

食料・農林水産分野におけるGX加速化研究会資料

2025年12月5日

明治ホールディングス株式会社

CSO

松岡 伸次

■企業側にとって、農林水産分野における環境負荷低減の取組への投資は、どのような動機に基づき行われるのか。

サプライチェーンにおける社会的責任

ISO26000
(2010年11月発行)

G7エルマウ・サミット
(2015年6月開催)

経団連「企業行動憲章」
(2017年11月改定)

■ 企業は、サプライチェーン全体での社会的責任が問われ、気候変動、森林減少・生物多様性の喪失、人権課題（強制労働・児童労働）などの様々な社会課題への取り組みが強く求められている。



責任あるサプライチェーン構築に向けた明治グループの取組方針

【明治グループ調達ポリシーの制定】

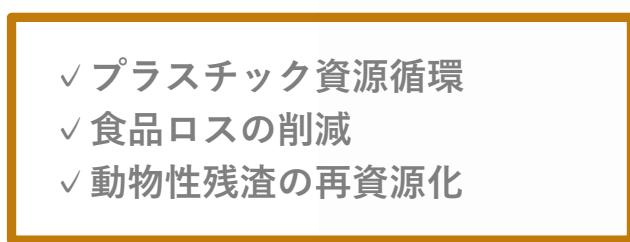
- **行動指針**の中で、調達するすべての原材料について、温室効果ガスの排出量削減や水資源の保全、大気・水質・土壤汚染の防止など、サプライチェーンにおける環境負荷の低減が図られていることを掲げている。

【明治グループサプライヤー行動規範の制定】

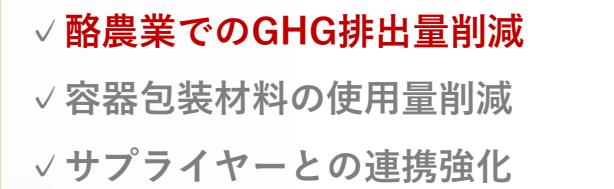
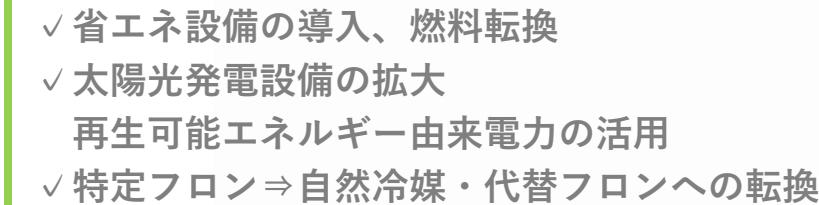
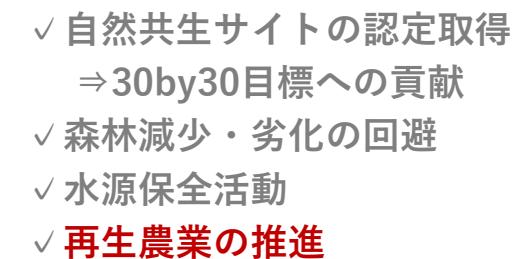
- 本行動規範は、サプライチェーンにおいてサプライヤーとともに社会的責任をより確実に果たしていく為に制定したものであり、サプライヤーと連携・協力して、責任あるサプライチェーン構築を図っていく。
- 「環境への配慮」の項で、温室効果ガス排出量削減による環境負荷低減、生物多様の保全、水資源の有効利用・適正管理、汚染の防止などを掲げている。
- サプライヤーに**同意書の取得**を推進中。

ネイチャーポジティブ実現に向けた取り組み

明治グループの事業は、
自然の恵みに立脚し、
自然資本の維持が不可欠



「自然との共生」に向けて、
ネイチャーポジティブへの貢献が
重要な経営課題



カーボンニュートラルに向けた対応

- 2021年3月に公表した『明治グループ長期環境ビジョン』の中で、**気候変動**に関する中長期目標を以下のとおり策定した。

GHG排出量削減

- **自社拠点でのGHG排出量(Scope1,2)の削減**
2030年度目標：**50%以上削減** (2019年度比)
- **調達・物流・廃棄などによるGHG排出量(Scope3)の削減**
2030年度目標：**30%以上削減** (2019年度比)
- 2050年までに**サプライチェーン全体**でのGHG排出量を**実質ゼロ(カーボンニュートラル)**の実現を目指す



気候変動

再生可能エネルギー活用

- グローバルで総使用電力量に占める**再生可能エネルギー比率**の拡大
2030年目標：**50%以上へ拡大**
2050年目標：**100%達成**

SBT認定の取得

(1) SBT認定取得の推移

- ・2021年9月 2°Cを十分下回る目標水準で認定取得
- ・2023年6月 1.5°C目標水準で認定取得
- ・2025年7月 Net-Zero・FLAG認定取得



