

食品企業によるESG対応 (農林水産省の最近の取り組み)



令和4年6月10日

食品産業における E S G の取組推進

- E S G 投資に係る資金を食品企業に円滑に呼び込み、今後の食品産業の持続的な発展を図るためには、E S G に対する**正確な理解**のもと、**企業の取組**を進めていくとともに、その取組内容を**効果的に開示**し、**第三者機関等の適切な評価**を確保していくことが重要。
- 新事業・食品産業部においては、**E S G の取組に係る知見を共有化するための勉強会**、上記の取組に当たって必要となる基礎情報等を調査・分析するため、「**E S G 投資に係る食品企業等への影響調査委託事業**」を実施。

※ E S G : Environment-環境、Society-社会、Governance-企業統治

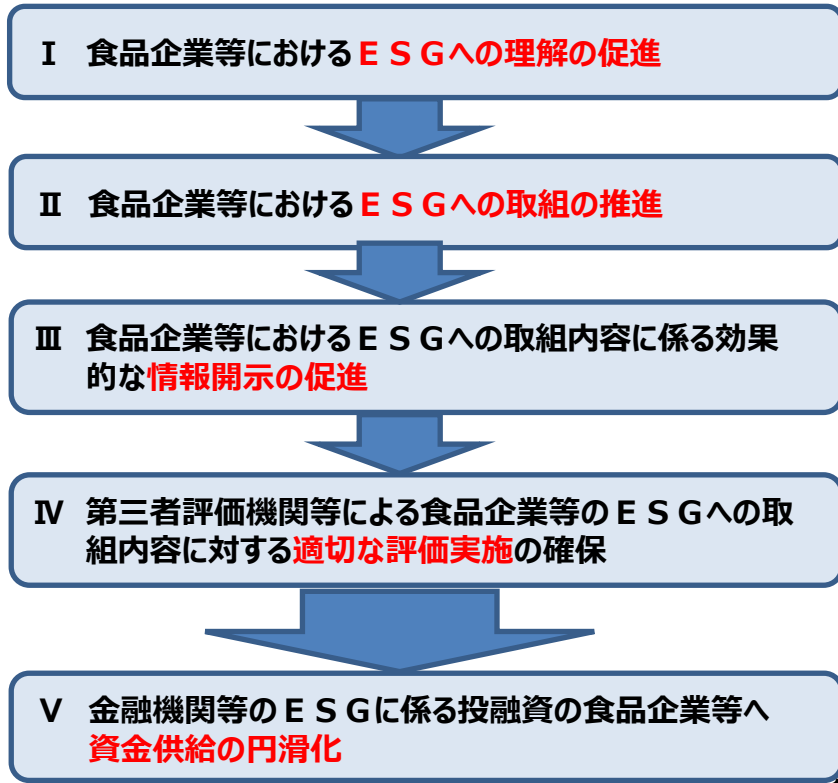
○ E S G 投資の重要性

- ◇ E S G 指数選定に係る年金積立金管理運用独立行政法人 (G P I F) のプレスリリース (平成29年7月3日) <抜粋>
 - ・ E S G 指数公募の目的
G P I F のようなユニバーサル・オーナー (広範なポートフォリオを持つ大規模な投資家) にとっては**ネガティブな外部性 (環境・社会問題等) を最小化**することを通じ、**ポートフォリオの長期的リターンの最大化を目指すことは合理的**。

○ E S G に係る食品関連企業勉強会

- ◇ 開催趣旨
各食品企業における E S G への優れた取組について、企業間での情報共有を図ることを目的とした**勉強会を開催**。
- ◇ スケジュール
 - 第1回 食品ロス抑制及び食品廃棄物リサイクル (令和3年11月16日)
 - 第2回 持続可能な原料調達 (令和3年11月26日)
 - 第3回 脱プラスチック及び容器包装リサイクル (令和4年1月27日)
 - 第4回 脱炭素 (令和4年3月4日)
 - 第5回 サステナブルファイナンスの推進、人権問題等 (令和4年3月24日)

○ 食品産業への E S G 投資資金の呼び込み



(参考1) 国内企業の取組事例：食品ロス抑制及び食品廃棄物リサイクル(抜粋)

