

アニュアルレポート 2024

消費財と小売の未来を形作る

変化する世界における
アジャイルリーダーシップ



目次



消費財と小売の未来を形作る: 変化する世界におけるアジャイル・リーダーシップ

はじめに	1
勇気あるリーダーシップの強化	9
インパクトを加速する	13
小売業のユニークな役割を認識する	15
地域との関連性を強調	19
バリューチェーンアプローチ	23
業界の水準を高める	27
テクノロジーによる業界の変革	31
サイロを打ち破る	35
2025年の重点分野	39
付録 - 行動連合	41

はじめに



進歩のための団結力

CGFマネージング・ディレクターからのメッセージ

The Consumer Goods Forumの2024年次報告書をお届けできることを嬉しく思います。2020年にこの職に就いて以来、私はCGFが会員の献身とコミットメントによって進化し続けていることを目の当たりにするという特権に恵まれてきました。私たちの進歩の真の原動力は、業界に測定可能な影響をもたらすことに焦点を当てている取締役会、共同議長、そして多くの企業から生まれています。彼らのリーダーシップと協力体制は、私たちが達成するすべての事柄の原動力であり続けています。

この1年は、経済的な圧力、サプライチェーンの混乱、消費者の期待の変化など、世界中の企業にとって大きな課題の多い年でした。しかし、目を見張るような適応力と革新性も見られました。CGFの行動連合と加速分野は、業界の回復力を強化し、業務効率を改善し、よりつながりのある競争力のあるセクターを構築するためのプラットフォームを提供してきました。

2024年の主な焦点は、地域密着型の戦略を拡大することでした。特に中国と北米の主要市場での存在感を深めることで、私たちは現地のビジネスニーズにより良く対応することを目指しています。会員数の増加、より強固なステークホルダーの関与、そしてカスタマイズされたトレーニングプログラムは、ますます複雑化する状況に対応するために必要なツールを私たちの業界に装備するのに役立っています。また、CGFが会員にとって常に適切で効果的なリソースであり続けるために、優れたガバナンスを強化する取り組みも継続しています。

本報告書は、私たちが共に成し遂げた進歩を反映しています。ビジネスへの影響、地域社会との関わり、業界間の協力関係を優先することで、私たちは有意義な前進を遂げています。私は、この先の展開に胸を躍らせるとともに、より強固な未来を目指して取り組むこのグローバルネットワークの一員であることに感謝しています。



ワイチャン・チャン
マネージング・ディレクター、
CGF

より強力なコラボレーションで 測定可能な成果を上げる1年

CGF理事会共同議長からのご挨拶

この1年を振り返ってみると、私たちは自信を持って、誇りに思える多くの成果を挙げたと申し上げることができます。共同議長としての任期の初めに、より迅速に協働して焦点を絞った行動を起こすことで、より良い影響を加速させることを目的とした5つの加速分野(AA)を立ち上げて以来、私たちは、2024年にこれらの新しい行動重視のイニシアティブが独自の成果を挙げているのを目にすることができました。

AAは、大小さまざまな企業が参加する扉を開きました。企業参加の増加と測定可能なKPIが導入されたことで、持続的な影響をもたらすための枠組みが構築されました。

しかし、今年は数字だけにとどまらず、文化についても注目されました。CGFでは、会員企業の間で、より有意義なコラボレーションと、ポジティブな影響をもたらす分野に関するオープンな対話への着しいシフトが見られました。シカゴサミットでは、リーダーたちがより本音でつながり、課題を共有し、弱さをさらけ出す場を設けました。CEOや業界リーダーたちが、成功だけでなく苦悩についても率直に話し合う姿は感動的でした。その誠実さが新たなパートナーシップを生み、私たちの業界の強さを再確認させてくれました。

また、CGFは今年、これまであまり参加がなかった小規模な企業や地域を巻き込む新たな方法も導入しました。ラテンアメリカやアジアにおける地域小売業者のセッションや、より柔軟な参加モデルなど、誰もがこれまで以上に発言し、変化をもたらすことができるようになっています。

本報告書のページをめくり、2024年の成果をぜひご覧ください。私たちの成果にとどまらない、より大きな成果です。もし、この報告書をお読みになってインスピレーションを得られたなら、CGFの有意義な変化をもたらす取り組みに、どのように関わることができるか、ぜひお問い合わせください。



フランツ・ミュラー
CEO
アホルド・デルハイズ



ダーク・ヴァン・デ・プット
CEO
モンデリーズ・インターナショナル



岐路に立つセクター

KPMGからの序文

今日の消費財業界におけるリーダーシップとは、個々の企業の野心的な取り組みを支援することだけではありません。むしろ、企業と社会および環境システムとの相互関連性を全体的に理解することが求められます。

KPMGは、業界のグローバルリーダーと積極的に関わることで、コラボレーション、イノベーション、共有ソリューションの促進においてCGFのような組織が果たす重要な役割を直接的に目の当たりにしてきました。

このような組織の役割は、これまで以上に重要性を増しています。変化の推進役として、規制に関する議論の足並みを揃えるだけでなく、協働とイノベーションのための重要なフォーラムとなっています。

今年のCGF年次報告書は、行動連合と加速分野の進捗状況を反映しているだけでなく、持続可能な成長に向けた業界全体の取り組みの勢いが強まっていることを示しています。これは、勇気ある協調的なリーダーシップの力と、業界全体での取り組みの重要な役割を証明するものです。

将来を見据えるとき、技術革新や技術の活用、そしてより持続可能な消費に向けた業界の動きを支援することは、チャンスであると同時に責任でもあります。CGFは、業界トップクラスの専門家や意欲を結集することで、現行の規制を遵守するだけでなく、将来の社会ニーズを先取りするベストプラクティスの開発に貢献しています。また、変革を迫られる重大な意思決定に日々取り組むリーダーたちのコミュニティとして、支援ネットワークや経験の共有も提供しています。

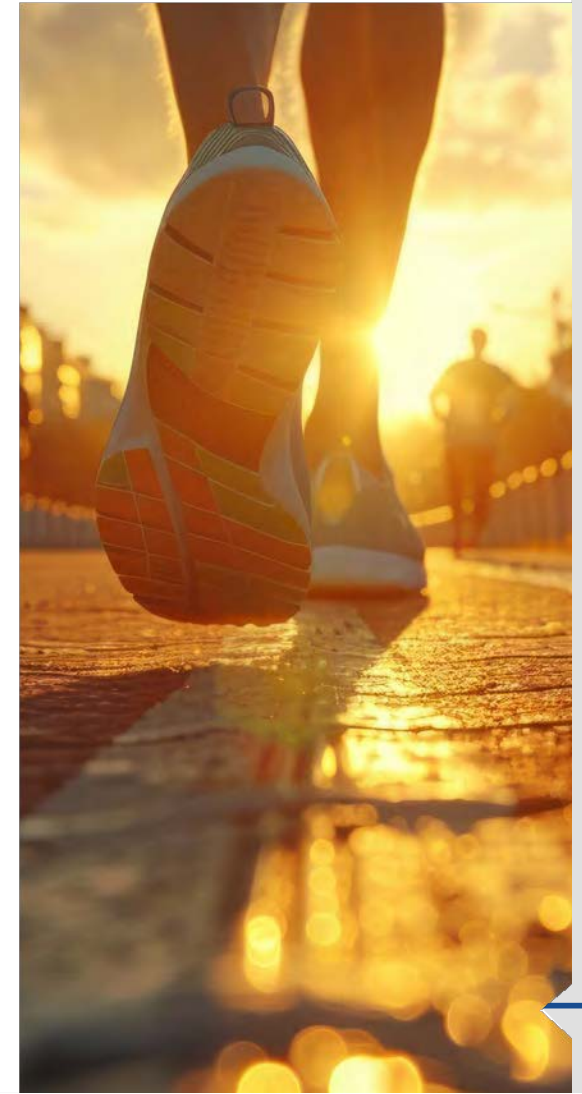
KPMGは、このような影響力を発揮し、消費財メーカーや小売業者が安全で持続可能な未来を実現するための行動を加速させることに貢献できることを誇りに思い、その役割に全力を尽くしています。

CGFやより幅広い業界との継続的な協力関係を通じて、私たちは、より持続可能で豊かな未来を形作るための、情報に基づいた先見性のある意思決定を行う組織を支援することに専念しています。



イザベル・アレン

KPMGインターナショナル コンシューマー・リテール部門
グローバルヘッド



ここまでの経緯

最近のCGFの歴史におけるランドマーク

本報告書では、進歩を促すための組織の協調的な取り組みに焦点を当てているが、ここで述べられているすべてのコミットメントおよび行動は、各メンバーが自主的かつ独自に決定したものである。厳格な独占禁止法の規制に従い、CGFおよびそのメンバーは、非公開の価格設定、マーケティング戦略、イノベーションの取り組み、またはその他の企業固有の機密データなど、商業的に機密性の高い情報を共有または議論することはない。各メンバーは、意思決定や独自の戦略および業務の展開において完全な独立性を維持しています。本レポートの目的は、共有された希望や進歩を強調し、透明性を高め、外部の利害関係者との関わりを深めながら、同時に法的および競争上の境界線を尊重することにあります。

70年以上の歴史を持つThe Consumer Goods Forumは、2009年に現在の形となり、業界リーダーの連合が「より良い企業活動を通じてより良い生活」という共通のビジョンを掲げ、力を合わせることに合意しました。

それ以来、CGFは、消費財業界のすべての関係者が成長を促進し、影響力を発揮しながら、より健全で安全かつ持続可能な世界を創出するためのグローバルなプラットフォームへと発展してきました。

当初から、CGFは厳格なCEO主導で運営されています。取締役会は50社以上の会員企業のCEOで構成され、競争とは無関係に一堂に会し、業界全体に影響を与えるトピックについて議論しています。理事会は、小売業と製造業の代表がそれぞれ2名ずつ、計4名の共同議長と副共同議長によって運営されています。このような対等な関係を基盤として、現在のCGFが設立された背景には、消費財業界における大きな変化がありました。2000年代初頭には、グローバル化、技術革新、消費者の期待の変化が相まって、業界に急速な変化がもたらされました。小売業者やメーカーは、環境の持続可能性、食品の安全性、倫理的な調達、消費者の健康といった問題への対応を迫られるようになりました。CGFの行動連合。一方で、消費者は食品の調達や生産方法についてより高い透明性を求めるようになり、国や地方自治体は規制を強化しました。

こうした変化は、課題と機会の両方を生み出し、業界全体にわたる協力が価値あるだけでなく、不可欠なものとなりました。CGFは、業界全体の進歩を推進する手段となり、企業が競争以前に業界全体の課題に取り組むためのプラットフォームを提供しました。

CGFのコンプライアンス、独立性、透明性への取り組みは、グローバルな課題に取り組むための協調的アプローチの基盤となっています。これらの原則を基盤として、当組織の取り組みは9つの行動連合（Coalitions of Action、CoA）によって推進されています。この行動連合は、2020年にCGFの理事会共同会長であるエマニュエル・ファーバー氏（当時ダノン会長兼CEO）とオズギュル・トルト氏（当時および現ミグロス・ティカレットCEO）によって発足しました。

CGFの行動連合



より健康的な生活のためのコラボレーション



食品廃棄



フォレスト・ポジティブ



世界食品安全イニシアチブ (GFSI)



人権



プラスチック廃棄物



製品データ



持続可能なサプライチェーンイニシアチブ



Toward ネット・ゼロ

これらのCoAは、CGFが設立当初から行ってきた取り組みを継続し、さらに深めていくものです。最も古い「グローバル・フード・セーフティ・イニシアチブ」は2000年から存在しており、最も新しい「ネット・ゼロ・プログラム」は2023年に発表され、2024年に開始されました。

CoAは、業界が直面する課題が複雑化し、専念した取り組みとリソースが必要なレベルに達しているという認識に基づいて設立されました。これらのCoAは、会員が重要な問題に取り組み、測定可能な成果を出すための、構造化された協働の枠組みを提供しています。（CoAの一覧、リーダーシップ、ミッションについては、本資料の最後に記載されています。）

ダニエル・チャン（当時アリババグループの会長兼CEO）とジェームズ・クインシー（ザ コカ・コーラ カンパニーの会長兼CEO）は、2021年から2023年までCGF理事会の共同議長を務め、主要地域における影響力と成長に重点的に取り組みました。これは、サプライチェーンの弱点が浮き彫りになり、地域化の増加が促されたパンデミックの最中に有効な戦略であることが証明されました。現在、CGFの活動範囲は、中南米、中国、アジア太平洋、北米、ヨーロッパに広がり、グローバル戦略の地域に特化した実施を支援しています。

2023年、フラン・ミュラー（Ahold DelhaizeのCEO）とダーク・ヴァン・デ・プット（Mondelēz Internationalの会長兼CEO）が共同議長となり、メンバーがCGFの活動に参加するための新しい方法である「加速エリア（AA）」の取り組みを開始しました。2023年の京都でのグローバルサミットで発表された加速分野は、行動連合に取って代わるものではなく、むしろ、各企業が異なる段階にあることを認識し、すべての会員がそれぞれのペースで持続可能性のイニシアティブに参加できる機会を提供することを目的としています。企業は、関与したい分野、貢献したい分野、参加したい分野を自由に選択できます。

AAsは、現在の共同議長が認識している、グローバルなサプライチェーンが主に中小企業によって支えられているという事実を反映しています。これらの企業は、効果的な環境ソリューションと持続可能な成長の両方を実現する鍵を握っています。



