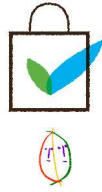


企業のエシカル通信簿

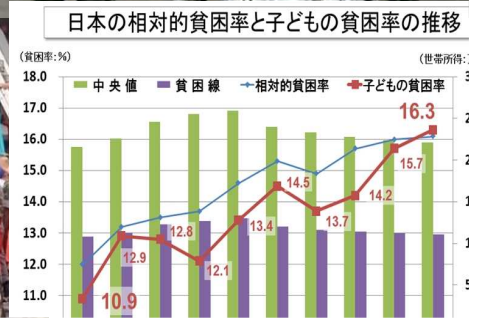
私たちは、なぜ通信簿をつくるのか



消費から持続可能な社会をつくる
市民ネットワーク 共同代表
認定NPO法人 環境市民 代表理事
杵本育生



環境破壊、格差・貧困、紛争、資源浪費・・・
私たちの世界は、このままでは持続不可能
大変革 (transformation) が必要



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

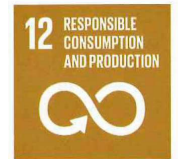
世界を変えるための17の目標



「持続可能な生産消費形態を確保する」

持続可能な消費は意識改革と教育を通じて消費者を巻き込むこと.....、消費者に基準とラベルを通して適切な情報を提供すること

持続可能な消費



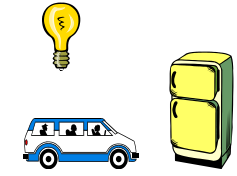
- ねだん
- デザイン
- 品質
- 便利さ
- 美味しい

- 環境
- 公正・倫理
- 平和
- 未来
- 人権

+




= 持続可能な消費




楽しさ、安全、健康、.....

貧困をなくそう 人や国の不平等を失くそう 気候変動に行動をおこそう


1 貧困をなくそう



10 人や国の不平等をなくそう




13 気候変動に具体的な対策を



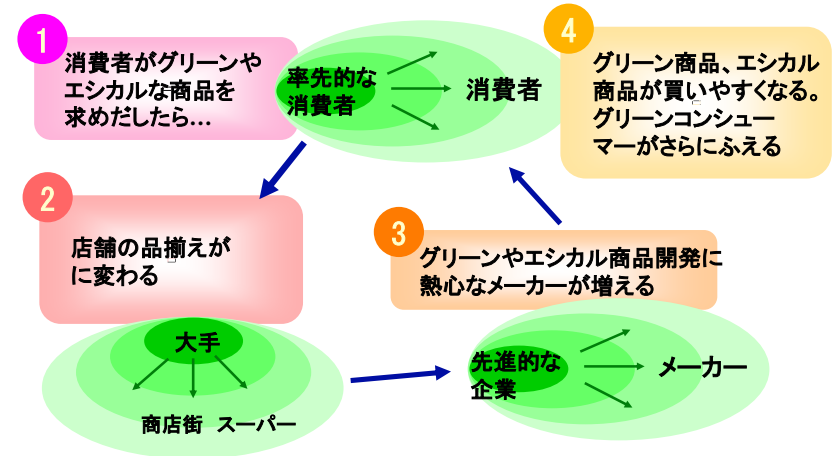
フェアトレード製品を選ぶ
省エネ性能の優れた製品を選ぶ
再エネ電力会社を選ぶ
有機、MSC、FSC製品などを選ぶ
このような事業に熱心な企業を選ぶ
CSR活動に熱心な企業を選ぶ



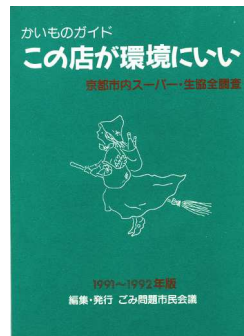
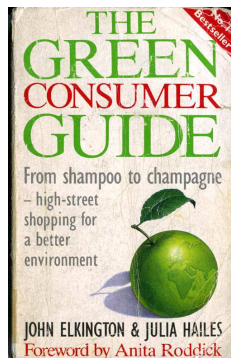
12 つくる責任
つかう責任



消費と生産を持続可能なものにするには



この正の回転をすすめるには、情報が必要

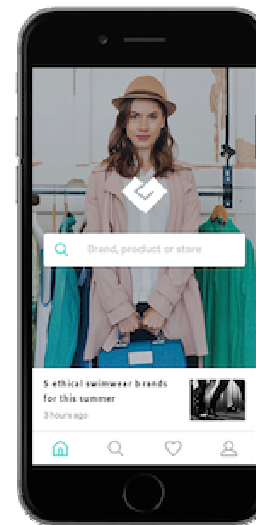


グッド・ガイド アメリカ

The screenshot shows the GoodGuide website. At the top, it says 'GoodGuide' and 'Find safe, healthy, green, & ethical product reviews based on scientific ratings.' Below this is a search bar with the text 'Search for products'. A section titled 'GoodGuide Ratings' explains that scientists rate products on a 0 to 10 scale for health, environment, and social impact. A product example is shown with an overall score of 8.6, broken down into Health (8.0), Environment (6.0), and Society (9.0). At the bottom, there is a list of products with their overall scores: Merio Badescu All Purpose Egg Shampoo (5.5), LipLink Dermaliq Hair Shampoo (6.0), Beauty Without Cruelty Aromatherapy Hair Care Daily Benefits Shampoo (4.7), Mill Creek Botanicals Biotin Shampoo (7.0), and Kiss My Face Whenever Shampoo (4.7).

