

2019年度（第4回）「企業のエシカル通信簿」調査コメント

ア 持続可能な開発（社会）

1. 質問の趣旨

「ア持続可能な開発（社会）」は、企業が自社を取り巻く地域、日本、そして世界、地球へと目線を広げ、真に持続可能な社会を作る主体としての活動を確認するために必要な基本的項目を設定した。具体的な内容としては、企業の基本姿勢、事業との関連、世界の課題とされるSDGs（持続可能な開発目標）への貢献、人材教育、サプライチェーンにおける取組みを網羅するものとして項目を設定した（表1）。

表1：「ア持続可能な開発（社会）」の構成（中項目）

A	理念とビジョン
B	持続可能な社会、CSRをすすめるための基準等への参加
C	SDGs
D	ESD（持続可能な開発教育）
E	持続可能な調達

2. 質問内容と結果概要

A.理念とビジョン

ここでは、企業が持続可能な社会への取組みについて、一過性ではないものとして、どのような考え方にもとづいているかを確認するものであり、理念・社是やあるいは経営戦略などで社会の持続可能性をどう捉えているかを確認している。

理念・社是で明確なのはアサヒとサントリー、中長期の経営戦略等で明記しているのは、アサヒ、麒麟、サントリー、伊藤園、コメダであった。

また将来における持続可能な日本もしくは世界という社会像を描く企業としては、アサヒ、サントリー、コカ・コーラ、そこまでには至っていないが、持続可能な社会における自社の役割を明記していたのは、伊藤園、スターバックスであった。

B.持続可能な社会、CSRをすすめるための基準等への参加

持続可能な社会やCSRの取組みには、関連する国際的な基準等を参考に、あるいはこれらに主体的に関与することが求められることから、国際的基準への参加・指示・利用等を問う質問を用意した。アサヒ、麒麟、サントリーは、国連グローバルコンパクト、OECD多国籍企業ガイドライン、GRIガイドライン、ISO26000の4つの基準に参加・支持・利用している。またISO26000については飲料メーカーすべてが活用し、CSRの基本的枠組みのもとに実践されていることが窺えた。しかし、持続可能な調達の国際規格であるISO20400の

活用は一社もなく、E 持続可能な調達の達成率の低さとの関係もあると考えられる。さらにカフェチェーンではこれらの基準等の活用等は一社もなかった。カフェチェーンがなぜこれらの基準等を活用していないのかについては本調査では不明である。対話等で確認したいところである。

C.SDGs

SDGs は 2017、8 年ころから企業が取り組みはじめ、最近では、CSR 報告書などにもカラフルなアイコンの掲示が見られるようになっている。

本調査の SDGs に関する質問項目は、部署、全社的体制、優先課題の設定、目標設定、負の影響の考慮、ウェブサイト等での公開、事業への落とし込み、NPO・NGO との連携、サプライヤーとの情報共有という 9 つの質問項目となっており、企業の SDGs の取組みが実効性を持って行われているかを問うものとなっている。特に飲料メーカーはすべて SDGs に何らかの取組みがあるものの、カフェチェーンはコメダのみの取組みであった。

アサヒとサントリーの 2 社は、9 つの質問項目のすべてを充足しており、これまでの調査で、特に企業にとって実現が難しかった「負の影響の考慮」についても満たしていることが注目される。9 項目中 6 項目充足しているのが伊藤園、コメダは 3 項目を充足していた。

また、質問項目のうち、事業への落とし込みまでなされているのは 5 社、優先課題の設定は 4 社、全社体制は 3 社、NGO 等の連携は 3 社であった。

特に注目されるアサヒの例を紹介しよう。アサヒでは 18 のマテリアリティ項目を「重点テーマ」として、「ネガティブインパクトの排除」と「ポジティブ・インパクトの拡大」に分け、想定されるリスクを記述し、さらに KPI を設定して SDGs との関連を示している。具体的な記述内容を見ると、「ネガティブインパクトの排除」の一つとして「気候変動への対応」では、想定リスクを「地球温暖化・異常気象・自然災害」とし、KPI は「2050 年までに CO₂ 排出量ゼロを目指す、2030 年までに CO₂ 排出量 30%削減を目指す (2015 年比)」ことを挙げ、そこに関連するものとして SDGs の目標 78 (エネルギー) と 13 (気候変動) を掲げている。

なお、企業における SDGs への取組みが信頼され現実の成果を上げていくためには、SDGs ウォッシュとならないための方針・基準・ステークホルダーとの対話等が重要であることから、「消費者」の「B 安全、広告・表示等への取り組み」に関連質問があることから、その結果を参照してほしい。

D.ESD (持続可能な開発教育)

