

3. 人権・労働

(2023年度「企業のエシカル通信簿」結果)

概要 ビジネスと人権という課題は、「国連主導の新たな取り組み」の段階から、すべての企業が人権侵害防止策をいかに日常業務に組み込むかという「人権デュー・ディリジェンス(DD)策定・実施」の段階に入っている。特にアパレル業界においては、2013年のラナ・プラザビル倒壊事故以降、自社のみならずサプライヤーにおいても労働者の人権が守られているかどうか、企業に欠くべからざる視点になりつつある。日本企業も規模の大小を問わず投資家や消費者の厳しい目にさらされ、結果として企業の取組みは年々改善・活発化している。2016年度の調査対象だった5社全社について、今回評価が上がった(特にしまむらが「1」から「5」、青山商事が「1」から「7」へと飛躍的に上昇した)ことから、それが伺える。

1. 人権に関する基本方針・計画／体制・推進 ファーストリテイリング(以下「FR」)、良品計画、ワコール、青山商事、ユニテッドアローズ(以下「UA」)の5社が世界人権宣言・ILO宣言などを採り入れており、人権DDの全プロセスを実施しているのが3社(FR、良品計画、ワコール)、部分的実施が2社(青山商事、UA)、中長期計画に人権尊重を盛り込んでいるのが6社あった。人権方針の推進についても、7社が何らかの形で体制を整えている(研修、その他の社内浸透の仕組み、相談窓口の設置など)。

2. 多様性に配慮した職場環境の整備 法律により政府が主導する女性活躍、子育て支援、障害者雇用に関しては全企業が何らかの取組みを行っていた。子育てサポート企業の「くるみん」認定は4社が取得し、女性管理職比率も各社向上していた。障害者雇用率はほとんどの企業が法定を超える2.4%以上を達成し、何らかの障害者雇用策もなされている。LGBTQ+への取組みは7社。うち4社は同性パートナーを異性配偶者と同等に扱うなどの配慮が見られた。

3. 自社における労働搾取の防止、労働者の権利の保護 強制労働の防止、労働時間や賃金、労働組合などについての設問だが、企業にとっては「労働基準法を遵守しており自明」なので、就業規則など社内規定にはあっても非公開の場合が多く、調査には企業への確認を要した。良い例としてFRは「強制労働防止のため、パスポート等の会社による保管や移動の自由の制限は行わない」などとウェブサイト上で明文化している。実際には労働関連法遵守だけでは防ぎきれない人権侵害もある。就活生にも必要な情報なので、もっと積極的に公開していただきたい。なおワコールは、外国人技能実習生を受け入れている自社グループの1社でアンケートを実施して、労働搾取が行われていないことを確認している。

4. 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

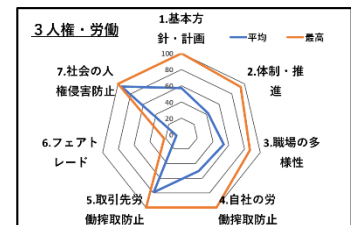
取引先に対する人権尊重の要請については、取引先の監査・調査を行っているのが8社。また9社が「サプライヤー取引調達基準」等を作って公開し、たとえば「その国の労働時間関連法令を遵守」「児童労働・強制労働の禁止」「結社の自由」「不当な賃金減額禁止」などを取引先に求めている。パスポート保管の禁止、離職の自由の保障、体罰禁止、強制帰国や脅しの禁止など、具体的な項目を挙げている企業が半数ほどあったことは評価に値する。人権尊重を調達の判断基準にしているのはFR、しまむら、アダストリア、良品計画、ワコール、オンワード、青山商事の7社だった。

なお新疆綿の使用については、新疆ウイグル自治区における強制労働など人権侵害への加担が疑われ、アパレル業界の対応が注目されている。当地の企業との取引を停止した企業がある一方で、取引先への厳しい監査・調査を通じて人権侵害が無いことを確認していると主張する企業もあり、実際にSSRCで裏付けを得ることは不可能であるため、具体的に説明している企業についてはその主張を採用した。

5. フェアトレード フェアトレード(以下「FT」)はSDGsの少なくとも8目標に有効だとされている。FT商品は価格の高さ、取扱い店の少なさなどが問題視されるが、それは普及度によるもので、欧州ではほぼ同価格・高品質の商品が多くスーパー等で購入できる。

UAが過去にピープルツリーのFT製品を販売。また厳密なFT製品ではないが、ベターコットンイニシアティブ(BCI)やGOTS認証、トレーサブル素材、エコテックス®メイドイングリーン認証ラベルなど、人権への配慮を含むサステナブルな基準を採用している企業が5社(FR、アダストリア、良品計画、ワールド、青山商事)あった。

現在日本には、フェアトレードを推進する街として認定されているFTタウンが6都市あり、FT大学が5大学、さらに多くの高校や中学、小学校がFTに取り組んでいる。就活生も社会貢献に寄与する企業への関心が高い。エシカル消費普及のためにも今後ますますFTの導入が期待される。



今後への期待 本項目は全体として評価が「4」から「8」におさまり、業界全体として、ある程度取組みが進み始めている印象がある。人権DDの取組みが始まったばかりの企業もあり、今後の動向に注目したい。

担当:小吹岳志(日本フェアトレード・フォーラム) 山岡万里子(ノット・フォー・セール・ジャパン) 調査協力:萱野智篤(フェアトレード北海道)