

見える化の推進 ～民の力を活用～

みどり戦略を流通事業者へ周知し、理解を得た結果、民による「見える化」の取組に成功。

○ 施策分類

みどりの食料システム戦略

○ きっかけ・背景、課題の把握

みどり戦略を進めるにあたり、「見える化」は重要な取組。
生産者だけではなく、流通・小売業者に「みどり戦略」を周知し「見える化」農産物を積極的に取り扱ってもらわなければ、消費者の理解醸成はもとより、生産者の取組拡大に繋がらない。

○ 取組の内容

消費者の「見える化」の理解醸成に当たっては、身近な売り場で「見える化」農産物が販売されなければならない。

流通・小売を担う各企業がCO2排出量削減対策等、既に環境に配慮した取り組みを行っていることに着眼、「見える化」農産物を取り扱う事による消費者アピールを提案。

○ 効果・成果、今後の方向性

流通・小売業者へ農産物の環境負荷低減の取組である「見える化」の協力依頼を行った結果、事業者の理解により、仕入先（生産者）への周知を行うとともに、全国のグループ店舗において「見える化」農産物が販売されることになった。

今後、生産及び流通・小売事業者の理解醸成による相乗効果により、消費者の理解醸成が図られ、系統出荷等においても多くの「見える化」農産物が流通することを期待。



【見える化の説明】



【みえるらべる】

体制図（見える化の狙い）

