

事業目的

若い世代を中心に幅広い年代の方を対象に、食品ロス削減について自ら実践し、地域での啓発活動や食品ロス削減に取り組む団体でのボランティア活動、学校現場への出前講座など、多様な分野で活躍する“もったいないやん活動隊”を育成する。

養成講座の概要

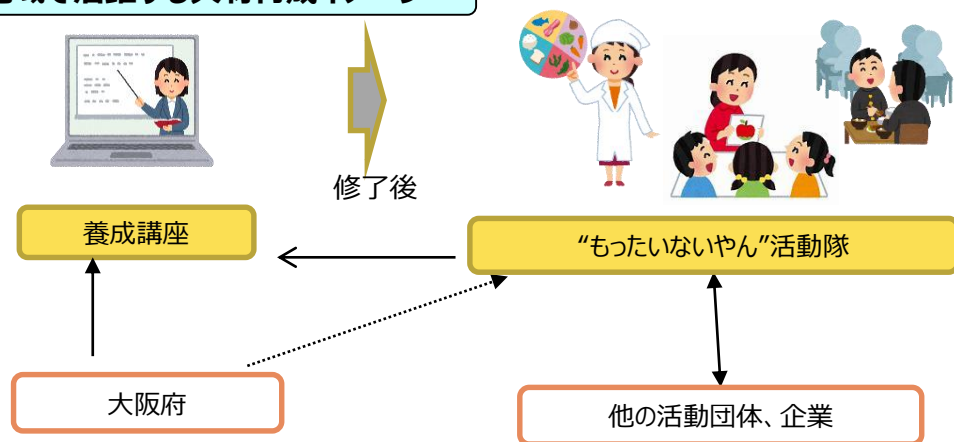
- 募集人数：年間20人
- 対象：大学生、栄養士協会会員、食ロス活動団体、事業者、市町村職員など
- 実施回数：年4回程度の講座（座学3回、体験実習1回）
- 講座で学ぶこと
 - ・ 食品ロスの知識、企業の取組、地域活動団体の活動体験など
 - ・ カードゲームやポータルサイトを活用した講義の実践方法など
 - ・ 消費者ができる解決策を探すグループワークなど
- 活動隊に期待すること
 - ・ 出前講座の担い手としての知識の習得
 - ・ 未利用食品の提供者側とマッチング側両方の視点
 - ・ 削減が難しい品目の解決策の検討 等

<スケジュール案>

日時	事業内容
令和4年6月10日	事業者決定(NPO法人DeepPeople)
7月～8月	養成テキスト作成、養成講座の準備 受講者の募集 等
9月上旬～ 令和5年2月下旬	養成講座の開講(計4回)
令和5年3月下旬	今年度分の事業終了(3年間実施予定)



地域で活躍する人材育成イメージ



<活動隊の活動展開>

- ・ 生活圏での食品ロス削減の実践
 - ・ 地域での啓発活動
 - ・ 企業とのワークショップや団体の活動サポート
 - ・ その他、地域の講演会 など
- ➡
- ・ 活動の継続、自走に向けた検討
 - ・ 企業や既存活動団体との連携
 - ・ 養成講座の講師として活躍

事業目的

・食品ロスは消費者の意識及び行動が深く関係することから、食品ロス削減に取り組む事業者に対する消費者の理解や、消費者が自発的に食品ロス削減に向けた購買行動を起こす効果的な食品ロス削減の手法を検討し、小売店舗における効果的な食品ロス削減手法の試行実施と、行動変容の効果を調査検証し、多様な食品ロス削減の手法を普及を目指す。

事業の概要

01.
実証項目
の
検討と選
択

検討会議、
消費者の意見収集



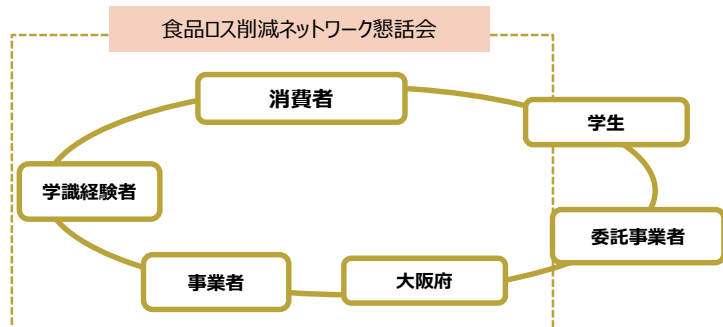
02.
店舗にお
ける
試行実施

ナッジの視点を導入
した実証実験



03.
効果の
検証

行動変容の調査、効果検証
従業員の理解、負担軽減の
効果



- 実証店舗数や項目について、今後協力事業者と協議して決定
- 消費者も参加した実証項目の検討に、必要に応じて学生とのワークショップや分科会も実施
- 検証結果は業界や他の分野にも広く周知し普及を目指す。

