



SRS



# エグゼクティブサマリー

26<sup>th</sup> -28<sup>th</sup> アムステルダム  
2022年10月 オランダ

[tcgsrs.com](https://tcgsrs.com) #2022SRS



# 目次

2022年10月26日

## SRS歓迎の辞

コンシューマーグッズフォーラム 6

2022年10月27日

## CGFサステイナブルリテール サミットへようこそ

8

## 急速に変化する消費者環境

10

## 欧州委員会 グリーン・トランス フォーメーションに向けた消費者 の能力強化

11

## ビジネス・レジリエンスは 真に持続可能か？

12

## アクション、インスピレーション 、そして現場での情報

13

## ネットワーキング・ブレイク

14

## 行動とはどのようなものかー プラスチックの課題にスケールアップ して取り組む

16

## 物理的な小売のデジタル化は気候 の技術である

17

## 次はどうなる？COP27に向けた 気候変動対策と透明性の確保

18

## フロントからリードする

人権に関して 19

## 強制労働撲滅のための責任ある採用に関 する業界行動

20

ランチブレイク 22

## インタラクティブ・ブレイク アウト・セッション

### TRACK 1

食品廃棄物と炭素の交差点 26

### TRACK 2

自社のバリューチェーンで脱炭素を  
実践する方法 27

### TRACK 1

オックスファム土地の不平等 社会  
と環境の架け橋となるために 28

### TRACK 2

国際労働機関 (ILO) の現代奴隷制  
に関する最新世界推計値 29

### TRACK 1

ユー・アー・ネヴァー  
小さくても大きく考えよう 30

### TRACK 2

ヘルス&ウェルビーイングに関する  
ポジティブなアクションを起こす 31

ネットワーキング・ブレイク 32

## 小売業におけるサステナビリティ 実践的な進歩のための方法

34

## 報告、投資 とデータの重要性 課題と解決策

35

## 次世代のフードファイターズ

36

2022年10月28日

## プラスチックのリデザインを越えて

38

## インクルーシビティと アフォーダビリティ アホールド・デレーズ社 社長兼 CEO フランツ・ミュラー氏による 基調講演

39

インクルーシビティと  
アフォーダビリティ・パネル 40

人と地球への投資 41

ネットワーキング・ブレイク 42

デザインする  
独自の再生可能なエコシステム 44

企業、政府、市民社会 46

Angelo Vermeulen (宇宙システム研  
究者、生物学者、アーティスト)

47



## コンシューマーグッズ フォーラムからのSRS歓迎のご挨拶

■ **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター プレゼンター・  
ジャーナリスト

■ **シャロン・ブリー**  
ヘルシーライフ・ディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム

■ **ディディエ・ベルジェ**  
サステナビリティディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム

■ **イグナシオ・ガピラン**  
サステナビリティディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム

■ **トビアス・ヴァスマム**  
CEO  
SPARインターナショナル

■ **ベアトリス・イーストハム**  
CEO兼Green Evénements創設者

第7回サステナブルリテールサミットでは、ウェルカムカクテルで幕を開け、SRSモデレーターの**イザベル・クマール**がイベントのテーマを発表しました。「a little less conversation, a little more action（会話を少し減らし、行動を少し増やす）」。このモットーを念頭に置きながら、CGFのCoalitions of Actionのディレクターは、次の3日間に期待されることを伝えました。Collaboration for Healthier Lives Coalitionを率いるのは**シャロン・ブリー**、世界中の脆弱なコミュニティと協力し、その状況を改善することが食品業界の責任であると強調しました。Forest Positive Coalition、Human Rights Coalition - Working to End Forced Labour、Sustainable Supply Chain Initiativeを統括する**ディディエ・ベルジュ**氏は、調達から政策までビジネスの多くの側面でサステナビリティが必要であることを強調しました。プラスチック廃棄物と食品廃棄物に関する行動連合を指揮し、脱炭素化とRace to Zeroに関するCGFの活動も指揮する**イグナシオ・ガピラン**は、次の日に取り上げられる、プラスチック、食品廃棄物、サプライチェーンの脱炭素化といった重要なサステナビリティのトピックを紹介しました。

アムステルダムは今年のSRSに最適な場所でした。アムステルダム在住のSPAR International CEO、**トビアス・ヴァスマム**は、特別開会の挨拶でこの多文化都市の歴史とサステナビリティの信頼性について語りました。アムステルダムは、世界で最も持続可能な都市のひとつであり、その主な理由は有名なサイクリング文化にあります。さらに脱炭素化を進める計画もあり、消費財業界のリーダーたちが一堂に会する刺激的な場所となりました。

続いて、Green EvénementsのCEO兼創設者である**ベアトリス・イーストハム**氏が登壇し、「グリーン」なイベントの開催がこの業界で重要である理由、リーダーやイベントプランナーは率先して模範となり、持続可能なイベントを開催しなければならないことを述べました。そして、数年以内にカーボンニュートラルなイベントが、私たちの業界だけでなく、世界中の人々から期待されるようになるでしょうと語りました。サステナブルリテールサミット初日を締めくくるにふさわしい、刺激的な講演となりました。



イザベル・クマール



シャロン・ブリー



ディディエ・ベルジェ



イグナシオ・ガピラン



トビアス・ヴァスマム



ベアトリス・イーストハム



2022年10月27日

## コンシューマーグッズフォーラム サステイナブルリテールサミットへ ようこそ。

初日のセッションは、モデレーターの**イザベル・クマール**とThe Consumer Goods Forumのマネージングディレクターである**ワイ・チャン・チャン**による暖かい歓迎の言葉で幕を開けました。今年の会議のテーマである「会話から行動へ。The Transition to Better Business（より良いビジネスへの移行）」というテーマで、「ただ話す」だけでなく、積極的に変化を促すことの必要性に強く焦点を当てました。63名の講演者、世界各国からの250名以上の参加者、そしてSRS史上最高となる過半数の女性の参加者がアムステルダムに一堂に会し、エネルギー、リーダーシップ、多様性に満ちたプレナリーが開催されました。

ワイ・チャン・チャンは、私たちの業界は、短期的な課題にもかかわらず、長期的な目標を見据える必要があります。CGFのCoalitions of Actionが行う作業を推進するために協力する必要があることを強調しました。そして、すべての参加者が交流し、出会い、課題を議論することを奨励しました。「そしてもうひとつは、私たちの連合に貢献し、その活動を加速させる方法を見つけることです」と述べた。ワイ・チャンは、CGFが大規模なインパクトを与えることに重点を置いていることを参加者に伝え、2日間の会議の成功を祈るとともに、サステナビリティのアジェンダを企業内でより早く、より速く推進するために、イベント後にそれぞれが異なる方法で行うことを3つ見つけるよう呼びかけました。

■ **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター プレゼンター・ジャーナリスト

■ **ワイ・チャン・チャン**  
マネージングディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム



イザベル・クマール



ワイ・チャン・チャン



## 健康やサステナビリティに配慮しています。 急速に変化する消費者環境

この世代は、地球上のどの層よりも消費者が多く、その消費力が高まるにつれて、商取引の将来を担っていくことになるかと述べました。彼女は、この次世代の消費者は「正直世代」として知られているだけでなく、「不安世代」になりつつあると指摘し、若者の5人に1人が気候変動への対処に手遅れと感じていることを明らかにしました。つまり、若者は前の世代よりも66%も宿命になっており、持続可能性に関するブランドの大胆な主張に対して生来的に疑念を抱いているのです。

