

## 第2章 環境報告の記載事項

### 1. 経営責任者のコミットメント

- ✓ 重要な環境課題への対応は、事業者の自主的な取組であり、その成果の是非は、最終的にステークホルダーの評価に委ねられます。その評価の基点となるのが経営責任者のコミットメントです。そのため、事業者が重要であると判断した環境課題については、その対応方針等を経営責任者の名において対外的に明言します。

#### 経営責任者のコミットメントの意義

- ✓ 経営責任者のコミットメントは、CEO（社長や代表執行役）等の最高経営責任者もしくは代表権のある環境担当役員が、環境報告を行うにあたり、重要な環境課題への対応についての基本的な考え方や方針を、自らの言葉で、評価指標・目標等も交えて具体的に説明し、その実行について明言（コミット）するものです。
- ✓ 持続可能な社会への移行過程において、事業者が持続的に成長しようとするれば、事業者は社会との共有価値を創造しながら、持続可能な社会に適合的なビジネスモデルを確立することが不可欠です。重要な環境課題への対応は、このプロセスの中で取り込まれるものであり、事業者はその取組成果を通じて持続可能な社会の実現に貢献します。
- ✓ 事業者は、出資者や債権者が拠出した財務的資本だけでなく、自然環境、労働力、社会基盤等の諸資本を利用して、事業活動を営んでいます。したがって、経営責任者は、これらの資本の提供者に対して、資本をどのように利用したのかについての道義的な説明責任を負っています。環境報告は、自然環境の利用について、この説明責任を果たす手段です。
- ✓ 重要な環境課題の範囲や内容は、事業者の業種、業態、経営規模等によって異なるので、事業者は、自主的に、重要な環境課題を特定し、もっとも適切な対応方針を選択して実行します。
- ✓ 自主的な取組であるという性格上、コミットメント自体の適切性や実行結果・実績の妥当性は、事業者組織の外部者であるステークホルダーには判断が困難です。そのため、環境報告では、重要な環境課題にどう対応するのかを、最終的な責任を負う経営責任者が自らの言葉であらかじめ宣言し、事後的に結果や実績を示してステークホルダーの評価を受ける仕組み（pledge & review）になっています。この宣言（対外的に明言（コミット）すること）がコミットメントです。

#### 経営責任者のコミットメント情報の必要性

- ✓ コミットメントがなければ、事業者組織の外部者であるステークホルダーには、重要な環境課題への対応が適切に行われて、その実行結果・実績が妥当なものか否かの判断ができません。当初の方針・計画を示さずに結果だけ伝えるならば、どんな結果が出ても事業者はそれが妥当であると説明できるからです。これでは、環境報告に対するステークホルダーの信頼は著しく損なわれてしまいます。

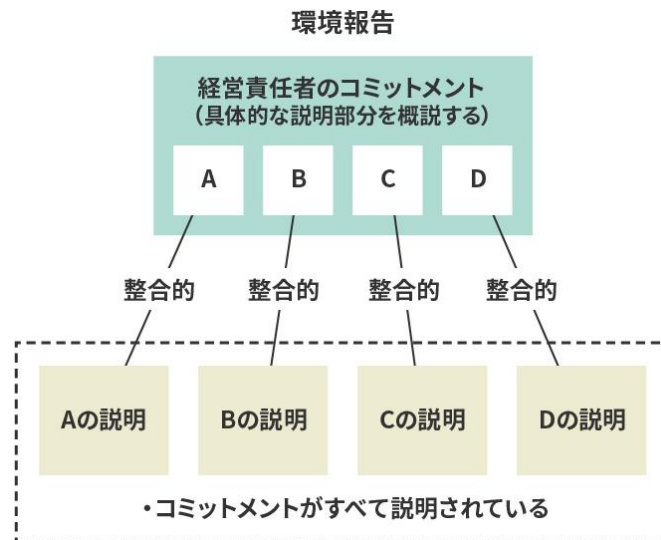
- ✓ あらかじめ方針・計画を示して、事後的に結果や実績の評価を受ける仕組みが機能するためには、経営責任者のコミットメント情報が評価の基点として不可欠です。

