

企業の向社会的経営の今日的動向 — SR規格ISO26000発行がもたらす影響 —

小 樽 雅 章 ・ 高 木 修

The Contemporary Trend of the Prosocial Corporate Management: Influence about SR Standard ISO26000

Masaaki KOGURE and Osamu TAKAGI

Abstract

Corporate Social Responsibility (CSR) is not built upon the concept of selfish management that seeks only profits, but instead altruistic management, that is oriented toward consideration for the weak, natural environment, and labor environment for worker, the contribution to local communities, and the protection of human rights. CSR is taken as an indicator of a prosocial corporate management style. Because there are no unified standards, it has been difficult to compare how companies approach CSR, and even CSR reports have varied. However, that will change after November 2010, when ISO26000 is published as a standard for Social Responsibility (SR), including CSR. It is expected that ISO26000 will have a huge impact on how companies promote prosocial activities. In this article, the significance and result that ISO26000 will bring are studied, and its influence on the prosocial corporate management among companies is discussed.

Key Words: CSR, Corporate Social Responsibility, ISO26000, Prosocial Management, Human Rights, Due Diligence

抄 録

CSRと略称される「企業の社会的責任」(Corporate Social Responsibility)は、利益だけを求める利己的経営ではなく、弱者や自然環境への配慮、地域への貢献、労働環境、人権の擁護等の利他的経営を進めるべきだというコンセプトから成り立っており、向社会的企業経営の指針になる。しかしCSRには統一した基準がなくCSR報告書などの企業各社の取組み方はばらばらで、相互比較ができなかった。かねてより統一規格が求められていたが、2010年11月にCSRを含むあらゆる組織に対応したSRの規格としてISO26000が発行された。今後の企業の向社会的活動に大きな影響をもつことが予想される。本稿では、このISO26000のもつ意味、効果を検証し、企業の向社会的経営への影響を論ずる。

キーワード: CSR、企業の社会的責任、ISO26000、向社会的経営、人権、デューディリジェンス

「企業の社会的責任」(CSR)とは何か

「企業の社会的責任」という概念がある。Corporate Social Responsibility の和訳で、通常は CSR と略称で言われる。

欧米から始まったこの CSR は、2000年頃から日本にも導入され、少しずつ普及されはじめていたが、2003年になって急激に使われだした。川村(2003)は、1980年以降に日経四紙に掲載された CSR や SRI などの記事数の推移をしらべて、「2003年が CSR 元年」と発表した。

日本に取り入れられた CSR「企業の社会的責任」は、どのように受け止められていたのか。例えば、2004年1月4日の朝日新聞朝刊3面トップにも CSR や SRI という言葉が掲載されているが、この記事の中で CSR や SRI についてつぎのような解説が付加されている。

「キーワード CSR Corporate Social Responsibility の略。企業が社会の一員として持続可能な社会の実現のために果たすべき責任。企業は株主や消費者だけでなく、従業員、金融機関、取引先、地域社会、環境などとかかわり、それぞれに対して情報開示、説明責任を果たすことが求められる。個人や機関投資家が CSR を考慮して行う投資が社会的責任投資(SRI)。欧米で90年代に急成長した。」

CSR を研究している谷本(2003)は CSR の定義について、このように記している。

「それは『経営活動のプロセスに社会的公正性や環境への配慮などを組み、アカウンタビリティを果たしていくこと』である。…企業の目的や期待される役割、さらに求められる責任は固定的なものではなく、市場社会が変化すれば変るものである。国によっても、時代によっても、異なってくる。…」(P.24-25)。

高(2003)も、CSR の具体的定義になるとそう簡単ではないことを、つぎのように述べている。

「CSR とは実際に何を指すのか、何に対応しなければならないのか(例えば、人権、労働環境、環境保護、地域貢献など)という具体的な定義は、ほとんど不可能であると考えている。なぜならば、CSR は、社会又は市場との関係においてその内容が決まってくるものだからである。つまり、CSR の指すところは、市場や地域の人々との交流や対話を通じて、又は相互作用を通じて何をやるかを決めていくことで、その具体的な実践内容が決まってくるからである。…」(P.11)。

谷本や高の言うとおり、たしかに CSR には具体的定義はなく、「CSR は、社会又は市場との関係においてその内容が決まってくるもの」との理解であった。だから、日本で2002

年から2004年に急にCSR論議が盛んになった原因は、欧米の中心課題だったサプライチェーンの過酷労働や児童労働問題ではなく、企業の不祥事であった。

この時期、日本では三菱自動車リコール隠蔽事件や東電の原子力発電所損傷隠蔽事件、東海村JCO（住友金属）臨界事故、雪印食品、日ハム牛肉偽装事件、三井物産国後島不正入札、トヨタ自動車整備士試験問題漏洩事件、日本テレビ視聴率不正操作事件・・・どれもこれも日本を代表する企業の不祥事がつぎつぎに発覚していた。

企業にとって最も重要なことは、法令遵守だ、コンプライアンスだ、企業倫理だ、というのが大合唱になった。当然の流れとして、CSRも企業の社会的責任の「責任」という文言が重視され、CSRはコンプライアンスだ、法令順守のことだ、と認識されていった。

日本経団連は、奥田碩会長（トヨタ自動車会長）自身が陣頭指揮で「社会の信頼と共感を得るために」として多発する不祥事に対応する改訂を行ない、2002年10月15日に新たな「企業行動憲章」を発表した。この新たな「企業行動憲章」を制定するに至った経緯について、日本経団連社会本部はつぎのように述べている。

「経団連（当時）は、一九九一年に企業行動憲章を制定した。九六年には、同憲章を改定し、10カ条の具体的かつ分かりやすい内容に改めるとともに、実行の手引きを作成し、配布した。これらは、総会屋などの反社会的勢力との決別を主眼としたものであった。／最初の憲章発表から一二年が経過し、企業の反社会的勢力との関係断絶は進んでいる。…一方、消費者やユーザーに近いところで発生する不祥事は増えており、新聞紙面をにぎわす企業不祥事は一向になくならない。…そこで昨年（2002年）十月の企業行動憲章改定では、従来の反社会的勢力との決別のほかに、消費者・ユーザーの信頼獲得を強調し、経営トップの強固なリーダーシップと積極的な情報公開が不可欠であるとしている点が特徴となっている」（経済Trend 2003.10）。

