

# インフォーマルミーティング

松坂興一会員



皆さん今晚。今回移動例会ということで、些か困惑している方々も、おられると思いますが、ロータリー情報委員会としての年間活動の一環として、石井委員長の厳命により北村会員による第一弾、鈴木先生による第二弾、そして第三弾ということで私の出番が回ってきた訳であります。

従いまして、我慢をお願いするわけではありますが、話の後には楽しい時間を取って有りますので、ご辛抱頂きたいと存じます。

さて、話のテーマですが、ロータリー体験に基づいた話をとの事ですが、今までにも幾度かお話しているのもう少しロータリーの本質に関わる話をしてみようと思います。

となると、職業奉仕に関する話ということになるのですが、六年前に大塚会員がガバナー補佐年度のIMで講演した話を蒸し返しながらか、話してみたいと思います。

私がロータリーに入会いたしました、足掛け四十一年のロータリー歴を重ねて参りましたが、「職業奉仕」について未だに確固たる理念を持っておる訳では御座いません。

だいたい「職業奉仕」という言葉自体が、辞書を引いても出て参りませんし、ロータリーでのみ通用する言語でありまして何とも理解し難い言葉でございます。

然しながら「職業」と申せば、私達が生活をしていく為の所得を得る手段であり、自分自身の為のものでもあります。それに対して「奉仕」と申せば、「世のため、人のため」であり、自分以外の人のためのもので、全く方向性が異なるものであります。

この様な矛盾が「職業奉仕」を理解し難いものになっている訳でございます。そして今一つが社会奉仕と職業奉仕の異差であります。

職業奉仕の定義の一つに「職業を通じて社会に奉仕する」とあり、これでは、職業奉仕は社会奉仕の一部という錯覚が生まれてしまいます。はっきりと「職業で」としなければならぬのです。例えば例を上げますと、タクシーの運転手が客を乗せて、メモを頼りにやっど客の行き先を訪ね当て送り届けたとします。これは職業奉仕で有ります。お金をもらって客を目的地に運ぶのが運転手の職業であるからです。

その帰り、重い荷物を持って思案顔したお年寄りに声をかけた処「行き先がわからず困っている」とのこと、そこで運転手「そこは車庫への帰り道、乗せて行ってあげよう」と年寄りを無料で乗せていったとする。これは職業奉仕ではなく、社会奉仕の小さな親切ということであり、何故なら無料では職業とは言えないからであります。料金をもってこそ職業と申せましょう。こうしたことが職業奉仕を分かりにくくしているわけです。余り上手なたとえではありませんでしたが、相違はお判りいただけたと思います。職業奉仕はあくまで個人で行うものです。社会奉仕や国際奉仕等はクラブで行うことですが、職業奉仕は出来ません。なぜならロータリークラブは職業では無いからです。従って職業奉仕委員会の役割はあくまで会員の職業奉仕を促進することにあります。

私自身の体験から申しますと、入会して12~3年ほど経ったころ、何となく心に染み入るようなものがありました。それは決して明確な形を持って現れてきた訳ではありませんが、正に浸みいつてまいった訳であります。当時の私はまことに、未熟なロータリアンでありました。

この様な私が、今皆さんを前にして話す資格があるや否やと申せば、当然「無い」に相違御座いませんが、NOが許されぬままに、お許し願いたいと存じます。

従いまして、メモの必要も御座いませんし、ただ聞き流すだけでよろしいかと存じます。

さて“職業奉仕”を語るには、どうしてもロータリーの創設時に遡らねばなりません。皆さんはすでにロータリーの発祥については、幾度となく聞かされてきたものと思いますが、今一度お浸いすると思っ、お聞き戴きたいと思っます。

ロータリーは 20 世紀の初頭、アメリカのシカゴにおいて、青年弁護士ポール・ハリスが 3 人の友人と語らっ“お互い信頼のできる公正な取引をし、仕事上の付き合いがそのまま親友関係にまで、発展することの出来る仲間”を増やし集会を始めたのが始まりと言われっおります。

さてロータリーの発祥当時の時代の様相が大きく影響しているのは当然であり、この当時の時代背景について、お話ししてみたいと思っのですが、19 世紀中ごろから 20 世紀初頭のアメリカは、資本主義の勃興の真ただ中であり、人身の荒廃は元より弱肉強食の世界でありました。当時の経緯を年表で見ると、1837 年アメリカ産業革命以後の経済発展は目覚ましく、労働者不足から沢山の移民を受け入れることになり、また南部における黒人奴隷に対する差別問題等様々な矛盾が噴出、国論を二分して、ついには、リンカーン大統領の下に南北戦争が勃発するわけであります。1861 年のことす。

