

繊維産業向け責任あるサプライチェーン管理に関するセミナー

国内外における繊維産業における 責任あるサプライチェーン管理の 実態について

2022年2月22日(火)

政策研究事業本部持続可能社会部 副主任研究員 秋山卓哉

報告内容

I. 調査概要

II. 国際認証取得に関する実態調査

III. デュー・ディリジェンス実施に関する実態調査

IV. 海外企業の取組み調査

1. 調査概要

環境保全・労働・企業統治等に関連する主な国際認証

以下の国際認証やデュー・ディリジェンスに取り組む国内中小企業を中心に調査



GOTS



- 日米英独の繊維業界団体等によって2005年に設立（認証開始は2006年から）。
- 製品の70%以上が認証されたオーガニック繊維・コットンであることを保証する認証制度であり、繊維のサステナブルな加工に関する代表的な認証。
- 製造加工工程における環境配慮のみならず、労働者の権利や児童労働の禁止など社会的基準も含まれる。
- 2020年1月現在で7,700件の施設が認証取得。

- 2002年に設立され、オーガニック、リサイクル、ダウン、ウール、モヘアに関する業界標準となる規格を策定している。
- 低炭素、土壌汚染対策、水汚染対策、生物多様性の観点から繊維産業全体のサプライチェーンにおける推奨素材導入を促す。
- 2020年12月現在、24,295の施設が認証取得。

テキスタイル・エクステンジ



ブルーサイン

- スイスのブルーサイン・テクノロジーによって2000年に策定された認証。
- 繊維製品の生産各プロセスにおける、労働者、消費者、環境の安全を保証することを目的とした認証。
- 2020年現在、656社が認証取得。



エコテックス

- 1992年にスイス、ドイツ、オーストリアの検査機関によって設立された検査・認証機関。
- 繊維製品から有害な化学物質を排除することを目的としており、有害物質が含まれない製品を証明する認証などがある。
- 2020年現在、16,000社以上が認証取得。

デュー・ディリジェンスとは(特に人権デュー・ディリジェンス)

- 企業が取引先を含めた人権侵害を把握し、予防策を講じる仕組み
- サプライチェーン全体での対応が必要
- 人権侵害の例: 児童労働や過重労働、過度な低賃金、性別・障害など境遇による差別、労働安全衛生の問題など

デュー・ディリジェンスのプロセスと対応手段

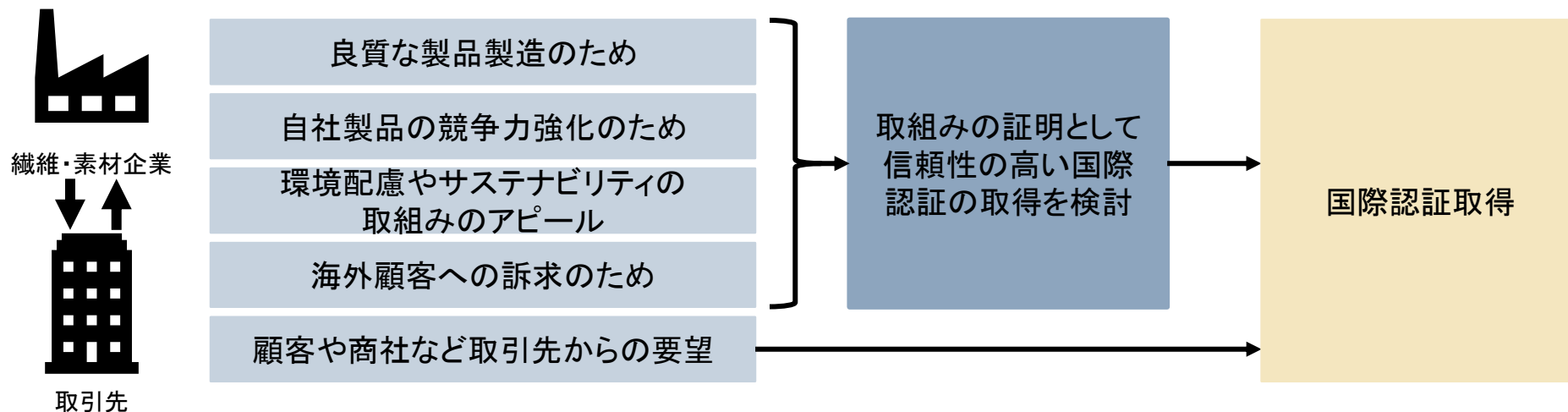


(出所) 「人権デュー・ディリジェンス 海外で法制化進む」『日本経済新聞』2022年2月15日; OECD『責任ある企業行動のためのOECD デュー・ディリジェンス・ガイダンス』2018年、21頁。

