



消費から  
持続可能な社会をつくる  
市民ネットワーク

消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク(SSRC)  
メディア資料  
2025年3月19日

## サステナビリティ体制、消費者の保護・支援についてはおおよそ高評価 トイレタリー大手9社の『企業のエシカル通信簿』結果発表(第8回/2024年度)

消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク(SSRC)の2024年度『企業のエシカル通信簿』では、2017年度の調査対象企業を含めた、国内トイレタリー大手9社を調査。2025年3月13日(木)に開催した結果発表会にて、詳細な結果報告を行いました。

『企業のエシカル通信簿』は、「サステナビリティ体制」「消費者の保護・支援」「人権・労働」「社会・社会貢献」「平和・非暴力」「アニマルウェルフェア」「環境」の7分野(大項目)について、企業の持続可能な社会に向けての取り組みの可否、また企業が抱える課題を調査・分析するものです。今年度は、石鹸やシャンプーなどパーソナルケア製品に特化し、国内トイレタリー企業9社(外資系2社を含む)を調査しました。今年度の調査結果では、9社のうち8社から回答があり、昨今開示が求められるサステナビリティ体制や消費者の保護・支援、人権・労働分野についてはおおよそ取り組みが見られるものの、環境においてはまだバラつきがあります。また、平和・非暴力やアニマルウェルフェアについては取り組みがほとんど見られません。今後は、環境においては認証パーム油の利用実績の公表や、環境に有害な化学物質のリスト見直しのほか、平和・非暴力、アニマルウェルフェアの観点での取り組みを期待します。

(\*表やチャートの引用は、「出典:消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク(SSRC)」としていただきますようお願いいたします)

### 企業のエシカル通信簿 2024年度/トイレタリー業界 レーティング

|       | サステナビリティ体制 | 消費者の保護・支援 | 人権・労働 | 社会・社会貢献 | 平和・非暴力 | アニマルウェルフェア | 環境 |
|-------|------------|-----------|-------|---------|--------|------------|----|
| 花王    | 10         | 10        | 7     | 8       | 1      | 2          | 6  |
| ライオン  | 9          | 9         | 8     | 7       | 2      | 1          | 6  |
| サンスター | 7          | 8         | 5     | 5       | 3      | 2          | 4  |
| ロート製薬 | 8          | 9         | 8     | 8       | 1      | 3          | 5  |
| クラシエ  | 2          | 4         | 3     | 3       | 1      | 1          | 2  |
| サラヤ   | 8          | 7         | 5     | 6       | 1      | 1          | 4  |
| I-ne  | 7          | 6         | 7     | 7       | 1      | 2          | 3  |
| P&G   | 9          | 7         | 8     | 4       | 4      | 3          | 4  |
| ユニリーバ | 6          | 3         | 6     | 2       | 2      | 3          | 4  |

### 企業のエシカル通信簿 2024年度/トイレタリー業界 レーダーチャート



## ■第8回企業のエシカル通信簿

### <2024 年度調査概要>

消費者に身近なトイレタリー業界の製品でも、近年、サステナビリティや SDGs 推進が進み、TCFD や TNFD への参加も進んできました。プラスチック利用削減については表面的な取り組みが多く、また多くの製品に使用されるパーム油は業界最大課題とされ、技術革新も進んでいます。消費者の生活に密接した製品こそ、これらに留まらず、環境・人権・アニマルウェルフェア等への配慮を示していく必要に迫られています。

今年度は、石鹸やハミガキ、シャンプー、UV ケア製品などパーソナルケアに特化し、花王・ライオン・サンスター・ロート製薬・クラシエ・サラヤ・i-ne・P&G・ユニリーバの9社を調査。9社のうち、8社が調査結果への回答の呼びかけに応答しました。調査結果によれば、総合的に、花王、ライオン、ロート製薬は取り組みが進んでいます。花王、ライオン、P&G は、サステナビリティ体制、消費者の保護・支援、人権・労働の点において高得点を示しました。環境の点では各社対応にばらつきがあり、上位3項目と比べると対応が行き届いていないところがあります。特に気候変動についてはどの企業も対応が行き届いていない点が多く、生物多様性や化学物質、水などの観点では各社ばらつきがあります。また、平和・非暴力とアニマルウェルフェアについては、全体的に対応が遅れています。今後は、上記の環境問題に関する視点のほか、平和・非暴力とアニマルウェルフェアについての取組を期待しています。

