

食育推進評価専門委員会（令和 2 年 10 月 1 日）

（公社）全国消費生活相談員協会
食の研究会代表 澤木佐重子

第 4 次食育推進基本計画策定に向けた意見

本協会は、全国の消費生活センターに勤務する消費生活相談員で構成され、現在は約 2,000 名の会員がいる。1977 年発足し、2007 年 11 月には「適格消費者団体」として認定を受けている。

消費者被害の救済を図り、被害の未然防止・拡大防止のために週末電話相談、消費者団体訴訟室では事業者の不当な行為に対して是正・改善の申入れ、消費者被害の未然防止のための啓発講座、啓発用資料の作成などを行っている。

（１）2019 年度の相談件数

全国の消費生活センターに寄せられた相談件数は約 93 万件。

その内、食品に関する相談は 7 万件弱（全体の 7.4%で第 3 位）

【相談内容】

- ① **健康食品の定期購入**（契約トラブル：昨年から今年に急増、中高生などの未成年者も多い）
SNS の広告「お試し 500 円」のダイエット用サプリメントを注文したら、2 回目の商品が届いた。2 回目以降約 1～3 万円と高額で、3～5 回の定期購入だった。飲むと下痢など体調が悪くなるので解約したいが、電話が繋がらない。
- ② **食の安全に関わる苦情・問合せ**
 - ・食品への異物混入。
 - ・購入したものが腐っていた。
 - ・冷凍保存を間違えて冷蔵保存した。もう食べられないか。
 - ・ニンニクをすりおろして冷蔵庫に保存していたら青くなった。
 - ・幼児が一口大の丸いチーズを飲み込み、窒息しそうになった。形状に問題あり。
- ③ **食品表示に関わる苦情・問合せ**
 - ・洋菓子店で購入したクッキーにクルミが入っているのに、アレルギー表示が無い。
 - ・知人から原料原産地表示のルールが変更になったと聞いたので知りたい。
 - ・「遺伝子組み換えでない」の表示しか目にしない。表示は正しいのか。
 - ・期限表示の位置が商品毎にバラバラで探しにくい。統一できないか
 - ・賞味期限が 1 年以上前に切れた缶詰は食べないほうが良いか
 - ・表示の字が小さすぎて読めないのを大きくしてほしい。
 - ・栄養成分表示が、袋に入っている 1 枚当たりのグラム数で書かれておらず分かり難い。

※ 相談を受けて感じること

消費者庁では、食品表示基準の改正がある都度、分かりやすいパンフレット・リーフレット等を作成し、説明会の開催も頻繁に行い、普及啓発に取り組まれている。

⇒ 表示に興味のある人は啓発講座にも積極的に参加する。

※相談対応して実感すること：

- ・あらゆる年代の消費者は、食品表示を正しく理解していない
- ・食品選択のための表示が利活用されていない

※今後の対策として求められること：

- ・食品表示、食育に興味のない消費者への情報発信や普及啓発が重要な課題
- ・栄養成分表示を活用した消費者教育の推進が求められる

(2) 栄養成分表示を活用した消費者教育の推進

【参考】消費者庁における食育の推進（平成31年1月28日作成）より

食をめぐる現状に、成人男性の肥満、若い女性のやせ、高齢者の低栄養がある。



健康と環境に配慮した食品をどう選ぶかは、私たちの消費生活での重要な課題

《肥満とやせを防ぐ 栄養成分表示を使った実践のポイント》

- ・栄養成分表示を使って、食品のもつエネルギーを確認して、選ぶ。
- ・炭水化物を多く含む食品とたんぱく質を多く含む食品を組み合わせる。
- ・食品の選び方と体重の計測で、肥満とやせを防ぐ
- ・肥満は、高血圧、糖尿病、脂質異常症、さらに脳血管疾患、心疾患など、各種生活習慣病の原因になる。（肥満の人の割合は、成人男性で3割、成人女性で2割）
- ・やせの人の割合は、成人男性で1割未満、成人女性で1割。20歳代女性では2割と高くなっている。
- ・高齢期のやせや低栄養は、虚弱の原因となり、要介護状態や死亡のリスクを高める。



