

自然分野の対応強化を目指す 金融機関の「知見共有」の方向性

リスク・機会の見極めと

顧客との対話をアライアンスで推進

三井住友フィナンシャルグループ
社会的価値創造企画部

中島悠衣
戸田南

ネイチャーポジティブ（自然再興）の実現に向けた社会的要請の高まりを背景に、企業には持続的に自然関連の依存・影響評価を行っていくことが求められている。一方で、その方法論は国際的に見てもいまだ確立していない。そうした問題意識を踏まえ、金融機関4社で設立したアライアンス「FANPS」では、積極的な情報発信などを進めている。本稿では、その足元の取り組みと今後の展望を紹介したい。

金融機関に期待される 企業への働きかけ

ネイチャーポジティブとは、自然を回復軌道に乗せるため、生物多様性の損失を止め、反転させることを指す。すなわち生

物多様性の喪失という「マイナス」の状態から、地球上の生態系を健全に保ち改善を促していくことで、自然豊かな「プラス」の状態に転換するという概念である。

自然と接点を持たない企業は存在しない。すべての企業は何

らかのかたちで自然に影響を与え、かつ自然に依存して事業を展開しており、その中でさまざまなリスクや機会に直面している。

金融機関は、顧客企業との対話を重ねながら、リスクや機会に関する自然分野の課題を明ら

かにした上で、ネイチャーポジティブに向かう資金の流れを作り出す役割を担う。今後、顧客企業に生じ得る自然関連のリスク・機会についての問題意識を、企業側とより深く共有していくことになる。

例えば、顧客企業が森林や水といった自然と接点を持ち、それらに依存する事業展開を行っている場合、何らかの理由でこれらの自然の価値が毀損すること、事業継続に支障を来す懸念がある。一方で、顧客企業がそれらの自然の保全・回復に努

め、自社が提供するサービスの質を高めることができれば、レピュテーションの向上等を通してビジネスの機会創出につながる可能性がある。

このように金融機関には、業種や個社の特性に応じた顧客企業の自然関連のリスク・機会をきめ細かく見極めつつ、対話を重ねて課題解決に向けた提案を行っていくことが求められる。地域ごとの自然の固有性を踏まえれば、特定の地域を主な営業基盤とする地域金融機関が果たす役割はより大きくなる。

金融機関においては、まず市場企業が自然との接点を見いだしていくための働きかけが重要となる。金融機関がそれぞれ強みを持つ地域に対しネイチャーポジティブの概念を浸透させ、地場企業と共に自然関連の課題解決に努めていく好循環を生み出していくことが期待される。

依存・影響分析では 統一的な方法論が未確立

こうした問題意識の下、企業のネイチャーポジティブに向け

た転換の促進および支援を目的としたアライアンスとして発足したのがFANPS（ファンパス、Finance Alliance for Nature Positive Solutions）である。

三井住友フィナンシャルグループ（FG）、MS&ADインシユアランスグループホールディングス（GHD）、日本政策投資銀行、農林中央金庫の4社によって2023年2月に設立された。各社のシンクタンク機関である日本総合研究所、MS&ADインタリリスク総研、日本経済研究所、農林中金総合研究所を含めた計8社で活動を行っている。

ネイチャーポジティブの実現は、22年の生物多様性条約第15回締約国会議（COP15）において掲げられた国際目標である。わが国でも昨年、政府がその達成に向けた基本計画である「ネイチャーポジティブ経済移行戦略」を策定した。企業がネイチャーポジティブに移行することで社会変容を目指すという方針の下、企業が自然の保全の概念を重点課題と位置付けることの必要性や、企業が押さえるべき

要素、ビジネスの具体例等が示された。

これらの動きを踏まえてFANPSは、メンバーである金融機関が有する多岐にわたる顧客基盤を活用し、顧客企業各社の課題解決を支援することを通じてネイチャーポジティブの実現を目指している。

企業がネイチャーポジティブを実現するためには、まず自社の事業およびサブライチエーションにおける自然との接点を認識しなければならぬ。そして、事業を展開する地域ごとに異なる自然の固有性を考慮しながら自社への影響を評価する。その上で、そこから導かれる課題解決に向けた戦略立案を進めていく必要がある。

つまり、企業が自社の事業と自然との関係性を把握し、バリエーションにおける負荷の最小化と製品・サービスを通じて、自然への貢献の最大化を図ることが重要である。FANPSは、そのサポートにフォーカスして活動している。