(2) SBTに基づく明治グループの目標

	基準年度	Near-term(短期)	削減率	→	Long-term(長期)	削減率	備考
スコープ1 + 2	2019年度	2030年度	50%	→	2050年度	90%	炭素クレジットなどで実質ゼロ
スコープ3	2019年度	2030年度	30%	→	2050年度	90%	同上
FLAG	2019年度	2030年度	33.3%	→	2050年度	72%	同上

- ・スコープ3削減対象：主に購入した原材料、上・下流の輸送、包材の廃棄に伴うGHG排出
- ・FLAG削減対象：SBTiが重視する全11品目のうち5品目 ※生乳・乳原料・糖類・油脂(パーム油)・飼料(トウモロコシ)

SBT認定の取得

(3) Net-Zero・FLAG認定取得の日本企業

	企業名	開示年月
1	アサヒGHD	2024年7月
2	日清食品HD	2024年12月
3	味の素G	2025年1月
4	明治HD	2025年7月
5	サントリーHD	2025年8月

(4) 目標達成に向けて取り組む会議体

	会議体 1	会議体 2
スコープ1 + 2	明治グループ環境会議	スコープ1・2削減分科会（新）
スコープ3	Scope3削減会議	サプライチェーン会議など
FLAG	Scope3削減会議	サプライチェーン会議など

※FLAG削減は、スコープ3削減とほぼ同じ取り組み

(5) 目標達成に向けた取り組み

- スコープ1：低炭素燃料への転換、バイオガス利用、新技術・省エネ対策など
- スコープ2：再エネ由来電力購入、太陽光発電・ペロブスカイト太陽電池導入、新技術・省エネ対策など
- スコープ3：**原料生産地におけるGHG削減**、サプライチェーンにおけるGHG排出量・削減量の見える化、
包材原材料の3R+Renewable、サプライヤーによるCO2削減の働きかけなど

明治グループのGHG 排出量の内訳

排出量：510万トン

Scope 1 Scope 2

自社排出量 (CO₂換算)