II. 国際認証取得に関する実態調査

国際認証取得理由と経緯

製品の品質や競争力向上、取引先からの要望への対応など、認証取得した理由は様々



A社

- オーガニックと謳いつつそうでない商品もある中で、製造のプロセスを認証する国際的ルールであるGOTSの存在を知った

C社

- 海外展開を考えると、Made in Japanだけでは通用せず、国際認証が必要になると聞いていた

B社

- 商社からサプライチェーンの川上企業にも、国際認証の取得が要求される時代が来ると数年前からアナウンスされていた

D社

- 取引が多いアパレルメーカーから商社を通じて、「御社でBluesignを取得できないか」と相談があった

国際認証取得に要するコスト・期間

認証取得費用は100万円以上を要することも多く、取得費用は企業にとって負担となっている
 認証によって異なるが、認証取得には数か月から1年程度(それ以上)を要する
 認証継続のための審査も必要だが、慣れることで負担感は減る

	～費用面の負担～	～手続き等の負担～	
主な費用・負担	環境基準への対応や分析・測定費用、対応費用 (化学物質によっては国内に分析できる機関が少ない)	環境方針・人権方針・行動規範などの策定	手続き面は慣れによって苦でなくなるとの意見も
	認証に対応した原材料や薬品が限られ、単価増になる	提携先のメーカーにも必要書類を提出してもらう必要	
	監査機関への支払い (監査機関が海外の場合その旅費も含む)	製造工程が細分化されており、最終品メーカーの場合 は関連企業にも監査が入る	

E社

- GRS(Global Recycled Standard)認証取得の準備は6～7カ月程度要したが、早い方ではないか。規範類の準備に時間がかかる

G社

- Bluesign認証取得では、スイス本社から監査の担当者が来る際の旅費の負担をしており、3年に1度監査が行われるため、旅費・監査費用がかかっている
- 監査の指摘事項に基づく修繕などの対策費や、化学物質の分析にコストが非常にかかる

F社

- Bluesignの規制は、国内関係法令の水準よりも厳しいものがあり、それに対応することが可能な分析機関も限られるため、分析費用がかさむ
- 環境、健康安全だけではなく、水の使用量、エネルギー使用量、排水量など対策にはコストを要する

H社

- GOTSは、20年前から対応
- 審査の要求事項や提出書類は増えているが、慣れもあるため苦にはならない

国際認証取得における苦労・課題

社内体制整備や外国語対応は認証取得企業にとって負担になっているが、地道な取組みによって各社は対応を進めている

認証機関・監査機関の体制不備が認証取得企業を悩ませている

主な苦労・課題	社内体制の整備	外国語での対応	認証機関・監査機関のガバナンス
	<ul style="list-style-type: none">■ 環境方針・人権方針・行動規範等の策定が必要	<ul style="list-style-type: none">■ 認証機関の日本事務所がないと書類作成や申請手続きなども英語等の外国語で対応する必要	<ul style="list-style-type: none">■ 認証機関の体制やガバナンスが脆弱で、認証取得・継続手続きが滞っている
対応	<ul style="list-style-type: none">■ 認証取得経験豊富な人材確保■ 通常業務と兼務して対応	<ul style="list-style-type: none">■ 外国語人材確保■ Google翻訳などを駆使■ 認証機関の日本事務所開設で改善された面もあり	

I社

- OEKO-TEXとBluesign認証対応は、品質保証を担当する部署の2~3名で主に行っている

K社

- これまではコントロール・ユニオン(Control Union)しか監査機関がなく、繊維専門ではないこともあり、手が回っていないようであった

J社

- Bluesignは英語での資料作成が必要
- Google翻訳を使いながら、英語を作成
- 日本のBluesign担当者から助言を得ることもある

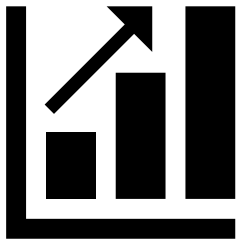
L社

- GRSは急速に参加企業が増えているのに対し、認証機関の体制は脆弱で、ガバナンスが機能していない。
- ルール改正時も通知なし。審査後3ヶ月ほど待たされ、問い合わせでやっとルールが変更され取得ができない旨を言い渡された。GRS製品のサプライチェーンが途切れて、関係者に迷惑をかけた

