

サーキュラー・エコノミー及びプラスチック資源循環ファイナンス研究会（第2回）

議事概要

日時：令和2年6月24日（水）10時～12時

場所：WEB会議

出席委員

北川座長、粟生木委員、櫻本委員、柴田委員、嶋村委員、末廣委員、竹ヶ原委員、田崎委員、田島委員、長谷川委員、松原委員

議題

1. サーキュラー・エコノミー及びプラスチック資源循環分野に係るファイナンスの検討
2. 有識者からの資料紹介
3. 循環型の事業活動の類型
4. 自由討議

有識者からの資料紹介

ブラックロック・ジャパン株式会社：サーキュラーエコノミー戦略

- 自社のサーキュラーエコノミーファンド、サーキュラーエコノミー戦略について発表

委員からの主な意見

■論点1：ガイドランスの検討方針について

- 「投資家等と企業との間にサーキュラー・エコノミー及びプラスチック資源循環に関する共通認識を形成するとともに、機会とリスクを整理し、中長期的な目線で建設的な対話を促す環境を整備することをガイドランス作成の目的とする」という方針に賛成。
- ガイドランスにおいて、ある程度整理した上で細則でなく原則を定めるという方針に賛成。細則を定めるには、業界ごとの事情を考慮しなければならない。投資家との対話の中で、別途、業界単位で検討がなされればよい。
- 対話の目的を明確に示す必要がある。なぜ投資家と企業が議論しなければならないか、対話の先にある本質的な目的を示す必要がある。
- ユーザーに関して、「投資家等」と一緒にたにされているが、中長期的な視点を持った投資家が対象ではないか。投資家等というところをブレイクダウンしていく必要を感じる。
- 一般的に、新たなサーキュラー・エコノミーの活動を行うと数年間は収益に寄与しない。そのため中長期的な活動として対話を行う点を明確にして頂きたい
- 今回のガイドランスは投資家が主体と聞いているが、サーキュラー・エコノミーに着目してファイナンスを行う場合、投資だけでなく間接金融も重要と考えている。

■論点2：ガイドランスの構成について

- 価値観やビジネスモデルも含めて議論することは重要。
- 価値観、ビジネスモデルの項目について、他の項目と重複する内容が何度も出てくることにな

らないようにわかりやすく整理すべき。

- 価値観とビジネスモデルを必ずセットで含めることを求めるかは検討が必要。価値観、あるいはサステナビリティやプラネタリーバウンダリを意識して、サーキュラー・エコノミーをビジネスモデルの中でどう活用していくのか、企業にはフレキシブルな対応が求められるのではないかな。また、投資家にも同様の対応が求められるのではないかな。
- 企業は必ずしもサーキュラー・エコノミーを意識した事業活動を行っていない。サーキュラー・エコノミーの意識付けを図るためにも、提示された構成で改めて自社の事業活動を見直すのは良いだろう。まずはこの構成で提示し、必要に応じて修正する形でもよいだろう。
- 対話の視点の構成に違和感はないがガラパゴス化しないように、グローバルでの整合性をとる、あるいはグローバルをリードするものにして頂きたい。特に日本の企業のサーキュラー・エコノミーへの取組をアピールすることを考えた際、グローバルで見て同じ土俵で戦っていることは重要。
- 世界経済フォーラムにおいて、4つのP（Principles of Governance, Planet, People and Prosperity）を柱としたESG情報開示の検討がなされている。こうした議論も踏まえて検討を行う必要がある。
- 価値観という表現は、統合報告書などでは使われていないのではないかな。企業理念やビジョンなど、企業が普段から使用する言葉を使ったほうが良い。
- 企業にとって、企業理念は非常に重要なもので、そう簡単に変更できるものではない。企業戦略やビジョン、経営理念がここでいう価値観に該当するのではないかな。
- 企業理念そのものを対象に投資家と企業で対話を行うことは考えづらい。経営のビジョン、事業と社会との接点、企業の問題意識などがエンゲージメントの対象となる。価値協創ガイダンスを念頭におくのであれば、経営ビジョンとして取り上げられている社会課題の中での事業機会の発掘、目指すべき方向、戦略、企業固有の判断軸を強調すべきだと考えている。社会との接点では、経営課題や事業機会として捉えている社会課題の提示など、踏み込んだ話を価値観として触れればよいかなと思う。
- ビジネスモデルについてはストックの有効活用という社会のサステナビリティを意識したビジネス展開が必須となっていることは疑い余地のない状況。また、価値観は企業の根源的な部分であり、プラスチック製品を製造してきた企業の中には、プラスチック製品を通じて社会に安全・安心を提供するという高い志を持ってきた企業もあり、そうした背景からプラスチックは普及していったと考える。サーキュラー・エコノミーにおいて、そうした価値観を否定することにならないよう工夫する必要がある。
- サーキュラー・エコノミーへの移行を進めることで他の社会課題に対してネガティブな影響を及ぼさないか、ネガティブチェックの役割を呼び方は別として価値観やビジネスモデルに持たせることは有効と考えられる。例えば、大量生産、大量消費、大量リサイクルからサーキュラー・エコノミー型ビジネスへの移行で、資源消費量は減るがCO2排出量が増加するといった点はチェックする必要がある。また、リサイクルを想定した場合、集荷リスクを抑えているか、再生材市場はあるか、技術が十分かなどの点について、チェックする機能を持たせることが考えられる。
- 事業活動の例をビジネスモデルと呼ぶのは違和感がある。ビジネスモデルという表現には、それ自体がキャッシュを生み出すイメージがある。

