

# 責任あるビジネス・責任あるサプライチェーン 「ビジネスと人権に関する国連指導原則」を 日本はどのように活かせるか

二〇一一年国連人権理事会において、「ビジネスと人権に関する国連指導原則」(UN Guiding Principles on Business and Human Rights)が、日本を含む全会一致で承認された。同原則は人権保護という国家の義務を再度強調し、同時にすべてのビジネスが人権を尊重する責務を負うことを明確にしている。新興国や開発途上国でのビジネス展開において、進出企業は人権課題に直面しており、人権リスクの効果的なマネジメントは、国内外における責任あるビジネス・投資に不可欠である。ビジネスの主体は企業のみならず、様々な組織、団体そして政府自体も、公共調達、信用供与、ODAなどを通じて経済活動に関係する。

国連指導原則をいかに活用するかをテーマに、二〇一六年六月二九日国連大学ウ・タント国際会議場にて国際シンポジウムを開催した。福本拓也氏(経済産業省経済産業政策局産業資金課長)の開会挨拶、ダンテ・ペシエ氏(ビジネスと人権に関する国連ワーキンググループ議長)のビデオメッセージを受けて、海外からの専門家による報告、企業からのパネリストとともに、日本が直面する課題について議論を行った。

## 趣旨説明

山田 美和

●国連指導原則とは何か  
数ある国際機関から毎年出される文書の中で、ビジネスと人権に関する国連指導原則というものがなぜ特別なのか、その理由に次の三点が挙げられる。第一に、多くの関係者による合意形成によって作られた文書である点である。ジ

ョン・ラギー博士が国連事務総長から任命され、様々なマルチステークホルダー、各国政府、各国企業、そして市民社会組織の人々とのコンサルテーションを経てドラフトされ、国連人権理事会で全会一致で承認されたことが、指導原則を特別なものになっている。

第二に、指導原則は国に新たな義務を課すものではないという点である。企業に対しても、新たな法規制を課すものではなく、既に存在している国際人権基準を礎として、どのようにして各国の政府、企業がそれを実行していくのかという原則である。  
第三に、指導原則を受けて、OECD多国籍企業行動指針に新たな人権の章が加わるなど、多くの

ビジネスと人権、CSRにかかわる枠組みに影響を与えている点である。

指導原則が企業に求めていることは、非常にシンプルであり、そのオペレーションにおいて、人権を尊重する、人々の権利を侵害しないという最低限を明記したものである。日本企業には昔から「三方よし」という考え方があり、「売り手よし、買い手よし、世間よし」といわれるが、現代においては、かつては考えられていなかった世間の広がりが、日本国内だけでなく、海外に広がっている。直接的な取引先のみでなく、様々な関係性が広がってきている。指導原則は、企業に制約をかけるというよりは、人権を尊重するオペレーションを推進していくことにより、企業にとってレベル・プレイング・フィールドを醸成するという原則である。

●人権を保護する国家の義務  
最も重要なのは、政府が企業に対して「人権尊重が重要である」というメッセージを発することである。日本政府は、企業に対して人権尊重を期待するというメッセージをまだ明確に表明していないし、それがみえていない状況にあ

る。そのことによって、日本企業が、何もしなくていい、このままでいいと思ってしまうと、日本企業のグローバル競争力を弱めてしまいかねない。

したがって、我々は指導原則を活用すべきであるし、これを外圧と捉えるのは誤りで、我々は積極的にそして能動的に指導原則を、企業としても、それから市民社会としても使っていくことができる。

国とビジネスの関係においては、国有企業、国がシェアの一部を持っている企業など、公的資金が導入された様々な仕組みがあり、公共調達もある。国はビジネス活動を監督する、規制する立場にいると同時に、自らビジネスのアクターであるので、そこにこそ人権尊重が必要である。

さらに重要なのは政策の一貫性である。ビジネスに関係する省庁だけでなく、様々な省庁においてこういった人権保護に関する政策の一貫性が求められている。投資条約や通商協定においてもこのような観点が必要であることも指導原則に盛り込まれている。

## ●責任あるサプライチェーン

### —日本企業は受身なのか—

昨年ドイツで行われたサミット

の首脳宣言のなかに「責任あるサプライチェーン」という項目で、指導原則を強く支持し、G7各国が国別行動計画を策定する努力を歓迎すると書かれている。

各国は、それぞれの国の企業が、サプライチェーンにおけるデュー・デリジエンスの手続を実施するように、「国が企業に対して自発的なデュー・デリジエンスが可能になるように奨励しよう」と明記されている。G7はもちろん日本もメンバーであり、責任あるサプライチェーンは、グローバルビジネスのキーワードになっている。

二〇一五年度ジェトロ海外ビジネス調査において、日本国内の大企業六三三社、中小企業二二六七社、合わせて三〇〇五社からサプライチェーンの関係性について回答を得た。アンケートの結果では、「貴社は、取引（調達）先の工場や職場の労働・安全衛生・環境への取引先に関する方針を有し、取引先にその準拠を求めているか」という質問に対し、方針を有し、かつ取引先に準拠を求めているのは全体の二一％である。大企業では四〇％、中小企業では一六％である。大企業と中小企業の対照性が浮かび上がる。

方針を有し、準拠を求めていると回答した企業に対して、「どこが取引先に対してそれを求めているか」という質問には、八割以上が国内の調達先に準拠を求めている。海外の取引先に準拠を求めているというのも、大企業では四割、中小企業で三割ある。さらに、大企業で二五％、中小企業で一八％が「調達先にその企業の調達先にも準拠させるよう求めている」と回答している。

