

第1回検討会議事録要旨

1. 日時：2012年10月18日（木） 9:30～12:00
2. 場所：TKP東京駅ビジネスセンター1号館9階 カンファレンスルーム9C
3. 出席者：安井委員長、荒井委員、市村委員、稲葉委員、大石委員、上妻委員、
後藤委員、佐藤委員、佐野委員、実平委員、竹ヶ原委員
環境省：大熊課長、猿田課長補佐、内藤課長補佐、峯村課長補佐
オブザーバー：金融庁、経済産業省、東京証券取引所、日本経済団体連合会
事務局：みずほ情報総研

1. 環境経営と環境報告の現状

- C. 資料 1-4p6 に関して、『ISO26000 への対応』が一番下に来ているが、ISO26000 は意外と軽視されていると思うが、どなたかご意見あればお願いしたい。（安井委員長）
- C. 数からすると、このような数字が現実的。朝日新聞のシンポジウムでもこのことが話題になる。バリューチェーンの取り組みが日本企業は非常に遅れておりアキレス腱になる。環境、人権、労働、腐敗の区別自体が意味をなさず、第3次環境基本計画で環境だけでなくサステナビリティということで環境・経済・社会を一体として取り上げたが、文字通りその時代に突入している。（後藤委員）
- C. 企業が変化している。製造業と小売業の力関係がここ数年、小売業の力が非常に強くなってきている。小売業は競争が非常に厳しいため製造業よりもフレキシブルなスタイル。このような企業形態の変化、バリューチェーンとしての小売店のような流通の重要性の変化が、環境報告にどのような影響を与えるのか、検討する必要がある。小売店は非常に厳しい競争にさらされており競争原理が非常に重要なため、輸入も増えている。今後の変化が非常に気になるところ。もう一点、昨年の震災に伴い環境対策に加えて災害対策、事故対策が非常に重視されてきている。未曾有の天災のようなものを想定したものに変わってきている。時代の流れ、様々な事件に伴い、環境経営、環境報告のあり方は変わるので、変化を含めて認識していく必要があるのではないか。（佐藤委員）
- C. 全て製造業を対象としたアンケートであって、消費者がどのように思っているかの視点が一つもないのが非常に気になる。LCA を実施している企業は少しずつ増えてきて、環境に優しいと思われる企業の多くは実施している。消費者が見て「環境に優しい企業」は何を実施しているか、環境報告書に何が記載されているかという視点からの分析をお願いしたい。（稲葉委員）
- C. 環境報告書の読者調査は2000年からNTTグループが毎年実施。毎年4万数千人の読者のデー

タが web 上で利用可能。(後藤委員)

- C. 佐藤委員の発言のように、消費者が小売業を通じて購入してくれるかということ、製造業にとって非常に大きな影響を与える。世界では、消費者を通しての製造業のグリーン化を実施しようとしているように見える。企業は、グリーンウォッシュの批判を受けることもある。企業の環境活動を考える時には、サステナブルコンサンプション(持続可能な消費者の方)の観点を組み込まなければならない。(稲葉委員)

- A. 稲葉委員の指摘の通り。製造業に偏ってきている。佐藤委員の発言のように販売業に関してグリーン・マーケット+研究会の調査によると、消費者の中で非常に意識が高いのは数%ぐらい。消費者にどのように意識を持ってもらうことは難しい問題。(安井委員長)

- C. 流通は非常に大事。事業者が非常に素晴らしい商品を提供しても消費者が選ばなければ社会全体は動かない。消費者が商品を選ぶ基準で大きな影響力を持つのは流通の情報。情報の提供方法に関して日本では非常に少なく、値段が安いものを選ぶ傾向にあるが、企業がどのようなコンセプトのもとでどのような商品を製造し、その結果、値段が高くなるという説明がないから。事業者が実施していることを消費者により分かりやすい形で開示しなければ、消費者の購買行動に繋がらないのではないか。(大石委員)

- C. 最終的に消費者にどのような情報を提供すれば良いのか、どのようなタイミングで提供すればよいのか、この委員会である程度の方向性を出していただけるとありがたい。我々も検討しているが、消費者になかなか届かない。提供方法、内容、提供の手段などが悪いのかもしれない。資料 1-4p18 の米国と日本の比較に関して、日本は 7000 億円超しか資産残高が集まってないが、米国は 300 から 400 兆円程、運用資産が集まっている。環境配慮している企業の株を優先的に購入するなど支援する仕組みづくりが、もう一つの視点。(実平委員)

