

【モデルプロジェクトの概要】

食品ロス削減に向けた効率的な普及啓発を行うため、効果的な啓発物及び手段を検証し、全国展開を行っていく。

【これまでの主な取組・成果】

- ・徳島県における食品ロスの削減に資する取組の実証調査に関する報告書（2018年7月公表）
- ・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報告書（徳島県）（2021年8月公表）
- ・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報告書（中国・四国地方）（2022年6月公表）
- ・幼児及び保護者向けの啓発資材（絵本）の作成（2022年6月及び9月公表）

問題意識・課題

- 我が国の食品ロス量は年間522万トンであり、その約半分は、家庭から発生しており、削減促進が急務
- 2017年度に実施した家庭における食品ロス削減に関する実証事業を踏まえた「実践しやすく効果的な取組」の内容を消費者へ浸透させることが重要

⇒ 効果的な啓発物及び手段を検討し、消費者の意識変化・行動変容を促す。

実施する取組

- 流通店舗における啓発方法の効果検証・実証（アンケート調査の実施）
- 幼児及び保護者向けの啓発資材（絵本）の読み聞かせを通じた普及啓発の検証・実証

成果イメージ・効果

- 検討、実証を通じて、課題、問題点を整理し、効果的なモデルを作成
- 食品ロス削減に関する普及啓発を促進

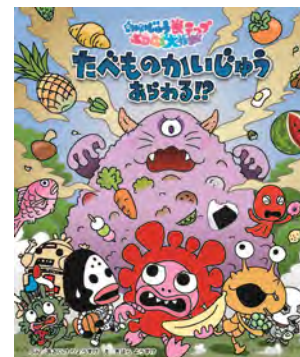
食品ロス削減月間に使用した  
デスクマット型ポスター



啓発用絵本  
(2022年6月公表)



啓発用絵本  
(2022年9月公表)



# 食品ロス削減に向けた2022年度の取組(1)

## 【概要】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

幅広い年代に食品ロスの問題を認知してもらうことを目的として、食品流通店舗において消費者に向けた効果的な啓発方法を検討することとし、2020年度に徳島県において実証事業を開始。2021年度は中国・四国地方へと拡大し、本年度は全国の流通店舗において実施した。

### 2020年度

#### 【実施内容】

徳島県内流通店舗20店舗に啓発物を設置し、1か月の掲示条件による効果の違いを検証

#### 【結果概要】

サッカー台※<sup>1</sup>に設置したデスクマット型ポスターによる啓発が有効であると示唆された

### 2021年度

#### 【実施内容】

中国・四国地方の流通店舗約260店舗のサッカー台にデスクマット型ポスターを設置し約3か月間の啓発効果（視認率※<sup>2</sup>）を検証

#### 【結果概要】

視認率が約50%近くになり、啓発としての有効性が示唆されたため、翌年度に全国展開をすることとした

### 2022年度

#### 【実施内容】

全国の流通店舗約2,900店の袋詰め用の台（サッカー台）にデスクマット型ポスターを1か月間設置し、啓発の効果を検証

#### 【結果概要】

デスクマット型ポスターを見た消費者に対して、「3つの約束」※<sup>3</sup>に取り組んでみたいかを調査したところ、約94%が取り組みたいと回答



▲2022年度デスクマット型ポスター ©TPC ©KSW

▲店舗での啓発の様子（2022年度）

※1 サッカー台：商品を袋に詰める台 ※2 視認率：ポスターを見て内容も読んだ割合

※3 食品ロス削減につながる「3つの約束」：①買い物前に今ある食材を確認！ ②すぐに食べるものは手前からとる！ ③お料理は食べる分だけ！

### 2022年度アンケート結果の概要

- デスクマット型ポスターを見て、食品ロス削減に興味を持った人は、51.3%。
- ポスター掲載の「3つの約束」（①買い物前に今ある食材を確認！ ②すぐに食べるものは手前からとる！ ③お料理は食べる分だけ！）について、「取り組んでみたい」と思った人は、94.4%。
- スーパー等の袋詰め用の台（サッカー台）での食品ロス削減啓発は効果的であると回答した人は、65.7%。

# 食品ロス削減に向けた2022年度の取組(2)

## 【概要】絵本を活用した取組

日々の食生活や食料の貴重性・重要性を理解させる食育の観点から、5歳～6歳の子どもたちを対象に食品ロス削減に関する啓発用の絵本を作成。作成した絵本は、家庭及び幼稚園において読み聞かせを行い、食品ロス削減に対する意識や行動の変化についてアンケート調査を実施。