時間の使い方としては、Z世代は起きている時間の50%以上をネットに費やしています。Z世代が作成し消費するコンテンツは、正直さと信頼性が中心で、インフルエンサーは企業の声ではなく、人間として話しています。彼女は、ブランドはこの世代が自分たちについてどのように話しているかをコントロールすることはできないと警告しています。持続可能な生活の送り方という検索語は4550%も上昇したが、Z世代は未来が持続可能かどうかを決定する存在ではないとソリティアは警告した。「この部屋にいる人たちが決めるのです」と彼女は言った。

ソリティア・タウンゼンド  
チーフソリュショニスト &  
共同創業者 フューテラ



### 特別基調講演

## 欧州委員会 - グリーン・トランスフォーメーションに向けた消費者の能力強化

本セッションでは、欧州委員会司法・消費者総局消費者政策課のヤナ・ホシュコヴァ課長補佐が、欧州委員会が消費者に提供する情報を改善し、消費者が持続可能な製品を選択し、ひいては欧州グリーンディールと「グリーン移行」を実現するために進んでいる前向きな取り組みについて発表した。また、欧州委員会が消費者に対し、より長く使用できる耐久性のある商品を購入するよう働きかけていることを紹介した。企業は、製品の寿命を保証し、価格やスペアパーツの入手可能性に関する情報を提供するなどの措置を講じなければならない。

その変更が製品寿命に悪影響を与えるかどうかを消費者に知らせる必要があります。全体として、持続可能な消費を推進するためには、行動の変化が中心でなければならない。ブランドは、消費者が製品を購入することによって変化をもたらす手助けをしていると感じられるようにしなければなりません。

イザベル・クマール  
プレナリーモデレータ  
プレゼンター・  
ジャーナリスト

ヤナ・ホシュコヴァ  
司法・消費者総局 消費者政策課 課長補佐  
欧州委員会

グリーンウォッシングの対策として、企業が信頼できる推奨をすること、そしてその主張が誤解を招かないことを確認したいと説明した。また、一定期間後に陳腐化するような製品の企画・設計などの行為も止めさせたいと考えている。もし、ソフトウェアのアップデートが製品の寿命を削減する場合、



## バリューチェーンに健康とサステナビリティ を根付かせる

# ビジネス・レジリエンスは 真に持続可能か？

この総会では、ユニリーバのチーフ・サステナビリティ・オフィサーである**レベッカ・マーモット**氏、アホールド・デレーズの健康およびサステナビリティ担当シニア・バイスプレジデントである**ダニエラ・ヴェガ**氏、ダノンのチーフ・サステナビリティ・オフィサーである**フロランス・ジャンテ**氏が集まり、事業の回復力は本当に持続可能か、消費者の信頼と忠誠心はどのように育まれるのかという難問に対して、答えを出したのです。司会の**イザベル・クマール**は、物価上昇と気候変動の時代において、企業におけるサステナビリティ最高責任者（CSO）の役割の進化をどのように認識しているかをパネルに尋ね、対談をスタートさせました。

フローレンス氏は、CSOの役割は孤立したものではなく、外部の変化を促すために、健康、ガバナンス、人々、コミュニティの各部門にまたがる組織内で起こっていることに通じている必要があると主張しました。具体的でわかりやすいビジョン、複雑な問題を解決し、その理解を戦略に反映させる能力、そして完璧なリスニングスキルです。そして、CSOの役割は、ビジネスとサステナビリティの優先順位のバランスをとることであると結論づけた。最後に、「サステナビリティはビジネスの一部である」とレベッカは述べ、気候変動によって、ネットゼロのサプライチェーンや再生農業などの問題が、企業の消費者の最前線の提案に登場するようになったと語った。

消費者は、製品のサステナビリティの価値についてより多くの情報を求めており、CSOはこれらの詳細を消費者と共有できなければならない。このディスカッションから得られた一般的な教訓は、企業がこれらの問題の複雑さを克服する際に、従来の考え方から離れることで、より健全で持続可能な行動を継続的に推進することができるということです。この変化を真に推進するためには、サステナビリティの文化が、サイロ化した機能としてではなく、企業内に組み込まれる必要があるのです。

- **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター  
プレゼンター・  
ジャーナリスト
- **レベッカ・マーモット**  
ユニリーバ  
チーフ・サステナビリティ・  
オフィサー
- **ダニエラ・ベガ**  
健康・サステナビリティ担当上級副社長  
Ahold Delhaize社
- **フロランス・ジャンテ**  
ダノン  
チーフ・サステナビリティ・  
オフィサー

## 健康への影響

# アクション、インスピレーション、 そして現場での情報

このセッションでは、小売業とIGD (Institute of Grocery Distribution) の代表者が集まり、より健康的で持続可能な食生活に向けた具体的な行動、パイロットプロジェクト、消費者動向について議論しました。アリババグループ、ビジネスプラットフォームユニット、データインテリジェンスチーム、ディレクターの**Feiyu Xiong**氏は、中国の若い買い物客は持続可能性の問題をより意識し、購買力もあると説明し、「若い世代のニーズが変化中、小売業者はどのようにして先んじることができるか」という重要な問いを投げかけました。次に、ペプシコのグローバルパートナーシップソリューション担当ディレクター、**マギー・ビスカール**が、パイロットプロジェクトの重要性と、消費者インサイトと店舗での体験を結びつけることがいかに重要であるかについて述べました。「地域社会のニーズを知ることは、消費者を知ることで

その後、ALDI SOUTHグループのGlobal Head of Sustainabilityである**アンケ・エラーズ**氏は、買い物客は一枚岩ではないので、地域社会のニーズに焦点を当てるという点を改めて強調しました。しかし、ALDI UKのすべての買い物客は、世界的な生活費危機の影響を受けていると、彼女は言います。そこで、買い物客が必需品を優先する中、小売業者は、味と健康上のメリットを提供しながら、いかにして製品のコストと利便性のバランスをとるかという問題が残ります。IGDのHealth & Sustainable Dietsの責任者である**キャシー・ケイペリン**は、消費者が店頭で変化を起こすためのレバーを特定するデータ、商品の配置、果物や野菜、植物由来の製品のクーポン券制度に関する3つのパイロットスタディを例として発表しました。その結果、売れ行きが伸びた要因として、「商品の配置」と「手頃な価格」が挙げられました。「私たちは、消費者にとっての手頃な価格についてよく話してきました。

製品は、おいしくて、手ごろな価格で、健康的で、持続可能でなければなりません。"これらを分けて考えることはできません。"最後に、CarrefourのCSR Director Scope 3 and Supplier Engagementの**ニコラス・デーズ**氏は、魅力的なマーケティング、アクセスしやすいウェブサイト、レシピを用いたCarrefourのオンラインプログラムDigital Healthy Bundlesの成功について述べました。この成功は、効率的なコラボレーションによるビジネスモデルによるものであるとし、消費者に最良の選択肢を提供するために、業界でのコラボレーションを継続するよう積極的に呼びかけ、セッションを終えました。

- **ニコラス・デーズ**  
CSRディレクター Scope 3 and Supplier Engagement  
Carrefour
- **マギー・ビスカール**  
グローバルパートナーシップソリューション  
担当ディレクターペプシコ
- **キャシー・ケイペリン**  
健康・サステナブルダイエット  
IGD責任者
- **熊飛雄 (Feiyu XIONG)**  
アリババグループ ビジネスプラットフォームユニットデータ  
インテリジェンスチームディレクター
- **アンケ・エラーズ**  
ALDI SOUTHグループ  
サステナビリティ部門グローバル  
責任者



