

環境重視企業の 経営上の優位性について

明治大学政治経済学部3年

大森正之ゼミナール21期

佐野巧 飯村悠斗 加藤雅也

2020年12月11日作成

目次

はじめに

第1章 環境重視度合いと経営上の優位性に関する仮説の設定

第2章 仮説の検証方法と調査対象業界や企業の選定

第3章 OA機器業界における環境重視度合いと経営上の優位性との関連

第4章 小売業界における環境重視度合いと経営上の優位性との関連

第5章 大森ゼミ環境重視度ランキングと他の評価との比較

第6章 検証結果と考察

おわりに



はじめに



テーマ設定の背景

1. 地球温暖化を背景に企業が環境への取り組みを重視するようになってきていること
2. 一部の消費者は「環境重視企業は儲からない」というイメージを持っていること
3. 各業界における売上高が上位の企業は、環境を重視しているという印象を私たち企業分析班が持っていること

研究のねらい

1. 企業の環境重視度合いと経営上の優位性の関連を明らかにする。
2. 環境重視の促進を企業に促す。
3. 評価基準を設けて企業の環境重視度合いと経営上の優位性を分析し、大森ゼミ独自の環境ランキングを作る。

あらかじめの結論

環境重視度合いと経営上の優位性との関連が見られるかどうかは業種や業界によって異なる。

OA機器業界と小売業界に絞り分析した結果

OA機器業界における環境重視度合いと経営上の優位性との関連は強いことが認められた。

小売業界における環境重視度合いと経営上の優位性との関連は弱いことが認められた。

労働分配率と環境重視度合いについてはどちらの業界でも関連は強いことが認められた。



第1章

環境重視度合いと経営上の 優位性に関する仮説の設定




1-1 環境重視と経営上の優位性に関する仮説の設定

1. 経営上優れた企業(ここでは売上高成長率・経常利益率・労働分配率)は環境重視した事業を行っている。
2. 環境重視することで経営上の優位性を持つ。
3. 環境を重視していない企業は経営上の優位性が認められない。
4. 環境を重視している企業はステークホルダーの環境志向に適応している。


仮説の根拠

1. **トップランナー制度***により、以前よりも省エネルギーを重視した製品を作るよう促されている。消費者も環境重視に関心があり、企業の省エネ努力に製品購入という形で貢献しているとするならば環境重視企業の売上は向上するから。
2. **環境配慮努力のステークホルダーが投資家だけでなく、より幅広く考えられるようになり、消費者(企業も含む)や従業員も対象とするようになったから。**

* 製品における省エネルギー基準を、最も省エネ性能が優れている製品（トップランナー）以上に設定する制度のこと。



第2章
仮説の検証方法と
調査対象業界や企業の選定



仮説の検証方法

企業HPや「環境報告書」をもとに『企業の環境重視度合い』を評価する。

評価基準

- ①二酸化炭素(CO₂)の削減努力 ②廃棄物の削減努力 ③利用者の環境負荷低減に
どれだけ貢献できているか(顧客エコ)

以上3点に絞って調査を行った。

『経営上の優位性の評価』は、「有価証券報告書」をもとに売上高成長率・経常利益率・労働分配率を用いる。

上記の『企業の環境重視度合い』と『経営上の優位性の評価』をもとに散布図を制作する等、2つの関連性を調査する。

検証を行う業種*

1.OA機器業界7社

2.小売業界9社

業種の選定理由

1.OA機器業界：BtoB**ビジネスであり、製造業であるから。

2.小売業界：BtoC***ビジネスであり、非製造業であるから。

*OA機器業界、小売業界の他にリース業界と電気機器業界も調べたが、発表時間が短く研究で述べたいことを述べるにあたり、2業種で妥当であると判断したため、割愛した。

**Business to Businessの略で、企業間取引を意味し、企業が企業に向けて商品やサービスを提供する取引を指す

***Business to Consumerの略で、企業(business)が一般消費者(Consumer)を対象に行うビジネス形態のこと

調査対象・キヤノン

・リコー

・富士フイルム

・コニカミノルタ

・京セラ

・東芝テック

・沖電気

選定理由：業界全体の上位と下位だと環境重視以外の要因で業績に差が出てしまうと考えた。そこで東証1部上場の売上高上位10社に絞ることにした。その中でトップ(キヤノン、リコー、富士フイルム)とボトム(京セラ、東芝テック、沖電気)に着目した。

コニカミノルタは日経環境経営度調査の製造業部門において1位であったため、対象に追加することにした。

小売業界の企業選定理由

- 調査対象*
- ・イオン
 - ・セブン&アイ
 - ・イズミ
 - ・ライフ
 - ・ユニテッドスーパー
 - ・バロー
 - ・アークス
 - ・平和堂
 - ・ヤオコー

選定理由：東証一部上場の売上高上位10社のうちトップ2社（イオン、セブン&アイ）とその他8社を比較すると環境政策や経営の規模にも差があり、公平性が失われると考えた。そのため、イオンとセブン&アイの2社を参考としつつ、その他の企業も調査対象に加えることが妥当と判断したから。

*エイチ・ツー・オーリテイリング株式会社は売上10位であったが阪急百貨店の傘下であり、売上は阪急百貨店へ計上される。今回はスーパーマーケットを中心とした小売を調査しているので調査対象外とした。

2-5 検証結果についての予測

予測

経営上優れた企業と、その企業が環境重視していることとの関連は、製造業に強く見られる。一方で小売業のような商品を製造しない業種においてはその関連は弱い。

予測の根拠

- ① 製造業は競合他社との差別化のために商品価格だけでなく、省エネ技術での差別化も意識していると考えたから。
- ② 製造業が環境重視した商品を作るとは消費者にとってもメリットがあるから。
 - ・ 省エネ性能の高い製品を使用することで消費者も環境負荷低減に貢献できるから。
 - ・ 国は環境重視した商品の購買を後押しする政策（例：エコカー減税）を行っており、環境重視した商品を安く購入できるから。

2-6 検証結果についての予測(つづき)

予測の根拠(つづき)

- ③小売業は商品の開発を行わないため、企業全体のCO₂排出量が製造業と比べても少なく意識されにくいのではないかと考えたから。
- ④小売業の店舗利用者は商品が安いかどうか注目していると考えたから。
(環境重視による競合他社との差別化は難しいのではないか。)



第3章

○A機器業界における 環境重視度合いと 経営上の優位性との関連



二酸化炭素の排出量

- ①各企業の年間CO₂排出量を調査し、その年の売上高で除することで 売上高100万円当たりのCO₂排出量を算出。各企業の情報開示期間で行う。
- ②前年度と比較し、CO₂排出量の削減率(%)を算出する。
- ③CO₂排出量の削減率の年平均値(%)を算出し、これを基準とする。

この値がプラスである場合、企業はCO₂排出量の削減努力をしていると言える。

廃棄物の排出量

- ①各企業の年間廃棄物排出量を調査し、その年の売上高で割ることで売上高100万円当たりの廃棄物排出量を算出。
各企業の情報開示期間で行う。
- ②前年度と比較し、廃棄物排出量の削減率(%)を算出する。
- ③廃棄物排出量の削減率の年平均値(%)を算出し、これを基準とする。

この値がプラスである場合、企業は廃棄物の削減努力をしていると言える。

顧客エコとは

定義：顧客のOA機器使用によるCO₂排出量の削減

調査方法：① OA機器製品の使用による年間CO₂排出量を算出する。

② 前年度と比較し、CO₂排出量の削減率(%)を算出する。

③ CO₂排出量の削減率の年平均値(%)を算出し、これを基準とする。

この値がプラスである場合、企業は顧客エコに貢献していると言える。

総合環境重視度とは

定義: 3つの環境評価基準の点数の合計値

算出方法:①先述した3つの基準（CO₂の排出量、廃棄物の排出量、顧客エコ）において数値が高い順に1位から7位まで順位付けを行う。

② 順位付けを行った後、それぞれの企業に対し、点数化を行う（点数は1位7点、2位6点、3位5点、4位4点、5位3点、6位2点、7位1点とする*）。また、地球環境への負荷の要因はCO₂排出が最も大きいという理由から、CO₂の排出量・顧客エコは点数を2倍、廃棄物排出量は点数を1.5倍する。

③ 点数化後、各基準の点数の合計値を総合環境重視度とする。

*私たちが選定した評価基準の情報開示を行っていない企業に関してはその基準の点数を0点とする。

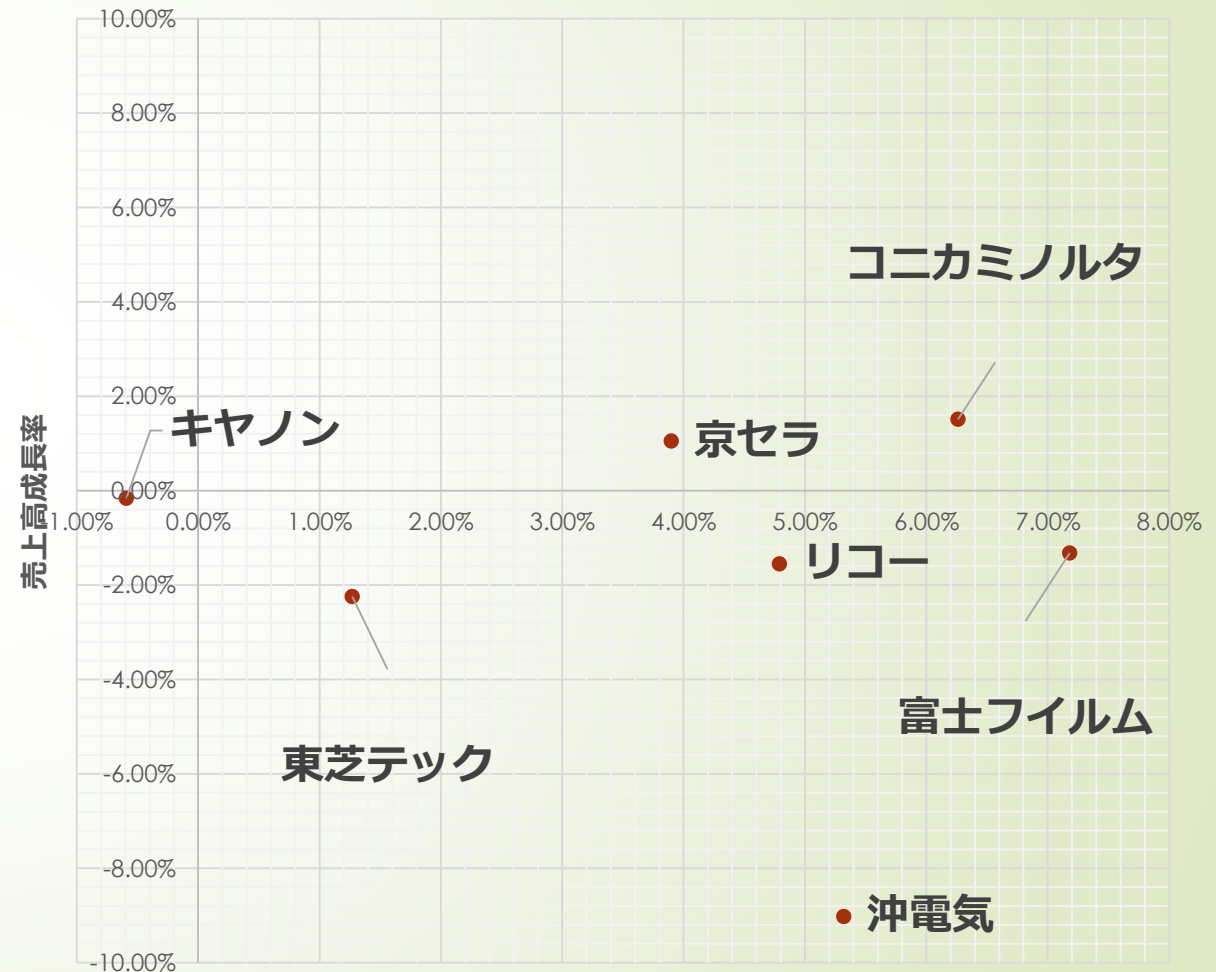
3-5 OA機器

売上高成長率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

業界の低成長が認められるが・・・

概ねどの企業も二酸化炭素の排出削減に成功している。

低成長であっても、環境問題を重視せざるをえない業界である。



前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値

売上高成長率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりの廃棄物排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

2つの類型に分けることができる。

- ① 経営重視、地域環境重視型
(京セラ、コニカミノルタ)
- ② 地域環境負荷型*
(キヤノン、富士フイルム、リコー)

*② 類型がリーディングカンパニー(売上トップ3)であることについて私たちは昔から廃棄物排出削減に注力しており、今以上の排出削減は難しいのではないかと推察する。



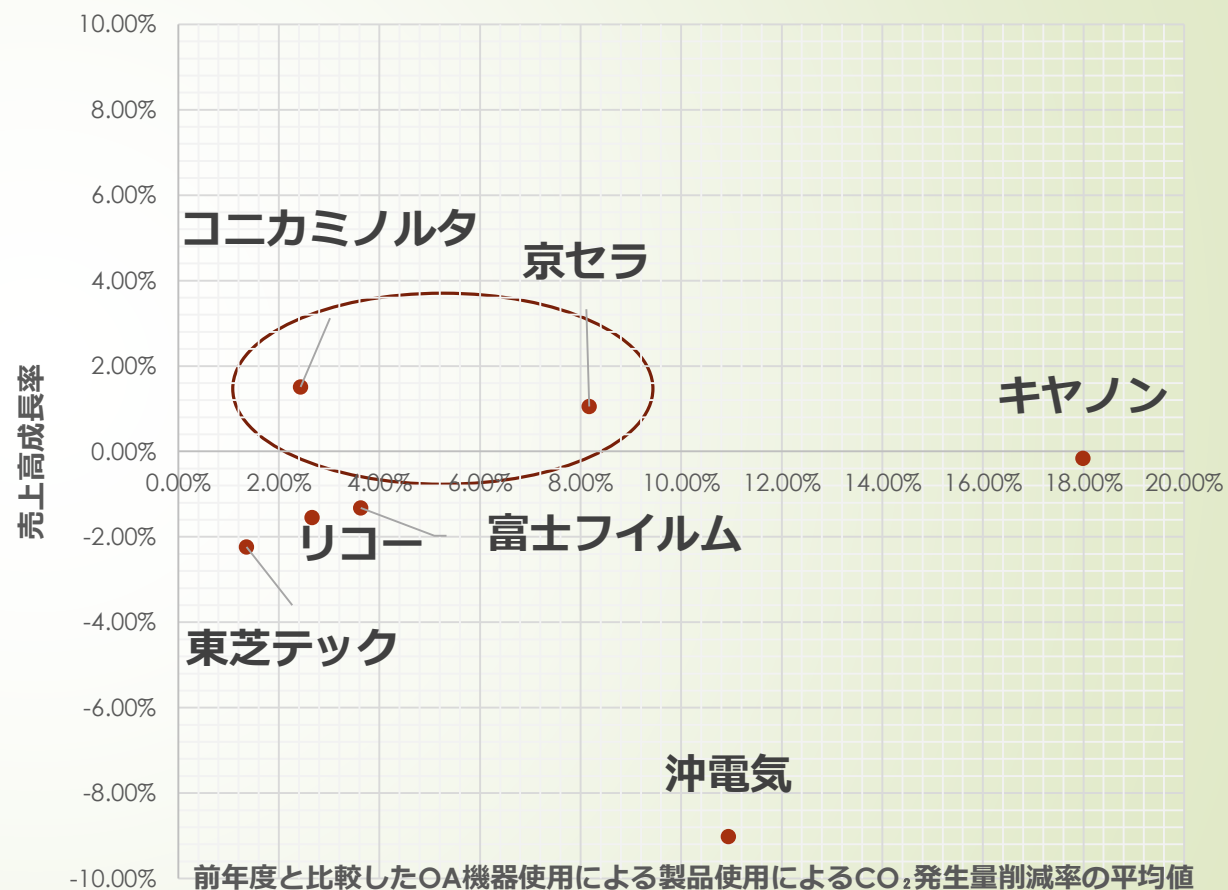
売上高成長率(5年平均)と前年度と比較したOA機器製品使用によるCO₂発生量削減率の平均値(顧客エコ) (企業ごとに年数が異なる)

