

卸売業の CSR

— CSV 活動としての CSR 調達について —

B2EB1145 下林円

— 目次 —

はじめに	1
1. 理論編	2
1.1. 卸売業	2
1.2. CSR	3
1.3. CSV	4
1.4. CSR 調達.....	5
1.5. 卸売業と CSR.....	6
2. 分析編	7
2.1. 事例分析 — 食料 —	8
2.2. 事例分析 — 繊維 —	10
2.3. 事例分析 — 木材 —	12
2.4. 事例分析 — 鉱物 —	15
3. 考察・提言	18
3.1. 考察	18
3.2. 提言	19
おわりに	20
参考文献	21
付録	23

はじめに

「三方よし」という言葉がある。これは「売り手よし、買い手よし、世間よし」を意味し、近江商人の活動理念をあらわす。近江国（現在の滋賀県）出身の商人で、江戸から明治にかけ、行商や出店で全国に進出した彼らは、自身の利益だけでなく、商いを通じて地域社会の発展や福利の増進に貢献するべきだ、という考えを抱いた。

現代の商社の源流ともされる近江商人が、CSRにつながる「三方よし」という考えに重きを置いていたことから、「卸売業」と「CSR」、この両者には親和性があるのではないかと考えるようになった。

また、卸売業が直面する課題として、中抜き現象や卸売不要論がある。取引上の費用の削減を目的とするこれらの動きに対して、金銭面以外で存在感を示すことが求められる、とも感じた。

そこで、本論文では、卸売業の生き残り・存在意義確立をCSRという観点から分析し提言を行う。中でも、本業の利益と社会への貢献との両立を目指せることから、「CSV」と「CSR 調達」というキーワードをもとに論を進めていく。双方とも近年になり提唱されたコンセプトであるため、日本企業の対応は増加傾向にあるとはいえ、消費者に近いBtoC (business to consumer) 企業の事例が目立つ。また、卸売業自体も自身の活動がそれに該当しているという意識が薄いように感じる。「卸売業」と「CSV」、および「CSR 調達」のつながりを明らかにすることで、卸売業はもちろん、サプライチェーン全体の倫理的調達の実現可能性も考察する。

論文の構成は以下のとおりである。第一章の理論編では、まず卸売業の基本的な機能と現状を整理する。次に、CSRの考え方やCSVを実現する方法、CSR 調達の特徴、関連する規格などを説明していく。また第二章の分析編では、各業種で対応が必要な課題を紹介し、関連事例の分析を行う。第三章では、各事例をCSVを実現するためのアプローチをもとに分類し、その考察から、卸売業とCSRの今後の関係性を提言したい。

1. 理論編

1.1. 卸売業

1.1.1. 卸売業とは

卸売業は、メーカー・生産者や輸入業者から大量の商品を仕入れ、小売業・産業需要者に売り渡す業者間販売を担う。いわゆる BtoB (Business to Business) 企業に分類され、メーカーと小売業の中間に位置し、商流・決済・物流の効率化、最適化を図る。商品流通段階での数量や品質の調整を行い、人件費・設備費・物流費などの社会的費用の節減に寄与することが基本的な価値である。

総務省 (2013) 『日本標準産業分類』によると、卸売業は次の業務を行う事業所を指す (表 1)。

表 1 卸売業の定義

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none">1. 小売業又は他の卸売業に商品を販売するもの。2. 建設業、製造業、運輸業、飲食店、宿泊業、病院、学校、官公庁等の産業用使用者に商品を大量又は多額に販売するもの。3. 主として業務用に使用される商品 {事務用機械及び家具、病院、美容院、レストラン、ホテルなどの設備、産業用機械 (農業用器具を除く) など} を販売するもの。4. 製造業の会社が別の場所に経営している自己製品の卸売事業所 (主として統括的管理的事務を行っている事業所を除く)5. 他の事業所のために商品の売買の代理行為を行い、又は仲立人として商品の売買のあっせんをするもの。 |
|---|

(出所：総務省 (2013) をもとに筆者作成)

以上の定義を踏まえ、本論文では、総合・専門商社や各種卸売市場も広義の卸売業として扱いたい。

1.1.2. 卸売業の機能

円滑な商取引を目指す卸売業は、「調達機能」、「販売機能」、「物流・保管機能」、「金融・危険負担機能」、「情報提供・サポート機能」の 5 つの機能を持つ (表 2)。各企業はこれらすべての機能、または複数の機能を組み合わせ、事業を営む。

表 2 卸売業の基本的機能

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">● 調達機能
(仕入先から商品を確保する機能。売れ筋商品や独自商品の発掘、品揃えの充実を図り、販売先のニーズに沿った商品を調達する。)● 販売機能
(仕入先に代わって販路を開拓し、販売先に商品を提供する機能。前述の調達機能とともに、販売先の需要と仕入先の供給をマッチングして適材適所に商品を納める役割を担っている。)● 物流・保管機能
(仕入れた商品を倉庫に一時的に保管・管理し、必要な時に販売先へ配送する機能。多頻度小口配送 |
|--|

など、販売先のニーズへの柔軟な対応が求められる。)

- **金融・危機負担機能**

(仕入先や販売先の資金繰り支援として、代金の支払いを補う機能。また、商品の売れ残り、焼失や盗難などによる損害、価格や景気の変動など、商取引上のリスクを仕入先や販売先に代わって負担する機能。)

- **情報提供・サポート機能**

(仕入先に対しては、売れ筋商品や市場動向など、商品開発や生産調整に役立つ情報を提供し、販売先に対しては、商品情報を提供するとともに、小売店へ店舗経営をフォローするリテールサポートなどを行う機能。)

(出所：日本公庫 (2014) をもとに筆者作成)

以上を整理すると、「情報力」が卸売業の大きな強みと言える。商品の流通を中継するだけでなく、サプライチェーンの上流、下流の情報を蓄積・分析し続け、それぞれにより精密な仕入れ、供給の提案を行う。メーカーと小売業の双方から情報を獲得できる立場にあることが、卸売業の存在意義につながる。

1.1.3. 卸売業の現状

内閣府 (2014) 『2013 年度国民経済計算』によると、卸売業は国内総生産の 8.3%を占め、サービス業 (19.8%)、製造業 (18.4%)、不動産業 (11.7%) に次ぐ重要な産業である。

しかし近年、卸売業の存在意義は低下気味である。中でも、流通の短絡化や機能拡大による「中抜き現象」の影響は甚大だ。これは、小売業が卸売から製造までをコントロールする、あるいはメーカーが直接小売業とつながる等の行動を指す。メーカーから消費者へ、または小売店や量販店へ直に卸す直販方式や、小売業の大規模化や広域化、自社専用のプライベートブランドの企画提案などが具体例となる。また、本格的な人口減少や高齢化社会による需要の減少も、対応すべき問題である。

1.2. CSR

1.2.1. CSR とは

CSR (Corporate Social Responsibility、企業の社会的責任) とは、収益を上げ配当を維持するだけでなく、社会や環境と共存し、持続可能な成長を図り、自身の活動の影響について責任を持つ企業行動を指す。消費者、株主、従業員、地域社会、環境等の企業を取り巻く様々なステークホルダー (利害関係者) と信頼を構築することが重視される。

また、CSR として議論されている概念や文脈は、法令遵守、消費者保護、環境保護、労働、人権尊重、地域貢献等、多岐に渡る。具体的内容や政府の対応が、各地域の歴史・文化・経済的背景から異なる点に、企業は注意する必要がある。