## 報告事項

### □ 重要な環境課題への対応に関する経営責任者のコミットメント

- ✓ コミットメントは経営責任者の単なる挨拶やメッセージとは異なります。重要な環境課題への対応は、事業者が責任をもって取り組むべき経営行動の一部であり、その責任の重さを受け止めて、誠実かつ論理的に対応方針等を説明することが大切です。
- ✓ コミットメントの内容自体が適切かどうか、その実行結果・実績が妥当かどうかは、環境報告を利用するステークホルダーが判断するため、コミットメントは明瞭でわかりやすく記載しなければなりません。
- ✓ コミットメントは環境報告においてナビゲーターの役割も果たしています。環境報告の利用者は、まずコミットメントを読んで、その具体的な内容をそれ以降の環境報告で理解するので、1) コミットメントは具体的な説明部分の全体像を俯瞰できるように概略的かつ簡潔に記載すること、2) コミットメントの内容とその具体的な説明に矛盾がないこと、3) 特段の理由がない限り、具体的な説明はコミットメントの内容を網羅することが必要です。

図表 1 経営責任者のコミットメントと具体的な説明の関係



- ✓ コミットメントにおいては、重要な環境課題への対応が、長期ビジョンの中でどのように位置付けられているか、経営戦略や経営計画とどのような関係にあるのか等、可能な限り、事業者の将来見通し情報と関連付けて説明することが望まれます。

開示例

- ・当社は、持続可能な社会の実現に向けて、サプライチェーンマネジメントの強化と環境配慮製品の売上高成長を基本方針とする持続性戦略を長期ビジョンに組み込んでいます。
- ・当社の重要な環境課題は、気候変動、資源循環・資源効率性、水資源、生物多様性であり、それぞれを環境マネジメントの対象として、バリューチェーンレベルでの取組を推進しており、今後もその方針を継続します。

## 参考になる実例

### 実例1 味の素株式会社

#### SDGs達成に向け、ASV経営を進化させます

国連が提唱するSDGsは2030年に向けた持続可能な開発に向けた17の目標と169のターゲットを定めたものです。味の素グループでは、特に、健康、環境に関するこれらの課題解決に注力します。味の素グループは、創業来一貫して、事業を通じた社会課題の解決に取り組んできました。1899年、池田博士はドイツへ留学した際、当時のドイツ人の体格と栄養状態の良さに驚き、「日本人の栄養状態を改善したい」と強く願うようになりました。その願いを共有した二代鈴木三郎助は1909年に事業を開始。世界初のうま味調味料「味の素」を開発し、味の素の原点は「おい

#### 将来の見通し情報との関連付け

す。ASV経営は、社会価値と経済価値の共創を目指す経営です。グローバルに事業を行う企業体として、特に、食に関わるビジネスを行っている企業として、SDGsの達成に寄与していくことにコミットしていきます。

環境課題に対して、2030年度までに温室効果ガス排出量を50%削減し、TCFD提言に沿ったシナリオ分析で導き出した経済リスク80-100億円を軽減することを最重要対策として取り組みます。同時に、水リスク、プラスチック廃棄物、フードロス、サステナブル調達に関する重要課題について、ステークホルダーとの連携で負荷低減を進めていきます。

#### 具体的な説明部分の概説

(出所) 味の素株式会社「味の素グループ 統合報告書 2020」

### 将来の見通し情報との関連付け

をさらに加速していきます。そして、この「中長期事業戦略」をグローバル共通戦略として、各地域の事業ユニットが地域特性に合わせてローカル戦略を構築・実行することによって、グローバル各地にて持続可能な社会の実現に貢献し、お客様・パートナーそして私たちの事業も発展させていきたいと考えています。

