

# SDGs時代の 企業のレベルアップのために 「ESG診断についての実証実験」説明資料

2022年3月

大阪大学  
社会ソリューションイニシアティブ  
伊藤武志



社会ソリューションイニシアティブ (SSI)  
SOCIAL SOLUTION INITIATIVE

1. 現代の企業にもとめられるもの
  - その1. BtoBの取引について
  - その2. BtoCの取引について
  - その3. SDGsについて参考：上場企業へのESG/CSR評価基準と枠組み
2. 世間さまとともに ～ESG/SDGsを社会がもっている～
3. 生業がつくる顧客価値、経済価値、社会価値
  - 参考：CSV（共通価値の創造）とCSR（企業の社会的責任）
  - 参考：ステークホルダー経営のモデル
4. 私たちの仕事が社会を支えています
5. 万博・SDGsに向けて
  - その1. 売り手側の視点から ～企業を起点に業界・社会が包摂的に～
  - その2. 買い手側の視点から ～購買者がよい企業の商品を買った結果～参考：企業の情報提供と信頼で、購買者の行動がエシカルになっていく
6. 「企業のエシカル通信簿」実証実験、参加企業募集！
  - その1. ESG診断とは
  - その2. 実証実験について
  - その3. 参加のメリット
7. ESG診断活用のイメージ
8. ESG診断結果例（2019年調査）

- 現在、株式を上場している企業（以下、上場企業）には、ESG（環境、社会、ガバナンス）の追求が、投資から強くもとめられて、その情報開示が進んでいます。もし、これを行わなければ、リスクが高いと評価されるなど、株価があがりづらくなります。証券取引所改革で新しくできるプライム市場に上場する会社は、気候変動に関する開示などがさらに厳しくなっています。この情報開示は、株式評価のためにESG評価機関といった組織が企業に対してもとめており、**上場企業は、ESG情報の開示を、一般への開示も含めて強めています。**
- CSR（企業の社会的責任）調達とよばれる資材等の調達における取引先におけるCSRのチェックは、従来からおこなわれてきました。昨今はさらに、上記のESGトレンドなどにより、**上場企業の取引する場合には、取引の前提として、また取引中は継続的に、自社および商品のESG/CSRのレベルを、より具体的に報告する必要性がでてきています。**このようにBtoB（企業から企業）と呼ばれる企業間取引においても、CSR/ESGのレベルが問われてきています。また、BtoG（企業から政府）とよばれる公共調達においても今後さらに厳しくなっていくことが見込まれます。

## 1. 現代の企業にもとめられるもの <その2. BtoCの取引について>

- 消費者に代表される最終的な顧客は、そもそも企業の生業の目的ですし、顧客に購入していただければ売上げ獲得できず仕事が成り立ちませんので、その購買の意思決定の影響は強く、企業にとってきわめて重要です。
- こういったBtoC（ビジネスから消費者）やBtoBtoCの取引では、一般に**エシカル消費（倫理的消費）**と呼ばれる動きが強まっています。これは、上場企業に対するESGトレンドも影響されていると考えられます。日本でも消費者庁や経済産業省（関西では近畿経済産業局）が、普及啓発活動に力を入れています。
- フェアトレードという言葉も普及し、フェアトレード認証ラベルがついた商品も増えています。フェアトレードとは直訳では、公正な取引ですが、適切な調査や働きかけにより、生産者や環境に負荷をかけないものであるとの認証のついた商品のことです。こういった商品がカフェチェーンやコンビニエンスストアなどでも提供されるようになってきています。
- 企業側の動きも強まっていますなかで、消費者の普及・啓発もなされてきており、商品や企業のESG/CSRに対する消費者の注目が強まっています。**



# 1. 現代の企業にもとめられるもの <その3. SDGsについて>

- 国連で2015年に採択された国連2030アジェンダでは、「誰一人取り残さない」誓いがなされ、SDGs（持続可能な開発目標）が定められました。SDGsは17ゴール、169ターゲット、232指標を含み、あとほぼ8年になりますが2030年の達成を世界で目指しています。
- SDGsについては、万博に関連して、ジュニアEXPOといった取り組みで小中学校への教育が総合学習の時間などでおこなわれたり、高校生などにも探求学習が提供され、大学の授業においても教えられたりもしています。テレビなどでもSDGsについての紹介は毎日のようになされています。こうして、**すでに学生のSDGs認知度は50%をこえているという調査もあり、一般の理解もすすんでいます。**
- 関連の動きとして、日本では政府が「まち・ひと・しごと創生総合戦略」（2018年閣議決定）でSDGs未来都市選定などを開始。さらに第2期「戦略」（2019年閣議決定）では、主に、地方における金融の促進を意図して「**地方創生SDGs登録・認証等制度**」を広げること決めました。この制度は、宣言、登録、認証という3段階で、企業が自らのSDGsについての取り組みを前提に、自治体に申請・登録し、その企業名が公表されるものです。全体の制度設計は内閣府地方創生推進事務局で、具体的な制度は各自治体によって導入されています。**これには多くの企業がすでに申請・登録しはじめています。**



## 参考：上場企業へのESG/CSR評価基準と枠組み その1

- TBL（環境、社会、経済のトリプルボトムライン）の追求を企業に促すために1997年には**GRI（Global Reporting Initiative）**が設立された。GRIは2000年に基準を発表して以来それを更新し、2002年にG2、2006年にG3、2013年にG4、2016年には**GRIスタンダード**が発表され現在に至る。
- **CDP（Carbon disclosure project）**は2000年に設立。投資家、企業、国家、地域、都市が自らの環境影響を管理するためのグローバルな情報開示システムを運営。多くの企業がCDPを通して気候変動など環境に関する開示を行う。
- **CDSB（Climate Disclosure Standards Board：気候変動開示基準委員会）**は2007年に設立された。CDSBは企業の気候変動情報開示の標準化を目指し、企業の**気候変動報告フレームワーク（CCRF：Climate Change Reporting Framework）**や関連情報を提供している。CDP、WEF（World Economic Forum:ダボス会議）、WBCSDなど8団体のパートナーシップで構成される。
- **TCFD（Task Force on Climate-related Financial Disclosures：気候変動関連財務情報開示タスクフォース）**が2015年に設置された。TCFDは、2017年の最終報告書で、企業等に対し、気候変動関連リスク、及び機会に関して、ガバナンス(Governance)、戦略(Strategic)、リスク管理(Risk Management)、指標と目標(Metrics and Targets)を開示することを推奨。





