

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ー食・食文化に関するトレンドワード 日本と世界の話題傾向の比較

◆ 日本の話題量のウエイトについて(直近一年間の伸び率上位)

ID	キーワード	合計	日本	アメリカ	イギリス	フランス	スペイン	韓国	台湾	タイ	シンガポール	インドネシア
A316	レスウェイスト	119.3%	1900.0%	117.9%	117.8%	122.0%	148.2%	50.0%	106.8%	127.5%	116.1%	128.6%
A411	プロバイオティクス	137.1%	671.7%	101.5%	90.5%	90.8%	131.5%	98.1%	151.9%	291.5%	122.2%	80.5%
A409	グルテンフリー	162.4%	521.0%	104.1%	105.3%	99.1%	102.1%	137.4%	167.3%	27.6%	353.2%	113.5%
A306	アップサイクル	148.3%	339.1%	134.8%	126.7%	160.9%	142.0%	113.2%	142.9%	141.7%	126.2%	#DIV/0!
A315	ゼロウェイスト	125.2%	287.9%	118.7%	123.5%	95.8%	114.5%	184.7%	132.3%	236.9%	110.9%	141.2%
A302	SDGs	202.9%	277.2%	131.4%	108.1%	126.7%	142.1%	153.5%	158.6%	178.3%	183.4%	145.2%
A311	カーボンニュートラル	241.1%	266.0%	253.8%	181.9%	233.8%	201.7%	215.6%	220.0%	307.5%	263.9%	506.1%
A101	プラントベース	122.3%	245.2%	113.1%	116.6%	91.2%	187.4%	125.7%	113.6%	327.5%	124.7%	121.6%
A303	ESG	198.5%	233.6%	189.7%	150.4%	165.9%	293.7%	236.0%	294.0%	362.7%	209.1%	168.3%
A311	脱炭素	120.8%	212.5%	109.1%	99.6%	107.2%	150.6%	126.3%	90.3%	182.0%	139.4%	153.1%
A312	エコフレンドリー	120.8%	212.5%	109.1%	99.6%	107.2%	150.6%	126.3%	90.3%	182.0%	139.4%	153.1%
A301	サステナビリティ	121.4%	210.9%	112.3%	108.2%	113.3%	149.6%	123.9%	145.8%	164.8%	128.6%	156.7%
A102	クリーンラベル	119.7%	193.5%	119.6%	102.7%	129.4%	191.0%	78.7%	82.1%	297.1%	109.9%	33.3%
A309	エシカル	87.3%	185.9%	79.7%	92.7%	109.9%	116.5%	78.9%	88.9%	#DIV/0!	95.5%	159.0%
A304	トレーサビリティ	100.6%	183.8%	98.6%	88.0%	84.3%	112.8%	58.3%	62.3%	111.0%	86.1%	128.0%
A408	機能性食品	142.4%	182.1%	110.4%	106.7%	103.7%	127.8%	105.6%	105.0%	5506.3%	76.0%	151.9%
A308	フェアトレード	60.7%	161.7%	47.0%	95.7%	96.8%	105.7%	85.5%	185.9%	319.4%	71.7%	93.4%
A103	サーキュラーエコノミー	138.7%	161.6%	137.3%	113.7%	108.5%	145.1%	220.7%	118.7%	178.8%	112.4%	176.3%
A104	地産地消	132.2%	158.6%	113.2%	124.8%	71.3%	111.0%	86.8%	105.5%	300.0%	85.5%	77.2%
A313	クリーンエネルギー	138.0%	140.1%	133.7%	144.2%	138.8%	158.3%	119.1%	176.6%	245.6%	167.2%	240.0%
A410	グラスフェッド	91.5%	138.0%	90.2%	90.6%	165.6%	272.2%	88.5%	127.9%	14.0%	161.1%	134.6%
A317	食品ロス	120.1%	133.8%	114.5%	106.0%	102.5%	130.7%	153.9%	115.9%	47.4%	113.0%	176.3%
A509	フェイクミート	114.7%	129.4%	108.0%	104.0%	101.2%	70.8%	202.8%	112.1%	158.0%	101.3%	138.9%
A506	フレキシタリアン	121.0%	126.8%	121.0%	109.8%	112.1%	166.4%	200.0%	123.1%	210.5%	147.6%	80.3%
A505	ヴィーガン	96.3%	120.4%	78.8%	90.0%	80.4%	109.8%	167.8%	118.0%	495.7%	194.1%	143.0%

- ・カーボンニュートラルは世界共通のトレンド
- ・日本とタイでもプロバイオティクス
- ・アジアではエシカル消費は今後のテーマか

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ―食・食文化に関するトレンドワード グルメ、カリナリー、ガストロノミーについて

- ◆ 昨年同様、新たに追加したアジア諸国を加え、「グルメ」、「カリナリー」、「ガストロノミー」の3つのワードの使われ方を比較してみた。10か国合計の投稿量は、グルメ>カリナリー>ガストロノミーとなっているが、「グルメ」が圧倒的に使用されている日本と台湾を除外すると、カリナリー>ガストロノミー>グルメ となる。

ID	キーワード	合計	日本/合計	日本	アメリカ	イギリス	フランス	スペイン	韓国	台湾	タイ	シンガポール	インドネシア
A106	グルメ	15,775,603	72.8%	11,487,515	2,108,489	274,962	115,216	298,437	9,036	1,303,623	63,496	25,904	88,925
A107	カリナリー	6,166,560	0.1%	5,418	3,025,932	393,877	380,715	265,471	3,282	115,973	8,855	48,526	1,918,511
A108	ガストロノミー	3,071,444	1.1%	32,653	261,121	68,449	645,906	1,957,968	674	899	8,091	10,124	85,559

