

3. 欧州における食のサステナビリティ

3-1 欧州における食品関連政策

3-2 消費者の動向

3-3 卸小売の動向

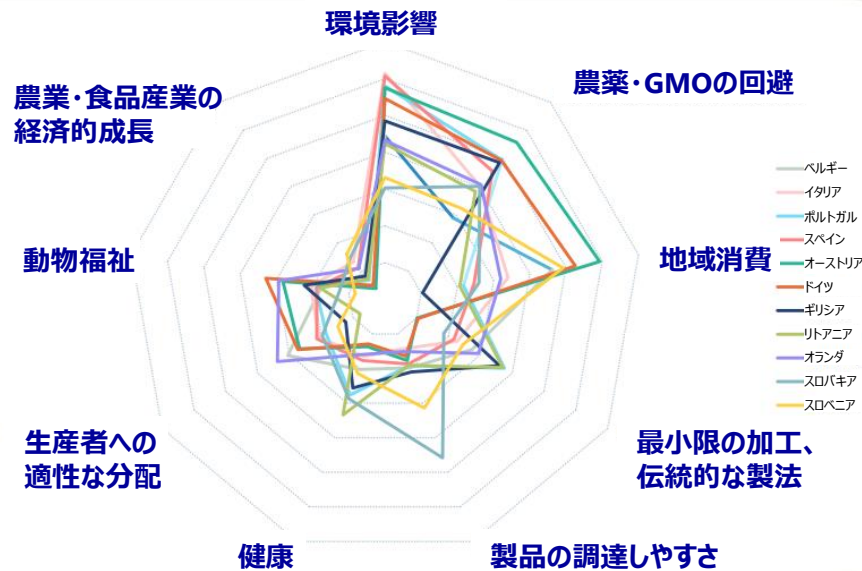
3-4 認証の動向

3-5 その他の動向

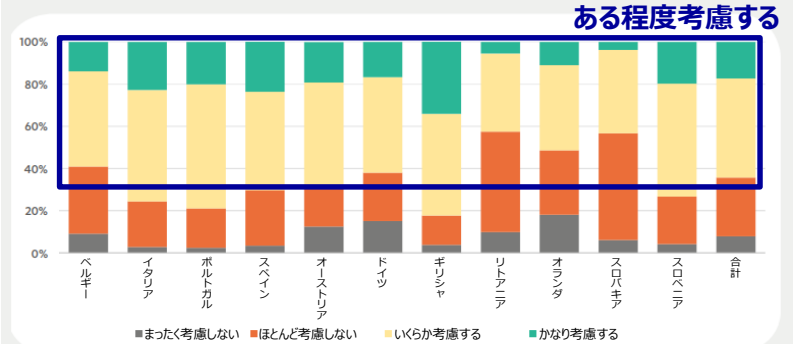
欧州における“サステナブル食品”の定義

- 欧州消費者機構（BEUC）の調査※によれば、“サステナブル食品”で意識される要素は、**環境負荷低減**、**農薬・GMOの回避**、**地産地消**
- 環境負荷低減の文脈では、消費者の40%強が、環境への懸念から赤身肉の消費をやめたまたは減らしたと回答している
- 6割以上の消費者が食生活が環境へ与える影響を認識している一方、個人の食習慣が環境に与える影響を過小評価する傾向がある
- 政府が生産・消費活動において食品の持続可能性促進に十分な役割を果たしていると考えているのは16%にとどまる