46万トン

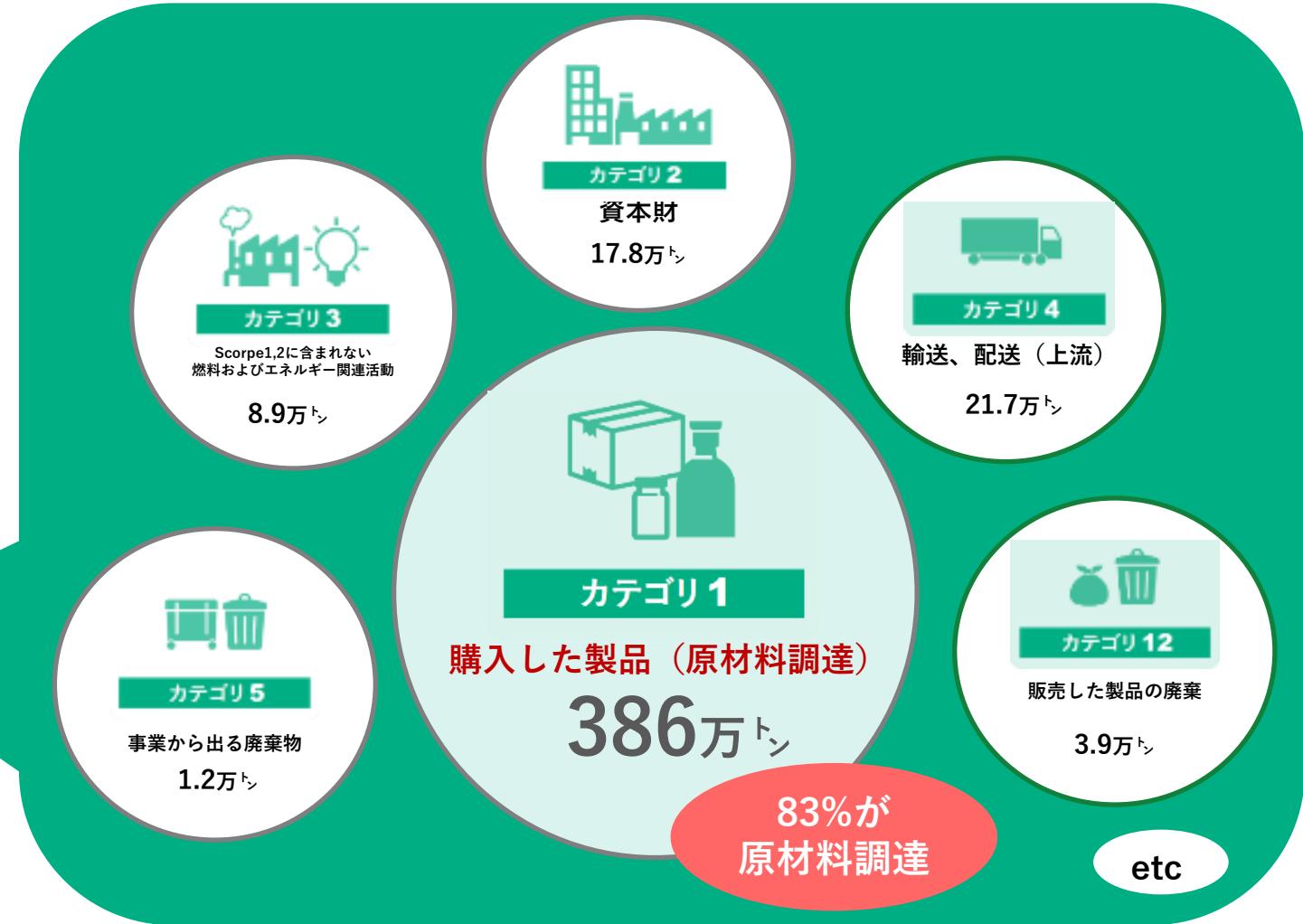


Scope 3

自社以外の排出量 (CO₂換算)

464万トン

91%が
自社以外



■ 原材料調達におけるGHG排出量削減

最優先課題

農業における環境負荷低減の必要性

■ 農業分野での環境負荷が大きい。

⇒GHG排出、土地利用(森林伐採など)、富栄養化(窒素・リンの過剰投入)、
土壤劣化、水資源の利用、生態系の毀損など

■ 気候変動の影響を受けやすい。

⇒大雨・干ばつによる収量減、高温による品質低下、病害虫の発生など

■ 従来の慣行農業(化学肥料・農薬の使用、土地利用の変更など)から 収量を維持・拡大しつつ、環境負荷が小さい農法への移行が必要。 〔再生農業、有機農業、スマート農業など〕

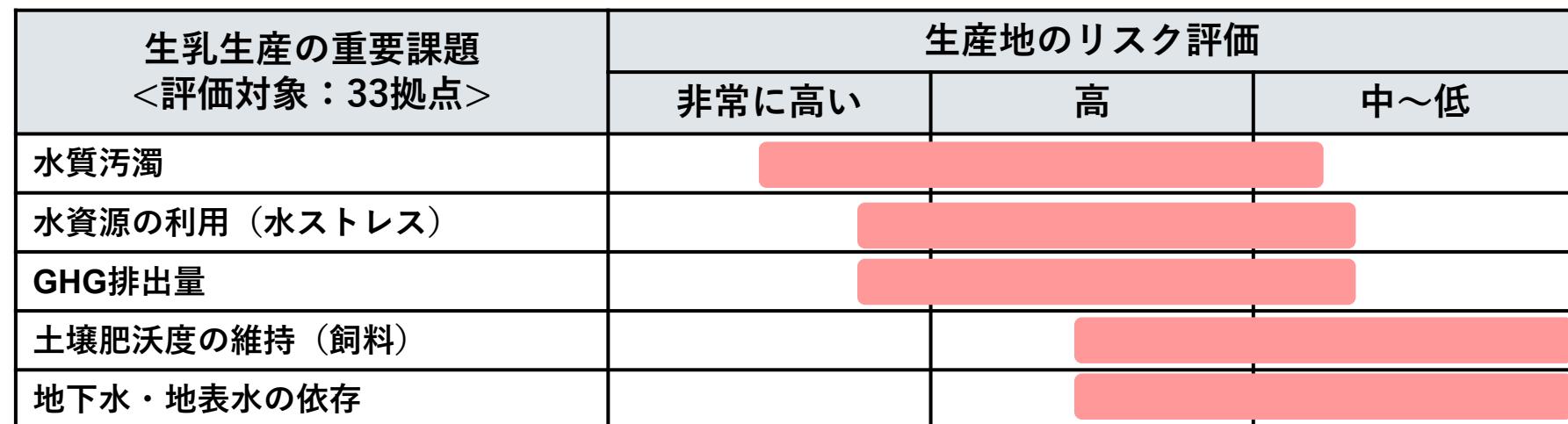
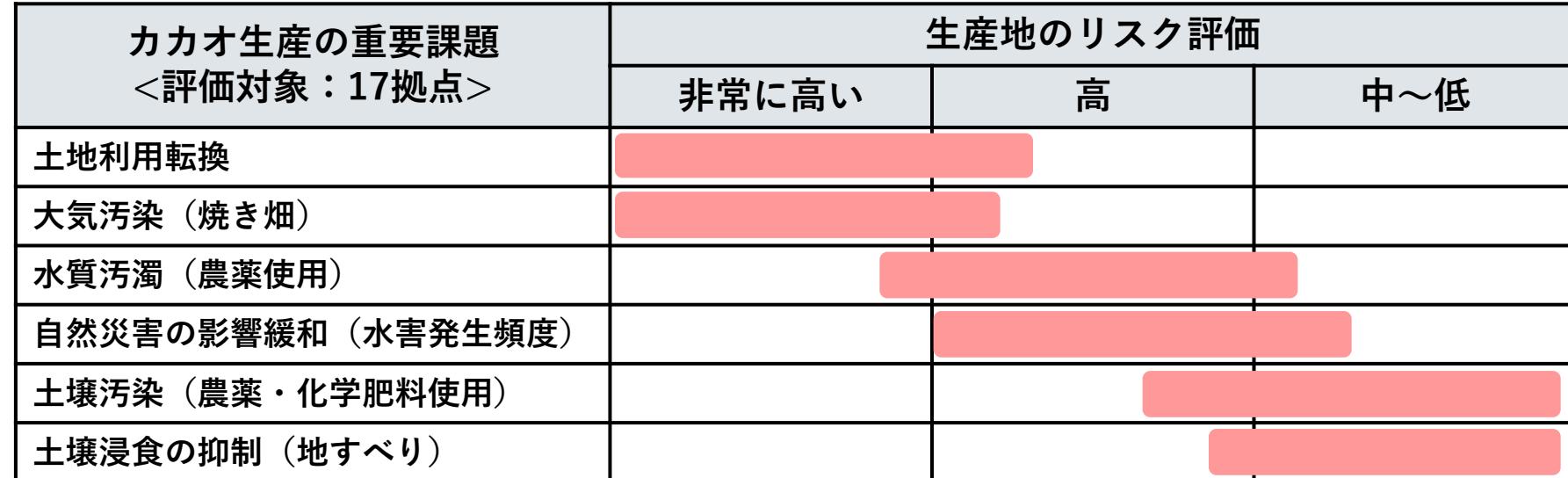
■ 明治グループは、土壤の健康を向上させる再生農業の推進に取り組む。

