

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』にもとづく 日本の行動はどうあるべきか

——国別行動計画の策定へのマルチステークホルダーエンゲージメント——

山田 美和

「ビジネスと人権に関する国連指導原則」(United Nations Guiding Principles on Business and Human Rights)が2011年に国連人権理事会で承認されてから、同原則を具体的に実行すべく各国の政府、企業、市民社会が様々な取り組みを始めている。2016年11月16日ジュネーブにおけるビジネスと人権に関する国連フォーラムで、日本政府代表が同原則を実行する国別行動計画(National Action Plan : NAP)策定へのコミットメントを表明し、同年12月22日には日本政府の持続可能な開発目標(SDGs)実施指針に「ビジネスと人権に関する国別行動計画の策定」が明記された。

ジェトロ・アジア経済研究所が2017年3月1日に開催した国際シンポジウム「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』にもとづく日本の行動はどうあるべきか」(経済産業省、外務省および国際連合広報センター後援)は、日本政府によるNAP策定へのコミットメント表明後、初めてビジネスと人権に関する国連ワーキンググループメンバーら専門家を迎え、政府、企業および市民社会が一堂に会する画期的な機会となった。会場には220人を超える方々が参加し、ビジネスと人権について日本が直面する課題、日本のNAPのあり方、策定のためのマルチステークホルダーエンゲージメントについて議論した。

開会の挨拶

福本拓也氏(経済産業省経済産業政策局産業資金課長)

ビジネスと人権に関する国連指導原則、それにもとづく国別行動計画のあり方という議論において、大事なものは、この枠組みがあるから大事なのではなく、むしろ企業はこの課題に直面せざるを得ないということである。フレームワークありきではなく、何が大事なのか、何が問題なのかというアプローチが重要である。よい企業でありたいのは日本国内も同じだが、海外に出ていったときにその課題は変わっていく。これにどう取り組むか。そこで重要なものの一つはコミュニケーションである。今あるフレームワーク、それから今、日本政府として取り組んでいく計画は、皆さんがコミュニケーションするための共通言語である。経済産業省は、NAP策定における大事なパーツとして取

り組んでいく。本当に大事な課題は何かという考え方が我々の取り組みのベースにある。

鈴木律子氏(外務省総合外交政策局人権人道課兼人権条約履行室首席事務官)

国連人権理事会においてエンドースされたビジネスと人権に関する指導原則を我が国は強く支持し、その履行にコミットする。昨年、我が国はこの指導原則に基づき、ビジネスと人権に関する国別行動計画を策定していくことを決定した。具体的な国別行動計画の策定に向けて、関係省庁間のみならず、経済界、労働界そして市民社会の声が重要であり、策定のプロセスの中で皆さまのご意見、ご協力を得ながら進めていきたい。そしてこのプロセスを通じて、我が国として、引き続き責任ある企業活動を後押しする。

趣旨説明

山田美和 (アジア経済研究所 法・制度研究グループ)

●問題の見える化、対話のツールとしてのNAP

本シンポジウムの目的は、マルチステークホルダーがNAP策定にどう取り組んでいくかを議論することである。NAPは問題の見える化としての手段である。ビジネスと人権に関して、様々なマルチステークホルダーからのニーズとギャップ、具体的かつ実行可能な政策と目標を明らかにするプロセスによって、企業による人権侵害を防止し、人権保護を強化することができる。最近ではドイツ（2016年12月21日）、米国（同月16日）がNAPを公表した。様々な国のNAPを見ると、指導原則を通商政策、投資政策、援助政策などに活用している。

前回2016年6月の国際シンポジウムの参加者アンケートで、「今後日本がNAPを策定する場合、策定プロセスへの関与にご関心があるか」との問いに84%が肯定した。「NAP策定は海外でのビジネス展開に避けられないプロセス」、「日本企業がグローバルな競争力を高めるうえで力になる」等の積極的な支持と強い期待が示されている。一方関心がない理由としては、「個々の企業がブランドマネジメントの観点で、下請け工場等での人権保護を考えればよい」、「日本企業の意識は高い」、「サプライチェーンが国際化しているので一国での計画には限界がある」という意見が挙げられた。これらの意見に答えることが、有効なNAP作成につながる。個々の企業による努力には限界があり、企業の取り組みを支援する政策が必要となる。またNAPは投資先の相手国政府との対話を促進することができ、共同作業が可能であり、2国間の関係を促進するツールとして使える。