#### ■グルメ

- ・よく使う 日本、台湾\*、韓国、タイ\*
- ・まあまあ使うアメリカ、イギリス、シンガポール、イギリス、スペイン、インドネシア

全ての国である程度は使われているが、日本においての使われ方は圧倒的である。韓国、台湾、タイなどのアジア諸国でも他のワードと比較して、メインで使用されている。

#### ■カリナリー

- ・よく使う アメリカ、イギリス、フランス、シンガポール、インドネシア、台湾\*
- ・まあまあ使う韓国、スペイン
- ・あまり使わない 日本、タイ

昨年調査の5か国に加えて、インドネシア、台湾では非常によく使用されている。日本は世界と比較しても極端に少なく、韓国でも一般的に使用されている言葉ではないと言える

#### ■ガストロノミー

- ・よく使う フランス、スペイン
- ・まあまあ使うアメリカ、イギリス、シンガポール、インドネシア、日本
- ・あまり使わない 韓国、台湾、タイ

フランスとスペインでは非常によく使われており、次いで昨年調査したアメリカ、イギリス、シンガポール。インドネシアと日本でもまあまあ使われていると言える。韓国と台湾ではほとんど使われず、タイでもあまり一般的な言葉ではないと言える。



## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ―食・食文化に関するトレンドワード グルメ、カリナリー、ガストロノミーの使われ方(アメリカ)

- ◆ アメリカにおける「グルメ」「カリナリー」「ガストロノミー」の言葉の使われ方を調査した。
  - ・グルメ:「高級」のイメージが強いため、高級ホテルやミシュランのレストランなどで使用される
  - ・カリナリー:グルメよりも気軽に使われ、「手で作っている」イメージのある一般的なレストランなどで使われる
  - ・ガストロノミー:国や地域の食文化について述べるときに使われる。「文化」と同列で語られたり、記事や宣伝で使われることが多い。

ID	キーワード	合計	日本/合計	日本	アメリカ	イギリス	フランス	スペイン	韓国	台湾	タイ	シンガポール	インドネシア
A106	グルメ	15,775,603	72.8%	11,487,515	2,108,489	274,962	115,216	298,437	9,036	1,303,623	63,496	25,904	88,925
A107	カリナリー	6,166,560	0.1%	5,418	3,025,932	393,877	380,715	265,471	3,282	115,973	8,855	48,526	1,918,511
A108	ガストロノミー	3,071,444	1.1%	32,653	261,121	68,449	645,906	1,957,968	674	899	8,091	10,124	85,559

#### ■グルメ

- ・「高級」のイメージが強い
- ・高級ホテルやミシュランのレストランなどで使うイメージ
- ・「gourmet」が使われていると、気取っているような印象を受ける
- ・オフィシャルな記事などで、レストランがブランディングとして「gourmet」を使うことが多い
- ・日本で言う「グルメ」の感覚とは違う(例:日本では大阪の食い倒れに対して「グルメツアー」と使うが、英語のgourmetでは使わない)
- ・近年はマーケティングによって「高級」のイメージが強くなってきている

#### ■カリナリー

- ・一般的な食に関して使い、グルメよりも気軽に使う
- ・「手で作っている」イメージがあるので、居酒屋や食事をする場所に対して使い、ファストフードなどには使わない
- ・「料理の」という意味があるため、「culinary ○○」という使われ方も多い(例:culinary school, culinary experience, excellent culinary skillsなど)

#### ■ガストロノミー

- ・国や地域の食文化や食の創造的なスタイル(例:分子ガストロノミー→食材を分子レベルで物理的・科学的に研究し、それを調理に応用する学問分野)などについて述べるときに使う表現
- ・「文化」と同列で語られることが多い
- ・堅めの文章や記事、宣伝などで使われることが多く、日常的に使う頻度は少ない

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ー食・食文化に関するトレンドワード グルメ、カリナリー、ガストロミーの使われ方(アメリカ)

#### ◆ 投稿例

グルメ: ホテルでシェフの高級料理を食べた、高級料理とマクドナルドの対比

カリナリー: 手料理系のレストランの紹介

ガストロミー: イタリアの美食文化の紹介

#### グルメ

##### ① ホテルでシェフの高級料理を食べた話

Last October I got to [#travel](#) on a Luxury Hotel Barge [#Cruise](#) with [@europewaterways](#) and it was an amazing experience. It's a relaxing way of cruising through France while enjoying delicious local wines and Chef prepared **gourmet foods**

<https://twitter.com/thesimpleparent/status/1082365983229136896>



##### ② 高級料理とマクドナルドの対比

訳: トランプと高級料理を食べると1か月マックを食べるのどっちがいい?

Would you rather have a 3 hour **gourmet meal** alone with Trump or eat nothing but McDonalds for a month?

<https://twitter.com/PinkyD124/status/1200985493695090688>

#### カリナリー

##### ③ 手料理系のレストランの紹介

YumVillage [↑](#)

Good food, good people, good times! 🍴

Passionately, diversely, accessibly and conveniently evolving the **culinary experience**. ✨

If you live in Metro Detroit, there on business or vacation, checkout my friend Godwin Ihentuge's restaurant.

<https://twitter.com/iownjd/status/1108877874252181505>



#### ガストロミー

##### ④ イタリアの美食文化の紹介

The doors to our trattoria at The [#WharfDC](#) have reopened 🍴

Discover the culture of **Italian gastronomy** through modern interpretations of classic fare all within the comfort of our second-floor dining room.

<https://twitter.com/washingtondc/status/1417897568583946245>



## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ー食・食文化に関するトレンドワード 地産地消について(フランス・スペイン)

- ◆ 日本以外では、食文化における先進国であるフランス、スペインにおいて「地産地消」に関する多くの話題が確認できた。フランスでは「locavore」(＝地元の食材を消費する人)という言葉が一般的になっており、よく使用されている。

フランス

キーワード:

locavorisme 733件

locavore 4713件

consommer local 4522件

consomme local 514件

consomment local 260件

locavores 1138件

全体 10,790件

※

**locavore**

Qui consomme des produits alimentaires

locaux.

