

食品卸のサステナビリティ

～日食協会報 シリーズ寄稿より～

一般社団法人 日本加工食品卸協会
サステナビリティ研究会 SDGs分科会

はじめに

一般社団法人日本加工食品卸協会（以下日食協）「SDGs分科会」は、非競争領域であるSDGs課題解決に業界で協力して取り組むことを目的に2021年4月に発足しました。発足の背景としましては、以前より全国の食品卸売業各社のトップから「SDGsを協会で先導して欲しい」との要望が多く寄せられていたことが挙げられます。同じ食品卸であれば、抱えている推進上の課題は概ね同じであろうことから、同業各社が情報を持ち寄ることで効率よく良い解決策を出すことができ、それが業界の発展にもつながるとの期待のもと、委員7社で定期的な会合を行うことで活動をスタートさせました。

2022年9月より、食品流通業界内に広く情報共有するため、成果物として日食協会報に「加工食品卸売業のサステナビリティ・SDGsへの取り組み」と題してシリーズ寄稿を開始しました。重要と思われる9つの課題を掲げ、それぞれのテーマにおける取り巻く状況や世の中の動き、食品卸としての取り組みの現状や今後の方向性などをまとめて委員持ち回りで作成し、3年超に亘り継続して寄稿を行いました。先日、2025年8月号の第9回掲載をもって無事にシリーズ終了とさせていただきました。

分科会において過去9回の寄稿を振り返り、全ての内容をまとめることで網羅的に参照しやすい情報となったことから、この度全9回分の内容を改稿して書籍化し、日食協会員企業に配布させていただく運びとなりました。各社において「食品卸売業としてどのようにサステナビリティ／SDGs課題に対応していくのか」について全体像の把握、課題への理解、対応策を考える際のヒント・判断材料として活用いただき、さらに業界の慣習などに対し食品卸各社が非競争領域として協働して課題解決を行うきっかけに少しでもなれば幸いです。

2025年12月

一般社団法人 日本加工食品卸協会
サステナビリティ研究会 SDGs分科会
座長：工 藤 拓
委 員 一 同

食品卸のサステナビリティ～日食協会報シリーズ寄稿より～

目次

はじめに	01
I 食品卸のサステナビリティ・SDGs への取り組みの必要性について	03
II 「CO ₂ 排出量削減（エネルギー使用量削減）」について	07
III 「気候変動対応（TCFD）」について	12
IV 「Scope3 への対応とその範囲」について	19
V 「プラスチック廃棄量削減」について	26
VI 「食品廃棄量の削減について」	34
VII 「寄付・寄贈」について	38
VIII 「人権問題」について	45
IX 「ダイバーシティ&インクルージョンとジェンダーギャップ」について	50

I 食品卸のサステナビリティ・SDGsへの取り組みの必要性について

1. はじめに

今や社会課題としてのサステナビリティやSDGsに取り組むことが、各企業にとっての使命となっています。サステナビリティやSDGsといった言葉は今や日常の言葉として、普通に使われる様になってきました。世の中がそうだから、世間が注目しているから、投資家の視線があるから等々、そのような理由も確かにあるのかも知れませんが、そもそも社会課題を解決することが企業の果たすべき責任と捉え取り組まなければなりません。

国連は2015年にSDGsを採択しましたが、それ以前から企業には自主的に社会貢献することが求められていました。しかし日本では、それは本業とは別のボランティア的なイメージを強く持たれていました。SDGsはこのような社会貢献ではなく、利益も追及し自社の持続可能な発展も目指しながら社会課題の解決も目指そうというものです。

サステナビリティやSDGsはややもすると環境活動と捉えられがちですが、決してそれだけではありません。たしかに環境問題の解決が大前提であることは間違いありませんが、昨今注目されている人権に関する問題やその対応、働き方、健康経営等々その範囲は大変広いものがあります。そもそも企業は、本業（実業）を通じてこのような社会課題の解決を図っていくことが必要であり、それが結果的に世のため人のために「働く」ことになります。

気候変動による地球環境の悪化は、食品卸業界に於いても業績に大きく影響します。温暖化による暖冬は、日本特有の冬物商材の売れ行きを悪化させる要因になりますし、昨今の海水温上昇による大型台風の到来は物流網に多大な影響を及ぼします。さらに農産物、水産物といった原材料の不作や漁獲高への悪影響も大変大きな問題といえるのです。

食品流通業界の中で特に食品卸業界はサステナビリティやSDGsへの取り組みが遅いと言われてきました。流通業界を「メーカー」「卸売業」「小売業」と大別すると中間に入っている「卸売業」は一般的に知られていない業界です。そのためか、この様な課題への対応が遅くなってしまうと思われます。しかしそのような卸売業でも、各社が



図表 1. SDGsに関する様々な課題

出所：会員企業にて作成

SDGsに対する取り組みをホームページに公表し始めました。

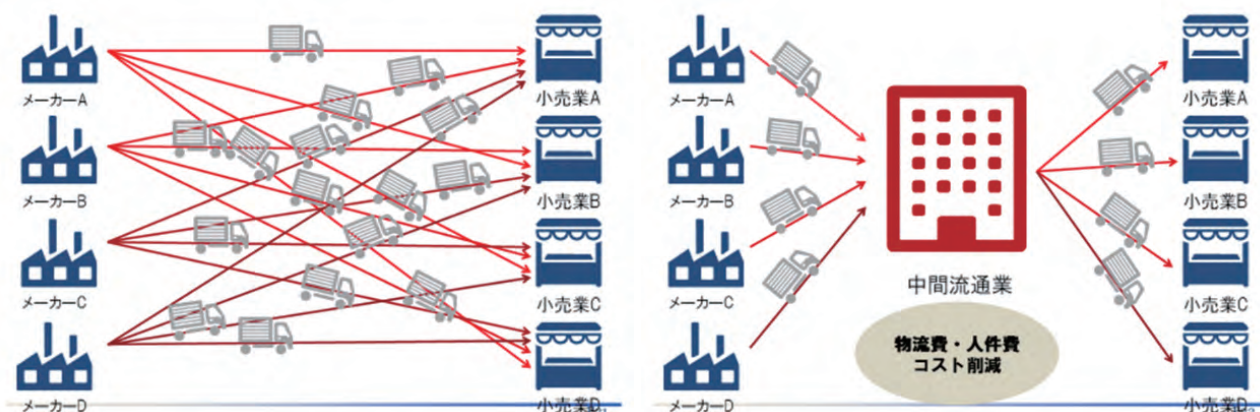
それでもやはり大手メーカーや大手小売業の方が対応は早いと思われます。本業が繋がり易いことと消費者接点が多いためだろうと思われます。また、世の中としても徐々にESG対応を考慮する動きが活発になってきており、その意味でも取り組んでいかなければならない環境に置かれていると思われますが、その点でも卸売業は、その風当たりが少ないのだらうと思われます。しかし本来は外圧の有無ではなく、社会のためということが第一義であり、かつ自分（自社）のために活動することが必要なのです。その点も含め、自社の活動に必要な行動は、同じ業界に居るもの同士ほぼ同じだろうと考えます。

2. 食品卸業界の機能

卸売業は「商流」「物流」「情報流」の機能をもっており、その効率化に寄与しています。その観点でもSDGsの目標達成にはなくてはならない業態であり機能だと言えます。図表2はよく使われる卸の機能図ですが、仮にメーカーが4社、小売業が4社だとすると、メーカーが小売業各社に自社の商品を直接運ぼうとすると $4 \times 4 = 16$ のルートが必要となってきます。そこに卸売業が介在することによって8ルートに集約出来、効率化が図れています。例えばこれだけでも、配送ルートの効率化によってCO₂の削減に寄与していると言えます。この様な「物流効率化」のほか「商品調達」「代金回収・決済代行」といった機能を卸売業は果たしており、サプライチェーン全体の効率化に寄与しています。

この機能は社会的に必要であり、サステナビリティやSDGsの目標達成にも必要な機能だと言えます。この機能を一層、社会課題の解決に活用していかなければならないのです。

食品卸各社としては、全部門にわたり、SDGsの観点で取り組むべき課題は多々ありますが、その中でも優先的に取り組む課題は、「CO₂排出量削減」と「食品廃棄量削減」、これに「脱プラスチック」を加えた3つだろうと思われます。



図表2. 卸売業の機能（物流効率化）

出所：会員企業にて作成

3. 脱プラスチック課題へのアプローチ

例えば「脱プラスチック」に該当する課題として食品卸各社に共通して言えそうなことは2つ考えられます。1つ目は、多くの食品卸は、自社オリジナル商品を販売している場合があり、その商品パッケージにプラスチックが使用されていることが多いと思われます。このプラスチックの使用を減らしていく必要があります。

2つ目は、物流センターにて廃棄されている「PPバンド」と「ストレッチフィルム」です。PPバンドは「ポリプロピレン」という素材の結束バンドですが、箱と箱を括って運びやすくしたり、積み重ねた時に崩れにくくしてくれているものです。

ストレッチフィルムは、ポリエチレン樹脂で出来た大きなラップの様なものですが、積んだ荷物にくるくると巻き付け、荷崩れを防ぐためのものです。物流センターから商品を出荷する時にも使用されています。

食品卸は物流センター内で流通加工を行っています。具体的には小売業へ商品を出荷するにあたり、箱に巻き付け

られているストレッチフィルムを剥ぎ、PPバンドを切ることで1個1個の箱（ケース）に分けたり、さらにその箱から個別（ボール・バラ）の商品を取り出して出荷するといった流通加工を行っています。この様にして個別の注文に応じた流通加工を行う際に各社相応の量のストレッチフィルムやPPバンドが廃棄プラスチック（以下、廃プラ）として排出されていると考えられます。

昨今、特に、先進国が排出する大量の廃プラが自国で処理されず、アジア諸国に「輸出」されているという実態が広く知られ問題視されています。さらに、中国や東南アジア諸国が廃プラの受け入れ停止や輸入禁止、規制強化の動きをしていることも踏まえると、この先を見据えた脱プラスチック策を各社考えると同時に、業界としても検討する必要があると思います。

規模の大小や業容の違いはありますが、前述したような廃プラは食品卸各社で発生していると想像します。それであれば、例えばPPバンドとストレッチフィルムを業界標準として脱プラスチック対応することは出来ないのでしょうか。さらにリサイクルではなく、リデュースするためには、使わなくするか、材質をプラスチックではないものに変えるしかないを考えるわけですが、PPバンドやストレッチフィルムをそもそも使わない（要らない）状態を目指すべきなのかも知れません。しかし、ロジスティクス途上における安全性を担保する上では、PPバンドやストレッチフィルム自体が要らないというシーンは少なくとも現時点に於いては考え辛く、やはりまだまだ「必要」なものだと言えそうです。

4. 競争領域と非競争領域の考え方

上で述べたような物流センターに於けるPPバンドやストレッチフィルムの問題は一つの例に過ぎませんが、食品卸同士の課題や悩みは共通するものが多いと思われます。それであれば、各社それぞれが時間とコストをかけて考えるよりも、同じ悩みを持った者同士、同じ目標に向かって課題を共有し解決策を一緒に考えた方が良いのではないかと思います。

2030年に向けてSDGsの目標を達成するためにはサプライチェーン上での連携が必要な課題が多くあります。しかし、この連携は言うは易しで、実際は簡単ではありません。そこにはどうしても利害関係が出てしまい、本質的な改善策はなかなか出にくいと思われますが、SDGsの達成やCO₂削減に於けるScope3への取り組み等、メーカー、卸、小売の連携が必要になってくると考えられます。しかし、その前に同じ卸売業界、特に食品卸業界内でまずは連携することが先決かもしれません。

そして、業界発展のための検討会の場を設け、どうすれば食品卸業界として社会課題の解決に寄与できるのかを皆で考えることが、自社のためにもなると考えます。それに最も近い場が「一般社団法人日本加工食品卸協会」であり、2021年6月よりサステナビリティ研究会傘下に環境問題分科会とSDGs分科会が設置されました。

むろん、自社特有のやり方や考え方、共有出来ない内容もあってしかるべしであり、そこは各社のいわば「競争領域」であり、そこまで開示する必要はないと思います。一方で、各社共通のインフラの様な部分は、自己利に走らず、業界として最適な手法を披歴し合い、むしろ合理化、効率化、業界発展の意識をもって共有する姿勢がより必要と思うのです。この「非競争領域」の部分を皆で考えることで、業界としてSDGsの達成を目指すこともまた必要なのではないでしょうか。

5. むすびにあたり

世界的には人口増加に伴う社会課題の解決が必要とされていますが、日本は人口減少が続く見通しです。食品を取り扱っている以上、少なくとも国内を見る限りでは、食べる人の減少は食品消費の減少につながり、現在の取引先との関係（帳合）や食品の価格に変更がないとすれば、おのずと量も額も自然減になってくることは間違いのないと思われます。取引先である小売業も同様に厳しいものがあります。商圈内の人口が減っていく中、売り場自体は飽和状態

であり、同質化競争から抜け出さなければ、縮小するマーケットの中での競争になってしまいます。そして何もしなければ自然減となり、規模の縮小につながってしまいます。小売業が苦戦すれば、おのずと卸売業も苦戦します。

食品卸業界として「卸の機能の必要性」をお互い改めて考え、競合であると同時に、食品卸業界を社会に必要な機能としてお互いが一層盛り上げていくために、サステナビリティやSDGsを業界の共通の指標とみなすとともに、共通の課題を乗り越えるための最善の解決策を共同で見つけ出すことが必要なのではないでしょうか。ライバル同士、切磋琢磨することはこの先も必要ですが、一方で非競争領域に於いては業界標準なるものを一緒に考え、お互いに業界の発展に寄与することが、結局SDGsの達成への近道と考えます。

食品卸業界において、今回、このSDGsという世界的な共通目標の下、業界として知恵を出し合い、力を合わせることは、世の中に必要な機能としての卸売業の存在意義を改めて示していくことでもあります。それはSDGs達成のためでもあり、同時に業界のためでもあり、そして自身（自社）のためでもあるのです。

先に示したとおり、サステナビリティ・SDGsへの貢献の観点からも「卸の機能」を失うわけにはいきません。そのためには業界自身がもっと高次元で切磋琢磨し、非競争領域に於いては協力して一層効率化しなければならないと思います。その意味でこの業界自体が進化し、イノベーションを起こしていく必要があると思います。

最後に、企業は社会の要請や期待に応じて対価を得ています。逆に言えば社会はその時代の求めるビジネスを行った企業に対価をもたらすわけであり、それは企業価値へと繋がります。今は特に社会課題の解決が求められている時代。この時代に選ばれる業界として、そしてその業界の一員として我々は社会課題の解決つまりサステナビリティ・SDGsへの貢献に取り組んでいく必要があるのです。

以 上

Ⅱ「CO₂排出量削減（エネルギー使用量削減）」について

1. はじめに

近年、世界規模で異常気象に関する報道が多くなされています。これまでも「地球温暖化」という表現はなされていましたが、2023年7月には国連のグテーレス事務総長が「地球温暖化の時代は終わり、地球沸騰の時代が来た」と述べ、猛暑による山火事が世界各地で発生するなどさまざまな影響が出ています。日本においても、2023年の夏は例年にない猛暑で、各地で35℃を超える猛暑日の日数が過去最高を記録する事態となっています。その原因の一つとして「GHG（温室効果ガス）」があげられています。「GHG」には二酸化炭素（以下、CO₂）やメタンなどさまざまな種類がありますが、日本においてはCO₂がGHGの約9割を占めることから、今回はCO₂にフォーカスしていきたいと思います。

日本国政府は2030年までに2013年比46%のGHG削減、2050年までにカーボンニュートラル、つまりはCO₂排出を実質ゼロにする方針を発表しています。私たち食品卸売業は食のサプライチェーンの中間に位置し、食品流通全体の効率化を担っておりますが、その過程においてさまざまな形でCO₂を排出しています。もし、CO₂削減への対策を取らなかった場合、今後も地球温暖化が進行し、農・水・畜産業生産量の変動や食料価格の高騰、**気象災害**による経済成長の低下などの影響が懸念されています。**また、近い将来「炭素税」の導入が検討されております。炭素税が導入された場合、燃料費や電気料金を含め、あらゆる調達コストが上昇し、企業業績への悪影響も懸念されます。**

この様にCO₂削減は企業活動を行う上で避けては通れないテーマであり、特に食品の領域においては気候変動の影響が大きいと、食のサステナビリティに取り組む上での大きな要素の一つとなっています。今回は、近年の異常気象、CO₂削減に関する国際的な動向、日本国政府の方針、CO₂削減手法について取り上げていきます。

2. 近年の異常気象

世界気象機関（WMO）や気象庁の報告によれば、2022年も世界各地でさまざまな気象災害が見られました。

例えば、ヨーロッパでは5月から12月にかけて高温となり、イギリス東部のコニングスビーでは、7月に40.3℃の日最高気温を観測しイギリスの国内最高記録を更新しました。その他、フランスでは5、10月の月平均気温がそれぞれの月としては1900年以降で最も高くなるなど、ヨーロッパ各国で月や年の平均気温の記録更新が報告されまし

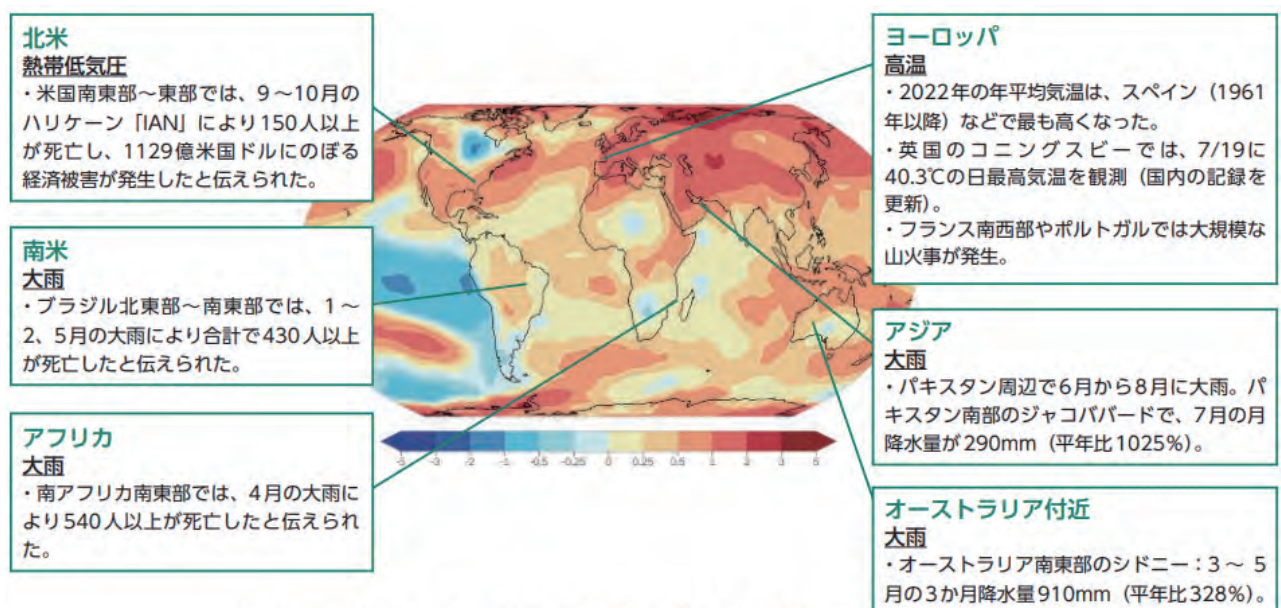


図1 2022年の世界各地の異常気温

出典：「令和5年版 環境・循環型社会・生物多様性白書」（環境省）

た。日本においても、高温が顕著だった6月下旬には東・西日本で、7月上旬には北日本で、1946年の統計開始以降、7月上旬として1位の記録的な高温となり、全国の熱中症救急搬送人員は、調査開始以降、6月は過去最高、7月は2番目に多くなりました。また、8月上旬には北海道地方や東北地方及び北陸地方を中心に記録的な大雨となり、複数の地点で24時間降水量が観測史上1位の値を更新し、河川氾濫や土砂災害の被害が発生しました。9月には台風第14号が非常に強い勢力で鹿児島市に上陸し、九州を中心に西日本で記録的な大雨や暴風となり、各地に大きな被害をもたらしました。

これらの個々の気象災害と地球温暖化との関係を明らかにすることは容易ではありませんが、地球温暖化の進行に伴い、今後、豪雨や猛暑のリスクが更に高まることが予想されます。

3. CO₂削減に関する国際的な動向と日本の対応

(1) 国際的な動向

1992年に採択された「国連気候変動枠組条約」に基づき、国連気候変動枠組条約締約国会議（COP）が1995年から毎年開催され、世界でのGHG排出削減に向けて、精力的な議論を行ってきました。「京都議定書」は、その名前をご存じの方も多いのではないのでしょうか。これは、1997年に京都で開催されたCOP3にて採択された、2020年までのGHG排出削減の目標を定める枠組みです。しかし、この枠組みが果たして気候変動問題に有効に対処できるのか疑問を投げかける声が聞かれるようになりました。そもそも、国連気候変動枠組条約では、世界の国々を主として先進国と開発途上国の2つに分け、条約上の義務等に差異を設けています。そのため、同条約を具体化した京都議定書では、日本を含む先進国のみに削減目標に基づく削減義務が課せられることとなりました。一方で、中国・インドといった新興国を中心とした開発途上国のGHG排出量が急増し、現在では先進国よりも開発途上国の方がGHGを多く排出するようになっていました。米国は、この点を理由の一つとして、京都議定書には参加しませんでした。この結果、主要排出国である米国やその他の新興国が削減義務を負っていない京都議定書の枠組みでは有効な対策を取ることが難しくなってきました。