●現地における調査の重要性

有効なNAPを策定するためには、現状の正確な把握、基礎調査が不可欠である。具体的に企業が直面する課題についてアジ研では現地でのワークショップを通じて調査を行った。そこで明らかになったのは、サプライヤーが先になればなるほどサプライチェーンにおける労働状況が分からないという企業の率直な悩み、労働関係の法律が未整備ゆえのギャップの存在、立ち

退きなどの土地に関する権利問題、日本人スタッフによるローカルスタッフへの差別意識、ローカル企業の安全意識の欠如、人権リスクというコンセプト自体の認識の欠如等の課題である。日本の国内外のビジネスが人権に与える可能性にある負のインパクトについて調査し特定する。それが確かな情報とエビデンスに基づいたNAP策定へと導く。

●「三すくみ」から前進する日本

前回のシンポジウムで、日本にみられる「三すくみ」について話した⁽¹⁾。それは日本政府としては、企業から要請がないと動けない、企業からすると、顧客や消費者に評価されないのであれば、わざわざコストをかけて進んでやる必要もないから動かない、市民社会も、企業から情報開示がないと動けないという、三すくみの状態にあると申し上げた。今は日本政府は、企業、労働団体、市民社会と協働してNAPを作っていくということを正式にコミットし、この状態からは一歩大きく前進した。本シンポジウムはNAP策定プロセスの一歩であり、企業の競争力を高めるという意味で、議論を活発に進めていきたい。

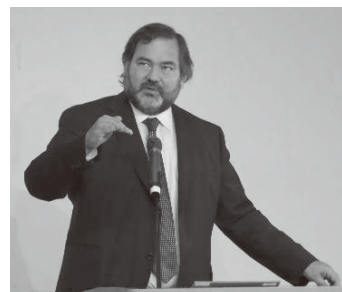
《注》

- (1) 2016年6月29日国際シンポジウムの詳細については『アジ研ワールド・トレンド』No.254（2016年12月号）に掲載。

基調講演

ビジネスと人権に関する国連指導原則の現状と今後のグローバル展開：日本のNAP策定に向けた提言

ダンテ・ペシエ (Dante Pesce／ビジネスと人権に関する国連ワーキンググループメンバー)



ビジネスと人権に関する国連ワーキンググループ（国連WG）は、国連人権理事会によって任命された5人の専門家から成り、各国の政府、企業、市民社会、

権利保有者など様々なステークホルダーに働きかけて、指導原則の普及やその実現を推進する活動を行っている。2016年11月ジュネーブで開かれたビジネスと人権に関する国連フォーラムで日本が国別行動計画(NAP)策定に向けたコミットメントを表明した。非常に喜ばしい展開であり、日本の今後の動きに期待している。国連WGの一員としてNAP策定に必要な支援ができれば嬉しく思う。今日の機会もそのためにぜひ活用してほしい。

●指導原則の三本柱

指導原則は3つの柱から構成されており、第1が人権侵害から保護する国家の義務である。ビジネスの現場で発生する人権侵害の防止に関しては、企業のみならず、政府にも責任があることをまず認識すべきである。さらに、国家は政策の担い手であると同時に経済活動を行う主体である点についても認識する必要がある。一般的に政府公共調達とはGDPの18~30%を占めるといわれており、政府は企業と取引する単体の事業主体として最大である。また、公共調達はサプライチェーンの裾野も広く、ビジネスと人権における政府の役割は非常に大きい。民間セクターの行動を規制する前に、政府はまず国営企業や公共調達における人権尊重のガイドラインを整備し、模範を示すべきである。

指導原則の2つ目の柱は人権を尊重する企業の責任である。バリューチェーンでつながっている一連の企業活動において、指導原則15に掲げられている人権デューディリジェンス(人権DD)は非常に重要な項目である。ビジネスと人権という課題に対して、企業はどのように対応すべきか悩む場面や現実との大きなギャップを感じることもあると思うが、何が問題となっているかを特定することができれば、それを出発点に人権への負の影響を排除していくことができる。

3つ目の柱は犠牲者に対する救済の手段へのアクセスの提供である。労働者の健康と安全は守られるべきという点については広く認識されており、すでに様々な対応がなされている。しかし、どんなに対策を施した体制で臨んでいてもリスクをゼロにすることはできず、被害者は生まれてしまう。労働者の権利侵害が起こった場合、何が起きたのかを理解し、何が足りなかったのかを学び、再発防止に努めることが重要である。被害者に対してはあらゆる救済手段が与えられるべき

