

(参考)環境経営に係る目標・指標の事例

パナソニック

(パナソニック エコアイディアレポート 2010より)

創業100周年ビジョンとGT12 グリーンプロダクツ(GP)の判定基準

グリーン指標 業界No.1

- ・CO2削減への貢献
- ・資源循環への貢献
- ・エナジーシステム事業規模
- ・環境配慮No.1商品売上比率

グローバルエクセレンス指標 常にクリア

- ・売上高 10兆円以上
- ・営業利益率 10%以上
- ・ROE 10%以上
- ・グローバルシェア1位の
柱商品が複数存在

■グリーンプロダクツの判定基準(2009年度)



大林組

(大林組 CSR報告書 2010より)

建設現場でのCO₂排出量の削減

■建設工事からのCO₂総排出量



設計する建物のLCCO₂の削減

■設計建物(事務所等)のLCCO₂削減率



※1 建物のライフサイクル(資材生産から建設・運用・修繕・改修・解体、リサイクル・廃棄までを通じた全体)でのCO₂排出量。

「花王 環境宣言」2020年中期目標

CO₂

消費者向け製品 35%削減(国内)(全ライフサイクルベース、売上高原単位、2005年基準*)

水

製品使用時の水 30%削減(国内)(売上高原単位、2005年基準*)

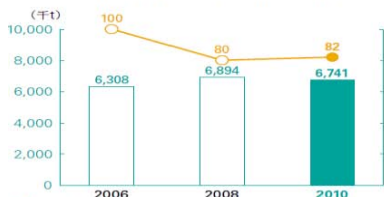
化学物質

SAICM(国際化学物質管理戦略)に沿って、積極的に化学物質の管理に努めます。

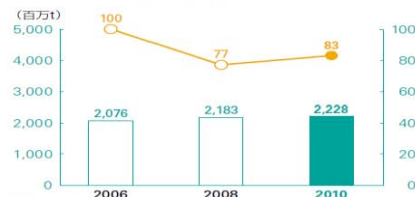
生物多様性

原材料の調達などの面で、その保全に努めます。

消費者向け製品のCO₂排出量の推移



製品使用時の水使用量の推移



(2010 花王レポートより)

富士通

(富士通グループ 社会・環境報告書2010より)

低炭素で豊かな社会の実現をめざす 中期環境ビジョン「Green Policy 2020」

富士通グループは、低炭素で豊かな社会の実現に向けて、テクノロジーとノウハウを結集し、お客様やパートナーとともに、自らと社会の環境イノベーションを起こします。



グリーンICTによる環境負荷低減プロジェクト 「Green Policy Innovation」

お客様や社会の環境負荷をICTで低減
2009~2012年度
累計1,500万トン以上のCO₂削減に貢献
(グローバル目標)

お客様へ提供

富士通グループのグリーンICT



研究・開発、設計、製造、調達、物流、リサイクル

4. 企業の環境情報開示について

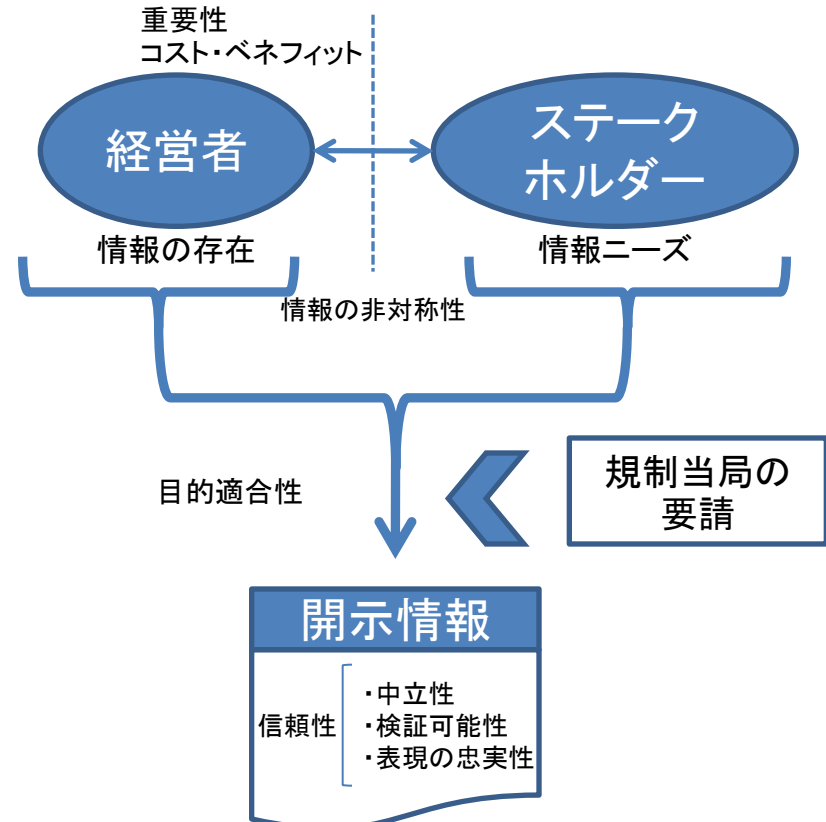
企業責任と情報開示

- ◆情報開示の機能には、アカウンタビリティ（企業の説明責任）機能、コミュニケーション機能、プレッジ・アンド・レビュー（誓約と評価）機能がある。
- ◆情報の非対称性から、ステークホルダーの意思決定に有用な情報を企業は適切に開示する責任がある。

