

第20回環境コミュニケーション大賞 環境報告書部門 講評

平成29年2月22日(水)

後藤 敏彦 (環境報告書部門ワーキンググループ座長)
村上 智美 (環境報告書部門ワーキンググループ副座長)

CSR相関図

<ul style="list-style-type: none"> ▪ 目的 ▪ 方針 ▪ 戦略 ▪ 概念 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ CSR (守りのCSR プラス 攻めのCSR≒CSVs) ▪ Sustainability (▪ SDGs 17 Goals) (▪ コーポレートガバナンス・コード 5章) (▪ スチュワードシップ・コード7章) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 企業の社会的責任 (信頼度) ▪ (社会・企業の) 持続可能性
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 活動 ▪ 報告 ▪ 評価 <p style="text-align: center;">の 軸</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Triple Bottom line ▪ ESG 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 経済・環境・社会 ▪ 環境・社会・ガバナンス
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 活動 ▪ 報告 ▪ 評価 <p style="text-align: center;">の 指標</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ISO26000 ▪ GRI Guideline (Standards) ▪ SDGs 169 Targets (▪ コーポレートガバナンス・コード 73項目) (▪ スチュワードシップコード21指針) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 社会的責任の手引き ▪ CSR報告ガイドライン ▪ 持続可能な開発のための 2030アジェンダ (この3つの対比表あり)

1. 過去20年の環境コミュニケーションの変遷

1. 過去情報(環境へのマイナス情報)を中心としたレポーティング
2. 環境だけではなくCSRレポーティング
3. 情報の網羅性の重視から、マテリアリティの重視
4. 将来動向およびESG情報のコミュニケーションツール

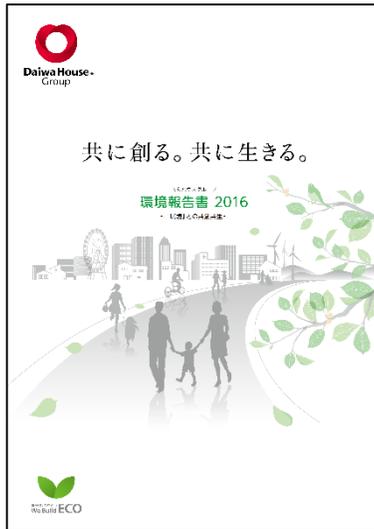
2. 第20回環境コミュニケーション大賞のトレンド

「環境コミュニケーション大賞制定20回記念大賞」の制定

(採点基準)

- 国内外の長期的ビジョンをフォアキャストした、ビジョン・方針を打ち出しているか
- 具体的な目標設定を、バックキャストしているか
- 社内カーボン・プライシングの導入
- その他 総合評価

