

「第 59 回高知県消費生活審議会」

日時：令和 5 年 2 月 15 日（水） 10：00～11：30

場所：高知共済会館 3 階「桜」

出席：佐竹一夫、手島千代子、福永早苗、本間ともみ、宮本光教、北村和代、中川雅人、
廣末幸彦、菊池直人、藤田由紀子、宮上佳恵、白石研二、笹岡貴文、上岡志乃

議題：次第参照

議事

（1）「第 2 期高知県消費者教育推進計画（案）」への意見に対する県の考え方について

事務局

資料 1 及び資料 2 により説明。

（意見なし）

（2）「第 2 期高知県消費者教育推進計画」の最終案について

事務局

資料 3 により説明。

委員

計画の変更箇所をカラーにしたり、アンダーラインが引かれていると分かりやすい。

委員

1 ページ目に「エシカルな消費者」とあり、「エシカル」を注釈で「倫理的、道徳的」と説明しているが、「エシカルな消費者」としての説明の方が、具体的にイメージしやすいのではないか。

事務局

「エシカル」の説明から、「エシカルな消費者」の注釈に修正する。

委員

13 ページの下から 3 行目で「スマホやネット回線などの”通信契約”」という表記がされているが、「通信契約」というカテゴリーがあるのか。少し唐突な印象を受ける。

事務局

9月に実施した県民意識調査の設問のとおりとしている。次回の県民意識調査では、設問の表現について検討する。

(3) 高知県食品ロス削減推進計画に基づく取組状況等について

事務局

資料4により説明。

委員

アウトプットの評価として、進捗状況の評価をしているが、アウトカムの評価はないか。取組成果として結果が出るまでにタイムラグがあるため、ほかに取り組み成果を見る指標があれば良いのではないか。

事務局

取組の結果、どのような効果があったかについては、県民世論調査等の中で確認していく。

委員

実態調査の結果について、前回の調査がいつ行われたかと、前回と比較して食品ロス量の変化とその理由を教えてください。

事務局

前回調査については、高知市での調査が令和元年度、四万十町での調査が令和2年度の調査となっており、いずれも家庭系の食品ロス量の調査となっている。

また、前回の調査結果と比較すると、家庭系の食品ロス量は若干増加しているものの、事業系の食品ロス量は全国的にも大幅に減少している。家庭系食品ロス量の増加理由について、詳細の分析まではできていないが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、外食が減り、家庭で食事をする機会が増加したことも理由の一つと考えられる。

委員

前回の審議会において、フードドライブが食品廃棄の最終窓口とならないか懸念しているという意見があったが、消費者教育における様々な取組の関連図を整理して県民の方にお知らせした方が分かりやすいのではないか。消費者教育の計画においても、食品ロス削減や学習指導要領について触れており、必要な教育とそれに対する取組についての関連図の

作成を検討してはどうか。

事務局

県民の方にとって分かりやすい情報発信が必要であると考えている。計画の概要版については、県ホームページに掲載する予定だが、議会で説明したポンチ絵や、相関関係が分かるポンチ絵の掲載も検討する。また、フードドライブが食品廃棄の最終窓口とならないようフードドライブの手引きも作成し、啓発を行っていく。

委員

実効性を高めるためにも、県民の方に分かりやすいパンフレットやリーフレットの作成をお願いします。

委員

県内の各スーパーでは、値引き商品を積極的に購入してもらうため、その商品にポイントを付与するなど、SDGsの観点から食品ロス削減に取り組んでいるところであり、意識調査の結果以上に意識は向上していると思う。食品残さについても毎年数パーセントずつ改善が求められており、スーパーでは随分前から取組を進めていたり、フードドライブも意識を高めて行っている。

食品ロス削減の取組に対して、受け入れられる土壌はできているため、そういった取組を行政から広めるための支援や情報提供をお願いしたい。

民間の取組について情報収集したうえで、そこにかみ合った情報提供ができれば、行政とも連動して取組が進んでいくのではないかと。

事務局

食品ロス削減については、スーパーマーケットに積極的に進めていただいている。来年度の取組としては、てまえどりのポップを配布する予定となっており、スーパーマーケット等とも協力してやっていきたいと考えている。

委員

県の事業を運営する中で、委員さんから適切なお意見が出ると思う。県がパンフレット等を作成する際には、そういったご意見をいただきながら作成していただいたい。

委員

食品ロス削減の取組として、6年ほど前に、消費者団体と連携して、消費期限が近くなっ

た商品に「私を連れて帰ってください」というトマトのイラストのシールを値引きシールと一緒に貼るようにし、店舗でチラシの配布をお願いしたことがある。

現在、国や行政、お店などから消費者に対しての働きかけは良く届くようになってきたと感じる。くらしのサポーターなどを活用して、消費者目線での働きかけを行い、消費者同士の横のつながりができれば、より食品ロス削減も進むのではないか。

事務局

消費者の方に行っていただくものとして、令和5年度にはモニター調査を予定している。各家庭での食品ロス量を報告していただくもので、食品ロス問題を自分事として考えていただくためのもの。モニターとして参加いただいた方も、報告して終わりではなく、継続して食品ロス削減について考えていただくきっかけになればと考えている。