



なごや環境大学 共育ゼミナール

家庭の生ごみを元から減らし隊



平成31（令和元）年度活動報告書

「生ごみ出さないプロジェクト」

令和2年3月発行

目 次

第1章 プロジェクトの目指すもの

- 1－1 なぜ「家庭系生ごみの発生抑制」なのか？
- 1－2 家庭系生ごみの発生抑制策は何か？
- 1－3 広く市民へ情報発信する手法開発
- 1－4 情報発信方法と期待される成果
- 1－5 昨年度までの活動の課題

第2章 本年度の活動報告

- 2－1 目標
- 2－2 実施内容
- 2－3 実施結果報告
- 2－4 活動の成果と課題

第3章 次年度の活動

- 3－1 目標
- 3－2 実施計画

第1章 プロジェクトの目指すもの

1-1 なぜ「家庭系生ごみの発生抑制」なのか？

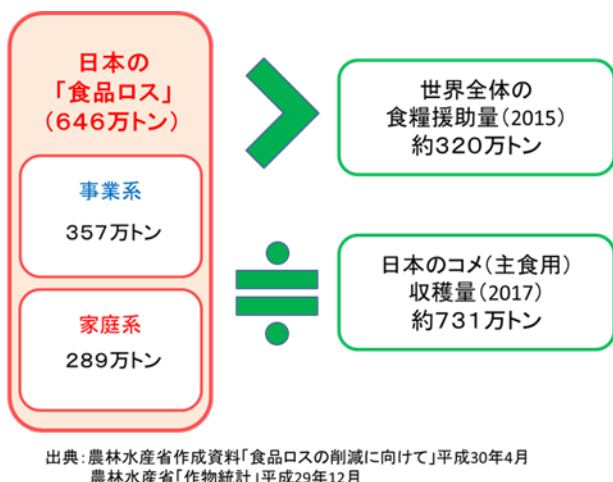


図1 日本の食品ロスと世界の食糧援助量や日本のコメ収穫量との比較

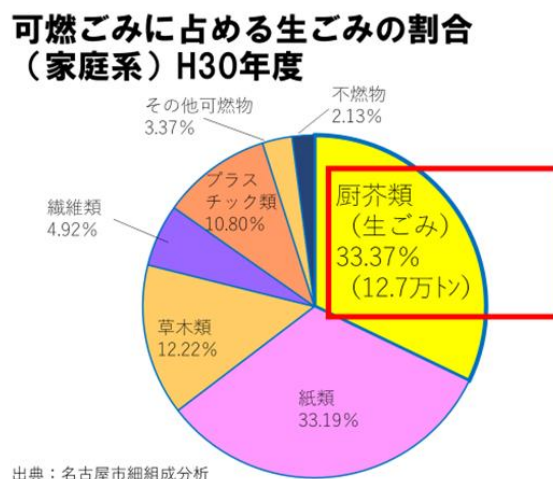


図2 名古屋市の家庭から出る可燃ごみに占める生ごみの割合（平成30年度）

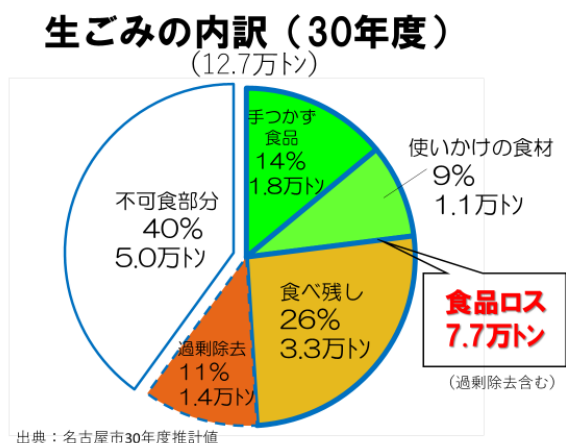


図3 名古屋市の家庭から出る生ごみの内訳（平成30年度）



図4 平成27年度名古屋市組成調査での「手つかず食品」

- ◎国内で発生する生ごみ全体量の半分は家庭系！
- ◎名古屋市の家庭から出ている可燃ごみのうち、生ごみは3分の1を占めています。
- ◎家庭系生ごみの内、調理クズなどの「不可食部分」はやむをえないとして、「手つかず」14%や「使いかけの食材」9%、「食べ残し」26%を合わせた約50%の「食品ロス」が問題です。

➡ なぜリサイクルではなく「発生抑制」なのか？

リサイクルでは

- ◎家庭系生ごみは、少量・多品種で腐敗物も混じっています。このため、民間施設での堆肥化や飼料化といったリサイクルが困難です。
- ◎また、分別収集とリサイクルのコストがかさみます。
- ◎さらに分別排出のための保管や手間など、市民負担も大きくなります。

➡ 家庭系生ごみを減らすには「発生抑制」が重要です。

1-2 家庭系生ごみの発生抑制策は何か？

- ◎レジ袋有料化のように、何か一つの対策によって「生ごみ」が減る方法はなく、対策による効果測定も難しいところがあります。
- ◎また、生ごみになる食品やその原因は多様で、対策案も多様です。

➡ 家庭系生ごみの発生抑制策は、情報発信という「啓発」しかないと考えました。

1-3 広く市民へ情報発信する手法開発

- ◎店頭アンケート調査の結果では、捨てられることが多いのは「野菜」です。
- ◎市民が野菜を捨てる理由の一例
 - ・大根 1 本、白菜やキャベツ 1 玉が食べきれない。
 - ・1/2 や 1/4 カットの野菜でも食べきれずに捨てることがある。
 - ・食べきるつもりで買った「ばら売りのきゅうり 1 本」の残り半分がダメになる。
- ◎事業者の想い「たくさん買ってもらいたいが、食べきれずに生ごみで捨てられるのは不本意。保存術もいいが、新鮮なうちにおいしく食べてもらいたい」