要するに、総会屋などの反社会的勢力との決別に加えて、多発する企業不祥事対応のための改定を行なった、と言うことである。まだCSRという言葉は一切出てきていない。

ところが、CSRへの風潮の高まりが想像以上に急で、経団連としてもこれまで使ったことのなかったCSRという言葉が無視してはいられなくなった。2004年2月17日に「企業の社会的責任（CSR）推進にあたっての基本的考え方」という意見書を発表しCSRという言葉をはじめ使った。そして2004年5月18日に企業行動憲章を再び改定した。

以下、その序文をみると、「近年、市民社会の成熟化に伴い、商品の選別や企業の評価に際して「企業の社会的責任（CSR: Corporate Social Responsibility）」への取り組みに注目する人々が増えている。また、グローバル化の進展に伴い、児童労働・強制労働を含む人

権問題や貧困問題などに対して世界的に関心が高まっており、企業に対しても一層の取り組みが期待されている。……」と述べて、「CSRはコンプライアンス」という路線を、「グローバル化の進展に伴い、児童労働・強制労働を含む人権問題や貧困問題など」を対象とする欧米のCSR路線に修正してきたのである。

CSRには統一した基準がなかった

筆者は、欧米でもまだCSRを模索している段階から、このCSRにかかわってきていた。そしてCSR元年と称される2003年からは、具体的に企業の発行する環境報告書やCSR報告書に、ステークホルダー・ミーティングや第三者意見などで参加をし、企業に対して発言を続けてきていた。

具体的にかかわった主な例をいくつかあげてみると、

2003年 大和証券

2004年 大和証券、伊藤園、西友

2005年 伊藤園、味の素

2006年 味の素

2007年 太平洋セメント、ワコール

2008年 王子製紙

2009年 TDK、双日、日清製粉

ここに企業名をあげた企業は、環境にも社会的責任にも非常に熱心に取り組み、企業情報の開示にも前向きな優れた企業がほとんどである。

しかし、それではどの企業が一番CSR的に優れているか、と問われたら、残念ながら答えようがない。各企業の報告書に深くかかわっていながら、答えられないのである。

なぜか。各社のCSRに対する対応の仕方がバラバラだからである。統一した規格がないので、正確にはCSR報告書の作り方が各社ごとに違うというべきかも知れない。A社にある項目がB社にはなく、C社にある項目がA社にはない、というごとく、記載項目が決まっているわけではない。財務諸表のように記載項目がきまっていて、開示が義務付けられ、客観性のある数字や内容が記載されているわけでないで、各社の比較検討が事実上出来ないのである。

環境負荷のように、数字で比較可能なものもあるが、コンプライアンスへの取り組みやサプライチェーンなどの対応などは、発表するかしないかも各社の自由である。まして何をどのように対応するのが良いのか、共通の取り組み項目もその有り様も、各社の裁量で

いかようにでもできるので、傍から見ていて、開示されるべきではないか、と考えられることでも、掲載されないことがある。

ここに取り上げた企業ではないが、とくに海外での資源調達に関しての記述や、取引先の工場での労働条件など、海外では問題化されているようなことでも、なぜ記述がないのか疑問に思う例がいくつもあった。

しかし、それがこれまでの日本におけるCSRというものへの認識だった。

前に記したが、高（2003）も言っているように「CSRとは実際に何を指すのか、何に対応しなければならないのか（例えば、人権、労働環境、環境保護、地域貢献など）という具体的な定義は、ほとんど不可能」であり、国によっても地域や時代によっても定義が変わるものだから、統一的な規格などできるはずがない、といわれているので、企業同士の比較なども無理なことなのである。

この点に関しては、日本経団連も04年2月に「CSRの具体的な内容については国、地域によって考えが異なり、国際的な定義はないが、一般的には、企業活動において経済、環境、社会の側面を総合的に捉え、競争力の源泉とし、企業価値の向上につなげることとされている」と一般論としての断わりを述べた上で、「本来、社会的責任に配慮した経営や、その情報発信、コミュニケーション手法等は、企業の自主性、主体性が最大限に発揮される分野であり、民間の自主的かつ多様な取り組みによって進められるべきものである。また、官主導の取り組みは、簡素で効率的な政府づくりにも反する。よって、CSRの規格化や法制化に反対する」と、規格化や法制化に反対を表明してきた。

なぜ、日本経団連は、はやばやと、このような規格化反対の表明をしたのであろうか。

研究者も定義は不可能、と言っているようにとらえどころのないCSRを、規格化できるはずはないではないか。

しかし、かなり早くからCSRの規格化の動きはあったのである。

ISOという国際規格がある。国際標準化機構（International Organization for Standardization）は、各国の代表的標準化機関から成る国際標準化機関である。

そのISOでCSRを国際規格化すべきでないか、という動きが2001年から始まっていた。

2001年4月30日～5月1日のISO理事会において、企業責任の規格化の実現可能性を消費者政策委員会（COPOLCO）で検討し、理事会に勧告を提出すべきことが決議され、第24回COPOLCO総会では、規格化検討にmulti-stakeholderの参加がきまった。

これは重要なことで、この討議の特徴について、日本経団連タイムス（2010.8.26）で次のように振り返っている。

「政府、企業、労働、消費者、NGO、その他有識者という6つのカテゴリーから代表が参加し、対等の立場で議論して策定されたことである（マルチステークホルダー・プロセス）。策定作業には、99カ国、42国際機関から、450名以上のエキスパートが参加している。このようなプロセスによる規格策定は、ISOでは初めてであり、かつ参加者もISO史上最大となった。それゆえ、交渉過程で、ステークホルダー間や途上国と先進国間の利害・意見調整が難航し、通常の規格策定の2倍に当たる6年の歳月を要した」

2004年当時は、アメリカも欧州もそして日本経団連も、企業サイドはこの規格化の動きには、こぞって反対していた。はじめは、こんな規格はまとまるはずがない、と話されていた。日本経団連では2008年になっても、無理だろう、まとまるはずがない、という声が聞かれた。

