

明日 への 話題

経営者や アナリスト の現場感覚



京都大学
名誉教授

かわきた ひでたか
川北 英隆

バプアニューギニア北部の大河、セピック川を旅行した。かつて首刈りの風習があった地域であり、日本軍が戦った場所でもある。行くまではどんな地域かと少し緊張した。実際はというと、訪れた村の人々は教養が高く、温和だった。目の前を流れるセピック川の豊かな自然を護るため、日本として何をすべきなのかを真剣に考えさせられた。

SDGsやESGは単なる言葉や概念ではない。そうだとわかっているけれども、これらの核心が何であり、だからどうすべきなのか、本当に理解している者が何人いるのか。

もう一例を挙げたい。今、プラスチックのゴミ問題がさかんに議論されている。とはいえ、この問題は少なくとも20年近く前から目立っていた。先進国はともかく、発展途上国の都市部から一歩外に出れば、プラスチックのゴミが散乱していた。そんな既知の事実が今になって蒸し返されるのは、なんとも不思議である。

ESGに関して、根底をなすのはGであり、経営者の意識である。その経営者が幅広く現場を見聞きしているのか。EやSに関して、経営の先を見据えるためには、自社の工場や店舗を訪ねるだけでは不十分である。幅広い見聞が求められる。本や雑誌ではもの足りない。出張のついでに足を伸ばしてもいい。社員に有給休暇を取らせ、自由に旅行させ、報告を聞いてもいい。その程度の余裕や度量は最低限必要だろう。

アナリストも同じである。海外で体験したESGの実例を土産にというか武器にというか、いずれにしても企業訪問すべきである。企業と意見交換することで、訪問先の本質が透けて見える。実際に体験した実例をぶつけて意見交換できれば、それが一種のエンゲージメントにもなる。

思うに、「会いたい」と言って来たのに、情報という土産のない訪問者は最低である。そこらに転がっている情報なら、「まあいいか」程度の値打ちしかない。逆に、手作りの、つまり独自に仕入れた情報なら、大喜びである。

経営者もそうだしアナリストもそうだが、数多くの現場を見聞きすることで、本来の役割を完遂できる。真の情報を得るには時間が必要となる。しかし、時間をかけるだけの値打ちが十二分にある。至極当然だろう。