

環境・CSR経営 世界ベスト77企業

売上高や利益を前世紀のビジネス指標とするなら、21世紀はそれらに加えて、環境への取り組みやCSR（企業の社会責任）、エシカル（倫理的）な規範などが新しい評価基準となるだろう。創刊号の「他とは違う51社」を拡大し、独自に先進的な取り組みをする企業77社を日米欧から厳選した。

取材：森 撰（編集長）、木村麻紀（副編集長）、吉田広子、近藤佐和、市條三紗、形山昌由（編集委員、サンフランシスコ）、片瀬ケイ（ダラス）、岩澤里美（チューリヒ）、鎌田聡江（パリ）、緒方ヴェストベルグ美樹（フランクフルト）／写真：大洞博靖

日・米・欧 ベスト企業紹介

「風で織るタオル」、米国にも進出
池内タオル

環境へのこだわりでは日本有数の企業である。使用電力を風力発電に転換、「風で織るタオル」で米国にも進出。徹底的な省エネルギー策を進め、2015年度には「カーボンニュートラル企業」を目指す。

同社が本社を置く愛媛県今治市は明治時代からタオル工業が集積し、今でも国内の6割を生産している。同社の3代目、池内計司社長が90年代に環境・オーガニック志向を打ち出し、02年には日本自然エネルギーが発行する「グリーン電力証書」を取得。年間電力使用量に相当する40万キロワット時分を、秋田県の能代風力発電所の電力で賄い始めた。

大手企業では電力消費量の一部を

グリーン証書化するケースはあるが、使用電力すべてを100%風力化したのは日本で初めて。以来、「風で織るタオル」というキャッチフレーズでブランドを確立していった。

同社は「環境ダイエット宣言」を採択し、企業活動による環境基礎代謝値（環境B M 値）を毎年算出している。これにより、電力やガソリン、コピー用紙などの使用量のほか、全社でのCO₂排出量の抑制を進める。

2010年時点で「環境ダイエット」が成功と判断できたらカーボンオフセット活動を開始し、2015年には企業活動による環境負荷が実質ゼロになる「カーボンニュートラル企業」を目指している。

7世代先の子孫をも考慮したビジネス
セブンス・ジェネレーション

社名はアメリカ先住民のイロコイ族の言い伝えに由来する。「何かを討議する際には、7代先までの影響を考慮しなければならぬ」。カナダとの国境地帯に広がるオンタリオ湖南岸に古くから居住し、6つの民族で連邦を構成する。独自のパスポートを発行

するほどの影響力を持つ民族である。同社の創業者は88年、自らが先住民でもある女性社員からこの話を聞き、「セブンス・ジェネレーション」に改名した。以後、環境に配慮した家庭用品メーカーとして、知名度を増していった。



池内タオルの池内計司社長

ビジネスの軸を23・4度傾けよう

1年前のオルタナ創刊号で、私たちは

「環境・健康・社会貢献——他とは違う51社」と題して巻頭特集を組んだ。今回は選定社数を増やし、日米欧からベスト企業各1社を選んだ。日本は池内タオル（愛媛県）、米国がセブンス・ジェネレーション、欧州はトリオドス銀行グループ（オランダ）の3社である。

選定の基準は次の通りである。

①創業者や経営者自身が環境問題や社会貢献などについて高い意識を持ち、使命感がある。

②ブームや時流に流されず、独自の活動が続いている。同業他社にはない決断ができる。

③環境や社会貢献への取り組みを社是や会社の理念、ミッションなどで明文化

している。

今回、オルタナが選んだ77社は、ビジネスを継続する上で、環境や社会貢献、エシカル（倫理的）な規範などを最も重要な価値観として位置づけていることで共通している。これまでの企業の価値観が売上高や利益、ROE（株主資本利益率）などの投資指標を最重要視しているのと、明らかに一線を画している。

ペットボトル年間10本以下

今回の「77社」の経営者たちも、環境や社会貢献について特に信念がある人が多い。「日本ベスト企業」になった池内タオル（愛媛県今治市）の池内計司社長もその一人だ。2015年に「カーボンニュートラル企業」を目指す同社長はISO14001の取得後、「ISOは企業の基準。これを家庭でも実践したい」と社内に呼びかけ、社員からアイデアを募った。すると社員たちから「デートの時にヘアスプレーで整髪するのをやめる」「主人にゴミの分別を教える」「子どもを環境大臣に任命して、テレビのコンセンストを抜くなどしてもらおう」「コンビニのお弁当の箸やスプーンを断る」などさまざまなアイデアが出てきた。

池内社長自身も「ペットボトルの購入

液体食器洗剤なら無毒性、生分解性、低刺激性、非石油使用、非リン酸系、耐腐敗性にこだわり、動物実験は行わない。容器のラベルにはこう書いてある。

「もし、米国のすべての家庭がたった25ガロンの石油からできた食器洗剤を私たちの植物から生まれた製品に変えれば、8万6千バレルの石油が節約でき、それで米国の4900世帯の1年間の冷暖房を十分に賄えます」

カリフォルニア州バークレー市に

ある有名なオーガニック系スーパーで同社製品に手を伸ばしていた住民は「リサイクル原料を使っている割には価格が安く、同様の他社商品と比べて分量が多い」と評価する。

セブンス・ジェネレーション社のクリステイ・ヘイマートさんは「常に健康的で安全な家庭用品を販売することがコミュニティや外部環境を守ることにつながり、消費者の信頼を得られる」と説明する。

