

近時のコーポレート・ブランド（Corporate Brand）に 影響する新要素の考察

酒 卷 俊 之

要旨

ブランドという用語からは、名称・商標・ロゴマーク・形状・デザイナー・プロデューサー・グレードなどによって意図的又は受け手側によって分類された製品・サービスブランドがイメージされることが多いが、それが発展すると、企業そのもののイメージであるコーポレート・ブランドとなってくる。このコーポレート・ブランドを中心に、近時、そのブランド・イメージの上昇・下降ないし毀損に影響を与える状況についての考察を行う。

このプロジェクトの計画までの数年間に、その企業の CEO やデザイナーの言動がブランド・イメージに大きな影響を与える現象がみられた。また、そうした言動や企業にとって都合の悪い報道が Web 上で広く拡散するケースがみられた。その後の新型コロナの感染拡大により、2020 年上半期は新型コロナ禍中における企業の社会的貢献活動が積極的に報道されるようになり、これによるブランド・イメージの向上がみられるようになった。

これらの状況は現在も続いているが、2020 年下半期になると、災害復興等の社会的貢献活動に世間の注目が移るとともに、地球温暖化対策等がブランド・イメージの向上要因として強く意識されるようになってきた。企業における社会的貢献は以前から CSR（Corporate Social Responsibility）として注目されていたが、それが企業の持続的発展論と組み合わせつつ SDGs（Sustainable Development Goals）の一環として、またその中心として語られるようにもなってきている。

なお、ブランド・イメージは、企業価値そのものではない。企業価値や株式の評価の際に考慮される資産や事業計画等の将来性、期限割引、グループ間の提携・競業状態、上場・非上場等の株式の流動性、その他の企業価値の算定に不可欠な要素は含まれない。単純に消費者等がその企業に抱くイメージそのものである。しかし、それは販売量の増減や投資家等の行動などによって、事後的に企業価値の増減につながっていくことも多い。私の研究は、今まで訴訟においてはあまり考慮されてこなかった近時の企業評価の指標について検討していくものである。

1. はじめに

ブランド（Brand）という用語は、各分野や状況によって使用する意味合いが異なる為、一概には定義付けられないが¹、一般には、名称・商標・ロゴマーク・形状・デザイナー・

プロデューサー・グレードなどによって意図的又は受け手側によって分類された商品群や役務（サービス）群がイメージされることが多い（いわゆる製品ブランドやサービスブランド）。それが発展すると、企業そのもののイメージとなってくる。その場合には、商品群・役務群＝企業イメージの場合もあるが²、商品群・役務群のブランドより企業名等を略した名称による企業自体のブランド（いわゆるコーポレート・ブランド）の方が有名になってくる場合も少なくない³。ここでは、こうした商品群・役務群の枠を超えたコーポレート・ブランドを中心に、近時、そのブランド・イメージの上昇・下降ないし毀損に影響を与える状況についての考察を行う。なお、ここでいうブランド・イメージは、企業価値そのものではない。企業価値や株式の評価の際に考慮される資産や事業計画等の将来性、期限割引、グループ間の提携・競争状態、上場・非上場等の株式の流動性、その他の企業価値の算定に不可欠な要素は含まれない。単純に消費者等がその企業に抱くイメージそのものである。しかし、それは販売量の増減や投資家等の行動などによって、事後的に企業価値の増減につながっていくことも多い。

このプロジェクトの計画がなされた2019年までの数年間に、その企業のCEOやデザイナーの言動がその企業や商品群・役務群のブランド・イメージに大きな影響を与える現象がみられた。また、そうしたCEOの言動や企業にとって都合の悪いニュースがWeb上で広く拡散するケースがみられた⁴。そこで当初はそうした状況の分析を取材等も踏まえて行うことを計画した。

しかし、その後の新型コロナの感染拡大により、取材等を行うことが困難になるとともに、2020年上半期は新型コロナ禍中における企業の社会的貢献活動が積極的に報道されるようになり、これによるブランド・イメージの向上という特徴がみられるようになった。

これらの状況は現在も続いているが、2020年下半期になると、災害復興等の社会的貢献活動に世間の注目が移るとともに、地球温暖化対策等がブランド・イメージの向上要因として強く意識されるようになってきた。企業における社会的貢献は以前からCSR（Corporate Social Responsibility）として注目されていたが、それがESG（Environment; Social; Governance）投資や企業の持続的発展論と組み合わせさせてSDGs（Sustainable Development Goals）の一環として、またその中心として語られるようになってきている。

私の研究は、広い意味でのこうした近時の企業評価の指標について検討していくものである。なお、取材については新型コロナ禍中の折、計画通りにはいかない中で2020年度末に研究期間の終了を迎えており、また、計算式を使つての株価推移等による企業価値の分析は、研究期間終了後の2021年6月11日に改訂コーポレートガバナンス・コードが発表されたことを受け、次の研究課題としていく予定とした為、本稿で触れる2021年度の状況は理想を加えた未来志向的なものとなっている。

2. 近時のブランド・イメージへの Web 等の影響

ブランド・イメージは、商品・役務の品質・提供の内容、価格の相当性、希少性等の有無などによって形成される⁵。ブランドに特徴的な名称・商標・ロゴマーク等を用いることによって、他との区別がしやすくなる⁶。さらに宣伝が加わることによって、人々にそのブランドの認識を周知させる。ときに戦略として、まず、ブランドとして意識させ、その後、商品・役務等の内容を周知させる手法が採られることもある⁷。その伝え方や伝わり方により、商品・役務の製品・サービスブランドがコーポレート・ブランドに発展することもある⁸。また、製品・サービスブランドでもコーポレート・ブランドでもない特別な名称がブランドとして確立している場合もある⁹。

宣伝方法も新聞・雑誌等への掲載、ラジオ CM、テレビ CM を経て Web 上へと発展している。宣伝も企業が広告主として行うものだけでなく、商品を買った人や役務の提供を受けた人の感想や点数付けといった第三者の格付けが確立している。企業が対価を払って行う宣伝は多くの場合に自己に都合の悪い情報は流さないのに対し、情報サイトは消費者等が客観的に評価するものである為、より情報の信頼性が増す¹⁰。もともと、こうしたものに見せかけたステルスマーケティング（ステマ）¹¹や悪意のある攻撃行動¹²などの新たな問題も考慮しなければならなくなった。

さらに企業が自ら Twitter などによって伝えた情報が、他のものによって情報や感想が書き加えられ、ときに改竄され、拡散していくという問題もある¹³。

Twitter などの発言が企業イメージに影響を与える人物として世界的に有名なのが、イーロン・マスク（Elon Reeve Musk）氏である。同氏は航空宇宙メーカー・宇宙輸送サービス・衛星インターネットアクセスプロバイダーなどの宇宙開発企業として知られる「Space Exploration Technologies Corporation（通称：スペース X）」の創設者および CEO、電気自動車や自動運転車開発、クリーンエネルギーを推進するテスラモーターズやソーラーシティなどを傘下に持つ「Tesla（テスラ）グループ」の中心人物（CEO 等）であり、一般的なイメージは宇宙開発及びクリーンエネルギーの推進者である。同氏の結婚・離婚・交際歴などのゴシップ記事や自動運転車開発において死亡事故などの他者の発信するマイナス記事も見かけるが、それ以上に同氏の経営や火星移住計画などの Twitter 等における発言等は同社の株価の推移や他者の動向にも大きな影響を与えている¹⁴。

日本のファッション通販サイト ZOZOTOWN 等を運営する「株式会社 ZOZO」の創業者である前澤友作氏の Twitter での発言は一時期大きな注目を集めた。女優である剛力彩芽氏との交際内容の報告、100 万円プレゼント企画、芸能人等の友達募集、宇宙旅行への参加などである。ZOZO に関しては、ZOZOTOWN の急激な発展、試着に代わる ZOSUIT の開発などで、一時、経営的に評価する記事が多くあり、それが同氏の言動と相俟って、若者に夢を与える人物としてもてはやされた。また、会社の発展にも概ね貢献した。その後、

ZOZOTOWN においての値引き販売等に反発したメーカーが ZOZOTOWN への参加を取りやめたことから、ZOZO の将来に暗雲が漂った途端に、自己の保有する株式を売却し、多額の資金を得て ZOZO を去る見事な EXIT をやってのけた¹⁵。一線を退いた現在では宇宙旅行等の言動で注目されているが、まだその言動は ZOZO への影響力を持っているようである。

2010 年～2011 年にフランスの「Christian Dior」のチーフデザイナーであった John Galliano 氏がカフェ等で他人のグループに向けて、ユダヤ人を差別する暴言を吐いた行為は、差別的発言を受けた被害者の一人に携帯端末で動画撮影され、これが拡散したことで公衆にも知れ渡ることになった。同社は Galliano 氏に解雇処分の対応を取った。イギリス人である Galliano 氏自身も事件を起こした居住地であるフランスにおいて 6,000€ の罰金刑に処されている¹⁶。なお 2014 年に John Galliano 氏は、彼とは対照的にマスコミへ顔を露出するなどのリスクを極端に嫌った Mattin Margiela 氏の引退後、Maison Mattin Margiela (2015 年から Maison Margiela) のクリエイティブ・ディレクターに就任し、ファッション業界に復帰している。

同様の事件は 2021 年にも起きている。パレスチナ人モデルの Qaher Harhash 氏がパレスチナ地区へのイスラエル軍の空爆による無差別殺戮行為等に対して SNS へ意見投稿を行ったところ、スペインの「ZARA」のチーフデザイナーである Vanessa Perilman 氏により Harhash 氏に、同人やパレスチナ人全体を侮蔑するメッセージが送りつけられたというものである。Harhash 氏はそのスクリーンショットを自身のインスタグラムに公開し、それが世界中に拡散された¹⁷。この事件については、今のところ、「ZARA」は目立った処分を行っておらず、Perilman 氏及び「ZARA」への批判の高まりとともに、不買運動などにつながり、ブランド・イメージが低下している。

