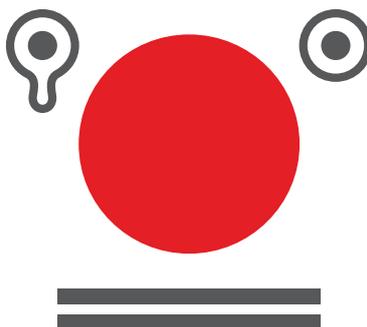


平成25年度食品産業環境対策推進事業

市民インターネット座談会レポート



NO-FOODLOSS PROJECT

平成26年3月

バイオマス資源総合利用推進協議会

目次

はじめに.....	1
1. 食品の期限について.....	5
1-1 テーマの目的	6
1-2 食べ物の“期限”はどのくらい気にしていますか?	7
1-3 賞味期限と消費期限、違いに悩んだことはありますか?	8
1-4 賞味期限について、もう少しご意見を聞かせてください!	9
1-5 まとめ	11
2. 簡易包装について	13
2-1 テーマの目的	14
2-2 もっと簡易包装でいいのに・・・と思う食品は何ですか?	15
2-3 簡易包装の商品ってどうですか?	18
2-4 まとめ	20
3. 店内の環境について.....	21
3-1 テーマの目的	22
3-2 店内の明るさはどのくらいがよいですか?	22
3-3 店内温度の設定を控えめにすることについてどう思いますか。	24
3-4 まとめ	26
4. 外食について	27
4-1 テーマの目的	28
4-2 外食したときに“もったいない”と思うことは何ですか。	29
4-3 外食でドギーバッグを広めるにはどうしたらいい?	30
4-4 まとめ	32
5. 家での食品ロスについて.....	33
5-1 テーマの目的	34
5-2 家で食べ物を捨ててしまう理由.....	35
5-3 使いきれなくてよく捨ててしまう食材や加工食品は何ですか	37
5-4 食品を買うと付いてくる、いらぬ調味料や添え物は何ですか.....	38
5-5 家で食べ物を捨てないための“商品”や“売り方”の工夫.....	39
5-6 まとめ	41
6. 家での取組について.....	42
6-1 テーマの目的	43
6-2 お料理に使うガスや電気の節約術を教えてください.....	43

6-3	加工食品の良いところ、上手な使い方.....	44
6-4	まとめ	46
7.	企業の取組について.....	47
7-1	テーマの目的	48
7-2	“イメージの良い企業”とはどんな企業ですか.....	48
7-3	どんなときに、「この企業は環境にやさしい企業だな」と思いますか.....	50
7-4	企業のエコな取組、食品選びの参考にしていますか？	53
7-5	あなたのお気に入りのエコな食品や外食メニューは何ですか？	55
7-6	レジ袋の廃止・有料化についてどう思いますか？.....	57
7-7	食品産業もったいない大賞 募集！	60
7-8	まとめ	61
8.	認証制度について	63
8-1	テーマの目的	64
8-2	環境マネジメントの認証を取得している企業のイメージは？	64
8-3	カーボンフットプリントってご存知ですか？	65
8-4	カーボン・オフセットってご存知ですか？	66
8-5	まとめ	67

はじめに

(1) 市民インターネット座談会実施の目的

一般に、事業者にとっては環境対策よりも売上向上の方を重視しがちである。しかしながら、環境対策が顧客や消費者の支持・賛同を得られれば、事業者が環境対策に取り組むインセンティブとなる。また、自社の環境対策が顧客や消費者からどのように認識されているのかについても関心が高いと考えられる。

そこで本事業では、包装材や食品ロスなど食品の環境対策に関する様々な面について市民の“本音”を聞くことや、食品産業の取組が市民に正しく認識されているか、消費生活の中で環境負荷削減に結びついているか等について市民の声を聞くことを目的として、インターネット上の座談会を設置した。またそこで出された市民の声を、別途 Facebook ページ「食エコの芽」などを通じて事業者提供することにより、事業者のより一層の取組を促すことを目的とした。

(2) 実施方法

座談会サイト「暮らしの根っこ」※において「食べ物の“もったいない”を考えるプロジェクト」を立ち上げ、24のテーマについて市民からの意見を募った。なお、意見は全て自由記述であり、本座談会への意見の書き込みにはプロジェクトへの参加登録が必要であるが、書きこまれた意見は誰でも読むことができる。

※ 平成26年2月27日をもって運営会社は「株式会社ハー・ストーリー」から「株式会社うるる」に変更

(3) 座談会の概要

- 実施期間：平成25年10月4日～（平成26年3月17日現在継続中）
- 座談会 URL：https://www.kurashi-no-necco.jp/member/p/project/top/?id_project=70
- 参加者数：798名
- 総投稿数：2,554件
- 参加者のうち1回以上投稿している人数：451名
- 投稿者の属性：以下のように30代～40代の女性が多い。また、就業のある・なしは約半数ずつとなっている。

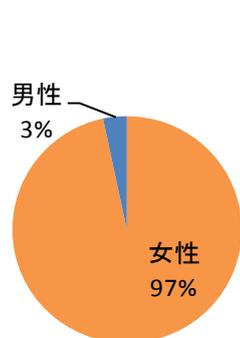


図 投稿者の性別

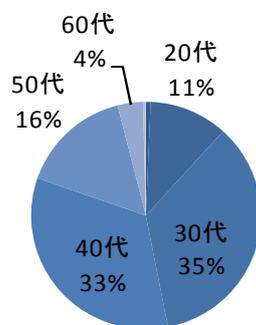


図 投稿者の年代

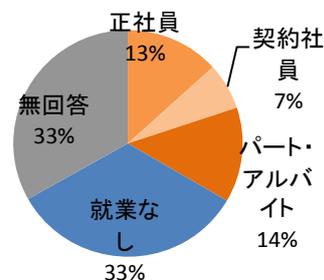


図 投稿者の就業形態

1. 食品の期限について
<ul style="list-style-type: none"> ・食べ物の“期限”はどのくらい気にしていますか？[10/4～10/24] ・賞味期限と消費期限、違いに悩んだことはありますか？[10/24～11/11] ・賞味期限について、もう少しご意見を聞かせてください！（1/3ルールについて）[11/11～11/30]
2. 簡易包装について
<ul style="list-style-type: none"> ・もっと簡易包装でいいのに・・・と思う食品は？[10/4～10/24] ・簡易包装の食品ってどうですか？[10/24～11/11]
3. 店内の環境について
<ul style="list-style-type: none"> ・店内の明るさはどのくらいがよいですか？[1/10～2/10] ・店内温度の設定を控えめにするについてどう思いますか。[1/10～2/10]
4. 外食について
<ul style="list-style-type: none"> ・外食したときにもったいないと思うことは？[10/4～10/24] ・外食でドギーバッグを広めるにはどうしたらいい？[10/24～11/11]
5. 家での食品ロスについて
<ul style="list-style-type: none"> ・家で食べ物を捨ててしまう理由[11/11～11/30] ・家で食べ物を捨てないための“商品”や“売り方”の工夫[11/11～12/10] ・使い切れなくてよく捨ててしまう食材や加工食品は何ですか[11/30～12/26] ・食品を買うと付いてくる、いらぬ調味料や添え物は何ですか[11/30～12/25]
6. 家での取組について
<ul style="list-style-type: none"> ・お料理に使うガスや電気の節約術を教えてください。[10/4～10/24] ・加工食品の良いところ、上手な使い方[10/24～11/11]
7. 企業の取組について
<ul style="list-style-type: none"> ・あなたのお気に入りのエコな食品や外食メニュー[10/24～11/11] ・企業のエコな取組、食品選びの参考にしていますか？[11/11～11/30] ・“イメージの良い企業”とはどんな企業ですか。[11/30～1/10] ・どんなときに、「この企業は環境にやさしい企業だな」と思いますか。[11/30～1/10] ・レジ袋の廃止・有料化についてどう思いますか。[1/10～2/10] ・食品産業もったいない大賞 募集！[2/13～3/17]
8. 認証制度について
<ul style="list-style-type: none"> ・環境マネジメントの認証を取得している企業のイメージは？[1/14～3/3] ・カーボン・オフセットってご存知ですか？[2/10～3/3] ・カーボンフットプリントってご存知ですか？[2/10～3/3]

(4) 座談会イメージ

座談会のトップページを以下に示す。



NewF

食べ物の“もったいない”を考えるプロジェクト

ただいま**791**人が参加中

3月になりました。

まだ寒い日もありますが、暖かい日は薄手のコートでも良くなってきました。

さて、この冬は極寒のニュースをよく耳にします。

一方、昨年の夏は各地で歴代の最高気温を更新したり、ゲリラ豪雨や竜巻が発生して被害が出たりと、もはや“異常気象”が異常ではなく毎年のことのようになりつつありますね。



そんな **環境の変化** と **食べ物**。

一見、何のつながりもないように思えますが、

実は**1つの食品が作られ、運搬され、店頭に並ぶまでに**
たくさんの資源やエネルギーが費やされています。

たくさんの資源やエネルギーを使うことによって、
地球温暖化の原因といわれているCO2も出しています。

しかし、多くの資源を使って作られた食べ物なのに、

日本では、毎年500～800万トンも食べられずに廃棄されていることを
ご存じでしょうか。

まさに、“もったいない！”ですね。

今、国では、食べ物にまつわるこういった状況に対して、

“もったいないムーブメント” を起こしたいと思っています。

その一環として、ここで皆さんからの様々なご意見を聞かせてもらいたいです！

皆さんからのご意見は、国の政策や、企業への情報提供に役立てさせていただきます。

どうぞ、よろしくお祈りしますm(_ _)m

[2014.2.5追記]

Facebookページ「食エコの芽」を立ち上げました！

こちらで得られたご意見を、レポート形式でご報告していく予定です。ご興味がありましたら、ぜひご覧ください。

Facebookページは[こちら](#)です。

こんな人にオススメ

- 「もったいないなあ」と思いながらも食品を捨てることがある方
- 食品をムダに捨てないようにしたり、なるべく電気やガスを使わないエコな調理をしたりと工夫をしている方
- “こういうのは過剰包装じゃない？”など、企業に言いたいことがある方

●管理者情報

らん子
食べ物にまつわるエコが、
どうしたらもっと進むか、国
や企業と一緒に考えていま
す。皆様の声を
国や食品企業に届けま
す！ (*^-へ*)



このプロジェクトに参加する →

このプロジェクトを
友達に紹介する →

プロジェクト・イベント情報

[【new!】中小企業のホームページを見ますか？](#) 2014-03-03(Mon)

どなたでもご覧になれます

[【new!】企業HPの環境保全の情報を读みますか？](#) 2014-03-03(Mon)

どなたでもご覧になれます

[食品産業もったいない大賞 ご応募・推薦コメント、ありがとうございます！](#) 2014-03-03(Mon)

どなたでもご覧になれます

[\(ご意見の募集は終了しました\)カーボン・オフセットってご存知ですか？](#) 2014-03-03(Mon)

どなたでもご覧になれます

[\(ご意見の募集は終了しました\)カーボンフットプリントってご存知ですか？](#) 2014-03-03(Mon)

どなたでもご覧になれます

[\(ご意見の募集は終了しました\)環境マネジメントに取り組む企業のイメージは？](#) 2014-03-03(Mon)

どなたでもご覧になれます

[\(ご意見の募集は終了しました\)店内温度の設定を控えることについて](#) 2014-02-10(Mon)

どなたでもご覧になれます

[\(ご意見の募集は終了しました\)店内の明るさはどのくらいがよいですか](#) 2014-02-10(Mon)

どなたでもご覧になれます

[\(ご意見の募集は終了しました\)レジ袋の廃止・有料化についてどう思いますか](#) 2014-02-10(Mon)

どなたでもご覧になれます

[\(ご意見の募集は終了しました\)どんなときに、「環境にやさしい企業だな」](#) 2014-01-10(Fri)

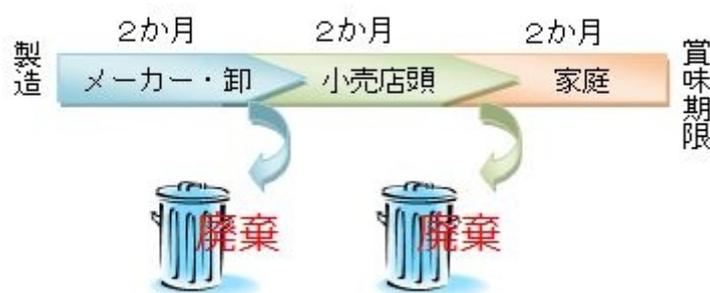
どなたでもご覧になれます

→ 活動一覧を見る

1. 食品の期限について

1-1 テーマの目的

食品流通業界では、賞味期限の期間を3分の1ずつに区切り、最初の3分の1を、食品メーカーと卸店が小売店に納入する「納入期限」、3分の2までを「販売期限」とし、そこを過ぎたら商品棚から降ろすという、いわゆる「3分の1ルール」と呼ばれる商慣習があるとされている。3分の1ルールは、食品の品質を保ち、消費者に対して安全でおいしい食品を提供することを目的として生まれた商慣習とされているが、例えば賞味期限が半年のものについては、まだ賞味期限が4か月残った状態で小売店への納品ができなくなり、2か月残った状態で店頭から引き揚げられてしまうことになるため、食品ロスの原因の一つとされている。



この商慣習を改善するためには、消費者に正しく情報を伝え、理解を得ることが必要である。そこで、市民インターネット座談会において、「食べ物の期限」という項目で以下の3つのテーマを設けた。

- 食べ物の“期限”はどのくらい気にしていますか？
- 賞味期限と消費期限、違いに悩んだことはありますか？
- 賞味期限について、もう少しご意見を聞かせてください！（1/3ルールについて）

これらのテーマは、賞味期限と消費期限がどの程度正しく理解され、消費行動に結びついていくかを分析するとともに、食品ロスの原因の一つに「1/3ルール」があり、これを改善するためには、購入してから賞味期限・消費期限までの時間が短くなる可能性があるという情報を伝えた場合に消費行動が変わるか、食品業界による商慣習の改善に対してどのような考えをもっているか等を調査するために立ち上げたものである。

1-2 食べ物の“期限”はどのくらい気にしていますか？

テーマの概要

質問内容：賞味期限や消費期限をどの程度気にするか、気にする食品は何か、期限を見てどのような行動をとっているかを聞いた。

意見募集期間：10月4日～10月24日

投稿数：128件

意見の内容

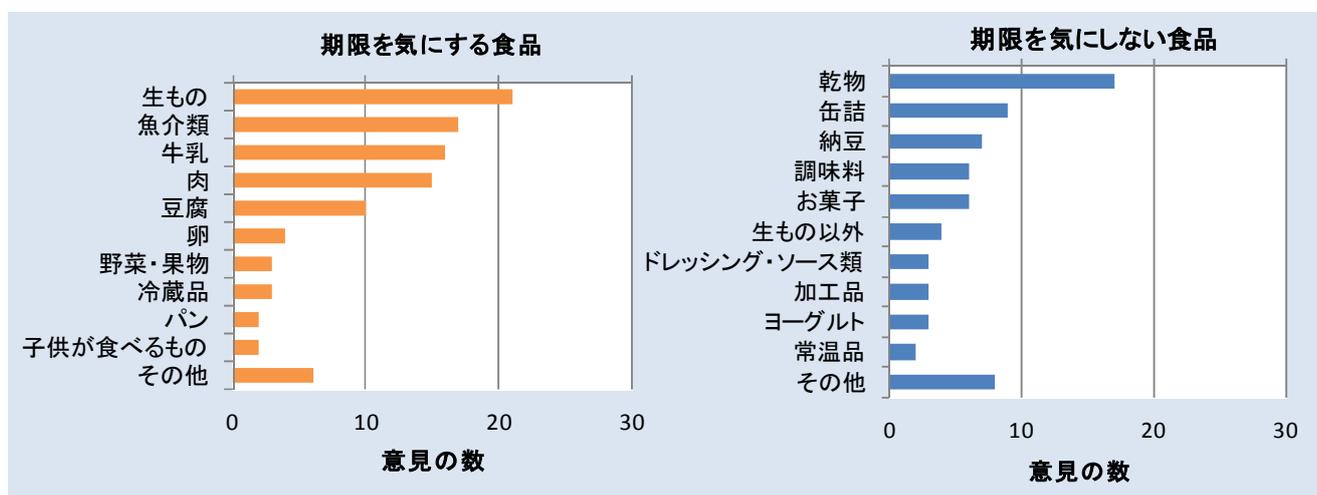
■期限をどの程度気にするか

消費期限については、気にする人と気にしない人の割合が2：1程度で、気にする人が多かったが、賞味期限については1：4程度と、気にしない人が圧倒的に多かった。一方、賞味期限と消費期限の違いをよく分かっていなかったり、混同しているように見受けられる回答もあった。

