



監修
経済産業省中小企業庁

発行
財団法人 人権教育啓発推進センター

—— 2005(平成17)年2月末日まで ——

〒105-0004 東京都港区新橋二丁目5番5号 新橋2丁目MTビル6F
TEL 03-3503-3164(担当直通) / FAX 03-3503-3161

—— 2005(平成17)年3月1日以降(事務所移転の為) ——

〒105-0012 東京都港区芝大門二丁目10番12号 秀和第3芝パークビル4F
TEL 03-5777-1802(代表) / FAX 03-5777-1803

※URLは変更ありません。

<http://www.jinken.or.jp>



はじめに

1948(昭和23)年に国連総会で世界人権宣言が採択されて以来、人権という普遍的文化が構築されることを目指し、世界各国でさまざまな取り組みが進められてきました。わが国においても日本国憲法11条で基本的人権が謳われていますし、同14条でも「…人種、信条、性別、社会的身分又は門地により、政治的、経済的又は社会的関係において、差別されない。」と宣言されています。21世紀は「人権の世紀」といわれていますが、わが国の経済・社会情勢をはじめ、企業をとりまく環境は大きく変化しています。企業活動においても、単に利益をあげることだけではなく、社会を構成する一員として、人権をはじめ環境、安全など、さまざまな分野において「企業の社会的責任(CSR:Corporate Social Responsibility)」を果たすことが大変重要視されるようになってきています。

このパンフレットは、2003(平成15)年9月に名古屋、翌年1月に東京で開催した「『企業と人権』セミナー」の概要をまとめたものです。人権をはじめとした企業の社会的責任に関するさまざまな取組事例を紹介する資料として今後のご活動の参考にしていただければ幸いです。

経済産業省中小企業庁では、関連する資料をホームページで公開しています。

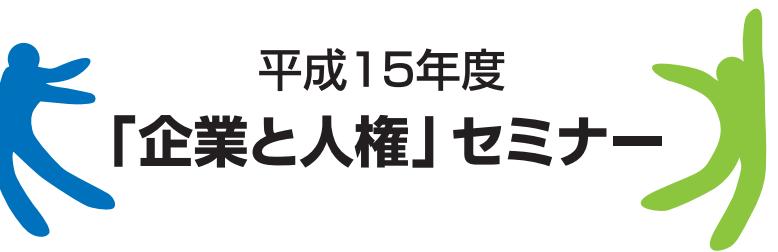
中小企業庁HP 人権啓発事業のページ

http://www.chusho.meti.go.jp/koyou/030725jinken_panf.htm

中小企業庁HP リーフレット案内のページ

<http://www.chusho.meti.go.jp/leaflet/index.html>

平成15年度 「企業と人権」セミナー



名古屋会場

日時／2003(平成15)年9月26日(金) 13:30～16:45
会場／電気文化会館・イベントホール(愛知県名古屋市)

| | |
|-------------|---|
| 13:30～13:40 | 開会・主催者代表挨拶 羽根博巳(経済産業省中部経済産業局産業企画部次長) |
| 13:40～14:55 | シンポジウム／企業における事例発表 「ザ・ボディショップのバリューズ(価値観)」 蟹瀬令子(ザ・ボディショップ・ジャパン<株式会社イオンフォレスト>代表取締役社長) |
| | 「人権業務に携わって～企業担当者としての想い～」 武井秀雄(東日本旅客鉄道株式会社 総務部 人権啓発室長) |
| | 「人権の視点から『社会的責任』を考える」 林 恒幸(ソニー株式会社 人事センターヒューマンライツ推進室室長) |
| 15:15～16:45 | パネルディスカッション テーマ「21世紀の人権文化をになう企業活動」 コーディネーター：稻積謙次郎(ジャーナリスト、株式会社西広顧問) |

東京会場

日時／2004(平成16)年1月19日(月) 13:30～16:45
会場／イイノホール(東京都千代田区)

| | |
|-------------|--|
| 13:30～13:40 | 開会・主催者代表挨拶 幸田成興(経済産業省関東経済産業局産業振興部次長代理 中小企業課長) |
| 13:40～14:55 | シンポジウム／企業における事例発表 「人権啓発推進元年の取り組みと展望」 藤解和尚(株式会社ジェーシービー 人事部 人権啓発室室長) |
| | 「企業における人権啓発活動～中外製薬(株)の場合～」 福澤 宏(中外製薬株式会社 社会責任推進部部長) |
| 15:15～16:45 | パネルディスカッション テーマ「企業の社会的責任と人権」 コーディネーター：横田洋三(中央大学法学院教授、国連人権促進保護小委員会委員、国連大学学長特別顧問、国際労働機関(ILO)条約勧告適用専門家委員会委員) |

事例発表

名古屋会場
蟹瀬令子 4

名古屋会場
武井秀雄 6

名古屋会場
林 恒幸 8

東京会場
藤解和尚 10

東京会場
福澤 宏 12

東京会場
室橋 敦 14

パネルディスカッション

名古屋会場
16

東京会場
19

セミナーを終えて
22

※事例発表の掲載は、名古屋会場、東京会場の発表順です。
※登壇者の肩書きおよび企業の概要等はセミナー当時のものです。

ビジネスと社会変革を事業活動の両輪とする。 それが私たちの基本姿勢です

ザ・ボディショップ・ジャパン（株式会社イオンフォレスト）

始まりは自然と人を愛する心から

ザ・ボディショップは約27年前、イギリスのブライトンという町でアニータ・ロディックというひとりの女性が始めた化粧品専門店です。彼女は既存の化粧品会社に疑問をもち、自然の原料をベースにした化粧品のリサイクルが容易なプラスチック容器に詰めて販売を始めました。自然の原料とは、私たちの祖父や祖母たちが使ったような米ぬかとかへチマ水などの古くから人びとが利用してきたものですが、そうした原料から生まれた製品を今では世界52ヵ国、2,000店舗で販売展開しています。ここ日本で展開を始めてからは、今年で13年になります。

当社では「社会と環境の変革を追求して事業を行う」という基本姿勢のもと、生



態学的に持続可能なビジネスを果敢に行うなど、企業としての存在理由を示すミッションステートメントを掲げています。さらにこれをベースに、次にご説明する5つのバリューズ（価値観）を設定しています。

- ① 化粧品の動物実験反対
- ② 公正な取引により地域社会を支える
- ③ ありのままの自分を尊重する
- ④ 一人ひとりの人権を尊重する
- ⑤ 私たちをとりまく環境を守る

これらを当社の行動綱領として、商品製造、店頭での販売、人材教育、原料の仕入れなどすべての業務にわたり遵守しています。

コミュニティトレードが守るもの

自然の原料の一部は「コミュニティトレード」と呼ばれるフェアトレード・プログラムによって調達しています。これは例えば原料を取引することによりアフリカの女性グループの経済的な自立をサポートするといったように、支援を必要とする小さなコミュニティから公正な取引によって原料を仕入れ、そこの文明、人権、あるいは生活を守っていく新しいプログラムです。

このような考え方には、創業者のアニタが“アマゾンの熱帯雨林を守ろう”という活動に参加したことから端を発しています。この活動の中で出会ったのが先住民のカヤポの人びとが採取していたブラジルナッツだったのです。このオイルは保

湿力に優れ、当社の製品にたくさん使われています。もともとはお菓子の原料として非常に安い値段で取引されていましたが、ザ・ボディショップでは対等なパートナーとして適正な価格で取引を始めました。

来年のために必要な分だけ採る

ブラジルナッツは採れる時期が決まっています。その時期がくるとカヤポの人びとはずっと川を上っていき、ある場所に1ヵ月や2ヵ月テントを張って一所懸命採取します。そのとき全部採るのではなく、必要な分だけ採取して来年の分を少し残しておくのだそうです。そして森林の資源を守りながら、貴重な原料を私たちに提供してくれるのです。彼らはそのオイルを公正な取引で売ることで得た収入で、子どもたちに教育を受けさせたり、歯の治療を受けたりといったことができます。原料を取引することが、森林を守り、ひいては彼らの文明や資源を守りつつ生活を少しずつ豊かに向上させていくことに役立っているのです。

こうした形でのコミュニティトレードのサプライヤーは世界25ヵ国、35ヵ所にあります。日本にはまだ1ヵ所もありませんが、今後は日本でもこうした活動をしていきたいと考えています。

人権を守る様々な取り組み

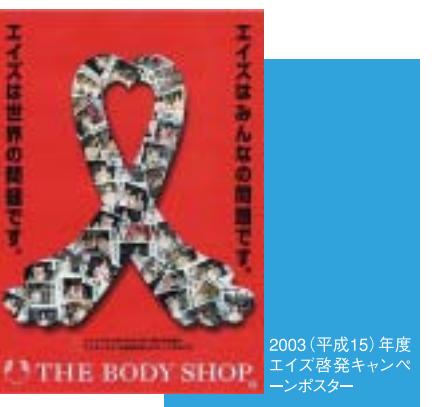
さらに人権を尊重する活動としては様々

なものがあります。1998(平成10)年、アムネスティ・インターナショナルとタイアップをして“良心の囚人11人を解放する”という活動の結果、翌年にディタ・インダ・サリさんという女性を解放することができました。

また英国本社では「人権賞」というものを制定しており、草の根的活動を続けるNPO団体などを表彰して年間30万ドルの寄付をしています。

エイズにもっと正しい理解を

エイズという言葉が非常に誤解をうけ迫害されます。私たちは大きな声をあげてエイズを正しく理解していただき、1997(平成9)年よりエイズ啓発キャンペーンで皆様にエイズの知識を伝える活動を行っています。現在世界に4,000万人いるというエイズ患者ですが、日本でも若者世代を中心に増えており、2010年には5万人が罹病すると推測されています。こうした中で最も大事なことは“まず、エイズにかからないこと”です。その一環として



