

トークセッション

1

ESG 経営 生物多様性に配慮した経営とは



■ ファシリテーター

但馬 武氏

fascinate 株式会社
代表取締役社長

■ スピーカー

橋本 禅氏

東京大学大学院
農学生命科学研究科
准教授

河口 真理子氏

株式会社 大和総研
調査本部 研究主幹

阿部 純一氏

ネスレ日本株式会社
マーケティング&コミュニケーションズ本部
コーポレートアフェアーズ統括部
コーポレートコミュニケーション室 室長

但馬 すべての企業がネスレのように活動していけたら、地球環境が良くなるスピードはもっと速くなってくるなと思っています。けれども、多くの企業が、今、ネスレのように変わっていけるのかというとそうではない。日本の企業の中にも、そういう取り組みが多くなってきているとは理解していますが、ESG の観点でいうと投資家は既に先に動いています。まず河口さんの視点から、どう見えているのかをお伺いしたい。金融業界が先に動いて企業の歩みが遅いように見えるのか、それとも企業の中でも活発な動きがあるのか。その辺のところを切り口に、話をしていけたらなと思っています

河口 一般論的に、ESG 投資と企業の取り組みで言いますと、実は企業の取り組みのほうが先行しています。これは生物多様性に限らず、広い意味で CSR、環境への取り組みに企業は熱心に取り組んでいます。日本の ESG 投資というのは、実は 10 年遅れています。先ほど PRI が伸びていて、2900 ぐらいの機関が署名していると話しましたが、この PRI が始まったのは 2006 年ですね。2015 年まで日本ではほとんど話題にならず、非常に鳴かず飛ばず。日本だけ鎖国状態にあるような感じでした。

海外の投資家は非常に熱心なので、ESG 投資に関心を持つ国外の投資家から投資を受けている企業は取り組まざるを得ないという状況がありました。またネスレのような企業と取引しているところは、自分たちもそこに合わせていかなければならないという動きもありました。日本で一番遅れていたのは投資家と消費者でした。投資家は 2015 年に、先ほど話した GPIF（年金積立金管理運用独立行政法人）が PRI に署名して、ESG 投資に取り組むと発表したことで、こぞってみんな PRI に取り組んで ESG 投資が増えました。GPIF は世界最大の年金基金、ここのお金を預かって運用する会社が ESG 投資を始めました。

そんな関係で、2015 年と 2019 年を比較すると、運用残高が 12 倍になっています。いきなり鎖国から開国したのが投資家の動きです。投資家というか運用会社は、年金基金のようなお客さんがいての商売ですから、やはりお客さんが動くとき動きざるを得ない。また金融庁も「SDGs に取り組むような金融をやりなさい」といった趣旨のことを言いはじめています。特に地域の金融機関に対しては、地域の課題解決に資するようなお金の流れというのを、地域の金融機関がやらなければならないと指導をしているので、グローバルな流れには少し遅れたのですが、ようやく動きました。

これに対して消費者はもっと遅れています。日本全体の話であるため対象が幅広く、ライフスタイルは個人の自由なので、行政当局が強制することもできません。情報があまり行き渡っていないのが現状です。消費者の中にも目覚めている人たちはいるのですが、消費者は多様でたくさんいます。そういう面では、まだまだ SDGs や ESG を理解している消費者は少数にとどまっています。あとは、海洋生態系や、卵、牛肉など、欧米では当たり前であるような問題が、ほとんど日本社会では理解されていません。

地面に放して飼う鶏が産む「平飼い卵」は、欧米ではスーパーに並ぶ卵の 9 割を占めるのに対し、日本はその逆です。「エシカルな食」に対するリテラシーが日本は全体にまだ低いと言えます。だからこれからが大事。企業はその辺りのことを分かっているのですが、特に食に関していえば、国内の消費者向けにビジネス展開している企業は、最近では ESG 投資家から言われることもあり、グローバルスタンダードと日本市場でのニーズのギャップに悩んでいます。東京オリンピックが一つのターニングポイントになるかもしれません。オリンピック期間中はサステナブルな食への関心が高まると考えられています。そのときに、ようやく日本の消費者も SDGs や ESG に関心を持ち始めるのではないのでしょうか。

但馬 橋本さんは、大学の研究と並行して、行政と今回の取り組みをしておられます。行政の視点ではこう感じているということとを代弁できるのではと思っています。今の河口さんのように、少し引いた立場から ESG および消費者、もしくは企業というのはどう見えているのか。個人的見解でも構わないので見解をお聞かせ願えますか。

