

# **栄養改善プロジェクトとSDGs への貢献**

**2017年11月28日**

**味の素株式会社  
シニアアドバイザー**

**取出 恭彦**

# 内容

---

- 1. グローバルな栄養改善への貢献は食品、飲料企業の使命**  
SDGs, Global Nutrition Target, Scaling Up Nutrition  
Access to Nutrition Index
- 2. Multi-Stakeholder 連携による栄養改善の実現**  
ガーナ栄養改善プロジェクト  
ベトナム栄養プロジェクト  
インドネシア Workplace Nutrition Project
- 3. まとめ**

# 内容

---

- 1. グローバルな栄養改善への貢献は食品、飲料企業の使命**  
SDGs, Global Nutrition Target, Scaling Up Nutrition  
Access to Nutrition Index
2. Multi-Stakeholder 連携による栄養改善の実現  
ガーナ栄養改善プロジェクト  
ベトナム栄養プロジェクト  
インドネシア Workplace Nutrition Project
3. まとめ

# 持続可能な開発目標（SDGs）と栄養改善

1. 持続可能な開発目標 Sustainable Development Goals（SDGs）  
17分野の目標の一つとして“**栄養**”について言及  
（「**飢餓の撲滅と栄養改善の実現**」）
2. 栄養分野でGlobal Nutrition Targets（2016-2025）を設定

- 目標①： 低身長（Stunting）の減少（現在より40%減）
- 目標②： 貧血の減少（現在より50%減）
- 目標③： 低体重児の減少（現在より30%減）
- 目標④： 肥満の減少（肥満の子供を増やさない）
- 目標⑤： 母乳育児の増加（母乳育児を50%以上）
- 目標⑥： 消耗（Wasting）の減少（5%以下にする）



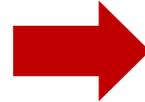
栄養に関する課題、目標案がより明確に

子ども、女性の**栄養改善（Stunting、Wasting、貧血改善）**がメインターゲット

- \* Globalな**栄養課題**を正確に理解することが重要
- \* 民間企業の強みを生かし、**ビジネスをと**おして**栄養課題解決**に貢献する

# 世界的な栄養改善の取り組み Scaling Up Nutrition

官民連携で途上国栄養改善を実現しよう  
という動きは世界的に高まっている



ビジネスセクターへの期待

栄養改善を目指した世界的Movement

**Scaling Up Nutrition (SUN)**

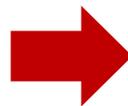
ビジネスセクターはSUN Business Network をつ  
くって連携。味の素はSUN Business Network  
Advisory Groupのメンバー



現在 アジア、アフリカ、中南米の途上国 52か国が SUN Countryとして参画

## SUN Movement を支える4つのNetwork

SUN Business Network  
SUN Civil Society Network  
SUN Donor Network  
UN Network for SUN



SUN Countriesの栄養課題解決に貢献

# SUN & SDGs



This infographic is the property of Sigtrans Ltd. www.sigtrans.com | Design by 51 Communications Design - www.51.com

# SUN and SDGs

## 栄養改善はSDGs 達成の最重要要素の一つ

*“Nutrition is both a maker and a marker of development. Improved nutrition is **the platform for progress in health, education, employment, empowerment of women and the reduction of poverty and inequality, and can lay the foundation for peaceful, secure and stable societies.**”*

Ban Ki-moon, United Nations 8th Secretary General, a message for the SUN Movement Strategy and Roadmap (2016–2020).