2. 第20回環境コミュニケーション大賞のトレンド



環境コミュニケーション大賞制定20回記念大賞

大和ハウス工業株式会社

- SDGsやパリ協定をふまえた長期ビジョンの明確さ
- ビジョンに対する経営トップのコミットメントの明確さ



環境報告大賞

コニカミノルタ株式会社

- エコビジョン2050が掲げられ、経営全般で具体的に書かれており、非常に読みやすい報告書である。

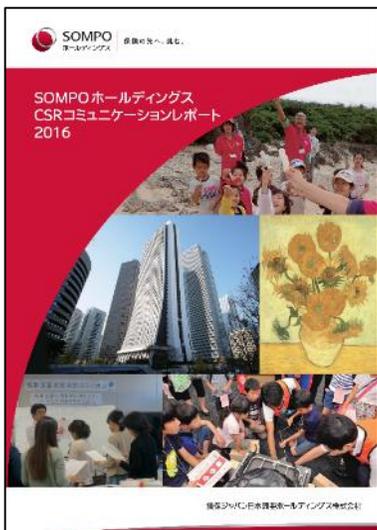
2. 第20回環境コミュニケーション大賞のトレンド



持続可能性報告大賞

積水ハウス株式会社

- 住宅業界の中長期的な課題と環境問題への取組がしっかり説明されている。

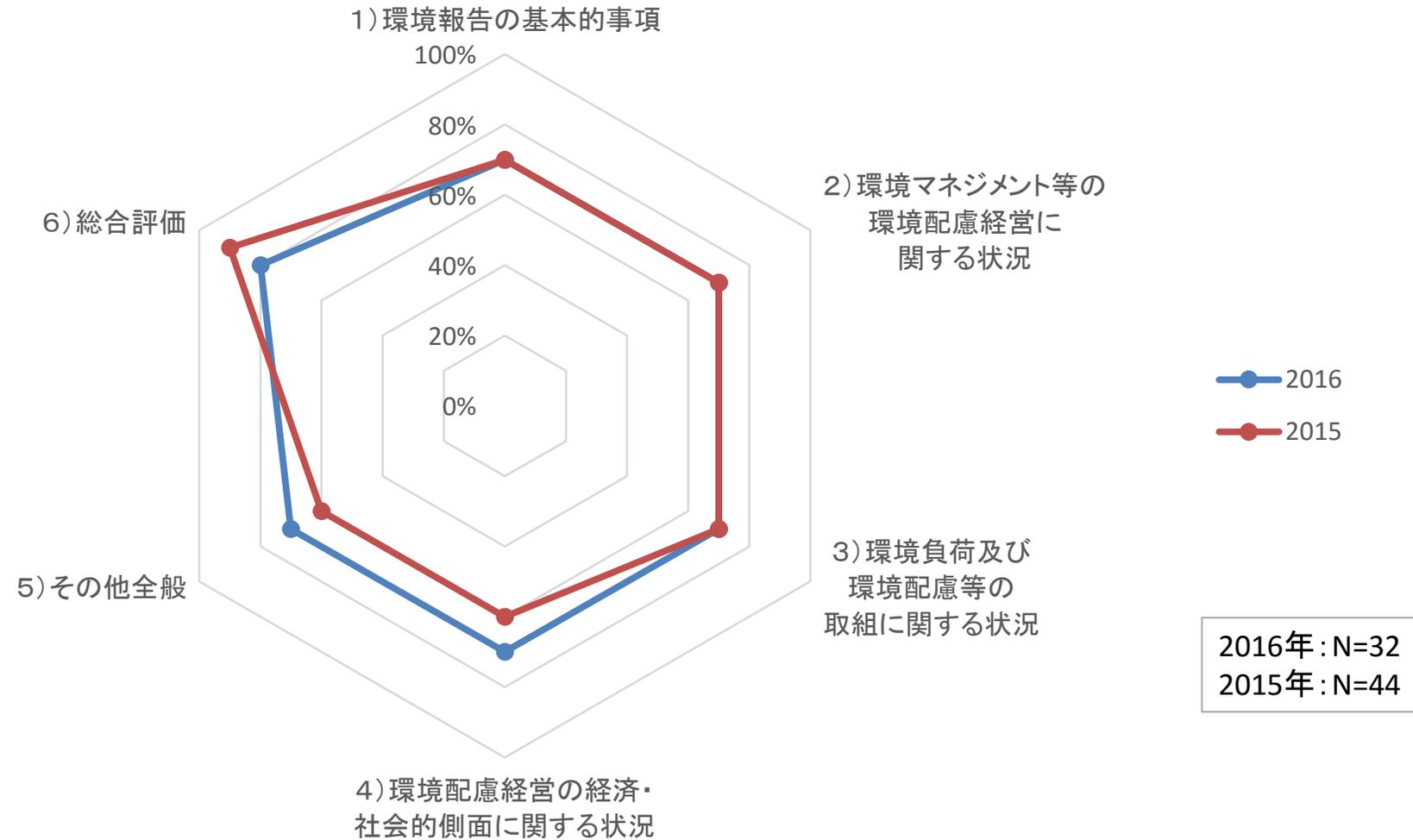


地球温暖化対策報告大賞

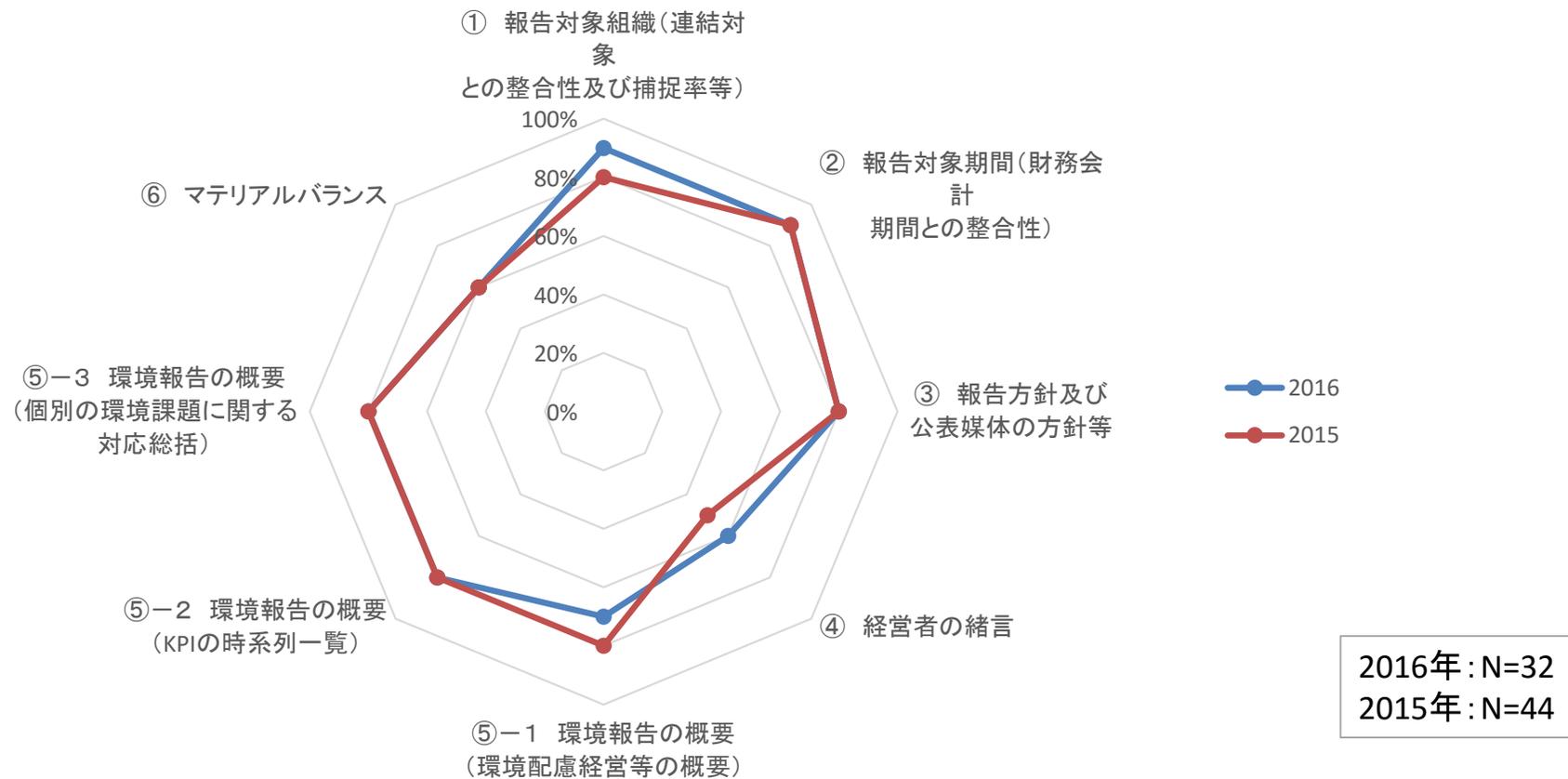
SOMPOホールディングス株式会社

- バリューチェーンで適応と緩和に積極的に取り組んでいることがよくわかる。

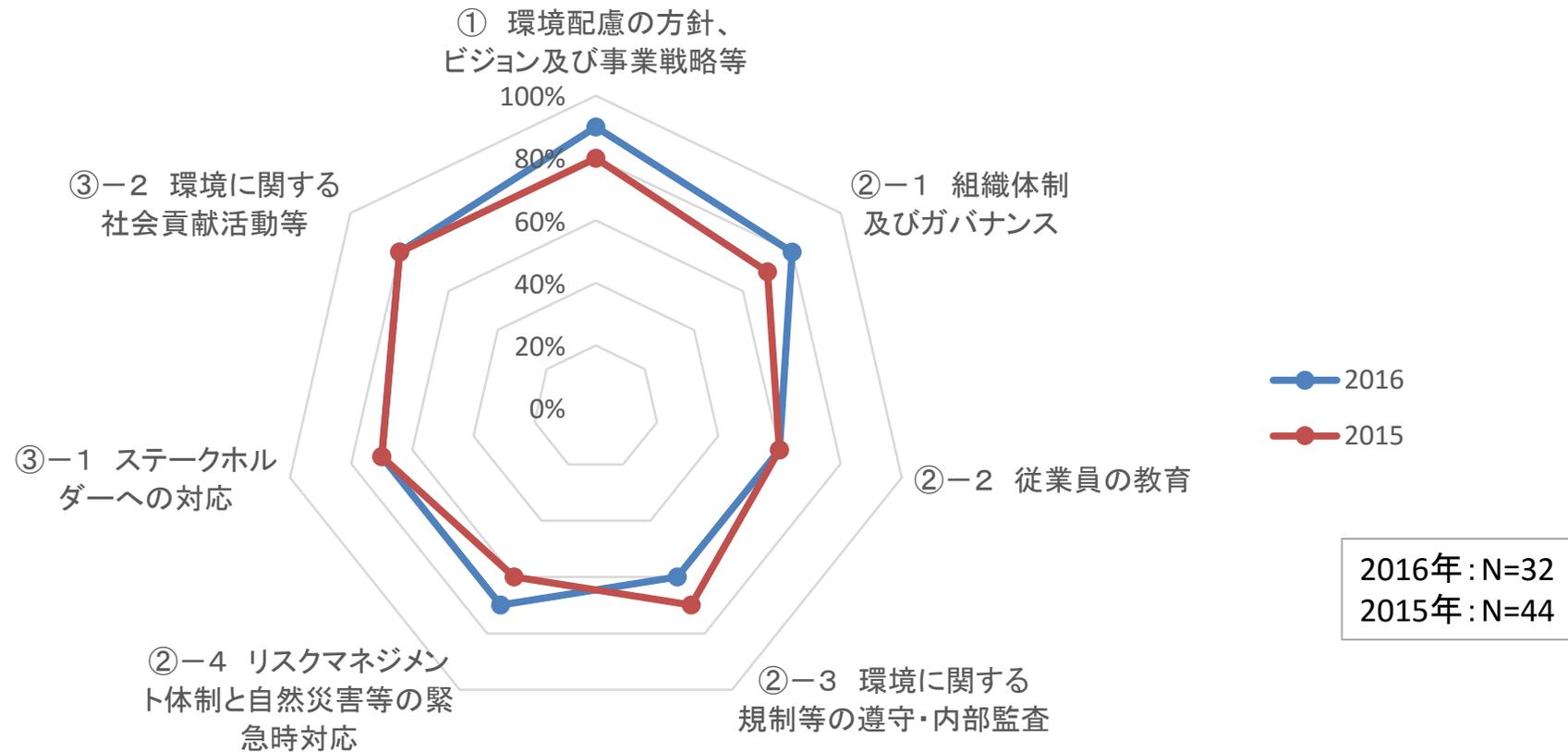
環境報告大賞 採点表得点率 (前年度比)



