

消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク(SSRC)

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 目的と活用法



認定NPO法人 環境市民 代表理事
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 杵本育生



環境破壊、格差・貧困、戦争・紛争、資源浪費、
パンデミック 私たちの世界は、このままでは持
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



SDGs 人類社会の持続可能性を危く する問題をまとめたもの

- 格差、貧困に関わる問題
- 環境の破壊に関わる問題
- 人権に関わる問題
- 平和非暴力に関わる問題
- 不公正に関わる問題
- 問題解決への示唆
- 解決 

持続可能な生産消費
パートナーシップ

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

世界を変えるための17の目標

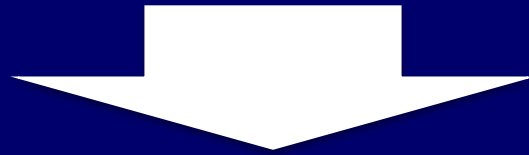


「持続可能な生産消費形態を確保する」

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

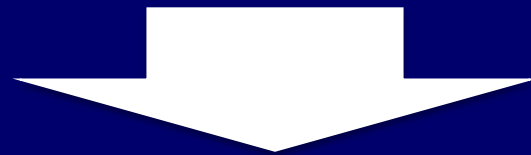
SDGs

人類世界が抱えている持続不可能な17の課題を解決するために、私たちが日常的に可能で効果的な行動はあるのでしょうか？



SDGs

人類世界が抱えている持続不可能な17の課題を解決するために、私たちが日常的に可能で効果的な行動はあるのでしょうか？



エシカル消費

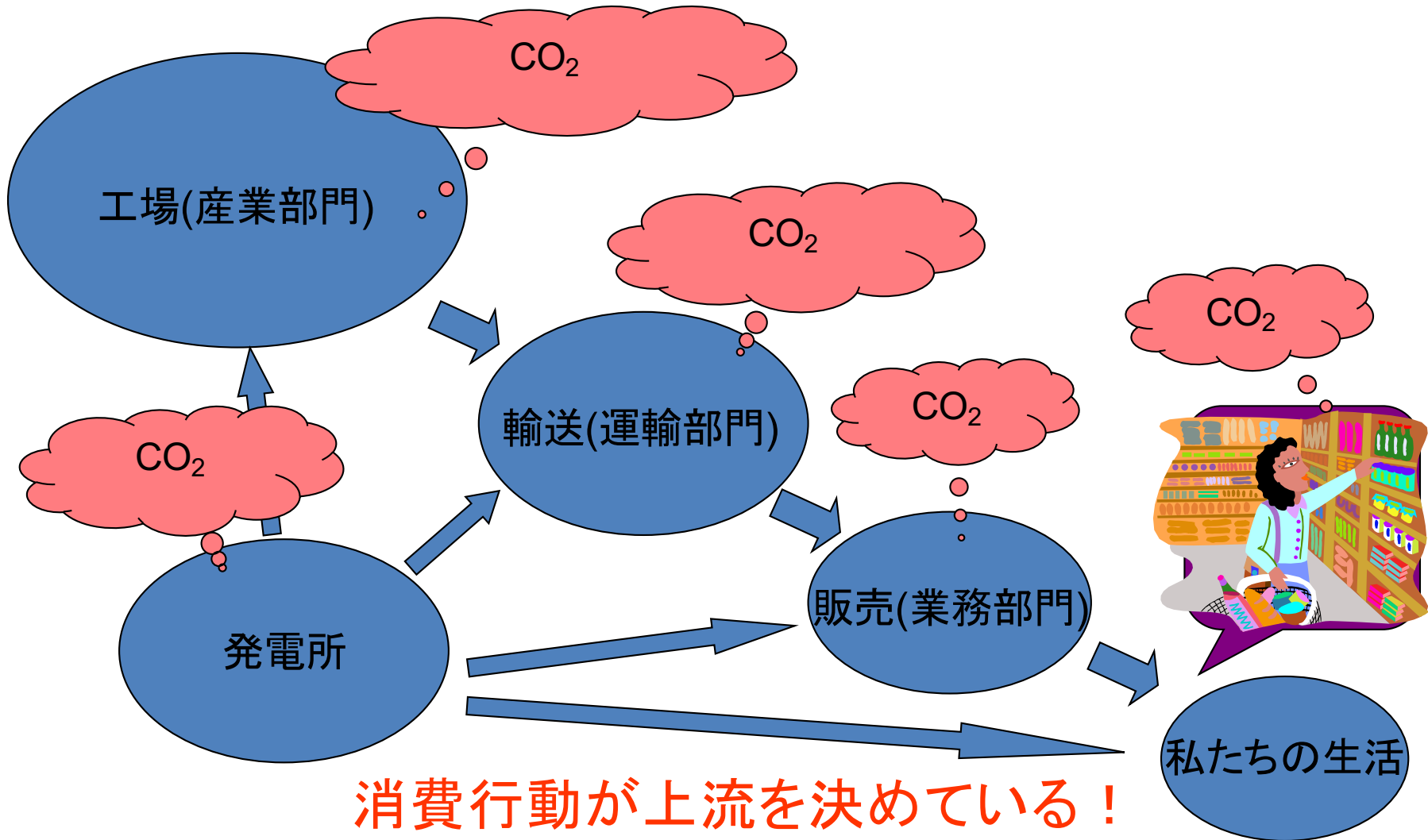
貧困をなくそう ジェンダー平等を実現しよう 人や国の不平等を失くそう 気候変動に行動をおこそう 海の生物を守ろう などなど