であり、補償は必ずなされなければならない。

●指導原則の普及活動—活用される指導原則を目指して—

指導原則は様々なステークホルダーの意見を取り入れて策定された原則ベースのガイダンスであり、関係者に対してビジネスと人権に関するロードマップを示すことを主眼としている。国連WGは政府がNAPを策定することを推奨している。指導原則は必ずしも法的拘束力を持つものではない。しかしだからといって、指導原則を本棚に置かれたまま埃を被ってしまうようなものにはしたくない。我々国連WGは政府や企業に対し指導原則を紹介し、企業の現場で実践的に活用してもらうことを目指している。

また国連WGは指導原則を他の国際的な枠組みや基準、各国の政策などと融合させ、様々な場面で普及させていく役割も担っている。たとえばOECD多国籍企業ガイドラインのなかには人権DDの文言が挿入されているし、2017年3月に採択予定のILOの新しい多国籍企業および社会政策に関する三者宣言のなかでも言及されることになっている。

しかし、こうしたビジネスと人権に関するグローバル・ガバナンスにおいて、その政策に統一性がないという指摘を受けることがある。ビジネスと人権の課題は様々な国連機関の活動分野とオーバーラップしており、それぞれの機関がそれぞれの立場から独自に取り組んでいるため、個々の主張は正しいが、それらが微妙に異なってしまうという状況に陥っている。この微妙な齟齬が混乱を引き起こし、政策が統一されるまで指導原則の実現を見合わせるといった企業が出てくる可能性もある。政策のばらつきが企業による不作為の口実につながってしまう状況は避けなければいけない。

●実行可能なNAP策定の鍵

NAPは常に進化させていく政策であり、初めから完璧である必要はない。このため、まずは出発点となるNAPを作り、継続的に改善を加えていけばよい。しかし、最初のNAP(「NAP第一版」)を策定する作業はそう簡単ではなく、関係省庁間の連携、様々なステークホルダーからの意見聴取、さらには透明性の確保も求められる。政府の主導的役割がなければNAP策定は成功しない。そして「NAP第一版」を策定し

たら、それをテスト走行させることも大切である。試行錯誤のなかから学ぶ姿勢を失わず、他国の経験や産業団体の意見に耳を傾けることも必要だ。その際、情報をオープンにしてマルチステークホルダー間で共有することも重要になってくる。

また、NAPはあくまで各国の自主性に委ねられた政策文書であり、法的拘束力の有無や義務化の範囲などは各国がそれぞれ独自に決めることができる。どんなに見栄えがよくても実現可能性が低いNAPでは意味がなく、現実的なレベルのNAPを策定することがNAPを実施していく段階で鍵となる。

NAPはそれ自体で単体の政策枠組みである必要はなく、他の政策と融合する形であってもよい。たとえば、米国のNAPはビジネスと人権という名称を付けられていないし、EUの貿易政策である‘Trade for All’は指導原則を見事に取り込んだ政策の一例である。一方、アルゼンチンやコスタリカなどは、持続可能な成長戦略を構成する一つの要素としてNAPを位置づけている。政策実現の方法は多種多様であり、他国からNAPではないとみなされても、自分たちがこれがNAPであり、指導原則を実現していく手段であると認識していればそれでよい。また、指導原則と持続可能な開発目標（SDGs）は建設的な方法で相互に協調すべきと考えている。指導原則を人権DDに従って実現していくことこそが、我々にできるSDGs達成に向けた最初の一步となる。

●NAP策定にあたっての留意点—日本に向けたメッセージ—

NAP策定においては、批判的な声を持つステークホルダーも含め、様々な関係者の参加が重要な要素となる。たとえば米国の場合、労働組合やNGOなどの関係者がNAP策定プロセスの終盤になってようやく参加するなど、ステークホルダーの関与が限定的であったことが問題となった。策定プロセスの初期段階から多くの関係者を関与させることで、批判的意見をいち早く取り込み、NAPの走行を効率的に改善していくことができる。

また長期的ビジョンを維持することも重要である。いずれの政府も長期的ビジョンに基づいてNAP策定にあたっているが、現実問題として、政権が変わるとビジョンも失われてしまうという事態がしばしば起き

