



# ネイチャーポジティブ経済移行に向けた 企業価値向上ストーリー集

自然環境局 自然環境計画課  
生物多様性主流化室

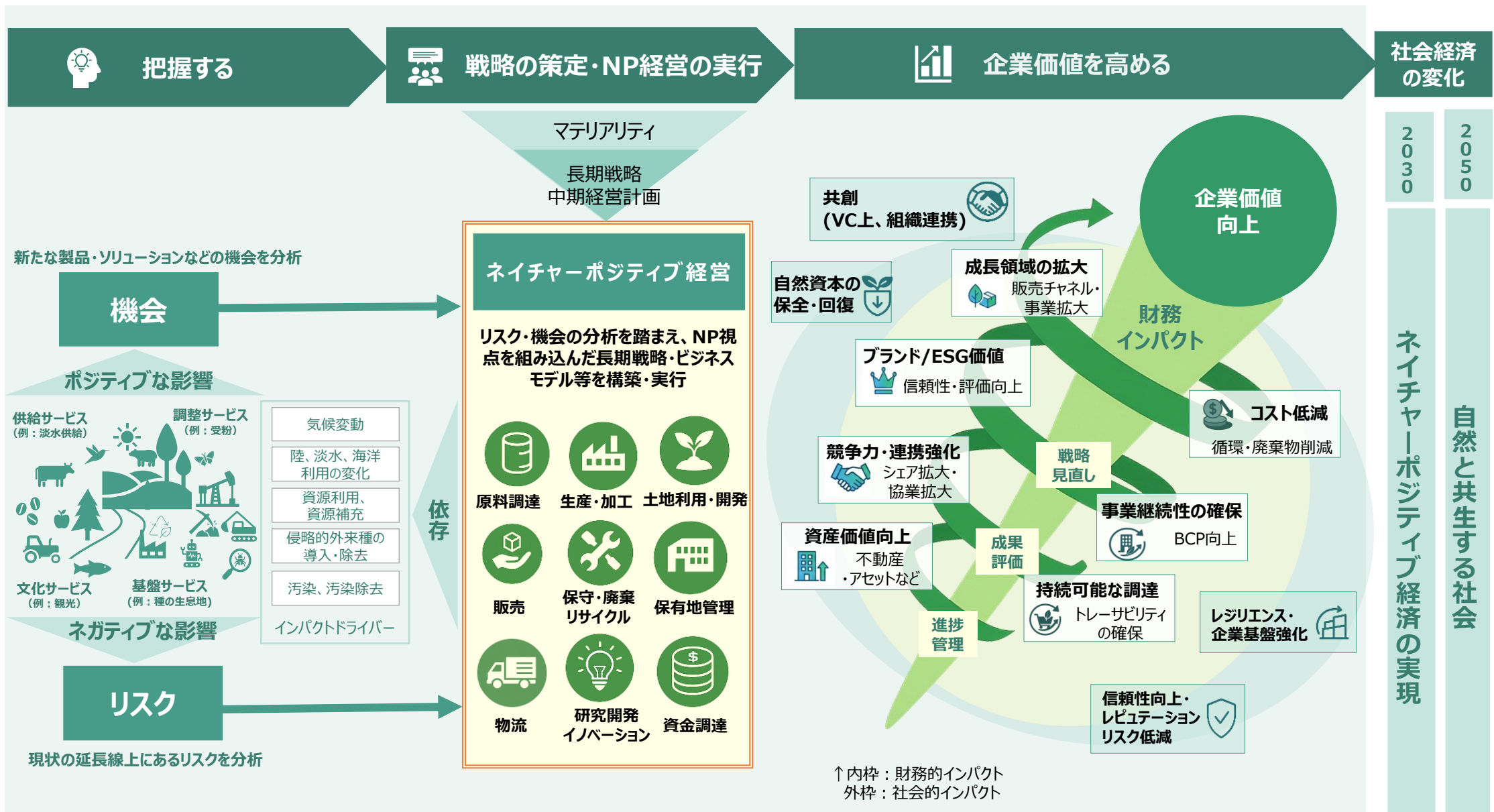
2026年3月



## はじめに

- 環境省では、2024年3月に策定した「[ネイチャーポジティブ経済移行戦略](#)」及び「[ネイチャーポジティブ経済移行戦略ロードマップ\(2025年-2030年\)](#)」に基づき、ネイチャーポジティブの取組が企業にとって単なるコストアップではなく、自然資本に根ざした新たな経済成長につながることを目指し、企業のネイチャーポジティブ経営への移行支援をはじめとした各種施策を展開しています。
- 私たちの社会・経済活動は自然資本(水、土地など)に依存しており、その影響は明確なリスクであると同時に、ビジネス機会にもなり得ます。例えば、原材料調達において地域の自然資本に依存する事業では、その持続的な利用を確保するための保全・再生の取組が、調達の安定性向上やリスク低減を通じて、結果としてバリューチェーン全体の強靱化や競争力強化に資する場合があります。このように、企業規模を問わず、地域に根差した事業者や中小企業にとっても、ネイチャーポジティブ経営への移行は、自社の事業継続性の確保や新たな事業機会の創出につながり得る重要な視点となっています。
- 他方で、ネイチャーポジティブ経営の確立・浸透に当たっては、ネイチャーポジティブ経営と事業機会との関係やどのように企業価値向上につながっているかが不明瞭であるという課題が指摘されています。これに応えるため、今般、「ネイチャーポジティブ経済移行に向けた企業価値向上ストーリー集」(以下「本ストーリー集」)を作成しました。本ストーリー集では、リスク・機会を分析した上で、ネイチャーポジティブの視点を事業戦略やビジネスモデルに取り入れ、先行してネイチャーポジティブ経営を進めている企業を具体的なストーリーとして紹介しています。
- 本ストーリー集は、これからネイチャーポジティブを経営や事業活動に取り入れようと考えている企業や取組を深めようとしている企業のサステナビリティ・ESG部門、経営企画部門等の皆さまにご覧いただくことを想定し、作成しました。
- 本ストーリー集の作成に当たっては、政策研究大学院大学教授 竹ヶ原啓介氏にご協力をいただきました。

# ネイチャーポジティブ経営による企業価値向上プロセス



出典: 経済産業省 協創のための統合的開示・対話ガイダンス2.0 (価値協創ガイダンス2.0)、TNFD Evidence-review-on-the-financial-effects-of-nature-related-risks PRI 生物多様性ポリシーの策定 生物多様性民間参画ガイドライン等を参考に環境省作成

※本図は、株価、PBR向上のみならず、NP経営移行過程での消費者の購買意欲向上、売上向上なども含めて示したものです。ヒアリング等を通じて得られた様々な考え方を踏まえ、代表的な要素を整理しました。

# 事例

# 事例掲載企業一覧

※特徴的なネイチャーポジティブな取組みを戦略的に実践され、顕在化しているものを幅広い産業セクター(金融・保険を除く)から抽出し、承諾いただいた企業を掲載  
(内閣府・国民経済計算における経済活動分類の大分類・小分類、50音順)

| ページ    | セクター         | 企業名               | タイトル                                                                     | 企業価値                                                                                          |                                                                                                     |
|--------|--------------|-------------------|--------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| P6-7   | 食料品          | 味の素株式会社           | ヘルスケア、フード&ウェルネス、ICT、グリーンの4つの重点成長領域で、より大きな社会価値と経済価値を共創していく                |  成長領域の拡大   | レジリエンス強化         |
| P8-9   | 食料品          | キリンホールディングス株式会社   | ポジティブインパクトの範囲拡大 ～スリランカ紅茶農園・ベトナムコーヒー農園の「ランドスケープアプローチ」と「食料システム」～           |  コスト低減     |  事業継続性の確保        |
| P10-11 | 食料品          | サントリーホールディングス株式会社 | 100年先もその先も美味しい水をお届けし続けるためにー「サントリー天然水の森」で進める水源涵養と生物多様性再生の取組み              |  ブランド価値    |  事業継続性の確保        |
| P12-13 | 食料品          | 株式会社ニッスイ          | サプライチェーン強靱化に向けた水産資源アクセスの多角化～天然・養殖（国内・海外）にわたる資源ポートフォリオ戦略～                 |  持続可能な調達   |  成長領域の拡大         |
| P14-15 | 食料品          | 明治ホールディングス株式会社    | 明治ROESGを体現する「メイジ・カカオ・サポート」で、社会価値を経済価値に転換                                 |  持続可能な調達   |  成長領域の拡大         |
| P16-17 | パルプ・紙・紙加工品   | 王子ホールディングス株式会社    | 製紙の枠を超えていく～森林資源を核とした事業ポートフォリオ転換と、自然資本価値化の取り組み～                           |  成長領域の拡大   |  資産価値向上          |
| P18-19 | パルプ・紙・紙加工品   | ユニ・チャーム株式会社       | RefF（リーフ：Recycle for the Future）プロジェクト～ライフサイクル全体での環境負荷低減～                |  成長領域の拡大   |  コスト低減           |
| P20-21 | 化学           | 花王株式会社            | パーム油の「責任ある原材料調達」と「バイオIOS」等のイノベーション技術の開発による新価値創造                          |  成長領域の拡大   |  持続可能な調達         |
| P22-23 | 化学           | サライ株式会社           | 植物原料を使用する使命～ボルネオ環境保全プロジェクトとRSPO認証の普及～                                    |  ブランド価値    |  コスト低減           |
| P24-25 | 化学           | 積水化学工業株式会社        | 企業活動による自然資本および社会資本へのリターン                                                 |  事業継続性の確保  | 自然資本の保全・回復       |
| P26-27 | 電気機械         | 株式会社リコー           | 持続可能な調達と再生材活用の推進                                                         |  成長領域の拡大   |  競争力・連携強化        |
| P28-29 | 情報・通信機器      | 日本電気株式会社          | 「環境クライアントゼロ戦略」と価値創造モデル「BluStellar」                                       |  成長領域の拡大 | レピュテーションリスク低減  |
| P30-31 | その他の製造業      | 株式会社ブリヂストン        | ビジネスモデルの変革を促進するネイチャーポジティブへの取り組み                                          |  コスト低減   |  競争力・連携強化      |
| P32-33 | その他の製造業      | ヤマハ株式会社           | 持続可能な木材利用による製品生産の質・量の中長期的な安定                                             |  持続可能な調達 |  競争力・連携強化      |
| P34-35 | ガス・水道・廃棄物処理業 | カナデビア株式会社         | ゼロウェイストハブ×循環ビジネス地域共創戦略～“廃棄物が地域の価値につながる”「Resilience Eco Society®」の実現に向けて～ |  成長領域の拡大 | 共創（VC上、組織連携）   |
| P36-37 | 建設業          | 住友林業株式会社          | 「住友林業のウッドソリューション」～森林経営から木材由来素材・製品の開発・拡充に至るビジネスモデル～                       |  成長領域の拡大 | 自然資本の保全・回復     |
| P38-39 | 建設業          | 積水ハウス株式会社         | 「5本の樹」計画による都市部の緑化～生物多様性の回復と住宅価値の最大化～                                     |  ブランド価値  |  資産価値向上        |
| P40-41 | 卸売業          | 伊藤忠商事株式会社         | 「PROJECT TREE」による持続可能な天然ゴムの調達                                            |  ブランド価値  |  持続可能な調達       |
| P42-43 | 小売業          | イオン株式会社           | 環境配慮型商品の拡充、「ふるさとの森づくり」を通じた店舗の生物多様性保全をお客さまとともに進める                         |  成長領域の拡大 | 自然資本の保全・回復     |
| P44-45 | その他の不動産業     | 東急不動産ホールディングス株式会社 | 環境保全活動やステークホルダーへの訴求の継続的実施～満足度・評価向上による施設・経営基盤・ブランド価値の向上                   |  資産価値向上  |  ブランド価値        |

# 参考）各事例の見方

- 各事例は2ページ構成となっており、
- 1ページ目では、基本的な企業情報やマテリアリティ、価値創造に向けたプロセス・ポイントを示しています。
  - 2ページ目では、ネイチャーポジティブに関する取組が、どのように企業価値向上につながるかをストーリーとして示しています。

## 1ページ目

事例X：企業名

類型（当該企業の産業  
セクター、取組の区分）

|      |           |      |                  |
|------|-----------|------|------------------|
| 主な事業 | 当該企業の主要事業 | 開示媒体 | 当該事例の内容の<br>開示媒体 |
|------|-----------|------|------------------|

マテリアリティ ➤

当該企業が特定しているマテリアリティ  
（自然・環境に関連する部分を中心に整理）

価値創造に向けたプロセス・ポイント ➤

2 ページ目に記載の取組等にフォーカスするポイント、あるいはそのプロセス

## 2 ページ目

事例X：企業名

類型（当該企業の産業  
セクター、取組の区分）

ストーリーのタイトル

ストーリーの概説

マテリアリティ ➤ リスク・機会 ➤ 主な取組 ➤ 自社・ステークホルダー  
への効果 ➤ 企業価値の向上

マテリアリティから企業価値向上までのフロー図（ストーリー）

凡例 主な要素 間接的・副次的な要素

xx担当者 当該企業の担当者コメント（社内浸透やステークホルダー巻き込みにおける苦労・ポイント等）

# 事例 1 : 味の素株式会社

## 主な事業

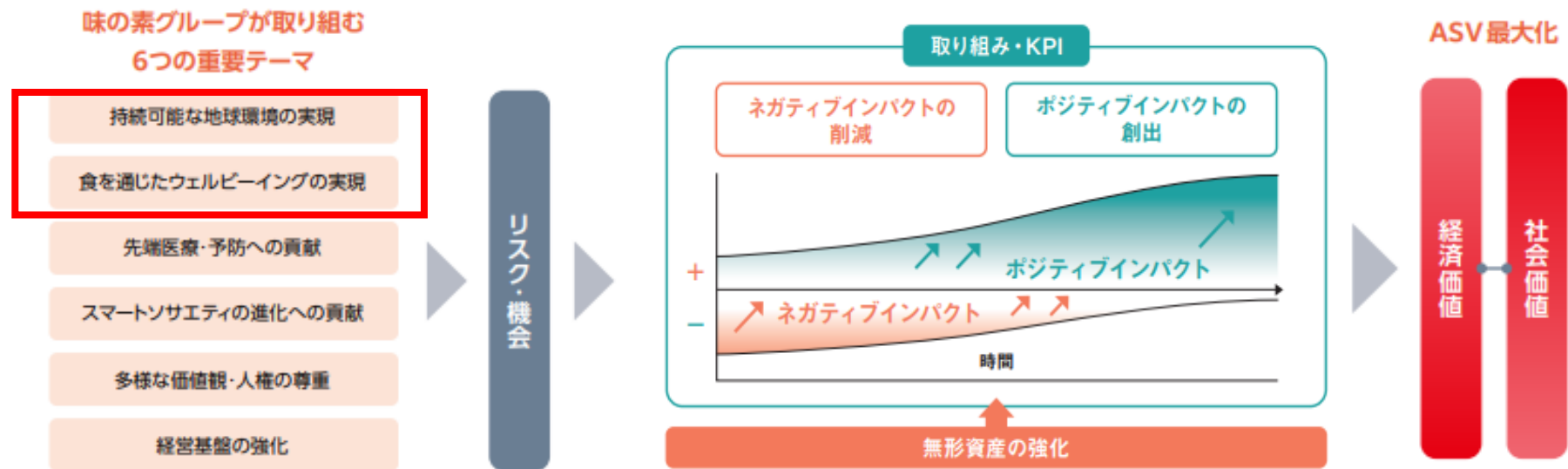
- 食品事業
- バイオ&ファインケミカル事業

## 開示媒体

- [味の素グループ ASVレポート2025](#)
- [味の素グループ サステナビリティレポート2025](#)

## マテリアリティ

味の素グループは、「アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献する」というパーパスに向けて、事業を通じて社会価値と経済価値を共創する取り組み、「ASV（Ajinomoto Group Creating Shared Value）」を推進している。「持続可能な地球環境の実現」等の6つの重要テーマを設定し、ネガティブインパクトの低減だけでなく、強みであるアミノサイエンス®を活かした広く社会へポジティブなインパクトを創出する取り組みを通じて、ASV最大化に取り組む。



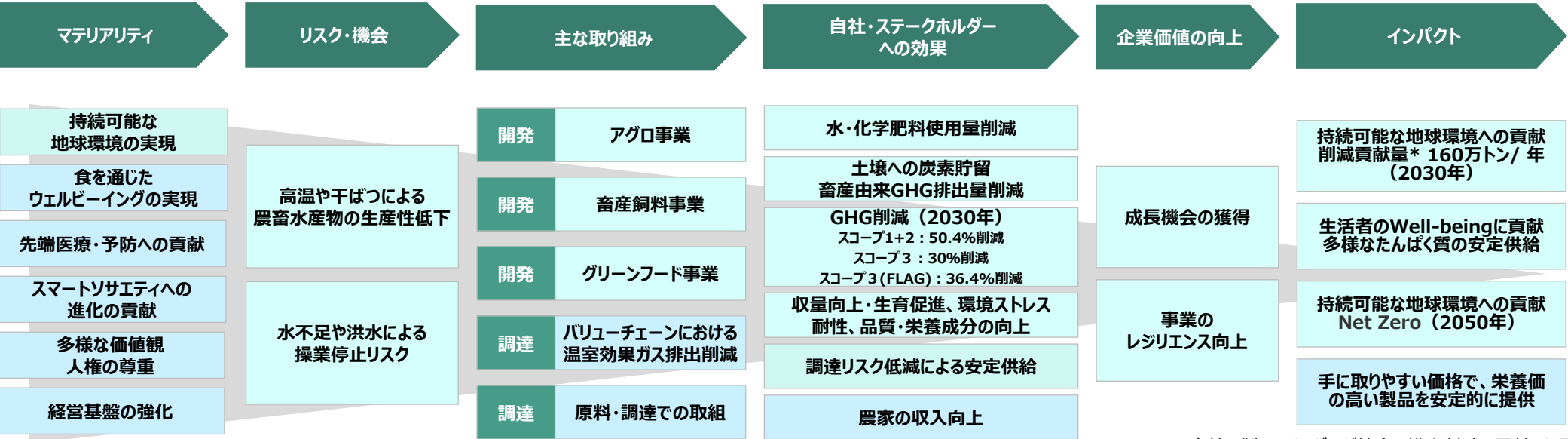
## 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ 味の素グループ独自の強み・競争力の源泉であるアミノサイエンス®の事業を軸に、ヘルスケア、フード&ウェルネス、ICT、グリーンの4つの重点成長領域で、より大きな社会価値と経済価値を共創している。
- ・ グリーン領域では、アミノサイエンス®によって 環境負荷を低減する等、喫緊の環境課題にアプローチするとともにポジティブインパクトの創出を目指し、サステナブルな食の提供やバイオサイクルの実現に貢献することを掲げている。
- ・ 気候変動やネイチャーポジティブといった複雑な課題に取り組むには、拡張可能で地域に適応したソリューションが必要であり、サプライチェーン全体、さらにはその枠を超えた強固なパートナーシップによってシステムを構築することを目指している。

# 事例 1 : 味の素株式会社

## ヘルスケア、フード&ウェルネス、ICT、グリーンの4つの重点成長領域で、より大きな社会価値と経済価値を共創していく

- 味の素グループは調達の7割が農畜水産物であり、自然に大きく依存しており、気候変動や資源制約といった地球規模の課題解決が、食品・農業分野における事業継続性に大きな影響を与えると認識している。また、世界では食料の3分の1が廃棄されており、人口の3分の1にあたる28億人が健康的な食へのアクセスができない現状、さらに不健康な食生活による疾患を含むアグリフードシステムの「隠れたコスト」は、世界のGDPの約1割に上ると報告されている。
- 気候変動やネイチャーポジティブに取り組むためには、拡張可能で地域に適応したソリューションが必要であり、サプライチェーン全体、さらにはその枠を超えた強固なパートナーシップによってシステムを構築することが重要でありフレームワークの策定を省庁や有志企業連合で進めている。
- これらの取り組みにより、生活者のWell-being向上や持続可能な地球環境への貢献を進め、成長機会の獲得や事業レジリエンスの向上といった経済的アウトカムへつなげていく。