国際認証取得のメリット

認証取得が収益増や新規顧客開拓にすぐにつながるとは限らないが、既存取引先からの評価向上や取引維持、プロモーションにつながっている

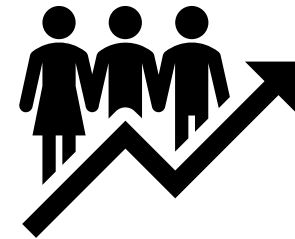
社員の意識向上や経営の見える化といった収益以外での恩恵あり



収益・取引確保



取引先との関係強化
新規顧客獲得



社員の意識向上

M社

- 既存顧客の商社やメーカーからは、認証を取得したことを評価してもらっている
- 対応しなければ、海外有名ブランドから発注がされないなど、ふるいにかけてられることになる

O社

- 海外有名ブランドの製品をOEMで製造しており、厳しい工場監査を受ける必要があったが、国際認証を取得したことにより監査が不要となった

N社

- 認証により商圏が得られやすい
- 顧客からの指名を得られることがある
- 欧米では認証がないと相手にされないということもあり、取得して良かった

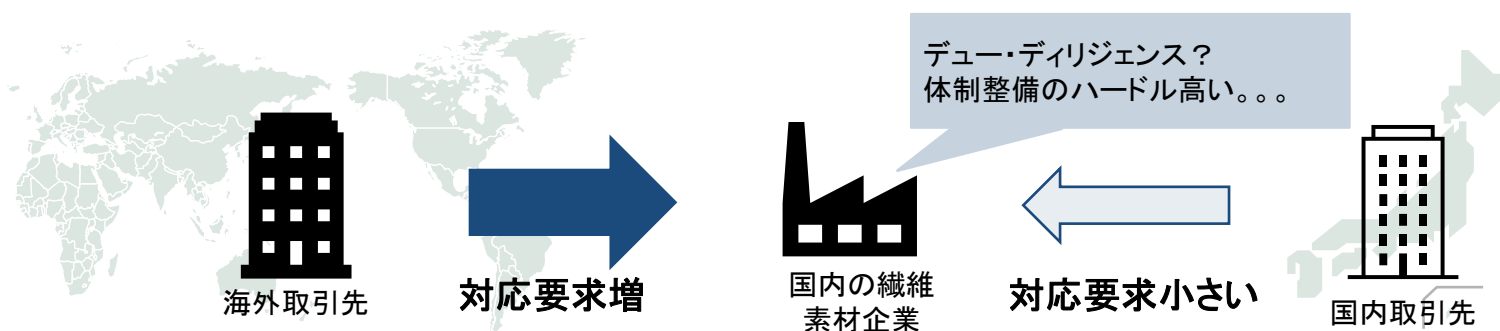
P社

- 認証取得は社員教育の面や、資料の作成、研修、社内の様々なものの見える化ができた点で役に立った

III. デュー・ディリジェンス実施に関する実態調査

デュー・ディリジェンス実施の理由と経緯

特に海外取引先から対応を求められるケースあり(国内企業からの要請は少ない)
人権デュー・ディリジェンスにはハードルを感じている企業も多い
国際認証取得がデュー・ディリジェンス実施を兼ねていること場合もあり



A社

- デュー・ディリジェンスを求められたことは無いが、欧州の取引先から児童労働に関するアンケートが求められたことはある

C社

- 人権デュー・ディリジェンスはハードルが高い面があり、まだ手を付けられていない。将来的には対応したいが、ハラスメント対応など体制整備が必要になる
- サプライチェーンには零細な製造事業者もあるため、デュー・ディリジェンスの意味から説明する必要あり