ている。ビジネスと人権は普遍的な課題であり、政権が変わってもその政策ビジョンは引き継がれていくべきものである。

NAP策定は、一からすべて新しいことに取り組まなければならないわけではない。日本企業は、すでに指導原則に掲げられている規範理念を企業活動のなかで実践してきており、決してゼロからのスタートではない。今後必要なのは、事業による人権への悪影響を特定し、問題点があればそれらに対処することによって状況を改善していくことである。そして、人権保護の対象範囲を自社のみならずバリュー・チェーン全体に拡げていくことが大切だ。

アジア太平洋地域では、韓国、タイ、フィリピン、インドネシア、マレーシア、シンガポール、中国などがNAP策定に向けてそれぞれに動き出しており、どの国が最初にNAPを策定するかの競争があるように思う。しかしそれは至って当然の流れであり、日本にはこの地域でのNAP策定競争の先頭に立ってほしい。日本政府や日本企業には、協調とピアラーニングに基づく健全な頂点への競争（Race to the Top）を期待しており、ぜひ指導原則の実現に向けて進展している証左を示してほしい。そして、何よりも忘れてはいけないのは指導原則を実行に移すことである。原則を書き記した文書も、理念を掲げた政策も、実施されなければ何の意味も持たない。常に実践することを念頭に置いていただきたい。

より多くの企業が指導原則を実現していくために、政府や企業をはじめとするすべてのステークホルダーのレバレッジを活用し、さらにはそうしたプロセスのスピードアップとスケールアップを図っていくべきである。そのためには関係者間のアプローチが統一されていなければならない。我々国連WGのメンバーも含めたすべての関係者が、お互いに学びあい、刺激しあって、ビジネスと人権という国際的な課題に取り組み、指導原則の実現を推進していきたい。

報告1

サプライチェーンにおけるリーダーシップとレバレッジ

ピーター・マカリスト (Peter McAllister/エシカル・トレード・イニシアティブ エグゼクティブ・ダイレクター)



倫理的貿易イニシアティブ (Ethical Trade Initiative : ETI) は、1998年に発足した約90の企業、50の国際的な労働組合およびボランティア組織が自主的な意思に基づき参加するパートナーシップ団体である。

ETIは世界中の労働者の権利の尊重を促進し、労働環境の向上に取り組んでいる。人権のアジェンダすべてを網羅して取り組むのではなく、ビジネスにとって最も重要な、サプライチェーンの管理に特化した活動を行っている。活動資金は加盟企業や英国政府などから得ている。メンバー企業は、英国、EU各国、米国、インド、南アフリカまで広がっており、アジアからの加盟も予定している。ETIが取り組むサプライチェーン管理の問題は、世界各国に広がるものである。

●NAP策定プロセスの重要性

NAPは、計画を作ること自体が目的化してはならず、NAPに示される計画は行動に移せるものでなくてはならない。そのためには策定のプロセスが非常に重要である。プロセスは政府、企業、市民社会が参加するもので、たとえ短距離競走のようなものではなく、マラソンのように長期にわたり実施されるものである。プロセスに時間をかけ、丁寧に行うことで、第1に、企業をはじめとする関係者の意識の向上と、指導原則に対する理解の促進ができる。第2に、企業に対する期待を明確化することができる。そして第3に、企業や市民社会のすべての関係者を巻き込むプロセスを行うことで、公平に競争できる環境を作ることができる。そのようなプロセスを経ることによって、政府、企業、市民社会が目的を理解し、計画を理解し、共通のゴールを持つことができるようになる。丁寧なプロセスがNAPの実行に必須である。

英国のNAPの初版は、プロセスを重視せずに策定

した結果、非常に残念なものに出来上がってしまった。企業、市民社会などの関係者へのコンサルテーションを行わず、彼らからの意見を取り入れなかったために、彼らのエンゲージメントもコミットメントも得られないものだった。2016年5月改訂版NAPは、この点を反省し、関係者を巻き込み、意見を聞き入れ、実効的なものに仕上がった。意見を聞く際には、批判する人々、意見や立場の異なる人々へも耳を傾けることが重要である。彼らを排除することは、重要なチェック機能を欠くことになってしまう。意見の異なる者の間で、理解と信頼を築くには時間が必要だが、基礎となる共通言語を組み立てることが大切である。そのためには、マルチステークホルダーエンゲージメントが有効である。異なる人々が意見を出すことに加え、それぞれの立場からの期待値を明らかにすることができる。

