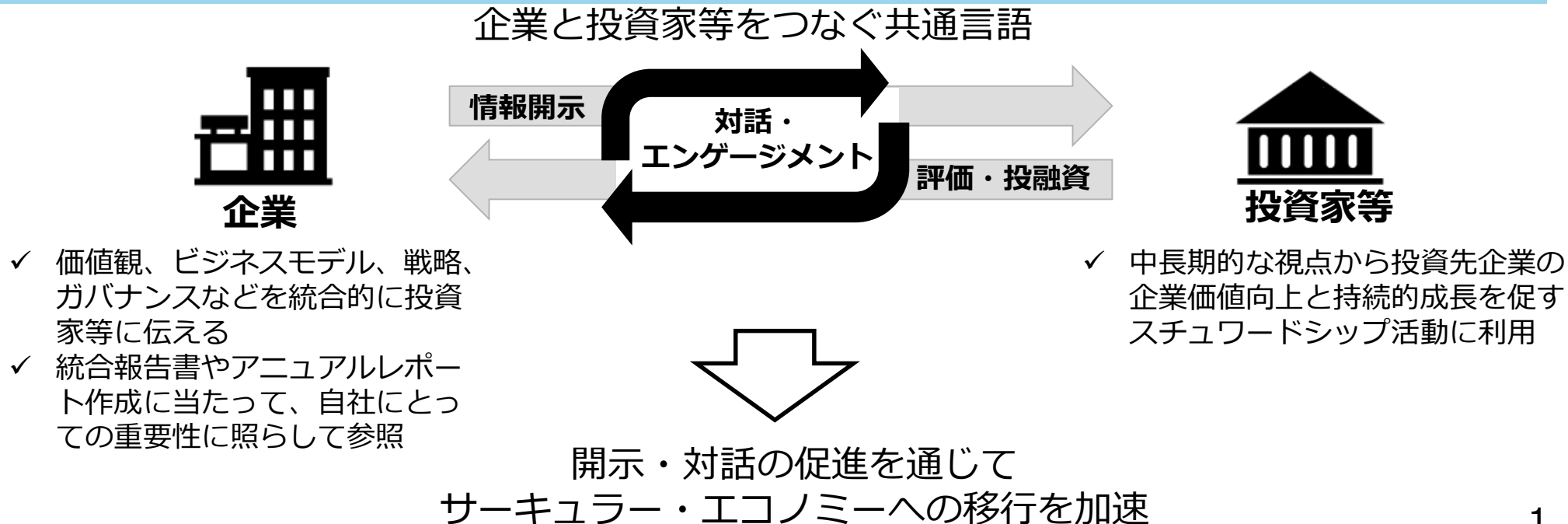


サーキュラー・エコノミーに係るサステナブル・ファイナンス促進のための 開示・対話ガイダンス（概要）

策定の趣旨

- 本ガイダンスは、サーキュラー・エコノミー（Circular Economy, 以下、CE）への移行を加速するため、CEに特化して政府が策定する**“世界初”**の開示・対話のための手引き。
- **企業と投資家・金融機関（以下、投資家等）の間で対話・エンゲージメント（以下、対話）を促し**、適切にファイナンスを供給することで、技術・ビジネスモデルのイノベーションを推進。
- TCFD提言など広く認知・活用されている枠組みを参考として、**当該分野における開示・対話のポイントを提示**。
- 今後、ESG開示フレームワークの調和が国際的に進む中、様々な機会を捉えて国内外に向けて情報発信し、**本ガイダンスのグローバルな活用拡大を図る**。



背景

- 資源・エネルギー・食料需要の増大、廃棄物量の増加、気候変動等の環境問題の深刻化が世界的な課題。従来の大量生産・大量消費・大量廃棄型の線形経済から、**中長期的にCEへの移行が必要**。CEへの移行は、事業活動の持続可能性を高め、中長期的な競争力の源泉となりうる。
- とりわけプラスチック資源循環は、このままでは2050年までに魚の重量を上回るプラスチックが海洋環境に流出することが予測されるなど海洋プラスチックごみ問題を契機に国際的な関心。
- ESG投資は国内外で年々拡大しており、循環ビジネスの市場規模の拡大が見込まれることから、**CE分野に関するサステナブル・ファイナンスの動きが活発化**。