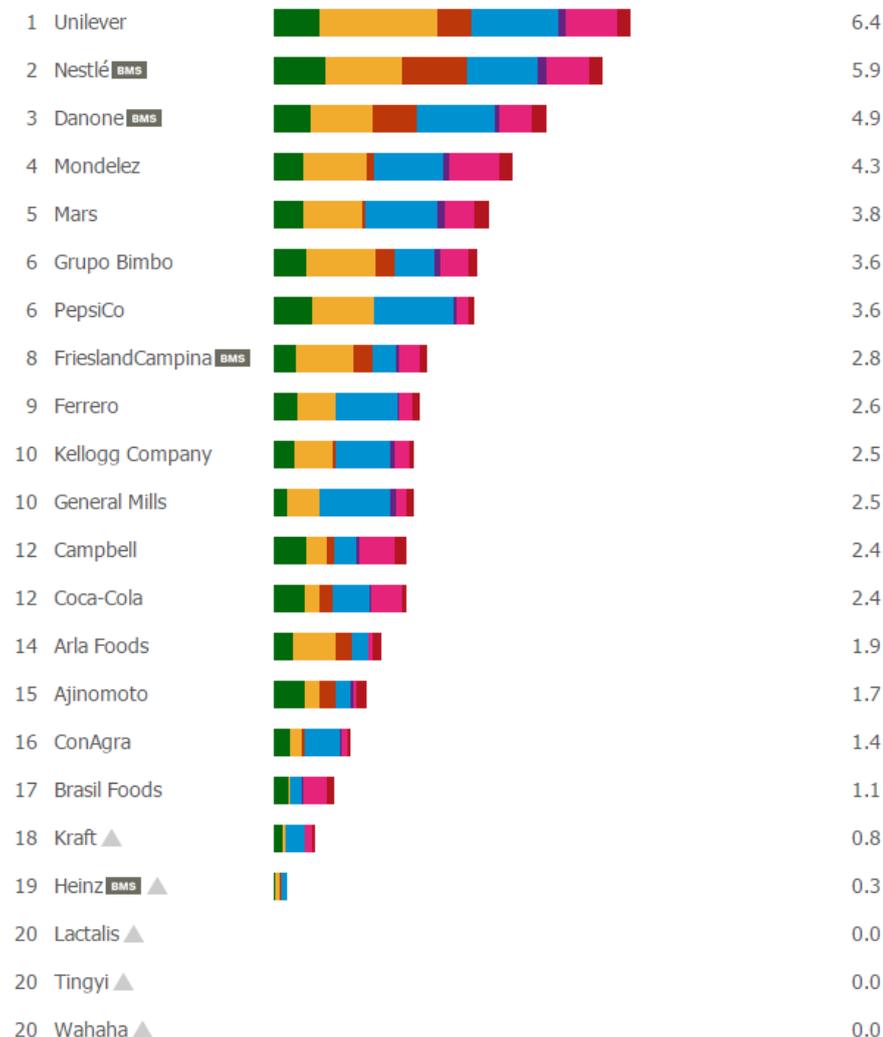
栄養への適切で持続的な投資なくして、SDGsは達成できない。  
17のSDGsのゴールのうち、すくなくとも12は栄養に深く関係

# Access to Nutrition Index (ATNI)



ACCESS TO  
**NUTRITION**  
INDEX™

栄養問題への貢献を評価して  
グローバル食品、飲料企業をラ  
ンキング



2016年ランキング

# ATNIで求められている事

1. **明確な栄養ポリシー**（自社のビジネスがどのように世界の栄養問題解決に貢献するか）を持つ（その策定においては社外のステークホルダーの意見も取り入れて策定していることが重要。）
2. 栄養ポリシーに基づいた、栄養改善への貢献に対する、**定量的な目標**をつくることと、その進捗を透明性高く公表すること。
3. **公正なマーケティング手法**をとっていること。（子供への直接的なマーケティングはおこなわないなど）
4. **健康な食品の定義**を、Nutrient Profiling Systemをつくって行う。それにより、上記定量目標に反映させる。

# ATNI Nutrient Profiling System (NPS)

ネスレをはじめとする 欧州のLeading Companyはそれぞれ独自のNutrient Profiling System (NPS)をつくり自社製品が健康な食品かどうかの判定をおこなっている。

## (ネスレの例)

製品のカテゴリーごとに 食事における位置づけを考慮し、主要な栄養素の上限、下限を定め、それに適合した製品を Healthy Food Product と定義する。

