



Global Access to Nutrition Index 2021 の公表：
コロナ禍における食品業界による栄養ギャップへの早急な対応を求める

[Access to Nutrition Initiative \(ATNI\)](#) は、世界最大手の食品・飲料メーカーによる栄養不良の解決に向けた取り組みを評価する 2021 年のグローバル・インデックスを公表しました。個別企業レベルでは前回（2018 年）から明確な進歩が見られるものの、上位 10 社による改善速度が緩まっております。ATNI では世界的に大きな栄養課題の解決に向けた早急な行動を呼びかけています。

栄養不良はその複数の要素を通じて全ての国に影響をもたらす、食生活に関連した病気のリスクを高め、[多くの人の生命に関わっています](#)。2019 年には、[6 億 9000 万人（世界人口の 8.9%）](#) が栄養不足の状態であると推計されました。また、新型コロナウイルスがもたらした経済への影響により、極度の貧困、過体重、および食生活に関連した病気を患う人口の増加を観察しています。

外務および英連邦・開発省（FCDO）におけるヨーロッパ地域および北南米担当大臣である Wendy Morton 氏は次のように述べています：

「COVID-19 を受けて世界的な食料供給と栄養不良の悪化が進む中、今年のインデックスの公表を歓迎します。今、全ての人が恩恵を受けられるように対応する絶好の機会にあると思われれます。パンデミックからの地球規模での回復を加速させるため、世界最大手の食品・飲料メーカーによる責任ある行動が求められています。食品業界は、途上国をはじめとして、栄養価の高い食品をより入手可能な手段と値段で提供する上で重要な役割を担っています。」

ATNI のエグゼクティブ・ディレクター、Inge Kauer 氏は次のように付け加えています：

「25 の最大手食品・飲料メーカーは、栄養課題が取り残されない様、健康的な食品を各国の消費者に提供するために夫々の役割を担う必要があります。決して容易なことではないですが、世界から貧困をなくすこと、そして良好な健康とウェルビーイングを実現すると言った持続可能な開発目標（SDGs）を達成するためには早急な行動を必要としています。2021 年は Nutrition for Growth Year of Action に定められており、世界の全ての人にとってより健康な食生活の提供に向けて、食品・飲料メーカーによる大胆な歩みが期待される時です。」

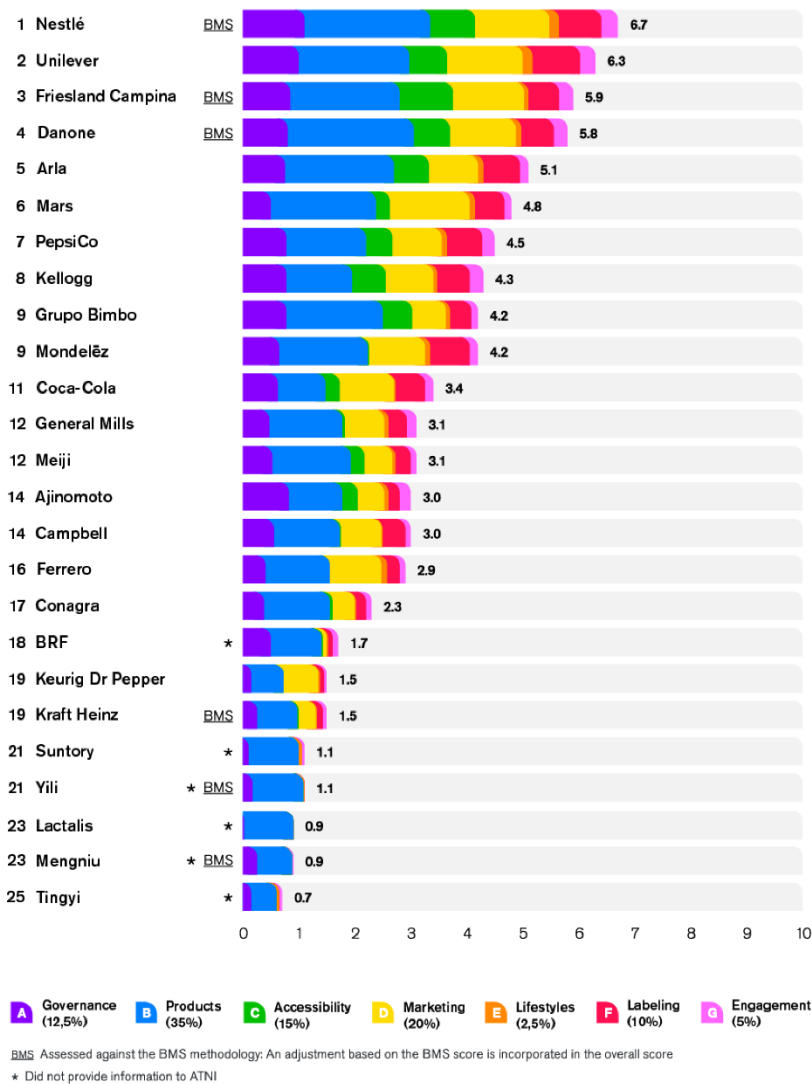
ハイライトとランキング

各社はガバナンスと管理体制、健康的で値段、手段共に入手可能な商品の製造と流通、消費者の選択と行動に与える影響、の各分野におけるコミットメント、実践および開示について評価されました。

- 全社の平均スコアは 10 点中 3.3 点と 2018 年と変化なし。
 - Nestlé 社が 10 点中 6.7 点を取得し、最高のランキングとなっています。7 つの分野のうち、「ガバナンス」および「エンゲージメント」においては 1 位、その他の分野では 3 位までにランキングされています。
 - Unilever 社は次いで 6.7 点で 2 位、FrieslandCampina 社が 5.9 点で 3 位となっています。
 - Arla 社は大きな改善が見られ、2018 年時の 3.3 点から 2021 年の 5.1 へとスコアが上がっています。具体的には食品ラベルに関する新たな方針、責任あるマーケティングに関する方針、そして個別商品における健康度合の向上が見られたこと等が評価に結び付いています。
 - 明治ホールディングス株式会社は CSR ビジョンの中に栄養戦略を掲げ、子供に対する食品のマーケティング、ラベリングに関する方針を新たに掲げたこと等が評価され、インデックス内でのランキングが 4 つ上がりました。
 - 明治ホールディングス株式会社と味の素株式会社は、ラベリング戦略および食品廃棄物の削減に向けた目標を掲げた企業 6 社のうちの 2 社となります。
- Health Star Rating (HSR) という基準を利用して「健康（3.5 以上）」と評価された商品は、全体のわずか 31%

- 具体的には、合計 38,176 の商品のうち、11,797 商品がこの基準に達していると分析されています。
- 商品の半分以上が「健康」と評価された企業はわずか 5 社となります。
- 9 社において 2018 年から 2021 年の間に商品の平均 HSR 評価が改善されています。

Global Index 2021 総合ランキング



Access to Nutrition Initiative について:

ATNI は、2013 年に設立された、独立した非営利組織です。特定の地域およびグローバルな規模で、栄養のある食品や飲料への消費者アクセスを改善するため、独立した立場からの包括的な企業の取り組みの分析を実施、公表しています。母乳代用品や補完食品の製造会社の評価も ATNI の活動の一貫として行っています。各社の分析にあたり、分析結果をまとめたレポートやインデックスが投資家によるエンゲージメント活動および投資判断を行う際に有益な情報となる様、投資コミュニティを含めた幅広いステークホルダーとの連携を行っています。

