

エシカル消費の取組について

令和4年2月18日

消費者庁消費者教育推進課

「倫理的消費調査研究会」での議論

人や社会・環境に配慮した消費行動である「倫理的消費（エシカル消費）」の内容やその必要性等について検討し、国民の理解を広め、日常生活での浸透を深めるためにどのような取組が必要なのかについて調査研究を行うため、平成27年5月から平成29年3月まで、「倫理的消費」調査研究会を開催。

研究会取りまとめ

～あなたの消費が世界の未来を変える～ 平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

○倫理的消費（エシカル消費）とは
「地域の活性化や雇用なども含む、人や環境に配慮した消費行動」（消費者基本計画）

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うこと

○エシカル消費に取り組む必要性と意義

- ・ 持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を含有
- ・ 課題の解決には消費者一人一人の行動が不可欠
- ・ 「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

○推進方策の方向性

- ・ 国民による幅広い議論の喚起、意識の向上
- ・ 事業者による消費者とのコミュニケーションの促進
- ・ 様々な主体、分野の協働によるムーブメント作り

広く国民間での理解とその先の行動を期待

配慮の対象とその具体例

人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品
地球	地産地消 被災地産品
動物福祉、エシカルファッション	

エシカル消費を定義すると

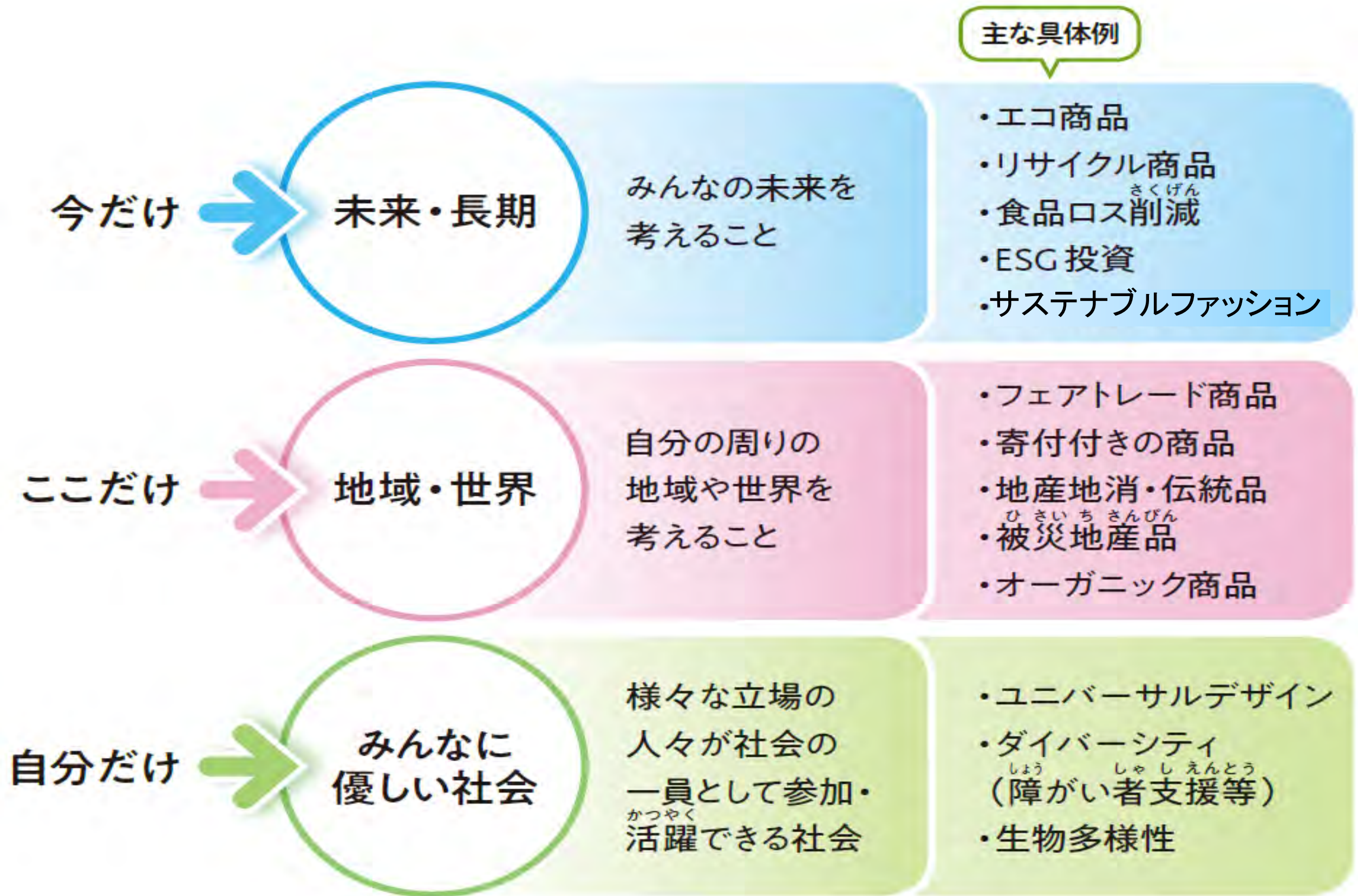
地域の活性化や雇用なども含む、人や社会、
環境に配慮した消費行動
(消費者基本計画)



消費者それぞれが、各自にとっての社会的課題
の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事
業者を応援しながら消費活動を行うこと

(「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ)

エシカル消費とは



エシカル消費のリーフレット

表面

[あなたの消費が世界の未来を変える]

エシカル消費ってなあに？

近ごろよく耳にする「エシカル消費」という言葉。その正しい意味をご存じでしょうか？
直訳すると「倫理的消費」。なんだか少し堅苦しいですね。
でも「消費」という行動は、食べることや使うこと、買物など、わたしたちの毎日の生活そのもの。
「エシカル消費」はより良い社会に向けた、人や社会、環境に配慮した消費行動のことです。
このキーワードを意識しながら日々を過ごしてみると、世界の未来が変わります。

消費者庁
Consumer Affairs Agency, Government of Japan
<http://www.caa.go.jp/>

裏面

「エシカル消費」でどんなことが応援できるでしょうか。
具体例の一部を見てみましょう。

認証ラベルのある商品を選ぶ

環境 への配慮

エコ商品を選ぶ
リサイクル素材を使ったものや資源保護等に関する認証がある商品を購入。

リサイクル素材を使ったものや資源保護等に関する認証がある商品を購入。

社会 への配慮

寄付付き商品を選ぶ
売上金の一部が寄付につながる商品。

フェアトレード商品を選ぶ
児童労働の原料や商品を適正な価格で買取りに取引された商品。

地域 への配慮

被災地の産品を買う
被災地の産品を購入することで経済復興を応援。

地元産品を買う
地元産品によって地域活性化や環境エネルギーを応援。

人 への配慮

障がいがある人の支援につながる商品を選ぶ
働きたい障がいがある人を支援している事業者の商品。

エシカル消費って
つまり
何を買うか考えるときの
ひとつの尺度です

世界の未来を変えるのは、あなたの日々の消費です。

持続可能な開発目標 (SDGs) の
12番目は「つくる責任 つかう責任」
2015年9月の国連総会で採択された国際的な17の目標のなかにも、資源や気候、エネルギー、気候変動、平和な社会などと併せて、「持続可能な生産・消費行動の確保」が掲げられています。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

