



消費者庁の取組について

令和 5 年 8 月

消費者庁 消費者教育推進課

食品ロスの現状・目標

○食品ロス量は、**年間523万トン**（令和3年度推計）
（食べられるのに廃棄されている食品の量）

≡国連世界食糧計画（WFP）による食料援助量（約440万トン）の1.2倍

○年間1人当たりの食品ロス量は、**42kg**

≡毎日一人お茶碗1杯（おにぎり1個）分捨てているのと同じ

- 我が国は食料を海外からの輸入に大きく依存
食料自給率（カロリーベース）で**38%**（令和3年度）
- 食費は消費支出の中の**1/4**（令和4年）
- 子どもの貧困率は13.5%で、**7人に1人**（令和元年）

2030年度に2000年度と比較し、**食品ロスを半減**

持続可能な開発目標(SDGs)と食品ロスの削減

持続可能な開発目標

(Sustainable Development Goals : SDGs)

- ・ 2015年（平成27年）9月に、国連の「持続可能な開発サミット」で採択された2016年から2030年までの国際目標。
- ・ 貧困を撲滅し、持続可能な世界を実現するために、17のゴール（目標）が設定されている。



★ 「食品ロス」 関係の記載

目標 12. 持続可能な生産消費形態を確保する

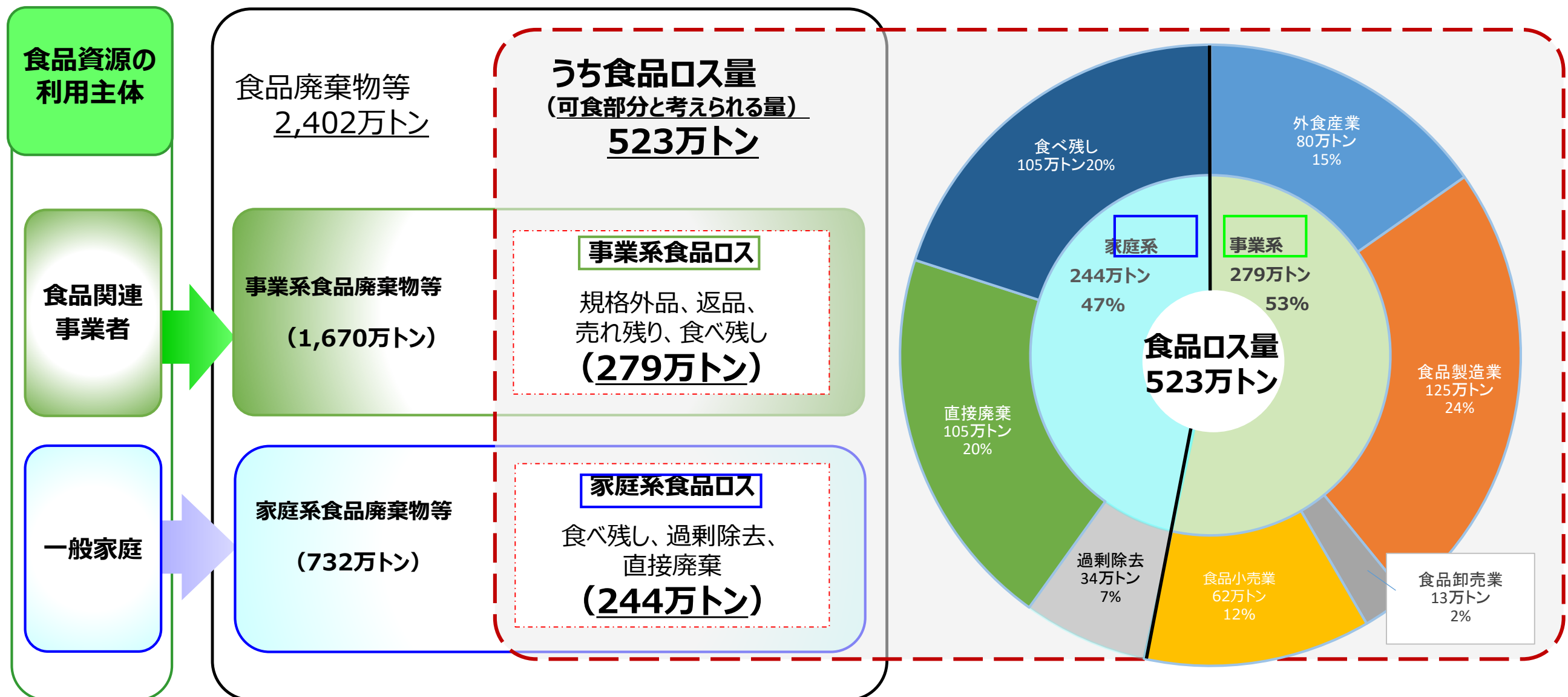
12.3 2030年までに小売・消費レベルにおける世界全体の一人当たりの食料の廃棄を半減させ、収穫後損失などの生産・サプライチェーンにおける食料の損失を減少させる。

(英語本文)

12.3 By 2030, halve per capita global **food waste** at the retail and consumer levels and reduce **food losses** along production and supply chains, including post-harvest losses

食品ロスの発生要因

食品廃棄物等の発生状況と割合 <概念図>



資料：農林水産省及び環境省「令和3年度推計」

〔参考〕 産業廃棄物の総排出量は3億7,400万トン（令和2年度）、一般廃棄物の総排出量は4,095万トン（令和3年度）
資料：環境省「産業廃棄物の排出・処理状況について」、「一般廃棄物の排出及び処理状況等について」