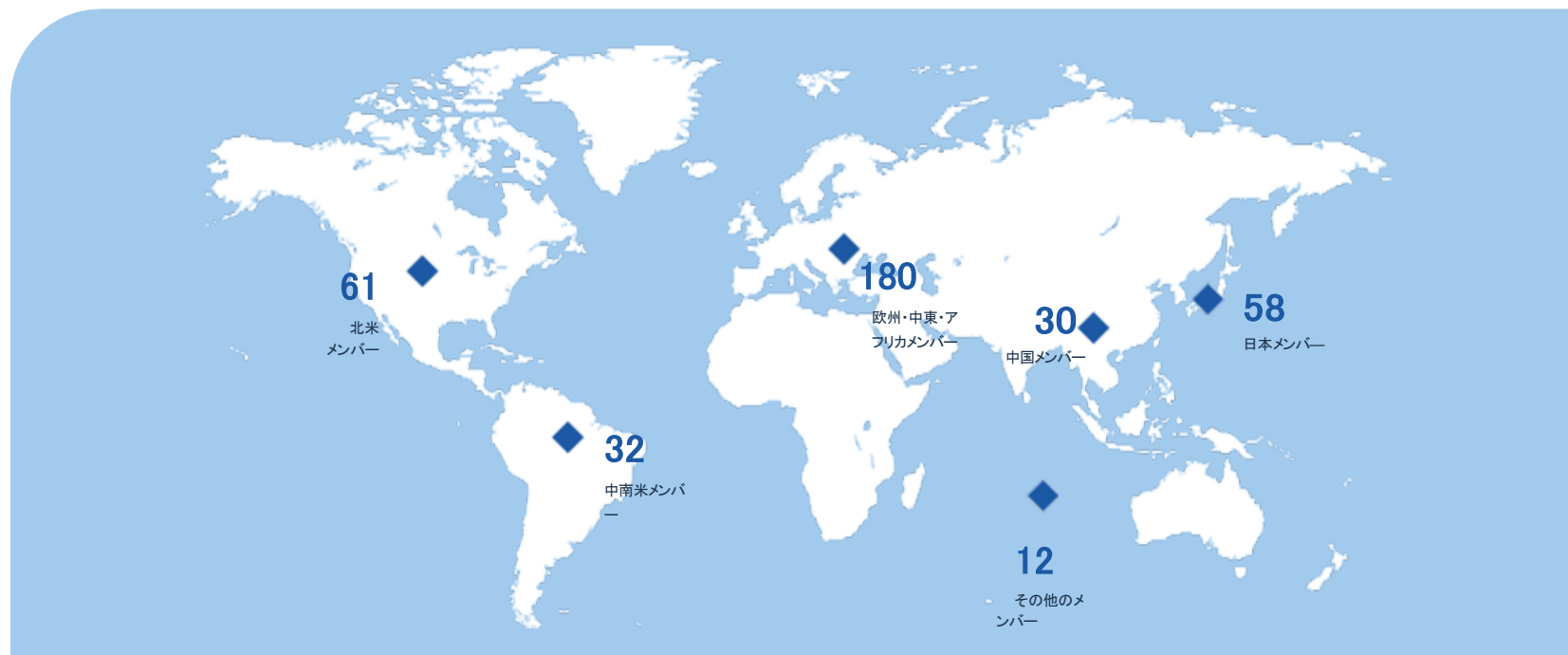
AAsの詳細については、サブセクション「[Accelerating Our Impact](#)」を参照。

CGFは、変化する世界に合わせて進化を続ける中で、コラボレーション、イノベーション、実行可能なイニシアティブを通じて業界の最も差し迫った課題に取り組むという使命を堅持しています。本年の年次報告書では、2024年にこれらのイニシアティブ全体で達成された進捗、測定可能な影響、そしてCGFの将来を導く戦略的優先事項に焦点を当てています。

9つの行動連合



世界中のCGF



370+

会員総数

4.6兆ユーロ以上

会員の年間収入

50+

理事会メンバー

9

行動連合

5

加速領域

勇気あるリーダー シップの強化



グローバル・リーダーのためのフォーラムとインキュベーター

2024年グローバルサミット(シカゴ)では、共同議長のフランツ・ミュラー氏とダーク・ヴァン・デ・プット氏が、業界が将来繁栄していくために業界全体で取り組まなければならない複雑な課題、すなわち「会議室の象」に例えられる問題にリーダーたちが取り組むよう促しました。CGFのメンバーは、困難な会話から目を背けません。業界全体で一致した声を創り出そうとしています。

この種の傷つきやすい協調的なリーダーシップは、CGFの柱であるだけでなく、組織が行うあらゆる活動に深く根付いています。CGFは、年間を通じてさまざまな対面式およびオンラインのフォーラムを通じて世界のリーダーたちを一堂に集め、共通の課題、機会、新技術について話し合うユニークなプラットフォームを提供しています。

2024年のグローバルサミットには、42カ国324社から1,100人以上の経営幹部が参加し、ネットワーキングの場としても効果的なイベントであることを強調しました。CEOたちは、本会議や分科会、その他の貴重なセッションに参加するだけでなく、このサミットをビジネスのプラットフォームとしても活用しています。

「シカゴサミットでは、CGFは業界を動かすために、これまで以上に踏み込んだ取り組みを行いました。多彩で示唆に富む講演者や、問題を提起する講演者によってです」と、Dirk Van de Put氏は語ります。「これは、特にメーカーと小売業者の交流や共同検討、さらにはコラボレーションの創出を目的とした世界で最も優れたフォーラムでしょう。

HaleonのCEOであるBrian McNamara氏も同意見です。「CGFがなければ、これほど大規模な消費財企業を集めることはできなかったでしょう。CEO主導でメーカーと小売業者が共に参加しているという事実が、参加企業にとって優先事項となるのです。これにより、業界全体で臨界質量に達することができます。」と彼は言います。

CGFは、グローバル企業のCEOやその他の経営幹部をつなぐだけでなく、2024年に50%以上の女性が参加した「Future Leaders Programme」などのイニシアティブを通じて、消費財・小売業界のあらゆるレベルで勇気あるリーダーシップを育成することに尽力しています(ケーススタディを参照)。

CGFネットワークの価値は、Future Leadersにとっても、すでに確立されたCEOにとっても、かけがえのないものです。「私たちは時として、CGFネットワークの力を過小評価しています。それは、私たちが一致団結して物事を変える意思があれば、変えることができるという能力という意味においてだけでなく、私たちの影響力が単一の声として発せられるという意味においてもです」と、MusgraveのCEOであるノエル・キーマー氏は述べています。

私たちは時として、CGFネットワークの力を過小評価しています。それは、私たちが一致団結して物事を変える意思があれば、変えることができるという能力という意味においてだけでなく、私たちの影響力が単一の声として発せられるという意味においてもです。

ノエル・キーマー

CEO
マスクレイブ



ケーススタディ

明日のリーダーを育てる

フューチャー・リーダーズ・プログラムは、いか
にして業界の先駆者となる新世代を育成しているの
か？

消費財・小売業界では、経営幹部レベルに昇進した際に直面
するであろう課題に対処できるリーダーを育成することが急務
となっています。

そのため、CGFは2022年に「Future Leaders Programme」の改訂
版を立ち上げ、リーダーシップポジションで成功するために必要
なツール、洞察力、ネットワークを身に付け、高い潜在能力を持
つ人材を発掘し育成することを目指しています。

2024年の参加者は57名で、その半数以上が女性であり、このプ
ログラムが男女平等に力を入れていることを反映しています。

シカゴで開催されたCGFグローバルサミットでは、9回のバーチャ
ルセッションと1回の対面式ワークショップが実施され、参加者は
CEOによる影響力の高いパネルディスカッションなど、経営幹部
が主導するインタラクティブなディスカッションに参加しました。

このプログラムでは、実行可能なリーダーシップの枠組み、グロ
ーバルトレンドの徹底的な分析、業界横断的なコラボレーション
の機会が盛り込まれました。参加者のフィードバックでは、コンサル
タント主導のセッションとライブコーチングセッションが際立った
瞬間として高く評価され、視野が広がり、戦略的思考スキルが磨
かれたことが強調されました。

このプログラムは目に見える成果を上げ、参加者
の85%が、特に文化の変革、ストーリーテリング、
戦略的意思決定といった分野において、その洞
察をリーダーシップの実践に活かしました。グロ
ーバルサミットでの直接対面式のセッションは特
に大きな影響を与え、参加者の間に深いつながり
を生み出し、実行可能なアイデアの交換を促進し
ました。

ケーススタディ

世界プラスチック条約

業界リーダーを結集し、コミットメントを共有する

プラスチック汚染は、**勇気あるリーダーシップとCEOの支持を必要とする差し迫った世界的な課題です。これを認識し、CGFは2024年末に韓国釜山で開催された「世界プラスチック条約」の交渉にCEOの支持を動員しました。**

CGFメンバー13社を含む15社のCEOが、プラスチック廃棄物に関する法的拘束力のある条約を支持する共同書簡に共同署名しました。この書簡は、事業の継続性を維持しながら、持続可能性の枠組みに業界全体で取り組むという姿勢を強化するものでした。

CGFのプラスチック廃棄物対策連合は、持続可能なパッケージングと循環経済の原則に関する長年の協力関係を活用し、この提唱活動の基盤を提供しました。釜山でのCEOの関与は、CGFのゴールデン・デザイン・ルールや拡大生産者責任などのイニシアティブに沿った野心的で強制力のある政策の策定に対する民間部門のコミットメントを意味しました。

交渉にとどまらず、この取り組みにより、CGFは責任ある企業活動の推進役として重要な位置づけとなり、今後の多様な利害関係者による協力の先事例となりました。条約の議論が進むにつれ、CGFは、各メンバーが独自に掲げた政策へのコミットメントをグローバルなサプライチェーン全体に具体的な影響をもたらすよう、引き続き支援していきます。

消費財と小売の未来を形作る：変化する世界におけるアジャイル・リーダーシップ



インパクトを加速する

加速エリアの紹介

加速エリアの活性化は、2024年の際立った成果であり、メンバーの参加を大幅に拡大し、業界への影響力を高めるための行動を促しました。

行動連合の既存のKPIから導き出されたこれらの自主的なイニシアティブは、規模や取り組みの段階、リソースの有無に関わらず、メンバーが影響力を発揮するための、焦点を絞った実行可能な期限付きの機会を提供することで、KPIを補完するよう設計されています。

「連合は今後も私たちにとって重要な存在であり続けます」と、フランス・ミュラー氏は説明します。「しかし、今では、リソースが限られており、貢献を望む会員のために、よりインパクトに焦点を当て、さらに簡潔な加速分野を用意しています。

「私たちが重視する分野は、測定が容易で、企業が達成可能なものです。ですから、加速分野における目に見える進歩は、絶対に不可欠だと考えています」と、ダーク・ヴァン・デ・プット氏は付け加えます。

DCFサプライ

フォレストポジティブ行動連合

- 特にパーム油、大豆、牛肉、製紙産業をターゲットに、森林破壊と転換を伴わない供給アプローチの主流化に取り組む。
- 地域とFPCIは、参加者と1対1で協力し、複数の商品にわたる実施を推進している。

従業員の健康とウェルビーイング

より健康な生活のためのコラボレーション

- ワークフォース・ニュートリション・アライアンスのイニシアティブを通じて、600万人以上の従業員にアプローチ。
- 中南米では「Se Siente Bien」現地戦略を展開し、ウェビナーを開催した。ウェビナーには1回あたり1,000人以上が参加し、11カ国で4,000人近くが参加した。
- 共通の枠組みの共同開発
「従業員ウェルビーイングのある。7つの原則」

排出削減

ネット・ゼロ行動連合

国連のRace to Zero「スタートライン」フレームワークに触発され、2050年のネットゼロを目指す。

中国は排出削減AAを中国の状況に合わせて翻訳し、中国独自の戦略として「中国グリーン移行イニシアティブ」を立ち上げました。

ゴールデンデザインルール

プラスチック廃棄行動連合

- CGFの包装デザインのフレームワークの採用を促進する。
- 各地域では、各地域専用のトレーニングセッションや能力開発に投資しています。LATAMのトレーニングはすでに展開されており、参加者は実施段階にあり、中国では3月から専用のトレーニングが開始される予定です。

