



サステナビリティ情報開示が進み、前回調査時より改善傾向 アパレル大手10社の『企業のエシカル通信簿』結果発表（第7回／2023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2023年度『企業のエシカル通信簿』では、アパレル業界の社会課題が浮き彫りになった「ラナ・プラザの悲劇」から10年が経過したのを契機に、2016年度（第1回）の調査対象企業を含めた、国内アパレル大手10社を調査。2024年3月18日（月）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。

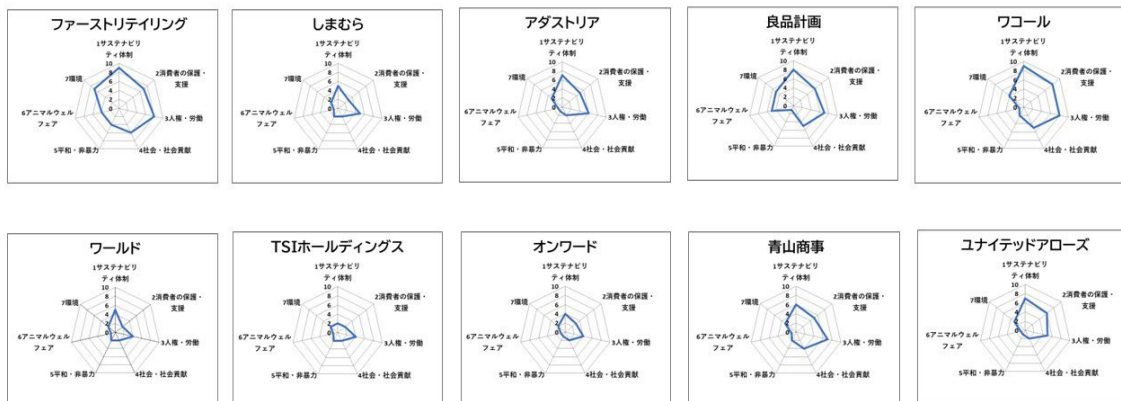
『企業のエシカル通信簿』は、「サステナビリティ体制」「消費者の保護・支援」「人権・労働」「社会・社会貢献」「平和・非暴力」「アニマルウェルフェア」「環境」の7分野（大項目）について、企業の持続可能な社会に向けての取組みの可否、また企業が抱える課題を調査・分析するものです。今年度の調査結果では、7年前の2016年度調査（アパレル5社を対象）と比較すると、情報開示や取り組み内容において大きく向上していることがわかりました。今後は、日本国内でも伸長に乏しい「平和・非暴力」や「アニマルウェルフェア」において様々な取組みや開示を期待します。

（*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）

2023年度「企業のエシカル通信簿」アパレル企業 レイティング

	1.サステナビリティ体制	2.消費者の保護・支援	3.人権・労働	4.社会・社会貢献	5.平和・非暴力	6.アニマルウェルフェア	7.環境
ファーストリテイリング	9	7	8	6	4	4	7
しまむら	5	3	5	2	2	1	2
アダストリア	7	5	6	2	1	1	3
良品計画	8	6	7	5	1	5	5
ワコールHD	9	8	8	5	2	1	4
ワールド	5	2	4	2	2	1	2
TSI HD	2	2	4	2	2	1	2
オンワードHD	4	3	4	2	1	1	2
青山商事	6	5	7	4	2	1	3
ユニテッドアローズ	7	6	5	2	1	1	3

2023年度「企業のエシカル通信簿」アパレル企業 レイティング結果レーダーチャート



■第7回企業のエシカル通信簿

<2023 年度調査概要>

現在「エシカルファッション」は若年層を中心に浸透し、日本の大手企業も、ファストファッションを前面に押し出すのではなく、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。