食品ロスの削減の推進に関する法律

令和元年5月31日公布（令和元年法律第19号）
令和元年10月1日施行

＜食品ロスの問題＞

- ・我が国ではまだ食べることができる食品が大量に廃棄
- ・持続可能な開発のための2030アジェンダ（2015年9月国連総会決議）でも言及

資源の無駄（事業コスト・家計負担の増大）、環境負荷の増大等の問題も

前文

- ・世界には栄養不足の状態にある人々が多数存在する中で、とりわけ、大量の食料を輸入し、食料の多くを輸入に依存している我が国として、真摯に取り組むべき課題であることを明示
 - ・食品ロスを削減していくための基本的な視点として、①国民各層がそれぞれの立場において主体的にこの課題に取り組み、社会全体として対応していくよう、食べ物を無駄にしない意識の醸成とその定着を図っていくこと、②まだ食べることができる食品については、廃棄することなく、できるだけ食品として活用するようにしていくことを明記
- ➡ 多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進するため、本法を制定する旨を宣言

食品ロスの削減の定義（第2条）

まだ食べることができる食品が廃棄されないようにするための社会的な取組

責務等（第3条～第7条）

国・地方公共団体・事業者の責務、消費者の役割、関係者相互の連携協力

食品廃棄物の発生抑制等に関する施策における食品ロスの削減の推進（第8条）

食品リサイクル法等に基づく食品廃棄物の発生抑制等に関する施策の実施に当たっては、この法律の趣旨・内容を踏まえ、食品ロスの削減を適切に推進

食品ロス削減月間（第9条）

食品ロスの削減に関する理解と関心を深めるため、食品ロス削減月間（10月）を設置

基本方針等（第11条～第13条）

- ・政府は、食品ロスの削減の推進に関する基本方針※を策定（閣議決定）
- ・都道府県・市町村は、基本方針を踏まえ、食品ロス削減推進計画を策定

※令和2年3月31日 閣議決定

基本的施策（第14条～第19条）

- ①消費者、事業者等に対する教育・学習の振興、知識の普及・啓発等
※ 必要量に応じた食品の販売・購入、販売・購入をした食品を無駄にしないための取組等、消費者と事業者との連携協力による食品ロスの削減の重要性についての理解を深めるための啓発を含む
- ②食品関連事業者等の取組に対する支援
- ③食品ロスの削減に関し顕著な功績がある者に対する表彰
- ④食品ロスの実態調査、食品ロスの効果的な削減方法等に関する調査研究
- ⑤食品ロスの削減についての先進的な取組等の情報の収集・提供
- ⑥フードバンク活動の支援、フードバンク活動のための食品の提供等に伴って生ずる責任の在り方に関する調査・検討

食品ロス削減推進会議（第20条～第25条）

内閣府に、関係大臣及び有識者を構成員とし、基本方針の案の作成等を行う食品ロス削減推進会議を設置
（会長：内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全））を設置

※食品ロスの削減の推進に関する法律（略称 食品ロス削減推進法）

食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針について

「食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」は、行政、事業者、消費者等の取組の指針となるものとして「食品ロスの削減の推進に関する法律」の規定に基づき策定（令和2年3月31日閣議決定）。

《我が国の食品ロスの状況》 （方針策定時）

事業系352万トン
家庭系291万トン

- ・食品ロス量は年間643万トン（平成28年度推計）
≒国連世界食糧計画（WFP）による食料援助量（約390万トン）の1.6倍
- ・年間1人当たりの食品ロス量は51kg
→年間1人当たりの米の消費量（約54kg）に相当

持続可能な社会の実現

多様な主体が連携し、国民運動として食品ロスの削減を推進



食品ロスの削減の推進において消費者、食品の生産・製造・販売等に関わる事業者等に求められる役割と行動

各々の主体がそれぞれの立場で、食品ロスの問題を「他人事」ではなく、『我が事』として捉え、行動に移すことを促進。

《消費者》

日々の生活の中でできることを一人一人が考え、行動に移す。

- 例)
- ・買物の前に家にある食材をチェック。
 - ・定期的な冷蔵庫内の在庫管理。
 - ・食卓に上げる料理は食べきれる量に。
 - ・外食時は食べきれる量を注文、宴会時の3010運動等の実践、残った場合は自己責任の範囲で持ち帰り。

3010運動

注文の際、**適量を注文**しましょう。

乾杯後**30分**は、席を立たず、**料理を楽しみ**ましょう。

お開き前**10分**は、自分の席に戻って、再度、**料理を楽しみましょう**。



〔自己責任で持ち帰ることができることを明示した店舗ステッカー〕

《農林漁業者・食品関連事業者》

事業活動による食品ロスを把握、商慣習を含め見直しに取り組む。

- 例)
- ・規格外や未利用の農林水産物の有効活用。
 - ・賞味期限表示の大括り化、賞味期限の延長、納品期限（3分の1ルール）の緩和。
 - ・季節商品（恵方巻きなど）の予約販売等。
 - ・値引き・ポイント付与等による売り切り。
 - ・外食での小盛りメニュー等の導入。
 - ・持ち帰りへの対応。



