



2400 executives

650 companies

70 countries

**1 global network**

[www.theconsumergoodsforum.com](http://www.theconsumergoodsforum.com)



# THE ORGANISATION

The Consumer Goods Forum (以下、フォーラム)は、グローバルな消費財流通業界のネットワークです。その中で小売業とメーカーは対等な立場を有し、会員企業が直接駆動力となり活動しています。また、世界 70 国からおよそ 650 社以上にのぼる民間企業の CEO およびシニア・マネジメント層による人的ネットワークを構築しており、小売業とメーカーに加え、サービスプロバイダー、関連企業や団体も会員になっています。そのため、業界における地理的な面、企業規模の面、ビジネス領域的な面や業態的な意味合いにおける多様性等をうまく反映しているといえるでしょう。現在の会員企業の売上高を合計すると 2.1 兆ユーロという規模です。

フォーラムは 2009 年 6 月に CIES - The Food Business Forum、Global Commerce Initiative (GCI)、Global CEO Forum という 3 つの組織が合併し、誕生しました。運営方針は、小売業とメーカーの最高経営責任者 (CEO) や会長を含む 50 名で構成された理事会により決定されています。

フォーラムはナレッジの交換やイニシアチブのためのユニークでグローバルなプラットフォームを提供しています。そして現在の消費財流通業界における発展にはかせない 5 つの課題、「新たな業界共通トレンド」、「サステナビリティ」、「セーフティ&ヘルス」、「更なる基本業務遂行力 — ニュー・ウェイズ・オブ・ワーキング・トゥギャザー」を軸に活動を展開しています。

フォーラムが掲げるビジョンは“Better lives through better business” (より良いビジネスを通してより良い暮らし) です。これを実現させるため、非競争分野における協働作業の改善を焦点に、主要戦略的課題及び業務プロセスにおける共通認識を確立するという使命を会員企業から託されています。業界を代表する会員企業の積極的な働きかけがフォーラムの原動力となり、協働することによって、バリューチェーンにおける実践的ベストプラクティスの形成、及び定着を推進していきます。

パリに本部を置き、ワシントン D.C. と東京にオフィスを構え、世界中の会員の皆様により多くのサービスを提供します。

## OUR VISION

**“Better lives through better business” (より良いビジネスを通してより良い暮らしを)**

※「当業界のビジネスを様々な観点でより良くしていくことで、消費者の皆様により良い生活環境をご提供していきます」という意味合いを、シンプルに表しています。

## OUR MISSION & GUIDING PRINCIPLES

Mission: **“Working together to enable the industry to passionately serve shoppers, consumers and communities better, faster, with great value and in a responsible way.”**

※「業界として、社会的責任を果たしながら、購買者、消費者、そしてコミュニティに対して、より良くより早い段階で新しい価値を提供できるように強い意思をもって協働すること」という意味です。

Guiding Principles: **“A Collaborative Leadership Platform”**

※「協働することで当業界をリードしていく場」といった意味合いです。

### 協働の精神:

- The Consumer Goods Forum は業界共通課題を協働で定義した上で、解決策を協働で議論し実行に移すとともにその結果を定量的に検証していきます。

### 焦点を絞った戦略的活動:

- The Consumer Goods Forum は、業界の将来を見据えて会員が設定した「5 つの戦略的課題」に則った活動を展開します。  
- 活動原則に則って、その実用化を推進し、その効果を検証します。

### 包括的活動:

- The Consumer Goods Forum は、消費財流通業界における地理的な面、企業規模の面、ビジネス領域的な面、そして業態的な意味合いにおける多様性などを広く考慮した活動を進めます。  
- 消費財を扱う企業であれば、その企業規模に関わらず全てにオープンに門戸を広げています。

### 運営体制

- The Consumer Goods Forum はリーンな運営体制を進めています。  
- プロフェッショナル性、業務遂行力、エネルギー的な行動力において妥協しないスタッフにより運営されます。  
- 会員企業の直接的な参画を広く促すとともに、活動結果の実用化を推進します。

### コミットメント

The Consumer Goods Forum は会員企業の皆様の組織です。その意識をもっていただけるように運営いたします。

# THE BOARD OF DIRECTORS

## 理事一覧

Co-Chair Retailer College:  
Lars OLOFSSON, Carrefour, France

Co-Chair Manufacturer College:  
Muhtar KENT, Coca-Cola, USA

- Gareth ACKERMAN, Pick n Pay, South Africa
- Arturo BASTIANELLO, Gruppo Pam, Italy
- Pierre-Olivier BECKERS, Delhaize, Belgium
- Kenneth BENGTSOON, ICA, Sweden
- Kian Chew TAN, NTUC Fairprice, Singapore
- Eckhard CORDES, Metro, Germany
- Dave DILLON, Kroger, USA
- Klaus DOHLE, Dohle, Germany
- Mike DUKE, Wal-Mart, USA
- Claude HAUSER, Migros, Switzerland
- Norio HAYASHI, Izumiya, Japan
- Craig HERKERT, SuperValu, USA
- Xiao An Ji, Beijing Hualian, China
- Michael KOK, Dairy Farm, Hong Kong
- Terry LEAHY, Tesco, UK
- Michael LUSCOMBE, Woolworths, Australia
- Bill McEWAN, Sobeys, Canada
- Motoya OKADA, Aeon, Japan
- Stefano PESSINA, Alliance Boots, UK
- Mark PRICE, Waitrose, UK
- Gonzalo RESTREPO, Almacenes Exito, Colombia
- John RISHTON, Ahold, The Netherlands
- Francisco SOARES DOS SANTOS, JMR, Portugal
- Danny WEGMAN, Wegman's, USA

- Guido BARILLA, Barilla, Italy
- Alex BONGRAIN, Bongrain, France
- Jean-François VAN BOXMEER, Heineken, The Netherlands
- Paul BULCKE, Nestlé, Switzerland
- Douglas CONANT, Campbell Soup, USA
- Colleen GOGGINS, Johnson & Johnson, USA
- Masatoshi ITO, Ajinomoto Co., Japan
- H. Fisk JOHNSON, SC Johnson, USA
- Kazuyasu KATO, Kirin, Japan
- Jean-Jacques LEBEL, L'Oréal, France
- Robert A. McDONALD, Procter & Gamble, USA
- David MACKAY, Kellogg, USA
- Indra K. NOOYI, PepsiCo, USA
- Motoki OZAKI, KAO, Japan
- Paul POLMAN, Unilever, The Netherlands/UK
- Kendall POWELL, General Mills, USA
- Thomas-Bernd QUAAS, Beiersdorf, Germany
- Franck RIBOUD, Danone, France
- Kasper RORSTED, Henkel, Germany
- Irene B. ROSENFELD, Kraft Foods, USA
- Sara Lee Corporation, USA
- Daniel SERVITJE, Bimbo, Mexico
- Timothy SMUCKER, The JM Smucker, USA
- Richard WOLFORD, Del Monte Foods, USA

## OUR STRATEGIC OFFER

The Consumer Goods Forum は消費財流通業界の発展に向け、重要と考えられる5つの課題を軸に活動していきます。

5つの戦略的課題とは:

- 1. Emerging Trends**  
新たな業界共通トレンド
- 2. Sustainability**  
サステナビリティ
- 3. Safety & Health**  
サーフェティ&ヘルス
- 4. Operational Excellence - New Ways Of Working Together**  
更なる基本業務遂行力  
ニュー・ウェイズ・オブ・ワーキング・トゥギャザー
- 5. Knowledge Sharing & People Development**  
知識共有と人材育成

# THE 5 STRATEGIC PILLARS

5つの戦略的課題のご紹介



## EMERGING TRENDS 新たな業界共通トレンド

### 目的:

「新たな業界共通トレンド」の目的は2つあります。

1つは、今後10年間、業界の在り方に影響を及ぼすと予測される業界共通トレンドを明確にし、優先付けをすることです。2つ目は、移り変わる世の中で業界が繁栄し続け、購買者や消費者のニーズに応え続けられるよう、様々なプログラムを立ち上げることです。「新たな業界共通トレンド」は当フォーラムのシンクタンクとしての役割も担っています。