人権デュー・ディリジェンス

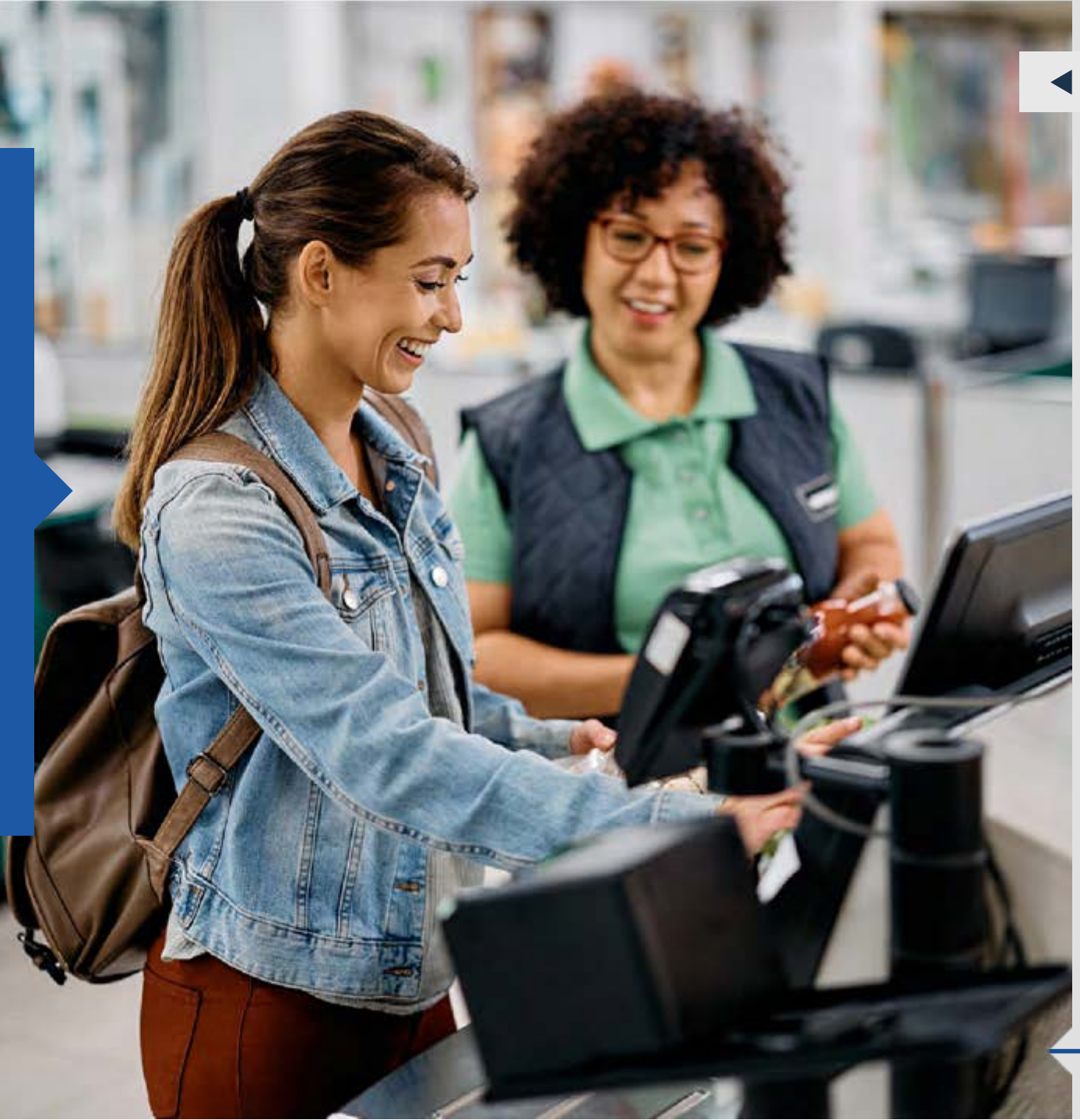
人権行動連合

- 人権デュー・ディリジェンスを業界の規範として定着させることを目指す。
- 日本HRDD AA報告書によると、HRDD実施の各段階において、より高い成熟度に向かって進む参加企業の割合は、2023年から2024年の間に増加している。。

加速エリアの導入により、CGFは協動的リーダーシップへのアプローチを拡大し、中小企業のより積極的な参加を可能にしました。「加速エリアは、行動連合への参加に十分な準備ができていない組織でも、取り組みを始めることを容易にしました」と、ペプシコのCEOであるラモン・ラグアルタ氏は述べています。「行動連合から得た教訓を活かし、最も優先度の高い分野の1つまたは2つに焦点を絞って、シンプルかつ明確な方法で注意と行動を集中させるのです。」

このアプローチにより、CGFの影響力が最大規模の会員企業に限定されることなく、グローバルなサプライチェーン全体に広がることを確実なものにしています。こうしたイニシアティブが勢いを増すにつれ、企業が独自の有意義なステップを踏み出すためのプラットフォームを提供し、責任文化を育むこととなります。

小売業のユニーク な役割を認識する



買い物客や消費者にインパクトを与える

小売業者は、サプライチェーンや消費者行動に影響を与えることで、業界全体の変革の推進役を担うという意味で、The Consumer Goods Forumの使命にとって不可欠な存在です。消費者との直接的な関わりと事業規模により、持続可能性、責任ある事業慣行、業務効率の向上に欠かせない存在となっています。小売業者はメーカーと共通の課題を抱えている一方で、地域社会への影響力、雇用する幅広い労働力、サプライヤー基盤は、異なる問題と機会をもたらします。

CGFは、この重要な役割と、企業がそれを十分に活用できない可能性がある障壁を認識し、知識の共有と協力を可能にするプラットフォームを構築することで、小売業者の関与を優先しています。小売業者は、専用のワークショップや業界対話を通じて、共通の課題に取り組む作業を支援し、ベストプラクティスを交換し、進捗を加速させる機会を得ることができます。

Kroger社の企業食品安全・品質・規制コンプライアンス担当副社長であるハワード・ボボラ氏は、食品の安全性など、共通の目標に向けた進歩を確実にするという点で、CGFが小売業者に提供する価値を強調しています。

「小売業者、つまり世界の大手小売業者を見ると、彼らは皆、GFSIを強力に支持しています。」と彼は言います。「私たちにとって、消費者の安全以上に重要なものではありません。」

2024年に最も重点的に取り組むべき分野のひとつとして、CGFは小売業者が少なくとも1つの推奨ルールを業務に取り入れることを支援し、プラスチックに関するCGFゴールデンデザインルールを採用しました。さらに、小売業者は排出削減や人権デューデリジェンスに焦点を当てたイニシアティブに参加し、持続可能性の枠組みを推進する上で重要な役割を果たしています。CGFは、進化する規制や業界の期待に応えるために、小売業者を積極的に支援しています。

2024年の重要な出来事として、グローバルサミットで小売業の日が導入されたことが挙げられます。これは、CGFが小売業の価値提案に焦点を当てた拡大成長を意味します。このイベントは2025年にも開催される予定で、CGFの議論への小売業者の参加を深め、企業が責任ある業務慣行とデジタル技術を業務に統合するために選択できる明確で実行可能なロードマップを提供することを目的としています。CGFの年次「ジャパン・デー」でも、日本小売業協会とのパートナーシップにより、小売業者への注目が高まりました。

「CGFジャパン・デーに参加したことで、日本の小売業と消費財業界の連携強化に向けた第一歩を踏み出すことができました」と、日本小売業協会の常務理事である小林英文氏は述べています。

小売業者、世界の主要な小売業者を見てみると、彼らは皆GFSIを強力に支持しています。

ハワード・ボボラ
クローガー社食品安全・品質・規制コンプライアンス担当副社長



ケーススタディ

小売業の変革を促す

Retail Day 2024はグローバルなインサイトをどのように活用したのか

2024年グローバルサミットの3日目、リテール・デイでは、デジタル化が進み、消費者が主導権を握る世界において、小売業者の役割がますます進化し、強力になっていることが強調されました。

リテール・デーにより、サミットへの小売業者の出席者数は、前年と比較して大幅に増加しました。講演者には、Ahold Delhaize USA、SPAR International、Wumart/Dmall Chinaなどの業界企業のCEOや創設者が含まれ、北米、ヨーロッパ、アジアからの洞察やトレンドが共有されました。

講演者の多様性により、カザフスタンと北極圏ノルウェーなど、地理的に離れた地域を含むさまざまな地域の消費者について、貴重な比較対照を行うことができました。各地域には独自の好みや課題がありますが、消費者はどこでも、基本的には同じサービス、利便性、手頃な価格を求めています。デジタルテクノロジーは、オムニチャネル統合、自動化されたフルフィルメント、ニーズ予測などのソリューションを通じて、そうしたニーズを満たすのにますます役立っています。

リテール・デイは明確なメッセージで締めくくられました。小売りの未来は、デジタルと物理的な空間をシームレスに統合しながら、地域との信頼関係や親近感を維持することにかかっているというメッセージです。AI主導のマーケティング、データ駆動型の持続可能性への取り組み、あるいはきわめてパーソナライズされたショッピング体験など、どのような方法であれ、小売業者は機敏かつ先見性を維持しなければなりません。新しいビジネスモデルが登場する中、経済や環境の変化に敏感でありながら、イノベーションを取り入れる企業が、グローバルな小売りの次の時代を定義することになるでしょう。

ケーススタディ

ジャパン・デイ

日本における小売業者のエンゲージメント強化

日本の小売業者のCGFイニシアティブへの関与は、特にアクション連合内でのグローバルな取り組みへの関与を強化する余地があり、成長の余地がありました。このつながりを強化することで、日本の小売業者がCGFの幅広いイニシアティブに十分に貢献し、その恩恵を受けられるようになります。

日本の小売業者のさらなる統合を目指し、CGFの日本事務所は、日本小売業協会を年次イベント「ジャパン・デー」に招待し、CGFと地域の主要な小売関係者との連携を強化しました。この取り組みは成功し、日本の大手小売業者の参加を確保し、CGFのサステナビリティイニシアティブへの関心を再び高めることができました。

さらに、CGFのサステナビリティプログラムへの新たな関心を喚起し、日本の大手小売業者を含む新規のCGF会員を獲得するために、「ネットゼロ」プラットフォームを立ち上げるプロジェクトが進行中です。

日本小売業協会とのパートナーシップ強化は、小売業者がCGFのグローバルな議題に長期的に関与していくための大きな一歩となりました。



地域との関連性を強調



地域社会に貢献しグローバルな変化をサポートする行動

「世界はよりローカル化しています。不安や緊張があると、人々は内向きになり、自国でどのように事業を展開できるかに注目するようになります」と、ICAのCEOであるニーナ・ヨンソン氏は指摘します。実際、地政学的な不安定さ、経済的不確実性、変化する消費者ニーズにより、グローバルなサプライチェーンはますます大きなプレッシャーにさらされており、企業は地域的なソリューションを模索するようになっています。こうした見解に沿って、CGFのメンバーは、地域特有の課題、例えば循環経済の格差、労働者の権利、持続可能性の問題などに取り組む、地域や国レベルの政府との協力を強化し、対象を絞ったパイロットプロジェクトを開始しています。

ラテンアメリカでは、収穫と貯蔵の効率改善や森林伐採への対応など、複雑な環境問題に取り組むパイロットプロジェクトが進められています。2024年には、コラボレーション・フォー・ヘルシー・ライフズ・コーリション・オブ・アクションも、メンタルヘルスや経済的な幸福に関するワークショップなど、ラテンアメリカにおける従業員の福利厚生プログラムの拡大に努めました。これらのワークショップには3,000人以上が参加し、企業の社会的責任と労働力の回復力とのつながりを強化しました。

OXOメキシコの退任した最高経営責任者（CEO）であるカルロス・アレナス・カデナ氏は、コロンビアのボゴタに本部を置くCGF LATAMの現地の専門知識が自身のキャリアにおいて非常に有益であったと述べています。「私たちはグローバルなアジェンダに従っていますが、特定の地域の問題に焦点を当てる柔軟性もあります。」と彼は言います。「地域グループが独自の重点分野を定義しているため、CGFはより価値のあるものになります。」

一方、CGFの中国事務所は会員基盤を拡大し、中国の消費者の特定のニーズに応えるためのイニシアティブを適応させています。2024年4月に上海で開催された第6回目の中国デーでは、「混乱の中の調和の追求：違いを生み出すために共に働く」というテーマに焦点が当てられました。このイベントでは、持続可能性、デジタル変革、消費者行動のトレンドといった主要なトピックについて、より深い議論が交わされ、CGFの中国での活動に対する政府の支援を促進しました。

「前回開催されたコンシューマー・グッツ・フォーラム・チャイナ・デー以降の消費財業界の目覚ましい発展を誇らしく思います。上海は国際的な消費の中心地となることを目指しています。」と百聯グループのブー・シャオファ社長は述べています。「私たちは、消費者により良い生活を楽しんでもらいたいと考えています。」

地域化を戦略に組み込むことで、CGFはグローバルな野望をローカルな影響に確実に変換し、さまざまな市場の現実に対応できる拡張性のあるソリューションを創出しています。

世界はよりローカル化しています。
不安や緊張があると、
人々は内向きになり、自分たちがいる国でどのように活動できるかに集中します。

ニーナ・ヨンソン
ICA CEO



ケーススタディ

アジア・リテラー・サークルCEO円卓会議

地域を超えた産業界の協力関係の促進

テクノロジー、持続可能性、消費者ニーズが急速に進化する中、アジアの小売業者は、イノベーション、競争力、コラボレーションのバランスを取るという点で、複雑な課題に直面しています。多くの課題が業界全体で共通している一方で、解決策は断片的なままです。

CGFIは、主要なトピックの進展を加速させるために、上級レベルの関与を促進する必要性を認識しました。

これに対処するため、CGFIはアジア・リテラー・サークルの一環としてCEO円卓会議をシンガポールで開催し、AIと自動化、持続可能性、健康的な食事、プライベートブランド戦略などのトピックについて、上級管理職を招集して集中的な議論を行った。

このプログラムには店舗訪問も含まれており、参加者は革新的な小売モデルを直接体験することができました。

「小売業者は、通常複数の国で事業を展開する消費財メーカーと比較すると、地域密着型である傾向があります。その結果、コラボレーションを促進するネットワークから利益を得ているのです」とフェアプライスのグループCEO、ヴィブール・チャウラ氏は語ります。「結果として、パートナーシップ全体がアイデアの交換という点でより強固なものになりました。」

円卓会議は、この地域のCEOたちが業界に関する高度な洞察、優先事項、潜在的な解決策を強調するためのフォーラムを提供しました。議論は、品質を損なうことなく、実用的なAIの導入、持続可能性を重視した成長、手頃な価格を実現することについて明確化を促しました。CGFIは、意思決定者との関わりを深めることで、さらなるセクター横断的なパートナーシップとイニシアティブの基盤を築く手助けをしました。

ケーススタディ

強制労働への対応

ピープル・ポジティブ・パーム・プロジェクトがマレーシアのパーム油産業に与える影響

マレーシアのパーム油産業は長年にわたり強制労働の問題に直面しており、これをきっかけに、The Consumer Goods ForumのHuman Rights Coalition (HRC) がPeople Positive Palm (P3) Projectを立ち上げました。

このイニシアティブは、消費財メーカーとパーム油供給業者を結びつけ、人権デューデリジェンスを強化し、サプライチェーンから強制労働を排除する企業を支援することを目的としています。