全製品をNPSを用いて評価しHealthy Food Productの割合などの定量目標をつくる。

### 例:Cereal Based Product

#### PUBLIC HEALTH SENSITIVE NUTRITIONAL FACTORS

Total Energy: 10–20% DV/serving

Saturated fatty acids:  $\leq 15\%$  of energy<sup>1</sup>

Trans fatty acids:  $\leq 2\%$  of total fat

Added sugars:  $\leq 25\%$  of energy

Fructose:  $\leq 50\%$  Added sugars criterion

Sodium:  $\leq 5\%$  DV/100kcal<sup>2</sup>

#### PRODUCT CATEGORY SPECIFIC NUTRITIONAL FACTORS

Total fat:  $\leq 30\%$  of energy<sup>3</sup>

#### NUTRITIONAL CONTRIBUTIONS OF THE PRODUCT CATEGORY

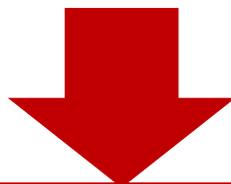
Protein:  $\geq 10\%$  DV/serving and  $\geq 12\%$  of energy

Calcium:  $\geq 105$  mg/100 kcal and  $\geq 20\%$  DV/serving

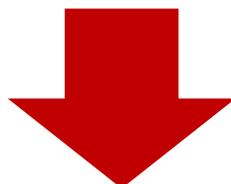
Fibre:  $\geq 10\%$  DV/serving or  $\geq 8$ g/serving of Whole Grain

# ATNI の意義

1. 「栄養問題への貢献」が 投資家の投資先選定の基準の一つになる。
2. 消費者の商品選択の判断基準の一つとして、健康な食品を推進している会社かどうかかが問われるようになる。



1. ビジネスをとおした栄養改善が加速する。
2. 様々なステークホルダーとの協働取り組みがもとめられるようになる。



**SDGsへの貢献**

# 内容

---

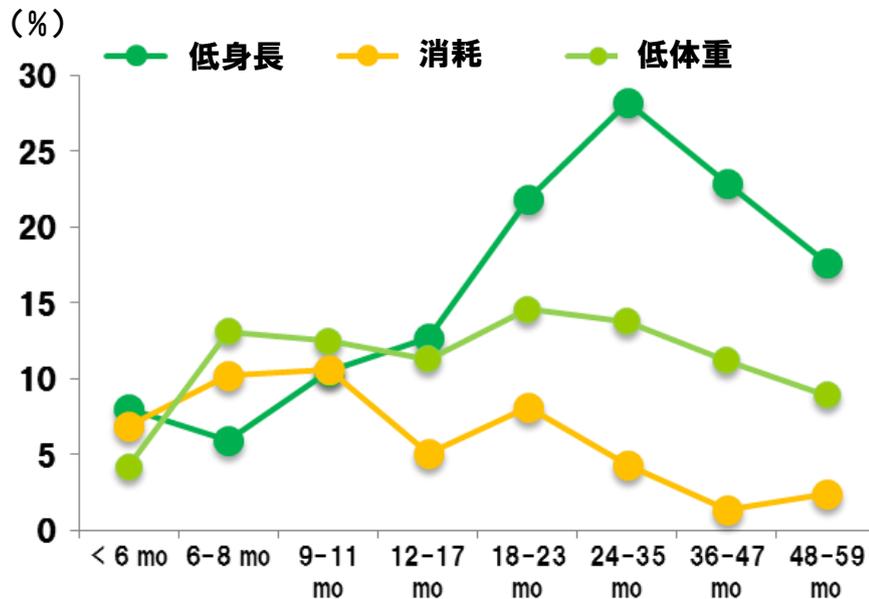
1. グローバルな栄養改善への貢献は食品、飲料企業の使命  
SDGs, Global Nutrition Target, Scaling Up Nutrition  
Access to Nutrition Index
2. **Multi-Stakeholder 連携による栄養改善の実現**  
**ガーナ栄養改善プロジェクト**  
**ベトナム栄養プロジェクト**  
**インドネシア Workplace Nutrition Project**
3. まとめ

