

「水」が決める企業価値

— 水イノベーターの挑戦

奥田早希子
編集オフィス chomo 代表

前回までに、CDPウォータープログラム(以下、CDP-W)が集めた企業の水に対する考え方やふるまいに関するアンケート結果を、機関投資家が投資先を選定する際に考慮し始めたことを見ました。その余波が、企業間取引にまで押し寄せようとしている。

大手企業が気にする
サプライヤーの水

内だけで事業展開するド
メスティック企業である
が、全ての大手企業が企

企業間取引でも「水」評価へ

サプライヤーに対して水
使用量などの報告を求め
ている日本企業は27%に
とどまる。「見ると大
きさの割に波が引くのほ
早く、日本企業はそれほ
ど気にしなくて済んだか
のように思えるが、実際
はそうではない。

「日本は大丈夫は
思い込み

CDP-Wについて多

を軽減するための水イン
フラが充実しているが、
そのことが反映されてい
ない水リスクマップ(A
QUEDUCT)で日本
のほとんどは低く高リス
クの土地だ。決して低く
はない。それが日本の水
リスクとして、海外企業
には映る。

「日本は大丈夫とい
うのは日本人だけの思い込
み」と柴田氏は断じる。

「水リスクは見えにく
いだけに、今は投資家や
企業の不安が増大しすぎ
ているように感じる。い
ずれ収束するかもしれない
」が、水という評価軸

さき波が立ったのは2
014年のこと。その
年、CDPの「サプラ
イチェーン・プログラ
ム」がウォータープロ
グラムもカバーするよ
うになったことがき
っかけだった。それ
までは工場などの
自社サイトだけを評
価すれば良かったの
だが、サプライチェ
ーン・プログラムは
その範囲を取引先
にまで拡大する。そ
れに手を上げた企業
の取引先は、たとえ
CDP-Wの対象になら
ない日本国の対象に
ならない日本国の

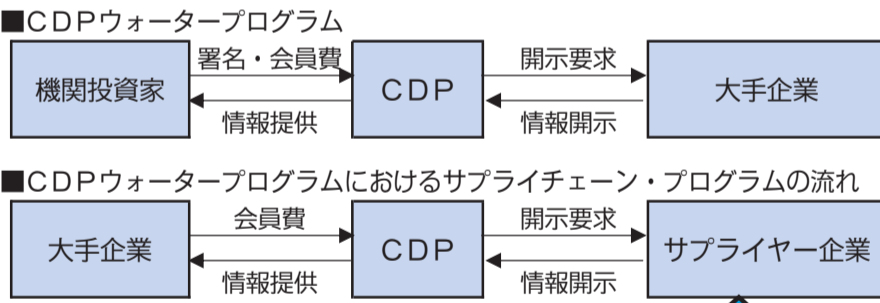
うと、CDPから質問状
が届き、回答を求めら
れた。それがきっかけ
だった。日産自動車と
花王は、いち早く動
いた。次いで15年
にトヨタ自動車も参
画。一部の取引先だ
けを対象としたもの
だったが、サプライ
チェーン・プログラム
に手を上げた企業の
取引先は、たとえCD
P-Wの対象にならない
日本国の対象になら
ない日本国の対象に
ならない日本国の

業間取引にCDP-Wを
加味するのではないか
、機関投資家と同じよ
うに企業価値を水で評
価して取引先を選定す
るのでは、とある日
田昌彦(シニアコンサ
ルタント)によると、
本企業のアジアサイ
トを評価する際、日
本を対称から外して
いたところ、協働し
ていた海外の調査
会社から含めるよう
に要求されたことが
あったという。日
本では水リスク

の企業の相談に乗っ
てきたみずほ情報総
研環境ビジネス戦略
チームの柴田昌彦(シ
ニアコンサルタント)
によると、本企業の
アジアサイトを評価
する際、日本を対
称から外していた
ところ、協働して
いた海外の調査
会社から含める
ように要求された
ことがあった
という。日本では
水リスク

着実に「現実」は動
いている(柴田氏。以
下同様)。
避けて通る「水」
リスク

柴田氏によると、数
年前から水リスクに
関する企業からの
問い合わせが増え
始め、14年は片
手で足りるほどだ
ったが、15年
には二桁まで一
気に増えたと断
じて避けて通
ることは、い
ずれ大きな
リスクをもち
たらすこと
になる。表、
東洋大学PPP研
究センターリ
サーチパート
ナー。環境新
聞記者を
経て独立。編
集企画、広
報アドバイザー
、執筆(隔週
連載予定)筆
者：奥田早希
子(編集)編
集オフィス
chomo(代
表)



投資家ではなく、取引先要求への対応として水リスクの開示を行う時代へ

(資料提供：みずほ情報総研)