

## 「7. 環境」解説 「企業のエシカル通信簿」第5回結果発表会(2022.3.17)

### 7A 環境ガバナンス

#### 【環境部署】

「環境の取組みを担当する部署がありますか」という設問に対して「CSR 担当部署と合同の部署がある」または「専任部署がある」ことが確認できたのは半数の3社であった。多岐にわたる環境問題への対応を全社的に進めるために専任または CSR との兼任部署は、設置していただきたい。さらに専任役員(業務量の50%以上が環境問題への対応)がおられることを確認できたのは2社であった。

#### 【環境報告書】

環境報告書または CSR 報告(サステナビリティ報告)と環境報告を合わせた報告書を毎年度作成し、公表しているのは4社で確認した。

#### 【環境行動計画、環境行動基準、環境行動指針等】

以下の定義で計画、基準、指針等の有無を調べた。

- ・「環境行動計画」は重要な環境項目ごとに目標と行動内容を定めたもの。
- ・「環境行動基準」は、重要な環境項目ごとに目標や簡潔な行動内容を定めたもの。
- ・「環境行動指針」は全般的な環境行動の方向性を定めたもの。

環境行動計画を確認したのは2社、環境行動基準が確認できたのは2社、環境行動基準を確認したのは4社であった(重複チェックあり)。残念なことにどれも策定していない社が1社あった。

#### 【環境マネジメントシステム】

環境マネジメントシステム(EMS)を構築していたのは4社、未構築は2社であった。セブン&アイは、国内外の直接取引のあるサプライヤー、請負契約先企業や委任/準委任先企業に対して EMS の構築を推奨しており、その構築に支援も行っている。またセブン&アイは環境監査(内部監査も外部監査も)を毎年実施していた。7社中4社は、もし、環境事故が起きた場合、その事実を直ちに公表する体制になっていた。

#### 【グリーン購入(調達)】

グリーン購入(調達)を組織的に実施して、かつ、グリーン購入(調達)基準もしくはガイドラインの範疇とした購入物品・サービスに関して、その実績を把握し公開していたのはイオン1社であった。

#### 【環境配慮型製品・サービス】

自社が製造(委託生産を含む)する環境配慮型製品・サービスについて自社基準を設定しているのは、イオン(「TOP VALU グリーンアイ」)とセブン&アイ(セブンプレミアム)の2社であった。

#### 【環境研修】

全従業員を対象とした環境教育(単発の講演会ではなく、一定のカリキュラム化されたもの)に限る。また EMS で義務付けられた短時間の全社員対象研修を除く)を実施している企業はなかった。他の業種では、かなり実施されているので、スーパーマーケット業界でもぜひ取り組んでいただきたい。

### 7B 気候変動

2050年までにネットゼロを実現することは今や世界共通の目標だが、残念ながらこの目標達成に向けた方針を示していない企業も2社あった。一方で、2030年の段階で40%以上の削減をはかる企業が1社(パロー)、50%以上の削減をはかる企業(セブン&アイ)もあった。

温室効果ガスを削減する際、自社の直接・間接的な排出だけではなく、バリューチェーン全体で削減をはかる、つまりスコープ3までを対象にしていくことが重要だが、スコープ

3まで対象にしてCO2削減をはかっているのはイオンとセブン&アイの2社だった。同2社はSBT（Science Based Target）の承認についてもコミット中と回答しており、科学的根拠に基づいた削減を行おうとしている点は評価に値する。

温室効果ガスの削減をはかる際には再生可能エネルギーへのシフトがカギとなるが、再エネ100をめざす施策があり、かつ導入目標が決まっている企業はイオンとセブン&アイの2社のみだった。

脱原子力、脱石炭火力に関する方針等を明文化し、公表している企業は残念ながらなかった。ネットゼロを達成するためには脱石炭火力の実現は必須であり、また、平和への脅威にもなりうる原子力の推進はいかなる理由を持っても認められない。全ての生命の生存のためにも、経済的なリスク回避のためにも、企業が脱原子力・石炭火力の方針を打ち出すことを強く期待している。