### フューチャー・バリュー・チェーン 2020

このプロジェクトは、当業界の長期的かつ健全な発展を目指し、今後10年間にわたって業界が直面する事柄についてどう取り組むべきかなど、参加者間で活発に話し合ってくださいことがコアになっています。「フューチャー・バリュー・チェーン 2020プロジェクト」では2011年1月に最新の報告書、「今後10年間の戦略を構築する」を発表しました。この報告書には、業界の新たなトレンドや、会員企業が参加し協働することができるプログラム等について書かれています。

▷ [s.ritter@theconsumergoodsforum.com](mailto:s.ritter@theconsumergoodsforum.com)

### 2020 FUTURE VALUE CHAIN STEERING GROUP

#### Co-Chairmen:

**Nigel BAGLEY**, Unilever

**Dr. Gerd WOLFRAM**, Metro

**Saliha BARLATEY**, Nestlé

**Jim FLANNERY** and **Milan TURK**, Procter & Gamble

**Helen FLEMING**, Tesco

**Philippe LAMBOTTE**, Kraft Foods

**John PHILLIPS**, PepsiCo

**Tony VENDRIG**, Albert Heijn

#### Programme Management:

**Sabine RITTER**, The Consumer Goods Forum

**Kees JACOBS**, **Brian GIROUARD** and **Micha van MEETEREN**, Capgemini

**Mario VOLLBRACHT**, Hewlett Packard



## SUSTAINABILITY サステナビリティ

### 目的:

当フォーラムの戦略的課題の一つである「サステナビリティ」では、サステナビリティにおける改善の推進を行っています。そしてサステナビリティの活動が消費財流通業界のバリューチェーン全体に広く伝わるよう、次の取り組みをしています。

- 業界が直面するサステナビリティの課題に向けて取り組む。
- 倫理的供給などの非競争分野においてグローバル・アラインメントをはかり、任意で採用できるグローバル・スキームを導入する。
- 当業界におけるサステナビリティの改善値を測定する方法論や基準の作成及び統一を行う。

### サステナビリティ・ステアリング・コミティ

このコミティの主な役目は「サステナビリティ」における優先課題を明確にし、それに見合った対策をフォーラムの理事に提案することです。具体的には、サステナビリティにおける進行中のプロジェクト並びに今後取り組むプロジェクトの司令塔となること、そして当業界におけるサステナビリティの動向をフォーラムの理事会に報告することです。そしてそれぞれの企業でフォーラムのサステナビリティ・プロジェクトを率先して導入し、業界全体にも広く浸透するよう、推進をしていきます。

▷ [s.ritter@theconsumergoodsforum.com](mailto:s.ritter@theconsumergoodsforum.com)

### SUSTAINABILITY STEERING COMMITTEE

#### CO-CHAIRMEN:

**Gavin NEATH**, Unilever

**David NORTH**, Tesco

**Ramon BACARDIT**, Henkel

**Nigel BAGLEY**, Unilever

**Richard DELANEY**, PepsiCo

**Véronique DISCOURS-BUHOT**, Carrefour

**Helen FLEMING**, Tesco Stores

**Paulette FRANK**, Johnson & Johnson

**Pascal GRÉVERATH**, Nestlé S.A.

**Megan HELLSTEDT**, Delhaize Group

**Diane HOLDORF**, Kellogg Company

**Michael INACKER**, Metro Group

**Audra KARALIUS**, Sara Lee

**Chris LIBRIE**, S.C. Johnson

**Jerry LYNCH**, General Mills

**Lynn MARMER**, The Kroger Co.

**Francis QUINN**, L'Oreal

**Jeff RICE**, Wal-Mart

**Jeff SEABRIGHT**, The Coca-Cola Company

**David SMITH**, Sobeys

**Andrea THOMAS**, Wal-Mart

**Luca VIRGINIO**, Barilla

**Roland WAARDENBURG**, Royal Ahold

**Peter WHITE**, The Procter & Gamble Company

**Steve YUCKNUT**, Kraft Foods

**Jean-Marc SAUBADE**, The Consumer Goods Forum

**Sabine RITTER**, The Consumer Goods Forum

## 気候変動に関するプログラム

気候変動は戦略上大きな脅威の一つであり、消費者と居住環境、我々のビジネス環境、そして経済・社会全体にまで影響を及ぼしかねません。

理事会では以下3つの要素を基にした取り組みを行うことに決定しました。

### ワークフロー 1: 炭素測定

#### 目標:

個々の消費財やそのライフサイクルが環境と社会に与える悪影響を明瞭にすることで、バリューチェーン全体におけるサステナビリティの効率向上を目指します。まずは炭素に焦点を当てて取り組んでいます。

#### 目的:

CO2 やその他の温室効果ガス(GHG)の排出量を計測する世界共通なシステムを作ります。

計測には、業務活動から直接排出されるガスの他、商品のライフサイクルやサービスの提供から発生するガスも含まれます。当面は温室効果ガスを中心に取り組み、将来的には水など、他のサステナビリティの課題にも取り組む予定です。

### ワークフロー 2: サプライチェーン上の重点ポイント(森林破壊と冷媒ガス)

サステナビリティ・ステアリング・グループではサプライチェーン全体の中で温室効果ガスが顕著に発生するポイントを特定しました。そして、フォーラムとの協働作業により、最も改善の効果が期待できる箇所を優先して取り組んでいます。まずは**森林破壊と冷媒ガス**の二つに焦点を当てた取り組みを行っています。

#### 森林破壊

温室効果ガス総排出量のおよそ 20%は森林破壊によるものです。森林破壊の原因は様々ですが、一般的には大豆やアブラヤシの栽培、紙や板の製造、と牛の飼育が主な原因だと認識されています。これらは、ほとんどの消費財流通企業がサプライチェーン上で使用しているものです。

そこで、2010 年 11 月の理事会では、各企業が協働し、2020 年までに森林減少をネットでゼロにすることを目指すことに決めました。企業は**各企業内**の取り組みの他、政府や WWF のような NGO などと連携を取りながら、**協働**の上、実現を目指します。パーム油、大豆、牛肉、紙と板など、各材料がそれぞれ抱える調達課題に合わせて、期限を設けたコスト効率のよい実行プランを作成し、実施していきます。

#### 冷媒ガス

冷媒ガスも温室効果ガスの要因の一つであり、増加傾向にあります。これは、現時点で一般的に採用されているガスのハイドロフルオロカーボン(HFC)が二酸化炭素より 1400 倍も強力な温室効果ガスだからです。HFC は現在、温暖化要因の 1.5%を占め、対策を取らない限り 2050 年には 6-9%に増加する恐れがあります。

The Consumer Goods Forum の理事は 2011 年 11 月の理事会で、この問題の対策を取ることを決め、実行プランの内容に合意しました。まず、ハイドロフルオロカーボン(HFC)やその誘導体は温室効果ガスの大きな原因の一つであり、増加傾向にあるということを認知しました。そして、各企業が 2015 年までに HFC 冷媒ガス使用を段階的に廃止することを決めました。具体的には、HFC に代わる自然冷媒ガスの使用が合法である地域において、できる限り自然冷媒ガスを使用した自販機等や業務用冷蔵庫へ買い替えていく方法があげられています。

### ワークフロー 3: 消費者の参加を促進する

消費者は環境、気候保全、そして熱帯雨林などのハビタットの消耗について関心を持っています。消費者の参加を促進するには、消費財流通業界の企業が使用する専門用語を統一することが必須条件となります。消費者に「意味のある行動」への参加を積極的に行ってもらえるよう、法人企業用向けの用語辞典が作成される予定です。

