



# POLICY BRIEF

July 2011

Number 13

## 国際環境CSRマルチステークホルダー・プラットフォームを通じた日本のリーダーシップ強化

日本の産業界、市民社会、公共セクターの連携による  
東アジアのグリーン市場の拡大

### 主要な提言・メッセージ

- ☞ 本ポリシー・ブリーフは、環境における企業の社会的責任(CSR)に関するマルチステークホルダー・プラットフォームの構築を提案する。このプラットフォームにより、国際CSRイニシアチブ、特に東南アジアでのグリーン市場普及を目指すイニシアチブと企業との連携が可能となる。
- ☞ 日本の企業・市民団体は政府の国際環境協力戦略の構築に深い関心・期待を持っている。したがって、企業のCSR活動と国際環境協力戦略のすり合わせを行うことで、企業・政府・市民団体すべての優先課題に対応したターゲットが確定され、それぞれの力を相互活用することが可能となる。これにより、日本は東南アジアの環境問題におけるリーダーとして地位を強化できる。
- ☞ 日本の「国際環境CSRマルチステークホルダー・プラットフォーム」には付加価値の高い影響力が期待されている。本ポリシー・ブリーフでは、そのためのアプローチを以下の通り提案する。
  - ✓ CSR活動と途上国の開発における優先課題を結びつける対途上国援助フレームワークの構築
  - ✓ 中小企業のサプライチェーンにおける認証等、環境必要条件とのコンプライアンス向上
  - ✓ 東南アジアの一次生産者に対する環境負荷の少ない生産方式の推進。また、製品製造プロセスにおいて責任を果たすため、日本の企業と東南アジアのサプライヤーとの責任体制の強化。



ロバート・J・ディッドハム

IGESガバナンスと  
能力グループ  
研究員  
didham@iges.or.jp



林 信濃

IGES自然資源管理グループ  
副ディレクター

s-hayashi@iges.or.jp

## はじめに

企業の社会的責任(CSR)は民間セクターの発展途上国支援にしばしば活用されている。市場メカニズムや企業活動で環境に配慮した技術の使用を奨励する「グリーン経済」のコンセプトにおいて、CSRは特に重要な位置を占めている。それにもかかわらず、途上国で企業と様々な利害関係者の調整を行うことは問題が多く、効率も悪い上に、経済的負担も大きい。特に中小企業は、途上国に広くネットワークを持たないため、国際的なCSRを実施することが負担であり、環境分野におけるCSR活動の遂行が困難となっている。従って、国際環境CSR活動を展開するための支援メカニズムの構築が必要とされている。支援メカニズムは企業、NGO、公共セクター、その他ステークホルダーの需要・供給に合った機会を提供することでCSR活動を充実させ、結果的にグリーン経済の普及・推進を遂行するためのパートナー探しにかかる費用を大幅に削減できる。

本ポリシー・ブリーフでは、グリーン市場推進の為にCSRプラットフォームの役割を検討する。本ポリシー・ブリーフが日本を中心に据えている理由は、日本がアジアにおける環境協力で最先端を歩み、数十年に亘ってグリーン市場推進で国際的なリーダーシップを担っていたからである。経済的に急成長を遂げるアジア諸国の多くが「環境ラベリング」、「グリーン購入ネットワーク」、「公共機関による環境物品等の調達推進」など、日本のグリーン市場推進手段を参考にしてきた経緯がある。従って、環境協力のためのCSRプラットフォームの役割として望まれているのは、日本が東アジアでのグリーン市場を推進し、国

際協力で大きな予算を必要としない新たな環境協力分野を確保することである。中国、韓国、マレーシアなどの国においても、同様のイニシアチブの展開する可能性もあり得るが、十分なインセンティブとキャパシティがある点で日本が比較優位となっている。

本ポリシー・ブリーフは、日本政府の国際環境協力戦略と企業の社会的責任への関心を組み合わせたプラットフォームの創造を提案する。このような社会的責任への関心は東アジアでのグリーン市場推進のリーダーとしての日本の立場の向上に役立つものと考えられる。このプラットフォームは日本が直面していると思われる以下の3つの問題点の革新的解決策として提案される<sup>1</sup>。

- 1)日本は東アジア地域の環境政策において、指導的地位を失いつつあるという懸念がある。
- 2)日本の企業や民間セクターは、日本の国際環境協力戦略に十分に協力していないことを憂慮している。
- 3)日本の企業によるCSRの国際活動の多くが付加価値のある長期的で明確な戦略を欠いている。

本ポリシー・ブリーフは、関係するステークホルダー間において望ましい協力メカニズムを構築する上で、以上の3つの問題点にいかにか総合的に対処することができるかを検討し、これを実現するために必要なシステムの構築について概略を提示する。

## I 環境問題での日本のリーダーシップ

日本政府は過去20年に亘ってグリーン市場を国内で推進するため「環境ラベリング制度」、「グリーン購入ネットワーク」、「公共機関による環境物品等の調達推進」の3つの効果的な手法を普及促進しており、東アジア地域におけるグリーン市場展開で、他国を支援する有力なリーダーとして成功を収めてきた。しかし、現在では、日本の東アジアにおけるリーダーシップが薄れてきているのではないかと懸念が広がっている。