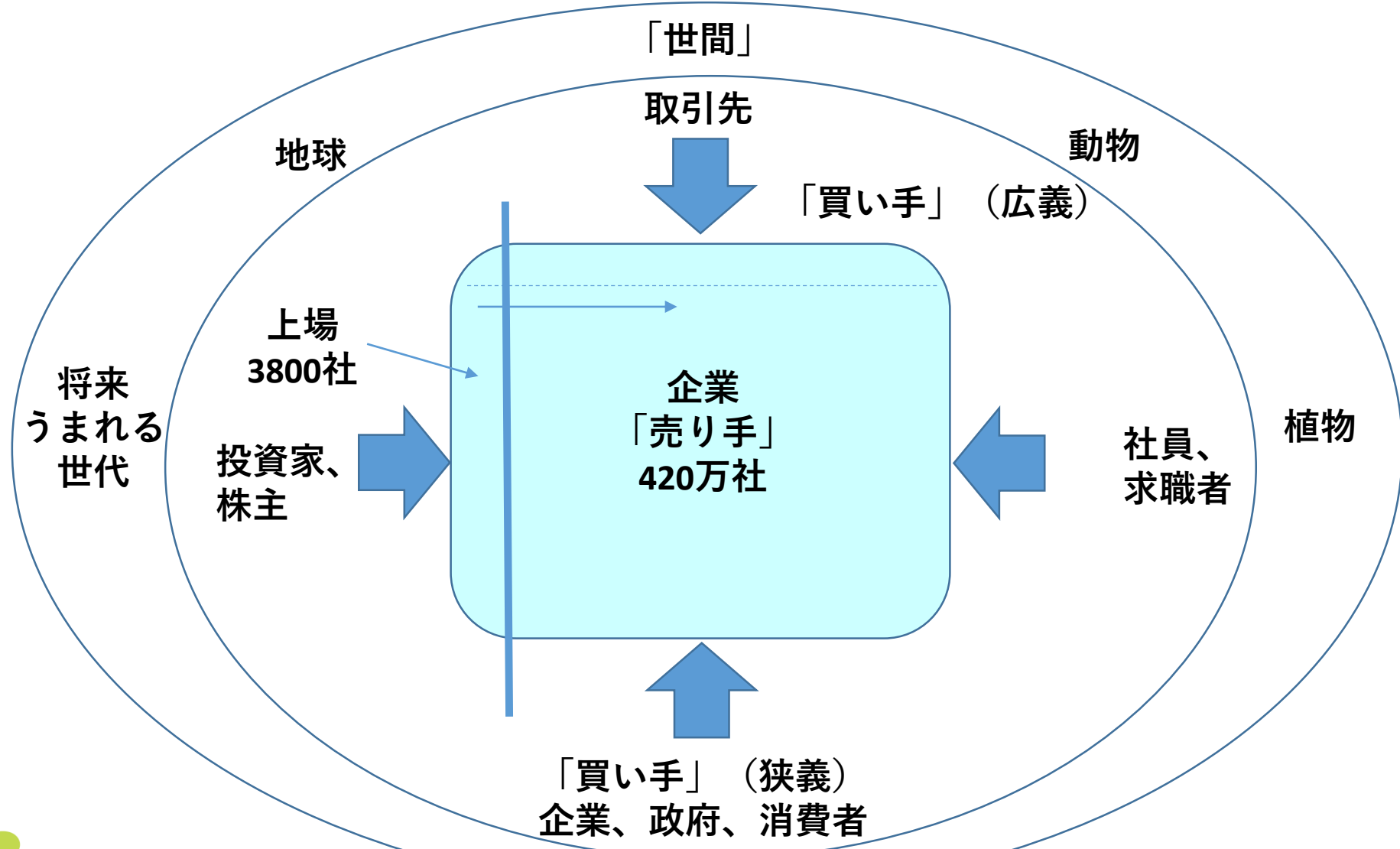
## 参考：上場企業へのESG/CSR評価基準と枠組み その2

- GRIによる基準のほかに、企業の社会的責任やサステナビリティに関連する課題分野別の基準としては、以下のようなものも出されている。
- **ISO（国際標準化機構）**は、2001年に検討をはじめ、2010年に**ISO26000（社会的責任に関する手引）**を公表した。
- **SASB（Sustainable Accounting Standard Board）**は2011年に設置され、**SASBスタンダード**を2017年に公表した。
- 基準ではなく報告の枠組みとして、**IIRC（International Integrated Reporting Council：国際統合報告評議会）**は2010年に設立され、2013年に企業開示の枠組みとして**〔国際〕統合報告フレームワーク**を公表し、2021年1月にこの改訂版を公表。
- なお、1973年設立の国際会計基準委員会（IASB）に代わり2001年に設立された**IFRS財団及び国際会計基準審議会**は、2020年に**サステナビリティ報告についてのパブリックコメント**を出した。TCFD宣言やSASB、IIRC、GRI、CDSB、CDPと連携で運営される**サステナビリティ基準審議会（SSB: Sustainability Standards Board）**設置の最終提案・決定は2021年秋に行われる予定である。



## 2. 世間さまとともに ~ESG/SDGsを社会がもとめている~

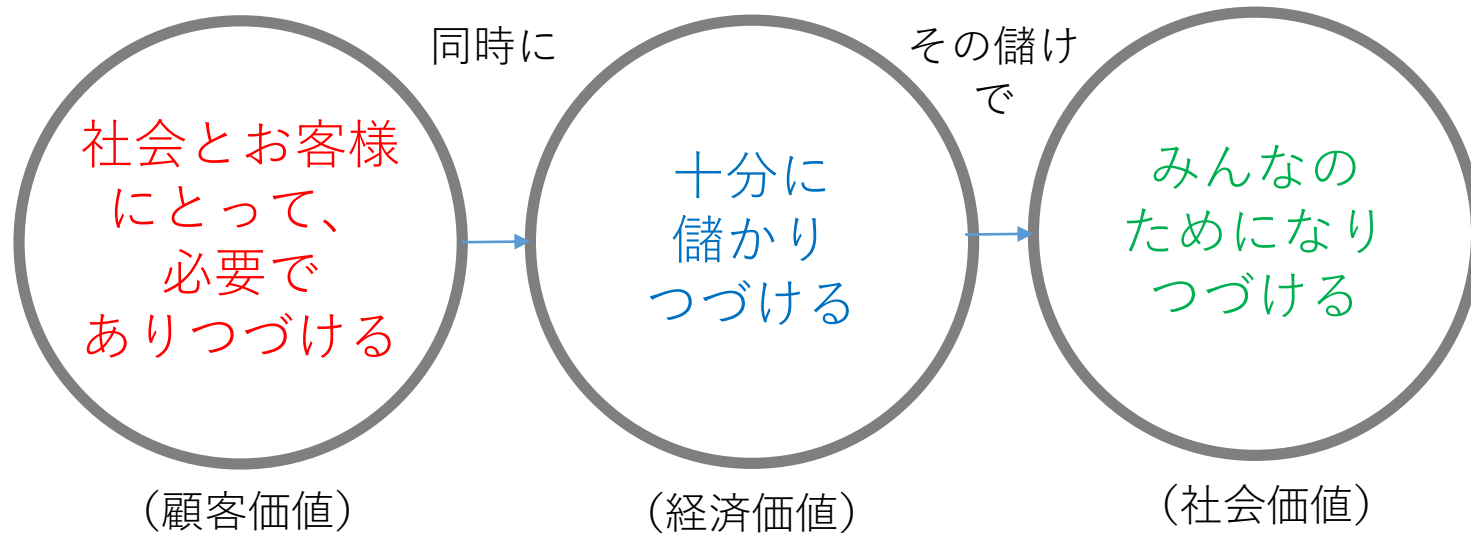
今、社会の各種の構成員が、企業に対して、ESG/SDGsの取組を求めています。率先して、そういった取組を行う企業が評価される時代でもあります。





