

今後の施策の方向について

中小企業の環境報告について

中小企業の環境報告について

- （参考）本資料で引用したアンケートの概要

(社)西日本プラスチック製品工業協会 環境に配慮した経営と情報発信に関するアンケート調査	
調査対象(調査票送付対象)	(社)西日本プラスチック製品工業協会会員
調査標本数(有効回答数)	回答数 : 130社
調査期間	2010年11月

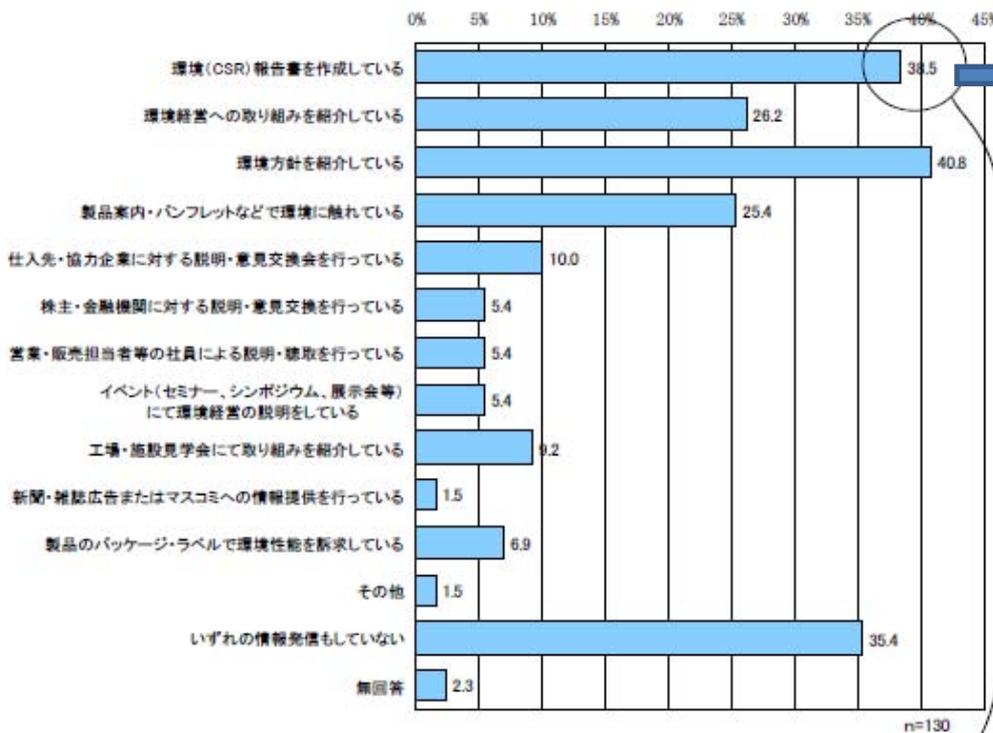
環境経営学会、カーボンマネジメント推進委員会 21世紀金融行動原則の署名機関中小企業の環境経営促進に関するアンケート調査	
調査対象(調査票送付対象)	21世紀金融行動原則の全署名183機関(発送当時)
調査標本数(有効回答数)	郵送発送、メール・ファックス回収64機関(回収率35%)
調査期間	平成24年11月

環境報告書の作成と公表

(環境に配慮した経営と情報発信に関するアンケート調査より)

- 「環境(CSR)報告書を作成している」企業は38.5%
そのうち、ホームページで環境報告書を公開している企業は6.0%(全体では2.3%)であり、“環境報告書は作成しているが公開はしていない”という企業が少なからず存在する。
- 情報発信において最も重視するステークホルダーは顧客であるとの回答が85%であることから、報告書は一般に公表せず、第2者までの公表を行っている可能性があることが示唆される。
- 環境経営について「いずれの情報発信もしていない」企業は35.4%

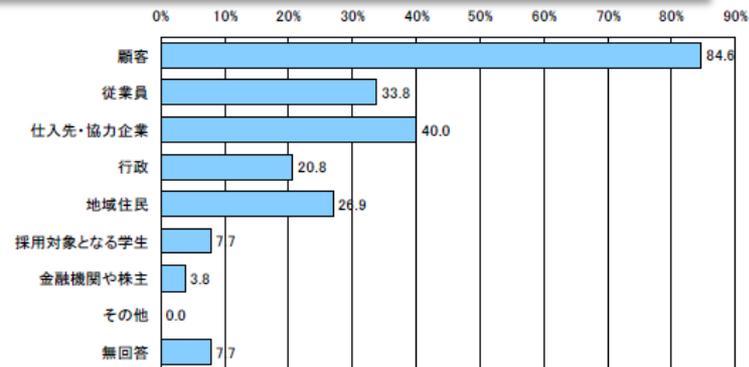
環境経営についての情報発信状況 (n=130)



環境(CSR)報告書のHPでの公開状況 (n=50)



