

第4章

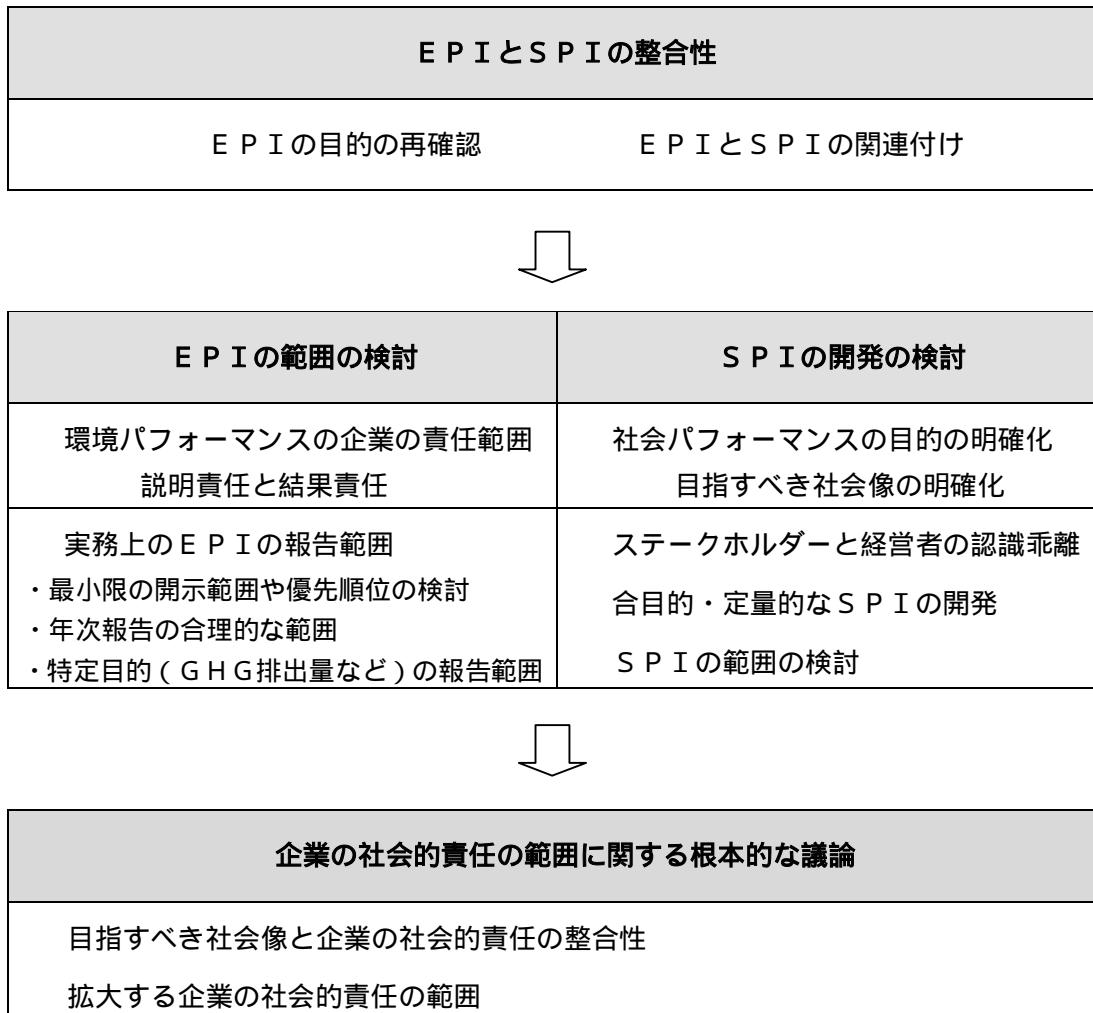
EPIとSPIに関する今後の議論の方向性

第4章 E P I と S P I に関する今後の議論の方向性

第2章と第3章では、本プロトコル研究会における議論を基に、「E P I の範囲」と「S P I の項目」について現状を分析し、論点・課題を抽出した。本章では、これらを基に E P I と S P I に関する今後の議論の方向性と順序を提案する。その目的は、企業における E P I と S P I の計測・管理・開示をさらに充実させるとともに、ステークホルダーとのコミュニケーションの向上を図ることにある。

今後、E P I と S P I のプロトコルを検討するにあたっては、今回のプロトコル研究会における議論を踏まえて、図表 4-1 に示すような順序と方向性で進めるのが望ましいと考えられる。なお、本章の最後に、E P I (第2章) と S P I (第3章) に関する分析結果を基に、それぞれの論点をキーワードとして再度整理したので、参照されたい。