▷ [s.ritter@theconsumergoodsforum.com](mailto:s.ritter@theconsumergoodsforum.com)

## グローバル・パッケージング・プロジェクト

グローバル・パッケージング・プロジェクトでは、パッケージングにおけるサステナビリティについて、十分な情報と共に意義のある話し合いができるよう共通言語の確立を行っています。これにより、業界の垣根を越えた影響力のある協働活動へとつなげていきます。

▷ r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com

| GLOBAL PACKAGING PROJECT (GPP)  |  |   |   |
|---|--|---|---|
| <b>Co-Chairman:</b><br><b>Roger ZELLNER</b> , Kraft Foods<br><br>AIM<br>AMAZON GREEN<br>AMCOR<br>APPLIED SUSTAINABILITY<br>CENTER<br>ARCELORMITTAL PACKAGING<br>ASDA<br>AUSTRALIAN FODD AND<br>GROCERY COUNCIL<br>BALL PACKAGING EUROPE<br>HOLDING<br>BEIERSDORF<br>BERRY PLASTICS<br>CALPINE<br>CAMPBELL<br>CANADIAN COUNCIL OF<br>GROCERY DISTRIBUTORS<br>CARREFOUR<br>CASCADES<br>CENTER FOR SUSTAINABLE<br>ENTREPRISE DEVELOPMENT<br>COLGATE PALMOLIVE<br>CONAGRA FOODS<br>CROWN Europe<br>DANONE<br>DAWN FOODS<br>DEGILL<br>DEPRON<br>DORDAN MFG | DOW CHEMICAL<br>DOW EUROPE<br>DUPONT<br>ÉCO ENTREPRISES QUÉBEC<br>ENVIRONMENTAL CLARITY<br>EPI<br>EUROGROUP FAR EAST<br>EUROOPEN<br>EXXONMOBIL CHEMICAL<br>FILMS<br>FCPC - PACC<br>FEFCO<br>FEVe<br>FINAT<br>FLEXIBLE PACKAGING EUROPE<br>FMI<br>FREUDENBERG<br>FRITOLAY<br>GENERAL MILLS, INC<br>GEORGIA-PACIFIC<br>GIANT EAGLE<br>GMA<br>GREEN PEAS SOLUTIONS LTD.<br>GROCERY MANUFACTURERS<br>ASSOCIATION<br>GS1 Canada<br>GS1 GLOBAL OFFICE<br>GS1 US<br>GSK<br>HANNAFORD<br>HARRIS TEETER<br>HEINEKEN | HENKEL<br>IGD<br>INCPEN<br>INNOVIA FILMS<br>INNOVOLVE GROUP<br>INNVENTIA<br>JM SMUCKER<br>JOHNSON & JOHNSON<br>KAO CORPORATION<br>KELLOGG<br>KRAFT FOODS<br>L'OREAL<br>LOBLAW COMPANIES LIMITED<br>MARKS & SPENCER<br>MARS<br>MCCORMICK & COMPANY,<br>INC<br>MCKINSEY<br>METRO<br>MICHIGANN STATE<br>UNIVERSITY<br>MIGROS<br>MSD<br>MWV<br>NATURE WORKS LLC<br>NESTLE GROUP<br>NOVELIS<br>O-I, OWENS ILLINOIS INC.<br>OCEAN BEAUTY SEAFOODS LLC<br>PAC<br>PAYLODE CARGO SYSTEMS | PEPSICO<br>PICK'N PAY<br>PMMI<br>PROCTER & GAMBLE<br>QUANTIS<br>RAMKO<br>RECKITT BENCKISER INC<br>RECYCLED PAPERBOARD<br>ALLIANCE<br>REXAM<br>ROCHESTER INSTITUTE OF<br>TECHNOLOGY<br>ROYAL AHOLD<br>SAFEWAY<br>SARA LEE<br>SC JOHNSON<br>SCA PACKAGING<br>SEALED AIR CORPORATION<br>SIG COMBIBLOC<br>SMURFIT KAPPA<br>SOBEYS INC<br>SONOCO<br>SPC - GREEN BLUE<br>STAPLES<br>STORA ENSO LATIN AMERICA<br>DIVISION<br>SUPERVALU<br>SUPPLY CHAIN OPTIMIZERS<br>TARGET<br>TESCO STORES<br>TETRA PAK<br>THE COCA-COLA COMPANY<br>THE PACKAGING SOCIETY |

## グローバル・ソーシャル・コンプライアンス・プログラム

2006年の終わりにスタートした GSCP は、企業が直接原動力となっているプログラムであり、グローバルなサプライチェーンにおける労働条件・環境の継続的な改善を目指しています。GSCP は企業による、企業のためのプログラムです。グローバルな企業は、製品や原材料を調達する原産地が共通しています。倫理的、社会的、そして環境面でのサステナビリティに対して企業同士が協働して取り組むために、このプログラムが立ち上げられました。各企業がこれまで行ってきた取り組みをコンセンサスとベストプラクティスを基に一体化させ、各企業にとって持続可能であるグローバルなアプローチを目指しています。

GSCP は、業界の垣根を越えてナレッジやベストプラクティスの交流がもてるグローバルなプラットフォームを提供することで、従来の社会及び環境コンプライアンス・システムに比較性と透明性をもたらします。GSCP では、ベストプラクティスを基にした参照ツールとプロセスの作成に取り組んでいます。これにより、サプライヤーレベルでの実施を可能とし、労働や環境条件に関する世間一般的な共通認識がわかるようになります。また、GSCP 参照ツールをベンチマークとして用いることにより等価プロセスができ、結果的に原料の調達もシンプルになります。

GSCP が最終的に目標としていることは、コンプライアンスに反する行為の根本的原因の解決に向けて、サプライヤーの自覚を高めることです。サプライヤー側の対応能力を高め、業界で共通して活用できるガイドラインを作成するためのワーキング・グループを立ち上げます。

▷ [www.gscpnet.com](http://www.gscpnet.com)

▷ [gscp@theconsumergoodsforum.com](mailto:gscp@theconsumergoodsforum.com)

| GLOBAL SOCIAL COMPLIANCE PROGRAMME   |  |
|--|--|
| GLOBAL SOCIAL COMPLIANCE PROGRAMME<br>BOARDS   | GLOBAL SOCIAL COMPLIANCE PROGRAMME<br>TASK FORCE   |
| <p><b>Executive Board</b><br/>Acting Chair: <b>Marcela MANUBENS</b>, Phillips-Van Heusen, USA</p> <p><b>Paul DEARMAN</b>, Tesco, UK<br/><b>Véronique DISCOURS-BUHOT</b>, Carrefour, France<br/><b>Alan HASSENFELD</b>, Hasbro, USA<br/><b>George JAKSCH</b>, Chiquita, USA<br/><b>Rajan KAMALANATHAN</b>, Wal-Mart Stores, USA<br/><b>Zoe McMAHON</b>, Hewlett Packard, USA<br/><b>Greg PRIEST</b>, Ikea, Sweden<br/><b>Johann ZÜBLIN</b>, Migros, Switzerland</p> <p><b>Ex-Officio:</b><br/><b>Claudine MUSITELLI</b>, The Consumer Goods Forum</p> <p><b>Advisory Board</b><br/>Chairman: <b>Antoine BERNARD</b>, FIDH, France</p> <p><b>Alke BOESSIGER</b>, UNI Commerce, Switzerland<br/><b>Amir DOSSAL</b>, United Nations Office for Partnerships, USA<br/><b>Stephen FROST</b>, CSR Asia, Hong Kong<br/><b>Jan FURSTENBORG</b>, ex-UNI Commerce, Switzerland<br/><b>Rafaël NEDZYNSKI</b>, FGTA-FO, France<br/><b>Caroline REES</b>, Harvard Kennedy School, USA<br/><b>David SCHILLING</b>, Interfaith Centre for Corporate Responsibility, USA</p> | <p><b>AUCHAN</b>, France<br/><b>BEST BUY</b>, USA<br/><b>C&amp;A</b>, Germany<br/><b>CARREFOUR</b>, France<br/><b>CASINO</b>, France<br/><b>CHIQUITA</b>, USA<br/><b>COOP SWITZERLAND</b>, Switzerland<br/><b>DELHAIZE / HANNAFORD</b>, Belgium / USA<br/><b>DELL</b>, USA<br/><b>DOLE</b>, USA<br/><b>EL CORTE INGLES</b>, Spain<br/><b>GAP INC.</b>, USA<br/><b>GLOBUS</b>, Germany<br/><b>HASBRO</b>, USA<br/><b>HEWLETT PACKARD</b>, USA<br/><b>ICA</b>, Sweden<br/><b>IKEA</b>, Sweden<br/><b>JERONIMO MARTINS</b>, Portugal<br/><b>MARKS &amp; SPENCER</b>, UK<br/><b>MIGROS</b>, Switzerland<br/><b>MONOPRIX</b>, France<br/><b>PHILLIPS-VAN HEUSEN</b>, USA<br/><b>PICK 'N PAY</b>, South Africa<br/><b>ROYAL AHOLD</b>, The Netherlands<br/><b>SOBEY'S</b>, Canada<br/><b>TESCO</b>, UK<br/><b>THE WALT DISNEY COMPANY</b>, USA<br/><b>WAL-MART</b>, USA<br/><b>WOOLWORTHS</b>, Australia</p> |