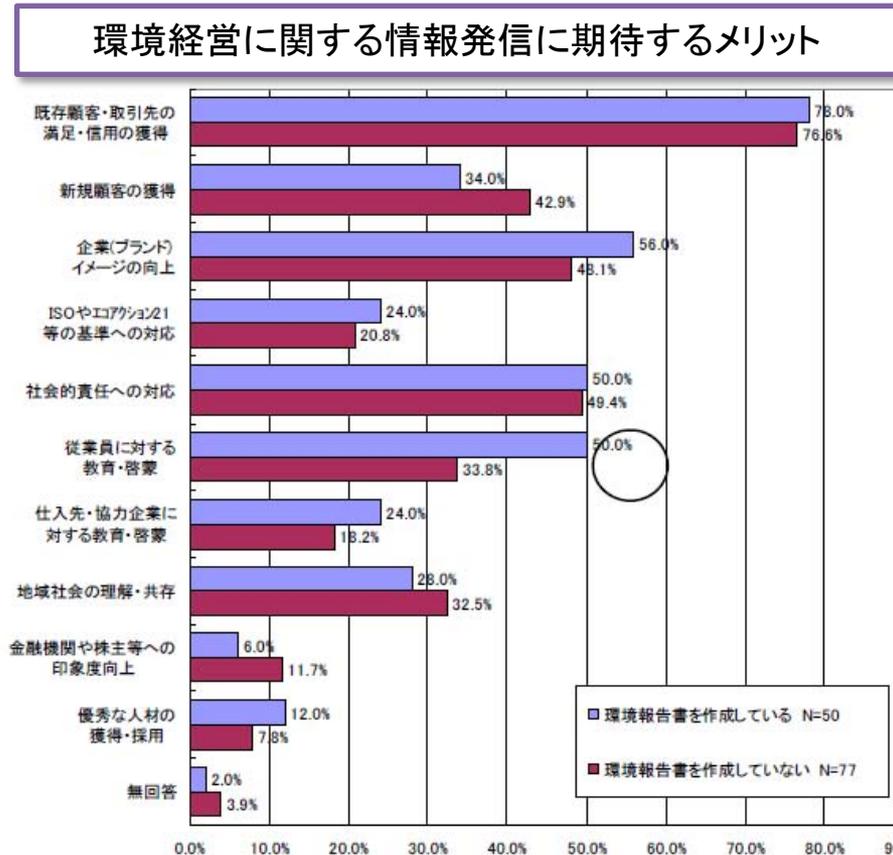
環境経営に関する情報発信において最も重視するステークホルダー (n=130)



環境情報の発信に期待するメリットと課題 (1)

(環境に配慮した経営と情報発信に関するアンケート調査より)

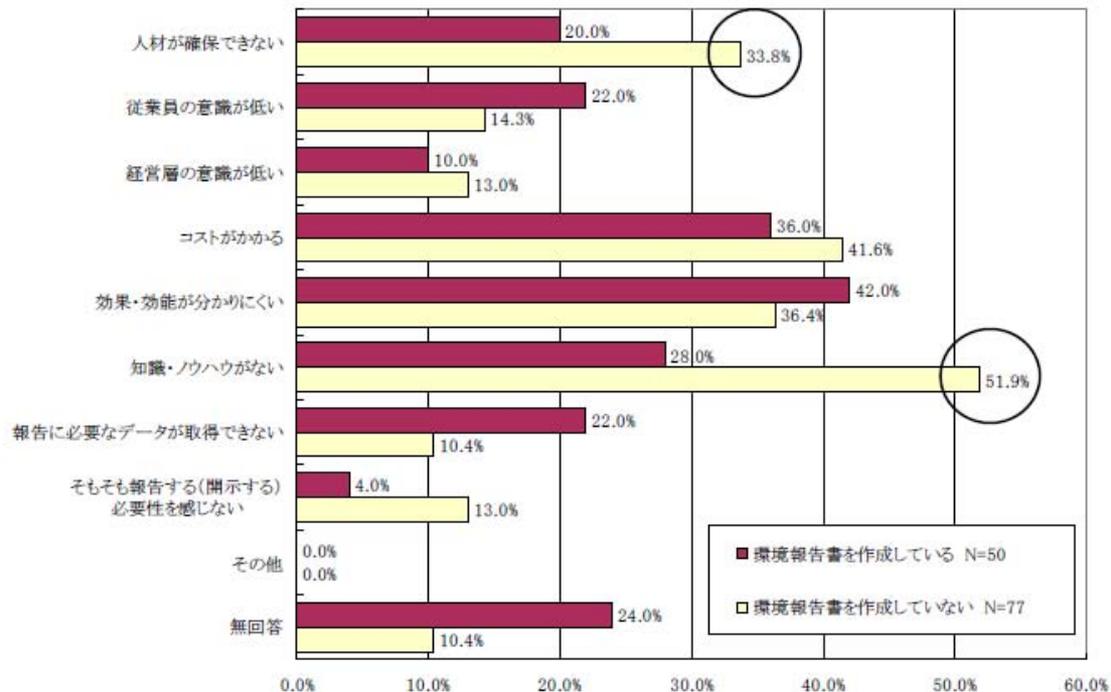
- 環境情報開示を行うメリットとしては、既存顧客・取引先の満足・信用の獲得が報告書の作成・未作成企業ともに最も高く、サプライチェーンの中での要請がもっとも重視され、報告作成の動機となると考えられる。
- ついで企業(ブランド)イメージの向上や社会的責任への対応および従業員に対する教育・啓蒙が続く。
- 従業員に対する教育・啓蒙への期待が作成していない企業に比べて作成している企業が大きく高いことから、情報発信結果の効果として期待が高い機能ととらえることができる。
- 金融機関や株主に対する効果はあまり期待されていない。



