

食品は「てまえどり」で



コンビニのおにぎりの商品棚に掲げられた「てまえどり」の広告。消費者片提供

食品ロスの削減に向け、農林水産省などは、小売店で商品棚の手前に置かれた消費期限の迫った食品を選ぶよう消費者に呼びかける取り組みを展開している。「てまえどり」と銘打った運動で、期限切れで廃棄される食品を少なくするのが狙いだ。

ロス削減へ呼びかけ

農水省が6月から消費者庁や日本フランチャイズチェーン協会などと共同で実施し、同協会に加盟するセブンイレブンとファミリ

ーマート、ミニストップ、ローソンのコンビニエンスストア4社が参加している。消費期限が近い食品は棚の手前に置かれるが、奥にある期限に余裕がある商品を取る客が多いという。このため、「すぐにはたべないなら、手前をえらぶ。『てまえどり』にご協力ください」と書かれた広告を作成し、コンビニ各店舗では、おにぎりや弁当、サンドイッチの棚に掲示している。

◆売れ残りや消費期限の迫った食べ物（せいまい）を廃棄（はいき）する「食品ロス」を減らそうと、国とコンビニエンスストアが共同で取り組みを進めています。

(2021年7月6日 読売新聞朝夕刊より)

【1】なぜ「てまえどり」を呼びかけているのでしょうか。コンビニで買い物をする人の行動から、理由を説明しましょう。

【2】「てまえどり」を呼びかけることで、どのような効果が期待されますか。次の二つについて、あなたの考えを書きましょう。

【国とコンビニが共同で行う効果】

【消費者側への効果】

【発展問題】食品ロスを減らすには、ほかにどのような方法がありますか。店や学校でできること、家庭でもできることをそれぞれ考えて、裏に書きましょう。