2019 年当初にこうした Twitter での発言が注目を浴びる人物は、企業人以外にもトランプ前米大統領や反トランプ派の芸能人など政界や芸能界にも多くいた。そこで、こうした Web 上による発言や会社の方針の発表に対する姿勢を企業の CEO 等にインタビューして、その計画の有無や実際の成果について取材していく予定であった。そこに新型コロナ蔓延による外出自粛要請の事態を受け、事態は一変する。Web 利用に前向きな企業はもとより、以前は後ろ向きと思われた企業までが一斉に Web による情報の発信に乗り出したのである。これ以降、Web による情報の発信は消費者向けかつある程度の規模の企業では当たり前になりつつあり、その発信の仕方も多岐に渡っている¹⁸。

なお、真実でない情報の発信が上場会社の株価に影響を与えるようなものである場合には、金融商品取引法 158 条の規定による「風説の流布」に該当し、懲役や罰金の刑に処される場合がある¹⁹。また、その行為によって当該会社に損害を与えた場合には当該会社による損害賠償責任の追及が行われる場合もある。さらに当該発信者とその株式会社の役員等である場合において、株主を含む第三者に損害を与えた場合には会社法 429 条の規定による「役員等の第三者に対する責任」やその他の規定による第三者責任の追及²⁰、その株式会社に損

害を与えた場合には会社法 423 条の規定による「役員等の会社に対する責任の追及」やその他の規定による会社に対する責任の追及が行われる場合がある²¹。

なお、本稿は単なるブランド・イメージに大きな影響を与えた言動の例として前述のものをあげただけであり、イーロン・マスク氏や前澤友作氏の例にあるような単なる自分の意見の表明に伴うイメージ・ダウンによる損害賠償責任を肯定するものではない。人として法的に許されるレベルの失言は特別なことではないし、注目度が高い人物の言動が、即ブランド・イメージの向上・低下につながるだけであり、短期に株価や売り上げが元に戻るようであればその企業に金銭的損害があったと認定されることもない²²。結局、その言動を行った者がその企業にとって唯一無二の存在ではないと経営者や株主などが判断すれば、解任や解職をされたり、再任されなかったりすることで代償を払うことになるし、唯一無二の存在である者は自らの資産を減らすことはあっても殆ど会社を追われることはない。また、一旦会社を追われたり、退任したりしたとしても呼び戻されることになる²³。

3. 2020 年上半期の企業の CSR 活動の特徴（新型コロナ対策）

CSR (Corporate Social Responsibility) は、「企業の社会的責任」などと訳される。近時の企業の CSR 活動とは、「持続可能な社会の実現に向けた企業の社会貢献活動」を指し、有害物質・汚水・汚泥の除去・植林活動等の「環境保護」、イベント活動の支援や文化財の保全活動等の「文化支援」、性別や国籍による採用・昇進・職域等の差別撤廃、労働時間・労働環境の改善・労働者の心身の健康管理等の「人権保護」などを中心に、株主・顧客・地域住民・国民・世界に向けて行われてきた。東証が採用する上場企業に対する「コーポレートガバナンス・コード」²⁴も、こうした活動への参画を推奨しており、本業を通じた社会貢献、ステークホルダーとの関係構築、環境への配慮を求めている。

従前からヨーロッパにおいては、社会貢献活動に対する一般市民や投資団体の関心が高い傾向があったが、近時は、地震や豪雨災害を受けた地域への関心等から、わが国でも、社会貢献活動に対する関心が高まっており、ふるさと納税の返礼品や株主優待において様々な寄付や災害地域への支援を選択する方が増えている。当然、こうした人々や慈善団体・環境保護団体を中心に CSR 活動に熱心な企業の商品購入や株式投資等を行う動きもあり、CSR 活動を行う企業自身のコーポレート・ブランドのイメージアップや宣伝につながっている。

特に 2020 年上半期においては、新型コロナ感染対策に関する社会貢献が多く報道されるようになった。以下は、2020 年初頭にブランド・イメージが向上したと思われるケースを簡単に紹介する。これらの活動はその企業自身の発信に限らず、受益者や第三者によって発信・拡散され、その企業のコーポレート・ブランドのイメージアップにつながっている。なお、新型コロナ禍は現在も続いているが、マスクや消毒薬不足が解消された頃から、新型コロナ対策に対する企業の社会貢献への注目度は減少していく。さらに、地球温暖化を原因と

する災害等の多発により、企業のCSR活動や世間の注目も地球温暖化対策や災害対策等に移っていくことになる。

新型コロナウイルスは、厚生労働省が2020年1月6日に中国武漢において原因不明の肺炎が流行しているとの注意喚起を行い、WHOが同月14日に新型コロナウイルスの確認を発表、同月30日に「国際的な緊急事態」を宣言、同月31日に指定感染症に指定したことにより日本でも一般の人々に認知されるようになった。ただこの段階では、現在のようなパンデミック状態を想定した危機感を持つ者は少なく、1月中旬の中国の春節による人の移動の制限も殆ど行われず、アジア・ヨーロッパ・北米東海岸へと感染が拡大していった。その後、2月3日に横浜港に感染者を乗せたダイヤモンド・プリンセス号が入港したことで日本での危機感が少し高まったが、2月11日にWHOがこの新型コロナウイルスをCOVID-19と命名した時期には、まだ一部地域以外への海外への渡航は空港における検温等のみの手続きで行われていた。

3.1 薬品・医療品関係

厚生労働省は2020年2月7日に日本製薬団体連合会や日本製薬工業協会に「新型コロナウイルス感染症の治療に用いる医薬品のスクリーニングに用いる原薬の提供依頼について」とする文書を発し、新型コロナ感染対策に対する支援依頼を行った。これに応じて多くの製薬会社等が原薬等の提供を行った。この時期はまだ中国を中心に新型コロナ感染症が蔓延していた為、各社は中国大使館や中国法人等を通じて中国の赤十字組織等への寄付や中国の地方政府・病院等へマスクや医療品の寄付を行っている²⁵。

一部の製薬企業は、AMED（国立研究開発法人 日本医療研究開発機構）感染症実用化研究事業・新興・再興感染症に対する革新的医薬品等開発推進研究事業で実施中の「新型コロナウイルス（2019-nCoV）の制圧に向けての基盤研究」²⁶に参画し、「新型コロナウイルス（2019-nCoV）に対する遺伝子ワクチン開発」課題を分担した。

2020年3月に入り、日本政府は10日に新型コロナ禍を「歴史的緊急事態」に指定し、翌11日にWHOがパンデミック宣言を行い、春の選抜高校野球の中止が決定、24日には東京五輪・パラリンピックの延期が決定し、さらに同月30日に志村けん氏が亡くなったことで、一気に日本在住者の緊張が高まったように思われる。

4月に入ると、7日に7都道府県に緊急事態宣言が出され、16日には緊急事態宣言が全国に拡大したこともあって、さらに緊張が高まる。海外においても5日にはイギリスのジョンソン首相が新型コロナウイルスに罹患して入院、12日にはアメリカの死者数がイタリアを抜き世界一位になったとの報道がされており、世界中で緊張が高まった。さらに、アフリカやカリフォルニアでの感染者数増加の報道がなされ、世界中の感染者数が増加し、また一度、感染が収まったとされる地域でも再び感染が拡大している地域がみられるようになった。

この頃になると、わが国でもマスク・消毒薬・感染症治療薬等の供給がひっ迫し、各製薬会社は、厚生労働省の「新型コロナウイルスに関連した感染症発生に伴う医薬品原料等の確

保」の要請に応じ、治療薬等の増産・提供を行った²⁷。薬品・医療品関係は、新型コロナ禍に乗じて儲けた企業として、揶揄されることもある為、社会貢献活動は重要である。

一方、国や都道府県等からの新型コロナ対策の要請を受け、マスクや医療関係品の製造を始めた会社のうち、シャープ、アイリスオーヤマは電化製品のイメージがあり、そのマスク製造への参加が注目された（実際にはフィルター等のノウハウがあった）。

子供向け衣料品のイメージがあるミキハウスも子供用マスク・独自の抗菌加工などで貢献した。ファストファッション最大手のファーストリテイリングのブランドであるユニクロのマスク製造・販売は、その販売に大勢が押し寄せる様子がニュースとなった。ブリジストンも3月10日に中国での新型コロナウイルス対策活動への支援を開始し、後にグループ内の事業活動で使用する簡易マスクを自社で生産すると発表するとともに、4月24日には日本国内の医療現場への防塵マスク等の提供を行っている²⁸。

また、北海道で最大の店舗数を誇るコンビニエンス・ストアチェーンである「セイコーマート」を展開するセコマは、同社がノウハウを持たない不織布について、王子ネピア株式会社から供給を受けることで、8月下旬より自社製のマスク製造を開始し、自身のサプライチェーンに乗せて販売していく計画を発表した²⁹。

さらに住友ゴム工業は、医療用ゴム手袋の輸入が困難になった事態³⁰から、政府の要請を受け、ニトリルゴム薄手手袋の生産能力の増強に力を入れている。

ただし、その後の緊急事態宣言や蔓延防止等重点措置の多発、マスクや消毒薬の普及、海外からの新型コロナワクチンの輸入及び集団接種の実施により、国内の薬品・医療品関係の供給の貢献³¹に対する注目は、現在はかなり低くなっている。