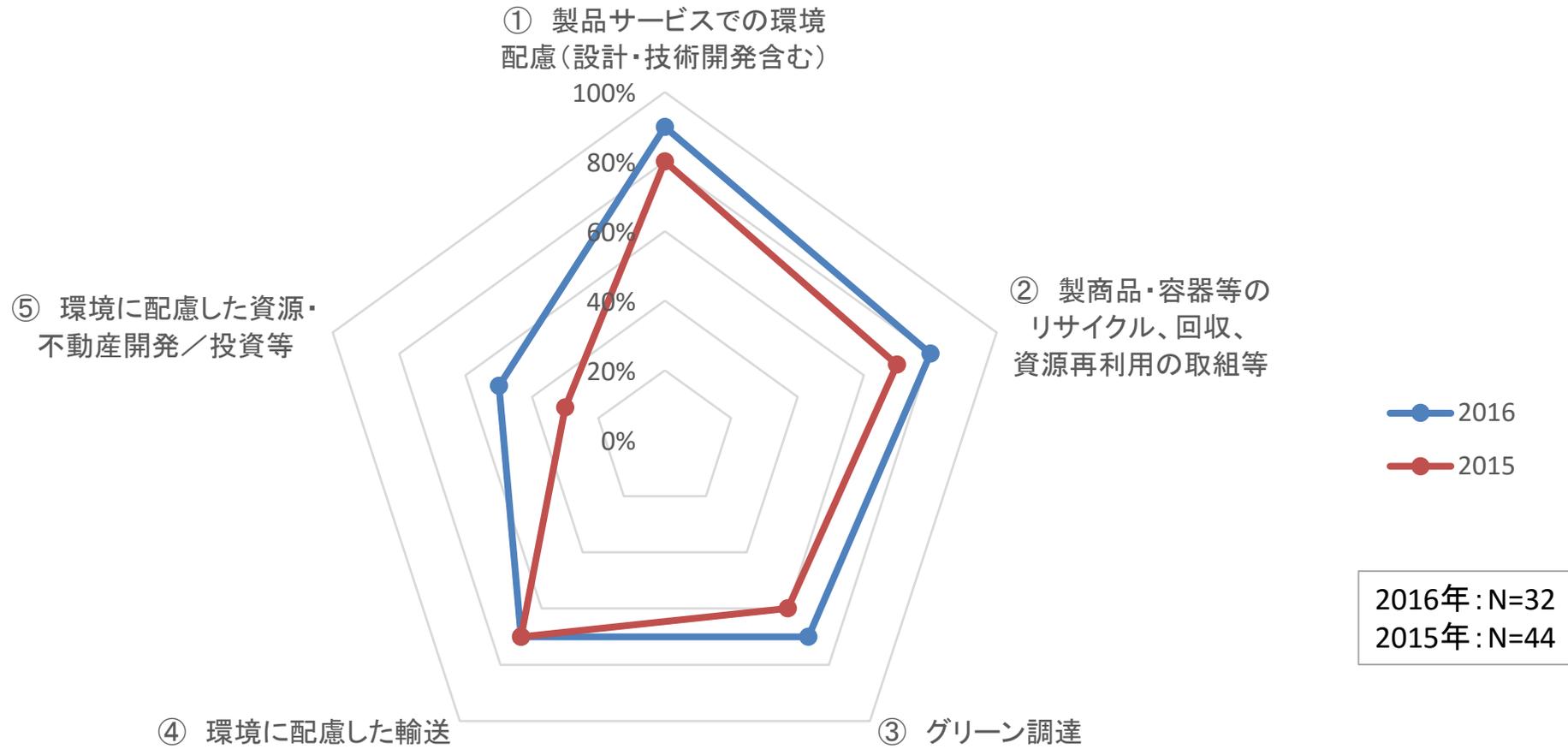
1) 環境報告の基本的事項 (前年度比)



