

発行日 2019年9月30日

「CSR & コンプライアンス研究フォーラム」

フォーラムニュース 94号

発行：「CSR & コンプライアンス研究フォーラム」

〒105-0003 東京都港区西新橋 1-5-5 本田ビル3階

TEL 03(5157)3180 FAX 03(5157)3180

E-Mail esm-hq@eco-texj.co.jp

会員の皆様には、ますます御健勝のこととお喜び申し上げます。

平素は格別のご高配を賜り、厚くお礼申し上げます。

フォーラムニュース94号をお届けします。

第17回 CSR&コンプライアンス国際フォーラム2019

CSR&コンプライアンス研究フォーラムと日本アパレル工業技術研究会共催による「第17回CSR&コンプライアンス国際フォーラム2019」が5月24日(金曜日)開催されましたYKK 株式会社本社ビル(YKK80ビル)での様子をお伝えします。

事務局長 近藤

本日はご参加いただきありがとうございます。当フォーラムの会長岡本が急遽欠席となりましたため、代理として会長からのメッセージを以下紹介いたします。

CSR&コンプライアンス国際フォーラム2019へのご参加ありがとうございます。当国際フォーラムは17回目を数えます。この研究フォーラムが立ち上がってから18年目になります。当初は「CSR」も「コンプライアンス」もまだ聞きなれない言葉でこの勉強から始めました。今では企業の社会的責任、透明性、サステナブル..など一般的に使われるようになりました。この間会員の皆様のご支援には大変感謝いたしております。



1998 年のナイキの問題に始まり、5 年前のバングラデシュ、ラナプラザのビル崩壊という問題も起こりました。これらを契機に企業の発注責任、労働者の人権・待遇・安全衛生などがさらに、注目される様になりました。近年は SDGs の関心も高まり、「サステナビリティ」の理解も進んできました。いま国内では海外技能実習生の問題も課題として大きく取り上げられ、解決すべき問題となっています。

今回国際フォーラムに参加された皆様には感謝いたすとともに、今後に各々の企業での活動に期待してご挨拶いたします。



経済産業省 製造産業局

生活製品課課長 杉浦宏美 氏

CSR & コンプライアンス国際フォーラムはすでに 17 回目とのこと、

環境、労働安全衛生、CSR、コンプライアンス、企業の社会的責任等々、その紹介普及と長きにわたり先進的な取組みを進められてきたこと、その活動に敬意を表します。

国連で SDGs が採択され、OECD でもサステナブルな経済成長、雇用と働き甲斐などへの取り組みも始まっています。また昨年にはオーストラリアの取り組み、フランスなども衣服の廃棄で方針を出すなど各国のサステナブルな活動・取組に対応するルール作りや

法整備・規制などの動きも進んできています。

私は以前国連で働いておりましたが、5 年ほど前ですが国連プロセスを達成するための支援を企業の方をお願いすることなどを行っていました。無電化村の電化を推進していたのですが、オランダのビール会社の方には大変積極的な支援をいただいた。水資源に関しても大変興味を持っていた。日本の企業も回りましたが、趣旨は理解するが…といった状況でした。今、私の後任で国連に行っている方に聞いてみますと、日本の企業の方も経営の中でのサステナブルな取り組みの重要性などに関心を示され、ずいぶんと考え方が、変化してきていると聞いています。企業経営においても品質・安全だけではなく環境・労働・人権・配分また透明性といった点も重要と考える状況になったとのこと



これは近年の投資活動にも表れている。世界の ESG 投資の運用残が 30 兆ドルを突破、年 16% で伸びています。(ESG 投資=E 環境 S 社会 G 企業統治に配慮する企業を重視・選別して行う投資)

ここ数年の外国人投資家は企業の ESG 関連の取り組みを必ず確認するようになっており、今まで以上に重要になっている。今回のフォーラムに参加されている方が帰られて、実際の企業活動に反映していただければと思います。

経済産業省では昨年サステナビリティの観点で外国人技能実習の適正な取り組みを取り上げ、フォローアップを行っています。

昨年 12 月に繊維関連の企業の方も参加いただきヒアリングを実施しました。各企業様の進んだ取り組みは大変すばらしいものでした。と同時にまだ十分でない企業とのギャップも感じました。今後フォローアップを進め、これらのギャップを埋めてゆかねばなりません。

「SDGs と企業経営を考える」

東京都市大学 名誉教授

一般社団法人 日本エシカル推進協議会 会長 中原 秀樹 氏

今、私が着ているスーツはペットボトルで作られています。またネクタイも同様です。

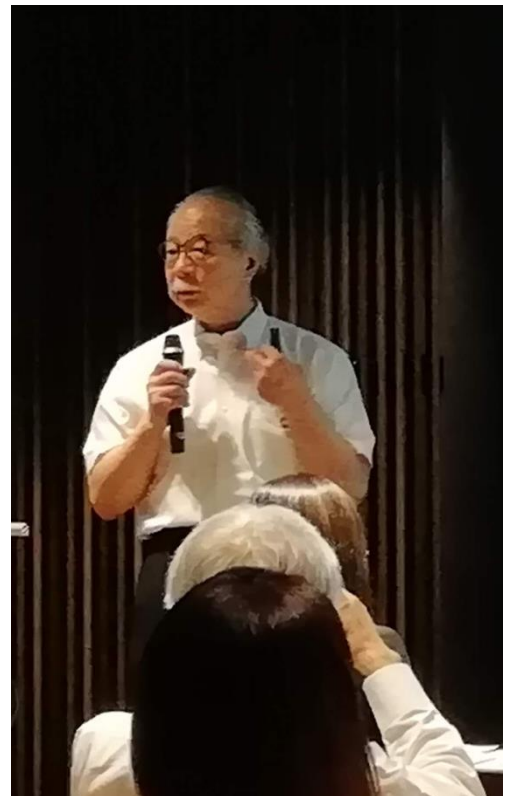
クールビズで進めてゆきます。

まず、SDGs に影響力のあるセクターを見ますと、企業 19%、政府 24%、消費者 16%、私が属するアカデミアは 1% です。やはり影響力のあるビジネスや行政が本気で進めないとうまくゆきません。今日のテーマは企業の SDGs の話ですが、まず商品に消費者に買っていないと企業は成り立ちません。持続可能な消費、また生活のスタイルが大切です。