他の東アジア諸国のグリーン市場推進に向けた取り組みを検証すると、過去10年間に於いて日本のリーダーシップがいかに効果的であったかが良く理解できる。多くの国が日本で成功した実践モデルから学び、国内事情に合わせて応用してい

る。日本政府や日本に拠点を置くNGOからの直接支援により、多くの国がグリーン市場推進において、日本と同様の高い実施レベルを達成している。

したがって、現実に日本が「遅れ」を取り始めたり、成果が数値的に減少したりしているという訳ではなく、他の国が日本の優れた実践モデルを取り入れることで日本と同程度のレベルにまで追い付いてきているのである。これらの国々の中には、国内でレベルの高いグリーン市場の形成を実現し、東アジア地域でのリーダーシップを発揮している国もある。このような状況下での課題は、日本がこの地域におけるグリーン市場推進で重要な指導ができる唯一の国であるという特別の優位性を失ったこ

<sup>1</sup> これらの課題は日本の最新の国際環境協力戦略に関し、日本政府高官、企業の経営者、市民社会の代表者に行なったインタビューで確認されている。

とである。最近 韓国、中国、マレーシア等の国が国際環境協力を発展させるための新戦略を次々と発表しており、東アジア地域における環境問題で主導権をめぐる競争は熾烈なものとなっている。

このような状況下で日本は得意分野である「環境ラベリング制度」、「グリーン購入ネットワーク」、「公共機関による環境物品等の調達推進」において引き続き努力することが奨励されて

いる。しかし、日本が東アジア地域における国際環境協力で確固たる指導的な立場を守り続けたいのであれば、新たな分野を開発するとともに、発展性のあるニッチを開拓することが必要となってきている。本ポリシー・ブリーフでは、企業が国際環境協力戦略で政府と一致団結し、日本が世界的なリーダーシップを取るための革新的な機会としてCSR活動のプラットフォームを構築することを提案する。

表1 日本におけるグリーン市場の取組み

環境ラベリング		公共機関による環境配慮製品等の調達		
環境ラベルと その他タイプIのラベル	タイプIIIのラベル	公共調達に関する法	グリーン購入 ネットワーク	その他の取組み
✓エコマークは、1989年に環境省のイニシアティブで誕生・日本環境協会が運営管理 ✓その他ラベル（オルガニック、CASBEE、Eco-Rail、Green Pla(stics)）	✓ライフサイクル評価に基づくエネルギー消費に対するエコラベル（経済産業省のイニシアティブで誕生） ✓省エネラベル（経済産業省下の省エネルギーセンターが運営管理）	✓2000年に法制定し、全国・全県・地方自治体の73%で実施 ✓環境省環境経済課が運営管理	1996年にグリーン購入ネットワークが誕生。日本環境協会がネットワークの事務局を務める	2004年に仙台で行われた第1回グリーン購入世界会議においてグリーン購入ネットワークが主導的役割を果たし、国際グリーン購入ネットワーク（本部：日本）の創設に寄与

## 2 国際CSR活動の課題

日本企業はCSR活動強化のために目覚ましい展開を続けており、多くの事例において日本国内での長期的成果を出すための効果的な戦略を編み出してきた。国内においてはCSR活動を強化するためのネットワーク構築も既に行われている。多くの日本企業にとって、環境及び持続可能性におけるイニシアチブはCSRの優先課題になっている。一方、日本企業は厳しい低炭素目標を達成するためのレベルの高い環境パフォーマンス及び管理業務も進んで実施している。

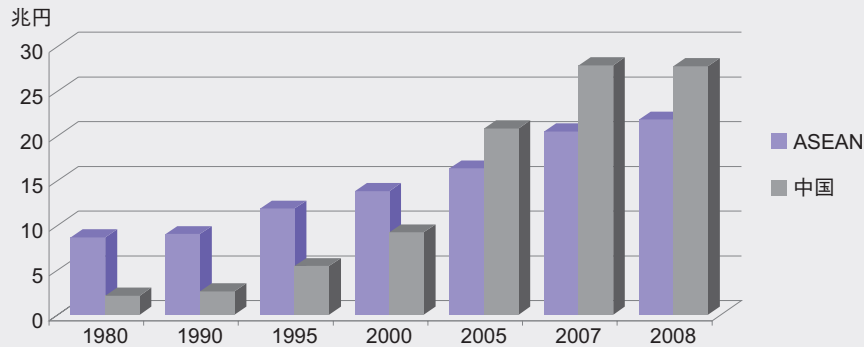
しかし、日本企業は国際CSR活動を日本国外、特に途上国で実施するに当たりしばしば深刻な問題に直面している。国際協力機構（JICA）の調査（2009年）によると、日本企業が直面する主な障害とは、1) CSR活動に関して認識が不十分、2) パートナーになり得る企業や組織に関する情報の不足、3) CSR活動に対する社内支援の欠如、4) 外国企業の商習慣や社会的及び文化的の違いに関する情報の欠如<sup>2</sup>、の4点であ

