

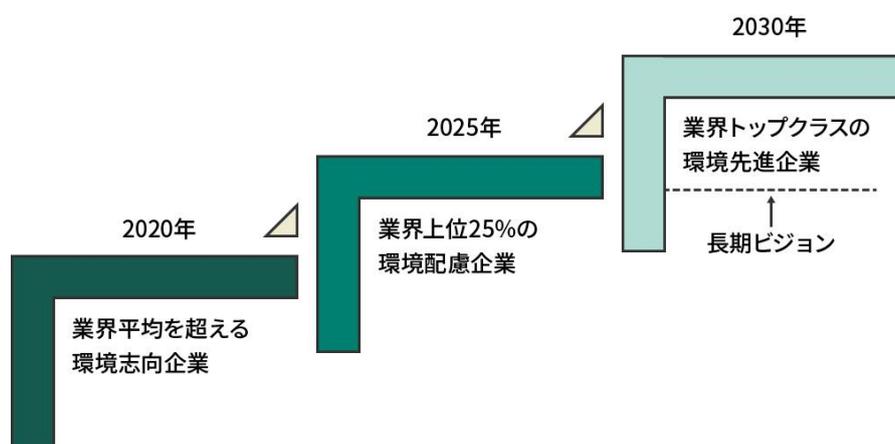
7. 長期ビジョン

- ✓ 持続可能な社会の実現に向けて、社会環境が次第に変化する中で、事業者が持続的に発展しようとするれば、持続可能な社会に適合的なビジネスモデルの確立が必要です。重要な環境課題への対応は、この長期間にわたる、ダイナミックな環境変化の過程で行われるため、事業者は、長期ビジョンで将来的に「ありたい姿」を示し、それを基点にして取組の適切性を評価するとともに、その方向性についてステークホルダーの理解を得ます。

長期ビジョンの意義

- ✓ 長期ビジョンとは、事業者が組織全体で共有する事業者の将来像（ありたい姿）であり、重要な環境課題に関する取組の基本的な方向性を示す指針となるものです。
- ✓ 長期ビジョンで明示した事業者の将来的な「ありたい姿」を目標にして、そこへ至る道程の中に、組織的には各事業部門や個々の従業員が現在果たすべき役割または行うべき活動を位置付け、時間的にはその目標点に向かって中期計画等に盛り込むべき中間的・段階的な目標を設定します。こうして組織全体で活動を積み上げて長期的に「ありたい姿」の実現を目指します。

図表 1 長期ビジョンの達成プロセス（イメージ）



- ✓ 長期ビジョンには、事業者の重要な環境課題ごとに、テーマ別の「ありたい姿」を設定することが可能です。例えば、長期ビジョンが「持続可能な社会における持続的発展」である場合、気候変動に関しては「バリューチェーン全体での脱炭素化」、廃棄物に関しては「グループ全体でのゼロエミッション化」のように、テーマ別に将来像を設定するケースです。このような場合は、基本となる長期ビジョンとテーマ別の長期ビジョンが整合的でなければならない、相互に関連付けられていることが重要です。
- ✓ 長期ビジョンの設定期間は、専ら事業者が業種、業態、事業規模等を勘案して決定しますが、その性格上、少なくとも10年間は展望できることが望ましく、可能な限り2030年から2050年までの期間を展望できるように設定することが望まれます。

- ✓ 2030年や2050年を設定期間とした将来像が必要になる場合があります。例えば、パリ協定の履行に向けた日本の約束草案では、温室効果ガスの削減目標を、2030年度に2013年度比で26%減と定めていますが、事業者の削減目標も約束草案に連動させることによって、2030年までを気候変動に関する長期ビジョンの設定期間とするような場合です。
- ✓ また、SBT (Science-based Targets) イニシアチブのように、事業者の属する業界や国の政策に関わらず、科学的根拠に基づいて長期ビジョンを設定する場合があります。
- ✓ 長期ビジョンには必ずしも具体的な目標や定量的な目標が組み込まれている必要はありません。抽象的なイメージや定性的な目標であっても、事業者が組織全体で共有できるものであり、そこへ到達するために何をすればいいのかを容易に理解できるものであれば、長期ビジョンとして問題ありません。
- ✓ 長期ビジョンに定量的な目標が組み込まれている場合は、その設定期間に適度な中間目標を配置し、長期ビジョンへの到達状況を理解しやすくする工夫が望まれます。
- ✓ 長期ビジョンや中間目標は、社会の変化に応じて見直すことが必要です。事業者が自ら設定する期間ごとに定期的な見直しを行う場合もあれば、社会的な注目を集める新たな知見や出来事に応じて見直しが求められる場合もあります。