橋本 ありがとうございます。これは個人的な見解ですが、企業に関しては行政管轄の観点で農林水産省として動きづらい部分としてはあるのかなと思います。例えば、経済産業省との関係を調整するだとか。あとは単純に、これまで生産者を対象とした施策を多く取ってきています。今日お話ししたような、サプライチェーンが長大になっていく中での流通、あるいは加工を対象にして、どういうふうに国として介入していくのか。インセンティブをどういうふうに与えればいいのか。特に企業活動に関係する部分ですので、そういった部分の難しさもあると思います。

生産者に関しては、環境支払い、あるいは交付金のような形でインセンティブを与えることはできます。グローバルサプライチェーンになったときに、生産地が海外にある場合に、どういうふうにその生産地に対しての責任を捉えていけばいいのかといった話を先ほどしました。消費者の意識がまだ追いついておらず、強制することもできないという難しさもあると思います。その部分については、恐らく政策上のイノベーションが必要になってくると考えています。

但馬 ありがとうございます。ここで阿部さんにお聞きしたいのが、消費者に対して、どういうふうに伝えていけばいいのか、どうやって消費者を変えていけばいいのかといった問題です。僕自身、パタゴニアに 20 年いたときに社内によく使われていたのは、「顧客を教育する」という言葉でした。ただ、上から教育するのではなくて、どう巻き込むのかをずっと考えて実践してきたと思っています。ネスレでは、お客さまを巻き込み、教育していく点について、どうされてきたのでしょうか。

阿部 ネスレ日本というよりは、グローバルのネスレの話ですが、まず大きな違いとして、社外の声、例えばメディア、投資家、それから NGO、NPO、あるいはアクティビストといわれる方々から非常に厳しい声をいただくことがよくあります。それに対して「ノー」というのではなくどうやったら改善できるか一緒に考え、ずっと活動を続けています。

この一連の流れが報道されるので、おのずと消費者に伝わっていくのではないのかなと思います。だから日本ではまだまだですが、グローバルでは本当にそういう社外の人たちの厳しい

声のおかげでネスレの努力というものが消費者にも伝わっていると考えています。

但馬 河口さん、日本は何で遅いのでしょうかね。

河口 日本人はどうも日本語じゃないと読まないところがありますし、精神的にまだ鎖国状態とさえ言えるのではないのでしょうか。それから、「お客さまは神様です文化」が強すぎて、不愉快な思いをさせないように最後のベストなところだけを見せて、生産物がお客さまに渡るまでのいろいろなドタバタとか、グレーな部分をなるべく隠すという文化が強すぎるのかなとも思っています。

昔はサプライチェーンが短かったこともあり、そういうことをしていると全部バレてしまう。だからコミュニティを悪くするからしないようにするといった同調圧力もあったわけです。ところが昨今は、サプライチェーンが長くなり生産が海外に行ったから見えない。海外で問題行動があっても、それを隠してお客さまには見えなくなっています。

お客さまに見せないのではなくて、途上国の児童労働の問題や環境の責任を、幼いころから見せて、「あなたの食べているものにはこうした問題があるのだよ」ということを教えていくべきです。そうすれば、もう少しいろいろなことに思いをはせることができるようになりますと考えます。消費者を大事にするあまり、そこを切ってしまった文化。サプライチェーンを分断して、考えなくてもいいようにしてしまったことも要因かなと思います。

但馬 僕がパタゴニアに行ったのは 1997 年で、その当時から環境問題の話はあったし、気候変動の話もあったし、倫理的な話もありました。それはアメリカやヨーロッパがそういう国だったからだと思っています。日本ではその手の話はされていなかった。気候変動に関して言えば、大きな自然災害を経て自分ごとになった感じがしています。新聞でもテレビでも見ます。でも、僕から言わせれば 20 年遅れです。

生物多様性については、見えなくさせたことによって見えなくなっている面があります。問題が起こってから僕らが直面するのは危機的状況。今回の農林水産省のシンポジウムは、見えなくしてしまったものを見えるようにし、危機感を醸成しようという試みだなと捉えています。その点で橋本先生にお聞きしますが、この 1 年間で、その辺の見えないものをどう見えるようにして自分ごとにするのかということに関して、どんなディスカッションが行われたとお考えですか？

橋本 研究会だけの議論ではなくて、一般的な話としてお話ししておきたいのが、やはり生物多様性保全がなかなか自分ごとにならない点です。ようやく生態系サービスという概念が生まれて、生物多様性保全を議論する際に使われるようになったところです。生物多様性は、いわゆる生態系の多様性だとか、種の多様性とか、遺伝子の多様性ということが簡単に説明されるのですが、それを守ることがどう重要なのか、それをなかなか人々に分かりやすく伝えることができませんでした。

それを分かりやすく伝えるために生み出されたのが、「生態系サービス」です。生物多様性の豊かさが、生態系サービスを供給する基盤にある。だからこそ、いろんな食料や木材、今日出てきたような洪水調整とか、水質浄化、あるいは CO₂ の固定もそうですし、美しい農村の景色など、すべてが生態系サービスになるわけです。そういったものを私たちが大切だと思うのであれば生物多様性を守ろうというロジックが生まれたのが、議論の大きな転換点だったと思います。それはおおよそ 2000 年以降の話です。