また、環境の取り組みもさらに進化していきます。私たちは、2011年に「未来のすべての子どもたちが『安心』して暮らしていくために…」という思いを込めた環境宣言をリファインし、(1)自然と共生する(2)資源を大切に使う(3)CO<sub>2</sub>を減らすという3つの活動の方向性を明確にしました。2012年には、2050年を見据えた環境長期目標を策定するとともに、その実現に向けて2020年を目標年とした環境中期目標を定めて取り組みを進めてきました。グローバルで取り組みを進め、設定していた取水量削減目標とCO<sub>2</sub>排出量削減目標を前倒して達成しています。

そして今年、環境長期目標の達成に向けて、2030年を目標年とした新たな環境中期目標「マイルストーン2030」を策定し、ステークホルダーの皆様のご期待に沿いながら、以下の取り組みを通じて私たちの環境パフォーマンスをさらに向上させていきます。

- ・ グループ共通の「環境宣言」を軸に、引き続き3つの活動を推進
- ・ デカップリングの考え方に基づき、環境インパクトの改善と経済成長の両立を実現
- ・ 事業を通じたサーキュラーエコノミーへの貢献を促進
- ・ お客様やパートナーの皆様とともに、商品のライフサイクル、バリューチェーン全体を通してCO<sub>2</sub>削減を推進

当社グループの全ての活動において、サステナビリティ視点は不可欠です。2020年1月に

### 具体的な説明部分の概説

を構築し、サステナビリティ成長戦略の中核として位置付け、日々の業務にさらに深く統合するべく取り組みを始めています。詳細は、このレポートのGlobal Chief Sustainability Officerのメッセージの中でご紹介しています。

(出所) 株式会社ブリヂストン「サステナビリティレポート 2019 - 2020」

### 実例3 東レ株式会社

世界は、気候変動、人口増加に伴う食料・水の不足、資源・エネルギーの持続可能性、安全・健康への不安など、持続可能な社会を実現する上で解決しなければならない多くの課題に直面しています。企業には、社会を構成する一員として、国連「SDGs（持続可能な開発目標）」や「パリ協定」などに示された国際的な課題解決に向け、広く社会に貢献することを目指す責務と経営が、今まで以上に強く求められているといえます。

東レグループは、1926年の創業以来、「企業は社会の公器であり、その事業を通じて社会に貢献する」との経営思想の下、社会から尊敬される企業体として存在することを目指し、1986年には現在の企業理念である「わたしたちは新しい価値の創造を通じて社会に貢献します」を定めました。2020年5月には、企業理念をはじめとする創業以来継承されてきた当社を支える経営思想を「東レ理念」として体系化しています。

#### 具体的な説明部分の概説

このような創業以来の考え方、および「すべての製品の元となる素材には社会を本質的に変える力がある」との信念の下、地球規模の様々な課題に対し、革新的な先端材料の創出を通じて本質的なソリューションを提供していくことが、東レグループの変わらない使命だと考えています。その表明として、2018年に「東レグループ サステナビリティ・ビジョン」を公表し、2050年に向け東レグループが目指す世界像とその実現のために取り組むべき課題を示しました。

2020年5月には「東レグループ サステナビリティ・ビジョン」の実現に向けたマイルストーンを示した長期経営ビジョン“TORAY VISION 2030”、および長期経営ビジョンで示す「持続的かつ健全な成長」実現に向けた基本戦略を推進するための中期経営課題“プロジェクト AP-G 2022”を発表しました。そして、2020年9月には中期経営課題と推進期間を同じくする「CSRロードマップ 2022」を公表し、経営の最優先課題の一つとして位置づけているCSRの推進計画を表明しました。

東レグループの事業活動およびCSRの推進は、「東レ理念」の最上位に位置する企業理念の具現化といえるものであり、経営戦略とCSRの取り組みを着実に推進することで、東レグループとして持続的に発展していくとともに社会全体の持続的発展に貢献することを目指します。

#### 将来の見通し情報との関連付け

本レポートでは、すべてのステークホルダーの皆様へ東レグループのCSR活動を理解いただくために、2019年度の成果や取り組み状況をまとめました。多くの皆様にご覧いただきたいと思います。

2020年10月

(出所) 東レ株式会社「東レグループ CSR レポート 2020」