発行日　平成 29 年 12 月 20 日

「ＣＳＲ＆コンプライアンス研究フォーラム」フォーラムニュース 87-88合併号

発行：「ＣＳＲ ＆ コンプライアンス研究フォーラム」
〒 １０５－０００３ 東京都港区西新橋 １－５－５ 本田ビル３階
TEL ０３（５１５７）３１８０ FAX ０３(５１５７）３１８０
E-Mail csm-hq@eco-texj.co.jp

師走の候、ますます御健勝のこととお喜び申し上げます。
平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。
フォーラムニュース８７及び８８号をお届けします。

第７７回ＣＳＲ＆コンプライアンス研究フォーラム

９月２１日にダイドーリミテッド様で開催されましたフォーラムの様子をお届けいたします。

まずは、会場を提供頂きました(株)ダイドーリミテッド、ダイドーエンゲージメント推進室の田岡康児様から同社のご紹介と“ダイドーエンゲージメント”「(株)ダイドーリミテッドのお客様へのお約束」についてご登壇頂きました。

近年の CSR の動き

企業活動のグローバル化により、社会に与える影響が一層拡大し、企業の CSR やサステナビリティへの関心が高まっています。

（サステナブル　例：環境）

サステナブルとは将来も現在のような環境下で人類が生活していけることを意味します。
温室効果ガスの排出は気球温暖化につながり、化石燃料を使い続ければエネルギー不足となり、農薬や殺虫剤、化学物質を使い続けると土壌汚染を引き起こします。
（近年のアパレル産業の動向）
自動車産業や電機電子産業は先行していますが、近年、アパレル産業もＳＡＣ（サステナブルアパレル連合）、化学物質管理のＺＤＨＣ（有害化学物質排出ゼロ）等のプログラムへ参加する企業が出てきています。

ダイドーリミテッドの取り組み

(株)ダイドーリミテッドは２００１年に自社の中国工場にＣＳＭ2000 を導入しました。
ＣＳＭ2000 とは
ＩＳＯ9000：品質マネジメントシステム
ＩＳＯ14000：環境マネジメントシステム
ＯＨＳＡＳ18001：労働安全衛生マネジメント
ＳＡ8000：社会的責任マネジメントを統合した総合マネジメントシステムで、要求事項は以下の通りです。
ＣＳＭ2000 の推進は、エコテック・ジャパンがコンサルティングを行い、監査は世界的に有名なドイツの第三者監査機関であるＴＵＶが行っています。今年５月には監査が行われ認証を更新しています。

品質要求事項

・ＣＳＭミニマム要求事項（染色堅牢度、物性等）
・顧客品質要求事項
・自社追加要求事項（紡績、染色、他）
・品質保証体系の確立
・欠陥品管理（保管場所、原因分析、対策）
・苦情サービス対応など
（環境要求事項）
・環境法令（排出，廃棄、大気汚染）

・環境保護（緑化）
・化学物質管理（アゾ染料、アレルギー物質）
・省エネ（水、石炭、石油、電気）など
（社会的責任要求事項）
・社会的責任法令
・児童労働、強制労働
・差別、懲罰など
（健康衛生・安全要求事項）
・法令遵守
・職場の安全
・消火、避難訓練など

ダイドーエンゲージメント

ＣＳＭ2000 は(株)ダイドーリミテッドの工場のみを対象としていましたが、取引先全体へ拡大するために、”ダイドーエンゲージメント“を２０１１年にスタートさせました。
ダイドーエンゲージメントには以下の 2 つのアプローチがあります。