3.2 新型コロナ禍中の企業の動き

最初の緊急事態宣言下において、感染者数の低下が見られた為に、2020年5月25日には全国で緊急事態宣言が解除された。その為、3月期決算の株式会社はこの時期に例年に近い日程で株主総会を行えたところが多く、決算報告の遅れで株主総会の日程を遅らせた株式会社や継続会を行った上場会社も殆どがこの時期に株主総会を済ませている。その後、緊急事態宣言前よりも感染者数が増加し始めたにも拘わらず、7月22日には「Go To トラベル」キャンペーンが始まり、感染が全国的に拡大し、死者数の増加がみられた。さらにその後も人流の増加・感染力の高い変異型の発生による感染者・重傷者・死者の増加によって緊急事態宣言や蔓延防止重点措置の発令が繰り返され、新型コロナ禍における特殊な状況が長引くに至って、人々の企業の新型コロナ対策への貢献に対する注目も低下する。2021年の株主総会では、感染症対策も万全となり、初年度のような新型コロナ対策への注目はなかった。

そうした中、トヨタグループは新型コロナ感染症に対する社会貢献を継続して行っている企業として注目されている。トヨタ自動車は、防護マスクの生産、医療機器メーカーの生産性向上への協力、感染者移送へのサポート、医療機関等にて活用可能な備品の提供、生産活

動用マスクの自社内生産による自給自足、需給緩和に向けた取り組み、その他の地域への支援などの取り組みなどの活動を「ココロハコブプロジェクト」と名付けてグループ全体で取り組んだ。5月にはグループ各社が事業所所在地の医療機関や自治体にフェイスシールドとシールドフィルム等の感染拡大防止のための備品を提供し、同月7日に豊田合成等が新型コロナウイルスのPCR検査車両を東京都医師会に提供している³²。同月29日には、豊田自動織機等が備品提供の拡大を発表し、エアバッグの生地を用いた防護服の生産を行い、名古屋大学医学部附属病院などの医療機関に提供したことを発表した。8月7日には、トヨタグループはさらに病院や社会福祉法人にフェイスシールドの寄贈の追加を行ったことを発表している。今年もその動きは続いている³³。

2021年は、オリンピック・パラリンピックも開催されたが、ほぼ無観客で行われた為に、協賛企業の広告に触れる機会は少なく、宣伝の効果は著しく低かった。それどころか、会場内でスポンサー企業の飲料だけ優遇されているとか、オリンピックプレスセンター内の自動販売機での価格設定が高いとかの報道により³⁴、コーポレート・ブランドを低下させた企業もあった。一方、大塚製薬は新型コロナ患者の自宅療養者が増えた時期に、ポカリスエットを自宅に届けるなどの社会貢献活動でブランド・イメージをアップさせた³⁵。

3.3 世界的支援

サントリーグループはグループ全体で、しかも世界的規模で新型コロナ感染症対策への貢献を行ったことで注目された。サントリー・ホールディングスは、蒸留アルコールの一部を、消毒用アルコールとして日本国内の医療機関等に提供した。

北米のビームサントリーも、消毒液を生産し医療機関に寄付するとともに米国バーテンダーズギルド財団緊急援助プログラム、レストランワーカーズコミュニティ財団、ミズリー・レストラン協会のワーカーズ・ベネフィット基金等に金銭を寄附するとともに、米国のレストラン・バー従業員・Lee Initiative Restaurant works Relief Programを支援し、19都市で10万食の無料ミールキットを寄附、Shift-Meals To-Goプログラムを設立し、無料で食事を提供した。ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、米国ノースカロライナ州にて500を超えるレストラン向けに、レストランがテイクアウト向けに営業していることを告知するオリジナルのバナーを作成し配布している。また、サントリー・フラワーズは、米国のNPO法人や病院などに切花を寄贈している。

ビームサントリーは、ヨーロッパ各地でも積極的に消毒液や金銭の寄附を行っている³⁶。ビームサントリー傘下であるクルボアジエはフランス・コニャック協会(BNIC)を通じ、コニャック地域の医療サービスに、同様に傘下であるシップスミスはインペリアル・カレッジ・ロンドンに消毒用アルコールを寄附、さらにDrinks Trustと協働し、関係先支援のための4万ポンド以上の資金を調達、サントリー食品ヨーロッパ(SBFE)は、ヨーロッパ各地にて様々な支援を実施している³⁷。

日本以外のアジア地域においても、サントリー・ペムシコ・ベトナム・ピバレッジ (SPVB) は、パートナーと共に、コミュニティに対し無料での食事提供、医療従事者への資金及び食品の提供を実施、サントリー・ガルダ・ピバレッジ (SGB) は、インドネシアにおいて、商品提供に加え、医療従事者用に防護服及び医療用マスクを病院に寄附、SGB 商品を扱っている全国の食料品店及び学校に対し、布マスクを提供、サントリー・ペプシコ・ピバレッジ・タイは、病院や地域のコミュニティに対して、資金、自社商品、食料、救護物資、防護具等を支援、ブランズ・サントリーは、タイ、ミャンマー、台湾、香港でそれぞれ医療従事者、政府関係者、その他最前線で働いている人々に対し、免疫力向上のため、エッセンス・オブ・チキンを寄附、ビームサントリーは、National Restaurant Association of India (NRIA) と組み、インドの業務店の従業員支援のための寄附、そのビームサントリーのインドの従業員も、約 270 万 INR (約 380 万円相当) を Rajasthan Chief Minister COVID-19 Relief Fund に寄附、ASC ファインワインズは、武漢の医療従事者用防護品調達のため、上海チャリティ財団に寄附、三得利 (中国) 投資有限公司 (SHC) は、上海市ボランティア基金会及び上海市慈善基金会に飲料を寄附、賓三得利洋酒貿易 (上海) 有限公司 (BSC) は、得意先業務店に対し、ギフトパックを寄附している³⁸。

3.4 多角的支援

ソニーは、2020 年 4 月 2 日に、総額 1 億 US ドル (約 108 億円) の支援ファンド「新型コロナウイルス・ソニーグローバル支援基金」³⁹ を設立して、主に、「医療関連」⁴⁰ 「教育」⁴¹ 「クリエイティブコミュニティ」⁴² の 3 つの領域において、支援活動を実施している⁴³。

KDDI は 2020 年 3 月 19 日の「新型コロナウイルス感染症の影響拡大に伴う料金請求の取り扱いについて (期限を 7 月 31 日まで延長、その後更に 8 月 31 日まで延長)」において顧客の電話料金支払い困難者に救いの手を差し伸べた (同日に SOFTBANK も NTT ドコモも同様の発表をした)。また、通信事業者の多くは、2020 年 3 月 27 日に厚生労働省から要請が発表された外出自粛状況の把握やクラスター状況の把握の為の位置情報の提供に応じている⁴⁴。

KDDI 独自の CSR 活動は、2020 年 3 月 31 日に社会福祉法人中央共同募金会の赤い羽根「臨時休校中の子どもと家族を支えよう緊急支援募金」に 1 億円を寄付⁴⁵、4 月 30 日には、グループ会社やサイトでの募金を合わせて追加寄付も実施している。5 月 14 日には、同社が備蓄していた医療用品に代用可能な防護服、ゴーグルを全国 7 カ所の医療機関に提供している⁴⁶。その他にも、新型コロナウイルス感染症対策支援として、学習支援などの様々な活動を通して社会貢献を行っている⁴⁷。結果として、東洋経済が毎年、CSR と財務の両面から「幅広いステークホルダーに信頼される会社」を見つけることを目的に作成した「CSR 企業ランキング」の特別編「コロナ下で信頼される『CSR 企業』トップ 500 社」(東洋経済 ONLINE 2020/7/8) において、前年まで連続 2 期 1 位だった NTT ドコモを抜き、KDDI が

1位となっている。なお、2021年は新型コロナ対策より後述するESG・SDGsに注目が移り行く中、作成された「信頼される『CSR企業』TOP500社」（東洋経済ONLINE2021/9/6、週刊東洋経済3月6日号にも掲載）⁴⁸において、KDDIは、人材活用、環境、企業統治+社会性、財務でそれぞれ高評価を得て再び1位を獲得している。

また、大手のスーパー・コンビニエンスストアやテレビ・ラジオ局は広く募金活動を行っている。そのうち、セブン&アイホールディングス、イオン、テレビ・ラジオ局のキーステーション局は全国規模の為、募金金額が高額でインパクトがあった。

逆にJTのように「日本映画業界の応援」「店舗へ先払いシステム」「居場所を失った方やエッセンシャルワーカーへの支援」等の特定の部門への支援を行う企業もある⁴⁹。

3.5 JR・ホテル関係等

JR東日本は直営の病院（東京・仙台）で、感染が疑われる人の診察・入院等の対応にあたるとともに、軽症者の受入れに関する自治体からの要請に対して、ホテルを提供している。ホテル業界では、他にアパホテル、東横イン、品川プリンスイーストタワー等も同様に軽症者の受入れにあっている。新型コロナウイルスに罹患した軽症者の受入れはホテル全体の風評被害にもつながる為、各ホテルにはかなりの負担であり、各ホテルは感染対策をHPで強調している⁵⁰。

3.6 知的財産の解放

2020年4月13日に「知的財産に関する新型コロナウイルス感染症対策支援宣言（COVID-19と戦う知財宣言）」として、トヨタ自動車株式会社等の社員を発起人として行われた宣言においては、一部の特許権・実用新案権・意匠権・著作権について、WHOが新型コロナウイルス感染症蔓延の終息宣言を行うまでの間、新型コロナウイルスの蔓延を終結させることを目的とした行為に対して権利行使を行わない旨が記載されている。現在は引き続き知的財産権を有する個人や企業に対して宣言への参加を呼び掛けており、宣言者並びに対象特許数は増加し続けている⁵¹。2020年には、本学部の授業で用いたオンライン・ツールであるZOOMがアカデミック向けの無料通話の時間を無制限とし、第一法規のD1-Lawが一部のアカデミック向け検索を無料にした。家庭教師のトライで有名な株式会社トライグループは2021年度もオンライン夏期講習を無料にするなどのテレビCMを流している。

