

寄稿26

上場企業のインパクト評価 -今後求められるインパクト起点の企業情報開示モデル-

株式会社ソーシャルインパクト・リサーチ代表/SBI大学院講師
熊沢 拓

要旨

上場企業においてインパクト評価の開示が注目されるようになってきている。先進的なインパクト評価の開示には、すららネット、積水化学工業、エーザイなどがある。上場企業にとってインパクトの開示は義務ではなく任意であり、必ずしも上場企業は自社のインパクトを開示する必要はない。それにもかかわらず、何故、インパクト評価を開示する企業が増えているのか？筆者は3つの要因（企業のマテリアリティの変化、企業におけるパーパス経営の広がり、企業価値創造における無形資産の重要性）があると考えます。これまで上場企業のインパクト評価の開示が進まなかった最大の理由はインパクト評価に多大なコストと労力がかかることであった。今後、生成AIの活用によって、このインパクト評価コストが劇的に低下することが予想される。インパクト評価は単に企業の情報開示という点にとどまらず、サステナビリティを企業経営に実装するという実質的な役割を果たすことから、今後の上場企業においてインパクト起点の情報開示モデルの重要性がますます高まっていくだろう。

上場企業におけるインパクト評価の位置付け

インパクト評価とは、「インパクトを定量的・定性的に把握し、当該事業や活動について価値判断を加えること」と定義されている。

もともとは、インパクト評価はNPOやNGOなど社会的事業や非営利団体の評価として発展してきた歴史がある。NPOやNGOは利益を目的としないため、財務的な数字では事業を評価することができないからである。それが、上場企業においても、インパクト評価し、その結果を開示する事

例が増えてきた。

そもそも上場企業のインパクト情報は法定開示において開示が強制されるものではない。なぜ、先進企業はインパクト評価を開示するのか？それにはどのような経営的な意味があるのか？

上場企業におけるインパクト評価の開示事例

先行的な上場企業のインパクト評価の開示事例には、すららネット、積水化学工業、エーザイなどがある。

すららネットのインパクト評価の開示は、ロジックモデルをもちいて、事業のインプット、活動、初期アウトカム、中期アウトカム、長期アウトカムを示している。すららネットが行なう事業が社会の課題（不登校、発達・学習障がい、貧困、低学力）に対して、どのようなロジックでその社会課題解決につながっているかを示し、それに伴うKPIも示している。

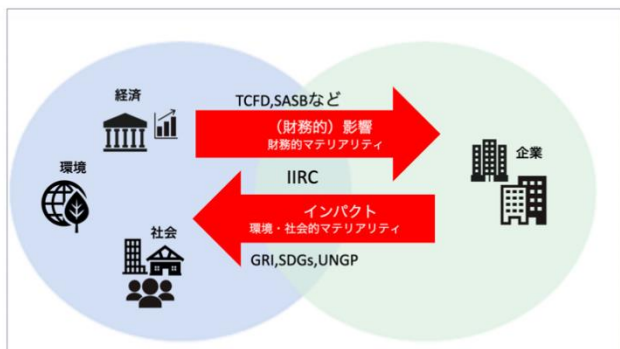
積水化学工業とエーザイはインパクト加重会計の枠組みを用いたインパクト評価を開示している。インパクト加重会計はアメリカのハーバードビジネススクールのセラフェイム教授らが提唱する財務とインパクトを統合させる新しい試みである。積水化学工業はTCFDレポート(2021、2022)の中で、エーザイは価値創造レポート(2021、2022)の中で任意開示の形でインパクト加重会計を用いてインパクト評価を開示している。積水化学工業では、ライフサイクルの各段階におけるインパクトをプラスとマイナスで示すとともに、時系列で利益とステークホルダー全体の包括利益の比率を示している。

上場企業がインパクト評価を開示する背景は？

筆者は、上場会社のインパクト評価開示の背景には、3つの要因（①企業のダブルマテリアリティへのシフト、②パーパス経営の広がり、③企業価値における無形資産の重要性）があると考えている。

要因1：企業のダブルマテリアリティへのシフト

企業は経済的なパフォーマンスだけでなく、社会的および環境的なインパクトも重視するようになってきた。ダブルマテリアリティとは、企業が自身の経済的成功だけでなく、社会全体に対する影響も考慮に入れることを意味する。これにより、企業は自身の社会的および環境的なパフォーマンスを評価するための手法を必要とし、インパクト評価が、これらの目標を達成するための重要なツールとなっている。



図表1：企業のシングルマテリアリティとダブルマテリアリティ

要因2：パーパス経営の広がり

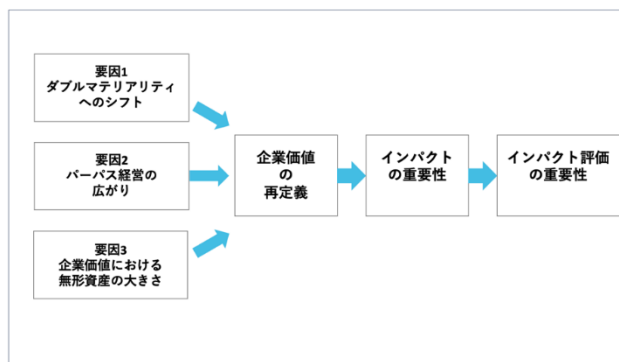
パーパス経営とは、企業が単に利益を追求するだけでなく、より広範な社会的目的を追求する。パーパス経営の考え方が広がるにつれて、企業は自身の活動が社会や環境に与えるインパクトを評価し、これを戦略的な意思決定に反映させる必要があり、これにより、インパクト評価の重要性が増している。パーパス経営は、企業が単に利益を追求するだけでなく、社会的な価値を創造し、持続可能なビジネスモデルを追求するという考え方を指すため、ここでインパクト評価が重要な役割

