

エコリング：B Corp 認証が企業ガバナンスへ 与える影響～エコリングの社内改革～^{1,2}

公開日：2025 年 3 月 14 日

5 水野ウィザースプーン希 橋爪麻紀子 松澤佳郎 牧兼充

1. イントロダクション

2018 年、株式会社エコリングの創業者である桑田一成は B CorpTM 認証取得こそが企業としての次の変革のために必要な挑戦だと確信を得るも、いかに社員を巻き込むかで頭を悩ませていた。

10 「不用品を価値ある資源に変え、社会に貢献したい」

これが、桑田が株式会社エコリングを創業した原点となる想いだ。

桑田は 1973 年、兵庫県姫路市に生まれた。幼い頃は裕福な家庭で育ち、何不自由なく過ごした。しかし、小学校 4 年生の頃父親の会社が倒産し、生活が一変した。桑田たちは家を失い、親戚の家に身を寄せることになった。桑田はこの経験から、お金の大切さを学び、貧困や環境問題など社会の
15 さまざまな問題にも興味を持つようになった。高校卒業後は大学に進学し、獣医学を専攻した。大学在学中にはバイトを通じて店舗経営に携わることに没頭し、なんとか卒業した後には官公庁へ入省した。そこでも持ち前の経営センスや工夫を重ね、紆余曲折しながらも出世していったが、経営者へのあこがれは消えず、退職しプログラマーとして独立を選択した。しかし、独立後は、思うように事業が進まず、身の回りの品物を売り払うまでに生活が追い込まれることもあった。そのような
20 な経験を経て、33 歳のときに、友人と買取専門の株式会社エコリングを起業した。苦しい時に人に支えられた経験から、「何か、人を大事にし、社会に貢献できる仕事をしたい。でも、自分は何ができるだろうか」ということを桑田は強く意識していた。

創業当初は金属くずの回収から始めた。しかし当時は金属くずの価格が低迷しており、なかなか経営が軌道に乗らなかった。「どうすれば、事業を成功させられるのか」桑田はさまざまな方法を模
25 索し、紙やプラスチック、衣類、家電など、さまざまな素材のリサイクル事業にも進出することに

1 本ケースは、早稲田大学ビジネススクール准教授牧兼充、株式会社テレコンサービス松澤佳郎監修のもと、日本総合研究所水野ウィザースプーン希及び橋爪麻紀子が、エコリング大和田誠太郎、岡望美に協力を得て作成した。

2 本ケースは、クラス討議の基礎資料として作成したものであり、経営・運営の巧拙を例示しようとするものではない。

した。この戦略が功を奏し、エコリングは徐々に事業を拡大していった。2007 年 - 2008 年に発生したリーマンショックの際には、事業継続のための人員削減を迫られる局面まで経営状況が落ち込んだこともあったが、社員一丸となって辛い局面を乗り越え、一度は会社を離れた人材を再雇用できるまでに回復した。その経験はエコリングの社風をより人を大事にする会社へと変化させた。また、

5 2011 年に発生した東日本大震災の際には、被災地への支援として多くの支援物資の寄付やボランティア活動を行った。この経験をきっかけにエコリングの社員は、社会貢献と事業の両立をさらに強く意識するようになった。(資料 1-4 参照)

2. 2018 年 B Corp 認証との出会い

2018 年、この時点でエコリングの業績は売上高が 122.3 億円であった。主力の買取事業は、国内

10 の買取店舗数は 100 店舗になり、事業は順調に成長していた。フランチャイズ転換の本格稼働に加えオークション運営本格稼働も始まり、リモートによる人財育成も開始。

また海外展開も積極的に進めており、香港やタイなどの海外グループ会社を通じて、海外市場での販売も拡大していた。

15 事業は順調に成長していくものの、桑田はじめ経営陣はさらなる飛躍のために次の企業の形を模索していた。「これまでのようにリサイクル事業の拡大だけでは社会に十分な貢献ができないのではないか」そして「エコリングには競合他社のビジネスモデルとは違う DNA がある」、そんな思いから桑田をはじめとした経営陣はさまざまな企業の経営理念や事業内容を研究していた。

そのような中、桑田と役員幹部でアメリカのシリコンバレーで行われた研修に参加し、B Corp というコンセプトに出会った。桑田は、事業を通じて社会課題に向かう企業・人々を目のあたりにし、

20 感銘をうけると共に日本もそのような風土が高まっていくであろうと感じた。B Corp は、社会的な目的と経済的な目的を両立させることを目指す企業の認証制度である。

「これは、私たちが目指す企業の形だ！」そう確信した桑田は、エコリングとして B Corp 認証取得への決意を固めた。

25 しかし桑田は社会問題解決型組織という DNA に関して迷いはなかったが、それを敢えて世間に向けてアピールすることに若干の違和感があった。「いいことをしているアピール」という欧米型の発信のスタイルと、そうしたことは隠すのが美德であるという日本人的感覚違和感である。B Lab は B Corp 認証を運営するアメリカの非営利団体である。桑田はこの問いをこの訪問中、B Corp 認証を

30 取得した企業の経営者や社員の方々と議論を交わし、交流する中で、桑田たちは改めて B Corp 認証取得のメリットや、プロセス、そしてインパクト実現のために必要な取り組みを学ぶことができた。これまでエコリングがやってきた寄付やボランティアなどの社会的取り組みをきちんととりまとめ、形として分かりやすく社会に発信することは意義のあることだと確信したのである (資料 5 参照)。

シリコンバレーから帰国後、桑田たちは本格的にエコリングの B Corp 認証取得に向けて社内の体制作りに取り掛かった。B Corp 認証取得には BIA (B Impact Assessment) をはじめ、様々な基準を満たす必要があることを理解したが、まず一番始めにすべきことは社員一人一人が B Corp の理念を理解し、その実現に向けて取り組むことが重要だと考えた。B Lab に訪問した際にも、B Corp 取得は認証取得が目的なのではなく、その過程で組織を変革させることが目的だ、と強く認識したからだ。

3. B Corp プロジェクトチームの発足と取り組み

2018 年、桑田は一緒にシリコンバレーに行ったチームを中心にコンプライアンス部の大和田誠太郎に自身の決意を相談し、正式にプロジェクトチームを発足させた。プロジェクトチームの結成当時の構成とコンセプトは以下の通り：

メンバー：桑田代表、鈴木顧問、遊屋常務、宇都宮常務、内海部長、福田課長
事務局：コンプライアンス部 平井（直）、大和田 ※のちに村上が加入

- 部門横断型のチームを複数走らせる（原則 1 年間の活動）
- 役員のみで構成される役員チームの発足
- 女性のみで女性活躍推進をする女性 B チームの発足
- 経済的価値と社会的価値の両方を追求できる施策に多数トライする

エコリングでは毎年 12 月に翌期の経営方針をボードメンバーが伝える社員総会が、オフラインで開催される。2018 年の 12 月、桑田は 300 人の社員全員に向けて、中期計画発表の場で自社の B Corp への挑戦、つまり「社会問題解決型組織」に向けて本格始動することを通達した。桑田のメッセージを聞き、社員は驚く者もいれば、「いつも新しい変革をすすめてきた桑田代表らしい」と思う者もいた。しかしおおかたは実際のところ B Corp という名称を初めて聞き、取得のための準備と、取得後自分の日常業務にどのような影響があるのか、わからなかったところが実際である。

