

MDGs後の「開発とビジネス」(特集 ミレニアム開発目標を超えて -- MDGsからSDGsへ -- 第1部 -- 15年間の新機軸)

著者	佐藤 寛
権利	Copyrights 日本貿易振興機構(ジェトロ)アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	232
ページ	12-15
発行年	2015-01
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://doi.org/10.20561/00039917

【第1部 15年間の新機軸】

MDGs後の「開発とビジネス」

佐藤 寛

経済が主流化する番である。

●ビジネスアクターへの期待

現に二〇〇〇年代に入ってから、MDGsの大合唱が続くなかで、徐々に「貧困削減のためのビジネスセクターの役割」に対する期待が高まっている。振り子は再び「経済」に振れつつあるのだが、二〇〇〇年代に入ってから動きはマクロな国単位の経済成長ではなく、個々の企業の活動に焦点を当て、企業活動を通じた貧困層の「巻き込み」(inclusive business) による貧困削減が強調されている点に特徴がある。

民間部門への働きかけには二つの側面がある。ひとつは、ビジネスアクターの資源・能力などポジティブな側面を、開発と環境保全に活用しようというものである。もうひとつは、企業の利潤追求活動が、開発と環境保全に与えるネガティブな影響を制限しようとするものである。いずれも、結果として、地球全体の「開発と環境保全のための活動」すなわち「持続可能な開発(SDGs)」に大きく貢献することが期待されている。インクルーシブ・ビジネスの代表例はミシガン大学のプラハラ

●地球社会の三つの関心事？

すべての人をカバーしようとする(universality)「持続可能な開発(Sustainable Development)」目標群を支える三本柱は「社会」「環境」「経済」(順番は語る人によって異なるが)であり、この三つが今日の地球世界が重視する「公共的な関心事」だということがわかる。

さて本稿では、SDGsの時代における「ビジネスアクター」の役割について考察してみたい。いわゆるグローバル企業、多国籍企業から、中小企業、さらには道ばたの露天商までもその規模や形態は多様だが、いずれもビジネスアクターである。共通しているのは、基本的に個々の利潤を追求する「企業」であって、本来公共目的のために存在するのではない、ということだけである。そのビジネ

スアクターが、地球社会の公共的な関心事にどのように関わりを持つことになるのだろうか。

●経済と社会のシンソーゲーム

ビジネスアクターは経済分野の主要アクターだが、国際開発の舞台では「経済」と「社会」のいずれに力点を置くかの論争が、繰り返されてきた。

一九五〇〜六〇年代は、先進国からの「ビッグプッシュ」による経済成長によって途上国が経済的な「離陸」をとげ、財政的にも人材的にも自分のことは自分でできるようになることを想定した資源投入が行われた。

しかしながら、一九七〇年代にはILO(国際労働機関)が基本的人間ニーズ(Basic Human Needs)を提唱し、経済よりも社会課題の解決が優先された。

ところが、途上国政府の財政が悪化した一九八〇年代には、世界銀行・IMF等の指導による財政と国際収支の健全化をめざす「構造調整政策」がとられ、社会課題よりも経済課題が優先された。

しかし、構造調整政策は貧困者の一層の窮乏化を招き、貧富の格差を増大するとしてUNICEF(国連児童基金)等が「人間の顔をした構造調整」の必要性を訴え、UNDP(国連開発計画)も「人間開発指数(HDI)」を発表するなど、一九九〇年代は社会開発が国際開発の主流になっていく。こうして二〇〇〇年に国連総会で採択されたMDGsでは、貧困削減を社会課題(格差の縮小、保健・教育へのアクセスの向上、女性のエンパワメントなど)を重視しつつ達成しようとする統一目標が合意された。順番どおりなら、次は

ドラが提唱しはじめたBOPビジネスである。世界の経済ピラミッド（現在七〇億人）の底辺（Base Of the Pyramid）にいる人々は、これまでグローバル企業の市場としては認識されていなかった。しかしながら年間所得三〇〇〇ドル（二日八ドル程度）以下の低所得層は世界人口の七割を占めるとされ、とても「ボトム」といつて済ませられる数ではない。むしろピラミッドの中核である。

