

ステークホルダー・ESG 経営とエシカル消費・サステナブル調達の実現

Realization of an empathetic economy through the promotion of stakeholder-ESG management, ethical consumption and sustainable procurement

研究代表者 伊藤武志 (社会ソリューションイニシアティブ 教授)

研究協力者

[学内] 上須道徳 (経済学研究科 教授) 堂目卓生 (経済学研究科 教授, SSI長) 宮崎貴芳 (社会ソリューションイニシアティブ 特任助教)

[学外] 下村委津子 (認定NPO法人環境市民 副代表) 杵本育生 (認定NPO法人環境市民 代表) 住田孝之 (住友商事 常務執行役員)

西原文乃 (立教大学経営学部 准教授) 古谷由紀子 (一般財団法人CSOネットワーク 代表理事) 眞々部貴之 (SSI 招へい 研究員) 山岡真理子 (Not for Sale Japan 代表) ほか

共同研究機関・連携機関

消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク (SSRC) 認定NPO法人環境市民 (株) リンクコーポレートコミュニケーションズ サステナブルラボ (株) ほか

このプロジェクトは2023年12月に立ち上がりました。今回は、立ち上げの背景、考え方、今後の活動についてご説明します。

江戸時代の近江商人は、商売においては「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」の「三方よし」を家訓としました。これはステークホルダーの期待の実現を目指すべきという考え方です。このプロジェクトでは共感経済の実現を目指しますが、ここでの共感とは、企業、個人事業主や公共セクター、NPO を含む生産者側を「売り手」と考え、消費者に代表されますが企業など法人も含む購買者・利用者を「買い手」として、これら「売り手」と「買い手」の間の共感とそれともなう行動によってそれぞれのレベルが向上し、またそれによって「世間」も良くなるという「三方よし」の実現を目指すものです。

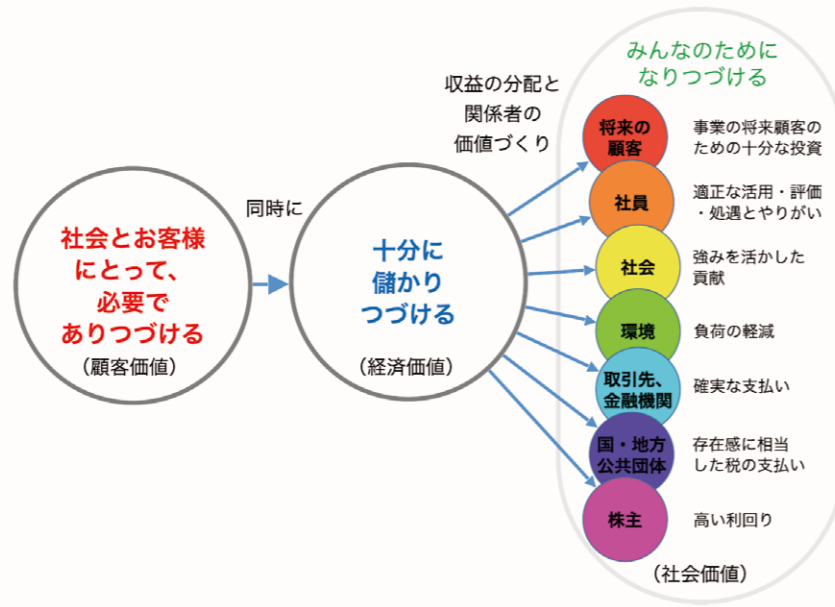
統合報告書による情報開示を行い、自ら行動と結果をステークホルダーに示して、対話を重ねています。

消費者については、社会にとって良い企業の良いモノを購入しようというエシカル (倫理的な) 消費の動きには長い歴史があります。数十年前からの健康への安全性確保や公害防止、環境負荷低減のための消費者運動の盛り上がりやコンシューマーレポートの発行に始まり、フェアトレード認証やレインフォレストアライアンス認証などの制度もあります。

このような背景のもと、プロジェクトを推進します。その目的はタイトル通り、売り手である企業側の「ステークホルダー・ESG 経営」の促進と、買い手側の「エシカル消費・サステナブル調達」の促進を核としています。

1. プロジェクト立ち上げ理由

多くの企業はすでに、自分の組織だけでなく、仕入先で材料が適切につくられ労働環境が適切であることを確認し管理し始めています。調達のCSR (企業の社会的責任) という言葉もあります。1987年に「持続的な (sustainable)」という言葉が現れてすでに30年、多くの努力と時間の積み重ねがあります。環境・社会・経済というトリプルボトムラインが提唱され、企業の自主的なCSRの行動が促され、投資家はESG (環境、社会、ガバナンス) を重視するようになっています。多くの企業が、



