

令和3年度

CSR（企業の社会的責任）と人権セミナー

従業員・地域・取引先を大切にする企業

概要

CSR（企業の社会的責任）と人権セミナー

概要

はじめに

新型コロナウイルス感染症の感染拡大以降、私たちの生活は大きく変わり、経済社会においても急激な変化が続いています。

ILO（国際労働機関）の発表によると、新型コロナウイルス感染症流行の影響は、労働時間の減少や直接的な雇用減による勤労所得の急落とそれに対応する貧困率の上昇をもたらすとし、2016年から国連が取り組んでいる「持続可能な開発目標（SDGs=Sustainable Development Goals）」に掲げる目標の一つである「貧困の根絶」の達成がますます困難になると指摘しています。

また、2011年に国連で作られた「ビジネスと人権に関する指導原則」は、現在、企業活動における人権尊重の指針として用いられており、国連ビジネスと人権作業部会の声明では、「新型コロナウイルス感染症の文脈においても『指導原則』が適用されると指摘し、責任ある企業行動を確保する政府の役割および企業の人権尊重に焦点を当てる」旨を述べています。さらに、「『指導原則』の履行の実質的な推進が、将来の危機へのより良い準備」につながるとの考えを示しており、『指導原則』の趣旨を実現するためには「責任ある政府および企業が先導しつつ、全ての関係者が関与するより良い連携」が必要であるとの指摘もされています。

これまで、社会課題解決と経済発展のために、多くの企業がCSR（Corporate Social Responsibility）に取り組んできました。しかし、これからはウィズコロナの時代に向けた取組も重要となってきます。

2020年10月には、『ビジネスと人権』に関する行動計画（2020-2025）（NAP）が策定され、今後政府が取り組む各種施策や企業活動における人権デュー・ディリジェンスの導入促進への期待が高まっています。この人権デュー・ディリジェンスは、ウィズコロナ時代には欠かせないものとなるでしょう。

本パンフレットは、令和3年度に高知、福島、大津（滋賀）の3会場で開催した「CSR（企業の社会的責任）と人権セミナー」の内容を取りまとめたものです。このセミナーは、経済産業省中小企業庁がCSRや人権課題に関する企業の取組を推進・支援することを目的に、2002年から開催しており、有識者による基調講演と、これらの課題に積極的に取り組んでいる企業の具体的な実践事例を紹介しています。

本パンフレットが皆さまの職場における人権啓発やCSR活動、よりよい企業活動や職場環境、そして社会づくりの一助となれば幸いです。

高知会場 Kochi

基調講演	CSRと人権～SDGs時代の経営戦略～	3
	影山 摩子弥 横浜市立大学都市社会文化研究科教授 CSR&サステナビリティセンター長	
企業における事例発表	事例1 いのこざ 豚座建設のSDGsへの取組 ー「3つの健康」と情報発信ー	豚座建設株式会社 5
	事例2 みんなでつくった株式会社「大宮産業」 ～高知県四万十市西土佐大宮地区の事例～	株式会社大宮産業 6
パネルディスカッション		7

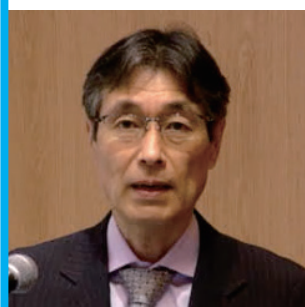
福島会場 Fukushima

基調講演	CSRと人権～SDGs時代の経営戦略～	9
	影山 摩子弥 横浜市立大学都市社会文化研究科教授 CSR&サステナビリティセンター長	
企業における事例発表	事例1 東日本大震災の危機への対応と克服	大七酒造株式会社 11
	事例2 サプライチェーンにおける人権の取組	東京エレクトロン株式会社 12
パネルディスカッション		13

大津(滋賀)会場 Otsu

基調講演	企業の社会的責任(CSR)と人権ー滋賀からの発信ー	15
	大村 恵実 弁護士、ニューヨーク州弁護士	
企業における事例発表	事例1 ダイバーシティからSDGsへ	東和組立株式会社 17
	事例2 アサヒグループの人権尊重の取組について ～サプライチェーンにおける人権DDプロセス～	アサヒグループホールディングス株式会社 18
パネルディスカッション		19
企業のサプライチェーンと人権を巡る海外の動向 ～「構え」と「対話」の重要性～		21
ビジネスと人権に関するキーワード		23
セミナー参加者の声		25
CSR(企業の社会的責任)・人権啓発パンフレット・DVDのご案内		26

CSRと人権 ～SDGs時代の経営戦略～



横浜市立大学都市社会文化研究科教授
CSR&サステナビリティセンター長

影山 摩子弥

この
ポイントに
注目!

1. 国際社会から見た日本
2. 大切なデュー・ディリジェンス
3. 国連が推進するSDGs

時代とともに変わる人権問題

「CSR」は、「Corporate Social Responsibility」の略です。「企業の社会的責任」と訳されています。CSRが社会からも企業からも注目されているのは、社会の期待に応えることによって企業が生き残ることができるという経営戦略であるためです。CSRに取り組むことで、社会のメリットと企業のメリットを両立させることができるのです。

「人権」には、固有性や不可侵性、普遍性がありますが、時代の変化に伴い新しく提起される課題もあります。社会問題化してから課題に取り組むというのでは批判の対象になることもあり、より評価されたいのであれば、社会問題化する前から課題に取り組むべきでしょう。そのためには、日頃から良心に基づいて経営判断をしていくことが大切です。

日本が国際社会から批判されている事実

今、人権問題に関して、日本には批判の目が向けられています。例えば、現代の日本には奴隷制が存在すると見られています。ウォーク・フリー財団のThe Global Slavery Index(世界奴隷指標)では、日本には「現代奴隷制下にいる人」が29万人もいたという指摘があります(2016年時点)。

米国の国務省による報告でも、日本は強制労働や性的搾取といった人身取引の被害者を供給している国、また被害者が通過している国とされており、外国人の技能実習制度が奴隷制を助長しているという指摘まであります。

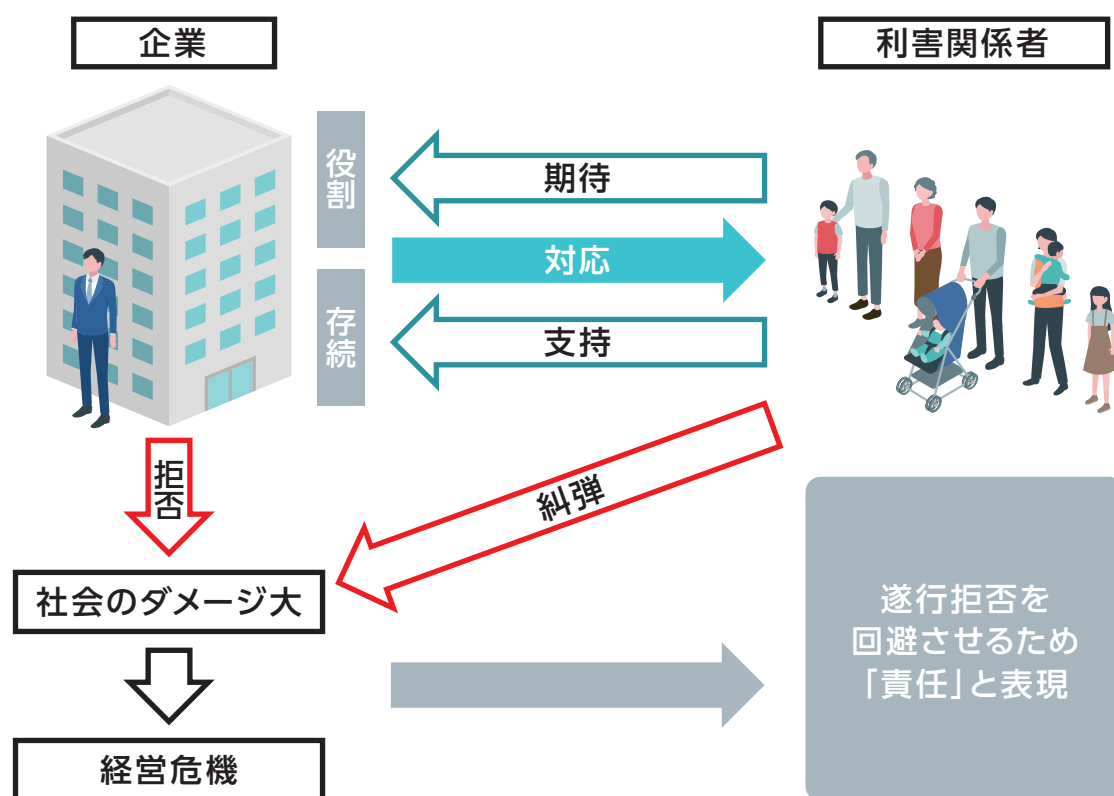
国連では、2011年に「ビジネスと人権に関する指導原則」を作りました。企業は人権に対して大きな影響を与える立場なので、自社だけではなく、取引先企業も含めて人権に配慮しなければならないというコンセプトとなっています。企業がどのようなサプライチェーンマネジメントをしているのか、そしてその成果が出ているのかが問われています。

法律を守る以上の対応が必要

国際社会の流れを受けて、日本政府も対応を図っています。国連「ビジネスと人権に関する指導原則」を受け、日本政府も2016年に行動計画を策定すると宣言し、2020年には「『ビジネスと人権』に関する行動計画(2020-2025)」を策定しました。

企業は、この行動計画に取り組まなければなりません。人権への取組は負担になるから、法律を守るレベル程度で良いとしてしまうと、企業の評価や存在価値が落ちる可能性があります。あの企業は危ないからと取引停止になったり、株

●CSRの構図



が売却されたりする可能性が高まります。当然、そのような企業には良い人材も定着しません。

CSRに取り組む意義

なぜ今、「企業の社会的責任」が問われるのでしょうか。

CSRに取り組む意味は、大きく二つに分けられます。まずは、社会の不利益を回避するという消極的な意味です。例えば、ずさんな衛生管理によって食中毒が起きると、社会からの非難によって経営危機に至ります。もう一つは、取り組んでいると社会に評価されて生き残っていくことができる、だから取り組むという積極的な意味です。つまり、良いことをすれば社会全体から評価してもらえるのです。

企業にもメリットのあるSDGs

SDGs(持続可能な開発目標)は、2015年に国連で採択された2030年までに国連加盟国が達成すべき目標です。貧困などの苦境にあえいでいる人たちを誰一人取り残さずに救うことを目指しています。裏を返すと、誰一人さぼらずにみんなが取り組むことが必要です。

当然ながら、中小企業にとっても重要な経営戦略となりま

す。「SDG Compass」という文書では、国連は企業にとっても経営的に意味があるからと、企業に対してSDGsに取り組むよう求めています。

なぜ企業のために国連はこのような文書を出したか。企業には資金も人材もあります。企業が取り組むことによってこそ、SDGsが達成されると見ているのです。逆に、企業が取り組まないと、資金も人材も足りなくなる可能性があるのです。国連も積極的なのです。

講演者からの一言



人権問題に取り組む企業のメリットについては、長い間、説明されてきませんでした。ところが、CSRの登場によって、企業にも取り組むメリットがあることが明確になり、国連もSDG Compassで主張することができるようになったわけです。

いのこざ 豚座建設のSDGsへの取組 —「3つの健康」と情報発信—



豚座建設株式会社 総務部

杉本 和史

豚座建設株式会社

<https://www.inokozaka.com/>

本社 高知県四万十市

代表者 代表取締役 佐田 憲昭

創業 1949年10月24日

従業員数 61名 平均年齢 44.9歳

事業内容 総合建設業

この
ポイントに
注目!

