

波聞風問

はもんふうもん



編集委員

やすい たかゆき
安井 孝之

サプライチェーン 企業の社会的責任も注視を

サプライチェーン(供給網)は今年を象徴する経済用語の一つになった。震災では東北地方の部品メーカーが被害を受け、国内外の自動車生産に影響が出た。タイの洪水でも部品工場の浸水で多くの製品の生産が止まった。

グローバル化した経済は、部品やサービスが国境を越え、交錯したマトリックスのうえで調達して成り立っている。どこかで支障が起これば全体に影響は波及する。企業の社会的責任(CSR)を高める際にも、サプライ

チェーン全体で取り組む視点が大切だ。国連と企業などが協力してグローバル経済の持続的発展を目指す「グローバル・コンパクト(GC)」の日中韓合合が24、25の両日、都内で開かれた。そこでもサプライチェーンは主要なテーマだった。

今年8月、オーストラリアの地元放送局が、スマトラ島(インドネシア)の森林を破壊し、環境に深刻な影響を与えた製紙会社を追及する番組を放送した。番組では、その製紙会社から紙を調達してい

る会社として富士ゼロックスも名指しされた。GCは人権、労働基準、環境、腐敗防止の4分野で10原則を順守することを誓約した企業や組織が参加する活動。富士ゼロックスも参加し、調達先にも10原則を守るよう働きかけている。報道を受け、富士ゼロックスは即座に取引を停止し、地元の消費者からは歓迎されたという。

取引先の環境破壊や人権侵害を放置したまま、グローバル企業が成長するならば、その持続性は保てない。だが、

新興国や途上国に広がった取引先にGCの10原則を順守するという共通認識を植え付けるのは容易でない。セイコーエプソンの田中弘隆・信賴経営推進室主査は日中韓合合で「CSRを果たすことが部品の買い手、売り手双方の利益となり、社会の利益にもなるとしつかり説明することが大切」と指摘した。

とはいえCSRの実行は短期的なコストアップが避けられない。激しいグローバル競争の下でコストアップは避けたいところだが、優良企業と

の長期的な取引が維持できれば、持続的に成長できると判断するかが鍵となる。

会社では消費者行動にも言及があった。消費者はCSRを重視する企業の製品を高くても買うのか、CSRに消極的な企業の製品でも安ければ買うのかどうか。サプライチェーン全体の情報にも注視し、企業により良き行動を促すのも消費者の役割だ。つい安物に手が伸びる我が身を反省しきりである。

訂正

20日付「波聞風問」で、慎泰俊さんは「外資系投資ファンドで働く」とあるのは、「投資ファンドで働く」の誤りでした。訂正します。