2. プロジェクトにおける共感についての考え方

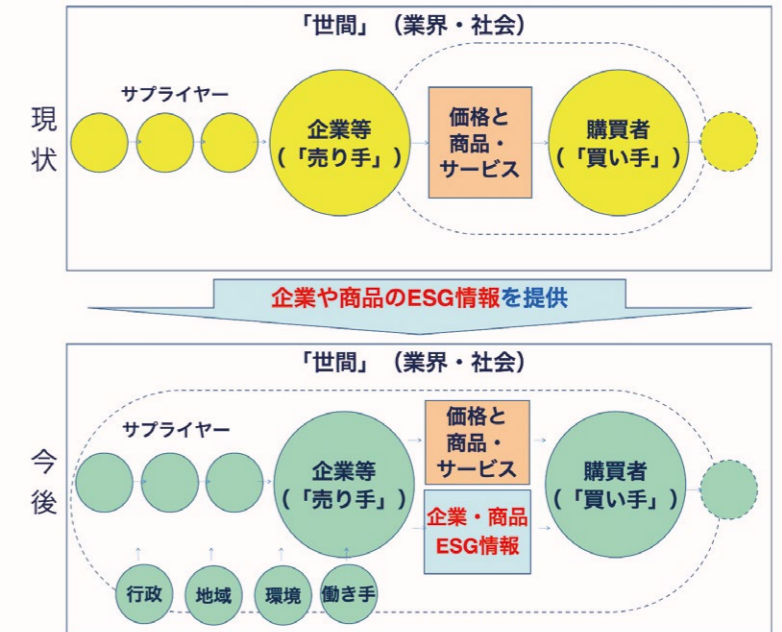
企業や個人事業主を含む「売り手」は、顧客価値、経済価値、社会価値という3つの価値を追求するものと考えています (図1ご参照)。しかし企業は、これらの価値を生み出す際に、地球上の様々な資源を使い、労働力を活用していますが、その活動において様々な負荷を生み出しています。企業は、自らの生き残りを目指してはいますが、同時に、顧客・経済・社会価値の一層の向上と、環境・社会への負荷を減らすことが求められています。これらを推進していくこ

とが、「ステークホルダー・ESG 経営」であると考えています。それは「売り手」が顧客である「買い手」と社会である「世間」のことを考え、共感して、経営を行っていくことだと考えています。

他方、「買い手」は現在、携帯端末の進化やソーシャルメディアにも助けられ、企業が提供するモノについて、場合によっては企業と同等な情報を得て、商品・サービスの価格と機能・品質だけでなく、企業が正直な商売をしているのか、良い労働環境で従業員を雇用しているのかすら把握して、購入や利用の適切な判断ができる可能性が高まっています。「買い手」は「売り手」の行動を把握したうえで選択する力を持ち、そのために、「買い手」は提供されたモノを消費するだけでなく、生産活動自体に影響を及ぼした、生産の責任まで持てる立場になりました。そのような存在になったからこそ、「買い手」は「売り手」という立場とその「世間」への影響力を踏まえたいという、その努力に共感して、自ら行動していくべきではないでしょうか。

アダム・スミスが観察したように、多くの人間は、相手の立場に立つ共感能力を備えています。「売り手」が「買い手」の立場でモノづくりをし、「買い手」が「売り手」の行動を知ったうえでモノを買って使うという、互いへの共感を前提にした行動を行うことで、経済的にも人間的にも豊かな市場経済と社会をつくれる時代

「三方よし」の理念を実現する共感経済の構築へ



です。その主体は、「世間」をおもう「売り手」と、「世間」をおもう「買い手」です。これらは私たち「市民」自身です。私たち「市民」が、良い「売り手」が提供する良いモノを見極めて購入・利用し、「売り手」として正直に働いている私たち「市民」は、まわりまわって自分自身を豊かにすることができると考えています

3. 今後のプロジェクト

「売り手」側については、ステークホルダー経営、パーパス経営、ESG経営志向の強い車座の会のメンバーの企業などの良い取り組みを、業界や企業を横断的に広げていきます。主には、①車座の会で生まれたステークホルダー志向の課題を共有、②エシカル消費、サステナブル調達、環境、労働等の課題解決を検討・実践、③上場企業だけでなく中小企業の多くの非上場企業にステークホルダー・パーパス・ESG経営志向の拡大を図っていきます。

「買い手」側については、消費者や企業の購買者に共感いただいて、エシカルでサステナブルな行動をおこなっていただくことを促す取組みとなります。①エシカル調達・サステナブル消費ツールの開発、②オンラインでの企業情報の収集ツールの開発、③利用業界・分野・地域の選定と利用促進を図っていきます。