環境情報の発信に期待するメリットと課題（2） （環境に配慮した経営と情報発信に関するアンケート調査より）

- 環境報告書を作成していない企業にとっては、「知識・ノウハウがない」「コストがかかる」「効果・効能がわかりにくい」といった回答が高い。
- すでに作成している企業の約4割が「効果・効能がわかりにくい」と課題を感じている。ついで作成コストが課題となっている。
- ただし、作成のメリットに対しては70%をこえた回答もあったことから、課題よりもメリットの認識が高いとみることができる。

環境経営に関する情報発信を行うにあたっての課題



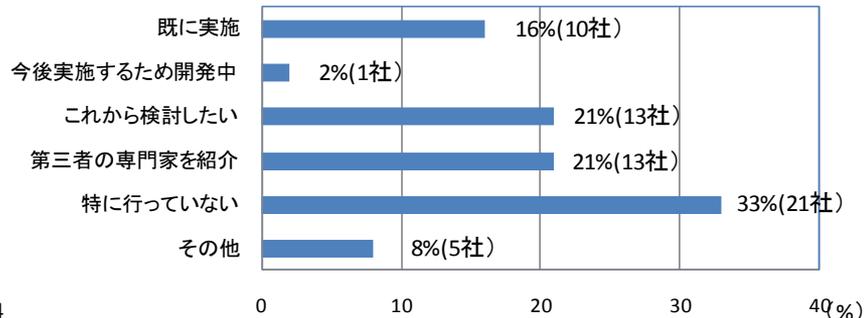
金融機関の中小企業への環境配慮活動推進の取り組み ～「中小企業の環境経営促進に関するアンケート調査」より～

- 投融資先に環境経営のアドバイスやコンサルを行う金融機関は2割未満だが、今後検討したい機関も2割。
- 金融機関自身のEMS導入は6割を超える一方で、その中小企業版であるエコアクション21導入支援や環境経営支援を行う金融機関は1～2割にとどまっている。

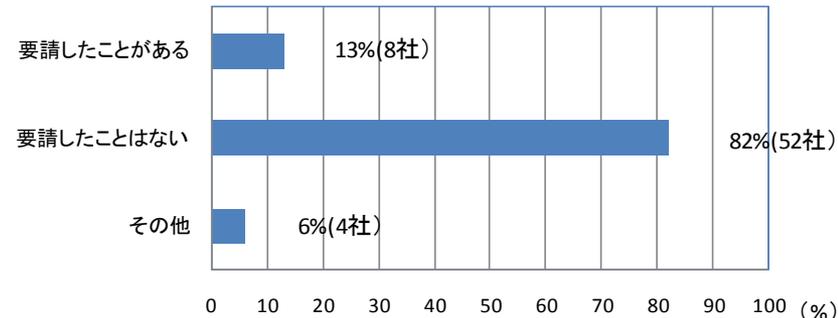
投融資先に対する環境経営のアドバイス・コンサルティングの実施(再掲)