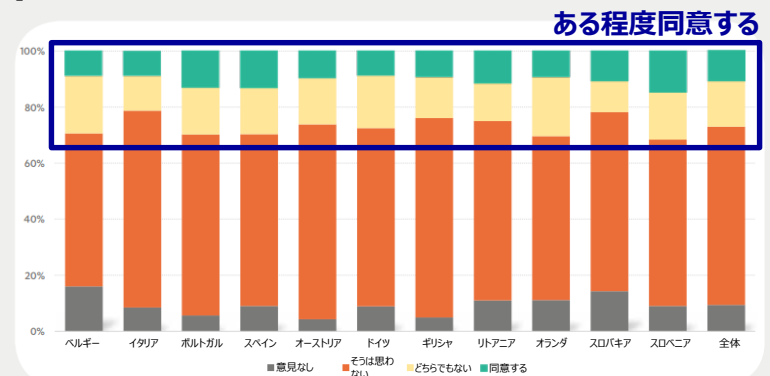
Q.“サステナブル食品”について考えるとき、何を思い浮かべるか



Q.食品の選択において環境影響をどの程度考慮するか



Q.自分の食生活は環境に負の影響を与えているか

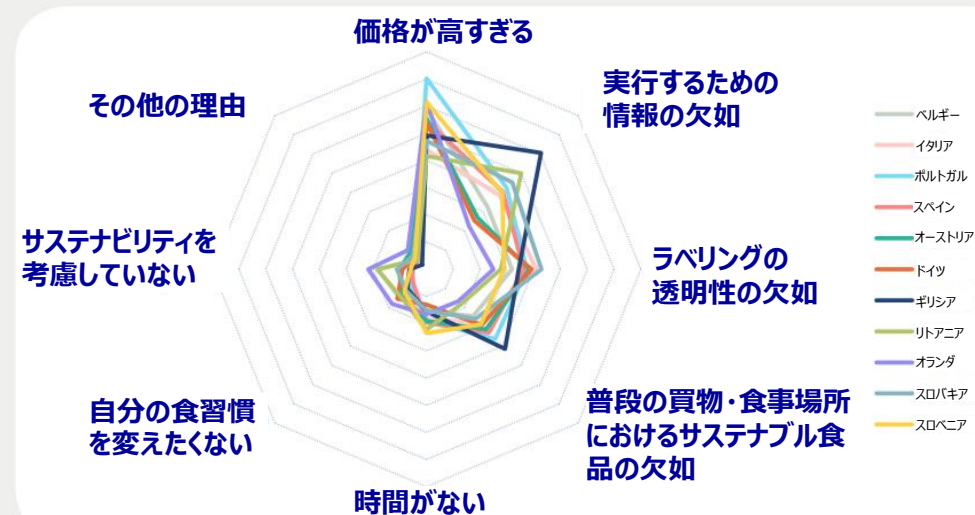


出所：BEUC「ONE BITE AT A TIME: CONSUMERS AND THE TRANSITION TO SUSTAINABLE FOOD」(2020) より訳出

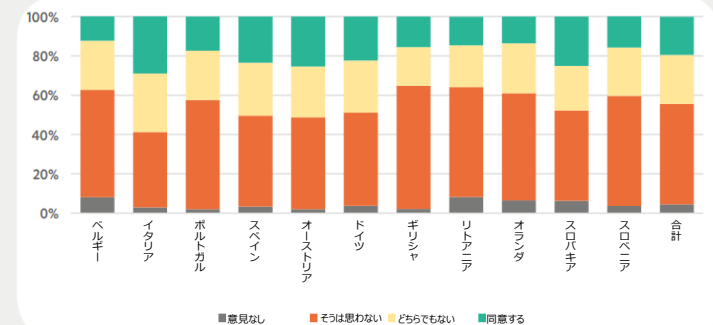
サステナブル食品の消費拡大の障壁

- 消費者にとって、サステナブル食品の購入に係る価格負担が最も大きな障壁である
- そのほか、知識の欠如、情報の透明性、選択肢が限られている点もハードルとなっている
 - 食品がエシカルであるかどうかについて、消費者は強い疑念を抱いているケースがある。例えば英国におけるLloyd's Register の調査では、英国の消費者の 5人に 1人は、ヴィーガン製品はいかなる（動物由来の）肉も含有していないとする主張について「全く確信が持てない」または「非常に疑わしい」との反応を示している