とはいえ世界の富の八割は、世界の二割の富裕層が支配しているという現実を踏まえれば、企業がこれまでピラミッドの頂点の二割だけを相手にしてきたのも無理はない。しかし、この貧富の差を是正しようというのが「公共的な関心事」である。さらに、途上国の経済が成長していけばBOP層が中間層に移行することになるはずであり、これは多くの企業にとつて膨大なマーケット（ボリュームゾーン）となる。将来のボリュームゾーンを狙え、というのがビジネススクールの教えである。

他方、開発支援機関の側からも、ラブコールが寄せられる。コロンビア大学のジェフリー・サックスらは、MDGs達成のために

は資金投入が肝心と主張しているが、公的な開発資金源は先細り傾向にある。そこでビジネスセクターに「開発」への参加を呼びかけ始めたのである。

こうした動きの嚆矢は一九九九年にアナン国連事務総長が提案した「グローバルコンパクト」である。これは、企業が「人権」「労働」「環境」「腐敗防止」に関わる一〇原則を公約し、自発的にこれらの問題にとり組むことを促す仕組みである。拘束力はないが、世界的に影響力のある大企業が途上国でのオペレーションで、前記四分野での改善に取り組めば、途上国政府の脆弱な取り組み能力を多少なりとも補完することができ、この意味で開発効果が期待できる。

さらに二〇〇〇年代後半になると、開発機関の側がビジネスアクターを直接支援するようになる。UNDP等が主導して二〇〇八年に発足したビジネス行動呼びかけ（BCtA）は、MDGs達成のために「商業目的と開発目的を同時に達成できるビジネス・モデルの模索」をうたい、企業に開発課題への取り組みを促す支援策に着手した。さらにUNDPはGSB（持続可能なビジネス育成支援）、

例である。

●企業活動のネガティブな側面

他方で、多国籍企業の活動が途上国の貧困層の社会課題を深刻化させている、環境破壊を促進しているという批判は一九七〇年代から繰り返し提示されてきた。

一昔前ならば、企業はこうした批判を無視することもできたであろうが、インターネットを用いた情報が交錯する今日、もはや「ほかむり」すること自体が企業のコンプライアンス上の問題として、消費者ばかりでなく資本家からも糾弾されかねない。

市民社会からの批判を無視できないことが、ビジネスアクターが開発課題や環境課題に積極的に取り組むもうひとつのインセンティブとなっている。その動機は「開発問題に貢献する」ことではなく、企業の評判を落とすリスク（reputation risk）を回避することにある。企業はこれを「サプライチェーンマネジメント」の一環としてビジネスの本業に取り入れざるを得なくなっているのである。

例えば、児童労働。絨毯は南アジアから供給されることが多いが、インドやネパールの絨毯製造が児

GIM（成長するインクルーシブ市場）といった枠組みで、企業の途上国でのビジネス活動を支援し、USAID（米国開発庁）はGDA（地球規模開発提携）で企業とともにBOPビジネスに出資する仕組みを開始した。またDFID（英国開発庁）は一連の「チャレンジファンド」で開発効果のあるビジネスに対して補助金を支給しはじめた。この補助金を利用した最大の成功例は、ボーダフォン社が取り組んだ携帯電話を利用する送金システムの開発（ケニアのM-Pesa）である。確かにこのビジネスイノベーションがもたらした貧困削減効果は、多くの援助プロジェクトを束にしてもかなわないほどに大きい。こうして日本でもJICA（国際協力機構）がBOPビジネスへの支援制度を開始し、開発課題の解決に資すると思われるビジネスの立ち上げに補助金を提供し始めている。

こうしてグローバルコンパクトやBCtAのウェブサイトを、各社のCSR報告書にはこうした企業の「成功事例」が数多く紹介されるようになっていく。日本企業では住友化学のマリアリア対策帳（オリセットネット）がその代表

