

「食品小売業のサステナビリティ取り組みランキング2024」発表！
上位3社は7&i、ローソン、ファミマ

2023年3月期決算より上場企業は有価証券報告書でのサステナビリティ情報開示が義務付けられるなど、企業のサステナビリティへの取り組みに対する注目が高まっています。特に昨今はサステナビリティに敏感とされるZ世代の影響力が拡大しており、消費者と関わりの深い食品小売業のサステナビリティ対応に関心が集まっています。

そこで、公益財団法人流通経済研究所は、食品小売業を対象にサステナビリティへの取り組み状況を調査しました。その結果、**ランキング1位セブン&アイ・ホールディングス**、**2位ローソン**、**3位ファミリーマート**となりました。また食品小売業のうち、サステナビリティに力を入れているのは**66.1%**、今後取り組みを拡大する予定なのは**70.9%**で、取り組みの広がりが見込まれます。小売企業が最も力を入れているサステナビリティへの取り組みは「地域社会への貢献」でした。

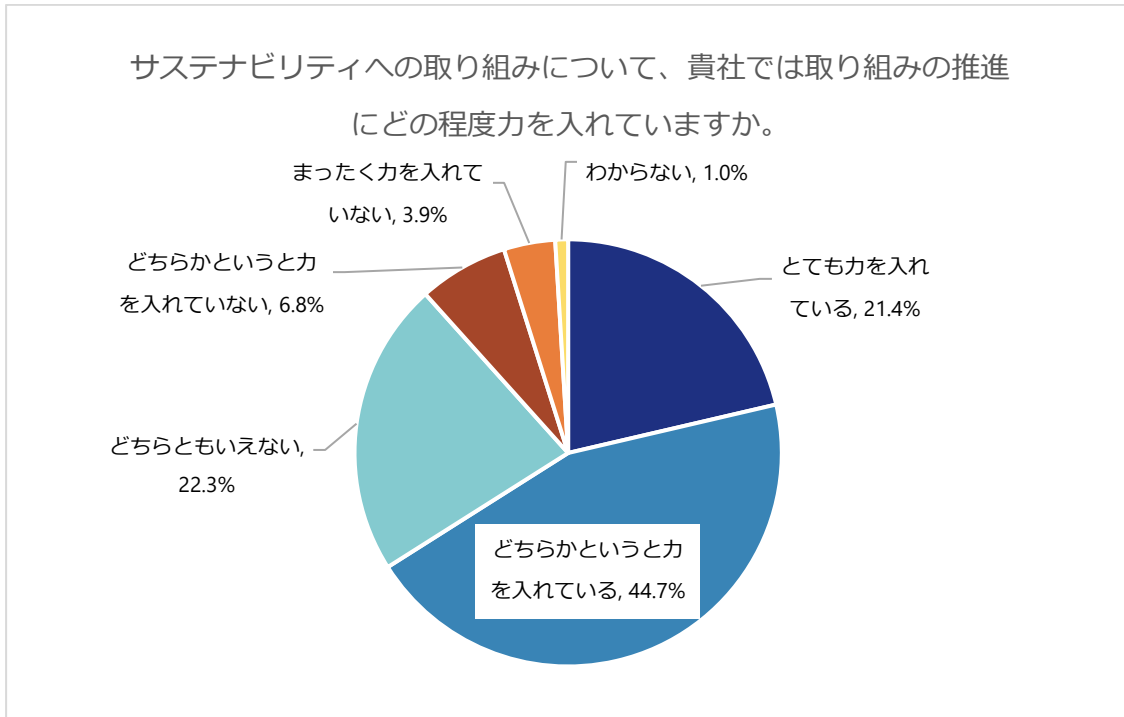
食品小売業サステナビリティ取り組みランキング2024

順位	企業名
1	株式会社セブン&アイ・ホールディングス
2	株式会社ローソン
3	株式会社ファミリーマート
4	みやぎ生活協同組合
5	アクシアルリテイリング株式会社
