

自動車メーカーのESG経営と企業価値創造

— トヨタ自動車と三菱自動車の比較 —

黒川 文子

1. ESG経営が求められる背景

企業が中長期的に経営を行っていく上で、財務情報にだけ配慮をするのでは、ステークホルダーを十分に満足させることができなくなってきた。環境問題などの外部不経済を解決しなければ、損害賠償を請求されるかもしれない。また、従業員や取引業者の人権にも配慮しなければ、業務に支障をきたし生産性が低下する可能性もあるし、不良品を出す可能性も高まるであろう。さらに企業のガバナンスを適切に構築しなければ、不正会計などの不祥事を招きかねない。その結果、企業は莫大な損失を計上することになるであろう。企業はコンプライアンスに配慮し、顧客を満足させるような商品を製造、販売しなければならないのである。もし不祥事が発覚した場合は、適切に対応し処理する必要がある。ガバナンスは業務の適正さを確保するための内部統制システムとなる。

近年、企業は環境：E (Environmental)、社会：S (Social)、ガバナンス：G (Governance) の3つの要素に配慮し、適切に経営を行わなければ、企業のESGを重視する投資家に投資してもらうことができなくなりつつある。これら3つの要素に配慮を行うのが投資家ならば「ESG投資」であり、配慮を行うのが企業ならば「ESG経営」となる。

本論文は、投資家の立場に立つESG投資ではなく、企業側の立場に立ったESG経営に視点を当てる。ケーススタディとして、自動車メーカーのトヨタ自動車と三菱自動車のESG経営を比較し、その結果、両社の株価にどのような影響をもたらしたかを考察する。

2. ESG投資とESG経営

2012年の第2次安倍内閣の発足後、デフレ経済を克服し経済回復するための経済政策として、アベノミクスが掲げられた。株価を高めるためにも、日本企業の

「稼ぐ力」を高め、外国人投資家の信頼を拡大させることが重要課題となったのである。

この課題を解決する手段として、2014年に「日本版スチュワードシップ・コード」が発表された。これは、「企業の持続的な成長を促す観点から、幅広い機関投資家が企業との建設的な対話を行い、適切に受託者責任を果たすための原則」¹⁾である。続いて2015年には、金融庁と東京証券取引所により「コーポレートガバナンス・コード」が設定され、社外取締役の派遣を事実上義務化することなどを企業統治方針とし、一層の企業統治の監視機能の強化が図られた。

ESGの語そのものは、責任投資原則：PRI (Principles of Responsible Investment) から派生している。責任投資原則は国連環境計画金融イニシアティブ (UNEPFI) と国連グローバルコンパクトが協力して2006年に発足させたもので、機関投資家のための国際的なガイドラインである。²⁾すでに、1,400超の機関投資家が責任投資原則に署名しており、日本の年金積立金管理運用独立行政法人 (GPIF) も2015年に署名した。

責任投資原則では、機関投資家は「ユニバーサル・オーナー (資本市場全体を幅広くカバーする株式所有者)³⁾」であるという考えに基づいている。そのような責務を負った機関投資家がESGに配慮した経営を行う企業に対して長期的視点に立って投資を行うならば、究極的にはリスクがヘッジされて最大限の利益を受託者にもたらすことができるとしている。ESG投資の実行状況を地域別に見たものが図表1であり、欧州で際立って活発に行われているのがわかる。日本を含むアジアでは、ESG投資がまだまだ普及していないが、今後、浸透していくものと思われる。

責任投資原則は、機関投資家への責任を問うものである。企業側としては、ESGに配慮して経営を行う必要がある、このための義務や配慮すべきことを記し

図表1 ESG投資残高の地域別比率

欧州	63.7%
米国	30.8%
カナダ	4.4%
オセアニア	0.8%
アジア	0.2%

(出所) Global Sustainable Investment Review 2014, 『日本経済新聞』2017年1月24日(夕刊)。

たもの、国連グローバルコンパクトがある。国連グローバルコンパクトは、1999年にアナン国連事務総長(当時)が提案し、2000年に発足した。これには、図表2に示されているように企業が人権、労働、環境および腐敗防止の分野に関し実施すべき10の原則が記されている。企業は、自社の戦略や日々の活動、企業文化に10の原則を組み込み、その実施状況を年次報告書で報告する必要がある。さらに自社以外の同業者や顧客などに国連グローバルコンパクトを広報し、毎年、国連にその進捗状況を提出する義務がある。これを提出しないと、国連グローバルコンパクトの署名者リストから外される。⁴⁾ 国連グローバルコンパクトへの日本企業・団体の加入は、2017年1月19日時点で239社である。