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
CSR活動に熱心な企業を選ぶ
人権や労働者を大切にしている企業を選ぶ



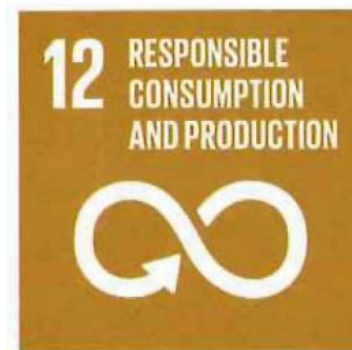
例えば脱炭素 産業で製造された製品を
選んで使うのは消費者



消費行動が上流を決めている！

:資料作成:グリーン購入ネットワーク

エシカル消費



ねだん

デザイン

品質

便利さ

美味しい

楽しさ、安全、
健康、……

+

環境

公正・倫理

平和

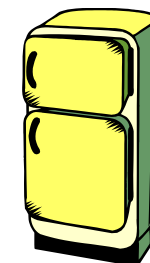
未来

人権

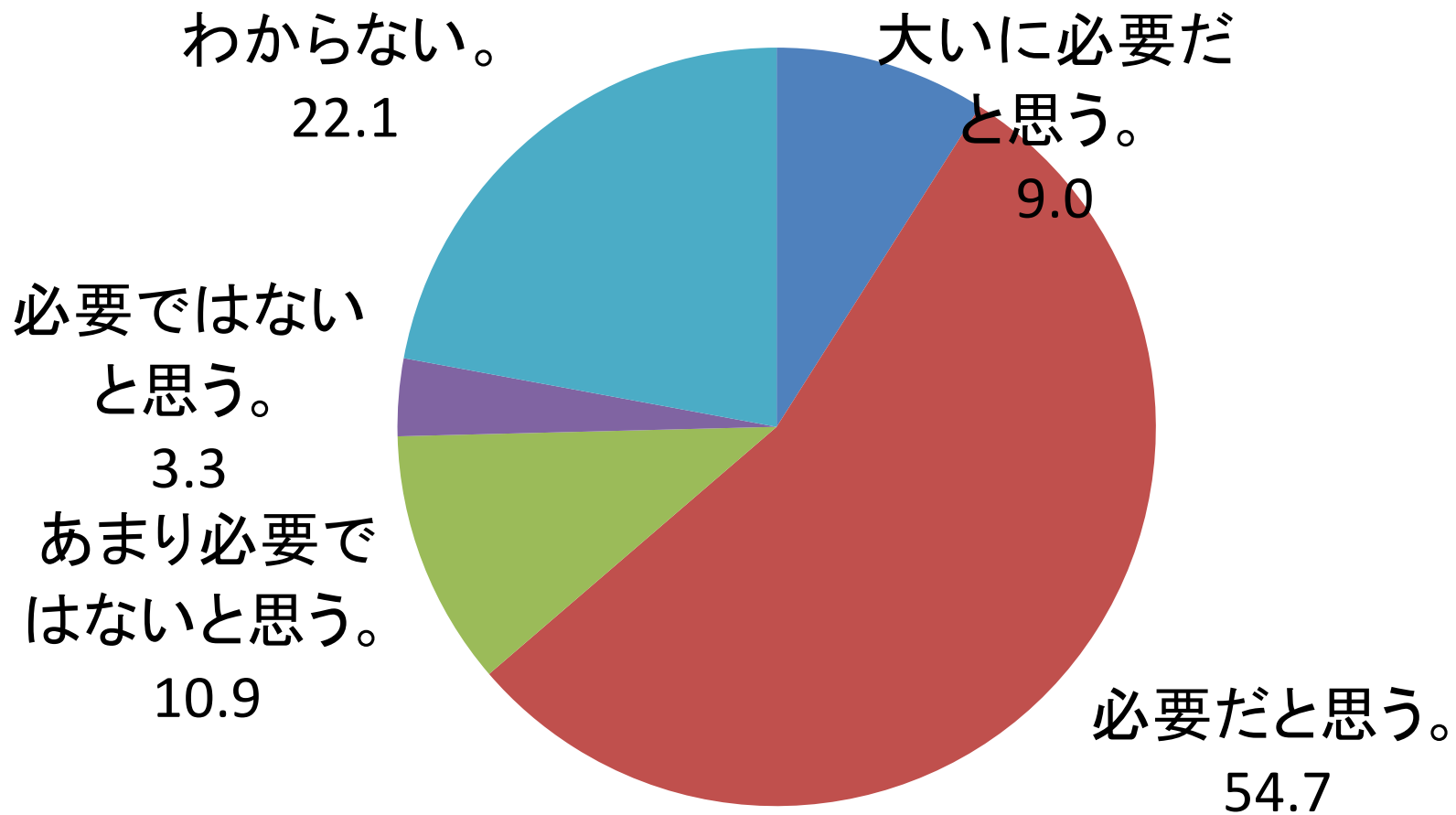