項目	各企業の取組
1 目標の設定・公表	<ul style="list-style-type: none"> 2030年度までに食品廃棄物の排出量を2016年度比50%削減。
食品ロスを出さない	2 商習慣の見直し (1) 1/3ルール等 <ul style="list-style-type: none"> 納品期限「1/3ルール」の見直し。
	(2) 年月日表示 <ul style="list-style-type: none"> 賞味期限表示を年月日から年月に変更。
	3 製造・販売方法の改善 (1) 賞味期限の長期化 <p>(商品開発・製造方法)</p> <ul style="list-style-type: none"> 無菌製造機を導入し、又は徹底した衛生品質管理により、商品（豆腐、肉製品）の賞味期限を大幅に延長。 <p>(保存方法・容器)</p> <ul style="list-style-type: none"> 容器の充填方法、遮光性の向上により賞味期限を延長。
	(2) 効率化による廃棄減 <ul style="list-style-type: none"> 加工に供する素材の形状を変更し、端材の発生を抑えることで、食品ロスを回避。
	(3) 効率的な不良品検出 <ul style="list-style-type: none"> X線や金属探知機等の新技術の活用により正確な不良品検出を実現。
	(4) 閉店前の値引き <ul style="list-style-type: none"> 販売期限が近付いた対象商品の購入者にポイント付与。
	(5) 規格外品等の販売 <ul style="list-style-type: none"> 品質に問題がないが形が規格外である製品を「不ぞろい品」としてアウトレット販売。
食品ロスを活かす	4 正確な需給予測 (1) 取引先との緊密な相談 <ul style="list-style-type: none"> 得意先、社内の営業、配送センター間でのコミュニケーションを密にし、発生ケースごとに対策を明確にし、食品ロスを削減。
	(2) AI等による予測手法 <ul style="list-style-type: none"> AIを活用した需給予測、発注最適化により、在庫ロスを削減。
	(3) 注文、製造方法、取引手法の変更 <ul style="list-style-type: none"> 過去の販売実績、店頭販促状況などを参考に、商品需給の精度向上、生産管理システムを更新し、不良在庫を削減。
5 消費者へのアピール	<ul style="list-style-type: none"> 小中学生から大人までを対象に「食品ロス削減」を訴求した食育活動、各店舗において「てまえどり」の販促物を展開。
食品ロスを活かす	6 フードバンク等への提供 (1) フードバンク、子供食堂 <ul style="list-style-type: none"> 賞味期限は残っているが販売期限が過ぎている商品について、児童養護施設、生活困窮家庭等に配布。
	(2) 公共冷蔵庫、マッチングアプリ活用 <ul style="list-style-type: none"> 生活困窮家庭に24時間食料を提供する「公共冷蔵庫」に継続的に寄贈する仕組みを構築。
食品ロスを活かす	7 リサイクル業者へ委託 (1) 飼料化・肥料化(ループ構築) <ul style="list-style-type: none"> 製造過程で発生する食品廃棄物についてリサイクル業者に委託し、飼料化、たい肥化を実施。小売業者と連携したりサイクルループを構築。
	(2) エネルギー利用等 <ul style="list-style-type: none"> 店舗内で発生した惣菜調理用等の揚げ油等の廃油を、リサイクル業者に提供。
8 自らリサイクル処理	<ul style="list-style-type: none"> バイオ発酵する機械を導入し、工場が発生する食品廃棄物を工場内でメタン化。
その他	9 意識啓発 <ul style="list-style-type: none"> 年1回「3R推進会議」を開催し、各事業所の発生状況、取組の好事例等の共有化を実施。
その他	10 国内外のイニシアチブへの参画 <ul style="list-style-type: none"> 10×20×30食品廃棄物削減イニシアチブに参画。

(参考2)国内企業の取組事例:持続可能な原料調達(抜粋)

