

外食トレンド通信



コロナ禍における外食市場とSDGs

コロナ禍、物事に対する価値観の変化や、ステイホームによりメディアとの接点が増えた事などから現在SDGsへの関心がさらに高まっています。

「コロナ禍の外食市場におけるSDGs」についてご紹介させていただきます。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



そもそもSDGsとは？

持続可能な開発目標(SDGs:Sustainable Development Goals)とは、2001年に策定されたミレニアム開発目標(MDGs)の後継として、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、**2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標**です。17のゴール・169のターゲットから構成され、**地球上の「誰一人取り残さない(Leave no one behind)」**ことを誓っています。SDGsは発展途上国のみならず、先進国自身が取り組むユニバーサル(普遍的)なものであり、日本としても積極的に取り組んでいます。 ※出典:外務省HPより抜粋

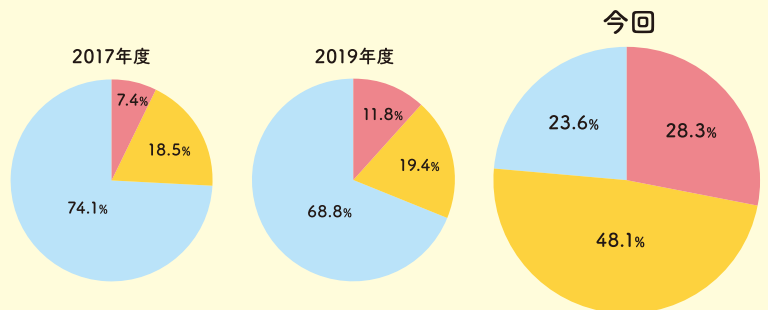
SDGs意識の高まり

※出典:損害保険ジャパン株式会社「SDGs-社会課題に関する意識調査」より
調査概要 (1)調査期間:2021年7月9日~7月13日 (2)調査方法:インターネットアンケート調査
(3)調査対象:全国在住の15歳以上の男女 (4)回答者数:1,204人

Q1 「SDGs」という言葉を知っていますか？

(回答者数:1,204人)

「よく知っている(28.3%)」、「まあまあ知っている(48.1%)」と回答した人の合計は19年度の31.2%から**大幅に上昇し76.4%**に。

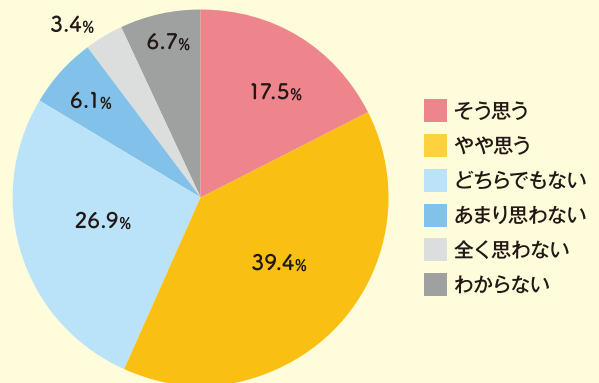


■ よく知っている(17の目標があることなど知っている)
■ まあまあ知っている(SDGsという単語は聞いたことがある程度)
■ 知らない

Q2 「SDGsの達成」や「社会的課題」の解決に向けて取り組んでいる企業の製品・サービスを使用・購入したいと思いますか？

(回答者数:1,111人)

「そう思う(17.5%)」、「ややそう思う(39.4%)」と回答した人の合計が**56.9%**おり、製品・サービスを選定する際、**半数以上の人に影響を与えている。**



■ そう思う
■ ややそう思う
■ どちらでもない
■ あまり思わない
■ 全く思わない
■ わからない

更に別のアンケート結果では、「同価格または同程度の価格なら選択する(68.7%)」と回答した人が最も多く、次いで「**価格が高くても選択する(19.5%)**」という調査結果となり、「**価格が高ければ選択しない(9.8%)**」を上回りました。今後も「サステナブルな店舗運営」はその重要性が増していくことが予想されます。

外食市場におけるSDGs取り組み事例

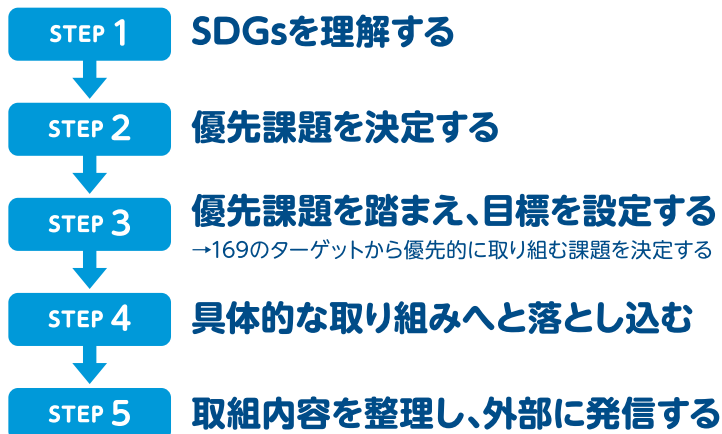
〈スターバックスジャパン様の事例〉

フードロス削減のためドーナツなどを 閉店前に20%オフで販売へ



廃棄としてフードを無駄にしないため、ドーナツやケーキ、サンドイッチなどを閉店3時間前をめぐりに20%OFFで販売する取り組みを全国の「スターバックス」店舗で開始する。店舗ごとの在庫状況に応じて、実施有無・開始時間は異なる。これにより販売を促進してフードロスを削減するとともに、このプログラムによる売上の一部を認定NPO法人全国こども食堂支援センター・むすびえに寄付する。今年3月には、東京都と埼玉県の約90店舗で1カ月間のトライアルを実施。**利用者からは「少しでも廃棄を減らすことができるなら」など賛同の声があがったという。**

SDGsへの取り組み方法



SDGs認証の公式ロゴ・ポスターについて

ロゴのダウンロードサイト

SDGsのロゴは「国際連合広報センター」サイトからダウンロード可能。

https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/



ロゴ使用申請や許可が必要なケース

基本的に、SDGsロゴを使用して資金調達をする場合や、SDGsロゴを使用した商品を販売するとき以外は、申請不要で使用できますが、下記ガイドラインを確認し使用することが必要です。

●カラーホイールを含むSDGsロゴと17のアイコン使用のガイドライン

https://www.unic.or.jp/files/SDG_Guidelines_AUG_2019_Final_ja.pdf