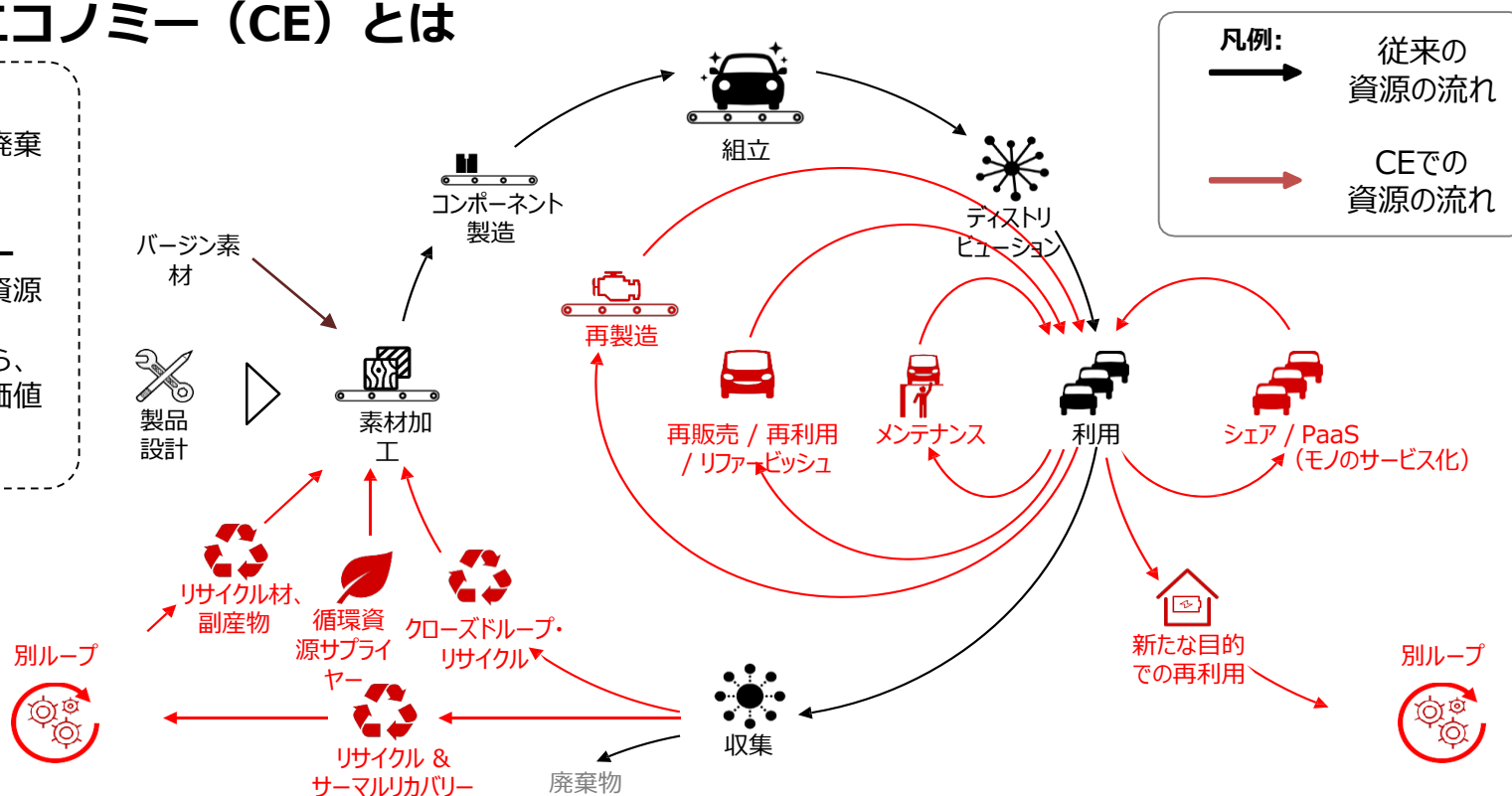
サーキュラー・エコノミー（CE）とは

線形経済

大量生産・大量消費・大量廃棄
の一方通行の経済活動

サーキュラー・エコノミー

従来の3Rの取組に加え、資源
投入量・消費量を抑えつつ、
ストックを有効活用しながら、
サービス化等を通じて付加価値
を生み出す経済活動



サーキュラー・エコノミーに係る開示・対話のポイント①

- 着眼すべき6つの項目（「**価値観**」、「**ビジネスモデル**」、「**リスクと機会**」、「**戦略**」、「**指標と目標**」、「**ガバナンス**」）に沿って、ポイントを整理。
- CEへの移行には、幅広い素材・製品・サービスが関わる多様な取組が貢献し得るという特徴を踏まえ、企業は“**移行**”(transition)に向けた**多様なアプローチ**を、「価値観」「ビジネスモデル」に根差した**一貫した価値創造ストーリー**として発信し、投資家等は**中長期的視点から**適切に評価することが重要。

着眼すべき6つの項目

価値観

- 企業理念やビジョン等への統合的位置付け（経営者メッセージでの明確な言及）
- CEをマテリアリティとして特定した理由
- CEを企業価値向上につなげる基本的方向性
- ビジネスモデルや戦略と一貫した価値創造ストーリー

ビジネスモデル

- CEに係るビジネスモデルが前提とする市場環境とその中長期的動向（バリューチェーンと競争環境、自社の立ち位置、差別化要素等）を適切に分析
- どのように持続的な企業価値向上に結びつくか、顧客に届ける価値と関連付けて説明

リスクと機会

- 自社のビジネスモデルを持続的に成長させる上でマテリアリティとなるリスクと機会の特定
- 価値を創造していく上で、自社の取組を、いかに目標となる収益性を保ちながら中長期的に投資回収していくのか

戦略

- CEに係るビジネスモデルの競争優位を支える経営資源・無形資産等の確保・強化、それらを失うリスク等へ対応する方策
- 中長期の価値創造ストーリーにおける位置付け

指標と目標

- 企業価値向上に向けた戦略実行に関する道標としての目標、その達成度を測る尺度として重要指標（KPI）を予め設定
- CEに関して特定したリスク・機会と対応した形で説明
- 成果（アウトカム）と併せた自己評価を示す