特に、日本の CSR は環境、社会貢献、法令順守が中心である一方、ヨーロッパは広範な社会・人権問題、アメリカはフィランソロピー (慈善団体等への寄付) と地域社会への利益還元が中心である (藤井、2005)。

1.3. CSV

1.3.1. CSVとは

CSV (Creating Shared Value、共通価値の創造) は、マイケル E. ポーター／マーク R. クラマー (2011) 「共通価値の戦略」で提唱された経営フレームワークである。社会のニーズや問題に取り組むことで社会的価値が生まれ、その結果、企業の経済的価値創造、競争力向上につながるという主張する。

ポーターとクラマーは、CSVを実現する方法として、3つのアプローチを論述している。

① 製品と市場を見直す

企業と社会にとっての共通価値を創出するために、自身の製品・サービスで解決できる、またはその可能性がある社会的ニーズや便益、害悪を明らかにすることが、先決すべき課題であると説いている。そこから、既存市場における差別化とリポジショニングのチャンスや、これまで見逃していた新市場の可能性を見出すことができる。ここでは、製品の再設計や新流通手段などの抜本的なイノベーションが必要になる。

② バリューチェーンの生産性を再定義する

企画、生産、マーケティング、物流等の付加価値が蓄積されるビジネスプロセスである企業のバリューチェーンは、一方では様々な社会問題に影響をおよぼし、他方では経済的コストの発生という形でこれらの影響を被る。そのため、バリューチェーンの生産性を再検討することは、社会的な課題を解決するとともに、コスト削減等の企業にとっての利益につながるという。具体的な見直し項目として、「エネルギーの利用とロジスティクス」、「資源の有効活用」、「調達」、「流通」、「従業員の生産性」、「ロケーション」がある。

③ 企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる

企業の生産性やイノベーションは、サプライヤーや輸送インフラ、教育機関等が地理的に集積した地域、すなわちクラスターに大きく影響される。そこで、企業がクラスターを構成する条件の改善に取り組み、公正かつオープンな市場の実現に尽力すると、バリューチェーンの安定的供給、高品質・高効率を達成し、当該地の経済発展と社会発展の好循環も生まれると論じている。

それぞれが共通価値の好循環を形成し、いずれかのアプローチで価値を向上すれば、そのほかのアプローチにおいても好機が到来するという。

1.3.2. CSR と CSV の違い

改めて CSR と CSV の違いを整理する。CSR は自らが環境・社会に及ぼす影響への責任をとるという、いわばリスクマネジメントの意味合いが強い。一方、CSV は企業独自の資源や専門性を活用し、社会的課題の解決へ貢献するという、ビジネスチャンスであると考えられる。そのため、CSR よりも長期的・戦略的に実施できる。(表 3)

表 3 CSR と CSV の違い

CSR	CSV
価値は「善行」	価値はコストと比較した経済的便益と社会的便益
シチズンシップ、フィランソロピー、持続可能性	企業と地域社会が共同で価値を創出
任意、あるいは外圧によって	競争に不可欠

利益の最大化とは別物	利益の最大化に不可欠
テーマは、外部の報告書や個人の嗜好によって決まる	テーマは企業ごとに異なり、内発的である
企業の業績や CSR 予算の制限を受ける	企業の予算全体を再編成する
たとえば、フェア・トレードで購入する	たとえば、調達方法を変えることで品質と収穫量を向上させる

(出所：ポーター／クラマー (2011) をもとに筆者作成)

1.4. CSR 調達

1.4.1. CSR 調達とは

CSR の意識が向上するなか、CSR 調達の導入も増加傾向にある。

CSR 調達とは、企業が材料や部品、製品の調達を行う際、サプライヤーに対し、法令順守はもちろん、環境や人権にも配慮した製品の提供を求めることである。

環境負荷が大きい業種である製造業が、環境負荷の小さい原料から優先的に選択するグリーン調達に熱心であるのに対し、CSR 調達は一次産品を扱う流通業界や軽工業等でも積極的な取り組みが見られる。それは、CSR 調達の要求事項に社会的な側面が関係するためだ。CSR 調達の代表的な要求事項は、法令遵守、人権（児童労働・強制労働・差別の禁止）、労働（結社の自由・団体交渉権の保証、長時間労働の防止、最低賃金の保証）、安全衛生、環境などである。（藤井／海野、2006）

1.4.2. CSR 調達を行わないことによるリスク

グローバルな企業活動が進み、サプライチェーンは世界中に存在しているといえる。そのため、これまでは意識されていない様々なステークホルダーに起因するリスクも、CSR 調達には関係してくる。

CSR 調達に関するリスクとステークホルダーは、以下の通り分類される（表 4）。

表 4 リスクとステークホルダー

リスクの種類	重要なステークホルダー	想定されるリスク
ブランドリスク	NGO、消費者	不買運動 ネガティブキャンペーン
IR リスク	株主、投資家	株価下落 株主行動
調達リスク	サプライヤー	サプライヤーの操業停止 調達品の供給停止
販売リスク	行政、消費者、顧客企業	商品のコンプライアンス違反 商品の回収、改修 ビジネス顧客への納入停止 ビジネス顧客からの返品

(出所：藤井／海野 (2006) をもとに筆者作成)

1.4.3. CSR 調達と ISO

CSR 調達に関連する、国際的規格やガイドラインの制定も進行している。

ISO26000 とは、2010 年、ISO (国際標準化機構) により発行された、社会的責任についての国際規格である。企業のみならず、ありとあらゆる組織が対象であり、日本においても 2012 年、JIS (日本工業規格) に認証された。

ISO26000 には、7 つの原則 (説明責任、透明性、倫理的な行動、ステークホルダーの利害の尊重、法の支配の尊重、国際行動規範の尊重、人権の尊重) 、および 7 つの中核主題 (組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画) がある。これらをベースに CSR 報告書を作成したり、企業の取組を複数のステークホルダーがレビューしたりというように活用されている。

さらに現在、ISO26000 の内容の実践・普及を、サプライチェーン全体を通じ支援するために、ISO20400 の策定作業が進行中である。購買に関係するあらゆるステークホルダー (請負業者、供給業者、購買者、政府・地方当局等) と共に、持続可能な調達を目指していくことが目的である。サプライチェーン、調達という分野に、CSR の社会的側面を導入したことが特徴となる。

規格策定が順調ならば、2017 年に国際規格として発行される予定である。調達活動のスタンダードとなる可能性もあるため、自社の調達活動がどの程度持続可能なのか、ISO の考え方と照らし合わせ改善することが、企業活動に伴うリスクの軽減につながる。

1.5. 卸売業と CSR

国際規格の制定が進み、日本の経済界においても CSR 調達が広がるなか、卸売業の対応は不十分であると言わざるを得ないだろう。株式会社東洋経済新報社 (2015) 「東洋経済『第 11 回 CSR 調査』」によると、CSR 調達を実施していると回答した企業は製造業全体の 52.4% であるのに対し、卸売業は 25.8% だった。

CSR 調達の代表的な要求事項、人権や児童労働の問題は、BtoB 企業の卸売業も無関係でない。それを証明する事例がある。2009 年にアメリカで、マリからコートジボワールに人身売買され、カカオ農園で労働を強制された子供たちが原告となり、世界最大の食品メーカーであるネスレ社や、穀物メジャー (多国籍穀物商社) のカーギル社、アーチャー・ダニエル・ミッドランド社の 3 社を提訴した。現在も訴訟は続いており、サプライチェーンの社会的問題は大きなリスクとなることを示している。(谷口、2008)

グローバル化の進展に伴い、サプライチェーンが長く、多様・複雑になり、その源流まで遡ることは確かに難しい。しかし、だからこそ、商取引の円滑化を目指す卸売業がその「情報力」を活かし、CSR 調達の中心的役割を請負うことに意義があると考ええる。