4. SDGs 及び地球温暖化対策等への企業貢献（2020年下半期以降）

4.1 SDGs がブランド・イメージに与える影響

SDGs（Sustainable Development Goals：持続可能な開発目標）は、2015年9月25日の国連総会で採択されたTransforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development（持続

可能な開発のための 2030 アジェンダ) に記述された 2030 年までの具体的方針である。①あらゆる場所で、あらゆる形態の貧困に終止符を打つ、②飢餓をゼロに、③あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を推進する、④すべての人々に包摂的かつ公平で質の高い教育を提供し、生涯学習の機会を促進する、⑤ジェンダーの平等を達成し、すべての女性と女児のエンパワーメントを図る、⑥すべての人々に水と衛生へのアクセスを確保する、⑦手ごろで信頼でき、持続可能かつ近代的なエネルギーへのアクセスを確保する、⑧すべての人々のための包摂的かつ持続可能な経済成長、雇用およびディーセント・ワークを推進する、⑨レジリエントなインフラを整備し、持続可能な産業化を推進するとともに、イノベーションの拡大を図る、⑩国内および国家間の不平等を是正する、⑪都市を包摂的、安全、レジリエントかつ持続可能にする、⑫持続可能な消費と生産のパターンを確保する、⑬気候変動とその影響に立ち向かうため、緊急対策を取る、⑭海洋と海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する、⑮森林の持続可能な管理、砂漠化への対処、土地劣化の阻止および逆転、ならびに生物多様性損失の阻止を図る、⑯公正、平和かつ包摂的な社会を推進する、⑰持続可能な開発に向けてグローバル・パートナーシップを活性化する、といった 17 目標とそれに付随する 169 の達成基準項目がある⁵²。

新型コロナの影響により、このうちのいくつかの目標の達成に重大な影響が出ていること、日本においても仕事を失う者や収入が減る者が増えていること、健康に不安を抱える人が増えたこと、そして温暖化の影響により、近時、自然災害が多発するようになったことから、2021 年に SDGs という用語は急に多用されるようになり、2021 年後半にはテレビ等において数々の特集が組まれる事態になっている。

当然、SDGs の達成に前向きに取り組んでいる企業のブランド・イメージはアップする。しかし、こうした企業のブランド・イメージの分析は、紙幅の関係及びプロジェクト期間終了の為、今回は断念し、今回は特にその中でも、2020 年度中に日本政府が積極的に取り組みはじめた地球温暖化対策のみに焦点を当てる。

4.2 地球温暖化の問題

地球は太陽光の影響を受け温められるが、宇宙への放射熱によって冷やされる。地球を取り巻く大気はその絶妙な調節を行っており、もし、大気ないしオゾン層が殆どなければ人間にとって有害な紫外線や必要以上の可視光線や赤外線が地表に到達することになる。また、温暖化ガスを含む温室効果ガス⁵³がなければ地表の殆どの場所の温度は放射熱によって毎日マイナスまで冷やされる時間が生じる。これを絶妙に調節しているのが、温室効果ガスを含めた大気である。しかし、近年の人間社会等の影響による二酸化炭素 (CO₂) 等の温室効果ガスの急激な発生増加はその絶妙なバランスを崩しつつある。温室効果ガスの増加による気温上昇により海水の温度が高くなることで、台風等のサイクロンに与えるエネルギーが増大する。近年多くの強力なサイクロンの発生による暴風や洪水等の被害や、かつての 1ヶ月

分の降雨量に相当するような降雨が短時間に集中するゲリラ豪雨による洪水・土砂崩れ等は日本国土にも深刻な影響を与えている。また、海水温度の上昇は北極・南極の氷や高山の雪の融解につながる。これにより太陽光の反射が減るとともに、世界各国の海水面が上昇し、多くの陸地が失われる。日本沿岸でも砂浜の殆どが失われるとされているが、国土の殆どが水没する国や北極・南極に生息する生物にとってはもっと深刻な問題である。さらに気温が上昇すると、より高い地球温暖化係数⁵⁴を持つメタンが水中から大気中に大量放出されるなどして、不可逆的な温暖化につながっていく。

こうした地球温暖化に対する問題意識は、気象・生物・環境学者等から発信され、問題意識をもった著名人の活動や、そうした活動を扱った映画やテレビ・Webによって情報が拡散され⁵⁵、温暖化の影響を強く受けている海洋国家の国民等にはさらに実感として感じられるようになってきた。しかし、教育環境などによりこれらの情報に触れることのない人々も未だ多く存在するとともに、これらの情報に触れたからといって明日の生活にも困るような貧困層や現在の経済活動を重視する人々には当面の問題として捉えられていない。宗教観や信じたものを信じる思想から地球温暖化に関する情報を信用しない人も多い。トランプ前米大統領のような先進国の首脳であっても地球温暖化問題を軽視し、パリ協定⁵⁶からの離脱など当面の経済活動を優先する対応をしたことは記憶に新しい⁵⁷。

環境問題に対する対処の難しさは経済活動と逆行する機会が多いことも軽視できない。現在の新型コロナ禍中においても、新型コロナに罹患しない為には人と触れ合わないにすることが良いとわかっているにもかかわらず、人の習性や経済活動を全てストップすることにより生活が成り立たなくなること等の理由により、外出禁止などの措置や経済活動の停止措置が簡単にはとりにくい。地球温暖化対策を含めた環境問題の対処の多くも同様で、一部の人々の生活に支障を来すような状況の変化や多くの人々に我慢や支出を伴う対応を前提としていることが多い。そこで、これらの問題に対処する為には、世界・国家レベルの政策や支援、それらの対応が加重な負担とはならない富裕国・富裕層・巨大企業等による負担や社会貢献をなしに語ることはできない。

4.3 わが国の地球温暖化対策の歴史

1992年にブラジルのリオ・サミット（地球サミット）において採択された「気候変動に関する国際連合枠組条約（略称：国連気候変動枠組条約）」によって始まった国際的な地球温暖化対策への取組みに対し、日本は翌年には同条約を締結し、国際的協調による地球環境保全の積極的推進を環境基本計画の基本理念の一つに挙げるようになった。

1997年に京都で開催された第3回締約国会議（COP3）で締結された京都議定書においては、国際的な温暖化ガスの排出量削減目標が定められたことによって、日本も第1次約束期間（2008年～2012年）に国際的な削減目標を達成するなど、温暖化ガス対策に大きな影響を与えた。しかし、京都議定書には最終的にアメリカ連邦政府が批准せず⁵⁸、実際に同条約

がロシアの批准により発行の要件を満たし発行したのは2005年2月のことであり、途上国に削減目標を定めなかった同議定書の内容を不服として⁵⁹、日本も第2次約束期間（2013年～2020年）には不参加となった。

1998年には「地球温暖化対策の推進に関する法律（略称：地球温暖化対策推進法）」が制定され、何度も改正された後、2013年の改正によって京都議定書目標達成計画に代わるものとなり、更なる改正を経て現在に至っている。

このように地球温暖化については多くの議論、協定、条約があるが、対策の一つとしては、温暖化ガスをもたらす化石燃料の利用（製造・使用等）に税金をかけ、価格を引き上げることで需要を抑制し、結果的に温暖化ガスの排出量を抑えたり、税収を温暖化対策に充てたりする、一般に炭素税と呼ばれるアプローチが挙げられる。

また、炭素税とは別のアプローチとして排出量取引も挙げられる。排出量取引（排出取引）とは、各国家や企業ごとに温暖化ガスの排出枠を定め、炭素クレジット⁶⁰を加味した排出枠に余裕があるものと、排出枠を超えてしまったものを取引する制度で、京都議定書の17条に定められた柔軟性措置の一つである。こうした制度の考案の背景には、温暖化ガスの排出削減費用が国や産業によって大きな違いがあることがある。まだ温暖化対策が殆ど行われていない場合には、既に使われている技術を導入すれば比較的安い費用で目的を達成できるのに対し、既にそれなりの対応をしてきたものは更なる技術・システム開発などの多大な費用を要することになる。排出量取引により、炭素クレジットを売ることによって削減に対するインセンティブが生まれるという経済的手法である。近年、炭素税や排出量取引はカーボンプライシングと呼称されるようになってきている⁶¹。

日本では、2008年に当時の自民党福田康夫内閣において、炭素税と排出量取引が比較・検討され、2010年には当時の民主党鳩山由紀夫内閣によって排出量取引と炭素税の導入などを内容とする地球温暖化対策基本法案が国会に提出された。しかし鳩山首相の辞職で国会審議が停止し、その後の菅直人内閣時に東日本大震災が起きたことにより、日本の温暖化対策は暫く停滞したが、炭素税は先進国の多くで導入されている等の背景もあり、2011年のパリ協定の影響を受けてその導入に至り、2012年10月1日には炭素税の一種である「地球温暖化対策のための税（温暖化対策税：温対税）」⁶²が施行されている。同法では最終的に1トンあたり298円の税金が課されることになった（同法施行時の税率は低く抑えられ、段階的に引き上げられる）。その税収は二酸化炭素排出削減や二酸化炭素地下貯留の技術開発に使われる。

また、現在の「地球温暖化対策の推進に関する法律」には排出量取引の方式が定められるとともに、わが国の国内における排出量取引制度や欧州連合排出量取引制度など、一定の地域内における排出量取引の取組みや金融市場における排出量取引も盛んになっている。

4.4 産業競争力強化法の改正及び温室効果ガス削減の為の方策⁶³

2021年2月5日、菅義偉前内閣は、2050年までに温室効果ガスの排出量を実質0にするカーボンニュートラル⁶⁴の実現という政府目標に向け、脱炭素につながる設備投資の税制優遇等の「産業競争力強化法」等の改正案を閣議決定した⁶⁵。具体的には、「グリーン社会」への転換として、カーボンニュートラル実現に向けた事業者の計画を主務大臣が認定し、①脱炭素化効果が高い製品の設備投資・生産工程等の脱炭素化を進める設備に対する設備投資税制、②利子補給等の金融支援措置などに対する規定を設ける、というものである。