1848 年カルフォルニアに金鉱発見。1867 年アラスカ買収(ロシアから 720 万ドルで)。1869 年大陸横断鉄道完成。1871 年ニューヨーク地下鉄完成。1876 年ベル電話機発明。1877 年エジソン蓄音機発明。

1879 年エジソン白熱電球発明。1880～1890 年鉄道大建設時代。ロックフェラー、スタンダード石油トラスト組織。1893 年エジソン活動写真機発明。1901 年ヘテキサス大油田発見。1903 年フォード自動車設立。ライト兄弟飛行機、飛行に成功。1904 年アメリカによるパナマ運河起工。

等々アメリカは急速な大発展を遂げるわけす、世界においても、ヨーロッパに於いては列強が構成され、特にイギリスの繁栄、プロシヤの興隆、ドイツ、イタリアの統一など、特にアジア、中国、アフリカへの進出、植民地化そして当然起きる格差社会の急速な進行、同時に社会不安や不満が、社会主義運動の発達を促し、政治的にも社会主義勢力の発展にもつながるわけす。

日本も明治維新以来、列強に追い付け追い越せで近代化を進めてきたのですが、1894 年中国最後の王朝清国との間での日清戦争に勝利してやっ列強の仲間入りを果たすわけす、その 10 年後、ヨーロッパの列強の一員であるロシアとの間で日露戦争が勃発するわけす、これが 1905 年のことでありす。正にアメリカはシカゴにおいてロータリークラブが誕生した年でありす。怒涛波乱の時代であり、繁栄と混迷の時代でもありました。従っ真摯な青年弁護士のポール・ハリスが憂鬱と孤独の中で何を求めたのかは、十分に推測できるわけす。シカゴは現在もそうす、当時においてもアメリカの大都市の一つであり、西部における物流の一大拠点でありましたから、さぞかし雑多な人々の集まりだったと思われす、因みに 1919 年に禁酒法が施行されす、アル・カポネが暴れ回ったのもシカゴであり、ロータリー誕生から 14 年後のことす。ゆうならば、正に行け行けどんどの何でもありの時代であった訳でありす。話を元に戻しす、隔週行われた集会は、会話も弾み大いに盛り上がり、入会者も増えて 9 名ほどに為ったとき、9 名がいずれも異なる職業に従事していることに、ポールがきずいたそうす。このことが、後に一業種一名の入会基準につながったと、言われっいます。

当初にあってのロータリーは“奉仕の理念”なぞ毛頭なく、唯“親睦と友愛”そして“相互扶助”という実利を求める人達の集まりに過ぎませんでした。

クラブの入会者にとっては会員相互の扶助があり、実利を得ることが出来るロータリークラブは絶好の場であった訳でありす。

そうした最中、ポール・ハリスは弁護士仲間の友人に、この様な特典を話した上で入会を勧めましたが、(自分たち

だけの利益を考えている様なクラブが発展する訳がないし、又継続する訳もない。)と断られ愕然としたと言われています。

そしてここから“奉仕に対する理念”が生まれてきたと言われております。

これを契機にロータリーに於ける「社会奉仕」第一号と言われる「公衆トイレ」をシカゴ市に寄贈することになる訳ですが、このことはむしろ市民にも働きかけての市民運動的なものに、発展させたことで現代においても、社会奉仕のパターンの一つとして推奨されております。

ここで一人の人物が登場致します。アーサー・フレデリック・シェルドンです。シェルドンはミシガン大学で経営学・販売学を学びトップの成績で卒業いたしました。自身はセールスマンとして図書の訪問販売に素晴らしい成績をあげますが、1902年シカゴにシェルドンビジネススクールを設立して教育する道を進むことになりました。

1908年、後に国際ロータリー初代事務総長となりロータリーの発展に大きな功績を残したチェスレー・ペリーと共にシカゴロータリークラブに入会いたします。この時代はクラブ内にあつて”親睦と相互扶助派“対“社会奉仕派”の対立の時代でした。シェルドン 40 歳の時でした。