=

エシカル消費



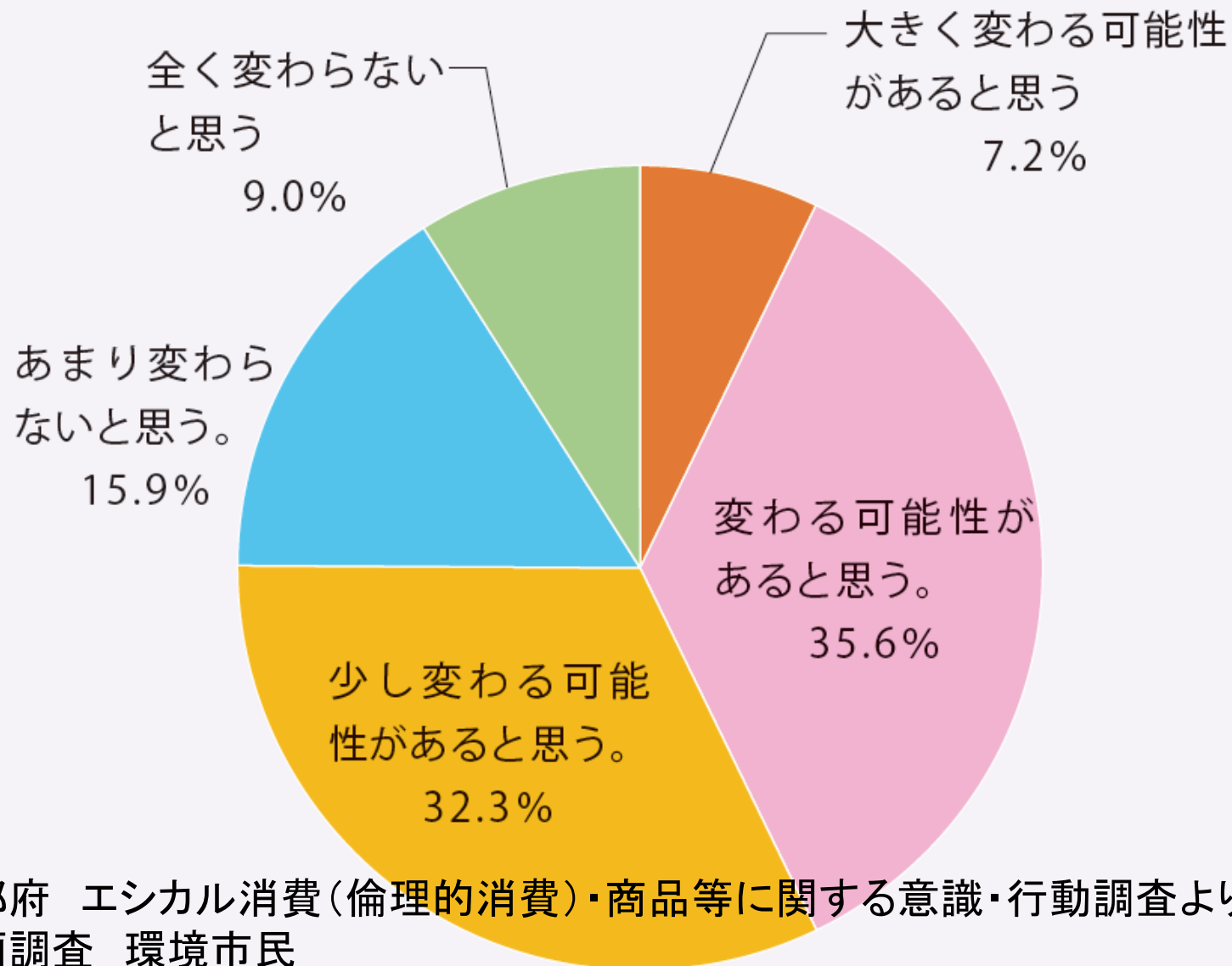
エシカル消費の考え方、行動は社会にとって必要だと思いますか。



京都府 エシカル消費(倫理的消費)・商品等に関する意識・行動調査より
企画調査 環境市民

