

自己表現検査 記述用紙

[1]

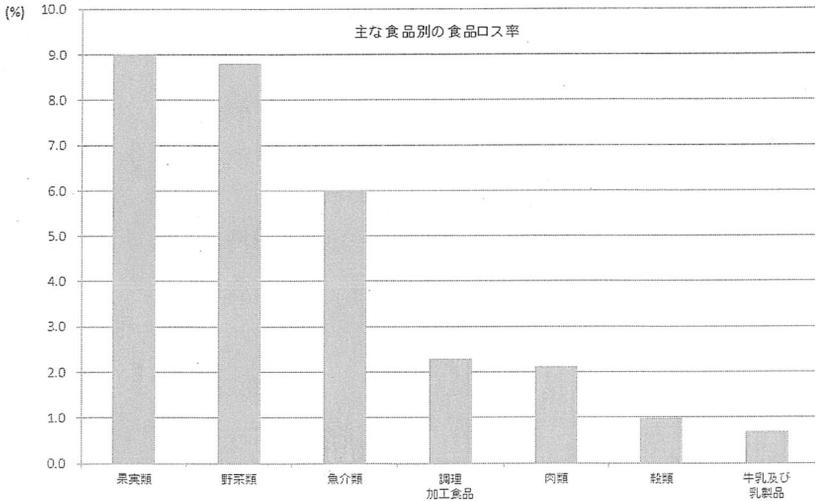
○配送中の容器変形によって販売できなくなった食品を企業から寄付してもらい、福祉施設に無償で提供する「フードバンク」活動の普及・推進。

○賞味期限までの期間の3分の1を過ぎると納品されずに廃棄するという日本特有の商習慣の改善。

[2]

| | | | |
|---|-------|---|-------|
| ① | 9.0 % | ② | 8.8 % |
|---|-------|---|-------|

【グラフ】



[3]

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|
| 食 | 品 | ロ | ス | の | 削 | 減 | が | 進 | ま | な | い | の | は | 、 | 賞 | 味 | 期 | 限 | ま | |
| で | の | 期 | 間 | の | 3 | 分 | の | 1 | を | 過 | ぎ | る | と | 廃 | 棄 | を | す | る | と | |
| い | う | 日 | 本 | の | 食 | 品 | 業 | 界 | 特 | 有 | の | 商 | 習 | 慣 | に | 原 | 因 | が | あ | |
| り | 、 | 食 | 品 | 廃 | 棄 | 物 | の | 再 | 生 | 利 | 用 | 等 | が | 進 | ま | な | い | の | は | |
| 、 | 食 | 品 | 関 | 連 | 事 | 業 | 者 | に | は | 法 | 的 | な | 規 | 制 | が | あ | る | が | 、 | |
| 家 | 庭 | に | は | そ | の | 法 | が | 適 | 用 | さ | れ | な | い | た | め | 。 | | | | |

100字

120字

| | | | |
|------|---|----|--|
| 受検番号 | 番 | 氏名 | |
|------|---|----|--|

[4]

【食品関連事業者の立場】

対策：賞味期限間近の食品や定番カット商品、規格変更で撤去された商品は積極的にセールを行い食品ロスができるだけ防ぐ。スーパーなどではそれぞれの売り場でシール等を貼って値引きやタイムセールを行っているが、セール対象品を専用のコーナーに集め、惣菜も生鮮食品も調味料等も一同に並べて販売する。消費者の目につきやすく、同時購入してもらえるチャンスも増える。定番カット商品や規格変更で撤去された商品には必ずその説明を付け、消費者が安心して買えるようにする。また、食品メーカーと協力し「賞味期限」と「消費期限」の違いについて消費者に正しく理解してもらうためのポスターなどを作成し掲示する。賞味期限を延長することへの消費者の不信を防ぐと同時に、“もったいない”という意識にもつながる。

理由：食品関連事業者には食品廃棄物に関する法律があり、一般家庭と比べるとリサイクルも進んでいる。食品メーカーでも商習慣を変え、賞味期限の延長などを図っている。そこで、食品販売店における食品ロス削減が重要と考えた。リサイクルや廃棄になってしまう前に、できるだけ消費者に消費してもらうことで、食品ロス削減につながると考えたから。

【消費者（一般家庭）の立場】

対策：購入したものの、賞味期限がいつの間にか過ぎてしまい、廃棄してしまうことがよくある。そこで、冷蔵庫や食品を保管している棚に購入した食品の一覧表を作成し、見えるように貼っておく。一覧表には商品、賞味期限を記しておく。賞味期限が切れる月ごとに色を変えて記入すればよりわかりやすいだろう。買い物に行く前に一覧表をチェックすることで余計な買い物をしなくて済むし、賞味期限を意識して消費していけば無駄なく使い切ることができる。新しく食品を購入してきたら、一覧表に記入することで常に在庫と賞味期限を意識することになる。消費者は食品の仕入れや在庫管理に工夫を凝らすことで食品ロスの削減につながる。

理由：資料6から、一般家庭から排出される食品廃棄物はそのほとんどが焼却・埋め立てになってしまう。家庭でできる食品再生利用には限度があるからだと思われる。そこで、一般家庭ではできるだけ食品ロスを出さないことが最重要と考えたから。

以下の欄には記入しないでください。

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
|--|--|--|--|