

# エコパッケージジトレンド

第3回レポート：北米

# 買い物客の目には、パッケージは持続可能性において最も具体的で理解しやすく、また重要な役割と果たすと映っている

アメリカ

60%

食品/飲料の買い物を担当するアメリカ消費者の60%が、店舗で食料品を選ぶ際に、環境に配慮した食品パッケージが重要であると考えている

アメリカ

35%

アメリカ消費者の35%が、「リサイクル素材を使用している」という環境主張が、買い物をする際に最も心に響くということに同意している

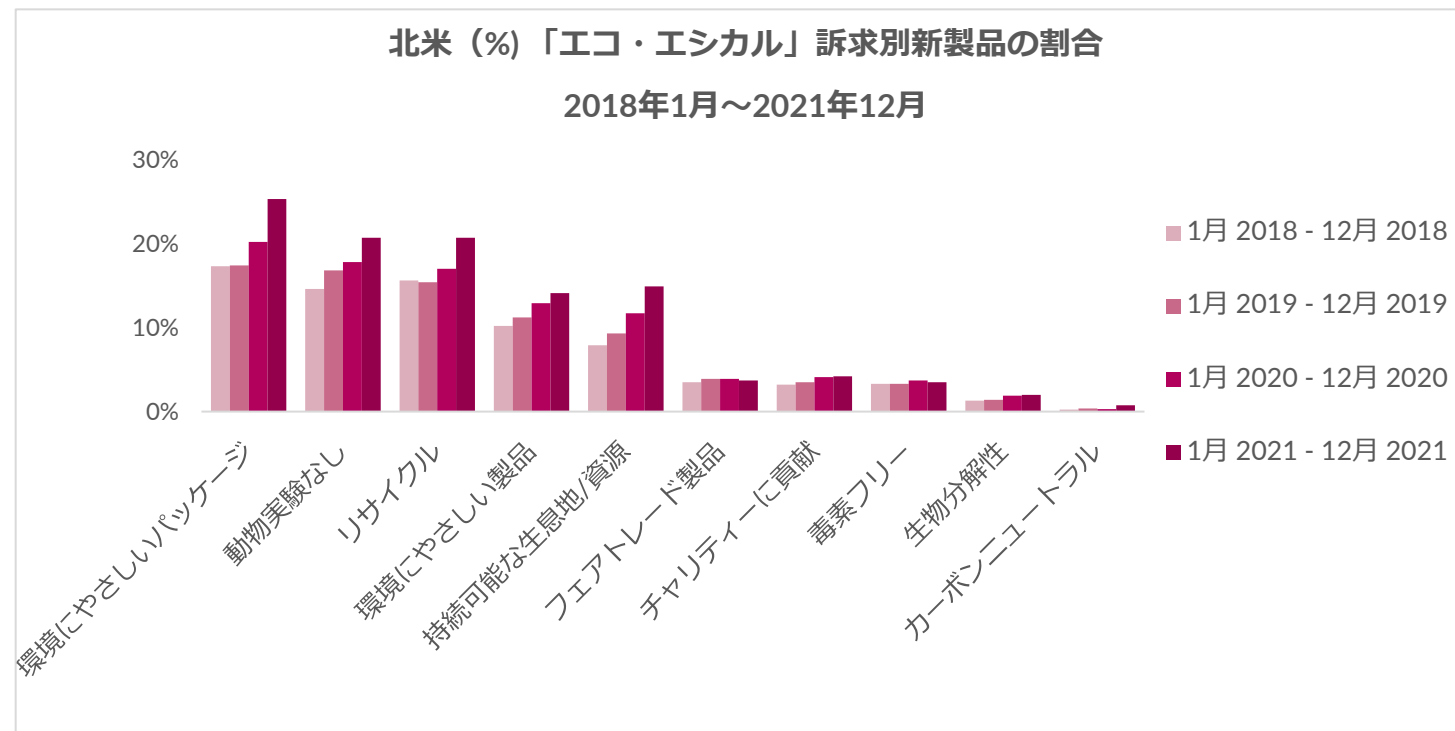
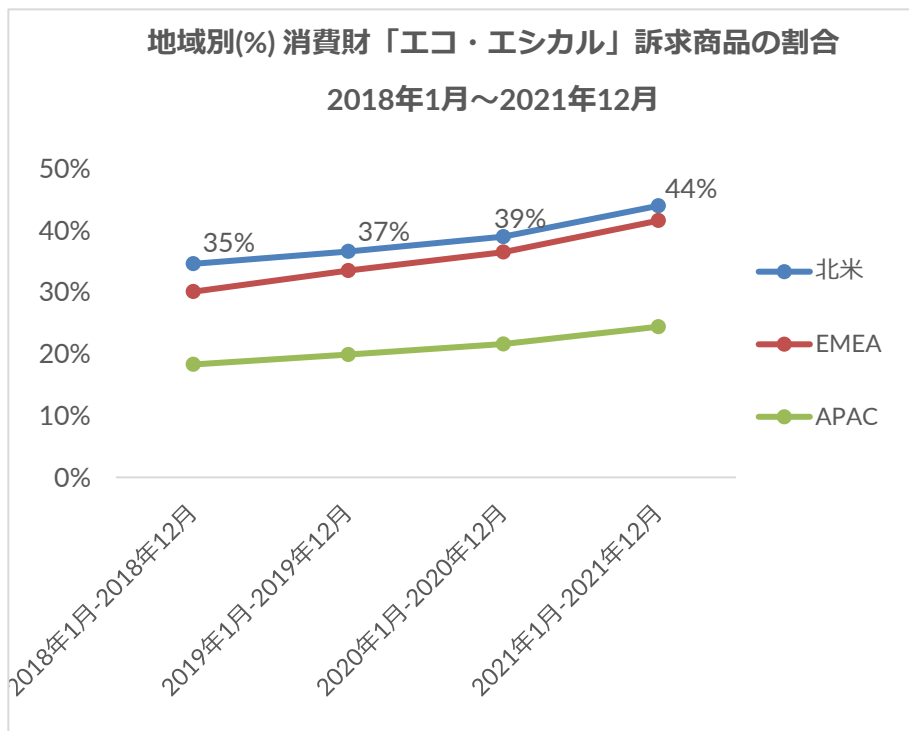
カナダ