7 年前、震災がありました。その時の数週間に発行された、世界の雑誌の表紙をご覧ください。がんばれニッポン、原発の事故は(エネルギーは?)大丈夫?、日本が坂を転げ落ちるのを原発技術者が支えている、桜の季節、放射能の花びらが落ちている、など、わずか 1~3 週間で当時の日本の状況を的確に表現しています。しかし、まだ故郷に帰還できない人がいます。

さて、「誰も置き去りにしない」とはどんな世界か、生活の質の向上、持続可能な社会とは?

9.11 のテロ、3.11 の震災はこれまで安定していると考えたものが、じつは安定していない(エネルギーも)。このことは企業が SDGs を考えるうえで大きな影響を与えました。企業は SDGs を考える際に、これらのグローバルな視点で戦略…方向性を見出さなければなりません。



SDGs と企業経営ですが、まず雇用・労働面での SDGD の取り組み、働き方改革ではリーダーシップ、女性の活躍、ハラスメントに取り組んでいるとの回答だが、サプライヤーの取り組みの回答は少ない。2000 年から 2015 年のミレニアム開発目標 (MDGs) では、

貧困・飢餓・人権などの対応に取り組んだが、不十分で、2015 年から 2030 年での取り組みとして SDGs となった。SDGs には環境・資源制約などが加わって



持続可能な開発目標となっている。かつて豊かだったシリアでは、気候変動で作物が取れなくなった、人は国境を超える、それは、社会的な不安や IS などにつながり、今の欧州はシリア難民問題へつながっている。これらはみな関連しあっている出来事・状況。企業はこれらの環境をとらえ、どのように対処するかを考えなければならない。企業が SDGs を考える必要があります。

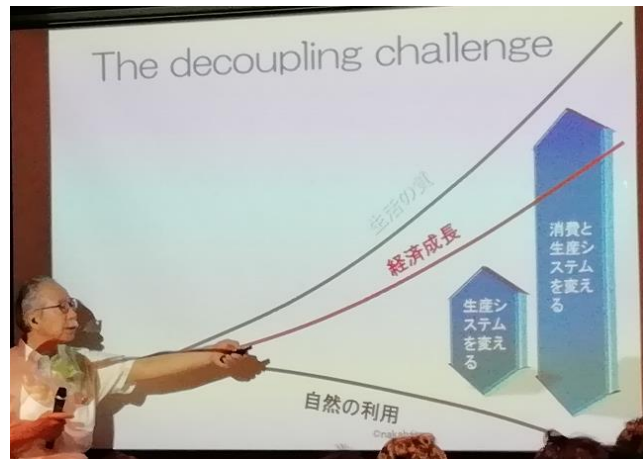
SDGs の取り組みとしては CSR、女性活躍は積極的な取り組みを回答しているが、外国人労働や貧困対策の回答は低い。認識では、大企業は企業価値・ビジネスチャンスとして認識しているが、一方中小企業経営者は「取り組みの必要は理解するが取り組みの余裕はない」の回答が多い。SDGs の認知また認知向上の取り組みとしては研修の重要性とトップダウンの取り組みが大切との認識である。

子供たちへの SDGs の教育訓練の側面では、2030 年までをゴールを目標とする 17 の目標を教えます。また身の回りの出来事、例えば「買う」を探るということでその行動の関連付け、ごみ問題など影響や関連を教えている。また目標の達成には「当たり前・常識」から脱却してゆく方法を見つけ、「持続可能な生産と消費に移っていく事」が求められると教えている。中学受験にも出題されている。SDGs の 17 の項目では得意な項目で目標を達成しても、他の項目で未達であれば、SDGs は達成できないと評価されます。企業は得意な分野で頑張れば良いという考えではいけないことを認識すべきだ。一生懸命やっても 1 項目でも達成できない項目があれば未達であり評価はされない。

SDGs の目標の 12 番目に「持続可能な消費と生産のパターンを確保する」とあります。13 億トンの食糧が無駄に捨てられ、現在の生活様式を維持させるためには、2050 年で地球が 3 つ必要になると予測されています。つくる責任、つかう責任があります、

例として、イースター島のお話をします。イースター島ですが 6 世紀にポリネシア人が住み着いた豊かな森があり、モアイ像を立てる文明も高い島だった。モアイ像を移動するために木を伐り、また船を造って魚を捕る。最初の人口は数十名だったが、1000 年で 1 万人になった。木を伐りすぎて森がなくなり、島の資源を食いつぶす、人が資源を取り合うなどで、絶滅に至った。

1972 年ローマクラブが成長の限界を発表した。現在のまま(1972 年当時で)人口増や環境破壊が続けば資源は枯渇し成長は限界に達すると警鐘を鳴らした。工業生産は落ち込み、地球の汚染は広がり人口増に食糧生産も落ち込んでゆく。いま私たちは成長の限界の 2020 年にいます。CO₂ の増加は温暖化、異常気象となって実感できるまでになりました。記録的な豪雨、異常な高温・低温がニュースになっています。温暖化の進行による気温上昇はすでに 1.5 度、異常気象は日常になりつつあります。東京は 2047 年に後戻りのできないレベルに達すると予想されている。また気温の上昇は豚コレラ、マラリアの流行予測、水不足などが急速に増加するなど、リスク増加の面で心配されている。ジオエンジニアリングといったアプローチもあるが、すでに排出された CO₂ での温暖化は止まらない。すでに待たなしの、行動が必要です。持続可能な消費と生産(SCP)のパターンを作り出さねばならない。こんな状況にあるといえます。消費者志向の経営が必要です。