事実、日本経団連ニュースにもあるとおりISOの討議は紛糾と妥協が繰り返されたが、その一つの課題に、CSRの規格というが、社会的責任を負うのは、企業だけでなく公共体もNPOも労働組合も、組織体はみな同じ社会的責任を負っているのではないか、という議論があった。その結果、2003年2月、CSRからCorporateのCをとりSR（社会的責任）の規格とすることになった。（<http://iso26000.jsa.or.jp/contents/document.asp>）

また、ISO9000（マネジメントシステム規格）やISO14000（環境マネジメントシステム）の規格では第三者認証を必要としているが、SRには、それはなじまない、という強い反対があり、結局「第三者認証を目的としないガイドライン」という妥協のもとに、企業側の反対は封じられ、2004年6月にスウェーデンのストックホルムで開かれたISOの第30回技術管理評議会（TMB）はとうとうSR規格策定を議決したのだった。

CSRは規格化にはなじまない、企業の自主性が損なわれる、規格化は不可能だ、と言われ続けたISO26000が実現化に踏み出したのである。

それから6年たった今年2010年。ISO26000のDIS（国際規格案）が決議され、とうとう11月に発行されたのである。

ISO26000というCSRの規格ができた

ISO26000の規格を見てみよう。この規格はSRなので、「組織は…」という記述になっているが、すべてを、「企業は…」と読みかえることが出来る。また条文引用の後に、適宜（3.3.1）のような数字を記載しているが、それはその条文の項目番号である。

まず社会的責任とは何か、それについて「社会的責任の特徴」（3.3.1）として次のように記している。

社会的責任の本質的な特徴は、社会並びに環境に対する配慮を自らの意思決定に組み込み、自らの決定及び活動が社会及び環境に及ぼす影響に対して説明責任を負うという組織の意欲である。これは持続可能な開発に寄与し、ステークホルダーの利害に配慮し、関連法令を順守し、国際行動規範を尊重し、組織全体に取り入れられ、組織の関係の中で実践される、透明かつ倫理的な行動を意味する。

さらにつづいて「社会の期待」（3.3.2）と題し、つぎの記述がある。

社会的責任は、社会の幅広い期待の理解を必要とする。社会的責任の根本原則は、法の支配の尊重及び法的拘束力をもつ義務の順守である。しかし、社会的責任は、法令順守を超えた行動及び法的拘束力のない他者に対する義務の認識も必要とする。これらの義務は、広く共有される倫理その他の価値観から発生する。（下線筆者）

法令順守は当然のこととして、それを超えた行動、および、法的拘束力のない他者に対する義務の認識も必要、それを実効あるものにするには社会の幅広い期待の理解を必要とするのである。

ついで、「社会的責任の原則」という項目がある。

「組織が社会的責任にアプローチし、実践するとき、その包括的な目標は持続可能な開発に最大限に貢献することである。」（4.1）と、SRの目標は「持続可能な開発に最大限に貢献すること」であると明記されている。

そして、「組織は少なくとも下記に述べる7つの原則を尊重すべきである」と求めている。その尊重すべき7つの原則を以下にあげる。

説明責任 Accountability

透明性 Transparency

倫理的な行動 Ethical behaviour

ステークホルダーの利害の尊重 Respect for stakeholder interests

法の支配の尊重 Respect for the rule of law

国際行動規範の尊重 Respect for international norms of behaviour

人権の尊重 Respect for human rights

7つの原則は、はじめに「説明責任」「透明性」があげられていることに注目したい。その後の「倫理的な行動」以下の5原則は組織（企業）が尊重すべき倫理、法、規範、権利という中味であり、その実体を透明性を持って社会にきちんと説明することが重要視されている。

つまり、社会的責任の最も重視すべき対象は、社会であり、組織が影響を及ぼす他者な

のである。社会に対し、包み隠さず、組織のありのままを見てもらい、十分に説明して納得してもらうことが重要だとしているのである。

これはこのISO26000が、第三者認証を目的としない「ガイダンス文書（手引書）」であることも関係している。法や規則ならば、その違反者に対し国家や当該機関がその権威を持って阻止し取り締まり罰則を施すことが出来る。しかし、「社会的責任は、法令順守を超えた行動及び法的拘束力のない他者に対する義務の認識も必要とする。」（3.3.2）というのがこのISO26000の思想である。組織（企業）の、法には触れないが反社会的行動をも阻止したり制限したりするには、一体どうしたらよいのか。この規格は、組織（企業）に対する強制力もないし第三者による検証も必要もない自主的な取り組みのガイダンスだ、という。それでは、何をもって組織（企業）に、この規格条項を守らしめるか、ということになる。

それが説明責任であり、透明性である。組織（企業）に説明責任と透明性を課すことが、法令順守を超えた行動及び法的拘束力のない他者に対する義務の認識を促す武器になるのである。

武器は誰が持つのか。それは社会である。市民である。組織（企業）の説明を聞き、透明な実体を見て、その組織（企業）が法令順守はもとより法令順守を超えた行動及び法的拘束力のない他者に対する義務の認識を持って向社会的経営を行なっているかどうかを評価し、その結果を判断して、賞賛や弾劾などの社会的行動を行なうという社会的相互作用が可能になるのである。

ISO26000は法律ではない。強制力のない規格でありガイダンスに過ぎない。だからこそ企業などの産業側も、いやいやながら規格化に賛成したのである。「社会的責任の原則」の具体的な5原則の「倫理的な行動」「ステークホルダーの利害の尊重」「法の支配の尊重」「国際行動規範の尊重」「人権の尊重」は非常に重要で重々しいことだが、このままではEthical behaviourであり Respect for というのは期待であり願いでしかない。絵に描いた餅である。

他の組織はいざ知らず、企業（特に株式会社）は、利益を上げるための組織である。まして競争原理を旨とする市場経済の闘いの中にあって、企業はあらゆる手段を持って利益獲得に挑戦している。正直、「社会的責任の原則」など邪魔で排除したい。そういう企業に公的強制力もない、第三者者認証もない単なる規格で Ethical behaviour を求め、Respect for と願っても、簡単なことではない。期待や願いを実体に変えさせ、絵に書いた餅を食べられる餅に変えさせるのは、社会である。社会の力である。

ISO26000は、企業に対しての規格だが、それを実現させる拮抗力を社会に求めている。企業に説明責任と透明性を要求し、企業の実態を社会が見定めてくれることを求めている。法律を超える倫理的行動を企業にとるように要求し、その監視を社会に委ねている。