る。このような障害が存在する理由のひとつとして、国外でのCSR活動に関して戦略が調整されていないことが挙げられる。多くの企業で国際CSRに対する人材や予算が制限されていることが多いため、個別事業の継続を確保することが困難となっている。また、中小企業は国際CSR事業に独自で着手し、管理するだけの力が不足している場合もある。

異国での不慣れな状況での事業であるため、特定国政府の持続可能な開発における優先課題とCSR活動を調整することが難しい、などの問題が生じることも多い。特定国で該当するパートナーに関する知識が不足していれば日本企業が適切なCSRの機会を得ることが制限されてしまう可能性がある。複数の障害のため、企業が国外でCSRイニシアチブを開発するには国内での場合に比べ長い時間を要してしまい、運営コストが高額となることも多い。

<sup>2</sup> 関 智恵「Responsible Business Activities in Developing Countries: Linkage of JICA partnerships」国際協力機構（2009年）

上記課題を克服することで、マルチステークホルダー・ネットワークを通じた国際CSRへのアクセスにより、効果的な影響を与えることが可能になる。



Note: Import value of Viet Nam excluded for 1980-1990  
Source: The Summary Report on Trade of Japan. Japan Tariff Association: various issues.

図1 日本の対ASEAN(加盟国)・中国貿易額の傾向

### 3 低所得者層の重要性

現在、国際市場における売上は、日本の産業全体の売上のうち三分之一を占めている。さらに、日本企業は、経済的に成長している多くの途上国を将来にわたって長期的な利益を得ることのできる重要な市場と見なしている<sup>3</sup>。日本の産業界は特にアジアの途上国の低所得層(いわゆるBase of Pyramid「BOP」)に注目するようになるにつれ、「人権」、「社会的貢献」、「地域開発」、「環境保全」などをCSR活動のターゲットにし始めている<sup>4</sup>。このようなCSR活動が貧しい人々の経済的自立の支援になると日本企業が認識しているからである。

「世界の人口の三分の二に当たる40億の貧しい人々とビジネスを行うためには技術や業務モデルの根本的な革新が必要になる。」<sup>5</sup>そして、世界の人口増加の大部分が低所得者層で生じているため、一人あたりの購買力は小さくても、この巨大なグループは数兆ドル規模の市場といえる。しかし、もし企業がこの市場にアクセスを望むならば、これまでの利益率の大きい市

場での量的効果と資本効率に基づく経営モデルから方向転換をしなければならなくなるだろう<sup>6</sup>。

BOP市場にアクセスするための経営戦略に着手し始めている日本企業もあるが、そのような企業は持続可能な市場としての低所得層の安定性を支援する必要性も認識している。このような支援に日本企業は資金の拠出、各種トレーニングの提供、地域に合った新製品の開発などを行うと同時に、CSRターゲットとしての途上国への技術移転、プロセス・マネジメント(ISO認証取得の支援)、労働環境の改善などの推進を行っている<sup>7</sup>。下表は日本企業が途上国でCSRを実施する上で直面しているプラスとマイナスの要因をまとめたものである。これらの要因を分析すると、日本企業が途上国で行っているCSR活動が成功する秘訣は現地の顧客やビジネスパートナーとコミュニケーションを密に取り、不確実性をなくすことである。

<sup>3</sup> 関 智恵、前掲

<sup>4</sup> 「企業の社会的責任(CSR)に関する経営者意識調査」経済同友会 2006年発表  
<<http://www.doyukai.or.jp/policyproposals/articles/2005/060307a.html>>(2011年5月20日現在)

<sup>5</sup> Prahalad, C. K. & Hart, S.L. (2002) "The Fortune at the Bottom of the Pyramid". *Strategy + Business*, Issue 26, p. 2.

<sup>6</sup> Prahalad, C. K. & Hart, S.L. (2002) *Ibid.* pp. 2-5.

<sup>7</sup> 関 智恵、前掲

表2 途上国のサプライチェーンでのCSR活動に関する日本企業の認識

メリット	デメリット
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 長期的で緊密なビジネスパートナーとの連携</li> <li>▶ グリーン購入プログラムの経験に基づいた品質管理の知識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 他国と比べ活動の着手の遅れ</li> <li>▶ 多様なステークホルダーとのコミュニケーション能力の不足</li> </ul>
機会	問題点
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 途上国の事業所有者/経営者のCSR活動への関心の高まり</li> <li>▶ CSR 購入/調達普及</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 日本国外のCSR関連法及びフレームワークの急変</li> <li>▶ パートナー企業の人材の高い流動性</li> </ul>

出典：生田孝史「研究レポート #308」富士通総研(2008年1月)

