

サプライチェーンのグリーン化

味の素グループの事業活動は、サプライチェーン上の数多くのサプライヤーやパートナーから提供される、各種の原材料やサービス、協力関係によって支えられています。

自らの役割と責任を適切に果たすとともに、さまざまなパートナーとの連携を深めながら、サプライチェーン全体のグリーン化を進めていきたいと考えています。

味の素グループは、「味の素グループ環境理念・環境基本方針」に基づき、事業活動のあらゆる側面で環境配慮を進める環境経営を目指しています。環境配慮は、製品の製造段階だけでなく、原材料の購買や製品の製造委託などといった物品・サービスの調達から製品の販売・流通などまで、サプライチェーンのあらゆる場面で行うことが重要です。

具体的には、事務用品や実験器具、設備などの間接材と、さまざまなサービスを購入する際に、環境に配慮しているものを優先的に選ぶ“グリーン調達”のほか、取引先との契約の際に味の素グループの環境理念の理解をお願いしたり、契約後は定期的に味の素グループによる環境点検を受け入れていただくといった“委託先の環境管理”を通じて、サプライチェーン全体のグリーン化に取り組んでいます。

味の素グループでは、自らの役割と責任を適切に果たすとともに、グループのサプライチェーンを支えてくださるさまざまなパートナーとの連携を深めながら、サプライチェーン全体のグリーン化を進めていきたいと考えています。

グリーン調達

製品の製造から販売までを一貫して手がける味の素グループの事業活動は、サプライチェーン上のサプライヤーやパートナーから提供される、各種の原材料やサービスによって支えられています。これらの物品・サービスをどのように調達するかは、味の素グループの経済活動のありようを特徴付ける重要な要素です。また、求める仕様を決定し、対価を支払うという立場から、直接的、間接的に取引先に協力を呼びかけることが重要であると考えています。

そこで味の素グループでは、「環境規程」の中でグループが行うべき環境保全活動のひとつとして“環境に配慮した原料、資材および間接材の購買”を定め、2004年6月に策定した「味の素グループ・グリーン調達ガイドライン」を運用することによって具体的な取り組みを進めています。

さらに、2006年5月に制定した「味の素グループ購買基本方針」で、“購買取引におけるCSRの実践”と“取引先への協力要請”を行うことを明示し、コンプライアンス、原材料などの品質・安全確保、グリーン調達、人権擁護など、調達時

における社会的責任の観点強化しています。



関連する事項は、「味の素グループCSRレポート2006」取引先様とのコミュニケーションのページをご参照ください。

「味の素グループ・グリーン調達ガイドライン」

味の素グループは、調達活動における環境配慮を具体的に進めるため、味の素(株)購買部と環境経営推進部が共同主管部署となり、2004年6月に国内外の味の素グループを対象とした「味の素グループ・グリーン調達ガイドライン」を策定しました。原料・資材・間接材などの購入、サービスの委託といった調達活動について、3つの要求事項を示すとともに、環境保全中長期計画および短期計画に、グリーン調達の取り組み計画と具体的な目標を盛り込むことを求めています。なお、海外のグループ会社においては、ガイドラインを基本として、それぞれの国の法令や国情を考慮した運用を行うこととしています。

「味の素グループ・グリーン調達ガイドライン」 3つの要求事項(要約)

1. 関係法規に適合すること、環境への影響を含む社会的な問題が生じる恐れがないことの確認を行った上での原料や資材等の調達

(注記) 「味の素グループ・グリーン調達ガイドライン」には、留意すべき物質(関係法令に定められた含有・使用禁止物質、規制物質、自社自主基準で原則的に使用禁止とした特定の包装材料、など)の例示をリスト化した別表が付属している。

