

サステナビリティ体制

2016年度は「持続可能な開発」

サステナビリティ体制チーム

- ・伊藤武志
- ・管いづみ
- ・古谷由紀子（発表者）

方針・計画・部署

大きく進展

2022年度

- ・方針（10社）
- ・計画（10社）
- ・部署（9社）

横断的委員会
も設置

（監督体制） ※択一選択

監督	3/10社
監督・支援	6/10社

2016年度

（方針）

2/5社

従業員への取組み（教育・浸透・改善）

大きく進展

2022年度

・すべての従業員
に実施（8社）
・正社員に実施
（1社）

教育

浸透

4/10社

改善

4/10社

課題は浸透・改善

2016年度

（教育）

1/5社

【事例】

- ・月1回の「サステナ講座」（e-ラーニング）
- ・冊子配布
- ・社内ポータルに専用ページ

サプライチェーン（把握・基準・基準適用・開示・苦情申立）

企業による差が大きい

2022年度

■ 調達先把握

一次まで（3社）、二次まで（4社）、3次以上（1社）

■ 調達基準

基準あり、公表（9社）

■ 調達基準の適用（※複数選択）

取引開始時の確認（3社）

セルフチェック・アンケート調査（7社）

定期的報告（4社）

二次サプライヤー以上にも 文書での確認（2社）

現地調査（5社）

■ 調査結果の開示

なし、もしくは不明（5社）、公表（3社）、改善結果の公表（2社）

■ 苦情申立・救済制度

なし、もしくは不明（4社）

3クリック以内でたどり着く（6社）

2クリック以内でたどり着く（0社）

進展

2016年度

（基準・実績
公表）

1/5社

いっそうの情報
開示に期待

アクセスしやすい苦情申
立制度の構築が課題

ステークホルダーとのコミュニケーション（ダイアログ、エンゲージメント、情報開示）

企業による差が大きい

充実を期待

実施部門の広がりも見られる

2022年度

ダイアログ

※択一選択

重要課題について必要に応じて実施

経営・サービスに反映

サステナビリティ推進部門以外でも実施

6/10社

年1回

0/10社

2/10社

2/10社

【事例】

- ・定期的な労使懇談会
- ・視覚障害者との対話
- ・投資家とのIRミーティング

エンゲージメント

※複数選択

少なくとも1つの重要課題への取組

5/10社

部門ごとに実施

2/10社

経営・サービスに反映

8/10社

すべて充当企業は1社

【事例】

- ・マテリアリティの特定
- ・サプライチェーン（工場、物流など）上でのエンゲージメント
- ・経済人コー円卓会議でのNPO/NGO対話
- ・アニマルウェルフェアについてのラウンドテーブル
- ・NPOとのエンゲージメント

