

家庭における 3Rの取組について

【主な論点】

- 1 食品ロスの削減
- 2 紙ごみの削減・資源化
- 3 プラスチックごみの減量・資源化・適正排出とリユースの取組

【食品ロス関連】前期計画期間（R3.4月～）に実施した取組例

●食品ロスの啓発

ごみ分別ルールブックや市ホームページ、環境市民会議による啓発チラシなど

●京都府食べ残しゼロ推進店舗の紹介

●可燃ごみ組成調査による実態把握・分析

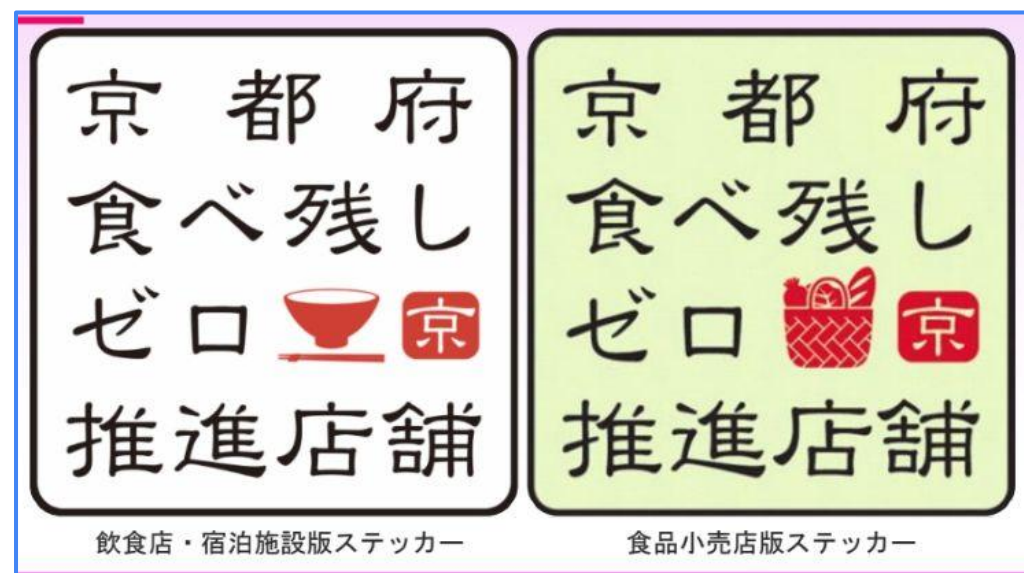
地域の集積所に排出された可燃ごみの内容物を調査

●食品ロス削減モニター調査への協力

京都府立大学による調査について、舞鶴市内の参加者募集の呼びかけ



広報まいづる(令和 6年度)



京都府食べ残しゼロ推進店舗の紹介

3.3 効果的な施策例（ターゲットとする行動別）

→ [施策の一覧表に戻る](#)



① 冷蔵庫の整理等の普及啓発・ツールの活用

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

■ 施策によって変化を促す主な消費者の行動

➡ 「更なる普及の可能性」を調査したアンケートの概要は、[資料編（2章）](#)に記載

- ✓ 冷蔵庫を奥まで見えるように整理する（行動の更なる普及の可能性：+11%）
- ✓ 早く使う必要がある、傷みやすい食品を冷蔵庫の見やすい位置に置く（行動の更なる普及の可能性：+11%）
- ✓ 早く使う必要がある食品が残っていないか、冷蔵庫内をよく探す（行動の更なる普及の可能性：+11%）

■ 取組の実施例

- ✓ 札幌市¹は、「日曜日は冷蔵庫をお片付け。」をキャッチフレーズとして、整理収納アドバイザーと協力し、「[冷蔵庫お片付けパンフレット](#)」や[整理術の紹介動画](#)、ラジオ放送（2018年1～3月）等を実施。
- ✓ 山川²による研究では、冷蔵庫整理の取組（チェック→動かす→早く使う）を依頼し、その支援ツールの有効性が検証された。[冷蔵庫整理グッズ](#)（すぐ食べる食品を入れるケース、エリア分けに使うマスキングテープ）、[スマートフォンによる庫内の写真撮影](#)、[食品管理アプリの活用](#)による削減効果が報告された。