2003(平成15)年度
エイズ啓発キャンペーントポスター



カンボジアの学校と子どもたち

のある学校を”というキャンペーンを行いました。その募金で現在149校の学校が建設されました。他にこうした活動としては、草の根的活動を行なう団体や個人に支援金を送る「ザ・ボディショップ ニッポン基金」などがあります。

利益を出しながら社会を変えよう

最後に紹介しますのが、「コミュニティ活動」です。これは全社員が毎月半日、有給でボランティア活動ができるプログラムです。具体的には障害者の方々とディズニーランドへ行ったり、あるいは老人ホームへ伺って、メイクをしてさしあげたり、また障害者の方々のスポーツイベントに参加したりといったことをしています。



(左)エイズキャンペーンのメッセージ「ハートン」
(右)カンドーム

このように当社の企業活動では、利潤を追求するビジネスの部分と、それから社会を私たちの力を通して変えていくといった部分と、双方を両立させていくことを基本としています。例えて言えばそれは自転車の車輪のように、どちらか一つだけ抜けても駄目なのです。この二つの部分を仕事の両輪として走っていきましょう、というのが私たちザ・ボディショップという会社の精神です。

コーディネーターから、ひとこと。

稲積 謙次郎

これまで日本の企業には、本音のところでは、人権尊重だときれいごとを言っている暇があったら、利潤を上げることに精を出せ、といった雰囲気がありました。しかし、企業の社会的責任を果たすというポジティブな側面を推し進めることで、企業の発展につながる、人権や環境への取り組みを積極的に行なうことが企業ブランドの確立につながるのだと実感しました。

循環型のビジネスが人権を守る

ザ・ボディショップ・ジャパン

自然派化粧品専門店を日本に展開して13年。エプロンをした一人の女性が英国で始めた企業は自然環境を守ろうという言葉からスタートし、今日ではその取引自体が環境から文明・文化・人権保護までカバーするという理想的なシステムを構築しています。その画期的とも言える良循環を育む企業活動と、人権保護のための積極的なボランティア活動についてお話をいただきました。



ザ・ボディショップ・ジャパン
(株式会社イオンフォレスト)
代表取締役社長
蟹瀬 令子

「孤児の自立をパソコンで支援」

カンボジアで展開する「屋根のある学校を」キャンペーンにはもうひとつ、孤児の自立を支援する素晴らしいプログラムがあります。寄贈した学校にはパソコンを設置しています。（インフラの整っていない地域ですので、ソーラーシステムで得た電力で一日数時間動きます。）先生役は、首都近くの孤児院でパソコンを学んだ孤児たちです。孤児たちは、新しい学校の生徒にパソコンを教えることで得たわずかなお給料を貯めます。それがやがて、彼らの自立のための資金として役立つのです。

「ザ・ボディショップのリサイクル運動」

SAVEバッグ、ショッピングバッグの製造販売スーパーのレジ袋、デパートの紙袋などを使わないための対策。日常の買い物から余分な廃棄物をなくしてください。

リサイクルボックスの設置

空き容器を廃棄物ではなく資源として再利用するための取り組み。1つ容器を返すと5円分のポイント返還があります。

20万人のCO₂ダイエットキャンペーン

テレビをかける時間を30分短くする、シャワーを浴びる時間を5分短くする、それだけでCO₂をどれだけ削減できるかを全国100店舗の店頭でアピールする一大キャンペーンを行いました。—— 2002(平成14)年度

ザ・ボディショップ・ジャパン
(株式会社イオンフォレスト)

本社 〒102-0094 東京都千代田区紀尾井町3-6
纪尾井町パークビル4F
代表者 蟹瀬令子
創立 1990(平成2)年
資本金 8億8,750万円
店舗数 103
事業内容 英国ザ・ボディショップ製品の国内販売目的とする店舗経営、FC展開
URL <http://www.the-body-shop.co.jp>

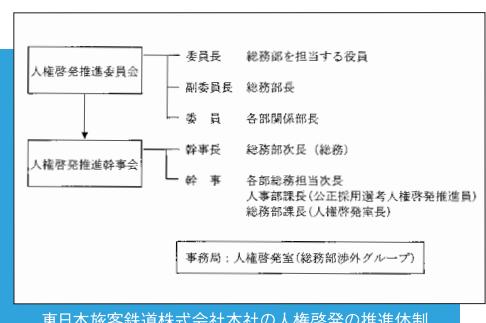


きれいごとの建前ではなく語るべきは本音。 「人権」は全ての人の身近な問題なのです

え？ 私がなぜ人権担当に？

人権に関わる仕事を始めたのは私がJR東日本の東京支社にいた1990（平成2）年のことでした。当時42歳です。

私はそれまで、例えば同和問題などまったく知りませんでした。むしろ偏見を持っていた。というのも、以前に職場で契約担当の課長や資材担当者が額を寄せ合っ



東日本旅客鉄道株式会社本社の人権啓発の推進体制

て“えせ同和行為”について話をしているのを聞いたことがあるからです。そのときは“そうか、同和問題というのは大変だな”と。そんな偏見、認識しか持っていないかった。ですからその同和問題をやらなければいけないとなったとき、“なんだ、ここまで一所懸命がんばってきて、やっとそれなりの職責に就いたのに窓際族になってしまった”と、そんな思いでいました。これがこの仕事に関わり始めた頃の私の心境です。

いま思い出せば笑止な話です。それで

も私は当時、自分はごくありふれた常識的な人間だと思っていました。人を傷つけたことなんてない、妻も子もいる常識人です。しかしこの仕事をするようになって14年が経ち、その中で“自分というのは何という差別的な人間なんだ”ということにだんだん気づいてきました。

差別したつもりはなかったのに

学生時代の話です。私は山梨県下でも一番の進学校という高校に進みました。入学してひと月ばかりしたとき、自分が幹事になって中学のクラス会を開くためにハガキを出しました。その中には中学卒業で就職された方もいました。その方たちはクラス会には来ませんでした。私たちは先生を囲み、皆でジュースやお茶を飲みながら「あの人たちなんて来ないんだろう。楽しいのに」なんて話していたのです。その方たちの気持ちなどまったく気づかずに。

そして高校卒業のときです。私の学校ではほとんどが大学へ進みます。就職するのは全体の5%ほど。なのに私は大学を落ちてしまったのです。家庭も裕福ではないから浪人しても地元にいるしかない。それが恥ずかしくて。というのも、自分の中学の先輩が就職したとき“大学にも行かないで就職して甲府の街なかをスツ着て歩いているなんて、あいつはドロップアウトしたのか”と思っていたからです。そんな立場に逆に自分がなって、私は甲府

にいるのが嫌で就職しました。それから2カ月ほどして同窓会の通知がきましたが、恥ずかしくて行けなかった。そのとき私は、はじめて中学のときのクラスメートたちに自分がしたことがわかったのです。

そういうことからも思うのですが、人権問題は、自分自身に立ち返り、「自分はどうなんだ？」と常に問いかける必要があるのではないかと。企業の中での人権のあり方といったこともあるでしょうが、根本は一人ひとりが自分自身に対して、お客



東日本旅客鉄道株式会社
(JR東日本)
総務部 人権啓発室長
武井 秀雄

人権についてマニュアルを読んだり講義を受けるのは易しい。しかし本当に人権を理解するためには、まず自分自身に気づくというところから始めなければいけない。これは、自らが“自覚なき差別主義者”であったと語る武井さんの言葉です。「自分には縁がない」「関係がない」「面倒だ」などと避けて通りがちな人権問題。その原因は、実は一人ひとりの心の奥底に潜んでいるのです。



の記事を掲載し、社員の啓発またはご家族の啓発、みんなで生きることを考えましょうといったことを訴えています。

いま人権啓発研修のあり方では、参画型研修や行動型研修がよいと言われています。私自身もそうなのですが、やはり一方通行の講義だと本当に眠くなってしまいます。そういう点で、参画型や小グループに分かれての検討、またはディベートをし、それを発表して互いの問題点を指摘し合うというようなカリキュラムではなく、皆が本音を言い合い、そこから「人権とは」「自分が生きることとは」をしっかり勉強するカリキュラムがいい。そうすればトラブルが起きたときも差別の問題なのか単なるクレームの問題なのかをきっちりと分けて対応できるようになります。

できていないことに気づいてほしい

当社の一泊二日の人権啓発研修でも、小グループに分けたディベート形式の研修を組んでいます。私自身も一人で声が枯れるまで講議をしたりするのですが、そうして終わって参加者の話を聞きますと、一番良かったのはみんなと話し合えたこと。これが一番よくわかったと言うんですね。私の話などよりも（笑）。

要するに、どんな素晴らしい情報を伝えて、聞く方がこれを受け入れようと心を開いてくれなければ伝わらないということです。これは勉強全般にも言えることだ

コーディネーターから、ひとこと。

稲積 謙次郎

日本の企業における人権研修とは、一般的にいって自分が怪我をしない、企業が傷つかないための企業防衛的な発想で研修が行われてきた感があります。しかしもと本音と建前の垣根をなくし、今一度自分自身の問題としてとらえ直すことがいかに重要かがわかりました。研修でも、講義を受けるのではなく、参加者が互いに討論するなど、常に自分の問題としてとらえる環境も重要だと思いました。

人権。それは自分の生き方に関わること

東日本旅客鉄道株式会社

人権についてマニュアルを読んだり講義を受けるのは易しい。しかし本当に人権を理解するためには、まず自分自身に気づくというところから始めなければいけない。これは、自らが“自覚なき差別主義者”であったと語る武井さんの言葉です。「自分には縁がない」「関係がない」「面倒だ」などと避けて通りがちな人権問題。その原因は、実は一人ひとりの心の奥底に潜んでいるのです。

「人権啓発研修カリキュラム」

ディベート形式の「ワーキング」というスタイルの研修を中心に行っています。例えば、映画を見ていいろいろな問題点を出し合い、お互いに指摘し、討論します。

【研修項目の一例】

- 人権とは・差別とは
- 企業がなぜ人権に取り組むのか
- 公正なる採用選考
- 予断と偏見とは
- 同和問題を理解するために
- ことばと表現
- 差別事象の実態