情報開示

※複数選択

正負の影響の取組を公表

9/10社

負の影響への取組と是正を公表

5/10社

自社の現状と課題の公表

6/10社

すべて充当企業は3社

【負の影響への取組事例】

- ・プラスチックの排出防止
- ・廃棄プラスチックのリサイクル
- ・CO2削減
- ・食品廃棄削減
- ・外国人労働者の把握とガイドライン作成

消費者の保護・支援

消費者の保護・支援チーム

芦田育美

小山澄子（発表者）

下村委津子

田崎由子

古谷由紀子（資料作成）



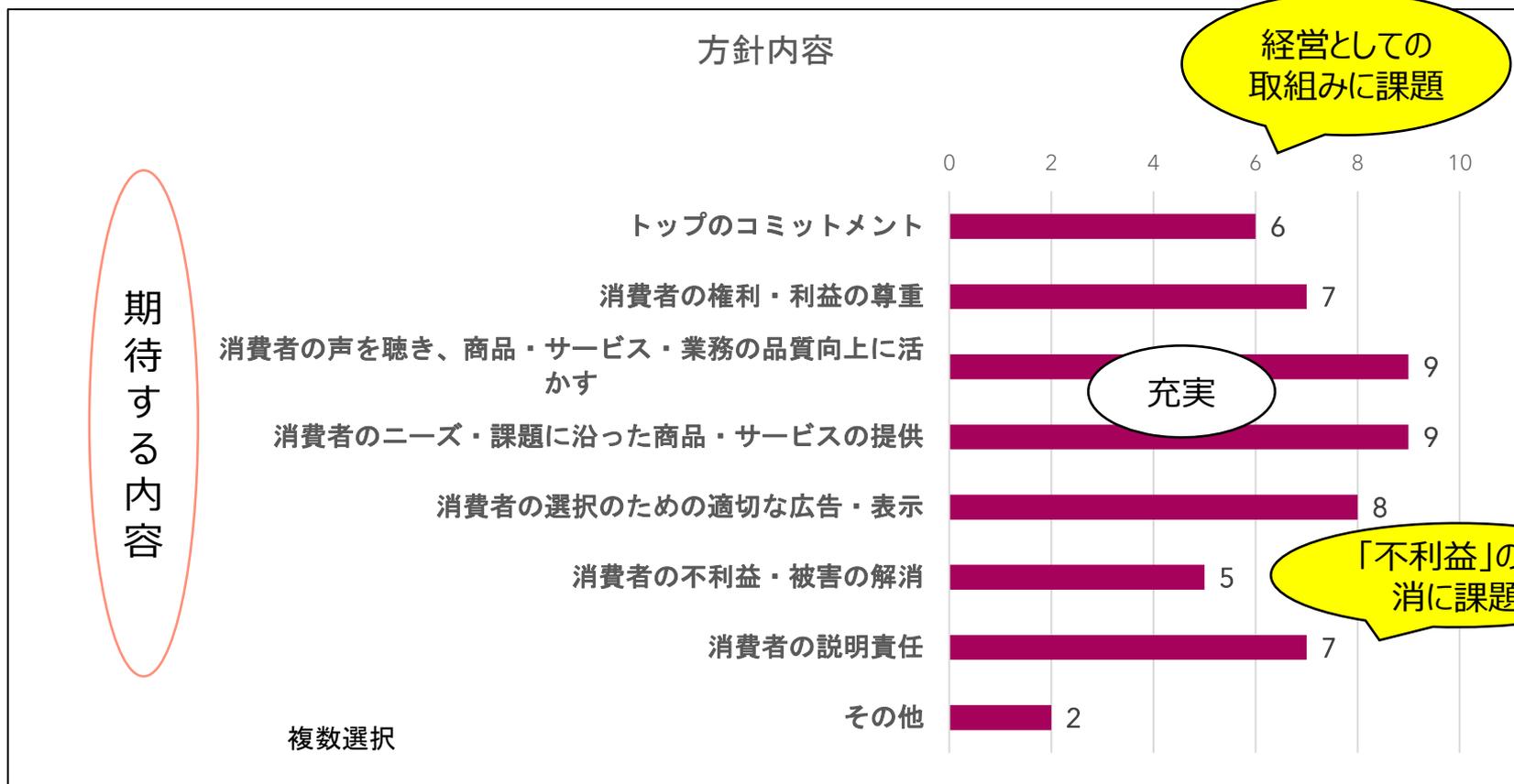
報告にあたって

多くの企業は消費者の保護・支援の体制を整備している。
しかし、その取組みの内容や方向性はさまざまである。
取組みの現状とわたしたちの期待を報告する。

考察1

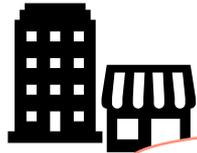
消費者志向経営の方針はあるが、内容は適切だろうか

- 消費者庁「消費者志向自主宣言」 6/10社
 - 方針策定・公表企業と合わせると9/10社が方針策定・公表
- 方針の内容はさまざま



考察2

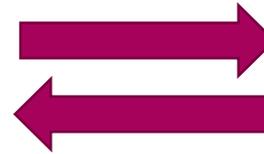
企業と消費者の関係はどうあるべきか



企業

売ることに重点？

対等であるはず

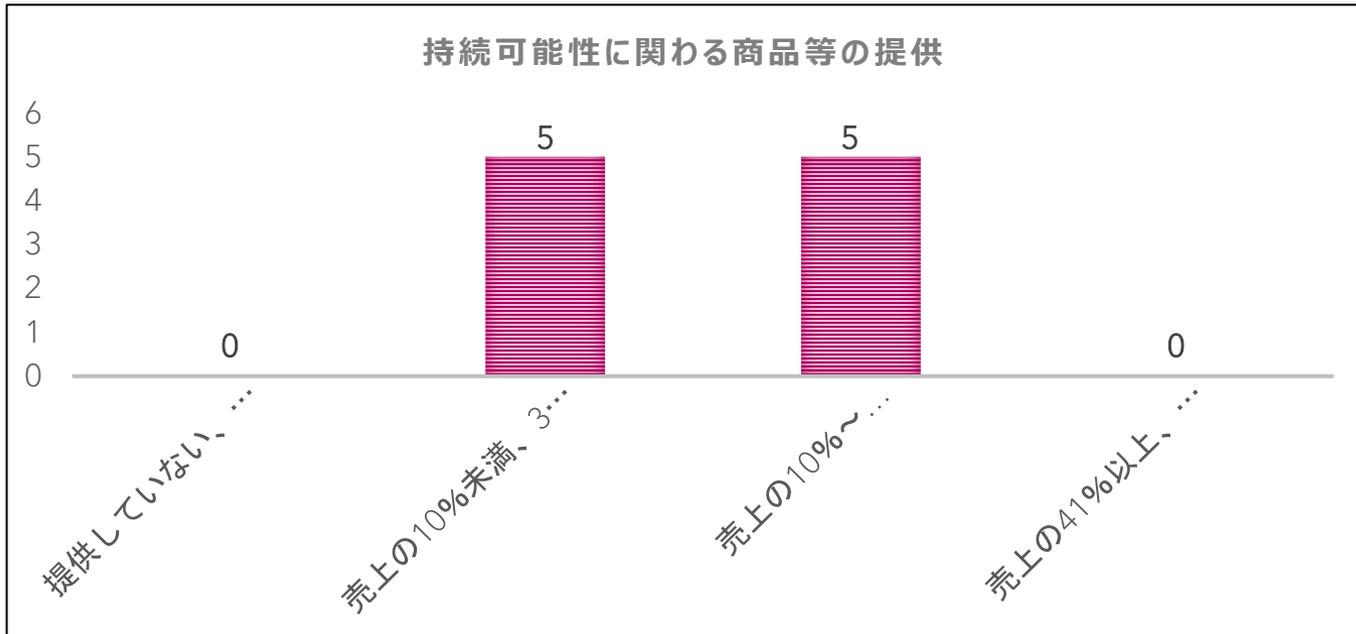


消費者



社会の一員

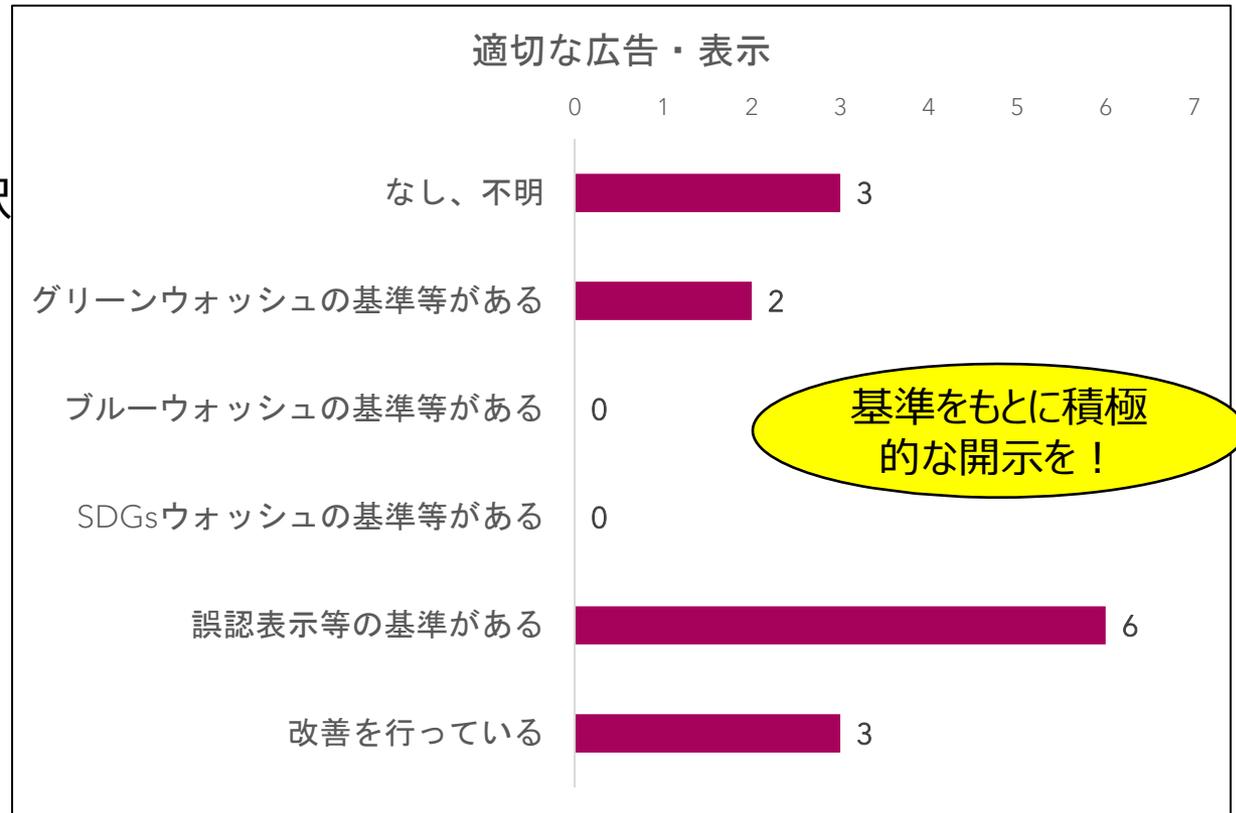
消費者を利益を得る対象とのみ捉えてないか



いっそうの情報開示を期待する

- 情報開示は進んでいる
 - サプライチェーン上の社会・環境課題について「正」「負」の影響の開示の広がり（5/10社）
 - 持続可能な消費を促すための情報発信・啓発（8/10社）

- いっそうの拡大を期待
 - 消費者の適切な選択



補足【調査からの気付き】
HPがわかりにくい



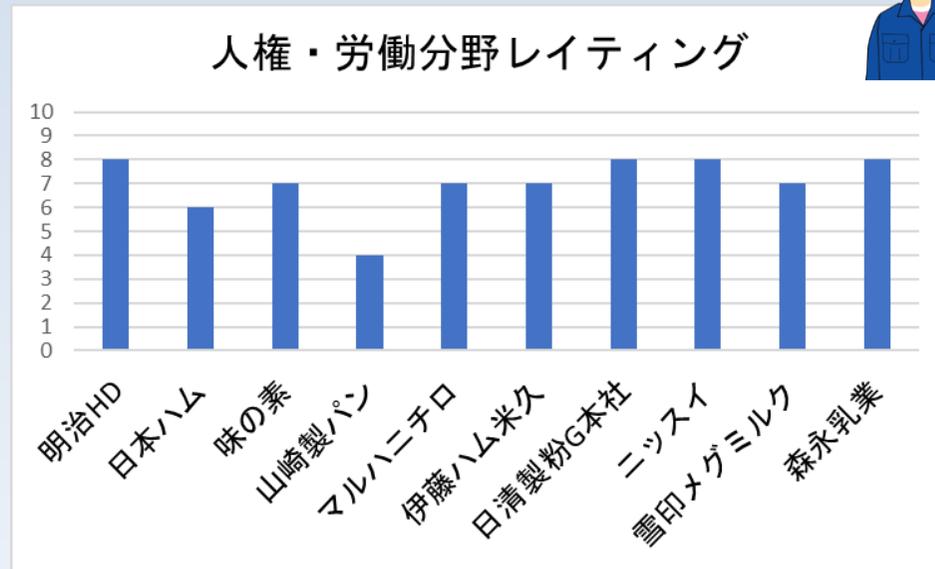
「3. 人権・労働」解説

2022年度「企業のエシカル通信簿」結果発表会 (2023.3.17)