冷蔵庫お片付けパンフレット
（出所）札幌市HP

■ 施策を有効に推進する上でのポイントや工夫

- ✓ 消費者アンケートの結果、冷蔵庫整理に関する行動の更なる普及の可能性は、性別・年代別・世帯人数別に大きな差異は見られず、[いずれの属性に対しても比較的受け入れられやすい](#)取組である。
- ✓ 札幌市の取組は、「[日曜日](#)」という決まった日に呼びかけることで、定期的に思い出させる（リマインドする）効果が考えられる。
- ✓ 冷蔵庫整理の支援ツールは、[ツールによって効果の持続性が異なる](#)と考えられる。「[スマートフォンによる庫内の写真撮影](#)」と「[食品管理アプリの活用](#)」は効果の持続性が確認された一方、「[冷蔵庫整理グッズ](#)」は慣れが生じ、持続性が低くなる可能性がある。また、世帯構成や生活スタイルによって、使用・継続しやすいツールが異なる可能性が考えられる（子育てに忙しい世帯ではアプリへの入力負担になる等）。

（参考）1 札幌市HP「日曜日は冷蔵庫をお片付け。」（<https://www.city.sapporo.jp/seiso/gomi/genryo/pamphlet.html>）

2 山川肇（京都府立大）「ICT等を活用した家庭系食品ロス削減施策の発生抑制効果に関する研究」（環境省・（独）環境再生保全機構 環境研究総合推進費、2022年度～2024年度）

3.3 効果的な施策例（ターゲットとする行動別）

→ 施策の一覧表に戻る



② 生鮮野菜の管理に関する普及啓発

■ 施策によって変化を促す主な消費者の行動

→ 「更なる普及の可能性」を調査したアンケートの概要は、資料編（2章）に記載

- ✓ 野菜等の鮮度を長持ちさせる袋を使っている（行動の更なる普及の可能性：+18%）
- ✓ 使い切れない食品には、冷凍保存を活用する（行動の更なる普及の可能性：+6%）

■ 取組の実施例

- ✓ 神戸市¹は廃棄が多い生鮮野菜について、おいしく食べられる期間を伸ばす保存方法を記載したチラシを配布。
- ✓ 秋田市²は、生鮮野菜の保存方法や使い切りレシピの情報をまとめたハンドブック（まるごと食べきり野菜活用ハンドブック）を配布。
- ✓ 千葉市³は、「千葉市食べきりキャンペーン～おうちで野菜を食べきろう～」を開催し、野菜専用鮮度保持袋（5枚入り）と、食品ロスに関する啓発マンガを配布。



生鮮野菜の保存方法を記載したチラシ
（出所）環境省「兵庫県神戸市の取組」

■ 施策を有効に推進する上でのポイントや工夫

- ✓ 神戸市における食品ロスダイアリー調査によると、実際の廃棄削減まで繋げるためには、生鮮野菜を長持ちさせる啓発に加え、使い切ることまでをセットで促すことが必要と報告されている¹。
- ✓ 消費者アンケートの結果、生鮮野菜の管理に関する行動は、高齢層よりも若年層の方が更なる普及の可能性が高く、また世帯人数別では4人以上の世帯で普及の可能性が高い傾向にある。
- ✓ 生鮮野菜の保存方法は種類ごとに異なり、手間がかかることが想定される。継続的に実施していただくためには、取組によって生鮮野菜を「おいしく食べることができる」ことや、節約につながる等のメリットを示すことが必要である。

💡 施策をセットで実施するなら… 「冷蔵庫の整理等の普及啓発・ツールの活用」、「食品ロス削減による“副次的効果（メリット）”を発信」

（参考）1 環境省「『エビデンスに基づく政策』の実践：神戸市における食品ロス削減事業」（<https://www.env.go.jp/content/900447820.pdf>）

2 環境省「令和2年度地方公共団体による食品ロス削減・食品リサイクル推進モデル事業報告書 概要版」（<https://www.env.go.jp/recycle/foodloss/pdf/r2/>）

3 千葉県千葉市HP「千葉市食べきりキャンペーン～おうちで野菜を食べきろう～を実施しました！」（<https://www.city.chiba.jp/kankyo/junkan/haikibutsu/o>）