A4表裏

エシカル消費のパンフレット（抜粋）



認証ラベルを探してみよう！

皆さんが日常で使っているもの、食べているもの、住んでいる家などは、多くの自然素材や人々の手によって作られています。こんなラベルがどこに付いているか、買物のときに探してみよう。



MSC
「海のエコラベル」
水産資源や環境に配慮した漁業で獲られた水産物に付けられる。




国際フェアトレード認証ラベル
生産者の暮らしの改善や自立の実現、環境保護を目指し適正な価格で取引をする商品に付けられる。



FSC® 認証
適切な森林から生産される木材と製品に付けられる。



RSPO 認証
熱帯林の環境とそこに生息する生物の多様性に配慮し、生産者の暮らしを守る商品に付けられる。


伝統マーク
地域に根付き継承されている技術や技法、自然素材で製作された国指定の伝統的工芸品のシンボルマークです。



有機JASマーク
農業や化学肥料を控え、自然界の力で生産された食品に付けられる。



レインフォレスト・アライアンス認証
より持続可能な農法で栽培された製品に付けられる。



エコマーク
生産から廃棄にわたり環境への負荷が少なく、環境保全に役立つ商品に付けられる。

認証ラベルは他にも多数あり、これらはその一例です

子供向けワークショップで使える動画の作成



消費者庁が実施している子供向けワークショップの前半部分（環境問題や貧困、児童労働等の世界が抱える課題と、その課題解決につながる買物の仕方についての学習）を内容とする啓発用動画「よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～」を作成し、消費者庁ウェブサイト公開。

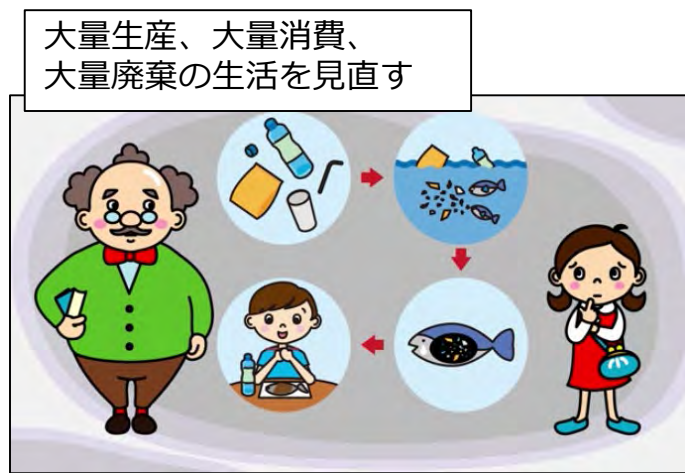
▶チャプター（DVD版）

1. エシカル消費とは？
2. 働く人たちの生活と環境を守る
(国際フェアトレード認証ラベルの解説)
3. 森と森に住む動物を守る
(FSCの解説)
4. 熱帯雨林とそこに生きる動物を守る
(RSPOの解説)
5. 水産資源や環境を守る
(MSC「海のエコラベル」の解説)
6. 大量生産、大量消費、
大量廃棄の生活を見直す
7. 地球の資源、環境を守る
(エコマークの解説)
8. チャレンジマップにトライ!
9. おさらい



エシカル消費につながる身近な商品や認証ラベルを記入

子供向け
ワークショップ



学校でも活用できる教材の作成・公開

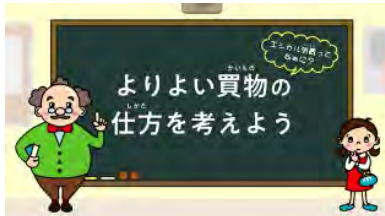
よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～

主に小学校中学年以上の児童・生徒を対象とした、エシカル消費について学べる消費者教育用教材です。動画とワーク、エシカル消費ゲームなどを組み合わせることにより、子どもたちが「社会を変えるお買物」を体験することができます。

特徴 1

動画で様々な社会的課題について学ぶ

エシカちゃん、ルー博士と一緒に、「エシカル消費」についてわかりやすく学習できます。



特徴 2

ゲーム教材で楽しく能動的に学ぶ

エシカル消費ゲームに取り組むことで、地域や環境に配慮した買物をするのが社会的課題の解決につながることを楽しく学習できます。

特徴 3

教材の組み合わせ次第で多様な活用が可能

教材の組み合わせを工夫することで、様々な教科で使えるほか、個人学習・グループ学習にも対応可能。また、学校の授業だけでなく学童保育、地域のイベントでも活用ができます。

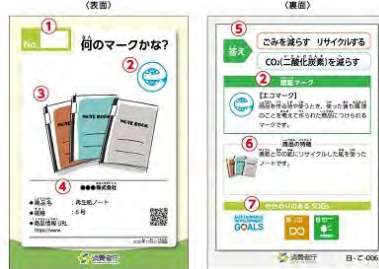
指導解説書付き！



教材一覧



①チャレンジマップ



(イメージ)

②商品POP (※)



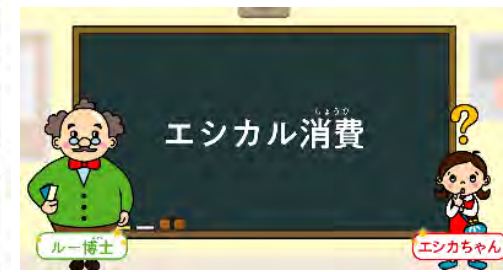
③商品POPシート (※)



④認証マークフリップ



⑤ワークシート



⑥動画

(※) 認証ラベルの付された商品の解説資料

エシカル消費特設サイト（令和2年10月30日～運用開始）

消費者庁 ホーム エシカル消費とは マイエシカル消費 みんなのエシカル消費 関連リンク 文字サイズ: 標準 大

マイエシカル消費

ホーム / マイエシカル消費

つくること かうこと つかうこと ずてること

- つくること** 2021.06.23 **NEW**
日本マクドナルド株式会社
- つくること 動画** 2021.05.11 **NEW**
サラヤ株式会社
2030年までに私たちができること
- つくること** 2021.03.11
青山 明弘さん
- つくること** 2020.11.13
生駒 芳子さん
- つくること** 2020.10.30
政府広報オンライン
BS-TBSテレビ番組「宇貫なつみのそこ教えて！」
- つくること** 2020.10.30
エシカル・ラボinしずおか
～あなたの消費が世界の未来を変える！～を2019年12月21日に開催しました。
- つくること** 2020.10.30
エシカル・ラボinひょうご
～あなたの消費が世界の未来を変える！～を2019年9月29日に開催しました。
- つくること** 2020.10.30
エシカル・ラボin石川
～あなたの消費が世界の未来を変える！～を2019年8月24日に開催しました。
- つくること** 2020.10.30
エシカル・ラボin京都
～あなたの消費が世界の未来を変える！～を2019年3月9日に開催しました。
- つくること** 2020.10.30
エシカル・ラボinとっとり
～あなたの消費が世界の未来を変える！～を2017年10月21日に開催しました。

