

◆書評◆

在間敬子『中小企業の環境イノベーション』
中央経済社, 2017年

孫 穎 (横浜国立大学)

本書は、「環境経営イノベーションシリーズ」の第7巻である。著者が長年研究調査を積み重ねてきた中小企業の環境経営の推進や支援のあり方に関する力作である。特に経営学の分析の枠組みを環境経営分野に応用することによって、環境経営の定義やその戦略的な推進方法および支援のあり方について体系的に提示できた点は特徴的である。また提示された分析の枠組みのもとで、統計解析やシミュレーション解析を駆使し、中小企業に対する綿密なアンケート調査やヒアリング調査の結果を実証的に分析した結果、特性の異なる中小企業における環境経営の導入戦略や支援策のあり方について、実務的な知見を示した。日本では、環境経営に関して、実施手法を紹介する書籍は多くみられているが、本書のような体系的な整理および中小企業への実証的な展開は存在しておらず待望の一冊と言っても過言ではない。特に本書は、中小企業の環境イノベーションについて環境経営学の視点から重要な知見を提供しており、環境経営を専門的に研究する方や企業の経営者、政策立案者にとって大変興味深い内容となるだけでなく、これから環境経営学を学習する人にも体系的な知見を提供していると考えられる。

近年大企業では環境経営への積極的な取組が見られている一方、経営資源に制約がある中小企業では環境経営が十分浸透していないことが指摘されている。世界の企業総数の99%以上を占める中小企業の割合を考えると、地球環境問題の解決に向けた中小企業による環境経営の普及加速は急務となっている。本書における著者の関心は、そもそも環境経営とは何か、環境経営は中小企業にどのようなイノベーションをもたらすのか、中小

企業による環境経営の推進条件および中小企業の環境経営の普及条件は何か、環境経営というイノベーションを導入する中小企業への支援のあり方は何か、というところにあった。中小企業の環境経営の支援策については、特に情報利用や環境コミュニケーションに焦点をあてて検討された。

第1章から第3章までは、環境経営とは何かについて解説されている。第1章では、環境経営は社会の環境問題解決に対する企業経営からのアプローチであるという視点から、環境経営と環境経営イノベーションの定義を提示した。環境経営はミクロレベルの環境マネジメントのうち企業が取り組むものであると述べ、「環境理念を組織の中心に位置づけ、企業活動のあらゆるプロセスに環境配慮の視点を組み込み、環境性と経済性の向上を目指すこと」とその定義を示した。そのうえで、環境経営イノベーションの定義を、環境経営の新たな導入で企業経営に新しいスタイルをもたらすことであるとし、「企業経営の新しい概念・スタイル」「新製品の開発、新生産の方法、新市場の開拓、新原材料の開発」「社会の変革」という3つの意味を含むとした。第1章以降の議論は、ここでの環境経営と環境経営イノベーションの定義のもとで学問的および実証的に展開されている。

第2章では、環境経営イノベーションとはどのような企業経営であるのかという視点から、経営学の基本的なフレームワークを活用し、環境経営活動を経営活動プロセス・ビジネス・社会貢献と3次元化し、自主的な活動とコンプライアンス活動という二つの軸と合わせて環境活動の領域を提示した。そのうえで、環境活動の決定要因として、経営者の意思などを提示し、環境経営における経営者の

役割について、経営理念や環境経営戦略の意思決定などから説明した。さらに、環境経営を方向づける戦略として、無差別型・防衛型・積極型・革新型というフレームワークを提示し、環境性と経済性を同時に向上させる機会には、環境コスト、環境リスク、環境ビジネス、環境ブランドの4領域があると主張した。環境経営における多様なニーズを踏まえて、ステークホルダーとの関わりをマネジメントすることの必要性を説明した。本章において、経営学領域の様々な分析フレームワークを応用して環境経営が内包する多様な要素をシステム化し、これらが体系的に整理されることによって環境経営の全体像に関する俯瞰的な知見が提示されている点が非常に評価できる。また、革新型戦略には共有価値の創造(CSV)が含まれていることを新たに強調した点も興味深いと考える。

第3章では、環境経営の組織マネジメントとしての役割に焦点をあて、組織マネジメントで活用されている環境経営の主要手法として、環境マネジメントシステムや環境会計、環境影響評価や環境指標、戦略策定のためのAUDIO分析などが解説されている。これらの手法の活用意義について、企業の環境性と経済性を向上させる4つの機会から説明されている。本章では、環境経営の重要な手法や最新の概念の紹介に留まらず、環境性と経済性を向上させる機会に関する分析フレームをもとに環境経営の手法の意義を論じた点が興味深いと考える。

第4章では、1997年から2013年までの日経環境経営度調査を用いた分析により、大企業の環境配慮要求がサプライチェーンを通じて中小企業へと波及した背景を明らかにしている。ここでの分析は、戦略・組織体制・組織メンバーへの浸透・実践手法採用における環境経営イノベーションの視点から、大企業の環境経営の変遷を整理し、製造業の環境経営イノベーションの特色を抽出することにより行われている。製造業中小企業に環境配慮が求められる要因について、「ISO14001認証取得大企業からの波及」、「欧州の環境規制の強化」、「企業評価における環境情報の開示要