## SAFETY & HEALTH セーフティ&ヘルス

### ヘルス&ウェルネス・コアチーム

コアチームの役割とミッションは「ヘルス&ウェルネス」の動向を把握し、整理していくことです。そして、小売業とメーカーが協働し、必要に応じてPPP(官民協力)を促し、消費者や購買者の健康と福利のための活動を促進をしていきます。コアチームは「ヘルス&ウェルネス」に関して合意した活動範囲、目的と優先課題に対し、業界が必要としている実行プランやイニシアチブの形成に取り組んでいます。

▷ [s.ritter@theconsumergoodsforum.com](mailto:s.ritter@theconsumergoodsforum.com)

| HEALTH & WELLNESS CORE TEAM  |  |
|--|--|
| CORE TEAM – MANUFACTURERS  | CORE TEAM – RETAILERS  |
| <b>Co-chairs</b><br>Kellogg Company, <b>Celeste CLARK</b><br>Nestlé Group, <b>Sanjay SEHGAL</b>  | <b>Co-chair</b><br>Ahold, <b>Onno FRANSE</b>   |
| <b>Members</b><br>Barilla, <b>Roberto CIATI</b><br>Coca-Cola, <b>John REID</b><br>General Mills, <b>Susan CROCKETT / Mary Christine TOKER</b><br>Grupo Bimbo, <b>tbc</b><br>Johnson & Johnson, <b>Margarita ROSSI / Enrico TOJA</b><br>Kao, <b>Takuji YASUKAWA / Hideyo NAKAMURA</b><br>Kraft Foods, <b>Rhonda JORDAN / Sarah DELEA / Richard BLACK</b><br>L'Oréal, <b>Francis QUINN</b><br>Mars, <b>Megan ROTTCHER</b><br>Nestlé Group, <b>Saliha BARLATEY / Gisèle FOURNIER</b><br>PepsiCo, <b>Donna HRINAK</b><br>The Procter & Gamble Company, <b>Tom MESS / Cherryl CHRISTENSEN</b><br>Unilever, <b>Dick TOET</b> | <b>Members</b><br>AEON, <b>Jerry BLACK</b><br>Carrefour, <b>Herve GOMICHOIN</b><br>Delhaize, <b>Stephen SMITH</b><br>Metro Group, <b>Hans-Juergen MATERN</b><br>Sobey's, <b>David SMITH</b><br>Tesco, <b>Karen TONKS</b><br>Wal-Mart Stores, <b>Andrea THOMAS / Michael ELGASS</b> |
|  | <b>The Consumer Goods Forum</b><br><b>Sabine RITTER</b> , Programme Director<br><b>Jean-Marc SAUBADE</b> , Managing Director   |

### ヘルス&ウェルネス ワーク・ストリーム

このワークストリームの目的は業界にソート・リーダーシップをもたらすこと、そして「ヘルス&ウェルネス」の非競争分野の課題に対して、メーカー、小売業、及びステークホルダーが協働できるプラットフォームを提供することです。理事会は「ヘルス&ウェルネス」に関連する二つの主要イニシアチブに合意しました。

一つ目は小児肥満などの継続的な課題に焦点を当てており、次の取り組みを行います。

- 1) 消費財流通業界(食品分野、及び非食品分野)に共通するヘルス&ウェルネスの基本理念とコミットメントを作成し、浸透させる。
- 2) 消費者と購買者が自己の健康とその維持ができるよう、情報を提供し、正しい選択に導く。

もう一つのイニシアチブは、ヘルス&ウェルネスによる影響や高齢化がもたらすニーズを把握する等、未来の課題に向けた取り組みを行っています。

▷ [s.ritter@theconsumergoodsforum.com](mailto:s.ritter@theconsumergoodsforum.com)

## グローバル・フード・セーフティ・イニシアチブ(GFSI)

2000年に発足したこのイニシアチブは、小売業、メーカー、食品サービス業、認定・認証機関や食品安全に関係する国際機関を集結するグローバルなプラットフォームです。これらステークホルダーは協働しながら、下記の取り組みを行っています。

- ・ 食品安全のリスクを軽減するために従来の食品安全マネジメントシステム・スキーム間の収束と等価性を図る。
- ・ 業務の重複を軽減し、効率化することで、食品システム全体のコスト効率を高める。
- ・ 一貫した食品システムを築くため、食品安全の遂行能力を高める。
- ・ ステークホルダーに対して、コラボレーション、知識共有とネットワーク作りができるような国際的な場を提供する。

▷ [www.mygfsi.com](http://www.mygfsi.com)

▷ [gfsinfo@theconsumergoodsforum.com](mailto:gfsinfo@theconsumergoodsforum.com)

## 世界食品安全会議

世界食品安全会議はGFSIの最新の活動報告をする場です。重要課題について話し合い、知識の共有、また各企業から集まった食品安全の専門家とネットワークを築くことができる機会を提供します。各社の食品安全戦略に携わるシニア・マネジメント層を対象とした会議です。

▷ [www.tcgffoodsafety.com](http://www.tcgffoodsafety.com)

▷ [foodsafety@theconsumergoodsforum.com](mailto:foodsafety@theconsumergoodsforum.com)

## 地域ごとに開催される食品安全イベント

GFSIのイベントは毎年様々な地域で開催されています。グローバルな企業の方々に、食品安全管理についての実体験をお話し頂き、出席者にはGFSIの活動内容、及びそのネットワークに参加することの付加価値やメリットについてさらに学んで頂くことのできる機会となっています。会議の合間をつかって、食品安全の専門家の方々と、食品安全に関する知識や最新動向についてやり取りされている場面も多く見受けられます。

▷ [www.mygfsi.com](http://www.mygfsi.com)