地元の食材を消費する人。

consumo local 13,291件

economía local 27,600件

locavorismo 4件

consumos locales 141件

locavore 107件

locavores 5件

全体 31,987件



<https://twitter.com/enflammee/status/1298635229729558528>

地元の食材を使用した料理が食べられるとレストランを紹介するツイート

le Mag à lire  
10 idées pour mieux vivre son confinement !

#### Cuisiner

Non, être confiné ne veut pas forcément dire manger des pâtes, des pommes-de-terre et des gâteaux tous les jours. Quoi qu'il en soit, l'équilibre alimentaire est vraiment très important pour le moral. Je dirais même primordial !

Alors, profitez du confinement pour (ré)apprendre à cuisiner. Utilisez les circuits courts, faites vous livrer des produits frais et sains et profitez-en pour tester de nouvelles recettes. Vous avez bien quelques livres de cuisine jamais ouverts qui traînent dans votre bibliothèque ? C'est donc le moment de les utiliser !

[https://lemagalire.fr/lifestyle/mieux-vivre-son-confinement/?utm\\_source=rss&utm\\_medium=rss&utm\\_campaign=mieux-vivre-son-confinement](https://lemagalire.fr/lifestyle/mieux-vivre-son-confinement/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=mieux-vivre-son-confinement)

ロックダウン期間のおすすめの過ごし方の一つに「地元のものを消費しよう」というアイデア

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ー食・食文化に関するトレンドワード 環境系キーワードについて

- ◆ 環境のカテゴリーに区分したキーワードがコロナ前との比較し、増加率が著しく多かった。欧米だけではなく、アジア諸国においても環境×食に関する関心が高まっていると言える。

※赤字：今期追加ワード 2019年→2022年の増加率

※2022年は半年分のデータを2倍にした予測値で計算

カテゴリ	ID	キーワード	合計	日本	アメリカ	イギリス	フランス	スペイン	韓国	台湾	タイ	シンガポール	インドネシア
A2 環境	A301	サステナビリティ	158.2%	393.0%	137.7%	157.5%	162.4%	241.0%	1083.0%	190.0%	175.7%	197.6%	260.7%
	A302	SDGs	359.8%	832.3%	169.2%	97.8%	116.6%	228.3%	289.5%	212.0%	345.2%	221.4%	316.4%
	A303	ESG	1108.0%	667.8%	1012.8%	961.6%	615.1%	1696.1%	19538.3%	3205.5%	1248.8%	864.2%	414.3%
	A304	トレーサビリティ	142.4%	191.6%	133.0%	115.6%	93.0%	215.0%	200.0%	78.5%	286.7%	91.4%	1075.0%
	A305	リサイクル	105.2%	134.4%	92.1%	100.2%	123.4%	164.1%	286.3%	83.5%	214.7%	139.1%	585.3%
	A306	アップサイクル	236.4%	1203.3%	202.5%	188.6%	390.2%	143.6%	437.9%	151.6%	162.9%	221.0%	#DIV/0!
	A307	プラスチック包装	62.3%	116.4%	137.1%	81.5%	88.2%	165.7%	1185.6%	71.1%	17.8%	130.0%	162.7%
	A308	フェアトレード	41.6%	172.8%	29.5%	64.9%	110.3%	97.6%	111.9%	169.2%	315.0%	61.4%	39.3%
	A309	エシカル	96.0%	445.2%	85.5%	103.3%	118.2%	158.1%	108.0%	50.0%	#DIV/0!	108.1%	156.9%
	A311	脱炭素	124.0%	245.1%	97.3%	113.4%	117.2%	194.8%	224.8%	71.3%	167.9%	151.2%	160.7%
	A311	カーボンニュートラル	998.2%	2661.6%	885.3%	547.8%	1103.4%	703.1%	1424.4%	1600.0%	1143.2%	1852.0%	5300.0%
	A312	エコフレンドリー	124.0%	245.1%	97.3%	113.4%	117.2%	194.8%	224.8%	71.3%	167.9%	151.2%	160.7%
	A313	クリーンエネルギー	196.9%	178.7%	183.9%	225.1%	256.5%	294.3%	426.9%	143.8%	781.0%	340.3%	150.0%
	A314	グリーンウォッシング	508.1%	443.5%	576.4%	645.6%	123.0%	420.5%	2550.0%	58.3%	#DIV/0!	580.6%	657.1%
	A315	ゼロウェイスト	88.9%	519.7%	93.9%	122.4%	81.6%	158.2%	3022.2%	115.4%	18.7%	86.4%	124.8%
	A316	レスウェイスト	104.9%	#DIV/0!	116.7%	121.3%	86.3%	210.8%	#DIV/0!	108.8%	55.7%	111.9%	41.4%
	A317	食品ロス	128.5%	215.8%	94.0%	103.5%	83.6%	151.2%	783.7%	100.9%	170.5%	127.6%	413.2%

※赤字：今期追加ワード 2019年→2022年の増加率

※2022年は半年分のデータを2倍にした予測値で計算

カテゴリ	ID	キーワード	合計	日本	アメリカ	イギリス	フランス	スペイン	韓国	台湾	タイ	シンガポール	インドネシア
A4 食ワード	A501	動物福祉	136.7%	131.7%	132.7%	95.3%	127.5%	308.5%	185.4%	95.8%	219.3%	93.0%	378.6%
	A504	ベジタリアン	54.7%	43.3%	48.8%	67.7%	77.3%	60.4%	85.4%	84.3%	47.3%	268.7%	84.7%
	A505	ヴィーガン	58.0%	59.4%	49.9%	59.6%	54.6%	55.5%	282.3%	87.6%	152.9%	222.5%	132.5%
	A506	フレキシタリアン	96.6%	96.7%	109.2%	75.8%	62.2%	118.6%	100.0%	51.1%	571.3%	188.3%	177.5%
	A507	フルータリアン	35.7%	53.5%	33.4%	48.3%	108.6%	38.5%	50.0%	8.3%	123.1%	21.7%	35.3%
	A508	ペスカタリアン	70.0%	6600.0%	63.2%	93.5%	77.3%	282.9%	#DIV/0!	104.4%	183.8%	675.9%	114.2%
	A509	フェイクミート	95.9%	253.7%	80.4%	106.2%	212.9%	18.6%	994.0%	107.5%	148.9%	117.9%	141.9%
	A510	ローフード	76.8%	22.5%	64.8%	88.8%	118.4%	233.1%	69.7%	112.8%	93.0%	219.7%	133.6%