を果たす。

要因3：企業価値における無形資産の重要性

近年、企業価値はますます無形資産、つまりブランド価値、知的財産、人材、企業文化などによって決定されるようになってきている。これらの無形資産は、企業の社会的および環境的なパフォーマンスに大きく影響を受ける。例えば、企業が社会的または環境的な問題に積極的に取り組むと、そのブランド価値は向上し、逆に、企業がこれらの問題を無視または悪化させると、ブランド価値は低下する。したがって、無形資産の比率が高まるにつれて、企業は自身の社会的および環境的なパフォーマンスを評価するためのインパクト評価の重要性が増している。

これらの関係をモデル化したのが図表2になる。結局のところ、以上3つの要因は従来の企業価値の再定義をもたらすことになる。この企業価値の再定義によって、インパクトの重要性が高まり、その結果、インパクト評価の重要性も高まる。



図表2：インパクト評価の重要性を生み出すロジック

インパクト評価の効用

インパクト評価は企業に様々な効用をもたらす。インパクト評価は企業の情報開示だけでなく、サステナビリティを実際の企業経営に統合するという重要な役割を果たす。これにより、企業の社会的および環境的なパフォーマンスが向上し、その結果、長期的な企業価値が向上することが期待さ

れる。

透明性：企業が自身の社会的および環境的な影響を評価し、これを公開することで、ステークホルダー（投資家、顧客、従業員、地域社会等）はより詳細な情報を基に意思決定を行うことができる。これにより、企業の信頼性と説明責任が向上する。

戦略的意思決定：インパクト評価は企業が社会的および環境的なリスクと機会を識別し、これを戦略的な意思決定に反映するのに役立つ。これにより、企業は自身のリスクを管理し、新たな機会を探求することができる。

企業の持続可能性を高める：インパクト評価は、企業が自身の社会的および環境的なパフォーマンスを改善するための長期的な戦略を策定するのに役立つ。これにより、企業は経営の持続可能性を確保し、長期的な企業価値を向上することが期待される。

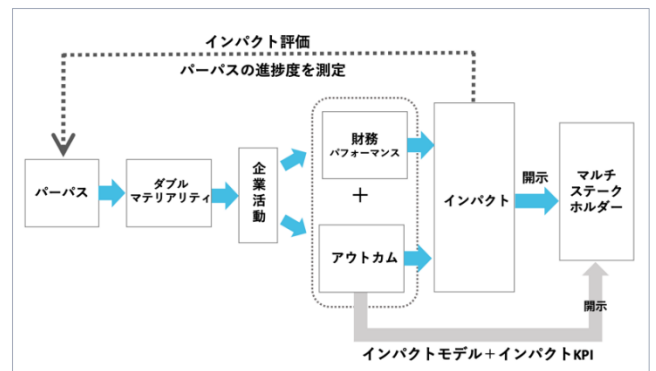
しかしながら、これまでのところ、上場会社のインパクト評価の開示は一部の先進企業にとどまりかなり限定的である。その最大の理由は、インパクト評価には評価のコストと労力がかかることである。特に、複数の事業をもつ上場企業のインパクトを評価するのは多大な時間とコストがかかることになる。今後、生成型AIの活用によって、このインパクト評価コストが劇的に低下することが予想される。

今後の上場企業の開示モデル

最後に、今後の上場企業のインパクト起点の企業情報開示モデルを提示してみたい。企業はパーパスを起点にダブルマテリアリティが決定され、それにしたがって企業活動をおこなっていく。その活動の結果として、財務パフォーマンスと社会

環境へのアウトカムが生まれていく。そして、企業の中長期的なインパクトが生まれる。

そのインパクトは企業パーパスと照合され、パーパスが進捗しているかどうかをマルチステークホルダーに対してインパクト評価によって開示していくモデルとなる（図表3）。ここで、注意すべき点はステークホルダーによって求める価値が異なり、成果を生み出す時間軸が異なるため、それをどのように価値の同期化が図られるかも示す必要があるということである。



図表3：インパクト起点の企業情報開示モデル

今後、企業にとってサステナビリティが重要になるにつれて、インパクト評価は、上場企業の経営においてもますます重要になるだろう。企業は、サステナビリティを企業経営に実装し長期的な企業価値を向上させるために、企業自身の社会的および環境的なインパクトを評価し、開示することが求められるだろう。

熊沢 拓（くまざわ たく）

株式会社ソーシャルインパクト・リサーチ代表、SBI大学院講師。慶応大学大学院修士、早稲田大学大学院環境・エネルギー研究科博士課程（退学）

JAFCO、ソフトバンクインターネットファンド、三菱UFJキャピタルを経て当社設立。日本で定量的な独自のインパクト評価指標を開発。ソニー、LIXIL、損保HD、積水化学工業にインパクト評価アドバイザーを提供。

2023年8月より、日本初の、AIインパクト評価システムを開発し提供開始。