1. Code of Practice(COP):社会的責任、製品安全などトレーサビリティを確保し、安全、安心を担保するもの。
2. TQM:着用上、使用上の安心を担保し、クレームなどの顧客の声を改善につなげるもの。

ダイドーのＣＯＰ（行動規範）はＲＥＡＣＨ規制などによる化学物質管理や生産国の法規制による環境、社会的責任、職場の安全衛生と健康など、以下の 6 つのパートから成ります。
（Ａ）品質保証要求事項
指定された材料の使用、最終検査基準の有無、品質保証要求事項の従業員への教育等が含まれる。
（Ｂ）製品安全要求事項
有害物質、禁止薬物の不使用、仕入先の内容把握等、日本では２０１５年に法制化されたアゾ染料についてもダイドーでは２００１年から禁止している。
（Ｃ）環境要求事項
環境法令遵守、排出、排気など環境への影響の有無、省エネ、ＣＯ2 削減の取組み等が含まれる。
（Ｄ）作業環境要求事項
（中国での）作業環境（長時間労働、高温下での作業など）や労働環境についてＮＧＯからの指摘には注意していきたい。
（Ｅ）職場の安全衛生と健康
国の慣例に従って適正な衛生状態になっているか、作業場の危険可能性についての研修が行われているか、
諸般の措置が取られているか、（バングラデシュには縫製工場の建築基準はあるか）など。
（Ｆ）経営管理要求事項
行動規範の遵守、サプライヤーにはＣＯＰの冊子を渡し了解を得ている。

アセスメント

サプライヤーの評価は、これまでエコテック・ジャパン社を経由し、ドイツ国 gsm 社が行っていました。質問項目は 400 から 600 項目から成り、第三者アセスメントを改善に繋げています。

ドイツとのやりとりは英語なので使い勝手が難しく、現在エコテック・ジャパンが開発している日本語版に移行する予定です。アセスメントはサプライヤーにフィードバックされ、達成内容が示されるので最終的にはその会社が持つリスクが明示されます。

（まとめ）

“ダイドーエンゲージメント”はサプライヤー行動規範（ＣＯＰ）とＴＱＭの二本立てで、安心、安全な製品でお客様の満足度向上をはかります。お客様第一の品質本位により、私たちは「喜ばれる質」にこだわり、その想いを繋ぎ続けます。

以上

本日のご登壇者

「リコージャパン(株)のＣＳＲ活動」

（講演者）リコージャパン(株)　ＣＳＲ推進部　太田　康子　様

（自己紹介）

北海道出身で北海道リコーに入社後上京、東日本大震災ではいわき市で活動、その後ＣＳＲ室に移動しました。

女性７０名を率いるＳＣＲ48 の総監督として勉強会を開催しています。今年はＳＤＧｓカードゲーム、昨年は働き方改革、一昨年はＬＧＢＴ会議を開催しました。

その他オルタナ誌への寄稿、セミナー、イベントへの参加やチャリティーカレンダーの作成も行っています。

ＣＳＲ担当者の悩みとしてトップのコミットメント欠如があり、チャリティーカレンダーは社長室にも飾って理解を深めています。

また福島県由来のスポーツ普及にも携わり、社会貢献活動も行っています。

リコージャパンについて

リコーは世界を４極に分け、リコージャパンは日本を担当、従業員２万人を有し国内拠点は 346 箇所にあります。

（三愛精神）

「人を愛し、国を愛し、勤めを愛す」というリコーの三愛精神がＣＳＲの原点です。ＣＳＲとは企業が社会に対し反応する能力であり、企業としての対応力は不可欠です。

（消費者：ステークホルダーの視点）

最近企業の評価として「社員育成やワークライフバランスに取組んでいる会社」が重要視されてい

る点が注目されます。
（取引先からの要請：ステークホルダーの視点）
近年、「紛争鉱物の使用」や「女性活躍推進への取組み」に関する取引先からのアンケートが急増しています。また、入札の条件に「グリーン調達」、「社会貢献」、「ダイバーシティ」などの項目が入っていることが注目されます。
（社員からの注目：ステークホルダーの視点）
労働や人権まわり（例：コットン収穫での児童労働）がしっかりしていること、内部通報制度が活用され、社内の透明性へのガバナンスが効いていることが大切となっています。
（学生からの注目：ステークホルダーの視点）
ブラック企業でないか、安心して働けるかどうか、働いて誇りを持てる企業かどうかが注目されています。
（市民からの注目：ステークホルダーの視点）
児童労働の人口は１億６８００万人とのことでしたが、最新の数字は１億５１６０万人と微減に留まっています。これでは２０２５年の撲滅目標は難しい状況です。
（企業の視点：ステークホルダーの視点）
企業の不祥事は法律違反でなくとも大きな痛手を被ります。
また欧米ではＥＳＧ（環境、社会的責任、ガバナンス）投資が 50%を超えており、1%に満たない日本でも政府系投資機関のＧＰＩＦが環境対応指数を発表したり、地銀が金利に差を付けたりすることが始まっています。
持続可能性は企業にとってもますます重要になっています。
（バリューチェーン：ステークホルダーの視点）
川上から川下までバリューチェーン全体で社会的、環境的に影響を及ぼさないことが大切です。
紛争鉱物や児童労働の心配のない持続可能な企業をステークホルダーが選ぶ時代となっています。