### ぜんぶたべたよ！(2021年度作成)

主人公のゆうきくんが、体調の悪いお母さんのためにお父さんと一緒に料理を作るなかで、食材がどのようにして手元に届くのかなどを知り、食べ物の大切さに気づくお話。

#### 【実施内容】

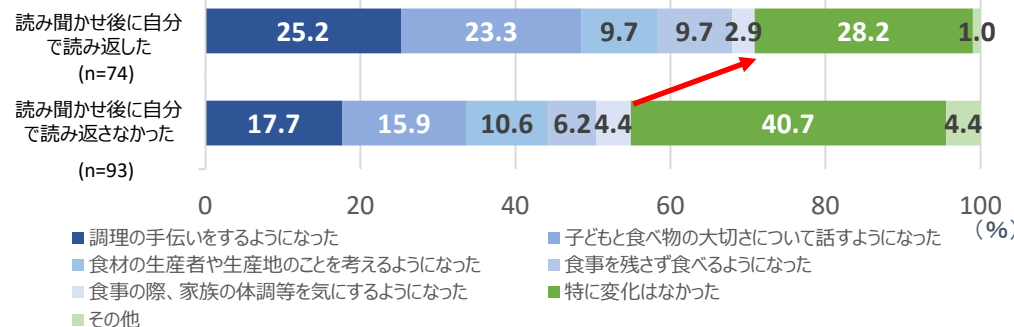
徳島県内の38園及び当該園の一部の保護者を対象に絵本を配付し、読み聞かせ後にアンケート調査を実施

#### 【結果概要】

子供と食べ物の大切さについて話すようになった等、一定の効果が見受けられた他、自ら読み返した子どもは、更に前向きな変化が見られた



読み聞かせ後における子どもの行動変化



### かいじゅうステップ SDGs大作戦

### たべものかいじゅうあらわる！？(2022年度作成)

かいじゅうたちが、たくさんの食べ物を持ち寄り、お祭りをするが、食べきれずに残してしまう。食べ物を探して別の星からやってきたかいじゅうから食べ物の大切さを教えてもらい、食べ残さないことを誓うお話。

#### 【実施内容】

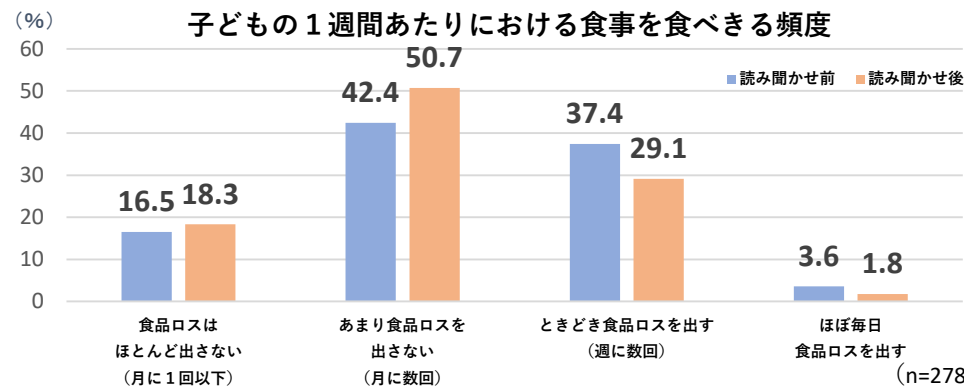
中国・四国地方の国立附属幼稚園10園及び当該園の保護者を対象に絵本を配付し、読み聞かせの前後においてアンケート調査を実施

#### 【結果概要】

読み聞かせの前後で、食事を食べきる子どもやその頻度が増えるなどの効果が見られた



©TPC ©KSW



# ぜんぶたべたよ！（2021年度作成啓発絵本）利用者の声

## 読み聞かせを行った保護者・先生の声（一部抜粋）

絵本を読んでから、食材の生産者さんのことを気にする会話が子どもたちから出てうれしく思いました。**残したらもったいないという意識がでてきた**と思います。私自身も子どもの食べられる量、その日の体調に合わせて量を考えてお皿に盛りつけるようにすることで、残すことも減り、**お互いストレスがなくなりました**。（保護者）

親から口頭で「(食べ物を)残したら、もったいないよ。」「作っている人の気落ちを考えてごらん。」と言っても、子供にとってはお説教の様に聞こえてしまうのか、右から左へ聞き流されてしまいましたが、**絵本を通してお話しすると、子供の心にストンと気持ち良く届いてくれた**様に感じました。（保護者）

絵本を読んで、食事を作ってくれる家族の事、野菜や色々な食品を作ってくれる生産者の人達の事など今まで以上に考えたり知ろうとするきっかけになりました。**子供にも伝えやすく分かりやすい絵本**でした。（保護者）

**子どもたちの心に残る1冊**となっています。大好きなお母さんが体調を崩すことに感情移入して見入る子も見られました。子どもたちの方から「読んで」と言ってもらえる1冊です。（先生）

# たべものかいじゅうあらわる！？(2022年度作成啓発絵本) 利用者の声

## 読み聞かせを行った保護者・先生の声（一部抜粋）

絵本を通じて親子で食品ロスについて考える良いキッカケとなりました。子供も「ご飯を残さないようにしないといけないね」と話しており、以前より食べ残す回数が少し減った気がします。（保護者）

本を読んでから、「どうして食べ残すことがいけないの？」「どうして買いすぎはよくないの？」という問いに、こちらも答えられるようになりました。それと同時に、捌かれた魚や肉、きれいに作ってくれた野菜やくだもの、それらをまた料理として提供してくれた人に対し、心から、「ご馳走さまでした」と言えるようになったと思います。命についても、学ぶ機会になりました。（保護者）