# ネットワーキング・ブレイク





## プレミアム特別セッション PA コンサルティング のご厚意により

# 行動とはどのようなものか - プラスチックの課題にスケールアップして取り組む

この特別セッションは、プラスチックの問題に大規模に取り組むために、企業がどのように効果的な行動を取ることができるかに焦点を当てたものです。PAコンサルティングのパートナーである **トニー・ペロッタ** (Sustainability and Regenerative Economy) は、プラスチックは、税制、トレーサビリティ要件、法規制、禁止、拡大生産者責任など、私たちがどう考えていようと、すでに管理物質であることを紹介しました。高騰を続けるコンプライアンス・コストなど、注目すべき3つの重要なトレンドがあることを強調し、新素材を選ぶ際、メーカーは圧倒的な決断を迫られていると指摘しました。調査によると、紙、繊維、パルプは代替材料として台頭してきており、現在でも入手可能で拡張性があることが分かっています。続いて、パルパック社の最高技術責任者兼研究開発担当副社長である **セバスチャン・ルース** 氏が、その一例としてパルプから作られるドライモールドファイバーを紹介した。PulPac社のChief Commercial Officerである **サンナ・フェーガー** 氏が、既存の生産・リサイクルシステムを活用し、バリューチェーンの誰もが利益を得られるよう、乾式成型繊維の製造・使用方法に関する知識を共有することによって、どのように規模を拡大しているのかを説明しました。既存のシステムを活用することで、より効果的に、より簡単にサプライチェーンに組み入れることができるのです。

■ **サンナ・フェーガー**  
パルパック社 チーフ・コマーシャル・オフィサー

■ **トニー・ペロッタ** サステナビリティ・再生経済  
PAコンサルティングパートナー

■ **セバスチャン・ルース**  
パルパック社  
最高技術責任者 (CTO) 研究開発担当副社長



## プレミアム特別セッション ses-imagotagの提供によるものです。

# 物理的な小売のデジタル化は気候の技術である

SES-imagotagの会長兼CEOである **ティエリ・ガドゥ** 氏が登壇し、デジタル化がいかに廃棄物削減のカギを握っているかを紹介しました。未来の店舗のあり方を考える上で、デジタル化は重要な柱であると述べました。地球上の6つの仕事のうち1つが小売業であり、小売業は我々の経済にとって非常に重要な存在です。また、世界最大の民間雇用主でもあります。このような状況の中、私たちは、地域の電子商取引と既存の実店舗を活用することで、より効果的な小売業のあり方を模索しています。

今後5年間は電子商取引が続くと予想されるため、短期的・長期的に二酸化炭素排出量を削減するために、小売店舗を活用します。デジタルセルフエッジラベリングは、シンプルなテクノロジーを活用することで、店舗における食品廃棄物の削減を支援し、店舗が生鮮食品を対象としたラベルに以下のような対応をとることを可能にします。

これらのラベルは、健康メッセージやサステナビリティの認証に関するメッセージを消費者と共有することもできるため、消費者とのコミュニケーションを図る上で重要なツールとなっています。

■ **ティエリ・ガドゥ**  
SES-imagotag  
会長兼CEO



## RACE TO ZERO

# 次はどのような？ COP27に向けた気候変動対策と透明性の確保

次のパネルディスカッションでは、「Race to Zero」に向けた進捗状況について議論しました。COP27を目前に控え、これまでのマイルストーンと、民間企業が直面する根強い課題について、タイムリーな最新情報が提供されました。WBCSD（持続可能な発展のための世界経済人会議）のRace to Zero Breakthroughs 2030: Retailキャンペーンマネージャーである**DJ フォルツァ**は、国連が地球の壊滅的な変化を目標としていることを踏まえ、脱炭素化のためになすべきことの重要性を強調しました。

Tesco plcの環境グループ責任者である**アンナ・タレル**氏は、植物性タンパク質と動物性タンパク質の消費における二酸化炭素排出量を削減し、気候危機の最前線にいる地元の農家の支援に力を入れることによって「競争の場を均等にする」という小売業の野望を語りました。その後、アクセンチュアの消費財・サービス部門グローバルリードのシニア・マネージング・ディレクター、**オリバー・ライト**氏が、多くの企業が頭を悩ませているテーマ、収益性について提起しました。サステナビリティと収益性のトレードオフと捉えるのではなく、長期的な収益性に目を向けるべきであると強調しました。ユーロコマース事務局長の**クリステル・デルベルグ**氏は、共通の集団としてこれらの目標に確実に到達するための一つの方法として、異なる協会としてゼロへのレースに参加することを挙げました。例えば、ユーロコマースは、以下のような団体を設立しました。

サステナビリティという複雑なテーマについて、メンバー組織が互いに学び合う場を設け、機運を盛り上げることに。最後に、パネルディスカッションでは、「Race to Zero」を達成するためには、コラボレーションとサイロ（縦割り組織）を排除する努力が不可欠であるとの見解で一致しました。

■ **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター  
プレゼンター・ジャーナリスト

■ **DJ フォルツァ**  
Race to Zero Breakthroughs 2030  
キャンペーン・マネージャー：小売業  
WBCSD - 持続可能な発展のための  
世界経済人会議

■ **クリステル・デルベルグ**  
EuroCommerce  
ディレクター・ジェネラル

■ **オリバー・ライト**  
アクセンチュア株式会社  
消費財・サービス本部 シニア・マネージング・ディレクター・グローバル・リード

■ **アンナ・タレル**  
グループ環境責任者  
テスコ・ピーエルシー



オリバー・ライト



アンナ・タレル



クリステル・デルベルグ



DJ フォルツァ

## ソート・リーダーシップの地平線

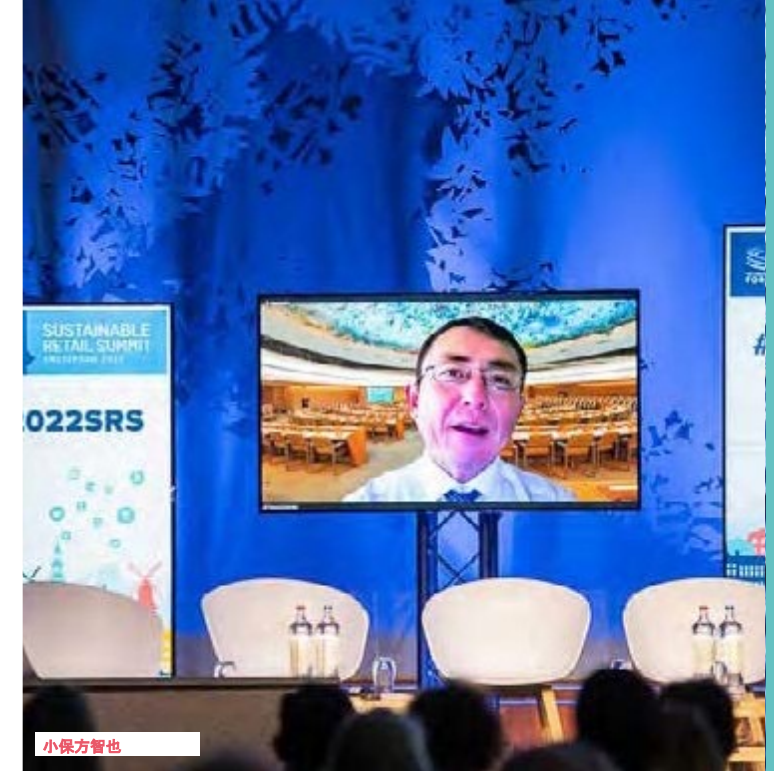
# 人権を正面からとらえる

次の全体会議では、モデレーターのイザベル・クマールに、国連現代奴隷制特別報告者の**小保方智也**が加わり、強制労働の問題、特に企業がこの世界的惨劇に対してどのように行動できるかを議論しました。まず、企業や組織は問題の規模を理解するために「事実調査団」を派遣することから始めなければならないと述べました。特に、フランス、ノルウェー、ドイツ、オランダなどの国では、奴隷労働や児童労働に焦点を当てたデュー・ディリジェンスを義務付ける法律が制定されているため、多くの企業が人権デュー・ディリジェンスを強化している現在、これは特に有効な手段だと述べました。第二に、投資家や株主の間で強制労働に対する考え方を変えることが、強制労働を企業の最重要課題とするために非常に重要であると強調した。