消費者庁 ホーム エシカル消費とは マイエシカル消費 みんなのエシカル消費 関連リンク 文字サイズ: 標準 大

みんなのエシカル消費

ホーム / みんなのエシカル消費

地図から選ぶ 地域から選ぶ 検索する

北海道 青森 秋田 岩手 山形 宮城 福島 新潟 栃木 茨城 群馬 埼玉 千葉県 東京都 山梨県 静岡県 愛知県 岐阜県 福井県 石川県 富山県 長野県 新潟県 山梨県 東京都 千葉県 埼玉県 群馬県 茨城県 栃木県 福島県 宮城県 山形県 秋田県 岩手県 青森県 北海道

より多くの方にエシカル消費を知り、実践していただくため、地方公共団体を始め、団体、事業者等、各主体において行われているエシカル消費に関わる取組を募集しております。
ご希望の方は[事例フォーマット](#)をダウンロードの上、下記のメールアドレスまでお送りください。

生活者・消費者教育に関する関係府省庁連携推進会議

(2020年11月24日関係府省庁申し合わせ) ※課長級

- ①各種生活者・消費者に関わる教育の整理
- ②生活者・消費者への情報提供の場や手法の連携強化

「だまされない」教育分科会

※補佐級以下

消費者被害防止に関する教育

「自分で考える」教育分科会

※補佐級以下

持続可能な社会の実現のための教育

生活者・消費者に幅広い教育・情報を届ける

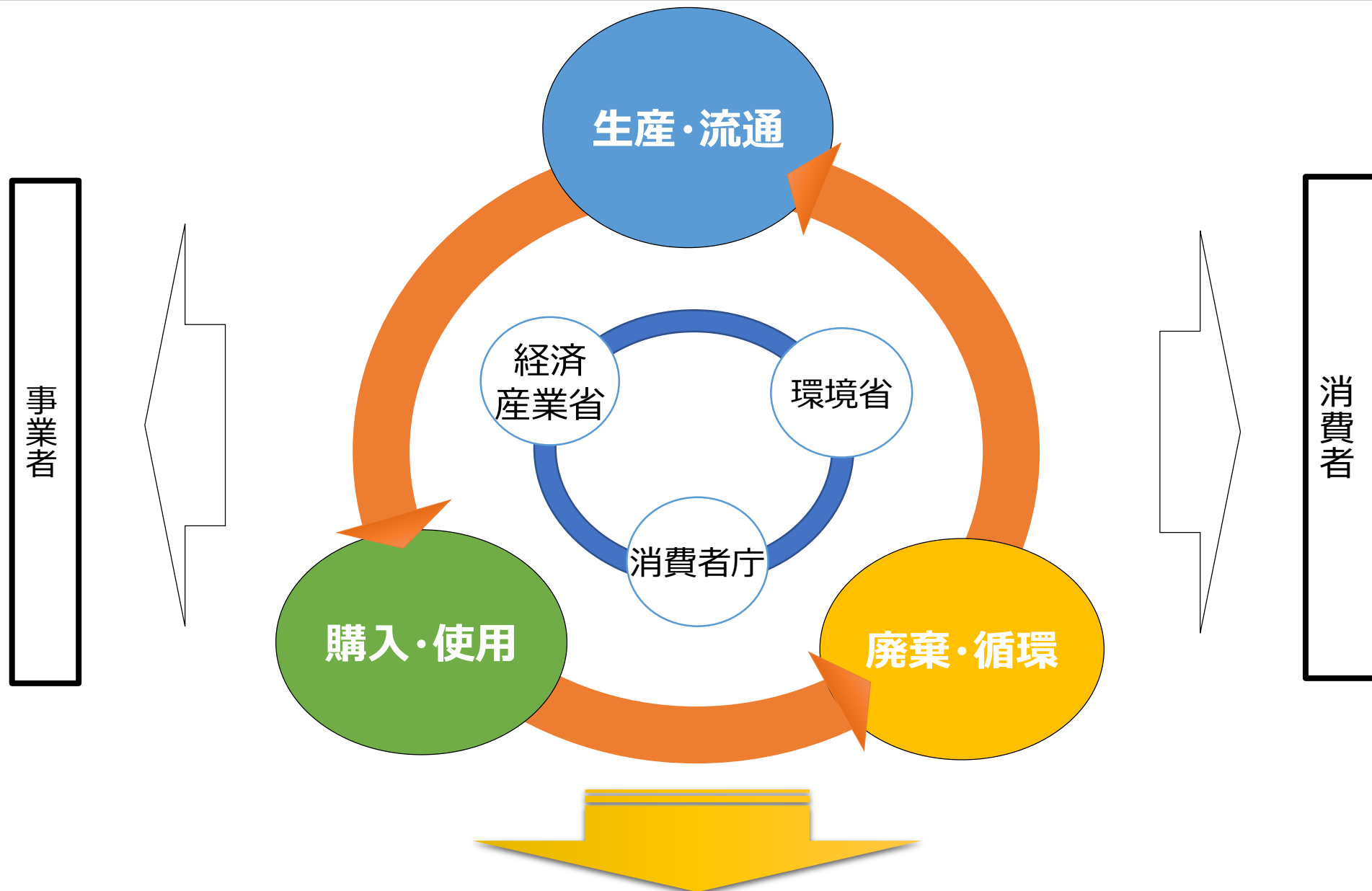


2. 日頃の生活や持続可能な社会に関心を持って行動する

消費者庁	復興庁	総務省	外務省	文科省	農水省	経産省	国交省	環境省
<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育 (消費者市民社会) →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 ・エシカル消費 →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 ・食品ロス削減 →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 ・消費者志向経営 →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・放射線の正しい知識の普及による正しい消費行動(風評払拭) →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯料金の見直しに係る情報提供 →【社会人・保護者向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・SDGs →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 ・ODA →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・消費者教育 →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・食育 →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 ・木育 →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・エネルギー教育 →【子ども・学生向け】 ・製品安全、身の回りの事故防止 →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 →【特に高齢者向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・心のバリアフリー →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】 ・観光教育 →【子ども・学生向け】 	<ul style="list-style-type: none"> ・環境教育、ESD、SDGs →【子ども・学生向け】 →【社会人・保護者向け】

サステナブルファッションの推進体制

消費者庁、経済産業省、環境省の3省庁が連携し、生産・流通から廃棄・循環までの各段階に応じて、事業者及び消費者の双方に向けた取組を計画的に進めるとともに、制度面を含めた課題の整理・検討を行っていく。



