

この情報は、Innova Market Insights社のデータベースを利用して当財団が独自で作成したものです。当財団はこの情報を用いて行う判断について責任を負うものではありませんので、ご了承の上ご活用ください。

日本と海外のサステナブル比較(アメリカの場合)

「購入」に対する消費者意識 自己完結 VS 社会貢献



日本では、購入＝自己完結であるという消費者意識が強く、社会への影響や貢献はそこまで意識されない傾向にある。そのため、「サステナブル」に対する行動は消費者より企業が積極的であることが多い。



アメリカでは、購入＝社会貢献であるという消費者意識が強く、消費者一人一人が「自分がモノを買うことが社会にどのように影響するか」を意識した購買決定をする傾向にある。そのため、企業はいかに消費者に選ばれる社会貢献(例:「サステナブル」)な取り組みをしているかが問われる。



アメリカ企業のサステナブルな取り組み発信例

捨てられるはずだったカカオ豆をコールドプレスして作ったカカオジュース。自社のサステナブルにおけるミッションが書かれている。

WE UPCYCLE THE WHOLE CACAO POD
SHELL + FRUIT + BEANS
TO ELEVATE YOUR DAILY NUTRITION

SUSTAINABILITY MISSION

THE CHOCOLATE INDUSTRY WASTES 70% OF THE CACAO POD USING THE BEANS ONLY. BLUE STRIPES UPCYCLES THE WHOLE CACAO SHELL + FRUIT + BEANS TO MAXIMIZE ITS SUPERFOOD BENEFITS.

Blue Stripes Just Cacao Superfruit Flavored Cacao Water

アメリカ, Sep 2023 [VIEW DETAILS](#)

チョコレートの製造には、カカオの豆だけを使用し他の部分である70%は捨てられています。Blue Stripesは、スーパーフードであるカカオの皮、果肉、豆すべてをアップサイクルすることをサステナブルにおけるミッションとしています。

Organics Happy Farmed For Our Future

アメリカ, Jul 2021 [VIEW DETAILS](#)

環境再生型農業は、大気中の炭素を吸収する健全な土壌を構築することで、気候変動を逆転させるための解決策の一部です。プラスチック包装はまだリサイクルできませんが、Happy Familyはそれを変えるために一生懸命働いています。

再生可能農業を活用した梨、カボチャ、オーツ麦のベビーフード。自社での取り組みに加え、包装資材についても現状を明確に公表することで透明性がUPする。



利便性・多機能を考えた製品 VS 多種多様な製品



利便性・多機能を考えた製品が多く、「商品がダメージを受けないように、消費者に良いものを届けたい」という常に消費者目線に立った企業マインドが特徴的。突発的に打ち出された革新的な製品というよりは、長年ある製品に改良を重ねたものが多い。



多様な価値観が混在しているアメリカでは、伝わりやすいシンプルなメッセージを書く必要がある。革新的な製品から保守的な製品まで地域によって多種多様な製品のニーズが存在し、一度市場にフィットすると製品が長く愛用されることが多い。

(引用)レポート「日本からアメリカ市場への進出戦略」



便利である一方、「過剰包装」と捉えられるケースも

高品質で使いやすい日本製品が世界で評価される一方、過剰包装であるという声も。特に欧州では、プラスチックごみを減らすための取り組みとして詰め替えや無包装の商品棚が増えている。



イギリスのローカルスーパーに設置された量り売り方式の装置(写真はオートミール)。顧客は持参の容器に好きな量を詰めて持ち帰る。量り売りは食料品だけでなく、シャンプーやコンディショナー、各種洗剤も対象。



すべて“量り売り”イギリス最新買い物スタイル | NHK | ビジネス特集 | 環境



包装されていない新鮮な農産物。顧客は好きな個数をまとめ売りと同じ単価で購入できる。



オランダのレストランに併設されたハーブ栽培場所。店内で栽培されている。

海外のサステナブルの事例

①オーストラリア・インド



String bio社とwoodside energy社、メタンガスから作られる持続可能な原料で提携(2022年7月)

