

日本企業の CSV における環境ラベル

藤田 優子

キーワード： 共通価値の創造（CSV）、企業の社会的責任（CSR）、環境ラベル、協働、FSC 認証、MSC 認証、NGO・NPO

1. 研究の背景と目的

グリーン経済への移行が重要視されるなか、企業の社会的責任論（CSR）から共通価値の創造（CSV）という新たな概念への期待が高まっている。しかし、CSV の概念は（Porter&Kramer2006）においてはじめて発案され、（Porter&Kramer2011）において提唱された。日本において CSV を扱う研究蓄積は乏しく、特に日本企業における CSV への取り組みの議論はされてこなかった。本研究では、日本における CSR から CSV への変遷を整理し、CSV の重要性を指摘した上で潜在的 CSV であると考えられる環境ラベルの事例研究を行い、環境ラベルが潜在的 CSV であるかという分析を行い今後の CSV として有効であるかについて論じることを目的とした。

2. CSR から CSV への社会的変革

CSR は 1950 年代から現在にかけて企業が果たすべき社会的責任であると定義されてきた、その議論は非常に活発に展開している。CSR から戦略的 CSR そして CSV への転換を実際の CSR 活動と共に議論的發展を概説した。また CSR で行われてきた企業と NGO との協働の形態を整理し、事例を挙げて考察を行った。また CSV についても同様に概念整理を行い、CSV の先進的な事例を挙げて検証を行った。

3. 環境ラベルの性格の変容

環境ラベルは、グリーン購入の一環として取り入れられた。環境ラベルの歴史的変遷および概要整理を行うと共に、新たな環境ラベルの登場によって性質の変容したことを述べた。NGO・NPO によって運営されている環境ラベルについて、潜在的 CSV であることを提示した。

4. 環境ラベルの事例分析

NGO・NPO によって運営されている環境ラベルが潜在的 CSV であることを次の仮説を使い証明を試みた。仮説は 1) 国内市場におけるシェア（機会）の増加による売上増への期待、2) リスクマネジメントにおける環境ラベルの取得である。

該当環境ラベルである、森林認証の FSC 認証、海資源認証である MSC 認証を利用している企業 4 社に対してアンケート調査を実施し分析を行った。

5. まとめと考察

本稿では、定量的分析を行えなかったこと、データ数の不足から仮説について肯定はできなかったものの、もっともらしいと示すことができた。CSV を促進するツールとして NGO・NPO による環境ラベルが有効であると考えられる。