事業者の取組の推進(環境配慮設計の推進・透明性の向上等)、消費者の行動変容等の実現
ファッションロスの削減

サステナブルファッション特設ページ



サステナブルファッション
習慣のすすめ

18のヒント

事業者の取組動画

サステナブルファッション・
サポーター

皆さまの取組や工夫の紹介

「サステナブルファッション」に向けた消費者行動18のヒント ～服を買う時から始まるサステナブルファッション習慣のすすめ～



事業者の取組

○事業者においても、サステナブルファッションの推進に向けた取組が進められており、その一例を紹介。



2022.01.31 **NEW**

株式会社ウィファブリック「SMASELL (スマセル)」

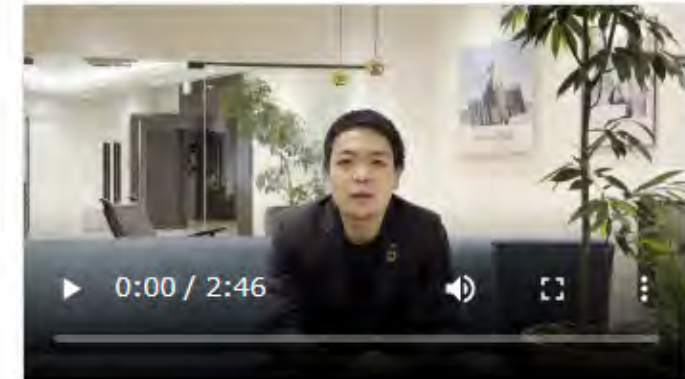
ファッションを楽しみながら地球を守る、持続可能性に向き合うサステナブルアウトレットモール。最後の一点まで商品を届けたい企業と、お得に商品を購入したい購入者を繋げることで新しい販売機会を生み出し、「廃棄のない循環型社会」を目指している。



2022.01.31 **NEW**

株式会社京都紋付「KUROZOME REWEAR FROM KYOTO」

「黒に染めれば、服は生まれ変わる。」よりサステナブルな社会のために。お気に入りの一着をずっと大切にするために。「黒染」によるリウェアという選択肢を届ける。



2022.01.31 **NEW**

大丸松坂屋百貨店「AnotherADdress」

服は使い捨てではないという信念のもと、ファッションの本質的な価値、サステナブルな取り組みを重視し、社会や環境にとって持続性の高いビジネスモデルへ転換することを目指す。



2022.01.31 **NEW**

高島屋百貨店「Depart de Loop」

サステナブルな循環型社会の実現を目指す高島屋のプロジェクト。

再生繊維（再生ポリエステル）を使った服を販売し、着なくなった後に回収。

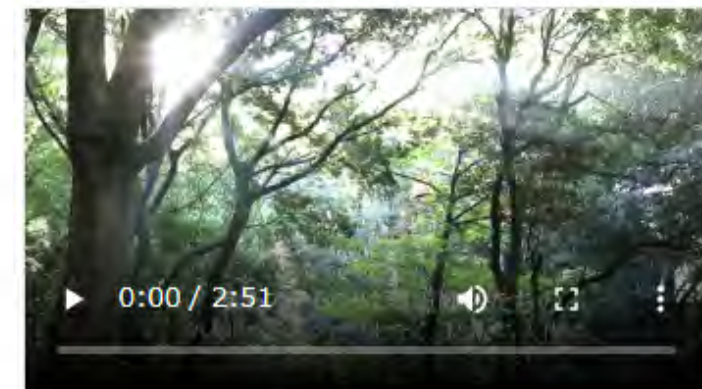
その服を繊維原料に再資源化して、何度でも新しい服に生まれ変わらせる。



2022.01.31 **NEW**

豊島株式会社「ORGABITS」

オーガニックコットンを通して、みんなで"ちょっと"ずつ地球環境と社会に貢献しようという想いから2005年に始まったプロジェクト。"ちょっと良いこと"をかたちにしていく。



2022.01.31 **NEW**

LAERSTERENN「パイナップルの葉からできたレザー風素材」

「人や動物に思いやりのあるものづくり」をコンセプトに アニマルフリーで環境に配慮した素材を用い、シンプルな機能とデザインで制作。パイナップルの葉からできたレザー風素材、Pinatex（ピニャテックス）を使用した製品を取り扱う。

サステナブルファッション・サポーター

○サステナブルファッションに向けた取組を全国的に推進するため、サステナブルファッションの推進に賛同し協力いただける著名人・有識者等を「サステナブルファッション・サポーター」として委嘱し、サポーターを通じた消費者向けの情報発信を強化。(令和3年10月現在12名)

○消費者庁エシカルライフスタイルSDGsアンバサダーである富永愛氏にも、引き続きご協力いただく。

エシカルライフスタイルSDGsアンバサダー

富永 愛 氏 (モデル、国際協力NGOジョイセフアンバサダー)

サステナブルファッション・サポーター

生駒 芳子 氏 (VOGUE, ELLE元副編集長、マリ・クレール日本版・元編集長)

eri 氏 (DEPTカンパニー代表、アクティビスト)

鎌田 安里紗 氏 (一般社団法人unisteps共同代表)

川島 蓉子 氏 (ジャーナリスト)

ガンバレルーヤ まひる 氏・よしこ 氏 (お笑い芸人)

シソンヌ 長谷川 忍 氏 (お笑い芸人)

関 龍彦 氏 (講談社FRaU編集長 兼 プロデューサー)

なかやまきんに君 氏 (お笑い芸人)

美濃羽 まゆみ 氏 (手づくり暮らし研究家)

向 千鶴 氏 (株式会社INFASパブリケーションズWWD JAPAN編集統括 兼 サステナビリティ・ディレクター)

村田 邦子 氏 (kokoperi (アフリカ布作家))

イベントの開催

ファッションから考える サステナブルな未来

日時 2021年 **7/12** 月
13:00~15:30

開催方法 オンライン配信 (申込不要)
視聴URL: <https://www.youtube.com/watch?v=kJ-ytXPRblo>
※イベント終了後も一定期間に視聴いただけます

プログラム

- **開会挨拶** ミツ林 裕巳 (内閣府副大臣)
※公開の都合により、変更の可能性が有ります
松重 和美 (四国大学学長)
- **鎌田安里紗氏 基調講演 13:10~**
「サステナブルファッションとは？-服と自然と社会のつながり-」
- **パネルディスカッション 13:50~**
「サステナブルファッションと消費者の選択」
モデレータ: 松重 和美 (四国大学学長)
パネリスト:
池内 計可 (IKEUCHI ORGANIC(株)代表取締役)
大塚 桃奈 (上勝町ゼロ・ウェイストセンターCEO)
日下部 美紀 (消費者庁新未来創造戦略本部次長)
瀧向 貴子 (環境省中国四国地方環境事務所四国事務所長)
- **学生を交えたディスカッション 14:40~**
「ロスから考えるサステナブルファッション」
司会: 加藤 いづみ (四国大学短期大学部教授)
コメンテータ: 鎌田 安里紗
参加者:
四国大学学生2名
大塚 桃奈 (上勝町ゼロ・ウェイストセンターCEO)
- **閉会挨拶**
瀧向 貴子 (環境省中国四国地方環境事務所四国事務所長)

プロフィール

徳島県出身。衣服の生産から廃棄の過程で、自然環境や社会への影響を懸念する「サステナブルファッション」に関する情報発信を積極的に行い、ファッションブランドとのコラボレーションでの製品企画、衣服の生産地を訪ねるスタディ・ツアーの企画などを行っている。暮らしのちいさい実験室Little Life Labを主宰。一般社団法人unisteps共同代表、環境省森里川海プロジェクトアンバサダー、慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科後期博士課程在籍。

