若者の社会参加意識を高め、積極的に意見を述べる機会を提供するため、様々なテーマについて子どもや若者から意見を聴取する「青少年意見募集事業」を実施。

内閣府より意見聴取を希望するテーマの照会があり、消費者庁より「食品ロス削減に向けた取組に係る意見聴取」を登録。

### 2. 目的

食品ロスを減らす取組は、大切な資源の有効活用や環境負荷への配慮の観点から重要であり、消費者が食品ロスに対する認識をより高めて日頃の食生活を見直すような働きかけが必要。

家庭においては食事管理者（例：母親）への働きかけが考えられるが、一方で、子どもについては学校における給食、若者については外食及び大学進学等を契機とした自炊等、家庭以外における食事の機会が多いことから、子ども・若者における食品ロスに対する認識等と、有効な取組についての考えを把握。

### 3. 事業名等

事業名：平成25年度「青少年意見募集事業」

事業実施主体：内閣府政策統括官（共生社会政策担当）付 青少年企画担当

### 4. 意見募集対象者等

中学生から20代（12歳～29歳）の子どもや若者

（公募により266名を、「ユース特命報告員」として選抜）

### 5. 意見募集方法

E-mailを通じて「ユース特命報告員」から意見を聴取

### 6. 「食品ロス」に関する意見受付期間等

テーマ：食品ロス削減に向けた取組について

意見受付期間：平成25年8月12日（月）～9月2日（月）

### 7. 「食品ロス」に関する意見提出者数

171名（回答率：64.3%）

## 8. 「食品ロス」に関する設問

【質問1】 あなたは、「食品ロス」という言葉を知っていましたか。(選択式)

【質問2】 あなたは、購入した食品を食べないまま、捨ててしまうことがありますか。(選択式)

【質問3】 あなたは、食品の期限表示には「賞味期限」と「消費期限」の2種類があることを知っていますか。(選択式)

【質問4】 あなたは、飲食店で食べ残すことがありますか。(選択式)

【質問5】

食品ロスを削減するため、どのようなことをすれば効果的だと思いますか。理由も含めてお答えください。<例：買い物を工夫する（計画的に買う、小分けのものを買う、買いすぎない）、調理しすぎない、外食時に注意する（注文しすぎない、食べ残さない）など> (記述式)

【質問6】

食品ロスの削減に向けた取組を全国に普及させていくためには、どのような方法が効果的だと思いますか。理由も含めてお答えください。<例：TV コマーシャルの放映、イベントの開催、インターネットやソーシャルメディアの活用、学校での出前授業 など> (記述式)

## 9. 回答結果（消費者庁にて取りまとめ）

【質問1～4】における回答結果の概要

- ・「食品ロス」という言葉を知らない者は、63人(36.8%)
- ・購入した食品を食べないまま捨ててしまうことがよくある者は、11人(6.4%)
- ・食品の期限表示には「賞味期限」と「消費期限」の2種類があることを知っているが、それぞれの表示の意味の違いを知らない者は、27人(15.8%)
- ・飲食店で食べ残すことがよくある者は、13人(7.6%)
- ・集計結果は、別紙1のとおり

【質問5～6】

- ・主な意見は、別紙2のとおり

## 「食品ロス」に係る青少年層の意識等

【質問1】 あなたは、「食品ロス」という言葉を知っていましたか。			【質問2】 あなたは、購入した食品を食べないまま、捨ててしまうことがありますか。			【質問3】 あなたは、食品の期限表示には「賞味期限」と「消費期限」の2種類があることを知っていますか。			【質問4】 あなたは、飲食店で食べ残すことがありますか。		
回答選択肢	人数	割合	回答選択肢	人数	割合	回答選択肢	人数	割合	回答選択肢	人数	割合
はい	108	63.2%	よくある	11	6.4%	はい。 それぞれの表示の意味の違いも含めて知っている。	141	82.5%	よくある	13	7.6%
いいえ	63	36.8%	ときどきある	64	37.4%	はい。 ただし、それぞれの表示の意味の違いは知らない。	27	15.8%	ときどきある	33	19.3%
			ほとんどない	77	45.0%	いいえ。	3	1.8%	ほとんどない	88	51.5%
			まったくない	19	11.1%				まったくない	37	21.6%
合計	171	100.0%	合計	171	100.0%				合計	171	100.0%

