社会を構成する基盤事業における最上流の課題を模索する

「社会を構成する基盤事業における最上流（資源採取、農業、植林等）の課題を模索する」をテーマに、4人の有識者をお招きしてダイアログを開催しました。
当社小林社長以下経営層が出席し、各分野における課題について話し合いました。
（実施日:2008年6月17日）

ものはどこから来るのか、私たちに教えてほしい

丹波　総合商社は、原料から製品に至る、上流から下流までのアイテムを総合的に扱っています。本日はそのなかでも当社の事業の極めて重要な基盤のひとつである資源開発・原料調達といった「最上流」をテーマとし、この部分で社会が商社に何を求めているか、またCSRとして何が必要かを浮き彫りにできればと思います。

小林　当社は「豊さを担う責任」を企業理念に掲げ、「地球の豊かさ」と「人間の豊かさ」にどのように貢献できるかを考えながら事業を進めてきました。今日の課題である資源について、過去20～30年間、ここ5年ほどを除いては、資源価格は安定していましたから、消費者が資源について意識をすることはほとんどなかったと思います。しかし、近年、中国など新興国で資源の消費量が急速に増加する等いくつかの要因が重なって資源価格が高騰した結果、世界の人々にとって資源は大きな課題となりました。製品と消費者をつなぐ立場にある商社は、これまで、食料やエネルギーという国の安全保障の要となる事業を担ってきました。今後、資源をどう捉え、説明責任を果たしながらどのように事業を進めるかは大きな課題だと認識しています。

谷口　世界の大規模な資源開発の現場を見てまわると、資源開発が自然や地域住民にいかに大きな影響を与えているかが分かります。世界の資源採掘の35%を途上国に依存し、その割合が今後ますます増える方向です。熱帯林をはじめとする生態系が破壊され、先住民の文化や伝統が壊されています。特に東南アジアやアフリカ、南米では、恐ろしいスピードで状況が深刻化しています。現代物質文明は、このような資源開発によって支えられています。消費者には、そういったことを知り、意識を変えていただかなければなりません。

河口　これまで、消費者が資源の問題を意識しなくて良い時代が長く続いていました。消費者が何も考えなくていいように、企業がすべてやってあげた、というのがビジネスのスタイルでした。しかし、上流の資源が足りなくなる時代にこのやり方でさらに需要を拡大させても、近い将来、立ち行かなくなるでしょう。これからは、企業は「ものがどこからどうやって来るのか」をきちんと伝えてほしいと思います。「資源は有限です」「そして採取する際にも環境破壊等の問題を生じます」「確保するためにはこれだけ苦労しています」「だから大切に使いましょう」というメッセージを発信していくことが今後の企業の責任だと思います。

資源への消費者の関心を高めるために

辰巳　これまで、消費者はほとんど価格だけを基準にものやサービスを選んできました。何でできているか、どんなふうにつくられているか、まったく考えていなかったといって良いのではないでしょうか。消費者に届く情報も乏しく、私たちが考えるのは、使用段階と、せいぜい廃棄に関することでした。消費者が考えて商品を選択するという社会になるように、企業は環境・社会面も含めて良

有識者

河口 真理子 氏
大和総研経営戦略研究所
主任研究員

熊崎 実 氏
日本木質ペレット協会会長
筑波大学名誉教授

辰巳 菊子 氏
社団法人日本消費生活アドバイザー・コンサルタント協会
常任理事

谷口 正次 氏
国連ゼロエミッション・
フォーラム理事

伊藤忠商事

小林 栄三
取締役社長

丹波 俊人
取締役副社長
CSR委員会委員長

松川 良夫
常務執行役員
金属・エネルギーカンパニー
エグゼクティブ バイス プレジデント

佐藤 浩雄
執行役員
食糧部門長

押谷 賢一
生活資材部門長代行

い製品が見分けられるような情報伝達を行ってほしいと思います。最近ではCO_2排出量に関する情報開示が動き始めており、近々商品にも「カーボンフットプリント※」が付くかもしれません。

また、下流から上流に戻すという循環型の社会というのが非常に重要だと思っています。資源の大切さを情報として伝えてもらえれば、消費者がリサイクルに取組む動機付けにもなると思います。

丹波　確かに情報伝達はうまくいっていないかもしれません。消費者の一人として自らの行動を振り返ってみても、あえて情報を取りに行こうせず、「待ち」の姿勢でいるように思います。企業側も積極的に情報を発信し、消費者双方向の動きをどう推進していくかという課題だと思います。

松川　石油開発に長く関わる中で、環境問題の大切さを感じたのは、1990年代初めに北海の石油開発に携わった時でした。開発後、廃鉱する際にどこまでコストをかけて自然を修復するか、開発現場に隣接する国々などでスタンダードをつくろうと議論しました。結局現在は、当時は考えられなかったような莫大な費用をかけて元に戻す作業をしています。このコストは、最終消費者が負担することになるわけですから、この点もきちんと伝えなければいけないと思います。ガソリン価格が高騰して困るという声も聞きます。環境のことを考えないで採掘すれば、もっと安く開発できますが、一方で環境を守ってほしいという要求もあります。両方のニーズに応えていかなければなりません。

