

2020年7月14日

## 博報堂、生活者の「食」のSDGsアクションを広げるプラットフォーム 「未来を変える食卓 EARTH MALL TABLE」の提供を開始

～知る、選ぶ、買う、料理する、食べる、を楽しくサステナブルに～

博報堂（本社：東京都港区、代表取締役社長：水島正幸、以下博報堂）の「博報堂 SDGs プロジェクト」は、生活者の「食」に関わる SDGs アクションを企業とともに広げていくプラットフォーム「未来を変える食卓 EARTH MALL TABLE（アースモールテーブル）」の提供を開始します。

SDGs（持続可能な開発目標）の採択から約5年が経ちますが、日本の生活者への浸透は未だ十分ではありません。2020年1月に博報堂が行った調査\*によると、SDGsの認知率は36%あるものの、内容まで知っている人は16%と未だ低く、引き続きSDGs達成のための生活者自身のアクションを拡大していく余地があります。

そのための活動として、博報堂は「誰もが日常生活で行っているアクションから始めよう」という発想のもと、2018年より生活者の「買い物」の行動をSDGs達成の具体的なアクションへと変えていくプラットフォーム「未来を変える買い物 EARTH MALL」の取り組みを行ってきました。

今回はそれに続く第二弾として、生活者が日常的に行っている「食べる」という行動に注目し、食に関わるSDGsアクションを広げていく新たなプラットフォーム「未来を変える食卓 EARTH MALL TABLE」を立ち上げます。

新型コロナウイルスの外出自粛により、生活者は当たり前に食卓を囲めることの貴重さに気付き、食べ物の生産者や食の持続可能性についても関心を持つなど、食について考える機会が増えています。「EARTH MALL TABLE」は、この関心の高まりを「生活者の意志ある食の選択」につなげていくことを目指して、自分が食べるものが環境や社会に与えるインパクトや、食材の選び方、調理や廃棄の方法などを知ることができる機会を提供していきます。

具体的には、食品や調理器具など食に関係するさまざまなジャンルの企業と協働しながら、生活者への啓発コンテンツの制作や、国際認証の取得のサポート、サステナブルな食について学べるオンライン・オフラインイベントの企画制作などを行っていきます。第一弾として、「料理」を通じてSDGsを学びアクションにつなげるプログラムの実施を予定しています。また、若者からシニアまでの各世代と親和性の高いメディアとの創発プログラムも行い、活動を広げていきます。

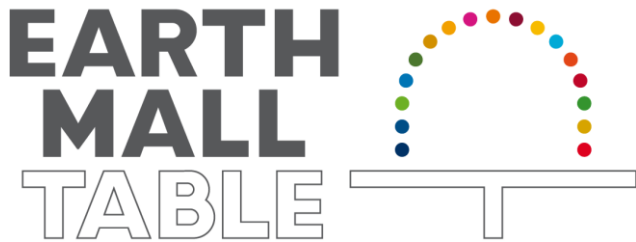
博報堂 SDGs プロジェクトは、食の意識を変えることが未来を変えていくと信じ、「EARTH MALL TABLE」を通じてそのアクションを広げていくことで、SDGs達成へ貢献してまいります。

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社博報堂 広報室 長谷川・山野 [koho.mail@hakuhodo.co.jp](mailto:koho.mail@hakuhodo.co.jp) TEL:03-6441-6161

## <参考資料>

未来を変える食卓を。



### ■未来を変える食卓 EARTH MALL TABLE

EARTH MALL の取り組みから派生した、食分野に特化し、生活者の意志ある食の選択をサポートするプラットフォームです。

#### <具体的な提供サービス>

- ・「サステナブルな食卓」を実現する、環境や社会に配慮された食材や商材選定のサポートおよびマーケティング支援
- ・認証制度の解説や、生産者のストーリーを伝えるコンテンツの制作
- ・国内の国際認証に関わる組織と連携し、推奨商品の選定をサポート
- ・サステナブルな食卓を体験できるワークショップ・イベントの制作

### ※未来を変える買い物 EARTH MALL

有識者ネットワークである OPEN 2030 PROJECT から生まれ、博報堂が社会実装を担う、生活者にとって身近な「買い物」を通じて持続可能な未来を実現する SDGs アクション・プラットフォームです。

「買い物」を「生活者が未来を変えるアクション」と位置付け、商品の成り立ちや適量を考えた買い物を促すプログラムです。地球を一つのショッピングモールと見たて、地球での豊かな生活を続けていくことを呼びかけます。

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/46727/> (2018年4月24日発表)

### ※博報堂 SDGs プロジェクト

SDGs の視点からクライアント企業のビジネスイノベーションを支援する全社的プロジェクト。マーケティング・ブランディング、PR、ビジネス開発、研究開発、クリエイティブなど、SDGs に関する経験と専門性を持つ社員で編成。次世代の経営のテーマとなる、企業の経済インパクトと社会的インパクトの統合に資するソリューション開発や経営支援、事業開発支援、マーケティング支援などを行います。

<https://www.hakuhodo.co.jp/news/info/82711/>

#### \*調査概要

調査方法:インターネット、調査対象:全国 20-69 歳男女、サンプル数:5,170 サンプル、実施時期:2020 年 1 月