その後コンプライアンス部の大和田氏を中心に、数々の社員向けの教育プログラムや社員意識調査アンケートを実施し、B Corp の理念や認証取得に向けた取り組みの理解浸透を目的とした社内インシアティブが立ち上がった。（資料 5 参照）。

しかし、全国で 100 店舗近くある店舗の店長から人事部長、そして海外支店にいる社員全員を同じ温度感で巻き込むことは容易ではなかった。桑田・大和田たちは B Corp への挑戦は全社員による実施でなければ意味がなく、ただのウォッシュ（取り組んでいるように見えて実態が伴わない）となってしまう状態を危惧し、ボトムアップでとにかく全社員を巻き込む活動を徹底することを最

優先とし、地道な社員巻き込み活動を進めながら、BIA で 80 点を目指すという長い戦いが始まった（資料 6-7 参照）。

4. 社員への理解浸透と巻き込みへの道のり

特にプロジェクトチームが力をいれたのが社員全員に向けた「B Corp 勉強会」の発足であった。

- 5 「社会問題解決型組織」を目指し、社員全員で意識を高める インナーブランディング（企業理念を定義し、従業員に対して行動変容を促すこと）のための勉強会を定期的に開催。講義型ではなく社員参加型のディスカッションベースの場として、全員参加型の勉強会にし、皆で理解を深める活動とした。また国内のみならず、海外のオフィスに対しても勉強会を実施するなど着実にボトムアップに理念を浸透させようとした。（資料 8 参照）。

10

活動の一環で、2019 年より毎年、社員の「社会問題解決型組織」に対するアンケート調査も行い B Corp という単語を初めて聞く社員へ理解を深め、また社員がイニシアティブを取る社会性のあるアイデアなども積極的に導入した。勉強会後のアンケートでは Q「ご自身が社会問題解決型組織の一員であるとの実感は持てましたか」に対し、98%が「そう思う」との回答結果になるなど、着

15 実に社員との一体感が生まれていた。この時桑田や大和田らは B Corp 認証は取得自体が目的なのではなく、こうやって企業改革の手段になる、と手ごたえを感じていた。しかし立場や KPI が違う社員それぞれにエコリングに対する想いや理想があり、B Corp 挑戦へ向けて同じ足並みを揃えるには、個別のやり取りも必要であった。

20

例えば、現在港区内のとある店長が当時のことを振り返り、以下のように述べている。

25

「2018 年 12 月に桑田代表が中期経営計画の場で B Corp に挑戦する、との発表を聞いた時に自分は B Corp という言葉を初めて聞き、「いいこと」であるという直感があったものの具体的にそれがどういうものなのか、また自分の業務にどのように関係するのかピンとこ

25 なかった。それでも大和田さんらプロジェクトチームが推進する数々の勉強の機会を得て、また幾つかの活動が実際に実践されているのを見るにつれて、自社が「社会的問題解決型企業」なのだという自覚が生まれてきた。このように社の意識を高め、競合他社と差別化をするきっかけとなった B Corp 認証に自分はとてもポジティブなイメージを持っている。ただ当然ながら各社員それぞれ任務も業務も違うので全員が同じペース、温度感、

30 優先度合で価値観を共有していたか、と聞かれるとそうではなかったかなと思います。」

このように、大部分の社員は最終的には前向きに取り組んでくれたが、B Corp を取得し、社会問題解決型企業になるという会社の方向性に対し、賛同できない社員も存在した。創業時期から、桑田とともにビジネスを進めてきた仲間の一部からは「経済的価値と社会的価値を両方取りにいくつ

ていうのは難しいのではないかとその二つについてはトレードオフではないのか？」という意見も
5 5 社員もいれば、リユースやリサイクルといった社会的意義を感じて入社している社員もおり、その
入社動機ややりがいは様々であった。そのような中に B Corp という認証のもと、経済的価値と社会的
価値の両立を目指すという大きな会社の方向性が示されることに対し、全社員の賛同が得られな
かった。そして、当時のプロジェクトチームは経済性と社会性はトレードオフではなく、両立でき
ると信じていたが、まだまだそれをエビデンスとして、示すことができなかったのである。

10 社員の巻き込みに苦戦したのは海外現地法人・支社である。B Corp 認証の審査プロセスの過程で
当初は審査のスコープには入っていなかったエコリングの海外現地法人・支社について、B Lab より
同じエコリングの屋号を使っているならば、現地法人も BIA を実施すべきであるという指摘が入
ったのである。しかし、当初のエコリングでは、海外法人の経営については現地の文化や商習慣に
15 任せていたために特に統一した社内規定やルールを設けていなかった。そのため、B Corp で求めら
れる水準に達するために一から就業規則を作ることになった国もあった。シンガポールやマレーシ
アなどでは比較的協力的ではあったが、他の国では「なんでこんな面倒なこと（B Corp の取得）を
するのか？この取り組みによって、自分の給料にどのように反映されるのか」といったレスポンス
が返ってくるケースもあった。そうした地域に対して、日本から大和田が所属するチームが一つず
20 つ時間をかけて、その意義や対応方法を説得しながら海外法人の BIA の得点を積み上げていった。

5. エコリングの社会的価値とは何か

エコリングは認証の対応を開始してから3年が経とうとしていたが、B Lab との面談を何度か経
たもののあと一歩で認証の取得には至っていなかった。その原因について、プロジェクトチームで
検討をした結果、インパクトビジネスモデル（IBM）の評価が3点であったことから、「リユース」
25 というビジネスモデルが「単に右から左にモノを仲介しているだけ」と B Lab 側に捉えられている
のではないかと仮説を立てた。これに対して、桑田はエコリングのビジネスモデルの特徴をも
う一度丁寧に説明することを決めた。例えば、買取専門という店舗展開やネット販売、リモート鑑
定士の育成や、フランチャイズオーナーの育成など、海外のリユース店にはおそらくないであろう
特徴のことである。これらを B Lab に理解してもらうためにデータや資料の準備を整え、B Corp 申
30 請前に B Lab との事前面談を依頼することで、B Lab がエコリングのビジネスモデルに持っていた
認識のずれがあらためられ、IBM の評価が 34 点となり、その革新性と社会的価値を理解してもらう
ことができたのである（資料 9 参照）。

6. B Corp 取得後の展開と新たな課題

5 様々なチャレンジを克服し、エコリングは3年がかりで2021年6月にB Corp 認証を取得するに至った。B Corp 取得後も女性だけのB チームが生まれるなど、自発的に新たな施策やプロジェクトが次々と生み出されていく文化が根付きつつある。全てのB Corp がそうであるように認証更新は3年後の2024年となり、原則、初回スコアよりも高い得点が求められることになる。これまでもB Corp の取得までに全社一丸となって様々なハードルをクリアしてきたエコリングは、社会課題解決型組織としての解を見つけ出すだろう。社員主導のB コーププロジェクトチームは再認証と更なる社内改革を目指して今日も邁進している。