類型は見られないが・・・

売上高成長率に関わらず、全ての企業で製品使用による二酸化炭素排出削減努力(顧客エコ)が認められる。

顧客エコを考慮しながらも、売上高成長率をプラスにしている企業(コニカミノルタ、京セラ)

顧客エコ重視企業(キヤノン)



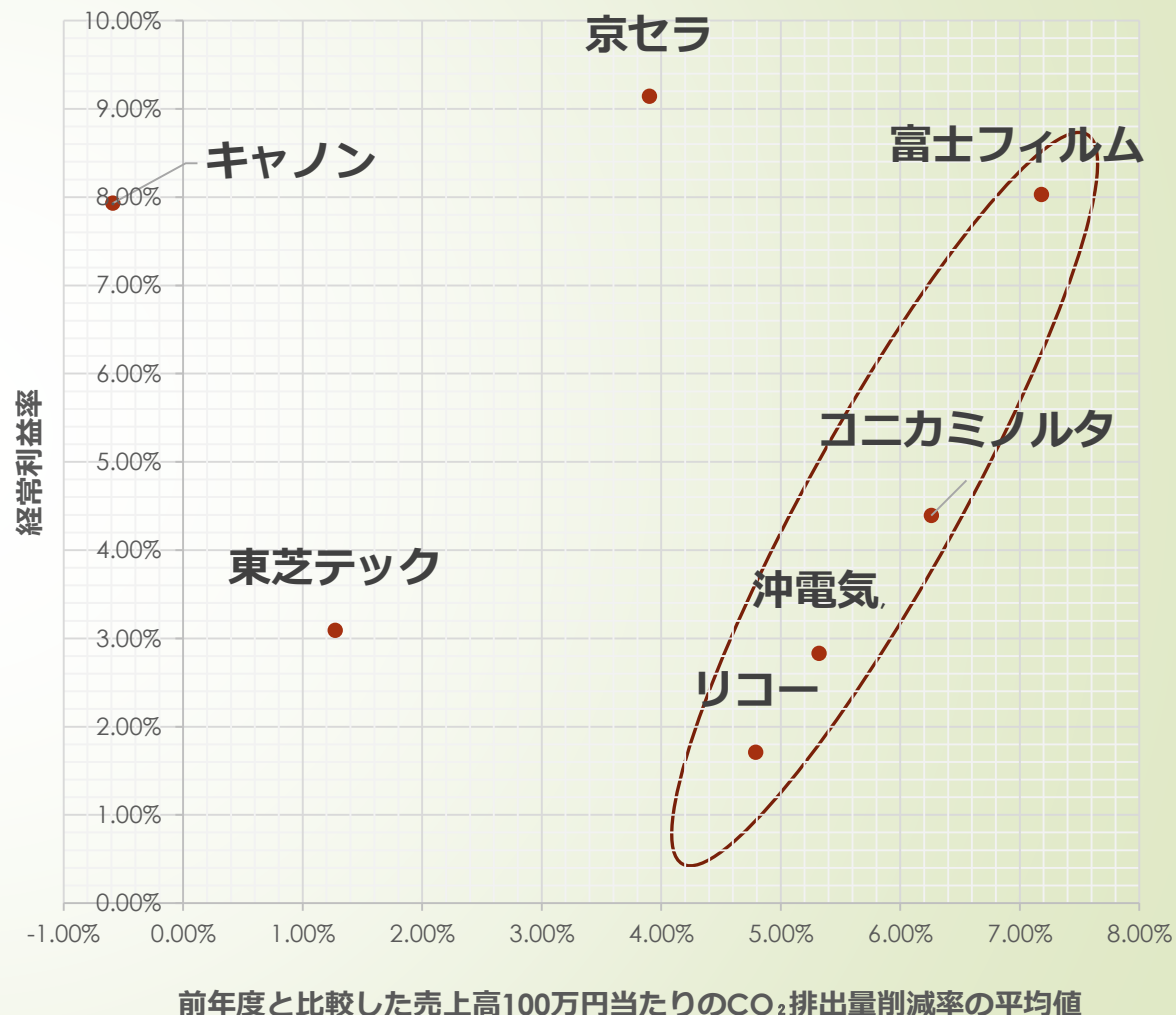
経常利益率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

右上にあるほど利益重視で地球環境重視。

利益重視なほど地球環境重視の傾向。
地球環境重視なほど利益重視の傾向。

(リコー、沖電気、コニカミノルタ、富士フィルム)

エコノミーとエコロジーの両立(京セラ)



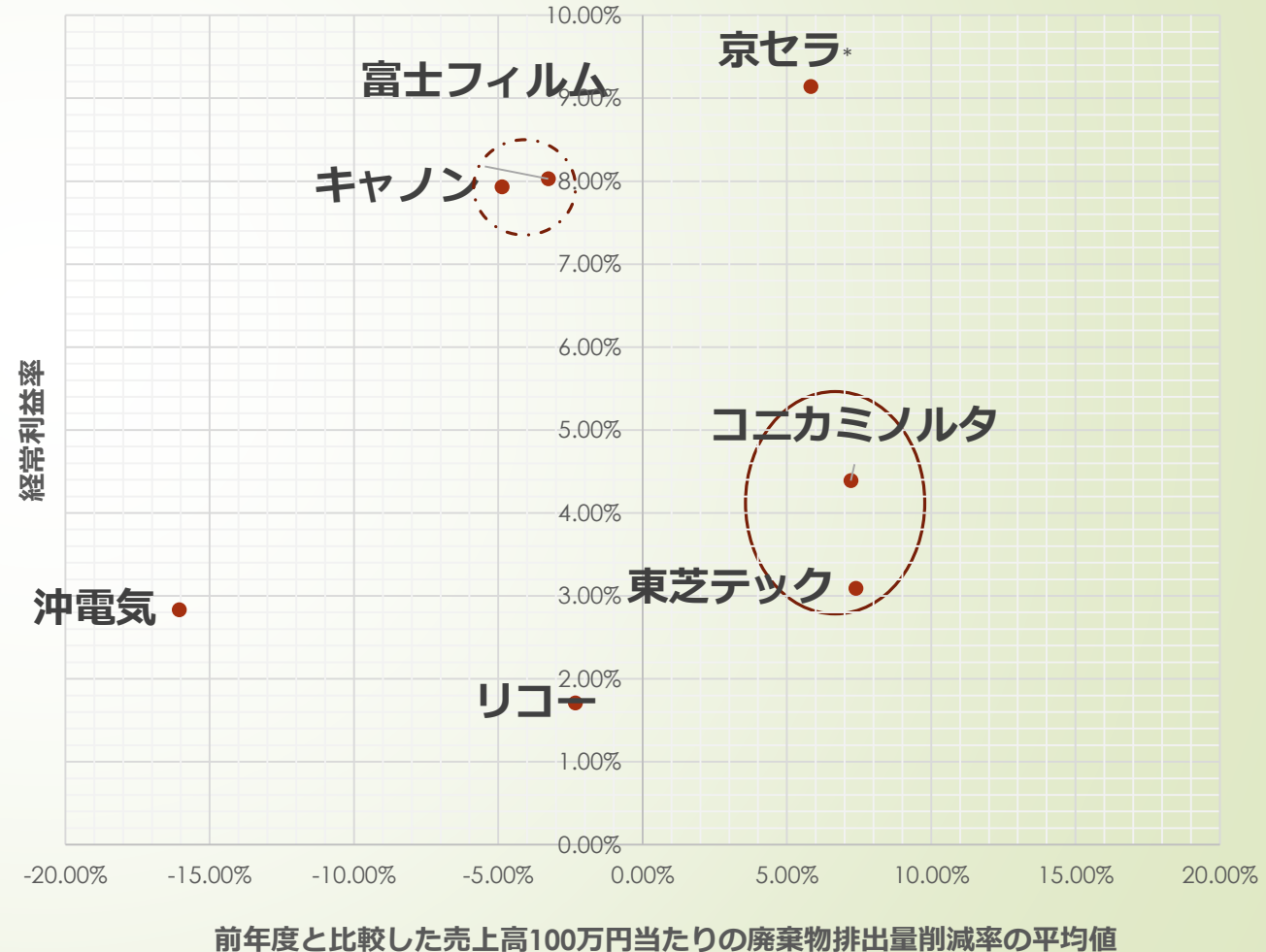
経常利益率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりの廃棄物排出量削減率の平均値(企業ごとに年数が異なる)

2つの類型に分けることができる。

①利益考慮、地域環境重視型
(コニカミノルタ、東芝テック)

②利益重視、地域環境負荷型
(キヤノン、富士フィルム)

*京セラは利益重視、地域環境重視企業といえる。

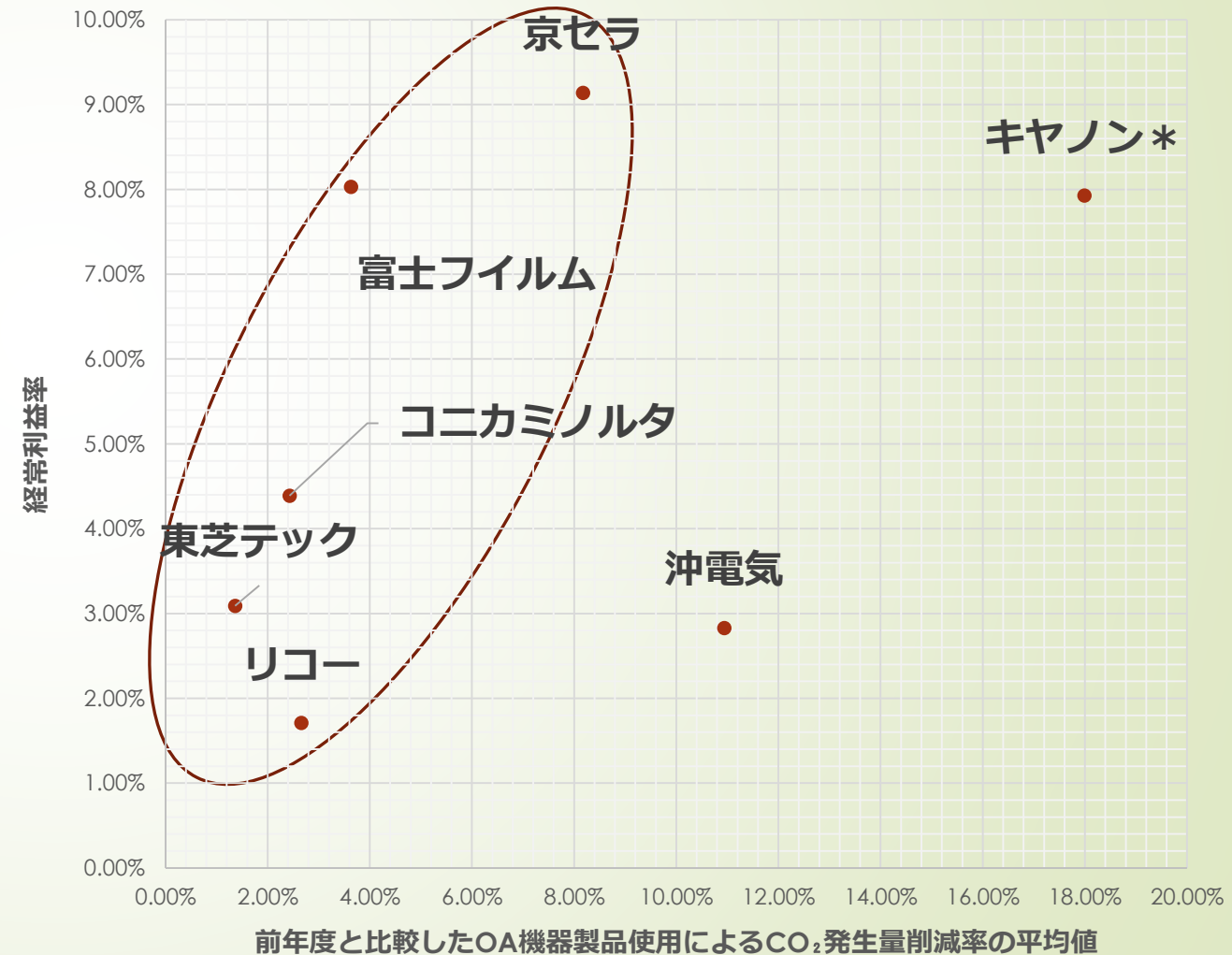


経常利益率(5年平均)と前年度と比較したOA機器製品使用によるCO₂発生量削減率の平均値 (顧客エコ) (企業ごとに年数が異なる)

右上にあればあるほど利益重視
で顧客エコ重視。

(京セラ、リコー、富士
フィルム、東芝テック、
コニカミノルタ)

*キャノンは利益重視、
顧客エコ重視企業と言える。



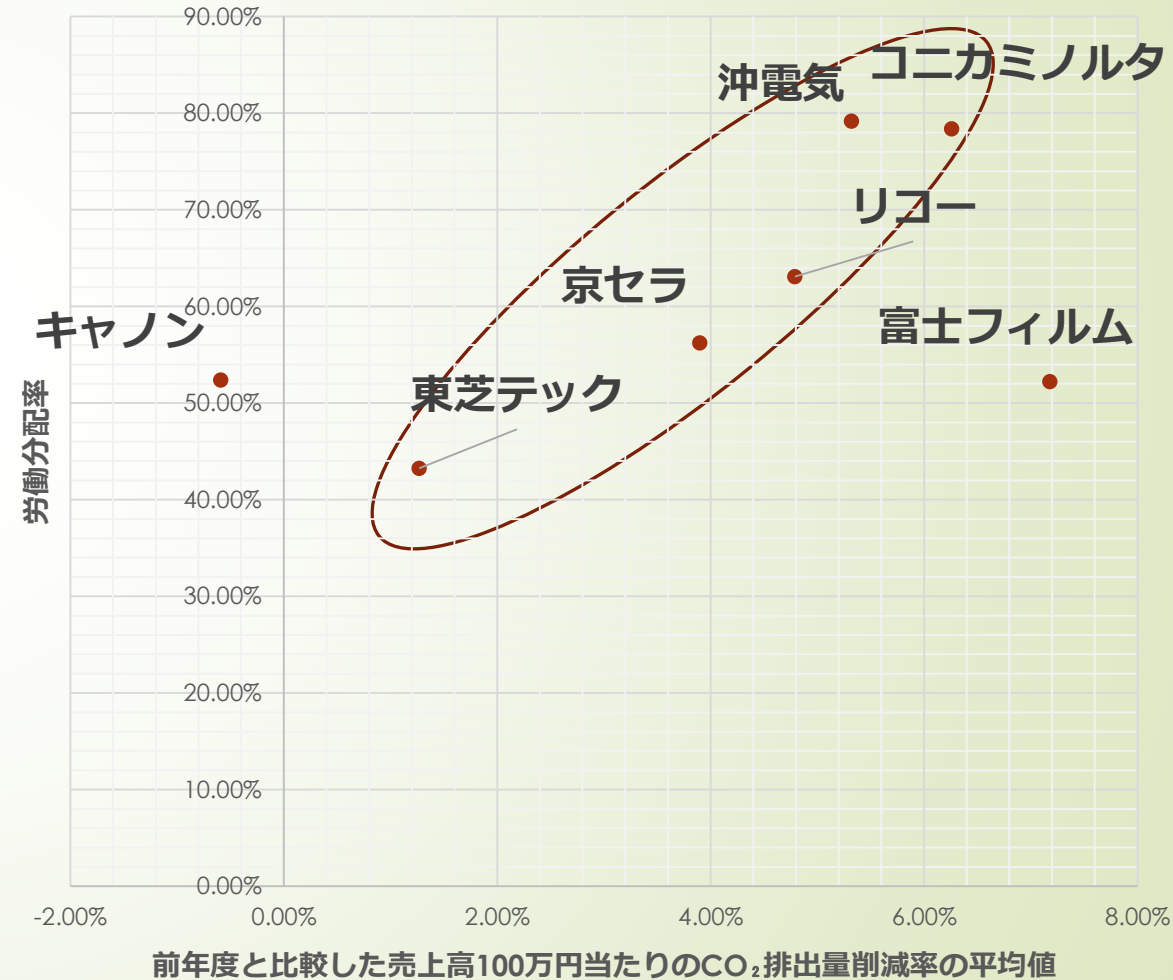
労働分配率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

