



第20期サステナビリティ経営研究会 第5回研究会プログラム報告

《テーマ》『 気候変動情報開示の国際的な標準化の動向と課題 』



☆基調講演:

「気候変動情報開示の国際的な標準化の動向と課題—マテリアリティの概念からの考察」

牟禮 恵美子氏

青山学院大学大学院 会計プロフェッション研究科 准教授

<講演要旨>

今日の講演では、サステナビリティ情報開示の動向、特にその中でも重要な位置づけにあるマテリアリティ（重要性）の概念を整理した上で、源流となっている財務報告における重要性の考え方を示し、最後にサステナビリティ情報におけるマテリアリティの課題について考察する。

気候変動などのサステナビリティ情報について、近年、開示基準を標準化し、その開示を制度化する流れが加速している。これまでサステナビリティ報告書や統合報告書のなかで自主的に開示されてきたため、多くの機関による開示のガイドラインが乱立し比較可能性に対する懸念が生じていた。また、ステークホルダー全体に対する報告から徐々に投資家向けに対する報告にシフトしている。このため、制度化に向けた動きとして、金融市場をターゲットにした気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）が設立され、2021年11月にはIFRSにおいて国際サステナビリティ基準審議会（ISSB）が設立された。ガイドラインの策定を主導していた5団体（GRI、SASB、IIRC、CDP、CDSB）からも連携の方向性が示された。

EUでは2014年の非財務情報報告指令（NFRD）によって年次報告書に非財務情報開示を要求していたが、さらに拡大・標準化を図った企業サステナビリティ報告指令（CSRD）が2022年12月に最終承認された。日本では2022年7月、財務会計基準機構（FASB）の下に、SSBJが設置された（IFRSと同じ構造）。2022年11月には、有価証券報告書に「サステナビリティに関する考え方及び取組」の記載欄を新設する、企業内容等の開示に関する内閣府令等の改正案が公表された。「ガバナンス」と「リスク管理」については、記載が必須となり、「戦略」と「指標及び目標」については、重要性に応じて記載が求められる。そして近年、サステナビリティ情報の開示の強化の方向性に合わせて、保証の標準化についても議論が進められている。

2022年3月、IFRSサステナビリティ開示基準として、IFRS S1号「サステナビリティ関連財務情報の開示に関する全般的な要求事項」とIFRS S2号「気候関連開示」の二つの公開草案が公表された。そこでは重要性の評価は、一般目的財務報告の主要な利用者が企業価値を評価するために必要な情報の文脈で行わなければならないことが示されている。

マテリアリティ（重要性）は、開示内容を規定するものである、すなわち、何を開示すべきかを決定するための考え方を示すものである。また、サステナビリティ情報は、大きく投資家向けと一般のステークホルダー向けに分けられるため、マテリアリティについても、その目的によって異なる定義づけがなされている。1) GRIスタンダードでは、一般のステークホルダー向けとして、経済、環境、ならびに人権を含む人々に与える最も著しいインパクトを反映する項目が、組織のマテリアルな項目になるとしている；2) ISSB S1案では、投資家向けとして、サステナビリティ関連財務情報は、情報が省略、誤表示されることによって、投資家の意思決定に影響を与えることが合理的に予想される場合には、その情報は重要性があるとしている。

マテリアリティについては、その他、主要な5団体の報告書において示された三段階のダイナミック・マテリアリティの考え方や、EUの採用するダブル・マテリアリティの考え方もある。

そもそも重要性（マテリアリティ）は、財務報告における重要な概念として、会計上の重要性と監査上の重要性という二つの側面から議論されてきた。FASBの1980年の概念書では、重要性の判断は、基本的に量的性質のものであるとしたうえで、影響を及ぼすほど十分に大きいかどうかについては、当該項目の性質に左右されるとしている。

財務諸表の作成と表示に関する具体的な規定では、重要性を判断する閾値（数値基準）が設けられていることが多い。監査上は、会計上の重要性の意味に加えて、監査実施や監査判断を規定する概念として「重要性」の意味が議論されており、金額的な側面（量的）と内容面（質的）の両方を考慮する必要があると考えられている。

投資家を主たる利用者としたISSBなどの基準におけるマテリアリティの定義では、財務報告の概念がそのまま用いられているが、サステナビリティ情報におけるマテリアリティの考え方は、財務報告よりも複雑な面が多く、その実践には、いくつの課題が考えられる。課題を考察する際に、マテリアリティの考え方についての2つの「起点」を整理しておく。1) 企業活動がもたらすインパクトを起点；2) 情報利用者の意思決定を起点。サステナビリティ情報のマテリアリティを検討する際には、情報利用者の視点であっても、インパクトを検討することがスタートになる。