〔恵方巻きのロス削減プロジェクトの目印〕



〔小盛りメニュー等の導入〕

《国・地方公共団体》

消費者等への普及啓発、食品関連事業者等の取組への支援、情報の収集・提供、未利用食品を提供するための活動の支援等を実施。

- 例)
- ・食品ロス削減の施策の推進。
 - ・災害時用備蓄食料の有効活用。
 - ・主催イベントでの食品ロスの削減。

都道府県及び市町村は、地域の特性を踏まえた取組を推進するため、「食品ロス削減推進計画」を策定（努力義務）。国は、計画策定を促進。



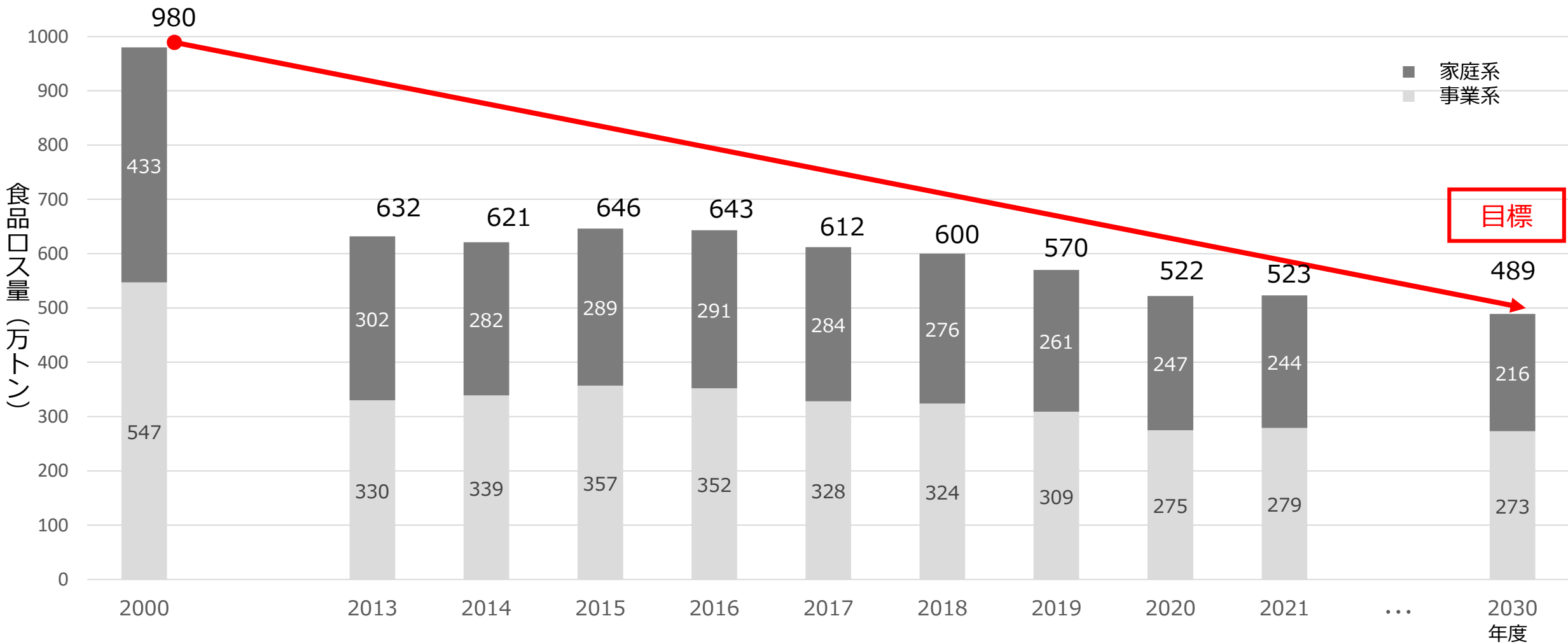
〔消費者庁では、期限切れの災害時用備蓄食料を職員へ配布〕



〔食品ロス削減全国大会の実施〕

食品ロス量の推移と削減目標

2030年度に、2000年度と比べ、家庭系食品ロス量、事業系食品ロス量いずれも半減できるよう取組を推進。



年度	2000		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021 (/2000)	2030 (/2000)
家庭系	433		302	282	289	291	284	276	261	247	244 (▲56%)	216 (▲50%)
事業系	547		330	339	357	352	328	324	309	275	279 (▲51%)	273 (▲50%)
合計	980		632	621	646	643	612	600	570	522	523 (▲53%)	489 (▲50%)

(農林水産省及び環境省 推計) (単位 万トン)
※端数処理により合計と内訳の計が一致しないことがあります。

()内の数字は、2000年度と比較した減少率

10月食品ロス削減月間における取組の推進

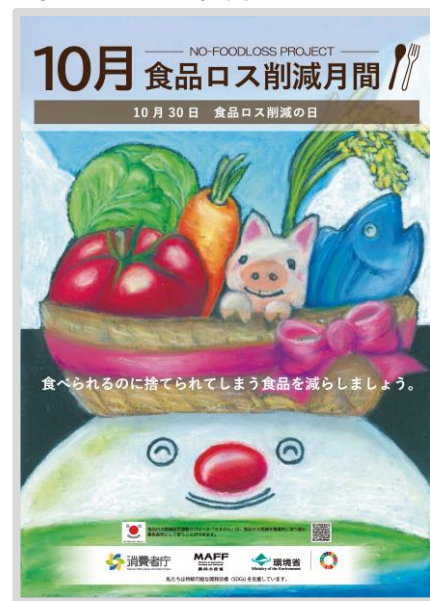
令和元年10月1日施行された食品ロス削減推進法で、10月は「食品ロス削減月間」、10月30日は「食品ロス削減の日」と定められました。

