

国分のサステナブル商品構想

先ずは適正な売り場づくり



国分グループ本社の経営企画部内にサステナビリティ推進課が設置されたのは約2年前。同社の国分晃社長・COOを委員長に、各部門長とグループ会社のトップで構成されるサステナビリティ委員会が、SDGsの取り組みの推進・進捗をはじめサステナビリティ全般に関わる方針や施策の審議を重ねている。

そこで生まれた戦略を具現化するのが、マーケティング・商品統括部内の「サステナブル商品ワーキング・グループ」だ。千木良氏は、「サステナブル推進課の役割は、サステナビリティ経営における戦略立案とその推進・管理など、その守備範囲が大きい。昨年策定したSDGsステートメントの推進もこの部署が担っている。その戦略を全社、そして関係各企業とパートナーシップを組んで進めている。我々サステナブル商品ワーキング・グループは、国分グループが目指す「サステナブルな商品」を誰もが手に取ることのできる社会の実現のために、主に商品と売り場に関わる取り組みを推進している」と説明する。

「先ずは、現在の立ち位置を把握し、目標を明確にするための活動に取り組んだ」と千木良氏。サステナブルな商品と売り場を推進している。その経緯や進捗状況を聞いた。

千木良氏は、「サステナビリティ推進課の役割は、サステナビリティ経営における戦略立案とその推進・管理など、その守備範囲が大きい。昨年策定したSDGsステートメントの推進もこの部署が担っている。その戦略を全社、そして関係各企業とパートナーシップを組んで進めている。我々サステナブル商品ワーキング・グループは、国分グループが目指す「サステナブルな商品」を誰もが手に取ることのできる社会の実現のために、主に商品と売り場に関わる取り組みを推進している」と説明する。

木良氏。サステナブルな商品と売り場を推進している。その経緯や進捗状況を聞いた。

国分グループは、コロナ禍にも対応した「第11次長計」で、食のマーケティングカンパニーの進化・共創の確立をビジョンタイトルとして掲げ、食の価値創造No.1企業の実現に向けた多くの新たな取り組みに挑んでいる。共創圏とは、従来の取引・取り組みの枠を超えた連携によって、新たな食の価値・事業を創造するネットワークを意味する。その中で、戦略領域のひとつとして取り組みを強化しているのが「サステナブル商品」だ。今回は国分グループ本社マーケティング・商品統括部の千木良氏(ちぎら・おさむ)加工食品・菓子部長兼戦略推進室部長(写真)に、その経緯や進捗状況を聞いた。

(石母田 健)

よって付与(重複アリ)。2030年までに同カテゴリーの売り上げを100億円以上に設定した上で、その達成に向けてSDGsに貢献する取り組みを推進している。千木良氏は、「サステナブルな商品と売り場を推進している。その経緯や進捗状況を聞いた。」と説明する。



とが将来目標の設定には不可欠だった」と明かす。その甲斐あって、同カテゴリーの売り上げは既に40億円強に上っていることが判明。「2020年目標の前倒し達成は十分可能との確信につながった」。こうした準備段階を経て、今は「サステナブルな商品」を誰もが手に取ることのできる社会の実現に向け、①メーカーとしてサステナブル定義に該当する商品を開発、②卸として新規該当商品を発掘、③SDGsの継続的な管理と運営、④生活者のエンカレッジ(倫理的)消費をサポートする売り場づくりの4点を核に取り組みを進めている。「SDGsの管理・運営も大変な作業だが、一番重要視しているのは売り場づくり。サステナブル商品だからといって売り上げに直結するわけではないが、伝えたい情報を正しく伝える売り場を作るのが国分の役目。小売り、外食、メーカーと密に連携し、正しい情報を伝え、その意図を理解した消費行動が起

チョコレートに合うワイン

サステナブル認証シール付き

人、動物、自然全ての健康と安全に配慮したワイン造りの証として、KWVの全商品にサステナブル認証シールが貼られています。

ワイン×チョコ

いいものを買って
美味しく
社会貢献
しよう!

TONY'S CHOCOLONELY

輸入総代理店 国分グループ株式会社
https://www.kokubu.co.jp/

フェアトレード認証原料使用

TONY'S CHOCOLONELY

TONY'S CHOCOLONELYは、自分達のチョコレートだけでなく世界のチョコレートが、適正な児童労働や強制労働が100%存在しないチョコレートになることをミッションとして掲げております。

こせるような売り場づくりを実現する。国分ができること、すべきこと、国分だけではできないことがあるが、共創圏構想に則り、正しい売り場づくりを進めていく」構えだ。そして、正しい情報が伝われば、「2030年目標は一つの通過点。こうした商品の売り上げ構成比はかなり大きくなる。そして国分グループの価値も一段と向上していく。卸は元々がコト売り。本来の商売が生かせるカテゴリーとして将来が楽しみ」とみている。「パートナーシップを率先して築き上げたい」とした千木良氏は、こう締めくくった。「生活者の意識は確実に高まっている。環境問題が学校の授業などで取り上げられ、若い世代の人たちが、将来中心となって消費活動を行うようになった時には、今とは違う価値観で消費行動が劇的に変わる可能性がある。その時に向けて、今からあるべき売り場の実現に向けた研究・検証が必要だ」。