

サステナビリティ経営における B Corp™ 認証制度の利用

企業法務ニュースレター

2024 年 5 月 22 日号

執筆者:

[山本 晃久](#)a.yamamoto@nishimura.com[渡邊 貴久](#)t.watanabe@nishimura.com[松永 るつ](#)r.matsunaga@nishimura.com

*本ニュースレターは、2024 年 5 月 21 日現在の情報に基づいています。

1. はじめに

岸田政権が掲げる「新しい資本主義」に関連して公表された『新しい資本主義のグランドデザイン及び実行計画』（2022 年 6 月）において「民間で公的役割を担う新たな法人形態・既存の法人形態の改革の検討」という項目が記載されたこともあり、日本におけるステークホルダーモデル(stakeholder model)を採用する会社形態についての議論が注目を集めるようになった。この「民間で公的役割を担う新たな法人形態」としては、アメリカの多数の州で導入されている Benefit Corporation(特にアメリカのデラウェア州の Public Benefit Corporation)を念頭に置きつつ、日本特有の新たな法人形態の導入を志向するものであったと考えられるが、このような新たな法人形態の日本における必要性については当初より異論もあるところであった¹。同計画においても必ずしも新たな制度が導入されることありきの議論がされていた訳ではなく、現時点までに新たな法人形態が導入される動きは見られない。

このような中で、法人形態を変更することなく取得可能なステークホルダーを意識した認証制度への注目が高まってきており、日本においても、社会や環境に配慮した公益性の高い事業活動を行う企業に対して付与されるグローバルな認証である B Corp 認証の取得を検討する企業が増えてきている。

また、このような流れを受けて、2024 年 3 月 1 日、日本において B Corp 認証普及の役割を担うオフィ

1 本稿において日本における新たな法人形態の必要性についての詳細は立ち入らないものの、日本において新たな法人形態を導入することへの異論の理由としては、日本の取締役の善管注意義務の内容とされる株主利益最大化原則が、(法制度それ自体は株主第一主義を前提として設計されているとしても)ステークホルダーの利益も柔軟に取り込むことができる制度として運用されていることが理由として挙げられる。すなわち、アメリカにおける Benefit Corporation は、厳格な意味での株主利益最大化原則から株式会社の取締役を解放する点に最大の特徴がある一方、日本の取締役の善管注意義務の内容とされる株主利益最大化原則において、株主の利益には「長期的利益」も含まれることは広く受け入れられており、また、会社が相当な範囲で社会的に期待される行為を行うことは、たとえ株主利益の最大化につながらないとしても許容されるべきであるという解釈が有力であること等から、必ずしも新たな法人形態を導入しなければ株主利益のみならず公益をも重視した企業経営を行うという目的が達成できないといった事情は見当たらないという見方もできる。このような状況は、取締役に対して「株主全体の利益のために会社の成功を促進する方法で誠実に行動すること、そして、その際には、意思決定の長期的な影響、従業員の利益や、取引先・顧客と会社の事業場の関係、地域社会や環境への影響等を考慮すること」を義務付けているイギリス(2006 年会社法 172 条参照)において、アメリカの Benefit Corporation に相当する制度が導入されていないのと似た状況とも言える。諸外国における Benefit Corporation 及びそれに相当する法人形態の概要については、西村あさひ法律事務所「米国等における民間で公的役割を担う新たな法人形態に関する調査報告書(内閣官房新しい資本主義実現本部事務局委託事業)」2023 年 3 月 31 日も参照。

シャルパートナーとして、一般社団法人 B Market Builder Japan(本社:東京都港区、共同代表:溝渕由樹、鳥居希、以下「BMBJ」)が新体制としての設置が公表される等、我が国における B Corp 認証をめぐる動きが活性化してきている。

本稿では、上記 BMBJ の設置に際してもアドバイスを提供した当職らが、B Corp 認証の概要と日本における B Corp 認証をめぐる現状、取得のメリット、及び、取得プロセスと日本企業における留意点を概説する。

2. B Corp 認証の概要

B Corp とは、B Corporation としての認証(B Corp 認証)を受けた企業の略称である。B Corp の「B」は、英語の「Benefit for All(あらゆるものにとってのベネフィット:便益)」を意味し、株主だけでなく、従業員や顧客、社会や環境に対しても等しく便益を生み出すことが企業の成功であるとの考えに基づく名称である。

B Corp 認証は、米国の非営利団体である B Lab²が提供している国際的な民間認証制度であり、B Corp 認証の取得を申請した企業のうち、B Lab が提示する社会・環境に関する成果(performance)、説明責任(accountability)、透明性(transparency)について高い水準を有していると認められた企業に対して付与される³。