1. 地域に根ざす企業としてのCSR
2. CSRから三つの健康へ
3. SNSでの情報発信の重要性

CSRを段階的、具体的に推進

いのこざ

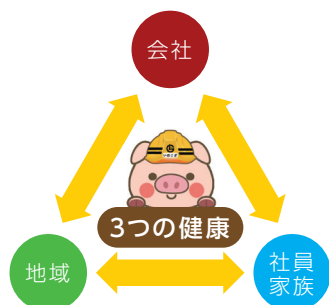
豚座建設は高知県四万十市にある創立72年の総合建設会社です。社名は、創業者である豚座正春の苗字に由来します。以前から地域貢献には力を入れてきましたが、CSRが求められる社会情勢を受けて、地域に根ざす企業として果たすべき責任について、より段階的、具体的に意識するようになりました。そこで、まずはウェブサイトで今まで取り組んできたことを公表し、内外に認知してもらうとともに、これまでの活動を再確認し、従業員に意識付けをしました。その結果、工事現場での近隣住民の方への丁寧な説明や、付近の小学生との稚鮎の放流、出前授業、中学校や高校の職場体験での創意工夫など、従業員が自主的に提案してくれるようになりました。

三つの健康をサイクル

建設会社は、身体が資本という一面もあります。その中で、高知県等が推進する「高知家健康宣言」を行いました。健康宣言、CSR、会社の発展はやがて三つの健康が大切という考えに至りました。三つの健康とは、「1. 従業員と家族が健康」なら地域が豊かになり、会社が運営できます。「2. 地域が健康」ならそこに住む従業員は便利で豊かになり会社に仕事が生まれます。「3. 会社が健康」なら、従業員と家族、地域に還元することができます。

弊社ではウェブサイトや社内掲示板などで健康に関する情報を掲載し、周知を図り、その他にも健康器具や卓球台を設置するなど、コロナ禍以前は全国安全週間に合わせて職場でもできる運動指導を開催するなど、運動の機会を提供しました。

その結果、健康診断受診率100%を達成し、自覚、無自覚問わずさらなる健康へと歩み続けています。これらの取組によって会社にとって従業員が健康に働いてくれるという最大のメリットが生まれ、従業員も、楽しく運動することで職場の雰囲気も良くなり働きがいにつながりました。



SNSによる事実の公表

その後、SDGsが示されると、SDGsに取り組むことがCSRと健康経営をつなぎ、より多くの問題、課題を解決できる手段だと考えました。

そこで重要になってくるのが、取り組んできたCSR活動や健康経営を内外へ発信して、多くの人に認知してもらうことです。そのために力を入れたのが、ウェブサイトとSNSの充実です。きっかけは2021年4月、弊社従業員が新型コロナウイルス感染症に感染したという噂が広がったことでした。当時は未知のウイルスへの恐怖で、混乱と偏見がありましたが、こんな時だからこそ毅然と事実を公表し、その上で同じように苦しんでいる人たちに心を寄せよう。また、コロナ禍で頑張っている人たちに感謝を伝えようと考えました。そこで、弊社代表から噂に対する事実報告をし、その上でそれぞれの役割を全うされている方への感謝と、苦しんでいる方へのお見舞いの言葉をウェブサイトやさまざまなSNSなどで公開しました。その効果は思った以上のもので、従業員とその家族からは「うれしかった」などの言葉をもらいました。また、協力会社の方も「本当のことが分かって安心した」など、来社をためらう方への安心にもつながりました。

広報活動の充実

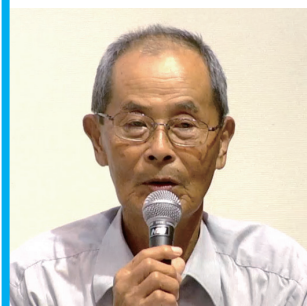
そこで、私たちは広報活動への充実を模索しました。SNSは当然、社内もSDGsの資料を配布し、意識を高め、外部向けにも資料を作成し、高校生への企業説明会や出前授業、SNSのプレゼント企画なども展開しています。私たちは建設業という仕事に誇りを持っており、SDGs達成に必要な業種だと確信しています。建設業界で力を合わせ、さまざまなことを改善していきたいと考えています。

発表者からの一言



私たちはみんなにSDGsを知ってもらい、意識してもらうため、また、頑張る仲間たちに光が当たるためにも試行錯誤を続けていきます。そして、そのために必要なことは楽しんで継続し、持続していくことだと信じて活動しています。

みんなでつくった株式会社「大宮産業」 ～高知県四万十市西土佐大宮地区の事例～



株式会社大宮産業
取締役副社長

竹葉 傳

株式会社大宮産業
本 社 高知県四万十市
設 立 2006年
従業員数 1名
事業内容 小売業

この
ポイントに
注目!

- 1.地域住民とともに作った会社
- 2.みんなで話し合いアイデア出し
- 3.地場産業の創出やイベントを展開

地域住民と一緒に作った株式会社

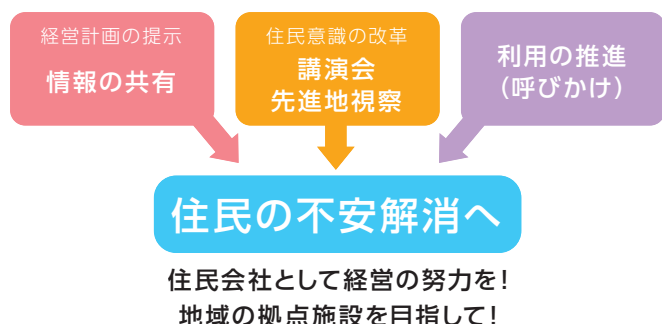
大宮産業は、地域的にどんな貢献ができるのかと地域の皆さんと話し合いをして作った会社です。発足の経緯としては、2004年に、高知県四万十市の大宮地域にあった幡多農業協同組合の出張所が廃止されるという話があり、「それは困る」と地域を挙げて存続運動を展開しました。しかし、翌年に廃止が決定、それに伴い店舗がなくなると、地域住民の生活は大きな影響を受けました。そのため、私たちは2004年12月～2006年5月まで何か方策はないかと模索し、株式会社を作ることとしました。設立には、地域住民の90%の戸数が参加をしてくれて、1口当たり1万円の出資金を募り、1か月余りで約700万円の出資金が集まりました。

社名である「大宮産業」は地域の皆さんから募集をした名前です。2006年5月には株主総会を開き、現在の事務所、倉庫、旧事務所を農協から全て買い取りました。

会社継続のために定期的に話し合い

これにより地域住民のライフラインはなんとか維持できました。しかし、設立から10年以上が経過した今、新たな課題も生まれています。株主もお子さんや親戚の方に名義変更をされ、大宮産業が継続できるかという不安もあります。そのため、毎月30日に取締役会を行い、企業存続のために良いアイデアはないかと話し合いをしています。

●住民の不安・経営は大丈夫?株主の責任はどこまで?



取組の一つに、アドバイザー会議があります。年に1～2回会議を開き、店舗をいかにして守っていくか、イベントはどういうものがあるか、品揃えはどのようなものがあるか、といったことに関して、株主のご家族からアドバイスを受けています。

大宮産業では、店舗の運営だけではなく、宅配業もやっております。地域住民の見守りも兼ね、配達しながら「この家は洗濯物を干してある」「雨戸が開いている」と見回りを行っています。今では宅配地域が拡大し、同じ生活圏ではありますが、隣県の愛媛県松野町辺りまで開拓しています。

地域の維持にさまざまなことを検討

2006年、地域にあった保育所、小学校、中学校がなくなりました。子どもたちと触れ合う場所がなくなったことから、地域の皆さんに大宮産業に集まっていただき、子どもたちと触れ合う機会を提供するイベントを計画しました。新型コロナウイルス感染症の影響で中止になる前までは、夜市や感謝祭などの催し物を年2回程度実施しておりました。土曜夜市では、若年層の方々もたくさん来てくれて、ギターを弾いたり、流行の音楽を流したり、集落に新たな風をもたらしてくれました。にぎやかな1日に、地域の方はたいへん喜んでくれました。

今後は大宮産業をどのように維持したらいいか。人口減が一番の問題です。2006年には340人いた集落の人口が、今は240人を切っています。「地産外消」を目指し、もともと大宮地域にあった「大宮米」を復活させるなど、少子高齢化が進む中、持続可能な経営のために何に取り組んだらいいのか、地域を挙げて一生懸命に検討しています。

発表者からの一言



住民会社である大宮産業は、住民が安心して生活できるライフラインを守るために、地場産業の活性化を図り、地域の賑わいを創出する複合型拠点施設としての自立を目指しています。

SNS発信も地域イベントも、 当たり前前のことを 当たり前前に



デュー・ディリジェンスが
ポイント

●コーディネーター
横浜市立大学都市社会文化研究科教授
CSR&サステナビリティセンター長

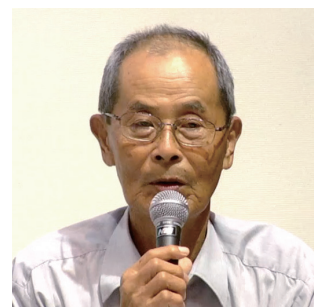
影山 摩子弥



SNSは地道な発信が
大切

●パネリスト
豚座建設株式会社
総務部

杉本 和史



地域の団結心で
会社づくり

●パネリスト
株式会社大宮産業
取締役副社長

竹葉 傳

当たり前前のことを当たり前前に

影山 まず、会場から私へのご質問2点にお答えします。2020年の『「ビジネスと人権」に関する行動計画(2020-2025)」の策定以降、人権デュー・ディリジェンスということが言われています。CSRの観点から、これをどのように位置付けるべきでしょうか？あるいは逆に、「ビジネスと人権」の観点からCSRはどのように位置付けられるのでしょうか？というご質問です。