図表 4-1 E P I と S P I に関する今後の議論の順序と方向性



(資料)ニッセイ基礎研究所にて作成

4.1 EPIの今後の議論の進め方についての提案

4.1.1 EPIとSPIの整合性

(1) EPIの目的の再確認

EPIは環境負荷の大きさや環境配慮に関する指標であることから、これまでは主に環境負荷の計測や表示に焦点を当てた議論が行われてきた。しかし、本プロトコル研究会におけるSPIの議論で明らかとなったように、EPIについても、改めてそもそも何のために計測・管理・開示するのかという議論が必要である。EPIの最終的な目的は、持続可能な社会の構築に向けて企業としてどのような貢献できるのか、あるいは応分の責任をどのように果たすべきかを明確にすることであろう。

(2) EPIとSPIの関連付け

上記の目的に対して、現在のEPIプロトコルが合目的であるかどうかについても再検討が必要となつてこよう。また、この目的を達成するためには、環境面のみならず経済面や社会面での企業の貢献も必須であり、EPI単独の指標だけでなく、二分野以上にまたがる統合的な指標がより適切となることも考えられる。そのような場合を想定すると、当然ながらEPIとSPIの関連付けや整合性が求められる。

4.1.2 EPIの範囲の検討

(1) 環境パフォーマンスに関する企業の責任範囲

上述したようなEPIとSPIの整合性に関する議論を行なった上ではじめて、「EPIの範囲」の拡張ないし修正についての論理的な検討が可能となろう。今回のプロトコル研究会では、EPIの範囲について様々な考え方や論点が挙げられた。いずれも重要な指摘ではあったが、今後さらに議論を進め、企業とステークホルダーの間で一定の合意を得るためには、より高次の視点からこの問題を見直してみる必要がある。

このより高次の視点とは、『環境パフォーマンスに関する企業の責任範囲はどこまでか』であると考えられる。これは企業の「環境経営の範囲」を明確にすることに他ならず、前項で指摘したEPIのそもそもの目的を明確にすることにもつながる。言うまでもなく、環境パフォーマンスの責任範囲は時代とともに変化しうが、『現時点では、どこまでが企業にとっての責任範囲と考えるべきか』を議論すれば、EPIの範囲について、ある程度の合意形成が期待できる。少なくとも、議論の焦点は明確になるはずである。

「企業の責任」と言う場合には、現在では「結果責任」だけでなく、「説明責任」も含むと考えられている。それゆえ、環境パフォーマンスについての説明（開示）を行うことは、企業が責任を果たすための必須条件となったのである。つまり、EPIの「開示すべき範囲」を言明することは、環境パフォーマンスに関する説明責任ならびに結果責任について、その責任範囲を自ら定めることに他ならない。

(2) 実務上のEPIの報告範囲

環境パフォーマンスに関する企業の責任範囲の考え方が急速に拡大しつつある現在においては、企業はそれを認識してはいるものの、現実には計測・開示範囲はそれより狭い範囲に留まってしまうという事態も起こりうる。そのような場合に対処するためには、プロトコルとしてEPIの最小限の開示範囲や優先順位などを検討する必要がある。

このような状況を考えれば、EPIの開示範囲については、前項で述べた“論理的な責任範囲”とは別に、“実務的な報告範囲”の検討を行うことも有効であろう。一つの例としては、毎年環境レポートの範囲がある。レポートを行うためにはコストや時間など種々の制約が存在するので、これらについて議論を行い、合理的なレポート範囲を設定する必要がある。

また、一般向けの環境レポートではなく、温室効果ガスの排出量のように特定の目的をもった報告に用いるための範囲も考えられる。これらは所与の範囲であることが多いので、本プロトコル研究会のような場で議論することは相応しくないかもしれない。しかし開示の実務を考えれば、事前に確認あるいは想定できる主要な報告範囲との整合性がとやすい仕組みを考えることは意味がある。

4.2 SPIの今後の議論の進め方についての提案

4.2.1 SPIの目的の明確化

(1) 目指すべき社会像の議論

SPIについてはEPI以上に、指標の実務的な開発を始める前に、まずその上位概念ないしは目標の明確化が必要である。本プロトコル研究会では、『どのような社会を目指すのか』について合意形成を図ることが先決であるとの結論が得られた。すなわち、目指すべき社会像を明確にすることなしに、いきなり個々のSPI項目の検討を始めても、議論が拡散して合意を得ることは困難である。