このプロジェクトでは、サプライヤーが共同学習ワークショップや個別にカスタマイズされたアドバイザリーサービスを利用できるようにし、責任ある採用慣行の実施と労働管理システムの改善を支援しています。

P3は、発足以来、マレーシアとインドネシアで直接対面式のワークショップを開催し、30万人以上の労働者に影響を与え、パーム油関連企業35社を含む65の組織と関わってきました。

これらのセッションは、人権リスクを特定し、軽減するための実践的なツールを提供しました。

このプロジェクトの成功には、政府の協力が重要な要素となっています。マレーシアの副首相とブランドেশ・商品省大臣は、業界の国際的な評価を高めるというP3の役割を認識し、P3を公に支持しています。2025年までに、参加サプライヤーは、国際基準と国内規制に沿った強固な人権デューデリジェンスシステムを導入することが期待されています。



バリューチェーン アプローチ

持続可能性へのバリューチェーン・アプローチ

CGFは、持続可能性を基盤としたビジネス提案の価値を実証する独自の機会を有しています。人々と地球に良いことは、しばしばビジネスにとっても良いことです。任意参加型のプログラムは、プラスチック廃棄物、森林破壊、脱炭素化、人間健康など、業界全体が直面する課題に取り組む企業を支援しています。

温室効果ガス排出量を削減しつつ利益を増加させる有望なアプローチの一つが、食品廃棄物の削減です。これは、食品廃棄物行動連合 (Food Waste Coalition) のミッションです。同連合の2024年報告書では、会員企業だけで食品ロスと廃棄物が\$100億の隠れた損失をもたらしていると推計されています。

一方、新たなTowards Net Zero行動連合は、メンバー企業がサプライヤーの持続可能性目標を通じて温室効果ガス排出量の理解と削減に取り組むことを支援しています。サプライヤーの持続可能性目標は、企業の取り組みが異なる段階にあることを踏まえ、野心の「下限」を設定するもので、上限を設定するものではありません。

複数の行動連合は、環境問題と社会問題の接点において包括的なアプローチを採用しています。例えば、森林破壊対策に加え、フォレスト・ポジティブ行動連合は、土地権利問題の解決にも着実な進展を遂げています。これには、地域コミュニティや原住民グループとの協働を通じて彼らの権利が尊重されるよう努めること、および公正な実践と持続可能な土地利用を支援するための苦情解決策の提供が含まれます。

CGFは、会員企業が持続可能性ソリューションを共同で開発し、現実の状況をより反映させた形でテストする独自の機会を提供しています。CGFが支援したパイロットプロジェクトの注目すべき例として、2024年にオタワで行われた「使用・再充填モデル」の協働アプローチのテストがあります (ケーススタディ参照)。

「私たちは皆、人々が包装を店舗に戻し、再充填する世界を描いています」と、ロレアルの消費者製品部門社長であるアレクシス・ペラキス=ヴァラットは述べています。「私たちはこれまで、実際にテストする機会がありませんでした。そのため、今初めて——そしておそらくCGFだけがこのようなプラットフォームを提供できる——主要な都市でテストする機会を得ました。これはまさに唯一無二の機会だと思います。」

私たちはこれまで、それらをライブでテストする機会がなかった。だから今、初めて——このようなプラットフォームを提供できるのはCGFだけだと思います——、ある重要な都市でテストする機会を得たのです。これはまたとない機会だと思います。

アレクシス・ペラキス=バラット

コンシューマープロダクツ社長、
ロレアル



ケーススタディ

サーキュラー・ソリューションの拡大

カナダ・オタワのリユース・シティ・プログラムが描く循環型の未来とは？

プラスチック廃棄は、世界的な規制強化や消費者の期待がより持続可能な解決策へとシフトする中、消費財業界にとって依然として重要な課題です。

包装の再設計とリサイクルの努力は不可欠ですが、リユース・リフィル・モデルは、使い捨てプラスチックの削減と循環性の強化に向けた有望な道筋を提供します。

ただし、これらのモデルを拡大することは、運用上の課題、規制上の制約、および消費者の採用の障壁により、非常に困難であることがわかっています。

CGFIは、個人用ケア製品と家庭用ケア製品向けの再利用可能な規格化包装システムに焦点を当てた大規模な取組みである「カ

ナダ・リユース・シティ・プログラム」を通じて、これらの課題に取り組んでいます。

このプログラムは、製造業者、小売業者、再利用可能なパッケージング・プラットフォームのRepositを含む6つの主要な業界関係者を集め、オタワ市全体のリユース・リフィル・システムを開発・実施するものです。

オタワ・システムは2026年第1四半期に導入される予定で、普及を促進するために包括的な消費者参加キャンペーンが計画されています。

初期の知見では再利用詰め替えモデルは有望な結果をもたらすことが示唆されている。右の場合、インフラ、インセンティブ、消費者参加戦略が整備されている。

この試験的な取り組みから得られた知見は、プラスチック削減の世界的な取り組みに貢献するだろう。廃棄物を削減し、再利用可能な包装システムの実現可能性を実証し、より幅広い採用を支援するために規制の枠組みに影響を与える。

ケーススタディ

農場内の廃棄物への対応

ポストハーベストの食品ロスを測定することで、農家を助け、効率化を促進する方法

WWFとTescoの調査によると、年間約12億トンの食料が農場で失われており、これは総生産量の15%に相当します。

この大きな損失は、食糧不安を悪化させるだけでなく、温室効果ガス排出の増加など、環境にも不必要な影響を及ぼします。

この問題に対処する上での主な障害は、農家が農場内の食品ロスを測定し理解するための統一されたツールが不足している点です。これにより、農家は買い手と協力してこれらのロスを削減する取り組みを進めることが困難になっています。

世界自然保護基金(WWF)と協力して、CGFIはグローバル・ファームロス・ツールを開発しました。これは、農家が食品ロスが著しいエリアを測定し、その背後にある原因を把握するためのウェブベースのプラットフォームです。

食品廃棄物行動連合は、生産者と協力して、ツールの実用テストを支援し、多様な農業環境における実用性と有効性を確認しました。
このツールは2024年に正式にリリースされました。

マケインのカナダ拠点のサプライヤーは、このツールを使用して収穫期における食品廃棄物の量を推定し、余剰農産物を代替用途に再配分する方向での社内の議論を促しました。同様に、アホールド・デルハイゼのサプライヤーであるFreshouseは、このツールを活用して多様な商品にわたる包括的なデータを収集し、損失削減に向けたターゲットを絞った対策を実施可能にしました。



業界の水準を高める

ベンチマーキングと基準の進化

CGFのCGFの全会員企業は、自らに高い基準を設定することで、現在の成果を築いてきました。CGFの最も重要な役割の一つは、その基準を明確に定義することです。

「共通の定義、ツール、報告枠組み、その他のインフラは、より多くの人々が協力するのをより容易にします」と、ベプシコのグローバル持続可能農業部門でポジティブ農業能力担当シニアディレクター兼フォレスト・ポジティブ・コアリションの共同議長を務めるエミリー・クネン氏は指摘しています。

代表的な例として、CGFの食品安全プログラムのベンチマーキングに関する取り組みが挙げられます。12月、GFSIは2020年以来初めての改訂版となる「ベンチマーク要求事項」の2024年版を公表しました。改訂された要求事項は、Codex AlimentariusとISO 22003に準拠し、食品安全文化の強化、より効率的なベンチマークプロセス、複数の拠点での運営に合わせたプロセス、および新たな実施ガイドラインを盛り込んでいます。

CGFのもうひとつのプロジェクトである「持続可能なサプライチェーン・イニシアティブ」のベンチマーク要求事項には、2024年に環境要素が追加されました。この新しいスコープは、社会的持続可能性と環境的持続可能性の間の緊密な相互関係を認識するもので、製造・加工、一次生産、林業における第三者機関のスキームやプログラムに利用できます。

「環境ベンチマークはゲームチェンジャーです——信頼性の高いサステナビリティ実践への高まる需要に認証スキームが対応できるよう支援します。」と、EMDの品質・持続可能性マネージャーでSSCIの共同議長を務めるエレス・デ・ヨンジュ＝ボッシュは言っています。

CGFは、プラスチック廃棄物行動連合が開発したパッケージデザインにおける企業向けの9つの提案ルールである「CGFゴールドデザインルール」を通じて、引き続き高い基準を設定し続けています。2024年、同行動連合はこれらのルールに関する包括的な見直しを完了し、法規制や業界ガイドラインとの継続的な適合性と関連性を確保する目的で、一連の改訂を実施しました。

より健康な生活のためのコラボレーション行動連合の主導のもと、CGFはより健康的な製品に関する指針の提供においても着実な進展を遂げています。3月、同行動連合はKearneyとの協働で開発した初の「予防健康ガイドブック」をリリースし、企業が消費者により健康的な選択を促すための支援を提供しています。

AS WatsonのグループCEOであるマリーナ・ンガイ氏は、ガイドブックの開発と実施における協働プロセスがCGFの建設的な協働アプローチを体現していると述べています。同氏は「このガイドブックは、企業が互いに学び合うためのベストプラクティスの共有を特徴とし、業界全体で変化を拡大し、より広範な影響をもたらすのに役立つ」と語っています。

このガイドブックは、企業が互いに学び合うためのベストプラクティスの共有を特徴とし、業界全体で変化を拡大し、より広範な影響をもたらすのに役立つ。

マリーナ・ンガイ

ASワトソン グループCEO



ケーススタディ

責任あるサプライチェーンの再定義

社会的・環境的基準に対する世界的な信頼の構築

サステナブル・サプライチェーン・イニシアチブ(SSCI)は、サプライチェーンにおける社会的・環境的責任を評価する認証プログラムのオーナー向けにベンチマークを提供します。

社会問題と環境問題の密接な関連性を認識し、SSCIIは、ベンチマークの適用可能性と妥当性を確保するために、環境関連の要素を組み込む必要があると判断しました。

SSCIIは、多様なステークホルダーと協力し、製造・加工、一次産業・林業などの分野において、ベンチマーク要求事項の社会的基準と一致し、それを強化する環境基準の開発を行いました。これらの基準は、企業、NGO、学術機関、国際機関との協働的な取り組みを通じて設計され、2024年に発表されました。

環境分野の適用範囲が追加されて以来、SSCIベンチマークの適用を申請する第三者機関のスキームやプログラムがますます増加しており、業界がベンチマークに対する継続的な信頼を示し、その重要性がますます高まっていることを証明しています。

ケーススタディ

グローバルな食品安全の強化

2024年GFSIベンチマーク要求事項がどのように 消費者の安全を守っているか

2024年12月、GFSIは最新のベンチマーク要求事項(BMRs v2024)を発表し、**認証プロセスを合理化し、国際的な食品安全の枠組みとの整合性を改善し、食品安全文化の役割を強化する重要な機能強化を導入しました。**

業界の利害関係者や規制当局との協力により策定された改訂BMRは、コーデックス食品衛生一般原則およびISO22003と完全に整合しており、地域やサプライチェーン間の一貫性を確保しています。

BMRs v2024の最も重要な更新点の一つは、効果的な食品安全マネジメントが技術的なコンプライアンスを超えたものであることを認識し、食品安全文化をより強調していることです。食品安全文化を認証の中核要素として統合することで、改訂された要求事項は、事業者がベストプラクティスを日常業務に組み込み、リスク軽減への積極的なアプローチを促進することを奨励しています。

2024年の更新では、認証プログラムオーナー向けのベンチマークプロセスが簡素化され、より明確な資格基準と評価手順が導入されました。この改訂版における新たな取り組みとして、BMRsとの整合性を示すための具体的な指針を提供する実施ハンドブックが作成されました。これらの改善により、企業の管理負担を軽減しつつ、食品安全基準を維持するための必要な厳格さを保つことが可能になります。



テクノロジーによる業界 の変革



透明性と効率性を実現するテクノロジーの力

CGFは、テクノロジーの力を活用して消費財と小売業界を再定義し、企業が持続可能性の課題に対応し、効率性を向上させ、変化する規制に適應するのを支援しています。同組織は、特に小売業と製造業の間で業界横断的な透明性を実現する上で、唯一無二の立場にあります。

ダノンの中南米地域社長であるシルビア・ダビラ氏は次のように述べています：「テクノロジーは手段であり、目的ではありません。テクノロジーをイノベーションの推進力として活用し、変革を加速させる必要があります。」

ダノンのグローバルセールス担当シニアバイスプレジデント兼チーフカスタマーオフィサーであるアイラ・ジズ氏も同意見です。「私たちはテクノロジーを、消費者トレンドを先読みし、プロセスを簡素化し、バリューチェーンを最適化して、顧客と消費者にとって最高の製品を提供するための機会と捉えています」と彼女は述べています。

CGFは、このアプローチを常に重視しており、グローバル・サミットのようなイベントでもその姿勢を貫いています。2024年6月にシカゴで開催されたサミットは、現在の消費財業界の現実を反映した、没入型でデジタル統合された体験型イベントとして設計されました。サミットのプログラム全体にテクノロジーが組み込まれ、AI、自動化、デジタル変革に関する議論が、単なるテーマの優先事項ではなく、イベントの核となる要素として組み込まれました。テクノロジーの統合により、サミットは消費財と小売業界における未来志向の議論の主要なプラットフォームとしての地位を強化しました。

「小売業者は、さまざまな理由から製造業者からより多くのデータを必要としています」と、P&Gのグローバル販売戦略・イノベーション担当シニアバイスプレジデント、クリスティアン・ゲイトウッド氏は述べています。「必要なデータをより迅速に、より自動化された方法で、データ整合性が非常に高い形で交換する新しい革新的な方法を見つけるにはどうすればよいでしょうか？」