(以下内容は、ロールプレイを実施するためのフィクションを含む内容である。)

ロールプレイ用ストーリーA：買取部門エリアマネージャー

2018 年 11 月、兵庫県姫路市にあるエコリング株式会社の本社。買取部門エリアマネージャーの中村直美（仮名）は、代表室に呼び出されていた。中村は桑田代表の掲げる企業理念とエコリングという会社の将来性に魅かれ、入社して 15 年、今年 37 歳になる。中村は現在、買取部門のエリアマネージャーとして関東エリアを任されており、それは即ちエコリングの収益の要となる部分の責任者ということでもある。エコリングのエリアマネージャーという仕事の神髄は「お客様に気持ちよくご利用いただくことに特化する」ことであり、他地域の買取部門のエリアマネージャーもみなその教育を受けている。中村自身も、この考え方は身に沁みついており、問題や課題に直面した際には常に

「それはお客様のためになるのか」

を基準としてものごとを決めてきていた。そんな中村の真面目で誠実な仕事ぶりは営業成績にも反映されており、過去 4 年間のエコリングの売上高が 42% 増加した背景には中村や同僚の買取部門エリアマネージャーたちの尽力による部分も大きい。

そんな中村の頭を最近悩ませているのは、買取部門で 2 番目に大きな収益源となっている金・貴金属部門の伸び悩みであった。近年の金利上昇や円安、代替商品の普及などの影響で、金・貴金属部門の売上と売上高に占める割合は、他の部門の著しい成長率に比べ伸び悩んでいた。だからお客様がいかに気持ちよく利用してくれるか、より満足してくれるサービスを提供できるか、が大事な判断指針である中村にとって、金・貴金属部門の買取価格と顧客満足度のバランスは悩みの種であった。そのため、代表室に呼ばれた時も、その件だと思ったのだ。

しかし代表室で中村を待っていたのは、まったく予想外の話だった。桑田は、以下のように切り出した。

「中村エリアマネージャー、来月社員全員に向けて中計計画発表の時に伝えるつもりだが、先に君には知らせておこうと思って呼び出した。3 月に行ったシリコンバレーで大きな収穫があったんだ。わが社は B Corp 認証の取得に挑戦しようと思う。」

B Corp とは、公益と利益を両立する良い企業のための認証制度である。

「B Corp 認証を取得すれば、社会的な信頼を得て新たな顧客の獲得や投資の引き込みにつながる。また、社員のモチベーションアップにもつながるはずだ。」

代表は熱心に、B Corp 認証の取得の意義を語った。

しかし、中村は、代表の話にすぐには納得がいかなかった。

「B Corp 認証は、いいことをアピールする企業向けの認証ですよ。企業にとってメリッ

トはあっても、それはお客さんにとってどのようなメリットがあるのでしょうか。お客さんが喜ぶことでしょうか。また社会性よりも業績の方も気になります。営業成績は過去 5 年順調に伸びてはいますが、主力部門である金・貴金属の割合が減少している点が気になっています。」

- 5 中村は、自分の考え率直に伝えた。また、社会的価値を創出するための費用としてお金を使うのなら、お客様への買取価格に反映させた方がよいのではないかと、この疑問も率直に投げかけた。

「確かに、B Corp 取得がお客様にとってどのような意味があるかを考えることは大切だ。そして収益を上げることも重要だ。しかし、社会問題を解決することも、企業の責任だと思うんだ。」

- 10 代表は、中村の意見を否定はしなかった。

更に代表は続けた。

- 「これはまだ確定ではないのだが、どうやら B Lab は金・貴金属業界を児童労働や環境破壊などのリスクが伴うということでリスク業界の一つと位置付けているようだ。B Corp 取得の際、B Lab から金・貴金属部門の廃止も要求されるかもしれない。」

- 15 中村は代表の言葉に動揺した。金・貴金属部門を廃止すれば、エコリングに高額買取を求めてやってくるお客さんをはっきりさせることになり、収益にも大きなダメージとなる。店舗は常にお客様のニーズ解決を優先させるべきではないのか。人権擁護 NGO でもない、収益をあげるべき企業がなぜそこまでしないといけないのか。B Corp 認証企業になるとこのような課題に翻弄されつづけることになるのではないかと。中村は、代表に答えることができなかった。

「中村さん、考えてみてください。B Corp 認証を取得することはエコリングの未来にとって社会問題解決型組織としてのポジションを強化するために、大切なステップとなるのです。一緒に目指しましょう。」

- 25 代表は、そう言って、中村を解放した。中村は代表室を出た後しばらく立ち尽くした。

「これはお客様のニーズに向き合うことになるのだろうか。金・貴金属商品の取り扱いに影響が出る場合、お客様のニーズと逆に向かってしまうこともあるのではないかと。」

しかし代表の言葉も中村の頭から離れなかった。

- 「エコリングの未来のために、B Corp 認証を取得すべきなのか。自分はどうも納得がいかないが、常にお客様と接する最前線で活動する部下やスタッフの意見や考えを聞いてみたい。」

- 30 中村は答えを出すために、しばらく時間をかけて考えることにした。

ロールプレイ用ストーリーB：タイ現地法人代表

エコリングは海外展開もしており、タイはEco Ring Thailand Co., Ltd というグループ会社の現地法人である（資料 10：出店エリア・グループ会社・海外展開）。川端宏は元々エコリングの日本オフィスに勤務していた日本人で、タイ支部の現地法人化に伴い、5 年前に代表に就任した。自動車業界からエコリングに転職し、勤務年数 18 年、今年 45 歳。有言実行でやると決めたことは最後まで徹底的にやりきる性格で社内外からの人望も厚い。現地法人であるタイ支部は、グループ会社としてエコリングの企業理念や長期的な経営路線を共有し、また買取部門に関しては日本と大差ないオペレーション内容となっている。一方で、販売部門はかなり独自に切り開いてきた。タイは日本では販売が難しい物品の販路となっており、「Used in Japan」というブランディングのもと、親日が多いタイの国民性とうまく連動させ、現地スタッフとコミュニケーションを図りながら試行錯誤しながら着実に進めてきた。

川端も初めは慣れるまでに苦労もしたが、5 年経ち、タイのスタッフと働くことにも慣れ、今ではタイ独自の展望も課題にも誰よりも真剣に向き合っていた。国が変われば課題も違う。

タイに来て以来、川端にとっての一番の課題は、スタッフの離職率の高さであった。タイは経済成長に伴う流動的な労働市場で、優秀な人材は転職を繰り返すような人材マーケットが形成されている。つまり、会社へのロイヤリティが低く、待遇や条件が少しでも高いところが見つかるとうちに辞めてしまう。タイの人材マーケットでは待遇・条件を上げなければ人が定着しない。また日本から距離があり、現地法人でもあるため、どうしてもタイ人スタッフは桑田の企業理念やカリスマ性からも距離があった。

2018 年 12 月に代表が全社員へ向けて B Corp 取得へ挑戦することを表明した中期計画発表の場に川端も参加していた。B Corp が、社会や環境への貢献を重視する企業に与えられる認証であることは認識していたが、それは日本本社でのみでの挑戦だと思っていた。それから半年後、川端は社長とプロジェクトチームリーダーである大和田から、連絡を受けた。

