

「第 37 回人権・同和問題啓発講演会」の要旨について

全銀協は、2月17日（水）、第23回人権啓発標語入選者表彰式に引き続き、(株)損害保険ジャパン 理事 CSR統括部長の関正雄氏を講師として、「ISO26000の意義と目的および企業の対応について」というテーマでご講演いただきました。その講演の要旨をお知らせします。

ISOは、世界最大の国際標準化機関であり、毎年1000件ぐらいの様々な分野の新しい規格を発行しているが、標準化の対象は、主に工業規格、技術的な規格であった。一方、現在検討中のISO26000は、社会的責任（SR：Social Responsibility）という、ある意味でポリティカルなテーマを取り上げた。言葉を変えて言うと、持続可能（サステイナブル）な地球社会を実現するためにどうすればよいのかという、理念的、抽象的なテーマでの規格である。

ISOは世界中の標準化を推進してきて、それが新技術の伝播、生活の利便性の向上など、人類の進歩のためにいろいろなプラスを生み出してきたが、今、地球社会が強く必要としているのは、環境問題や貧困問題などの社会的課題の解決に役立つガイダンスである、ということから検討が進められた。

様々な社会的課題の解決に向けた行動は、政府が、あるいは加えて企業とNGOだけが行えばよいというものではない。例えば労働組合、消費者団体や個々の消費者、それから投資家・金融機関、そういう様々な主体が、課題解決に参画していく。そのことを促す規格にしようというのが、ISO26000の狙いである。様々な主体が問題解決に参画していく必要があることから、規格の策定も、ISO初の「マルチステークホルダー参加」によって進められている。具体的には、産業界だけでなく政府、労働、消費者、NGO、その他有識者という、6つのステークホルダーがいずれも優越的な地位を占めないように、全く対等な立場でこの規格作りに参画している。

この規格における重要なキーワードは、「持続可能性」と「公正・公平な社会」ということである。その実現のために、環境、人権、労働など、様々な社会的責任のテーマにどう取り組むのか。これを世界のあらゆる組織に浸透させようということである。特徴は、CSRということではなくて、企業のCを取ってSR。すべての組織を対象にしようということである。

なお、これまでISO規格というと、環境の14001とか、品質の9000とか、いわゆるマネジメントシステム規格であって要求事項への適合性を第三者が認証するという、認証規格を想定すると思うが、ISO26000は認証規格ではなくガイダンス文書、つまり手引書である。

この規格は、7つの章から構成されており、第4章までが基本的な背景や用語の解説を記述し、第6章「社会的責任の中核主題に関するガイダンス」が中核主題で、具体的な取り組みテーマが書かれている。この第6章では、組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、コミュニティ参画および開発、消費者課題の「7つの中核主題」が掲げられている。今日は人権の研修ということなので、この人権について考え方のポイントを申しあげる。

人権については1から8までの取り組み課題が取上げられている。最初が、デュー・ディリジェンスである。人権侵害を起こさないように適正な注意を払う。組織としてそういう仕組みを構築する必要があるということである。

一般的に日本企業において、人権啓発とか人権への取り組みというと、どうしても社員への啓発、注意喚起ということになる。組織的というよりはむしろ、どちらかと言うと個人個人、社員一人ひとりの意識の問題ととらえ、認識を高めるとか、啓発するという話になってしまいがちなのだが、それだけでは十分ではなく、組織として、あるいはシステムとして、そういった人権侵害を起こさないような手順をきちんと組み込んでおく必要があるというのが、このデュー・ディリジェンスという意味である。

また消費者課題であるが、通常消費者に関する課題としては、消費者の健康・安全を守る、紛争となった場合には誠意を持って解決にあたる、個人情報・プライバシーを保護するなど、消費者の権利を保護することに重点が置かれる。しかし、この規格では、組織が消費者の権利を保護するだけでなく、持続可能な社会を作っていくためには消費者の消費行動も重要で、消費者側も責任を果たすべきだと訴えている。例えば、企業が環境配慮製品を世の中に出しても、実際に売り上げが伸びていかないと企業としてはそちらにシフトできないので、いつまでたっても環境配慮製品が普及しないということになる。このため、消費者の責任ある選択、責任ある消費行動とか、そういったものに言及しているのである。

また、消費者にそういう認識を持ってもらうためには、あらゆる組織が消費者の啓発、教育に力を尽くさなければいけない。消費者の行動を変えるための組織の責任、といったことも記載されている。このあたりがSR規格の特徴とっていいだろう。

この規格は、先般、DIS（国際規格原案）に対する投票が終わり、必要な賛成票数が得られたので、次の最終ステップに移行することとなった。順調に行けば、2010年中に国際標準として発行される予定である。

では、企業はまもなく発行されるこの規格をどう捉えるかということだが、ISO 国内委員会のHPで英文・和訳がダウンロードできるので、何が書いてあるのか、まずは読んでいただきたい。

日本は大企業を中心に CSR に積極的に取り組んでいるし、社会的な課題というものを捉えているのだが、捉え切れていない、いろいろな問題も世界にはある。世界中のステークホルダーが合意した組織への要請事項、それをまず理解していただきたい。そして、自社の事業との関連を考え、取り組み対象とする課題を抽出することである。実施にあたっては、各社ですでに自社なりのマネジメントシステムを構築しているだろうから、そのなかで取り組んでいけばいいのではないかと考えている。例えば、多くの企業は環境については一歩先に環境マネジメント、PDCA サイクルを導入している。CO₂ 何パーセント削減と目標を決めてやっているわけである。同じように人権についても、今年はこれをやろう、たとえば障害者雇用率何パーセントまで行こうではないかと、CSR マネジメントの対象として人権の問題を捉えていくのが有効ではないかと考えている。

この規格には、組織として何をすべきか、どうしていったらいいのかとういことがいろいろと書かれているが、SR に取り組むと組織にどういうメリットがあるのかも記載されている。たとえば、組織の評判や社会からの信頼の向上、ステークホルダーとの関係改善、従業員の士気向上、優秀な人材の確保、あるいは環境問題に取り組んで省資源によるコスト削減等にも繋がる、といったようなメリットがあげられている。

人権というのは、理念や原則として書くのは比較的容易でも、具体的な行動指針として書くのは、簡単なように見えて結構難しい。今回初めてブランド力、影響力のある ISO が社会的責任に関する具体的ガイダンスをつくり、そのなかで人権に関する組織の行動指針を示すわけだから、国際的に語られている人権問題とその取り組みの進め方を学ぶよい機会になる。例えば人権におけるデュー・ディリジェンスのような考え方と、日本企業の人権問題のとらえ方とはギャップがある。その点を押さえておくのも重要だし、他にも取り組みに役立ついろいろな発見があると思う。

以 上