労働分配率の高さは従業員を大切にしている気持の表れだと言える。(人財重視)

右上にあるほど人材重視で地球環境重視。

地球環境重視なほど人財重視の傾向。
人財重視なほど地球環境重視の傾向。

地球環境重視企業がステークホルダー(ここでは従業員)も重視していることが認められる。

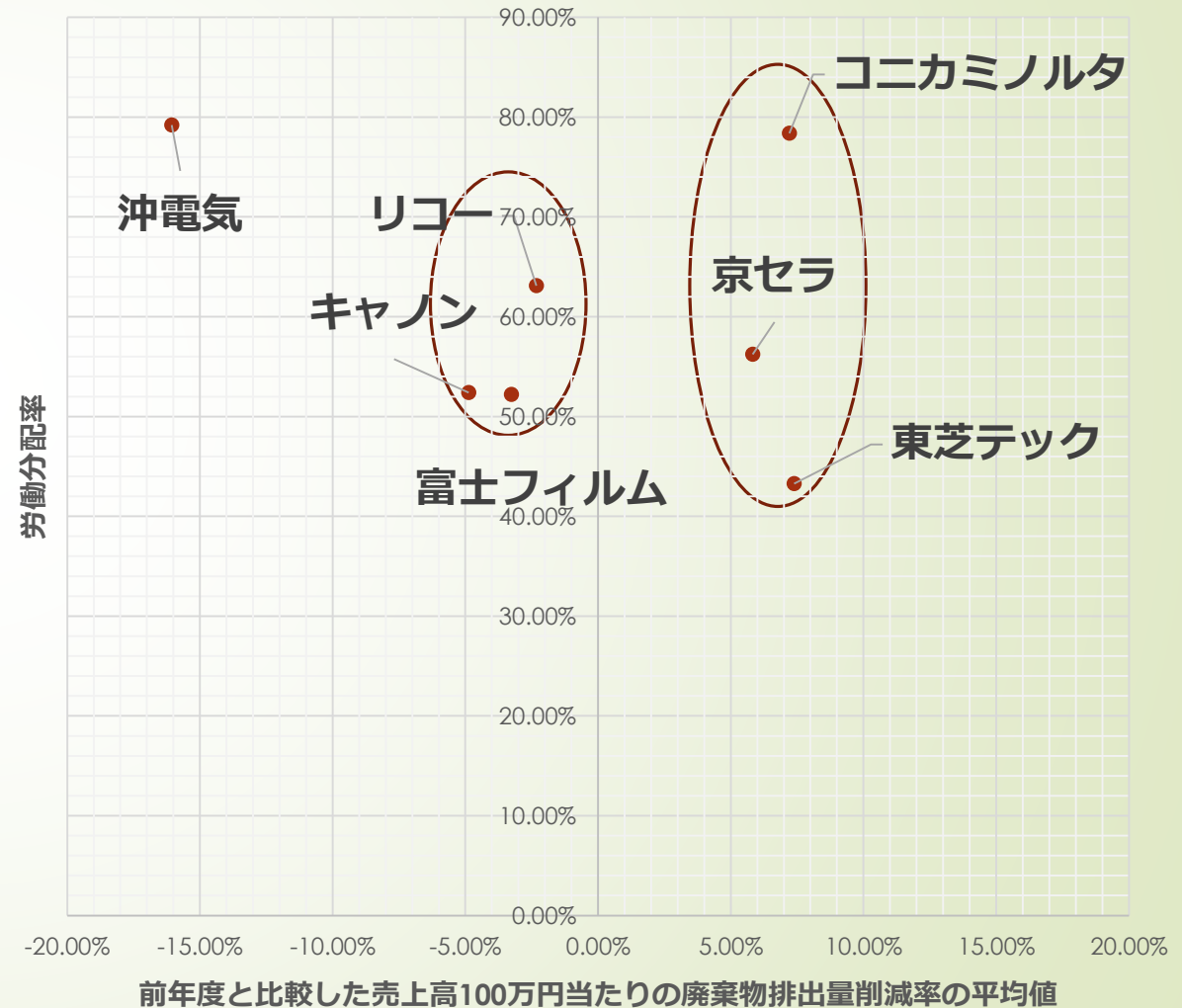


労働分配率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりの廃棄物排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

2つの類型に分けることができる。

① 地域環境への配慮型
(コニカミノルタ、京セラ、東芝テック)

② 地域環境への負荷型
(キヤノン、リコー、富士フィルム)



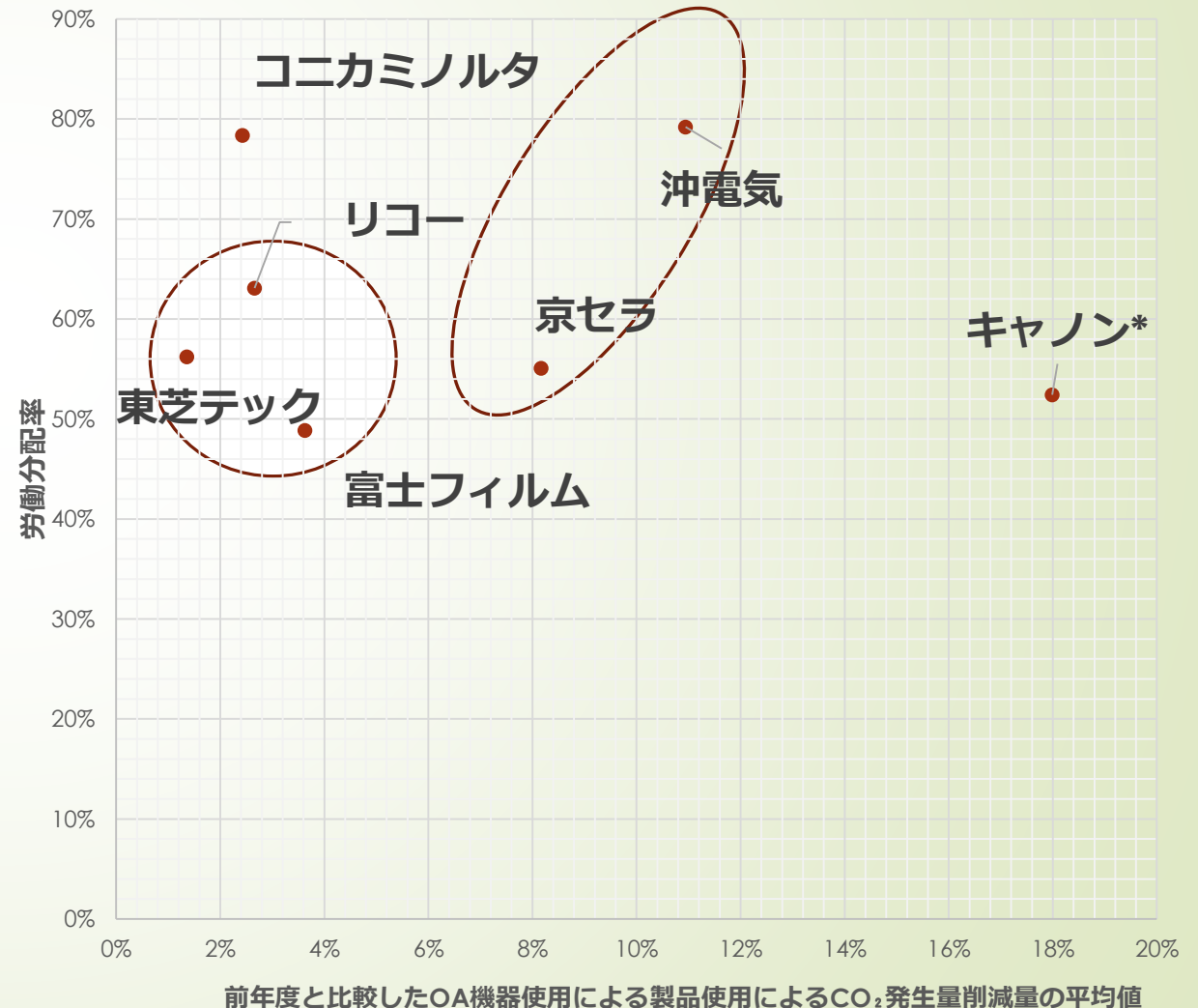
労働分配率(5年平均)と前年度と比較したOA機器製品使用によるCO₂発生量削減率の平均値(顧客エコ) (企業ごとに年数が異なる)

どの企業もOA機器使用時によるCO₂排出量の削減に成功している。

2つの類型に分けることができる。

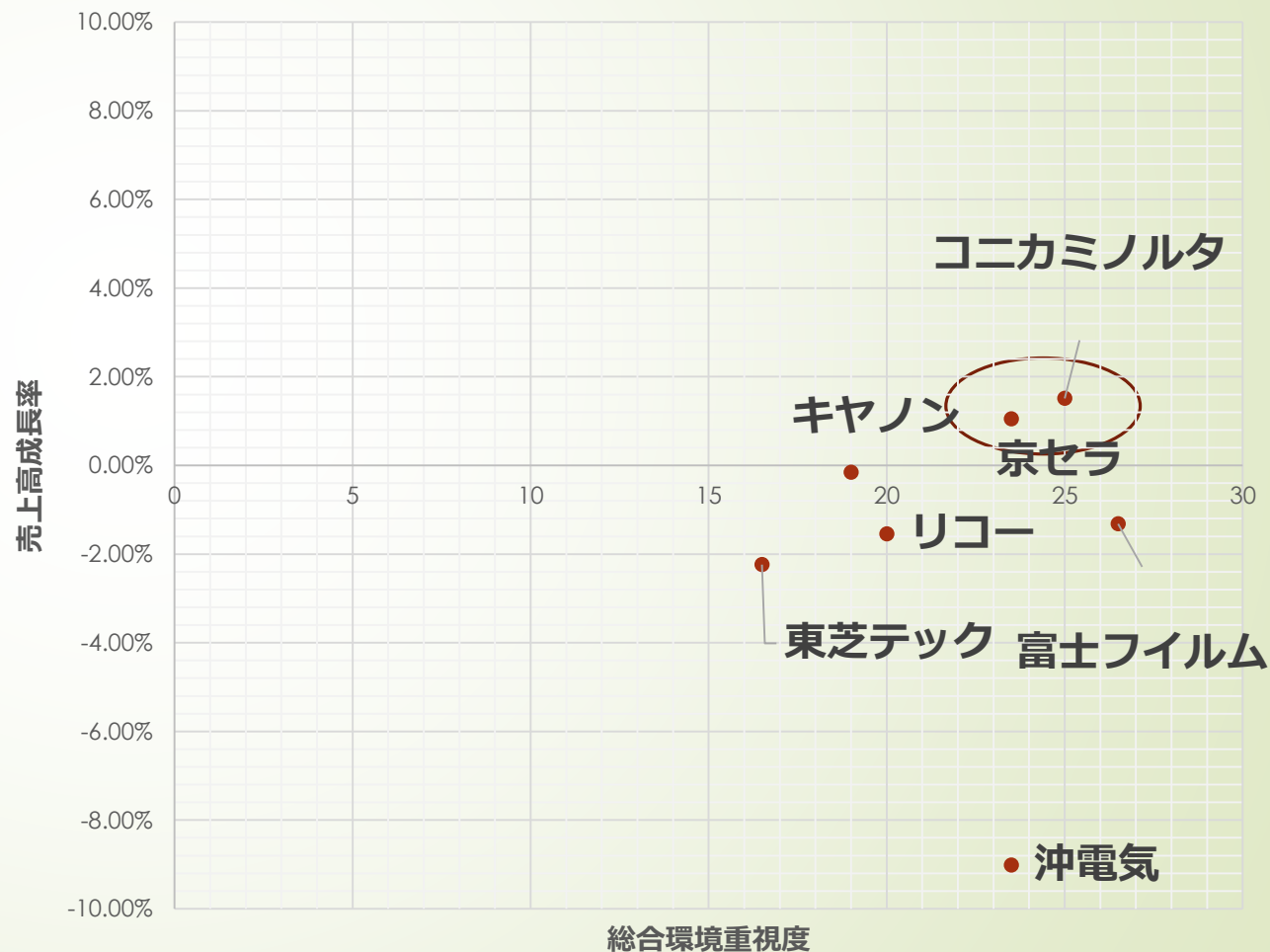
- ① 顧客エコ重視型
(沖電気、京セラ)
- ② 顧客エコ考慮型
(東芝テック、リコー、富士フィルム)

*キャノンは突出した顧客エコ型企业



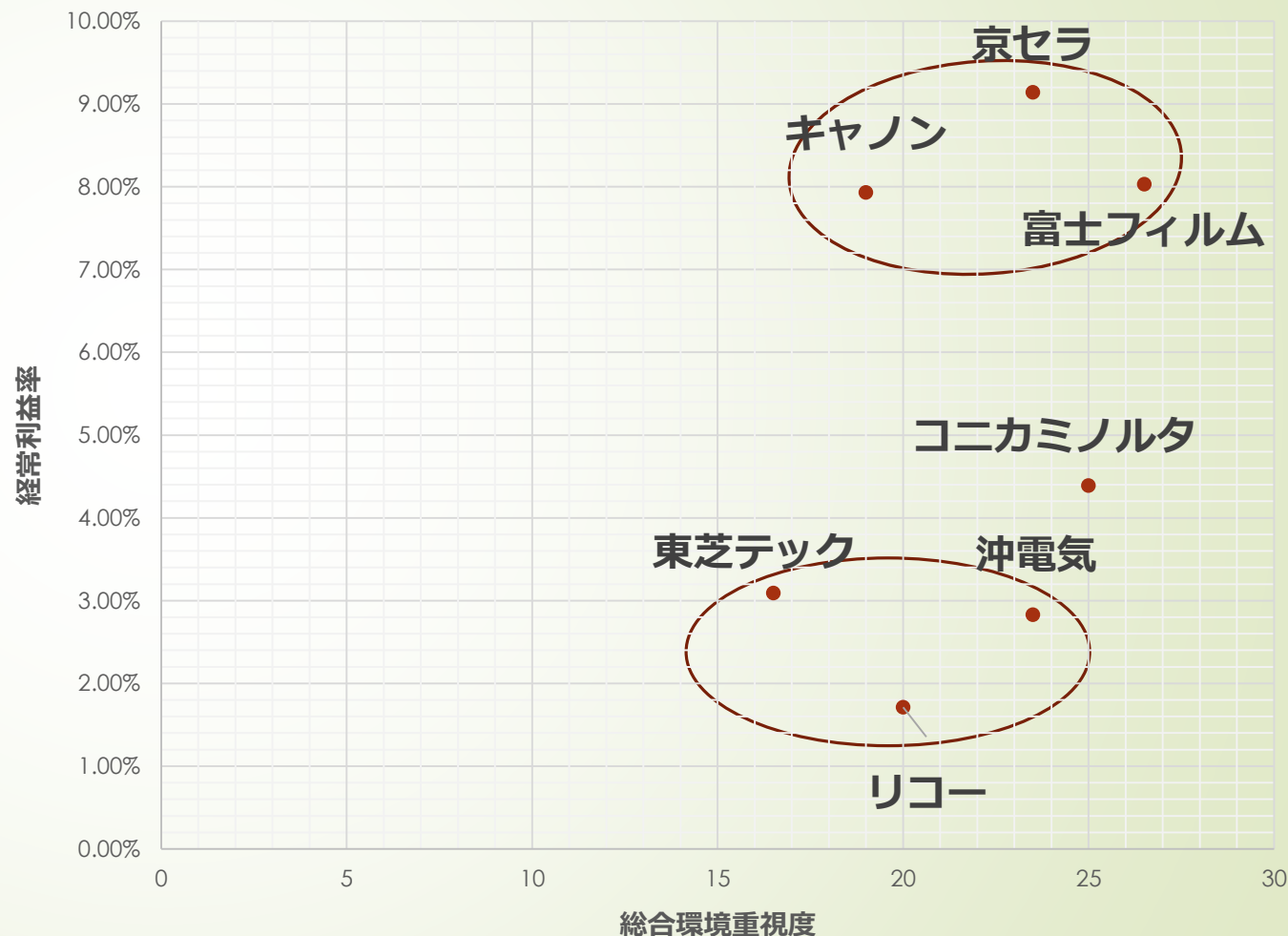
環境重視と経営重視の両立は
難しいが...

