

## 第 部 貿易・投資促進事業における環境社会配慮(案)

### 1. 基本的な考え方

#### (1)環境社会配慮を通じた組織の社会的価値の向上

今日、民間部門、公的部門を問わず全ての組織は、自らの活動に関する環境社会配慮を適切に行うことを社会から求められている。民間企業にとって適切な環境社会配慮を行うことは、事業の経済的成果の追求ばかりではなく、社会や環境への影響にも留意して経営を行うことに他ならない。

世界の多くの企業は、経済、環境、社会という企業活動に係る 3 つの側面(いわゆるトリプルボトムライン)を総合的に捉え経営を行うことで、企業の社会的価値の向上、ひいては長期的な競争力の確保に結び付けるという見地から、時代の要請に対し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ことを背景にしている<sup>1</sup>。

公的部門に属しつつも、その事業の性格から民間企業と日常的な接触を持つジェトロの役割は、一方で自らが事業主体となる貿易・投資促進事業の環境社会影響に適切な配慮を行うことで組織としての社会的価値を高めることに加えて、民間企業による環境社会配慮、さらには CSR 活動を支援することで、持続可能な社会の実現に寄与することである。

#### (2)情報公開とステークホルダーとの対話、コミュニケーション

一般的に環境社会配慮の信頼性、あるいは企業の 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、コミュニケーションである。ジェトロは、自らの事業に関する情報開示、ステークホルダーとの対話、コミュニケーションを進めると共に、日常接触のある民間企業にも同様の取り組みを働きかけていく。

### 2. 事業主体としてのジェトロの環境社会配慮

ジェトロはその貿易・投資促進事業の多様な業務を実施する過程で、環境や社会に対し事業主体として種々の影響を及ぼす可能性がある。ジェトロはこのような貿易・投資促進事業遂行上生じ得る環境社会影響を検討し、関連する各国の法令(慣習法や慣習的権利を含む)や国際規範(各種の国際的な協定や条約)、さらには持続可能な社会に向け世界で取り組まれている各種の実践事例(グッドプラクティス)等を踏まえながら、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・投資促進事業をその性質により、「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

<sup>1</sup> 別紙 1、「解説：企業の社会的責任(CSR) 背景と基本的考え方」を参照。

各国の法令や国際規範に則り、また世界で取り組まれている実践事例を参考としてつづ、事業に取り組んでいく。

### 3. 企業の環境社会配慮、CSR 活動へのジェトロの支援

#### (1) 環境社会配慮に関する情報の提供と助言

ジェトロは、環境社会配慮に係る情報、すなわち各国の法令、国際規範(各種の国際的な協定、条約等)、そして各種の実践事例<sup>2</sup>等に関する情報を収集・蓄積し、この情報を日常的に接触のある海外とりわけ開発途上国の進出日系企業、さらには現地の企業・民間団体、公的機関へ提供することを通じ、これら企業・機関のCSR活動、環境社会配慮を支援する。

また、例えば企業から海外、特に開発途上国への進出に関する相談を受けた場合には、税制や最低賃金等、進出先における経営面での制度情報の提供に留まらず、地域の企業市民として受け入れられるよう、環境社会配慮の視点からの助言も行う。

#### (2) サプライチェーンへの配慮

途上国の産業育成、特に貿易や投資を通じて地域の開発、成長を支援するというジェトロの事業では、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、現地の産品を発掘し、これを日本の市場に合うようにどのように改善すれば良いか指導するマーケティングの支援を実施している。このような事業においては、例えばその製品の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。また、近年多くの企業によって採用されるようになったサプライチェーン・マネジメントについては、現地調達先に関する適切な情報を提供することで、日系企業の環境社会配慮を支援する。

#### (3) 実践事例の普及・啓蒙

CSR 活動とは、具体的には別紙「解説：企業の社会的責任(CSR) 背景と基本的考え方」に示されているように、法令遵守はもとより、事業に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・生態系保全を含めた環境保護、労働環境改善、社会的弱者への配慮、人材育成、人権尊重、腐敗防止、公正な競争、地域貢献、さらにメセナ活動やフィランソロフィー等、と多岐に及ぶものである。ジェトロは、企業が取り組む様々な CSR 活動に協力し、支援していくが、日常的な企業との接触を通じ、海外とりわけ開発途上国における実践事例の普及・啓蒙に取り組んでいく。

---

<sup>2</sup> 別紙 2、「環境社会配慮・CSRに係る実践事例」を参照。

(別紙 1)

## 解説:企業の社会的責任(CSR) 背景と基本的考え方

### 1. 企業が CSR を重視する背景

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経営を行うことで、これを企業の社会的価値ひいては長期的競争力の向上に結び付け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、法令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、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。

### 2. CSR の基本的考え方

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。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」)