中でも農産物や鉱産物などの一次産品は、サプライチェーンが相対的に短く、比較的容易に源流を特定できる。そのため、一方では生産国が抱えている社会的な問題の影響を受けやすいが、他方ではその解決を後押しできる可能性もある。

卸売業が CSV として CSR 調達に尽力することは、メーカーや小売業を巻き込み、サプライチェーンの社会問題解決はもちろん、自身の存在意義の確立への挑戦とも言える。

2. 分析編

本論文では、一次産品のうち食料、繊維、木材、鉱物を取り扱う卸売業の事例を分析する。中でも、①卸売業が主導的立場にいる、②現時点で CSV に該当する、または CSV へと発展する可能性のある事例、の 2 点を重視し、選定した。

選定した事例を、「CSV を実現するための 3 つのアプローチ」に基づき分類した上で、それぞれが実現する「経済的価値」と「社会的価値」を整理する。そこから、卸売業界の課題を見極め、CSV としての CSR 調達を更に推進するための提言を行う。

2.1. 事例分析 — 食料 —

2.1.1. トレーサビリティ

BSE(牛海綿状脳症)問題、農薬等の残留基準違反、産地や製造年月日の偽装など、食品の安心・安全が脅かされる事件や問題は少なくない。

また、食生活の多様化や遺伝子組み換え作物の登場、有機農産物の人気などを背景に、消費者の選択権というものへの関心も近年は高い。

以上の状況から、食品分野での「トレーサビリティ」が注目されている。トレーサビリティ(Traceability)とは、「trace(追跡)」と「ability(可能)」を組合せた造語で、商品の安全性を確保するために、該当商品の原料調達、生産、販売、廃棄などの流通過程(日時、所在、使用法)を記録し、追跡可能な状態に管理する仕組みを意味する。一般的に、トレーサビリティシステムというITシステムで情報が管理されており、バーコードやRFID(非接触ICによる個体識別)を各流通過程で読み取り、履歴情報を蓄積しているのである。

メーカーや小売業の対応が主流で、卸売業主導のトレーサビリティは極めて少ない。しかし、日本の農産物流通の6割以上は卸売市場が担っているため、流通段階の食品の移動を特定するトレーサビリティの徹底には、卸売業の対応が不可欠だろう。

2.1.2. ええもん畑【株式会社米子青果】

そこで、卸売業主導の事例を紹介する。1940年に設立された鳥取県米子市の地方卸売市場、株式会社米子青果(以下、米子青果)のトレーサビリティシステム、「ええもん畑」である。食の安心に対し関心が高まるなかで、2002年、輸入野菜の残留農薬問題や、国内の無登録農薬問題が発生。米子青果においても、青果物の売上が減少した。これが契機となり、2004年、「ええもん畑」は開始された。

「ええもん畑」で記録する情報は、生産段階での履歴情報と、小売店へ出荷するまでの流通履歴情報からなっている。

まず生産段階では、生産者が栽培履歴を管理項目に従い、インターネットを通じサーバーに登録する。管理項目は、生産者情報(氏名、産地、作付け品目・面積等)と青果物情報(品目品種、栽培方法、こだわり等)である。

次に、流通段階である米子青果は、上記の情報を整理し、生産者との話し合いで出荷予定を組む。これは、円滑に小売店へ出荷割当をするため、トレーサビリティシステムのQRコードのラベルを商品に印刷するためである。そして、小売店と出荷数を決め分荷し、それぞれの小売店の出荷記録を行う。いつどこで生産された商品が、いつどこをどれだけ通り、今どこにどれだけあるか、という情報が的確に把握できるため、在庫の減少につながる。

消費者は、商品ラベルのQRコードを専用の店頭端末のハンディスキャナで読み込む。すると、生産者の顔が現れ、商品紹介画面(商品名、品種、生産者、生産地、栽培のこだわり)が表示される。さらに情報を見たい際には、タッチパネルのボタンを押すと、より詳しい商品情報(栽培方法、農薬、肥料)や栽培日誌が見られる。米子青果のホームページにおいても、生産者、商品名、栽培のこだわりが掲載されている。

2.1.3. 分析

当事例は、生産者・小売店との更なる関係の強化、卸売市場の流通量の増加という経済的価値と、食の安全性の可視化、消費者の選択権の保障、在庫の減少に伴う社会的費用の削減という社会的価値を実現している。

CSVを実現するための3つのアプローチにおいては、消費者へ食の安心性を伝えるという点で「①製品と市場を見直す」、商品の追跡により在庫管理の効率化を達成するという点で「②バリューチェーンの生産性を再定義する」に分類できる。

2.2. 事例分析 — 繊維 —

2.2.1. オーガニックコットン

オーガニックコットンは、農薬や化学肥料などの合成化学物質を3年以上使用していない土壌で栽培された、遺伝子組み換え種子でない綿花であり、かつそれが認証されたものである。

環境への配慮、安心と安全を求める潮流の中にて、オーガニックコットン市場は確実に拡大している。オーガニックコットンの普及・啓発を目的とした非営利団体、Textile Exchange の「Organic Cotton Market Report 2014 Overview」によると、2014年の市場価値は約1兆9,000億円である。2005年の約640億円から年々増加して、30倍ほどの規模にまで成長した。また、生産量は2010年の約24万トンピークに3年連続で減少していたが、2014年には増加に転じ、約11万6,000トンである。

2011年の生産量後退においては、複数の理由が挙げられる。まずは、世界最大のオーガニックコットン生産国、インドの失速である。リーマンショックから始まる世界的な経済の低迷、市場の低価格化と農業者の栽培意欲の低減、GMO（遺伝子組み換え）種子の普及による非GMO種の入手の困難化が影響した。そして、インドに次ぐオーガニックコットン生産大国だったシリアの混乱状況である。内戦下で認証が出来ず、2011年からシリアのデータは加算されていない。

2.2.2. プレオーガニックコットンプログラム【伊藤忠商事株式会社】

1960年代の「緑の革命（穀物の多収穫品種の開発、灌漑・肥料・農薬・農業機械などの導入によりもたらされた、開発途上国における農業技術革新）」以来、インドでは遺伝子組み換え種子とそれに適応する農薬が大量に使用されてきた。その結果、農薬の購入および使用が、経済面や健康面で貧困層が多い綿花農家の負担となっている。

上記の状況を、ビジネスを通じ改善することを目指すとともに、オーガニックコットンの生産量増加、さらなる市場拡大に弾みをつける試みとしての、「プレオーガニックコットンプログラム」がある。これは、伊藤忠商事株式会社が株式会社クルックと共同で実施している、インドのコットン農家のオーガニック栽培への移行を支援する事業である。3年間の移行期間中に、有機農法の指導やオーガニック認証の取得サポートを行い、その費用を上乗せし購入することを保証。これにより、農家の経済面・健康面の負担軽減を目的としている（表5）。

表5 コットン農家へのサポート内容

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">● <u>移行期間中のコットンにオーガニック栽培支援費を付けて購入</u>
通常、農薬を使わないことでコットン収穫量は20~30%ダウンするが、3年間の移行期間中に収穫されたコットンは通常のコットンと同等の価格でしか販売できないため農家にとって大きな経済的負担となる。この移行期間の収入減への対策として、収穫時にオーガニック栽培支援費を上乗せして購入する。● <u>有機農法の指導</u>
インドで農薬が使われ始めて20年以上が経ち、オーガニック栽培に必要な有機農法のノウハウはほとんど伝承されていない。堆肥の作り方や、ハーブを使った自然の殺虫剤の作り方を指導するほか、遺伝子組み換えをしていない種の提供を行う。● <u>オーガニック認証の取得</u> |
|--|