一緒にスーパーへ買い物に出かけた際、「手前から取らないかんね」と前から並べられている牛乳をかごに入れてくれました。私からは何も声かけしていないのに...感心した出来事がありました。

家庭の中の会話で「食品ロス」というワードが増えた様に思います。（保護者）

「食べ物を残すともったいないから全部食べるようにする」と次の日の弁当の時間に言っていました。（先生）

# ⑥消費生活センターの運営に関する四国4県の比較

## 【研究の概要】

消費生活センターの設置や消費生活相談に関し、県の消費生活センターが中心的な役割を担っている香川県の体制（香川モデル）と、四国地方の他の3県の消費生活相談の体制について、県及び市町村の消費生活相談体制を含めた消費者行政の実態を調査し、香川モデルと他県の体制の比較・検討を行う。

※未来本部職員主体の研究

### 問題意識・課題

- 消費生活相談について、対面や電話以外に、メールやSNSを活用した相談へと**相談形態がシフトすることが予想される**
- 市町村が実施する消費者行政として、相談、啓発、消費者教育、見守り等があるが、**消費生活センターの設置と消費者行政の取組の充実との関係性については分析されていない**

### 実施する取組

- 香川県、徳島県、愛媛県、高知県内の全ての消費者行政担当部局へヒアリング調査を実施

### 成果イメージ・効果

- 地方における消費者行政の充実と消費生活センターの設置有無の関係性が明らかになる

↓  
広域連携を含めた消費生活センターの設置について、市町村における設置の参考となる

**愛媛県** (20市町)  
消費生活センター数  
・県運営：1か所  
・市町運営：7か所  
広域連携含む対象地域：7市  
年間相談件数：8,544件  
(2020年度)

