

7. 環境

A. 環境ガバナンス

(2024 年度「企業のエシカル通信簿」結果)

概要 大規模な自然災害や気候変動による影響が年々激しくなる中、企業は環境・社会の変化による影響をきちんと把握し、環境・社会への影響をできるだけ小さくするために自社としてどのように対応・対処するのかを明確にしておく必要がある。自社のリスクだけでなく社会全体への影響を考えた取組みについて質問している。

1. 環境コミュニケーション 9社のうち CSR 担当部署が確認できたのは 6 社、そのうち専任担当役員は 3 社に確認できた。報告書は全社で作成されており、中でも花王はサステナビリティ報告書とは別に環境報告書も作成していた。

2. EMS(環境マネジメントシステム)、従業員教育 EMS の構築が明らかだったのは 4 社のみで、運用の公表が不明な企業が 7 社あった。EMS 関連の情報公開は、取組みが消費者にもわかりやすいことから公開を望みたい。また、EMS の要求事項とは別に環境教育を行っていたのは花王と I-ne のみだった。

3. 環境配慮型商品 タイプ I かタイプ II の商品製造を 6 社が実施していた。うち 3 社は両タイプの商品があった。積極的な環境配慮型商品の開発は消費者への環境啓発にもつながることから、グリーンウォッシュにならないように新規開発に努めてほしい。

担当: 下村委津子、安愛美(環境市民)

B. 気候変動

(2024 年度「企業のエシカル通信簿」結果)

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、ネット・ゼロを 2040 年までに前倒しで達成するとした企業が 4 社(ユニリーバ、P&G、I-ne、花王)にも上った点は評価できる。

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があり、且つ、導入目標年・導入割合を公表している企業が 8 社に上った点は高評価。ネット・ゼロ実現のためには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。未だ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残念ながら0社であった。

4. 社屋などでの省エネの取組み ロート製薬が 9 社中唯一、地中熱を利用していた(三重県の工場)。

5. イニシアチブへの参加 投資家向けの「気候関連財務情報開示タスクフォース」(TCFD) に未賛同の企業が 3 社もあった。衛生・健康的な生活に必要な消費財を提供する市民に身近な企業として、社会的信頼を得るためにも、たとえ開示義務化の対象企業でなくても開示をするべきだと考えられる。

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、把握・検討していたのは 5 社。うち、対応策を実施していたのは 3 社のみ。適応策への取組みを行っていないのは、4 社。今年度調査で最も平均得点率が低かったのが、本分野であった。衛生対策・健康のケアは、災害時や非常時にこそ市民にとって切実なものとなる。事業継続リスクを緩和するため、適応計画の策定・実行と市民への公開が必要だ。

今後への期待 ネット・ゼロや再エネ 100%に向けた積極的な取組みが見られた点が特徴的であったが、例年の様に、社屋などでの省エネや気候変動適応の取組みに濃淡が見られる。取組みが全く見られない企業であっても、単に公開していないだけの可能性があるが、社会的信頼の向上・社員教育の観点でも、取組みを社会に向けて見える化・発信していくことが必要だと考えられる。

担当: 鈴嶋克太(A SEED JAPAN)、爲則咲百合(環境市民インターン)

C.ごみ削減

(2024年度「企業のエシカル通信簿」結果)

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。トイレタリー製品の容器包装は、殆どがプラスチックであり、プラスチックごみ削減への対応が急務である。企業としてのごみ削減の方針、計画の状況を調査し、次に、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ごみ削減の取組みについて調査した。

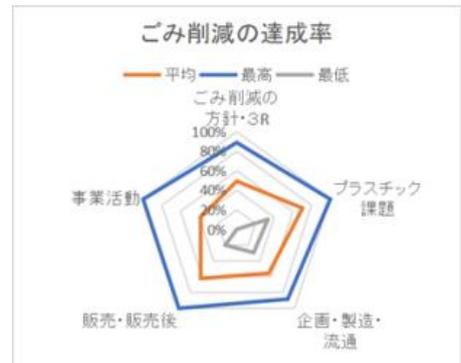
1.ごみ削減の方針・計画 環境方針等に7社がごみ削減を明記し、全9社が、プラスチックごみの削減を重要課題と認識し、削減方針・目標・計画を公表していた。

2.製品の企画設計段階のごみ削減の取組み 容器包装削減の取組みとして、詰替え製品への移行に全9社、使い捨て品の削減、簡素化、軽量化、プラスチック以外の素材への切替えに8社、使用後に再資源化し易い製品の開発に7社が取り組んでいた。容器ごみに比べて、製造過程で出される製品の中身のごみに関する公開情報は少なかった。

3.製品の販売時、販売後のごみ削減の取組み 環境に配慮した商品に自社の環境マークをつけてエコ商品の利用を促す取組みは花王、ライオン、ロート製薬が実施し、ユニリーバは、販売後の容器ごみ削減について比較的積極的な取組みを展開していた。販売後の容器包装の回収・再資源化について、実験段階ながら、補助金を活用した自治体、複数のメーカー、販売事業者、回収事業者の連携の取組みが確認できた。

今後に向けて 容器ごみの削減は、企画設計段階と販売・使用後の段階の取組みが特に重要である。販売後の容器の回収・再資源化には、消費者の理解と協力が不可欠なので、商品の外装等での分かりやすく積極的な啓発を期待している。

担当：阿部晴子(えこひろば)、根村玲子(サステナビリティ消費者会議)、三樹尚子(えこひろば)