製品データ行動連合は、この取り組みをリードし、メンバー企業がクラウドベースのAI技術と2次元バーコードを活用して、統合的なサステナビリティデータ交換の実現に向けたパイロットプロジェクトを実施しています。

私たちのメンバーは、グローバルなサプライチェーンのあらゆるリンクが安全で、堅牢で、持続可能な未来を大胆に想像しています。「私たちは、サプライチェーンの透明性革命の半ばにあるかもしれません」と、マーズ・インクのチーフ・サステナビリティ・オフィサー、ハリー・パーカー氏は述べています。「現在、私たちの原材料を生産する数十万人の農家のほとんどを把握しています。彼らの農場の規模や場所を知っており、多くの場合、作物の生育状況、採用した作物改良技術、そして彼らと家族の全体的な状況も把握しています。しかし、数百カ国から調達する数百種類の原材料すべてにおいて、この情報はまだありません。しかし、10年後には実現するでしょう。」

必要なデータをより速く、より自動化された方法で、しかもデータの完全性を保ったまま交換するための新しい革新的な方法を見つけるにはどうすればいいのだろうか？

クリスティアン・ゲイトウッド

グローバル営業戦略・イノベーション
担当上級副社長、
P&G

ケーススタディ

データの透明性に革命を起こす

100-HORIZONはどのように持続可能なサプライチェーンの枠組みを形成しているのか

2024年、連合は年次会議の新たなモデル「100-Horizon」を立ち上げ、データフレームワークに関する協働的な議論を促進しました。

このイベントではデジタルツールを活用し、データ共有の実践を促進することで、バリューチェーン全体における透明性と効率性を高める取り組みが行われました。

「100-HORIZONは、CGFが現在達成しつつある成功を後押しする刺激的な環境を創出しました」と、クリスティアン・ゲイトウッドはイベントについて述べました。

100-HORIZONは、新たなトレンドを特定し、CGFの活動を将来の業界のニーズに合致させるために不可欠な取り組みです。このプラットフォームを活用して課題を予測し、イノベーションを推進することの重要性を過小評価すべきではありません。



ケーススタディ

二次元バーコードによる 製品データ交換の変革

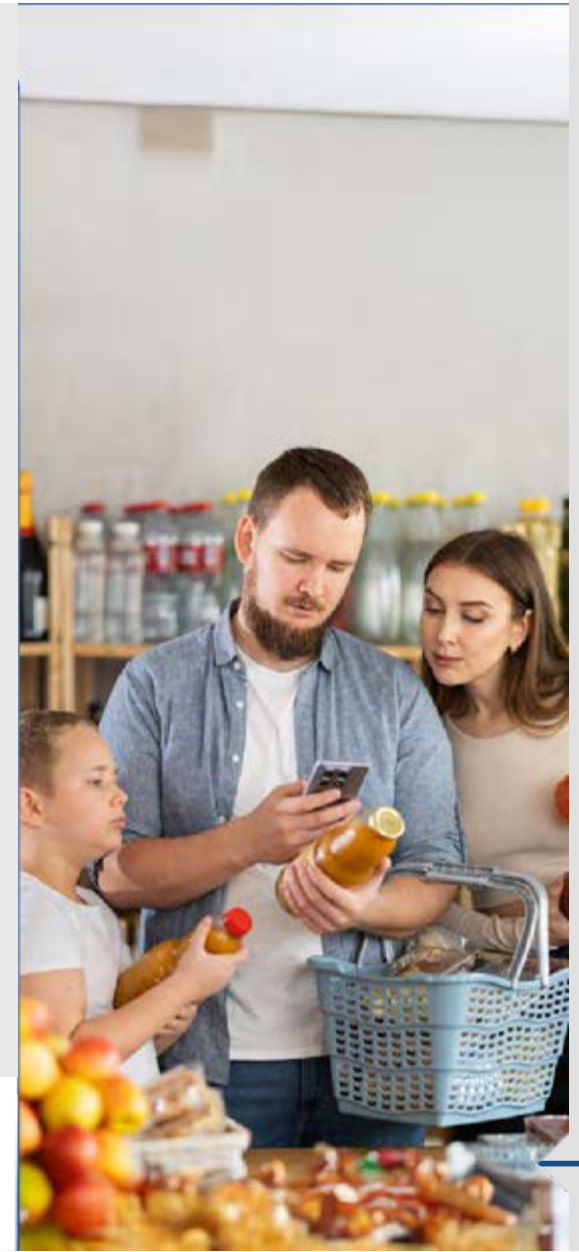
電子商取引とサプライチェーン管理の急速な進化に伴い、CGFは企業がサプライチェーンにおける製品データ共有とトレーサビリティを強化する必要性が急務であるとの認識に至りました。

従来の1次元(1D)バーコードは、数十年にわたり業界のニーズに応えてきましたが、小売業者、製造業者、消費者が必要とする詳細な情報を提供するには不十分です。リアルタイムで透明性があり詳細な製品情報への需要の高まりは、2次元(2D)バーコードへの移行を業界の必須課題としています。

そこでCGFは、GS1規格に準拠したQRコードなどの2次元バーコードの採用を促進するグローバルな取り組みを立ち上げました。

従来の1次元バーコードは主にレジでの価格確認に用いられていますが、これらの高度なバーコードははるかに多くの情報を格納可能です。これには有効期限、持続可能性に関する認証情報、バッチ番号、消費者向けのコミュニケーションコンテンツなどが含まれます。簡単なスキャンで、消費者はリアルタイムの製品詳細にアクセスでき、透明性とエンゲージメントの向上を促進します。

CGFの取り組みは、中国浙江省で世界初の「Global Migration to 2D (GM2D)」デモ地域を含む主要市場でのパイロットプログラムを実施しました。このプロジェクトでは、86,000の事業者から37,300種類の製品に3億1,500万件を超える2次元バーコードが実装され、3億8,600万件を超えるスキャンが記録されました。これらの結果は、2次元バーコードがサプライチェーンの効率化、廃棄物の削減、消費者からの信頼向上に革命をもたらす可能性を示しました。



サイロを打ち破る



行動連合間のコラボレーションを 活用する取り組み

CGFは設立以来、企業や業界間の協力を促進しつつ、特定のテーマに焦点を当てた取り組みを可能にするよう設計されてきました。

各行動連合内の参加者は、包装や調達などの専門分野の専門家が中心であり、その専門分野を超えて活動する傾向はありません。CEOや上級リーダーの直接的な介入がない場合、行動連合間の連携の機会はほとんど活用されていません。2024年、CGFは行動連合間の統合を推進する取り組みを強化しました。

この変化は単なる組織効率の向上ではなく、グローバルな課題に対処するための根本的な取り組みです。「**食品廃棄物のようなグローバルな課題に対処できる企業は存在しません**」と、ウォルマート・インクの戦略的イニシアチブシニアマネージャー兼食品廃棄物行動連合の小売側共同議長であるクリス・フランケ氏は述べています。「**まさにここで、これらの素晴らしいイニシアチブが役割を果たすのです——製造業者やサプライヤーパートナーと協力し、連合を通じて。**」

クリス・フランケが指摘するように、食品廃棄物行動連合は他の連合との連携において特に顕著な進展を遂げています。例えば、健康な生活のためのコラボレーション行動連合との連携が挙げられます。（ケーススタディ参照）これらの行動連合は、この成功を他の分野に拡大することを目指しており、特に脱炭素化、プラスチック廃棄物の削減、人権保護の事業運営への組み込みなど、協調した対応が求められる分野での取り組みに注目しています。

持続可能な原材料の分野では、紙製包装の取り組みと森林保全目標を結びつけることで、意味のある進展を促進する新たな機会を提供しています。

行動連合間の協働強化のもう一つの好例は、人権行動連合がオープンソースの「人権と環境デューデリジェンス（HREDD）」ツールをリリースしたことです。AIM-Progressとのパートナーシップで開発されたこのツールは、企業が人権と環境リスクおよびその影響を積極的に特定、予防、対応することを可能にします。森林破壊リスクと人権の問題を同時に解決するこの取り組みは、行動連合が独立して活動するのではなく、互いの取り組みを強化し合う可能性を示しています。

この統合へのコミットメントは、CGFの2025年戦略の核心を成しており、連合の接点を活用して体系的な変革を推進する取り組みに新たな焦点を当てています。Mondelēzのグローバル・ソーシャル・サステナビリティとステークホルダー・エンゲージメント担当シニア・ディレクター兼人権行動連合の共同議長であるVirginie Mahinは次のように述べています。「**私たちのビジョンは、消費財業界全体で人権デューデリジェンスを常識とすることです。**」

食品廃棄物のようなグローバルな課題に取り組むことができる企業は、一つも存在しません。そこで、これらの素晴らしい取り組みが重要な役割を果たすのです——製造業者、サプライヤーパートナー、そして行動連合を通じて。

クリス・フランキー

ウォルマート社 戦略イニシアチブ・シニアマネージャー



ケーススタディ

消費者エンゲージメントの謎を解き明かす サステナブル・キッチンはいかにして**消費者** の行動変容を促したか？

消費財業界は、食品廃棄を減らすだけでなく、より健康的な調理習慣を奨励するという課題に直面しています。この両分野で個々の努力はなされてきましたが、断片的なメッセージの発信が、しばしば行動変容の広がりを妨げてきました。明確でわかりやすいコミュニケーションがなければ、消費者は持続可能性と健康の目標を日常の行動に移すのに苦労します。

そのため、食品廃棄および健康的な生活のためのコラボレーション行動連合は共同で、サステナブル・キッチンを創設しました。これは、企業が組織全体で活用できるオンラインプラットフォームです。消費者のエンゲージメントを促進するキャンペーンを実施し、健康的な食習慣の採用を通じて食品廃棄物の削減に向けた行動変容を促すことを目的としています。

食品廃棄は、環境と社会の両面において重大な課題であり、その解決には協働が不可欠です。サステナブル・キッチンは、廃棄物削減の実践的な解決策を提供するだけでなく、食品への意識を高める取り組みを促進します。私たちは、すべての食品関連事業者に対し、消費者により持続可能な習慣を定着させるための支援を呼びかけます。

アナベル・スーション

責任あるRSE、ベル

ケーススタディ

連携による課題解決の促進

コモディティ・マスタークラスは、どのようにセクターの脱炭素化を進めているのか？

企業におけるサプライチェーンの脱炭素化に向けた共通の学びを加速し、一貫したアプローチを支援するため、CGFのTowards Net Zero行動連合は、ボストン・コンサルティング・グループ(BCG)の支援を受け、消費財・小売業界のサプライチェーンにおける重要な原材料に焦点を当てた脱炭素化に関する洞察と事例研究を共有する一連の協働セッション「コモディティ・マスタークラス」を立ち上げました。

これらのマスタークラスは、乳製品、ジャガイモ、ココア、コーヒーなどの商品を対象としており、ベル、ダノン、ペプシコ、モンデリーズ・インターナショナル、アホールド・デルハイズといった業界のリーダーたちに講演してもらっています。この取組みは、共通の学びの環境を育むことで、企業が自社の効果的な排出削減戦略を策定し、業界全体で持続可能な取組みを推進することへの支援を目的としています。

コモディティ・マスタークラスは、企業が脱炭素化戦略における実践的なベストプラクティスを確立し、主要なコモディティ分野において効果的な排出削減プロジェクトを実施するのを支援しています。この協働的なアプローチは、業界全体における持続可能な実践の理解を深め、企業のネットゼロ目標への進展に貢献しています。2024年の学習報告書は、[こちら](#)からご覧いただけます



2025年の重点分野

強固な土台を築く

過去1年間で達成したマイルストーンによって、2025年への移行における堅固な基盤が築かれました。私たちは、明確な優先事項とミッションの実現への揺るぎないコミットメントを持ってこの年を迎え、パイロットからインパクトの拡大へと段階を移しました。

2025年のKPIは、加速領域と行動連合のインパクトを測定し拡大する重要性を明確に示しています。加速領域においては、新たなモデルの有効性を確実にするため、実行と報告に焦点を当てています。行動連合も、更新されたステークホルダーエンゲージメント計画とマイルストーンを通じて、測定可能なインパクトに重点を置いています。

既存の加速領域と行動連合の枠組み内およびそれを超える領域で、新たな影響を与えられる可能性のある分野を引き続き検討して参ります。

CGFの取り組みとメンバー企業の皆様の取り組みは、データ活用や自動化を含むテクノロジーを活用したソリューションにより強化されます。

会員基盤の強化においては、主力小売業者間の適切な協業と成長を促進する、より価値の高い提案を提供することに努めています。中国や北米など、影響力と機会が依然として大きい主要地域における会員基盤の拡大を、ターゲットを絞った取り組みを通じてさらに推進していきます。また、トレーニング、ロールモデル、財務管理を通じた能力向上へのコミットメントにより、すべての活動における一体感と協業を促進します。

2025年の優先事項を実行する中で、CGFは継続的に地域化をアジェンダの中核に据え、その取り組みが地域的およびグローバルの両面で重要性を維持するよう努めます。これらの原則をオペレーションに組み込むことで、業界全体で意味のある持続可能な変化を推進する能力を強化するだけでなく、グローバル・サウスに重点を置いた成長と共有価値の創出を促進します。

これらの目標と戦略は、2025年に向けてCGFを新たな目的と決意を持って前進させるでしょう。会員、パートナー、ステークホルダーの皆様の支援を得て、私たちはミッションの推進と、すべての人々にとってより良い、持続可能な未来というビジョンを実現するための取り組みを強化していきます。今こそ、私たちの取り組みに参加する絶好の機会です。今すぐご連絡ください。



