

2014 年 3 月 11 日

男女共同参画推進連携会議「国際的に連携した女性のエンパワメント促進」
チーム会合（第 5 回）における報告
グローバル・コンパクト研究センター研究員
江橋崇（法政大学名誉教授）

2013 年度中における当研究センターの WEPs に関連する調査、研究活動はおおむね下記のようなものでした。（直接関係する部分に下線を加えました）。

1. 2013 年度活動方針

グローバル・コンパクト研究センター（GC 研）は 2013 年 4 月に独立の研究センターとして再スタートしました。GC 研の活動は、研究員が各自の問題関心と GC に関連した研究課題を設定し、調査研究を進めていくこととなりました。

2013 年度は、これまで 6 年余りの研究の蓄積を基礎に、（1）グローバル・コンパクト研究、（2）女性のエンパワメント原則（WEPs）研究、（3）人権 CSR 研究、（4）女性のエンパワメントに取り組む企業への第三者評価の 4 つのテーマを柱として研究活動を行いました。また、GC に関心のある若手研究者に参加を広く呼びかけました。

研究成果は年次総括研究会およびウェブサイト（<http://gc-rc.org>）を通じて発表しました。また、E メール等を通じて研究成果や GC に関する最新情報などを研究員間で共有しています。

2. 2013 年度活動報告

○ ウェブサイトのリニューアルおよび英語サイトの開設

GC 研の再スタートに伴いウェブサイトをリニューアルしました。これまでの研究成果を整理するとともに、活動方針の上記（1）～（4）の 4 テーマに沿った新たな研究成果を掲載してきました。英語ページも立ち上げ、GC 研の活動成果を内外に発信して広く還元しました。2013 年度は、WEPs 研究および女性のエンパワメントに取り組む企業への第三者評価の二つの柱を中心に、アンケート結果および 2 社の第三者評価の翻訳版の作成など、英語での発信を行いました。

○ 国連グローバル・コンパクト事務所との連携

国連グローバル・コンパクト事務所（GCO）から GC 研の活動に対して支持を得てきました。特に、GC 研の研究活動を通じた GC 原則および WEPs の普及・実施に対する貢献に GCO から感謝の意を示していただいています。

○ 研究活動

（1）グローバル・コンパクト研究

— 略 —

(2) 女性のエンパワメント原則(WEPs)研究

①「WEPs で企業力アップ！ー日本における WEPs 参加企業アンケート」

2014年1月末現在、WEPs 署名企業 672 社のうち日本企業は 203 社であり、約 3 分の 1 を占めています。これまで WEPs 参加企業については、限られた企業情報（企業名や業種、本社所在国）が公開されているのみでした。そこで、GC 研では 2013 年 3～4 月に「WEPs 参加企業アンケート」を実施し、194 社中 50 社の回答を得て、WEPs 参加企業の取り組みの実態について基本的なデータを把握することを試みました。報告書の英語版も作成し、世界の GC および CSR の関係者に配布しました。さらに、国連 WEPs 事務局のウェブサイト「Local WEPs Resources」の一つとして掲載されました。

②第 4 回国連 GC リーダーズサミットへの参加（WEPs 関連会合への参加）

国連 GC リーダーズサミットは、国連事務総長や国連 GC 事務所、国連 GC 参加企業・団体のトップが対話を行い、今後 3 年間の国連 GC の活動に関する勧告や戦略策定を行う最高レベルの会議です。3 年に 1 回開催されます。センターからは 2013 年 9 月に米国で開催された第 4 回会合に出席し、WEPs 関連会合を中心に参加しました。GC 研は GC および WEPs の参加団体ではありませんが、これまでの研究活動が評価され特別に参加が許可されました。GC 研の活動をリーフレットにまとめ、グラミン銀行創設者ユヌス教授などリーダーズサミット参加者に配布し、好評をいただきました。

(3) 人権 CSR 研究

— 略 —

(4) 女性のエンパワメントに取り組む企業への第三者評価

WEPs の報告制度には客観性の担保となる「第三者評価」が欠けており、女性のエンパワメントに熱心に取り組んでいる企業の活動やその成果が十分に知られないままで埋もれています。そこで研究センターは、日本の国内でグッド・プラクティスと思われる企業を調査してその報告を「第三者評価」として独自に公表してきました。2013 年度は、万協製薬株式会社および有限会社モーハウスの第三者評価を実施し、公表しました。万協製薬株式会社の第三者評価は、英語版を作成しました。