

課 題 紙

注 意 事 項

1. 企画提案試験は、Ⅰ部とⅡ部に分かれています。まずⅠ部では、この課題紙にある設問に従って、政策概要説明紙（プレゼンテーションシート）を作成します。続いてⅡ部では、Ⅰ部で作成した政策概要説明紙の内容を試験官に向けて発表するとともに、試験官からの質疑に対する応答を行います。
2. 政策概要説明紙の作成について
 - (ア) 政策概要説明紙の作成時間は**1時間30分**です。
 - (イ) 政策概要説明紙の用紙は **1 枚**（両面）です。箇条書きや図、表を用いるなど自由な形式で、提案することとなる政策の内容を分かりやすくまとめてください。
 なお、Ⅰ部で作成した政策概要説明紙をⅡ部で発表する時間は**5分**です。
 - (ウ) 政策概要説明紙への記入は、枠内に濃くはっきりと内容が分かるように行い、書き損じた場合は、解答の内容がはっきり分かるように訂正してください。
 - (エ) 政策概要説明紙の表側の各欄には、それぞれ必要事項を記入してください。
 - (オ) 試験の公正を害するおそれがありますので、設問と関係のない事項は記載しないでください。
3. この課題紙及び参考資料は、Ⅰ部終了時に一旦回収します。回収した課題紙及び参考資料は、Ⅱ部開始後に政策概要説明紙のコピーとともにもう一度お渡ししますが、Ⅱ部終了時には再度回収します。
4. 試験時間中に、この課題紙を切り取ったり、転記したりしないでください。
5. 下欄及び**参考資料**の表紙の所定の欄に受験番号等を記入してください。

第1次試験地	試験の区分 教 養	受験番号	氏 名
--------	--------------	------	-----

指示があるまで中を開いてはいけません。

設問 次に示される状況及び課題に応じた政策概要説明紙（プレゼンテーションシート）を作成しなさい。

政策概要説明紙の作成に当たっては、**参考資料**を用いても差し支えないが、**参考資料**から考えられる施策のみを提案する必要もないものとする。

あなたが置かれている状況

あなたは、ある組織の行政官として上司から次の課題が与えられており、自分の提案を説明するための資料を作成しようとしている。また、あなたの提案は組織内で検討されたのち、実現に向けて関係府省との調整等を経て、最終的には、国民に対して公表されることとなっている。

上司からの課題

地球上において、気候変動をはじめとする環境問題が喫緊の課題となっている中、「Sustainable Development Goals（SDGs：持続可能な開発目標）」の採択も踏まえた、公正かつ持続可能な社会の形成に向けた動きが、世界的により一層重要となってきている。

環境問題に対応していくためには、国や企業の積極的な参画のみならず、消費者としての国民一人一人が、自身の消費行動が今後の経済社会や地球経済に影響を及ぼし得ることを自覚して、持続可能な社会の形成に積極的に参画することが求められている。

このような状況を踏まえ、消費者としての国民一人一人が、持続可能な社会の形成に積極的に参画するための対策として考えられる具体的施策の中から、特に対応が必要と考える施策を提案し、その全体概要を説明する資料を作成しなさい。

なお、施策の提案に当たっては、提案した施策を推進する上での留意点についても必ず触れること。

P 1 — 2 0 2 6 — 1 企画提案試験 参考資料

(注) 本参考資料は、次の資料を出典とする。

- ・ 環境省「令和 7 年版 環境・循環型社会・生物多様性白書」
- ・ 消費者庁「令和 7 年版 消費者白書」
- ・ 国際連合資料

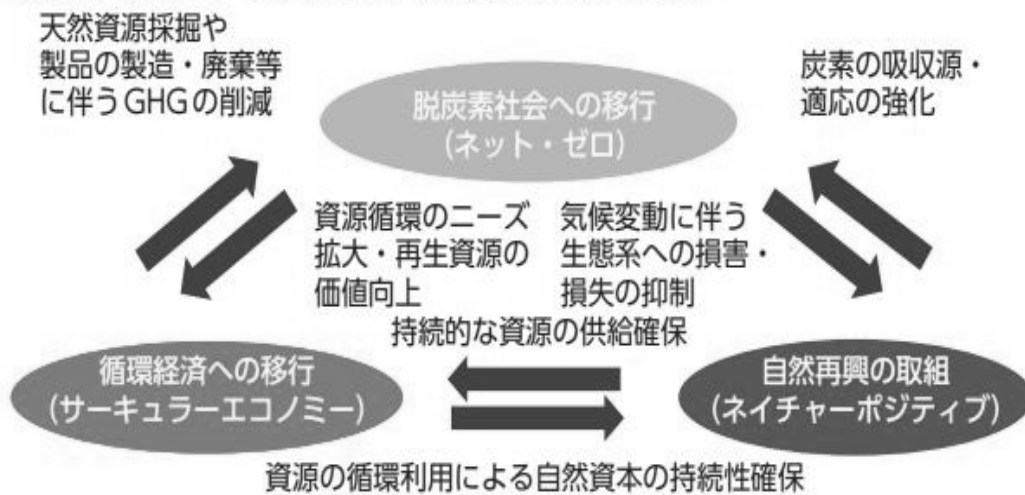
第 1 次試験地	試験の区分 教 養	受験番号	氏 名
----------	--------------	------	-----