例えば、ネット・ゼロや気候変動に関する話題は、移民などの社会的影響を考慮する必要があります。最後に、コラボレーションが重要です。消費者の意識はかつてないほど高まっており、消費者、政府、企業が強制労働に対処するために行動する能力を活用することが重要であると、Tomoyalは強調しました。サプライチェーンの透明性、消費者との透明性など、強制労働へのアプローチには透明性の精神が欠かせません。強制労働についてもっと対話することで、より効果的な行動をとることができるようになるでしょう。

■ **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター  
プレゼンター・ジャーナリスト

■ **小保方智也**  
国連現代奴隷制の形態に関する特別報告者



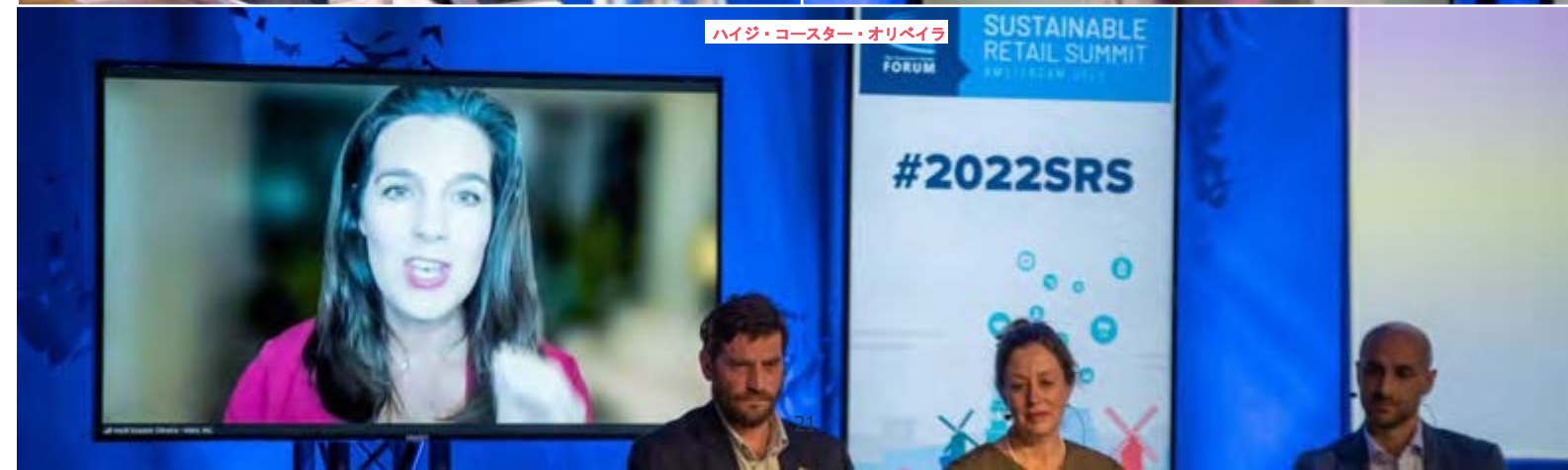
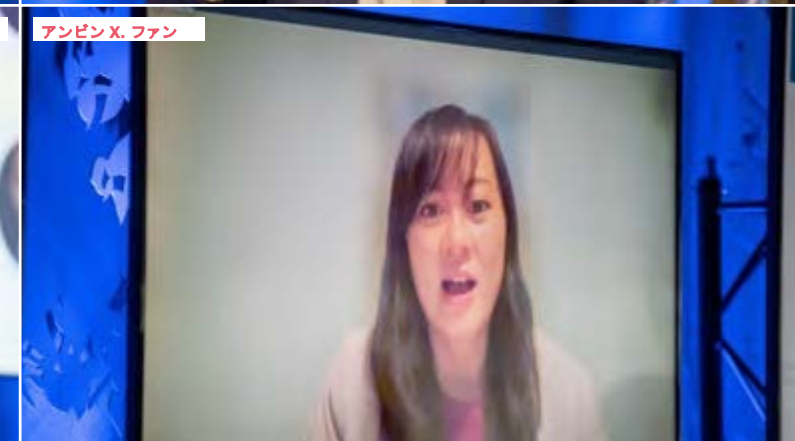
# 強制労働に対抗するための責任ある雇用に関する業界行動

ディディエ・ベルジュレがモデレーターを務め、Impactt Limitedの創設者兼マネージング・ディレクターのロージー・ハーストと、Human Rights Coalition - Working to End Forced Labour (HRC)のメンバーが、この総会に参加しました。マース社ソーシャルインパクト・グローバルディレクター ハイジ・コースター・オリベイラ氏、ウォルマート社グローバルガバメント&ビジネスディプロマシーディレクター アンビン・X・ファン氏、ハイネケン社ソーシャルサステナビリティディレクター ベンジャミン・ガトランド氏が登壇しました。彼らは、グローバルサプライチェーンにおける強制労働と戦うためのHRCの活動について、特に責任ある人材採用というトピックに焦点を当てながら、共に話し合いました。ディディエはまず、労働者が支払った人材紹介料やその他の費用を企業が返済できるように支援するHRCの新しいガイダンスの立ち上げを発表し、喜びを表しました。この新しいガイダンスは、Impacttの同様の勧告に沿ったもので、ロージーは、人材紹介料とそれが強制労働のケースにどのように寄与しているかというトピックに光を当てました。

その後、HRCのメンバーがそれぞれの企業での取り組みを紹介しました。ハイジは、マースがサプライチェーンを変革し、労働者の責任ある採用を確保するために、採用費用の払い戻し、協力を促すための「フェアシェアモデル」の採用、調達チームなど社内的重要なステークホルダーを集めての協力、CGFなどのプラットフォームを利用してこの問題への協力などを行う「真の旅」を続けていることを紹介しました。アンビンは、責任ある採用と雇用慣行が奨励され、報われるような大きな環境を強化するために、政府の力を活用することの重要性について、ウォルマートの見解を示しました。最後にベンジャミンが、HRCの最も重要な要素のひとつは、企業が重要な質問をし、人材紹介料の返済などの複雑な問題を解決するためのプラットフォームを提供することであると述べました。

全体として、特にILOが2016年と比較してより多くの人々が強制労働のケースにあると計算していることから、この問題に対する協力がこれまで以上に重要であることに同意しました。ビジネス慣行を完全に変革することが目的でなければならず、積極的なコラボレーションなくしてシステム上の変化は起こりえません。

- **ディディエ・ベルジュレ**  
サステナビリティディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム
- **ロージー・ハースト**  
Impactt Limited 設立者兼マネージングディレクター
- **ハイジ・コースター・オリベイラ**  
マース、ソーシャルインパクト担当  
グローバルディレクター
- **アンビン X. ファン**  
グローバル・ガバメント・アフェアーズ&ビジネス・  
ディプロマシー担当ディレクター  
ウォルマート
- **ベンジャミン・ガトランド**  
ソーシャル・サステナビリティディレクター  
ハイネケン・カンパニー