図表2 国連グローバルコンパクトの10の原則

分野	原則
人権	原則1 企業は、国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重すべきである
	原則2 企業は、自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである
労働	原則3 企業は、組合結成の自由と団体交渉の権利の実行的な承認を支持すべきである
	原則4 企業は、あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持すべきである
	原則5 企業は、児童労働の実行的な廃止を支持すべきである
	原則6 企業は、雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである
環境	原則7 企業は、環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持すべきである
	原則8 企業は、環境に関するより大きな責任を率先して引き受けるべきである
	原則9 企業は、環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである
腐敗防止	原則10 企業は、強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである

(出所) 宮崎正浩(2016)『持続可能性経営～ESGと企業価値との関係を考える～』現代図書、13頁。

企業はESG経営を行うことによって、企業価値の向上に結びつけ、最終的には株価を上昇させることが目標となる。企業理念は行動を伴ってこそ意義があるのであり、ESG経営に向けた企業改革がESG投資家を惹きつけてこそ、企業のESG経営が評価されているのが実証されるのである。

ESG投資の面から企業を評価している機関が、トヨタと三菱自動車をどのように評価しているかを以下で検討する。

- (1) 英国EIRISが「世界サステナビリティ企業ランキング」を2012年に公表した。2,000社を超す世界企業を対象に評価しており、日本企業で50位以内に入ったのはトヨタだけである。トップ10のうち欧州企業が9社を占めた。欧州では環境・人権等の法規制が明確であることが、欧州企業の高評価につながっている。日本もそれに対する法規制を明確にすべきであろう。トヨタの格付けはCである。トヨタを評価できる点は、CO₂の排出量が相対的に少ない車を販売していることであり、評価が低い点は、人権問題とサプライチェーンにおける課題である。⁵⁾
- (2) 「Vigeo Eiris」(VigeoとEIRISが2016年に合併)は、三菱自動車のESGの格付けを大幅に引き下げた。100点満点で12点とし、自動車産業の「落伍者」と認定した。⁶⁾
- (3) イノベスト社は、The Most Sustainable Corporation in the world(2008)で独自の社会、環境、ガバナンスの重み付けにより、100の優良企業を掲載した。2008年にランクインした日本企業の中にトヨタ自動車が入っている。⁷⁾
- (4) The Ethisphere Instituteが報告しているThe World's Most Ethical Companiesの2016年の131社に、日本企業の花王、リコー、資生堂が含まれている。トヨタ自動車(U.S.A)は、2007年と2009年にランクインしているが、これはトヨタのアメリカでの活動が評価されたものである。⁸⁾
- (5) MS-SRIモーニングスター社会的責任投資株価指数の構成銘柄(2017年1月4日付)に、トヨタ自動車が入ったが、三菱自動車は入っていない。

評価ポイントは①企業統治、②環境、③社会性、④人材活用から構成されている。構成銘柄選定プロセスは、①上場企業へのアンケート調査等の実施（約4,000社）②評価結果に基づく絞り込み（約1,000社）③定量スクリーニング（150社）により最終的に150社に絞り込まれる。⁹⁾

さまざまなESG評価機関の結果から、トヨタ自動車は高評価、三菱自動車は非常に低い評価であることがわかる。次に、実際にトヨタの「持続的経営報告書2016」および「環境報告書2016」と三菱自動車の「CSRレポート2016」および「環境報告書2016」より、両社のESG経営を具体的に分析する。そして、その結果を両社の5年間（2011～2015年）の財務指標および株価の変動と関連付けて考察する。

3. トヨタと三菱自動車のESG評価

3-1. E（環境）評価

ESGのうち、まずE（環境）からトヨタと三菱自動車を分析する。環境の評価項目として、企業の環境方針、環境管理のための組織体制、生物多様性、気候変動、環境汚染、水資源マネジメント対応などがある。