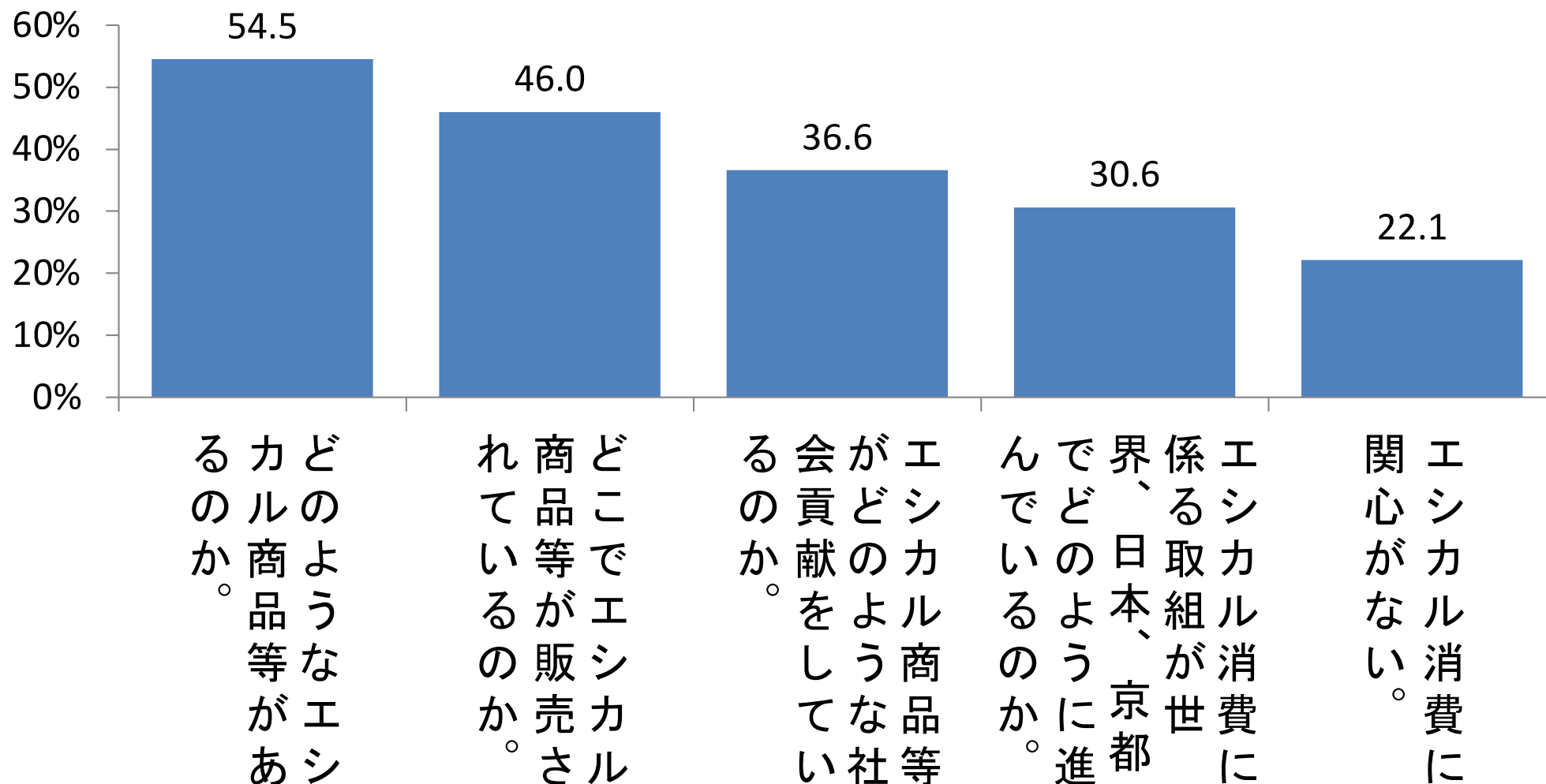
8. エシカル商品等の認知と商品選択

- 7割以上の方が「エシカル商品等を知れば商品選択は変わる」と思っています。



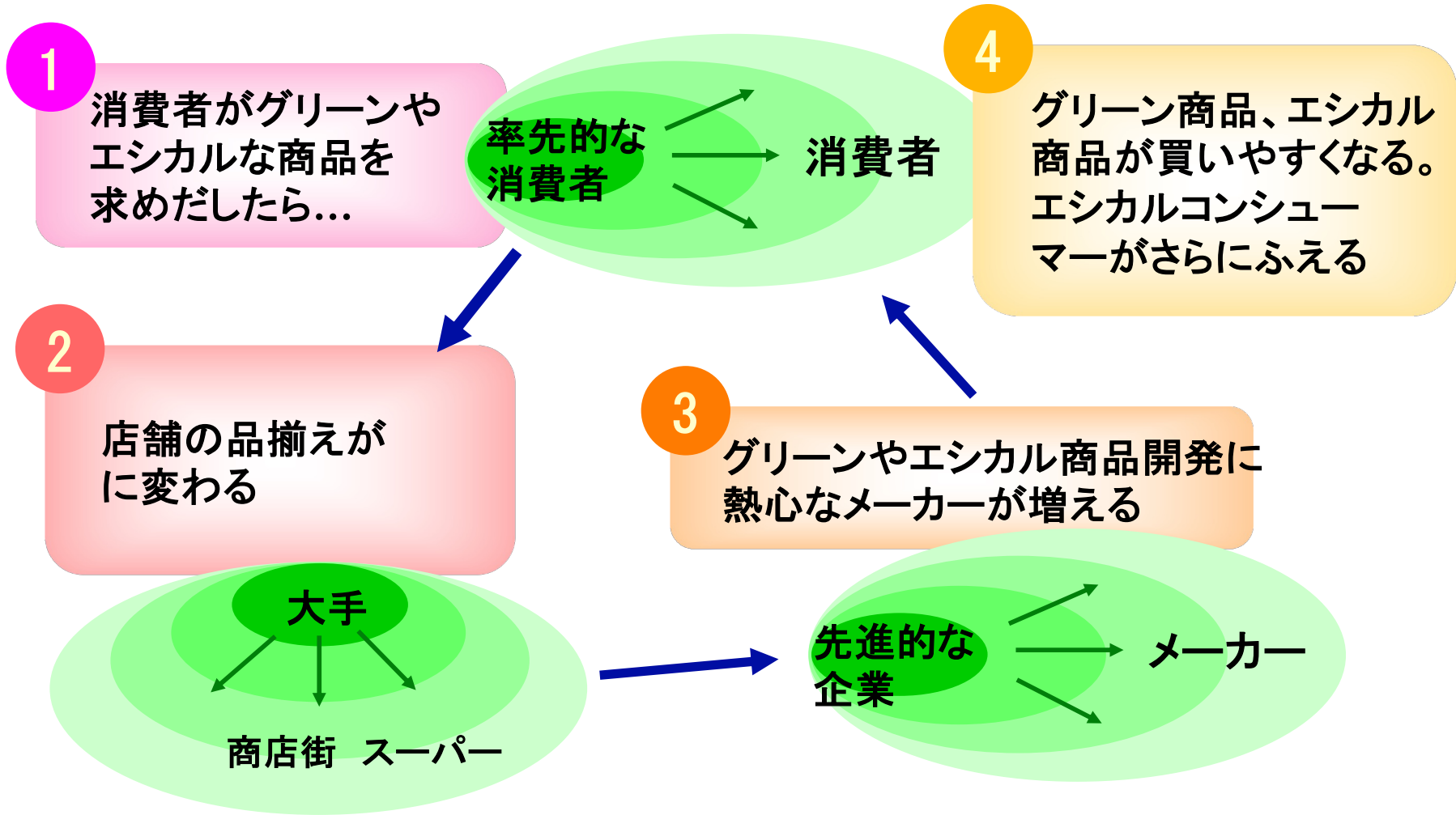
京都府 エシカル消費(倫理的消費)・商品等に関する意識・行動調査より
企画調査 環境市民