①



②

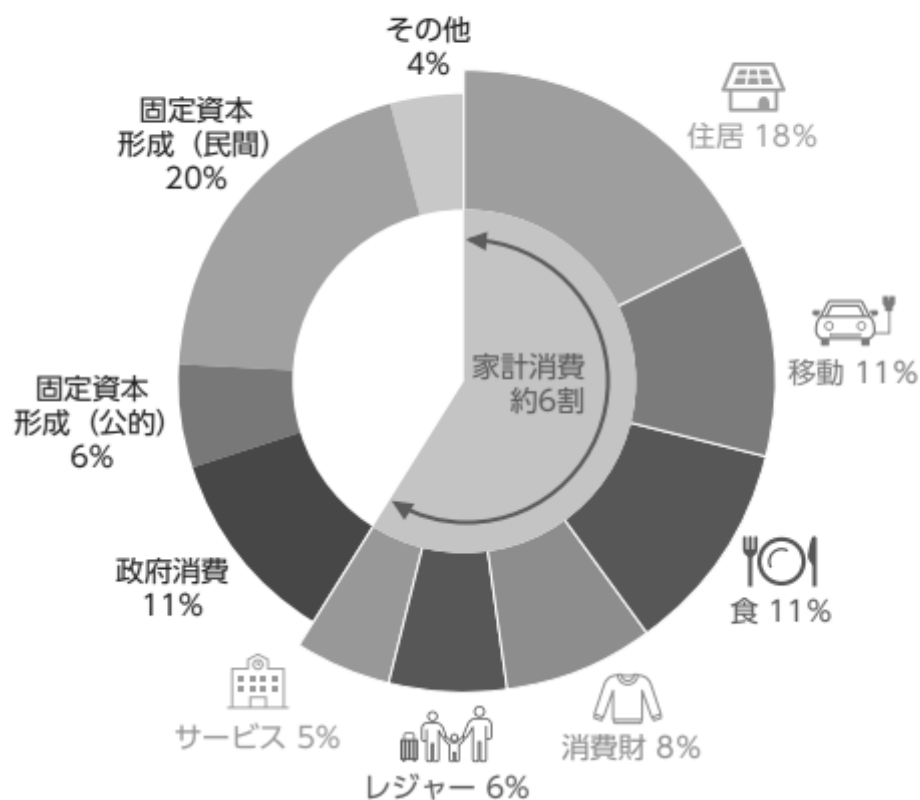
脱炭素、ネイチャーポジティブ、循環経済に向けたシナジー



③

図 3-2-1

消費ベースでの日本のライフサイクル温室効果ガス排出量



資料：南斉規介（2019）産業連関表による環境負荷原単位データブック（3EID）（国立環境研究所）、Nansai et al. (2020) Resources, Conservation & Recycling 152 104525、総務省（2015）平成27年産業連関表に基づき国立環境研究所及び地球環境戦略研究機関（IGES）にて推計

※各項目は、我が国で消費・固定資本形成される製品・サービス毎のライフサイクル（資源の採取、素材の加工、製品の製造、流通、小売、使用、廃棄）において生じる温室効果ガス排出量（カーボンフットプリント）を算定し、合算したもの（国内の生産ベースの直接排出量と一致しない）。

④

図3-2-2 新しい豊かな暮らしの提案内容



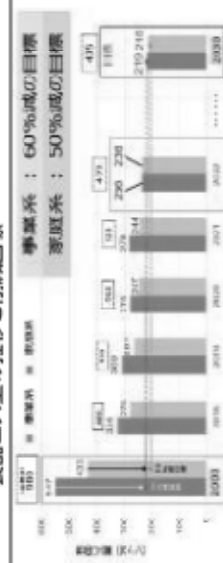
⑤

図3-2-3 「デコ活アクション」について

分類			アクション
まずはここから	住	デ	電気も省エネ 断熱住宅(電気代をおさえる断熱省エネ住宅に住む)
	住	コ	こだわる楽しさ エコグッズ(LED・省エネ家電などを選ぶ)
	食	カ	感謝の心 食べ残しゼロ(食品の食べ切り、食材の使い切り)
	職	ツ	つながるオフィス テレワーク(どこでもつながれば、そこが仕事場に)
ひとりでのCO ₂ が下がる	住		高効率の給湯器、節水できる機器を選ぶ
	移		環境にやさしい次世代自動車を選ぶ
	住		太陽光発電など、再生可能エネルギーを取り入れる
みんなで実践	衣		クールビズ・ウォームビズ、サステナブルファッションに取り組む
	住		ごみはできるだけ減らし、資源としてきちんと分別・再利用する
	食		地元産の旬の食材を積極的に選ぶ
	移		できるだけ公共交通・自転車・徒歩で移動する
	買		はかり売りを利用するなど、好きなものを必要な分だけ買う
	住		宅配便は一度で受け取る

※デコ活アクションの詳細については、<https://ondankataisaku.env.go.jp/decokatsu/action/> から確認を。(今後随時追加更新予定)