京セラ・コニカミノルタは
低成長ながら総合的な環境
重視を実現している。



2つの類型に分けることができる。

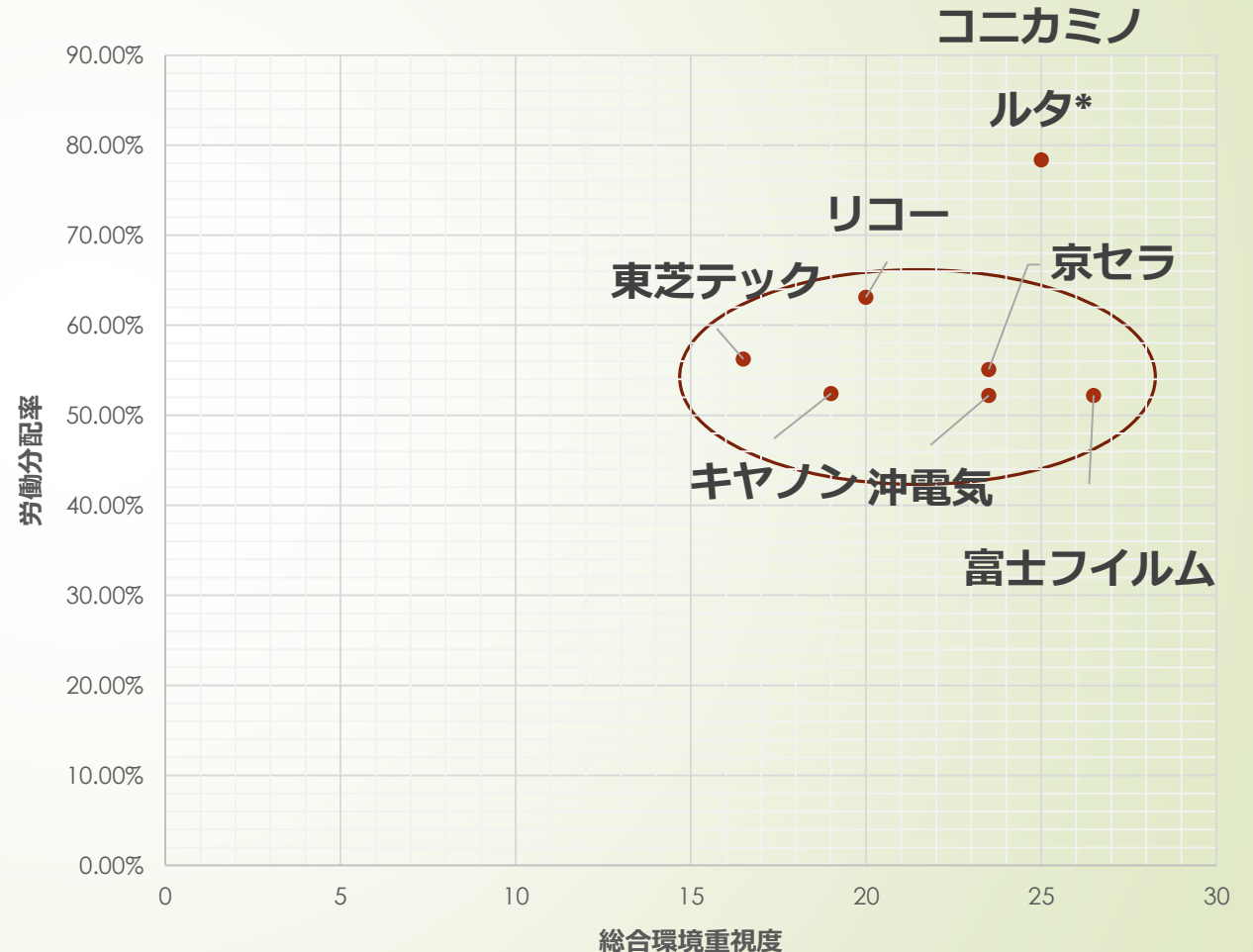
- ①利益重視、総合環境重視型
(京セラ、富士フィルム、
キャノン)
- ②利益考慮、総合環境重視型
(リコー、東芝テック、沖電気)



OA機器業界の労働分配率は概ね50%～60%の傾向。

二つのグループに分けることができる

- ① 人財重視、総合環境重視企業
(コニカミノルタ)
- ② 人財考慮型
(京セラ、富士フィルム、リコー
東芝テック、キャノン、沖電気)





第4章

小売業界における 環境重視度合いと 経営上の優位性との関連



CO₂の排出量

- ①各企業の年間CO₂排出量を調査し、その年の売上高で割ることで売上高100万円当たりのCO₂排出量を算出。各企業の情報開示期間で行う。
- ②前年度と比較し、CO₂排出量の削減率(%)を算出する。
- ③CO₂排出量の削減率の年平均値(%)を算出し、これを基準とする。
この値がプラスである場合、企業はCO₂排出削減努力をしていると言える。

廃棄物の排出量

- ①各企業の年間廃棄物排出量を調査し、その年の売上高で割ることで売上高100万円当たりの廃棄物排出量を算出。各企業開示されている期間行う。
- ②前年度と比較し、廃棄物排出量の削減率(%)を算出する。
- ③廃棄物排出量の削減率の年平均値(%)を算出し、これを基準とする。
この値がプラスである場合、企業は廃棄物の排出削減努力をしていると言える。

小売業界3つの環境評価基準

店舗リサイクル

定義：店頭のリサイクルボックスで回収される牛乳パック、アルミ缶、ペットボトル、食品トレーから負荷低減できたCO₂排出量の削減貢献度。

調査方法：①牛乳パック、アルミ缶、ペットボトル、食品トレーがゼロから生産される場合とリサイクルから生産される場合のCO₂排出量の差を調査。

②前年度と比較し、リサイクルによってどれだけCO₂排出量を削減することができたのかを算出。各企業の情報開示期間で行う。

③リサイクルによって削減できたCO₂排出削減率の年平均値(%)を算出し、これを基準とする

<https://www.env.go.jp/press/files/jp/19747.pdf>

(上記の環境省の調査をもとに、リサイクルをすることで削減できるCO₂排出量を算出する)

総合環境重視度

定義：総合的な環境への取り組み度

算出方法：①先述した3つの基準（CO₂の排出量、廃棄物の排出量、店舗リサイクル）において数値が高い順に1位から9位まで企業の順位付けを行う。

②順位付けを行った後、それぞれの企業に対し、点数化を行う(点数は1位9点、2位8点、3位7点、4位6点、5位5点、6位4点、7位3点、8位2点、9位1点とする*)。また、地球環境への負荷の要因はCO₂排出が最も大きいという理由から、CO₂排出量・店舗リサイクルは点数を2倍、廃棄物排出量は点数を1.5倍にする。

③点数化した後、各基準の点数の合計値を総合環境重視度とする。

*私たちが選定した評価基準の情報開示を行っていない企業に関してはその基準の点数を0点とする。

4-5 小売業

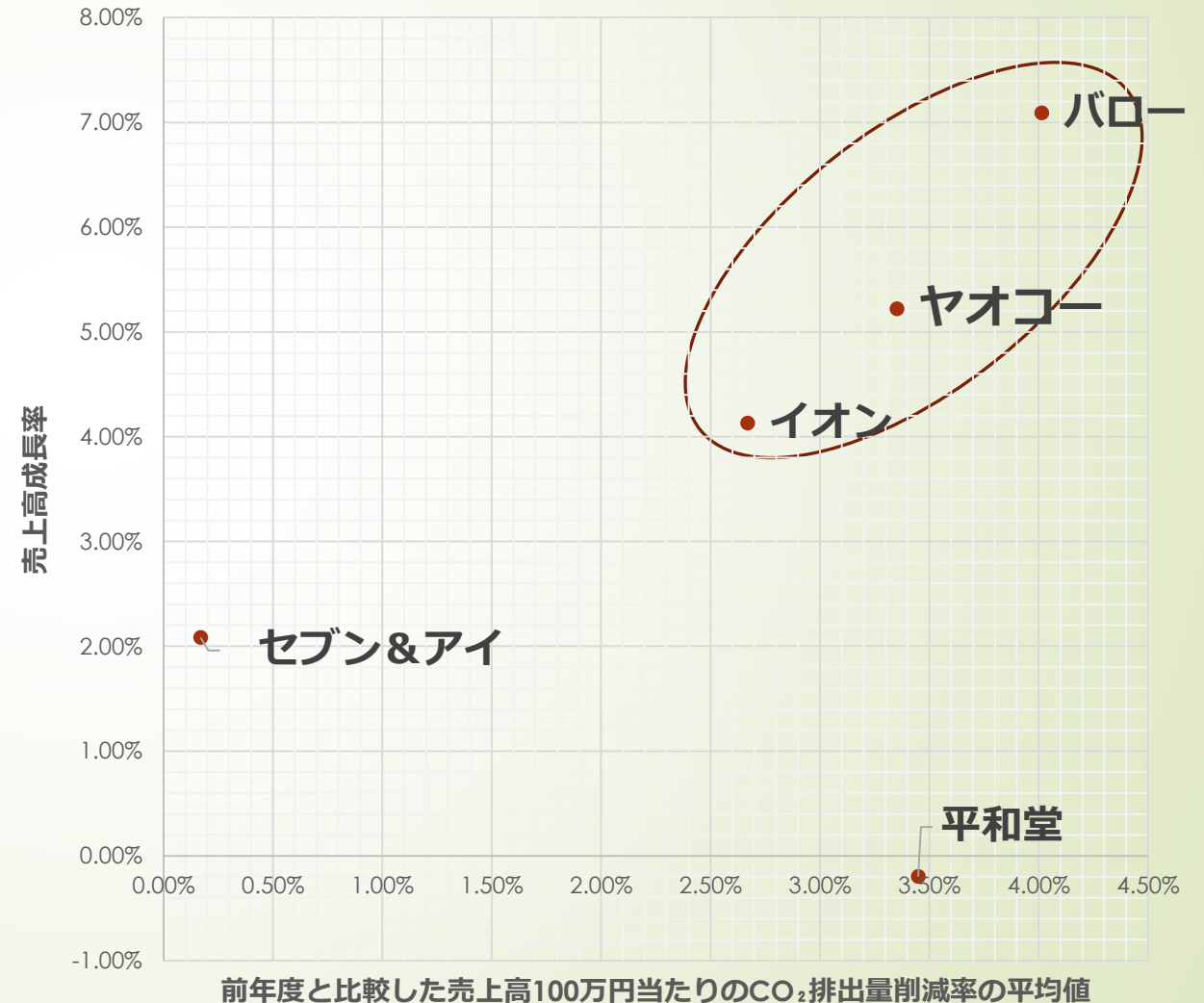
売上高成長率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

右上にあるほど経営重視で地球環境重視。

売上高成長率と二酸化炭素排出の削減率が相関する傾向。
(バロー、ヤオコー、イオン)

エコロジーとエコノミーの両立。

*イズミ、ライフ、ユナイテッドスーパー、アークスについては情報開示なし

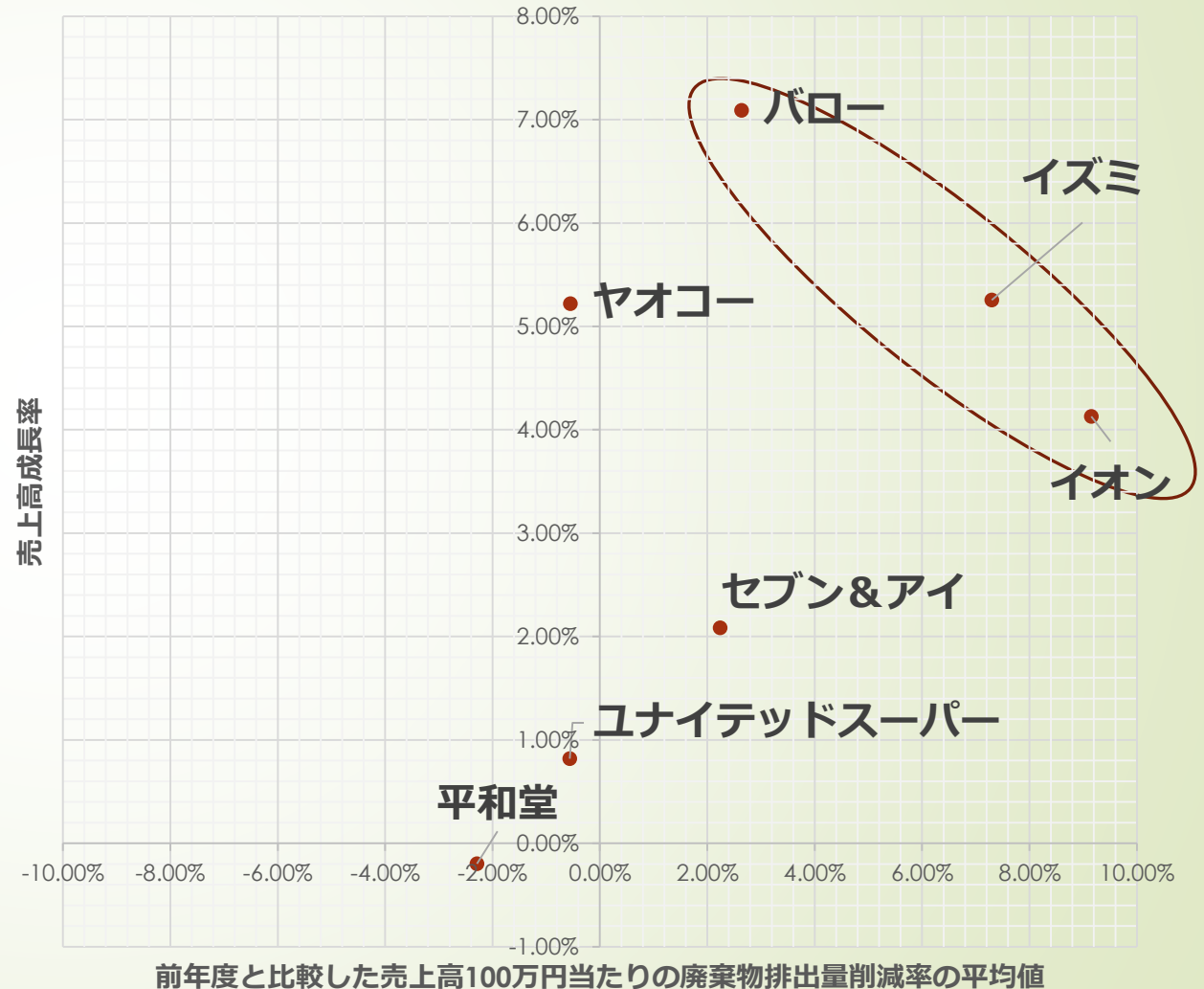


売上高成長率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりの廃棄物排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