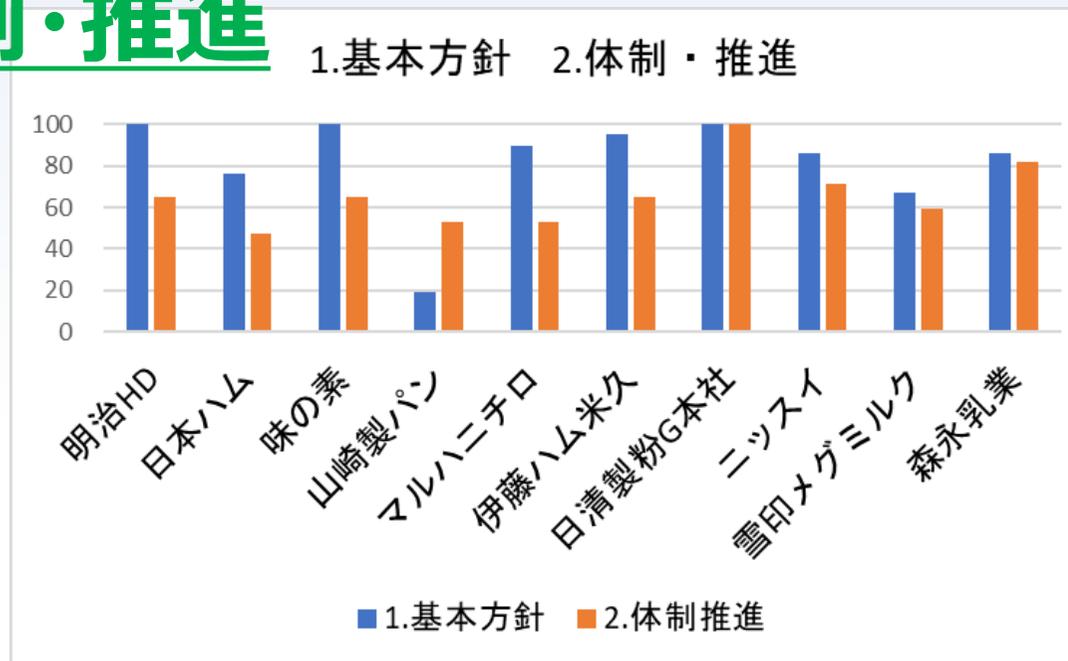
概要

- ・「ビジネスと人権」は「国連主導の新たな取り組み」から、「すべての企業がいかに日常業務に組み込むか」の段階へ
- ・「だれひとり取り残さない(SDGs)」= **すべての人権を守る**
- ・投資家・消費者の厳しい目にさらされ、**企業の取り組みは年々改善・活発化**



1. 人権に関する基本方針 / 2. 体制・推進

- ・ **9社**が世界人権宣言・ILO宣言などを採択
- ・人権デューデリジェンスの全プロセスを実施しているのが**5社**、部分的実施が**4社**
- ・**中長期計画**に人権尊重を盛り込んでいるのが**8社**
- ・人権尊重の推進（**研修など社内浸透の仕組み、相談窓口の設置**）について、**全社**が何らかの体制を整えている

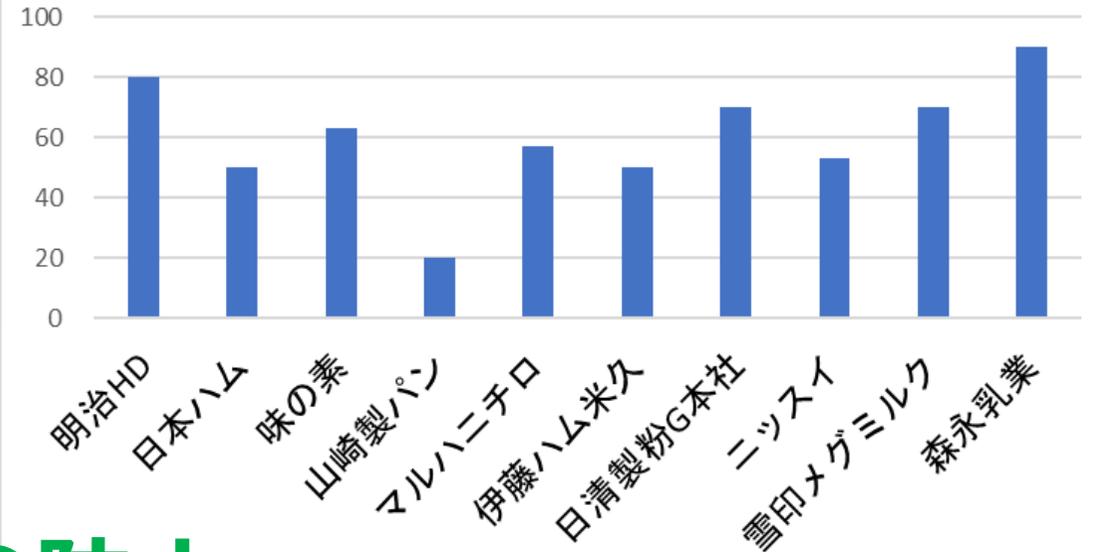


3. 多様性に配慮した職場環境の整備

- ・政府主導の**女性活躍・子育て支援・障害者雇用**については**全社**が何らかの取り組みを実施。女性管理職比率は**各社**向上。「くるみん」認定(子育てサポート企業)**9社**。
- ・**LGBTQ+**への取り組みは**7社**。ただし理解増進の取り組みや多目的トイレ設置等があっても、具体的社内制度への反映は**森永乳業**と**明治HD**のみ。



3. 多様性に配慮した職場環境の整備



7. 社会全体での人権侵害助長の防止

- ・**ジェンダーの役割固定や性の商品化／差別を助長するような広告、幹部発言の有無**
- ・**ほとんどは該当なし**。(1件、萌え系アニメとのコラボが悪用招いた事例あり)
- ・発信の仕方によっては、差別など**社外の不特定多数に対する**人権侵害の可能性がある。
- ・企業は特に、SNSでの炎上など**レピュテーションリスク**に注意が必要。
- ・他にも、社内旅行・社内イベントでの性的搾取・海外駐在員による児童買春など、**企業(従業員)が人身取引に加担する可能性**にも留意。(本調査では割愛)



4. 自社における労働搾取の防止



- ・児童/強制労働、労働時間、賃金、労働組合等
- ・社内規定があっても非公開が多い（法令遵守で自明？）
- ・労働関連法遵守だけでは防ぎきれない人権侵害もある
- ・就活生の関心も高い ⇒積極的に公開を！