エシカル消費についてどのようなことが知りたいですか。あてはまるものを全てお答えください。



京都府 エシカル消費(倫理的消費)・商品等に関する意識・行動調査より
企画調査 環境市民

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、**情報とコミュニケーションが必要**

the.idea

voting with your wallet

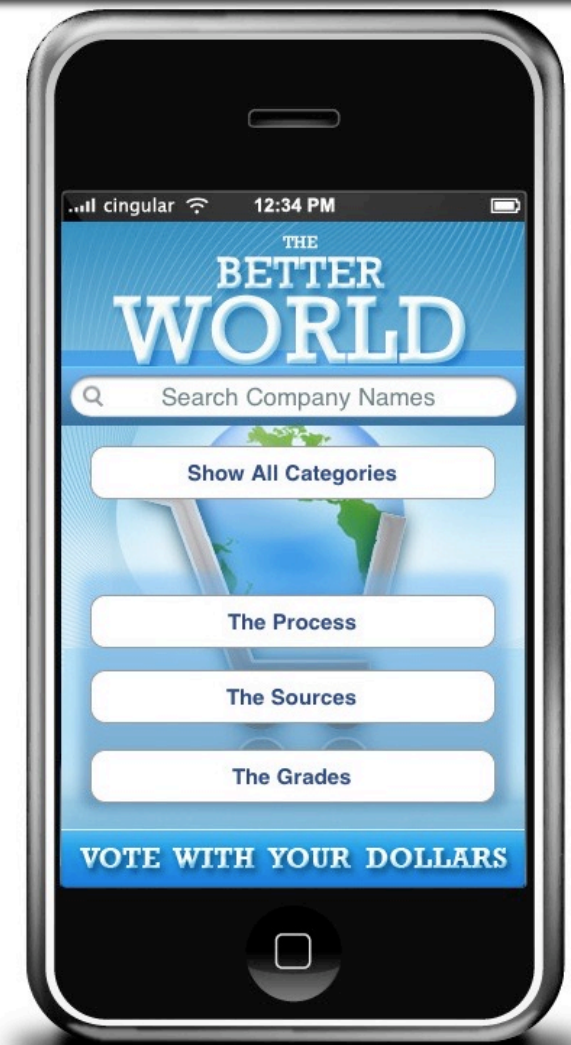
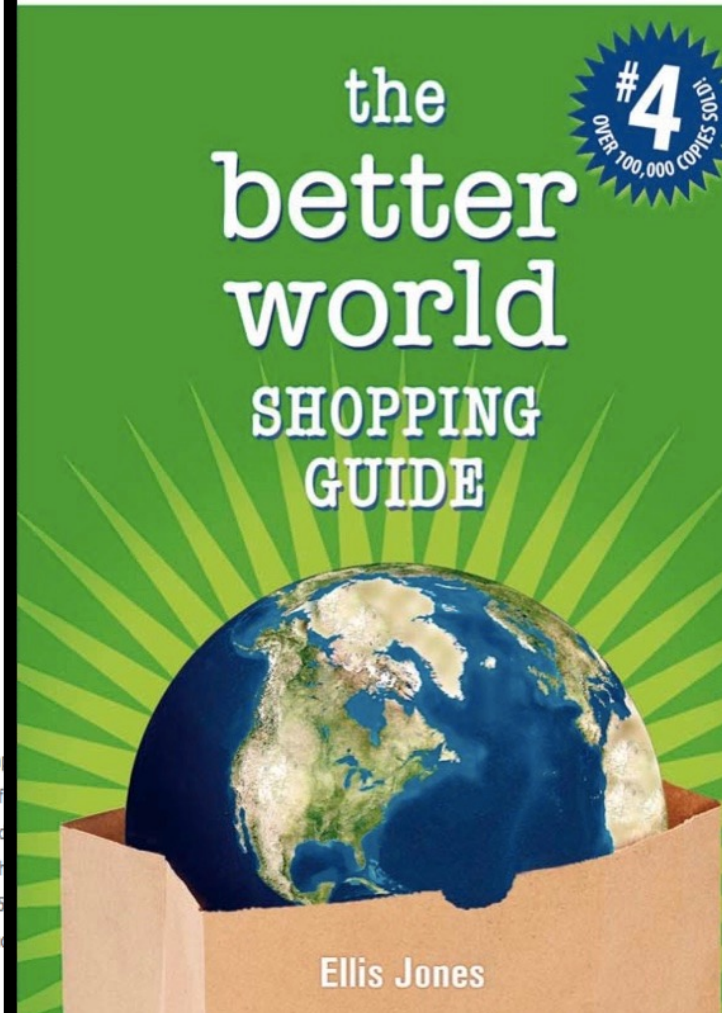
BETTER WORLD SHOPPER

✓	HUMAN RIGHTS
✓	THE ENVIRONMENT
✓	ANIMAL PROTECTION
✓	COMMUNITY INVOLVEMENT
✓	SOCIAL JUSTICE

the.website

BETTER WORLD SHOPPER is a site dedicated to providing people with a comprehensive, up-to-date, reliable account of the social and environmental responsibility of companies on the planet AND making it available in practical forms that individuals can use in their everyday lives. Coming out of more than 5 years of intensive research and development, the site is based on a comprehensive database of over 1000 companies and utilizes 25 different sources of data to cover everything from the environment to human rights, community development to animal protection.

EVERY DOLLAR MAKES A DIFFERENCE



グッド・ガイド アメリカ

Find **safe, healthy, green, & ethical** product reviews based on scientific ratings.

With over **250,000** products on our site, we can help you find what you're looking for.

Search for products ✕

SEARCH

GoodGuide Ratings

GoodGuide scientists rate products on a 0 to 10 scale for their health, environment, and social impact.



WORST 0 BEST 10

SCORE 8.6 out of 10

 <p>Health (0-10)</p> <ul style="list-style-type: none"> Ingredients Health Impacts Certifications 	+	 <p>Environment (0-10)</p> <ul style="list-style-type: none"> Resource Use Environmental Impact Transparency 	+	 <p>Society (0-10)</p> <ul style="list-style-type: none"> Consumers Workers Safety Community
---	---	---	---	--

The overall score for a product is an average of the above three scores.

[Read more about our ratings >](#)

Got kids?
Keep 'em healthy with fresh tips from GoodGuide.