ハイブランドのサステナビリティ推進やファストファッションの変容により、7年前の2016年度調査時(5社)と比較すると、情報公開、取組み内容、そしてSSRCの呼びかけへの対応のすべてにおいて、質・量ともに全体的に向上していることがわかりました。(調査票は毎年改良を加えているため、全く同列で比較はできないものの、)主に「サステナビリティ体制」「人権・労働」「環境」の分野で大きく進展がありました。逆に「平和・非暴力」「アニマルウェルフェア」は一部企業を除きほとんど進展が見られませんでした。

また分野によっては最低「2」から最高「9」までと、企業間のばらつきが大きくなりました。SSRCとのやり取りに応じた企業は、追加で情報を確認することができたので、概して評価が高くなりました。

またやり取りに応じた7社のうち、結果発表会後の「個別ダイアログ」にも積極的に参加の意思を示した企業が3社ありました。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	アパレル(最終製品を持っているBtoC企業のみ)
調査対象企業	ファーストリテイリング、しまむら、アダストリア、良品計画、ワコールHD、ワールド、TSI HD、オンワードHD、青山商事、ユナイテッドアローズ <10社のうち7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	2024年3月18日(月)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	https://cnrc.jp/works/business-ethical-rating/
協力/後援	協力) 聖心女子大学グローバル共生研究所 後援) 大阪大学社会ソリューションイニシアティブ(SSI)

■発表会の様子



■今後の展望

ESG 推進により、アパレル業界でも E や G は取り組みやすいですが、人権など社会問題の S においては、特に「平和・非暴力」や「アニマルウェルフェア」は、全体的に評価が低いので、今後改善を期待しています。来年度調査においては、調査対象業種を決定後、同様に企業のエシカル通信簿調査を進めていきます。

■SSRC とは

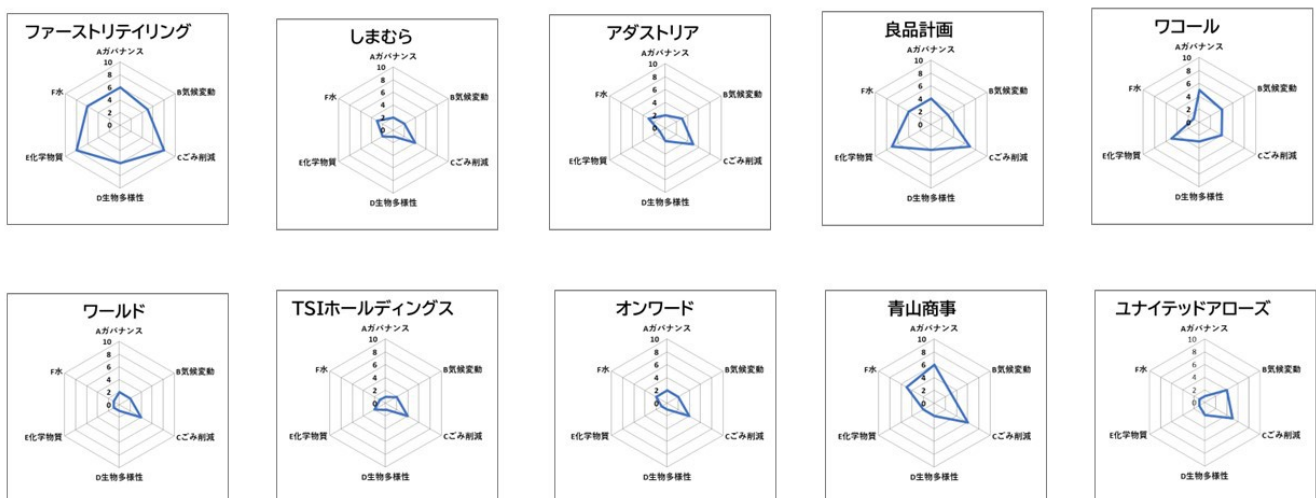
持続可能な社会の実現を目指す、専門性をもった NGO・市民団体が参加し、2016 年に設立。環境・消費・人権・アニマルウェルフェアなどの課題に取り組む 38 の団体が集まるネットワーク団体です（2024 年 3 月現在）。

