

エコプレミアムクラブシンポジウム

エコプレミアム
企業への浸透性

2005年7月26日

慶應義塾大学経済学部

細田衛士

最近の話題から(1)

1. 企業の約6割が環境対策を実施、取り組んでいない企業は全体の3割未満(帝国データバンク調査:調査期間は2005年6月22日~30日。調査対象は全国2万1,374社で、有効回答企業数は1万387社(回答率48.6%)。)
2. 同調査は、環境対策は日本経済に好影響を与えると答えた企業が多いことを明らかにした。
3. しかしクールビズも企業の環境対応の一つに入っているところが面白い。
4. 環境省主導の「産業廃棄物処理業者の優良性の判断に係わる評価制度」の策定。

社会貢献活動に関する日本経団連の調査結果

社会貢献活動内容	支出総額に占める出資比率 (推計)
学術・研究	18.7%
文化・芸術	16.1%
教育・社会教育	11.4%
スポーツ	10.7%
環境	9.5%
地域社会の活動	8.9%
健康・医学	6.3%
社会福祉	5.6%
国際交流・協力	3.6%

「2002年度 社会貢献活動実績調査結果」日本経済団体連合会2004年1月のデータの一部

最近の話題から(2)

1. 容器包装リサイクル法の下、PET-to-PETの優れた技術をもつリサイクルプラントに肝心のペットボトルがほとんど集まらない。
2. 一部の大手流通業が、容器包装リサイクル法の費用負担を留保することを表明。⇒法を遵守しないという表明。
3. 容器包装その他プラスチック処理を委託された業者が広島市で不法投棄。
4. 超優良企業が排水基準を守らなかったことでペナルティーを受けた。

混沌とした実態

1. 全般的には、企業の環境対策・環境経営は進んでいるように見える。
2. CSRにおける環境対応の位置づけも次第に明確になってきた。
3. しかし一方で対応の仕方が平板で、企業の特徴がまだ出てきていない。
4. さらに、法遵守すらできないような企業が存在している。

エコプレミアムを得ることの難しさ

1. 一つの企業体の中でも対応が異なる。
2. エコプレミアムの実力を持っていながら、なぜ法遵守ができないのか？
3. CSRを提唱しながら、なぜ容器包装リサイクル法の不遵守を表明したりするのか？
4. なぜエコプレミアムに値する技術が、結果として評価されないのか？

なぜ環境対応で企業統治がうまく行かないのか(いくつかの段階)

1. なんだかんだ言いながら、やはり心のどこかで環境保全をなめている。(最低)
2. 環境保全・環境対応の重要性はわかっているが、知識・情報が今ひとつ。(勉強次第)
3. 重要性はわかっているが、企業構成員で共有できていない。(企業統治能力の問題)
4. 重要性の認識について企業構成員である程度共有できているのだが、哲学がない、あるいは共有されていない。(企業統治能力の問題)

エコプレミアムには企業統治能力が必要

1. エコプレミアムはCSRの明確な目標となる。
2. CSRが企業にとっての一つの哲学である以上、エコプレミアムにも哲学が求められる(それがプレミアムの所以)。
3. その哲学は、企業の全ての構成員で共有されなければならない。
4. そのためにはしっかりした企業統治能力が必要。
5. このことがまだ浸透していない。