○地域における食育の推進

- ・健康寿命の延伸につながる食育の推進
- ・高齢者に対する食育の推進

■ 栄養成分表示等の活用に向けた消費者教育に関する取り組みについて（消費者庁）

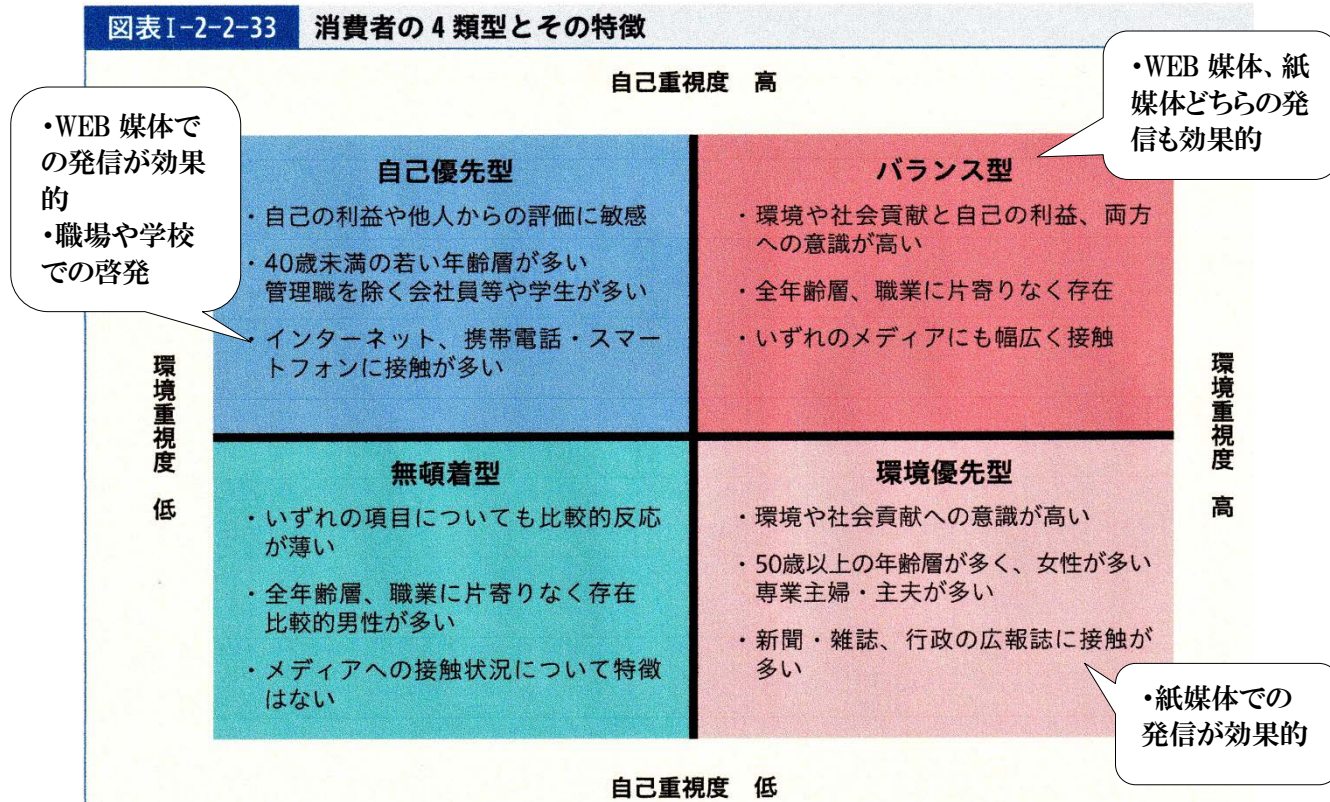
- ・2018年度実証フィールドである徳島県において、調査事業を実施
- ・実証事業の成果を踏まえ、栄養成分表示の活用に向けた消費者教育実践マニュアルを作成

参考1 ～食品ロス削減—持続可能な社会のために～ （令和2年消費者白書より）

消費者庁「消費者意識基本調査」（2019年度）において、消費者分類のための質問を設定し、その回答を基に、消費者を意識面・行動面での特徴に基づいて4つのタイプに分類した。