オーガニックコットン／プレオーガニックコットンには、間違いなく農薬を使っていないという第三者機関の認証が必要となる。この認証を取得できるよう、畑の管理体制を指導し、申請・取得作業まで一貫してサポートする。

● **収穫時の購入保証**

毎年のプログラム収穫分に対してプレオーガニックコットンプログラムが、現地パートナーのオーガニック栽培支援団体ラジ・エコ・ファームと全量の買取り契約を締結。コットン購入代金を収穫前に支払うことで、ラジ・エコ・ファームが収穫時の全量購入をコットン農家に保証することが可能になり、農家のオーガニック栽培へのチャレンジを大きく後押ししている。

(出所：プレオーガニックコットンプログラム®をもとに筆者作成)

2008年にプログラムを開始し、2013年末時点で3,348世帯の農家が参加、うち1,479世帯がオーガニックの認証を取得した。また、アパレルメーカーや自然化粧品メーカーなど40社以上の製品に導入されており、綿花の取扱量は1,500トンに上る。

また2012年には、商業活動と持続可能な開発を実現できるビジネスモデルとして、国連開発計画(United Nations Development Programme、UNDP)の「ビジネス行動要請(Business Call to Action、BCtA)」に参加を許可された。これにより、UNDPと開発課題に取り組む企業間における認知度も向上した。

2.2.3. 分析

当事例は、新市場開拓、企業の国際的な認知度の向上という経済的価値と、現地農家の自立支援、環境・健康問題の解決という社会的価値を実現している。

CSVを実現するための3つのアプローチにおいては、環境や健康面の安全性に関するニーズを満たすという点で「①製品と市場を見直す」、有機農法の指導や公正な取引の実施という点で「②バリューチェーンの生産性を再定義する」、「③企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる」に分類できる。

2.3. 事例分析 — 木材 —

2.3.1. FSC 認証

1990年代、地球的規模で、森林破壊・劣化の抑止に対する機運が急速に高まり、適切に管理された森林からの木材の需要が増加した。この流れを受けて、1993年、森林管理の認証における国際基準を設定するため、非営利組織としてFSC (Forest Stewardship Council、森林管理協議会) が設立された。林業関係企業や環境 NGO、先住民団体などが参加。「環境的に適切な森林管理」、「社会的な便益をもたらす森林管理」、「経済的に継続可能な森林管理」を目標に、違法伐採防止等の活動を推進している。

FSC の認証制度には、適切な管理がなされている森林を認証するケース (FM 認証) と、加工流通過程の木材・木材製品を認証するケース (CoC 認証) とがある。

FM 認証 (Forest Management Certification) は、森林管理に関する10の原則 (表6) と、各原則に沿った56の規律に基づき森林を評価し、認証を授与する。

表6 FSC 原則

1. 法律の順守
2. 労働者の権利と労働環境
3. 先住民族の権利
4. 地域社会との関係
5. 森林のもたらす便益
6. 環境価値とその価値への影響
7. 管理計画
8. モニタリングと評価
9. 高い保護価値 (HCV)
10. 管理活動の実施

(出所：FSC ジャパンをもとに筆者作成)

CoC 認証 (Chain of Custody Certification) は、FM 認証の森林からの木材・木材製品 (紙製品を含む) に、認証されたものを一定割合以上は含み、加工流通過程で違法伐採等から由来する木材・木材製品が混入していないことを審査・認証する。認証された製品は FSC ロゴマークを表示できる (図1)。



図1 FSC ロゴマーク

(出所：FSC ジャパン)

国内外を問わず、FM 認証件数および認証面積は増え続けている。2006年3月末、世界の認証件数は

817 件、認証面積は約 7,400 万ヘクタール、また CoC 認証件数は 4,583 件。日本では、FM 認証 24 件、認証面積は約 27 万ヘクタール、CoC 認証 298 件だった。一方、2015 年 12 月現在、世界の認証件数は 1,369 件、認証面積は約 1 億 8,700 万ヘクタール、また CoC 認証件数は 29,764 件である。日本では、FM 認証 34 件、認証面積は約 39 万ヘクタール、CoC 認証 1,066 件となっている。(FSC、2015)

2.3.2. 三井物産の森【三井物産】

三井物産株式会社（以下、三井物産）は、北海道から九州まで全国 74 か所に合計約 4 万 4,000 ヘクタールの社有林、「三井物産の森」を保有している。これは日本の国土の約 0.1%の面積に相当し、企業が所有する山林面積では国内第 3 位となる。

1906 年、旧三井物産が木材部を設置し、北海道で山林の取得・経営に着手したことが「三井物産の森」のはじまりだ。2004 年からは、三井物産の 100%子会社である三井物産フォレスト株式会社（以下、三井物産フォレスト）が「三井物産の森」を保有・管理し、当地で生産された木材の販売も行う。

「三井物産の森」の目的は、“林業”と“森林の公益的機能の提供”の両立である。公益的機能の具体例として、国土の保全、水資源の確保、大気の浄化・地球温暖化の防止、生物多様性の保全、文化・教育の基盤などがある。

「三井物産の森」は、2009 年、全国 74 か所のすべてで FSC 認証を取得した。1 万ヘクタール以上の森林を保有する民間企業で、同認証を取得した事例は国内初となる。また、FSC 認証のうち、FM 認証を三井物産が、CoC 認証を三井物産フォレストが取得したことで、「三井物産の森」で生産された木材は全て FSC 認証材として販売可能になり、国産認証材の取扱数量も国内最大である（図 2）。



図 2 FSC 認証材の製品化の流れ

(出所：三井物産)

FSC 認証基準により、森林管理区分の再検討を進め、生物多様性の保全へ更に踏み込む森林管理の実現を目指しているという。また、森林の保全を地域の文化・伝統の保全につなげる活動にも精力的である。北海道平取町ではアイヌ民族の文化保全・振興活動、京都府嵯峨では「大文字五山送り火」や「鞍馬の火祭」への協力にも取り組む。

2.3.3. 分析

当事例は、消費者に対しアピール、企業イメージ向上による拡販効果、安定的な供給・流通の実現という経済的価値と、取引履歴の追跡による在庫管理の改善や業務効率化、環境・文化の保全という社会的価値を実現している。

CSVを実現するための3つのアプローチにおいては、世界的にスタンダードとなりつつあるFSC認証を、製造から流通まで一貫して扱えるという点で「①製品と市場を見直す」に分類できる。輸送手段や流通経路を見直し、輸入材と価格差を埋めることで、「②バリューチェーンの生産性を再定義する」を達成できる可能性もある。

2.4. 事例分析 — 鉱物 —

2.4.1. 紛争鉱物

携帯電話やパソコン、自動車などの身近にある様々な製品に鉱物資源は使用されている。そこで近年問題視されているのが、「紛争鉱物」である。これは紛争地域において産出され、現地の武装勢力の資金調達につながる鉱物の総称であり、特にコンゴ民主共和国 (the Democratic Republic of Congo, DRC) とその周辺地域で採掘される、スズ・タンタル・タングステン・金の 4 種の鉱物を指す。その採掘過程では武装勢力が関与し多額の資金を獲得しているため、略奪や暴力、児童労働・強制労働の助長要因となっている。

2010 年 7 月、アメリカの「ドッド・フランクウォールストリート改革および消費者保護法 (以下、ドッド・フランク法)」は、紛争鉱物の使用状況の開示に関する第 1502 条が追加され成立した。同条項では、米国証券取引委員会が米国上場企業に対し、紛争鉱物の使用および当該紛争鉱物の原産国が DRC またはその近隣諸国か否か開示することを義務づけている。

