

～持続可能な明日を地域から創造しませんか？～

# 持続可能な経営のための セルフチェック 報告交流会 を開催します

参加費  
無料

日時

2025年3月5日(水)  
14時30分～16時30分

場所・  
定員

長野市生涯学習センター 第1・2学習室  
(長野県長野市鶴賀1271-3 JR長野駅善光寺口より徒歩約10分)  
+ オンラインでも参加いただけます(先着100名)

内容

## 基調講演

「長野のサステナビリティを支える企業の役割」  
(NPO法人みどりの市民代表/ 信州大学名誉教授 高木直樹氏)

## パネルディスカッション

- セルフチェックの意義 (大阪大学教授 伊藤武志氏)
- セルフチェックに取り組んでみて((株)北信帆布取締役 福島弘数氏)
- セルフチェックに取り組んでみて((株)Hibana代表取締役 松田直子氏)
- よりよい地域社会・くらしのために

(長野県生活協同組合連合会事務局長 中谷隆秀氏)

## 意見交換(フロアを加えたディスカッション)

※話題提供者として 八十二銀行 ほか

申込/  
問合せ

下記のフォーム、または QR コードからお願いします。

<https://forms.gle/ECuhA97KCow8AkSY8> (申込締切: 2025年3月3日(月) 必着)

お問い合わせ: 認定NPO法人 環境市民

TEL: 075-211-3521 Email: [sisse@kankyoshimin.org](mailto:sisse@kankyoshimin.org)



これまでセルフチェックにご参加いただいた企業様、サポーターくださった団体の皆様、これから参加を検討している方々、そして、ともに地域を作るすべての関係者のみなさま。それぞれの経験や思い、課題を共有し、一緒により良い方法を創っていくための交流会です。みなさまのお力をお貸しください。

【主催】 NPO法人みどりの市民、長野県環境保全協会、長野県中小企業家同友会、認定NPO法人環境市民  
【協力】 消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク

本事業は、独立行政法人環境再生保全機構地球環境基金の助成をいただいております。

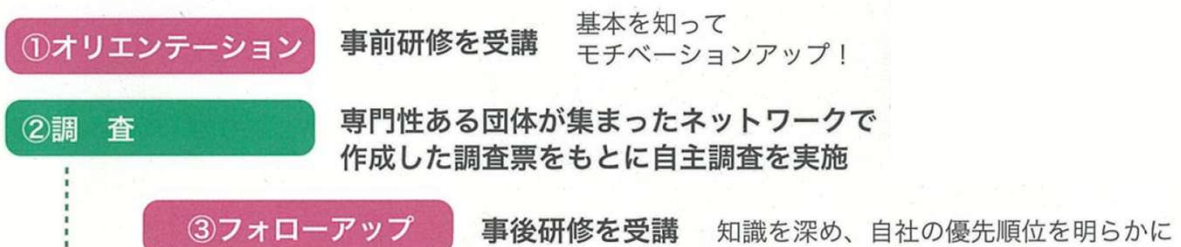


# 持続可能な経営のための セルフチェック とは？

気候変動や生物多様性など地球規模の課題が深刻化する中、企業経営においても社会課題解決のための早急な取り組みが求められ、「ルールチェンジ」が起っています。そこで、地域の持続可能性を高め、地域経済を拡大していくために重要なのが**地域の中小企業の存在**です。環境・人権・社会の取り組みについて、自社の状態を把握し対応すること、さらに情報開示を通して企業の取り組みを認識してもらうことは、持続可能な地域づくりにおいても有用です。

このセルフチェックでは、専門性あるNGO/NPOのネットワークで作成した調査票をもとに自主調査を行うことで、**自社の状況を把握し取り組むべき優先順位の明確化**をサポートします。