●専門家の役割

指導原則の実践においては、人権デューディリジェンス (人権DD) が鍵となる。我々は、企業が人権DDのプロセスで関係者との関係を深め、マルチステークホルダーエンゲージメントで判明した問題を解決するよう支援する。企業が人権DDを実践する際には、我々のようにサプライチェーン上の人権問題を特定し、対処するのを支援する専門家を積極的に活用してほしい。それは、たとえば合併案件での新たな投資機会や新規製品開発の検討の段階でその分野の専門家の意見を聞き入れるのと同様に、必要とされるべき外部知識である。根底となる部分を見誤ると、後に甚大な人権リスクや脅威となってしまうが、初期に正しい選択をすれば、価値を見出すことができるのである。人権関連の問題について、NGOに話したくないという懸念はあるだろうが、専門知識を持った人々の意見に耳を傾けることで、新たな視点を得ることができる。ETIは、サプライチェーン上におけるリスクを低減する支援を行っている。企業が海外にある取引先企業における人権問題への対処に取り組む際に、その国における規定を提示し、その問題をどの専門家やNGOに相談し対処すればよいかをアドバイスしている。

ベトナムでETIがオックスファムと協働し、ユニリーバ社のサプライチェーンの人権DDを行い、問題の改善に取り組んだ事例を紹介する。着手するまでには長い交渉があったが、調査の結果判明した問題はす

べてオックスファムから公開され、ユニリーバは指摘された問題の改善に取り組み、その状況を開示した。メディアからの批判を待たずに、自主的にアクションを起こしたことで、積極的に問題を意識できたのである。この行動によって、ユニリーバは、より大きな問題が発生するのを防止できたことに加え、消費者からの信頼を勝ち取ることもできた。このように人権DDというのは、日常業務ではチェックしないところまでも、専門家と一緒に丹念にみていくことである。

ETIが最近特に力を入れているのが仲裁である。特定の企業が人権侵害に関与している疑いがあると判明した時、ETIは関係者と同席し、実際に何が起こったのかの事実を明確にし、判明した問題への対処策を協議する。問題の解決策を特定し取り組むのは非常に困難であるが、不可能ではない。

これらの活動から学習された企業の経験は、ETIが企画する、加盟企業に対するトレーニングやミーティングなどを通じて共有される。すなわち加盟組織間の情報共有と相互学習を促進している。我々は、オーケストラの指揮者のような立場にあり、あらゆる関係者を招集する力を持っている。我々を活用することで、単体の企業、NGOまたは組合が独自に問題解決を試みるよりも、効果的に結果を出すことができる。

●政策への期待

人権リスクをどのように減らすことができるかということは企業による事業のあり方だけではなく、政策環境にも左右される。たとえば英国におけるNAP策定や現代奴隷法の制定は、強い政治的意思の下に推進された。先にも言及したが、英国の初版NAPには、企業の明確な役割が定義されていなかった。そのため個々の企業は、バラバラの理解をもとに意思判断を行う結果となった。改訂版NAPでは政府が主導的役割を果たし、企業に対する期待を明確にし、平等な競争の場を設けるように、政府の意思を明確に示した。それは、英国現代奴隷法にもとづくステートメント公表義務に表われている（注：同法は英国で事業活動を行う、年間の売上高が一定規模を超える企業に対して、自社のサプライチェーンにおいて奴隷労働と人身取引がないことを担保するために実施した取り組みについて年次でステートメントを作成し公開することを求めている）。これは企業に対し、明確な報告を求め、平

等な競争の場を設けることを目指している。現段階では一定条件以上の企業に対し報告を求めているが、本来は先進的な企業のみではなくすべての企業に実施してほしいものである。このように、政府が意思を持って責任ある企業への期待を明らかにするのは、非常に有効な取り組みである。

英国現代奴隷法の条項では、現代奴隷および人身取引に関する、従業員向けのトレーニングと能力開発状況の報告が含まれることを推奨している。ETIは英国内務省と協働し指針を出し、加盟企業に対するトレーニングの支援を行っている。彼らがベストプラクティスを共有する場も設けている。我々は、政府が示した政策をサポートし、よりビジネスフレンドリーな枠組みであるように努力している。指導原則や英国現代奴隷法が企業に求めるものは、比較的軽いものであるといえる。企業がこれらにもとづいて前進することができなければ、ビジネスを拘束する、さらに厳しい規制が求められるようになるだろう。我々は、現在の枠組みのなかで、変化を示していかなければならない。