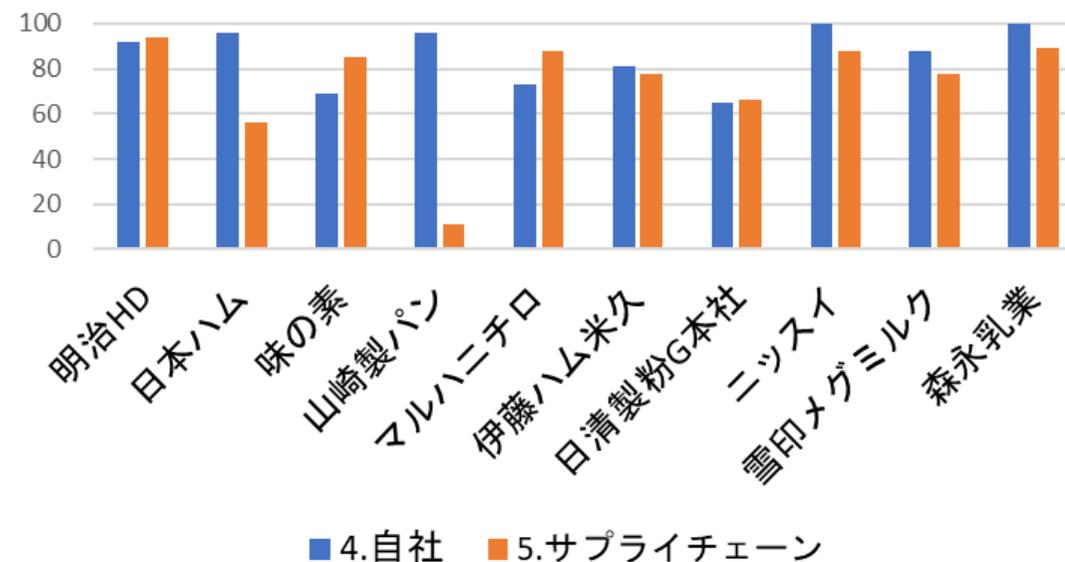
- * 明治HD「外国人雇用ガイドライン」作成
- * マルハニチロ・伊藤ハム米久・ニッスイ・雪印メグミルク外国人技能実習生の雇用に関し調査・ヒアリング・交流実施
- * 森永乳業「ビジネスと人権救済対話機構 JaCER苦情処理メカニズム」を導入

5. サプライチェーンにおける労働搾取の防止

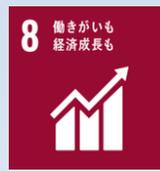
- ・経産省・経団連からのガイドラインが発行
- ・サプライヤー = 日本企業も含む(技能実習現場なども)
- ・「サプライヤーに人権尊重を要請しているか？」
 - ⇒ 8社が監査・調査を行っている
 - ⇒ 9社が「サプライヤー取引調達基準」等を作成
- パスポート保管禁止・離職の自由の保障・体罰や強制帰国の禁止等も挙げられており、評価に値する
- ⇒ 人権尊重を調達の判断基準にしているのは 1社（森永乳業のみ）
- ・4社が英国/オーストラリア「現代奴隷法」に対応
- ⇒ 今後はぜひ、業界全体での取り組みを！



4. 自社 / 5. サプライチェーンにおける労働搾取の防止

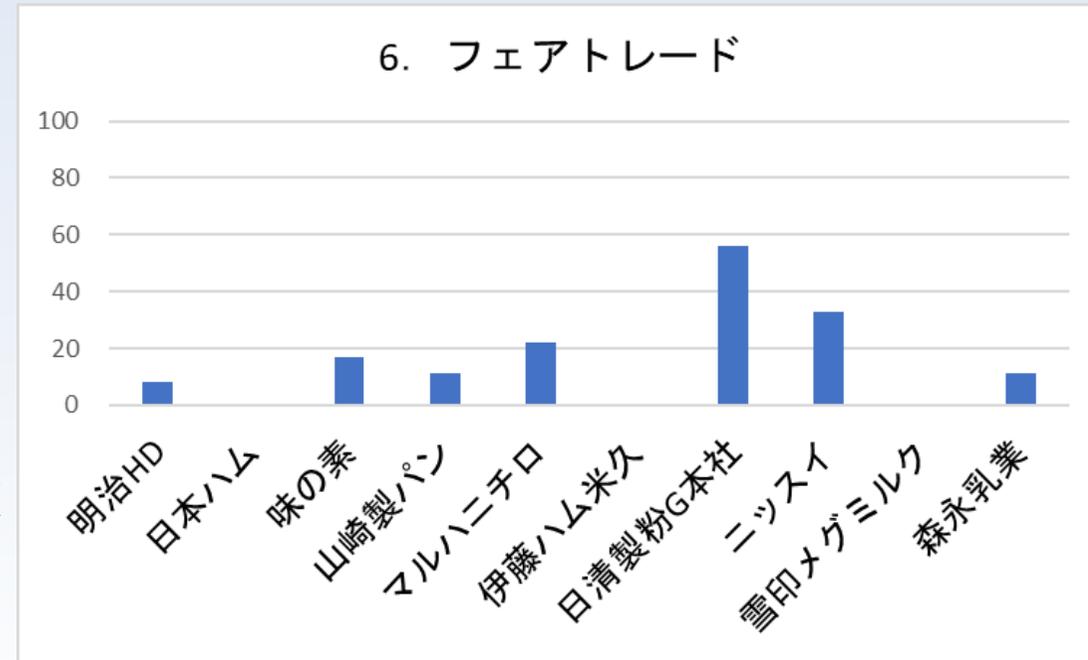


6.フェアトレード



フェアトレード(FT)は、SDGsの少なくとも8つのゴールの達成に有効である

- ・FT製品の社内利用・製造・販売状況について調査
(社内利用：社内食堂、来客用飲料、ノベルティなど)
- ・国際フェアトレード認証商品採用は日清精粉のみ
- ・MSC,ASC,4C,RSPO,FSC,RAなどのサステナブルな基準を採用している企業が5社
- ・自称「フェアトレード」「エシカル」「サステナブル」など第三者認証の無い商品が増加
- ・フェアトレード認知率は38.8%まで上昇／知名度は53.2% (2022日本フェアトレード・フォーラム調べ)
- ・就活生も社会貢献度の高い企業への関心が高い
- ・エシカル消費実現のための入り口として、今後ますますフェアトレードの導入が期待される



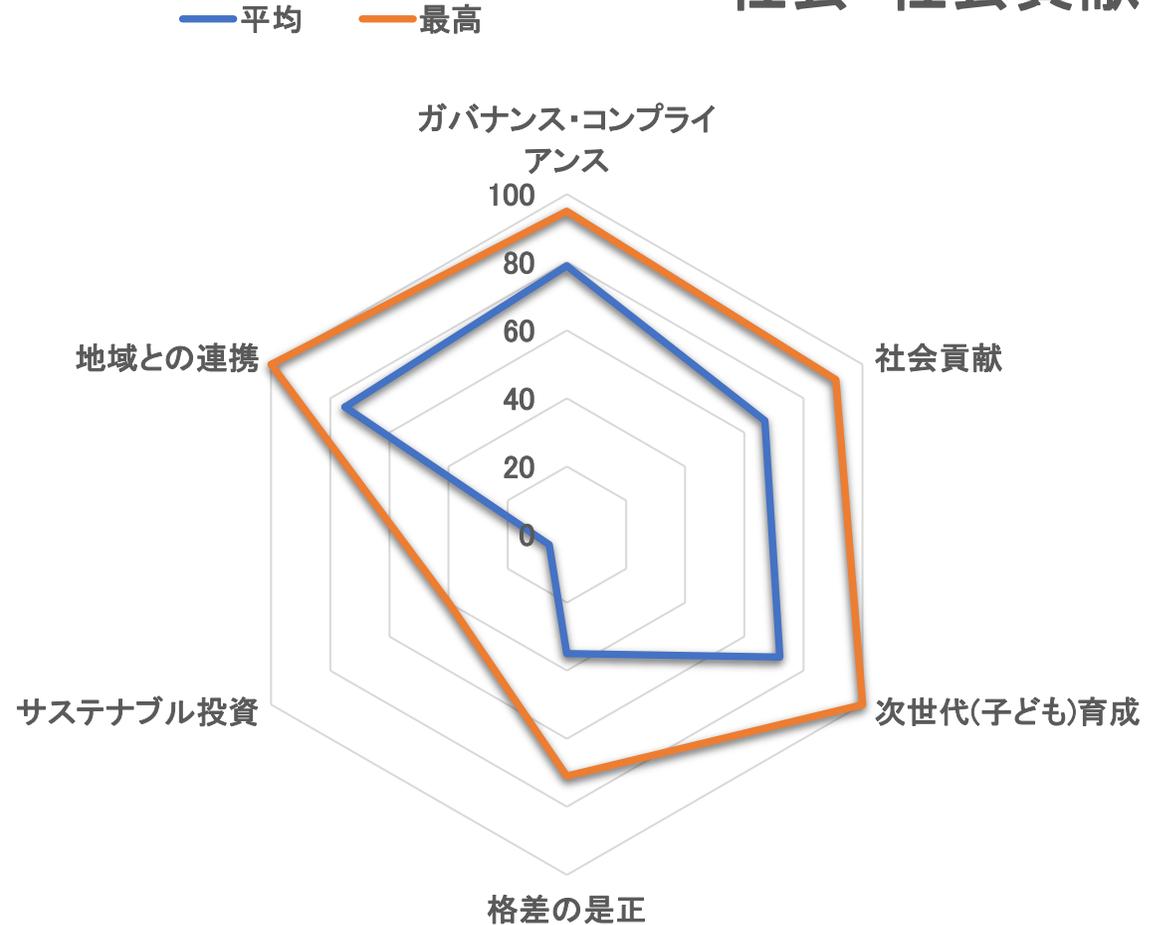
人権・労働担当:小吹岳志(日本フェアトレード・フォーラム) 山岡万里子(ノット・フォー・セール・ジャパン)
調査協力:萱野智篤(フェアトレード北海道)