➡ 「おいしく食べきることで生ごみを減らす」情報の発信！

<発信すべき情報テーマ>

- ◎手つかず食品「食品ロス」の実態
- ◎消費期限と賞味期限の違い
- ◎生ごみに出されることが多いのは野菜
- ◎保存術とその秘訣

1－4 情報発信方法と期待される成果

【方法】

- ◎スーパー店頭でのキャンペーン。
- ◎環境イベント会場でパネル展示とクイズによるキャンペーン

展示パネルを読んでもらう仕掛けとして、パネル内容に基づくクイズを用意して、回答するように勧誘した。また、クイズに回答するように促すために回答者への景品を用意した。

クイズ回答者には、景品とともに「おいしく食べきるアイディア集」も、配布した。

【期待される成果】

- ◎ スーパー店頭でのキャンペーンでは、受け手の環境への関心の有無に関係なく情報発信することができる。また、特に入店直後のお客の場合、これから買い物をする前に消費・賞味期限の意味やおいしく食べきる方法などについて知ってもらえるため、買い物をする時にキャンペーンで知ったことを意識しながら買い物してもらえる可能性がある。買い物を終えた後にクイズに参加したお客の場合でもクイズやおいしく食べきるアイディア集を通して知ったことを家庭で実践してもらえる可能性がある。
- ◎スーパー店頭や環境イベント会場でのキャンペーンとも、持ち帰ってもらったクイズの回答用紙やおいしく食べきるアイディア集は手元に残る。そのため、食品ロスの現状や消費・賞味期限の意味、適切な保存術などの情報を受け取った市民がその後に実践するのに役立ち、周りの人々に伝える時に見せて紹介しやすい。

1－5 昨年度までの活動の課題

- ① 情報発信する場の拡大
- ② 人材育成

- ◎キャンペーンで当日ボランティアを務める「家庭の生ごみ減らし隊」メンバーが減少し、メンバーの負担軽減が必要なことと、活動回数を増やすためにも、情報発信をする「家庭の生ごみ減らし隊」の隊員を増やす
- ◎申し込みのハードルを低くする。
- ◎申し込んだ新メンバーを実際の活動につなげる。
- ◎新メンバーが定着するように、既存メンバーが新メンバーのキャンペーン活動をサポートする体制を整える。

第2章 本年度の活動報告

2-1 目標

- ① キャンペーンの当日ボランティア「家庭の生ごみ減らし隊」を増やす。
- ② 1500名の市民に「食品ロス」と「消費・賞味期限の違い」の情報発信を行う。

2-2 実施内容

① 一般市民向け「キャンペーンボランティア募集説明会」

一般市民を対象に「家庭の生ごみ減らし隊募集説明会」を市民が参加しやすいと思われる8月中旬に実施しました。

なお、説明会の企画と実施に当たっては、昨年度から引き続き、名古屋市の2R推進実行委員会と協働で実施しました。名古屋市は2017（平成29）年度から、2R推進実行委員会の中に「食品ロス削減部会」を設置し、事業系と家庭系生ごみ削減の取り組みを開始しています。部会で議論検討した結果、家庭系生ごみは、消費者から直接消費者に情報を発信する当プロジェクトのキャンペーン活動が、啓発活動として有効であるとされたためです。説明会の企画と運営までは当プロジェクトが担当し、広報や参加者管理などは2R推進実行委員会事務局が担当しました。

② キャンペーン

「環境デーなごや」とスーパーの環境イベントにブース出展し、展示パネルとクイズを使ってキャンペーンを行いました。

本年度は、6～7月にかけてスーパーでの店頭キャンペーンを実施しました。「家庭の生ごみ減らし隊募集説明会」に参加し、登録した新隊員は9月の環境デーなごやと1月の東海三県一市グリーン購入キャンペーンでの活動に参加してもらいました。

表1 実施内容の概要

4月	店頭キャンペーンの準備
5月	ボランティア説明会の準備
6月	店頭キャンペーンの実施
7月	店頭キャンペーンの実施
8月	一般市民向けに「家庭の生ごみ減らし隊」説明会を実施
9月	「環境デーなごや」にブース出展、新隊員が参加
10月	店頭キャンペーンの実施
11月	中間総括
12月	課題の抽出と改善策の検討
1月	「東海三県一市グリーン購入キャンペーン」にブース出展、新隊員が参加
2月	活動総括。報告書のとりまとめ。
3月	報告書の作成と提出。

2-3 実施結果報告

① 一般市民向け「家庭の生ごみ減らし隊説明会」

- ・説明会参加後、隊員登録という仕組みとしました。
- ・申込者は13名、説明会当日の出席者は12名でした。
- ・説明会後に登録した人は11名でした。



図5 説明会の様子

家庭の生ごみ減らし隊 ボランティアを募集します！

新しい仲間と共に社会貢献活動
始めてみませんか？

日本では、まだ食べられるのに捨てられる食品、いわゆる「食品ロス」が
一人一日当たり茶碗1杯分ち出ており、その半分は家庭から出されています。
「食品ロス」を減らす力には、市民の気づきです。

「家庭の生ごみ減らし隊」はお店などに出向き、一般市民の方に向けた
生ごみを減らすキャンペーンを行っています！
生活に欠かせない「食」のムダを減らすため、共に活躍しませんか？

参加予定イベント
9月14日(土)
環境デーなごや
中央行事
など

【主 催】2R推進実行委員会* (事務局：名古屋環境局)

