

サステイナブルマネジメント

Sustainable Management

第22巻

日本学術会議協力学術研究団体
認定特定非営利活動法人 環境経営学会

目 次

巻 頭 言

- 研究会活動と論文投稿で兎のような飛躍の年に！ 4
環境経営学会会長 岡本 享二

公開特別講演

- SDGsの経営実装に向けて 6
一般社団法人日本ノハム協会 専務理事 筒井 隆司

公開トークセッション

- 地球をよりみずみずしく、豊かな状態で次世代に残す 8
ラッシュジャパン合同会社ブランドコミュニケーションマネージャー 丸田 千果

特別講演

- 瀬戸内海の海洋ごみ問題の解決に向けての取り組み—問題の「自分事」化と
「シビック・テック」を活用した実践—山陽学園 14
山陽学園中学校・高等学校 地歴部顧問 教諭 井上 貴司
須磨学園の環境問題への取り組み『できることから始める』
～生徒と教員が持続可能な社会を目指す～
ISO14001環境マネジメントシステムの導入と実践 18
学校法人須磨学園理事長 西 泰子

招待論文

- グリーンウォッシュ研究の現在と今後の方向性—建設的な議論を目指して— 22
立命館大学 東 健太郎

投稿論文

- ESGの定量的且つ相対的な把握の試み 36
(株)NTTファシリティーズエンジニアリング 丸山 秀一
統合報告書におけるマテリアリティの開示が株式資本コストに及ぼす影響について 50
(株)日本政策投資銀行設備投資研究所 長谷部 賢

研究ノート

- 中小企業における創発型責任経営の実践 64
関西大学 中尾 悠利子・公立鳥取環境大学 島田 善道

研究会報告

- エシカル消費研究会 76
環境経営学会理事 吉橋 正浩・浜野 隆行
真資本主義研究会 78
環境経営学会会長 岡本 享二
生物から学ぶ企業経営研究会 80
環境経営学会会長 岡本 享二

自著を語る

- 『新国際関係論』、大阪公立大学出版会、2022年9月 82
関西国際大学 井上 尚之

書 評

広井良典『無と意識の人類史 —私たちはどこへ向かうのか—』 東洋経済新報社、2021年5月発行	86
	大東文化大学 鶴田 佳史
久保田精一・浜崎章洋・上村 聖『コスト激増時代必須のマネジメント手法 「物流コストの算定・管理」のすべて』創成社、2021年8月発行	88
	札幌学院大学 長岡 正
編集後記	98

ARTICLES	3
----------------	---

投稿論文の募集	91
環境経営学会学会誌編集委員会規程	92
学会賞候補作品の公募	95
環境経営学会学会賞規程	96

Journal of Sustainable Management

Volume 22

March 2023

ARTICLES

Opening Article:

- Kyoji OKAMOTO (Chairman, Sustainable Management Forum of Japan)

Special Lecture at the Research Symposium of Sustainable Management Forum of Japan:

- Ryuji TSUTSUI (Managing Director, Japan Noharm Association)
"To Implement SDGs is to Make Your Business Sustainable"
- Chika MARUTA (Brand Communications Manager, LUSH JAPAN G.K.)
"Leaving the Earth in a Fresher and Richer State for Future Generations"
- Takashi INOUE (Teacher, Sanyo Gakuen Junior and Senior High School)
"Initiatives to Solve the Marine Litter Issues in the Seto Inland Sea—Thinking About the Problem as Our Own Problem and Practicing Civic Technology by Sanyo Gakuen—"
- Yasuko NISHI (Chair, Suma Gakuen)
"Suma Gakuen's Environmental Initiative 'Starting from What can be Done'—Introduction and Practice of ISO14001 Environmental Management Systems by Teachers and Students Toward a Sustainable Society—"

Invited Article:

- Kentaro AZUMA (Ritsumeikan University)
"Status Quo and Future Avenues of Greenwashing Research—Toward Constructive Discussions in Japan—"

Articles:

- Shuichi MARUYAMA (NTT Facilities Engineering, Inc.)
"Quantitative and Relative Evaluation on ESG: An Exploratory Study"
- Masaru HASEBE (Research Institute of Capital Formation, Development Bank of Japan Inc.)
"The Impact of Materiality Disclosure in Integrated Reports on the Cost of Equity Capital"

Research Note:

- Yuriko NAKANO (Kansai University) and Yoshimichi SHIMADA (Tottori University of Environmental Studies)
"Practice of Emergent Responsible Management in Small and Medium-Sized Enterprises: Case Studies in Tottori Prefecture"

Report by Research Committee:

- Research Committee on Ethical Consumption (Masahiro YOSHIHASHI and Takayuki HAMANO)
- Research Committee on Real Capitalism (Kyoji OKAMOTO)
- Research Committee on Corporate Management to learn from Biology (Kyoji OKAMOTO)

Author's Introduction:

Naoyuki INOUE, (Kansai University of International Studies)
"New International Relations"

Book Review:

- Yoshinori HIROI: *A Human History of Nothingness and Consciousness* (Review by Yoshifumi TSURUTA)
- Kubota S., Hamasaki A. and Kamimura S.: *Everything about the Management Method "Calculation and Management of Logistics Costs" that is Indispensable in the Era of Rapid Cost Increases* (Review by Tadashi NAGAOKA)

Editorial Note: Masahiro MIYAZAKI (Lead Editor)

Sustainable Management Forum of Japan
Academy center, 358-5 yamabuki-cho, shinjyuku -ku, Tokyo 162-0801 JAPAN
Phone +81-3-6824-9371
E-mail : smf@smf.gr.jp <http://www.smf.gr.jp/>
© Sustainable Management Forum of Japan 2023. Printed in Japan

[巻頭言]

研究会活動と論文投稿で兎のような飛躍の年に！

環境経営学会会長 岡本 亨二

今年も学会誌を発刊できることを嬉しく思います。

昨年は低調な投稿への反省点として、次のように述べました。『当学会としてどういうテーマが現在社会に望まれているかを示すことと、迅速な査読を通して査読論文としての価値を学会員の皆さまに示すことが大切だ』と。

このことをきっかけに、時代と社会の要請に沿った3つの研究会活動を昨年新たに立ち上げました。この論文集には新研究会の概要も掲載しています。

ご一読の上、興味のある研究会活動に奮って参加していただき、学術論文執筆の拠り所としていただけると幸いです。

学会誌の発刊は、それぞれの学会にとって財産となるとともに、投稿者にとっても、将来のCareerに影響する大切な機会を得ることができます。

当学会は日本学術会議協力学術研究団体として認められた権威のあるものです。会員諸氏にとっても査読論文の獲得数が、大学や研究機関でのCareerや就職活動に影響を与えることを認識してください。基準は大学や研究機関によって異なりますが、それぞれの大学や研究機関で独自の点数付けをして研究員としての登用や、大学教員のCandidateと見なされるような形で使われています。査読論文を数本獲得しておくことが望まれる所以です。

論文の内容に関しては、毎回述べている通り、新規性、独創性、完成度が必要です。既存の著作や論文から新たな著作や論文を作ってはいけません。

Reactiveな時代には、環境・社会問題の先進国や先進企業、あるいはそれらの著作品から学んで、企業への警鐘を促すことも大切な時代がありました。

しかし、今日のProactiveな時代においては、企業経営の中枢に環境・社会問題の解決を目指す企業群が増えていきます。また、環境・社会問題を規制する法律やガイドラインを超えた、厳しい社内ルールを設けて経営を行っています。このような観点からも、環境経営における新規性と独創性は必須です。それらを培うために同種の論文や著作を研究することも必要ですが、それ以上に社会の変化を、生活の中から学びとることが重要です。

今回寄稿していただいた3つの研究会活動報告、「エシカル消費研究会」「真資本主義研究会」「生物から学ぶ企業経営研究会」は、時代の変化と社会の要請にかなうものです。

今年どのような論文が選ばれたかによって編集委員の力量、ひいては当学会の真価が会員や社会から問われることとなります。編集委員一同も研鑽に努めています。編集委員の知見を超える論文に対しては、新たな委員を招聘して対応に当たります。会員の皆さまが、当学会誌の査読論文に掲載されることの意義と社会への発信に繋がることをご理解いただきたいと思います。多くの会員の皆さまから投稿をいただけるように、学会として最善の努力を怠りません。

研究会活動の活性化と、論文投稿への参画意欲の向上に期待しています。

[公開特別講演]

2022年度環境経営学会研究報告大会（2022年5月21日）¹

SDGsの経営実装に向けて

一般社団法人日本ノハム協会 専務理事 筒井 隆司

2022年5月21日に、環境経営学会の皆様にお話しする機会を得たことは、日本ノハム協会のみならず、私個人にとりまして大変有意義な機会でした。関係者の皆様に改めて心より御礼申し上げます。

さて人類は、ほんの50年前までは、地球はとてつもなく大きな惑星で、資源も潤沢にあると信じて暮らしていたように思います。環境汚染はすでに社会問題として紙面を賑わしていたものの、因果関係が不鮮明な問題として捉えられていました。日本経済はオイルショックという危機にもレジリエンスを発揮し、めざましい科学技術の発達は、あらゆる問題に解を見出すことができるかのような幻想を生み、企業は全社一丸となれば、創意工夫と勤労で欧米に伍して戦えるという自信に満ちていました。モノの消費が経済をけん引し、外貨を稼ぐ産業がもてはやされた時代でした。

第2次世界大戦から80年近くが過ぎ、世界人口は3倍に膨れ上がり、国家の数も4倍を超えました。地球上の生活空間は変わらぬまま、そこで暮らす人々が激増し、食料やモノの豊かさを追い求めた結果、輸送や保管、冷蔵技術の進歩にも支えられ、肉と魚の消費量はともに5倍に増え、GDPは60倍にも成長しました。

天然の魚だけでは足りなくなり、人口養殖によって生産された魚が世界の漁獲量の半分以上を占めるという状況です。人口養殖は主に湖沼や沿岸で行われますので、人間の暮らす海辺で生産される魚の量が、広い海洋全体で獲れる魚の量に追いつき、追い越したというのは、素人が考えても異常な現象です。餌や薬剤など、海の環境汚染も心配です。こうした一見「豊かな暮らし」が、これから中間所得者層が激増するアジアや、人口増加が止まらないアフリカにもそのままの形で広がれば、地球という生きた惑星の収容限界を超えるのは自明の理です。

こうして1980年代の後半から、「サステナビリティ」という新しい概念が国連や学術界、社会・環境問題を扱うNGO等で議論されてきました。四半期ごとの収支に一喜一憂し、3年程度の目標を中期経営計画と呼ぶようなビジネス界では、こうした超長期の地球規模課題を認識し、そのインパクトを危惧する企業は少なかったと思います。今では環境対策で先進的と言われ、サステナビリティの観点で優良企業と讃えられている会社でも、当時は環境保護団体や人権NGOに批判され、消費者に向けたブランド・パッシングを何とかして回避するのに躍起になっていたのです。

NGOの世界でも人口問題を巡っては、宗教指導者や保守派の政治家から糾弾され、本質的な議論を続けられないまま現在に至っているところもあります。こうした中、世界最大のNGOでもある国連が、15年というスパンで社会の課題領域を分類し、企業や市民、そして金融界を巻き込んでサステナビリティへの取り組みを呼びかけたことは画期的で、発案者のアナン事務総長の慧眼には敬服します。

国際社会が200近い多様な輪で出来た鎖とすれば、その強さは最も弱い輪の強度を超えることがないというのが物理の原則に叶った「不都合な真実」です。アラブ社会で多くの国が石油で潤っていても、近隣のソマリアが貧困に喘いで10代の青少年を誘拐し、武装海賊に仕立て続ければ、原油に依存する国々のエネルギー・ライフラインは脆弱になります。彼らが正業に就いて収入を得られれば、危険なテロリストからは足を洗い、新たな生産活動と消費市場を生む原動力となります。こうした正の循環に乗せるには従来のODAや市民の寄付では足りず、多くの企業や消費者の広範な行動が必要であり、長期的視野に立てば、それが企業や市民にとっても有益であることをSDGsは示しているのです。

そもそも企業活動は社会的価値を生み続けるために、労働力や公共インフラなどの社会資本や、地下資源や水などの自然資本を消費してきました。成長には資源消費が欠かせないという考えが支配的でした。これからはこうした考えを根本から見直すことがサステナブルな社会では求められてゆきます。企業価値は創出社会価値の最大化と消費資源の節減という指標で測られ、成長と資源のデカップリングに挑戦する企業に対して有利に働きます。老舗企業やグローバル企業も、従来の価値創造モデルだけでは自社のサステナビリティが危うくなるのです。

21世紀のY～Z世代の多くは、生まれた時からモバイル端末に囲まれ、言葉の壁も自動翻訳機能で乗り越えて、世界の同世代と簡単に繋がっていきます。モノの豊かさが幸福感をもたらすことを否定はしませんが、自らが保有するとい

うよりはアクセスと選択肢の豊かさが幸福の裏付けとなるでしょう。

SNSの普及で、国家や企業による情報統制や、不都合な真実の隠ぺいはほぼ不可能となり、新しい価値観は瞬時に世界に波及します。コロナ禍で問い直すことを余儀なくされた「働く価値」は、新しいライフスタイルの多様化を一気に推し進めています。国籍や学歴、思想信条や性自認などを乗り越えた理解や協働が可能になれば、人類は改めて大きな価値創造が出来るようになるでしょう。

より多様性に富んだ頭脳を集めて考えた方が、より柔軟で適格な対策を見出せるように、この大きな変化の胎動に気付いて行動するか、警戒して様子見を決め込むかで企業の将来が左右されてゆくことでしょう。自由経済社会では、だれも企業に変容を強要することは出来ません。しかし自ら変容に挑みたいという企業があれば、それは中小企業であろうと、ベンチャー企業であろうと、快く支援の手を差し伸べるのが成熟した社会に暮らす大人の役割です。

本格的にサステナビリティを経営に実装するには、未だ暫くは手を引いて伴走する必要があります。しかしそうしたサポートへのアクセス機会を増やし、サステナビリティで日本企業が国際競争に劣後しないように環境を整備しないと、サステナビリティ経営はグローバル企業や上場企業の取り組みに限定され、広いバリューチェーンの末端まで浸透することができません。日本が食料もエネルギーも、衣料も資源も海外に依存しているという現実、経済安全保障上は大変憂慮すべき事態です。こうした厳しい現実の下、世界のネットワークを活かし、生き永らえてゆくには、そうした資源供給国や、海外市場を包含したサステナビリティを提案し、実施できるリーダーシップが各レベルの企業にも求められてゆきます。

今後は「見て見ぬ振り」ができない社会に変貌してゆきます。社会のために正しいことを、タイミングよく実施することが市場に残る要件となってゆきます。まずは今までより数年先を考え、取引相手のもう一歩先に暮らす人や社会、環境に配慮し、そして何よりも、水や生き物の豊かさに素直に感謝し、次の世代にはさらに改善された自然環境や、ビジネス環境を引き継いでゆくという意味がSDGsの経営実装の基本だと思います。

人間が引き起こした問題は、機を逸しさえしなければ、ほぼ全てが人間の手によって解決できます。しかしその多くは人間自らが行動しなければ自然には回復しないものです。私たちの遺すべきレガシーはそうした行動を伴う知性ではないでしょうか？

註

- 1 本報告は、2022年5月21日に開催された環境経営学会研究報告大会における「公開特別講演」の講演者本人による講演内容のまとめである。

[公開トークセッション]

2022年度環境経営学会研究報告大会（2022年5月21日）¹

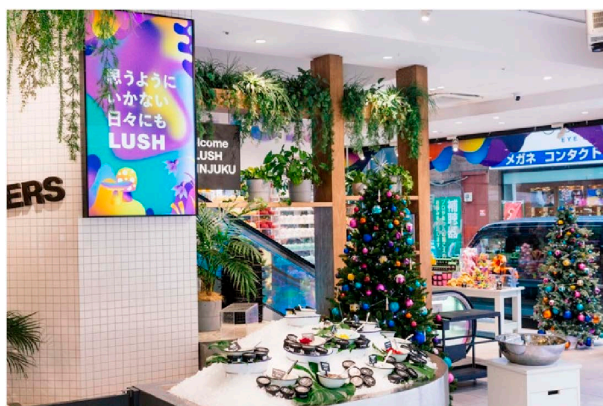
地球をよりみずみずしく、 豊かな状態で次世代に残す

ラッシュジャパン合同会社

ブランドコミュニケーション マネージャー 丸田 千果

2022年を振り返ってみると、行動制限が緩和され、街では再会を楽しむ風景が広がりました。ラッシュで働く私たちも Google Meet でつながれることに感謝しながら、「やっぱり直接会いたい」という気持ちの高まりを感じ、少しずつ出張を再開しました。そんな中、世界に目を向けてみると、ロシアによるウクライナ侵攻は終わりが見えず、東アジアの国際関係も緊張が高まり、世界的な物価上昇や円安が続きます。異常気象や自然災害は今年も日本を含む世界各地を襲いました。

クリスマスシーズンはラッシュにとって一年で最も忙しい季節。つまり、一年で一番多くのお客様にお会いできる季節です。例年はクリスマスの季節限定商品や贈り物のプロモーションやキャンペーン等で忙しくなるこの季節ですが、「今年は何もとは違った過ごし方をしよう」ということで、2022年の年末に全国のショップでは「思うようにいかない日々にも LUSH」というウィンドウメッセージを掲げました。



新宿駅東口のLUSH新宿店にて（2022年12月）

手提げ袋のデザインもアップデートし、これまで展開していた「NO! 動物実験」のメッセージに代わり、「思うようにいかない日々にも LUSH」の原案である英語の“**For days when ‘the world is too much with us’, there is Lush**”というメッセージを入れました。



「地球をよりみずみずしく、豊かな状態で次世代に残す (Leaving the world LUSHer than we found it)」というブランドの使命を掲げているラッシュでは、 unnecessaryパッケージのごみを減らしたいという信念を持ち、「使い捨て」ではなく資源を大切に「使い続ける」取り組みを行っています。使用済み容器を水平リサイクルする循環型容器返却プログラム「BRING IT BACK」に加えて、商品のお持ち帰りに使う手提げ袋の有料化もその一つです。この手提げ袋の消費税を除く売上げの全額は、ラッシュが運営する基金「Re:Fund (リファンド)」を通じ、生態系や社会システムの再生活動を行うプロジェクトに助成されます。

ラッシュの企業活動が環境や社会に与える影響 <https://weare.lush.com/jp/lush-life/our-impact/>

“The world is too much with us”は、ラッシュが生まれたイギリスの詩人、ウィリアム・ワーズワースが産業革命時代に書いた詩のタイトルです。日本語では「世界は手に負えない」と訳され、自然と経済成長のせめぎ合いの中で人間が抱える悩みを捉えています。実は2022年に、ラッシュの共同創業者、マーク・コンスタンティンとその家族、そしてラッシュで働く私たちにとっても、大変悲しい出来事がありました。7月、癌と戦っていたマークの7歳の孫が闘病の末、息を引き取りました。孫を亡くして悲嘆に暮れるマークに、イギリスのビショップキャッスルを拠点にするポエトリーファーマシーのオーナー、デボラ・アルマ氏（マークの友人でもあります）が「処方」したのが、ウィリアム・ワーズワースのこの詩でした。デボラから詩を処方されたマークはこう語っています。

「『For days when “the world is too much with us.” マーク・コンスタンティンのために特別に処方された蒸留物、万能薬、回復薬、治療薬（比喩的な意味以外では飲み込まないこと）』。これは私の人生の命綱となりました。人生はこうした思うようにいかない出来事を、誰にでも投げかけてくるものです。だからこそ、私たち人間は気持ちを共有し、共感することができるのです」。

12月から始まるウィンドウキャンペーンの準備をしながらたくさんのウィリアム・ワーズワースの詩に出会えたことは、私の2022年のハイライトの一つかもしれません。自然詩人とも呼ばれているワーズワースは、“Lines Written in Early Spring”という詩の中でこんな言葉を私たちに残してくれました。

**I heard a thousand blended notes,
While in a grove I sate reclined,
In that sweet mood when pleasant thoughts
Bring sad thoughts to the mind.**

人間の心は自然の一部
私も自然と結びついている
だがそのことが私を悲しくさせる
人間は自然に何をしたかと

ラッシュは自然の恵みを享受したフレッシュハンドメイドコスメをお客様に届け続けていますが、2017年頃から渡り鳥を追った新たな原材料調達プロジェクト、「リジェネラティブバイイング」が始まりました。ちょうど同じ頃、ラッシュではイギリスのEU離脱の是非を問う国民投票の結果を受けて、創立から初めて「ラッシュの信念」に変更が加えられるという大きなニュースがありました。その時加えられたのが、この一文です。

We believe that all people should enjoy freedom of movement across the world.

私たちは、誰もが世界を自由に行き来し、その自由を楽しむべきであると信じています。



ショップの壁に掲げられる「ラッシュの信念」

日本国内や世界各地のサプライヤーの皆さんからの素晴らしい原材料を仕入れているラッシュにとって、自ら足を動かしながら直接生産者を訪れ、顔の見える関係を築いてきたことはブランドにとっての資産です。また、イギリスで生まれたラッシュにはヨーロッパ各地から、パッションとスキルを持ったメンバーが集まり、長年一緒にビジネスを成長させてきました。そんな同僚たちがイギリスという国に歓迎されないことに怒り、心を痛めた共同創立者たちが信念にこの一文を加えると聞き、鳥肌が立ったことを今でも覚えています。

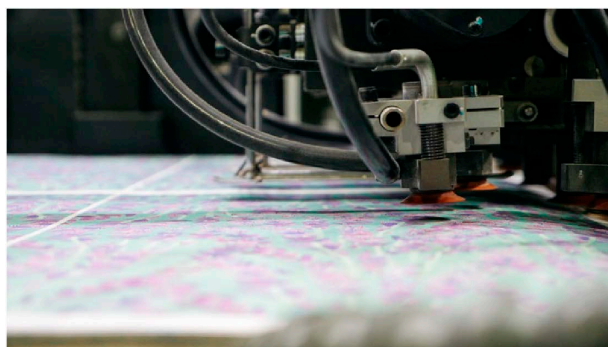
そして、信念に「移動の自由」が加わったラッシュのバイヤーが「これからは鳥を追う」と発表がありました。コスメブランドのラッシュが真剣に鳥のことを考え、鳥を追って商品開発をしていると聞いたら、「一体何をしてるんだ」と思うかもしれません。世界各地で原材料の買い付けに勤しむラッシュのバイヤーは何年もの間、持続可能な方法で原材料を調達することに取り組んできましたが、近年地球上の様々な問題が深刻化する中で、新たな原材料の調達方法を切り拓くことが求められていました。そこで着目したのが、人間が決めた国境にとらわれずに移動をする、鳥です。LUSH SPAというトリートメントサービスの音楽にさえずりが使われていることから商品開発者の鳥への深い愛にお気づきの方がいるかもしれませんが、鳥はラッシュの信念に掲げる「移動の自由」の象徴的な存在であることに加え、時には生態系の豊かさの象徴として、私たちの進むべき方向を示してくれます。そんな自然の豊かさを象徴する鳥が羽を休めたり、子育てをする場所を未来に残すため、鳥に導かれてたどり着いた地で、地域経済循環や暮らしの豊かさを探求する原材料の購買活動が始まりました。

絶滅が危惧されるある鳥に導かれ、たどり着いたのは群馬県みなかみ町。ここは、公益財団法人日本自然保護協会が地元の地域協議会と林野庁とタッグを組み、生物多様性の復元と持続可能な地域づくりを進める「赤谷プロジェクト」の活動拠点です。みなかみ町の北部に広がる国有林「赤谷の森」には一つがいのイヌワシが暮らしています。食物連鎖の頂点に君臨するイヌワシが生息する森には、その獲物となる下層の動植物も生息すると考えられるそうです。豊かな生態系がこの場所に存在していることを教えてくれるイヌワシは、赤谷プロジェクトの大切な一員です。

そんなイヌワシは今、日本の森から姿を消してしまうことが懸念されています。現在国内に約200つがい、500羽程度が生息すると推定されていますが、かつてイヌワシが空を舞っていた国内約300カ所のうち、すでに90カ所以上でイヌワシは姿を消し、残された場所でも子育てをする頻度は年々低下しています。この背景の一つに、イヌワシが餌を捕まえる狩り場が減っていることがあげられます。戦後、日本では燃料や建設に使われる木材需要が増加し、拡大造林政策によってスギやヒノキが全国に植えられました。しかし、その木々が成長するまでの木材供給を輸入材に頼ってきたため、木が育った今、日本の山には管理が行き届かない人工林が広がってしまいました。木が密集している人工林では、イヌワシが獲物とするノウサギやヘビを捕まえることができません。また、このような森には太陽の光が入りにくいため、地表の植物も育ちません。そこで赤谷プロジェクトでは、イヌワシの狩り場を創出するために人工林を伐採し、地元の職人たちがその木材を活用する動きが始まりました。



鳥に導かれてたどり着いたみなかみの恵みをどう商品化できるか、イヌワシが舞う赤谷の森で考えを巡らせ生まれたのは、木屑を混ぜた「イヌワシペーパー」でした。地元の職人が木を加工する際に出る木屑は、四国で150年続く老舗の製紙会社によって和紙となり、鮮やかなデザインを施したギフトペーパーが2018年に完成しました。赤谷の森では、イヌワシの狩り場の創出のために間伐、皆伐が続いています。その継続的な取り組みを空から見続けていたのか、2010年から6年連続で繁殖に失敗していたイヌワシは2016と2017年、2年続けて繁殖に成功しました。そして2020年の冬、赤谷の森から3年ぶりにイヌワシの幼鳥が巣立ち、地元の小学生はこの幼鳥に「ミライ」という名前を贈りました。(イヌワシを追い始めてから気付いたそうですが「イヌワシは実は渡らない鳥だったんです…」とバイヤーから聞いた時は、思わず笑いました)



バイヤーと一緒に鳥を追い始めて数年経ちますが、「どうしてこんなに鳥に対してロマンを感じるのだろうか」と考えたことがあります。きっとそれは、鳥という生き物は人間が持っていない「空を飛ぶ」というスキルや、人間が自然破壊を続ける中で豊かな生態系が残る場所を教えてくれるという感性を持ち、出会いたくても出会えない存在であるからこそそのセレンディピティに心惹かれるのかもしれない、と感じています。だから空を見上げることって、心が落ち着くだけでなく、どこで何に出会えるかな、とワクワクするのだと思います。

そんな「空」にちなんだウィリアム・ワーズワースの詩でこの文章を終えてみたいと思います。2023年も「地球をよりみずみずしく、豊かな状態で次世代に残す」ために今自分たちができることに向き合い、詩や文学、アートの力に頼りながら、自然と人間の関係性を育んでいきたいと思います。

The Rainbow

William Wordsworth

MY heart leaps up when I behold

A rainbow in the sky

So was it when my life began

So is it now I am a man

**So be it when I shall grow old,
Or let me die!
The Child is father of the Man
And I could wish my days to be
Bound each to each by natural piety.**

註

- 1 本報告は、2022年5月21日に開催された環境経営学会研究報告大会における「公開トークセッション」の講演者本人による講演内容のまとめである。

[特別講演]

2022年度環境経営学会秋季研究報告大会（2022年10月20日）¹

瀬戸内海の海洋ごみ問題の解決に向けての取り組み

—問題の「自分事」化と「シビック・テック」を活用した実践—

山陽学園中学校・高等学校 地歴部顧問 教諭 井上 貴司

I. 瀬戸内海の海洋ごみ問題と地歴部の活動

地歴部は山陽学園中学校・高等学校の生徒会の部活動の1つであり、中学生と高校生あわせて52名の生徒が所属する。地歴部が瀬戸内海の海洋ごみ問題に注目して、その解決に向けて活動を始めたのは2008年であり、今年で16年目を迎える。

海洋ごみ問題や海洋プラスチック問題は現在では国際社会、政府、企業が解決すべき環境問題として知恵を絞り、サービスの向上や商品の開発が著しいが、活動を始めた当時を振り返ると中高生が漁船に乗って底曳き網で海底ごみを回収する活動は、世間では「面白い活動」という位置づけで紹介される程度であった。

生徒が活動する瀬戸内海は日本最大の閉鎖性海域であり、風光明媚な多島美が広がり、多種類の魚介類の水揚げや物流航路が広がる素晴らしい海域である。しかし、大量生産・大量消費・大量廃棄の時代を迎え、安価・丈夫・便利な石油製品であるプラスチック製品が海洋ごみとして瀬戸内海には溢れ、それに伴い漁獲量の減少など海洋汚染が深刻化した。

海洋ごみ問題は瀬戸内海のみ環境問題ではない。しかし、生徒と海洋ごみ問題の解決に挑戦したいと考えた理由は、閉鎖性海域は外洋からの影響は少なく、沿岸域の影響が色濃く反映される。つまり、沿岸域の住民の意識と行動の変化を促すことができれば、瀬戸内海の海洋ごみ問題の解決に向けて必ず一歩を踏み出すことが可能であると確信したからである。また、学校内での学びと共に、社会や地域の一員として生徒も社会や地域に軸足を置いて問題解決に寄与する経験ができることは、学びを深めると共に持続可能な社会を実現するその担い手の育成に繋がると考えたからである。

地歴部の活動は公的回収者が不在である海底ごみ、過疎化と高齢化が著しい島嶼部の海岸漂着ごみの回収活動で現在堆積や散乱する海洋ごみの量を減少させる活動と、発生抑制のための啓発啓蒙活動で未来に発生する海洋ごみを減少させる活動である（写真1・2）。海底ごみの回収活動は、漁業関係者の協力のもと漁船から底曳き網を海底に入れてごみを引き上げる。また、島嶼部へ渡り生活圏で発生し、漂着を繰り返す海岸漂着ごみの回収活動に取り組む。啓発活動では海洋ごみの起源でもある生活ごみが市民の手を離れる時（廃棄時）の意識と行動の変化を促せるように訴え掛ける実践に取り組む。1つのペットボトルがポイ捨てされると、街中⇒用水路⇒河川⇒海洋⇒海岸・海底と移動する間の物理的な刺激により約15,000個ものマイクロプラスチックに細分化され、ごみは見えなくなり拾えなくなる深刻な現状を市民へ訴え掛けている。



写真1 漁船からの海洋ごみ回収活動

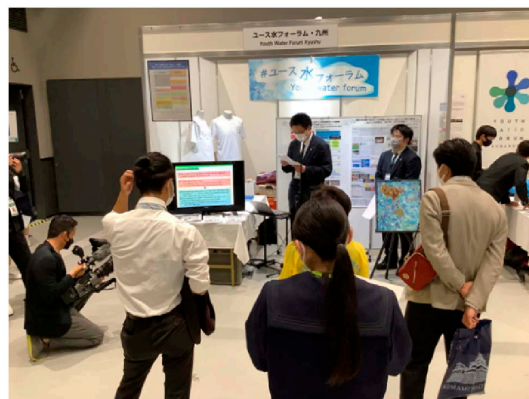


写真2 アジア・太平洋水サミット

II. SDGs（持続可能な開発目標）と活動の具体的な目標

2008年から継続する地歴部の活動であるが、その活動を生徒が問題をより自分事化できて落とし込めたのが2015年に国連で提唱されたSDGs（持続可能な開発目標）である。SDGsは17の目標と169のターゲットで構成される。この世界が解決すべき目標と生徒が取り組む活動を照らし合わせ、生徒の活動がどの目標の達成に寄与しているかを具体化したのである。例えば、目標12:「つくる責任つかう責任」を生徒の活動目標に当てはめると、ごみの廃棄者の責任ある行動を促す啓発活動の実践に該当する。その他、地域の特徴や差について共通認識と相互理解を持ってもらうこと、学びから問題の解決に向けて理解と行動を促すこと、海からの恩恵に感謝して生物多様性を守ること、ステークホルダーとの地域協働によって問題の解決に取り組むことなど、生徒の取り組みが世界の目標に近づいた実感と手応えは、それまでの漠然とした取り組みから、生徒に自信を与えると共にその後の生徒の活動のビジョンや取り組むべき課題が明確となり、より積極的に活発な取り組みへと加速した。

III. 市民に対して問題を「自分事」化してもらう実践

瀬戸内海の海洋ごみ問題を解決する地歴部の活動は、海洋ごみの回収活動と啓発活動である。啓発活動ではメディアからの情報発信、展示会や啓発イベントの開催、体験学習会の開催、国際会議や学会での問題提起や報告など多岐にわたる。その目的は市民への問題の認知と理解、行動の変化を促すことである。

啓発活動をする傍ら、生徒がその問題点を指摘した。地域の公共施設での出前講座への参加者は、高齢者や問題に対する意識が高い市民の割合が高く、あらゆる世代への広がりや乏しく、本当に伝えたい市民へ伝わらないこと、さらに海洋ごみと普段の生活や地域との距離感があるため、問題を他人事としてまたは海辺近くに限定した問題であると認識している市民が多いことである。

そこで生徒はこの課題を解決するために「問題の自分事化プロジェクト」を立ち上げた。キーワードは「日常生活」と「(居住) 地域」からのアプローチである。市民の日常生活から気付きを与える舞台に選んだのはスーパーマーケットなどの商業施設である。普段の生活では余程の理由がない限り、同じ商業施設で買い物を繰り返す。商業施設で販売されるものは、プラスチックやビニール製品、またはビニール包装された商品、ビニール製のレジ袋へ入れて持ち帰られるなど多くの石油製品に溢れている。喉が渇いて購入したペットボトルの飲み物は飲み干すまでは商品として大切に扱われるが、飲み干した後はごみとなりその価値はなくなり、廃棄や処分への意識は高いとは限らない。商業施設とは言わば経済（販売）と環境（環境保全）の交差点であり、あらゆる年齢層が利用することから、啓発活動の効果は高いと考えた。

商業施設では商品棚の近くへ実際に回収した海洋ごみの提示を構え、パネル展示を行い、買い物客に対して訴え掛けを行うことで、買い物かごの中の購入品に含まれるプラスチック製品の多さに気付きを与え、適切な廃棄や積極的なリサイクルへと促すことを実践した（写真3）。

市民の（居住）地域での実践は、地域の用水路調査である。市民が住む地域へ出向いて講演会を行う機会が多い。しかし、海洋ごみ問題はスケールがあまりにも大きく、聞き手に自分事として捉えてもらうことは簡単ではない。そこで、講演会では一般的な内容に加えて、訪問した地域で事前に取り組んだ用水路のごみ調査の結果を報告することで、市民の足元のごみの様子を理解してもらえよう努めた（写真4）。用水路のごみは、河川へ通じて海へ流れ出る。つまり、市民の居住地域の足元は海へ繋がることを理解してもらい、身近な生活ごみが海洋ごみとなっている現状に気づいてもらった。



写真3 商業施設での啓発活動



写真4 用水路調査

これら2つの自分事化の取り組みにより、あらゆる世代に対して日常生活や地域から気付きを与え、問題を自分事として捉えてもらった。日常生活に海洋ごみ問題は起因すること、陸域と海洋には繋がりがあることへの理解は、市民の今後の行動変容に必ずつながると考える。

IV. 「シビック・テック」を活用した実践

コロナ禍において生徒の活動は大きく制限を受け、回収活動や啓発活動ができない日が続いた。この期間を利用して今までの活動を見直して課題を洗い出した。その結果、「ごみの廃棄者＝全市民」であり、問題に対して意識が高い市民のみの取り組みではなく、無関心者や取り組む時間がない働く世代や若い世代など全市民への働き掛けが更に重要であると考えた。地歴部では海洋ごみの回収活動と発生抑制の啓発活動に取り組むが、その回数・参加者（対象者）・地域は限定される。しかし、海洋ごみ問題のような環境問題の解決へは一部の市民の積極的な行動だけでは解決は難しく、全市民の力を結集する必要がある。地歴部では「1人の100歩ではなく、100人の1歩」を目標として、市民に廃棄者としての自覚を持ってもらい、市民に問題の「解決者」になってもらう実践に挑戦した。

具体的な取り組みは「シビック・テック」を活用することである。シビック・テックとはシビック（市民）がテック（技術）を利用して社会問題などを解決していくものである。市民が技術を持つことはハードルが高いように感じるが、生徒が目にした技術は日常生活に浸透したスマートフォン（スマホ）の活用である。市民にスマホを使用してもらい、海洋ごみ問題の解決者になってもらうのである。この実践に向けて生徒は市民が容易に利用できるスマホのアプリを作成した（写真5）。市民に海洋ごみの原因となる街中の散乱ごみの回収や調査に取り組んでもらい、そのデータを送信してもらい、ごみのホットスポット（集積場所）を明確にするのである。アプリの作成にはArcGIS Survey123を利用して、スマホ機能を十分に活用できるように工夫した。生徒のアプリの利点は、①無料でダウンロードが可能、②アカウントやサインインを省略したこと、③ごみの位置情報やごみの種類・個数が容易に入力・送信可能、④収集したデータからごみの特徴や集積場所の明確化が可能である。市民の皆さんに海洋ごみの回収作業をお願いすることは容易ではない。街中の散乱ごみの回収作業さえもごみ袋・トンゲなどの道具が必要であり、時間の制約も付きまとい、計画的な活動となる。しかし、街中ごみの調査は通勤・通学の途中、買い物・散歩の合間など「〇〇のついで」という軽い感覚で市民が取り組むことが十分可能である。

これらの活動を通して参加者には街中に散乱するごみの存在に気付いてもらうこと、海洋ごみ問題の解決に寄与できた美化意識や貢献意識の醸成に繋がる。さらに、市民からの送信データより、若い世代からの送信が多く、スマホを上

