

7 環境

(2023 年度「企業のエシカル通信簿」結果)

A 環境ガバナンス

概要

自社が与える環境影響を正しく理解・把握した上で、マイナス影響をできるだけ抑え、プラスに転じるための具体的な取組みを確実に実践していくことが重要だ。そのために環境マネジメントシステム(EMS)の構築、環境基準の明確化と環境影響の情報開示などがポイントとなる。

1.環境コミュニケーション

環境担当部署に関しては CSR 担当部署と合同の部署が 8 社あったが、専任役員がいる企業はファーストリテイリング(以下「FR」)と良品計画の2社にとどまった。また、CSR 報告書と環境報告書を合わせたものを発行しているのが 4 社、データブックなどにとどまっているのは 3 社であった。環境の各課題に対し、現状把握・目標・取組みがわかる内容が求められる。

2.EMS、従業員教育

EMS を構築しているのは 3 社(FR、ワコール、青山商事)のみで、同様にサプライチェーンへの推奨も 3 社にとどまった。監査については内部監査 3 社、外部監査は FR、ワコール、青山商事に加えて良品計画の 4 社で実施されていた。全社員を対象としたカリキュラムが組まれた環境研修は、どの企業でも行われていなかった。

3.環境配慮型製品等の基準

第三者認証の環境ラベルタイプ I 利用が 2 社(しまむら、青山商事)、自己宣言のタイプ II で自社独自基準を表示しているところが 4 社(FR、しまむら、ワコール、青山商事)あった。グリーンウォッシュを防止し、自社の環境配慮型商品の信頼性を高めるためにも、自社基準の開示は必須といえる。

担当:安愛美、下村委津子(環境市民)

B 気候変動

概要 気候変動分野では、2050年までに温室効果ガスの排出をネット・ゼロにするという世界的な目標達成に向け、各企業が方針を公表し、具体的な施策を策定および実施しているかを尋ねた。さらに、気候変動による自社への影響評価と適応策について問うた。

1. ネット・ゼロ目標 ネット・ゼロ実現に向けた方針を公表している企業は 6 社であった。そのうち、中間目標として 2030 年までに、ワコールは 100%、FR は 90%の高い削減目標を設定していた。一方で、中間目標を公表していない企業や、2030 年までの削減目標はあるがネット・ゼロの方針を公表していない企業もあり、企業間で得点率のばらつきが目立った。

2. 再生可能エネルギーの推進 電力を100%再生可能エネルギーに切り替える施策を公表している企業は 2社にとどまった。ネット・ゼロ実現のためにも化石燃料から再生可能エネルギーへの転換は必須である。施策や具体的な取組みのない企業には早急な対応を求めたい。

3. 脱原発・脱石炭 脱原発・脱石炭の方針を公表している企業は0社であった。

4. 社屋などでの取組み 省エネに関する取組みも企業間でばらつきがあった。積極的に省エネに取り組む企業でも、情報を社内資料として管理しており、社外に公開していなかった。また、調査票の選択肢以外の「その他の取組み」として、複数の企業が物流における省エネ対策を実施していた。

5. イニシアチブへの参加 投資家向けの情報開示に関する TCFD(気候関連財務情報開示タスクフォース)へは、9社が既に賛同、残る1社も賛同予定である。一方で消費者に向けた情報開示は乏しく、改善を期待したい。

6. 気候変動適応策への取組み 自社へ将来的に起きる可能性のある具体的影響について、全社が把握・検討しており、うち 3 社は対応策を実施していた。

考察 良い取組みをしても、企業側が認識不足により自社を正確に評価できていない場合があった。環境教育や社内での認識の共有により、正しく評価し、外部に公表することを期待したい。

担当:秋田裕加・中村さくら(環境市民インターン生)、有川真理子、奥田一美、片島恵(環境市民)、鈴嶋克太(A SEED JAPAN)

C ごみ削減

概要 3R の中で最も重要なのは廃棄物量自体を減らす取組みである。アパレル業界も、過剰在庫や販売後の大量の衣料ごみ処分という課題を抱えている。ここでは第 1 に、企業としての方針と、ごみ削減への取組み姿勢を調査し、第 2 に、商品の企画・原材料調達から販売・販売後までの各段階ごとの具体的なごみ削減の取組みについて調査した。過剰在庫の削減には殆どの企業が取組み、商品販売後の修理や回収・資源化の取組みが業界全体で進み始めている。