【説明会】

	日時	会場 (公共交通機関をご利用ください)
①	8月17日(土) 10:30~12:00	東生涯学習センター 第2集会室
②	8月18日(日) 10:30~12:00	東生涯学習センター 第2集会室

※①②ともに同じ内容です。どちらか参加できる方にご参加ください。

【申込期間】8月13日(火)までにお申込みください。

【申込方法】下の申込書に必要事項をご記入の上、FAX か郵送、メールにてお申込みください。

申込書

①お名前	フリガナ	②説明会 参加日	(①、②をお選びください)
③ご住所	〒 -		
④ご連絡先	電話(自宅) () - FAX () - (携帯) () -		
(希望連絡先に○)	メールアドレス	@	

【申込先・問合せ先】名古屋環境局減量推進室
〒460-8508 名古屋市中区三の丸3-1-1
電話(052)972-2398 FAX(052)972-4133
メール a2398-03@kankyokuyoku.city.nagoya.lg.jp

※ 2R推進実行委員会では、
市民・事業者・行政の協働で食品ロス削減を含めた2R(リデュース・リユース)を推進しています。

図6 説明会チラシ

② キャンペーン

- ・クイズ用紙は、左半分が展示パネルからの出題、右半分は「消費期限と賞味期限の違い」の問題になっています。左半分は、全問正解になるまで何度も展示パネルを読んでもいただきました。
- ・6月のキャンペーンは覚王山フランテとピアゴ ラ フーズコアアラタマ、7月のキャンペーンはマックスバリュースタ店、10月のキャンペーンはイオンタウン名西店にご協力いただきました。1月の東海三県一市グリーン購入キャンペーンはヒルズウォーク徳重が会場でした。
- ・店頭キャンペーン、および9月の環境デーなごやとも多くの方にクイズに回答いただきました。(次ページから会場ごとの当日の写真と消費・賞味期限のクイズ回答結果を掲載)

チャレンジ！生ごみダイエット

正解版 ◆正しいと思う答えを○で囲んでください。

問1 日本の「食品ロス」は、世界全体の食糧援助量の約何倍でしょう？
 半分 ほぼ同じ **2倍**

問2 家庭から出る生ごみのうち、「食べ残し」は何%でしょう？
 7% 15% **24%**

問3 加工食品の食品表示に記載されているものはどれでしょう？
 当てはまるものを全て○で囲んでください。(○は4つです。)

原材料名	販売価格	内容量	カロリー
調理方法	賞味期限	保存方法	

問4 生ごみを減らすための「3ない運動」は「買わずない」と「作りすぎない」ともう1つは何でしょう？
 A. 皮を厚くむきすぎない **B. 食べ残さない**
 C. 消費期限・賞味期限を忘れない

問5 上手な冷凍の秘訣として、1つだけ間違っているものはどれでしょう？
 A. 薄く・小さくして冷凍 **B. 食品トレーに載せたまま冷凍**
 C. すばやく一気に冷凍 D. 密閉して冷凍

消費期限？ 賞味期限？ クイズ

1 次の文は消費期限もしくは賞味期限、どちらの説明でしょうか？
 A・B どちらかを選び、○をつけてください。

「正しい保存方法を守った上で、食べても安全な期限を示しています。期限までに食べましょう。」
A 消費期限 B 賞味期限

「正しい保存方法を守った上で、おいしく食べられる期限を示しています。この期限を過ぎても、食べられないということではありません。」
 A 消費期限 **B 賞味期限**

2 次の商品の一般的な期限表示として、「消費期限」「賞味期限」「表示なし」のうち、該当するものを選んで○をつけてください。

[ヒント] 比較的期限の短いものには「消費期限」長いものには「賞味期限」がついています！

	消費期限	賞味期限	表示なし
牛乳		<input checked="" type="radio"/>	
乳製品		<input checked="" type="radio"/>	
肉	<input checked="" type="radio"/>		
切身魚	<input checked="" type="radio"/>		
ソーセージ		<input checked="" type="radio"/>	
野菜			<input checked="" type="radio"/>
納豆		<input checked="" type="radio"/>	
生卵		<input checked="" type="radio"/>	
弁当	<input checked="" type="radio"/>		
アイスキャンディー			<input checked="" type="radio"/>

— なごや環境大学ゼミナール・生ごみ出さないプロジェクト —

図7 クイズ用紙（赤の○が正解の選択肢）

1. 覚王山フ란テ
6月23日(日)
回答枚数 142枚

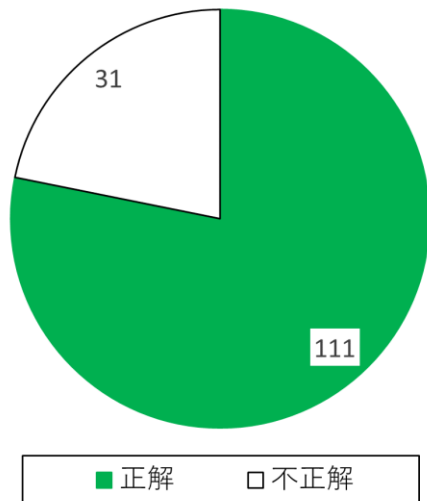


図9 当日の様子
(覚王山フ란テ)

図8 期限表示の理解の回答分布 (覚王山フ란テ)