## 4 東南アジア - CSRの優先ターゲット

国際CSR活動を東アジア地域、特に東南アジアを重視する理由は多い。多くの日本企業が東南アジアに原料生産の関連会社を所有し、重要な資源の供給をこの地域に依存している。CSR活動は東南アジアの原料生産の環境パフォーマンスや有害物質がより少ない生産を推進し、グリーン化のレベルがより高いサプライチェーンを目指す活動を支援することにより、日本の親会社と東南アジア各国のサプライヤーの責任体制をより強化することができる。商品の環境上の利益向上を推進する日本の付加価値型の生産者や小売業者にとっての課題は、東南アジア産の材料や部品に信頼性がないことである。サプライチェーンをグリーン化するためのCSR活動は、製品の

製造過程における全工程において、信頼性の高いものにすることを可能にする。

さらに、日本企業は東南アジア各国における国内市場のグリーン化を支援することで、地元の業者が供給する新規開拓市場の販売機会を強化することになる。東南アジアで急速な経済成長を遂げている国々で、日本企業がCSR活動を行うことは、グリーン化で社会的責任のある日本製品ブランドを消費者に定着させるための重要な広報及びマーケティング活動を行うことでもある。

## 5 東南アジアのCSRの協カメカニズムの進展

東南アジア諸国連合(ASEAN)がCSRを2011年の主要目標にしていることから、日本が東南アジアでのCSRを推進していくことは極めてタイムリーである。ASEANにおけるCSRネットワークが構築・整備されたのは2011年1月初旬である<sup>8</sup>。ASEAN政府間人権委員会(AICHR)も今年CSRの最低基準を同定するための地域フレームワークの設置に向けた検討を行っている。ASEAN基金とASEAN CSRネットワークは「ASEAN社会文化共同体ブループリント」の目標達成を目指し、東南アジアにおけるCSRイニシアチブ推進のためのパートナーシップを2011年3月に締結している<sup>9</sup>。

国連グローバル・コンパクトに沿って創設されたシンガポール・コンパクトは、CSRを準地域で推進するために、東南アジアにおいて実施された先導的な国家レベルのネットワークイニシアティブの優良事例の一つである。シンガポール・コンパクトは「調整された戦略と実施によるより大きな協力のためのマルチステークホルダー・プラットフォーム」<sup>10</sup>として設置された。国連グローバル・コンパクトは人権及び労働の権利、不正行為防止、環境問題を尊重する、広くコンセンサスを得た10の原則に基づいており、高度なCSRを追求する企業の戦略政策の拠り所になっている<sup>11</sup>。東アジア地域では、国連アジア太平洋経済

<sup>8</sup> 2011年1月11日にASEAN基金、インドネシア・ビジネス・リンクス、国際商業会議所(マレーシア)、企業財団連盟(フィリピン)、タイ上場企業協会CSRクラブ、及びCSR・シンガポール・コンパクトがASEAN CSRネットワークの創立メンバーとして統合された。

<sup>9</sup> このパートナーシップは日本ASEAN連帯基金が後援する予定。ASEAN基金「eNewsレポート」(2011年3月18日号)

<sup>10</sup> <http://www.csrsingapore.org/aboutus.php>

<sup>11</sup> <http://www.unglobalcompact.org/>

社会委員会(UNESCAP)が地域のグローバル・コンパクトのイニシアチブの調整を行っている。

環境パフォーマンスの実施で模範を示した日本は、自らの国際環境協力とCSR活動との間で調整された粘り強いアプロー

チを東南アジアの新しいCSR制度に対して行うことで、有意義なリーダーシップを示すことができる。この方法は現在、急増しているCSR促進普及活動に欠けている戦略的なアプローチや目標を提供するものである。

## 6 CSRと国際環境協力を統合することによる日本の利益

日本政府の国際環境協力戦略と国内企業のCSRの足並みを揃えることで目指しているのは、全ての関係者にとって一層戦略的で有意義な成果を生み出すことであり、また、環境問題のリーダーとしての日本の地域的役割を確保することである。これは特にグリーン市場推進においてそのように言うことができる。

日本の企業や民間団体は、政府の国際環境戦略の策定により深く関わりたいという要望を持っている。政府、民間団体、

企業の三つのセクターが一致協力してニーズと優先課題を調整することが可能であれば、環境問題におけるリーダーとして日本の総合的な地位を強固なものとするができる。さらに、さまざまなステークホルダーの取り組みを調整することで、この戦略の目標達成能力を実質的に大きくすることが可能となる。環境サステナビリティとグリーン市場の推進は三つのセクター関係者にとって優先課題と認識されており、各セクターが独自の強みや能力を発揮できるテーマ性のあるターゲットである。

## 7 国際環境 CSRにおける日本のマルチステークホルダー・プラットフォーム

上記で指摘した課題に対処するために、本ポリシー・ブリーフが提案する解決策は日本の企業、市民社会、政府の三つのセクター間で求められる協力と調整関係をより強化することで、高いレベルでの成果を挙げることが可能となる。これを実現するためのプロセスとして、日本企業の国際環境CSR活動を支援するマルチステークホルダー・プラットフォームを設置することを提案する。このCSRプラットフォームの設置は日本がグローバル・リーダーシップを発揮することを可能にする活動分野である。