長期ビジョン情報の必要性

- ✓ 長期ビジョンは事業者の重要な環境課題に関する取組の基本的な方向性を示す指針なので、その情報が欠落すると、事業者が持続可能な社会への移行プロセスにおいて、どの方向に進もうとしているのかを伝えられなくなり、環境報告の有用性は著しく損なわれます。
- ✓ また、長期ビジョンは、経営責任者のコミットメント、ビジネスモデル、戦略、重要な環境課題の取組内容等の妥当性を評価する上での基点となるので、長期ビジョン情報が提供されないと、環境報告の利用者はそれらの妥当性を判断することが困難になります。

報告事項

長期ビジョン … ①

- ✓ 事業者が設定した長期ビジョンを記述します。
- ✓ テーマ別の長期ビジョンが設定されている場合は、基本的な長期ビジョンとテーマ別の長期ビジョンを相互に参照できるように説明し、それらの関係についても言及します。
- ✓ 長期ビジョンの設定期間に中間目標が配置されている場合は、図示等の視覚的な方法等により、長期ビジョンと中間目標の関係がわかるように説明します。

開示例

- ・当社の長期ビジョンは、20年後の20XX年までに「持続可能な社会に適応しつつ、自らも持続的な成長を遂げられる企業」を目指すことであり、温室効果ガスの基準年度比30%減を目標に組み込んでいます。
- ・長期ビジョンの実現に向けて、持続可能な社会に適合するビジネスモデルへの転換も遂行します。
- ・温室効果ガスの削減目標は、バックキャストिंगの手法で、長期ビジョンの設定期間における中期CSR計画（期間4年）に反映されており、各中期CSR計画の最終年度に中間目標が設定されています。

図表 長期ビジョンの目標と中期CSR計画



□ 長期ビジョンの設定期間 … ②

- ✓ 事業者が決定した長期ビジョンの設定期間を記述します。これは、現在からスタートして、長期ビジョンの「ありたい姿」を達成する期限までの期間です。
- ✓ ただし、達成期限そのものを示す方が設定期間をイメージしやすいことがあります。その場合は、設定期間の代わりに達成期限を開示する方法を選択することができます。例えば、2021年から10年間を長期ビジョンの設定期間する場合に、長期ビジョンの達成期限である2030年を設定期間に代えて開示する方法です。
- ✓ 設定期間と達成期限のどちらを採用するかは、事業者がわかりやすい方を判断して決定します。

開示例

・長期ビジョンの設定期間は10年で、20XX年を長期ビジョンの達成期限としています。

□ その期間を選択した理由 … ③

- ✓ 事業者がその期間を長期ビジョンの設定期間として選択した理由を説明します。

開示例

当社は長期ビジョンと中期経営計画（1期4年）を連動させており、3期分の中期経営計画を長期ビジョンの設定期間（12年）としています。

参考になる事例

事例1 富士フィルムホールディングス株式会社

② 設定期間

富士フィルムグループは、2017年8月にCSR計画「Sustainable Value Plan(サステナブル・バリュー・プラン) 2030(SVP2030)」を発表しました。これまでの中期CSR計画と違い、2030年度をゴールとする長期目標を設定した点が大きく、富士フィルムグループは、この長期目標を達成するために、持続的に発展していくための経営の根幹をなす計画です。富士フィルムグループは、最先端技術・製品・サービスの提供などで、事業活動を通じた社会課題の解決により、社会課題の解決に貢献する企業を目指します。