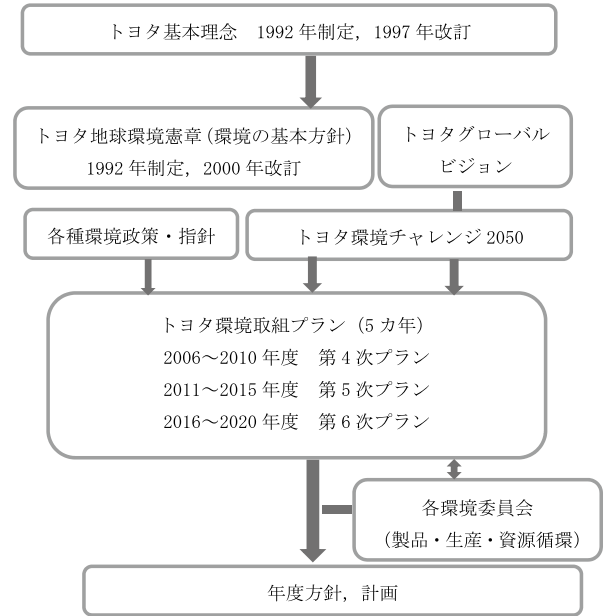
(1) トヨタの環境評価

トヨタには環境についての理念（1997年改訂）と基本方針（2000年改訂）があり、5ヵ年ごとの環境取組プランがある。なお2016年度から2020年度にかけて、すでに第6次プランに入っており、全体的なトヨタの環境取組体系は図表3のようになっている。2050年までの長期的な取組目標の下に、5ヵ年計画、年度計画というように中期、短期に達成目標を細分化しており、確実に計画を実行できるような体系になっている。

トヨタの環境への取り組みを推進する体制は図表4に示すとおりである。環境への取り組みはコーポレート企画会議で議論される。製品、生産、資源循環別に委員会が設置されており、ここでは環境に対する課題や対応が検討され、関係する部署が連携して全社的に取り組みが行われている。

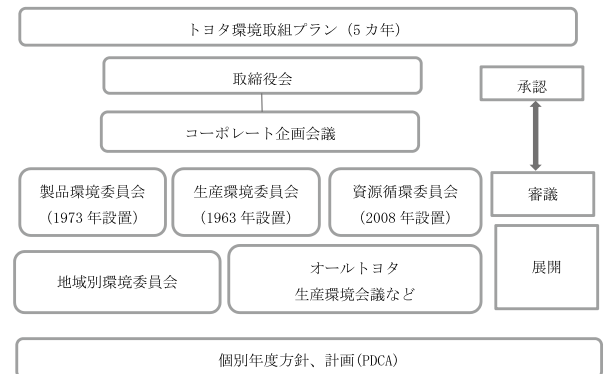
トヨタが環境報告書2016を作成するにあたり参考にしたガイドラインは、「GRIサステナビリティ・レポ

図表3 トヨタの環境取組体系



(出所) トヨタ持続的経営報告書2016, 50頁。

図表4 トヨタの環境取組組織・体制図



(出所) トヨタ持続的経営報告書2016, 50頁。

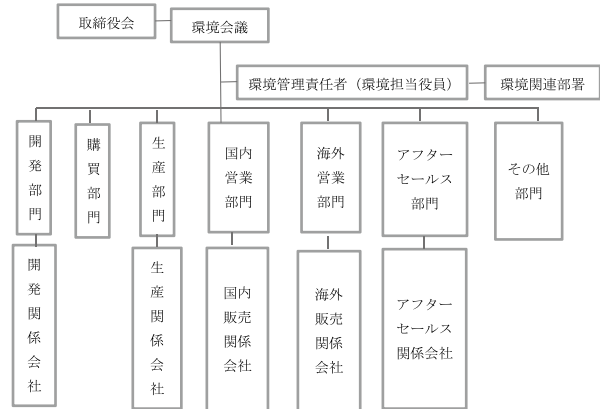
ーティング・ガイドライン第4版（G4）」および環境省「環境報告ガイドライン2012年版」である。「トヨタ環境チャレンジ2050」では、非常に挑戦的な目標を打ち立てており、2050年にはグローバルで新車平均走行時CO₂排出量を2010年比で90%削減するとしている。これにより、トヨタは「低炭素杯2016ベスト長期目標賞企業部門大賞」を受賞している。また「トヨタ環境チャレンジ2050」では、新車CO₂ゼロチャレンジ、ライフサイクルCO₂ゼロチャレンジ、工場CO₂ゼロチャレンジ、水、天然資源の使用量低減を目標としている。