こうしたSPIの上位概念を考える際には、『持続可能な社会』が重要なキーワードとなるが、日本国内に限定せず地球的な視野で現状や課題を捉えることが必要である。最終的な目標は、地球環境（再生が不可能あるいは困難な資源や生態系を含む）の保全を基盤として、地球上の人間社会全体の持続可能性の確保であろう。ただし、このような地球規模の課題を視野に入れつつも、当面の議論の対象となる社会あるいは地域としては、企業の事業活動や提供する製品・サービスの影響力が直接的に及びうるコミュニティやステークホルダーを想定することが現実的であろう。

(2) ステークホルダーの要求と企業のインセンティブ

個別SPIの指標開発に当たっては、それが企業にインセンティブを与えるようにすることの重要性についても、プロトコル研究会ではほぼ合意が得られた。ただし、ステークホルダーからの開示要求の強い指標については、企業へのインセンティブとはならずとも、開示しない場合には企業価値を損なうことにもなるとの指摘もあった。

一方でステークホルダーは、ともすると単により多くのSPIの開示を企業に求める傾向がある。しかし、当該SPIの開示を、どのような理由・目的・背景で求めるのかについて、ステークホルダーから企業へ明確な説明を行うことが必要である。企業にとってそれが合理的・説得的なものであり、そのSPIの開示を通して企業価値を高めることが確信できれば、企業はSPIの開示に積極的になるはずである。そして、その開示されたSPIを基にして、さらにステークホルダーと企業との間でコミュニケーションが進展することになる。こうしたプロセスを積み重ねることで、両者の間でより強固な信頼関係が構築されることが期待される。

SPIの開示は世界的な流れであり、企業は積極的に対応しなければならない。特に経済や情報のグローバル化の中で、社会的側面に関する配慮の不足が日本企業の大きな弱点とならぬよう留意すべきである。そのためには、まずステークホルダーの要求と企業トップの認識との乖離を埋めるべく、両者がそれぞれの問題意識や前提となる考え方について、相互に理解を深める必要がある。

また、CSR経営は無形資産(知的財産)としての可能性を秘めていることから、企業価値の向上にも寄与することを銘記すべきである。さらに、日本経済の規模あるいは個々の企業のポジションに応じつつ、それぞれの操業地域の価値観に対応できる形で、日本企業の

強さ・良さを示す独自の指標開発も必要である。

4.2.2 合目的かつ定量的なSPIの開発

持続可能な社会の構築という目的に適合した個々のSPIが開発されることが期待されるが、共通する方向性としては、できる限り定量的な指標の開発が望まれる。定性的な社会パフォーマンス指標であっても有用な場合はありうるが、一般的には定量的なSPI指標の方が合理的な管理や客観的な評価を可能にするものと考えられる。

もちろん、企業がSPIを開示することの目的に照らして、それを表現するのに最も適した形で定量化を行うことが重要であることは言うまでもない。

4.2.3 SPIの範囲の検討

上述したSPI開発に関する二つの課題、すなわちSPIの開示目的の明確化ならびに定量化の考え方が確立され、個別SPIの開発もある程度進んだ段階で、『SPIの範囲』についての本格的な議論に進むことが可能になる。その場合、EPIの範囲と同様に、企業としての経営範囲と社会的影響力の範囲という二つの座標軸から議論することが有効であろう。

4.3 企業の社会的責任の範囲に関する根本的な議論

4.3.1 目指すべき社会像と企業の社会的責任の整合性

(1) 目指すべき社会像から考える企業の社会的責任

今回のプロトコル研究会では、環境パフォーマンスと社会パフォーマンスの指標のあり方の検討ということで、EPIとSPIは所与のものとして、その範囲や項目について議論を開始した。しかし、一連の議論を振り返ってみると、SPI項目の議論の中で指摘されたように、「何のためのSPIなのか」、「なぜSPIが必要なのか」は必ずしも明確にはならなかった。すなわち、私たちがどのような社会を目指し、それを実現するために企業はどのような貢献をすべきかという議論が最初に必要であったことが判明したのである。

この根本的な議論なしには、今後、企業とステークホルダーによるSPIの合意形成は困難であろう。EPIにも同様の課題があることがわかった。これを別の言葉で表現すれば、企業が開示すべき環境パフォーマンスと社会パフォーマンスの範囲や項目を議論することは、目指すべき社会像を明らかにすることに他ならない。つまり『目指すべき社会像から、企業の社会的責任を考える』、これが本研究会で確認できた包括的な問題意識である。