入会したシェルドンが考えたことは、このクラブにははっきりとした目的と理念がないということでした。

そこで明快な目標と標語を考えねばと1910年8月シカゴで開かれた第1回全米連合年次大会において(He profits most who serves best)”最も奉仕するもの最も報わる“を提唱し連合はロータリーに導入して、そのまま「奉仕の理念」として採択され、さらにその考え方が「職業奉仕」となって今日に至っておる訳で有ります。

註:この年次大会において ミネアポリスクラブの Collins が提唱した(Serves above self)(超我の奉仕)が第一標語として採択され、ロータリーとしての「奉仕の理念」が確立されました。

シェルドンの「奉仕の理念」とは吾々ロータリアンはすべからず職業人であり事業にかかわる人々であることから、その最大の目的は、事業の成功であると言うことを目的としたことです。

その目的を総括的に説いたものが「奉仕の理念」です。そこで彼は、事業の継続的發展を得るためには、己の利益を優先するのではなく、己の職業を通して社会に貢献するという意図をもって事業を営むということ、すなわち会社経営を学習とこころえて、原理・原則に基づいて経営すべきと説いたことです。

また利益は己ばかりが独占すべきではなく、従業員や取引に関わる人達にも再配分することこそが、継続的に利益をえる最良な方法と考えたことです。

この方法は決して法律等によって規制されたものではなく、いわば事業者と従業員が自発的に行う修正資本主義に近い考え方です。

1. 自社の製品に自信がありますか？
2. 十分な製品を作る為に、設備投資を行っていますか？
3. 正しい管理のもとで、最良の品を提供できますか？

加えて良好な労働環境を提供していますか？ 適正な報酬を支払っていますか？ 安全・福利厚生・社会保険・教育の機会を与えているか等々最善を尽くす事が経営者に求められていると考えたのです。

このことが結果的に職業人の目的である、継続的な利益をもたらす顧客を確保することに繋がると、そして世の中で有益な全ての事業に従事することが、奉仕であると説いたのでした。

従って職業奉仕を行うことによる処の受益者はロータリアンであると申せましょう。

さてここからは、事例としてお話してみようと思いますが、この事例は 7 年程まえに行われた鹿児島での RI 研修セッションでの「職業奉仕の理念と実践」からの引用もまじえ、私見も加えての話ですので、おぼつかない処がありますが、興味深いものが有りますので紹介させていただきます。

第三次産業では多くの企業が、経営の根幹として活用している手法があります。

顧客満足度(CS)と顧客ロイヤルティです。

『人は物品を購入する時、その物品を手にした時に何らかの満足を感じた時に初めて購入したいとする意欲を持つ』との考えを前提にしていると言われております。

これは米国において 1980 年代に「近代マーケティングの父」と称されるノースウエスタン大学ケロッグ経営大学院のフィリップ・コトラー教授等によって言われ始めた概念で、従来は生産者主導の形で行われてきた商品の品質、方向性などを、客の要望・嗜好を中心に据えた方が良いのではないかという考え方であります。

フィリップ・コトラー教授は現代マーケティングの第一人者として、その研究は営利事業だけではなく、美術館や非営利事業の資金調達、あるいは政治活動のマーケティングにまで及び、その足跡は他の分野にまで及んでいます。

御存じの方もあろうかと存じますが、6～7 年前日経新聞の「私の履歴書」に掲載されましたが、現代において最も影響力の高い一人と云う事が出来ましよう。さて本題に戻しますが、これはサービスを初めとする第三次産業の社会に占める割合が拡大していることと関係しているとも言われています。

生産性や効率を多少犠牲にしても、客の満足度を高めた方が、消費者のリピーター化などを通して、結果的に良い手法と言われています。

1990年代に入ると顧客ロイヤルティの概念が体系化され、眞の顧客満足度を算出してCRM

(Customer Relationship Management)注※ 特定な顧客との関係を、継続的に築き上げその結果として、売り上げや利益、さらに企業価値の向上を求める手法。※ を実施するうえでの消費者基盤を構築することが可能となった訳ですが、一般的な顧客満足度が「反復購入」という行動に結び付かないレベルでの満足度だとすると、顧客ロイヤルティは「反復購入」という行動に直結するレベルの満足と言うことであります。