諸外国における B Corp 認証取得企業のうち、日本国内でも知名度が高い企業としては、例えば、食料品を手掛けるフランス企業のダノンのグループ会社(Danone)、フランスの高級ファッションブランドであるクロエ(Chloé)、コーヒーを中心とする飲料等を販売するスイス企業のネスレネスプレッソ(Nestlé Nespresso)、アウトドア用品を手掛けるアメリカ企業のパタゴニア(Patagonia)、スノーボード製品を手がけるアメリカ企業のバートン(Burton Snowboards)、環境に配慮したスニーカーを手掛けるアメリカ企業のオールバーズ(Allbirds)、スキンケア製品等を販売するフランス企業のロクシタン(L'Occitane)、オーストラリア企業のイソップ(Aēsop)等がある。

B Corp 認証を取得するためには、①社会的・環境的パフォーマンスに関する B Lab による厳格な審査に合格するとともに、②株主だけでなく、すべてのステークホルダーに対して説明責任を果たすよう、コーポレート・ガバナンスの構造を変更することで法的コミットメントを行うこと(地域によって要件は異なる)、③B Lab の基準に照らして測定されたパフォーマンスに関する情報を、B Lab のウェブサイト上で一般公開することにより、透明性を示すこと等が求められる(取得プロセスについての詳細は後記 5.参照)⁴。審査のハードルは相応に高く、申請したにもかかわらず最終的に認証が取得できない企業も相当数存在する。もっとも、

2 B Lab は、2006 年に設立されたフィラデルフィアに本拠を有する非営利団体であり、社会を良くする力として、ビジネスの力を活用するグローバルムーブメントを支援することを目的としている。B Lab は、B Corp 認証の付与に加え、B インパクト・マネジメント・プログラムやソフトウェアの管理、州レベルでのベネフィットコーポレーション法の採択と改善のための政策提言活動等を行っている。

3 B Corp 認証は、企業のステークホルダーやコミュニティに対する取り組み全体を第三者機関である B Lab が評価し、企業そのものに対して、いわば「良い会社」であるとのラベルを貼る制度と言える。なお、B Corp は、あくまでも既存の組織形態(例えば、株式会社等)を利用している組織のうち認証を取得したものの呼称であり、法人形態の一種であるベネフィットコーポレーションとは異なる。ベネフィットコーポレーションの B Corp 認証の違いについては、西村あさひ法律事務所「米国等における民間で公的役割を担う新たな法人形態に関する調査報告書(内閣官房新しい資本主義実現本部事務局委託事業)」2023 年 3 月 31 日も参照。

4 B Lab の HP(<https://www.bcorporation.net/en-us/certification/>)参照。

B Corp 認証は、企業の規模、業種、上場/非上場、社歴(スタートアップ~老舗企業まで)を問わず利用可能な制度であり、日本企業にとっても、マーケティング、ブランディング、リクルーティング、ESG・SDGs 対応等様々な観点から利用を積極的・戦略的に検討する価値のある制度である。

3. 日本における B Corp 認証制度の現状と BMBJ の設立

B Lab の公表⁵によると、2024 年 5 月 6 日時点において世界 98 ヶ国、8622 の企業(162 の産業)が B Corp 認証を取得しており、世界的にみても、直近の数年間において、B Corp 認証取得企業数は飛躍的に増大している。B Lab は、世界の各地域において B Global Network と呼ばれるグローバルパートナーを設置しており、本稿執筆日時点において、世界に 14 拠点の Global Partner が、地域レベルでの B Corp movement を支援している⁶。

日本においても、特に 2021 年以降 B Corp 認証取得企業数は増加傾向にあり、2024 年 5 月 6 日時点において 40 社(うち上場企業は 2 社)の B Corp が存在している⁷。また、筆者らの認識する限りにおいても、現在、B Corp 認証の取得を検討・準備している日本企業は上場企業を含め多数存在することから、今後も認証企業は大幅に増加することが期待されている。

このような流れを受けて、2024 年 3 月 1 日、日本における B Corp 認証普及の役割を担うオフィシャルパートナーとして、新たな体制による BMBJ の設置が公表された。BMBJ は、B Corp 認証企業・申請企業の創業者・役員やコンサルタント等から構成され、外部専門家とも連携しながら B Corp 認証に関する問い合わせ業務や、B Corp に関する情報発信(SNS・BMBJ ダッシュボード等)、B Corp への関心を有する人々のコミュニティ(School of B Corp)の運営等を担っていくことが予定されている⁸。

BMBJ の設置により、これまで日本における B Corp 認証利用の課題として挙げられることの多かった審査期間の長期化の問題は相当に改善されるであろう。また、審査基準の内容・運用において必ずしも日本特有の事情が考慮されてこなかったことについても、BMBJ を通じてローカルな利用者の声が B Lab Global に対してインプットされることで改善していくことが期待される。