こうした状況を打開するため、国際社会は、京都議定書に代わる新たな枠組みの構築に取り組みます。2011年に南アフリカで開催されたCOP17において「全ての国が参加する新たな枠組み」の構築に向けた作業部会の設置に合意すると、翌年からその作業部会において精力的な交渉がスタートしました。その後、約4年をかけて行われた交渉の結果、2015年にフランス・パリで開催されたCOP21において採択されたのが「パリ協定」です。パリ協定は、歴史上初めて先進国・開発途上国の区別なく気候変動対応を義務づけた歴史的な合意として、公平かつ実効的な気候変動対応のための協定となりました。パリ協定では、長期的な目標として「世界の平均気温上昇を工業化以前から2℃以内に抑える」という「2℃目標」を設定し、また、1.5℃以内に抑える努力を追求することを合意しました。

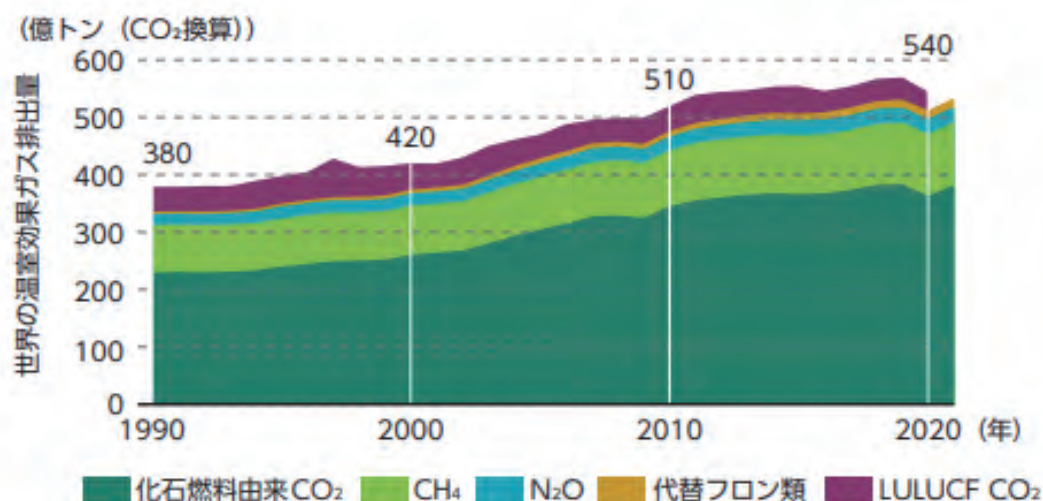


図2 世界のGHG排出量

出典：「令和5年版 環境・循環型社会・生物多様性白書」（環境省）

しかし、世界のGHGの総排出量は、2000年から2009年にかけては年平均増加率2.6%、2010年から2019年にかけては年平均増加率1.1%と増加率は鈍化傾向ですが、大気中のGHG濃度は上昇が続いていて、気候変動問題の解決のためには、速やかで持続的な排出削減が必要な状況となっています。

（2）日本の対応

日本も京都議定書に**批准**するとともに、2030年までに2013年比46%のGHG削減（さらに50%削減の高みに向けた挑戦）、2050年までにカーボンニュートラルを表明しています。その後、「環境対策は経済の制約ではない。積極的に温暖化対策を行うことで、産業構造や経済社会の変革をもたらし、大きな成長につなげるという発想の転換が必要」という立場で、積極的に環境分野への新技術等への積極的な投資を行い、経済と環境の好循環を実現しつつ、CO₂を大幅に削減する方向性を示しています。

日本のGHG排出・吸収量（GHG排出量から吸収量を引いた値）は2013年度から20.3%減少しています。これは、省エネルギーの推進によるエネルギー使用量の減少や電力の低炭素化（再エネ拡大、原発再稼働）に伴う電力由来のCO₂排出量の減少などによるものです。

なお、2021年度のGHG排出・吸収量は、11億2千万トンで2020年度から2.0%増加しています。その要因としては、新型コロナウイルス感染症で落ち込んでいた経済の回復等によるエネルギー消費量の増加等があげられます。

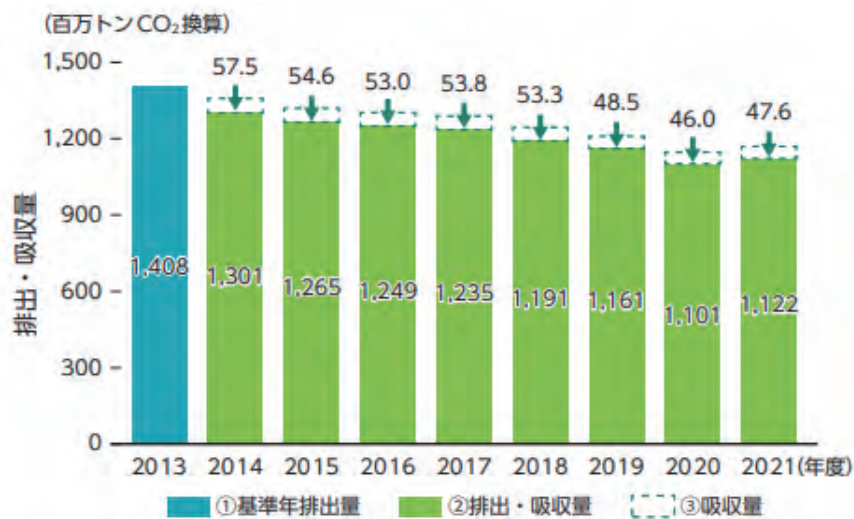


図3 日本のGHG排出・吸収量

出典：「令和5年版 環境・循環型社会・生物多様性白書」（環境省）

4. CO₂削減の具体的手法

一言にCO₂削減と言っても、その手法はさまざまです。そこで、食品卸売業に関連した各種施設、業務に紐付けた形でのCO₂削減の具体的手法の一例をご紹介します。

（1）省エネルギー対策

① 事務所、物流センター

1) 照明

- ・照明は常温の物流センターの電力使用量の約30%を占めるとわれています。

物流センターの照明を蛍光灯からLEDに切り替えると、消費電力が約半分になります。

- ・人感センサーを設置することで、更に電力使用を削減することができます。

2) 空調

- ・空調は常温の物流センターの電力使用量の約25%を占めるといわれています。
一般的に、設定温度を1℃緩和すると空調に関する電力使用を約10%削減できると言われています。
- ・サーキュレーターを使用するなど、空気を循環させることで室内温度を均一にすることができ効率的な空調使用が可能となります。
- ・20年前の空調を最新の高効率空調に入れ替えることで、25～35%の大幅な効率向上が期待できます。

3) 冷凍・冷蔵設備

- ・冷凍・冷蔵機能を有する物流センターにおいては電力使用量の多くを占める場合があります。
- ・トラックコンテナのビニールカーテン設置、入出庫時の開閉徹底、設備の温度設定の工夫（時間帯別・機器別）等により、効率化による電力使用量削減が期待できます。
- ・オゾン層保護には効果があるが温室効果が高い代替フロンから、温室効果の小さい「グリーン冷媒」に移行することでCO₂削減が期待できます。

参考：東京都環境局 東京都地球温暖化防止活動推進センター「倉庫・冷凍冷蔵倉庫の主エネルギー対策」

(2) 再生可能エネルギーの導入

① 太陽光発電設備の導入

1) 自己所有

- ・センターの屋根上などに太陽光発電設備を設置し、自社で使用するもの。
一時的な投資が必要ですが、設置規模によっては1kWhあたりの単価は通常の電力購入単価を下回ることもあります。

2) 自己所有以外

- ・太陽光発電設備の導入には興味があるが一時的な投資を避けたい場合、「オンサイトPPAおよびオフサイトPPA」という方式があります。これは、発電事業者が企業の屋根上や遊休地等に太陽光発電設備を設置し、発電事業者と電力供給契約を結ぶことで、自社で投資をしなくとも再生可能エネルギーの使用が可能になります。なお、一般的には電力供給契約の期間は15年～20年と長期にわたるため、自社保有の物件や長期間の賃貸借契約を行っている拠点が対象となります。

② 再生可能エネルギーの購入

- ・一般的にはコストアップになりますが、電力会社によっては太陽光発電などによる電力を指定して購入することが可能です。

5. 最後に

これまで述べてきたように、CO₂削減への対応は企業活動を行う上で欠かせない取り組みとなっています。

CO₂削減対策＝コストアップという認識は強いと思いますが、エネルギー使用量を減らすことでコスト削減につなげることができます。つまり、さまざまな省エネルギー対策を行うことで、コスト削減およびCO₂削減の両方を達成できるのです。これまでも各社で配送や各種業務の効率化を実施してきていますが、実はそれがCO₂削減にも貢献しているといえます。

ただし、燃料や電気を使わない業務というものはありません。省エネルギー対策だけで国が目指す2050年カーボンニュートラルを達成することは難しいと思われます。それでも、少しずつ省エネルギーを推進していく、または、太陽光発電をはじめとした再生可能エネルギーを導入するということを進めていくことが重要であると考えます。2050年まではまだ猶予があり、それまでに抜本的にCO₂を削減することができる新たな技術（CCS^{*1}、CCUS^{*2}等）

の発展を信じ、少しでも取り組みを進めていくことで、食品卸売業全体がサステナブルな業種と認知され、世の中の支持を得られ続けるのではないかと考えます。

※1 CCS：二酸化炭素（Carbon dioxide）を回収（Capture）して地中に貯留（Storage）すること。

※2 CCUS：CCSに加え、回収したCO₂を活用すること。

Ⅲ「気候変動対応（TCFD）」について

1. TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）とは

TCFDとは端的に言えば、投資家や金融機関等のステークホルダーが適切な投資判断を行う上で、各企業で気候変動によってどのようなリスクや機会が発生しうるか、そしてそれがどの程度の財務影響を及ぼすかについて、適切な情報開示を促すべく組成された民間主導のタスクフォースです。



TCFDに沿った情報開示に取り組むことにより、自社の経営課題の可視化とその解決に向けた戦略立案、自社の機会の創出に加えて、ステークホルダーからの信頼性の向上が期待できます。

2. TCFD設置の背景

2015年12月に採択されたパリ協定を受け、気候変動の緩和及び適応の両面での取り組みが世界中で進んでいます。金融業界においては、気候変動は投融資先の企業の事業活動に多大な影響を与える可能性があることから、保有資産に対する気候変動の影響を評価する動きが広がっています。

一方で、企業に求められる気候変動の影響に関する情報開示の程度はこれまで十分ではなく、投資家や金融機関は、気候関連の問題を企業の戦略や財務計画と関連づけて理解することが困難な状況でした。

2015年9月に、金融安定理事会（FSB）議長・英国中央銀行総裁（当時）Mark Carney氏が「低炭素経済への移行に伴う、GHG（温室効果ガス）排出量の大きな金融資産の再評価リスク等が金融システムの安定を損なう恐れ」とスピーチし、企業によっては気候変動により企業価値が減少するリスクが非常に大きいことを示しました。気候変動は以下の3つの観点から金融システムの安定を損なう恐れがあるとしています。

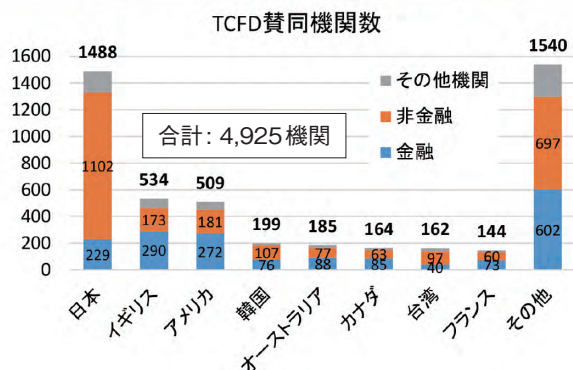
物理的リスク	洪水、暴風雨等の気象事象によってもたらされる財物損壊等の直接的インパクト、グローバルサプライチェーンの中断や資源枯渇等の間接的インパクト
賠償責任リスク	気候変動による損失を被った当事者が他者の賠償責任を問い、回収を図ることによって生じるリスク
移行リスク	低炭素経済への移行に伴い、GHG排出量の大きい金融資産の再評価によってもたらされるリスク

上記のとおり、気候関連リスクの影響が無視できなくなり、投資家が「気候変動の財務への影響」を公表するように要請しました。

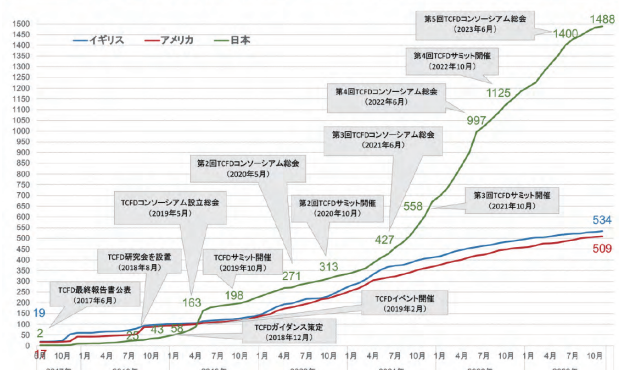
これを踏まえ、FSBは2015年12月に民間主導の「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD：Task Force on Climate-related Financial Disclosures）」を設置しました。

TCFDは、情報活用を行う機関（主に金融系企業）と、情報開示を行う機関（主に非金融系企業）、加えて格付

各国のTCFD賛同機関数（2023年11月24日時点）



上位3か国の賛同機関数の推移（2023年11月24日時点）



機関やコンサルティング会社などESG評価を行う企業に属するメンバーで構成され、約1年半の検討期間を経て、2017年6月に「TCFD提言」を公表しました。

TCFDの発表後、気候関連情報の開示・利用をめぐる状況は大きく変化しました。TCFDへの賛同を表明した機関は設立当初の102機関から2023年11月には4,925機関まで増加しています。

日本も2019年5月TCFDコンソーシアムが設立されると同時に賛同機関数が世界1位となり、2023年11月には1,488の企業・機関が賛同しています。

【出典：TCFDコンソーシアム HP（<https://tcfcd-consortium.jp/about>）】

3. TCFDの概要

TCFDに沿った情報開示に関する事項について以下のとおりまとめております。

(1) TCFDが求めているもの

TCFDでは、全ての企業に対し、

- ① 2℃目標等の気候シナリオを用いて
- ② 自社の気候関連リスク・機会を評価し
- ③ 経営戦略・リスク管理へ反映
- ④ その財務上の影響を把握、開示することを求めている

(2) TCFDの実施することによるメリット

TCFDの実施にあたり、その潜在的メリットは以下の4つとなります。

- ① 企業が気候関連リスクを適切に評価・管理することは、投資家や金融機関等からの信頼にもつながり、投融資が増加する
- ② 財務報告において気候関連リスクに係る情報開示することで、既存の開示要件（重要性の高い情報を報告する義務）をより効果的に履行可能
- ③ 企業における気候関連リスクと機会に関する認識・理解向上は、リスク管理の強化及び情報に基づく戦略策定に寄与する
- ④ TCFDが提言する情報開示枠組みを活用することで、気候関連情報を求める投資家等のニーズに対して積極的に取り組むことができる

(3) TCFDへ対応しない場合に想定されるリスク

TCFDへの対応を行わない場合に想定される、短期的・中長期的リスクは以下のとおりです。

短期的	企業が気候関連リスクを適切に評価・管理できていないと金融機関による投融資が減少する恐れがある
	既存の開示要件を履行していないと、訴訟のリスクがある
	情報開示枠組みを活用していないことによる、環境評価・環境ブランドの低下
中長期的	企業における気候関連リスクと機会に関する認識・理解が足りず、リスク管理ができていない、突発的な気候関連リスクに脆弱な組織になる
	同時に気候関連リスクの認識不足と機会の喪失から、企業経営に財務的な損害を与える可能性がある

(4) TCFDの開示項目

① 4つの項目

TCFDでは、以下のとおり「ガバナンス」「戦略」「リスク管理」「指標と目標」の4つの要求項目に沿った開示と、「気候関連のリスクと機会」の考えに基づく説明が求められます。

要求項目	ガバナンス	戦略	リスク管理	指標と目標
項目の詳細	気候関連のリスク及び機会に係る組織のガバナンスを開示する	気候関連のリスク及び機会が組織のビジネス・戦略・財務計画への実際の及び潜在的な影響を、重要な場合は開示する	気候関連のリスクについて組織がどのように選別・管理・評価しているかについて開示する	気候関連のリスク及び機会を評価・管理する際に使用する指標と目標を、重要な場合は開示する
推奨される開示内容	a)気候関連のリスク及び機会についての取締役会による監視体制の説明をする	a)組織が選別した、短期・中期・長期の気候変動のリスク及び機会を説明する	a)組織が気候関連のリスクを選別・評価するプロセスを説明する	a)組織が、自らの戦略とリスク管理プロセスに即し、気候関連のリスク及び機会を評価する際に用いる指標を開示する
	b)気候関連のリスク及び機会を評価・管理する上での経営者の役割を説明する	b)気候関連のリスク及び機会が組織のビジネス・戦略・財務計画に及ぼす影響を説明する	b)組織が気候関連のリスクを管理するプロセスを説明する	b)Scope1,Scope2及び該当するScope3のGHGについて開示する
		c)2℃以下シナリオを含む様々な気候関連シナリオに基づく検討を踏まえ、組織の戦略のレジリエンスについて説明する	c)組織が気候関連リスクを識別・評価・管理するプロセスが組織の総合的リスク管理においてどのように統合されるかについて説明する	c)組織が気候関連リスク及び機会を管理するために用いる目標、及び目標に対する実績について説明する

【出典：TCFDを活用した経営戦略立案のススメ～気候関連リスク・機会を織り込むシナリオ分析実践ガイド ver3.0】

(<https://www.env.go.jp/content/900498783.pdf>)】

② 気候関連リスクとは

気候関連リスクは、「①低炭素経済への『移行』に関するリスク」と「②気候変動による『物理的』変化に関するリスク」の2つとなります。

種類	定義	種類	主な側面・切り口の例
移行 リスク	低炭素経済への「移行」に関するリスク	政策・法規制リスク	GHG排出に関する規制の強化、情報開示義務の拡大等
		技術リスク	既存製品の低炭素技術への入れ替え、新規技術への投資失敗等
		市場リスク	消費者行動の変化、市場シグナルの不透明化、原材料コストの上昇等
		評判リスク	消費者選好の変化、業種への非難、ステークホルダーからの懸念の増加等
物理的 リスク	気候変動による「物理的」変化に関するリスク	急性リスク	サイクロン・洪水のような異常気象の深刻化・増加等
		慢性リスク	降雨や気象パターンの変化、平均気温の上昇、海面上昇等

【出典：TCFDを活用した経営戦略立案のススメ～気候関連リスク・機会を織り込むシナリオ分析実践ガイド ver3.0】

(<https://www.env.go.jp/content/900498783.pdf>)】

③ 気候関連機会とは

気候対策による経営改革の機会を分類したものであり、以下のとおり分類されます。

	側面	主な切り口の例	財務影響の例
機会	資源の効率性	- 交通・輸送手段の効率化 - 製造・流通プロセスの効率化 - リサイクルの活用 - 効率性のよい建築物 - 水使用量・消費量の削減	- 営業費用の削減(例:効率化、費用削減) - 製造能力の拡大、収益増加 - 固定資産価値の向上(例:省エネビル等) - 従業員管理・計画面の向上(健康、安全、満足度の向上)、費用削減
	エネルギー源	- 低炭素エネルギー源の利用 - 政策的インセンティブの利用 - 新規技術の利用 - カーボン市場への参画 - エネルギー安全保障・分散化へのシフト	- 営業費用の削減(例:低コスト利用) - 将来の化石燃料費上昇への備え - 炭素価格低炭素技術からのROI上昇 - 低炭素生産を好む投資家増加による資本増加 - 評判の獲得、製品・サービスの需要増加
	製品／サービス	- 低炭素商品・サービスの開発・拡大 - 気候への適応対策・保険リスク対応の開発 - 研究開発・イノベーションによる新規商品・サービスの開発 - ビジネス活動の多様化、消費者選好の変化	- 低炭素製品・サービス需要による収益増加 - 適応ニーズによる収益増加(保険リスク移転商品・サービス) - 消費者選好の変化に対する競争力の強化
	市場	- 新規市場へのアクセス - 公的セクターによるインセンティブの活用 - 保険補償を新たに必要とする資産・地域へのアクセス	- 新規市場へのアクセスによる収益増加(例:政府・開発銀行とのパートナーシップ) - 金融資産の多様化(例:グリーンボンド、グリーンインフラ)
	強靱性(レジリエンス)	- 再エネプログラム、省エネ対策の推進 - 資源の代替・多様化	- レジリエンス計画による市場価値の向上 - サプライチェーンの信頼性の向上 - レジリエンス関連の新規製品・サービスによる収益増加