▷ [gfsinfo@theconsumergoodsforum.com](mailto:gfsinfo@theconsumergoodsforum.com)

| GFSI<br>FOOD SAFETY CONFERENCE   |   |   |  |
|--|---|---|--|
| GLOBAL FOOD SAFETY INITIATIVE<br>FOUNDATION BOARD  | GLOBAL FOOD SAFETY INITIATIVE<br>TECHNICAL WORKING GROUP  |   |  |
| <b>CHAIRMAN:</b><br><b>Jürgen MATERN</b> , Metro AG, Germany<br><br><b>Vice Chairs:</b><br><b>Cindy JIANG</b> , McDonald's, USA<br><b>Yves REY</b> , Danone, France<br><br><b>Hugo BYRNES</b> , Ahold, The Netherlands<br><b>Marcos J. M. CAMPOS</b> , Bertin, Brazil<br><b>Kevin CHEN</b> , China Resources Vanguard, PR of China<br><b>Carol CISZEK</b> , Kraft Foods, USA<br><b>D.V. DARSHANE</b> , Cola-Cola, USA<br><b>Bryan FARNSWORTH</b> , Hormel Foods, USA<br><b>Hervé GOMICHO</b> n, Carrefour, France<br><b>Cenk GUROL</b> , Aeon, Japan<br><b>Payton PRUETT</b> , Kroger, USA<br><b>Michael C. ROBACH</b> , Cargill, USA<br><b>Rick ROOP</b> , Tyson Foods, USA<br><b>Frank YIANNAS</b> , Wal-Mart, USA<br><b>Johann ZÜBLIN</b> , Migros, Switzerland | <b>CHAIRMAN:</b><br><b>Kevin SWOFFER</b> , Independent Consultant<br><br><b>AEON CO., LTD.</b> , JAPAN<br><b>AIB INTERNATIONAL</b> , UK<br><b>AMERICAN MEAT INSTITUTE</b> , USA<br><b>AMERICAN NATIONAL STANDARDS INSTITUTE</b> , USA<br><b>ANAB</b> , USA<br><b>AQUACULTURE CERTIFICATION COUNCIL</b> , USA<br><b>ARAMARK</b> , USA<br><b>AUCHAN HYPERMARCHES FRANCE</b> , FRANCE<br><b>AZZULE SYSTEMS</b> , USA<br><b>BARILLA</b> , ITALY<br><b>BERRY PLASTICS CORPORATION</b> , USA<br><b>BIOSPARTNERS LIMITED</b> , UK<br><b>BRC - BRITISH RETAIL CONSORTIUM</b> , UK<br><b>BUREAU VERITAS</b> , FRANCE<br><b>CAMPBELL'S</b> , UK<br><b>CANADIAN COUNCIL OF GROCERY DISTRIBUTORS</b> , CANADA<br><b>CANADIAN GRAIN COMMISSION</b> , CANADA<br><b>CANADIAN HORTICULTURAL COUNCIL</b> , CANADA<br><b>CANADIAN SEED INSTITUTE</b> , CANADA<br><b>CARGILL INC.</b> , USA<br><b>CARREFOUR</b> , FRANCE<br><b>COCA-COLA</b> , BELGIUM<br><b>COLEACP PESTICIDES INITIATIVE PROGRAMME</b> , BELGIUM<br><b>CONAGRA</b> , USA | <b>DANISH AGRICULTURE &amp; FOOD COUNCIL</b> , DENMARK<br><b>DANONE</b> , GERMANY<br><b>DARDEN</b> , USA<br><b>DAYMON</b> , USA<br><b>DELOITTE &amp; TOUCHE</b> , USA<br><b>DIVERSEY</b> , BELGIUM<br><b>DNV</b> , ITALY<br><b>DQS DE CHILE</b> , CHILE<br><b>ECOLAB</b> , USA<br><b>ENAC - ENTIDAD NACIONAL DE ACREDITACIÓN</b> , SPAIN<br><b>EUROFINS CERTIFICATION</b> , FRANCE<br><b>EXPONENT INTERNATIONAL LIMITED</b> , UK<br><b>FEDERALIMENTARE</b> , ITALY<br><b>FOOD MARKETING INSTITUTE (FMI)</b> , USA<br><b>GLOBALGAP</b> , GERMANY<br><b>GROCERY MANUFACTURERS ASSOCIATION</b> , USA<br><b>HAUPTVERBAND DES DEUTSCHEN EINZELHANDELS</b> , GERMANY<br><b>H-E-B</b> , USA<br><b>HEINZ NORTH AMERICA</b> , USA<br><b>HONG KONG QUALITY ASSURANCE AGENCY</b> , HONG KONG CHINA<br><b>HORMEL FOODS CORPORATION</b> , USA<br><b>INTERTEK FOOD SERVICES</b> , USA<br><b>ISO</b> , SWITZERLAND<br><b>JMR, PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS PARA A DISTRIBUIÇÃO S.A.</b> , PORTUGAL<br><b>KEYSTONE FOODS</b> , FRANCE<br><b>KRAFT FOODS</b> , USA<br><b>LAND O'LAKES</b> , USA<br><b>LLOYD'S REGISTER QUALITY ASSURANCE</b> , NETHERLANDS<br><b>MAPLE LEAF FOODS</b> , CANADA<br><b>MCDONALD'S EUROPE</b> , UK | <b>METRO AG</b> , GERMANY<br><b>MICHIGAN STATE UNIVERSITY</b> , USA<br><b>MODELO CONTINENTE</b> , PORTUGAL<br><b>NATIONAL FISHERIES INSTITUTE</b> , USA<br><b>NSF</b> , USA<br><b>PEPSICO</b> , USA<br><b>PICK N PAY RETAILERS</b> , SOUTH AFRICA<br><b>PROCERT SA</b> , SWITZERLAND<br><b>QS QUALITÄT UND SICHERHEIT GMBH</b> , GERMANY<br><b>RESEARCH INSTITUTE FOR QUALITY LIVING</b> , JAPAN<br><b>ROYAL AHOLD</b> , NETHERLANDS<br><b>S.B. ALLIANCE</b> , FRANCE<br><b>SAI GLOBAL</b> , UK<br><b>SARA LEE CORPORATION</b> , USA<br><b>SGS</b> , USA<br><b>SILLIKER</b> , FRANCE<br><b>STARBUCKS</b> , NETHERLANDS<br><b>STERITECH</b> , USA<br><b>SYSCO CORPORATION</b> , USA<br><b>U.S. FOODSERVICE</b> , USA<br><b>UKAS - UK ACCREDITATION SERVICE</b> , UK<br><b>UNITED NATIONS INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION</b> , AUSTRIA<br><b>UNITED FRESH PRODUCE ASSOCIATION</b> , USA<br><b>WAL-MART</b> , USA<br><b>WEGMANS</b> , USA<br><b>YUM!</b> , USA |



# OPERATIONAL EXCELLENCE

更なる基本業務遂行力

ニュー・ウェイズ・オブ・ワーキング・トゥギャザー

## 目的:

消費者や購買者のニーズにより応えていくことを目指し、消費財流通業界と関連企業間における基本業務遂行力の向上を図るため、「ニュー・ウェイズ・オブ・ワーキング・トゥギャザー」はCBP(協働ビジネスプラン)を策定し、提供をしています。

## 主な活動内容:

- 業界全体に共通する課題に対し、一丸となって取り組めるよう、従来のコミティやワーキング・グループを整理する。
- 消費者ベネフィットの駆動力となるために、バリューチェーンの延長上のメーカー、小売業、並びに関連会社が協働できるよう、業務プロセスのベストプラクティスを形成し明確にする。また、ベストプラクティス、GS1標準や業界ユーティリティの採用、実施に取り組む。
- The Consumer Goods Forumの特徴でもあるネットワークやナレッジの交流を活かし、上記の取り組みを行う。

## オペレーショナル・エクセレンス・コアチーム — ニュー・ウェイズ・オブ・ワーキング・トゥギャザー

目的の達成は、上記の取り組みをいかにうまく統合できるかに大きくかかっています。「オペレーショナル・エクセレンス — 更なる基本業務遂行力」のコアチームは全体をまとめるプラットフォームを提供し、取り組み全体のリーダー役・責任者として運営していきます。他には、貿易関連、そして業界の非競争分野における業界協働活動に改革をもたらす駆動力となり、消費者および購買者にワンランク上のサービス提供を目指します。

このチームは The Consumer Goods Forum 理事会の CEO から指名を受けた CCO(Chief Customer/ Chief Commercial Officer)で構成されています。