「人権=リスクマネージメント？」

企業のなかにはリスクマネージメントの一環としてのみ人権問題に取り組んでいるところも少なくありません。そういう企業では研修内容もマニュアル化した対応本を勉強するというカリキュラムになります。しかし実際の対応では先方がマニュアルどおりに動くとは限りません。真の人権問題や差別問題を見分けるためにも、人権をしっかり勉強することが大切です。

東日本旅客鉄道株式会社
(JR東日本)

本社 〒151-8578 東京都渋谷区代々木2-2-2
代表者 大塚陸毅
創立 1987(昭和62)年
資本金 2,000億円
従業員数 70,280名
事業内容 旅客鉄道事業、貨物鉄道事業、旅行業、広告業等
URL <http://www.jreast.co.jp/>



<Sony>の健全な未来は、世界を視野に入れた 社員一人ひとりの人権意識にかかっている

「人権元年」は1987年

創立者の井深大が“自由闊達ニシテ
愉快ナル理想ノ工場ノ建設トスル”の基
本理念を書き残していますが、現在の当
社の基本方針もこの精神を継承しています。
これは私どもの人権文化の根幹にあるものといえます。

しかし当社の人権啓発活動は決して順調に進んできたわけではありません。1987(昭和62)年、新聞の1ページに出しました英会話学習機器の広告表現で、大阪のある団体からご指摘を受けて謝罪したことがあります。企業として気づくのが早かったのか遅かったのかは別としまして、それをきっかけに人権擁護推進室が誕生しました。現在で16年目になりますが今日では国内8万人を対象とした啓発体制をソニー・グループ人権啓発推進委員会として組織化して活動を進めています。



1987(昭和62)年、新聞の1ページ。
ソニーが人権に取り組む、きっかけとなった

一人ひとりに6つの基本姿勢を徹底

2000(平成12)年には人権尊重をもとにした行動指針ならびに基本姿勢を策定しました。これは人権尊重というキーワードと人権意識の高揚を目指していくことを打ち出したものです。なお、社員一人ひとりにおきましては、次の6つの基本姿勢を掲げています。

- ①個人の尊重と明るい職場
- ②差別をしない・させない・許さない
- ③雇用機会均等
- ④男女相互の人権尊重
- ⑤広報活動としての表現問題
- ⑥多様性と共生の社会

この6つの基本姿勢を人権におけるフィルターとし、起こりうる事象、問題をチェックすることとしています。また、社内外、国内外を含めての最近の人権事象や事件がどういう状況にあるのか。社員教育の現場の課題は何か。さらに企業の社会的責任の現状はどうなのか。などといった5つの人権フィールドを整理しつつ、1997(平成9)年に発表された国内行動計画を当社の課題とすべく分析し、その対処法を研究しています。

「バリアフリー」への取り組み

それとともに最近3年間、新聞などで取り上げられた国内の人権に関する事象や事件を検証、さらに社内アンケートなどの

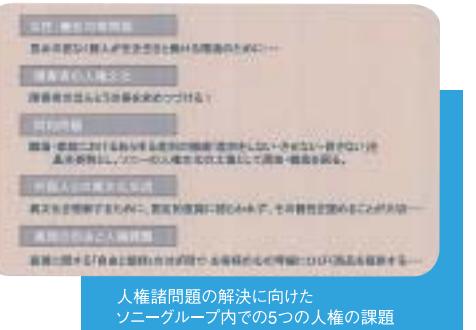
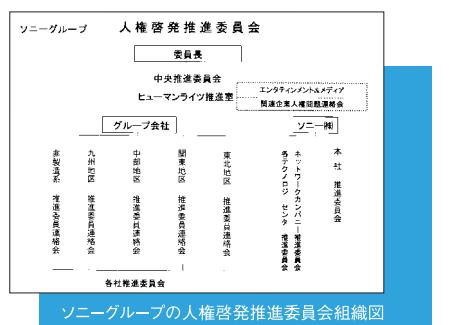
結果を分析し、5つの人権の課題に最大限注力しようと取り組んでいます。

まず「女性の登用に関する問題」については、男女の差なく個人が生き生きと働けるよう環境の整備を進めています。

「障害者的人権問題」に関しては、かねてから大分をはじめとする約200名の障害者の方々を中心とした製造現場を持っています。この中で真の人権文化を築こうと、私ども、現場と一緒に進めています。

「同和問題」に関しては、2002(平成14)年の同和行政終了とともに、あらゆる差別の撤廃(しない・させない・許さない)を基本姿勢として、当社の人権文化の土壤として、現在啓発活動を行っています。

また「外国人との異文化交流」については、海外進出だけではなく海外のエンジニアの受け入れなど雇用形態などからもバリアをなくしていく取り組んでいます。そして「表現の自由と人権課題」です。



ハラスメントの相談窓口を設けたホームページ、さらに社外への各種レポートなども行っています。広報誌は近い将来ネット配信にすることも検討しています。

サイトでの問い合わせの大半は表現問題です。その場合、差別的な言葉を使ってはいけない、というのではなく、もっと表現を工夫しましょう、という指導をしています。

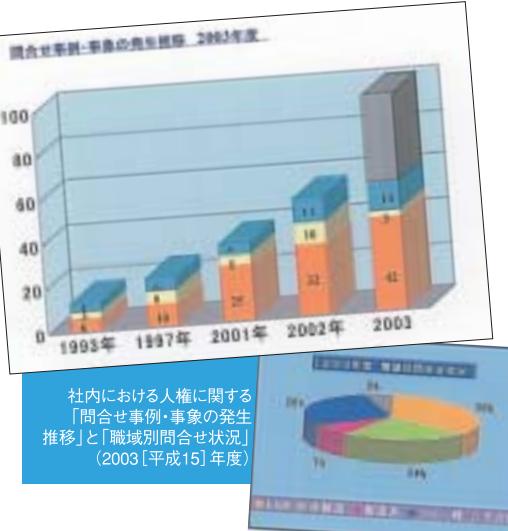
ところで、かつて放送禁止になっていたものが復刻できた例もあります。赤い鳥の『竹田の子守唄』です。これは歌詞に問題があってお蔵入りしていたのですが、素晴らしい歌であるからどうしても世の中に再度出していいたいということでお隣差別部落まで行って現地の方々に歌の良さを訴え、“ぜひ出そうじゃないか”ということになりました。これは現地の方々にむしろ喜ばれたという例もあります。

最新の教育をより多くの社員へ

教育に関しては、社内研修、社外研修ともに力を入れています。受講者は年間で1万人。しかし国内全体で8万人いますから全員が受講すれば8年かかります。すると人権問題も陳腐化してしまうので2、3年の間に一度、常に新しい内容で受講する機会を提供しなくてはいけない。そういう受講のタイミングといったことにも充分配慮して進めています。

よみがえった『竹田の子守唄』

広報活動としては『Human Rights』という広報誌を137回、十数年発行しています。また人権ダイヤルやセクシャル・



創立60周年を控えて

以上、当社の人権への取り組みや活動は、創立60周年にあたっての経営ビジョンの中で全方位においてさらに進化させていくプランがあります。いずれにしても私どもヒューマンライツ推進室が目指すのは、企業としての継続と成長、継続的健全経営を支える社員一人ひとりのパフォーマンスを最大限に發揮させるための人権啓発活動の個々の目標達成です。国内8万人、世界16万人の社員全員の人権意識を高めることに注力することが、我々の使命だと考えています。

コーディネーターから、ひとこと。

稲積 謙次郎

ソニーは「学歴無用論」でもわかるように、いち早く個人の個性を大切にしてきました。いわゆる異端児でなければ、新たな時代は切り開けないということなのかもしれません。創業者の井深大氏が書き残した「自由闊達ニシテ愉快ナル理想ノ工場」という基本理念が貫かれ、かつ従業員全員に人権意識が行きわたるシステムティックな方法が成果をあげているように思いました。

表現の自由と人権への配慮の間で

ソニー株式会社

1965(昭和40)年に施行された社員採用の際の履歴書からの学歴記入欄の撤廃は、当時はもちろん、現在でも実行する企業の少ない刷新的な取り組みといえます。そんなソニーが社内で本格的に人権啓発への取り組みを始めたのは1987(昭和62)年。以来、「表現の自由」と「人権への配慮」の両立という、ソニーならではの特徴など、グローバル企業としての人権研修の体制をどう確立していくのかについて、お話をいただきました。



ソニー株式会社
人事センター
ヒューマンライツ推進室室長
林 恒幸

「学歴無用論」

ソニーには「ユニークさ」や「自由闊達」「異端児を育てよう」「個性」……と様々な語彙があります。それらはいわゆる「ソニーラしさ」と表されます。そんな中で生まれたのが1965(昭和40)年に発表した学歴無用論。以来、当社では今日まで、採用にあたって提出する履歴書への学歴の記載は廃止されています。

[5つの人権フィールド]

- ① 最近の人権事象・事件
- ② 教育・啓発研修
- ③ 国内・各事業所の人権事象
- ④ 海外オペレーションの人権事象
- ⑤ 社会・環境への企業責任

「Eラーニング」

それぞれの職種・職域に従って専門領域も含めての教育プログラムを開発したいと考え、Eラーニングを導入。パソコン上で、誰もが15分ほどで研修できるようになっています。2004(平成16)年9月からは20分もののEラーニングも開発しました。

ソニー株式会社

本社 〒141-0001 東京都品川区北品川6-7-35
代表者 出井伸之
創立 1946(昭和21)年
資本金 4,802億6,700万円
従業員数 162,000名
事業内容 オーディオ、ビデオ、テレビ等の製造、情報通信機器、半導体の製造等
U R L <http://www.sony.co.jp/>

