

基礎研 レター

ESG に対する企業の取り組み

企業の重要課題は社会の重要課題である

<ESG レター基礎編>

金融研究部 主任研究員 高岡 和佳子

(03)3512-1851 takaoka@nli-research.co.jp



1—重要な ESG 項目には社会の意見が反映されている

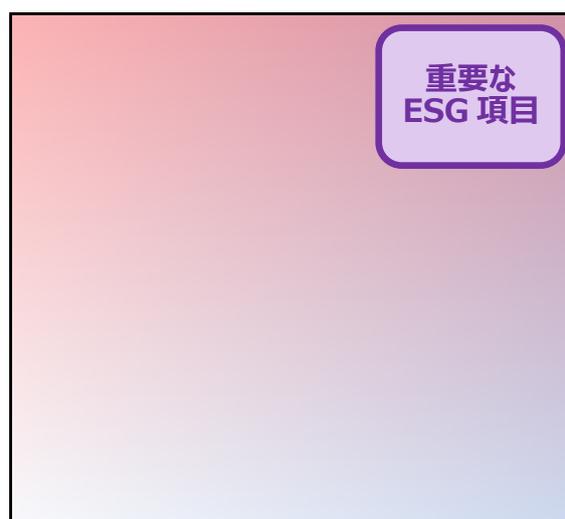
ご存じの通り、環境、社会、ガバナンスは、企業が持続的成長を遂げるために重要な要素である。たった3つの要素とはいえ、環境だけでも、気候変動、大気汚染、海洋資源、生物の多様性、排水や廃棄物など対応すべき項目は広範囲に及ぶ。環境、社会、ガバナンスに関連するすべての項目が企業の持続的成長に影響を及ぼすが、項目によって企業に及ぼす影響の程度には差がある。そこで、多くの企業が様々な ESG 項目の中から特に重要な ESG 項目を特定し、特定プロセスも含めて公表している。

当然、重要な ESG 項目を最終決定するのは経営層だが、最終決定の前に各 ESG 項目の重要度を評価・比較するプロセスがある。そして、多くの企業は、「自社や自社のビジネスにとっての重要度」と「ステークホルダー（顧客や取引先、株主等）にとっての重要度」の2軸で、各 ESG 項目の重要度を評価・比較している（図表1）。「ステークホルダーにとっての重要度」を把握する方法は多様で、顧客や取引先からアンケート、株主との対話、ESG 評価機関や NGO との対話など企業によって異なる。しかし、重要な ESG 項目を最終決定するのは経営者であっても、重要な ESG 項目の評価に社外の意見が多分に含まれているという共通点がある。

中には、「自社や自社のビジネスにとっての重要度」と「ステークホルダーによる重要度」の2軸ではなく、「NGO や国際機関などの関心度」と「ESG 評価機関の関心度」といった社外の意見の2軸で重要度を評価・比較している企業もある。

大↑ステークホルダーにとっての重要度↓小さい

【図表1】代表的な重要度の評価軸（イメージ）



小←自社や自社のビジネスにとっての重要度→大

2—主要企業の重要な ESG 項目とは

では、企業が社外の意見を考慮して特定し、積極的に取り組んでいる ESG 項目とは、具体的にどのようなものなのだろうか。発行する株式の時価総額が大きく、株式の売買が頻繁に行われる主要企業を中心に、企業が選択した重要な ESG 項目を調べた結果を図表 2 に示す。