【出典：TCFDを活用した経営戦略立案のススメ～気候関連リスク・機会を織り込むシナリオ分析実践ガイド ver3.0

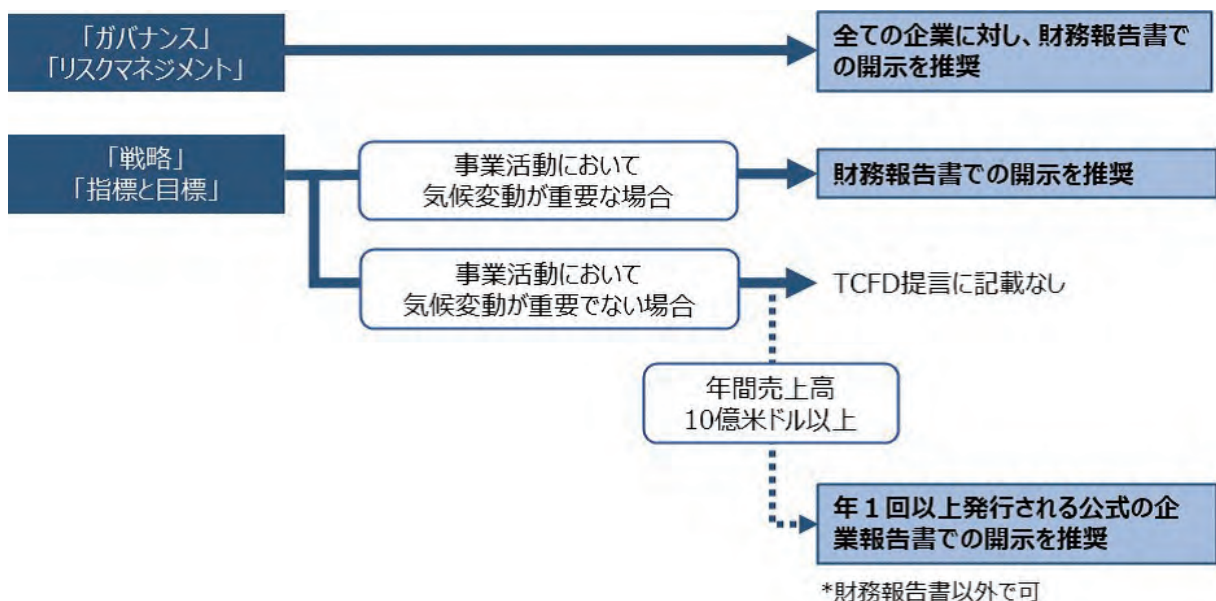
(<https://www.env.go.jp/policy/tcfd.html>)】

(5) 情報の開示媒体について

TCFDでは、特に4つのテーマの中の「ガバナンス」と「リスク管理」について、「全ての企業」が「財務報告書」により開示することが望ましいとしています。

「全ての企業が」と述べる理由は、ほぼ全ての産業が気候変動の影響を受ける可能性があるためと投資家等は考えているからであり、「財務報告書」と述べる理由は、投資家等が最も参照する機会が多く、組織内部のガバナンスプロセスの対象となっているからです。

さらに、大規模な企業に対しては、現状では気候関連情報が重要と認識されていなくとも将来重要になり得るとして、開示媒体を問わず、気候関連の財務情報開示を開始することを推奨しています。



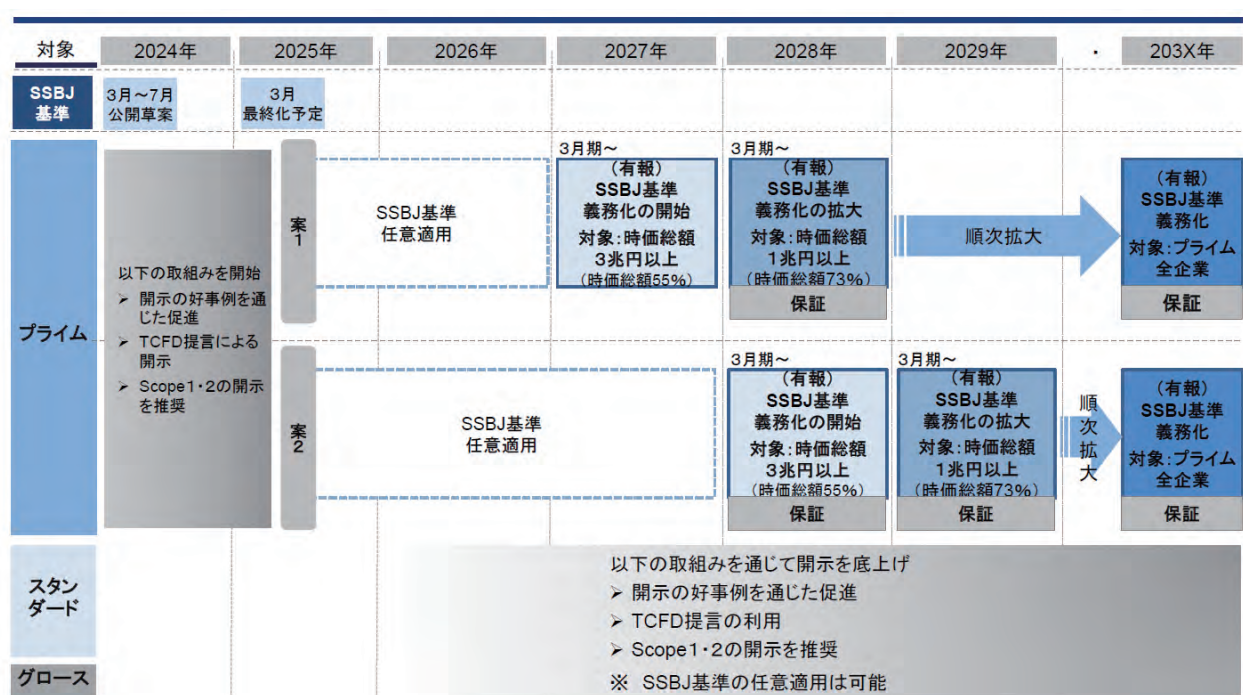
【出典：気候関連財務情報開示に関するガイダンス 3.0 (https://tcfd-consortium.jp/pdf/news/22100501/TCFD_Guidance_3.0_J.pdf)】

また、2021年6月のコーポレートガバナンス・コード改訂の中で、プライム市場上場企業はサステナビリティに関連して「TCFD又はそれと同等の国際的枠組みに基づく気候変動開示の質と量を充実」を求められており、この改訂によって2022年度以降、気候変動開示の動きが活発化しています。

(6) TCFDの今後の動向

国際サステナビリティ基準審議会（ISSB）はTCFDが推奨する開示事項を具体的な開示基準として整理・統一し、2023年6月に「IFRS S1号：サステナビリティ関連財務情報の開示に関する全般的な要求事項」および「IFRS S2号：気候関連開示」を発表しました。

これによりTCFDはその役割を終え、2023年10月に発展的解消（解散）しました。今後はTCFDの考え方はそのままに、IFRS S1号およびS2号をベースに開示方法を統一する方向で制度化検討が進められています。



【出典：金融庁 第1回金融審議会サステナビリティ情報の開示と保証のあり方に関するワーキング・グループ「事務局説明資料」
(https://www.ssbj.jp/jp/wp-content/uploads/sites/6/20240404_05.pdf)】

日本ではサステナビリティ基準委員会（SSBJ）が主体となり、2025年3月には「日本版IFRS S1／S2号」となるSSBJ基準の最終化を予定しています。プライム上場企業へのSSBJ基準での開示義務化は2027年より段階的に開始される想定です。一方、スタンダード上場企業は現時点では任意適用の範疇となっています。

SSBJ草案の主な内容
・ IFRS が設立した ISSB の基準に準拠。有価証券報告書での開示を想定
・ 温暖化ガス排出量は Scope1、2、3 の総量開示が義務
・ 気候変動で起こりうる将来を想定し、事業への影響を示す「シナリオ分析」を求める
・ 気候関連リスクに対応する投資額、社内炭素価格なども業種に関わらず開示
・ 低炭素経済への意向に取り組むための目標・行動を定めた「移行計画」があれば開示

4. TCFDの重要性と進め方

近年、投資家等においても、気候変動対応としてエンゲージメントの有効性が重要視されてきています。TCFDコンソーシアムが2019年10月に発表し、2021年10月に改訂したグリーン投資ガイダンス*においても、「投資家等がエンゲージメントを通じて企業の気候変動対応を促すことは、結果として取り組み改善を通じた企業価値向上につながる

また、リスクと機会の影響度については、「大・中・小」といった抽象的な表現から、具体的な影響額等、より定量的な開示にステップアップしていくことが各社の課題となっています。

(2) 食品卸売業のTCFD開示事例（50音順）

伊藤忠食品	https://www.itochu-shokuhin.com/sustainability/tcfd.html
加藤産業	https://www.katosangyo.co.jp/csr/sustainability/tcfd/
国分グループ	https://www.kokubu.co.jp/sustainability/environment/pdf/TCFD_recommendations_2024.pdf
三菱食品	https://www.mitsubishi-shokuhin.com/sustainability/esg/environment/tcfd/

以 上

IV「Scope3への対応とその範囲」について

1. はじめに

近年、気候変動による自然災害が世界中で多発しており、2024年11月に開催された国連気候変動枠組条約第29回締約国会議（COP29）において、パリ協定で採択された1.5℃目標実現のための新規合同資金目標について合意がなされ、先進国と途上国が協力して気候変動対策をさらに加速させることが求められました。日本でも、現行目標である2030年度の46%削減から2050年のネットゼロに至る経路として、「2035年度に2013年度比60%減、2040年度に同73%減」を盛り込んだ地球温暖化対策計画の改定案を取りまとめました。

このように、世界各国で1.5℃目標実現に向けた気候変動対策の動きが加速する中、我々企業としても、より一層効果的な気候変動戦略を立案し実行していく企業の責任があります。今回は、効果的な気候変動戦略立案に必要な、自社を含むサプライチェーンのGHG（温室効果ガス）排出量を詳細に理解する手法について取り上げていきます。

2. サプライチェーン排出量

企業が近年まで重点を置いていたのは、自社の事業から排出される、GHGプロトコルでいうところのScope1排出量とScope2排出量でしたが、GHG関連のリスクや機会を包括的に管理するには、自社バリューチェーンや製品ポートフォリオに関わるGHG排出量の算定も行うことが重要であると認識をもつ企業が徐々に増えてきました。そういった高まりを受け、Scope3排出量の算定が注目されるとともに、原材料調達・製造・物流・販売・廃棄など、一連の事業活動の全体から発生するGHG排出量のことであるサプライチェーン排出量の算定の重要性が増しています。



図 1

出典：環境省 HP (https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/estimate.html)

■ Scope1

事業者自らによる「燃料の燃焼」に伴う排出（直接排出）。

具体例：ガソリンや軽油、液化石油ガス（LPG）の使用。

■ Scope2

主に電力会社等から供給された、電気の使用に伴う排出（間接排出）。

■Scope3

Scope1、Scope2 以外の間接排出。

カテゴリー		該当する排出活動
1	購入した製品・サービス	原材料の調達、パッケージの外部委託、消耗品の調達
2	資本財	生産設備の増設
3	Scope1、2に含まれない燃料及びエネルギー活動	調達している燃料の上流工程（採掘、精製等） 調達している電力の上流工程（発電に使用する燃料の採掘、精製等）
4	輸送、配送（上流）	調達物流、横持物流、出荷物流（自社が荷主）
5	事業から出る廃棄物	廃棄物（有価のものは除く）の自社以外での輸送、処理
6	出張	従業員の出張
7	従業員の通勤	従業員の通勤
8	リース資産（上流）	自社が賃借しているリース資産の稼働
9	輸送、配送（下流）	出荷輸送（自社が荷主の輸送以降）、倉庫での保管、小売店での販売
10	販売した製品の加工	事業者による中間製品の加工
11	販売した製品の使用	使用者による製品の使用
12	販売した製品の廃棄	使用者による製品の廃棄時の輸送、処理
13	リース資産（下流）	自社が賃貸事業者として所有し、他社に賃貸しているリース資産の稼働
14	フランチャイズ	自社が主宰するフランチャイズの加盟者のScope1、2に該当する活動
15	投資	株式投資、債券投資、プロジェクトファイナンスなどの運用

サプライチェーン排出量算定のメリット

①削減対象の特定/削減意識の啓発

サプライチェーン排出量の全体像（総排出量、排出源ごとの排出割合）を把握することで、優先的に削除すべき対象を特定ができる。その特徴から長期的な環境負荷削減戦略や事業戦略策定のヒントを導き出すこともできる。

②他事業者との連携による削減

サプライチェーン上の他事業者と環境活動における連携を強化し、環境負荷低減施策の選択肢が増え、GHG排出量削減が進む。また、サプライチェーン排出量算定を要請する企業もあるため、新規顧客開拓へ繋がることも期待できる。

③情報開示

企業の情報開示の一環として、サプライチェーン排出量を開示することで、環境対応企業としての企業価値を明確にする。サプライチェーン排出量の把握・管理は一つの正式な判断基準として国内外で注目を集めており、グローバルにおいても、投資家等のステークホルダーへの社会的信頼性向上に繋がり、ビジネスチャンスの拡大が期待されている。

3. サプライチェーン排出量の算定方法

前述のとおり、サプライチェーン排出量の算定は、Scope1排出量 + Scope2排出量 + Scope3排出量を合計して算定しますが、ここではScope3排出量の算定方法について説明します。

活動量		排出原単位
事業者の活動の規模に関する量。 例えば電気の使用量、貨物の輸送量、廃棄物の処理量などが該当します。 社内の各種データや、業界平均データなどから収集します。		活動量あたりのCO ₂ 排出量。 基本的には既存のデータベースから選択して使用しますが、排出量を直接計測する方法や取引先から排出量の算定結果の提供を受ける方法もあります。

基本式は【活動量×排出原単位】であり、15カテゴリーごとに計算し合計して算定します。

また、算定にあたっては継続的な排出量の管理や透明性の高い情報開示の観点から体系的に算定を進めることが重

要であり、4つのステップに沿って算定することが望ましいとされています。

ステップ1：算定目的の設定

ステップ2：算定対象範囲の確認

ステップ3：Scope3活動の各カテゴリーへの分類

ステップ4：各カテゴリーの算定

■ステップ1：算定目的の設定

目的ごとに必要となる算定制度や算定範囲が異なります。サプライチェーン排出量の算定においては、可能な限り算定制度・算定範囲を高めることが望ましいとされますが、そうすると算定の労力・コストの増大も懸念されることから算定目的に応じた算定制度を意識することが重要と考えられています。

算定目的の例	留意点
ステークホルダーへの情報開示	算定の考え方、前提条件等を明示する必要。また、正確性や透明性確保の観点から、第三者検証を受けることも選択肢の一つ。
削減対象の詳細評価	データベースの標準的排出原単位は平均的な値であるため、事業者の活動実態に即した排出原単位や算定方法等を用いる事が望まれる。
サプライチェーン排出量の全体像把握	全体像を把握するためには全カテゴリーについて算定のカバー率を高めることが重要。

■ステップ2：算定対象範囲の確認

区分	算定対象に含める範囲（原則）	
温室効果ガス	エネルギー起源CO ₂ 、非エネルギー起源CO ₂ 、メタン（CH ₄ ）、一酸化二窒素（N ₂ O）、ハイドロフルオロカーボン類（HFCs）、パーフルオロカーボン類（PFCs）、六ふっ化硫黄（SF ₆ ）、三ふっ化窒素（NF ₃ ） ※算定・報告・公表制度における温室効果ガスの種類と同じ	
組織的範囲	自社	自社及びグループ会社のすべての部門、すべての事業所（Scope1,2に含む範囲）
	上流	Scope3カテゴリ1～8に該当する事業者
	下流	Scope3カテゴリ9～15に該当する事業者
地理的範囲	国内及び海外	
活動の種類	サプライチェーンにおいて、温室効果ガスの排出に関するすべての活動	
時間的範囲	1年間の事業活動に係るサプライチェーン排出 ※自社の活動からの排出量については、算定対象とした時期に実際に排出した排出量ですが、サプライチェーンの上流や下流の排出量の排出時期は、自社の活動から温室効果ガスが排出される年度とは異なる場合があります。	

表 1

出典：「サプライチェーン排出量の算定対象範囲」（環境省）

(https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/tools/supply_chain_201711_all.pdf)

■ステップ3：Scope3活動の各カテゴリーへの分類

算定対象範囲を確認した後は、Scope3活動をカテゴリー1～15に分類していきます。

サプライチェーン全体の活動を整理し、算定漏れがないよう注意します。

■ステップ4：各カテゴリーの算定

データ収集項目とデータ収集先の整理をします。

カテゴリ	該当する活動	算定方法	データ収集項目	データ収集先
1	原材料の調達	調達物ごとの年間調達量から算定	調達物ごとの調達量	各種調達データ
2	生産設備の増設	年間設備投資金額をもとに算定	年間設備投資金額	有価証券報告書
3	エネルギー関連活動	年間での各種エネルギー使用量をもとに算定	年間のエネルギー種別ごとの使用量	Scope1,2 算定用データ
4	1. 調達物流 2. 出荷輸送 (自社が荷主となる委託物流)	1. 調達先及び納入場所の住所から輸送距離を見積もり、算定 2. 省エネ法（※1）の特定荷主定期報告書の出荷輸送部分を利用	1. 調達重量及び調達先の住所 2. 省エネ法（※1）の特定荷主定期報告書における出荷輸送分	1. 各種調達データ (調達先の住所及び調達重量) 2. 省エネ法（※1）の特定荷主定期報告書
5	外部委託の廃棄物処理	廃棄物処理委託量から算定	廃棄物種別ごと処理方法ごとの処理委託量	環境報告書用の集計値 (廃掃法（※2）のマニフェスト等)
6	従業員の出張	出張旅費金額から算定	交通手段別の出張旅費金額	経理データ
7	従業員の通勤	通勤費支給金額から算定	通勤手段別の通勤費支給額	経理データ
8	自社が賃借しているリース資産の稼働	既にScope1,2 に計上済みのため、該当なし	—	—
9	出荷輸送 (自社が荷主となる輸送以降)	出荷先の住所からシナリオを設定し算定	出荷重量及び出荷先の住所	出荷先データ (出荷先の住所および出荷重量)
10	事業者による中間製品の加工	加工シナリオを設定して算定	販売した製品の加工方法	製品設計データ（加工）
11	使用者による製品の使用	実測値もしくは使用シナリオを設定して算定	実測値、仕様値、カタログ値、製品カテゴリの平均値、等	製品使用データ（使用）
12	使用者による製品の廃棄処理	1. 実測値もしくはシナリオを設定して算定 2. 容器リサイクル法の報告値を利用	1. 実測値、仕様値、カタログ値、製品カテゴリの平均値、等 2. 容器リサイクル法の再商品化義務量	1. 製品設計データ（分解） 2. 容器リサイクル法における再商品化義務量
13	他者に賃貸しているリース資産の稼働	実測値もしくは使用シナリオを設定して算定	実測値、仕様値、カタログ値、製品カテゴリの平均値、等	リース資産所管部署
14	自社が主宰するフランチャイズの加盟者のScope1,2 の排出量	フランチャイズ加盟店のScope1,2 を算定	フランチャイズ加盟店のScope1,2	フランチャイズ加盟店
15	1. 株式投資、債券投資 2. プロジェクトファイナンス	1. 投資先の年間Scope1,2 排出量のうち、投資持分比率を算定 2. プロジェクトの生涯稼働時排出を報告対象年に計上	1. 投資先のScope1,2 排出量 2. 投資持分比	経理データ（有価証券報告書等）
	その他（任意） 従業員や消費者の日常生活	サンプル世帯の環境家計簿からの排出量から推計	サンプル世帯の環境家計簿からの排出量	サンプル世帯の環境家計簿

表2

出典：「各カテゴリの算定方針とデータ収集項目、データ収集先の整理（例）」（環境省）

(https://www.env.go.jp/earth/ondanka/supply_chain/gvc/files/tools/supply_chain_201711_all.pdf)

4. 食品卸売業における Scope3 算定対応

1) 現状

サプライチェーン排出量の算定にあたって、多くの企業が正確な算定や目標設定に関して、Scope1、Scope2においては行っていますが、Scope3について対応できている企業はごく少数となっています。また算定している場合においても、食品卸売業においてはカテゴリー1の割合が大きい中、調達金額といった2次データをもとに排出量を算出しており、実際の排出量を把握しているわけではないため、取引先の排出削減努力が反映された数値を算出できていない状況となっています。Scope3の1次データを活用した実排出量算定が難しい理由として、①必要なデータのほとんどは、社外の取引先などが保有していること、②その内、自社に関わる部分のみのデータ収集には多くの労力がかかること等があります。

一方で、25年3月にサステナビリティ基準委員会（SSBJ）はサステナビリティ情報の開示基準を公表し、段階的に東証プライム企業を対象にScope3の情報開示を義務付ける方針が示されています。

■ SSBJ基準の適用スケジュール



開示義務となる対象は東証プライム企業の一部ではありますが、対象の如何に関わらず一企業の責任としてScope1、Scope2に加えてScope3についても、該当する1～15の全カテゴリーを一通り算定し、まずは自社としてサプライチェーン排出量の全体像を把握することから始めることが推奨されます。

2) 実排出量算定に資する事例紹介

先述のとおり、Scope3の算定にあたり、例えばカテゴリ1で「活動量」に調達金額などの2次データを使用して算出すると、排出量を削減するためには「活動量」を減らさなければならないということになってしまい、排出削減努力が反映されないという課題があります。

