

ビジネスプリッジ 成長のための栄養サミット2020

プライベートセクターからの
*SMART*に基づいたコミットメント例



NJPPPによる仮訳

A top-down view of various fresh fruits and vegetables arranged in a symmetrical pattern on a light green background. The items include slices of green apples, orange wedges, cucumber rounds, whole spinach leaves, and pieces of lettuce. The arrangement is balanced and aesthetically pleasing, with the items scattered across the frame in a way that creates a sense of harmony and freshness.

N4G：ビジネスの場としての機会



2020年、ビジネスが問題の一端に過ぎないという“解釈”を変え、解決策の重要な部分を担えることを示す絶好の機会である。



ビジネスは、栄養を向上させるSMARTコミットメントを作成することで “解釈”を変えられる。



事業一覧、地理的な足跡、消費者基盤やビジネスモデルに影響を及ぼすより良い栄養に向かったコミットメントをビジネスは作成すべきである。

コミットメントをどのように形作るか

- 1) SMART視点に基づく
- 2) どのように追跡・自己評価する情報を提供
- 3) コミットメントを形作るため既存の信頼の
おける枠組みを利用する
- 4) (CSRというより) 中核ビジネス慣行を改良
していくコミットメントを採択



Resources:

[Nutrition for Growth Website](#) including a [commitment-making guide](#)

[Global Nutrition Reports](#) reflecting past N4G commitments and progress around their implementation

[Access to Nutrition Initiative's methodology](#) of their global index to identify areas in which companies can commit for better nutrition



SMART コミットメントとは？



SPECIFIC：具体的（具体的な活動を特定し誰が達成に責任を持つか提示する）



MEASURABLE：測定可能（進捗状況並びに達成度の測定を可能にする指標（基準も含む定量化したものが望ましい））



ACHIEVABLE：達成可能（以前到達レベルにふさわしい、現実的な時間枠で到達できる限界に留意して意欲的）



RELEVANT: 適切性（状況に応じた栄養の優先順位や課題を反映、過去に達成した進捗レベルに基づく）



TIME-BOUND: 達成期限（重要なマイルストーンを含む現実的なタイムフレームを明示する。コミットメントは、1暦年・事業年以上をカバーし、進捗を追跡し、報告する）

2020 N4G サミットの重点分野

日本政府は、世界的な栄養目標の達成のため、3つの柱と2つの分野横断的な要素で構成される2020栄養サミットでの5つの重点分野を設定した。

健康



栄養のユニバーサル・ヘルス・カバレッジ (UHC) への統合

食



安全で健康的で持続可能なフードシステムの構築

強靱性



脆弱な状況下における効果的な栄養不良対策



財政：栄養改善のための財源確保



説明責任：データに基づくモニタリング

A top-down view of various fresh fruits and vegetables, including apples, oranges, cucumbers, spinach, kale, and carrots, arranged in a grid-like pattern on a light green background. The items are neatly laid out, showcasing their natural colors and textures. The arrangement includes whole leaves of spinach and kale, sliced cucumbers, apple wedges, orange segments, and small pieces of carrots and celery. The overall composition is clean and visually appealing, emphasizing the freshness and variety of the produce.

過去のコミットメント

過去のN4Gサミットにおいて、ビジネスセクターは、次のようなブリッジを作成

次のような文言で60の労働に関するコミットメントが作成された：

- 1) 企業の栄養政策を一定の企業で一定の従業員に到達させる
- 2) 母親の健康改善と働く女性の母乳支援

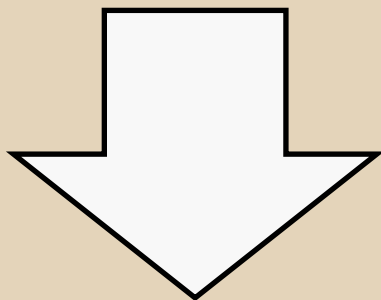
幾つかの企業で選定された27の労働に関係しないコミットメント例：

- Britannia：栄養強化ビスケットにより10万人の貧血を減少、BMIを上昇させる
- Cargill：小麦の微量栄養素強化推進に100万ドルを（小麦強化イニシアティブ）
- DelAgua: ルワンダで20年以内に9百万人がきれいな水にアクセスできるように

“N4G commitment tracking”にさらに例示あり

なぜコミットメント？(1/3)