インパクトの観点からは、GRIでは、「①インパクトを特定し、②それを評価し、③インパクトの最も著しいものから優先順位付けし、報告すべきマテリアルな項目を決定する」としている。しかし、現実的には、厳密にこのようなプロセスを実践することには困難が伴うとともに、そもそも、属性の異なるものについて一元的な評価を求めていることから、結果的には、マテリアリティの判断において企業の裁量が大きくなる。次に、情報利用者の意思決定の観点からは、ステークホルダー全体を対象とするのか、投資家とするのかで異なる。ステークホルダー全体とした場合、ステークホルダー間の利害は一致していないことがあるため、誰を優先するのかなど、異なる利害の調整方法を定める必要があるため、GRIではステークホルダー・エンゲージメントなどのプロセスを求めている。ここでも、実際には企業の裁量が大きくなる。次に、投資家を対象にした場合、財務報告の考え方と整合的に規

定されている。そもそも、財務報告においても、意思決定者には幅があるため、現在の概念フレームワークでは、「主要な利用者」を投資者、債権者と特定し、彼らがどのような意思決定を行うのかを特定して、どのような情報が必要となるのかを導出するような考え方が示されている。IFRS S1号では、財務報告の考え方と整合させているが、そこから、サステナビリティ情報にどうつながるのかといった点が入ってきていない。そこは会社ごとに異なるのでマテリアリティで考えなければならないことになり、財務報告よりもマテリアリティの範疇が拡大されることになる。結果的には、いずれにおいても、マテリアリティを考える際の裁量が大きいといえる。他方で、情報が適正かどうかという観点からの保証が義務化された場合、保証実施者は、適正かどうかについて明確に判断を下す必要が生じる。このため、保証によって、マテリアリティが実質化していく可能性がある。しかし、保証実施者による視点の相違が生じる可能性もあると考えられる。

最後に、サステナビリティ情報は、それぞれの情報が質的に異なり、単位も多様なため、集約化・統合化が困難であり、マテリアリティについての量的な基準を設定することが困難であると考えられる。質的な側面についても、まだ一般化できるほど成熟しておらず、現時点では発展途上の段階である。

このようなマテリアリティの概念と発展の流れから、実務上マテリアリティを考える際のヒントになればと考える。

☆企業事例：「サステナビリティ経営における情報開示のあり方について」

サントリーホールディングス株式会社 サステナビリティ経営推進本部
サステナビリティ推進部

<講演要旨>

本日は、PRなども含めた広義のコミュニケーションを、経営の中でどう位置付けるか、そのうえで、情報開示の位置づけ・役割など、そして、開示と同等に重要と考えているPR的な情報発信の意味合いについても合わせて、サステナビリティの実務家としての考えを説明する。当社は、1899年に創業し、「やってみなはれ」と「利益三分主義」という創業精神を貫いてきた。また、当社の企業理念体系の最上位は「人と自然と響きあう」ということであり、企業理念の本質をより一層追求することがサステナビリティ経営そのものだと考える。

当社では、「水」、「GHG」、「プラスチック」の項目について、2030年までの目標をそれぞれ設定した上で、地下水と生態系の保全、温室効果ガス削減、サステナブルボトルへの切り替え等、様々な取組みを行っている。

このような活動を、どのような目的も持って、どのような手段を通じて企業のコミュニケーションに活用するのかを良く理解しなければならない。企業というのは、「社会に生かされている」存在であるゆえに、「社会に必要とされ続けること」が重要である。社会に適切かつ正当に理解頂き、その理解から、さらに共感・信頼が醸成され、最終的には社会からの信認を獲得することができる。したがって、商品・サービスはじめ、あらゆる外部との接点を通じて、企業行動を伝えていくこと、いわゆる「広義のコーポレートコミュニケーション」は必要なのである。

サステナビリティにおけるコミュニケーションは、規定演技としての「情報開示」と、自由演技としての「PR的な情報発信」の二つに分けられる。

TCFD情報開示が代表する「情報開示」について、主要な目的は

- ① 対社外的な側面から理解する場合：専門家や投資家向けをメインルートとした社会からの信頼醸成・信認獲得、
 - ② 対社内的な側面から理解する場合；サステナビリティ活動推進のドライバーや「開示を通じてサステナ経営戦略そのものを検討する」というような“参考書”としての意義。
- サステナビリティ担当部署だけではなく、経営企画、財務、法務、製造等の専門部署とチームを作ってやる。この意味では、「情報開示」の社内的意味合いのもう一つの側面として、「社内巻き込みとしての仕掛け」があると理解できる。つまり、情報開示に関する外圧を「社内の重い腰を上げさせる」ための追い風・フックに活用するということである。サステナビリティ活動を社内で推進する際に、当事者部署とそれ以外の部署では、温度差の違いがよくあるので、「社会が求めている、だからやんだ」という説明法で、社内営業を行っていた。結果的に、サステナビリティに関して、社内のキーパーソンのリテラシーが上昇して、「開

示のための開示」にならないことに近づいている。

「PR 的情報発信」について、当社の場合、すべての方々がお客様といっても過言ではない。お客様が最大のステークホルダーであり、メインである商品接点を下支える真摯な企業行動に関わる情報発信は重要であると認識する。そのため、商品、ニュースリリース、自社 HP や SNS など色んな接点を用いて、対象・接点それぞれの特性に応じた様々な情報を提供している。