また EU でも、2014 年 3 月、欧州委員会が「紛争鉱物規則案」を発表した。当規則案の特徴は、“紛争鉱物の生産者により近い輸入業者を対象としたこと”、“対象地域を DRC に限定せず、武力紛争の影響を受けている地域およびそのリスクが高い地域としたこと”、“紛争鉱物利用の報告義務化に代えて、輸入業者による自主的な自己認証制度を採用していること”の 3 点である (ジェットロ、2014)。これが実際に施行された場合、卸売業も報告義務の対象者となる。

双方の対象の差異を示したものが図 3 である。

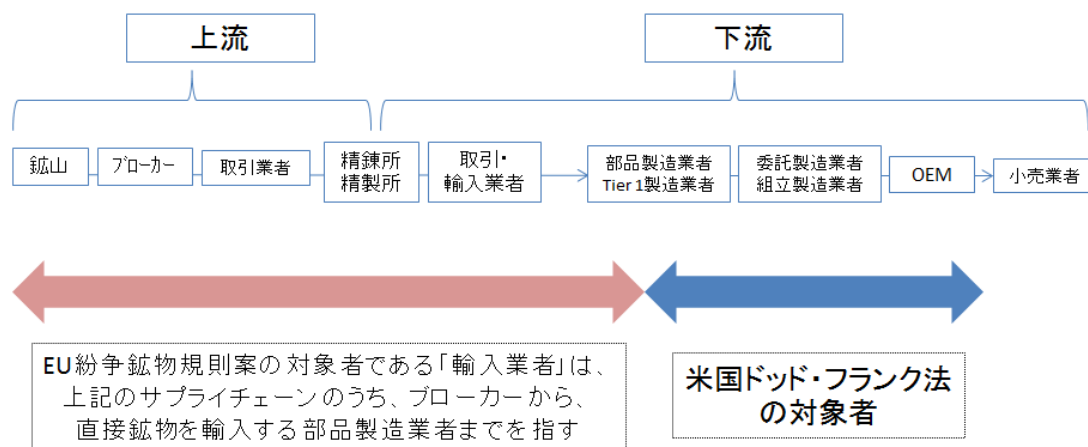


図 3 EU の紛争鉱物規則案とアメリカのドッド・フランク法の対象者

(出所：東京海上リスクコンサル (2014))

2.4.2. エシカルな鉱物・金属調達【エシカルケータイキャンペーン】

採掘問題の認知度の向上を目的に、2010 年 7 月、「エシカルケータイキャンペーン」が日本で開始された。国際青年環境 NGO A SEED JAPAN、国際環境 NGO FoE Japan、アムネスティ・インターナショナル日本などの NGO による「エシカルケータイキャンペーン実行委員会」が運営する取組である。

当委員会は、2014 年、「エシカルな鉱物・金属調達に関する公開質問状 2014」を実施し、その結果を

公開した（質問の詳細は付録を参照）。鉱物・金属のサプライチェーンの各段階の企業、上流の鉱山操業から下流の製品販売までが対象企業である。

質問状送付企業 97 社のうち、35%である 34 社が回答。商社・卸売は 5 社（住友商事株式会社、三井物産株式会社、伊藤忠商事株式会社、双日株式会社、丸紅株式会社）が回答、3 社（兼松株式会社、豊田通商株式会社、三菱商事株式会社）が未回答だった。

ここからは、紛争鉱物を対象とする回答を中心に、鉱物・金属調達についての卸売業の対応・現状を見る。

まず、ドッド・フランク法の紛争鉱物条項の対象企業であるかという質問に対し、「対象企業ではないが、取引先から調査を受けているもしくは調査を求められている」と全 5 社が回答しており、中間流通業者も避けては通れない問題であることが改めて分かる。

回答結果から、鉱物・金属の調達方針と具体的な対応を抜粋したものが表 7 となる。

表 7 調達方針と具体的内容

鉱物・金属の調達方針	具体的内容
サプライチェーン CSR 取組方針 【三井物産株式会社】	<ul style="list-style-type: none"> ● 全社一律の調達先宛出状 （営業本部、海外拠点および子会社の全調達先に対し、本方針への理解と協力を要請する書状を送付。方針の周知を徹底。） ● サプライヤーアンケートの実施 （「サプライチェーン CSR 取組方針の遵守状況」、「CSR 方針の有無」を問う調査） ● サプライヤー実態調査 （現地を訪問。サプライチェーン CSR 取組方針の遵守事項に沿ったチェックリストに基づき、仕入先の責任者と面談・製造現場視察。）
サプライチェーン CSR 行動指針 【伊藤忠商事株式会社】	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライヤーへのサプライチェーン CSR 行動指針の通知 （既存サプライヤーはもちろん、新規サプライヤーと取引を行う場合は事前の通知が必須。） ● 違反サプライヤーへの対応 （是正措置を求めるとともに、必要に応じて現地調査を行い指導・改善支援を実施。是正が困難と判断された場合は、取引を見直す。） ● サプライヤーCSR 実態調査 （サプライチェーン CSR 行動指針の 10 項目をベースとした「サプライヤーCSR チェックリスト」を用い、ヒアリングあるいはアンケートにより調査。）

<p>双日グループ サプライチェーン CSR 行動指針 【双日株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● サプライチェーン CSR 行動指針の通知、包括的な情報発信の実施。 ● サプライチェーン CSR の実践に向け理解浸透の対象範囲を拡大（「新興国からの輸入事業」、「新興国への権益・事業投資」、「小売事業」を行う営業部署に対し組織単位で研修。事業と CSR との結びつきを解説する新たな基礎研修を開発・実施。基礎研修を 400 名、従来の体感型研修を 185 名が受講。）
<p>サプライチェーン における CSR 基本方針 【丸紅株式会社】</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 全仕入先に対し、サプライチェーンにおける CSR 基本方針を伝達・共有。 ● 現地訪問調査、アンケート調査。 ● 基本方針内の労働基準を満たさない仕入先への対応（改善策が進捗しない状況が続く場合、取引の継続可否を検討。） ● サプライチェーンに関する必要知識を含む e-Learning 研修を実施、2013 年 3 月までに約 3,000 人が受講。

（出所：エシカルケータイキャンペーンをもとに筆者作成）

各社が調達方針を策定・通知しており、現地訪問やヒアリング、アンケートによる監査、違反取引先の見直し、自社内での理解促進研修など、行動につなげる企業も多い。

企業単独の活動以外においては、業界団体である日本貿易会などの「同業他社と問題を共有する場を持ち、業界を上げて取組む」、国連グローバル・コンパクトに代表される「国際的なネットワーク等で協力して取組む」という回答が目立つ。

2.4.3. 分析

以上の結果から、取引先であるメーカーや小売業の CSR 調達要請や、国際規格へ対応することによるリスクの削減という経済的価値と、商材の追跡や調達先監査・支援の実施による労働や人権問題の解決という社会的価値を実現している。

CSV を実現するための 3 つのアプローチにおいては、いわばトレンドである倫理的な鉱物・金属調達に答えるという点で「①製品と市場を見直す」、調達の公正性・透明性の向上という点で「②バリューチェーンの生産性を再定義する」に分類できる。紛争鉱物の当該地域ながら、武装勢力と無関係な住民や企業のため、インフラや教育環境の整備等により、地域の経済発展に助力することで、「③企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる」を達成できる可能性もある。