そしてロイヤルティの高い顧客は次のような特性を持っていると言われています。

1. 繰り返し購入してくれる。
2. 競合他社の誘いに乗らない。
3. 第三者に勧めてくれる。

1・2 の行動は「愛着の証」であり、繰り返し購入してくれる客こそ「お得意様」と呼ぶ客のことです。

客の離反を抑えて、客を維持するためには「ロイヤルティ」という考え方が、必要不可欠で単なる「満足」を超えて「ロイヤルティ」を獲得する為に努力しなければならないと言うことであります。

信頼を得るために客のニーズに応えることも重要であり、客の期待度より低いサービスであれば当然の如く不満が残り、客の期待値とサービスが同等なら満足するでしょう。

過去にこのような問題がありました。

註 1: 山田電機の訴訟問題

「山田電機、満足度ランク最下位訴訟で敗訴」新聞にこうした記事が載りました。これは「日経ビジネス」の消費者満足度ランキングで最下位にされ名誉を傷つけられたとして、業界最大手の山田電機が発行元の日経 BP に 5.500 万円の損害賠償を求めた訴訟がありました。

問題となったのは、同誌の特集記事。アフターサービスの満足度に関するアンケート調査で、家電量販店部門で 16社中最下位だったなどと報じたのが発端です。これに対し、判決は、同誌が会員から回答者を無作為チェック、組織票を防ぐためにメールアドレスのチェックも行っていたことなどから、「合理的な調査結果になるような配慮がなされていた」として退けたとのことです。

これは小売業界においては、裁判沙汰になるくらい、顧客満足度が経営にとって極めて重大な指標になっているかと云うことで理解頂く為に、紹介させて頂きました。

そうした中で最近では客の期待値以上のサービスを提供することが、問われ始めました。

それはカスタマー・ディライトと言う考え方です。客が期待する以上の品質やレベルの高い製品やサービスを提供することで、客に予想外の喜びや感動をあたえること。客の満足度をより発展させた理念・尺度がカスタマー・ディライトです。

客の満足度(Customer Satisfaction)CSに応えるものが期待通りとすれば、期待以上の「感動」「喜び」を与えるために「こんなことを、してもらえるのか!」「次は何をしてくれるのか?」と言う感情を顧客に持たすことが、顧客・ロイヤリティを獲得する上で非常に重要となっております。

この手法はサービス業・接客業の分野におきましてはとくに重要視され、ザ・リッツカールトン、全日空、日本タバコで採用されております。また自動車ディーラーの間でも、その方向へ向かっております。以上が最近での方向です。

次に「企業の社会的責任について」話して見たいと思います。

CSR(Corporate Social Responsibility)企業が利益を追求するだけでなく、企業活動が社会に及ぼす影響に責任を持ち、消費者、投資家、及び社会全体を指し、ステーク・ホルダーからの要求に対し、適切な意思決定をすることを指す、とあります。日本では利益を目的としない慈善事業と誤訳・誤解されたこともあります。現在世界的傾向として、環境配慮の取り組みや社会貢献といった財務以外の情報に、注目する投資家が増えてきております。何故かと申しますと、長期に涉って成長する企業を探す材料になると見ているからです。どの様な活動をしているかと云うことも、企業の見えざる資産の一つであると云うことであります。評価されれば、株価も動くことと云うことです。世界持続可能性投資連合(GSIA)によると、世界の機関投資家の運用資産の2割強は、社会貢献活動などを、投資判断の基準にしております。次にSRI〔Social Responsibility Investment〕注※市場メカニズムを通じ、株主がその立場・権利を行使して、経営陣に対して、企業の社会的責任(CSR)

に配慮した持続可能な経営を求めてゆく投資。※ について話して見たいと思います。SRIは社会責任投資と呼ばれ、SRIの指標である経済・環境・社会のトリプル・ボトムラインに加えて統治の観点を配慮している企業は、経営の継続性が見込まれSRIが行われやすいといわれています。

世界のSRI市場規模は13.6兆ドルであり、これは運用会社などによって運用される金融資産の22%に相当する。ちなみに全世界市場の規模は618兆2000億ドルである。

13.6兆ドルのうち欧州市場は約8兆7580億ドル(全体の65%)米国市場は約3兆7400億ドル(28%)で日本市場は約100億ドルに過ぎず、世界市場に於ける割合は0.1%にも満たないものであります。

EU=8.758 USA=3.740 カナダ=589 アフリカ=229 オーストラリア=178 アジア=64 日本=10。

SRIを広めることがCSRの発展に貢献することに、間違いないものであります。次にESG投資について話をしてみたいと思います。環境(Environment)社会(Social)統治(Governance)今日世界においてはESG投資が急速に拡大しております。