READ OUR BLOG

Good Guide ウェブサイトより

shampoo

 <p>5.5 overall score</p>	 <p>6.0 overall score</p>	 <p>4.7 overall score</p>	 <p>P/D overall score</p>	 <p>4.7 overall score</p>
Mario Badescu All Purpose Egg Shampoo 16OZ	Lip-Ink Dermaliquid Hair Shampoo	Beauty Without Cruelty Aromatherapy Hair Care Daily Benefits Shampoo	Mill Creek Botanicals Biotin Shampoo	Kiss My Face Whenever Shampoo

Find safe, healthy, green & ethical products based on scientific ratings.

How it Works



Video Introduction



Purchase Analyzer



Your Personal Filter



Transparency Toolbar

High Rated



6.8

Aquaphor Baby Gentle Wash & Shampoo

8.0 Health

7.0 Environment

Low Rated



4.2

Curly Peek-A-Boo Shampoo


6.0 Health

3.2 Environment

AT&T 21:31

Back Product Details

Steaz Energy - Orange



7.5 Overall Rating

7.3 Health

7.8 Environment

7.5 Society

Nutrition Facts (tap for more)

Amount Per Serving	% Daily Value
Serving Size 8 fl oz.	
Total Calories	90
Calories from Fat	0

Products Scan My Progress Community Login

ethical since 1989
consumer

Explore ethical ratings of 40,000+ brands and products

[Sign in ▾](#)
[Subscribe](#)

- Home
- Energy
- Fashion & Clothing
- Food & Drink
- Health & Beauty
- Home & Garden
- Money
- Retailers
- Technology
- Travel



Cookie Settings

持続可能な消費へ



◆企業を選ぶ

「企業のエシカル通信簿」

市民目線でほんとうに「良い」企業を応援 企業のCSR・SDGs・環境活動のレーティング評価 第1回は食品加工、アパレル、第2回は、宅配、化粧品、コンビニを対象。その後は家電メーカーと外食チェーン、カフェチェーン、飲料品メーカー、スーパーマーケットを対象に、今年度は食品加工

◆品物をえらぶ

「ぐりちょ(GREEN & ETHICAL CHOICE)」インターネットとスマートフォンで商品選び。お店でも家庭でもすぐに選べる。 双方向性サイト

ぐりちょ で検索して使ってみてください **改定中**

「企業のエシカル通信簿」

- 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・SDG活動・環境活動を市民・NPO目線で調査し、レーティング（10段階）評価で紹介
- 2016年度よりこれまでに、アパレル、食品加工業、化粧品、コンビニ、宅配サービス、家電、外食チェーン、飲料品、カフェチェーン、スーパーマーケットの10事業種の売上額上位の各5社程度を対象に公開情報を基にした調査と各社とのコミュニケーションでの情報の確認を実施
- 調査分野は、持続可能な社会、環境、人権、社会・社会貢献、平和・非暴力、アニマルウェルフェア

エシカル通信簿活用法

- 消費者・・・買い物の選択に
- 投資家・・・投資先の選択に ESG投資に
- 学生等・・・就職先の選択に SDGs活動の指標に
- 企業・・・取引先、サプライチェーンの選択に

特報部 FAX 03 (3595) 6911 Eメール tokuho@chunichi.co.jp

企業の通信簿 成績は？

環境や人権の問題に取り組み市民団体のネットワークが先月、企業の姿勢を評価する初の「エシカル通信簿」を公表した。エシカルは倫理的という意味の英語。商品の価格や性能以前の問題として、製造過程で環境に配慮しているか、劣悪な労働環境ではないかなど、企業姿勢を項目ごとにチェックした。欧米で浸透している試みだが、さて、日本企業の成績は？

(橋本誠)

人権、環境…7項目 市民団体が評価

「環境問題も人権問題も、根底にはそうしたことに頓着せず、生産、消費してしまつてお金もうけ中心の考えがある。頑張っている企業を消費者が応援した」と、エシカル通信簿を公表した「消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク」(SSRC、三四四団体)の枚本育生共同代表が、活動の狙いを話す。通信簿は、①持続可能な開発(社会)②環境③消費者④人権⑤社会・社会貢献⑥平和・非暴力の動物の福祉⑦環境・人権の問題に取り組む市民団体のネットワーク。初回は、生活に密着して購入の機会が多い加工食品とアパレルの二業種から、売上高上位の各五社を対象にした。採点は、各項目を専門とする団体が担当。ホームページやCSR(企業の社会的責任)報告書などの公開情報を調査。各社に確認し、三月下旬に公表した。計十社のうち、二酸化炭素(CO₂)と廃棄物の削減目標を設定していたのはそれぞれ五社。食品会社はいずれも安全に関する情報を