私の専門は消費と生産になりますが、1992 年リオサミットで「先進工業国における持続不可能な消費と生産は深刻な懸念の問題であり、貧困と不均衡を悪化」させている。また南アフリカのヨハネスブルグサミットでは、持続可能な開発の実施計画、経済と資源、生活の質、をどうするかという問題が話し合われ、「基本的なニーズを満たし、生活の質を向上させながら、天然資源の利用と有毒物質の使用を最小限にする」ことが話し合われた。製品のライフサイクルを通して持続可能な生産と消費のパターンが欧州でも日本でも追及されている。ラナプラザの事例、VW の不正事例、新聞紙上に多くの問題が出ている。否応なく消費者の関心は、最終の処理まで広がっている。企業は消費者の変化をしっかりとらえることが大事になる。持続可能な消費と生産の道のりをまとめると、1970年国連人間環境会議、グリーンコンシューマーガイド1988年、1992年アジェンダ21、エコマーク、フェアトレード、1997京都議定書、エコマーク、等々の活動経過の中で2015年のSDGsまでつながっている。企業の情報収集力では判断できないレベルになってきた。消費者の変化や志向の変化をきっちり見ることが重要。さらにアボリジニなど少数民族の問題、人権問題、も入り複雑になってきている。パームオイルでは、熱帯雨林、森林破壊、の問題さらには労働、人権問題と、企業の意思決定には片目の視点では不充分、問題に対応できない。要求される社会課題を、両方の目で見て判断しなければならない。

SDGsの前文にあるが「貧困をなくす最初で最後の機会」かもしれないとあるが、収入と幸福感には、相関が見られない。このグラフでは、収入と幸福感の関係を時系列で調べている。経済(GDP)は成長したが、幸福感(社会健康指数)は1980年から横ばいになっている、お金があれば幸せになれるか？考える必要がある。

ずいぶん以前の広告だが「買ったのは私の時間です」とあります。車を買ったことで便利で遠くまで行ける。一方ガソリンを消費する。昔はそれで満足できたが、今は違う。生活の質の向上、持続可能な社会とは何か。欧州では環境負荷の少ない行動をとろうという動きがある。プールで泳ぐより海で泳ごう。環境負荷の掛からない行動をとろうということだ。先日の 10 日間の連休があったが、海外旅行をした、は真逆、最悪の行動になる。



スマートフォンは便利なものだが、その一方で、スマートフォンが消費している電力は、2007 年のデータでは、日本の電力消費に次いで5番目です。英国やフランス1国のエネルギー消費よりも大きい。現在はそれ以上に増加している。このままでは続かない。経営では企業評価を上げ、企業価値を高めることが重要です。昔は企業の製品の品質が良いことが求められた。すなわち企業評価は技術革新、QCD で評価されたが、時代とともに変化して、2010 年以降は企業の評価は、グリーン調達しているか？CSR を順守したサプライチェーンの調達が行われているか？と変わった。さらに今後は、良心に恥じない持続可能なエシカル調達で企業の評価がされることになります。中国では企業の行動をチェック、評価してスコアを公表している。

スノーデンの事件があったが、何も隠すことはできない時代になってきている、この中で企業は経営の意思決定をしなければならない時代だ。資源の消費を前提にしたかつての「買ったのは私の時間です」を変えなければなりません。持続可能な生産と消費に変わってゆかねばなりません。消費者も変わらねばなりません「買ったのは私の時間」の満足は家事労働の負荷を軽減したが、代わりに環境負荷与えてしまった。新しい価値を追求する必要があります。

最後に 4 人のお話をご紹介します。

4 人にはしなければならない仕事があった、誰でもできるはずの仕事。でも誰もしませんでした。みんなは誰でもできるはずと思っていましたが、誰かがやるようには誰もしなかった。誰でもできることを誰もしなかった挙句おしまいになりました。

2030年はこうならないように、しなければなりません。

「みんな参加型の循環社会でイノベーション」

日本環境設計株式会社 代表取締役会長 岩元 美智彦 氏

12 年前(2007 年)に会社を作りました。現在は資本金 24 億 5200 万円、工場は今治、北九州、川崎、にある会社になっています。経済と環境が両立する、循環型の社会になったら良いなあ！といった、夢みたいのことを考えて、120 万円の資本で会社を作りました。今では海外でも知られる様になりました。2015 年、アショカフェローに選出されました。アショカというのは世界最大の社

会起業家のネットワークで、革新的な事業を国家の政策や国を超えて影響を及ぼす可能性が高いと評価された社会起業家が選出されます。またベンチャー大会で優勝、日経ビジネスの次代を創る 100 人にも選出させていただき、今年からは高校の教科書に取り上げていただきました。

弊社の考えるリサイクルはこの循環のトライアングルでスタートしました。まず①は技術、この世界にごみは存在しない、アンケートで消費者がリサイクルしたいのは衣類ということで、最初にコットンを糖にそしてバイオエタノールに変換することが始まりでした。

更にジェット燃料にということで、米国からライセンスもいただき、ようやくジェット燃料を作るスケジュールもたて、進めています。

次はポリエステルです。モノからモノへ変換したい。この分野は結構進んでいて、1着の洋服でほぼ1着の原料が得られます。この技術は劣化しないので、1回でも100回でもできるのが良いなあ、と思っています。弊社の開発目標ですが水平リサイクル1対1の半永久リサイクルを目標に進めています。これを地上資源と呼ばせてもらっています。