温室効果ガスの削減方法としては、火力発電所の廃止や再生可能エネルギーへの転換といった経済活動に制約を与える政策の他にも、二酸化炭素を大気から直接回収する新技術⁶⁶の開発なども考えられるが、ともに多額のコストを必要とするものである。

環境省は炭素税の本格導入について検討しているようであるが、近時の原油価格高騰の析、諸外国に比べて再生エネルギー利用率の低い今の日本では負担が大き⁶⁷。わが国の温対税による税収は今も諸外国に比べ劣るものではない。また、諸外国の多くでは単純な増税とせず、所得税や法人税減税とセットにすることで実質的な増税としない等の方策がとられ、さらに、再生エネルギーの利用率が高いことから、やむを得ない事情もなく未だ化石燃料を使う企業の多くは悪い企業として機関投資家も投資を嫌厭するなどの動きがみられる。わが国は再生エネルギーの依存率が低く、電力会社の発電の殆どが未だ化石燃料を使う火力発電を中心している為、どのような方式にせよ、電気料金の引き上げなどの国民負担となることが考えられる。

現在の新型コロナ禍中における経済状況においては、国民の所得が増えない中、増税などの国民の負担による政策は避けたいところである。ただし、このような動きは企業への再生エネルギー利用率の後押しにはなる。増税を避ける方策を講じるべきである。

産業競争力強化法の改正は⁶⁸、そのような背景に対応した試みである。

4.5 コーポレートガバナンス・コードの2021年改訂

2021年6月11日に改訂コーポレートガバナンス・コードが公表された⁶⁹。その内の「2章 株主以外のステークホルダーとの適切な協働」(8頁)の基本原則2において、新たに「『持続可能な開発目標』(SDGs)⁷⁰が国連サミットで採択され、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)への賛同機関数が増加するなど、中長期的な企業価値の向上に向け、サステナビリティ(ESG要素を含む中長期的な持続可能性)が重要な経営課題であるとの意識が高まっている。こうした中、我が国企業においては、サステナビリティ課題への積極的・能動的な対応を一層進めていくことが重要である」という文章が追加され、それが「上場会社が、こうした認識を踏まえて適切な対応を行うことは、社会・経済全体に利益を及ぼすとともに、その結果として、会社自身にも更に利益がもたらされる、という好循環の実現に資するものである。」との文章に続く(「コーポレートガバナンス・コード～会社の持続的な成

長と中長期的な企業価値の向上のために～」(2021年6月11日 株式会社東京証券取引所) 8頁).

5. 企業イメージの指標

企業イメージの指標については、上場会社の場合は株価(時価)で評価されることが多い。しかし、企業やその企業の人物の言動による株の売買、特にその企業やその企業の人物によるマイナスイメージを与える言動により、株を売却する層はそれほど多くはない。投資家の多くは、どの金融商品の利回りが良いか、妥当性向はどうか、株主優待はどうかなどを検討し、株価の上昇・下落を予想しつつ、売却時期を考えるからである。また、公開会社でない株式会社(非公開会社)の場合の株価の評価は難しい。上場会社でなくとも株式の相対取引等が時々行われている会社については、気配値は出てくるが、公開会社でない株式会社の株式が取引されることは極めて稀であり、帳簿上から算出したり、配当率を考慮したり、類似の会社を参照したりする方法では、会社のブランド・イメージの減少ないし毀損が即株価に反映することはなく、売上減少などの影響を受けてのことになる為、一定のタイムラグが生じる。持分の取引市場のない合名会社・合資会社・合同会社といった持分会社や組合等も同様である。

同様の問題は、新型コロナ禍中における企業の社会的貢献の評価についてもいえることである。

こうした事態の評価の指針としては売上の増減や世間での評判等が1つの指標となる。ただし、やはり影響がリアルタイムで出てこない事例も多いことは言うまでもない。

一方、SDGsへの取り組み及び地球温暖化対策等の貢献については、上場会社の株取引、通常取引関係、行政における評価とも直結する場面がみられる⁷¹。また、当然に世間の評判等に繋がってくる⁷²。

欧米では既に地球温暖化対策等に積極的な企業に対する機関投資家や個人投資家の積極投資⁷³、地球温暖化対策等に消極的な企業への経営介入の為の投資行動が進みつつある⁷⁴。日本はまだそこまでには至っていないが⁷⁵、そうした状況に移行することは理想的である。温暖化対策等でブランド・イメージをアップさせた企業が株価ないし企業価値を増大させることでさらなるブランド・イメージの向上につながるという連鎖を起こすことができるからである。

¹ コトバンクによるブランドの説明では、知恵蔵(高橋郁夫・慶応大学教授)、百科事典マイペディア、マーケティング用語集、ブリタニカ国際大百科事典、流通用語辞典、デジタル大辞泉、精選版日本国語大辞典、ブランド大辞典、世界大百科事典(第二版)などの一般的な説明が一覧できる。また、特殊な分野ではさらに別の意味合いを持つ場合もある。

<https://kotobank.jp/word/%E3%83%96%E3%83%A9%E3%83%B3%E3%83%89-22368>

² セガサターンや任天堂 Switch など商品に会社名を付加することが多い企業等は、商品と会社のイメージが一致しやすい。逆に Technics などの松下電器系の音響機器のハイブランドは、自転車から音響機器まで汎用性の高いナショナルのブランド名や低価格帯もフォローし会社名と一致する Panasonic のブランド名もあった為、商品と会社名が一致しにくいものであった。また、LOUIS VUITTON の会社名は創業時とは違い、買収を受けたことにより異常に長い会社名 (LVMH Moët Hennessy) となっており、殆ど覚えられていない。

³ 海外では、ソニーなどの音響製品、トヨタ・ホンダ・三菱などの車や F1 チームのスポンサー企業などは、主にコーポレート・ブランドにより認知されている。

⁴ 中華人民共和国政府による新疆ウイグル自治区でのウイグル民族への弾圧に関連し、認定 NPO 法人ヒューマンライツ・ナウと日本ウイグル協会がウイグル族の強制労働に関与した疑いがある 14 の日本企業に対して質問票を送ったという記事、ファーストリテイリング会長柳井正氏のコメント、質問に一切回答しないパナソニックなどは、Web 上で企業名が拡散し、これらの企業のブランド・イメージのダウンに繋がった。アメリカでは税関でファーストリテイリングの製品ブランドであるユニクロのシャツの輸入が差し止められるなど、厳しい対応も採られた。

新疆ウイグル人権問題関与が疑われる「日本企業 14 社」の苦慮 (MSN (2021.4.16), 週刊ポスト 2021 年 4 月 30 日号記事転載)

<https://www.msn.com/ja-jp/news/world/%e6%96%b0%e7%96%86%e3%82%a6%e3%82%a4%e3%82%b0%e3%83%ab%e4%ba%ba%e6%a8%a9%e5%95%8f%e9%a1%8c-%e9%96%a2%e4%b8%8e%e3%81%8c%e7%96%91%e3%82%8f%e3%82%8c%e3%82%8b-%e6%97%a5%e6%9c%ac%e4%bc%81%e6%a5%ad%14%e7%a4%be-%e3%81%ac%e8%8b%a6%e6%85%ae/ar-BB1f9Dc?fbclid=IwAR0DJKQPSg0HhSNVMxwR6btFoX3UNvNkhM1YtowefmVkJcWC0lbK6Wt5co>

「米 ユニクロシャツの輸入差し止め ウイグル自治区問題で」NHK WEB (2021.5.19)

<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20210519/k10013040661000.html>

⁵ LOUIS VUITTON の軽量かつ丈夫な旅行用鞆が 1897 年のパリ万国博覧会で銅メダルを獲得し、現在でも主力商品としてバッグがイメージされる例。Levi's (リーバイス) が金属リベットによる衣服の補強技術を使い丈夫なキャンバス地の作業着を製造し、後にデニム地に変更したことにより、現在はファッションとして確立したジーンズの会社 (会社名は Levi Strauss & Co, 等) としてイメージされる例。スタジオ (Disney Brothers Cartoon Studio) としてスタートした Disney が The Walt Disney Company に社名変更した後、そのコンテンツ販売の為に様々な企業部門を買収し、テーマパークも含めたイメージに拡大した例など。

⁶ GUCCI (グッチ) は、乗馬をモチーフとした革製品のイメージを獲得するとともに、品質保証の為にデザイナーの名前を商品に入れたことで知られる。また、車は、Ferrari (フェラーリ) の跳ね馬エンブレム、Lamborghini (ランボルギーニ) の闘牛モチーフなどのエンブレムにより、それほど車に詳しくなくてもどのメーカーのものか判断することができる。

⁷ 会社名だけの何の会社かわからない看板、同様に何の商品を売っているかわからない宣伝、突然レーシングカーのスポンサーとなった知名度の低い企業 (Benetton, Leyton House, ONIX, GEO) などは、まずは知名度を上げ興味を持たせることに重点を置いたと思われる宣伝方法をとった。

⁸ 株式会社マンダムは明治・大正時代の金鶴香水を前身とするが、昭和初期に爆発的なヒットをした商品である丹頂チックの影響を受け、1959 (昭和 34) 年に社名を丹頂株式会社に変更、1971 (昭和 46) 年には、その前年に米俳優チャールズ・ブロンソンをテレビ CM 等に起用し、爆発的なヒットをした男性化粧品マンダムシリーズの商品の影響を受け、現在の社名に変更した。因みに現在の主力商品は GATBY (ギャッピー) などである。

