

2019年6月12日、バンクーバー -- カナダのバンクーバーで開催されたザ・コンシューマー・グッズ・フォーラムのグローバル・サミット初日の主要テーマの要約です。業界のビジネスリーダーが念頭に置いていることや、彼らの重要課題への取り組み方をご紹介します。

急速な変化

今週バンクーバーで開催されたザ・コンシューマー・グッズ・フォーラムのグローバル・サミットは、新たな消費者ニーズを満たす方法と、その実現に必要なことを模索する場となりました。本イベントは、コルゲート・パルモリーブの会長でザ・コンシューマー・グッズ・フォーラム（CGF）の共同議長であるイアン・クック氏の講演で幕を開け、急速な変化が業界にもたらす影響をまとめ、新たなテクノロジーによる影響、消費者による選択手法、破壊的影響としての地政学的影響の高まりを指摘しました。この日の主要テーマには、消費者との信頼関係構築、デジタルスキルへの投資、新たなビジネスモデル開発の重要性も含まれていました。

「怒りの時代」に対処するスキルへの投資

カナダ財務大臣のビル・モルノー氏はリテールセクターの枠を越えた視点に立ち、過去 **50** 年の進歩に反して高まる消費者のフラストレーションと懸念について概説しました。貧困層の減少、平均寿命の伸び、電力・教育・清潔な水へのアクセス改善は、あらゆる人を豊かにするものとはなっておらず、主要機関に対する信頼は揺らいでいます。名の通った企業に勤め、魅力的な街に住み、適切なスキルを習得した人に有利な現状に対して、多くの方が取り残されています。同氏はカナダ政府による能力開発と科学への投資を優先する方法、ならびに国際的な貿易協定を確立し、より前向きで豊かな未来を国民に保証する方法を説明しました。

未来志向のリテールの枠組み構築

スキルへの投資と未来志向の労働力の確保はカナダの大手食品リテーラー、ロブロウでも優先課題となっています。同社はここ数年のデジタル事業拡大でリーダーの地位を固め、現在は千人を超える社員がデジタル業務に従事しています。社長のサラ・デイヴィス氏は、同分野の進展を加速させるために今後 **5** 年で **2 億 5000** 万ドルを投じ、将来的な競争に太刀打ちするうえで必要なスキルを社員に習得させる計画を概説しました。また、信頼の重要性についても強調しました。消費者は価値や品質に加え、信頼に値するリテーラーを求めており、同社の自社ブランド、**President's Choice** は最近、カナダで最も信頼できる消費者ブランドに選出されました。

これを踏まえ、**T&T** スーパーマーケット最高経営責任者（CEO）のティナ・リー氏は、信頼を得られる方法によってカナダの顧客とつながることの重要性を力説しました。同社は「箸文化」の提供を目指し、東アジア系移民の一世・二世の消費者やアジア料理を好む人々にアピールしています。

従来のビジネスは選択肢ではない

McCain 社社長兼 CEO のマックス・クーン氏は現在の時間枠を越えた観点で、増加する人口への食料供給に伴う課題を指摘しました。これは今後 **30** 年で土地利用、温室効果ガス、水問題に重大な影響を及ぼすと予想され、「従来のビジネスは選択肢ではない」としています。また、より持続可能な農業手法に移行する必要性を概説し、

ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラムの重要優先課題である食品廃棄物削減の必要性を指摘しました。現在、生産されている全食品の 3 分の 1 は廃棄されており、農地の 28% は廃棄物を生み出すために使用されていることも強調しました。同社は協調的アプローチによってこの課題に対応しており、サプライチェーンとベルギーを拠点とするリテーラー、コルリュイトとのコラボレーションによって、余剰の生野菜でさまざまなスープを生産する取り組みなどを進めています。

イノベーションを支えるダイバーシティ

カーニバル・コーポレーション社長兼 CEO のアーノルド・ドナルド氏は、消費財セクターの枠を越えた視点から、産業のダイバーシティ化には試練が伴うと考えられるが、ビジネスの成功に不可欠であると言及しました。ビジネスはイノベーションによって発展しますが、共通の目的を中心に団結し、新たなアイデアを創出するには多様な見方を持つ人々が必要です。

データ改善には CEO のリーダーシップが不可欠

セッションを締めくくったのは、ザ・コンシューマー・グッズ・フォーラムのマネージングディレクター、ピーター・フリードマン氏で、データを活用したリープフロッグプロジェクトに関する組織の進捗をまとめました。業界のデータおよびアナリティクスの重要性の高まりを受け、CGF は 2 年前に新たなイニシアチブを始動し、低品質なデータや現行の断片的なアプローチの根本的問題に取り組んでいます。プロクター・アンド・ギャンブル CEO のデイビッド・テイラー氏と、メトロ CEO のオラフ・コッホ氏が主導するプロジェクトは成果を挙げているものの、想定以上に困難であることが判明しました。あらゆる製品を固有に識別する方法を確立し、あらゆる取引パートナーがリアルタイムで製品情報を確認できるようにする取り組みを進めていますが、複雑に入り組んでいるため、さらなる進展を目指すには CEO アジェンダと位置づけることが絶対に必要でしょう。

イメージギャラリーはこちら：<http://media.theconsumergoodsforum.com/global-summit-2019-vancouver/>