

第 部 貿易・投資促進業務における環境社会配慮（案 1）

1. 基本的な考え方

ジェトロの業務は、対日投資の促進、開発途上国との貿易取引拡大、輸出促進や進出日系企業サポート等を通じた中小企業等の国際ビジネス支援、さらにこれらを効果的に実施するための海外ビジネス、政治・経済情報の収集、調査・研究、収集・蓄積した情報の発信・提供、日々の貿易投資相談、など多岐に渡っている。ジェトロはこれらの多様な業務を実施する過程で、環境や社会に対し様々な形で影響を与えている可能性がある。

ジェトロは、以上のようなその貿易・投資促進業務から生じ得る環境社会影響の可能性に配慮すると同時に、環境社会配慮に関する情報の収集・蓄積やその企業・民間部門への提供を行うことで、経済、社会、環境の持続可能な発展に貢献し、公的機関としての社会的役割を果たしていく。

2. 貿易・投資促進業務と環境社会配慮

ジェトロは自らが実施する貿易、投資の促進業務において生じ得る環境社会影響の可能性を認識し、関連する各国の法令（慣習法を含む）や国際規範（各種の国際的な枠組みや条約）を踏まえながら、その業務を企画、実施していく。

具体的には別表のとおり、貿易・投資促進業務をその性質により、「Outbound 我が国中小企業等の輸出促進」、「Outbound 我が国中小企業等の海外進出支援」、「Inbound 開発途上国との貿易取引の拡大等」、「Inbound 対日投資の促進」の4つに分類し、それぞれの業務が有する環境社会影響の可能性を把握・認識し、関連する各国の法令や国際規範に則り、業務に取り組んでいることを確認する。

3. 企業の社会的責任とジェトロの取り組み

今日世界の多くの企業は、経済、環境、社会のいわゆるトリプルボトムラインの側面を総合的に捉え、これを競争力の源泉として企業価値の向上につなげるという立場から新たな取り組みに着手している。これは、1990年代以降グローバル化が急速に進行する中で、企業の行動が社会や環境に与える影響への懸念も同時に高まりを見せており、結果として、企業の社会的責任(Corporate Social Responsibility: CSR)がそれぞれの国や社会のあり方を反映しつつ、これまでになく強く問われる時代となっているためである(別紙、「解説：企業の社会的責任(CSR) 背景と基本的考え方」を参照)。

以上のような企業・民間部門の意識、姿勢の変化を踏まえ、公的機関であるジェトロとしても今日その社会的役割を果たすため、自らが各国の法令や国際規範に則って行動するだけでなく、企業・民間部門に対しても、日常の接触、コミュニケーションを通じて、これら法令・国際規範に則った行動を促していく。また、

環境社会配慮の信頼性、企業の CSR 活動の信頼性を支える最も重要な要素は情報の開示とステークホルダーとの対話である。ジェットロは、自らの業務に関するが情報開示とステークホルダーとの対話を積極的に進めると共に、企業・民間部門にも同様の取り組みを働きかけていく。さらに、企業が、法令・国際規範の遵守を超えて、積極的に取り組む様々な CSR 活動に協力あるいは支援していく。

例えば、ジェットロが国の内外の事務所で行っている貿易・投資に関わる相談業務では、「××国に 〇〇を輸出したい」といった相談が寄せられることがある。ジェットロはこのような相談に対し関連法規を調査した上で、「××国の法令では〇〇の輸入は禁止されている」等の回答を行うことになる。日常の調査・研究、情報収集活動を通じて内外の法規、国際的規範、ルールを正確に把握し、これを踏まえて、相談を寄せてくる企業・団体に対し適切な情報を提供し、法令や国際的規範に則った行動を促していくことは、ジェットロが果たすべき重要な社会的使命である。

また、途上国の産業育成、特に貿易や投資を通して地域の開発、成長を支援するというジェットロの業務では、現地の製品の日本市場での販路を開拓し、当該分野の輸出拡大を図るため、ローカルの産品を発掘し、これを日本の市場に合うようにどのように改善すればいいか指導する「マーケティング」の支援を実施している。このような業務では、その製品の、例えば原料や部材の調達段階で生じ得る環境社会上の問題とこれへの対処にも注意を向ける必要がある。

さらに、製品・サービスの安全確保、地球環境・廃棄物リサイクル対策を含めた環境保護、労働環境改善、人材育成、人権尊重、腐敗防止と公正な競争の維持、地域貢献、さらに地域投資やメセナ活動、フィランソロフィー等、各分野で企業が行う CSR 活動に、とりわけ途上国におけるグッドプラクティスの推進支援という見地から、積極的に協力していく。

以上

(別紙)

解説：企業の社会的責任(CSR) 背景と基本的考え方

企業の社会的責任(CSR)の重要性が強調される背景としては、次の諸点が指摘できる。まず、1990年代以降急速に進行したグローバル化は世界全体で原材料・部品、労働力、などを調達し、世界全体でその製品を販売する多くの世界企業(多国籍企業)を生み出しているが、これらの企業の行動が社会や環境に与える影響への懸念も同時に高まりを見せている。そして、巨大な世界企業の多くが自らのブランドを賭けて幅広く CSR 活動に注力し始めているのも、このような社会の流れの中、経済、環境、社会のいわゆるトリプルボトムラインを総合的に捉え、これを競争力の源泉として企業価値の向上につなげるという立場からの企業戦略である。一方、例えば欧州委員会およびEU加盟各国政府においては、財政上の制約もあり、域内あるいは国内の大企業に対し、法律遵守を超えた社会的貢献を求める動きが顕著になってきている。ジェットロが、公的機関ではあるが、自らの業務について CSR の考え方も踏まえて環境社会配慮を行うのは、このような企業を取り巻く環境の変化に沿うためである。

また、経済産業省(2004年)によれば、一般にCSRの基本的考え方は、次の6点に整理できる¹。CSRは消費者、従業員、投資家、地域住民など様々なステークホルダーとの交流の中で実現される。CSRは企業外とのコミュニケーションに留まらず、企業内における組織体制の構築なども含まれる。法令遵守は当然にして行われなければならないものであり、これは企業の事業活動の基礎となる。CSRは、これに加え、事業と密接な関係を有する製品・サービスの安全確保、地球環境・廃棄物リサイクル対策を含めた環境保護、労働環境改善、人材育成、人権尊重、腐敗防止、公正な競争、地域貢献、さらに地域投資やメセナ活動、フィランソロフィー等、様々な活動に及ぶ。CSRは国や地域の価値観、文化、経済、社会事情によって多様である。したがって、我が国には我が国のステークホルダーが求めるCSRがあり、地域には地域のステークホルダーが求めるCSRがある。さらに海外にはその地域のステークホルダーが求めるCSRがある。このように、CSRの内容、取り組みは広範囲に及び、事業に密接に関係することから、企業の自主的・戦略的取り組みが重要である。CSRの信頼性を支える取り組みで最も重要なものは情報開示と説明責任、ステークホルダーとの対話である。(経済産業省(2004年)「企業の社会的責任(CSR)に関する懇談会 中間報告書」)