Good Guide
ウェブサイトより

 コーヒー	 ポテトチップス	 チョコレート	 エビ
 シャンプー、ボディソープ	 スニーカー	 パソコン・電子機器	 アウター
 ハンバーガー	 トイレトペーパー	<p>「ぐりちょ」 店頭でグリーン・エシカル 製品をぱっと選べる 2017年初夏 第1次公開予定</p>	



グッド・オン・ユー
多くの買い物客に届ける



環境市民主催 ゴードン・ルノフ氏の講演会資料より

the.idea
voting with your wallet

BETTER WORLD SHOPPER	
✓	HUMAN RIGHTS
✓	THE ENVIRONMENT
✓	ANIMAL PROTECTION
✓	COMMUNITY INVOLVEMENT
✓	SOCIAL JUSTICE

the.website

BETTER WORLD SHOPPER is a site dedicated to providing people with a up-to-date, reliable account of the social and environmental responsibility company on the planet AND making it available in practical forms that ind in their everyday lives. Coming out of more than 5 years of intensive resear is based on a comprehensive database of over 10000 companies and utilizes sources of data to cover everything from the environment to human rights, development to animal protection.

EVERY DOLLAR MAKES A DIFFERENCE

the better world SHOPPING GUIDE

#4 in 2016
over 100,000 copies



Ellis Jones



中原秀樹氏 講演資料より

ethical consumer 1989

5Ratings System

③人権:

- 人権
- 労働者の権利
- サプライチェーンマネジメント
- 無責任なマーケティング
- 武器&軍事供給

①動物の権利:

- 動物実験
- 動物工場
- 動物の権利

②環境:

- 環境報告
- 原子力
- 気候変動
- 汚染と有害物質
- 生息地と資源

④政治:

- 反社会的金融
- ボイコットの呼びかけ
- 遺伝子工学
- 政治活動

⑤持続可能性:

- 企業倫理
- 持続可能な製品 (オーガニック製品、フェアトレード製品、優れたエネルギー効率の評価、ピーガン、ベジタリアンとして保証される製品)

中原秀樹氏 講演資料より

Fair Finance Guide Japan 2016 スコア一覧



	三菱UFJ	みずほ	三井住友	りそな	三井住友 トラスト	日本郵政	農林中央 金庫
🌍 気候変動	21	28	21	7	24	4	8
🌿 自然環境	40	40	40	5	9	0	0
👤 人権	24	32	24	35	48	0	0
🔪 労働	52	52	52	15	36	0	0
💣 兵器産業	5	5	5	5	9	5	5
🏥 健康	31	31	31	0	4	0	0
👁️ 透明性	29	44	35	22	31	10	11
⚡ 発電事業	19	19	19	5	15	0	9
🍴 食	26	26	26	0	11	0	0
🌲 林業	17	17	17	0	10	0	0

フェアファイナンス ガイド ジャパン ウェブサイトより

地球は、経済、社会および環境の面で大きな課題に直面している。こうした課題に対処するため、「持続可能な開発目標(SDGs)」は、2030年に向けて世界的な優先課題および世界のあるべき姿を明らかにしている。極度の貧困を根絶し、世界を持続可能な軌道に乗せるための先例のない機会を提供するものである。世界の各国政府は、すでにこの目標に合意している。今こそ企業が行動を起こす時である (SDGs COMPASS より)

Corporate Social Responsibility

「社会に与えるインパクトに対する企業の責任」

1. 法令順守や、関係者間の合意尊重は、その前提
2. 社会的、環境的、倫理的な、また人権や消費者の関心事項を、自らの業務運営や中核的戦略の中に統合する
3. ステークホルダーと密に協力する

2011年10月欧州委員会「CSRコミュニケーション」における定義

「企業のエシカル通信簿」 スタート！

- 私たちが、生活で、仕事で、レジャーで用いる商品、サービスを製造、販売、提供している企業のCSR活動・環境活動を市民・NPO目線で調査し、レーティング評価で紹介
- 先進的な取り組み内容を紹介予定（将来 中小企業や地域のお店も）
- 消費者の買い物、就職の選択、投資の選択、取引企業の選択情報を提供
- 第1回(2016年度)は、加工食品5社、アパレル5社を対象に実施。今後、徐々に拡大
- 三方よしを実現するため。頑張っている企業を応援



消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク

多様な専門性(活動領域)と地域性のあるネットワーク

- 環境、消費者、人権、アニマルライツ、フェアトレード、エシカル・ファッションなどの様々な課題に取り組むNGO/NPOが持続的な共同行動をするために、SDGsの発効に合わせて設立

青森県消費者協会 消費生活実践グループin秋田 福島県消費者団体連絡協議会 えこひろば 国際環境NGO FoE Japan 中野・環境市民の会 消費者市民社会をつくる会 ACE A SEED JAPAN Not For Sale Japan 水Do!ネットワーク
 アニマルライツセンター 熱帯林行動ネットワークJATAN ETHICAL FASHION JAPAN 日本フェアトレードフォーラム 金沢エコライフくらぶ みどりの市民 浜松市消費者団体連絡会 中部リサイクル運動市民の会 グリーンコンシューマー名古屋 滋賀県立大学 グリーンコンシューマーサークル 中京区地域ごみ減量推進会議 福知山市環境会議 ひのでエコライフ研究所 総合地球環境学研究所 ウータン・森と生活を考える会 フェアトレード・サマサマ 鳥取県温暖化防止推進センター エコライフ・小豆島 小豆島消費者友の会 環境カウンセリング協会長崎 環境ネットワークくまもと 沖繩リサイクル運動市民の会 環境市民 (34団体 2017/3/28現在)