まず、人権を固くお考えにならないでください。社員の皆さんが生きて働くほうが会社にとっても良い。お客さまが安心して製品を使えるようにした方が良い。そのためにはどうしたらいいかとお考えになるとよしいと思います。それが会社に活力を創出し、売上を上げていくために必要なことなのです。

人権デュー・ディリジェンスというのは、企業として当たり前前ことは何かと考える。こういう観点を持てば、わざわざ人権への取組をしようと考えなくても、社員がやりがいを持ったり、消費者が安心したりするのではないのでしょうか。

なお、「ビジネス」と「人権」の結び付きが分からない時に、「これは経営戦略だ」と考えればよいと示しているのが「CS

R」です。

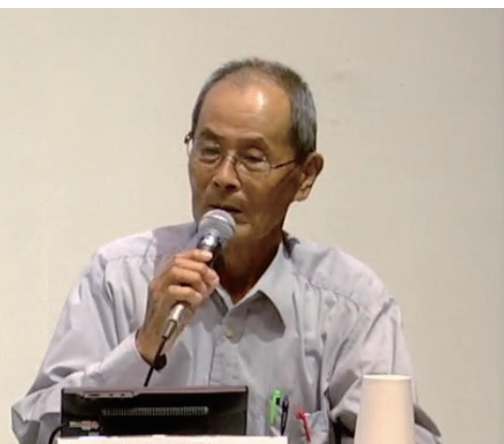
次に、中小企業がSDGsに取り組むためにはどうしたらいいか、というご質問です。

SDGsの文言をよく読むと、実はそんなに壮大な話ではありません。人権への取組というのは、目の前の人たちがどう安心して仕事ができるのか、安心して地域に住まうことができるのかです。この観点を持てば、サプライチェーンマネジメントにも対応していくことができるのではないかと思います。繰り返になりますが、当たり前前ことを進めていくという観点で取り組んでいただければと思います。

ゼロからのスタート。でも足は止めない

影山 ^{いのこ}豚座建設さん、会社、社員・その家族、地域の三つの健康というお話は、これこそCSRの基本と感心いたしました。進めていくにあたって社内のどんな方が中心となってきたのでしょうか？また、ご苦労をされた点や壁になった点はあったのでしょうか？

杉本 中心となって活動しているのは、代表取締役を含む経営陣と総務部長、そして私です。このほか、総務部の従業員2名を含む、4名の健康づくり担当者が作業を進めて、従業員



全員に協力を仰いでいます。苦労した点は、内外に知らず知らずのうちにうままでのプロセスです。何から取り組んだらいいのか悩みつつも、そこで足を止めないで継続し続けることがとても苦労したところです。

イベントにも自然と人々が参加

影山 大宮産業さんは、イベントをされています。もし、よいノウハウがあったら教えていただきたいとのことです。

竹葉 新しいノウハウはありません。感謝祭では餅まきをやるので、高知県内でも遠方の地域からも人が集まってきます。それに合わせて最寄りの高校の生徒たちが楽器を演奏してくれ、大宮地域の高齢者も一緒に楽しむという地域を巻き込んだイベントが自然とできています。

影山 大宮産業さん、地域の人々が自分たちの力で企業を作り出すというのは実に素晴らしく、前向きな取組だと思いました。これからの日本にとって、一つの模範的な事例になるのではないのでしょうか。過疎地域における高齢者の方々の人権にも寄与するものと思います。地域の方々の意見を集約していく上での苦労はありましたか？

竹葉 大宮地域の方は団結心があったため、大きな苦労はありませんでした。

影山 大宮産業さんはそもそも出発点において、地域のことを考えて立ち上げました。その気持ちが地域に伝わったことで、イベントをやられたりする時にも人が集まって来てくださったり、支えてくださったりする気がします。

SNSは地道な発信活動が大切

影山 豚座建設さん、SNSやウェブサイトで情報を発信するコツはありますか？

杉本 地方には、住んでいる当地人たちにとっては田舎らしく見えてしまうものの、実際は魅力的なところがあるものです。ですので、そういったところをSNSに載せると意外と反響が良かったりします。コツではないのですが、何気ないものを1日1投稿でも、2投稿でもいいですし、忙しい場合は2～3日に一つと、必ず自分に継続するという課題を与え、ちょっとした日常、それこそ普通に働いている方の笑顔の写真を載せるだけでも良いと思います。また、SNSの分析も有効に活用しています。閲覧数や「いいね」をしてくれた人の属性を把握すること

ができるためです。そのため、自分の中で「これはこの世代に受けたから、これを狙ってみよう」と情報を重ねていき、狙った通りの結果が得られたら、またその幅を広げていく。そうすれば、SNSを見てくれる方も増えていくのではと思います。

体験型観光の必要性

影山 新型コロナウイルス感染症の影響もあり、観光業がなかなか大変です。今、求められているのは、体験型の観光です。つまり、地域にもっと深く入っていく経験に価値があるとされているのです。大宮産業さん、地域の作業を体験することによって、ファンになってくださる可能性があると思うのですが、こういう形でのイベントの可能性はありますか？

竹葉 以前は、インターンシップで学生を2か月ぐらい受け入れたことがあります。僕らは70年以上同じところに住んでいるので、地域のどこが良いとか悪いとかが分かりません。しかし、若い学生は竹がいっぱい生えている点に注目しました。この竹を利用して、新年に夫婦箸を作って売るなど、地域住民とは違う目でアドバイスをくれました。そういう話をたくさんいただきますので、今、それを参考にしてさまざまな事業を行っています。

影山 豚座建設さん、社員とのコミュニケーションの一環とか、地域の皆さんとのコミュニケーションの一環で、大宮産業さんのところに向いてイベントを行うことはあり得るのでしょうか？

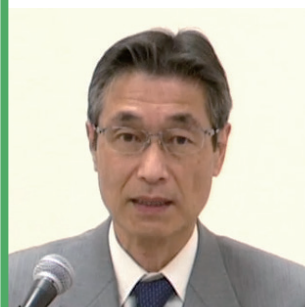
杉本 大変面白いです。従業員を巻き込んで、大宮産業さんのところに向いて、その地域住民の方々も絡めながら何かイベントをする。それをSNSで発信したら、また何か反応があるかもしれません。



コーディネーター
からの一言

豚座建設さんは今までやってきたこととSDGsがしっかりとロジックでつながり、きちんと説明ができている点が素晴らしいです。大宮産業さんは、アドバイザー会議がCSRのリビングラボの取組に近いと思いました。

CSRと人権 ～SDGs時代の経営戦略～



横浜市立大学都市社会文化研究科教授
CSR&サステナビリティセンター長

影山 摩子弥

この
ポイントに
注目!

- 1.人権は経営を元気に
- 2.デュー・ディリジェンスの大切さ
- 3.SDGsの取組がお勧め

人権で会社を元気に

人権とは、人種や性別にかかわらず、人が生まれながらに持っている人間らしく生きていくための権利で、侵害してはならないものです。CSR(Corporate Social Responsibility)は、日本では「企業の社会的責任」と訳されています。人権擁護など社会の期待に応えていくことが経営の継続につながるという観点です。

また、SDGs(持続可能な開発目標)という言葉をお聞きになったことがあるでしょう。最近、企業から見るとCSRの一環であるSDGsに取り組む企業が増えています。CSRやSDGsは、経営戦略だからです。そして人権はCSRやSDGsの重要テーマであり、企業の経営に不可欠なものです。人権を守ることによって経営を元気に継続できます。

中小企業もデュー・ディリジェンスに取り組む時代

国連は、2011年に「ビジネスと人権に関する指導原則」を採択しました。企業は社会に与える影響が大きいため人権問題に配慮せねばならないということです。中小企業は、「うちには関係ない」と思うかもしれませんが、しかし、企業はその規模にかかわらず、サプライチェーン(供給網)の一員です。サプライチェーン全体で環境や人権の課題に取り組むためには、

中小企業も「ビジネスと人権」の視点を持つ必要があります。環境、人権に取り組まないと、場合によっては取引先から切られる可能性もあるのです。

そのような事態を防ぐために、まず人権デュー・ディリジェンス(当たり前の注意を払うこと)を意識しましょう。一度、目先の売上や収益を置いておいて、冷静になって考えてみましょう。当たり前の注意を払っていないと、長期的で大事な売上や利益を失っていくことになりかねません。

日本では国連「ビジネスと人権に関する指導原則」を受けて、2020年に「『ビジネスと人権』に関する行動計画(2020-2025)」が策定されました。日本の企業全体で取り組んでいかないと、日本は諸外国から「何をやっているんだ」「人権にも環境にも配慮していない」と叩かれてしまいます。それは企業の皆さまにとって不利益となります。諸外国の企業からの取引が停止となる可能性もあります。

企業の責任を果たすことの大切さ

一部の企業では「人権に取り組むことは負担になるのではないか?」と思っている方もいるかもしれません。また、取引先から言われたからとか、「法律を守ればいい」といった程度の認識にとどまっている企業もあると思います。ですが、それでは他社との「差別化」につながらないだけでなく、企業にとってのリスクにもなってきます。人権に取り組まないことで、人権

●企業による人権の取組

人権と経営

人権への取組は負担

レピュテーションリスク

※1

コンプライアンスのレベルでやってればいい？

ダイベストメント

※2

取引停止

人材難

戦略性を意識した取組が大事

つまり人権はCSR

※1 レピュテーションリスク 評判を落とし経営にダメージを与える危険性

※2 ダイベストメント 株式を手放したり融資資金を引き揚げたりすること

リスクに注意が十分行き渡らず、人権問題を引き起こしたり、風評被害に苦しんだりするのです。大きな企業でしたら「株価が下がる危険がある」と思われ、株を手放されたりする恐れもあります。

ですから、皆さまの会社にとって人権に取り組むのは負担ではないのです。経営戦略です。まさに経営にとって積極的な意味があることが人権なのです。つまり、人権はCSRなのです。

社会の期待に応え、その責任を果たせば企業は生き残っていきます。社会は、自分たちの期待に応える役割を果たしている企業を求めています。逆に果たさない企業には「出ていってください」となります。期待に応えられない企業は、社会に不要です。中小企業だと倒産にまで至る可能性があります。つまり、企業が社会的責任に取り組まないのは、社会にとっても企業にとってもダメージになります。