消費者庁、農林水産省、環境省は共に、食品ロス削減月間の周知及び取組の啓発を行いました。

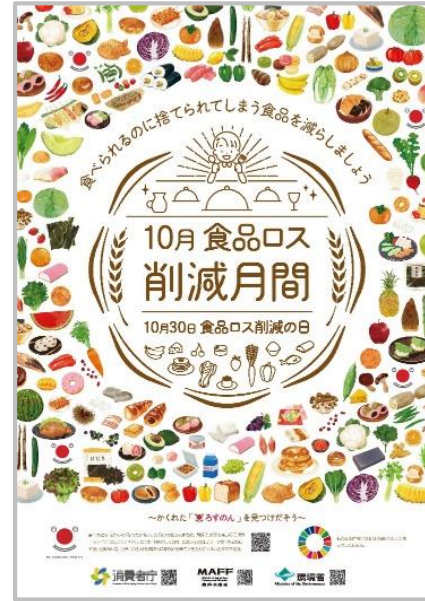
〈令和元年度版ポスター〉



〈令和2年度版ポスター〉



〈令和3年度版ポスター〉



〈令和4年度版ポスター〉



公募によるデザイン決定（令和4年度版食品ロス削減月間ポスター）

より多くの方が「食品ロス削減月間」に関心を持っていただくため、令和4年度は食品ロス削減月間ポスターのデザイン案を募集し、166作品の中から決定したデザインを採用

【審査委員】 馬場 裕之(お笑いトリオ「ロバート」メンバー)
三村 一夫(ユニバーサルコミュニケーションデザイン協会 事務局長)
農林水産省大臣官房審議官
環境省環境再生・資源循環局次長
消費者庁政策立案総括審議官

食品ロス削減推進表彰の表彰

消費者等に対し広く普及し、波及効果が期待できる、食品ロス削減の推進に資する取組を行った者に対して表彰を行うことにより、食品ロス削減の取組を広く国民運動として展開していくことを目的として、表彰を実施。令和4年度からは環境省と合同で開催。