グローバル化と企業への期待

先進国では当たり前に享受している商品、サービス、技術の恩恵を貧困国では得られず、国連ＳＤＧｓにあるように貧困、不平等、不公平をなくす企業の努力が求められています。

リコーのＣＳＲの考え方

社会に対する自主的な責任と社会に対する基本的な責任（ＣＳＲの基本領域）、ＣＳＶで言われる社会的課題の解決の３つの領域が基本となります。リコーでは持続可能な経済（Ｐｒｏｓｐｅｒｉｔｙ）、持続可能な社会（Ｐｅｏｐｌｅ）、持続可能な環境（Ｐｌａｎｅｔ）の 3Pのバランスが取れた社会を目指すと定義しています。
（リコーの社会貢献：西条市の例）
コミュニティの中心となっている小学校の統廃合をしないと決定した西条市は複式学級が多く、ＩＣＴを利用した遠隔学習が役立っています。リコー統合通信システムを使用した２面のスクリーンで多くの友達と触れ合うことができ、きのこ生産者との食育授業やアイヌ博物館との中継授業も実施されました。
（リコーの社会貢献：坂井市の例）
常に幸福度ランキング上位の坂井市の地方創生戦略会議に参加し、地方創生に関する展示会でバー

チャルリアリティの画像技術で坂井市の魅力をＰＲするお手伝いをしました。
（リコーの社会貢献：熊本地震での例）
熊本地震の際には行政へのプリンター、パソコンの無料貸し出し、復旧のお手伝いをしました。リコーには物流会社も存在していたので、水の搬送もお手伝いしました。自動車部品の重要拠点であるアイシン九州様へは、テレビ会議システムを貸し出し、復旧に必要な設備や人材の派遣について、本社との打ち合わせをいち早く可能にしました。

環境保全

リコーは２０５０年までに再生可能エネルギーですべてをまかなうＲＥ100 のプログラムに参加しました。インドでは２０３０年までに、イギリスでも２０４０年までにガソリン車の販売が禁止されます。フランス、ドイツの一部の都市にも同様の動きがあります。
（生物多様性保全）
リコーは多くの人を巻き込んで、ステークホルダーと協力して活動しています。
浄水器で有名な顧客のブリタと協力し、荒川河川敷の清掃を行いました。
リコーはパリ協定（ＣＯＰ21）の事務局からオフィシャルパートナーに選ばれ、リコーが事務機を提供しました。
リコーの活動は欧州で広く知られています。
リコーは利益の一部を生物多様性の保全に使っており、沖縄のやんばるの森（2016 年に国定公園となる）の支援を行ってきました。
リコーの御殿場事業所では産官学連携による環境事業の開発を行い、グローバル展開へ繋げています。
（リコーグローバルエコアクション）
リコーでは毎月ＣＳＲ－ｗｅｅｋを開催し、従業員全員がＣＳＲの設問に答える啓蒙活動を行っています。

リコーの活動まとめ

社内向けには、イントラネット掲示板、ＣＳＲ－ｗｅｅｋ、ＰＣ立ち上げ時のポップアップ、勉強会、アワードなど
社外向けには、ＣＳＲ報告書、ＷＥＢ、セミナー参加、ＣＳＲ関連団体、オルタナ誌への寄稿などを行い、
昨年７月からＣＳＲ報告書の全社的な勉強会も実施しています。
ＣＳＲがブランド力強化に繋がり、顧客との信頼関係が醸成され、世のための会社としての視点を持つＣＳＲはぜひ必要であると考えます。

