

卸小売③ Aldi社（ドイツ）

■ Aldi Nord社の目標設定（2/3）

顧客と製品	
2024年末までにALDI自社ブランド食品の100%を子供向けに最適化	ALDI Nordの定義に従ったキッズ向け自社ブランド標準品揃え。最適化は、WHO栄養プロファイルモデルを含む、定義された社内のALDI基準に基づいて行われる
2021年末までに、子供向けの不健康な選択肢のマーケティングを回避し、より健康的な製品を促進する。	2021年末までに、クリスマスなどの特別企画を除くすべてのALDI社において、子供向けの不健康な商品の販売を避け、健康的な商品（果物や野菜を含む）を広告・宣伝する。
2021年末までに、子ども向け製品の自社ブランドを立ち上げる	2021年末までにALDIの新しい子供向けブランドを立ち上げ、キャンペーンを実施する。
2021年末までに、子ども向け製品について国内外から少なくとも1つのパートナーと協力する。	2021年末までに、すべてのALDI社の子供向け現行商品の改善とイノベーションに取り組むため、サプライヤー、組織、専門家と協力すること。
2022年末までに、定義された製品群の100%で栄養組成を改善する。	2022年末までに、すべてのALDI社において、朝食、乳製品、チルドコンビニエンス、冷凍食品、ノンアルコール飲料の製品グループにおいて、栄養成分の最適化（例：塩分、糖分、脂肪分を減らす、繊維質を増やす）を通じて製品を改良し、特別な栄養ニーズを持つ顧客に対して信頼できる製品群を提供する
2024年末までにALDI自社ブランドの100%をNutri-Scoreラベルに登録	すべての食品自社ブランドが対象。社内で定義された正当な例外のみが対象外となる。例外の定義は、顧客の期待に依存する。
表示の改善とサステナブルな付加価値の伝達	動物愛護、ビーガン、オーガニック、栄養表示の改善、社会プロジェクトなど、持続可能な付加価値の表示と伝達をすべてのALDI企業で改善する。
オーガニックの品揃えを拡充する	ALDI各国、各商品グループにおけるオーガニック商品の品揃えのギャップを特定し、品揃えで不足している商品をリストアップする。

出所：ALDI Nord, "SUSTAINABILITY REPORT 2021"より作成

卸小売③ Aldi社（ドイツ）

■ Aldi Nord社の目標設定（3/3）

サプライチェーンと原材料	
花と植物の100%認定を目指す	ALDI全社における持続可能性認証草花(例:GLOBALG.A.P.とGRASPまたは代替標準の組み合わせ)のシェアを継続的に監視。
2023年末までに青果生産者の社会的評価100%	持続可能な果物・野菜の認証取得率(例:GLOBALG.A.P.とGRASPまたは代替標準の組み合わせ)をALDI全社で継続的に高める。
動物愛護基準の拡大	法的要件を超え、動物福祉の側面を含むすべてのALDI企業における試験・認証システムと独自の基準の継続的な拡大。
2025年末までに持続可能な綿100%	2025年末までにすべてのALDI企業において、すべての衣類と家庭用繊維に持続可能な綿(例:GOTS、OCS 100/blended、Fairtrade、リサイクル綿、BCI、CmiA)の使用。
企業責任サプライヤー評価の更なる実施	2027年までにすべてのハイリスクサプライチェーンで企業責任サプライヤー評価 (CRSE) を展開。
2030年12月31日までに、優先度の高いサプライチェーンから森林破壊と自然生態系の転換を排除するというコミットメント	森林破壊に関連する最大10のサプライチェーンを含む。まずは木材、パーム油、大豆、砂糖、バナナ、牛肉など。
2022年末までに、当社の高リスク食品サプライチェーンの第一級サプライヤーの名前と住所を公表するという約束	この範囲は、リスク評価に基づいて、関連するすべての高リスク食品サプライチェーンを対象としている。
デューデリジェンス戦略に従い、人権への影響を特定し、透明性のある報告を実施する	我々は、2025年末までに12件までのHRIAを実施し、公表することを目指している。これは、すべてのハイリスクサプライチェーンにおいて少なくとも一つである。
2025年までに、我々のハイリスクサプライチェーンにおけるUNGPの要件を満たす苦情処理メカニズムを確立すること	2025年までにすべてのハイリスクサプライチェーンで苦情処理メカニズムを実装する。
2024年までにALDI生産に使用されるすべての湿式生産設備で使用されるすべての投入化学物質について100%の透明性	この目標は、ALDI繊維と靴の生産に使用されるリスク国のすべての湿式生産施設を対象としている。
気候変動・環境	
2021年末までに温室効果ガス排出量を40%削減	2021年末までに、基準年の2015年と比較して、すべてのALDI企業の温室効果ガス排出量を40%削減する。
太陽光発電システムを導入したALDI店舗の継続的な拡大による比率向上	新店舗にはすべてPVパネルを設置する。システムは、技術的に可能で経済的に実現可能なすべての店舗に設置される。
2019年末までにALDI新規出店全店舗にLED照明を導入	2019年末までにALDIの全新規店舗 (内外装) にLED照明を導入。
ALDI Nord Group of Companiesは、2024年までに科学的根拠に基づく目標を設定し、調達品およびサービスにおいて75%のサプライヤーの排出量にコミットする	購入品とサービスの排出量の75%以上を占めるサプライヤーが、2024年までに科学的根拠に基づく独自の削減目標を設定することを約束する。
2030年末までに温室効果ガス排出量を55%削減 (ベースライン2020)	2030年末までに、ALDI全社の温室効果ガス排出量を基準年2020年比で55%絶対に削減する（科学的根拠に基づく目標）。