地球温暖化対策のための国際的な枠組みであり、脱炭素化を目指している「パリ協定」に関して、積極的に支持・賛同することを明文化し、公表しているのは、2社（イオン、セブン&アイ）だった。

店舗での省エネ化については、全企業で何らかの取り組みを行っている。

ほとんどの企業で、ITを駆使して電力使用量を可視化することで節電を進める「エネルギー管理システム」や、LEDなど効率性の高い照明を導入していた。また、全社で導入していたのが、外気の流入を防ぐ「エアカーテン」と呼ばれるものなどを導入した冷凍冷蔵ショーケースでの省エネだった。これは、企業が特に省エネ化しようとしたものというより、現在のショーケースには通常搭載されているものだそうだ。

店舗での省エネ化はコスト削減にも直結するため、積極的に取り組んでいる姿勢が見られた。

気候変動対策全体については、セブン&アイとイオンが積極的に取り組んでいることが分かった（32点で同点）。

## **7C ごみ削減**

### **【調査概要】**

スーパーマーケットは、私たちの暮らし、特に食品や日用品の買物には欠かせないものになっている。購入品は殆ど全てが容器入りか包装された状態なので、家庭ごみのかかなりの割合がスーパーマーケット由来といっても過言ではない。企業として、ごみの削減をどう位置付けているかを公開資料でまず調査し、次に商品の原材料の調達から販売までの各段階でのごみ削減についての取組みを調査した。

### **【調査結果】**

どの企業も環境基本方針等に省資源・ごみ削減を掲げていたが、3Rの優先順位への言及はなかった。食品ごみとプラスチック容器包装について中長期目標を設定している3社（イオン、セブン&アイ、イズミ）が具体的な取組みについても概ね進んでいた。

食品ごみの削減で、食品残渣の再資源化は多くの企業が取り組んできた。今後は、出たごみの活用よりもリデュースに重点を置き、ITを活用した適正量の計画発注や品質管理、売切りの工夫に期待したい。

スーパーマーケット店頭での資源回収は、5社が何らかの形で取り組んでいる。消費者の協力が不可欠の取組みであり、消費者が協力しやすい店頭での情報提供や仕組み作りをさらに進めていただきたい。

「プラスチック資源循環促進法」（2022年4月）の施行に伴い、小売事業者が提供する使い捨てプラ製品の使用削減が義務化される。レジ袋の有料化のように消費者の理解が進めば急速に普及する。消費者が企業のごみ削減の取組みを応援し進めるためには、取組みについてさらに情報提供していただきたい。

## **7D 生物多様性**

生物多様性および生態系サービスに関する政府間科学政策プラットフォーム（IPBES）が2019年に発表した『地球規模評価報告書』によると、生物多様性減少への影響の大きさは（1）陸と海の利用の変化（農地や鉱山、埋め立てなどによる生息地の喪失）（2）生物の直接搾取（3）気候変動（4）汚染（5）侵略的外来生物 の順だった。

そのため企業のエシカル通信簿では、店舗や物流拠点など自社利用の土地建物での生物多様性保全と、サプライチェーンを通じた遠隔地での生息地喪失および木材や水産物など生物の過剰利用に注目した。

なお企業による生物多様性保全の取り組みとして、よく里山保全活動への協力などが挙げられるが、外部の活動への支援は、「社会・社会貢献」で評価し、生物多様性分野は本業での企業活動を評価した。

イオンが高得点だったのは「イオン生物多様性方針」が店舗の立地も含めた内容であったことによる。サプライチェーンにおける生物多様性への配慮は「イオン持続可能な調達方針」「イオンサプライヤー行動規範」による対応を評価した。

次点のセブン&アイは「セブン&アイグループお取引サステイナブル行動指針」による対応やリユース型店舗の取り組みを評価した。

ライフとイズミは認証商品の取り扱いのみが確認できた。

今回の調査では特別にウナギ及びウナギ製品のトレーサビリティの確保の状況を調査した。養殖に使うシラスウナギ（ウナギの稚魚）は違法行為に関わっている可能性が高く、水産流通適正化法の対象として今後規制されるからである。