（以上）

第１５ 回ＣＳＲ＆コンプライアンス国際フォーラム２０１７

ＣＳＲ＆コンプライアンス研究フォーラムと日本アパレル工業技術研究会共催による
５月１８日（木）に江戸東京博物館で開催されました「第１５ 回ＣＳＲ＆コンプライアン

ス国際フォーラム２０１７」の様子をお伝え致します。

冒頭、当会会長の岡本義行（法政大大学院教授）より開催の挨拶を致しました。

CSR 研究会が始まり 15 年が過ぎた。CSR やコンプライアンスという言葉も知られるようになった。商品の価値はこれまでの品質・コストで評価されたが、最近はそのほかにも”ethics”とか”ethical”といった考えが加わってきた。しかしその言葉の意味・定義などはまだはっきりと理解されてはいないようだ。

公正公平も同じだ。最近子供の貧困問題が顕在化してきて、奨学金が多額な借金となる問題もある。親の貧困が次世代へつながるのは公正公平な社会とは言えないのではないかといった問題意識。
別の視点では、教育は何のために行っているか、個人のためと同時に社会全体のためとの視点もある。教育費は日本も欧州も米国も同じようなものだが、ヨーロッパは授業料はかからない。米国では、親の収入で授業料が変る、日本は個人の負債(奨学金)となっている状況だ。このように欧米では、すべての人が平等に教育を受ける権利があることから、平等、公平と同等のつまり”justice”とされている。
それらの背景にある、「社会のため」との認識が日本と欧米との認識を異にしている。
これらを踏まえ、今後益々”eco”の背景にあるものの考え方を突き詰めていけたらとの思いと、”ethical”や”justice”その概念を社会の中で活かせるビジネスが出てくるであろうことを期待して、開催の挨拶と致しました。

最初のご登壇者
：日本環境設計㈱ 代表取締役会長　岩元美智彦氏
テーマ:「世界統一の循環型社会へ」

繊維の分解技術

当社の黎明期は、工場の設備投資に当初約 10 億円のお金が必要であったが、その先行投資に充分お金を回せなかった。
そこで、繊維の染色技術とエタノール生成技術とが近いことから、過去日本の繊維産業が盛んであった頃の古いプラントを使用し、量産技術を磨き初期投資を抑えた経緯がある。
具体的には、分別されていない雑多な古着に水を投入し、酵素の力で発酵を促し分解を行う。この状況から、糖ができ最終的に脱水することでエタノールが残ることになる。
エタノールは、自動車の燃料やプラスチェックの原料等に使用され、非常に汎用性の高い物質を作っておけば、この燃料で新たなサイクルが可能となっている。

ポリエステルの市場

同社がリサイクルを行っているポリエステル市場規模は、現在 7.5 兆ほどであるが今後 15 兆ほどに規模が大きくなる可能性があるといわれているので、この点に注目し技術レベルを高めている。

またポリエステルは、1 着の古着で、1 着の原料ができる。つまり、ほぼ 1 対 1 の関係となっており、ロスがない状況である。

その他、ポリエステル自体も何度再生しても物質の劣化が起こらないため、１０回、１００回でも再生が可能である。つまりこれからは、CO2 を排出する地下資源を使用せず、製品から製品への転換が求められてきている。

世界のリサイクルの考え方は、水平リサイクルが一般的となっている。水平リサイクルとは、モノからモノができる、服から服ができることである。つまり、半永久的にモノの再生が可能となってきている。

この水平リサイクルによる CO2 削減効果は、現段階では地下資源を使う場合と比べ、半分ほどの削減効果がある。

今年秋に、この水平リサイクルを可能にする工場である、完全循環の北九州工場が稼働予定となっている。

携帯電話のリサイクル

総務省の発表では、国内の携帯電話の回収リサイクルは約 700 万台、その内の約 60%強を日本環境設計が請け負っている。

このリサイクルも、コットンやポリエステルのリサイクルと同様、携帯電話を分解せずそのままの状況で溶解し、金・銀・銅などへの物質へ変換を行っている。

なぜ、モノからモノへリサイクル可能なのか？

同社のリサイクルは、その物質そのもの（プラスチック、紙など）を見ておらず、そのモノの元素を見てリサイクルを行っている。その元素自体の循環さえすれば、劣化が起こらない。