⁹ 2010 年度のイギリス及び周辺ヨーロッパ諸国の留学時の体験であるが、和牛は正確な産地に関わりなく大体神戸ビーフと表示されていた。日本製のタオルとして今治タオルとされるものも見かけたが、特徴的なマークタグがなく、中には日本製でないものもみられた。まだスマートフォンの普及初期でありながら、契約携帯電話会社を超えた製品ブランドとして、iPhone が確立していたが、その他のものは他の形式 (Google 等) も存在するにもかかわらず、大体 Android と認知されていた。さらに Android 端末の製造企業

の認知は iPhone (Apple 社) に比べてかなり低かった (ソニー・エリクソン等の知名度は低かった)。またパッド型のは殆ど iPad と呼ばれがちであった。同様のことは日本でも見られ、かつての携帯型カセットテープ再生機が録再生機も含めて総じてウォークマンと呼ばれたり、消波ブロックがテトラポッドと呼ばれたりすることとも共通する。キャタピラーに至っては、商品名で呼ばない場合の無限軌道という用語はいまでも殆ど認知されていない。

¹⁰ 私は時々通りがかった飲食店を利用するかしないかの判断にグルメサイトの評価を良く使い、また、どちらの映画を見るかの判断に迷ったときに映画評論サイトの評価を使うことがあるが、その評価にはかなりの信頼を寄せている。

¹¹ ステルスマーケティング (ステマ) と呼ばれるやらせ評価や体験記等の実際には対象企業の広告に過ぎないものも存在し、問題となっている。グラビアアイドル事件、女子アナ事件、アナと雪の女王 2 事件などが有名である (インフルエンサーマーケティングとして分類される場合もある。なお、映像に飲食物等の写真等を人が認知しないレベルで紛れ込ませるものもステルスマーケティングと呼ばれる)。

ステルスマーケティング (コトバンク)

<https://kotobank.jp/word/%E3%82%B9%E3%83%86%E3%83%AB%E3%82%B9%E3%83%9E%E3%83%BC%E3%82%B1%E3%83%86%E3%82%A3%E3%83%B3%E3%82%B0-189434>

¹² 故意に評判を落とすような虚偽の書き込みや発言などにより売上減少やサービス提供に支障を来した場合には、信用毀損及び業務妨害罪 (刑法 233 条) が成立する可能性がある。被害者も民事責任 (金銭的な損害賠償請求等) の追及を行えるが、事実関係の立証や訴訟費用の負担、訴訟に関する労力などを考えるとそれなりにハードルが高い。なお、競業者の場合には、虚偽の書き込み等に限らず、その企業やその企業の製品等へのなりすまし行為に関しても不正競争防止法 (商標の無断使用や類似商標の使用の場合には商標法) に基づく差止請求や損害賠償請求を行える為、少しハードルが低くなる。

¹³ 間違った正義感による拡散や書き込みでも、民事・刑事の責任を追及できる可能性があるが、プロバイダーに対する発信者を特定する為の発信情報開示請求や、その書き込み等を削除させる為の権利侵害情報削除請求は、訴訟を伴うことが多く、さらに、その後の発信者を相手方とする民事訴訟費用の負担・訴訟に関する労力などを考えるとかなりハードルが高い (発信者が無資力者や刑事責任能力に問題がある者であった場合も多い)。

¹⁴ 「『1 兆 5000 億円の損失も…イーロン・マスク』が投稿した衝撃のツイート 9 選」business insider (2021.5.5)
<https://www.businessinsider.jp/post-233771>

¹⁵ 前澤友作 (Wikipedia)

<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%89%8D%E6%BE%A4%E5%8F%8B%E4%BD%9C>

¹⁶ 「ナタリー・ポートマン激怒！ユダヤ人差別的発言のデザイナーと絶縁宣言」MOVIE WALKER (2011.3.2)
<https://moviewalker.jp/news/article/20769/>

「ジョン・ガリアノ 騒動後初のインタビュー、栄光からの転落に『感謝』」MODE PRESS (2013.6.7)
<https://www.afpbb.com/articles/-/2948429>

¹⁷ 「Zara faces calls for boycott after head designer's Islamophobic and anti-Palestinian remarks」出典：mashable (2021.6.15)

<https://pk.mashable.com/islamophobia/10142/zara-faces-calls-for-boycott-after-head-designers-islamophobic-and-anti-palestinian-remarks>

転載：「『ZARA』のデザイナーに批判殺到、パレスチナ人を蔑む発言で大炎上」SWITCH NEWS (2021.6.16)
<https://switch-news.com/whole/post-63862/>

¹⁸ Twitter は検索しなければその情報を見ることができない (フォローすることで解決するが、フォローの多い人は気付かなかったり無視したりしがちである)。LINE は登録数が異常に多くない限り情報に気付く割合は Twitter より高く、予想外の拡散も少ないと思われることから、企業は友達登録数を増やす方法を模索している。また、セブン・イレブンアプリやコカ・コーラの Coke ON アプリ・イオンのアプリのように情報の提供のみならず、購入時に自然に情報に触れる機会があるものはより情報に気付く可能性が高い為、

こうしたアプリの普及に力を入れる企業も多い。

¹⁹ 金融商品取引法へ改称前の証券取引法時代の判例として、新株予約権行使による株式払込み代金を直ちに流失させておきながら、資金増強がされた旨の事実を公表させた行為に対し、有罪判決が下された例（東京地判平成22年2月18日判例タイムズ1330号275頁）、等。

²⁰ 西武鉄道の有価証券報告書虚偽記載により同社の上場廃止をもたらした事件において、株主又は株主であった者による当該会社の役員等に対する集団訴訟が行われた事件では、同社の株式を保有し続ける株主には下落した株式評価額相当の、慌てて株式を売却した株主には売却損相当の賠償請求が認められている。これらの訴訟においては、会社法350条（代表者の行為についての損害賠償責任）や金融商品取引法24条の4（虚偽記載のある有価証券報告書の提出会社の役員等の賠償責任）による責任追及がなされた（東京高判平成26年1月30日判例時報2222号105頁、最判平成23年9月13日最高裁判所民事判例集65巻6号2511頁、最判平成23年9月13日最高裁判所裁判集民事237号337頁、等）。その他、民法における不法行為による損害賠償責任追及も考えられる。

²¹ 役員等の会社に対する責任は、会社による追及（監査役・監査等委員・監査委員等による追及等）が行われない場合には、株主代表訴訟による追及もできる。ダスキン株式会社が発展するミスタードーナツの店舗において、販売された肉まんに未認可の食品添加物が使われていたことが発覚したことによる役員等の責任を追及した株主代表訴訟では、情報の秘匿や口止め料の出捐による損害は問題とされたものの、事実発覚後の信用失墜については、直接同事件に関与していない取締役等の責任は認められていない（大阪高判平成18年6月9日判例時報1979号115頁、等）。

²² CEO等の経営責任を株主が会社に代わって追及する株主代表訴訟においては、米国では濫訴を避ける為、経営判断の原則（Business Judgement rule、結果的に会社に損失を与えたとしても当時の経営判断に不合理なものがない場合は免責されるという過失責任に基づいた考え方）により、それが訴訟に値するものかどうかを第三者委員会が検討する制度があり、わが国では同様の見地により裁判所が責任の有無の判断を行っている。

²³ アップル社（Apple Inc.）におけるスティーブ・ジョブズ（Steven Paul Jobs）氏の復帰や株式会社ファーストリテイリングにおける柳井正氏の復帰は、それぞれ復帰した企業の業績を改善させた。

²⁴ コーポレートガバナンス・コード～会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上のために～（2018年6月1日・株式会社東京証券取引所）8頁（基本原則2）等。

²⁵ 【原薬等の提供】EAファーマ株式会社、キッセイ薬品工業株式会社、塩野義製薬株式会社、第一三共株式会社、大日本住友製薬株式会社、等。

【寄付】アステラス製薬株式会社、アルフレッサファーマ株式会社、エーザイ株式会社、田辺三菱製薬株式会社、株式会社ツムラ、株式会社ミノファージェン製薬、株式会社ヤクルト本社、武田薬品工業株式会社、等（重複あり）。

http://www.jpma.or.jp/event_media/release/news2020/200318.html（ページ内のPDFを参照）。

²⁶ 研究代表者：東京大学医科学研究所・河岡義裕教授。

²⁷ 大日本住友製薬の新型コロナウイルスの二次感染の治療薬、EAファーマの糖尿病治療薬、田辺三菱製薬の抗ウイルス剤、帝人ファーマの喘息治療薬、マルホ株式会社のスクリーニングの為の薬剤、富士フィルム富山化学株式会社の抗インフルエンザ薬（アビガン®錠）、さらに富士フィルムホールディングスは、4月15日「新型コロナウイルス感染症向けに抗インフルエンザウイルス薬「アビガン®錠」の生産を拡大」、5月1日「新型コロナウイルス用遺伝子検出キットSARS-CoV-2 RT-qPCR Detection kit 公的医療保険適用に関するお知らせ」として7月までに供給量を5月の3倍にすると発表した。