イオンはすでに「イオンうなぎ取り扱い方針」があり、トレーサビリティを確保したウナギの販売を一部で行っているが、他社は取り組みが確認できず、または取り組みはないとの回答だった。今後、ウナギの対策をきっかけに商品のトレーサビリティ確保が進むことを期待する。

生物多様性に関する抗議運動については、「抗議運動がないこと」または「抗議に対処したこと」を公表している社はなかった。

前述の『地球規模評価報告書』では、先住民族や地域社会によって保持・管理されている地域ではそれほど生物多様性の減少が深刻ではなかったことが明らかにされている。抗議運動の有無は、企業活動が自然に調和した人間社会に配慮しているか否かの指標になるため、前向きに対応していただきたい。

## **7E 化学物質・食の安全**

**1. 目的：**製品製造過程で、健康や生態系をむしばむ可能性のある化学物質を削減、あるいは無くすこと

**2. 調査項目：**

- ①化学物質・その他有害物質を削減し、規制する方針、計画、取り組みについて
- ②自社の社屋の清掃などバックヤードの化学物質の取り組みについて
- ③消費者への情報開示について

**3. 結果**

- ・化学物質・その他の有害物質の削減等の何らかの取り組みは、6社すべての企業で実施。
- ・化学合成食品添加物の使用削減に取り組んでいる企業は6社のうち「セブン&アイ」を除いた5社。
- ・「無農薬、有機農産物等」又は「農薬、化学肥料の使用を削減した農産物等」の商品の取扱いは4社。両方に取り組んでいるのは3社（「イオン」「セブン&アイ」「ライフ」）

である。

- ・「ネオニコチノイド系農薬」（「イオン」1社のみ取り組み実施）「PFAS（有機フッ素化合物：何千年も分解されず、発がん性が疑われる）」の使用削減の取り組みをしている企業はほとんどなし。

- ・消費者への情報開示は、放射性物質に関して3社、化学合成食品添加物、トランス脂肪酸、遺伝子組み換えに関しては2社がWeb上及び商品等で実施。2社（「アークス」と「イズミ」）については開示していない。

- ・企業別にみると、「ライフ」と「イオン」は取り組みが進んでいた。その要因としては、「ライフ」は情報開示していること、「イオン」は13の削減項目の内4項目（PFAS2項目、環境ホルモン、遺伝子組み換え）以外で取り組んでいることが挙げられる。

- ・社屋、店内、厨房の清掃や消臭、防虫に関する取り組みは見られなかった。

#### 4. 調査を終えて

- ・取り組みが情報開示に反映されていない企業もあり、消費者への情報開示は十分ではない。

- ・ネット通販が多い現在、Web上や商品にきちんと商品情報を“表示”“公表”しておくことは、消費者の商品購入時の判断材料として必要であり有効である。

- ・化学物質・食の安全は、消費者の安全安心に直結するので、企業の一層の取り組みと誰もが見ても分かる情報開示が求められる。

## 7F 水

気候変動による干ばつや渇水、企業活動による水の過剰利用や汚染などにより、多くの人々が安全な水にアクセスできなくなる状況が増えつつある。こうした状況は企業が水を調達できなくなる可能性、つまり「水リスク」が増大することを意味し、企業にとっても好ましい状況とは言えない。

そこで水分野ではこの水リスクを把握しているかどうか、そのための解決策を講じているかどうか、水使用量の削減目標を持ち削減に努めているかどうか、水源涵養など原水保全を行っているかどうかなどについて質問した。

しかし、結果としては、セブン&アイが節水タップや雨水の利活用をした上で水の使用量のデータを公開しているのみで他は取り組みが見られなかった。

水は人が生きていく上で欠かせないものであり、それゆえにSDGsでも2030年までに全ての人に安全な飲料水へのアクセスを確保することがターゲットに含まれている。企業活動を通して多くの水を使用する組織の責務として、また、事業の継続性確保のためにも、水問題に早急に取り組むことを期待する。