

## “「日本 TCGF」におけるプロジェクトの活動開始について” ～製・配・販の協働により、非競争分野の共通課題の解決を図る～

イオン株式会社は、消費財流通業界の企業が主体となって立ち上げた「日本 TCGF」に参加し、日本国内での非競争分野における共通課題の解決に向けて、製・配・販の協働取り組みを開始しましたのでご案内申し上げます。

本件を推進する「日本 TCGF」は、東日本大震災からの一刻も早い復旧・復興と新しい日本のかたちづくりのために、2011年3月より発足に向けて着手し、8月に設立した組織です。震災により顕在化した生産・流通などに関する諸課題の解決策や非常時のリスク最小化策などを協議するとともに、持続可能な社会の実現やお客さまとのコミュニケーションの向上について検討し、お客さまにより良い生活環境を提供することを目指します。

当団体は、グローバルな消費財流通業界の組織体である「The Consumer Goods Forum（以下、TCGF）」の理事会に参加している日本企業のメンバーが発起人になり、TCGFの日本会員企業を中心に29社が集まり、以下の3つのプロジェクトで活動しています。

### 1) サステナビリティプロジェクト（委員長社：キリンホールディングス株式会社）

お客さまのより良い暮らしに貢献するために、持続可能な社会を実現する活動を推進します。震災後の資材調達をめぐる諸課題をひとつのきっかけとして、原料・資材および原料・資材に関連するプロセスの標準化を検討します。また、原料資材調達から消費・リサイクルという一連のバリューチェーンにおける環境課題を整理し、解決策を検討します。

< 検討中の項目 >

- a) 地球温暖化防止（CO2 排出量削減）
- b) 廃棄物削減
- c) 環境配慮型容器包装

### 2) 震災対策共有化プロジェクト（委員長社：イオン株式会社）

東日本大震災の実体験から得られた知見をとりまとめ、非常時におけるお客さまのリスクを最小化します。各企業の被災による影響と対応策を共有し、それぞれの震災対策に生かすとともに、協働対応の可能性を洗い出しながら、震災時のライフライン維持に有効な製・配・販連携策策定に向け、以下のテーマ等に取り組んでいきます。

< 検討中の項目 >

- a) 震災時の経験知の体系化
- b) 震災時の救援物資を届ける仕組みづくり
- c) 行政や第三者機関との連携

### 3) 消費者コミュニケーションプロジェクト（委員長社：花王株式会社）

震災発生以来、情報の流れが混乱しているケースがあり、日常的な場面において、お客さまとのコミュニケーションのあり方について改めて製・配・販の視点で検証し、課題の洗い出しを行い、解決策を検討します。

< 検討中の項目 >

- a) お客さまに伝えるべき商品関連情報の整理
- b) Webサイトを通じた情報提供の現状整理

以上

## ご参考までに

「日本 TCGF」参画企業 29 社（企業名五十音順）

(製)	アサヒグループホールディングス株式会社	日清食品ホールディングス株式会社( )
	味の素株式会社( )	日本コカ・コーラ株式会社( )
	株式会社伊藤園	ひかり味噌株式会社
	花王株式会社( )	株式会社明治
	キユーピー株式会社	森永製菓株式会社
	キリンホールディングス株式会社( )	森永乳業株式会社
	サッポロホールディングス株式会社	雪印メグミルク株式会社
	サントリー食品インターナショナル株式会社	ライオン株式会社
	株式会社資生堂	
(配)	伊藤忠食品株式会社	株式会社日本アクセス
	加藤産業株式会社	株式会社 Pal tac( )
	国分株式会社( )	三菱食品株式会社( )
(販)	イオン株式会社( )	ユニー株式会社
	イズミヤ株式会社( )	株式会社ライフコーポレーション( )
	合同会社西友	株式会社ローソン

( )は「日本 TCGF」幹事企業

### 「TCGF」(The Consumer Goods Forum) について

「TCGF」は、グローバルな消費財流通業界の組織です。

従来の「CIES The Food Business Forum」(国際チェーンストア協会)、「Global Commerce Initiative」(GCI: 標準化推進団体)、「Global CEO Forum」という3つの組織が合併し、2009年6月に設立されました。

#### 1) 概要

参加団体：消費財業界の小売業・製造業・サービスプロバイダー、ITシステム業など  
世界 650 社（70 ヶ国）

本部：パリ

会員総売上高：約 2.1 兆ユーロ（約 220 兆円）

#### 2) 目的

高感度消費者が増加するなか、そのニーズに応えるための消費財流通業界全体の業務プロセスの改善を目指す。

非競争分野におけるグローバルな共通課題に取り組み、業界として製造業と小売業の協働取り組みを推進する。

消費者へのより良い商品とサービスの提供と、業界の持続的成長と価値創造に向けた戦略的ビジョン策定に貢献する。

業界全体に優れた人材と資源を確保するため、業界としての存在意義を高める。

#### 3) 戦略的課題

1. 新たな業界共通トレンド
2. サステナビリティ
3. セーフティ&ヘルス
4. さらなる基本業務遂行力
5. 知識共有と人材育成