トヨタのハイブリッド車の累計販売台数は約890万台であり、それによるCO₂排出抑制効果は約6,600万

トンにのぼっている。さらに、トヨタは燃料電池車「MIRAI (ミライ)」を普及させるための道筋として、水素社会の構築を目指している。「生物多様性のための活動」としては、中国・フィリピンにおける植林活動などで環境NGOと協働活動を行っており、すでに世界中に約860万本を植樹した。

トヨタは環境ブランド調査2016で1位、CDPウォーターで最高ランクのA評価を獲得し、フィナンシャル・タイムズ紙主催のCorporate Responsibility/Environment部門で受賞している。

図表5 三菱自動車の環境マネジメント体制



(出所)「三菱自動車環境報告書2016」 77頁。

(2) 三菱自動車の環境評価

三菱自動車の環境への取り組みについては、環境報告書2016を参考にした。三菱自動車および国内外の主要な関係会社はISO14001統合認証を取得している。国内の販売会社ではエコアクション21の認証取得を推進している。三菱自動車は「三菱自動車環境指針」に基づき、2009年度に低炭素社会の実現に向けた取り組みを「三菱自動車グループ環境ビジョン2020」として掲げた。

三菱自動車は、エンジン・トランスミッションなどの改良による低燃費化も進めながら、より環境負荷の少ない電動車の研究開発を加速することで、クルマによる環境負荷の低減に貢献しようと考えている。環境の情報開示として、環境に関係する各事業活動、その最終目標、5年間の取り組みの実情、その結果としての評価が記載されている。

生物多様性の項目では、事業活動が生物多様性に及ぼす影響の把握・分析がなされており、2013年には滋賀工場では生物調査を実施し、それを基に社員参加型の保全活動を推進している。環境負荷物質管理体制も構築されており、事業活動に伴い投入した資源と排出した物質のデータが記載されている。温室効果ガス排出量の低減に向けた取り組みもなされており、大気汚染防止策、水質汚濁の防止策もとられている。

三菱自動車の環境マネジメントの体制は図表5のとおりである。

両社を比較すると、トヨタの環境目標のほうがチャレンジ精神に富んでいる。また環境への取組体制もトヨタのほうが整っている。特に「トヨタ環境チャレンジ2050」は、環境汚染や温室効果ガスの排出量を抜本的に改善してくれるのではないかとという夢をわれわれに与えてくれる。これを応援しようという投資家も多く出てくるのではないかとと思われる。また、このようなトヨタのチャレンジは堅実な技術に支えられており、環境への取り組みが企業業績の向上へと結びつく可能性が高い。したがって環境項目では、トヨタのほうが投資対象としてより魅力的に映ると思われる。

3-2. S (社会) 評価

(1) トヨタの社会評価

トヨタは1995年に「社会貢献活動理念」を制定し、2006年設立の「社会貢献推進部」が中心となって活動している。豊かな地域社会づくりに向けて地域課題に取り組んでおり、「ボランティア活動支援」も行っている。さらに、労使協議会・労使懇談会などを通じて経営や企業活動のあり方について審議、モニタリングを実施している。

トヨタは、社会に「安全・安心」「環境」「感動」という3つの価値を持続的に提供するとともに、トヨタ自身の企業価値向上を目指している。そして、持続的成長に向けた取り組みを一層強化するため、グローバル1,000万台規模にふさわしい仕事のやり方へと改革を行った。具体的には、ヘッドオフィスで策定する長

期戦略に沿って、各ビジネスユニットで、迅速かつ柔軟な意思決定を行う。

自動車メーカーは多くの部品メーカーと取引をしている。近年のタカタ製のエアバッグの欠陥によるリコールでは多くの損失を出した。このケースに見られるように、自動車メーカーは部品調達の際、取引メーカーにも持続可能な製品の調達方針を伝達し、サプライヤーに環境や社会に関するより大きな責任を率先して引き受けさせるべきであろう。このように内製よりも外注による部品調達の比率が大きい自動車メーカーでは、特にサプライヤーのESG上の管理が重要になってくる。