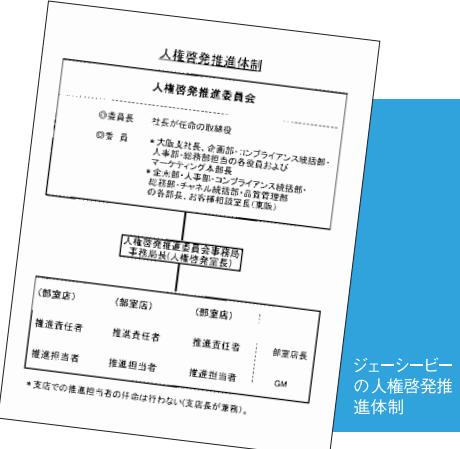
人権啓発の視点を組織的に構築して カードサービスの可能性を広げたい

全社員中一人に与えられた使命

私は1976(昭和51)年に入社して主に営業畑を歩いてきましたが、昨年2月の異動で思いもかけず人権啓発担当となりました。着任時的人事部長からの指示は4月からの人権啓発体制の構築。細かい指示は特になく、要は「すべて任せるからやってみろ」というものでした。そこでまずは情報収集から始めました。当社と関係の深いUFJ銀行や、他社へのヒアリング、関連書籍の読破、人権教育啓発推進センターへ、東京都人権啓発センターへも足を運びました。しかし、担当は私一人ですので、まさに孤独と葛藤の戦いです。そしてようやく人権啓発室、人権啓発推進委員会、推進のコアとなる全国160名の部室長を人権啓発推進者に任命するなどの基本体制が整いました。同時に人権啓発の経験があるUFJ銀行OBが調査役として加わり、ようやく孤軍奮闘の状態から脱したのです。

講義は短くわかりやすく、で成功

人権啓発推進委員会を構成する委員は、企画、人事、コンプライアンス部門の役員、部長を中心に、委員長以下10名でスタート(現在は13名)しました。4月下旬、第1回の委員会を開催し、推進体制、講演会、研修計画、人権標語の募集といった今後の活動方針が承認されました。管理者



研修は6月から3ヶ月間にわたり、毎週水曜日の5時半から行いました。講師は調査役と私の交代制。気づいた点を指摘し合いつつ次の講義に臨みました。講義では、人権問題の基礎知識を中心に取り組みの意義や方針についてを講義とビデオ鑑賞を組み合わせて説明。併せて、自分自身の人権感覚を磨くことを呼びかけました。研修後は必ず受講報告書を書いてもらい、掲示板にもコメントを付けて公表しました。最終的に受講者は受講希望者を含め240名を数えました。

書き込みゼロの理由を考える

上期の一連の活動が一段落したところで、人権啓発室の生みの親でもある前社長の中西特別顧問へ一通りの報告をしました。すると中西顧問から「一所懸命取り組んでいるのはわかったが、どのくら

い社内に浸透しているのかね?」と鋭い指摘がありました。実は5月の連休明け、社員がいつでもアクセスできる人権啓発データベースに社内統合OAシステム上の掲示板を立ち上げたのですが、その中に設けた人権啓発ホットラインには1件も相談がなかったのです。そこで急遽、社員の意識調査として人権啓発アンケートを実施しました。結果は、我々の期待よりはるかに低い浸透度合いで、人権啓発推進者の部内への連携も不足していました。このことにより常に受け手の理解度合いを確かめつつ双方向で行うことが重要であることを再認識できました。



セクハラは人権問題

下期、人権啓発室がセクハラを含めたハラスマント対応窓口になることが決まり、9月末から10月にかけてセクハラアンケー

トを実施しました。当社では3年ぶりとなるアンケートでしたが、前回同様、一部にセクハラが存在することが判明しました。結果の詳細は第2回委員会で報告し、下期からの活動計画にセクハラ問題も追加することとなりました。アンケートでセクハラを受けたことがあると回答があった部門長とは面談を行い、アンケート結果をフィードバックし、日頃からの注意もお願いしました。また複数のセクハラ回答が寄せられた部門、回答率の低かった部門に関しては追加調査を行い、さらに詳しい状況の把握を行いました。相談も徐々にですが寄せられるようになり、会社が真剣にこの問題に取り組んでいることが浸透しつつあります。

うっかりミスなんて言えない

次に部門内研修についてですが、この研修は上期に管理者研修を受講した部課長が下期に自身の職場で実施するもので、ビデオ鑑賞と意見交換を1時間かけて行います。受講者は部長へ受講報告書を提出し、人権啓発推進責任者である部長は実施報告書を添えて人権啓発室へ提出します。この部室内研修で大失敗がありました。それは聴覚障害の社員が研修に参加したら、ビデオに字幕が入っていないためよく理解できなかったというものでした。人権を担当する者として配慮が足りなかったことを、深く反省した次第です。

また第2回委員会で出た“相談窓口が人事部にあるとなかなか相談しづらいのではないか”との意見を受け、下期からハ



人権標語の表彰式の様子。
秀作が出揃った

ラスマントの相談窓口を人権啓発室に移しました。それまで人権啓発室は研修にのみ特化した組織だったのですが、人権問題は基礎知識を得るだけではなく、問題を見つけ、解決しながら啓発推進を図ることが極めて重要だと気づいたからです。将来的には外部窓口の設置や相談人員の増強を、大きな課題と考えています。またメンタルヘルス対策との関わり方も気になります。

3つの活動で人権意識を高めたい

1年の活動をご説明しましたが、まとめとして3つの項目をあげさせていただきます。1つ目は、「CSR(企業の社会的責任)に主軸を置いた経営」。当社では「経営ビジョン2010」を決め、その使命のひと

コディネーターから、ひとこと。

横田洋三

わずか1年足らずの期間、最初は「孤軍奮闘」という表現を使われましたが、そこから始まってご自身の努力の中で、そしてまたその過程で、トップの方の理解と励ましもあって、講演会や研修、アンケート、その他様々な活動を展開されました。どういうことが具体的に行われているかということが分かりやすく示されて、いろんな意味で大変参考になるご発表だったと思います。

双方向的な人権啓発活動を目指して

株式会社 ジェーシー

全社員約2,400人の中からただ一人任命された人権啓発室という仕事。試行錯誤を続けて10ヵ月。様々な施策やメッセージはそれ自体がどんなに素晴らしいとしても駄目で、一人ひとりの社員に受けとめられてこそそのものだと藤解さんは言います。訴えるだけの発信主義ではなく、社員の声を丁寧に受け取る着信主義へ。双方向型人権啓発活動でさらなる意識向上を目指します。



株式会社ジェーシー
人事部人権啓発室室長
藤解 和尚

「ユニバーサルカード、JCB」

当社では身体障害者の方に対する円滑なカードサービスの提供を課題のひとつとして考えています。現状では、手が不自由でサインができない、耳が不自由で電話でのやりとりができないなど、障害者の方のカード利用には様々な制約や課題があります。当社だけでは解決できないことが多いのですが、当社で解決ができる問題に関して全社的な解決へ向けた動きが出ており、関連部門と対応方法を協議しています。これも人権啓発推進活動の成果のひとつと思っています。

「経営ビジョン2010」

2003(平成15)年初頭、「クレジット会社JCB」から「決済総合ソリューション企業JCB」へ進化するための第一歩として、当社のあるべき姿を描いた「JCB経営ビジョン2010」を策定。その使命のひとつが「公正・誠実な企業の実現」です。従業員には公平かつやり甲斐のある職場を創出し、お客様には安心、信頼して利用できるブランドの提供、またニーズへ対応すること。企業市民としても社会インフラたる決済サービスを安定的に提供することを通して、社会経済の円滑な運営や発展に貢献すること等を掲げています。

株式会社ジェーシー

本 社 〒107-0062 東京都港区南青山5-1-22
青山ライズスクエア
代 表 者 信原啓也
創 立 1961(昭和36)年
資 本 金 66億1,610万円
従 業 員 数 2,350名(2004[平成16]年3月末現在)
事 業 内 容 クレジットカード業務、クレジットカード業務に関する各種受託業務、融資業務、ギフトカードの発行・販売業務等
U R L <http://www.jcb.co.jp/>

つに「公正・誠実な企業の実現」を掲げていますが、それは従業員に対しても、お客様に対しても、そして企業市民としても誠実であれ、という意味での目標です。2つ目は「組織風土改革」。社員一人ひとりが正しい人権知識と感覚を持ち、各部において日常的に正しい人権フィルターが掛かることです。これにより組織の自浄作用が発揮され、実践されることを期待しています。

3つ目は「双方向の啓発活動の重要性」。発信主義にならず、いろいろな機会やツールを利用して社員の声に耳を傾け、常に着信主義に基づく双方向的な啓発活動を目指したいと考えます。

人権啓発室だけでできることは非常に限られています。しかし社員一人ひとりの意識が変わり、組織的に人権フィルターの掛かった活動が活性化できれば大きな変化が期待できます。例えば、障害者の方への様々な商品サービスも検討されています。まだ始めて1年にも満たない活動ですが、各部にまたがる問題が明確化されて全社的な解決へ向けた動きが出てきたことは人権啓発推進の成果であると自負しています。

こだまのように伝えたり返されたり。 そんな素直な心の交流のある職場がいい

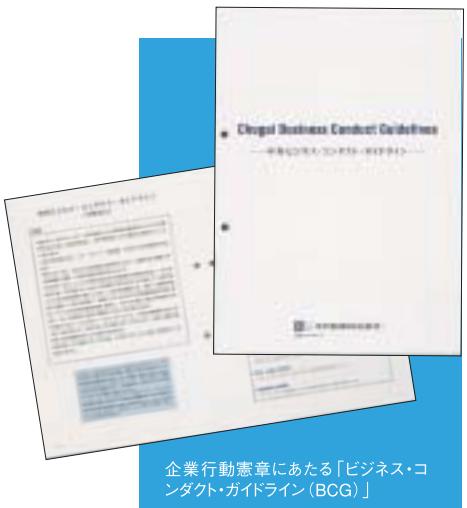
人の命と健康を守る薬をつくる

中外製薬は「グロンサン」や殺虫剤の「バルサン」などでご存知の方もいらっしゃると思いますが、売り上げのほとんどは抗ガン剤など医師が処方する医療用医薬品で占められています。