# ガーナプロジェクト概要



## 離乳期の伝統的離乳食 kokoに添加する 栄養サプリメント「KOKO Plus」の開発

ガーナでは2才の子どもの約3割が低身長



生後6ヶ月-24ヶ月の離乳期の栄養を改善する。

→ 栄養改善におけるWindow of Opportunity



伝統的離乳食 koko



大豆、リジン(アミノ酸)、ビタミン、ミネラル等を含むサプリメント。1袋で子どもの1日分に必要な栄養素を供給。

# ソーシャルビジネス確立に必要なイノベーション

## 1. 地元のニーズにあった製品の開発

Affordable（貧困層でも購入可能）

Acceptable（伝統的食文化の尊重）

Aspirational（購入することを誇りに思えること）

## 2. 需要喚起の為の行動変容の手法確立

① 地元政府機関等との協働による栄養教育

② ソーシャルマーケティング

## 3. 革新的な流通方法(Last Mile Delivery)の確立

女性販売員のネットワーク



# 栄養効果試験 / 流通試験



地元の食品企業Yedent社と協働で  
生産体制を確立



## 流通試験

試験1  
女性販売員のネットワーク

試験2  
伝統的流通経路  
+ソーシャルマーケティング

## 栄養効果試験

# 公益財団法人味の素ファンデーションに事業移管し マルチステークホルダーとのさらなる連携を推進



※DSM:ビタミンの世界トップ企業



## 味の素グループの ベトナム政府と連携した2つの栄養事業

教育訓練省

保健省

連携

連携

ベトナム国立  
栄養研究(NIN)

ベトナム味の素社

公益財団法人味の素ファンデーション・味の素(株)



**学校給食プロジェクト(SMP) 2012～**  
栄養不足や肥満など栄養問題が複雑化している同国で学校給食を教育の一環として導入し栄養改善(日本モデル)

ホーチミン、ダナン、ハノイ、ハイフオンの約500校にて導入

**ベトナム栄養制度創設プロジェクト(VINEP) 2011～**

・国家レベルで栄養士制度が実現し国民の健康レベルが向上することを目指す日越連携プロジェクト

# インドネシア Workplace Nutrition Project

目標：職場(工場)の食事に栄養バランスのとれた食事を提供し、同時に栄養教育を行うことにより、**若い女性の行動変容(栄養バランスのとれた食事をとるようになる)**および健康、栄養改善を実現する。

背景：

1) インドネシアでは不足栄養(鉄不足による貧血など)と過剰栄養(エネルギー、脂質過剰摂取による肥満など)が同時に存在する「**栄養不良の二重負荷**」が大きな問題となっている。インドネシア政府保健省はその解決には若年層(特に女性)の行動変容の実現が最重要との認識。Workplace Nutritionはそのentry point として注目

3 すべての人に  
健康と福祉を



インドネシア政府

NJPPP

17 パートナーシップで  
目標を達成しよう



日本企業

ローカル企業

アカデミア

# 内容

---

1. **グローバルな栄養改善への貢献は食品、飲料企業の使命**  
SDGs, Global Nutrition Target, Scaling Up Nutrition  
Access to Nutrition Index
2. **Multi-Stakeholder 連携による栄養改善の実現**  
ガーナ栄養改善プロジェクト  
ベトナム栄養プロジェクト  
インドネシア Workplace Nutrition Project
3. **まとめ**

# SDGsに貢献する栄養改善ビジネス

## 成立に必要な条件

1. 世界の栄養課題を正確に把握し、自社が持っているリソースを生かして貢献できる分野、ビジネスを明確にし戦略を立てる
2. 種々のステークホルダーとの連携を構築する。  
→ オープンイノベーション

**栄養改善に対するビジネスの貢献への期待は高まっている。  
SDGsへの貢献は避けては通れない課題。**

→ 大きなBusiness Opportunityととらえるべき。