4. B Corp 認証取得のメリット

B Corp 認証取得のメリットは各社によって異なるが、有能かつサステナビリティ志向の強い人材の確保と維持(特にミレニアル世代への訴求)、メディアへの露出による認知度の向上、取引先を含むステークホルダーからの信頼の獲得、企業のミッションへの長期的なコミットメントの担保、B Corp 同士の関係性の構築を通じたサプライチェーンの強化等が考えられる。

これらのメリットについては、上記 1. で触れたベネフィットコーポレーションに相当する法人形態を利用した場合にも(程度の差こそあれ)同様に存在すると考えられるが、B Corp 認証は、特に欧米においては、ベ

5 B Lab の HP(<https://www.bcorporation.net/en-us>)参照。

6 B Lab の HP(<https://www.bcorporation.net/en-us/movement/global-network>)参照。

7 日本法人の B Corp 認証取得企業は B Lab の HP(<https://www.bcorporation.net/en-us/find-a-b-corp/?refinement%5BhqCountry%5D%5B0%5D=Japan>)において確認できる。

8 プレスリリースによれば、一般財団法人社会変革推進財団、一般財団法人 社会的インパクト・マネジメント・イニシアチブ及び株式会社日本総合研究所がオフィシャルパートナーになっている。

ネフィットコーポレーションに比して社会における認知度が高いということもあり、顧客や従業員の誘引という点からより効果的であると認識している企業も存在する。また、特に以下のメリットについては、B Corp 認証特有のものであると考えられる。

(1) ビジネス上のメリット



B Corp 認証を取得した場合、自社の製品のパッケージ等に上記認証印を付すことが可能になる。B Lab は 15 年以上に亘り B Corp 認証の認知度やブランド力の向上に取り組んできており、特に欧米においては、一般消費者を含め B Corp 認証の認知が広まってきている。当該認証印は、企業のサステナビリティと社会的責任を重視する顧客に対してのブランドの差別化やロイヤリティを高める等ブランディング・マーケティング上のメリットが存在する。

また、B Corp 認証を取得することで、認証を受けた企業はサステナブルなビジネスモデル・社内体制を有していると認識され、グローバルなサプライチェーンにおける評価の向上につながる。特に近時、ESG をめぐる規制の強化等も背景にサプライチェーンマネジメントが多くのグローバル企業における課題となっている中で、B Corp 認証を取得することで、そのような企業との取引のチャンスの拡大にもつながる可能性がある。

さらに、B Corp 同士のビジネス上の協働も行われている。例えば、国内においても、ファームステーションとシグマクス・グループ(ともに B Corp 認証企業)が共同プロジェクトを実施し、ワイン残渣由来のアップサイクルエタノールを配合したアロマスプレー・除菌スプレーを開発する⁹等の取り組みが始まっている。

(2) B Impact Assessment™による継続的な社内体制の見直し

B Impact Assessment は B Corp 認証取得・更新のために必要となるプロセスであるが(後記 5.(2)参照)、そのみにとどまらず、企業の社会的・環境的な取り組みについての継続的な改善のために利用できるオンラインアセスメントツールでもある。B Impact Assessment は企業の規模にかかわらず有意義な比較がで

9 2022 年 12 月 12 日付プレスリリース「ファームステーションがシグマクス・グループと B Corp 認証企業同士の共同プロジェクトを実現」参照。

きるように設計されており、自社の取り組みが他社と比較して優れている点や改善点を把握できるようになっている。いわば自社に対する Due Diligence を効果的に行うことができるツールである。B Impact Assessment の結果は項目別に数値として現れるため、各項目について KPI を設定し、継続的に社内体制を見直していくことで、自社のサステナビリティ課題等の改善に活かしていくという利用方法も想定される。なお、このツールは B Corp 認証の取得を目指していない企業においても無料で利用可能であり、これまで利用企業数は累計 28 万社以上に上る¹⁰。

(3) B Corp コミュニティへの参加を通じた集団的な取り組み

B Corp の中には、B Corp コミュニティの一員になることを認証取得のメリットとしてあげる企業も存在する。B Lab においても、B Corp Peer Circles という認証企業同士の集まりを企画したり、後述の B Movement Builder Program 等を通じて認証企業同士の交流や知見の共有がなされることを推奨している。また、地域ごとに、それぞれ独自の B Corp Movement が形成されている¹¹。

また、B Corp 間での主体的な連携も進んでおり、例えば、気候変動に関しては、B Corp Climate Collective という政策提言を含めた気候変動に関する分野横断的な連携を行うグループが存在する。業界別にみても、美容業界においては、B Corp 認証を取得している化粧品会社等が B Corp Beauty Coalition という連合を組成して、勉強会を実施したり、共同原料調達、責任ある持続可能なパッケージング、ロジスティクスといった主要な業務分野に関するベストプラクティスのガイダンスとしての B Beauty Navigator を公表する等している¹²。