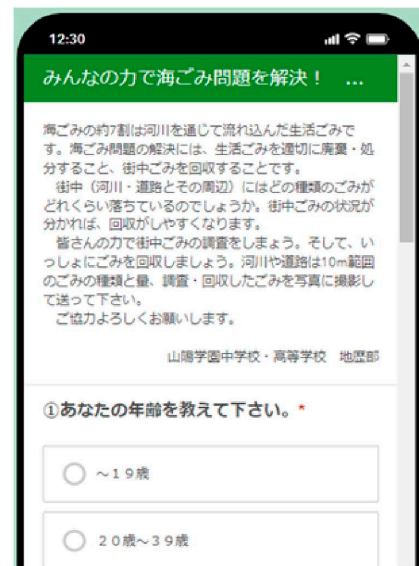


写真5 アプリのスマホ画面



図1 市民からの送信データから「街中ごみMAP」を作成

手く使いこなす世代から注目されていることが分かった。さらに、送信地点は地図上に点として表示され、ごみの種類と個数を把握できることから、ごみの集積場所とその特徴を明確にすると共に参加者に対して「地図化（見える化）」して還元することで、市民の普段の清掃活動の効率化に繋がるなど、一過性の活動ではなく持続可能な実践となっている（図1）。これらの収集データは今後行政や企業とも共有することで、市民サービスの向上やCSR活動に役立ててもらいたいと考えている。

V. 持続可能な社会の担い手の育成

地歴部の生徒は3年間ないしは6年間で入れ替わりながら、海洋ごみ問題の解決に向けて課題を見出し、その解決に向けて方法を考えて実践する探究を繰り返しながら、経験や学びを獲得して成長する。中高生という多感な時期に社会・地域に目を向けて、ステークホルダーと協働しながら活動に没頭できる経験は貴重である。SDGsのゴールは現在の段階で2030年に設定されているが、その時生徒は社会の中で活躍する時期を迎えている。地球の未来をどんな社会にしたいのか、どのような地域になってほしいのかを常にイメージしながら現在の活動に取り組み、学びを獲得していくことは苦労もあるが、大変充実した環境にあると感じる。

海洋ごみ問題は今や世界が解決を急ぐ人類共通の課題となっているが、長い期間を経て発生した環境問題であるため、その特效薬はない。しかし、海洋ごみ問題の本質を理解して、SDGsの目標を達成するために中高生の目線から目標に具体化することで、世界との距離を縮めたことは大きな自信を得たに違いない。そして、あらゆる問題に必要な不可欠な自分事として問題を市民に捉えてもらうために、日常生活や地域からアプローチを試み、最終的には全市民に訴え掛けることを可能としたスマホアプリを作成し、若い世代を中心に多くの送信が届いたことは市民が問題を自分事化できた証拠ではないだろうか。送信内容から参加者は手軽にごみを見つけることを「宝探し」感覚で楽しみ、生徒は送信内容を地図化（見える化）する際に「パズル」感覚で楽しみながら取り組めることが遣り甲斐や充実感につながっていると考える。

中高生の実践は始まったばかりであり道半ばであるが、学校を卒業して社会へ出てこの経験と学びはあらゆる分野で良い影響を及ぼすと確信している（図2）。

【アプリ DL 手順①OS】



iPhone →



【アプリ DL 手順②調査票】



図2 アプリDLについて

註

- 1 本報告は、2022年10月20日に開催された環境経営学会秋季研究報告大会における「特別講演」の講演者本人による講演内容のまとめである。

[特別講演]

2022年度環境経営学会秋季研究報告大会（2022年10月20日）¹

須磨学園の環境問題への取り組み

『できることから始める』

～生徒と教員が持続可能な社会を目指す～

ISO14001環境マネジメントシステムの導入と実践

学校法人須磨学園理事長 西 泰子

I. はじめに

日本では1960年代から文部省（現：文部科学省）主導で環境教育が推奨され、環境問題に取り組む学校が徐々に増えてきた。環境問題は多岐の分野に渡っており、学習領域も自然科学や社会科学だけでなく、個人の精神性の問題にまで及んでいる。そのため、環境への取り組みを継続的に実践して成果をだすことの難しさが課題となっている。そこで、本校は環境に関わる取り組みの枠組みとして2007年に環境マネジメントシステム（EMS）の世界的標準であるISO14001を導入し、環境教育の実践的取り組みを開始した。

II. ISO14001の方針と取り組み

ISO導入に際して、様々な点からの環境要因、役割分担、具体的な取り組みを再度検討し具体的な目標を設定することで結果・成果の可視化が可能になった。

1. 基本方針（図1）

- ①教育活動を通じて人と自然の関わりを考え、教えることにより環境保全を積極的に進める人材を育成する。
- ②環境関連の法規、規則、条例、協定、また国際的環境指導原則の要求事項を遵守するとともに、自主基準を制定し、環境保全に努める。
- ③環境目的及び目標を定め、内部監査を実施して、環境マネジメントシステムの継続的な改善を図る。

2. 取り組み

基本方針をベースとして本学園は以下の項目について優先的に活動し、環境の維持と汚染防止に取り組む。

- ①生徒、保護者への環境教育の実施
 - ②グリーン購入の積極的推進
 - ③環境保全に関わる社会活動に積極的に参加し、地域社会との共生に努める。
3. 教育活動のすべての場面において、気候変動の緩和及び気候変動への適応に配慮した省エネルギー、省資源、廃棄物削減、持続可能な資源の利用、リサイクルに積極的に取り組み、生物多様性及び生態系の保護を含む地球環境を守る意識を高めていくことに努める。学校のすべて教職員がこの環境方針を理解し、実践する。また、生徒・保護者に対して周知するとともに、広く一般にも公開する。

III. ISO14001の実践

1. 省エネルギー

不要な照明、無駄な点灯はしない。空調は適切な温度を設定し、トイレ改修により人感センサー設置で照明つけっぱなしを防止する。

2. 省資源

「トイレ用擬音装置」を設置し、無駄な流水を防止する。校内伝達業務のペーパーレス化を推進する。教室にプロジェクターを設置していつでもWeb授業に切り替えられるように環境の整備を行う。

環 境 方 針	
<p>■基本理念</p> <p>須磨学園は、「実学」を建学の精神とし、科学的知識に基づく合理的な判断力を養い、それを実践する豊かな知性と正しい徳性を兼ね備えた21世紀を担う健全な若人の育成を目指しています。</p> <p>須磨学園は、新しい世紀を迎え、学校としてSDGsにも取り組むことでより社会的なニーズとバランスを取りつつ、その社会的役割を再認識・再規程し、教育環境をさらに充実させ、また、「環境」の重要性を認識し環境問題について学習し考察してだけでなく、教職員が日々の教育活動を通じて環境との共生を実践します。</p>	
<p>■基本方針</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) 本学園の教育理念に則り、教育活動を通じて人と自然との関わりを考え、教えることにより環境保全を積極的にすすめる人材を育成します。 2) 環境関連の法規、規則、条例、協定、また国際的環境指導原則の要求事項を遵守するとともに、自主基準を制定し、環境保全に努めます。 3) 環境目的及び目標を定め、内部監査を実施して、環境マネジメントシステムの継続的な改善を図ります。 4) 須磨学園は以下の項目について優先的に活動し、環境の維持と汚染防止に取り組みます。 <ul style="list-style-type: none"> ○生徒、保護者への環境教育の実施 ○有害な環境影響を防止又は緩和することによって、環境を保護する ○国連目標「SDGs」に賛同し、社会貢献を行う事業、環境保護に関わる社会活動に積極的に参加し、地域社会との共生に努める 5) 教育活動の全ての場面において、気候変動の緩和及び気候変動への適応に配慮した省エネルギー、省資源、廃棄物削減、持続可能な資源の利用、リサイクルに積極的に取り組み、生物多様性及び生態系の保護を含む地球環境を守る意識を高めていくことに努めます。 <p>学内の全ての教職員がこの環境方針を認識し、また、生徒・保護者に対して周知するとともに広く一般にも公開します。</p>	<p>2022年 4 月 1 日</p> <p>学校法人須磨学園 理事長 西 泰子</p>

図1

3. ゴミの削減とリサイクル

生徒会の環境維持委員会を中心にゴミの分別と削減運動を推進している。来校者にもゴミの分別と削減の協力をお願いし、ペットボトルや古紙のリサイクルを徹底して推進している。卒業生が使用していた靴を海外に寄付するプロジェクトにも参加している。

4. 環境教育の推進

環境にかかわる指導計画を立てて学習指導を行っている。環境維持委員会を中心にゴミの分別と削減運動を推進し、生徒自ら学園の環境維持に積極的に関わり取り組んでいる。

IV. 実践の評価（定期維持審査）

実践の評価は三年に一度のスパンで日本規格協会から審査を受ける。本校の外部評価においては2007年度以来2022年度まで不適合はなく改善すべき重大な事項の指摘も認められていない。ただし、省エネルギーの実践においては明確な効果がでていないといえない（図2、図3）。

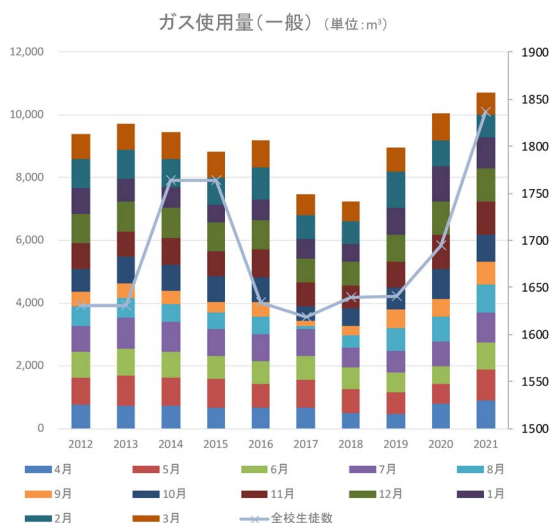


図2

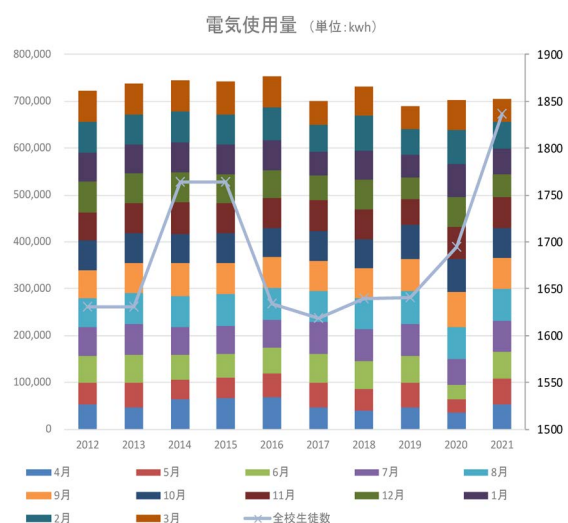


図3

V. 今後の課題

須磨学園の環境方針の一つとして「国連目標『SDGs』に賛同し、社会貢献を行う事業、環境保護に関わる社会活動に積極的に参加し、地域社会との共生に努める」とがあるが、食品廃棄ロス削減の具体的な施策、目標が策定されていない。「持続可能な開発目標（SDGs）」の目標の一つに「つくる責任・使う責任」という項目があり、11項目の具体的なターゲットの設定がなされており、その三番目に位置するのが「食品廃棄物の半減及び食品ロス減少」である。今後は食品廃棄の半減及び食品ロスの減少についての具体的な具体的施策・目標を設定していく必要がある。

2022年度 環境目標(案)		(部門名:)	(部長名:)	
学年	クラス	環境目標	設定理由	※すべてを記入して下さい
K3	1	教室を快適な環境に	授業など教室の環境を良く保つことで集中できる	
	2	ごみの分別	ペットボトルのキャップラベルを分別できていない時があるから。	
	3	教室の環境維持徹底	よりよい勉強環境を作るため	
	4	気付いた人から行動!	ゴミ箱の袋など気づいた人から行動すれば、教室もきれいになるし、学校全体もきれいになると思っています。	
	5	誰かがやるではなく自分がやる	ほったらかしにされているゴミ袋等がなくなりました。	
	6	心細い・怒ま・ズリま!	勉強に取り組みやすい教室にするため。	
	7	固形を落とさない!	クラスがきれいになると、雰囲気もよくなるから。	
V2	1	掃除機、雑巾	環境が美しく保たれれば、心持も明日も明るいものになると思ってるから。	
	2	掃除をして心も磨こう!	空気を切り替えることで、新たな気持ちで勉強に取り組むことを目指したい気持ちから選びました。	
	3	ゴミを見つけたら拾う	最近校内にマスクやティッシュのゴミが落ちていっているのを良く見るから。	
K2	1	早く丁寧に掃除をする。	授業が終わったらすぐに部活にいかないといけないので短い時間できれいに掃除できるようにしたいから。	
	2	隅々までゴミのないクラス	きたないクラスは担任や教員担当の先生方がきまらなく授業をうけるため	
	3	キレイな環境を保とう	文化祭の準備などで使用した教室や場所をきれいに保つ。	
	4	テリを譲りより学びを譲ると須磨学生	美しい教室で勉強できるようにしよう!	
	5	学校のキレイを維持しよう	今よりキレイにするのは難しいが、現時点でのキレイを維持するのは全員にとって達成し易いから	
	6	教室をきれいに保つ	衛生的な方が、勉強に集中できるから。	
	7	キレイは足元から〜床に荷物を置かない〜	教室が狭く、荷物が散らかってしまうので、掃き掃除を徹底に行うために、荷物を床に置かない。	
	8	教室を美しくして、みんなの心も美しくする	学習にふさわしい環境とはきちんと整備された場所であると考ええるから。	
V1	1	クーラーを頻繁に上げ下げしない	節電のため	
	2			
	3	教室をキレイに保つ	教室をキレイにしたら気持ちよく過ごせるから。	
K1	1			
	2	キレイな学校のイメージを崩さないで保つ。	全校生徒がこの学校で気持ちよく過ごしていくため一人一人の協力が必須だから。	
	3	教室はゴミを落とさない	気持ちよく授業を受けるため	
	4	すみずみまで目を配ってそよを!	すみずみまできれいなから	
	5	突然変化になりたい自分になるために!	なりたい自分になるためには、教室の環境を良くすることも大切だと思ったから	
	6	こまめに電気を消して、世界を明るく!	普段から使わない時、人がいない時に電気を消して節電をこころがけてもらうため。	
	7	廃棄物の分別管理を徹底する!	埋立地が減っているということが問題になっており、これをすることでゴミの量が減ったり、焼却効率が高くなることで焼却炉の寿命や埋立地の寿命につながるため。	
S2	1	塵も積もればゴミ屋敷、汗を流してゴミ溜め	掃除を怠ら、命や健康の大切さをリズム良く伝えたかった!!	
	2	丁寧に清掃をして、クラスも心もクリーンに	周りの環境がきれいになることで、勉強に集中できるようになったり、クラスがきれいになることによって達成感を味わえることができると思ってるから。	
	3	クリーンでグリーンな教室!	1階は自然にあふれているから。	
	4	Bye-Bye Plastic	パブリックでは14階建ての建物に相当するプラスチックゴミが出ているから。	
S1	1	丁寧に清潔なクラスを保つ	きれいな教室だと園医さんにも集中できるから。	
	2	その日の汚れはその日のうちに!!	その日に出たごみをその日の内に片付ける(なくす)ことができるときれいさを保つことができるし、二日を気持ちよくスタートできると思ってるから。	
	3	クラスの環境をより良く、そして成績もより良く!	クラスのみんなが健康に過ごせるため環境を整えて学習環境を良くすることでクラスの成績をみんなでも良くする!	
	4	キレイ キレイ しよ!	クラス全体がやる気を持って、掃除できるように	
J2	1	かんきでかんきょうを築こう!!	この前、二酸化炭素のやつが1000を超えていたので、換気をしようと思ったから。	
	2	心も手も教室もきれいにしよう!	そうしただけでなく、ゴミも気を付けて健康に過ごしていきたいから。	
	3	毎日、掃除パラダイス!!	楽しく、丁寧にみんなで協力して掃除をしてほしいため。	
	4	教室をピカピカに	床にほこりや塵ずみ、窓の汚れをほぼ"ゼロ"にして使い易い教室にしたいから。	
J1	1	節電していても心は明るく	節電のために電気を消して教室が暗くなっていてもクラスの質は明るいままできてほしいから	
	2	決まった時間に電気を消す	電気は貴重なエネルギーだから	
	3	心も教室も美しく!	クラスのみんなが健康に過ごせるため	
	4	教室と心をきれいに保とう	教室をきれいにすると心も清々しくなり、美しく過ごせるから。	

ご協力ありがとうございました。
環境維持委員会

図4

註

- 1 本報告は、2022年10月20日に開催された環境経営学会秋季研究報告大会における「特別講演」の講演者本人による講演内容のまとめである。

[招待論文]

グリーンウォッシュ研究の現在と今後の方向性

—建設的な議論を目指して—

立命館大学 東 健太郎

Status Quo and Future Avenues of Greenwashing Research

—Toward Constructive Discussions in Japan—

Kentaro AZUMA

Ritsumeikan University

【Abstract】

Greenwashing has not been discussed much until 2020 in Japan, but the attention has been sharply increasing since then, as indicated by the results of keyword searches in Japanese leading newspapers and academic articles (Table 1). Japanese culture, which often respects harmony over criticism, might have played a role in this late emergence of the discussion. Rising attention toward greenwashing in Japan can be attributed to the recent development of ESG (Environment, Social, and Governance) investing. Responding to the situation in Japan, this study reviews greenwashing research published in English academia and presents it in the Japanese language.

The implication of this study is threefold. First, diverse topics and empirical results presented in English academia indicate that greenwashing will be an unavoidable problem also in Japan. Limited empirical results in Japan are a void that shall be filled by future research. Second, the prevention of greenwashing is one direction pursued by a body of previous studies, and stringent regulations and ICT are promising measures in this regard. Symbolic and perceptual greenwashing, however, are not identical (Figure 2), and the measures discussed in the previous studies mainly relate to the former; the reduction of perceptual greenwashing is an agenda to be addressed in the future. The third point relates to how society should accept greenwashing. Although the prevention of greenwashing is an important approach, eradication of greenwashing is not a realistic target to pursue. In this vein, the positive roles of greenwashing have been explored in recent previous studies, which indicates another future research direction.

キーワード: グリーンウォッシュ、グリーンウォッシング、環境経営、社会環境会計

Keywords: greenwashing, environmental management, social and environmental accounting

I. はじめに

脱炭素、SDG (Sustainable Development Goals)、ESG (Environment, Society and Governance) 投資などの隆盛に伴い、企業による環境対応が急速に進んでいる。現在の企業には、reactiveな受け身の姿勢だけでなく、先をみこしたproactiveな積極的姿勢が求められるようになってきている(岡本、2019)。そのような中、多くの企業が中長期的に目指す環境経営の方向性を明らかにするようになり、例えば、「カーボンニュートラル」や「ネイチャーポジティブ」など、目指すべき方向性を端的に表現する機会や用語も増えた。企業がより高いレベルの環境経営を目指すようになったこと自体は、歓迎されるべきことである。

一方で、懸念もある。高みを目指した野心的な理念や目標ほど、説明の仕方や捉え方によっては「本当に実態が伴っ

表1 各メディアにおける「グリーンウォッシュ」に言及した記事数

	日経新聞	読売新聞	朝日新聞	毎日新聞	CiNii
1999	0	1	0	0	0
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
2009	0	0	1	0	1
2010	0	0	2	0	1
2011	0	0	0	1	2
2012	0	0	1	2	1
2013	0	0	0	1	2
2014	0	0	0	1	0
2015	0	0	0	0	1
2016	0	0	0	0	0
2017	1	0	0	0	0
2018	2	0	1	0	0
2019	0	0	1	2	1
2020	11	0	1	0	0
2021	30	1	4	5	10
2022	39	1	12	6	4

- ⋮の箇所はヒット数がゼロのため省略
- キーワードには表記ぶれを考慮して「グリーンウォッシュ OR グリーンウォッシュ OR グリーンウォッシング OR グリーンウォッシング」を使用
- 新聞については朝刊と夕刊における記事数をカウント
- CiNiiについては論文および記事数をカウント

ているのか」、「意図的に良い面だけを見せているのではないか」という疑念を招く危険性も高い。そのような背景の下、日本でも最近になって「みせかけの環境対応」を意味するグリーンウォッシュに注目が集まりつつある（日本語表記には「グリーンウォッシング」などもあるが、本稿では「グリーンウォッシュ」に統一）。

表1には、各メディアにおいて「グリーンウォッシュ」の用語が使用されている記事（CiNiiの場合は論文を含む）数の経年推移を示した。表1から少なくとも2つのことが読み取れる。第1にグリーンウォッシュの用語は10年以上も前から使われ始めたが、ごく最近までほとんど使用されていない時期が続いてきたこと。第2に、2021年以降、グリーンウォッシュの使用頻度が急激に増加していることである。

第1の点に関連して、なぜ日本国内ではグリーンウォッシュに関する議論がごく最近まで低調だったのか。私見では（批判よりも）調和を重んじる日本の文化が影響してきたのではないかと思う。特に、環境経営に取り組む企業が比較的少数であった時期には、グリーンウォッシュという批判的な視点を持ち出すことで、企業の環境対応をむしろ妨げてしまうのではないかと、といった前向きな配慮もあったのではないかと考える。第2の点に関連して、2021年以降の使用頻度の増大は、ESG投資の台頭によるところが大きい。特に、表1において大半を占める日経新聞の記事の多くは、ESG投資におけるグリーンウォッシュを扱ったものである。すなわち、最近のグリーンウォッシュに対する注目の高まりは、ESG投資の隆盛と密接に関連している。その背景には、環境省が2017年から公表する『グリーンボンドガイドライン』（最新版は2022年版）において「グリーンウォッシュ債券」の流通防止が主要な目的の1つとして挙げられていることもあろう。

ところで、英語アカデミズムの議論に目を転じると、2010年以降も、グリーンウォッシュに関する英語の論文数は安定的に増加してきたという（de Freitas Netto et al., 2020）。一方、国内の研究については、表1のCiNiiの列にもあるように、グリーンウォッシュの頻度は極めて限定的である。グリーンウォッシュの問題を正面から取り上げた日本語の論説としては、ファテミ・白須（2021）；林（2022）；三浦（2022）；越智（2022）；鈴木（2022）などがあるが、

量的には緒に就いたばかりである。このような状況を踏まえて、本稿においては、グリーンウォッシュについてアカデミズムの視点から議論する。

本稿の意図について述べると、グリーンウォッシュの議論は、ともすると「分かりづらい表示や開示をする側の問題」といった批判に帰結する嫌いがある。しかし、安易な批判はグリーンハッシング (greenhushing: グリーンウォッシュとの批判を恐れ、環境対応について沈黙する企業行動) を生み、社会の長期的な利益には繋がらないと考える。今後も企業による環境対応が重要性を増していけば、グリーンウォッシュの問題に社会が向き合うことは避けられない。本稿の目的は、グリーンウォッシュについての理解を深め、今後の方向性について前向きに議論することにある。

本稿の方法として、英語アカデミズムで公表されている、グリーンウォッシュに関する研究をレビューし、現在までに明らかになっている知見の概要を整理する。グリーンウォッシュ研究は、ビジネス研究のさまざまな分野に分散しており、それぞれの分野において相当数の論文がある。そこで、レビュー対象とする論文の選抜については、4篇のレビュー論文 (Lyon and Montgomery, 2015; Gatti et al., 2019; de Freitas Netto et al., 2020; Yang et al., 2020) を出発点とし、そこで引用されている文献を可能な限り辿った。

本稿の構成を述べる。まず次節で「グリーンウォッシュ研究の諸前提」となる論点を説明する。続いて「グリーンウォッシュとは何か」という問題意識のもと、グリーンウォッシュの定義とタイプを説明する。「グリーンウォッシュの要因と影響」では、現在までに明らかになっている実証的知見を中心に紹介する。その際、方法的な理解を深めるうえで1つのポイントとなる認識レベルのグリーンウォッシュの区別についても説明する。「グリーンウォッシュの今後」では、将来に向けた2つの方向性を示す。最後に、本稿で紹介した知見を踏まえて、現状と今後について言及し、むすびにかえる。

II. グリーンウォッシュ研究の諸前提

1. 用語としてのグリーンウォッシュ

グリーンウォッシュという用語の起源は、1980年代ニューヨークの環境活動家 Jay Westerveld 氏にある。同氏がホテルに宿泊した際「環境のためにタオルの使用を節約してください」という趣旨の文言を目にする。そのメッセージは環境保全を謳ってはいるが、結局はホテルの経費節約を目的としたものではないか、と同氏は批判した。その際、隠蔽を意味する whitewash をもじり、greenwash という用語を使用したのが、はじまりとされる¹。

今日では、グリーンウォッシュから派生したさまざまな用語が使用されている。最近になって日本でもよく聞くようになった「SDGs ウォッシュ」(Heras-Saizarbitoria et al., 2022) や「CSR ウォッシュ」(Pope and Wæraas, 2016) に加え、社会問題とりわけ人権問題に関連して使用されるブルーウォッシュ (bluwashing) (Berliner and Prakash, 2015; Sailer et al., 2022) やAIに関する倫理的問題をグリーンウォッシュとのアナロジーでマシンウォッシュ (machinewashing) (Seele and Schultz, 2022) などの用法がみられる。

なお、少し異なった観点からの用法としては、環境パフォーマンスをあえて過小申告 (実態よりも悪くみえるように公表する) するブラウンウォッシュ (brownwashing) (Kim and Lyon, 2015; Testa et al., 2018a) もある。投資家からの利益追求プレッシャーが大きくなると、自社が環境よりも利益に注力していることをアピールするために、ブラウンウォッシュに従事するとされる。このとき、必ずしも利益の追求と環境保全が両立しないことが議論の前提となる。

2. グリーンウォッシュ研究の広がり

グリーンウォッシュに関する学術的論文数は、1990年代より徐々に増加していることが確認されている (Lyon and Montgomery, 2015)。グリーンウォッシュ研究の1つの特徴は、企業を研究対象とする、さまざまな分野に分散していることにある。例えば、マーケティング、会計・ファイナンス、企業コミュニケーション、マネジメント、法律などの分野において論文が公表されている (Gatti et al., 2019; Yang et al., 2020)。

また、研究対象となる業種としても広がりがある。研究対象となってきた個別の業界としては、前述のホテル業界 (Font et al., 2012; Chen et al., 2019) に加えて、例えば、バイオ燃料 (Nelson and Robertson, 2008)、ツーリズム (Smith and Font, 2014)、フラッキング (水圧破碎) (Scanlan, 2017)、農業政策 (Alons, 2017)、航空業界 (Neureiter and Matthes, 2022) および天然ガス (Stephenson et al., 2012) などがある。また、発展途上国では、鉱山 (Hamann and Kapelus, 2004) や住宅開発 (Tateishi, 2018) など問題にされてきた。

3. グリーンウォッシュの行為者と対象

グリーンウォッシュの行為者 (actor) として問題にされるのは基本的に企業である。グリーンウォッシュを扱うほとんどの先行研究は、企業によるグリーンウォッシュを問題にしている。それ以外のものとしては、例えば大学 (Jones, 2012)、欧州連合 (EU) (Lightfoot and Burchell, 2004)、州・地方政府 (Stephenson et al., 2012; Tang et al., 2020)などをグリーンウォッシュの行為者として問題にすることもある。本稿では、基本的に企業をグリーンウォッシュの行為者として想定する。

グリーンウォッシュの対象としては、行為者である組織そのものに加え、個別の製品やサービスが対象となることもある。例えば、BP (British Petroleum, 英国石油) が2000年代初頭に実施したBeyond Petroleumのキャンペーンは、BPが、自社グループを対象として実施したグリーンウォッシュの例とされる (Matejek and Gössling, 2014)。一方で、ある企業が自社商品の環境面を過大に宣伝するケースなど、個別の商品やサービスがグリーンウォッシュの対象になることもある。なお、グリーンウォッシュの対象が異なると、行為者企業の環境責任に関するステイクホルダーの認識も異なることが実証的に知られている (Torelli et al., 2020)。

自社グループ外の企業を対象としたグリーンウォッシュに従事する動機も存在する。サプライチェーン内の関係性が重要となる業態にあっては、サプライヤー企業による環境への悪影響を、バイヤーが覆い隠そうとする場合があり、特に「代理グリーンウォッシュ (vicarious greenwashing)」と呼ばれている (Pizzetti et al., 2021)。なお、サプライヤー自身が実施するグリーンウォッシュに関しては、バイヤー側のリーダーシップから影響を受けることも実証的に知られている (Blome et al., 2017)。

Ⅲ. グリーンウォッシュとはなにか?

1. グリーンウォッシュの定義

グリーンウォッシュについてはさまざまな定義が示されているが、それらは大きく3つのタイプに分類することができる。まず、第1のタイプは、グリーンウォッシュを「偽りの情報 (disinformation)」とする定義である。以下のオックスフォード英語辞典によるグリーンウォッシュの定義が、おそらくもっとも良く引用されているグリーンウォッシュの定義である (ただし、最新版のオックスフォード英語辞典では、異なった定義が採用されている)。

環境に責任のある一般的なイメージを示すために、ある組織によって流布された偽りの情報 “disinformation disseminated by an organization so as to present an environmentally responsible public image” (Oxford English Dictionary, 2012)

また、「偽りの情報」を広める意図として、レピュテーションの回復やイメージ向上を含めた定義もある (Laufer, 2003)。

第2のタイプの定義は、「利用者の誤解」を問題にする。この観点からの定義としては、消費者への混乱を危惧した環境コンサルティング会社のTerraChoice (2007) による以下の定義が有名であり、同様の観点からの定義がParguel et al. (2011) やChen and Chang (2013) においても採用されている。

企業の環境実務もしくは製品やサービスの環境便益に関連して、消費者を誤解させる行為 “the act of misleading consumers regarding the environmental practices of a company or the environmental benefits of a product or service” (TerraChoice, 2007)

具体的にどのような「偽りの情報」が「利用者の誤解」を生むのか、踏み込んで定義したものが、第3のタイプの定義である。このタイプには、具体的なレベル (Delmas and Burbano, 2011) と抽象的なレベル (Walker and Wan, 2012; Forbes and Jermier, 2011; Bowen, 2014) での定義がある。具体的なレベルから説明すると、Delmas and Burbano (2011) は、環境パフォーマンスとそれについてのコミュニケーションの不一致に注目し、グリーンウォッシュを以下のように定義し、その関係性を図1のように図式化する。

悪い環境パフォーマンスと、環境パフォーマンスに関するポジティブなコミュニケーションという2つの企業行動の交点 “intersection of two firm behaviors: poor environmental performance and positive communication about environmental performance” (Delmas and Burbano, 2011)

環境パフォーマンスに関するコミュニケーション	ポジティブなコミュニケーション	I グリーンウォッシュ企業	II 主張するグリーン企業
	コミュニケーション	III 静かなブラウン企業	IV 静かなグリーン企業
		悪い	良い

環境パフォーマンス

図1 環境パフォーマンスとコミュニケーションに基づく企業の分類
(出所) Delmas and Burbano (2011)

図1では、環境パフォーマンスの悪い企業が、その環境パフォーマンスについてポジティブなコミュニケーションを実施しているときに「グリーンウォッシュ企業」とされている。すなわちここでは、「環境パフォーマンス」と、それを伝える「コミュニケーション」の間の不一致が問題にされる。Delmas and Burbano (2011) が「環境パフォーマンス」と「コミュニケーション」と呼ぶ内容をそれぞれ、より抽象的なレベルで表現すると、企業の実態 (substance) と表象 (symbol: ここでは「見せ方」や「伝え方」のこと) となり、グリーンウォッシュの問題は、実態と表象が一致していないことにある。抽象的なレベルでの定義としては、例えば以下の Walker and Wan (2012) のものがあり、Forbes and Jermier (2011) もまた同様の定義を示している。

実態的に取り組む行動を伴わずに、環境問題に関する表象的なコミュニケーションに従事する、企業の戦略 “strategy that companies adopt to engage in symbolic communications of environmental issues without substantially addressing them in actions”

表象的な行動と実態的な行動の差 “difference between symbolic and substantive actions” (Walker and Wan, 2012)

上記の定義では、実態と表象の不一致が「意図的」に生み出されたかどうかについては明示的に問題にしていないが、Bowen (2014) のように、意図的な行為をグリーンウォッシュとして定義する論者もある。なお、実態と表象の乖離の議論にあたっては、例えば、組織における行動と構造の乖離 (decoupling) (Meyer and Rowan, 1977)、表象的マネジメント (symbolic management) (Pfeffer, 1981)、チープ・トーク (cheap talk) (Farrell and Rabin, 1996) といった既存フレームワークが援用される。また、より高次の議論として、認識レベルでのグリーンウォッシュがあるが、これについては、次節以降で説明する。

2. グリーンウォッシュのタイプ

グリーンウォッシュとみなされる具体的な事例にはどのようなタイプがあるのか。Lyon and Montgomery (2015) や Yang et al. (2020) は、具体的事例の類型化という観点から先行研究を整理している。また、実務的な立場からは、先述の TerraChoice (2007) による「グリーンウォッシュの7つの罪」(1. 隠蔽されたトレードオフの罪 (Sin of the hidden trade-off)、2. 無証明の罪 (Sin of no proof)、3. 曖昧さの罪 (Sin of vagueness)、4. 間違ったブランド崇拜の罪 (Sin of worshipping false labels)、5. 見当違いの罪 (Sin of irrelevance)、6. 不当な比較の罪 (Sin of lesser of two evils)、7. 虚偽の罪 (Sin of fibbing)) という有名な分類も存在する。本稿においては、これらの文献で言及されている事例のうち、代表的なものを紹介する。

第1に、都合の良い情報のみを開示する、選択的開示 (selective disclosure) がある。例えば、「ジェットタオルは、ペーパータオルよりも木材消費を節約できる」といった主張がこれに該当する (低減される木材消費にだけ言及し、増大するエネルギー消費に言及しない) (Lyon and Montgomery, 2015)。Lyon and Maxwell (2011) や Marquis et al. (2016) など、グリーンウォッシュと選択的開示を基本的に同一のものとみなす論者もいる。また、TerraChoice (2007) の分類では、「隠蔽されたトレードオフの罪」が選択的開示に近い。同社の調査によると、実際に使用されているグリーンウォッシュのうち、半分以上が「隠蔽されたトレードオフの罪」に分類されるという (TerraChoice,

2007)。最近の研究では、気候変動リスクのディスクロージャーにおいても、「いいとこ取り (cherry picking)」の傾向が指摘されている (Bingler et al., 2022) が、これも選択的開示の範疇に分類される。

第2に「裏付けのないグリーンな主張や政策 (empty green claims and policies)」 (Lyon and Montgomery, 2015) も、グリーンウォッシュの1つのタイプとされ、主張の根拠となる具体的なデータや証拠が提示されないことが問題にされる。TerraChoice (2007) の分類においては、「無証明の罪」がこのタイプにあたり、その使用頻度は「隠蔽されたトレードオフの罪」に続いて2番目であるという。環境会計論では、他社によって容易に模倣可能な開示項目として「ソフトディスクロージャー」 (Clarkson et al., 2008) という概念が使用されることがあるが、このタイプのグリーンウォッシュの考え方に近い。

第3に「誤解を招くイメージ (misleading visual imaginary) の使用」である。Parguel et al. (2015) は、グリーンウォッシュを、文字情報を使用した主張グリーンウォッシュ (claim greenwashing) と、イメージや写真を使用した実行的グリーンウォッシュ (executional greenwashing) に分類し、専門知識の量が少ない消費者に対しては、実行的グリーンウォッシュがとりわけ影響が大きいことを実証的に明らかにしている。また、グラフの恣意的な利用 (Cho et al., 2012) など、このタイプに該当する可能性がある。

第4に「欺くための改ざん (deceptive manipulation)」である (Yang et al., 2020)。意図的な不正や虚偽表示をグリーンウォッシュに含めるかについては諸説ある。最近の研究においては、フォルクスワーゲンによるディーゼル不正の問題など、虚偽表示と認定されたものもグリーンウォッシュの事例として分析対象になっている (Siano et al., 2017)。

以上の4つのタイプ以外には、誤解を招く物語や表現 (misleading narrative and discourse) (Mason and Mason, 2012)、信憑性や有効性が明らかではない環境認証 (Henriques et al., 2013) やエコラベル (Lane, 2009; Hamilton and Zilberman, 2006; Fischer and Lyon, 2014) の使用、非効率な公的自発プログラム (inefficient public voluntary program) (Delmas and Montes-Sancho, 2010) などが先行研究ではグリーンウォッシュの具体的なタイプとして挙げられている。

IV. グリーンウォッシュの要因と影響

どのような要因がグリーンウォッシュを生み出し、グリーンウォッシュはどのような影響をもたらすのか。本節では、先行研究において示された実証的証拠を中心に紹介する。また、グリーンウォッシュによる影響の分析では、より高次である認識レベルのグリーンウォッシュが問題になる。そこで、影響に関する実証的知見の紹介に先立って、表象と認識レベルのグリーンウォッシュの概念的な違いについても整理する。

1. グリーンウォッシュの要因

グリーンウォッシュの要因 (driver) としてはDelmas and Burbano (2011) がフレームワークを提示しており、その中では、諸要因を大きく、「外部要因」、「組織要因」および「個人心理要因」に分類している。「外部要因」には、制度や規制などの「市場外の外部要因」と、消費者や投資家からの要求などの「市場内の外部要因」とがある。「組織要因」は、企業特性や企業内コミュニケーションの有効性など、組織にかかわる要因である。「個人心理要因」は、経営者や従業員個人の心理要因である。このうち、先行研究の多くは、「組織要因」と「外部要因」に焦点を当てている (Lyon and Montgomery, 2015) ので、本稿においてもその2つの要因を説明する。

まず、「組織要因」として、企業の規模が知られており、成長中の企業 (Kim and Lyon, 2015) や大企業 (Kim and Lyon, 2011) ほどグリーンウォッシュに従事する傾向があることが実証的に明らかになっている。また、環境負荷が大きい業種 (environmentally sensitive industries) よりも、サービス業 (Ramus and Montiel, 2005) や金融業 (Zharfpeykan, 2021) といった業種のほうがグリーンウォッシュに従事する傾向があるという。さらに、GRI (Global Reporting Initiative) に準拠した報告書を公表している企業ほどグリーンウォッシュに従事する傾向が低い (Ruiz-Blanco et al., 2022)。環境パフォーマンスとの関連では、環境に良い企業ほどグリーンウォッシュをしない傾向があるとされるが (Marquis et al., 2016)、その反対に環境に悪い企業ほど自社に有利な情報を開示するという実証結果もある (Patten, 2002; Lee and Raschke, 2023)。