●ガバナンスギャップに潜む人権リスク

現在のサプライチェーンは、非常に長く複雑だ。多くの国では、法律が整備されたとしても、それが十分なものでない、ということが頻繁に起こっている。人は職を求め国境を越えて移動している。これにより企業にとっては、問題に直結しないとしても、常にリスクが存在する。たとえばタイ経済は、非常に多様化されており、現代の多くのタイ国民はホワイトカラーだが、おもに第一次産業を維持するために移民労働者の力を借りている。しかし、法的な枠組みはこれに対応しきれておらず、ビジネス慣行もこれに追いついていない。よって搾取が起きがちな状況にあり、企業はETIや専門性の高い人々との連携が必要なのである。

企業は好むと好まざるとにかかわらず、厳しい外部の目にさらされており、消費者、従業員、市民社会の企業に対する期待は高まっている。彼らはSNSなどのメディアを通し、声を発信する力を持っており、企業はそれを認識しなければならない。企業はこの変化を認識し、指導原則という非常に前向きで強力な枠組み、かつ集中的なイニシアティブを好機として捉え、リーダーシップを発揮し、行動をおこすことで成功をおさめることができるであろう。

報告2

金融と人権

アニタ・ラマサストリ (Anita Ramasastry/ビジネスと人権に関する国連ワーキンググループメンバー)

(報告資料説明 山田美和)

金融と人権というテーマにおける人権のコンセプトは、ESG（環境・社会・ガバナンス）投資でいわれるSよりも広い。指導原則から金融セクターが学ぶべきものは、ESGを超えた視野を持って、国際人権基準に照らして自分たちのオペレーションが適切なのかどうかを評価し、アセスメントすることである。指導原則の3つの柱のうち企業が人権を尊重する責務があり、この企業にまさに金融セクターがある。

資金を提供する、ファイナンスをすること自体が、顧客の活動をエンドースしたことになる。クライアントが犯した人権侵害に関係すると見なされるリスクがある。リテールバンキングの観点からは、銀行サービスへのアクセスを確保することでその顧客の人権を促進できる。金融リテラシーを育てる、顧客が過重債務に陥るような状況にさせないようにする、責任あるマーケティングを行うことが、人権を侵害せず尊重し保護していくことになる。

ビジネスが人権に与える負のインパクトには、Cause（原因）、Contribute（加担）、Directly linked（直接的関係）という3つのグラデーションがある。原因とは銀行が自らの職場で特定のエスニシティを昇進させない仕組みになっているとか、労働組合への加盟を拒否しているとか、長時間労働をさせてしまっていることである。加担の例は、銀行が契約先のコールセンターに過重な要求をし、オペレーターが長時間労働を強いられるような状況になってしまう場合である。直接的関係には、ダムを建設する企業への資金提供で、その立地で強制的な住民移転が行われ、代替手段が確保できていないような場合がある。

現在ESGに関するガイダンスは、その中に指導原則を含めるように拡大されている。指導原則においてもデューディリジェンスによって、人権尊重の責任を果たす役割を銀行が担っていることが書かれている。

パネルディスカッション

パネリスト

ダンテ・ペシェ氏

(ビジネスと人権に関する国連ワーキンググループ メンバー)

ピーター・マカリスター氏

(エシカル・トレード・イニシアティブ エグゼクティブ・ダイレクター)

渡辺 美紀氏

(富士ゼロックス株式会社CSR部CSR企画推進グループ グループ長)

山本 淳氏

(Golden Dowa Eco-system Myanmar代表取締役社長)

山田 美和

(アジア経済研究所 新領域研究センター 法・制度研究グループ長)

モデレーター

佐藤 寛

(アジア経済研究所 新領域研究センター 上席主任調査研究員)

(肩書きは国際シンポジウム当日時点)

佐藤 富士ゼロックス社やDOWA社が実践で示しており⁽¹⁾、日本企業は指導原則ありきで人権に関する取り組みを行っているわけではないが、途上国、とくに人権リスクの高い国で独自の取り組みをしている。これら日本企業の取り組みは指導原則の枠組みからどう評価できるだろうか。