アカデミアとの連携を通じた取り組みも各国で積極的に行われている。例えば、日本でも、2024 年 2 月に株式会社日本総合研究所が早稲田大学ビジネススクールと共同で「B Corp を活用した SX 人材育成」といった講座を開設し、日本で働くビジネスパーソンを対象とした B Corp の普及・啓蒙活動を行う等、活発な動きがみられる。

なお、BMBJ は、B Corp に関する国内外の情報があつまる「BMBJ ダッシュボード」や、B Corp に関心のある人々が集まるコミュニティ「School of B Corp」を設置する等、日本におけるこのようなコミュニティの醸成にも注力しており、今後のさらなるコミュニティの発展が期待される。

5. B Corp 認証の取得プロセス

(1) 取得プロセスの概要と留意点

B Corp 認証を取得しようとする企業は、産業、売上、従業員数、グループ資本構成等に応じて多少は異なり得るものの、現状は、概ね以下の手順を経て B Corp 認証を取得する。日本企業の場合であっても、手順は基本的に英語で行う必要があり、(一部のプロセスを除き)日本語には対応していない。

10 B Lab の Annual Report(2023 年版)(<https://infogram.com/1tqq4oled29lzdc4omkkgkpk2eu8k7y0e1x>)

11 『B Corp ハンドブック：よいビジネスの計測・実践・改善』(監訳者 鳥居希、矢代真也、若林恵)51 頁以降に地域別の B Corp Movement の概要が記載されている。

12 2023 年 3 月 29 日付リリース(https://www.bcorpbeauty.org/wp-content/uploads/2023/03/Press-Release_B-Beauty-Navigator_-B-Corp-Beauty-Coalition.pdf)参照。

- ① オンラインの B Impact Assessment(positive impact を測定、管理、改善するための評価であり、BIA と呼ばれる。)に登録し、自社に関するガバナンス、従業員、コミュニティ、環境、顧客の 5 領域についての平均 200 の質問に回答する。
- ② オンラインの BIA(原則 200 点満点)で 80 点以上のスコアを取得したら、その結果を提出することで正式な BIA Review を申請する。もっとも、認証を実際に取得した企業においても、初回の BIA で 80 点以上が取得できていないケースも多く、その場合、社内でチームを組成した上で、スコア取得のために必要な社内の改善策に取り組むというプロセスを経ることが一般的である。
- ③ 申請が受け付けられると、B Lab の担当アナリストが割り当てられ、B Corp 認証の適正審査(Review Process)を受ける。審査においては、Legal Requirement の確認¹³、BIA の対象である平均 200 問の質問からランダムに選ばれた質問に対する証憑提出が求められることが多い。申請者は、必要な説明をし、オンラインで根拠資料やデータ等のアップロード等を行った上で、割り当てられた特定のアナリストとの間で口頭での質疑や追加の資料提出等が行われる。
- ④ 最終的に審査が完了し、80 点以上のスコアを取得できていることが確認されると、所定の宣誓(B Corp Declaration of Interdependence)や B Lab のロゴ等の知的財産権の使用ライセンス等を定めた B Corp Agreement にサインし、自社の地域と年間売上に応じた所定の年間認証費用を支払うことで¹⁴ B Corp 認証を取得する。

B Corp 認証を取得した企業は、B Lab の HP 上からアクセス可能な B Corp Directory に自社の BIA のスコアとインパクトレポートを公開する必要がある。また、B Corp 認証を取得した企業は、3 年に一度認証手続の更新が必要となる。更新の際には、再び BIA を受け、インパクトレポートを提出する必要がある。このような厳格な認証プロセスと継続的な対外情報開示によって、いわゆるウォッシュの問題を防ぐことが担保されている。

なお、B Corp 認証の申請に際して留意すべき点として、B Lab は特定の業種や業界慣行に関する特別のリスク基準(Risk Standards)を設けていることが挙げられる。Risk Standards とは、潜在的な悪影響を及ぼす可能性のある問題(Controversial Issues)として B Lab が指定する問題に関連する業種に属する企業が、B Corp 認証の資格を得るために満たさなければならない追加的な基準である¹⁵。

申請企業が Controversial Issue に関連するビジネスを行っている場合には、①そもそも認証を受ける資

13 自社の法的組織(legal entity)を前提に、B Corp としての法的要請事項である Stakeholder Governance を組み込むための方法を確認する。なお、各国の企業における要対応事項は Legal Requirement Tool で確認ができ、日本の企業に関しては、認証プロセスで一定の誓約をすることを前提に定款等の変更は不要と整理されている。