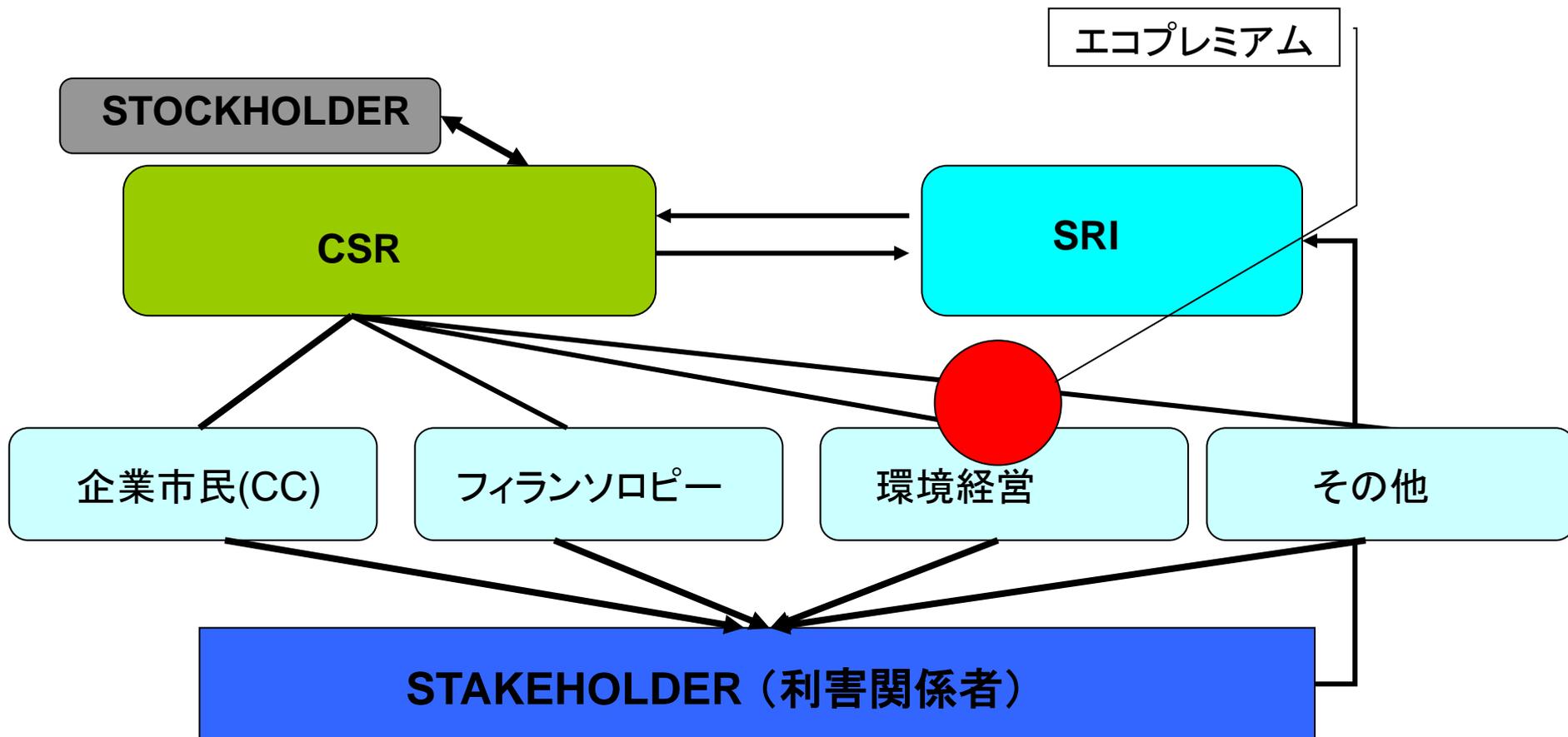
エコプレミアムの必要条件はアカウントビリティ

1. CSRにもエコプレミアムにも、透明性あるいはアカウントビリティが求められる。
2. 昔の企業の社会的貢献は陰徳であった。
3. しかし現在、企業は自らのあらゆる行動について「申し開き」できなければならない。
4. 企業会計が透明性のもとに行われているのと同様、CSRもエコプレミアムも全て透明でなければならない。
5. しかし透明性 (accountability) はエコプレミアムの必要条件に過ぎない。

企業にとって重要な人は誰か

1. かつて企業にとって重要だったのは、**ストックホルダー**。現在重要なのは、**ステークホルダー**、すなわち、従業員、顧客、地域住民など企業とかがかりを持つすべての人々。
2. **ステークホルダー**を大事にしない企業は、長期には滅びる。今**ステークホルダー**は「本物」をかぎ分ける嗅覚を持ちつつある。
3. 環境対応を通じてどのように**ステークホルダー**に貢献するのか、哲学とともに**具体的な一歩**が必要。
4. 最低限、**ステークホルダー**には**accountability**を果たさなければならない。

復習：CSR、SRI、CCの関係はどうなっているか？



ここまでの議論から

1. CSRの浸透は日本ではまだまだ。流行するにはしたが、なぜCSRなのか理解していない。
2. ましてやエコプレミアムを目指せる企業・自治体は極めて少数。
3. 環境対策・経営の知識・情報のみではなく、その企業（自治体）の特性を伴ったコンセプト（哲学）作りが必要。
4. 全体関連性を理解しないと、CSRもSRIも皮相な理解のままで終わってしまう。
5. そしてaccountabilityの重要性を認識すること！

流行の議論を超えて...

1. まず、自分の企業の徹底的な事実収集を行うべき。
2. その事実収集をもとに、同じように徹底的な自己分析を行うべき。
3. そして自らの立てたCSRのなかで環境対策・経営がどこに位置するのか確認する。
4. さらに企業哲学によってこの対策・経営がどのように支えられているのか、確認する。
5. 後は企業統治の問題。
6. それをしないCSR対策室は不要かも！

EPRは当たり前？

1. 法制度のもとでEPRを果たすのは、法遵守に過ぎない。
2. しかし、今や環境コンプライアンスは当然のことであり、それだけでは志が低すぎる。
3. しかし、法制度が整備されていないのにEPRを果たすとしたら、それはプレミアム。
4. あるOA機器メーカーは、アジアの拠点としてタイでリサイクルプラントを建設。この企業の「環境経営哲学」はたいしたもの。まさにプレミアムがついている。

復習：エコプレミアム

1. 社会との共生は、環境保全なくしてありえない。
2. しかも他の企業とは一味違った独自のしかも「本物」の環境対策・経営を行うこと。
3. 結果として、豊かな自然、快適な居住空間、アメニティ、といった贅沢品を供給すること、それが**エコプレミアム**。
4. 物質的な贅沢の時代から、エコプレミアムの時代へ、経済は進化する。
5. 人々はそれを見分ける時代になる。

エコプレミアムは標準化できない

1. エコプレミアムは、個々の企業・組織の哲学を反映するものであり、標準化できるような代物ではない。
2. 「一つ上」のものは個性的なものになるはずであり、標準化などできない。
3. ある局面では標準化はとても重要なことだが、別の局面では全くナンセンスになる。
4. だからエコプレミアムのガイダンスマニュアルはない。
5. エコプレミアムという一つのオーラを探し出さなくてはならない。⇒だから「自慢」してよい。

終わりに: エコプレミアムの企業への浸透

1. エコプレミアムの企業への浸透は、そう容易いものではない。
2. エコプレミアムの重要性を企業構成員全員が認識することが重要。
3. その重要性が認識できても、しっかりした企業統治能力がなければエコプレミアムの実践は難しい。
4. しかし多くの超一流企業はエコプレミアムを獲得している。
5. 哲学を持ち、常に目線を高くすること。昨日と同じ明日はない。