■参考資料 1：2023 年度「企業のエシカル通信簿」アパレル業界 7.環境 各分野の達成度および結果レーダーチャート


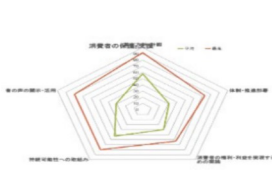
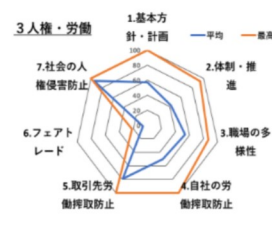
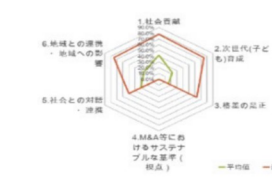
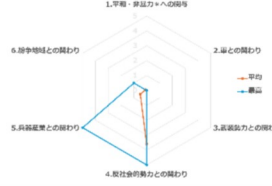
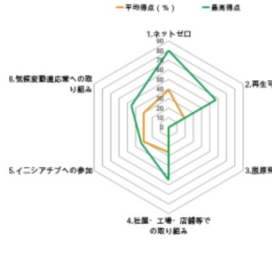
7. 環境 各分野の達成度

	7A.環境パフォーマンス	7B.気候変動	7C.ごみ削減	7D.生物多様性	7E.化学物質	7F.水
ファーストリテイリング	6	5	8	6	8	6
しまむら	2	2	4	1	2	3
アダストリア	2	3	5	2	1	3
良品計画	4	3	7	4	7	4
ワコールHD	5	4	4	3	5	1
ワールド	2	2	4	1	1	1
TSI HD	1	2	4	1	2	1
オンワードHD	2	2	4	1	1	2
青山商事	6	3	6	2	2	5
ユニテッドアローズ	1	4	5	2	1	1

2023年度「企業のエシカル通信簿」アパレル企業 結果レーダーチャート 7. 環境 各分野の達成度



■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	2016年度調査と比較すると法令等遵守、方針・体制は整備されているが、教育研修など従業員への取組みは進んでいなかった。調達は基準を策定している企業は9社あったが、2次調達先にまで調査・確認を行っている企業は3社しかなかった。企業間でのばらつきが大きかった。	
2.消費者の保護・支援	「消費者の権利・利益」を重視しているかを、消費者志向経営方針や実施計画の有無で調査した。10社のうち2社は方針を確認できなかったが、「消費者の権利・利益」を実現するための体制は9社で整備されていることが確認できた。また、適正な広告・表示の基準づくりで重要となるグリーンウォッシュやブルーウォッシュ防止への取組みはすすんでいなかった。	
3.人権・労働	「ビジネスと人権」を日常業務に組み込むための人権デュー・ディリジェンスの策定・実施が重要になってきている。人権DDの全プロセスを実施している企業は3社、部分実施が2社あった。新疆綿を使用している企業については、取引先への厳しい監査を通じ人権侵害が無いことを確認している場合は、その主張を採用した。業界全体として、ある程度取組みが進み始めているので今後の動向に注目したい。なお、前回調査対象5社すべてで今回評価が上昇した。	
4.社会・社会貢献	社会貢献分野には10社とも何らかの取組みがされていたが、M&A等投資をする際にサステナブルな基準を導入している企業は該当がなかった。業界を問わず最近では、ESGに対応したサイト構成になっていて、企業の社会とのつながりや社会貢献活動への取組みなどの情報が探しにくいという傾向があるが、今回の対象企業にも同様の傾向があった。	
5.平和・非暴力	平和・非暴力に関する方針や計画、軍や武装勢力との関わりについて10社全てで明記がなかった。反社会勢力との関わりについてはほとんどの企業で明記されているが、法律で定められている内容であるため記載することが当たり前といえる。1社のみ、紛争地域や兵器産業の調達方針を持っていたが、全体的に意識が低く取組みが不十分である。	
6.アニマルウェルフェア	2016年の調査に比べ取り組む企業が増加したが、ポリシー化や公表までは行っていないケースが目立つ。動物性素材を減らすための取組みがある企業は10社中8社で、特にリサイクルダウンやヴィーガンレザーの利用があった。こうした取組みが進む企業では動物の福祉の問題をはらむ素材から離れる傾向が見られた。動物の毛皮の取り扱いほとんど無いものの、いまだ半分の企業（10社中5社）ではファーの取り扱いがあった。	—
7.環境 A ガバナンス	CSRと環境分野を統合し報告書を作成している企業は4社、データブック等にとどまる企業は3社であった。各環境課題に対し、現状把握・目標・取組みがわかる内容が求められる。監査の実施については、内部監査を行っている企業が3社、外部監査が4社であり、他業種と比較すると少ない。全社員を対象とした環境研修はどの企業も行っていないかった。環境配慮型製品については、第三者認証ラベルを用いるタイプIを採用している企業が2社、自社独自基準を示すタイプIIを採用する企業が4社あった。具体的な内容まで公表することが望まれる。	—
7.環境 B 気候変動	投資家向けであるTCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）に賛同している企業が9社あった。2050年ネット・ゼロ実現の方針を公表している企業は6社あり、再生可能エネルギーに切り替える施策を公表する企業も2社あったが、脱原発・脱石炭の方針を公表する企業はなかった。また、持続可能な電力会社と契約をしても、「自社で電力調達について考慮できていない」と回答するなど、自社を正しく評価できていない場合があった。消費者に向けた情報開示も乏しく、方針や取組みの公表を求めたい。	