法にはまだ決められていないものをも中止させ阻止しようとする場合の根拠は、企業が守るべき「これらの義務は、広く共有される倫理その他の価値観から発生する」と記載されている。「広く共有される倫理その他の価値観」はそれぞれの社会がもっているものだから、いかに企業との社会的相互作用を実体あるものに創り上げていくのか、ISO26000はまさにその社会の倫理観や価値観そのものを問うているのである。

ISO26000の「社会的責任の中核主題」とデューディリジェンス

このISO26000は具体的にどんな分野において、どんな行動を問題にしているのか、それを「社会的責任の中核主題」Guidance on social responsibility core subjectsとして社会的責任の対象として最も重要だと考える主題を7つ上げている。

組織統治 organizational governance

人権 human rights

労働慣行 labour practices

環境 the environment

公正な事業慣行 fair operating practices

消費者課題 consumer issues

コミュニティ参画及び開発 community involvement and development

このISO26000の規格には、この7つの中核主題について、それぞれ詳しくガイダンスが行なわれているが、ここではその中の一部分を、独断で抜き出してみる。

組織統治

効果的な統治は、説明責任、透明性、倫理的な行動、ステークホルダーの利害の尊重、法の支配の尊重の原則及び慣行を、意思決定及びその実行に組み入れることを基本とすべきである。デューディリジェンスも、組織が社会的責任の課題に対処する上で役に立つアプローチになりうる。

人権

人権とは、人であるがゆえにすべての人に与えられた基本的権利である。人権には、大きく分けて2種類ある。1つめは市民的及び政治的権利に関するもので、自由及び

生存の権利、法の前の平等並びに表現の自由などの権利が含まれる。2つめは経済的、社会的及び文化的権利に関するもので、労働権、食糧、健康に対する権利、教育を受ける権利及び社会保障を受ける権利などが含まれる。

多様な道徳的、法的及び知的規範は、人権が法律又は文化的伝統を超越するという前提に基づいている。人権の優位性は、国際社会により国際人権章典及び主要な人権関連文書において強調されている。

労働慣行

労働慣行は、組織とその直接の従業員との関係、又は組織が所有若しくは直接管理する職場で有する責任を超えて適用される。労働慣行には、下請け労働を含め他者が組織の代理として行った労働についての組織の責任が含まれる。

労働は商品ではない、という基本的原則がILOの1944年フィラデルフィア宣言で謳われた。つまり、労働者を生産の要素としたり、商品に適用する場合と同様の市場原理の影響下にあるものとして扱ったりすべきではないということである。労働者固有の脆弱性及び彼らの基本的権利を保護する必要性は、世界人権宣言及び経済的、社会的、及び文化的権利に関する国際規約に反映されている。関連する原則には、すべての人が自由に選択した労働によって生活の糧を得る権利、並びに及び公正かつ好ましい労働条件を得る権利を含むが含まれる。

環境

組織が行う決定及び活動は、所在地を問わず不可避免的に環境に影響を及ぼす。それらの影響は、組織による生物資源及び非生物資源の利用、組織の活動の実施場所、汚染及び廃棄物の発生、また組織の活動、製品及びサービスが結果的に与える自然生息地への影響などに関連する可能性がある。そのような環境への影響を軽減するため、組織は、自らの決定及び活動が結果的に経済、社会及び環境に与える影響を考慮した統合的なアプローチを導入すべきである。

社会は、天然資源の枯渇、汚染、気候変動、生息地の破壊、種の減少及び生態系全体の崩壊並びに都市部及び地方の人間居住の悪化など多くの環境問題に直面している。環境に関する責任は、人類の存続及び繁栄のための前提条件である。したがって、環境責任は、社会的責任の重要な側面である。環境問題は他の社会的責任に関する中核主題及び課題と密接に結びついている。

公正な事業慣行

公正な事業慣行は、組織が他の組織及び個人と取引を行う際の倫理的な行動に関係す

ることがらである。このような関係には、組織と組織の関係、組織とそのパートナー、供給業者、請負業者及び競合他社、並びにその組織がメンバーとして加わっている団体との関係のみならず、組織と政府機関との関係も含まれる。

公正な事業慣行に関する問題は、汚職防止、公的領域への責任ある関与、公正な競争、他の組織との関係における社会的に責任ある行動、及び財産権の尊重の分野で生じる。

消費者課題

製品及びサービスを顧客だけでなく消費者にも提供する組織は、これらの消費者及び顧客に対して責任を負う。

組織の責任には、教育及び正確な情報の提供、公正、透明、有用なマーケティング情報及び契約プロセスの使用、並びに持続可能な消費の促進が含まれる。設計、製造、流通、情報提供、支援サービス及びリコール手続きを通じ、製品及びサービスの使用による危険性を最小限に抑えることも責任の一つである。多くの組織は、個人情報の収集又は処理を行っており、かかる情報の安全及び消費者のプライバシーを保護する責任を負っている。

コミュニティ参画及び開発

組織が自らの活動場所であるコミュニティと関係を持つことは、今日広く認められている。こうした関係の土台になるのが、コミュニティ開発への貢献を目的としたコミュニティ参画である。コミュニティ参画は、単独での参画であっても、公共の利益の向上に向けた連携を通じた参画であっても、市民社会の強化を後押しする。コミュニティ及びコミュニティの機関に敬意を払って関与する組織は、民主主義的で市民の立場に立った価値観を映し出しながら、こうした価値観を強化する。

コミュニティ参画及び開発はともに、持続可能な開発に不可欠な要素である。

じつは、この7つの中核的主題の対応について、すべてを貫く思考の槍のようなものがある。デューディリジェンスである。

7つの中核的主題の最初にあげた組織統治のコメントに「デューディリジェンスも、組織が社会的責任の課題に対処する上で役に立つアプローチになりうる」と記した「デューディリジェンス」である。これは組織統治だけでなく、7つの主題全部に共通であるとともに、ISO26000という規格全体を覆う重要な思考である。