▷ [s.ritter@theconsumergoodsforum.com](mailto:s.ritter@theconsumergoodsforum.com)

## OPERATIONAL EXCELLENCE CORE TEAM - NEW WAYS OF WORKING TOGETHER

John ADEN, Wal-Mart

Mark ALEXANDER, Campbell Soup

Dirk van den BERGHE, Delhaize Group

Diego BEVILACQUA, Metro Group

Claudio COLZANI, Unilever

Jean Noel DIVET, L'Oréal

Kevin DOUGHERTY, The Kroger

Bob FREGOLLE, Procter & Gamble

Marty GARDNER, Wegmans

Ignacio GONZALEZ, Carrefour Group

Petraea HEYNICKE, Nestlé

Iain HOLDING, Beiersdorf

Shigeru KOSHIBA, Kao

Philippe LAMBOTTE, Kraft Foods

John MAYER, Smucker

Kiki STIEMER, Royal Ahold

Jeffrey STRONG, Johnson & Johnson

Jerry WILSON, Coca-Cola

Andrew YAXLEY, Tesco

### 消費者フォーカスの取り組み (FOCUS ON CONSUMER)

このコミティでは、世界中の消費者と購買者のニーズにより応えていくために、取引先同士が協働していくことに焦点を当てて活動しています。マーケティング・マネージメント・プログラムによる取り組みを引き継ぐ他、委員会が必要と見なしたプロジェクトに従事し、消費者及び購買者にワンランク上のサービス提供を目指します。

主な活動内容:

- ブランド構築(マーケティング)と戦略の商用化における動向やトレンドを先読みする。
- 業務における追加要件を見極め、その支えとなるベストプラクティスを明確にする。  
(例えば、購買者を中心に考えたマーケティング方法など)
- ネットワーキングの構築やナレッジの交換ができるプラットフォームを提供する。

▷ [www.tcgfmarketingforum](http://www.tcgfmarketingforum)

▷ [marketing@theconsumergoodsforum.com](mailto:marketing@theconsumergoodsforum.com)

### MARKETING COMMITTEE

#### Co-Chairmen:

**Stephen SMITH**, Delhaize Group, Belgium  
**Arnaud DE BELLOY**, Nestle Group, Switzerland

**Jonathan ACKERMAN**, Pick N Pay Retailers, South Africa  
**Adam BALON**, Innocent Drinks, UK  
**Dieter EBBERS**, Henkel, Germany  
**Angela FRANCOLINI**, Mc Cormick, USA  
**Markus GISIGER**, Migros, Switzerland  
**Peter GROVES**, Tesco, UK  
**Anthony HUCKER**, Wal-Mart, USA  
**Mateja JESENEK**, Mercator, Slovenia  
**Sharon JESKE**, The Consumer Goods Forum  
**Robert KITCHING**, Unilever, The Netherlands  
**Meg LEVENE**, Johnson & Johnson, USA

**Fiona MA**, Swire Beverages, People's Republic Of China  
**Kristen NOSTRAND**, Procter & Gamble, USA  
**Nick POWELL**, Energizer, UK  
**Patrick ROUVILLOIS**, Carrefour, France  
**Jean RUBENS**, Casino, France  
**Vanessa SILVA**, Jeronimo Martins, Portugal  
**Satoru TANAKA**, Kao, Japan  
**Andre TORDJMAN**, Little Extra, France  
**Jean-Jacques VANDENHEEDE**, Nielsen, Belgium  
**Patrick WAUTERS**, Chiquita, Belgium  
**Belinda YOUNGS**, Sobeys, Canada  
**Paolo ZAZZI**, Barilla, Italy

### IT コミティ (ビジネス・データの企業間連携)

取引先同士が上手く連携できるように、非競争分野のデータ共有や、それを実現するためのテクノロジーの活用促進に焦点を当てて活動しています。GS1との連携や、ベストプラクティスの導入、GS1スタンダードの導入、業界共通のプラットフォームの採用、そしてグローバル・スコアカードの継続的開発を含むようなITを活用する活動と関連しています。

▷ [www.tcgfit.com](http://www.tcgfit.com)

▷ [it@theconsumergoodsforum.com](mailto:it@theconsumergoodsforum.com)

### INFORMATION TECHNOLOGY COMMITTEE

#### Co-Chairmen:

**August HARDER**, Coop, Switzerland  
**Clyde PEREIRA**, Coca-Cola Hellenic, Austria

**Luis ARAUJO**, Jeronimo Martins, Portugal  
**Kevin BERRY**, Waitrose, UK  
**Greg BUCKLEY**, Pepsico, USA  
**Guy CHAMBERS**, Swire Beverages, China  
**Andrija DEREZIC**, Mercator Group, Slovenia  
**Benoit FREMAUX**, Monoprix, France  
**Martin HAAS**, Migros, Switzerland  
**Scott HARRISON**, Delhaize Group, USA  
**Sharon JESKE**, The Consumer Goods Forum  
**Clinton KEAY**, Sobeys, Canada

**Espen KJONSBERG**, Norgesgruppen, Norway  
**Andreas KRANABITL**, Spar, Austria  
**Ben LANDIS**, Johnson & Johnson, USA  
**Simon POTTS**, Boots, UK  
**Marco ROSSI**, Barilla, Italy  
**Jens SIEBENHAAR**, Rewe, Germany  
**Francesco TINTO**, Kraft Foods, USA  
**Milan TURK**, Procter & Gamble, USA  
**Wim Van HERWIJNEN**, Metro, Germany  
**Jerry WOLFE**, Mc Cormick, USA  
**Mike YORWERTH**, Tesco, UK

## グローバル・スコアカード・ワーキング・グループ

グローバル・スコアカードとは、グローバルに共通で用いられる様々な評価指標(KPI)を用いて、企業各社のオペレーション能力の評価が出来る標準ツールです。具体的には、企業は業界のベストプラクティス(ECRコンセプト)採用度合やGS1標準の導入状況が評価指標になっています。これを活用することで、同業他社と比較の上で、具体的な改善策を伴った目標設定が可能です。

▷ [www.globalscorecard.net](http://www.globalscorecard.net)

▷ [r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com](mailto:r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com)

| GLOBAL SCORECARD WORKING GROUP  |  |   |
|---|--|---|
| <b>Co-Chairmen:</b><br><b>Rita MARZIAN</b> , Metro<br><b>Jim FLANNERY</b> , Procter & Gamble<br><br>AIM / ECR EUROPE<br>Cal State San Marcos<br>CARREFOUR<br>CGC Japan<br>COCA-COLA<br>COLGATE-PALMOLIVE<br>CONTINENTAL CAR TIRES / EUROPE<br>DANONE<br>ECR Brazil<br>ECR France<br>ECR Switzerland<br>FMI (FOOD MARKETING INSTITUTE) | GS1<br>GS1 Austria<br>GS1 Canada<br>GS1 Columbia (CECRAL)<br>GS1 France<br>GS1 Germany<br>GS1 Japan<br>GS1 Mexico (AMECE)<br>GS1 Netherland<br>GS1 Spain<br>GS1 US<br>IBM<br>IBM BUSINESS SOLUTIONS/ECR<br>ASIA/THAILAND<br>IBM US<br>JM SMUCKER<br>JOHNSON & JOHNSON<br>KAO | KELLOGG'S EUROPE<br>KIMBERLY-CLARK<br>KRAFT FOODS<br>METRO<br>MIZKAN<br>NESTLE<br>ORACLE<br>PEPSICO<br>PROCTER & GAMBLE<br>S.T. Corp.<br>SA2 WORLDSYNC<br>SARA LEE<br>SARA LEE INTERNATIONAL<br>UNILEVER<br>UNIVERSITY OF ST. GALLEN<br>WEGMAN'S<br>WHU KOBLENZ |