利益追求社会に一石 「消費で応援を」

分かりやすく説明していた。障害者雇用促進法が規定する「労働者の2%相当の障害者雇用」を達成しているのは五社だった。一方、持続可能性を経営理念などに明記していたのは一社だけ。適正価格で取引するフェアトレード商品、採掘されている企業はなく、拘束飼育を避けるなどの動物への配慮は進んでいない。枚本さんは「食品会社のほうが取り組みが進んでいるが、同じ業種の中でも差が大きい。今後は対象の業種や企業を増やしたい」と話している。企業側は「どう受け止めたのか」「消費者」「人権」で「8」と高評価を受けた味の素の担当者は「当社の強みや弱みに気付けた。みんながおいしいものを食べて健康に暮らすことを目指しているが、そのためのサポートに対する意見の違いを



「Eコースの追跡」

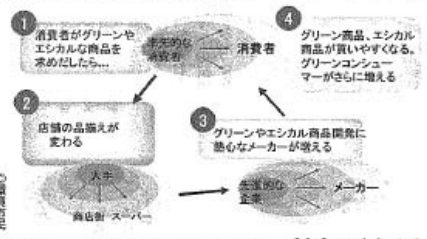
対話で埋めていくことが大事」と話した。「人権」「社会」が高かった明治ホールディングスの担当者は「『持続可能な社会』について、ここへっかかり取り組みたい。今後の情報発信にも生かす」とする。東京都大の中原秀樹名譽教授によると、企業のエシカル評価は一九六九年ごろ、米国でベトナム戦争に

加担する投資を見直す運動から始まった。八〇年代には米国と英国で情報誌が創刊されたが、日本では国連で二〇三〇年までの「持続可能な開発目標」が採択されたのを受けて一六年にSSRCができるまで、動きはなかった。「日本人は(武裝勢力の資金源になる)紛争鉱物に無知。海外では子供を働かせた企業は非難的だが、これも国内の反応は鈍かった」と指摘する。福島第一原発事故の影響もあり、近年になりようやく企業活動をチェックする機運が高まりつつあるという。中原氏は「二二年のロンドン五輪が持続可能五輪を掲げたのに触発され、東京五輪でもフェアトレード活用などが検討されている。差別されている人たちがいる現実から目をそむけてはならない」と訴えた。

「買い物から社会を変える」

「買物から社会を変えよう」と、市民による「企業のエシカル通信簿」のプロジェクトがスタートして、目下が盛り上がり、購入している商品の製造、販売プロセスや人権の問題などについての勉強会をしながら各店舗へ情報提供を続けている。消費者は、グリーンやエシカル商品を探し、購入し、価格を支払う。メーカーは、消費者の要望に応え、商品を開発、生産、販売する。この循環が、社会を変える。この正の回転をすすめるには、情報が必要

消費と生産を持続可能なものにするには



「エシカル通信簿」実施



企業を対象にした「エシカル通信簿」の結果を報告する枚本育生さん(左端)ら＝東京都千代田区で3月28日

「この通信簿は、私たちが商品を消費する一つの指標になるのだ」と、東京の日本経済文化財団の代表理事で、エシカル通信簿の発行を主導する枚本育生さんが話す。枚本さんは「消費者が商品の生産、販売のプロセスを調べ、情報提供をする。これが、社会を変える」と話している。

「この通信簿は、私たちが商品を消費する一つの指標になるのだ」と、東京の日本経済文化財団の代表理事で、エシカル通信簿の発行を主導する枚本育生さんが話す。

持続可能な消費・生産へ

「情報の重要性」「企業側認識」この調査は、企業の回答を依頼。SSRCのホームページに掲載されている「エシカル通信簿」の調査結果を公開し、各企業が「持続可能な消費・生産」の実現に向けて取り組むことを促す。また、調査結果を公表し、消費者の意識を高め、企業の活動を促す。この調査は、企業の回答を依頼。SSRCのホームページに掲載されている「エシカル通信簿」の調査結果を公開し、各企業が「持続可能な消費・生産」の実現に向けて取り組むことを促す。また、調査結果を公表し、消費者の意識を高め、企業の活動を促す。

←毎日新聞→東京新聞



MYECOの「マイ」は、「MY(私)と「毎日新聞」の「MY」をかけたものです。「毎日新聞」の「MY」は、「MY(私)と「毎日新聞」の「MY」をかけたものです。近エゴを分かりやすく伝える「E」をコンセプトに、環境問題の特集記事や毎日の生活に役立つ情報をお届けしていきます。

ぐりちよ 環境に、人権に、社会に、未来に、動物にもっと配慮した買い物がしたい
でも、どの品物がいいの？ どこで買えるの？



現在改定中

スマホやインターネットで、店頭でも、どこでも
気軽にエシカルな商品を選べれば……



ポテトチップス
Potato chips



チョコレート
Chocolate



シャンプー
Shampoo



コーヒー豆
Coffee beans



タオル
Towel



卵
Egg

現在：ポテトチップス チョコレート コーヒー豆 紅茶 緑茶 卵 豆腐醤油
食パン ハンバーガー アウター スニーカー シャンプー タオル トイレット
ペーパー の15品目 約300商品、360店舗を掲載 **現在改定中**