「市場内の外部要因」としては、消費者や業界団体からの圧力がグリーンウォッシュの要因となっている (Testa et al., 2018b)。一方で、市場外の外部要因としては、Delmas and Burbano (2011) のフレームワークでは特に、甘く不

確実な規制環境 (lax and uncertain regulatory environment) が強調されている。実証的には、規制機関や環境 NGO の監視が強い地域の企業にあっては、グリーンウォッシュを控える傾向があるという (Kim and Lyon, 2015)。国際比較に基づく研究によれば、グローバル規範の影響が大きい国ではグリーンウォッシュが少なく (Marquis et al., 2016)、競争主義の考え方が強い国ではグリーンウォッシュが多いという (Roulet and Touboul, 2015)。

2. 認識レベルのグリーンウォッシュ

グリーンウォッシュ研究においては、認識レベルのグリーンウォッシュが区別される。例えば、企業がグリーンウォッシュを実施したとしても、そのすべてが情報利用者によって発見・糾弾されるわけではない。反対に、実際には企業はグリーンウォッシュに従事していなかったとしても、情報利用者の誤解などにより、グリーンウォッシュとの批判を浴びることも想像できる。すなわち、企業がグリーンウォッシュを実施するかどうか、と情報利用者によってグリーンウォッシュであると認識されるかどうかは、異なったレベルの議論である。

そこで、グリーンウォッシュによる影響の説明に先立って、2つのレベルのグリーンウォッシュの違いを説明する。企業がグリーンウォッシュを実施するかどうかを表象レベル (Delmas and Burbano, 2011; Bowen, 2014)、情報利用者によりグリーンウォッシュとして認識されているかどうかを認識レベル (Seele and Gatti, 2017) として整理する。2つのレベルでのグリーンウォッシュは、必ずしもその範囲が一致するわけではないので、その関係を図2に基づいて説明する。なお、説明の都合上、行為者と対象を「企業」で統一する。

図2は3列からなり、左から実態 (substance)、表象 (symbol: ここでは見せ方や伝え方のこと)、認識 (perception) のレベルである。まず、左側の実態のレベルでは、その企業の環境への実際の影響、すなわち環境パフォーマンスが問題になる。図2では、「(環境に良い) グリーン企業」(1)-(2) と 「(環境に悪い) ブラウン企業」(3)-(4) の2種類に分類し、前者を緑色、後者を茶色で表現している。ステイクホルダーは通常、実態的なレベルを観察することはできない。したがって、ある企業が実態レベルにおいて「グリーン企業」か「ブラウン企業」かは、情報利用者にとっては基本的に知り得ない情報と前提される。

一方、表象は見せ方や伝え方を意味し、例えば、サステナビリティレポートなどによる環境報告、環境広告の発信などが表象レベルの事象にあたる (Bowen, 2014)。図2に記載した (1) から (4) はいずれも、表象レベルで自社をグリーンにみせた企業を想定している。(1)-(2) に該当する企業は実態がグリーンである企業が、表象レベルで自社をグリーンにみせた企業である。すなわち、環境に良い企業が、矛盾なく自社が環境に良いことをアピールしている状態である。(1)-(2) の企業は前節の図1における「主張するグリーン企業」(Delmas and Burbano, 2011) であり、少なくとも表象レベルではグリーンウォッシュとは無関係である。一方で、(3)-(4) に該当する企業は、実態はブラウン企業であるのに、表象レベルでグリーンにみせており、実態の裏付けのないグリーンを情報利用者にはアピールしている。表象レベルでは、これらの企業がグリーンウォッシュ企業として分類される (Bowen, 2014) (前節「グリーンウォッシュの定義」も参照されたい)。

なお、実態はグリーン企業であるのに、あえてブラウンの表象をまとうケースも、前述のブラウンウォッシュ (Kim and Lyon, 2015) として先行研究において分析対象となっているが、グリーンウォッシュの範疇には含まれないので、図2には示していない。

(1)	グリーン企業		(グリーンにみせた) グリーン企業	グリーン企業
(2)				グリーンウォッシュ企業 (誤認)
(3)	ブラウン企業		(グリーンにみせた) グリーンウォッシュ企業	グリーンウォッシュ企業
(4)				グリーン企業 (誤認)
	実態 (substance)		表象 (symbol)	認識 (perception)

図2 表象と認識の2つのレベルにおけるグリーンウォッシュ
(出所) Delmas and Burbano (2011) と Seele and Gatti (2017) を参考に筆者作成

さて、認識レベルでのグリーンウォッシュは、必ずしも表象レベルでのグリーンウォッシュと一致するわけではない。「グリーンウォッシュ企業」と認識されるためには、企業が自らをグリーンと偽っているのではないか、という情報利用者による疑念 (Leonidou et al., 2017) や、当該企業への非難 (Seele and Gatti, 2017; De Vries et al., 2015) がなければならない。そして、情報利用者は実態を直接観察できるわけではないので、実態と表象に齟齬があるグリーンウォッシュ企業を常に正しく見分けることができるとは限らないことが前提となる。

図2の認識の列をみると、(1) は、実態からしてグリーンな企業がグリーンな表象を使用し、これをステイクホルダーが「グリーン企業」と正しく認識したケースである。他方 (2) は、(1) と同様、実態も表象もグリーン企業であるが、情報利用者が誤ってグリーンウォッシュ企業と認識してしまったケース (Nishitani et al., 2021) である。実態はグリーンな企業なので、グリーンウォッシュ企業と誤認されることは、当該企業にとっても、また社会にとっても望ましいことではない。企業からみると (2) の状況を避けるためには、グリーンな表象を使用しなければよい。そこで、冒頭に述べたグリーンハッシングを選択する企業も現れることになる。

(3) は、実態はブラウンの企業が、グリーンな表象を使用した、表象レベルでのグリーンウォッシュ企業である。実態と表象の不一致を情報利用者が正しく見抜き、認識レベルにおいてグリーンウォッシュ企業として非難している。他方 (4) は、実態はブラウンである企業が、グリーンな表象を使用しており、表象レベルでは (3) と同様にグリーンウォッシュ企業である。しかし、実態がブラウンであることに情報利用者が気づいていないために、グリーン企業と誤認されているケースである。将来的に情報利用者が実態と表象の不一致に気付いたとき、グリーンウォッシュ企業として非難される恐れがあるので「潜在的なグリーンウォッシュ企業」(Seele and Gatti, 2017) とも言える。

以上のように、表象レベルでのグリーンウォッシュと、認識レベルでのグリーンウォッシュは一致しない。グリーンウォッシュとは何か、といったレベルでの議論では、前節の定義でもみたように、通常、表象レベルまでが問題になる。一方で、次節で説明するグリーンウォッシュの影響となると、認識レベルのグリーンウォッシュも重要な意味をもってくる。

3. グリーンウォッシュの影響

グリーンウォッシュが与える影響については、認識レベルのグリーンウォッシュあるいは表象レベルのグリーンウォッシュを研究対象とするかで、方法的に異なった研究群が展開している。認識レベルのグリーンウォッシュを分析した研究は、消費者行動やマーケティング研究に多い。一方、財務や会計研究においては、表象レベルのグリーンウォッシュが分析対象になることが多い。

まず、認識レベルのグリーンウォッシュを対象にした研究においては、基本的にグリーンウォッシュは企業にとって悪影響をもたらすことが実証的に明らかにされている。例えば、消費者が広告等においてグリーンウォッシュを認識すると、当該ブランドへの態度 (Nyilasy et al., 2014)、ブランドへの信頼 (Guo et al., 2017)、製品やサービスの環境パフォーマンスへの信頼 (green trust) (Chen and Chang, 2013) ならびに満足 (Martínez et al., 2020) に対して悪影響を及ぼす。また、グリーンウォッシュは、最終的に消費者の購入意図に対して悪影響を与えることも知られているが (Akturan, 2018)、その過程でグリーン口コミ (Zhang et al., 2018) や環境への懐疑的態度 (Nguyen et al., 2019) などへも影響を与えることが知られている。

グリーンウォッシュによる悪影響は、業界内において拡がることも知られており (spillover effect)、ある産業においてグリーンウォッシュが認識されると、同一産業内の別ブランドに対する購入意図に対しても悪影響を与える (Wang et al., 2019)。また、消費者によるブログ等におけるグリーンウォッシュに関する議論が、新聞等のマスメディアにおける議論に対して影響を与えることも知られている (Fernando et al., 2014)。グリーンウォッシュにより失われた消費者の信頼をどのように回復するか、という問題については、即時的な対応と時間をかけた分析調査を信頼回復のステージにおいて使い分けることが重要であることが指摘されている (Guo et al., 2018)。消費者以外でも、認識レベルのグリーンウォッシュは取引先企業の意思決定に対してもネガティブな影響を与える (Ferrón-Vilchez et al., 2021)。

次に、表象レベルでの企業のグリーンウォッシュを分析対象にした研究をみる。図2でみたように、表象レベルでのグリーンウォッシュ企業には、グリーンウォッシュ企業として認識されない場合と、認識されるケースがある。どちらを想定するかにより、異なった影響となる。

まず、グリーンウォッシュが情報利用者によって認識されないという前提にたてば（図2における（4）の企業）、企業はグリーンウォッシュに従事することで安価に環境への対応をアピールすることができ、社会における正統性を向上することができる（Seele and Gatti, 2017）。その結果、グリーンウォッシュ企業は、ポジティブな財務的影響を享受する（Li et al., 2022）。また、環境問題において正統と認められた企業は、そうではない企業に比較して、株式市場におけるシステムチックなリスクが低いことも実証的に知られている（Bansal and Clelland, 2004）。

一方で、企業がグリーンウォッシュに従事していることを情報利用者が見抜くという前提に立てば（図2における（3）の企業）、グリーンウォッシュへの従事は、企業の正統性に対してネガティブに働く。環境パフォーマンスが向上していない状態においては、ネガティブな影響は特に大きくなり、グリーンウォッシュが逆効果を生む（backfire）ことが指摘されている（Berrone et al., 2017）。ステイクホルダーからの批判にさらされるグリーンウォッシュ企業の財務状態は悪化し（Walker and Wan, 2012）、そのような企業は株式市場においてもネガティブな評価を受けることがイベントスタディ（Du, 2015）や実験的手法（Gatti et al., 2021）により明らかにされている。

V. グリーンウォッシュの今後

グリーンウォッシュの議論は、今後、どのように展開するのか。先行研究には、大きく2つの方向性が示されている。第1の方向性では、いかにしてグリーンウォッシュを防止するか、を問題にする。第2の方向性では、根絶することはそもそも難しいという前提に立ち、グリーンウォッシュのポジティブな側面を探求する。

1. グリーンウォッシュ防止の方策

まず、グリーンウォッシュ防止のための方策に関連し、前述のDelmas and Burbano (2011) のフレームワークにおいては「甘く不確実な規制環境」がグリーンウォッシュの重要な要因とされていた。実際、規制環境の整備が、グリーンウォッシュ防止の主要な手段として用いられている（Mateo-Márquez et al., 2022）。例えば、1992年に初版が公開された米国連邦取引委員会（Federal Trade Commission）によるグリーンガイド²からはじまり、2021年に公表された英国の競争・市場庁（Competition and Markets Authority）によるグリーン・クレーム・コード（Green Claims Code）³など、規制当局によるグリーンウォッシュ防止の動きは今後も続くものと思われる。政府による規制手段に関連しては、罰則メカニズムはグリーンウォッシュ防止に有効であるのに対し、補助金メカニズムに同等の効果はないことが指摘されている（Sun and Zhang, 2019）。また、政府が主催する任意プログラムへの参加も、企業のグリーンウォッシュ防止における有効でない場合もあるという（Kim and Lyon, 2011; Delmas and Montes-Sancho, 2010）。

そのほか、グリーンウォッシュ防止に貢献すると指摘されている要因としては、ソーシャル・メディアの発達（Lyon and Montgomery, 2013）がある。企業がグリーンウォッシュに手を染めているのではないかと、といったステイクホルダーの疑惑はソーシャル・メディアにより短期間に広まる可能性があるため、企業がグリーンウォッシュの使用を控える選択をする可能性が高まる。また、情報の透明性や追跡可能性を高めるブロックチェーン技術の発達もグリーンウォッシュ防止に貢献する可能性がある（Nygaard and Silkoset, 2022）。何がグリーンウォッシュに該当するのか、という判断の基準が困難である中、グリーンウォッシュの使用を評価するための統合的フレームワークが、アカデミズムからも提案されている（Nemes et al., 2022）。環境活動家や環境マネジメントシステムも、一定の条件をみたす場合にはグリーンウォッシュを防止する効果がある（Lyon and Maxwell, 2011）。

グリーンウォッシュ防止に対して実際に貢献するかどうか、議論が分かれる手段としては、サステナビリティ格付けがある。サステナビリティ格付けは、企業のグリーンウォッシュを抑制するという指摘がある（Parguel et al., 2011）一方で、大学リーグコンテストの文脈では、格付けは組織のグリーンウォッシュをむしろ助長していた（Jones, 2012）。

2. グリーンウォッシュのポジティブな役割の探求

規制やソーシャルメディアの発達などによりグリーンウォッシュは段階的に少なくなっていくとしても、ゼロを目指すことは現実的ではない。そもそも何が「環境に優しい（グリーン）」かどうかの判断にも、政治が介入することを避けられない場合があり、例えば最近では、EUタクソノミーの持続可能な活動に原子力を含めるかの議論が記憶に新しい。なにがグリーンウォッシュかとなると、さらに高次元の判断が必要とされ、より一層の複雑性が伴うことが予想される。

また、グリーンウォッシュに対して社会が過敏になれば、企業は環境対応に関して沈黙（グリーンハッシング）を選

び、企業の環境対応に関する透明性は著しく損なわれる危険性もある。環境対応について企業が沈黙することのほうが、グリーンウォッシュよりもはるかに危険なことである、という実務界からの指摘もある⁴。したがって、グリーンウォッシュをどのように防止するかは、もちろん重要な課題ではあるが、それとは別のアプローチも必要とされている。

その1つの方向性として、グリーンウォッシュは基本的にはネガティブなものであるが、ポジティブな役割もあるという見方がある (Bowen, 2014; Lyon and Montgomery, 2015)。企業が熱心に自社の環境対応をアピールすれば、それがたとえグリーンウォッシュであったとしても、環境問題に関する言説が社会に流布されることになる。その結果、社会全体の環境意識が向上する可能性がある。例えば、前述したBPによる Beyond Petroleum の事例では、同キャンペーンの環境広告に巨額の費用が投じられた。グリーンウォッシュとの批判はあったものの、同キャンペーンは、気候変動問題についての社会の意識を高めることに大きな貢献があったとされている (Pulver, 2007)。

また、実態よりも環境に良いイメージを社会に対して提示することは、見方を変えれば、企業は自社により高い水準の説明責任を課しているとも言える (Glavas et al., 2023)。たとえ当初の動機がグリーンウォッシュであったとしても、長い目で見たときには、その企業の実態をよりグリーンなものにするためのきっかけとなる可能性もある。現状よりも高い水準の企業イメージは、当該企業で働く従業員やその取引先にとってはモチベーション向上の役立ちが期待できる (Christensen et al., 2013)。また、グリーンウォッシュの存在があることで、規制当局は権力を増大させ、結果として業界のグリーン化を可能にすることもある (Glavas et al., 2023)。以上のように、グリーンウォッシュのネガティブな側面を前提にしながらも、グリーンウォッシュのポジティブな役割を探求する研究群が存在する。

VI. おわりに

日本でもグリーンウォッシュの議論が注目されるようになった状況を受け、本稿においては、英語アカデミズムにおけるこれまでの議論を概観した。最後に、本稿で紹介した知見を前提にし、現状と今後について付言する。

第1に、本稿においてみたように、英語アカデミズムにおいては、グリーンウォッシュに関してさまざまな分野・論点からの研究が展開している。企業による環境対応の重要性が増大する中、日本でもグリーンウォッシュの問題に向き合うことは避けられない。そうであれば、今後、日本でもグリーンウォッシュについての議論を深めることが必要である。本稿においては、さまざまな実証研究を紹介したが、基本的に国外のデータを使用したものである。今後、この問題に向き合うにあたっては、日本におけるグリーンウォッシュの実証的知見も必要となる。

第2は、グリーンウォッシュの今後を見据え、その悪影響をどのように低減するか、という論点にかかわる。グリーンウォッシュをそもそもさせない、という防止の論点は、第一義的には情報開示する企業の側の問題 (本稿の用語法で言えば「表象レベルのグリーンウォッシュ」) であり、先行研究においては、規制やIT技術などが有効な手段とみなされていた。一方でグリーンウォッシュは、利用者が情報をどのようにとらえるか、という認識の問題でもあり、顧客の購買行動、レピュテーション、株価など、悪影響を及ぼすのは基本的に「認識レベルのグリーンウォッシュ」である。表象レベルと認識レベルのグリーンウォッシュは、相互に関連性があるものの、厳密には同一ではない (図2を参照)。そこで、グリーンウォッシュによる悪影響を低減するためには、グリーンウォッシュを防止するという情報開示側へのアプローチに加えて、情報利用者に対してどのようにアプローチするか、という視点も重要になる。先行研究においては「認識レベルのグリーンウォッシュ」の条件として、企業に対する「疑念」や「非難」が挙げられていた。今後、情報利用者と企業の間、どういった信頼関係を築くのか、といったことが重要になっていくと考えられる。

最後に、社会がグリーンウォッシュとどのようにつきあうか、という論点がある。第2の点として示したように、基本的にはグリーンウォッシュは望ましくないものであり、その悪影響を減らしていく努力は必要である。しかし、過度な規制や批判は、野心的な目標や理念の提示すら困難な状況をもたらし、グリーンハッシングを生む。また、そもそも技術的にグリーンウォッシュをゼロにすることも現実的ではない。そこで、最近の研究では、グリーンウォッシュのポジティブな役割も探求されている。誤解を恐れずにいえば、社会としてある程度のグリーンウォッシュを許容し、どのようにグリーンウォッシュと付き合うか、を考えることもまた必要であると考える。

注

- 1 <https://news.abs-cbn.com/special-report/09/16/08/beware-green-marketing-warns-greenpeace-exec> (最終閲覧2023/01/13)
<https://web.archive.org/web/20150923212726/http://www.dailyfinance.com/2011/02/12/the-history-of-greenwashing-how->

- dirty-towels-impacted-the-green/ (最終閲覧2023/01/13)
- 2 <https://www.ftc.gov/news-events/topics/truth-advertising/green-guides> (最終閲覧2023/01/13)
- 3 <https://www.gov.uk/government/publications/green-claims-code-making-environmental-claims/green-claims-and-your-business> (最終閲覧2023/01/13)
- 4 <https://www.bloomberg.com/news/articles/2021-11-09/ikea-at-cop26-ceo-urges-transparency-action-on-climate-change#xj4y7vzkg> (最終閲覧2023/01/13)

参考文献

- Akturan, U. (2018) "How does greenwashing affect green branding equity and purchase intention? An empirical research," *Marketing Intelligence & Planning*
- Alons, G. (2017) "Environmental policy integration in the EU's common agricultural policy: greening or greenwashing?" *Journal of European Public Policy*, Vol. 24, No. 11, pp. 1604–1622
- Bansal, P. and C. Iain (2004) "Talking trash: Legitimacy, impression management, and unsystematic risk in the context of the natural environment," *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 1, pp. 93–103
- Berliner, D. and A. Prakash (2015) "'Bluewashing' the Firm? Voluntary Regulations, Program Design, and Member Compliance with the United Nations Global Compact," *Policy Studies Journal*, Vol. 43, No. 1, pp. 115–138
- Berrone, P., Andrea, F., and L. Gelabert (2017) "Does greenwashing pay off? Understanding the relationship between environmental actions and environmental legitimacy," *Journal of Business Ethics*, Vol. 144, No. 2, pp. 363–379
- Bingler, J. A., Mathias, K., Markus, L., and N. Webersinke (2022) "Cheap talk and cherry-picking: What climatebert has to say on corporate climate risk disclosures," *Finance Research Letters*, p. 102776
- Blome, C., Kai, F., and M. C. Schleper (2017) "Antecedents of green supplier championing and greenwashing: An empirical study on leadership and ethical incentives," *Journal of Cleaner Production*, Vol. 152, pp. 339–350
- Bowen, F. (2014) *After Greenwashing: Symbolic corporate environmentalism and society*, Organizations and the Natural Environment: Cambridge University Press
- Chen, H., Shaniel, B., and I. Rahman (2019) "Greenwashing in hotels: A structural model of trust and behavioral intentions," *Journal of Cleaner Production*, Vol. 206, pp. 326–335
- Chen, Y.-S. and C. H. Chang (2013) "Greenwash and green trust: The mediation effects of green consumer confusion and green perceived risk," *Journal of Business Ethics*, Vol. 114, No. 3, pp. 489–500
- Cho, C. H., Giovanna, M., and D. M. Patten (2012) "Impression management in sustainability reports: An empirical investigation of the use of graphs," *Accounting and the Public Interest*, Vol. 12, No. 1, pp. 16–37
- Christensen, L. T., Mette, M., and O. Thyssen (2013) "CSR as aspirational talk," *Organization*, Vol. 20, No. 3, pp. 372–393
- Clarkson, P. M., Yue, L., Gordon, D. R., and F. P. Vasvari (2008) "Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis," *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 33, No. 4–5, pp. 303–327
- de Freitas, N., Sebastião, V., Marcos, F. Falcão, S., Ana, R., Bezerra, R., and G. Robert da Luz Soares (2020) "Concepts and forms of greenwashing: a systematic review," *Environmental Sciences Europe*, Vol. 32, No. 1, p. 19
- De Vries, G., Bart, W. T., Naomi, E., and D. D. L. Daamen (2015) "Sustainability or profitability? How communicated motives for environmental policy affect public perceptions of corporate greenwashing," *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 22, No. 3, pp. 142–154
- Delmas, M. A. and V. C. Burbano (2011) "The drivers of greenwashing," *California Management Review*, Vol. 54, No. 1, pp. 64–87
- Delmas, M. A. and M. J. Montes-Sancho (2010) "Voluntary agreements to improve environmental quality: Symbolic and substantive cooperation," *Strategic Management Journal*, Vol. 31, No. 6, pp. 575–601
- Du, X. (2015) "How the market values greenwashing? Evidence from China," *Journal of Business Ethics*, Vol. 128, No. 3, pp. 547–574
- Farrell, J. and R. Matthew (1996) "Cheap talk," *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 10, No. 3, pp. 103–118
- ファテミアリ・白須洋子 (2021) 「再考, ESG投資: 統治要素以外の社会・環境の要素から (第2回) グリーンウォッシング: 原因と結果」, 『証券アナリストジャーナル=Securities analysts journal』, 第59巻, 第9号, 54–63
- Fernando, A. G., Suganthi, L. and B. Sivakumaran (2014) "If you blog, will they follow? Using online media to set the agenda for consumer concerns on "greenwashed" environmental claims," *Journal of Advertising*, Vol. 43, No. 2, pp. 167–180
- Ferrón-Vílchez, V., Jesus, V. G., and I. Suárez-Perales (2021) "How does greenwashing influence managers' decision-making? An experimental approach under stakeholder view," *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 28, No. 2, pp. 860–880
- Fischer, C. and T. P. Lyon (2014) "Competing environmental labels," *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 23, No. 3, pp. 692–716
- Font, X., Andreas, W., Sara, C., Lucy, M., and N. Häusler (2012) "Corporate social responsibility: The disclosure–performance gap," *Tourism Management*, Vol. 33, No. 6, pp. 1544–1553
- Forbes, L. C. and J. M. Jermier (2011) "The New Corporate Environmentalism and the Symbolic Management of Organizational Culture," in *The Oxford Handbook of Business and the Natural Environment*: Oxford University Press
- Gatti, L., Peter, S., and L. Rademacher (2019) "Grey zone in–greenwash out. A review of greenwashing research and implica-

- tions for the voluntary-mandatory transition of CSR," *International Journal of Corporate Social Responsibility*, Vol. 4, No. 1, pp. 1–15
- Gatti, L., Marta, P., and P. Seele (2021) "Green lies and their effect on intention to invest," *Journal of Business Research*, Vol. 127, pp. 228–240
- Glavas, D., Gilles, G., and N. Mzoughi (2023) "Greening the greenwashers—How to push greenwashers towards more sustainable trajectories," *Journal of Cleaner Production*, Vol. 382, p. 135301
- Guo, R., Lan, T., Caroline, B. Li., and T. Wang (2017) "A path analysis of greenwashing in a trust crisis among Chinese energy companies: The role of brand legitimacy and brand loyalty," *Journal of Business Ethics*, Vol. 140, No. 3, pp. 523–536
- Guo, R., Wei, Z., Tao, W., Caroline, B. Li, and L. Tao (2018) "Timely or considered? Brand trust repair strategies and mechanism after greenwashing in China from a legitimacy perspective," *Industrial Marketing Management*, Vol. 72, pp. 127–137
- Hamann, R. and P. Kapelus (2004) "Corporate social responsibility in mining in Southern Africa: Fair accountability or just greenwash?" *Development*, Vol. 47, No. 3, pp. 85–92
- Hamilton, S. F. and D. Zilberman (2006) "Green markets, eco-certification, and equi-librium fraud," *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol. 52, No. 3, pp. 627–644
- 林寿和 (2022) 「金融商品のサステナブル・ラベルはグリーンウォッシュを防げるか」, 『資本市場』, 第442号, 22–31
- Henriques, I., Bryan, W. H., and I. Montiel (2013) "Spillover effects of voluntary environmental programs on greenhouse gas emissions: Lessons from Mexico," *Journal of Policy Analysis and Management*, Vol. 32, No. 2, pp. 296–322
- Heras-Saizarbitoria, I., Laida, U., and O. Boiral (2022) "Organizations' engagement with sustainable development goals: From cherry-picking to SDG-washing?" *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 29, No. 2, pp. 316–328
- Jones, D. R. (2012) 「Looking through the "greenwashing glass cage" of the green league table towards the sustainability challenge for UK universities」, 『Journal of Organizational Change Management』。
- Kim, E. H. and T. P. Lyon (2011) "Strategic environmental disclosure: Evidence from the DOE's voluntary greenhouse gas registry," *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol. 61, No. 3, pp. 311–326
- (2015) "Greenwash vs. brownwash: Exaggeration and undue modesty in corporate sustainability disclosure," *Organization Science*, Vol. 26, No. 3, pp. 705–723
- Lane, E. L. (2009) "Consumer protection in the eco-mark era: A preliminary survey and assessment of anti-greenwashing activity and eco-mark enforcement," *J. Marshall Rev. Intell. Prop. L.*, Vol. 9, p. i
- Laufer, W. S. (2003) "Social accountability and corporate greenwashing," *Journal of Business Ethics*, Vol. 43, No. 3, pp. 253–261
- Lee, M. T. and R. L. Raschke (2023) "Stakeholder legitimacy in firm greening and financial performance: What about greenwashing temptations?" *Journal of Business Research*, Vol. 155, p. 113393
- Leonidou, L. C., Paul, C., Lida, P. K., and D. Paliwadana (2017) "Internal drivers and performance consequences of small firm green business strategy: The moderating role of external forces," *Journal of Business Ethics*, Vol. 140, No. 3, pp. 585–606
- Li, W., Weining, L., Veikko, S., and T. Koivumäki (2022) "Effects of greenwashing on financial performance: Moderation through local environmental regulation and media coverage," *Business Strategy and the Environment*
- Lightfoot, S. and J. Burchell (2004) "Green hope or greenwash? The actions of the European Union at the World Summit on sustainable development," *Global Environmental Change*, Vol. 14, No. 4, pp. 337–344
- Lyon, T. P. and J. W. Maxwell (2011) "Greenwash: Corporate environmental disclosure under threat of audit," *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol. 20, No. 1, pp. 3–41
- Lyon, T. P. and A. W. Montgomery (2013) "Tweetjacked: The impact of social media on corporate greenwash," *Journal of Business Ethics*, Vol. 118, No. 4, pp. 747–757
- (2015) "The means and end of greenwash," *Organization & Environment*, Vol. 28, No. 2, pp. 223–249
- Marquis, C., Michael, W. T., and Y. Zhou (2016) "Scrutiny, norms, and selective disclosure: A global study of greenwashing," *Organization Science*, Vol. 27, No. 2, pp. 483–504
- Martinez, M. P., Camila, P. C., Luis, R. A., Gabriel, F., et al. (2020) "Fuzzy inference system to study the behavior of the green consumer facing the perception of greenwashing," *Journal of Cleaner Production*, Vol. 242, p. 116064
- Mason, M. and R. D. Mason (2012) "Communicating a green corporate perspective: Ideological persuasion in the corporate environmental report," *Journal of Business and Technical Communication*, Vol. 26, No. 4, pp. 479–506
- Matejek, S. and T. Gössling (2014) "Beyond legitimacy: A case study in BP's "green lashing"," *Journal of Business Ethics*, Vol. 120, No. 4, pp. 571–584
- Mateo-Márquez, A. J., José, M. G. G., and C. Zamora-Ramírez (2022) "An international empirical study of greenwashing and voluntary carbon disclosure," *Journal of Cleaner Production*, p. 132567
- Meyer, J. W., and B. Rowan (1977) "Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony," *American Journal of Sociology*, Vol. 83, No. 2, pp. 340–363
- 三浦毅司 (2022) 「ESG投資におけるグリーンウォッシュ問題と知財評価を使った対抗策」, 『知財管理』, 第72巻, 第10号, 1277–1291
- Nelson, G. C. and R. D. Robertson (2008) "Green gold or green wash: Environmental consequences of biofuels in the developing

- world,” *Review of Agricultural Economics*, Vol. 30, No. 3, pp. 517–529
- Nemes, N., Scanlan, S. J., Pete, S., et al. (2022) “An Integrated Framework to Assess Greenwashing,” *Sustainability*, Vol. 14, No. 8, p. 4431
- Neureiter, A. and J. Matthes (2022) “Comparing the effects of greenwashing claims in environmental airline advertising: Perceived greenwashing, brand evaluation, and flight shame,” *International Journal of Advertising*, pp. 1–25
- Nguyen, T. Thu, H., Zhi, Y., Ninh, N., Lester, W. J., and T. Khanh Cao (2019) “Greenwash and green purchase intention: The mediating role of green skepticism,” *Sustainability*, Vol. 11, No. 9, p. 2653
- Nishitani, K., Thi, B. H. N., Trong, Q. T., Qi, W., and K. Kokubu (2021) “Are corporate environmental activities to meet sustainable development goals (SDGs) simply greenwashing? An empirical study of environmental management control systems in Vietnamese companies from the stakeholder management perspective,” *Journal of Environmental Management*, Vol. 296, p. 113364
- Nygaard, A. and R. Silkoset (2022) “Sustainable development and greenwashing: How blockchain technology information can empower green consumers,” *Business Strategy and the Environment*
- Nyilasy, G., Harsha, G., and A. Paladino (2014) “Perceived greenwashing: The interactive effects of green advertising and corporate environmental performance on consumer reactions,” *Journal of Business Ethics*, Vol. 125, No. 4, pp. 693–707
- 岡本享二 (2019) 「環境経営はReactiveな対応からProactiveな対応へ (基調講演)」, 『サステイナブルマネジメント』, 第19巻, 42–48
- 越智信仁 (2022) 「ESGウォッシング排除の方策と課題—資本市場での開示情報を中心に」, 『會計』, 202巻3号, 14–26
- Oxford English Dictionary (2012) “Greenwashing, n..”
- Parguel, B., Florence, B. M., and F. Larceneux (2011) “How sustainability ratings might deter ‘greenwashing’: A closer look at ethical corporate communication,” *Journal of business ethics*, Vol. 102, No. 1, pp. 15–28
- Parguel, B., Florence, B. M., and C. A. Russell (2015) “Can evoking nature in advertising mislead consumers? The power of ‘executional greenwashing’,” *International Journal of Advertising*, Vol. 34, No. 1, pp. 107–134
- Patten, D. M. (2002) “The relation between environmental performance and environmental disclosure: A research note,” *Accounting, Organizations and Society*, Vol. 27, No. 8, pp. 763–773
- Pfeffer, J. (1981) “Management as symbolic action: The creation and maintenance of organizational paradigms,” *Research in Organizational Behavior*, Vol. 13, pp. 1–52
- Pizzetti, M., Lucia, G., and P. Seele (2021) “Firms talk, suppliers walk: Analyzing the locus of greenwashing in the blame game and introducing ‘vicarious greenwashing’,” *Journal of Business Ethics*, Vol. 170, No. 1, pp. 21–38
- Pope, S. and A. Wæraas (2016) “CSR-washing is rare: A conceptual framework, literature review, and critique,” *Journal of Business Ethics*, Vol. 137, No. 1, pp. 173–193
- Pulver, S. (2007) “Making sense of corporate environmentalism: An environmental contestation approach to analyzing the causes and consequences of the climate change policy split in the oil industry,” *Organization & Environment*, Vol. 20, No. 1, pp. 44–83
- Ramus, C. A. and I. Montiel (2005) “When are corporate environmental policies a form of greenwashing?” *Business & Society*, Vol. 44, No. 4, pp. 377–414
- Roulet, T. J. and S. Touboul (2015) “The intentions with which the road is paved: Attitudes to liberalism as determinants of greenwashing,” *Journal of Business Ethics*, Vol. 128, No. 2, pp. 305–320
- Ruiz-Blanco, S., Silvia, R., and B. Fernandez-Feijoo (2022) “Green, blue or black, but washing—What company characteristics determine greenwashing?” *Environment, Development and Sustainability*, Vol. 24, No. 3, pp. 4024–4045
- Sailer, A., Harald, W., and E. Straus (2022) “Greenwashing and Bluewashing in Black Friday-Related Sustainable Fashion Marketing on Instagram,” *Sustainability*, Vol. 14, No. 3, p. 1494
- Scanlan, S. J. (2017) “Framing fracking: Scale-shifting and greenwashing risk in the oil and gas industry,” *Local Environment*, Vol. 22, No. 11, pp. 1311–1337
- Seele, P. and L. Gatti (2017) “Greenwashing revisited: In search of a typology and accusation-based definition incorporating legitimacy strategies,” *Business Strategy and the Environment*, Vol. 26, No. 2, pp. 239–252
- Seele, P. and M. D. Schultz (2022) “From greenwashing to machinewashing: A model and future directions derived from reasoning by analogy,” *Journal of Business Ethics*, pp. 1–27
- Siano, A., Agostino, V., Francesca, C., and S. Amabile (2017) “‘More than words’: Expanding the taxonomy of greenwashing after the Volkswagen scandal,” *Journal of Business Research*, Vol. 71, pp. 27–37
- Smith, V. L. and X. Font (2014) “Volunteer tourism, greenwashing and understanding responsible marketing using market signalling theory,” *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 22, No. 6, pp. 942–963
- Stephenson, E., Alexander, D., and K. Shaw (2012) “Greenwashing gas: Might a ‘transition fuel’ label legitimize carbon-intensive natural gas development?” *Energy Policy*, Vol. 46, pp. 452–459
- Sun, Z. and W. Zhang (2019) “Do government regulations prevent greenwashing? An evolutionary game analysis of heterogeneous enterprises,” *Journal of Cleaner Production*, Vol. 231, pp. 1489–1502
- 鈴木利光 (2022) 「ヨーロッパインサイド・アウトEUにおける運用商品向けの「グリーンウォッシング」対策」, 『資本市場』, 第447号, 70–75
- Tang, Y., Rui, Y., Yingwen, C., Mengjin, D., Yichen, Y., and X. Miao (2020) “Greenwashing of local government: The human-

- caused risks in the process of environmental information disclosure in China," *Sustainability*, Vol. 12, No. 16, p. 6329
- Tateishi, E. (2018) "Craving gains and claiming "green" by cutting greens? An exploratory analysis of greenfield housing developments in Iskandar Malaysia," *Journal of Urban Affairs*, Vol. 40, No. 3, pp. 370–393
- Terra, C. (2007) *The 'Six Sins of Greenwashing': A Study of Environmental Claims in North American Consumer*, URL: <https://web.archive.org/web/20171215141309/http://sinsofgreenwashing.com/index6b90.pdf>
- Testa, F., Ivan, M., Roberto, B., and M. Frey (2018a) "Does it pay to be a greenwasher or a brownwasher?" *Business Strategy and the Environment*, Vol. 27, No. 7, pp. 1104–1116
- Testa, F., Olivier, B., and F. Iraldo (2018b) "Internalization of environmental practices and institutional complexity: Can stakeholders pressures encourage greenwashing?" *Journal of Business Ethics*, Vol. 147, No. 2, pp. 287–307
- Torelli, R., Federica, B., and A. Lazzini (2020) "Greenwashing and environmental communication: Effects on stakeholders' perceptions," *Business Strategy and the Environment*, Vol. 29, No. 2, pp. 407–421
- Walker, K. and F. Wan (2012) "The harm of symbolic actions and green-washing: Corporate actions and communications on environmental performance and their financial implications," *Journal of Business Ethics*, Vol. 109, No. 2, pp. 227–242
- Wang, H., Baolong, M., and R. Bai (2019) "The spillover effect of greenwashing behaviours: an experimental approach," *Marketing Intelligence & Planning*
- Yang, Z., Thi, T. H. N., Hoang, N. N., Thi, T. Nga, N., and T. Thanh Cao (2020) "Greenwashing behaviours: causes, taxonomy and consequences based on a systematic literature review," *Journal of Business Economics and Management*, Vol. 21, No. 5, pp. 1486–1507
- Zhang, L., Dayuan, L., Cuicui, C., and S. Huang (2018) "The influence of greenwashing perception on green purchasing intentions: The mediating role of green word-of-mouth and moderating role of green concern," *Journal of Cleaner Production*, Vol. 187, pp. 740–750
- Zharfpeykan, R. (2021) "Representative account or greenwashing? Voluntary sustainability reports in Australia's mining/metals and financial services industries," *Business Strategy and the Environment*, Vol. 30, No. 4, pp. 2209–2223

ESGの定量的且つ相対的な把握の試み

(株)NTTファシリティーズエンジニアリング 丸山 秀一

Quantitative and Relative Evaluation on ESG: An Exploratory Study

Shuichi MARUYAMA

NTT Facilities Engineering, Inc.