令和2年度食品ロス削減推進大賞

【内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）賞】 株式会社ハローズ（スーパーマーケット）

持続可能なフードバンクへの商品提供の仕組み（ハローズモデル）を開発



← 「株式会社 ハローズ」と
井上大臣（当時）

※コロナ下のためリモートで表彰式を実施

令和3年度食品ロス削減推進大賞

【内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）賞】 株式会社日本アクセス（卸売事業者）

サプライチェーンに拡げる「全社を挙げた」食品ロス削減活動



「株式会社日本アクセス」と大臣代理
を務める消費者庁伊藤長官（当時）→

令和4年度食品ロス削減推進表彰

【内閣府特命担当大臣（消費者及び食品安全）賞】 特定非営利活動法人eワーク愛媛（フードバンク団体）

愛媛県地域循環型食品ロス削減ネットワークによる食品ロス削減推進

「特定非営利活動法人eワーク愛媛」と
大臣の代理を務める消費者庁依田審議官



「食品ロス削減推進表彰 表彰式の様子」

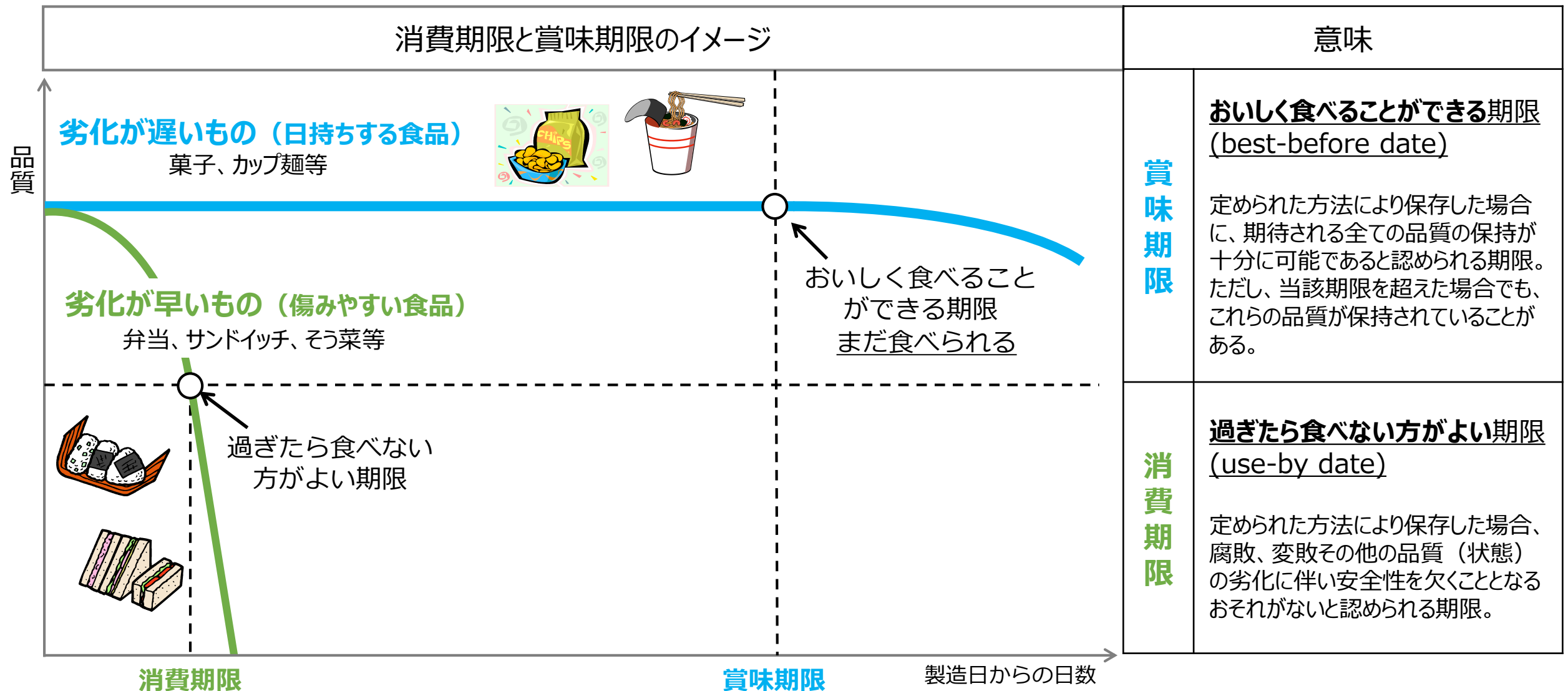
「eワーク愛媛から取組の発表」



令和4年度食品ロス削減推進表彰の応募チラシ→



食品の期限表示（賞味期限・消費期限）の理解の促進



賞味期限の表示例

名 称 いちごジャム
 原材料名 いちご、砂糖、…
 添 加 物 増粘多糖類、…
 内 容 量 400g
 賞味期限 枠外下部に記載
 保存方法 直射日光を避け、常温で保存
 製 造 者 ○○株式会社
 東京都千代田区△△

賞味期限
2023.10.31

安全係数
0.8以上が目安

上記は、未開封の状態で行った方法により保存した場合です。開封した場合は、消費期限又は賞味期限まで安全性や品質の保持が担保されるものではありませんので、速やかに消費する必要があります。

賞味期限・消費期限について理解していない人は、21.9%。



資料：消費者庁調査（令和4年度）

食品ロス削減の取組

賞味期限の愛称「おいしいめやす」

期限表示の意味を正しく理解していただくため、コンテストで選ばれた愛称「おいしいめやす」を活用し、普及啓発キャンペーンを実施。

〈賞味期限は「おいしいめやす」の啓発ポスター〉



食品ロスを減らす店舗での取組の促進

消費者庁、農林水産省、環境省、一般社団法人日本フランチャイズチェーン協会が連携し、小売店舗において、消費者に対し、商品棚の手前にある商品を選ぶ「てまえどり」を呼びかける取組を実施。

【てまえどり】

日頃の買い物の際、購入してすぐに食べるものについて、商品棚の手前にある商品等、販売期限の迫った商品を積極的に選ぶ行為。

販売期限が過ぎて廃棄されることによる食品ロスを削減する効果が期待される。

〈参加企業〉

セイコーマート
セブン-イレブン
デイリーヤマザキ
ファミリーマート

ミニストップ ローソン

※令和4年10月現在 五十音順

〈商品棚における「てまえどり」啓発の様子〉



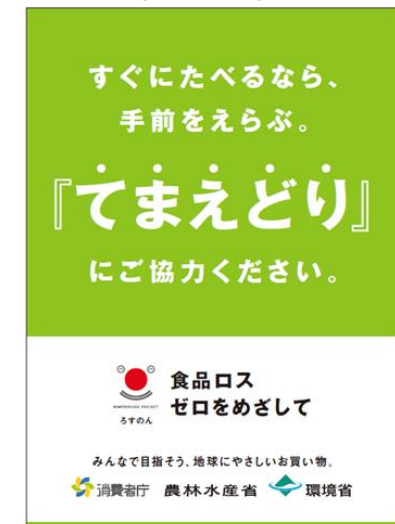
〈アテンションPOP〉



〈帯POP〉



〈ポスター〉



食品ロス削減の取組

「めざせ!食品ロス・ゼロ」川柳コンテスト

令和3年度から継続して食品ロス削減月間である10月に食品ロス削減に関する川柳を募集。令和4年度コンテストは令和5年1月に表彰式を実施。

〈令和4年度 内閣府特命担当（消費者及び食品安全）大臣賞〉 〈令和4年度 消費者庁長官賞〉
「日本から 世界に広げれ「もったいない」」 「冷蔵庫 開けてびっくり これいつの？」



デジタルサイネージを使用した普及啓発

JR新宿駅、東京駅、品川駅、東京メトロ駅構内での周知啓発



〈JR新宿駅での周知啓発の様子〉

商品パッケージに川柳コンテスト作品を使用した普及啓発

株式会社 明治のいくつかの製品パッケージに川柳コンテスト受賞作品を食品ロス削減月間にあわせて、掲示していただけることになり、令和4年6月に、先駆けて若宮大臣（当時）と松田社長との会談を実施。



松田社長と懇談する若宮大臣(当時)