D. 生物多様性

(2024年度「企業のエシカル通信簿」結果)

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」や「野生生物の直接利用」*について、事業の中で配慮・保全の取組みがなされているかを調査した。

*漁獲や狩猟、森林伐採などによる生物資源の利用

1.自社利用の土地での生物多様性保全 9社中7社で取組みがあった。取り組む企業は多いものの、企業によって差が大きかった。ライオンは、全国の工場で生物多様性の取組みを行っている。花王は、ビオトープなど海外工場での取組みが積極的で、OECM*登録もしている。

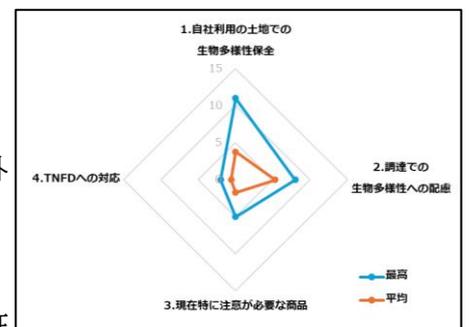
*OECM(その他の効果的な地域ベースの保全措置)とは保護地域以外で生物多様性保全に資する地域

2.調達での生物多様性への配慮 9社全ての企業で取組みがあった。認証原料を利用する企業が増えているが、例えば「持続可能なパーム油に関する円卓会議(RSPO)」のメンバーになっても未だ購入実績がない場合がある。次の段階として、購入実績の公表を進めることに期待したい。

3.現在特に注意が必要な商品 9社中5社で取組みがあり、4社で取組みがなかった。マイクロビーズは、どこの企業も撤廃が進んでいる。紫外線吸収剤では花王やロート製薬が、界面活性剤では花王で水質調査や開発などが積極的に取り組まれている。今後の他社の取組みが期待される。

4.自然関連財務情報開示タスクフォース(TNFD)への対応 開示が1社、開示予定が2社あった。

担当：石崎雄一郎(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

(2024 年度「企業のエンカル通信簿」結果)

概要 「化学物質・その他の有害物質の使用」の設問では、削減するための明文化された方針があるかを重視し、その使用状況を「削減の取組み」と「情報の公表」について質問した。化学物質管理では、新たにその体制の有無を設問とした。全体の達成率は平均43%、最高72%であった。化学物質削減の「方針、計画、取組み」はほとんどの企業で実施されており、管理体制が整備されていることが分かった。製品製造以外の有害物質削減の取組みは、報告書、ホームページの調査からは把握できなかった。

調査を終えて

1. 「独自に、より厳しい基準を設け、人体や環境に有害な物質を削減、または使用を中止」「PRTR 制度・SDS制度における第1種、第2種指定化学物質の使用削減」等への取組みが、花王、ライオン、P&G、I-ne、ロート製薬の5企業で行われていた。「国内の法規制よりも厳しい独自の制限物質リストを設けて適用」している企業も少なからずあった。
2. 使用状況、及び管理体制の情報の公表は、それぞれ9社の内1社を除いて取り組んでいた。しかし、その内5企業の公表内容は十分ではなかった。製品の安全性を伝える化学物質の使用状況の公表によって、消費者は商品の安全性に関する内容を知ることができる。また、化学物質管理についての情報開示は、消費者の学習の機会や製品の安全性等への啓発となり、消費者の保護・支援にもつながる。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促すことにもなる。
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く、働く人の安全性への配慮のためにも、今後の取組みを期待したい。

担当：芦田育美(環境市民ボランティア)、為則咲百合・安川創(環境市民インターン生)、渡辺ヒデ子(みどりの市民)

F. 水

(2024 年度「企業のエンカル通信簿」結果)

概要 水分野では、①水リスクに関する政策があり、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な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・政策・目標などがあり、かつ公表している企業は 5 社であり、いずれも水リスクの評価を実施していた。うち直接操業のみの評価が1社、サプライチェーンを含む評価を行なっているのが2社、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のが 2 社(P&G、ユニリーバ)であった。

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 3 社、使用量削減目標の達成状況のみを公開している企業が1社、削減目標を設定し使用量を公開している企業が1社、削減目標を設定し、使用量及び目標達成状況を公開している企業が 4 社であった。水使用量の削減や管理についての具体的取組みとしては、中水の利活用が 1 社、浄水処理した再生水の利活用が 5 社、雨水の利活用が2社、水の使用量の内訳を水源ごとに調査・公開しているのが 6 社であった。具体的な取組みについて公開していない企業も3社あった。

3. 原水保全や水資源確保のための取組みについて ライオンは水源涵養のための森林保全活動を行っており、花王では雨水の地下浸透を行っている。他の7社では、(国内での)原水保全の取組みは公開されていなかった。外資企業では水リスク(渇水)の大きい海外で水資源確保の取組みがみられるものの、(国内企業も含め)日本は水資源が豊富であるとみなされているからか、原水保全や水源涵養の取組みがなされていない。

考察 上記の観点について、平均の達成率はそれぞれ 52%、51%、3%となっていた。水リスクについては 8 割以上達成している企業が 5 社であり、4社は1割以下と企業間で差が大きい。また、水使用量の削減に関しては、企業間の差はあるものの 9 社とも使用量等の情報公開を行っており、6 社が具体的な取組みを実施している。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、改善が期待される。

担当：安川創(環境市民インターン生)、下村委津子(環境市民)、宮瀬美津子(くまもと未来ネット)