【Abstract】

This study proposes a relative evaluating method for ESG initiatives of companies by using quantitative information. When evaluating a company's ESG initiatives, qualitative information (descriptive information) in an ESG report may leave room for impression manipulation by its reporting company. Therefore, scoring ESG activities based on such qualitative information cannot completely eliminate the possibility of an evaluator's subjective judgment. For eliminating subjective bias on ESG evaluation, the author conducted a relative evaluation by using disclosed quantitative information of Japanese electronics companies and found that the evaluated score had a positive correlation with the overall score of the Toyo Keizai ESG Corporate Ranking. Consequently, this quantitative analytical method was confirmed to have potential to be useful for supplementing the current ESG evaluation method.

キーワード: ESG、定量情報、相対的、評価

Keywords: ESG, quantitative information, relative, evaluation

I. 序論

1. はじめに

ESG投資が世界的な潮流となっているなか、企業のESG観点での評価の重要性が高まっている。企業はホームページやサステナビリティレポートなどの各種報告書等によりESG情報を開示し、ESG評価機関やメディアなどの評価者はそれらの開示情報あるいはアンケート等による非開示情報を収集し分析してESG評価を行っている。本研究では、企業のESG評価における課題と、それに対する新たな評価方法を提起する。

2. 先行研究

企業のESG評価に関する研究としては、主にESGと財務パフォーマンスとの関係に関する研究、非財務情報の情報開示に関する研究、及び評価手法に関する研究がある。

(1) ESGと財務パフォーマンスの関係に関する先行研究

ESGと財務パフォーマンスとの関係については、理論研究、実証研究がある。

長谷川 (2018, pp. 24–25) は、ESGと財務業績の関係について、負の関係にあるとする“トレードオフ理論”、ESGパフォーマンスは良いマネジメントを示す指標であると考えこれが財務業績を高めるという“良いマネジメント理論”、財務的に余裕がある企業がより積極的にESGに取り組む“余剰資源理論”、余剰資源を有する企業がESGにより積極的に取り組みその結果財務業績を高める“好循環論”と整理している。

また、大浦 (2017, pp. 50–59) はCSRと財務パフォーマンスの関係性についての先行の実証研究を概観し、負の関係、関連がない、正の関係のそれぞれの研究を取り上げている。

(2) 非財務情報の情報開示に関する先行研究

非財務情報は、コーポレートガバナンス・コードの中で「経営戦略・経営課題、リスクやガバナンスに係る情報等」と定義づけられているが、具体的にどのような情報かは明確となっていない。

近年収斂の動きが見られるものの、林（2019, p. 33）は、「開示基準等が乱立していると感じている実務家が多いのも事実である」としている。また林（2018, p. 112）は「記述的表現」は、開示する企業によって「印象操作」が行われる余地があると課題提起している。

(3) 評価手法に関する先行研究

加賀田（2004, pp. 48-49）は、持続可能性側面による企業評価の課題として、「経済・環境・社会といったそれぞれの領域において異なった単位で算定される各項目をどのような比率で、すなわちどのようなウェイトづけをして、総合的な持続可能性評価に結び付けていくのか」、「企業の社会性を、一体どのような基準で評価するのか」、「評価のために行われるデータ加工、定量化のプロセスなどによって評価結果が変わってしまうという定性要因の定量化の問題が生じる可能性がある」などを挙げている。

越智（2019, pp. 25-28）は、「比較可能な ESG 評価情報は ESG 投資の活性化を通じ市場規律の向上に資するとの観点から、比較可能な ESG 評価の可能性と課題」について論じている中で、AIによる評価にも触れており、ブラックボックス化や情報量の少ない中小企業を適切に評価できない等の課題があるとしている。

3. ESG情報開示、ESG評価の現状と課題

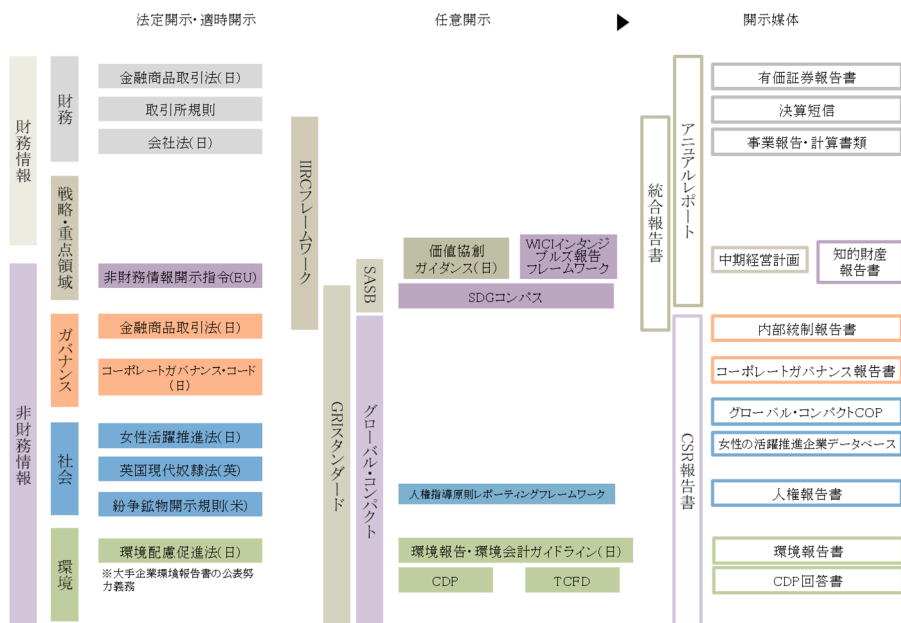
国際的な ESG 投資への関心の高まりを背景に、ESG の取組みに関する非財務情報の開示が求められてきており、そのための開示基準・ガイドラインも相次いで制定され導入されている。

企業活力研究所（2018, p. 11）によると、主要な非財務情報開示に関するガイドラインは下記の図1のとおり。

このように、企業が ESG 情報を開示するにあたり参照する基準は複数存在するが、2021年6月、IIRCとSASBは合併し、新団体「Value Reporting Foundation」(VRF)の傘下に入った。更に、VRFとCDSBはIFRS財団に統合され、IFRS財団は2021年11月に国際サステナビリティ基準審議会（ISSB）の設立を発表した。乱立とも言われたサステナビリティ情報の開示基準が収斂する動きがみられる。

これらの開示基準と同様に、ESG 評価においても、“乱立”とも呼べる複数の ESG 評価が存在する。主要な ESG 評価を表1に示す。

前述のとおりそもそも世界的に統一された開示基準がなく、また同様に統一された評価基準もない状態で、評価機関



(出所) 企業活力研究所編（2018, p. 11）

図1 主要開示ガイドラインの一覧

表1 主要なESG評価

評価機関	情報源	カバー企業数	格付け評価方法
MSCI	政府や NGO 等のデータ、企業自身の公開情報、メディアによる報道、企業への聞き取り調査	7,000	<ol style="list-style-type: none"> 1. 各産業のキーイシューに対し企業毎に「リスクエクスポージャー」と「リスク管理」の視点から 0-10 で点数付け 2. 上記の 2 つのスコアから「キーイシュー・スコア」を求め、それをもとに重みづけをした加重平均スコアから ESG スコアを決定 3. 同じ産業カテゴリに所属する企業の中での順位によって相対的評価を 7 段階で付与 (AAA から CCC まで)
FTSE	企業の公開情報のみ	4,100	<ol style="list-style-type: none"> 1. 企業の特性に応じてテーマ毎にエクスポージャーを特定 2. テーマ毎に企業のスコアを算出 (適用項目ごとに対応度合を 0-2 点で点数化し、その合計点を基に得点率を求める) 3. ESG スコアを算出
CDP	各社に送付したアンケートへの回答結果を用いてレーティング	8,400	「情報開示」「認識」「マネジメント」「リーダーシップ」の 4 つのレベルに分けて採点され、最終的に各レベルでの得点率を用いて A~D-の 8 段階で評価

(出所)

三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング (2019)、トークンエクスプレス (2020)、藤井(2019)等をもとに筆者作成

各社はそれぞれ独自の評価基準および評価手法を設定して評価を行っている。

以上、先行研究、及び ESG 情報開示と ESG 評価の現状から、ESG 情報開示および ESG 評価における課題を以下の通り整理する。

a) 比較困難

複数の開示基準は収斂する動きがあるものの具体的な内容は検討段階であり、企業間の比較が難しい。

b) 印象操作

記述的情報の開示においては、巧みな表現で説得力を高める、ポジティブな話題を選択する (林, 2018, p. 112) 等により、他者が自分に対して持つ印象を操作しようとする印象操作により企業評価に影響を及ぼす懸念がある。

c) 評価のブラックボックス化

評価方法はある程度公開されているが、すべてが開示されているわけではない。また非開示情報を収集しそれを基に評価するケース、あるいは AI などを活用して評価するケースなどは評価のブラックボックス化が避けられない。また点数付けは定性要因の定量化の問題を内包しているとともに、定性情報の評価基準は各評価機関が独自に設定しているが、その基準の設定によっては評価者の主観を完全には排除できない。

d) 対象企業数

評価者による点数付けでは、評価できる企業数に限界がある。日本には 270 万社近くの法人があるが、MSCI や FTSE で評価される企業のうち日本企業は約 200 社程度であり、全体の 0.01% 程度しか評価されておらず、ESG 投資家にとっても ESG 経営を進めようとする企業側にとっても不十分である。

e) 評価の視点

主に投資家の投資戦略に活用されるため、投資家目線での評価となっており、投資家以外のステークホルダーにとって活用しにくい。

概観した通り、ESG評価における先行研究では、印象操作、定性要因の定量化の問題及びブラックボックス化が指摘されてきた。更に現状のESG評価機関における評価では、評価者の主観によるバイアスという問題なども懸念される。そこで、本研究では、これらの課題を克服することを目的に、ESGの定量的且つ相対的な把握の方法を提起し、その妥当性を検証する。

II. ESGの定量的且つ相対的な把握の方法

前述のESG情報開示およびESG評価の課題を鑑みて、開示されている定量情報のみを用いることで印象操作や定性要因の定量化の問題及びブラックボックス化を回避し、主観が入る可能性がある評価者による点数付けではなく企業間の相対的な比較を基に、より多くの企業を対象とすることを念頭に置いた、ESGの定量的且つ相対的な把握方法の試行と検証を行う。

なおESGに配慮した経営には、社会課題の解決に事業を通じて貢献する考え方と、社会課題に対し法的責任以上の社会的な責任を果たす考え方の大きく2つの考え方がある。前者については、その成果（パフォーマンス）は企業のコントロールが難しく、定量的な評価も困難である。現在、社会的インパクト評価やSDGインパクトなどでその評価やマネジメントの手法が検討されている。一方後者の成果（パフォーマンス）は企業の社会的責任としてコントロールすべきものであり、定量化も比較的容易であることから、本研究では後者に着目し、その評価手法を提起する。

1. 評価対象とするサンプル企業の選定

以下の条件に当てはまる企業を本研究における評価対象とし、サンプル企業として47社を抽出した。

- ・比較的情報開示が進んでいる「電気機器」の企業。
- ・本評価の妥当性検証（III参照）のため、東洋経済CSR企業ランキングにおいて過去5年間（2015～2019年度評価）で500位以内の企業。ただし、5年間のランクの変動が有意に大きい企業は、検証に用いるには懸念があるため除外する。
- ・財務業績との関連も調査するため、同期間において財務情報が開示されている企業。ただし、5年間の利益の変動が有意に大きい企業は、財務業績との関連性の検証に用いるには懸念があるため除外する。

2. 評価対象とする定量情報、評価指標の特定

ESGの取組みは各社で方針や重点課題（マテリアリティ）が区々であるが、現時点でどの程度社会的責任を果たし

表2 ISO26000の各中核主題に対応した定量情報

ISO26000		定量情報
中核主題	関連する行動及び期待	
6.2 組織統治	－ これまでその組織で上級職への就任が足りなかったグループに対して公平な上級職への昇進の機会を促進する。	女性管理職比率 女性役員比率
	－ その組織を代表して決定を行う人々の権限、責任及び能力のレベルのバランスをとる。	社外役員比率
	－ その組織の統治プロセスを定期的に確認し、評価する。	内部通報数
6.3 人権		
6.3.3 課題 1 ：デューデリ リジェンス	－ その組織全体に人権方針を統合するための手段	人権研修
6.3.4 課題 2 ：人権が脅か される状況	組織は、人権尊重という目的が実際に達成されるよう、自らの行動の潜在的な結果について考慮すべきである。	人権違反件数
6.3.5 課題 3 ：加担の回避	－ 購入対象となる物品及びサービスが生産される社会的及び環境的条件について把握しておくべきである。	サプライヤーアセスメント

6.3.7 課題 5 ：差別及び社会的弱者	女性の権利を尊重し、経済的、社会的及び政治的分野における男女平等を推進	女性比率
	障がい者（男女とも）に尊厳、自立性及び社会への全面的な参加	障がい者雇用率
	人種を根拠とした差別をなくす	外国人雇用
	その他の社会的弱者の差別をなくす	高齢者雇用
6.4 労働慣行		
6.4.3 課題 1 ：雇用及び雇用関係	－ 個々の労働者及び社会の両方にとって安定した雇用の重要性を認識する。	離職率 平均勤続年数 従業員数 正規雇用率
6.4.4 課題 2 ：労働条件及び社会的保護	－ 賃金、＜中略＞に関してディーセントな労働条件を与える。	平均給与
	－ ＜前略＞また、労働者に週休及び年次有給休暇も与えるべきである	有休取得率
	－ 妥当な労働時間、育児休暇、＜中略＞家庭における労働者の責任を尊重する。	平均労働時間 育児休暇取得率
6.4.5 課題 3 ：社会対話	－ ＜前略＞正式に指定された労働者代表に、権限をもつ意思決定者へのアクセス＜中略＞を与える。	組合組織率
6.4.6 課題 4 ：労働における安全衛生	－ あらゆる安全衛生の偶発事象及び問題を最小化又は除去するために、それらの偶発事象及び問題を記録し、調査する。	労災件数
6.4.7 課題 5 ：職場における人材育成及び訓練	－ ＜前略＞平等に差別なく、技能開発、訓練及び実習を利用する機会、並びにキャリアアップする機会を与える	従業員教育
	－ 健康及び福祉を推進する労使合同プログラムを確立する。	健康関連情報
6.5 環境		
6.5.3 課題 1 ：汚染の予防	－ 重大な汚染源及び汚染の軽減、水消費量、廃棄物生成、並びにエネルギー消費量に関して、測定、記録及び報告を行う。	大気汚染物質排出量
	－ 現実の及び潜在的な汚染排出及び廃棄物、関連する健康リスク、並びに現実の及び考えられる汚染緩和策に関して、地域コミュニティとともに取り組む。	廃棄物排出量、リサイクル率、環境関連表彰
	－ ＜前略＞直接的及び間接的な汚染を段階的に削減し最小化する対策を実施する。	環境事故
6.5.4 課題 2 ：持続可能な資源の利用	－ エネルギー、水、その他資源の顕著な使用に関して、測定、記録及び報告を行う。	紙の使用量 電力・エネルギー使用量 水の使用量 排水量
	－ 再生不可能な資源を、可能な場合、持続可能で、再生可能で、かつ影響の低い代替資源で補充し、又はそうした代替資源に置換する。	再生可能エネルギー 再生材 再商品化
6.5.5 課題 3 ：気候変動の緩和及び気候変動への適応	－ ＜前略＞顕著な GHG 排出に関して、測定、記録及び報告を行う。	CO2 排出量
	－ 自らのコントロールの範囲で、直接的及び間接的な GHG 排出を徐々に削減し最小化する最適	各段階での CO2 排出量

	な対策を実施し、自らの影響力の範囲で同様の行動を促進する。	(Scope1, 2 および Scope3)
6.5.6 課題4 ：環境保護, 生物多様性, 及び自然生息 地の回復	－ 生物多様性及び生態系サービスに及ぼす潜在的悪影響を特定し、それらの影響を排除又は最小限に抑える対策を講じる。	生物多様性 環境保全活動
6.6 公正な事業慣行		
6.6.3 課題1 ：汚職防止	－ <前略>その組織の方針に対する違反、並びに非倫理的処遇及び不公平な処遇を報告するよう促す。	相談件数
6.6.4 課題2 ：責任ある政治的関与	－ 特定の立場に有利になるように、<中略>政治献金を行わない。	政治献金額
6.6.6 課題4 ：バリューチェーンにおける社会的責任の推進	－ <前略>自らの購入、流通及び契約に関する方針及び慣行に、倫理的基準、社会的基準、環境的基準及び男女の平等に関する基準、並びに安全衛生を統合する。	グリーン購入(CSR調達)率
	－ 他の組織に対し、同様の方針を導入するよう促す。ただし、その過程で反競争的行為を行わない。	サプライヤーアセスメント、監査
6.6.7 課題5 ：財産権の尊重	－ 自らの知的及び物的所有権を行使し保護するときに、社会の期待、人権、及び個人の基本的ニーズを考慮する。	従業員の発明への 正当な対価の補償
6.7 消費者課題		
6.7.3 課題1 ：公正なマーケティング, 事実に即した偏りのない情報, 及び公正な契約慣行	－ 要求に応じて、根拠となる事実及び情報を提示することによって、要求又は主張を立証する。	法令違反
6.7.4 課題2 ：消費者の安全衛生の保護	－ ある製品が予想しなかった危険性が市販開始後に現れた場合、<中略>そのサービスを停止するか、又はまだ流通網にある全ての製品を回収するのがよい。<後略>	製品の事故
	－ 消費者に製品の適切な使用方法を指示し、意図された用途又は通常予想可能な用途に付随する危険性を消費者に警告する。	製品の安全性情報
6.7.6 課題4 ：消費者に対するサービス, 支援、並びに苦情及び紛争の解決	－ 苦情内容を見直し、苦情対応の慣行を改善する。	顧客満足度
6.7.7 課題5 ：消費者データ保護及びプライバシー	－ 十分な安全保護策によって個人データを保護する。	セキュリティインシデント
6.7.8 課題6	－ 料金不払いに対し、<中略>必要不可欠なサービスを打ち切らない。<後略>	社会的弱者などを対象とした割引制度

	: 必要不可欠なサービスへのアクセス		
6.8 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展			
6.8.3 課題1 : コミュニティへの参画	- 公共の利益及びコミュニティの発展目標に貢献することを目的とし、可能かつ適切な範囲で地域団体に参加する。		社会貢献活動、活動費
	- 地域社会活動のボランティアになるよう人々を促し、支援する。		ボランティア休暇取得数
6.8.5 課題3 : 雇用創出及び技能開発	- 自らの投資決定が雇用創出に及ぼす影響を分析する。		海外重要ポジションに占める現地化比率
6.8.9 課題7 : 社会的投資	- <中略>食糧, その他の必需品を, これらの集団及び個人に提供するプログラムへの協力を検討する。		寄付額

(出所) ISO 26000 をもとに著者作成

ているかという観点で企業間の比較評価を行うことを念頭に、個々の企業が任意に特定するマテリアリティにかかわらず共通的に果たすべき社会的責任として、2010年に制定されSR(社会的責任)の国際規格としてコンセンサスが得られているISO26000を評価の枠組みとした。ISO26000は社会的責任を「企業統治・人権・労働慣行・環境・公正な事業慣行・消費者課題・コミュニティへの参画及びコミュニティの発展」の7つの中核主題で整理しており、各中核主題にて「関連する行動及び期待」を規定している。この「関連する行動及び期待」を表すと考えられる定量情報、評価指標を“ESGの取組み状況を表す指標”として設定する。

定量情報は、企業間の比較評価を行う目的から、できるだけ多くの企業で開示されている定量情報を用いる。また複数の企業で作成されている、開示情報とISO26000中核主題との対照表等を参考として、ISO26000の各中核主題および関連する行動及び期待に対応する定量情報として、以下の表2のとおり特定した。

これらの定量情報を、対象とした電気機器47社のホームページ、サステナビリティレポート、アニュアルレポート、有価証券報告書などから抽出した。なお、社会的・経済的に大きな変化をもたらした新型コロナ感染症の影響を考慮し、その影響が比較的小さい2019年度データが記載されている2020年度版の報告書を参照してデータを抽出した。

抽出した結果、情報を開示している企業が少数である(内部通報数、製品の事故など)、開示内容が各企業で区々となっており定まっていない(健康関連情報、社会貢献活動など)等から、企業間の比較が困難な定量情報が複数存在した。それら比較困難な定量方法を除き、全47社中約3分の1となる15社以上が開示している定量情報を特定した。更にこれら定量情報を基に評価指標を設定するが、企業規模による影響を排除し相対比較を可能とするため、例えば

表3 ISO26000の各中核主題に対応する評価指標と各指標における意味

ISO26000 中核主題	評価指標	単位	意味
6.2 組織統治	女性管理職比率	%	ガバナンス層において、多様性、及び客観性を確保しているか。
	女性役員(取締役、監査役)	%	
	社外役員(取締役、監査役)	%	
6.3 人権			
6.3.7 課題5: 差別及び社会的弱者	女性比率	%	性別や障がい等による差別をなくし、社会的弱者を積極的に雇用しているか。
	障がい者雇用率	%	
6.4 労働慣行			
	営業利益あたり従業員数	人/営業利益	営業利益を“雇用できる力”とみなし、その力に対

6.4.3 課題 1 : 雇用及び雇用関係	離職率	%	して、積極的に雇用しているか。
	平均勤続年数	年	安定的・継続的な雇用を創出しているか。また会社にとっても安定したリソースとノウハウを確保しているか。
	正規雇用率	%	
6.4.4 課題 2 : 労働条件及び社会的保護	平均給与	百万円	従業員の生活の質、ワークライフバランス等に配慮した労働条件、労働環境を提供できているか。
	有休取得率	%	
	平均労働時間または平均残業時間	H	
	育児休暇取得率	%	
6.4.6 課題 4 : 労働における安全衛生	労災件数(度数率または強度率)		労働災害を抑制し、安心安全な職場環境を確保できているか。
6.4.7 課題 5 : 職場における人材育成及び訓練	従業員教育(時間または金額)	H 円/人	従業員の能力向上、キャリアアップを支援しているか。
6.5 環境			
6.5.3 課題 1 : 汚染の予防	売上あたり大気汚染物質排出量(NOx+SOx)	t/売上	企業規模に対する大気汚染物質の排出量を抑制しているか。
	売上あたり廃棄物排出量	t/売上	企業規模に対する廃棄物の排出量の抑制、およびリサイクルを進めているか。
	リサイクル率(最終処分量/排出量)	%	
6.5.4 課題 2 : 持続可能な資源の利用	売上あたりエネルギー使用量	GJ/売上	企業規模に対するエネルギーの使用を抑制しているか。
	売上あたり水の使用量	千m3/売上	企業規模に対する水の使用、排水を抑制しているか。
	売上あたり排水量	千m3/売上	
	再生可能エネルギー利用率(再生可能エネルギー(GJ)/全エネルギー(GJ))	%	全エネルギーに対する再生可能エネルギーの割合を増やしているか。
6.5.5 課題 3 : 気候変動の緩和及び気候変動への適応	売上あたり CO2 排出量(Scope1+2)	t-CO2/売上	企業規模に対する CO2 の排出を抑制しているか。サプライチェーンを含め炭素リスクを低減した事業構造に転換しているか。
	売上あたり CO2 排出量(Scope3)	t-CO2/売上	
6.8 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展			
6.8.3 課題 1 : コミュニティへの参画	営業利益あたり社会貢献活動費	円/営業利益	営業利益を“社会に貢献できる余力”とみなし、その力に対して、積極的に活動しているか。

(出所) 著者作成

CO2排出量は、売上高金額で除した「売上高あたりのCO2排出量」を評価指標とする。以上の考え方をもとに、企業間の定量的な相対比較に用いたISO26000の各中核主題に対応する評価指標と各指標における意味を以下の表3の通り設定した。

3. 偏差値を用いた相対比較

偏差値化することで、各社のパフォーマンスの相対的な位置関係が明らかになるとともに、異なる単位体系をもつ指標間の優劣や全体傾向を把握することができる。

表4 偏差値を用いた相対比較例

ISO26000	評価指標	単位	A社	H社	J社	・・・	平均	分散
6.2 組織統治	女性管理職比率	%	6.4	6.9	15.2		4.33	3.22

↓偏差値化

ISO26000	評価指標	単位	A社	H社	J社	・・・
6.2 組織統治	女性管理職比率	%	56.4	58.0	83.7	

(出所) 著者作成

表4の一例のとおり、評価指標ごとに各社の開示データを集計し、平均と分散を算出して、各社の評価指標ごとの偏差値を求めた。なお、例えば「売上あたりCO2排出量」など値が小さい方が望ましい指標は、算出された偏差値を100から減じた値を用いる。

Ⅲ. 偏差値による相対比較結果

各社の開示データをもとに評価指標ごとに偏差値を求め、更にそれらの偏差値を評価項目ごとの“相対スコア”とみなし、ISO26000の項目ごとにまとめるとともに、各評価指標の偏差値を平均した全体平均（総合相対スコア）を算出した（図表Ⅲ-1参照）。ただし、全体平均の算出にあたっては、定量情報の開示が少ない企業においては、一部の定量情報による偏差値の影響が大きくなるため、各社にて開示されている定量情報の数の中央値（18）以上の定量情報を開示している企業のみを全体平均算出の対象とした。それが表5の25社である。

1. ESGランキング総合ポイントとの相関からの検証

各社の全体平均によって得られた評価結果の妥当性の検証のため、東洋経済新報社のESG企業ランキング総合ポイントとの相関からの検証、および財務パフォーマンスとの相関からの検証を行った。

今回の評価対象企業は日本国内の企業であることから、日本最大級のCSRデータベースを持ち、環境、社会性、企業統治、人材活用の4分野でCSRの評価を行っている東洋経済新報社の評価を参照し検証する。この評価においては、アンケート調査による回答をもとに、5段階評価の格付けと100点満点の得点を作成しており、また原則として全項目加点方式でネガティブデータによる減点はなく、一部の項目では数値の優劣にかかわらず有効回答があったことに対し加点している。本研究で試行している評価方法は定量情報の大小のみによる相対評価であり評価方法が異なることから、妥当性の検証に用いることとした。

なお、CSR企業ランキングは、環境、社会性、企業統治、人材活用の4分野に加え財務情報も評価対象に含めているが、2016年から始められたESG企業ランキングは4分野のみでの評価であり、本研究における評価項目との親和性がより高いことから、今回の検証では、2020年10月に公表された第5回東洋経済ESG企業ランキングを用いた。

表6に、各社の偏差値の全体平均（総合相対スコア）と、東洋経済ESG企業ランキング総合ポイント、および2019年度の財務情報との相関係数を示す。

今回は各社の全体平均においては評価項目間の重みづけ等は行っておらず、単純な平均ではあるが、東洋経済ESGランキング2020の総合ポイントとの相関係数は「0.61」と、ある程度相関が見られた（図2）。

2. 財務パフォーマンスとの相関からの検証

財務パフォーマンスとの相関から先行研究で示されている関係性の有無を検証する。

財務パフォーマンスである売上高および営業利益と、各社の偏差値全体平均（総合相対スコア）との相関はそれぞれ「0.49」、「0.50」と、弱いながらもある程度相関が見られた。企業規模が大きく体力があるほどESGへの取組みが推進される「余剰資源理論」、あるいは「良いマネジメント理論」の考えと一致していると考えられる。

しかし収益性の指標である売上高営業利益率との相関は「-0.11」、一株益との相関は「0.30」といずれも相関が見られなかった。各評価項目のパフォーマンスを改善するには、労働条件の改善や環境対応、社会貢献など、ある程度コ

表5 各社の偏差値

	6.2 組織統治	6.3 人権	6.4 労働慣行			6.5 環境			6.8 コミュニティへの参画及びコミュニティの発展	全体平均
			雇用	労働条件	安全、人材	汚染予防	資源	気候変動		
A社	55.6	43.5	52.1	48.3	54.4	54.8	54.1	55.1	43.6	51.8
B社	48.6	47.7	53.9	42.3	60.2	50.8	54.1	54.0		50.9
C社	41.9	50.4	53.6	64.3	58.0	56.7	50.4	55.6		53.3
D社	55.7	49.9	45.9	42.7	55.4	44.7	55.2	43.4		49.4
E社	51.2	44.3	50.1	40.8	35.9	31.4	38.1	32.0		41.7
F社	49.9	65.2	48.2	53.3	37.0	55.0	58.8	54.6	52.7	53.8
G社	48.6	41.6	49.7	53.3	41.3	55.5	52.7	55.1		50.6
H社	50.9	60.9	50.8	54.7	52.7	52.9	52.3	53.4		53.2
I社	48.7	67.6	41.3	51.1	35.2	44.5	57.2	56.6	49.5	49.7
J社	73.4	56.0	48.4	62.2	59.9	56.7	54.0	55.6	42.5	57.0
K社	64.0	48.0	49.0	53.1	39.1	39.0	50.4	51.6		51.1
L社	50.2	48.1	49.3	52.9	58.0		54.6	55.2		51.8
M社	48.5	41.0	43.7	46.7		45.4	49.8	47.5		46.3
N社	46.4	51.1	49.4	54.5	51.2	50.2	37.6	45.8		48.3
O社	46.8	44.2	49.2	49.3	60.2	57.2	51.1	56.1	64.8	50.8
P社	54.5	48.4	49.8	58.6	48.6	44.5	51.4	55.2	47.8	50.8
Q社	47.4	45.3	48.8	50.0	57.8	53.7	53.0	49.6	74.7	51.7
R社	47.7	55.8	48.1	47.0	47.1	48.6	46.9	49.3	44.3	48.4
S社	53.8	44.7	54.4	45.2	56.7	45.5	42.3	45.4	38.9	47.7
T社	43.2	41.3	51.6	65.2	42.8	56.2	52.3	56.1	39.8	51.6
U社	60.9	48.7	54.2	62.9	48.7	34.1	50.7	46.9	55.5	51.9
V社	37.9	45.5	50.5	50.9	58.0	54.4	51.5	52.2		49.4
W社	58.8	48.6	52.7	52.3	54.7	56.2	54.5	54.8	47.2	54.0
X社	47.5	57.2	47.2	42.7	57.5	54.3	48.3	51.1		49.0
Y社	44.9	52.0	50.2	44.9	47.8	52.0	52.0	34.5	44.7	47.3

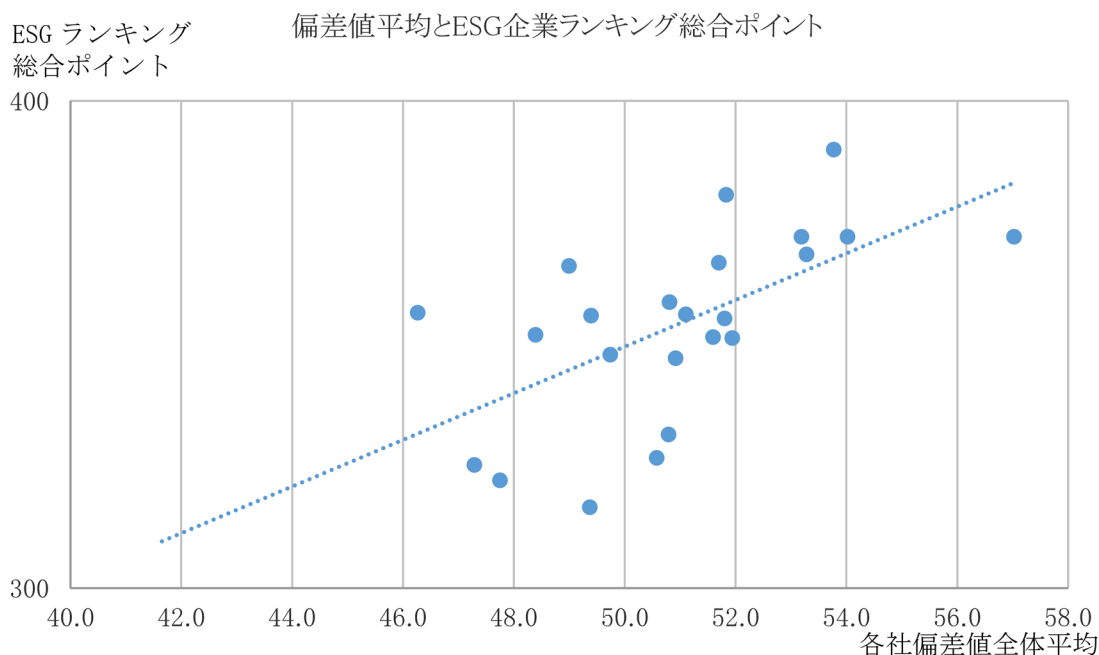
(出所) 著者作成

表6 各社の偏差値全体平均との相関

	偏差値全体平均	2020ESG総合ポイント	売上高	営業利益	売上高営業利益率	1株益
A社	各社における各評価指標の偏差値の全体平均	各社の総合ポイント	各社の2019年度の売上高	各社の2019年度の営業利益	各社の2019年度の売上高営業利益率	各社の2019年度の1株益
B社						
C社						
Y社						
X社						
Y社						
相関係数		0.61	0.49	0.50	-0.11	0.30

(注)一部で第5回 ESG 企業ランキングでの総合ポイントがない企業があるため、第4回 ESG 企業ランキングでの総合ポイントを使用した。

(出所) 著者作成



(出所) 著者作成

図2 偏差値全体平均とESG企業ランキングの関連性

ストをかける必要があり、利益の極大化ではなく様々なステークホルダーに配慮した付加価値分配を行うため、短期的な利益に現れにくいことから、“コストを抑え、いかに効率よく利益を得るか”を表す売上高営業利益率などの収益性の指標との相関は低いと考えられる。

IV. 本評価手法に関する考察

1. 定量的かつ相対的評価手法の有用性

本研究による定量的かつ相対的な評価手法は、以下の(1)~(3)に挙げられるような有用性があると考えられる。

(1) 定量情報のみによる機械的な相対評価でもESGの取組みの程度を評価できる。

各社の定量情報をもとに機械的に偏差値を算出したが、東洋経済ESG企業ランキング総合ポイントとある程度相関が見られた。これにより、今回の定量情報に基づく相対的な評価は、以下のとおりI章で挙げたESG情報開示とESG評価の課題を補完するような評価手法に位置づけられると考えられる。

a) 企業間比較と相対評価

定量的なパフォーマンスデータを基に企業間で比較するとともに、偏差値を用いることで、その相対的な位置関係が把握できる。

b) 定量情報のみによる評価

定量情報のみを用いるため、定性情報(記述的情報)における印象操作の余地が小さい。

c) 評価のホワイトボックス

本評価手法においては、従来のように評価者が定性情報を読み取り判断して点数付けを行うのではなく、公開されている定量情報から機械的に算出される偏差値で評価しており、ホワイトボックスとなっている。

更なるその情報源も、非開示情報を用いる場合は、第三者にとっては何を情報源として評価しているかわかりにくいですが、本評価手法では、開示された定量情報のみを情報源としている。またそれにより評価機関からのアンケート回答といった企業側の負担も軽減される。

d) 評価対象企業

従来の評価は、特定の評価者が点数付けを行い評価するため、評価する企業数に限界があり、評価対象は一部の大企業に限られるが、本評価手法では、定量情報が開示されていれば不特定の評価者が評価可能のため、評価対象企業は無制限である。

表7 異なる評価指標間における傾向の可視化例

	6.2 組織 統治	6.3 人権	6.4 労働慣行			6.5 環境			6.8 コミ ュニティへの参画 及びコミ ュニティの 発展	全体平均
			雇用	労働条件	安全、 人材	汚染予 防	資源	気候変 動		
E社	51.2	44.3	50.1	40.8	35.9	31.4	38.1	32.0	41.7	
G社	48.6	41.6	49.7	53.3	41.3	55.5	52.7	55.1	50.6	
H社	50.9	60.9	50.8	54.7	52.7	52.9	52.3	53.4	53.2	
M社	48.5	41.0	43.7	46.7		45.4	49.8	47.5	46.3	

(出所) 著者作成

それにより大企業に対する ESG 投資だけでなく、中堅・中小規模の企業に対する ESG 融資や、さらにはサプライチェーンにおける取引先企業の評価にも活用可能となる。

ただし、偏差値を算出するための公開されたデータベースは必要となる。

e) 評価の視点

従来の評価者は、主に投資家の視点で点数付けし評価を行うが、本評価は、定量的なパフォーマンスの大小を相対的に可視化したものであり、直接的に優劣を評価した結果ではない。評価項目、評価手法がホワイトボックスであることから、様々なステークホルダーが各々重視するリスクや関心により任意に重みづけし優劣を評価することが可能である。

(2) I章で挙げた企業評価の課題の補完以外にも以下の有用性が考えられる。

a) 企業ごとの詳細分析も可能であり、改善の余地があるポイントが数値で可視化される。

偏差値の全体平均による総合的な評価だけでなく、偏差値化することにより、企業内の単位体系の異なる評価指標間における傾向も可視化することができる。例えば、表7において、E社は環境に関する指標が低く全体平均を押し下げている。一方G社は環境に関する指標は高いが環境以外の指標が低い。H社は全体的に高く、一方M社は全体的に低い。

また、このような全体的な傾向だけでなく、個々の項目ごとに詳細分析も可能であり、改善の余地があるポイントが数値で可視化される。例えば表8はM社の環境に関する指標から一部抜粋したものである。これを見ると、売上当たりのエネルギー使用量の偏差値は高いため、省エネ化は比較的進んでいると考えられるが、再生可能エネルギーの利用率、及びCO2排出量の偏差値が低いことから、脱炭素の取組みについて改善の余地があることがわかる。

b) 各評価項目と財務パフォーマンスとの関連性を分析することができる。

各企業の全体的な偏差値平均（総合相対スコア）と財務パフォーマンスとの関係は前述のIII-2のとおりであるが、表9に示す通り、個々の評価項目の偏差値（相対スコア）と財務パフォーマンスとの相関も分析することができる。

これによると組織統治の偏差値（相対スコア）と売上高および営業利益との相関が比較的高い。企業規模が大きくなるほど組織統治における多様性が進んでいると考えられる。また労働条件と売上高との相関も比較的高い。給与や休暇などの労働条件と企業規模はある程度相関があると考えられる。