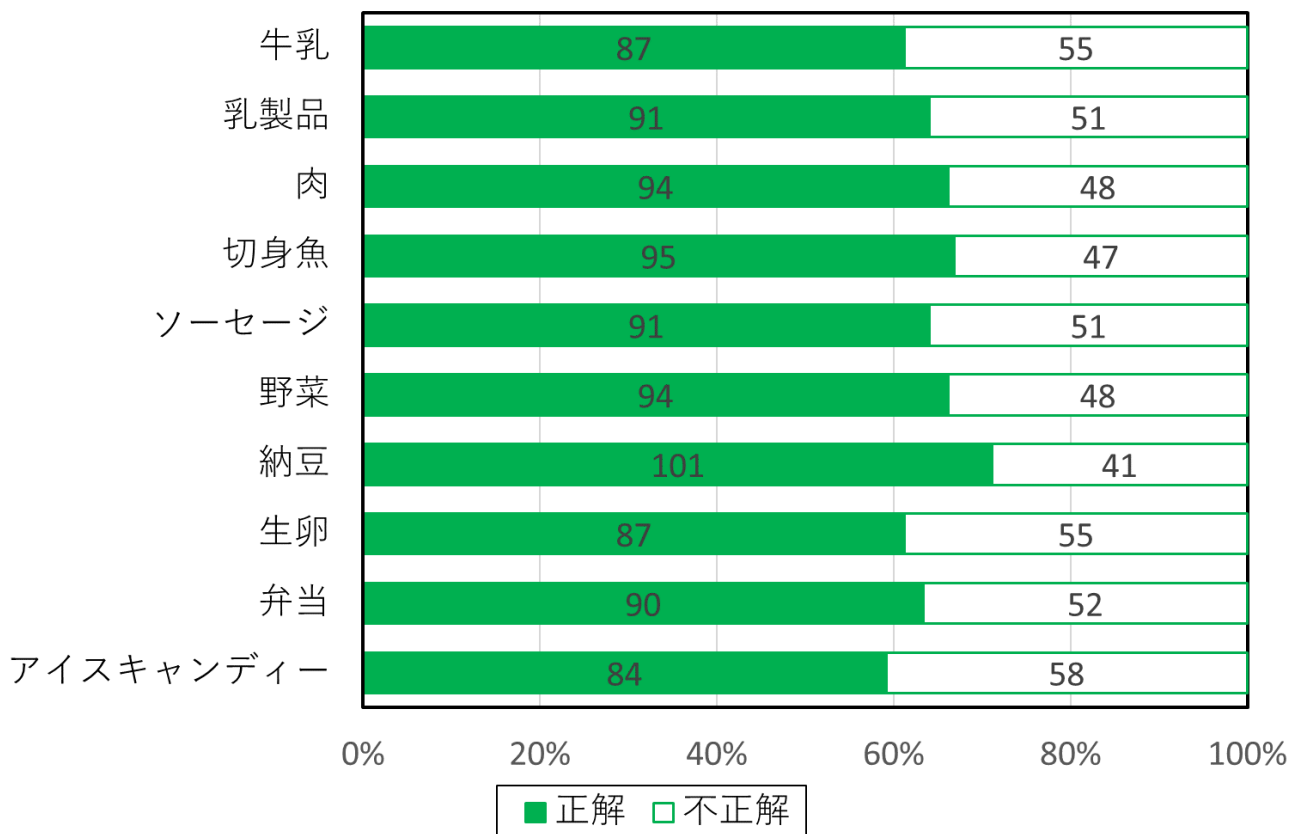


図10 品目別期限表示の理解の回答分布 (覚王山フ란テ)

2. ピアゴ ラ フーズコアアラタマ

6月29日(土)

回答枚数 146 枚

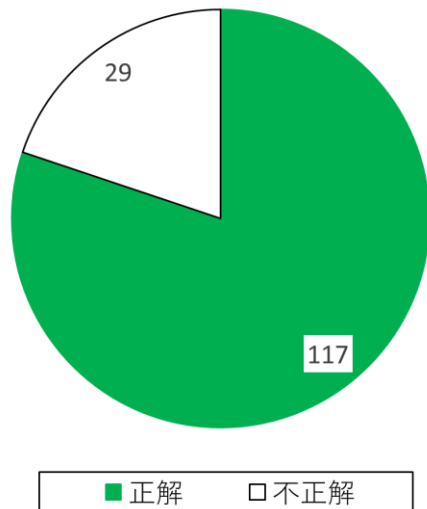


図 11 期限表示の理解の回答分布
(ピアゴ ラ フーズコアアラタマ)



図 12 当日の様子
(ピアゴ ラ フーズコア
アラタマ)