このプラットフォームは企業、市民社会、政府の三セクターの環境協力の優先課題を調整する手続きを導入すると同時に、国際CSR活動と日本政府の国際環境協力戦略の間の協調関係を模索するものである。このプラットフォームは日本企業を東南アジアでのCSRの機会につなげる調整役を提供する。プラットフォームが最初のターゲットとする地域は東南アジアであるが、設置されたプラットフォームが機能することが確認され

れば、他の地域、特に南アジアに展開することは十分可能である。本プラットフォームはまた、大規模なプロジェクトでの日本企業と多様なステークホルダーとの共同活動の調整を支援する。本プラットフォームでは東南アジア諸国におけるパートナー間に戦略的な連携を推進するとともに、それぞれの国の環境及び開発分野における優先課題を把握することが重要となる。このような方法を採用することによって、本プラットフォームはそれぞれの国にとって最も適切なCSR活動の枠組みを決めるための国別の協力フレームワークを形成する。また、異なる企業や国がそれぞれ貢献することのできる長期的な行動計画を設定することも可能となる。最後に付け加えるならば、本プラットフォームは、該当する適切な国際CSRイニシアチブに企業が容易にアクセスするための手段であると同時に、企業が独自に行ったCSR活動や地域社会への貢献を、より大きな行動へと普及・拡大することができるような役割を果たすものでなければならない。

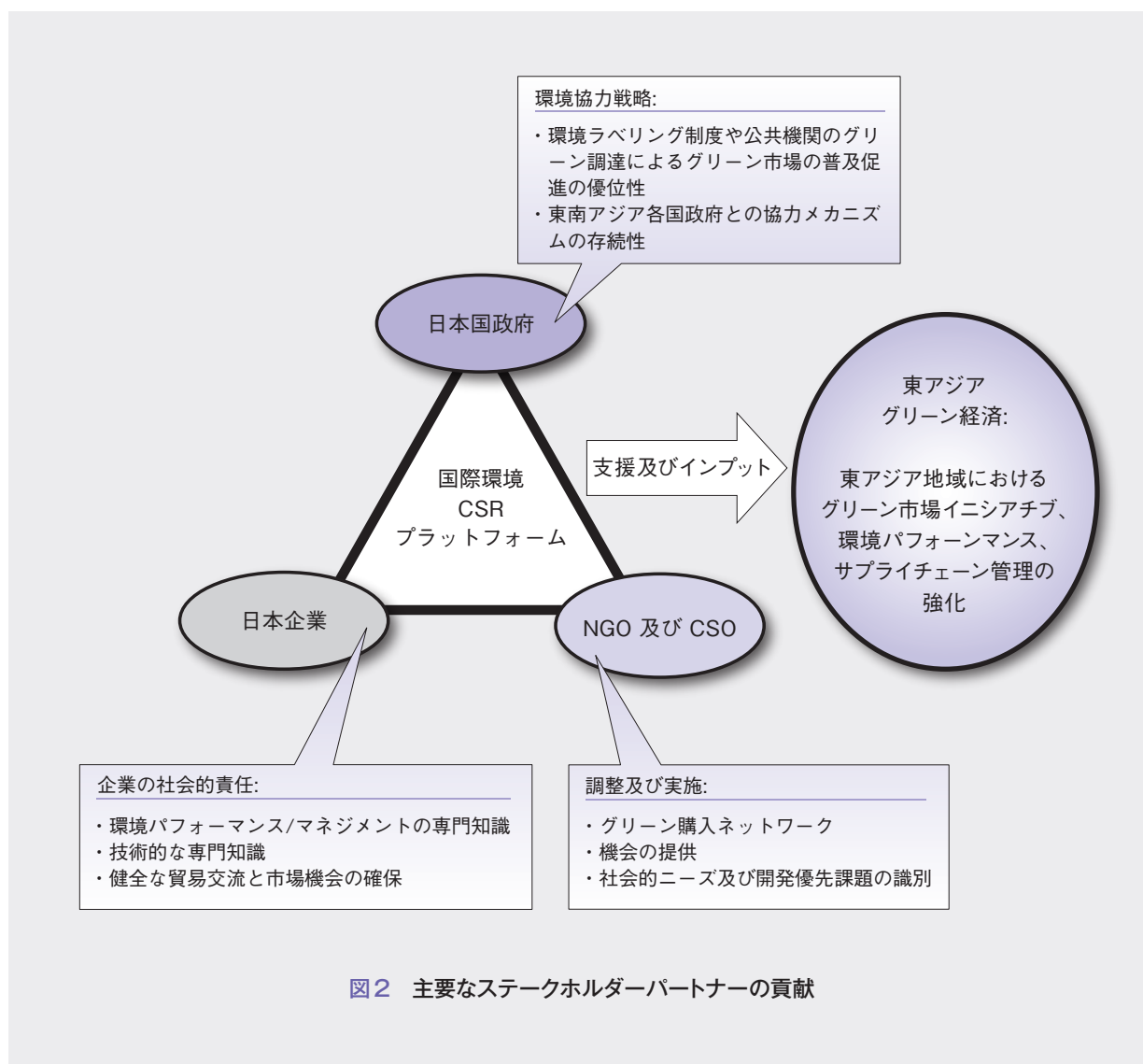
## 8 市民社会の参加・協力の重要性

本ポリシー・ブリーフが対象にしている主なステークホルダーは政府や企業経営者であるが、このようなマルチステークホルダー・プラットフォームを構築するには、同時に市民社会の代表の参加の重要性を強調する必要がある。こうしたプラットフォームには、一般的にNGO及びCSOが参加していることから、関