(2) CSRの本質と合致するEPIとSPIの開示範囲

近年盛んに議論されるCSRは日本語では企業の社会的責任と訳されることが多いが、その本質は、『持続可能な社会の形成のために、企業は何を实践すべきか』あるいは『社会（ステークホルダー）から信頼される企業とは何か』を問うことである。本来、EPIやSPIは企業自身のための管理・評価の指標であり、同時に企業がその社会的責任を果たしていることを示す指標であることを考えると、「EPIやSPIの開示すべき範囲」が「企業の社会的責任の範囲」と一致することは容易に納得できる。

企業がEPIやSPIを開示することは、企業がどのような考え方でどのような行動をとっているかをステークホルダーに正しく伝え、理解してもらうことである。この原点に立ち返れば、その範囲をどう定めるべきか、的確に議論することができる。企業が適切な範囲でEPIやSPIをわかりやすく開示することは、企業自身のマネジメント効率と透明性を高め、説明責任の遂行と同時に企業価値を高めることにつながる。

これをステークホルダー側から見れば、EPIやSPIの範囲について企業がどのように考えているかを知ること、より正確に企業を理解することができる。その考え方やパフォーマンスが妥当であると判断できる企業に対しては信頼性が増す。このようなステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、企業は自らの信頼性をさらに高めるといった効果が期待できる。これこそ、CSRの本質とも合致するEPIとSPIの活用であろう。

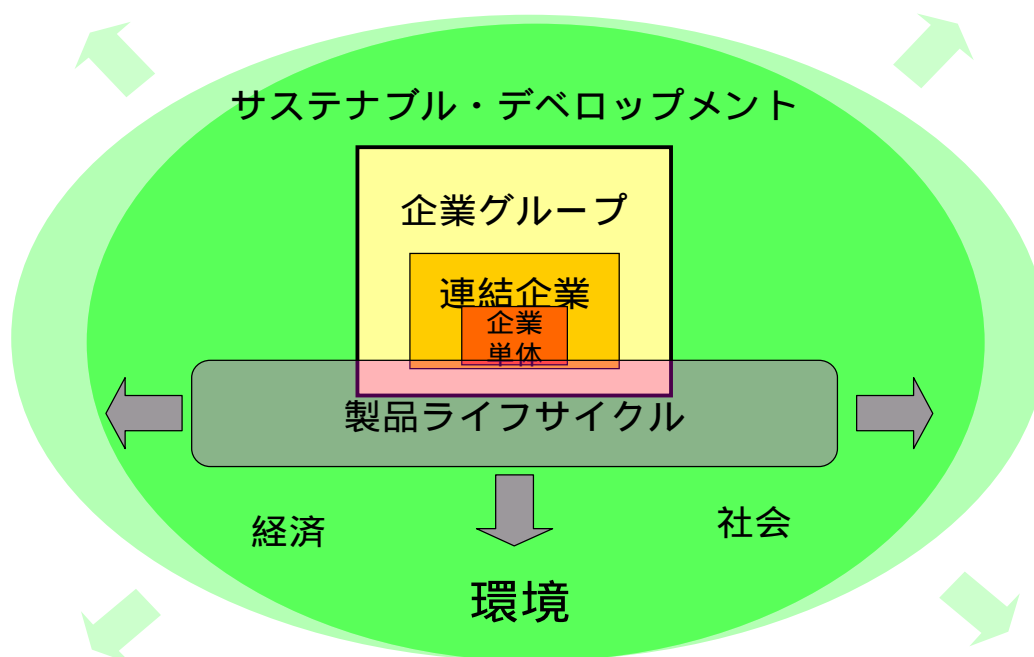
4.3.2 拡大する企業の社会的責任の範囲

企業の社会的責任の範囲が拡大している。その様子を表現したものが、図表4-2である。経営範囲としては、企業単体、連結企業、企業グループと次第に広がり、それらの範囲には財務的に定義された明確な境界が存在している。一方、製品・サービスの提供を通じた

企業の社会的影響力を考えると、かつての責任範囲は生産プロセス、製造業で言えば工場単体に限定されていたが、次第に製品ライフサイクルに沿って上流側の資源採掘や製品設計、材料・部品調達から、下流側の製品の回収・廃棄に至るまで拡大する傾向にある。それは通常考えられる企業の経営範囲よりもはるかに広がることが多い。