\* 自社の製品・サービスが社会の排出削減に貢献した量

|    |      |            |
|----|------|------------|
| 凡例 | 主要要素 | 間接的・副次的な要素 |
|----|------|------------|



- 気候変動対策にはサプライチェーンを超えた多様なステークホルダーとのパートナーシップが不可欠です。
- 今後も味の素グループは、イノベーションとパートナーシップを通じて、持続可能な社会の実現に向けた活動を推進していきます。

## 事例 2 : キリンホールディングス株式会社

### 主な事業

- 酒類・飲料事業
- 医薬事業
- ヘルスサイエンス事業

### 開示媒体

- [キリングroup環境報告書2025](#)
- [キリングroup統合レポート2025](#)
- [キリングgroup ESGデータブック2025](#)

### マテリアリティ

- 「酒類事業を営むキリングgroupとしての責任」を果たすことを前提に、「健康」「コミュニティ」「環境」の4つを重点課題（マテリアリティ）として設定している。持続的成長のための経営諸課題（グループ・マテリアリティ・マトリックス）を下図のように整理しており、環境関連では「持続可能な生物資源の利用」「持続可能な水資源の利用」「容器包装の持続可能な循環」「気候変動の克服」が含まれている。
- 「キリングgroup持続可能な生物資源利用行動計画」の対象品目を含む調達量の多い原料農産物21品目について、「事業が自然に与える影響度」と「自然関連への事業の依存度」の2つの軸で分析・評価し、詳細な分析対象とするべき農産物を特定している。



| 評価軸      | 依存度           |                            |           |                   |          | 影響度    |                            |                |               |                      |          |
|----------|---------------|----------------------------|-----------|-------------------|----------|--------|----------------------------|----------------|---------------|----------------------|----------|
|          | 依存している生態系サービス | 供給サービス                     |           |                   |          | 気候変動   | 水・気候・海洋の資源利用               | 資源使用/資源枯渇      | 汚染            | コモディティリスク            | 影響度の相対評価 |
| 指標       | 農産物調達量        | 農産物を主要原料とする製品の売上収益全体に占める割合 | 原産地の代替可能性 | キリングgroupの輸入元の多様性 | 依存度の相対評価 | GHG排出量 | 単位収穫量あたりの水消費（ウォーターフットプリント） | 単位収穫量あたりの肥料使用量 | 単位面積あたりの肥料使用量 | コモディティ関連インシデント件数×深刻度 | 影響度の相対評価 |
| トウモロコシ   |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 大豆       |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 小麦       |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 米        |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 大麦       |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| さとうきび    |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| ホップ      |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 紅茶葉      |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 緑茶葉      |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| ウーロン茶葉   |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| コーヒー豆    |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 粉乳       |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 生乳       |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| グレープフルーツ |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| レモン      |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| オレンジ     |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| ブドウ      |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| りんご      |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| トマト      |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| 梅        |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |
| パーム油     |               |                            |           |                   |          |        |                            |                |               |                      |          |

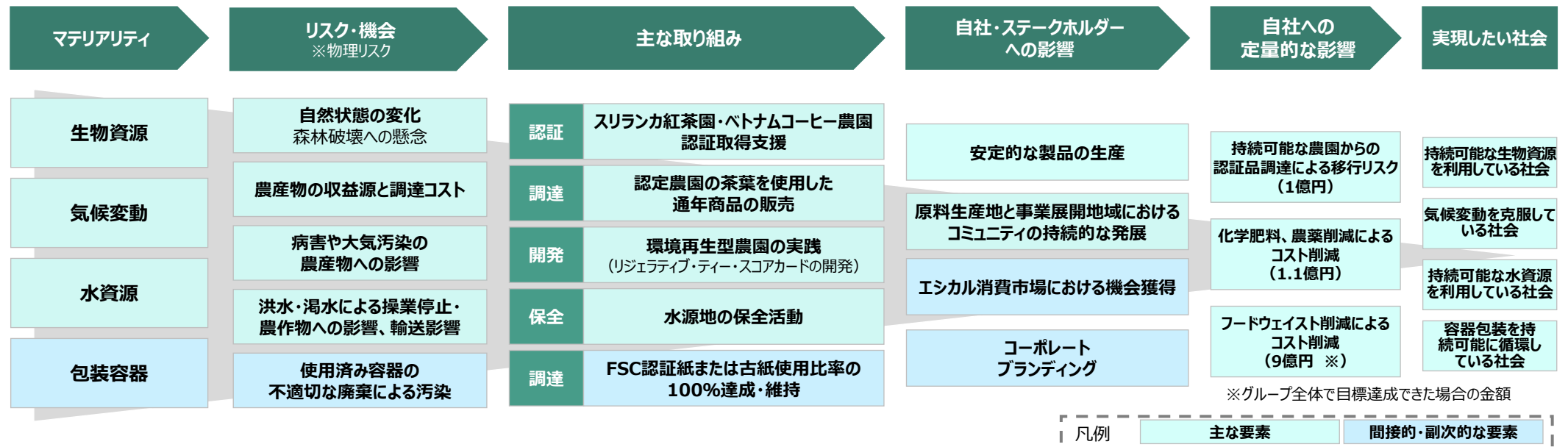
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- 環境ビジョンの重要メッセージであるポジティブインパクトの対象範囲を拡大し、原料生産地の多様な人間の営みと自然環境を総合的に扱い持続可能な課題解決を導き出す手法「ランドスケープアプローチ」と、食を農業などの個別課題ではなく、食料の生産、加工、流通、消費および廃棄に関わる1つのシステムとして捉える「食料システム」の考え方に準拠した課題解決に取り組んでいる。
- 複合的に発生し相互に関連する環境課題（生物資源・水資源・容器包装・気候変動）に統合的に解決する取り組みを進めている。
- そこで、TNFDのLEAPアプローチに沿って「自然関連への事業の依存度」と「事業が自然に与える影響度」を踏まえ、スリランカ産の紅茶葉の持続可能な調達は事業にとってインパクトが大きく、また自然や社会環境の観点からも重要な「場所」であることから、スリランカの紅茶農園を優先地域として特定している。

## 事例 2：キリンホールディングス株式会社

### ポジティブインパクトの範囲拡大 ～スリランカ紅茶農園・ベトナムコーヒー農園の「ランドスケープアプローチ」と「食料システム」～

- スリランカの認定茶葉を調達するだけでは必ずしも生産地の持続可能性を確保できないと判断し、スリランカ農園のレインフォレスト・アライアンス認証取得を支援している。
- また、原料として使用する水を持続可能な状態にするためスリランカ政府の外郭団体の協力のもと、水源地保全活動と水の重要性に関する意識向上のための研修やパンフレットの配布といった啓発活動を行っている。
- さらに、ペットボトルのリサイクル樹脂の使用率を50%を目標に掲げ、持続可能な容器包装を開発し普及することで、安定的な製品生産のみならず、エシカル消費市場における機会獲得にもつながる。
- その結果、持続可能な農園からの認証品の調達による移行リスクとして1億円、化学肥料や農薬の使用量削減によるコスト減として1億円、さらに生産の安定化などに起因したフードウェイスト削減によるコスト削減として9億円の財務インパクトを試算している。これらにより、グループが掲げるキャッシュフローの最大化である経済的価値とCSVパーパス実現の社会的価値といった企業価値向上につながっている。



- 多様なステークホルダーと協働し、地域と自然に配慮した調達・保全・循環の取り組みを統合的に進めます。
- 成果指標の改善とリスク低減を通じて、持続的成長に資する企業価値の向上を目指します。

## 事例3：サントリーホールディングス株式会社

### 主な事業

- 飲料・食品事業
- 酒類事業
- その他事業

### 開示媒体

- [サントリーグループ サステナビリティサイト](#)
- [サントリー 天然水の森 生物多様性「再生」レポート](#)

### マテリアリティ

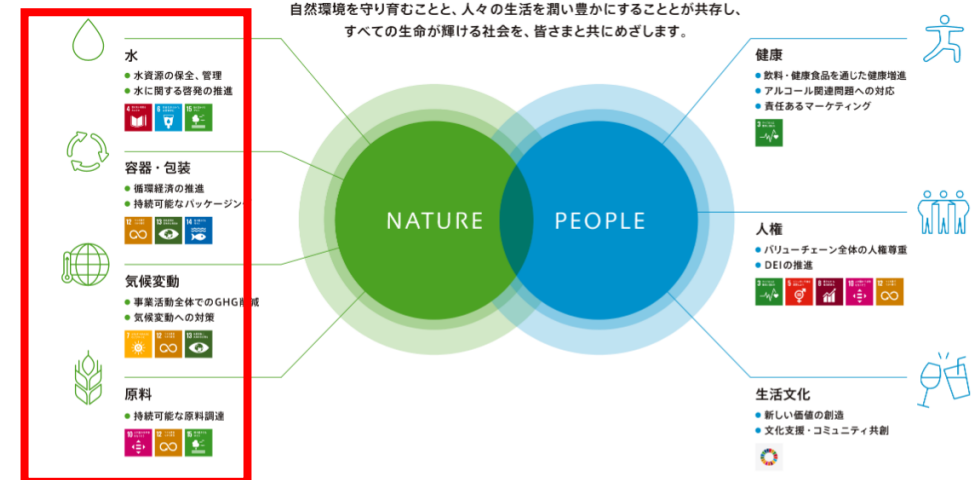
- ダブルマテリアリティの概念のもと、自社の財務インパクトおよび環境・社会への外部インパクトを特定し、評価を実施した。インパクト評価にあたっては、消費者、NGO、従業員などのステークホルダーとのエンゲージメントを実施した。その結果、「水資源の保全・管理」「持続可能なパッケージング」「持続可能な原料調達」などの10の重要課題を特定している。
- これらの重要課題を7つのテーマに整理した「サントリーグループ サステナビリティビジョン」のもと、サステナビリティ経営を推進している。



### サントリーグループ サステナビリティビジョン

#### 人と自然と響きあう社会の実現へ

サントリーグループは、水や農作物など自然の恵みに支えられた総合酒類食品企業として、自然環境を守り育むことと、人々の生活を潤い豊かにすることが共存し、すべての生命が輝ける社会を、皆さまと共にめざします。



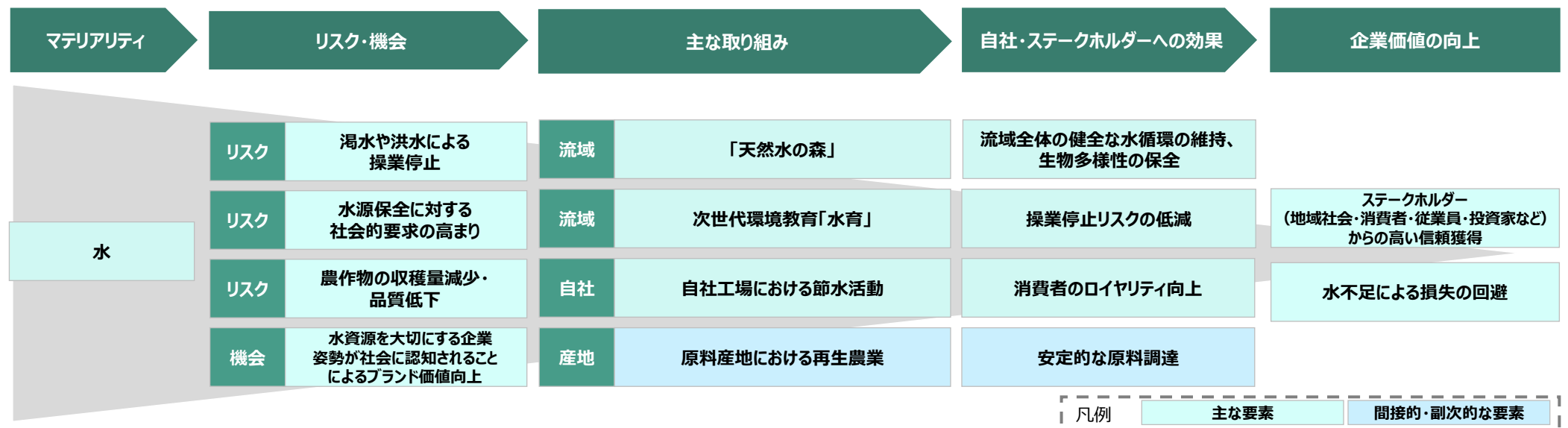
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- サステナビリティビジョンでは、自然に関するテーマとして「水」「容器・包装」「気候変動」「原料」を掲げており、それぞれ目標を掲げて活動を推進している。
- ネイチャーポジティブに向けた中核の取り組みは水源涵養（かんよう）機能の向上と生物多様性の再生を目的とした活動である「天然水の森」であり、地下水涵養や流域管理、生態系モニタリングを通じて水循環を維持している。「天然水の森」の6カ所は、環境省による30by30目標の自然共生サイトに認定されており、その認定数は日本企業最多である。
- これらの活動は事業のレジリエンスおよびブランド価値を高めるとともに、持続可能な社会への移行の加速化に寄与している。

## 事例3：サントリーホールディングス株式会社

### 100年先もその先も美味しい水をお届けし続けるために「サントリー天然水の森」で進める水源涵養と生物多様性再生の取組み

- サントリーは事業の基盤である水資源を守るため、水源涵養（かんよう）機能の向上と生物多様性の再生を目的とした活動である「天然水の森」を2003年に開始。現在では、16都府県26カ所、12,000haを超える規模まで拡大し、国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上を涵養する「ウォーター・ポジティブ」を実現している。
- 良質な地下水を育む森は、生物多様性に富んだ森であることから、「天然水の森」では鳥類を含む動植物の継続的な生態系モニタリングによる計画的な管理を実施。サントリーグループの「水科学研究所」による最新の水文学の知見に基づく調査研究とともに、水、森林、生物、整備、土壌などの研究者や専門家、地元住民の方々と連携し、科学的な根拠に基づいて100年先をも見据えた継続的な活動を展開している。このような水源涵養・保全活動は世界8カ国33カ所において行われている。
- また、次世代を担う子どもたちが、水や、水を育む森の大切さに気づき、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える、次世代環境教育「水育」を2004年以降開催しており、現在、水育は世界8カ国に広がっている。
- 1973年、“Today Birds, Tomorrow Humans”（今日、鳥に訪れる幸福は、明日の人間を幸せにするかもしれない。）をスローガンに、サントリーは愛鳥活動を開始。環境のバロメーターといわれる野鳥たちを通じて環境について気づきを得、鳥や人、さらにはすべての生きものが豊かに暮らせる環境を未来に引き継いでいくという自然への向き合い方は現在もサントリーに息づき、これらの活動はさらなる企業価値の向上へと繋がっている。



#### 【熊本ウォーターポジティブ・アクション -ランドスケープアプローチ-】

- 科学的知見に基づき都市開発と水資源保全を両立する「日本型ネイチャーポジティブ」を実装。産学金6団体で連携し、雨庭の普及により涵養・洪水緩和機能を強化。
- 自然クレジット等の金融手法で経済合理性を持たせ、一社に留まらない官民連携の仕組みを通じて、地域の水循環を次世代へ繋ぐモデルを構築します。

## 事例4：株式会社ニッスイ

### 主な事業

- 水産事業
- 食品事業
- ファインケミカル事業

### 開示媒体

- [ニッスイグループ 統合報告書2025](#)
- [ニッスイグループ サステナビリティレポート2025](#)
- [ニッスイグループ TNFDレポート2025](#)

### マテリアリティ

- 長期ビジョン「GOOD FOOD 2030」を策定し、「人にも地球にもやさしい食を世界にお届けするリーディングカンパニー」と掲げ、「海洋の生物多様性の主流化」「脱炭素・環境型社会への貢献」に加え、「持続可能なサプライチェーンの構築」などを重点課題として設定している。



| マテリアリティ          | KPI                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 海洋の生物多様性の主流化     | 水産資源の持続可能な調達比率<br>容器包装におけるプラスチック使用量 <sup>※1</sup><br>(基準年度：2015年度、単位：原単位)<br>生産段階におけるプラスチック排出量 <sup>※2</sup><br>(基準年度：2017年度、単位：原単位)<br>CO <sub>2</sub> 排出量 (Scope1,2) (基準年度：2018年度、単位：総量)                                                                          |
| 脱炭素・環境型社会への貢献    | 冷媒の特定フロン<br>再生可能エネルギー比率 <sup>※2</sup> (電気使用量に占める割合)<br>動植物性残渣の廃棄量 <sup>※2</sup> (基準年度：2017年度、単位：総量)<br>製品廃棄量 <sup>※1</sup> (基準年度：2020年度、単位：総量)<br>食品リサイクル率 <sup>※2</sup> (循環資源率)<br>水の使用量 <sup>※2</sup> (基準年度：2015年度、単位：原単位)<br>ゼロエミッション率99%以上の事業所の割合 <sup>※2</sup> |
| 持続可能なサプライチェーンの構築 | 1次サプライヤーアセスメント比率<br>食品安全の第三者認証取得率<br>商品回収等の重大品質事故                                                                                                                                                                                                                   |

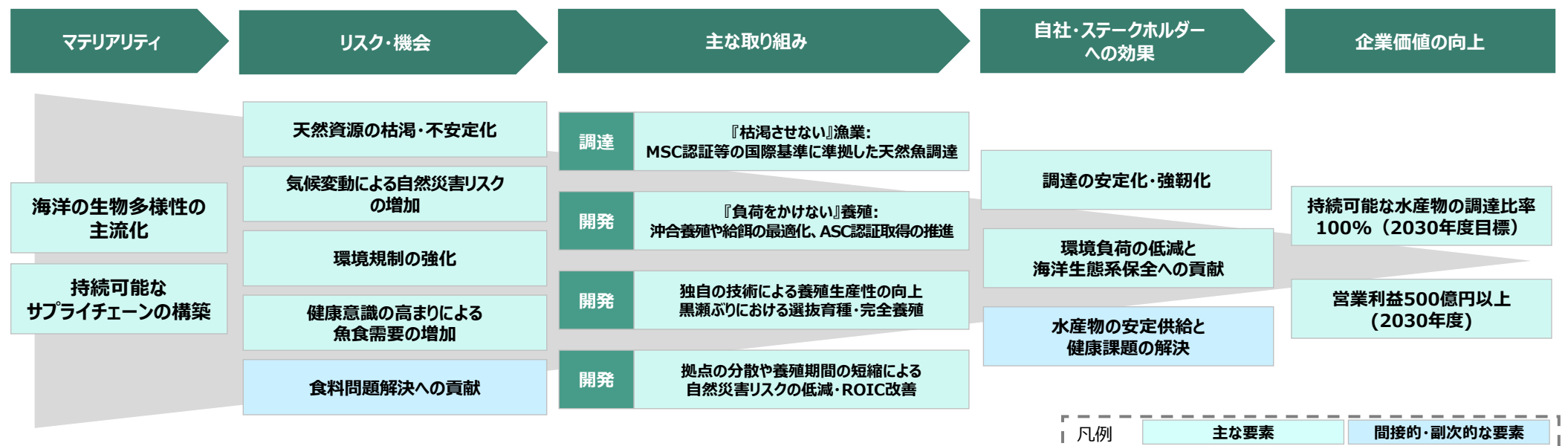
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ニッスイの事業基盤は水産資源そのものであり、その持続可能性は価値創造の根幹をなす。世界的な過剰漁獲や気候変動による資源枯渇リスクが高まる中、この課題を事業戦略の中心に据え、「海洋の生物多様性保全」を軸に持続可能で強靱なバリューチェーンの構築を目指している。
- そのため、事業リスクの低減と新たな成長機会の創出を両立するアプローチとして、①天然資源を「枯渇させない」持続可能な漁業や調達、②海洋環境に「負荷をかけない」環境配慮型養殖の2つを推進している。これらを、資源管理の高度化や認証取得によるブランド価値向上、気候変動リスク回避を通じて企業価値の持続的な向上を実現するための重点施策と位置付けている。