身近なところから取り組みたいSDGs

私はSDGs達成への取組もお勧めします。SDGsは17のゴールと、その下に169のターゲットがあります。SDGsで大事なものは、この169のターゲットと呼ばれる下位目標です。下位目標の中で、各企業に該当するものを整理してみると、CSRの取り組み方が分かってきます。中小企業も、個人も、小さなことで構いません。世界中の人々が、それぞれに今の立場

からできることをやって、全体として目標の達成ができればいいのです。

SDGsはなぜ注目されているのでしょうか？その答えは、企業の持続可能性につながるからです。例えば、ビジネスチャンスになります。コスト削減になりますし、ステークホルダー（利害関係者）であるお客さまや社員から評価もされます。もちろん良い労働力も確保できます。消費者の方とお話しになるときにはSDGsが共通言語にもなります。

ですから、「企業にとって意味があるから、SDGsの達成に取り組ましよう」は世界のトレンドになっています。SDGsが終わっても同様の世界目標が出てくると思います。その潮流に乗らずに人権に関する取組をしていなかったら、企業は経営が危なくなってくると思っていただいていい。そのような時代になってきています。

講演者からの一言



経営を継続したいのだったら、人権には必ず配慮していただきたいと思います。人権に取り組むことは、不祥事の回避だけでなく、企業の成長にも大きく影響を与えるためです。

東日本大震災の危機への対応と克服



大七酒造株式会社
代表取締役社長

太田 英晴

大七酒造株式会社
<https://www.daishichi.com>

本社 福島県二本松市
創業 1752年
従業員数 46名
事業内容 製造業

この
ポイントに
注目!

1. 日頃からの備えで減災
2. おいしさで風評被害を克服
3. 社員のやる気維持も危機管理

被害が少なかった大震災

大七酒造は福島県の二本松という城下町にあります。来年で創業270年を迎え、私で10代目。酒造り一筋の会社です。

2011年3月の東日本大震災では、弊社の建物もたいへんな揺れに見舞われました。大きな揺れが3回終わった後に「従業員はみんな無事である」という報告が入りました。

その後、テレビで福島第一原子力発電所にて事故が発生したという一報を見ました。施設から約60キロメートルの距離がありますし、一大事に発展するとは思っていませんでしたが、慎重に考えて、屋外作業を中止させたり、窓やドアを閉めたり、さまざまな対策を施しました。また、杜氏が「いつか社長が消費者に対して説明する事態になる」と先を読み、自主的に記録写真を撮っていました。そのおかげで、震災事故の翌日には、弊社の被害情報や、その対策をウェブサイトにて公表できました。

このような対策に取り組めたのは、震災前からさまざまな災害対策を行っていたからです。毎年9月には防災訓練を行い、その結果、何年にもわたり貯蔵するようなお酒は倒壊しないようにする、大きなタンクは揺れて転倒したりしないようにしっかり足場を作る、といった対策を行っていました。幸い、弊社の建物は震災の前年に現在の耐震性を備えた新社屋が完成していたこともあり、地震によって大切に貯蔵している瓶が割れるといった被害はありませんでした。



避難者に甘酒を届けている様子

支援活動でモチベーションアップ

東日本大震災では、弊社自体の被害が少なかったのですが、社員たちには積極的に支援活動を行ってもらいました。当時、浪江町から二本松市に約8,000人の方たちが避難されていたので、毎朝、避難所に温かい甘酒を作って届ける活動を行いました。社員自身も地震によってショックを受けていましたが、まずは気持ちから切り替えてもらいたい、被災者という気持ちから自分は支援する側だという気持ちになってもら

いたいという目的で支援活動を推進しました。これは見事にモチベーションアップに役立ち、生き生きとした表情で支援活動に当たってくれました。

おいしさで風評被害の克服

「食品は安全」というのは初歩の初歩、風評被害を乗り越えるのは、やはりおいしさの魅力です。日本酒は、日本全国どこでも造っています。そのため、震災後には「今、福島県のお酒を買わなくてもいいや、どうせなら今は隣県のお酒にしておこう」と考える人が多かった。それでも、「福島県のお酒をどうしても買いたい!」という購買に対する引き金を引かせるためには何をすべきか、私どもは表彰で評価され続けることが、その引き金の一つになっていると思っています。

弊社は震災前に、3年にわたって大きなコンクールの3部門の金賞を1社で独占していたのですが、震災の年にもそれを継続して、3年連続3部門の金賞を独占しました。私どもはそれを力にして、おいしさの力とブランド力を磨き、風評被害を克服しました。おかげさまで、現在でも県や国から高い評価を受け続けています。

危機管理から学んだこと

私どもの危機管理で学んだことは、まず対策は果敢に徹底的に行うということです。対策を小出しにすると、それだけグレイゾーンが増えていきますので、最初の一気に行って全ての不安要素を絶つことが大事だと思います。また、後から対策をするよりも未然に防ぐための投資をためらわない。そのほうがリターンも大きいと考えます。それから、社員のモチベーション、やりがいの維持にも心を配ることが大事であると思っています。

発表者からの一言



震災後、全国からたくさんの応援をいただきました。人は温かいということを感じましたし、そういった応援に支えられて今日に至っていると思います。

サプライチェーンにおける人権の取組



東京エレクトロン株式会社
サステナビリティ統括部 部長

荻野 裕史

東京エレクトロン株式会社

<https://www.tel.co.jp/>

本 社 東京都港区赤坂

設 立 1963年11月

従業員数 1万5,883名(2022年4月1日現在)

事業内容 半導体製造装置事業、フラットパネルディスプレイ製造装置事業

この
ポイントに
注目!

1. サステナビリティの取組は基本理念の実践
2. デュー・ディリジェンスと救済に注力
3. サプライチェーンにおけるパートナーシップ

各種行動規範の遵守と人権への自主的な取組

東京エレクトロンは、企業の社会的責任を自覚し、高い倫理観に基づいた行動が重要であるとの認識から、人権尊重の考え方を大切にしています。人権に配慮したビジネスを通して、民間セクターとしての使命と役割を果たすため、国内法規制に加えて業界団体の行動規範の遵守、また自主的な取組を推進しています。当社は国際的なイニシアティブである国連グローバル・コンパクト(UNGC)に署名するとともに、サプライチェーンにおけるRBA(Responsible Business Alliance)の行動規範遵守に努めています。

デュー・ディリジェンスと救済に注力

当社は、人権リスクを洗い出し、是正のアクションを展開する人権デュー・ディリジェンスを実施しています。また、人権侵害の未然防止と問題発生時の早期解決を実現するため、救済メカニズムとしての内部通報制度を確立し、運用しています。本制度では、お取引先さまも利用可能な社内窓口と、弁護士事務所に直接相談できる社外窓口を設置し、これらの窓口で受領した通報・相談には真摯な姿勢で対応し、社内規定に則って調査を行い、コンプライアンス違反が認められた場合、必要な是正措置および再発防止策を講じています。

●人権尊重の取組



高い倫理観に基づく人権尊重の考え方を大切にし、夢のある社会の発展に貢献

サプライチェーンにおけるパートナーシップ

当社では、お取引先さまにおける人権を含むサステナビリティへの取組状況を把握するため、サステナビリティアセスメントを実施しています。アセスメント結果は分析してお取引先さまにフィードバックし、必要に応じてお取引先さまとともに改善に向けた取組を推進しています。今後も、パートナーとして当事業を支えるお取引先さまとの信頼関係の構築に努めるとともに、グローバルスタンダードに準拠したオペレーションを協働で展開することにより、サプライチェーンにおける価値創造に取り組んでいきます。

人権への取組の重要性

人権への取組は、リスクマネジメントであるとともに、新たな価値の創造にもつながると考えています。当社は、自由、平等、非差別、雇用の自主性、そして適切な労働時間などを特に重要な人権項目であると考え、人権リスクの低減に取り組んでいます。人権への取組は、企業において成長の源泉である人のやる気を高め、能力を最大限に発揮することや、生き生きとした労働環境の創出につながると考えています。

発表者からの一言



自社を含むサプライチェーン全体において、高い倫理観をもって人権尊重の取組を進めることで人権リスクを低減するとともに、新たな価値を創造していきます。社会における企業としての役割と責任を果たしていくことにより、短期のみならず中長期的な利益の拡大と継続的な企業価値向上に努めていきます。

企業は、社員に良いこと、 社会に良いことを。 フィードバックによって 構築するパートナーシップ。



人権の取組は
社員を巻き込み、
社内浸透を図ろう

●コーディネーター
横浜市立大学都市社会文化研究科教授
CSR&サステナビリティセンター長

影山 摩子弥



何より社員を守りたいが
前提

●パネリスト
大七酒造株式会社
代表取締役社長

太田 英晴



フィードバックの
重要性

●パネリスト
東京エレクトロン株式会社
サステナビリティ統括部 部長

荻野 裕史

第一に社員のこと

影山 大七酒造さん、災害に強い企業はそれこそ持続可能な経営にもつながり、最終的には社員の生活を守ることにもなると思います。社員の雇用を守ることで、人権に取り組んでいってほしいと言っています。

太田 自分の取組が人権にまで関わっているという意識はありませんでしたが、社員の生活を守りたい、安全を守りたいという気持ちはありました。原発事故の状況もどこまで拡大するのか分からない最初の数日間、もし万が一の場合はどのように社員たちを避難させるか、どのように会社を存続させるかというのを考えました。

影山 お酒は、製造業ですが、単に工業製品とは違う気がします。社員の働きやすさやモチベーションを上げるため、社員に対して何か配慮されていますか？

太田 特に私どもは手作りですので、人間のモチベーション、心の持ちようがたいへん影響します。どれだけ心を高めて集中できるかが大切です。例えば、作業場としては不釣り合いなくらいに美観に気を付ける。こういう環境の中だったらほんとうに手作りの力も発揮できるし、誇りを持って仕事ができると考えます。

フィードバックの重要性

影山 東京エレクトロンさん、人権デュー・ディリジェンスの取組についての質問です。フィードバックシートの詳細を教えてください。

荻野 私たちは、お取引先さまと「人権に関するグローバル社会からの要請」「事業の存続や成長における人権尊重の取組」などについて共有させていただくとともに、人権に関する設問を含むサステナビリティアセスメントを2013年度から毎年実施しています。アセスメントの結果につきましては、お取引先さま一社ごとに分析を行い、スコアとともに優れた点や課題について明確にし、それらをフィードバックシートに記載しています。また、課題に対する具体的な改善策につきましても、ご提案をさせていただいています。