**香川県** (17市町)  
消費生活センター数  
・県運営：**5か所**  
・市町運営：1か所  
広域連携含む対象地域：1市  
年間相談件数：7,738件  
(2020年度)

**高知県** (34市町村)  
消費生活センター数  
・県運営：1か所  
・市町村運営：3か所  
広域連携含む対象地域：8市町村  
年間相談件数：5,312件  
(2020年度)

**徳島県** (24市町村)  
消費生活センター数  
・県運営：1か所  
・市町村運営：12か所  
広域連携含む対象地域：24市町村  
年間相談件数：6,358件 (2020年度)

### <実態調査の方法>

調査対象である四国4県及び各県内の市町村における消費生活相談の実態を把握するため、四国4県及び各県内市町村（計96市町村等）に対してヒアリング調査を実施した。

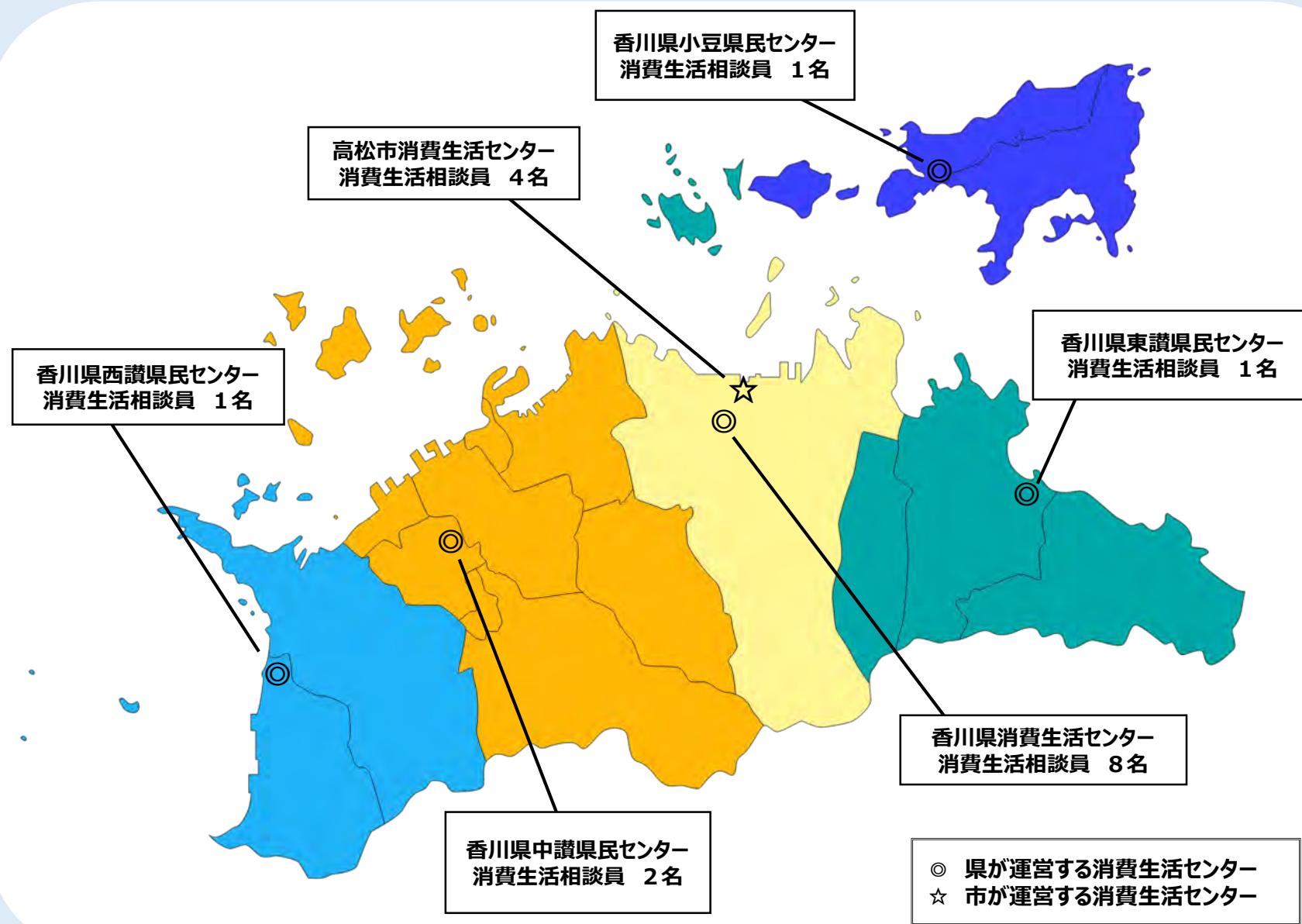
### <ヒアリング調査の概要>

実施期間	令和4年6月～12月
対象自治体	香川県：香川県、県内全17市町 徳島県：徳島県、県内全24市町村 愛媛県：愛媛県、県内全20市町 高知県：高知県、県内全34市町村、幡多広域消費生活センター
ヒアリング項目	・消費者部局の体制について（職員数、相談員数、予算、業務内容など） ・消費生活相談について（相談件数、相談対応の体制など）
ヒアリング方法	・原則、現地での対面によるヒアリング、またはオンライン会議によるヒアリング ・上記が不可の場合、ヒアリングシートに必要事項を記入のうえ返送

### <追加質問の実施>

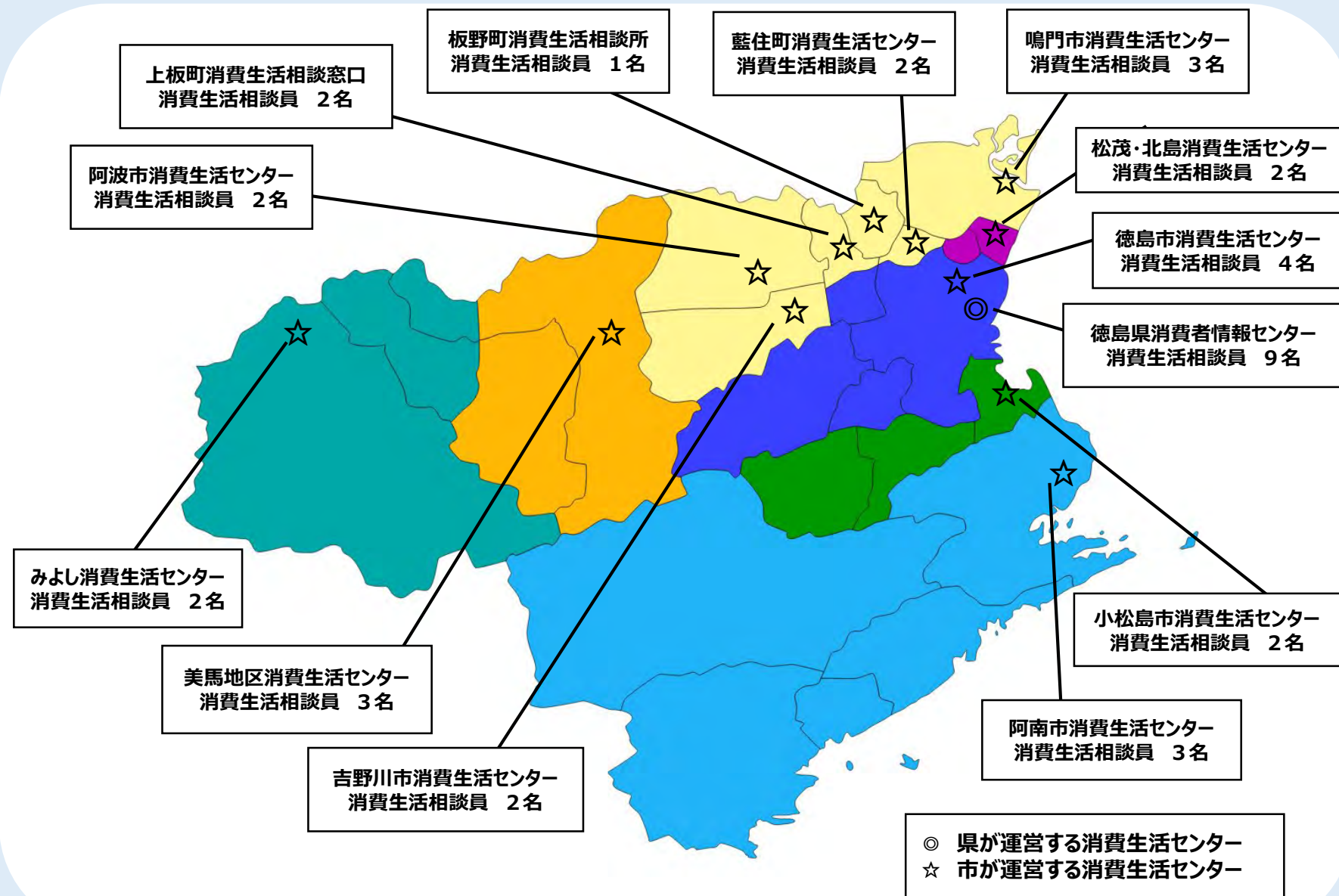
ヒアリング内容のうち、市町村が実施する消費生活に関する「啓発」や「教育」関連の事業内容についての追加質問を行った。