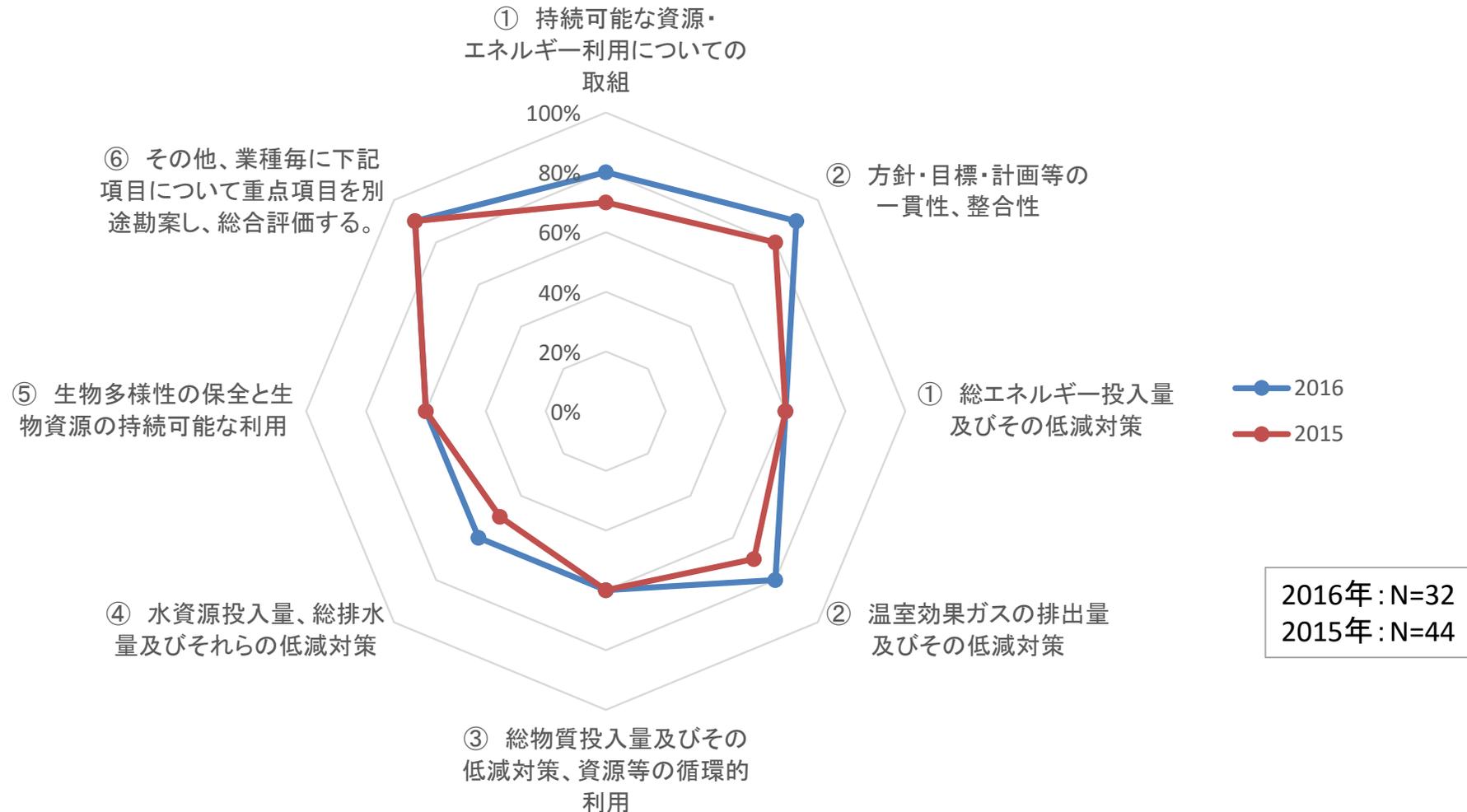
2) 環境マネジメント等の環境配慮経営に関する状況 (前年度比)