デューディリジェンス *Due diligence* とは何か。人権の項目で、このデューディリジェンスについて次のように詳しく記述されている。

社会的責任という観点からみれば、デューディリジェンスとは、プロジェクト又は組織活動のライフサイクル全体にわたる危害を回避及び緩和させる目的で、こうした危害を明らかにするための包括的かつ事前対策的な努力をいう。人権という具体的な領域においては、デューディリジェンスとは、組織が法を順守するだけでなく、人権侵害の危険性を回避するためにそれに対処するプロセスをいう。人権を尊重するため、組織は、デューディリジェンスを行使し、自らの行動又は自らと関係のある他者の活動から発生する人権への実際の影響若しくは潜在的な影響を識別し、これらを防止し、これらに対処する責任を負っている。組織が関与する人権侵害の原因が他者にある場合には、デューディリジェンスにおいて、その他者の行動に影響が及ぶこともある。(6.3.3.1)

デューディリジェンス手順においては、組織は、自らが行動する、又は自らの活動が行われる国の状況、自らの活動が人権に対して潜在的に、若しくは実際に及ぼす影響、並びにその活動が自らの活動と実質的に関連した他の事業体若しくは個人の行動から人権侵害が生じる可能性について、考慮すべきである。(6.3.3.2) (下線筆者)

単純に、人権を侵してしまった、さあ弁償すべきだ、という話ではない。自らの行動や関係者の活動の中に人権にかかわることがあるかないか、取引先企業は人権に配慮しているかどうか、その国は人権をおろそかにするような国ではないか、それらを識別し、防止し対処する責任を負っているというのである。事前に自分たち関係者は、直接的にも間接的にも人権を侵すことのないよう、十分に対応せよ、ということだ。

このデューディリジェンスは、投資や財務などではよく使われている概念ということなので、理解を深めるためにそれを見てみよう。

デューディリジェンス Due Diligence

投資家が自らの投資対象の適格性を把握するために行う調査活動全般のこと。M&A や不動産ファイナンスの発展によりますます重要になる。

リスク・リターンを精査

デューディリジェンスの目的は、投資対象の適正な購入価格の算定や対象物件に内在しているリスクを避けることにあります。もしデューディリジェンスが不十分だと、適正価格より高い購入代金を支払わなければならなかったり、購入後に対象物の瑕疵が発覚したりするといった事態が生じる可能性があります。(野村総合研究所 経営用語の基礎知識 第3版2008年4月) http://www.nri.co.jp/opinion/r_report/m_word/

due.html

具体的にどんなことをするのか、この経営用語の基礎知識をもう少しみてみると、企業の事業を買収する場合、デューデリジェンスは、買収される側の事業活動に関して、経営者や従業員の能力、事業の将来性、顧客や仕入先の現状、製造販売能力など、事業実施上の問題点の洗い出しを行いその上で、買収する側の事業とのシナジー効果を踏まえた評価を行う、という。この調査や評価がきちんに行なわれないと、とんでもない企業を買収してしまいかねない。デューデリジェンスは非常に重要だ、ということである。

Nestle 社に対して Greenpeace がキャンペーン攻撃をした

具体的事例で、社会的責任のありかた、中核的主题、そしてデューデリジェンスのもつ意味について考えてみたい。

今年2010年3月17日、英国の環境NGOのGreenpeaceが、Nestleに対してつぎのようなキャンペーンを始めた。

Caught Red-Handed: How Nestlé's Use of Palm Oil is Having a Devastating Impact on Rainforest, The Climate and Orang-utans

現行犯で捕まえた：ネスレが使っているパーム油は、熱帯雨林や気候やオランウータンにいかに壊滅的な打撃を与えていることか

Nestlé is using palm oil from destroyed Indonesian rainforests and peatlands, in products like Kit Kat, pushing already endangered orang-utans to the brink of extinction and accelerating climate change. This report exposes how Nestlé is sourcing palm oil from suppliers, including Sinar Mas, Indonesia's largest producer of palm oil, which continue to expand into the rainforest and carbon-rich peatlands, as well as into critical orang-utan habitat.

(<http://www.greenpeace.org/usa/en/media-center/reports/caught-red-handed-how-nestle/>)

上記のようにGreenpeaceが言うように、世界最大の食品会社Nestléは、Kit Katなど多くの製品に植物油のパーム油を使っている。そのパーム油はインドネシアの熱帯雨林や泥炭地を拡大に開発してパーム（アブラヤシ）のプランテーション（巨大農園）にしている。そのために、破壊された熱帯雨林に依拠して暮らしている原住民は住処を失い、オランウータンをはじめとする多様な動植物が壊滅的な打撃を受け、消滅の危機に瀕している。

また開発はCO₂を増大させ、気候変動を加速させている。Nestléが買い付けているのは、

環境破壊にも原住民にもコミュニティにも何の配慮もしないインドネシア最大のパーム油の生産者である Sinar Mas 社が製造販売しているパーム油である。……

しかし、Nestlé は出来上がったパーム油の購入者にすぎない。問題なのは製造過程であり、けしからんのはパーム油メーカーの Sinar Mas 社なのだから、キャンペーンの矛先は Sinar Mas 社に対して行なうべきではないか、あるいは、インドネシア政府に苦情を言って、Sinar Mas 社にやめるように指導してもらったらどうだと、ふつうは考える。

だが、そうはいかない。パーム油はインドネシアの大事な外貨獲得源であり、その生産増大は政府の国策である。熱帯雨林を破壊して広大なパーム・プランテーションにするのは国家が後押ししている公的事業である。Sinar Mas 社はその任を背負う重要な企業だ。

パームは、採取から搾油までの時間が短くなければ傷んでしまうので、搾油工場はプランテーションの中にある。その工場を経済的に操業するためには、少なくとも4,000ha（東京ドーム約856個分）のプランテーションが必要だと言われている。まさに桁違いの広さだ。1つのパーム・プランテーションが出来るたびに、その分の広大な熱帯雨林が伐採されたり燃やされたりして失われてしまうのである。

その熱帯雨林に住む先住民族は行き場所を失う。先住民族は長い間、森の中で暮らしてきた。そこには戸籍があるわけではないし、土地の区分所有の権利書があるわけではない。ただ先祖からずっとその森で暮らしてきた長い歴史がある。しかしその先住民族のコミュニティも破壊され、開発はお構いなしに進められて来た。大変な人権侵害である。当然摩擦が起き、多くの怪我人も出た。しかし、国策として、開発は進められている。