これまでの経過と今後の予定

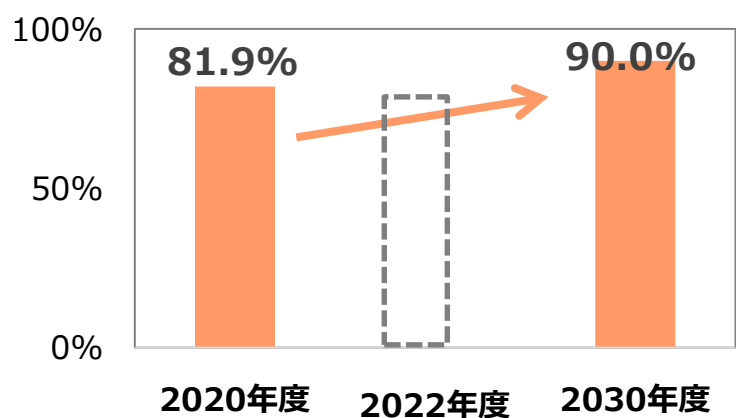
R 3年度	R 4年度 5-7月	9-10月	R 5年度
・食品ロス削減ネットワーク懇話会 学生ワークショップ 課題の共有、次世代の意見収集	委託事業者募集・決定	実証実験の設計 実証実験 ・啓発キャンペーン広報 ・実証期間（概ね1カ月程度）	調査・効果検証 普及

大阪府食品ロス削減推進計画の目標

	食品ロス量	食品ロス削減に取り組む人の割合
国	事業系、家庭系ともに2000年度比で2030年度に 半減 を目指す。	食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を 80% とする。
大阪府	同上	2030年度までに、食品ロス削減のための複数の取組を行う府民の割合を 90% とする。

2020年度結果

	食品ロス削減の取組を複数(2項目以上)行う人の割合	取り組んでいること (上位1位、2位、3位)
大阪府	81.9%	(1)残さずに食べる：76.0% (2)冷凍保存を活用する：53.3% (3)賞味期限を過ぎたものは食べられるか自己判断する：52.7%



2022年度案

Q1. あなたは、「食品ロス」が問題となっていることを知っていますか。

Q2. あなたは、「食品ロス」を減らすために取り組んでいることはありますか。

計画の進捗管理

Q3. 外食先で料理を食べきれなかったとき、どのような状況であれば持ち帰ろうと思いますか。

Q4,5 外食、小売で質問予定。
(候補：変動価格、持ち帰りなど)

今後に向けた現状把握

消費者庁「消費者の意識に関する調査」

(調査対象は2019年度までは3,000名、2020年度以降は5,000名)

