

(第 6 回「新しい公共」円卓会議資料)

2010年4月28日

「新しい公共」と企業の役割について

(株)ローソン 新浪剛史

1. 企業の存在価値=Sustainability (事業の持続性) の構築

本業を通じて、社会に貢献し (Social Return)、社会からの評価の結果として対価 (利益) を得て、事業を継続。この正のサイクルを持続して、“企業の価値” を向上していく。



- 「経済リターンの最大化」“vs”「社会への貢献の最大化」 から “&” に!
- “Dual Standard” をより意識していくことにより、「企業」が、本業を通じて「新しい公共」のより大きな担い手となる。(企業ノウハウをNPO・NGOとの連携にも活用する)

2. CVSの事例

～何故、35年間も? また次の35年間、持続できるか?

- (1) お客様達 (=コミュニティ) の利便性追求による経済/社会リターン
 - ・ 地域への利便性そして安全の提供 (マチの“何でも屋”を目指して)
 - ・ 地域社会での雇用機会の創出
- (2) 新商品・サービスによる経済/社会リターン
 - ・ 生鮮品の販売 (主婦・高齢者などのニーズ対応)
 - ・ 「薬」販売 (夜間の緊急需要への対応)
→ 更なるイノベーション (遠隔カウンセリング) には規制改革が必要!
 - ・ “地産外消” 商品の開発 (地域振興)
 - ・ 海外展開 (海外でも、利便性・安全を提供)
- (3) 環境対応による経済/社会リターン
 - ・ LED照明・人口知能による店舗省エネの推進
24時間営業の負の相殺 (社会リターン) → 電気代の削減 (経済リターン)
 - ・ EV導入や充電設備の設置
EV促進に協力 (社会リターン) → 来店動機 (経済リターン)

3. 企業行動を“&”にするための要件とは?

(→いかに「社会リターン」&「経済リターン」の最大化をしていくか?)

- ・ 投資家 (=公的基金を含む株主) の評価軸 (ex. ESG投資加速) を短期志向から中長期にすることによって、市場 (マーケット) の目線を大きく変える。

⇒ 持続可能性による企業の現在価値の最大化へ!