ただしこれらの因果関係の方向性は不明である。

更に、一時的な財務パフォーマンスだけではなく、経年の変動にも着目した。2015年度から2019年度の5年間の売上高と営業利益、および1株益について、その平均と分散から変動係数を、また売上高営業利益率については分散を求めた。それらの変動と個々の評価項目の偏差値との相関は表10のとおり。

注目すべきは、社会貢献が全ての変動と負の相関となっており、社会貢献の偏差値が高い企業ほど財務パフォーマンスの変動が小さい。社会貢献にある程度コストをかけ地域社会と良好な関係を構築することは、短期的な売上や利益額には寄与しないが、中長期的に売上や利益の変動を抑え、経営の安定化に寄与している可能性がある。

表8 M社の環境に関する指標（一部抜粋）

指標	単位	偏差値
売上当たりのエネルギー使用量	GJ/売上	53.6
全エネルギーに対する再生可能エネルギー率	%	42.8
売上当たりのCO2排出量(Scope1+2)	t-CO2/売上	47.5

(出所) 著者作成

表9 個々の評価項目の偏差値（相対スコア）と財務パフォーマンスとの相関

	組織 統治	人権	雇用	労働 条件	安全, 人材	汚染 予防	資源	気候 変動	社会 貢献
売上高	0.64	0.02	0.19	0.40	0.24	-0.05	0.19	0.08	0.16
営業利益	0.58	0.10	-0.06	0.36	0.22	0.24	0.19	0.20	-0.14
売上高営業利益率	-0.31	0.04	-0.26	0.13	-0.23	0.14	0.01	0.18	-0.45
1株益	0.10	-0.10	0.10	0.25	-0.11	0.33	0.19	0.16	-0.45

(出所) 著者作成

表10 個々の評価項目の偏差値と財務パフォーマンスの変動との関連性

	組織 統治	人権	雇用	労働 条件	安全, 人材	汚染 予防	資源	気候 変動	社会 貢献
売上高変動係数	-0.11	-0.25	-0.15	0.21	-0.38	-0.03	-0.01	0.12	-0.42
営業利益変動係数	0.49	-0.18	0.42	0.07	0.10	-0.22	-0.18	-0.05	-0.37
売上高営業利益率 分散	0.16	0.02	0.06	0.16	0.17	-0.06	-0.26	-0.05	-0.39
1株益変動係数	0.61	-0.08	0.25	0.26	-0.05	-0.24	-0.01	0.15	-0.31

(出所) 著者作成

2. 本評価手法における課題

本評価手法における課題は以下の通り。

- 開示されている定量情報は、開示基準が乱立し共通認識が得られていない現状で抽出した定量情報であり、その精度には限界がある。
- 相対評価を行うため比較的多くの企業が開示している情報のみを用いたことから、ISO26000の各中核主題を表すにはまだ十分とは言えない。
- サンプル企業数もまだ十分とは言えず、また複数年次のデータ取得ができていないため遅延相関の検証も不十分である。

V. 結論

本研究では、定性情報を基に評価者が点数付けする従来のESG企業評価の課題を踏まえ、定量情報に着目して相対的に評価する手法を試みた。ISO26000の枠組みを用いて、その中で規定されている各中核主題にて示される「関連する行動及び期待」を表すと考えられる評価指標を設定した。

各社が開示している定量情報を評価指標に当てはめて、偏差値による相対評価を行った結果、その値の大小は、東洋経済新報社のESG企業ランキングの総合ポイントとある程度相関がみられた。また財務パフォーマンスである売上高、営業利益とも弱いながらもある程度相関が見られ、「余剰資源理論」あるいは「良いマネジメント理論」の考えと一致

した。本研究の評価手法は、従来のESG企業評価の課題を補完する評価手法となる可能性があると考えられる。偏差値による相対評価であるため、各企業の取組みが進展すれば全体の平均値が上がり、取組みが停滞し現状維持となっている企業は相対的に評価が下がることになることから、企業全体の底上げと継続的改善を促進すると考えられる。

一方、本評価手法の課題としては、精度に限界があり、またISO26000の各中核主題を表すにはまだ十分とは言えないこと、サンプル企業数もまだ十分とは言えないことなどが挙げられる。

財務情報は、共通的な会計ルールがあり、各社の経営状態を定量的に把握し比較することが可能となっている。非財務情報においても、共通的なルールを策定し、各社のESG観点での経営状態を定量的且つ相対的に把握する仕組みが今後必要となると考える。

今後は、開示基準の動向を注視しつつ、ESGの取組状況を表すにはどのような指標が適しているかを精査して、評価精度を上げていきたい。更に本研究では対象外とした社会課題解決の貢献の取組みについても、その成果（パフォーマンス）を定量的且つ相対的に把握できる指標を検討し、ESG経営をより広い観点で評価できる評価体系を確立していきたい。

以上

【参考文献、参考WEB】

- 大和総研 大和総研レポート 乱立するESG情報の開示基準とその現状 https://www.dir.co.jp/report/research/capital-mkt/esg/20210112_022016.html 2022年10月23日閲覧
- 長谷川直哉 (2018)『統合思考とESG投資—長期的な企業価値創出メカニズムを求めて—』文真堂
- 林寿和 (2018)「開示情報量と企業による印象操作がESG評価に及ぼす影響についての一考察：シミュレーションモデルを用いて」『日本経営倫理学会誌』第25号
- 林寿和 (2019)「多様化するESG情報開示基準等の果たす役割と課題～GRI・IIRC・SASB・TCFDの比較分析を通じて～」『月刊資本市場』2019年7月号No. 407
- JISZ26000: 2012 社会的責任に関する手引 (ISO 26000: 2010)
- 加賀田和弘 (2004)「持続可能性による企業評価の現状と課題」『総合政策研究』No. 3
- 企業活力研究所 (2018)「新時代の非財務情報開示のあり方に関する調査研究報告書」
- 三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社 (2019)「ESG格付け方法論の事例」平成30年度環境サステナブル企業評価検討会 (第1回) 参考資料
- 日本取引所グループESG情報開示枠組みの紹介 <https://www.jpx.co.jp/corporate/sustainability/esgknowledgehub/disclosure-framework/04.html> 2022年10月23日閲覧
- 大浦真衣 (2017)「CSRへの取り組みと財務パフォーマンスの関係性—上場企業のパネルデータを用いた実証分析—」『The Non-profit Review』Vol. 17, No. 1
- 越智信仁 (2019)「比較可能なESG評価の可能性と課題」『インベスター・リレーションズ』第13巻1号
- 東京海上ディーアール コラム「CDP気候変動2019スコアリング方法の傾向について」 <https://www.tokio-dr.jp/publication/column/009.html> 2022年10月23日閲覧
- 東京証券取引所 (2021)「コーポレートガバナンス・コード」
- トークンエクスプレス ESG投資に不可欠、格付機関3社+αを徹底解説 <https://token-express.com/magazine/esg-raters/> 2021年7月25日閲覧
- 東洋経済新報社 (2019)『CSR企業総覧 (ESG編) 2020年版』週刊東洋経済
- 東洋経済新報社 会社四季報オンライン <https://shikiho.jp/> 2022年10月23日閲覧
- 東洋経済新報社 東洋経済CSR企業ランキング <http://www.toyokeizai.net/csr/ranking/> 2022年10月23日閲覧
- 東洋経済新報社 東洋経済ONLINE 「ESGを重視する企業」ランキングトップ200社 <https://toyokeizai.net/articles/-/381386> 2022年10月23日閲覧
- 吉井一洋・藤野大輝 (2018)「企業のES (環境・社会) 関連情報の目標数値・KPIと第三者保証」『大和総研調査季報』2018年秋季号 Vol. 32

統合報告書におけるマテリアリティの 開示が株主資本コストに及ぼす影響について

株式会社日本政策投資銀行 設備投資研究所 長谷部 賢

The Impact of Materiality Disclosure in Integrated Reports on the Cost of Equity Capital

Masaru HASEBE

Research Institute of Capital Formation, Development Bank of Japan Inc.

【Abstract】

The purpose of this study is to determine the impact of materiality disclosed in integrated reports on the cost of equity. Because of the wide range of issues involved in ESG and other non-financial information, disclosure of what constitutes material issues is an important business decision for management. Otherwise, various information users will not be able to efficiently obtain the information they need, which is likely to hinder their rational decision-making. The results of the analysis in this study indicate that firms that disclose materiality in accordance with the IIRC framework have a lower cost of equity than those that do not. These results suggest that investors have more confidence in the medium- to long-term value creation model behind a company.

キーワード： ESG、マテリアリティ、統合報告書、インプライド株主資本コスト

Keywords: ESG, materiality, integrated report, implied cost of capital

I. はじめに

本稿の目的は、統合報告書上で開示されるマテリアリティ¹が株主資本コストに及ぼす影響を明らかにすることである。投資家が投資意思決定の際に用いる最も重要な情報の1つは財務情報であることは、これまで多くの研究者がその有用性について証拠を示してきた (Ball and Brown, 1968)。しかしながら、1990年代以降、財務情報の有用性の低下が様々な研究で指摘されるようになった (Lev and Zarowin, 1999)。財務情報の有用性が低下する場合、投資家は補完的情報の開示を企業に求めるだろう。これまで、財務報告以外の企業情報である環境報告書及び統合報告書などの様々な独立型の報告書が公表されるようになったことはその表れである可能性がある。このような非財務情報の開示が進展することで、財務情報だけでは伝達することができない企業の価値創造の源泉がスピーディーに株価に織り込まれることが期待されている (中條, 2013)。さらに、グローバル化の進展に伴う地球温暖化問題、資源や富の偏在、人権問題への対応等、企業に対する社会的責任への要請の高まりにより、企業価値を評価するためには、単に財務情報だけでなく、こうした非財務情報の開示も考慮する必要があると考えられるようになってきている。特に、2006年に国連責任投資原則 (PRI) がESG投資を提唱して以降、投資家による非財務情報に対する関心が急速に高まっており、日本でも年金積立金管理運用独立行政法人 (GPIF) がPRIに署名し、本格的なESG投資への取組を開始したことで関係業界の取組も急速に進んできた。

こうした状況下において、企業が関係するESGをはじめとした非財務情報にかかる課題は多岐にわたるものの、企業の対応には限界があるため、情報開示においてマテリアリティの視点による整理を行う必要がある。そうしなければ、多様な情報利用者はその必要とする情報を効率的に入手できず、合理的な判断が妨げられる可能性が高いためであ

る。そのため、経営者にとって、何をマテリアルな課題とするかの開示は極めて重要な経営判断と言える。

さらに、情報の非対称性の観点からも、何がマテリアルな課題か判断出来ないこと自体が経営者と投資家の情報の非対称性の源泉となり、それがエージェンシーコストの増加に結びつく可能性もある。本稿においてマテリアリティにかかる情報開示効果を検討する背景は以下の通りである。

1つは、企業のESG活動に対する投資家の関心が高まっている点である。ESGに代表される非財務情報の重要性が増しており、その媒体手段として統合報告書の発行企業数は年々増加している。「国内自己表明型統合レポート発行企業リスト2020年度版」(企業価値レポート・ラボ)によれば、日本における統合報告書発行企業は、2011年では32社に留まっていたが、2020年12月末時点では547社にのぼっている。しかしながら、投資家がこれをどう活用し、企業評価に反映しているかという点については明らかではない。経営者が、統合報告書におけるマテリアリティの開示を通じて自社の中長期的な経営課題とその対応を説明することで、投資家はその企業の価値創造力を評価している可能性がある。それによって株主資本コストの低下など一定の効果をもたらすことが確認できれば、マテリアリティの開示が情報の非対称性の解消につながる決定因子の一つであることが明らかとなり、投資家による企業評価の新たな側面を提供できる可能性がある。

いま1つは、企業のESGをはじめとした非財務情報にかかる開示方針や基準が明確に確立されていない点である。企業のESGを評価する機関は世界で約600社に達しており、この数は過去10年間で5倍になるという(米ERMグループ)。機関投資家の間でESGを重視する運用に注目が集まり、評価ニーズが高まっているためであるが、統一的な評価基準がない中でESG投資のリターンに関心の低い投資家が増えてくると、意図的に「みせかけのESG重視(Greenwash)」の企業が登場する可能性も高まる。そこで、ESG評価機関によるスコアではなく、企業が統合報告書上で開示する一次情報としてのマテリアリティに着目し、その効果を検証することは評価機関毎に異なるESG評価のばらつきを排除する上で一定の効果が期待できるものと考えられる。

日本における統合報告書の発行には豊富な蓄積があるものの、それらはあくまで自発的開示に基づくものであり、表1の通りそれぞれの企業が準拠するフレームワークは多岐にわたる²。

表1. 非財務情報開示フレームワーク・基準における「マテリアリティ」

基準等	主な利用者	マテリアリティに関連した記載
国際統合報告フレームワーク(IIRC)	投資家	統合報告書は、組織の短、中、長期の価値創造能力に実質的な影響を与える事象に関する情報を開示する。
GRIスタンダード	マルチ・ステークホルダー	マテリアル・トピックとは、人権への影響を含む、経済、環境、人へ組織が及ぼす最も重大な影響を反映した事項。
SASBスタンダード	投資家	ある情報は、その省略や虚偽記載、曖昧さが、利用者が短・中・長期の業績及び企業価値評価に基づいて行う投資・貸し付けの決定に影響を与えることが合理的に予想される場合、重要と考えられる。

な
フ
レ
ー
ム
ワ
ー
ク
・
基
準
に
よ
り
、
様
々

金融庁「記述情報の開示に関する原則」(平成31年3月)

2.2. 記述情報の開示については、各企業において、重要性(マテリアリティ)という評価軸を持つことが求められる。

● 記述情報の開示の重要性は、投資家の投資判断にとって重要か否かにより判断すべきと考えられる。また、取締役会や経営会議における記述情報の役割を踏まえると、投資家の投資判断に重要か否かの判断に当たっては、経営者の視点による経営上の重要性も考慮した多角的な検討を行うことが重要と考えられる。

出典：経済産業省「SX研究会(2021)」参考資料

IIRC³フレームワークでは、統合報告書の目的を「企業の戦略、ガバナンス、パフォーマンス及びプロスペクトについての情報を提供することにより、企業の短期的、中期的及び長期的な価値創造に結びつくコミュニケーションをすることにある(IIRC,2013a,8)」としている。すなわち、統合報告はその主たる利用者たる財務資本の提供者が利用可能な情報の質を改善することのみを意図しているだけではなく、統合報告に取り組むことにより企業内部に統合思考を浸透させ、意思決定及び行動を改善することも意図すると主張している。さらに、統合報告書が実際に企業の見通しを評価する際に有用である場合、報告企業の評判の向上や透明性の向上などを通じて、資本市場におけるメリットを受けることが予想され、結果として資本コストをより低くすることが出来る可能性がある(IIRC,2011)とも述べている。

本稿では、主に財務資本の提供者を利用者と想定しているIIRCフレームワークに準拠して作成された統合報告書において開示されたマテリアリティ⁴（以下、「IIRCマテリアリティ」という）に焦点をあてた分析を行う。IIRCマテリアリティを開示している企業はESGをはじめとした非財務情報と財務情報とのリンケージをより意識できている企業であり、したがって株主資本コストをより意識していると考えられるからである。さらに、IIRCフレームワークでは、マテリアリティを決定するための最終的な判断は経営者であるとしている。したがって、IIRCマテリアリティを開示する企業にはESGをはじめとした非財務情報と財務情報とのリンケージをより意識した経営者のマネジメント力も含意されており、本稿によりそうした特徴を持った企業のマネジメント効果も明らかに出来る可能性がある。

本稿における分析の結果、IIRCマテリアリティを開示している企業は、そうでない企業よりも株主資本コストが低いことが明らかにされた。かかる結果は、投資家はその後にある中長期的な価値創造モデルと経営者のマネジメント力に対して企業への信頼性を高めていることを示唆するものである。

本稿の構成は以下の通りである。第Ⅱ節では先行研究をレビューし、第Ⅲ節で仮説を構築する。第Ⅳ節ではサンプルとリサーチ・デザインを説明する。第Ⅴ節では検証結果を提示し、結果の解釈を行う。第Ⅵ節は頑健性の検証を行い、第Ⅶ節で以上の結果を総括する。

Ⅱ. 先行研究

財務情報が株主資本コストに影響を及ぼすことはこれまでの理論研究で明らかにされている。たとえば、財務情報による情報の非対称性の削減が市場の流動性の向上を通じて株主資本コストを低減する可能性がある（Baiman and Verrecchia, 1996; Verrecchia, 2001）。また、財務情報を利用したリスク分担（Merton, 1987）と情報リスクの削減（Barry and Brown, 1985; Coles et al., 1995）が株主資本コストを低減することも知られている。これらは、質の高い情報を提供することによって投資家が予想するリスクが低減され、結果として株主資本コストを削減できることを示唆している。さらに、非財務情報によって財務情報の開示を補完する傾向が高まるにつれて、従来は財務情報に関する説明のための理論であったボランタリー・ディスクロージャー理論が財務情報から非財務情報に拡張して適用されるようになっていく。たとえば、非財務情報には価値関連性があること（Margolis et al., 2009）を前提として、一連の研究においてCSRディスクロージャーが株主資本コストに及ぼす影響が検討され、CSRディスクロージャーと株主資本コストにはマイナスの関係があるという結果が得られている（Dhaliwal et al., 2011; Plumlee et al., 2015）。これらの研究は非財務情報が投資家の行動にどのように影響を与えるかについての証拠を示しているが、CSR報告書の発行の有無のみを分析上利用しているため、それぞれの報告書における特性及びその質が考慮されていない。また、CSR報告書はESG課題を含むよう進展しているが、そこでは企業戦略やビジネスモデルとの関連について説明されていないため、企業のパフォーマンスを投資家に伝えるににくいという批判もある（Serafeim, 2015）。

IIRCフレームワークでは、統合報告書の目的を「経営者が組織の価値創造に重要であるものを開示することによって達成される」（IIRC, 2013a）と述べられている。統合報告書は組織の報告書のなかで最も重要な要素を一貫した形で簡潔にまとめたものであり、投資家の投資判断に重要な戦略的関連性の高い情報を報告するだけでなく（Cheng et al., 2015）、これらの要素間の関連性も示しており、組織の短期的、中期的および長期的な価値創造能力にどのような影響を与えるかについて説明できる（IIRC, 2013a, 8）。統合報告が実際に企業の見通しを評価する際に有用である場合、報告企業の評判や透明性の向上などを通じて、資本市場におけるメリットを受けることが予想され、結果として、株主資本コストをより低くすることができる可能性がある（IIRC, 2011）。

一方、統合報告書の発行効果ではなく、統合報告書の質の効果を分析した研究も存在する。Barth et al. (2017) は、企業外部者の利用可能な情報の改善および企業内部者の意思決定の改善という統合報告の2つの目的に着目して、統合報告の導入がこれら2つの目的の達成に寄与するかを実証的に検証している。同研究では、統合報告書の質とビット・アスク・スプレッド、株主資本コスト、アナリスト予想株価の関係を分析している。分析の結果、統合報告書の質が高いほど流動性が高いこと、統合報告書の質と株主資本コストの間に統計的に有意な関係は観察されないこと、統合報告書の質が高いほどアナリスト予想株価は高いことを報告している。Zhou et al. (2017) は、IIRCフレームワークに基づいて、31個の構成要素で評価基準を開発し、これによって統合報告書の質を測定している。同研究では統合報告書の質とアナリストの利益予測誤差とはマイナスの相関があることを明らかにしており、さらに統合報告書の質と資本コストの関係を検証したところ、全サンプル企業において統合報告書の質と資本コストとはマイナスの相関があるという

証拠を得ている。Lee and Yeo (2016) も独自の評価基準を用いて統合報告書の質を測定し、これを代理変数として企業価値との相関を検証している。同研究ではIIRCの概念フレームワークの8つの内容要素⁵におけるそれぞれ5つの側面を評価して質を表すスコアを計算し、これらを利用して、統合報告書の質と企業価値 (Tobin's Q) とはプラスの相関があり、また組織がより複雑である企業はプラスの相関が強いという結果を提示している。また、Khan et al. (2016) は、マテリアリティ評価において良好なESGスコアを得ている企業は、そうでない企業と比較して、株式リターンが優位に上回っていることを示した⁶。この結果は、投資判断におけるマテリアリティ項目を考慮することの必要性を指摘している。

このように、統合報告書等の特性や質に関する先行研究においてはESG評価機関のスコアや独自の評価基準を用いてそれを測定しているため、その評価には評価機関毎にばらつきが存在している可能性がある。たとえば、Barth et al. (2017) は、毎年開催されるEY Excellence in Integrated Reporting Awardsのスコアに基づき統合報告書の質を5段階に分類しており、このスコア算出にあたっては主に12項目の要素の平均値で評価している。一方、Zhou et al. (2017) は、IIRCの概念フレームワークに基づいて31個の構成要素で評価基準を開発し、これによって統合報告書の質を測定している。その結果、両者ともに南アフリカの上場企業を対象サンプルとしているものの、前者では統合報告書の質と株主資本コストの間に有意な関係性は観察されなかったが、後者においては有意な関係性が観察されるという逆の結果が得られている。

本稿においては、先行研究で用いられているESG評価機関のスコアや独自の評価基準による評価軸ではなく、企業自らが特定し、開示した一次情報であるIIRCマテリアリティを過去10年(2012–2021年度)まで遡ってハンドコレクトにて抽出し、分析している。これによって統合報告書の特性や質を評価する上での評価機関毎に異なる評価のばらつきを排除できるものと考えられる。統合報告書の特性や質を評価する上で、企業が自ら開示したIIRCマテリアリティを過去に遡ってハンドコレクトで抽出し、その影響について論じた研究は筆者の調べた限り存在していない。ESGをはじめとした非財務情報と財務情報をつなぐリンケージとして、企業自らが統合報告書において開示するIIRCマテリアリティと株主資本コストの関係を分析することにより、情報開示効果の側面を明らかにしたことが本稿における貢献である。

Ⅲ. 仮説の設定

統合報告書発行企業が相対的に低い株主資本コストを示す理由として、次のような可能性が考えられる。まず、潜在的な事業リスクに対する企業の対応力を投資家が読み取る可能性である。統合報告書によって企業のリスクと機会が開示されている企業は、潜在的な規制や将来の事業リスクが予期される場合、それに対応できる能力を有していると推定される。統合報告書の非開示企業は、そうしたリスクを企業が認識しているかさえ不明であるので、開示企業について投資家が有する不確実性は、非開示企業よりも低くなると予想される。昨今のESG課題にかかる規制強化や関心の高まりは、企業業績に与える要因の影響力の拡大を示している。統合報告書の開示はこうした影響を投資家が見積もる上で有用な情報源となり、投資家が抱く不確実性が低減されることで、非開示企業よりも低い株主資本コストをもたらすと言える。

特にIIRCフレームワークに準拠して作成された統合報告書は、企業活動の概要を提供し、投資家層を拡大する可能性があること、また、企業が依存している6つの資本⁷を関連づけて全体像を示すことにより、企業がどのように価値を創造しているかを財務資本の提供者に理解させるため、パラメータの不確実性や推定リスクを低減することによって、企業の資本コストに影響を与えることができる可能性がある⁸。

さらに、情報の非対称性が懸念されるのは、企業価値との関連があるにも関わらず、その情報開示が不十分な場合である。標準的なエージェンシーモデルでは、情報の非対称性が逆選択につながり、情報の少ない投資家はより多くの情報を持つ投資家との取引で生じる損失を避けるために市場から退出するようになる。このような行動は流動性の低下や、株価の下落に加え、投資家がリスクの保障としてプレミアムを要求するために資本コストを増加させる (Francis, Nanda, and Olsson, 2008)。また、情報開示は投資家の監視コストを減少させるだけでなく、投資家間の競争条件を平準化することで情報の非対称性を減少させ、企業価値を高めることが可能である。

IIRCマテリアリティの開示は、企業の価値創造能力に影響を与える実質的な事項のみを記載することで、統合報告書をより簡潔で一貫性のあるものにするに役立つ。したがって、IIRCマテリアリティの開示は、企業の中長期的な価

値創造能力に実質的な影響を及ぼす源泉ともいえ、それを開示することでリスク管理体制に対する投資家からの信頼性を高めることができる可能性がある。それによって、IIRCマテリアリティの開示は企業価値に影響を与える株主資本コストに関する事業リスクや情報の非対称性を軽減することができる可能性がある。以上より、次の仮説を設定する。

仮説1: IIRCフレームワークに準拠して作成した統合報告書を開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低い。

仮説2: IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低い。

Leuz and Verrecchia (2000) は、情報の非対称性が小さければ、投資家は逆選択の心配が少なく、その結果取引意欲が高まり、ビッド・アスク・スプレッドが低下することから、ビッド・アスク・スプレッドは情報の非対称性を表すと主張している。したがって、IIRCマテリアリティの開示が非財務情報を通じた企業実態の透明度の向上という効果を発揮出来るのであれば、開示後のビッド・アスク・スプレッドはそれ以前に比べて低下するはずである⁹。以上より、次の仮説を設定する。

仮説3: IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりもビッド・アスク・スプレッドが低い。

IV. リサーチ・デザイン

1. 株主資本コストの推計

株主資本コストは、投資家が拠出する資本に対して要求する利益率であり、リスクフリーレートにリスクプレミアムを加算して算出される。しかしながら、リスクプレミアムは直接観察できないため、株主資本コストの推計には、事後的に実現リターンを用いて推計する方法、又は利益、株主資本簿価、及び配当の期待値を利用して推計する方法が用いられている。前者の実現リターンを用いる方法では、実際に推計値を検証した後に、正しい資産評価モデルを認識することが困難であることなどを理由として、これらのモデルに基づく株主資本コストの推計値が不可避免的に不正確であると結論づけている (Fama and French, 1997)。そこで、後者の実現リターンに依存しない方法 (残余利益モデルや超過利益成長評価モデルなど) が用いられ、逆算して株主資本コストが推計されている。これらの方法で推計された株主資本コストは、市場参加者が想定する暗黙裡の株主資本コストを表しているため、インプライド株主資本コストと称されている。インプライド株主資本コストの算出式としては以下4種類のモデルがある。

(1) 修正 PEG モデル (以下、PEG1 モデル)

後藤・北川 (2010) は、インプライド株主資本コストの推計に用いられる代表的なモデルに基づく株主資本コストを算出し、モデルの優劣比較を行った結果、Easton (2004) が提唱した修正 PEG レシオと PEG レシオが相対的に有効である、と結論づけている。

修正 PEG レシオでは、株主資本コストは、 $t+1$ 期と $t+2$ 期の予想 1 株当たり利益及びそれらが開示される t 期の株価 (終値) を代入することで推計される。

$$ICC_PEG1 = \sqrt{\frac{EPS_{t+2} - EPS_{t+1}}{P_t}} \quad (1)$$

ここで、

ICC_PEG1 : 株主資本コスト (PEG1 モデル)

$EPS_{t+2(t+1)}$: 2 期 (1 期) 先の予想 1 株当たり利益

P_t : t 期の株価 (終値)

(2) PEG モデル (以下、PEG2 モデル)

PEG モデルでは、(2) 式のように表すことが出来る。(3) OJ モデルにおける異常利益成長が一定であると考え、 γ

=1を仮定したものが修正PEGモデルである。修正PEGモデルは、PEGモデルの仮定にDPS=0という仮定を加えたものである。すなわち、PEGモデルは、(2)式のように表すことが出来る。

$$ICC_PEG2 = \sqrt{\frac{EPS_2 + xDPS_1 - EPS_1}{P_0}} \quad \text{ただし } x = \frac{EPS_1}{P_0} \quad (2)$$

(3) Ohlson and Juetter-Naurothモデル (以下、OJモデル)

OJモデルでは、利益成長のモデルの中に生かした式として表現される。資本コストをICC_OJとすると、(3)式のようになる。EPSの値を例に取れば、 $EPS_{t+1} = \gamma EPS_t$ として決定される(ただし、 $\gamma > 1$ を満たす値)。

本稿では後藤・北川(2010)に倣い、 $\gamma = 1.03$ として計算している。

$$ICC_OJ = A + \sqrt{A^2 + \frac{EPS_1}{p_0} \times \left(\frac{\Delta EPS_2}{EPS_1} - (\gamma - 1) \right)} \quad (3)$$

$$\text{ただし、} A = \frac{1}{2} \left(\gamma - 1 + \frac{DPS_1}{p_0} \right)$$

(4) EPモデル

EPモデルもまた異常利益成長モデルの一形態として考えることができ、以下の(4)式のように計算される。EPレシオでは異常利益成長=0という仮定を置く。つまりEPモデルは、次年度の収益予測値があれば、十分な企業評価が可能であるということを合意したモデルとなっている。

$$ICC_EP = \frac{EPS_1}{P_0} \quad (4)$$

2. 検証モデルの設定

本稿では、Dhaliwal et al. (2011) と Zhou et al. (2017) で使用した分析モデルをベースに、日本の統合報告書発行企業が統合報告書上でマテリアリティを開示している場合における株主資本コストに及ぼす影響を実証的に分析する。

$$ICC_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 IIRC_{i,t} + \beta_2 BETA_{i,t} + \beta_3 BM_{i,t} + \beta_4 SIZE_{i,t} + \beta_5 LEV_{i,t} + \beta_6 IR_{i,t} + \sum IND + \sum YEAR + \varepsilon_{i,t} \quad (1)$$

$$\Delta \% ICC_{i,t+1} = \beta_0 + \beta_1 \Delta \% IIRC_{i,t} + \beta_2 \Delta \% BETA_{i,t} + \beta_3 \Delta \% BM_{i,t} + \beta_4 \Delta \% SIZE_{i,t} + \beta_5 \Delta \% LEV_{i,t} + \beta_6 \Delta \% IR_{i,t} + \sum IND + \sum YEAR + \varepsilon_{i,t} \quad (2)$$

$$\Delta \% BID_ASK_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 \Delta \% IIRC_{i,t} + \beta_2 \Delta \% BETA_{i,t} + \beta_3 \Delta \% BM_{i,t} + \beta_4 \Delta \% SIZE_{i,t} + \beta_5 \Delta \% LEV_{i,t} + \beta_6 \Delta \% IR_{i,t} + \sum IND + \sum YEAR + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

ここで、変数の定義は以下の通りである。

$ICC_{(i,t+1)}$ ($\Delta \% ICC_{i,t+1}$)	: i企業のt+1期における株主資本コスト ($\Delta \%$ は前年度比変化率)
$BID_ASK_{i,t}$ ($\Delta \% BID_ASK_{i,t}$)	: i企業のt+1期におけるビッド・アスク・スプレッド ($\Delta \%$ は前年度比変化率)
$IIRC_{i,t}$: i企業がt期においてIIRCフレームワークに準拠した統合報告書を開示していれば1、そうでない場合は0をとるダミー変数
$BETA_{i,t}$ ($\Delta \% BETA_{i,t}$)	: i企業のt期におけるベータ値 ($\Delta \%$ は前年度比変化率)
$BM_{i,t}$ ($\Delta \% BM_{i,t}$)	: i企業のt期における簿価時価比率 ($\Delta \%$ は前年度比変化率)
$SIZE_{i,t}$ ($\Delta \% SIZE_{i,t}$)	: i企業のt期における総資産(対数) ($\Delta \%$ は前年度比変化率)
$LEV_{i,t}$ ($\Delta \% LEV_{i,t}$)	: i企業のt期における負債比率 ($\Delta \%$ は前年度比変化率)

$IR_{i,t}$: i企業がt期において統合報告書を開示していれば1、そうでない場合は0をとるダミー変数
$MAT_IIRC_{i,t}$: マテリアリティの開示（ダミー変数）とIIRCフレームワークに準拠した統合報告書発行（ダミー変数）の交差項
IND	: 産業ダミー変数
$YEAR$: 年度ダミー変数

3. サンプルの選択

本稿が分析対象とするのは、2012年度から2021年度における日本企業であり、以下の条件を満たす企業・年観測値がサンプルに含まれている。抽出条件は以下の条件を満たす企業とする。

- (1) 「国内自己表明型統合レポート発行企業リスト2020年度版」（企業価値レポーティング・ラボ）で公表されている統合報告書発行企業（6,396社・年）
- (2) 日経業種分類上、銀行業・証券業・保険業・その他金融業を除く業種に属する企業（5,715社・年）
- (3) 決算期が3月決算かつ決算月数が12ヶ月である企業（4,464社・年）
- (4) 分析に必要な財務データが取得可能な企業（3,441社・年）

本稿の分析で利用する財務データは「日経NEEDS-Financial QUEST」から、株主資本コストにおいては、 $t+1$ 期と $t+2$ 期の予想1株当たり利益（EPS）が必要であるが、これはBloombergから抽出した。ビッド・アスク・スプレッドは市場で提示されている買い指し値と売り指し値の乖離幅によって計測されるが、これも「日経NEEDS-Financial QUEST」から日々の乖離幅を抽出し、そのスプレッドを株価の水準（売り指値と買い指値の平均）で除した上で算出した。また、マテリアリティの開示については、2020年12月末時点で日本において統合報告書を発行している企業の発行初年度まで遡り、いつの時点からIIRCマテリアリティを開示しているかハンドコレクトにて抽出した¹⁰。なお、上記サンプルのうち、「IIRCフレームワークに準拠して作成された統合報告書発行企業」は846社・年、「IIRCマテリアリティ開示企業」は722社・年である。

V. 実証結果とその解釈

1. 仮説1の検証結果

仮説1にかかるそれぞれの各資本コストの推計結果を表4に示す。なお、仮説1にかかる変数の記述統計量（表2）及び変数間の相関係数（表3）は紙面の都合により、(1) PEG1モデルのみを記載する。

表2. 記述統計量

Variable	Mean	Median	Std. Dev.	Min	Max
$ICC_PEG1_{i,t+1}$	0.120	0.090	0.090	0.000	0.540
$IIRC_{i,t}$	0.190	0.000	0.390	0.000	1.000
$BETA_{i,t}$	0.990	0.990	0.260	0.020	1.670
$BM_{i,t}$	1.080	1.000	0.600	0.000	3.350
$SIZE_{i,t}$	13.050	12.860	1.420	9.670	19.530
$LEV_{i,t}$	2.610	2.200	1.180	1.080	5.220
$IR_{i,t}$	0.510	1.000	0.500	0.000	1.000

表3. 変数間の相関係数

	ICC_PEG1	IIRC	BETA	BM	SIZE	LEV	IR
ICC_PEG1	1						
IIRC	-0.111	1					
BETA	0.235	0.021	1				
BM	0.288	-0.027	0.086	1			
SIZE	0.038	0.178	0.062	0.130	1		
LEV	0.326	-0.026	0.100	0.159	0	1	
IR	-0.150	0.482	0.081	-0.008	0.152	-0.029	1

表4. 仮説1の推計結果

	(1)ICC_PEG1 _{i,t+1}	(2)ICC_PEG2 _{i,t+1}	(3)ICC_OJ _{i,t+1}	(4)ICC_EP _{i,t+1}
IIRC _{i,t}	-0.010*** (-2.73)	-0.009** (-2.28)	-0.035** (-2.02)	-0.015* (-1.91)
BETA _{i,t}	0.043*** (7.13)	0.046*** (6.91)	-0.051* (-1.82)	0.024* (1.89)
BM _{i,t}	0.023*** (8.24)	0.023*** (7.49)	-0.010 (-0.83)	0.025*** (4.46)
SIZE _{i,t}	-0.009*** (-6.73)	-0.009*** (-6.13)	0.004 (0.65)	-0.009*** (-3.14)
LEV _{i,t}	0.021*** (14.25)	0.019*** (11.77)	-0.017** (-2.45)	0.029*** (9.19)
IR _{i,t}	-0.001 (-0.39)	-0.003 (-0.8)	-0.027 (-1.64)	-0.005 (-0.67)
Year dummy	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry dummy	Yes	Yes	Yes	Yes
Number of observations	3,440	3,164	3,481	3,504
Adjusted R-Squared	0.431	0.407	0.120	0.298

(注) カッコ内の数値は t 値を表す。***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準でそれぞれ有意であることを意味する。

IIRCの係数は全てマイナスであり、いずれのモデルも統計的に有意な水準である。このマイナスの値は、IIRCフレームワークに準拠して作成した統合報告書を開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低いことを示しており、仮説1を支持する結果となった。なお、相関係数の大きさ及びVIFから見て、多重共生線が生じる可能性は低いと判断した。

2. 仮説2の検証結果

次に、仮説2にかかるそれぞれの資本コストの記述統計量を表5に、推計結果を表6に示す。表5は、表2と同様に「企業価値レポート・ラボ」で公表されている統合報告書発行企業をサンプルとし、第IV節1.で示された4種類の株主資本コストの変化率（前年度対比）を取った記述統計量を示している。

表5. 記述統計量

	Mean	Median	Std. Dev.	Min	Max
(1) $\Delta\%ICC_PEG1_{i,t+1}$	0.040	-0.020	0.390	-1.000	0.990
(2) $\Delta\%ICC_PEG2_{i,t+1}$	0.080	-0.020	0.850	-1.000	15.150
(3) $\Delta\%ICC_OJ_{i,t+1}$	0.490	0.000	3.990	-1.000	78.780
(4) $\Delta\%ICC_EP_{i,t+1}$	0.060	0.010	0.610	-4.960	4.750

表6. 仮説2の推計結果

	(1) $\Delta\%ICC_PEG1$	(2) $\Delta\%ICC_PEG2$	(3) $\Delta\%ICC_OJ$	(4) $\Delta\%ICC_EP$
MAT_IIRC	-0.047** (-2.12)	-0.103** (-2.04)	-0.444** (-2.05)	-0.042 (-1.32)
$\Delta\%BETA$	0.067** (2.51)	0.073 (1.16)	0.210 (0.81)	-0.053 (-1.4)
$\Delta\%BM$	0.049*** (6.41)	0.099*** (5.76)	0.308*** (4.25)	0.125*** (11.68)
$\Delta\%SIZE$	-0.780 (-0.6)	-4.525 (-1.47)	-26.603** (-2.09)	9.759*** (5.28)
$\Delta\%LEV$	0.028 (1.03)	0.020 (0.32)	-0.751*** (-2.66)	-0.018 (-0.43)
IR	-0.015 (-0.72)	-0.037 (-0.79)	0.537*** (2.73)	-0.007 (-0.24)
Year dummy	Yes	Yes	Yes	Yes
Industry dummy	Yes	Yes	Yes	Yes
Number of observations	2,892	2,697	3,464	3,394
Adjusted R-Squared	0.086	0.015	0.009	0.099