## サプライチェーン

このコミティでは、サプライチェーン・マネジメントの効率化を目指し、無理・無駄の解消、消費者と購買者へのサービスレベルの改善を行うために取引先同士が協働していくことに焦点を当てて活動しています。サプライチェーンから価値のないコストを除くためのベストプラクティスの形成とナレッジの交換・共有を中心に取り組んでいます。

主な活動内容:

- ベストプラクティスとスキームの定義付けを行う。
- ネットワーキングの構築やナレッジの交換ができるプラットフォームを提供する。
- ベストプラクティスの実施、促進(例えば、フューチャー・サプライ・チェーンやGUSIIに関するものなど)を行う。
- スキームの採用を促進する。

▷ [www.tcgfsupplychain.com](http://www.tcgfsupplychain.com)

▷ [supplychain@theconsumergoodsforum.com](mailto:supplychain@theconsumergoodsforum.com)

| SUPPLY CHAIN COMMITTEE  |   |   |
|---|---|---|
| <b>Co-Chairmen</b><br><b>Tony VENDRIG</b> , Ahold Europe, The Netherlands<br><br><b>John PHILLIPS</b> , PepsiCo, USA<br><b>Petra ALBUSCHUS</b> , ICA AB, Sweden<br><b>Mark AYLWIN</b> , Booker Direct, UK<br><b>Tony BORG</b> , Nestlé Group, Switzerland<br><b>Rick CICCONE</b> , Mc Cain Foods, USA<br><b>Kevin DOUGHERTY</b> , The Kroger, USA<br><b>Martin GLEISS</b> , Spar At, Austria<br><b>Dirk HOLBACH</b> , Henkel Kga, Germany | <b>Takao IWAMOTO</b> , Aeon, Japan<br><b>Sharon JESKE</b> , The Consumer Goods Forum<br><b>Greg KETCHUM</b> , Kellogg Company, USA<br><b>Luc KOENOT</b> , Delhaize Group, Belgium<br><b>Herbert KUENG</b> , Kraft Foods International, Austria<br><b>Kerry McNAIR</b> , The Coca-Cola Company, USA<br><b>Andreas MÜNCH</b> , Migros, Switzerland<br><b>Stefano PIETRONI</b> , Barilla, Italy<br><b>Jim RADIN</b> , Mc Cormick, USA<br><b>Gerhard ROUX</b> , The Dairy Farm, Singapore | <b>Joze SADAR</b> , Mercator Group, Slovenia<br><b>Nuno SERENO</b> , Jeronimo Martins, Portugal<br><b>Yannis SKOUFALOS</b> , Procter & Gamble, USA<br><b>Antoine VANLAEYS</b> , L'Oréal, France<br><b>Michael WHITING</b> , Johnson & Johnson, USA<br><br><b>Current Special Advisors to the Committee</b><br><b>Valentin ELISTRATOV</b> , DHL Exel, Germany<br><b>Jacky GERVIS</b> , FM Logistic, France |

### フューチャー・サプライチェーン・プロジェクト

エネルギーコストの変動や人口密度の増加などの影響受け、物流に関する新たな要件が生じています。フューチャー・サプライチェーン・プロジェクト2016ではこれら新しい課題に対して取り組んでいます。当プロジェクトでは、将来の動向にも通じるベストプラクティスやシナリオに基づき、メーカーと小売業者が将来のサプライチェーンの在り方を明確にしていきます。

▷ [www.futuresupplychain.com](http://www.futuresupplychain.com)

▷ [r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com](mailto:r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com)

### FUTURE SUPPLY CHAIN PLATFORM

#### Co-Chairmen:

**Roland DACHS**, Crown Europe

**Agustin RIVEIRO**, Carrefour

AHOLD

AIM / ECR EUROPE

BARILLA

BEIERSDORF AG

CAPGEMINI

COLGATE PALMOLIVE

CROWN EUROPE

ENERGIZER

FREUDENBERG HAUSHALTSGRUPPE KG (VILEDA)

GROUPE CARREFOUR

GRUPO DAMM

HEINEKEN

KELLOGG COMPANY

KRAFT FOODS EUROPE

L'OREAL

MARS

METRO GROUP

NESTLE

PHILIPS

PMI Services, S.L.

PROCTER & GAMBLE

SARA LEE INTERNATIONAL

SCA Tissue Europe

TESCO

UNILEVER

### グローバル・アップストリーム・サプライ・イニシアチブ (GUSI) ワーキング・グループ

このワーキング・グループでは次の3つの活動を推進しています。

- 「アップストリーム・インテグレーション・モデル」(UIM)の策定。UIMは、原材料から包材調達にいたるメーカーの上流サプライチェーンの効率化に不可欠なビジネスプロセスや機能を明確にするモデルです。
- GS1標準の開発及び導入作業に関する情報提供。
- 新たに開発されたGUSI(グウシと読みます)に関するソリューションや標準の認知度を高め、その導入を推進する。

▷ <http://gusi.mycgforum.com>

▷ [r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com](mailto:r.hagedorn@theconsumergoodsforum.com)

### GLOBAL UPSTREAM SUPPLY INITIATIVE (GUSI)

#### Co-Chairmen:

**Garry HAWORTH**, Nestlé

**Roland DACHS**, Crown Europe

CADBURY ADAMS

COLGATE PALMOLIVE

CRESCENT PARK

CORPORATION

CROSSGATE INC.

CROWN

ELEMICA

FIRMENICH

FOUNDATION FOR STRATEGIC

SOURCING (F4SS)

GENERAL MILLS

GS1

GS1 CANADA

GS1 NETHERLAND

GS1 US

GXS

H.J. HEINZ COMPANY OF

CANADA LP.

HENKEL

INTERNATIONAL FLAVOURS &

FRAGRANCES (IFF-US)

KENRA LTD.

KIK CUSTOM PRODUCTS

KLEEN TEST PRODUCTS

KRAFT FOODS

LEK INC.

MARS PETCARE FRANCE

MERIDIAN INDUSTRIES INC.

NESTLÉ S.A.

NOVOZYMES

PIPECHAIN

SAP AG

SEEBURGER

SYMRISE

THE HERSHEY COMPANY

THE PROCTER & GAMBLE

COMPANY

TYSON FOODS

UNILEVER

VICS (VOLUNTARY

INTERINDUSTRY COMMERCE

SOLUTIONS)

WRIGLEY US



## KNOWLEDGE SHARING & PEOPLE DEVELOPMENT 知識共有と人材育成

### 目的:

- 当フォーラムのソート・リーダーシップ(オピニオン・リーダー)活動及び協働活動をサポートし、ソート・リーダーの知見を得ることのできる最高の場を提供する。
- 当フォーラムの協働活動をより参加しやすいものにする。
- The Consumer Goods Forumの役割を毎年見直し、明確にしていく。
- 業界のリーダー育成の駆動力となる。
- 業界のグローバル・アジェンダがしっかり伝達される場にする。

### ビジョン:

- 当フォーラムの戦略的課題に関して、会員企業並びに消費財流通業界全体、そしてそれに関わるステークホルダー達が円滑に正確な情報のやりとりができるようにする。
- コミュニケーションを取ることで、業界関係者のメンタリングを行う。

▷ [r.lane.okelly@theconsumergoodsforum.com](mailto:r.lane.okelly@theconsumergoodsforum.com)

### グローバル・サミット

グローバル・サミットは、当フォーラムで最も大きな年次イベントで、消費財流通業界における経営層の方々を対象として、会員限定で開催されます。講演者として各界のオピニオン・リーダーを招き、消費財流通業界を360度あらゆる方向から見ています。いずれも、ビジネス、政治、経済、社会などの、消費者との関係が深い各分野の方々です。このサミットは、今後チャレンジすべきテーマについて新たな視点と基礎知識を提供し、まさに消費財流通業界がグローバルに取り組むべきテーマが明確になる場として位置づけられます。