投資にESGを考慮する「責任投資原則(PRI)」。同原則に署名した投資家や助言会社などは19年3月時点で2372と、過去10年間で5倍に増えました。運用資産総額は96兆ドル(約9400兆円)と世界の国内総生産(GDP)に匹敵します。

日本でも世界最大の年金基金である年金積立金管理運用独立行政法人がESG投資の旗振り役として世界で5000銘柄以上を保有する超長期投資家として、ESG指数を選定して運用額を拡大、環境債への投資など矢継

ぎ早に、新機軸打ち出しております。

ESG は単なる道義的な性質のものではなく、50年先を見据えてリターンを追求するものと成りました。

直近では日本電産が環境に配慮した事業に資金使途を限る環境債を発行すると発表しましたが、計 1000 億円とのことで国内最大であります。日本の環境債市場も活発化しており、環境省によると、19 年は 10 月時点で 40 件。計 5933 億円に達しています。やっと日本も遅ればせながら、追いかけるようになったわけでもあります。

また企業の、情報開示の手法も変わってきました。従前は環境経営や社会貢献の報告書を、財務情報の報告書と別に作っていたものを、これらを一冊にまとめた「総合報告書」が普及いたしております。世界では大半の会社が日本でも有力企業は作成が変りつつあります。直接利益を生み出さないような活動にも、企業を成長に導く力がヒントになりうる訳であります。国際標準化機構 (ISO) では、社会的責任の呼称で国際機構 ISO26000 を策定 (2010年11月発行) 日本では JIS26000 [社会的責任に関する手引き] として 2012年3月に制定されております。社会的責任の中核的テーマとして、組織的統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティ参画及び開発、の 7 つが挙げられており、いわゆる社会貢献活動の寄付、ボランティア活動などは挙げられていない。

註 2: ユニクロのキャンペーンについて

ヒートテックはありますか？

Tシャツはありますか？

子供服はありますか？

これはどこかの NGO のプログラムではありません。御存じユニクロのホームページからの転載です。

お客様から不要になった服を預かり、世界中の難民、避難民など、服を必要としている人々へ届けたり、工業用繊維などにリサイクルする活動です。ユニクロのキャンペーンの特徴は、自社製品しか引き取らないということにあります。ユニクロは自社製品の優秀性をアピールしながら購入者である消費者もこのキャンペーンに参加させることで「社会貢献」が出来るプログラムとさせた訳であります。

結果的にキャンペーンの主催は「ブランドイメージを高める」という「利益」を得ることができます。

ちなみに 2019 年度に於ける CSR 日本企業ランキングベストテンは第一位 NTTドコモ以下 KDDI、花王、ブリジストン、富士フイルム、コマツ、富士ゼロックス、ダイキン工業、デンソー、旭化成、でした。評価基準は 1: 企業統治 + 社会性。2: 財務。3: 人材活用。4: 環境。以上 4 つの部門別の評価点数の合計点によるものです。

CSR については時間があれば後ほどもう少しお話ししてみたいとおもいますが、以上が顧客満足、ロイヤリティの向上、カスタマー・ディライト、CSR、SRI、ESG など企業活動における実践事例ですが、これらの向上が“利益の源泉”となるという考え方は「最も顧客の満足を得たものが、最も多くむくわれる」と言う言葉に変換出来るわけです。

これは 100 年も前にシェルドンが 1911 年第 2 回全米 RC 連合大会へ送ったメッセージ「継続的な利益をもたらす顧客の確保こそが、事業の継続的発展をもたらす」と一致いたします。

100 年も前に出来上がった理念が今日の企業理念と根底で一致致している訳です。最近では「職業奉仕」の理念が陳腐との風評がありますが、古いどころか今やっと、企業理念が「職業奉仕」に近づいてきた訳です。この最先端の道を 100 年も前から歩み始め実践してきたロータリーは正に我々が誇るべきものであります。100 年以上前から、先輩達が残してくれた、素晴らしい「知恵の結晶」ともいべき職業奉仕の神髄は、露骨でナマ臭い過激な言い方をすれば「金儲けがしたければ職業奉仕をしろ」ということに尽きるのではないのでしょうか。このくらい思い切らねばロータリーの永遠の発展に繋がらぬと考えております。

