

チャレンジ！！オープンガバナンス 2021 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題タイトル（注1）	No.	タイトル	自治体名
	-（事務局用）	食品ロス削減取り組みの実践	世田谷区
チームがつけたアイデア名（注2）（公開）	食品ロスをみんなで知って、みんなで減らす。 農業などの体験を活かしエシカル消費の街にする。		

（注1）地域課題タイトルは、COG2021 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題タイトルを記入してください。

（注2）アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。

1. 応募者情報 赤字部分は削除して該当の番号を記入

チーム名（公開）	東京農業大学 国際農業開発学科 食品ロスゼミ		
チーム属性（公開）	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生	2	
メンバー数（公開）	10 名		
代表者情報	入江満美		
メンバー（公開）	清水悠吾 鴨志田遥香 山村 日花梨 廣田彩香 井上直紀 大谷奈央 小木曾千夏		

【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。

<応募の際のファイル名と送付先>

- 応募の際は、ファイル名を COG2021_応募用紙_具体的チーム名_該当自治体名にして、以下まで送付してください。東京大学公共政策大学院の COG2021 サイトにある応募受付欄からもアクセスできます。admin_cog2021@pp.u-tokyo.ac.jp

<応募内容の公開>

- アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者と公開に同意したメンバー氏名、「アイデアの説明」は公開されます。
- 公開条件について：
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY（表示）4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC（表示—非営利）4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja>、および、<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)
- 上記の公開は、内容を確認した上で行います。（例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公開いたしません）
- この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイザーの段階で相談の上公開することがあります。

<知的所有権等の取扱い>

- 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
- 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

<チームメンバー名簿>

チームメンバーに関する情報を最終ページに記載して提出してください。（2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。）

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアの説明全体が肖像権・著作権等を侵害していないことの確認 ○)

(1) アイデアの内容、(2) アイデアの理由、(3) 実現までの流れ、の三項目に分けて記入してください。

必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容（公開）

アイデアは、対象とする課題解決のために、**何を**する社会的な活動（サービス）なのか、をわかりやすく示してください。これが将来実現した場合、**魅力的で新規性があり、実践したくなり、活用してみたい**なる、そしてその結果として、課題が解決される、そんな**わくわく感のあるアイデア**を期待します。**2ページ以内**でご記入ください。

<応募チームとして**解決したい課題の要点**はこれ！を**ごく短く**書いてください>

食品ロスをみんなで知って、みんなで減らす。

農業などの体験を活かしエシカル消費の街にする。

<この課題解決のために**「何を」するアイデアか、それを「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」するか**をわかりやすく書いていきます> <**アイデアが具体的に実行される場面**を想定してください。>

<よいアイデアを生むには**関連データの分析確認とデザイン思考によるアイデアを使う人への共感が必要**です>

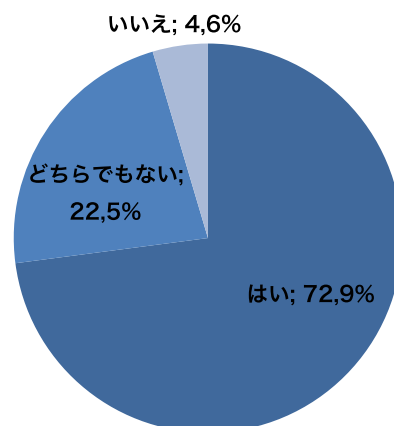
区民みんなが、日常的に、環境負荷の低い食品購入をし、大切に食べてエシカル消費する。

コロナで在宅時間が増え、自分の生活の仕方を見直す機会になった人も少なくない。自宅で家庭菜園を始めた人も多い¹。タキイ種苗の2021年度 野菜と家庭菜園に関する調査によると、現在家庭菜園を実施している人のうち、コロナ以降2020年3月以降に新しく家庭菜園を始めた人は34.4%にのぼり、コロナでできたおうち時間をうちの庭などでの野菜や花栽培に使った人が多いことがわかる。「家庭菜園を始めた理由」は、「趣味として楽しむため」

(61.4%) が最も多く、2位の「新鮮な野菜を食べるため」(52.5%) も半数以上であった。さらに家庭菜園を続けたいと思うかとの問いには94.6%が継続したいと回答しており、食や農への関心の高まりが窺える。