〈実際に販売された商品のパッケージ〉

国の災害用備蓄食品の有効活用について

国の災害用備蓄食品について、食品ロス削減及び生活困窮者支援等の観点から有効に活用するため、各府省庁において申合せ。

中央府省庁申合せ内容

令和3年4月21日

- 入替えにより、供用の必要がないものとして、不用決定を行った災害用備蓄食品については、必要な場合を除き、原則フードバンク団体等へ提供
 - 各省庁等における売払手続の実績を勘案し、賞味期限までの期間が概ね2か月以内の食品については、売り払うことができないものとして、提供の対象とする。
 - 賞味期限までの期間が概ね2か月超の食品については、適正な予定価格を設定し、オープンカウンター方式等により売払手続を行い、売り払うことができなかったものを提供の対象とする。
 - 賞味期限が近づいている場合や、賞味期限を過ぎたものを提供しようとする場合には、例えば、安心して食べきる目安となる期限の情報提供を行うなど、円滑な提供に向けて配慮する。
- 災害用備蓄食品の提供に関する情報については、各府省庁においてwebサイトに掲載のうえ、農林水産省においてポータルサイトを設け、各府省庁の情報を取りまとめて公表。
- まずは中央府省庁（外局を含み、東京都に所在する官署に限る。）で実施することとし、これら以外の地方支分部局、施設等機関等の官署についても可能なところから対応するなど、順次取組を拡大。

※ フードバンク団体等には、フードバンク団体のほか、子ども食堂など、生活困窮者等に対し食料・食事の提供を行う団体を含む。

国の災害用備蓄食品の提供ポータルサイト



国の災害用備蓄食品の有効活用について

（参考）本取組の参加府省庁
内閣官房、内閣法制局、復興庁、内閣府、宮内庁、公正取引委員会、警察庁、金融庁、消費者庁、総務省、法務省、外務省、財務省、文部科学省、厚生労働省、農林水産省、経済産業省、国土交通省、環境省、防衛省

1. 災害用備蓄食品提供情報

<1募集中の案件等一覧>

府省庁名	品目	商品名	申込期間	引渡時期	提供可能個数	引渡方法	詳細情報	各府省庁の掲載情報ページへのリンク	ポータル掲載日
内閣府	レトルト食品	やさしいきのこごはん	2021年7月31日まで	2021年07月01日～2021年08月31日	1,100個	配送可能	詳細はこちら(EXCEL: 19KB) をご覧ください	調整中	7月9日
		やさしい中華ごはん			1,500個				
		やさしいカレーごはん			1,300個				
	缶飯	五目めし			288個				
		とりめし			288個				
		牛めし			288個				
		チキンドライカレー			288個				
		非常用食料（ドライカレー）			376個				

令和4年1月末時点で13府省庁から合計9万4,186食を80のフードバンク団体等へ提供

サステナブルファッションに関する消費者庁の取組

消費者行動18のヒント、事業者の取組動画等の公表

- 具体的な行動のヒントを伝えることで、行動する人の輪を広げる
- 消費者が実際の行動に移しやすくする仕掛けとして、ヒントに関連する事業者等の具体的取組事例のリンクを設定
- 事業者においても、サステナブルファッションの推進に向けた取組が進められており、その一例を紹介

消費者庁ウェブサイト「サステナブルファッション習慣のすすめ」ページ



著名人・有識者等と連携した情報発信

- サステナブルファッションに向けた取組を全国的に推進するため、サステナブルファッションの推進に賛同し協力いただける著名人・有識者等を「サステナブルファッション・サポーター」等として委嘱し、消費者向けの情報発信を強化

エシカルライフスタイルSDGsアンバサダー	
富永 愛 氏	モデル、国際協力NGOジョイセフアンバサダー
サステナブルファッション・パートナー	
剛力 彩芽 氏	俳優、モデル
サステナブルファッション・サポーター（令和5年6月現在9名）	
生駒 芳子 氏	VOGUE, ELLE元副編集長、マリ・クレール日本版・元編集長
eri 氏	DEPTカンパニー代表／アクティビスト
鎌田 安里紗 氏	一般社団法人unisteps共同代表
ガンバレルーヤ まひる 氏・よしこ 氏	お笑い芸人
関 龍彦 氏	講談社FRaU編集長 兼 プロデューサー
向 千鶴 氏	WWDJAPAN編集統括サステナビリティ・ディレクター
村田 邦子 氏	kokoperi（アフリカ布作家）
レイザーラモンRG 氏	お笑い芸人

イベント開催（オンライン配信含む）



関係省庁との連携（サステナブルファッションの推進に向けた関係省庁連携会議決定(令和3年8月20日)）

- 消費者庁、経済産業省、環境省の3省庁が連携し、生産・流通から廃棄・循環までの各段階に応じて、事業者及び消費者の双方に向けた取組を計画的に進めるとともに、制度面を含めた課題の整理・検討を行っていく。



インフルエンサー・SNSを活用した情報発信

- サステナブルファッションに関心を持ち、実践する人の輪を広げるため、幅広い分野のインフルエンサーを活用しTwitterにて情報発信
- 令和4年3月、5月に延べ18名のインフルエンサーにて「サステナブルファッション習慣のすすめ」ページに関する投稿を実施
- 若年層への普及啓発を目的とし、令和5年3月にInstagram公式アカウント「消費者庁エシカル消費」を開設し、動画等を活用した情報発信を実施