- C. 欧州で議論になっていることは消費者に責任はあるのかという話。消費者の倫理観に訴えて、経済合理性のない商品の購入に繋げることが間違っているのではないかという議論。日本では言及されないことに非常に違和感を覚える。環境に優しい製品を購入しますか、という質問に対して、購入するという結果が出た調査はない。購入する際の重要な要因は性能及び価格要因。流通業者が責任を持って環境に優しい製品を低価格で揃える、もしくは、行政が環境に優しい製品を購入できるようなインセンティブ制度を整える、ということが基本的な考え方。単純に情報を開示することで消費者が環境に優しい製品を購入するという前提で議論を進めることはおかしい気がするので、行政にはこの点に関して努力して欲しい。(上妻委員)

- C. 後藤委員の発言されたバリューチェーン、サプライチェーンの広がり、環境の様々な項目が社会的に広がっている点に関しての発言。今後の進む方向性の議論の中でナチュラルキャピタル(自然資本)という言葉が海外で使われていることが多い。国連責任投資原則(PRI)、CDP、リオ+20などがこの方向性。従来、環境として考えていた以上に幅広い範囲での検討が必要。

環境省の範囲を超えて検討する必要が出てくる。この点に関してどのように考えるかということを検討していただきたい。消費者の認識が低いという点は、投資家の認識が低いという点で類似。消費者にとっての経済合理性に該当することが、投資家にとって当然、リターンが得られるかという経済合理性になる。投資家の立場ではリターンは得られなければならないが、社会に貢献しない企業、社会に害を及ぼす企業に対して投資してリターンを得てはならないだろう、という ESG 投資がある。消費者の商品を選ぶ基準としては、性能、及び価格が第 1 要因、次の要因として環境。最近、値段が高いとしても自動車、エアコンが購入されるような変化が現れている。(荒井委員)

- C. 『グリーン・マーケット+ (プラス) 研究会』(安井委員長議長) や、私が委員長を務めさせて頂いた『環境情報の利用促進に関する検討委員会』でラベルの問題を取り上げた。2000 年以降、非常に多くのラベルが世界に流通しているが、欧州の一般の人々の環境意識は必ずしも高くない。ドイツと日本の環境意識調査に携わった際、寧ろ日本の環境意識が高かった記憶がある。信頼できるラベルを消費者にどのように受けとめてもらえるか、ということがグリーン・マーケットを広げていくには重要。例えば、マリン・エコラベル、FSC 認証などはグリーン調達で若干認識されているが消費者にはほとんど認識されていない。ラベルをどう考えるかの問題、環境意識をどのように啓発するのが大きな課題。単純に情報開示だけで消費者が付いて来ない。(後藤委員)
- C. 環境情報の伝え方、表現の方法でネットの意義は急激に高まっている。情報提供方法の一つとしては意味があり、環境報告と消費者の距離は非常に遠いが、環境報告と消費者の距離を近づけて連動させることが非常に重要。(佐藤委員)
- C. 企業による環境情報の発信が足りないわけではない。各企業が新製品開発に課す製品アセスでの環境要求は年々強化されており、これに加えて独自のエコプロダクツ体系を整備、カテゴリーA、カテゴリーB といった形で階層化するなど、自社の本業での努力を体系化する努力は、各社の環境報告書や CSR レポートに必ず記載されている。問題は、こうした情報が消費者に十分に理解されていない点。ファクターX のような専門的な情報を通訳できる人が必要。エコラベルがその翻訳機能を担えるかどうかは大きな論点。事業者から提供されている環境情報を読み取ることができない消費者が大多数という状況をどう打開するのが問題の本質ではないか。これは金融に関しても同じ。投資家などで CSR レポートを読んでいる人、ファクターX と言われて理解できる人はほとんどいない。ただ、カーボンに値段がついたり、環境規制が厳しくなると、非財務状況としての環境を確認していないと危険になる。ネガティブチェックは必ず必要だという認識が少しずつ広がっているので、ここでも通訳、翻訳機能必要。(竹ヶ原委員)
- C. 環境コミュニケーションに関して、環境に対して行っていることをそれぞれの方にどのようにお伝えてしていくかということを検討している。多様なステークホルダーに対してコミュニケーションの方法が違う。定性的な情報・データを示す、一目でわかりやすいマークを製品や