## 事例4：株式会社ニッスイ

### サプライチェーン強靱化に向けた水産資源アクセスの多角化～天然・養殖（国内・海外）にわたる資源ポートフォリオ戦略～

- 近年の天然資源の枯渇や地政学リスク、気候変動といったサプライチェーンの不確実性の高まりに対応する必要があると判断し、この課題に対して水産資源へのアクセスを多角化する戦略を推進している。天然資源を「枯渇させない」持続可能な漁業や調達を推進する一方で、養殖事業の高度化を成長の柱に据えている。
- 特に海面養殖においては、養殖漁場の沖合化や自動給餌システムの導入などにより、海洋環境への負荷を低減する「負荷をかけない」モデルへの進化を図っている。また、海水温の上昇や台風・赤潮などの自然災害リスクの低減に向けて、浮沈式生簀の導入や拠点の分散、養殖期間の短縮などを進めている。これにより、リスクに強い強靱なサプライチェーンを構築すると共に、生産の拡大やROIC（投下資本利益率）の改善など、経済価値の向上にもつなげている。こうした取組は、収益性・資本効率・成長期待の向上を通じて企業価値向上の一因となっており、その成果は資本市場での評価改善にも表れている。
- こうした成長戦略は、養殖事業の生産拡大（例：2030年 黒瀬ぶり16,000トン、国内サーモン10,000トン、南米サーモン50,000トン体制など）を通じて、2030年度に全社で売上高1兆円以上、営業利益500億円以上という長期ビジョンで掲げる目標の達成を支える原動力となる。また、環境面でも「水産物の持続可能な調達比率」を2030年度には100%とする目標を掲げ、経済的価値と社会的価値の両立を通じて長期的な企業価値向上を目指している。



ニッスイグループの事業活動は、海からの恵みによって成り立っています。その事業基盤となる海を守ることは、私たちの事業の持続可能性そのものに直結するテーマです。当社グループではマテリアリティに「海洋の生物多様性の主流化」を掲げ、海の自然資本を事業や経営判断の前提として位置付けながら、経営課題として体系的に取り組んでいます。これらの取り組みは決してトレードオフではなく、海洋環境への負荷低減を通じた水産資源量の回復や養殖の生産性向上など、環境と収益性の両面でプラスの効果をもたらす、いわゆるトレードオンの取り組みへとつながっていると考えています。

## 事例5：明治ホールディングス株式会社

### 主な事業

- 食品・飲料事業
- 医薬品事業

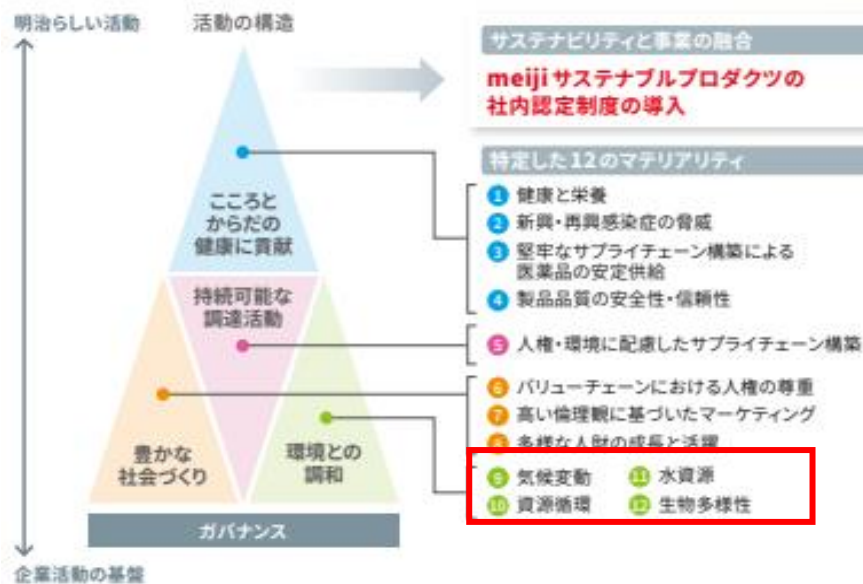
### 開示媒体

- [明治ホールディングス 統合報告書2025](#)

### マテリアリティ

- 明治グループは、ROEとESGを統合した『明治ROESG』を経営の最上位指標に掲げ、サステナビリティと事業の融合を推進している。
- 12のマテリアリティを軸に、サステブルプロダクツ認定制度やROESG対象の商品ブランド戦略を通じて社会価値を経済価値に転換し、持続的な企業成長を目指している。

#### 明治グループのサステナビリティ活動の構造



### マテリアリティ・マトリックス



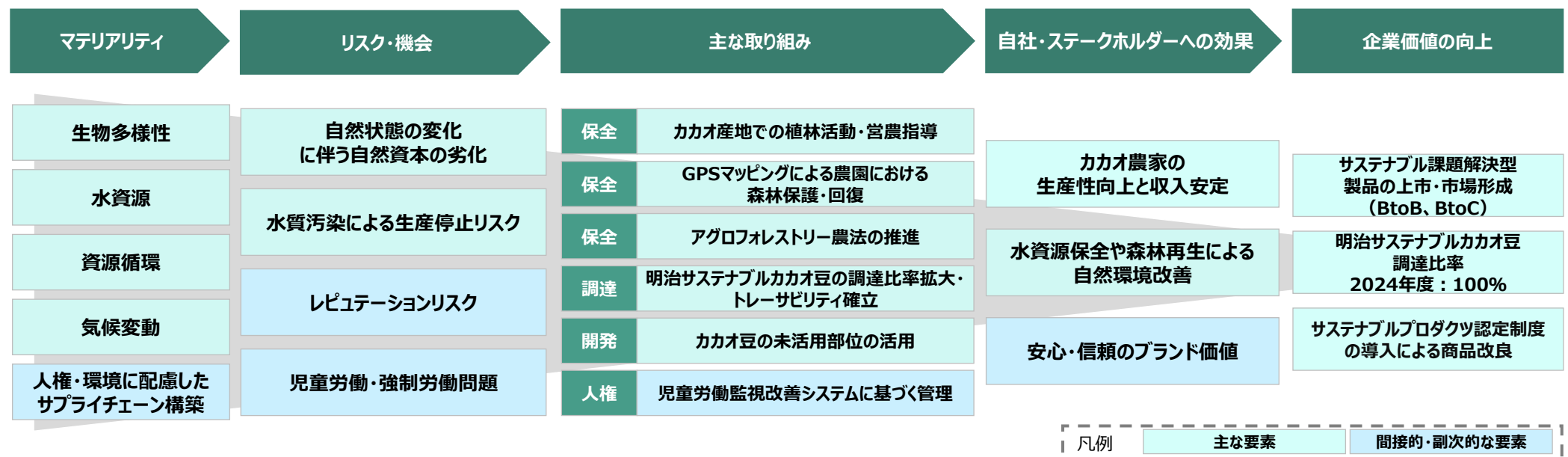
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- 明治グループの事業は、生乳、カカオや乳酸菌、抗生物質に代表される微生物などの、豊かな自然の恵みの上に成り立っており、生物多様性の損失は重大な事業リスクであると認識している。
- 豊かな自然の恵みを将来にわたって享受できるよう、原材料調達から廃棄に至るサプライチェーン全体を通じた事業活動において、生物多様性への影響と依存を把握し、その保全・再生に向けた取り組みを推進している。

## 事例 5：明治ホールディングス株式会社

### 明治ROESGを体現する「メイジ・カカオ・サポート」で、社会価値を経済価値に転換

- 世界的なチョコレート市場の成長に伴い、カカオ生産地では森林減少や児童労働といった深刻な課題が顕在化しており、明治グループは、こうした課題を自然資本の保全と事業の持続性に直結するテーマと捉え、「責任ある調達」「生物多様性保全」「人権尊重」を見据えた活動として、「メイジ・カカオ・サポート」を推進している。
- 具体的には、カカオ産地の支援、トレーサビリティの確立、児童労働撤廃、森林減少停止、ホールカカオ活用によるバリューチェーンの進化による新しい価値創造に取り組み、安全で安定的な供給とブランド価値向上を実現し、単なるCSRにとどまらず、本活動を通じて創出された社会価値をお客様へ付加価値として提供することで企業価値向上に直結するものである。
- 明治サステナブルカカオ豆の調達拡大により、移行リスクを回避し、消費者への価値訴求を通じてプレミアム市場の拡大にもつなげている。
- 結果として、社会価値を経済価値に転換する「明治ROESG」モデルが、企業競争力の源泉となっている。



明治HD担当者

- メイジ・カカオ・サポートは、2006年から実施しているカカオ農家支援活動で、現在9カ国に広がっています。カカオ生産地への技術支援を出発点として始まった活動ですが、現地で目にする多様な社会課題に丁寧に応え続けて、現在に至ります。
- 環境・人権等に関する社会の意識が変化していくなか、メイジ・カカオ・サポートの意義はますます重要になっており、当社は明治ROESGを体現する活動のひとつとして、引き続き本活動を通じて、社会価値を経済価値に転換することに努め、企業としての価値を高めています。

## 事例6：王子ホールディングス株式会社

### 主な事業

- 生活産業資材、生活消費財、機能材、資源循環ビジネス、印刷情報メディア

### 開示媒体

- 王子グループ統合報告書2025
- 王子グループ TNFDレポート2025
- 王子の森の経済価値化の取り組みについて
- 中期経営計画2027

### マテリアリティ

- サステナビリティ重要課題（マテリアリティ）として9つを示し、環境関連は下図の5つ。
- 生物多様性関連では、「持続可能な森林経営と生物多様性の保全」「気候変動の緩和・適応」「資源の循環的利用」を掲げている。

| サステナビリティ重要課題                                                                                        | 定義                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  気候変動の緩和・適応         | サプライチェーンでのGHG排出削減、森林によるCO <sub>2</sub> 吸収・固定の推進を図り、気候変動の緩和に貢献する。                    |
|  持続可能な森林経営と生物多様性の保全 | 保有・管理する森林において、環境および地域社会に配慮した持続可能な森林経営を実践し森林資源を活用するとともに、生物多様性保全をはじめとした森林の多面的機能を発揮する。 |
|  資源の循環的利用           | 資源枯渇を防ぐため、紙および水を貴重な再利用可能な資源と捉え、循環的な利用を図る。                                           |
|  責任ある原材料調達          | あらゆる原材料を調達するためのサプライチェーンにおいて、環境および人権を含む社会に関する課題を看過せず、責任をもって対処する。                     |
|  環境負荷の低減          | 製造過程において、周辺地域への環境負荷を最小限にするために、廃棄物の削減、排水、排気の浄化を推進する。                                 |

### 社会課題・メガトレンド

気候変動問題  
自然災害の激甚化  
生物多様性の喪失  
環境汚染  
(大気・水・土)  
人口・食料問題  
国際社会・経済の分断

### 社会課題の解決に向けた取り組み

### 目指す姿



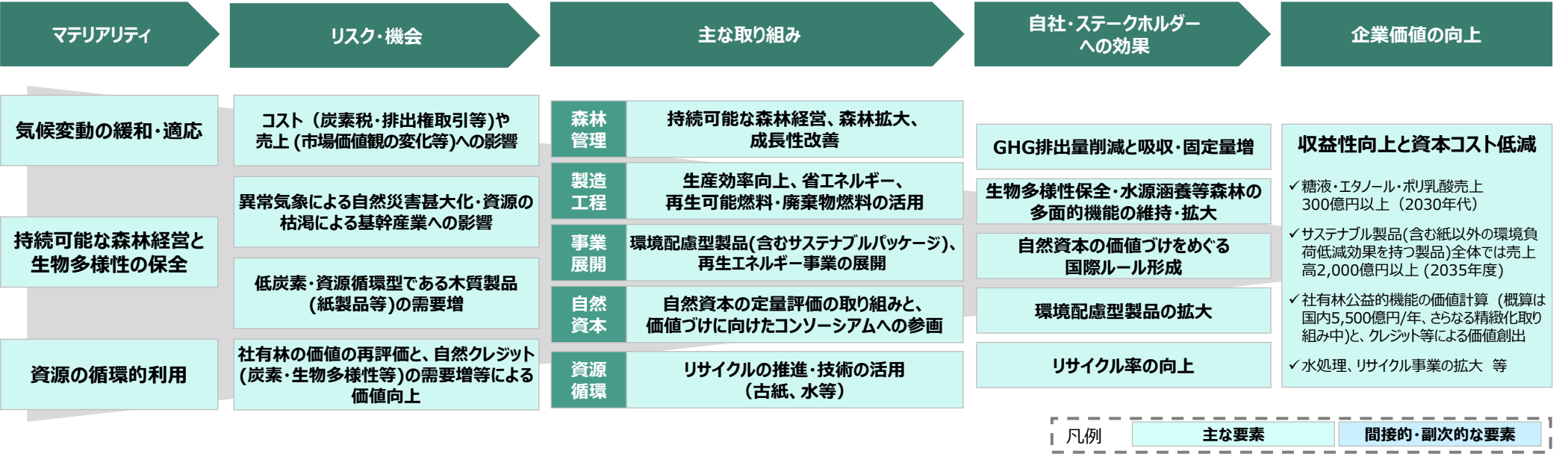
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- 資源の安定的・長期的確保**：王子グループの植林事業は1893年ごろに始まり、現在では国内外に約63.6万ヘクタール（東京都の面積の約3倍）の社有林を経営。再生可能な資源を安定的・長期的に確保することで、事業リスクの低減を図ると同時に、森林の公益的機能を発揮し、生態系サービスを社会に提供している。
- 資源循環型ビジネスモデル**：再生可能な資源を循環的に利用し、製品を生産・提供するシステムを確立。事業活動を通じてサーキュラーエコノミー、ネイチャーポジティブ、カーボンニュートラルといった社会課題に取り組んでいる。
- 事業ポートフォリオの転換**：紙・板紙の需要構造の変化に対応すべく、既存インフラを活用して「木質バイオマスビジネス」および「サステナブルパッケージ」を中核とするポートフォリオへの転換を推進。投資効率の向上および収益性の改善を目指している。

# 事例 6 : 王子ホールディングス株式会社

## 製紙の枠を超えていく～森林資源を核とした事業ポートフォリオ転換と、自然資本価値化の取り組み～

- ・ ネイチャーに直接関連するマテリアリティとして、「気候変動の緩和・適応」、「持続可能な森林経営と生物多様性の保全」、「資源の循環的利用」を抽出、それらに起因するリスク・機会へ対応する取り組みにより、企業価値向上を狙っている。
- ・ 化石資源由来の使い捨てプラスチック包装に代わる、持続可能な包装資材需要の急速な高まりを受け、環境配慮型の紙パッケージの開発と加工技術を推進。バリア性能や耐久性、加工性などの機能を付加した新しい紙・パルプ製包装を市場に提供。2024年度実績で約3,000トン販売、2030年度までに5,000トンまで拡販する目標を掲げ、廃棄物の削減、環境負荷の低減にも寄与している。
- ・ 従来の化石資源を原料とした、さまざまな製造プロセスの代替として期待されている「バイオものづくり」に取り組んでいる。食料と競合しない再生可能な森林資源と製紙工場のインフラを活用して、木質由来の糖液・エタノール・ポリ乳酸の社会実装を推進。現在のところ2030年代に300億円以上の売上を目標とし、今後「木質バイオマスビジネス」の中核化を目指している。
- ・ さらに社有林の公益的機能の価値化に向けた第一歩として、国内社有林の経済価値約5,500億円/年と概算。現在、より精緻な定量評価、価値づけをめぐる国際ルール形成、クレジット等による価値創出を目指して取り組んでいる。





王子HD担当者

・ 当社は100年以上、持続的な森林管理に取り組み、その森林に根付いた事業運営を実施しています。木質バイオマスビジネスの中核化、サステナブルパッケージ事業の拡大等の施策は、社会課題の解決に向けた取り組みであり、これによる企業価値の向上とサステナビリティへの貢献を目指します。

・ 今後は、生物多様性保全、水源涵養等森林の公益的機能を活かした新たなビジネスも展開していきます。

## 事例 7 : ユニ・チャーム株式会社

### 主な事業

- ウェルネスケア
- ペットケア
- フェミニンケア
- ベビーケア

### 開示媒体

- [ユニ・チャームグループ 統合レポート2025](#)
- [ユニ・チャームグループ サステナビリティレポート2025](#)
- [ユニ・チャームHP サステナビリティ「Kyo-sei Life Vision 2035」](#)

### マテリアリティ

- SDGs達成に貢献することを「Purpose」と位置付けており、Purposeを具体化するためのMissionとして「『共生社会』の実現」を掲げている。共生社会の実現に向けて目指す方向、重要取り組みテーマなどを「Kyo-sei Life Vision 2035」として示している。
- この中で、「地球の健康を守る・支える」においては、「RefF (リーフ : Recycle for the Future) の社会実装拡大」「気候変動対応」「持続可能性・生物多様性に配慮したバリューチェーン構築」「プラスチック使用量の削減」を重要取り組みテーマとして位置付けている。



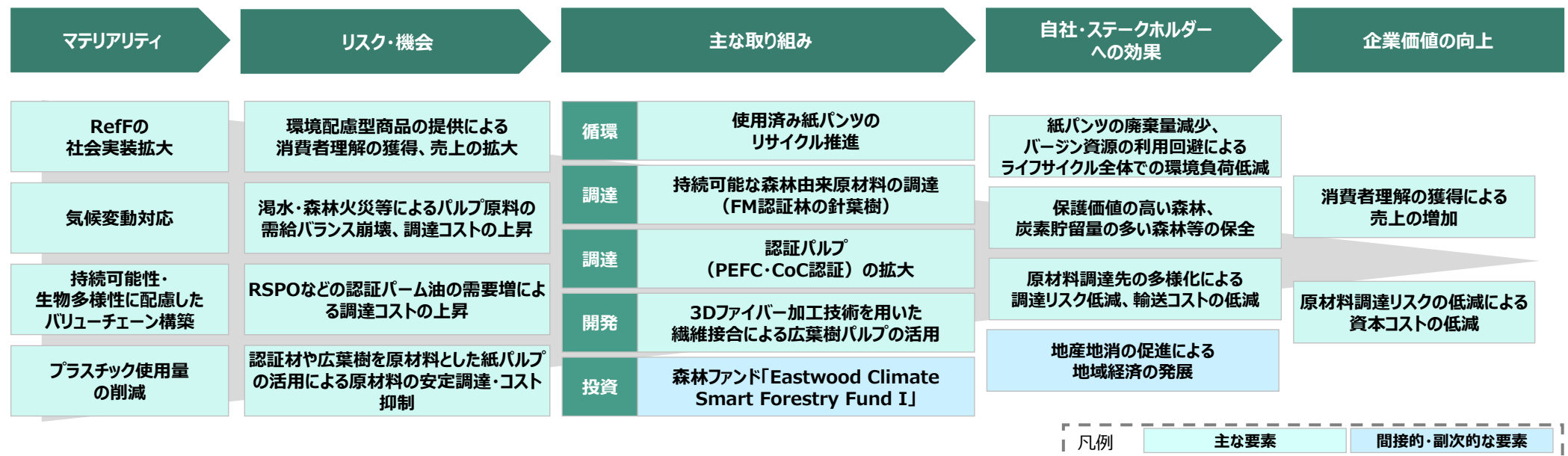
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- 2050年までに想定される社会像を仮定し、社会と自社の側面から「2030年のありたい姿」を検討し、「全世界の赤ちゃんからお年寄りまで全ての生活者とペットが、心身・社会・地球の健康を実感できる社会インフラを提供する企業」と設定。
- 「2030年のありたい姿」と現実とのギャップを埋めるために必要なアプローチの1つとして、サーキュラーエコノミーを特定。循環型社会の実現を目指して実証実験を進めているRefFの本格的な社会実装の拡大に取り組む。