14 識者の中には、基準を作成して認証を行う団体に対して認証を受ける企業が認証料を支払う仕組み自体が構造的な利益相反の問題をはらんでいると指摘するものも存在する。この点については、認証や格付け制度一般に当てはまる問題と言えるが、基準の作成・認証のプロセスを透明性があり客観的・中立的なものにするとともに、認証料の設計についても合理的で客観的な水準にする等、基準の信頼性を担保するための B Lab における自助努力が必要であろう。

15 Controversial Issue については、B Lab の HP に詳細が記載されていることから当該記載も参照されたい (<https://www.bcorporation.net/en-us/standards/controversial-issues/>)。

格を有しないと判断される可能性や、②B Lab の定める追加的なリスク基準に適合していることを開示する又は基準に適合するような是正措置を行う必要性が生じることとなる。また、B Lab においてそのような追加的な基準の作成が完了していない又は基準開発の目処の立っていない業種については、実質認証プロセスを進めることができないことになる¹⁶。

さらに、ある企業がどのような業種に属するかということは、当該企業の分野別の売上やビジネスの実態等を踏まえて B Lab の裁量判断によって決定されることから、必ずしも自社の希望する業種のまま申請を行えないケースも存在するようである。この点、必ずしも日本特有の事情・慣行等が考慮されていない硬直的な運用が行われる場合があるとの声も聞くところであり、今後 BMBJ を通じて B Lab Global に対してローカルの視点をインプットして行くことが期待される。なお、当該企業の申請が Controversial Issue の審査対象となった場合は申請プロセスが難航することが想定されることから、自身のビジネスが B Lab の指定する Controversial Issue に該当しないか、該当する懸念がある場合にはどのように B Lab に説明するかについて事前の確認・準備が重要である。

(2) B Impact Assessment の概要

前記(1)の通り、B Corp 認証を取得するためには、BIA(原則 200 点満点)で 80 点以上のスコアを取得する必要がある。現行の BIA はガバナンス、従業員、コミュニティ、環境、顧客の 5 つの大項目からなる平均 200 項目の質問から構成され、そのすべての質問に点数が割り振られている。

(ア) ガバナンス

ガバナンスに関しては、社会・環境へのポジティブなインパクトを創出することについて、自社のミッションが定款等の社内規程等にどのように組み込まれているか、また、役員構成や委員会といった会社の意思決定プロセスや内部統制の観点からそれがどのように担保されているのかが確認される。

上記 Legal Requirement にも関連するが、ガバナンスにおいては、会社が任意に策定し特段の法的効果を有さないミッションステートメントとは別に、環境や社会への配慮が意思決定の一部であることを法的に示したものの有無に関する質問事項が存在する。典型的には定款にステークホルダーの利益を図る旨の規定を設けているかや、ベネフィットコーポレーションといったステークホルダーの利益をも加味する法人形態が採用されているかに関する質問である。

日本では、現時点でベネフィットコーポレーションに相当する法人形態は存在しないことから、自国の法制度上可能な範囲で株主のみならず、従業員、顧客、サプライヤー、地域社会、環境に与える影響を考慮する意思決定を行うことや、自国にベネフィットコーポレーションと同等の制度ができた暁には速やかにそれを利用すること等を誓約した上で B Corp 認証を取得するという運用となっている。

16 本稿執筆日時点では、B Lab はライドシェアやフードデリバリー等を想定した位置情報プラットフォーム及び戦争行為及び/又は紛争地域で活動する企業についてのリスク基準の開発を進める旨を公表している。また、自動車・機械産業や、ブロックチェーン、建設、水産、農業、ソーシャルメディア関連産業等が特定のリスク基準が必要であるものの、未だ策定が予定されていない業種であるとされている。

(イ) 従業員

従業員の項目においては、従業員にとっての企業に対する満足度やエンゲージメントが評価される。評価項目としては、従業員と会社のオーナーシップ(ストックオプションや持株会等)、給与体系等、心身の安全と健康の確保、キャリア形成・スキルアップのサポート、従業員からみた財務データ等へのアクセス可能性、育休・有給の有無、匿名の満足度調査やエンゲージメント調査の実施の有無等である。

日本の B Corp 間の得点分布を比較すると、相対的に点数の開きが少ない分野が従業員である。従業員分野において要求される事項は、日本の労働法制・労使慣行に基づく制約は一定程度あるものの、取引先やサプライチェーンを巻き込まずに社内の仕組みを整えることで対応できるものが多く、企業としても改善がしやすい項目であるためであると思われる。