2グループに分けることができる。

- ① 経営重視と地域環境への重視型
(バロー、イズミ、イオン)
- ② 経営考慮、地域環境配慮への企業
(セブン&アイ)

*ライフ、アークスが情報開示なし。

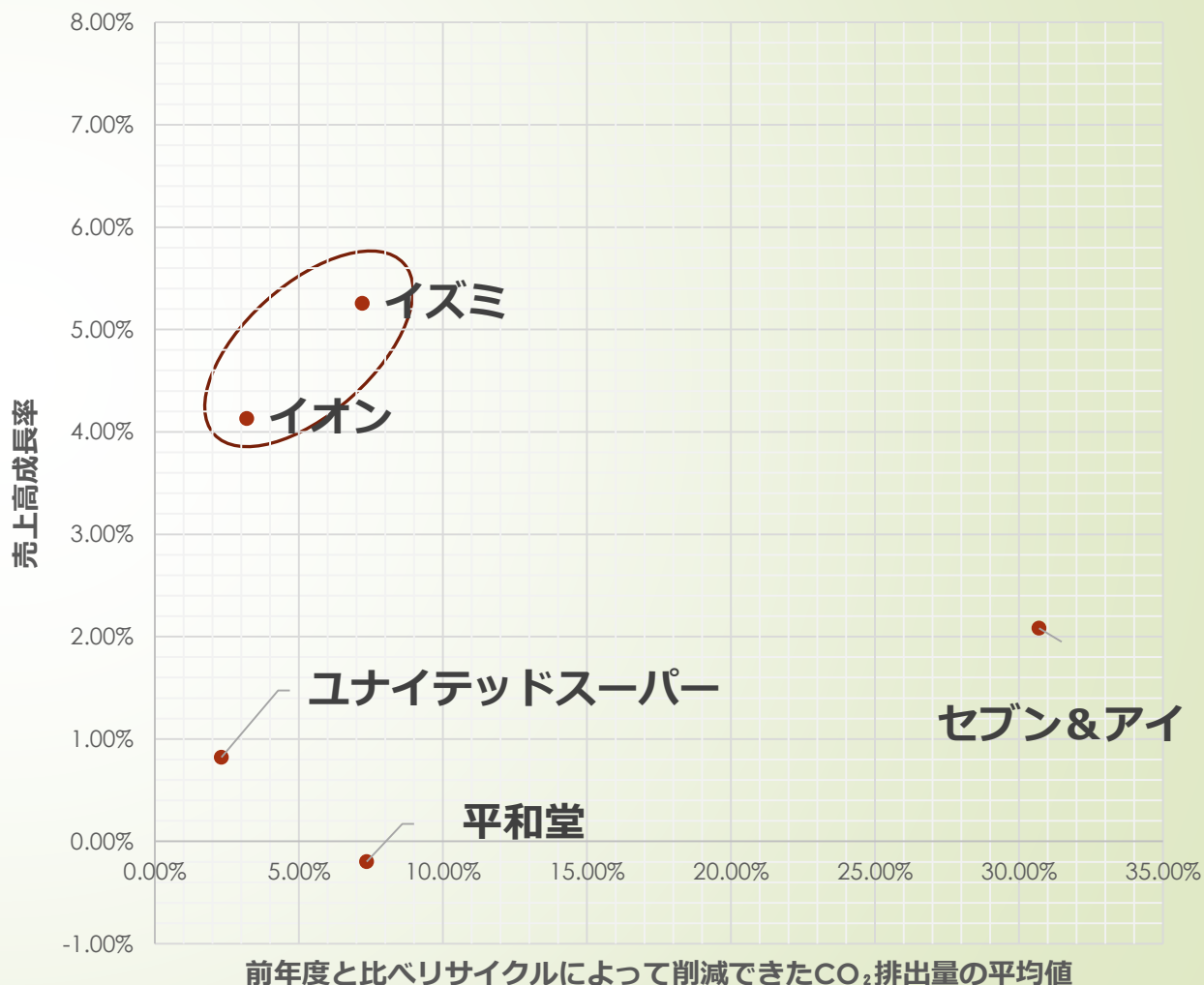


売上高成長率(5年平均)と前年度と比べリサイクルによって削減できたCO₂排出量の平均値(店舗リサイクル) (企業ごとに年数が異なる)

3グループに分けることができる

- ① 成長重視、環境考慮型
(イオン、イズミ)
- ② 低成長、リサイクル重視企業
(セブン&アイ)
- ③ 低成長、リサイクル考慮企業
(ユナイテッドスーパー)

*ライフ、バロー、アークス、ヤオコーは
情報開示なし。

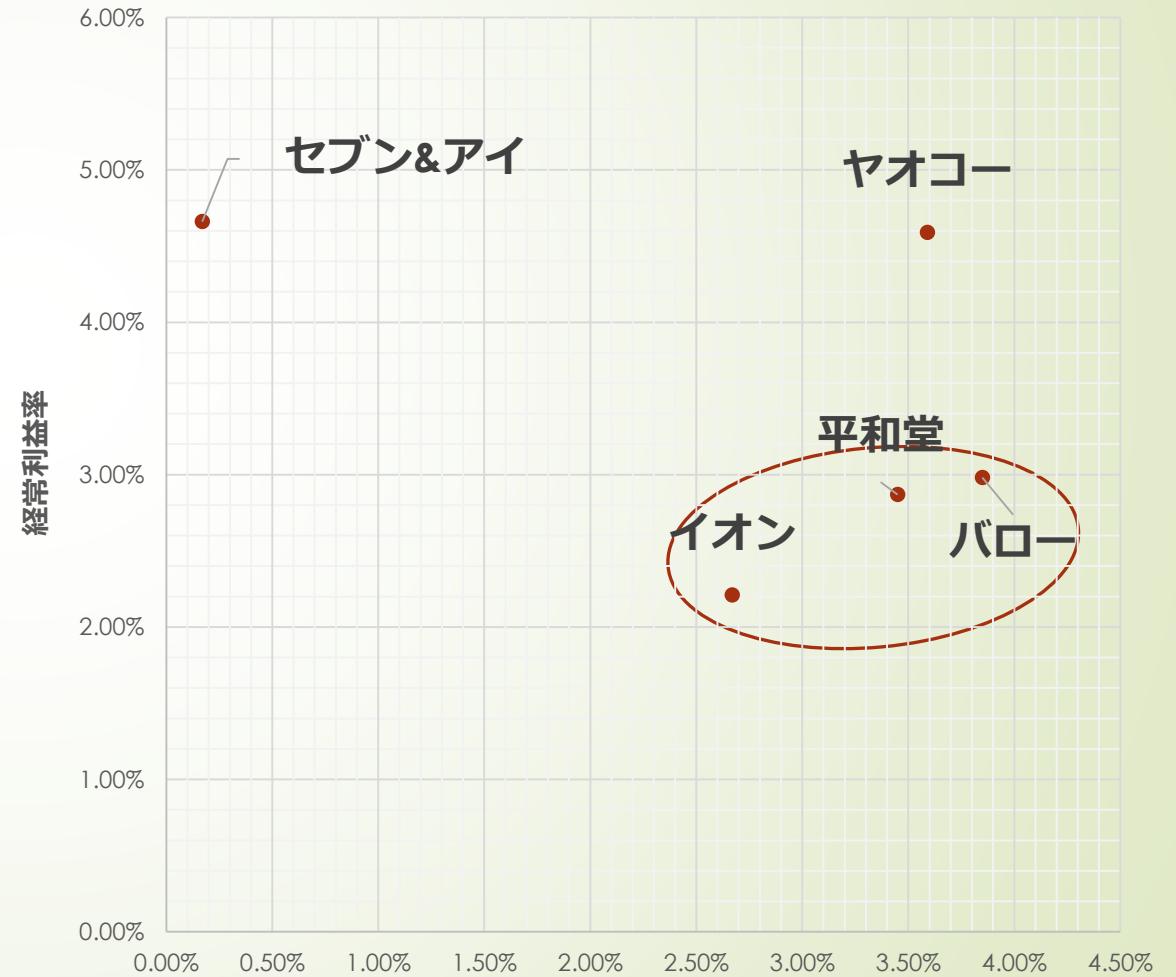


経常利益率(5年平均) と前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

3グループに分けることができる

- ①利益重視、地球環境重視企業
(ヤオコー)
- ②利益考慮、地球環境重視型
(バロー、平和堂、イオン)
- ③利益重視、地球環境考慮企業
(セブン&アイ)

*イズミ、ライフ、ユナイテッドスーパー、
アークスは情報開示なし



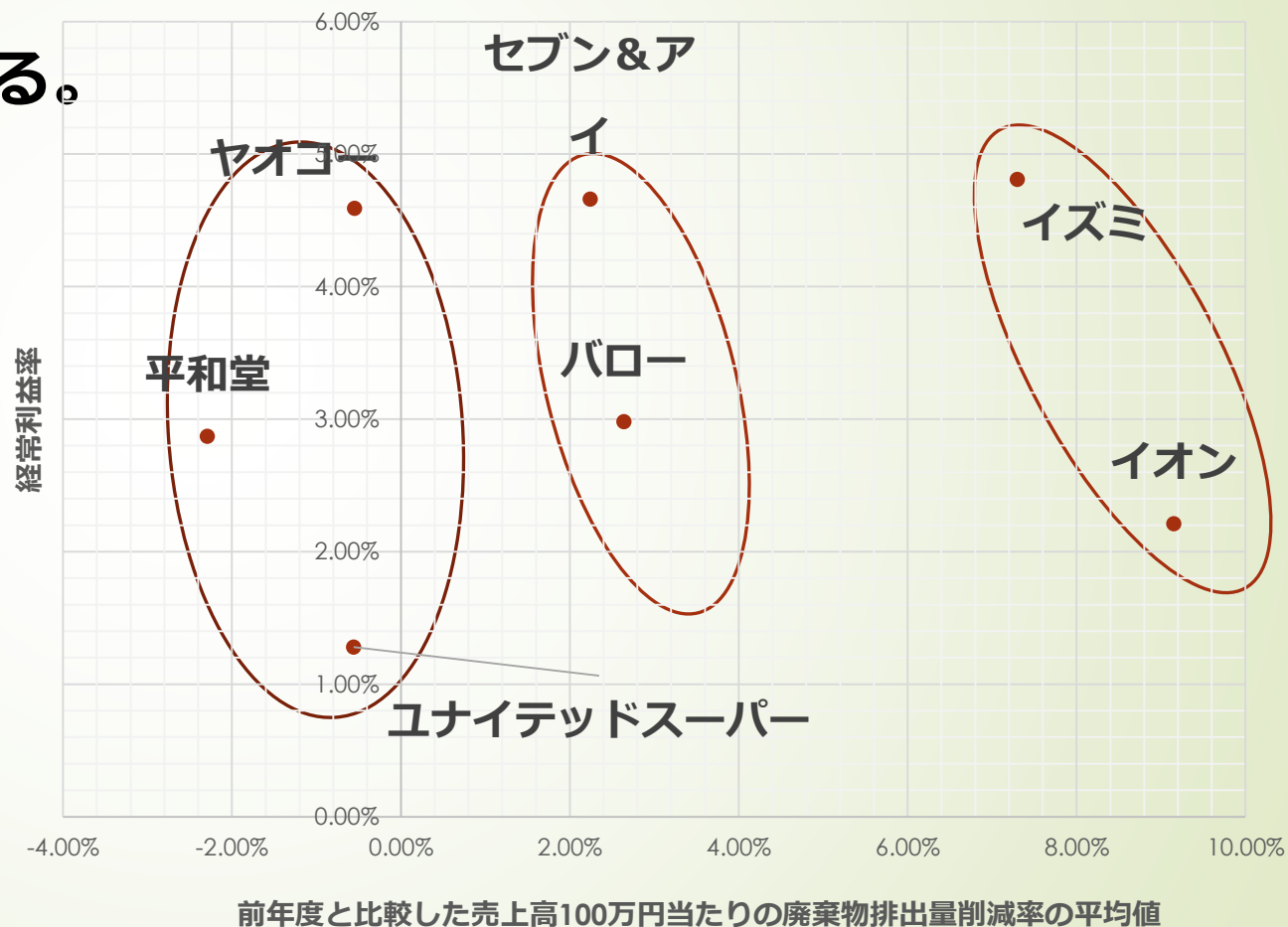
前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値

4-9 小売業

経常利益率(5年平均) と前年度と比較した売上高100万円当たりの廃棄物排出量削減率の平均値
(企業ごとに年数が異なる)

3つの類型に分けることができる。

- ① 地域環境重視型
(イオン、イズミ)
- ② 地域環境考慮型
(セブン&アイ、バロー)
- ③ 地域環境負荷型
(ユニテッドスーパー、平和堂、ヤオコー)



*ライフ、アークス、平和堂は情報開示なし

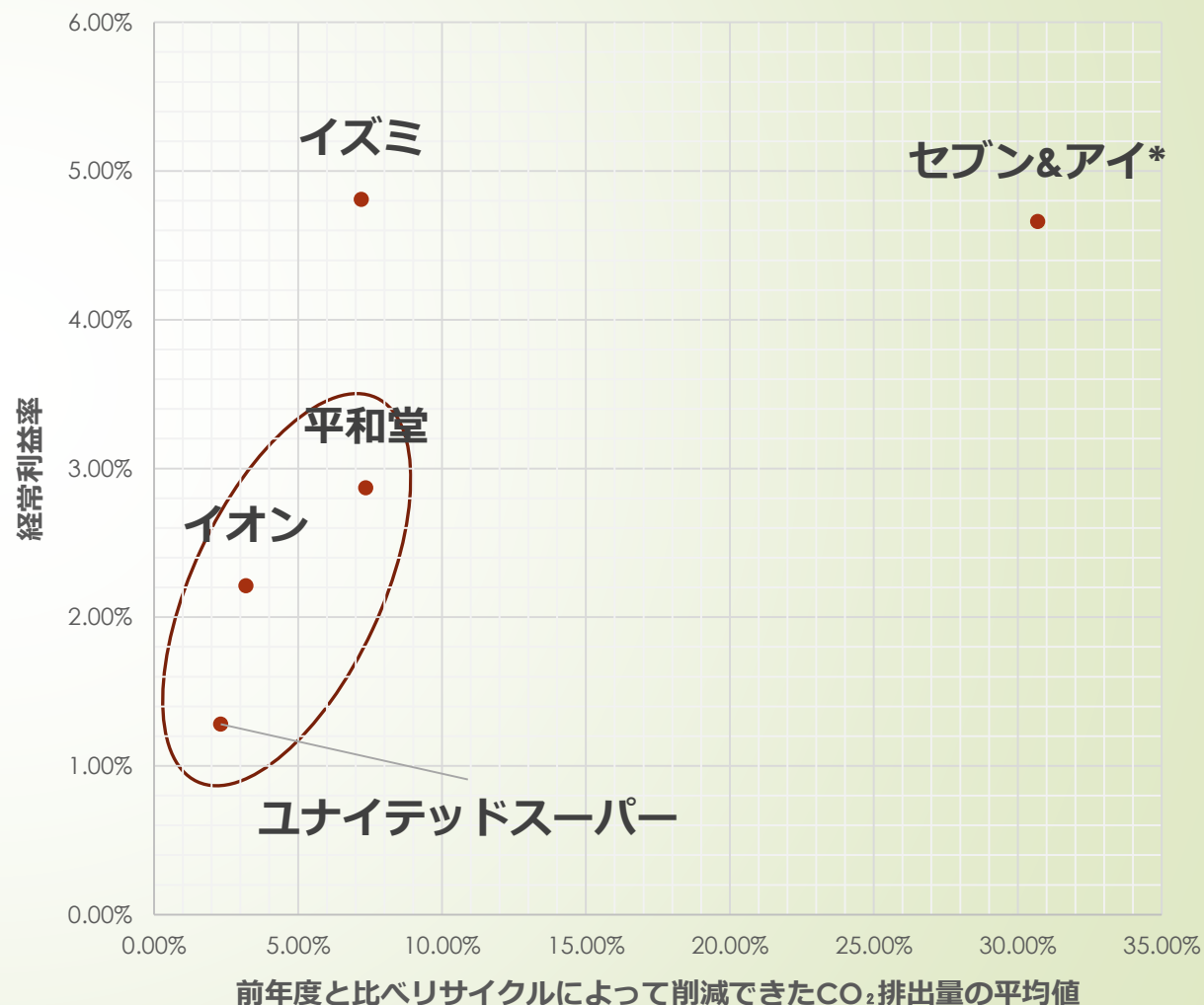
4-10 小売業

経常利益率(5年平均)と前年度と比べリサイクルによって削減できたCO₂排出量の平均値(店舗リサイクル) (企業ごとに年数が異なる)