情報開示の機能

	外部	内部
アカウンタビリティ機能	<ul style="list-style-type: none"> ・企業情報の説明 ・意思決定に有用な情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・意識付け ・行動促進
コミュニケーション機能	<ul style="list-style-type: none"> ・外部ステークホルダーとの関係改善・維持 	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員との関係改善・維持
プレッジ・アンド・レビュー機能	<ul style="list-style-type: none"> ・情報の質担保 ・外部の意識啓蒙 	<ul style="list-style-type: none"> ・自己統制 ・行動促進

情報開示に係わるフレームワーク

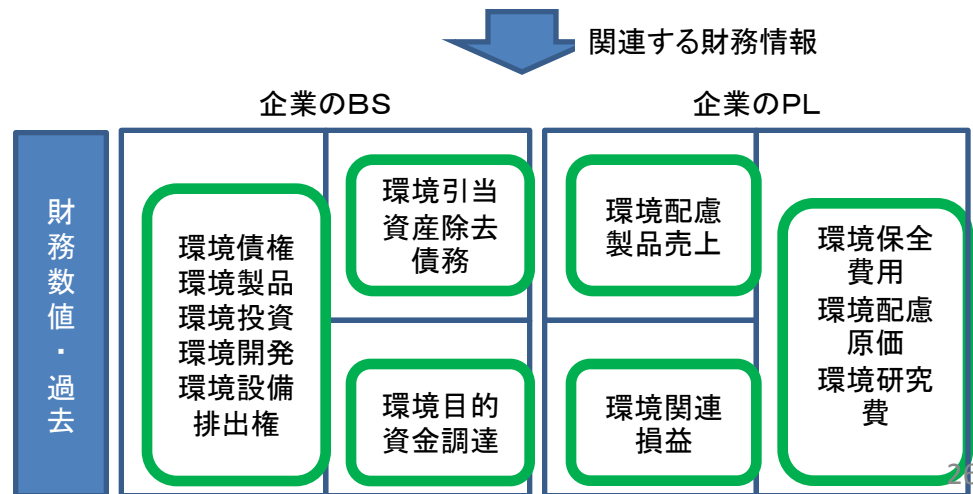
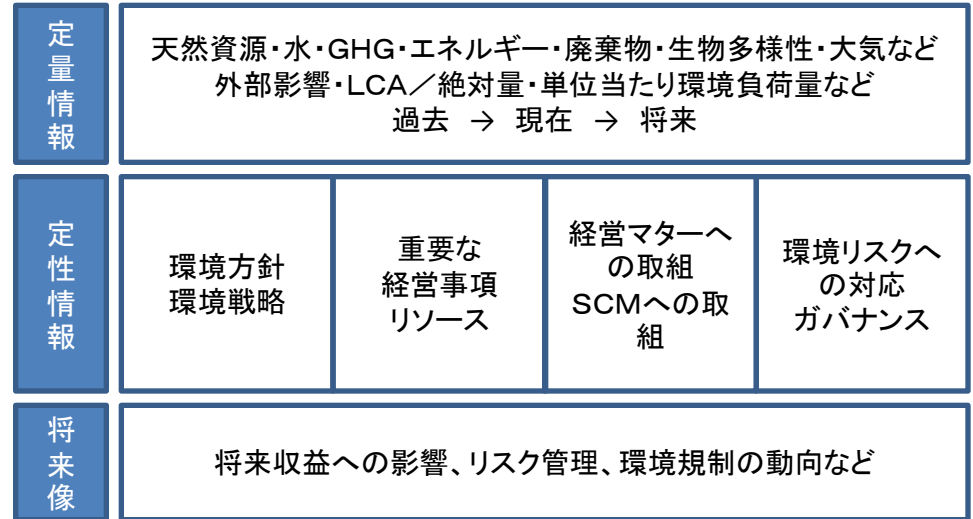
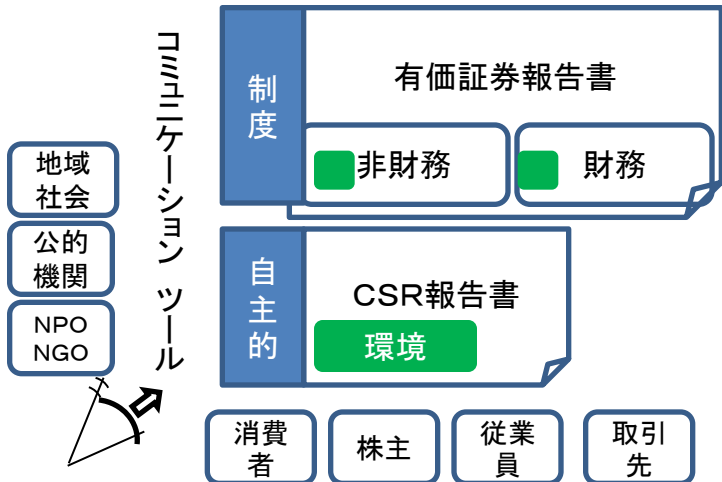
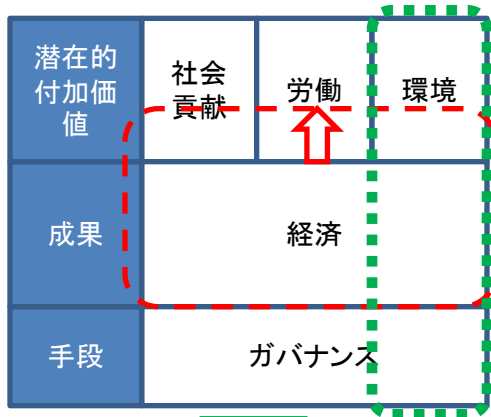