3. 考察・提言

3.1. 考察

これまでに分析した事例を、「CSV を実現するための3つのアプローチ」に基づき改めて整理したものが、表8である。

表8 各事例とCSVの関係性

取り組み	CSV を実現するための3つのアプローチ
プレオーガニック コットンプログラム	①製品と市場を見直す ②バリューチェーンの生産性を再定義する ③企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる
ええもん畑	①製品と市場を見直す ②バリューチェーンの生産性を再定義する
三井物産の森	①製品と市場を見直す (②バリューチェーンの生産性を再定義する)
エシカルな 鉱物・金属調達	①製品と市場を見直す ②バリューチェーンの生産性を再定義する (③企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる)

(出所：筆者作成)

「①製品と市場を見直す」はいずれの事例においても達成されていた。むろん、社会や消費者のニーズに対応することが、企業活動の基本である。しかし卸売業は特に、世間の関心、取引先の動き等に伴い、社会課題解決をコンセプトにした製品・サービスを提供しているという印象が強い。これは、サプライチェーンの上流と下流から情報を得る卸売業の特色が反映されているからだろう。

また、「②バリューチェーンの生産性を再定義する」、「③企業が拠点を置く地域を支援する産業クラスターをつくる」に分類されるよう、生産者支援や公正な取引、小売店へ積極的に企画提案を行う等、卸売業が位置するサプライチェーンの中流はもちろん、上流・下流それぞれに対し、自発的かつ踏み込んだ取り組みを行う企業も多い。

以上のように、CSR 調達、そしてそれを CSV として取り組む卸売業は増加傾向にある。本論文で取り上げていない企業や事例においても、CSR レポートやホームページで「共通価値」という言葉を使用したり、各事例の「経済的価値」と「社会的価値」の把握を目指したりという発展的な動きが見える。

一方、取引先が CSR 調達を希望しない場合、卸売業の取組は全く無意味になってしまう。これはサプライチェーンの中心に位置するためのジレンマであるとともに、「①製品と市場を見直す」に対し、卸売業はまだまだ主体性に欠けるということを示している。

また、そもそも消費者や社会の間で、社会課題や各企業の取り組み、規格・認証などが浸透していないという問題も存在する。こういった問題が解消されないうえ、最終消費者が要求していないことを理由として、取引先であるメーカー・小売業が CSR 調達の実施に乗り出すメリットはないと判断してしまう。これは世界的な潮流と相反するものであり、サプライチェーン全体の甚大な損失につながる可能

性もある。

3.2. 提言

卸売業の CSV、CSR 調達を更に普及・発展させるため、以下の提言を行う。

一つ目は「消費者の理解促進、意識改革」である。前述の通り、社会や消費者のニーズに対応することが企業活動の基本となる。卸売業単体でメーカー・小売業を動かすことは難しくとも、世論の形成を通じて訴える、ということはあるだろう。

短期的には時間と労力のかかる活動であるが、長期的にはサプライチェーンの意識改革につながり、CSR 調達においても主導的立場となれるため、卸売業のプレゼンスは確実に向上する。具体策としては、小売機能の取り込み、子会社・関連会社または各地域の小売店との協力などが挙げられる。単発の行事でなく、継続的に消費者が情報と接触できる環境を整備することがポイントとなる。

二つ目は「業界内の協力体制構築」である。中でも調達方針や認証等の統一が求められる。行動指針の評価基準や、認証機関、ロゴマークが複数存在すると、一つひとつの訴求力が弱まるため、認知度は向上せず、消費者はその正当性に疑問を持つ可能性がある。

業界内の合意形成においては業界団体が不可欠である。日本の卸売・商社の業界団体として「一般社団法人 日本貿易会」があり、当法人設立の「特定非営利活動法人 国際社会貢献センター」を通じ、国際社会貢献活動および CSR を行っている。しかし、卸売・商社の OB・OG などの個人の活動がメインで、業界全体で取り組む動きは見えない。卸売業が団結し、社会課題の解決に本業を通じ向き合う姿勢を示す意義は非常に大きい。団体として行動することで、サプライヤーに対し発言力が増し、活動の実効性も向上、非倫理的な企業を市場から排除するという効果をも見込める。

理論編で、卸売業の強みは「情報力」だと論じた。しかしそれは、情報の“収集”におけるもので、“発信”はまだまだ発展途上である。BtoB 企業であることを免罪符とせず、蓄積された情報から課題を素早く的確に見出し、サプライチェーンの調達リスク削減を目指す、いわば“調整力”なるものが、今後の卸売業に必要なだと考える。

これは冒頭にて紹介した、業界が直面する「卸売業の存在意義低下」という課題への挑戦とも言える。メーカーや小売業を巻き込み、サプライチェーン全体の意識改革を主導することは、「卸売業の生き残り」という経済的価値と、「調達における社会問題解決」という社会的価値の両立を実現する、まさに CSV である。

おわりに

論文を執筆するなかで、BtoB企業であることから、CSRの公開や発信に対して卸売業はまだまだ消極的であるように感じた。分析した事例でも、資金面や人員面で余裕があり、CSRレポートやホームページの内容が充実している大規模な卸売・商社ばかり対象としたきらいはある。

しかし、CSRに取り組む卸売業は年々増加傾向にあり、CSR調達などの、本業により近い形であるCSVの実現を目指す動きも見られた。サプライチェーンの中間に位置することから、生産者や消費者の問題意識をいち早く感じ取り、その解決への提案を行う企業は決して少なくない。メーカーや小売業などのサプライチェーンの各段階へ倫理的取引の意識を喚起、または他業界の機能を取り込む等の主体性が感じられる動きもある。また、大企業が率先し対応することで、中小企業の意識改革につながる可能性もあるだろう。

CSR調達、CSV実現などのCSRの新たな動きは世界的な潮流であるとともに、今後の発展が確実に期待される分野である。しかし日本の対応はこれからだ。問題や取組に対し認識を深めることは、その流れを加速させると考える。消費者として、そして社会人として、CSRに対し意識・関心を高く持ち続けて行きたい。

末筆ながら、本論文を作成するにあたり、ご指導ご鞭撻を賜った高浦康有准教授に深謝申し上げます。また、議論を通じて多数の示唆を頂いた、高浦ゼミの皆様にも、感謝申し上げます。

参考文献

- 末永國紀 (2011) 『近江商人 三方よし経営に学ぶ』 ミネルヴァ書房
- 末永國紀 (2014) 『近江商人と三方よし 現代ビジネスに生きる知恵』 モラロジー研究所
- マイケル E. ポーター／マーク R. クラマー (2008) 「競争優位の CSR 戦略」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』 2008年1月号 ダイアモンド社
- マイケル E. ポーター／マーク R. クラマー (2011) 「共通価値の戦略」『DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー』 2011年6月号 ダイアモンド社
- 藤井敏彦／海野みづえ (2006) 『グローバル CSR 調達 サプライチェーンマネジメントと企業の社会的責任』 日科技連出版社
- 藤井敏彦 (2005) 『ヨーロッパの CSR と日本の CSR 何が違い、何を学ぶのか。』 日科技連出版社
- 谷口玲子 (2008) 「多国籍企業と人権・児童労働問題」『農業と経済』 2008年7月号 株式会社昭和堂

