



「ESG情報開示にゼロから取り組む方法」

文責：ESG/統合報告研究室室長 片桐 さつき

上場企業間の情報開示における差が拡大

「そろそろ本格的にESG情報開示に取り組まないとマズイかもしれない・・・」と感じている企業の情報開示担当者も一定数いるのではないだろうか。Responsible Investorが5月17～21日にオンラインで開催した「RI Japan 2021」は、東証や経団連もパートナーとして参加しており、ESGの潮流におけるハイレベルなディスカッションが様々な角度で行われた。日本のESG情報開示のあるべき姿に共感し期待感を持った一方で、グローバルレベルで攻めの情報開示を行う企業と、そうではない企業の間にも生まれている情報開示における乖離が、さらに拡大していることを改めて感じたのも事実だ。おそらく、上場企業約3800社の中で「そろそろマズイ」と感じている企業の方が多いのではないだろうか。今回のコラム後半では、ESG情報開示に全く取り組んでいない企業が何から手を付ければいいのか、ほんの一例になるが紹介していこうと思う。

改訂コーポレートガバナンス・コードへの対応、 焦り始める企業

ESG情報開示にネガティブであった企業が「そろそろマズイ」と思わずにはいられないだろうと感じた根拠は、コーポレートガバナンス・コードの改訂内容だ。2021年3月に開催された第26回「スチュワードシップコード及びコーポレートガバナンス・コードのフォローアップ会議」の内容を受け、2021年4月に金融庁よりコーポレートガバナンス・コード及び「投資家と企業の対話ガイドライン」の改訂案が公表され、これにより改訂内容の全貌がほぼ明らかになった。コーポレー

トガバナンス・コードの改定は2018年以来3年ぶり2度目で、2021年6月に公表が予定されているが、世の中の気候変動への意識の高まりから何となく認識していたTCFDの文字を発見して驚かれた方もいたかもしれない。例えば、従来から記載されていた原則2-3の「社会・環境問題をはじめとするサステナビリティを巡る課題」では、取締役会に期待する事項が漠然としたものからより具体的なものへと深化しており、併せてその課題への対応はリスクの減少だけではなく収益機会につながる旨が明記されている。改訂後のコーポレートガバナンス・コードには、気候変動などの環境問題への対応のほか、人的資本と知的財産への投資等、といった点が重視され盛り込まれている。ここまでサステナビリティに関する提言が散りばめられているのだから、ESG情報開示に対して準備不足の企業が「そろそろマズイ」と思うのは当然であろう。

「何もしていない」を3つのステップで改善

2021年9月～12月にかけて行われる市場選択手続きと並行して、上場企業は2021年12月末までに改訂後のコードに沿ったコーポレート・ガバナンス報告書を提出する必要がある(プライム・スタンダード上場企業はすべての原則、グロース上場企業は基本5原則のみ)。また2022年4月に予定されている市場再編後は、プライム市場上場企業はプライム市場特有の原則にも対応する必要がある。特にプライム市場に上場予定の企業にとっては、高度なガバナンス水準を志向した過渡期としての記載対応が求められよう。こうした状況下においても、既にESG情報開示

に積極的に取り組んできた企業であれば、さほど大きな問題はないだろう。しかし問題は何も手をつけてこなかった企業である。「さて、ウチは何も開示していないがどうしたものか」と腕組みをしても始まらない。「何も開示をしていない」だけで「開示できる情報が何もない」ということではないから、心配しすぎずにまず取り組んでみるのが大切だ。何から始めていいのかわかっている開示担当者がほんの少し安心できるよう、以下にゼロベースからESG情報を開示する手順を参考までに記載する。あくまで一例であるので、情報を開示する手段のひとつとして、参考としてとらえていただくと良いと思う。まずは情報を集めることが最初のステップとなるため、その点について今回は重点的に述べる。

＜1＞非財務情報（ESG情報）を収集する

何の情報を収集すればよいのかわからない、といった声をよく聞く。何かしら定規があった方が情報は集めやすいため、網羅性を考慮するのであればISO26000を使用するのもひとつだ。ISO26000はガイダンス規格（いわゆる手引）であり、品質マネジメントに関する国際規格であるISO9001のような要求事項を示した認証を必要とする規格ではないため、どの企業でも自由に使用できる。また、グローバルにおいて最も普及しているサステナビリティ報告基準であるGRIと比較すると、各項目ともに比較的解釈しやすい点は初心者に対してメリットともいえる。いきなりハードな階段を上ることを目指すよりも、上りやすい階段を見つけてまずは上ってみることを選択していただくと良いと思う。勿論ハードな階段を上れる体力があればぜひそちらを選択していただきたい。ISO26000では、7つの中核主題（組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画及びコミュニティの発展）が掲げられており、各項目において

社会的責任について分かりやすく解説されている。事例なども取り入れられていることから、企業がCSR活動をスタートさせるときに重宝されているガイダンスだ。これについては一般財団法人日本規格協会（JSA）が開示しているISO26000の補助資料「やさしい社会的責任－ISO 26000と中小企業の実例」が分かりやすいため活用されると良いと思う。

https://webdesk.jsa.or.jp/common/W10K0500/index/dev/iso_sr/

また、自社の業種にあわせた項目で情報を収集したい場合、同業他社の開示を参考にするのもひとつの手だ。業種により開示項目のボリュームが異なることから、より自社に近い同業他社の開示項目を同様に開示できるか取り組んでみるのも良いだろう。ただし前述したISO26000を使用した情報収集よりも個社のバイアスがかかる場合があるため、注意が必要だ。