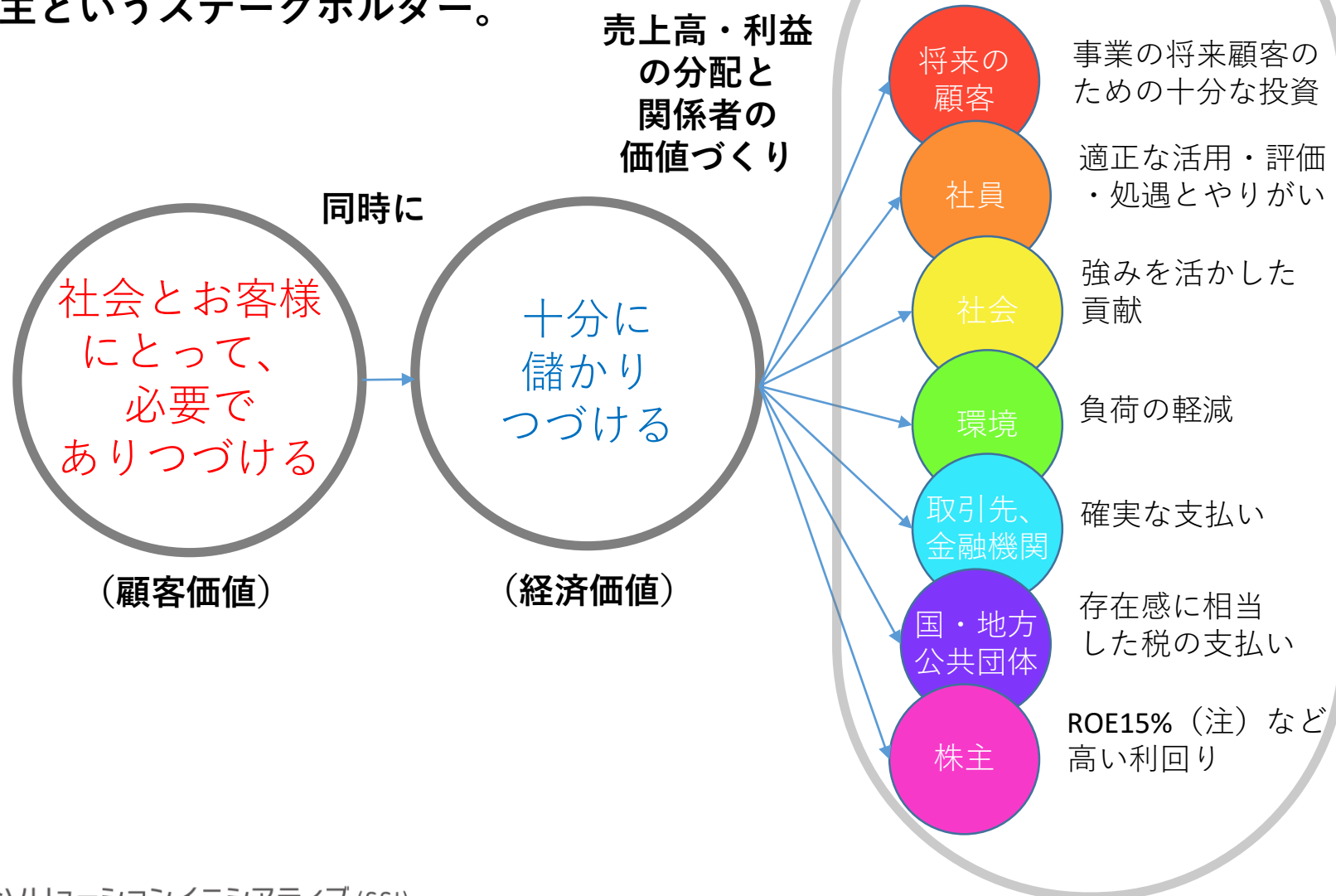
### 3. 生業がつくる顧客価値、経済価値、社会価値 その1

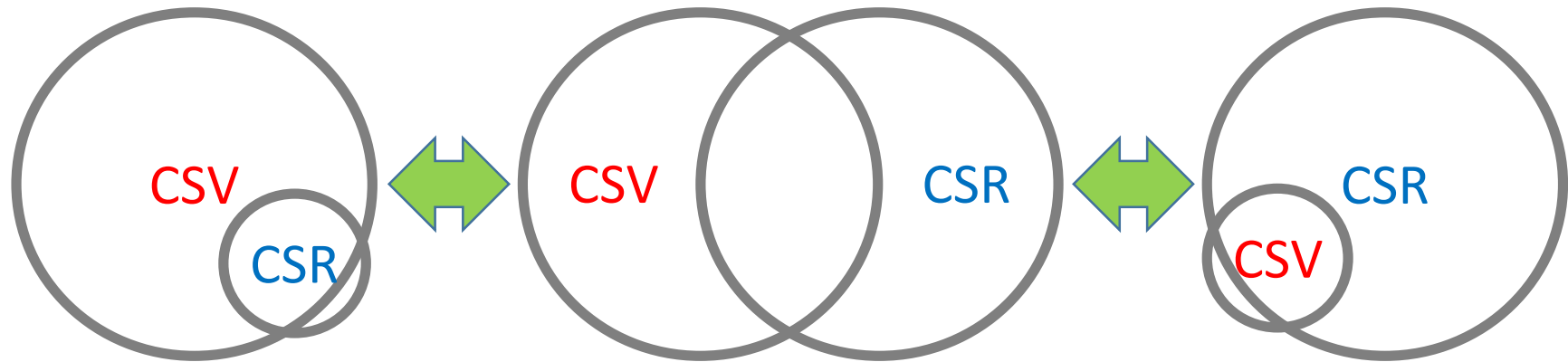
私たちが作りだした商品・サービスは社会をささえています。  
社会とお客様にとって必要なものを生み出し、同時に十分に儲かりつづけること、  
そして、その儲けがみんなのために使われ、社会にとっての価値を生む、これが  
生業、企業の役割です。