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ―食・食文化に関するトレンドワード 環境系キーワードについて

- ◆ カテゴリごとの全てのキーワードにおいて、3年半のデータを比較した。環境に関する話題の伸びが顕著になっている。睡眠やストレスなどの健康ワードやヴィーガンなどの食ワードの増加率が下がっているが、元々コロナ前から関心が高く(投稿量が多く)、いまなお関心が継続していると言える。決して健康×食に関する関心が下がっているわけではなく、当たり前のこととして定着したものとする。

		※2022年は6ヶ月分のデータ					
		※赤字：今期追加ワード	話題量				
カテゴリ	ID	キーワード	2019年	2020年	2021年	2022年 ※	
A1 トレンドワード	A101	プラントベース	573,431	561,992	748,586	410,825	
	A102	クリーンラベル	20,370	26,329	41,599	20,905	
	A103	サーキュラーエコノミー	43,661	54,864	107,041	57,181	
	A104	地産地消	40,324	42,056	50,156	32,826	
	A105	スローフード	26,948	21,224	23,739	12,777	
	A106	グルメ	4,567,888	4,174,150	4,520,114	2,494,003	
	A107	カリナリー	1,904,678	1,638,125	1,640,233	912,567	
	A108	ガストロノミー	933,262	732,179	847,067	481,054	
	A203	クリック&コレクト	9,591	69,090	47,074	10,030	
	A2 環境	A301	サステナビリティ	1,702,472	1,826,343	2,506,962	1,346,279
		A302	SDGs	69,515	85,226	216,739	125,050
A303		ESG	16,349	38,831	136,879	90,572	
A304		トレーサビリティ	62,620	73,654	100,310	44,588	
A305		リサイクル	748,877	604,623	755,880	393,864	
A306		アップサイクル	26,572	31,716	57,323	31,411	
A307		プラスチック包装	130,119	90,705	102,702	40,548	
A308		フェアトレード	133,540	98,557	83,423	27,747	
A309		エシカル	392,723	457,156	363,515	188,532	
A311		カーボンニュートラル	29,621	40,856	118,745	61,521	
A311		脱炭素	8,374	14,149	59,618	41,796	
A312		エコフレンドリー	367,114	338,215	425,960	227,607	
A313		クリーンエネルギー	199,568	202,700	336,987	196,468	
A314		グリーンウォッシング	4,355	5,439	16,490	11,064	
A315		ゼロウェイスト	73,359	51,177	64,951	32,621	
A316		レスウェイスト	62,438	92,971	68,780	32,751	
A317		食品ロス	601,158	646,334	799,377	386,257	

健康系キーワード、「食×睡眠」、「食×ストレス」などは数百件レベルの件数の投稿がされており、トレンドと言えないまでも、継続した関心の高さがうかがえる。

A3 健康	A402	免疫力	885,040	1,751,086	1,654,053	636,018	
	A404	睡眠	7,014,503	5,946,747	5,180,515	2,661,887	
	A405	ストレス	3,849,713	4,027,782	3,456,139	1,752,686	
	A406	アレルギー	1,337,708	1,058,830	1,158,463	579,384	
	A408	機能性食品	50,804	55,822	85,355	55,183	
	A409	グルテンフリー	1,204,483	1,044,218	1,439,982	557,461	
	A410	グラスフェッド	158,865	142,035	136,879	63,177	
	A411	プロバイオティクス	356,539	406,928	429,722	315,855	
	A4 食ワード	A501	動物福祉	113,664	192,840	173,567	77,663
		A504	ベジタリアン	3,207,694	2,477,932	1,964,118	876,524
		A505	ヴィーガン	#####	7,572,690	6,769,023	3,117,594
A506		フレキシタリアン	49,327	31,607	41,846	23,821	
A507		フルータリアン	9,305	6,065	3,821	1,659	
A508		ベスカタリアン	72,114	61,339	51,086	25,229	
A509		フェイクミート	284,044	245,631	270,158	136,143	
A510		ローフード	99,912	76,759	83,439	38,376	

調査ワード全体の増加率 0.88倍  
**A1トレンドワード 1.08倍**  
**A2環境 1.41倍**  
A3健康 0.88倍  
A4食ワード 0.76倍

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 —食・食文化に関するトレンドワード「ESG」の投稿抜粋(世界)

- ◆ 世界で2022年上半期に「ESG」で際立った投稿を抜粋した。ESGに対して賛否を表すツイートがいくつも拡散され話題となっていた。例として、「ESGのせいで世界経済が傾いている」と否定的なツイートがある。(※数日前にイーロン・マスクが発言した内容が影響していると考えられる。詳細は左下投稿を参照。)他には、ライブ配信でESGやエネルギー、食品など世の中のトレンドについて議論するというツイートや、持続可能性を高める方法として、生ごみを砕いて土に変える家庭で利用できるテクノロジーを紹介するツイートなどが投稿されていた。

#### RTの多い投稿



<https://twitter.com/ConceptualJames/status/1530732109840670721>

ESGのせいで(ESGの規約を守ろうとするせいで)燃料も食糧も高くなって世界経済が傾いているというツイート。

※上記のことを“ESG scam”(ESG詐欺)と呼ぶが、“ESG scam”というフレーズは、この投稿の数日前にイーロン・マスクが同言葉をTwitterに放ったことも影響しているかもしれない。(右記参照)

