

4. 社会・社会貢献

(2024 年度「企業のエンカル通信簿」結果)

概要

本分野では、持続可能な社会に向けて企業としてどのようにステークホルダーと関係を構築し、どのように責任を果たそうとしているのかを 6 テーマから確認した。

業界を問わず最近の傾向として、ESG に寄せたサイト構成になっていて社会貢献分野の情報が探しにくいということがあるが、トイレタリー業界でも同じであった。

なお、トイレタリー業界のトピックスは以下の通りであった。

- ・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行っていた。
- ・M&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。
- ・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。
- ・活動を行っ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。

1. 社会貢献

最高点の企業は花王であった。

特徴的な取り組みは以下の通り。

①ロート製薬:みちのく基金

東日本大震災で両親またはどちらかの親を亡くした子どもたちに高校卒業後の学業支援を行う基金。

発災後の 2011 年 10 月から継続して実施。

②サラヤ:100 万人の手洗いプロジェクト

「手洗い」が十分にできない国の一つであるウガンダで、2010 年より日本ユニセフ協会と協力して実施しているプロジェクト。ウガンダ現地での手洗い設備の普及、手洗い普及の教育啓発などを実施。

③ライオン:ボランティア活動支援

会社とは関係ないボランティア活動にも、申請に基づいて交通費等を支給。

2. 次世代(子ども)育成

最高点の企業は花王であった。

次世代に対しては各社とも何らかの取り組みを実施。実施内容はセミナーが最も多く 8 社が実施。

3. 格差の是正

最高点の企業はロート製薬であった。

給与のベースアップを全従業員に行った企業はライオン、ロート製薬の 2 社のみであった。

ただし、花王はベースアップについては、外部労働市場の報酬水準と比較した結果などから、必要と判断した社員層には実施している。

4. M&A 等におけるサステナブルな基準

M&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。

5. 社会との対話・連携

最高点の企業はロート製薬、I-ne であった。

「オーラルフレイル予防啓発」「妊活白書」など 8 社が啓発活動を実施。

特にサラヤは、日本市場に RSPO 認証油を普及させるために JaSPON(Japan Sustainable Palm Oil Network)の設立に参画。

6. 地域との連携・地域への影響

最高点の企業は P&G であった。

地域協定の締結を 8 社が実施。進出時、撤退時に地域への影響について配慮する方針を定めている企業は 1 社もなかった。

担当: 下村委津子・安愛美(環境市民)、田村夏子(サステナビリティ消費者会議)