図3-2-6 「第2次食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針」 概要

食品ロスの削減の推進に関する基本的な方針【第2次基本方針：令和7年3月25日閣議決定】		
第1次基本方針において、食品ロスの削減の目標は、家庭系食品ロスと事業系食品ロス共に、2000年度比で2030年度までに食品ロス量を半減させることと設定。直近2022年度の食品ロス量は家庭系・事業系ともに236万トンであり、家庭系についてはあと20万トンの削減が必要。事業系については2030年度目標を8年前倒しで達成したことから、新たな目標として60%減と設定。今後は、新型コロナウイルス感染症の影響が残っている可能性や、経済成長・インパウンドの拡大など様々な状況から、更なる削減の取組が進むよう具体的な施策を追加。		
《食品ロスの削減の目標》 2000年度比で2030年度までに ①家庭系食品ロスは、50%減早期達成←あと20万トン削減 事業系食品ロスは、60%減【新規】 ②食品ロス問題を認知して削減に取り組む消費者の割合を80%【継続】 ※2024年度は74.9%		
食品ロス量の推移と削減目標  事業系：50%減の目標 家庭系：50%減の目標		
食品ロスの削減の推進に関する基本的施策		
(1) 教育及び学習の振興、普及啓発等 【新規】 - 食品ロス削減、食品寄附促進及び食品アクセス確保の三つの施策を「食の環（わ）」プロジェクトとして一元的に発信。 「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」に基づき、消費者の自己責任を前提とした持ち帰りの周知。 - 施設等につながる新しい豊かな暮らしを創る国民運動「デコ活」の推進及びmottECCの普及促進。 - 地方公共団体での食品ロス削減の取組状況の公表などを通じ、地域での取組の底上げ・横展開。 - 地域等において食品ロスの削減を担う人材となる食品ロス削減推進サポーターの育成。 - 未就学児を対象に食育等の取組を進めるため、保育所、幼稚園等において栄養士・管理栄養士や栄養教諭を配置。 - 国際的な組織との連携を通じた先駆的取組の共有により、国際展開を推進。  【食品ロス削減推進】リバーゲイブ啓発教材【国際連帯による情報共有】		
(2) 食品関連事業者の取組に対する支援 【新規】 「食品廃棄物の発生抑制に向けた取組の情報連絡会」において、製品期限の見直しや賞味期限の安全係数の見直し及び大盛り表示への見直しについて周知・徹底し、商慣習の見直しを推進。 - 食べ残し持ち帰りに関する留意事項について「食べ残し持ち帰り促進ガイドライン」に基づき周知。 - mottECC導入事例の知見・ノウハウの周知。 「食品期限表示の設定的ためのガイドライン」の改正内容の周知及び取組の促進。 - 企業における発生抑制等の具体的な取組内容が公表される仕組みの検討。  【拡充】 - ICT、AI等の新技術の活用といったDXの推進による食品ロス削減及び食品寄附の取組の促進。 【食品ロス削減・食品寄附促進アプリ等の活用】		
(4) 実態調査及び調査・研究の推進 【新規】 - 事業者の災害備用食品資材の廃棄物の実態把握と有効活用の検討。 - 家庭系食品ロスの発生要因に応じた効果的な削減策の整理、地域の実情に応じた取組の推進。 【拡充】 - 食品ロス発生量及びその経済損失・環境負荷（温室効果ガス排出量）の推計の継続的な実施。		
(6) 未利用食品等を提供するための活動（食品寄附）の支援等 【新規】 - 食品寄附活動の社会的信頼の向上と活動定着のための「食品寄附ガイドライン」の普及啓発。 - 一定の管理責任を果たすことができるフードバンク活動団体等を特定するための仕組みを構築。 - 社会全体のコンセンサスの醸成等を踏まえ、食品寄附に伴って生ずる民衆責任の在り方について、最終受益者の裾野拡大にも配慮した法整備を講ずることを目指す。 - 食品寄附を行う事業者の取組を促進するため、税制上の取扱いの周知や企業版ふるさと納税を活用した食品寄附の優良事例を発信。 - フードバンク団体等を介した食品寄附を促進するための支援の強化。 		