やり取りに応じた8社のうち、結果発表会後の意見交換会にも積極的に参加の意思を示した企業3社が参加し、本プロジェクトを自社のサステナビリティへの取組み向上に生かそうという姿勢の表れであると言えます。

|              |  |
|--------------|--|
| 調査対象業種       | トイレタリー業界(石鹸やハミガキ、シャンプーなどのパーソナルケアに限定)   |
| 調査対象企業       | 花王、ライオン、サンスター、ロート製薬、クラシエ、サラヤ、i-ne、P&G、ユニリーバ<9社のうち8社が調査結果への回答の呼びかけに応答>  |
| 調査方法         | まず公開情報をもとに7分野(うち「環境」はさらに6分野に分割)の調査票をSSRCメンバーで埋め、対象企業にメール送付。追加情報を得て修正し調査票を完成させ、分野ごとに1から10までのレーティングを算出し、発表した。    |
| 調査結果公表日      | 2025年3月13日(木)13時   |
| 企業のエシカル通信簿とは | 消費者にエシカル消費を促すための情報提供の一環として、SSRCが2016年に開始した調査プロジェクト。日本の企業に求めたい取組みを市民目線で調査し、評価を発表することで、ブランド・商品の選択に寄与することを目指している。 |
| 関連HP         | <a href="https://cnrc.jp/works/business-ethical-rating/">https://cnrc.jp/works/business-ethical-rating/</a>    |
| 協力/後援        | 協力) 聖心女子大学グローバル共生研究所<br>後援) 大阪大学社会ソリューションイニシアティブ(SSi)  |

### ■2025年3月13日発表会当日の様子



発表中の様子



会場参加のSSRCメンバー

(写真素材がご入用な方はお申し出ください)

## ■今後の展望

業界の最大課題ともいえる RSPO や FSC など認証取得への取り組みは積極的に行われていますが、特に RSPO については実績の公表が急務です。また、日本国内では取り組みが比較的少ない、平和・非暴力やアニマルウェルフェアについての取り組みが期待されます。

来年度も、調査対象業種を決定後、同様に企業のエシカル通信簿プロジェクトを進めていきます。

## ■SSRC とは

持続可能な社会の実現を目指す、専門性をもった NGO・市民団体が参加し、2016 年に設立。環境・消費・人権・アニマルウェルフェアなどの課題に取り組む 38 の団体が集まるネットワーク団体です(2025 年3月現在)。



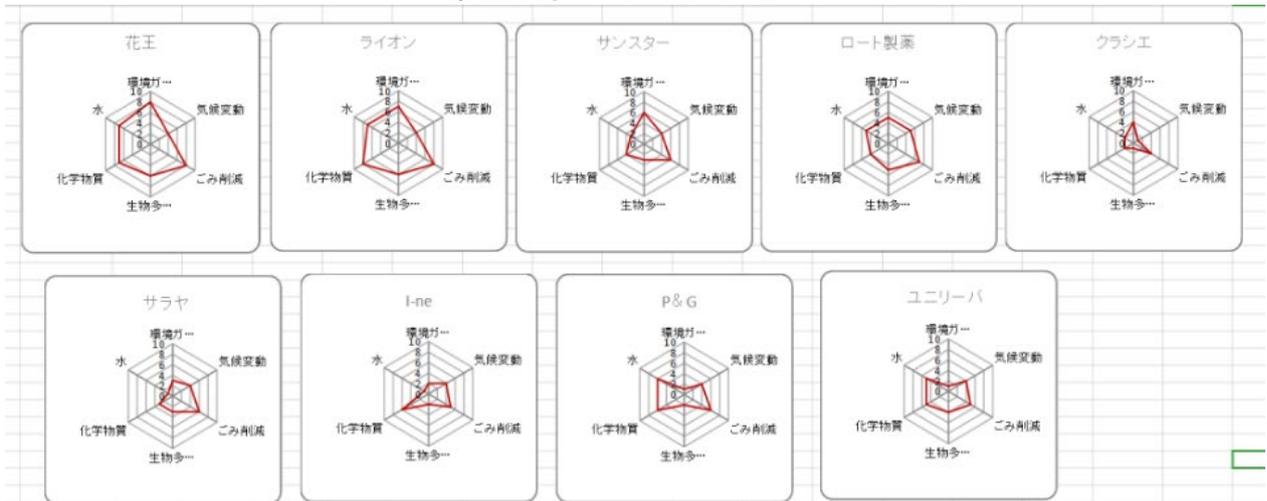
## ■参考資料1:2024 年度「企業のエシカル通信簿」トイレタリー業界

### 7.環境 各分野の達成度および結果レーダーチャート

#### 環境分野レイティング

| 環境<br>ガバナンス | 気候変動 | ごみ削減 | 生物多様性 | 化学物質 | 水 |
|-------------|------|------|-------|------|---|
| 花王          | 8    | 4    | 8     | 6    | 7 |
| ライオン        | 7    | 4    | 8     | 6    | 7 |
| サンスター       | 6    | 4    | 6     | 3    | 3 |
| ロート製薬       | 5    | 5    | 7     | 4    | 5 |
| クラシエ        | 4    | 1    | 4     | 2    | 2 |
| サラヤ         | 3    | 4    | 6     | 3    | 1 |
| I-ne        | 2    | 4    | 5     | 2    | 1 |
| P&G         | 1    | 4    | 6     | 2    | 6 |
| ユニリーバ       | 1    | 4    | 5     | 4    | 5 |