創業者の上野十蔵は1923(大正12)年の関東大震災の悲惨な状況のなか、非常に多くの方が満足な治療も受けられず苦しみ亡くなっていくのを見て「人の命と健康を守る薬をつくることに一生を捧げよう」と一大決心して創業。このときの思いはそのまま経営理念となっています。以来、折に触れる様々な社会変動に際して経営方針を打ち出しましたが、その中で1973(昭和48)年に打ち出したのが中外製薬の企業3原則である「社会性、人間性、経済性の追求」です。これは今で言う経済同友会などが提唱されている社会責任の考え方とほぼ同じようなものです。

新生・中外製薬の誓い

2002(平成14)年、当社はスイスのグローバル企業であるロシュグループに入り、日本においては日本ロシュという会社と合併しました。その際“新生中外製薬”として新たに存在意義や価値観、そして目指す姿を示すものとして「ミッション・メント」を掲げました。特に価値観については「患者や消費者を最優先にする」



の尊厳、人権の尊重、人種や性別その他のもろもろの差別を一切容認しないということを述べています。

20年以上におよぶ人権啓発活動

当社の人権啓発活動は、20年以上の歴史を持っています。1980(昭和55)年頃から、人権尊重の企業風土づくりに向け、職場や社会の様々な人権問題の理解を通して人権意識の向上を図ってきました。1982(昭和57)年には東京人権啓発企業連絡会に入会、計画的な研修もこの頃から始め、1992(平成4)年には全従業員を対象とした人権啓発研修へ発展



こと、「常に高い倫理・道徳観に基づいて行動する」こと、「良き企業市民として世界の人びとや文化の多様な価値観を理解・尊重しよう」といった7項目を掲げています。この価値観を受け、一般には企業行動憲章にあたるものだと思いますが、「ビジネス・コンダクト・ガイドライン」(略称「中外BCG」)を制定しました。これは「こういう社会責任を果たしていくます」という対外的な宣言ですが、ここに“患者、消費者への責任”“法の遵守”“人権の尊重”といったことを10項目にわたり掲げています。ことに“人権の尊重”的な項目では「私たちは事業活動のあらゆる場面において人間としての権利を尊重して行動します」と謳い、社内外を問わず、個



させています。このような継続的な研修や活動が定着しているのは、トップの強い支援や従業員の協力があるからだと痛感しています。

人権問題の位置付けをどうするか

ところで1990年代までは「部落地名総監事件」や差別的な身元調査事件というものが起きて、企業に対して倫理観や社会責任が非常に鋭く問われてきました。そういうこともあり、企業はリスク管理的なことやコンプライアンス(法令遵守)的な観点から人権啓発活動をしてきたと思います。ただ、これから企業をめぐる状況には様々な新しい要素が加わっています。一つには企業のグローバル化。当社もグローバル企業の一員となって、ある意味では国連憲章、またILOの様々な条項といった国際基準を無視できなくなっています。それと若者達を中心とした行動や価値観

の多様化など。また、昨年から急速に企業の社会的責任や社会責任ファンドといったものが論議されてきて、現実に企業行動もそれに対応するような形で動いてきていると思います。そういう意味で、人権問題も非常に大きな経営課題となっているのではないか。受け身的、対策的なところから、この問題をどのように企業経営の根幹に位置付けるのかが大事になっていると思います。

自己犠牲という伝統が人権を潰す

企業の人権啓発活動には、法令遵守の問題や社会から信頼される企業にしたいという目標もありますが、私としては「従業員にとって為になる、参加して良かったと思える研修」にすること。そしてもう一つ、「社員が本当に自分を大事にする企業風土にする」ということを目標にしたいと思います。日本のサラリーマンというのはやはり家庭を犠牲にしてきたりして一所懸命頑張っていました。そんな中で、私も含めてむしろ自分を大事にするということの意味が分からぬといふ人が圧倒的多数なのではないかと思うのです。自分を大事にしない人たちは「俺だってこれくら

いやったんだ。お前もやれ」と人にも犠牲を強います。あるいは、弱い人を抑圧していく。こういう関係をなくすために必要なのが人権啓発研修だと思います。そして自分の考え方や気持ちを大事にして何かを言えるという風土をつければ、それが続発する企業の不祥事も徐々に減らしていくことにつながると思います。簡単に言うと人権啓発活動というのは自立した個人を育てるということであり、その自立した個人と会社とが共存する基盤をつくっていくことだと思います。

詩人、金子みすゞさんの詩に「こだまでしようか」という作品があります。これは自分の気持ちを相手に伝えれば“こだまのように”相手から返ってくるという詩です。相手も同じようなことを考えている。非常に単純ですが、こうした素直な人間関係を職場の中でつくっていかなければいいなというのが人権啓発活動のひとつのテーマだと思っています。とはいえた人権啓発担当者は効果があるかどうかよくわからない手探りの状態で研修をやっている。そういう中で「こだまでしようか」の詩のように、受講者と我々との間で心の通い合いやキャッチボールがしていかなければいいなと思っています。

コーディネーターから、ひとこと。

横田洋三

中外製薬は20数年前から全社的に人権教育に取り組み、組織的にも社会責任推進委員会あるいは推進部をつくって相談窓口を設けたり研修を実施されたりと様々な活動をなさっています。その中で印象深かったのは、福澤さん自身が人権を考えているかということでした。仕事を超えたところでこの問題を考え、それをまた仕事に反映させているという。これは考えさせられるひとつの側面ではないかと思います。

自分を大事にすることから人権は始まる

中外製薬株式会社

従業員の価値観や行動が多様化している現在、一方的に教える研修ではなく、一人ひとりが“参加して良かった”と思える研修へ。
そして、自分を大事にすることはどういうことかと考え合う研修へ。
自分も相手も大事にして、お互いを尊重し、生き生きと働く職場環境をつくるための人権啓発活動にできたらと、福澤さんの試みは今日も続きます。



中外製薬株式会社
社会責任推進部部長
福澤 宏

「モンゴル人歌手に教わったこと」

あるトーク＆ライヴショードでモンゴル人の若い女性歌手、オユンナさんの歌を聴く機会がありました。タイトルは「ヒロシマの少女の折り鶴」で、広島の原爆で亡くなった少女の歌だそうで、モンゴルでは知らない人がいないほど有名らしいです。しかし彼女は、日本人の若い世代が広島や長崎で起こったことをほとんど知らないということに愕然としたそうです。「あんなに悲惨で、人類の歴史上忘れる事のできない日なのに誰も知らない。それも日本人が、です。それでも自分はやはりこの歌を歌い続けよう。大切なことは忘れてはいけないのだから」

という彼女の言葉は、私の心に強く響きました。やはり人間にあって大切なことは忘れてはいけないし、人権啓発活動もときどきみんなに人間にあって大事なことを思い出して考えてもらえる場を提供することになればと思いました。

中外製薬株式会社

本社 〒104-8301 東京都中央区京橋2-1-9

代表者 永山治
創立 1925(大正14)年
資本金 684億941万円
従業員数 4,982名
事業内容 医薬品、医薬部外品の製造・販売・輸出入
<http://www.chugai-pharm.co.jp/>

ジーンズとともに世界へ広がる (リーバイス)の理念

創業150年余のワールドカンパニー

「ジーンズといえばリーバイス」という反応をしていただけたと大変嬉しいのですが、当社はブルージーンズをつくって販売している会社で、本社はアメリカのサンフランシスコにあります。

私自身は入社して14、5年になりますが、当時から当社では非常に強くアメリカの考え方というのを取り入れられています。

アメリカも最近色々批判されることがあります、ある意味人権に対する考え方、企業市民としてのあり方、考え方には非常に進んでいるものがあるなと思います。

儲けたら還す、の基本姿勢

まずははじめにお話ししたいのは「企業市民としての哲学、精神、考え方」です。創業者のリーバイ・ストラウスはドイツ系の移民です。開拓期のアメリカへ上陸し、そこで一旗揚げようビジネスを始めたといいます。ちょうどこの頃、サンフランシスコ郊外で金鉱が発見されました。金鉱掘りの人びとが鉱山で石を掘るとズボンがすぐ破れる。破れない丈夫なズボンが欲しい。1853年、このとき“リーバイス”的によるビジネスがスタートしたのです。リーバイスのジーンズは丈夫だということを会社はどんどん大きくなりましたが、リーバイスが成功するに従ってそこで得たものを街の発展に還元しました。学

校建設への寄付や奨学金制度の設置、ほかにも街の発展のための色々なインフラ整備に非常に貢献しました。そんなときは、我々の考え方の根本にあるのだと思います。リーバイスはその後も同族経営で引き継がれていますが、代々のオーナーも社会貢献に対し強い意識を持ち続けています。そういうバッググラウンド、環境がもともとある会社なのだと思います。

あらゆる差別や偏見と闘う

そうした精神を書き表したのが「THE LS&CO.WAY～ビジョンとバリュー～」です。この中で特にお話ししたいのは「正しいことをする、誠実である、常にビジネスを誠実にやっていく」という項目についてです。具体的には“たとえそのビジネスが経済的に厳しい環境におかれても社会的に正しいことをしましょう”という内容です。この考え方の中心にあるのが“本来あってはならない差別、偏見と常に闘い続けなくてはならない”ということです。アメリカでは人種問題が一番大きな問題ですが、人種のつばと言われるサンフランシスコという土地柄、当社ではこの辺りに特に意識をして取り組んでいます。男女差別についてもまた、雇用機会の均等を図る法律ができるかなり以前から対処しており、ことに採用、異動、昇進に関して差別や偏見と闘っていかねばならないと言い続けています。