サステナブルファッション特設ページ

サステナブルファッション
習慣のすすめ

18のヒント

事業者の取組動画

サステナブルファッション・
サポーター

皆さまの取組や工夫の紹介

18のヒント

- 具体的な行動のヒントを伝えることで、
行動する人の輪を広げる

**THINKING**

3年...
買う時、選ぶ時のヒント

**ヒント1** 本当にその服が **必要** かどうか、もう一度よく考えてみる

**ヒント2** **長く着る** ことができるものを買う

**ヒント3** **処分** するときのことも考えてみる

**ヒント4** 買うと決めたら服の **ストーリー** にこだわる

**ヒント5** **カスタムメイド** での購入を考えてみる

**ヒント6** バザーやフリーマーケットなどで **古着** を買う

**ヒント7** **レンタル** サービスを利用する

**ヒント8** メーカー **売残り** 在庫販売での購入も考えてみる

**WASHING**

日々のお手入れや洗濯時などのヒント

**ヒント9** 大事に使い **長持ち** させる

**ヒント10** **マイクロ・プラスチック** を流出させない

**ヒント11** お直しや **リペア** で長く着られるようにする

**ヒント12** 家族や友人同士で **着まわす**

事業者の取組動画

- 事業者においても、サステナブルファッションの推進に向けた取組が進められており、その一例を紹介



2022.01.31 **NEW**
株式会社ウィファブリック 「SMASELL (スマゼル)」
ファッションを楽しみながら地球を守る、持続可能性に向き合うサステナブルアウトレットモール。最後の一点まで商品を届けたい企業と、お得に商品を購入したい購入者を繋げることで新しい販売機会を生み出し、「廃棄のない循環型社会」を目指している。



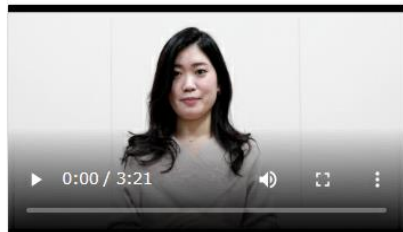
2022.01.31 **NEW**
株式会社京都紋付 「KUROZOME REWEAR FROM KYOTO」
「黒に染めれば、服は生まれ変わる。」よりサステナブルな社会のために。お気に入りの一着をずっと大切にするために。「黒染」によるリウエアという選択肢を届ける。



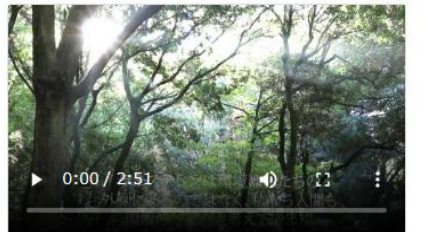
2022.01.31 **NEW**
大丸松坂屋百貨店 「AnotherADdress」
服は使い捨てではないという信念のもと、ファッションの本質的な価値、サステナブルな取り組みを重視し、社会や環境にとって持続性の高いビジネスモデルへ転換することを目指す。



2022.01.31 **NEW**
高島屋百貨店 「Depart de Loop」
サステナブルな循環型社会の実現を目指す高島屋のプロジェクト。
再生繊維（再生ポリエステル）を使った服を販売し、着なくなった後に回収。その服を繊維原料に再資源化して、何度でも新しい服に生まれ変わらせる。



2022.01.31 **NEW**
豊島株式会社 「ORGABITS」
オーガニックコットンを通して、みんなで "ちょっと"ずつ地球環境と社会に貢献しようという想いから2005年に始まったプロジェクト。"ちょっと良いこと"をかたちにしていく。



2022.01.31 **NEW**
LAERSTERENN 「パインナップルの葉からできたレザー風素材」
「人や動物に思いやりのあるものづくり」をコンセプトに アニマルフリーで環境に配慮した素材を用い、シンプルな機能とデザインで制作。パインナップルの葉からできたレザー風素材、Pinatex（ピニヤテックス）を使用した製品を取り扱う。

「エシカル消費」普及・啓発

- 消費者の意識の変化 → 環境や被災地の復興、開発途上国の労働者の生活改善等の社会的課題に配慮した商品・サービスを選択して消費することへの関心の高まり
- 公正かつ持続可能な社会の形成への参画 → 消費者教育の視野が消費者市民社会の形成へ拡大（「消費者教育の推進に関する法律」平成24年法律第61号）

「エシカル消費」とは

～あなたの消費が世界の未来を変える～

平成29年4月「倫理的消費」調査研究会 取りまとめ

○倫理的消費（エシカル消費）とは「地域の活性化や雇用なども含む、人や環境に配慮した消費行動」（消費者基本計画）

消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援したりしながら消費活動を行うこと

配慮の対象とその具体例

人	障がい者支援につながる商品
社会	フェアトレード商品 寄付付きの商品
環境	エコ商品 リサイクル製品 資源保護等に関する認証がある商品
地球	地産地消 被災地産品
動物福祉、エシカルファッション	

○エシカル消費に取り組む必要性と意義

- ・持続可能性の観点から喫緊の社会的課題を含有
- ・課題の解決には消費者一人一人の行動が不可欠
- ・「安さ」や「便利さ」に隠れた社会的費用の意識が必要

○推進方策の方向性

- ・国民による幅広い議論の喚起、意識の向上
- ・事業者による消費者とのコミュニケーションの促進
- ・様々な主体、分野の協働によるムーブメント作り

広く国民間での理解とその先の行動を期待

今後の方策

- エシカル消費に関連する各種イベントへの積極的な参画、支援（啓発ツール（チラシ、ポスター、動画）の提供・貸与等）
 - エシカル消費に関する教材の教育機関等への普及
 - エシカル消費の普及啓発モデルの検討・実施
- により、エシカル消費の考え方や行動を広げる