出所：ALDI Nord, "SUSTAINABILITY REPORT 2021"より作成

卸小売④ Schwarz Group（ドイツ）

■ Schwarz Groupの目標設定

人	シュワルツ・グループ各社は、2022年までに、社員一人ひとりがそれぞれの担当分野で持続可能な行動をとれるように支援し、その後も継続的に支援します。	策定中
	2025年末までに、シュワルツ・グループの各社は、提供する製品が社会、環境、健康に与える影響について透明性を確保し、お客様が意識的に選択できるようにします。私たちは、2022年までにそのための前提条件を整える予定です。	策定中
製品の質	2022年末までに、「チョコレート含有量5%以上」の表示があるカカオを含むプライベートブランド製品について、厳選したサステナビリティレベル*による調達カカオの原材料認証100%を達成するよう努めます。 *オーガニック、フェアトレード、レインフォレスト・アライアンス、UTZ	認証カカオの割合（自社ブランド）
	コーヒー、大豆、魚、綿、パーム油など、戦略的に重要な原材料の目標を策定中	
	2025 年までに、Lidl はプライベートブランド商品における砂糖と塩分の売上高加重平均含有量を 20%削減します（2015 年基準）	売上高に基づく加重平均の砂糖および食塩の含有量*。
	2025年までに、Kauflandは、2025 年までにプライベートブランド商品 500 品目の砂糖、塩分、脂肪分を20%削減	
	2025年までに、Schwarz Produktionは、販売する飲料の1リットルあたりの平均糖度を約30%削減（2015年基準）。	
	2025年までに、Schwarz Produktionは、販売する焼き菓子1キログラム当たりの平均塩分含有量を約30%削減（2015年基準）。	

リサイクルシステム	2025年までに、LidlとKauflandは、プラスチック製のプライベートブランドパッケージに平均25%のリサイクル材料使用	プラスチック総重量に対するリサイクル材投入重量の割合
	2025年までに、LidlとKauflandは、プラスチックでできたプライベートブランドパッケージの100%リサイクル化	プラスチック総重量に対するリサイクル可能なプラスチックの重量の割合
	2025年までに、LidlとKauflandは、プライベートブランドのパッケージとプラスチック製の輸送具に使用するプラスチックを2017年比で20%削減	LidlとKauflandが自社ブランドで達成した売上高と比較した場合のプラスチック使用量の重量
	2021年末より、LidlとKauflandは、自社ブランドの洗濯用品、清掃・家庭用品、化粧品の処方にマイクロプラスチックを使用しない	マイクロプラスチック不使用製品の比率
	2030年末までに、シュワルツ・グループの各社は、2018年比でグループレベルで食品廃棄物を50%削減する予定です。	策定中
	2025年末までに、シュワルツ・グループ各社は、自社で発生する廃棄物のかなりの割合を回収、リサイクル、または再利用する予定	回収、リサイクル、堆肥化、または発酵されたリサイクル品の割合
エコシステム	2022年末までに、LidlとKauflandは、パイロット国において、企業内に蓄積される非回収可能な廃棄物を最大5%に抑えるよう努力する予定	回収、リサイクル、堆肥化、発酵が行われていない資源物の割合
	シュワルツ・グループの各社は、2030年までに業務上の排出量（スコープ1および2）を2019年比で合計55%削減する予定	GHG排出量（スコープ1,2）
	シュワルツ・グループは、2026年度までに、購入した商品やサービスを対象とする排出量ベースのサプライヤーの78%が、科学的根拠に基づく目標を持つことを約束します。	有効なSBTを有するサプライヤーの割合
	2022年度より電力の100%※ を再生可能エネルギーで調達	再生可能エネルギーによる電力量の割合
	淡水目標	KPI策定中

出所：Schwarzグループ、Sustainability report FY 2020 / 2021, “Be a part of our sustainable future”より作成