世の中の物質は、燃えるものと燃えないものに分類される。

例えば、国内の家庭から出るごみは、4,000 万 t あるが、この技術を使うことで 1,000 万 t の石油と同じ品質の高いプラスチックができる。
　国内の総使用料は、960 万 t なので自動車も衣料品、文具も、石油に依存する必要がなくなることになる。
このため今や、埋蔵量から技術力への時代へと、世の中は変革している

持ち込む拠点（Bring スポット）
「どこでリサイクルができたらベストか？」欧州、米国、日本の消費者にアンケートを取ったところ、「買ったお店」と答えた消費者が大半を占めた。そこで、各店舗にリサイクルボックスを設置し、リサイクル品を納めに来店し新たな商品を買ってもらうことをキャンペーンとして「フクフク プロジェクト」を実施した。
そのプラスチック版として、メガネやおもちゃ、携帯電話のリサイクルを促すキャンペーンとして「プラプラ プロジェクト」も実施している。
リサイクルボックスの設置は、店舗以外にも学校構内にも設置し、学生への環境教育、リサイクルの意識を高めることもあり、設置の協力を各種学校にお願いしている。
この取組は、国内はもとより、インド、バングラデシュで展開し、欧州では今年の夏からスタートを行う予定となっている。

回収拠点は、約 150 の国内企業や団体から協力を得て、特に各業界の小売業態が取組始めてから業界の垣根を越えて、広がりはじめている。
この取組は、1 社だけが取り組んだとしてもその都度課題が出てきて、結局のところ課題解決は難しい。そこで同業他社や、異業種の企業も協力し取り組むことで、地下資源よりも効率的に資源を生み出し、世界標準（デファクトスタンダード）を構築することを目指している。
このような動きから、回収拠点を増やしている。

一般消費者へのリサイクル啓蒙
リサイクルや環境を一般に広める取り組み（理解と行動は別）
　リサイクルや環境に興味のある人々は、全体の 2 から 3%にとどまっている。そこで、
たくさんの方に興味を持って頂くためには、楽しくなくては広がらないことに注目した。
そこで同社は、エンターテイメントの要素を取り入れることを実行している。例えば、回収ボックスの隣でワークショップを開催し、SNS で情報を発信し拡散するように積極的に発信したり、音楽と環境をテーマにイベントを開催したり、取り組みを行っている。
　このような取り組みを進めていると、同社のイベントに参加する一般の参加者は、自宅で不要となったおもちゃや服などを持参してくることが自然と定着してきている。店側も、多数の顧客が集まることで新たな売り上げにもつながり、同社はもとより店舗側にもメリットのあるイベントになっている。
　そのほか、宇宙服と環境、音楽と環境、アニメと環境など、環境＝楽しい、面白いということを定着させる企画を実施している。

リサイクルの象徴「デロリアン」

同社の代名詞といえば、映画「バック・トゥ・ザ・フューチャー」の「デロリアン（タイムマシンカー）」がその象徴である。

「デロリアン」は、ユニバーサルスタジオ社（以下ユニバーサル社）が権利を有し、一般的に簡単には権利を有することが困難であった。

そこで同社は、ほとんどコネクションもない状況からユニバーサル社に売り込みを行い、いくつかのポイントに絞りプレゼンを行った。

まずは、地上のごみを資源に変換する循環型社会を目指す考え方に、多くの日本企業の内数少ない経営者から賛同を得られている点を強調。次に、地下資源を奪い合う必要がなくなり戦争やテロをなくすことができる点、最後に紛争がなくなれば子供たちの笑顔を取り戻すことができるとし粘り強く説明を行った。