また、「自分の目や鼻で判断する」等、表示期限にはこだわらず、五感を使って自分で判断するというコメントも30件（回答数の1/4程度）得られた。

■期限を気にする食品と気にしない食品

期限を気にする食品は、魚、肉、牛乳といった生ものが多く挙げられた。一方、気にしない食品は乾物、缶詰といった保存食品に加え、納豆、調味料といった日配品も挙げられた。



■期限を見て取る行動

賞味期限や消費期限を見て取る行動については、「期限が遠い方を買う」というコメントと、反対に「期限が近い方を買う」というコメントがあった。

件数としては、「なるべく新しいものを買う」というコメントの方が多く一方で、「賞味期限が近いために値引きされている商品は積極的に買う」という意見も多く出ていた。また、「買う際は期限の長い方を買うにも関わらず、家で保管すると無頓着になり、期限が過ぎたものも平気で食べる」といったコメントもあった。

<期限が長い方を買う意見>

- ・ 同じ価格であれば新しいのを買う。
- ・ 期限の長い方を選んで買う。
- ・ 購入の際は棚の奥から取っている。
- ・ 夏場は賞味期限ぎりぎりのものは買わない。

<期限が近い方を買う意見>

- ・ 賞味期限が近いためにおつとめ品になっているものを買う。
- ・ すぐ使うことが分っている場合は賞味期限の近い方を買う。

1-3 賞味期限と消費期限、違いに悩んだことはありますか？

テーマの概要

質問内容：前問では食品の期限一般について聞いたが、改めて、賞味期限と消費期限の違いをどのくらい意識して行動しているか、違いで悩んだことはあるかを尋ねた。

意見募集期間：10月24日～11月11日

投稿数：71件

意見の内容

■違いを意識しているか

「賞味期限と消費期限の違いを意識している」人が約半数であった。ただし、右のグラフで「意識していない」には違いを知らない人も含んでいる。

<意識している人の主な意見>

- ・ 消費期限の商品はなるべく早く食べる。
- ・ 消費期限は必ず守る。
- ・ 消費期限は過ぎていたら捨てる。賞味期限は臭いで判断する。
- ・ 消費期限は過ぎていたら臭いで判断する。賞味期限は気にしない。
- ・ 消費期限は、意識して買い物をし、使う日に合わせて買い物に行く。賞味期限は目安と

賞味期限と消費期限の違いを意識して行動しているか



してみる。

<意識していない人の主な意見>

- ・ 賞味期限と消費期限の違いは理解していない。
- ・ 違いを何度聞いても分からなくなってしまうため、とにかく期限の長い方を買う。
- ・ 違いは意識せずに、日付だけ確認して買う。
- ・ どちらの期限が過ぎていても、臭いで判断して使う。
- ・ 期限内でも開封すると表示期限の意味がないため、自分の感覚で判断する。

■消費期限と賞味期限で悩んだこと

- ・ 何度違いを聞いても分からなくなる。
- ・ 統一してほしい。
- ・ 卵の消費期限は生食を想定したもので加熱する場合は過ぎてもいいなどと聞くと、判断が難しいと思う。
- ・ 賞味期限のものは結局いつまで食べられるのか疑問。
- ・ 加工食品に入っているタレやソースの小袋にも期限を明示してほしい。

1-4 賞味期限について、もう少しご意見を聞かせてください！

テーマの概要

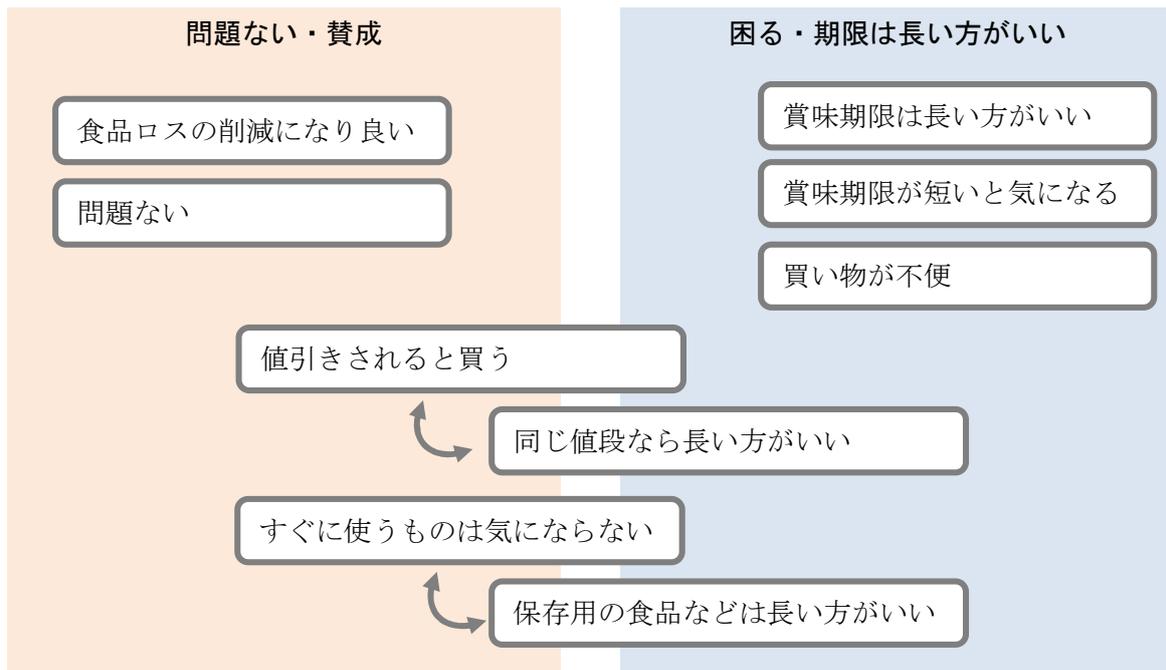
質問内容：賞味期限が設定されている食品に関するいわゆる「1/3ルール」の概要を説明した上で、もしこのルールが見直され、今より賞味期限の近い商品がお店に並んだらどう思うかを聞いた。

意見募集期間：11月11日～11月30日

投稿数：81件

意見の内容

意見の大半は、「捨ててしまうのはもったいないので賛成です。」「賞味期限が近いものは値引きしてもらえれば積極的に買います。」など、ルールの見直しに好意的なものであった。ルールの見直しに対する是非を図示すると以下のようなになる。



以下に、意見の種類ごとに主な意見をまとめた。

■食品ロスの削減になり良い

- ・ 社会全体で食品ロスが減少するのであれば見直し賛成。
- ・ 賞味期限が今より近くなれば、消費者の買い過ぎや廃棄を防げると思う。もっと慎重に買い物をするようになって、うまく使い切るように努めるのではないか。
- ・ 賞味期限が長いと便利なようだが、無頓着になり結果として期限切れになってしまう。
- ・ ただ決まりだからと廃棄するのはもったいない。
- ・ 企業が機械的に食品を捨てなくてはならないこの商習慣はどうしても納得できない。もっと工夫すれば捨てなくて済む方法があるのではないか。

■特に問題ない

- ・ 賞味期限が近い商品が売られていても、そのつもりで買って消費すれば良いだけなので気にしない。
- ・ 賞味期限が切れてない以上、どんどん店に並べても問題ない。
- ・ 日持ちのするものならば賞味期限を過ぎていても構わない。
- ・ それが当たり前になれば、何も問題ないのではないか。

■値引きされると買う

- ・ 賞味期限が近いという理由で安い店があれば絶対に買いに行く。
- ・ 1/3 ルールを過ぎていることを示した上で、安いものであれば買う。

■すぐに使うものは気にならない

- ・ すぐ食べるものであれば気にしない。

■保存用の食品などは賞味期限が長い方が良い

- ・ 長期にわたって保存したいものなどは、なるべく長い期間余裕があるものを選びたい。
- ・ 同じ価格であれば、長期にわたって使う商品（ドレッシングなどの調味料）は長い方を買う。
- ・ 賞味期限の長いものは備蓄用として購入することもあるので、賞味期限に余裕のないものばかりが店頭で並ぶと困る。

■賞味期限は長い方が良い

- ・ 賞味期限の短いものはなるべく避けたい。
- ・ 同じ値段ならちょっと損をした気分になる。
- ・ 心情的に新しいものを選びたい。

■賞味期限が短いことが気になる

- ・ 食品によっては乾燥したり、風味が落ちていないか気になる。
- ・ 食品の酸化が気になる。

■買い物が不便になる

- ・ 毎日買い物をせざるを得なくなってしまう。
- ・ 一人暮らしの人や忙しい中家事をしている人たちは不便を感じると思う。

■その他

- ・ 消費者が意識を変えていくことも大事だと思う。
- ・ 食中毒が頻繁に起こらないのは「1/3ルール」のおかげかもしれない。

1-5 まとめ

- ・ 消費期限と賞味期限の違いを理解した上で、賞味期限については自分の五感で判断する人も多く、家では期限切れでも平気で食べているという回答が多かったことから、期限を過ぎたからといって、必ずしもすぐに廃棄しているわけではないことが分かった。また、賞味期限が今より近い食品が店頭で並ぶことに対しては、無条件で、あるいは値引きなどの条件付きで賛成する意見が多かった。
- ・ 一方、最終的に消費する時点ではあまり期限は気にしないが、買う際は気にして少しでも期限の長い方を買うというコメントから、商品を買うときには“お得感”で期限の長い方を選んでいることがわかる。
- ・ 特に保存食などの期限の長さが重要になる食品については、期限が近い商品ばかりになると困るという意見が挙がった。
- ・ 「もったいない」の意識は広まりつつあり、きちんと理解されれば、3分の1ルールを

緩和しても消費者の理解は得られる可能性がある。しかしながら、期限の長い方に高い価値観をもつ消費者も多く、また、買い物に行ける頻度も影響してくると考えられる。

- ・ 賞味期限と消費期限の違いについて、販売店の協力を得ながら消費者の理解を促していくと同時に、平成 25 年度に実施された「納入期限の延長」等の実証事業の結果（食品ロスの削減効果の有無等）を広く情報提供していくことが有効と考えられる。
- ・ また、今よりも賞味期限が短くなっても大丈夫なものは何か、他より賞味期限の短い食品についてはどの程度の経済的メリットがあれば購入するか、といった個別の検討も行っていくことが期待される。

2. 簡易包装について

2-1 テーマの目的

食品の環境対策として、スーパー等での食品の販売において課題となるのが包装材である。商品の包装材は家庭ごみの中でも大きな割合を占めており、環境省の実施している「容器包装廃棄物の使用・排出実態調査」によれば、容積比で家庭ごみの50%以上を容器包装が占めている。

このように、容器包装の削減は、資源の有効利用のみならず、廃棄物削減の観点からも重要である。

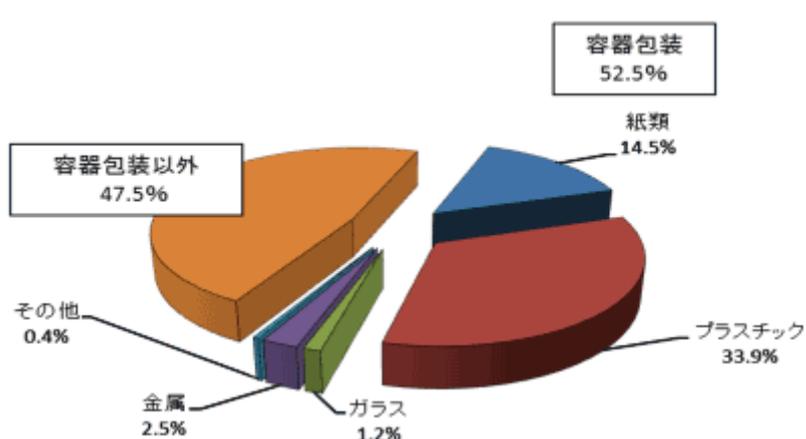


図 家庭ごみ全体に占める容器包装廃棄物の容積比率

出典：環境省 容器包装廃棄物の使用・排出実態調査

そこで、食料品の容器包装で消費者にとって“過剰”と捉えられている包装はどういったものなのかを把握し、容器包装の削減の可能性を探るため、以下のテーマを掲載した。

- もっと簡易包装でいいのに・・・と思う食品は何ですか？
- 簡易包装の商品ってどうですか？

次頁以降に各テーマで出された市民の意見をまとめる。

2-2 もっと簡易包装でいいのに・・・と思う食品は何ですか？

テーマの概要

内容：スーパーなどで売っている食品について、もっと簡易包装で良いと思う食品や、反対に、容器に入っていないと困る食品について聞いた。

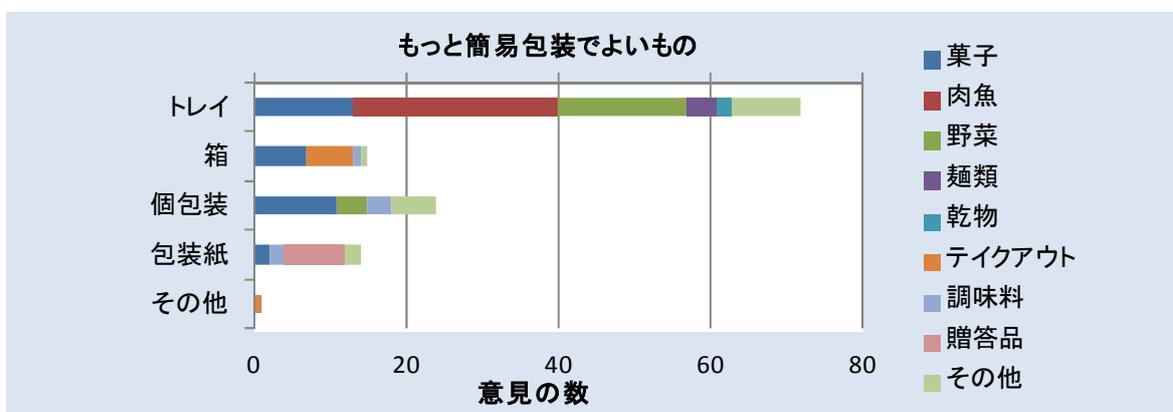
意見募集期間：10月4日～10月24日

投稿数：148件

意見の内容

最も多かったのは食品トレイに関するコメントであった。また食品別にみると、菓子、肉・魚、野菜の順でもっと簡易包装で良いという意見が多かった。

近年はごみ排出が有料になっている地域も多く、なるべく要らないごみは付けないでほしいという要望もあった。



■肉・魚のトレイ

トレイが不要な理由としては、持ち歩きや冷蔵庫内でかさばる、家でごみになる、汁が出るなどであった。一方で、しゃぶしゃぶ肉など脂肪の状態を見たいものなどは、やはりトレイがあった方が良いとの意見もあった。

特に無駄だという具体的な例に挙がっていたのは、ラップの二重使用であった。トレイに平らにラップを張った上に商品を置き、その上から更にラップをしたり、ハムや生牡蠣など既に容器に入ったものをトレイに入れてラップをかけたものもあり、特に無駄に感じるとのことであった。

トレイの代わりに、ラップやビニール袋で十分、具体的にはブロック肉などはトレイは不要という意見が挙がっていた。

もともと、セルフ形式で自由に買い物をできるようにと導入された食品トレイだが、資源の無駄やごみが出ることを考えると、トレイに入れて売るのは本当に必要なものだけにしてほしいという消費者が増えていると考えられる。

<もっと簡易包装で良いという意見>

- ・ トレイはごみになるので、ビニール袋でよい。

- ・ 薄いお肉を広げて大きく見せているが、バッグや冷蔵庫で邪魔になる。
- ・ 特にブロック肉はビニール袋だけで良い。
- ・ ビニール袋やラップ類だけで十分な食品がたくさんある。
- ・ 新聞でくるむ程度でいいものもある。
- ・ 量り売りだと、ビニールに入れてもらえるので、できるだけその方法で買っている。
- ・ トレイだけでも要らないと思うのに、空のトレイにラップをぴっちり張って、その上に魚を置いてまたラップ…。大きく見せたいのかもしれませんが、腹が立つ。
- ・ お肉のトレイが大きすぎて持ち歩きに不便。
- ・ トレイの代わりに真空パックがありがたい。

■野菜の袋・トレイ

肉・魚に次いで多かったのが、野菜のトレイであった。肉や魚よりはトレイに入っている割合は低いものの、「野菜は袋なしのばら売りがいい」「野菜がトレイに入っているのは無駄に感じる」等の意見が寄せられた。

<主な意見>

- ・ エリンギのトレイ。しめじやしいたけと同じようにトレイをなくすほうがエコ。
- ・ 野菜をトレイに載せて、さらにラップまでかけているのはもったいない。見栄えの悪い部分を隠しているように思えてならない。
- ・ 野菜はトレイや袋なしで、バラ売りがいい。