トヨタの調達先のサプライヤー選定は、オープンドアポリシーに基づいており、公正な参入機会を提供している。そして、環境問題などの社会的責任に対する取り組みなどを総合的に勘案して、サプライヤー間の公正な競争を推進している。トヨタは調達基盤の構築にあたって、安全を何よりも優先した上で、品質の確保・維持、生産性の向上を目指した製造・生産、そして最後に、結果としての原価低減へつなげていくというものづくりの優先順位を重視して取り組んでいる。

(2) 三菱自動車の社会評価

三菱自動車は従業員一人ひとりが個性を發揮しながらやりがいを持って働くことができるように、ダイバーシティや人事制度改革を推進している。しかし、女性管理職比率は2.7%と低い。社員意識調査を実施し、各職場の意識改善や業務改善のための参考指標に活用している。また、人権や労働安全に関する研修もあり、職場でのハラスメント発生時の対応や未然防止策もとられている。労働基本権の保障も記載されており、大きな労働条件の改定などの重要なテーマについては「労使専門委員会」を組織し、十分な検討・協議を経て決定される。

取引先や販売会社とは密なコミュニケーションを通じて、「社会に対する貢献」へのビジョンを共有し、共存共栄を図っている。サプライヤー行動規範として、「グリーン調達ガイドライン」があり、2010年には「サプライヤー CSRガイドライン」を策定し、調

達先の品質、労働や環境マネジメント、コンプライアンスなどを重視させている。しかし、新規取引先をどのように選択するかについての記載はない。

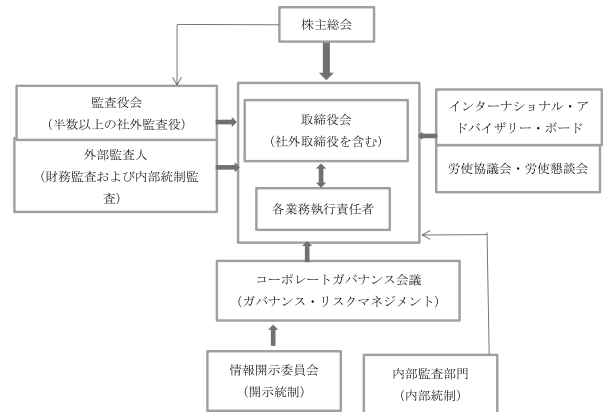
両社とも持続可能な開発への貢献をビジネスとして取り組むことを経営方針で述べている。トヨタは内部統制の基本方針に基づき、「トヨタ行動指針（2006年改訂）」によって従業員が社会的責務を果たし、コンプライアンスの確立に貢献できるようにしている。三菱自動車では、従業員の教育や研修、ワークライフバランスなどについての記載はあるが、基本的な従業員の行動指針といったものが見えてこない。

3-3. G（ガバナンス）評価

(1) トヨタのガバナンス評価

図表6は、トヨタのコーポレート・ガバナンスを示している。

図表6 トヨタのコーポレート・ガバナンス



(出所) トヨタのホームページより筆者作成。

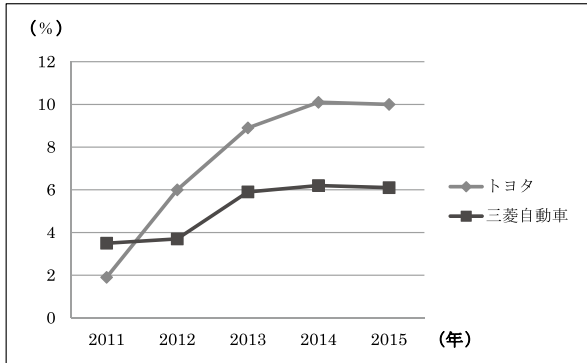
トヨタのコーポレート・ガバナンスは委員会設置会社ではなく、従来からある監査役設置会社の体制をとっている。委員会設置会社は執行役の権限が強化され、経営の迅速な実行が可能である。また、外国人投資家へのアピールも強い。一方、監査役設置会社は一般的な問題点として、少数の社外取締役、社外取締役の独立性の欠如、名誉職としての取締役会会長、監査役は無機能化、会計監査人の独立性等があげられる。