全員参加のボランティア・デイ

当社の社会貢献活動の一環に、サンフランシスコにあるリーバイ・ストラウス財団があります。これは助成財団で、全世界のビジネスの利益の数パーセントをフルしています。この基金は当社がビジネスしている世界各国の地域の社会福祉関係のNGOやNPOで当社の哲学に合致する団体を選ばせていただき、寄付させていただいている。もうひとつは自主活動としての全世界の社員によるボランティア活動です。厳密なプログラムということではなくあくまで従業員の自主性に任せているのですが、そのうえで従業員が集まってそういう活動をした場合、会社側



「THE LS&CO.WAY～ビジョンとバリュー～」の一部

誠実で正しいビジネスアプローチが大切

リーバイ・ストラウス ジャパン株式会社

企業として持たなければいけない価値観や達成しなければいけないビジョンを明文化して全社員に周知徹底。どんな状況下でも社会的に正しいことをするのを基本としていると室橋さんは言います。エイズ問題に対する活動にしても、今では全世界的に取り組み、成果を上げています。そうした社会貢献は、ブランド力を高めることにもつながっているのです。



リーバイ・ストラウス ジャパン株式会社
人事統括部マネージャー

従業員奉仕委員会共同代表

室橋 敦



(左)「AIDSメッセージTシャツ」
(右)Tシャツ購入者用ノベルティ(缶バッジ)と店頭POP及び募金箱

でも時間や資金を提供したりといったサポートシステムを設けています。ほかに年1回のボランティア・デイというのを設けて、従業員全員でボランティア活動をしています。

部下にエイズ感染を告げられたら?

また人権の取り組みとして当社が20年近く続けているのがエイズ問題です。エイズは当初同性愛の男性の病気と言われていましたが、同性愛者のソサエティがあると言われるほどの街、サンフランシスコを本拠地とする当社は、まさにその問題に直面していました。会長のボブ・ハースが、これは非常に大きな問題であると気づいたのです。サンフランシスコだけではなく全世界の問題であると。そして企業ぐるみで世界的にエイズ対策を考えていこうと決心しました。

まず取り組んだのは社内外における感染者や患者への差別や偏見の撤廃。それから外部の企業や自治体へ向けての予防キャンペーン活動です。次に「エイズ患者に対するリーバイスの方針」を制定。エイズ患者の社員などにどう接するかなど

のケーススタディを社内のインターネットに流したりしました。また、たとえば実際にエイズに感染した従業員が自分のマネージャーにそれを申告する場面を描き、周りはどう対応していったかという事実に基づいたビデオを社員や外部の方に見せました。私たちにとっても非常にショッキングな内容でした。

エイズはあえて触れるべき問題

これらの取り組みは自社だけを対象とするのではなく、他社の方々にもビデオを無償で配布したりして当社の考え方を伝え、またこの問題に積極的に取り組んでいられる企業へ援助させていただいて

コーディネーターから、ひとこと。

横田洋三

リーバイ・ストラウス ジャパンの場合は本社がアメリカにあることと、創業者の意志を反映して、人権を含む社会的責任へ非常に強い思い入れを持って活動しています。ところで、ジーンズといえば、社会主义国家が90年代に自由化したときに、一番目についたのが若者のジーンズ姿でした。人権の思想がジーンズとともに世界中に広まることを目撃しました。



エイズ予防財団が実施する
街頭キャンペーンに参加

リーバイ・ストラウス ジャパン株式会社
本社 〒150-6022 東京都渋谷区恵比寿4-20-3
恵比寿ガーデンプレイスタワー22F
代表者 マリア・メルセデス・エム・コラレス
創立 1971(昭和46)年
資本金 52億1,360万円
従業員数 354名
事業内容 ジーンズ、ジャケット、シャツ、パンツの輸入・
製造・販売
URL <http://www.levistrauss.com/japan/>

ます。また12月1日のワールドエイズデーには厚生労働省の外郭団体のエイズ予防財団が実施する街頭キャンペーンにも参加しています。

エイズの問題は企業としてもなかなか触れたくないという考え方もあるかと思います。しかしその辺をあえて日本でもリーバイスが踏み込んでいかなければならないだろうと考えます。最近では賛同してくださる企業も増え、一緒に企業活動などをしながら徐々にでも広めていけたらと思う次第です。

名古屋会場

コーディネーター



ジャーナリスト
株式会社西広顧問
稻積 謙次郎

パネリスト



ザ・ボディショップ・ジャパン
(株式会社イオンフォレスト)
代表取締役社長
蟹瀬 令子



東日本旅客鉄道株式会社
総務部 人権啓発室長
武井 秀雄



ソニー株式会社
人事センター
ヒューマンライツ推進室室長
林 恒幸

パネルディスカッション

パネルディスカッション



人権への取り組みは評価されるべきか

稻積 それでは会場の皆様からいただきたいご質問にお答えいただく形で進めたいと思います。まず皆様の関心が高いのは、企業の中での人権取り組みです。

林 ございません。社内の評価制度の一環に昇格制度があるわけですが、その必須科目の中に人権の教育を入れようじゃないかという動きはございます。

稻積 蟹瀬さんのところではいかがですか。蟹瀬 私たちの会社では、5つのバリューズに関する事を行っているかどうか、自己申告が半期に一度の査定の中にあります。

稻積 ザ・ボディショップでは、3つの人格である、ということがあります。それは、パイオニアであり、闘う人であり、語り部であり、ということなのですが、たとえば闘う人の中には、エイズ啓発活動ですか、コミュニティにおける活動といったものを積極的に行っているか、をきちんと自己申告してゆく。また、語り部であれということについては、デイリーターゲット制度というものがあります。お客様に伝えるべきことを、たとえば今日は5人に語ろうと決めたらそれを実行する。お店のスタッフたちが、「この商品は、コミュニティトレードで、このように地域の人びとの人権を守ることにつながっているのです」と、商品を通じてお客様に話すことまで含めて給与体系に入っています。

武井 企業の中で人権を取り組めば評価される。それはそれで素晴らしいことだ

と思います。しかし、人権ってそんなものなのでしょうか。それでは評価されないものはやりたくない、ということになってしまいます。私は、人権というのは、自分自身の生き方を問い合わせるべきものだと思うのです。それこそが人権研修なのです。

蟹瀬 でも、1回の研修がきっかけ作りになります。たとえばザ・ボディショップでは、最初に老人ホームのシーツ替え研修というのがあります。皆、どんなところかわからないので不安に感じます。実は私が入社したときもそうでした。しかしそ実際に老人ホームへおじゃましてシーツを替えてゆくうちに、どうやってきれいにシーツを替えればいいかとか、早くおばあちゃんたちを喜ばせてあげたい、というふうに、気持ちが変化してきたのです。企業が社員にきっかけを与え、体験で理屈を越えてゆくことができる。そういうプログラムを作ることが大事なんだといました。

稻積 人権への取り組みは、基本的には一人の人の生き方の問題だと思います。しかし一方で人間は弱いものです。個人の情熱だけでは、なかなかしんどい。くたびれてしまう。そういう意味でも、企業が個人の情熱なり生き方なりをサポートするものとしての評価システムは大事だと思います。

戦争やテロの脅威の中で、企業は何ができるのか

稻積 会場の方から、こんな質問も来て

います。今なお世界はテロや戦争の脅威があり、国内でも犯罪が増加している。それについて企業は何ができるのか、と。

武井 だから人権啓発をやるんです。建前ではなく、本気で。我々が情熱をもって、

差別をしない、させない、許さない、を実践する。させない、許さないは難しいですが、しない、は自分のことですから、身近なことから実行してゆく。結果的にそういう社員が増えれば企業は発展するでしょうし、地域から受け入れられる。そんなの夢物語だよ、と言われるかもしれません、そういう夢を抱かないからこんなに悪い社会になってしまった。だからいつまでも戦争はなくならないし、同和問題はなくならないのだと思います。

蟹瀬 企業というのは、微力だなといつも思います。イラク戦争のとき、オーストラリアのザ・ボディショップが反対の声をあげました。日本は残念ながらあげなかった。私はそのことを非常に悔やんでいます。

私たちちはバリューズコミッティという社員からなるコミッティを持っています。そのメンバーが、我々は微力だけれど、募金活動をして、戦争で傷ついた子ども達が助かるような状態をつくっていこう、そういう

自分たちが考えてできることから始めよう、という活動をしています。それを推し進めて、もっといろいろな企業を巻き込んでやつていければと考えています。

稻積 21世紀は「人権の世紀」ということが、いまや流行言葉のように使われています。ではなぜ「人権の世紀」なのか。20世紀を振り返ってみたときに思うのは、20世紀は2度の世界大戦を経験した、いわば「平和の破壊の世紀」だったということです。人類は大きな罪を犯しました。同時に、科学技術の発展で経済がたいへん栄え、潤ったわけですが、その陰で環境を破壊しました。こうした平和の破壊と環境の破壊という人類の負の遺産をどう清算して21世紀に普遍的な人類の価値観を構築していくかが大切であり、それがいつか差別などの

口で平和を唱えるだけでは、とても手にできません。ではどうするのか。世界の人びとの誰もが、どこででも、いつからでも取り組めること、日常の暮らしの中で取り組める人権尊重への営み、環境を守るための営み、そうした積み重ねしかないのです。それは小さな一歩かもしれないが、確かな一歩ではないかと思います。そういう意味で21世紀の普遍的価値観が人権と環境という価値観であって、これは決して別々の概念ではないのです。環境問題というのは、おしなべて人間の問題ですから、人権と環境は一つの理念の中に包括されます。つまり、小さな一歩を確かな一歩にしようという決意を、この「人権の世紀」という言葉に込めてあります。これは武井さんがおっしゃったこととも通じるのではないかと思います。