TCFD／TNFD開示への対応

開示年	TCFD開示	TNFD開示
2020	乳原料・感染症領域のリスクと機会	—
2021	カカオ・抗菌薬領域のリスクと機会、2度、4度シナリオでの分析	—
2022	主要原材料のリスクと機会、1.5度シナリオの追加、財務インパクト	—
2023	具体的対応策、ISSB要求事項対応	カカオについてシナリオ分析、依存と影響、リスク
2024	財務インパクト再算出、具体的対応策促進、ISSB要求事項対応	カカオ・生乳についてシナリオ分析・依存と影響・リスクと機会、TNFDアーリーアダプター登録
2025	具体的対応策の更なる開示、SSBJ要求事項対応、新対応事項	TNFD開示内容の拡充 (4つのコアコンテンツに基づく開示)
2026	TCFD/TNFD統合開示の検討	

調達におけるリスク評価（カカオ・生乳）

TNFDのLEAPアプローチを活用し、主要原材料の生産における課題を分析し、生産地毎にリスク評価。あくまで現状は文献メイン調査のため、実態の把握を進め、**適応に向けた活動**を検討する。



■ 明治グループにおける農林水産分野における 取組事例

カカオ産地での外部パートナーとの連携

カカオ産地における森林減少や児童労働を解決するために
外部パートナーと連携しながら、明治独自のカカオ農家支援活動を推進。

明治独自の
カカオ農家支援活動

Meiji Cocoa Support

メイジ・カカオ・サポート

連携



外部パートナー

- World Cocoa Foundation
- International Cocoa Initiative (ICI)
- Cocoa & Forests Initiative (CFI)

2006年より 「メイジ・カカオ・サポート」 世界9カ国で展開



メイジ・カカオ・サポートの活動内容

健康にアイデアを

meiji

技術支援



生活支援



“森林減少ゼロ”に向けた森林保護の取り組み

目標

すべての調達先において、GPSマッピングなどによる農園の実態把握を行い、森林の保護・回復につとめ、森林減少ゼロを目指します。

●2026年度までにガーナ→2030年度までにその他の調達先

1. 森林減少の確認

- 農園地の範囲を特定し森林保護区に
関与していないか確認



GPSマッピングによる実態把握率

ガーナ共和国のマッピング農家数

7,346軒 (91.2%)

森林保護区に存在する農園数0軒

(対象期間：2023年10月～2024年9月)