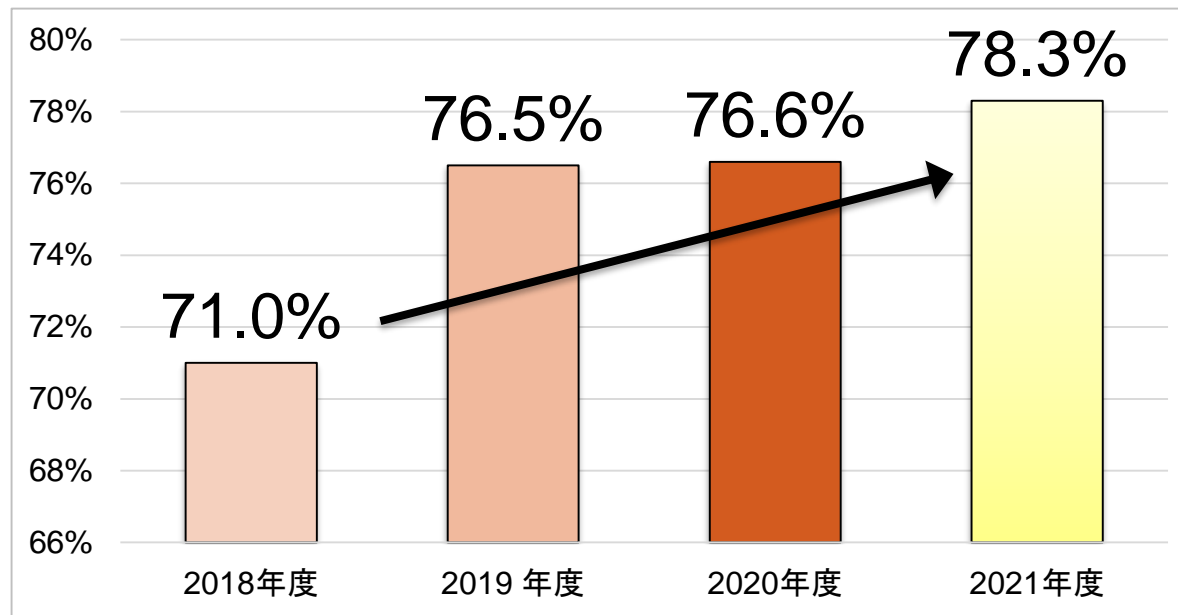
質問『あなたは、「食品ロス」が問題になっていることを知っていますか？』

⇒「よく知っている」「ある程度知っている」を回答した人

かつ

質問『あなたは、「食品ロス」を減らすために取り組んでいることはありますか。(複数選択可)』

⇒「取り組んでいることはない」以外を選択した人

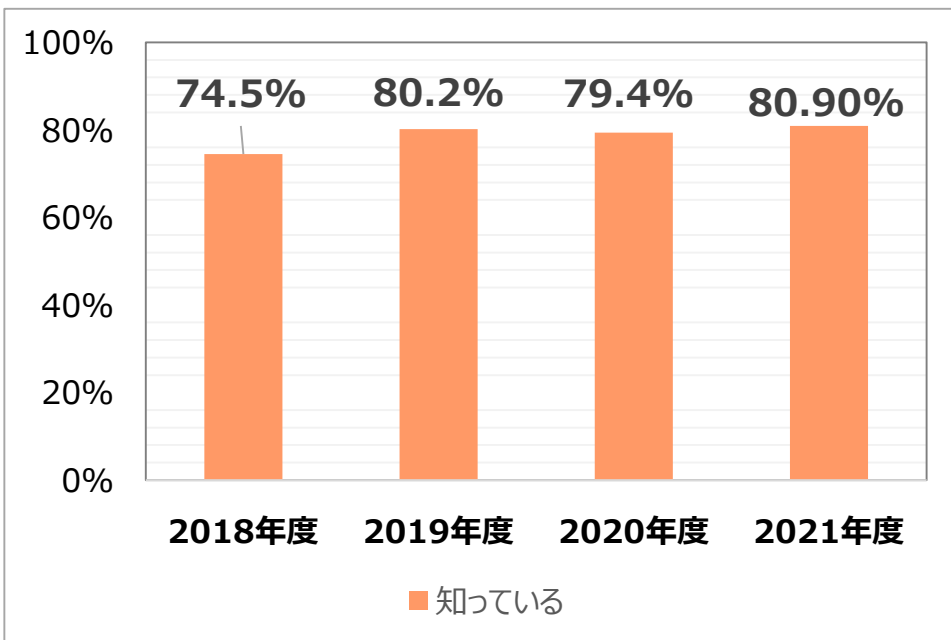


消費者庁「消費者の意識に関する調査」

(調査対象は2019年度までは3,000名、2020年度以降は5,000名)

1 食品ロス問題の認知度

食品ロス問題を知っているか聞いたところ、「知っている」と回答した人が80.9%。一方で、「知らない」と回答した人が19%（「あまり知らない」12%+「全く知らない」7%）。



2 食品ロス問題の年代別認知度

食品ロス問題の認知度を年代別に集計したところ、「知っている」と回答した人の割合が最も高かった年代は70歳代以上で90%。一方で「知らない」と回答した人の割合が最も高かった年代は20歳代で66.1%だが上昇傾向。