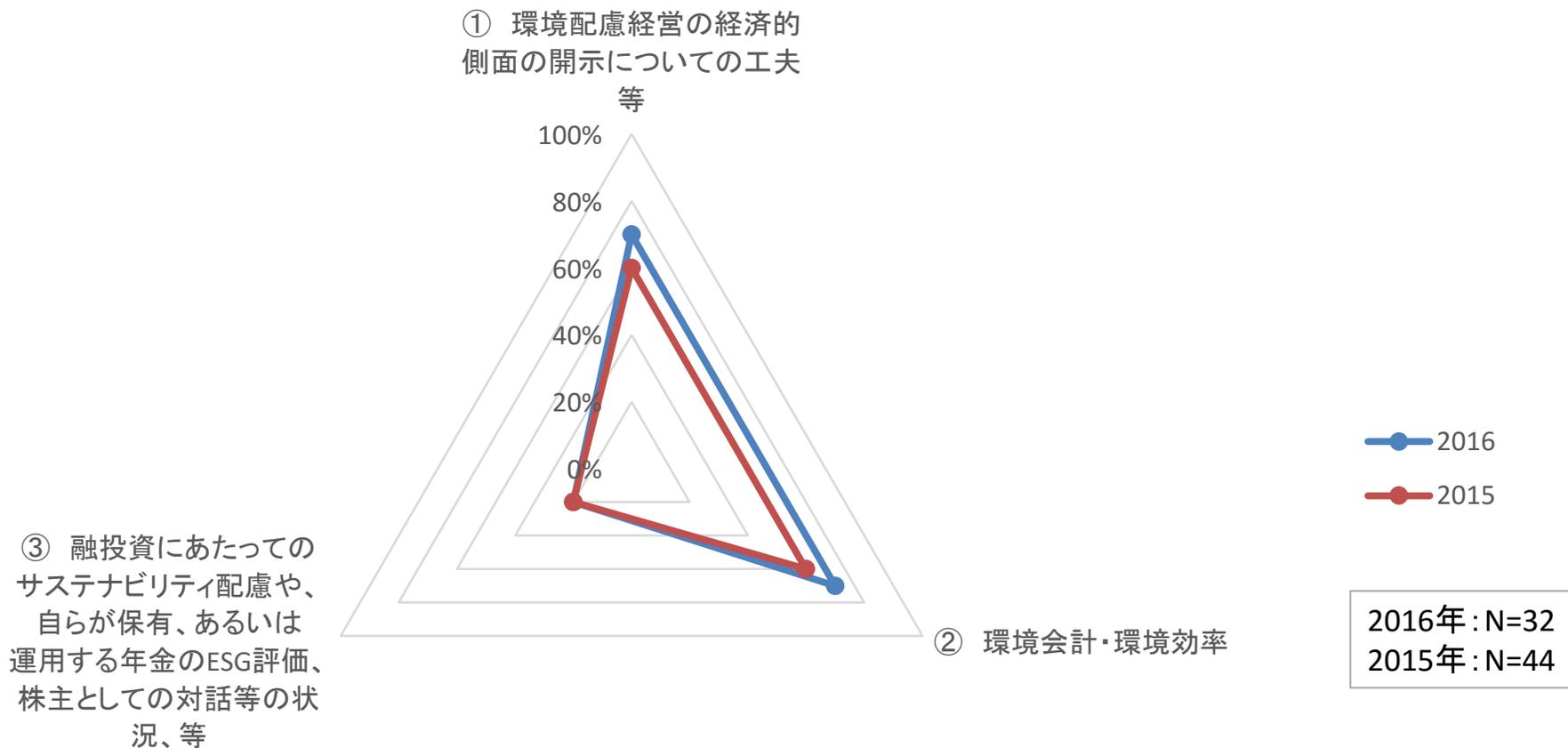
3) 環境負荷及び環境配慮等の取組に関する状況 (全般・個別指標: バリューチェーン関連情報) (前年度比)