「川端さん。海外支社・グループ会社全てと一緒に B Corp 取得に取り組んで欲しい。タイのスタッフにも教育をし、B Lab へ提出する資料作りを手伝ってほしい。」
どうやら B Corp 取得は海外支社も含めた全グループでやるという規定らしい。

「桑田さんが言うのならやりましょう。大きな挑戦になると思いますが、みんなで絶対に B Corp 認証を取得しましょう。」

そう力強く返事したのは、川端自身、B Corp 認証をきっかけに会社がさらに改善されることは良いことだと思っていたし、桑田への信頼もあったからだ。しかし一方で、タイのスタッフの反応について嫌な予感がしていた。皆「社会問題解決型組織」という言葉自体、もともとあまりピンと来ていないようだからだ。タイの 6 店舗全てを集めて全社員に B Corp について説明すると、予想通り

反応はいまいちであった。

「収益と社会性の両立なんてできるわけない。社会性はいいことだが、もっと儲かりそうな企業に移りたい。」

「社会や環境に貢献するなんて、First World Problem。余裕がある金持ちがすること。」

5 そんな声が聞こえてきた。

川端はエコリング・タイ代表として、桑田や大和田や日本にいる同僚と一緒に B Corp 取得に向けて邁進したい半面、これをきっかけにこれ以上スタッフに辞められると困るとも思っていた。タイでは、いい人材を採用して研修するのに時間が取られるのだ。また川端自身も、B Corp 認証することが海外社員やお客様にどのようなメリットがあるのか説得できるほど理解できてはいなかった。そこで自分一人でタイのスタッフを説得するのは困難だと感じ、桑田と大和田に SOS の電話をかけた。

10

「タイの課題を認識した上で、タイのスタッフを巻き込むためにはどのようなコミュニケーションやアクションプランが効果的だろうか。自分も B Corp 取得の意味について勉強したい。一緒に考えてください。」

15

桑田・大和田と川端のコールは一回では終わらず、何度も話し合いが行われた。



(写真：エコリング社提供)

資料 1:会社概要

商号	株式会社エコリング (EcoRing Co.,LTD.)			
本社所在地	〒672-8057 兵庫県姫路市飾磨区恵美酒213 TEL 079-243-1777(代表) FAX 079-243-2850 受付時間:平日10時00分～18時00分 コーポレートサイト : https://ecoring.co.jp/			
創業	平成13年(2001年)	資本金		1000万円
従業員数	511名 (契約社員・パートタイマー含む) 男性 280名、女性 231名 平均年齢 33.4歳	買取店舗数 (グループ舎)		214店舗 (直営店67店舗 + FC147店舗)
事業内容	買取事業・ブランド品専門店運営販売事業 インターネット販売・業者間取引販売事業貴金属販売及び古物オークションへの販売事業			
古物商許可	兵庫県公安委員会 登録番号 第631600300036号	酒類販売業免許	姫路酒第236号	
特別国際種事業者登録 (象牙製品等を取り扱う事業者)			01638	
役員構成	代表取締役 取締役副社長 常務取締役 サービス向上部門 常務取締役 販売事業部門 執行役員 新規事業担当 執行役員 ロジスティクス担当 執行役員 ブランド市場担当 執行役員 管理部門担当 執行役員 買取事業部門 執行役員 店舗開発担当 監査役 桑田一成 田中伸悟 宇都宮博道 合田香織 平井佳美 瀧口賢一 中野篤 平井直大 金谷隆介 溝邊泰之 岩崎和文		EcoRing HD情報 20社 [海外8社 国内12社]	株式会社Eco Ring Japan Holdings… 株式会社エコリング / 株式会社EcoRing SNG / 株式会社エコリングリシャイン / 株式会社緑和堂 / 株式会社日興堂 / 株式会社エコリングTRIBE / 株式会社エコリングネクスト / 株式会社エコリングライフ / 株式会社エコリングHEARTS / 株式会社エコリングソート / 株式会社エコリングCS Eco Ring Holdings Limited… Eco Ring Hong Kong Limited / Eco Ring Thailand Co., Ltd. / Eco Ring Singapore Pte. Ltd. / Eco Ring Cambodia Co., Ltd. / Eco Ring Malaysia Sdn. Bhd. / Eco Ring Philippines, Inc. / PT. Eco Ring Indonesia
				

出典：エコリング提供資料「エコリング企業説明資料」(2023)

5

資料 2:企業理念・社名へこめた思い

「価値を見いだす使命共同体」

常に変化をする世の中で、学び、研究し続け、お客様にお持ちいただく商品に正しい価値を見いだす。買っていただけるお客様にはその価値をきちんとお伝えする。そこに生まれる感動をお客様と共有する。その上で、一人ひとりが価値を見いだす見識を広げ続け、この世の中に無駄な物はないことを証明する。そして、売っていただいた物を売り切れる場所をつくり、社会問題をも解決していきます。

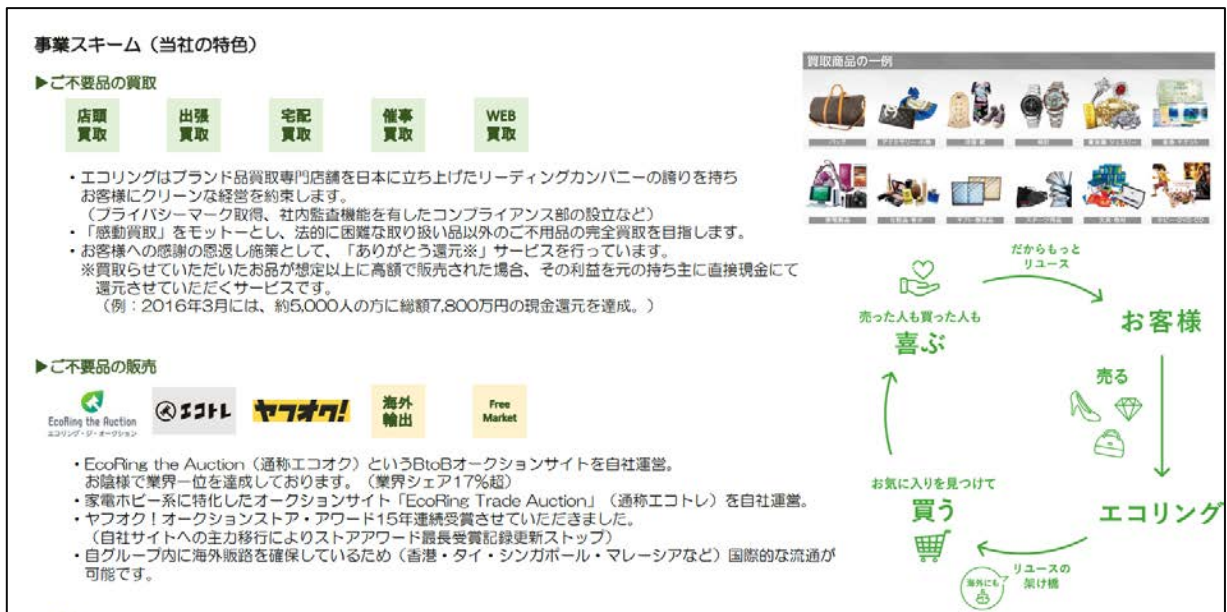
エコロジーの輪を広めていく」

エコリングは、店舗で買い取った商品を店頭売りをせずインターネットオークション・業者間取引・海外店舗で販売する、新たなリユースビジネスを確立。

誰もが簡単に参画できるエコロジーを提案し続け、各個人を結びつける役割を担い、そのエコロジーの輪(リング)を広げていくという想いで事業を展開しています。そのエコロジーの輪(リング)を広げていくという想いをこめて社名をエコリングとしました。