⑦

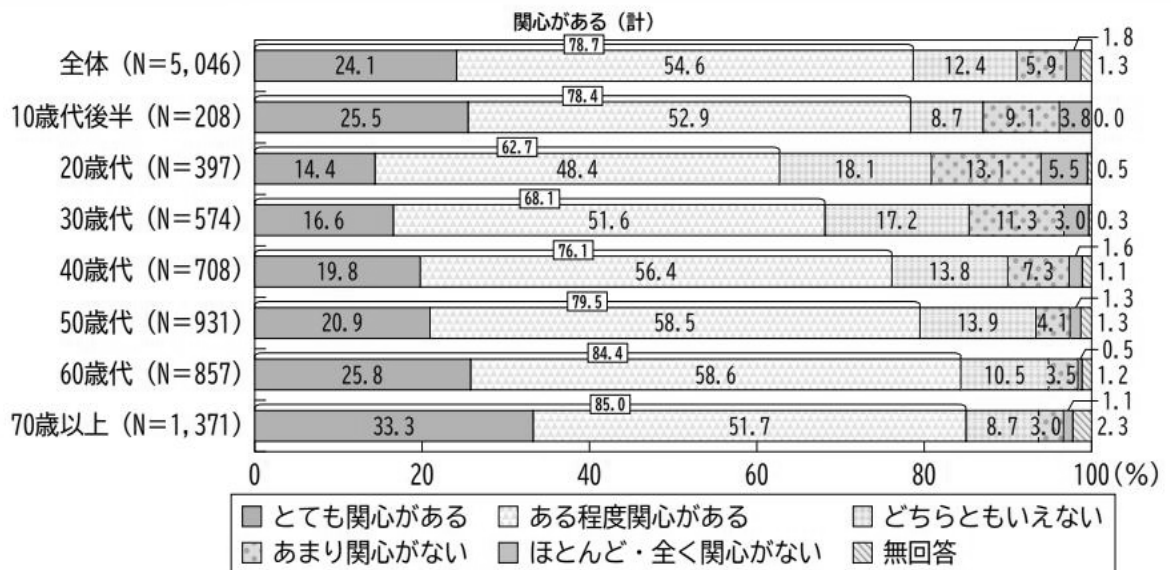
図表 I-2-1-17 各省庁の環境問題に関連する施策

環境省 ・各種計画やガイドラインの作成 ・国民運動「デコ活」 (くらしの10年ロードマップ) ・環境教育の推進 ・住宅のZEH・省CO₂化促進に向けた支援事業 ・J-GBF行動変容WG活動 ・環境ラベル等データベース ・「カーボンフットプリント表示ガイド」 ・広報誌ecojin 等	農林水産省 ・みどりの食料システム戦略 (農産物の環境負荷低減の取組の「見える化」) ・あふの環2030プロジェクト (サステナウィーク、サステナアワードの実施) ・水産エコラベルの活用推進 ・気候変動に適応した品種・技術の開発等	経済産業省 ・GX2040ビジョン ・グリーン成長戦略 ・プラスチック資源循環戦略 ・バイオものづくりによる経済成長と環境課題解決の両立 ・低炭素設備・インフラの整備 ・カーボンフットプリントガイドライン ・成長志向型カーボンプライシングの導入 ・繊維製品の環境配慮設計ガイドライン等
文部科学省 ・学校における環境教育の充実 ・地域等における環境教育の充実 ・持続可能な地域社会の実現に向けた消費者教育及び環境教育推進事業 ・消費者教育フェスタ 等	国土交通省 ・住宅・建築物分野の脱炭素化 ・グリーンインフラ創出に向けた支援 ・GX経済移行債を活用した電動車導入、SAFの製造、ゼロエミッション船の建造等の投資支援 ・エコレールマーク制度 ・グリーンスローモビリティの推進 等	資源エネルギー庁 ・省エネコミュニケーション・ランキング制度 ・先進的CCS支援事業 ・省エネ・地域パートナーシップ (地域の中小企業の省エネ支援) ・省エネラベルの策定・普及 ・省エネ性能カタログ ・水素社会実現に向けた取組 ・家庭用蓄電システムの普及 等

(備考) 複数の省庁が共同して実施・策定する施策・計画を含む。また略称を用いているものを含む。

⑧

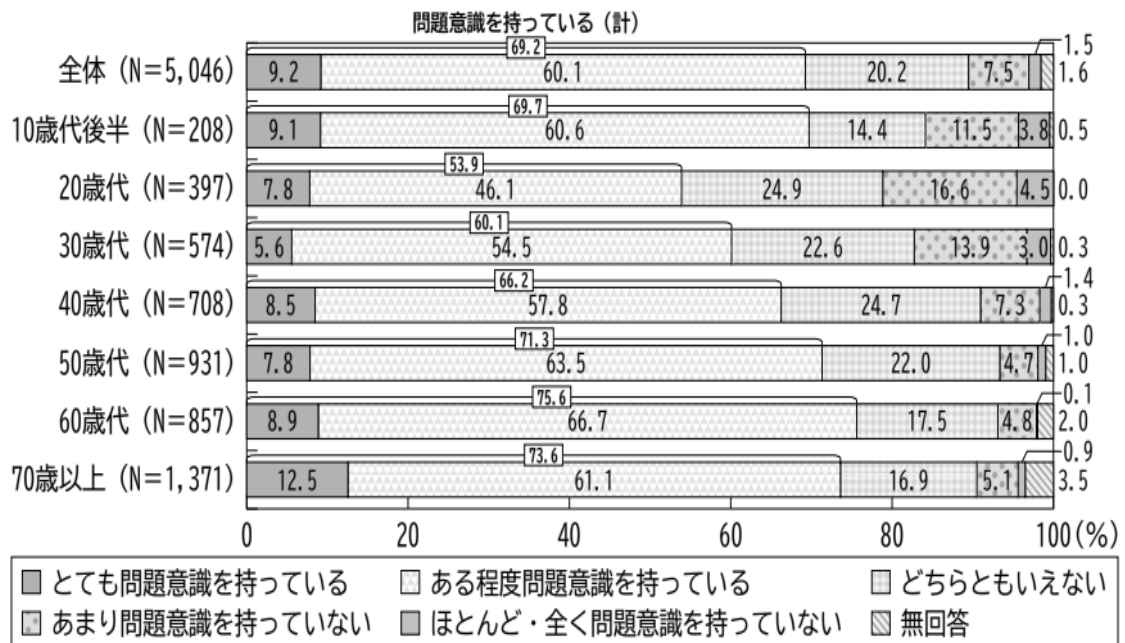
図表 I-2-2-1 環境問題に対する関心の程度 (年齢層別)