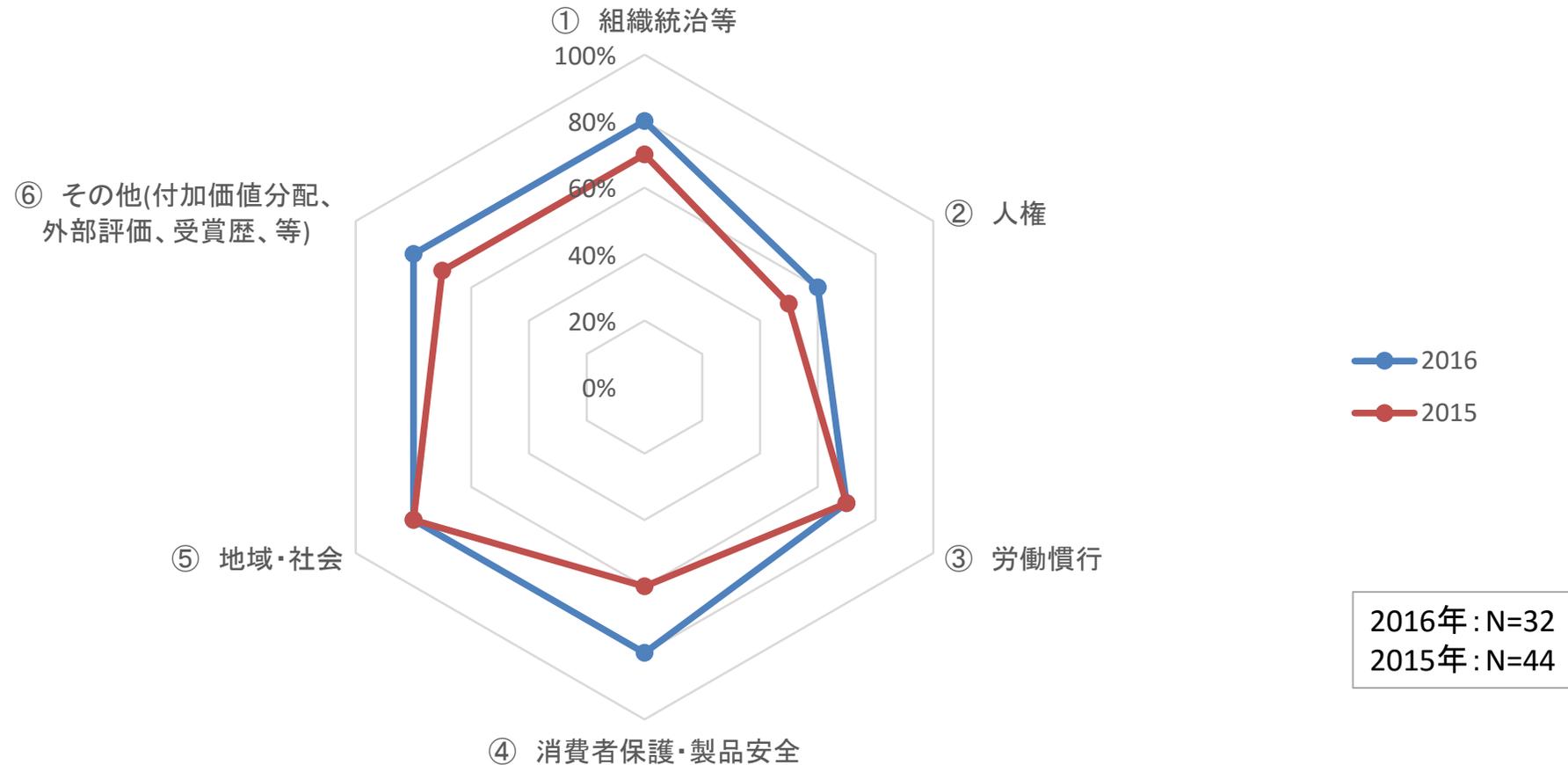
3) 環境負荷及び環境配慮等の取組に関する状況 (全般・個別指標: 操業) (前年度比)