① ビジョン

SDGs SVP2030 スローガン & 重点課題

- 環境**
 - 自らの環境負荷を削減すると共に環境課題の解決に貢献する
 - 重点課題
 1. 気候変動への対応
 2. 資源循環の促進
 3. 脱炭素社会の実現を目指したエネルギー転換への対応
 4. 製品・化学物質の安全確保
- 健康**
 - ヘルスケアにおける予防・診断・治療プロセスを通じて健康な社会を作る
 - 重点課題
 1. アンメットメディカルニーズへの対応
 2. 医療サービスのアクセス向上
 3. 疾病の早期発見への貢献
 4. 健康増進、美への貢献
 5. 健康経営の推進
- 生活**
 - 生活を取り巻く様々な社会インフラをハード、ソフト、マインドの面から支える
 - 重点課題
 1. 安全、安心な社会づくりへの貢献
 2. 心の豊かさ、人々のつながりへの貢献
- 働き方**
 - 自社の働き方改革を、誰もが「働きがい」を得られる社会への変革に貢献させる
 - 重点課題
 1. 働きがいにつながる環境づくり
 2. 多様な人材の育成と活用
- サプライチェーン**
 - 環境・倫理・人権等のCSR基盤をサプライチェーン全体にわたり強化する
 - 重点課題
 1. 働きがいにつながる環境づくり
 2. 多様な人材の育成と活用
- ガバナンス**
 - オープン、フェア、クリアな企業風土をさらに浸透させることで、ガバナンス体制を改善・堅持する
 - 重点課題
 1. 働きがいにつながる環境づくり
 2. 多様な人材の育成と活用

サステナブル社会の実現
Value from Innovation
FUJIFILM Sustainable Value Plan 2030

環境
健康
生活
働き方
サプライチェーン
ガバナンス

事業領域
イメージングソリューション
ヘルスケア&マテリアルズソリューション
ドキュメントソリューション

企業規範
企業理念・ビジョン・行動規範

CSR計画立案の背景と考え方
③ 期間の選択理由

長期目標の設定
昨今、持続可能な開発目標(SDGs※1)やパリ協定※2など、社会課題解決を目指した国際的な長期目標が相次いで発表されています。その中で、持続可能な社会を実現するための社会課題解決のプレーヤーとして、企業への期待がますます高まっています。今回のCSR計画「Sustainable Value Plan 2030(SVP2030)」では、こうした背景から、SDGsやパリ協定など、グローバルな社会課題解決に向けた目標達成への貢献を目指し、2030年度をターゲットとした長期目標を設定しました。

2014年度～2016年度の中期CSR計画「Sustainable Value Plan 2016(SVP2016)」では、CSRを法令順守という受け身ではなく、社会課題の解決と事業成長の機会ととらえ、「事業を通じた社会課題の解決」という目標を明確に宣言しました。その姿勢は、社外からも高く評価されています。しかし、「社会課題の解決」という大きな目標に対して、中期計画の3年という周期で成果を出していくことは簡単ではありません。そのため、今後の活動継続と同時に、目標設定の発想を転換する必要があると考えました。

SVP2030は長期計画としたことで、フォアキャスト(積み上げ方式)ではなく、未来のあるべき姿から落とし込んだバックキャストによる目標設定が可能となり、よりチャレンジングな施策も取り入れています。