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2024年度)により作成。
 2. 「あなたは以下の社会問題について、どの程度関心を持っていますか。」との問いに対し、「環境に関する問題(地球温暖化、気候変動、生物多様性、環境汚染等)」についての回答。

⑨

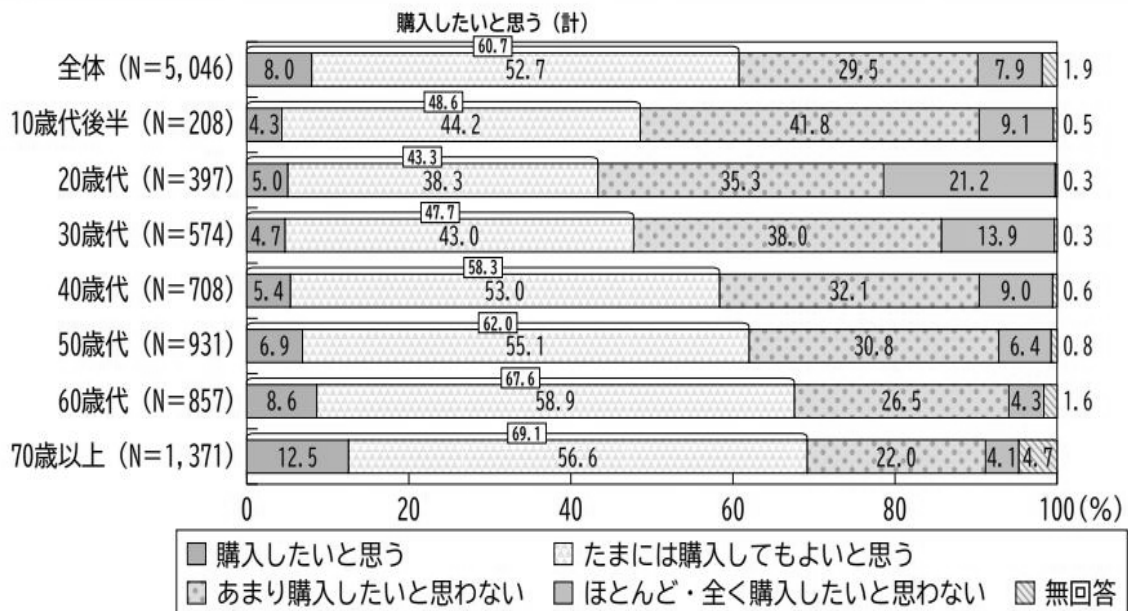
図表 I-2-2-2 環境問題に対する問題意識の程度（年齢層別）



（備考） 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」（2024年度）により作成。
 2. 「あなたは環境問題について、どの程度問題意識を持っていますか。」との問に対する回答。