6	スギホールディングス株式会社
7	コープデリ生活協同組合連合会
8	とやま生活協同組合
9	エイチ・ツー・オーリテイリング株式会社
10	株式会社フレスタホールディングス
10	株式会社フジ
12	*
13	株式会社イズミ
14	*
14	*
14	京都生活協同組合
17	株式会社アークス
18	福井県民生活協同組合
18	*
20	株式会社東急ストア
21	株式会社マルエツ
21	生活協同組合ひろしま
23	生活協同組合コープあいち
24	*
25	*
26	生活協同組合くまもと
27	生活協同組合コープえひめ
27	生活協同組合コープかごしま
29	株式会社福原
30	*
30	生活協同組合ユーコープ

※「*」は、企業の意向により社名を非公表としている。

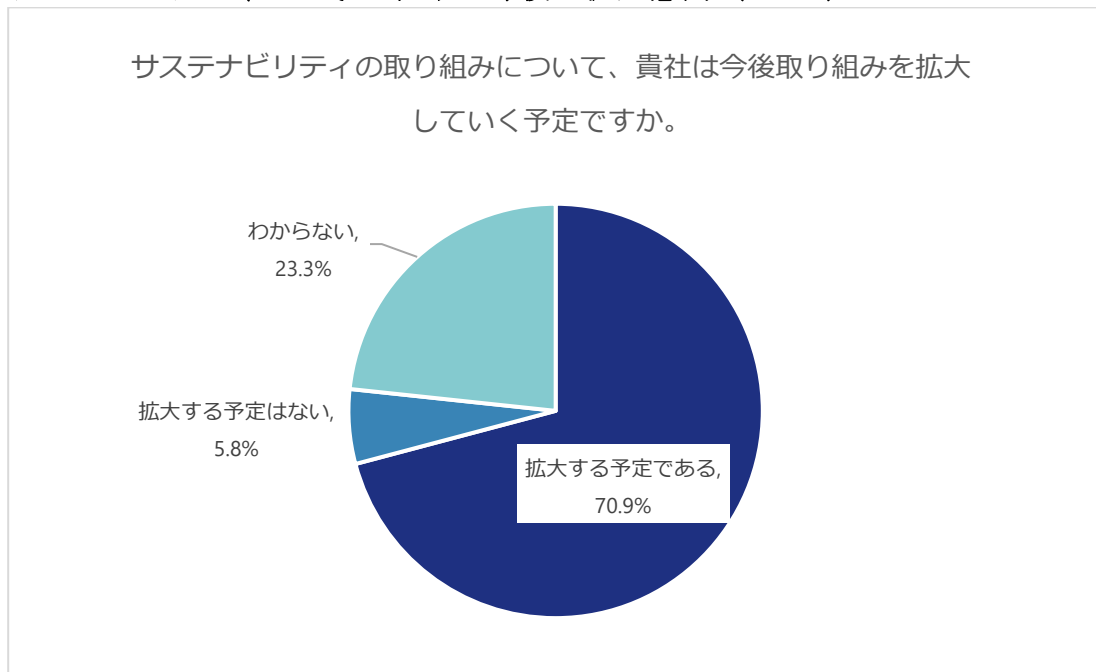
調査対象企業103社のうち、上位30社を掲載。同点の企業は同順位で掲載している。

■ サステナビリティへの取り組み—現在の注力度 (N=103)



サステナビリティへの取り組み推進に「とても力を入れている」のは21.4%、「どちらかという力を入れている」のは44.7%であり、合わせて66.1%と取り組みが広がっていることがうかがえる。ただし、「とても力を入れている」だけ見ると約2割にとどまっており、依然として積極的に取り組んでいる企業は限られている。