# ランチブレイク





# インタラクティブ・ ブレイクアウト・セッション



## 食品廃棄物と炭素の交差点

このトラックセッションでは、**イグナシオ・ガビラン**氏が進行役となり、Anthesis Groupのチーフ・サステナビリティ・オフィサー兼エグゼクティブ・ディレクターの**ポール・クルーエ**氏、WRAPの国際ディレクターの**リチャード・スワンネル**氏が、食品廃棄物の削減と脱炭素化への取り組みの関連性について対談を行いました。イグナシオは、食品廃棄物は非常に重要なサステナビリティの問題でありながら、プラスチック汚染など他の緊急課題に比べてそれほど注目されていないことを指摘しました。しかし、食品の生産と廃棄によって排出される温室効果ガスの量を考えると、食品廃棄物への対策は、実は脱炭素化への取り組みにとって重要な要素であることが、グループ内で議論されました。これは世界で生産される食料の約40%に相当します。また、食料廃棄によって排出される炭素量は、米国の年間生産量に匹敵するほどです。そのため、企業や国がネット・ゼロの約束を果たすためには、食品廃棄物への対策が不可欠です。

グループは、サプライチェーンと消費者の習慣に焦点を当てた2つの主要な行動領域があることを議論しました。リチャードは、企業が食品に対処するためには、ターゲット、測定、行動という3つの重要なステップを踏まなければならないというWRAPの哲学を共有した。

イグナシオは、事業活動における廃棄物の削減について、ポールは、食品廃棄物削減の取り組みについて消費者とコミュニケーションをとる方法について、それぞれエピソードを交えて説明しました。また、イグナシオは、フード・ウェイスト・コアリションが、全食品の30%が廃棄されるポストハーベストレベルの廃棄にどのように取り組んでいるかを紹介しました。最後に、環境だけでなく、気候変動や紛争などの進行中のトレンドにより飢餓のニーズが高まり、世界中の食料安全保障に影響を与えていることから、企業が食品廃棄物を削減する倫理的責任もあるとの意見で一致しました。

- **イグナシオ・ガビラン**  
サステナビリティディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム
- **ポール・クルーエ**  
チーフ・サステナビリティ・オフィサー兼  
エグゼクティブ・ディレクター Anthesis Group
- **リチャード・スワンネル**  
WRAPインターナショナル  
・ディレクター



## 自社のバリューチェーンで脱炭素を实践する方法

ABインベブのクライメート・ソリューションズ・グローバル・ディレクターである**アリーヌ・カサグランデ**は、サウスポールのアグリ・バリュー・チェーン部門長である**カリヌ・パツソ**とともに登壇し、Race To Zeroの実施面や企業が取るべき実用的で実行可能なステップを共有しました。議論の中心は、カーボンフットプリント削減の取り組みと、スコープ1、2、3の排出量に取り組むために企業が行っていることを示すことでした。アリーヌは、バリューチェーン全体のロードマップを構築するために南極と協力したABインベブの経験を紹介しました。例えば、農家と協力して再生可能な農法を理解し、その上でグローバルな視点に立つなど、ローカルなレベルで脱炭素に取り組むことの重要性を説いた。また、サプライチェーン全体を通じてサプライヤーと協力し、知識を向上させ、サプライヤーを長期的な旅に連れ出すというデジタルなアプローチも紹介されました。彼らは、このプラットフォームを同じような課題に直面している多くの産業やカテゴリーに開放することを喜んでいると語った。Karine氏は、私たちはサイロで仕事をするのではなく、仲間と協力しなければならないと述べました。

- **カリヌ・パツソ**  
アグリ・バリューチェーン部門長 サウスポール

- **アリーヌ・カサグランデ**  
クライメート・ソリューションズ グローバル・ディレクター  
AB-InBev社



イグナシオ・ガビラン



ポール・クルーエ



リチャード・スワンネル



カリヌ・パツソ



アリーヌ・カサグランデ

## オックスファム土地の不平等 - 社会と環境の架け橋となるアジェンダ

このトラックでは、オックスファムの土地政策アドバイザー兼グローバル土地プログラムリーダーである**バーバラ・コディスポティ氏**が、土地の不平等というトピックについて参加者に語りかけました。彼女はいくつかの統計を紹介しました。居住可能な土地の50%が農業に利用され、世界で25億人が零細農家に依存しています。したがって、土地がどのように利用され、誰に影響を与えるかを理解することは、本質的に関連した話なのです。バーバラは、「土地が圧迫されればされるほど、これらの人々はより危険にさらされることになる - 最も影響を受けるのは誰なのか」と問いかけ、土地の不平等に関する環境と社会の視点の架け橋となりました。バーバラ氏は、企業が土地の不平等に関するトピックを進めるべき理由として、次の3点を挙げました：持続可能性に関するコミットメントの基礎となること、土地の使用と管理に関する先進的なこと、そして紛争の減少につながること。オックスファムは、企業の土地フットプリントの算出や、責任と修復の概念の理解など、企業が取り組むべき8つの主要分野を提案しています。また、次のような行動をとることを強調しました。

また、企業は、サプライヤー、貿易業者、現地組織など、特定の地域で活動する他のステークホルダーと協力することが重要です。また、企業は政府と協力するユニークな立場にあります。これらすべてが一体となって、このテーマに関する持続可能なインパクトを推進することができます。

■ **バーバラ・コディスポティ**  
土地政策アドバイザー&グローバルランド  
プログラムリーダーオックスファム

## 国際労働機関（ILO）の現代奴隷制に関する最新世界推計値

このトラックセッションでは、**ディディエ・ベルジュレ**が、国際労働機関（ILO）労働における基本原則および権利部調査・評価ユニット長の**ミカエル・ドゥ・コック**と、現代の奴隷制に関するILOの最新の世界推計について話をしました。今年、ILOは2021年に強制労働に就いている人が2800万人いると推定し、2016年から残念なことに増加しました。ミカエルは、ILOのこの推定値の算出方法と、特に強制労働の事例が増加した要因に関する調査プロセスからの洞察を共有しました。この調査から、ミカエルは、企業が人権と強制労働へのアプローチにおいて考慮すべき3つの重要な学習事項を共有しました。第一に、企業は自社のビジネスモデル（採用、人事、調達方針など）を厳しく評価し、自社だけでなく上流のサプライヤーにもリスクが存在する可能性があることを理解する必要があります。第二に、企業は社会的・経済的条件など強制労働の根本原因に目を向けなければなりません。ILOでは、社会的・経済的条件の改善に重点を置いていることを明かしました。

特に最も脆弱な労働者を保護するために、企業はこの分野の行動で重要な役割を果たすことができます。企業は、対話、行動、そしてこれらの原因の検出までを推進するユニークな立場にあります。最後に、労働者が自らの経験を聞き、理解されるよう、集団で声を上げることができるようにすることが重要である。

■ **ディディエ・ベルジュレ**  
サステナビリティディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム

■ **ミカエル・ドゥ・コック**  
国際労働機関（ILO）労働基本原則・権利部  
調査・評価ユニット長



バーバラ・コディスポティ



ミカエル・ドゥ・コック



ディディエ・ベルジュレ

## ユー・アー・ネヴァー 小さくても大きく考えよう

最後の分科会では、ストラウスグループのグローバル・サステナビリティ&エシックス担当ディレクター、**シェイ・バイアリック**は、業界の緊急課題を解決するために「大きく考える」ことを参加者に促し、特に動物性タンパク質のトピックにおいて、食品廃棄や消費者の健康といった問題に大きな影響を与えるためにストラウスグループが開発した小規模なサステナビリティソリューションの事例を紹介しました。また、既存概念にとらわれない取り組みとして、ストラウスでは「The Kitchen」というハブを設け、有望なスタートアップやイノベーションの初期・後期開発を支援していることを紹介しました。イスラエルだけでも、植物由来の製品、肉、牛乳など、より良い未来のための食品を作るために300以上の新しい雇用を生み出し、また、食品産業の発展に大きく寄与しています。