項目		各企業の取組
	1 目標の設定・公表	<ul style="list-style-type: none"> 2030年度までに紙・パーム油・大豆・コーヒー豆・牛肉で持続可能な調達比率100%。
	2 社内体制の整備・意識啓発 (1)調達基準の策定等	<ul style="list-style-type: none"> 「持続可能な調達ガイドライン」、「人権方針」の策定。
	(2)重要原材料の特定	<ul style="list-style-type: none"> 社内関連部門と社外有識者で分析を行い、持続可能な調達に向けて、重点的に取り組む重要原材料を特定（原料への依存度、代替可否、地球環境の持続性への関わりの大きさ等を総合的に判断）。
第三者認証を活用	3 認証原材料等の調達 ・認証制度のある品目 - パーム油、カカオ豆、水産物、紙 - 農産物(GAP)、大豆(米国)	<ul style="list-style-type: none"> パーム油について、RSPOの認証商品を調達。 水産物について、MSC認証、ASC認証を取得した商品の取扱いを拡大。 畜産物について、SQF認証取得と、認証品の取得を拡大。
	4 自ら調達先の状況を確認・調査 (1)直接的な購入先(加工業者)、一次生産の現場	<ul style="list-style-type: none"> 大豆について、トレサビリティ向上のため追跡を進め、サプライヤーとのエンゲージメントを実施。 水産品について、海外の養殖場・加工場の人権調査を実施。
自社で調達先に働きかけ	(2)人工衛星の活用、NGOとの連携	<ul style="list-style-type: none"> 衛星写真による森林破壊の有無のモニタリング等を実施。
	5 苦情窓口設置	<ul style="list-style-type: none"> グリーンスマメカニズムを導入。農園を含むサプライチェーンから直接苦情を受け付け、調査、状況の是正・改善、モニタリング、クローージングまで対応。
	6 生産者等に対する支援の実施	<ul style="list-style-type: none"> 生産者に対して、GAP認証取得に向けた支援。 社員が直接現地に出向き、各原産国のニーズに合った支援活動（例えばカカオ豆の独自の発酵方法を伝授）を実施。
その他	7 意識啓発 (1)社内体制の整備	<ul style="list-style-type: none"> 社外の有識者が中心となり、マテリアリティやあるべき姿を検討するサステナビリティ諮問会議、会社経営のレベルのリスクと機会の特定期や、これらの事業戦略への反映等を担当するサステナビリティ委員会を設置。
	(2)対サプライヤー	<ul style="list-style-type: none"> サプライヤーに対して、サステナブル調達に係るアンケートを実施。課題抽出と、サプライヤーと連携した課題解決に取り組み。
	8 消費者へのアピール	<ul style="list-style-type: none"> NGOと連携し、大豆、パーム油に係る食育活動を実施。
	9 国内外のイニシアチブへの参画	<ul style="list-style-type: none"> 森林保護を目的としたパートナーシップ「Cocoa & Forests Initiative (CFI)」に加盟。 「外国人労働者の責任ある受入れに関する東京宣言2020」に賛同。

(参考3)国内企業の取組事例:脱プラスチック及び容器包装リサイクル(抜粋)

項目		各企業の取組
1 目標の設定・公表		<ul style="list-style-type: none"> 2030年までにPETボトルを100%再生又は植物由来素材へ転換。 小売店舗でのプラスチック製レジ袋の使用量を2030年までにゼロにする。
を減らす プラスチックを 使わない・使用量	2 プラスチックを使わない (1)プラスチック容器等の使用廃止	<ul style="list-style-type: none"> 冷凍麺製品について、プラスチックトレイを使わず、液体スープパックを入れずに包装・販売。
	(2)素材転換	<ul style="list-style-type: none"> プラスチック製容器包装について、植物由来の環境配慮素材の使用を推進。 飲食店舗で用いるカトラリー類、ストロー等について、紙製、木製への切り替えを順次実施。 包材へのリサイクル原料の利用、また外装の印刷のインキについて植物性由来原料を使用。
	3 プラスチック容器の減量化	<ul style="list-style-type: none"> 飲料用PETボトルについて薄型化等を実施し、PETの使用量を削減。 精肉等の販売において、プラスチックトレイを用いないパッケージを採用。
クル プラスチック容器の リサイ	4 リサイクルの実施 (1) PET to PETへの取組	<ul style="list-style-type: none"> 店舗にペットボトルの回収機を設置し、顧客、自治体、物流会社、リサイクル業者、素材メーカー等と連携したプラスチック循環システムを構築。
	(2)PETボトル以外にリサイクル	<ul style="list-style-type: none"> 店頭回収したペットボトルを原料とした再生糸を衣料品の製造に活用。 化粧品メーカーと連携し、飲料のペットボトルのキャップを再生加工し、化粧品容器に再利用。
	(3)サーマルリサイクル	<ul style="list-style-type: none"> サーマルリサイクルへの取組として、廃棄物発電の電力を本社ビルで使用開始。
	5 リサイクルしやすい容器等への転換	<ul style="list-style-type: none"> 従来シールに記載していた表示内容をPETボトルに直接印字する新技術を導入。
減等の取組 その他プラスチック削	6 社内の意識啓発	<ul style="list-style-type: none"> 社として、プラスチック利用に係る方針（使い捨てプラスチックの削減、植物由来素材への転換等）を策定。 プラスチック削減に向けた社内推進体制として、外部有識者がメンバーとなるアドバイザーボードを設置。
	7 消費者の意識啓発	<ul style="list-style-type: none"> 植物由来のバイオマス原料を使用した商品について、環境配慮素材マークを添付し、消費者にPR。
	8 容器包装に係る研究・開発	<ul style="list-style-type: none"> 社として容器包装に係る研究所を設置し、容器包装の軽量化等、プラスチック問題の解決に向けた研究・開発を実施。
9 プラスチック製以外の容器包装		<ul style="list-style-type: none"> カップ麺の箱詰め方法の変更、中仕切りの廃止等により、段ボールの使用量を削減。 業務用ガラス瓶のリユースの実施。