消費者の性格や行動パターンの特徴を分析することで、年齢や性別だけでは見えてこなかった、効果的に消費者を啓発するためのヒントが得られた。

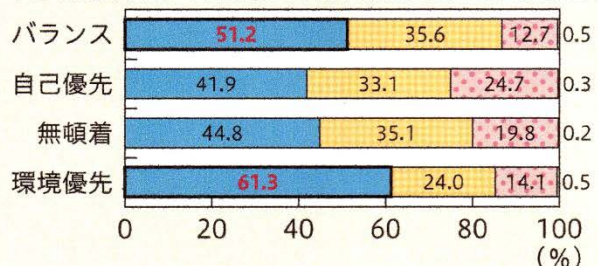
図表I-2-2-33 消費者の4類型とその特徴



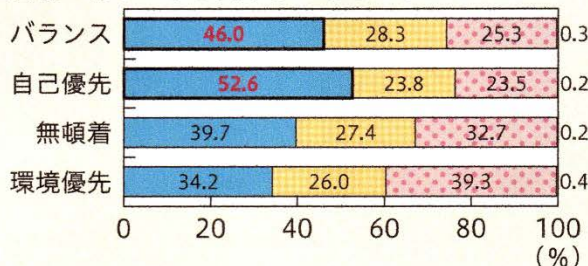
■ 消費者の4類型における、食品ロス削減関連項目への反応

（消費者庁「消費者意識基本調査」（2019年度）により作成）

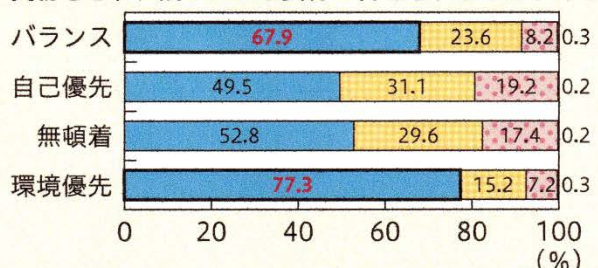
小分け商品、少量パック商品、バラ売り商品など食べきれる量を買う



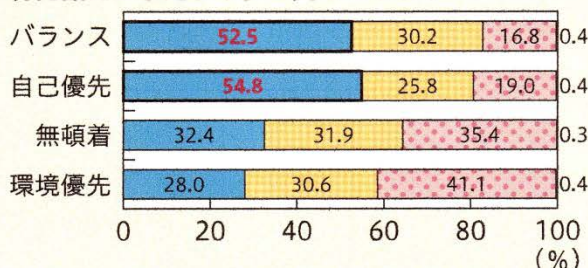
買物に行ってから買うものを考える



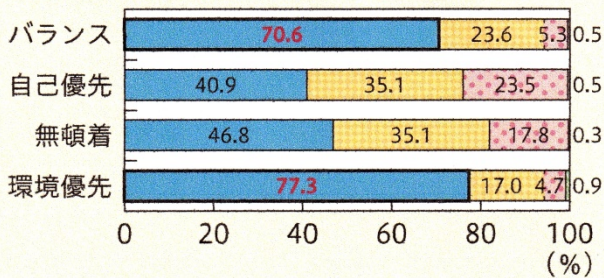
買物をせず、残っている食材で料理をすることがある



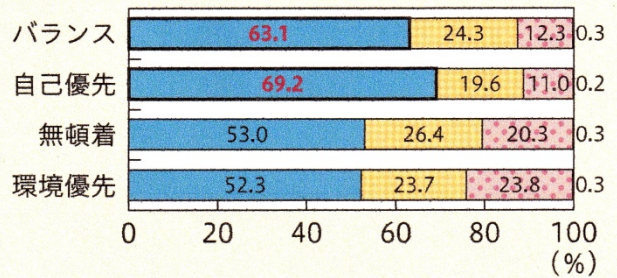
特売品だと予定より多く買ってしまう



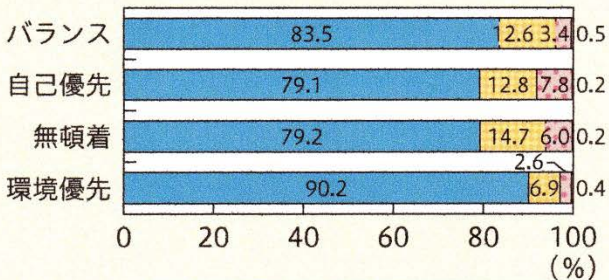
食品に合った保存方法を考え、長持ちさせる



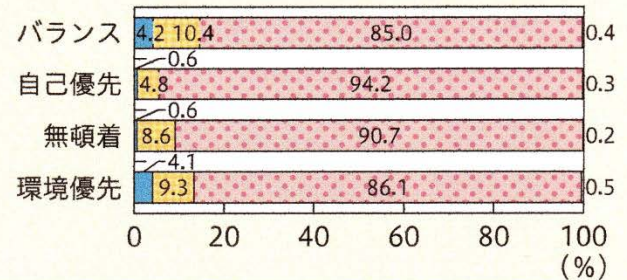
賞味期限・消費期限が近づいても、安くなっていれば買う



外食時、食べきれる量を考えて注文する



家庭で余っている食品を、地域の福祉団体などに寄付する



■ 肯定的反応（かなり～ある程度当てはまる等）
 ■ 中立的反応（どちらともいえない）
 ■ 否定的反応（あまり～ほとんど・全く当てはまらない等）
 ■ 無回答

※ フードバンク活動の認知度は、44.6%にとどまり、日頃の行動として「家庭で余っている食品を、地域の福祉団体などに寄付する」（フードドライブ活動）の取組度はわずか 2.4%。今後消費者に向けたフードドライブ活動の推進等が求められる。

参考2 東京都消費生活センターで行っている食育講座のご紹介

- 東京都多摩消費生活センターでは年間 6 回、一般の消費者向けに食育講座を開催。
2 時間半の講座で、テーマを決め、30 分～1 時間は講義を行い、残りの時間で調理をする。

講座例

1. 未来につながる消費者の選択 ～地産地消から考えるエシカル消費～ （座学のみ）
2. ～地場野菜を添えて、おいしく地産地消～ 牛乳でこねる手打ちうどんにトライ！
3. ～フレイル予防で、イキイキした毎日を～ 健康長寿を支える「食」を学ぼう！
4. そうだったのか！知るほどなるほど！食品の表示 ～フェアトレードのチョコレートとバナナを使ったデザートを作る～ 1 時間半は講義で、30 分でデザート作り。

- 夏休みには、小学生を対象に、親子で学ぶ多彩な講座を開催。
 1. 親子でエコクッキングと称し、地産地消の食材を使い調理する。
 2. 実験講座では、表示の見方を学ぶ
 - 糖度計で飲み物の甘さを調べ ⇒ 飲み物の表示を通して、栄養成分表示を学ぶ。
 - チョコレートの着色料で毛糸を染める ⇒ チョコレートの添加物表示を学ぶ