計算はいろいろあるが、石油由来ではポリエステル1Kg 作るのに4.27Kg のCO²を排出する。リサイクルでポリエステルを作ると、1.93Kg と半減できる。北九州の工場を進めています。

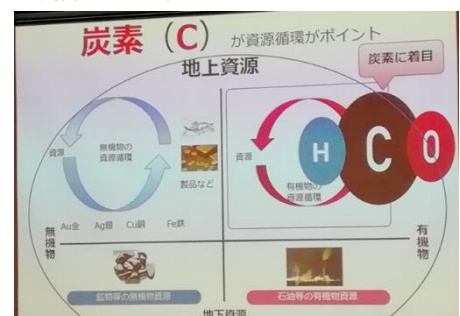
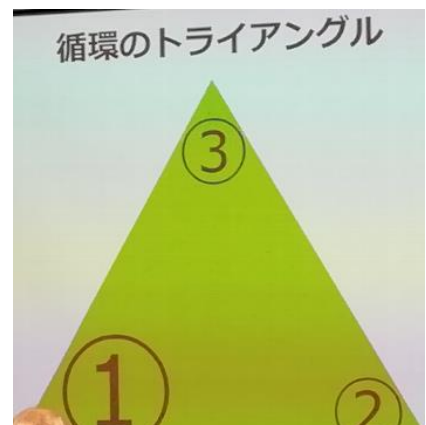
次は、携帯電話のリサイクルもさせていただいています。年間350万台の携帯電話を

ドコモさんと提携して、金、銀、銅などの金属資源を取り出しています。ニーズもあるなということで川崎の工場を買収して、改造しています。

地球上の有機物は炭素・酸素・水素でできている。このように見ますと、衣服も・ペットボトルも・森も・食料も・生ごみも…。炭素も酸素も水素も、元素は劣化しないので解重合、重合を組み合わせる化学でリサイクルはできると考え、これを目指してがんばっています。

循環のトライアングル②ですが、消費者にどこでリサイクルしたいかを聞いてみると、1位が買った所、次は学校という回答でした。消費者の行動を買う・使う・捨てるからリサイクル・買う…使うに変えるために回収ボックスを置くようにしました。

衣服、おもちゃ、メガネなど、スーパー、百貨店、スターバックス等々、現在は200社以上に参加いただき、国内の大手企業さんには回収ボックスを置いて頂けるようになりました。回収のインフラ