# ヒアリング結果① 香川県

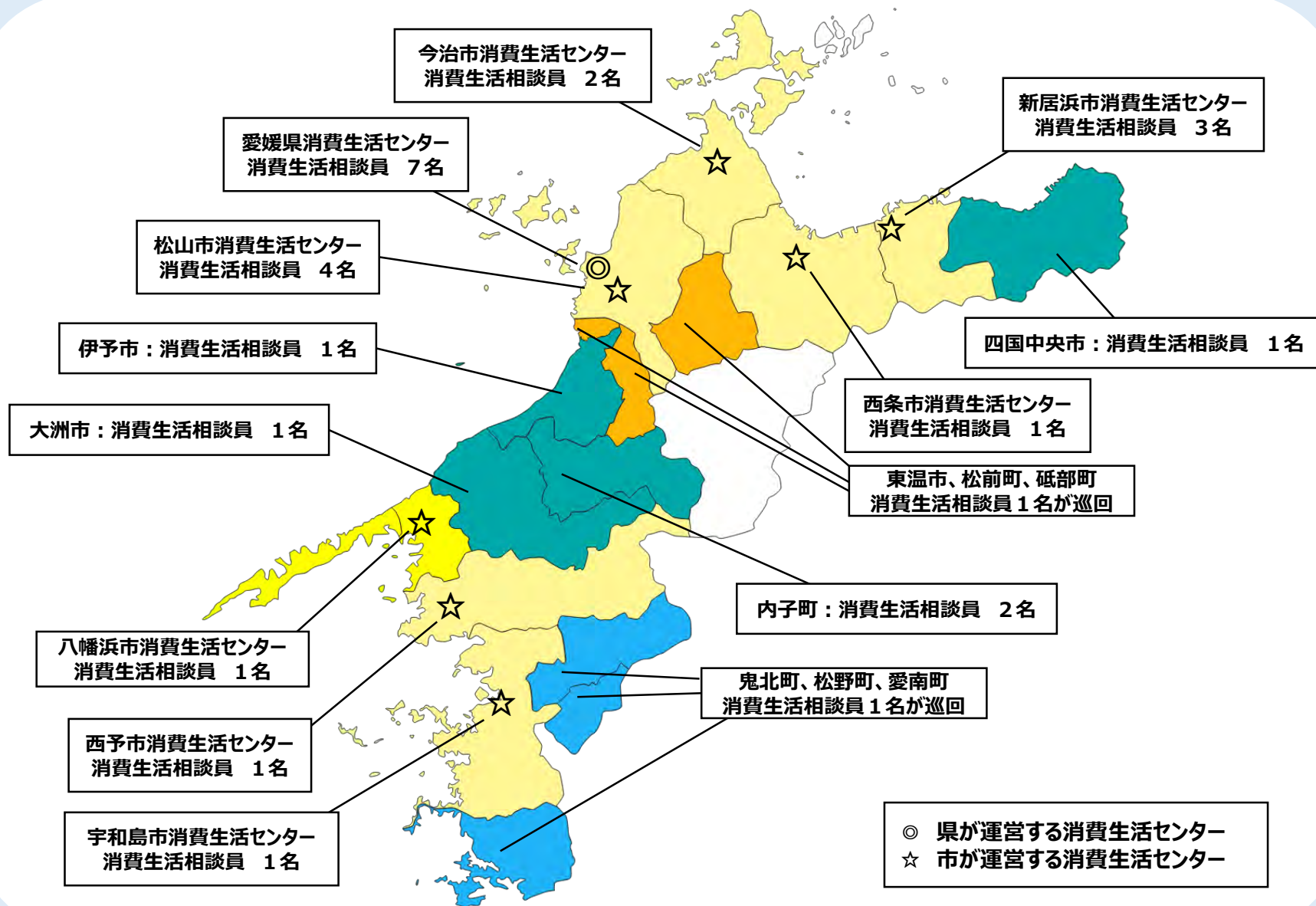




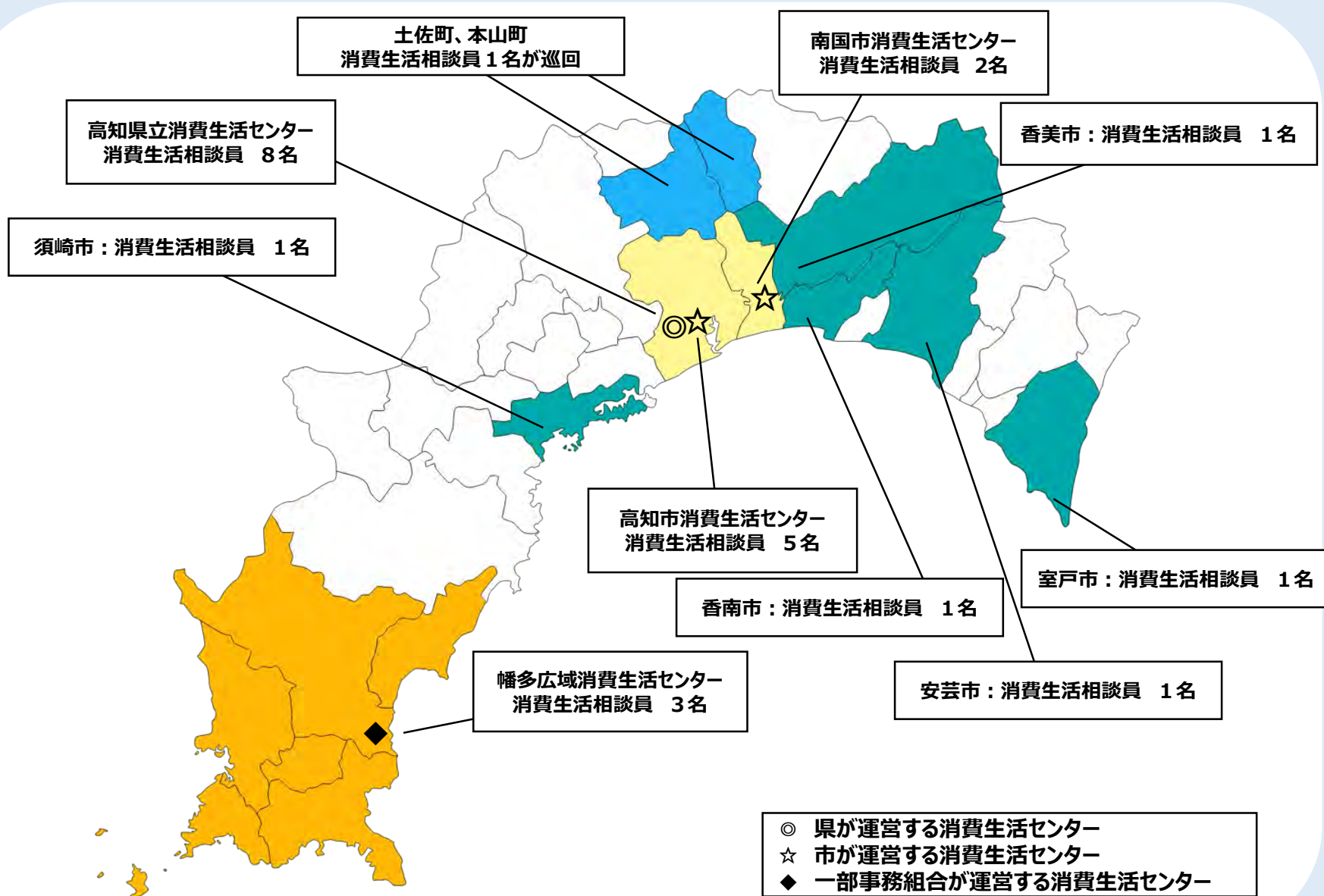
## ヒアリング結果② 徳島県



# ヒアリング結果③ 愛媛県



## ヒアリング結果④ 高知県



## ヒアリング結果⑤ 各県の消費生活相談件数

### 香川県

	R元年度	R2年度	R3年度
県セン受付分	5,452	5,838	5,064
市町受付分	2,342	2,102	1,761
合計	7,794	7,940	6,825

↳ 1年平均 7,519件 ⇒ 人口1万人あたり80.5件

### 徳島県

	R元年度	R2年度	R3年度
県セン受付分	2,565	2,636	2,378