(参考4)国内企業の取組事例:脱炭素(抜粋)

項目	各企業の取組
1 目標の設定・公表	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2030年までに、店舗運営に伴うCO₂排出量を50%削減。 ■ 2050年までに、サプライチェーン全体でCO₂等の温室効果ガス排出量を実質ゼロにする（カーボンニュートラル）。
2 自社工場、店舗等におけるCO₂等の削減 (1)省エネルギーの実施	<p>(省エネ性能が高い設備の導入)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 製造設備について省エネ性能に優れたトップランナー機器に転換。 ■ 店内照明をLED照明に転換。 <p>(センサー等を活用したエネルギー利用の効率化)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ センサーを活用して冷凍・冷蔵設備の温度管理など設備の稼働時の電力使用量を最適制御。 ■ 店内の正圧化（店内に気圧を高めることで外気の侵入の抑制）やペアガラスの活用により、冷暖房効率を向上。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 冷却工程で発生する排熱を他の工程の熱源に活用。
(2)再生可能エネルギーの活用 ① 自ら再生エネルギーを生産	<p>(太陽光発電)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 店舗、工場、敷地外等にソーラパネルを設置。 <p>(メタン発酵等)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 工場で発生する食品廃棄物をエタノール・メタン発酵し、発電やバイオマスボイラーの燃料として活用。
② 外部から再生エネルギーを購入	<ul style="list-style-type: none"> ■ 国内外の工場で使用するエネルギーについて、RE100対応の再生エネルギー由来の電力に転換。
3 取引・流通の各段階におけるCO₂の削減 (1)原料の調達	<p>(CO₂発生の削減)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 製造工程で発生する食品廃棄物をたい肥化して農家に供給することにより、① 食品廃棄物の廃棄・焼却に伴うCO₂の発生を抑制、② 農家における化学肥料の使用量を削減し、化学肥料の製造、輸送に伴うCO₂の発生を抑制。 ■ 製品の原料を畜肉から大豆に転換することで、生産段階におけるCO₂排出を削減。 <p>(サプライチェーンにおけるCO₂発生量の把握)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ CDPサプライチェーンプログラム、自社の独自アンケート等を活用し、国内外のサプライヤー等との対話・働きかけ（エンゲージメント）を実施。
(2)輸送段階	<ul style="list-style-type: none"> ■ 他の食品企業と連携して製品運送の共同化に取り組み、製品輸送を効率化（トラックの空きスペースを削減）。
4 社内体制の整備等	<ul style="list-style-type: none"> ■ グループ会社との間でチェックシートを用いてCO₂削減に関する課題の抽出と改善策の検討を実施することで、環境活動のレベルアップと推進を図る。 ■ 自社の省エネ設備を対象にインターナルカーボンプライシング制度（設備の炭素削減の効果を金銭価値に換算）を導入。
5 国内外のイニシアチブへの参画	<ul style="list-style-type: none"> ■ RE100（事業の使用電力を100%再生エネルギー由来の電力で賄うことを目指すグローバルイニシアチブ）に加盟。

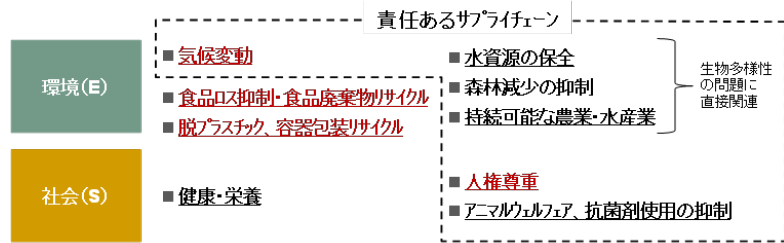
ESG課題に対する食品産業の対応

- **食品産業が持続的な発展を続けていくためには、E（環境）S（社会）G（ガバナンス）投資・融資の枠組みも活用して、環境負荷の低減等の社会的課題の解決に取り組むことが重要。**
- 農林水産省においては、昨年11月から**食品企業を集めたESGに係る勉強会を開催するとともに、本年3月、食品企業がESG課題に取り組む際のガイドとなる「ESGに係る食品産業等への影響調査報告書」を取りまとめ・公表。**