持続可能な開発目標そして、大量の土地、大豆、抗生物質を使用する卵の影響や、動物福祉の問題について語りました。卵を使用しない製品は、水や土地の使用量が90%少なく、コレステロールもかなり低いため、消費者の健康にも有益であることを伝えました。

■ **シェイ・バイアリック**  
グローバル・サステナビリティ & エシックス・ストラウス・グループ・ディレクター

## ヘルス&ウェルビーイングに関する ポジティブなアクションを起こす

このセッションは、**シャロン・ブリー**氏が最近の統計データを紹介し、従業員のウェルビーイングを再びテーブルに乗せる必要性を訴えることから始まりました。83%の従業員がメンタルヘルス不調の原因は職場にあると回答し、81%がメンタルヘルスに配慮してくれる雇用主を探していることが明らかになりました。これらの統計を振り返り、味の素株式会社ヘルス&ウェルネス アソシエイトジェネラルマネージャーの**松野 潔**氏は、企業文化は従業員の幸福のための文化を反映する必要がありますと述べています。企業が職場において効果的な労働者栄養プログラムを導入するためには、食育が最初のステップとなり、地域や文化の違い、ニーズを考慮することが重要です。従業員はサポートされていると感じる必要があり、それによって仕事の満足度とエンゲージメントが高まります。「と、GAIN (Global Alliance for Improved Nutrition) のGlobal Lead Workforce Nutritionの**ベルベル・ヴァイリグマン**は述べ、調査対象となった肥満者のうち55人がうつ病と診断されたという欧米の研究を紹介しながら、メンタルヘルスと栄養には明確な関連性があることを述べました。Eat Well Global, Inc.の共同CEOである**エリン・ボイド・カッペルホーフ**は、GAINが作成した自己評価テストやウェビナーなどのツールを使って、従業員の栄養プログラムを改善しようとする企業が取り組めることを紹介しました。

ベストプラクティスに関するシリーズ、および労働者栄養の4つの柱に関する報告書。職場の健康食品、栄養教育、母乳育児支援、栄養健康診断の4つの柱に関する報告書です。これらの教育モジュールは、労働者に力を与え、雇用者が職場における従業員の健康と福祉を向上させることを支援するもので、私たちのビジネスを働きやすい場所にするための重要な行動領域となるものです。

■ **ベルベル・ヴァイリグマン**  
グローバルリードワークフォースニュートリション  
世界栄養改善連盟 (GAIN)

■ **エリン・ボイド・カッペルホーフ**  
共同CEO  
Eat Well Global, Inc.

■ **松野 潔**  
味の素株式会社ヘルス&ウェルネス  
アソシエイトジェネラルマネージャー

■ **シャロン・ブリー**  
ヘルシーライフ・ディレクター  
コンシューマーグッズフォーラム





# ネットワーキング・ブレイク



プレミアムスペシャルセッション  
協賛：ベイン・アンド・カンパニー

# 小売業におけるサステナビリティ 実践的な進歩のための方法

この日の終わりに、ベイン・アンド・カンパニーは、サステナビリティの課題を前進させるために、参加者にいくつかの実用的な解決策を提示しました。Bain & CompanyのESG in Retail Global Leaderである**ルチアナ・スタチアリーニ・パティスタ**は、同社が調査した小売業者や企業のうち、サステナビリティの進捗に満足していないのは10社に1社以下で、わずか2年前に設定した排出量の約束を達成しようとしているのは41%であると説明し、場を盛り上げました。ベイン・アンド・カンパニーのパートナー、**ジェニー・デイヴィス・ペカー**は、先ほどの音楽のテーマと同様に、「低音と高音」が重要だと述べ、前者は企業がESG課題に関して行う日々の努力、後者は「有名になりたいこと」であると語りました。また、消費者が支出を減らしている中で、いかに持続可能な選択をするか、業界内でサステナビリティがいかに早く成長したかを紹介しました。また、サステナブルな買い物をより手頃なものにするために、業界がどのような変化をもたらすことができるかを話しました。彼女は、それを棚に並んだ実用的なオファーに反映させる必要があるとアドバイスしました。詰め替え用、循環型モデル、リターナブルに傾倒することで、消費者が求めているものと一致させることができるのです。

■ **ルチアナ・スタチアリーニ・パティスタ**  
ESG in Retail Global Leader

ベイン・アンド・カンパニー

■ **ジェニー・デイヴィス・ペカー**  
パートナー

ベイン・アンド・カンパニー

## ESGの上昇

# レポーティング、投資、そしてデータの重要性 - その課題と解決法

この全体会議では、ESG報告の重要性が高まる中、データの重要性という複雑なテーマに取り組みました。企業は毎年大量のデータを記録しており、顧客や投資家はサステナビリティにまつわるリスクと機会を比較するために、データへのアクセスを望んでいるというのが、パネルディスカッションの結論でした。サウスポール社のアソシエイト・ディレクター、**ルーカス・ホエックス氏**は、リアルタイムのデータを取得・分析することは複雑だが、企業はパフォーマンスや基準に関する比較可能なデータを示す必要があり、また社会、環境、政府の問題は地域によって大きく異なるため、地域ごとのフィードバックを持つ必要があると述べ、セッションを開始しました。国際サステナビリティ基準委員会 (ISSB) のメンバーである**ベロニカ・ポンチェヴァ氏**は、関連するESGデータの報告や共有におけるこの複雑さを強調しました。投資家は、第一にESG課題が企業の戦略に固定されていること、第二に、それが企業にとってより良い投資と価値につながるかどうかを確認したいのです。ESG報告が企業の戦略的方向性に深く根ざしていれば、企業がこのテーマを真剣に受け止めていることを投資家に示すことができます。続いて、ShareActionのHealth部門責任者である**イグナシオ・ヴァルケス氏**は、健康をESG課題と関連付ける投資家コミュニティの関心について紹介しました。パンデミックによって人々の健康が再び注目される中、投資家はより幅広い分野の企業と関わり、労働の質などの要素を考慮して、これらのコミュニティの健康をどのように形成しているのかを理解したいと考えています。

の賃金、そして地域社会のニーズについて説明しました。最後に、Access to Nutrition Initiativeの**グレッグ・S・ギャレット**事務局長は、ATNIが米国と英国で新たに開始した小売業に関する指標を紹介し、投資家を支援するために不可欠なデータポイントを盛り込んだと説明した。また、データを提供し続けるためには、株主の決議と支援が不可欠であると主張しました。全体として、パネルディスカッションでは、ESGに関する行動を促進し、消費者、株主、ステークホルダーの目標を達成するためには、透明性に関する取り組みを強化することが不可欠であると結論付けられました。

■ **グレッグ・S・ギャレット**  
エグゼクティブディレクター  
「栄養へのアクセス」イニシアティブ(ATNI)

■ **ベロニカ・ポンチェヴァ**  
ISSB会員  
国際サステナビリティ基準委員会 (ISSB)

