



TANSHIKI Inc.

株式会社 タンシキ

ESG評価向上を睨んだ情報開示（参考）

2016年7月22日

代表取締役 秋山和久



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

1. よくあるお悩み



- ☑ 海外投資家だけでなく、国内でもESG評価がよく聞かれるようになってきたけど、どこまで意識しないといけないのかな…。



- ☑ ESGの評価機関によって評価にバラツキがあり、結局、どのような観点で何を開示していたらよいのか分からない…。



- ☑ アニュアルとサステナの両方の報告書を出しているけど、統合報告書としてまとめていくべきものなの？ 統合報告でESG評価が上がるかな？



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

2. ESGによる評価 結局、何が大事？

ESG情報開示で注意したいこと

- ESGが指標でも、投資家が見るのは「社会的責任の遂行状況」ではなく「企業の持続的な競争力」。

ESG情報開示で注意したいこと

- ESGが指標でも、投資家が見るのは「社会的責任の遂行状況」ではなく「企業の持続的な競争力」。
- 「水」「人権」等の“テーマ”ももちろん大事ですが、投資家はテーマの裏にあるマネジメントシステム、対象やアプローチの適切さ等を見ていきます。

ESG情報開示で注意したいこと

- ESGが指標でも、投資家が見るのは「社会的責任の遂行状況」ではなく「企業の持続的な競争力」。
- 「水」「人権」等の“テーマ”ももちろん大事ですが、投資家はテーマの裏にあるマネジメントシステム、対象やアプローチの適切さ等を見ていきます。
- 対象やアプローチの適切さ等は、「売上増」「コスト減」「社会信用(≒評判)」の3つが軸です。

ESG情報開示で注意したいこと

- とくに「E」「S」の開示は、サステナ報告の流れから以下のようになりがちです。

企業側が言いたい

- 地球や社会と一体化した企業になるために
- あらゆるステークホルダーに配慮していること

ESG情報開示で注意したいこと

- ・ 投資家の関心事は、企業が社会に対して言いたいことは、別の文脈の中にあります。

投資家が知りたいこと

- ・ その取り組みは売上増/コスト減につながるのか
- ・ その仕組みは他社が簡単に実現できないものか

ESG情報開示で注意したいこと

投資家が非財務情報を得ようと
サステナ報告書を確認しても、
社会貢献や社会的責任の文脈ばかりで
まとめあげられた記事の数々からは、
持続的な競争力の有無を判断しにくいです。

ESG情報開示で注意したいこと

- 財務/非財務の軸で、情報開示の媒体の関係図/体系図を整理している企業もありますが、必ずしも対象別に整理されていないため、「E」「S」軸で情報の網羅性とイメージアップの文脈が優先されてしまうことがあります。

ESG情報開示で注意したいこと

- 財務/非財務の軸で、情報開示の媒体の関係図/体系図を整理している企業もありますが、必ずしも対象別に整理されていないため、「E」「S」軸で情報の網羅性とイメージアップの文脈が優先されてしまうことがあります。
- 日本企業の場合はとくに「G」に関する開示強化が必要ですが、上記理由で情報が少なくなりがちです。



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

3. ESG情報開示 大事なポイント

IR×CSR×経企×事業部

- ☑ とくに「E」「S」は、自社の競争力を訴求する文脈に置き換える必要があります。

IR×CSR×経企×事業部

- ☑ とくに「E」「S」は、自社の競争力を訴求する文脈に置き換える必要があります。
- ☑ 競争力を訴求するためには、網羅性ではなく、言うこと/言わないこと、選別が不可欠です。

IR×CSR×経企×事業部

- ☑ とくに「E」「S」は、自社の競争力を訴求する文脈に置き換える必要があります。
- ☑ 競争力を訴求するためには、網羅性ではなく、言うこと/言わないこと、選別が不可欠です。
- ☑ 言わないこと = 十分に出来ていないこと。
ESG開示は、経営体質強化の契機にできます。

IR×CSR×経企×事業部

- ☑ サステナ報告書が必要ないという意味ではありません。
- ☑ 投資家にとって、非財務情報を得る場合に、サステナ報告書は必ずしも親切でない内容のこともあります。
- ☑ 媒体体系、内容を見直すことが必要です。



TANSHIKI Inc.

株式会社 タンシキ

ヒントがあれば幸いです。



TANSHIKI Inc. 株式会社 タンシキ

ご参考

弊社のような**外部の専門家の使い方**

- ESG開示は、IRのコンサルティングファーム、CSRのコンサルティングファーム、経営コンサルティングファーム等が、積極的に支援を始めています。
- いずれもマテリアリティの特定から始まり、情報の棚卸しをしたうえで、訴求事項を整理していく流れが一般的です。合間にステークホルダーダイアログを挟むことも多くあるようです。
- 一方で、最終的にアニュアルレポートなど報告書の制作を最終納品物とすることも多く、時間的制約から、追われて作業をするケースも。
- 個々の制作物を最終納品物としない、経営の理解が深いコンサルタントと一緒に、全媒体の位置づけの再整理、情報の棚卸しの支援を受けることも有効です。
- IR×CSR×経営企画×事業部が連携しながら、他社の開示情報を丁寧に確認しながら、出来ていること、出来ていないことと向き合っていくことは、管理部門の現場支援強化であり、経営体質強化につながり得るものです。



TANSHIKI Inc.

株式会社 タンシキ

ありがとうございました。