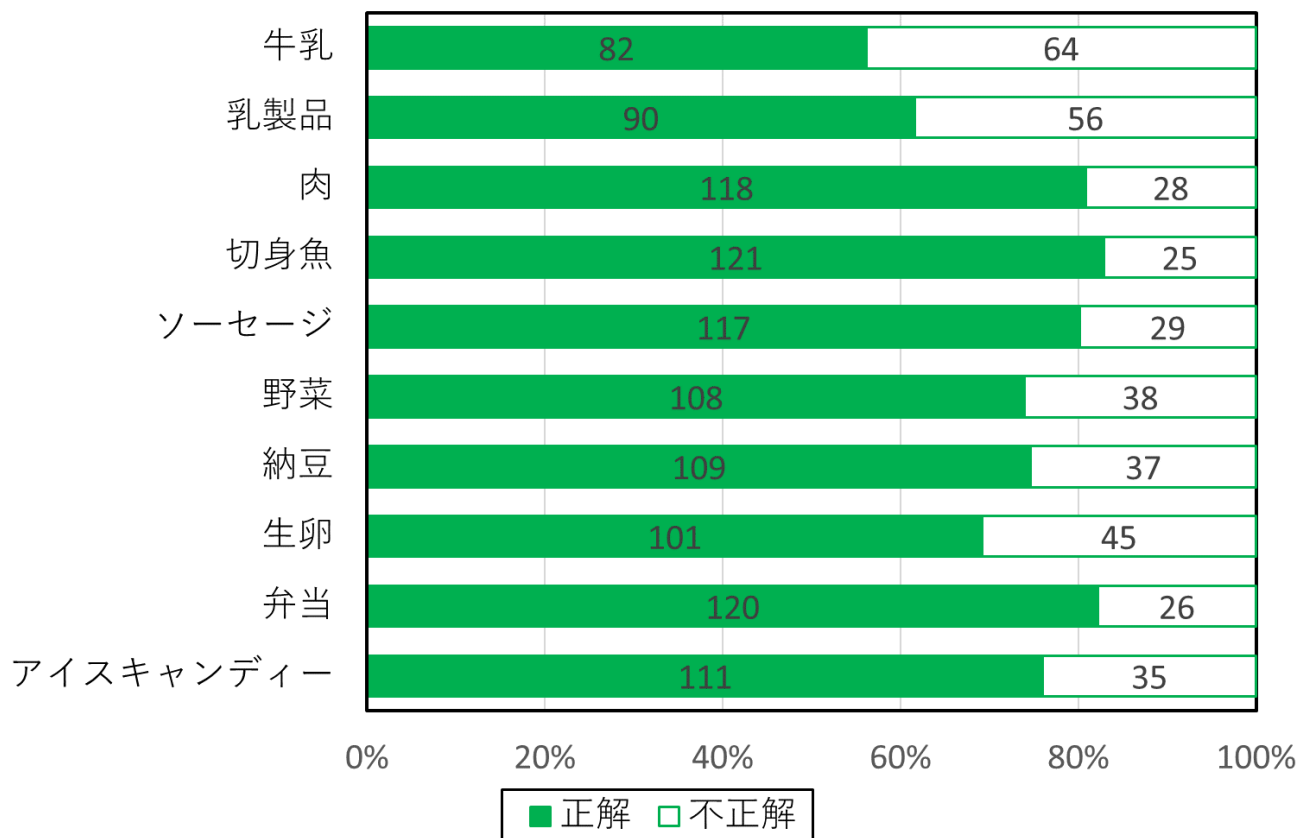


図 13 品目別期限表示の理解の回答分布 (ピアゴ ラ フーズコアアラタマ)

3. マックスバリュースタ店

7月6日(土)

回答枚数 52 枚

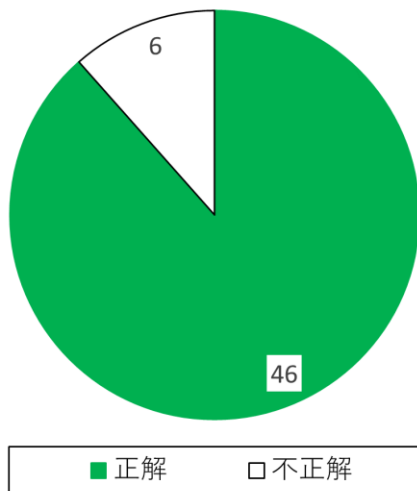


図 14 期限表示の理解の回答分布
(マックスバリュースタ店)

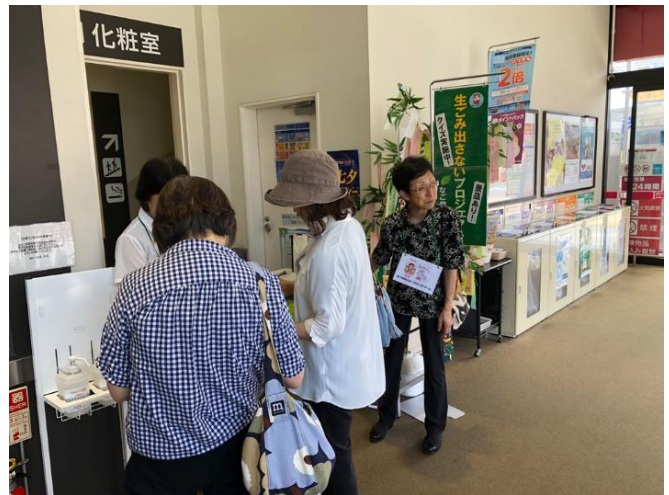


図 15 当日の様子
(マックスバリュースタ店)