影山 大七酒造さん、社外へのフィードバック、社内へのフィードバックで何か工夫されていることはありますか？

太田 社外に対しては、原料の米へのフィードバックがあります。例えば、農家が作っている基準と酒蔵の酒米におけるいいお米の基準が微妙にずれています。例えば、農家にとっては、ある程度鉄分も含まれて丈夫にすくすく伸びる稲が良いので



すが、お酒にとっては鉄分というのは大敵なのです。そのため、肥料や土壌改良剤には鉄分が含まれないものを使ってほしいなどの要望を出します。社内的には、従業員のスキルアップにフィードバックを活用しています。昔なら先輩の背中を見て技を盗みながらやるところを、今は研究室でいろいろ測定してフィードバックをしています。その結果、「現代の名工」になった精米部長が約3年の試行錯誤の末に到達したレベルへ、2代目の課長は約1年半で到達しました。これは、フィードバックのおかげです。

事業継承に必要なこと

影山 東京エレクトロンさん、サプライチェーンマネジメントの一つに、ビジネス・コンティニュアティ・プラン(BCP:事業継続計画)に取り組むサプライヤーを評価する手法も取られています。その内容について教えてください。

萩野 このBCPは大きく分けて二つあります。一つは有事の際に的確な対応ができるようにお取引先さまの生産拠点の情報をデータベース化し、システム管理をすることです。もう一つは独自のBCPアセスメントの仕組みを構築し、年次調査の結果により必要に応じてお取引先さまと協力し、改善活動を推進することです。当社の事業においては、多くのお取引先さまとのパートナーシップが重要であり、BCPの分野にも注力しています。

影山 大七酒造さん、事業を継続していく取組に関して、従業員からアイデアが出たり、それを採用したりという経緯はあったのですか？

太田 社員から出てきたアイデアを取り上げて全社的に取り組む部分もありますし、緊急時にそのまま社員の創意工夫を実行に移して、それが功を奏したこともあります。実は、地震当日、杜氏が敷地内の4つの井戸のポンプをフル稼働して水を汲み上げると自発的に指示をしました。地震をきっかけに井戸から水が枯れてしまうなどの被害が起こっていた中、弊社

の場合は井戸が無事に守られたということがあります。咄嗟の場合には自分で最良と思うことをどんどんやってもらうことが大切です。

人権への取組ポイント

影山 企業で人権を守っていく、これはなかなかたいへんなことです。人権への取組のポイントのアドバイスがあったらいただきたいのですが。

太田 老舗の立場から言いますと、昔から言われております「三方よし」ということです。ことさら人権にまで頭に浮かばなかった頃から、経営者の利益だけではなく、社員にとっても良い、世の中にとっても良いということをやっているといふ企業は存続できないというのは昔からの日本の知恵だと思います。

萩野 人権というのは事業活動を営む上での土台です。この土台の重要性を認識し、共有しながらリスクの排除や課題解決に真摯に取り組んでいきます。社内やお客さま、またお取引先さまとの継続的なエンゲージメントを通じて、人権の取組を推進していきます。このことにより、サプライチェーン全体としての強靱さ、いわゆるレジリエンスとサステナビリティの構築に努めてまいります。



コーディネーター
からの一言

中小企業にとっては、まず人権に関する方針を作って社員を巻き込んでいく必要があります。その際に、方針の策定を事業化すると落とし込みやすいのですが、企業によっては社内でワークショップを行って浸透させているところもあります。中小企業において各企業の実態に合わせた形で進めていただきたいと思います。

企業の社会的責任(CSR)と人権 —滋賀からの発信—



弁護士、
ニューヨーク州弁護士

大村 恵実

この
ポイントに
注目!

1. 出発点は国連の指導原則
2. 「ビジネスと人権行動計画」の3つのポイント
3. 救済メカニズムの構築の必要性

3つの柱がある 「ビジネスと人権に関する指導原則」

「ビジネスと人権に関する指導原則」は2011年に国連で採択されました。1.人権を保護する国家の義務、2.人権を尊重する企業の責任3.救済へのアクセスと、3つの柱で構成されています。

この指導原則では、正社員、契約社員の自社員、自社を就業先とする派遣社員なども含めた全ての従業員、取引先の従業員、さらには企業が身を置いている地域の社会、企業の製品やサービスの向かう先の消費者などの人権を尊重していく責任があるとしています。

この指導原則の基本的な考え方は、企業活動による人権へのマイナス、ネガティブな影響を考えようというものです。その影響は、「企業活動によって直接的に人権侵害を引き起こすパターン」、あるいは「助長するパターン」、「取引関係を持っている企業の事業や製品、サービスと人権侵害が直接結びつくパターン」という3つを想定しています。

「ビジネスと人権」に関する 行動計画の3つのポイント

日本政府も2020年10月、「『ビジネスと人権』に関する行動計画(2020-2025)」を策定しました。この中で、国は自らの人権保護義務について述べるとともに、国が企業に対してどのような人権の取組を期待するのかを示しています。企業

による人権の取組として何をしなければいけないのかというと、人権方針を策定すること、人権デュー・ディリジェンスを実施すること、救済メカニズムを構築すること、この3つが定められています。

まず、人権方針の策定とは、企業として人権を尊重していきますという方針を明確にすることです。トップのコミットメントとして発表する必要があります。2つ目の人権デュー・ディリジェンスの実施は、事業活動が人権に及ぼす影響に対して企業が相当な注意を払う義務を負うという考え方です。人権デュー・ディリジェンスというのはプロセスを指し、自社の事業活動が人権に対してどのような影響を与えているかを特定します。その上で、負の影響があると考えられる場合には、それを予防・軽減すること。もうすでに発生してしまっている場合にはこれを是正していくプロセスを取ること。さらにこの過程を検証し、そのプロセス全体を社会に向けて発信、開示していく。こういった一連の流れをいいます。

そして3つ目が救済メカニズムの構築。これは企業活動による人権への負の影響について、被害者が効果的な救済を受けるための苦情処理メカニズムを整備運用することです。

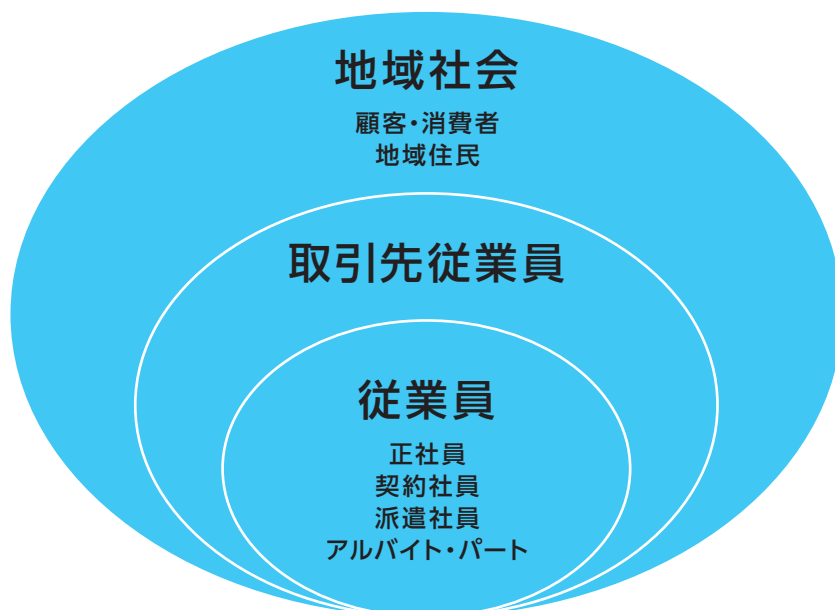
指導原則の中では、この3つを企業の規模を問わず取り組まなければならないと示しています。大企業であっても中小企業であっても実行していくことが望ましいのです。

救済メカニズムの構築

救済メカニズムがなぜ必要かというと、救済がなされない

●企業による人権の取組

人権の主体



ということは、被害者の人権が侵害され続けてしまうからです。そして、人権侵害が発生・継続することによって、企業経営への影響にもつながります。まずは売上の減少が挙げられます。例えば、人権侵害が起こったことで取引を停止される、あるいは不買運動が起こります。逆に、人権の取組を積極的に行えば、企業ブランドの価値が向上し、株式価値の上昇につながったり、新たな融資を受けられたりする事例もあります。

救済メカニズムの構築は、企業が一番悩むところではないかと思います。

この構築を3段階に分けてみました。1段階としては、実現できることをする。例えば、会社の既存の相談体制を活用する。2段階目はリソース次第で実現できることをする。窓口を新設する、新しく人員を配置する、社内研修を行う、社会に対する情報提供を行うといったことが該当します。3段階目は、理想的な活動を行う。例えば、外国人労働者のため、あるいはサプライチェーン先の海外にいる外国人労働者なども念頭に多言語での対応、あるいはサプライヤーや取引先と連携しながら苦情処理の体制、救済メカニズムの体制を整え、そして運用していくといったことが該当します。

実際の苦情処理の方法

実際に人権に関する問題の指摘があった場合にどのような対応をするのか。まずは社内からの苦情申し立てを例したいと思います。例えば、同僚や直属の上司として差別の相談を受けた場合は、適切な相談窓口を紹介すること。そこではまず、事実の確認をします。会社側としては、やはり真摯に対処をする姿勢を通報者に対して明確にすることが重要で

す。事実確認のヒアリングは被害者だけではなく、加害者とされる人たち、その周りの同僚たちにも行うべきでしょう。そして、差別的言動を行ったという人権侵害が認められる場合には、加害者を社内できちんと懲戒手続にのせることが必要です。この懲戒処分を適正に行うために、就業規則(服務規律)の中にきちんと「差別の禁止」を明確にし、それが懲戒事由になり得ることを明示していく必要があります。さらに、苦情処理の運用は一般に向けても開示することが期待されます。これは事案次第で、被害者が特定されるような形での開示はできません。ただ、例えば、苦情申し立てが何件あったか、そのうち人権に関する問題の指摘があって、対応した事例があったことは開示しても良いのではないかと思います。そして、再発防止策。人権侵害に関する苦情が申し立てられた場合、発生してしまった結果を是正するだけではなく、将来の発生を防ぐという再発防止策を取る必要があります。

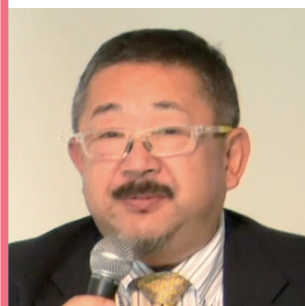
このように、指導原則の考え方は「雇用関係があるから社員を守る」というだけではなく、取引先の人たちも守り、人権を尊重するための取組をしていくことがポイントとなっているのです。

講演者からの一言



CSRの源流とされる「三方よし」の考え方、売り手よし、買い手よし、世間よしの考え方は、近江商人の経営哲学として後世に表現されたものといわれています。このことから、滋賀でCSRについて考えるセミナーを開催する意義を感じます。

ダイバーシティからSDGsへ



東和組立株式会社
取締役社長

林 佳寿彦

東和組立株式会社
https://towakumi.co.jp
本 社 岐阜県美濃加茂市
創 業 1969年
従業員数 143名(内 障害者15名)
事業内容 製造業

この
ポイントに
注目!