(ウ) コミュニティ

コミュニティの項目においては、当該会社が地域社会の一員としてどのように多様なコミュニティとつながり、貢献しているのが評価される。具体的には職場環境において女性や有色人種、LGBT、障がい者、低所得者等のマイノリティのダイバーシティー・公平性・インクルージョンに関する取り組み(採用・管理職割合・賃金差等を含む。)や、従業員によるボランティアやプロボノの取り組み状況、寄付等の社会奉仕活動その他の地域社会への貢献に関する取り組みについての質問に回答する必要がある。また、サプライチェーンにおけるダイバーシティーとして、サプライチェーンに対するダイバーシティーポリシーの有無や、地域ベンダーからの調達料、サプライヤーの社会的・環境的影響についての評価を行っているかといった質問も存在する。

もっとも、伝統的な日本企業における職場環境を前提とした場合には、B Lab の要求事項を遵守することに困難を感じる日本企業も少なくないようである。例えば、国際的な潮流としては、企業に対して、社会問題への対応について積極的な対応や対外的な説明を求める傾向にあり¹⁷、従業員のプロボノを業務として認めて支援するといった制度や、差別や不平等といった問題を解消するための積極的な措置を求める B Lab の基準はこのような流れと整合的である。しかしながら、日本企業においては伝統的に、LGBT といったプライバシーに関わるトピックや、従業員によるボランティアやプロボノへの参加状況といった業務外のプライベートな事項には会社として関与しないといった対応をしている企業も多いように思われるし、職場におけるマイノリティの捉え方も日本の文化的・歴史的経緯に照らして必ずしも欧米諸国と同じ問題意識であるとは言えないだろう。

(エ) 環境・顧客

環境の項目においては、環境に対するマネジメントシステムとその内容についての質問に回答をする。Scope1~3 のサプライチェーン排出量や廃棄物量のモニタリングを行っているかといった典型的な環境問題に対する質問のほかにも、オフィスにおける節水対策や従業員のリモートワーク環境における環境管理、製

17 例えば、2023年4月、TIFD(不平等関連財務情報開示タスクフォース：Task force on Inequality-related Financial Disclosures)とTSFD(社会関連財務情報開示タスクフォース：Task force on Social-related Financial Disclosures)の統合が発表され、不平等や格差といった社会課題に関する情報開示枠組みが形成される機運にあることや、ISSB が公表している「情報要請：アジェンダの優先度に関する協議」において、今後の2年間の作業計画に追加する可能性がある新たなリサーチ及び基準設定のプロジェクトとして人的資本、人権が含まれていること等が挙げられる。

造業においてはサプライチェーンや製品梱包における環境問題への取り組み等が評価される。

顧客の項目においては、自社の製品やサービスにおける顧客への影響や提供価値をどのように提供し、また、顧客からのフィードバックをどのように確認・モニターしているかについての質問がなされる。例えば、ISO 9001 の取得やプライバシーポリシー、エシカルマーケティングポリシー等の制定、カスタマーサービスのコンタクト先の提供等は有効な取り組みとして評価される。

日本の B Corp の BIA のスコアを見ると、この環境と顧客の得点の開きが目立つ。業種、ビジネスモデル、企業規模等によってポジティブなインパクトを出しやすい会社とそうでない会社があるため一概に比較はできないものの、同じ事実であっても、どのように自社のビジネスモデルとうまく結びつけて表現するか等といった記載・説明上の工夫の余地もあるようであり、すでに B Corp 認証を取得している企業と情報交換をしたり、B Corp 認証の取得を支援するコンサルタント等のアドバイザーに協力を求めることも有益であろう。

(3) B Corp 認証基準の改訂

B Lab では、ベストプラクティス、ステークホルダーからのインプット、研究結果等を踏まえ、B Lab のガバナンスからは独立した Standards Advisory Council と共同して B Corp 認証基準を継続的に見直している¹⁸。現在の最新の BIA は 2019 年 1 月に改訂された Version 6 だが、2020 年以降、BIA の改訂を含め認証基準の抜本的改訂が進められている。

新基準の草案は、2022 年 9 月 26 日から 11 月 30 日までの間、第 1 回パブリックコメントに付され、2024 年 1 月 16 日から 3 月 26 日まで第 2 回パブリックコメントが実施された。

パブリックコメントに付された新基準の草案における重要な変更としては、BIA で 80 点以上を取得することを必要条件とする基準を廃止し、企業の B Corp 認証取得のための基礎要件(Foundation Requirements)と、企業が B Corp 認証を達成及び維持するために管理し、継続的に改善する必要があるパフォーマンスに関する要件(Performance Requirements)の二段階の基準の充足を求めるとされることとされることである¹⁹。また、企業規模の定義が追加され、申請企業の企業規模と業種によって要求事項が変わることになる予定である。

パブリックコメントに付された新基準の草案において示された Foundation Requirements と Performance Requirements の項目は以下の通りである。