農業体験と食品ロス このような農業体験もしくは食品ロス体験は、消費者の意識を変化させ、食べ物を大切にすることが育ち、食品ロスを出したくない、減らしたいというように行動変容を起こさせるのではないかと考え、コロナ禍の2020年12月に10代から70代の男女436人に男女比1:1となるようにし、各世代の各性別から約30名ずつから回答が得られるようにインターネットアンケート（サーベロイド）を実施した(n=436)。その結果、食品ロス削減に取り組みたいと考えている人の割合は、取り組みたい「はい」(72.9)に対して、「いいえ」(4.6)、「どちらでもない」(22.5)で取り組みたい人が多かった。食品ロス体験については、全体では約4割が食品ロス体験があると回答し、そのうち、最も多い食品ロスの場合は家庭内で約3割、次いでアルバイト先で約2割であった。食品ロス削減に取り組み意欲のある人の体験・経験をみると、農業に関連する体験である農作業アルバイト(94.4) > 農業実習体験(92.1) > 農作業(85.1) > 家庭菜園(82.6)、市民農園(82.4)の割合で削減したいと高い割合で回答しているのに対し、農業に関する体験のない人は62.5%が食品ロスを削減したいと回答しており、その差は30%程あることがわかった。農業の体験は食品ロスを減らす行動に対して、積極的になるという変化を起こすことを示している。これより、コロナの影響とはいえ、家庭菜園など、家庭での農業体験をした人が増えたことは、食品ロスをなくしたい、食べ物を大切にしたいという思いが、体験者の中で自然に形成され、緩やかかも知れないが、食品ロスも減ることが期待できるのではないかと。世田谷区は23区で第2位農地面積をもち、都市部においても農業体験できる潜在力が高い。

Q.食品ロス削減に取り組みたいと思いますか？
(N=436)



2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

Q これまでに体験したことがあるものを選んでください。（複数回答可）	Q 食品ロス削減に取り組みたいと思いますか？			
	全体	はい	いいえ	どちらでもない
全体	436	72,9	4,6	22,5
家庭菜園	167	△82,6	2,4	▽15,0
市民農園	17	82,4	△17,6	▽0,0
農作業体験（田植え、収穫体験など）	94	△85,1	1,1	▽13,8
調理実習	174	△81,6	2,3	▽16,1
農業実習	38	△92,1	-	▽7,9
アグロツーリズム	3	66,7	-	33,3
農作業アルバイト	18	△94,4	-	5,6
無い	160	▽62,5	6,3	△31,3

消費者はエシカルなお店を望んでいる 「どのようなお店が積極的に食品ロス削減を行うと良いか」という設問に対し、コンビニエンスストア(64.0)>スーパーマーケット (58.7) > 定食屋(56.4)> ファミリーレストラン(51.4)が多いことが分かった。日常的に食料品を購入するコンビニエンスストアやスーパーマーケットが選ばれていることに加えて、外食業である定食屋やファミリーレストランが選ばれている。

農業を体験し、小売店で食品ロス削減のための情報をお買い物しながら見て知る 大学生が小売店と連携してお店のHPなどで食品ロスを減らすエシカル消費に導く情報を発信する。

外食では環境に優しい容器包装と食品ロス削減を実現 外食での食品ロス削減は、消費者の意識だけではできないことも多い。「外食で食品ロス削減のために消費者が飲食店側にしてほしいこと」をたずねたところ、持ち帰り(66.7)>ご飯の小盛りの選択(35.1)>少量メニューの設定(31.4)>食べ切った際、割引クーポンの発行(25.2)>質を重視したメニュー設定(17.4)となった。食べきれなかった料理を持ち帰れるようにしたいという意見が66.7%と圧倒的に多かった。一方、割引クーポンの発行は、意外にも取り組んで欲しいことの順位としては低かったことから、消費者はクーポン（お金）よりテーブルに食べ残してしまうことを何とかしたいという思いの方が強いといえる。

Q.外食などにおいて食品ロスを減らすために飲食店側に取り組んで欲しいことは何ですか？
(複数回答可)。(N=436)

取り組み	割合 (%)
食べきれなかった料理の持ち帰りが出来るようにする	66,7
注文の際にご飯を小盛にするかどうか聞く	35,1
一律の分量のメニューにせずに少量メニューの設定	31,4
食べ切った際、割引クーポンの発行	25,2
質を重視した(量は少ないが一品ごとの質が高いメニュー)の設定	17,4
その他	11,7

2. アイデアの説明（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

(2) アイデアの理由（公開）

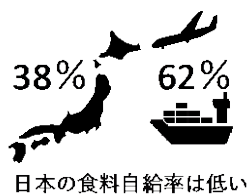
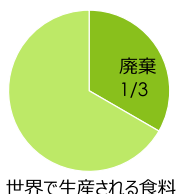
このアイデアを提案する理由（なぜ）について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

