

エ 人権・労働

1 「人権・労働」分野の調査趣旨

企業活動とは、人が集まって何かの価値（モノやサービス）を作り出すことであり、その価値はお金に換算される。そのため企業は常に利益を最大にする努力が求められる。だが、利益が最優先される企業活動においては、しばしば、価値を作り出す従業員、原料を作る労働者等の人権への配慮が後回しにされてしまう。

過去10年ほど、国連を中心に「ビジネスと人権」への注目が高まり、企業の社会的責任の一つとして、事業活動において人権が守られるようあらかじめ対応すること（「人権デュー・ディリジェンス」）が求められるようになった。

本分野では、企業が基本方針として人権重視を掲げているかどうかを始めとして、まずは企業内において従業員の多様性に配慮した働きやすい仕組みが作られているかどうか、従業員の労働環境が守られているかどうか、製品原材料の生産者等のサプライチェーンにおいて労働者の人権が守られているかどうか、などを調査することによって、企業の人権や労働環境への姿勢を測っている。また消費者の目に見える形で、生産過程での労働者保護の有無が示されるフェアトレードへの取り組みや、社会における人権（性の商品化やジェンダー平等を含む）への姿勢も問うことで、企業内にとどまらず、広く人権に対する企業の姿勢と取り組みを調査した。

人権とはあらゆる分野にまたがる概念であるため、消費者の安全等については「消費者」、格差の是正や投資における人権基準などについては「社会・社会貢献」、紛争地域における住民の権利等については「平和・非暴力」の項も合わせて参照してほしい。

2 調査内容と結果概要

A. 人権についての基本方針など

まずは肝心かなめの、人権について企業がどう考えているのかについて。企業理念や経営理念等で「人権の尊重」を明文化していたのは、**サンマルクとドトールを除く計8社**で、この8社は人権問題に関する相談窓口も設けていた。残りの2社は残念ながら人権についての取り組みがほぼ皆無に近く、本分野の成績は最低点の「1」になっている。

「世界人権宣言」等の国際規則を採用し、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」に沿って取り組んでいるのが**アサヒ、キリン、サントリー、コカ・コーラ**の4社だった。ただしいくら理念を謳っても、実践が伴わなくてはならない。社員への浸透を図る上で重要な研修を行っているのが**6社**。サントリーとアサヒはさらに、全社員にハンドブックを配布していた。

B. 多様性（ダイバーシティ）に配慮した働きやすい職場環境の整備

「女性の活躍」については厚労省が力を入れており、女性採用比率や管理職比率などの現状と改善点の分析を策定・提出・公開しているかどうかの一つの指標になるが、これは**9社**がクリアした。うち女性活躍推進企業「えるぼし」認定を受けているのが**キリン、サントリー、コカ・コーラ、コメダ**の4社。また子育てサポート企業は「くるみん」マークを広告等に掲載することができるが、これは**飲料メーカー5社**すべてが取得していた。

点字案内板の導入や車いす使用者のための作業場の工夫など、職場のバリアフリー化については**9社**が何らかの対応を取っていた。障害者の就労支援に何らかの取り組みを行っているのが**9社**あり、ジョブコーチの活用（アサヒ、キリン）、知的障害のある学生の体験就労（キリン、サントリー）、障害者支援団体との連携（コメダ、タリーズ、スターバックス）、野菜農園での障害者雇用（ドトール）など、各社

多様な取り組みが試みられている。また性的少数者 LGBT については、同性パートナーを異性配偶者と同等に扱う福利厚生制度を導入している企業が3社あった（キリン、サントリー、スターバックス）。

C. 自社における労働搾取の防止、労働者の権利の保護

自社においての、児童労働・強制労働・人身取引・長時間労働・労働搾取（賃金不払い等）の防止、労働組合結成の自由等についての取り組みを調査した。全般的にしっかりした規定があるのがサントリーで、スターバックス、コメダが続いたが、コカ・コーラ、キリン、アサヒについては、次項Dのサプライチェーンへの働きかけに比べて弱い印象。自社については、日本の労働基準法に則って業務が行われていれば殊更に謳う必要が無いのかもしれないが、外国人労働者に対する差別待遇やサービス残業（無賃残業）、労働組合員へのハラスメントなどは現に起きていることなので、それらをしっかり規定に盛り込んでほしいところである。

労働者の権利の侵害について実例が挙がり、残念ながらマイナス点となった企業が2社あった。（祝日を出勤日にして有給奨励日としたことが、厚労省から「好ましくない」とされた事例、直営店にて18歳未満の年齢証明書類保管の不備が指摘された事例。）

D. サプライチェーンにおける労働搾取の防止、労働者の権利の保護

企業に、自社のみならず取引先（原料調達先＝サプライヤー）の労働者の人権に配慮する責任があるのは、サプライヤーが大企業より立場が弱く、納入価格や納入期限で厳しい条件を課されたときに、しわ寄せがいくのが労働者だからである。つまり、サプライヤーに対して人権尊重を求めると同時に、その取り組みを支援する責任が、企業には求められる。