ペシェ 本日のパネルの冒頭で、自社の事例を紹介した富士ゼロックス社とDOWA社は、指導原則の枠組みの実践で重要なことを実践している。いずれもサプライチェーンの脆弱な立場にある人々や自社への批判の声に耳を傾け、人権に関する問題を特定し、聞いたことに基づいて対策を行い、状況を改善している。さらに被害を受けてしまった人々を救済する手段を用意している。これらの活動の内容は自社のウェブサイトなどに公開されている。両社は、いずれも自社で人権尊重を実践する一連のメカニズムを有しており、そのメカニズムは指導原則が求めるものと合致するものである。

マカリスター 指導原則を実践するということは、つまりは正しいことをするという事と同義であり、これは企業価値、企業理念、企業文化やリーダーシップによって導かれているもので、指導原則を目的として行われるものではない。2社の例は、良い経営をすることが、指導原則の実践に繋がり、どの企業でも指導原則の実践ができるということを示す具体的な事例と



して評価できる。

佐藤 日本企業に根付く「カイゼン」の文化は、具体的にどのように指導原則の実践に有益か。

ペシエ まず、指導原則が求める人権DDのプロセスと、カイゼンの文化に共通点が多い点をあげる。第1に、人権DDの目的は、すでにあるもしくは潜在的に存在する、人権に対する負のインパクトを特定し、それへの対策を取ることにある。カイゼンのプロセスは、現状を学び、それとあるべき姿とのギャップを特定し、対策を取るということを行うが、これは人権DDと互換性がある。第2に、継続的なカイゼンの文化が根付いているところでは、人権DDにおいてギャップを特定した後の対策がスムーズに進む。カイゼンすることが良しとされるため、対策を取りやすくなるからだ。実践にはトップレベルでのコミットメントが必要となるが、カイゼンの文化を持つ日本は、それを持たない、たとえば私の出身である南米の国よりも、企業のトップレベルからのコミットメントを得やすいだろう。

佐藤 英国はビジネスと人権の推進にかなり積極的だが、これを加速させた牽引力は何か。

マカリスター ロンドンオリンピック調達コードについては、関連する人権リスクを認識していたロンドン市長から明確な指示があった。英国現代奴隷法制定においては、2015年当時内務大臣であったテリーザ・メイ氏が牽引力となった。メイ氏は、積極的に政策キャンペーン活動も行い、推進に力を入れた。リーダーシップを取るべきポジションにいる人が、関係者たちを説得する力があれば、成果を出せる。

佐藤 公共調達における政府の役割は何か。

山田 公共調達がGDPに占める割合は15%から20%程度に上る。政府も一般の企業が行っているように、経済アクターとして物やサービスを調達しており、市場に大きな影響力をもつ。政府が公共調達の中で人権DDを実践することで、企業全体のプラクティスが向上し、レバレッジを効かせることができる。その意味

で政府の役割は大きい。

佐藤 他国のNAPから学べることは何か。

ペシエ 米国のNAPから学べることは、NAP策定は、現実的なやり方を求めて実践できることから始め、そこから積み上げて包括的なものを目指すことが大切であるということだ。NAPは全ての問題を一度に解決するものではない。またNAP策定の体制作りも重要で、政府のより高いレベルでのマンドートとして体制を作ることが効果的である。策定プロセスにおいては、政府の縦割りを打破して横断的に束ね、ビジョンを共有し、ステークホルダーを関与させることが大切だが、米国はこれを推進するコーディネーターを設置し、高いレベルでのマンドートをもって相互的に関わる調整役となった。

マカリスター 英国のNAP策定のプロセスは、一度目はできるだけ早く策定することを優先するあまり、ステークホルダーの声を十分に聞かなかったため、二度目はその点を改善した。策定プロセスには、ハイレベルのリーダーシップ、情報公開、コミュニケーションとフィードバックのプロセスが必須である。

山田 デンマーク、オランダ、ドイツ、米国といったNAPをすでに策定している国々は、策定プロセスの開始表明から、少なくとも2年はかけて策定プロセスを積み重ねている。マルチステークホルダーが集まって、特定の 이슈に関して理解して議論するというプロセスを丁寧に行っていくことに意味がある。

