

地球環境基金助成事業
意見交換会報告



身近な製品に香料
がたくさん使われてい
ることに驚きました。

B to B企業の意欲
的な取組みを知るこ
とができました。

高砂香料工業株式会社
2024年10月22日



一般財団法人CSOネットワーク



概要

- テーマ：情報開示についての考え方と市民社会とのステークホルダーエンゲージメント
- 日時：2024年10月22日（火）14：00～15：30
- 参加者：
 - 高砂香料工業株式会社様
 - コーポレート本部主管 谷口 様
 - コーポレート本部主任 木戸口 様
 - 一般財団法人CSOネットワーク
 - 代表理事 古谷由紀子
 - 事務局長 長谷川雅子
- 方法：高砂香料工業株式会社オフィス
- 意見交換の内容
 - CSOネットワークの情報開示調査結果の報告 ※CSOネットワークのWebにて報告済
 - <https://www.csonj.org/sustainability20241010.html>
 - 高砂香料様の現状について
 - 情報開示全般に付いての考え方と重視するステークホルダー
 - 消費者・個人・NPOなど市民社会への情報開示の考え方
 - 市民社会とのエンゲージメントについての対話の現状と課題
 - 市民社会への期待・要望
 - 企業と市民社会のエンゲージメントに関するプラットフォームやガイドライン



意見交換にあたって

企業概要

(参考：同社のWeb情報 <https://www.takasago.com/ja/aboutus/profile.html>)

- 事業概要：フレーバー、フレグランス、アロマイングリディエント、ファインケミカルの製造・販売（輸出入を含む）
- 売上高：195,940百万円（2024年3月期）
- 海外事業所：27の国と地域

・ サステナビリティレポート2023をもとに意見交換

- [https://assets.takasago.com/prod/default/s3fs-public/2024-03/sp\(JP\)_ns_web_0383014182311.pdf](https://assets.takasago.com/prod/default/s3fs-public/2024-03/sp(JP)_ns_web_0383014182311.pdf)

Q.情報開示の考え方を教えてください

- ・当社グループは、透明性をSustainability2030（サステナビリティ中長期行動計画）のマテリアリティの1つと特定しており、企業の社会的責任を果たす上でも情報開示は重要な活動と認識しています。法規制はもちろん、さまざまなフレームワークやステークホルダーからの情報開示要請にこたえることで企業の社会的責任を果たすことになり、同時に、不足していた考え方やデータを認識し、取り入れることで、マネジメント強化につながります。
- ・毎年発行しているサステナビリティレポートでは、中長期行動計画「Sustainability 2030」で全体概要を示し、さらに具体的な内容は課題ごとに情報開示しています。継続的に情報開示を行い、透明性を向上させることで、各ステークホルダーとのより深い信頼関係が醸成できると考えています。

サステナビリティ行動計画書「Sustainability 2030」の進捗

私たちは、マテリアリティを達成するために、中長期サステナビリティ行動計画書である「Sustainability 2030」を策定し、2021年4月にスタートしました。この行動計画に基づく活動状況は、当社取締役会において定期的に報告されています。

以下は、2022年度の主な活動の進捗状況をまとめたものとなります。詳細な活動内容や今後の取り組みについては、関連ページをご参照ください。Sustainability 2030のフルバージョンはこちらからご覧いただけます。

項目	Phase 1 (2021-2023)の目標	2022年の活動内容	Phase 1の進捗	関連ページ		
1 気候変動	SBTIに合致した目標設定および排出量削減案の立案・推進	SBT達成に向け、排出量削減の取り組みを推進致しました。 Scope 1+2排出量： 省エネ活動や再生可能エネルギーの導入についてグローバルに議論を実施。 Scope 3排出量： 環境省主催のサプライチェーン排出削減に関する支援事業に採択され、具体的な削減計画を策定。計画に基づきサプライヤーエンゲージメント活動を開始。		P23, 31, 32, 33		
2 環境負荷低減	温室効果ガスの削減	GHG排出量総量で2030年までに対2019年度比で27.5%削減	グループ全体の温室効果ガス排出量は、前年比で0.6%の増加となりました。		P23, 31, 32, 33	
	水使用量の削減	水使用(取水)量について1%の削減(2030年度までに対2020年度比で10%の削減)	グループ全体の水使用量は、前年比で0.9%の増加となりました。			P34
	廃棄物の削減	廃棄物排出量について0.5%の削減(2030年度までに対2020年度比で5%の削減)	廃棄物発生量は、前年比で29.4%増加しました。また、グループ全体の廃棄物発生量の0.98%が埋め立て処分となりました。(前年度は0.76%)			P34
3 労働安全衛生	コンプライアンス	・EHS関連法規管理システムの構築 ・定期的な法令順守点検の実施	・管理ツールの更新 ・グローバルポータルサイトの構築		P35	
	化学物質管理	化学物質管理状況の調査	・国内外の管理標準を検討		P35	
	ワーク・ライフ・バランスの向上推進	セルフケア、ラインケアの推進のための教育研修の実施	・「健康経営優良法人2022(大規模法人部門)」に認定 ・健康関連セミナーの開催		P41	
4 地域コミュニティ	社会貢献活動に関する年間活動計画表の作成および実行	社会貢献活動に関する年間活動計画表に基づき拠点ごとに活動		P63		
5 グリーンケミストリー	環境負荷軽減を意識した技術・製品の開発	製品の生分解性改良をはじめとする様々なプロジェクトの推進	N/A	P58		
6 責任ある調達	原材料調達	責任ある調達ポリシーの運用	優先度の高い原料サプライヤー1,100社のうち、約750社からポリシー遵守同意書を取得(約68%に該当)		P43	
7 人権	第三者機関の知見を活用した人権・労働環境の定期的見直し・改善スキームの構築	ほとんどの事業所が3年ごとに社会監査の一つであるSMETAを受審。必要に応じてグループ内で改善を水平展開。		P24		
	人権デューデリジェンスの継続の実施	2022年においても、グループ全体で人権デューデリジェンスを実施しました。なお、グループ会社での人権侵害は報告されていません。		P24		
8 透明性	非財務情報を中心とした情報開示	開示の充実	Sustainability Report(英文)、サステナビリティ報告書(和文)の発行に加え、公式WEBサイトとLinkedInでのサステナビリティ情報開示を強化		P.1	
	製品の環境等へのインパクトに関する情報開示	LCA・Sustainability ID Scoreの検討・導入	LCA: ℓ-メントールに加え、13品目のLCA算定を実施		P32	