(注) カッコ内の数値は t 値を表す。***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準でそれぞれ有意であることを意味する。

MAT_IIRCの係数は全てマイナスであり、t値もEPモデル以外は統計的に有意な水準である。このマイナスの値は、IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低いことを示しており、仮説2を支持する結果となった。一方、EPモデルを用いた推計結果では、MAT_IIRCの係数はマイナスであるものの、統計的に有意な結果が得られなかった。EPモデルは次年度の収益予想値のみで算出され、IIRCフレームワークが標榜する中長期視点でのマネジメントとのつながりを持った価値創造モデルとの関連性が相対的に低いと言える。したがって、IIRCマテリアリティとEPモデルによって算出された株主資本コストには有意な結果がみられなかったものと考えられる。

被説明変数である株主資本コストに対して、コントロール変数の正負の符号は先行研究と一致している。ベータ値は株主資本コストと正に相関していること (Marston and Harris,1993; Gordon and Gordon,1997)、高いリターンは常に高い資本コストを伴うので、簿価時価比率と株主資本コストの間に正の相関があること (Gode and Mohanram,2003) は先行研究の結果と一致している。また、Fama and French (1992) は、負債比率と実現リターンとの間に正の関連性があることを示した。したがって、表6における負債比率と株主資本コストとの正の相関はこれと一致している。なお、相関係数の大きさ及びVIFから見て、多重共生線が生じる可能性は低いと判断した。

3. 仮説3の検証結果

次に仮説3にかかる変数の記述統計量を表7、変数間の相関係数を表8、実証結果を表9に示す。

表7. 記述統計量

Variable	Mean	Median	Std. Dev.	Min	Max
$\Delta\% \text{BID_ASK}_{i,t+1}$	0.000	-0.020	0.270	-1.000	5.080
MAT_IIRC	0.170	0.000	0.380	0.000	1.000
$\Delta\% \text{BETA}_{i,t}$	0.030	-0.010	0.270	-0.660	0.990
$\Delta\% \text{BM}_{i,t}$	0.160	0.010	1.030	-1.000	7.660
$\Delta\% \text{SIZE}_{i,t}$	0.000	0.000	0.010	-0.050	0.030
$\Delta\% \text{LEV}_{i,t}$	0.000	-0.010	0.230	-0.790	1.730
IR	0.550	1.000	0.500	0.000	1.000

表8. 変数間の相関係数

	$\Delta\% \text{BID_ASK}$	MAT_IIRC	$\Delta\% \text{BETA}$	$\Delta\% \text{BM}$	$\Delta\% \text{SIZE}$	$\Delta\% \text{LEV}$	IR
$\Delta\% \text{BID_ASK}$	1						
MAT_IIRC	0.053	1					
$\Delta\% \text{BETA}$	0.077	-0.053	1				
$\Delta\% \text{BM}$	-0.123	-0.021	0.010	1			
$\Delta\% \text{SIZE}$	-0.159	0.015	-0.025	0.013	1		
$\Delta\% \text{LEV}$	0.044	-0.014	0.006	-0.023	0	1	
IR	0.104	0.409	-0.046	0.029	-0.035	0.010	1

表9. 仮説3の推定結果

$\Delta\% \text{BID_ASK}_{i,t+1}$	Coef.	Std. Err.	t	P>t
MAT_IIRC	-0.023**	0.011	-2.050	0.041
$\Delta\% \text{BETA}_{i,t}$	0.051***	0.013	3.960	0.000
$\Delta\% \text{BM}_{i,t}$	-0.025***	0.004	-7.180	0.000
$\Delta\% \text{SIZE}_{i,t}$	-2.798***	0.642	-4.360	0.000
$\Delta\% \text{LEV}_{i,t}$	0.020	0.015	1.330	0.184
IR	0.004	0.010	0.360	0.720
Year dummy	Yes			
Industry dummy	Yes			
Number of observations	4,003			
Adjusted R-Squared	0.341			

(注) ***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準でそれぞれ有意であることを意味する。

MAT_IIRCの係数はマイナスであり、統計的にも有意な結果が得られた。このマイナスの値は、IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりもビッド・アスク・スプレッドが低いことを示しており、仮説3を支持する結果となった。かかる結果は、IIRCマテリアリティを開示することにより流動性が向上し、投資家によるリスクプレミアムの要求水準が低下することで株主資本コストの低下につながったことを示唆している。なお、相関係数の大きさ及びVIFからみて、多重共線性の可能性は低いと判断した。

VI. 頑健性の検証

1. IIRC マテリアリティ開示初年度における株主資本コストの影響

仮説2の分析結果の頑健性を検証するため、IIRC マテリアリティを初めて開示した時点をもとに、それ以外を0とするダミー変数を説明変数とし、開示初年度における株主資本コストに及ぼす影響を検証する。検証モデルは第IV節1.に基づく。なお、本分析については、紙面の都合により(1) PEG1モデルのみの結果を記載する。

推計結果は、表10の通りである。

表10. 推計結果

$\Delta\%ICC_PEG1_{i,t+1}$	Coef.	Std. Err.	t	P>t
MAT_IIRC	-0.133***	0.033	-4.000	0.000
$\Delta\%BETA_{i,t}$	0.068***	0.027	2.550	0.011
$\Delta\%BM_{i,t}$	0.049***	0.008	6.400	0.000
$\Delta\%SIZE_{i,t}$	-0.947	1.308	-0.720	0.469
$\Delta\%LEV_{i,t}$	0.030	0.027	1.080	0.280
IR	-0.011	0.020	-0.550	0.582
Year dummy	Yes			
Industry dummy	Yes			
Number of observations	2,892			
Adjusted R-Squared	0.090			

(注) ***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準でそれぞれ有意であることを意味する。

MAT_IIRCの係数はマイナスであり、統計的にも有意な結果が得られた。このマイナスの値は、企業がIIRC マテリアリティを初めて開示した時点においても株主資本コストの低下がみられたことを示している。

2. 内生性の問題

推計上の技術的な問題として、株主資本コストとIIRC マテリアリティの間には同時決定の可能性による推計値のバイアスが生じている可能性が懸念される。推定式では、IIRC マテリアリティを説明変数として用いているが、業績が良好な企業ほどIIRC マテリアリティを開示する余裕があるため、被説明変数の影響を受ける内生変数になっている可能性がある(逆の因果性)。そこで、「対象年度における産業別¹¹のIIRC マテリアリティ開示率」を操作変数として活用した操作変数法(2段階最小二乗法)を適用して検証する。推計結果は、表11の通りである。

表11. 推計結果

	二段階最小二乗法	
	1st	2st
	IIRCマテリアリティ	株主資本コスト (ICC_PEG1)
IIRCマテリアリティ (予測値)		-0.111*** (-2.11)
IIRCマテリアリティ開示率 (産業別)	0.119*** (2.91)	
$\Delta\%BETA_{i,t}$	-0.004 (-0.2)	0.066** (2.47)
$\Delta\%BM_{i,t}$	-0.010** (-1.98)	0.048*** (6.33)
$\Delta\%SIZE_{i,t}$	0.863 (0.94)	-0.749 (-0.57)
$\Delta\%LEV_{i,t}$	-0.027 (-1.25)	0.027 (0.99)
IR	0.122*** (8.69)	-0.008 (-0.38)
Number of observations	4,003	2,892
Adjusted R-Squared	0.338	0.086

(注) カッコ内の数値は t 値を表す。***は1%水準、**は5%水準、*は10%水準でそれぞれ有意であることを意味する。

推計結果は第1段階と第2段階の双方を掲載している。まず、第1段階の推計結果では、IIRCマテリアリティ開示率(産業別)の係数は0.119、t値は2.91であり、統計的に有意な結果が得られた。この正の値は、IIRCマテリアリティ開示率(産業別)がIIRCマテリアリティに影響を与えていることを示している。次に第2段階では、説明変数にIIRCマテリアリティ開示率(予測値)を取って検証したところ、IIRCマテリアリティ(予測値)の係数は-0.111、t値は-2.11であり、統計的に有意な結果が得られた。この推計結果は、IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低いという検証結果の頑健性について追加的な証拠を提示している。

VII. 結論と今後の課題

本稿では、「国内自己表明型統合レポート発行企業リスト2020年度版」(企業価値レポート・ラボ)で公表されている統合報告書発行企業のうち、銀行業・証券業・保険業・その他金融業を除く企業の2012年度から2021年度のデータを用いて、IIRCフレームワークに準拠して作成された統合報告書を開示している企業と株主資本コストとの関係性を検証した上で、IIRCマテリアリティを開示している企業と株主資本コストの関係性を検証した。さらに、ビット・アスク・スプレッドと株主資本コストの関係性についての分析も行った。

まず、IIRCフレームワークに準拠して作成された統合報告書は、中長期的な価値創造モデルを示すことでパラメータの不確実性や推定リスクを低減することにより、株主資本コストに影響を与える可能性がある。その上で被説明変数を株主資本コスト、説明変数をIIRCフレームワークに準拠して作成された統合報告書の開示の有無(ダミー変数)として分析した結果、IIRCフレームワークに準拠して作成された統合報告書を開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低いことが示された。

次に、インプライド株主資本コストにかかる4種類のモデルを計算した上で、「企業価値レポート・ラボ」で公表されている企業の統合報告書を発行初年度まで遡り、いつの時点からマテリアリティを開示しているかをハンドコ

レクトにて抽出した。その上で被説明変数を株主資本コストの変化率、説明変数をIIRCマテリアリティとし、分析した結果、IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低いことが示された。

また、同様に被説明変数をビッド・アスク・スプレッドの変化率、説明変数をIIRCマテリアリティとし、分析した結果、IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりもビッド・アスク・スプレッドが低いことが示された。以上の分析結果は、いずれも仮説を支持するものであった。

さらに、頑健性の検証として、IIRCマテリアリティ開示初年度における株主資本コスト変化率並びに「対象年度における産業別のIIRCマテリアリティ開示率」を操作変数とする操作変数法（2段階最小二乗法）を用いて分析したところ、いずれも仮説を支持する結果が得られた。かかる結果は、IIRCマテリアリティを開示している企業の方が、そうでない企業よりも株主資本コストが低いという検証結果の頑健性について追加的な証拠を提示している。

マテリアリティの開示については短期的にその効果を実感しにくく、中長期的な視点でマネジメントとのつながりを含めた価値創造モデルの説明がなされてはじめて投資家はその効果を実感できる可能性が高い。それが従来の情報開示にとどまらない安心感を投資家に与え、株主資本コストの低下につながる可能性が高いと考えられる。

一方、本稿の検証においては課題が残されている。本稿では統合報告書におけるマテリアリティの開示に注目したが、それがどのように価値創造モデルにつながっているかを解明するまでには至っていない。マテリアリティの開示効果をさらに説得力があるものにするためには、これらの点の検証が必要となるが、それらについては今後の研究を待ちたい。

注

- 1 マテリアリティの定義として、「シングル・マテリアリティ（企業がESG課題から受ける財務インパクトを考慮した概念）」「ダブル・マテリアリティ（ESG課題が企業業績にもたらす影響と、企業が環境・社会に及ぼす影響の両面を考慮する概念）」及び「ダイナミック・マテリアリティ（マテリアリティを動的なものとして捉え、社会変化に合わせて流動的に変化させるべきとする概念）」がある。本稿におけるマテリアリティとは主に「ダイナミック・マテリアリティ」を指すこととする。
- 2 「国内自己表明型統合レポート発行企業リスト2020年度版」によると、2020年12月時点での各フレームワーク準拠率は、IIRC52.8%、GRI26.7%、SASB1.8%である。
- 3 財務資本の提供者が利用可能な情報の改善、効率的に伝達するアプローチ確立等を目指して2010年に設立された国際的な連合組織。なお、IIRCは2021年6月にSASBと合併し、VRF（The Value Reporting Foundation）という組織に移行した。また、同年11月にはIFRS財団が国際サステナビリティ基準審議会（ISSB）を設立すると共に、気候変動開示基準委員会（CDSB）を統合。さらに、2022年6月にはVRFとISSBが統合された。
- 4 IIRCフレームワークでは統合報告書のマテリアリティの決定プロセスを以下のように提示している。①価値創造能力に影響を与える可能性を踏まえ、関連性のある事象を特定、②関連性のある事象の重要度を価値創造に与える既知または潜在的な影響という観点から評価、③相対的な重要度に基づき事象を優先付け、④マテリアルな事象に関して関連情報を決定。
- 5 IIRCの概念フレームワークの内容要素は以下の8つである。①組織概要と外部環境、②ガバナンス、③ビジネスモデル、④リスクと機会、⑤戦略と資源配分、⑥実績、⑦見通し、⑧作成と表示の基礎。
- 6 同研究では、サステナビリティ評価に関するデータはMSCI KLDデータを用い、サステナビリティ項目としてのマテリアリティ評価についてはSASBガイダンスを用いている。
- 7 ①財務資本、②製造資本、③知的資本、④人的資本、⑤社会・関係資本、⑥自然資本
- 8 Barry and Brown（1985）は、ディスクロージャーがリターンのパラメータの不確実性と推定リスクを減少させることができることを示している。
- 9 Merton（1987）は、幅広い投資家が市場に参入し取引をすれば、株式の期待リターンが低下し、その結果資本コストを引き下げる可能性があることを示している。
- 10 統合報告書発行初年度については「企業価値レポート・ラボ（2020）」のデータから抽出した。また、統合報告書がIIRCフレームワークに準拠したマテリアリティを設定しているか否かについては同調査データから直近分を採用し、それ以前についてはハンドコレクトで抽出した。
- 11 東証33業種区分（中分類）のうち該当する28業種が対象。

参考文献

- Baboukardos, D. and Rimmel, G. (2016) "Value relevance of accounting information under an integrated reporting approach: A research note" *Journal of Accounting and Public Policy*, 35, pp. 437-452.
- Baiman, S. and Verrecchia, R. (1996) "The relation among capital markets, financial disclosures, production efficiency, and insider trading" *Journal of Accounting Research*, 34, pp. 1-22.
- Barry, C. and Brown, S. (1985) "Differential Information and security market equilibrium" *Journal of Financial and Quantitative*, 20, pp. 407-422.

- Barth, M., Cahan, S., Chen, L., and Venter, E. (2017) "The economic consequences associated with integrated report quality: Capital market and real effects" *Accounting Organizations and Society*, 62, pp. 43–64.
- Botosan, C. A. and Plumlee, M. A. (2002) "A re-examination of disclosure level and the expected cost of equity capital" *Journal of Accounting Research*, 40, pp. 21–40.
- Bushee, B. J. (1998) "The Influence of Institutional Investors on Myopic R&D Investment Behavior" *The Accounting review*, 73 (3), pp. 305–333.
- Bushee, B. J. (2001) "Do Institutional Investors Prefer Near-Term Earnings over Long-Run Value?" *Contemporary Accounting Research*, 18(2), pp. 207–246.
- 張瀟月 (2019) 「統合報告書の質と資本コストの関係についての実証研究」早稲田大学商学研究科紀要。
- 中條祐介 (2013) 「非財務情報開示の意義と現状」『証券アナリストジャーナル』, 51(8), pp. 6–15.
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., and Yang, Y. G. (2011) "Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting" *The Accounting Review*, 86, pp. 328–355.
- Diamond, D. and Verrecchia, R. E. (1991) "Disclosure, Liquidity, and the Cost of Capital" *The Journal of Finance*, 46, pp. 1325–59.
- Easton, P. (2004) "PE ratios, PEG ratios and estimating the implied expected rate of return on equity capital" *The Accounting Review*, 79, pp. 73–95.
- Eccles, Robert G., Ioannou Ioannou., and Serafeim, G. (2014) "The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance" *Management Science*, 60, pp. 2835–2857.
- 後藤雅俊・北川教央 (2010) 「資本コストの推計」桜井久勝編著, 『企業価値評価の実証分析—モデルと会計情報の有用性検証』中央経済社, pp. 407–442.
- 井口讓二 (2013) 「非財務情報 (ESG ファクター) が企業価値評価に及ぼす影響」『証券アナリストジャーナル』, 51(8), pp. 36–44.
- International Integrated Reporting Council (IIRC) (2011) Towards Integrated Reporting: Communicating Value in the 21st Century, Discussion Paper.
- International Integrated Reporting Council (IIRC) (2013a) The International <IR> Framework.
- International Integrated Reporting Council (IIRC) (2013b) Business and Investors Explore the Sustainability Perspective of Integrated Reporting.
- International Integrated Reporting Council (IIRC) (2014) April Newsletter.
- 加賀谷哲之 (2014) 「統合報告が企業経営に与える影響」『企業会計』, 66 (5), pp. 686–693.
- 加賀谷哲之 (2017) 「ESG 投資評価のための非財務情報活用の課題と展望」『月刊資本市場』, 384, pp. 26–34.
- 企業価値レポート・ラボ (2020) 『国内自己表明型統合レポート発行企業リスト 2019年版』。
- 小西範幸 (2012) 「統合報告における「統合」の考え方 (東日本部会・統一論題報告 財務報告開示の国際的展開: 『統合報告』の可能性をめぐって)」『国際会計研究学会年報2011』, pp. 5–15.
- Lee, K. W. and Yeo, G. H. H. (2016) "The association between integrated reporting and firm valuation" *Review Quantitative Finance and Accounting*, 47, pp. 1221–1250.
- Leuz, C. and R. Verrecchia. (2000) "The Economic Consequences of Increased Disclosure" *The Journal of Accounting Research*, 38, pp. 91–124.
- Lins, Karl V., Henri Servaes., and Ane Tamayo. (2017) "Social Capital, Trust, and Firm Performance: The Value of Corporate Social Responsibility during the Financial Crisis" *The Journal of Finance*, 72, pp. 1785–1824.
- Margolis, J., Elfenbein, H., Walsh, J. (2009) "Does it pay to be good, and does it matter? A meta-analysis of the relationship between corporate social and financial performance Working Paper" University of Chicago Booth School of Business.
- Marton, R. C. (1987) "A simple model of capital equilibrium with incomplete information" *The Journal of Finance*, 42, pp. 483–510.
- 大鹿智基 (2016) 『非財務情報の企業価値—統合報告において開示すべき KPI の実証的探求—』, 早稲田大学博士論文。
- Plumlee, M., Brown, D., Hayes, R., and Marshal, S. (2015) "Voluntary environmental disclosure quality and firm value: Further evidence" *Journal of Accounting and Public Policy*, 31, pp. 610–640.
- Serafeim, G. (2015) "Integrated Reporting and Investor Clientele" *Journal of Applied Corporate Finance*, 27(2), pp. 34–51.
- 田中優希 (2011) 「環境報告書継続開示と株主資本コストの関係について」『企業会計』, 63 (10), pp. 120–129.
- Verrecchia, R. (2001) "Essays on disclosure" *Journal of Accounting and Economics*, 32, pp. 97–180.
- Zhou, S., R. Simnett., and W. Green. (2017) "Does Integrated Reporting Matter to the Capital Market?" *Abacus*, 53(1), pp. 94–132.

中小企業における創発型責任経営の実践

—鳥取県内企業を対象として—

関西大学 中尾 悠利子・公立鳥取環境大学 島田 善道

Practice of Emergent Responsible Management in Small

and Medium-Sized Enterprises:

Case Studies in Tottori Prefecture

Yuriko NAKAO¹, Yoshimichi SHIMADA²

¹Kansai University, ²Tottori University of Environmental Studies

【Abstract】

This paper focuses on emergent responsible management, which is based on the concept of unlimited responsibility and encourages proactive activities by employees to generate emergent practices. This paper discusses the practice of emergent responsible management in small and medium-sized enterprises (SMEs) in the Tottori Prefecture. From the previous studies, we identified three elements for the practice of emergent responsible management in SMEs: (1) management that encourages employees to proactively and actively work on environmental and social issues based on unlimited “responsibility”, (2) “emergence” that was not initially envisioned in the context of relationships with local communities and people inside and outside the organization and the value creation through this emergence, and (3) creation of a place where employees can proactively and actively exploit responsibility for their activities in a natural way. We selected four SMEs in Tottori Prefecture that have been addressing environmental and social issues since before SDGs were proposed, and verified that the practices of these four SMEs addressed the three elements and demonstrated that their employees actively practice emergent responsible management.

キーワード: 創発型責任経営、レスポンスビリティ、主体性、能動的、環境課題、社会課題、SDGs、鳥取県、地域、中小企業

Keywords: emergent responsible management, responsibility, actively, proactively, environmental issues, social issues, SDGs, Tottori Prefecture, local communities, SMEs

I. はじめに

2015年9月に国連サミットで「持続可能な開発のための2030アジェンダ（以下、SDGsと呼称）」が採択され、同アジェンダ第67条に、企業に主導的に世界の優先的な社会的課題の解決を担うよう求められている。中小企業においても、SDGsに掲げられた気候変動課題や従業員のダイバーシティ課題への対応が期待されている。しかしながら、SDGsへの取り組みが浸透している大企業より中小企業はその進展に課題がみられる。たとえば、第一生命経済研究所が2021年に実施した調査によると、中小企業でSDGsに取り組んでいる企業が25%にとどまるという結果が示されている。つまり、これらの企業において、環境・社会課題対応¹への推進意欲はあるもののその具体的な方策が定まっていないと推察される。ただし、企業のサステナブルな成長を実現するための世界的な枠組みづくりである国連グローバル・コンパクト（UN Global Compact）に署名しているSDGsへの貢献に意欲的なわが国の中小企業は、2021年12月現在、65社存在する。つまり、わが国の中小企業では、一部は環境・社会課題対応への経営に積極的に推進している

ものの、大多数の中小企業でその推進策に課題が見られると考えられる。

他方で、大企業では環境・社会課題対応に関して、2000年前後から継続して取り組んでいる（環境省、1999；環境省、2000；白鳥、2009；植田他、2010）。しかし、何のために環境・社会課題への対応を行っているかは、「本業に貢献する」「レピュテーションを上げるため」等を目的とし、本来、果たすべき環境・社会的課題を解決するための目的とは矛盾しているとの指摘がある（國部他、2019；Heras-Saizarbitoria et al., 2022）。大企業を取り巻く環境・社会課題対応では、カーボンニュートラルやSDGsやESG、CSV、CSR、ISOなど、毎年のようにバズワードが取り巻く中²、その活動自体をなぜ行うべきかの根本的な理由なしに活動を行うことで実施主体の従業員に閉塞感をもたらすとの課題が示されている（國部他、2019）。中小企業においても、大企業にみられるような外圧的な取り組み要請による環境・社会活動への対応だけでは、その活動に行き詰まりが生じるおそれもある。そこで、本稿では、義務や法律で縛られるものではなく、他者の呼びかけに応じ人間の内奥から生じてくる「レスポンスビリティ」としての責任を行動の軸にした「創発型責任経営」を提唱した國部他（2019）に着眼する。

中小企業においては、長期的視点で取り組むべき環境・社会課題への対応に対し、人的資源の制約があると指摘されている（Sen and Cowley, 2013；Arend, 2014）。本稿が着眼する創発型責任経営は、従業員の主体的かつ能動的なレスポンスビリティを軸としているため、その概念は環境・社会課題対応だけでなく中小企業の事業経営そのものにも大きな影響を及ぼすものと考えられる。そこで本稿では、中小企業を対象とし、環境・社会課題対応を、外圧的な動機ではなく従業員による主体的かつ能動的に創発型責任経営が実践されているかを考察することを目的とする。特に本稿は、筆者らの所属する³鳥取県内企業を対象に、地域社会と共存共生の視点からも企業事例を考究する。鳥取県という大都市圏から距離のある企業を対象に、創発型責任経営の実践を示すことは、地方の中小企業における環境・社会課題対応促進への示唆につながると考えられる。

本稿は次の構成となる。II節では鳥取県における環境・社会課題対応への取り組みの現状を示す。III節では本稿の着眼点である創発型責任経営の概念を整理し、本稿の対象とする中小企業における分析視角を述べる。IV節では鳥取県内企業の創発型責任経営の実践を考察する。最後にV節では結論を述べる。

II. 鳥取県における環境・社会課題対応の取り組み

1. 鳥取県のSDGs推進の現状

近年、社会的関心の高まりもあり、SDGs推進は大企業や地方自治体を中心に積極的に実施されている。その一方、地方の中小企業に対してもSDGs推進が要請されるようになってきているものの、多くの地方中小企業にとって、何のように行うべきか模索中との課題が存在する（第一生命経済研究所、2021；帝国データバンク、2021b）。

鳥取県内企業のSDGsに関する取り組みについても、積極的であるとは言いがたい。帝国データバンク（2021a）による「山陰地方SDGsに対する企業の意識調査」⁴では、鳥取県・島根県を合わせた調査結果としてSDGsの「意味および重要性を理解し、取り組んでいる」企業は9.2%、「意味および重要性を理解し、取り組みたいと思っている」企業割合は26.6%である。この2つの企業をSDGsに「積極的」な企業と捉えたと、その割合は35.8%と、全国平均の39.7%を下回る。また、「言葉は知っていて意味もしくは重要性を理解できるが、取り組んでいない」、すなわち「消極的」企業の割合は50.5%と、全国平均（41.4%）を上回る（帝国データバンク、2021a）。

鳥取県の民間企業は主に中小企業で構成される。中小企業白書（2021）の都道府県別規模別企業数によると、鳥取県の中小企業比率は99.8%（2016年時点）であり、全国平均（99.7%）を若干上回る。さらに中小企業従業員比率を見ると鳥取県では94.2%と、全国平均（68.8%）を大きく上回り、全国第1位の高率である（中小企業庁、2021）。つまり、鳥取県ではごく少数の大企業が存在するもののその規模はさほど大きくはなく、都市部と比較してより中小企業で占められているのが実態である（中小企業庁、2021）。

この実態から鳥取県内企業がSDGsの取り組みに比較的消極的であるのは、中小企業で占められているからであると推測できる。そこで先述の帝国データバンク（2021a）のデータを企業規模別に確認すると、山陰地方の大企業で「積極的」が66.7%（全国平均55.1%）、中小企業で「積極的」なのは33.9%（全国平均36.6%）であった。ほぼ中小企業で占められている鳥取県内で全国平均よりも積極的な企業比率が低いということは、中小企業で占められるからのみならず、鳥取県内の中小企業はSDGsの取り組みに対して「より消極的」であることがこれらのデータから推察できよう。

その一方で、地方では自治体が地方創生の文脈で積極的にSDGsを推進している。南・稲葉（2020）によると、日

本のSDGsモデルの3本柱⁵のうち、「最も進んでいるのが2本目の『地方創生SDGs』である」（南・稲葉2020, 81頁）。内閣府のSDGsに関する全国アンケート調査では、地方創生SDGsの達成に向けた取り組みを推進している自治体割合は鳥取県では65.0%と、全国平均52.1%を上回っており（地方創生推進事務局, 2021）、鳥取県では企業が消極的な姿勢であるのに対し、自治体は積極的にSDGs推進を図っているという2つ目の地域特性が窺える。

2. 鳥取県のSDGs企業認証制度

先項では鳥取県のSDGs推進の現状から、鳥取県内企業が主体的かつ能動的にSDGsに見られる環境・社会課題対応はされていないものの、SDGs推進は自治体主導である点が示された。そうであるとするならば、鳥取県の施策としては、自治体が取り組みを主導し企業支援をしてSDGsを推進する形が考え得る解の一つであろう。そこで、鳥取県では県版SDGs企業認証制度の取り組みが2021年より開始された（鳥取県, 2021）。

鳥取県では、持続可能な社会・経済・環境の実現に向けた経営に取り組む企業を対象に、取り組みのさらなる深化や企業の持続的成長を支援するため、SDGs経営の取り組みを県独自で認証する制度を、都道府県レベルでは日本で初めて導入した（鳥取県, 2021）。この制度は「鳥取県版SDGs企業認証制度」と呼ばれ、国際的な環境・社会課題対応の開示基準などをもとに、中小企業がSDGs経営に取り組む際の羅針盤として、SDGsとの関連性や重要性が高い評価指標群を県独自で再構成し、定量的・定性的に評価する仕組みである。この制度は、SDGsが求められる時代の中で、環境・社会課題対応を企業が取り組む契機として、また、そうした企業の姿勢をさまざまなステークホルダーに対して見える化を図るツールとして活用し、県内企業の価値向上につなげていこうと企図している（鳥取県, 2021）。

鳥取県の地域特性から考えられるSDGs推進の形として、自治体（本事例の場合は鳥取県）が取り組みを主導し企業支援をしていくことが考えられた。本事例である鳥取県版SDGs認証制度は、まさにその具体的指針であると特徴づけられよう。

しかしながら、本稿では何かしらの支援制度による環境・社会課題対応を行うだけでは、企業はその取り組みに終始することになり、従業員が、主体的かつ能動的に環境・社会課題対応を行うようなレスポンシビリティとしての責任が発揮されないものとする。そこで、本稿では鳥取県地域という特性を考慮し、従業員によるレスポンシビリティとしての責任を発揮した環境・社会課題対応に取り組む企業に着目する。

Ⅲ. 創発型責任経営と本稿の分析視角

1. 創発とは

本稿が着眼する創発型責任経営（國部他, 2019）における「創発」とは、契約や規則にしばられない、従業員による主観的で主体的な行為とし、それは双方にとって想定外の何かが生み出される価値をもたらすとの文脈で使用されている（62頁）。とりわけ國部他（2019）では、大企業を想定した創発となり、本稿の対象とする鳥取県という地方の中小企業における「創発」とはその文脈が異なるものと推察される。そこで本節では、「創発」の概念を概観し、本稿の取り扱う「創発」を示す。そして、次節以降の事例において、本稿の対象とする地方の中小企業における創発型責任経営の実践事例の考察を行う。

「創発」の原初的な位置づけとしては、ルーウイスの定義⁶がよく引用されている（Stephan, 1992; Goldstein, 1999; Malaterre, 2010; 和訳2013; 板谷, 2021）。ルーウイスは創発について次のように提唱している。

「どんな効果もその構成成分の結果で、要素の生み出したものであるとはいえ、それぞれの要素がどのように働いているのかを生み出された結果のなかに見いだすために、途中の過程を完全にたどることがいつでもできるわけではない。この場合、この効果を私は創発的と名付けることを提案する（…中略…）創発したものは、その諸成分と共通の性質をもつわけではなく、成分の全体にも成分の違いにも還元することができないという意味において、その諸成分とは似ていないのである」（Lewes, 1875, pp. 412-413）。

ルーウイスは、因果的効果を、結果的な効果と創発的な効果とに分類したとされる（Malaterr, 2010; 和訳2013, 98頁）。つまり、創発は、構成要素のそれぞれが関連して何かしらの結果が生み出されるが、その過程までは説明できない点にありその効果の部分に創発と解釈している。

この創発を端的に説明した哲学者であったブロードの「創発」の定義もよく引用されている（Stephan, 1992:

Malaterre, 2010; 和訳2013; 板谷, 2021)⁷。ブロードは「創発」を次のように定義している。

「互いにRという関係を持っている。たとえば、A、B、Cという成分からなる集合はみな、ある特徴的な性質を持つとする。A、B、Cという成分はRとは異なる種類の関係にある集合に存在することもありうる。そのとき、R (A、B、C) という集合には特徴的な性質が、同じA、B、Cが単独で示す性質やそれらがR (A、B、C) とは異なる形の集合に含まれるときの性質に関する最も完全な知識から、理論的にすら演繹できないとする。これを創発と考える」(Broad, 1925, p. 61)。

ブロードの創発は構成概念が同じでも、関わる集合が変わるとその性質が理論的にも説明できないと示されている。

他方、本稿の対象である経営学では、ミンツバーグの創発戦略が創発という点で代名詞的に用いられている(沼上, 2009)。ミンツバーグによれば、いわゆる望ましい計画ではなくその時々偶発性によるパターンによって未来の計画を転換していくという位置づけの戦略として「創発戦略」が述べられている(Mintzberg, 2003; Mintzberg et al., 2008)。

歴史のおよび学際的な観点から今日的な創発を定義した板谷(2021)は、「あるもの・事柄や現象が分解できる要素から成り立っており、個々の要素や関連する所与の条件からは予測できない静的な性質、動的な秩序やパターンが現れること、あるいは、試行錯誤によってこうした予測できない静的な性質、動的な秩序やパターンを見出すことも創発という。」(91頁)と示している。組織研究における創発の課題を提示したGoldstein(1999)も、今日的に創発は力学系を構成するものと指摘している(p.77)。

これらの創発の概念から本稿の対象とする環境・社会課題対応する地方の中小企業による創発では、「その取り巻く地域社会や企業内外の人々」が前述のいう構成要素と位置づけられる。そして、それらの構成要素(地域社会や企業内外の人々)の関わりの中では、静的だけではなく、先行研究に定義された複雑で動的な部分も生じる。そこで、本稿では創発を「地域社会や企業内外の人々との関わりの中で、予測できないパターンの中で生み出される静的な部分および動的な部分」と定義する。

2. 創発型責任経営という分析視角

創発型責任経営は、そもそも原典的な著書である國部(2017)をもとに、その実践的な内容の位置づけとして創発型責任経営を提唱している(國部他, 2019)。國部(2017)では、無限責任は「経済の時代」を「人間の時代」に転換するために、特定の他者に対する無限の責任の概念を図1のように示している(國部, 2017)。國部(2017)の無限責任は、他者そのものが無限に存在すると位置づけられている。そして、責任を相互的な概念と捉え、経済の外部に立つ「正義」という無限を意識することを示している。それが図1の「責任の双方向性」である。

無限責任は、他者に対する無限の責任に応えようとする態度“レスポンスビリティ”であり、果たせば果たすほど増えていくという「無限」と解釈されている(國部, 2017; 國部他, 2019)。そして、企業においては無限責任の担い手は企業ではなく、1人1人の人間が他者に対する責任を果たすことに価値が生まれ、それが能動的で創発的な行為となるとされる。したがって、國部他(2019)では創発型責任経営を「無限責任の考えに基づき、従業員による主体的な活動を奨励して、創発的な実践を生み出す経営」(39頁)と定義している。

本稿が創発型責任経営に着目した理由も、鳥取県⁸という特定の地域におけるレスポンスビリティとしての「責任」とは何かを示唆される点にある。具体的に本稿では、創発型責任経営の実践を解釈するため國部他(2019)が提唱した「創発型責任経営」をデザインするための要素として、以下の3点を取り入れ解釈を行う。大企業を対象とした國部他(2019)とは異なり、本稿では中小企業の創発型責任経営の実践を検証する。そのため、中小企業における創発型責任経営の実践の要素として、以下の3点をその要素とする⁹。

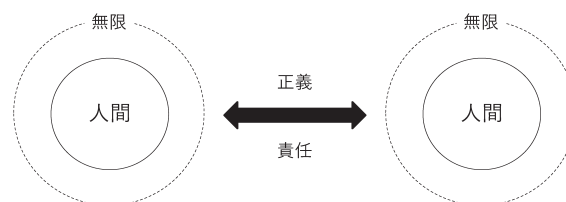


図1 責任の双方向性
(出所) 國部(2017) 59頁

(1) 従業員の主体性を促すマネジメント

國部他（2019）で取りあげている創発型責任経営の企業事例は、社会に対する責任を意識して、従業員の主体性を促すマネジメントを採用している。これらは、創発型責任経営の実践事例に参画した従業員は誰かに強制されることなく自主・自律的に取り組むことができ、また、組織内外の多様な相互作用を生み出すことにつながっている点に着目している。本稿では、國部他（2019）が取りあげた大企業の事例とは異なり、地域に根ざした中小企業を対象としている。本稿においても従業員がいかに主体的に活動に取り組んでいるかの考察は、規模の多寡を問わず共通して検討すべき重要なマネジメント視点と考えられる。

(2) 創発と責任を通じた価値創造

國部他（2019）の創発型責任経営では、従業員が組織内外のステークホルダーと相互作用を繰り返しながら、取り組むべき社会的な責任を模索する中で、従来では予期し得なかった新しい価値を生み出すプロセスを重視している。とりわけ地域に根ざしている点、大企業とは異なり比較的資源の乏しい点から、中小企業においても予期し得ない価値創造は、考察すべき観点と言える。

本稿では創発を「地域社会や企業内外の人々との関わりの中で、予測できないパターンの中で生み出される静的な部分および動的な部分」で定義した。この「創発」と、「責任」は先に述べた無限責任の概念である。無限責任を基軸とした鳥取県地域の中小企業における従業員の主体的かつ能動的な取り組みの中から生み出させる価値創造に着眼する。

(3) 責任を模索するための場のデザイン

國部他（2019）の創発型責任経営で着目すべきは、個人のボランティア活動とは異なり、事業活動の一環として取り組みが行われている点にある。ここでの創発型責任経営に従事するメンバーは、企業とステークホルダーとの節点となる役割を担っている。創発型責任経営のプロジェクトに参加することで、従業員は通常の業務とは異なる役割を自覚することになる（193頁）。つまり、この活動を進めていく中で社会的な責任を実践するよう意識づけがなされる。加えて、従業員による社外への展開だけではなく社内への展開が期待されるような組織デザインが望まれる（194頁）。

本稿の対象とする地方の中小企業においては、従業員の社外への展開とは、すなわち地域への展開である。社内への展開とは、中小企業における日常の事業活動に直結するものである。以上により、鳥取県地域の中小企業における「責任を模索するための場のデザイン」の考察は、地方の中小企業において重要な示唆が得られるものと考えられる。

IV. 鳥取県内企業における創発型責任経営の実践

本稿では、鳥取県内企業の中で、SDGsが提唱される以前から環境課題や社会課題に取り組む企業を、鳥取県内の商工会議所等から紹介いただき、それらの企業ウェブサイトを検索する等を通して選定した。SDGsがうたわれる以前から環境課題や社会課題に取り組む企業を選定した理由は、第II節で取りあげたSDGsの推進施策などの外的制度から取り組むような企業ではなく、レスポンスビリティとしての責任を従業員が主体的かつ能動的に取り組んでいる可能性の高い企業と考えられるためである。2021年11月から2022年2月にかけて担当者にEmailでインタビュー調査を6社に対して依頼し、そのうち5社から調査協力が得られた。