■ **イグナシオ・ヴァルケス**  
健康ShareAction責任者

■ **ルーカス・ホエックス**  
アソシエイトディレクター  
サーキュラー・エコノミー・サウス  
ポール

ルチアナ・スタチアリーニ・パティスタ

ジェニー・デイヴィス・ペカー

グレッグ・S・ギャレット

ベロニカ・ポンチェヴァ

イグナシオ・ヴァルケス

ルーカス・ホエックス

## フューチャーコンシューマー 次世代の フードファイターズ

2日目は、小売業者やブランドが若者に健康的な製品を広めるためにもっと努力する必要があるという重要な注意喚起で幕を閉じました。6月にダブリンで開催された消費財フォーラムのグローバル・サミットでの魅力的なプレゼンテーションに続き、Bite Back 2030のキャンペーン担当兼レジデンスのクリスティーナ・アダネとユース委員長のルーク・ホールが登場し、不健康な製品や関連マーケティングによって子どもの健康が損なわれないようにするために企業が行っている取り組みについて評価しました。そして、聴衆である業界のリーダーたちに、力強いメッセージを伝えました。「子どもの健康のために食品システムを設計し、それに反対しないこと」。ルーク氏は、「私は何度も、ある製品がより健康的であるかのように、意図的に騙されたことがある」と述べました。また、クリスティーナは、「私たちは、食生活の乱れをすぐに親のせいにしてしまいます。私はフードデザートに住んでいます。それが私にとっての現実です。安い食べ物で揚げ物を手取るのは簡単です。"二人とも、「我慢しろ」と言われるのはもう待ってられないと、早急な対応を訴えた。その代わりに、より多くの企業が「ジャンクフードの広告」に責任を持ち、「子どもの健康をリデザインする」力を持つ企業が歩み寄り、食品業界に持続的な変化をもたらすことを望んでいると分かち合いました。

- **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター・プレゼンター・  
ジャーナリスト
- **クリスティーナ・アダネ**  
キャンペーナー&Residence  
Bite Back 2030
- **ルーク・ホール**  
チェア ユースボード  
Bite Back 2030



ルーク・ホール



クリスティーナ・アダネ



イザベル・クマール

# オフィシャルカクテル&ディナー



循環型経済に向けて

# プラスチックのリデザインを越えて

Searious BusinessのCEO兼創設者である**ウイレミン・ペーターズ**は、プラスチック包装の再設計に焦点を当てたSRS最終日の最初の全体会議の冒頭で、正しい戦略によって消費者の行動をいかに変えられるかというビジョンを示しました。続いて、プロクター・アンド・ギャンブルのファブリックケアヨーロッパのサステナビリティディレクターである**ギヨーム・ルペール**が、「消費者にとって、できるだけ簡単にできるようにする必要があります」と述べました。消費者は商品を見て回る時間が短いため、商品の内容やパッケージを簡単に理解できるようにすることが重要です。ICAグループの最高企業責任者である**ケルスティン・リンドヴァル**は、製品に含まれるさまざまな材料の複雑さを軽減し、1つの材料で全体としてリサイクルできるようにすることが企業にとって必要であることを強調しました。「今日のパイロットとイノベーションが明日のスタンダードになるのです」と述べました。アムコーのサステナビリティディレクターである**ジェラルド・レビッツァー**は、循環型経済アプローチの「再利用」側面は、ここ数年でほとんど後退したと指摘し、彼がドイツで育った頃は、誰もが使うビール瓶の形は1つだったが、今日ではいくつかあるのではないかと述べました。

そして、その力はメーカーや廃棄物処理業者の手にあると思うと述べました。また、循環型経済への取り組みに関して、企業が「スケールアップの見込みのない」プロジェクトに着手する「パイロットウォッシュ」を非難し、この慣習を根絶する必要があると述べました。

● **ウイレミン・ペーターズ**  
Searious Business  
CEO & Founder

● **ケルスティン・リンドヴァル**  
ICA グルッペン社 チーフ・コーポレート  
・レスポンシビリティ・オフィサー

● **ジェラルド・レビッツァー**  
アムコアサステナビリティ  
ディレクター

● **ギヨーム・ルペール**  
プロクター・アンド・ギャンブル  
ファブリックケア ヨーロッパ  
サステナビリティ  
ディレクター

消費者の選択肢を増やす

# アホールド・デレーズ社 社長兼CEO フランツ・ミュラー氏による

## 「Inclusivity & Affordability」 基調講演

● **フランツ・ミュラー**  
Ahold Delhaize社社長兼CEO

アホールド・デレーズ社社長兼CEOである**フランツ・ミュラー**は、企業が率先して消費者の選択肢を増やすことがいかに重要であるかを述べ、健康やウェルネスに関するメッセージを消費者に届けるためには、アクセス、価格、利便性、教育がすべて重要な要素であることを指摘しました。アホールド・デレーズは、2025年までに自社ブランドの売上の55%を健康志向の製品で占めることを目標としており、フランツは他の小売業者にも同様の取り組みを行うよう促しました。また、割引やポイント制度を通じて、消費者に健康的な選択を促す同社の取り組みについて語りました。また、メーカーや小売業には大胆な行動が求められているとし、業界にはさらなる挑戦と変化を促すよう促しました。「私たちは、変化は協力によってもたらされると強く信じています」と述べました。「この厳しい時代に、私たちは強くあり続け、共に解決策を見出さなければならないのです。」



ウイレミン・ペーターズ



ケルスティン・リンドヴァル



ギヨーム・ルペール



ジェラルド・レビッツァー



フランツ・ミュラー

消費者の選択肢を増やす

# インクルーシビティとアフォーダビリティ - パネル

続いて、グルポ・エキシトのサステナビリティディレクターである**パブロ・モントヤ・ダビラ**氏と、ダノンのグローバルセールス担当上級副社長兼最高顧客責任者の**アイラ・ジズ**氏がステージに上がり、**イザベル・クマール**の司会のもと、ディスカッションを続けました。パブロは、ラテンアメリカでは41%の世帯が食糧難に直面しており、子どものいる世帯に限ると50%以上を紹介し、ラテンアメリカの洞察を述べました。グループは、健康と栄養について考える際に、地域とコミュニティのニーズを理解することの重要性に注目し、顧客エンゲージメントについては本社レベルで多く語られていますが、真の変化をもたらす原動力は地域の取り組みであることに同意しました。アイラは、「健康とは何かという定義は、「ローカル」である」と述べ、カルフルがフランスと米国の両方で主導しているプログラムや、恵まれない地域に影響を与えるために地域ごとにとられた異なるアプローチについて言及しました。フランツは、私たちが業界として直面している複雑さを強調し、「地元から始める」という秘訣を紹介しました。地域社会のニーズに合わせたソリューションを提供することで、大企業はさまざまな地域で機動力を発揮することができるのです。また、地域振興のためには、地方自治体との連携が重要であると述べました。

■ **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター プレゼンター・ジャーナリスト

■ **フランツ・ミュラー** Ahold Delhaize社 社長兼CEO

■ **パブロ・モントヤ・ダビラ**  
サステナビリティディレクター グルポ・エキシト

■ **アイラ・ジズ**  
シニアバイスプレジデント グローバルセールス、  
チーフカスタマーオフィサー  
ダノン



# 持続可能なビジネスとは、スマートなビジネスです。 人と地球への投資

この全体会議では、**イザベル・クマール**が司会を務め、**ディディエ・ベルジェレ**、**コカ・コーラ** 社人権部門グローバル責任者の**ポール・ラリ**、IDH持続可能な貿易イニシアチブ・ランドスケープファイナンスプログラムディレクターの**ニンケ・スタム**、そしてメリディアン・インスティテュートのEU戦略支援センターディレクター、**マシュー・ヤコブソン**による対談が行われました。特に人権や森林破壊といったテーマについて、社会的・環境的に責任あるビジネス慣行をもたらす企業メリットや、企業がサプライチェーンを通じていかに「点と点を結ぶ」ことができ、持続可能性への全体的なアプローチを取ることができるかについて議論されました。ニンケ氏は、森林破壊に取り組むために生産地でのマルチステークホルダーの活動を支援してきたIDHの経験を紹介し、この分野の活動が現場の人々にとってプラスの効果をもたらすだけでなく、企業にとってもリスクの軽減とサプライチェーンの強靱性の向上に役立っていることを説明しました。同様に、マシューは、人権と森林の問題を分けて考えるのは人為的であり、企業がプラスの影響をもたらすためには、この2つの問題に一緒に取り組むことが重要であると述べました。