投稿文

ESGのせいで燃料は高価です。  
ESGのせいでエネルギーは高価で不安定です。  
ESGのせいで食品は高価です。  
世界経済は主にESGのせいでぐらついています。  
今年は物事が進展するので覚えていてください。ESG詐欺を隠しておくことはできません。

2022年5月29日  
RT708、引用RT29、いいね2,515、  
James Lindsayはアメリカの作家、文化批評家、フォロワー数36.5万人

<https://www.barrons.com/articles/elon-musk-tesla-esg-51653336436>

(参考)

2022年5月、ESG(環境・社会・ガバナンス)の観点から評価が高い企業で構成される「S&P500 ESG指数」から、米テスラが除外された。これに対し、同社CEOのイーロン・マスク氏が怒りのツイート(“ESG is a scam. It has been weaponized by phony social justice warriors.”)をしたことが話題となった。

イーロン・マスクの投稿訳一部  
ESGは詐欺だ。偽りの社会主義者の戦士によって武器化された。  
<https://twitter.com/elonmusk/status/1526958110023245829>

#### RTの多い投稿



<https://twitter.com/MartyBent/status/1526979128917753856>

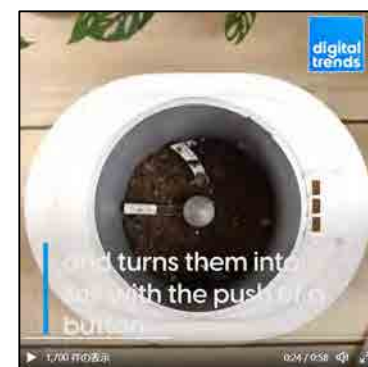
Marty Bent(ビットコインのメディア会社を運営する人)がライブ配信でESGについて議論する、とツイート。

投稿文

TFTC rip 334がライブ配信中!  
@DoombergT  
と座って、エネルギー、食品、ESG、ビットコインについて話し合っています。参加しませんか!

2022年5月19日  
RT42、引用RT4、いいね118  
Marty Bentはビットコインのメディア会社を運営する人、フォロワー数17万人

#### RTの多い投稿



<https://twitter.com/mvollmer1/status/1478242268935073794>

“Lomi”という生ごみを砕いて土に変える製品を紹介するツイート。

投稿文

これはロミです。ご家庭で #食物廃棄 ♻️ を処理して #持続可能性 を高める素晴らしい方法です。  
@デジタルトレンド  
#ESG #再生可能エネルギー #食品 #テクノロジー #CES2022

2022年1月4日  
RT46、引用RT4件、いいね83  
経営学の博士号とMBAを持つドイツ人、フォロワー数9万8千人





## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ―食・食文化に関するトレンドワード「脱炭素」の投稿抜粋(世界)

- ◆ 世界で2022年上半期に「脱炭素」で際立った投稿を抜粋した。脱炭素に関する投稿では、RT数やいいね数が際立って目立つ投稿は多くなかったが、脱炭素の良さを語るツイートが比較的多くの反応を得ていた。一般的な投稿では、食料システムや気候問題に関連した脱炭素の取り組みについて賛同するツイートや、脱炭素がテーマのPodcastを宣伝するツイートなどが見られた。

#### RTの多い投稿



<https://twitter.com/shaylekann/status/1504190268962082817>

「再生可能電力が革命を起こす」という投稿に対して、脱炭素の良さを語り、賛同を寄せている。

投稿文  
100

安くてクリーンで信頼できる電力は、深く脱炭素化を進めるための骨子です。輸送、産業、建物、さらには食品/農業のドアのロックを解除します。(革命を進めます。)

2022年3月17日  
RT22, いいね113

EIPというNYにある「持続可能なエネルギーの未来への移行をリードするグローバルな投資プラットフォーム」に投資している人で、@CatalystPodというpodcastで地球の脱炭素化について話している。フォロワー数2.3万人

#### RTの多い投稿



<https://twitter.com/LandseerNewfie/status/1513698872320700417>

民主党支持者が脱炭素化の良さを訴えているツイート

投稿文  
もう言い訳ができない  
新しい IPCC の報告書は、急速な脱炭素化は、気候変動の問題に対して何もしないことより「安価」であると結論付けています。  
ネットゼロの利点:  
物価安定  
エネルギー安全保障  
改善された健康  
より強い経済  
食料と水の不安の軽減  
ブラネット A のために民主党に投票しよう  
#Fresh #DemVoice1 #ONEV1

2022年4月12日  
RT44, いいね45  
民主党支持者、女性とLGBTQのBIPOCの権利を主張している人、フォロワー数1.6万人

#### 一般的な投稿



<https://twitter.com/danrejto/status/1506109252439445506>

「世界を焼かずに人々を食べさせるには？」というコラムを紹介した投稿に対して、賛同の意を表明した投稿。

※元の投稿は67RT,10引用RT,201いいね  
<https://twitter.com/MikeGrunwald/status/1505878881722589189>

投稿文  
このような報道がもっと必要です。食料システムは世界の温室効果ガス排出量の約1/3を占めていますが、脱炭素化に何が必要かについての理解と合意はほとんどありません。

2022年3月22日  
RT2, いいね8  
環境問題に対して技術的に解決しようとすることを目標とした会社の「食と農業」部門のディレクター、フォロワー数2,177人

#### 一般的な投稿



<https://twitter.com/drvolts/status/1488739979429761024>

脱炭素がテーマのPodcastを宣伝するツイート

投稿文  
お皿を洗ったり、寝る準備をしりながら聞くのに何が楽しいか知っていますか？ 脱炭素化の設計に関するポッドキャストです。

2022年2月2日  
RT7件、引用RT2件、いいね43件  
David Roberts: クリーンエネルギーと政治に関してVoltsというニュースレターをpodcastで配信している人、フォロワー数19.6万人