このように、循環型リサイクルを進めることは、つまりは地下資源をめぐる争いをなくすことに繋がり、紛争に至る要因を取り除くことが可能ではないかと説得を行い約 1 ヵ月弱でユニバーサル社から許諾を得ることに成功した。

最近では、その「デロリアン」が広告塔となって、日本全国のイベントに声がかかり、世界では 150 か国でも放映され BBC、CNN などでは特番が組まれるなど、その他各メディアを通じて紹介されることとなった。

また、昨年 10 月 21 日には、ユニバーサル社の公式イベントとして東京台場でデロリアンを走らせようというイベントを大々的におこなった。

実際には、まだまだ環境に興味がある人はイベントに集まった中では数%程度であったようだが、メディアの効果は大きく「デロリアンと写真を撮りたい」「実際に乗ってみたい」という消費者が大半で、同社の知名度を上げるに絶好の機会となった。

このイベントに参加するには、不要な服やモノを持って来るように促し、リサイクルは楽しいイベントであることも、消費者に印象付けて成功裏に終わった。

繋がる社会

まずは、一般の消費者とリサイクルを繋げることからスタート。「環境は大事、循環型社会でテロをなくそう」などの声を繋げ、昨年の時点で約 500 万人の人々がリサイクルのイベントに参加している。

次に回収拠点を繋げる。従来バラバラであった拠点を改め、すべての消費者がどこに持って行っても安全で安心な仕組みを使い、回収拠点を横につなぐことで消費者が回収拠点に容易にアクセスできるようにした。

次に技術分野を繋げる。従来の古い鉄工所の工場をベースに部分的に改良し、コストを大幅に抑えリサイクルインフラを構築することに成功し、また石油で生成された製品と同じ品質の商品を販売につなげることにも成功している。

最低限の条件として石油と同じ品質の樹脂（材料）を、提供することで同社は成功している。この樹脂は、石油を一滴も使用していない樹脂（材料）であるため、各メーカー側では安心して使用することができる。

地上資源の循環型社会、服から服が出来、おもちゃからおもちゃが出来る究極の経済圏が出来上がるこ

ととなる。
つまりは、（地下資源を使用せず）地上で出来た商品を販売し、購入することが、環境と経済を結ぶその完成形として俄然注目されて来ている。

世界的ブランドの危機感

世界のトップブランドは、「One recycle for One Sell(一つ売るなら 一つリサイクルを)」を宣言し、平行リサイクル、水平リサイクルを目指し自社のブランディングを高めようとしている。
つまり、自社の製品が要因で紛争が起こり、不買運動がおこった場合にネットで叩かれ、欧米の経営者は大きな危機感を常に抱いているという。
トップブランドは、自社製品をすべて回収し、すべてリサイクルし再生した製品を販売することを目指している。

世界の紛争を終わらせる！

岩元氏の持論は、日本から発信する地下資源争奪戦を終わらせるのは、お金でもなく、武器でもなく、わくわくドキドキの消費者参加の循環型社会である。その社会が出来れば、無理なく環境と経済と平和が維持されるはずなので、1 社でも多くの企業が賛同されることを懇願されていた。
最後に、「バック・トゥ・ザ・フューチャーⅢ」エンディングのフレーズ「君たちの未来はまだ白紙という意味さ、誰もがね…自分の未来は自分で切り開くものなのだ」、この言葉を胸に我々も勇気をもって次の時代のために将来にむけて頑張りましょう、と締めくくり講演を終えた。

2 人目の講師：特定非営利活動法人フェアトレード・ラベル・ジャパン　事務局長　中島佳織氏
テーマ：「サステナブル調達としての国際フェアトレード認証と監査のしくみ」

国際フェアトレード認証と監査のしくみを紹介、サステナブルな調達活動への貢献について説明した。

国際フェアトレード認証ラベルとは

　コーヒー、バナナ、カカオ、コットン等、農業産品に関わる原材料の生産者、輸出入業者、製造者等、一連のサプライチェーンに関わる全ての関係者が認証を受けることにより、最終製品にフェアトレード認証ラベルを表示できる仕組みとなっている。