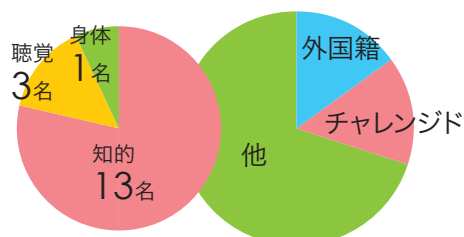
- 1.障害者雇用、外国籍雇用で評価
- 2.誰も置き去りにしないために工夫
- 3.地域循環経済に貢献

約30年間障害者雇用、外国籍雇用に取り組む

弊社は、岐阜県美濃加茂市、飛騨川と木曽川の合流点にあり、主な生産品目は自動車用のタイヤとボディをつなぐ部品であるショックアブソーバーで、年間約300万本組んでいます。

特徴としては、障害者の法定雇用率が法定(2.3%)の約8倍。知的障害者を中心に約15人雇用しています。また、女性社員、外国籍社員は、それぞれ3割以上。外国籍に至っては、ブラジル、フィリピン、ペルー、中国と、さまざまな国の人が正社員として頑張っています。高齢者もたくさん働いています。なぜ、体力差や判断力、理解力等がバラバラな人たちが一緒に働けるのか、それは身の丈にあった作業・効率改善を地道に行ってきたからです。例えば、農業用の電動台車を導入し誰でも百数十キロの物を簡単に運べるようにしたり、LEDライトとタイマーを組み合わせて知的障害者や聴覚障害者に作業のタイミングを伝えたり、音声テキストに変換するソフトを導入し聴覚障害者とのコミュニケーションをスムーズにしたり、英語、ポルトガル語、手話を入れたクラウド利用の動画マニュアルを作成するなどの工夫を行っております。これらは社員のアイデアによって取り組むようになったものもありますし、岐阜県ソフトピアジャパンや商工会議所などからのご支援によって取り組むようになったものもあります。これらの活動を評価いただき「日本でいちばん大切にしたい会社」大賞の特別賞「中部IT経営力大賞」優秀賞や「新・ダイバーシティ経営企業100選」に選ばれています。そして現在は、SDGsをキーワードにして新しいイノベーションを展開しようとしています。

●障害者構成



「誰も置き去りにしない」社会へ

今、企業は、環境や社会性、ガバナンスの観点から評価されることがあります。これは大企業も中小企業も変わりません。私どもも従来はお客さまだけ見ていればよかったのが、マーケットや社会、自然、あるいは地球への環境を配慮しなけ

ればならない時代に入っています。

また、昨今はSNSによる情報の広がり方が影響し、ステークホルダーがどんどん広がっています。その時の大切な姿勢は「誰も置き去りにしない」です。一人一人がそれぞれの関心と自覚を持つことが大事で、一人一人が主役だと考えます。SDGsの根底にあるのはリスペクトの重視です。「誰も置き去りにしない」精神のもとに必要なのは、差別のない公平な社会です。

ただし、誰もが同じ果実を得るものではありません。能力の正当評価、立場による差別がない社会づくりと、互いの存在を認めた上で新たな関係性の構築、ジェンダーやセクシュアリティ、国籍、信仰など、最低限をシェアできる環境づくり。また、逆に、違いによって生まれる価値観の差を生かすことも必要です。

地域循環経済の構築へ

私どもは、NPO法人を立ち上げてさらなる障害者雇用も行っています。冷凍餃子を作っており、6年間で延べ1,000件を超えるふるさと納税での販売実績の結果、地元美濃加茂市には500万円以上の税収に貢献しており、これはまさにSDGsが考えている地域循環経済の一つのモデルだと思います。また、外国籍社員を地元に着定化させる、そういったアクションによって地域に対する経済効果が生まれ、家庭の平和を作り上げることができ、ここにもまた一つのサイクルができています。

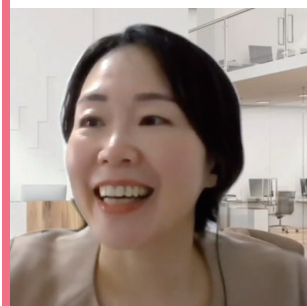
私どもはそういったSDGsの取組において、多様化の実現、障害者の雇用拡大と、誰もが働きやすい環境を作ることによって障害者が一扶養者から納税者になる。また、彼らが作る生産物がふるさと納税を通じて市政に活用されることを目指しています。

発表者からの一言



「世界は全てつながっていて、自分も起点の一つ」といわれていますが、弊社も「全ての立場の人々に対し幸福な職場環境を提供し、地域経済に貢献すること」を新しいミッションに掲げ、就労弱者に対する雇用創出企業になるよう、今、取り組んでいる最中です。

アサヒグループの人権尊重の取組について ～サプライチェーンにおける人権DDプロセス～



アサヒグループホールディングス株式会社
Sustainability Senior Manager

浅山 貴子

アサヒグループホールディングス株式会社
https://www.asahigroup-holdings.com/
本社 東京都墨田区
設立 1949年
従業員数 30,020名(連結、2021年12月31日現在)
事業内容 酒類・飲料・食品その他

この
ポイントに
注目!

- 1.人権尊重は全ての事業活動のベース
- 2.サプライヤーとの対話を通じた改善
- 3.農園における人権リスク低減に着手

人権尊重の徹底

弊社は国内酒類事業、国内飲料事業、国内食品事業、国際事業、この4つの事業が中心です。現在グループの従業員数が約3万人。そのうち半分以上が、海外の社員です。売上収益、事業利益の4割～6割が国際事業です。

全グループ社員が同じベクトルをもって、持続的に成長を生み出して企業価値向上を目指していく、そのためにアサヒグループの新しい経営理念「Asahi Group Philosophy」を2019年に策定いたしました。

ミッションとして、「期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造」を掲げ、Our Principlesとして「事業を通じた持続可能な社会の貢献」を掲げています。「Asahi Group Philosophy」の策定に合わせまして、アサヒグループサステナビリティ基本方針と、サステナビリティビジョン、そしてマテリアリティを刷新しています。人権尊重については、「期待を超えるおいしさ、楽しい生活文化の創造」を実現していくためには、全ての事業活動のベースとして人権を尊重することが重要であると社員に伝えています。

サプライチェーンにおける人権リスク低減を目指して

2020年から「アサヒグループ人権会議」を設置し、サステナビリティ部門は事務局として人権課題への取組を推進する役割を担っています。社内の5部門で定期的に会議を開き、人権デュー・ディリジェンスの実施状況の確認や各部門の課題を討議しています。人権デュー・ディリジェンスの進捗状況は、定期的に経営戦略会議、取締役会に報告しています。

2020年には、継続的に取引のある国内外事業会社の原材料の全ての一次サプライヤーの皆さまに対し、サプライヤーCSR質問表への回答をお願いしました。グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンのSAQに、外国人技能実習制度の利用状況などの弊社独自の設問も加えております。合計811社に対してお願いをし、回答数は681社、回答率は84%でした。2021年以降は、質問表の結果を基に現地調査の対象サプライヤーを決定し、対話を通じて、人権を尊重した労働環境を整えていくための議論や、取組事例の紹介等、具体的な改善のアドバイスも行っています。

サプライヤーリスク特定

国内外グループ会社の
原材料一次サプライヤー

サプライヤーCSR質問表(SAQ)、
Sedex等にて実態把握

SAQ結果を分析、レポートを
一次サプライヤーにフィードバック

2021年～
現地調査
国内12社

原材料リスク特定

高リスクカテゴリーの
農園等のサプライヤー

対象サプライヤーリスト作成、
商社等へヒアリング

SAQにて実態把握

2021年～
現地調査
アメリカのコーヒー農園

高人権リスクカテゴリーへの対応

2017年に主要原材料調達品目の現代奴隷リスク分析を行いました。分析の結果、弊社のサプライチェーンにおいて最も人権リスクが高いのは農作物の栽培段階であることが分かりました。また、主要な原材料の中でも特に人権リスクが高いのは、コーヒー、砂糖、茶、パーム油、カカオであることが分かりました。2021年はその中でも最もリスクが高いと判断したエチオピア・タンザニアのコーヒー農園に対し人権リスクを特定・評価するための調査を行いました。今後は特定された潜在的な人権リスクに対して、リスク低減に向けた具体的な取組を考えていきたいと思っています。

また、自社の従業員における人権リスク低減の取組については、国内の外国人技能実習生の問題について取り組んでいます。外国人技能実習生が在籍しているグループ会社の工場に対して、2020年にNGOと一緒に労働実態調査や、実習生への母国語のヒアリングを実施しました。NGOからは「総評としては良好」との評価でしたが、社内規定や工場内の注意喚起文書などが日本語のみでしか作られていないことが分かり速やかに改善しました。

発表者からの一言



人権方針をいかに、社員の通常業務に落とし込み、実行できるか、社員が人権を自分事化できるか、そのための仕組みづくりや教育の強化ということも大変重要だと思っており、今後の重点課題の一つとして取り組んでいきます。

ダイバーシティ、 グローバルな視点の大切さと 企業の救済のあり方



企業にもすべきことがある
救済システム

●コーディネーター
弁護士、
ニューヨーク州弁護士

大村 恵実



社会に対してのコミットが
重要

●パネリスト
東和組立株式会社
取締役社長

林 佳寿彦



人権はトップが率先して
推進

●パネリスト
アサヒグループホールディングス株式会社
Sustainability Senior Manager

浅山 貴子

ダイバーシティへの評価と課題

大村 東和組立さん、「中小企業がSDGsやビジネスと人権に取り組んでいくにあたって、どんな課題があったのか、そして、良かったことを教えていただけますか？」というご質問です。

林 美濃加茂市は人口の約10パーセントが外国人です。そういった地域特性の中、外国籍の方を戦力化していかなければいけませんでした。その結果、東和組立で働きたいとする人が増えました。東和組立はフェアな会社だと評価してもらい、ハローワーク経由ではなく「私の友人が」とか、「僕の親戚が」といった形で求職者が舞い込むようになってきました。その結果、弊社は外国人や障害者が多いという評価をいただくのですが、これは一部間違いでして。東和組立で働くことができる障害者の方は、知的障害者、聴覚障害者、内部障害者、一部精神障害者だけで、全ての障害者を職場提供できているわけではない。ここは一つの課題として捉えています。外国籍の方