社会的な側面についても同じです。以前、オーストラリアでウラン鉱山を開発しているときに、アボリジニの方々が開発に強い抵抗感を持っていることが分かり、開発をやめて原状復帰したことがあります。先住民や地域住民の文化を尊重しながら開発を行っていることを消費者にきちんと伝えていく必要があると思います。

熊崎　これだけグローバル化が進むと、資源の開発現場や開発に携わる企業と消費者との間の距離は非常に遠いですね。消費者がもっと勉強し、グローバルな視野でこの問題を考えないと、距離は縮まらないと思います。

※カーボンフットプリント:企業による製品・サービスや個人の活動等が地球温暖化に及ぼす影響を、CO_2排出量に数値換算した指標。製品・サービスの生産から廃棄までを通して、どの程度の影響を及ぼしているのかを把握すること等に用いられる

自然の価値を市場メカニズムに組み込む

谷口　物質文明の発展とともに、豊かさや便利さに価値観が向きすぎてしまったため、サプライチェーンの最上流では資源開発に伴い環境破壊が深刻化しています。その根本的な原因は、自然の価値が市場メカニズムに組み込まれていない、ということです。現在、これを市場メカニズムに組み込む「サステナビリティ・アンド・プライシング」が世界的な環境経済学の潮流となっています。20世紀のように、経済の下位概念としての資源と環境であってはいけないという考え方が急速に拡がっています。

辰巳　地球上で人間以外の生物はすべて自然に与えられた範囲の中で暮らしていますが、人間だけがものを買ったりサービスを受けたりして環境に負荷をかけながら生活しています。私達が便利さを求める中でかけているこの負荷が価格に反映されなければならないと思います。

松川　企業には、環境や社会的な制約の範囲内でできるだけ安く製品を提供することが求められています。しかし本来、北海の開発現場での原状復帰のようなことはもっと消費者から要求していくべきです。その結果コストは上がりますが、同時に企業は下げる努力をします。そういうキャッチボールが行われることで、同じものを生産するうえでの環境、社会負荷が減っていくのが良い姿ではないでしょうか。

佐藤　消費者にとって、ものは安い方がいいわけですが、一方で資源は有限です。食料分野でいえば、従来、食料を安定的な価格で提供できるかどうかは、ほぼ天候のみに左右されていました。ところが最近では、価格の変動要因が増えています。洪水やハリケーン等の自然災害で生産量が減れば価格が上昇しますし、中国など新興国での消費量増加に伴い、需給バランスが崩れています。投機資金も流れ込んでいます。バイオ燃料など、農産物が食料以外の用途に使われることも、価格に影響を与えています。企業は、消費者に対してこうした情報をきちんと伝え、どうしてそのような価格がついているのか理解し納得してもらわなければいけないと思います。

河口　「地球上の資源は、人間に必要なものを満たすことはできるが、欲望を満たすことはできない」というガンジーの格言がありますが、私たちは何が必要で、どこまでが欲望か、「必要」と「欲望」を分けて考える必要があると思います。欲望を満たす商品はファッション等付加価値が高い傾向があるので、薄利多売ではない大事に使えるものを開発していただきたい。そして消費者の欲望にまかせて資源を収奪するのではなく、資源の制約から消費者の欲望をコントロールするようなビジネスモデルに転換してください。

持続可能な森林資源の利用に向けて

熊崎　これまで、森林は余裕のある資源であると考えられており、木材資源の将来については、比較的楽観的な予測がなされていました。今後、人口が100億人になっても木材需要はまかなえると試算されていました。しかし、これは化石燃料がまだ使えるという前提のもとに成り立っていた試算です。今後、エネルギー需要にも対応する必要があるとなると、森林資源は足りません。

押谷　私は紙パルプ事業に長く従事してきましたが、紙の値段は何十年もほとんど変わらなかったというのが実態です。しかし、紙にも貴重な森林資源を使っていることを、商社がメーカーとともに消費者に伝えていくことが大事だと改めて思いました。また今後、新興国での使用増に伴い、紙の需要は増えます。逆に活用できる森林資源は限られており、森林資源を用途に応じてうまく使い分け、木質系の資源を無駄なく使い切る努力をすべきだと考えます。

熊崎　最近は木材をバイオエタノールとして利用する取組が盛んになっています。しかし、木質系原料でエタノールをつくるのは非常に難しく、木材のエネルギー利用としては、チップ化して燃やし、熱源に使った方が、エネルギー変換効率はいいでしょう。