市町受付分	3,997	4,089	3,572
合計	6,562	6,725	5,950

↳ 1年平均 6,412件 ⇒ 人口1万人あたり91.1件

### 愛媛県

	R元年度	R2年度	R3年度
県セン受付分	3,045	3,367	3,077
市町受付分	5,047	5,152	5,141
合計	8,092	8,519	8,218

↳ 1年平均 8,276件 ⇒ 人口1万人あたり63.4件

### 高知県

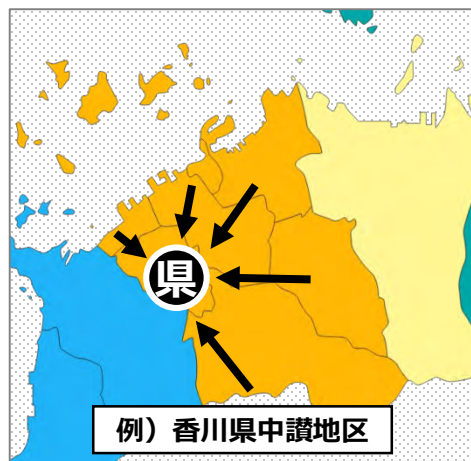
	R元年度	R2年度	R3年度
県セン受付分	2,360	2,395	2,223
市町受付分※	3,032	3,071	2,770
合計	5,392	5,466	4,993