投融資先や取引先へのエコアクション21の認証要請

投融資先の環境経営へのアドバイス・コンサルティング



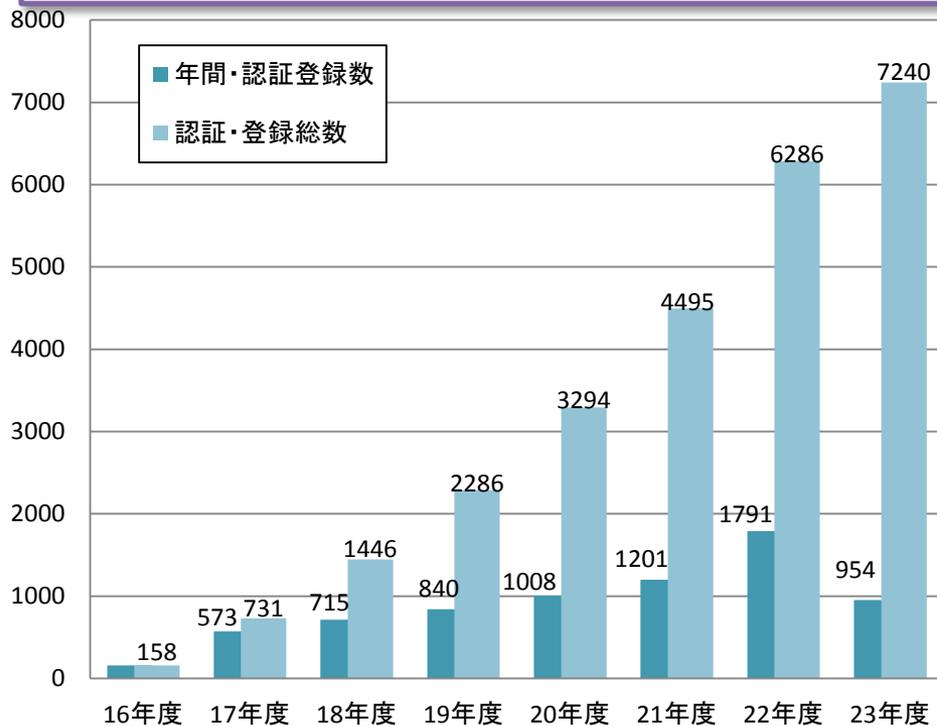
投融資先や取引先へのエコアクション21の認証要請



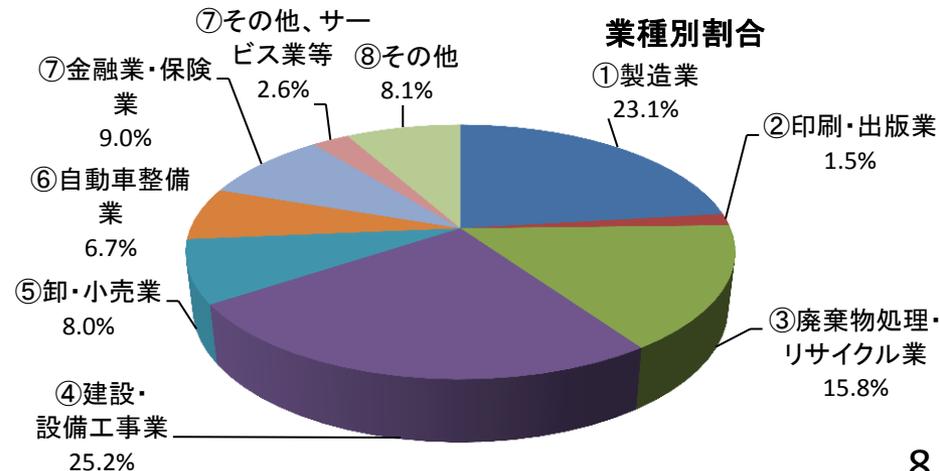
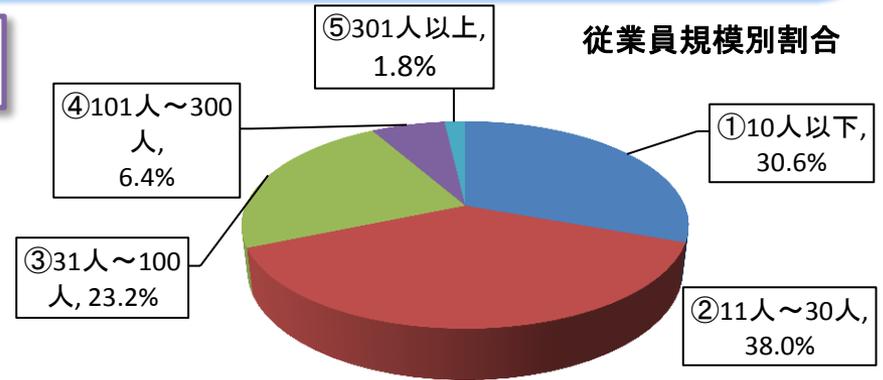
- 事業者の環境への取組を促進するため、ISO14001を参考に環境省が策定した、中小事業者等でも取組やすい環境経営システム
- 温室効果ガス・廃棄物・水の排出量及び化学物質使用量の管理・削減、グリーン購入、本業での環境配慮等、必要な環境への取組を規定
- 環境活動レポートの作成・公表を通じ、環境コミュニケーションにも取組(体制整備～把握・評価～公表の仕組みを備える)

※ 第三者がガイドラインに適合していることを認めることにより、社会的な評価や信用を得られるようにする仕組みとして、「エコアクション21認証・登録制度」がある。(一財)持続性推進機構が自主事業として運営)

エコアクション21認証・登録の推移と現状



(出典)環境省ホームページ



バリューチェーンにおける環境負荷削減 の連携事例

ファーストリテイリング+東レ「ヒートテック」

- 「ステークホルダーと連携・協働しながら負荷削減に挑む」
 原材料調達の段階から最終商品になり、役割を終えてリサイクルされるまで責任を持つ観点で、商品が安全・快適な工場で、環境負荷の低い方法で生産され、適正な方法で販売され、有効にリサイクルされることが商品、企業の価値とする。
- その1つの例として、東レと「ヒートテック」を共同開発。同社におると、1億枚のヒートテックにより130万トンのCO2削減効果。