連分野に従事するNGOやCSOの参加によってもたらされる利点も多い。第一の理由としては、マルチステークホルダー・プラットフォームはNGOが総合的な調整と管理を行う可能性が最も高いからである。第二には、CSOが参画することによって日本の市民社会と国際CSR活動の対象である市民団体との双方

の社会的ニーズや開発優先課題が明確になるからである。さらには、日本国内外のNGOと協力関係を結ぶことで、有効な協調関係を形成することが可能になり、CSRの機会を提供しやすくなると考えられる。最後に、市民社会を代表させることで、

企業と政府の双方が自身の活動における説明責任を果たすプロセスが可能となり、また、世界レベルで重要となってきたマルチステークホルダー・ガバナンスやマルチレベル・ガバナンスに向けて、移行ができることになるからである。



## 9 「日本の国際環境CSRマルチステークホルダー・プラットフォーム」構築のための初期の試み

本章では「日本の国際環境CSRマルチステークホルダー・プラットフォーム」を導入するための基本的なステップを説明する。このプラットフォームの目的は企業、市民社会、そして政府の三セクターの繋がりや協調性を把握することであるため、その導入と支援を先導するものとして最もふさわしいのは日本の行政官庁であると考えられる。プラットフォームを導入する上で先ず行うべきこととして、関連する全ての行政官庁からインプットを得る必要がある。ここでいう関連行政官庁とは、環境省、経済

産業省、外務省、内閣府などの他、行政法人である国際協力機構(JICA)やアジア生産性機構(APO)なども含まれる。プラットフォーム導入での二つ目の重要なステップとして、日本の企業と民間セクターとのパートナーシップを結ぶことが挙げられる。ここでは日本グリーン購入ネットワークや日本CSRフォーラムなど既存のネットワーク組織が参加することで、より広範囲のステークホルダーとの接触が可能になる。

該当する関係者が確定した段階では、プラットフォームのワーキングモデルの策定を行う。このプラットフォームが機能する上で必要かつ最適の機構やシステムを調査するため、マルチステークホルダー・アドバイザー・グループを編成することもできる。一方で、このプラットフォームの管理機構や財源に関する問題にも対処しなければならない。新しいNGOの設立もしくはプラットフォームを既存のNGOの仕事にリンクさせることが、理想的な管理や総合的なメカニズムを提供すると考えられる。財源に関しては、二つの並行するアプローチが考えられる。第一のアプローチはプラットフォーム立ち上げの初期段階で、政府、特に主務行政官庁が支援するものである。第二のアプローチは、プラットフォームの構築が成功した後、参加している企業や組織がコア資金やメンバーシップ料金の拠出を行うことである。

プラットフォームの立ち上げ初期段階では、提案されたCSR事業を実現するための理想的な手続きや活動を調査する研究プロセスの構築が有効である。当該研究プロセスでは、CSR活動の優良事例及びCSR活動におけるマルチステークホルダーの連携事例を調査する。さらに、研究プロセスは、このプラットフォームに関連するマルチステークホルダーの要求や需要を明確にし、東南アジア諸国のCSR機会を検討し、さらに、共通の目的をもった主要分野を明らかにする。最後に、当該CSRプラットフォームのために詳細な行動計画或いは作業計画の策定が必要であり、プラットフォームが支援の対象とする特定のCSR活動枠組みが用意される必要がある。(次章では高価値のインパクトを提供する活動の一部を示す。)

## 10 マルチステークホルダー・プラットフォームの優先活動

マルチステークホルダー・プラットフォームの構築における主な行動目標は、政府の国際環境協力戦略と東アジア地域で推進しているグリーン市場の主要テーマを巡って国外で活動している日本企業のCSRへの取り組みとを協調することである。これまでに5つの優先活動が東アジア準地域でのグリーン市場に対し強い影響を与えた分野として認められており、国際環境CSRの分野における日本の主導的立場を確立できる分野として挙げられる。

### 特定のセクター及び国を対象とするCSR戦略の開発

企業が効果的なCSR活動を行うにあたり、その初期段階の決定には二つの方策—CSRを実施したい分野または国の選定—があり、そのいずれかを行う。どの分野或いは何処の国を選択するかは企業が決めることであるが、これまで行なってきた事業活動に沿って方向付けが行われる可能性が高い。以下で、プラットフォームが国際CSR活動に向けた適切な初期段階の決定を促す三つの段階を述べる。