行動連合



より健康的な生活のためのコラボレーション行動連合

CGF理事会スポンサー

フランツ・ミュラー
CEO
アホールド・デルハイ
ズ

ブライアン・マクナマラ
CEO
ハレオン

ネスレCEO、ローラン・フレイシュ

共同議長

アイラ・ジズ

チーフ・カスタマー・オフィサー兼SVPコマーシャル・
ヨーロッパ、
ダノン

ウーナ・ターンブル

健康・持続可能な食生活キャンペーン、戦略・キャ
ンペーン、グループ・コミュニケーション担当責任
者、
テスコ

ディレクター

シャロン・フリー

ディレクター
ヘルス & サステナビリティ
CGF

①国連ニュースより ②国連ニュースより ③世界保健機関より ④世界保健機関より



チャレンジ

世界世界保健機関（WHO）によると、世界の人口の3人に1人が栄養不足に陥っており、その推定年間コストは\$3.5兆ドル¹に上ります。2022年には、25億人の成人が体重過多であり、そのうち8億9,000万人が肥満状態にありました。

人間が原因とする温室効果ガス排出量の約3分の1は食品に関連しています²。消費者の食生活の変化を通じた行動変容は、業界が気候変動に対処するための重要な機会を提供しています。

世界人口のほぼ60%³が雇用されていましたが、消費財部門の従業員のうち、全体的な健康状態が良いと報告した人は54%に過ぎません⁴。

支援的な職場環境は、健康とウェルビーイングを促進し、働く意義と安定性を提供します。しかし、劣悪な労働条件は心の健康に悪影響を及ぼし、仕事への満足度と生産性を低下させます。

健康課題が拡大する世界において、より健康的な生活のためのコラボレーション行動連合は、小売業者、製造業者、外部ステークホルダーを結びつけ、世界中でより健康な生活を促進する取り組みを推進します。



ミッション

人々がより健康的で持続可能な生活を送れるよう力を与える。



より健康的な生活のためのコラボレーション行動連合

2024年の主な行動

行動連合は、製造業者と小売業者が公衆衛生当局、地域コミュニティ、学術機関、その他の利害関係者と連携して主導しています。その使命は、世界中のあらゆる地域で、人々が毎日より健康的な選択ができるよう支援することです。これは、人々が自分自身と家族のために健康管理を容易にするための取り組みです。

1. [予防医療のためのプレイブック](#)の作成：予防医療のためのデジタルソリューションの設計や、消費者の自主的な健康管理を支援する取り組みを後押しするための、ベストプラクティスと革新的な事例研究をまとめたツールキット。

2. [サステナブルキッチン](#)のウェブサイトが、食料廃棄行動連合との協力のもと開発されました。企業向けに消費者とのコミュニケーションにおけるベストプラクティス事例を掲載し、食品廃棄の削減と健康的な食習慣の採用を促進し、意識向上と行動変容を促すことを目的としています。

3. マッキンゼー・ヘルス・インスティテュートと共同開発した「[従業員の健康のための7つの原則ウェルビーイングの](#)」は、科学的根拠に基づくウェルビーイングの推奨フレームワークと原則を確立し、従業員の健康とウェルビーイングの向上を促進します。

4. 連合の「ワークフォース・ニュートリション・アライアンス」パートナーシップを通じて設計された組織内およびサプライチェーン横断のワークフォース・プログラムが、600万人以上の労働者に提供され、アライアンスの2025年目標を200%上回りました。

5. CHLの現地パートナーと協力し、知見を共有し、ベストプラクティスを強調することで、より健康で持続可能な食生活促進を推進しています。[CHL中国](#)、[フランス](#)、[トルコ](#)からの事例を掲載しています。

なぜ参加するのか？

より健康的な生活のための行動連合は、単なるイニシアチブではなく、より健康的な未来を築くためのコミットメントです。

小売業者と製造業者のコラボレーションは、これまで以上に重要になっています。[コンシューマー・グッズ・フォーラム](#)では、皆様の影響力を高め、人々の生活を変える世界的なムーブメントの一翼を担うため、この旅にぜひご参加ください。

重点分野

より良い選択肢: 消費者にとって、より健康的で持続可能な製品へのアクセスを改善する。

より良い選択: 消費者の選択と行動を促進し、より健康的で持続可能な生活習慣を奨励・実現する。

より良いコミュニティ: 従業員の健康とウェルビーイングの取り組みを強化

さらに詳しく

食品廃棄行動連合

CGF理事会スポンサー

ケン・マーフィー、テスコ・グループ・チーフ・エグゼクティブ

マックス・コーネ、マッケイン・フーズ社長兼CEO

共同議長

ジャネル・マイズ

ケラノバ チーフ・サステナビリティ・オフィサー

クリス・フランキー、ウォルマート戦略イニシアチブ・シニアマネージャー

ディレクター

シャロン・ブリー
ディレクター
サステナビリティと健康、CGF



チャレンジ

食品の損失と廃棄のグローバルな影響は極めて大きく、緊急の全サプライチェーンにわたる対策が求められています。生産される食品の3分の1は消費されず、年間約13億トンに上ります。一方、世界の人口の9人に1人が毎日飢餓に直面しています。

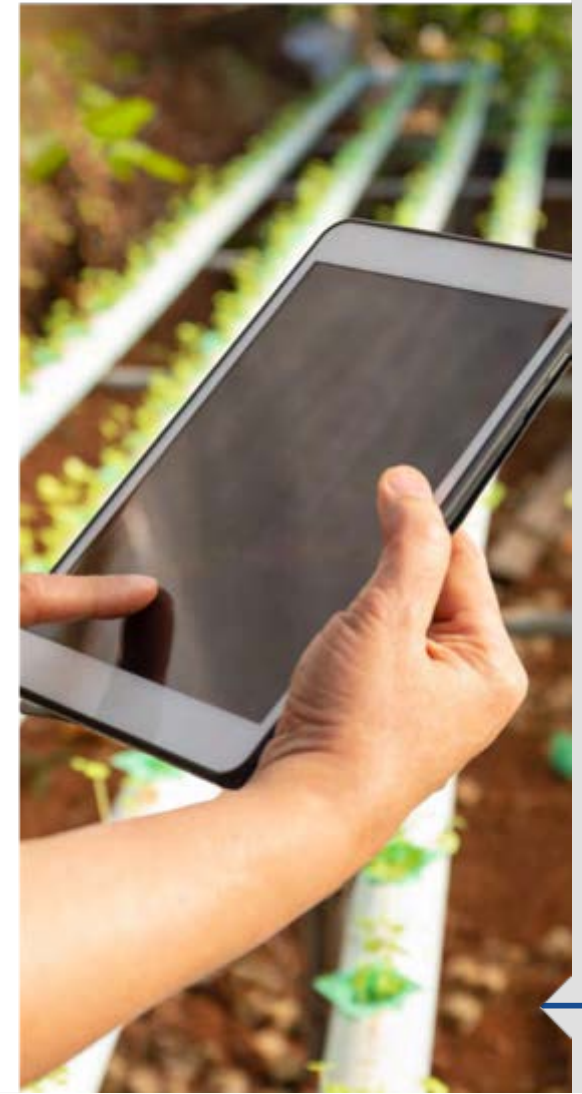
食品の損失と廃棄は、農業で年間に使用される淡水量の4分の1を占め、世界経済に年間USD \$940億の経済的損失をもたらしています。

世界資源研究所(WRI)によると、食品の損失と廃棄物は、年間の世界全体の温室効果ガス排出量の8~10%を占めています。もし食品廃棄物が国として存在すれば、その二酸化炭素排出量は中国と米国に次ぐ第3位となるでしょう。国連環境計画(UNEP)のデータによると、総食品廃棄物の約60%は家庭で発生しており、気候変動と資源の枯渇に大きく寄与しています。



ミッション

2030年までに食品ロスと廃棄を半減させるという世界的なコミットメントを主導する。



食品廃棄行動連合

2024年の主な行動

- 食品廃棄を減らし、より健康的な食生活を促進するための消費者コミュニケーションのベストプラクティスを紹介するオンラインハブ「サステナブル・キッチン」を開設。
- 気候変動への取り組みにおける食品廃棄行動連合の役割を強調した簡潔なワン・ページを発行。
- WWFのグローバル・ファーム・ロス・ツールは、発行前にメンバー企業がテストを行った。
- 主要な食品廃棄削減トピックに関する2024年ナレッジ・シェアリング・セッションを開催。
- 出版物**食品廃棄削減の気候への影響**を発表。
- 日本、中国、ラテンアメリカの現地ワーキンググループは、それぞれの地域で変革を推進し、意識を高め続けた。



なぜ参加するのか？

2025年は2030年の目標の中間点となります。今こそ、食品廃棄物削減の取り組みを加速させる時です。この課題に取り組むことは、単に飢餓を軽減するだけではありません。人、地球、そしてビジネスにとっての三つの利益をもたらす取り組みです。

2023年に発表したベースライン報告書以来、私たちはサプライチェーン全体で測定から意味のある行動へと移行してきました。私たちの焦点は、食品廃棄物削減を企業の気候戦略に組み込み、それがグローバルアジェンダにおける優先事項として維持されるようにすることです。

この問題を一社で解決することはできません。私たちの連合の強みは、学び、共有し、協働することで、真のシステム的な変化を推進することにあります。私たちと共に影響力を発揮しましょう—共に力を合わせれば、食品廃棄物の削減においてより遠くまで、より速く進むことができます。

重点分野

測定と報告

10x20x30のスケール
アップ

消費者エンゲージメント

上流の損失

さらに詳しく

フォレスト・ポジティブ行動連合

CGF理事会スポンサー

アレクサンドル・ボンパール、カル
フル会長兼CEO

ノエル・ウォレス、コルゲート・
パルモリーブ会長兼社長兼
CEO

共同議長

エミリー・クネン
シニア・ディレクター、
ポジティブな農業能力
ペプシコ、森林リス
ク

ミケル・ハンコック
ウォルマート、持続可能な食品・農業戦略イニシアチブ担当
シニア・ディレクター

ディレクター

ディディエ・ベルジュレ
サステナビリティ
消費財フォーラム



チャレンジ

森林は世界の陸地面積の約30%を占めていますが、驚くべき速さで消失しています。2022年には、熱帯の原始林が驚くべき410万ヘクタール—サッカー場11面分—が毎分消失しました。これは、家畜、大豆、パーム油などの農業商品への急増する需要が主な要因となっています。

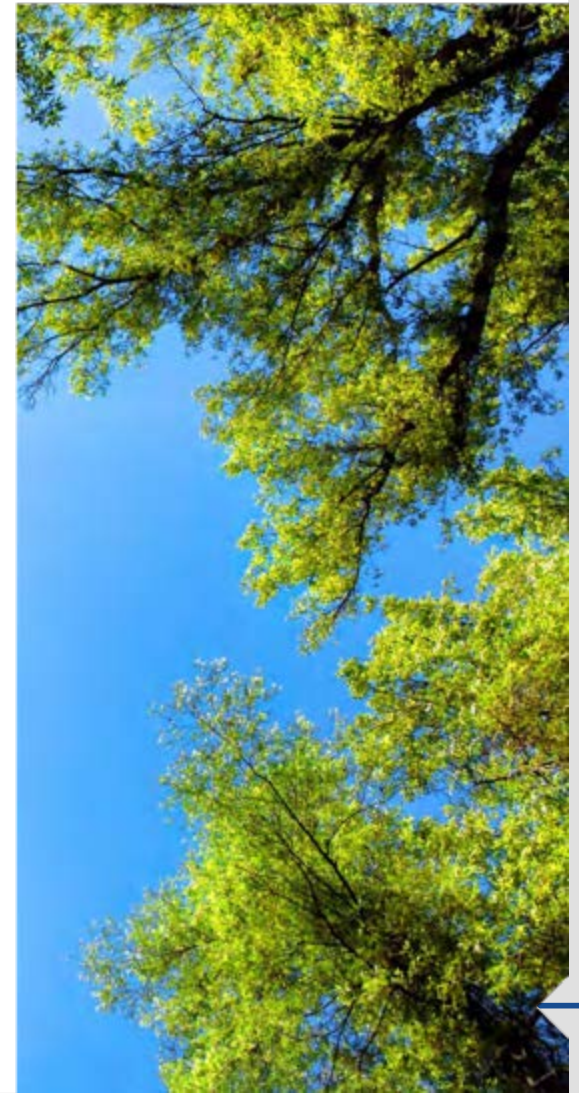
一方、森林伐採の削減は、他の自然に基づく解決策とともに、2030年までにパリ協定の目標を達成するために必要な世界の温室効果ガス排出削減量の37%に貢献し、特にスコープ3の排出量削減に重要な役割を果たすことができます。



ミッション

する。

森林破壊、森林劣化、および主要な商品サプライチェーンからの森林転換を排除し、フォレストポジティブ商品の供給を強化し、レジリエントなコミュニティを支援し、気候変動対策に貢献する。



フォレスト・ポジティブ行動連合

2024年の主な行動

2024年、フォレスト・ポジティブ行動連合は、透明性と協力において大きな前進を遂げながら、森林破壊と生態系の転換に取り組みました。

森林破壊と土地転換のない(DCF)コミットメントの報告率は、パーム油、大豆、牛肉、紙、パルプ、繊維ベースの包装材(PPP)を含む主要な商品において83%に上昇しました。連合はCOP30を前にブラジルで会合を開催し、大豆と牛肉のサプライチェーンにおける持続可能性を議論し、アマゾンやセラードのような重要な生態系を保護する取り組みを推進しました。

主要な取り組みには、ブラジル・セラード地域を対象とした520万ドルの「持続可能なランドスケープパートナーシップ」の設立と、SourceUpの採用が含まれます。ステークホルダーの参画が拡大し、150を超える組織が持続可能な実践の推進と共通の目標の達成に向けて協力しました。