流通・店頭で掲示する方法もあるし、広告やCMといった手法もある。あるいは、直接コミュニケーションとして流通の方向けの展示会に参加する、エコプロダクツ展のような場所で少し環境の関心が高い方と話す、また全く環境への関心がない方にどのようなコミュニケーションを取るのかということも検討している。具体的にどのようにコミュニケーションを実施すれば、消費者の購入行動に繋がるのかは検討が必要。CO2が何十万トン減りましたというコミュニケーションを実施しても、購入行動には繋がらない。おしゃれであるとか、おいしいであるとかの背景に環境に配慮した企業行動があるということを連動して伝える必要がある。一方で、主婦のグループインタビューを通して、背景にどのようなことがあるのかを理解してもらおうと、ぜひそうした情報を知りたい、購買時の参考にしなければ、と言っただけだが、実際には店頭という場面では価格などが優先され購入に至らないこともある。消費者とのコミュニケーションは継続的に行っていくしかない。企業に対してグリーン経済をどのように推進していくのかということと、情報開示を通じて投資のインセンティブを働かせることや規制を用いて取り組みを推進していく、とった世界とは若干異なることではないか。(佐野委員)

- C. 環境報告、または環境活動は企業価値がなかなか結びつけられない。環境活動を行うことは非常に良いこと、法律が新たに制定されていたり、国際的なプレッシャーがあるため、環境活動をしなければならないが、環境活動が企業価値にどのように反映されるのかを示すことは難しい。示すことが実現すれば非常に素晴らしい。最終的に企業の価値を上げることが出来るのは投資家。企業と投資家の関係を良好にすることが重要。例えば、金融のインセンティブが存在したとしても、企業価値が上がらなくなると企業行動として環境に力を入れていかない。(市村委員)

- A. 非常に重要なご指摘だと思いますので、別途に検討したい。(安井委員長)

- C. 資料1-4p16に、Scope3 関しての記載がある。Scope3はScope1,Scope2に加えて、企業の活動全体の温室効果ガスの排出量を定量的に測定すること。現在は、企業を評価するときに定性的評価から定量的な数値情報に変わる端境期にあるのではないかと。温室効果ガスの数値情報は、カーボンデスクロージャープロジェクトは世界的に要求している。カーボンフットプリント(CFP)も数値情報。数値情報を公開することで製品の比較が可能になる。資料1-5にECでの環境フットプリントに関する記載があるが、ECは比較可能性を追求すると明確に言い始めている。一方、企業は比較されるのを好まない傾向がある。世界的には数値情報での比較可能性をどのように担保するかという議論が進んでいる。企業の情報開示に関する姿勢と世界的に議論されている数値情報の妥当性との議論の間にはギャップがある。比較可能性をどのように考えるかをこの検討会で取り上げていただきたい。(稲葉委員)

- C. 市村委員、稲葉委員からご指摘のあった点に関して、一つは、将来的に投資家として統合報告書が非常に重要になってきて、数値化、比較可能性に結びつくのではないかと。数値化、比較可能性が重要な理由は、他の企業と同じ基準で比較が可能、一つの企業を過去の数値と現在の数値を比較することが可能。環境と業績、あるいは企業価値に結びつくかという点は非常に重

要。投資家にとって企業の価値が上がらなければ意味がない、株価が上がらなければ意味がない。もう一つは経済の問題。昔は日本経済が非常に成長して企業も同様に成長していたので、5年先、10年先、企業がどのような戦略を持って成長していくのかという成長線の高い企業を探していた。現在、企業も5年先にどのようなようになっているかわからない、戦略はどのようなようになっているのか分からない状況のため、アジア新興国に投資したほうがリターンが高いかもしれない、というのが世界的な投資家の視点で日本にあまり投資しなくなってきた。SG投資という部分では、長期的な企業の価値をいかに伸ばしていくかという戦略の部分に焦点が当てられることが非常に重要なポイント。資料 1-4 p18『年金運用への組み込みの難しさ』『直接金融市場の規模の小ささ』などが原因とあるが、難しさとは理解を進めることが難しいのであって、組み込みが難しいわけではない。直接市場の規模が必ずしも小さいことはない。株式市場の規模世界でも日本の市場は有数の大きさ。右側のグラフですが、この数字には内訳がある。2007年11月に1兆2400億円とつけたあとで、現在、株式に投資しているファンドは1兆2200億円に減り、差はインパクトインベスティメント（社会貢献債券）が補っている分。株式が1兆2200億円に減ったのは日本の株式市場が低迷しているから。株式市場が回復すれば回復する。もう一つ興味深いのは、ESG投資は概念的に理解が難しい。インパクトインベスティメントという社会貢献型の債券は中身が非常に分かりやすい。何にお金を使われるかが非常に明確、投資家もそちらの方に移動している。震災後、コミュニティ投資も進んでおり、日本ではESG投資だけではなくて、分かりやすいESG投資がもう一方で増えていくのではないかと期待。（荒井委員）