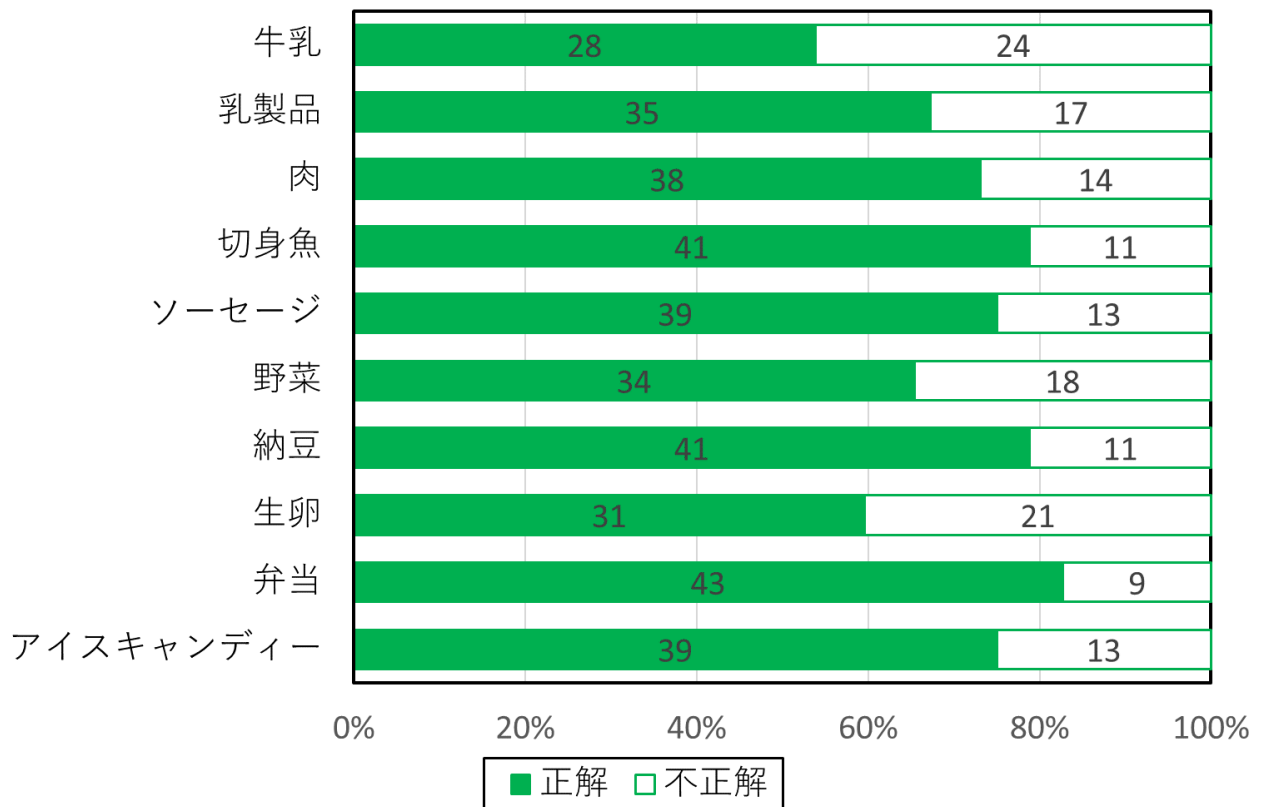


図 16 品目別期限表示の理解の回答分布 (マックスバリュースタ店)

4. 環境デーなごや

9月14日(土)

回答枚数 402 枚

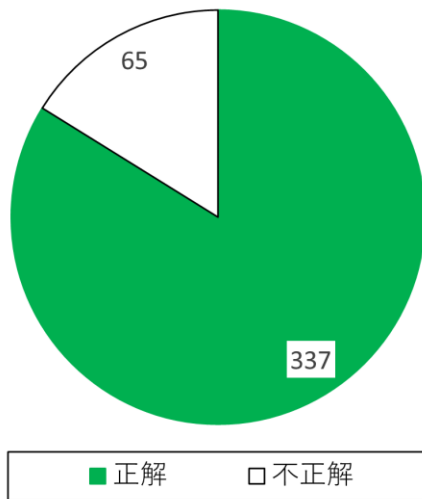


図 18 当日の様子
(環境デーなごや)

図 17 期限表示の理解の回答分布
(環境デーなごや)

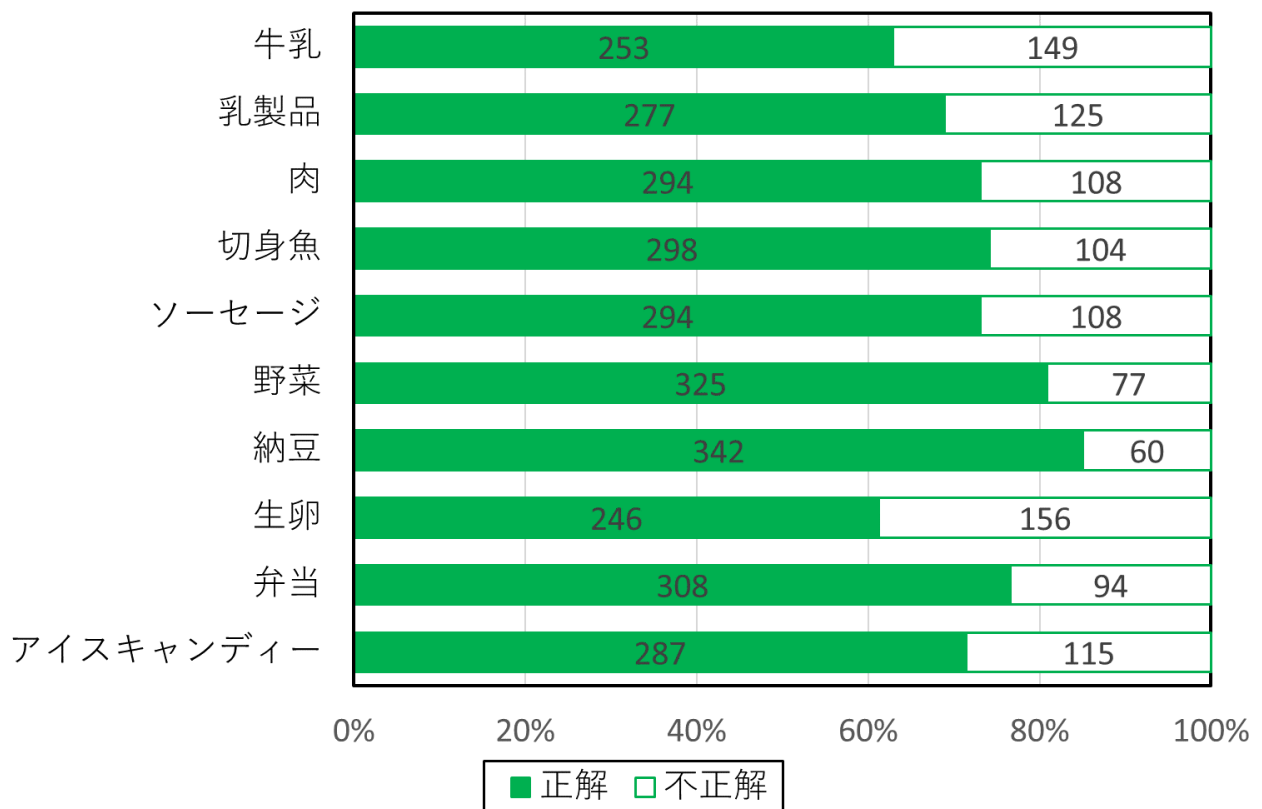


図 19 品目別期限表示の理解の回答分布 (環境デーなごや)