講師 エシカルファッションアンバサダー
鎌田 安里紗 氏

■ **主催**: 消費者庁新未来創造戦略本部・環境省中国四国地方環境事務所四国事務所 四国大学
■ **後援**: ローカルSDGs四国
■ **協力**: 四国環境パートナーシップオフィス、四国地方ESD活動支援センター
■ **お問い合わせ先**: 消費者庁新未来創造戦略本部 (電話) 088-600-0000 担当: 溝木、松岡

ファッションから考える サステナブルな未来 ~わたしたちができること~

日時 **12月9日(木)**
14:00~17:00

開催方法 オンライン配信 (申込不要)
https://www.caa.go.jp/policies/future/topics/meeting_006/
※ 当日消費者庁ウェブサイトから御視聴ください。イベント終了後も一定期間ご視聴いただけます。

イベント概要 普段、身につけている衣服について、持続可能な社会の実現にむけ、何ができるか一緒に考えてみませんか？

14:45~

- **トークショー**
「わたしたちができるサステナブルファッション」
<コーディネーター> 一般社団法人unisteps共同代表 鎌田 安里紗
<ゲスト> 株式会社メリカリ プランディングコミュニケーション担当 上村 一斗
デプトカンパニー 代表/アクティビスト eri
上勝町ゼロ・ウェイストセンター CEO 大塚 桃奈
株式会社Shoichi 代表取締役CEO 山本 昌一

16:30~

- **サステナブルファッションショー**
エシカル消費特設サイト「サステナブルファッション習慣のすすめ」の「18のヒント」を参考に、サステナブルファッションの具体的なコーディネートを御紹介します。コーディネートの意図、背景、サステナブルな観点を中心に、学生へのインタビューを通じて深く掘り下げていきます。
<出演・演出> 大阪モード学園
ファッションデザイン学科 ファッション技術学科
スタイリスト学科 メイク・ネイル学科

コーディネーター 一般社団法人unisteps共同代表
鎌田 安里紗 氏

※後援: 経済産業省、環境省、徳島県

エシカル消費に関するKPIについて

○消費者基本計画工程表概要(抜粋)

エシカル消費の普及啓発

- ・プラスチックごみ問題、食品ロス、地球温暖化等
- ・消費者一人一人が、「今」の「自分」にとって必要な消費ではなく、「未来」や「地域・世界」を大切に消費へ

- 人や社会・環境に配慮して消費者が自ら考える賢い消費行動（いわゆるエシカル消費）を普及啓発。
- 持続可能性に配慮した商品が正当に評価される社会の実現に向けた取組を推進。
- 食品中の放射性物質に関する消費者の正しい理解を推進、被災地産品の消費を促進。

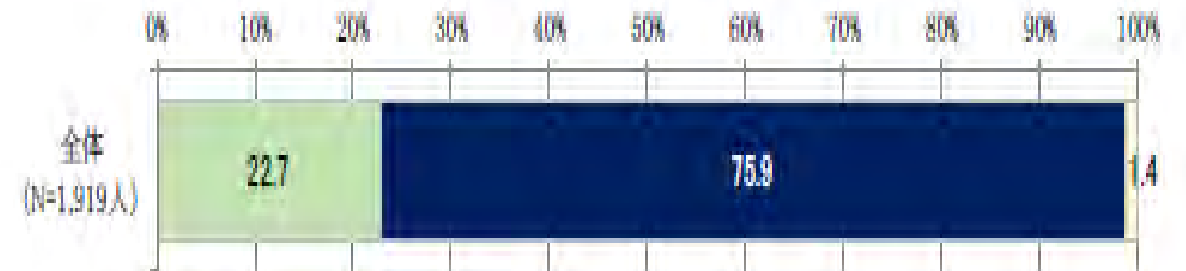


KPI エシカル消費の認知度 (H28.12 : 6% → R4 : 30%)
【R2.2 : 12.2%】

(出展) 消費者庁「消費者基本計画工程表改定個別施策例」より抜粋。

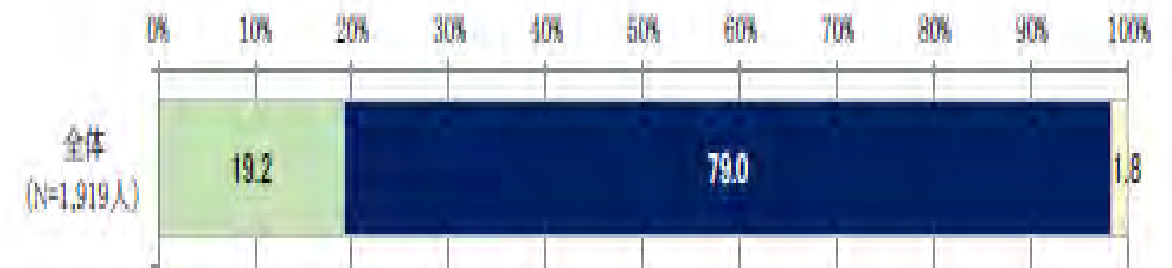
○物価モニター調査(令和3年10月)

問4 新型コロナウイルス感染症の感染拡大前と比較して、エシカル消費に関するあなたの関心の度合いの変化について、最も当てはまるものを1つ選んでください。



■ 感染拡大前と比較して関心が高まった ■ 感染拡大前後で変わらない □ 感染拡大前と比較して関心が低くなった

問5 新型コロナウイルス感染症の感染拡大前と比較して、エシカル消費に関するあなたの取組状況の変化について、最も当てはまるものを1つ選んでください。



■ 感染拡大前と比較して実践の機会が増えた ■ 感染拡大前後で変わらない □ 感染拡大前と比較して実践の機会が減った

(出展) 消費者庁「物価モニター調査(10月確報)」より抜粋。

● 食品ロスをめぐる現状

我が国の食品ロスの状況

- 食品ロス量は年間**570万トン**（令和元年度推計）≒国連世界食糧計画（WFP）による食料援助量（約420万トン）の1.4倍
- 毎日大型（10トン）トラック約**1,560台分**を廃棄
- 年間1人当たりの食品ロス量は**45kg** →年間1人当たりの米の消費量（約53kg）に近い量

<日本>

食料を海外からの輸入に大きく依存

- ・ 食料自給率（カロリーベース）は**37%**
（農林水産省「食料需給表（令和2年度）」）

廃棄物の処理に多額のコストを投入

- ・ 市町村及び特別地方公共団体が一般廃棄物の処理に要する経費は約**2.1兆円/年**
（環境省「一般廃棄物の排出及び処理状況等について（令和元年度）」）

食料の家計負担は大きい

- ・ 食料が消費支出の**1/4以上**を占めている
（総務省「家計調査（2020年）」）

深刻な子どもの貧困

- ・ 子どもの貧困は、**7人に1人**と依然として高水準
（厚生労働省「2019年 国民生活基礎調査」）



<世界>

世界の食料廃棄の状況

- ・ 食料廃棄量は年間約**13億トン**
- ・ 人の消費のために生産された食料のおよそ1/3を廃棄
（国連食糧農業機関（FAO）「世界の食料ロスと食料廃棄（2011年）」）