重点分野

主要商品のサプライチェーンから森林破壊を排除する取り組みを加速する。

主要な商品のサプライチェーンとランドスケープにおける変革の促進

透明性指標を策定し、一貫した報告手法の確立に向けた取り組みを進める

なぜ参加するのか？

信頼できる持続可能な原材料とサプライチェーンを確保し、気候、自然、そして人間の調和ある未来を築くため、産業は森林コミュニティと協力して森林破壊を防止し、二酸化炭素の吸収を保証し、生物多様性を保全し、生態系のバランスを回復する必要があります。現在、社会、環境、政治、経済の圧力が交差する転換点に立ち、森林にポジティブな影響を与える商品サプライチェーンの必要性がさらに緊急性を帯びています。

行動連合に参加し、個々の責任について共に考えましょう。メンバーが協力することで、レピュテーションリスクを最小限に抑え、実施を支援するための意識向上を図り—同時に、森林にポジティブな影響を与える商品の供給を拡大しつつ、排出量削減の潜在的な可能性を探求します。



さらに詳しく

グローバル食品安全(GFSI)行動連合

CGF理事会スポンサー

ショーン・サマーズ
CEO
ビック・アン・ペイ

ダーク・ヴァン・デ・ブット
モンデリーズ・インターナシ
ヨナル会長兼CEO、

共同議長

マーク・フライリング

ゼネラル・ミルズ グローバル食品安全担当副社長

ハワード・ボボーラ
食品技術・規制コンプライアンス担当副社長、
クローガー

ディレクター

エリカ・シェワード



チャレンジ

安全な食品へのアクセスは、重大なグローバル課題です。毎年、汚染された食品や飲料により6億人以上が病気になっています。これらの予防可能な疾病は、人的・経済的損失を著しくもたらし、サプライチェーン全体(生産者から消費者まで)における食品の安全性を最優先課題として取り組む必要性を浮き彫りにしています。

グローバル・フード・セーフティ・イニシアチブ(GFSI)は、コンシューマー・グッズ・フォーラムの食品安全行動連合として、この課題に対処するため、3つの戦略的優先事項を掲げています: 食品安全認証プログラムの調和とベンチマークにより、食品規格への信頼を確立すること; 中小企業(SME)の食品安全能力を強化し、安全性のギャップを埋めること; 公共部門との協力を促進し、グローバルな取り組みを一致させること。これらの優先事項を推進することで、GFSIは安全な食品が世界中のあらゆる食卓に届くことを目指しています。



ミッション

世界の食品安全システムを調和させ、強化することで、市場が安全な食品を世界中の人々に供給できるようにする。



グローバル食品安全(GFSI)行動連合

2024年の主な行動

2024年、GFSIは、以前に承認された認証プログラムの6つの新バージョンを承認することで、世界的な食品安全の向上に貢献しました。

行動連合は、2020年版のベンチマーク要求事項を改訂し、最新の国際基準に準拠させ、監督体制の強化と信頼性の向上を確保したバージョン2024を公表しました。

食品安全監査員の不足に対応するため、GFSIは監査員トレーニングと能力開発フレームワークを導入し、監査の信頼性を向上させるための基準を示しました。

さらに、GFSIのGMaP™ツールキットが2023年末にリリースされ、600人のユーザーを獲得し、中小企業が食品安全マネジメントシステムを強化するのを支援しています。イノベーションと連携を促進することで、GFSIはグローバルな食品安全に対する信頼と自信を築き続けています。

なぜ参加するのか？

今日の相互接続された世界では、安全でない食品のリスクは、地域的な問題から世界的な緊急事態へと急速に拡大する可能性があります。アレルギー、抗生物質耐性、気候変動による混乱、ますます複雑化するサプライチェーンなどの課題が増加する中、食品の安全性を確保することがかつてないほど重要になっています。



重点分野

食品安全システムを世界的に強化するための「Race to the Top」改革アジェンダの推進

第三者認証規格への監視を強化し、信頼を構築するためのベンチマーキングとハーモニゼーション

中小企業が食品安全の課題を特定し、解決するためのカスタマイズされた能力向上ツールの提供

官民パートナーシップを強化し、規制当局と協力して世界の食品安全の課題に取り組む

人権行動連合

CGF理事会スポンサー

ジョン・ロス
IGA、
CEO

リプトン・ティール & インフュージョン
President, Europe

共同議長

ジェシカ・リバス
マクドナルド ヒューマンライツディレク
ター

ポール・ラリ
ザ コカ・コーラ カンパニー 人権・労務・従業員関
係担当グローバルVP

レイチェル・エリオット
ウールワース・グループ、サステナビリティ、インパク
ト・ナラティブ、人権担当ゼネラル・マネージャー

ヴィルジニー・マヒン
モンドリーズ・インターナショナル グローバル・ソーシャ
ル・サステナビリティ&ステークホルダー・エンゲージメント
シニア・ディレクター

ディレクター

ディディエ・ベルジュ
サステナビリティ部長
消費財フォーラム



チャレンジ

世界中で多くの進展が見られるにもかかわらず、消費財産
業のサプライチェーン内では人権侵害が依然として存在し
ています。デューデリジェンスは長年、企業の自主的な取
り組みとして位置付けられてきました。しかし現在、消費者
からの要求、買い手の要件、政策環境の変化により、デュー
デリジェンスはますます義務化の方向に進んでいます。立
法は企業行動の重要な推進要因であり、多くの企業が
人権デューデリジェンス(HRDD)において重要なステップを
踏み出している一方で、義務化措置は企業と政府の行動
と協力を促し、ギャップを埋めるための取り組みを加速させ
ています。

企業のHRDD(人権デューデリジェンス)の枠組みは、サ
ステナビリティ報告からデューデリジェンスの義務まで、
多様な課題に関する新たな法規制の制定により急速に
進化しています。これにより、人々と森林にポジティブな
影響を与えるアジェンダとの連携がますます促進されて
います。環境と社会の持続可能性の課題は、しばしば別
個に捉えられがちですが、本質的に相互に関連していま
す。そのため、企業はサステナビリティプログラムに社会
的・環境的な要素を統合すべきです。

デューデリジェンスの実施には常に課題が存在するた
め、政策立案者から製造工場、プランテーションまで、バ
リューチェーン全体での継続的な協働が不可欠です。

企業はより徹底したデューデリジェンスを恐れるべきでは
ありません。これは、人々や地球のために行うべき正し
いことであるだけでなく、明確なビジネス上の合理性もあ
ります。徹底したデューデリジェンスを実践する企業は、
急速に変化する政策環境に対応する能力が高く、消費
者、投資家、パートナーから求められる「言行一致」を証
明する要求にも応えられるため、より強靱なビジネスモ
デルを構築できます。
世界有数の消費財小売企業および製造企業として、当
社のメンバーは、ステークホルダー、同業他社、サプライ
チェーンパートナー、政府機関、市民社会組織と連携し、
人権デューデリジェンスを業界の規範とすることにコミッ
トしています。



ミッション

人権行動連合は消費財企業からなる組織で、事業活動全体においてデューデリジェンスを強化し、サプライチェーン
のあらゆる段階で労働者の権利が保護され、尊重され、是正されることを目指しています。

人権行動連合

2024年の主な行動

2024年、人権行動連合は重要なイニシアティブとコラボレーションを通じて活動を前進させた。

IGAのジョン・ロス氏やリプトン・ティーズ・アンド・インフュージョンズ社など、新たなスポンサーが行動連合に加わったことは、人権に対する業界のコミットメントが高まっていることを反映しています。行動連合は、人権擁護者のベストプラクティス指針の

策定にステークホルダーを積極的に巻き込み、人々と地球の課題をつなぐ議論を立ち上げました。さらに、行動連合は、変化するサプライチェーン規制の中で企業の人権と環境リスクに対応する際に役立つ「統合型人権・環境デューデリジェンス (HREDD) 評価ツール」を策定し、推奨しました。

マレーシアでは、P3プロジェクトを通じて政府の高官がプロジェクトに参画し、パーム油業界の採用代理店44社と、主要なパーム油サプライヤーを含む64の組織を対象に研修を実施しました。



重点分野

会員企業が自社の業務全体にHRDDシステムを導入し、2025年末までにCGF HRDD推奨枠組みに準拠できるようにする。

マレーシアのパーム油サプライヤー、採用エージェント、政府関係者との協働を通じて、マレーシアのパーム油労働市場を改革し、強制労働の根本原因を持続可能な方法で解決する。

持続可能なビジネス慣行を支援する政策環境の整備

フォレスト・ポジティブ行動連合のアジェンダと連携し、人権擁護者、先住民、地域コミュニティの権利保護に取り組む。

なぜ参加するのか？

政府、市民社会、現地のイニシアチブと緊密に連携することは、行動連合の活動が人権の予防、軽減、是正に関する効果的な措置を推進する上で不可欠です。人権行動連合は、関連する機関やステークホルダーと共に業界を巻き込むことで、ポジティブな影響を加速させる独自の立場にあります。しかし、私たちの業界の成功は、グローバルな規模で共に立ち上がり、行動を起こすことでしか実現できません。

行動連合に参加し、自社の事業運営とサプライチェーンにおいてHRDDを業界の標準として定着させるために既に具体的な進展を遂げている、熱意と未来志向を兼ね備えたリーダーたちのグループと協力しましょう。

さらに詳しく

プラスチック廃棄行動連合

理事会共催

アレクシス・ベラキス＝ヴァラット
President
ロレアル消費者製品部門

ガレン・ウェストン
会長
ロブロー・カンパニーズ・リミテッド

共同議長

バリー・パーキン
チーフ・プロキュアメント&サステナビリティ・オフィサー
マース・インコーポレイテッド

ロブ・ニコル
ウォルマート・カナダ コーポレート・アフェアーズ
バイス・プレジデント

ディレクター

セドリック・デヴァー、
サステナビリティ担当
ディレクター、
消費財フォーラム



チャレンジ

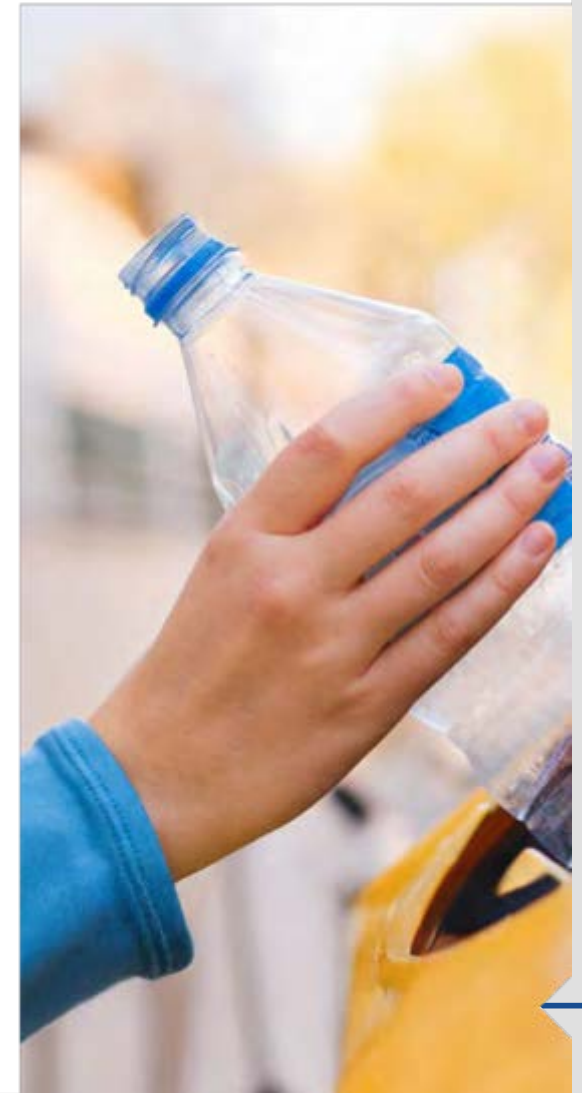
プラスチック廃棄物は、消費者の期待の高まり、規制圧力の強化、企業コミットメントへの監視強化など、最も深刻なグローバル課題の一つです。規制環境は急速に変化しており、国連プラスチック条約の採択はグローバルな調和の機会を提供しますが、失敗すれば分断のリスクも伴います。企業は、政策立案者が拡大生産者責任（EPR）、再利用義務、循環型設計ルールなどの強制的な措置を推進する中、自主的な対応ではなく強制的な対応に備える必要があります。

この課題は企業単独では解決できないことを認識し、CGFのプラスチック廃棄行動連合は2020年に設立され、変革を加速させるため活動を開始しました。推奨される「ゴールデン・デザイン・ルール」の共有、拡張可能な再利用モデルの確立、政策提言を通じ、行動連合は協働的で非競争的なアプローチにより、障壁の克服を目指しています。43社のメンバー企業（世界のプラスチック使用量の10%を占める）と共に、私たちは「プラスチックの削減」「より良いプラスチック」「より良いシステム」を実現し、循環型社会を新たな基準とするための具体的な成果を追求しています。



ミッション

プラスチック包装廃棄の循環型経済への移行を加速する。



プラスチック廃棄行動連合

2024年の主な行動

デザイン: CGFが推奨するプラスチック包装のゴールデン・デザイン・ルール(GDR)の導入と実施を加速し、アクセラレーション・エリアを活性化する。

再利用/詰め替え: 実証済みのビジネスケースで再利用/再充填の規模を拡大する

EPR: グローバル市場における拡大生産者責任(EPR)スキームの強化を支援する。

代替素材: フレキシブル用代替素材の参入ポイントを理解し、解決策を見出す。

国連条約: 世界プラスチック条約のための企業連合(BCGPT)とともに、野心的なプラスチック条約を推進する。



重点分野

パッケージデザイン:

CGFゴールデンデザインルール

拡大生産者責任(EPR)

フレキシブル・パッケージ

再利用/詰め替え

規則の調和
(国連条約)