### 3. 生業がつくる顧客価値、経済価値、社会価値 その2

みんなとは、顧客、社員、社会、環境、取引先、国・地方公共団体、株主というステークホルダー。





**CSV**  
**共通価値の創造**  
**Creating Shared Value**  
「事業を通して社会の価値をふやす」  
・商品・サービスの創造・改善  
・顧客・回収をふくめ  
サプライチェーン・循環を向上

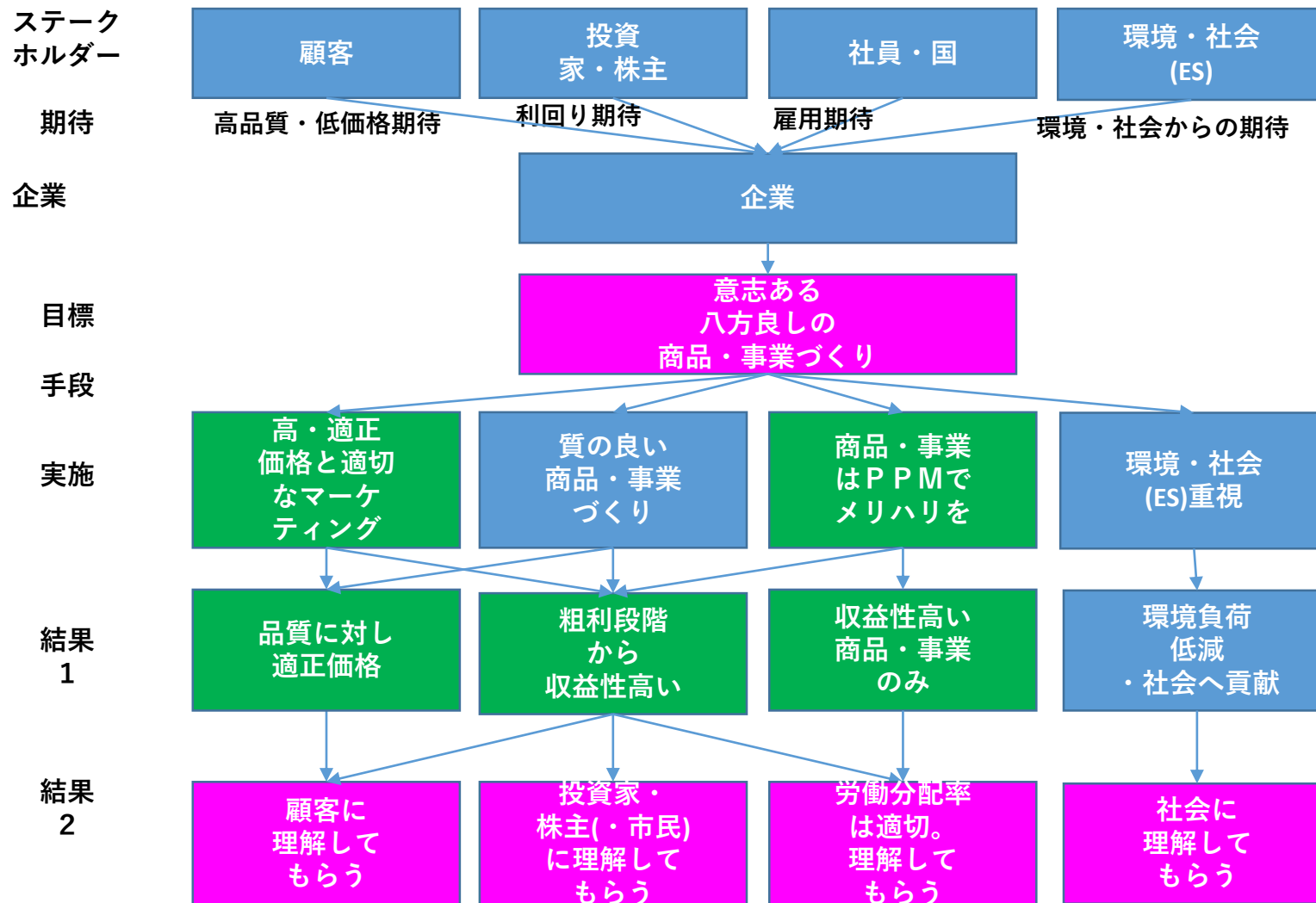
**CSR**  
**企業の社会的責任**  
**Corporate Social Responsibility**  
「得意なことで社会の価値をふやす」  
・寄付やボランティアを含め、  
あらゆる活動において、  
自らや得意分野を活かして貢献