童労働によって行われ、その結果子どもたちが修学の機会を奪われているという批判は欧米の消費者にシヨックを与えた。そこで、フェアトレード団体 (good weave など) が「児童労働でない」絨毯の生産過程の監視を行い、合わせて子どもたちの就学支援を行ってきた。これは「児童労働」という社会課題の解決をめざしつつ絨毯製造というビジネスを継続する試みであった。同様の試みは西アフリカなどのカカオ豆生産にも適応されているが、チョコレートとなるとネスレ、キャドバリーなどのグローバル企業が (児童労働を用いない) フェアトレードのアクターとして登場する。買い取り量の大きい大手企業が「児童労働を用いたカカオ豆は買わない」と宣言することは、行政能力が弱くまた汚職などで監査逃れが頻発する途上国国家による「児童労働禁止法」以上の効果を持ちうる。これが、開発の側が企業に期待する「パワーの行使」である。

雇用創出という意味では、先進国企業の工場進出や多国籍ブランドの下請け生産は大量の雇用を生み出すが、ファストファッションと呼ばれるカテゴリーの衣服では

「短い納期」「厳しい価格競争」によって労働コストの圧縮と、長時間労働が発生しがちである。二〇一三年四月にバングラデシュで発生した、縫製工場が複数入居するビル (ラナプラザ) の崩壊では二〇〇〇人以上の労働者が死傷した。この事件を契機に、これら縫製工場に下請け発注していたグローバルブランドは、先進国消費者の抗議行動に直面した。グローバルブランドはこうした工場のオーナーを批判して済ますわけにはいかず、工場の安全基準や労働条件の改善に着手することを余儀なくされている。このようにブランドバリューを維持したい企業を動かして「労働環境改善」に向かわせることもまた、ビジネスセクターの力を利用した開発課題解決への取り組みのひとつとなる。

環境分野では、洗剤や菓子などの原料となるオイルパームの生産のために熱帯雨林が伐採されていることが、繰り返し批判されてきた。これに対して世界的な食料企業は「持続可能な生産」「植林活動」などをアピールしているものの、パームオイル自体の生産はやるわけにはいかない。このような場合は、他の分野のフェアトレ

ードやCSR活動によって傷ついたブランドイメージの回復に努める。これが、ユニリーバやネスレ等の大企業が積極的にフェアトレードに取り組み、グローバルコンパクトで主導的な役割を果たす背景となっているのである。

● 貧困削減の早道としての出稼ぎ労働

多くの途上国の貧困層にとって、出稼ぎに成功することは貧困から脱出する最も大きなチャンスである。特に湾岸アラブ産油国への出稼ぎは一攫千金の早道として魅力的である。だが危険な建設現場での事故や、女性の家内労働におけるセクシャルハラスメントなどの問題も深刻化している。これも重要な社会的課題である。

ILOは従来から「強制労働廃止」を主導しているが、近年多くの市民団体などが移民労働者の処遇にまつわるトラブル (人身取引も含めて) を人権と絡めて問題視している。一例として湾岸アラブ産油国における「カファール」システムが挙げられる。現在ほとんどの湾岸諸国で労働者が入国するためには、受け入れ国の国民がスポンサーとして身元保証をする必

要がある。労働許可証はあらかじめ決められた会社の決められた職に限定されており、転職の自由は認められておらず、また何年居住しようとも市民権は与えられない。多くの場合、このシステムで入国した労働者は労働派遣の仲介業者 (ブローカー) にパスポートを取り上げられ、劣悪な労働・居住環境に置かれてもクレームをすす手立てを封じられているといわれる。これは出稼ぎ先の国での逃亡・不法滞在や転職を防ぐための慣行だが、欧米の市民団体は「奴隷労働」であると批判している。

湾岸諸国のひとつであるカタールは、二〇二二年のサッカーワールドカップの開催地に選ばれたが、認定過程における汚職疑惑・酷暑の地におけるエアコン付きスタジアムの建設などが問題視されるなか、移民労働者の人権侵害問題が加わるとワールドカップの開催自体が困難になる可能性もある。しかし、全人口の八割が移民労働者で占められるような国において、カファールシステムの緩和・改善は国の安定それ自体を脅かしかねない (移民労働者に市民権・投票権を与えれば瞬時に国は転覆するだろう)。