社会・社会貢献

枚本育生 田村夏子 下村委津子

企業の社会貢献の形は様々ですが、
思いつきの社会貢献でなく、
社会から得た利益を、
社会にどのように還元していくのか、
どう貢献していきたいのか、
方針が定まっていることにより、
社会貢献は「経費」ではなく「投資」
になるのだと考えられます。
そのような視点も含めた設問となっています。

社会・社会貢献



中項目で見る最高点と平均点
次世代(子ども)育成への取り組みでは、
「子ども食堂」への支援が多かった。

1. ガバナンス・コンプライアンス分野

「公益通報者保護法」の改正法が2022年6月に施行を受けて内部公益通報受付体制については各社とも整備が進んでいることが分かった。特に、「事業者の外部への窓口設置」「グループ企業共通の一元的な窓口の設置」については10社とも設置していた。また、体制をつくるだけでなく9社については周知に取り組んでいることが確認ができた。更に、8社が内部通報の件数を公表しており、情報の公開に関しても取り組みが進んでいた。

2. 社会貢献

「社会貢献活動」については10社とも何らかの活動をされており、さらに、NGOとパートナーシップで複数年にわたり活動がおこなわれている企業が7社もあった。一方で、社会貢献活動やNPO支援については以前であればCSR報告書としてこれららの活動は容易に確認できたが、サステナビリティ報告書では探しにくくなっている。ESGの影響によるものか、環境や人権などに関する自社の取り組みが多く紹介され、NGO/NPOとの連携については紹介が少なく、ヒアリングする中で確認できたものが多い。また、寄付先を選ぶ際に、社員投票や社員が選考委員になるなどの社員が関わる事ができると回答した企業は1社のみ。ボランティア休暇・休職等の制度があるのは4社であった。企業が社員に市民活動参加を促す余地はまだ十分ある。

3. 次世代(子ども)育成

10社とも「生活困窮にある子どもへの生活支援」活動を行っていることが分かった。今回と対象企業が食品加工メーカーということもあり、子ども食堂への食料提供など比較的支援をしやすい環境にあるためだと思われる。また、同様の理由からか食育についても9社が取り組みをしていた。

4. 格差の是正

2021年4月から「同一労働同一賃金」が施行されたが、この方針を確認できたのが5社のみだった。

今回はじめてCEOと従業員との所得差についての問を設けたが、所得差が10倍以内が1社のみ。欧米のグローバル企業のように100倍以上の所得差がある企業はなかったが、CEOと従業員の所得差が大きくなっていることが分かった。

また、内部留保(利益剰余金)については、2016年度と2021年度を比較して10社全ての増加が確認できた。

内部留保を社員に還元することが格差解消になるとは一概には言えないが、増加させることが最善の策なのか再考することが望まれる。

5.M&A等におけるサステナブルな基準

投資をする際にサステナブル基準（視点）を取り入れている企業は1社のみであった。事業運営においてはサステナブルな取組みをする傾向が強いが、投資先を選定する際にはまだ明確な基準として設けていない企業が多く、**今後は投資先選定においてもサステナブル基準（視点）を活用することが望まれる。**

6.地域との連携・地域への影響

「自治体と地域包括協定を結んでいる」企業が7社あり、地域との連携を試みている企業が半数以上あることが分かった。

SDGsでもパートナーシップでの社会課題の解決が重要と位置付けられていますが、企業と市民セクターとのパートナーシップによる取り組みは、毎年多くは見つけれません。

専門性あるNGO/NPOと取り組むことで、社会への貢献度、相乗効果がアップすることも多くあるはず。NGO/NPOとの対話で、見えない壁を突破してください。



消費から
持続可能な社会をつくる
市民ネットワーク

平和・非暴力

「企業のエシカル通信簿」

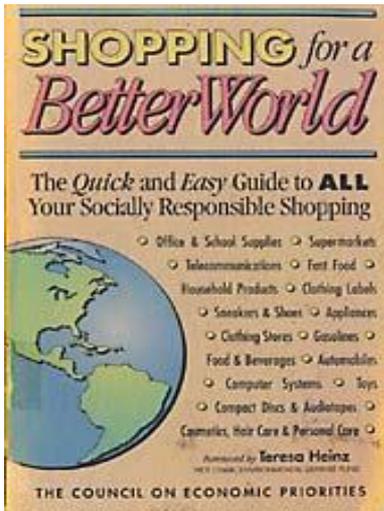
結果発表会

石崎雄一郎（発表者）

木次和歌、篠原ゆり子

平和な社会～戦争・紛争・兵器等によって命の危険にさらされない、
人種・民族・文化・信仰・性別・身体的特徴によって迫害されない、
大規模開発によって住む場所を汚染・収奪されない、
あらゆる拷問・拉致・暴力行為を受けない社会～

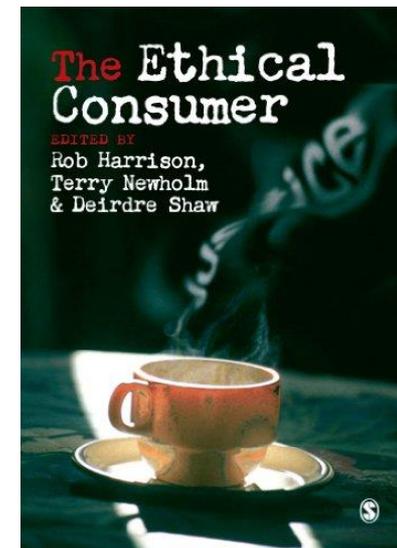
欧米での市民・NGOによる企業レイティングは、平和のテーマから始まった



SHOPPING for a Better World

ベトナム戦争に関わる企業には自分のお金を投資したくないという**投資者の声**に
ベトナム戦争に関与していない企業を
調査して投資者に情報を提供

ETHICAL CONSUMER設立のきっかけは
南アフリカのアパルトヘイト問題



(一般社団法人
日本エシカル推進協議会)