逆に、顧客方針への準拠ということで、自社が準拠を求められているかという質問に対しては、「準拠を求められたことがある」が全体の四二％、「求められたことはない」というのは四六％である。「求められたことがある」のは、大企業では約五五％、中小企業では約四〇％である。

業種別では、化学では六割を超えており、自動車、自動車部品そのほか輸送機器、それから、電気機械でも六割は超えている。

着目したいのが、「方針への準拠を取引先に求めている」と答えた企業よりも、「求められたことがある」と答えた企業が数として大きく上回るということである。もちろん、サプライチェーンの構造上から行けば、完成品をつくる

会社に対して、部品供給の会社は複数あるため、求めるよりも求められるほうが多くなるのは自明の前提としてあるが、大企業では「求めている」のが二五・二社に対し、「求められたことがある」と答えたのは三五〇社である。中小企業では、「求めている」のは三七九社に対し、「求められたことがある」は九一五社、およそ二・四倍になる。恐らくこの数字は今後増えていくと考えられる。

さらに、「どこから準拠を求められているのか」というと、海外が多いのではと推測していたが、そうではなく、八割以上が国内の顧客（納入先）から準拠を求められていると回答している。さらに、「顧客（納入先）から自社の取引（調達）先にも準拠させるように求められたことがある」と、大企業で二八・三％、中小企業で一六・五％が回答した。

これらの調査結果から、サプライチェーンにおいて、このような求めている、求められているという関係性が浮かび上がる。数字の上では日本企業は受け身、特に中小企業はそうであるということが明らかである。

## ●国別行動計画（NAP）とは何か

国別行動計画（National Action Plan）は、指導原則を各国がどのように具体的に運用していくのか、どのような政策を実施していくのかを明示する政策文書である。

NAPの一番の効果としては、繰り返しになるが、政府が指導原則にコミットしている、企業に対して人権尊重の期待を持っているということを示すことができる点である。企業にとっては、政府がビジネスと人権に関するコミットメントおよび方針を示すことによって、レベル・プレイング・フィールドの形成が促されるというのが最大の利点になる。そして、NAPの策定は、様々な関係者を関与させることによって、政府、企業、市民社会組織、それから労働組合等の関係者間の信頼醸成のために建設的な機会が生まれるというメリットがある。

英国、オランダ、デンマークのNAPの共通点は、大きく三つある。ひとつには、政府が、企業の人権尊重の責任を促進するために何をするかという具体的な政策が書かれている点である。二つめに、海外における自国企業による人権の尊重という点を強調している点

である。第三にいずれの国も、ミャンマーにおける責任ある企業活動、投資に注目しているという点である。

## ●アジアにおけるビジネスと人権の課題

この四月に初めて、アジア地域においてビジネスと人権フォーラムが開催された。指導原則をドラフトしたジョン・ラギー氏はその基調演説で、「アジアの国々には、限られた資源のなかで、人権をどうしても経済発展より後回しにしてしまうという誤解がある。持続的発展の課題は、根本的には人権の課題である」と論じた。

このアジア地域会議における最大のテーマは、移民労働者、外国人労働者であった。日本にも外国人技能実習生など様々な形で関係してくる。外国人労働者が集中するセクターは限られているので、人権侵害が起こりやすい。それを防止するための様々な規制や枠組みができていく。倫理的リクルートということがひとつの大きな課題となっている。サブライチエーションにおける労働者の権利に対する消費者や投資家の関心の高まりもある。

メガスポーツイベントに関して

は、日本も二〇二〇年にオリンピックを開催予定であるが、そのようなイベントにおける土地収用や、環境や労働者に対する影響のアセスメント、それから、持続可能な調達行動、日本もオリンピックで様々なものを調達していくが、どういう形で行っていくのかも議論された。開催地の決定過程から終わるまで、そしてその後についても、持続可能な環境システムの一部として、人権尊重が重要であることが議論された。

まだアジアの地域においてはNAPが作られていないなかで、今後、政府の役割はより大きくなるだろうという議論も行われた<sup>(1)</sup>。

## ●日本に見られる「三すくみ」からどう進むか

では、日本は指導原則をどのように活かし、グローバルな期待にどのように応えるべきか。

日本に見られる「三すくみ」と表現するのは、日本における政府と企業と市民社会の関係である。一昨年前にアジア経済研究所で、倫理的消費に関するセミナーを開催した。そこで企業が情報開示をしないのは、企業の側にいわせるのと、消費者が求めていないからであると議論された。消費者は、情

報がないから判断しないし、行動しない。企業は、消費者も求めてやらない。政府からの規制がないからやらない。政府も、企業からの要請がないし、消費者からの要請がないから何も動かない。この「三すくみ」から前に進むために、指導原則は、共通の言語として、政府、企業、そして市民社会が活用できると考える。

指導原則にもとづき、ビジネスと人権に関して、様々なステークホルダー、もちろん企業、それから、市民社会組織、労働組合、そして我々も消費者としても、市民としても関与し、日本においてどのようなニーズとギャップがあつて、それを把握して、政策として取り組んでいくのか。指導原則を、政府、企業、それから市民社会の共通のツール、言語としてどのように活用できるのか、本日皆さんと一緒に考えていきたい。

（やまだ みわ／アジア経済研究所 法・制度研究グループ）

### 《注》

(1) 詳細は拙稿「ビジネスと人権——二〇一六年国連ビジネスと人権初のアジア地域フォーラム開催される——」アジ研ワールド・トレンド、二〇一六年八月号、No.二五〇。