この課題を解決するためには、1次データを活用しScope3 CO₂実排出量を算定することが有効になります。ここでは、加工食品サプライチェーンにおけるデータプラットフォーム構築を目的として発足したDPS協議会 GS1標準活用+Scope3 CO₂算定チームにおいて行った、CO₂排出量の実排出量算定に資する実証実験の一例を紹介します。

【事例紹介：Scope3 CO₂排出量の実排出量算定に資する実証実験】

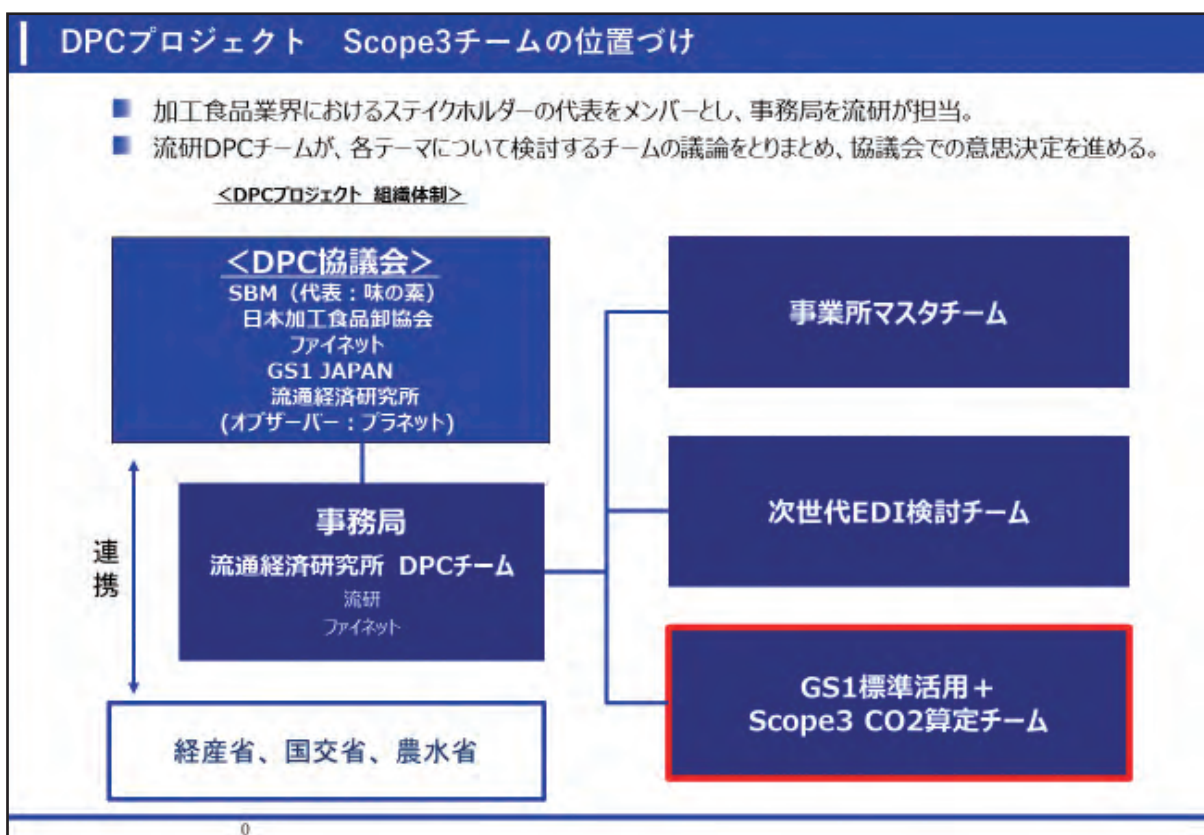


図2 プロジェクト組織体制

■GS1 標準活用+ Scope3 算定

内容：各種サービスの連携による Scope3 の算定とそれらを用いた実運用の実現性検証

目的：調達物流における CO₂ 排出量可視化に向けた課題の整理と解決

体制：原材料メーカー、加工食品メーカー、物流事業者など

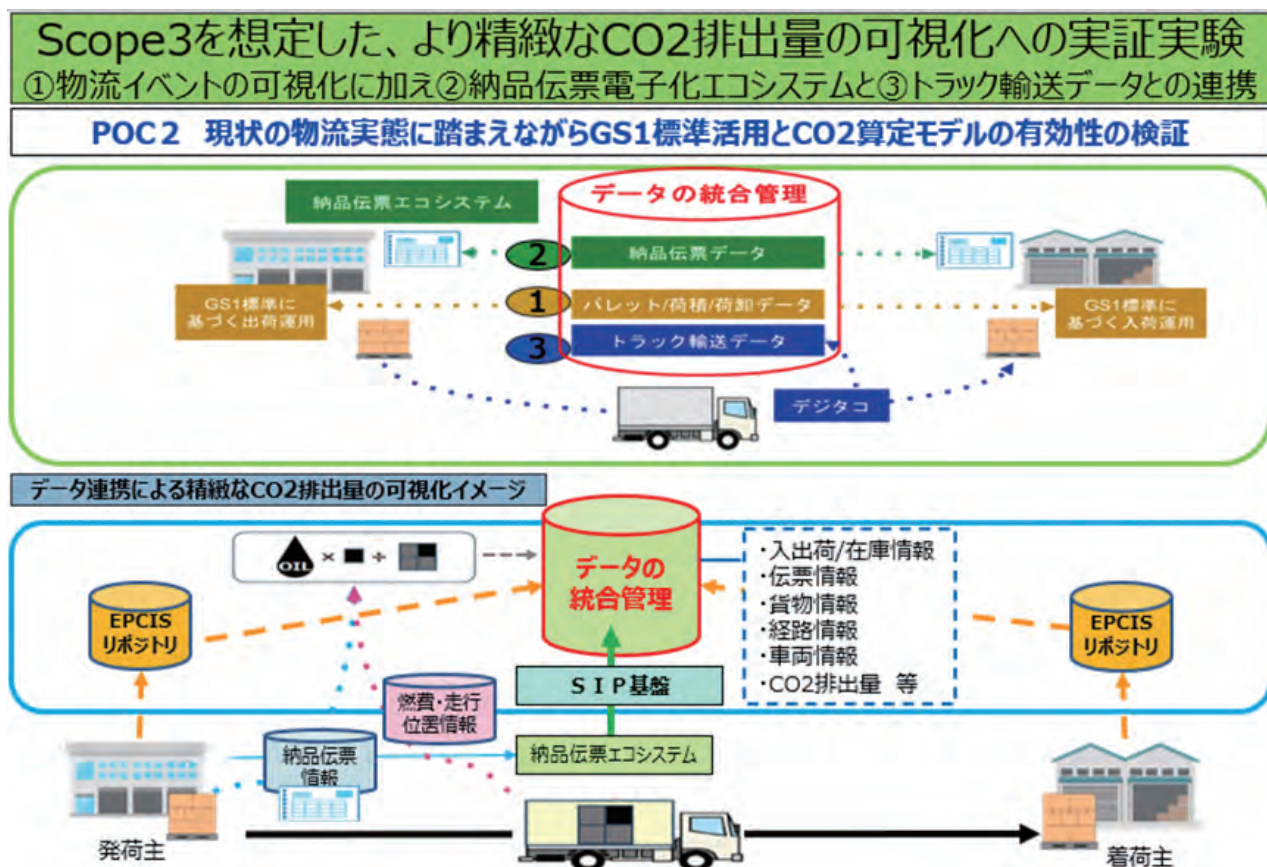


図3 実証実験の概要（味の素株式会社作成）

■現状の一般的なScope3算出方法

- ・陸路ベースの拠点間距離を用いたトンキロ法で計算
 - 輸送方法ごとの算出をしているわけではなく、配送方面に対するグロスの算出になる
 - 最終配送先視点での集計が困難
 - 拠点間輸送効率の改善効果を反映させにくい

■今回検証した拠点間算出方式

- ・伝票や輸送に関する情報は、そもそも拠点間で管理されており、これらを取り込むことで仕組化可能
- ・船舶輸送前後での拠点－港 / 港－拠点輸送分のCO₂排出量も計算可能
- ・サプライチェーン全体を最大として、必要な拠点の組み合わせをScopeごとに設定可能
 - 最終配送先への発注品目数量で算出するために各拠点でCS単位にて算出しておく必要がある
 - 必要な区間 / 必要な範囲のデータを抽出しそれを必要とする事業者に提示できる
- ・拠点ごとの算出値について「実測値」or「みなし値」の精度に関する情報も提示できる
 - 伝票発生時点でみなし値算出を行い、配送完了後配送情報が追加されると、実測値による高精度情報に更新するイメージ

■実証実験の効果

- ・複数車両での集荷混載による配送を想定したCO₂可視化
- ・みなし情報と精緻な情報（実輸送、実燃費）による算出結果の差異確認
- ・取得データが限られる場合を想定した最低限の情報をを用いた算出

■実証実験を受けた今後の検討課題

- ・生産入庫、在庫移動（メーカー発、倉庫事業者内での横持ち部分など）のCO₂可視化
- ・どのようなデータがどう取得できるかの検証（機密情報、権限付与など）と、仕組化の方向性
- ・仕組化によって現状からどう進化する可能性があるのかを検証

5. おわりに

Scope3算定において1次データを活用した実排出量算出の実証実験事例を紹介しましたが、こちらの実証実験が実装されたとしても、算出できる範囲はScope3 カテゴリー1の一部分のみが対象となります。Scope3の算定は関係者、活動内容、算定方法それぞれが極めて複雑かつ広範囲に亘るため、現時点では全15カテゴリー全ての数値において実排出量の算出を試みるのは現実的ではなく、可能なところ、重要なところから段階的に、製・配・販で協力し業界全体として取り組んで行くアプローチが必要と考えています。

以 上

V「プラスチック廃棄量削減」について

1. はじめに

みなさんは、下記画像をご覧になられたことがありますか。これは、2015年にコスタリカ沖で発見された鼻にプラスチック製のストローが刺さったウミガメの画像です。



出典：National Geographic (<https://youtu.be/4wH878t78bw>)

この動画へは、「かわいそうに、ゴミのポイ捨ては最低だ」「私は二度とストローを捨てないだろう」「なぜ、人はゴミをゴミ箱に捨てることができないのか?」といった声が多く寄せられたそうです。人が捨てたプラスチック製のストローが鼻に刺さったことにより、ウミガメが苦しむ様子を映した動画が世界に衝撃を与え、世界中でプラスチック製のストローを廃止する動きが加速し、「自然分解されないプラスチックは悪だ」という考えのもと、欧州議会は2021年より、使い捨てプラスチック製品を禁止する規制案を可決しました。

2. プラスチック資源循環に向けた取り組みの加速

このような世界的な動きを受けて、日本でもプラスチック資源循環に向けた取り組みが加速しました。

2019年5月には、海洋プラスチック問題、気候変動問題、諸外国の廃棄物輸入規制強化の幅広い課題に対応するため、「プラスチック資源循環戦略」が策定されました。3R + Renewableの基本原則と以下の6つの野心的なマイルストーンが掲げられました。

〈リデュース〉

- ① 2030年までにワンウェイプラスチックを累積25%排出抑制

〈リユース・リサイクル〉

- ② 2025年までにリユース・リサイクルの可能なデザインに
- ③ 2030年までに容器包装の6割をリユース・リサイクル
- ④ 2035年までに使用済プラスチックを100%リユース・リサイクル等により、有効利用

〈再生利用・バイオマスプラスチック〉

- ⑤ 2030年までに再生利用を倍増
- ⑥ 2030年までにバイオマスプラスチックを約200万トン導入

2019年6月に開催された「G20大阪サミット」において、「大阪ブルー・オーシャン・ビジョン」が共通のグローバルなビジョンとして、2050年までに海洋プラスチックごみによる追加的な汚染をゼロとすることが共有されました。

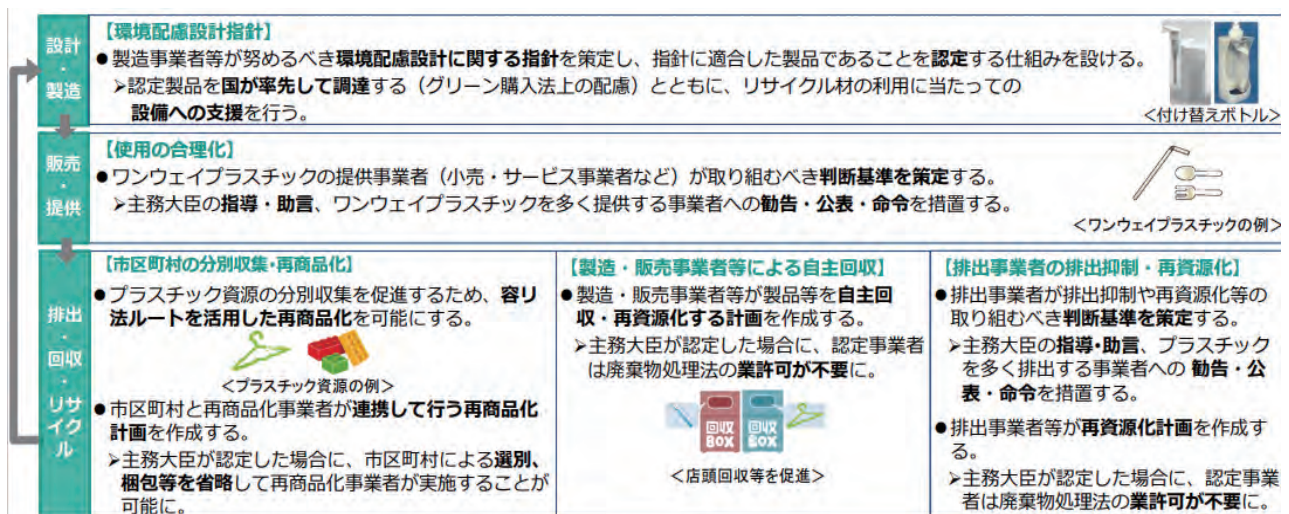
2022年3月には、ケニアのナイロビにおいて、「第5回国連環境総会再開セッション（UNEA5.2）」が開催され、海洋プラスチック汚染をはじめとするプラスチック汚染対策に関する決議を含む、閣僚宣言が採択されました。国際

的な約束として、「プラスチックの持続可能な生産と消費の促進」、「海洋環境におけるプラスチック汚染を減らすための国内外の協調的取組の促進」、「国別行動計画の策定、実施、更新」等が、盛り込まれました。

プラスチックは、成形しやすく、軽くて丈夫で気密性が高いため、非常に便利な素材です。一方で、廃棄物、海洋プラスチック問題、気候変動問題等の課題があります。このような状況から、私たちのライフスタイルを見直すきっかけとなることを目的として、2020年7月からプラスチック製の買物袋の有料化が開始されました。さらに、2022年4月には、製品の設計からプラスチック廃棄物の処理までのライフサイクル全般でプラスチック資源循環の取り組みを促進するための措置として、「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律（以下「プラスチック資源循環促進法」という）」が施行されました。

3. 「プラスチック資源循環促進法」

プラスチック資源循環促進法は、「設計・製造」、「販売・提供」、「排出・回収・リサイクル」の3つの段階での取り組みが求められています。



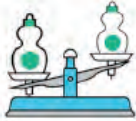
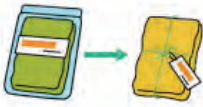
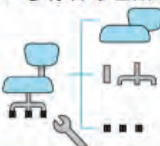
出典：「「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律」の概要」（経済産業省）

(https://www.meti.go.jp/shingikai/sankoshin/sangyo_gijutsu/haikibutsu_recycle/plastic_junkan_wg/pdf/009_02_00.pdf)

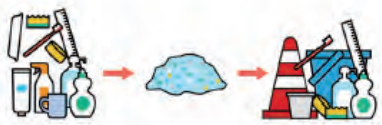
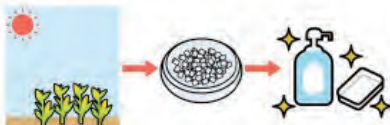
1) 設計・製造段階での取り組み

プラスチックの資源循環を促進するためには、設計段階での取り組みが不可欠となります。具体的には、「プラスチックの使用量の削減」、「部品の再使用」、「再生利用を容易にする工夫」、「プラスチック以外の素材への代替」、「再生プラスチックやバイオプラスチックの利用」等、プラスチック使用製品の設計・製造事業者が取り組むべき事項及び配慮すべき事項が、「プラスチック使用製品設計指針」に定められています。

〈構造〉

①減量化 ・できるだけ使用する材料を少なくすること。 	②包装の簡素化 ・過剰な包装を抑制すること。 
③長期使用化・長寿命化 ・製品全体の耐久性を高めること。 ・繰返し使用に耐えるものとする。 ・部品を容易に交換できる構造とすること。 ・容易に修理することができるようにすること。 	④再使用が容易な部品の使用又は部品の再使用 ・再使用が容易な部品を使用すること。 ・部品の再使用をすること。 
⑤単一素材化等 ・製品全体又は部品ごとの単一素材化又は使用する素材の種類等を少なくすること。 	⑥分解・分別の容易化 ・部品ごとに容易に分解・分別できるようにすること（リチウムイオン電池とその他の部品等とを容易に分解・分別できることが望ましい）。 ・部品等を取り外すまでに必要な工程数ができるだけ少なくなるようにすること。 ・使用されている材料の種類の表示を行うこと。 
⑦収集・運搬の容易化 ・可能な限り収集・運搬を容易にするような重量、大きさ、形状及び構造とすること。 	⑧破碎・焼却の容易化 ・再使用又は再生利用が難しい部品等については、破碎や焼却の容易化に配慮すること。 

〈材料〉

①プラスチック以外の素材への代替 ・プラスチック以外の素材に代替すること。 	②再生利用が容易な材料の使用 ・再生利用が容易な材料を使用すること。 ・材料の種類を減らすこと。 ・再生利用を阻害する添加剤等の使用を避けること。 
③再生プラスチックの利用 ・再生プラスチックを利用すること。 	④バイオプラスチックの利用 「バイオプラスチック導入ロードマップ」を踏まえ、 ・バイオマスプラスチックを利用すること。 ・生分解性プラスチックを利用すること。 

出典：「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律について」（経済産業省、環境省）
<https://plastic-circulation.env.go.jp/wp-content/themes/plastic/assets/pdf/pamphlet.pdf>

2) 販売・提供段階での取り組み

特定プラスチック使用製品として、商品の販売又は役務の提供に付随して消費者に無償で提供される以下の12製品を対象製品に指定しています。これらを提供する小売・サービス事業は、提供方法の工夫や提供する製品を工夫するなどの使用の合理化が求められます。具体的には、「有料化」、「ポイント還元」、「繰り返し使用の促進」等の提供方法の工夫及び「薄肉化」、「減量化」、「原材料の種類の工夫」等の製品の工夫に取り組む必要があります。

〈ワンウェイプラスチック削減の取り組み〉

対象製品	対象業種
①フォーク ②スプーン ③テーブルナイフ ④マドラー ⑤飲料用ストロー 	●総合スーパー、百貨店 ●コンビニ、食料品スーパー、洋菓子店 ●ホテル、旅館 ●レストラン、喫茶店 ●フードデリバリー 等
⑥ヘアブラシ ⑦くし ⑧かみそり ⑨シャワーキャップ ⑩歯ブラシ 	●ホテル、旅館 等
⑪衣類用ハンガー ⑫衣類用カバー 	●総合スーパー、百貨店 ●クリーニング店 等

出典：「プラスチックに係る資源循環の促進等に関する法律について」（経済産業省、環境省）

(<https://plastic-circulation.env.go.jp/wp-content/themes/plastic/assets/pdf/pamphlet.pdf>)

3) 排出・回収・リサイクル段階での取り組み

プラスチック使用製品産業廃棄物等の排出事業者※は、主務大臣が定める判断基準に基づき、積極的に排出の抑制・再資源化等に取り組むことが求められます。前年度の排出量が250トン以上ある場合は、「多量排出事業者」となり、排出の抑制・再資源化等に関する目標を定め、達成するための取り組みを計画的に実施する必要があります。また、前年度の排出量、排出の抑制及び再資源化等の目標やその達成状況の情報をインターネット等で公表するよう努める必要があります。