森林からどのぐらいエタノールが取れるか、とよく聞かれますが、森林経営の性格上、エタノール用の木くずだけ取ってくることはできません。上質の木材は製材に、次の質のものは合板に、残りをエタノール用に、という質に応じた利用の仕組みを確立しなければいけません。

押谷　一方、日本の林業については、これまで、輸入材の量が年々増え、国産材は減少してきました。しかし、世界全体の森林資源のうち、活用できる分は限られているわけですから、日本の林業の流通システム全体を見直す必要があると思いますし、商社にも貢献できる部分は大きいと思います。

熊崎　国産材にもようやく競争力が出てきましたが、私が心配しているのは、せっかくそうした状況になったのに、日本では持続可能な林業のインフラができていないことです。今後どうやって日本の森林経営を持続可能なものにしていくかは大きな課題です。

丹波　日本については、国内林業の活性化も必要です。外材が入らなくなれば国内産材に目が向いていくと思います。資源そのものはあるわけですから、後はどうやって

経済合理性を持たせるかということです。林業従事労働者の確保も含め、今の林業のシステムを抜本的に変えていかなければならないと思います。

食料も有限な資源

小林　林業だけでなく、農業の活性化も必要です。近い将来、お金はあっても食料が手に入らないという時代が来るでしょうから、これは待ったなしの問題です。経済界でも、この問題に積極的に取組んでいこうという動きが出てきています。

佐藤　日本は、カロリーベースの食料自給率が39%と、先進国で最低のレベルで、これから自給率をどう上げていくかは大きな課題です。商社は今後、海外からの食料の確保だけでなく、国内農業の活性化にも貢献できると考えます。例えば、減農薬や肥料効率化等に取組む農家と連携し、加工や販売を支援するほか、物流の合理化を図ることで、輸入農産物と競争できる価値・価格を生み出すことが可能になると思います。いわば、バリューチェーンを構築するわけです。現在、こうした取組に着手しています。

谷口　食料の供給について最上流から見ると、肥料が足りないことが大きな問題になっています。農作物を育てるには窒素、リン、カリウムの3要素が必要ですが、このうちリンが不足しており、世界的な争奪戦となっています。

佐藤　鉱物資源が有限なのと同様に、実は農産物も無限にできるものではありません。そもそも水の量も農地も限られていますし、ご指摘のあったようにリン鉱石も不足しています。私たちはそろそろ、農産物も有限であるということを認識しなければいけないと思います。

河口　日本で毎年廃棄されている食べ物の量が2,000万トンで、世界中で行われている食料の援助量がその半分だという話があり、無駄な使い方をやめるのも大切だと思います。また、牛やブタなど、飼料を大量に必要とする、穀物集約度の高いものをなるべく食べない食生活に切り替えることもひとつの方法として議論されています。

持続可能な社会へのターニングポイント

谷口　これからは「競争優位のCSR」が必要だと考えます。資源について、都市鉱山といわれるように、大きな価値がある下流の資源をリサイクルすれば上流の資源を採掘しないで済むのですが、これが意外に知られていません。資源を大事にしましょう、というだけではなく、地球益上も非常に有益だということを理解することが重要です。しかもこれは次世代にバージンの資源をその分残したということですから、その価値を企業価値として評価できるのではないでしょうか。それが、「競争優位のCSR」で、外部経済への企業活動の貢献度を金額に換算し、従来の財務諸表では捉えられなかった、環境保全などの活動の効果を数値化して評価に取り入れる、という考え方です。

小林　本日は、活発なご議論をありがとうございました。

皆様のご意見を伺いながら、「地球を守ることは経済成長とリンクしないのではないか?」「しかし一方で、経済成長は求めざるを得ないのではないか?」と自問自答しておりました。人間には欲望がありますし、「もっと良くなりたい」という気持ちもあります。しかし良くなることの意味は経済成長だけではないはずで、いろいろな知恵や技術を活かし、環境を守り、社会に配慮しながら事業活動とのバランスを取っていく必要があるとあらためて思いました。今、社会はターニングポイントに立っており、今後、持続可能な社会に向かって急速にシフトしていくでしょう。伊藤忠グループも社会の先頭に立って、この動きをリードしていきたいと思います。

対話を終えて

今回は、「社会を構成する基盤事業における最上流の課題」というテーマで、総合商社にとってどのような課題があるのか、各有識者の方から多面的なご意見を伺いました。

対話においては、特に、資源確保のプロセスについて消費者が環境コスト等の正しい情報を得られるようにする責任が企業にあること、資源の有限性についての再認識とその有効利用が重要であることについて、示唆に富んだご提言をいただきました。

本日の議論を踏まえ、経済成長と資源・環境の問題をどう両立させるか、そのために私たち総合商社が担うべき役割・機能は何かを常に考え、事業活動にあたっていきたいと思います。

丹波 俊人
取締役副社長　CSR委員会委員長