が出来てきました。

循環のサイクル③になりますが、リサイクルがなかなか進まない。啓蒙活動など進めるも

進まない、残り95%を動かそう。これを変えるには正しいを楽しいに変える。

ワクワクドキドキに変えるというキーワードになりました。ワークショップ

、イベント、など各所で行ないました。昨年行った、マクドナルドのハッピー

リサイクルでは2カ月強で5-60万の子供が参加しました。この時の気

付きは、子供は行動する、大人は知識でわかってなかなか行動しない

ということでした。映画会社などなどイロイロなイベントを行っています

が、弊社の「正しいを楽しいに変える」の代名詞はこれです。デロリアンを

ゴミで動かそうということで、ごみでデロリアンが動けば、そこそこのブ

ランディングもできると考えました。ハリウッドに提案、ごみを資源に、戦争やテロをなくす、子供

たちを笑顔にとの提案を行い、ユニバーサルが動いた。当初はデロリアンを借りようとしたが。結

局デロリアンを買収することになった。全国でデロリアンの走るキャンペーンを行ないました。

象徴的な写真ですが、リサイクルに協力してくださいというデロリアンを遠巻きにしているだけ

ですが、いらない服を持ってくればデロリアンに乗って写真が取れるという

長い行列ができた。楽しいことがあれば95%の人が動いて環境の気付き、リサイクルにつなが

と確信しました。2015年の10月にユニバーサルの公式イベントとしてお台場で開催、映画の中

ではごみで動くデロリアンを現実の世界で実現させました。

何しろ30年以上前の車ですので、当日の午前中はエンジンがかからない、最悪、人が押そうかと

考えましたが、本番ではエンジンもかかり動いてくれました。

私は地上資源のリサイクルとして、消費者>>リサイクル小売り>>技術>>地上資源(ペレットやア

ルコール)>>メーカー>>小売り>>消費者を考えています。小売りさんを説得するのに数年かか

りましたが、今は約500万の消費者からリサイクル小売りへのリサイクルが実現し、地上資源の経

済圏が小さいながら動き出しました。最近では世界中の展示会やイベントに呼ばれることが多くな

りました。皆リサイクルの課題は言うのです

が、解決策、その方法がなかった訳で驚いて

くれます。今度の東京オリンピックでは、リサイ

クルを提案しメダルの材料をリサイクルで調

達し、公式ユニフォームもリサイクルの材料を

使うことで進んでいます。世界中が驚き称賛

してくれます。次の2024オリンピックはフラン

スで開催されますが、フランスから協力の要

請を頂き、2021年にフランスに工場進出する

ことに、なりました。

さて、デロリアンの次のワクワクドキドキになり

ますが、戦闘機を飛ばそうと思い国防省にリクエストしていますが、返事がありません。そこで

JAL のジェットを飛ばそうと、「10万着で飛ばそう JAL バイオジェット燃料フライト」を嵐のコマー



シャルもあり進めています。

私の工場には、Bring ランドを作っています。子供たちがぼろぼろの服を持ってくると
帰りにはTシャツを持って帰ります。子供たちはリサイクルを見て、びっくりして

リサイクルとはこういうことだと体験する。リサイクルを見えるかたちにしています。

今後のことになりますが、歴史価値に取り組もうとしています。歴史タグには 10/50 と書かれて

います。意味はこの服の材料は 50 年前のもので、10 回の

リサイクルをされた意味で、このようなことを進めたい。

2017年の写真ですが、再生素材の利用を H&M はじめグロ
ーバル企業が再生率の目標を掲げました。時代が動き始

めました。消費者の意識、技術、

グローバル企業の取り組み、そして最後に金融が動き始

めました。オセロの四隅を埋めてきました。いよいよリサ

イクルも全体が動き出している感じがします。ここにリサ

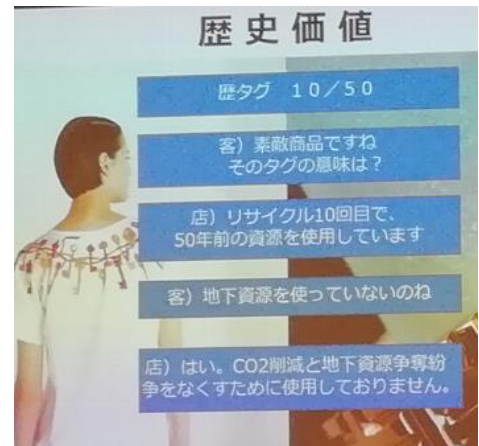
イクルのキーワードがありますが、私は、2番目の「社会課

題はつながりとマスで解決」が好きです。いままでは石油

の上にもものづくりやサービスがあった。私たちの便利な生活の裏側には、地下資源を奪い合う戦

争が起きている。これを終わらせるのは「わくわく・ドキドキするみんなの参加型の持続可能な循

環型社会だと思っています。



「Adidas Purpose - Sustainability Activities & Responsible Requirement」

アディダスジャパン株式会社

Corporate Communications, Corporate Social Responsibility

シニアマネージャー アンジェラ マリー オルテス氏



私の方からは、アディダスの全体的なアプローチ、

また戦略といった面を中心にご紹介してゆきます。ア

ディダスは「スポーツを通じて様々な人の人生を変え

ることができる」これを信念に進めています。今年当社のグローバルチームは、アディダスの目

標を達成するために取り組んでいます。

標をビデオにまとめました。

まず紹介します。女の子などスポーツがなかなかできないこの障害を打ち破る。誰もが平等にスタートラインに立てるように。自然・環境・海のために。これを目指します。



アディダスは CSR 活動での社会的責任を果たしていますが、その次に目指す目標をまとめました。アディダスの事業は生産、販売、消費のプロセスがありますが、すべてで責任を取ってゆかねばなりません。モノづくりでは一番関わり合いの有る水。水の利用を削減する、使うエネルギーを減らす。使われる化学物質を減らす、無害なもの、使うプラスチックをリサイクルで循環させる。自然に帰るプラスチックを使うなどです。繰り返しますが、

アディダスは、スポーツを通じて人々はスキルアップや生き方を変えることができるという信念のもと、人々のスキルアップへ挑戦すること、平等、チャンスへの障害を取り除く支援、を進めてゆきます。自然のためにプラスチックの問題にも取り組みます。今、私が着ているジャケット・靴は海のゴミからできています。持続可能性につながってゆきます。

スモッグの中でマラソンはしたくないです、でもその責任は私たちに有ると考えます。



海に捨てられたプラスチックごみの写真ですが、この中に自社のブランドのものがあれば(例えばコカ・コーラの空きボトル)ブランドイメージも悪いです。私たちはこれらのゴミを原料に再生してまた製品を作ることは素晴らしいです。2年前、私の事務所ではプラスチックごみの減量のため、ペットボトルの自動販売機は無くしました。削減の目標も設定しています。地球環境や自然に対するミッションですが、1 番目は、プラスチックの使用を最小限に、そして 2 番目はプラスチックごみ排出を防ぐ、街から No.18 プラスチックは海のゴミになります。それを防ぐ。3 番目最も大切なところですが設計で使うプラスチックを減らすことです。私たちの技術では、ゴミの再生材料を使い製品を作り出しています。このごみを私たちのサプライチェーンを通して再生資源にして行くわけです。



私は 6 年前からこの仕事にたづさわっていますが、靴は 50 種の材料と接着剤などの化学物質で作られており、リサイクルはとても難しいことでした、私たちの技術は一つの素材を 6 種の材料にすることができるようになり、リサイクルも現実のものになってきました。

いっぽう一般の人々に対してはイベントを通して啓もう活動をしています。イベントでは、参加者はみんなで走り、その走った距離に対してアディダスが寄付をします。教育などの社会貢献に使われます

最後になりますが、今年ニューヨークで発表しましたが、私たちが提供した靴を半年はいてもらい(走ってもらい)10月に回収します。そしてこの靴を完全にサイクルします。そして新しい靴にします。そんな取り組みを始めました。



アディダスジャパン株式会社
コンプライアンス マネージャー
奈良 朋美氏

今回アディダスで 2 セッションをいただきました。前のセッションでは、アディダスはエコだけじゃないよ、クールだよといった話題でした。私の分野は地味で守りの分野です。でも大切な分野です。

私は入社して 17 年ですが、その間工場で CSR に関連した業務を行ってきました。本日はアディダスのサステナブル調達についてお話をします。昨年もお話しましたので 2019 のアップデートを加えてお話しさせていただきます。

CSR 調達のプログラムは以下の項目となっています。

<職場の標準/サプライヤーの人権>

1.基本原則

2.労働基準

強制労働の禁止

児童労働の禁止

差別の禁止

給与と福利厚生

労働時間

結社の自由と団体交渉権

懲戒慣行

3.労働安全衛生基準

消防・建築物の安全・避難

労働災害

使用禁止薬品/有機溶剤の使用

整理整頓・電気系統管理

衛生管理・付帯設備

労働安全衛生管理



Guidelines on
Employment Standards



4.環境面での要求

このプログラムの内容は当たり前のことではありますが、実行していくのが非常に難しいです。次に CSR 調達の効果とビジネスパートナーにもたらす長期的な利益について述べます。