## 事例7：ユニ・チャーム株式会社

### RefF (リーフ：Recycle for the Future)プロジェクト～ライフサイクル全体での環境負荷低減～

- 使用済み紙パンツの多くが焼却、または埋立廃棄されており、廃棄時に排出されるCO2などによる環境負荷に加え、新しい紙パンツの製造には木材から作られるパルプや石油資源から作られる高分子吸収材やプラスチックなどの資源が必要となる。こうした環境負荷を低減するとともに、自社製品がお客様から選ばれ続け、成長を自足するためには、紙パンツのライフサイクルが自然環境に負荷を与えない持続可能な仕組みの構築が重要であるため、循環型サイクルの構築を進めている。
- 回収した使用済み紙パンツの洗浄・分離、取り出したパルプのオゾン処理(殺菌・漂白・脱臭)によって再生する「RefFプロジェクト」を進めるとともに、木材などの天然資源の調達においても持続可能性や認証に配慮した調達を行うことで、原材料の安定調達やコスト抑制が期待でき、さらに卸店・小売りと協業による消費者理解が得られ、売上拡大が期待できる。
- また、成長が早く東南アジアで計画的な収穫が可能な広葉樹を原材料とした商品開発や技術開発も進めており、これらは原材料調達先の多様化によるリスク低減や、地域経済の発展に寄与する。
- こうした取組は、消費者の理解獲得による売上増加や、原材料調達リスクの低減による資本コストの低減につながる。



ユニ・チャーム担当者

- 当社は「共生社会」の実現に向け、コーポレート・ブランド・エッセンスとして“Love Your Possibilities”を掲げています。これには、「すべての人が秘めている限りない可能性を信じ、その可能性を慈愛にあふれた利他の心で支え合うことのできる“共生社会”の実現を目指す。」という想いが込められています。Kyo-sei Life Vision 2035で掲げる「地球の健康を守る・支える」を実現するために、RefFの活動を進めてまいります。

## 事例8：花王株式会社

### 主な事業

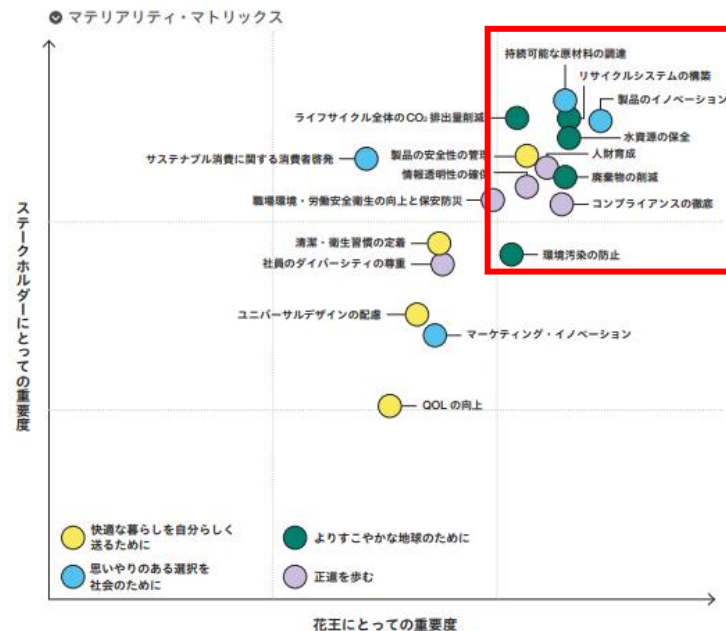
- ハイジーン&リビングケア事業
- ヘルスビューティケア事業
- 化粧品事業
- ケミカル事業

### 開示媒体

- [花王 統合レポート2025](#)
- [花王 サステナビリティレポート2025](#)
- [花王 SMILEプログラム](#)
- [生物多様性の取り組み](#)

### マテリアリティ

- ステークホルダーと自社事業への重要度を評価し、「水資源の保全」や「環境汚染の防止」、「廃棄物の削減」などをマテリアリティとして設定している。
- ESRsなどの外部要求事項に対応し、ダブルマテリアリティの原則を重視しつつ、事業を通じた社会課題解決の道筋をより明確にするため「事業機会」の視点を重視している。



### 生物多様性に関するマテリアリティの例（縦軸と横軸は相対的なもの）



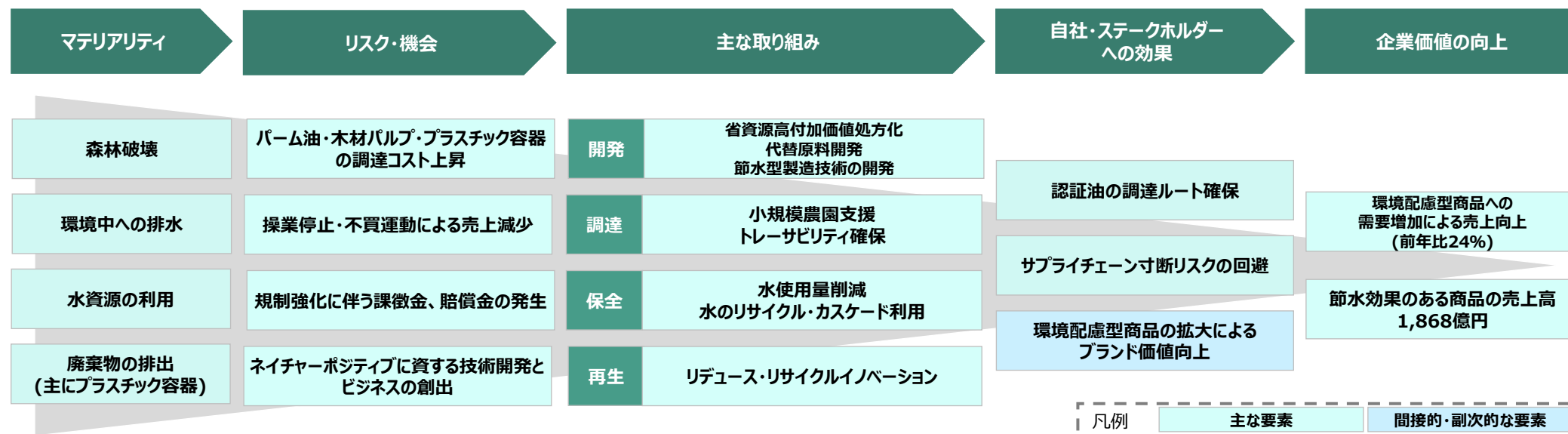
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ESG戦略「Kirei Lifestyle Plan」（KLP）に基づき、機会創出・拡大とリスク低減を通じた利益ある事業成長と社会課題解決による持続可能な社会の実現を目指している。KLPは考えを示す「ESGビジョン」と、目標である「花王のコミットメント」、そして重点的に取り組む19のテーマ「花王のアクション」で構成されている。
- KLPの実践により財務インパクトを創出し、長期的な利益還元につながっていると同時に、環境や社会に対してもさまざまな面でポジティブなインパクトを生み出している。
- 「全ライフサイクルにおいて、科学的に地球が許容できる範囲内の環境フットプリントである製品比率」を2030年までに100%にすることを「花王のコミットメント」とし、製品ライフサイクル全体で環境負荷の低減を図り、環境性能に優れた製品を提供することで、すこやかな地球の実現に貢献している。

## 事例 8 : 花王株式会社

### パーム油の「責任ある原材料調達」と「バイオIOS」等のイノベーション技術の開発による新価値創造

- 最も重要な天然資源と位置づけているパーム油の持続可能な調達を推進し、パーム農園までのトレーサビリティ91%（2025年6月末時点）を達成。最終目標として、トレーサビリティ100%確保、サプライチェーンの森林破壊ゼロ・土地転換ゼロ達成および人権リスク低減をめざす。サプライチェーンマネジメント強化のため、原産地モニタリングおよびアセスメント、現地での直接支援を実施してきた。具体的には、小規模農園への生産性向上とRSPO認証取得を支援する「SMILEプログラム」や、農家との直接対話窓口「グリーンバンスメカニズム」を導入し、認証油の調達ルートの確保と供給の安定化を実現している。支援農園数は、2024年末時点で延べ3,489農園に達している。
- 全ライフサイクルの水使用量の90%を占める「使用段階」にも注力し、パーム油・パーム核油の固体状の部分から分子設計の工夫により新洗浄剤「バイオIOS」の開発に成功し、節水型製品の拡充により水資源の保全に努めている。節水効果のある商品の売上高は1,868億円と算出されており、これらのイノベーションによる差別化を戦略的に取り組むことで、リスク低減だけでなくビジネス機会にもつながり、製品ライフサイクル全体で環境負荷の低減を図り、環境性能に優れた製品の提供により、売上高は前年比で24%増加している。
- このほか、廃棄されるPET素材を活用したアスファルト改質剤「ニュートラック」という次世代インフラ技術を組み込んだ製品は、アジア・欧米市場で7つの国と地域へ展開されている。アスファルト舗装の耐久性を最大5倍向上させる機能を持ち、張替工事に伴うCO2排出や交通規制による渋滞の発生を緩和するだけでなく、路面の削れを抑える事によってアスファルト粉塵の発生を抑制している。



- SMILEプログラムを通じて支援する独立小規模パーム農園が認証取得後に販売するRSPO認証クレジットの全量購入や、農園での除草剤散布時、雑草に除草剤をより展着させることで農薬使用量を低減させる効果が期待できる花王製品「アジュバントシリーズ」の無償提供も実施しています。(購買部門)

## 事例 9 : サラヤ株式会社

### 主な事業

- コンシューマー事業
- サニテーション事業
- メディカル事業

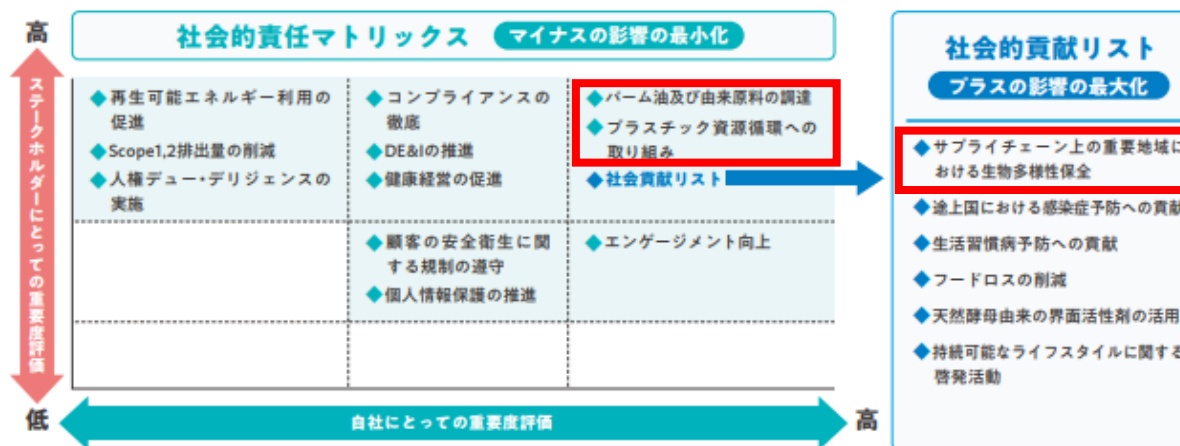
### 開示媒体

- [サラヤ 持続可能性レポート2025](#)
- [サラヤHP サラヤのサステナビリティ](#)
- [SARAYA SDGs SOLUTIONS](#)
- [BLUE OCEAN PROJECT](#)
- [SOFORO](#)

### マテリアリティ

- ・ サラヤでは、「衛生・環境・健康を通じて持続可能な社会を実現する」という企業理念のもと、社会的貢献と事業競争力の両立を目指し、自然関連の重要マテリアリティとして生物多様性保全、資源循環、再生可能エネルギー利用を設定しており、「パーム油及び由来原料の調達」を重要なマテリアリティと位置づけている。
- ・ 創業時より社会問題解決に貢献する商品を事業基盤としており、温暖化、生物多様性の減少、海洋汚染等の環境問題へアプローチし続けている。

#### ▼ サラヤのマテリアリティ



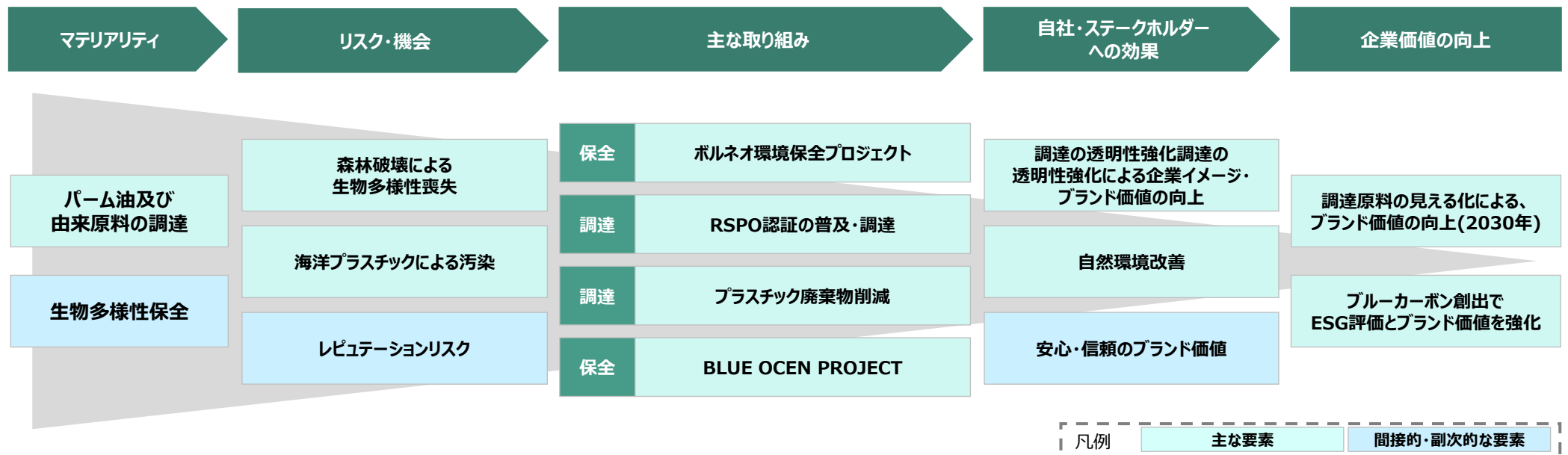
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ パーム油を持続可能に利用するため、「ボルネオ環境保全プロジェクト」による生物多様性保全活動と「RSPO認証の普及」の両輪をサステナビリティ活動の中核に置き、責任あるサプライチェーンの構築を目指している。
- ・ 「BLUE OCEAN PROJECT」として、海洋プラスチック汚染防止や藻の育成によるブルーカーボンの吸収「海の森を守るプロジェクト」、水産資源のサプライチェーンイノベーションに取り組んでいる。
- ・ プラスチック廃棄物削減と循環型社会に向けて、業務用リターナブル容器や薄肉化によるプラスチック使用量の削減などの活用、エコ商品の新規開発などに取り組んでいる→容器の紙パック化、使用済みボトルの水平リサイクルや海洋プラスチックの有効利用などに取り組んでいる。

## 事例 9 : サラヤ株式会社

### 植物原料を使用する使命 ～ボルネオ環境保全プロジェクトとRSPO認証の普及～

- 主力商品である「ヤシノミ洗剤」は、石油系合成洗剤の排水による水質汚染が社会問題となる中、植物原料を使用した商品の先駆けとして誕生した。
- 世界の食料需要の増加に伴い、原料の1つであるパーム油の生産がプランテーション拡大による熱帯雨林減少など様々な環境・社会問題を引き起こしていることに着目し、主要生産国のマレーシア・ボルネオ島にて「ボルネオ環境保全プロジェクト」を展開している。
- 対象商品の売り上げの1%（メーカー出荷額）をボルネオ保全トラストへ充て、農園となった土地を買い戻して森に再生し、分断された森をつなぐことで野生動物の生息域を確保する「緑の回廊」計画や、レスキューセンターの設立・運営などに取り組んでいる。また、ゾウが好む植物を川沿いに計画的に植え、人との衝突や農作物被害を減らす活動を支援している。
- 日本に籍を置く企業として初めてRSPOへ加盟し、関係者・組織と共に環境に配慮したパーム油産業のルール作りに参画し、認証制度の普及に取り組んでいる。
- こうした取り組みを通じて、RSPO認証原料の採用を進め、責任ある調達と国際基準への準拠を強化すると同時に、ESG評価の向上とブランド価値につながり、商品の売上にもつながっている。



創業から「社会問題をビジネスを通じて解決する」ことに取り組んできた弊社は、事業の基本となる「衛生・環境・健康」の向上に貢献し、持続可能な社会の実現を目指し、グローバルなネットワークを構築し、独自の商品やサービスの提供を通じて事業を発展させていきます。

# 事例 10：積水化学工業株式会社

| 産業セクター | 取組区分 |
|--------|------|
| 化学     | 実績   |
|        | 計画   |

## 主な事業

- レジデンシャル  
ライフサイエンス

- アドバンストライフライン  
イノベティブモビリティ

## 開示媒体

- 積水化学工業 統合報告書2025
- 積水化学工業 TCFD/TNFD Report2025
- 積水化学グループ サステナビリティレポート2025

## マテリアリティ

- ・ 長期ビジョン「Vision 2030」の実現の鍵となるESG経営をさらに強化していくために必要な重要課題（マテリアリティ）を特定している。
- ・ マテリアリティの1つである「環境」では、中長期的なROIC向上に効く「攻め」の施策として機会面で「環境貢献度の高い製品（サステナビリティ貢献製品）の創出」を展開。広義の資本コストの抑制に寄与する「守り」の施策としてリスク低減面で「各規制に対する対応」を展開。これらによって企業価値向上につながるものと位置付けている。
- ・ 環境長期ビジョン「SEKISUI環境サステナブルビジョン2050」では、2050年に目指す地球の姿として「生物多様性が保全された地球」を位置づけ、(1) サステナビリティ貢献製品の市場拡大と創出、(2) 環境負荷の低減、(3) 環境の保全、の3つの活動によって、気候変動、資源循環、水リスク、生物多様性といった地球上の課題解決に貢献することを目指している。
- ・ 環境長期ビジョンの考え方を具現化する外部環境・社会への便益は、LCIA手法（LIME2）を用いて“自然資本へのリターン率”として算出。企業における当期利益とのバランスをインパクト加重会計のフレームにてモニタリングし、ESG経営における環境側面の戦略と遂行の妥当性を確認している。

