

2021年6月30日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

**共創型プラットフォーム「Tカードみんなのエシカルフードラボ」、3月にキックオフセッションを終え、
7月より「エシカルフードスコア（仮称）」に関するセッションを開始
～世界のエシカル消費を牽引する英国の団体「Ethical Consumer Research Association」をアドバイザーに～**

CCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：北村和彦）は、2021年3月より、Tのユニークデータ^{※1}やアセットを活用し、生活者を中心に業界を超えたさまざまなステークホルダーと共に対話を重ねながら、世界的な課題である“持続可能な食”につながるエシカルフードアクションについて考え、行動していく共創型プラットフォーム「Tカードみんなのエシカルフードラボ」に取り組んでいます。3月18日（木）と3月24日（水）に12名の専門家のみなさまと共に「エシカルフード・キックオフセッション」を実施し、エシカルフードに関するいくつかの共通認識が明らかになったことを受け、7月より「エシカルフードスコア（仮称）」につながるエシカルフードの基準作りのセッションを開始いたします。エシカルフードの基準作りについては、世界のエシカル消費をリードしているイギリスに拠点を置く非営利団体「Ethical Consumer Research Association」にアドバイザーとして参加いただきます。

■3月に実施した「エシカルフード・キックオフセッション」で明らかになった共通認識

「Tカードみんなのエシカルフードラボ」では、エシカルフードに関わる取り組みを行うにあたって、“エシカルフードとは何か？”についての定義を考える必要があり、SDGsや食の専門家、流通、シェフ、ジャーナリストなどそれぞれに専門分野と多様な視点を持つ12名の専門家を交えて「エシカルフード・キックオフセッション」を開催しました。キックオフセッションを終えての共通認識とは、『エシカルフードの定義として「人」「環境」「動物」への配慮がなされていることが基準になる』、『一般消費者が参加しやすいような基準、目標を用意し、無意識からの行動変容を促すこと』の2点でした。

<エシカルな食への取り組みとして大切なこと>

- ・商品を購入するときの適正価格を考慮すること
- ・ゴミの削減量、レジ袋の削減量などエシカルな取り組みについて、はかってみる化する
- ・「自分にとっていい」だけでなく、「環境や世界にとっていい」という視点をもつ
- ・自分のできる範囲から始めることが持続可能な方法。無理をしない
- ・興味のない人に対する、伝え方を考える。感動、体感をともなった情報提供をする。
- ・「エシカルなものがほしい」という消費者がいることを、生産者や流通に知ってもらうコミュニケーションをする
- ・食の喜び、文化を大切に作る観点を忘れない

<エシカルフードの定義について>

- ・人、環境、動物への配慮ができてることが前提
- ・SDGs 視点を取り入れた基準づくり
- ・もの、商品だけでなく、エシカルな買い方、売り方、つくり方といった行動も含める
- ・エシカルフードの前に、食という行為に真剣に向き合うことの大切さを伝える
- ・「エシカル」という言葉に拒否反応を示す人もいるので、使い方、ワーディングを考える

<エシカルフードの基準について>

- ・生活者が取り組みやすい基準づくりをする
- ・抽象的な項目と具体的な項目のバランスを考える
- ・商品ひとつひとつの評価をするのか、企業の取り組みも評価の対象にするのか
- ・消費者に食が面倒くさいものと捉えられないよう、楽しめる配慮が必要

なお、キックオフセッションにおける専門家のみなさまとの対話サマリについては、「Tカードみんなのエシカルフードラボ」のnote（https://note.com/note_ethicalfood）をご覧ください。

■「エシカルフードスコア（仮称）」につながるエシカルフードの基準作りのセッションを開始

「エシカルフード・キックオフセッション」での共通認識を受け、より良い消費行動を選択する生活者の指標となる「エシカルフードスコア（仮称）」※2につながるエシカルフードの基準作りのセッションを7月より開始いたします。このセッションは、キックオフセッションにも参加いただいた12名の専門家と共に取り組んでいきます。またセッションの過程は、消費者が消費の力で社会変革を起こすためのガイダンスとして1989年に発刊された雑誌“Ethical Consumer”を手がけ、独自の調査・分析により設定された“ethical rating system”を発表するイギリスの非営利団体「Ethical Consumer Research Association」（<https://www.ethicalconsumer.org/>）にアドバイザーとして参加いただきます。

CCCマーケティングは、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」をグループミッションに掲げ、「個人のライフスタイル」とそれを取り巻く「社会」をつないで、この世界のひとりひとりの、毎日の小さな幸せをつくっていくことを大きな使命とし、Tポイント・Tカードが「人と社会をつなぐ」ことなることを目指しています。ユニークデータを価値ある情報に磨きあげ、さまざまな社会課題に向き合い共創しながら解決に向けて取り組んでいくことで、持続可能でよりよい社会の実現を目指してまいります。

※1：ユニークデータとは、7000万以上のシングルID、年間50億件以上の購買トランザクション、20万店舗のネットワークで扱われる60億種類の商品データ、300項目からなる顧客DNAのパーソナデータ、オフライン・オンライン上の移動・行動データやメディア接触データ、またCCCMKグループオリジナルのエンハンスデータなどを指します。

※2：お客さまのプライバシーに配慮をしたうえで取り組みを行っております。お客さま情報のお取り扱いに関する詳細はこちら（https://www.ccc.co.jp/customer_management/）をご覧ください。

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社 広報担当：安藤／TEL：03-6800-4464