■加工食品のトレイ

加工食品（お煎餅、ラーメン、干しシイタケ等）のトレイが不要という意見も多く寄せられた。製造されてから消費者まで壊れないように届ける必要がある加工食品には、トレイが必要な商品もある。ただその中でも、削減できる部分はないか、消費者の方と一緒に検討していく余地があるといえる。

<主な意見>

- ・ トレイがあると取り出しづらく収納場所でもかさばるので、開封後すぐにトレイは捨てている。
- ・ 冷凍食品はトレイを捨てて中身だけ袋に入れて冷凍庫にしまっている。
- ・ クッキーなど自宅で食べる分には割れていてもかまわない。
- ・ 干し椎茸は刻んで使用することが多いので、トレイがなくて椎茸が欠けてしまったとしてもなんら問題ない。
- ・ チルドピザの底は不要ではないか。
- ・ 何でもプラスチックトレイに入れるのはやめてほしい。
- ・ チルドのラーメンやそばは袋の中にトレイまで入っている。トレイはいらないから、その分安くしてほしい。

■トレイ以外についての意見

お菓子などの外箱は、ごみになること、かさばることから要らないという意見が多かった。中には、お菓子などはごみが出るのが嫌で買わないこともあるという意見もあった。

一方で、お菓子の個別包装は過剰包装だが、湿気ないことと外出時に持っていくときには便利であるとの意見もあった。

レモンやキュウリなど、ビニール袋に入れる必要がない野菜もあるという意見が多かった。

<箱についての意見>

- ・ カレーなどのレトルト食品は外箱はいらない。
- ・ わさびや辛子などのチューブの箱はいらない。
- ・ お菓子の立派な箱はいらない。
- ・ コーヒーや、紅茶などのスティック状のものを何本かいれている紙の箱はかさばる。せめて袋にしてもらえたら。
- ・ 箱に対して中身が少ないものは開けた時がっかりなので、適当な箱の大きさでいい。
- ・ 進物用の箱も簡単に開いて分解できればもっとゴミのカサが減るのと思います。
- ・ ケーキや宅配ピザなどの外箱は一度しか使わずに捨ててしまうためもったいない。スタバのように容器を持参できる場所が増えるとよい。

<個包装についての意見>

- ・ 個包装されているお菓子は、大袋にそのまま入っていてもよい。
- ・ カップラーメンに入っているかやくとかの小袋。初めから入れておけば袋もいらないのでゴミも出ずエコだし作るときにちょっとした手前も省けます。
- ・ ウインナーは二つに分かれた袋がテープでくくられているけど、ひとつの袋に入れればいいのと思う。
- ・ カニカマは個包装から取り出すのが面倒。

<包装材についての意見>

- ・ 濡れてもいないレモン1個にビニール包装はいらない。
- ・ 土産物店やお歳暮・お中元の品などは、上底や過剰包装は時と場合によっては不要。
- ・ 百貨店のデパ地下で食品やお惣菜を購入すると紙やビニールの袋が本当に多い。もっと簡単な包装でもいい。
- ・ ヨーロッパなどでパン屋さんでパン買うと、小さな紙に包んでポイって渡してくれるだけ。それでいいのかも。
- ・ バターロール等の5～6個入りのパンや、ウインナーの袋を巾着みたいに止めた上に、くしゅくしゅとなる部分は邪魔だし無駄。ウインナーの袋は膨らませなくてもよい。

2-3 簡易包装の商品ってどうですか？

テーマの概要

内容：簡易包装の食品（トレイや包装を省略している食品など）を実際に買ったり使ったりしたことはあるか、また使ったときの感想について聞いた。

意見募集期間：10月24日～11月11日

投稿数：70件

意見の内容

70件寄せられた意見のほとんどが、簡易包装に賛成するという意見であった。また、トレイや包装を省略した商品を買いたいが、近くのスーパーにはそのような商品がなく残念という意見もいくつか見受けられた。簡易包装を望む声は消費者の中でも大きくなりつつあると考えられる。

■簡易包装の利点

簡易包装を利用したことがある人が挙げる簡易包装の利点は、「ごみが出ない」「冷蔵庫や買い物袋でかさばらない」「分別が簡単・手間が減る」の順に多かった。ごみが出ないというのは、ごみが家の中に溜まってしまうことのわずらわしさや、有料ごみ袋を余計に使用しないといけないこと、またごみを出すという行為そのものへの心苦しきなどから、多くの賛同を得ていた。

<主な意見>

- ・ 簡易包装はとってもいい。家庭のプラゴミが少なくなるし、持って帰るにもかさばらなくて最高。
- ・ ゴミ袋高いからなるべくごみは少なくしたい。
- ・ 直売所で購入すると簡易包装なので、出るゴミが少なく、作業が減っている気がする。
- ・ ゴミを考えるとトレイはかさばるから嫌い。
- ・ 贈り物でも「環境のため簡易包装をしております」等の言葉があれば気にならない。
- ・ 簡易箱で手土産をお持ちすると、先方にも喜ばれる。箱代の分1～2個お菓子を多く購入できてお渡しできるので。

■簡易包装の欠点

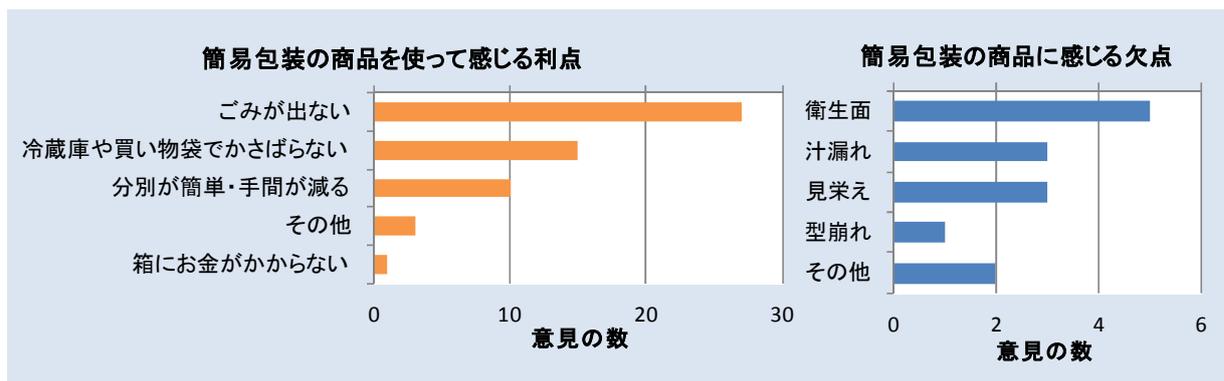
一方、簡易包装の商品に感じる欠点としては、「衛生面」「汁漏れ」「見栄え」の順で意見が多かった。

最も多かった衛生面については、魚などの食品がむき出しで置いてあり、購入者が好きなだけ袋に入れるタイプの販売方法についてがほとんどであった。魚の入った氷水に子供が手を入れていたなどの書き込みもあり、対面販売でないと、この方法は難しいのではという意見もあった。

汁漏れを心配する声もたくさんあったが、一方でトレイの方が汁が漏れるのでしっかり袋に入っている方が良いという意見もあった。

<主な意見>

- ・ 普通のスーパーの売り場だと少し心配。べたべた商品を弄る方って子供に限らずいるから、お店の方が目を光らせないと厳しい感じもする。
- ・ トングは清潔なのか、いつからこの肉や魚はむき出しで置いてあるのかなど気にしながら買うのはちょっと嫌。
- ・ トレイやパックに入っているほうがきれいに見えるし清潔そうなので見栄えはいい。同じ値段だったらそちらの方に手が出ると思う。
- ・ 子供の手の届かないところにおいてほしい。
- ・ 鮮魚はビニールだとエコバッグの中で水漏れしそうで不安なのでトレイの方が良い。
- ・ トレイを省略して、ビニール袋に直接入れてある肉を見たが、他のお客さんが手にとってモミモミしまくってるのをみて買う気が失せた。
- ・ ものによってはトレイがあったほうが形が崩れないでいい。



■アイデア

書き込みで挙げられていたアイデアや簡易包装を利用する際の工夫を以下に挙げる。

- ・ トレイありと、ビニール袋だけなのと、消費者が選べると良い。
- ・ 肉や魚用と野菜・果物用と袋を二つ持つようにしている。(一緒に入れると魚や肉から汁が出る、つぶれる)・・・ちょっと詰めるのに頭が要ります。
- ・ 買う時点では見た目の清潔さを優先してしまうので、家に持ち帰ったときに出るゴミ量の比較が店頭があれば少しは気にするかもしれない。

2-4 まとめ

- ・ 食品トレイについて、いらぬという意見が非常に多く寄せられ、実際にトレイのない商品は買い物袋や冷蔵庫でかさばらず、ごみも少なくて良いとの意見が多く出た。また、近年はごみ排出が有料になっている地域も多く、なるべく要らないごみは付けないでほしいという要望もある。こういった消費者の要望があることを踏まえると、販売方法の見直しや、特に食品トレイの必要性については検討の余地が大きいと考えられる。
- ・ また、実際に簡易包装の食品を購入した経験からも、多くの人々が簡易包装の利点を挙げて賛同しており、消費者からの簡易包装へのニーズは高いと考えられる。
- ・ 一方で、食品がむき出しで置いてあるような場合、特に魚などについては、子供等が手で触らないかなど、衛生面での管理が課題となる。

3. 店内の環境について

3-1 テーマの目的

別途実施した事業者へのアンケート調査において、市民は店内照明についてどのくらいが適切と考えるのか、また環境省等が推奨している温度設定（冬 20 度、夏 28 度）は市民に受け入れられるのかどうかを知りたいといった意見が挙がった。

東日本大震災をきっかけとして市民の照明や温度設定に関わる意識が変化している現在、市民はどのような明るさ、温度設定が良いと考えているのかを把握するため、以下の 2 テーマについてご意見を聞いた。

- 店内の明るさはどのくらいがよいですか？
- 店内温度の設定を控えめにするについてどう思いますか。

3-2 店内の明るさはどのくらいがよいですか？

テーマの概要

内容：東日本大震災をきっかけとして店内照明を暗めにする傾向があることも踏まえ、スーパーや飲食店などの店内の明るさはどの程度が良いかを聞いた。

意見募集期間：1月10日～2月10日

投稿数：110件

意見の内容

店内の明るさについては、場所や店舗形態（飲食店かスーパーかなど）によって異なる意見が出された。また、年をとると暗すぎると表示が読めないため、年配の人に確認してもらって明るさを設定してはどうかとの意見が複数挙がっていた。

以下に、「明るすぎる・暗めで良い」との意見と、「明るめが良い」との意見に分けて概略を述べる。

■ 明るすぎる・暗めで良いとの意見について

今までの照明は明るすぎて苦手だったので暗めが良いなど、そもそも暗めの方が自分の目などに合っているとの意見や、自分の感覚的には明るい方が良いけれども、節電のことを考えると暗めにしてほしいとの意見があった。特に飲食店は、暗めの方が落ち着けるという声が多かった。また、個々人の明るさへの感覚に関係なく、「コンビニは明るすぎる」という意見が多く挙がった。

具体的な明るさの加減としては、「商品の文字が読める程度」「商品の色が正しく見える程度」といった意見が多かった。

<主な意見>

- ・ 明るすぎるのが苦手なので、節電モードで暗めになってからの方が買い物しやすい。

- ・ あまり明るすぎても目が疲れるため、商品が見やすい程度の控えめが良いと思う。
- ・ 節電を継続してほしいので暗くて良い。
- ・ 明るすぎると電気が勿体ない。
- ・ 「環境問題に取り組んでいます」「節電にご協力ください」というポスターがあれば、暗くてもかえって好感度がアップする。
- ・ 明るい方が見やすくていいですが、暗めの照明でも電力節約だとわかっていれば好感が持てる。
- ・ 飲食店は少し暗いほうが落ち着く感じがして好き。
- ・ スーパーは、雑貨・冷凍食品・本・菓子など、鮮度と関係ない売り場は多少暗くてもいい。
- ・ コンビニの落ち着かないほどの明るすぎる照明には辟易している。

■ 明るめが良いとの意見について

スーパーについては、明るい方が活気が出て、購買意欲も増すため明るい方が良いとの意見が多かった。特に生鮮食品売り場は、商品の鮮度等を見るため、明るくないと困るとの声が多かった。他にも色をきちんと見たい服飾品売り場も明るい方が良いとの意見があった。

また、お年寄りや弱視の方のことを考えると、明るい方が良いのではとの意見もあった。

<主な意見>

- ・ 暗いとお店自体が暗い感じがして、入る気がなくなってしまう。
- ・ 明るい方が活気があるように感じるので、スーパーは明るめがいい。
- ・ スーパーなどはあまり薄暗くても商品が見づらく、なんとなく購買意欲も低下する。
- ・ 全体の照明は少し暗めでも大丈夫だが、生鮮食品の照明が暗いと新鮮に見えない。
- ・ スーパーの生鮮コーナーは鮮度も見たいのである程度の証明の明るさは欲しい。
- ・ 以前薄暗いお店に入ったら見づらくてしかたなかったので、LED を使って省エネしつつ、家庭の食卓の電気くらいの明るさで良い。
- ・ 弱視の方など視力に障害がある方などは、明るいほうがいいのかと思う。

■ 照明に関するアイデア

店内照明についてのアイデアとして、LED の使用、必要なところへの部分照明の使用などが挙げられていた。

- ・ 店内は暗めでも、部分照明などの利用で生鮮食品のところは明るく出来ればと思う。
- ・ LED を使った照明で明るく照らした方が、お客さんも美味しそうに思ったり綺麗に感じられると思う。
- ・ 老眼になると暗いと字が読めないので年配の従業員さんに確認してもらったらどうか。

3-3 店内温度の設定を控えめにするについてどう思いますか。

テーマの概要

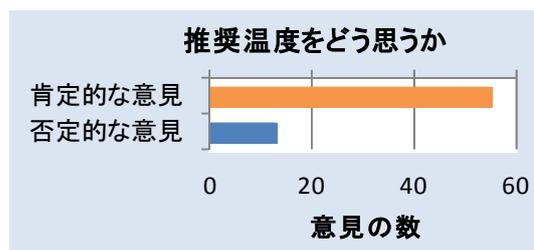
質問内容：近年、夏の冷房温度を 28 度、冬の暖房温度を 20 度に設定することが推奨されていることに対し、スーパーや飲食店などの店内をこの温度設定にすることについてどう思うかを聞いた。

意見募集期間：1 月 10 日～2 月 10 日

投稿数：111 件

意見の内容

いただいたコメントのほとんどは肯定的なものであった。以下に、肯定的な意見と否定的な意見に分けて、コメントの詳細を紹介する。



■ 肯定的な意見について

以前の温度設定は特に夏が低すぎて体が辛かったため、この推奨温度を歓迎するとのコメントが多く寄せられた。夏のスーパーは今でも寒すぎるとの意見が非常に多く、そのせいでゆっくり買い物ができないとの意見も見られた。また冬の温度設定について、20 度でも暑すぎ、もっと設定を下げてほしいとの意見も多く見られた。

その他、店内で働く人の服装を変え、客にとって快適な温度設定にしてほしいとの意見がいくつか見られた。

<夏と冬の温度設定についての意見>

- ・ 推奨温度はちょうどいい。いつも夏は寒いくらい、冬は暑いくらいの空調で困っていた。
- ・ 夏は寒くて長くはられない、冬はコートを脱いで買い物しないと暑いくらいのお店が多かったので、推奨温度でお願いしたい。

<夏の温度設定についての意見>

- ・ 夏に激寒のスーパーやデパートが多い気がする。夏なのに屋内に行くときにいつもカーディガンなどを持っていく。もっと温度を上げてほしい。
- ・ 冷凍食品ケースは、蓋をすればいいのに！手に取りやすさを重視しすぎて、逆に近寄りたくないコーナーになっている。
- ・ 冷凍食品や生鮮食品の管理に必要な温度を保っていればよい。

<冬の温度設定についての意見>

- ・ 冬は、20 度は高い設定なのではないかと思う。18 度で充分では？
- ・ 冬の 20 度は、外気との気温差で、コートが邪魔になるので、もう少し涼しくてもいいと

思う。

<店員の服装についての意見>

- ・ 飲食店は働いている人に合わせている所があるので寒すぎ、暑すぎる気がする。
- ・ 店員さんが、夏に長袖・冬に半袖といった、季節と真逆の格好をしている姿は、異常に映る。

■ 否定的な意見について

推奨温度に否定的な意見としては、「夏の28度が暑すぎる」という意見が多かった。特に飲食店や人で混みあっている場所などでは28度では暑すぎることもあるため、臨機応変に調節してほしいと望む声が多かった。