※事業所、工場、店舗等で事業を行う事業者であれば、その多くが対象となる

4. 企業が取り組むべき内容

1) PB商品（プライベートブランド商品）の設計・製造段階での取り組み

第3項の1)で紹介した「構造」及び「材料」に配慮した以下のような商品の設計・製造が必要となります。

〈減量化〉

「クノール®カップスープ コーンクリーム」の内袋、「ほんだし®」の小袋 薄肉化

内袋プラスチック薄肉
クノール®カップスープ
コーンクリーム 8袋入り他



小袋プラスチック薄肉
ほんだし®
小袋20袋入り他



〈プラスチック以外の素材への代替〉

「味の素®」「ハイミー®」及び「パルスイト®スリムアップシュガー®」 紙素材化

紙素材化
うま味調味料
味の素® 50g袋他
ハイミー® 75g袋他



プラスチック

紙素材



プラスチック

紙素材

紙素材化
パルスイト®スリムアップシュガー®
20本入り

〈バイオマスプラスチックの利用〉

「セブンティーンアイス」スティックや飲料ストローのバイオマスプラスチック配合



〈再生プラスチックの利用〉

「キューピー ティスティドレッシング」容器への再生プラスチック導入



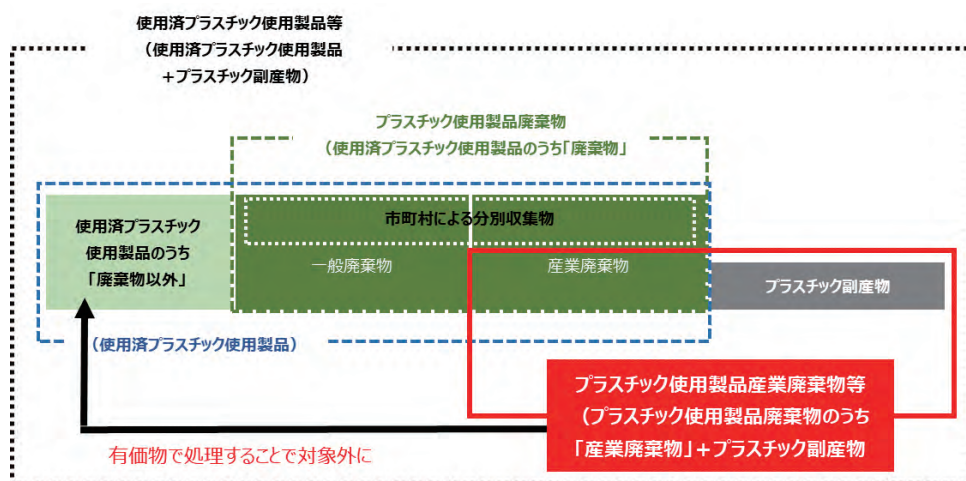
再生プラスチックを導入した商品（一部）

出典：「容器包装のプラスチック資源循環等に資する取組事例集」（環境省、農林水産省）

(<https://www.env.go.jp/content/000121961.pdf>)

2) 物流センター等から排出されるプラスチック使用製品産業廃棄物等の排出段階での取り組み

物流センター等からストレッチフィルム、PPバンド、プラ製のオリコン等のプラスチック使用製品産業廃棄物等を排出する場合は、主務大臣が定める判断基準に基づき、排出の抑制・再資源化等に取り組むことが求められます。なお、産業廃棄物ではなく、有価物で処理することにより、プラスチック使用製品産業廃棄物等に該当しなくなりますので、有価で処理して頂ける再資源化事業者の選定と確実な分別を実施することが重要となります。



出典：「排出事業者のプラスチック使用製品産業廃棄物等の排出の抑制及び再資源化等の促進に関する判断の基準の手引き（1.0版）」（環境省）を基に編集

(<https://www.env.go.jp/content/000037580.pdf>)



※1 小規模企業者等を除く

出典：「排出事業者のプラスチック使用製品産業廃棄物等の排出の抑制及び再資源化等の促進に関する判断の基準の手引き（1.0版）」（環境省）

(<https://www.env.go.jp/content/000037580.pdf>)

〈対象となる排出事業者〉

事業所、工場、店舗等で事業を行う事業者の多くが対象になります。

※従業員の数が20人以下の商業・サービス業以外の小規模企業者等は対象外となります。

〈排出事業者の判断基準〉

プラスチック使用製品産業廃棄物を排出する事業者は、判断基準に則って取り組む必要があります。

(1) 排出の抑制・再資源化等の実施の原則

- ① 排出を抑制
- ② 再資源化の促進に資するよう、適切に分別して排出
- ③ 再資源化を実施することができるものは、再資源化を実施
- ④ 再資源化不可のものについては、熱回収の実施

(2) 排出の抑制に当たって講ずる措置

- ① 原材料の使用の合理化
- ② 簡易な包装の推進
- ③ なるべく長期間使用 等

〈排出の抑制に取り組む事例〉



出典：「容器包装のプラスチック資源循環等に資する取組事例集」（環境省、農林水産省）

(<https://www.env.go.jp/content/000121961.pdf>)

(3) 再資源化に当たって講ずる措置

- ① 再資源化等を著しく阻害するものの混入を防止 等

(4) 多量排出事業者（前年度の排出量が250t以上）の目標の設定・情報の公開等

- ① 排出の抑制及び再資源化等に関する目標の設定及び計画的な実施
- ② 排出量及び目標の達成状況をインターネット等により公表するよう努める

〈目標設定例〉

- ・2030年までに、製品あたりの再生プラスチック使用量を●%増加させる。
- ・2030年までに、プラスチック使用製品産業廃棄物のリサイクル率を●●%にする。

〈情報公開例〉



出典：「排出事業者のプラスチック使用製品産業廃棄物等の排出の抑制及び再資源化等の促進に関する判断の基準の手引き（1.0版）」（環境省）
<https://www.env.go.jp/content/000037580.pdf>

（5）排出事業者の情報の提供

- ① 受託者に廃棄物の性状及び荷姿等の情報を提供
- ② 排出量及び目標の達成状況をインターネット等により公表するよう努める

（6）本部・加盟者における排出の抑制・再資源化等の促進

- ① 本部事業者は、加盟者に必要な指導を実施
- ② 加盟者は、排出の抑制及び再資源化等に協力するよう努める

（7）教育訓練

- ① 従業員に対して、教育訓練を実施

〈教育訓練に取り組む事例〉



「環境行動」を制定し、従業員参加型の環境活動を実施。プラスチックごみの削減など、環境に関する毎月のテーマを定めた環境行動啓発ポスターを掲示し、従業員の意識高揚を醸成。

出典：「排出事業者のプラスチック使用製品産業廃棄物等の排出の抑制及び再資源化等の促進に関する判断の基準の手引き（1.0版）」（環境省）
<https://www.env.go.jp/content/000037580.pdf>

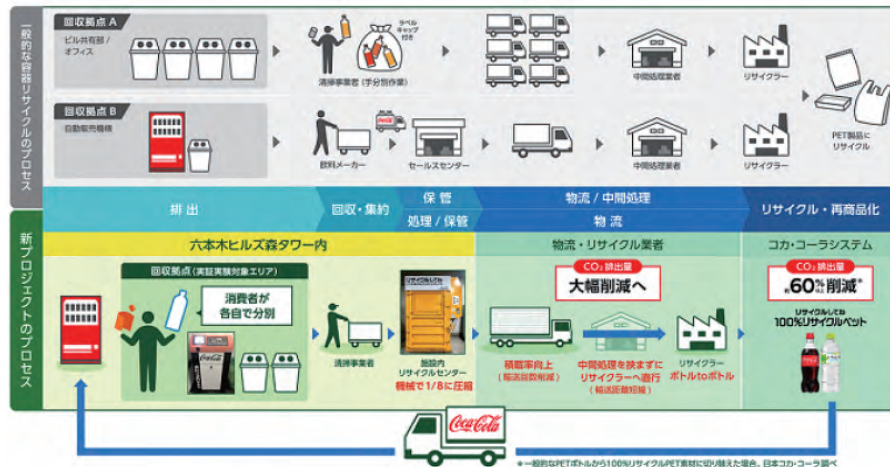
（8）実施状況の把握・管理体制の整備

- ① 排出量や再資源化に関する記録の実施
- ② 事業所ごとの責任者やその他管理体制の整備

(9) 関係者との連携

① 関係する団体との連携を図るよう配慮

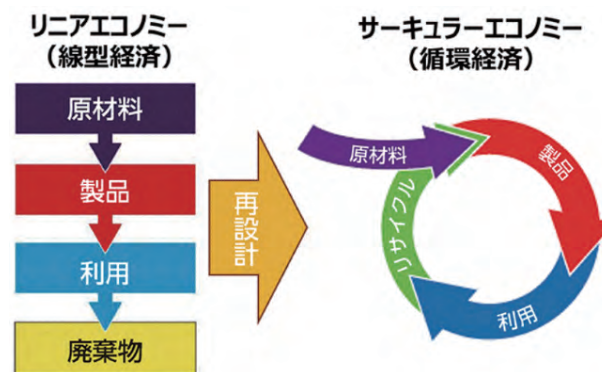
〈テナント事業者との相互協力例〉



出典：「排出事業者のプラスチック使用製品産業廃棄物等の排出の抑制及び再資源化等の促進に関する判断の基準の手引き（1.0版）」（環境省）
<https://www.env.go.jp/content/000037580.pdf>

5. 最後に

これまでの「作り」、「使い」、「捨てる」といった生産・消費のスタイルである「リニアエコノミー（線形経済）」を、「プラスチック資源循環促進法」では、「サーキュラーエコノミー（循環経済）」とすることを目指しています。生産・消費の在り方、すなわち社会全体の仕組みを大きく変えるものとなるでしょう。しかし、社会の仕組みを変えるには、「プラスチック資源循環促進法」の制定の背景や趣旨をよく理解し、すべての事業者や消費者が協力することが重要となります。我々も事業者の立場としては、プラスチックの使用を抑制した商品の開発・販売及び事業所から排出するプラスチック使用製品廃棄物の分別による再資源化に取り組むとともに、消費者の立場としては、プラスチックの使用を抑制した商品の購入に努めることが重要となります。



出典：「令和3年版 環境・循環型社会・生物多様性白書」第1部第2章第2節 循環経済への移行」（環境省）
<https://www.env.go.jp/policy/hakusyo/r03/html/hj21010202.html>

Ⅵ「食品廃棄量の削減について」

1. はじめに

昨今の食品原材料価格やエネルギーコスト上昇など、厳しい経済環境の中で、食品の流通に携わる食品卸売業として、食品の安定供給と併せて、食品廃棄のうち、まだ食べることのできる「食品ロス」を出来る限り削減することは極めて大きな社会的責任と考えています。

国内における「食品ロス」の量は年間464万tにのぼり、以前と比べると減少傾向にあるものの、今でも国民一人、一日あたり茶碗1杯に近い量の食品が、本来食べられるにも関わらず捨てられています。特に先進国に多いと言われる食品ロスの発生は、世界の9人に1人と言われる栄養不足問題、食料生産や輸送、さらに廃棄に伴い多量に消費されるエネルギー、環境汚染、GHG（温室効果ガス）排出など、さまざまな社会・環境問題への関連、影響が指摘されております。

年間464万トンの食品ロスの内訳は下図の通りです。「事業系」231万トンのうち、食品卸売業単独では9万トンで、全体から見ると約2%と少ないように見えますが、製造業への返品や、小売業や外食産業と連携した物流や商品開発など、サプライチェーンへの影響を考えると責任範囲は決して少なくないと考えています。



図1：本来食べられるのに捨てられる食品「食品ロス」の量は年間464万t

出典：農林水産省HP（https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/161227_4.html）

食品卸売業はサプライチェーンの真ん中に位置し、川上から川下まで多様な事業者と連携しやすい立場にいます。食品ロスは、生産⇒加工⇒保管・物流⇒販売⇒消費の全ての段階に亘り、さまざまな要因によって発生することから、食品卸売業界全体として製・配・販の各業界と連携を取り、多様なアプローチで解決を図ることによって、大きな貢献を果たすことができると考えています。

今回は、食品卸売業の視点から、サプライチェーン全体での食品ロス削減について、現状のまとめから提言まで述べさせていただきます。

2. 食品ロス削減における競争領域と非競争領域

前号で、各課題について「競争領域」と「非競争領域」があり、競争領域は個々の企業で取り組み、非競争領域については業界全体で協力して取り組んでいく旨の記述をしました。食品ロス削減については、それぞれどのような取り組みが該当するのでしょうか。事業者各社で個別に対策を行っている課題は競争領域、実際に業界全体、さらに行政や製・配・販で連携して対策を進めているような課題は非競争領域とすると、代表的な取り組みとしては下図のような整理になるのではと考えられます。

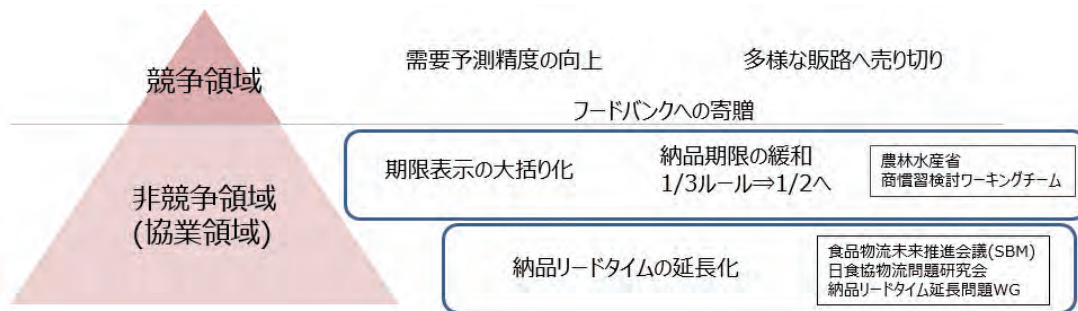


図2：競争領域、非競争領域の具体的取り組み

出所：会員企業にて作成

農林水産省の商慣習検討ワーキングチームでは、各課題の推進と併せて取り組み企業の把握を行っており、2024年10月時点では、納品期限の緩和は339事業者、賞味期限表示の大括り化は350事業者と、4年前と比較すると3倍前後の進捗となっています。食品物流未来推進会議（SBM）と日食協物流問題研究会では物流の効率化と食品ロス削減を併せて期待できる納品リードタイム延長に取り組んでおり、経済産業省サプライチェーンイノベーション大賞2022を受賞しました。

一方、需要予測精度の向上、多様な販路への売り切り、フードバンクへの寄贈は競争領域に位置付けていますが、ビジネス上の競争とは異なりますので、良い事例があれば積極的に開示、共有し、必要に応じて各社が採用することで、全体としてノウハウが蓄積できるような状況が望まれます。

3. サプライチェーン上の食品ロス削減具体策

原料生産、加工、保管・物流、販売、消費のサプライチェーン全体に亘り、さまざまな原因により、さまざまな形で食品ロスが発生します。我々食品卸売業は川上の製造業、川下の小売業、外食産業を通じて、また場合によっては自ら製造、販売を手がけることにより、ほぼすべての段階による食品ロス削減に関わることができます。下図にて、サプライチェーンを俯瞰して、各段階においてどのような削減策があるのか、整理をしてみました。

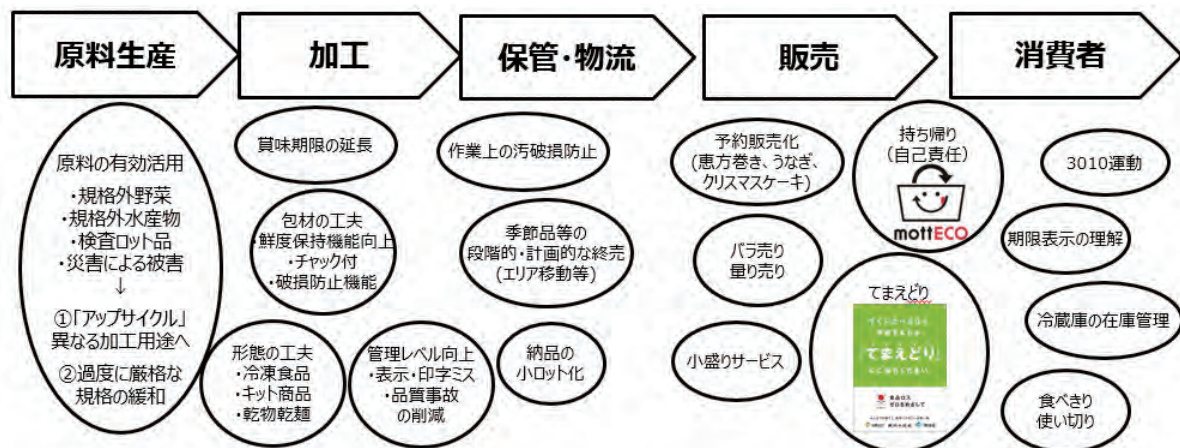


図3：各段階ごとの具体策（図1記載のもの以外）

出所：会員企業にて作成

もちろんこれが全てではありませんが、どのような食品ロスの削減パターンがあるのか理解を深めることにより、製造業や小売業、外食産業にスムーズに提案或いは連携することにつながるのではと考えています。

4. 今後の課題（問題提起）

第2節で記述したように、既に取り組みが進んでいる課題も多くありますが、現在の食品廃棄の発生状況をレビューする中で、現時点であまり取り組みが進んでいないと思われる課題もいくつか存在しています。さまざまな事情や障壁もありすぐには解決が難しい部分もあるかと思いますが、今後の解決の可能性も含め、折角の機会ですので問題提起をしてみたいと考え、いくつか事例を記述します。

1) 「PB商品（プライベートブランド商品）」の廃棄回避について

小売事業者等のPB商品は異なるルートでの販売が難しく、またブランドイメージ保持の観点から、滞留となってしまう場合は拡売も寄贈もせず、そのまま廃棄となるケースが長く続いてきたと思われます。但し、新しいカテゴリーで需要予測が難しいケースや、季節商品で天候の予測が外れるケースなどにおいて、大量廃棄となることも多くなっており、食品廃棄量削減を考える上で避けられない問題となっていると思われます。一部PB商品であってもフードバンクへの寄贈をするケースも増えてきてはいますが、まだまだ全体から見ると少ない印象です。障害の一つとしてフードバンクへの寄贈を検討する場合、意図せず廉価で転売されるリスクやSNSも含め情報が拡散されることを懸念することが推測されますが、そのようなことが起こらない管理や、寄贈先のトレース、フードバンクからの報告を義務付けていただく等で払拭できるか、が課題となってくると考えられます。

2) 終売が近づいた商品の欠品許容について

得意先店舗における機会ロスをなくすため、商品を供給する卸売業として欠品をさせないことは大きな責務です。欠品防止については得意先からもペナルティを含め厳しい対応が取られることも多く、お互い緊張感を持ちながら対応されていると思われます。通常の物流においては妥当な業務と理解できる一方で、廃棄の発生という観点から、終売間際で在庫がなくなった商品について、欠品を避けるために在庫補充をし、それによって終売時に廃棄が発生する状況も見受けられます。欠品による機会ロスも状況によって注意するレベルも異なると思われますので、例えば終売前の一定期間は欠品が許容されるケースや代替商品に切り替えを行う等の運用を検討されると、廃棄ロスと機会ロスのバランスの良い削減が期待できると思われます。

3) 食品廃棄量の責任範囲について

1) の内容にも関連しますが、小売業者／製造業者のPBや留型商品の廃棄が発生する際、廃棄処理はその時点での商品の所有者である卸売業者が排出事業者となっており、小売業者／製造業者が商品代と廃棄費用を負担するケースがよく見られます。その場合、小売業者／製造業者が情報開示している食品廃棄量には当該廃棄物は含まれないことが多く、一方で卸売業者において廃棄物扱いとはなりますが、「小売業者／製造業者の指示による止むを得ない」廃棄、「費用負担してもらうのだから」、との認識で当事者意識が希薄となり、結果的に全体として削減するモチベーションが働きにくい状況となっています。製・配・販が連携した食品ロス削減を評価するトレンドを業界挙げて作るか、例えば容器包装リサイクル法ではPB・留型商品の責任範囲を明示していますが、何らかのガイドライン的な整備も検討しても良いのではと考えます。

5. むすび

ここ数年でSDGsの普及とともに食品ロス削減の気運も大幅に高まり、第2節で記述しましたように業界としての取り組みも大きく前進しました。他方、海外、特に欧州では食品の廃棄そのものを規制する法制度の整備が進んでいることと比較すると、日本はまだまだ遅れていると思われます。また、2020年以降、日本全体の食品ロス発生量が減りはしたものの、それがコロナ禍以降、消費行動が変わったことによるものなのか、取り組みの成果が現れてのも

のなのか、まだ断言はできない部分もあります。具体的な取り組みについても第2節、第3節で述べた中での、例えば賞味期限の延長と同時に発生する、コインの表と裏とも言われる食の安全確保との両立や、フードバンク寄贈の手間や費用を考えると廃棄した方が安いケースのような経済面との両立など、食品ロス削減の視点だけでは進まない取り組みが数多くあります。第4節で述べたような諸事情や障壁のある取り組みもあります。全てが簡単ではないですが、今回の寄稿内容も併せて業界内での議論、行政や関連する業界との議論を深めながら、課題解決に取り組むことが望まれます。

以 上

Ⅶ「寄付・寄贈」について

1. はじめに

2015年、国連総会において『持続可能な開発のための2030アジェンダ』が採択されました。

2030年までに貧困を撲滅し、持続可能な未来を追及する普遍的なアジェンダで、2030年までに達成すべき「17の持続可能な開発目標」(Sustainable Development Goals: SDGs) を中核とし、あらゆる面で貧困を終わらせる行動計画を提供しています。「17の持続可能な開発目標」に衆目されがちですが、貧困と飢餓の循環を断ち切ることが主眼になっていることをあらためて認識をしましょう。

貧困層の人々は、十分な食糧を手に入れることが難しい状況にあります。経済的な制約や資源不足により、栄養価の高い食事を摂取できないことがあります。飢餓は、体力低下や免疫力の低下を引き起こし、仕事や学業への参加が難しくなります。これにより、貧困層の人々はさらに貧困に陥りやすくなります。

世界には全人口を賄うだけの十分な食料があるにもかかわらず、9人に1人は飢えに苦しんでいます。一方で、世界の食料生産量の3分の1は捨てられており、先進国では食品ロスが社会課題となっています。

今回のテーマ「寄付・寄贈」では、既に取りあげました第2回のテーマ「食品廃棄量削減」と、できるだけ重複を避けて、「食の不均衡」を解消するための寄付・寄贈への向き合い方やわたしたちにできることを考えてみます。