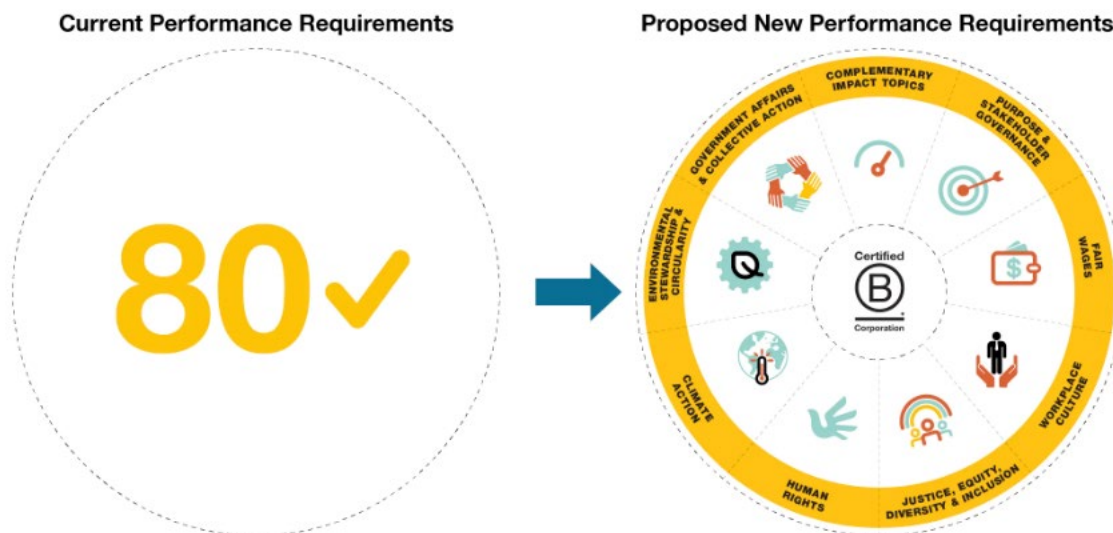
18 さらに、地域的な文脈を基準に反映する観点から、Regional Standards Advisory Group が Asia、Australasia、East Africa、Europe、Latin America、UK の 6 つの地域に組成されている。

19 パブリックコメントに付された新基準(<https://standards.bcorporation.net/en-us/draft/overview>)及び B Lab が 2024 年 1 月 16 日に公表した(<https://standards.bcorporation.net/en-us/draft/standards/what-are-the-requirements-for-b-corp-certification>)参照。

Foundation Requirements	Performance Requirements
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Eligibility Requirements <ul style="list-style-type: none"> ✓ 少なくとも 12 ヶ月間運営されていることや B Corp の使命に著しく反する行為をしていると考えられる業界で活動していないこと等 ➤ Legal Requirement(前述) ➤ Risk Assessment(前述。上記 Controversial Issues に関連する業界に属する企業の場合には追加要件あり) ➤ Impact Business Model Assessment <ul style="list-style-type: none"> ✓ 既存の BIA における Impact Business Model に関する質問への回答による事業の社会・環境に対するインパクトの評価 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ パーパス・ステークホルダーガバナンス (Purpose & Stakeholder Governance) ➤ 職場環境(Workplace Culture) ➤ 公正な賃金(Fair Wages) ➤ JEDI(Justice Equity Diversity & Inclusion) ➤ 人権(Human Rights) ➤ 気候変動対策(Climate Action) ➤ 環境保護と循環社会(Environmental Stewardship & Circularity) ➤ 政府政策と集団行動(Government Affairs & Collective Action) ➤ 補完的トピック(Complementary Impact Topics)

このように、従前は、BIAの総合点(overall score)が80点以上であれば、その内訳は問われなかったのに対して、新基準では Impact Topics として定められたパフォーマンス要件それぞれに対して充足すべき事項が定められることが想定されている。

【新たなパフォーマンス要件案】



(出所: B Lab のウェブサイト)

なお、上記パブリックコメントに際して、B Lab は今後の具体的なプロセスの予定を示してはならず、少な

くとも 2025 年までにこの新基準が適用されることはないと説明されているが²⁰、今後の動向に注視する必要がある。

6. サステナビリティ経営に関する定款規定と B Corp 認証要件の関係

近年、サステナビリティ経営の注目の高まりから、日本の上場企業においても、定款にステークホルダーの利益に配慮した記載を設ける企業が増加していることは注目すべきである。具体的には、定款の絶対的記載事項である目的条項自体に新たな事業目的を追加する方法(ユグレナ)²¹と、定款における任意的記載事項として、目的条項とは別途、企業理念に関する条項を新設する方法(エーザイ、ロート製薬、イオン、丸井グループ、良品計画等)が存在する。また、定款の事業目的の変更理由において SDGs への対応に言及する企業(テレビ朝日ホールディングス)も存在する。