生態系サービスの概念が出てくるまで、生物多様性保全を巡る議論は、なかなか進みませんでした。もう一つ、IPCC（Intergovernmental Panel on Climate Change：気候変動に関する政府間パネル）のような組織がなかったのも、条約交渉、国際ルールを決めるための共通基盤、知識基盤を提供できなかったというのもあります。それが 2012 年になって、今日も何度か話に出てきましたけれども、IPBES（Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services：生物多様性及び生態系サービスに関する政府間科学－政策プラットフォーム）という組織が設立されて、その評価報告書に基づく初めての交渉が今年の昆明で行われる生物多様性条約の第 15 回締約国会議です。

IPBES ができたのは、IPCC よりも約 14 年遅れ。科学的な情報を提供する基盤があるかどうか、国際的なルールづくりや企業活動の枠組みづくりに、直接あるいは間接に影響を与えていただろうと理解しています。

但馬 まず消費者に伝える。日本で分断化されて見えなくなった物事をもう一回見ようといっても、なかなかうまくいかないものです。けれども、まず国あるいは行政として、周りを埋めていくような取り組みを進めながら、消費者に届くようにしているということなんですね。

橋本 今年さらに重要なレポートが出ると言われています。気候変動枠組み条約に基づく、新しいルールづくりを進める上で、気候変動の経済影響をまとめた「スターンレビュー」が条約交渉に影響を与えたと言われているのですが、同じようなレポートが今年、イギリスから出ると囁かれています。ちょうど先週だったと思うのですが、WWF が今後このまま気候変動等が進んだ場合、われわれの社会にとってどれぐらいの経済影響が出るのかを、生態系サービスの指標と、その経済評価を使って評価していました。つまり、気候変動が進むことによって生物多様性、あるいは生態系サービスが失われ、われわれの社会にどの程度の影響があるのかということが、分かりやすい形で出てきている。すべてを貨幣換算できるものではないですが、こういった形での努力もされているということには触れておきたいと思います。

但馬 ありがとうございます。質問をたくさんいただいているのですが、申し訳ありませんが1個しか答えられそうにありません。ただ、いただいた質問や指摘は、あとで全部、今日登壇した人たちが読ませてもらいます。

ネスレの阿部さんに質問です。ネスレのような巨大企業でも原料を調達した農地までさかのぼるとのお話を聞いたことがあるのですが、どのようにしてそれを実現したのでしょうか？

阿部 当然1社だけではできないですね。やはり現地のそれこそNPOの方とか、NGOの方の協力を得てさかのぼることをしています。あとは取引先のサプライヤーさん。先ほど言った、責任ある調達基準というものを交わしたサプライヤーさんをたどって、最末端は現地のNPO、NGOの協力を得ながら、児童労働の実情などの情報を吸い上げております。

但馬 阿部さんは、この後のセッションには登壇されないのですが、ここでさらに一言いただきたいと思います。パタゴニアでもそうだったのですが、トレーサビリティを獲得、確保するためには、なぜ農家や流通過程の全部をやるのかというと、そうすることによって高く売れるから。売価としてしっかりインセンティブを付けないとやってくれないというのが、認証制度上でもあるなと思っています。FSC（Forest Stewardship Council：森林管理協議会）にしてもMSC（Marine Stewardship Council：海洋管理協議会）にしてもそうだなと思っています。

最終プレーヤーであるネスレが薄利多売でやろうとしたら、なかなか難しい。利益を上げながらやるからこそ、ネスレのサプライチェーンに関わる関係者が、ネスレの言うことだったらしっかり聞いて一緒にやろうというふうになるんだなと思っています。

そこで最後の質問なのですが、1円でも安くするのではなく、ネスレだからこそ、しっかり顧客にこの価値を提供できるという、それこそバリューをどう出していくのかということに関してネスレではどんな姿勢で挑んでいるのでしょうか？

阿部 私たちは、コンプライアンスをきちんとやっていることを第一にしている、そこからお金をいただくようなことはしていません。重要なのは、やはり信頼です。毎年の監査も、しっかり実施しています。監査で出てきた結果とか数値、コミットメントに対する進捗。どんなに悪くても必ず公表し、それに対するアクションも示します。それでも、またどこからか非難されます。それに対する解決策はこうですよと宣言する。そういうことをずっと続けていると、会社としての信頼が生まれてくると思います。そうすることで、最終的に消費者からネスレの製品やサービスが選んでいただけます。難しいことではありますが、短期的ではなく、長期な視野を持って取り組んでいるのが、特長ではないかと思っています。