<このアイデアを提案する理由（なぜ）を書いていきます>

<先の（1）で書いた「何を」「誰が」「いつ」「どこで」「どのように」というアイデアの内容を支えるための、「なぜ」このアイデアがいいのか実現したいのかを上記のデータを示しつつ書いていきます>

世界の問題食品ロス 現在世界では農作物生産量の3分の1が廃棄されている(FAO,2011)、捨てられる食品がある一方で世界の飢餓人口は約7億人である（UNICEF, 2020）。このアンバランスを解消すべく、廃棄される食品を2030年までに半減することが国際目標となった。食品廃棄には不可食部である食品廃棄物と、食べ残しや売れ残り、期限が近いなど様々な理由で食べられるのに捨てられてしまう食品ロスがある。

日本の食品ロス 日本は「廃棄大国」と呼ばれ、食品ロスは大きな問題となっている。日本の食品由来の廃棄物等（飼料等として有価で取引されるものや、脱水等により減量した分を含む）は年間2,550万トン、そのうち食べられるのに捨てられる食品の量は年間643万トン（農林水産省、平成31年発表）と推測されている。大量の食品ロスが発生することにより、食品ロスを含めた多くのごみを廃棄するためごみ処理にかかる多額のコストや、焼却による



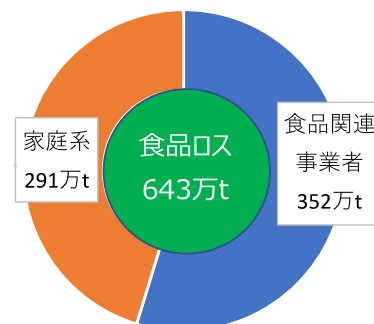
CO₂の排出の環境負荷などの問題がある。日本はカロリーベースの食料自給率は38%（農林水産省、令和元年度）で、残り62%は海外から輸入しているのに捨てている。

世田谷区の生ごみ 世田谷区の平成29年ごみの組成分析の調査では、一年間で事業者から出る生ごみの量が約300kg、区民一人当たり年間1万円の食品廃棄物処理費用。家庭内から出る廃棄量は291万トンと食品ロスの半分を占め、もっと身近な問題ととらえるべき。→通常の消費行動の中で食品ロスを伝える必要性

表 世田谷区可燃ごみの生ごみの消費・賞味期限別の内訳（R.3）

	個数	重量	
		重量(kg)	割合
消費期限内	3	0.23	0.3%
消費期限切	75	9.70	11.1%
賞味期限内	62	7.72	8.9%
賞味期限切	192	22.98	26.4%
表示なし・不明	653	46.47	53.4%
合計	985	87.09	100.0%

事業系と家庭系の両方の削減が必要



消費者はエシカル消費をしたい コロナ禍でおうち時間が増えたことで生活そのものを見直すチャンスとなっているとも考えられる。コロナ禍の2020年2月に実施された消費者庁の「倫理的消費（エシカル消費）」に関する消費者意識調査報告書ⁱⁱによると、容器包装を減らしたいとの意向を持つ消費者が男女問わず多く、商品を提供する事業者にも消費者ニーズに対応した商品提供の仕方を変化させることが望まれている。国連環境計画でもシングルユーズのプラスチックの使用が問題であると指摘ⁱⁱⁱされている。食品の容器包装の工夫によって食品は日持ちがするようになっていることから、むやみにプラスチック包装を減らすのではなく、傷みやすいものは工夫した包装を行い、減らせる容器

包装を減らすことが真のエシカル消費になることを消費者に伝え、小売店、ツイッターなどでも発信し、消費者にどのような容器包装が望ましいかの情報発信をする。

環境に優しい容器包装と食品ロス削減を実現 株式会社リクルートライフスタイルの外出市場に関する調査・研究機関「ホットペッパーグルメ外食総研」の「食べきれなかった外食の持ち帰り」について意識と実態を調査

(n=10134)^{iv)}によると、2018年時点の直近1年間で「外食で料理を食べきれなかった」経験のある人は58.7%。その際の持ち帰り意向は67.8%であった。外食で食べきれなかった料理の持ち帰りに「賛成」は87.6%と非常に高く、直近1年間で実際に料理を持ち帰った人は35.4%であった。持ち帰りの際のハードルは「持ち帰りができる飲食店なのか分からない」が51.8%と最多であった。そこで、mottECOポスターの大学での掲示を通して、将来消費を牽引する学生に食べきれない際の持ち帰りにより、食品ロスが削減できることを伝える。

食品ロス削減対策を行う店舗が選ばれる！ 食品ロス削減する対策を行なっていることが表示されていたら、取り組み店を選ぶかとの問いへの回答は「選ぶ」約8割と非常に高く、選ばないは20%であり、外食店舗の取り組み実施状況が見える化することが集客に繋がると言える(n=436) (2020年度卒業論文調査)。