繊維のコットンはコーヒーに比べてサプライチェーンが長いが、サプライチェーン上の全ての関係者が認証を受けることにより認証ラベルを表示できる。現在では世界 125 カ国で認証商品が流通している。

国際フェアトレードの組織

　この仕組みを運用している世界組織体系は、日本等が含まれる認証ラベルの管理を行う消費国の組織と、コーヒーやバナナ、カカオ等を産出する発展途上国が含まれる生産国の組織に分けられる。

　この認証ラベルの仕組みは市民運動を組織化したのが始まりで、1988 年オランダで誕生し約 30 年が経過した。日本では 1993 年に設立され今年で 24 年目となる。

フェアトレードの対象商品と問題点

　フェアトレードは発展途上国では重要な一次産品であるコーヒー、お茶、バナナ、砂糖、カカオ、コットン、香辛料等を対象としている。

　コーヒーは石油に次ぐ一次産品で、世界第二位の貿易額を占めており、日本は世界第三位の消費国である。コーヒーの産出国の 98%は貧困国であり、気候変動により将来的に収穫できないことが懸念されている。

　貧困問題に次いで児童労働が問題となっており、西アフリカでは 200 万人が児童労働を行っているとの報告がある。これは親の手伝いのレベルではなく、教育の機会は奪われ、健康に有害な危険な作業を含んでいる。

　コットンは世界的に 90%が発展途上国で生産され、価格の低迷だけでなく、農薬（殺虫剤）による健康被害及び土壌汚染と児童労働が問題となっている。

　カカオの生産は児童労働と人身売買が問題である。ウズベキスタンでは綿花の収穫シーズンには国家を挙げて児童労働を奨励している。世界のサッカーボールの 70%はパキスタンで製造され、児童労働が問題となっているが、それをフェアトレードの対象とすることで解決しようとする動きがある。バングラデシュのラナプラザ崩壊事故は 2015 年に映画化され、観客は有名なブランドがそこで製造されていたことを知った。以降生産現場で起きていることが服を購入する際の基準の一つとなった。

　近年、奴隷労働を禁止する法律がイギリスで施行され、アメリカでも強制労働により製造された製品の輸入を禁止する法律が施行されている。児童労働・強制労働をサプライチェーンから排除し

ないとビジネスが成り立たない時代となっている。

国際フェアトレード基準の概要

一つは経済的に、生産コストを反映した最低価格を保証し、さらに地域のインフラを整備など、発展を助長するプレミアム価格を上乗せしたものであること。二つは社会的に、人権を擁護し、差別、強制労働、児童労働のない社会であること。三つは環境的に、禁止薬物を使用せず、生物多様性に配慮された事業であること。プレミアム価格とは、医療や学校などの社会的インフラに加え、気候変動への対策、生産性や品質の向上に資するものである。

国際フェアトレード基準は基本要求事項と発展項目（推奨事項）に分けられ、発展項目は監査の判定に影響を与えるものではない。

国際フェアトレード認証の監査

ISO17065(製品認証機関の認定基準)を基本に監査している。また、ISEAL アライアンスによるサステナビリティに関するガイドラインも作成している。

監査は少なくとも1年半に一度､全事業者に対して実施している｡日本の商社へは契約書の内容、海外送金の実態について監査している。監査結果を通知し、是正措置完了後に認証証または更新認証証を発行している。

コットン関係では人権が問題である｡ILO 条約でも人権に関する要求が多く､縫製工場内の人権、賃金、性差別、労働環境などを監査している。

フェアトレード認証の意義

単なる認証機関でなく、サステナブルな社会を目指す活動団体である。フェアな貿易を行い、生産者・労働者を貧困から救い、消費者が参加する活動を目指している。

2015 年では小売価格ベースで約 1 兆円規模まで拡大。スターバックスコーヒーは世界一のコーヒー認証を取っている。ネスレもネスプレッソに使用するフェアトレード認証製品を増やし、ロンドン地下鉄のユニフォームはフェアトレード認証を取得し、スポーツ用品の PUMA も認証商品を増やしている。