分野別概要（つづき）

分野	サマリー	備考
7 環境 C.ごみ削減	環境方針等に省資源、ごみ削減を挙げていたのは8社。ごみ削減に関する実績の公表は8社で、情報の開示を前提とするTCFDへの賛同やCDP（カーボン・ディスクロージャー・プロジェクト）への回答で、情報公開が進んでいる。修理やアップサイクルなどの取組みは7社で、回収・資源化については9社が店頭等で回収し、うち7社が自社商品材料としての活用を行っている。	—
7.環境 D.生物多様性	自社利用の土地や建物における生物多様性保全は、1社で取組みあり、9社で取組みなし。サプライチェーンにおける生物多様性への配慮は、10社中8社で取組みあり。TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）開示の有無は、10社すべてで開示なしで、今後の取組みが期待される。絶滅危惧種に対する取組みは、2社でエキゾチックレザー禁止等の方針を出している。全体的に、具体的方針や課題解決への取組みが必要。	
7.環境 E.化学物質	製品の原材料調達、製造、販売までの過程では多くの企業で化学物質その有害物質削減の取組みがあったが、製造工程では3社のみで、販売（包装材）では1社（ワコール社）のみ。化学物質の使用状況の公開では、2社では80%以上の取組みがあったが、4社では20%、4社では取組みがない。社屋などでは全社で取組みがない。化学物質規制の遵守では、3社で取組みがあるが2社のみがその情報をパッケージやWebで公開している。	
7.環境 F.水	水リスクの評価については、直接操業のみを対象に評価を行っている企業が3社、サプライチェーンまで含めた評価を行っている企業が2社、その他バリューチェーンも含めた評価を行っている企業が1社であった。水使用量の実績については、8社が公開。しかし、水の使用量の削減、管理のための取組みに関しては5社に留まっている。原水保全や水資源確保の取組みを行っている企業は、1社のみと低い。	

報道関係者からの問い合わせ先

消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク（SSRC）事務局

<https://cnrc.jp/>

認定 NPO 法人 環境市民内

メール：ssrc@kankyoshimin.org ☎ : 075-211-3521

担当者：下村、山岡