出身地に関する差別はなぜ今も残っているのか

稻積 次の質間に移ります。各地で宅地開発が進む中、出身地に対する差別が今なお残っていますが、それはなぜでしょうか、ということ。武井さん、いかがですか。

武井 私は人間だから、と言いたい。人間の心って、そんなにすぐに変わるものではありません。『枕草子』や『源氏物語』の頃から変わっていないんじゃないですか。しかし、少しずつ前へ進んでいるという確信はあります。差別は間違いだったと必ず気づく。そのため私たちは研修をやっているんだ、と考えています。人間は同じ過ちを何度も繰り返しますが、だからこそ我々のような人権啓発担当者が気づいてもらえる研修を企業内で進めてゆくことが大切であり、それがいつか差別などの

問題がなくなることにつながるのだと思っています。

ノーマルな職場環境をめざして

稻積 会場からのご質問はこれで終りましたが、今までのお話を補足するがあれば、お願ひします。

林 ソニー・グループでは200名の障害を持つ方々が製造現場で働いています。今、障害を持っている方たちの職場における人権意識を高めることを課題としています。障害者どうし、仕事がうまくいくているときには何でもないのですが、いろいろな問題にぶつかったとき、責任のなすり合いになってくる。健常者でも同様に言えることが、障害を持つ方々にも起こっています。セル生産方式で、その人たちが仕事にチャレンジすればするほど、能力の差が発生し、優越感が生まれ、差別的行為につながる。健常者、障害者を含め、これから多様化する雇用の中で、様々な問題を乗り越えていかにノーマルな職場環境にもってゆくかということが、私たちの課題になっています。これを機会に、皆様の知恵を拝借できればと思っています。

武井 私は42歳でこの担当になりましたが、もしこの仕事をしていなかったら、会社と喧嘩をして辞めていたかもしれないし、家族喧嘩も絶えなかったのではないかと思うのです。しかし人権啓発に携わるようになって、あるがままを認めよう、という気になり、自分がとても楽になりました。経営トップの方々の中には、人権問題を未だにリスクマネージメントとして捉えている方もいるのではないかと思いますが、担当者は自分の人生の中でプラスになったと思う人が、私も含めて非常に多いのです。



福澤 企業行動憲章(BCG)では「人権尊重」が謳われていますので、病気だからどうだということで排除することはあります。基本的に人権尊重の考えが貫かれています。

差別にはいっさいコミットしないことを明文化

横田 室橋さんにはこんな質問がきいています。創業者精神が企業行動に大きく影響を与えていたことですが、アメリカのプロテスタンティズムの影響は受けているのかどうか。企業内個人に対する問題はないのか、のことなのですが。

室橋 難しいご質問ですが、ないとお答えしたいと思います。今、約100ヵ国でビジネスをしていますので、国によって文化的な背景や法律も違う。基本的な考えはサンフランシスコの本社から発せられますが、たとえば法律でいえば、アメリカ本部が何を言っても、その国の法律に則ったオペレーションをしていかなければ通用しないわけです。宗教的なことでいえば、アメリカの博愛主義のこと、そういう良い面は実際のビジネスを進める上で、リーダーの判断に反映されると思いますが、むしろ宗教観が企業内個人に影響を及ぼしそうな形になることを避けるために文章化して社員に周知徹底させています。差別にはいっさいコミットしないことを明文化するためです。

横田 リーバイ・ストラウスの運動が、エイズにしろ天安門事件にしろ、ブランド強化への狙いと連動しているのではないかとの質問についてはいかがですか。

室橋 少あります。そもそも創業者は150年続く一族で、いなければ大金持ちです。アメリカの企業家というのは、ビジネスで成功したら早い時期に引退して、地域の名士として社会貢献などをしつつ余生を送る。そういうことを理想としているという話をよく聞きます。創業者一族は、おそらくそういう

考え方で社会貢献をしてきたのだろうと思います。ただしビジネスはあくまで営利目的ですから、ブランド力を高めることにつながればいいなという考え方、明確にあると思います。

横田 社会貢献でいえば、従業員のボランティア活動についていかがですか。

室橋 従業員の自主活動については、会社も奨励しています。公にはたとえば1ヵ月に1時間は、勤務時間をボランティア活動に当てもよいという明文化されたものがあります。あと、年間で日本円にして10万円ぐらいを活動資金として会社から提供しましょう、ということもあります。さらに、アメリカの財団の持っている基金の寄付先を決める活動というのも、従業員奉仕委員会に委ねられています。

マンネリズムを脱却する方法はあるか

横田 長いこと同じテーマに取り組んでいますと、マンネリに陥る危険性もあります。それを脱する方法について、ご質問がきいています。藤解さん、いかがでしょうか。

藤解 当社の場合はまだそれほどひどいというのはありません。ただ、男性側から基準がわからない、と。それから女性側からも案外これはそうではないのではないか、むしろパワハラが問題だといった意見も出たりしています。何件か相談がありましたが、やはり非常に難しい。そんなときは、あなたの奥さんや娘さんがやられたら嫌なことはしないようにしてくれ、と言っています。

横田 具体性があってわかりやすいと思います。福澤さんはいかがでしょうか。

福澤 たとえば心理学の本に出てくる、おばあさんに見えたり、若い女性に見えたりする絵柄がありますが、同じものを見ても人によって、物事の見え方や捉え方が違うのがよくわかります。コミュニケーションゲームなどでも、きちんと目を合わせて相

づちを打って対応しないものすごく不快で、自分が無視されたように思えるということが実感としてわかります。知識というものは大事ですが、節目節目でそのような興味を引く、あるいは実感としてああそうだなと思えるようなことを折り込んだ研修プログラムを作って、マンネリを防ごうとしています。

横田 室橋さんは、この件についてご意見はありますか。

室橋 当社は組織として確立していないものですから、人事部の役割として会社の考え方を、折りに触れて従業員の集まる機会に説明をし続けてゆくことが必要だろうと思います。

セクハラかどうかは、自分の身内に当てはめて考えて

横田 セクハラは常に人権の中で重要な部分として取り上げられていますが、訴える場所を用意している企業の場合、何か難しい問題はありますか。それとも誰が見てもこれはひどい、という事例としてあがってくるのでしょうか。

藤解 当社の場合はまだそれほどひどいというのはありません。ただ、男性側から基準がわからない、と。それから女性側からも案外これはそうではないのではないか、むしろパワハラが問題だといった意見も出たりしています。何件か相談がありましたが、やはり非常に難しい。そんなときは、あなたの奥さんや娘さんがやられたら嫌なことはしないようにしてくれ、と言っています。

横田 具体性があってわかりやすいと思います。福澤さんはいかがでしょうか。

福澤 セクハラの定義や境目は主観的なものなので、考え方も違うし形態では判断できないわけです。だから、自分のしている行為が相手のことを軽んじたり、侮ったりした行為でないかどうかを考えもらいたいですね。相手が嫌がっているかどうか、もつ

と感受性を鋭くして見なさいということだろうと思います。それと最近多いのは、ジェンダーハラスマント(性に関する社会的固定観念や差別意識に基づく嫌がらせ)。たとえばマンツーマンとか、なんとかマンといった言葉に対して、ジェンダーハラスマントではないかとの指摘が社員からあがってくることもあります。

室橋 当社は女性が多いものですから、そういう問題はすぐにあがってきます。セクハラというよりも、男性マネージャーが、若い女性に対してだけ失礼な口のきき方をするとか。上司にはやたらと丁寧なんですが。それはマネジメントとして失格なのではないかと思います。

人権に配慮することがブランド力を高めることにつながる

横田 企業はもともと利潤追求の営利活動が目的です。人権のために人を割いたり、時間を割いたりすることは企業に負担になるのではないか。今のように景気の悪いときに、人権まで配慮する余裕がないという経営者もいないではありません。しかし、会社のブランド力を高めるといったことでも、営利上の意味があるのではないか。そういうことについてはいかがですか。

藤解 どの企業にも共通するテーマだと思います。まず企業にとって人権活動とは必要不可欠なもので、コストという観点から見ても、必要コストだと思います。当社でも効率化、コスト削減など厳しいものがありますが、特に私は人権担当なので、声を

大にして言わなければいけないのは、人権の視点を常に失ってはならない、ということです。各部門に、人権のフィルターがかかることが重要なことです。障害を持つ方々の雇用の問題もここに入ります。利潤一辺倒では大きなものを忘れてしまうことになります。

福澤 私の思っている人権研修は、まず社員の身の回りの問題としてスタートしたいということです。もしセクハラやパワハラがあっても、きちんと解決できるような土壤をつくってゆく。それが企業を強くすることだと思うのです。人権というと何か大層なことを考えたりすると思うのですが、そうではなく、職場を働きやすい環境にするということ、これは企業にとっても従業員にとっても必要不可欠なのです。怠っていると、セクハラやパワハラだけでなく、企業の不祥事など社会からの信頼を失うことにもなりかねません。

室橋 海外の工場と取引するとき、事前にその工場が労働権を厳守しているかどうかの審査をします。数年前にきちんと審査を行わずに取引を開始してしまい、大問題となったことがあります。担当者はただ早く進めないと納期に間に合わなくなるから、審査をスキップしてしまった。これはあくまで社内ルールなので、外部に対してどうこうというのではないのですが、担当社員は、最終的には懲戒処分となりました。トップが、そこまで強い意志を持ってやらないと、やはり守れないのではないかと思っています。

最近、企業の不祥事の話をよく聞きますが、社員として会社のためを思っているのでしょうか。しかしそういう事態になるのは、トップが人権を守る環境をつらなかつたことに問題がある。もし何かあればオープンにして、自分たちの価値とは何かを、従業員全員が理解できるようにする必要があるのだと思います。

人権啓発に関して大切な6つのこと

横田 今日の貴重なご報告とご意見をまとめてみると、私なりに6点にまとまるのではないかと思います。

まず1つめは、担当者の熱意と創意工

夫が必要だということ。人に言われたことをただやるのではなく、自分の会社の場合にはどういうふうにすればいいかを考える。それが人権教育・啓発活動にとって重要なだと思います。