インドネシアのこの地域は、地球上でもっとも生物多様性が高いと言われる低地熱帯雨林の分布地と重なっており、ここはオランウータン、スマトラトラ、ボルネオゾウ、サイ、マレーバクなど、絶滅に瀕している大型哺乳動物の残り少ない生息域だ。熱帯林がプランテーションに転換されると、8割から10割の哺乳動物、爬虫類、鳥類が消失するとされている。

また、多くのプランテーションにおける労働問題も大きな問題だとされている。低賃金労働、危険で劣悪な労働環境、苛酷なノルマ、児童労働、健康被害、不法労働者の搾取、多発する事故等の問題などが指摘されている。

農薬や化学肥料による被害も大きい。パーム油の生産に際し、先進国の一部では使用を禁止されている除草剤パラコートなどの薬品が使用され、プランテーション労働者や周辺住民に健康被害をもたらしている。農薬及び化学肥料の不適切な使用は、土壤汚染や水質汚染など、周辺生態系への影響も引き起こす。

特に農薬の散布を行ったり、農薬を散布したばかりの農地で働く労働者は、危険にさらされている。軽作業の農薬散布を担当するのは多くは女性労働者であり、被害として鼻血、眼・皮膚・つめの障害、潰瘍などが挙げられる外、不妊や奇形児などの問題も起こっている。（http://www.gef.or.jp/today/060407_briefing_palm_oil.pdf#search）

これほど問題の大きい、パーム油の開発、生産、使用に対し、改善させる何か有効な手段はないのか。インドネシア政府や Sinar Mas 社などのパーム油企業にいくら抗議をしても、改善されない。なぜ改善されないかという、パーム油はいま世界中で引っ張りだこだからである。生産すればするだけ売れる。熱帯雨林が減少し先住民族が困ろうが、生物多様性が損なわれ、オランウータンが住処を失おうが、パーム油は売れて、企業もインドネシア政府も潤うのである。

日本も、パーム油の一大消費国である。表示では植物油として表示されていることが多いが、多くの食品に使われている。明治、森永はじめたくさんの会社のチョコレート類の多くには、このパーム油が使われているし、他の多くの菓子・スナック類のショートニングにも使われている。また揚げ物用油、マーガリン、インスタントラーメン等にも用いられている。食用以外でも化粧品、石鹸、中性洗剤等と用途は広い。そのほとんどは、インドネシアとマレーシアのプランテーションでつくられたパーム油である。

じつは、この他にも大きな用途があるのである。

地球温暖化対策としてバイオマス燃料が注目されているが、バイオディーゼル燃料（BDF）の原料としてパームオイル需要が増大しており、これもパームオイル・プランテーションの拡大に拍車をかけている。

EU では、2008年12月に「再生可能エネルギー指令」を公布し、その中で、2010年までに輸送用燃料の5.75%、2020年までに10%をバイオ燃料とすることを定めた。」

（<http://www.realiser.org/report/lifestyle/article/index.php?id=256>）

インドネシア政府や Sinar Mas などのパーム油企業が、強気になるはずで、抗議を受けなくても痛くも痒くもないのである。

環境や人権に配慮した「持続可能な」パームオイルの生産が必要だ、と考えた環境NGOのWWF（World Wide Fund for Nature）の呼びかけで、2004年に設立されたのがRSPOである。（RSPO The Roundtable on Sustainable Palm Oil「持続可能なパームオイルの円卓会議」）

このRSPOの第三者認証を受けたマレーシアのプランテーションが2008年11月、最初の

「持続可能な」パームオイルを出荷し、ユニリーバがそれを購入した。インドネシアの複数の企業も認証を受けて認証を待っている。

認証された企業はまだ少数だが、インドネシアの村人や NGO は、先住民やコミュニティの処遇や労働条件を改善する手段として、RSPO は有効だと思っている。

環境 NGO の Greenpeace も、パーム油はこの RSPO の第三者認証を取るべきだ、と主張する。しかし、パームオイル生産の現地企業が RSPO の認証を受けても、肝心の顧客企業が、そのパーム油を購入してくれなければ何にもならない。そこで Greenpeace のとった戦略は、サプライチェーンを対象にすることである。つまりパーム油を原料として購入している先進国や中国、インドなどの企業に対し、パーム油はこんなにひどい被害を出しながら生産されているのですよ、御社はそんなに環境破壊や、人権無視で作られた原料を使っているいいのですか。パーム油を購入するなら、この RSPO の第三者認証を取ったパーム油であるべきだ、というキャンペーンである。

それが、下記のように矛先をトップ・ブランドの Nestlé に向けたキャンペーンだった。
Caught Red-Handed: How Nestlé's Use of Palm Oil is Having a Devastating Impact on Rainforest, The Climate and Orang-utans

ブランドを大切にしている先進国の大企業は、Sinar Mas 社のように知らん顔は出来ない。

キャンペーンが開始されてからちょうど2ヵ月後の2010年5月17日に、Nestlé は Sinar Mas 社からの購入を中止する、と発表した。

それをイギリスの Telegraph.co.uk は次のように報じている。(Published: 7:30AM BST 18 May 2010) (<http://www.telegraph.co.uk/finance/newsbysector/retailandconsumer/7734528/>)

Nestle will cut off palm oil suppliers who destroy the rainforest

Nestle has announced it will stop buying palm oil from suppliers which are contributing to the destruction of the rainforests.

Nestle said it would identify and exclude from its supply chain companies “owning or managing high risk plantations or farms linked to deforestation”, a move which was welcomed by environmental campaigners.