↳ 1年平均 5,283件 ⇒ 人口1万人あたり78.2件

※幡多広域消費生活センター受付分を含む

注) 人口1万人あたりの相談件数は、令和4年10月時点の人口から算出

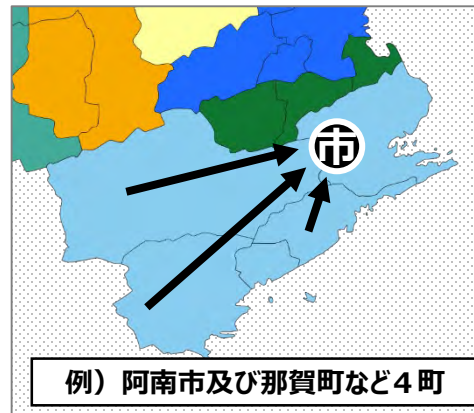
### 香川県（県セン集約型）



#### <メリット>

- 県内どこの市町住民であっても経験豊富な消費生活相談員に相談をすることができる
- 市町消費生活相談窓口においては、県に相談をつなぐ共通認識があり、相談対応への心理的負担が少ない

### 徳島県（中心市集約型）



#### <メリット>

- 単独で消費生活センターを設置することが困難な市町村住民でも、専門的な消費生活相談員に相談することができる。
- 消費生活センター非設置自治体の職員は、相談対応以外の業務に注力することができる。

### 愛媛県（相談員巡回型）



#### <メリット>

- 単独で消費生活相談員を雇用することが困難な市町村住民でも、専門的な消費生活相談員に相談することができる。
- 同一の消費生活相談員に対して相談することが可能。
- 消費生活相談員不在時においても、電話等により消費生活相談員につなぐことが可能。

### 高知県（一部事務組合理型）



#### <メリット>

- 単独で消費生活センターを設置することが困難な市町村住民でも、専門的な消費生活相談員に相談することができる。
- 市町村職員は、相談対応以外の業務に注力することができる。