#### 環境分野レーダーチャート



■参考資料2:分野別概要

| 分野           | サマリー  | 備考  |
|--------------|---|---|
| 1.サステナビリティ体制 | <p>「企業のエシカル通信簿」のベースとなる分野である。</p> <p>調査結果によると、ばらつきは見られるものの、基本的な仕組みができているところが多い。しかし、企業と消費者・市民組織との間には次のような認識と行動にギャップが存在する。</p> <p>①取組の具体的内容について:たとえば、サステナビリティ方針や計画は策定されていてもその内容の公表が十分ではない、マテリアリティは特定していても、ステークホルダーの声を聞く取組が少ないなど。</p> <p>②取組の情報開示:内部通報制度の実態、サプライチェーンにおける調達基準の実績の公表などの情報開示が少ない傾向にある。</p> <p>③対話・エンゲージメント:持続可能な社会への取組には企業の活動に影響を受ける消費者等のステークホルダーとの対話やエンゲージメントが重要になるが、まだ十分に取組めていない。</p> <p>今後、影響を受ける、あるいは影響を及ぼす消費者とともに持続可能な社会を築くために、消費者をエンパワーメントする具体的な取組と協働を期待したい。</p> | <p>サステナビリティ体制</p>   |
| 2.消費者の保護・支援  | <p>消費者との関係をどう築くかを問う分野である。</p> <p>調査結果によると、多くは必要な基本的な仕組みはできています。しかし、次のような課題が見られる。</p> <p>①方針に内容はニーズや品質の向上に焦点があたり、消費者の権利、説明責任に内容は少ない。</p> <p>②社内研修には消費者志向経営に関する内容が少ない</p> <p>③各種ウォッシュの防止等の基準を持ち改善している企業が少なく。</p> <p>今後、持続可能な社会のために消費者とどのような関係を築くかについて市民組織との間の大きな差を縮めてともに持続可能な社会を築いていくことを期待したい。</p>  | <p>消費者の保護・支援</p>  |
| 3.人権・労働      | <p>人権尊重の姿勢はどの企業にも見られ、5社が「7」以上を獲得。人権基本方針も全社が策定し、部分的実施を含む人権デュー・ディリジェンス(DD)実施が6社あった。女性活躍・子育て支援については全社で取組が進むものの、障害者雇用やLGBTQ+に関する取組は限定的。自社内での児童/強制労働防止策は乏しく、例えば労働組合員に対するハラスメントの禁止は1社のみ。取引先については大半が調達基準を策定し、6社が人権尊重を調達の判断基準にしていた一方で、労働搾取防止の細かい要請(賃金未払い防止など)は1社のみ、と実効性に疑問が残った。トイレタリー業界の製品材料はフェアトレードの基準外であり、人権基準を持つRSPO加盟企業が多少得点した。人権DDが始まったばかりの企業もあり、積極的な推進と情報公開が望まれる。</p>   |   |
| 4.社会・社会貢献    | <p>企業の社会との関り方、社会貢献活動の有無や内容について問う分野である</p> <p>今年度のトイレタリー業界の主な調査結果は以下の4点であった。</p> <p>①次世代(子ども)育成分野は回答があった9社全てが取り組みをしていた。</p> <p>②M&amp;A等投資をする際のサステナブル基準の導入は1社も取り組みがなかった。</p> <p>③社会貢献は満点と得点なしの会社があり、企業による対応の差が大きかった</p> <p>④活動をしていてもサイト等で公開がされておらず加点できないケースがあった</p>  |   |
| 5.平和・非暴力     | <p>平和・非暴力に関する方針や計画を持つ企業は無く、意識が低い。紛争地域に関わる調達方針は9社中4社あり、うち1社は紛争木材にも言及していた。</p>  |   |
| 6.アニマルウェルフェア | <p>トイレタリー製品企業に対するアニマルウェルフェアの関心事項＝「動物実験」と「動物由来成分」が中心であるが、動物実験については9社中7社で何らかの方針を持っていたが、化粧品分野以外での意識は薄く、取り組みが遅れている状態だった。一方、動物由来成分についての配慮はトレーサビリティの努力をしている企業が1社と植物由来にこだわった製品を出す企業が1社あるのみで課題との認識が弱いことがわかった。食用でなくとも動物の一部を利用しており、そこには倫理的責任が伴うことを認識し、動物性素材の削減またはアニマルウェルフェア向上に取り組む必要がある。</p>  | <p>※動物実験の方針について公開情報と2回の書面でのやり取りで正確に把握することは困難であることを前提として結果をご覧ください。</p> |