43%

カナダ消費者の43%は、企業/ブランドはサステナビリティの改善に最も責任があると考えている

# 北米：サステナブル訴求製品の推移

北米地域（米国、カナダ）は「エコ・エシカル」を訴求する消費財新製品の割合は3地域中で最も多い。訴求別で見ると「環境にやさしいパッケージ」や「リサイクル」といったパッケージ関連が多い中、「動物実験なし」は21%（2021年）と他の地域と比べて高く、北米では動物実験なしを含めて、アニマルフレンドリーな素材や原料を使用した製品が増加しており、消費者の購入決定の要素にもなっている。



出典：Mintel GNPD（グローバル新製品データベース）、消費財製品（食品、飲料、美容・パーソナルケア、家庭用品、ヘルスケア）

# 再利用ではなく削減することにシフトするブランド

石油価格の上昇により、すべてのプラスチック、特にリサイクルPETの価格が上昇。極めて環境意識の高い消費者だけがリサイクルプラスチックボトルを使用した製品にさらに高い価格を支払うことを望む一方、アメリカの多くの消費者は食品や飲料の価格上昇を受けて価値観重視の考え方になっている。ブランド（特にリサイクルPETを高価格で購入できない小規模ブランド）は、リサイクルPETを利用するよりも、プラスチック使用量の総量を減らすことに注力するべきである。



Muse Lemon Honey Green Tea  
(Jan 2022、アメリカ)

新採用のパッケージはプラスチック使用量を33%減、エネルギー消費量は25%減で製造時のCO2発生量も減らし、リサイクル可能。液だれせず、絞った分だけ出せ、最後の1滴まで使用できる設計。



Seventh Generation EasyDose  
Mango & Mandarin Scent Ultra Concentrated  
Laundry Detergent  
(Jun 2022、アメリカ)

この23.1オンス入りの超濃縮洗濯洗剤は、98%植物由来、100%リサイクル素材でできており、90オンス入りボトルと比較して、水50%、プラスチック60%、重量70%の削減を実現