<主な意見>

- ・ 夏場は寒いぐらいが丁度いい。うだるような暑い外気から店へ入ると嬉しくなり買い物が楽しくなる。
- ・ 夏は28度は少し暑いかもしれない。混んでいると人の温度でもっと暑く感じる。
- ・ スーパーは生鮮品があるので寒いものだと思って行くが、夏場の28度には鮮度に不安を感じる。
- ・ 夏のラーメン屋さんなどは28度では暑すぎると思うので、一律に決めるわけにもいかないと思う。
- ・ レストラン等、ゆっくりしたい店ではもう少し快適な温度設定が必要かも。
- ・ 自宅では推奨温度に設定しているが、飲食店ではもう少し、冬は温かく、夏は涼しくした方がゆっくりくつろげて快適に食事ができる。
- ・ 食事の時はコートを脱ぐので、暖房は22度くらいにして頂きたい。
- ・ 私は反対です。マニュアルどおりに何度と設定するのではなく、人が多くて暑くなってきたと思ったら下げてほしい。

■ その他の温度設定についての提案

その他、温度設定についての提案を以下に紹介する。

- ・ その日の天候や客の出入りを考えて設定温度を推奨温度から調整してもらえるといい。
- ・ 冬は厚着をしているので、店内が20度だとのぼせてしまうことがよくある。食品スーパーなどは、外気プラス5℃くらいでいいかもしれない。
- ・ コートを脱ぐと荷物になるのでコートを脱がなくていいくらいの温度設定がいいと思う。
- ・ 温度設定よりも送風で快適さを演出できれば、節電にも快適さにもつながると思う。

3-4 まとめ

- ・ 照明についても温度設定についても、現状に対して「やりすぎ」(明るすぎ、夏は寒すぎ、冬は暑すぎ)という意見が多く集まった。
- ・ 照明については、どのような商品売っている場所なのかによって、市民の望む明るさも変わってくるため、明るさが必要な商品・場所はどこなのかを検討した上で、部分照明を利用するなどの対策を行うことが期待される。
- ・ 温度設定については、特に小売店において、多くの人が推奨温度に賛同していた。
- ・ 夏は寒すぎる、冬は暑すぎるといった声が非常に多く挙げられていた。快適な店内環境を提供するためにも、得られた意見を参考に、各事業者に積極的な検討を行っていただき、過剰な冷暖房による環境負荷が削減されることを期待したい。

4. 外食について

4-1 テーマの目的

農林水産省の調査によると、我が国の食品廃棄物等の発生量全体のうち、26.6%が外食産業によるものであり、その最も大きな原因は客の食べ残しであるという結果となっている。

このような状況が背景にある中、本座談会では、市民が普段、外食を利用する中で感じている“もったいない”ことは何か、またそれを改善するために店側ができることなどについて意見をもらった。更に、食べ残しへの対策としてドギーバッグを普及させるためには、どうすれば利用しやすくなるかについて、市民の持っている感覚を率直にコメントしてもらった。

掲載したテーマは以下の2テーマとなる。

- 外食したときに“もったいない”と思うことは何ですか
- 外食でドギーバッグを広めるにはどうしたらいい？

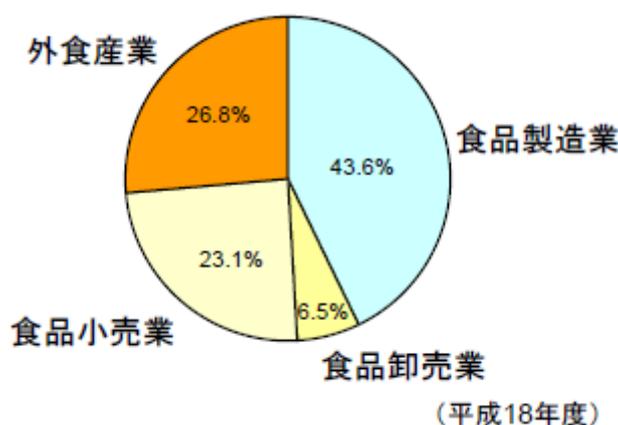
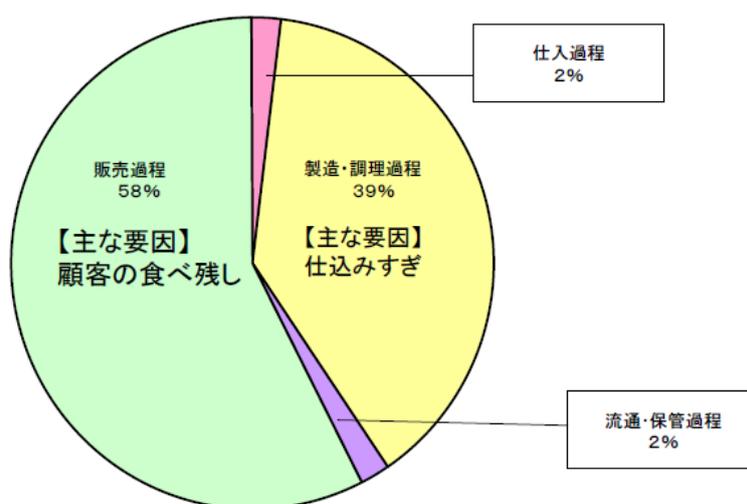


図 食品廃棄物等の食品産業における発生量の割合

出典：外食・中食産業における食品ロスについて（農林水産省）



○資料：「平成13年 食品循環資源の再生利用等実態調査報告」
（農林水産省統計部作成）

図 外食産業における食品廃棄物の主な要因

出典：外食・中食産業における食品ロスについて（農林水産省）

4-2 外食したときに“もったいない”と思うことは何ですか。

テーマの概要

内容：外食をしたときに「もったいない」と感じたり、「こういうやり方にすればエコなのに」と感じたりしたことを聞いた。

意見募集期間：10月4日～10月24日

投稿数：106件

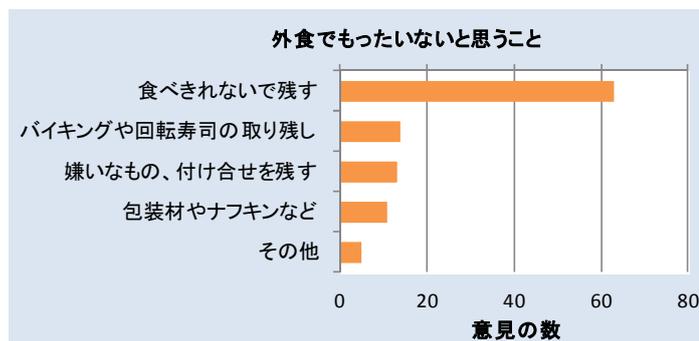
意見の内容

■何をもったいないと思うか

最も意見の多かったものは、予想通り「食べきれないで残す」ことであった。これは自分自身が残す場合と、他人が残しているのを見る場合の両方であるが、どちらの場合であっても“もったいない”と感じている人が多いことが分かった。

また、特にバイキング（ビュッフェ形式）で食べきれない量を取って残している客に対して、「許せない」「論外」などの厳しい意見が多く見られた。

その他は、バイキングや回転寿司等での客が取らないまま時間が経って廃棄される料理や、ファストフードなどでの包装材が挙げられていた。



■どういった場所でもったいないと思うことがあるか

もったいない思いをした場所について、特に記載があった場所は、「バイキングや食べ放題」「回転寿司」「旅館・ホテル」「ファストフード」などであった。

「旅館・ホテル」では供される食事の量が多すぎるという理由が多く、「ファストフード」では包装材などが過剰であるとの理由が多かった。

■お店側への要望

上記で挙げられたような“もったいない”を減らすためにお店側に望むこととして、以下のような意見があった。特に食べ残しについて気にしている人が多く、持ち帰りや量が選択できることを望む声が多数あった。

<主な意見>

- ・ 残したものは自己責任で持ち帰らせてほしい。
- ・ 店員さんから「持ち帰りますか？」と声掛けをしてほしい。
- ・ 料理の量を、いくつかの種類から選べるようにしてほしい。

- ・ コースの最後のデザートをその場で食べるか、持ち帰る箱に入れるかを聞かれたことがあり、良い試みだと思った。
- ・ バイキングで食べ残した場合は別途料金を取るところがあり、すべての店でそうした方が良いのではないか。
- ・ おもちゃ無しのキッズセットがほしい。

4-3 外食でドギーバッグを広めるにはどうしたらいい？

テーマの概要

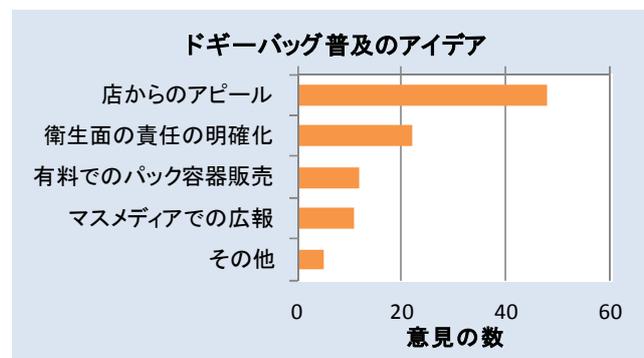
質問内容：ドギーバッグを利用しやすくなるための方法を聞いた。

意見募集期間：10月24日～11月11日

投稿数：100件

意見の内容

19日間で100件の投稿があり、関心の高さが窺えた。アイデアの種類としては、お店にドギーバッグOKの表示をするや、店員が持ち帰るか声をかけてくれるなどの「店からのアピール」に関する意見が多かった。次に多かった意見としては、持ち帰った食事に対する衛生面の責任の所在は消費者側にあることを明確化するという意見であった。



■店からのアピール

店側が表示や声掛けをしてくれると、持ち帰りに対する「恥ずかしい」「浅ましいことをしている」といった気持ちを持たなくてすむので有難いという意見が多かった。

<主な意見>

- ・ 店に「持ち帰りOK」等のポスターやステッカー等があると頼みやすい。表示がないと、恥ずかしいことをしている気分になり頼みづらい。
- ・ 持ち帰りのできないメニューもあるかと思うので、メニューに持ち帰りの可否が書いてあると良い。
- ・ 店員から「当店ではドギーバッグのご用意もごございますので、ご入り用の際はお申し付けください。」など言ってもらえると、ドギーバッグの認知度も高まって良いと思う。
- ・ 地域の保健所と飲食店組合が基本方針を決めて、それに同意できるお店が「お持ち帰りできます」とお客さんに何らかの形で意思表示をするという。
- ・ 言葉で言うのは恥ずかしい場合もあるので、店員が注文をとりに来た時に、札のような物を渡すとか、テーブルに目印を置くとかあるとちょっと洒落ていて使いたくなるので

はないか。

- ・ ドギーバッグ持参で割引券と交換とかだと広まりやすいのでは。

■有料でのパック容器販売

無料だとかえって頼みづらく、有料で販売してもらえると気軽に頼めると考える人が多かった。

<主な意見>

- 無料だと言いづらいので、有料で100円まで売っていただければいいと思う。
- 良い店はカッコイイ意匠のドギーバッグを作ると思う。

■マスメディアでの広報

現在の、ドギーバッグに対する“恥ずかしい”という印象を変えるためには、マスメディアを上手く活用してドギーバッグに対する印象をポジティブなものに変える必要があるとの意見が多かった。

<主な意見>

- ・ マスコミの力がないと、習慣はなかなか変わらないと思う。
- ・ 影響力のあるタレントが持ち帰ることを「エコ!」「カッコイイ!」と言うことで、ポジティブなイメージを持たせる。

■衛生面の責任の明確化

衛生面から持ち帰りを禁止している店もあることから、ドギーバッグを普及させる際は、責任が店に及ばないような制度的な整備が必要との意見が多かった。

<主な意見>

- ・ 店に責任が及ばないよう、法律面からのバッグアップが必要。
- ・ 持ち帰る客側に衛生上の責任があることを明確にすべき。
- ・ 自己責任で持ち帰る際に同意書にサインをしてもらえばいい。

■その他

ドギーバッグの呼び名やデザインについて、人々の気持ちにそぐうようなものにすればよいのではといった意見があった。ドギーバッグを広く訴えていく際には、日本人の“食べ物を大切に”や“もったいない”の意識にそぐうような名称などを考案する必要があると考えられる。

<主な意見>

- ・ ドギーバッグという名前は日本人の気持ちなどにそぐわないのではないかと。

- ・ 「お家で食べよう box」みたいな感じで可愛い箱を置いて、チェーン店などから認識を広めていくといい。
- ・ 可愛い、または持ち帰りやすいデザインの箱を用意するとよい。
- ・ 食べ物は見かけや先入観が重要なため、ドギーバッグにきれいに入れられて、食べる時も開けたらきれいだと食べる気になるが、袋やタッパーウェアでぐちゃぐちゃになっているものを時間が経ってから見ても美味しそうにみえない。

4-4 まとめ

- ・ 外食産業の食品廃棄物の多くを占める“食べ残し”については、多くの市民が“もったいない”と感じ、問題意識を持っていることが分かった。
- ・ 食べ残しを減らすための市民から店側への要望として、料理の量を選べるようにしてほしい、余った物は持ち帰らせてほしいという意見が多数あった。
- ・ 食べ残しを減らすための有効な方法としてのドギーバッグであるが、現在は衛生面の問題等から持ち帰りを認めていない店も多く、ドギーバッグの認知度も低い。そのため、持ち帰ること自体に「浅ましい」などのネガティブなイメージがあり、持ち帰りたくても言い出せない人が多いことが分かった。
- ・ また、「ドギーバッグ」は日本人には馴染まないという意見も多く、親しみやすい名前を付けたりすることによるイメージの向上や、店側からの声かけなど、お客が言い出しやすい環境を作り普及させていくことが期待される。

5. 家での食品ロスについて

5-1 テーマの目的

京都市の調査（平成19年度京都市家庭ごみ組成調査）によると、家庭から出る生ごみのうち、38%が「食べ残し（手つかずの食品や残飯など）」となっている。

<生ごみの詳細な組成(湿重量比)> 出所：平成19年度京都市家庭ごみ組成調査(生ごみ)

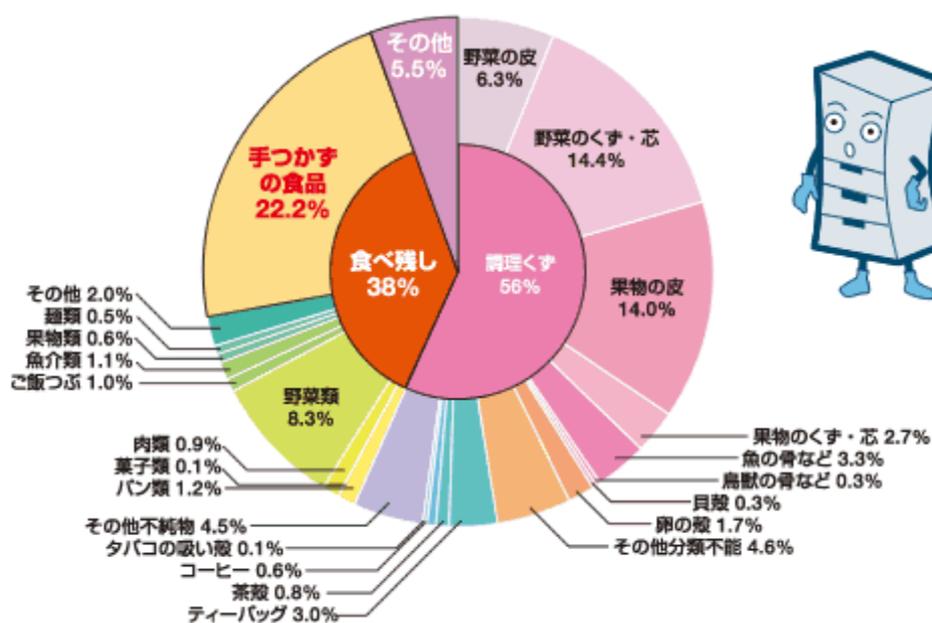


図 家庭から出る生ごみの内訳

このような状況を踏まえ、家庭での食品ロスについて、食べ物を捨ててしまう理由やよく捨ててしまう食品についてのテーマを掲載した。

また、家で食べ物を捨ててしまう理由には様々あるが、多くの消費者は捨てることに対して抵抗を感じており、仕方なく捨てる場合には罪悪感を覚えている。そこで、食べ物を捨てないために企業ができること、企業にしてほしいことは何かについて、テーマを掲載した。