1. ごみ削減の方針・実績 環境方針等に省資源、ごみ削減を挙げていたのは8社。ただし3R の優先順位の記載はなし。ごみ量は、部分的な実績の公表が8社。情報の開示を前提とする TCFD への賛同や CDP(環境情報開示システム)への回答で、情報公開が進んでいる。

2. 商品の段階ごとのごみ削減の取組み 企画設計→製造→流通→販売→販売後の各段階でのごみ削減として、衣服の環境配慮素材への切り替えに8社、適量発注による余剰在庫の削減に7社、端切れ・梱包資材等の削減に8社が、目標を設定し取り組んでいた。販売後・使用中の衣類の長寿命化には、修理・アップサイクルなどの取組みを7社が行っていた。

販売・使用後の衣類については、9社が店頭等で回収して資源化する取組みを行い、その内、7社が自社商品の材料として活用を始めていた。

3. 調査結果の考察

2016 年度の調査では、確認できる取組みが流通段階の資材等の削減に限られていた。近年、衣服ロス問題が社会の関心を集める中、多くの企業で衣服の素材調達から販売後までの各段階のごみ削減の取組みが確認できた。特に、企画・素材調達段階で、サプライヤーと連携して適量生産・適量在庫を進めていただきたい。

販売後の衣服の回収には、先行の 3 社に加えて殆どの企業が取り組んでいる。〈好みの服は長く着て、着終わった服は資源として活用〉が社会の常識となるよう、消費者が協力し易いシステム作りに業界全体で取り組むことを期待している。

担当： 阿部晴子・三樹尚子(えこひろば)、安愛美・堀孝弘(環境市民)

D 生物多様性

概要 生物多様性減少に最も影響を与えている土地の改変、そしてサプライチェーンを通じた影響、野生生物の直接利用への対応を調査した。また 2023 年 9 月に最終提言が公開された自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)への対応、絶滅危惧種の商品の取り扱いの有無に着目した。

1. 自社利用の土地での生物多様性保全 FR は生物多様性保全方針に製造加工拠点の周辺の生態系の再生や保全、ステークホルダーとの連携やモニタリングについて記載があった。地域の保全活動への協力や清掃活動は社会貢献と位置づけた。他社では自社利用の土地での取組みはなかった。

2. 調達での生物多様性への配慮 調達における生物多様性への配慮について、ガイドラインや規定で明記している企業は 5 社、今後ロードマップ等の策定を予定している企業は 2 社あった。また、生物多様性に配慮した取組みをしている企業は 10 社中 8 社であった。しかし認証商品の使用はあるものの公開していない企業や、曖昧な記載にとどまり中身が不透明な企業もあり、ぜひ詳細に公開していただきたい。

3. 自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)への対応 FR は、国際自然保護連合のガイドラインを参考に、バリューチェーンにおける生物多様性への「影響」と「依存度」のリスクを定性的に評価する独自のリスクアセスメントを、2021 年に実施・公開していた。ユナイテッドアローズ・青山商事・ワコール・アダストリアの 4 社で TNFD 開示を検討していると回答があった。

4. 絶滅危惧種の商品としての取り扱い FR は、ワシントン条約(CITES:絶滅のおそれのある野生動植物の種の国際取引に関する条約)および国際自然保護連合(IUCN)のレッドリストに挙げられている動物由来の原材料は使用しないことを明記している。良品計画は、公開はしていないものの、エキゾチックレザーを使用しない方針があると回答した。「ない」ことを公開していただきたい。

担当： 石崎雄一郎・武田裕希子(ウータン・森と生活を考える会)、木次和歌・篠原ゆり子(FoE Japan)、鈴木希理恵(野生生物保全論研究会)、長井美有紀(日本サステナブル化粧品振興機構)