⑩

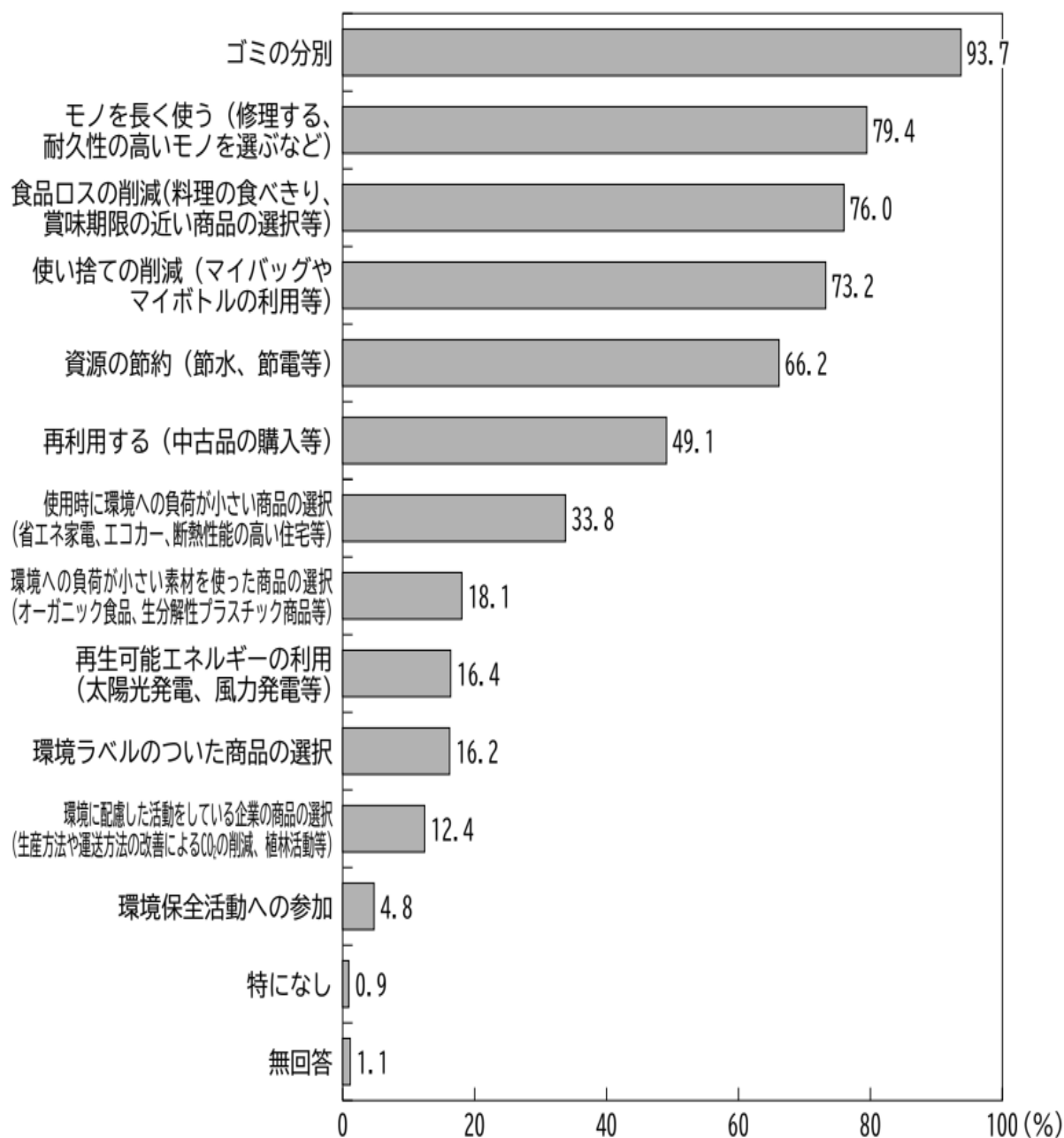
図表 I-2-2-8 多少値段が高くても環境配慮商品を購入したいと思うか（年齢層別）



（備考） 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」（2024年度）により作成。
 2. 「あなたは環境を守るために、多少値段の高い商品でも、環境に配慮された商品やサービスを購入したいと思いますか。」との問に対する回答。