求」の3点を指摘している。本章において、各年度の日経環境経営度調査から各時期における大企業の環境経営イノベーションを抽出することで、大企業の環境経営イノベーションの変遷を読み取るという分析切り口は特色があると考えられる。

第5章は、日本の中小企業の環境経営に関して、既存の実態調査の動向および国際学術誌による海外の研究動向を分析し、当該研究分野での本書の位置づけが示されている。さらに中小企業の環境経営イノベーションの分析課題を「環境活動の実態」「環境経営要因・戦略・経済性」「環境ビジネス・イノベーション」「環境経営支援」に分解し、第6章から第9章まででそれぞれの分析課題に関する著者の実証研究が展開されている。

中小企業の「環境活動の実態」に関する分析について、第6章ではアンケート調査とヒアリング調査をもとに、2000年代初期における取引先大企業の環境配慮要求が製造業中小企業に環境経営イノベーションを起こさせたことを実証し、情報と知識支援について、中小企業が求める支援と実際に利用した支援とが乖離していることを指摘した。アンケート調査は、訪問面接調査により実施され、一般的な郵送法調査と比べて回答者の理解の相違による誤差が低減され、説明力が高い調査結果であると考えられる。さらに、アンケートの総合環境評価の高いS社に注目し、大企業の環境配慮要求のもとでのISO14001認証取得がS社の環境経営イノベーションの契機となって、組織能力に加え環境性と経済性の向上にも繋がったプロセスを紹介した。この事例分析に関して、環境経営を方向づける戦略フレームワーク、環境性・経済性向上の機会のフレームワークを用いた分析視点が特に興味深いと考える。

第7章は、情報支援と環境性向上の条件に関する分析である。第6章と同様なアンケート調査をもとに、情報利用の実態や中小企業が求める情報支援、経営者意識や不足している経営資源を分析した結果、大半の経営者が環境経営にプラスの認識を持っている一方、情報的経営資源の不足に直面している実態を

明確にした。さらに、構造方程式モデリングを用いて、企業の内部要因（規模・事業形態・競争力等）や外部要因（環境配慮要求や市場環境）、環境情報経営資源の獲得（EMS 認証取得、情報支援利用）と経営者の環境意識、経済性と環境性との影響構造を明確にすることによって、中小企業の環境性を向上させるためには、情動的経営資源獲得というイノベーションが原動力となることを指摘した。

第8章では、中小企業に環境経営を普及させるための支援策を検討した。多様なステークホルダーに対するヒアリング調査をもとに、「環境コミュニケーションの場」（ステークホルダーによる中小企業の環境経営支援のための各種機会）の提供という情報支援を紹介し、各種支援の効果をエージェントベースモデリング（ABM）によるシミュレーション解析で評価した。中小企業の類型に応じた支援策の必要性や、中小企業が抱える環境経営の課題とその他の課題とをリンクさせた支援の重要性を指摘した。特に ABM を用いることで、複数の市場取引、消費者・大企業・中小企業という異なる意思決定主体、多様な意思決定、学習などをモデル化でき、経営学、経済学や社会心理学の知見に基づいて研究を展開した点はオリジナリティが高く非常に評価できる。

第9章では、環境ビジネス支援に焦点を当て、同一支援制度の認定中小企業への質的調査から、外部との関わりによる自社の環境ビジネスの展開は、環境ビジネス・イノベーションを志向する中小企業の特徴の一つであることや、環境ビジネス成功の条件として、環境管理を基幹事業と位置付けることが重要であること、情報支援制度の効果として、経営課題の解決へのサポートになったこと、他機関との連携の仕組みの構築の必要性などが論じられている。第10章では、中小企業の環境経営の既存研究に対して、本書の特色や分

析結果による新たな知見や限界について、総括されている。

一読して、本書全体の学問的整理や実証研究の整合性、一貫性の高さ、新奇的な視点と多彩な分析手法に驚くことばかりであった。一方で、強いて言えば評者としては次のような視点が組み込まれればと期待している。

第1に、本書は、主に経営学の基本フレームワークをもとに検討されており、環境経営イノベーションシリーズが目指している環境経済と環境経営の融合という目的を考えると、環境経済学の知見をもう少し踏まえることが期待される。

第2に、環境経営とは何かということに関する学問的検討では、実質的に大企業を研究対象とする経営学の分析フレームや知見が主に応用されている。本書は中小企業の環境経営を検討領域としていることを考えると、中小企業に特化した学問分野の分析枠組みの応用も期待される。

第3に、第5章では、中小企業の環境経営の研究動向の分析は、主に国際学術誌で掲載されている欧米の既存研究を中心に紹介されているが、本書は日本の中小企業に関する調査研究であるため、日本の中小企業を対象とした学術研究の動向も踏まえる必要があると考える。また、同章で、日経環境経営度調査を用いて、大企業の環境経営の変遷を概観した点、非常に興味深かったがゆえに、大企業の環境経営イノベーションの導入プロセスの背後に存在する中小企業の環境経営の変遷に関する説明も望まれるところである。

以上のような、さらなる視点からの分析が望まれるとしても、本書の学術的意義を損なうものではない。現在、環境経営学という学問領域が十分には確立されていないと考えられる中、本書は環境経営学を学問として確立させるための重要な布石となる知見を提供しており、貴重な一冊であると考えている。