3グループに分けることができる。

- ①利益考慮、資源循環考慮型
(ユニテッドスーパー、イオン、平和堂)
- ②利益重視、資源循環考慮企業
(イズミ)
- ③利益重視、リサイクル重視企業
(セブン&アイ)

**ライフ、アークス、バロー、ヤオコーは情報開示なし

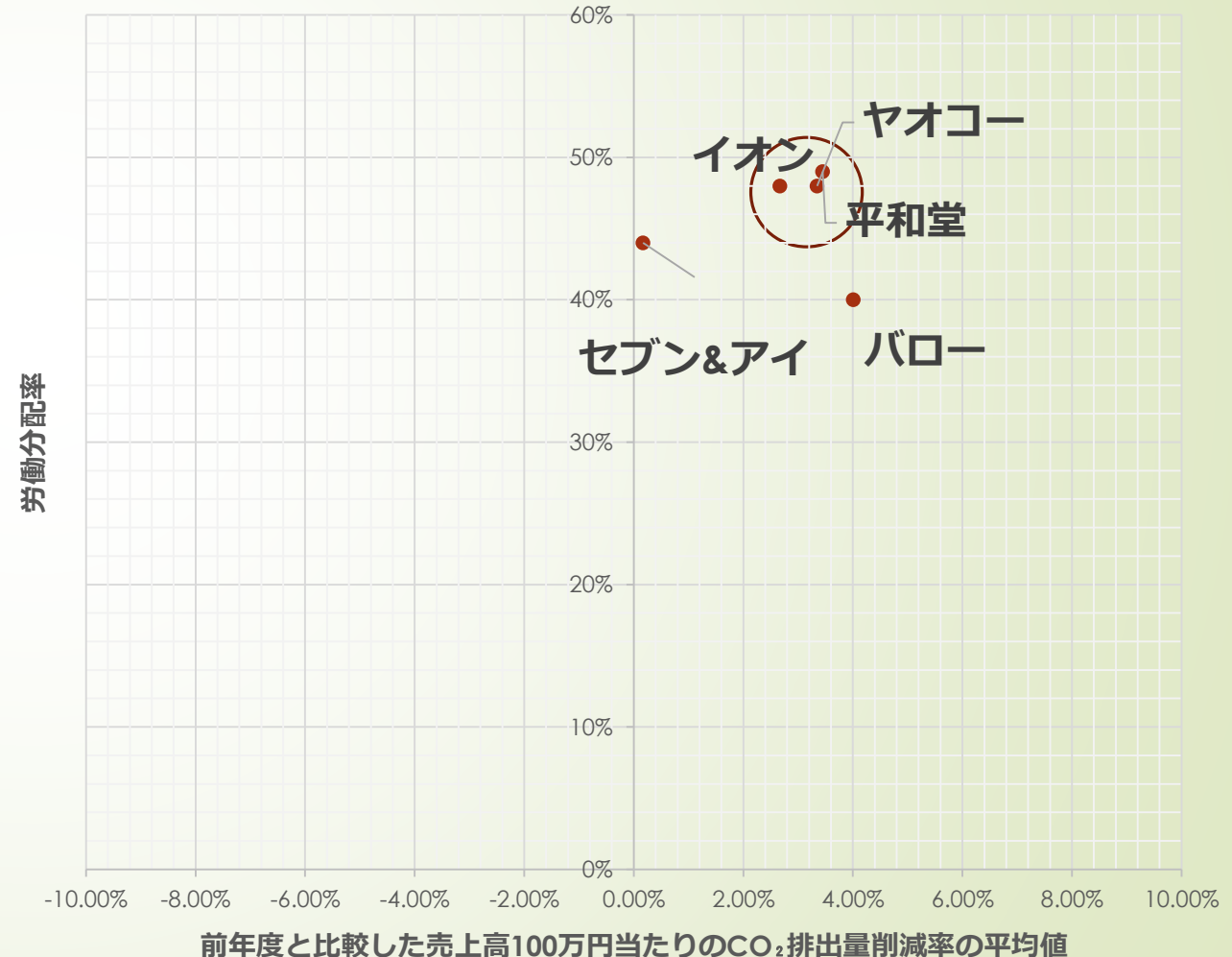


労働分配率(5年平均) と前年度と比較した売上高100万円当たりのCO₂排出量削減率の平均値 (企業ごとに年数が異なる)

労働分配率は40～50%の間に分布している。

- ① 人財重視型、環境考慮型
(イオン、ヤオコー、平和堂)
- ② 人財考慮、環境重視企業
(バロー)

*イズミ、ライフ、ユナイテッドスーパー、アークスは情報開示なし。



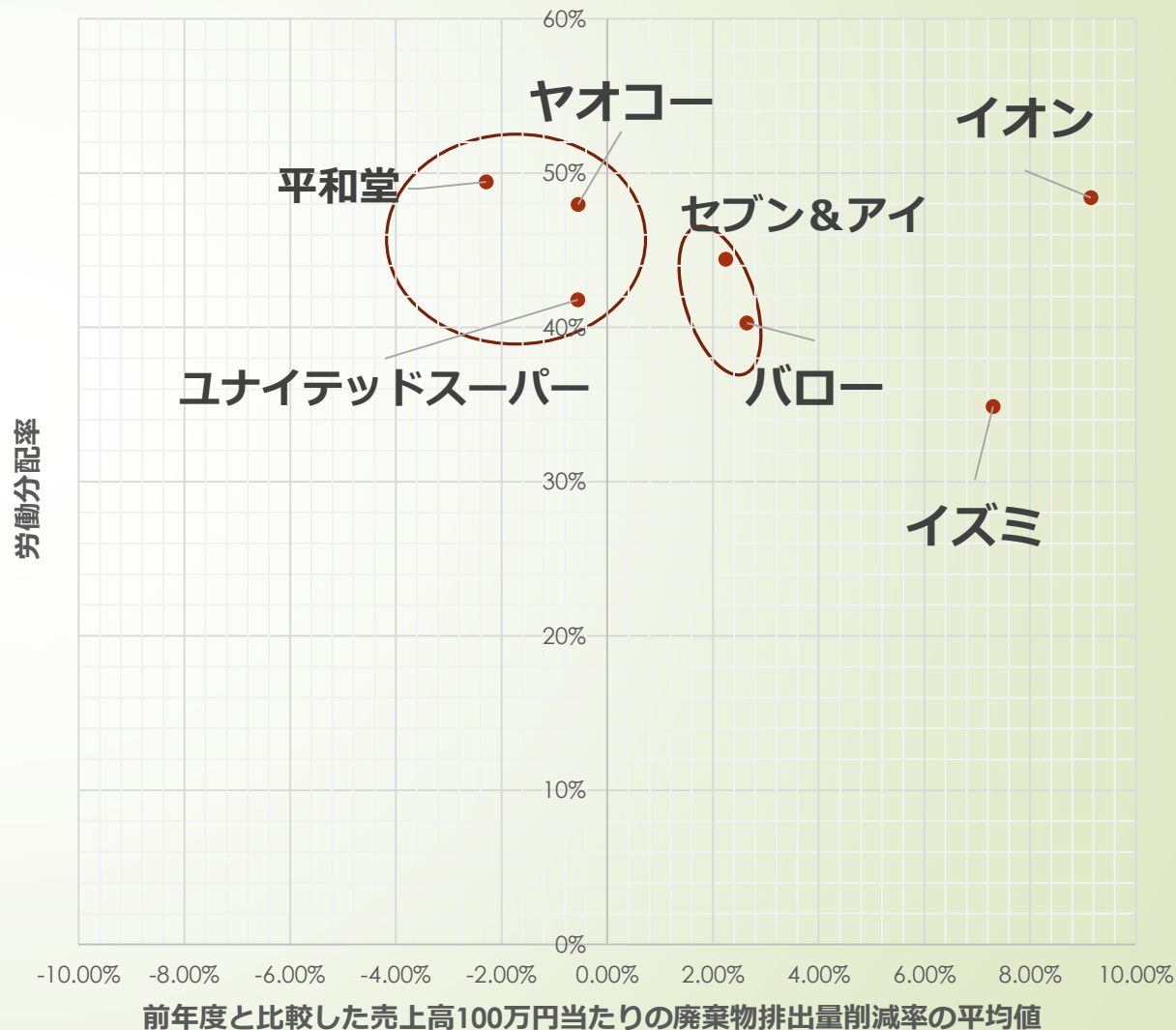
4-12 小売業

労働分配率(5年平均)と前年度と比較した売上高100万円当たりの廃棄物排出量削減率の平均値(企業ごとに年数が異なる)

4グループに分けることができる。

- ① 人財重視、地域環境重視企業 (イオン)
- ② 人財配慮、地域環境重視企業 (イズミ)
- ③ 人財重視、地域環境考慮型 (セブン&アイ、バロー)
- ④ 人財重視、地域環境負荷型 (平和堂、ヤオコー、ユナイテッドスーパー)

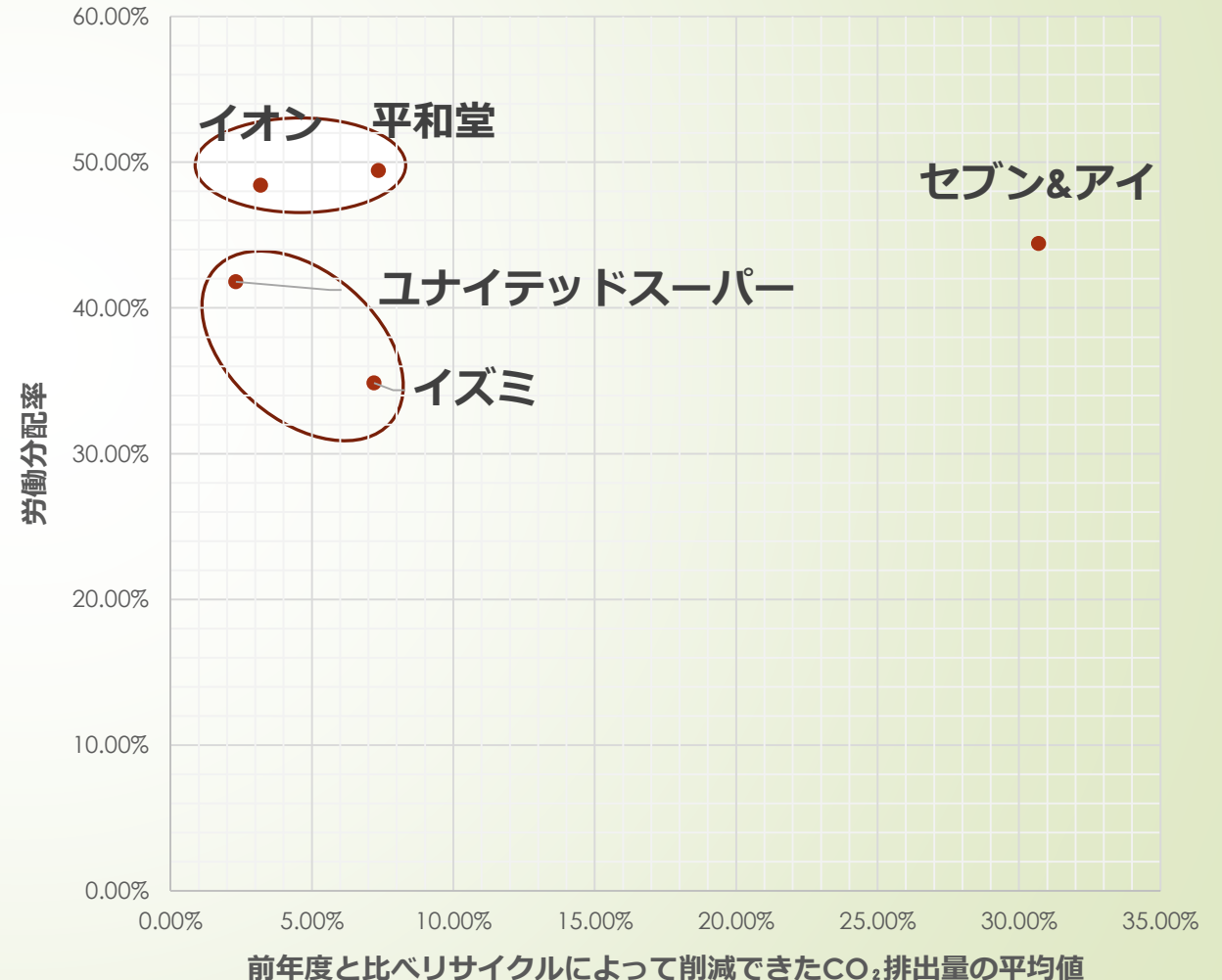
*ライフ、アークスは情報開示なし。



労働分配率(5年平均)と前年度と比べリサイクルによって削減できたCO₂排出量の平均値(店舗リサイクル) (企業ごとに年数が異なる)

- ① 人財考慮、リサイクル重視企業
(セブン&アイ)
- ② 人財重視、リサイクル考慮型
(イオン、平和堂)
- ③ 人財考慮、リサイクル考慮型
(ユナイテッドスーパー、イズミ)