も、地元のフィリピン、ブラジルの方とはしっかりコミュニケーションできる体制になっていますし、社内に受け皿もあります。しかし、文化や生活習慣の違いから現状では受け入れが困難な人がいることも事実で、今後の課題となっています。

中小企業にとって、5年先10年先という期間を考えた時、強いだけでなく社会から見て良い会社でなければ生き残っていけないという危機感を持っています。強いというのは、技術的に強い、営業的に強い、財務的に強い、あるいはのれんが強い、いろいろあります。良いとは、やはり第三者による評価だと思っています。そのために何をすべきかを考えた時に、人権も含め、SDGsにどうやって取り組んでいるのかをきっちり社会に対してコミットすべきではないかと考えています。

ベンチマークにおける評価

大村 アサヒグループホールディングスさん、「御社の2019年の人権方針に関して、グローバルスタンダードとの比較、位



置付けはどうお考えでしょうか?」というご質問です。

浅山 例えば、CHRB(コーポレート・ヒューマンライツ・ベンチマーク)という、「ビジネスと人権に関する指導原則」に則って企業の人権の取組を評価する国際的なイニシアティブがありますが、弊社も評価対象の約230社の企業の一つに選ばれています。その中で弊社は農作物部門の真ん中辺りのランクで、他のグローバル先進企業との取組レベルの差を感じています。また、このベンチマークでは、他社の点数だけではなく評価も開示されていますので、どういう取組が指導原則に則った取組なのかも参考にしています。

大村 「経営陣の意識への浸透」で何か課題として感じることもなどあるでしょうか。

浅山 弊社の経営陣は非常に人権に対して意識が高く、サステナビリティ全体に対しても意識が高いことから、トップが主導して各種取組を進めている状況です。また、人権尊重の本質への理解を深めるために、人権の有識者の方をお呼びして、経営者と対話をする機会を設けたりしています。社内で人権を議論していく上で「人権リスク」と「経営リスク」の意味を混同しないように気を付けなければならないと考えており、社員の「人権リスク」への理解を課題として認識しております。

企業の救済のあり方

大村 私にもご質問をいただきました。「人権侵害への救済

は、企業はどのように行えばいいのでしょうか?」というご質問です。救済という時に、初めに浮かぶのは司法的救済です。訴訟を起こして救済を図ることがあります。それは裁判所が提供する救済ですので、企業は他に何ができるのか。身近な事例としては、ハラスメントが起こった場合、企業が救済を提供することはできます。例えば、ハラスメントによって労働者がメンタルを病んでしまった場合に、復職のための調整を産業医や、その労働者の主治医と連携して行う。こういった連携の調整を行うことは企業の大事な役割です。また、被害者を配置転換するのではなく、加害者を配置転換すること。そういった措置を取るのも企業の役割です。被害者の職場復帰を促し、働きやすい環境を整備するということは、まさに企業ができる人権侵害、ハラスメントを受けたことに対する救済に当たります。



コーディネイター
からの一言

これからの人権は、好事例や課題といった情報を交換・共有しながら、社会全体で取り組んでいくようになると思います。それが本当に実効的な社会課題の解決につながるのではないのでしょうか。今日がその一歩になればうれしく思います。

企業のサプライチェーンと 人権を巡る海外の動向

～「構え」と「対話」の重要性～



経済産業省
大臣官房ビジネス・
人権政策調整室長

豊田 原

昨今、報道等で「ビジネスと人権」の問題が多く取り上げられています。「ビジネスと人権」の問題を巡る国際的なうねりは、極めて大きく、スピードも速いため、日本企業も無関係ではありません。本日は、「ビジネスと人権」に関する昨今の国際情勢、中

小企業の皆さまも含め企業としての取組の必要性についてお話をします。

人権に関しては、既にさまざまな国際的なルール、ガイドラインが存在しています。特に、「ビジネスと人権」という切り口で企業が参照することが期待される中核的なものが、国連「ビジネスと人権に関する指導原則（以下、指導原則）」、ILO中核的労働基準、OECD多国籍企業行動指針をはじめとする国際スタンダードです。

指導原則は、3つの柱（①国家の義務、②企業の責任、③救済へのアクセス）を定め、国家および企業に人権の尊重を求めています。①の国家の義務に関連する動きとして、2020年10月に策定された「『ビジネスと人権』に関する行動計画（2020-2025）」（NAP）があります。また、②の企業の責任では、指導原則において、企業に人権方針の策定、人権デュー・ディリジェンス※の実施、救済に取り組むことを求めています。

各国が人権保護のために企業に対して行っている措置には、3つの種類があります。制裁、輸出入規制、そして人権デュー・ディリジェンスの義務付けです。欧州では、各加盟国ではなくEU全域レベルで人権デュー・ディリジェンスを義務化する議論が

※企業は、人権への影響を特定し、予防し、軽減し、そしてどのように対処するかについて説明するために、人権への悪影響の評価、調査結果への対処、対応の追跡調査、対処方法に関する情報発信を実施することを求められている。この一連の流れのことを「人権デュー・ディリジェンス」と呼んでいる。（「ビジネスと人権」に関する行動計画（2020-2025）より）

加速化しています。EU加盟国で義務化が行われればEU域外の企業、日本企業にも大きな影響があります。このため、まずはリスク管理として諸外国の動向を把握し、対応する必要があります。

例えば、ドイツは、既にサプライチェーン法で一定規模以上の企業に人権デュー・ディリジェンスを義務付けており、ドイツを本拠地とする企業だけでなく、ドイツ国内に支店や子会社を持つ企業も対象となっています。さらに、人権デュー・ディリジェンスはサプライチェーン全てを対象とする法律となっているため、日本企業も無関心ではられません。

「『ビジネスと人権』に関する行動計画(2020-2025)」の策定を契機に、現在、経済産業省では産業界に向けて更なる取組の強化をお願いしております。これには中小企業における取組の推進も含まれています。企業の皆さまの取組の一助となるよう、各種セミナーの開催や経済産業省のウェブサイト上でさまざまな情報を発信しております。ぜひご活用いただければと思います。

●経済産業省ウェブサイト

◎ビジネスと人権～責任あるバリューチェーンに向けて～◎

<https://www.meti.go.jp/policy/economy/business-jinken/index.html>



●【参考情報】日本企業のサプライチェーンにおける人権に関する取組状況のアンケート調査

<https://www.meti.go.jp/press/2021/11/20211130001/20211130001.html>

サプライチェーンにおける人権尊重のためのガイドライン検討会

経済産業省では検討会を立ち上げ、サプライチェーンにおける人権尊重のための業種横断的なガイドラインを策定しました。ガイドラインに沿った取組を行う日本企業の評価を高めるべく、諸外国への働きかけ・国際協調を進め、企業が公平な競争条件の下で積極的に人権尊重に取り組める環境、各国の措置の予見可能性が高まる環境の実現に向けて取り組んでいきます。



https://www.meti.go.jp/shingikai/economy/supply_chain/index.html

ビジネスと人権に関するキーワード

🔑 | ビジネスと人権に関する指導原則

ハーバード大学のジョン・G・ラギー教授が中心となって策定され、2011年に国連人権理事会にて全会一致で支持された。

次の3つを柱として、あらゆる国家および企業に、その規模、業種、所在地、所有形態、組織構成にかかわらず、人権の保護・尊重への取組を促す。

- (1) 人権を保護する国家の義務：人権および基本的自由を尊重、保護および実現するという国家の既存の義務
- (2) 人権を尊重する企業の責任：特定の機能を果たす特定の社会組織として、適用されるべき全ての法令を遵守し人権を尊重するよう求められる、企業の役割
- (3) 救済へのアクセス：権利および義務が侵される時に、それ相応の適切で実効的な救済をする必要性

🔑 | 「ビジネスと人権」に関する行動計画(2020-2025)

各国は、ビジネスと人権に関する指導原則の普及・実施に関する行動計画を作成することが奨励されている。日本では2020年10月に「『ビジネスと人権』に関する行動計画(2020-2025)」が公表された。

【6つの横断的事項(幅広い取組が必要と思われるテーマ)】

- (1) 労働(ディーセント・ワークの促進等)、(2) 子どもの権利の保護・促進、(3) 新しい技術の発展に伴う人権、(4) 消費者の権利・役割、(5) 法の下での平等(障害者、女性、性的指向・性自認等)、(6) 外国人材の受入れ・共生

🔑 | ESG

ESGとは、Environment(環境)、Social(社会)、Governance(ガバナンス)の略語であり、例えば、ESG投資(従来の財務情報だけでなくESGの要素も考慮した投資)という用語が使われる。国連環境計画・金融イニシアチブ(UNEP FI)および国連グローバル・コンパクトと連携した投資家イニシアチブの責任投資原則は、「責任投資」(ESG要因を投資決定やアクティブ・オーナーシップに組み込むための戦略および慣行)を提唱し、ESG要因のうちSocial(社会)の例として、現代奴隷制や児童労働等を挙げている。

🔑 | SDGs (Sustainable Development Goals) = 持続可能な開発目標

SDGsとは、Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標)の略語であり、2001年に策定されたミレニアム開発目標(MDGs)の後継として、2015年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された、2030年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標である。

🔑 | サプライチェーン

自社の製品・サービスの原材料や資源、設備やソフトウェアの調達・確保等に関する「上流」と自社の製品・サービスの販売・消費等に関する「下流」を意味する。

🔑 | 人権デュー・ディリジェンス

人権デュー・ディリジェンスは、企業が、自社・グループ会社およびサプライヤー等における人権を特定し、防止・軽減し、取組の実効性を評価し、どのように対処したかについて説明・情報開示していくために実施する一連の行為を指す。そして、人権デュー・ディリジェンスは、その性質上、人権侵害が存在しないという結果を担保するものではなく、ステークホルダーとの対話を重ねながら、人権への負の影響を防止・軽減するための継続的なプロセスである。

🔑 | ステークホルダー

企業の活動により影響を受けるまたはその可能性のある利害関係者（個人または集団）を指す。ステークホルダーの例としては、例えば、取引先、自社・グループ会社および取引先の従業員、労働組合・労働者代表、消費者のほか、市民団体等の NGO、業界団体、人権擁護者、周辺住民、投資家・株主、国や地方自治体等が考えられる。