1. 労働者のための労働環境を向上させる
2. 安定した向上心のあるワークフォースの創出
3. 業務のプロセスにおいて、組織を助け、規律をもたらす
4. 品質、生産効率、納期を向上させる
5. 消費者の信用を向上させる
6. 競争力を向上させる
7. 法令順守、法的責任においても強みとなる
8. リスクを軽減する

同じ価値観を持つパートナーとアディダスはビジネスを行っていきます。

単発的な効果ではなく長期的な効果を求めています。

品質良くしたい、納期を守りたいという工場は多いですが、コンプライアンスについて頑張る工場は見たことがありません。CSR をアディダスと共有することは他のブランドとも共有化できる事と考えてもらいたいのです。最初にアディダスを信じてもらい、互いが Win-Win の関係を築いていくのです。

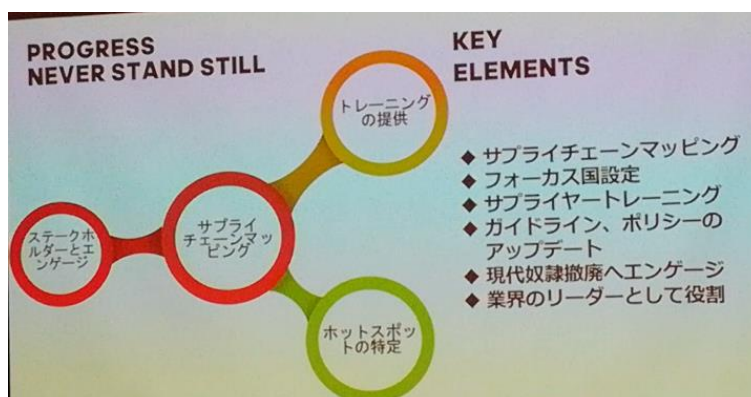
現代奴隷のアウトリーチプログラムについてお話します。

搾取されている人達、あるいは自分の意志ではなくて恐怖で働いている人達は全て奴隷という考え方です。

アディダスでは、現代奴隷とは以下のリスクを含むと考えています。強制労働、刑務所労働、拘留労働、拘束労働、債務勤務、国家強制労働、人身売買など。

強制、脅迫、または欺瞞が労働者を脅迫、罰する、または欺くために使用され、それによって不随意の仕事と搾取の状況が生じる最悪の形態の児童労働にも関連する可能性があります。

次にサプライチェーンのマッピングについて説明します。



•T1 の最終工程品工場、T2 の資材工場の一部、ライセンシー、エージェント工場における奴隷リスクの特定、改善のモニタリング実施は 20 年継続しています。

•現代奴隷アジアのハイリスクエリアの工場からスタートしています。アウトリーチと位置付けて新たに

T2に向けてモニタリングを開始しています。

・T3 のロウマテリアルについては、コットン、革、ゴムについてステークホルダーとの協同を開始しました。

日本は先進国で搾取や強制労働などはないと思われています。しかし、最近特に技能実習生の扱いで人権が問題になっています。

CSR 調達を行う時には必ずサプライチェーンマッピングを行います。

また、フォーカス国の設定をします。

不適合についてはいきなりダメ出しをせずに、その理由の説明をします。そして、トレーニングを行います。

ガイドライン、ポリシーについては都度、アップデートを行い、サプライヤーさんと一緒に現代奴隷撤廃へ行動します。そしてアディダスは常に業界のリーダーとしての役割を果たしていきたいと思っています。

日本国内での問題はないのでしょうか？

今、街中ではオリンピックに向けて工事が進められています。その現場には多くの外国人労働者がいます。日本人は人権問題に疎いと言われています。

TV、新聞でも取り上げられていますが、外国人技能実習生制度への国内外の批判が大きくなっています。

外国人技能実習生調査と
関連機関アウトリーチにつ
いて説明します。

＜サプライチェーンモニタ
リング+キャパシティビル
ディングトレーニング＞
実習生フォーカスモニタ
リング

実習生インタビュー

工場トレーニング

ワーカーホットライン

* 例えば、一軒家に20名程度の外国人技能実習生を住まわせている会社があった。一人当たりの生活スペースが半畳もない。プライバシーもなく、移動手段も与えられていない。このような問題に対応してきた。

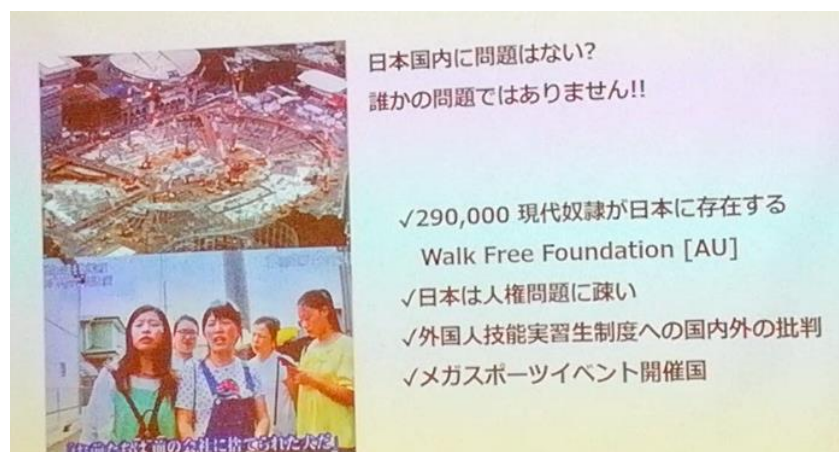
＜送出機関、受入機関アウトリーチ＞

ハイアリングプロセスの理解、改善への協働

* 事例としては多くありますが、例えばベトナムの実習生は今でも 80 万円、100 万円支払っていました。場合によっては送り出し機関へのアプローチも必要となります。