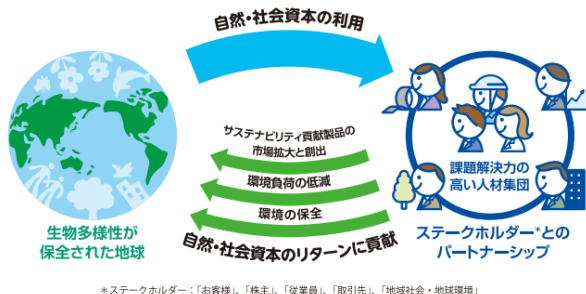


図 SEKISUI環境サステナブルビジョン

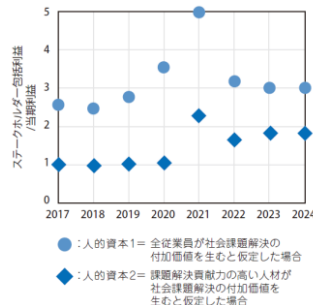
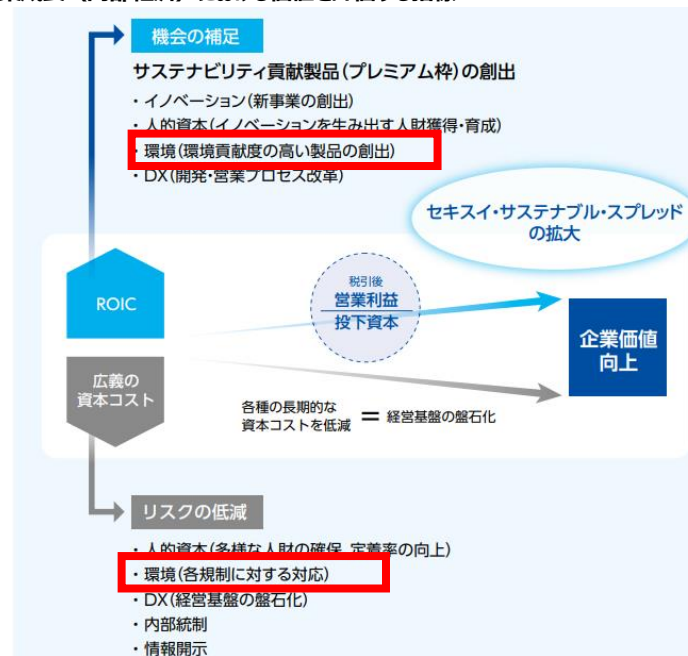


図 ステークホルダー包括利益のバランス推移

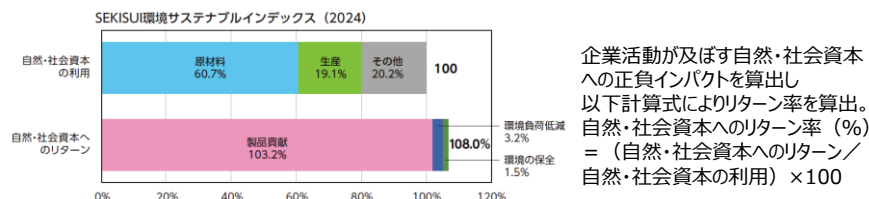
## 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ 長期ビジョンに基づき、複数の自然環境・社会環境課題を認識し、トレードオフにならない質の高い解決方法を推進することで、自然資本だけではなく社会資本へのリターンにも貢献する活動を目指すグランドデザインを描いている。
- ・ 企業成長とサステナブルな社会の実現というダブルマテリアリティを評価する2つの指標を用いてバランスのとれたESG経営戦略を推進している。

## ■企業成長（内部経済）における価値を評価する指標



## ■サステナブルな社会の実現（外部経済）における価値を評価する指標

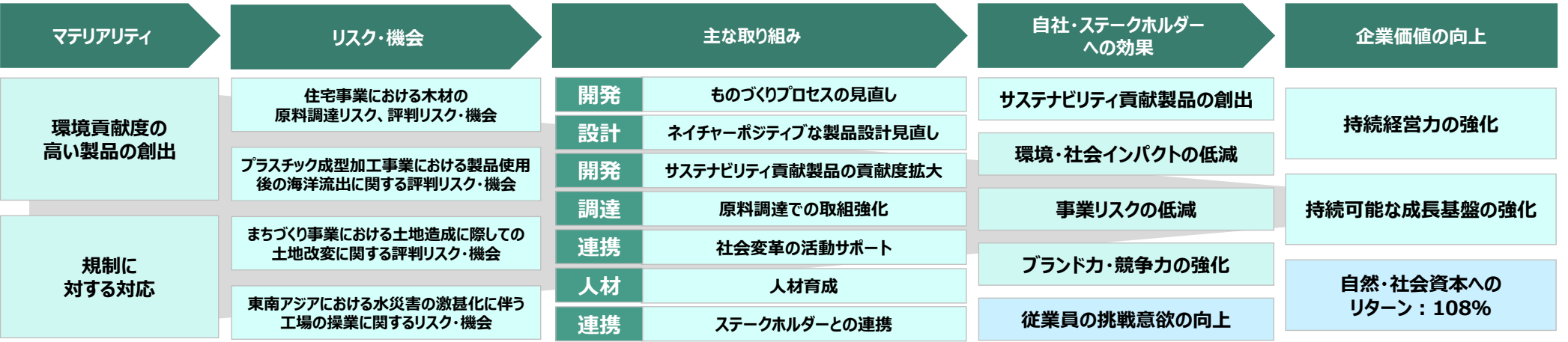


企業活動が及ぼす自然・社会資本への正負インパクトを算出し、以下計算式によりリターン率を算出。  
 自然・社会資本へのリターン率（%）  
 =（自然・社会資本へのリターン／自然・社会資本の利用）×100

# 事例 10：積水化学工業株式会社

## 企業活動による自然資本および社会資本へのリターン

- 企業活動に伴う生物多様性への影響の低減については、直接的だけではなく間接的な影響も鑑みて評価する必要があると考え、環境長期ビジョンでは、広義の意味での「生物多様性が保全された地球」をゴールとして設定している。真の「生物多様性の保全」は、カーボンニュートラルやサーキュラーエコノミーが実現できないと考えている。この考えに基づき、「生物多様性」が企業に及ぼす5大インパクト（※）について、おのおののインパクトにおけるリスク低減の取り組みを推進し、各管理項目によってモニタリングしている。例えば、温室効果ガス低減や、限りある資源やエネルギーの効率的な活用、有害化学物質等による環境負荷の低減と汚染の防止に努める活動を推進している。さらに、製品を使用する消費者にとっても生物多用性の保全に貢献できるよう製品の機能・サービスの向上に努めている。（※ 5大インパクト：気候変動、資源の利用、土地・水・海の利用、汚染、外来種）
- 自然資本や社会資本のリターンに貢献するためには、ステークホルダーとの連携が不可欠であり、その活動を推進する従業員の社会課題解決貢献力の向上が重要である（人的資本への影響）と考えている。そのため社会課題解決貢献力を育む企業風土づくりや人材育成にも力を入れ、この側面においてもチャレンジする活動が加速するよう努めている。
- 生物多様性(自然資本)に関するインパクト度合を示す「SEKISUI環境サステナブルインデックス」を導入し、内訳として植物バイオマスと生物多様性の2側面の影響を把握し、モニタリングしている。企業活動における環境配慮と貢献、並びに世界各地での環境保全活動を通じて、利用する自然資本に対してポジティブな影響を与え、利用を上回るリターンを目指している。定量化によって動向を正しく理解し、経営へのフィードバックを行うことにより、ポジティブな影響に転換していく活動計画を立案している。（例：直接影響の環境負荷が大きい項目：原料使用や化学物質の排出、販売製品の廃棄であると認識 ⇒ 管理や強化事項として設定）
- SEKISUI環境サステナブルインデックス108%、生物多様性リターン率29.6%、植物バイオマスリターン率57.2%といった指標でインパクトを定量化し、2030年までに再生材利用率50%以上、グローバル売上比率20%を目指している。



|    |      |            |
|----|------|------------|
| 凡例 | 主要要素 | 間接的・副次的な要素 |
|----|------|------------|



積水化学工業担当者

・ 生物多様性の取り組みが及ぼす企業成長と社会に対するゴールについてロジックモデルを構築しているが、再認識されたつながりを経営にフィードバックしていくことでさらなる取組の加速につながる。さらに企業および社会の動きに併せてモデルを見直していくことで、NP取組に対する好循環が生まれると考えています。

# 事例 1 1 : 株式会社リコー

## 主な事業

- デジタルサービス
- デジタルプロダクト
- グラフィックコミュニケーションズ
- インダストリアルソリューションズ

## 開示媒体

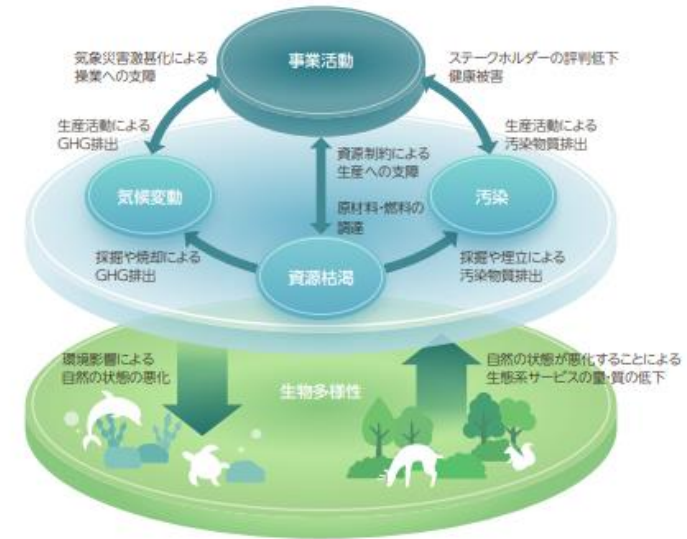
- [リコーグループ統合報告書2025](#)
- [Ricoh Group Sustainability Report 2025](#)
- [リコーグループHP](#)

## マテリアリティ

- ・ 目指すべき持続可能な社会の姿を、経済(Prosperity)・社会(People)・地球環境(Planet)の3つのPのバランスが保たれている社会「Three Ps Balance」として表している。
- ・ 「ESGと事業成長の同軸化」を方針に掲げ、ESGを非財務ではなく、数年後の財務につながる「将来財務」と位置づけ、経営理念・中期経営戦略・ステークホルダーからの期待を反映したマテリアリティを特定。「Planet（持続可能な地球環境）」に係るものとしては「脱炭素社会の実現」と「循環型社会の実現」を掲げ、事業を通じた社会課題解決を目指している。
- ・ これらの戦略的意義として、「バリューチェーン全体の脱炭素化に取り組み、カーボンニュートラルへの貢献を通じたビジネス機会を創出する」「自社および顧客のサーキュラーエコノミー型ビジネスモデル構築によりビジネス機会を創出する」とそれぞれ設定している。



事業活動と環境との関係性



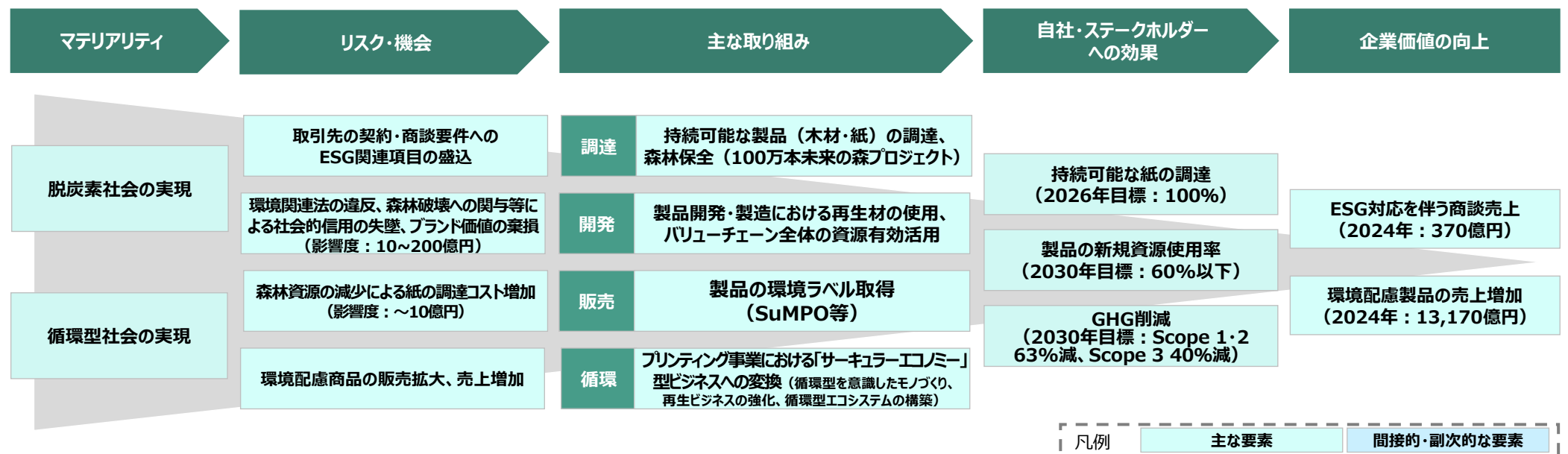
## 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ 事業活動と環境との相互の影響を右図のように整理し、気候変動、資源枯渇、汚染、生物多様性の観点から、統合的なシナリオ分析やリスク・機会の評価を実施している。
- ・ グローバルなESGの潮流から、商談参加の条件としてESG外部評価のスコアやレーティングの提出を求められるケースや、製品の環境ラベルの取得状況、再生材の使用率、人権への配慮に関する取り組みなどが問われるケースが増えていることから、取組をより一層強化している。
- ・ 国内においては、取引先に対して自社の実践事例を紹介し、取り組みを支援。ESG経営課題に寄り添うことで、関係性強化につながり、商機拡大に結び付いている。

# 事例 1 1 : 株式会社リコー

## 持続可能な調達と再生材活用の推進

- 事業活動とリスク・機会の分析・評価から、オフィスプリンティング事業・商用印刷事業に起因する影響が全体の80%以上を占めることが改めて明らかとなり、これにより2022年に発足した「グローバル紙調達プロジェクト」および2023年に制定した「用紙調達方針」の重要性が一層補強された。これらの方針に基づき、森林資源の減少と規制強化による調達コスト増加などのリスク対応を重視し、取り組んでいる。
- 地球温暖化防止、持続可能なコミュニティ発展の観点からも森林保全が重要であると捉え、紙・木材の持続可能な調達を行うとともに、「100万本未来の森プロジェクト」として森林保全活動も行っている。一次資源への依存や利用による影響低減のために、再生材の使用拡大やバリューチェーン全体における省資源化、さらにプリンティング事業では資源を循環させるサーキュラーエコノミーへの変換を進めており、2030年目標として新規資源使用率を60%以下とすることを目指している。
- 上記の取組等をもとに製品の環境ラベルを取得し、取引先からの再生材活用を含むESG関連要件の充足によって2024年には370億円の売上につなげた。さらに、環境配慮製品の売上は2024年に13,170億円に及んでいる。



- TCFDをベースとして実施していたシナリオ分析のプロセスに、ネイチャーポジティブの観点を取り入れて統合することに苦心しています。
- 統合的な分析・評価を行うことで、今後のリスク対応の方向性を明らかにするだけでなく、すでに行っているリスク対応に根拠を与えることができたと考えています。

## 事例 1 2 : 日本電気株式会社

### 主な事業

- ITサービス事業
- 社会インフラ事業

### 開示媒体

- [NEC 統合レポート2025](#)
- [NEC TNFDレポート第3版](#)
- [NEC ESGデータブック2025](#)

### マテリアリティ

- ・ 成長、機会創出および成長率向上を目的とした5つの「成長マテリアリティ」と、リスク低減と成長率向上を目的とした7つの「基盤マテリアリティ」を特定している。
- ・ 環境課題への対応は、基盤マテリアリティおよび成長マテリアリティ双方に位置づけている。



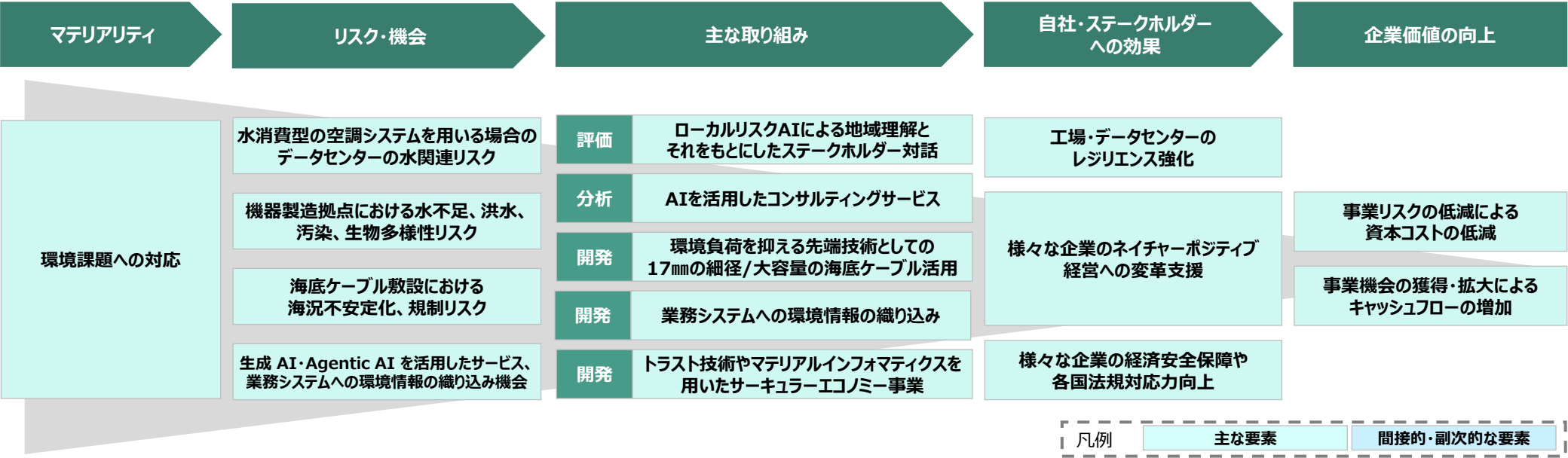
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ AI、セキュリティなどのテクノロジーを駆使しながら、専門機関や現地ステークホルダーとの協働で、複雑な環境問題を見える化および分析している。こうしたノウハウは、テクノロジーカンパニーとして顧客にもソリューション提案することで機会創出にもつなげている。このように、まず自社で先進テクノロジーを徹底的に使い、成功も失敗も含めたりアルな知見・経験を蓄積する取組は「クライアントゼロ（＝ゼロ番目の顧客）」と呼んでいる。
- ・ クライアントゼロで蓄積した知見は、お客様の変革を成功に導く価値創造モデル「BluStellar」（ブルーステラ）として提供している。

# 事例 1 2 : 日本電気株式会社

## 「環境クライアントゼロ戦略」と価値創造モデル「BluStellar」

- 1970年より環境分野の専門組織を立ち上げ、製品・サービスを通じた社会全体の環境負荷低減に貢献し、ICTを活用して環境問題の見える化・対策により実績を積み重ねてきている。
- 「環境クライアントゼロ戦略」を加速するため、従来は縦割りであった各機能を統合し、サステナブルなサプライチェーンの実現に向けた機能横断的な変革に挑戦し、知見やテクノロジーは、デジタル・トランスフォーメーション（DX）のサクセスストーリーとしてお客様の変革を成功に導く価値創造モデル「BluStellar」（ブルーステラ）として届けている。
- 例えば、AI活用により拠点ごとの水インフラに関するローカルリスクを分析し、資料作成を自動化したことで、事業拠点や関係者と実態に即した対話が可能になった。このAIでサプライチェーンの2,000拠点を評価し、人手で8万時間相当の作業を実現している。
- このようにAI技術の活用を社会課題や自然資本の測定等に取り入れることによって、自然災害等に対する自社および顧客の事業レジリエンス強化や、グローバルにおける安定的な通信インフラ環境を実現し、価値創造を強く意識して取組むことで資本コストの低減や事業機会の獲得・拡大につなげている。
- AI技術以外にも、サプライチェーン管理などの業務システムに環境情報を織り込み事業変革を進めたり、セキュリティ/トラスト技術を活用して循環型の産業エコシステム構築に貢献するなど、デジタル技術を用いて環境/社会課題を解決する取り組みを推進している。