*ライフ、アークス、ヤオコー、バローは
情報開示なし。

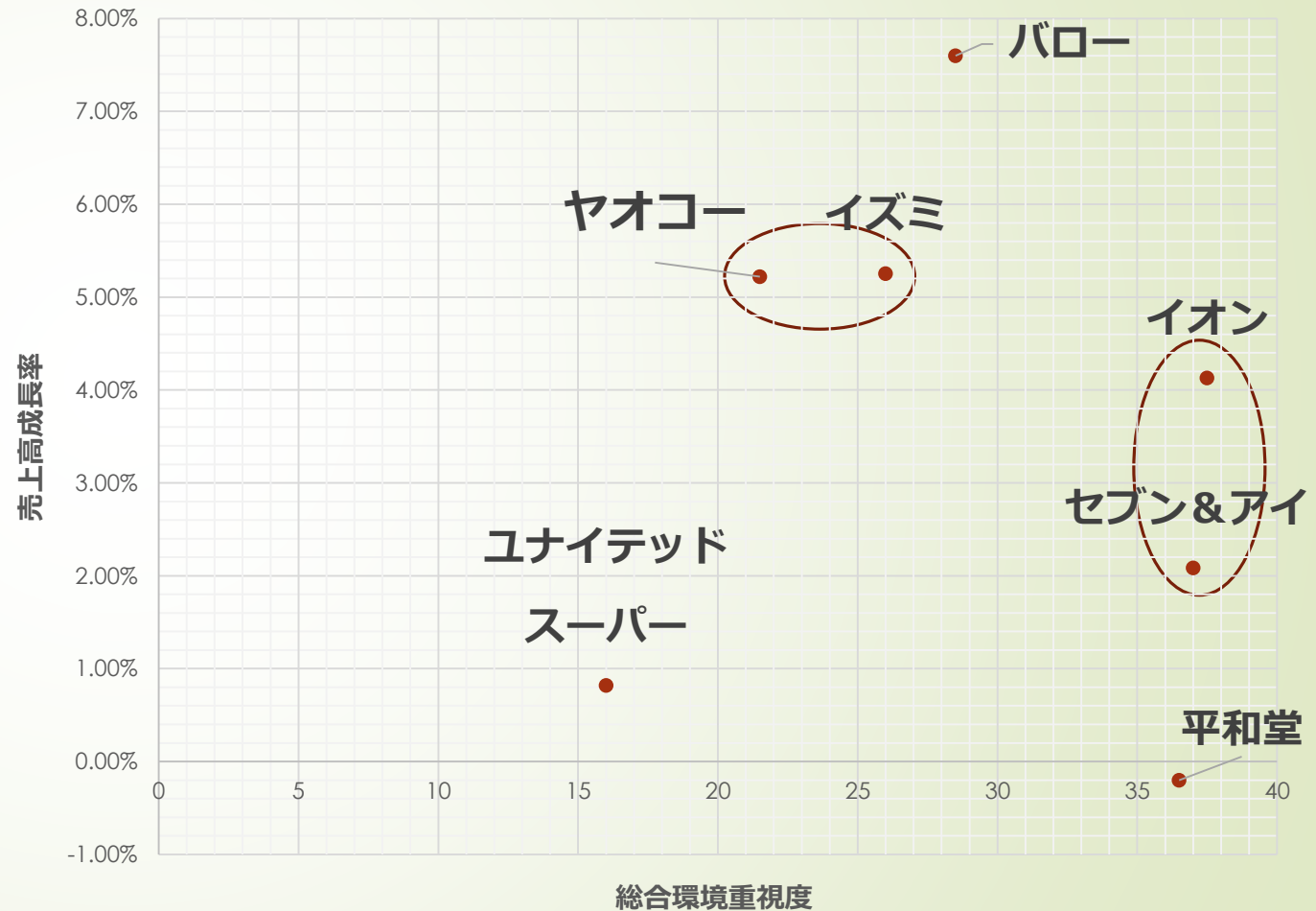


4-14 小売業 売上高成長率(5年平均)と総合環境重視度

3グループに分けることができる。

- ① 経営考慮、総合環境重視型
(セブン&アイ、イオン)
- ② 経営考慮、総合環境考慮型
(ヤオコー、イズミ)
- ③ 経営重視、総合環境考慮企業
(バロー)

*アークス、ライフは評価不可能でした。

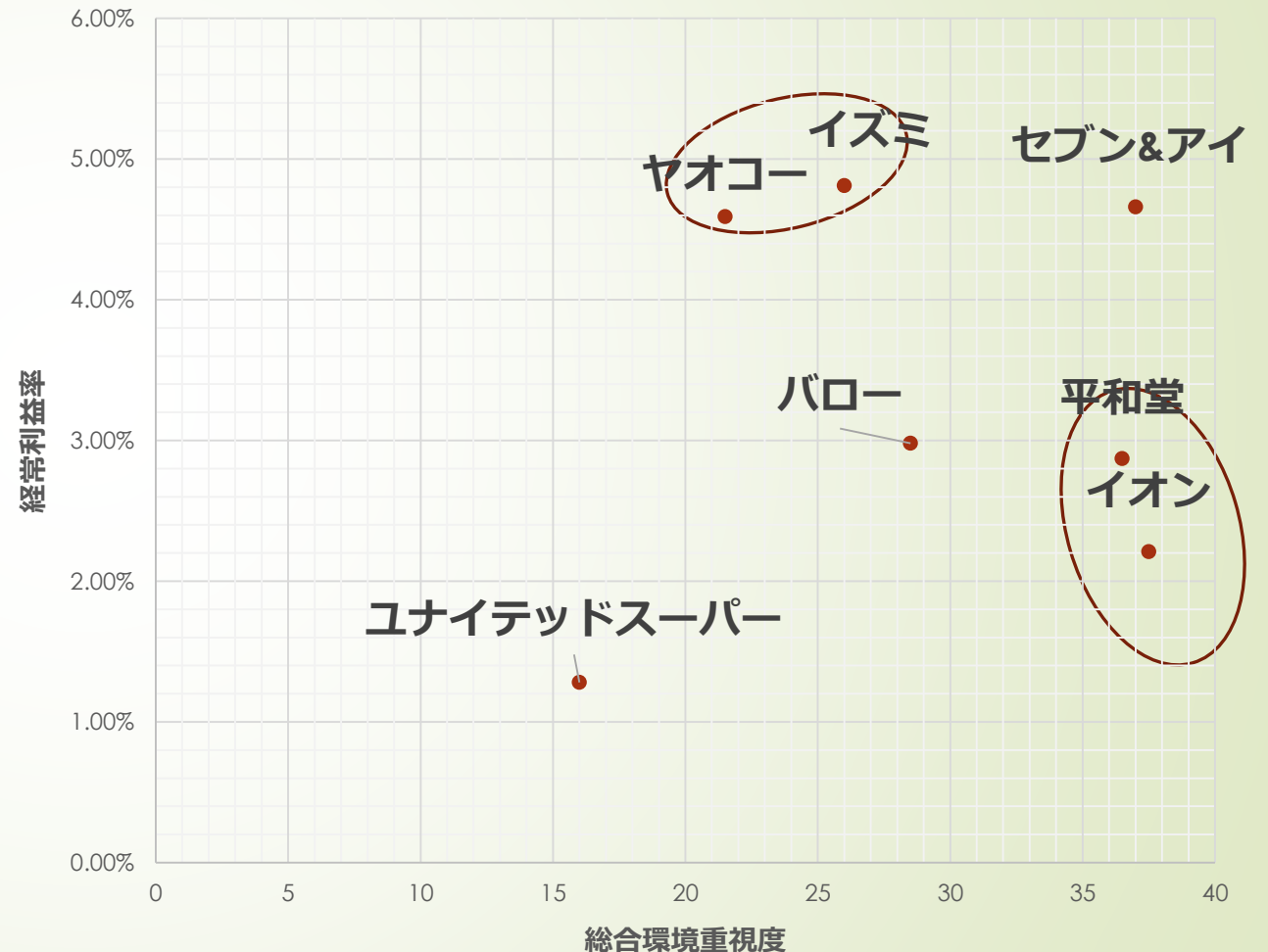


4-15 小売業 経常利益率(5年平均)と総合環境重視度

3グループに分けることができる。

- ①利益重視、総合環境考慮型
(イズミ、ヤオコー)
- ②利益考慮、総合環境重視型
(イオン、平和堂)
- ③利益重視、総合環境重視企業
(セブン&アイ)

*アークス、ライフは評価不可能でした。



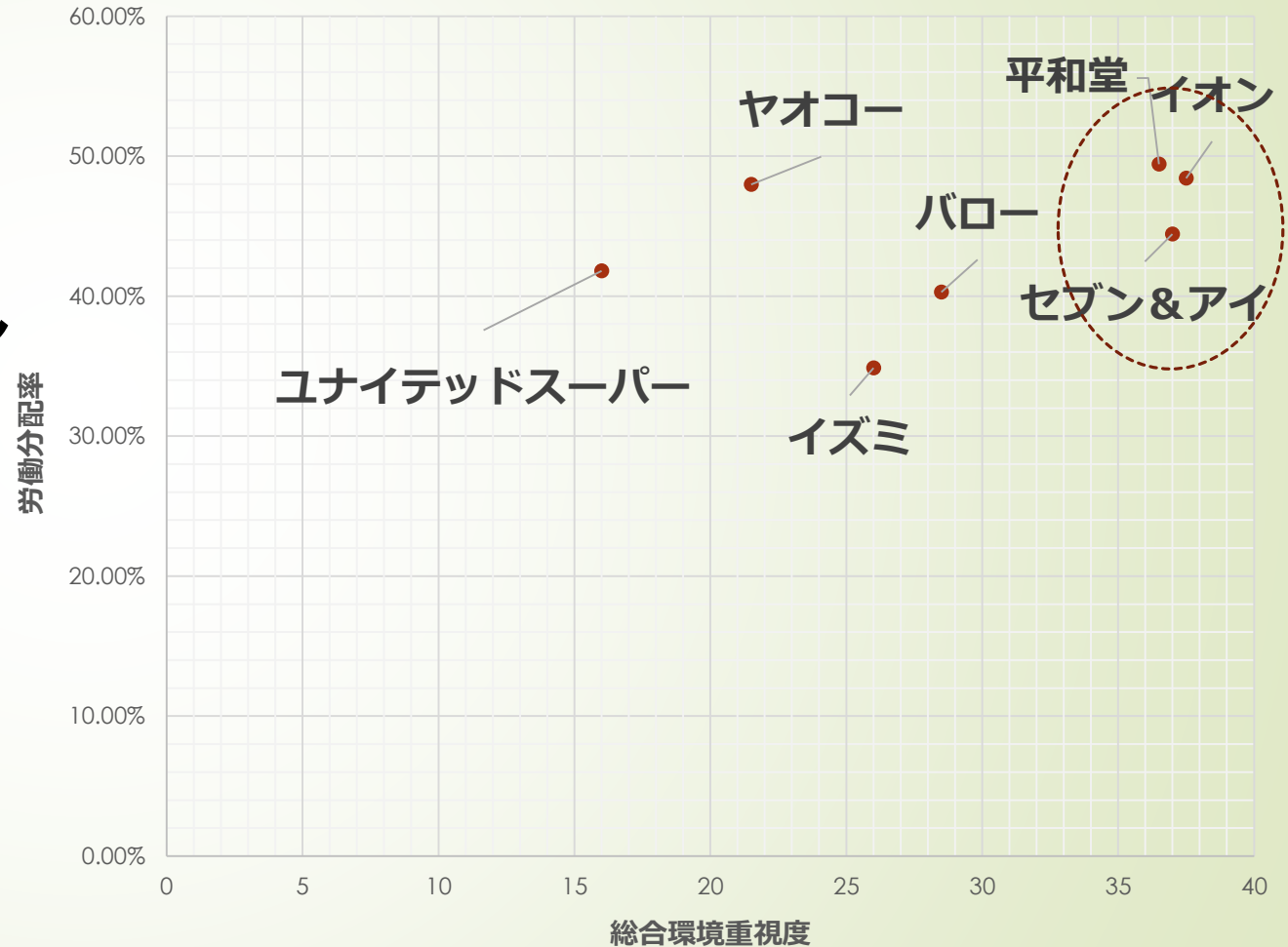
4-16 小売業 労働分配率(5年平均)と総合環境重視度

人財重視であるほど総合環境重視の傾向にある。

環境重視企業は従業員(ステークホルダー)も重視する企業である。

総合環境重視、人財重視型
(イオン、セブン&アイ、平和堂)

*アークス、ライフは評価不可能でした。





第5章

大森ゼミ環境重視度ランキングと 他の環境重視度評価との比較



大森ゼミ総合環境重視度ランキングと 他の環境重視度評価との比較

比較する3つの環境重視度評価

CDP*、RE100**、日経環境経営度調査

選定理由

- ① CDP* : 総合環境重視の国際的評価であるから。
- ② RE100** : 企業運営に必要なエネルギーを100%再生可能エネルギーで賄うことなので、地球環境重視を体現していると判断した。
- ③ 日経環境経営度調査 : 日本企業のみを対象としたランキングであるから。製造業と非製造業とでランキングが分けられおり、類似性がある。そのため私たちの調査との差異があるのかを確かめたいと感じた。

*Carbon disclouser project の略

**Renewable Energy 100 %

大森ゼミ総合環境重視度ランキングと 他の環境重視度評価との比較

CDPはA～D-の8段階に分かれています。

各業界のCO₂排出量の削減率のトップ(OA機器業界：7.18%、小売業界：3.85%)をA評価とする。

その数値を基準として8段階評価に変換し、比較を行う。

アルファベット 8段階評価	OA機器業界 CO ₂ 排出量の 削減率(%)	小売業界 CO ₂ 排出量の 削減率(%)
A	6.28~7.18	3.36~3.85
A-	5.39~6.27	2.89~3.35
B	4.48~5.38	2.40~2.88
B-	3.59~4.47	1.93~2.39
C	2.69~3.58	1.44~1.92
C-	1.80~2.68	0.96~1.43
D	0.89~1.79	0.48~0.95
D-	~0.88	~0.48

大森ゼミ総合環境重視度ランキングと 他の環境重視度評価との比較

大森ゼミ総合環境重視度ランキング
とCDPを比較する。

CDPはA～D-の8段階に分かれています。

大森ゼミ総合環境重視度ランキング
もアルファベット8段階評価に変換し、
比較を行う。

アルファベット 8段階評価	OA機器業界 総合環境重視度 ランキング(点) (38.5点満点)	小売業界 総合環境重視度 ランキング(点) (49.5点満点)
A	33.7~38.5	43.3~49.5
A-	28.9~33.6	37.1~43.2
B	24.1~28.8	30.9~37.0
B-	19.3~24.0	24.8~30.8
C	14.4~19.2	18.6~24.7
C-	9.6~14.3	12.4~18.5
D	4.8~9.5	6.2~12.3
D-	0.1~4.7	0.1~6.1

大森ゼミ総合環境重視度ランキングと CDP(気候変動)との比較

大森ゼミ総合環境重視度 ランキング	企業名	CO ₂ 排出量の 削減率	CDP(気候変動)
1位	富士フィルム	A(7.18%)	A
2位	コニカミノルタ	A-(6.26%)	A-
3位	沖電気	B(5.32%)	private
3位	京セラ	B-(3.90%)	A-
5位	リコー	B(4.79%)	A-
6位	キャノン	D-(-0.58%)	A-
7位	東芝テック	D(1.27%)	調査対象外

* CDPの評価について：評価がいい順番にA~D-の評価がつけられている。Fは無回答もしくは情報不足。Privateは非公開。

5-5 OA機器

大森ゼミ総合環境重視度ランキングとRE100との比較

大森ゼミ総合環境重視度 ランキング	企業名	CO ₂ 排出量 の 削減率	RE100
1位	富士フィルム	A(7.18%)	2019年宣言 2050年までに実現
2位	コニカミノルタ	A-(6.26%)	2019年宣言 2050年までに実現
3位	沖電気	B(5.32%)	宣言なし
3位	京セラ	B-(3.90%)	宣言なし
5位	リコー	B(4.79%)	2017年宣言(日本最速) 2050年までに実現
6位	キャノン	D-(-0.58%)	宣言なし
7位	東芝テック	D(1.27%)	宣言なし

大森ゼミ総合環境重視度ランキングと
日経環境経営度調査との比較

大森ゼミ総合環境重視度 ランキング	企業名	総合環境 重視度	日経環境経営度調査 製造業部門（500点満点）
1位	富士フィルム	B(26.5)	35位(456)
2位	コニカミノルタ	B(25.0)	1位(496)
3位	沖電気	B-(23.5)	95位(422)
3位	京セラ	B-(23.5)	92位(425)
5位	リコー	B-(20.0)	15位(468)
6位	キヤノン	C(19.0)	2位(486)
7位	東芝テック	C(16.5)	61位(442)

5-7 小売業

大森ゼミ総合環境重視度ランキング とCDP(気候変動)との比較

大森ゼミ総合環境重視度 ランキング	企業名	CO ₂ 排出量の削 減率	CDP(気候変動)
1位	イオン	B(2.67%)	A
2位	セブン&アイ	D-(0.17%)	A-
3位	平和堂	A(3.45%)	調査対象外
4位	バロー	A(3.85%)	調査対象外
5位	イズミ	情報なし	F
6位	ヤオコー	A(3.59%)	F
7位	ユナイテッドスーパー	情報なし	調査対象外
8位	ライフ	情報なし	調査対象外
8位	アークス	情報なし	調査対象外