▷ [www.tcgfsummit.com](http://www.tcgfsummit.com)

▷ [summit@theconsumergoodsforum.com](mailto:summit@theconsumergoodsforum.com)

### THE GLOBAL SUMMIT COMMITTEE

#### CHAIRMAN:

**Klaus DOHLE**, Dohle Handelsgruppe, Germany

**Nick BADMINTON**, Pick n Pay Stores Ltd, South Africa

**Mark BATENIC**, IGA, USA

**ED CHAN**, Wal-Mart, PR of China

**Peter CHILD**, McKinsey & Co Inc., UK

**Claudio COLZANI**, Unilever, USA

**Antonio COTO GUTIERREZ**, Dia, Latin America

**Werner GEISSLER**, Procter & Gamble, USA

**Rhoda LANE-O'KELLY**, The Consumer Goods Forum

**Jean-Jacques LEBEL**, L'Oréal, France

**Alfred OETKER**, Dr. Oetker Nederlands, The Netherlands

**Dominique REINICHE**, Coca-Cola, Europe

**Anders SVENSSON**, ICA AB, Sweden

**Dirk VAN DEN BERGHE**, Delhaize, Belgium

#### TOKYO TASKFORCE:

**Norio HAYASHI**, Izumiya, Japan

**Masatoshi ITO**, Ajinomoto, Japan

**Kazuyasu KATO**, Kirin Holdings Company, Japan

**Motoya OKADA**, Aeon, Japan

**Motoki OZAKI**, Kao Corporation, Japan

**Dong-Ick SHIN**, Mega Mart, South Korea

### フューチャー・リーダー・プログラム (FLP)

このプログラムは、当フォーラムの各会員企業を代表する、将来消費財流通業界のリーダーを担うであろう若手マネージャークラスの方々を対象としたプログラムです。国際的な場で、戦略、オペレーション、リーダーシップについて、双方向の研修の機会を提供します。

▷ [www.tcgfflp.com](http://www.tcgfflp.com)

▷ [flp@theconsumergoodsforum.com](mailto:flp@theconsumergoodsforum.com)

#### FUTURE LEADERS COMMITTEE

##### CHAIRMAN:

**Guy TIEBACKX**, Develey Senf & Feinkost, Germany

**Hege ABRAHAMSEN**, ICA, Norway

**Georg BRUCH**, Globus, Russia

**Jerry FLEEMAN**, Food Lion, USA

**Richard FLINT**, Nike, The Netherlands

**Tara HAYNIE**, Wal-Mart, USA

**Paul HAVINGA**, Albert Heijn, The Netherlands

**Karsten KAMIN**, Coca-Cola, Germany

**Patrick KGENGWENYANE**, Pick n Pay, South Africa

**Rhoda LANE-O'KELLY**, The Consumer Goods Forum

**Simon LAU**, The Continuity Company, Hong-Kong China

**Thomas STORCK**, Galeria Kaufhof, Germany

**Giuseppe ZULIANI**, Conad, Italy

# THE REGIONAL ACTIVITIES

## ジャパン・デー

2007年から毎年開催されているジャパン・デーは、日本における会員企業の幹部の方々を招待し、当フォーラム全般の理解を深めていただくとともに、会員企業の皆様の懇親の機会を提供しています。

▷ [tokyo@theconsumergoodsforum.com](mailto:tokyo@theconsumergoodsforum.com)

## ラウンドテーブル・オブ・アメリカズ

ラウンドテーブル・オブ・アメリカズは年に2回、2～3日の期間で開催され、アメリカ、カナダ、ラテンアメリカにおけるスーパーマーケット業界のトップの方にお集まりいただいています。参加者の方からあらかじめ設定されたテーマについて、互いに競争することのない企業同士ならではのオープンで率直な話し合いが行われています。尚、こちらは招待者限定のイベントです。

▷ [washington@theconsumergoodsforum.com](mailto:washington@theconsumergoodsforum.com)

## フォロ・ラティーノ

フォロ・ラティーノは年に2回、2～3日の期間で開催され、ラテンアメリカにおけるスーパーマーケット業界のトップの方にお集まりいただいています。参加者の方からあらかじめ設定されるテーマについて、ラテン系各国の小売業者が直面する特有の課題に焦点をあて、互いに競争することのない企業同士ならではのオープンで率直な話し合いが行われています。尚、会議はすべてスペイン語で行われるとともに、招待者限定のイベントとなっています。

▷ [washington@theconsumergoodsforum.com](mailto:washington@theconsumergoodsforum.com)

# MEMBERSHIP SERVICES

## 1. 発行物

The Consumer Goods Forum では、**コンシューマー・ビジネス・ニュース(CBN)**という月刊ニュースレターを電子フォーマットで発行し、当フォーラムの会員の皆様に無料でお届けしています。消費財流通業界に関する世界中の必読ニュースをすばやく提供すると共に、個別の企業ニュースから様々な最新調査をカバーすることで、当業界の大きなトレンドをご紹介します。

さらに、詳細な分析を経た 2 種類の年次調査報告書もご提供しています。その一つは、1 月に発行される**トップ・オブ・マインド調査**で、会員企業のトップの方々が選んだその年の重要課題を提示するものです。もう一つは、10 月に発表される**食品小売業の国際化進捗調査**で、食品を扱う各小売業各社の海外進出状況を一覧表にして提供しています。

## 2. フォーラム・インフォセンター

**フォーラム・インフォセンター**は、世界中の食品業界、企業、市場に関する価値の高い情報を収集し発信しています。会員企業の皆様は、「問合せサービス」を通じて、この情報を利用することができます。

## 3. 店舗見学

当フォーラムでは、世界中の新しい店舗やコンセプト、また、最新業態などに関する重要情報を会員に提供しています。また、世界中の地域を問わず、それぞれの目的に合った店舗見学ツアーの企画・実施の支援もしています（支援内容により費用が掛かる場合もあります）。

## 4. 見本市の提案

世界の二大食品見本市である SIAL と ANUGA と長年のパートナーである当フォーラムは、それらへの参加が意義深いものとなるよう、小売業者会員の皆様に活用頂くための特別なクラブパッケージを用意しています。

## 入会方法

入会申込書にご記入の上、ご提出頂きますが、正式手続きは、当フォーラムの理事会の承認をもって完了いたします。入会は、企業単位となっており、各社を代表する方として、会長、社長、もしくは CEO のお名前を頂戴しております。なお、年会費を頂いており、その会費額は、各社の売上高に応じたものになっております。

### お問い合わせ先:

**マーク・バン・デ・リー (Marc VAN DER LIET)**

マーケティング・会員サービス担当ディレクター

Tel: (+33) 1 44 69 99 30 Fax: (+33) 1 44 69 99 39

Email: [membership@theconsumergoodsforum.com](mailto:membership@theconsumergoodsforum.com)

# THE CONSUMER GOODS FORUM

## 国際本部

22/24 rue du Gouverneur Général Eboué  
92130 Issy-les-Moulineaux  
France  
Tel: (+33) 1 82 00 95 95  
Fax: (+33) 1 82 00 95 96  
Email: [info@theconsumergoodsforum.com](mailto:info@theconsumergoodsforum.com)

## 日本事務所

〒102 - 0093  
東京都千代田区平河町2-16-15  
北野アームス 2-E  
**朝長 哲 (Tetsu TOMONAGA)**  
Tel: (+81) 3 6272 6283  
Fax: (+81) 3 6272 6284  
Email: [tokyo@theconsumergoodsforum.com](mailto:tokyo@theconsumergoodsforum.com)

## アメリカ事務所

8455 Colesville Road, Suite 705  
Silver Spring, Maryland 20910  
USA  
**Jonathan BERGER**  
Tel: (+1) 301 563 3383  
Fax: (+1) 301 563 3386  
Email: [washington@theconsumergoodsforum.com](mailto:washington@theconsumergoodsforum.com)