調査協力が得られた5社のうち1社は、本稿の分析視角である創発型責任経営の3要素のうち1要素が合致しなかったため分析対象外とした¹⁰。分析対象となる4社は、農業（養鶏業）、サービス業（ガソリンスタンド）、発電業（脱炭素事業）、製造業（鋳造・機械加工）から各1社であり、業種のバランスをとることができた。この計4社の実践を本稿では分析する。すなわち、この4社の実践が中小企業の創発型責任経営を判断する要素である（1）従業員の主体性を促すマネジメント、（2）創発と責任を通じた価値創造、（3）責任を模索するための場のデザインの3要素と合致すること、つまり中小企業の創発型責任経営の実践の存在を、本節では検証する。

インタビュー調査対象者は、各企業の代表取締役、専務取締役、取締役、並びに事業の主担当者である。インタビューは、約1時間～2時間程度実施した。インタビューは、従業員の主体的かつ能動的な取り組みや、環境・社会課題対応への実践的な取り組みを主な内容として質問した。その他、各社ウェブサイトや事業概要のパンフレットなどからデータを入手した。

1. 農業（養鶏業A社）の事例

A社の事業内容は、養鶏業、通信販売事業、食品製造（菓子、調理、製パン、燻製）、飲食店の運営、宿泊事業であ

る。従業員数は、2020年8月現在で、約200名である。SDGsの影響を受け、現在、世界的にアニマルウェルフェアが重要な社会課題である中、A社は、創業当時の1994年から、放し飼い養鶏を実施している。化学肥料を使わない、添加物も与えない独自の養鶏を営んでいる。2021年度の経営方針に「サステナブルで社会貢献する」ことを掲げ、フードロス削減とプラスチックの削減に取り組んでいる。同社は、SDGsへの取り組みは意図的に明言していないものの、創業当初から社会課題解決型企業として設立した経緯が特徴的な企業である。

従業員の主体性を促すマネジメント

同社には従業員を活かす独自のリーダー制度を設けている。従業員規模が200名ほどになり、社長自身が末端の従業員と話せる機会ができなくなったことを契機とし、マネジャーレベルではなく小さなリーダーを多く設けた。従来の縦割り型の組織ではなく、フラットに近い形の組織を目指したのである。現在、同社では30名ほどのリーダーが存在する。

「フラットにするってところが一番。なかなかサステナビリティを専門にして、どうしても長期的な視点で取り組まないといけないとか、プラスチックの問題とか、すごく手間とかお金がかかったりするので」「何か踏み込めないようなところが、小さい会社とか『なんでやるんだ?』みたいなのところがあったりして、なかなか浸透しにくいってところがある。」(A社社長)

リーダーは従業員5名ほどをまとめる。リーダーたちを通して、従業員の様子が手にとるようにわかるようになった。同社社長は、リーダーと年に1回面談を行い、従業員の主体的な取り組みを引き出している。

「従業員にこういったアイデアが出て、先ほど(のリーダーとの)面談とかで、『こういうことがしたい』とか、『あれがしたい』とか、そういうことを引き出されたりするんですかね。」(A社社長)

サステナビリティ経営を従業員に浸透させるために、同社はフラットな組織を設けた。フラットな組織にした結果、まずリーダーと4~5名のメンバーとのコミュニケーションが密となった。加えて、社長とリーダーたちとの面談を通して、社長からは従業員の考え方が以前よりも広く深く理解でき、より従業員の行動が見えるようになった。また、社長とリーダー、リーダーとメンバーとのコミュニケーション強化によって、サステナビリティ経営に関する考え方が従業員に浸透し、従業員主体となる取り組みを引き出していると伺える。

創発と責任を通じた価値創造

A社は事業展開を通して、地域住民を巻き込み、地域貢献という新たな価値を提供している。A社は事業展開の際に、地域住民に感謝の気持ちを込めてオープン時に店舗に招待するなどして、事業内容の理解を促すとともに、ファンづくりにも励んだ。

「僕らは元々養鶏をやっていて公害産業なんですね。だからそこからなんですけれども、地域の方にご理解いただかないと仕事自体できません」「逆にいうと、そういう事業をさせていただいてるっていうことに感謝してますので。」「2008年にオープンしたときも、まず最初に地域の方を招待して、来ていただいて、振る舞いさせていただいてということからしたりっていうことはずっと続けてます。」(A社社長)

これらの取り組みの結果、当初は事業展開に否定的な意見もあった地域住民が事業に理解を示し、さらには自発的に支援してくれるような関係が構築されていった。

「そういう土台があったので、2020年に小学校を大きなリノベーションして宿泊施設にしたときには、地域の方がその場も協力していただいて」「僕達の事業に関わりたいという、そういう気持ちで(地域の方々が)独自にそういうチームを作っていただいて、清掃だったりとか、今も商品の梱包とかもずっとお手伝いしていただいて。」(A社社長)

地元の理解を得るために行ってきた活動が実を結び、結果的に、当初は想定していなかった地域の人々が自発的に支援してくれる体制が構築されるという、創発的な価値が創造された。

責任を模索するための場のデザイン

同社の社長は、従業員やグループ単位に売上目標を持たせず、目の前のお客様を大切にす姿勢を重視している。

「うちは基本的にまず売上目標を持つなっていうのはずっともともとあったので」「結局リソースの配分は全部社長が決めてるわけでしょ。資金にしても、人に関しても。なのに、数字、何で売上だけ人に押しつけるんだみたいな感じがあって」「だから、売上よりは目の前のお客さんを大事にしようねっていうのが僕らの考え方になって。だから、数字の目標とか、売上の責任は全部自分が取るので、みんなは目の前のお客さんを大事にすることだけやっってくださいっていうのはずっとやってきたんです。」(A社社長)

A社では、地域のために顧客を大切にするという理念、かつ売上目標をあえて定めないことにより、従業員が自ら責任を模索するための場をデザインしていると言える。

A社の事業活動内容は、社会課題解決や地域貢献につながっていることが伺えた。本事例から明らかになった一連の取り組みは、A社と同じく事業活動内容そのものが社会課題解決や地域貢献につながる企業にとって重要な示唆を与えるであろう。

2. サービス業（ガソリンスタンドB社）の事例

B社は、ガソリンスタンドをカーライフに必要な全てのサービスを提供する場と捉え、車検、車の販売、保険など専門的なサービスを提供している。従業員は約110名である。2010年から鳥取県庁と「官民EV（Electric Vehicle）カーシェアリング事業」を開始している。同社は、昨今の脱炭素の追い風を受けて行っているEV事業ではなく、EVがまだ普及していない時期から取り組みを展開している。また、地元産業である杉の間伐材を利用した木質エネルギーを生産し、ボイラーストープなどを併せて販売するなどの事業も実施している。B社は創業期のガソリンスタンド事業から、脱炭素時代の到来を見据えた取り組みを行うサステナビリティ経営を継続的に行っている企業である。

従業員の主体性を促すマネジメント

B社は、従業員の主体的取り組みから地域を巻き込んだカレンダーづくりを行っている。このカレンダーづくりには、B社の事業を地域の家庭に知ってもらいたいとの思いから取り組みが始まった。B社担当部長は当初、カレンダーに可愛いキャラクターを登場させ注目してもらうことを企図した。しかし、キャラクターを制作するとなると経費がかかる。そこで、プロジェクトリーダーは、地域の皆さんに絵を描いてもらうとの提案を行った。

「だったら地域のみなさんに絵を描いてもらったり、学校とかそういう所に協力していただいたらどうだろうかという意見を出していただいて、私は手間がかかるし、迷惑かかるから、やめたほうがいいよということでした。」「けど、どうしてもやってみたいということで、いろんな学校さんとか地域に広告配ってました。」(B社担当部長)

当初は地域の皆さんを巻き込むことに反対していた担当部長も、プロジェクトリーダーの熱意を尊重したところに、従業員の主体性を大切にしていることが伺える。

創発と責任を通じた価値創造

いざカレンダー制作を始めると、当初の心配に反して地域の人たちに好意的に受け入れられた。

「そしたら一番反応が良かったのがJ高校のN先生ってあって、美術部の先生なんですけど、先生が一番興味を示していただいて」「これは高校の生徒さんが描かれ、これT大学さんなんですけど、美術部の方が描かれたりとか。いろんな内容でちょっとあるようなかわいい、興味を持っていただけるようなカレンダーに仕上がりました。」「やってみたら非常に反応が良くて、こういう地域と協力して作ったっていうもので、メディアなんかにも多く取り上げていただいたりっていうようなことがありまして、学校の生徒さんだったり、OBだったりとかっていう方もすごい良いなっていう反応があったり、あとは他校の方が私たちの美術でもそういうのができるので、来年はお願いしますとか、一般の方でも『ぜひしてみたい』というような声が上がって、そういう活動になりました。」(B社担当部長)

B社の地域に展開されたカレンダーづくりは、保守的な地方であるにも関わらず従業員のやってみようという主体的かつ能動的な姿勢を大事にしたからこそ、新しい価値につながったと解釈できる。つまり、カレンダーづくりというイベントを通して、地域の活性化という新しい価値を創造したと言えよう。

責任を模索するための場のデザイン

先述の通り、カレンダーづくりに地域の人々を巻き込むのは手間がかかり、また保守的な地域柄もあり迷惑になると当初、担当部長は考えていた。しかし「どうしてもやってみたい」というプロジェクトリーダーの熱意を受け、最終的に担当部長はゴーサインを出した。

「なかなか鳥取って、何かすると、ちょっと批判とかがあるんで、地域柄。でも、あとはそのところは我々の発想としては、『出る杭は打たれるけど、出過ぎた杭はもう打てないから、出過ぎる所までやろう』っていうようなところをコンセプトにやってます。」(B社担当部長)

本事例から、中小企業だからこそ限られた資源を活かすプロジェクトの前提のもと、閉ざされた地域性にもとられない従業員の主体的で能動的な取り組みを後押しした場のデザインの創出の重要性が示唆される。また、自社の従業員だけではなく、地域との関わり合いから価値創造された点は、誰も当初は予期し得なかった「創発」がなされた事例と言えよう。

3. 発電業(脱炭素事業C社)の事例

C社の事業内容は、脱炭素事業、遠隔監視事業(Web監視)と情報伝達事業(無線技術)である。C社は2022年現在、従業員数は約40名である。同社は、脱炭素事業において、「とっとり環境杯大賞受賞」や「オルタナ最優秀ストーリー賞」、「令和新時代創造県民運動活動表彰〈企業SDGs部門優秀賞〉」を受賞している。それ以外にも従業員の働きやすさにも力をいれており、「イクボス・ファミボス宣言優良企業」を受賞し、また「健康経営マイレージ事業優秀企業」を受賞するなど、サステナビリティ経営を環境面だけでなく、労働課題などの社会的側面も取り組んでいる企業である。

C社では太陽光発電事業を人の手をかけて雇用を創出している点に、同社ならではの特徴的な実践が存在する。同社は、2017年から太陽光パネルの下の日陰を利用し、原木シイタケを栽培している。

従業員の主体性を促すマネジメント

同社による本事業の着目点は、ソーラーシェアリングだけにとどまらない、従業員の働きがい重視した経緯を持つ。

「だけれども、ここで働く職員たちが、正社員なんですけど、まず正社員であること。これは彼らの働き場所を確保すること。それこそ今あそこにタイル貼ってありますけど。8番、働きがいも経済成長も¹¹(です)。」(C社取締役)

同社の経営トップらが口を揃えて強調するのは、従業員の働きがい重視しているのであり、コストは見合わないけれどもシイタケ栽培を行っているということである。

「発電所、夏場だけ草刈りだけしてもらうんだったら、アルバイトで来てもらえばいいやといったら正社員にはなれない。その従業員たちも冬はいい仕事がないって小屋に入ってストーブにでもあたってんならええがというわけにいかんし、休んだんならええが冬場は、言うこともできませんよね。働きがいがないそこにはないですから。彼らが一生涯懸命喜びを持って仕事をするためには、このシイタケづくりはそれだけコストをかけているということはずね、やりがいはあるんだろうな。」(C社社長)

ただひと言で「働きがい」と言える訳ではなく、そこに至る動機は人間の内奥から生じてくる「レスポンスビリティ」としての責任を行動の軸に据えていると解釈できる。

創発と責任を通じた価値創造

太陽光パネル下のシイタケ栽培は雇用創出を目的として開始されたが、そこには予測できなかった新しい価値を創出した。同社のシイタケは、高級レストランに提供され、マスコミからの取材を受けるまでの反響を得ている。これまで同社は、消費者の事業は実施していなかったため、消費者から直接届くこれらの声は、シイタケ栽培に従事する従業員にとってのさらなる働きがいにつながっていく。

「テレビとか、メディアの取材もちょいちょいあったりしてですね、それが記事になったり、テレビに出たりすると家族の方が見られるわけですよ。うちの息子がテレビに出ったみたいなの。それって大きなことだなあって思っ

て。なかなか会社勤めしててテレビの画面に自分が映ることってないじゃないですか。」「露出があるとは思ってませんでしたし、我々が意識して行ったものではないんですけど、結果として露出の機会が多くなったのかな。」(C社社長)

雇用創出のシイタケ栽培が、当初の意図を超え、結果として自社にとって新たな価値を創出した点は、まさに創発と責任を通じた価値創造の実践と言えよう。すなわち、C社の取り組みは、経営トップら自らのレスポンスビリティを軸とした責任から、当初は想定されていない創発が生じ、価値創造につながった事例と言える。

責任を模索するための場のデザイン

実際に本事業を開始してみると、この原木シイタケ栽培は収支面からのみ捉えるコストが見合わないことが明らかになった。

「手間がかかります。夏の間はお水をずっとあげたり。重い原木をひっくり返したり、組み替えたり、水やりをしたり、シートかけたり。結構手間がかかってですね、本来の常緑キリンソウとか、太陽光発電所の維持作業、草刈りとかですね、そういった作業の方に回る手が、ちょっとシイタケの方に取られて。」(C社取締役)

「そうなんです。人件費入るとマイナスでして。合わない仕事なんです。」(C社社長)

経済合理性がないシイタケ栽培になぜC社はこだわるのか。この点は、C社社長の地域に対するレスポンスビリティとしての責任の強さがその動機づけにあると考えられる。

「我々この地域で仕事をさせていただいていますから、(C社)という会社がそうやって地域の方々に喜んでいただけるということ。それがまず大事じゃないだろうか。その結果として、(C社)に仕事を頼んでくださる方もできるだろうし、すぐのことにはならんにしても、そうやって地域でのポテンシャルを高めていくことが、まずはビジネスの基本なのかなと。先に経費は出ていきます。コストもかかりますけどね。」(C社社長)

原木シイタケ栽培事業を収支面での評価軸ではなく、同社社長の地域における雇用創出と地域へのプラスの貢献という評価軸を持つ点に、同社社長の無限責任の一端を見ることができる。つまり、同社の地域への貢献という無限責任が社長だけでなく、同社従業員に浸透している点が、C社の責任を模索する場のデザインと言えるだろう。

4. 製造業（鋳造・機械加工D社）の事例

D社は従業員18名で、鋳造から機械加工までの一貫生産を手がけている。3S（整理・整頓・清掃）活動に取り組み、取引先との関係から「広島三原3Sネットワーク優秀賞」や「広島三原3Sネットワーク3周年最優秀賞」、「広島三原3Sネットワーク5周年最優秀賞」を受賞している。

従業員の主体性を促すマネジメント

D社は、従業員自身の技術力をいかせる場づくりを自然と実施している。D社の経営トップらは、聴覚障害者だからできる仕事を与えるのではなく、彼らが主体的かつ能動的に働ける場づくりを行っている。

同社は、現在2名の聴覚障害者が働いている。従業員18名中2名は比較的多い。その2人目の採用の経緯に、聴覚障害者の従業員から、他の聴覚障害者を採用して欲しいとD社取締役に相談があった。

「今から4年ほど前かな、自分のろう学校の先輩で自動車の修理工してたんだけど、やっぱりコミュニケーション取れないし、自分、一生懸命、下向いてやってると声掛けられても分かん。振り向かずにいたら工具を投げ付けられて振り向かされるとか。一回、会ってもらえんかって言ってですよ。」

「彼が言うんだったら性格は間違いないだろうし、会うだけだよ、会うだけって言って会ったら、本当にその子も明るい子で。今の社長が言うには、あの子が入ってきてから会社の雰囲気が変わった。仕事に対して、あんなに熱心な、本当に生き生きと働く姿、見たことがない、今までの従業員の中で言うんですよね。」「穴が1つ足りないとか、ちょっとここ、こうなってるっていうのを全部チェックしてくれるっていうようなことをしてくれますし、本当に、本当にありがたい存在です。辞められたら困ります。」(D社専務取締役)

総勢18名のうち2名が障害者となったD社であるが、実はこの2名が特に主体的・能動的に働いており、健常者以上

に重要な役割を果たしている姿が伺える。偶然の産物と言えるかもしれないが、彼らの主体的な声を受け止めたところに、D社の従業員の主体性を促すマネジメントの一端を見ることができる。

創発と責任を通じた価値創造

D社は取引先からの声かけにより3S活動を始めた際に、聴覚障害者である彼らをプロジェクトリーダーとしてその潜在能力を活かしている。D社の専務取締役も彼らを信頼し、取引先での3S活動の成果報告会で発表させるなど、最大限に彼らを活かせる場づくりを行っている。

「グループは9社でしたんかな。それで大阪で毎年3Sサミットっていうのがありまして、コンクールみたいなのがあったんですよ。」「グループの代表で発表しなさいって言われて発表することになりました。そのときに、うちの課長と、それからそのT君っていう、ろうの子と私と3人で発表しました。」「そしたらその彼は、僕の言葉でみんなが分かってくれるだろうかって、すごい心配。大丈夫、大丈夫。私は分かるけ、分かる。分かると。ゆっくり話せばいいって言って、それで原稿書いて渡したら家族も一生懸命になって、それを話しやすい、ここはこういう発音しなさいとか、もうお母さんたちも入って、それでちゃんとそれ、言えました。言って最優秀賞いただきました、うちが。」(D社専務取締役)

健常者であっても不安からなかなか踏み出すことの困難なグループ企業のコンクール参加に、D社は適切な人材との判断から、聴覚障害者の彼らを発表者に指名した。その結果、コンクールでの最優秀賞を獲得したことは、新たな価値を創発と責任のもとに創造したと言えよう。

責任を模索するための場のデザイン

D社は、従業員である2人の聴覚障害者の潜在能力を最大限に発揮させている点に特徴がある。同社は小規模企業であるため、ひとりひとりの働きが受注製品の品質や納期に大きく影響する。そのため、視覚障害者であっても日々、健常者と同等の仕事をこなすことが求められる。その中で、同社で働く2人の聴覚障害者は、同社にとってかけがえのない従業員として活躍している。

「たまたま私、ろう学校の先生と懇意にしてたもんだから、ちょっと1人、見てもらえんだろうかって言われて来た子です。それで、その子、その当時、私、まだ現場のほうで機械動かしてましたから、じゃあ私がやるから、一回やるから、通してやるから見てよって言って、一回やっただけで覚えますね。やっぱ見る力がすごいですね。耳が聞こえない分は本当に、え？ 覚えた。本当に。それでもうこの子に任せればいいなと思って、私は、その機械はその子に任せました。」(D社専務取締役)

D社では、健常者や障害者の区別なく、仕事ができるのだからその仕事を彼らに任せた結果、長年にわたって第一線で活躍を続ける人材へと成長した。

「そのろう学校の先生が、その当時、言われるのは、あの子たちは仕事はしたいんだけども会社の中でコミュニケーションが取れないから、どうしても辞めるようになってちゃって転々としてる子が多いですって言われて、だから(彼)が十何年も続くのが不思議だって言われたんですけどね。」(D社専務取締役)

受け入れ当初は、どちらかと言えば消極的に預かったに過ぎない聴覚障害者である従業員が長年勤続し活躍できていることから、経営トップの内面から生じるレスポンスビリティとしての責任の一端が伺えると言えるのではなからうか。つまり、障害者だからと言って特別扱いをするのではなく、仕事ができるから任せたというD社経営トップらの考えは、1人1人の人間として扱ったゆえに能動的で創発的な行為につながったと解釈できよう。

近年、ダイバーシティ(多様な人材の活用)とのことで障害者雇用数を法律で規定したり、女性活躍推進の取り組みとの標榜で女性管理職を増やすなどの取り組みが社会的に展開されている。しかしながら、ダイバーシティの数値がいかに基準を上回ろうとも、企業内での実質的な取り組みがあってこそ真のダイバーシティマネジメントである。D社の事例から、障害者の従業員ひとりひとりを活かされるかどうかは、経営トップの人間の内面から生じるレスポンスビリティとしての責任を起点とした実践そのものが重要と言えよう。日々、経営者と障害者との相互作用の取り組みから当初は想定していなかった「創発」が、同社の組織活性化という価値創造をもたらしている。

V. 結論

本稿では、「無限責任の考え方にに基づき、従業員による主体的な活動を奨励して、創発的な実践を生み出す経営」としての創発型責任経営に着眼し、鳥取県地域、そして、中小企業を対象として、その実践事例を取りあげた。本稿では、次の3点を中小企業における創発型責任経営の要素として考察した。

第1に、従業員の主体性を促すマネジメントにより、環境・社会課題対応への取り組みが確認できた。本稿の分析事例からは、そもそも自治体等から要請されてSDGsに取り組んでいるわけではなく、人間の内奥から生じたレスポンシビリティを軸に、地域、そして関わる人々との関係性から、従業員の主体的かつ能動的な創発型責任経営の実践が示された。

第2に、従業員が主体的にかつ能動的な活動が自然としかせる場のデザインの創出と、それを支える経営トップの存在の重要性が示された。環境問題や労働課題などの社会課題は取り組みれば、企業の業績に直結するかというと、すぐに結果に結びつく取り組みとは言い難い。つまり、環境・社会課題対応の推進には、従業員の主体的な取り組みを継続させることが重要となる。とくに、本稿の事例企業では、従業員ひとりひとりから能動的な取り組みを起こさせるような、経営トップの存在の重要性が示唆された。

第3に、地域社会や組織内外の人々との関わりの中で予測できないパターンの中で生み出される創発と責任を通じた価値創造が示された。特に、本稿ではこれら4社の事例から、従業員が環境・社会課題に取り組む中で、当初は予想しえない新しい価値創造をもたらすプロセスが示された。つまり、本稿では、第1と第2の点で考察した、従業員による主体的かつ能動的な取り組みを促すマネジメントや場のデザインから、当初は予期し得なかった「創発」からの価値創造をもたらした実践事例が確認された。

以上より、本稿で取り上げた鳥取県の中小企業4社の実践が上記3点の要素を満たしており、環境・社会課題対応を、外圧的な動機ではなく従業員による主体的かつ能動的に創発型責任経営が実践されていることが明らかになった。

本稿では特に、創発型責任経営の3つの要素から鳥取県地域企業の事例を考察し、従業員が自らレスポンシビリティとしての責任を基軸とした取り組みを行う場のデザインの重要性を示した。加えて、本稿では、地域との関わりからの「創発」、そして、従業員との距離が近い中小企業だからこそその経営トップによるレスポンシビリティを軸とした責任の重要性も示唆された。

しかしながら、レスポンシビリティとしての責任を従業員に創発させる経営トップの存在がどこまで従業員に影響しているのか、また、そのような経営トップ自体の特性とはいかなるものかについては本事例分析からは解明されなかった。今後の研究課題は、地方企業における経営トップの無限責任とはいかなる特性であり、このような経営トップによる従業員への影響を示す必要が考えられる。

付記

匿名の査読者に本稿の改善に資する有益なコメントを頂いた。ここに記して謝意を表す。なお本稿は、令和3年度公立鳥取環境大学特別研究「サステナビリティ研究所事業報告書」に掲載された報告「サステナビリティ経営とその実践―鳥取県内企業の事例研究」を基礎としている。

注

- 1 本稿では、企業のSDGsに掲げられるような気候変動課題などの環境課題や、人権・労働課題、消費者対応などの社会課題対応を総称して企業における「環境・社会課題対応」と呼称している。なお、この用語は一般的に大企業では「CSR (corporate social responsibility) 経営」や「ESG (environmental social governance) 経営」などと呼称されている。
- 2 現在の企業によるESGやCSR、CSVなどへの対応は、市場の需要への対応であり、“パスワード (流行語)”と指摘されている (Wedari and Moradi-Motlagh, 2021)。
- 3 本研究を着手した2021年時点において著者らは鳥取県内の大学に所属していた。
- 4 鳥取県単独でのデータではないため、鳥取県の特徴と述べるには一定の留保が必要である。しかしながら山陰地方の鳥取県・鳥根県の地域特性から、同等と取り扱うことで大きな相違はないと考慮して本データを取り上げた。
- 5 3本柱とは①ビジネスとイノベーション、SDGsと連動するソサエティ5.0の推進、②SDGsを原動力とした地方創生、強靱かつ環境に優しい魅力的なまちづくり、③SDGsの担い手としての次世代・女性のエンパワーメント (南・稲葉, 2020, 79頁)
- 6 ルーウィスの原著 (Lewes, 1875) は、物理的に入手が難しいため、ルーウィスの定義を妥当に引用しているStephan (1992), Malaterre (2010): 和訳 (2013)、板谷 (2021) を確認し、本稿では、Malaterre (2010: 和訳2013, 98頁) から引用している。
- 7 ブロードの原著 (Broad, 1925) も古典であるため、本稿では、Malaterre (2010: 和訳2013, 220頁) から引用している。
- 8 文化人類学者の祖父江 (1971) によれば、「弁当忘れてもカサ忘れるな」と言われるくらい雨の多い鳥取県の人々は、「陰気内向

的、ジメジメしている」との述べられる一方、「忍耐力の強さ、勤勉性、努力家で、地味に、黙々と働くといったタイプが多い」、「プラス面としては質実でねばり強く、かつ綿密で我慢強いが、マイナス面としては消極的で無口、狭量で社交性が少ない」などの県民特性が示されている。本稿では、このような特性のある鳥取県から創発型責任経営の実践を考察することにひとつの意義があると考えている。

- 9 大企業を対象とする國部他（2019）では、他の要素として「知の探索と知の深化」、すなわち両利きの経営を挙げている。しかしながら人的資源等の経営資源が希少である中小企業においては、両利きの経営は必ずしも有効であるとは言えない（Ebben and Johnson, 2005; 尾崎, 2022）。したがって、中小企業を対象とする本稿では、両利きの経営は創発型責任経営の実践の要素の一つとして取り上げなかった。
- 10 この企業は、創発型責任経営の3要素のうちの1要素である「従業員の主体性を促すマネジメント」が考察対象とした4社よりもその内容の情報足りなかつたため、分析対象外としている。
- 11 17のSDGs国際目標の8番「成長・雇用 働きがいも経済成長も」を指す。

参考文献

- Arend, R. J. (2014) "Social and Environmental Performance at SMEs: Considering Motivations, Capabilities, and Instrumentalism," *Journal of Business Ethics*, No. 125, pp. 541-561
- Broad, C. D. (1925) *The Mind and its Place in Nature*. Routledge and Kegan Paul
- 地方創生推進事務局 (2021) 「内閣府SDGsに関する全国アンケート調査」https://www.chisou.go.jp/tiiki/kankyo/kaigi/sdgs_enquete_chousa.html, 2022年3月25日閲覧
- 中小企業庁 (2021) 「中小企業白書 付属統計資料」https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/2021/PDF/chusho/08Hakusyo_fuzokutoukei_web.pdf, 2022年3月25日閲覧
- 第一生命経済研究所 (2021) 「2021_SDGs中小企業アンケート結果について」https://www.dai-ichi-life.co.jp/company/news/pdf/2021_052.pdf (2022年3月25日閲覧)
- Ebben, J. J. and Johnson, A. C. (2005) "Efficiency, Flexibility, or Both? Evidence Linking Strategy to Performance in Small Firms," *Strategic Management Journal*, Vol. 26, No. 13, pp. 1249-1259
- Goldstein, J. (1999) "Emergence as a Construct: History and Issues," *Emergence*, Vol. 1 pp. 49-72
- Heras-Saizarbitoria I, Urbieta, L. and Boiral O. (2022) "Organizations' Engagement with Sustainable Development Goals: from Cherry-Picking to SDG-Washing?" *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 29, No. 2, pp. 316-328
- 板谷和彦 (2021) 「『創発』とは何か—学際的視点での探究—」『香川大学経済論叢』第94巻第3号, pp. 1-14
- 環境省 (1999) 「平成10年度環境にやさしい企業行動調査」<https://www.env.go.jp/press/2185.html>, 2022年4月21日閲覧
- 環境省 (2000) 「平成11年度環境にやさしい企業行動調査」<https://www.env.go.jp/press/1592.html>, 2022年4月21日閲覧
- 國部克彦 (2017) 『アカウントビリティから経営倫理へ—経済を超えるために』有斐閣
- 國部克彦・西谷公孝・北田皓嗣・安藤光展 (2019) 『創発型責任経営 新しいつながりの経営モデル』日本経済新聞出版社
- Lewes, G. H. (1875) *Problems of Life and Mind (Vol. 2)*. Kegan Paul, Trench, Turbner
- Malaterre, C. (2010) *Les Origines De La Vie - Émergence ou Explication Réductive?*, Hermann. (佐藤直樹訳 (2013) 『生命起源論の科学哲学—創発か、還元的説明か』みすず書房)
- 南博・稲葉雅紀 (2020) 『SDGs—危機の時代の羅針盤』岩波新書
- Mintzberg, H. (1994) "The Fall and Rise of Strategic Planning," *Harvard Business Review*, Vol. 72, No. 1, pp. 94-107 (Diamondハーバード・ビジネス・レビュー編集部訳 (2003) 「真の戦略家は「創発」を促す 戦略プランニングと戦略思考は異なる」『Diamondハーバード・ビジネス・レビュー』第28巻第1号, pp. 86-97)
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. and Lampel, J. (2008) *Strategy Safari: Your Complete Guide through the Wilds of Strategic Management*, The Free Press. (齋藤嘉則監訳 (2012) 『戦略サファリ 第2版 戦略マネジメント・コンプリートガイドブック』東洋経済新報社)
- 沼上幹 (2009) 『経営戦略の思考法』日本経済新聞出版社
- 尾崎浩一 (2022) 「政策で方向付けされた市場での中小企業の両利きの経営の研究—ドイツ・シュタットベルケのデータによる検討—」『日本経営学会誌』第51号, pp. 62-76
- Sen, S. and Cowley, J. (2013) "The Relevance of Stakeholder Theory and Social Capital Theory in the Context of CSR in SMEs: An Australian Perspective," *Journal of Business Ethics*, No. 118, pp. 413-427
- 白鳥和彦 (2009) 『環境企業家と環境経営の新展開』プルースト書店
- 祖父江孝男 (1971) 『県民性—文化人類学的考察』中公新書
- Stephan, A. (1992) "Emergence - a Systematic Look at its Historical Facets" in Beckermann, A., Flohr, H. and Kim, J. (Eds.) *Emergence or Reduction: Prospects for Nonreductive Physicalism*, Walter De Gruyter
- 帝国データバンク (2021a) 「山陰地方SDGsに対する企業の意識調査」https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/pdf/s210702_69.pdf, 2022年3月25日閲覧
- 帝国データバンク (2021b) 「SDGsに対する企業の意識調査」(全国版) <https://www.tdb-di.com/2021/07/sp20210714.pdf>, 2022年3月25日閲覧
- 鳥取県 (2021) SDGsの推進 <https://www.pref.tottori.lg.jp/286851.htm>, 2022年3月3日閲覧
- 植田和弘・國部克彦・岩田裕樹・大西靖 (2010) 『環境経営イノベーションの理論と実践』中央経済社
- UN Global Compact, <https://www.unglobalcompact.org/>, 2022年4月21日閲覧
- Wedari, L. K., Jubba, C. and Moradi-Motlagh, A. (2021) "Corporate Climate-Related Voluntary Disclosures: Does Potential Greenwash Exist among Australian High Emitters Reports?" *Business Strategy and the Environment*, Vol. 30, No. 8, pp. 3721-3739

[研究会報告]

エシカル消費研究会

環境経営学会理事 吉橋 正浩・浜野 隆行

環境経営学会を「発表したい学会」「投稿したいジャーナル」に高めるために、「エシカル消費研究会」は、釈迦に説法ではありますが、「守・破・離」の教えをもって、まずは守から（昔はどうであったか知りませんが）無名の集団という意識で有名学会を中心に他流試合に努めたいと考えております。まずは謙虚に守に従い、敬意をもって著名な先行研究を選択し、先行研究の批判なのか補完なのか、応用なのかなど、我々の研究の位置付けを明確にしたうえで、意義があるのかを熟考し、その上で新規性が認められれば自信をもって主張していきたいと思っております。論文マナーである「守」を維持しながら「破」に向かう能力があるかは自信がありませんが、その前に、アカデミックの世界にいる以上、まだまだ未熟な「守」に拘り、認知されるように努力を続けたいと思っております。

世界のジャーナルでもトップクラスのジャーナルである Journal of Business Ethics においてもエシカル消費はこの数年で一大カテゴリーとなりつつあります。エシカル消費研究の特長として学際的であるため様々な観点から論じられているため、まず先行研究のレビューを行いながら論点の整理を行うことからスタートしてきました。同時に、研究の独自性も追及するためにもフィールドワークを並行して実施してきました。実際に2022年は5人の消費者と2人の企業担当者にインタビューを行い仮説構築に向けた研究活動を行いました。我々のリサーチ・クエスチョンである何故エシカル消費が日本に定着しないのかを研究を通して議論している中で、エシカル消費の実態として需要と供給のミスマッチの問題が浮き彫りになってきております。エシカル消費を単にモノと貨幣の交換と捉えると拡大に限界があり、今後の発展としてエシカル消費をモノとサービスの複合物として捉えるS-Dロジックで考える必要であることを現時点で考えております。まだ仮説段階であるタイミングにおいてより専門的で洗練された議論が必要であるためサービス学会第11回国内大会の口頭発表を予定しております。

真資本主義研究会

環境経営学会会長 岡本 亨二

I. 研究会の沿革

21世紀の最新科学技術全盛の時代に従来からの経済学（者）の世界は歪なものといえる。

- ・主要経済学者の誕生は1770年代～1950年代（AIもIoTもCPUさえ無い時代の学問）。
- ・元々経済学は大航海時代（15C～17C）と、それ以降の植民地主義の時代の賜物であり、武力国家の優位が顕著で、経済学の根底として自国（先進国）に有利に働き、途上国の環境や社会問題に与しない仕組み。地球環境への配慮はまったく成されてこなかった。
- ・その時々政権と密接な関係にあつて、自国優先の御都合主義経済学であった。

20世紀末から地球環境問題や貧富の差など環境・社会問題を契機に、これまでの資本主義に対する見直しが世界的に顕著になった。わが国でも岸田政権下で「新しい資本主義」と称して「成長と分配の好循環」を掲げるに至った。しかし、その正当性と実現性は未知数である。学会としても研鑽に努め、政府へ積極的に提言を行う必要がある。

II. 資本主義のあり方を根本から問い直す

真資本主義を標榜して、経済志向の資本主義からKarl Polanyiや宇沢弘文が指摘していたような「人類の幸せのための経済学」のあり方を問う。

- ・経済学（者）の系譜をたどり最新科学技術の急速な発展による社会構造の変革をベースに、新たな資本主義の正しいあり方を導き出す。
- ・現在、政府が推進している「新資本主義」に歩調を合わせて、その政策を検証するとともに、我が国への提言を学会として行う。
- ・昨年1年間の活動を通して、東大を始め各種研究機関がそれぞれに精力的に研究を行なっていることがわかった。しかし、その多くは新たな経済理論を構築するというものであり、従来からの経済学のアプローチとなら変わらない。
- ・当学会としては最新科学技術の発展による、社会変革を捉えて、どのような経済政策が時代と社会に合うかを議論していく。言い直せば、経済理論ありきで社会を変えるのではなく、科学技術と社会の変革にマッチした経済政策を模索するものである。

III. 昨年の活動とテーマの複雑性について

研究会発足後、初回研究会@OVEで方針の確認や各自の研究テーマの表明を行なった。

10月10日には、東大の先生方を中心とした、『これからの社会的共通資本（Future of SCC）』に4名が参加した。終了後、検討会（Small Class）を行なった。

現状、方向性や共通の研究テーマは定まっておらず、各自の独自研究を進めているところである。「マルクス資本主義の見直し」（丸山）、「宇沢弘文の業績研究」（花田）、「最新科学技術と社会変革が起こす真資本主義とは」（岡本）、「経済学者の系譜と新たな資本主義とは」（村井）、「SDGsと資本主義」（宮崎智子）などが漠然とした現在の研究テーマである。

研究すればするほど、幅広くて難解なテーマであることがわかってきた。青木さん（元日本銀行）、吉岡さん（元Bank of America）ら諸氏のアドバイスを受けながら研究を進める。

IV. この研究会の狙いと方針

多くの同種の研究会では、経済理論（資本主義理論）から入っている研究グループを多く見かける。当研究会では社会の変革を通じた真の資本主義をリードして行きたい。

そのためにも、多くの研究者の参画を募り、学会の特徴でもある産学協同の研究を進めたい。中でも宇沢弘文氏の研究会とのコラボレーションを考えている。

経済学の課題や資本主義の問題点は研究すればするほど複雑に社会問題とも絡み、幅広で奥が深い。だからこそ、当学会としての知見をまとめて、政府への提言や、諸外国との対話を積み重ねて行く方針である。

生物から学ぶ企業経営研究会

環境経営学会会長 岡本 亨二

I. 研究会の沿革

戦後70年の企業の発展（1945年～2013年）は、資本主義のもとに経済発展を成し遂げた一方で、地球環境問題や社会問題を誘発してきた。1990年代から環境問題が俎上に上がり、1990年代後半からは社会問題も含んで企業活動に各種Initiativeや国際基準、法規によって規制がかかり始めた【Reactive Stage】。

一方で2000年代の科学技術の発展は（特に2013年からのAIやIoTの急速な発展によって）社会に大きな変革をもたらした【Proactive Stage】。従来のような資源の乱獲・乱用、大量生産、大量消費、大量リサイクルの時代から、資源やエネルギーをほとんど使わずに経営がなされる方向が見えてきた。それはあたかも、不要なエネルギーや無駄な資源を使わないで生活している昆虫を代表とする動植物近いものである。時代の変化が生物から学ぶ企業経営の後押しを始めたと観ている。そこに焦点を当てているのが当研究会である。