より最新のグローバルな項目で情報収集したい、といった場合は「ステークホルダー資本主義指標」を使うのも一つだろう。これは2020年9月、世界経済フォーラムが非財務情報の開示の在り方に関する提言をまとめ、企業が開示すべき非財務情報の指標を示したものだ。「人」「繁栄」「プラネット」「ガバナンス」の4つの側面から、21の中核指標と34の拡大指標で構成されている。ただし、2021年1月の段階ではこれに賛同している日本企業は7社であり、大きく普及しているかというところではあろう。情報収集の初動でこの指標を活用できるか否かは企業のスタンス次第になる。

情報収集においては、まず「どこまでをターゲットにするか」が必要になる。例えば、本社と生産拠点だけなのか、グループ会社も含めるのか、サプライヤーまで広げるのかといった点だ。もちろん社会へのインパクトを踏まえればサプライチェーンの奥底深くまで情報収集でき

ればより良いが、かなりの労力と時間を要する。今回はゼロベースでの情報収集であることを踏まえると「できることからすぐにやる」ことが重要であろう。まずは情報収集を実施するための繋がりが明確な拠点から手を付け始めることをお勧めしたい。またこれを実行するためには多くの部門の協力が必要になる。そのため、CSR部門がない場合は組織横断で動くことが可能なプロジェクト形式で行うなど、体制面を整える必要もあるだろう。これらを行うことで、かなりの量の非財務情報が手に入るはずである。

＜2＞ 収集した情報を整理する

情報は集めただけでは活用しにくいいため、集めた情報を伝えるためには整理する必要がある。単純にE（環境）S（社会）G（ガバナンス）で分けできるかもしれないが、可能な限りその中で特に「重要なものは何なのか」を議論していただきたい。この工程はサステナビリティにおいて本来非常に重要な工程であり、改訂コーポレートガバナンス・コードへの対応を踏まえても、ここで経営層を巻き込むことがポイントになる。その際に必要なのは「なぜ重要なのか」を明確にすることだ。これがマテリアリティを特定するという考え方であるが、現在グローバルレベルで様々なマテリアリティ議論がある。真摯にその議論と向き合っていると時間は刻々と流れていくため、まず多くの企業が使用している定義「自社にとっての重要性」と「社会にとっての重要性」の2軸で検討すると良いのではないだろうか。若干雑な解説になるが、自社にとっての重要性の定義は、例えば対応をしないと利益やブランド、人的資本などを棄損するもの、つまり持続的な成長を妨げるもの若しくは成長を支えるものがそれにあたる。社会にとっての重要性は、社会との信頼関係を棄損するもの若しくは醸成するものがそれにあたるであろう。できれば自社で抽出したマテリアリティ

を有識者などの第三者に説明し、客観的な示唆を貰って反映できると理想である。情報過多は多くのステークホルダーにとって有用ではないため、マテリアリティというフィルターを有効活用することが望まれる。

＜3＞ 情報を開示する

いよいよ情報を開示する段階だが、「どの媒体で開示するか」を検討する必要がある。おすすめしたいのはWEBサイトだ。CSRサイト、サステナビリティサイトなどで開示できると、スピード感をもった情報開示が可能となる。統合報告書やCSR報告書などの媒体も手段のひとつだが、「全くESG情報がない」という状況を一刻も早く打開することを優先した方が享受できるメリットが大きいはずだ。もちろん、新たに報告書を作成しなくても法定開示書類である有価証券報告書を活用することも考えられる。まずはスピード感をもった開示を前提に、どの媒体で開示するのが自社にとってベストなのかを検討していただければと思う。

増大するESG情報開示要請に応えるために

ESG情報開示の潮流はかなり大きいというねりとなって上場企業に迫っている。有価証券報告書の記述情報の充実をはじめ、改訂コーポレートガバナンス・コードやTCFDなどの様々なESG情報の開示要請に企業は応えなければならない状況になっている。また、テレビなどのメディアでは毎日のようにSDGsに関連する情報が発信されており、個人のサステナビリティに関する意識が変化しつつあることを踏まえ、ESG情報は自社のブランドや企業価値を高めるための必須項目として多くの企業が認識をしはじめているのが現状だろう。こうした法的側面の要求や社会の潮流に応えるためには、「ESG情報開示が何も開示されていない」という状況から一日も

早く脱する必要がある。ESG情報がないのではなく、単純に開示されていないだけであれば、それは自社にとって非常にもったいない状況であり、これからは開示不足を要因として企業価値が正しく評価されない、という事態になりかねない。グローバルレベルで攻めの情報開示を行う企業と、そうではない企業の間でできた情報開示の乖離は、そのまま企業価値評価の乖離につながるのではないか。それは日本の資本市場にとっても本意ではないはずだ。

今回はESG情報開示にネガティブであった企業に向けて、情報収集を中心に開示までのステップを簡単に述べたが、改訂コーポレートガバナンス・コードで「そろそろマズイ」と気づいた情報開示担当者にとって一筋の光となれば幸いである。