このように定款において一定のミッションやステークホルダーの配慮に関する規定を設けることの法的意義については各国において異なるものであるが、日本においては、そのような規定を設けこれを株主総会の決議で承認した場合の法的効果として、取締役は、定款に記載された事項及び株主総会の決議事項を遵守すべき義務を負っている(会社法 355 条)ことから、理論的には、当該定款の規定を遵守しない取締役がいた場合に、会社法 355 条を根拠に、当該取締役の個人的責任が追求される可能性がある²²。さらに、会社法 360 条 1 項においては、株主による取締役の行為の差止事由として、株式会社の目的の範囲外の行為その他法令もしくは定款に違反する行為を挙げていることから、このような定款の規定を設けた場合、理論的には、当該定款に記載したミッションに反する行為が差止請求の対象になり得る²³。

もっとも、株式会社がこのような定款の規定を設けた場合でも、B Lab は、日本においてはベネフィットコーポレーションに相当する企業形態は存在しないことを理由に、ステークホルダーの利益を加味する法人形態を採用しているのと実質的に同等であるとは認めていない。しかしながら米国のベネフィットコーポレーションのうち、例えばデラウェア州の PBC では、①定款において当該会社が追求する一定の公益を特定するような記載を行うことが求められており、また、②取締役が株主の利益と定款で特定された公益とを比較

20 B Lab の公表資料(<https://standards.bcorporation.net/en-us/draft>)参照。

21 絶対的記載事項としての目的条項にステークホルダーの利益に配慮した規定を設けることが可能か、また、その場合、どの程度の記載が可能であるかについて、株式会社の営利法人性(会社法 105 条 2 項参照)との関係が問題になる。この点については、例えば政治献金のように、当該会社において利益を得る可能性が全くない事業はこれを会社の目的として掲げる適格性を欠くものと解されている(昭 40・7・22 民四 242 号回答)、株主以外の利益を図る内容の定款規定を定めることも営利法人たる会社の本質に反しなければ有効であると解されている(松元暢子「会社の目的」法学教室(493)14 頁(2021 年 10 月))。日本の株式会社は「営利」を目的とする法人であることから、取締役の義務は株主の利益を最大化することにあること(株主利益最大化原則)は確立した解釈であるものの、株主の利益には「長期的利益」も含まれることは広く受け入れられており、また、取締役の意思決定にはいわゆる経営判断原則の適用があり広範な裁量が認められている。さらに、従前から企業の CSR 活動に代表されるように、会社が相当な範囲で社会的に期待される行為を行うことは、たとえ株主利益の最大化に繋がらないとしても許容されるとの解釈が有力である(田中亘『会社法(第 3 版)』(東京大学出版会, 2021 年)273 頁)。したがって、完全に公益のみを追求するような目的条項は株式会社の営利性と正面から抵触してしまうためその有効性に問題があると考えられるが、当該営利性に反しない範囲でステークホルダーの利益に配慮した記載を設けることは可能であると考えられる。

22 オックスフォード大学持続可能金融プログラム「日本における気候変動に関する取締役の義務」(2021 年 2 月)28 頁も参照。もっとも、実際に取締役の個人責任が追及される場面において、どのような事情があった場合に個人責任が認められるかについては今後の議論の積み重ねが必要になる。

23 ただし、現実的には、定款に規定されるミッションが抽象的・理念的なものである限り、ある取締役の意思決定・業務執行が会社が定款に定めたミッションに反するか否かは一義的に判断し難い場合が通常であると想定され、法的に差し止めをエンフォースするにはハードルが高いと思われる。

衡量(balance)することが求められているところ、日本の株式会社においても、定款において一定のミッションやステークホルダーの配慮に関する規定を設けることは上記の通り可能であり、また、理論的には、定款遵守義務や違反行為が差止請求の対象になり得ることを踏まえれば、日本の株式会社がそのような定款規定を設けた場合には、実質的にはベネフィットコーポレーションと同程度にステークホルダーの利益を加味する法人形態を採用していると評価する余地はあるように思われる。

7. おわりに

本稿においては、B Corp 認証の概要と日本における B Corp 認証をめぐる現状、取得のメリット、及び、取得プロセスと日本企業における留意点を外観し、サステナビリティ経営に関する定款規定と B Corp 認証の関係について解説した。B Corp 認証は、企業に対し社会的責任とサステナビリティの取り組みを求める国際的潮流の中で、今後ますます注目度が高まっていくものと思われる。日本においても認証企業は増加傾向にあり、また、BMBJ の設立もされる等、今後より一層の B Corp 認証制度の活用が期待される。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは [こちら](#) に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ 広報課 newsletter@nishimura.com