出典：エコリング公式ホームページ(2024)

資料 3:ビジネスモデル・事業スキーム



出典：エコリング提供資料「エコリング企業説明資料」（2023）

5

資料 4:沿革・活動内容

- | | | |
|-------|-----|---|
| 2001年 | 5月 | インターネットコンテンツ会社設立 |
| 2002年 | 9月 | 買取専門店1号店（姫路店）オープン |
| 2003年 | 1月 | 古物市場（道具系）へ参入 |
| 2003年 | 4月 | 有限会社エコリングに社名変更 |
| 2005年 | 6月 | 株式会社エコリングに組織変更 |
| 2005年 | 12月 | 自社内にBtoB取引専門場「トレーディングセンター」設立 |
| 2016年 | 4月 | エコリングホールディンググループとして組織改変 |
| 2017年 | 11月 | 自社BtoBオークションサイト「EcoRing the Auction」オープン |
| 2018年 | 8月 | 買取専門店のFC事業化開始 |
| 2021年 | 1月 | 自社BtoBオークションサイト「EcoRing Trade Auction」オープン |
| 2021年 | 2月 | 国内グループ法人管理会社「株式会社Eco Ring Japan Holdings」設立 |

出典：エコリング公式ホームページ(2024)

資料 5 :B Corp 認証の概要

(1) B Corp とは

Benefit Corporation の略。Benefit の「B」は Benefit for All を表しており、株主だけではなく、従業員や顧客、コミュニティといった全てのステークホルダーに対して、包括的な利益を目指す企業を指す。B Corp には、社会的および環境的に高いパフォーマンスに加え、説明責任、透明性の高い情報開示が求められる。

(2) B Corp 認証とは

B Corp 認証は、米非営利法人の B Lab ((3) 参照) が、独自開発した評価システムである B Impact Assessment ((4) 参照) に基づき、企業の社会や環境に関する取組み状況に対する一定レベルの基準をクリアした企業に付与される認証である。3 年間の有効期限であり、その後は、更新のための再審査が求められる。2007 年の運用開始後、2024 年 1 月時点で世界約 8000 社以上の企業が本認証を取得している。

(3) B Lab とは

アメリカ ペンシルバニア州で 2006 年に設立された非営利法人。ビジネスの力を善の力として活用 (「Business as a force for good」) するため、より包摂的で、公平で、再生可能な世界経済に変革するというミッションを掲げている。そのためには、法システムのデザイン、商習慣と経営、ビジネスと成功に関する企業文化や先入観の 3 つを変える必要があると考えている。

(4) B Impact Assessment とは

B Lab が開発した B Corp 企業のアセスメントのシステム。約 200 問近くの設問から構成され、**ガバナンス・従業員・環境・コミュニティ・顧客の 5 つの分野に分かれ**、企業の社会的・環境的パフォーマンスを測る。最高で 200 点程度の得点となるが、企業のビジネスモデルの内容によっては更に加算される場合もある。

① ガバナンス: 企業のリーダーシップ構造、使命、倫理、透明性など

② 従業員: 賃金、福利厚生、訓練、教育、労働者の安全性など、企業が従業員に対してどのように振る舞っているか。

③ コミュニティ: 供給業者との関係、地域社会への投資、公平な業務慣行など、企業が地域社会に与える影響を評価する。

④ 環境: エネルギー使用、廃棄物管理、水使用、炭素排出など、企業が自然環境に与える影響を評価する。

⑤ 顧客: 製品の特性、価格設定、マーケティング、データプライバシーなど、企業が製品またはサービスを通じて顧客に与える影響を評価する。

(5) B Lab が提示するリスクスタンダードについて

B Lab は特定業種に応じたリスク基準を公開している。リスク基準とは社会や環境にネガティブな影響をもたらす可能性のある業種・ビジネス慣行を有する企業が B Corp 認証の取得をするために満たさなければならない最低基準のことを指す。例えばこれまでも以下の業種に対するリスク基準を公開している（以下はその一部）。

ブラジルのアグリビジネス生産者、スイスの銀行業、ボトル入り飲料会社、大麻関連製品、カジノ業界企業、チャリティー宝くじ、新興市場における債権回収会社、防衛セクターを顧客とするエンジニアリングコンサルティング、タックスヘイブンにおける金融サービスとウェルスプランニング、営利目的の高等教育、化石燃料・エネルギー企業、母乳代替品のマーケティング、児童養護施設を活用したボランティア活動、鉱業、刑務所産業と労働、製薬、人権侵害に関与する政府への奉仕、税務アドバイザリ、水道、動物園・水族館・動物公園、他

こうしたリスク基準の該当となる企業はリスク基準をどのように満たしているかを開示した後、認証を受ける資格を得られる場合もある。リスク基準がまだ開発されていないが、悪影響を及ぼす可能性のある業種に属している企業は、リスク基準が開発され、B Lab の諮問委員会によって承認され、関連する全ての要件を満たしていると判断されるまで認証審査を進めることができない。

2023 年 10 月時点、B Lab は以下の業種については上記のようなリスク基準の開発なしには認証プロセスを進めることができないと公表している。

自動車・機械産業、ブロックチェーン検証済みデジタル資産業界、クライアントが物議を醸す業界の場合、高リスクの建設業、コンテンツモデレーション業界、先進国市場における債権回収業、直販業（マルチ商法含む）、漁業・漁業・養殖業、医療従事者およびサービス、高リスク、宝飾品業界、パーム油産業、農薬および肥料産業、プラスチック産業、使い捨てプラスチック、食肉処理場産業、ソーシャルメディア業界

出典：B Lab サイトを参照し、筆者作成

<https://www.bcorporation.net/en-us/standards/controversial-issues/>

資料6:B Corp プロジェクトチームの活動紹介

3.「社会問題解決型組織」を目指して〈B Corpを通じた組織変革〉

B Corpを目指したきっかけ

役員・幹部を中心に米国シリコンバレーで研修を実施(2018)

- 事業を通じて社会課題の解決に向かう企業・人々を目の当たりにし、感銘を受けるとともに日本もそのような風土が高まっていくであろうと感じた
- 研修の中での出会いを通し「B Corp認証」についてはじめて知る



▶ 2018年に中期経営方針で「社会問題解決型組織」を掲げるとともに「B Corp」認証取得チャレンジの開始

組織変革チャレンジの一例

Challenge B Corp Project

- 部門横断型のチームを複数チーム走らせる(原則1年間の活動)
- 役員のみで構成される役員チームの発足
- 女性のみで女性活躍推進をする女性Bチームの発足
- 経済的価値と社会的価値の両方を追求できる施策に多数トライ!