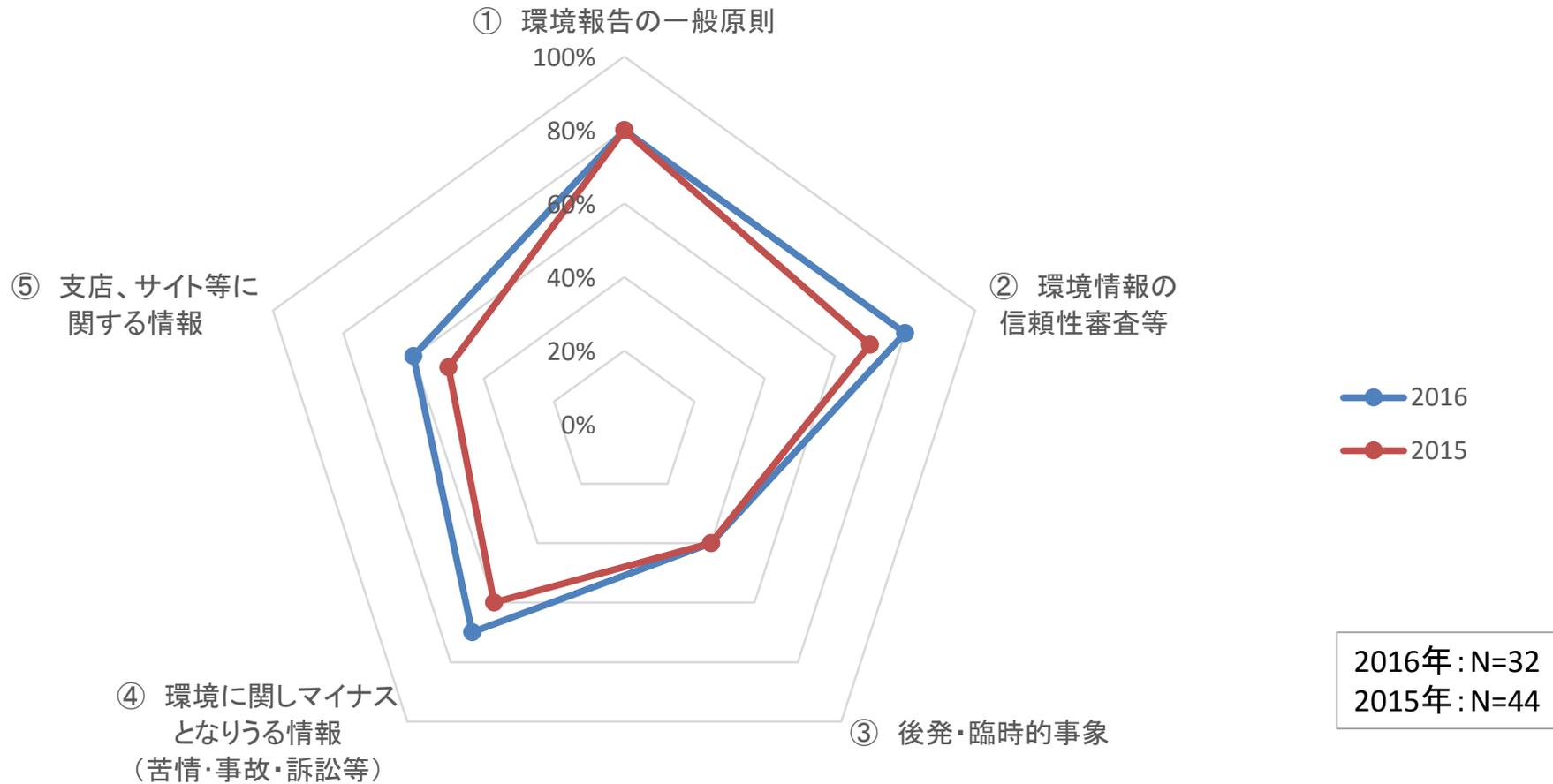
4) 環境配慮経営の経済・社会的側面に関する状況 (経済的側面) (前年度比)



4) 環境配慮経営の経済・社会的側面に関する状況 (社会的側面) (前年度比)



5) その他全般 (前年度比)



2. 第20回環境コミュニケーション大賞のトレンド

- 「信頼性特別優秀賞」テクニカルレビュー依頼数の変遷

回数	依頼件数
第18回(2014年度)	13件
第19回(2015年度)	17件
第20回(2016年度)	27件

2. 第20回環境コミュニケーション大賞のトレンド

- 改善されてきている点
 - マテリアリティの特定
 - それを踏まえ、経営層のコミットメントへ環境や社会課題認識の明記
 - 経営とリンクした、中長期的な価値創造の方向性の記載
- 課題
 - 価値創造モデルやマテリアリティの特定が、レポート用に形式的なものになっているケース
 - ビジョン、価値創造モデル等の掘り下げ方(おそらく“統合思考”そのものが)不十分で、その推進実態、マネジメントスキームが読み解けないケース

3. 情報開示の手法（媒体の形式）

- 「”統合報告”のみ作成」の弊害
- WEB情報の編集方法と、そこへの誘導
- 多様化するステークホルダーとのコミュニケーションとユーザビリティ

4. 環境コミュニケーションの今後の動向

- GRIスタンダードの考え方
 - 「環境」「人権」「労働」「腐敗防止」の情報開示の義務化(EU)
 - 法律では細部まで規定しない「原則主義」
- 新しい「環境報告ガイドライン」の方向性
 - ガラパゴス化しない情報開示
 - ESG投資を呼び込むための長期ビジョンの重視
 - 中堅・中小企業が書きやすく、大企業もコア情報として参考となるガイドライン