- A. 議論の方向整理。まず、環境報告書によるコミュニケーションによって消費者に物を買って頂く姿勢が正しいことなのか、ということが一つの問題提起。その延長戦上に環境活動を行っていることが企業価値を高めるという方向性は正しいのか、ということが二つ目の問題提起。ISO26000、つまりSRに関して、企業はきちんと行うことでネガティブな部分に引っ掛からないように行っている要素が強いが、この点に関して、この場であまり指摘されなかったのは何故か。何かを行うとメリットがあるという話が多く挙げたが、元々、メリットが存在しないのではないかと。ネガティブの要素をなくすために環境報告書を利用すべき、という判断はないのか。（安井委員長）

- C. バリューチェーンのマネジメントに関しては、リスクマネジメントの観点からから企業活動の存続が危うくなってきてしまうということで、企業のサバイバルの必須条件。企業価値と結びつくのが目的ではない。企業価値と結びついたほうがよいという点で、昨年の委員会でICT活用の分科会で、富士通総研がボンラタリーに作成したソフトがあり、載せることはできた。載せれば証券会社は比較可能性を追求することができる。統合レポートは主に、投資家向けのもの。他方で例えばISO26000はマルチステークホルダーとのエンゲージメントが主題。環境報告、及びサステナビリティ報告は決して統合レポートに限るものではないし、安井委員長の発言のように、企業価値をプラスするものだけでもない。欧州ではCSR新戦略の文書中で統合レポートは中長期のゴールであって、IIRCの活動をフォローしていくということが記載されている。欧州委員会の考えでは、2015年以降の問題だと捉えているので統合レポート

は投資家向けに実験されたらよい。それとは別に消費者等マルチステークホルダーとの関係、企業の環境情報を開示する目的、そのためにはどうなあるべきか、という議論をしっかりとしていかななくてはならない。(後藤委員)

- C. 安井先生の発言のように企業リスクに関して同意見。投資家の立場では短期的な企業の戦略が成り立たないことがリスク。リスクとチャンスの面で比較すると、チャンスの面が少し増えてきているので、企業価値に結びつくのではないかと。企業は安定的に企業が成長するためにリスクを考えている。自動車や家電製品において環境に優しい製品が購入されることが多くなるという構造の大きな変化に企業も上手く乗れるとチャンスになると捉えている。(荒井委員)

- C. 産業も固いものを製造しているものから、柔らかいもの、流通業あたりまであるので、委員会の場に流通業の関係者なども出てきて欲しい。ヒアリングする機会は必要。例えば、電機の販売業は電気自動車、蓄電池などの商品企画を行っている。そういうところがどのような意識を持って商品企画を行うかは重要。(安井委員長)

2. 環境情報開示の方向性について

- C. 資料 1-5 p 11 に東証 ESG インデックスが出てきているが、ESG インデックスが通常よりもアウトパフォームということが言いたいのか。東証のインデックスのアウトパフォームに関して、因果関係か、相関関係かで全く見方が異なる。通常は相関関係。例えば ESG に努力していると株価がアウトパフォームになるなどということは、どの研究でも言われていない。ESG に配慮できるのは業績の大きな会社だから株価がアウトパフォームになるだけで、企業が一生懸命やるべきだということの根拠に使うのは問題のすりかえ。参考資料 3 について、男性の意識改革という話が出ているが、アメリカでも同じようなことをいっている。これは多様性の高い取締役会がある会社は収益性が高いという研究があるから。組織的なバランスがあるからだ。女性が参加したときのリスクテイクする状況がそうではない状況よりもパフォーマンスが高いことがあるという因果関係の説明ができるのであれば、意識改革の話は不要。経済的な因果関係のことを言及した方がよい。行政の役割の中で企業はどういう風に行動するのか、ということ因果関係をもとにつくっていくということが必要。(上妻委員)