Challenge 活発な委員会活動や研修

- 社員満足度向上委員会
- 安全衛生委員会
- キャリアアップ委員会
- 幹部経営研究会
- ジュニアボード研修
- 創造リーダーシップ研修 etc...



3.「社会問題解決型組織」を目指して〈B Corp Project〉

ボトムアップでの様々な取り組みにより、社員の社会問題解決への意識を醸成 ～ 事例紹介 ～

Challenge 児童養護施設 連携支援

- 18歳を迎え、施設から卒業しなければならない青年たちに、エコリングでお買い取りした家具・家電製品や日用品を無償で提供
- エコリング全店舗で外貨の募金箱を設置しお客様から募った外貨を日本円に換え、児童養護施設から卒業して社会に旅立つ青年たちに新品のパソコンを提供



Challenge 海外ボランティア研修

- 年に2回、タイの貧困地域の学校にボランティアに行き物品寄付や施設の修繕、子どもたちとの異文化交流を実施

※2019年からスタートし、コロナ禍で一時中止していたが、2023年7月より再開





他にも
「ボランティア有給休暇」
が全社員に年間1日
付与されています!

© 2023 Eco Ring Co., Ltd.

3.「社会問題解決型組織」を目指して〈B Corp Project〉

ボトムアップでの様々な取り組みにより、社員の社会問題解決への意識を醸成 ～ 事例紹介 ～

Challenge
リユースを通じたCO₂排出抑制の見える化

※「エコパラメーター」個人のリユースに伴うCO₂削減量をお客様へ伝えるアプリ機能

削減CO₂の算出は当社が主に取り扱う品物(バッグ、服、香水、コスメなど)を分類分けし、使用されている素材から「LCIデータベース IDEA version 2.3」を使用し、気候変動の影響評価値を算出。測定の対象となる品物は、現在計6品目。

エコパラメーターでできる事

POINT 1

CO₂削減量も確認できる

エコリングのアプリで削減したCO₂削減量を、お客様へ伝えることができます。

POINT 2

アイテム毎のCO₂削減量が確認できる

エコリングのアプリで削減したCO₂削減量を、お客様へ伝えることができます。

POINT 3

CO₂削減の量が確認できる

エコリングのアプリで削減したCO₂削減量を、お客様へ伝えることができます。

Challenge
お客様参画型寄付サービス

※エコリングの宅配買取サービスにて、お客様が寄付先を選んで査定金額を各組織に寄付する仕組みの導入

※本サービスを利用した2022年度の寄付実績 **3,150,906円**

日本赤十字社

日本赤十字社は、災害時の救済活動、国際協力などの事業を行っています。また、社会貢献活動として、環境保護活動や、社会福祉活動などを行っています。

※寄付先：日本赤十字社(東京都港区)

障がい者アート協会

障がい者アート協会は、障がい者のアート活動の促進、支援を行っています。また、社会貢献活動として、環境保護活動や、社会福祉活動などを行っています。

※寄付先：障がい者アート協会(東京都港区)

天竺堂寺林徳学園

天竺堂寺林徳学園は、児童福祉施設として、児童の育成を行っています。また、社会貢献活動として、環境保護活動や、社会福祉活動などを行っています。

※寄付先：天竺堂寺林徳学園(東京都港区)

一般社団法人からふる

一般社団法人からふるは、社会福祉活動として、児童の育成を行っています。また、社会貢献活動として、環境保護活動や、社会福祉活動などを行っています。

※寄付先：一般社団法人からふる(東京都港区)

出典：エコリング社提供資料「エコリングのサステナビリティへの取り組み」（2023）

5

10

15

16

資料 8：社員の巻き込み・インナーブランディング

3. 「社会問題解決型組織」を目指して〈インナーブランディング〉

EcoRing

2021年より社内向け「サステナビリティ勉強会」の定期開催

Challenge
概要

- 「社会問題解決型組織」を目指し、社員全員で意識を高める
インナーブランディングのための勉強会
- 聴くだけの講義形式だけではなく、ディスカッションも交えて
全員参加型の勉強会としている

Challenge
アンケートで意見集約

- 勉強会実施後にアンケート実施
- ＜Q. 勉強会を通じて、ご自身が社会問題解決型組織の一員であるとの実感は持てましたか＞
- 98% 以上の「そう思う」との回答結果に

Challenge
グループ企業でも開催

- 海外グループ会社での実施
＜実施歴＞
エコリングタイ
エコリングマレーシア
エコリングシンガポール
エコリング香港
- 国内グループ会社での実施
＜実施歴＞
エコリングリシャイン
緑和堂
- フランチャイズグループでの実施
→ FC企業に向けて、FC開発部主導で「SDGs勉強会」を定期開催



© 2023 Eco Ring Co., Ltd.

出典：エコリング提供資料「エコリングのサステナビリティへの取り組み」（2023）

5

資料 9：エコリングの BIA スコア

ガバナンス	従業員	コミュニティ	環境	顧客	合計
10.8	23.9	16.1	46.4	3.6	101

比較： 国内の B Corp 認証企業の BIA 平均スコア (24/1/24 日時点)

ガバナンス	従業員	コミュニティ	環境	顧客	合計
10.8	28.1	24.5	19.5	8.3	91.3

出典：B Lab HP (<https://www.bcorporation.net/en-us/>) を基に筆者作成

10

資料 10：出店エリア・グループ会社・海外展開

出店エリア

全国の買取店舗をFC展開中



▶上野マルイ店



▶フォレオ博多店

全国の店舗数210店舗

※2023年8月現在



▶飾磨店

Eco Ring

グループ会社・海外拠点

■株式会社エコリングリシャイン
ブランド品トータルメンテナンス



■株式会社エコリングSNG
ビジネスマッチングのシナクル、
桑田一成講演会受付、
水素サーバー・レターパック割引販売



Incorporated company Eco Ring SNG
progress realization of eco ring
business at a new start end.

2021年11月以降 新たに5社設立！

- 株式会社エコリングTRIBE(奈良・三重)
 - 株式会社エコリングライフ(静岡県)
 - 株式会社エコリングネクスト(北海道)
 - 株式会社エコリングハーツ(埼玉県)
- 4社ともにエコリング買取店舗の運営

■株式会社エコリングソート(兵庫県・大阪)
エコリングの出張買取の運営

■株式会社緑和堂
美術品・骨董品買取

美術品 買取 骨董品 買取  **緑和堂**

■株式会社日興堂
美術品・骨董品オークション運営

株式会社 **日興堂** 宝道具・骨董品・古美術買取

Eco Ring Hong Kong Limited
エコリング香港社

Eco Ring Thailand Co.,Ltd.
エコリングタイ社

Eco Ring Singapore Pte.Ltd.
エコリングシンガポール社

Eco Ring Malaysia Sdn. Bhd.
エコリングマレーシア社

Eco Ring Philippines,inc
エコリングフィリピン社
※2023年度設立予定



▶エコリングタイ社

Eco Ring

資料 11：ロールプレイ参考資料

B Corp 取得によってスタッフの給与や福利厚生が改善された例

5 Thrive Market：オンラインスーパーマーケット。サステナブルでオーガニックな食品や日用品を提供する 2022 年に B Corp を取得した Thrive Market は、取得に伴い従業員の給与を大幅に引き上げ、福利厚生を充実させた。具体的には最低賃金を時給 15 ドルに引き上げるとともに、401(k) プランの拠出率を最大 15%に引き上げ、育児休暇や介護休暇を拡大。