ガバナンス

- 経営層や取締役会が積極的に関与するプロセスが組み込まれているか
- 戦略の達成状況に係るKPIとアウトカムの評価を戦略見直しに活用するPDCAの確立

(参考) 開示・対話に当たって意識すべき各項目の相互関係

価値観

≡ ビジネスモデル

≡ リスクと機会

≡ 戦略

≡ 指標と目標

≡ ガバナンス

① 上位方針

企業の価値観として
CEに関する課題を
重要事項として特定
中長期の全社的な
方針として位置付け
ている

企業理念 等

経営者メッセージ

重要と位置付けたCE
に関する課題について、
持続的な企業価値
向上に結びつけるか
を示している

✓ CEに関する価値観、
ビジネスモデル、ガバナ
ンスが一貫している

重要と位置付けたCE
に関する課題について、
経営層や取締役会の
関与のプロセスが
組み込まれていること
を示している

② 実行

✓ ビジネスモデルを実現
するため、CEに関する
リスクと機会を把握し、
戦略的に経営資源・
無形資産等を確保・
強化している

✓ 戦略の達成度を測る
尺度としてリスクと機会
に対応した指標(KPI)
と目標を予め設定し、
適切な業務執行の下
着実に実行されている

市場勢力図における
位置付け/類型

バリューチェーンにおける
位置付け

差別化要素及びその
持続性

・経営資源・無形資産
・ステークホルダーとの関係

CEへの移行に向けて
重要なリスク・機会を
特定し、戦略と関連
付けて持続的な価値
創造にどのようにつな
げていくかを示している

内部/外部要因

・政策と法
・技術
・市場
・評判

移行コストの収益化

CEに伴う機会・リスク
の重要性や対処方針
を組織として決定した
過程を示している

特定したリスク・機会
に備え、競争優位の
源泉となる経営資源・
無形資産や、ステーク
ホルダーとの関係を
維持・強化する方策
を示している

バリューチェーンにおける
影響力強化等

経営資源・無形資産
等の確保・強化

・人的資本
・技術 (R&D, デジタル)
・ブランド・顧客基盤

CEへの移行に向けた
取組がいかにか持続的
な企業価値の向上に
貢献するか達成度を
測る尺度として指標
(KPI)と目標を設定
している

特定したリスク・機会
に対応した形で戦略
の成果を評価する
指標(KPI)と目標を
設定している

ビジネスモデルと戦略
で示した方針が適切
な業務執行の下で
着実に実行されるよう
監督・評価の仕組み
が示されている

③ PDCA

✓ 中長期のビジョンの下、
戦略実現に向けた
時間軸を示すとともに、
KPIとアウトカムの評価
をPDCAを通じて戦略
見直しに活用している

中長期のビジョンの下
で戦略実現に向けた
時間軸を示している

KPIの達成状況と
併せて、どのような
企業価値向上につな
がるアウトカムがあつた
かを示している

KPIの達成状況や
アウトカムに係る評価
をPDCAサイクルに
活用している

サーキュラー・エコノミーに係る開示・対話のポイント②

- “**機会重視**”で、CEに係る取組を中長期的な新市場創出・獲得や競争力につなげ、企業価値の向上を目指す。