Nestle 社の事例を ISO26000 で検討すると

Nestlé と Sinar Mas, そして Greenpeace の攻防を、ISO26000 の中核主題およびデュー

デイリジェンスとどのような関係があるのか、重ね合わせてみてみたい。

まず問題を整理しよう。それぞれの文章の末尾に記した数字は、ISO26000の規格の条項で、Sinar Mas 社およびNestlé社は、この条項に抵触すると考えられる。

1. Nestléは世界最大の食品会社である。
2. NestléはKit Kat など多くの製品に植物油のパーム油を使っている。
3. Nestléは食品の原料であるパーム油をインドネシア最大のパーム油の生産者である Sinar Mas 社から買い付けている。6.3.5.2
4. Sinar Mas 社は、パーム・プランテーション（巨大パーム農園）の開発で、熱帯雨林を破壊している。開発はCO₂を増大させ、気候変動を加速させている。6.5.3.2 6.5.5.2
5. Sinar Mas 社は、熱帯雨林に住む先住民に配慮せずに森を開発し、先住民を追い出し、コミュニティを崩壊させている。6.3.4.2 6.3.7.2 6.8.2.1 6.8.2.2 6.8.7.2
6. Sinar Mas 社は、熱帯雨林に生息しているオランウータンをはじめとする多様な動植物に壊滅的な打撃を与えている。6.5.6.1 6.5.6.2
7. Sinar Mas 社は、労働環境も悪く、労働者に過酷労働を強いている。6.3.10.2 6.4.3.2 6.4.6.2
8. Sinar Mas 社は、社会的責任に反する企業である。
9. パーム油はインドネシアの国家的収入源であり、その生産増強は国策である。
10. Sinar Mas 社などのパーム・プランテーションの開発は国策であり、熱帯雨林の破壊もパーム油の生産のためだから、当該国では問題にならない。
11. Nestléは、社会的責任に反する企業のSinar Mas 社から原料のパーム油を買い付けているが、それではNestléも同罪で、社会的責任に反する企業だ。4.4 4.7 5.2.3 6.3.2.2 6.3.3.1 6.3.5.1 6.4.3.2
12. Nestléが仕入れを中止すればSinar Mas 社に対して圧力になるはずだ。
13. Nestléは、Sinar Mas 社からのパーム油の仕入れを中止した。

インドネシアのSinar Mas 社が社会的責任に反する企業であることは、誰にも分る。森林破壊を行い、先住民の人権を無視し、過酷労働をしいているのだから、まさに糾弾されるべき企業である。問題はこのことが国策として行なわれているので、政府の指導で是正するとか、法律で取り締まるとか言うことが出来ないことである。途上国ではこういうことが少なからず起りうる事態である。

「国家が人権保護の義務を実現できない、又は実現するのを欲しない場合でもこれに関

ならず、組織にはすべての人権を尊重する責任がある。人権を尊重するということは、他者の権利を侵害しないということである。このような責任においては、組織に対し、人権侵害を受動的に容認し、積極的に関与するのを回避させるための明確な措置を講じる必要がある。」(6.3.2.2)

インドネシア政府や Sinar Mas 社はこの「国家が人権保護の義務を実現できない、又は実現するのを欲しない場合」に相当すると思われる。そういう場合においても、組織（企業）には「すべての人権を尊重する責任がある。人権を尊重するということは、他者の権利を侵害しないということである」と明記している。

記述はさらにつぎのようにつづいている。「人権尊重の責任を果たすには、デューデリジエンス（適切な注意）が必要である。国家が人権保護の責務を果たせない場合には、組織は、そのすべての活動において人権を尊重していけるよう、追加的な措置を講じなくてはならない」

デューデリジエンスの登場である。まさに ISO26000 の切り札だ。先に記したようにデューデリジエンスは「人権を尊重するため、組織は、デューデリジエンスを行使し、自らの行動又は自らと関係のある他者の活動から発生する人権への実際の影響若しくは潜在的な影響を識別し、これらを防止し、これらに対処する責任を負っている。」(6.3.3.1)と記されている。

Nestlé が、「インドネシア政府が認めているのだからいいではないか」とか「Sinar Mas 社はインドネシア最大の企業だから信用できる」などと言いつけが出来ないように、デューデリジエンスを用意しているのだ。重ねて記述すれば Nestlé は「自らと関係のある他者の活動から発生する人権への実際の影響若しくは潜在的な影響を識別し、これらを防止し、これらに対処する責任を負っている」(6.3.3.1) のである。

今回の場合、Sinar Mas 社は、熱帯雨林に依拠しているたくさんの先住民を追い立てて路頭に迷わせているなどという、ひどい人権侵害が行なわれている。しかし、途上国のインドネシア政府は、これをとがめず、むしろ奨励している。では、人権侵害も、環境汚染も見過ごしていいのか。

そこで、問題になるのが、サプライチェーン、バリューチェーンである。ISO26000 が最も注力しているのが、このサプライチェーン、バリューチェーンへの配慮だ。

ISO26000 では次のように定義されている。

サプライチェーン 2.1.22

組織に対して製品及びサービスを提供する一連の活動又は関係者

参考 サプライチェーンという用語はバリューチェーンと同義であると理解される場合がある。しかし、この国際規格の目的においては、サプライチェーンは上記の定義に従い使用される。

バリューチェーン2.1.25

製品又はサービスの形式で価値を提供するか又は受け取る一連の活動又は関係者の全体

参考1 価値を提供する関係者には、供給業者、受託労働者、その他が含まれる。

参考2 価値を受け取る関係者には、顧客、消費者、取引先、その他の使用者が含まれる。

そして、「社会的責任と組織の影響力の範囲」(5.2.3)の項目で、次のように述べられていることに注目すべきである。(下線筆者)

ある組織が影響力を持つ可能性のある関係者すべての影響に対して、その組織の責任を問うことはできない。しかし、他者に影響を与える能力があれば、その影響力を行使する責任も伴うと考えられる場合もある。例えば、他者が犯している人権の侵害に反対するという倫理的な義務は、組織の社会的責任の重要な側面となりうる。ある状況において影響力を行使する責任は、その組織が他者に影響を与える実際の能力、及び関わっている問題の種類など、さまざまな要素によって決まってくる。一般に、影響を与える能力が大きいほど、影響力を行使する責任も大きい。

組織は、自らが管理できる決定及び活動の影響について責任を負う。このような決定及び活動の影響は広範囲に及ぶことがある。組織は他の組織と関係を持つかどうか、また、その関係の性質及び程度も自ら決定することができる。組織は、他の組織の決定及び活動が与える影響に対して警戒し、そのような組織との関係によってもたらされるマイナスの影響を避ける、又は軽減する手段を講じる責任を負う場合がある。