3.3 効果的な施策例（ターゲットとする行動別）

[施策の一覧表に戻る](#)



③食品寄附の普及促進

■ 施策によって変化を促す主な消費者の行動

➡「更なる普及の可能性」を調査したアンケートの概要は、[資料編（2章）](#)に記載

- ✓ 不要になってしまった食品をフードドライブなどに寄付する（行動の更なる普及の可能性：+14%）

■ 取組の実施例

- ✓ 兵庫県神戸市¹は、株式会社ダイエー（スーパーマーケット、フードドライブの回収拠点）、株式会社サカイ引越センター（引っ越し業者、運搬に協力）と連携することで、消費者からの寄附食品をフードバンク団体へ効率的に運搬する体制を構築。
- ✓ 新潟県新潟市²は、農家や家庭菜園にて余ってしまった生鮮野菜を、こども食堂等に寄附する取組を実施。
- ✓ 消費者に身近であるコンビニ店舗をフードドライブの回収拠点として活用する取組（株式会社ファミリーマート「ファミマフードドライブ」³）など、回収拠点が広がりつつある。



ダイエー、神戸市、サカイ引越センターの連携スキーム
（出所）令和3年度食品ロス削減環境大臣表彰 資料

■ 施策を有効に推進する上でのポイントや工夫

- ✓ 消費者アンケートの結果、フードドライブなどへの寄附行動は、高齢層よりも若年層の方が更なる普及の可能性が高く、また世帯人数別では4人以上の世帯で比較的高い傾向にある。
- ✓ 消費者の行動変容には、フードドライブ活動に対する認知度の向上、消費者がアクセスしやすい回収拠点の整備が必要である。例えば地域で広く利用されているスーパーやコンビニ等と連携できると有効である。
- ✓ 施策を継続する上では、寄附食品を寄贈先に運搬・輸送するための費用や担い手の確保が課題となる。環境/福祉事業としての予算の確保や、地域の事業者との連携が重要となる。



Point

環境省は「フードドライブ実施の手引き」を作成しており、詳細は参照いただきたい。

フードドライブ実施の手引き

（出所）フードドライブ実施の手引き
（<https://www.env.go.jp/recycle/foodloss/pdf/fooddrive.pdf>）

（参考）1 株式会社ダイエー、神戸市、株式会社サカイ引越センター「～業界を超えた連携～フードドライブ活動の更なる発展に向けて」（https://www.env.go.jp/recycle/foodloss/pdf/ev_02.pdf）
2 新潟県新潟市HP「フレッシュフードシェア」（<https://www.city.niigata.lg.jp/kurashi/gomi/recycle/shokuhinrosu/freshfoodshare.html#cmsE2D03>）
3 株式会社ファミリーマートHP（<https://www.family.co.jp/sustainability/fooddrive.html>）

3.3 効果的な施策例（ターゲットとする行動別）

➡ 施策の一覧表に戻る



④ 作り過ぎを防ぐ調理方法の周知

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

■ 施策によって変化を促す主な消費者の行動

➡ 「更なる普及の可能性」を調査したアンケートの概要は、[資料編（2章）](#)に記載

- ✓ 料理を作りすぎないように、必要な分量を量る（行動の更なる普及の可能性：+13%）
- ✓ 料理を作りすぎないように、家族の食事の予定や体調を確認する（行動の更なる普及の可能性：+15%）

■ 取組の実施例

- ✓ 仙台市¹は、適量調理のコツを伝える調理実習講座を開催。市内で廃棄が多い「みそ汁」を題材に、計量目盛りがついた鍋を配布。講座への参加世帯は、参加していない世帯よりも廃棄件数の減少率が高いと報告されている。
- ✓ 同市は、ウェブ上に「せんだい食品ロス削減ガイドブック」を公開。主食で廃棄の多い「ごはん」、副食で廃棄の多い「汁物（みそ汁）」について、適量調理のコツを整理。また、ぴったり食べられる量を作るために、計量スプーンや計量カップの使用を呼び掛け²。