II. 「近年の科学技術がどのような社会変革をもたらしたか」

最近10年間（2013年～2022年）の最新科学技術（AI、IoT、Drone、3D Printer、5G/6Gなど）の発展には目覚ましいものがある。主要な社会変革として、「The ZERO Marginal Cost Society」「Sharing Economy」「Circular Economy」が想起される。

The ZERO Marginal Cost Society

- ・あらゆる情報のやりとりのコストが抜本的に低廉化することを言う。限界費用（Marginal Cost）とは、生産量を一単位だけ増加させたとき、総費用がどれだけ増加するかを考えたときの、その増加分を指す。
- ・ICTのネットワークがつながっている所であれば、デジタルデータは即時に伝達可能であり、これらの追加的な費用すなわち限界費用もほぼゼロであるという特質を持つ。
- ・この様な社会では資本主義の得意としていた、寡占、特許、利益至上、などが無意味となり、共同コモンズの考えが主流になってくる。
- ・現実に社会は大きくThe ZERO Marginal Cost Societyへと移行しつつある。

Sharing Economy

- ・これまでの資本主義経済下では、企業が利益を上げ続けるために、さまざまな領域で遊休資産があるにも関わらず、我々は過剰に所有することに慣らされてきた。
- ・これからはインターネットやスマートフォンの普及によって、人と人、あるいは企業と人がつながり、社会的に遊休資産をシェアして有効活用することが可能になった。
- ・モノやサービスを特定の個人、団体が独占的に保有、使用する資本主義経済は終わり、多くの人々の間でシェアすることで成り立つ経済へ移行することをSharing Societyという。

Circular Economy

- ・Circular Economyとは、気候変動、生物多様性、廃棄物、汚染といったグローバルな課題に対処するためのSystem Solutionの枠組みで、3つの原則に基づいている。
 - ①デザインによってもたらされる。
 - ②廃棄物と汚染を排除する。

③製品と原材料を（高い価値を保ったまま）循環させることにより、自然を再生する。これらの仕組みは、再生可能なエネルギーと原材料によって支えられている。

・Circular Economyへの移行は、限りある資源の消費と経済活動の分離（Decoupling）をもたらす。これは長期的にわたるレジリエンスを構築し、事業および経済機会を生み出し、環境および社会に便益をもたらすシステム移行を意味する。

（注）日本で使われている「サーキュラーエコノミー」とは根本的に意味が違っている。

Ⅲ. 「21世紀の社会は（企業は）どのように変わっていくか」

AI、IoT、Internetなどの発展でSharing Economy、Circular Economyの推進が進むことによって、最小の資源で製品を作れるようDesignし、最小のエネルギーで製造し、多くの利用者間でShareできる仕組み作りによって、驚異的に資源の無駄が省かれるとともに、人々の考えとして所有から利用への意識改革も進む。

- ・測量、橋梁検査、撮影、モノの輸送などに使われだしたDroneは無人工化による超省エネ、危険の回避、迅速な行動性で、その利便性が益々注目されている。最新のDroneは渡り鳥に似た群管理ができています。
- ・3D Printerの発展にも目を見張る。ダイムラーベンツのトラック部門では、既にあらゆる部品を、前もっての製造/保管を行わず、需要に応じて3D Printerで製造する。住宅の建設にも超大型の3D Printerが使われるようになった。従来の木材や鉄板をカットする/削る/組み立てる手法から、蜂が巣を作り、白蟻がアリ塚を作るように、エネルギー消費を抑え、廃棄物を一切出さない動植物の世界に、この分野でも近づいている。
- ・資源を大量に使い、製造工程でエネルギーを大量に浪費し、消費者の使用時にエネルギーを使う製品は市場から駆逐される。
- ・従来の自社内だけでモノを作ることに専念すれば良かった時代から、使用方法・販売ルート・消費間の使い回し・製品ライフサイクルの次製品へデザインされた使い回しなど、あらゆる社会とのコミュニケーションが不可欠となる。
- ・基本的に製造・使用・リサイクル段階での資源の使用やエネルギーの使用が限りなくZEROに近づく。一方的な「作ったら後は知らない世界」の製造業から、いつまでも作ったものをFollowし続けるCircular Economy業になる。

Ⅳ. 「“生物から学ぶ企業経営 研究会”の狙いと方針」

行き過ぎた資本主義下の資源の大量採掘・大量生産・大量消費を憂う時代【Reactive Stage】から、科学技術の発展によって、新しい社会変革が起こり、それらが環境負荷の少ない社会の実現【Proactive Stage】に貢献し始めたことに注目している。

これまでもバイオミクリーや自然資本主義に代表される、自然を「真似る」、自然を上手に「利用する」手法が採られてきた。これからは、さらに動植物の行動や生態を学ぶことによって、企業や社会をあたかも自然の生物のごとく経営する手法の開発が望まれる。

最近の資本主義の弊害を指摘する「今だけ」「お金だけ」「自分だけ」という風潮は、世界の社会全般に蔓延している。すなわち「自分たちの生きている世代だけ」「弱肉強食、全てはお金で解決」「自国のためなら戦争や威嚇も辞さない」そんな時代にあって、意識の改革は科学技術の改革に遅れることが通例ではあるが、生物に学ぶ意識を持てば、資本主義下の自分本位の考えから仏教用語でいう六相円融義（広義の生物多様性）を理解できよう。

地球上の生物で人間だけが、「自分たちが地球にダメージを与えていることを認識できて、そのダメージを軽減するための手段を講じることができる唯一の種である」ことを自覚して「生物学」を幅広く学び、21世紀以降の世の中に活かさねばならない。

従来からの「真似る」「利用する」存在としての自然への認識に加え、「人類自身も自然の中で他の動植物と同じ地球の担い手として謙虚に振舞わなければならない」と認識することを提案したい。

そのためには： ①哲学を持つこと ②生物学をすべての国民が学ぶこと ③自然の摂理にかなった方法で行動を起こすことであろう。経済/経営学者、生物学者、実業家と共に推進していくこの研究会では、さらなる具体的な手法や成果を追求していく。

[自著を語る]

『新国際関係論』

大阪公立大学出版会、2022年9月

関西国際大学客員教授 博士（学術） 井上 尚之

New International Relations

Naoyuki, INOUE Ph.D.

Kansai University of International Studies, Visiting Professor

I. はじめに

筆者は、日頃は「環境経営論」など環境に関する科目を中心に大学で教授しているが、2022年度後期から情報系専門職大学で「国際関係論」を5クラスに教授することになり、急遽書き上げたのが本書『新国際関係論』である。専門職大学とは2021年4月から文部科学省が作った新大学である。授業の3分の1が実習で、特に4年間で600時間以上の企業での実習が義務付けられている。教員の多くは、所謂一流企業の早期退職者で占められている。特筆すべきは1クラスが40人以下にすることが義務付けられていることである。「国際関係論」は一般教育科目に位置付けられている。私大の一般教育科目に於いては約200名の学生をマンモス教室に詰め込んで行う教育に慣れている筆者にとっては羨ましい限りではある。

II. 国際関係論とはどのような科目か

「国際関係論」という名称は、第一次世界大戦後、欧米の大学で設置された科目「international relations」の翻訳で、内容のうえでも欧米とくにアメリカの影響を強く受けている。現在、日本の「国際関係論」は、国際政治学、国際経済学、国際法学、地政学、地経学、経済安全保障、環境問題、人権問題、地域研究など、日本と世界の関係を総合的にとらえようとする立場である。換言すれば国際問題を多方面からの切口で研究する学際的分野である。したがって、「国際関係論」に独特の学問的方法はないともいえよう。

III. 本書の内容

本書は第1章から第16章からなる。以下にその内容を示す。

第1章 国際関係論の理論 リアリズムとリベラリズム

- 1.1 リアリズム
- 1.2 トウキュディデスとマキャベリからモゲンソーへ
- 1.3 リベラリズム
- 1.4 カント

第2章 地政学の思考方法 ランドパワーとシーパワー

- 2.1 ランドパワーとシーパワー
- 2.2 ランドパワーとシーパワーの時代による勢力
- 2.3 ハルフォード・マッキンダーの世界観

第3章 地政学の思考方法 ハートランドとワールドシー

- 3.1 ハートランドとワールドシー
- 3.2 リムランドとマージナルシー

第4章 国際関係論の基本 グローバリズムとナショナリズム

- 4.1 ナショナリズム

- 4.2 グローバリズム
- 4.3 グローバル化のメリットとデメリット
- 4.4 日本における現状
- 第5章 国際関係論の基本 米ソ冷戦後の世界
 - 5.1 社会主義と共産主義
 - 5.2 自由主義対社会主義（共産主義）
 - 5.3 核開発
 - 5.4 北大西洋条約機構とワルシャワ条約機構
- 第6章 国際関係論の基本 冷戦後の代理戦争
 - 6.1 朝鮮戦争とベトナム戦争
 - 6.2 キューバ危機
 - 6.3 社会主義陣営の分裂
 - 6.4 新冷戦
 - 6.5 ソ連崩壊
- 第7章 今日の世界対立 22年プーチンのウクライナ侵略
 - 7.1 プーチンのウクライナ侵略の狙い
- 第8章 今日の世界対立 ウクライナ侵略と日米中
 - 8.1 ミンスク合意に至る過程とアメリカの立ち位置
 - 8.2 ロシアのウクライナ侵略と日本と中国の関係
- 第9章 国際関係論の基本 環境問題（1）
 - 9.1 持続可能な発展に向けてのアメリカの環境政策の歴史
 - 9.2 「持続可能な開発（発展）」という言葉の登場
 - 9.3 1990年代—地球環境問題の出現
- 第10章 国際関係論の基本 環境問題（2）
 - 10.1 地球サミットと京都議定書
 - 10.2 気候変動枠組み条約COP3—京都会議
- 第11章 国際関係論の基本 環境問題（3）
 - 11.1 パリ協定
 - 11.2 アメリカの離脱と復帰
- 第12章 国際関係論の基礎 世界をまとめるISOの役割
 - 12.1 CSRの国際規格ISO 26000の発行
 - 12.2 ISO 26000における社会的責任を果たすための7つの原則
 - 12.3 社会的責任の7つの中核主題
 - 12.4 組織にとってのISO 26000を順守するメリットはなにか
 - 12.5 ISO 26000の具体例
- 第13章 国際関係論の基礎 世界をまとめる国連の役割
 - 13.1 SDGs持続可能な開発目標とは何か
 - 13.2 SDGsの前にMDGsがあった
 - 13.3 SDGsの17目標とアイコン
 - 13.4 SDGsの将来
 - 13.5 SDGsをサステナビリティレポートに載せた企業の具体例
- 第14章 国際関係論の基礎 プレグジット・移民・内戦
 - 14.1 イギリスのプレグジットが意味すること
 - 14.2 シリア内戦
- 第15章 明日の世界対立 米ソ冷戦から米中冷戦へ

- 15.1 地政学から地経学へ
- 15.2 中国戦後小史
- 15.3 経済安全保障
- 第16章 国際関係論の基礎 人権・環境の国際行動規範
- 16.1 グローバル・コンパクト
- 16.2 その他の国連による人権・腐敗防止・環境に関する宣言等
- 16.3 経団連行動憲章、OECD多国籍企業行動指針
- 16.4 環境・経済に関する原則

環境経営学会の皆さんに一番関係が深い章は、第9章～第13章及び16章であろう。つまり本書は環境を重視した国際関係を論じた書であるとも言える。以下に皆さんには目新しい、環境を除く分野での本書の内容を紹介する。

Ⅳ. ロシアのウクライナ侵略について

今回のウクライナ侵略が起こった原因やその未来も詳細に論じている。ウクライナ問題については、1962年のキューバ危機と同じ構図である。当時は自国の安全保障を直接的に脅かされようとしていたケネディが勝利したのである。今回のロシアのウクライナ侵略を招いたウクライナのNATO加盟問題は、米国自身の安全保障に直接関係するものではないが、ロシアにとっては、自国の安全保障上の深刻な脅威である。そうならば、今回の勝者はおのずと明らかになる。

Ⅴ. 日本における現状について

第2次世界大戦後、日本も各国同様に貿易量を増加させ、輸出を通じて経済水準を上げてきた。ここ30年間では、日本の主な貿易国がアメリカから東アジア地域に変化してきた。それと共に、日本企業の海外展開も東アジア地域を中心に変化してきている。

しかし日本は島国という特性もあり、欧州諸国と比べるとグローバル化の進展はゆるやかであった。さらに近年では、国内の少子化や新興国市場の拡大に伴って、世界経済における日本の市場規模は縮小し、新興国市場への日本企業の対応も、他の東アジア諸国や欧州の企業に比べると出遅れている。

これらに加え、日本では少子高齢化に伴って労働力が低下しており、外国人労働者の受け入れ拡充が必要とされている。その一方で、欧米諸国と同じようにグローバル化の拡大を受け入れることで、日本人の職が奪われ、貧困や格差が広がるといった反対の声も多い。

グローバル化は自国の産業を衰退させ、雇用の減少や格差の拡大をもたらすリスクがある。その結果、イギリスのEU離脱、アメリカの前トランプ政権誕生など、主要国のなかでは近年、反グローバリズム、ナショナリズムの勢いが増しつつある。

さらに新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の流行拡大による経済衰退の影響もあり、今後も各国で自国優先（自国ファースト）の考え方が強まっていくだろう。

しかし、グローバリズムは世界経済や技術を発展させ、長年にわたって主要国の物価を安定させてきた。そのため、反グローバリズムが広がることで、物価の上昇や供給不足を招く恐れがある。

今後も世界では、情報通信技術、AI、ロボティクス産業の発展が続くことが予想されている。そのため、反グローバリズムの考え方が一方では、グローバリズムが終わりを迎えるとは考えにくい。グローバル化の恩恵を受けつつ、経済格差や自国産業の衰退を防ぐ方策を考えなければならない。そのためにも、貿易規制や国際協議を増やししながら、国際協力を強めていくことが不可欠だ。このことが、各国の経済や労働力を守りながら、世界が成長していくことにつながるだろう。

尚、本書の出版のお蔭がどうかはわからないが、筆者は2023年4月より大阪府吹田市にある大和（やまと）大学政治経済学部経済経営学科教授として赴任することになった。

[書評]

広井良典著

『無と意識の人類史 ― 私たちはどこへ向かうのか―』

東洋経済新報社、2021年5月発行

評者 大東文化大学教授 鶴田 佳史

本書は、これまでの一連の著作で提示されていた定常型社会と死生観といったテーマの関係性が明示されることで、著者が持つ問題意識がさらに鮮明に現れているものである。

近年、わが国においてSDGs（持続可能な開発目標）という語をよくみかけるようになった。あわせて、持続可能性（サステナビリティ）やサステナブルという言葉が人口に膾炙するようになっており、持続可能な社会を実現するための方策についても様々な議論や提言がなされてきている。なぜ、このような、持続可能性の議論が活発になってきているのだろうか。もちろん、これまでも環境問題、社会問題への対応が話し合われてきている。これは、国連人間環境会議から積み上げられてきている成果や環境学習の成果であるし、環境問題の顕在化とその影響の重大化、資本主義への疑問、社会の分断への懸念など様々な理由が考えられる。「個人の死生観をめぐる話題と、地球環境の有限性に関する社会的な次元の話題、が深いところで結びついてきているのが現在の状況」との著者の指摘は、なぜ、今、持続可能性が重要なのかを端的かつ十分に説明しているといえる。

資本主義への疑問や反省としてステークホルダー資本主義等が提唱されてきているが、著者のいう「資本主義等システムそのものが、資本あるいは経済の『限りない拡大・成長』をその基本原理としている」のならば、持続可能な社会の実現にはその拡大・成長と定常化のサイクルを理解することが必要となるのではないだろうか。著者は、「定常化（あるいは持続可能性）を志向するベクトルとむしろ逆に一層の『限りない拡大・成長』を志向するベクトルとの間の『せめぎ合い』の時代であるというのが現実にそくしたものとと言えるだろう」と指摘している。なお、定常化ベクトルとは「地球環境の有限性や持続可能性という価値に目を向けつつ、環境・経済・福祉の調和した社会を志向するという方向」であり限りない拡大・成長ベクトルとは「様々なレベルでの『限りない拡大・成長』という方向をあくまで追求する方向」である。拡大・成長と定常化のサイクルとベクトルを理解することが社会経済システムを再考する際に必要なことだと考えられる。

また、著者は、人類史からみても人口や経済における「拡大・成長」と「定常化」というサイクルをこれまで3回繰り返してきており、拡大・成長から定常化への移行期にそれまで存在しなかった革新的な思想や観念が生成されるとしており、現在、わたしたちが直面している「第三の定常化の時代」への移行期に新たな概念として地球倫理が生成される、と指摘している。この地球倫理とは、「個人から出発しつつ、地球の有限性や多様性を認識し、個人を超えてその土台にあるコミュニティや自然（さらにその根底にある自然信仰ないし自然の内発性）とのつながりを回復する」という世界観・思想のことをいう。

著者が述べるように「『人間の生存が危ない』というのは、他でもなく、環境や資源の『有限性』あるいは『世界の有限性』という状況あるいはテーマに現在の私たちが向かい合っている」のならば、それは、現在でいえば持続可能性とはなにかを問い、実現していくことである。それは、いわば「有限な（物質的）環境の中での無限の想像」を志向し、それによって持続可能性を実現させるという方向ともいえる。そして、今、わたしたちが生きているのが著者のいう「第三の定常化の時代」への移行期であり、この移行期に新たな概念として「地球倫理」が生成されるとの指摘や「環境の有限性を踏まえた上で、人間と自然を含む生態系とその歩みをトータルに理解しとらえ返そうという関心が浮上していること」には、人間の生存への希望が見える。

本書は、定常型社会と持続可能性との関係性が明らかにされていることに加え、定常型社会と死生観とが関係しあっていることを論じることで、まさに持続可能性の本質に迫るものとなっている。持続可能性や地球倫理が希求される、これからの世界を理解し、持続可能な社会実現のための指針となる必読の一冊である。

[書評]

久保田精一・浜崎章洋・上村 聖

『コスト激増時代必須のマネジメント手法 「物流コストの算定・管理」のすべて』

創成社、2021年8月発行

評者 札幌学院大学教授 長岡 正

企業経営の効率化を目的とする管理会計は、20世紀初頭のアメリカを中心に発展した。日本では戦後から主たる手法が紹介され、大手製造業を中心に導入が試みられている。標準原価計算、予算管理、設備投資の経済性計算などが、企業経営の効率化に貢献してきた。このような状況でも、日本の管理会計として考案された手法があり、その一つが物流会計である。これまで荷主企業の物流コスト上昇に際して、現状把握と効率化による削減に貢献してきた。

物流会計は1960年代頃に早稲田大学の西澤脩教授がアメリカの営業費会計をヒントに考案した手法である。物流コストは委託物流費と自家物流費に大別される。前者は請求書などから明らかでも、後者は各費目に混在して、集計しないと不明である。多くの企業で後者は相当な金額となるため、物流コストの全体像を明らかにする物流会計が有用とされた。管理会計は企業実践に基づくことが一般的であり、物流会計以外の日本の管理会計もトヨタや京セラなどで考案されている。研究者個人によるものは大変珍しい。ちなみに、西澤教授には物流会計の他にも、研究開発会計や広告会計などに関する著作がある。

その後の物流会計は、政府機関によるガイドラインを通じて普及した。まずは1977年に旧・運輸省「物流コスト算定統一基準」により、物流コストの体系と算定方法が明らかにされた。1992年には旧・通産省「物流コスト算定活用マニュアル」により多頻度配送などによるコスト増への対応が試みられている。さらに2003年には中小企業庁「物流ABC準拠による物流コスト算定・効率化マニュアル」により活動基準原価計算（ABC）の普及が行われた。

このようなガイドラインは、経済成長にともなう輸送量増加や燃料費高騰などを背景に公表されている。総コストに占める物流コストの割合は、必ずしも高くない企業もあろう。しかし全体として見れば、物流コストの上昇は国民生活にも影響を与えるため、物流会計導入による効率化が社会的にも期待された。物流会計は海外にも紹介されている。民間企業による活用にとどまらず、政府機関によるガイドラインも公表された。

以上のような背景から、本書は物流を巡る最近の状況を踏まえて、主にトラック輸送を想定した物流コストの算定・管理を巡る諸問題を、企業経営における各階層の視点から論じたものである。物流コストの算定では、輸送や保管などの機能、人件費や施設費などの形態に区分してから総額を明らかにする。物流コストの削減のみを重視する現状に対して、高付加価値化、ローコスト化、またはリスク回避・安定化という基本方向を示しながら、売上高や物流サービスと関連付ける必要性を強調している。

これまで物流コストは、企業による効率化を通じて減少傾向にあったが、最近になって増加に転じている。コスト削減どころではなく、コスト増加の抑制を必要とする。さらに、物流を巡る社会環境の変化も生じた。たとえば、環境負荷に対処するために、モーダルシフトなどに着手するグリーン物流が定着した。また、トラック輸送の生産性向上やドライバーの労働環境改善のため、ホワイト物流運動も推進されている。これらは環境経営においても重大な関心が持たれてきた。取組みにともなうコスト算定はいうまでもない。

コストの発生は企業活動の結果であり、コストのみを管理対象としても手遅れとなることが多い。この点ではKPI管理との併用が望ましい。物流コストを結果のKPI、受注方法や積載率などを原因のKPI、さらに営業所などをKPIの原因者とし、3つを関連付けて可視化する。物流コストは部門横断的に発生することも多く、発生責任の明確化を必要とする。

在庫維持コストに言及している点も本書の特長である。既存のガイドラインでも、資本コストとしての社内金利を対

象とし、在庫を含む物流資産額の10%計上を推奨してきた。在庫維持コストでは金利に加えて、税、保険、陳腐化・劣化および保管に関する項目を含む。国内外の調査では在庫金額の20%程度とあるが、著者らの調査ではさらに高い業種もあるようだ。日本では低金利が続いても、その他のコストが上昇したからであろう。ただし現状では、このようなコストを定期的に算定する企業は少なく、対象を明確化した上での実施は今後の課題という。

これまでのガイドラインを踏まえ、簡易を基本とする標準的なコストの算定フローと集計フォーマットを具体例とともに示している。標準的な方法が難しい場合には、さらに簡易な方法もある。コスト管理の対象も変化したようだ。コストは単価に数量を乗じて算定する。当初、運賃や料金の値下げ交渉などによる単価から着手した。その後は積載率向上による車両削減など数量を対象とする。最近では両方ともに限界となり、当日配送や単独配送など物流サービスの前提条件を見直す動きが広がったという。

本書は3人による共著であり、いずれの著者も荷主企業の視点からの物流コストに関する調査研究・コンサルティングに携わった経験を有する。章末にあるCASEやコラムは、著者たちが聞き取り調査などから得た実際の企業事例に基づくものであり、資料的な価値も高い。物流は企業活動であるとともに、社会インフラでもある。今後予想される変化に対処するためには、企業間の効率化に加えて、消費者や行政など広範囲な連携を必要とする。本書は、荷主企業が現時点で対処可能な処方箋を示したものといえる。

投稿論文の募集

日本学術会議協力学術研究団体 環境経営学会 学会誌編集委員会は、以下により学会誌「サステイナブルマネジメント」への投稿論文を募集します。

1. 投稿の制限 会員の未発表論文に限る。
 2. 字数の制限 15,000字（図表、参考資料・文献等を含む。電子媒体にて）
 3. 表記の方法
 - a) 平易な口語体を使用すること
 - b) 本文中の見出しは次に従うこと
大見出しは、I、II
中見出しは、1、2
小見出しは、(1)、(2)
 - c) 図表は、図1、表1とすること
 - d) 数字は原則としてアラビア数字とすること
 4. 投稿論文 論文タイトル、氏名、所属、投稿日付、キーワード（10語以内）を明記する。
 5. 英文サマリー 英文の論文タイトル、氏名、所属を明記し、英文サマリー（300語以内）を付す。
 6. 論文投稿先 投稿者は、氏名と論文名をeメールの件名に明記し、下記宛てに送付（問い合わせ先も同じ）
環境経営学会 事務局
アドレス： smf@smf.gr.jp
 7. 投稿の受付 投稿論文予定申込書の受付 毎年6月16日～9月30日
投稿論文の提出 10月31日締め切り
 8. 論文審査等
 - ①2名のレフェリーによる論文審査（査読）を行います。
 - ②論文審査の結果の如何により、学会誌に掲載されないことがあります。
 - ③学会誌掲載の時期は、編集委員会の決定に依ります。
- 付記
1. 学会誌は毎年一回（原則として3月）刊行します。
 2. 投稿者は本紙掲載の学会誌編集委員会規定を参照して下さい。

環境経営学会学会誌編集委員会規程

(学会誌編集委員会)

- 第1条 本学会は、特定非営利活動法人環境経営学会定款第5条第1項第4号に定める学会誌を発行するため、環境経営学会学会誌編集委員会（以下「編集委員会」という）を置く。
2. 編集委員会は、環境経営学会誌「サステイナブルマネジメント」（以下「学会誌」という）の編集及び発行に関する業務を行う。

(編集委員会の構成)

- 第2条 編集委員会は、編集委員長及び若干名の編集委員と論文審査委員によって構成される。
2. 編集委員長は、会長が会員の中より理事会に推薦し、理事会が承認する。
 3. 編集委員と論文審査委員は、編集委員長が会員の中より指名し、理事会に報告する。

(任期)

- 第3条 編集委員長、編集委員、論文審査委員の任期は2年とし、再任を妨げない。
2. 前項の任期の終了期限は、所定の学会誌の発行完了時とする。

(業務)

- 第4条 編集委員長は、編集委員会を代表し、その業務を総括する。
2. 編集委員長に事故のあるときは、編集委員長の指名する編集委員がその職務を代行する。
 3. 編集委員は、分担して学会誌編集にあたる。
 4. 論文審査委員は、分担して投稿論文の査読等本学会誌掲載の学術論文に係る実務にあたる。
 5. 編集委員長は、編集委員会を招集し、その議長となる。

(原稿)

- 第5条 学会誌は、別表1に掲げる原稿によって構成する。

(学会誌の構成)

- 第6条 学会誌の構成は、別表2の通りとする。

(審議事項)

- 第7条 編集委員会における審議事項は次のとおりとする。
- ① 発行予定の学会誌について編集及び発行の方針を定めること
 - ② 依頼すべき原稿の題目、執筆者、提出期限、収集方法を定めること
 - ③ 募集すべき原稿の範囲、提出期限、収集方法を定めること
 - ④ 提出された原稿の査読者を定め、査読結果の報告を受けて、その原稿の取扱いを定めること
 - ⑤ 学会誌に掲載する原稿を予定し、調整のうえ決定すること
 - ⑥ 印刷所へ発注する原稿の完成、印刷仕様、印刷部数、発注・校正・納品の日程、印刷費見積等について確認すること
 - ⑦ 学会誌の発行に伴う予算請求および料金設定
 - ⑧ 環境経営学会誌に掲載された論文等の一部または全部の転載に関すること
 - ⑨ その他学会誌の編集及び発行に関すること

(著作権)

- 第8条 学会誌に掲載する論文の著作権は、環境経営学会に帰属するものとする。
2. 掲載論文の執筆者が当該論文の転載を行う場合には、必ず事前に本学会事務局及び出版社に文書で申請するものとする。
 3. 執筆者本人は、学会誌に掲載された論文が第三者の著作権を侵害しないことを保証する。また、第三者の著作権を侵害したことに伴う一切の責任は、執筆者本人が負うものとする。

(その他)

- 第9条 この規則に定めるもののほか、編集委員会の運営に関し必要な事項は、編集委員会が定める。

(改廃)

- 第10条 本規定の改廃は、理事会によって行われるものとする。

附 則

- この規程は、平成27年4月1日から施行する。
これに伴い、現行の環境経営学会学会誌編集規程は廃止する。

別表1

原稿の区分		対象及び手続き
学術論文	投稿論文	① 原則として、環境経営学会会員の未公開の論文とする。 ② 会員からの投稿を受け付ける（研究者でも実務家でも応募できる）。 ③ 年次大会で特に優れた発表を行った者等に対し論文投稿を奨励する場合がある。 ④ 投稿論文は2名以上の匿名の論文審査者による査読結果を基に編集委員会が採否を決定する。 ⑤ 掲載する投稿論文には「受付日」「受理日」を明記する。
	依頼論文	① 編集委員会が特定のテーマないし論題を明示して原稿執筆を依頼した論文 ② 査読なし
報告		① 環境経営学会の各研究委員会の報告（原稿は各委員会から掲載依頼を受ける場合もあれば、編集委員会が執筆を依頼する場合もある）。 ② 環境経営学会が推進する各プロジェクトの報告（原稿は、各プロジェクトから掲載依頼を受ける場合もあれば、編集委員会が執筆を依頼する場合もある）。 ③ 編集委員会が特に認めた報告
編集企画		編集委員会が企画した論文等
書評等		編集委員会が企画した書評等

※ 査読には、2名以上の匿名の論文審査委員による査読があります。また、依頼論文、報告等においては編集委員会が行う語句訂正等の依頼があります。査読を行った論文には、論文受付日と受理日を記載する。

別表2 環境経営学会学会誌の構成

論文等の区分		特記事項
学術論文	【特集】	編集委員会が設定した特集テーマに適った「投稿論文」、「依頼論文」、「持ち込み論文」及び「編集企画」で構成
	【論功】	編集委員会が執筆依頼した論文等
	【研究】	依頼論文等であって編集委員会が「研究論文」と区分けしたもの
	【投稿】	2名以上の匿名の論文審査委員による査読を行い、編集委員会が審査により掲載可となった論文
【報告】		① 各プロジェクトや各種研究委員会の報告 ② 政策提言 ③ 年次大会での基調講演や特別講演、また特に重要な報告
【編集企画】		編集委員会が企画した論文等
【書評等】		編集委員会が企画した書評等

環境経営学会

2023年学会賞候補作品の公募

環境経営学会は、下記の通り、2023年学会賞候補作品（著書・論文等）を公募します。

記

I. 公募作品は、次の三種です。

- ・ 学術貢献賞候補作品
- ・ 優秀研究賞候補作品
- ・ 実践貢献賞候補作品

但し、2023年1月1日から12月31日までに公にされた作品に限ります。
応募は、自薦、他薦を問いません。

応募者は、下記のをそれぞれ3部添えて学会賞審査委員会宛に送付して下さい。

なお、学会賞には上記のほか、学会貢献賞、およびベストプラクティス賞があります。詳細は「環境経営学会学会賞規定」に記載の通りです。該当すると思われる個人又は団体がありましたら、是非ご推薦ください。

II. 応募期限

2024年3月31日

III. 応募方法

1. 公募作品の種別、作品の論題等、氏名、所属組織を明記した文書（A4用紙一枚様式自由）
2. 応募作品
3. 作品の主旨等を記した応募理由書
4. 送付先：

〒162-0801

東京都新宿区山吹町358-5 アカデミーセンター

特定非営利活動法人 環境経営学会事務局内 株式会社国際文献社内

「学会賞審査委員会」宛

IV. 授与の可否

学会賞授与の可否については、応募者に通知します。

付記 [1] 応募作品は、受賞の可否にかかわらず、返却しません。

[2] 応募に際して、環境経営学会学会賞規程を参照してください。

環境経営学会 学会賞規程

(設置)

第1条 本学会は、学会賞授与の制度を設ける。

(目的)

第2条 本制度は、本学会が環境経営及び隣接科学の理論及び応用について学問的及び実践的に貢献するところが大きいと認める会員（個人並びに団体）の業績を顕彰し、以って学会及び学術の発展を図ることを目的とする。

(学会賞の種類及び受賞者の数)

第3条 学会賞の種類は、学会貢献賞、学術貢献賞、優秀研究賞、実践貢献賞、及びベストプラクティス賞の五種類とし、その内容を次に規定する。

- ① 学会貢献賞：環境経営学及び隣接科学の理論と応用について、多年にわたり特に優れた研究業績又は実践業績を挙げたと認める会員、若しくは本学会の運営及び発展について多年にわたり顕著な貢献を為したと認める会員に授与する。受賞者の数は特に定めない。
- ② 学術貢献賞：環境経営学及び隣接科学の理論について内外の研究誌等に掲載され、又は出版された研究業績（論文、著書）が学術の発展に対して顕著な貢献を為したと認める会員に授与する。受賞者の数は若干名とする。
- ③ 優秀研究賞：若手研究者の研究を奨励するため、環境経営学及び隣接科学の理論に関する優れた論文等であると認めた会員に授与する。受賞の対象となる論文は、本学会の学会誌『サステイナブルマネジメント』に掲載された論文及び本学会の研究報告大会等における研究報告とする。受賞者の数は若干名とする。
- ④ 実践貢献賞：環境経営学及び隣接科学に関する応用研究又は実践的発展に顕著に貢献したと認める業績（論文、著書等）の執筆者に授与する。受賞の対象となる論文等は、一般に公刊されたものとするが、その執筆者は会員と限らなくとも良い。受賞者の数は若干名とする。
- ⑤ ベストプラクティス賞：環境経営を実践しサステイナブルマネジメントの推進に関して顕著な成果を挙げたと公に認められ、かつ本学会の発展に寄与すると認めた団体に授与する。受賞団体は、特に会員に限らなくとも良い。受賞団体の数は若干名とする。

(受賞の対象)

第4条 受賞の対象は、次の通りとする。

- ① 学術貢献賞の業績審査は、理事会が推薦した会員について行う。
- ② 学術貢献賞、優秀研究賞、及び実践貢献賞の対象論文等は、学会賞授与年の前年1月1日より12月31日までに公にされたものとする。

(表彰、授与式、公表)

第5条 表彰、授与式、及び公表については、次の通りとする。

- ① 授与式は、本学会研究報告大会の日に執り行う。
- ② 受賞事由等については、学会誌『サステイナブルマネジメント』で公表する。

(審査委員会)

第6条 審査委員会は、次により運営する。

- ① 審査委員会は、審査委員長及び審査委員若干名をもって構成する。
- ② 審査委員の任期は3年とする。
- ③ 審査委員会は、審査の適性を期すために特別委員を委嘱することができる。特別委員の職務は、審査終了をもって終える。

(審査対象及び受賞制限)

第7条 審査対象及び受賞制限は、次の通りとする。

- ① 審査委員会は、学会賞の審査対象を自薦及び他薦に基づき決定する。
- ② 学会貢献賞の授与は、会員である期間中、一回限りとする。
- ③ 学術貢献賞、優秀研究賞、及び実践貢献賞は、同一年に同一人に対して重複して授与しない。
- ④ 学術貢献賞、優秀研究賞、実践貢献賞、及びベストプラクティス賞の連続受賞は妨げない。

(学会賞授与の決定)

第8条 学会賞授与は、審査委員会による審査の結果報告に基づき理事会が審議し、決定する。

(所管)

第9条 所管は、副会長とする。

(規程の改廃)

第10条 本規定の改廃は、理事会がこれを行う。

附 則

1. 本規定は、2000年6月1日より施行する。
2. 本規定は、2005年5月1日に改定施行する。
3. 本規定は、2014年11月1日に改定施行する。

備考 ①第一回学会賞の受賞者については、規程にとらわれず、学会設立日以降の業績を対象として学術貢献賞、優秀研究賞、及び実践貢献賞を選考し、授与する。

②若手研究者は、論文等を公にした年月日の年齢が満40歳未満の近傍であることを目安とする。

編 集 後 記

村井秀樹氏の後を引き継ぎ、2022年度から編集委員長を務めることになった。微力ながら本学会誌の発展のために精一杯努力したい。

本学会誌第22巻は、岡本享二会長の巻頭言から始まり、2022年度の本学会春季・秋季研究報告大会での講演原稿、次いで編集委員会から依頼した東健太郎氏の論文を載せた。査読付き論文については、2022年度に4編の応募があったが、編集委員会が行った査読の結果、論文2編と研究ノート1編を掲載した（2021度の学会誌では論文0編、研究ノート1編であったことと比べと一歩前進と言えるが、まだまだ低い水準にある。来年度はさらに投稿論文が増えることを期待したい）。最後に、本学会の3つの研究委員会の報告、自著の紹介、書評を掲載している。ご寄稿いただいた皆様には心から感謝申し上げます。

さて、世界情勢はロシアによるウクライナ侵攻の出口は未だ見つからず、石炭利用の拡大が起き、気候変動問題に対して深刻な影響をもたらしている。また、気候変動に起因すると考えられる自然災害が世界的に起きており、今後更に甚大な被害が生じることが懸念されている。

このような最近の世界的な動向を目にすると、将来についてはどうしても悲観になってしまう。では、将来に期待できるのは何かあるのだろうか？期待できるものがあるとすれば、それは企業の新たな取り組みであろう。注目されるのは、環境保全と両立する経済的価値を創出するためにイノベーションを起こし、環境に正の効果をもたらすことを目指している企業である。本学会誌の意義の一つは、現在の混沌とした状況の中から、環境保全と経済価値の両立を目指す企業がどうすればそれに成功するかを理論的・実証的に明らかにすることであろうと思われる。本誌の編集に携わるものとしては、そのような環境経営の課題についての様々な研究成果が掲載され、それを契機に企業の諸活動に新たな変化をもたらすような知的な刺激の場となることを目指して参りたい。

学会誌編集委員会委員長：宮崎 正浩

学会誌編集委員会

編集委員長 宮崎 正浩
副委員長 伊藤 由宣
委員 井上 尚之
大塚 生美
九里 徳泰
鶴田 佳史
長谷川 直哉
花田 真理子
宮崎 智子
村井 秀樹

サステイナブルマネジメント 第22巻

発行日 2023年3月31日

編集 環境経営学会学会誌編集委員会 宮崎正浩

発行所 日本学術会議協力学術研究団体

認定特定非営利活動法人 環境経営学会

〒162-0801

東京都新宿区山吹町358-5 アカデミーセンター

株式会社国際文献社内

TEL 03-6824-9371 FAX 03-5227-8631

© 環境経営学会 2023, Printed in Japan

ISSN 2433-9121

本誌の無断転載を禁じます。