- 企業は、自社の「ビジネスモデル」を持続的に成長させる上での「リスクと機会」を整理するとともに、いかに**リスクを機会に転換**するか、いかに目標となる収益性を保ちながら**中長期的に投資回収**していくのか等を「戦略」と関連付けて説明し、投資家・金融機関は、中長期的な視点から評価することが重要。

線形経済に依存するリスクの例

<政策と法>

- 循環経済促進のための**規制や税制変更**

<技術>

- 線形型ビジネスモデルの**生産設備の座礁資産化**

<市場>

- 資源の枯渇に伴う**資源価格の高騰・ボラティリティ拡大**

<評判>

- 環境への影響が大きい素材を使用している製品・ビジネスモデルによる**ブランドイメージ毀損**等

転換

CEへの移行による機会の例

- 循環経済促進のための**規制や税制変更の自社ビジネスへの有効活用**

- IoTを通じた資源効率性向上による**製造コストの削減**

- 枯渇性資源や自社にとって重要な一時資源への依存度低下による**原材料価格の安定化**

- 国際的な市場・社会からの環境配慮要請へ応えることによる**レピュテーション向上**等

指標の例

- 循環性を向上させた製品で使用される**原材料の割合**（質量ベース）

- 循環ビジネスモデルをサポートするためのIT・デジタルシステム、適切なインフラ、プロセスの整備

- 非バージン材の**原材料に占める投入割合**

- 持続可能なサプライチェーンから調達されている**材料の割合**等

プラスチック資源循環に係る開示・対話のポイント

- 国際的な関心の高まり、急速な国内外での政策の具体化の進展等により、プラスチックのサプライチェーンに属する企業を中心として事業環境の変化が生じており、企業と投資家・金融機関の**開示・対話を加速化**する必要。
- 開示・対話のポイントは基本的にCEと同様。**業種や素材分野で特徴が異なる「リスクと機会」「指標と目標」**について、企業はプラスチックの特徴を織り込んで価値創造ストーリーに位置づけ、投資家・金融機関は中長期的な視点から評価することが重要。

リスクの例

<政策と法>

- 中国等のプラスチック廃棄物の**輸入規制**

<技術>

- 他社のプラスチック代替素材の新技术開発による既存技術の**競争力低下**

<市場>

- 需要増大によるプラスチック代替素材の**供給不足**

<評判>

- 使い捨てプラスチック使用等による**ブランドイメージの棄損**

<物理的（直接的）影響>

- プラスチックごみの環境中への流出による**悪影響**等

転換

機会の例

- 国内処理量の増加による**市場拡大**

- 自社の代替素材に係る技術開発による**競争力向上**

- 環境配慮製品・サービスの**市場拡大**

- 社会からの環境配慮要請へ応じることによる**レピュテーション向上**

- 環境への流出防止に資する製品・サービスの**市場創**等

指標の例

- プラスチック使用量、リサイクル率

- 代替素材に係る技術開発、製品開発計画の策定

- 再生材及びバイオマス由来成分の割合

- プラスチック容器包装使用量

- 海洋プラスチックごみの削減量等

※リスクと機会は、価値創造ストーリーに応じ、自社の事業活動に影響を及ぼすと考えられるものを整理