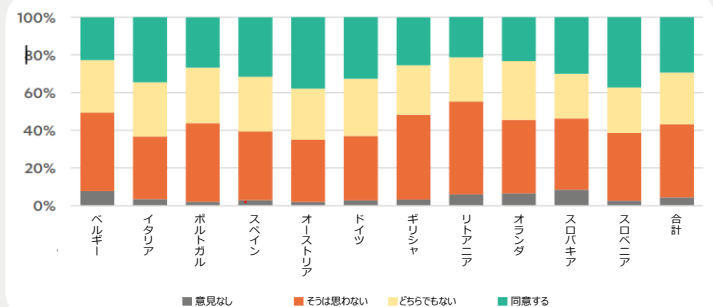
Q.消費者が持続可能な食事を避ける主な理由



Q.サステナブル食品のためにもっと出費してもよい



Q.農家が正当な対価を得られることがわかっている食品のためにもっと出費してもよい

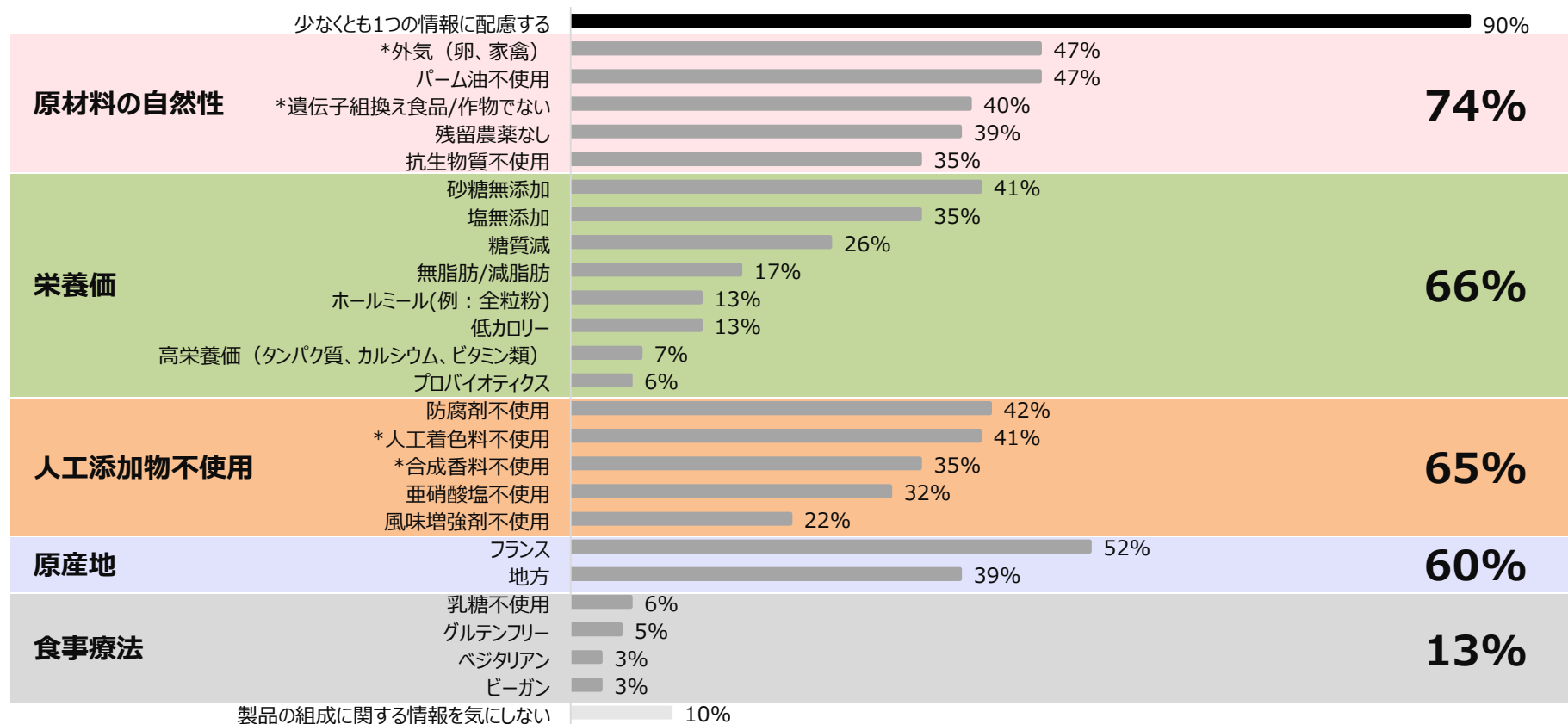


出所：BEUC「ONE BITE AT A TIME: CONSUMERS AND THE TRANSITION TO SUSTAINABLE FOOD」(2020)

欧州におけるサステナブル食品の消費

- 食品がサステナブルかどうかの判断の際に鍵となるのは、食品表示である。消費者が当該事業者に対する信頼性以外の要素では、主に商品棚に陳列する商品の表示を確認することで「サステナブル」を判断するというのは想像に容易い
- フランスの公益団体である有機農業開発促進機関（AgenceBio）が実施した調査においては、原材料の自然性や、原産地が関心を集めている。フランスでは有機食品を専門に扱うBioshopが多く存在するが、こうした有機食品を積極的に購入するような層では、これらの要素が消費者側で意識されている

N=2112



(出所) https://www.agencebio.org/wp-content/uploads/2022/03/Barometre-de-consommation-et-de-perception-des-produits-bio-Edition-2022_VF.pdf

その他サステナブル消費に係るトピックス

<ヴィーガン>

- イギリス・フランス・ドイツにおける各種調査によれば、ヴィーガンとなったきっかけの多くは「動物愛護」「環境」「健康」である
- 健康上の理由に関しては、以下のような研究データにより「肉を食べる＝病気のリスクが高まる」と言った考え方が欧州レベルで普及し、食生活に大きな影響をもたらしたとみられる。
 - 世界がん研究基金（WCRF）が特に赤身肉（牛肉、豚肉等）/加工肉に発がんリスクがあるとの研究結果を発表（2007年）