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 ―食・食文化に関するトレンドワード 「脱炭素」の投稿抜粋(日本)

- ◆ 日本で2022年上半期に「脱炭素」で際立った投稿を抜粋した。RT数が多く話題となっている投稿では、トンガ沖噴火による食糧危機や脱炭素で注目を集める太陽光発電に影響を与えるという記事や、食料価格の高騰の背景には脱炭素の取り組みも影響しているという記事など、生活に影響を与える内容が見られた。一般的な投稿では、脱炭素に向けた企業の取り組みに関する話題が確認できた。例とし、CO2排出レベルを可視化し表示するサービスを提供したり、和菓子会社がプラスチック削減のため容器を変えて販売し始めるなど。

#### RTの多い投稿



[https://twitter.com/yukanfuji\\_hodo/status/1483078344212348935](https://twitter.com/yukanfuji_hodo/status/1483078344212348935)

トンガ沖で発生した大規模噴火で、「脱炭素」で注目される太陽光発電にも影響を与えるという記事

投稿文

南太平洋・トンガ沖で発生した海底火山の大規模噴火は、噴煙が高さが約20キロ、半径約240キロも広がったとされる。今後、大気中に粉塵(ふんじん)が長時間とどまり、太陽光を遮断することで地球が寒冷化する可能性がある。農業や畜産業に影響が及べば食糧危機となり、「脱炭素」で注目される太陽光発電にもダメージになりかねない。

2022年1月17日  
RT178、引用RT23、いいね509  
夕刊フジのTwitter、フォロワー数8.5万人

#### RTの多い投稿



<https://twitter.com/IsayaShimizu/status/1477166714857336832>

食料価格が高騰し、その要因には異常気象だけでなく、脱炭素化で食料を燃料として使う動きが広がっている点もあるという記事。

投稿文

世界で食料価格の高騰が収まらない。相次ぐ異常気象や新型コロナウイルス禍の影響で穀物などの供給が不安定になる中、脱炭素化の進展が需要と生産コストを押し上げている。食料の国際的な価格指数は10年ぶりの高水準にあり、政情不安や格差拡大のリスクも高まる。2022年は食料をはじめとするインフレへの対応が世界の重要課題となる。

2022年1月1日  
RT78、引用RT4、いいね130  
日本経済新聞編集委員清水功哉氏のアカウント、フォロワー数3.3万人

#### 一般的な投稿



[https://dime.jp/company\\_news/detail/?pr=1140726](https://dime.jp/company_news/detail/?pr=1140726)

CO2排出量/脱炭素の取り組みを効果的に発信し、売上向上！CO2ラベル表示サービス、提供開始！という記事

投稿文

CO2ラベルは、排出量の可視化によって環境配慮型商品を明快地訴求できます！消費者の約6割が「わかりにくい」と感じている脱炭素化商品の取組を、わかりやすく発信し、売上向上や差別化を図ることができまます  
株式会社テックシンカーは、2022年6月3日、CO2ラベル表示サービスの提供を開始します。本サービスは、LCA(ライフサイクルアセスメント)算定を通じて商品・サービスのライフサイクルの各段階におけるCO2排出量を可視化し、消費者に向けて表示するというものです。

2022年6月3日

#### 一般的な投稿



<https://news.toremaga.com/release/others/2257832.html>

プラスチック68%削減。寒天を増量しアルミ容器で6月1日より「たねや寒天」を新容器で販売という記事

投稿文

和菓子製造販売の株式会社たねや(本社:滋賀県近江八幡市、代表取締役社長:山本昌仁)は、環境に配慮したお菓子づくりの一環として2022年6月1日(水)よりアルミ/樹脂複合食品容器アルミック缶(R)※とバイオマスフィルム、バイオマスインキを使用した「たねや寒天」を販売いたします。

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 —食関連トピックにおける日本のプレゼンス 日本のプレゼンス考察(食全般)

②日本のプレゼンス

ID	キーワード	国
B006	食べ物	タイ
B003	食事	中国
B002	料理	韓国
B001		日本
B008		インド
B013		イタリア
B017		メキシコ
B009		アメリカ
B012		フランス
B010		イギリス
B016		ロシア
B004		台湾
B015		ギリシャ
B014		スペイン
B007		インドネシア
B011		ドイツ
B005		シンガポール

合計まとめ

10か国合算		日本		アメリカ		イギリス		フランス		スペイン	
順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計
1	4,716,876	4	529,937	7	278,739	7	45,673	11	2,291	10	2,907
2	4,561,036	1	1,806,010	1	1,483,138	2	147,982	5	9,844	1	48,537
3	2,745,736	3	682,906	9	179,965	11	18,806	9	3,508	9	4,675
4	2,419,834	2	689,946	8	249,309	8	43,197	4	12,825	3	25,756
5	1,399,521	5	432,431	4	597,395	3	129,914	7	7,721	7	6,886
6	1,341,129	7	376,782	5	579,566	4	123,283	2	23,907	4	25,334
7	1,221,717	12	72,604	2	1,011,212	5	57,536	8	4,147	5	21,513
8	832,760	14	43,534	3	638,942	6	53,566	3	13,129	14	1,225
9	773,072	6	431,391	10	136,417	9	36,036	1	35,254	6	10,122
10	596,463	11	84,334	6	291,271	1	174,834	6	8,717	8	5,081
11	345,807	8	261,505	12	63,222	14	8,598	14	1,342	12	1,547
12	289,659	9	205,000	16	10,396	16	786	15	219	16	96
13	259,497	15	29,329	11	87,775	10	24,377	12	2,011	11	2,428
14	259,156	10	104,782	14	55,436	12	18,370	13	1,952	2	47,990
15	186,550	16	23,893	15	14,911	15	2,274	16	169	15	144
16	164,460	13	59,529	13	61,018	13	9,303	10	2,860	13	1,535
17	34,965	17	22,210	17	3,455	17	716	17	40	17	22

