

V. 事業効果測定

事業効果測定

「東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査」の効果測定

- IR資料を参考とした実態調査では、①マテリアリティ（重要課題）として持続可能性に配慮した調達を掲げていること、②調達方針を策定していること、③開示情報全体から取組をしていると読み取れること（持続可能性に配慮した原材料調達をしていると評価できる記載があること）の3つの基準に従ってそれぞれ判定を行ったところ、以下の結果となった（再掲）。

	企業数	該当数	構成比
マテリアリティに掲載	137	57	41.6%
調達方針を策定	137	61	44.5%
開示情報から取組をしていると評価できる企業	137	88	64.2%

- アンケート調査により、スタンダード市場の回答企業や規模の小さな回答企業はマテリアリティを作成していないことが少なくないこと、公表媒体としてはウェブサイトや「有価証券報告書以外の開示情報」を利用している回答企業が多く、有価証券報告書の中では必ずしも取組が開示されているとは限らないこと等がわかった。
- 有識者ヒアリングにより、妥当なKPIの評価基準の設定は難しい課題であるものの、**マテリアリティは指標としては不十分**であるといえ、代わりになる、より妥当な評価指標としては、企業が持続可能性に配慮した原材料調達をするというコミットメントであり、その取組の最初のステップである**調達方針の策定**が考えられる、との示唆を得た。
- 以上から、みどりの食料システム戦略のKPIの達成状況を判定するための指標としては、**調達方針が策定されていること（またはそれに準ずるものとして持続可能性に配慮した原材料調達をするという企業の経営層のコミットメントがわかる情報があること）とするのも一案である。**

事業効果測定

「食品企業における研修用コンテンツの作成及び提供」の効果測定

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組む食品企業を増加させる観点から、取組を実施できていない食品企業向けの研修コンテンツとして、「**食品企業のための持続可能性に配慮した原材料調達に関する入門書**」を作成した。また、研修用コンテンツの活用・研修実行支援のために、研修用コンテンツに**ナレーションを入れた動画**を作成した。（作成した研修用コンテンツは巻末資料 2を参照）
- 作成したコンテンツを食品企業に周知するため、農林水産省のホームページ上に掲載し公開するとともに、「東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係るアンケート調査」の対象となった企業137社にご案内した。
- 農林水産省ホームページのリンク先は以下のとおり。

[食品企業における持続可能性に配慮した原材料調達：農林水産省](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/tyoutatu.html)

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/tyoutatu.html>

事業効果測定

「持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信」の効果測定

- 本事業の効果測定として、「持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信」の来場者にアンケートを行った。
- アンケートの回収数は731名分。ただし、グループの来場者には全員に回答してもらった場合とグループで代表者1名に回答してもらった場合があり、実際には731名を上回る方に情報発信をすることができた。
- 展示パネルを見ることで回答できるクイズを用意することで、来場者が展示パネルを読む導線が確保され、より熱心に展示パネルを読んでもらうことにつながった。
- また、来場者が展示パネルで紹介した企業等の商品サンプルを手にとって認証ラベル等を見たり、今後認証ラベルがついた商品やパネル展示をしている持続可能性に配慮した原材料調達をしている取組企業の商品を購入したいという声を確認することができた。その他、とても勉強になったと事務局(MURC) に声をかけていただく方もいた。
- アンケート結果は巻末資料 3 の「消費者向け情報発信 来場者アンケート集計結果」を参照いただきたい。