

サステナビリティは経営の中心へ 企業の戦略的コミュニケーション

企業と社会フォーラム

第8回企業と社会フォーラムが9月6日・7日の二日間、早稲田大学で開催された。サステナビリティや気候変動に対する社会の関心は、企業のコミュニケーションや経営戦略にどう影響を及ぼすのか。



第二講演者の福永朱里氏（パーソン・マーステラ・ジャパン マネージング・ディレクター）



第一講演者のキャロル・アダムズ氏（ダラム大学ビジネススクール教授）

ポータリングに研究関心を有するアダムズ氏。金融の動きを追跡するなかで、持続可能（サステナブル）な志向をもつ製品・事業へと投資先が変遷しつつあることを指摘する。今や事業が長期にわたり成功するには、社会の関心を考慮する必要があるという。「全ては企業レポートイングと関係し、戦略を変えるうえで有



フォーラム冒頭で挨拶する谷本寛治氏（早稲田大学商学部教授）

効である限り、ガバナンスの過程と結びつかねばなりません」（アダムズ氏）。「持続可能な開発」が気候変動などの長期を問題にするのに対し、事業は短期的な志向を強く帯びやすい。対して、近年の英国と豪州でのコーポレートガバナンス・コードの変化や、国連グローバル・コンパクトの社会インパクトレポートイングから、世界の金融の焦点が持続可能な開発を志向する事業へと転換しつつある状況を明らかにした。

次いで、第二講演者にパーソン・マーステラ・ジャパンでマネージング・ディレクターを務める福永朱里氏が登壇。「企業の果たす使命が社会ニーズに妥当することを確信する」と題し、社会の持続可能性に資する適切なコミュニケーションとは、企

「企業と社会フォーラム（略称：J F B S）」は、企業と社会の関係にかかわる諸問題について、学界、産業界、市民組織などとの幅広い連携について、学際的研究と議論および人材育成を行う学会。2009年3月以来、谷本寛治研究室（橋大学・当時）では上記の目的を達すべく、各界から18名のメンバーで研究会を開催してきた。2011年から学会としてオープンに発展的改組し、ドイツ・フンボルト大学、ケルン・ビジネススクールとの相互開催など、国際連携も強化してきた。

第8回となる今回は、「企業と社会の戦略的コミュニケーション」を共通主題に、2015年に国連で採択されて以降、認知と取組の高まる「持続可能な開発目標（SDGs）」と「コーポレート・ガバナンス（企業統治）」

の関わりをはじめ、共通論題と分科会で多彩なテーマが議論された。

冒頭に会長の谷本寛治氏（早稲田大学商学部教授）が挨拶。株主・顧客・投資家・メディアなど幅広いステークホルダーとの関係を扱う本フォーラムの射程が紹介された。

SDGsと会計情報、コミュニケーション

共通論題（プレナリー・セッション）の第一講演者は英国ダラム大学ビジネススクール（DBS）教授のキャロル・アダムズ氏。管理会計学専攻の同氏は、環境・社会など企業のCSR情報の第一人者で、戦略的レポートイングと企業統治をめぐる近年の潮流を俯瞰した。

社会的インパクト、気候変動、SDGsに関する開発戦略と企業レ



富岡正樹氏 (サントリーホールディングス サステナビリティ推進本部、コーポレート・ブランディング)

業が社会のなかに統合された一員である、という前提から成立する。従来は環境面など一部にとどまり、インパクト評価の指標を欠いたため、近年は合理化(定量化)を志向する潮流が高まっている。本来の語義に立ち返りつつ「コミュニケーションはステークホルダーの声を聞き説得する対話的なプロセス」「サステナビリティとは企業ブランドの評価を確立し、リスクを緩和することでもある」と強調した。

企業の「コミュニケーション」とは

基調講演を受け、日外2社の飲料メーカーが応答報告を行った。

まず、富岡正樹氏(サントリーホールディングスサステナビリティ推進本部、コーポレート・ブランディング)は、グループ全体の創業理念

である「水と生きる」を紹介しながら、地下水の水源地に当たる森を育む「天然水の森」、水や自然の大切さを次世代に伝える「水育(みずいく)」の活動を紹介。自然環境の水循環システムを健全化しつつ、地球の水資源に対する次世代の正しい理解を促す試みを紹介した。

次に、レイモンド・シェルトン氏(コカコーラ・ボトラーズジャパンホールディングス 執行役員・IR 統括部長)が2020年を見据えた同グループの注記事業計画「Growth Roadmap for 2020 and Beyond」を紹介。同社はグローバルな枠組に結びついた日本拠点のフランチャイズ事業で、2018年1月より商号変更し、日本コカ・コーラ株式会社、製品の製造・販売を行うボトラー社や関連会社などで構成される持株会

社だ。

人びとの健康的な生活を支え、環境貢献のリーダーとなり、顧客との関係性を強化する同社のCSV(企業の社会的価値)創造を目指している。全工場でのリサイクルを徹底推進し、2030年までのゼロ・エミッションを掲げる。また「森に学ぶ」プロジェクトでは、17工場の13水源域で、水資源保護に関する自治体との協定を結び、環境教育プログラムを提供している。

応答報告を受け、フロアからは労働者の人権保障のグローバルな流れを受けた対応、SDGsの浸透にむけた社内外の取り組みに関し質疑が続いた。

メディアの新たな社会的役割

2日間に亘る同フォーラムではサ

ステナビリティ、CSV、広報・広告とコミュニケーションに関し10数に及ぶ分科会が開かれた。

ESG投資(環境・社会・ガバナンスに配慮した投資)の拡大やSDGsへの社会的注目が高まることを受け、「メディア・コミュニケーション」では日本の専門誌・新聞メディア、そして広告代理店経験を持つ有識者が登壇し今後の動向を論じた。2018年5月より誌名を『日経エコロジー』から刷新した『日経ESG』、ニュースキャスターの国谷裕子氏をナビゲーター役としてSDGsに関する有識者インタビュー・取組事例取材を発信する朝日新聞社をはじめ、質的な変革期を迎えている日本のメディア動向を一堂に展望する機会となった。



レイモンド・シェルトン氏(コカコーラ・ボトラーズジャパンホールディングス 執行役員・IR 統括部長)