http://www.jpma.or.jp/event_media/release/news2020/200318.html（前掲注25）。

<https://www.fujifilm.com/jp/ja/news/list/5250>

²⁸ 「中国での新型コロナウイルス対策活動への支援について」BRIDGESTONE（2020.3.10）

<https://www.bridgestone.co.jp/corporate/news/2020031001.html>

²⁹ 「99%カットフィルター採用のSecoma国際不織布フィルターマスクを発売します！」セコマプレスリ

-
- リース (2021.1.29).
<https://secoma.co.jp/release/index.html>
- ³⁰ マレーシアの国内医療機関向け限定による輸出禁止等の影響。
- ³¹ 製薬協「新型コロナウイルス感染症に対する製薬協の取組みについて」(随時更新)
<https://www.jpma.or.jp/coronavirus/index.html>
- ³² 「トヨタグループ医療用フェイスシールド生産を本格化」トヨタニュースリリース (2020.4.28)
<https://global.toyota.jp/newsroom/corporate/32487912.html>
「コロナとの闘い 中日新聞×豊田章男 [前編]」トヨタタイムズ (2020.7.22)
<https://toyotatimes.jp/insidetoyota/086.html>
「新型コロナウイルス PCR 検査車両を提供」TOYODA GOSEI ニュース/おしらせ (2020.5.7)
<https://www.toyoda-gosei.co.jp/news/detail/?id=876>
「新型コロナウイルスに対応する医療現場へ防護服を提供」TOYODA GOSEI ニュース/おしらせ (2020.5.29)
<https://www.toyoda-gosei.co.jp/news/detail/?id=880>
- ³³ TOYOTA「新型コロナウイルス感染拡大に伴う対応について」(2021.7.6)
<https://global.toyota.jp/newsroom/corporate/31893102.html>
- ³⁴ 茨城県鹿嶋市の市教委のスポンサー企業への付度であったことが判明している。「東京五輪学校観戦で持ち込みできるペットボトルは原則コカコーラ製品のみ!他社製品はラベル剥がす必要あり」(2021.7.17)
<https://socom.yokohama/news/39781/>
「【五輪プレスセンター日記】思わず二度見のコカ・コーラ」(2021.7.22)
https://www.sankei.com/article/20210722-JMPVDLC6YJO67JDYTOWR7MRXO4/?outputType=theme_
- ³⁵ 「自宅療養者に「ポカリスエット」無償配布 大塚製薬が直接支援 置き配を活用」(2021.9.7)
<https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2109/07/news148.html>
- ³⁶ スペインで消毒液に加え、病院支援のため計 24 万ユーロを寄附、ドイツ赤十字に 10 万ユーロを寄附、等。
- ³⁷ ヨーロッパ各地にて、医療従事者、救急サービス、老人ホーム等に対し 100 万本以上の飲料を寄附、フランス及びイギリスで地元の医療施設及び老人介護施設に防護服を寄附、スペイン・トルデラ工場では、人工呼吸器のパーツを 3D プリンターで作成、各ブランドで消費者向け動画サービスなどの様々な取り組みを立ち上げ、等。
- ³⁸ 「新型コロナウイルス感染症拡大に対するサントリーグループの社会貢献」
<https://www.suntory.co.jp/company/csr/highlight/202004/>
- ³⁹ 「新型コロナウイルス ソニー・グローバル支援募金」SONY
https://www.sony.co.jp/SonyInfo/csr/community/covid19_fund/
- ⁴⁰ 【支援団体】COVID-19 Solidarity Response Fund for WHO (COVID-19 連帯対応基金)、国境なき医師団 (MSF)、国際連合児童基金 (UNICEF)、国連難民高等弁務官事務所 (UNHCR)、【支援活動】エムスリー株式会社との協業による新型コロナウイルス感染症対策、医療用フェイスシールドの製造及び寄贈、等。
- ⁴¹ 外出制限や学校の休校などで次世代を担う子どもたちの学習機会に制限が生じている現状に対し、ソニーのテクノロジーを使った教育支援を検討し、教育関係者とも協力の上で実施したソニー・グローバルエデュケーションによる教育分野への支援、等。
- ⁴² 音楽・映画・ゲーム・アニメなどの「クリエイティブコミュニティ」の領域は、コンサートの中止や映画・テレビ番組の制作の中断などにより大きな影響を受けているとして、新進のクリエイターやアーティスト、エンタテインメント業界を支える様々な職種の人たちに対して、エンタテインメント事業各社と協調して、支援をした。ソニー・インタラクティブエンタテインメントによる「Play At Home」イニシアチブ、「360 Reality Audio」技術を活用したアーティスト支援、映像クリエイター・フォトグラファーへの支援、等。
- ⁴³ ソニーニュース・リリース
<https://www.sony.co.jp/SonyInfo/News/Press/>

-
- ソニー・グローバルエデュケーションが日中米で教育分野へ支援」Sony Global Education (2020.7.9)
<https://www.sonyged.com/ja/2020/07/09/news-ja/edu-support-covid19/>
- ⁴⁴ KDDI との協定締結 厚生労働省 (2020.11.20)
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_14984.html
- ⁴⁵ 「新型コロナウイルス対策支援として中央共同募金会への寄付を実施」KDDI (2020.4.1)
<http://news.kddi.com/kddi/corporate/newsrelease/2020/04/01/4359.html>
- ⁴⁶ 「コロナ下で信頼される『CSR 企業』トップ 500 社」東洋経済 ONLINE (2020.7.18)
<https://toyokeizai.net/articles/-/361245>
- ⁴⁷ 「認定 NPO 法人フローレンスと NPO 法人全国子ども食堂支援センター・むすびえの 2 団体に、KDDI が備蓄物資として保有していた除菌シートを寄付している。学習支援では 9 月 1 日から 12 月 31 日の 4 カ月間 (週 1 回) の英会話レッスンを、1 万人を無償で提供」、新学習指導要領で英語学習が変化する小学生を対象に 8 月 1 日から英会話動画コンテンツの無償配信を行うなど、高校生・小学生向けに総額約 26 億円の学習支援を行っている。
<https://www.kddi.com/corporate/csr/topic/2020/>
- ⁴⁸ 「信頼される『CSR 企業』TOP500 社」東洋経済 ONLINE (2021.9.6)
<https://toyokeizai.net/articles/-/452611>
- ⁴⁹ JT プレリリース
https://www.jti.co.jp/investors/library/press_releases/index.html
- ⁵⁰ アパホテル HP
<https://www.apahotel.com/news/detail/37578/>
東横イン HP
https://www.toyoko-inn.com/news/notice/324?lcl_id=ja
品川プリンス HP
https://www.princehotels.co.jp/press/200416_01.html/
- ⁵¹ 発起人は、味の素株式会社、株式会社エスアールエル、NEC ソリューションイノベータ株式会社、株式会社 LSI メディエンス、キヤノン株式会社、京都大学医学研究科附属ゲノム医学センター、コニカミノルタ株式会社、ジェノコンシェルジュ京都株式会社、株式会社島津製作所、シャネル合同会社、株式会社椿本チエイン、帝人株式会社、トヨタ自動車株式会社、株式会社ニコン、日産自動車株式会社、株式会社堀場製作所、本田技研工業株式会社、三井情報株式会社、ヤフー株式会社、ROOM 株式会社。
<https://www.gckyo.com/covid19>
- ⁵² 「SDGs とは (エス・ディー・ジーズ) とは? 17 の目標ごとの説明, 事実と数字」国際連合広報センター (2019.1.21)
https://www.unic.or.jp/news_press/features_backgrounders/31737/
JAPAN SDGs Action Platform (外務省)
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/sdgs/about/index.html>
- ⁵³ 温暖化ガスには、水蒸気、二酸化炭素 (CO₂)、メタン等様々なものがあるが、そのうち温暖化ガスの急増要因で最たるものが人為的な二酸化炭素等の温室効果ガスの増加である。火力発電や自動車・工場等の化石燃料の燃焼、二酸化炭素を吸収する山林・サンゴ礁の焼畑農業や開発による破壊といった人為的要因が、生命活動や火山活動・山火事といった自然発生要因をはるかに上回っている。人為的な温暖化ガスのうち、「地球温暖化対策の推進に関する法律」では、二酸化炭素・メタン・一酸化二窒素・ハイドロフルオロカーボンのうち政令で定めるもの・パーフルオロカーボンのうち政令で定めるもの・六ふっ化硫黄・三ふっ化硫黄の 7 種類の温暖化ガスについて温室効果ガスと定義し削減対象としている。
- ⁵⁴ 温室効果ガスである物質ごとに地球の温暖化をもたらす程度の二酸化炭素に係る当該程度に対する比を示す数値として国際的に認められた知見に基づき政令で定める係数 (地球温暖化対策の推進に関する法律 2 条 5 項) をいう。二酸化炭素やメタンより地球温暖化係数が高い気体も多く存在するが、自然界に存在

する割合の低さや人為的に発生する割合の低さから、特に二酸化炭素の削減が重要とされる（「気候変動に関する政府間パネル（IPCC）第4次報告書」等参照）。

⁵⁵ 2006年のドキュメンタリー映画「不都合な真実（邦題）」は、地球温暖化問題に懐疑的な共和党のジョージ・ブッシュ大統領政権下において公開されたアル・ゴア元米副大統領の地球温暖化問題に対する講演等を追った映画で、アカデミー賞2部門を受賞するとともに、地球温暖化問題の周知に貢献したとしてゴア氏にノーベル平和賞受賞をもたらしている（同名の書籍や映画・書籍の続編も作られている）。2018年にポーランドのカトヴィエで行われた第24回国連気候変動枠組条約国会議（COP24）で当時15歳のスウェーデンの少女グレタ・エルンマン・トゥーンベリ氏が行った講演やイーロン・マスク氏の一連の発言（特に本年には最高の二酸化炭素回収技術に1億ドルの賞金を提供するとTwitterで発言）なども大きな注目を浴びている。

「不都合な真実」コトバンク

<https://kotobank.jp/word/%E3%80%8C%E4%B8%8D%E9%83%BD%E5%90%88%E3%81%AA%E7%9C%9F%E5%AE%9F%E3%80%8D-181284>

グレタ・トゥーンベリさん、国連で怒りのスピーチ。「あなたたちの裏切りに気づき始めています」（スピーチ全文）HUFFPOST（2019.9.24）。2020年公開の映画「グレタひとりぼっちの挑戦（邦題）」にも収録。

https://www.huffingtonpost.jp/entry/greta-thunberg-un-speech_jp_5d8959e6e4b0938b5932fcb6