掲載したテーマは以下の4テーマである。

- 家で食べ物を捨ててしまう理由
- 使いきれなくてよく捨ててしまう食材や加工食品は何ですか
- 食品を買うと付いてくる、いらぬ調味料や添え物は何ですか
- 家で食べ物を捨てないための“商品”や“売り方”の工夫

5-2 家で食べ物を捨ててしまう理由

テーマの概要

内容：家で食べ物を捨ててしまう理由について聞いた。

意見募集期間：11月11日～11月30日

投稿数：111件

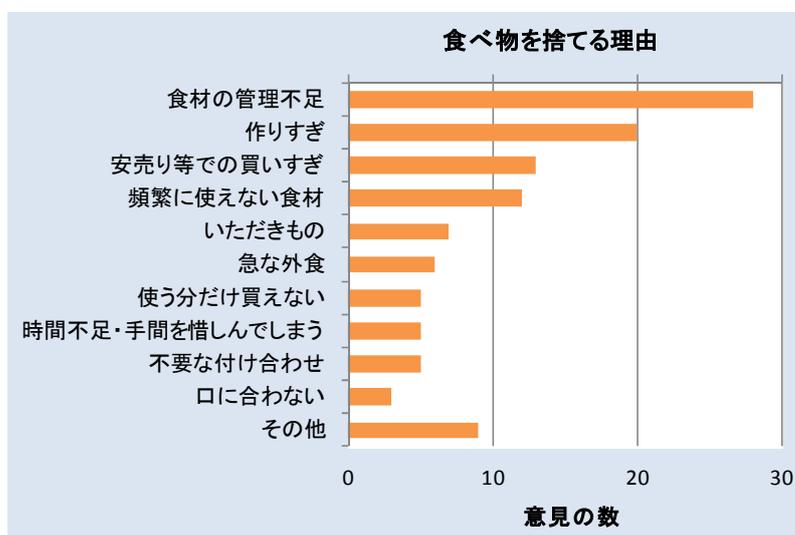
意見の内容

食べ物を捨てる理由は、「食材の管理不足」「作りすぎ」「安売り等での買いすぎ」の順に多かった。以下にそれぞれの理由ごとに具体的な意見を挙げる。

■食材の管理不足

食材を捨てる理由として最も多かったのは、野菜を適切な保存方法で保管していなかった、冷蔵庫に入れて忘れてしまっていたなどの、食材の管理不足であった。

中でも、冷蔵庫に入れた後、それがどんどん冷蔵庫の奥に行ってしまう、忘れてしまうという理由が多く、いかにして冷蔵庫の中身を管理するかが重要と思われる。



<主な意見>

- ・ 冷蔵庫にしまい忘れて、痛んでしまう。
- ・ いつか使うと思って置いていたら賞味期限が切れた。
- ・ 冷蔵庫の奥底にしまいこんで存在自体忘れてしまう。
- ・ 野菜の保存状態が悪くて、気が付いたらカビていたり、腐りかけになっている。

■作りすぎ

家族の数が多かったり、子供がいたりすると、様々な理由で家族の食べる量が日々変わり、予測が困難なようである。そういった、食べ残しをなくすことが難しい家庭では、残った食べ物を活用する方法が重要となってくる。

<主な意見>

- ・ 年寄りから中学生まで6人家族なので、嗜好・体調・食欲など、作る側の予測不可能な原因で、余ることがある。
- ・ 子供が食べる量が日によって違うので、作りすぎてしまう。

- ・ 子供の食べ残しは捨ててしまうことが多い。
- ・ 共稼ぎだと、専業主婦の方みたいに、お昼に食べ残しを始末できない。
- ・ 同じものを繰り返して食べることを嫌う息子には同じものをだせない。

■安売り等での買いすぎ

安売りがあると、ついつい多めに買ってしまい、使い切れないという意見が多かった。

<主な意見>

- ・ 買いすぎて傷んでしまう。
- ・ 割引でちょっと古くなった物を買って、結局賞味期限が切れて廃棄する。
- ・ 安さにつられて大量買ったものが食べきれないで腐らせてしまう。

■その他

上記以外には、いただきものが多すぎて腐らせてしまう、必要な分だけ買えなくて余らせてしまうといった理由があり、特に野菜については少量で安く売ってほしい、バラ売りしてほしいという意見が目立った。

<主な意見>

- ・ ドレッシングなどの調味料類は頻繁に使わないので、使いきれずに腐ってしまう。
- ・ 珍しい調味料などは買っても使いこなせず捨ててしまう。
- ・ 息子が連絡なしで夕飯を食べてきてしまう。
- ・ 主人の急な接待や飲み会のために食べ残した刺身など生ものを捨てる。
- ・ 3パック入りの納豆など、毎日2人一緒に同じ物を食べているので1パック余った納豆がいつも使いきれず捨ててしまう。
- ・ 野菜等、少量でなく丸ごと販売されており、仕方なく購入するが余る。
- ・ 野菜は丸ごとか半切りの物を下ごしらえして小分けした方が安上がりなのですが、忙しくて後回しにして結局傷んでしまう。
- ・ 仕事に疲れすぎて台所に立つ気力が無く、食材をだめにしてしまう。

5-3 使いきれなくてよく捨ててしまう食材や加工食品は何ですか

テーマの概要

内容： 上記5-2のテーマを踏まえ、実際によく使いきれずに捨ててしまう食品は何かを聞いた。

意見募集期間：11月30日～12月26日

投稿数：111件

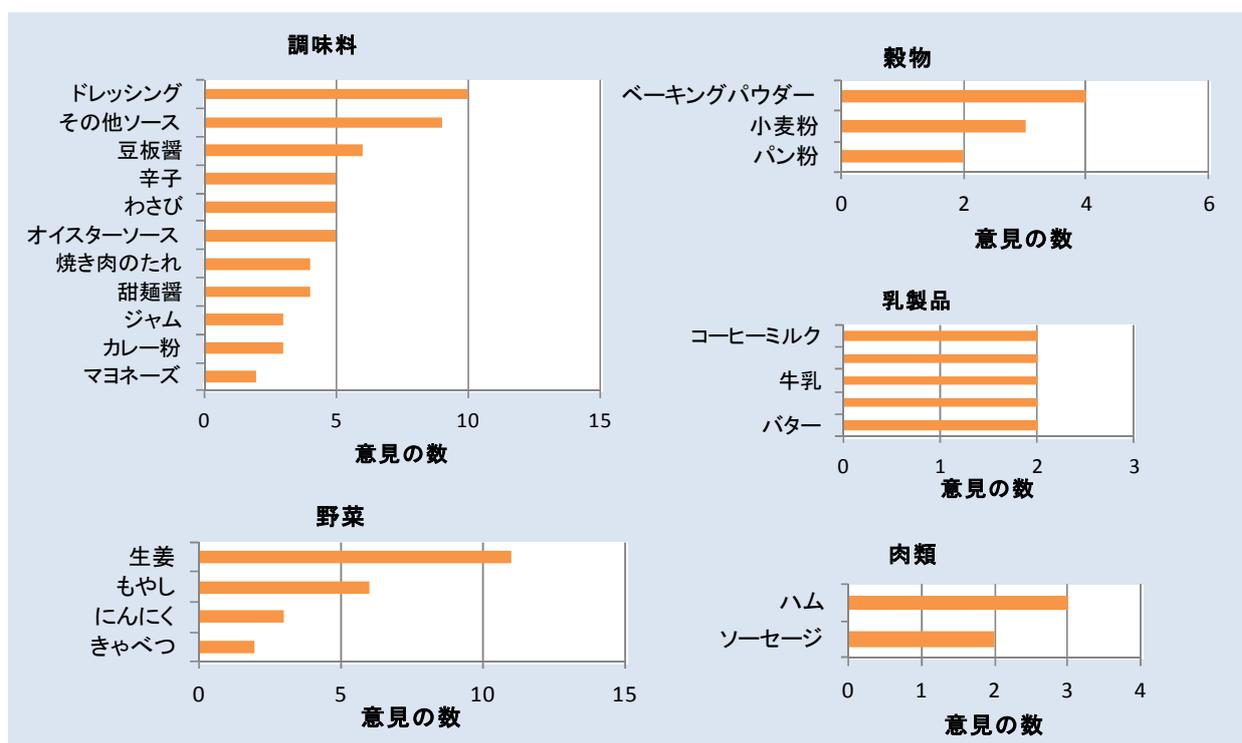
意見の内容

よく捨ててしまうもので最も多かったのは「調味料」で、次に「野菜」「穀物」であった。調味料は一度に使う量が限られており、エスニック系のものなど頻繁に使わないものが多く挙げられていた。

野菜はもやしなどの傷みやすいものや、丸ごとで売っているキャベツやレタス、白菜などの意見が多かった。

穀物は、ベーキングパウダーなどの製菓材料や、小麦粉、お好み焼き粉が多かった。

以下に分類ごとに挙げられた食品の数を示す。



5-4 食品を買うと付いてくる、いらぬ調味料や添え物は何ですか

テーマの概要

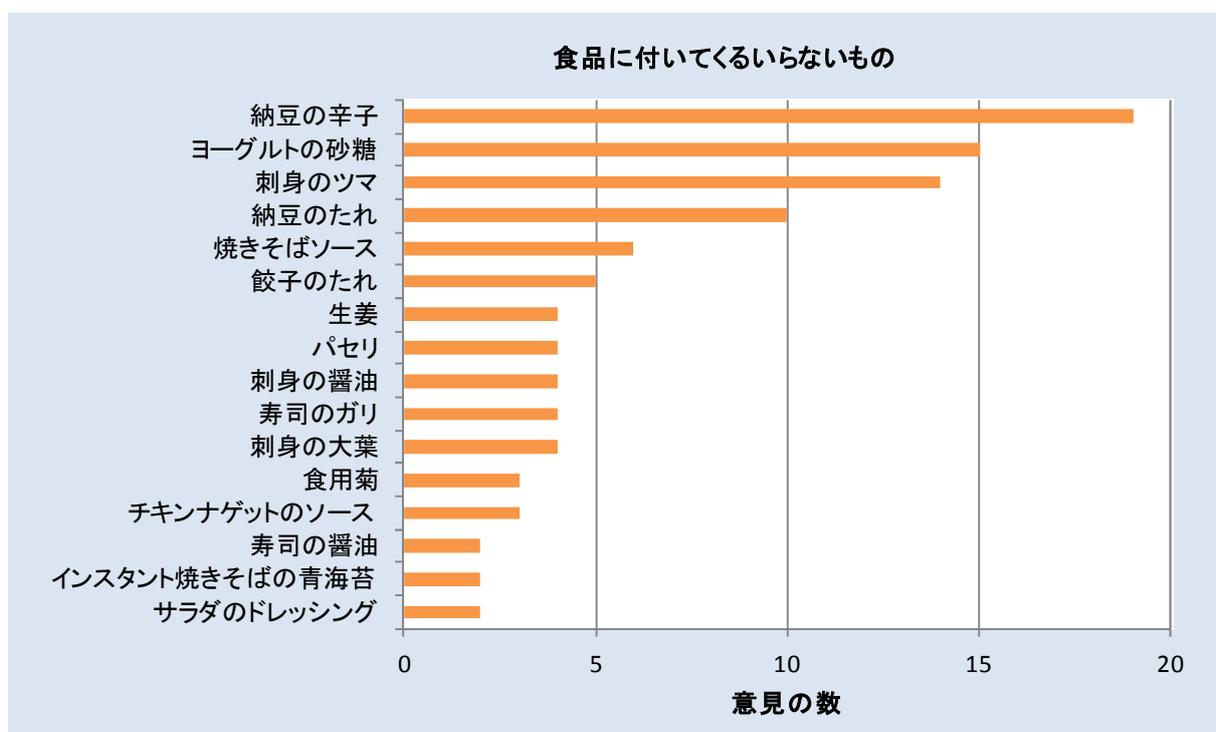
内容：上記5-2のテーマを踏まえ、食品を買うと付いてくるもので、使わずに捨ててしまうものを聞いた。

意見募集期間：11月30日～12月25日

投稿数：122件

意見の内容

具体的に挙げられていたものを以下のグラフに示す。納豆の辛子やヨーグルトの砂糖などは、ここ最近、付いていないものも増えてきたが、その他のものについても、付けなくてもよいもののヒントとして検討の余地があると考えられる。



5-5 家で食べ物を捨てないための“商品”や“売り方”の工夫

テーマの概要

内容：食べられる食品を捨てる理由の28%が「食べ残し」であるという調査結果（平成21年度食品ロス統計調査報告）を踏まえ、家での食べ残しを減らすために企業にでもらいたい工夫を聞いた。

意見募集期間：11月11日～12月9日

投稿数：100件

意見の内容

■売り方の工夫

「少量パック」「バラ売り」など、必要な分だけを買える売り方を望んでいる人がたいへん多かった。更に、少量パックで売っていても、多めのパックより割高で売られていることが多く、割高にならずに好きなだけ買いたいという声がたくさん挙がっていた。

また、5-4のテーマで扱った「食品を買うと付いてくる、いらぬもの」についても意見が挙がっており、「小袋の調味料は欲しい人だけが買えるようにしてほしい」や「トレイはごみになるからやめてほしい」といった声があった。

意見をくれた人に共通して、“自分が必要なものだけを買いたい”という思いがあるようである。

<主な意見>

- ・ 必要な分だけ量り売りで買えるようにしてほしい。
- ・ コンビニなどにある少人数用にパックされた食材がよい。
- ・ 2人前、3人前、4人前に分けて売っていたら家族ごとにいる分だけ買える。
- ・ ソースなどの調味料は使いきれないので、もっと小さい容器のものを売ってほしい。
- ・ 多めのパックの方が一つあたりの金額が安くなっていることがよくあるので、そういった少量パックだと損という構図をなくす。
- ・ 油の多い部分を食べられない場合もあるので、脂身や鶏の皮を除いた物はたすかります。
- ・ お刺身の「ワサビ」「醤油」「つま」は別売りで、欲しい人が必要なだけ買えるようにしてもらえると嬉しい。
- ・ 調理された食品、例えば焼売や餃子、フライもの、サラダ等に添えられているタレ・ドレッシング類をなくす。
- ・ 何かを作るための食材をキット(セット)として販売する。

■食べ残しを利用する食品

料理を作りすぎないような工夫をしても、どうしても急な外食や子供の食べる量が予想できないなどで食べ残しは出てしまう。そんなときに、食べ残してしまったものを、違う料理として活用するためのアイデアも挙がった。

<主な意見>

- ・ 「リメイクでピザ」といった風のネーミングで、ピザ生地とチーズをセットにして販売。例えばカレー・肉じゃが・野菜炒め…などなど、残り物をピザ生地に乘せて、付属のチーズをまぶしてオーブンで焼くと、オリジナルピザが作れる。
- ・ 巾着とか餃子の皮みたいに中に入れるだけでお汁の具になる商品がほしい。すぐに少しづつ使えるように袋にチャックがついているといいと思う。

■レシピなどの情報提供

レシピなどの情報提供に関する要望も多かった。残り物を活用できるレシピや、食材を使い切るためのレシピなどを商品のパッケージに書いてもらえると嬉しいという意見が多く見られた。

<主な意見>

- ・ 野菜を長持ちさせる保存方法などがわからないので、スーパーのPOPなどで「家に帰ったら〇〇して保存すると長持ち」と、野菜にあった保存方法を書いておいてくれるとうれしい。
- ・ 普段は捨ててしまう野菜の皮などを使ったレシピの提案などがあったら嬉しい。
- ・ 食材の利用方法を各企業が出来るだけ頻繁に消費者にアピールする。
- ・ 食品のパッケージには、切れ端や余ったときの活用法なんかを、どんどん書いてほしい。
- ・ 食べ残し専門の料理のアイデア本や、レシピサイトで残り物活用特集があればいい。
- ・ お客さんとお店をつなぐようなリメイクの料理講座がいい。

■その他

上記の他、賞味期限に関する意見も見られた。賞味期限はできるだけ長くしてほしいという意見の一方で、期限が長いと油断して期限切れしてしまうので、できるだけ短くしてほしいという意見もあった。

<主な意見>

- ・ 賞味期限はできるだけ短く。長いと思うとまだ大丈夫と思って油断する。
- ・ 賞味期限を可能な範囲で延長して欲しい。

5-6 まとめ

- ・ 家で食品を捨てる理由として多かった「食材の管理不足」「作りすぎ」への対策として事業者ができることを検討することが期待される。
- ・ そのための取組のヒントとして、食べ残しを利用する商品のアイデアや、食材の上手な保存方法を商品に記載する、食材を使い切るレシピを記載するなどのアイデアが出された。
- ・ 少量パックやバラ売りを希望する声が非常に多かった。特によく捨ててしまう食品として挙げられているドレッシングなどの調味料やキャベツ・生姜などの野菜類、小麦粉などの粉類については、少量での販売やバラ売りでの販売を検討する余地がある。