10 Patagonia：アウトドア用品を製造・販売。2011 年に B Corp を取得した Patagonia は、取得に伴い従業員の給与を最低時給 15 ドルに引き上げるとともに、全従業員に 30 日間の有給休暇と 10 日間の有給病気休暇を付与。また、育児休暇や介護休暇やサバティカルも整備。従業員がワークライフバランスを保ちながら働ける環境を整えている。

Atlassian：ソフトウェア開発。2013 年に B Corp を取得した Atlassian は、従業員のワークライフバランスを重視しており、フレックスタイム制やリモートワークを導入。また、従業員が仕事とプライベートの両立を図れるよう、メンタルヘルスやカウンセリングのサポートも充実。

15 出典：B Lab HP より執筆者が作成

<https://usca.bcorporation.net/zbtcz9z23zb-corps-build-positive-social-impact-with-workplace-strategies-and-community-partnerships/>

資料 12：タイの労働市場参考データ

タイの労働市場と会社へのロイヤリティ

- 5 タイの労働市場は世界的に見ても流動性が高い。2018 年時点の離職率は正規雇用者で 20.0%、非正規雇用者で 35.3%と、OECD 加盟国の平均を大きく上回っている。つまり、タイの労働市場では会社へのロイヤリティが低く、給与が少しでも高ければすぐに辞めてしまう傾向がある。

この理由としては、以下のようなものが考えられる：

- 高度経済成長に伴う雇用の増加
- 10 • 若年層の就業機会の拡大
- 労働者のスキルアップへの意識の高まり

- 2022 年の OECD データによると、タイの正規雇用者の離職率は 15.2%で、日本（2021 年）の 10.3%を大きく上回っている。また、タイの非正規雇用者の離職率は 30.9%で、日本（2021 年）の 26.8%よりも高い水準にある。タイの労働市場では、会社へのロイヤリティが低いため、企業は、従業員のモチベーションを高めるための取り組みや、スキルアップの機会を提供するなどの対策が求められていた。離職率が高い一方で、全体の失業率は近隣アジア諸国と比べても足元 1%を下回る水準であり低い。つまり、仕事はあるが慢性的人材不足が続いているために、仕事をやめてもすぐに転職先が見つかるという環境にあることが更に離職率を高める原因となっていると言われている。
- 15

タイの年齢別失業率（%）



（出所）NESDC（国家経済社会開発評議会事務所）発表の

Labour Force Survey 各四半期版より高橋（2023）が作成

タイの平均賃金や物価

2018 年のタイの平均賃金は、月額約 18,000 バーツ（約 5 万円）。物価水準は、日本と比べると安価である。例えば、1 食の外食費は約 300 バーツ（約 900 円）、1L の牛乳は約 50 バーツ（約 150 円）など。

5 平均賃金

	タイ	日本
20 代	18,000 バーツ（約 5 万円）	25 万円
30 代	22,000 バーツ（約 6 万円）	30 万円
40 代	26,000 バーツ（約 7 万円）	35 万円

タイの労働市場では、会社へのロイヤリティが低いため、企業は、従業員のモチベーションを高めるための取り組みや、スキルアップの機会を提供するなどの対策が求められている。

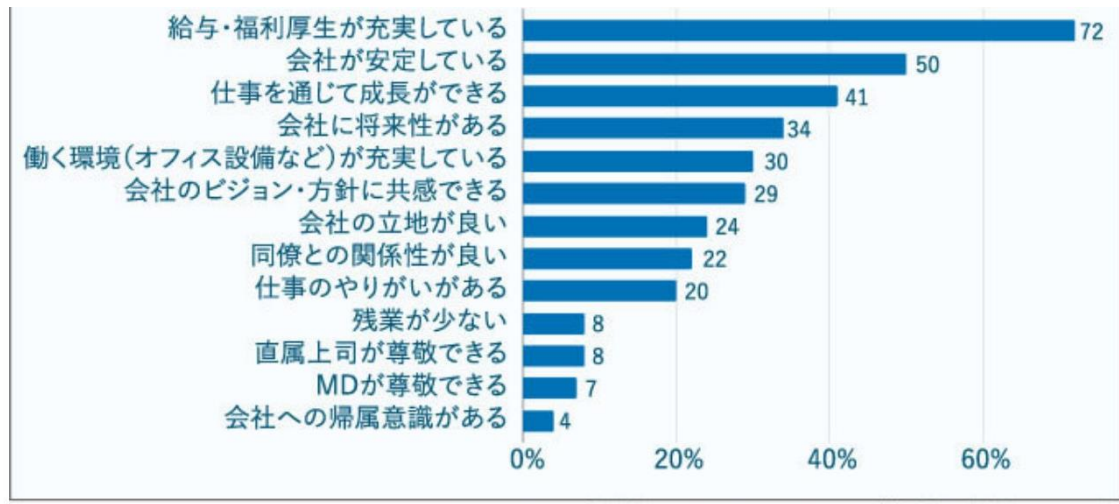
タイの年代別仕事のモチベーション

- 10
- 20 代：①収入、②仕事のやりがい、③キャリアアップ
 - 30 代：①収入、②仕事のやりがい、③ワークライフバランス
 - 40 代：①収入、②仕事の安定、③ワークライフバランス

出典：タイ国労働省「労働統計年報」、タイ中央統計局「タイ国民総生産統計」
デロイト トーマツ コンサルティング「タイ労働市場レポート」

タイ人の仕事・職場における価値観

働くうえで重要視していること（複数回答可）



タイ人の退職理由



5

出典：Reeracoen Recruitment 社 タイ人を対象とした「仕事・職場の満足度調査」
2020年8月11日～31日（有効回答数 1845人）

資料 13 : B Corp クイックアセスメント

従業員 (Worker) ※13 項目

- 従業員と会社のオーナーシップを共有している。
- 5 • 従業員 (パート・アルバイト、派遣社員を含む) や取引先に生活賃金を支払っている。
- オープンブックマネジメントを採用し、従業員すべてが財務データと業務コストにアクセスできる。
- 正規従業員と非正規従業員に対してヘルスケアを提供している。
- トランスジェンダーを考慮した明確なヘルスケアポリシーを提供している。
- 10 • 従業員に対して有給の育児・介護休暇制度を設けている。
- 必要に応じて、パートタイム、フレックスタイム、または在宅勤務の選択肢を従業員に与えている。
- 401K (確定拠出年金) や企業年金、プロフィットシェアリングのような定年退職後のプログラムを提供している。
- 15 • 社会的責任投資を退職プログラムの選択肢として提供している。
- 無料の銀行サービスや低金利貸付、必要に応じて前払いされる給与のような従業員の緊急事態に対応するための金融商品やサービスを提供している。
- 従業員の専門スキルの習得やトレーニングを助成している。
- 健康とウェルネスに関するプログラムがある。
- 20 • 定期的に匿名の従業員満足度エンゲージメント調査を実施している。