2. 環境マネジメントシステム(EMS)の構築を判断の基準に加えた取引先の選定

EMSの構築ができていない主要な取引先に対するEMS構築の要請

3. グリーン購入法の尊重

予算の適正な使用に留意した、グリーン購入法特定調達物品等の優先的調達

■ 具体的な取り組み

現在、事業ごとの特徴に応じて、サプライヤーやビジネスパートナーなどに対する「味の素グループ・グリーン調達ガイドライン」のご説明を続けています。

また、EMS構築の要請に関しては、一部では、より積極的な支援に取り組んでいます。例えば物流の分野においては、味の素物流グループの配送業務の約8割以上をグルー

プ外の運送事業者の車両が担っていることから、これらの配送委託先事業者のEMS構築について目標を定め、支援^①に力を入れています。



物流分野でのEMS構築支援についての詳細は、[物流における取り組みのページ](#)をご参照ください。

エコ商品の購入

味の素(株)の各組織は、事務文具、事務所器具・備品、実験器材、製造工程における消耗品といった間接材を、社内のイントラネットを利用した間接材購買システムを通して購入していますが、2005年度から、このシステム上でのエコ商品購入実績の把握が可能になりました。

2005年度の間接材購入(年間約13,500アイテム)に占めるエコ商品購入の金額比率は64.1%で、前年度比で約5ポイント向上しました。これは、グリーン購入に関する社員教育と、間接材購買システムの改良によってエコ商品がリスト上で最初に表示されるように工夫した成果と考えています。2006年度の全社での達成目標を80%に設定し、各組織で計画的に取り組みを進めています。

間接材購買システムに登録されているエコ商品

- エコマーク商品 [(財)日本環境協会]
- グリーンマーク商品 [(財)古紙再生センター]
- GPN-DB 掲載商品 [グリーン購入ネットワーク]
- 非木材紙マーク商品 [非木材紙普及協会]
- 牛乳パック再利用マーク商品
[全国牛乳パックの再利用を考える連絡会]
- グリーン購入法適合商品

原料の包装資材における環境配慮

原料調達における環境配慮の具体的な取り組みのひとつに、原料の輸送に使用される包装資材への環境配慮があります。具体的には、段ボールをなくし内袋のみに簡素化したり、繰り返し使用することを前提に設計された専用容器を導入する、容器を大きなものに変更する、といった工夫が、輸送時の環境負荷の低減と廃棄物の削減につながっています。



液体用“通い”コンテナ(専用容器)

原料包装資材の簡素化

ます。原料調達先および輸送事業者との協力関係によって進んでいる取り組みです。

製造委託先の環境管理

“味の素ブランド”製品の製造をお願いしている“製造委託先”は、サプライチェーンのなかでも特に味の素グループとの関係が深いビジネスパートナーで、環境への配慮においても、社会から味の素グループに準じた取り組みが求められます。

そこで味の素グループでは、サプライチェーン全体のグリーン化を推進するにあたり、特に製造委託先に対する環境管理を強化し、優先的に取り組む対象としています。これは、“味の素ブランド”に対するお客様の信頼を守ることにつながります。

契約条件に盛り込まれる環境配慮

味の素グループでは、製造委託先に対して、委託契約を締結する際に「味の素グループ環境理念・環境基本方針」をはじめとするグループの考え方をご説明し、ご理解とご協力をお願いします。また、具体的な管理事項については、委託元と委託先の責任と役割を明確にしています。製造委託を新規に開始したり委託内容を変更したりする際には、環境アセスメント^②を実施し、製造委託先での環境配慮が適切に考慮されているかどうかを委託製造開始前に確認しています。

また委託製造開始後は、委託先からの実績報告などによる日常の管理のほか、重要な管理項目については味の素グループの担当者が製造委託先を訪問し、定期的な点検を実施しています。

例えば味の素冷凍食品(株)では、2003年度から2005年度にかけて、北海道から九州まで日本全国の製造委託先約30社を環境担当者が訪問し、環境点検を実施しました。食品製造業において特に重要な廃棄物の適正処理管理と廃水処理管理については、重点的に設備や運転状況の現場点検を行いました。点検結果は、報告書を委託先に提示することによって必要な改善について共有し、すべての委託先から改善対応の報告書をご提出いただくことによって、確認を完了しています。2006年度も、品質点検と合わせて環境点検を継続的に行っていきます。