6. 家での取組について

6-1 テーマの目的

家庭で調理をする際に使用するガス、電気、水について、市民はどのような省エネルギーの取組をしているのかを把握するため、また挙げられた意見の中から優良な取組を広く周知するため、下記のテーマを掲載した。

■ お料理に使うガスや電気の節約術を教えてください

また、家庭でのエネルギーの節約に関連して、家庭に届く前に既にいくらかの調理が行われている“加工食品”について、市民はどのようなメリットを感じているのか、また、あったらいいと思う商品を聞くため下記のテーマを掲載した。

■ 加工食品の良いところ、上手な使い方

6-2 お料理に使うガスや電気の節約術を教えてください

テーマの概要

内容：料理をする際に使用するガスや電気、水をできるだけ使わないようにするために行っている工夫を聞いた。

意見募集期間：10月4日～10月24日

投稿数：107件

意見の内容

実践している対策として多く挙がっていたのは、圧力鍋による調理と、保温鍋や余熱を利用する調理であった。

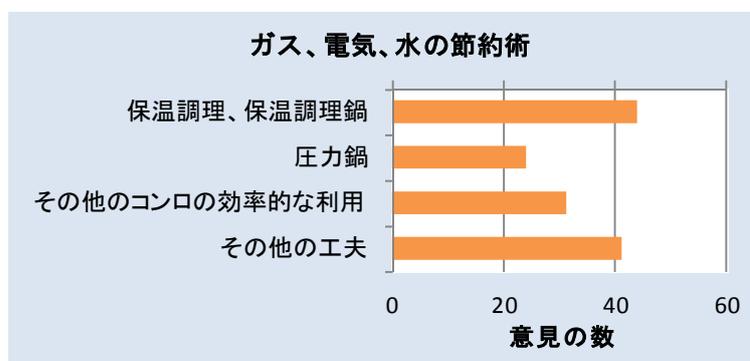
■保温調理

コメントをいただいた方の4割が実践しているのが保温調理

であった。保温鍋を使っている方、沸騰したら火から降ろして毛布等にくるむ方、様々な保温調理をされており、若い方からベテラン主婦まで、幅広い年齢層の方に利用されているようである。

■圧力調理

保温調理に次いで多かったのが、圧力鍋の使用であった。こちらの効果は、ガス代の節約や柔らかくなるといった効果に加え、「時短」も挙げられる。休日や時間のあるときにまとめて調理をしておいて、小分けに冷凍して必要なときに使うという使い方もあった。



■その他、コンロの効率的な利用

保温調理や圧力鍋調理以外のコンロを使用するときの工夫としては、料理の手順を工夫することにより沸かしたお湯を無駄なく使ったり、一度のお湯で複数の食材を調理するなどの意見が多かった。

<主な意見>

- ・ 料理の手順を考えて、沸かしたお湯やガスを無駄なく使う。
- ・ ゆで汁をそのまま利用したり、野菜や麺を茹でるときには淡泊なものから順々に茹でて、最後は出し汁として活用する。
- ・ 鍋を火にかけるときは底の水滴を拭く。
- ・ コンロの隙間に水を張った鍋を置いておくと温まって沸かす時間が省ける。
- ・ 野菜を細かく切って、火の通りを良くする。
- ・ 下処理して売っている冷凍野菜等を利用する。
- ・ 野菜はレンジで温めてからコンロで調理する。

■その他の工夫

その他の工夫としては、レンジ加熱する際に前もって自然解凍させる、炊飯器の保温を使わない、電気ポットではなく魔法瓶ポットを使用するなどの工夫が多かった。

またペットボトルなどを使って太陽熱を利用しているという意見もあった。

<主な意見>

- ・ 残ったお湯は、洗いのもの（洗剤の削減につながる）やまな板の殺菌に使う。
- ・ 冷凍したものをレンジで温めるときは、先に自然解凍させる。
- ・ 温め直さずにすむよう、家族そろって食事をとる。
- ・ 炊飯器や電気ポットの保温機能を使わない。
- ・ ペットボトルや鍋に入れた水を太陽光で温めてから調理に利用する。

6-3 加工食品の良いところ、上手な使い方

テーマの概要

質問内容：加工食品が家庭での“もったいない”の削減に貢献しているところや、加工食品を上手に使いきる工夫、あったらいいのと思う商品について聞いた。

意見募集期間：10月24日～11月11日

投稿数：76件

意見の内容

テーマタイトルを「加工食品の良いところ」としたせいか、手間の削減や災害時の備蓄用についての意見が大部分となり、“もったいない”を減らす取組についての意見は少なかったが、

以下のような意見が挙がった。

■ “もったいない”の削減に貢献しているところ

加工商品の特徴である“保存期間の長さ”を挙げている人が多かった。保存がきくために、家庭内でも腐らせることなく使いきれ、また、旬のものや採れ過ぎた農作物等を他の季節でも売ることができるといったところが、食品ロスの削減に貢献していると評価している人が多かった。

また、他の生鮮食品を使いきるために加工食品を上手く利用しているという意見もあった。

<主な意見>

- ・ 余った野菜をゆでて和え物にするときに練り製品があるとおいしくいただける。
- ・ 日持ちがするので保存できていつでも使える。
- ・ 缶詰の汁は他の料理の味付けに使える。
- ・ 魚の骨まで食べられてごみ減量に貢献している。
- ・ 商品にならない規格のものや、取れすぎた農産物などを加工して売るのが食品ロスの削減に貢献している。
- ・ ありあわせの野菜などを使いきるのに使えて便利。
- ・ すぐ調理に使えるため、光熱費を削減できる。

■上手に使いきる工夫

使う量に合わせて小分けをし冷凍保存しているという意見が多かった。一方で、そもそも加工食品は小分けした上で保存がきく状態で売っており、使いきれないことはないという意見もあった。

<主な意見>

- ・ 使いきれない分は冷凍や真空パックにして保存している。
- ・ 使う分ずつ小分けして冷凍している。
- ・ 使いきれない分は、賞味期限の表示が良く見えるようにして保管している。
- ・ 期限内に食べきる量を購入している。

■あったらいいのと思う商品

食品ロスの削減につながるような食品の要望は出なかったが、原材料の原産国が明示してある商品や、添加物の少ない商品があれば、もっと加工食品を利用したいという意見が多かった。

<主な意見>

- ・ 原材料の原産国が記入されている商品。
- ・ 添加物の少ない商品。
- ・ 再度、蓋ができる構造だとうれしい。

6-4 まとめ

- ・ 料理をする際のエネルギーの節約術について様々なアイデアが書き込まれた。家庭で調理をするときの省エネ法としてこれらのアイデアの周知を図っていくことが期待される。
- ・ 加工食品については、日持ちすること、旬の季節に採れた食材を捨てることなく加工して商品化できることなどが、利点として市民に認識されていた。
- ・ 加工食品は日持ちがし、冷凍も簡単にできるため、使い切れずに捨てられることは少ないようであった。

7. 企業の取組について

7-1 テーマの目的

一般に、事業者にとっては環境対策よりも売上向上の方が重要である一方、環境対策が顧客や消費者の支持・賛同を得られれば、環境対策に取り組むインセンティブとなる。また、自社の環境対策が顧客や消費者からどのように認識されているのかについても関心が高いと考えられる。そこで、企業の取組を市民はどのように認識しているのか、市民にとって好ましい取組、印象に残る取組は何なのかなどについて、市民の声を聞くことを目的として以下のテーマを立ち上げた。

- “イメージの良い企業”とはどんな企業ですか
- どんなきに、「この企業は環境にやさしい企業だな」と思いますか
- 企業のエコな取組み、食品選びの参考にしていますか？
- あなたのお気に入りのエコな食品や外食メニューは何ですか？
- レジ袋の廃止・有料化についてどう思いますか？
- 食品産業もったいない大賞 募集！

7-2 “イメージの良い企業”とはどんな企業ですか

テーマの概要

質問内容：食品ロス対策をはじめとした環境保全への取組は、企業イメージに影響を与える。このテーマでは、そもそも企業イメージはどういった取組に影響されるのか、環境保全はどの程度企業イメージに影響を与えるのかを把握するため、食品に関わる企業で“イメージの良い企業”とはどんな企業であるかを聞いた。

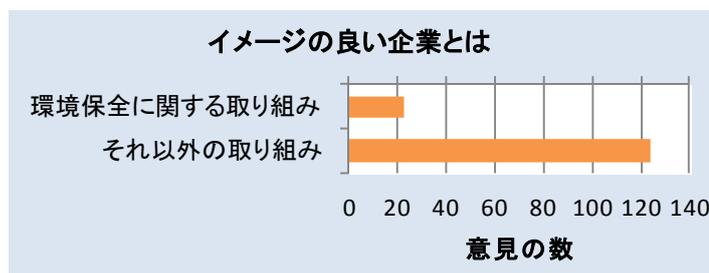
意見募集期間：11月30日～1月10日

投稿数：144件

意見の内容

イメージのよい企業の条件として挙げられたものは、「偽装をしない」「嘘をつかない」などが非常に多く、昨今の食品偽装問題を受けて市民がそういった企業の姿勢に敏感になっていることが伺われた。

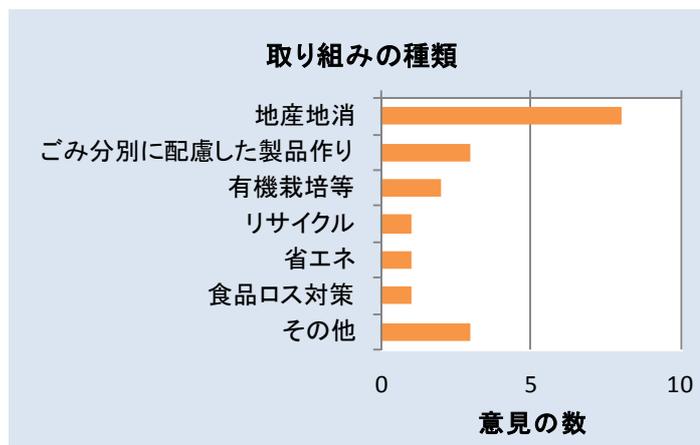
環境保全の取組に関するコメントは、全体の16%程度を占めていた。



■ 環境保全に関する取組について

環境保全の取組の中で最も意見が多かったのは「地産地消」の取組であった。食品産業の企業イメージの向上に対し、地産地消がある程度の影響を与えられる。

その他には、「捨てる時のことまで考えた商品を作っているところ」「化学調味料無添加とか有機栽培など書かれているとイメージが良いです。」といった意見があった。



■ 環境保全以外の取組について

環境保全以外の取組についてのコメントでは、以下のような企業が挙げられていた。「食品偽装をしない企業」「情報公開、食品表示がしっかりしている企業」の2つが特に多く挙げられており、食品に対する市民の安全安心を求める気持ちが非常に高いと考えられる。

- ・ 食品偽装をしない企業
- ・ 情報公開、食品表示がしっかりしている企業
- ・ 店内、従業員が清潔な企業
- ・ 問い合わせ(お客様相談センター等)の対応が早い、丁寧な企業
- ・ CSR (企業の社会的責任) に積極的な企業
- ・ 社会貢献をしている企業
- ・ 障害者を起用している企業
- ・ 女性が活躍している企業
- ・ 従業員、生産者を大切にしている企業
- ・ 従業員の教育をしっかりしている企業
- ・ 派手に宣伝 (CM など) をしない企業
- ・ イメージの良い CM を流している企業
- ・ 商品のモニター体験を行っている企業
- ・ 消費者を第一に考えている企業

7-3 どんなときに、「この企業は環境にやさしい企業だな」と思いますか

テーマの概要

質問内容： これまでの座談会で、「エコをアピールしていても、本質的に考えるとエコではないと思える商品もある」というような意見が出ていたことから、どんな取組をしている企業が、本当に「環境に配慮している企業」というイメージになるのかを食品産業以外の産業も含めて聞いた。

意見募集期間： 11月30日～1月10日

投稿数： 118件

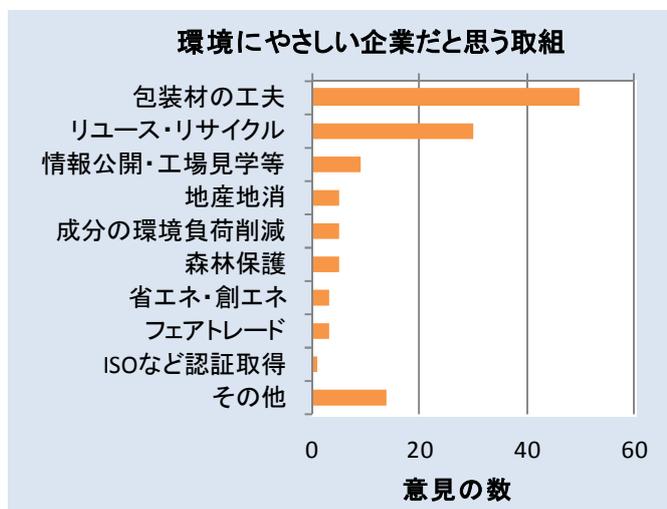
意見の内容

最も多かった取組は、簡易包装や分別がしやすい工夫がされているなど、包装材の工夫に関するものであった。商品を手にとれば容易にわかる取組であり、分別のしやすさやごみの減量など、消費者にとって直接のメリットにもなることから、多くの意見が出たと思われる。

次に多かったのは、リユース・リサイクルに関する取組であった。リユースについては、ごみが出ない、包装材が詰め替え用である分商品が割安になるなど

消費者へのメリットもあるが、直接的には消費者へのメリットにならない、製品製造過程でのリサイクル促進やゼロエミッションなども多くの評価を得ていた。

以下に、それぞれの項目ごとに詳細な意見を紹介する。



■包装材の工夫について

簡易包装や、分別のしやすい包装に対する支持が大変多かった。特に、ペットボトルがつぶしやすく工夫されている商品は、捨てるときにとても助かるということで、高く評価する意見が見られた。

<主な意見>

- ・ 過剰な包装をしていない。パッケージが変わった時に「色々試行錯誤したんだろうな」と思う企業。
- ・ 容器の形状を工夫して無駄な包装が必要ないようになっているお菓子などを見ると、企業努力しているな、と感じる。
- ・ パッケージがリサイクルしやすいように分解しやすい作りや素材でできている商品にな

っている会社。

- ・ ペンや粉ミルクなど、以前から販売していたのに詰め替えはなかったものを詰め替えできるように開発した企業。
- ・ ペットボトルでつぶしやすくしてあるものは本当に捨てる時助かる。

■リユース・リサイクルについて

「環境にやさしい」というとリユースやリサイクルがイメージされることが多いのか、リユース・リサイクルについての意見が多く出た。製造過程でのリサイクルだけではなく、消費者から服や食用油などを回収してリサイクルしている企業も高く評価されていた。

<主な意見>

- ・ シャトレーゼの生ワインは瓶がリユースされ、瓶をゴミに出さなくてすむ。環境にいいだけでなく私たちの生活にもメリットがある配慮がエコだと思う。
- ・ 生活クラブでは、牛乳、ジュース、調味料を瓶でリユースしている。配達の際に洗った瓶を返却すればよいので資源ごみが減った。環境にはとても配慮していると思う。
- ・ 「ゼロエミッション」を実施している企業は素晴らしいです！
- ・ 再生できるトレイを使っている企業。お弁当の容器（ふたも含め）再生できたら、ごみも出ないしすごく嬉しい。
- ・ 資源ゴミの収集をしているスーパーはよくあるが、出した分だけポイントがもらえる店舗は素晴らしいと思った。
- ・ 工場見学に行った時など、渡されるパンフレットが、再生紙であったり、工場で使った物のリサイクルに力を入れていたりすると、環境に配慮しているな～と思う。

■その他

上記以外の意見を以下に挙げる。情報公開については、「分かりやすく伝えてほしい」というような意見がある一方で、「取組のアピールだけでは信憑性に欠ける。いい企業はアピールしなくてもきちんとしている。」や「CMなどでアピールされると胡散臭く感じる」といった環境に良いことをしているとアピールすると、かえってイメージを損なうという意見もいくつか見られた。エコであることが当たり前のことになってきた現在、自社の取組が実際にどのような環境負荷削減に結びついているのか、見た目やイメージだけのエコではないことを、分かりやすくかつ真摯な形で消費者に知らせていくことが重要な課題であると思われる。

