

## 海外の話題

# オランダからみる新しい消費スタイル

Norinchukin Bank Europe N.V. President & CEO 安武 篤

農林中央金庫は欧州における商業銀行業務の拡充を目的に欧州子銀行「Norinchukin Bank Europe N.V.」をオランダに設立、2020年より業務を開始している。オランダは九州と同程度の国土に約1,700万人が暮らし成熟した民主主義が根付いている。欧州最大規模の港湾と空港を持つ欧州ビジネスの窓口であり、率直・寛容・多様性を尊重する社会は国際ビジネスとの親和性も高く、欧州統括拠点等在蘭日本商工会議所の会員数も350社を超え増加傾向にある。

また、オランダは先進的な農業国で、1,000キロ以内に2億4,400万人のEU圏を中心とした消費者人口を抱える有利な立地もあり、食品輸出では世界2位の規模にある。オランダの農業においては、欧州を代表する食農研究機関であるワーヘニンゲン大学を中核にしたフードバレー等活発な産学官連携が行われており、高い技術を背景に温室等を活用した効率的な農業や、精密農業、培養肉、ロボット・AI等新たなフードテックへの取組みも進められている。

一方、足元注目されつつあるのが、グローバルな動向の先駆けとしてのオランダの消費スタイルである。2021年3月新型コロナ禍でのロックダウンのもと下院総選挙が行われたが、投票率は82%と高い水準が維持されており、自立した市民社会の歴史を反映した「自分の行動は責任もって自分で決める」文化がある。質素・儉約を尊重しつつも積極的な寄付活動でも知られており、複数の有力な環境NGOがオランダに本部を持っている。近年気候変動等環境問題に対する意識が広く高まる中、オランダの消費者が生活に関わる多くの局面で「環境」も軸の一つとした消費スタイルをとっていることが、政府統計（CBS）等から明らかになっている。直近2020年の調査によれば、住宅における環境設備（太陽光パネル等）、移動手段（航空機・鉄道・自動車・自転車等）、肉の消費、エネルギー転換、ライフスタイル等異なる分野で、環境への意識が大きく共通して影響している傾向がみられる。例えば、18歳以上の58%が自分の行動が気候変動に影響を与えると考えており、35%がほぼ毎日自転車を利用している。2005年以降に建てられた住宅の半分には太陽光パネルがあり、過去1年で35%が肉の消費を減らし、45%は準菜食主義者（肉の消費は週4日まで）となっている。近年注目を集める植物性代替肉にかかる別の調査（Smart Protein 2021）によれば、欧州主要11か国のうち、人口あたりの植物性代替肉の消費はオランダがトップであり、過去2年で売り上げが50%増加している。また、オランダにおける持続可能性ブランドインデックスにおいてトップに位置する「Tony's Chocolonely」は奴隷／児童労働を排除したフェアトレードチョコレートの生産を設立目的にしており、その理念とユニークな商品が評価され、15～20%の国内市場トップシェアを維持している。

こうした環境を軸とした消費スタイルは、オランダのみならずグローバルに新たなトレンドとして共通する可能性があり、新型コロナ禍における生活見直しにおいても強まっている。共感に基づくエシカル消費がどう深みを増していくのか、今後とも当地から注目していきたい。