2. 森林教育

森林破壊と自然環境システムの回復に関する情報提供

クライメートスマート・カカオ
・トレーニング実施農家数

9,488軒



持続可能な農業を実現する取り組み

GAP(Good Agricultural Practice)
トレーニング実施農家数

9,531軒

(対象期間：2023年10月～2024年9月)

“森林減少ゼロ”に向けた森林保護の取り組み

3.森林保全活動

- カカオ農園と周辺地域の森林環境と生態系の維持・回復に向けて、さまざまな種類の苗を配布



多目的樹木	カカオ苗	野菜苗	シェードツリー
156,412 本	243,563 本	100,000 本	25,500 本
累計配布数	11,732 本	-	-

対象期間:
2023年10月～
2024年9月

4.アグロフォレストリー

- 森の生態系を維持しながら自然へのダメージを最小限に抑える

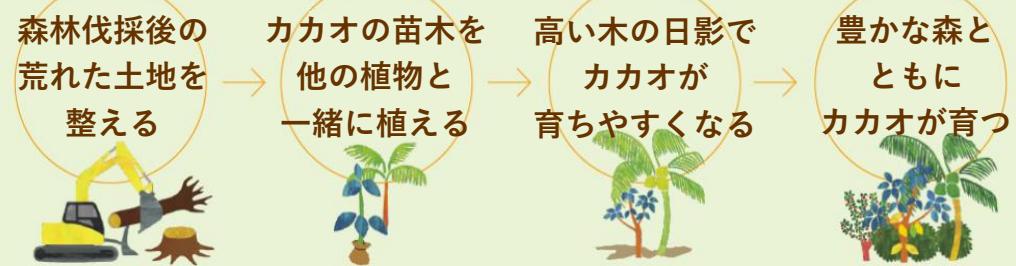


BRAZIL
ブラジル連邦共和国



アグロフォレストリーで
収穫したカカオ豆使用

AGRICULTURE + FORESTRY = AGROFORESTRY



酪農業における社会課題の解決

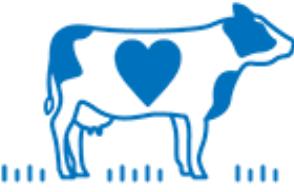
地球温暖化
GHG



働く人の人権



アニマル
ウェルフェア



酪農経営の
持続可能性



■ 酪農業における上記の社会課題は、乳業メーカーだけで解決することは困難。

■ 乳業メーカー、酪農家、業界団体に農林水産省も含めた酪農乳業界全体で取り組む必要がある。

味の素(株)との協業によるビジネスモデルの展開

【本取り組みを実施している乳牛の数】

現状：約2,100頭 ⇒ 26年度：約10,000頭

GHG排出量
削減

【酪農家のメリット】

- GHG排出量の削減
- 飼料コストの低減
- クレジット収入

◇GHG排出削減量の
データ報告



◇アミノ酸バランス改善飼料を販売
◇クレジット代金の支払い



J-クレジット制度プロジェクト

◇アジプロを販売
◇クレジットを販売



明治グループ
meiji

明治HD(株)
(株)明治、明治飼糧(株)

◇GHG排出量削減分
をクレジット化

J-クレジット制度

外部連携によるカーボンファーミングの推進

【目的】 土壤の健康向上により土壤の炭素貯留量増加を促進するカーボンファーミング手法の実証。

【道東カーボンファーミング研究会】

2023年8月設立

■ 道東サステナブル農業推進機構

・中山牧場、山本牧場

(推進支援オブザーバー)

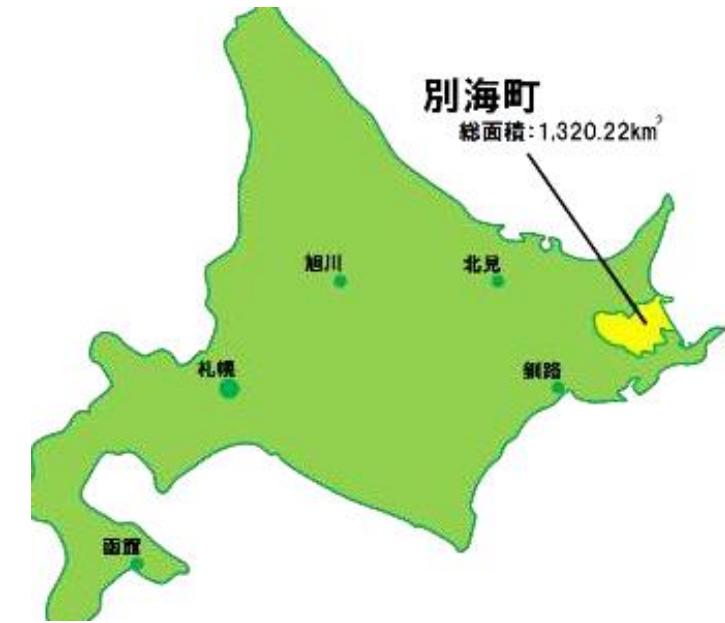
■ 別海町

■ 明治グループ

(オブザーバー)

