

ESG 投資と言う潮流

注目すべき社会の潮流の1つとして、「ESG 投資」がある

ESG 投資とは環境・社会・ガバナンス(企業統治)のイニシャルを取った言葉で、平たく言えば「地球環境や人類が生きる社会を大事にしよう。それらを大事にできる体制を作ることができている会社に投資しよう」という趣旨の考え方である。

もともとは国連が2006年にPRI(責任投資原則)を提唱し、ESG 投資を呼びかけたことで世界的に注目を浴びた。

日本では、150億円以上もの規模で年金の積立金を運用しているGP IF(年金積立金管理運用独立行政法人)が2015年にPRIに署名し、ESG 投資を始めたことでいっそう気運が高まった。

GPIFのような機関投資家はなぜ、ESG 投資をするのか。

彼らは「年金」と言う世代をまたぐような超長期の投資を行うため、短期的な利益でなく、長期的な利益を得る必要がある。

つまり、長い間GPIFがリターンを得るためには、1社1社の株価の上がり下がりよりも、経済全体のリスクを減らす必要がある。

だから、ESGのような大きなリスクを考慮した投資をする事は、合理的なのだ。

もし、このあたりを詳しく知りたい方は「ESG 解説」参照。

そして、これは投資家だけに关わる話ではない。

GPIFのような大きなお金を運用する機関投資家がESG 投資をすることで、そういった投資家から流れてくるお金を扱う会社も、ESGに配慮した経営をしなければならなくなってきた。

極端なことを言えば、もはやESGを意識しない会社は徐々に淘汰されていく力学が働いている。

つまり、これから、どの会社もESGを無視して経営することができなくなったと言える。

ESGを意識すると、売り上げ一辺倒では立ち行かなくなる。

売り上げを過度にあげようと環境や社会を犠牲にした商品を安く作れば、それはいずれ批判され、のれんによる無形の価値は押し下がり、結果的に企業価値は下がる。

そうなると投資も集まらなくなり、新たな商品が作れなくなり、結果的に売り上げは上がらなくなってしまう。

だからといって、ESGを気にしすぎて、長期的に環境や社会にとって望ましい投資を優先し、目の前の売り上げや利益を軽視しては、社員の給料も払えなくなり、新しい投資もできなくなり、そもそも会社が続かない。

つまり、ここでもバランスが重要なのだ。

利益を上げる事と、のれんを増やすことを同時に考えていく必要がある。

これは経営者だけが考える問題ではない。働く一人一人が会社のお金の流れの全体を理

解して、行動につなげていく必要がある。

社会性と経済性を両立させるための「創造性」

目の前の売上げ利益を追うだけでなく、ESGのように環境や社会のことを同時に考える。それは、つまり社会性と経済性を同時に実現していくということである。

この2つは性質上、相反した概念になりやすい。本来、対立する概念ではないのだが、経済性を重視して社会性を犠牲にしたり、社会性を重視して経済性を犠牲にすることがある。

例えば経済性を重視してコストを抑えるために、安価だけど環境に悪影響の大きい資源を使ってビジネスをしようや、社会性を重視して貧困などで苦しむ人を支援する活動をしているが利益がなかなか産み出せない、というようなケースがある。

この二項対立を越えていくために、もう一つ考えるべきポイントがある。それは「創造性」だ。

パート2で見てきた通り社会で会社が評価される時「目に見えない価値」こそが大事である。

パート1で見た有形の資産は「お金そのもの」や「お金になるとわかっているもの」だった。

つまり、経済合理性の中だけで測られる価値である。

一方、のれんに入るような目に見えない無形の資産は、いわば「お金になるかどうかわからないもの」だ。

BSにのらないブランド、信用、リソースといった資産は、一朝一夕では手に入れることができない上に、お金をかければ手に入るものでもない。

創意工夫が必要だったり、思いを込めて接客することだったり、会社の社会的スタンスを世の中に示すことだったり、技術的な新規性だったり、そこにはすべて創造性が求められる。

無形の価値これからの時代を作る

世界的に「無形資産」への投資は増え続けている。

世界の時価総額ランキングの上位は、ほとんど無形資産の塊のようなものだ。

実際、アメリカでは、企業が持つ有形資産と無形資産の比率が逆転してきている。

アメリカのS&P 500と言う大企業の市場価値の内訳を見ると、これまで会社は有形の資産で評価されていたのだが、時代を経ることに無形の資産の方が評価されるようになってきている。これは価値の大転換である。

無形の資産ほど、創意工夫が必要になる。

お金で買えるものはお金さえ出せば良いが、信用やブランドや知的財産等を形作るにはクリエイティビティーが不可欠である

つまり、これからの社会には「創造性」が求められる
経済合理性は大事だが、お金を稼がないと持続できなくなってしまう。
しかし、これからは経済合理性以上に創造性や社会性が求められる。

日本の会社は「過小評価」されている
そこには、「PBR を 1 倍以上にすることが大事だ」という趣旨の内容であるが、しかし日本の現場は、PBR が 1 倍未満の会社が半分以上もあると言われる。
PBR が 1 倍未満と言う事は、純資産よりも時価総額の方が小さいということ。
すなわち、日本の会社の大半が、本来持っている純資産よりも市場から評価されていないことになる。
なぜ市場から評価されないのか、なぜ PBR が低いのか。いろいろな見方があるが、その大きな要因の 1 つは、のれんを生み出す力が不足しているからだ。のれんを生み出す力は、創造性によって発揮される
PBR が低いと言う事は、創造性を生かす余剰がまだまだあるということだ。
どうしたら、もっと目に見えない価値を作り出し、のれんの価値を生み出し、会社が社会に貢献できるかを、一緒に考えていきたい。

急激な変化が迫られる時代こそ「創造性」がカギに
ESG だけでなく、DX (デジタル・トランスフォーメーション) や SX (サステナビリティ・トランスフォーメーション) など、急激な時代の変化の波が来ている中、新たなビジネスモデルを模索している会社が多い。
これまでのやり方、これまでの考え方は適用しない。
変化が急速に進む。そういうときには、素早く試して、チャレンジして失敗して、素早く調整することを繰り返し、アジャイルに価値観をアップデートし、アジャイルに物事を進めなくてはいけない場面がある。
変化に対応するためには時代の課題を認識し、素早く対応して乗り越える想像力が必要だ。
そこで創造性を養うための、フレームワークが必要だ。
逆説の構造は、「当たり前をどう覆すか」を考える枠組みで「起点」と「定説」と「逆説」と言う 3 つの箱からなる。
起点には「考える領域のテーマ」が入る
定説には「規定に対する当たり前で常識的な考え方」が入る
逆説には、「定説の逆になる概念」を書く

定説は、時代によって変わる。
定説は、その時代の「あたりまえ」を言語化する作業と等しい
今後どんな逆説が求められるのか？

それが社会性と経済性を両立させると言うことであり、その両立の困難さを乗り越えるためにも、逆説的でクリエイティブな考え方をっておきたい。

iPhone12proMax から河野清一が送信