🔑 | CSR (Corporate Social Responsibility) = 企業の社会的責任

企業は社会を構成する「企業市民 (Corporate Citizen)」であり、社会を構成する一員としての社会的役割と責任がある、という考え方。企業が提供する商品やサービスには違いがあることから、企業の取組は、人権尊重、法令遵守、情報開示、環境への配慮、社会貢献活動などに関し、業種により多種多様となる。

🔑 | ISO26000

ISO (国際標準化機構) が策定した「社会的責任 (SR=Social Responsibility)」に関する規格で、2010年11月1日に発行された。組織統治、人権、労働慣行、環境、公正な事業慣行、消費者課題、コミュニティへの参画およびコミュニティの発展を7つの中核課題としている。

🔑 | ISO20400

2017年に発行された持続可能な調達のための国際規格。企業を始めとするあらゆる組織のアカウンタビリティ (説明責任) や透明性、人権尊重、倫理的行動などの持続可能な調達の原則を定めている。また、サプライチェーン全体の調達方針や戦略、事業プロセスに組み込むためのガイドラインを提供している。

🔑 | 国連グローバル・コンパクト (United Nations Global Compact)

国連グローバル・コンパクト (UNGC) は、企業が守るべき原則として、国連のアナン事務総長 (当時) が1999年1月の「世界経済フォーラム」(ダボス会議) で提唱した。当初、「人権」「労働基準」「環境」の3分野の9原則であったが、2004年6月に「腐敗防止」に関する原則が追加され、現在は4分野・10原則となっている。

🔑 | コーポレート・ガバナンス (Corporate Governance) = 企業統治

経営方針についての意思決定を行うとともに、経営者の業務執行を適切に監督・評価し、動機付けを行っていく仕組みのこと。具体的には、経営者の不正行為や暴走・従業員の違法行為の防止、IR (Investors Relations: 財務広報) 活動などによる経営の透明性の確保、ステークホルダー (利害関係者) との関係など、企業価値を持続的に成長・発展させていく、効率的で競争力のある経営の実現のための仕組みをいう。

🔑 | Society 5.0

狩猟社会 (Society 1.0)、農耕社会 (Society 2.0)、工業社会 (Society 3.0)、情報社会 (Society 4.0) に続く新たな社会。第5期科学技術基本計画において我が国が目指すべき未来社会の姿として初めて提唱された。サイバー空間 (仮想空間) とフィジカル空間 (現実空間) を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する人間中心の社会をいう。



セミナー参加者の声

セミナー終了後、参加者の皆さまにお答えいただいたアンケートの一部をご紹介します。

高知会場 Kochi

- CSRと人権がどのように関係しているのか知らなかったが、SDGsも絡め具体的な説明もあり良く理解できた。
- 国際的な見地からのビジネスと人権、CSRについて関連付けた説明が分かりやすかった。
- 健康経営や社内外への発信の大切さが分かった。自社でも取り組みたい。
- SDGsと健康経営の両立は素晴らしい。経営者と従業員の一体感も良い。
- 地域一体となって、地域の存続を掛けた取組をしていることに感銘を受けた。
- 飾り気がなく、純粋に努力され、できることは全てやっている姿が感じられた。
- 企業が人権に関わる上での課題や苦労など、具体的事例の知見を得られた。
- 地元根づく取組の今後について聞くことができ、参考となった。

福島会場 Fukushima

- CSRに取り組む必要性や何からすべきかを理解することができた。
- 企業と人権については、理念は抱けど具体的な取組のアイデアは希薄であるような気がしていた。対応例を知ることができたのは、今後の参考につながると考えた。
- 緊急時の対応は、普段から問題意識を持って行動することが大切だと分かった。
- 企業規模にかかわらず、社員のモチベーションを保ちながら、各取組を推進する姿こそが大切だと認識できた。今後は、そのような企業の製品を進んで購入したい。
- 会社の理念が参考になった。歴史から築かれたものが今に生きていると思った。
- 上流から川下まで、互いが企業価値を上げるために、サプライチェーンの一員として共に人権デュー・ディリジェンスに取り組む姿勢は参考になった。
- グローバル企業として、リーダーシップを取られていると感じた。大企業が取引先(中小企業など)を引っ張っていくことにより、業界のレベルアップにつながると考えた。
- 救済(通報制度)を含めた活動をされており、企業の考え方が理解できた。

大津(滋賀)会場 Otsu

- 「人権」という単語が持つ意味、「人権と企業・ビジネスとの関わり」を体系的に理解することができた。
- 人権に対する社会の流れと、企業として期待されていることの大枠が理解できた。
- 身近な材料や市販品を活用したりするなど、目からうろこの取組のお話に引き込まれた。国際的な価値観に飲み込まれるのではなく、自分たちで考えるという姿勢にも感銘を受けた。
- 小さいことから積み上げ、継続し結果を出していることに感銘を受けた。
- 工夫次第で、外国籍の方とのコミュニケーションを取れることが分かった。
- 「人権」をキーワードにした各種方針・理念が分かりやすく、大企業の人権担当の立場からもとても参考になった。
- 普段の生活で利用しているメーカーでも人権に関する取組をしていると知り、経済社会が良い方向に向かうかもという期待を持てた。
- 各課題に片手間に取り組むのではなく、しっかりそして真摯に向き合うべきだと学んだ。

CSR(企業の社会的責任)・人権啓発パンフレット・DVDのご案内

以下のパンフレットは全て無料で配布しています。申込方法は下記をご覧ください。

「CSR」で会社が変わる、社会が変わる

社員一人ひとりに“生きたCSR”を



【経営者向け】(A4/28頁)

企業経営に人権の視点を取り入れたCSR経営の必要性、重要性をまとめた冊子。

「CSR」で意識が変わる企業は伸びる

企業の一人ひとりに“わかるCSR”を



【担当者向け】(A4/48頁)

企業の人権啓発担当者が社内における啓発活動を行うための参考資料。人権研修の実践のヒントとして活用可能。

「CSR」で見えてくる明るい明日

一人ひとりが考える“CSRと人権”



【従業員向け】(A4/28頁)

企業で働く人のための人権啓発冊子。CSRに関する基本的な事柄を分かりやすく解説。

企業活動に人権の視点を

CSRで会社が変わる・社会が変わる



【取組事例ビデオ】(DVD)

『『企業の社会的責任と人権』セミナー』(平成14(2002)年度～)に登壇した企業の中から5事例の紹介と、専門家の解説等を加えて映像化。

えせ同和行為には・・・みんなでNO!

対応のポイント



【えせ同和行為対応リーフレット】(A4/4頁)
えせ同和行為への対処を簡潔にまとめたリーフレット。読みやすく一般向け配布に最適。

企業活動に人権の視点を②

会社や地域の課題を解決するために



【取組事例ビデオVol.2】(DVD)

『『企業の社会的責任と人権』セミナー』の事例に加え、新たな国内外の動向を踏まえた視点から取組事例を選出。映像と専門家による解説で紹介。

許すな「えせ同和行為」

～あなたの会社を不当な要求から守ろう～



【えせ同和行為対応ビデオ】(DVD)

えせ同和行為にどのように対処したらよいのか、その心構えと対策をドラマ形式で分かりやすく紹介。



インターネット又はFAXにてお申し込みいただけます。

インターネット
専用申込フォーム



Webで
カンタン
申し込み

▼こちらからもアクセスできます。
<http://www.jinken.or.jp/archives/882>

令和3年度

CSR（企業の社会的責任）と人権セミナー 概要 従業員・地域・取引先を大切にする企業

高知会場 Kochi

日 時／2021（令和3）年9月29日（水）13:30～16:30
会 場／高知文化ホール（高知県高知市本町3丁目2-15）

基調講演

CSRと人権～SDGs時代の経営戦略～

影山 摩子弥

横浜市立大学都市社会文化研究科教授
CSR&サステナビリティセンター長

企業における事例発表

事例1

いのこざ
豚座建設のSDGsへの取組「3つの健康」と情報発信～
豚座建設株式会社

事例2

みんなでつくった株式会社「大宮産業」
～高知県四万十市西土佐大宮地区の事例～
株式会社大宮産業

パネルディスカッション

福島会場 Fukushima

日 時／2021（令和3）年12月23日（木）13:30～16:30
会 場／パルセイイざか（福島市飯坂温泉観光会館）・
第一会議室（福島県福島市飯坂町字筑前27-1）

基調講演

CSRと人権～SDGs時代の経営戦略～

影山 摩子弥

横浜市立大学都市社会文化研究科教授
CSR&サステナビリティセンター長

企業における事例発表

事例1

東日本大震災の危機への対応と克服
大七酒造株式会社

事例2

サプライチェーンにおける人権の取組
東京エレクトロン株式会社

パネルディスカッション

大津（滋賀）会場 Otsu

日 時／2022（令和4）年1月26日（水）13:30～16:30
会 場／コラボしが21・大会議室（滋賀県大津市打出浜2-1）

基調講演

企業の社会的責任（CSR）と人権～滋賀からの発信～

大村 恵実

弁護士、
ニューヨーク州弁護士

企業における事例発表

事例1

ダイバーシティからSDGsへ
東和組立株式会社

事例2

アサヒグループの人権尊重の取組について
～サプライチェーンにおける人権DDプロセス～
アサヒグループホールディングス株式会社

パネルディスカッション

Information

こちらから、パンフレット等をPDFデータにて閲覧できます。

中小企業庁
人権啓発支援事業に係るパンフレット

中企庁 人権パンフ 検索



https://www.chusho.meti.go.jp/soudan/jinken_pamf/index.htm

パンフレット・DVDをご希望の方（無料）

CSR・人権に関する企業向けパンフレット・DVDを送料も含め無料で配布しています。

インターネット上の専用申込フォームまたはFAXでお申し込みいただけます。詳しくは、公益財団法人人権教育啓発推進センターのウェブサイトをご参照ください。

●ウェブサイト

<http://www.jinken.or.jp/archives/882>

※在庫切れの場合もあります。あらかじめご了承ください。

※大量部数をご希望の場合は、事前に公益財団法人人権教育啓発推進センターまでご相談ください。



このパンフレットは、令和3年度に高知、福島、大津（滋賀）で開催したCSR（企業の社会的責任）と人権セミナーを元に作成したものです。

経済産業省中小企業庁委託事業

発行 公益財団法人人権教育啓発推進センター

〒105-0012 東京都港区芝大門二丁目10番12号 KDX芝大門ビル4F

TEL.03-5777-1802（代表） FAX.03-5777-1803 <http://www.jinken.or.jp>



リサイクル適性(A)
この印刷物は、印刷用の紙へ
リサイクルできます。

※この冊子に関してお気付きの点がございましたら、発行元までご連絡ください。

2022年10月発行