【図表 2】主要企業の重要な ESG 項目（抜粋）

企業	重要な ESG 項目	企業	重要な ESG 項目	企業	重要な ESG 項目
セブン & アイ HD	<ul style="list-style-type: none"> 高齢化、人口減少時代の社会インフラの提供 商品や店舗を通じた安全・安心の提供 商品、原材料、エネルギーのムダのない利用 社内外の女性、若者、高齢者の活躍支援 お客様、お取引先を巻き込んだエンガルの社会づくりと資源の持続可能性向上 	日立製作所	<ul style="list-style-type: none"> デジタル・AI活用による社会イノベーション 顧客協創による価値創出 人権 ダイバーシティ&インクルージョン（D&I） 気候変動への対応 	三菱商事	<ul style="list-style-type: none"> 低炭素社会への移行 持続可能な調達・供給の実現 地域課題への対応と解決策の提供 次世代ビジネスを通じた社会課題の解決 自然環境の保全
信越化学工業	<ul style="list-style-type: none"> 省エネルギー、省資源、環境負荷の低減 CSR調達の推進、原料調達の多様化 働く人の安全の確保と健康の促進 製品の品質の向上、製品の安全性管理 適時、的確な情報開示、ステークホルダーとの対話 	日本電産	<ul style="list-style-type: none"> 企業倫理 製品による環境貢献 グローバル人材育成 	三菱UFJ FG	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対応・環境保全 少子・高齢化社会への対応 社会インフラ整備 産業育成・イノベーション支援 金融サービスの平等なアクセス確保
花王	<ul style="list-style-type: none"> 暮らしを変えるイノベーション 責任ある原材料調達 ごみゼロ 脱炭素 水保全 	ソニーG	<ul style="list-style-type: none"> テクノロジー 人材 コーポレート・ガバナンス 企業倫理とコンプライアンス 人権の尊重 	三井住友 FG	<ul style="list-style-type: none"> 環境 コミュニティ 次世代
武田薬品工業	<ul style="list-style-type: none"> 医薬品のアクセス 治療法が不十分な疾患におけるニーズに対応するための研究開発 倫理的なビジネス展開 従業員の健康と福祉 気候、炭素、エネルギー 	ファナック	<ul style="list-style-type: none"> 競争力の維持・向上 環境課題への対応 労働人口の減少 ガバナンス体制の構築 	みずほ FG	<ul style="list-style-type: none"> 少子高齢化と健康・長寿 産業発展とイノベーション 健全な経済成長 環境配慮 ガバナンス
アステラス製薬	<ul style="list-style-type: none"> 革新的な製品と医療ソリューションの創出 保健医療へのアクセス 責任ある研究開発 責任あるマーケティングと倫理的広告 製品の価格設定 	村田製作所	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対策の強化 安全・安心な職場と健康経営 公正な商取引 持続可能な資源利用 人権と多様性の尊重 	東京海上 HD	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動対策の推進 災害レジリエンスの向上 健やかで心豊かな生活の支援 D&Iの推進・浸透
第一三共	<ul style="list-style-type: none"> 企業理念の実現に向けたコーポレートガバナンス 医療アクセスの拡大 コンプライアンス経営の推進 環境経営の推進 競争力と優位性を生み出す多様な人材の活躍推進と育成 	トヨタ自動車	<ul style="list-style-type: none"> 人間性尊重、多様な人材の活躍 安全・安心で良品・廉価なクルマづくり 安定した経営基盤の維持 未来のモビリティ社会の構築 気候変動対応と新エネルギーの利活用 	東海旅客鉄道	<ul style="list-style-type: none"> 安全対策 サービス向上 効率化 環境優位性の追求
リクルートHD	<ul style="list-style-type: none"> 働き方の進化 機会格差の解消 多様性の尊重 人権の尊重 環境の保全 	ホンダ	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動・エネルギー問題への対応 グリーンな大気への保全 電動化の推進 資源の効率利用 交通事故死者数の大幅削減 	日本電信電話	<ul style="list-style-type: none"> ICTの利活用による環境への貢献 人権の尊重 個人情報保護 お客さま満足の追求 従業員の安全
ダイキン工業	<ul style="list-style-type: none"> カーボンニュートラルへの挑戦 空気価値の創造 強靱なサプライチェーンの構築 顧客とつながるソリューション事業の推進 ダイバーシティマネジメントの深化による人材力強化 	任天堂	<ul style="list-style-type: none"> お客様を笑顔にする サプライチェーンを笑顔にする 社員を笑顔にする 	KDDI	<ul style="list-style-type: none"> 情報通信インフラ提供による経済発展への貢献 エネルギー効率の改善とクリーンエネルギーの活用 情報資産の活用とセキュリティの強化 汚職・わいろの防止 異常気象へのレジリエントな対応
		伊藤忠商事	<ul style="list-style-type: none"> 技術革新による商いの進化 気候変動への取組み（脱炭素社会への寄与） 働きがいのある職場環境の整備 人権の尊重・配慮 健康で豊かな生活への貢献 	ソフトバンクG	<ul style="list-style-type: none"> 気候変動 人材育成 イノベーションマネジメント コーポレートガバナンス 持続可能な金融
		三井物産	<ul style="list-style-type: none"> 安定供給の基盤をつくる 豊かな暮らしをつくる 環境と調和する社会をつくる 新たな価値を生む人をつくる インテグリティのある組織をつくる 		