**CSRとCSVに共通**  
**社会の価値をふやす**  
・プラスな価値をつくり、マイナスな価値を減らす

協力して「誰一人取り残さない」、すべての「いのち輝く未来社会」を実現

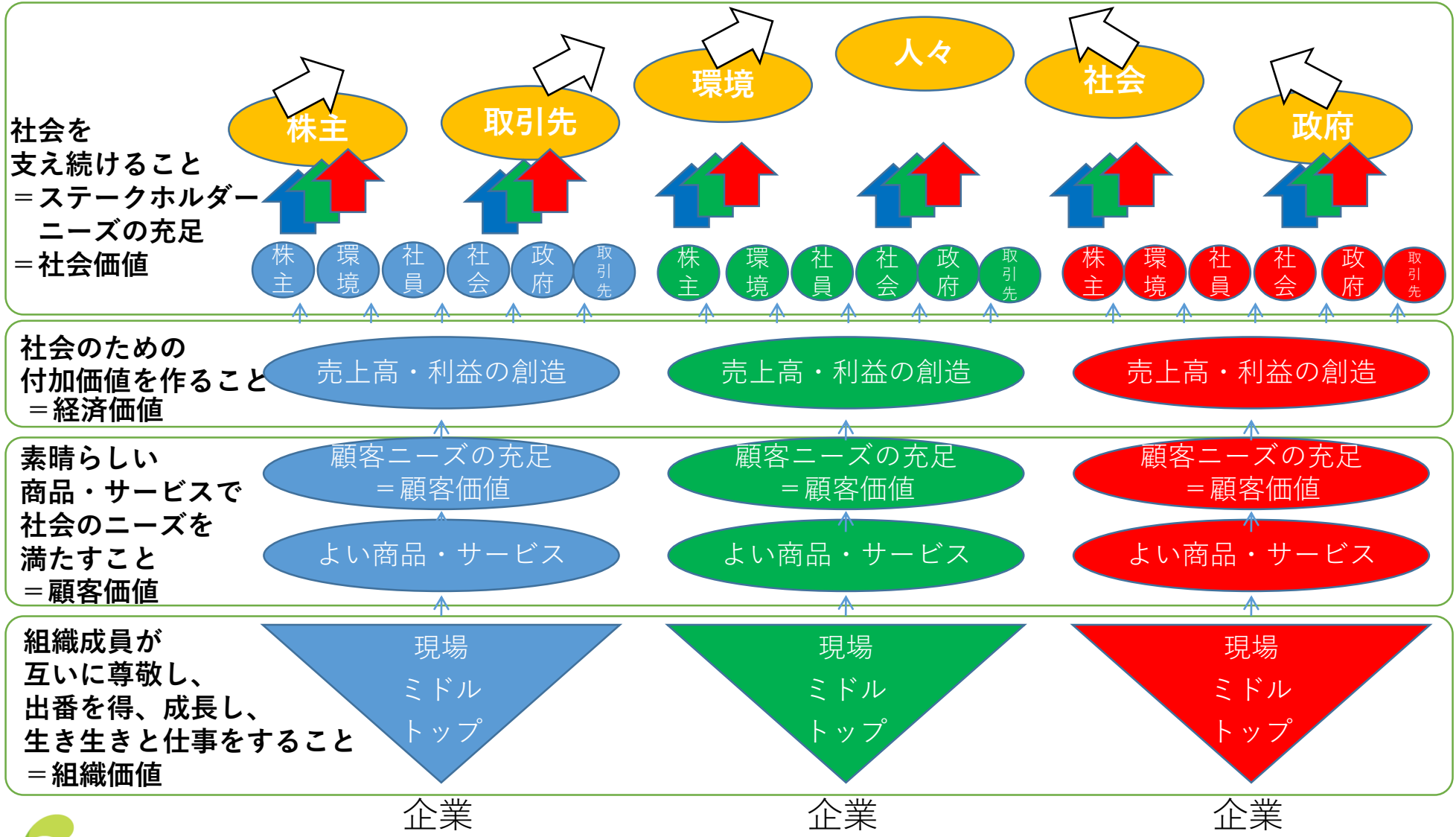
# 参考： パーパス経営／ステークホルダー経営のモデル

## パーパス経営／ステークホルダー経営とは



# 4. 私たちの仕事が社会を支えています

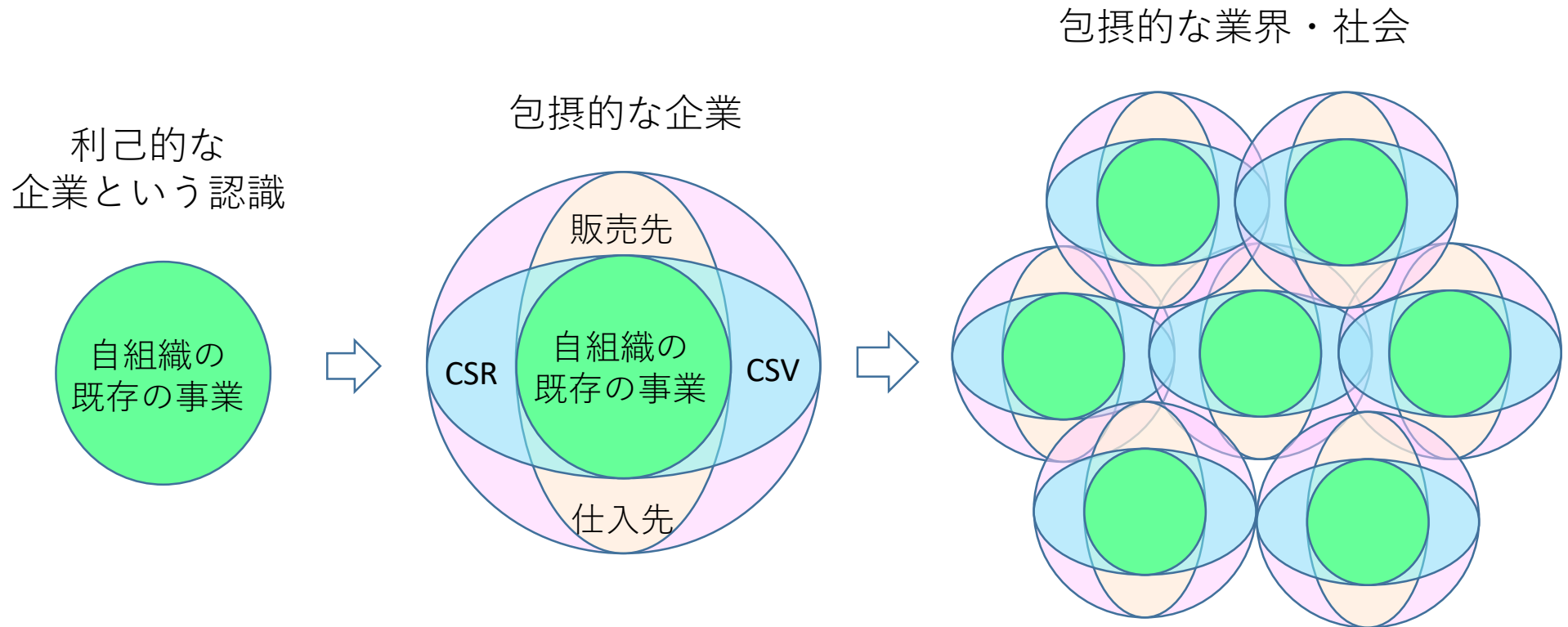
商品・サービスは社会を支え、同時に儲けが生まれ、それが合わせればGDPとなり、社会のために使われます。GDPのほとんどは民間企業が作っています。この活動は共助そのもの。