さらに提供する製品・サービスだけでなく、より広い意味で“企業のありよう”が直接・間接を問わず環境・経済・社会に与える影響とそれに対する責任の範囲は、今後、地球や社会の持続可能性との関連において広がり深まっていく方向にある。その持続可能な発展（サステナブル・デベロップメント）の基盤は、言うまでもなく地球環境・生態系の維持保全にかかっている。そして、それに対するステークホルダーの認識の向上も重要である。

図表 4-2 拡大する企業の社会的責任の範囲



(資料)ニッセイ基礎研究所にて作成

これまで述べてきたように、EPIとSPIの範囲・項目・単位に関する具体的なプロトコル開発について、今後さらに検討を深める必要があるが、本プロトコル研究会で抽出された論点・課題を基にした議論が積み重ねられることを期待する。

なお、今回のプロトコル研究会にステークホルダーの立場から参加いただいた有識者には、国内での活動を中心とする方々が多く、その視点での発言をお願いしたため、全般的に海外での事業や操業に関する論点を十分には掘むことができなかった。今後の調査では、海外の多様なステークホルダーの視点も汲み取る工夫が必要であろう。

【プロトコル研究会におけるEPI・SPI開発のための論点整理】

ここでは、第2章の「EPI範囲」と第3章の「SPI項目」に関する現状と課題の分析結果を基に、今後の合理的なプロトコル開発のための具体的な論点と検討課題をキーワードとして列挙する。詳細については、第2章と第3章の当該箇所を参照されたい。

1. 「EPIの範囲」に関する論点と検討課題

(1) 「経営範囲」にかかわる論点

1) 「経営範囲」の考え方	<ul style="list-style-type: none"> 合理的かつ現実的な定義の必要性 財務上の経営範囲の広がりとの関係
2) 財務連結と“環境連結”の関係	<ul style="list-style-type: none"> 財務連結か環境連結か 環境負荷の管理範囲か影響範囲か 企業経営の責任範囲と環境負荷の責任範囲 EMS範囲と連結範囲の関係 環境効率の対象範囲 企業の事業構成による比較容易性・困難性 LCAとEPIの関係 環境負荷のダブルカウントをどう考えるか
3) 国内事業と海外事業の違い	<ul style="list-style-type: none"> 国内と海外の区分の意味 国内と海外の環境負荷の帰属地 国内と海外の経営手法の違いへの対処
4) グループ企業の考え方	<ul style="list-style-type: none"> 経営支配権(出資比率)と実質的な影響力の違い グループ企業内の多様な業種の存在 M&Aへの対処 持株会社への対処
5) EMSとの関係	<ul style="list-style-type: none"> 経営範囲とEMS範囲の乖離

(2) 「ライフサイクル」にかかわる論点

1) 業種特性に対応するライフサイクルの区分	<ul style="list-style-type: none"> 業種特性に応じた商品ライフサイクル区分 素材型製造業の商品ライフサイクルの長さ 取引主体との関係からみた業種特性 多様な事業主体への対応 第一次産業への対応
2) 業種特性に応じたライフサイクルの遡及	<ul style="list-style-type: none"> 業種特性とライフサイクルの遡及範囲 業種特性によるトレーサビリティの範囲 間接的な影響と高次の環境側面
3) サプライヤーやコントラクターの適正範囲	<ul style="list-style-type: none"> サプライヤーの遡及範囲 本業部分から見た上流・下流 業種特性とサプライヤーの範囲
4) 同一企業の多様な商品への対応	<ul style="list-style-type: none"> 企業内の多様な商品群への対応
5) 内製品と外製品の責任帰属	<ul style="list-style-type: none"> 直営と委託における責任の帰属 ブランド責任の範囲 生産者と消費者や回収者との関係

(3) その他の論点

1) 納入先との関係	<ul style="list-style-type: none"> • 納入先の環境経営への影響の大きさ • 納入先の環境面よりもコスト面・機能面の重視
2) 統合認証の留意点	<ul style="list-style-type: none"> • 統合認証の広がり • 統合認証の得失
3) 環境マネジメント支配権	<ul style="list-style-type: none"> • 連結会社の環境負荷 • 他社への出資比率と環境負荷の関係
4) 環境負荷データの集計	<ul style="list-style-type: none"> • データ根拠の表示問題 • 集計システムの電子化 • 環境配慮製品の定量的定義
5) 概念的な指標の問題	<ul style="list-style-type: none"> • 生物多様性や持続可能性(サステナビリティ)などの定性的概念の数値化
6) 所有権の問題	<ul style="list-style-type: none"> • 所有権の範囲を超えた「拡大環境責任」の範囲