日本電気担当者

・ サステナビリティ部門の業務は、開示のための開示ではなく、経営に直接貢献する価値を創出することです。

・ AIを活用して様々な企業の価値創出も支援しています。

## 事例 1 3 : 株式会社ブリヂストン

### 主な事業

- プレミアムタイヤ事業
- ソリューション事業
- 探索事業
- 化工品・多角化事業

### 開示媒体

- [ブリヂストン 統合報告](#)
- [ブリヂストンHP サステナビリティサイト](#)

### マテリアリティ

- 事業を通じて社会価値と顧客価値を両立して創出し、社会やお客様、ブリヂストンが共に持続的に成長していくために、商品を「創って売る」、「使う」、原材料に「戻す」という、バリューチェーン全体でカーボンニュートラル化、サーキュラーエコノミーの実現、ネイチャーポジティブの推進とビジネスを連動させる独自のサステナビリティビジネスモデルの確立を、経営戦略、中期事業計画に織り込んで推進している。



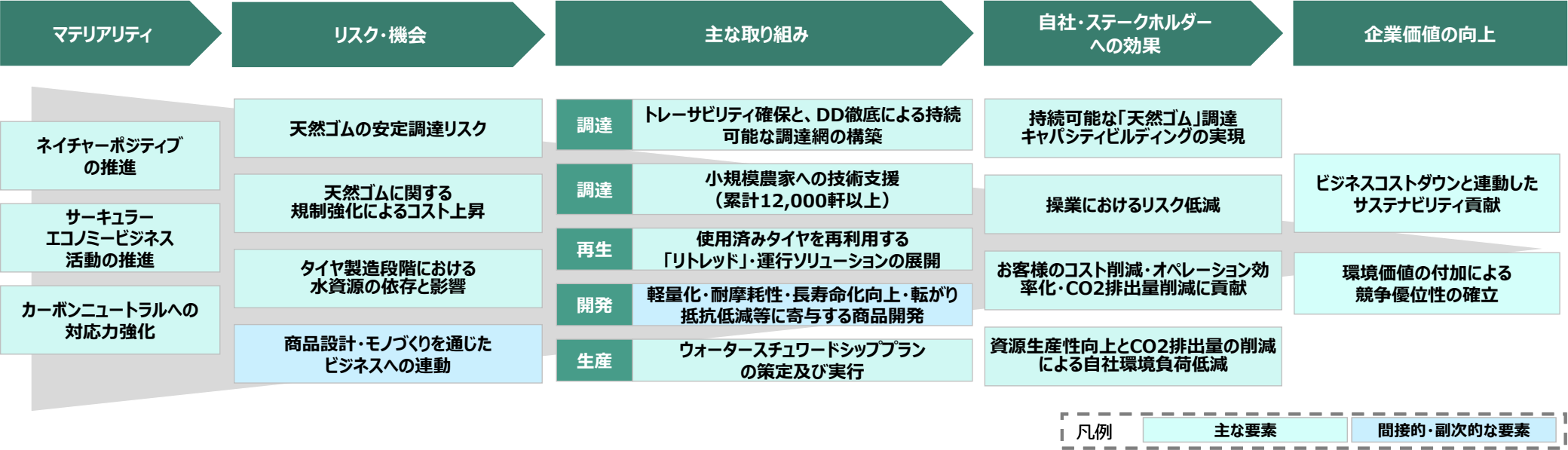
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ネイチャーポジティブに向けては、自然保全だけでなく、資源の効率的な利用や持続可能な生産、気候変動対策など、多様な観点や課題を包括的に捉えたアプローチと変革が必要なことより、SBTs for Nature (科学的根拠に基づく目標) のフレームワークの考え方に沿って、より循環型・再生型のビジネスモデルへと進化させている。
- サステナビリティビジネスモデルの確立を通じて、ライフサイクルを通じたCO2排出量削減をはじめとしたカーボンニュートラル化、資源生産性の向上や再生資源・再生可能資源比率の向上などによるサーキュラーエコノミーの実現、事業に直結している天然ゴム、水資源の持続可能な利用に注力するネイチャーポジティブの実現に向けた取り組みをビジネスと連動させながら包括的に進めている。
- サステナビリティビジネスモデルを通じた成果は着実に進展しており、中期事業計画の2026年目標を上回るペースで推移している。

# 事例 1 3 : 株式会社ブリヂストン

## ビジネスモデルの変革を促進するネイチャーポジティブへの取り組み

- ブリヂストンは2050年を見据えた環境長期目標を2012年に策定し、「自然と共生する」「資源を大切に使う」「CO2を減らす」という環境宣言で掲げた3つの活動において中期目標を設定している。現在はこの目標をサステナビリティビジネスモデルに折り込み、ビジネスと連動させながら包括的に取り組みを進めている。
- より軽量で、長寿命、低燃費に貢献するタイヤ、再生資源・再生可能資源を活用したタイヤの設計・販売、使用済タイヤのトレッドゴム(表面ゴム)を貼り替えて再利用する「リトレッド」を展開することで、社会からの期待やお客様のニーズに応えながら、天然ゴムを含む原材料使用量の削減やライフサイクルを通じたCO2排出量の削減を通じた天然資源への依存の低減や環境へのインパクトの改善を進めている。
- サプライチェーン上流においては、タイヤの主要原材料である天然ゴムを「持続可能に利用し続ける」ための調達を強化している。衛星画像や地理マッピングを活用したトレーサビリティの強化や、2026年までに累計12,000軒以上の小規模農家に対し、生産性向上と森林保全を両立する技術支援の目標を掲げ、実行している。こうした活動により、森林破壊や天然ゴム栽培に関わる人権侵害リスクの低減といったサステナビリティへの貢献と、天然ゴム調達リスクの低減を両立している。
- また、生産活動に不可欠な水資源に関しては、「ウォーターシュワードシップポリシー」に基づき、水ストレス地域に立地する生産拠点を中心に、2030年までにそれぞれの地域環境に応じた具体的なウォーターシュワードシッププランの策定・実行に取り組んでいる。これらの活動により、渇水による操業停止といった操業リスクの低減に加え、取水・排水コストのコストダウンも図っている。



  
ブリヂストン担当者

・サステナビリティビジネスモデルの運用も6年目となり、サステナビリティへの取り組みが社会価値のみならず顧客価値の創出にも寄与するということが社内においてもより浸透してきていると感じます。ネイチャーポジティブへの取り組みが更なるビジネス機会につながるよう、引き続き活動を推進していきます。

## 事例 1 4 : ヤマハ株式会社

### 主な事業

- 楽器事業
- 音響機器事業
- その他の事業（自動車用内装部品、FA機器など）

### 開示媒体

- ヤマハ 統合報告書2025
- ヤマハ サステナビリティレポート2025
- ヤマハ TCFD、TNFDへの対応

### マテリアリティ

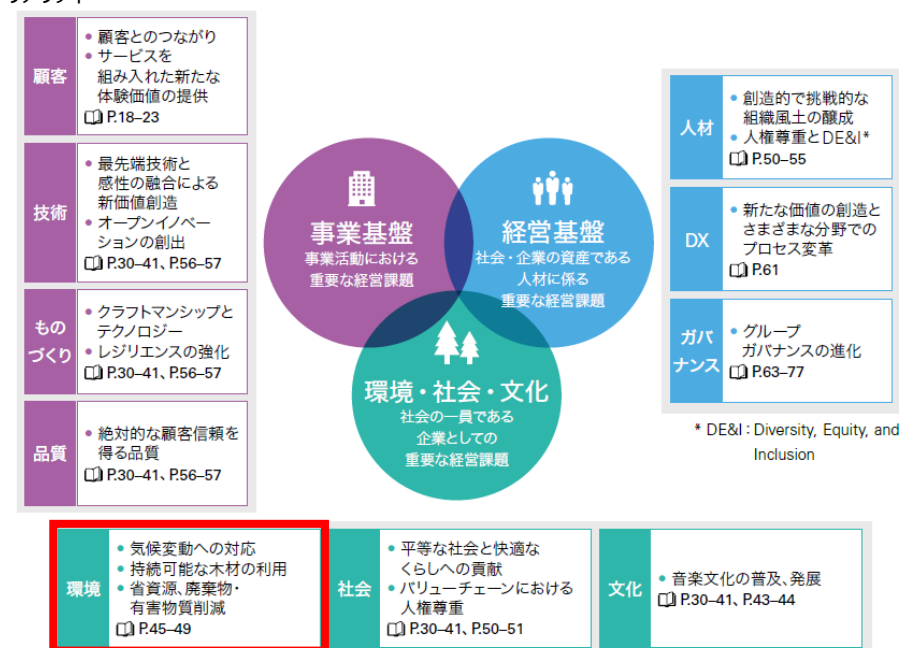
- 経営ビジョン「音・音楽の力で、人々の個性輝く未来を創る」の実現に向け、「事業基盤」「経営基盤」「環境・社会・文化」の3領域でマテリアリティを特定し、「環境」のマテリアリティとして「気候変動への対応」「持続可能な木材の利用」「省資源、廃棄物・有害物質削減」を掲げている。
- サステナビリティに関するマテリアリティ（環境・社会・文化）を経営全体のマテリアリティに統合しており、サステナビリティを価値の源泉として、それぞれの指標を設定し、経営基盤の強化や事業戦略につなげることを目指している。

### 経営目標（2028年3月期）

| サステナビリティを価値の源泉に                                                                    |                     | 環境指標    | 社会指標        | 文化指標       |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------|-------------|------------|
|  | 持続可能性に配慮した木材        | 80%     | 社会課題関連取り組み数 | 音楽文化支援活動*3 |
|                                                                                    | 梱包材の脱プラスチック         | ▲25% *1 | サプライヤー実地監査  | スクールプロジェクト |
|                                                                                    | CO <sub>2</sub> 排出量 | ▲30% *2 | 60社         | 累計児童数      |
|                                                                                    |                     |         |             | 1.2万回      |
|                                                                                    |                     |         |             | 700万人      |

\*1. 発泡スチロール（2023年3月期比） \*2. スコープ1+2（2018年3月期比） \*3. 音楽を通じて人と人がつながる場を創出する活動

### マテリアリティ



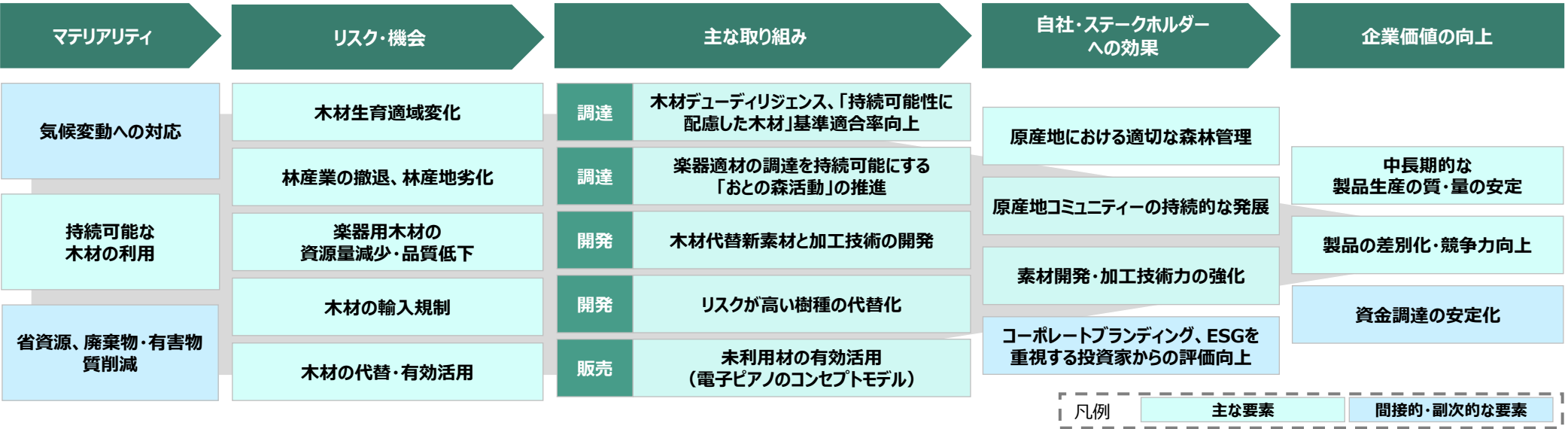
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- 環境分野の3つのマテリアリティに関して、「気候変動への対応」については製造拠点を中心とした省エネ活動や再生可能エネルギーの導入、「持続可能な木材の利用」については購入する木材の原産地や伐採の合法性、資源の持続可能性などを確認・評価する木材デューデリジェンスや原産地コミュニティと連携した良質材の育成（おとの森活動）、「省資源、廃棄物・有害物質削減」については梱包材のプラスチック使用削減や再生材採用などを進めている。
- この中でも特に、多種多様な木材を楽器に使用しており、特殊な木材も多いことから、「持続可能な木材の利用」に係る取組は製品品質の維持・向上、将来の安定調達のために重要であると考えている。楽器の音響特性に求められる仕様を満たすためには、特定の樹種・地域の木材が必要であることから、資源量の減少が懸念される樹種については「おとの森活動」を通じた保全・育成などに積極的に取り組んでいる。

# 事例 1 4 : ヤマハ株式会社

## 持続可能な木材利用による製品生産の質・量の中長期的な安定

- 木材を持続可能な形で利用し続けるには、原産地の森林保全や木材資源量への配慮など環境面だけでなく、社会・経済の観点からも持続可能であることが必要と考え、木材デューデリジェンスの仕組みを構築。購入する木材の原産地や伐採の合法性、資源の持続可能性などに関する書類・訪問調査を実施している。
- 国際的な環境団体Preferred by Nature監修のもと、「持続可能性に配慮した木材」の基準を制定し、2025年3月期には基準適合率が69%（うち認証木材56%）まで到達、2028年3月期に80%まで高めることを目指している。
- ただし、樹種によっては資源量の減少や品質の低下が懸念されることから、高品質で楽器に適した木材を持続的に調達するために、地域社会と一体となって循環型の森林づくりを実現する「おとの森活動」を、行政や学術機関と連携し国内外で展開している。
- 例えば、木管楽器の重要原料であるアフリカン・ブラックウッドはIUCNレッドリストで準絶滅危惧種に分類され、近年では資源量が減少傾向にあるため、2015年から原産地であるタンザニア連合共和国で同種の生態や森林の管理状態の調査を開始し、同樹種を楽器素材として持続的に利用できるビジネスモデルの実現に向け、森林保全と楽器生産、地域コミュニティ開発の観点から、植林技術の導入や土地利用の改善、材料利用技術の開発などを進め、2025年3月期までに累計約27,000本（植林地総面積約13.5ha）の植栽を実施している。
- 加えて、北海道に自生するアカエゾマツの人工林において、地域と連携し、ピアノに使用できる高品質なアカエゾマツの安定供給を再び実現し「木の文化」を次世代に繋いでいくことを目指している。こうした活動を通じてバリューチェーン上のステークホルダーと連携することは、現地コミュニティの持続的な発展、ひいては質・量の双方において安定した製品の生産・提供に繋がる。



「持続可能な木材の利用」は、森林・生態系の保全はもとより、当社の事業継続、さらには世界の音楽文化の維持発展のために欠かせない最重要テーマの一つです。本来は再生可能である木材を将来にわたって安定的に利用できるよう、木材デューデリジェンスや「おとの森活動」などにサプライチェーン全体の理解・協力を得ながら積極的に取り組んでいきます。

## 事例 15 : カナデビア株式会社

### 主な事業

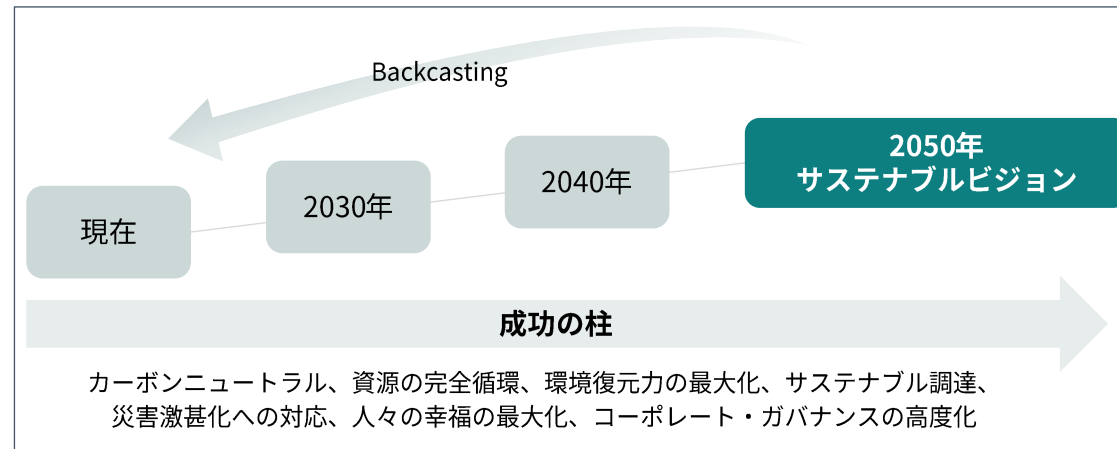
- 環境事業（ごみ焼却発電施設、汚泥再生処理施設）
- 機械事業（精密機械）
- 社会インフラ事業（水門、防災）
- 脱炭素化事業（プロセス機器、風力発電）

### 開示媒体

- [カナデビアグループ 統合報告書2025](#)
- [カナデビア株式会社 TCFD/TNFD統合レポート2025](#)
- [カナデビア サステナブルGUIDE BOOK](#)
- [カナデビア HP](#)

### マテリアリティ

- ・ 2050年のサステナブルビジョンを「環境負荷ネットゼロ」と「人々の幸福の最大化」に設定。これを実現するためのドライバーである「成功の柱」(マテリアリティ)を「社会とステークホルダーの視点」「事業継続へのインパクトの視点」、それらの「達成の難易度」の観点から検討し、7つを特定している。
- ・ 自然関連では「カーボンニュートラル」に加え、「資源の完全循環」「環境復元力の最大化」「災害激甚化への対応」「サステナブル調達」を成功の柱と定め、ビジネスが自然に与える悪影響を軽減し、自然リスクに対する回復力を高め、長期的な価値を創造を掲げている。
- ・ 外部環境の変化や社会のニーズ・期待の変化を反映させるため、3年を目安に見直し。事業の持続可能性と社会の要請に対する柔軟性を確保している。



