

1998年に日本で初めて企業のCSR調査を手がけて以来、当社には世界中から企業のCSR報告書が送られてきます。今回は食品、生活、パーソナルケア商品を扱う多国籍企業であるユニリーバ社の「持続可能な農業への支援プログラム」についてご紹介しましょう。これは1998年に立ち上がったもので、他に漁業と水に関する支援プログラムがあります。

ユニリーバ社はもともとオランダの会社ですが、150ヶ国で事業を展開しており、世界では毎日1億5000万個のユニリーバ製品が売られているそうです。日本でもクノールのスープ、リプトンやブルックボンドの紅茶、ベルトリのオリーブオイル、ポンズの化粧品などで知られています。ユニリーバ社が「持続可能な農業」に取り組む理由は、自分達の製品の原料の三分の二を農業から得ており、また世界の農産物の主要バイヤーだからだそうです。ですから自分たちのビジネスの長期的な成功のためには、農産物の持続可能な供給が必要であり、より良い農業に対して責任があるのだと述べています。

1990年代から生産性を上げると同時に環境を守り、資源を浪費せず、農地を大事にする農業のあり方を模索してきたことで、すでに2000万ユーロ(約30億円)が投資され、持続可能な農業担当取締役までいます。

基本方針は次の4つです。

- 1 現在、また未来の必要に応じる栄養価、生産性の高い作物をつくること。同時に資源の利用は最小限に抑えること。
- 2 土壌、水質、大気に有害な影響を最小限にとどめる農業であるだけでなく、可能な限り良い影響をもたらすものであること。
- 3 再生可能エネルギーを最大限に利用し、化石燃料のようないずれは枯渇するエネルギーの利用を最小限に抑えること。
- 4 地域社会を守り、その生活と環境をより良くするものであること。

そしてこのガイドラインにそって、パーム油、お茶、ほうれん草、豆、トマトの生産を委託しています。ドイツの菜種油、インドのきゅうり、オランダの乳製品でも同じプログラムが始まりました。また今後はオリーブ、大豆、ひまわりについても検討するとのこと。このようなユニリーバ社の試みは、私企業の枠を越えているようにも見えます。しかし、グローバルに事業を展開しているかぎり、自分達の置かれている立場とその社会的責任をグローバルな視点から見るのは、実は当たり前のことではないでしょうか。世界に製品を輸出している多くの日本企業にとっても、その企業の持続可能性(サステナビリティ

ィ) が世界のサステナビリティと密接につながっているという視点から、自社の CSR について考えるという発想が求められているように思います。