- 総務省 (2013) 『日本標準産業分類』
http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/sangyo/H25index.htm
- 日本政策金融公庫 (2014) 「中小卸売業の生き残り戦略『3S+P』～繊維・衣服等卸売業と機械器具卸売業の事例研究～」『日本公庫総研レポート』 2014-5号
https://www.jfc.go.jp/n/findings/pdf/soukenrepo_14_10_31.pdf
- 内閣府 (2014) 『2013年度国民経済計算』
http://www.esri.cao.go.jp/jp/sna/data/data_list/kakuhou/files/h25/h25_kaku_top.html
- 株式会社日本総合研究所 (2014) 「CSR を巡る動き 『持続可能な調達』が ISO 規格化へ」
<https://www.jri.co.jp/page.jsp?id=25512>
- 一般社団法人日本経済団体連合会 (2015) 「ISO20400 (持続可能な調達) の概要と開発状況聞く」『週刊 経団連タイムス』 No.3207
http://www.keidanren.or.jp/journal/times/2015/0108_06.html
- 株式会社東洋経済新報社 (2015) 「東洋経済『第 11 回 CSR 調査』業種別集計結果」『CSR 企業総覧 2016 年度版』
http://www.toyokeizai.net/csr/pdf/syukei/CSR_syukei2016_2.pdf
- 農林水産省 (2014) 「食品トレーサビリティ 『実践的なマニュアル』 各論 卸売業編」
<http://www.maff.go.jp/j/syoutan/seisaku/trace/pdf/manual-oroshi.pdf>
- 社団法人食品需給研究センター (2006) 「株式会社米子青果 地場産青果物の流通におけるトレーサビリティシステム導入 (品目：青果)」『トレーサビリティシステム導入事例集 第 2 集』
<http://www.fmric.or.jp/trace/h17/casestudy2/1yonago.pdf>
- 株式会社米子青果 「ええもん畑」
<http://yonagoseika.co.jp/eemon/top.html>
- 日本オーガニックコットン流通機構
<http://www.noc-cotton.org/>

- The Textile Exchange 「2014 Organic Cotton Market Report」
<http://textileexchange.org/resource-center/reports-and-publications/2014-organic-cotton-report>
- 伊藤忠商事株式会社「プレオーガニックコットンプログラム」
<http://www.itochu.co.jp/ja/csr/activities/poc/>
- プレオーガニックコットンプログラム®
<http://www.preorganic.com/>
- 国連開発計画 (UNDP)
<http://www.undp.org/content/tokyo/ja/home.html>
- FSC ジャパン
<https://jp.fsc.org/jp-jp>
- FSC (2015) 「Facts & Figures December 2015」
<https://ic.fsc.org/preview.facts-figures-december-2015.a-5253.pdf>
- 三井物産株式会社「三井物産の森」
<https://www.mitsui.com/jp/ja/csr/contribution/environment/forest/>
- 三井物産フォレスト株式会社
<http://www.mitsui-forest.co.jp/>
- 独立行政法人日本貿易振興機構 (ジェトロ) ブリュッセル事務所 (2014) 「紛争鉱物に関する EU の取り組みを巡る動向」
https://www.jetro.go.jp/ext_images/jfile/report/07001719/07001719.pdf
- 東京海上日動リスクコンサルティング株式会社 (2014) 「紛争鉱物の国際動向～欧州規則案と米国上場企業の情報開示開始～」『リスクマネジメント最前線』2014・No.35
http://www.tokiorisk.co.jp/risk_info/up_file/201411171.pdf
- エシカルケータイキャンペーン「エシカルな鉱物・金属調達に関する公開質問状 2014 結果」
http://www.ethical-keitai.net/metal_questionnaire2014

付録

- エシカルケータイキャンペーン「エシカルな鉱物・金属調達に関する公開質問状 2014 及び回答票」

エンカナル鉱物・金属調達に関する公開質問状 2014 及び回答書

質問 0. 鉱物・金属に関するサプライチェーン上で貴社がどの部分にあたるかお答えください。(複数選択可)

- A. 鉱山採掘
- B. 精錬
- C. 一次加工 (冶金等)
- D. 二次加工 (部品等)
- E. 最終製品製造
- F. 商社・卸売
- G. 最終製品販売
- H. その他 ()

質問 1. 環境・社会問題に配慮した鉱物・金属調達を行うための方針や基準について伺います。

質問 1-1. 環境・社会問題に配慮した鉱物・金属調達を行うための方針を策定していますか。また、策定していない場合、今後策定する予定はありますか。

- A. 鉱物・金属の調達方針を策定している
(名称・公開場所:) 例: 国、掲載電子版
- B. 鉱物・金属に特化した調達方針はないが、全般の調達方針でカバーしている
(名称・公開場所:) 例: 国、掲載電子版
- C. 現在は全般の調達方針のみだが、鉱物・金属調達に特化した方針の策定を検討している。
(策定予定時期: 年 月頃)
- D. 鉱物・金属の調達方針を策定していない
(その理由:)

質問 1-2. 質問 1-1 で A~C と答えた方に伺います。策定もしくは検討されている方針についてお答えください。

	鉱物・金属の調達方針において、どのような環境・社会問題への配慮を定めていますか (複数回答可)	具体的に定めている鉱物・金属、内容があればお答えください。	鉱物・金属	具体的内容
A	<input type="checkbox"/> 土壌や水系・大気汚染を引き起こしていないか			
B	<input type="checkbox"/> 野生生物や生物多様性への悪影響を及ぼしていないか			
C	<input type="checkbox"/> 先住民・居住者の生活や土地・文化を侵害していないか			
D	<input type="checkbox"/> 児童労働や、劣悪な環境での労働を行っているか			

1

E	<input type="checkbox"/> 武装勢力の買金額となる等、紛争に調達していないか		
F	<input type="checkbox"/> その他 ()		

質問 1-3. 質問 1-1 で A~C と答えた方に伺います。策定もしくは検討されている方針の達成を確認するための基準を定めていますか。

- A. 基準を定めている
(内容:)
公開 URL を以下に記載するか、資料等を添付してください。(資料は公開対象外)
- B. 基準を検討中
(策定予定時期: 年 月頃)
- C. 基準は定めていない
(理由:)

質問 2. 鉱物・金属調達における環境・社会配慮の現状状況について伺います。

質問 2-1. 鉱物・金属調達において、調達先に環境・社会問題への配慮を求めていますか。(複数回答可)

	調達先に配慮を求めている環境・社会問題を お答えください。	配慮を求めている具体的な鉱物・金属、内容があればお答えください。	求めている具体的内容
A	<input type="checkbox"/> 土壌や水系・大気汚染を引き起こしていないか		
B	<input type="checkbox"/> 野生生物や生物多様性への悪影響を及ぼしていないか		
C	<input type="checkbox"/> 先住民・居住者の生活や土地・文化を侵害していないか		
D	<input type="checkbox"/> 児童労働や、劣悪な環境での労働を行っているか		
E	<input type="checkbox"/> 武装勢力の買金額となる等、紛争に調達していないか		
F	<input type="checkbox"/> その他 ()		
G	<input type="checkbox"/> 鉱物・金属調達において環境・社会問題について特に配慮は求めていない		

G の場合の理由 ()

質問 2-2. 質問 2-1 で A~F と答えた方に伺います。鉱物・金属調達における環境・社会配慮について、求めた内容についての確認を行っていますか。

- A. 確認を行っている → 質問 2-3 に進む
- B. 配慮を依頼するのみで、具体的な確認は行っていない

2

(その理由:)

質問 2-1. 質問 2-2 で A と答えた方に向います。具体的課題手続き・内容をお答えください。(複数選択可)
なお、対象動物・金属別に内容が異なる場合は、表を適宜追加して記入ください。

