

環境経営学会

公開シンポジウム

環境/CSR は Reactive から
Proactive な対応へ

環境経営学会公開シンポジウム

(基調講演)「環境/CSR は Reactive から Proactive な対応へ」

氏名： 岡本 享二

所属： 東京都立大学大学院 MBA

要旨：

環境経営学会が 20 周年を迎えた。当学会は長期低落傾向にあり、会員数、研究論文数など、すべての点で漸減している。問題点は 7 つほど数え上げることができるが、真の問題はただ 1 つ「時代の変化に対応してこなかった」ことである。

環境経営という社会科学ほど「時代の変化」と「社会の要請」に左右される学問も少ない。時代に当学会が追いつくためには「時代の変化」と「社会の要請」を敏感に知ることである。特に最近 10 年の AI/IoT など最新科学技術を把握し、それらによって社会にどのような変革が起こっているかを知ることである。

AI や IoT を駆使して可能になった Sharing Economy や Circular Economy の発展により、大量生産/大量販売/大量消費に起因する、環境問題や社会問題の発生は漸減し始めた。モノの生産を何分の一にも抑えて、使い勝手は同等、またはそれ以上の快適さを提供する社会への移行である。Jeremy Rifkin の説く”The Zero Marginal Cost Society”は究極の典型事例である。

掲題テーマに対して次のような内容で解題とする；

- ①世界の経営者の関心事の変化（2004 年～2020 年）
- ②Reactive Stage と Proactive Stage の分岐点は 2012 年
- ③2012 年に何が起こって、どう社会が変革してきたか
- ④Sharing Economy と Circular Economy は環境/CSR にどう影響するか
- ⑤時代の変化と CSR を戦後の 3 局面（30 年単位）で見つめると
- ⑥問われている資本主義（経済学的視点）と Paradigm Shift
- ⑦これからの興味深い研究テーマについて

以上、約 60 分の基調講演予定ですが簡潔にまとめて、この後に続く企業の最先端でご活躍中の 4 氏との「パネル討論会」にできるだけ時間を割く所存です。

以下に、4 人のパネリストの要旨と氏名・所属を記しておきます。

(1)「時代の変化と共に求められる組織の在り方と取り組み事例」

氏名： 阪上 結紀

所属： 環境経営学会 学会員

要旨：

現代は VUCA な時代と呼ばれている。VUCA とは、Volatility(変動性)、Uncertainty (不確実性)、Complexity (複雑性)、Ambiguity (曖昧性) の頭文字を取った言葉で、一言でいうと予測不能な状態を指す。また、人材を取り巻く環境も大きく変化しており、労働人口が大きく減少する中で、女性、シニア、外国人等、様々な人材の労働市場への参加を促進する動きや、多様な働き方を認める動きも出てきている。このような現代において、キーワードとなるのは、「多様な人材を活かすこと」である。既に様々な組織で個人が働き方を選べる制度、女性活躍推進、社員の独立支援、エンゲージメント向上ツール等の取り組みが行われているが、仕組みや制度を整備するだけでは不十分で、意識改革と行動改革をセットで取り組む必要がある。学会としても、より proactive な組織になるためには、仕組みや制度と共に意識改革、行動改革を行い、多様な人材を活かすことが必要である。

(2)「SDGs とソーシャル・マーケティング」

氏名： 浜野 隆行

所属： 東京都立大学大学院 経営学研究科後期博士課程

要旨：

SNS の投稿や CM においても企業が社会問題の解決を積極的に促す広告が増えてきている。ソーシャル・マーケティングとは社会問題（公衆衛生、安全、環境、そしてコミュニティ）をマーケティングの原理・手法を用いて行動変容を起こさせようと試みるプログラムである。企業が行う場合は自社と社会問題を結びつけ消費者により自社の製品・サービスを消費してもらおう（購買行動を促す）というプロモーションの一貫として利用されることが多い。Z 世代の出現、SDGs への意識が高まり、Covid-19 などの身近な公衆衛生の危機が迫っている今日においては、消費者側も企業・製品のコンテクスがより重要になっている。性能だけではなく、環境によりよいものはどれか、自分も協力できることはないかを消費者が自ら考えているようになっている。こうした背景によりソーシャル・マーケティングの利用が高まってきている。ソーシャル・マーケティングは社会問題の解決とともに企業・製品価値を向上させる手法としてこれからの企業広告のスタンダードになるだろう。

(3)「GAFAM のサステナビリティと日本」

氏名： 森田 裕行

所属： Reboot Capital 合同会社 國學院大学大学院特別研究生

要旨:

Googleはカーボンフットプリントゼロを実現し2030年カーボンフリーを目指す。Amazonは2030年までに再生可能エネルギー100%を実現し、2040年までにCO2排出ゼロの目標を持つ。FBは2030年までにサプライヤー・従業員の通勤・出張などを含むバリューチェーン全体でCO2排出ネットゼロを目指す。Appleは既に再生可能エネルギー100%を実現しており、2030年には製造サプライチェーン・製品ライフサイクル全体でカーボンニュートラル達成を目指す。パートナー110社以上がApple製品製造の為に使用電力を100パーセント再生可能エネルギーすることを公表し、グリーンボンド発行で調達した資金(約5000億円)の投下先も公表している。Microsoftは2030年のカーボンネガティブ実現を目指しており、その進捗を2021年1月28日に公表した。このようなGAFAM各社の状況を概観する中から、日本のサステナビリティの未来を考えたい。

(4) 「先端テクノロジーを地球環境と人類に使う気があるのか?の考察 (ビジネスドリブンな発想によるテクノロジー発展の危険性について)」

氏名： 吉橋 正浩

所属： 北陸先端技術大学院大学 知識科学プログラム博士後期課程

要旨:

Ai、IoT、Social Media、MaaS、EV、FCV、Renewable Energy。GAFAMを始めとして、先端技術を活用したビジネスは急成長し、独占的に巨額の資金を集めさらに新たなビジネスのために新技術を探究し、さらに未来のビジネスを模索している。昨今、それらは地球や人にも優しいものなのかを問う声は、少しずつ大きくなっていくが、やはりビジネスとしての優劣にフォーカスされがちである。しかし、テクノロジーの光の部分だけを見ていては、本当に必要な地球や人類のサステナビリティを失う可能性はないのだろうか。幾つかのビジネスドリブンなテクノロジーの事例を、その利点と、その裏にある課題を両方挙げ、環境経営学会の立場で論議を行えればと思う。地球と人類のサステナビリティの観点から、地球と人類の未来を前提に、テクノロジーの在り方を考えてみたい。答えは簡単には出ないが、継続的な論議は不可欠である。

以上