企業の持続可能性に関わる取組みを実効可能なものにするためには、従業員に対する ESD が重要であるが、これまでの第 1 回～3 回までの調査では特に取組みが進んでいなかった項目である。しかし、今年度は対象業種の違いなのか、企業の取組みの進展なのかは不明だが、従業員に対する ESD 教育が浸透してきていることを実感する多彩な ESD の展開

を見ることができた。

ESD の実施を具体的に見ると、研修を国内、海外ともに実施しているのはサントリーのみ、国内でのみ実施しているのはアサヒ、コメダ、サントリー、スターバックスであった。これらのなかで全従業員に実施しているのはコメダのみであった。研修方法は集合講座、eラーニング、ワークショップなど多様な研修を行っているのはサントリーであり、「水理念」をもとに、特に従業員の環境意識の向上のために廃棄物処理法セミナー講座、森林整備体験などの環境教育が充実している。また従業員向けの啓発資料を作成しているところもあり、アサヒは社内のイントラネットにサステナビリティに関する情報発信のコーナーの設置、コメダでは毎月、全社及びチェーン全店にメール配信のほか、事務所や工場にも NGO である JANIC 作成の SDGs に関わる啓発カードの掲示を行っていた。

さらに、外部である NPO・NGO、自治体、学校などに対して積極的に ESD を推進しているのはサントリー、コメダである。コメダではフランチャイズ加盟店会議やお客さまイベントで SDGs 講話を行っている。

E. 持続可能な調達

持続可能な社会への取組みは自社だけでは不十分であり、自社のサプライヤーにおける課題を把握して解決していくことこそ、真の社会・環境課題の解決につながっていく。本調査では、主にサプライヤーの把握、苦情申し立て制度、調達基準とその遵守の確認、そして実績の公開を質問している。順を追って見ていこう。

第一に、サプライヤーの把握について、三次調達先以上把握しているのは麒麟、二次調達先まで把握しているのはアサヒ、サントリー、コメダであったが、サプライヤーリストの公開は一社も存在しない。

第二に、サプライヤーからの苦情申し立て制度はアサヒ、麒麟のみに存在するが、いずれもウェブサイトのトップページから 3 クリック以上の奥にあるのが残念である。

第三に、サプライヤーにおける社会・環境問題を把握した際の問題の情報開示はどれも消極的であるが、問題解決に向けての行動と成果についてアサヒが情報開示を行うことになっていた。

第四に、調達基準については、アサヒ、麒麟、サントリーが一定の基準を持ち、公開していたが。サプライヤーへの適用については、三次調達先以上は麒麟、二次調達先まではアサヒとサントリーであった。また同三社は基準の遵守の要請を行っており、調査確認としていずれもアンケート調査を実施、さらに対話やサポートの実施まで行っていたのは麒麟とサントリーであった。

第五に、購入・調達実績の公開については、アサヒのみがウェブサイトで公開している。

これらの結果を見る限り、調達への取組みは企業間の差が大きいこと、サプライチェーン上の問題を把握して解決して、さらにそれを公開していくという実効性にはまだまだ大き

な課題を残しているのではないだろうか。

3. 全体的な評価と今後への期待

「ア持続可能な開発」の調査結果（図1）を見ると、企業間のばらつきが大きく、それは飲料メーカーとカフェチェーンとの間にとどまらず、同じ業種の間にも存在する。またそのばらつきは「ア持続可能な開発」の項目間にも存在する。つまり、企業には強みも弱みもある。全体評価が高くて、項目によっては低い評価の項目もある、全体評価は高くないが、一部の項目で見ると、対象企業の中では最も高い企業もある。また、項目中の半分は評価が高いが、残り半分が低い企業、すべての項目の評価が低い企業もある。企業は調査結果のみに注目するのではなく、これらの結果を受けて、強みをさらに強め、弱みを補強し、他社のよさを取り入れ、さらにはステークホルダーとの対話のなかから解を見出してほしい。

また第1回から今回の4回までの調査を通して変わらぬ問題として、情報開示の課題がある。全般的な傾向として、方針や基準、あるいはポジティブな取組みの開示には積極的であるが、ネガティブな実態の情報の開示には消極的であり、なかなか改善が見られない。たとえば、「持続可能な調達」は全般的に点数が低く、なかでも、「サプライチェーン上の問題」や「購入・調達の実績」に課題がある。「企業のエシカル通信簿」は企業の取組みを促すことだけが目的ではない。企業がその取組みの情報開示によって、消費者が社会・環境課題を認識し、その解決のための企業の行動を注視し、自らの選択につなげることを期待するものでもある。さらには企業の情報開示が他企業への刺激ともなり社会全体としての情報開示を加速させることにもなるのではないだろうか。

なお、今回、特に持続可能な開発への取組みが十分あると思われるのに、情報開示が十分ではないために評価できなかった企業もある。企業は持続可能な社会への取組みの実態をどのように開示するかを改めて検討する必要があるのではないだろうか。