## 【自主調査の流れ】



### 結果の可視化

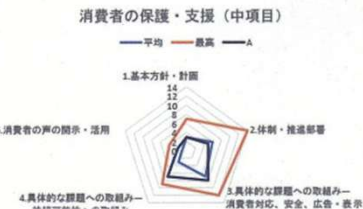
調査票の結果から、強み・弱みを可視化します

### 例 分野別・項目別で自社を分析

分野	項目	平均	最高	A
消費者の保護・支援	1.基本方針・計画	3	7	3
	2.体制・推進部署	6	14	5
	3.具体的な課題への取組み —消費者対応、安全、広告・表示	7	12	8
	4.具体的な課題への取組み —持続可能性への取組み	3	9	7
	5.消費者の声の開示・活用	1	4	2

中項目	小項目	平均	最高	A	
消費者の保護・支援	1.基本方針・計画	4.消費者を再教育に関する方針	2	3	1
	2.体制・推進部署	3.消費者を再教育に関する部署	2	7	2
	3.具体的な課題への取組み —消費者対応、安全、広告・表示	4.消費者対応に関する「部署」	1	3	3
	4.具体的な課題への取組み —持続可能性への取組み	5.消費者安全に関する部門・部署	2	4	4
	5.消費者の声の開示・活用	6.適切な広告・表示に関する部門・部署	1	4	2
消費者の保護・支援	1.具体的な課題への取組み —消費者対応、安全、広告・表示	7.消費者の安全への取組み	3	3	1
	2.具体的な課題への取組み —持続可能性への取組み	8.適切な広告・表示への取組み	3	8	3
	3.消費者の声の開示・活用	9.適切な広告・表示への取組み	0.5	1	0.5
	4.具体的な課題への取組み —消費者対応、安全、広告・表示	10.消費者の安全への取組み	2	6	2
	5.消費者の声の開示・活用	11.適切な広告・表示への取組み	4	7	5
消費者の保護・支援	1.具体的な課題への取組み —消費者対応、安全、広告・表示	12.消費者の安全への取組み	1	2	0
	2.具体的な課題への取組み —持続可能性への取組み	13.適切な広告・表示への取組み	1	1	1
	3.消費者の声の開示・活用	14.消費者の安全への取組み	1	1	1
	4.具体的な課題への取組み —消費者対応、安全、広告・表示	15.適切な広告・表示への取組み	1	1	1
	5.消費者の声の開示・活用	16.消費者の安全への取組み	1	1	1

### 例 レーダーチャートで他社と比較



市民目線の中小企業者サステナビリティ自主調査推進プロジェクト

研修動画に加え、分野別解説動画もオンラインでも視聴可能 (環境市民HPより) ※今後e-ラーニング形式に移行予定

プロジェクト説明動画～企業様が調査票に取り組む意義～

事前研修動画はこちら (パスワードが必要です)

各分野別～調査票回答のポイント

動画ページはこちら (パスワードが必要です)

### 調査票について

本セルフチェックの調査票は、大企業を対象として「消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク」が行ってきた「企業のエシカル通信簿」(https://cnrc.jp/)を中小企業者の自主調査用に改変したものです。

調査票には、各分野を専門とするNGOが作成・監修しており、環境・人権・アニマルウェルフェア等、国際的な基準も含む内容となっています。

- ① サステナビリティ体制
- ② 消費者保護・支援
- ③ 人権・労働
- ④ 社会・社会貢献
- ⑤ 平和・非暴力
- ⑥ アニマルウェルフェア
- ⑦ 環境

- A ガバナンス、B 気候変動、C ごみ削減、  
D 生物多様性、E 化学物質、F 水

## ～環境市民について～



環境市民は、1992年7月に京都で生まれました。地球規模の環境問題から地域のごみ問題まで、その根本的な解決を目指して、調査・提案・実践活動を幅広く行っています。自治体、事業者とのパートナーシップ活動も多様に実践しています。消費から生活や経済を変えていくグリーンコンシューマー活動を日本で初めて具体化して各地に展開(2004年に環境大臣賞・グリーン購入対象を受賞)し、2016年から全国のNPOとともに消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワークをつくり、企業を対象とした市民目線の調査「エシカル通信簿」を実施しています。