- 1) CSR活動への分野別アプローチに対処するために、プラットフォームは日本企業の調査を実施し、それらの企業のCSR活動の優先分野を識別すべきである。そして、プラットフォームが該当分野全体の向上と改善に向けた重要な事業活動の概要を示す包括的戦略を策定する必要がある。
- 2) 当プラットフォームは東南アジア各国で調査を行い、それぞれの国のニーズを踏まえた最適なCSRアクションを識別すべきである。
- 3) 以上二つの基準を用いて、CSRで発展可能性のある機会を纏めたデータベースを作成し、利点と希望に合致した

プロジェクトを検索・選択できるようにすべきである。

### CSR活動と国内の開発優先課題との調整

このCSRプラットフォームは東南アジア各国内の特定の開発優先課題の遂行を支援することで、はじめて持続性が確保でき、付加価値のあるインパクトを確保することができる。

- 1) そのためには、プラットフォームがこれらの国の政府の環境及び開発担当官と生産的な関係を結び、その国の開発優先課題や需要を明確に把握することが重要である。
- 2) プラットフォームが把握すべきことは、被援助国の戦略や優先課題、また日本政府の国際環境協力の戦略である。
- 3) 協調が可能な分野が確認された場合は、プラットフォームは個別の国にとって最適なCSR活動を明確にするためにそれぞれの国の協力フレームワークを準備する必要がある。
- 4) プラットフォームはASEAN社会文化共同体のブループリントやASEANのCSRネットワーク開発の推進等、より広い地域開発戦略を取り込むためにASEANと直接協力する必要がある。

### 中小企業の環境パフォーマンス強化

中小企業は東南アジアの雇用主の大部分を占める。しかしサプライチェーンの認証取得など環境上の必要条件が厳しくなると、中小企業がしばしばコンプライアンスの面で不利益を被るケースがある。環境への負のインパクトを減らす上で、大きな社会問題の発生を防ぐためには中小企業の環境パフォーマンスを特に対象にすることが重要である。

- 1) プラットフォームが奨励する原則のひとつは、ODA活動や資金が得られる中小企業を主要な対象として優先するこ



とである。

- 2) 中小企業との協力における共通課題のひとつは、該当関係者を広域から確保する能力に限界があることである。しかしプラットフォームはこれらの国々の政府と直接協力し、中小企業が直接研修や訓練、そして支援を受けることができるような現地組織を設置することで、問題を克服できる。
- 3) プラットフォームは国レベルの商工会議所やグリーン購入ネットワークとパートナーシップを築き、複数の中小企業をCSR活動に参加させることも可能である。
- 4) CSRプラットフォームは日本企業が長期に永続的で、共益的な関係を東南アジアの生産者や製造者と築くことを奨励すべきである。しかし、それと同時に排他的供給契約や提携の自由の制限は排除しなくてはならない。

#### サプライチェーンのグリーン化に向けた能力強化

サプライチェーンにおける責任や原材料生産の環境パフォーマンスの向上については、知識、資金及び技術の限界があり、グリーン生産やボトムアップからの行動に対して十分な能力がないなどの問題に遭遇することが多い。

- 1) プラットフォームはまず調査を実施し、東南アジアにおいて過去に問題のある環境パフォーマンスを示した生産部門を見つけ出す必要がある。生産者とそこでのサプライチェーンに依存している日本企業の間に関連付けることで、目標としている環境パフォーマンスの基準を明確にし、CSR活動への直接的な支援を引き出すことが可能である。
- 2) 求められている環境パフォーマンスとマネジメントの必要条件が一旦定義されれば、製造分野の作業の現状と目標の比較を行い、パフォーマンス向上に対する主な障壁

や障壁を明確にすることができる。このような比較分析により、知識援助、資金調達、技術移転などの必要性が明確になる可能性が大きい。

- 3) 次にCSRプラットフォームは、明らかとなった製造過程における障壁に対して、特定の日本企業の専門知識を関連付ける知識援助プログラムと技術移転プログラムの双方を開発することができる。
- 4) これらのプログラムの実施には、JICAやAPOなどの機関との協力も貴重な支援となる。

#### 国内のNGO及び市民団体とのパートナーシップ

国際環境CSRの活動から永続的なインパクトを得るためには、これらCSR活動が奨励する社会的参加や環境品質政策、持続可能な開発イニシアチブへの参加を強化できるように、CSRプラットフォームが東南アジア諸国の市民団体との密接な関わりを確保することも重要である。

- 1) CSRプラットフォームは、東南アジアにおいて、特に現時点でCSR活動を強く支持しているNGOやCSOとの間に密接な関係を築くことで、環境及び持続可能な開発活動への市民社会の参加を支援することが可能になる。
- 2) 本プラットフォームは、東南アジアのCSOとの開放的なコミュニケーション実現のための道筋を築くとともに、CSRプラットフォームに対し、CSOが支援要請や特定のプロジェクトを提案できる道筋を構築すべきである。
- 3) 最後に、東南アジアの多くの国で重要課題になっている「労働条件改善」、「人権擁護」、「不正行為防止」などの対策に積極的に携わっているNGOとの連携・協力をプラットフォームのターゲットとすべきである。これらの問題は日本の対処能力が十分でない領域である。