世界の人口は急増

- ・ 2019年は約77億人、2050年には約**97億人と予測**
（国連「World Population Prospects The 2019」）

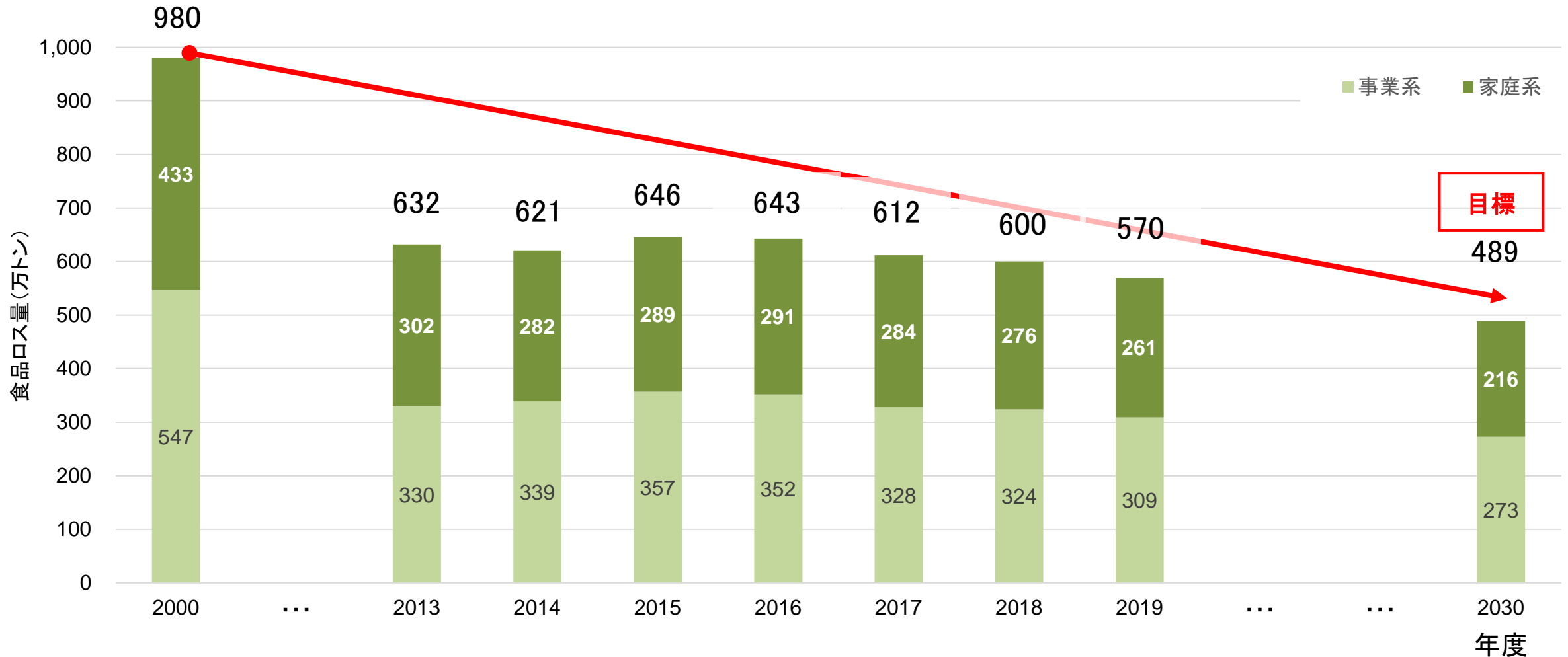
深刻な飢えや栄養不良

- ・ 飢えや栄養で苦しんでいる人々は約**7.7億人**
- ・ 5歳未満の発育阻害は約**1.5億人**
（国連食糧農業機関（FAO）
「the STATE OF FOOD SECURITY AND NUTRITION IN THE WORLD（2021）」）



食品ロス量の推移と削減目標

2030年度に、2000年度と比べ、家庭系食品ロス量、事業系食品ロス量いずれも半減できるよう取組を推進。



年度	2000	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2030
家庭系	433	302	282	289	291	284	276	261	216
事業系	547	330	339	357	352	328	324	309	273
合計	980	632	621	646	643	612	600	570	489

(農林水産省及び環境省 推計)

※端数処理により合計と内訳の計が一致しないことがあります。

食品ロスの削減の推進に関する法律

令和元年5月31日公布（令和元年法律第19号）
令和元年10月1日施行

＜食品ロスの問題＞

- ・我が国ではまだ食べることができる食品が大量に廃棄
- ・持続可能な開発のための2030アジェンダ（2015年9月国連総会決議）でも言及

資源の無駄（事業コスト・家計負担の増大）、環境負荷の増大等の問題も

前文

- ・世界には栄養不足の状態にある人々が多数存在する中で、とりわけ、大量の食料を輸入し、食料の多くを輸入に依存している我が国として、真摯に取り組むべき課題であることを明示
- ・食品ロスを削減していくための基本的な視点として、①国民各層がそれぞれの立場において主体的にこの課題に取り組み、社会全体として対応していくよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図っていくこと、②まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用するようにしていくことを明記

➔ 多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進するため、本法を制定する旨を宣言

食品ロスの削減の定義（第2条）

まだ食べることができる食品が廃棄されないようにするための社会的な取組

責務等（第3条～第7条）

国・地方公共団体・事業者の責務、消費者の役割、関係者相互の連携協力

食品廃棄物の発生抑制等に関する施策における食品ロスの削減の推進（第8条）

食品リサイクル法等に基づく食品廃棄物の発生抑制等に関する施策の実施に当たっては、この法律の趣旨・内容を踏まえ、食品ロスの削減を適切に推進

食品ロス削減月間（第9条）

食品ロスの削減に関する理解と関心を深めるため、食品ロス削減月間（10月）を設置

基本方針等（第11条～第13条）

- ・政府は、食品ロスの削減の推進に関する基本方針※を策定（閣議決定）
- ・都道府県・市町村は、基本方針を踏まえ、食品ロス削減推進計画を策定

※令和2年3月31日 閣議決定

基本的施策（第14条～第19条）

- ①消費者、事業者等に対する教育・学習の振興、知識の普及・啓発等
※ 必要量に応じた食品の販売・購入、販売・購入をした食品を無駄にしないための取組等、消費者と事業者との連携協力による食品ロスの削減の重要性についての理解を深めるための啓発を含む
- ②食品関連事業者等の取組に対する支援
- ③食品ロスの削減に関し顕著な功績がある者に対する表彰
- ④食品ロスの実態調査、食品ロスの効果的な削減方法等に関する調査研究
- ⑤食品ロスの削減についての先進的な取組等の情報の収集・提供
- ⑥フードバンク活動の支援、フードバンク活動のための食品の提供等に伴って生ずる責任の在り方に関する調査・検討

食品ロス削減推進会議（第20条～第25条）

内閣府に、関係大臣及び有識者を構成員とし、基本方針の案の作成等を行う食品ロス削減推進会議を設置
（会長：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全））を設置

※食品ロスの削減の推進に関する法律（略称 食品ロス削減推進法）

食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針について

「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」は、行政、事業者、消費者等の取組の指針となるものとして「食品ロスの削減の推進に関する法律」の規定に基づき策定（令和2年3月31日閣議決定）。

《我が国の食品ロスの状況》 (方針策定時)