2. SDGsの本質と寄付・寄贈

2015年、国連総会において採択された『持続可能な開発のための2030アジェンダ』において、所謂“17の持続可能な開発のための目標”の根幹になっていて、もっとも力説している一節は『誰一人取り残さないことを誓う』に集約されています。これは、『極端な貧困を含む、あらゆる形態と側面の貧困を撲滅することが最大の地球規模の課題であり、持続可能な開発のための不可欠な必要条件であると認識していること』に由来しており、人間および地球が繁栄し続けるための行動計画として、より大きな自由における普遍的な平和の強化を追い求めるものでもあるとしています。

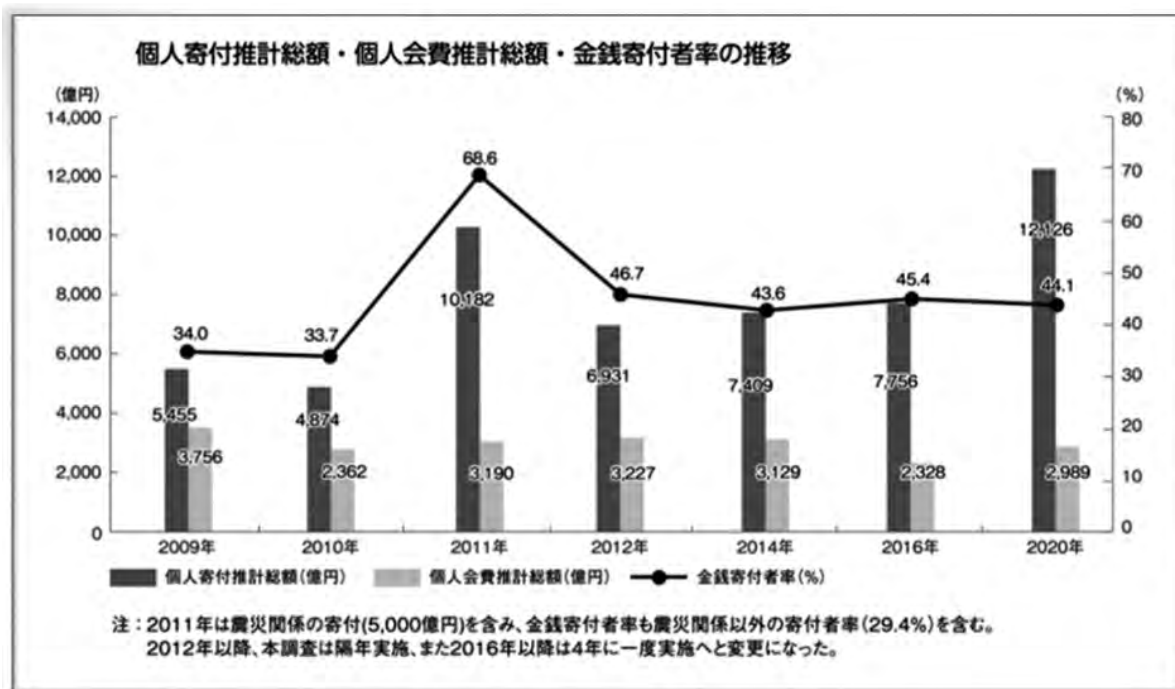
“17の持続可能な開発のための目標”は、貧困の撲滅、飢餓の終結、健康と福祉の促進、教育の提供、ジェンダー平等、クリーンな水の提供、持続可能なエネルギーの利用など、さまざまな分野に亘っていますが、寄付・寄贈がSDGsにどのように関連するかを理解するためには、以下の目標を考慮することが重要です。

Goal 1 (貧困撲滅)	食品寄贈は、貧困層の人々に対する直接的な支援手段となります。
Goal 2 (飢餓終結)	食品寄贈は、飢餓と栄養不良の撲滅に寄与します。余剰食品を寄贈することで、飢えに苦しむ人々に栄養を提供できます。
Goal 3 (健康と福祉)	適切な栄養を提供することは、人々の健康と福祉に直接的な影響を与えます。
Goal 4 (質の高い教育)	適切な栄養は学習にも影響を与えるため、食品寄贈は教育の質を向上させる一環となります。
Goal 12 (責任ある消費と生産)	食品寄贈は、持続可能な消費と生産の促進に寄与します。余剰食品を有効に活用することで、食品ロスや廃棄物の削減が期待されます。
Goal 13 (気候変動への対策)	食品ロスの削減や効果的な寄贈プログラムは、環境に与える影響を軽減し、気候変動に対する取り組みを強化します。
Goal 17 (目標達成のためのパートナーシップ)	食品寄贈は、企業、慈善団体、政府機関などさまざまなステークホルダーとの協力が必要であり、パートナーシップの形成を強化します。

3. 日本における寄付・寄贈の状況

日本ファンドレイジング協会が出版する「寄付白書2021」によると、日本における寄付市場は個人寄付で1兆2,126億円、法人寄付で6,729億円です。このなかには義援金や、「ふるさと納税（個人・法人問わず）」も含まれています。個人寄付の1兆2,126億円のうちふるさと納税を除いた寄付額は5,401億円で、対して法人寄付の6,729億円から企業版ふるさと納税を除いた寄付額は6,619億円です。

法人寄付が日本の所謂「寄付」の半分近くを支えていると言え、企業による寄付は年々大きな増加の動きを見せています。ESG投資やインパクト投資といった社会的なリターンと財務的なリターンの双方を両立させることを意図した投資が背景にあります。



出典：日本ファンドレイジング協会編（2021）『寄付白書2021』（<https://jfra.jp/research>）

4. 寄付・寄贈、義援金・支援金

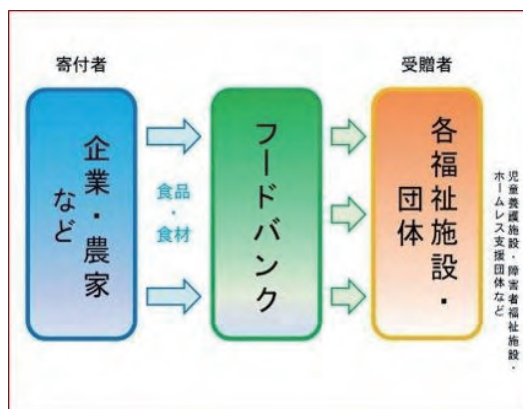
「寄付」および「寄贈」は、資金や物品を他の人や組織に提供する行為を総じて指しますが、誤解が生じないように、本テーマ内では寄付、寄贈、義援金、支援金、のそれぞれ意味するところを、以下のように定義づけし、SDGsの本質を視野に入れながら深掘りします。

寄付	一般的には、広義で慈善的な活動や社会的な目的のためにおこなわれる資金の提供を指します。これは金銭面だけでなく、物品やサービスの提供も含まれます
寄贈	寄付行為のうち、おもに物品や資源を提供する場合です。一般に、個人や企業が特定の組織や団体に対して、無償で提供する行為を指します
義援金	具体的な支援の対象が災害に関連しています。被災者に分配されるもので、ボランティア団体や行政がおこなう復興事業や緊急支援には使われません。災害などの被害を受けた人の生活を支えるための、公共性の高い団体に寄せられる寄付金を指します
支援金	義援金とはお金の使われ方などが大きく違い、応援したい団体、関心がある分野の団体を自分で選んで寄付し、なんらかの支援に役立ててもらおうお金を指します

広義では寄贈も義援金・支援金もすべて寄付に含まれますが、SDGsの本質、『誰一人取り残さない』の取り組みの前では、支援金は本テーマからは除いて進めることとします。また、義援金は見舞金の側面があり、いつどこでのくらいの範囲で起こるかわからない災害に対して、同じような被害状況であってもその災害義援金の配分対象、配分方法、配分金額等には自治体によっての違いが生じる懸念があることから、SDGsが提起する「貧困を撲滅すること」

への取り組みに対してはやや距離があるので、これも本テーマの中心には据えないこととします。

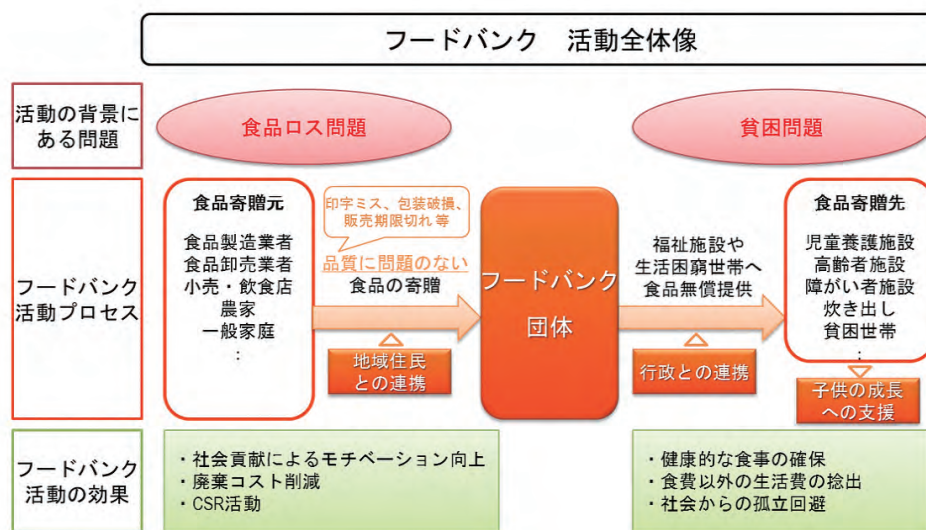
実際の寄付・寄贈には、慈善団体や団体に直接送金する直接寄付から、スキルや専門知識を特定のミッションに参加するサービス提供までさまざまな形態がありますが、わたしたち食品卸売業の分野で比較的に取り組みやすい寄付として、フードバンクを介しての寄贈があります。



出典：農林水産省 HP (https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank.html)

5. フードバンクの活用

もともと日本におけるフードバンクの活動は、食品ロスの削減や環境負荷の縮小などの環境的目的を主としていました。しかし近年では生活困窮者や児童福祉施設等に対する食料支援といった福祉的目的が重視されています。特に2020年以降は、新型コロナウイルス感染症が流行したことで収入が減少した人も多く、ロシアによるウクライナ侵攻に起因する物価高騰もあり、福祉的役割が大きくなっています。



出典：一般社団法人全国フードバンク推進協議会 HP (<https://congrant.com/project/zfkdonation/3453>)

日本の貧困問題は年々深刻となりつつあり、貧困世帯で暮らす17歳以下の子どもは全国で280万人余りにのぼり、子どもの7人に1人の割合となっています（注1）。経済的に困窮して日々の生活に困る世帯も多く、学習塾などの教育費用の捻出はさらに困難で、十分な教育の機会が得られているとは限りません。このように、親の収入や就業状況が子どもの学力に影響し、その子どもの将来にも大きく影響しています。子どもの貧困の解決にはこのような親の世代から続く貧困の連鎖を断ち切る必要があります。子ども食堂（無料または安価で栄養のある食事や団らんを提供する子ども向けの食堂）や、地域食堂（子ども食堂と同様のサービスを提供するが子どもから一人暮らしの高齢者まで利用できる食堂）の登場により、フードバンクに新たな役割が生まれつつあります。また、フードバンクがこれらの食堂活動を支援することで、孤立しがちな高齢者や低所得世帯に居場所を提供する「包摂的な地域コミュニティ形成への寄与」にも貢献しています。



出典：政府広報オンライン (<https://www.gov-online.go.jp/useful/article/202303/3.html>)

6. 食品寄贈に係るその他の視点

(1) 社会的理解と安全性

フードバンク活動に対する社会的な理解がまだ充分でないことに加え、食品の衛生的な取扱いやトレーサビリティの観点からフードバンク活動団体側の体制を懸念する声があり、食品提供者が安心して提供をおこなえる環境が充分整っているとは言えない状況にあります。

このため、農林水産省が食品の品質確保及び衛生管理、情報管理等に焦点をあてた手引書『フードバンク活動における食品の取扱い等に関する手引き』で、フードバンク活動団体における食品取扱いのレベルアップを図ることによって、食品提供者からの信頼性向上を目指しています。

また、食品提供者は、無償で寄付した食品の転売や横流し、安売りなど、提供しなければ廃棄していたはずの食品によるリスクも危惧し、不正利用の禁止・食中毒発生時の責任負担について取り決めた契約を進めています。

(2) フードバンクの実情

フードバンク活動団体は、SDGsの認知度向上とコロナ禍の影響により、新規設立がこの5年間で数が倍増し、170以上の団体が活動していると言われています（注2）。対象食品や団体規模などに応じて、「在庫型」「クロスドッキング型」「引取・配送型」「仲介型」などの運営形態がありますが、保管費・運送費・衛生管理費・人件費などの負担が大きく、運営体制は脆弱で多くの団体が運営資金の捻出に苦慮しているようです。そのため農林水産省による助成金や各方面からの寄付金に依存している状況です。また、ボランティアで働く人もいますが、人手がなかなか集まらないことも、持続可能な活動の支障になっています。

(3) 食品リサイクル法と食品ロス削減推進法

2001年に食品リサイクル法が施行され、2019年に食品ロス削減推進法（正式名称「食品ロスの削減の推進に関する法律」）が新しく施行されました。食品リサイクル法と食品ロス削減推進法との大きな違いは、対象者が誰かということと、多様な主体の連携の有無にあります。食品リサイクル法は、「事業者」に対する法律であり、食品メーカー、卸売・小売業者、飲食店といった食品関連事業者が取り組むべき法律です。一方で、食品ロス削減推進法は「国、地方公共団体、事業者、消費者の多様な主体」が対象であり、事業者だけでなく国民全体で連携し取り組むことを目指した法律です。このような社会的背景から、政府としてもフードバンクの福祉的役割を重要視しており、2023年度補正予算に食品ロス削減およびフードバンク支援のため3.5億円の予算を盛り込んでいます。

(4) フードバンクへの寄付に係る税制上の取扱い

法人がフードバンクに支出した寄付金は、一般の寄付金として一定の限度額までが損金に算入されます。また、認定NPO法人等などの特定のフードバンクに対する寄付金は、一般の寄付金とは別枠で損金算入限度額が設定される税制上の優遇措置があります。金銭以外の資産（食品等）を寄付した場合には、その寄付金の額は、その寄付をした

時の価額（時価）によります。

7. SDGs（持続可能な開発目標）に対する食品寄贈の課題

食品寄贈を手段とする“持続可能な開発のための目標”へのステップには、社会的なニーズへの対応、資源の有効活用、環境への配慮、協力の促進など、物理的な解決方法に向かうことと、企業や個人が持続可能性に焦点をあてた社会的リターンを意識することが必要になります。

そこで食品寄贈の主要な8つの課題について、解決に効果的と考えられる取り組みを提言します。

（1）Goal 1：貧困撲滅への課題

貧困や飢え、不公平、など多くの問題が、現在進行形で世界中にあります。貧困を撲滅することは、人々の生活の基礎をしっかりと守って不安を取り除き、格差や不公平のない社会を実現することによって、奪い合いや争いを減らすことにつながります。貧困層の人々に対する直接的な支援手段として、受け手のニーズに適したものであることを確認するといった食糧不安のある地域に重点を置いた食品寄贈プログラムの展開が必要と考えられます。

（2）Goal 2：飢餓終結への課題

飢餓には、地域や引き起こされる原因や期間によって、突発的な飢饉と慢性的な飢餓の大きく2つがあります。

突発的な飢饉は、特定の地域で起こる自然災害、事故などの原因によって起こり、ニュースで取りあげられることが多いため注目が集まり支援の対象になりやすいですが、一方で、栄養不足人口のほとんどを占めるにもかかわらず、比較的注目されることが少ないのが慢性的な飢餓で、さまざまな要因が組み合わさっていることや、直接の死因が餓死ではなく栄養不足による病死であることから、緊急性に乏しく解決が後回しにされがちです。将来にわたり自分で食料を手に入れられるよう自立を支援するとともに、食糧不安のある地域に重点を置いた寄贈プログラムの展開で栄養価の高い食品に注目して寄贈することが必要と考えられます。

（3）Goal 3：健康、福祉への課題

十分な栄養を得られないことによる、病気の発症、妊産婦や新生児の死亡、などを減らすためには、栄養価の高い食品を十分に供給し、社会全体を健康な状態に維持することが必要です。医療にかかる費用、設備や機器、人的資源には限りがあり、健康でいることは社会全体のためになります。例えば、食堂・レストランで対象の健康的なメニューを注文すると、開発途上国の給食1食分の金額が寄付される取り組み「TABLE FOR TWO」（注3）など、社会全体の健康を見渡した取り組みへの理解と協力を積極的に進めることが重要です。

（4）Goal 4：質の高い教育への課題

厚生労働省が2023年に公表した報告書によると、日本の子どもの相対的貧困率（注4）は11.5%（2021年）でした。これは、日本の子どもの約9人に1人が相対的貧困状態にあることを示しています。相対的貧困状態では、その社会での「標準的な生活」を送ることができず、例えば、食事、医療アクセス、学習・教育機会等での困りごとが生じていることが多くあります。親の経済的貧困は、子どもから学習や体験の機会を奪うことにつながります。これらの教育機会の格差は子どもの学力格差や進学格差を生み、将来的には職業選択にも影響を及ぼし、貧困の世代間連鎖を生みます。しかし、外見だけでは貧困であることの認知が難しいためNPO法人などとの連携が必要です。

（5）Goal 12：責任ある消費と生産への課題

生産から流通、小売までの段階で発生する余剰食品が、適切な消費・使用・リサイクルに至らず廃棄されることがあります。受け手の状況やニーズの変化に柔軟に対応できる食品供給チェーン全体での適切な管理とトレーサビリティの確保、そして透明性のあるコミュニケーションによる情報共有によって、余剰食品を再利用・寄贈するためのプログラムの拡充を進めつつ、食品ロスと廃棄物の削減を強化する必要があります。

(6) Goal 13：気候変動への対策

持続可能な食品供給チェーンの確立と、寄贈される食品の品質や保存条件を最適化して、ロスを最小化することによって環境への影響の最小化を図ることが可能と考えられます

(7) Goal 17：目標達成のためのパートナーシップ構築への課題

新鮮さの維持、適切な保存や運搬方法、食品を受け取る団体の安全性と信頼性が必要です。物流プロセスの最適化、効率的なルート計画、地元コミュニティとの協力強化など、SDGsに共感する企業や組織とのパートナーシップの構築を拡大することが効果的と考えられます。食品寄贈は、企業、慈善団体、政府機関などさまざまなステークホルダーとの協力が必要であり、結果的にパートナーシップの形成を強化します。SDGsに対する取り組みを透明かつ責任感を持ってコミュニケーションし、社会的責任を意識しながらSDGsに関連するプロジェクトやプログラムに積極的に参加する活動が重要です。また、一部の地域やサプライチェーンでは、法的な制約や規制が食品寄贈を難しくすることがあり、食品の安全性や法的責任に関する懸念が含まれます。地域ごとの法的要件を理解し、適切なパートナーシップによるプロトコルを設けることによってコンプライアンスを確保し、法制度の改革に協力して寄贈プロセスを円滑にする必要があると考えます。

8. 最後に

ここまでフードバンクの活動を中心に「寄付・寄贈」の実態とあり方について述べました。

一般社団法人全国フードバンク推進協議会では、フードバンク活動のミッション（活動目的・存在意義）を『食品ロス削減と貧困問題のいずれかだけでなく、双方の社会課題に取り組む活動』と定義づけています。

わたしたち食品卸売業における企業活動のなかでの「寄付・寄贈」は、「もったいない」「捨てるに忍びない」「廃棄は損失」など、食品ロスが起点になることが多い実感だと思いますが、食品ロス解決の道筋は、SDGsの最大の関心事、貧困問題の解決へと帰結します。

「寄付・寄贈」そのものには、廃棄費用を抑制することはできても利潤を生むことはありませんが、企業活動のなかで貧困問題解決を意識した社会的なリターンを意図するならば、突発的な出来事に余儀なく時限的に対処するだけでなく、人間および地球が繁栄し続けるための行動計画として、「寄付・寄贈」のあり方についてあらためて整理し、さまざまな課題を解決に導く活動を積極的に進めてほしいと願います。

最初は食品ロス削減だけの目的でも構いませんので、まずはフードバンクへの寄付・寄贈を始めてみませんか。

そこには、持続可能な未来を追及する企業の行動計画のひとつとして、寄付・寄贈を通じて貧困問題の解決に寄与している姿を意識してほしいと願います。やがてその意識が高まることによって、企業はもとより社会全体が貧困と飢餓の循環を断ち切る力になっていくものと信じています。

注釈

注1）厚生労働省平成28年度「国民生活基礎調査」より

注2）2022年9月現在。公益財団法人日本フードバンク連盟、一般社団法人全国フードバンク推進協議会による共同声明より

注3）飢えに苦しむ人と食べ過ぎて不健康になっている人の問題を同時に解決しようとした日本で生まれた取り組み

注4）子どもの貧困（相対的貧困）とは、等価可処分所得（世帯の可処分所得を世帯人員の平方根で割って調節した所得）の中央値の半分に満たない17歳以下の子どものこと

参考

■おもなフードバンク活動団体

農林水産省ホームページにて2023年9月現在のおもなフードバンク活動団体の一覧が公開されています

https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/syoku_loss/foodbank.html