ユニクロ+東レのバーチャルカンパニー体制

1億枚のヒートテックがもたらす効果



【節電】 

58w/世帯 × 1,250万世帯 = 73万kw

- ・1億枚 ÷ [8枚/世帯] = 1,250万世帯
- ・暖房温度を1℃下げた場合、抑えられる消費電力は58w/世帯

※前提条件: 4家族/世帯、2枚/人

【CO2削減】 

13kg-co2eq /着・シーズン × 1億枚 = 130万トン

- ・室内暖房温度を下げてCO2排出量を削減
- ・ヒートテック1着が、杉の木1本分のCO2吸収量に相当

↓

森林面積に換算すると東京都2,186km²の
約1/2の面積に相当

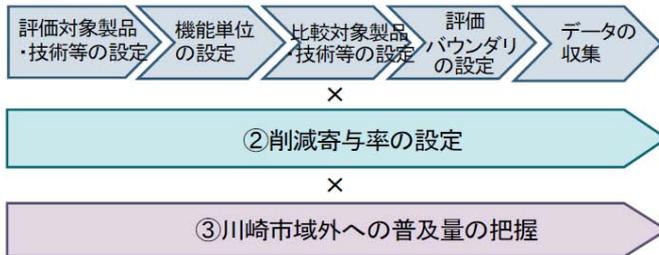
(出典)ファーストリテイリング CSRレポート 2012、http://www.fastretailing.com/jp/csr/report/pdf/csr2012_08.pdf
 「高度な繊維技術が可能にする「ヒートテック」・「ウルトラライトダウン」の優れた機能性について」東レ資料、
http://www.fastretailing.com/jp/ir/library/pdf/presen120926_uld.pdf

川崎市「域外貢献量算定ガイドライン」

- 川崎市地球温暖化対策推進基本計画（2011～2020年度）に基づき、「域外貢献量算定ガイドライン」を作成。
- ライフサイクル評価に基づく川崎市域外での正味の削減量を算定、域内の温室効果ガス排出削減量（2008年時点で13.9%、1990年比）にさらに域外を加え、域内外で2020年に削減量25%を目指す。

域外貢献量の算定方法概略

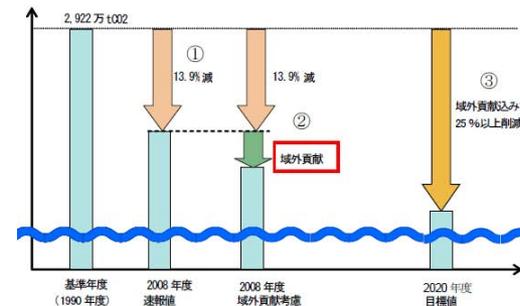
①ライフサイクル評価に基づく川崎市域外での正味の削減量



①×②×③

ある製品・技術による
域外貢献量

1990年度(基準年度)排出量に対する目標
▲25%以上達成の考え方



①2008年度時点の市内の温室効果ガス排出量
基準年度(1990年度)比で約13.9%削減

②これに域外貢献量を評価

→さらに削減量は増加する

③2020年度までに▲25%以上の削減を達成できるように、今後も取組を継続する

(出典)「域外貢献量算定ガイドラインの概要」川崎市、

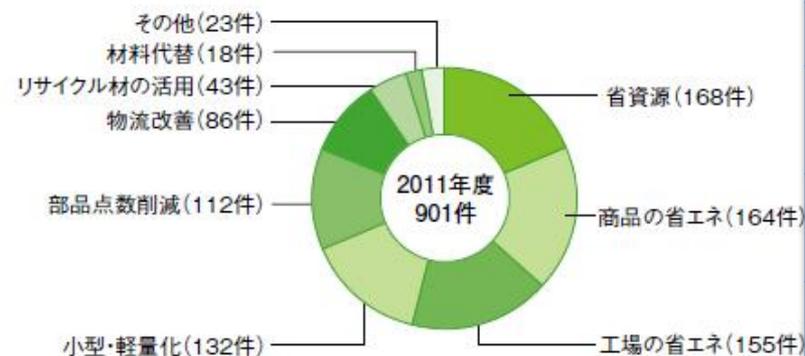
<http://www.city.kawasaki.jp/templates/press/cmsfiles/contents/0000022/22558/item11079.pdf>

パナソニック「ECO・VC活動」

- 購入先とパナソニックが一体となって「コスト合理化」「CO2削減」「再生資源の活用」「投入資源の削減」「商品力強化」の活動を推進し、地球環境に貢献する主旨で、パナソニックグループが購入する部品・部材について、コスト合理化、CO2削減、再生資源の活用、投入資源の削減、商品力強化を実践し、その成果事例を提案公募型で募集。
- 優秀事例については、「パナソニック エクセレント パートナーズ ミーティング」で表彰し、成果を共有。

提案件数とその内容

■購入先様からの提案件数(内容別)



提案による環境側面の成果

項目	2009年度	2010年度	2011年度
提案件数	512件	668件	901件
提案によるCO ₂ 削減量	2万9,000トン	16万3,000トン	32万3,000トン
提案再生資源活用量	—	1万1,612トン	1万6,521トン
提案による投入資源削減量	—	1万2,311トン	1万6,231トン

Walmart / The Sustainability Consortium / Sustainable Product Index

- ウォルマートが発起人となり、世界規模の「製品のサステナビリティインデックス」の開発を行う目的で、2009年7月にTSCを立ち上げ。
- 同社と取引のあるサプライヤー10万社に対し、CSR質問票を送付、サステナビリティ診断を実施。
- 現在は大学と約80のグローバル企業や政府機関が参加し、各製品セクターでのライフサイクルにわたる持続可能性の測定および報告システム(SMRS)や関連ITツールの開発を実施。
- 最終的には消費者向けに製品のサステナビリティに関する情報を簡単なレーティングで表示するもの。
- 持続可能性測定は、製品ライフサイクルに関して、複数の環境影響(CO2以外を含む)および社会影響についても対象としている。
- 2011年までに6の製品カテゴリーで詳細な評価を実施、2012年には100カテゴリまで拡大予定。



