

アクションプラン（イメージ）

もりあげる

【周知・世論づくり】

- ・関係性を作り出す仕組みづくり
- ・消費活動影響マップの作成
- ・シェアリングエコノミーの活用

お勧めする

【消費者啓発】

- ・市民農園や家庭菜園等を活用した消費者（特に子どもを対象）への農業教育
- ・出前授業、農家との交流（食育の取組の中で実施）
- ・課題マップの作成を通じた課題整理

育てる

【人材育成】

- ・企業における社員研修、福利厚生プログラムへの組み込み
- ・企画力・発信力のある人材の育成

スPENDシフト ～ サステナブルを日常に！～

2025年までに

全ての生活者が、持続可能なサービス・商品を利用する
全ての事業者が、持続可能なサービス・商品を扱う

【発信・ムーブメント
・キャンペーン】

- ・サステナブルデー（仮称）の創設
- ・オリパラ2020、大阪万博等の国際イベントを捉えた発信
- ・海外事例の紹介（問題解決ツールの共有）
- ・持続可能な形で生産された商品や取扱事業者を推奨、顕彰し、シフト
- ・フードマイレージを減らすことに対するポイント化

ほめる

【認証／商品表示】

- ・消費者に分かりやすいサステナビリティ情報の商品表示
- ・購入選択時点で消費者が背景情報を得られる仕組の構築

自慢する

【持続可能な商品づくり】

- ・未利用魚等の利用や消費拡大
- ・資源リサイクル率の向上
- ・廃棄物を資源として循環
- ・持続可能な調達

工夫する

【価値観の転換】

- ・過剰な包装・サービスをしない
- ・量り売りの復活
- ・「売り切れ」を許容する
- ・「今が良ければ」「自分が良ければ」をやめる

やめる

デジタル技術の更なる活用

国・地方公共団体等による支援