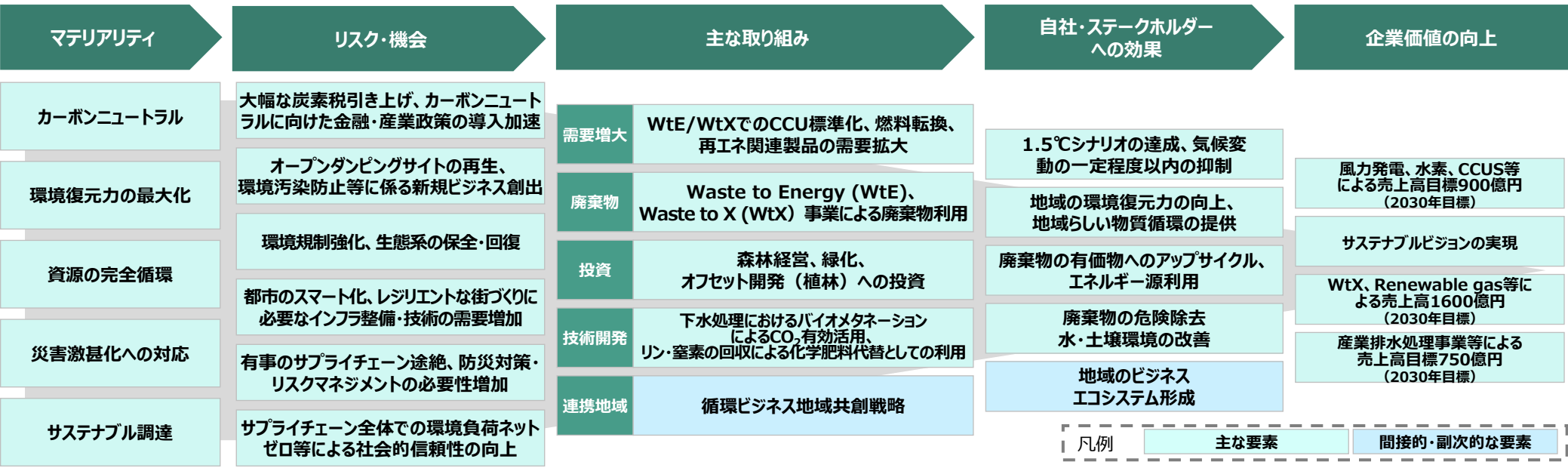
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ 事業や機能別に、サステナビリティ推進委員会のWGを立ち上げ、2050年の「サステナブルビジョン」と事業の成功に向けて、バックカスティングを行い、2030年・2040年のマイルストーンを設定。その後、TCFD・TNFD統合レポートの視点から、戦略および指標と目標を読み解きなおしている。
- ・ 2050年では、“廃棄物を価値につなげられる社会”「Resilience Eco Society®」を構想、循環経済を実現するプラントの提供にとどまらず、リサイクルされるべきエネルギーや素材が地域において有効に活用され、地域の特性や課題を解決するインキュベーションセンタを構築する「循環ビジネス地域共創戦略」を掲げている。
- ・ 2040年では、主力事業である廃棄物処理を行うWaste to Energy (WtE) 施設を、地域の環境復元力の拠点“ゼロウェイストハブ”として位置付けており、廃棄物からエネルギーを取り出し、炭素・水・窒素・リンの循環実現を支えることで、地域の環境の総負荷低減を提案している。

# 事例 15 : カナデビア株式会社

## ゼロウェイストハブ×循環ビジネス地域共創戦略 ～ “廃棄物が地域の価値につながる” 「Resilience Eco Society®」の実現に向けて ～

- 世界における廃棄物発生量は、2050年には年間320億トンに達することが想定されているが、ごみ焼却発電以外にも高度なリサイクル機能を備えた循環型インフラへと進化させることで、ごみを地域から安定供給される資源と捉え、エネルギーに変えるWaste to Energy (WtE)や、地域資源に変えるWaste to X (WtX) の事業展開を進めている。地球環境保全のためには、2040年には、99%のごみを再資源化し、CO<sub>2</sub>ゼロ・AI自動化・トレーサビリティを実現する「ゼロウェイストハブ」の資源循環工場として機能することが求められている。
- 特に途上国では、オープンダンピングサイトの閉鎖・削減により、廃棄物の山から有害物質が浸出して土壌や地下水、海洋を汚染することを防止でき、森林や農地、水源地・生態系など自然環境を回復することができる。廃棄物は価値に応じて段階的な再利用が可能になれば、最終的な埋立量がゼロに近づき、リスクを根本から断ち切り、総合解決に至りうる。
- 地域の環境戦略に対応する他の事業者等とのパートナーシップを通じて、ごみ焼却発電(WtE)を中心に、リサイクル、水処理、メタネーション、水素製造などの技術を統合し、循環ビジネス地域共創戦略を組み合わせることで、2030年の売上高としてはWtXおよびRenewable gas等では1600億円、産業排水処理事業等では750億円を目指している。
- 地域の経済を、廃棄物から生み出された熱や電気や素材で支え、これを起点としたイノベーションとResilience Eco Society®を提供している。





カナデビア担当者

・ 2050年のあるべき社会は、プラネタリー・バウンダリー、すなわち環境復元力以下に環境負荷を抑制している社会です。そこでは、無駄になる物が一切ない究極の循環が実現しています。2024年、私たちはこのような世界観を「Resilience Eco Society®」と名付けて提案しました。

・ カナデビアグループが提供するの、高度循環型インフラを中心とする「Resilience Eco Society®」サービスです。それは、地域の環境負荷が制御されているだけではありません。Resilience Eco Society®に行きかう人々が、我が町の誇りと我が町に生きる幸せを感じる場です。

## 事例 16：住友林業株式会社

### 主な事業

- 資源環境（社有林・植林事業、森林アセットマネジメント事業、再エネ分野発電事業）
- 木材建材製造・流通
- 建築・不動産、住宅
- 生活サービス

### 開示媒体

- [住友林業 統合報告書2025](#)
- [住友林業 サステナビリティレポート](#)
- [TCFD・TNFDの4つの柱に基づく開示](#)
- [住友林業 サステナビリティ活動ハイライト2025](#)

### マテリアリティ

- 9つの重要課題を特定し、SDGsとの関連性についても整理している。
- 重要課題は3つの価値で区分しており、「地球環境への価値」の区分として、森林経営による「森」と「木」の価値向上、「森」と「木」を活かしたカーボンニュートラルの実現、「森」と「木」を活かしたサーキュラーバイオエコノミーの実現の3つを掲げている。

#### 地球環境への価値

- 1 森林経営による「森」と「木」の価値向上
- 2 「森」と「木」を活かしたカーボンニュートラルの実現
- 3 「森」と「木」を活かしたサーキュラーバイオエコノミーの実現

#### 人と社会への価値

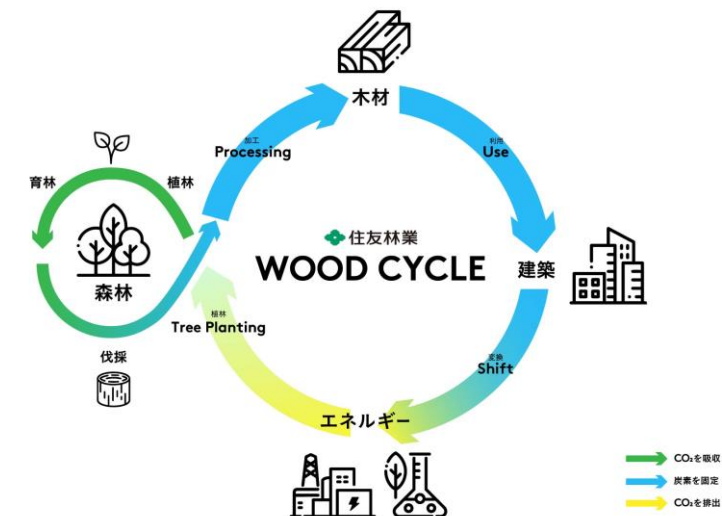
- 4 広く社会に快適でめくもりある空間の提供
- 5 事業を営む地域の人々の暮らしの向上
- 6 働く人が生き生きできる環境づくり

#### 市場経済への価値

- 7 「森」と「木」の新たな市場の創出
- 8 DX・イノベーションによる市場の変革
- 9 強靱な事業体制の構築

### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

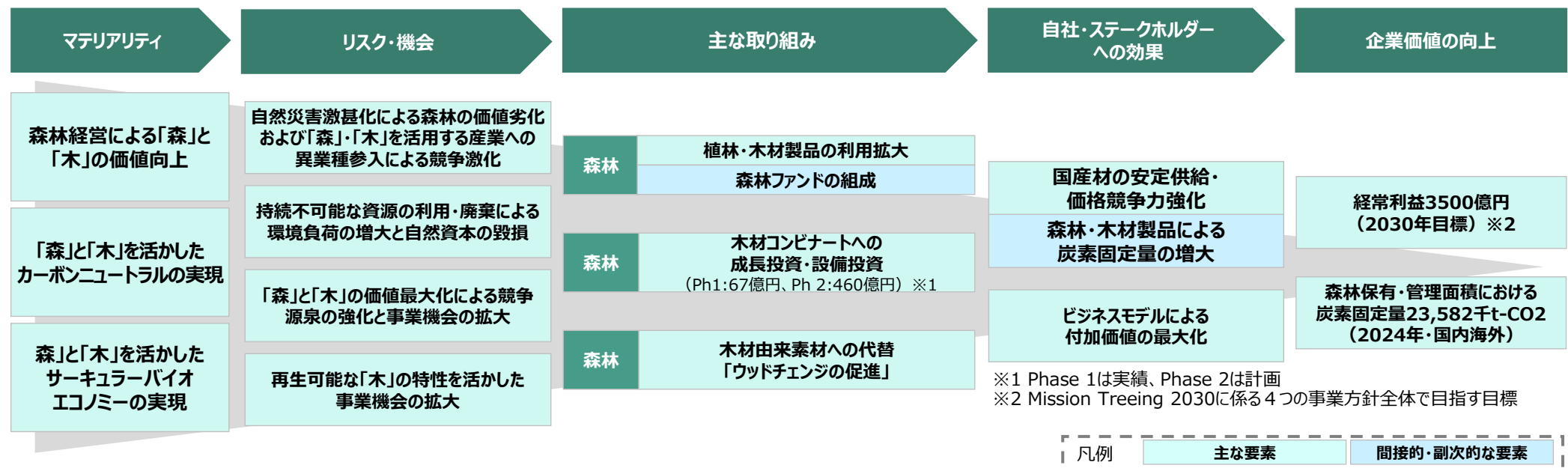
- 長期ビジョン「Mission TREEING 2030」において、上記の3つの価値および9つの重要課題を整理している。
- 事業活動を通じた地球環境の保全や人と社会への貢献のみならず、経済価値の創出につながるものとして、「WOOD CYCLE（ウッドサイクル）」を回すこと、循環させることを推進している。これは、森林経営から木材建材の製造・流通、木造建築、バイオマス発電に至る「木」を軸とした独自のバリューチェーンであり、住友の事業精神である「自利利他公私一如」の理念の実現にもつながるものと捉えている。
- 「WOOD CYCLE（ウッドサイクル）」の展開は、製販一体のビジネスモデル構築につながるものでもあり、付加価値のさらなる向上により、企業価値向上にも大きく寄与するものとなる。
- 2025年2月には、「WOOD CYCLE」を回していくことでネイチャーポジティブに貢献していくことを示したネイチャーポジティブ・ステイメントを発表している。



# 事例 1 6 : 住友林業株式会社

## 「住友林業のウッドソリューション」～森林経営から木材由来素材・製品の開発・拡充に至るビジネスモデル～

- 「WOOD CYCLE（ウッドサイクル）」の取組として、「森林」分野では森林や泥炭地を保護、適切に管理する「循環型森林ビジネスの加速」、森林ファンドを組成、「木材」分野では木材コンビナート設立による日本の林業・木材生産の効率化、建築資材を木材由来素材に代替することによる炭素固定量の増大に貢献する「ウッドチェンジの推進」、「建築」分野では脱炭素設計の確立で、業界全体の脱炭素化に貢献していく「脱炭素設計のスタンダード化」に取組み、2030年の目標数値を上方修正し、経常利益3,500億円、森林の保有・管理面積100万ヘクタール、国内外での提供住宅戸数は6万5,000戸の実現を目指している。
- 「地球環境の価値」に対する活動では、インドネシア西カリマンタン州で衛星やドローン、AIなどの最先端技術を活用し、泥炭地の地形を測定・水位を管理し、火災防止やCO2排出抑制、生物多様性保全につなげ経済活動と環境保護の両立を目指している。また、森林由来J-クレジットの創出・審査・取引を包括的に支援する「森林価値創造プラットフォーム（森かち）」の提供を開始し、クレジットの創出・流通を活性化することで森林管理に必要な資金の一部を確保することで、自治体や企業、地域とのつながりが生まれ、新たな産業の創出や、環境教育の場としての森林の活用など地域活性化にも取り組んでいる。さらに、木造の事業用建築ブランド「The Forest Barque（ザ・フォレストバーク）」や熊谷組と立ち上げた中大規模木造建築ブランドである「with TREE」など、非住宅建築の木造化を推進している。



- 社員がそれぞれの業務において、「WOOD CYCLE」を通じて地球環境、人と社会、市場経済への価値を創出していることを実感できるよう社内浸透を推進しています。
- 2025年12月期からの3年間はPhase 2として「WOOD CYCLE」のグローバル展開の深化、ネイチャーポジティブへの取組みを進めています。

# 事例 17 : 積水ハウス株式会社

## 主な事業

- 戸建住宅事業
- 賃貸・事務用建物事業
- 賃貸住宅管理事業

## 開示媒体

- [積水ハウス株式会社 Value Report 2025](#)
- [積水ハウス株式会社 ESG Fact Book 2025](#)
- [積水ハウスHP](#)

## マテリアリティ

- ・ステークホルダーにとっての重要性と当社が経済・環境・社会に与えるインパクトを整理するとともに、中長期にわたる当社の社会的使命に合致するかの観点から、3つのマテリアリティを設定している。
- ・その一つである「持続可能な社会の実現」においては、「脱炭素社会の貢献」「生物多様性と森林資源の保全」「循環型社会への移行」を重要な構成要素と捉えている。



\* 2026年度からは、「ダイバーシティ&インクルージョン」に代わり、新たに「豊かな感性と幸せの創造」をマテリアリティとして特定

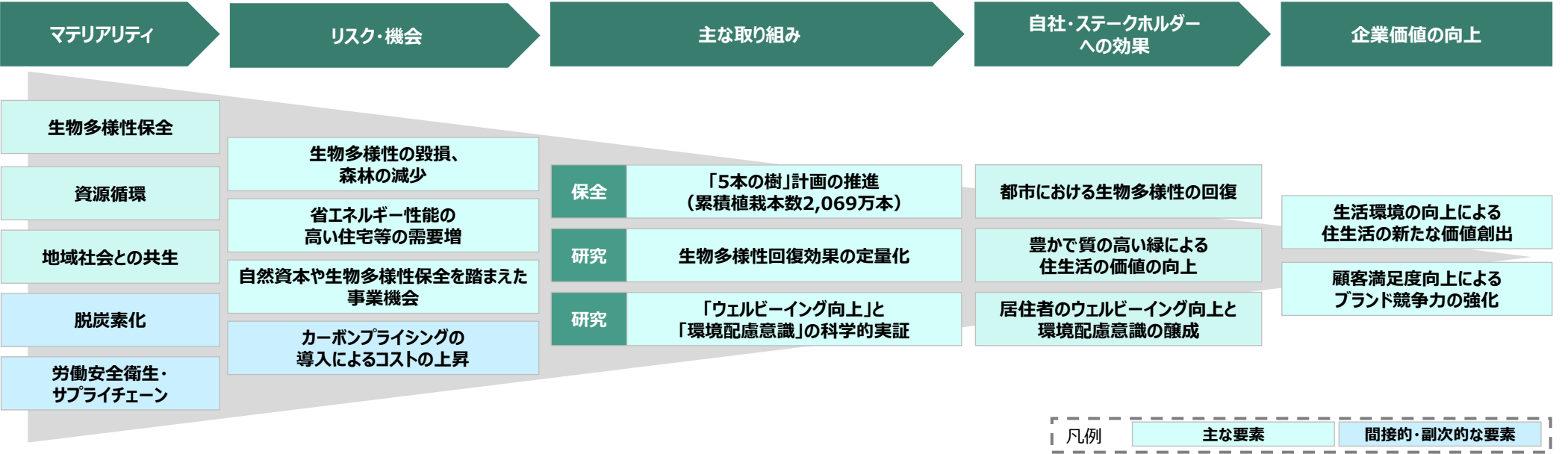
## 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ESG経営において、価値を紡ぎ(Drive Positive Impact)、幸せを作り(Create Happiness)、未来を変えていく(Transform Society)の3つの視点を価値創造の源と位置づけている。
- ・「生物多様性の保全」において、持続可能な木材調達や造園事業「5本の樹」計画の推進により、森林減少の抑制や劣化の激しい都市緑地の回復などを通じて生物多様性保全に貢献している。

# 事例 17：積水ハウス株式会社

## 「5本の樹」計画による都市部の緑化 ～生物多様性の回復と住宅価値の最大化～

- 「3本は鳥のために、2本は蝶のために、地域の在来樹種を」との想いを込め、地域の在来種の中でも、特に鳥や蝶との関係が深く、庭木として利用可能な樹木を「5本の樹」と定めて、庭木の提案を2001年より進めており、2024年度の年間植栽本数は85.1万本、累積植栽本数は2,069万本に達している。（2025年1月現在）
- 「5本の樹」計画でつくる住宅の庭が都市に質の高い緑地を増やし、生きものの生息や活動を支えて、生態系ネットワークを維持・復活させるネイチャーポジティブが狙いの一つ。
- この取り組みについて、琉球大学（久保田研究室）・株式会社シンク・ネイチャーとの共同検証を実施。計画を行わなかった場合と比較して、「樹の種類が10倍」となり、庭に呼び込める「鳥の種類が約2倍」「蝶の種類が約5倍」となる環境をつくりだすなど、ネットワーク型緑化による生物多様性の回復効果を定量的に確認している。さらに、生物多様性保全効果を最大化できる樹木等を提案するツールを共同開発し、建築地ごとに生物多様性保全効果が高い植栽樹種の組み合わせをシミュレーションすることで、「5本の樹」計画による植栽提案のさらなる質の向上を目指している。
- 2024年には東京大学（曽我研究室）との共同研究により、在来種を中心とした植栽に囲まれた家に住み、庭に訪れる様々な生きものとよくふれあう人は、鬱（うつ）症状の発症リスクが20pt低く、高い幸福感や日々の生活の充実感を持つことが明らかとなるなど、住まい手のウェルビーイングや環境配慮意識を向上させることを実証した。
- これらの取り組みは、庭も含めた住まい手の生活環境の向上を通じて住生活の質を高めるとともに、顧客満足度の向上によるブランド競争力の強化に寄与しており、生物多様性保全と企業活動における価値創出の両立を実現している。



  
 積水ハウス担当者

・「5本の樹」計画は、地域の在来樹種に関する基本的な知識があれば、誰でも無理なく取り組みを始めることができる取組です。また、各家庭での小さな取組が面的につながること、生態系ネットワークが形成され、都市全体での生物多様性保全に寄与することが確認されています。「5本の樹」計画のノウハウをまとめた庭木図鑑『庭木セレクトブック』を公開しています。取組を始める際の参考資料として活用してください。[積水ハウスの「5本の樹」計画](#)