佐藤 企業の立場から求めるマルチステークホルダーエンゲージメントのプラットフォームとはどのようなものか。

渡辺 すでに取り組みをやっている企業だけではなく、必要性を感じないと言い切っている企業も入るプラットフォームであってほしい。誠実にビジネスをやりたいと思って、人材を育成したいと思っている企業が多いと思うが、残念ながら短期利益志向的な企業もいる。それらの企業も参画し納得し、レベルプレイングフィールド（level playing field: 公平な競争の場）を作っていけるようなプロセスがなければ実践は難しい。また、日本のみに限らず、サプライチェーンの先の見えないところで何が起きているかということ意識できるように、海外の、とくに取引額が大きい国々との関わりの中で何をやるべきかというテーマを議論する場も必要である。

山本 日本企業が進出する先の国の状況はバラバラで、懸念される人権課題も異なる。また、進出する日本企業の取り組みの姿勢も異なる。海外市場へ進出する日本企業が、日本企業として最低限守るべき規範が必要だ。これによって、その国における日本企業に対するイメージもよくなるだろう。

マカリスト 企業が1社でできることは限られている。異なる立場のアクターが手を組んで協力することで、非常に効果的な活動を行うことができることを、ETIの活動を通じて多く目にしてきた。ETIは企業、労働組合、NGOなどの話し合いの仲介を行っているが、まずは関係者が共に着手することに合意することが重要である。

佐藤 日本政府に対する期待は何か。

山田 日本政府はNAPの策定を表明した。さらに具体的に、企業のオペレーションの中で人権尊重が重要だというシグナルを何らかの形で明示することを期待する。その手法は、規制やインセンティブや企業の自主性を促すボランティアベースなど政策は様々なやり方がある。

山本 これから海外市場に進出する企業にとっては、事前準備の段階で支援を含めた、人権に関する情報提供が必要だ。これまでは、企業が自主的にリスクを背負って出ていっていたが、最低限のものは政府から提供していただきたい。

渡辺 日本政府が牽引し、現地の雇用や働く環境を良くしていくということにコミットするという、ジャパン・ブランディングを推進していただきたい。個別企業の努力は多くみられるが、それを日本という括りで、進出先の国の従業員を大切に、彼らの価値観を尊重する日本企業、というブランドを推進できると思う。また、各社が共通して使える情報、ビジネスマナー、規制情報というものが、NAPで提示されれば、企業は効率性という意味でも活用できるため、その観点からもジャパン・ブランディングとして実施していただきたい。

佐藤 日本のNAP策定プロセスに期待することは何か。

ベシエ 1年後、進捗の証左を見たい。関係者は、先行する他国や企業の例から学び、NAPの策定完了まで行動を起こすのを待つ必要はなく、今できることを直ちに始め、行動を起こしていただきたい。政府が企

業に対する期待と目標を設定すれば、企業はすぐにギャップを洗い出す作業を始めるだろう。政府が目標を設定し、各ステークホルダーは評価を行い、その結果に基づいて前進すればよい。

マカリスト 東京オリンピックは、企業や市民社会、労働組合が一堂に集まるプラットフォームを作る良い機会になる。これを活用してNAP策定を推進することをお勧めする。

山田 本日長いセッションの後に、指導原則が政府と企業と市民の共通言語にいいよなってきたと実感する。立場の違う多くの人々が集まって考えて共有していくプロセスが重要である。アジア経済研究所は、現地で日本企業が抱える課題を調査し続け、NAP策定のプラットフォームの一つとして機能していきたい。

《注》

- (1) 2社の取り組みの内容については、『ジェトロ・アジア経済研究所 ビジネスと人権・NEWS LETTER』第7号を参照。

閉会の挨拶

佐藤百合（ジェトロ・アジア経済研究所理事）

自社のみならずサプライチェーン全体に責任を負うという新しい規範に日本人はもっと気づかなければならない。環境破壊や、例えば東南アジアの文化、宗教やエスニシティの問題など、非常にセンシティブな問題に気づかなければならない。そして現地において日本人は見られていることをもっと意識していく必要がある。NAP策定のプロセスに多くのステークホルダーのコミットメントを取り付け、策定後は広く人々に理解を広めていくために今後5年が重要な期間になる。アジア経済研究所としては、人権というコンセプト、責任あるサプライチェーンというコンセプトを皆様に消化していただく一助になれば幸甚であり、そのための情報をこれからもご提供していきたい。

（やまだ みわ／アジア経済研究所 法制度・研究グループ）