■ 北海道農政部食の安全推進局食品政策課

経済部ゼロカーボン推進局ゼロカーボン産業課



カーボンファーミングの活動内容

【23年度】現状の酪農牧草地の炭素貯留量の測定（別海町9地点）

⇒ 土壌の種類、農法（慣行農法、放牧）などの違いによる貯留量の差を確認

【24年度】カバークロップや施肥マネジメントなど、炭素貯留量の増加を促進する農法を実施

⇒ 農法の違いによる炭素貯留量の差を検証

【25年度】カバークロップや施肥マネジメントなどの農法に関し、炭素貯留量に加え、

総細菌数など約40項目を分析検証予定



呼気メタン削減飼料（ボベアー[®]）によるGHG排出量の削減

24年5月、DSMフィルメニッヒ社
(スイス)と呼気メタン削減飼料
(ボベアー[®])の利用によるGHG削減
の取り組みに関する**基本契約の締結**

dsm-firmenich 



牛 1 頭 1 日当たり、
小さじ 1/4 杯の **ボベアー[®]**
を与えることで
呼気メタンの排出量を
約 30% 削減



ボベアー[®]は、**世界 68カ国**で
乳牛、肉牛に対する飼料添加物
としての使用が**承認**。
世界で年間 **50万 t -CO₂**の
呼気メタン削減に貢献
※日本も24年11月に承認済

■上記に対応し、企業の参画の裾野を広げていくには、
どのような仕掛けが有効か。

企業の参画の裾野拡大に向けて

- ① 企業間連携の促進
- ② 企業と農業団体・生産者とのマッチング促進
- ③ 農業生産者のモチベーション向上
 - ◇ 環境意識の向上
 - ◇ 生産者の収入増に繋がる経済価値化の促進
〔農林水産分野でのJ-クレジットの拡大、生物多様性クレジットの制度化など〕
- ④ 取組企業のモチベーション向上
 - ◇ 原料調達での環境負荷低減の取組の価値化
〔環境配慮活動による商品への付加価値化、企業イメージの向上など〕
- ⑤ 消費者の行動変容の促進
 - ◇ 企業の取組に共感することで、お客様価値として受容し、購買条件に組み込む。
⇒ 価格が多少高くても購入、取組企業の商品を優先して購入など
 - ◇ エシカル消費の普及啓発

企業での外部連携の必要性

企業に求められる取り組み

■ 企業活動に伴う外部不経済の内部化

■ 責任あるサプライチェーンの構築

サプライチェーン上には個社だけでは解決できない、複雑化した社会課題が山積。

サステナビリティは協調領域

共通の社会課題については、企業、省庁、自治体、業界団体などが連携して、夫々の知見・ノウハウ・リソースを活用し解決するエコシステムを構築することが必要。

■ 『食料システムサステナビリティ課題解決プラットフォーム』による環境・人権・栄養に係るサステナビリティ課題の解決。

JAFAS (Japan Food and Agriculture Society)への参画

JAFASとは、人類が直面する生存課題を解決するため、食と農に関わる全てのステークスホルダーに開かれた、共創と実装のプラットフォーム。

【JAFAS設立の経緯】

NPO法人NELISが運営する日本企業20社によるサステナビリティ・イノベーションのプラットフォーム[4Revs](#)の活動から生まれた企業主体の自主プロジェクト。

2024年11月8日開催の「JAFASサミット2024」を皮切りに、2024年12月から有志による検討・共創活動を開始。

【活動趣旨】

食・農に関わる生産者、企業、行政機関、農業関連機関、教育機関、消費者といったステークホルダーを巻き込み、日本からアジアおよび世界に向けて、持続可能な食と農に関する知見を提供する。

また、実装志向の高いネットワークを確立して、参加各社の事業面における革新活動を促進・支援し、2025年度は、**再生農業と食のアップサイクリング**をテーマに取り組んでいる。

再生農業

■食品メーカー

- ・味の素
- ・カルビー
- ・サントリーホールディングス
- ・たねや
- ・日本コカ・コーラ
- ・日清食品ホールディングス
- ・日清製粉グループ本社
- ・明治ホールディングス
- ・森永乳業