（資料）各社公表資料より筆者作成

企業によってビジネスの内容や社会的役割が異なるので、社会から企業への期待も、企業が積極的に取り組んでいる ESG 項目も異なる。例えば、医薬品メーカーは「すべての人が適切な医療サービスを受けられる社会の実現」に対する期待に応え、医療アクセスの向上に積極的に取り組んでいる。情報通信業者は「安心・安全なデジタル社会の実現」に対する期待に応え、個人情報保護やセキュリティ強化に取り組んでいる。

一方、「性別、年齢、人種、国籍、性的指向、宗教、価値観などの多様性を認め合う社会の実現」のように、業種を問わず、社会から期待されている項目もある。中でも、「脱炭素や省エネなど気候変動への対策強化」に対する社会からの期待は強く、ほぼすべての企業が積極的に取り組んでいる。

3—脱炭素社会に向けた企業の取り組み

図表2で掲載した主要企業は、日本を代表する企業であり、脱炭素社会に向けて積極的に取り組んでいる。積極的に取り組むだけでなく、具体的な目標を設定、公表している企業も多い。そこで、トヨタ自動車の目標を例に、どのような取り組みをしているのか確認する。

トヨタ自動車は、6つのチャレンジで構成される「トヨタ環境チャレンジ2050」を掲げている。6つのチャレンジのうち、「工場CO₂ゼロチャレンジ」と「新車CO₂ゼロチャレンジ」、「ライフサイクルCO₂ゼロチャレンジ」の3つがCO₂ゼロを達成するためのチャレンジである。

「工場CO₂ゼロチャレンジ」では、2050年グローバル工場CO₂排出ゼロを目指している。これは、製造工程におけるCO₂排出ゼロを目指していることと同義である。「新車CO₂ゼロチャレンジ」では、電動車を普及・販売を促進することで2050年グローバル新車平均CO₂排出量の90%削減（2010年比）を目指している。つまり、販売した商品の使用に伴うCO₂排出量の大幅な削減を目指している。製造工程におけるCO₂排出ゼロと販売した商品の使用に伴うCO₂排出量の大幅な削減を含めて、サプライチェーンにおける川上から川下まで全体でCO₂排出量ゼロを目指すのが「ライフサイクルCO₂ゼロチャレンジ」である。

トヨタ自動車に限らず、少なくない企業が企業自らの製造時のCO₂排出だけでなく、原材料の調達から販売後の使用・廃棄に至るまでのサプライチェーン全体でのCO₂排出の削減に取り組んでいる。

【図表3】単純化したサプライチェーンとトヨタの3つのチャレンジとの関係



（お願い）本誌記載のデータは各種の情報源から入手・加工したものであり、その正確性と安全性を保証するものではありません。また、本誌は情報提供が目的であり、記載の意見や予測は、いかなる契約の締結や解約を勧誘するものではありません。