5. イオンタウン名西
10月5日(土)
回答枚数 145 枚

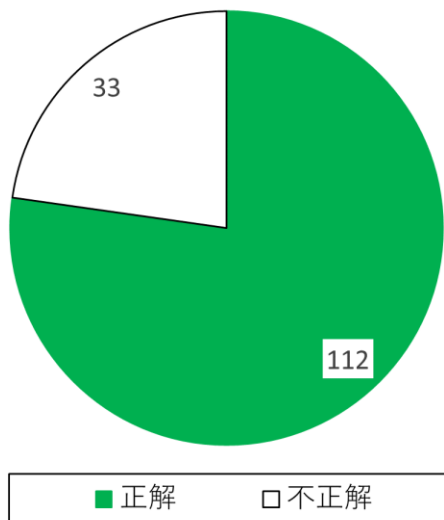


図 21 当日の様子
(イオンタウン名西)

図 20 期限表示の理解の回答分布
(イオンタウン名西)

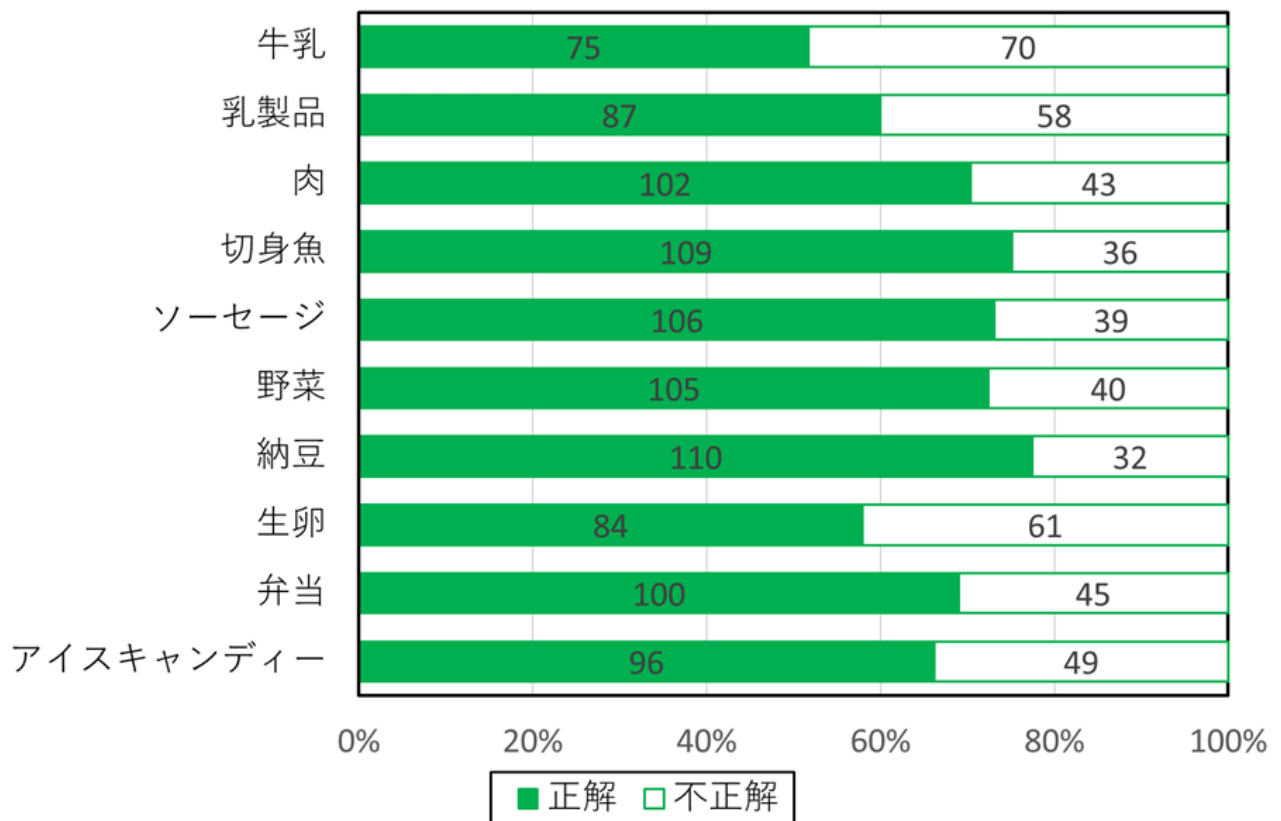
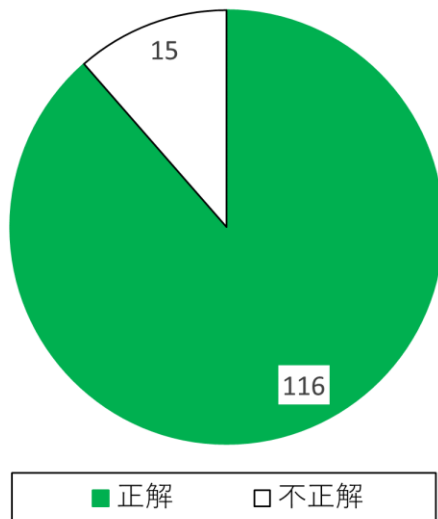


図 22 品目別期限表示の理解の回答分布 (イオンタウン名西)