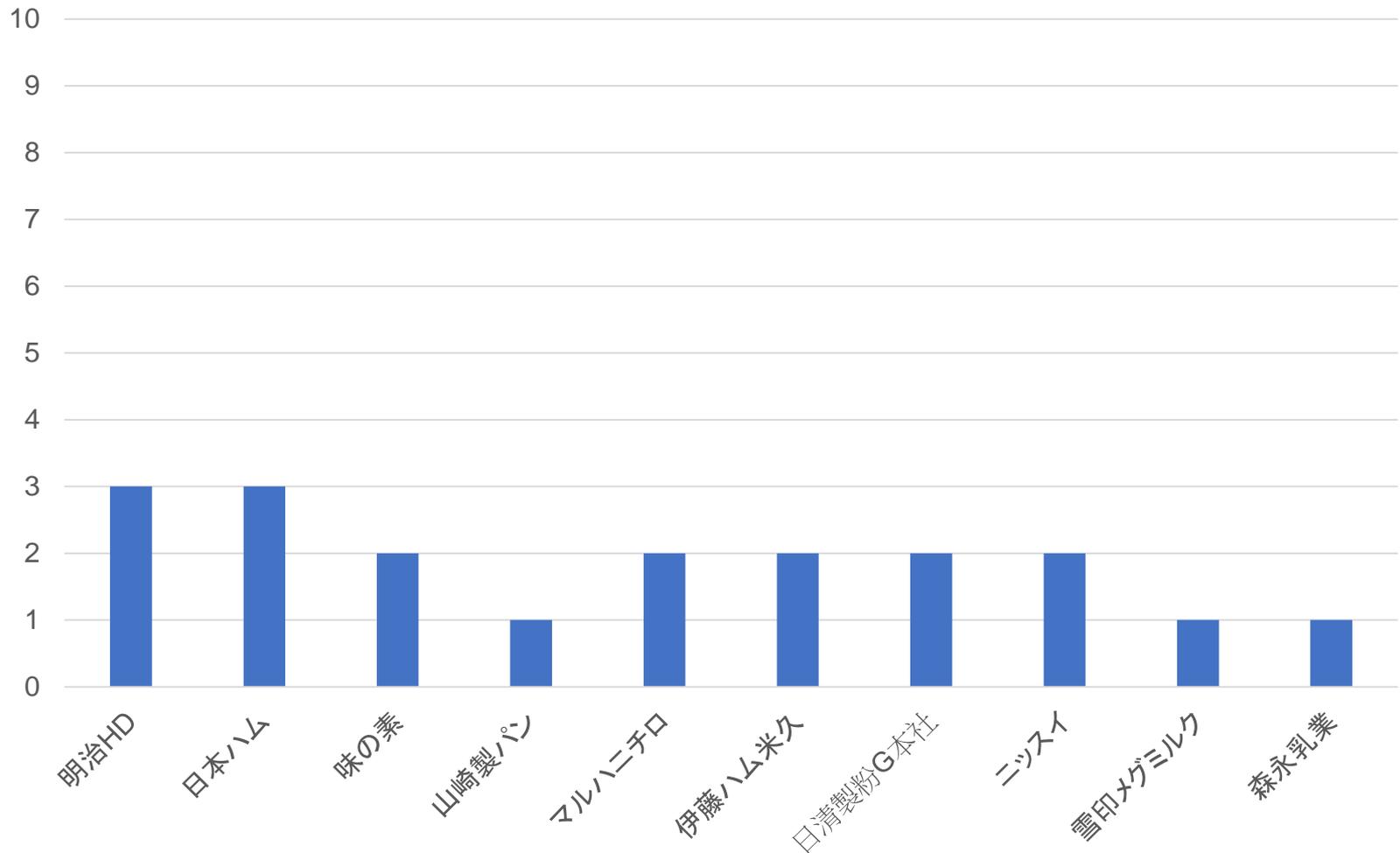
1975年から**反アパルトヘイト**のボイコット運動
その後動物実験、エアゾール・・・「どのボイコットを選ぶべきか」という雑誌が必要→『Ethical Consumer』誕生

ロシアのウクライナ侵攻（2022年） ミャンマーでのクーデター（2021年）

軍事政権下、民主主義が危機にある状況下での取引や調達などの経営判断
日本企業も緊急の対応を迫られる可能性が常にある



平和・非暴力



- 「平和・非暴力」に関する方針、計画を持つ社は0社
- 回答があった企業のチェックが増えて加点された
- 「紛争地域との関わり」に関する調達方針があった社が高得点

「紛争原因に関連する責任ある調達」に関する方針

企業活動における調達が紛争に関わっている事例が指摘されている。鉱物資源だけでなく、あらゆる資源にそのような可能性があり、**企業として調達方針を定め、自主的に責任ある調達を実施する**必要がある。

平6-A-1「紛争地域との関わり」に関する調達方針がありますか。
また、武装勢力の資金源となる等で紛争原因を生まないように、調達方針において、鉱物等についての責任ある調達を定めていますか？

明治ホールディングス「明治グループサプライヤー行動規範」

「紛争鉱物などの使用禁止・原材料などの調達物品について、武装勢力や犯罪組織の資金源となるなど、紛争や犯罪に関与する可能性のあるものを使用しません。」

https://www.meiji.com/pdf/sustainability/procurement/supplier_code_of_conduct.pdf

日本ハム株式会社「ニッポンハムグループサステナブル調達ガイドライン」

https://www.nipponham.co.jp/csr/human/supply_chain/res/pdf/220930.pdf

「紛争や犯罪の関与のない原材料の使用・犯罪や紛争へ関与する製品（非人道的行為に関わる原材料・紛争鉱物等）の使用を防止します。」

取引先に任せっぱなしや認証に頼るだけではなく、自社／取引先の調達方針策定と調査の実施が重要！難しい場合は、**NGO等に相談すること**も。

ALL 1からの
飛躍!

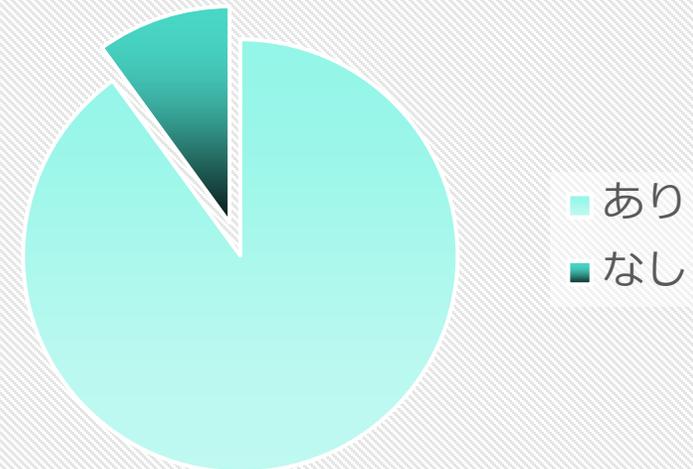
アニマルウェルフェア

明治HD	日本ハム	味の素	山崎製パン	マルハニチロ	伊藤ハム 米久HD	日清製粉 GH	ニッスイ	雪印メグ ミルク	森永乳業
2	4	2	1	1	2	1	3	1	1

