

米国で注目の2社が相次ぎ上場した

allbirds

ESGを厳密に
評価する新たな
道を切り開くスウィリンジャー氏(右)ら
オールバーズの共同CEO

2015年	創業年	2010年
29億2300万ドル	時価総額 (11月24日時点)	59億1400万ドル
2億1930万ドル	売上高	3億9372万ドル
2922万ドル	営業損失	5563万ドル
27(8カ国)	リアル店舗数 (6月30日時点)	145(2カ国)
89.4	Bインパクトスコア	85

(注)売上高と営業損失は2020年12月期

WARBY PARKER

メガネが1つ売れ
たら、雇えない
人にも1つ届けるブルメンサル氏(左)らワービー・パーカー
の共同CEO(同社プレゼン動画から)

羊毛やサトウキビなどを原料にした素材でスニーカーをつくる米オールバーズが先日上場した。先週、Z世代で注目を集めたスウィリンジャー・スウィリンジャー共同創業者のCEO、スウィリンジャー氏に話を聞いた。

「ここでも40%の人が革製のスニーカーを履いている。環境への影響が大きい。私たちは使いたくない素材だ。温暖化ガスの排出量を生産のなかで代替皮革植物油から開発した」と語った。

サンフランシスコ本拠地で創業は2015年。元コーンシルド代表のサカランで、環境に負荷をかけず快適なシューズがほしいと想ったスウィリンジャー氏が、バイオ技術詳しいスウィリンジャー氏と出会い、始めた。同社のシューズは温暖化ガスの排出量が1足あたり平均6・7％、ばと一般的スニーカーの20％と半分。再生皮革や海上輸送の推進などで、アパレルを含めた全製造の平均排出量を30年までに10％以下に減らす目標を立てた。

この姿勢は上場でも貫いた。どんな基準を満たせば本物のサステナブル(持続可能な)経営か。外部の専門家から助言を受け、評価の枠組みを編み出した。

B・I・P・C(環境・社会・企業統治)の観点から、事業運営や情報開示を両方行った。従来の法では気候変動対策に熱心なふりをする「グリーンウォッシング」の余地があり、厳格な基準があると考えた。上場を前に自ら第三者の判定を受けさせた。「新たな道を切り開いた。2年で80社ほどの仲間が支持すれば、真のインパクトが生まれる」。スウィ

本社コメントター

村山 恵一



サステナ起業家のクールさ

リンジャー氏は話す。創業直にわか仕込みではない。創業直後、デラウェア州が法律で定めた「パブリックベネフィットコーポレーション(PBC)」の組織形態を選んだ。環境保全を公益に届け、追求するため、取締役は株主の経済的利益と、経営の影響がおよぶステークホルダー全体の利益のバランスをとる責任を負う。それに加えて、従業員や地域などに気配る企業「Bコープ」の認定を受けている。89・4というスコアを誇る努力をさらに増す。だから上場の目論見には「株主価値を最大化しない行動をとる可能性がある」と明示した。幹部の報酬は脱落者の進捗で決まる。

同じくPBCで、Bコープと認められた米ワービー・パーカーは9月上場した。手ごたえは品量のいいメガネを売る。ニール・ブルメンサル共同CEOが言う。ブルメンサルは800年前の発明だ。必要なのは手に入らない人があるのは間違っていない。「パイ・ア・ペイ、ギブ・ア・ペイ」に思想が表れている。顧客がメガネを1つ買った後、経済的に恵まれない人に1つメガネを無償または格安で提供する活動だ。届け放は0・0。ブルメンサルは人が学んで働き、安全と健康をもつて暮らすためにある「デパ・ギルボア共同CEOは語る。PBCとして追加公益は、視力と目の健康に役立つ製品、サービスを世に送り出し、地域に前向きなインパクトを与えること。目録見書には「利益が衝突したとき、株主にとって好ましい結果になる保証はない」と記述した。

それでも時価総額はオールバーズが29億(約300億円)で、ワービーが9億と小さい。課題山積の世界で、こうした企業が次の主役の有力候補の認識が株式市場にあるはずだ。

かつて「社会にいいこと」の狙い手といえる「ひっそり、つまし

しこのイメージが強かった。オールバーズ・ワービーは新市場。金銀財宝のCEOたちは市場もテクノロジーが大きく一歩進んだ。そしてデジタルライジカルの販路をも、消費者と直接するD2Cの事業モデル。オールバーズは新素材、ワービーはスマートフォンの使ったデジタル顧客など研究開発にも熱心だ。ワービーのブルメンサル氏はオールバーズの取締役をつとめ、助言しよう。

10年代のユニコーンブームを代表するワービー・パーカー・ロジクスは創業のうちに社会との関係性を高めるような機能的な成長を求めたタイプとは、線を画す。守り偏重で顧客、むしろ社会の価値を放置せず、幅広い要求に応えようとす点で野心的なところ。

新風は日本でも吹く。注交10分で宅配するネットスーパーのスタートアップOnio(東京・渋谷)はアルバイトを配達員の働きがいと重きを置き、勤務が安定しにくいキグワークではなく、働く時間を設計したシフト制をとり、社員雇用もある。仕事の心機をキグワーク設計をスマホで学べるオンラインも用意した。顧客と直接接点は「おぼろ」である。仕事の出しが何より大切とみる。そういって経営者である投資家から資金調達してきた。

ジム・コリンズ氏の「ビジョナリー・カンパニー」を学ぶ返答と、偉大な会社をつくる者は「ANDの才能」をもつとの指摘がある。理想が利益と、長期的目標が短期目標のどちらかを優先する「OR」ではなく両方ともあるべきだ。

20年代のサステナ時代を引く張る要素にあてはまる。利益の方程式は複雑だが、それを解く経営に喜びを思いながら起業家が人々をひきつける。オールバーズもワービーも巨大な既勢力と競う。上場したといっても成功の約束はない。だがスニーカーやメガネとともに、新しいクールさも増える。