6. 三県一市グリーン購入キャンペーン
 ヒルズウォーク徳重
 1月11日(土)
 回答枚数 131 枚



(ヒルズウォーク徳重)



図 24 当日の様子
 (ヒルズウォーク徳重)

図 23 期限表示の理解の回答分布

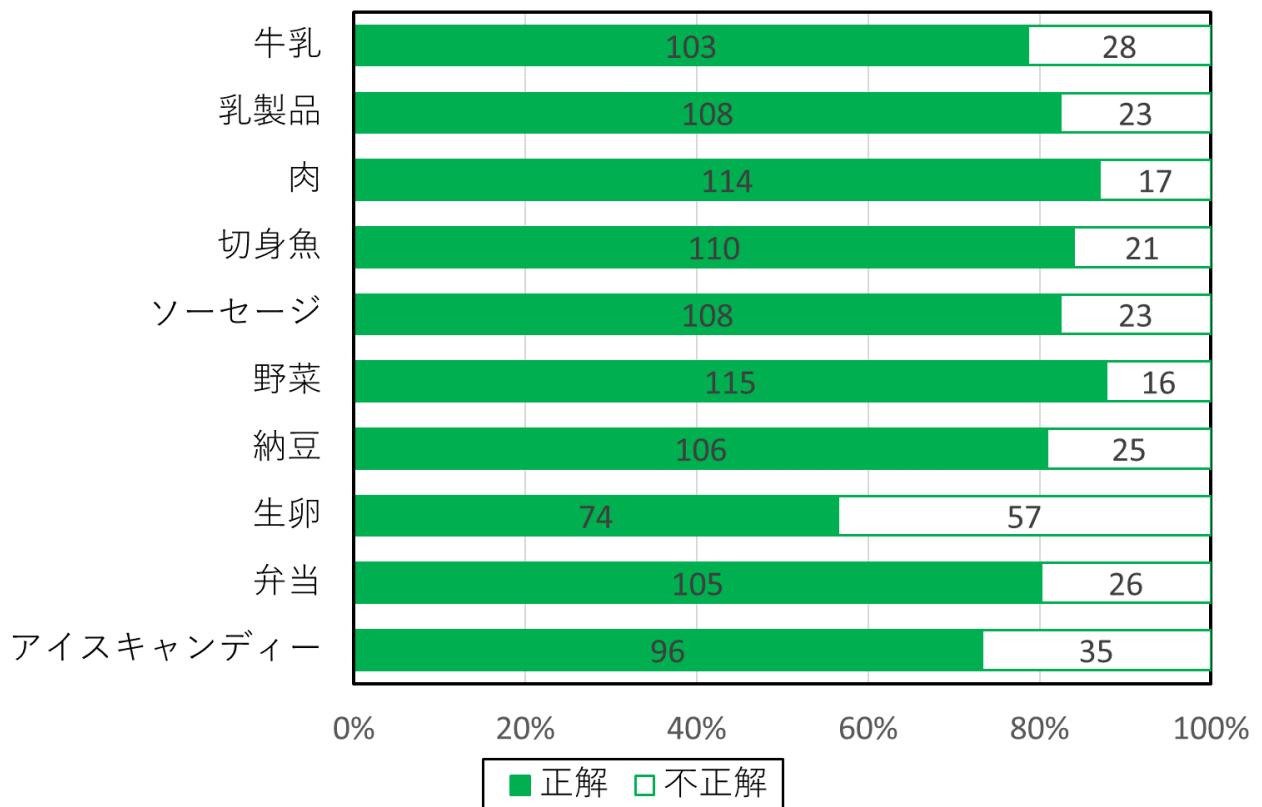


図 25 品目別期限表示の理解の回答分布 (ヒルズウォーク徳重)

2-4 活動の成果と課題

① 市民向け「家庭の生ごみ減らし隊説明会」

- ・説明会に参加した 12 名のうち、ほとんどの 11 名が隊員に登録したのは成果といえる。登録した新隊員は実際に環境デーなごややスーパー店頭でのキャンペーンに参加した。
- ・一方で、新隊員 11 名のうち 8 名は「環境デーなごやのみの参加」と認識していてその後は継続されませんでした。そのために、10 月以降も継続して登録いただいているのは 3 名のみとなったのは課題です。

② キャンペーン

- ・夫婦や家族連れでパネルを見てくださった方が多いが、クイズ用紙に記入するのは夫婦のうちの片方や家族のうち 1 名の場合も多かった。そのため、パネルを通して当プロジェクトからの保存術や消費・賞味期限に関する情報を受け取ってもらえた人数としてはクイズの回答回収数の 1.3 倍程度いると考えられる。(今年度の店頭キャンペーンおよび環境デーなごやでのクイズ回答回収枚数が 1018 枚のため、情報受け取り者数は推計で約 1300 名)
- ・説明会に参加して登録した隊員がキャンペーンの現場で来場者への説明やクイズの答え合わせもできるように、既存メンバーが新メンバーに対してサポートをする体制が整っていなかったのは課題です。

第 3 章 次年度の活動

3-1 目標

- ① キャンペーン隊員を増やす。若い世代の市民を増やす。
- ② 「食品ロス」と「消費期限と賞味期限の違い」を、1000 名の市民に情報発信する。店頭キャンペーンを実施するスーパーは 5 店舗程度とする（100 名×5 店＋環境デーなごや 500 名）。

3-2 実施計画

- ① キャンペーン隊員を増やすための説明会は、8 月から 11 月で 2 回行う。
- ② 活動はキャンペーンに絞る。6 月の環境月間に合わせたキャンペーンのほか、10 月の食品ロス削減月間にもキャンペーンを行う。
- ③ クイズ以外の方法での情報発信や関心を持ってもらうきっかけづくりも検討する。