事業系352万トン
家庭系291万トン

- ・食品ロス量は年間643万トン（平成28年度推計）
≒国連世界食糧計画（WFP）による食料援助量（約390万トン）の1.6倍
- ・年間1人当たりの食品ロス量は51kg
→年間1人当たりの米の消費量（約54kg）に相当

持続可能な社会の実現

多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進



食品ロスの削減の推進において消費者、食品の生産・製造・販売等に関わる事業者等に求められる役割と行動

各々の主体がそれぞれの立場で、食品ロスの問題を「他人事」ではなく、『我が事』として捉え、行動に移すことを促進。

《消費者》

日々の生活の中でできることを一人一人が考え、行動に移す。

- 例)
- ・買物の前に家にある食材をチェック。
 - ・定期的な冷蔵庫内の在庫管理。
 - ・食卓に上げる料理は食べきれぬ量に。
 - ・外食時は食べきれぬ量を注文、宴会時の3010運動等の実践、残った場合は自己責任の範囲で持ち帰り。

3010運動

注文の際、**分量を注文**しましょう。

乾杯後**30分**は、席を立たず、**料理を楽しま**しましょう。

お開き前**10分**は、自分の席に戻って、再度、**料理を楽しま**しましょう。



〔自己責任で持ち帰ることができることを明示した店舗ステッカー〕

《農林漁業者・食品関連事業者》

事業活動による食品ロスを把握、商慣習を含め見直しに取り組む。

- 例)
- ・規格外や未利用の農林水産物の有効活用。
 - ・賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長、納品期限（3分の1ルール）の緩和。
 - ・季節商品（恵方巻きなど）の予約販売等。
 - ・値引き・ポイント付与等による売り切り。
 - ・外食での小盛りメニュー等の導入。
 - ・持ち帰りへの対応。



〔恵方巻きのロス削減プロジェクトの目印〕



〔小盛りメニュー等の導入〕

《国・地方公共団体》

消費者等への普及啓発、食品関連事業者等の取組への支援、情報の収集・提供、未利用食品を提供するための活動の支援等を実施。

- 例)
- ・食品ロス削減の施策の推進。
 - ・災害時用備蓄食料の有効活用。
 - ・主催イベントでの食品ロスの削減。

都道府県及び市町村は、地域の特性を踏まえた取組を推進するため、「食品ロス削減推進計画」を策定（努力義務）。国は、計画策定を促進。

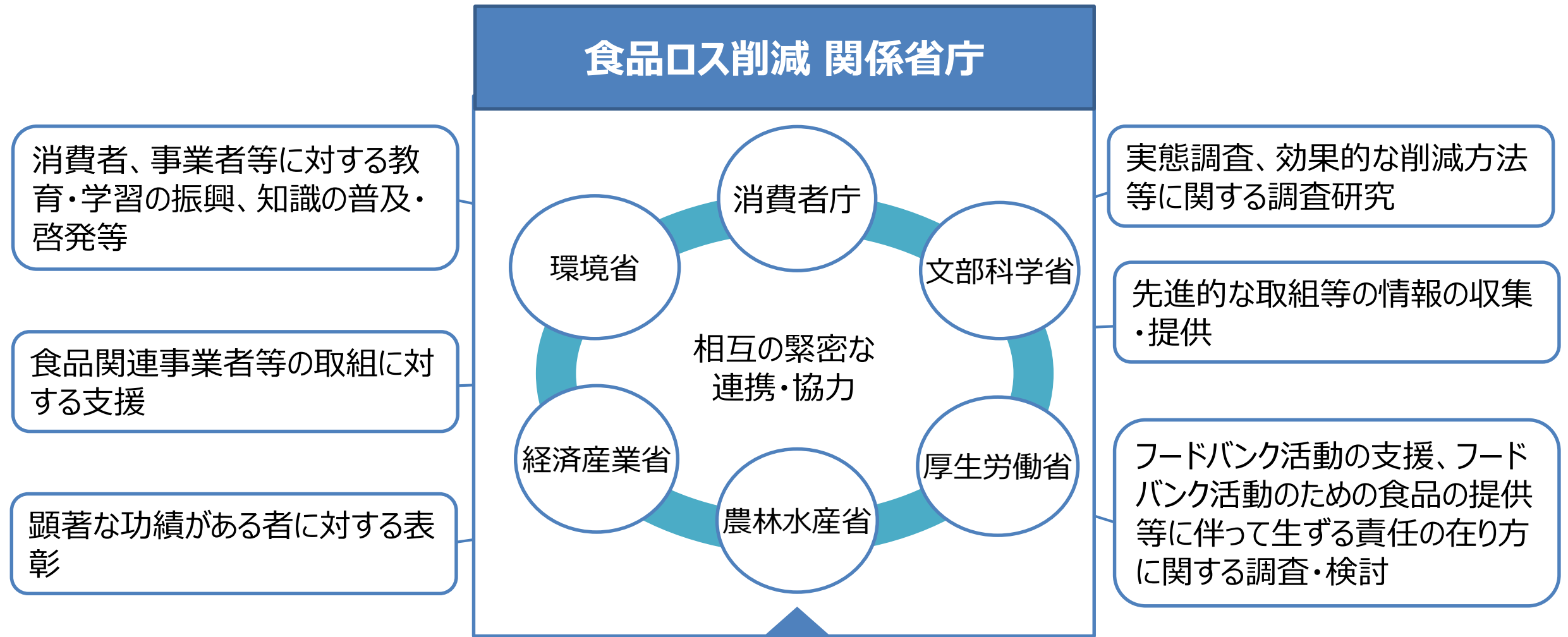


〔消費者庁では、期限切れの災害時用備蓄食料を職員へ配布〕



〔食品ロス削減全国大会の実施〕

食品ロスの削減に向けた政府の体制・取組（概要）



食品ロス削減推進会議

- ・ 構成員：関係大臣、有識者（業界団体、地方公共団体、学識経験者 など）
（会長：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全））
- ・ 食品ロスの削減の推進に関する基本方針の案の作成等を行う

※ 令和元年10月1日 法施行
令和2年3月31日 基本方針 閣議決定

10月食品ロス削減月間における取組の推進

令和元年10月1日施行された食品ロス削減推進法で、10月は「食品ロス削減月間」、10月30日は「食品ロス削減の日」と定められました。

消費者庁、農林水産省、環境省は共に、食品ロス削減月間の周知及び取組の啓発を行いました。

〈令和元年度版ポスター〉



〈令和2年度版ポスター〉



〈令和3年度版ポスター〉



出典：消費者庁ウェブサイト（食品ロス削減）

国の災害用備蓄食品の有効活用について

国の災害用備蓄食品について、食品ロス削減及び生活困窮者支援等の観点から有効に活用するため、各府省庁において申合せ。

申合せ内容

1. 入替えにより、供用の必要がないものとして、不用決定を行った災害用備蓄食品については、必要な場合を除き、原則フードバンク団体等へ提供
 - (1) 各省庁等における売払手続の実績を勘案し、賞味期限までの期間が概ね2か月以内の食品については、売り払うことができないものとして、提供の対象とする。
 - (2) 賞味期限までの期間が概ね2か月超の食品については、適正な予定価格を設定し、オープンカウンター方式等により売払手続を行い、売り払うことができなかったものを提供の対象とする。
 - (3) 賞味期限が近づいている場合や、賞味期限を過ぎたものを提供しようとする場合には、例えば、安心して食べきる目安となる期限の情報提供を行うなど、円滑な提供に向けて配慮する。
2. 災害用備蓄食品の提供に関する情報については、各府省庁においてwebサイトに掲載のうえ、農林水産省においてポータルサイトを設け、各府省庁の情報を取りまとめて公表。
3. まずは中央府省庁（外局を含み、東京都に所在する官署に限る。）で実施することとし、これら以外の地方支分部局、施設等機関等の官署についても可能なところから対応するなど、順次取組を拡大。