■参考文献

- ◎ Webサイト／農林水産省、厚生労働省、環境省、消費者庁、国税庁、国連広報センター、日本ファンドレディング協会、ベネッセ教育総合研究所、全国フードバンク推進協議会、日本フードバンク連盟、流通経済研究所、日経ビジネス
- ◎ 「寄付白書2021」／日本ファンドレディング協会
- ◎ 「フードバンク」佐藤順子〔編著〕／明石書店
- ◎ 「SDGs時代の食・環境問題入門」吉積巳貴・島田幸司・天野耕二・吉川直樹〔著〕／昭和堂
- ◎ 「食品ロス of 経済学」小林富雄〔著〕／農林統計出版
- ◎ 「日本の食料問題を考える」伊藤元重・伊藤研究室〔著〕／NTT出版
- ◎ 「サステナブルフード・革命」アマンダ リトル〔著〕／合同出版
- ◎ 「北欧でみつけたサステイナブルな暮らし方」井出留美〔著〕／青土社
- ◎ 「食料問題の基本とカラクリがよ〜くわかる本」及川忠〔著〕／秀和システム
- ◎ 「未来にツケを残さない」糸山智栄・石坂薫・原田佳子・増井祥子〔著〕／高文研
- ◎ 「捨てられる食べものたち」井出留美〔著〕／旬報社
- ◎ 「やさしくわかる食品ロス」西岡真由美〔著〕／技術評論社

Ⅷ「人権問題」について

1. はじめに

私たち食品卸売業は、人が生命を維持する上で大切な食品を流通し、社会に豊かさと活力を与え、多くの雇用を創出しています。食品卸売業は食のサプライチェーンの中間に位置し、さまざまなステークホルダーと関わり、日本においては食品卸売業無しでは食生活はもはや成り立たないと言っても過言ではありません。

しかし食の流通に関わる使命感や取引先への対応などによる長時間労働、不当な要求や要請、自社におけるセクハラやパワハラに代表されるさまざまなハラスメントや差別、なども考えられます。加えて食品業界特有の流通経路の複雑さとステークホルダーの多さも要因となり、私たちはこれまでバリューチェーン全体にまで課題解決の手が及んでいなかったと言えるのではないのでしょうか。

現在では人権尊重の考え方は食のサステナビリティに取り組む上で最も大切な要素の一つとなっており、今まで顕在化しなかった問題が時としてメディア等で大きく取り上げられることがあります。

人権問題と言えば日本以外のことと考えがちですが、国内においても企業内のセクハラやパワハラなどが問題となって企業価値が損なわれる出来事も起こっています。また、日本には人権尊重の定めがある上、ハラスメントの防止措置は事業者の義務となっており、そのリスクは低いといった考え方は過去のものとなりつつあります。

さらに、自社内の人権問題だけではなく、他への行為、他から受ける自社への影響についても考慮する必要があります。このように人権は企業活動を行う上で避けては通れないテーマであり、起こりうるさまざまな問題への目配り、起きた問題への適切な対応がいわゆる炎上の防止や企業価値の維持・向上に欠かせないといえるでしょう。

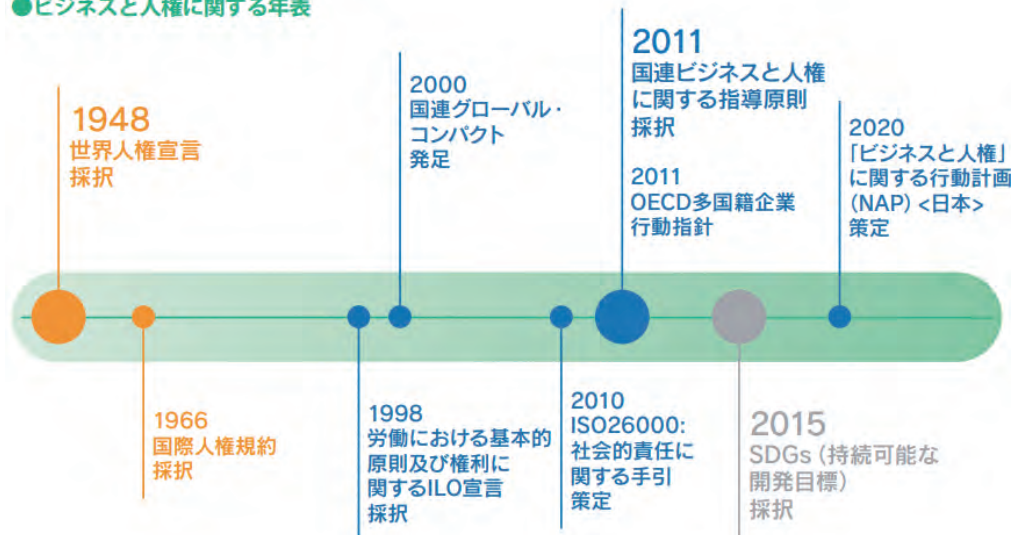
2. 人権の歴史

人権とは「人間が人間らしく尊厳をもって幸せに生きる権利で、全ての人が生まれながらに持つ権利」とされています。第二次世界大戦後、国際社会はこれまでの戦争中に行われた暴力や差別、強制労働など非人道的行為を反省し1948年、国連総会にて「世界人権宣言」を採択しました。その後、人権の推進は基本的に国家の責務として認識され、各国政府が人権について理解しその責務を果たすとして行動してきました。

そうした中、冷戦終了後、経済がグローバル化し、サプライチェーンが国境を跨ぐようになると各国の経済力や法制度の違い、企業の利益至上主義も相まって児童労働、強制労働、先住民の土地の奪取や森林伐採による居住地剥奪などが表面化し、人権への影響が深刻化してきました。

こうした背景から2000年以降国際社会は、国家だけが責務を担っていた人権に対して企業も責任を持ち対応を図

図1 ●ビジネスと人権に関する年表



出典：「ビジネスと人権」への対応 詳細版（法務省人権擁護局）<https://www.moj.go.jp/content/001417121.pdf>

らなければならないとした考え方が一般的になってきました。

この考え方の変化に大きく影響を与えたのが2011年に国連が公表した「ビジネスと人権に関する指導原則」です。日本においては政府が2020年にNAP（National Action Plan）「ビジネスと人権に関する行動計画」を策定し、企業規模や業種に関わらず、すべての企業がこの行動原則に基づき人権への対応を行うよう期待するとしています。

3. 人権に及ぼす影響の範囲について

近年、人権の取り組みはその対象や内容、形態が大きく広がりを見せ、配慮しなければならない項目が増えています。ここでは項目別にその広がりを見ていきます。

i. 人権への影響を考慮すべき対象の拡大

図2は対象範囲の拡大を表していますが、その影響の範囲は自社の従業員やパート・アルバイト、契約社員、派遣社員にとどまらず、現在では取引先の従業員、さらに顧客や消費者、地域住民にまで広がっています。

図2 ●企業が人権への影響を考慮すべき対象

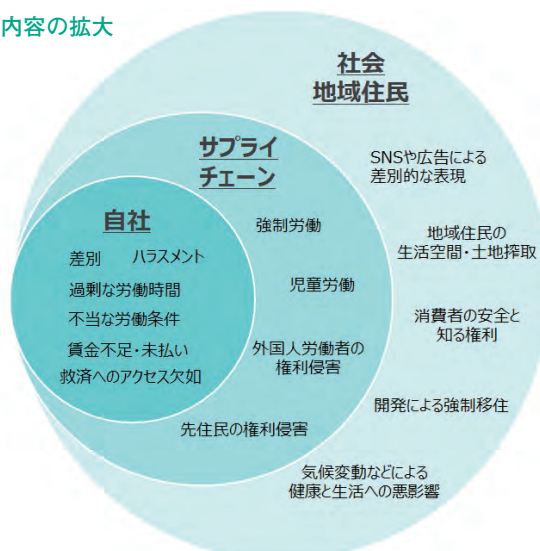


出典：「ビジネスと人権」への対応 詳細版（法務省人権擁護局）<https://www.moj.go.jp/content/001417121.pdf>

ii. 人権への影響を考慮すべき内容の拡大

図3は考慮すべき内容が拡大していることを示しています。初期にはそれが自社におけるハラスメント、不当な労働条件や過剰な労働時間、賃金等の雇用問題など直接個人に影響を及ぼすものが殆どでしたが、徐々にサプライチェーンにおける労働環境や先住民の権利等に拡大し、現在では社会における広告などの差別的な表現、開発による強制移住や気候変動による生活の悪影響などにまで及んでいます。

図3 人権への影響を考慮すべき内容の拡大



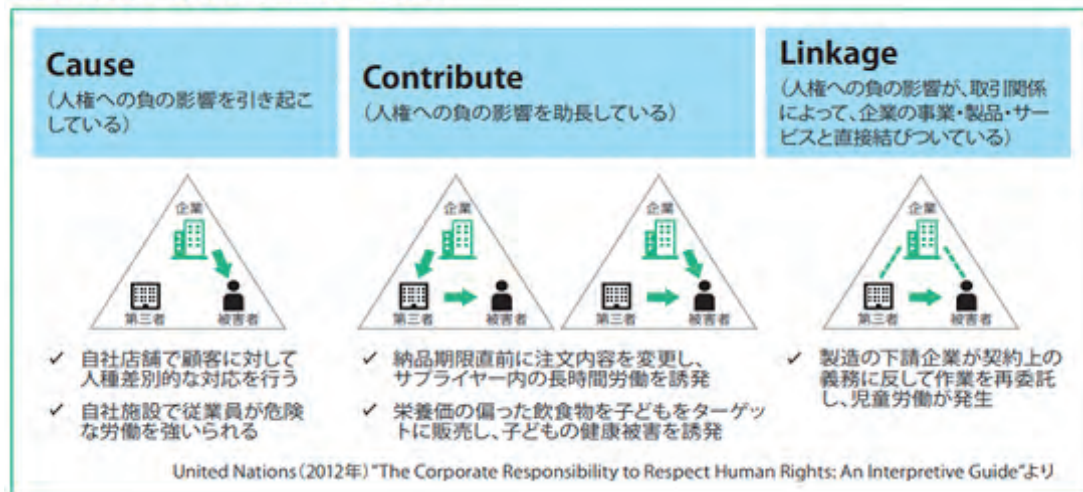
出所：会員企業社内資料より

iii. 人権への影響を及ぼす形態の変化と広がり

「ビジネスと人権に関する指導原則」では、自社が直接的に引き起こしている人権侵害のみならず、間接的に負の影響を助長していたり、関与したりしている（事業・製品・サービスと結びついている）人権侵害についても、対応する必要があるとしています。

図4は左（Cause）自社が直接関与している事例、中（Contribute）侵害の助長、右（Linkage）自社が委託した企業での侵害の事例を示しています。

図4 ●企業が人権への影響を配慮すべき状況



出典：「ビジネスと人権」への対応 詳細版（法務省人権擁護局）<https://www.moj.go.jp/content/001417121.pdf>

4. 人権の取組に求められる3つの内容

政府が2022年9月に策定した「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」においては、規模・業種等にかかわらず、日本で事業活動を行う個人事業主を含む全ての企業は、自社・グループ会社、サプライヤー等（直接の取引先に限られない）の人権尊重の取り組みに最大限努めるべきであるとしています。

また、取り組むべき内容として、

- ① 人権方針の策定
- ② 人権デュー・ディリジェンスの実施
- ③ 自社が人権への負の影響を引き起こし又は助長している場合における救済

以上の3つが求められるとしています。

- ① 人権方針は人権尊重の責任を果たすというコミットメントを内外のステークホルダーに向けて明確に示すために策定します。
- ② 人権デュー・ディリジェンスについては、グループ会社を含む自社やサプライヤー等における人権リスクを特定し、それを防止・軽減するために実施します。
- ③ 救済については自社が引き起こしたり、助長した人権侵害に対し適切な救済の仕組み作りと、どのようにそれに対処したかについて情報開示を行います。

図5 ●自社事業による人権への負の影響を防止・軽減する取組

分類			主な取組の例
a 方針による コミットメント	人権方針の策定		(1) ・自社人権方針（人権ポリシー）の作成・公開 ・人権への取組の責任者を含むマネジメント体制の説明 など
	人権への影響評価		(2) ・人権への負の影響の特定・分析・評価
b 人権デュー・ ディリジェンス の実施	(顕在的・潜在的な 負の影響に対する) 予防／是正措置の 実施	教育・研修の実施	(3) ・人権研修の実施 ・ダイバーシティに関する社内啓発活動の実施 など
		社内環境／制度の整備	(4) ・各種社内制度（人事・評価・働き方等）の変更・改善 ・バリアフリー設備の導入 など
		サプライチェーンの管理	(5) 「サプライヤー行動規範」の策定 ・持続可能な責任ある原料の調達 など
	モニタリング（追跡調査）の実施		(6) ・定期的な従業員／取引先アンケートの実施 ・従業員の勤務状況／労働時間のモニタリング／労働組合との意見交換 など
	外部への情報公開		(7) ・人権報告書／サステナビリティ報告書等の作成・公開 ・人権に関するリスクの評価結果に関する情報公開 など
c 救済措置	(実際に引き起こされた負の影響に対応するための) 苦情処理メカニズムの整備		(8) ・社内向けホットライン（苦情／相談窓口）の設置 ・サプライヤー向けホットライン（同上）の設置 ・お客様相談室の設置 など

【人権デュー・ディリジェンス】

企業活動における人権リスクを抑える取り組み。具体的には、自社の企業活動において強制労働やハラスメント等の人権リスクや人権に対する負の影響がないかを特定し、そのリスクを分析・評価して適切な対策を策定・実施すること。

出典：「ビジネスと人権」への対応 詳細版（法務省人権擁護局）<https://www.moj.go.jp/content/001417121.pdf>

5. 最後に

これまで述べてきたように、人権への対応は企業活動を行う上で欠かせない取り組みとなっています。

日本の食糧はその6割以上を輸入に頼っており、私たち食品卸売業は国内をはじめ世界各国から輸入された原料で製品化された商品を流通させています。もちろん、取り扱う膨大なアイテム数すべてに人権の目を向けることは困難かもしれません。

しかし児童労働や強制労働及びアンフェアな取引によって生産されたものが、知らず知らずのうちに私たちの流通により最終消費者のもとへ届けられている可能性があることも事実です。また、物流や営業活動においては自社やグループ会社だけでなく、委託先やその協力企業などあらゆる取引先、広告宣伝及びメディアなどさまざまなステークホルダーが存在し私たちの事業を支えています。

そこで私たち食品卸売業は人権侵害の可能性を認識し、まずは自社の与える影響とリスクが大きいと考えられる分野を特定し、そこから取り組むことで人権対応の第一歩とすることが出来るのではないのでしょうか。

これにより食品卸売業全体がサステナブルな業種と認知され、社会に貢献できると考えます。

参考資料) 人権侵害の例 (一部)

自社 及び グループ内	パワーハラスメント	職場において、地位や人間関係などの優位性を利用して、業務の適正な範囲を超えて、身体的・精神的苦痛を与える行為や職場環境を悪化させる行為
	セクシャルハラスメント	労働者の意に反する「性的な言動」により、労働条件について不利益を受け就業環境が害されるハラスメント。女性から男性への性的言動もセクハラとなる
	マタニティハラスメント	妊娠・出産したこと、育児のための制度を利用したことなどに関して、上司・同僚が就業環境を害する言動をおこなうハラスメント。解雇や減給、雇止め、上司や同僚からの嫌がらせも該当
	パタニティハラスメント	配偶者の妊娠・出産・育児に関わる男性に向けられたハラスメント
	時短ハラスメント	経営陣や上司が従業員に対して労働時間の短縮を強要し、厳しいソルマを課す、達成できない場合に叱責したりすること
	モラルハラスメント	バワハラやセクハラ、マタハラなどに該当しないもの（意図的に無視する行為や、常識を挙げて相手を非難する行為）
	オワハラ(就活終われハラスメント)	企業が就職活動中の学生に対し「内定を出すから他の企業は断ってくれ」と要求する事で就職活動生に義務のないことを要求する行為
	アルコールハラスメント	飲酒の強要など酒席の場での迷惑行為が該当するハラスメント
	賃金不足・未払い	サービス残業や本人の同意がない給与からの天引き。トラックドライバーへの荷役・附帯業務の無料要請
	差別	同一労働条件、同一業務にもかかわらず性差による賃金の格差をつける行為など
	救済へのアクセス欠如	ハラスメントや差別、過剰な労働時間等の訴えに対する秘匿性の高い窓口が設置されていない状況
サプライ チェーン	強制労働	労働者の意思なく働かせる行為（パーム油・カカオ・コーヒー原料生産に多く見られる）
	児童労働	義務教育を妨げる労働や法律で禁止されている18歳未満の危険で有害な労働のこと（パーム油・カカオ・コーヒー原料生産に多く見られる）
	先住民の権利侵害	文化、アイデンティティ、言語、労働、健康、教育、その他の問題に対する先住民族の権利の侵害
	外国人労働者の権利侵害	留学生や外国人労働者を受け入れる企業等による不法就労助長やパスポートの保管など
社会・地域 住民	SNS/広告による差別的表現	人種の違いに対する滑稽な表現やステレオタイプの表現など。「北海道は開拓の大地だ」という表現が先住民の権利侵害として炎上した例もあり
	開発による強制移住	プランテーション建設などによる居住地奪取など。

※上記で生産された原材料を使用し製品化する又はそれらを広告宣伝、拡売するなどの行為は、負の影響の助長とみなされる。

出所：会員企業にて作成

会員企業の開示について（参考）

<https://www.mitsubishi-shokuhin.com/sustainability/esg/governance/compliance/> （三菱食品株式会社）

https://www.itochu.co.jp/ja/csr/society/human_rights/index.html （伊藤忠グループ）

<https://www.kokubu.co.jp/sustainability/society/> （国分グループ）

Ⅸ「ダイバーシティ＆インクルージョンとジェンダーギャップ」について

1. はじめに

現代のビジネス環境において、企業が「ダイバーシティ（多様性）＆インクルージョン（包摂）（以後D&Iとする）」と「ジェンダーギャップ（男女の違いにより生じる格差）解消」に取り組むことが重要性を増しています。

D&Iは組織や団体などで多様な人材を登用し、それぞれが持つ異なった能力を生かすことで、組織の価値やパフォーマンスを高めようとする取り組みです。

日頃私たちは、自分には良識があり「偏見などは持っていない」と思いながら生活していますが、すべての人が何かしらの偏見を持っています。自分が意識せずに持つ偏った見方や考え方のことを「アンコンシャス・バイアス」といいます。偏見を持つこと自体は悪いことではありません。それは善意や悪意からのものではなく、経験や見聞から発生する脳の思い込みによるものです。

しかしながら多くの場合、十分な事実に基づいていないため、さまざまな場面での意思決定にゆがみを与えて、間違った判断に導いてしまうことがあり、企業において悪影響を及ぼしかねません。そのため、個々人の内在するアンコンシャス・バイアスを理解したうえで、それを他人に押しつけないためにはどうすべきかを啓発することもD&Iの取り組みの一つです。

D&Iの取り組みは、性別や年齢、国籍、価値観など多様な属性や特徴を持つ人々が互いの違いを受け入れ、生かしあいながら、それぞれの能力を発揮できる環境をつくることにあります。ダイバーシティを尊重することで、企業は持続可能な成長と発展を実現し、社会的責任を果たすとともに、組織全体の活力や競争力を高めることが期待されます。企業はダイバーシティ推進の一環として、すべての人が公平に機会を得て活躍できる環境整備に取り組んでいます。特に、ジェンダーギャップの解消は重要な課題であり、性別にとらわれない多様な人材が活躍できる組織づくりが求められています。D&Iとジェンダーギャップの解消に向けた取り組みを推進することは、社会全体にポジティブな影響を与え、持続可能な社会の実現に寄与することです。こうした観点から、D&Iは現代のビジネス戦略の中心的な要素となっています。

表層的なダイバーシティ



深層的なダイバーシティ

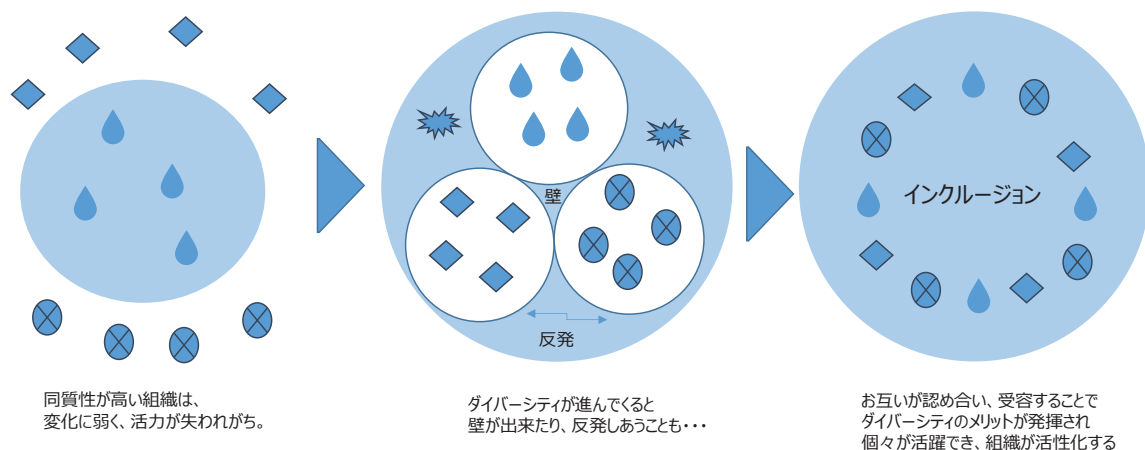
- 年齢（→年齢に関する偏見や差別を表したエイジズムの軽減）
 - 性別（→ジェンダー不平等の改善）
 - 国籍
 - 人種
 - 民族
 - 障がいの有無
-
- SOGI（性自認・性的指向）
 - 価値観
 - 仕事観
 - 宗教
 - 学歴
 - 職務経験
 - コミュニケーションの取り方
 - 受けてきた教育
 - 第一言語
 - 嗜好
 - 組織上の役職や階層