<エネルギーについての意見>

- ・ 近くのショッピングモールには巨大なソーラーパネルが取り付けられていると聞き、感心した。
- ・ 冷暖房や照明を配慮している企業。

<情報公開・工場見学等についての意見>

- ・ 消費者にわかりやすいように、どんな取組をしていてそれがどんなふうに使われているか、ということを知りやすく公開している企業。
- ・ イメージ戦略に長けても、現実がどうかはまた別な気がする。小さなお店でも、しっかり取り組んでいる姿勢が現実的に伝わる方がよい。
- ・ 工場見学等でしっかりと分別の説明をされているところは信用して良いのかなと思った。
- ・ 製造業では資材の調達企業選択基準を明らかにしているか、商社ではフェアトレードを遵守しているかどうか、取引先の国で環境保全に尽力しているか、などを積極的に情報公開している企業。

<地産地消についての意見>

- ・ レストランやお店で地産地消に取り組んでいるところ。
- ・ 材料は地元産、国産を多用しているところ。

<成分の環境負荷削減についての意見>

- ・ 自然にあるものを利用し、なおかつ地球を汚さない「モノ作り」をしている企業は、「環境に本当に配慮している企業」だと思う。

<森林保護についての意見>

- ・ 外食するときに、割り箸じゃない、繰り返し使える箸がある店舗にも魅力を感じる。

<フェアトレードについての意見>

- ・ 海外に生産拠点をうつしている会社も多いと思うが、環境を配慮して、無理な開発を押し進めず、現地の人の生活・福利厚生にも気を配っている企業。

<ISO など認証取得についての意見>

- ・ ISO 規格認証を取得していることが、環境に配慮している会社という証のように思う。

<その他>

- ・ 何らかの形で環境や社会への貢献活動を行っているところ。
- ・ 消費者にワンクリック募金などで呼びかけを行っているところ。

7-4 企業のエコな取組、食品選びの参考にしていますか？

テーマの概要

質問内容：企業の環境保全に関わる取組が、市民の購買行動に影響しているかを把握するため、企業の「エコな取組」が商品を選ぶときのきっかけになることがあるかを聞いた。

意見募集期間：11月11日～11月30日

投稿数：97件

意見の内容

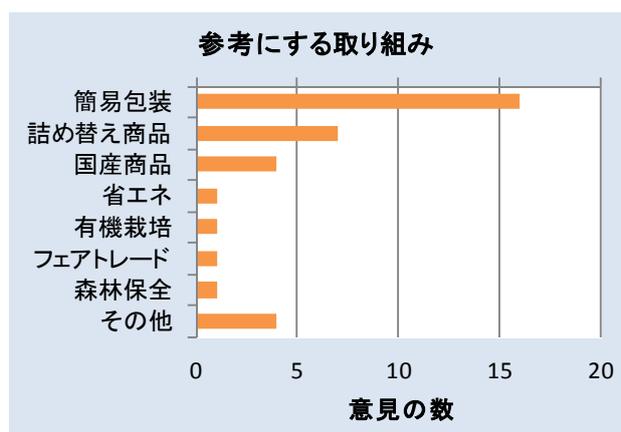
市民が商品を選ぶ際、環境保全に関わる取組がなされていることを参考にしているかどうかでは、「参考にする」との書き込みが、「参考にしない」との書き込みの2倍ほどとなった。



■ 参考にすると意見について

参考にするとコメントした人は、どのような取組を参考にしているのかについて右図に整理した。

最も多かったのは「簡易包装」の取組で、次に「詰め替え商品」「国産商品」となった。これらの取組は商品の購入者にとって直接的に目に入るものであり、また、ごみが少なくなるなどの直接的なメリットもあるため、多くの方が挙げたのだと考えられる。



ただし、値段や味などその他の条件が同じであれば、という前提で参考にすると答えた人も少なからずおり、「エコな商品を選びたいが、割高だと買えない。お金をかけずにエコな商品を作る努力をしてほしい」との意見もあった。

以下に具体的な意見を紹介する。

<簡易包装についての意見>

- ・ 最近は無駄な包装のない商品を進んで選ぶようにしている。
- ・ 包装にまでエコな気配りが出来る会社だと、品物にも安心感がわく。
- ・ エコのための簡易包装には賛成ながら、一方で保存のためには個包装のほうがいい場合もあり一概に言えない部分もある。ただ、基本的にエコ活動をしている企業自体は好感を持つので、同じ商品があればそちらのメーカーを選ぶ可能性は高くなるかもしれない。

<詰め替え商品についての意見>

- ・ 詰め替え品のあるものはそれを買うようにしている。小さく捨てやすい、分別しやすい事も、わずかながら出来るエコ活動なので、そういった商品に目がいく。
- ・ 詰め替え用はゴミが少ないし、ケース入りより安いから買う。

<国産商品についての意見>

- ・ 国産で頑張っている会社を応援したくなります。毎週宅配で利用している「大地を守る会」「らでいっしゅぼーや」は日本の志高い農家を応援しているので、背後で応援するつもりで購入する。

<その他についての意見>

- ・ 同じ状態の商品があって、一方の袋に、企業の森の保全活動や、植樹などのエコ活動が載っていたら、そちらを買う。
- ・ 直接省資源や省ゴミなどになる規格の物は買うけど、植樹など間接的なことは意識していない。

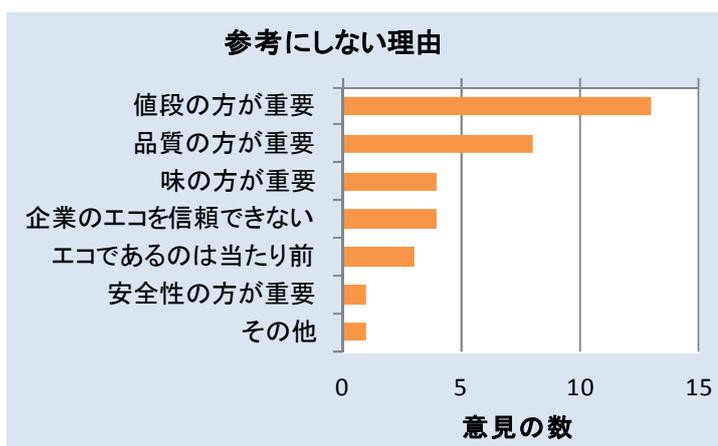
■ 参考にしないとの意見について

一方で、環境保全に関する取組は商品を買う際に参考にしないとの意見について、その理由を右図に整理した。

値段、品質、味、安全性などエコ以外の要素の方が重要であるためという意見が大部分を占めた。

また、企業がアピールする“エコ”が信用できない、エコであるのはもはや当たり前である、などの意見もあった。

以下に主な意見を紹介する。



<主な意見>

- ・ 消費者としては同じ品質で安いものがあれば環境よりもそっちに行ってしまうがち。
- ・ 企業の「エコな取組」はあまり信頼していない。
- ・ 現在多くの企業がエコに対する取組をしているし、程度の差はあれそういう取組は当たり前という感覚。

7-5 あなたのお気に入りのエコな食品や外食メニューは何ですか？

テーマの概要

質問内容：普段の暮らしの中にある食品や外食にまつわるお店のエコな取組について、気に入っているものを聞いた。

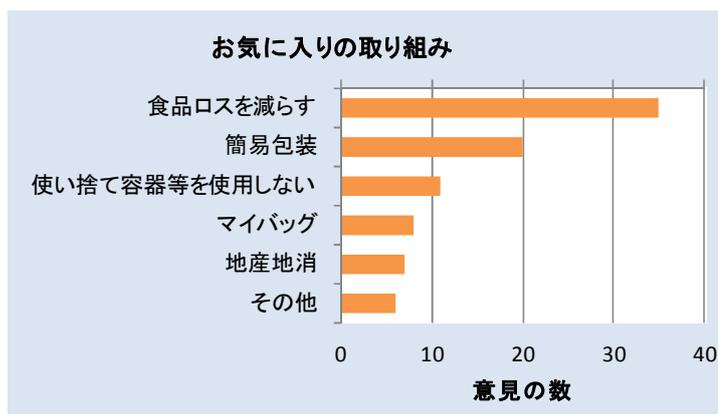
意見募集期間：10月4日～11月11日

投稿数：80件

意見の内容

様々な取組が挙げられたが、大きく分けると右図のような分布となった。食品ロスを減らすための取組や、簡易包装の取組が多く支持を得ている。

以下に、取組ごとの主な意見を挙げる。



■食品ロスを減らす取組

この取組に関する意見が最も多く、関心の高さが窺えた。バラ売りや量の選べる外食の取組が多く挙げられ、使いきれなかったり食べきれなかったりして“食べ物を捨てる”ことがなくなる取組が多くの人から好評であった。

<主な意見>

- ・ 農産物販売所の食堂では残りおかずを安く売ってくれる。
- ・ お惣菜のセール商品。
- ・ 無添加食品の個人店で、「期限が近いので…」と言って食品をオマケしてもらった。
- ・ お豆腐屋さんでおからを買う。
- ・ 魚のアラは安い上に普通に売られている部分よりも脂がのっていて美味しいものが多い。
- ・ 根菜を葉付きで売ってくれるお店が嬉しい。
- ・ 野菜や魚などのバラ売り。
- ・ 近所のスーパーのお惣菜売り場は夕方5時くらいには終了していて売りつくしている。大手スーパーは翌日残っていることも多いので、過剰に作らないのもエコだと思う。
- ・ 生活クラブでは注文の分だけ農家や生産者から直接仕入れているのがエコだと思う。
- ・ 八百屋さんの「見た目の良くない野菜や果物」を安く売っているもの。
- ・ お魚やお肉など 少量や小分けパックの冷凍があり、夫婦二人暮らしには量がちょうどいい。
- ・ ラーメンや牛丼などで少量サイズのメニューがあると残さず食べられて良い。

■簡易包装の取組

包装材が少ないことでの環境負荷の低減はもちろんのこと、ごみ袋が節約できる、冷蔵庫で嵩張らないなどの簡易包装のメリットを挙げる意見も多かった。

<主な意見>

- ・ スーパーで果物のプラのパックを置いていけるスペースがあるのがいい。
- ・ 個人のお肉や魚屋さんの商品の売り方は過剰包装でもないし、すごくシンプルでよい。
- ・ お弁当のフタがなく、ラップのみのもの。汁物でも問題ない。
- ・ 小さなお豆腐屋さんで、ボールで豆腐を買いに行く。ごみも増えないしとても良い。
- ・ プライベートブランドのカップ麺やインスタントラーメンは安くするために簡易パッケージになっている。
- ・ 八百屋さんの野菜は袋に入らずそのままのものが多く、余分なゴミが出なくてエコだと思う。
- ・ お肉をトレイを使わずラップにくるんでいるのはエコでよい。
- ・ 卵をパック入りでなく1個単位で売っているお店がある。容器を持たない客は、そこで売っている紙のパックを買うことになっている。燃えないゴミも増えないし、いい方法だと思う。
- ・ 昔ながらのたこ焼き屋さんや和菓子屋さんの包装がエコだと思う。

■使い捨て容器等を使用しない取組

この取組では、リユース容器を返すなど消費者側の積極的な取組が求められるため、店側が割引やノベルティグッズ等のインセンティブを用意している例が目立った。消費者側にとっても、“エコ+お得”は好評のようであった。

<主な意見>

- ・ 割り箸ではなく、再利用可能な箸が使っているとエコでいいなと思う。
- ・ ケーキ屋さんのプリンなどで、陶器の容器に入っているもの。食べ終わったら自宅で使ってもいいし、お店に持っていくと次回割引してくれるのがエコで好き。
- ・ とんかつ屋さんで、吉野杉の間伐材を使った箸を使っていた。使用後は持ち帰り、次回マイ箸として持って行ったら、オリジナル豚チャームをもらえる。
- ・ 詰替用があるシャンプーやインスタントコーヒーがいい。
- ・ 紙製の卵のケースをリサイクルしているところ。
- ・ 牛乳が瓶で配達されこちらもリサイクルされているところ。
- ・ 牛乳の蓋がプラでできていてリサイクル回収をしているところ。
- ・ カフェでマイカップにすると、少し割り引いてくれるのがいい。

■マイバッグ

この取組に関する書き込みでは、マイバッグが既に多くの店で“普通のこと”になっており

良いといった意見が見られた。

<主な意見>

- ・ マイバッグを持っていくと2円割り引いてもらえる。
- ・ スーパーでレジ袋を購入もしくは持参というのがとてもエコだと思う。

■地産地消

地産地消に関する意見も少なからず見られた。中には「地産地消」という言葉を使った意見もいくつか見られ、この概念がある程度普及していることが分かった。

<主な意見>

- ・ 地元のスーパーで地元の生産者の野菜を買う。少し形が悪くても薬などなるべく使わず、無駄な輸送費や費用をかけず、その地に適した消費者が購入する。
- ・ 近所の農家さんが自宅前で直売している野菜。売れ残りもあまり見かけず、かなりエコだと思う。

■その他

その他、以下のような意見があった。

- ・ 燃やせるゴミとして出せるプラスチック性のトレイを目にする事がある。
- ・ フェアトレードの商品を扱っている店。
- ・ お店で食べるお蕎麦やパスタは、調理するときのお湯を毎回捨てていない（と思う）のでエコだと思う。
- ・ 外食は集中して食材購入、調理、洗い物を行うためエコな面もある。

7-6 レジ袋の廃止・有料化についてどう思いますか？

テーマの概要

質問内容： 別途実施した事業者へのアンケート調査において、レジ袋の有料化について市民がどの程度受け入れられるかを聞いてほしいとの回答があったため、レジ袋の有料化についてどう思うか、レジ袋を有料化したスーパーには行きづらくなるかなどを聞いた。

意見募集期間： 1月10日～2月10日

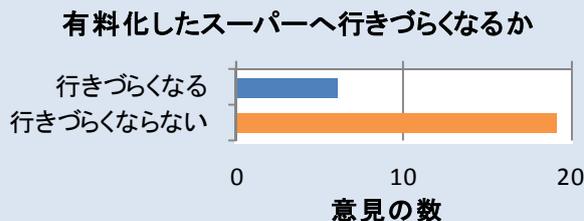
投稿数： 174件

意見の内容

レジ袋の有料化については、ほとんどの意見が「賛成です」「慣れてしまえば問題ない」などの肯定的なものであった。一方で、少数ではあるが、「ごみ袋として使っているので困る」などの否定的な意見もあった。



また、レジ袋を有料化したスーパーへ行きづらくなるかどうかについても尋ねたところ、行きづらくなるとのコメントが6件、行きづらくはないとのコメントが19件寄せられた。ただ、現在は無料で配布しているところと有料のところとが混在している



ため、レジ袋有料化に賛成の人であっても、有料のところでお金を払ってレジ袋を買おうと、“損をした気分”になるとのコメントがいくつか見られた。レジ袋を自治体のごみ袋として使えるかどうか、意見に影響していると考えられ、有料化の実施に際しては地域ごとの協定や自治体の廃棄物政策と連携させた取組が必要であると考えられる。他方、エコバッグを使うようになったことで万引きが増えたとの書き込みもいくつか見られ、有料化の際の課題となると思われる。

■ 肯定的な意見について

レジ袋有料化については肯定的な意見が多数であった。住んでいる地域のスーパーのほとんどが有料化になっており、最初はとまどったがすぐに慣れたという意見が多かった。一旦慣れてしまえば、エコバッグを持ち歩くことは苦ではなく、レジ袋が有料だから他の店に行く、ということもあまりないようである。

意外なメリットとして、エコバッグに入るだけの商品を買おうとすることで、無駄な買い物が減り、その点でもエコになったとの意見もいくつか見られた。

<主な意見>

- ・ 有料に賛成。もらえて当然ではないと思う。
- ・ 袋にもコストがかかっているので、「袋はタダでもらえて当然」ってよく考えてみると変。
- ・ 殆どのスーパーがレジ袋の有料化を始めてからしばらくになるので、マイバッグも浸透して、普段の買い物には困らないと思う。急の買い物のために、使用したレジ袋を小さく畳んでバッグにも忍ばせている。
- ・ 結構マイバックが浸透してきているし自分自身もマイバック持参が習慣になったので行きづらくなる等のことはない。
- ・ 買い物が多いので何も言わずに貰っていたらレジ袋が溜まってゴミになっていたが、今

はエコバッグ持参で買い物をしている。

- ・ 企業さんもお客の顔色を見ていないで環境のために廃止・有料化しますと胸を張って言ってほしい。
- ・ 価格や安心して買える商品、お店や店員さんの対応等々で買い物する事が多いので、レジ袋が有料かどうかでお店を選ぶことはない。
- ・ 自分の持っていった袋に入る量を考えながら買い物するから無駄遣いも減った気がする。買い物の計画性が増した気がするので良かった。

■ 否定的な意見について

一方、少数ながら否定的な意見も挙げられた。有料化よりマイバッグ持参でポイント付与といったお得感のある制度の方が良いとする意見や、レジ袋削減がどれだけの環境負荷削減効果があるか疑問とする意見などがあつた。また、ごく一部の意見ではあるが、レジ袋を有料化した店には行かなくなったとの意見もあつた。