そのためには、自然に関する科学的データの収集や、その活

用に向けた方法論の検討が重要となるが、一方でグローバルレベルでの自然関連データの蓄積は途上である。そうしたデータを有効に活用し、各企業のビジネスが自然に与える影響、自然への依存度等を分析するための統一的な方法論は、いまだ確立されていない。

有用な技術・ツール提供と 情報発信に注力

そこでFANPSでは、国立環境研究所と共同で科学的見地を踏まえたソリューション調査を実施するなど、産学連携の下で自然関連の知見集積・情報収集を進めている。併せて、ネイチャーポジティブに向けた顧客企業の潜在的なニーズに対し、金融機関としてソリューションを提供すべく活動を続けてきた。具体的な取り組みとして三つ紹介したい。

一つ目は、企業が抱える自然関連課題の解決に結び付く可能性のある77の技術を示した「ネイチャーポジティブソリューションカタログ」の公表である

(注1)。

例えば、サンゴ・藻場の再生、森林再生・植林など自然の復元、代替素材やサーキュラーエコノミー関連などネガティブな影響の緩和につながる技術が掲載されている。それぞれの技術の適用に当たっての留意点や課題などについて、国立環境研究所をはじめとする有識者の学術的知見も付している。また、TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）提言に沿った開示への活用の観点で、TNFDが推奨する分析手法である「LEAPアプローチ」(注2)のどの段階でこれらの技術活用が可能かについて一覧にした。

各企業はネイチャーポジティブに向けた取り組みを実践するに当たって、本カタログを活用し自社に適した技術を探ることが可能である。具体的な活用方法としては、①自社が取り組む重要性が高いと評価された事項について、②ミティゲーション・ヒエラルキー(注3)を踏まえて対策を決定する。そして、③その実現に資する技術を選択した上で、④その技術活用

の効果・状況に応じて取り組みの改善につながることを想定している。

二つ目は企業向けの診断ツールの提供である。これは、ウェブサイトで設問への回答とともに、TNFDが推奨する14の開示項目への対応度合いを診断するものである。

本ツールの利用企業に対しては、TNFD開示に関する企業の実践的な学びを支援している。

例えば、対応状況を可視化した一覧表と今後進めるべき対応をレポートにして提供したり、セミナーを開催したりしている。

三つ目は外部に向けた情報発信である。昨年3月に開催したイベントでは「Nature Positiveでビジネスの新たな成長を考える」をテーマに、参加企業に対してFANPSの活動を紹介。TNFDの最新動向や企業を取り巻く状況、ネイチャーポジティブ推進に向けた今後の展望を発信した。今年2月27日には、MS&ADインシユアランスGHD主催の「企業と生物多様性シンポジウム」に登壇予定である。有益な情報発信を加速させ

ていく。

なお、昨年11月にコロンビアの都市カリにて開催されたCOP16におけるイベントの一環で三井住友F&Gが登壇し、FANPS発足の背景や顧客企業への期待などについて説明した。会場ではFANPSの活動に対して期待の言葉を受け、わが国独自の動きとして海外からの注目も集めている。

* * *

ネイチャーポジティブ実現に向けた社会的要請は強まっている。そうしたなか、自社が関わっている自然の特徴を企業が自立的に分析し、そのノウハウを蓄積することで、持続的に自然関連の依存・影響評価を行っていくことへの期待が高まっている。

一方で、そのような評価に関する方法論について、国際的な議論が成熟するには今しばらく時間を要する。われわれは引き続き、産学連携の下でのツール開発や情報発信といった顧客企業へのサポートの質的向上に取

り組んでいく。加えて今後、金融機関と顧客企業との自然関連の課題解決に向けた対話の後押しをこれまで以上に推進していく方針である。

(注1) 本カタログはFANPSのホームページで公開されている。25年中にアップデート版を公表予定。

2 Locate (発見)、Evaluate (診断)、Assess (評価)、Prepare (準備) の四つのステップから構成される、自然関連の課題を評価するための総合的アプローチ。

3 生物多様性への影響回避が最優先とされ、その後に悪影響の軽減、復元・再生が続くという考え方。

なかじま ゆい

20年三井住友銀行入行。法人営業部を経て24年4月から現職。

とだ みなみ

19年静岡銀行入行。24年4月から三井住友F&Gへ出向し現職。