企業におけるD&Iの例でいうと「うちの職場では女性が活躍しています」や、「障がいがあってもそれを生かした仕事を」「LGBTQの方々の立場を守ろう」といった取り組みも聞きますが、それ自体はダイバーシティの一部に過ぎません。ダイバーシティには個人が持つ属性や特徴について、生まれ持ったもので変えようがない「表層的ダイバーシティ」と、ぱっと見では違いがわからない、実は複雑な「深層的ダイバーシティ」の2種類が存在します。

そしてインクルージョンは、その多様な個人が組織内で尊重され活躍できる環境を作り出すことです。

したがって、インクルージョンはダイバーシティを実現するためのプロセスであり、両者は切り離せない関係にあります。ダイバーシティを持つ個人が実際に組織において活躍できる環境を整えることが重要になります。

組織における「ダイバーシティ&インクルージョン」



出所：会員企業にて作成

2. 背景

D&Iの推進とジェンダーギャップの解消が求められる背景としては、社会的公平性と人権の尊重、経済的利益と競争力の向上、労働力の多様化、企業の持続可能性、法規制と社会的圧力、そして社会的意識の高まりなど、多くの要因が存在します。

生産性の向上

性別のダイバーシティを重視する企業は、そうでない企業と比べて利益が21%高くなる傾向があり、人種や民族のダイバーシティを尊重する企業は、33%高い利益を上げる可能性がある。

McKinsey & Company による調査

イノベーションの促進

ダイバーシティの高い経営陣を持つ企業は、イノベーション収益が17%高くなるとの結果が出ている。

BCG（ボストン・コンサルティング・グループ）による調査

従業員の満足度とリテンション

多様な背景を持つ従業員は、ダイバーシティを受け入れる文化の中で働くことを好む傾向がある。

その結果、従業員の満足度が高まり、離職率が低下する。

Gallup による調査

「人権問題」でお伝えした通り、人権とは「人間が人間らしく尊厳をもって幸せに生きる権利で、すべての人が生まれながらにして持つ権利」です。そのため、すべての人が性別、人種、宗教、年齢、障がいの有無にかかわらず平

等な機会を享受する権利があります。また、異なる文化や価値観や多様な経験を持つ人々が尊重され、それぞれの視点やアイデンティティを生かすことが重要です。それにより包括的で公正な社会や組織形成ができ、さまざまなバックグラウンドを持つ人々が活躍することで、イノベーションや創造性を促進し、組織全体の成長につながるとされています。

ジェンダーギャップの解消は、国連が掲げるSDGs（持続可能な開発目標）とも深く関連しています。特に、目標5の「ジェンダー平等を実現しよう」や目標8の「働きがいも経済成長も」などが該当し、ジェンダーギャップが存在することは、女性や少数派の人々の偏見や不平等を助長し、社会全体の成長や発展に悪影響を及ぼす可能性があり、持続可能な社会を築く上での障害となります。

少子高齢化が進む現代において、多様な人材の活用は労働力の確保にとっても重要です。D&Iを重視する企業は、従業員の満足度や組織への帰属意識が高まり、離職率が低くなることから事業の安定性が確保されやすくなります。

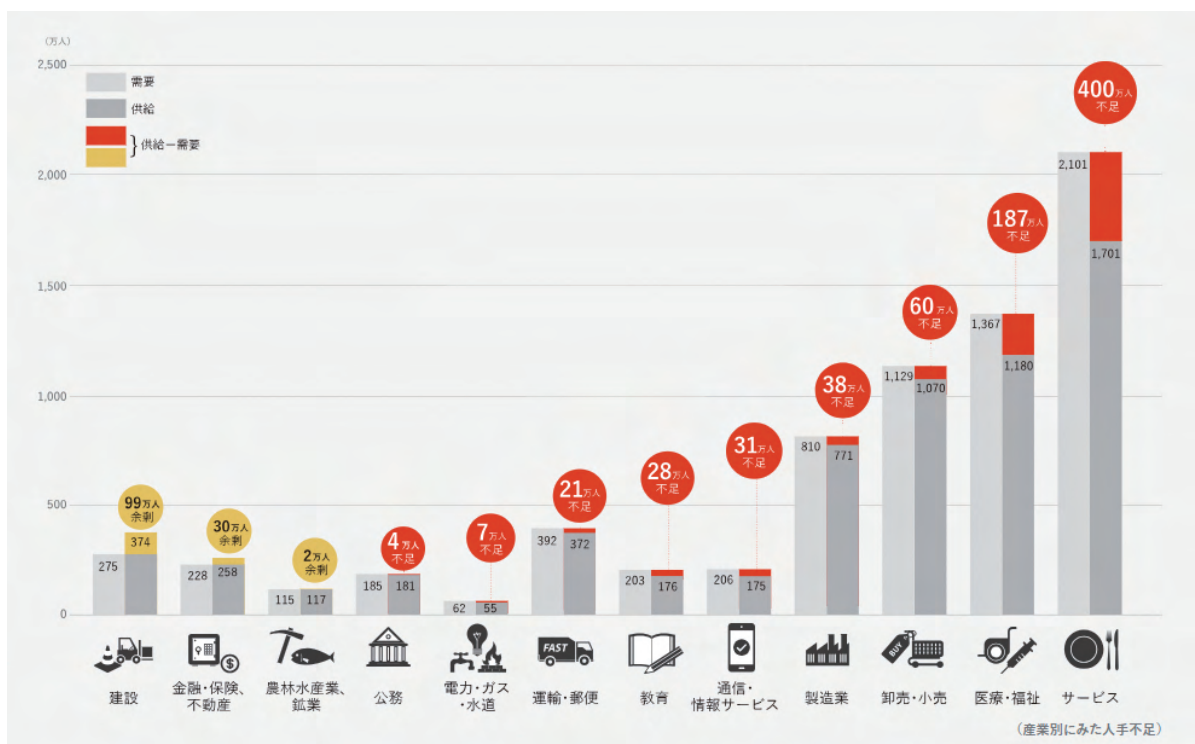
さらに、法規制の強化や社会的圧力の高まりにより、企業や組織はD&Iとジェンダーギャップ解消に取り組まざるを得なくなっています。また、生活者や投資家もこれを重視しており、企業や組織の意識も高まり、ESGの観点からも積極的な取り組みが求められています。

3. 日本の取り組み

日本の取り組みとしては経済産業省が、2017年に『ダイバーシティ 2.0行動ガイドライン』を発行し、ダイバーシティ経営を「多様な人材を活かし、その能力が最大限発揮できる機会を提供することで、イノベーションを生み出し、価値創造につなげている経営」と定義し、推進しています。

また、2025年4月に経済産業省が「企業の競争力強化のためのダイバーシティ経営（ダイバーシティレポート）」を公表しました。

企業がD&Iを推進する理由の一つとして人口減少もあります。人口減少により、労働人口も減少しており、さまざまな業界で人手不足が深刻化しています。このペースで進むと40年後には労働人口が4割減少することが予測されており、企業は事業活動を維持するためにさまざまな対応を求められています。



出典：パーソル総合研究所・中央大学「労働市場の未来推計 2030」 <https://rc.persol-group.co.jp/thinktank/spe/roudou2030/>

パーソル総合研究所の調査によると、2030年には7,073万人の労働需要に対し、見込める労働供給は6,429万人であり、644万人もの人手不足になると予測されています。

産業別にみると、人手不足がひっ迫しているサービス業、医療・福祉について、卸売・小売業で人材不足の問題が顕在化するとされています。

このような労働人口減少における企業の対策としては、以下の4つが考えられます。

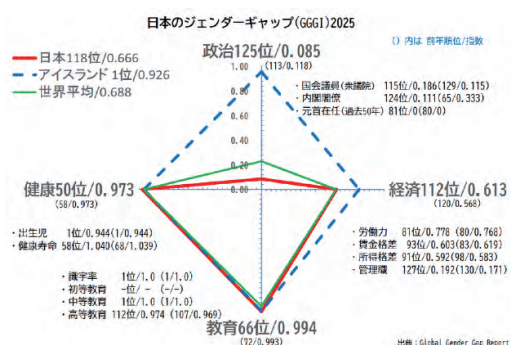
- ・女性活躍の場を増やす
- ・外国人労働者を増やす
- ・シニアの活躍の場を増やす
- ・生産性をあげる

今回は、女性活躍の場を増やす（＝ジェンダーギャップ解消）と外国人労働者を増やすための取り組みについてみていきます。

【女性活躍の場を増やす】

ジェンダーギャップ解消の取り組みとしては、1986年に男女雇用機会均等法が制定され、女性活躍推進法、女性登用推進法の改正など、女性の社会進出を促す政策が進められてきました。しかし、依然として女性が管理職や役員に就く割合は低く、ジェンダーギャップの存在が指摘されています。特に、日本企業においては男性が意思決定の場に就くことが一般的であり、女性の進出が制約される状況が見られます。このような状況は、女性が経済的・社会的に自立し、自己実現を図る上での障壁となっています。

2025年6月に世界経済フォーラム（WEF）が発表したジェンダーギャップ指数（GGGI：The Global Gender Gap Index）で日本のジェンダーギャップは148か国中118位と、G7では最下位、東アジア・太平洋地域においてもワースト3という最低の状況が続いています。



■日本の男女格差 148 か国中 118 位

分野	2025 年		2024 年	
	ギャップ指数	順位	ギャップ指数	順位
政治	0.085	125 位	0.118	113 位
経済	0.613	112 位	0.568	120 位
教育	0.994	66 位	0.993	72 位
健康	0.973	50 位	0.973	58 位
総合	0.666	118 位	0.663	118 位
		148 か国		146 か国

(ギャップ指数は男女格差が無ければ1.000となる)

■世界の上位 10 か国

順位	国名(前回順位)	ギャップ指数
1	アイスランド (1)	0.926
2	フィンランド (2)	0.879
3	ノルウェー (3)	0.863
4	イギリス (14)	0.838
5	ニュージーランド (4)	0.827
6	スウェーデン (5)	0.817
7	モルドバ共和国(13)	0.813
8	ナミビア (8)	0.811
9	ドイツ (7)	0.803
10	アイルランド (9)	0.801

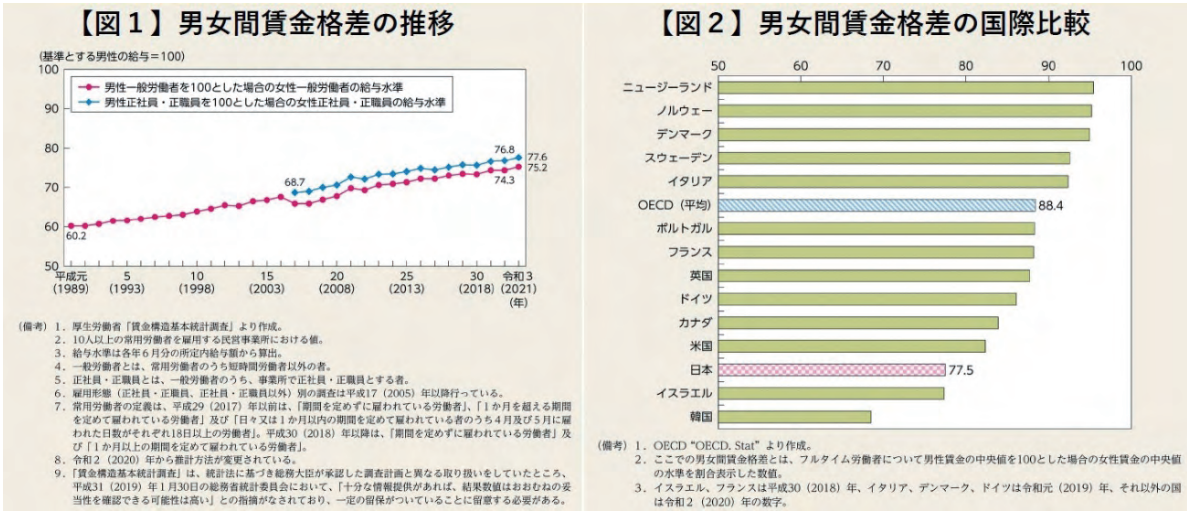
日本のジェンダーギャップ指数 (GGGI) 2025

出典：日本BPW連合会ホームページより <https://www.bpw-japan.jp/japanese/gggi2015.html>

日本の男女間賃金格差は長期的に見ると縮小傾向にあり、令和3（2021）年の男性一般労働者の給与水準を100としたときの女性一般労働者の給与水準は75.2となっています。【図1】

しかし、国際的に比較すると先進的な国々との乖離は大きい状況にあることが分かります。【図2】

日本の労働環境においては、女性が家庭と仕事の両立を困難と感じる状況も見られます。長時間労働や男女間の家事・育児の不均衡など、女性が職場での活躍と家庭での責務を両立させることを難しくしています。このため、女性がキャリアを積みながら家庭を支えることが困難な状況が続いており、ジェンダーギャップの解消に向けた課題となっています。これらの課題に対応するためには、企業や社会全体が包括的な取り組みを進める必要があります。例



出典：男女間賃金格差（我が国の現状）（内閣府 男女共同参画局） https://www.gender.go.jp/research/weekly_data/07.html

えば、男女共同参画を推進し、女性が管理職やリーダーのポジションに就く機会を増やす取り組みや、柔軟な労働環境の整備が求められます。さらに、男性との育児・家事の負担の均衡を図るための支援策や制度の整備も重要です。女性が働き続けるための子育て支援策や介護支援策、キャリア形成支援の充実も、ジェンダーギャップの解消に向けた重要な取り組みとなります。

【外国人労働者を増やす】

労働人口を増やす対策としては、意欲的な海外人材の、積極的な活用も必要ですが、近年国際的な人材獲得競争が激化しています。

日本でも、外国人労働者数・雇用事業所数は過去最高を記録し続けていますが、外国人労働者は、日本の雇用慣行等に関する知識の不足や言語、文化等の違いを踏まえた雇用管理の必要性を悪用した法令違反や労働条件等のトラブルが生じています。

また、これまでの技能実習制度では、制度目的と実態の乖離や外国人の権利保護などの課題が指摘されていました。外国人の労働力も欠かせない状況にある中、外国人にとって魅力ある制度を構築することで「選ばれる国」となり、共に日本の産業を支え、発展させる人材を育てることが重要です。

これらのことから、外国人労働者の技能実習制度に代わる外国人材の新制度「育成就労」の新設等を柱とする改正出入国管理法などが、2024年6月、参議院本会議で賛成多数で可決・成立しました。

これにより、育成就労制度と特定技能制度に連続性が保たれ、外国人が就労しながらキャリアアップできる制度が構築されました。このように長期にわたり日本の産業を支える人材を育てることで、今後も外国人労働者の増加が見込まれることでしょう。

日本におけるジェンダーギャップの解消や外国人の活用は、政府、企業、個人、そして社会全体が協力し合い、包括的な施策を推進することが重要です。女性や外国人が自己実現を果たし、自らの能力を最大限に発揮できる社会の実現に向けて、さまざまな取り組みが求められています。

指 標	数 値 (人、所)	前年比増加数 (人、所)	前年比増加率 (%)
外国人労働者数	2,302,587	253,912	12.4
外国人を雇用する事業所数	342,087	23,312	7.3

出所：厚生労働省の「外国人雇用状況」の届出状況のまとめ（令和6年10月末時点）を参照に会員企業にて作成

4. 世界の取り組み

ジェンダー平等やダイバーシティに関する取り組みが国際社会で進められています。これらは、社会全体の発展や平和構築において不可欠な要素であり、国際社会全体での共通の課題と位置付けられています。

多くの国々がジェンダーギャップの解消やダイバーシティの尊重に向けた取り組みを進めており、これにより女性の教育機会や就業機会の拡大、女性の権利の保護、性別に関連した偏見や差別の撤廃など、改善が進んでいます。例えば、D & I先進国のニュージーランドではクォーター制※を取り入れているなど、政府やNGOが共同で女性の地位向上やリーダーシップの促進、企業がダイバーシティ推進のための取り組みを強化するなど、さまざまなレベルでの取り組みが行われています。

さらに、国際協力も重要な位置を占めており、国際機関やNGO、各国政府間の協力により、女性の権利の促進やジェンダーギャップの解消に向けた政策の共有や支援が進められています。また、女性のエンパワーメントやリーダーシップの育成、ジェンダー平等に関する意識の向上など、多岐にわたる分野での取り組みが行われています。

※人種や性別などの特定の属性を持つ人々が社会参加する機会を増やすため、組織や集団に一定の割合（クォータ）を割り当てるポジティブ・アクション（積極的差別是正措置）の一種

5. 最後に

食品卸売業界は、物流や倉庫管理、営業など、体力が必要な作業や日本特有の商習慣があり、特に女性や高齢者、外国人労働者の参入が難しいとされてきました。そのため男性主導の環境や賃金格差、多様性不足などの課題が見られます。そのようなことから、今後は女性のキャリア支援や賃金の透明化、多様な人材の採用、柔軟な勤務形態の導入、D & I教育の実施が必要です。特に管理職や役員での女性比率は依然として低い状態です。また、他の業界と比較してもダイバーシティの確保が遅れており、多様なバックグラウンドを持つ人材の活用が十分に進んでいない状況が見られます。

このような状況の中でも、日本アクセス、三菱食品、伊藤忠食品、国分グループでは「人材」や「ダイバーシティ」の取り組みを始めています。



日本アクセス



三菱食品



伊藤忠食品



国分グループ

また、一般的な事例としては、以下のような取り組みがあります。

取り組み例

1. キャリア支援

メンターシッププログラム: 経験豊かな社員が若手社員を指導し、キャリアパスを明確にする。

キャリア開発プログラム: リーダーシップ研修やスキルアップ講座を提供し、管理職へのステップアップを支援する。

ネットワーキングイベント: 社員が交流し、情報交換やサポート体制を築ける機会を提供する。

2. 賃金の透明化

賃金の定期的な見直しと公開: 性別や役職に関係なく、公平な賃金体系を維持するための定期的な賃金レビューを実施し、その結果を公開する。

評価基準の明確化: 賃金や昇進の評価基準を明確にし、全社員に周知する。

3. 多様な人材の採用

インクルーシブな採用プロセス: 多様なバックグラウンドを持つ候補者が応募しやすい環境を整える。例えば、多言語対応や障がい者向けのサポートを提供する。

採用基準の見直し: 性別や年齢、国籍に関わらず、公平に評価できる採用基準を設定する。

4. 柔軟な勤務形態の導入

テレワークの推進: 可能な業務についてはテレワークを導入し、働きやすい環境を整える。

フレックスタイム制度: 労働時間の柔軟性を持たせることで、育児や介護などの事情を抱える社員も働きやすくする。

時短勤務制度: 特に育児中の女性社員に対して、時短勤務や育児休業の取得を推奨する。

5. D & I教育の実施

定期的な研修: 全社員を対象にしたアンコンシャス・バイアスやダイバーシティなどに関する研修を定期的に実施する。

意識改革キャンペーン: 社内キャンペーンを通じて、ダイバーシティの重要性を浸透させる。

6. 管理職・役員の女性比率向上

目標設定: 管理職や役員における女性比率の具体的な目標を設定し、その達成に向けた具体的な計画を立てる。

昇進プロセスの見直し: 昇進プロセスを透明化し、女性が管理職や役員に進出しやすい環境を整える。

7. 業界全体での取り組み

業界団体との協力: 業界全体でのダイバーシティ推進を目指し、他企業との連携や情報共有を進める。

ベストプラクティスの共有: 他社の成功事例を参考にして、自社の取り組みに活かす。

食品卸売業界においても、上記の7項目の取り組みを実行することで、ダイバーシティの確保とジェンダー平等の推進が図られ、食品卸売業界全体の競争力向上にも繋がり、ステークホルダーにも選ばれる持続可能な業種を目指します。

〈サステナビリティ研究会〉SDGs分科会 企業名50音順 敬称略

座 長	工藤 拓	株式会社日本アクセス
	岡林 章一	旭食品株式会社
	川浪 智将	伊藤忠食品株式会社
	曾田 峰央	加藤産業株式会社
	小泉 武士	加藤産業株式会社
	中山 有	国分グループ本社株式会社
	木戸 恵美子	国分グループ本社株式会社
	大関 陽	株式会社日本アクセス
	丸伊 隆広	日本酒類販売株式会社
	谷田部 友基	三井物産流通グループ株式会社
	西沢 仁	三菱食品株式会社
	矢野 悠介	三菱食品株式会社

発 行 日 2025年12月1日

発 行 者 一般社団法人日本加工食品卸協会

〒103-0023

東京都中央区日本橋本町2-3-4 江戸ビル4F

Tel. 03-3241-6568 Fax. 03-3241-1469

<https://nsk.c.ooco.jp/>