「人の移動」はWTO（世界貿易機関）の推奨する自由貿易シテムの下でますます加速化しているし、出稼ぎ労働は今日の地球社会において「貧困削減」の重要なツールとして組み込まれている。

そして湾岸産油国はこの移民労働の流れの重要な核のひとつである。こうしたことを踏まえるならば、迅速な政治解決は期待できない。

そこでビジネスアクターの振るまいが、大きな鍵を握ることになる。なぜならこの移民労働問題は、世界の大手建設会社、ゼネコンの企業活動の末端で発生しているからであり、「元請け」のビジネスセクターからの圧力で労働者の権利を擁護することは、一定程度可能だからである。

●SDGsの時代における「責任ある企業行動」

貧困削減のためには経済成長が必要で、経済成長のためには貿易を促進したい、というのが全ての途上国の政策目標である。

「援助よりも貿易を」というのは、一九六〇年代からのUNCTAD（国連貿易開発会議）のスピーカーだが、WTOのドーハ「開発」アジェンダは二〇〇一年の交

渉開始から一五年経っても妥結の糸口がみえていない。すなわち、貿易を通じた経済成長、経済成長を通じた貧困削減というシナリオは簡単にもたらされるものではないのだ。

WTO体制下で途上国が自由貿易の枠組みに参入する（グローバル企業のサプライチェーンの一部に組み込まれる）ことはよいことだとされるが、有望な輸産品を持たない後発発展途上国（LDCs）は、自由貿易の網の目から取り残されるリスクが高まっている。

SDGsの時代においてビジネスアクターに強く期待されているのは、三本柱のうち「社会」「環境」への取り組みである。もちろん、ビジネスの得意分野は「経済」であり開発や環境保全は直接的な利潤には結びつきにくい。だがビジネスアクターの利潤追求が無制限に行われれば、必ずや開発や環境保全の目的と相反するという意味で密接な関係を持っている。

ネガティブな企業活動をいかに制限するのか（そもそも制限するべきなのか）は、継続的に議論になってきた。特に、一九七〇年代にラテンアメリカで興隆した「従属論」者たちは、先進国企業によ

る利潤追求活動それ自身が「低開発」の原因とみてこれを否定する立場を取ってきたが、今日このよ様な立場は現実的とはみなされない。抜本的な解決にはほど遠いとしても当面有効だと考えられるのが「責任ある企業行動」という倫理的規範である。

一九七六年にはすでにOECDが「多国籍企業の行動指針」を制定している。これは先進国間の自主的申し合わせに過ぎないが、二〇一一年には「人権」条項を追加し、サプライチェーンに関連する「事前審査」を義務づけるなど時代の要請に応じて進化している。歩調を合わせるように国連も二〇一一年に「ビジネスと人権に関する指導原則（ラギーフレームワーク）」を制定した。すべてのビジネスアクターがこれを完全に遵守すれば理想的な世界が実現できるだろう

が、いずれも強制力はない。しかもこうした行動規範に反応しているのはひとにぎりのグローバル企業であり、かつ「できる部分から」であって、同一企業のすべての事業に適用されているわけではない。また、世界に散在する幾万の中小企業は、こうした指導原則の存在すら知らず、知ったとしても「そ

んなのどかな規範を尊重する余裕などない」というだろう。

●「誰も置き去りにしない」

ポストMDGsのどの目標ひとつとっても、多くのステークホルダーの複合的な努力の積み重ねによってしか到達できないものばかりである。公共的な責任を過度にビジネスアクターに期待することはできないが、政府と市民社会がともにビジネスアクターに「倫理的プレッシャー」をかけていくことは有効であろう。

マイクロファイナンス、フェアトレード、BOPビジネス、社会的起業家、社会的責任投資（SRI）など、「倫理的ビジネス」のツールは増加している。しかしどのツールも単体では成果が限られている。SDGsのスローガンが「誰も置き去りにしない（Leave no one behind）」であるならば、それぞれのアクターがそれぞれの視点を補完しつつ「公共的な関心事」に取り組んでいくしかないだろう。

（さとう かん／アジア経済研究所 研究企画部）