■食品メーカー以外

- ・NEC
- ・住友商事
- ・セブン&アイホールディングス
- ・ボストンコンサルティンググループ
- ・ヤンマーホールディングス

食のアップサイクリング

■食品メーカー

- ・味の素
- ・井村屋
- ・たねや
- ・日清食品ホールディングス
- ・明治ホールディングス

■食品メーカー以外

- ・ロート製薬

*順不同、敬称略

再生農業の取組内容

ビジョンWT

- ・農水省、SAI、WBCSDなどの指針・要件を参考にして、**JAFASとしての再生農業の要件を定義**
- ・再生農業の実施により**社会や地球環境に対するアウトカムやインパクトを示した概念図の策定**

コアリションWT

- ・**地域×農作物**による会員企業の**マッチング**を推進
- ・共同で実施する再生農業の**パイロット試験**から得られたデータを集約・体系化

エンゲージメントWT

- ・The Consumer Goods Forum (CGF)などの関連団体との連携
- ・サプライヤーへ再生農業の理解・浸透

JAFASが考える再生農業の要件定義

定義

Sustainable Agriculture Initiative (SAI) の定義を参考・準拠

⇒生産者の経済性向上と環境(土壤・気候、水資源、生物多様性)保全・改善の両立を科学的評価を実施しながら目指す農業アプローチ

要件

SAI、WBCSD、日本の農林水産省の推奨取組を参考し、以下の通り設定

■ 経済性評価

生産者のネット収入増減

■ 環境影響評価

- ① 土壌健全性、生物多様性、気候、水、社会経済いずれかまたは複数の領域において、GHG排出量や作物多様性などの項目について改善目標と成果の評価指標を設定し、測定する。
- ② 推奨する農法は、耕起の最小化、被覆作物の利用(緑肥)、適切な肥料使用(精密農業など)、堆肥・有機肥料の活用、バイオ炭の活用など
⇒これらの中から2つ以上の施策実施を基本とする。

サステナビリティと事業の融合の考え方

■ 商品ブランド戦略において、サステナビリティの要素を組み込むことにより、市場での競争力向上に繋げる。



■ 商品ブランドが社会性を有することでブランドの独自性を向上させ、競争力の源泉に繋げる。

■ 市場での独自のポジショニングの確立

『meijiサステナブルプロダクト 社内認定制度』の導入（家庭用加工食品版）

（1）meijiサステナブルプロダクト社内認定制度とは

- バリューチェーンの各プロセス〔開発・調達・生産・物流・消費〕において、サステナビリティ活動に積極的に取り組む商品を明治グループ独自の基準により評価し、「meijiサステナブルプロダクト」として認定する制度。

（2）本制度導入の目的

- ①商品のサステナブル度の可視化（現状把握）
- ②自分ゴト化（基準と要件事項の理解）
- ③商品のサステナブル化（社会価値の付加・商品改良）
- ④エシカル消費の促進（お客様価値への変換）



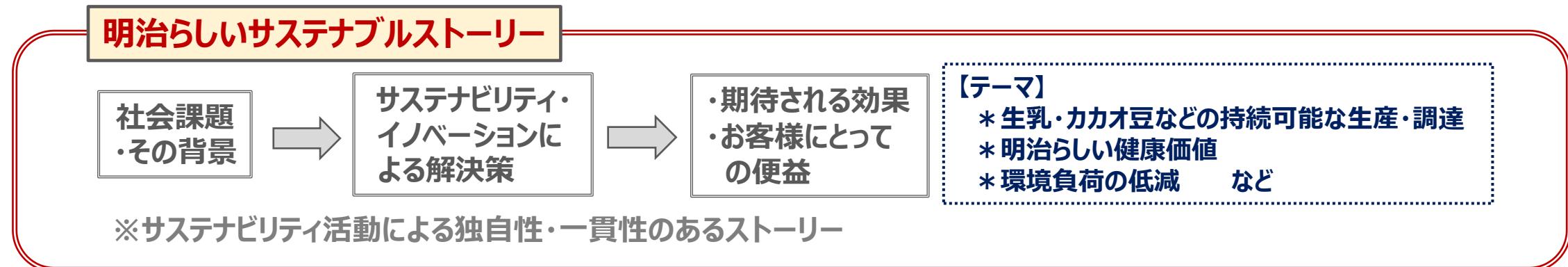
（3）認定基準

- ①サステナブル度を評価する5つの基準の設定。
- ②夫々の要件事項を1つ以上満たせば、その基準をクリア。
- ③5つの基準のうち4つ以上の基準を満たせば認定。

- I. 健康な食生活への貢献
- II. 栄養価値の向上
- III. 人権・環境に配慮した原料調達
- IV. 人権・環境に配慮した容器包装
- V. 生産/物流/製品設計における環境負荷低減

お客様への価値訴求の考え方

■ 従来の提供価値(健康、安全・安心、おいしいなど)にサステナビリティを新たな競争軸として付加し、明治らしいサステナビリティ活動をストーリー性を持って訴求することで、社会価値をお客様価値に変換。