新興成長市場へのより良いアクセスを通じて栄養必要量に向けた取り組みを強化するため

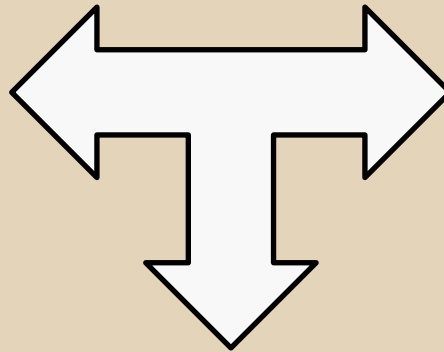


技術的な援助提供を約束し、地元企業に投資することが大きな成長速度の新市場で活動拡大につながる今後のM&Aの手助けとなる。

なぜコミットメント? (2/3)

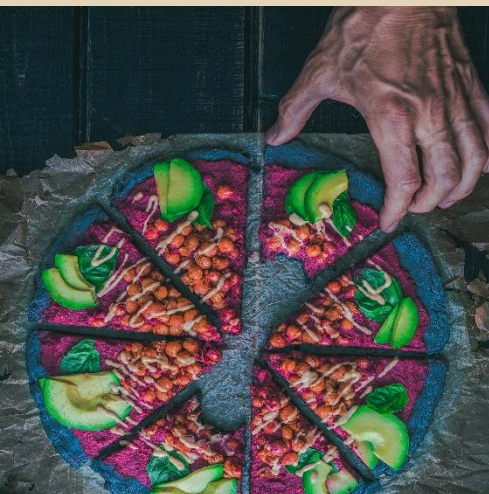
栄養の大きな目標における世界観の提供と
重要分野における日本企業の優位性確保

老人に対する栄養
の専門知識



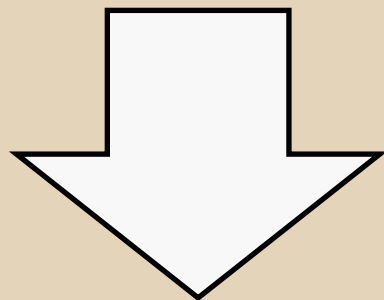
既に健康意識の高い
消費者に対する
機能性食品を提供

既に他の高所得国
より小さな分量を提供



なぜコミットメント? (3/3)

日本並びに海外で健康知識を向上させる必要性に応える



食事準備で必要量の洗浄済みカット野菜を使用し、オンラインで野菜を購入する日本での最近の流れに応え、野菜の販売増加につなげられる

なぜ今コミットメントか？



栄養不良との戦いで技術や専門性を示すため世界ビジネスやマルチステークホルダーの取り組みに加わる日本企業にとって、日本が栄養サミットを主催することは、前例のない機会となる。

国内レベルで言うと日本企業は、ますます健康意識を持った消費者の要請に応えなければならない。

国際的には、日本企業は、高所得のみならず新興市場で競争力のある健康栄養食を提供することで付加価値を示すことができる。

日本ビジネスにおけるSMARTコミットメントの例

- 1) 職場における栄養改善
- 2) 栄養強化と生物学的栄養強化
- 3) 製品設計、製品イノベーション、
製品コミュニケーション
- 4) マーケティングと栄養情報
- 5) 食品ロスと廃棄

1)職場における栄養改善

特にNJPPPを通じて日本企業は、アジアの職場における栄養改善プログラムに関する専門知識をすでに示しており、日本政府は職場における栄養改善プログラムの主要コンポーネントである強制的な健康診断を実施しています。

全業種におけるコミットメントの例:

雇用主として、健康食品、栄養教育、健康診断、母乳育児サポートへのアクセス、および追加の支援を含む包括的なポリシーを採用することにより、従業員の健康を支援する職場における栄養改善プログラムにアクセスできるすべての直接従業員の%[数]を確保します。（全従業員の栄養に関係する場合）身体活動促進などの支援領域においても同様に。

備考：職場における栄養改善の誓約はすべての雇用者によってなされるべきであり、食品と飲料の分野を超えた企業にも関係があります。

2) 栄養強化と生物学的栄養強化

日本企業は、特にアジア市場向けに食品の栄養を強化する数十年の経験を持っています。栄養サミットは、これらの取り組みを紹介するだけでなく、それらを増やす機会でもあります。

コミットメントの例:

食品製造業:

- 総売上高のうち、重要なビタミンとミネラルで強化されたヨード化塩/油/小麦粉などをX%使用します。
- ボランティアの専門家を（何社）の栄養強化に関連する中小企業に（何人・何時間）提供します。
- 毎年、栄養強化の品質分析または製造された栄養強化製品の量、または栄養強化のために調達されたプレミックスの量について、個別に検証可能なデータを公開します。
- 高齢者のニーズに対応するための栄養強化食品の売上高の割合を増やします。

その他の業種:

- マーケティングの専門知識を当てがい、栄養強化食品の消費の利点について消費者の意識を高めます。

備考: 企業はまた、事業を展開している国でのより必須の栄養強化を提唱する必要があります。これは、国民と栄養強化に関する既存の専門知識および能力を持つ企業の両方に利益をもたらします。

3)製品設計、製品イノベーション、製品コミュニケーション

国内需要に対応するために、日本企業はすでに塩、脂肪、砂糖を減らしてきました。栄養サミットは、日本企業による改革の進展とグローバルな多国籍企業の進展を比較する機会です。

コミットメントの例:

食品製造業:

- ・ 健康的な製品、つまり3.5つ星以上のHealth Star Ratingを達成した製品から、総売上高のX%を導き出します。（Health Star Ratingとは：食べ物が健康的かどうかを星5段階で評価し、食品に記載するシステムのこと。星が多い方が健康的である。）

その他の業種:

- ・ 関連する製品カテゴリーにおいて、より健全なスコアを持つ企業と提携し、それらの企業から購入します。

備考：Health Star Ratingは、国際的なフレームワークの一例として提案されています。企業は関連するカテゴリーを選択できますが、進捗状況を追跡して他の企業のものと比較できるように、このコミットメントに関連する方法論を提供する必要があります。

4)マーケティングと栄養情報

日本企業は、厳格に規制されている国内市場を超えて、マーケティングとラベリングのベストプラクティスを推奨する機会を持つことができます。

コミットメントの例:

食品製造業:

- 2025年までに、会社のすべての業務にわたる地域の規制と食事ガイドラインをサポートする18歳未満の子供たちに責任を持って市場を展開します。
- 当社は、売上値の〇%は国のラベル付け規制に準拠し、その他の基準に関しては関連するコーデックス基準に準拠することを約束します。

その他の業種:

- ITCツールを共有して、子供および青少年の食品および飲料マーケティングへの露出をよりよく追跡します。

備考：企業は、6歳および12歳未満の子供向けの特定の行動を伴うマーケティングに使用されるすべてのチャネルに関する既存の規制を明確に遵守しなければなりません。企業は、自社の規制に関する一貫したアプローチに取り組み、基準が弱いまたは存在しない場合は、最も厳格な基準に従う必要があります。

5)食品ロスと廃棄

食品ロスと廃棄の削減は、食品の手頃な価格を高める機会をもたらすため、新興市場へのアクセスを試みる日本企業にとって重要な課題です。

コミットメントの例:

食品製造業：

- 当社は（期日）までに、食品ロスや食品廃棄の会計および報告基準を完全に遵守します。

その他の業種：

- 全従業員と（関係があれば）食堂の従業員に対し、食品廃棄を防止する研修を実施します。

備考：このカテゴリーに属す企業は、製造プロセスにおける食品の損失と廃棄物を削減する取り組み、またはサプライヤーや消費者レベルでの食品の損失と廃棄物を削減するための革新的な取り組みを共有できます。

しかし同様に

民間企業は、誓約だけではなく以下についても問うべきです。

- ・ 政府に対して：安全な栄養価の高い食品へのアクセスを改善するための企業のベストプラクティスを支援する公正なレベルの競争条件を作成すること。

- ・ 市民社会に対して：

栄養に関するビジネスの影響について独自のモニタリングを支援すること。

- ・ すべての利害関係者グループが栄養に関する知識を向上させるための多国間パートナーシップに従事すること。



報告

N4Gの説明責任の枠組み（アカウント
ビリティフレームワーク）はまだ書き
表さなければなりませんが、以下のこと
に期待しています。：

- 企業は自社の誓約について自己報告すること。
- Access to Nutrition Initiativeは、ビジネス公約に関する自己報告の結果をレビューします。
- The Global Nutrition Report は、すべての利害関係者グループからの結果をまとめ、全体の結果報告書を公開します。