適量調理のコツを記載した記事
（出所）仙台市「せんだい食品ロス削減ガイドブック」

■ 施策を有効に推進する上でのポイントや工夫

- ✓ 消費者アンケートの結果、適量調理に関する行動の更なる普及の可能性は性別・世帯人数によらず、受け入れられやすい取組である。年代別には、**20代が高く、30代が低い傾向にある**。
（30代は子育て世帯・子どもの年齢が低いことが多く、子どもの体調や学校の用事等に左右されることが一因と考えられる。）
- ✓ 消費者アンケートの結果、適量調理に関する行動の普及割合は、70～79歳が特に低い。同居人数が以前から減少しても、変わらず大きめの調理器具で作りすぎてしまうような層（例：単身高齢世帯）に向けた情報発信が望まれる。
- ✓ 食品ロス削減のみを理由に適量調理を心掛ける層は限定的と考えられ、健康や節約等の他のメリットを示すことも重要。

💡 施策をセットで実施するなら… 「食品ロス削減による“副次的効果（メリット）”を発信」

（参考）1 宮城県仙台市「せんだい食品ロス削減ガイドブック」(https://www.gomi100.com/manage/wp-content/uploads/2023/11/foodloss_436_001_v2.pdf)

2 宮城県仙台市HP「「適量」を知って食べ残しゼロ！食事バランスも整えて食生活を健康で豊かに」(<https://www.gomi100.com/articles/wnn/5329>)

3.3 効果的な施策例（ターゲットとする行動別）

[施策の一覧表に戻る](#)



⑤調理技術を伝達する料理教室の開催

家庭系食品ロス			事業系食品ロス	
直接廃棄	過剰除去	食べ残し	小売店	飲食店

■施策によって変化を促す主な消費者の行動

➡「更なる普及の可能性」を調査したアンケートの概要は、[資料編（2章）](#)に記載

- ✓ 残っている食材を使い切る料理を作る（行動の更なる普及の可能性：+8%）
- ✓ 野菜などの皮やヘタなどを料理に使う（行動の更なる普及の可能性：+12%）
- ✓ 料理を作りすぎないように、必要な分量を量る（行動の更なる普及の可能性：+13%）

■取組の実施例

- ✓ さいたま市¹は、余った食材をスープにしておいしく食べきる「Saitama Sunday Soup（日曜日は食べつくスープ!）」を新しいライフスタイルとして提案しており、「東京ガス株式会社」と、「大学コンソーシアムさいたま」と連携し、**大学生に「食べつくスープ」を実際に作ってもらう料理教室を開催した。**
- ✓ 深谷市²は野菜を皮ごと食べる食習慣の定着を目指し、**小中学校の学校給食で皮ごと野菜を調理・提供する食育プログラムを実施**している。
- ✓ 東京都中野区³は、**親子が夏休みに取り組む「あまりにも美味しいあまりものレシピ 親子クッキング」**を開催。



（出所）さいたま市HP

■施策を有効に推進する上でのポイントや工夫

- ✓ 消費者アンケートの結果、食品の使用・調理について、18～29歳の更なる普及の可能性が高かった。同年代の取組の普及割合が全体と比べて最も低い結果であったことから、**若年層を対象とした取組（学校における食育等）が有効**と考えられる。
- ✓ 子育て層が子どもを連れて料理教室に参加するにはハードルがあると考えられるため、**食品ロス削減の教育のみでなく、「夏休みのイベント」等の目的を押し出すことで参加しやすくなる**可能性が考えられる。
- ✓ エコ・クッキングにおいては、地域の食材を活用したレシピの提示、特産の野菜の使い切り方の紹介等、**地域の特色を活かした啓発がより効果的**と考えられる。

（参考）1 埼玉県さいたま市HP「【大学コンソーシアムさいたま×東京ガス×さいたま市 連携事業】エコ・クッキングで「Saitama Sunday Soup（日曜日は食べつくスープ!）」開催レポート!」

<https://www.city.saitama.lg.jp/001/006/012/002/p068072.html>

2 熊谷経済新聞「深谷で「栄養まるごと調理イベント」 野菜を皮ごと、学校給食から家庭へ」 <https://kumagaya.keizai.biz/headline/1444/>