 - 欧州のがんおよび栄養に関する 2013 年の調査（European Prospective Investigation into Cancer and Nutrition）において、加工肉の摂取と心血管疾患やがんなどの死因の関係が立証

<コロナ下での食生活の変化>

- Proagrica（英・農業IoT企業）が実施した調査によると、コロナ以後支出の制限のため英国の消費者の約5分の1が肉消費を削減し、ベジタリアン/ヴィーガン食品を購入している
- 植物ベースの食事への移行が加速した主な理由は、肉の衛生基準に対する懸念が挙げられた。そのほか約26%が動物福祉の懸念、23%が健康上の理由、22%が食肉製品の環境への影響を懸念したと回答している

出所：JETRO「ベジタリアン・ヴィーガン市場に関する 調査（英国、フランス、ドイツ）」（2021）
[Pandemic fuels rise of plant-based diets, finds new Proagrica study \(prnewswire.com\)](https://www.prnewswire.com/news-releases/pandemic-fuels-rise-of-plant-based-diets-finds-new-proagrica-study-301484881.html)

3. 欧州における食のサステナビリティ

- 3-1 欧州における食品関連政策
- 3-2 消費者の動向
- 3-3 卸小売の動向
- 3-4 認証の動向
- 3-5 その他の動向

欧州における食品流通

- 欧州向けの食品流通は、商社を介する日本の商流とは異なり、小売が直接輸入・買付が実施を実施する場合もあり、小売の調達方針が、実際の流通する食品の性質を決定する際に大きく影響を及ぼす。日本産の食品については、アジア系の食品インポーターを経由して、欧州域内各国に輸出される場合も想定される
- 現地調査でヒアリングを実施したアジア系食品インポーターの事業者によれば、欧州におけるサステナビリティ配慮は消費者エンドに近い程要請が強く、小売の調達方針により大きく左右されることがある