ステークホルダとの関係

Q.ステークホルダー、特に市民社会との関係は？

当社グループでは、従業員、サプライヤー、顧客、地域・社会、株主・投資家の5つを主なステークホルダーと定め、それぞれに適した方法でコミュニケーションを図っています。市民社会は、「地域・社会」に含まれており、工場等の各拠点では地域社会の一員として、地域の清掃活動や見学受入、インターンの受入、キャンペーン参加などの地域貢献活動を実施しています。



高砂香料工業(株)「サステナビリティレポート2023」P.37 より引用



原料調達とステークホルダー

Q. 原料調達活動でのステークホルダーとの関係は？

当社グループは、原料調達におけるステークホルダーとの関係強化も推進しています。責任ある調達活動を実施しており、Takasago Global Procurement Sustainability Key Initiatives (TaSuKI)という取り組みを開始しました。一例として、香料原料のバニラの産地であるマダガスカルでは、バニラ農家の村のインフラ整備や森林再生、就学率の向上といった活動を実施し、地域社会と密接に協力しています。他の取り組みでは、原産地の農協とも協働する事例もあります。

- TaSuKIとは：CSRに関するステークホルダーからの期待に対応しながら、戦略的主要原材料の調達管理を十分な内容へと導くための専門的な取り組みと言えます。
- TaSuKIの戦略とは：高砂香料グループが必要とする最も戦略的な原材料を確保するために、原材料の原産地における持続可能な調達戦略と原産地を支援するサポートを計画し、実行に移して、発展させていくことに取り組んでいます。
- TaSuKIの活動範囲とは：象徴的な香料原材料について、原産地の周辺を拠点として、現地での活動にも直接関与して原材料の調達活動を進めることを目指しています。





市民社会組織との関係について

Q. 市民社会組織とどのような関係を築いていますか？

当社グループでは、海外拠点のみならず日本においても、拠点のある地域で、市民社会組織との対話を行っています。

Q. 市民社会組織に期待することは？

当社グループでは、特に海外拠点では市民社会組織との頻繁に対話・エンゲージメントが多いです。日本においても、拠点のある地域で、市民社会組織との対話があります。

日本の市民社会組織はアカデミックな印象があり、私たちの事業との直接的な接点が見出しにくいように思います。まずは、お互いに透明性を高めることから始めて接点を模索できればと思います。業界としての方向性なども明確にいただけると、対話やエンゲージメントが促進されるのではないのでしょうか。

市民社会組織との対話・エンゲージメント



Q. 対話・エンゲージメントを促進させるために必要なことは？

- 企業の情報開示にあたっては、GRIなどの基づく基準があるので、企業と市民社会との対話等についても何らかのガイドラインがあるとよいかと感じます。ガイドラインがどこまで力を持つかはわかりませんが、少なくともプラスには働く可能性があるように思います。
- 3つの柱で構成される「ビジネスと人権に関する指導原則」のようにシンプルに示すと、皆が理解しつつ、それぞれの力に応じて深めていけるのではないのでしょうか。オープンなコミュニケーションからクローズドな関係になっていくようなエンゲージメントが良いように思います。

意見交換にあたっての学び



ありがとうございました！

高砂香料株式会社との意見交換から次のような気づきと学びを得ました。

① BtoB企業のサプライチェーン上の取組みについて多くの気づきを得られた

- ・サプライチェーン上の課題にステークホルダーとともに取組み、海外の市民組織と積極的にエンゲージメントされている。
- ・バニラの原産地における児童労働の問題についても、地域社会と協働した取組みを丁寧にご説明いただいた。
- ・市民社会とのエンゲージメントに意欲的に取組んでいるので、報告書でもっと開示すると、市民社会の理解が進むのではないか。

② 日本の市民社会の取組みの課題を改めて認識した

- ・日本のNPOなどの市民社会は、海外のように企業に具体的な要求をしていく必要がある。そのためには、NPOは企業の取組みを知ったうえで課題解決のための提案をしていく必要がある。

③ 市民社会と企業の対話やエンゲージメントの促進には、企業の協力が必要であることを認識した

- ・プラットフォームやガイドラインの提案については積極的なご意見だけでなく、アドバイスもいただきたい

たことから、企業のご意見もいただきながら対話・エンゲージメントの促進を検討していきたい。