<主な意見>

- ・ レジ袋有料より、マイバック持参だと2円引きとか、袋ポイントの方が、印象が良い。
- ・ エコバックは全く無意味でエネルギーなどの削減に寄与してない。
- ・ 廃止することでどれだけの効果があるのか疑問。お客の不便さとどちらを優先すべきか考えてもらいたい。全ての人にレジ袋をわたさなくても、一言どういたしましょうくらいのサービス精神があっても良いのでは。マイバッグの人は断るだろうし、急に買い物に来た人は困らないだろうし。
- ・ 環境の為というより、少しでも多くお金を取りたいからにしか見えない。
- ・ エコバッグ等を所持していないときにちょっとした物の買い物でも立ち寄れなくなった。
- ・ 個人的には反対です！すごくめんどくさい。
- ・ 数か月前に近くのスーパーのレジ袋が有料に実質値上げのような気がして足が遠のいている。
- ・ エコバッグは本当にエコなのか？縫い目に負担がかかるので寿命はせいぜい1～2年である。

■ レジ袋が有料化されると困ること

肯定的な意見の人、否定的な意見の人に関わらず、レジ袋が有料化されることで起きる問題を挙げているコメントがあつた。特にごみ出しをレジ袋で出せる地域の方は、レジ袋の無料配布がなくなると困るとの意見が多く、ごみ出しが指定袋制の地域の方は、全く困らないとの意見があつた。ごみ収集の在り方がレジ袋有料化への賛否に影響を与えていると考えられる。

以下に、レジ袋有料化の問題点を挙げたコメントを示す。

<主な意見>

- ・ 私の地域はレジ袋でゴミ出しができるのでその袋がなくなるのは不便になる。

- ・ 子どもの学校で、レジ袋を持ってくるように言われた時に困る。
- ・ エコバッグの衛生面が気になる。
- ・ エコバッグだと、万引きに間違われるのがこわい。

7-7 食品産業もったいない大賞 募集！

テーマの概要

質問内容： 別途実施した「食品産業もったいない大賞」の告知、および候補として推薦できる企業について情報を募った。

意見募集期間：2月13日～3月17日

投稿数：89件（3月14日現在）

意見の内容

推薦された企業と推薦のコメントを業種ごとに以下に整理した。廃棄を減らすための値引き販売や簡易包装の取組などが推薦されている。

<製造業>

- 株式会社コモ
 - ・ 製造する際のことは分かりませんが、少なくとも製品の大量廃棄はまぬがれている企業が、株式会社コモだと思います。パネトーネ種を使用し、ロングライフのパンを製造している会社です。保存料も使用せずに、平均的なパンよりも長い期間の賞味期限があるので、保存食に最適、期限が近づいたら食べて、また新たに新しいパンを保存食としてキープ、ということが出来るパンです。

<小売業>

- おべんとうの玉子屋
 - ・ 東京のお弁当屋さんで玉子屋という所です。TVで見たのですが、弁当があまって廃棄にならないよう工夫をしていると紹介されていました。TVの情報が誇張でなければすごいことだなと思います。
- オーケーストア
 - ・ デイスクウントストアオーケーは値引きシールが何種類もあって、マメに貼ってくれます。3%引き、5%引き、10、20、30・・・。3～5%引きの商品は期限までまだ余裕があり、すぐに使わなくてもいいのであれば必ず選んでいます。
 - ・ 引っ越し前の近くにオーケーストアというのがありました。そこではお肉をただラップに包んであるだけでスチロールパックなどがなかったのととてもエコでした。私はお肉などは自分のマイパックを持って行ってそこではかり売りしてもらえたらと考えることがあります。ごみがでないし、そのまま保存できるので。

- 生活クラブ
 - ・ 生活クラブは贈り物が包装が簡易包装でエコで好感を持ちます。

- 東都生協
 - ・ 東都生協さんを推薦します。調味料類やジュースの一部にリユース瓶を採用、配達時のポリ袋はゴミ袋としてリユースできますし、チラシや牛乳パックを回収してくれます。また、余剰野菜や果物を安く販売し生産者を支えるという企画も素晴らしいと思います。

- らでいっしゅぼーや
 - ・ らでいっしゅぼーやの野菜パックは、回収箱ですし、中の野菜も泥つきだったり新聞でくるんだりしたものが多く、スーパーの洗浄+トレイ+ラップのようなものに較べるとかなりエコかなと思います。

- その他
 - ・ 食材宅配やネットスーパーでは、形の悪い野菜も売っています。見栄えが悪くても味は同じだからです。鮮度がよく低農薬で、値段もそれほど高くないし、エコに関する取組も積極的です。値段もそれほど高くないし、コンセプトに賛同できるので、今ではもっぱら宅配を利用するようになりました。
 - ・ 食用油の回収をしている食品チェーンがありますよね。近所がないのが残念。
 - ・ 有機野菜などを扱っているお店で、卵の容器が有料のお店があります。日頃からあのパックもったいな〜と思っていたので、歓迎しています。
 - ・ 最近では、コンビニなどでも値引きされているので、つい安い方を買ってしまいます。捨てるよりどんどん値引きしてくれると嬉しいです。
 - ・ 最近行ったスーパーでお肉を買うときにスチロールのパックではなく、真空パックのようなジップロックのような感じのビニール包装で、ゴミが少ないし、冷蔵庫でかさばらないし良いと思った。

7-8 まとめ

- ・ 近年はエコであることがあたり前という考え方の人も増加し、本当に環境負荷が低いと言えるのか疑問のある取組や、過剰にエコであることを宣伝する企業に対しては厳しい意見が出ていた。では、どういった取組であれば市民の支持を得られるのだろうか。
- ・ 6つのテーマ全体を通してみると、「簡易包装」の取組が市民から多くの支持を得ており、企業イメージや商品の選択にも大きく影響しているようであった。事業者においては、見栄えを良くするための過剰包装は逆に企業イメージを損ねたり、商品を買ってもらえなくなる可能性があることを考慮する必要がある。本座談会により簡易包装に対する市民の要望が明らかとなっており、より積極的な簡易包装の推進が望まれる。

- ・ 一方で、食品である以上、味や品質の方が重要という意見も当然あり、それらが同じであって初めて環境の取組を付加価値として評価するという市民も少なからずいる。
- ・ リユースやリサイクル、レジ袋の削減の取組においては、エコポイントが得られる取組が嬉しいという意見が多い。未だ普及していない取組を普及させていくためには、エコポイント制度等の何らかのインセンティブは有効と考えられる。
- ・ 日本人はポイント好きとも言われ、様々なポイントが存在しているが、自分のことを振り返っても、もらった全てのポイントを有効に活用できているとは言えない状況にある。消費者の日々の小さなエコの取組が、環境保全といった大きなメリットになって返ってくるような仕組みづくりが期待される。

8. 認証制度について

8-1 テーマの目的

事業者が環境への取組を行った際に、それを公的に保証する制度として、各種認証制度が整備されている。しかし、認証制度への市民のイメージや、認証マークが市民の購買行動に与える影響などについてはよく分かっていない。

そのため市民インターネット座談会では、「環境マネジメントシステム」「カーボンフットプリント」および「カーボン・オフセット」について、市民の認知度や、制度のイメージ、認証マークのついた商品を選ぶかどうか等について把握するため、以下の3テーマを掲載した。

- 環境マネジメントの認証を取得している企業のイメージは？
- カーボンフットプリントってご存知ですか？
- カーボン・オフセットってご存知ですか？

8-2 環境マネジメントの認証を取得している企業のイメージは？

テーマの概要

内容：環境報告書やCSRレポートの作成を行っていたり、環境マネジメントシステムの認証を受けたりしている企業に対して、どのようなイメージを持つかを聞いた。

意見募集期間：1月14日～3月3日

投稿数：101件

意見の内容

環境報告書を作成していたり、環境マネジメントシステム認証を取得していたりする企業のイメージについては、以下のような言葉が挙げられていた。ほとんどの人が、認証取得に対して良いイメージをもっているようであった。

- ・ 誠実
- ・ プラスのイメージ
- ・ いいイメージ
- ・ きちんとした会社
- ・ 好ましい
- ・ 信頼できる
- ・ 好感を持つ

ただ、少数ではあるが「うわべだけの可能性もあるので鵜呑みにはできない」「認定を受けているからといって、信頼できない」などの否定的なコメントもあり、また、認証取得は当然のことではないかとの意見もあった。

一方で、いただいたコメントで最も多かった意見は、「認証取得と聞いても分かりにくので、分かりやすく説明してほしい」という意見であった。また、もっとアピールするべきという意

見も多かった。認証取得に対して良いイメージを持っているものの、具体的にどんな活動をしているのかが伝わらず、漠然としたイメージであり印象に残っていない可能性もある。事業者が認証取得をアピールする際には、具体的な取組例を分かりやすく紹介するなど、“実際には何をしているのか”が分かるように周知することが必要と考えられる。

<主な意見>

- ・ よく ISO〇〇と看板を見たりテレビ CM で見たりするが、意識してそれを理解しようと思う人は私を含め少ないのでは？ 誰でも理解できるように噛み砕いてアピールしたらいいと思う。
- ・ 認証を取得・継続する為にどのような取組をしているのか、というアピールがないと判断のしようがない。
- ・ 環境報告書や環境マネジメントシステムの認証を受けているかどうかなんて、その企業を実際に訪れたり、HP を訪問したりしないと分からないようになっているのが、現状である。報告書も難しい文章で書かれていたりして、本当に、かなり興味を持っている人にしかアピール出来ていないような印象を受ける。

また、認証取得の周知を進めるアイデアとして、以下のような意見が挙がっていた。

- ・ 一般の人が読んで解るような内容で、業種別にどの企業がどういった取組を行なったかの一覧が見られるサイトがあれば見てみたい。そして読んだ人が、「いいね」のような評価ができたり、応援コメントが入れられたらもっとおもしろいと思う。
- ・ 環境報告書や認証取得については、学校と提携して、授業の一環としてやさしい文章で子供たちに紹介する、すると子供たちから親御さんたちへと広がる、なんていう試みがあれば、いいのではないかと思う。

8-3 カーボンフットプリントってご存知ですか？

テーマの概要

質問内容：カーボンフットプリントの認知度と、商品選びに与える影響を把握するため、カーボンフットプリントの認証マークを見たことがあるか、このような取組を知っているか、また知っている場合は、認証マークを参考にして商品を選んだことがあるかを聞いた。

意見募集期間：2月10日～3月3日

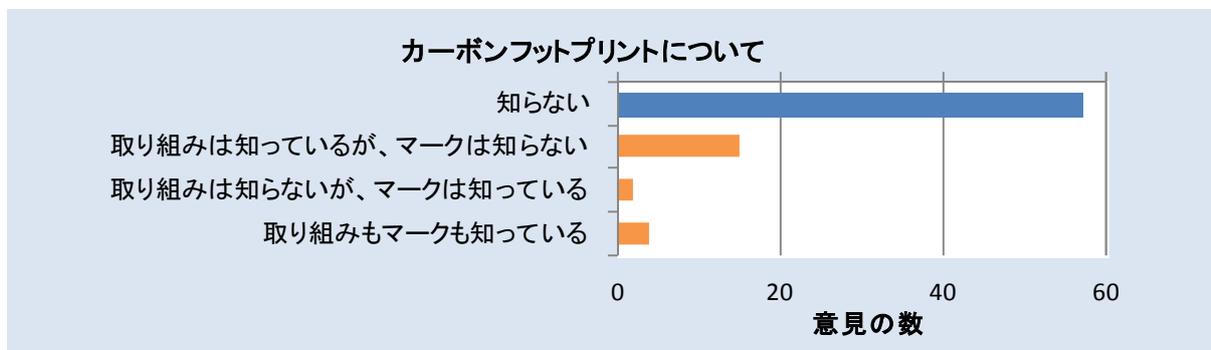
投稿数：87件

意見の内容

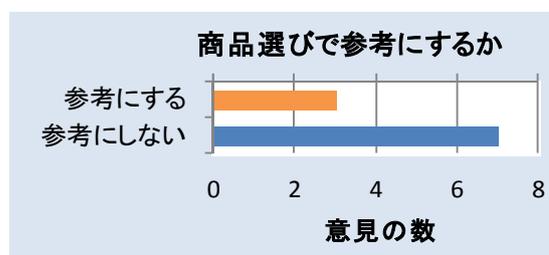
カーボンフットプリントや認証マークを知っているかどうかについては、多くの人が「知らない」と答えており、認知度は低いと考えられる。しかし、認証マークは知らないが取組自体は「知っている」「聞いたことがある」と答えた人も2割程度いた。また、取組も認証マークも知ってい

ると答えた人は約5%であった。

認証マークを知っていると答えた人の中には、「購入者も CO₂ 排出に関わっているんだと思わせられる。」とコメントした人もおり、認証マークによって商品の CO₂ 排出を消費者に意識してもらおうきっかけになると考えられる。



また、商品を購入する際に認証マークを参考にすることがどうかでは、参考にするとコメントしたのが3名、参考にしないとコメントしたのが7名であった。



8-4 カーボン・オフセットってご存知ですか？

テーマの概要

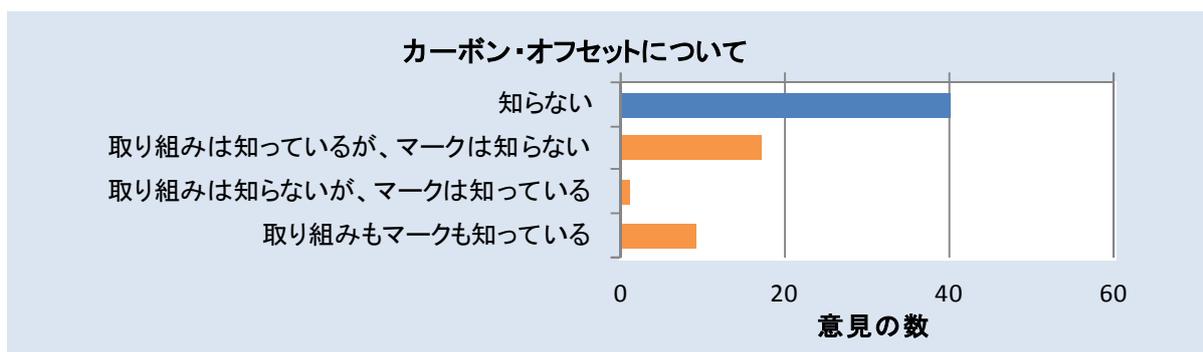
質問内容：カーボン・オフセットについて、取組を知っているか、認証マークを見たことがあるか、またこれまでに商品を購入する際、認証マークを参考にして選んだことはあるかを聞いた。

意見募集期間：2月10日～3月3日

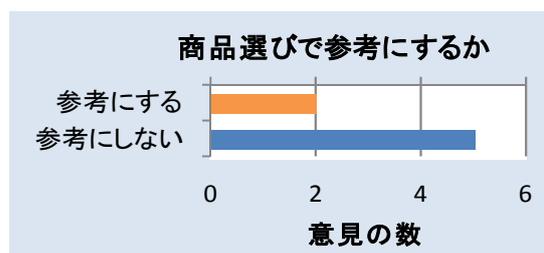
投稿数：74件

意見の内容

カーボン・オフセットや認証マークを知っているかどうかについては、多くの人が「知らない」と答えている。ただ、カーボンフットプリントと比較するとやや認知度は高いようであり、「取組は知っているがマークは知らない」と答えた人が25%ほどおり、取組も認証マークも知っていると答えた人は約13%であった。



商品を購入する際に認証マークを参考にするかどうかでは、参考にするとコメントしたのが2名、参考にしないとコメントしたのが5名であった。参考にしないとコメントした意見の中には、マークだけではどのような取組をしているのか分からず、信頼性に欠けるためとの意見もあった。



一方で、以下のように、“他の行為で埋め合わせる”ということ自体に否定的なイメージを持っている意見も少なからずあった。

- ・ お金で解決すればいいのか、という気持ちもあるが、何もしないよりはいいのかな？
- ・ お金持ちだけが免罪符を買えるのと近いような。
- ・ ゲームみたいなやり方というか、市場が独り歩きしそうな気がする。

8-5 まとめ

- ・ カーボン・オフセットおよびカーボンフットプリントについては、認知度が低く、認証マークを見て商品を選ぶという段階にまで至っていない状況である。
- ・ 環境マネジメントシステム、カーボンフットプリントおよびカーボン・オフセットに共通して、分かりにくいという意見が多く寄せられた。
- ・ 市民からいただいたコメントを見ても、制度の意味を知れば賛同する市民が多いため、市民にとって分かりやすく、興味の持てる周知の仕方を工夫していくことが期待される。