- A. 会社は余裕があることを示すために行っているようなところがあるのではないかと。(安井委員長)

- C. 東証インデックスのパフォーマンスについては、専門家からの立場からも同意見。環境報告書や CSR 報告書が誰向けに何のために作られているのかが明確ではない。投資家と消費者は共通していて一般の人であり、こういう一般の人にももう少しわかりやすいという観点が必要。環境報告書、CSR 報告書は誰に理解してもらうためにつくっているのか、今後の進展としてはそういう広がりが必要。(荒井委員)

- C. 佐野委員の発言のように企業のコミュニケーションは幅広くなっていて、CSR 報告書や環境報告書で賄える時代ではなく、Web の情報やパンフレットなど、いろいろな形のものをつくっている。ISO 26000 の世界になると本当の意味でマルチステークホルダーになる。企業がグローバル化しているとコミュニケーションは日本だけではなく途上国などで重要になる。相手に応じた情報をウェブのデータベースから切り取りながらコミュニケーションをとることがますます増える。マルチステークホルダーエンゲージメントになると、報告書はそれぞれの目的で Web から切り取って適宜使い、エッセンス的なものは環境報告書、CSR 報告書、投資家向けの統合報告書という形になるのではないかと想像している。昨年の委員会では、投資家向け環境報告書の数値情報の ICT 利用の方向性は打ち出したので、それを推進していけば、今の環境報告書の中のデータが ICT 化され、利用可能なものになるのではないか。(後藤委員)
- C. 資料 1-6-1、日本が開示しているものが開示レベルは自主的開示で、開示媒体は、CSR (環境) 報告書、開示内容は環境だけとなっております。現実にはもっと多様な情報が開示されているとは思いますが、制度がないために、日本の会社が労力を使いながら誰のために何をすればいいのか分からない状況が続いている。そろそろ、上場や、財務報告について、一定の義務又は責務として位置づけを法的に明確化し、これによって作成する目的を明確にすることで社会のマインドが大きく変わってくるのではないか。何を出すのかということも明白になる。消費者向けの情報とは別に、必須なのだということにしたほうがいい。やっていない企業が得をしているという状況も変わる。(佐藤委員)
- A. 社会的責任もリスクファクターと強調し、これを開示しないと投資もできないという理屈付けが必要。私の企業はどこからも刺されない、きちんと行っているということを経営者が宣言したうえで、証拠を示していく形が必要ではないか。(安井委員長)
- C. リスクのない会社はないので環境報告書をつくっていても、どこからか刺されれば偽装はある。各々の従業員のコンプライアンスまで企業はわからないので、組織として把握しているつもりでも抜けていることもあり、それを環境報告書とリンクされることは少し違うのではないのか。(佐藤委員)
- A. 全く違わない。要するに CSR 報告書は、SR という意味では、ISO26000 のようなものにきちんと対応していて、バリューチェーンの隅々に至るまできちんと心配りがあり、どこからも刺されないような社会的責任を果たしているということを示しているので、環境省の言っている環境報告書のレベルをはるかに超さなければいけない。(安井委員長)
- C. それをバリューチェーンで行うということは、難しい。(佐藤委員)
- C. 日本の財務報告になぜこういう問題が取り上げられない理由は縦割り行政という問題。金融庁や法務省に強く言えない。現行法でも、企業にとって財務的なリスクやチャンスに関わる情

報は開示しなければならないが、企業はそうした自主的判断による開示をほとんどしない。その責任は皆にある。欧州の財務報告規制の中に自主的判断による開示項目が入れられているのは、財務的影響が大きい ESG ファクターが様々あるからで、それを法的に開示しなければいけない法構造になっているが、日本ではできない。日本の社会の在り方自体が欧州と違うから規制の対応も違うのであって、リスクやチャンスの中身は変わらない。(上妻委員)

