

神は細部に宿る

～SRI アナリストの視点～

株式会社グッドバンカー
リサーチチーム

グッドバンカー社の SRI アナリストは、企業の ESG への取り組みを分析・評価する際に、消費者としての立場から見たアフターサービスなど、多面的に見ることを心がけています。

たとえば、社員が欧州へ出張した際、フランスに向かう航空便の機内で忘れ物をしました。その場合、この航空会社では、フランス語か英語でしかパリの問い合わせ先に照会できません。それで指定通りに英語で問い合わせをしましたが、全く返事が来ません。そこで、日本の支店に問い合わせしてみたところ、取り次ぎは一切しないとのことでした。同社によれば、遺失物の責任は、乗客にあり、パリ着の機内に忘れたものへの照会は、乗客が個人の責任でフランス側とやりとりをするべきであり、たとえそこで問題が生じて、日本支店はいっさい関われないという社内ルールがあるとのことでした。結局、忘れ物については、パリから何の返事もなく、そのまま行方不明になってしまいました。

では、他の航空会社の対応はどうかの気がなり、同じように忘れ物の対応について航空会社各社に問い合わせしてみました。すると、1つの会社は、全世界を飛んでいる同社航空便の機内の忘れ物を一元管理しており、また、社内規則により、従業員が見つけた忘れ物は全て届け出て、システムに機番とともに登録することを徹底していました。全て日本語で対応でき、ほとんどの忘れ物は見つけることができる、とのことでした。

一方、別の会社は、忘れ物を管理するシステムはあるものの、各空港ごとに設置された窓口で直接問い合わせる必要があり、直行便がない空港や便数が少ない空港の窓口は、他社に委託しているため、日本語が通じないこともある、とのことでした。

こうした対応の背景には、もちろんその企業のこれまでの成り立ちや、エリアによつての運航先ネットワークの充実度など、様々な要因があるでしょう。また、航空会社によつて特徴としているサービスもそれぞれに違うことでしょう。しかし、忘れ物への対応は、航空会社にとってあくまでプラスアルファのサービスとの位置づけであるようです。高齢化社会が進んでいけば、忘れ物が急増する可能性も考えられます。乗客の忘れ物に対応するような、規模が小さくて表には出て来ないけれども、消費者が安心してその企業のサービスを利用できるようにするための努力やこだわりは、やがて企業の大きな競争力につながっていく可能性を秘めています。「神は細部に宿る」（細部を疎かにしては全体の美しさは得られない、細部こそが本質を決める）という格言は、企業経営にも当てはまるのではないのでしょうか。

当社では、このような各社の対応の違いが株価に反映されるかどうかを見るため、株価のフォローもしています。不思議なことに忘れ物の一元管理をしている会社の株価は、問い合わせ後すぐ上昇し、堅調な動きを見せています。もう一方の会社では、その後すぐいくつかの不祥事が起こり、株価が一時低迷しました。これらはただの偶然かもしれませんが、当社ではこのようなケースもすべてデータベース化しており、アナリストが小さなファクトの積みかさねを見ていくことで、いずれは株価のトレンドを予測できるのではないかと、期待しています。