＜企業間エンゲージメント＞

他企業のポリシーの実施状況を学ぶコラボレーション

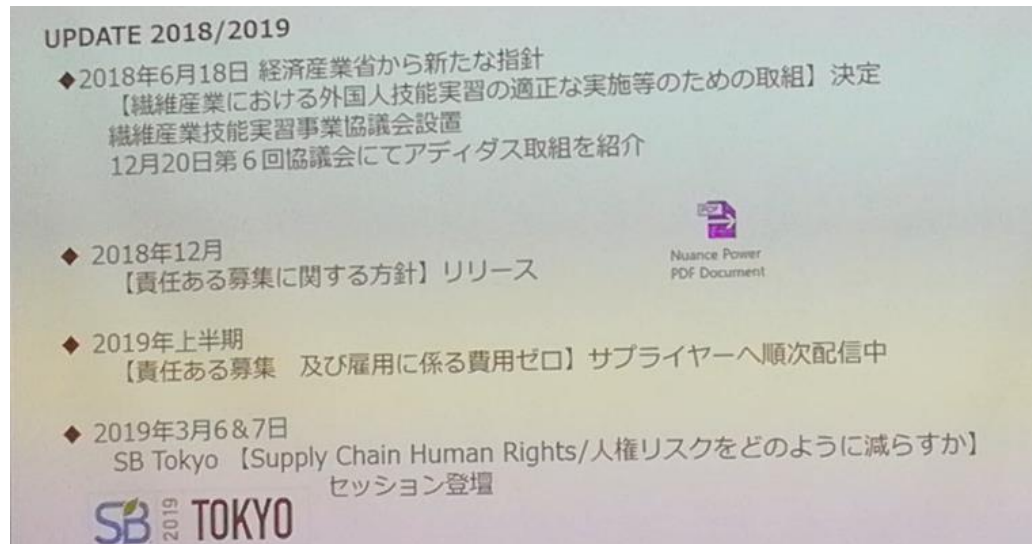


* なかなか「腹を割って話をする」ことができないが、アディダスでは「やりたい事」を提示します。そこからどうやったら可能かを探し出していく。

<トレーニングセンター訪問>

トレーニングセンター実態モニター改善への協働

これらの活動の結果、次のようにアディダスは認知されました。



① アウトスタンディングアチーバー賞受賞

トムソンロイターファウンデーションズ Stop Slavery Awards

② 世界主要企業の人権格付け

コーポレートヒューマンライツベンチマーク 最高スコア獲得

アディダスの活動は一定の評価を頂き、一定の成果も出ています。しかし、問題は終わっていないので、これからも地味ではありますが頑張っ活動していきたいと思っております。

「サステナブル調達 の普及活動・パタゴニア社の事例」

パタゴニア 日本支社 環境社会部門

ブランド・レスポンスビリティ・マネージャー 篠 健司 氏

<会社について>

1957 年に登山道具を作る会社が誕生。登山道具を作る会社としてパタゴニア社を設立。

(Design Philosophy)

会社デザイン哲学=シンプルシティの理念の基に機能が形を作るという考え。必要なものを取り去っていく考え方が会社の根底にある。環境社会に影響を減らしていく事も同様の考え方となる。1973 年にパタゴニアの前身となる部門がアパレル部門としてスタートした。

当時は機械的な動力も、観衆の声援も必要としないアウトドアスポーツ。クライミング、スキー、スノーボード、サーフィン、フライフィッシング、トレイルランニングを楽しむ人たちのウェアとギアを製造・販売した。

＜数字で見るパタゴニアについて＞

2018 年度の売り上げが 10 億ドル

1985 年に 1% 寄付を始めて以来の総額:1 億 400 万ドル

1 年間の環境助成先:1,082 団体

環境インターンシップを通じて環境団体を支援した従業員人数
と総ボランティア時間数:

103 人／ 17,316 時間(社員は有給でボランティアを行う)

フェアトレード・プログラムを通じてプレミアムを受け取った契約
工場労働者:49,200 人

日本各地のスキー場を巡る Worn Wear Snow Tour でウェアを
修理、製品寿命を延ばしたカスタマー:574 人

社内ベンチャー基金で投資した会社が、スケートボード、サング
ラスに再生した放置漁網:

78 万平方メートル

Zero Waste を進めるパタゴニア横浜ストアのオフィスにある社員用ゴミ箱の数:0 個

パタゴニアの創業者は環境について「危機に瀕しているのは人類の未来」であり「私たちは地球を壊している、そして何かをしなければならぬほど切迫した事態に陥っている」と考えている。そしてパタゴニアの企業ビジネスとして何ができるか？

＜Mission Statement:社是＞

社是を変更し「私たちは、故郷である地球を救うためにビジネスを営む」とシンプルにした。

当時から現在まで本質的な価値観は変わっていない。

「最高の製品を作る」

「不必要な影響を最小限に抑える」

「ビジネスを手段として自然を保護する」

「従来のやり方にとらわれない」

＜望ましい調達＞

パタゴニアにとって望ましい調達とは、同等の製品やサービスと比較した場合に、環境や人々



Design Philosophy

デザイン哲学 - シンプルシティ

「何においてあれ『完全』とは、
すべてを脱ぎ去り、ありのままの姿に戻ったとき、
つまり、加えるべきものがなくなったときにはなく、
取り去るものがなくなったときに達成されるのである。」

アントワーヌ・ドゥ・サンテグジュペリ
フランスの飛行家



の健康への影響が少なく、かつ／また、社会に対してポジティブな影響を及ぼす製品やサービスを調達すること。

- エネルギー効率や水効率の優れた製品
- 再生可能エネルギーに由来する製品やサービス
- バイオ製品、無毒・無害の素材、リサイクル原料が含まれた素材
- 多様性を支援し、地産の製品やサービスの調達
- 持続可能な環境・社会を促進する商慣行を導入しているサプライヤーとの取引

