

サステナビリティ消費者会議 (Consumer Conference For Sustainability)

サステナビリティ×消費者通信 2024年春号(2024年3月)

トピックス 消費者庁が主催する「令和5年度消費者志向経営優良事例表彰」において、マルハニチロ株式会社が「内閣府特命担当大臣表彰」を受賞しました。

■消費者庁による選考理由:

- ・世界の民間企業で初めて成功させたクロマグロの完全養殖(人工心化させた魚から採卵・心化・育成させる「循環型」の養殖)や、アトランティックサーモンの陸上養殖施設の建設を予定し事業化を推進するなど、環境負荷の軽減及び水産資源の保護に取り組んでいる。
- ・また、高齢者向けの介護食では、医療介護従事者との情報交換を行いながら、「残さずに食べきる満足感のある食事」でウェルビーイングの価値を提供するとともに、施設従業員の調理や提供時間の低減に寄与し、超高齢社会の課題を捉えた取組を行っている。

■CCFS から見たマルハニチロの消費者志向経営評価

・ステークホルダーコミュニケーションが充実

商品を購入する消費者だけではなく、従業員、サプライヤー、地域の住民、株主・投資家、NPO/NGO/研究者など対話・接点の機会を設けてコミュニケーションを取っている。

・取組課題を特定して持続可能な食に貢献している

<環境価値の創造>

- ①気候変動問題への対応、②循環型社会実現への貢献
- ③海洋プラスチック問題への対応、④生物多様性と生態系の保全

<社会価値の創造>

- ⑤安全・安心な食の提供、⑥健康価値創造と持続可能性に貢献する食の提供、⑦多様な人材が安心して活躍できる職場環境の構築、⑧事業活動における人権の尊重、⑨持続可能なサプライチェーンの構築

【CCFS 評価基準】

1. 消費者志向を消費者の声を聞き、消費者の不満・不利益の解決や商品等の改善を行うことにとどまらず、経営の仕組みの中核に位置づけ、継続・実践しているもの
2. 持続可能性に関わる社会課題に取り組み、持続可能な社会における消費者志向経営を追求しているもの
3. 消費者志向自主宣言後、その取組みが著しく進展したことがフォロー報告で確認できるもの

社会・環境課題と消費者

最近、多くの人権問題が発生しています。性加害事件、インターネットによる人権侵害、職場でのハラスメント、虐待やいじめ、外国人への差別、犯罪被害者等へのプライバシー侵害など様々な問題がニュースなどでも取り上げられています。

■「人権」とは、

それがなくては人間が人間らしく生きることができないものです。世界人権宣言(1948年国際連合)は、第1条で、人権を次のように述べています。

「すべての人間は、生まれながらにして自由であり、かつ、尊厳と権利とについて平等である。人間は、理性と良心とを授けられており、互いに同胞の精神をもって行動しなければならない」。

■消費者との関わり

企業のビジネスにおいて人権が問題となることがあり、そこに消費者が関わる場合があります。たとえば、商品の原料調達、製造や流通過程、つまりサプライチェーン上で労働者の劣悪な労働環境など、労働者の権利侵害などに対して企業の人権尊重の取組みが問われるようになってきました。消費者はその企業の取組みを評価して企業や商品を選択することも要請されます。これがエシカル消費ともいわれます。これらはSDGs(持続可能な開発目標)12の「持続可能な消費」とも言えます。

■私たち消費者が出来ること

- ・フェアトレード商品や認証を受けた商品を購入するなどがあります。
- ・エシカルな商品を紹介しているサイトの活用も有効です。 例)SSRC ぐりちょ(<https://guricho.net/>)



問い合わせ先:

CCFSのホームページ(<https://ccfs2014.jimdofree.com/>)の「問合せ」をご利用ください。

編集後記 =====

しばらくぶりに「通信」をリニューアル発行しました。名称も「サステナビリティ消費者会議通信」から変更しました。目標は3か月に1回の発行です。