トヨタの社外取締役は3人であるが、全員、独立性基準に従って選任されている。副社長に外国人が選任

営業利益は、トヨタが金額的に三菱自動車を終始上回っている。トヨタの営業利益増加率は802%、三菱自動車は216%である。

図表10はトヨタと三菱自動車の5年間（2011～2015年）の売上高営業利益率の推移を示している。

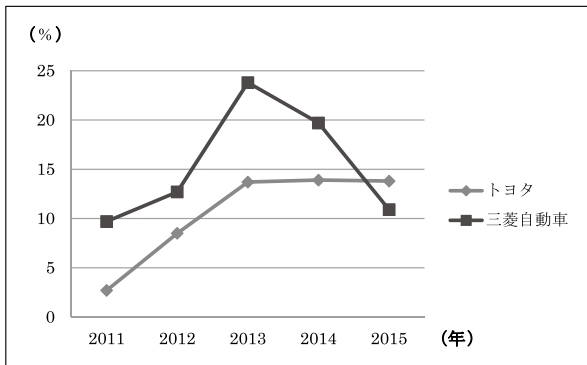
図表10 トヨタと三菱自動車の売上高営業利益率



(出所) 各社の決算報告書より筆者作成。

売上高営業利益率は、総じてトヨタが三菱自動車を上回っている。図表11はトヨタと三菱自動車の5年間（2011～2015年）のROEの推移を示したものである。

図表11 トヨタと三菱自動車のROE

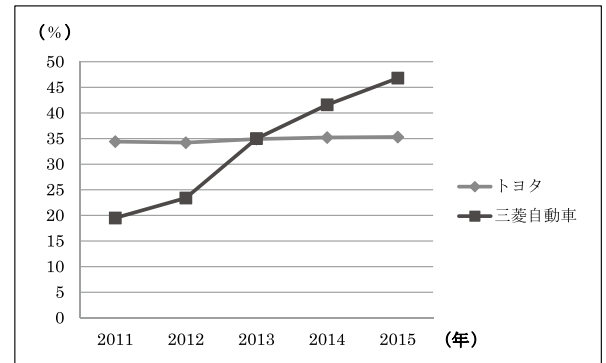


(出所) 各社の決算報告書より筆者作成。

ROE（株主資本利益率）は5年間のうち、4年間は三菱自動車が上回っている。近年、投資家は投資する際の判断材料として、ROEを重視するようになってきた。トヨタのROEは2015年度しか三菱自動車を上回っていない。三菱自動車のROEが当該期間においてトヨタよりも相対的に高いのは、ROE（当期純利益/株主資本）の分母にあたる株主資本の小ささが

寄与していると思われる。三菱自動車の自己資本比率を図表12で見ると、2011～2012年は19.5%および23.4%とトヨタのものよりも極端に低い。2015年度になると、三菱自動車の自己資本比率は46.8%へと急激に高まり、トヨタを大きく上回っているため、ROEの値も下がったものと思われる。

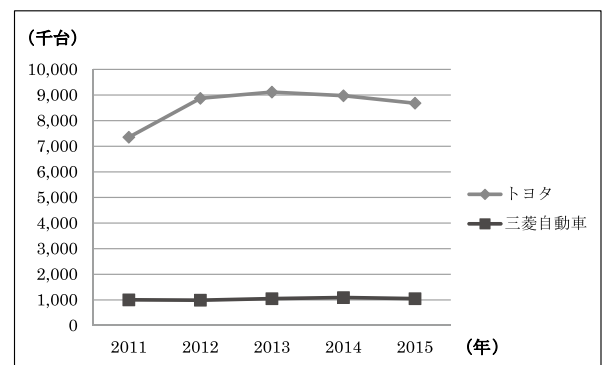
図表12 トヨタと三菱自動車の自己資本比率



(出所) 各社の決算報告書より筆者作成。

次にトヨタと三菱自動車の5年間（2011～2015年）の販売台数の推移を図表13で見してみる。販売台数の増加率はトヨタが18%であり、三菱自動車は5%であるため、トヨタのほうが販売台数の増加率が大きく、かつ、販売台数自体も三菱自動車の9倍近い。