申合せ事項については、各府省庁の取組状況等を踏まえ、今後も必要に応じ見直し。

【申合せ参加府省庁】

内閣官房、内閣法制局、復興庁、内閣府、宮内庁、公正取引委員会、警察庁、金融庁、消費者庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省、防衛省

※フードバンク団体等には、フードバンク団体のほか、子ども食堂など、生活困窮者等に対し食料・食事の提供を行う団体を含む。

「てまえどり」の普及啓発

買い物するとき、買ってすぐ食べるものであれば、商品棚の手前にある商品など、販売期限の迫った商品を積極的に選ぶこと。

販売期限が過ぎて廃棄されることによる食品ロスを削減する効果が期待される。

6月1日から、コンビニエンスストア4社（セブン-イレブン、ファミリーマート、ミニストップ、ローソン）にて啓発キャンペーンを実施中



食品ロス削減推進大賞の表彰

消費者等に対し広く普及し、波及効果が期待できる、食品ロス削減の推進に資する取組を行った者に対して表彰を行うことにより、食品ロス削減の取組を広く国民運動として展開していくことを目的として、令和2年度から表彰を実施。令和3年度は、食品ロス削減全国大会（愛知県豊田市）の中で表彰式を開催。

令和3年度食品ロス削減推進大賞 受賞者

内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）賞

株式会社日本アクセス

サプライチェーンに拡げる「全社を挙げた」食品ロス削減活動

消費者庁長官賞

○一般社団法人 食品ロス・リポーンセンター
災害備蓄食品のリデュースとリサイクル

○鎌倉市立小坂小学校4年4組
フードロス00 応援隊

○成田 賢一
移動スーパーによる廃棄前農産物の無料提供や、倉庫を持たずにみんなで活動できる持続可能なフードバンク活動「フードシェアリング活動」の展開と、「世界の食品ロス削減活動」を日本に広めている、Food Poverty Activist（食料困窮活動家）としての食品レスキュー、広報・啓発活動

ほかに、審査委員長賞（6点）を授与

〈令和3年度内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）賞を受賞した「日本アクセス」と大臣の代理を務める消費者庁伊藤長官〉



〈日本アクセスから取組の発表〉



〈令和3年度食品ロス削減全国大会内食品ロス削減推進大賞表彰式の様子〉



令和3年度食品ロス削減推進大賞
の応募チラシ→



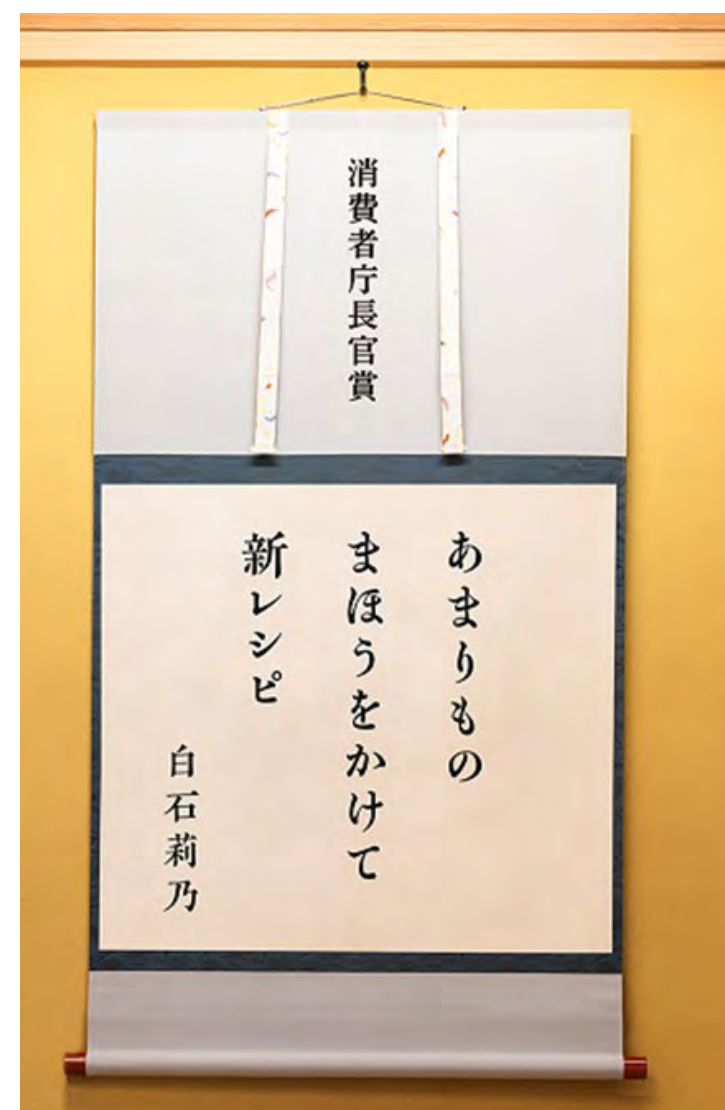
● 「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの実施

消費者庁では、食品ロス削減のためには、国民各層がこの問題を「他人事」ではなく「我が事」として捉え、「理解」するだけにとどまらず「行動」に移していただくため、食品ロス削減のための広報・啓発活動の一環として、食品ロス削減月間である令和3年10月に「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテストの募集を行い、令和4年1月に表彰式を実施しました。

〈内閣府特命担当（消費者及び食品安全）大臣賞〉
「冷蔵庫 開けて地球を のぞき込む」



〈消費者庁長官賞〉
「あまりもの まほうをかけて 新レシピ」



〈表彰式の様子
(令和4年1月7日)〉



食品ロス削減に関するKPI

○消費者基本計画工程表概要(抜粋)

食品ロスの削減の推進に関する法律に基づく施策の推進

- ・食品ロス量は、年間600万トン(2018年度推計)
- ・2030年度までに2000年度比で食品ロス量を半減(第四次循環型社会形成推進基本計画等)

○「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」(令和2年3月閣議決定)の下、関係省庁等が連携して国民運動として食品ロスの削減を推進。

○関係省庁と連携しつつ、事業者、関係団体・業界、消費者等の我が事としての行動に繋がるよう、制度的見直しも含めた取組を実施。

- 商慣習の見直しの拡大(納品期限の緩和、賞味期限表示の大括り化における対象品目の拡大等)
- 役割を終えた国の災害用備蓄食品のフードバンクへの提供をはじめとし、有効活用や未利用食品の活用を促進

KPI 食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合
(R1: 76.5% → 80%以上)

○消費者意識調査(令和3年4月)

図4 食品ロス問題を認知し、食品ロス削減に取り組む人の割合