※ 環境報告ガイドラインを参考に作成。

※ 企業会計基準委員会「財務会計の概念フレームワーク」を参考に作成。

求められる環境情報とは、

- ◆環境情報を利用するステークホルダーは様々。
- ◆利用する目的により、求められる環境情報も相違。
- ◆重要性（マテリアリティ）のある情報を開示していくことが重要。



環境情報開示の現状と検討の方向性

- ◆経営環境の変化により、企業に求められる開示内容も変わる。
- ◆時代の要請への適応は、開示の容易性、開示する企業のコスト・ベネフィット、対象とするステークホルダーなどにより適切な手段で開示する必要がある。

環境情報の開示要請と重要性の認識

各ステークホルダーの開示要請	重要性の認識
①企業 ・経営上の重要性による。(リスクと機会)	経営上の重要性は増している。
②金融機関等 ・パフォーマンスとの関連 ・企業価値や持続可能性との関連 →通常、環境要素が業績に影響する期間は中長期であり、実証分析が容易でない。	投融資における重要性は徐々に増しているが、メインストリームではない。 ※1
③消費者 ・購入する製品のメリットと価格の関連 →企業価値に大きく影響。しかし、イニシャルコストが高く、補助金・減税などがないと販売が促進されない。	意識は高まりつつある。しかし、消費者は製品等の環境情報の開示は十分と感じていない。
④規制当局 ・持続可能な社会構築 ・環境取組の更なる促進 →持続可能な仕組みとして必要不可欠	成長戦略に環境はあるが、開示率は伸びていない。

開示項目の
バランスが必要

検討の方向性

○将来の環境経営の方向性を示唆する環境情報開示のあり方

○環境経営・環境情報開示の促進を意図した開示指針(コア情報の特定など)

※1海外では、ESG投資などの機運の高まりから、環境面に配慮した投資も日本より活発に行われている。

※2環境省「環境にやさしいライフスタイル実態調査(平成21年度)」によると、購入する製品・サービスの環境負荷に関する情報や企業の環境保全に関する取組状況に関する環境情報の満足度は、「あまり満足していない」「ほとんど満足していない」の合計で約65%を占めている。

日本の環境情報に関連する開示制度等

- ◆開示制度の目的により、開示すべき環境情報も異なってくる。
- ◆各開示制度の特徴を勘案し、最適な開示を企業が決定している。
- ◆多様な情報ニーズに、企業として対応することが求められている。

環境情報に関連する我が国の開示・報告制度

	自主的開示	報告
●根拠等 (公表媒体) 【開示システム】	<p>海外向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ●ー (アニュアルレポート、英文CSRLレポートなど) <p>【ー】</p> <p>国内向け</p> <ul style="list-style-type: none"> ●環境配慮促進法 (国内向けCSRLレポート、環境報告書など) <p>【環境報告ポータルサイト(環境省・経済産業省)】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●地球温暖化対策推進法(温室効果ガス排出量算定・報告・公表制度) ●省エネ法 ●食品リサイクル法、容器包装リサイクル法 ●化審法、化管法 (PRTR)

(参考)

金商法・会社法等
<ul style="list-style-type: none"> ●金融商品取引法 (有価証券報告書など) <p>【EDINET】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●会社法 (事業報告など) <p>【ー】</p> <ul style="list-style-type: none"> ●証券取引所 (決算短信・適時開示など) <p>【TDnet】</p>

○別途、企業はCarbon Disclosure ProjectやSRI評価会社などからの多数の質問に対応している。

※地球温暖化対策推進法「地球温暖化対策の推進に関する法律」

※省エネ法「エネルギーの使用の合理化に関する法律」

※食品リサイクル法「食品循環資源の再生利用等の促進に関する法律」、容器包装リサイクル法「容器包装に係る分別収集及び再商品化の促進等に関する法律」

※化審法「化学物質の審査及び製造等の規制に関する法律」、化管法「特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律」