E 化学物質

概要 アパレル業界の製品の原材料調達・製造工程・販売までの過程で使用される化学物質・その他有害物質(以下:化学物質)の削減の取組み、化学物質の使用状況の情報の公表、製品製造以外の化学物質削減の取組み、化学物質の使用規制の遵守とその情報公開など、化学物質管理に注目して調査した。原材料調達から、製造を経て、販売までを網羅する化学物質管理の方法において、製造時制限物質リスト(MRSL)、製品制限物質リスト(PRSL)、自主規制化学物質リストなどで化学物質管理基準を設定し、化学物質管理を行っている企業は多くなく、進化の途上であるように見えた。化学物質の使用情報の公表においては2社が80%、4社が20%を公表していたが、4社では取組みがなかった。社屋などでの化学物質規制は全社で取組みがない。化学物質規制を遵守しているかという設問では、3社で取組みがあったが、そのうちの2社のみが包装やWEBで情報を公表していた。

調査を終えて

1. 企業間格差が大きい 今回は、製品の原材料の調達・製造工程・販売まで、全過程の化学物質管理の状況の調査であったとはいえ、企業間の取組みには大きな差が見られた。明確な方針や計画を持ち情報公開をしていたのは、ファーストリテイリングと良品計画の2社のみであった。アパレル企業では、消費者には見えない原材料から製品製造、製品包装までの全ての過程で多くの化学物質が使用されており、サプライヤーにも化学物質管理が求められている。

2. 消費者の関心で企業の取組み支援を 「農薬や化学肥料の使用状況について」の情報を商品や包装に記載し公開している企業は比較的多くあったが、他の化学物質規制の情報を公表する取組みは少なかった。製品の安全性を伝える情報であり、消費者が商品の安全に関する内容を知る情報である。消費者が「安全な商品とは」に関心を示すことで企業の化学物質削減への取組みを支援したい。

3. 製造工程以外での化学物質の取り扱い に関する情報は、全くなかった。働く人への配慮にも繋がるため、今後の取組みが増すことを期待したい。

4. 化学物質規則の遵守と情報公開 法令、規則、商品及び生産プロセスのための制限、禁止物質の基準を示す制限物質リスト、の4つについて遵守しているか、また情報を公開しているか、を調査したもので、10社中、取組みがあったのは2社のみと大変残念な結果であった。今後より多くの企業が取組みよう、期待したい。

担当: 芦田育美(環境市民ボランティア)、秋田裕加・中村さくら(環境市民インターン生)、渡辺ヒデ子(みどりの市民)

F 水

概要 水分野では、①水リスクに関する方針があり、さらに水リスクについて評価しているか、②水使用量削減のための目標設定や取組みを行っているか、③原水保全や水資源確保のための取組みを行っているか、について問うた。

1. 水リスクについて 水リスクについて方針・目標などがあり、かつ公表している企業は5社で半分の企業であった。さらに水リスクの評価を実施している企業は6社であり、そのうち直接操業およびサプライチェーンで評価を行っている企業は2社、ファーストリテイリングは直接操業、サプライチェーンとその他バリューチェーンの全てで評価を行っていた。

2. 水使用量について 使用量の実績のみを公開している企業が6社で最多であった。水使用量削減のため、目標設定を行い、さらに消費者が目標達成状況を見られるようになることを期待する。水使用量の削減や管理について、アパレルブランドらしく、原材料(デニムやコットン等)の生産工程で水使用量を削減していたり、工場で節水技術を導入している企業が見られた。

3. 原水保全や水資源確保のための取組みについて オンワードのみが水源涵養のための森林保全活動を行っており、他9社では取組みが見られなかった。

考察 それぞれの観点について、平均の達成率はそれぞれ44%、21%、1%となっていた。水リスクについては7割以上達成している企業が半数であり、企業間で差が大きい。また、原水保全や水資源確保のための取組みについてはどの企業においても不十分であり、改善が期待されている。調査の中で、企業で取組みを行っていても、ホームページ等には公表されておらず、評価に至らなかったものもあった。取組みの拡充と、消費者への開示の両方を同時に推し進めていただきたい。

担当: 秋田裕加・中村さくら(環境市民インターン生)、片島恵(環境市民)、宮瀬美津子(くまもと未来ネット)