



生活者に誤解なく伝えるための環境コミュニケーション

～ 環境表示ガイドラインを踏まえたイオンの考え方と取り組み ～

2026年6月2日
イオン株式会社
責任者 サステナビリティ担当
渡邊 祐子

本日の位置づけ

本日のテーマ

イオンの環境活動の網羅的な紹介ではなく、それを「どう伝えるか」。

環境配慮の 取り組みを紹介する

商品・店舗・地域活動



≠

お客さまに 誤解なく伝える

対象・範囲・根拠を明確にした環境コミュニケーション





ガイドラインの要点

FACT

改定の概要

環境省は2026年3月31日に「環境表示ガイドライン」令和8年3月改定版を公表。主な対象は、自己宣言により、環境表示を行う事業者・事業者団体。

SCOPE

対象となる表示

製品・サービスの環境主張に加え、事業活動、イメージ広告、企業姿勢等に関する表示も適用範囲に含まれる。

POINT

実務への示唆

あいまいな表現を避け、対象・範囲・根拠を明確にした情報提供が求められる。

**イオンとしては、お客さまが自ら理解し、判断できる
情報提供の精度を高める機会と受け止める**

出典：環境省「環境表示ガイドライン」の改定について(2026年3月31日)、環境省「環境表示ガイドライン」令和8年3月改定版

イオンの事業特性

イオンは生活者との接点が多く、発信の影響範囲が広い

商品



パッケージ
店頭POP
販促物

店舗



売場表示
資源回収
地域活動

Web・広報



公式サイト
ニュースリリース
広告

グループ



多様な事業会社
多様な接点
多様な表現

わかりやすく伝えることと、
誤認を招かない正確な情報提供の両立が求められる

日々の買物の中で伝わる表現でありながら、根拠と範囲を明確にする

わかりやすさ

お客さまが日々の買物の中で理解できる表現にする

正確性

対象範囲、根拠、表示内容を確認する

継続性

一過性の訴求ではなく、事業活動の中で継続する取り組みとして伝える

「わかりやすいが正確でない」「正確だが伝わらない」の
どちらにも偏らないことを重視

商品・調達領域

例:オーガニック/MSC/ASC/FSC/RSP0/フェアトレードなどの第三者認証および自社基準によるもの

POINT

伝え方のポイント

- ・認証・方針・対象商品に基づき、根拠を示しながら説明できる
- ・生活者の商品選択と直接つながる
- ・商品表示、Web説明、店頭訴求など複数の接点で伝えられる

CASE

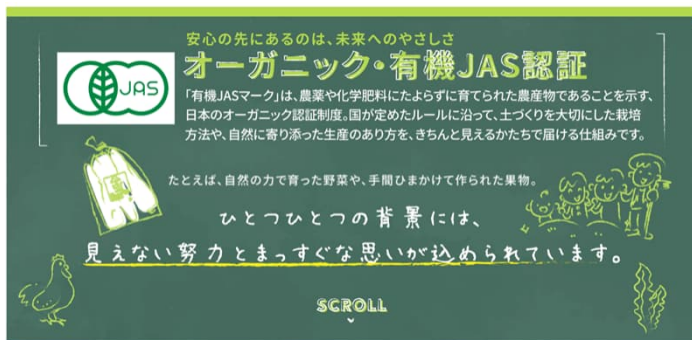
例示できる領域

- ・「環境にやさしい」ではなく、配慮の内容を具体化
- ・どの原材料・認証・調達範囲に関する表示かを明確にする
- ・認証マークの意味を補足し、判断材料として示す

ISSUE

課題

- ・認証がある
=商品全体が環境に完全によいとは言えない
- ・原材料、包材、製造、輸送など、対象範囲の切り分けが必要
- ・生活者に伝わる短い表現と、正確な説明の両立が難しい



店舗・資源循環領域

「回収しています」から、「循環の形をどう伝えるか」、へ

POINT

伝え方のポイント

- ・店舗を「資源を集め、循環させる拠点」として伝える。
- ・回収後の用途や循環の流れを示せる取り組みは、お客さま参加型の環境コミュニケーションとして説明する。

CASE

例示できる領域

- ・店頭資源回収、ボトルtoボトル、食品トレー・紙パック等の回収、地域単位の循環モデル。

ISSUE

課題

- ・「リサイクルしています」だけでは回収後の流れが見えにくい。
- ・店舗・地域によって対象や運用が異なる場合、全国一律のように見せない注意が必要。



対象商品 オーガニック お茶各種

R リサイクル
Recycle

リサイクル原料の使用

ボトルにイオンの店舗で回収したリサイクル原料を100%使用。

R へらす
Reduce

バイオマス原料の使用

ラベルに植物由来のバイオマス原料を10%使用。バイオマス由来の成分を含むインキを使用。

ほうじ茶は
こちら

緑茶は
こちら

ルイボスティー
はこちら

玄米茶は
こちら



店舗・地域/生物多様性領域

「どれだけの期間、何本植えたか」から、「森の価値をどう伝えるか」へ

POINT

伝え方のポイント

「生物多様性に貢献」といった抽象表現だけでなく、活動の目的、実施場所、関係者、継続性、調査・可視化の考え方とあわせて伝える。

CASE

例示できる領域

イオン ふるさとの森づくり、生物多様性保全、地域との連携、アプリを活用したいきもの調査、森の価値発信。

ISSUE

課題

「生物多様性に貢献」と言う場合、何をもって貢献とするかの説明が必要。植樹本数だけでは、自然の回復・再生を示す根拠としては不十分。

イオン ふるさとの森づくり

新店の開店時に、地域に自生する樹種を地域のお客さまとともに植え、育てる活動



いきもの調査

成長した森の価値や、地域における生物多様性への貢献を可視化する取り組み



発信

活動実績とデータに基づき、企業姿勢を誤認なく伝える



環境表示における課題/実務上の論点

- **表現**が抽象的になりすぎていないか
- 対象**範囲**が明確か
- **比較**対象・比較条件が明確か
- **根拠**資料や算定方法を確認できるか
- 関係部署の確認内容と**整合**しているか

抽象表現をどう具体化するか	「環境にやさしい」「サステナブル」などを対象と根拠を伴う表現に置き換える。
対象範囲をどう明確にするか	商品全体か、原材料か、包材か、店舗運用か。どの範囲の主張かを切り分ける
根拠情報をどう示すか	認証、数値、方針、調査結果などを、生活者が理解できる形で補足する
グループ内でどう揃えるか	多様な事業会社・店舗・媒体で、表示・発信の質をどう担保するか、確認プロセスが必要。

生活者に伝わる言葉と、正確な説明を、「どう両立させるか」が鍵

環境への取り組みを「伝える」責任と、 「誤解なく伝える」責任の双方を意識する



イオンは、生活者に近い企業として、環境コミュニケーションの質を高めてまいります



イオン株式会社 責任者 サステナビリティ担当 渡邊 祐子
役割：環境軸でイオンの企業価値を高めること



(略歴)

1995年4月 ジャスコ(株)入社 大分フォーラス

2003年9月 イオン(株) SCリーシング部

2012年9月 イオンモール(株) 新店リーシング部

2014年8月 イオンモール(株) レイクタウン特命担当

2015年4月 イオンモール(株) 北関東・新潟リーシング部長

2021年3月 (株)OPA 代表取締役社長

2025年3月 現職