（編集委員・形山昌由）

中小の社会企業家らに融資を限定 トリオドス銀行グループ

「私たちの銀行は社会的、環境的、文化的な付加価値を生み出す企業にしか融資しません。その明快なミッションの通り、貸出先は主に環境や社会に利益をもたらす小規模の団体・企業で、分野は①自然・環境②文化・社会（教育、保育、ヘルスケア、アート）③社会ビジネス（フェアトレード、住宅整備）に限定されている。

政府から銀行業として正式認可を受け、一般市民から預金を預かる。「融資は低利だが、原資の預金が非課税措置を受けた低コスト資金のため、通常の融資と変わらない利ざやを確保できる」（上智大学大学院の藤井良広教授）。現在、オランダ、ベルギー、英

国、スペイン、ドイツなどで営業展開している。

トリオドス銀行グループは80年にオランダで設立された。元々は60年代、金融を社会のために使う方策を研究していたグループが発祥。「トリオドス」という名前はギリシャ語の「三つの道」から来ており、それぞれ金融、社会性、倫理性を指す。

銀行業のほかトリオドス・ベンチャー・キャピタル・ファンド（01年、ベルギーで設立）、トリオドス・フェア・シェア・ファンド（02年、オランダで設立）など金融ビジネスや、社会企業家や女性企業家らの表彰も行う。

取扱品目／金融 売上高／5900万ユーロ
所在地／オランダ・ゼイスト URL／www.triodos.com

取扱品目／日用雑貨製造 売上高／1億ドル（目標額）
所在地／バーモント州 URL／www.seventhgeneration.com

モノづくりの背景には必ず人がいる。

良質な材料を吟味し、昔ながらの製法を
頑なに守る。

なぜなら、それが素材の力を引き出す最
も合理的な方法であるから。

時間と手間を惜しみなくかけて熟成させ
たホンモノの味。

その背景には、ごまかしのない作り手の
“愛情”がある。

愚直に、誠実に、当たり前のことを、
当たり前前にやる。

その価値をお客様に真摯に伝えることが
私たちの使命である。

レストラン黒澤グループ



「鯉節を見つめる生産者の鮫島範之氏」

は年間10本以内に抑える」と社内で宣言し、その通り実行している。07年はペトボトルを5本しか買わなかったという。「自動車通勤を最低週1回、自転車か徒歩通勤にする」と宣言をした社員には、自転車購入のための助成金1万円を支給する。社内エコバッグを置き、社内の購買時にも使用している。

市民やメディアの価値観も変化

77社の中には、すでに各国のメディアから高い評価を受けている企業も多い。再生プラスチック100%の菌ブラシや食器で成長するリサイクリン（米マサチューセッツ州）は07年に米フォーブス誌の「ブースト・ユア・ビジネスコンテスト」で優勝した。

税引き前利益の5%を社会的責任の高い事業に寄付する、グリーンマウンテン・コーヒー・ロースターズ（米バーモント州）は07年、米ビジネス・エシックス誌の「ベスト・コーポレーション・シチズン100社」の1位に2年連続で選ばれた。

環境負荷が低い洗剤「フロッシュ」で知られるヴェルナー&メルツ（ドイツ）も07年、リーダーズ・ダイジェストの家庭クリーニング洗剤部門で「最も信頼の置けるブランド」に選ばれた。

世界的に見ると、経済メディアの見方も少しずつではあるが変わってきた。地球環境保護のために売上高の1%を寄付

するなど、先進的な環境経営で知られる米バタゴニアの広報担当者によると、以前は米の大手メディアが取り上げることが少なかったが、ここ数年はウォールストリートジャーナル紙やビジネスウィーク誌が取材に来ることが増えたという。読者や市民の価値観が環境や社会貢献にシフトしてきたことの証だ。



がらない」という嘆きの声もよく聞く。大企業には、環境や社会貢献を専門に担当する経営者が必要である。その意味で、帝人や古河電工がこの1〜2年でCSRO（チーフ・ソーシヤル・レスポンスビリティ・オフィサー）の役職を設けたのは評価できる。三菱マテリアルもCO（チーフ・CSR・オフィサー）の

大企業にはCSROが必要

社員が20人に満たない池内タオルと違って、社員が何千人もいるような大企業では、会社全体に環境やCSROの意識を浸透させるのは難しいと考える人も多い。大企業の環境・CSROの専門部署が努力しても、「なかなか動きが社内に広

役職を新設した。

帝人の片山隆之・代表取締役副社長CSROは「企業をクルマに例えると、事業戦略はエンジン。そして企業が道を外さないための『二つの車輪』がコーポレート・ガバナンスとCSRD」（本誌3号のインタビュー）と位置付け、社内改革を進めている。

改革のヒントは中堅企業に

77社の大半は、年商が100億円に満たない中堅企業である。だが、これらの企業は環境・CSROの戦略だけではなく、その事業戦略も極めてユニークで優秀だ。トリオドス銀行グループ（オランダ）やシヨアバンク（米イリノイ州）は、環境や社会的に意味がある事業にしか融資しない。金融機関が自らの融資対象を限定するのは通常の戦略ではあり得ないが、トリオドスにはその使命感に共鳴した資金が集まるなど、逆に強みになった。

池内タオルは03年9月、タオル卸問屋の倒産のおおりで民事再生法を申請したことがあった。だが「風で織るタオル」に共感していた取引先や銀行は支援の姿勢を変えなかった。メインバンクは「池内はどうなってもいいけど、熱狂的なファンは何とかしなくては」とさえ言い切ったという。



地球の地軸は公転面の法線に対して23.4度傾いている。これで地球上に四季が生まれ、私たちは豊かな自然の恵みを享受できる。今回選んだ77社はビジネスの軸を23.4度傾け、地軸＝地球の動きに合わせた例えられるのではないか。この企業姿勢こそ、21世紀の企業に求められているビジネスの新しい価値観であると私たちは考えている。