(4) 「EPIの範囲」に関する今後の検討課題

1) 基本的な枠組みに関する課題
業種特性に応じた「経営範囲」と「ライフサイクル」の区分方法
<p>「経営範囲」の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> • 財務連結と“環連結”(環境マネジメントの行使範囲や環境負荷の影響範囲)の整合性 • 海外連結子会社への実質的な支配権 • グループ会社における「支配権」と「影響力」 • グループ会社の業種の多様性とデータ収集の困難性
<p>「ライフサイクル」の検討</p> <ul style="list-style-type: none"> • 業種特性に対応する商品ライフサイクル • 業種特性に対応するバウンダリー遡及範囲とサプライチェーンの範囲 • 内製品と外製品の環境負荷の帰属先
2) 当面の実務上の課題
環境パフォーマンスの実測地と推計値の定義や根拠の表示
事実上計測不可能な環境パフォーマンスの合理的な推計方法
企業間の影響範囲を示す新しい環境パフォーマンスの表示方法
3) EPIに関する様々なバウンダリーの広がりの認識
経営範囲(単体会社から連結会社への広がり)
ライフステージの範囲(拡大生産者責任の範囲の広がり)
サプライチェーンの範囲(業種特性に応じた遡及範囲の違い)

2. 「SPIの項目」に関する論点と検討課題

(1) 企業の立場からのSPIの論点

1)企業内部の事情	
社会性のマネジメント整備水準 CSRビジョン	<ul style="list-style-type: none"> • ステークホルダーと経営トップの認識の乖離 • CSRビジョンの明確化 • 経営課題の優先順位 • SPI計測能力とマネジメント水準 • 多様なSPI項目と社内調整の必要性 • CSRの社会的な高まりへの期待 • 持株会社の機能とSPIの関係
SPIの管理範囲	<ul style="list-style-type: none"> • 経営範囲の広がりとSPI項目の拡大 • 国内と海外の経営管理手法の違い
事業内容によるSPIの違い	<ul style="list-style-type: none"> • 事業部門によるSPIの違い • 業種特性によるSPIの違い
ステークホルダーからのSPI 開示の要求	<ul style="list-style-type: none"> • ステークホルダー要求の高まり • ステークホルダー要求の根拠 • ステークホルダー要求の優先順位
2)SPIを公表することの企業リスク	
SPI開示によるリスク	<ul style="list-style-type: none"> • 想定外の経営リスク • 社会性の意味の拡大 • マネジメントと開示の違い
SPIの計測・開示コストと効果	<ul style="list-style-type: none"> • コストと効果に対する積極的な意味付け
3)企業にとってSPI開示の意義	
企業価値の向上やインセンティブとなるSPI	<ul style="list-style-type: none"> • 企業価値の向上 • 無形資産（知的財産）の評価 • 開示のインセンティブ • ネガティブ・スクリーニングへの対処 • ビジネス・コンティニューイティ・プラン（BCP）
日本企業の強みを評価できるSPI	<ul style="list-style-type: none"> • 日本企業の企業価値の向上 • 日本企業の強さ指標の開発 • 欧米企業との対比 • 企業とステークホルダーの相互利益

(2) ステークホルダーの立場からのSPIの論点

1)ステークホルダーの望むSPI	<ul style="list-style-type: none"> • 開示指標の活用目的 • 企業が出したくない情報 • 指標間の連動性 • 経営管理と開示の関係 • 指標開示の効果
2)SPIによる数値化の意味	<ul style="list-style-type: none"> • 数値のもつ意味、条件、前提の明確化 • 企業による数値化手法の違いの統一 • 経年変化と連続性 • 情報公開と環境活動の相関

(3) 「SPIの範囲」に関する今後の検討課題

1) SPIの前にまず明確にすべきこと
どのような社会を目指すのか？
どのような企業が望まれるのか？ • CSRの広まりと企業に期待される役割の拡大 • テーマに応じた指標の選択（グローバルとローカルの視点）
2) これからのSPIのあるべき方向性
ステークホルダーと企業の相互理解と合意形成
SPIの目的の明確化（対象テーマの選択）
SPIの数値化と最適値問題（目指すべき社会的パフォーマンスの水準）
SPI項目の組み合わせ
3) 新たなSPI開発の必要性
既存の指標と新たに作るSPI
無形資産の指標化
SPI開発の順序

（以上）