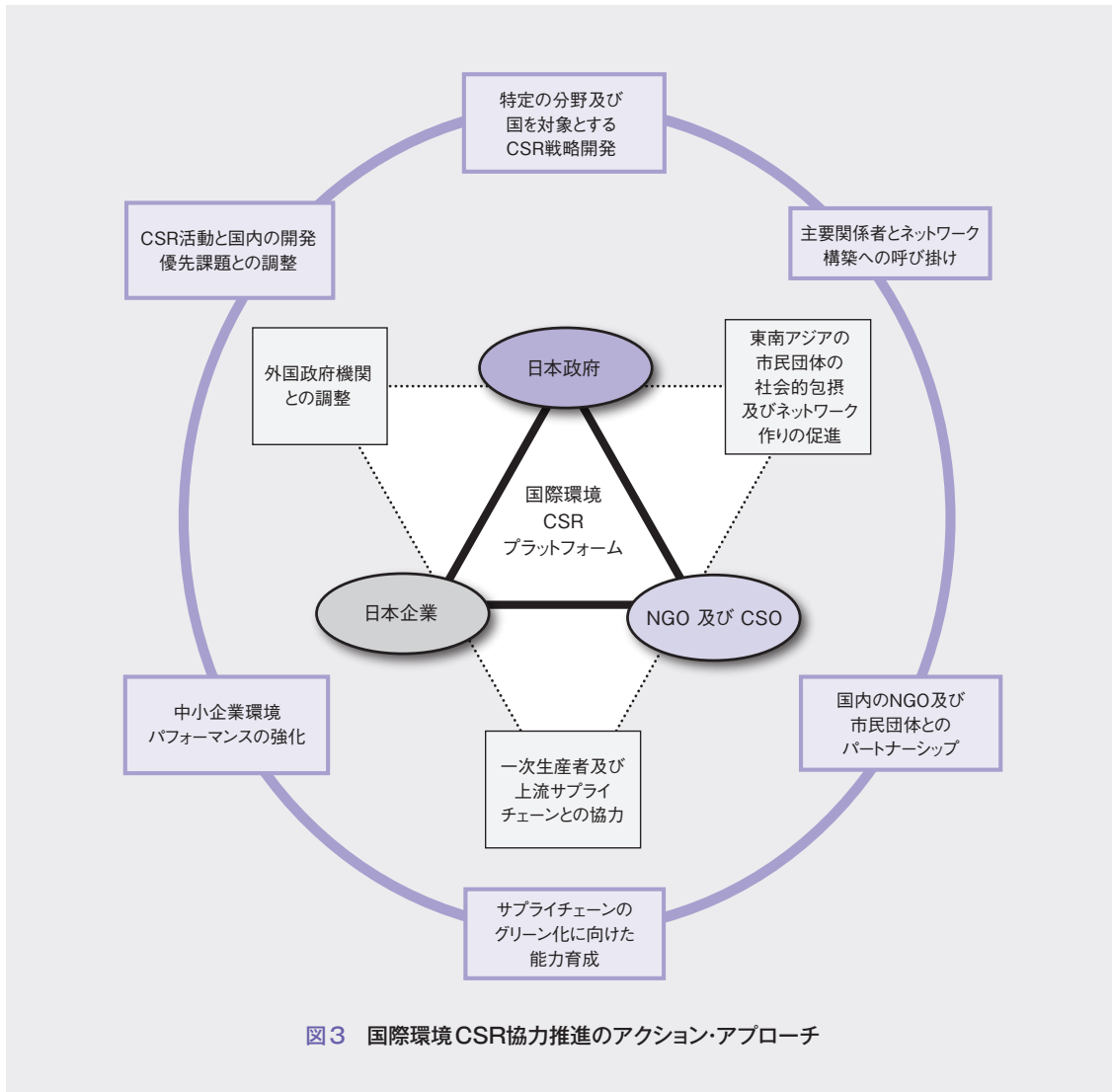


図3 国際環境CSR協力のアクション・アプローチ

■ 謝辞

本ポリシー・ブリーフは、日本国環境省が資金提供した2010年度の委託研究の結果に基づいている。研究レポート本編に引用した組織及び個人名はディッドハム・林著「Strengthening Japan's Environmental Cooperation Strategy as a Leader to Promote Green Markets in East Asia」(2011年、<http://enviroscope.iges.or.jp/modules/envirolib/view.php?docid=3284>)を参照。また、貴重な助言をいただいた井村秀文氏、マーク・エルダー氏に対し深い謝意を表したい。

財団法人 地球環境戦略研究機関

〒240-0115 神奈川県三浦郡葉山町上山口2108-11  
 TEL: 046-855-3700 FAX: 046-855-3709 E-mail: [iges@iges.or.jp](mailto:iges@iges.or.jp) <http://www.iges.or.jp>

Copyright © 2011 Institute for Global Environmental Strategies. All rights reserved. この出版物の内容は執筆者の見解であり、IGESの見解を述べたものではありません。