図表13 トヨタと三菱自動車の販売台数

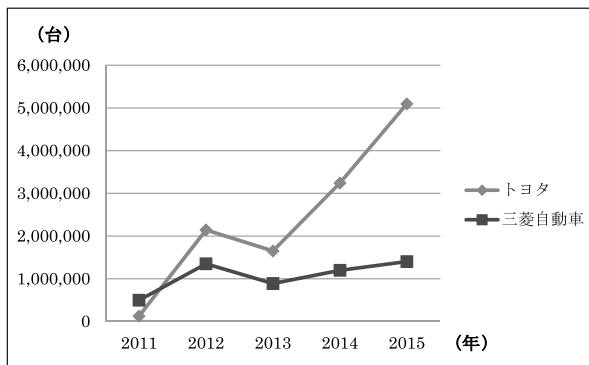


(出所) 各社の決算報告書より筆者作成。

トヨタと三菱自動車の5年間（2011～2015年）のリコール対象台数を見ると、図表14で示されるようにトヨタのほうが多い。しかし、トヨタの販売台数がもともと三菱自動車よりも多いため、販売台数に対するリ

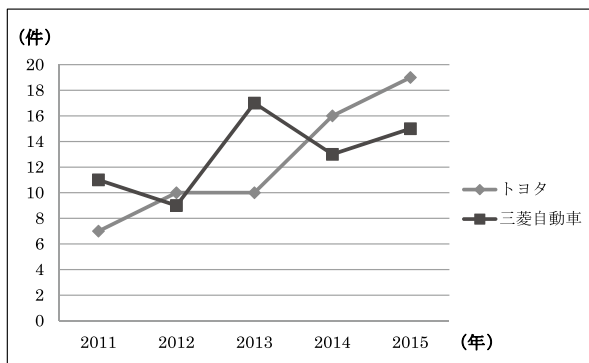
コール対象台数比率で見ると、かえってトヨタのほうが少ない。また、リコール届出件数は、図表15で見ると、5年間の平均で見た場合、両社はほぼ同じくらいの件数となる。トヨタの車種数が三菱自動車よりも多いことを勘案すると、トヨタのほうがリコール届出対象車種が少ないと言える。

図表14 トヨタと三菱自動車のリコール対象台数



(出所) <http://www.mlit.go.jp>より筆者作成。

図表15 トヨタと三菱自動車のリコール届出件数



(出所) <http://www.mlit.go.jp>より筆者作成。

以上をまとめると、ESG経営に優れているトヨタのほうが三菱自動車よりも全体的に財務的な数値も高く、その増加率も高い。リコールという経営上のマイナス面から見ても、ESG経営に優れているトヨタのほうがネガティブな数値が相対的に低いと言える。

次に、当該期間の株価上昇率を見ると、トヨタは5年間(2011. 4. 1~2016. 3. 31)で77%増であったが、三菱自動車は同期間で18%減であった。したがって、ESG経営に優れている企業は、ESG経営に相対的に劣っている企業よりも業績の向上率が高く、その結果、株価上昇率も高かったと言える。

5. 望ましいESGの情報開示方法

日本企業のESG各要素のうち、E(環境)への取り組みは比較的進んでいる。しかし、S(社会)、G(ガバナンス)への取り組みおよび情報開示が遅れているため、欧州企業と比べると、全体として日本企業のESG評価が低い傾向にある。ESGのうち、一般的に単独報告書があるのがE(環境)だけで、他の2要素はCSR報告書、持続可能性報告書、統合報告書の中に含めて報告されている。

2016年9月に、Dow Jones Sustainability Indices (DJSI)のWorld Indexに316社が選定され、その中に日本企業が26社含まれている。日本の自動車メーカーでは日産だけが入っており、トヨタも三菱自動車も入っていない。トヨタのESG各要素に対する取り組みは非常に優れたものがある。しかし、企業のESGを評価する機関は、こういった他社よりも優れている面でESGを評価するというポジティブ・スクリーニングのアプローチを取っていると言いながら、一つでも不安要素が見つかり、それを理由にそのIndexから銘柄を排除し、リスクヘッジをしようとするように思われる。たとえばトヨタがアメリカで起こした大規模なリコール問題(2009~2010年)で約1,200億円の制裁金をアメリカ政府に支払ったことや、トヨタのサプライチェーンに対する課題などが不安要素に当たると思われる。トヨタは系列内での部品調達が多く、閉鎖的な部品納入政策をとっているとアメリカでは考えられている。しかし、日本ではトヨタはJITという効率的なサプライチェーン・マネジメントで評価されており、アメリカと日本では評価が分かれるところである。