2つめは、個人一人ではやはり無理があり、全社的に取り組む姿勢が重要だということ。とりわけトップの人が人権に対して理解を示して、全面的にサポートしてくれること。たとえば目標の中に「人権の尊重」を加えていける企業もある。そういう全社的な取り組みが成功の一つの鍵になるのではないか。

3つめは、これで完全という人権啓発活動はなくて、いろいろ試行錯誤してみる。他のところから学べるものは学ぶ。常に向上する気持ちを持つこと。これも大事なことだと思います。

4つめは、この「企業と人権」のセミナーを含め、こういう集まりの場や関連したパンフレットなり、広報誌なりが出ていますので参考にして、常日頃から自分の会社に適用していくという姿勢が大事だと思います。

5つめは、ただ会社の中に組織をつくり規則をつくるだけではダメで、会社の風土や雰囲気をつくることが大事であるということ。社員がお金のためだけに働いているといった意識、会社が儲かればいい、自分の給料が上がればいいというのではなく、この会社に入ってよかったと思えることが肝心ということ。もちろん会社ですから利益が上がらなければ潰れてしまうのですが、利潤だけで会社が成り立っているとは考えない風土であることが大事だと思います。

6つめは、社内のセクハラやパワハラ、あるいは雇用における差別の問題だけでなく、取引先の相手まで含め、人権に配慮しているかどうかということ。

いずれにしても人権への配慮は簡単なようで奥が深く、これからもいろいろ出てくるだろうと思います。

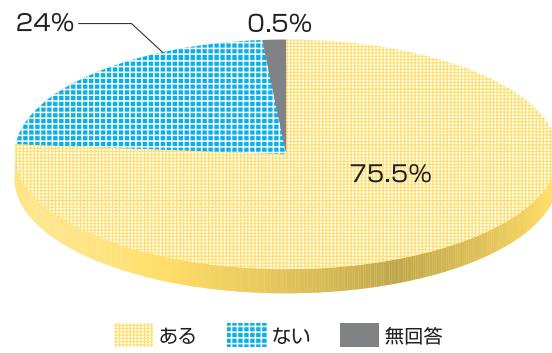
セミナーを終えて

●参加者へのアンケートの一部をご紹介します。

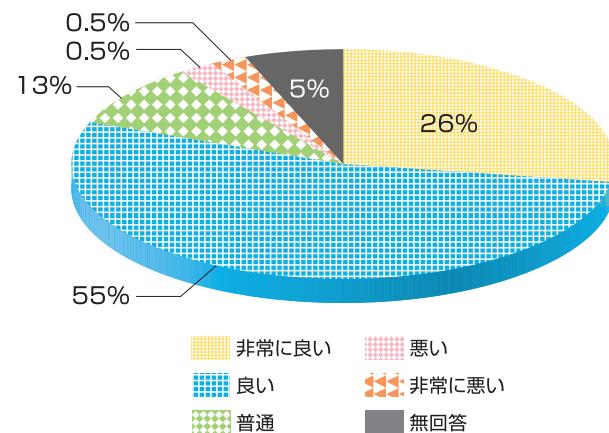
今回のセミナーについて、どのような感想を持たれましたか？

- これからの人権に関する、企業内での研修のヒントが得られた。
- 各企業の取り組みや事例のみでなく、取り組んでいく上での課題や問題点を明確にしてほしい。
- 大手企業の人事担当の貴重な講演は参考になった。しかし、中小規模の企業の取り組み例も聞きたかった。
- まだ、当社では特に活動はしていないが「身近な所から取り組むべき」と感じた。
- 他社の事例は聞くチャンスがないため、今回は大変参考になった。担当者が同じ様な点で悩んでいることが分かり少し安心した。
- 内容が良かったのであつという間だった。もう少し、時間が長くてもよかったです。
- 各社の取り組み方が具体的に分かつてよかった。著名人の話も良いが、今回は実践的な立場の人の話も聞ける機会であった。
- 企業の前向きな事例もよいが、むしろ失敗事例とその対応策などのほうがより参考になるのではないかと思う。
- 企業における人権への取り組みの重要性が、社会的評価につながるように弊社においても努力していきたい。
- テーマを一つに絞り込んだパネルディスカッションの方が印象に残ったのではないか。
- 外資系企業の話は、非常に参考になった。
- 企業の取り組みが進んでいることに驚いた。私は行政関係者であるが、研修の手法、考え方等について見習うべき点が多いと感じた。
- パネリストの熱意と工夫がよく伝わってきた。各社とも会社の強力なサポートがあってそれがもとになっていると感じた。
- パネリストが話をする際、手話での説明や字幕(パソコン要約筆記)が出るのはとてもよいと思った。
- 企業側からの情報発信内容についてはよく分かった。出来るならば活動の結果、社員の意識や経営者の意識がどう変わっていたのかというような調査、フォローの例があれば発表してほしい。
- 差別と差別、マナーと服装といった普段忘れていた重要な人権に関するテーマに気づかされた。
- 多数の人が出席できるよう、回数や場所を増やしてほしい。
- 今回の講演内容をホームページで閲覧できれば、なおよいと思う。
- 人権とは一人ひとりがどのように生きていくのか考える事。それは、他人の生き方をまず考え、自分の生き方も変わってくるということを再認識した。
- 人権に関して無関心だったが、人間として、社会人として、とてもその重要性を感じた。

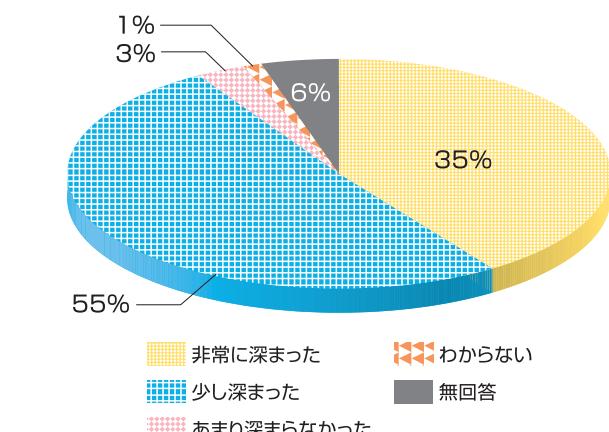
過去に、人権関係のセミナーやシンポジウム等に参加したことがありますか？



今回のセミナーの内容は？



今回のセミナーにより人権に対する関心は深まりましたか？



*名古屋会場と東京会場の来場者アンケートを合計した数字をもとにしています。

●コーディネーターの方のご意見ご感想をご紹介します。

稻積謙次郎 (名古屋会場コーディネーター)

企業と人権というテーマを考えるときに、私は三つの視点から考える必要があるのではないかと思います。第一は「時代認識に立って人権を考える」ということ。セクハラをはじめ、人種差別、部落差別などをしている企業は、国際的信用を失墜する。そういう時代ですので、グローバルな中で企業と人権という問題を考えてゆく必要があるわけです。第二は「複眼の視点で人権を考える」ということ。人権とは我が身のためにあるだけではなく、他人の人権を認めてこそ我が身の人権も尊重されるわけです。最近、グローバル・スタンダードということが言われますが、アメリカン・スタンダードだけがグロー

バル・スタンダードではない。そういったことも含め、多視点でものを考えてゆくことが必要ではないかと思います。第三は、「人権ISOの薦め」です。国際標準化機構(ISO)で環境規格を取得する企業が増えています。人権を含め企業の社会的責任に対する規格、これを国際標準規格として認定しようという動きも始めています。さらには国連が企業に関する基本的人権原則を策定しようといった取り組みもなされており、今後ますます企業の社会的責任は大きな意味を増すと思われます。そういう視点から、改めて企業と人権のあり方を考えてゆく必要があるのではないかと思います。

横田洋三 (東京会場コーディネーター)

企業というのは社会があって初めて存在し得るものです。よく、法律によって縛られていて、なかなか自由な企業活動ができるないということを耳にしますが、たとえば法制度が完備していないと、そもそも企業活動はできません。そのほかに道路、上下水道などのインフラの問題もあります。企業活動ができるのは、法の支配が確立され、かつインフラが充実しているからなのです。そのように守られた所で企業活動をしているわけですから、当然、企業は利益のためだけに行動してはいけません。社会から受けている恩恵に対して、企業なりの貢献をして返さなければいけません。税金をたくさん払うのも貢献ですが、それだけではなくて、社会が持つさまざまな価値や公共の目的——安全の確保や環境の保全、人

権の保障といったこと——について、企業も一定の役割を果たさなければならないのです。人権を守ることは、基本的に重要なことで、人権が守られていないところに、企業活動は存在しません。国連で事務総長のコフィ・アナンさんがイニシアチブを取って数年前から始めている制度に、グローバル・コンパクトということがあります。これまで国連は企業と接点はなかったのですが、これからは企業にも国連の目的に協力してもらい、一緒に活動してもらう、いわば地球規模の契約を国連と結んでもらおうということです。いずれにしても企業のグローバルな活動が進んでいますので、ぜひ国連のグローバル・コンパクトを担当している部署に連絡を取って、登録していただきたいと思います。

おわりに

- この冊子でご紹介した、平成15年度「企業と人権」セミナーには、名古屋と東京の両会場とも、企業や行政の関係者をはじめ、多くの方々にご参加いただきました。人権はもとより、よりよい社会の形成とかけがえのない地球環境保全のため、企業が果たす役割について、ますます期待が高まっています。経済産業省・財団法人 人権教育啓発推進センターでは、企業の人権啓発への取り組みや、企業の社会的責任を考えていくための、さまざまなセミナーやイベント活動を行う予定です。
- これからも皆様の積極的なご参加、ご協力をよろしくお願い申し上げます。
- 平成15年度「企業と人権」セミナー
主催：経済産業省・財団法人 人権教育啓発推進センター