## 5. 万博・SDGsに向けて

<その1. 売り手側の視点から ~企業を起点に業界・社会が包摂的に~>

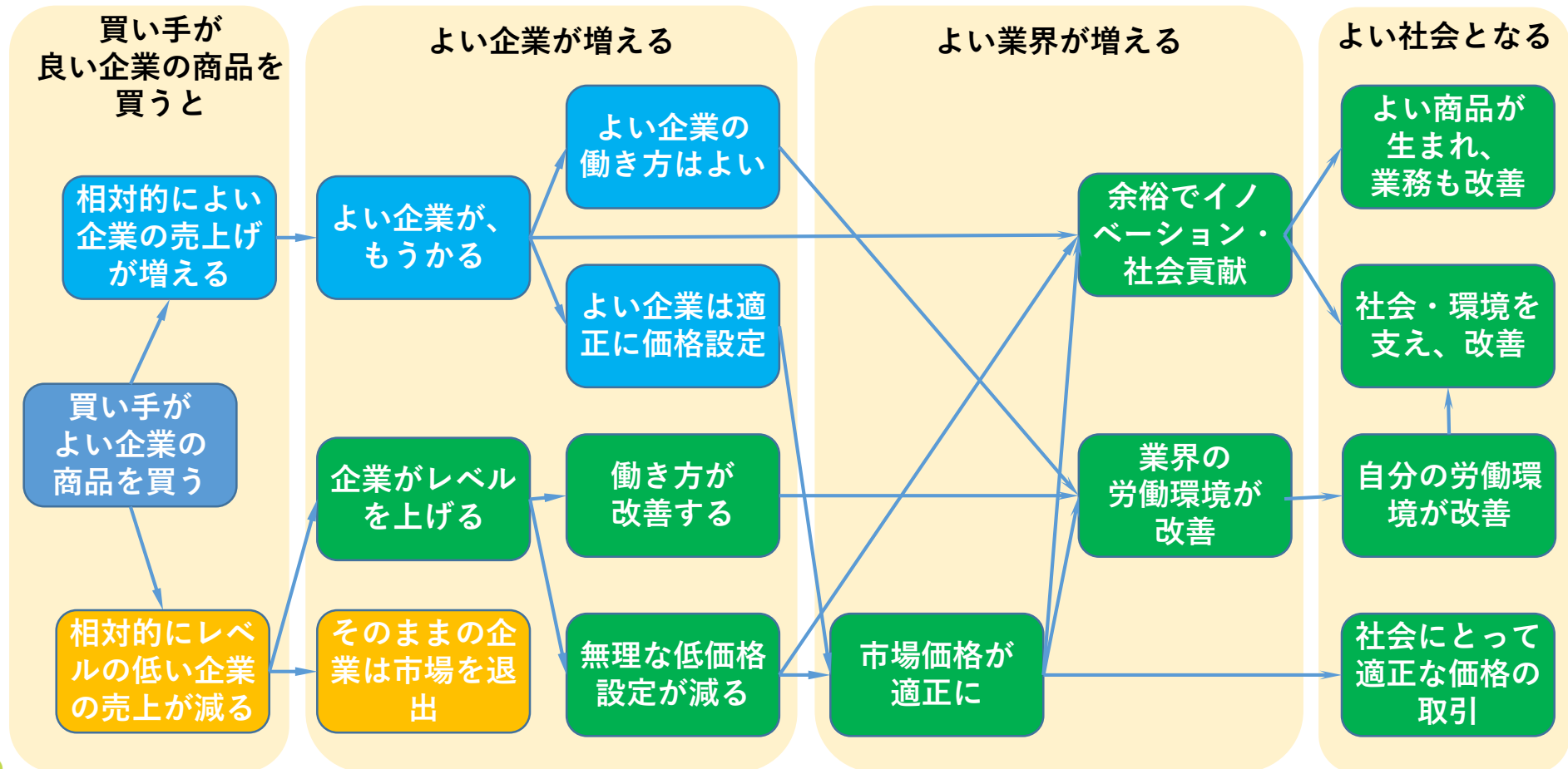
ESGやSDGsの取り組みをとおして、企業が利己的なだけの存在ではないと気付く企業が増えていきます。自らの事業・業界において持続性・ESGを考えていけばいくほど、事業はもちろん、業界・社会が包摂的になっていきます。



## 5. 万博・SDGsに向けて

<その2. 買い手側の視点から ~購買者がよい企業の商品を買った結果~>

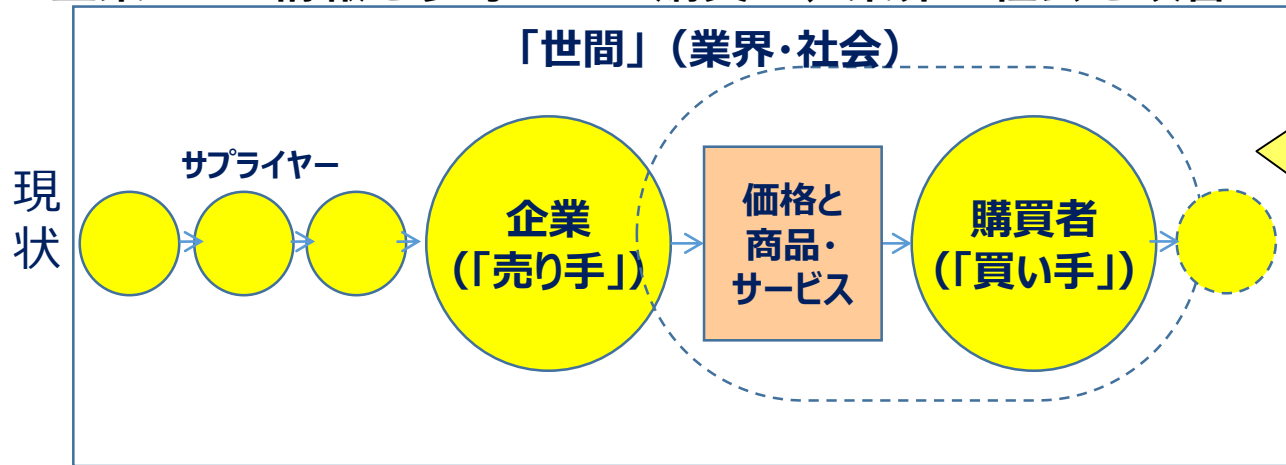
- ・よい企業の商品を買うようになれば、よい企業が増えます。
- ・多くの企業がよい仕事の仕方にかわっていきます。
- ・そうして、よい商品がつくられて売られ、自分を含めた働き手の幸せも増えます。