組織の影響力の範囲には通常、バリューチェーン、又はサプライチェーンの一部が含まれる。また、組織が参加する公式及び非公式の団体、及び同業組織又は競合組織を含むこともある。影響力の範囲を判断する際には、デューデリジェンスを行い、ステークホルダーのエンゲージメントも考慮すべきである。

バリューチェーンには、サプライヤーなどのようにチェーンの上流にいる者も、顧客及びユーザーのようにチェーンの下流にいる者も含まれる。また、同業組織及びパートナーのように、その組織と並行して活動する関係者もある。

経済のグローバル化は、企業のあり様を劇的に変えた。1つのブランド製品を、1つの企業が1つの場所で原材料の調達から製造、販売までを一貫して行なう、などという姿は少なくなった。原材料は世界中から最も安いものを調達し、製造・加工・包装などは労働力の少しでも安い国や地域で行い、製品は世界中の消費者に提供する、というのが、現今の企業の有り様である。

そこで問題になるのは、原料調達や製造・加工の過程で、環境汚染をしていたらどうなるのか、過酷労働や児童労働をしていたら誰の責任になるのか、ということである。

まさに今回のNestléやSinar Mas社の問題である。実際には、Nestléの出先工場なら責任も明確だが、資本関係もない取引先や、Sinar Mas社のように全くの別会社の場合まで、環境汚染や人権侵害の責任を負わなければならないのか。この問題が、ここ数十年、ずっと問題化しており、それがサプライチェーン、バリューチェーン問題が重要視される所以である。

ISO26000は先に記したように、この問題に明確な答えを出している。

つまり「組織は、他の組織の決定及び活動が与える影響に対して警戒し、そのような組織との関係によってもたらされるマイナスの影響を避ける、又は軽減する手段を講じる責任を負う場合がある。」

「他者が犯している人権の侵害に反対するという倫理的な義務は、組織の社会的責任の重要な側面となりうる。ある状況において影響力を行使する責任は、その組織が他者に影響を与える実際の能力、及び関わっている問題の種類など、さまざまな要素によって決まってくる。一般に、影響を与える能力が大きいほど、影響力を行使する責任も大きい。」

世界最大の食品会社であるNestléが、人権侵害や環境破壊が取り沙汰されているSinar Mas社に、大量取引という利益をもたらしているのは「組織の社会的責任の重要な側面となりうる」「そのような組織との関係によってもたらされるマイナスの影響を避ける、又は軽減する手段を講じる責任を負う場合がある」と警告しているのである。

今年2010年の春の時点ではこのISO26000は発行されていないから、この事項をもってとやかく言うべきではないが、実際のところ、NestléはGreenpeaceの抗議を受けて、Sinar Mas社との取引を中止せざるを得なくなった。そして、人権や環境に適切な配慮をするというRSPOの第三者認証を受けたパーム油企業から購入することに決めたという。

しかし、他の殆どの企業は、あいかわらず、Sinar Mas社と同じような人権侵害の企業との取引は継続したままである。残念ながら、日本企業で第三者認証を受けた企業から購入している企業は1社もない。

ISO26000を利用すべきは市民・NGO

だがついに、2010年11月に、ISO26000が発行された。「第三者認証を目的としないガイドライン」という規格だが、世界中各国の政府関係者や産業界の代表やNGOたちマルチステークホルダーが参画して、何年もかかってようやく成立させた規格である。かならずや世界中の企業に影響力を及ぼすだろう。そうなることを大いに期待したい。

しかし、である。

企業側にとっては、コストも手間もかかるのでやっかいな規格である。なんとか寝た子を起こさないようにしたいのが本音である。しかし、持続可能な開発、持続可能な環境、持続可能な社会、持続可能な世界を実現させるためには、企業の無節操な欲望を抑えなければならぬ。

だが、パーム油の例をみても、持続可能な開発を目指したRSPOの第三者認証に対する企業側の反応は、きわめて鈍いと言わざるをえない。

2008年11月にRSPO認証制度が開始されてから2009年5月の時点で、認定パーム油の購入率は3%に満たないと言う。RSPO認証を受けるには費用がかかる。企業としては、この認証が販売的に比較優位をもたらしてくれなければ、コストだけが残る。3%に満たないという結果は、RSPO認証制度に対する関心が極めて低く、普及は厳しい。

これを打開するには、最終的消費者が、環境や人権に配慮したポテトチップやラーメンやチョコレートを選別的、優先的に買ってくれるという状況にならなければならない。しかし、現実にはそうはならない。消費者は、おいしいもの、安いものを第一義的に求める。現に環境によいエコ商品といっても、それだけの理由でより売れている商品は殆どない。

企業は利益をあげるのを目的とした組織である。このままだと遠からず熱帯雨林が消滅してしまう、と警告されても、先のことは先のこと、今日の利益の方が大切だ、というのが企業の本能である。

その企業に、利益に相反しても環境や人権に配慮させるためには、カウンター・パワーが必要だ。つまりNestlé相手にキャンペーンを行なったGreenpeaceのような力が必要である。と同時に、カウンター・パワーとして企業に迫るNGOだけでなく、企業と協同して、企業の内部から一緒になって企業を環境や人権に配慮するような向社会的行動に導くソフトパワーもNGOの大きな役割だ。

本稿では紙幅の関係で触れられなかったが、ISO26000は、ステークホルダーと企業の協同作業の重要性に着目し、Stakeholder Engagementを活動の中心と提起している。ステ

ークホルダーとは何か、の議論もあるが、市民や消費者や従業員の目線を持つ NGO は間違いなくステークホルダーである。そういう NGO は企業と協同し、ISO26000の原則や中核主題に関してともに話し合い、その方針や経営を確認したり、提言したりして、私たちの地域全体の持続可能な開発に貢献しよう、というのが Stakeholder Engagement の意図である。この働きが機能したら、大きな力を発揮するだろう。

そして、その動きが必ずや企業間に、格差を生じるだろう。人権や環境に配慮した企業や製品が、販売上比較優位を獲得するようになるだろう。またそうなってほしい。そうでなければ、この地球には未来がないのだから。

引用文献

- 川村雅彦 2003 ニッセイ基礎研 REPORT 2003.7 1-8
谷本寛治 2003 SRI 社会的責任投資入門 日本経済新聞社 24-25
高巖 2003 企業の社会的責任 日本規格協会 11

—2010. 11. 1 受稿—