

においてはサプライヤーとの迅速なコミュニケーションが求められる。平時からサプライヤーの連絡先・所在地等の基本的な情報やリスク情報を把握しておくためにも第3章で紹介するサードパーティリスクマネジメント(TPRM: Third Party Risk Management)の取り組みや情報管理を行うことが望ましい。また、日頃から取引先との関係構築も重要であり、取引先を含めた災害対策訓練を行うことも有効である。

危機発生時には復旧を支援するため取引先拠点に訪問し支援したり、金銭的な支援を行うこともある。なお、取引先への売掛金の免除や災害見舞金は税務上損金算入できることもある。

(3) サプライチェーンとサステナビリティ(人権・環境)

サプライチェーン上で人権、環境などのサステナビリティに関する健全性についても消費者やNPO、投資家、金融機関などから注目される。取引先による人権、環境面での管理が十分か、調達する製品に人権、環境面で問題のあるものが混入しているか、といった点の管理が求められる。

サプライヤーの評価やデューデリジェンス(DD)を実施することなども求められる。欧州では企業にサプライヤーの環境・人権DDを求める法令ができてきている。また、日本でも2021年の改訂にてコーポレート・ガバナンスコードに人権尊重が含まれ、2019年にJPIXが

発表した「上場会社における不祥事予防のプリンシプル」にも「サプライチェーンを展望した責任感」が原則の1つとして挙げられている。電気機器業界、製薬業界、テレコム業界など業界ごとの団体が存在し、業界共通のサプライヤーについての情報共有や標準の評価基

準(SAQ: Supplier Assessment Questionnaire)を設けていることもあるため、該当する団体があれば参加を検討することも一案である。また、サステナビリティ観点での企業評価情報を提供する外部のサービスも利用可能である。

第2章

関連情報の可視化がリスク早期発見の要 自動車業界にみるサプライチェーンリスクへの対応

有限責任監査法人トーマツ

赤尾 聡

有限責任監査法人トーマツ

西 賢治
辻 亮介

生命線となる。

本章では自動車業界を例にサプライチェーンリスクを検討していく。

サプライチェーンを取り巻く環境

自動車業界は、「100年に1度」といわれる変革期を迎えてお

【この章のエッセンス】

●CASEの到来、パンデミックや経済安全保障による価値観の変化により、自動車業界におけるサプライチェーンリスクは近年さらに高まっている。

●地産地消を加速化し、リスク分散させるための地政学リスク管理、購買層のシフトとそれに伴うソフ

トウェアを中心とした車両開発を支えるソフトウェア品質管理が、「100年に1度の変革期」を乗り越える鍵となる。

●リスク顕在時の対応だけではなく、サプライチェーンリスクを検知すること、すなわち末端までサプライチェーン情報を可視化し、ボトルネックを早期に見出し危機管理を高めることが自動車業界の