

5 平和・非暴力

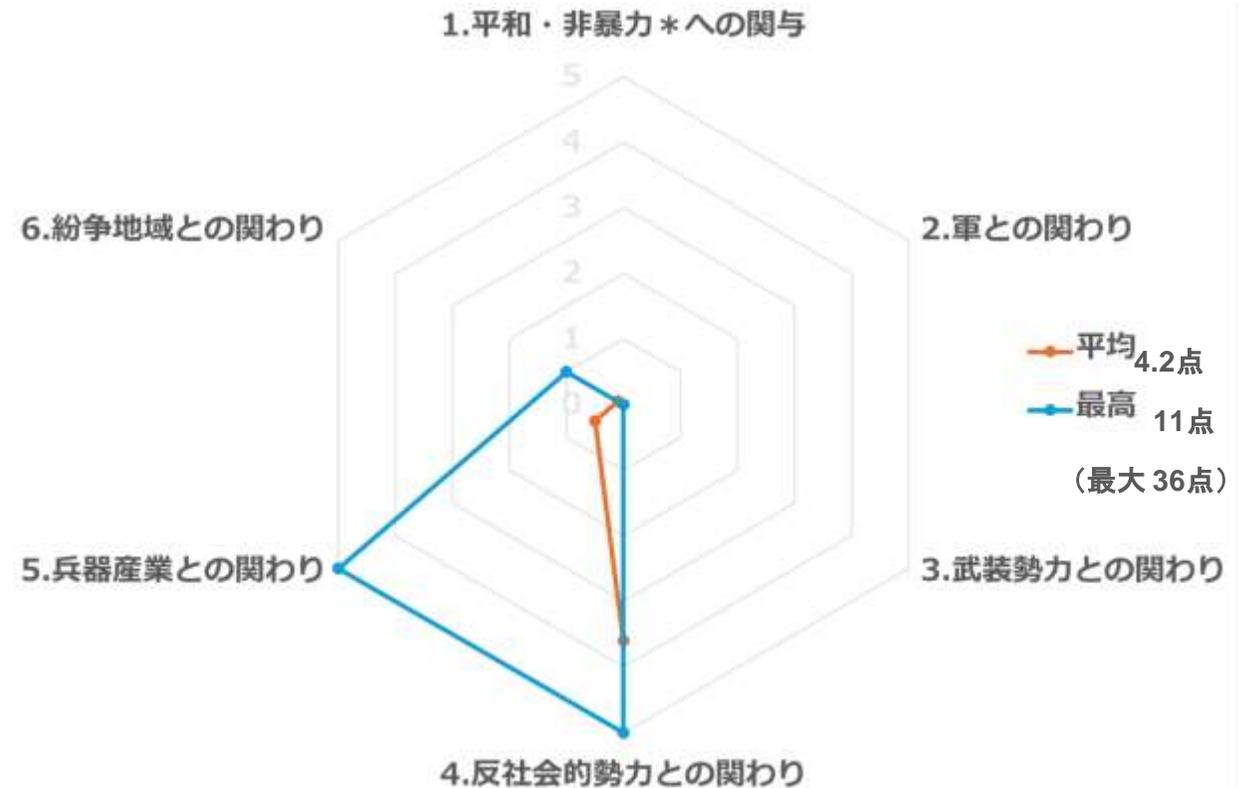
発表者:石崎雄一郎 調査者名:篠原ゆり子、木次和歌、石崎雄一郎



今回調査のポイント

- ・ 平和・非暴力に関する方針や計画を持つ社は無い
- ・ 紛争地域に関わる調達方針は一社のみ
- ・ 全体として平和・非暴力への意識が低い

今回調査のレーダーチャート



欧米での市民・NGOによる企業レイティングは、 平和のテーマから始まった



- SHOPPING for a Better World

ベトナム戦争に関わる企業には自分のお金を投資したくないという投資者の声に応え、ベトナム戦争に関与していない企業を調査して投資者に情報を提供

- ETHICAL CONSUMER

1975年から反アパルトヘイトのボイコット運動。その後動物実験、エアゾール・・・「どのボイコットを選ぶべきか」という雑誌



日本企業も緊急の対応を迫られる可能性がある

ミャンマーでのクーデター（2021年）・・・麒麟HD、ダイワハウス

ロシアのウクライナ侵攻（2022年）・・・ファーストリテイリング、味の素がロシア事業一時停止報道（8月）。事業停止が168社中半数、撤退2割。

イスラエルのガザ地区侵攻（2023年）・・・マクドナルド、ヒューレッド・パッカー等92社、進出の動きは一時的に減退する可能性(10月)

→日本の市民によるグローバルな「BDS運動」への参加ーボイコット、ダイベストメント（投資撤退）、サンクション（制裁）により、

「伊藤忠アビエーション」「日本エヤークラフトサプライ」が、

イスラエル最大の軍需企業であるエルビット・システムズと結んでいた戦略的協力覚書（MOU）を解消。

一人一人の命に向き合うのが消費者／市民としてのあり方