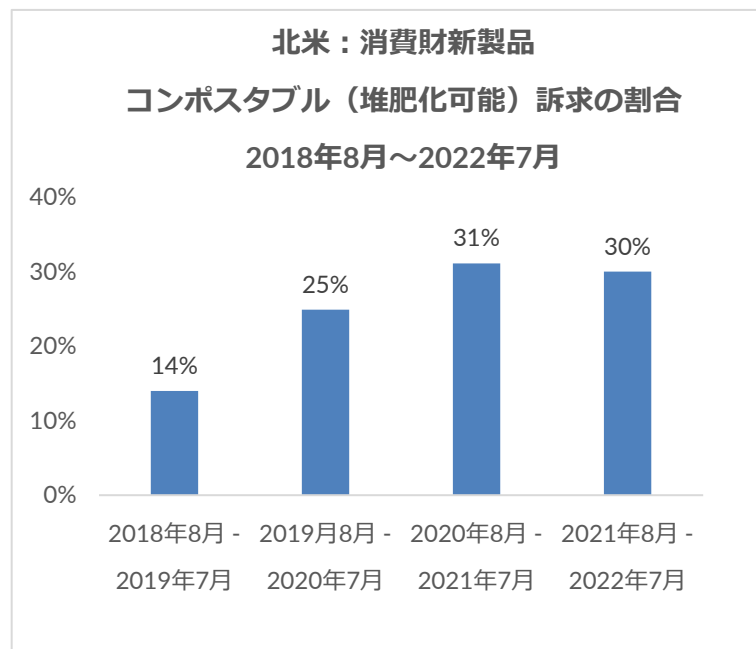
Not Your Mother's Naturals  
Blue Sea Kale & Pure Coconut Water  
Weightless Hydration Shampoo  
(Feb 2022、アメリカ)

主要なRTDティーボトルよりも40%少ないプラスチックで作られたリサイクル可能なBPA（ビスフェノールA）フリーの容器。USDAオーガニック認証、コーシャ認証



# コンポストابل（堆肥化可能）包装による持続可能な製造と消費

消費者は環境への影響を管理しながらビジネスの進め方に責任を持つ企業に好意的である。単にエコな包装素材を使用すること以外に、持続可能な製造方法と消費システムとしてコンポストابل（堆肥化可能）包装に企業の関心が集まっている。



Off the Eaten Path  
Rice, Peas and Black  
Beans Veggie Crisps  
(Oct 2021, US)



市販のコンポスト袋が  
どのように分解されるのか？

商業的な堆肥化の条件をシミュレーションし、21週間後の袋の状態を示す動画をFacebookで公開している

2010年、時代に先駆けて発売されたPepsiCo（ペプシコ）のSunChipsの100%堆肥化可能の袋は、ポリ乳酸（PLA）袋が招く騒音が、消費者のおやつタイムを混乱させる騒動となった。

2021年、PepsiCo子会社のFrito-Layブランドから発売された新しい袋は、85%のサトウキビとトウモロコシで作られた堆肥化可能なもので、包装メーカーのPrintPackは、この袋がより静かであることを保証している。また従来の袋よりも温室効果ガス排出量を60%削減、袋を作成するエネルギー量を48%削減するとブランドは述べている。