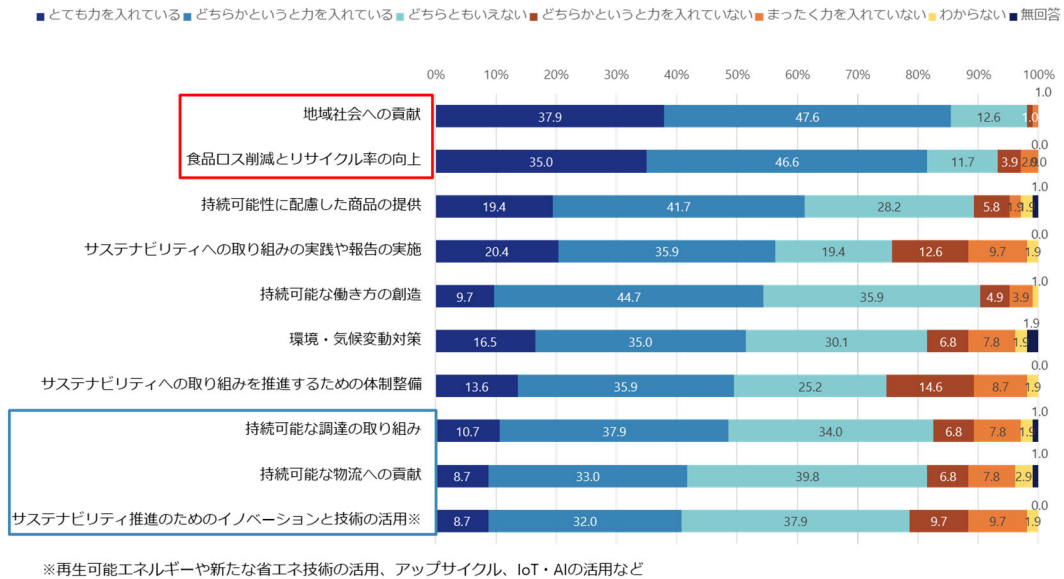
■ サステナビリティへの取り組み—今後の拡大意向 (N=103)



今後、サステナビリティへの取り組みを「拡大する予定である」と回答した企業は70.9%にのぼり、多くの企業が取り組みの強化を進めていることがわかる。

■個別テーマ別の注力度 (N=103)

以下のサステナビリティへの取り組みについて、貴社では取り組みの推進にどの程度力を入れていきますか。

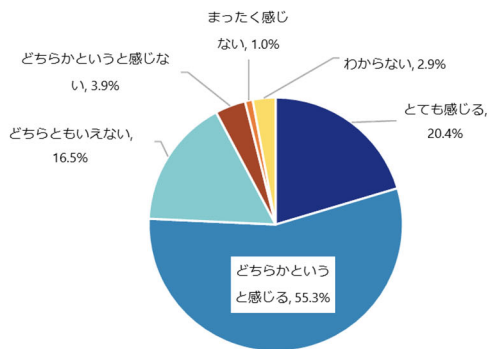


「とでも力を入れている」と「どちらかという力を入れている」の回答を合計すると、「地域社会への貢献」(85.4%)が最も多く、それに次いで「食品ロス削減とリサイクル率の向上」(81.6%)が続き、どちらも8割を超えている。

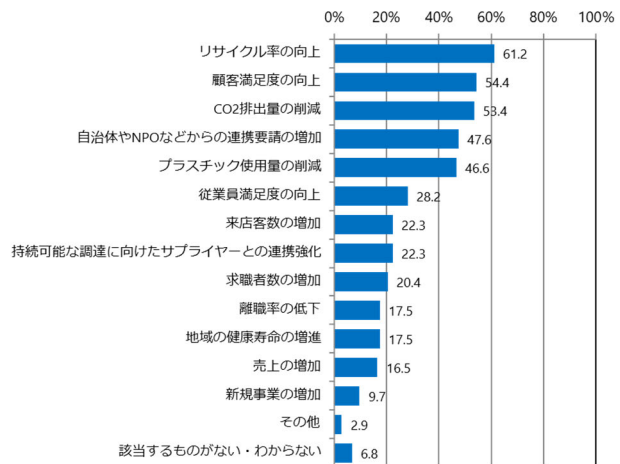
一方で、「持続可能な物流への貢献」、「持続可能な調達の取り組み」、「イノベーションと技術の活用状況」に関しては、回答率が3~4割未満にとどまり、今後の改善や推進が求められる領域といえる。