食べ物の話題全般に関する日本のプレゼンスはアジアでは中国、韓国などと並び、比較的高い話題量を占めているが、まだ上昇の余地がある。

欧米では食文化に関する関心が深い、フランス、スペインでは他のアジア諸国と比較してもプレゼンスが高めであるが、英米に関してはいまだ8位に甘んじており、ソーシャルメディア上のプレゼンスを高めていく余地は十分残されている。

韓国		台湾		タイ		シンガポール		インドネシア	
順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計
5	12,477	6	25,103	1	3,785,629	5	12,715	6	21,405
3	26,199	1	169,246	4	808,199	2	19,692	5	42,189
1	64,894	5	32,015	2	1,627,845	7	10,148	2	120,974
2	27,472	2	137,586	3	1,161,921	4	15,918	4	55,904
10	5,985	8	6,911	5	174,279	3	19,178	7	18,821
4	17,012	7	13,073	6	144,227	1	30,261	9	7,684
9	8,421	10	1,901	8	27,403	6	11,284	10	5,696
12	4,407	3	53,291	13	10,623	9	4,371	8	9,672
8	10,605	14	1,255	7	101,951	8	7,177	11	2,864
11	5,322	9	4,397	10	19,563	13	2,177	15	767
15	1,613	16	801	15	4,895	15	1,467	13	817
14	2,504	4	51,519	11	16,989	17	1,213	12	937
17	566	17	253	14	8,304	10	3,374	3	101,080
7	10,748	12	1,757	12	14,578	11	2,871	17	672
6	11,786	11	1,769	17	1,985	14	1,969	1	127,650
13	2,565	14	1,255	9	24,288	16	1,321	14	786
16	1,299	13	1,724	16	2,353	12	2,433	16	713

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 —食関連トピックにおける日本のプレゼンス 日本のプレゼンス考察(食材)

②日本のプレゼンス

ID	キーワード	国
B401	食材	日本
B406		タイ
B402		韓国
B403		中国
B413		イタリア
B410		イギリス
B404		台湾
B416		ロシア
B414		スペイン
B409		アメリカ
B408		インド
B417		メキシコ
B412		フランス
B411		ドイツ
B407		インドネシア
B415		ギリシャ
B405		シンガポール

合計まとめ

10か国合算		日本		アメリカ		イギリス		フランス		スペイン	
順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計
1	93,716	1	82,663	3	3,728	3	1,097	3	253	6	229
2	40,378	8	2,644	8	1,407	4	997	11	31	15	2
3	38,555	3	28,547	7	1,700	12	190	10	34	11	75
4	35,788	2	30,170	5	2,761	6	402	6	96	2	630
5	13,227	4	6,789	2	3,858	2	1,838	4	165	7	206
6	7,469	10	857	9	1,220	1	5,126	8	42	10	110
7	7,186	7	3,607	16	86	15	21	16	7	15	2
8	6,961	5	4,672	13	463	14	92	1	1,473	9	159
9	6,915	11	764	11	705	8	326	12	25	1	4,995
10	6,498	12	636	1	4,399	5	463	5	127	3	460
11	6,272	6	3,769	6	1,895	10	262	9	38	12	62
12	4,221	15	178	4	3,357	7	359	7	64	8	167
13	4,073	9	1,588	10	782	9	304	2	828	5	278
14	1,606	13	465	14	451	11	259	13	22	4	350
15	828	14	224	15	117	16	20	15	10	14	7
16	816	16	29	12	595	13	146	14	13	13	13
17	153	17	17	17	27	17	0	17	0	17	0

日本の「食材」に関するプレゼンスはシンガポールでは他国と比較しても圧倒的に高い。

韓国、台湾、インドネシア、タイのアジア地域だけではなく、アメリカ、イギリス、フランスでも上位に来ていることから、日本産品に関する評価は一定以上の状態にあると言える。

韓国		台湾		タイ		シンガポール		インドネシア	
順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計
2	2,430	2	1,260	3	1,009	1	658	3	389
8	45	8	70	1	35,072	5	89	5	21
1	3,322	4	148	2	3,095	3	122	1	1,322
3	1,156	6	101	4	288	2	166	6	18
6	93	7	100	5	65	4	107	9	6
9	41	12	14	15	2	7	51	9	6
13	16	1	3,408	10	14	13	25	16	0
11	28	16	4	6	45	15	17	7	8
12	23	10	37	12	8	11	32	16	0
4	165	5	144	6	45	7	51	7	8
5	143	15	8	9	20	9	47	4	28
14	14	11	15	16	1	6	60	9	6
7	61	3	149	8	31	9	47	12	5
10	39	14	10	14	5	17	2	13	3
15	5	12	14	16	1	14	23	2	407
16	3	17	0	13	7	16	8	15	2
17	1	9	63	10	14	12	28	13	3

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 —食関連トピックにおける日本のプレゼンス 日本のプレゼンス考察(レストラン)