コミュニティ (Community) ※15 項目

- オーナー、経営者、従業員、役員会のメンバーなど構成員が多様である。
- 女性、有色人種、LGBTQ、障がいがある人、低所得者など、これまで排除されてきた人たちを採用している。
- 25 • 多様性向上のための具体的で測定可能な目標を設定しており、それを経営陣や役員が検証している。
- 全ての求人情報に、ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョンへのコミットメントを示す文言を記載している。
- 30 • ジェンダー、人種、民族、その他の属性別に同一労働同一賃金の実現されているかを検証し、必要に応じて平等な報酬改善計画や方針を策定している。
- フルタイムで働く従業員に関して、最も高い賃金と最も低い賃金を何倍までの範囲に収めるかを定めている。
- リスクを抱えた若者、ホームレス状態にある人達といった継続的に雇用されていない人たち、あるいは犯罪歴のある人たちに就業の機会を提供している。
- 35 • 従業員に対して、ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョンに関する研修を実施し

ている。

- 社会奉仕に関する方針を定め、従業員が奉仕活動やボランティア活動を行うにあたってのインセンティブを提供し、そうした活動に参加する従業員の割合を目標値として設定している。
- 5 • 収益の一定割合を慈善事業に寄付することや従業員が寄付した金額と同額の寄付を行うことを公式に表明している。あるいは「1% for the Planet」といった慈善活動を認定する第三者的団体や取り組みに参加している。
- 地元のサプライヤーや、女性、有色人種、その他アンダーレプレゼンテッドな人が経営するサプライヤーと取り引きしている。
- 10 • 社会的環境的パフォーマンスについて、サプライヤーの責任を明記した公式な行動規範がある。
- 認証 B Corp、信用組合、地域開発金融機関、および Global Alliance for Banking on Values のメンバーと取り引きしている。
- サプライヤーの名称とその社会的環境的パフォーマンスをウェブサイトで公開している。
- 15 • 業界内における社会的環境的基準の策定に取り組んでいる。

環境 (Environment) ※12 項目

- 温室効果ガスの排出量を監視、記録、削減している。
- エネルギー効果に配慮した証明、オフィス設備、冷暖房を利用している。
- 20 • 水を効率的に使っている。
- 環境負荷が少ない再生可能エネルギーを使用している。
- 再生可能エネルギーのクレジットを購入することで、使用した非再生可能エネルギーを相殺している。
- 自家用車ではない交通手段を利用するインセンティブを提供している。
- 25 • 出張を減らすためにオンラインミーティングを活用するよう推奨している。
- 自社製品のライフサイクルアセスメントを実施している。
- 事務用品、食品、電子機器、清掃用品、製品の原材料などについて、環境に配慮した購買方針を定めている。
- 有害廃棄物を責任をもって処理している。
- 30 • 環境影響の少ない輸送、配送に関する方針を文書化している。

ガバナンス (Governance) ※11 項目

- 社会的環境的責任をミッションステートメントに盛り込んでいる。
- 社会的環境的ミッションの研修を従業員に対して行っている。
- 35 • 社会的環境的パフォーマンスを考慮して、従業員と経営陣を評価している。
- 社会的環境的パフォーマンスを、賞与などに結び付けている。

-
- 社外のステークホルダーから社会的環境的パフォーマンスに関してフィードバックを受けている。
 - 女性、有色人種、LGBTQIA、およびその他のアンダーレプレゼンテッドな人びとが参加する役員会、諮問委員会、またはその他の組織を持っている。
 - 5 • 役員会のメンバーに、役員以外の社員、地域住民、環境専門家を含んでいる。
 - 役員会が、社会的環境的パフォーマンスを年一回レビューしている。
 - 財務に関する基礎的な情報を従業員と共有している。
 - 外部に向けたアニュアルレポートで、企業のミッションに関連したパフォーマンスを詳しく開示している。
 - 10 • ミッションを法的に制度化している。

顧客 (Customer) ※12 項目

- 商品またはサービスに、明文化された保証書や顧客保護ポリシーがついている。
- 製品またはサービスの品質に関して第三者による認証を受けている。
- 15 • 主要なサプライヤーが定期的に品質評価 (QAR) や監査をうけていることを確認している。
- 品質管理のために、トラッキングの仕組みを整備している。
- 商品のフィードバックや問い合わせ、クレームを伝えるための精度をカスタマーに周知している。
- 20 • ネット・プロモーター・スコアもしくはその他の方法で顧客満足度を計測している。
- 顧客満足度を一般にも公開している。
- 顧客満足のための具体的な目標を定めている。
- カスタマーによるテストやフィードバックを商品やサービスのデザインに組み込むためのオフィシャルなプロセスがある。
- 25 • 商品やサービスが意図せずに生み出しまうネガティブな影響を計測・管理・提言している。
- データのプライバシーに関するポリシーを公表している。
- 企業活動の中で収穫しているデータ、その保存期間や利用法、他の公的機関や民間団体に對する共有状況を、すべてのカスタマーに周知している。

30

出典：日本語版 B Corp ハンドブック

■利用許諾■

- 1) 当ライセンスは、本教材の著作権を保有する教材作成者の同意を受け、学校法人早稲田大学および株式会社テレコンサービス の承諾のもと、株式会社日本総合研究所創発戦略センターが利用許諾を行っております。
- 2) オンライン・オフラインを問わず、無断での改変を禁止します。
- 3) 本教材は、クリエイティブコモンズライセンス (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.ja>) の下に無料で配布しております。
- 3-1) ただし、本教材 を利用して、著作権保持者以外が「営利活動において同時に 3 部以上の複製を用いた研修や講義を行われる場合、または非営利団体において有料セミナー等に利用(= 10 以下、有料利用)」される場合は、本教材 1 部につき 500 円と、1 回のご注文につき 1,000 円を一般社団法人 B Market Builder Japan (以下、BMBJ へご寄付をお願いしております。
- 3-2) 有料利用をご希望される場合は、下記必要事項をご記入のうえ、電子メールにて問い合わせ先(日本総研創発戦略センター B Corp 担当(100860 teamb@ml.jri.co.jp)までご連絡ください。BMBJ から 請求書及び領収書を 送付いたします。
- 3-3) 上記規定に関わらず、学校教育法で定めるところの学校法人(学位取得を目的とした専門職大学院を含む)における授業利用は 当該寄付の依頼対象外とします。
- 3-4) 本教材を利用した研修や講義を 録画・録音される際、又は当ライセンスにおいて想定されていないと考えられるその他の方法でのご利用を希望される場合は、電子メールにてご相談下さい。
- 4) 当ライセンスに関する質問・ご意見・疑問点がございましたら、又は本教材の不正利用を発見された方は、(100860-teamb@ml.jri.co.jp) までご連絡頂きますようお願い いたします。
- 5) 当ライセンスに関するより詳しいご説明は、(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/legalcode>) をご覧下さい。

[3-2 で規定する「 有料利用」を希望される際のメールへのご記入事項

1. 団体名・住所・電話番号
2. 担当者名・連絡先メールアドレス
3. 必要な教材の名称・利用部数・利用形態の詳細