アニマルウェルフェアについて、日本企業がここ数年で方針を持ち始めた！

方針がまったくなかった1社を除き、なんらかの形でアニマルウェルフェアに言及。
得点差も大きかった。

アニマルウェルフェアへの
言及



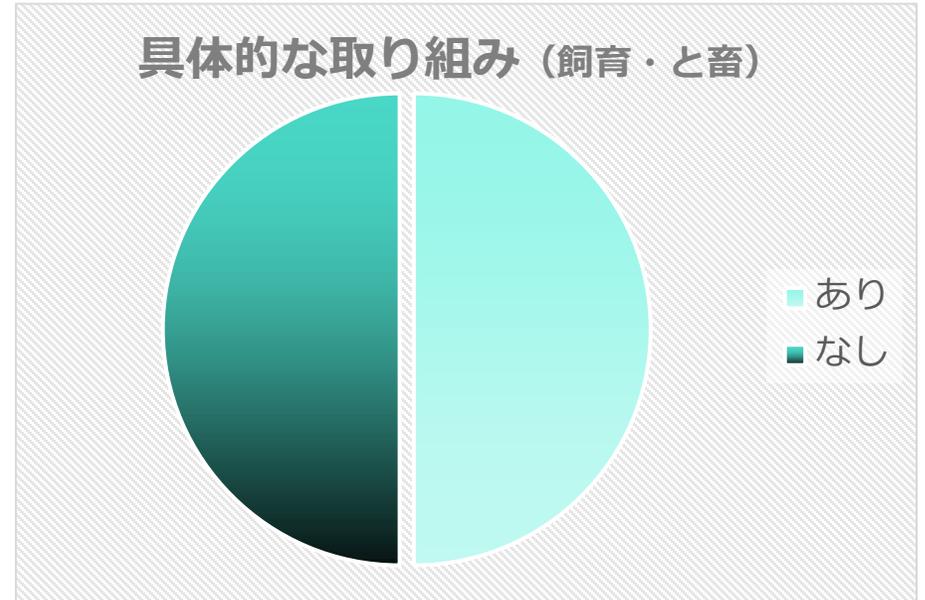
畜産・水産動物のアニマルウェルフェアへの取り組み

具体的な施策にまで届いていない企業が50%。取り組みのある企業でも98点中17点であり、伸びしろが大きい。

A.閉鎖的監禁・集約的システム B.慣習的部分切除や、残酷な手技 への対応が配点が多い部分であるが、これらの取り組みが日本企業はまだ進んでいないのが実情。

良い取り組みを追加するだけでは、企業価値を上げられない
悪い飼育、扱いを排除することを重視

そうでないと、アニマルウェルフェアが上がらない=持続可能性にも悪影響を与え続けることになる



飼育、と畜の改善は必須

例

3-B-1 屠畜前のスタンニング（気絶処理）が行われていない動物の肉を避ける方針を持っていますか

鶏肉を仕入れる企業にとって、国産鶏肉を使うのであれば必ず方針を持たなくてはならない

欧米やタイ、ブラジルは法的に事前スタンニングが義務化されているが、日本は法的根拠がない。企業のポリシーがなければ気絶処理を行わない鶏肉を使うということになる

具体策を取り入れどのように公開するかが課題

AWを正しく知る

AWへの取り組みを会社として決定する

大まかな方向性を策定する

国際水準のAWを目指すことを決め具体的にコミットメントを公表する

詳細なAWの調達基準を策定する

毎年進捗を報告する

さらなる改善を模索する

KPIを策定し定点観測を行う

自社の現状を把握し公開



動物実験

化粧品の動物実験は国内企業でも自主廃止に向かっているが、食品の動物実験が次の課題に挙がっている

- 安全性
- ヘルスクレーム（機能性、有効性）
- 予備試験
- 基礎研究、共同研究等

食品に関する動物実験をすべて廃止する企業が少しずつ増える中であるが、ヘルスクレームの廃止は多くの企業が達成しているものの、その他の動物実験への取り組みが見られないケースが多かった。

除外できるもの：
市販後に事故が発生し説明責任が生じた時、海外の法律で動物実験が義務付けられている場合

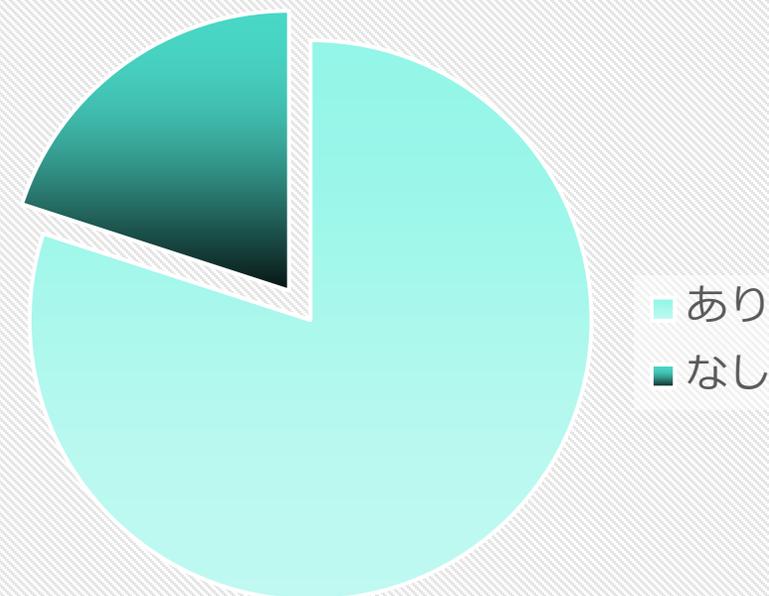


植物性タンパク質

植物性たんぱく質の商品の拡大を目標に掲げていたり、投資をしていたり、なんらかの商品を持つ企業が多かった。

社員食堂でのミートフリーマンデーを実施し、社員への社会課題の解決にたいする意識を浸透させる企業があり、高く評価した。

具体的な取り組み（飼育・と畜）



7 A 環境ガバナンス

担当：有川真理子、安愛美、下村委津子

- 1.環境部署・環境コミュニケーション
- 2.環境行動指針、環境行動基準、環境行動計画の策定
- 3.環境マネジメントシステム（EMS）
- 4.環境監査・法令遵守
- 5.グリーン購入
- 6.環境配慮型製品・サービスの自社基準
- 7.環境に関する社員研修

ポイント

情報が溢れる中、企業の情報公開、情報発信が重要であることから、環境の取組みがどのような体制のもとで実行されているのか、情報公開のあり方とともに尋ねました。

また、環境配慮型製品の製造や従業員への研修についても質問しています。

9社には「CSR担当部署と合同の部署がある」ことがわかったが、業務比率が半分以上の専任役員がいる企業は3社にとどまった。また、情報公開のツールとして重要な報告書については、各社CSR報告書と環境報告書を合わせたものを作成・公表しているが、うち1社は環境報告書も別に作成していることがわかった。統合報告書では、消費者に伝えて欲しい環境情報が少なくなっていると感じる。

ほぼ各社でEMSを構築しPDCAを回していることがわかった。残念ながら1社のみ公開情報からEMS構築の情報は見つけられなかった。また、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構築の推奨や取得必須としていたが、構築のための支援（EMS運営上の工夫や学習・勉強会の共同実施や技術的支援も含む）まで行っているところはなかった。

環境配慮型製品として製造販売する商品がある場合、その基準を自社で設定しているかどうかの質問には、2社のみのお返事があった。消費者にとっての身近な環境情報は、商品そのものでもある。生活者を通じて社会への影響も及ぼすものと考えられることから、積極的に取り組んでいかれることを願う。

7B 気候変動

担当：有川、奥田、片島、鈴嶋、須藤、寺田

【調査趣旨】

- 1.温室効果ガスについて、2050年までにネット・ゼロ、2030年までに半減を目標としているか
- 2.再生可能エネルギーへ100%切り替えについて
情報公開や脱化石燃料などの政策も併せて電力会社を選択しているか
- 3.脱原子力、脱化石燃料政策の有無
- 4.国や世界の気候変動緩和政策に積極的に関わっているか

【調査内容】 調査趣旨にある4点について調査

- 1.については、スコープ3まで対象としているか。
- 2.の特に電力については、調達面に加えて自社での設置(オンサイトPPA等)について尋ねた。
- 4.では、TCFDやJCI、RE100への関わりを調査した。
さらに、加工食品メーカーであるので、工場での熱利用についての設問も加えた。

【調査結果】

1. 2050年までにネット・ゼロ実現の方針がある企業：7社
→味の素、明治HD、伊藤ハム、日清製粉、森永乳業、ニッスイ、マルハニチロ
内2030年の削減目標を50%としている企業：4社
*スコープ3までを対象としている：3社
1. 再生可能エネルギーへ100%切り替える施策を定めている企業：2社
工場での省エネルギーは全ての企業が何らかの取り組みを行っていた
1. 脱原子力、脱化石燃料に関する方針がある企業：0社