3 東京都中野区HP「2024夏休み!「あまりにも美味しいあまりものレシピ 親子クッキング」で「食品ロス」を減らす料理に挑戦」

<https://www.city.tokyo-nakano.lg.jp/kurashi/gomi/gomizero/amarimonoresipi/2024oyakocookingreport.html>

【紙ごみ関連】前期計画期間（R3.4月～）に実施した取組 例

●拠点回収の充実に向けた取組（継続）

古紙回収ボックスの設置（市役所、西支所、加佐分室）

店頭回収の店舗や品目等の広報（マイリサイクル店）

●古紙等資源回収活動報奨金の交付（継続）

自治会や学校PTAなどの各種団体に対し、回収量に応じて報奨金を交付

【古紙類報奨金単価】3円/kg 【R6年度回収量（古紙類）】501,777kg

●各種啓発 ごみ分別ルールブックやチラシ、絵本リユース会（まいづる環境フェスタ）など



拠点回収（市役所）



絵本リユース会（環境フェスタ）



令和6年度啓発チラシ

3 プラスチックごみの減量・資源化・適正排出とリユースの取組等

【プラスチック関連】前期計画期間（R3.4月～）に実施した取組 例

●令和3年度ごみ処理手数料の見直し

ペットボトル・プラスチック容器包装類

の指定ごみ袋制（有料化）

●ペットボトル・容器包装類の月2回収集

●ペットボトルの水平リサイクル

令和3年7月1日から

**ペットボトル・プラスチック容器包装類・埋立ごみを
地域のごみ集積所に出す時は
鶴舞市指定のごみ袋を使用してください**

鶴舞市指定のごみ袋は、スーパーマーケットなどで買い求めいただけます。

ペットボトル・プラスチック容器包装類

ペットボトルとプラスチック容器包装類は、同じ袋を使用しますが、ペットボトルとプラスチック容器包装類は袋を分け、袋の口を結んで別袋に出してください。

ペットボトル

ペットボトルのみを入れてください。
また、キャップとラベルをはずして
ください。

プラスチック容器包装類

プラマークのついている容器類、食品を
入れている缶詰、農産物類などのプラス
チック容器包装類のみを入れてください。
また、洗っているものは洗って入れて
ください。

埋立ごみ

おもちゃ、食器類、ガラス類、電機、パソコン、ポリ容器などの
プラスチック製品、小売店電機品などは入れてください。
袋に入らない場合は、電機品として、直接リサイクルプラザへ
持ち込みください（電機品手数料 400 円）。有料の市指定袋をご利用
ください。

**令和3年7月1日から
ごみ処理手数料が変わります**

この減額とリサイクルは、もともと行うべき環境対策への負担を軽減するためです。
資源物の回収率は年々高くなっており、市民1人1日あたりのごみ量を見ると、家庭が資源物や
リサイクルの取り組みが進展していることがわかります。
この有料化は、出すごみの量に応じて手数料を減額していただく仕組みです。今回の減額は、有料化
の効果をさらに拡大して、ごみの減量やリサイクルをさらに進めようとするものです。
また、この減額が実現することで、ペットボトルなどの、資源の回収率をさらに高めることが期待されています。
資源物の回収率を高めることは、資源の枯渇を防ぐことにつながります。資源の枯渇を防ぐことは、資源の枯渇を防ぐことにつながります。
資源の枯渇を防ぐことは、資源の枯渇を防ぐことにつながります。

令和3年7月1日からの指定ごみ袋の価格（手数料額）

種類	埋立ごみ（有料）			ペットボトル・プラスチック容器包装類（有料）		
	20L	30L	45L	20L	30L	45L
価格（円）	200	300	450	160	240	360

可燃ごみ

種類	10L	20L	30L	45L	90L
先払いの価格（円）	100	200	300	450	900

直接搬入にかかる受付手数料（令和3年7月1日から）

種類	手数料（円）
埋立ごみ	200（1回）
リサイクルプラザ	400（1回）

令和3年7月1日から ごみが出しやすくなります

- ペットボトル・プラスチック容器包装類の月2回収集を行います。
- 資源物の回収率をさらに高めることが期待されています。
- ごみ袋で発生するごみ出しやすくなります。



月2回収集（ペットボトル・プラスチック容器類のみ）