# 参考：企業の情報提供と信頼で、購買者の行動がエシカルになっていく

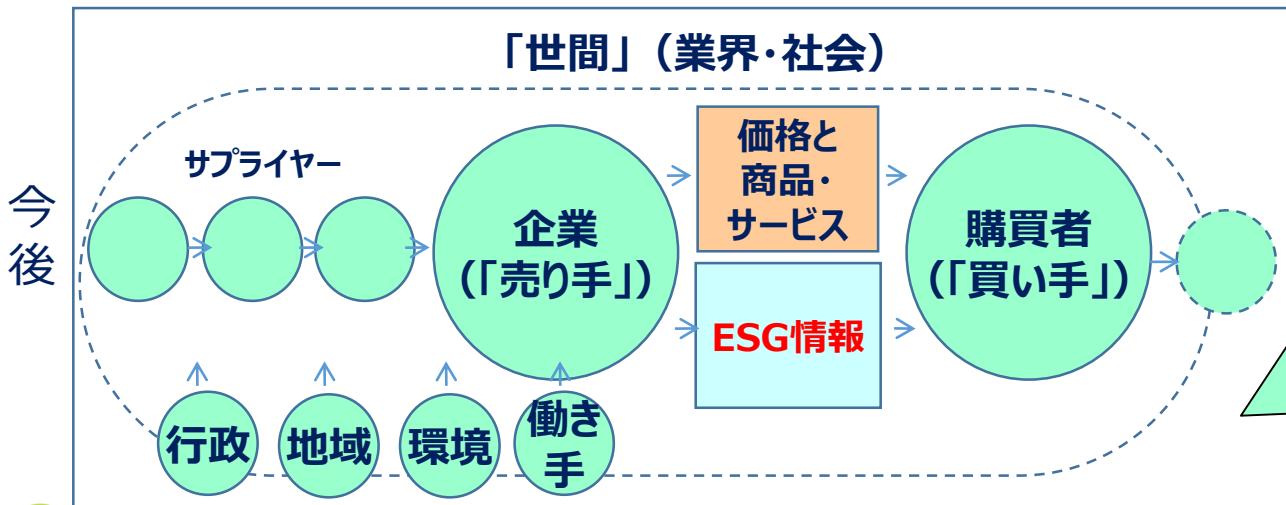
ESG/CSR/SDGsの動きと科学技術の進展により、購買者がエシカル（倫理的）になり、企業のESG情報を参考にして購買し、業界・社会を改善していく動きは進んできている。



購買者（「買い手」）は、商品・サービスの価格と質だけを見て、購買・利用を判断。

企業は、消費者に見えない自然・労働環境などに負荷をかけ低コスト・低価格にし、市場価格が下がり業界が疲弊しがちに。

企業のESG情報を提供



購買者（「買い手」）は、商品・サービスの価格と質だけでなく、「売り手」である企業の情報を含めて購買・利用を判断。

企業の自然・労働環境への負荷などの行動が購買者に見えて評価されるため、企業の経営の改善が促され、業界の労働環境なども改善し持続的に。

## 6. 「企業のエシカル通信簿」実証実験、参加者募集！

### <その1. ESG診断とは>

ここで説明するESG（環境、社会、ガバナンス）診断は、「消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク」が数年来、企業のエシカル度（ESG経営のレベル）についての第三者視点での調査として、調査対象企業ともコミュニケーションしながら行ってきたもので、これを「企業のエシカル通信簿」と呼んでいます。

今年度、より多くの企業の皆様にこの診断を実施していただくために、企業様が自己診断できる評価票を作成しました。この「企業のエシカル通信簿」の自己評価用の評価票の質問に回答すると、自社のESGのレベルを診断することができます。

ESGやSDGs、CSRが上場企業やその取引先に求められるなかで、多くの企業様が、こういった経営に向けて改善をしていくための方法論が必要であるからでもあります。さらには、この診断には、「市民目線からの評価」という特徴もあります。市民の立場を理解し、また専門性を持つNGO/NPOが、この取組において、前提となる考え方を踏まえて評価票を作成・監修しています。この取組に参加いただくことで市民目線の理解にも繋がり、先進的な取組をされているという評価にもなります。

**「企業のエシカル通信簿」**  
自主調査企業・レビュー対象企業  
募集のお知らせ

気候変動や海洋プラスチックなどの環境問題、児童労働やジェンダー平等、ハラメントなどの人権問題が大きくクローズアップされてきた現代社会において、企業には、本来の事業活動にこれらの社会的問題への解決行動を内包することが求められています。

「わが社のSDGs活動、CSR活動は、適切な課題設定と活動内容になっているのか？」「社会や消費者に理解、評価されているのか？」とお悩みではありませんか？ 一方で消費者やNGOからは、どの企業のSDGs・CSR活動を評価すべきなのかを知りたい、という声も高まっています。

こうした社会的ニーズに応えるべく、消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク（SSRC）では、2016年から「企業のエシカル通信簿」プロジェクトを開始し、これまでに9業種の大手42社を対象に「持続可能な開発」「環境」「消費者」「人権・労働」「社会・社会貢献」「平和・非暴力」「アニマルウェルフェア」の7分野について、調査・評価し、結果を発表してきました。

調査対象企業からは「市民目線の調査を受け、学ぶところが多かった」という好意的な感想を、関心ある消費者・研究者・学生などからは意義あるプロジェクトであると注目を集めた一方、対象企業の拡大を求める声も多く聞かれました。

そこで2021年度には、従来通りの業種・企業数を絞った調査とともに、同じ調査票を用いて「自主調査」を行う企業を募集することにしました。また自主調査を行った企業のうち、希望される5社までに対し、「自主調査」の内容につきSSRC側がレビュー（審査）を行い、従来のエシカル通信簿と同様に採点・評価、レーティング、結果発表まで行うことにしました。

つきましては、裏面の募集要項をご覧ください、お申込みくださいますようお願いいたします。多くの企業のご参加をお待ちしています。

**募集する企業**  
（\*対象業種・事業規模による制限はありません）  
(A) 自主調査企業 数に上限なし  
SSRCの「企業のエシカル通信簿」調査票を用いて、自主的に自社のエシカル度の調査を行う企業  
(B) レビュー対象企業 5社まで  
自主調査を行う企業のうち、SSRCのレビュー（審査）を希望する企業

**申込み受付期間**  
(A) 自主調査のみ  
2021年7月12日～12月31日  
(B) レビュー対象  
2021年7月12日～10月31日（先着順）

**参加費** 本プロジェクトへの賛同・支援としてお願いしています  
(A)(B)共に1社につき1万円(税込)  
**申込み方法・要件**  
（\*詳細は裏面をご覧ください。）  
\*企業の規模は問いません。ただし(B)への申込みは、「CSR報告書」等をウェブ上に公開している企業に限ります。  
\*調査票は入金確認済企業に9月15日以降お送りします。  
\* (B)レビュー対象企業は回答記入済の調査票を2021年11月15日までに返送してください（※切実厳守）