単に事業活動が及ぼす環境フットプリントを低減するだけでなく、製品サプライチェーン全体を通じて持続可能な行動を促し、“グリーンな”市場を後押しし、パタゴニアの関係者とコミュニティに対して持続可能性の模範を推進する。

1社だけで環境に良いことをやるのはインパクトが少ない。常にスケールアップすることや拡張することを考える。

また、「地球の限界」を参考にしながら進めていく。平成 30 年版 環境・循環型社会・生物多様性白書もその一つ。

取り組みはつねにパタゴニアが問題の一部であることを認識することからはじまります。

パタゴニアは化石燃料、水やその他の資源を使い、廃棄物を生み出し、二酸化炭素を大気に排出する工場で製造しています。

オフィス、配送センター、直営店では、再生不可能なエネルギーに由来する電力を消費し、車を運転し、飛行機に乗ります。

<気候変動に関する目標>

2025 年までに サプライチェーンを含む事業全体にわたって カーボン・ニュートラルになること。糸を作るための作物栽培や生地を衣服にする縫製から、倉庫や店舗、あるいはお客様の玄関先への完成品輸送に至るまでのパタゴニアのサプライチェーンは、私たちが排出する二酸化炭素の 97% を占めています。

<Our Business>

CO2 を削減／軽減するための 4 つのプロセス

- 1.影響を測定 事実に基づいた決定を下し、進展状況の追跡を可能にする
- 2.影響を削減 効率性を向上させる。
- 3.再生可能エネルギーに転換 化石燃料からよりクリーンで再生可能なエネルギー源に移行
- 4.二酸化炭素を回収 温室効果ガスを大気中から取り除く手段への投資



Our Business

CO2を削減／軽減するための4つのプロセス

1. 影響を測定
事実に基づいた決定を下し、進展状況の追跡を可能にする
2. 影響を削減
効率性を向上させる。
3. 再生可能エネルギーに転換
化石燃料からよりクリーンで再生可能なエネルギー源に移行
4. 二酸化炭素を回収
温室効果ガスを大気中から取り除く手段への投資

<Measure Our Impact>

1. 影響を測定 2017 年、原材料採取から素材製造、お客様への製品配送に至る、包括的な温室効果ガスの監査を実施、第三者が検証。

二酸化炭素換算(CO2e)排出量合計:

141,003 トン

スコープ 1 : 3,617 トン CO2e 所有または賃貸する建物の暖房用に燃焼させる天然ガス

スコープ 2 : 385 トン CO2e 電力会社から購入する電力

スコープ 3 : 137,001 トン CO2e 原材料の製造、製品の裁断と縫製、製品の運搬など、直接管理できないことも含む、その他の事業活動すべてからの排出

<Reduce Our Impact>

2. 影響を削減

- ・企業全体の総二酸化炭素排出量のほぼ 86% が、製品に使用される素材の製造に由来
- ・可能な限りリサイクル素材を取り入れ、あらゆる機会に サーキュラー・エコノミー(循環型経済)の実践

- ・製造ライン全体を通して使用する推奨素材

<天然繊維> ヘンプ、オーガニックコットン、テンセル® リヨセル、ユーレックス®、ダウン、ウール <リサイクル繊維> ・リサイクル・ナイロン、リサイクル・ポリエステル、リクレイムド・コットン、リサイクル・ウール、リサイクル・カシミア、リサイクル・ダウ

<Yulex natural rubbery>

- ・2008 年、ユーレックス社をパートナーに、再生可能な植物由来のネオプレンの代替素材の開発開始

- ・2016 年、グアテマラの FSC (森林管理協議会) 認定の農園で栽培されたヘベアに代替

- ・ユーレックス社の独占技術でラテックスアレルギーの原因となる不純物の 99 %以上を除去し、純化

- ・従来のネオプレンの精製過程と比較し、二酸化炭素の排出量を最大 80 %削減

<Hemp Collection>

- ・農薬や合成肥料、遺伝子組み換え種子を必要とせず、その栽培は土壌に必要不可欠な栄養素を補給し、表土の浸食を防止することにより、土壌の健康状態を改善
- ・地球上で最も丈夫な天然繊維のひとつで、リネンのような美しいドレープを描く
- ・「オーガニック認定」ではないが、堆肥や家畜の糞尿、降雨など天然の成分を使用し、有機的に栽培

- ・ヘンプ 100 %、またはリサイクル・ポリエステルやオーガニックコットンと混紡

PrimaLoft® Insulation



<PrimaLoft® Insulation>

- プリマロフトを使用するパタゴニア製品はすべてプリマロフト・ゴールド・インサレーション・エコを使用
- 消費者から回収された資源を原料とするリサイクル素材を 55 % 使用
- 重量に対して優れた保温性を提供し、濡れても保温効果を 98 % 維持
- プリマロフト・インサレーションの極細繊維はグースダウンにならってそのコンパクト性を実現し、さらに 肌からの水分を蒸気として発散させる透湿性も備える

<Patagonia Denim>

- 遺伝子組み換え種子、化学肥料、殺虫剤／除草剤を一切使用しない、オーガニックコットン 100 %
- 革新的な染色処理を採用することにより、従来のデニム染色工程と比較して、化学薬品の使用量を 大幅に削減し、水使用量を 84 %、エネルギー消費量を 30 %、二酸化炭素の排出量を 25 % 削減
- フェアトレード・サーティファイド認証済みで、製品の生産に応じて割増金が工場労働者に直接支払われ、コミュニティと生活水準を改善するに利用。

以 上