<TSCメンバー(一部抜粋)>

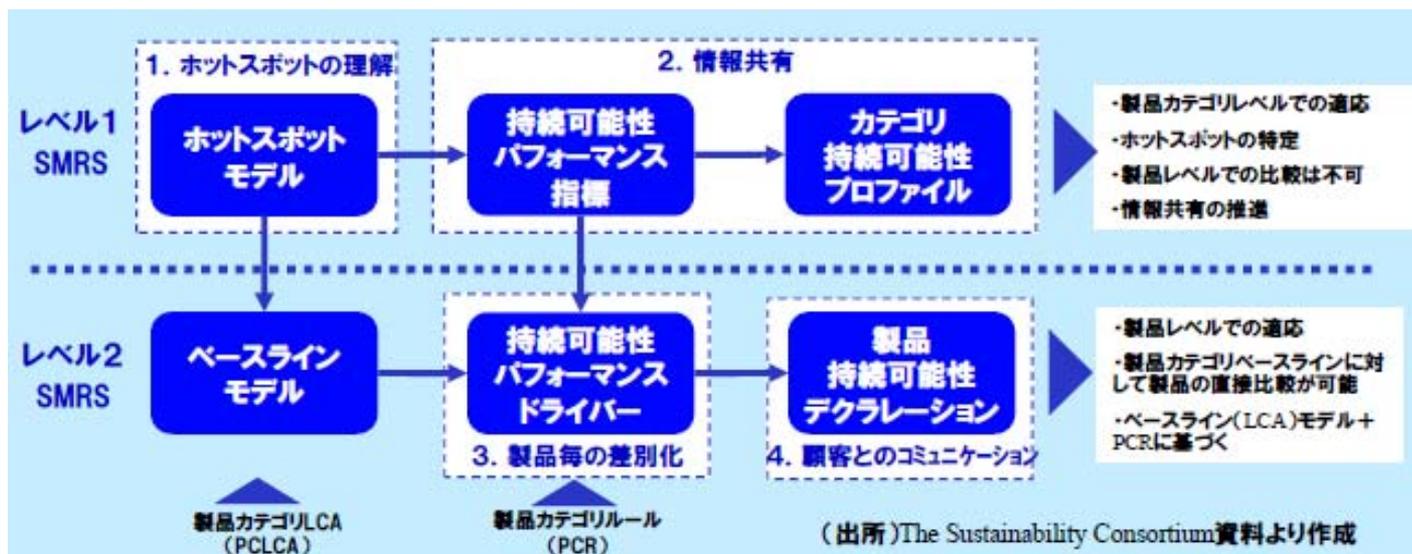
出典: <http://www.sustainabilityconsortium.org/members/>

Walmart / The Sustainability Consortium / Sustainable Product Index

- SMRSは、LCAを基礎とする製品の持続可能性測定・報告標準で、製品カテゴリ特有の報告すべき影響エリアや、収集データおよび収集方法と報告方法についての基準等が含まれ、2段階で実施される。

レベル1: ホットスポット(主要な社会・環境影響のあるライフサイクルエリア等)の特定を目的とした評価が実施され、製品カテゴリ毎のカテゴリ持続可能性プロファイル(改善機会に関する洞察等)を策定。

レベル2: 自社製品の差異を入力し、持続可能性パフォーマンスドライバー(削減に関連する指標等)特定を得て、製品比較が可能な製品別の持続可能性デクラレーションを策定。



Nestlé(スイス):環境マネジメントシステム(1995年)、持続可能な環境方針(2008年)

- 1991年に「ネスレの環境方針」を発行、さらに1995年には「ネスレ環境マネジメントシステム(“Nestlé Environmental Management System”=NEMS(ネムズ))」を確立。現在、NEMSは更新されて国際規格ISO14001(2004年版)に完全に対応。
- さらにスイス本部は2008年に「ネスレの持続可能な環境方針」を発行し、それに応じてネスレ日本(株)は2009年に「ネスレ日本グループの持続可能な環境方針」を確立

P&G:サプライヤー格付け(2010年5月～)

- 持続可能性スコアカードでサプライヤーの環境パフォーマンスを5段階に格付
- 調査項目はエネルギー、水、廃棄物、温室効果ガス
- サプライヤーに革新的な環境負荷低減策を促し、効率的な連携を図る
- 格付けは将来のサプライヤー選定に利用

BT:気候変動調達(2011年3月)

- サプライヤー6,000社にカーボンフットプリントの算定・報告・削減を要請する調達方針
- 2012年中盤には全サプライヤーが規制対象

Dow Chemical:サプライヤー事業活動コードを制定(2011年4月)