合計まとめ

②日本のプレゼンス			10か国合算											
ID	キーワード	国	日本		アメリカ		イギリス		フランス		スペイン			
			順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計		
B503	レストラン	中国	1	1,823,014	1	851,187	3	505,941	3	63,322	1	37,334	1	21,674
B506		タイ	2	1,097,210	7	129,798	4	224,852	5	28,932	11	1,186	16	7
B513		イタリア	3	1,053,505	2	273,844	2	517,628	1	110,469	2	23,786	2	19,146
B501		日本	4	886,347	4	205,256	7	118,162	6	22,073	3	15,478	4	11,323
B517		メキシコ	5	786,693	12	17,850	1	713,338	4	31,757	8	3,204	5	7,678
B502		韓国	6	717,737	6	143,261	9	65,479	12	5,919	6	4,174	6	4,623
B508		インド	7	487,828	5	204,932	6	147,062	2	85,625	5	8,761	8	2,856
B512		フランス	8	400,744	3	217,578	8	82,810	7	18,235	4	13,970	9	2,103
B509		アメリカ	9	205,162	11	19,036	5	154,581	9	10,176	9	2,153	12	390
B516		ロシア	10	132,313	8	98,368	12	22,257	13	4,099	7	4,090	10	1,066
B504		台湾	11	87,050	9	66,566	15	5,850	15	416	16	152	14	45
B514		スペイン	12	74,612	10	19,728	11	27,071	10	7,087	12	711	3	14,037
B515		ギリシャ	13	68,375	17	3,311	10	45,484	8	11,670	10	1,455	11	892
B511		ドイツ	14	46,564	13	12,669	13	21,675	14	2,212	14	298	7	4,029
B510		イギリス	15	38,382	15	3,731	14	11,891	11	6,412	15	221	13	223
B507		インドネシア	16	23,692	14	6,061	16	3,155	16	384	13	374	15	25
B505		シンガポール	17	6,384	16	3,378	17	614	17	138	17	25	16	7

レストランに関しては、タイ、シンガポール、インドネシアの東南アジア地域では非常に高いプレゼンスを誇っている。

フランス、スペインでも健闘しているが、アメリカ、イギリスではまだブランドリフトする要因があるように考えられる。

韓国		台湾		タイ		シンガポール		インドネシア	
順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計
3	18,934	1	32,569	4	271,313	1	11,706	4	9,034
4	18,823	7	6,141	1	682,304	4	3,518	7	1,649
1	35,105	2	16,332	5	48,057	3	6,241	5	2,897
6	8,618	5	9,043	2	468,929	2	7,758	1	19,707
8	3,921	10	920	9	5,997	8	1,667	10	361
2	26,148	8	5,993	3	449,261	5	3,293	3	9,586
10	3,190	9	2,710	7	27,392	6	3,268	6	2,032
5	12,584	4	11,033	6	39,004	7	2,108	8	1,319
9	3,904	3	12,473	14	875	9	851	9	723
12	1,594	16	310	16	139	14	240	14	150
13	1,566	6	7,886	11	4,096	16	236	12	237
11	1,826	11	689	12	2,546	10	724	13	193
17	423	17	146	10	4,537	12	380	17	77
7	4,011	15	358	13	956	15	237	16	119
14	718	12	669	8	14,250	17	141	15	126
16	513	14	512	17	55	11	652	2	11,961
15	622	13	522	15	478	13	280	11	320

## (2) CJPF事業における調査、実装、運営・評価に関する業務

### ① CJPF事業におけるKGI/KPI提案に向けた実証調査 —食関連トピックにおける日本のプレゼンス 日本のプレゼンス考察(料理人/シェフ)

②日本のプレゼンス

②日本のプレゼンス			合計まとめ											
ID	キーワード	国	10か国合算		日本		アメリカ		イギリス		フランス		スペイン	
			順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計
B612	料理人/シェフ	フランス	1	174,236	1	39,242	1	67,670	2	12,222	1	13,179	2	4,728
B613		イタリア	2	117,079	2	32,230	3	56,562	1	12,873	3	4,206	3	3,349
B603		中国	3	96,250	3	19,740	2	58,134	4	5,585	7	1,768	6	790
B601		日本	4	82,294	4	9,861	5	32,709	5	4,064	4	3,720	5	1,959
B606		タイ	5	73,471	6	1,124	10	3,746	9	952	15	110	14	112
B609		アメリカ	6	49,225	9	737	4	38,436	7	2,982	5	3,077	7	688
B610		イギリス	7	40,530	5	1,210	6	18,607	3	12,104	9	1,534	10	424
B614		スペイン	8	37,546	10	349	9	7,062	8	2,229	10	1,500	1	22,931
B602		韓国	9	29,642	8	1,004	11	3,211	13	438	13	252	11	309
B607		インドネシア	10	26,074	17	17	354	15	117	14	186	17	19	
B608		インド	11	18,648	7	1,044	7	7,826	6	3,529	2	4,266	9	428
B617		メキシコ	12	11,990	11	314	8	7,653	9	952	11	444	4	2,216
B616		ロシア	13	5,483	14	98	12	2,558	14	260	6	2,237	12	247
B611		ドイツ	14	5,040	13	276	13	1,506	11	744	8	1,656	8	511
B604		台湾	15	3,591	12	286	15	1,019	17	69	17	27	15	34
B615		ギリシャ	16	2,759	16	31	14	1,444	12	719	12	384	13	130
B605		シンガポール	17	1,995	15	89	16	445	16	113	16	58	16	27

日本の「料理人/シェフ」に関するプレゼンスは、韓国、台湾、タイ、シンガポール、インドネシアのアジア地域では一定以上の地位にある一方で、欧米ではアジア圏の中では健闘しているものの、まだ上昇の余地があるのではないかと考える。

韓国		台湾		タイ		シンガポール		インドネシア	
順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計	順位	合計
6	1,171	1	1,581	2	32,903	1	1,273	9	267
5	1,642	4	774	6	4,016	4	789	4	638
2	4,374	5	656	7	3,530	2	1,251	6	422
3	2,662	2	1,342	3	24,096	3	1,160	3	721
9	228	9	328	1	64,701	9	307	2	1,863
4	2,286	11	212	12	116	6	508	10	183
7	562	8	357	5	5,227	8	370	11	135
8	314	12	189	8	2,783	11	153	13	36
1	17,748	7	402	4	5,517	10	205	5	556
12	100	16	25	11	156	14	38	1	25,062
11	169	6	406	10	234	7	413	8	333
10	188	14	156	16	7	13	49	16	11
15	21	15	32	15	12	17	9	17	9
14	65	13	179	14	26	15	35	12	42
13	99	3	1,197	9	722	12	125	14	13
16	14	17	4	17	3	16	18	15	12
17	8	10	217	13	50	5	602	7	386