イザベルは、消費者の視点に話を移し、消費者が森林破壊や強制労働などの重要な問題を優先し、それが消費習慣に影響を与えているという最近の傾向を紹介しました。ディディエは、サステナビリティに対する企業の取り組みに信頼性を持たせることの重要性を強調し、消費者は情報に振り回されることなく、企業が正しいことを行っていると信じていることができるようになるべきだと述べました。ポールは、「ビジネスの根幹を変える必要がある」と同意した。

「サステナビリティは、ビジネス全体を通じて運用される必要があります。そうすれば、企業は自分たちが積極的に行動していると確信でき、消費者は自分たちが購入するブランドが環境や人権を積極的に保護していると信頼することができるのです」。ニンケ氏、「商品や人材が持続可能な形で調達されることで、企業は真に成長することができるのです」と述べ、セッションを締めくくりました。

■ **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレーター  
プレゼンター・  
ジャーナリスト

■ **ディディエ・ベルジェ**  
サステナビリティディレクター  
消費財フォーラム

■ **ポール・ラリ**  
コカ・コーラ カンパニー  
人権担当グローバルヘッド

■ **ニンケ・スタム**  
プログラムディレクター  
ランドスケープファイナンス  
IDH The Sustainable Trade Initiative

■ **マシュー・ジェイコブソン**  
メリディアン・インスティテュート  
EU戦略支援センター 所長



イザベル・クマール フランツ・ミュラー



パブロ・モントヤ・ダビラ



アイラ・ジズ



ポール・ラリ



マシュー・ジェイコブソン



ニンケ・スタム

## グループワークショップ : アンジェロ・フェル ミュールン

# デザインする 独自の再生可能な エコシステム

このセッションは、参加者に会議のテーマである "a little less conversation and a little more action" を実践するよう促しました。宇宙システム研究者、生物学者、アーティストである**アンジェロ・フェルミュールン**の指導のもと、参加者は小グループに分かれ、会議での学びをもとに、自分たちの再生エコシステムを設計するよう促されました。

CGFのサステナビリティ・マネージャーの**アリヤ・クメクバエヴァ**、ヘルス&ウェルネス・ディレクターの**シャロン・ブレイ**、ヘルシー・ライブズ・マネージャーの**エヴァ・クリサレリ**は、このセッションの進行を手伝い、過去2日間のセッションで得たさまざまな洞察を代表者たちと話し合い、彼らのエコシステムを設計するのに役立てました。クリエイティブ・セッションの後、各グループは、循環型経済の構築、景観の再生、人権の保護と実現、二酸化炭素排出量と廃棄物の削減などの要素を盛り込んだデザインを全体会議で発表しました。参加者にとっては、SRSで共有されたアイデアを実用化し、SRSのさまざまなトピック（環境の持続可能性、人権、健康と福祉）が、私たちの生活の中でどのように結びついているかを考える、エキサイティングな機会となりました。

■ **アンジェロ・フェルミュールン**  
宇宙システム研究者、生物学者、  
芸術家

■ **アリヤ・クメクバエヴァ**  
サステナビリティマネージャー  
コンシューマーズフォーラム

■ **シャロン・ブレイ**  
ヘルス&ウェルネスディレクター  
コンシューマーズフォーラム

■ **エヴァ・クリサレリ**  
ヘルシー・ライブズ・マネージャ  
コンシューマーズフォーラム



## 世界のためになるエージェント 企業、政府、市民社会

特別セッションとして、**イザベル・クマール**は、ホーンジー男爵夫人**ローラ・ヤング**OBEを迎え、現代の奴隷制に対処する現行法について批評を行いました。現在、ILOは5,000万人が現代の奴隷制の影響を受けていると推定しています。注目されたのは、サプライチェーンの透明性に焦点を当てた英国の現代奴隷法54条です。特に人権や環境デューデリジェンスをめぐる企業の最近の動きにもかかわらず、この法律は十分なインパクトを与えていない、と説明しました。サプライチェーン全体における法規制の実施状況を監視し、その効果を測定することが重要です。しかし、現代奴隷制の課題に関する透明性を高めることは、企業の安全保障にとっても、現代奴隷制が最も影響を及ぼす地域社会にとっても重要なことなのです。

Covid-19の危機は、サプライチェーンがデューデリジェンスに苦しみ、マスクのような需要の高い製品を確保するために倫理的慣行が放棄されたため、進歩を後退させたという例も挙げました。ヤング男爵によれば、今後、企業が行うべき最良の方法は以下の通りです。

「この問題に取り組むには、意識を高め、協力し合うことが必要です。そして、企業、投資家、国会議員など、複数のステークホルダーが協力して解決策を見出すこと」を促した。「企業は株主のためだけでなく、世界のために存在するのです。世界のためなのです」。

■ **イザベル・クマール**  
プレナリーモデレータ  
プレゼンター・  
ジャーナリスト

■ **ローラ・ヤング**  
ホーンジー男爵夫人 OBE

## クロージング特別基調講演

## Angelo Vermeulen（宇宙システム研究者、生物学者、アーティスト）

最終日の最後には、**アンジェロ・フェルミューレン**氏が再び登壇し、宇宙探査がいかに私たちに未来を考えることを可能にしてくれるかを語ってくれました。宇宙探査は、私たちの関心事とはかけ離れているように見えますが、実はその科学によって、私たちは気候変動を理解することができるようになったのです。

私たちの業界では、宇宙開発の研究成果として、宇宙飛行士の宇宙での生活に関する科学的な研究も行われています。アンジェロも参加した実験では、食文化は人間の経験と密接に関わっていることが改めて認識されました。人は食べ物を大切にし、長時間同じものを食べ続けることはできないし、他の人と一緒に食事をしたいと思うものです。

アンジェロ氏は、地球外の環境で人類を養うために設計された「分子持続性」エコシステムについて、「すべての分子が価値あるものです」と述べています。「宇宙は、私たちが資源とどのように関わっているかを評価する機会を与えてくれるのです」。アンジェロ氏は、セッションの最後に「概観効果」についての注意を促し、セッションを締めくくりました。

このメッセージは、第7回サステナブル・リテール・サミットと3日間にわたるソリューションとアクションを重視したダイアログを締めくくるにふさわしいものです。

■ **アンジェロ・フェルミューレン**  
宇宙システム研究者、  
生物学者、芸術家





# ネットワーキング・ブレイク



## プレミアムスポンサー

**BAIN & COMPANY** 



**ses** imagotag

## コンファレンススポンサー



オフィシャルデレゲートランチ



コーヒー&リフレッシュメントブレイク



オフィシャルカクテル&ディナー



デレゲートWiFi



ノート・ペン

## 出展者

BAIN & COMPANY 



ses imagotag



## メディア&ナレッジパートナー



## 体験の再現

2022年10月26日～28日にアムステルダムで開催されたサステナブルリテールサミットのベストシーンを再現  
!#2022SRS

## コンシューマーグッズ フォーラムについて

コンシューマーグッズフォーラムは、世界中の消費財業界に役立つ慣行や基準のグローバルな採用を促進するために、会員によって運営されているグローバルでパリティベースの業界ネットワークです。消費財の小売業者、製造業者、サービスプロバイダーがグローバルに集まる組織としてユニークな立場にあり、人と地球の両方に利益をもたらすために業界全体に前向きな変化をもたらし、会員が長期的かつ持続可能なビジネス成長を確保できるよう専門的に支援しています。

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

EMEA - 国際本部

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

アジア・パシフィックオフィス

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

米州事務所

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

中国事務所

[shanghai@theconsumergoodsforum.com](mailto:shanghai@theconsumergoodsforum.com)

ラテンアメリカ事務所

[bogota@theconsumergoodsforum.com](mailto:bogota@theconsumergoodsforum.com)