また、グローバル企業として果たすべき社会的責任を明

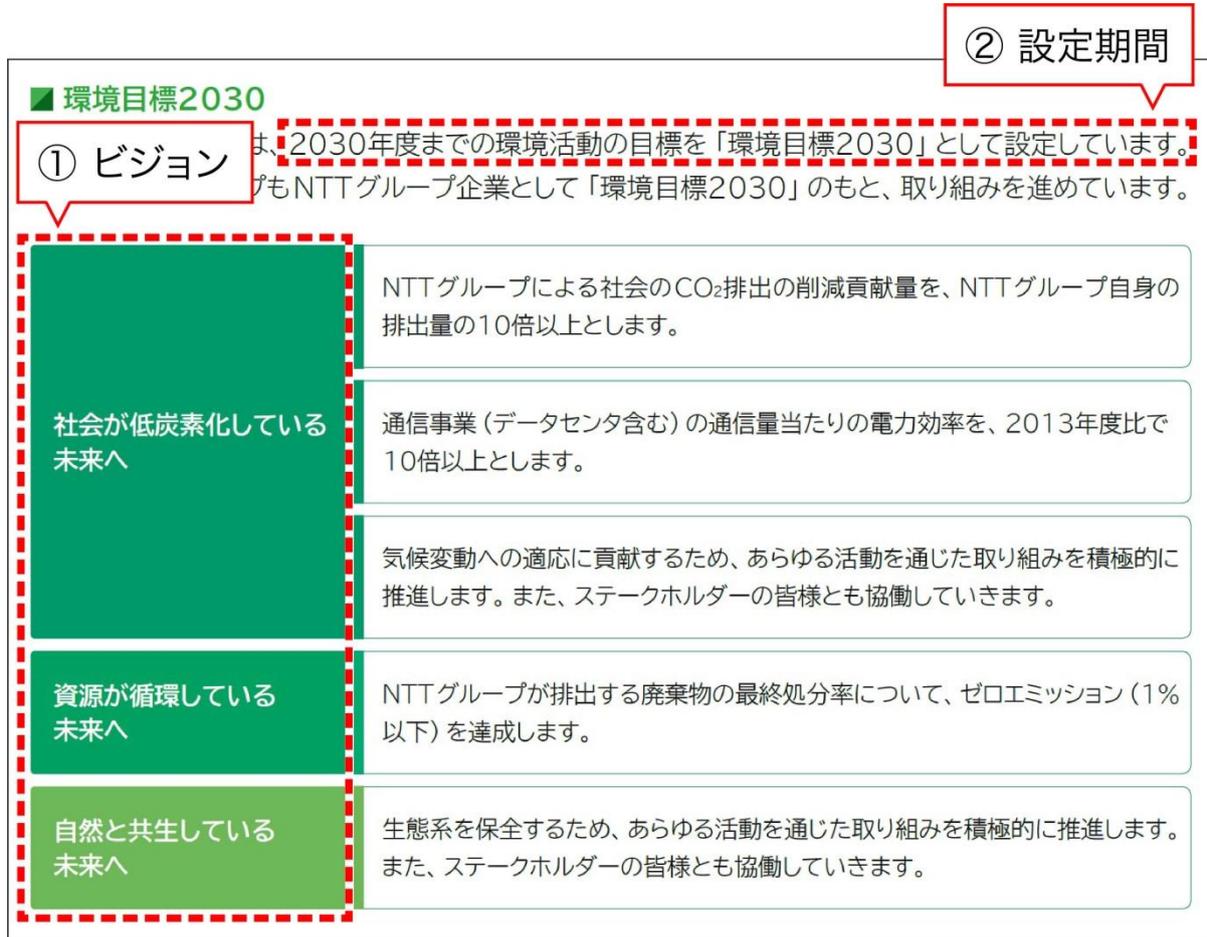


※1 SDGs(Sustainable Development Goals):2015年に国連総会で採択された、2030年までに国際社会が社会課題として取り組むべき持続可能な開発目標。貧困、不平等・不正義の是正、健康、教育、働きがい、気候・環境など17の目標と169のターゲットが定められている

富士フィルムグループが主に貢献するSDGsの目標

る具体的な数値目標を設定しています。CO2については、「自社製品のライフサイクル全体での排出量2013年度比30%削減」と同時に、「自社製品・サービスの普及による社会でのCO2排出削減量5,000万トンへの貢献」に取り組みます(この5,000万トンの削減により、2017年度から2030年度までに当社グループが排出するCO2累積量と同レベルをオフセットします)。水資源についても、グループ全体の水投入量を2013年度比30%削減し、2030年度に3,500万トン以下に抑制するとともに、水処理に活用される高機能材料やサービスなどを提供することにより、2030

(出所) 富士フィルムホールディングス株式会社「Sustainability Report 2018」



(出所) 株式会社NTT データ 「NTT データグループ サステナビリティレポート 2018」