## 香川県



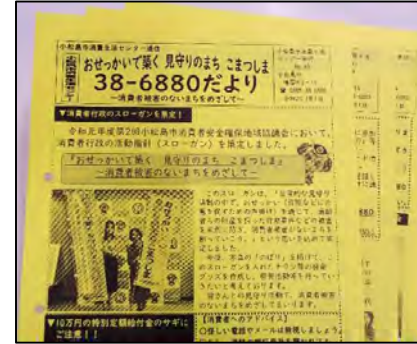
香川県作成

「はじめませんか? エシカル消費」

### ✓県が作成、住民へ直接配布

- 主に県が周知啓発用資料を作成
- 県が実施する出前講座等のタイミングで住民へ直接配布

## 徳島県



小松島市作成  
「消費生活センター通信」

### ✓各市町村が作成・配布

- 主に市町村にて作成・配布される。
- 消費生活センター設置市が作成し、広域連携する周辺町村へ提供する場合も多い。

## 愛媛県



新居浜市消費生活センター作成  
「ひとりで悩まず相談して。」

### ✓各市町村が作成・配布

- 基本的に市町村にて作成、配布
- 複数市町村を巡回する相談員作成の啓発リーフレットも県内広く活用されている

## 高知県



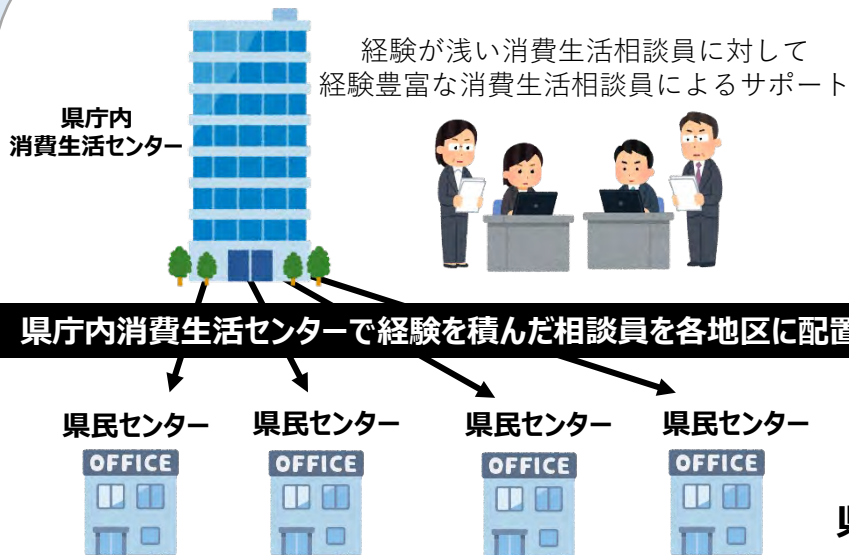
高知県作成  
「くらしネットkochi」

### ✓県が作成、市町村が配布

- 県作成の「くらしネットkochi」を市町村に配布
- 市町村は住民に対して広報誌に折り込むなどして配布

# まとめ① 消費者行政に関する香川県の“工夫”

## “消費生活相談の質の確保”に関する工夫



- **ポイント①**  
県内に配置する消費生活相談員を県庁で一括して雇用
- **ポイント②**  
資格を取得して間もない経験の浅い消費生活相談員は県庁内の消費生活センターに配置し、経験豊富な消費生活相談員のサポートの下、相談対応業務に従事
- **ポイント③**  
県庁内消費生活センターで十分に経験を積んだ消費生活相談員を各地区の県民センター内の消費生活センターに配置

県内どこでも同じレベル消費生活相談を受けることが可能

## “消費者教育”や“啓発”に関する工夫

県が実施した消費者教育にかかる出前講座の回数

	R元年度	R2年度	R3年度
香川県	262 (108)	112 (63)	118 (70)
徳島県	101 (4)	71 (1)	113 (0)
愛媛県	153 (25)	75 (2)	91 (10)
高知県	42 (1)	21 (0)	23 (0)



県作成の啓発物を県実施の出前講座などで県民へ直接配布

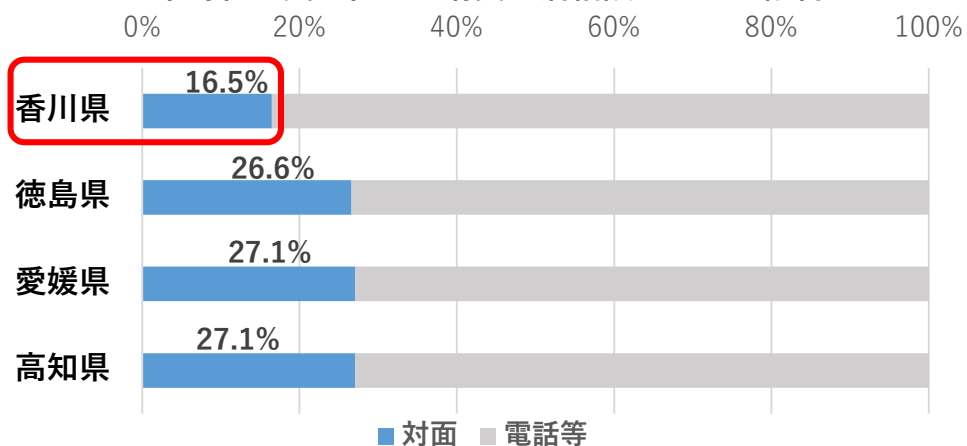


< 香川県作成の啓発物 >

※ ( ) 内の数字は、県による出前講座実施回数のうち市町村からの講師派遣依頼に基づき講師を派遣した回数

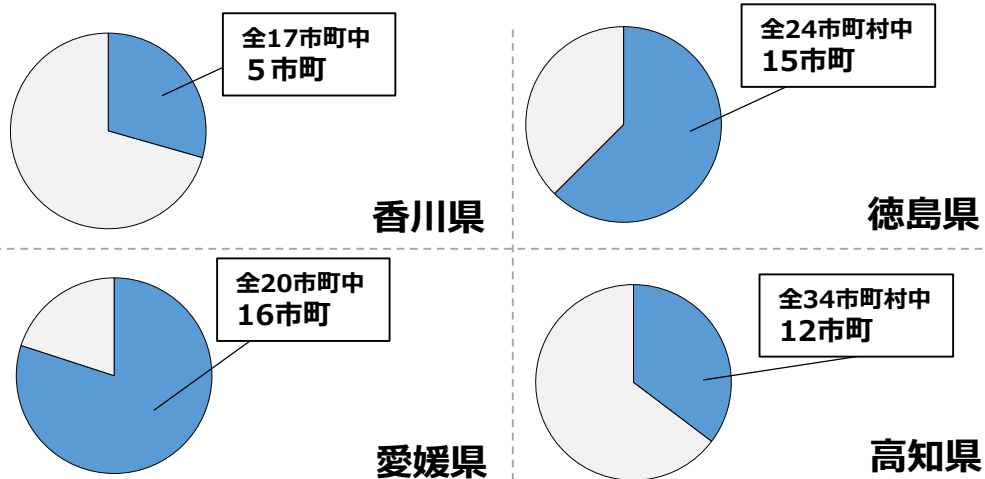
県民へ統一した消費者教育、啓発の実施が可能

市町村で受け付けた消費生活相談の方法別割合



⇒ 対面で相談しやすい顔の見える関係性作りが重要

啓発物に「地域の消費者トラブル」などの情報を積極的に反映させている市町村数



“広域連携”をすることで

消費生活相談員の人材の確保

消費生活相談の質の確保

というメリットがある



その一方で、

住民との物理的な距離

地域の実態に合った  
見守り・啓発・消費者教育

を意識する必要がある。