大前提として、サプライヤーに人権尊重を要請しているのはアサヒ、キリン、サントリー、コカ・コーラ、スターバックスの5社。そのうち人権尊重への取り組み状況を調達先選定の判断基準にしているのはサントリー、コカ・コーラ、スターバックスの3社だった。また上記5社は何らかの監査・調査を行っていた。特にサントリーは、毎年サプライヤーへのアンケートを実施し、さらに一部地域において複数サプライヤー（原料、包材など）に対して第三者監査を実施していた。キリンも、不定期だがリスクの高い国の調達品で監査を実施していた。

カフェチェーンだけを対象に、「フランチャイズ店従業員の労働環境に配慮するよう指導・監督を行っているか」を訊いたところ、コメダのみ、「全チェーンに対する各種法令順守のアナウンスを行う仕組みがある」と回答があった。

自社に対すると同様、児童労働・強制労働・人身取引・長時間労働・労働搾取の防止、労働組合結成の自由等についてサプライチェーンに要請しているかを調べたところ、スターバックス以外のカフェチェーンには取り組みが見られなかったのに対し、伊藤園以外の飲料メーカーは、過不足はあるが何らかの働きかけを行っていた。英国現代奴隷法への対応は、アサヒ、サントリー、コカ・コーラ、スターバックスが行っていた。

サプライヤーでの労基法違反が指摘された企業が2社あった。いずれも飲料メーカーの自販機オペレーターが、残業月200時間以上の長時間労働や残業代不払い等で労基署から是正勧告を受けている。

いずれも大企業である調査対象企業には、最低限でも調査や監査によって状況把握を行い、さらにはその立場を使って、サプライチェーン上の労働者の人権向上に努めてほしい。

E. フェアトレード

フェアトレード（以下FT）は現在、商品の製造過程で労働者の人権・生活・雇用が守られていることを、消費者が確認できる唯一の仕組みなので、特に製造業ではFT製品の製造が期待されるし、製造業以外でも社内利用のために調達する物品にFTを使用し、販売業であればFT製品を取り扱うことが求められる。

社内利用物品・食品等のFT調達の項目で取り組みが確認できたのはコメダ1社のみ。ただしこれも「FTについての研修の実施」「調達先サプライヤーの自社基準による認証類似製品の使用」での得点だった。

製造については、スターバックス（現在）とタリーズ（過去に一度）で確認できた。ただしコメダ、キリン、サントリー、伊藤園も、FT以外の認証システム（レインフォレストアライアンス等）の製品を

製造、あるいは過去に製造していた。またアサヒ、サントリーはFT製品の開発を検討中だということなので、大いに期待したい。

販売（カフェチェーンのみ）については、コメダが過去にFT製品を販売していた。スターバックスは現在も行っている。なおスターバックスについては、FTと異なる独自のカフェ・プラクティスという基準をNGOと共同で開発し、現在ほとんどの製品をそれに切り替えている。

F. 社会に対する人権侵害の防止

企業が社会に向けて発信する広告や幹部発言などに、性差別やその他の差別、ジェンダーによる役割の固定化を助長するようなメッセージが含まれていないか、また人権侵害の一つである性の商品化に加担するような社員旅行や行事、接待が行われていないか、という視点も調査に加えた。残念ながら飲料メーカー1社で、ツイッターに投稿した商品関連のイラストが女性蔑視だと批判された事例があった。

3 全体的な評価と今後への期待

・全体として、企業によって「1」から「9」までかなりのバラツキがあるという結果になった。回答を寄せたアサヒ、キリン、サントリー、コメダの4社は、情報の開示や説明により、第一次調査結果よりかなり点数が上がっている。特にコメダは社外秘資料まで提供いただき協力的だった。スターバックス、コカ・コーラに関しては、国際的な内部基準が厳しく定められているはずなので、回答いただければもう少し評価が上がったのではないかな。

・昨年度まで同様、社内の取り組みに関しては、たとえ行っても「社外秘」「社内用イントラネットで通知」など、非公開の企業が多い。従業員の人権・福利厚生に関することは就活学生に対してもアピールできるので、今後積極的に公開する方向で検討したほうが良いのではないかな。

・「ビジネスと人権」「SDGs」など全世界的な取り組みから見ても、企業に対して人権尊重を求める声は日増しに高まっていると言える。労働者が使い捨ての奴隷のように扱われているニュースが日々報じられるが、そのような企業には、国内外の投資家や消費者から厳しい目が向けられている。自社およびサプライチェーンで働く労働者を、利益を生み出す歯車として人権を無視して酷使するならば、それは利益ではなくむしろリスクとして企業に跳ね返ってくる。大きなビジネスを行っている企業の最低限の責任として、人権尊重の方針、それを実践するための研修や相談窓口、従業員の多様性に即した柔軟な職場環境、監査などによる労働者の保護、透明性の確保、などを精力的に進めていっていただきたい。