* CDPの評価について：評価がいい順番にA~Dの評価がつけられている。Fは無回答もしくは情報不足。×は調査対象外。

大森ゼミ総合環境重視度ランキングとRE100との比較

大森ゼミ総合環境重視度 ランキング	企業名	CO ₂ 排出量の削減率	RE100
1位	イオン	B(2.67%)	2018年宣言 2050年までに 実現
2位	セブン&アイ	D-(0.17%)	宣言なし
3位	平和堂	A(3.45%)	宣言なし
4位	バロー	A(3.85%)	宣言なし
5位	イズミ	情報なし	宣言なし
6位	ヤオコー	A(3.59%)	宣言なし
7位	ユナイテッドスーパー	情報なし	宣言なし
8位	ライフ	情報なし	宣言なし
8位	アークス	情報なし	宣言なし

大森ゼミ総合環境重視度ランキング と日経環境経営度調査との比較

大森ゼミ総合環境重視度 ランキング	企業名	総合環境 重視度	日経環境経営度調査 小売・外食部門（400点満点）
1位	イオン	A-(37.5)	2位(390)
2位	セブン&アイ	B(37.0)	6位(351)
3位	平和堂	B(36.5)	—
4位	バロー	B-(28.5)	—
5位	イズミ	B-(26.0)	—
6位	ヤオコー	C(21.5)	—
7位	ユナイテッドスーパー	C-(16.0)	22位(194)
8位	ライフ	F(0.0)	—
8位	アークス	F(0.0)	—



第6章

検証結果と考察

環境重視の度合いと経営上の優位性に関する仮説の検証結果

仮説

1. 経営上優れた企業(ここでは売上高成長率・経常利益率・労働分配率)は環境に配慮した企業経営を行っている。

結果

仮説は部分的に検証された。

経営上の優位性と環境を重視した企業経営との関連は見られなかったが、例えば「売上高成長率と二酸化炭素排出の削減率平均値」のような細かな比較をしたときに関連がみられる場合もある。

環境重視の度合いと経営上の優位性に関する仮説の検証結果

仮説

2. 環境重視することで経営上の優位性を持つ。

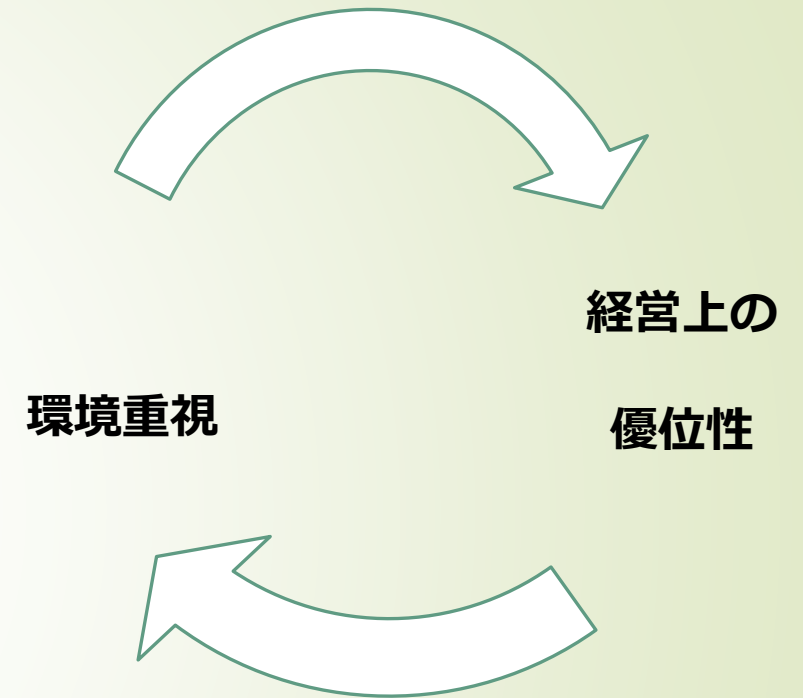
結果

OA機器業界において、仮説が検証される。

小売業界において、仮説が検証されない。

なお、環境を重視しているから経営上の優位性があるのか、経営上の優位性があるから環境に配慮しているのかという部分は、循環している。

ゆえにどちらが発端となっているか把握できない。



6-3

環境重視の度合いと経営上の優位性に関する仮説の検証結果

仮説

3.環境を重視していない企業は経営上の優位性に何らかの問題がある。

結論

OA機器業界において、仮説が検証される。

小売業界において、仮説が検証されなかった。

大森ゼミ総合環境ランキングの総合環境重視度の数値が低い3社を「環境重視をしていない企業*」と定義する。

OA機器：リコー、東芝テック、キヤノン の3企業

小売業：ヤオコー、イズミ、ユナイテッドスーパー の3企業

*環境重視度の数値がゼロの企業は対象から除く。

環境重視の度合いと経営上の優位性に関する 仮説の検証結果

OA機器 リコー、東芝テック、キャノンの3企業

売上高成長率：リコー(4位)、東芝テック(5位)、キャノン(3位)

経常利益率：リコー(7位)、東芝テック(5位)、キャノン(3位)

労働分配率：リコー(2位)、東芝テック(7位)、キャノン(5位)

経営上の優位性のどれか1つだけ問題があるという企業もあるが、環境重視度の高さ^①と経営上の優位性^②に関連が強く見られると言える。

OA機器業界において、仮説が検証された。

6-5 環境重視の度合いと経営上の優位性に関する 仮説の検証結果

小売業 ヤオコー、イズミ、ユナイテッドスーパーの3企業

売上高成長率：ヤオコー(3位)、イズミ(2位)、ユナイテッドスーパー(8位)

経常利益率：ヤオコー(3位)、イズミ(1位)、ユナイテッドスーパー(9位)

労働分配率：ヤオコー(7位)、イズミ(9位)、ユナイテッドスーパー(4位)

小売業の場合、総合環境重視度の数値が低い企業であっても経営上優れていないとは限らない。

小売業界において、仮説が検証されなかった。

考察：小売企業が総合環境重視を行うメリットを利用者は感じにくい。したがって環境重視の度合いと経営上の優位性との関連は弱くなるから。

環境重視の度合いと経営上の優位性に関する 仮説の検証結果

仮説

4.環境に優位性を持っている企業はステークホルダーの環境志向に
適応している

結論

仮説は検証されなかった。

大森ゼミ総合環境重視度ランキングの総合環境重視度の数値が高い3社
を「環境に優位性を持っている企業」と定義する。

OA機器：コニカミノルタ、富士フイルム、沖電気の3企業

小売業：イオン、セブン&アイ、平和堂の3企業

環境重視の度合いと経営上の優位性に関する 仮説の検証結果

OA機器業界 富士フイルム、コニカミノルタ、沖電気の3企業

前年度と比較したOA機器製品使用によるCO₂発生量削減率の平均値
(顧客エコ)

富士フイルム(4位)、コニカミノルタ(6位)、沖電気(2位)

OA機器業界では仮説が検証されなかった。

考察：環境を重視している企業に関わらず、
他社も顧客エコに注力している。
そのため、環境重視の度合いに左右されない。
したがって、関連が弱い。

環境重視の度合いと経営上の優位性に関する 仮説の検証結果

小売業 イオン、セブン&アイ、平和堂の3企業

前年度と比べリサイクルによって削減できたCO₂排出量の平均値（顧客エコ）

イオン(4位)、セブン&アイ(1位)、平和堂(2位)

小売業界では仮説が検証されなかった。

考察:小売企業が顧客エコを重視することによる経営上のメリットを利用者は感じにくい。したがって、環境に優位性を持っている企業でもステークホルダーの環境志向に適應する努力を怠っているのではないかと考える。

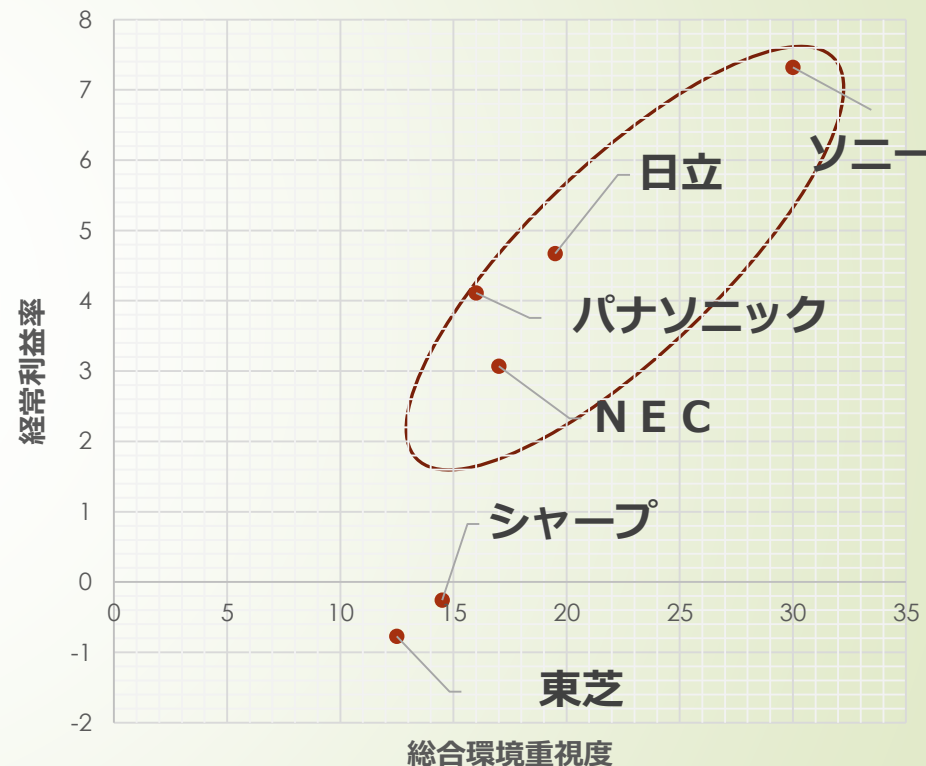
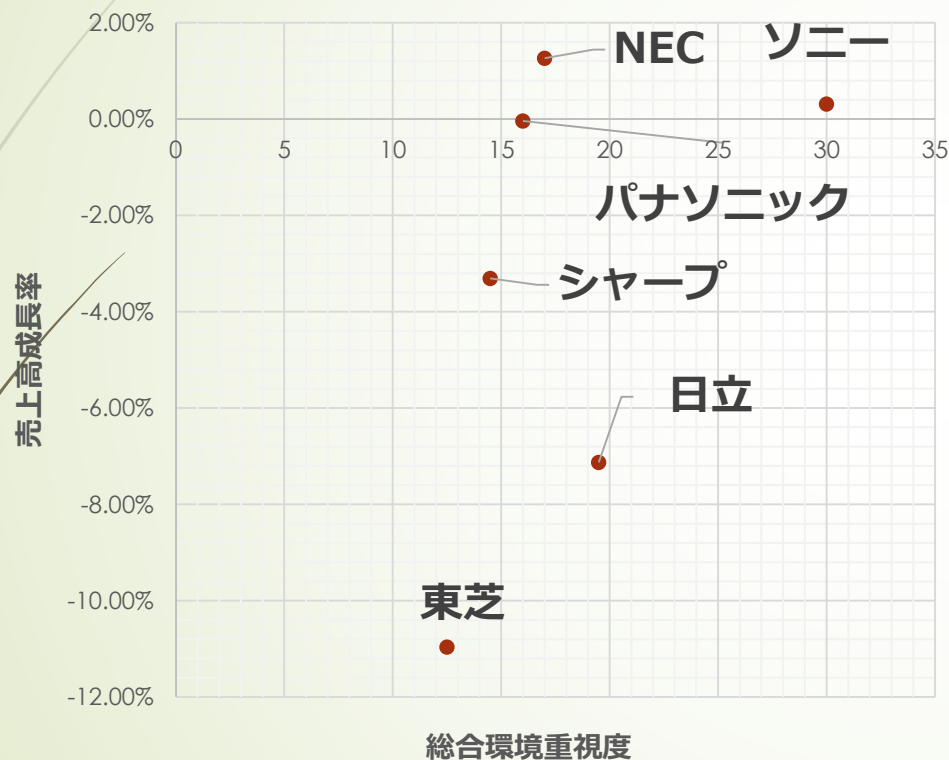
当初の予測： 経営上優れた企業と、その企業が環境重視していることとの関連は、製造業に強く見られる。一方で、小売業のような商品を製造しない業種においてはその関連は弱い。

結果： OA機器では経営上の優位性と総合環境重視度との関連が強く見られた。他の製造業にも見られる可能性がある(次ページで検討)。

小売業では経営上の優位性と総合環境重視度との関連は弱い。他の非製造業については今後検討する。

6-10 予測の検証結果

補足データとして他の製造業に属する電気機器業界の環境重視の度合いと経営上の優位性との関連を表すグラフを検討する。



電気機器業界において、総合環境重視度と売上高成長率との関連は見られなかったが、経常利益率との関連は見られた。

6-11 なぜ小売業は経営上の優位性と総合環境重視度との関連が弱いのか

理由：小売業において経営上の優位性と総合環境重視度の高さの両立は難しいから。

総合環境重視をすることは時間やお金がかかるが、総合環境重視を行うメリットを小売企業の利用者は感じにくい。そのため、環境重視することで経営上の優位性を持つというサイクルがOA機器ほど生まれにくい。


環境重視の度合いと経営上の優位性に関する 仮説の検証結果の考察

当初私たちは予想していなかったが、OA機器業界、小売業界のどちらにも労働分配率と総合環境重視度との関連が強く見られた。

これについて私たちは、「従業員を重視している企業は高い給与水準や、社会的評判の水準を維持するため、労働分配率や総合環境重視度を高く保っている」と解釈する。


理由

- ①労働者は企業から金銭的給与だけでなく、その企業で働いているという社会的評判という「給与」も享受していると考えから。
- ②最近「その企業が環境重視をしているか」という部分も社会的評判と捉えるようになったと考えから。
- ③金銭的給与と社会的評判という「給与」の高さは従業員の忠誠心(やる気)の向上につながるから。



おわりに

企業の労働分配率と総合環境重視度との関連についてより詳しく調査することが今後の課題である。



参考文献・参考URL

- ・以下の企業の「有価証券報告書」、「環境報告書」及びウェブサイト(五十音順)
株式会社アークス、イオン株式会社、株式会社イズミ、沖電気工業株式会社、キヤノン株式会社、京セラ株式会社、コニカミノルタ株式会社、シャープ株式会社、株式会社セブン&アイ・ホールディングス、ソニー株式会社、株式会社東芝、東芝テック株式会社、日本電気株式会社、パナソニック株式会社、株式会社日立製作所、株式会社バロー、富士フイルム株式会社、株式会社平和堂、株式会社ヤオコー、ユナイテッド・スーパーマーケット・ホールディングス株式会社、株式会社ライフコーポレーション、株式会社リコー
- ・ Baranova・Meadows(2017). Engaging with environmental stakeholders: Routes to building environmental capabilities in the context of the low carbon economy. *Business Ethics:A European Review*, Vol. 26, Issue 2, pp. 112-129, 2017

参考文献・参考URL

- ・ 環境省 廃棄物・リサイクル対策部 企画課循環型社会推進室 『3R原単位の算出方法』 (<https://www.env.go.jp/press/files/jp/19747.pdf>) (最終閲覧日2020年10月12日)
- ・ SUSTAINA 『日本のRE100加盟企業一覧』 (<https://www.sustaina.org/ja/links/re100/>) (最終閲覧日2020年10月12日)
- ・ 日本経済新聞 『コニカミノルタ、3年ぶり首位 調達先とCO2削減 環境経営度調査』 (<https://www.nikkei.com/article/DGXMZO45283400V20C19A5EA5000/>) (最終閲覧日2020年10月12日)
- ・ CDP-companies scores (<https://www.cdp.net/en/companies/companies-scores>) (最終閲覧日2020年10月12日)



ご視聴ありがとうございました。