String Bio社の技術は、生物学、発酵、化学、プロセス工学を統合し、メタンをタンパク質原料、農作物投入資材、生分解性ポリマーなどの製品に変換することで世界的な脱炭素目標の達成にも貢献している。

②ドイツ



Andechser Natur Bio Milch 3.8 Percent Fett: Organic Milk With 3.8 Percent Fat

ドイツ, May 2022

[VIEW DETAILS](#)

ロングライフのオーガニック牛乳。気候変動に対応する農家として、クローバーを育てるなどして、土壌の腐植土増加を促進しています。クローバーは腐植土を増やすはたらきがあり、私たちの牛に最高の有機飼料を提供します。

③イギリス



Yew Tree Dairy Fresh Whole Milk

イギリス, May 2022

[VIEW DETAILS](#)

地元の農家に公正な価格を提供し、顧客に十分な保存期間を提供することに取り組んでいます。1日あたり100,000本生産することで、運送負担を減らし、環境への影響を減らすことができます。



グリーンウォッシング…環境配慮をしているように装いごまかすこと。うわべだけの環境訴求を表す。

「グリーンウォッシング」への厳しい目

【例】ノルウェーの消費者庁がファストファッション「H&M」に対して違法なマーケティング手法の疑いを指摘(2019年6月)



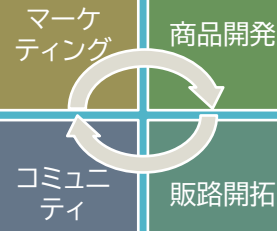
H&Mは、自然由来の綿やリサイクル可能なポリエステルなどをすべてのラインナップに使用したコレクション「Conscious(コンシャス)」を発売。サステナブルファッションとして大々的に広告宣伝を行ったが、これに対してノルウェー消費者庁は、素材の含有量など具体的にどう持続可能なのかを示す情報が不足しており、サステナブルであるという印象へと誤認させている、つまりグリーンウォッシングではないかと指摘した。

[H&M Case Shows How Greenwashing Breaks Brand Promise \(forbes.com\)](#)

欧州企業が本気でサステナビリティに取り組む背景にはEU全体の政策も関係しているが、欧州消費者のサステナビリティに対する関心・熱意が、アメリカ同様に企業を動かす一因となっている。こうしたことから、欧州ではマーケティングの一環ではなく、実績や数字を用いて取り組みを明示する企業が増えている。

- ・コーディネーター・専門家による助言
- ・Tremaでの市場マーケティング

- ・サステナブル食品開発・認証取得補助金



商品開発
補助金額 300万円

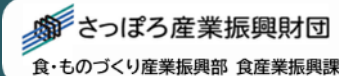
販路開拓
補助金額 200万円

- ・食関連事業者とのネットワーク機会創造

- ・商談会・展示会出席支援
- ・テスト販売

お申込み・お問合せ先

TEL : 011-820-2062
E-mail : food_kikaku@sec.or.jp
HP : <https://sec.or.jp/hanro-kakudai/>



参考データ

- ・Innova Database
- ・Innova Reports:「[FNPTNew_Product_Trendspotting_Latest_Global_Trends_in_Sustainability](#)」

Planet Epic Caramelised Biscuit Vegan Ice Cream

ギリシャ, Sep 2023

[VIEW DETAILS](#)

100%植物由来のアイスクリーム。ギリシャ初の植物性アイスクリーム会社。世界初の植物由来・地球にやさしいカーボン・マイナス・アイスクリーム。ヴィーガンの方にも最適です。

「Look behind the label(製品の背景にある私たちの取り組みを見てください!)」とインパクトのあるメッセージで他社と差別化



Marks And Spencer Food Apple And Cinnamon Crunch

イギリス, Oct 2023

[VIEW DETAILS](#)

英国の他のどの小売業者よりも紅茶とコーヒーのフェアトレードプレミアムに貢献しているため、農家は将来により多くの投資を行うことができます。Marks and Spencerは、2040年までに排出する温室効果ガスよりも多くの温室効果ガスを大気中に追加しないことで、ネットゼロエミッションを目指しています。2025年までに、動物飼料に使用される大豆と製品にパーム油を調達するための森林破壊をゼロにすることを約束しています。