**申込み・問い合わせ**  
消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク 事務局  
ssrc@kankyoshimin.org

## <その2. 実証実験について>

大阪大学における研究の取組として、有志の企業様に自己診断をしていただき、その結果等をフィードバックしていただくものです。研究代表者は、大阪大学社会ソリューションイニシアティブ（SSI）教授の伊藤武志（博士（経営学））です。

### 実証実験における企業様の協力内容

企業様による調査表を使った自己診断の結果等としては、診断票への回答・証憑や点数など企業様のESGの状況や、評価票の様々な点からの改善点、評価票や企業様自身の課題などをフィードバックいただきます。複数の企業に参加いただく予定で、企業間で限定された情報を共有することも考えています。

### 実証実験に参加するメリット

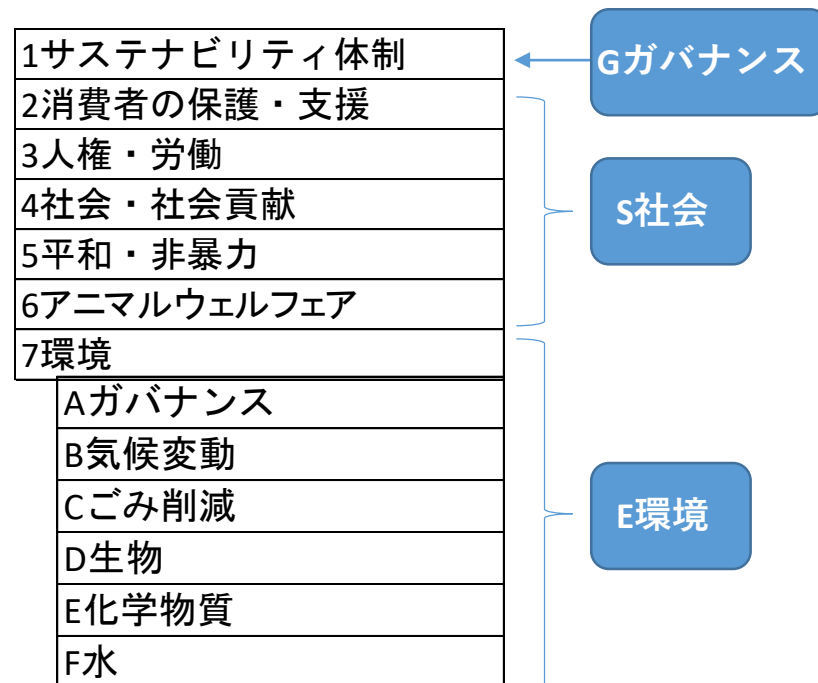
ESGのレベル向上や、様々な関係者からの評価の向上です。具体的には次ページに示しています。

### 実証実験に参加する場合のコスト

実証実験に参加いただく企業には、通常お願いしている1社1万円を無料にいたしますが、活動に賛同いただいて、寄付等をいただくことは歓迎いたします。

### 図表. 7つの診断分野

調査表では、以下のようなESGの分野について、自社の状況を診断できる質問がございます。（右図をご参照）



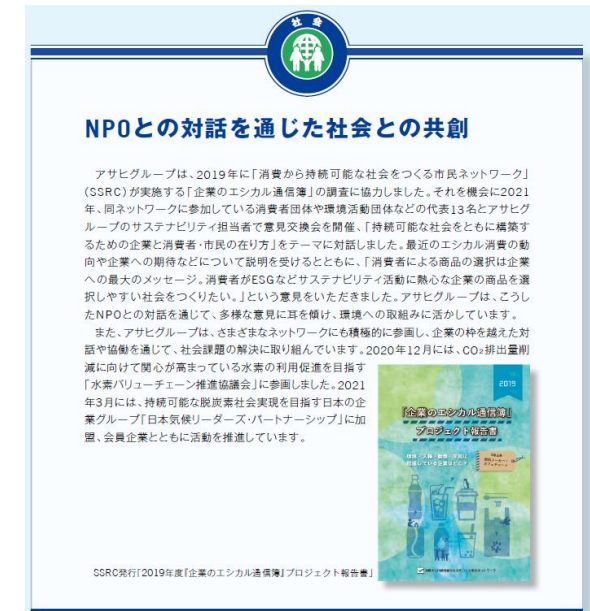


## 6. 「企業のエシカル通信簿」実証実験、参加企業募集！

### <その3. 参加のメリット>

1. **評価票を読んで理解しただけで、ESGのレベルがアップします。**今の時代に仕事をする上で、考えるべき要素が網羅されているので、人材のESG感度が高まり、チャンスが増えリスクは下がります。
2. **実際にチェックすると、自社の現状がわかり、課題もみえてきます。**さらに**課題が見えれば改善目標を決めることができ、投資や行動がしやすくなり、改善が実際になされればESGのレベルが向上します。**参加企業間で自己診断や振り返りを共有すればさらに様々なことが学べます。
3. **ESG診断・改善活動の実施やその内容を開示されれば、会社としての信頼性が増し、「市民目線の評価」でもあることから、取引先や消費者の評価が高まります。**また**NPO/NGOと、事実に基づいた対話をし、改善に繋げることも可能であり重要です（右図）。**
4. **取引先や消費者の評価がたかまると、売上げも安定・向上し、長続きする会社になります。**SDGs認証など獲得準備にもなります。
5. **ESG診断による改善や取引先・消費者の評価がたかまると、社員の能力向上、労働環境の改善、社会貢献のレベル向上、社員のやりがいも向上します。**
6. **自社のESG診断・改善・結果を、業界他社等に伝えることで、他社のレベルアップが促されます。**このように、**自社が地域や業界でリーダーシップを取ることができ、地域・業界・社会もよくなります。**またそれによって自社の評価は高まります。

### 企業との対話・共創例



※アサヒグループホールディングス（2021年）「アサヒグループホールディングス環境報告書」14ページより



## 7. ESG診断活用のイメージ

自社のESGを診断すると、ESGのさまざまな分野について、現在の自社の立ち位置がわかります。それを他企業などと比較できれば、さらに立ち位置が明らかになります。そして現状の立ち位置がわかると、どこが理想の位置なのか（改善目標）を決めやすくなり、実際の行動もしやすくなります。