なぜ参加するのか？

CGFプラスチック廃棄行動連合は、プラスチック包装の変革を推進するため、43の主要企業を結束させています。規制が強化される中、一特に来るべき**国連プラスチック条約** - グローバルなルールを求めるために企業は今すぐ行動し、競争力を維持し、長期的な回復力を確保しなければなりません。

行動連合は、5つの重点分野を通じて影響力を発揮しています:

- 包装を循環型にリデザインするための**ゴールデン・デザイン・ルール**
- リサイクルシステムに資金を提供するための**EPRの提唱と実施**
- リユース・シティ・オタワのようなリユース/リフィル・モデルの拡大
- 代替素材で**フレキシブルの課題を解決する**
- グローバルルールの調和を図るため、**政策の不確実性を乗り越える**

行動連合に参加することは、規制を先取りし、コストを削減し、信頼性を高め、業界の専門家にアクセスすることを意味します。循環型の未来に向け、その一翼を担いましょう。今すぐ行動し変化をリードしましょう。

 さらに詳しく

製品データ行動連合| エンド・ツー・エンドのバリューチェーン

理事会共催

ジョン・モラー
CEO
P&G

アリババ

共同議長

クリスティアン・ゲートウッド
上級副社長、
グローバル営業戦略とイノベーション、
P&G

エテム・カマンリ
ミグロス・グループ・プログラム・マネージメント・オフィス
およびビジネス・ディベロップメント・ディレクター、
ミグロス・ティカレット

トム・ローズ
SPAR INTERNATIONAL 国際事業部長

ディレクター

ルーディガー・ハグドーン
ディレクター
CGF製品データ連合| エンド・ツー・エンドの
バリュー・チェーン



チャレンジ

データ交換と精度向上は、消費財業界が直面する重要な課題です。品質の低い製品データは消費者の信頼を損ない、特にEC(電子商取引)において売上減少につながります。これらの課題に対応するため、当行動連合は製品データに関する業界のベストプラクティスと能力の構築・推進に継続的に取り組んでいます。

これらのベストプラクティスは、ブランドと小売業者が消費者と革新的な方法でエンゲージメントを図り、消費者体験を向上させ、信頼を築くことを可能にします。さらに、サプライチェーン内のオペレーション効率を向上させ、製品データ交換のためのより信頼性の高いフレームワークを提供することで、企業のサステナビリティ目標の達成を支援します。



ミッション

データ交換を強化し、精度と業務効率を向上させる。



製品データ行動連合| エンド・ツー・エンドのバリューチェーン

2024年の主な行動

商製品データ連合 | エンドツーエンド・バリューチェーンは、私たちが生きる世界に対応するため、消費財企業のビジネスプロセスを改善することを目指しています。価値ネットワークの文脈において、データ交換の自動化と革新的な技術の展開を通じて、他のCGF連合と加速領域の実現を支援する役割を果たしています。

行動連合として、メンバーは製品データに関するベストプラクティスと能力を駆使し、業界を牽引する役割を果たしています。これにより、ブランドと小売業者は消費者とのデジタル変革を推進し、消費者体験を向上させ、信頼を築くことが可能になります。これらの取り組みは、サプライチェーンのオペレーション効率化と持続可能性目標の達成にも寄与します。

2024年、私たちはGS1 Globalと共同で作成した45分間の学習プログラムをCGFウェブサイトで公開しました。

この取り組みは、GS1のベストプラクティスを活用してQRコードの導入に向けた道筋を明確にし、企業がこの変革の旅をナビゲートするための必須ツールと洞察を提供することを目的としていました。

一連の参加型オンラインワークショップとウェビナーを通じて、私たちはESGに関する推奨ベストプラクティスの基盤を定義するミッションに着手しました。この取り組みには、サステナビリティデータ分類、サービスプロバイダーの能力、および進化する規制環境を網羅する堅牢な知識ベースの共同作成が含まれていました。

さらに、データ報告モデルの新たな手法を先駆けて導入しました。True Code、Data Portsに続き、現在ではAI/エージェントを活用して自動化かつ機密保持されたデータ報告を実現する方法をパイロット実施中です。これにより、効率性とセキュリティの新たな基準を確立していきます。

行動連合のメンバーとパートナーは、LATAMと中国において、2次元バーコードの能力構築、輸送の最適化加速、SCOPE 3サプライチェーンプロジェクトの推進を通じて、行動連合の取組みを積極推進しました。特にLATAMでは、輸送部門の脱炭素化に焦点を当てた取り組みが強化されました。さらに、連合は選択されたサプライチェーンにおいて現地でのパイロットプロジェクトを実施し、データポイントの接続、ESG報告の支援、消費者向けの製品透明性の向上に向けた革新的な手法を模索しました。2023年年次データ&サプライチェーンカンファレンスの成功を基盤に、私たちはバルセロナで第3回イベント「100・HORIZON」を主催し、業界のリーダーとイノベーターを結びつけ、データとサプライチェーンの分野における進展を後押ししました。

なぜ参加するのか？

エンドツーエンドのバリューチェーンは、他の連合やCGFエコシステム全体を支援する最も多分野にわたる基盤です。連合は、業界横断的なビジネス課題に対する非競合的な協業を通じて、ビジネス効率の向上と消費者信頼の強化により価値を創造します。

製造業者と小売業者にとって、連合はデータ交換エラーの削減、偽造品の減少、製品の入手可能性向上、顧客透明性の向上、製品リスト作成プロセスの簡素化、市場投入までの時間の短縮につながるソリューションの開発機会を提供します。テクノロジーサービスプロバイダーにとって、連合はデジタル変革と革新的な接続性に関する重要な課題に取り組む機会を提供します。

連合に参加し、製造業者、小売業者、テクノロジーサービスプロバイダーにとっての重要な価値を継続的に創造しましょう。

重点分野

GS1規格によるQRコードの実装

データ交換の新しい方法：フラクタル・パイロット

ESGデータ報告

持続可能なサプライチェーン・イニシアティブ行動連合

共同議長

ジェシカ・マイジンガー

MSDアニマルヘルス社 グローバル・サステナビリティ・リード

エレス・デ・ヨンジューボッシュ、

欧州マーケティング・ディストリビューション品質およびサステナビリティ・マネージャー

ディレクター

ディディエ・ベルジュレ

サステナビリティ部長
消費財フォーラム



課題

消費財企業は、サプライチェーンのデューデリジェンスを通じて、国連の持続可能な開発目標(SDGs)の達成と2030アジェンダの実現に貢献する取り組みを進めています。サプライチェーンがあらゆる段階で持続可能性のベストプラクティスを尊重することは、サプライチェーンの規模や範囲(グローバルかローカルか、海上か陸上か)を問わず、人、製品、地球を保護する上で不可欠です。企業は、サプライヤーが従業員に適切な労働条件を提供し、原材料を持続可能な方法で調達し、環境を尊重していることを確認するため、第三者監査、モニタリング、認証制度を活用しています。

市場には数百のスキームが存在し、毎年さらに数十の新たなスキームが誕生している中、組織がどのスキームを信頼すべきか判断するのは困難です。さらに、監査、モニタリング、認証スキームが、社会的・環境的サステナビリティの措置を同じようにカバーしていないため、業界内の不一致が生じ、監査への信頼が損なわれる状況が生まれています。



ミッション

複雑なサステナビリティの状況における調和を促進することにより、サプライチェーンのデューデリジェンスに関する個々の意思決定において組織を支援する。



持続可能なサプライチェーン・イニシアティブ行動連合

2024年の主な行動

2024年、SSCIは、社会的サステナビリティとともに、環境のベストプラクティスのベンチマークと承認を提供するように進化しました。6つの承認済みと4つのベンチマーク中の認証スキームに、新たにエチオピア園芸生産者輸出協会(EHPEA)とMPSの2つが申請を行いました。

グローバル・サステナブル・シーフード・イニシアティブとのパートナーシップは、グローバル・サプライチェーンにおける社会的責任を推進するものであり、水産物セクターにおける人権に取り組む技術作業部会と、海上操業のベンチマーキング・プロセスを強化するための両組織の基準の調整を予定しています。

SSCIはまた、非認定の認証プログラムに関する新たな基準を策定し、正式な認定なしに透明性と信頼性を確保しました。これらの取り組みは、SSCIがサステナビリティのベストプラクティスの業界基準として機能し、サプライチェーン全体での社会的・環境的コンプライアンスの向上を推進するとのコミットメントを再確認するものです。



重点分野

CGFの会員がサプライチェーンの監視と報告に活用する可能性のあるサステナビリティプログラムの信頼性を向上させる。

消費財業界で選ばれるベンチマークになる

持続可能なサプライチェーン・イニシアティブ(SSCI)を世界的な責任ある調達の話題の一部にする。

なぜ参加するのか？

SSCIは、業界が定義するサステナビリティに関する期待値に異なるスキームを整合させ、買い手と売り手に、スキームが主要なサステナビリティ要求事項をどのようにカバーし、関連するガバナンスと検証手法を適用するかについて明確な指針を提供することを目的としています。業界が急速に変化するサステナビリティ規制に適応する中、この行動連合はサステナブルな調達への信頼を強化し、監査の重複を削減し、すべてのステークホルダーの複雑さとコストを低減し——最終的に現場でのポジティブな社会・環境への影響を促進します。

連合に参加することで、個々のサステナビリティとデューデリジェンスのアプローチを強化し、2030年国連持続可能な開発目標(SDGs)、ステークホルダーおよび規制要件、リスク軽減目標を効率的に達成するお手伝いができます。

さらに詳しく

Toward ネット・ゼロ行動連合

CGF理事会スポンサー

スコット・プライス
CEO
DFIリテールグループ

ニーナ・ヨンソン
ICAグルッペン社長兼CEO

アントワーヌ・ドゥ・サンタフリック
ダノンCEO

共同議長

グラント・スブリック
気候・環境担当副社長、アホールド・デルハイズ

アルチャナ・ジャガナサン、ペプシコ・ヨーロッパ、チーフ・サステナビリティ・オフィサー

レベッカ・マーマット
ユニリーバチーフ・サステナビリティ&コーポレート・アフェアーズ・オフィサー

ディレクター

シャロン・ブリー
ディレクター
健康と持続可能性、財団法人消費財フォーラム



チャレンジ

気候変動は前例のない規模の課題をもたらしていますが、これらに対処する責任は私たち全員に課せられています。企業、国、都市など、多様なセクターのステークホルダーが連携し、ネットゼロ達成という共通の目標を支援することが不可欠です。

消費財業界は、この変革を牽引する立場にあります。当行動連合のメンバーは、自社の目標を積極的に追求し、ポジティブな変化を支援する先頭に立っています。



ミッション

排出削減の加速



Toward ネット・ゼロ行動連合

2024年の主な行動

サプライヤーの巻き込み:

行動連合は、23のメンバーを対象に、220MTンのCO2排出量に対するサステナビリティ目標を独自に発表しました。当行動連合は、ケーススタディ、ツール、教訓などを含む「脱炭素化ソリューション・ハブ」を構築し、企業が気候変動対応の道を切り拓くための支援を提供しています。

商品の脱炭素化:

行動連合は、コモディティ・マスタートークス・シリーズを立ち上げ、5回のセッションを成功裡に実施し、その要点をまとめたレポートをCGFのウェブサイト公開しました。

共通データフレームワーク:

このフレームワークは、小売業者がサプライヤーから求める二酸化炭素排出量の測定基準を統一し、透明性を高め、業界全体で一貫性を確保することを目的としています。



重点分野

行動連合は、ネットゼロ目標に向けた作業の流れと一致した、重点分野と強化すべきテーマについて合意しました。

CGFが取り組むこと: サプライヤーのターゲットと参画の支援、商品の脱炭素化、一貫したデータの枠組み

CGFが強化すること: 再生可能な実践、森林保護、パッケージングとプラスチック廃棄

なぜ参加するのか？

ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラムのTowards ネットゼロ行動連合は、企業が多様なステークホルダーと協力してスコップ3の脱炭素化という課題に取り組むための独自のプラットフォームを提供しています。スコップ3の排出量は、消費財企業にとって最大の排出源となることが多く、単一の企業だけでは対応が困難な複雑な課題です。当行動連合は、サプライヤーの目標設定と関与の促進、商品に関する専門知識の共有、小売業者と製造業者向けの共通データフレームワークの開発など、重要な基盤を提供しています。参加することで、貴社はリソース、ベストプラクティス、協働プロジェクトへのアクセスを得られ、個々の取り組みを強化できます。さらに、連合は2030年以降を見据え、気候変動適応と公正な移行に必要な重要なイノベーションの探求を進めています。

参加することは、この未来志向の取り組みに貢献し、恩恵を受けることを意味します。グローバルな課題解決を支援し、変化の一員となり、消費財業界の持続可能な未来を形作るお手伝いをしましょう。

さらに詳しく

詳細はこちらをご覧ください:

www.theconsumergoodsforum.com

消費財フォーラムについて

ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム (CGF) は、世界中の消費財メーカーと小売業者を両方代表する唯一のCEO主導の組織です。70カ国以上から400社を超える小売業者、メーカー、その他のステークホルダーのシニアリーダーを結びつけています。CGFは、9つの行動連合を通じて変革を加速しています: より健康な生活のためのコラボレーション、食品廃棄、フォレスト・ポジティブ、グローバル・フード・セーフティ・イニシアチブ (GFSI)、人権、プラスチック廃棄、製品データ、持続可能なサプライチェーン・イニシアチブ、そしてネット・ゼロへの道。会員企業の売上高は合計で4.6兆ユーロに上り、直接雇用する従業員はほぼ1,000万人で、バリューチェーン全体でさらに9,000万人の関連雇用が推定されています。CGFは、55人を超える製造業者と小売業者のCEOで構成される理事会によって運営されています。