## 「食品ロス」に係る青少年層の意識等

### 【質問5】

食品ロスを削減するため、どのようなことをすれば効果的だと思いますか。理由も含めてお答えください。<例：買い物を工夫する（計画的に買う、小分けのものを買う、買いすぎない）、調理しすぎない、外食時に注意する（注文しすぎない、食べ残さない）など> （記述式）

#### <家庭における工夫>

##### ○ 主な意見

- ・まとめ買いをしない
- ・必要な容量のものを買う
- ・割引品であっても大容量のものは買わない
- ・何を買うか、何に使うかを明確にしてから買い物に出かける
- ・空腹の状態で購入に出かけない
- ・日頃から冷蔵庫に入っているものを把握する
- ・家族の食事量を認識する
- ・事業者は、バラ売りや、より小さい容量ものを用意する

##### ※ 少数意見

- ・無理して自炊するよりも、外食（学食など）を利用
- ・消費期限の長いものを買う（家庭で長く保存できる）
- ・買ってきたものを隣近所でシェアする文化をつくる

#### <外食時における工夫>

##### ○ 主な意見

- ・注文しすぎない（こまめに注文する）
- ・嫌いなものは抜いてもらう
- ・同じメニューでもボリュームを選べるようにする（例：大、中、小）
- ・食べ残した場合は追加料金を徴収する（逆に、完食の場合はキャッシュバック）
- ・客の責任で食べ残しを持ち帰る

##### ※ 少数意見

- ・お子さまセットの年齢制限をなくす

## 【質問6】

食品ロスの削減に向けた取組を全国に普及させていくためには、どのような方法が効果的だと思いますか。理由も含めてお答えください。〈例：TVコマーシャルの放映、イベントの開催、インターネットやソーシャルメディアの活用、学校での出前授業 など〉

### ＜主な意見＞

#### ○TVのCM、ニュース等

- ・不特定多数の目につきやすいことから有効な手段とする意見の一方で、最近ではテレビを見ない若者も多いとの意見もあった
- ・料理番組内で、買い物時の工夫や保存の工夫などについても紹介
- ・グルメ番組では、完食の場면을放送

#### ○インターネットの活用

- ・若者の多くが利用していることから有効な手段とする意見の一方で、中高年や若者でも層興味がない者は閲覧しない（クリックしない）との意見もあった

#### ○ソーシャルメディアの活用

- ・動画サイトで食品ロスに関する授業を放送し、全国の学校と共有
- ・完食したカラの皿の投稿

#### ○新聞広告、自治体の広報誌

- ・中高年層はインターネットを見ないので、紙媒体での周知も必要。

#### ○電車や駅構内での広告

#### ○キャンペーン、イベント、シンポジウムの開催

#### ○有名人、芸能人の起用

- ・有名人を起用したキャンペーン
- ・料理上手な芸能人、料理研究家を通じた呼びかけ

#### ○ドラマ、アニメ、漫画を利用

- ・ドラマやアニメ番組などで取り上げてもらう
- ・食に関連するアニメや漫画のキャラクターを通じた呼びかけ

#### ○学校での教育

- ・小さい頃に教育することが重要との観点から、総合授業（出前講座）、家庭科などで、食品ロスを取り上げる。
- ・生徒（子ども）だけでなく保護者（大人）もいっしょに参加する。
- ・社会科見学、農業体験

○事業者との連携

- ・「買い物をする場」であるコンビニやスーパー等でのポスター等の貼付
- ・「外食をする場」である飲食店でのポスター等の貼付
- ・商品パッケージを通じた呼びかけ
- ・事業者における自主的な取組（賞味期限の見直し）をアピール
- ・事業者のHPを通じた呼びかけ

○フードバンクの活用