「CO2回収「競技会」に1億ドル、イーロン・マスク氏」日経クロステック（2021.2.9）

<https://xtech.nikkei.com/atcl/nxt/news/18/09620/>

⁵⁶ 2015年12月12日に第21回気候変動枠組条約締約国会議（COP21）が開催されたパリにおいて採択された気候変動に関する国際的な協定（合意）であり、加盟196国が全て参加する初の枠組み。

⁵⁷ 共和党のドナルド・トランプ前米大統領は、当面の自国の経済を優先し、2017年6月にパリ協定から離脱する意向を表明し、2019年11月4日には正式離脱している。2021年1月20日に米大統領に就任した民主党のジョー・バイデン現米大統領は、就任早々パリ協定への復帰を表明し（2月19日正式復帰）、7つの優先事項として地球温暖化対策を掲げている。「米、パリ協定正式復帰 温室ガス50年実質ゼロへ活発化」朝日新聞デジタル（2021.2.19）

<https://www.asahi.com/articles/ASP2M61XXP2MUHBI006.html>

⁵⁸ アメリカでも州単位や企業団体による京都議定書批准の動きがある。

⁵⁹ 「歴史的に温暖化ガスを排出してきた責任のある先進国が最初に削減対策を行うべきである」という主張が認められたことにより、当時、途上国とされていた中国やインドにも削減目標が免除される等の問題があった。

⁶⁰ 排出量の初期割当量に、植林などの吸収源活動によって得られた吸収量（逆に都市化・農地化などで失った森林分は加算）、クリーン開発メカニズム事業で得られた認証排出削減量、出資国等が事業実施国等で行った共同実施事業によって得られた排出削減ユニットを加味したものを指す。

⁶¹ 株式会社野村総合研究所「令和元年度国内における温室効果ガス排出削減・吸収量認証制度の実施委託（環境性能の高い製品・サービス等に関する調査）」（2020.3.31）、一般財団法人日本エネルギー経済研究所「温室効果ガス排出削減のためのカーボンプライシング等の政策手法に関する調査」（2020.3.31）、等。

https://www.ace.or.jp/web/latest_trend/list1.php?Kiji_Detail&kjijid=4598

⁶² 地球温暖化対策のための税は、原油及び輸入石油製品・ガス状炭化水素（石油ガス・天然ガス）・石炭を課税対象とする石油石炭税の徴収スキームを活用し、石油石炭税に税率を上乗せする形で徴収される。

⁶³ 2020年下半年から再び注目されるようになったクリーンエネルギー投資等は、2020年上半年は著しく減少した。「コロナ禍でエネルギー投資もピンチ！安定供給とクリーンに向けた投資促進を」経済産業省（2020.10.21）

https://www.enecho.meti.go.jp/about/special/johoteiky/world_energy_investment2020.html

⁶⁴ 何かを生産したり人手的な活動を行ったりした際に排出される二酸化炭素等の温室効果ガスと吸収される二酸化炭素等の温室効果ガスの量が同じであるという概念をいう。

-
- ⁶⁵ 「脱炭素や DX 推進に税優遇 競争力法改正案などを閣議決定」日本経済新聞電子版 (2021.2.6)
<https://www.nikkei.com/article/DGKKZO68893980V00C21A2EA4000/>
- ⁶⁶ 小山堅「脱炭素, 最小コストでの転換を」日本経済新聞電子版 (2021.2.5)
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGH012MT0R00C21A2000000/>
「CO2を大気から直接回収 脱炭素を担う新技術 実用化へコスト課題に」日本経済新聞電子版 (2021.1.31)
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOHD068CY0W1A100C2000000/>
- ⁶⁷ 温対税の増税か, 新たな炭素税の導入を検討しているようである。「[炭素税] 本格導入を環境省検討, 税率を段階的に引き上げへ」(2021.3.1)
<https://www.yomiuri.co.jp/economy/20210228-OYT1T50253/>
- ⁶⁸ 同法改正には, 地球温暖化対策の他にも, デジタル化への対応, 新たな日常に向けた事業再構築, パーチャルオンリー株主総会の実現の為の特例, ベンチャー企業の成長支援, 事業再生の円滑化, 規制のサンドボックス (隔離された領域) の恒久化に対する方策も含まれている。
- ⁶⁹ 「コーポレートガバナンス・コード~会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上のために~」株式会社東京証券取引所 (2021.6.11)
<https://www.jpix.co.jp/news/1020/20210611-01.html> (ページ内 7月 20日の PDF を参照)
- ⁷⁰ 持続可能な開発目標 (SDGs) Wikipedia
<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E6%8C%81%E7%B6%9A%E5%8F%AF%E8%83%BD%E3%81%AA%E9%96%8B%E7%99%BA%E7%9B%AE%E6%A8%99>
- ⁷¹ 「金融庁, 機関投資家に持続可能性への考慮求める指針改定」日本経済新聞 (2020.3.24)
https://www.nikkei.com/article/DGXLASFL24HW5_U0A320C2000000/
https://www.nikkei.com/article/DGXLASFL24HW5_U0A320C2000000/
- ⁷² 大崎匠「機関投資家が注力 持続的発展目指す「ESG投資」の問題点とは?」日経ビジネス (2021.7.28)
<https://business.nikkei.com/atcl/plus/00006/071900005/>
- ⁷³ 伊藤宏一「ESG投資とは? SDGsとの関係は? なぜ世界の投資家が注目しているのか」千葉商科大学 MIRAI Times (2021.1.27)
https://www.cuc.ac.jp/om_miraitimes/faq/u0h4tu00000007fg.html
「ESG, SDGsは世界共通の言葉!」SMBC日興証券
<https://www.smbcnikko.co.jp/index.html>
ピクテ投信投資顧問株式会社「『クリーンエネルギー政策』+『ESG投資』で長期的な成長」(2020.10.11)
<https://www.pictet.co.jp/investment-information/fund-insight/fund-watch/gloin-20201011.html>
- なお, 参考までに証券会社や投資顧問会社の資料を上げたが, ESG部門の株価が必ず値上がりするというものではなく, 投資詐欺的な悪徳企業や競争に負ける企業も多発することは容易に予想できる。ただし, 今は堅調である伝統的な化石燃料の会社に対する投資が将来的に不安視されているということとは事実である。
- 転載:「アングル:米エネルギー株, 景気回復と化石燃料の将来性不安が交錯」RUTERS (2020.12.7)
<https://jp.reuters.com/article/us-energy-stocks-idJPKBN28H01M>
- ⁷⁴ 米エクソンは高配当企業でありながら, 化石燃料を扱う反環境のイメージから, 近時は環境保護に注視する投資家達から嫌われ投資対象から外されてきたが, 物言う株主で知られる資産運用会社ブラックロックは, 同社の株式の保有比率を高め, 株主提案で環境保護派の役員を送り込み経営方針に影響を及ぼす方針を採り, 株主総会において, 取締役中に3名の環境保護派の取締役を送り込むことに成功した。その途端, 株価も上昇している。
「米エクソン取締役環境派 ESG対応はもうかるのか?」日本経済新聞 (2021.6.4)
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUC0280X0S1A600C2000000/>
- ⁷⁵ 別冊商事法務 No.453「機関投資家の議決権行使方針及び結果の分析 [2020年版]」(2020年7月25日・

商事法務)では、温暖化対策等についての議題については、その内容により賛成するといった方針の機関投資家がいることが分かる程度であり、議決権行使方針の中心としている機関投資家はまだまだ少ない。

「機関投資家の行動指針、受入れ『未検討』4割」日本経済新聞 (2020.12.2)

<https://www.nikkei.com/article/DGKKZO66868360R01C20A2DTA000/>

参考文献

コーポレートガバナンス・コード～会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上のために～ (2018年6月1日・株式会社東京証券取引所)。

「コーポレートガバナンス・コード～会社の持続的な成長と中長期的な企業価値の向上のために～」(2021年6月11日株式会社東京証券取引所)。

別冊商事法務 No.453 「機関投資家の議決権行使方針及び結果の分析 [2020年版]」(2020年7月25日・商事法務)。

拙稿「地球温暖化に対するわが国の対応の変化」2021.4.9 商事法研究リポート (株式会社ミロク情報サービス・税経システム研究所)

[https://tvs.mjs.co.jp/?id=38&tx_ttnews%5Btt_news%5D=383386&L=0&cHash=d74333d134be8262ed29fa35487946f0&sword_list\[\]=&no_cache=1](https://tvs.mjs.co.jp/?id=38&tx_ttnews%5Btt_news%5D=383386&L=0&cHash=d74333d134be8262ed29fa35487946f0&sword_list[]=&no_cache=1)

拙稿「新型コロナ禍中における企業の対応」2020.10.9 商事法研究リポート (株式会社ミロク情報サービス・税経システム研究所)

[https://tvs.mjs.co.jp/?id=38&tx_ttnews%5Btt_news%5D=382248&L=0&cHash=e0f8450465654d499607f0b019f2b9f6&sword_list\[\]=&no_cache=1](https://tvs.mjs.co.jp/?id=38&tx_ttnews%5Btt_news%5D=382248&L=0&cHash=e0f8450465654d499607f0b019f2b9f6&sword_list[]=&no_cache=1)

拙稿「SNS等の拡散機能と権利侵害に対する問題」2019.10.18 商事法研究リポート (株式会社ミロク情報サービス・税経システム研究所)

[https://tvs.mjs.co.jp/?id=38&tx_ttnews%5Btt_news%5D=360597&L=0&cHash=e1686eeeb0a3ecd7e0e951d1f529b0bf&sword_list\[\]=&no_cache=1](https://tvs.mjs.co.jp/?id=38&tx_ttnews%5Btt_news%5D=360597&L=0&cHash=e1686eeeb0a3ecd7e0e951d1f529b0bf&sword_list[]=&no_cache=1)