日本国内では 180 社が参加し、市場規模は 180 億円(世界の 1%)と少ないが、近年コットンが伸びている。

社内用調達品にフェアトレード認証商品を採用になる会社も増えており、社内食堂や来客用、株主総会用のお土産に採用されている。

フェアトレード認証の拡がり

フェアトレードタウンと言われる自治体の活動も広がっており、ロンドン、パリ、ローマ、ブリュッセル、アムステルダム、ストックホルム等、世界 28 カ国 1830 の自治体が認証されている。日本でも熊本市、名古屋市、逗子市が認証され、今秋には浜松市が認証される予定。地域社会の参加も増えている。

大学のサークルにもフェアトレードサークルがあり、大学の売店やカフェテラスで販売・提供さ

れるものにもフェアトレード認証品が増えている。
2015 年に国連で採用された SDGs にはフェアトレードで規定された内容が多く採用された。慈善事業だけでなく、事業としてフェアトレードを実践することを要求している。
2020 年の東京オリンピック調達コードで、選手村や売店で提供される農産品は、海外産のものはフェアトレードであることが規定された。
しっかりとフェアトレードに対応し、認証監査を得ることは、企業価値を向上させ、ファンを増やし、消費者の共感を得るためのヒントとして活用頂きたい。

続いて 3 人目の講師　一般財団法人アジア・太平洋人権情報センター　松岡秀紀氏
テーマ :「人権と企業の CSR について」

松岡秀紀氏は、「ビジネスと人権」の基本を解説し、企業の CSR と人権に対する配慮について説明した。

国家レベルの取組み

2015 年ドイツ国エルマウで開かれた G7 サミット宣言に、維持可能なサプライチェーンを促進と、「ビジネスと人権」に関する内容が盛り込まれた。これは翌年の 2016 年に開かれた伊勢志摩サミットにも引継がれた。
「ビジネスと人権」は国家が策定する政策戦略となっており、国別行動計画（NAP）として策定されるようになってきている。

「影響」が CSR の基本

企業は従業員や調達先、消費者、環境へ「影響」を与えている。この「影響」から考えると CSR と「ビジネスと人権」が繋がっていることが解る。
CSR は社会に与える「影響」に対する企業の責任を意味し、社会、環境、倫理、人権、消費者の懸念を企業活動の中核に統合し、構築するものである。

人権へのマイナスの「影響」への対処と「ビジネスと人権」の基本

経済のグローバル化と多国籍企業の影響力が増大し、バリューチェーンが世界規模化するとともに、発展途上国での人権問題が顕在化している。
企業活動により、人権に負の「影響」を引き起こすことを回避し、取引関係による企業の事業、製品、サービスと直接つながっている人権への負の「影響」を防止しなければならない。

人権デューディリジェンス

人権デューディリジェンスの基本的な手順は以下の通りであり、企業はその実施・評価内容を報

告する義務がある。

① 負の「影響」の特定、分析、評価
② 「影響」の防止と軽減
③ 追跡、評価
④ 公開、報告

共通言語としての人権

人権はファクター（要素）である。人権は国際的に認められた権利で、それを尊重するのは企業の責任である。

企業はバリューチェーンのあらゆる事業活動中の要素として捉え、特別な問題ではなくふつうの実務課題として、社内浸透させることが基本である。

潜在的人権問題についてもリスクとして捉える必要がある。企業は何の権利か？誰の権利か？どこで？どのように尊重するかを、企業活動の中で捉えることがポイントで、人権を共通言語として、人権を侵害してしまう危険性を除去する必要があると、現実に即した留意点を述べ講演を終えた。

以上

＜お知らせ＞

・第７８回研究フォーラムセミナーを下記のように予定しております。

２０１８年 １月２５日木曜 １４：３０～１７：００

会 場 YKK㈱ 本社 80 ビル（東京都千代田区神田和泉町 1 番地）

『人権問題の道しるべ』 ～企業の人権啓発担当者の視点から～ （仮題）

（ビジネスと人権を中心に考察する）

公益社団法人日本フィランソロピー協会 （元ＪＣＢ ＣＳＲ推進部長）

シニアフェロー 藤解 和尚氏

皆さまのご出席をお待ち致しております。

以上