食品ロス体験 大学生はレストランやデパート食品売り場でアルバイトをする人も多い。申請メンバーの食品ロス体験を紹介したい。A:和食で年配のお客が多く、さらにメインがコースでのお料理でそのコース料理の量が多いということもあり食べ残しが非常に多く、全て捨てなければならなかった。B:スーパーのお惣菜作りの仕事をしているが、残り物だけでなく、賞味期限が切れた食材も捨てたり、失敗してしまった食品も捨てたり、見た目があまり良くないものも捨てたりしている。C:デパートの食品販売店でアルバイトでは売れ残りを店員が持ち帰ることは禁止されており、残った売り物はすべて廃棄することが義務付けられていた。毎日大量のまだ食べられる食品が捨てられるのを見て衝撃を受けた。社会人になった際ももったいないという倫理観を失わせる可能性 = 負の連鎖 (藤倉まなみ, 2017 廃棄物学会発表)

相対貧困世界第2位の日本 OECD 経済審査報告書 2017によると日本の相対貧困率は日米欧主要7カ国のうち、アメリカに次ぐ2位で高く、その割合は15.7%で、6人に1人が相対貧困である。子供の貧困率は13.9%で7人に1人が貧困である(平成28年度国民生活基礎調査)。ひとり親の場合、貧困率は50%を超える。

農業体験を活用する コロナ禍の2020年12月に10から70代の男女436人に男女比1:1となるようにし、各世代の各性別から約30名ずつから回答が得られるようインターネットアンケート(サーベロイド)を実施した(n=436)。その結果、農業体験や農業実習は食品ロス削減への取り組みを前向きにさせることが明らかになった。そこで農業体験などを取り込むことにより農業への理解を深め食べ物への愛情を深め、食品ロスの削減を図る。

Q これまでに体験したことがあるものを選んでください。(複数回答可)	Q 食品ロス削減に取り組みたいと思いますか？			
	全体	はい	いいえ	どちらでもない
全体	436	72,9	4,6	22,5
家庭菜園	167	△82,6	2,4	▽15,0
市民農園	17	82,4	△17,6	▽0,0
農作業体験(田植え、収穫体験など)	94	△85,1	1,1	▽13,8
調理実習	174	△81,6	2,3	▽16,1
農業実習	38	△92,1	-	▽7,9
アグロツーリズム	3	66,7	-	33,3
農作業アルバイト	18	△94,4	-	5,6
無い	160	▽62,5	6,3	△31,3

(3) アイデア実現までの流れ（公開）

アイデアを**実現する主体**、アイデアの**実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の大ききな規模とその現実的な調達方法、アイデアの**実現にいたる時間軸を含むプロセス**、実現の制度的制約がある場合にはその解決策等、**アイデア実現までの大ききな流れ**について、**2 ページ以内**でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

＜アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきまづ＞

＜以下のように分けて書いていきます＞

1. **実現する主体**
2. **実現に必要な資源（ヒト、モノ、カネ）**の大ききな規模とその現実的な調達方法
3. **実現にいたる時間軸を含むプロセス**

1. **東京農業大学 世田谷区（区の小中学校、保育園）**

2. **必要な資源**は現在は人的資源、人のネットワークである。小売店ではイオングループ、外食はデニーズジャパン、ロイヤルホストとネットワークを築いているので、これを活用しネットワークを広げる。

- **イベントでの問題意識共有** 大学や区内でのイベントを通して食品ロスについての問題を共有できるようパネル展示するなどする。。
- **参画する事業者の情報掲載** 世田谷区のオープンデータを活用し、食品ロスにつとめエコフレンドリーショップの認証を得た店舗情報を公開する。
- **子ども食堂ほかとの情報交換** 子ども食堂などで最も必要とされるものを把握するため情報交換を行う。
- **区の保育園などでの農業を通した食育の実施**
- **区でのイベントで農業への理解を深める**
- **区内にある小売店で消費者をエシカル消費に導くような情報を発信する（HP や店舗）**
- **食べ残しの持ち帰りができることを大学生にポスターなどで周知する（区内の大学に展開）**

ⁱ <https://kyodonewsprwire.jp/release/202108178886>

ⁱⁱ https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_education/public_awareness/ethical/investigation/assets/consumer_education_cms202_200805_01.pdf

ⁱⁱⁱ <https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/new-report-offers-global-outlook-efforts-beat-plastic-pollution>

^{iv} https://www.recruit.co.jp/newsroom/recruitlifestyle/uploads/2018/05/RecruitLifestyle_ggs_20180523.pdf