【調査を終えて】

2050年までにネット・ゼロを実現することに加えて、2030年の削減目標50%とし、達成されることを期待します。

再生可能エネルギーへの切り替えや省エネルギーについて、具体的な取り組みが全ての企業で行われていましたが、一部の工場に限られている例も多くみられました。

施策を定めて全社的に取り組むこと、取り組みについて情報公開を行うことを求めたいと思います。

7C ごみ削減

担当：阿部晴子、安愛美、堀孝弘、三樹尚子

【調査趣旨】

企業活動に伴い必ず発生する廃棄物をどう減らすかは、脱炭素を進める上で最重要課題の一つである。ごみの削減についての基本方針と実施している取り組みを調査することで、

- ①出るごみのリサイクルよりもごみ自体を減らすことが最優先になっているか
- ②食品加工メーカーの事業の様々な段階で、どのような取り組みが実施されているかを調査した。

【調査内容】

1. 廃棄物削減についての企業の姿勢

- ・ 3Rの位置づけ、企業活動に伴う廃棄物量の把握と中長期の削減目標の設定
- ・ 重要課題「プラスチック容器・包装」「食品ごみ」の削減方針の有無、再資源化率

2. 商品の原材料調達から消費までの様々な段階での、廃棄物削減の取り組み

- ・ 商品の企画・設計→原材料調達→製造→流通→納品・販売→消費

【調査結果】

1. 全社が環境方針等に省資源、廃棄物削減を明記しているが、リデュース、リユース、リサイクルの優先順位を明記しているのは味の素、ニッスイの2社。
2. 廃棄物量は、全ての企業が絶対量で実績を公表。中長期の削減目標の公表は8社。
3. 「プラスチック容器・包装」「食品ごみ」の削減について、削減方針、削減計画、中長期目標があり、実績をHP等で公表しているのは4社(味の素、日清製粉グループ本社、ニッスイ、森永乳業)。
4. 殆どの企業が、商品の企画・設計の段階で、容器・包装の軽量化、プラスチックから他の素材への切替えに取り組み、原材料調達段階でも、サプライヤーとの協力の取組みを公表していた。
5. 殆どの企業が、製造から販売の段階で、在庫管理と食品ごみの再資源化に取り組んでいたが、消費者にごみ削減への協力を促す取組みの公表は半数以下の企業に限られた。

【調査を終えて】

廃棄物の再資源化率について、公表していた9社がいずれも85%~99%と高かったが、焼却による熱回収を含む数字であり、リサイクル率自体の定義を見直す必要があると思う。

商品の納品・販売段階で、食品ロス削減については、賞味期限の見直し・延長への7社の協働の取組みが確認できた。食品加工業界全体への波及効果を期待したい。

7D 生物多様性

担当：荒木、石崎、木次、篠原、鈴木、武田

【調査趣旨】

生物多様性減少への影響の大きさ(『地球規模評価報告書』IPBES 2019)

- ・1位:土地の改変 2位:生物の直接搾取
- ・生産地と消費地が離れているため統治が難しい

事業の中で生物多様性への配慮がなされているかを調査した。里山保全活動への協力などは、社会貢献と位置付けた。

【調査内容】

- ・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への配慮
- ・調達基準などから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配慮があるかを調査
- ・抗議行動の有無
- ・絶滅危惧種の商品としての利用

果) 自社利用の土地建物での生物多様性保全

- ・ 地域住民とのつながりの中で普通種も含めた街づくりとしての自然保護や、建材への配慮は部分的。（一か所の象徴的な場所だけでなく）

サプライチェーンにおける生物多様性への配慮

- ・ 特定の原料に方針があっても、原材料全体への調達方針は少なかった。一方で方針に反した場合の見直しを6社が明らかにしていた。

抗議運動

- ・ 「抗議に対処したこと」を1社が公開していた。

絶滅危惧種の商品としての取り扱い

- ・ 水産物を扱う企業以外は、絶滅危惧種の手理扱ひの有無を確認していなかった。

抗議運動の有無の公開は、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。同様に絶滅危惧種の手理扱ひが無い事業内容の場合も、公開をすることで生物多様性への取り組み姿勢が示される。公開に前向きに取り組んでいただきたい。

7E 化学物質・食の安全

担当：芦田、片島、寺田、渡辺

【設問の趣旨】

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及びその情報が消費者に開示されているか

対象：原材料中

【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
2. 規則の遵守
3. 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
4. 消費者への情報開示(化学物質・その他有害物質に対する情報、規則の遵守)

【調査結果】

1.化学物質・その他の有害物質の削減等の取り組み

方針・計画を定め、何らかの取り組みをしている企業：**10社中8社**

化学合成食品添加物削減：3社(日清製粉、ニッスイ、日本ハム)

ネオニコチノイド系農薬・PFAS：**取り組み企業なし**

サプライチェーンにも同様の方針・計画・取り組みを2つ以上の項目で求めている：**取り組み企業なし**

化学物質・その他有害物質とは？

- ・無農薬、有機農産物
- ・化学肥料の使用
- ・ネオニコチノイド系農薬
- ・化学合成食品添加物
- ・トランス脂肪酸
- ・PFAS(*1)
- ・環境ホルモン
- ・遺伝子組み換え
- ・抗菌性物質
- ・放射性物質 他

規制とは？

- ・J-MOSS、
- ・改正RoHs規制
- ・REACH規制
- ・カルタヘナ法

【調査結果】

2. 規則の遵守の取り組み

何らかの取り組みをしていた企業: **10社中2社**

うち1社(日清製粉)のみが4つの規則を全て遵守

遺伝子組み換えのカルタヘナ法については**2社**(日清製粉、明治)

3. 消費者への情報開示

・化学物質・有害物質に関する情報

何らかの項目について情報開示していた企業: **10社中10社**

化学合成食品添加物: **5社**

放射性物質に対する対応: **5社**

・規則の遵守

取り組みの情報開示は**2社**。明治(カルタヘナ法に対して)日清製粉はすべての規則の遵守

【調査を終えて 企業への要望】

消費者は、商品に対する安全・安心を、記載されている化学物質・その他有害物質の表示や製造者の情報開示によって知ることができます。

企業には、企業活動や消費活動がグローバルに拡大していることを認識し、国内よりも厳しい海外の基準や規則を遵守し、その情報開示が求められています。また、EC（電子商取引）の普及等に対応して、Web上での情報開示は消費者の商品購入時の判断材料として重要です。さらなる取り組みを期待します。

7F 水

担当：有川真理子、片島恵、寺田雄飛、宮瀬美

津子

【調査趣旨】

水リスクの評価、分析、目標、政策をたてているかどうか

気候変動や環境汚染によって、水の調達は年々難しくなりつつあります。こうした水を要因とする「企業活動に影響を与え得る不確実性」を「水リスク」と言います。水リスクの分析をもとに、目標、政策をもって水の使用量の削減、中水利用の推進、水源涵養などに取り組んでいくことが重要です。その結果、水の持続的利用をすすめるだけでなく、水不足というビジネスリスクを減らすことにもなります。

【調査内容】

- ・水リスクに関する施策があり、評価しているか
- ・水使用量の削減と管理の実施について
- ・原水保全や水資源確保の取り組み

【調査結果】

- ・ 水リスク評価を行っているか
 - 日清製粉、明治HD、味の素、雪印、日本ハムの5社が評価を行っている
 - 直接操業だけでなく、サプライチェーンまで含めた評価を行っている企業は2社
- ・ 水使用量について
 - 使用量の実績を公表している企業は10社。削減目標を定め、達成状況を公表している企業は7社
- ・ 原水保全、水資源確保を目的とした事業や活動を行っているか
 - 8社で取り組みが行われている

【調査を終えて】

水使用量の実績の公表は10社で行われており、水使用量削減や水資源確保のための取り組みも見られ、評価できる。一方で、水リスクの評価をしている企業は5社であった。水リスク分析をもとに水の持続的利用を行うことを期待する。