■サステナビリティへの取り組みが事業・経営に与える良い影響 (N=103)

サステナビリティへの取り組みについて、取り組みの結果が貴社の事業・経営に良い影響があると感じますか。



サステナビリティへの取り組みの実施による貴社の事業・経営への良い影響を以下の中からお選びください。



サステナビリティへの取り組みが事業や経営に良い影響を与えていると感じている企業は、「とでも感じる」「どちらかというと感じる」と回答した企業を合わせて75.7%にのぼり、多くの企業がその効果を実感している。

具体的な良い影響としては、「リサイクル率の向上」「顧客満足度の向上」「CO2排出量の削減」「自治体やNPOなどからの連携要請の増加」「プラスチック使用量の削減」などが挙げられた。

【担当者総括コメント】

今回の調査からは、サステナビリティ施策の良い影響を実感している企業では、経営層の積極的な関与や具体的な数値目標の設定、全社的な体制整備が進んでおり、着実に成果を生み出していることも明らかになっています。これにより、顧客満足度の向上や従業員エンゲージメントの強化など、事業や経営への良い影響が具体的に表れています。一方で、これらの要素が欠けている企業では、取り組みの進展が遅れ、明確な成果を得るまでには至っていない状況です。

このことから、食品小売業におけるサステナビリティ推進には、経営層の関与、全社的な体制整備、具体的な数値目標の設定、そして外部ステークホルダーとの連携が重要であることが示唆されました。

本調査の詳細なレポートはこちらからご確認いただけます。

https://www.dei.or.jp/research/sustainability_foodretail2024_report/download

昨年の調査結果プレスリリース：

<https://www.dei.or.jp/aboutdei/pdf/press/20240305.pdf>

【調査概要】

- 調査対象者：総合スーパー、食品スーパー、生協、ドラッグストア、コンビニエンスストアなど、食品の販売比率が高い小売業態
- 調査期間：2024年9月25日～11月20日
- 配布方法：郵送、メール
- 回収方法：Web回答フォームもしくはExcelファイルのメール送付（配布数：1,176社 回収数：103社）
- 回答者属性：総合スーパー6社、食品スーパー50社、生活協同組合31社、コンビニエンスストア3社、ドラッグストア4社、各種食品小売業（食肉、鮮魚、野菜、酒類、菓子、パン、牛乳など）2社、その他4社、業態無回答3社

なお本調査では、できるだけ多くの意見を反映させるため、アンケートの全設問に回答しなかった回答者も含めて集計を行った。その結果、設問によっては回答がない場合があり、グラフに表示されているn数も設問によって異なる可能性がある。この点を考慮して、集計データを解釈いただきたい。

※注記

「N=87」などの表記は、当該設問への回答者数を示している。

■ランキング掲載の基準

上位30社を公表する。ただし、回答者にHDと事業会社が重複して含まれる場合はHDを掲載することとし、事業会社は掲載せず、それにより社数が減じた場合は31社以降を追加。

■採点の基準

以下の設問（148問）の合計得点で評価している。

サステナビリティ推進の方針策定・体制整備（17問）

サステナビリティへの取り組みの実践や報告の実施（12問）

持続可能な調達（7問）

環境・気候変動対策（23問）

食品ロス削減とリサイクル向上（8問）
地域社会への貢献（13問）
持続可能性に配慮した商品（13問）
持続可能な働き方の創造（31問）
サステナビリティ推進のためのイノベーションと技術の活用（11問）
持続可能な物流（13問）

■その他

ランキング上位で社名公表候補となる企業には予め公表許諾を得ている。

（本発表資料のお問い合わせ先）

公益財団法人流通経済研究所
担当：寺田、石川、船井（03-5213-4532）
URL：<https://www.dei.or.jp/>
メールアドレス：sustainability@dei.or.jp
〒102-0074東京都千代田区九段南4-8-21
営業時間10：00～17：00（土日祝日を除く）