持続可能な開発目標(SDGs)の推進

「エシカル消費」は、2015年9月に国連で採択された持続可能な開発目標(SDGs)のゴール12「つくる責任 つかう責任」などに関連する取組として推進している。



各種イベントへの参画

ワークショップの様子

職員による大人向け・子供向けワークショップ開催



特設サイトでの情報発信

エシカル消費特設サイト



消費者は、エシカル消費の普及・啓発を推進するため、本特設サイトを新設しました。



サステナブルファッション特設サイト



「サステナブルファッション」に向けた消費者行動18のヒント
～服を買う時から始まるサステナブルファッション習慣のすすめ～



学校でも活用できる教材の作成・公開

エシカル消費の考え方や社会的課題の解決につながる買物の仕方について学習する子供向けワークショップの内容を小学校の授業等で活用できるようアレンジした指導者向け解説書や動画等を作成し、消費者庁ウェブサイトで公開



子供向けワークショップで使える動画の作成

消費者庁が実施している子供向けワークショップの前半部分（環境問題や貧困、児童労働等の世界が抱える課題と、その課題解決につながる買物の仕方についての学習）を内容とする啓発用動画「**よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～**」を作成し、消費者庁ウェブサイト公開。



▶チャプター（DVD版）

1. エシカル消費とは？
2. 働く人たちの生活と環境を守る
(国際フェアトレード認証ラベルの解説)
3. 森と森に住む動物を守る
(FSCの解説)
4. 熱帯雨林とそこに生きる動物を守る
(RSPOの解説)
5. 水産資源や環境を守る
(MSC「海のエコラベル」の解説)
6. 大量生産、大量消費、
大量廃棄の生活を見直す
7. 地球の資源、環境を守る
(エコマークの解説)
8. チャレンジマップにトライ！
9. おさらい

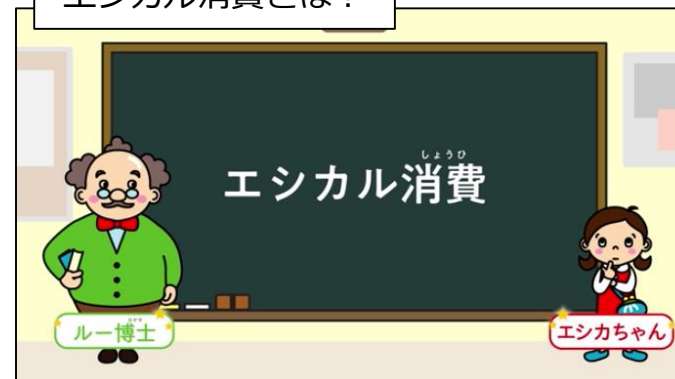


エシカル消費につながる身近な商品や認証ラベルを記入

子供向け
ワークショップ



エシカル消費とは？



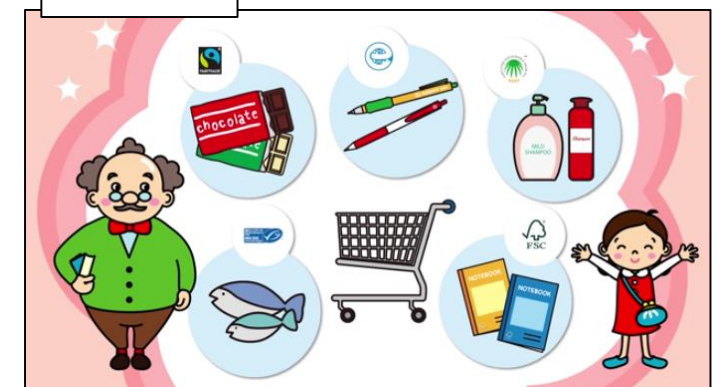
働く人たちの生活と環境を守る



大量生産、大量消費、
大量廃棄の生活を見直す



おさらい



学校でも活用できる教材の作成・公開

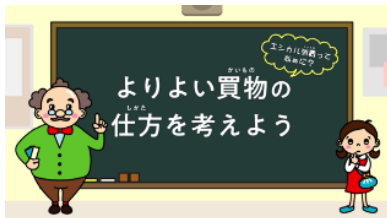
よりよい買物の仕方を考えよう～エシカル消費ってなあに？～

主に小学校中学年以上の児童・生徒を対象とした、エシカル消費について学べる消費者教育用教材です。動画とワーク、エシカル消費ゲームなどを組み合わせることにより、子どもたちが「社会を変えるお買物」を体験することができます。

特徴 1

動画で様々な社会的課題について学ぶ

エシカちゃん、ルー博士と一緒に、「エシカル消費」についてわかりやすく学習できます。



特徴 2

ゲーム教材で楽しく能動的に学ぶ

エシカル消費ゲームに取り組むことで、地域や環境に配慮した買物をするのが社会的課題の解決につながることを楽しく学習できます。

特徴 3

教材の組み合わせ次第で多様な活用が可能

教材の組み合わせを工夫することで、様々な教科で使えるほか、個人学習・グループ学習にも対応可能。また、学校の授業だけでなく学童保育、地域のイベントでも活用ができます。

指導解説書付き！



教材一覧



①チャレンジマップ



(イメージ)

②商品POP (※)



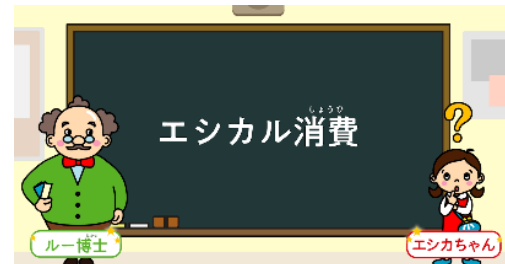
③商品POPシート (※)



④認証マークフリップ



⑤ワークシート



⑥動画

(※) 認証ラベルの付された商品の解説資料