企業の持続可能性報告書、環境報告書、CSR報告書等を見ると、各環境汚染物質の排出量が詳細に記載されている。しかし、当該物質の排出量が他の企業と比較して多いのか、少ないのか、前年よりも何%減と記載されていても、それがどういう意味を持つのか、判断がつかない場合が多い。たとえば、三菱自動車は、環境に関する事業活動を記載する際、各項目で最終目標を掲げ、5年間の取り組み結果から、その項目の達成度を評価している。しかし、このような詳細な記載よりも、重要性の高い課題を定義してそれを詳細に記

載し、逆に重要性の低い課題を簡潔に記載するほうが全体像を把握しやすいと思われる。これこそが、CSRのマテリアリティ（重要課題）の選定と呼ばれるプロセスである。グローバル・レポーティング・イニシアチブ（GRI）は、2013年にG4サステナビリティ・レポーティング・ガイドラインでこの「マテリアリティの原則」の適用を明示している。¹⁰⁾

最終的には、「ESG経営を行っているならば、中長期的に企業の業績が高まり、その結果ESG投資家の投資活動を促進することができるため、株価も上昇する」というように導いていくような企業のESGに関する情報開示の方法が望ましいと思われる。¹¹⁾

つまり、ESG投資家が最も欲している企業の情報は、選定されたCSRのマテリアリティであり、企業トップの企業方針や理念であり、ESG経営から改善される企業価値であり、業績の向上へとつながるストーリーである。企業はESGに関する報告書を作成する際に、これを念頭に置くべきであろう。

今回は自動車メーカー2社の比較で、ESG経営に優れている企業は、ESG経営に相対的に劣っている企業よりも業績が高まり、その結果、株価上昇率も高かったことを導き出すことができた。しかし、特定産業の2企業のみ分析であったため、今後は、さまざまな産業の多くの企業のESG経営が分析されることにより、ESG経営とESG投資の関係が詳細に解明されることが望まれる。

注

- 1) <http://www.nomura-ir.co.jp/irweb/column/dialogue03.html>より。
- 2) 宮崎正浩（2016）『持続可能性経営 ～ ESGと企業価値との関係を考える～』現代図書，18～20頁。
- 3) http://www.meti.go.jp/committee/kenkyukai/.../001_07_00.pdfより。
- 4) 宮崎正浩，前掲書，12～14頁。
- 5) <http://www.sustainablejapan.jp/eiris>
- 6) <http://www.ratesustainability.org/hub/index.php/search/at-a-glance.../72>
- 7) http://www.nyk.com/csr/stk/dialog/pdf/2008_02.pdf
- 8) <http://www.worldsmoethicalcompanies.ethisphere.com/honorees/>
- 9) <http://www.morningstar.co.jp/sri/about.htm>
- 10) 足達英一郎・村上芽・橋爪麻紀子著（2016）『投資家と企業のためのESG読本』日経BP社，98頁。
- 11) 同上書，106頁。

参考文献

1. 足達英一郎・村上芽・橋爪麻紀子（2016）『投資家と企業のためのESG読本』日経BP社。
2. 小方信幸（2016）『社会的責任投資の投資哲学とパフォーマンス』同文館出版。
3. 宮崎正浩（2016）『持続可能性経営 ～ ESGと企業価値との関係を考える～』現代図書。

ESG Management and Corporate Value Creation in Car Makers
— Comparison of Toyota Motor Corporation and Mitsubishi Motors Corporation —

KUROKAWA, Fumiko

This paper investigates the relationship between ESG management and corporate value creation in car makers. For the case study, I chose Toyota Motor Corporation and Mitsubishi Motors Corporation. As a result, the better ESG management company could have better performance in sales and operating profit, which led to higher share increase rate than that of the inferior ESG management company.

As a finding for the way of describing ESG management in sustainability reports, companies should describe the information most needed by investors, which means the storytelling that better ESG management leads to more increase of stock price.