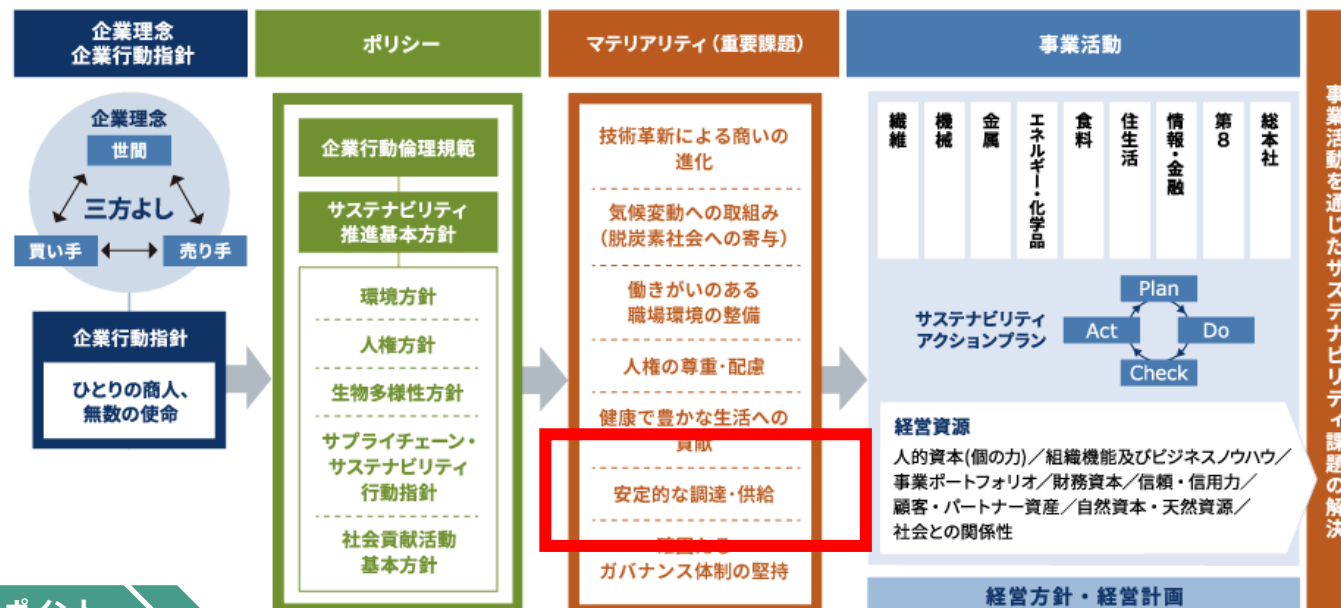
## 事例 18：伊藤忠商事株式会社

|      |             |         |
|------|-------------|---------|
| 主な事業 | ● 繊維        | ● 食料    |
|      | ● 機械        | ● 住生活   |
|      | ● 金属        | ● 情報・金融 |
|      | ● エネルギー・化学品 | ● 第8    |

|      |                                          |
|------|------------------------------------------|
| 開示媒体 | ● <a href="#">伊藤忠商事株式会社 統合レポート2025</a>   |
|      | ● <a href="#">伊藤忠商事株式会社 ESGレポート 2025</a> |
|      | ● <a href="#">伊藤忠商事株式会社 サステナビリティサイト</a>  |

### マテリアリティ

- 創業の精神でもある企業理念「三方よし（売り手よし、買い手よし、世間よし）」をベースに、ESGの視点を取入れ、社会影響と事業影響という2つの観点から7項目のマテリアリティを特定。生物多様性に関連するものとしては、「安定的な調達・供給」が挙げられる。
- 2024年4月に発表した長期経営方針「The Brand-new Deal〜利は川下にあり〜」においても「業績の向上」「株主還元」と並んで「企業ブランド価値の向上」を実現することを掲げ、「企業ブランド価値の向上」向け、「人的資本の強化」「ステークホルダーとの対話強化」「SDGsへの貢献・取組強化」を3本柱に掲げている。



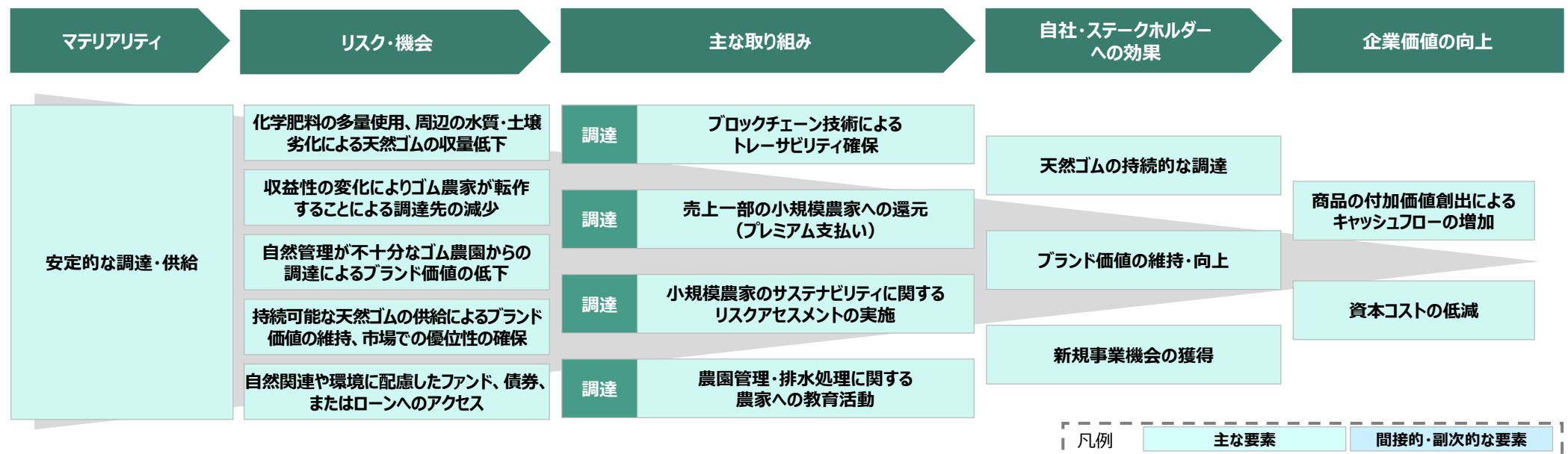
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- 幅広いバリューチェーンに関わる総合商社として、天然資源の安定的な調達・供給という社会要請に応えると共に、あらゆる自然資本に依存・影響していることを認識し、社会課題にも対応する新しいビジネスチャンスにつなげている。
- 特に天然ゴム小規模農家の人権や貧困、原生林の違法伐採などの社会問題を認識し「PROJECT TREE」を開始した。EUDR対応などの業界の課題、及び、TNFDのLEAP分析結果から、調達と製造プロセスで自然資本への依存度が比較的高いことを認識し、PROJECT TREEを通じて対応している。

## 事例 18：伊藤忠商事株式会社

### 「PROJECT TREE」による持続可能な天然ゴムの調達

- 天然ゴム業界における違法伐採・人権問題・未熟な農業技術という課題を解決しバリューチェーン全体の生産性と持続性向上を目指すために、2019年にPROJECT TREEを立ち上げ、2025年に新会社 PT PROJECT TREE INDONESIA を設立し活動を拡大。違法伐採対策として独自開発したブロックチェーンを活用したトレーサビリティシステムを導入。スマートフォンアプリで取引内容・日時・位置情報等をブロックチェーン上に記録し原産地が保護区域外であることを証明。人権問題対策として小規模農家へのリスクアセスメントを通じてリスク低減のための教育や啓蒙活動を実施。未熟な農業技術対策として生産性向上につながる農園管理手法や排水処理に関する農業技術の教育活動などを支援。また、売上の一部を還元する他、推奨農具、肥料などの提供を行い、小規模農家の収入増につなげている。
- 重要性の高いリスクとして、化学肥料の誤った使用による収量の低下、転作による調達先減少、さらに管理不全の農家からの調達によるブランド価値の低下などが挙げられた。一方、持続可能な天然ゴムの調達・供給による市場での優位性の確保や、様々なファイナンススキームへのアクセス性向上などの機会を特定した。
- こうした取組は天然ゴムの持続的な調達およびブランド価値の維持・向上につながり、資本コストの低減やキャッシュフローの増加がもたらされる。



  
伊藤忠商事担当者

- 良いものと悪いものを分け「つかう側」に恩恵をもたらすだけの活動ではなく、悪いものをどのようにして良くしていくのか、「つくる側」にも恩恵をもたらす活動です。
- その活動によって、商品の差別化、付加価値の付与が出来、活動を行う我々も恩恵を享受できる「三方よし」のプロジェクトとなっています。
- また、身近な商品であるタイヤを通じて、自動車を利用する全ての人が天然ゴムの持続可能化に貢献できるプロジェクトです。

## 事例 19 : イオン株式会社

### 主な事業

- 総合小売事業
- 総合金融事業
- ディベロッパー事業

### 開示媒体

- [AEON REPORT 2025](#)
- [イオンHP 環境の取り組み](#)

### マテリアリティ

社会課題が自社事業に及ぼす影響度を見極め、優先順位を付けることでより注力すべきマテリアリティを選定し、環境に関する課題である、「生物多様性の保全」「資源循環の促進」「脱炭素社会の実現」を設定している。



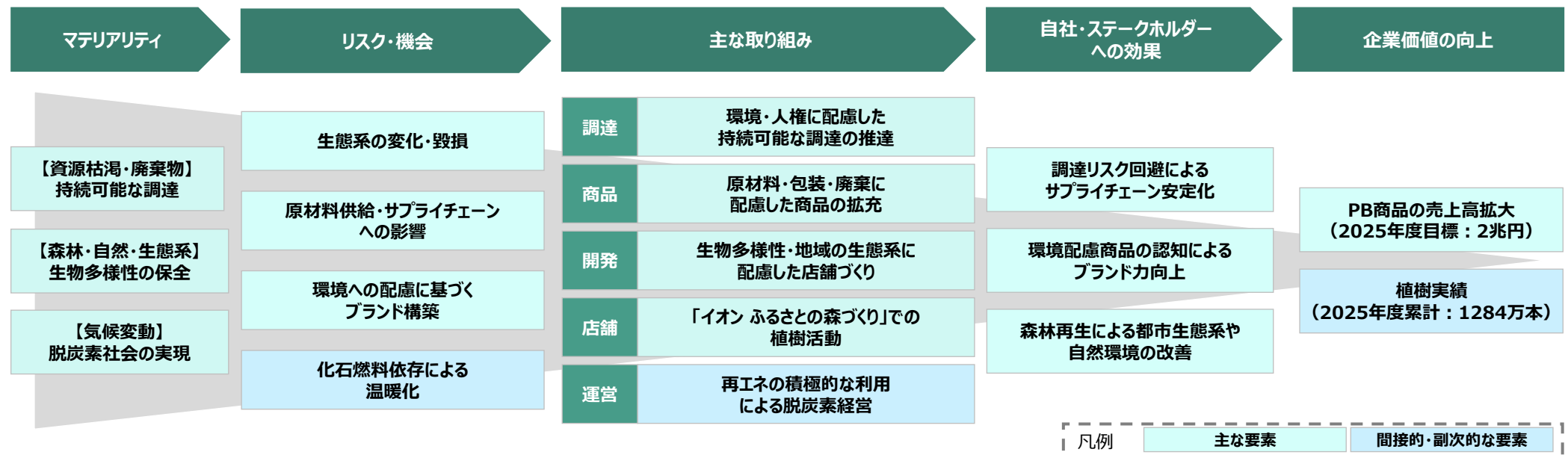
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- ・ 「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会の貢献する」という基本理念のもと、「持続可能な社会の実現」と「グループの成長」の両立を目指している。
- ・ 環境面の重点課題（脱炭素社会の実現、生物多様性の保全、資源循環の促進）と社会面の重点課題（社会の期待に応える商品・店舗づくり、人権を尊重した公正な事業活動の実践、コミュニティとの協働）について、グローバルに考え、地域に根差した活動を、多くのステークホルダーとともに積極的に推進
- ・ 小売業として「商品の調達」と「店舗の開発・運営」が最もインパクトの強い環境側面であると捉え、マテリアリティに即した具体的な施策を検討している。

# 事例 19 : イオン株式会社

## 環境配慮型商品の拡充、「ふるさとの森づくり」を通じた店舗の生物多様性保全をお客さまとともに進める

- 1993年に誕生したイオンのブランド「トップバリュ」は、新カテゴリーの積極的な投入を通じて環境配慮型商品の品揃えを拡充、近年ではオーガニック商品の充実に取り組み、日本の小売業プライベートブランドとしては最大規模となる、795品目（生鮮・加工食品）を取り扱っている。（2022年2月末時点）
- また、FSC・MSC認証商品やフェアトレード商品など環境・社会に配慮した商品をいち早く品揃えし、調達リスクの回避によるサプライチェーンの安定化や、環境配慮型商品の消費者の認知拡大に貢献している。
- 店舗では、1991年から新規の開店に合わせて「ふるさとの森づくり（店舗の周りにお客さまの手で潜在自然植生に基づく植樹を行う活動）」を実践している。これまでの35年間で、日本および中国・ASEAN諸国の1000を超える店舗で、およそ128万名のお客さまによる1284万本の植樹を行ってきた（2026年2月末時点）。成長したふるさとの森では2700種以上の動植物を確認しており、地域の生態系の再生・回復に貢献している。



- 環境・社会の持続可能な発展のために、ネイチャーポジティブ、カーボンニュートラル、サーキュラーエコノミーという重点課題を「商品」「店舗」「お客さまとともに」という3つの切り口で整理し、具体的な活動につなげています。
- 小売業者の使命として、生産地・生産者の保護の視点、自然エネルギーの需要家としての視点から、社会に必要とされる取り組みの優先度を考えています。

## 事例 20 : 東急不動産ホールディングス株式会社

### 主な事業

- 都市開発事業
- 戦略投資事業
- 管理運営事業
- 不動産運営事業

### 開示媒体

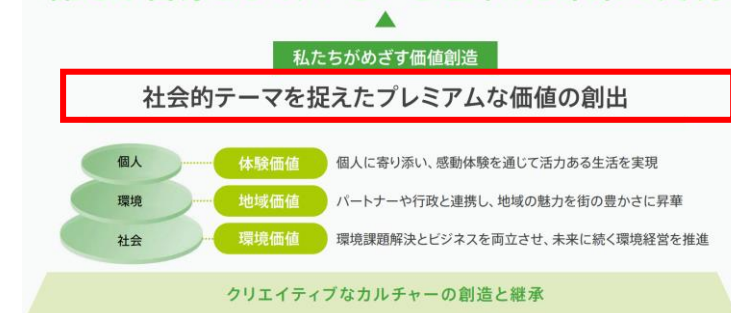
- [東急不動産ホールディングス 統合報告書 2025](#)
- [東急不動産ホールディングス TCFD/TNFDレポート 2025](#)
- [東急不動産ホールディングス 環境経営レポート 2025](#)

### マテリアリティ

- グループスローガン「WE ARE GREEN」のもと、「サステナブルな環境をつくる」をマテリアリティの一つに掲げ、脱炭素・循環型社会の実現とともに、SDGs目標15（陸の豊かさ）に関連する「生物多様性の保全」を環境経営の重要テーマとして設定している。
- めざす価値創造として社会的テーマを捉えたプレミアムな価値の創出として「体験価値」「地域価値」「環境価値」の3つを設定している。



### 誰もが自分らしく、いきいきと輝ける未来の実現



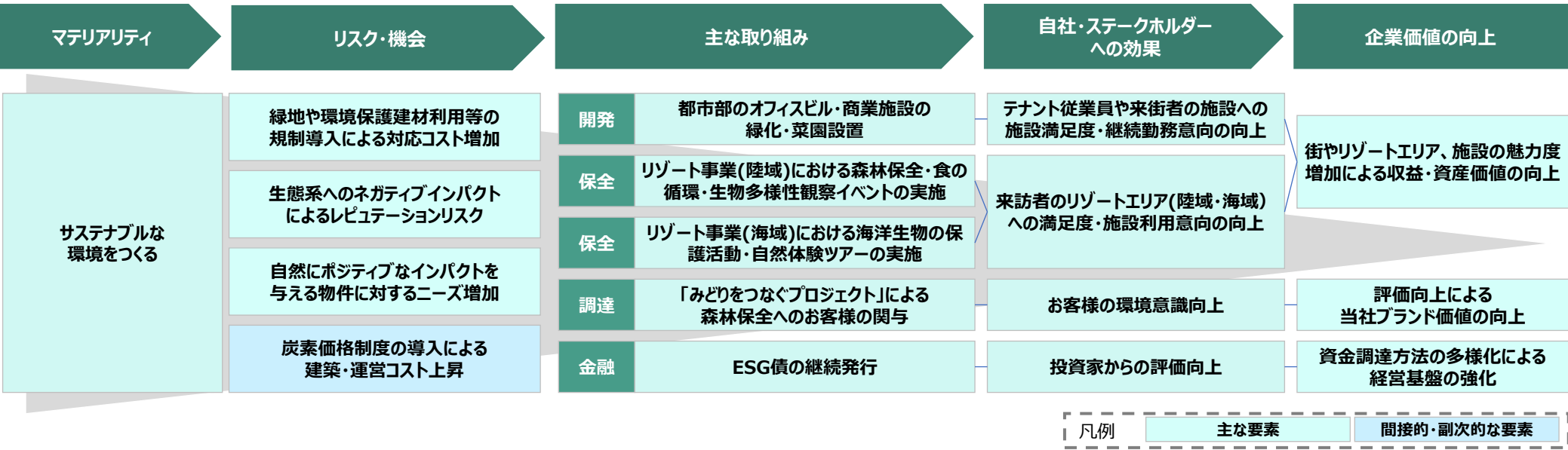
### 価値創造に向けたプロセス・ポイント

- 環境経営をグループの差別化戦略における重要な考え方であると捉え、「環境課題解決 x 社会課題解決」の掛け合わせによる高い付加価値である「環境プレミアム」の創出を通じて、収益力の強化と企業価値向上を目指している。
- 脱炭素社会・循環型社会・生物多様性の3つを環境重点課題に据え、事業を通じた課題解決を強化しており、バリューチェーン全体で取り組むことで、高い付加価値を創出する環境経営を推進しています。
- 事業活動を通じてNPに取り組んでおり、都市開発では建物緑化、リゾート事業では各事業地における陸域（森林）・海域の保全を推進し、生態系サービスと事業との共存を図っています。さらに、施設をご利用のお客様とも協働で取り組みを深め、生物多様性の保全と企業価値の向上の両立を目指しています。

# 事例 20 : 東急不動産ホールディングス株式会社

## 環境保全活動やステークホルダーへの訴求の継続的实施～満足度・評価向上による施設・経営基盤・ブランド価値の向上

- 都市部（広域渋谷圏など）では、オフィス・商業施設の屋上緑化や菜園を整備。緑はテナント従業員の生産性と来場者の憩いを生み、菜園での果物・野菜の収穫体験は従業員の満足度と継続勤務意向を高めている。
- 陸域のリゾート（東急リゾートタウン蓼科）では、間伐等の森林保全と、生ごみ堆肥化による食の循環を実施。栽培・収穫や生物多様性観察イベントへの参加が満足度と再訪を促し、ホテル客室稼働率の向上に波及している。
- 海域のリゾート（パラオ パシフィックリゾート）では、開業以来40年以上、サンゴやオオシャコガイの保全を継続。美しい海でのダイビング体験および自然体験ツアーでお客様に自然資本の重要性を体感いただいているほか、2025年には自然を学べるネイチャーセンターを新設。
- グループ全社で展開する「みどりをつなぐプロジェクト」は、2011年から森林保全を推進。マンションの購入や商業施設の利用など商品・サービスを利用するお客様や地域と協働する環境保全活動で、間伐・植林を支援し、保全森林の間伐材を建築資材などに活用して都市と森の循環を生み出している。顧客も参加できる取り組みとして企業ブランド価値向上にもつながっている。
- ファイナンス面では、長期方針“WE ARE GREEN”を掲げたボンドポリシーのもとESG債を継続発行。投資家の評価を得て、当社グループのESG取り組みに対する投資を促進し、本質的な環境・社会貢献の拡大と資金調達の質向上を実現している。





東急不動産  
ホールディングス担当者

上記のように、事業の中での環境保全・お客様への訴求を行うとともに、2023年8月にTNFDレポートを不動産業界で初めて開示し、都市部に続いてリゾートエリア（陸域・海域）の分析の追加開示や気候変動TCFDとの統合開示を行うことで、社内浸透を深め、投資家等へのアピールを継続的に行っている。



発行：令和7（2026）年3月

制作：環境省 自然環境局 自然環境計画課 生物多様性主流化室

〒100 -8975

東京都千代田区霞が関1-2-2 中央合同庁舎5号館

TEL 03-3581-3351（代表）