⑪

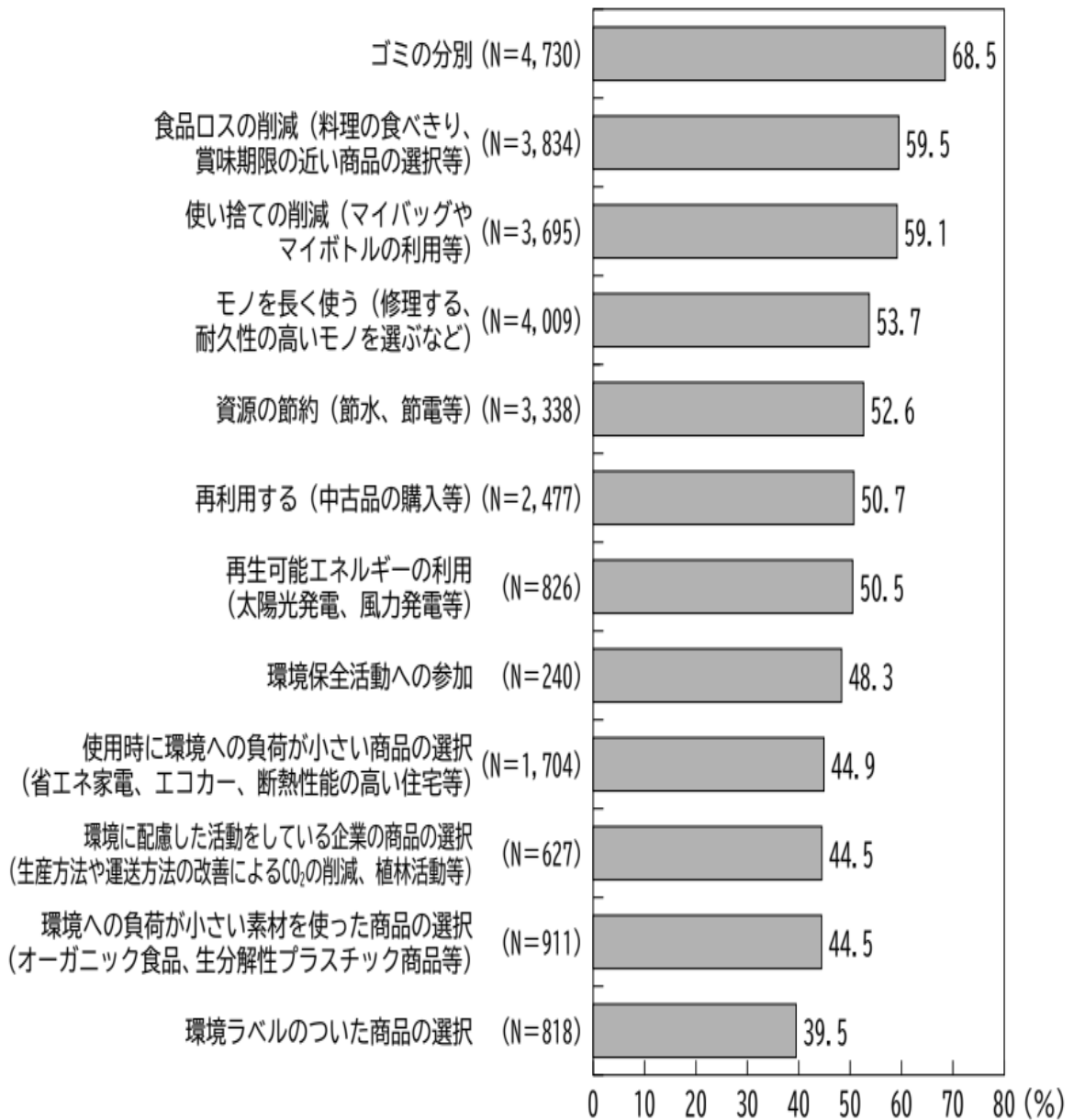
図表 I-2-2-10 日々の生活の中で取り組んでいるもの



（備考） 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」（2024年度）により作成。
 2. 「日々の生活の中で、あなたが取り組んでいるものを全てお選びください。」との問に対する回答が、全体の多い順に表示（複数回答）。
 3. N=5,046

図表 I-2-2-12

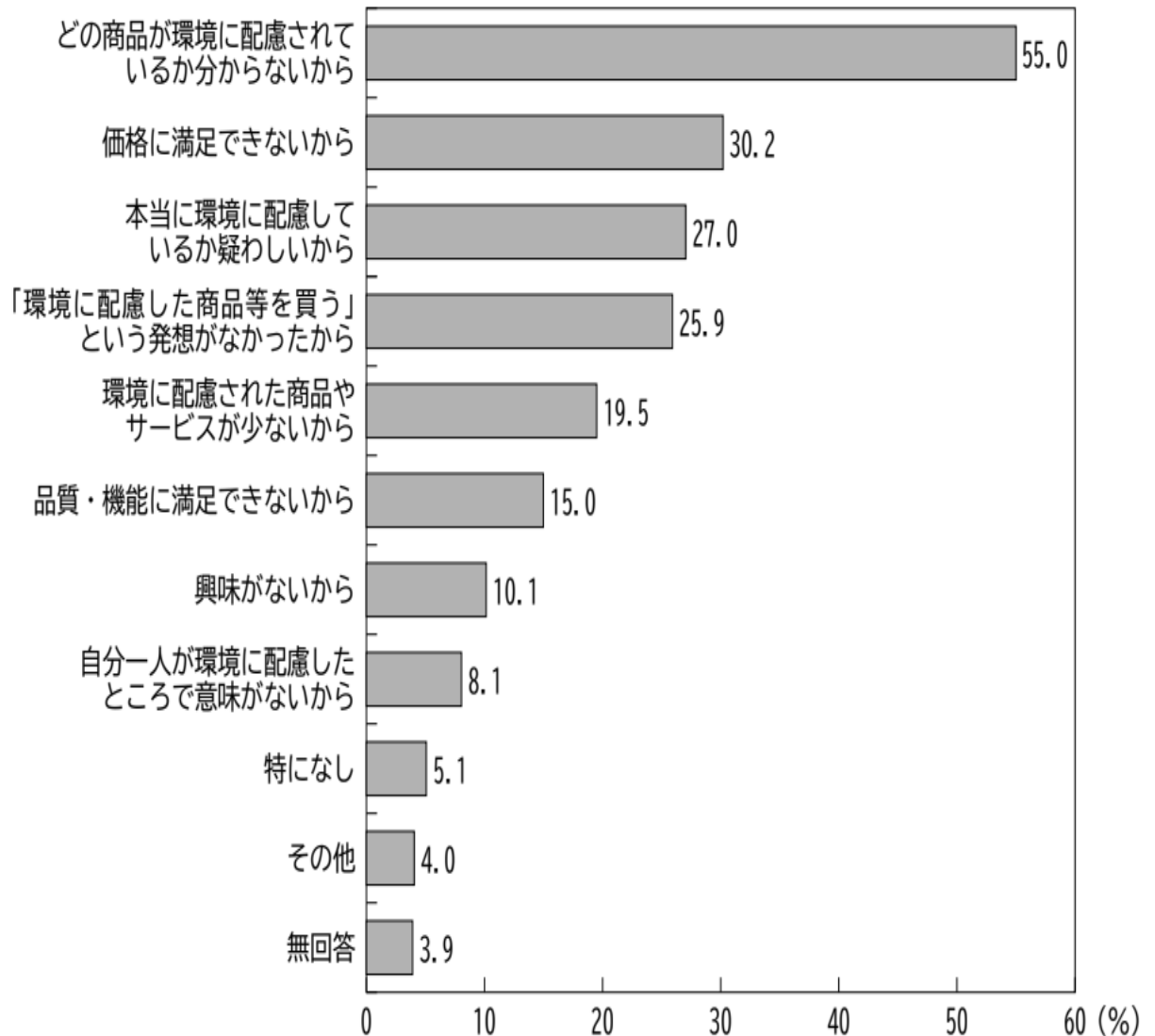
日々の生活の中で取り組んでいるもののうち、環境問題の解決に貢献できたと感じるもの