【ESG課題に取り組む必要性】

- 食料需要の拡大、地球環境の破壊、SDGsへの関心の高まり等、社会・経済環境が大きく変化する中、**投資家や金融機関はESG投資・融資を拡大。**このような中で、企業が**円滑な資金調達や、取引の維持・拡大**を図っていく上で、**ESG課題に対する対応が不可欠なものとなっている。**
- **食品企業の持続的な発展のためには、食品産業全体としてESGに係る取組を更に底上げしていくことが重要であり、このことが、ひいては国民への食料の安定供給の確保に貢献。**

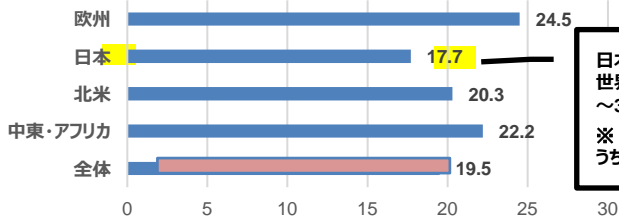
【食品企業をとりまく主なESG課題】



【日本の食品企業のESG評価等】

- 日本の食品企業は、欧米企業と比較して、国内外の投資家等が**投資行動の決定で参考にするESG評価が相対的に低い傾向。**ESGに係る**情報開示等が不十分である**ことが要因か。

【WBA・食品・農業ベンチマークの地域別平均スコア（100点満点）】



日本の食品企業の評価結果は、世界全体で31位（41.0点）～319位（0.0点）に分布。
※ 評価対象となった350社のうち日本企業は33社。

【ESG課題に対する具体の取組に係るガイド】

- 農林水産省においては、昨年11月から5回にわたり**「ESGに係る食品関連企業勉強会」を開催し、ESG課題ごとの各企業による実際の取組内容を情報共有。**
- **取組内容は、ESGに取り組もうとする食品企業のガイドとして、HPで公表するほか、上記報告書にも掲載。**

食品ロス抑制及び食品廃棄物リサイクル

- 食品ロスを出さない
商慣習（1/3ルール等）の見直し、加工素材の形状変更による端材の発生抑制、AIを活用した需給予測・発注最適化 等
- 食品ロスを活かす
フードバンク等への提供、飼料化・肥料化、エネルギー利用 等

持続可能な原料調達

- 社内体制整備・意識啓発
「持続可能な原料調達ガイドライン」、「人権方針」の策定 等
- 第三者認証原料の活用（RSPO等）
- 調達先への働きかけ
人権調査の実施、苦情窓口の設置、一次生産者への支援 等

脱プラ及び容器包装廃棄物リサイクル

- プラスチック利用の廃止・削減
プラスチック容器等の使用廃止、紙製容器等への転換、植物由来素材の容器開発、容器の薄型化 等
- プラスチック容器のリサイクル
リサイクル素材100%を使用したPETボトルの導入・拡大、店舗への容器回収機の設置、ラベルレス化によるリサイクルしやすさの向上 等

脱炭素（地球温暖化対応）

- 工場・店舗等における排出削減
省エネ性能が高い設備の導入、工場・店舗等へのソーラーパネルの設置、省エネ由来電力の長期購入 等
- 取引・流通段階における排出削減
生産段階での農産物廃棄の抑制、製品原料を畜肉から大豆へ転換、製品輸送の効率化 等

食品企業全体としての取組を底上げ・強化する必要

食品産業の持続可能な発展を図っていくために必要な対応の検討

- サステナブルなサプライチェーンを確立するため、**ESG課題等への対応について企業の情報開示を更に進め**、サプライチェーンに参加している**川下・川上の関係者に対して**、自らの**取組を積極的に示していく**ことが必要ではないか。
 - 各食品企業がESG課題への対応等を含めた持続可能な事業活動に係る宣言等を行い、その開示を進めていく 等
- **中小食品企業のESG課題への取組を進めていくため**、ESG課題への対応に係る**目標設定や開示の方法等を分かりやすく示していく**ことが必要ではないか。
- **ESG課題等への対応には追加コストが発生**することもあり、**多様な資金面の手当て**が必要ではないか。
- 非上場の食品企業にはESG課題への取組に係るメリットが実感されにくい現状があるが、**地域金融機関もESG地域金融を進めていこうとしている中で**、非上場の食品企業も含め、**これらの動きに的確に対応**していくことが必要ではないか。
- ESG課題に対する食品企業の取組についての**消費者理解を更に進めていくことが必要**ではないか。