- 適用法令と国連グローバルコンパクトの遵守を要請

施策の方向性について

～環境報告の量と質、利用促進～

今後の施策案について、

- ・過去の検討委員会の議論
- ・委員へのアンケート

から整理。

◎・・・環境報告の量、○・・・環境報告の質、☆・・・利用促進

施策の方向性について

(環境報告の施策)

大企業への施策

➤ 大企業に関する規制等について

◎規制なのか自主管理か、ベストミックスといった議論の前に、どのような社会にしたいのかゴールイメージを持つことが必要。(実平委員)

◎上場企業並びに一定規模以上の企業には、少なくとも告示の記載事項等について環境報告書の作成を強制とする(全面義務化するか、作成は努力義務としながらも、作成しない企業は必ず作成しない理由を公表させる等)(市村委員)

◎上場や財務報告について、一定の義務又は責務として位置づけを法的に明確化(佐藤委員)

◎report or explain原則による開示の義務化の検討。上場会社に環境報告書の作成を義務付ける。(上妻委員)

◎2015年度には環境報告書の義務付けとする。(上場企業および売り上げ500億円以上、またグローバルな売り上げが2割以上の企業など)(藺田委員)

◎公共調達における提出義務付け(後藤委員、上妻委員)

◎「持続可能な社会の形成に向けた金融行動原則」にサインした金融機関に関しては、サイン後の1年以内に「行動計画の提出と2～3年以内には、環境・CSR報告書の提出を義務付け(藺田委員)

◎マスコミ・メディア関連企業向けには「持続可能な社会の形成に向けたメディア行動原則」を作成し、同様に推進策(義務化)(藺田委員)

◎作成企業と未作成企業の差別化になる情報の発信(例:上場企業については、作成企業ではなく、未作成企業リストの公開など)(稲葉委員)

○告示にある記載事項等を段階的にレベルアップしていく(市村委員)

☆社内への浸透も同時に義務化(藺田委員)

☆この企業にぜひ報告書を出してほしいという要望をWEBで募り、社名を公表する仕組み(藺田委員)

☆NPOによる環境報告書ランキングの公表

⇒ 大企業に対してより強く環境報告を求めていくべきか?

施策の方向性について

(環境報告の施策)

大企業への施策

➤ 開示情報について

- 一般企業または産業別のKPIに関するガイダンス等を策定し、定量情報の開示スキームを確立(上妻委員)
- KPIのガイドラインのような指標に集約(國部委員)
- 環境報告(要約版)(案)をベースとする投資家向けの記載事項・内容の検討(投資実務家によるワーキンググループなど)(荒井委員)
- 統合報告を踏まえた環境報告書開示の在り方の検討(國部委員)
- マルチステークホルダー向けの情報開示の在り方の検討(後藤委員)
- 資源生産性指標を中心に、指標が展開できるような枠組みと指標の改善に対する経済的な支援(國部委員)
- 環境会計(リスク情報)と環境管理会計(コスト対効果)を区分し再体系化(國部委員)
- ☆KPIについてのICT利用(KPIはカーボンから順次拡大)(後藤委員)
- ⇒ リスク情報も含めて、業種別特性に応じた重要な情報(KPI含む)の開示をどう促進するか？

➤ 投資家等向け環境情報の開示プラットフォームについて

- ☆投資家向けの環境報告書の数値情報の提供の在り方としてICT利用(XBRL)(後藤委員)
- ☆文章であっても、比較できる枠組みが必要。(荒井委員)
- ☆きちっとしたデータベースが出来れば、投資家は投資選別に使いやすくなる。プラットフォームに載せることが非常に重要。(荒井委員)
- ☆標準フォーマット(重要な情報、信頼性への取組等)を用いたデータベースの構築及びポータルサイトへの掲載(環境省と経済産業省のポータルサイトの統合を含む)(稲葉委員)
- ⇒ 投資家等向け環境情報の開示プラットフォームの整備を如何に進めていくべきか？

施策の方向性について

(環境報告の施策)

中小企業の促進策

- ◎エコアクション21とは別に一般中小企業向けの環境報告ガイダンス(上妻委員)
 - ◎環境活動レポート作成支援ガイドラインの策定(後藤委員)
 - ◎環境報告書への記載内容の簡略化(稲葉委員)
 - ◎中小規模事業者に対する情報開示インセンティブ策の拡充(上妻委員)
 - ◎公共調達における環境報告書作成企業の優遇(上妻委員)
 - ☆エコに貢献する事業をバックアップする税制、特区、地方自治体によるサポートの検討(荒井委員)
 - ☆中小企業には環境管理会計の導入によって、コスト効果の高いところから活動を実施することが望ましいので、この面での施策が必要(國部委員)
 - ☆エコステージなどの民間の行うエコアクション21と同様の取組のサポート、共同活動(荒井委員)
 - ☆環境配慮型の事業活動の先進事例の紹介と奨励の拡大(荒井委員)
- ⇒ 中小企業の環境負荷低減と環境報告をつなぐために、インセンティブとして必要な施策は何か？

(環境報告の信頼性に関する施策)

再掲(前の議題として議論)