- (備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2024年度)により作成。
 2. 「日々の生活の中で、あなたが取り組んでいるものを全てお選びください。」との問に対し、「取り組んでいるもの」と回答したもののうち (複数回答)、「環境問題の解決に貢献できたと感じるもの」についての回答 (複数回答)。
 3. 「環境問題の解決に貢献できたと感じるもの」についての回答数を、「取り組んでいるもの」についての回答数で割った数を、全体の多い順に表示。

⑬

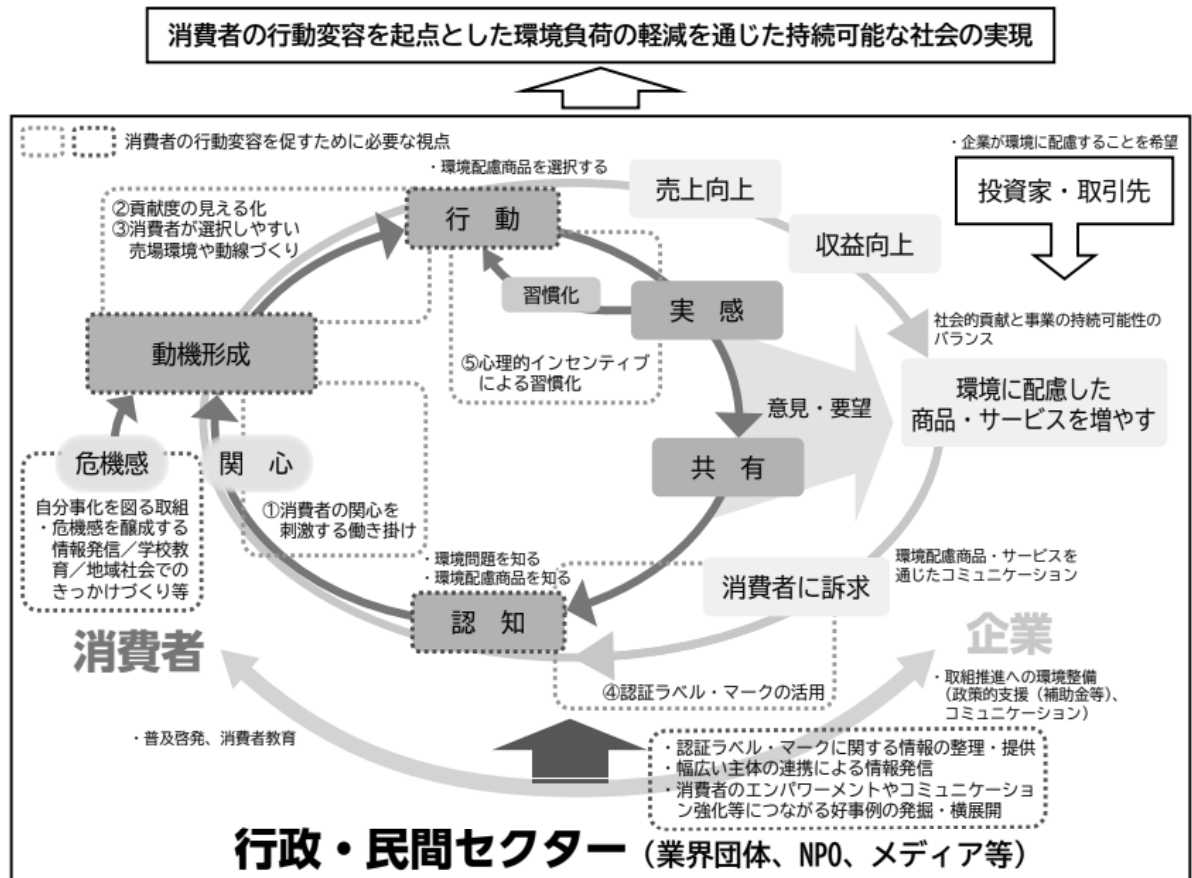
図表 I-2-2-13 環境配慮商品を購入しなかった理由



(備考) 1. 消費者庁「消費者意識基本調査」(2024年度)により作成。
 2. 「環境に配慮された商品やサービスを購入しなかった理由は何ですか。」との問に対する回答数が、全体の多い順に表示(複数回答)。
 3. 母数は、「あなたは日頃、環境に配慮された商品やサービスを、どの程度積極的に購入していますか。」との問に対し、4件法で「あまり購入していない」又は「ほとんど・全く購入していない 分からない」と回答した人。
 4. N=2,149

14

【図表3】環境負荷軽減を通じた持続可能な社会の概念図



15

【図表4】「グリーン志向」の消費者 3箇条