対象動物・金属	<input type="checkbox"/> A. 土壌や水系・大気汚染を引き起こしていないか <input type="checkbox"/> B. 野生生物や生物多様性への悪影響を及ぼしていないか <input type="checkbox"/> C. 先住民等・居住者の生活や土地・文化を侵襲していないか <input type="checkbox"/> D. 児童労働や、劣悪な環境での労働を行っているか <input type="checkbox"/> E. 買収力の資金源となる等、紛争に関連していないか <input type="checkbox"/> F. その他 ()
対象とする環境・社会問題	<input type="checkbox"/> G. 対象とする環境・社会問題は特定していない <input type="checkbox"/> H. 対象とする環境・社会問題は特定していない <input type="checkbox"/> I. 取引開始時 <input type="checkbox"/> J. 取引開始後、定期的に実施 (実施:) <input type="checkbox"/> K. 取引開始後、必要に応じて実施 (必要と判断される基準:) <input type="checkbox"/> L. その他 ()
ダイミソフ	<input type="checkbox"/> A. 現地訪問調査 <input type="checkbox"/> B. 聞き取り (ヒアリング) 調査 (聞き取り対象:) <input type="checkbox"/> C. 書面 (アンケート) 調査 (調査対象者:) <input type="checkbox"/> D. 文献調査 (対象とする文献:) <input type="checkbox"/> E. その他 ()
調査対象*	<input type="checkbox"/> A. 鉱山採掘 <input type="checkbox"/> B. 精錬 <input type="checkbox"/> C. 一次加工 (合金等) <input type="checkbox"/> D. 二次加工 (部品等) <input type="checkbox"/> E. その他 ()

* 様々な環境問題を解決する際、どの段階を対象としているかお答えください。

質問 2-4. 質問 2-2 で A と答えた方に向います。確認の結果、満足できる情報が得られましたが、

- A. 得られた
 B. 得られていない
 C. 回答率を含めた上記の選択理由 ()

質問 2-6. 質問 2-2 で A と答えた方に向います。確認の結果、問題だと考えられる事象がありましたか、

- A. 問題があった (内容:)
 B. 問題はなかった

3

質問 2-6. 質問 2-2 で A と答えた方に向います。確認の結果、問題があった場合にどのような対応をおこなったか (質問 2-5 で A と回答した方)、もしくはどのような対応を行うことになっているか (質問 2-5 で B と回答した方) お答えください。

質問 3. 動物・金属調達における環境・社会問題への対応や結果等のコミュニケーションについて伺います。

質問 3-1. 動物・金属調達における環境・社会問題への対応や結果に対して、情報発信を行っていますか、(複数選択可、情報発信を行っている項目の□にチェックを入れてください。また、行った情報発信のURLを以下に記載するか、提供資料等を添付してください。(資料は公開対象外))

A. ウェブ公開	<input type="checkbox"/> 問題の背景・自社の問題意識、 <input type="checkbox"/> 方針、 <input type="checkbox"/> 課題手続き・内容等、 <input type="checkbox"/> 確認結果 <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 実施していない URL:
B. 取引先 (上流)	<input type="checkbox"/> 問題の背景・自社の問題意識、 <input type="checkbox"/> 方針、 <input type="checkbox"/> 課題手続き・内容、 <input type="checkbox"/> 確認結果 <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 実施していない 方法:
C. 顧客・製品使用者	<input type="checkbox"/> 問題の背景・自社の問題意識、 <input type="checkbox"/> 方針、 <input type="checkbox"/> 課題手続き・内容、 <input type="checkbox"/> 確認結果 <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 実施していない 方法:
D. 従業員	<input type="checkbox"/> 問題の背景・自社の問題意識、 <input type="checkbox"/> 方針、 <input type="checkbox"/> 課題手続き・内容、 <input type="checkbox"/> 確認結果 <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 実施していない 方法:
E. NGO・NPO	<input type="checkbox"/> 問題の背景・自社の問題意識、 <input type="checkbox"/> 方針、 <input type="checkbox"/> 課題手続き・内容、 <input type="checkbox"/> 確認結果 <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 実施していない 方法:
F. 鉱山・工場立地住民	<input type="checkbox"/> 問題の背景・自社の問題意識、 <input type="checkbox"/> 方針、 <input type="checkbox"/> 課題手続き・内容、 <input type="checkbox"/> 確認結果 <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 実施していない 方法:

4

	URLもしくは資料名:
G その他 ()	<input type="checkbox"/> 問題の背景・自社の問題意識、 <input type="checkbox"/> 方針、 <input type="checkbox"/> 経営手続を・内容、 <input type="checkbox"/> 経営結果 <input type="checkbox"/> その他 () <input type="checkbox"/> 実施していない 方法:
H	URLもしくは資料名: <input type="checkbox"/> 問題意識はあるが、情報発信は行っていない (その理由:)
I	<input type="checkbox"/> 社務資料等類の類の問題を認識していなかった

[※]質問23の内容を併します。

質問 3-2. 社務・金銭調達における環境・社会問題について、関係者からフィードバックを得る双方向の仕組みを持っていますか。

A 持っている

対象	具体的な仕組み

[※]対象が複数ある場合は欄を追加してお書きください。

B 持っていない

質問 4. 植社・団体との協力について伺います。

質問 4-1. 責任ある社務・金銭調達を行うために、自社単独の活動（社内のボランティアチームにおける活動を含む）以外に他社ではどのような活動をしていますか？（複数選択可）

- A. 国際的な取決めについてロビーイングを行う
B. 国際的なネットワーク等で協力して取組む（参加しているネットワーク等：
C. 同業他社と問題を共有する場を持ち、業界を上げて取組む（参加している取組名：
D. MOU・NPOや消費者団体と協力して取組む（協力している団体名：
E. 採掘に伴う問題の認知度を上げる（取組内容：
F. 自社単独の活動以外は行っていない
G. その他 ()

質問 4-2. 社務資源・金銭調達に関して、MOUとの対応に関心はございますか。

- A. 関心がある
B. 関心はない

質問 5. 社務・金銭調達における環境・社会問題への対応に困難を感じていますか。困難を感じている場合、その原因となっていることは何ですか。（複数選択可）

- A. 社務資源・金銭のトーン・ペリチアを確保することが難しい
B. 問題のある社務資源・金銭を排除する方針がない
C. 社会的要請がない

5

- D. 社内での理解が得られない
E. その他 ()
F. 弊に認識を感じていない
G. 社務資源・金銭が環境・社会問題を引き起こしているという問題意識はない

質問 6. フロッド・フランチ法（フロッド・フランチ フェアールストーリー改革および消費者保護法）の競争社務資源についてお伺いします。

- A. 対象企業である
B. 対象企業ではないが、取引先から調査を受けているもしくは調査を求められている
C. 対象企業ではなく、フロッド・フランチ法に関連した調査や活動を求められたことはない
D. 把握していない

以下の回答は公開しません

質問 7. 質問4-2でAと答えた方にお伺いします。MOUとの対応などにどのようなことをお申し込みますか。

--

二回答者について

ご担当者様のご連絡先をお願ひいたします。（会社名以外の情報は外部には公開いたしません。）

会社名:	
部署名:	
役職:	
お名前:	
〒・住所:	
電話:	
FAX:	
e-mail:	

お忙しい中のご協力、誠にありがとうございました。

送付先 Email: info@ethical-kenisai.org

エンカレッジ・キャンペーン事務局 国際青年環境 NGO A SEED JAPAN (担当: 加村)

〒160-0021 東京都新宿区新町 5-4-23 Tel: 03-5366-7484 Fax: 03-3341-6030

質問紙掲載 URL: <http://www.ethical-kenisai.net/qa/questionnaire2014>

[※]お問い合わせは出来るだけメールでお願ひします。また、回答は Word 文書でご送付ください。

6