C. バリューチェーンの問題は、安井委員長発言通り。グリーンピースの戦略によれば、以前は政府をターゲットにする戦略をとっていたのが、最近企業をターゲットにする戦略に変えたとのこと。ネスレの場合、パームオイルが問題だったのですが、ユニリーバは RSPO というサステナブルパームオイルのグループをつくって認証制度を行う一方で、もう一方の巨大企業のネスレがそういうことを全くやっておらず環境を破壊するパームオイルを使っていた。グリーンピースが調査、指摘したが、ネスレはほとんど適当にあしらっていたところ、半年後にキャンペーンを張られて何百万通のクレームが殺到し、結局そのようなパームオイルの利用を止めることになった。やめた後はグリーンピースもネスレには協力している。来月、アメリカの NGO が来日して、日本の違法木材伐採製品の流入に対するキャンペーンをするが、日本企業は非常に危ない。安井先生の発言通り、企業のリスクはチャンスにもなるかもしれないがきちんと報告するような方向性を出す必要があるのではないか。(後藤委員)

C. 資料 1-5 P11 のインデックスの件、これは 2012 年 5 月の時点での ESG スコアで評価している。投資というのは、ある時点での評価で、企業の将来性を評価することなので、2012 年 5 月よりもっとずっと前の評価を調べなければならないと思う。一方、安井委員長の SR の発言ですが、P16 の論点で、SR は一番上に書いてあるだけ。他は全部、従来環境物である。今後何が必要であるかということを見ると、規制になっていないところにどのように取り組むかという観点が必要。今までの社会の仕組みのなかでは、ずっと前から外部不経済を内部化するというのを規制としてやってきたわけで、もし GHG の排出が規制されれば、いま GHG を抑制していない企業は将来のリスクになる。したがって、将来何を規制するべきかという議論が可能であれば、企業のリスクの話は理解しやすい。しかし、この委員会では規制の議論はできないだろう。すると、どこに企業のリスクがあるかと考えると海外、特にアジアの発展途上国の仕組みと日本の仕組みがどのように違うかということを理解することが必要。ISO26000 にしても、タイはすでに将来の認証制度を見越して中小企業向けにどのようなことをやればいいのかというチェックリストをつくって普及させている。このようなフォーマットの共通化は重要であろう。(稲葉委員)

C. 資料 1-6-1 に関して、海外はどちらかというと政府主導でやってきたが、政府は市民社会の要求があったから政府が動いた。日本にはこれが無い。欧州は政府が規制をつくらないと企業はきちんと行わないだろうという認識があるので、行うのであれば行っていることを開示する、行わないのであればその理由を開示する程度のものは、やはり作らないと日本政府は貢献していないと言わざるを得ない。(荒井委員)

- A. 日本国内だけの場合ならば（お行儀は）いいとは思いますが。（安井委員長）
- C. 資料 1-5 P16 に重要な開示項目に関する比較可能性と書いてあるが、誰から求められているのか。たとえばある製品を消費者がA社のものとB社のものを比較するとき、環境性能は比較できるが重要な開示項目である比較可能性ではない。比較可能性を求めているのは誰なのかということを見失ってしまうので、ご注意ください。（後藤委員）
- C. サプライチェーンでの温室効果ガスなどは、Scope1 や Scope2 での算出は、稲葉先生の発言のように手法の共通性があり可能ですが、Scope3 については全然ダメで、比較も何もなく、我々も開示したものの、これが真値なのか分からない状況。比較容易性を高めようとするのであれば、真値ではないところでもって定義するしかない。P9 の、隠れたリスクに対する情報開示とは何かというのがわからない。どのようなことがあるのかコメントをいただきたい。それと、排出規制などを守っていても、ゼロであっても排出しているものがあつた場合の被害の部分、いわゆる外部不経済の部分に関しても環境会計の中で外部不経済の内部化はずっと行っている。このあたりの比較容易性については、出しなさいと言われれば出せる。（実平委員）
- C. 比較可能性の情報を投資家は間違いなく欲しがっている。企業は隠れたリスクがあつても出すわけはありません。アナリストは常に隠れたリスクを見てそれを探している。（荒井委員）
- A. 確かに隠れたリスクは出せませんね。むしろ、こういうリスクは無い、と宣言するというポジティブな方向で、その裏返しとして隠れたリスクは無い、ということではないか。（安井委員長）
- C. それこそ、リスクになり得ますが。（実平委員）
- A. 結局、コミットメントは重要で、リスクは無いと宣言させることが一番重要なのではないか。（安井委員長）

以上