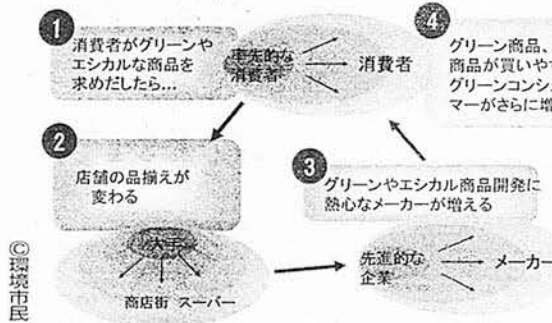


マイECO

「買い物から社会を変える」

「買い物から社会を変えよう」と、市民による「企業のエシカル通信簿」のプロジェクトがスタートした。自分たちが普段、購入している商品の製造、販売元は環境や人権の問題にどのような対応をしているかなどを調べて情報を提供。「持続可能な消費と生産を促す取り組みだ。【明珍美紀】

消費と生産を持続可能なものにするには



この正の回転をすすめるには、情報が必要

「エシカル通信簿」実施



企業を対象にした「エシカル通信簿」の結果を報告する榎本育生さん(左端)ら—東京都千代田区で3月28日

持続可能な消費・生産へ

消費・生産へ

「この通信簿は、私たちが商品を選ぶ際の一つの指標にするのが目的です」
東京の日比谷図書文化館で先月下旬にあった「企業のエシカル通信簿」の発表会。企画した消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク「共同代表の榎本育生さん(63)が趣旨を説

明した。エシカルは「倫理的・道徳的」の意。持続可能な社会にするには市民が適切な商品を購入し、消費していくことが大切だが、同時に企業にもエシカルな生産を求めたい。そこで京都市のNPO法人「環境市民」代表理事を務める榎本さんから呼びかけて、環境や人権、消費者運動の分野を専門とする市民団体やサークルなどが連携して同市民ネットワークを結成し、エシカル通信簿のアクションが開始

初回(2016年度)は、明治ホールディングスなど食品加工5社とファーストリテイリングなどアパレル5社の計10社を対象に実施。生活に身近な食と衣料から販売額が多い企業を選んだ」といい、ネットワークのメンバーが各社のCSR(企業の社会的責任)報告書やホームページなどでの

企業側認識

「情報の開示と消費者のみならず市民の目でもチェックした。各企業には結果を知らせ、評価内容を確認したうえで修正や記述の追加をしたのは明治ホールディングスと味の素の2社だった。このうち明治は、チョコレート原料であるカカオの生産者の支援に力を入れ、味の素も子ども向けの食

「情報開示の重要性」

「情報開示の重要性」
今回の調査は、企業に回答を依頼するのではなく公開された情報をもとに市民の目でチェックした。各企業には結果を知らせ、評価内容を確認したうえで修正や記述の追加をしたのは明治ホールディングスと味の素の2社だった。このうち明治は、チョコレート原料であるカカオの生産者の支援に力を入れ、味の素も子ども向けの食

15年9月の国連総会では30年までの「持続可能な開発目標」(SDGs)を採択した。SDGsが掲げる目標の一つに持続可能な消費と生産がある。「この活動を通じてエシカル生産の意識向上を企業にアピールしていきたい」と榎本さん。東京都市立大学名誉教授の中原秀樹さん(66)は「商品の質や性能だけでなく、企業が社会的に公正な活動をしていくかどうかを加味して選択しよう」というのが今回の通信簿。新しい消費者運動の形と言える」と語る。



マイECOの「マイ」は、「MY(私)」と「毎日新聞」の「毎」をかけたものです。健康医療・環境本部では、「身近なエコを分かりやすく伝える」をコンセプトに、環境関連の特集記事や毎日の生活に役立つ情報をお届けしていきます。