B社

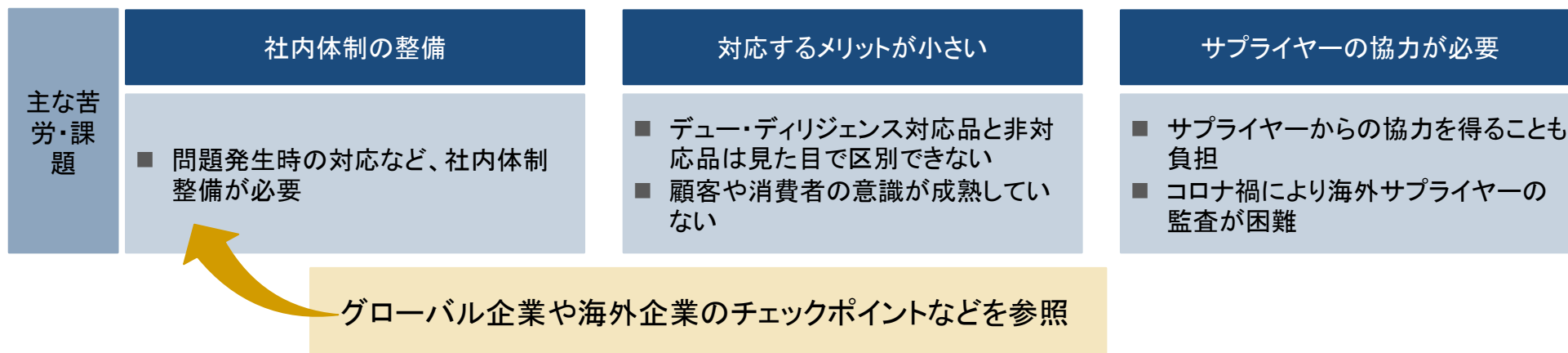
- デュー・ディリジェンスは、顧客が反応する可能性がある問題に応じて対応しているが、正面から体系的に取り組んでいる状況にはない
- アパレル業界で「デュー・ディリジェンス」という言葉が使われることがほとんどないので、具体的に分かっていないことも多い

D社

- GRS認証の要件に、社会的要件(雇用、ハラスメント、残業、賃金や、水の使用量、大気や排水等の削減努力など)が含まれており、この部分がデュー・ディリジェンスに相当

デュー・ディリジェンス実施における苦労・課題

社内体制整備やサプライヤーの協力確保が負担になっており、対応してもメリットが小さい
海外企業の取組みを参照して何をするか対応を進めている企業も存在



E社

- 米国の多国籍エンターテインメント企業や大手スーパーなどのチェックポイントを参照して高い水準を確保しつつ、日本の状況を踏まえ、最低限守ってほしい内容について文書化

G社

- サプライヤーの与信チェックを定期的を確認
- 一定の規模以上のサプライヤーであれば対応してくれるが、国内のサプライヤーだと難しいところもある

F社

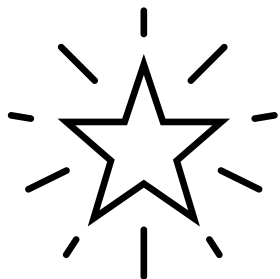
- いまのところ顧客はまだ「第一にサステナビリティ」というマインドになっていない

H社

- コロナ禍の海外渡航が困難な状況下では、現地に渡航しサプライチェーンの実態把握をすることが難しい

デュー・ディリジェンス実施のメリット

国際認証と同様、対応によりすぐに収益増などにつながるとは限らないものの、「健全な企業」としての認知や信用向上、顧客対応に応える体制整備などに寄与
従業員の意識向上など収益以外のメリットあり



健全性の証明



取引先との関係強化
信用向上



社員の意識向上

I社

- 取組みをすることで「健全な企業」として認められ、それが社会に認められることとなり、顧客からの信用にもつながる

K社

- ルール整備により、品質の高い製品マネジメントが可能となり、自社及びサプライヤーも恩恵を受けられる

J社

- 従業員の安全を守るために実施しているという認識は現場の従業員にも周知されている
- 軽微な事故は発生するが、取り組まないよりは効果はある

L社

- 染色業界はデュー・ディリジェンスに取り組む機会が少ないが、当社の場合、顧客との縁で運良く早い段階から取り組むことができた
- 顧客の要求に応える体制、社内一人一人の認識も醸成されていると思う

IV. 海外企業の取組み調査

Continental Clothing (英)