またブランドは、この袋が産業的にのみ堆肥化可能であることを消費者に伝える明確なメッセージを記載。QRコードで産業用堆肥化の方法と場所について詳しく説明している。

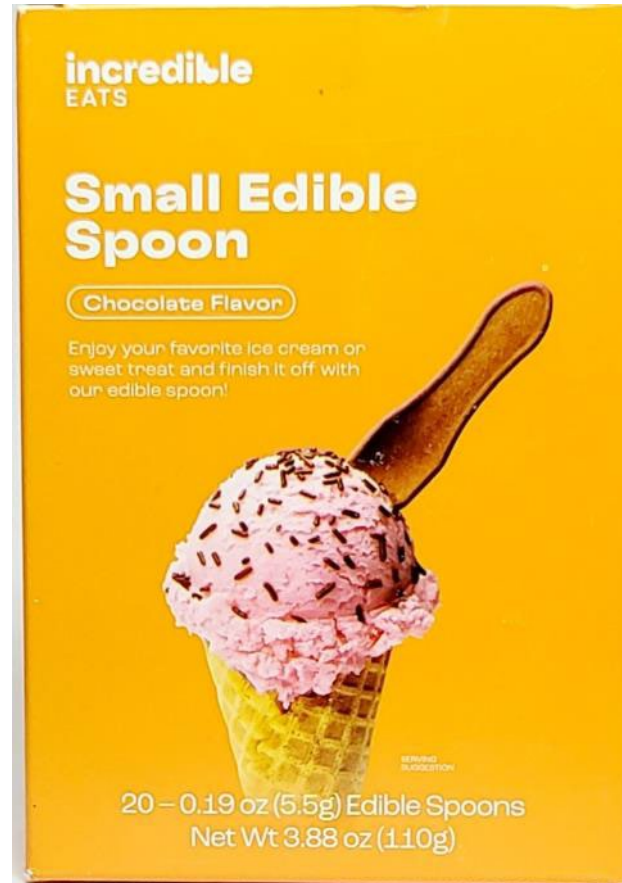
これらの一連の取り組みは、Pep+（PepsiCo Positive）の循環型経済イニシアティブの一環で、企業は2025年までにポートフォリオ全体でパッケージの100%をリサイクル可能、堆肥化可能、生分解性、または再利用可能に設計するという目標を推進している。

# プラスチック廃棄物から地球を救う、食べられる素材の導入

2022年1月、過去に日本にも上陸したことのあるアメリカで人気のアイスクリーム企業Dippin' Dots（ディッピングドッツ）は、環境に優しい食べられるスプーンを提供する最初のブランドであるIncrEDIBLE Eatsとのパートナーシップを開始すると発表し、廃棄物削減のアプローチを採用した。

消費者はすでにアイスクリームの食べられるワッフルコーンに慣れ親しんでいるため、アイスクリームは消費者に食べられるカトラリーの概念を楽しい形で紹介する実用的な方法となるだろう。

IncrEDIBLE Eatsは、2021年に現金投資バラエティショーのShark Tankでデビューし、投資家パネルから4つの異なるオファーを受け、番組以降IncrEDIBLE Eatsは人気を博し、現在はスプーンの他、食用のストロー、ポウル、プレートをラインナップに追加している。



## Chocolate Flavored- Small Edible Spoon (20本入り)

温かいスープや冷たいデザートにも使えるスプーン。新鮮さと味を維持するために個包装されている。

原材料は、小麦粉、玄米粉、ひよこ豆粉、エンバク粉、砂糖、ココア、きび砂糖、グアーガムで100%ビーガンなもの

# 目を引くデザイン性の高いエコフレンドリーパッケージ

サステナビリティに関心のある若い消費者が自分たちの価値観に合った製品を探していることから、プラスチック削減や再生プラスチックの使用などのサステナブルなパッケージに関する主張は増々期待されている。これらの若い世代に向けてブランドは環境問題の解決に取り組むだけでなく、彼らに響くデザイン性の高いパッケージを発信することがアドバンテージとなる。



Sk\*p (アメリカ)

完全にリサイクル可能な紙ベースのカートンにパッケージされたビューティ製品ブランドで、ヘアケアやスキンケアを発売している。

Sk\*pは、Simply be Kind to our Planet の略で、クリーンな美しさと持続可能なパッケージに重点を置いていることで知られている。



Natreve

Fudge Brownie Flavour Vegan Protein Powder  
Strawberry Shortcake Flavour Grass-Fed Whey Protein Powder  
(May 2022、カナダ)

ブランドは、世界初のプラスチックおよびカーボンニュートラルなウェルネス企業であると主張。廃棄物や二酸化炭素の排出を削減するだけでなく、貧困にあえぐ地域社会の経済力を高め、地域社会の再建に貢献している。プロテイン製品によくみられる黒を基調とする男性的で尖ったパッケージとは異なり、明るい色調とポップなフォントを採用。



パッケージ裏面にはCo2削減に取り組む Impact CollectiveとPlastic Neutral Productの認証ロゴが記載されている