情報発信、普及・啓発
〔コ-ポレートブランド戦略と商品ブランド戦略の連動〕

お客様の理解・共感
⇒選好・価格・拡散プレミアム

消費者のエシカル消費に関する理解浸透を図り、
行動変容を促進する。

社会価値をお客様価値に変換

エシカル消費の促進

社会課題起点の情報発信によるエシカル消費の促進

■ 23年1月により弊社ホームページで「meijiと始めるエシカル消費」というコンテンツを開始。
夫々の社会課題に対する明治の取り組みを紹介し、エシカル消費の促進につなげる。

児童労働



酪農における
環境負荷



森林減少



プラスチック
ごみ汚染



地球温暖化・
気候変動



食品ロス



メイジ・カカオ・
サポート



循環型酪農



アグロフォレストリー



プラスチック
資源循環



モーダルシフト



賞味期限延長



コーポレート・コミュニケーションの強化

meiji コーポレートCM

人・社会・地球のすべてが健康である、よりよい未来に貢献するmeiji
の考え方や具体的なサステナビリティ活動を伝える動画

■ 第一弾「力カオ」 第二弾「生乳」、第三弾「医薬品」

【人の健康】

事業を通じた人々の健やかな
生活に貢献する活動を提示

【社会の健康】

事業に関わる社会の持続可能性
に貢献する活動を提示

【地球の健康】

事業に関わる環境の持続可能性
に貢献する活動を提示

60秒動画
Web中心
※一部 TVにも配信

+

30秒短縮版
TV CM配信

30秒/15秒動画 TV CM配信

新聞広告の展開

健康にアイデアを

meiji

【1/6 読売新聞全国朝刊 30段】

チョコレートは、
すべての人を
幸せにできるか。

壊していく自然。
不安定な生産者の暮らし。

カカオ生産の現場に赴いたあの日から、
meijiはずっと問い合わせてきた。

チョコレートは、たべる人だけでなく
その原料をつくる生産者の暮らしを、
この度の環境を、健やかにつくっていくだろうか。

meijiは動き出している。
カカオと共に様々な植物の苗を植え、
健やかな森の再生を目指す。
良質なカカオづくりを支援し、
生産者の生活の安定につなげる。
子どもたちと一緒にチョコレートをつくり、
学ぶ楽しさを伝える。

自分でつくれたチョコレートをたべる
子どもたちの笑顔が、私たちの力になる。

人と、社会と、地球を見つめて。
meijiは、チョコレートをつくり、
そして、すべての健康をつくりいく。



meiji makes chocolate.
meiji makes wellness.

健康にアイデアを
meiji

【1/8 読売新聞全国朝刊 15段】

meiji makes chocolate.
meiji makes wellness.

人にも地球にもサステナブルだから、
ミルクチョコレートのやさしさは
ずっとつづいていく。



meiji
milk chocolate

明治ミルクチョコレート(50g)は、2006年に始まった、
カカオ農家支援活動「メイジ・カカオ・サポート」を通じて
調達された「明治サステナブルカカオ豆」を使用しています。
第一回のカカオ豆は採れ



健康にアイデアを
meiji

Meijiのロゴマークは商標登録出願中の商標です。

メイジ・カカオ・サポートのパッケージ訴求

■ 4分類8アクションをイラスト化し、活動の理解促進を図る

森林保護

- ・森林保全活動
- ・アグロフォレストリー

カカオ栽培支援

- ・農機具の寄付
- ・栽培技術の指導

教育支援

- ・子供の学びを支援
- ・学校の教育体制を支援

生活支援

- ・生活インフラの支援
- ・医療支援



■みどり戦略実現に向けた取組の加速化に向け、
今後集中的に取り組むべき課題は何か。

今後、集中的に取り組むべき課題

■ 食料システムの各プロセスが連携してみどり戦略の実現を図る為には、以下の3点の取組強化が必要である。

① 農業生産者に対する慣行農業から再生農業・有機農業・スマート農業への移行の促進

- ◇環境負荷低減や土壤改善の必要性などについての普及・啓発
- ◇移行時の各種支援
〔MRV(測定・報告・検証)に資するシステム導入、導入コスト、収量減への対策、具体的な農法指導など〕
- ◇生産者の収入増に繋がる経済価値化の促進
〔農林水産分野でのJ-クレジットの拡大、生物多様性クレジットの制度化など〕
- ◇農業生産者の取組の見える化の促進 〔「見えるらべる」の浸透強化など〕

② 企業と農業団体・生産者との連携強化に向けたマッチング促進

③ “消費者市民”としての意識醸成による行動変容の促進

- 〔環境教育や食育の実施、エシカル消費の普及啓発など〕

健康にアイデアを

meiji