- 資料 2 の p4 では、企業の収益を生み出すものをビジネスモデルと表現している。他方、資料 4-2 は活動を評価する、類型化の際の指標をビジネスモデルと表現している。資料 4-2 でビジネスモデルという語句を使うことに違和感がある。
- 資料 4-2 の p8 では評価する上での「視点」の整理・類型化が必要とあるが、資料 4-2 では「活動」の類型化が行われているのではないかと懸念がある。サーキュラー・エコノミーには多様な活動が含まれるため、評価する上での「視点」の類型化は必要であるが、「活動」の類型化は活動内容の固定化につながる懸念がある。「視点」の類型化だけではわかりづらいということであれば、具体的な事業活動の例示を付す形とすれば、「活動」の類型化に伴う活動内容の固定化を避けられるのではないかと懸念がある。
- たとえばリサイクル事業では、地域のインフラ事情が事業に大きな影響を及ぼす。地域への適合という観点もグローバル企業では重要。
- ビジョンとビジネスモデルがリンクした状態で示されることが重要。多様な事業を展開している企業の場合、一つの事業だけを見ても企業の全体は見えない。そのため、ビジョンが重要になる。また、ビジョンの具体化を評価する上でビジネスモデルとのリンクが重要だろう。

■論点 3：本研究会のスケジュール等について

- 本研究会で作成するガイダンスを国際的に発信するだけでは、海外企業に使用してもらえないだろう。UNEP、世界経済フォーラム、エレンマッカーサー財団などの何らかの場を活用して、海外企業に使ってもらう工夫が必要ではないか。
- パブリックコメントの実施も選択肢の一つとして、化学業界など、幅広い業界のご意見を聞く機会を設けてはどうか。

■論点 4：循環型の事業活動の類型について

- 企業によってサーキュラー・エコノミーへの関わり方が異なるため、類型の整理に賛成。ブロックの分類における Beneficiaries が存在することで、他の主体が新技術に投資できる。そのため、本ガイダンスで必ずしも Beneficiaries を主体から排除する必要はないと考えられる。
- 主体と取組で分類する現在の考え方に賛成。対話にあたっての入り口となるため、複雑にするべきではない。
- 業種そのものの類型、特定の業種内での企業の取組の類型の 2 種類があるだろう。後者について、製造業の場合はライフサイクルで考えたほうがわかりやすい。
- 取組の分類のうち、reuse と recycle、reduce と reuse はそれぞれ明確に分けにくい部分がある。今後の議論で留意したい。
- Adopter と Enabler の違いがわからない。単に B to B の事業を行っている企業が Enabler、B to C の場合が Adopter に該当するのではないかのように見える。主体を類型化することは賛成だが、もう少し工夫が必要ではないか。

■その他サーキュラー・エコノミー及びプラスチック資源循環分野への全体的なご意見

- 策定するガイダンスは海外に発信していく想定のため、言葉の定義や対応する英単語の選定は重要。
- 価値創造ストーリーに関して、「資源、素材、製品の価値を長く維持する」といったモノの価値

をサーキュラー・エコノミーの定義に入れておかないと、価値創造ストーリーを作れないのではないかと。定義に戻って議論したい。

- 循環経済ビジョンでは「あらゆる経済活動において資源投入量・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付加価値の最大化を図る」とされている。ガイドンスにおいて、全体として目指すところを明確にしておいた方が良い。
- サーキュラー・エコノミーは経済の話であり、波及効果は大きいという点をガイドンスの入り口で触れていただきたい。
- トップからのメッセージが重要ではないか。日本企業の方とお話をしていると、現場の方がサーキュラー・エコノミーに取り組みたくてもトップを説得するのは難しい場合もあると聞く。ガイドンスに、トップの関与が必要というメッセージを入れることは考慮してみてはどうか。