皆さん如何でしょうか。

長時間にわたり誠に拙い話でありましたが、これからの皆さんがお考えになる「職業奉仕」の一助にでも為ることが出来るならば幸いとぞんじます。以上持ちまして、私の務めとさせて頂きました。御清聴まことに有難うございました。

### 註:3 CRM

特定の顧客との関係を継続的に築き上げ、その結果として売り上げや利益、さらには企業価値を向上させるという経営手法のこと。

顧客生涯価値(LTV), 顧客の選別などの考え方にに基づきターゲットごとにメリハリをつけたマーケティングを行うことで、顧客の満足度を高め、重要顧客の獲得、維持に努める。

CRMを実施する際は、次のような流れを念頭に置くこと。

- 1:顧客のデータベースなど構築して、顧客情報を集め、顧客ニーズの把握特定を行う。
- 2:自社にとって重要な顧客を選別ランク付けする。
- 3:ターゲットした顧客のニーズに対応する製品やサービスを重点的に提供し、顧客を獲得する。
- 4:その顧客を維持するための取り組みを行い、それにより増収を図る。

日本に於けるCSRとSRIについて

CSRとは日本語では「企業の社会的責任」と訳されている。然しCSRと云う単語が独り歩きをして、企業のどのような活動がCSRを指すのか明確な答えが日本では出ていない。EUでは2011年に欧州委員会が「企業が社会に与える影響に責任を持つこと」とCSRを定義づけているのに対し、我が国ではCSR定義は中央官庁の組織ごとに、別々の定義を持っており、統一した定義を持っていない。

一応企業がコンプライアンスは当然守らねばならないものとして、社会貢献と考えられる枠組みの中で、企業が各自で行っている行動のことをCSRと大まかに定義している。日本のCSRを解りにくくさせている大きな原因の一つがCSRとコンプライアンス(法令順守)の関係がある。日本においては過去大企業が幾度となく不祥事を起こし、其のたびにCSRとしてコンプライアンスが注目された。

従って日本においてはCSRのイメージとしてコンプライアンスをあげる個人または企業が多い。そもそもCSRと云うのは欧州で生まれた概念であり、欧州においては環境に対する配慮は勿論、失業などの雇用問題や人権問題などもCSRとして積極的に考えられている。

あくまでも欧州に於けるCSRは「自主的」に取り組むことが重要視されている。

一方現在の日本ではCSRとして、環境それに次いでコンプライアンスが重要視されている。然しコンプライアンスと云うのは、欧州においてはCSRと云うよりもむしろ企業として当然守るべきものとしての認識が強く、コンプライアンスは企業の社会的「責任」と言うよりも企業の社会的「義務」であると考えられている。

つまり日本に於いてのCSRは企業の社会的「責任」と「義務」の両方が存在しており、それが日本に於けるCSRの根本的なイメージが異なる大きな原因である。

日本のCSRをより分かりやすくし、多くの人々がCSRを理解できるよう、又欧州の考え方に近かづけることでグローバル社会に、より対応しやすくすることが、今後のCSRの発展において重要なことである。

SRI(Socially Responsible Investment)社会責任投資 SRIはCSRに比べてさらに認知度が低い。

### 企業活動

経 済 環 境 社 会

トリプル・ボトムライン=SRIの指標 投資家の主観による判断に頼らざらう得ない。トリプル・ボトムラインは判断



基準を明確にするものとして、ESG があげられる。

ESG とは Environmental(環境)Social(社会) Governance(統治)の略で有り、トリプル・ボトムラインの 3 要素にさらにガバナンスの観点を盛り込んだもので、これらの観点到に配慮している企業は、経営の継続性が見込めるために SRI を行いやすい。

GSIA(Global Sustainable Investment Alliance)によると、世界の SRI 市場規模は 13.6 兆ドルであり、これは運用会社などによって運用される金融資産の 22%に相当する。ちなみに全世界市場の規模は六百十八兆二千億ドルである。

13.6 兆ドルのうち欧州市場は約 8 兆 7580 億ドル(全体の 65%) 米国市場は約 3 兆 7400 億ドル(28%)で日本市場は約 100 億ドルに過ぎず、世界市場に於ける割合は 0,1%にも満たないものである。

EU=8.758 USA=3.740 カナダ=589 アフリカ=229 オーストラリア=178 アジア=64 日本=10

SRI を広めることが CSR の発展に貢献することに、間違いないものである。



乾杯 北村英明会長エレクト



締め挨拶 倉持功典会長ノミネー