- 「審査」「独立した立場」「審査に従事するものの資質の向上」の内容の明確化(市村委員)
- 信頼性の付与に関するガイドラインの作成(市村委員)
- J-SUSのような既存審査制度を促進するために、審査コストや管理事務負担の低減について検討(上妻委員)
- 第三者評価の標準化、簡便化、低価格化(後藤委員)
- 今後の方向として、統合報告書に対する監査義務化、売り上げ上位企業の環境報告書監査義務化(後藤委員)
- 信頼性の保証指針の明示(國部委員)

施策の方向性について

(持続可能な消費と環境報告に関する施策)

- ◎ ☆持続可能な消費を促進するための要綱を環境配慮促進法にも盛り込み(藺田委員)
 - ☆サプライヤーと協力して負荷低減することが、日本経済においてもグローバルにおいても非常に重要。(國部委員)
 - ◎ ☆大企業から一次納入先、その納入先へとカスケード的に環境報告を活用していくために、CSR調達、グリーン調達での利用を考えていくべき。(後藤委員)
 - サプライチェーンを含めた活動、情報開示を検討(上妻委員)
 - バリューチェーンでの環境配慮を必須開示項目に(後藤委員)
 - ☆CO2だけでなく、資源やコストなど総合的に評価できる指標を作って、グリーンサプライチェーンを構築する支援(認定制度、貿易優遇措置など)をすることが必要。(國部委員)
 - ☆フォーマットの共通化、比較可能性は重要。ECの環境フットプリントは比較可能性を追求すると明確に言い始めている。(稲葉委員)
 - ☆マルチ指標タイプの環境ラベルを中心とした環境フットプリントラベル制度の創設(上妻委員)
 - ☆環境ラベルの付与された製品へのインセンティブ策(上妻委員)
 - ☆環境税の活用等によるエコポイント制度等の有効活用継続(後藤委員)
 - ☆グリーン購入法特定調達物品基準にLCAに基づく定量情報基準の採用(稲葉委員)
 - ☆グリーン製品を普及させるための製品の紹介を促す情報提供の仕組み(荒井委員)
 - ☆国民の環境・CSRリテラシー向上のための国民対策室の設置(藺田委員)
- ⇒ バリューチェーンにおける環境負荷低減を強く進めるために特に有効な施策は何か？

施策の方向性について

(持続可能な金融と環境報告に関する施策)

- 金融行動原則を実効性のあるものとするために、ワーキング・グループ(部会)での検討(荒井委員)
 - 地方銀行による取り組みを進める検討と支援(荒井委員)
 - ◎既存の施策の中での環境情報の提供に関する要件の追加(例:金融行動原則に署名する金融機関や、環境配慮型経営促進事業に係る利子補給事業に応募する金融機関に環境報告書の作成を義務付ける等)(稲葉委員)
 - ☆株式市場における環境インデックスの導入(稲葉委員)
 - ☆環境配慮している企業の株を優先的に購入するなど支援する仕組みづくり(後藤委員)
 - ☆日本のエコ技術を途上国で生かすために企業をサポートする施策(荒井委員)
- ⇒ 金融機関等が投融資先企業の環境報告作成・公表に貢献する特に有効な施策は何か？

(環境情報の開示基盤)

環境情報の開示基盤に関する留意事項

- 利用者毎に、利便性の高い開示基盤を整備する必要がある。(既存の開示基盤を有効活用)
- 有効な開示基盤は、情報利用の裾野を拡大する視点も重要。
- 定性及び定量情報が、関連付けられて開示される必要がある。
- ICTの活用により、情報の質(比較可能性など)及び情報の利便性(入手可能性・分析容易性)の向上が期待される。
- 信頼性は、社会ニーズと合致した保証水準が普及する必要がある。

開示基盤の在り方

- 多くの利用が見込まれること
- 重要な情報に容易にアクセスできること
- グローバルな開示基盤との整合性
- 企業の努力を評価できること
- 企業が過大な負担なく開示できること など

具体的な事業の例

- 既存の開示プラットフォームの利用
- 重要な開示項目に関する簡易フォーマットによる開示
- 政策推進との関連付け(例、目標や指標のモニタリング)
- 環境金融と環境報告の連携策(特に中小企業へのインセンティブ付け)

参考：現在の主な施策

（環境報告の促進策）

- ・ 環境報告ガイドライン2012年版の策定
- ・ 環境会計ガイドライン2005年版の策定
- ・ 環境コミュニケーション大賞及びシンポジウム
- ・ 環境経営・環境報告等のポータルサイト
- ・ 「記載事項等に関する手引き」の策定
- ・ 「信頼性に関する手引き」の策定
- ・ エコアクション21ガイドラインの策定・促進
- ・ 中小企業向け環境経営ポータルサイト

（環境報告の信頼性に関する促進策）

- ・ 「信頼性に関する手引き」の策定

（持続可能な消費に関する促進策）

- ・ グリーン購入の促進
- ・ 製品表示ガイドライン

（持続可能な金融に関する促進策）

- ・ 持続可能な社会の形成に向けた金融行動原則（事務局）
- ・ 環境配慮型経営促進事業に係る利子補給事業
- ・ 家庭・事業者向けエコリース
- ・ エコファースト制度