サプライヤー情報を公表するとともに、サプライヤーとの公平な関係構築をアピール

事業・製品	<ul style="list-style-type: none"> ■ Tシャツやスウェットなどの製造・販売。4つの商品ラインナップ <ul style="list-style-type: none"> ● Continental: 同社のシグネチャー・ブランド。高品質。 ● Earth Positive: 持続可能性に配慮したシリーズ。100%オーガニック、労働基準遵守、二酸化炭素排出量削減などに配慮。 ● Salvage: 100%リサイクル素材によるシリーズ ● Fair Share: インド工場従業員への上乘せ賃金分が加算されたシリーズ 	
認証	GOTS、PETA-Approved Vegan、OEKO-TEX、Global Recycle Standard (GRS)、Organic Content Standard (OCS) など	
取組内容	社会的基準の方針	児童労働なし、強制労働なし、安全で健康的な労働条件、法務労働契約、生活賃金の支払い、結社の自由と団体交渉の権利、従業員に対する差別なし、過度の作業時間なし
	外部機関による監査	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2006年からFair Wear Foundationのメンバーとして社会的責任プログラムを実施 ■ Fair Wear Foundationによる監査を受ける。監査に基づくFair Wear Foundationが同社のパフォーマンスに関するレポートとスコアを公表(2021年レポートでは「Leader」ランク)
	サプライヤーとの関係	<ul style="list-style-type: none"> ■ 4年間でサプライヤーの従業員の生活賃金を3倍に引き上げを実施 ■ 全従業員に25インドルピーの賞与 ■ インド主要工場の全女性従業員に無料の生理用ナプキンを支給 ■ 突然のオーダーや事前の生産計画より早い引き渡しを要求しない ■ 引き渡しの遅れがあってもペナルティは科さない ■ 製品価格は、素材のコストや賃金を反映したサプライチェーン全体の成長が可能なマージンを確保できる水準に設定 ■ サプライヤーにおける違反発見時は、すぐに取引関係を終了せず、是正のための支援を提供

これらの取組みを会社HPや「社会レポート」で積極的に公表

(出所) Continental Clothing website; Continental Clothing, social report 2020, https://ccc-private.s3.amazonaws.com/pdf/docs/Social_Report.pdf.

サプライチェーン全体の透明性向上の注力

サプライヤーに倫理基準遵守を求めるとともに、頻繁に訪問し関係強化

事業・製品	衣服、小物、靴等の販売	
認証	GOTS	
取組内容	サステナビリティに関する目標設定	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2025年までにチャリティ(非営利組織の一種)に100万ポンド(約1億6000万円)に寄附、従業員によるボランティア2万時間を達成 ■ 2040年までにカーボンネットゼロ達成 ■ 2022年までに衣類の完全回収スキームを開始 ■ 2024年までに使用素材のすべてを認証品等に切り替え(コットン⇒GOTS、皮革⇒LWG(Leather Working Group)、ウール⇒RWS(Responsible Wool Standard)、ビスコース⇒Closed Loop システム製法による製品 ■ 2023年までに二次サプライヤーまでの把握 ■ 2023年までに一次サプライヤーの環境削減ターゲットの策定 ■ 2023年までに埋立地への廃棄ゼロ達成
	サプライヤーとの関係	<ul style="list-style-type: none"> ■ 製造パートナーは専門性と品質を重視して選定。主要サプライヤーはインド、トルコ、中国、ベトナム、スペイン、ポルトガル、ブルガリアに拠点 ■ Seasaltの倫理基準コミットメント声明に署名したサプライヤーのみ取引 ■ 全サプライヤーはETI(倫理取引イニシアチブ)を遵守。すべての一次サプライヤーはSEDEX(サプライヤー倫理データ交換)メンバー ■ Seasaltの代理店が週1回以上サプライヤーを訪問 ■ サプライヤー全体の透明性向上に注力。2023年までに二次サプライヤー(主に染色、印刷など)を含めた全体像を明らかにする ■ サプライヤーのGOTS認証取得を支援

これらの取組みを会社HPや「サステナビリティレポート」で積極的に公表

(出所) Seasalt website, <https://www.seasaltcornwall.com/sustainability>.

海外企業の取組みの特徴

海外企業はサプライヤーにも倫理基準の遵守を求めたり頻繁な訪問によって人権や労働衛生リスクを最小化

取引しているサプライヤーには公平な関係を築いていることをアピール



■ サプライチェーンにおける人権・労働衛生リスクの最小化



■ サプライヤーの公表、サプライチェーン全体の透明性向上



■ サプライヤーとの公平な関係構築



■ 取組内容はしっかり公表（ウェブサイトやサステナビリティレポート等）

ご清聴ありがとうございました