環境アセスメントについての詳細は、[環境リスクマネジメントのページ](#)をご参照ください。

流通・販売における環境配慮

味の素(株)は、小売業、卸売業といった流通事業者と連携して、家庭用商品の返品削減や販売促進資材削減の取り組みを推進しています。

返品削減への取り組み

味の素(株)の2002年度国内食品事業における家庭用ドライ商品(ギフト除く)では、金額にして13億円、率にして1.05%の返品が発生し、その多くは廃棄処分されていました。このような商品の返品は、消費者、社会、企業にとって無駄なコストであり、かつ大きな環境負荷といえます。

そこで、味の素(株)では2002年10月に「返品削減プロジェクト」を立ち上げ、流通関係者のご理解とご協力を得ながら、返品率0.5%達成を目標に、返品削減とそれに伴う物流費削減、環境負荷削減に取り組んできました。

具体的には、廃棄処分の実態を収録した廃棄商品削減啓発ビデオや、返品削減を考える合宿などによって味の素(株)の従業員教育を行ったり、取引先にもご協力いただくための廃棄物処分場見学ツアー実施などの啓発活動や、需給システムや返品手順の見直しといった取り組みを進めました。その結果、2005年度の家庭用ドライ商品返品は6.7億円、返品率0.5%へと大きく改善することができました。

販売促進資材削減への取り組み

量販店などの店頭の装飾に使用する販売促進資材は、使用後は廃棄物となります。販売促進資材の制作にあたっては、効果が発揮されるように企画内容を向上させるとともに、使用見込み数量の精度を向上させる、あるいは、必要数量のみを都度制作するといった工夫を取り入れ、最終廃棄に至る資材の削減を図っています。

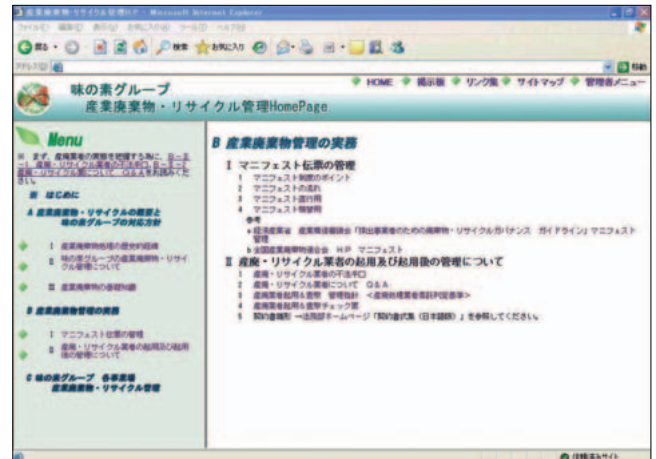
産業廃棄物の適正管理

廃棄物の適法適正処分、リサイクルの徹底に対する社会の要求はますます厳しいものとなっています。

国内味の素グループでは、事業活動から発生した廃棄物の処分やリサイクルについて廃棄物処理業者に委託しているため、委託先の処理業者が適切な処分・リサイクルを行っているかどうかについては、排出事業者である味の素グループが責任を持って確認しなければなりません。そこで、処理業者による操業実績の報告や、味の素グループからの実地

訪問点検により、処分状況の管理を行っています。

また、優良な処理業者に委託することによってリスクの低減と資源化の推進を図るため、処理業者評価用のチェックリストや、イントラネット上に開設した「味の素グループ 産業廃棄物・リサイクル管理」ホームページの運用を通じて、グループ会社間での連携や情報の共有を進めています。



味の素グループ 産業廃棄物・リサイクル管理ホームページ