

# ビジネスと子どもの権利を考える

## —子どもの抱える課題を解決するために—

創発戦略センター シニアマネジャー 村上 芽

### 目 次

1. はじめに
2. 日本企業の子どもの権利に対する意識
3. ビジネスと子どもの権利の接点
4. 子ども権利の実現に取り組む海外企業の事例
  - (1) イケア
  - (2) ウィルマー・インターナショナル
  - (3) オルクラ
  - (4) ING
  - (5) グローバルチャイルドフォーラム
  - (6) 事例から得られる考察
5. 子ども権利の尊重に向けた企業の取り組み手順
  - (1) 知る
  - (2) バリューチェーンを通じたESG側面での接点を把握する
  - (3) ビジネスリスク、ビジネス機会としての取り組み検討
  - (4) 方針の策定、情報開示とコミュニケーション
6. 終わりに

---

## 要 約

1. 日本国内では、子どもの数が減少している一方で、自殺あるいは虐待や心中による子どもの死亡数、児童虐待の相談対応件数、いじめの認知件数、不登校の児童・生徒数などのデータから、「困っている」状態にある子どもが増えている。こうした課題に対して、保護者、国や自治体、教育・福祉関連機関が対応を求められているが、産業界の直接的な役割はほとんど期待されていない。しかし、人材育成の観点から、企業も看過すべきではない。そこで、「子どもの権利」という概念を手掛かりに、企業（ビジネス）と子どもの課題の接点を検討していく。
2. 「子どもの権利」は①生きる権利、②育つ権利、③守られる権利、④参加する権利に大別される。こうした「子どもの権利」の内容は日本ではほとんど知られていない。いじめなど表面化している課題に対して個人レベルでの関心は一定程度あるが、ビジネスでの対応となると「接点が遠い」と考える企業が圧倒的に多数であることが推測できる。
3. ビジネスと子どもの権利の接点が知られるようになったきっかけは、1997年にスポーツ用品メーカーの調達元で児童労働が発覚し、欧米の消費者による不買運動が起こったことである。しかし、接点はそれだけではないという問題意識のもと、ユニセフなどの団体が「子どもの権利とビジネス原則」を2012年に発表している。同原則は、消費者としての子ども、地域住民としての子ども、従業員の家族としての子どもなど、様々な立場の子どもを想定しており、課題は先進国にも広がっていることを示す。日本において企業と子どもの権利の接点を検討するときも、児童労働以外の接点を網羅的に考える必要がある。
4. 子どもの権利の実現に取り組んでいる海外の企業として、イケア（スウェーデン）、ウィルマー・インターナショナル（シンガポール）、オルクラ（ノルウェー）、ING（オランダ）の例と、子どもの権利とビジネスに関する調査研究を行うグローバルチャイルドフォーラム（スウェーデン）の活動を調査した。海外の企業でも、児童労働以外の子どもの権利について包括的に評価したうえで活動方針を決めている企業はまだ少ないことが分かった。
5. 最後に、子どもの権利の尊重に向けてとくに日本の企業が取り組めるよう、業種ごとに親和性の高いテーマを挙げ、ESG（Environmental, Social, Governance）の側面別に、ビジネスとの接点例をまとめた。子どもの権利を尊重できていない場合には経営リスクになるが、子どもの抱える課題に貢献できるような取り組みがあれば、ビジネス機会となりうる。さらに、日本では、人材育成の観点で子どもの権利の実現に取り組むことが、SDGs（Sustainable Development Goals）が求めるような「大胆な変革」になりうる可能性がある。

## 1. はじめに

日本の未成年の自殺者数は、2018年に599人に上った（注1）。さらに、児童虐待と心中による死亡数は年間約80人前後に及ぶ（注2）。困難な状況を抱える子どもに関する統計を拾うと、児童虐待の相談対応件数でも、いじめの認知件数でも、不登校の児童・生徒数でも、増える一方である。もちろん、「相談」が増えることは事態の悪化を予防するための行動が増えているとも解釈できるが、減っていない以上、子どもの状態が改善しているとは言い難い。他方、日本に生まれる子どもの数は減少を続けており、2019年には初めて90万人を割って約86万人となったことが推計されている（注3）。

この二つの傾向から、国内においては、「子どもの数は減っているのに、困っている子は増えている」という状況を読み取れる。「困っている」ことには例えば、保護者が貧しいため子どもの発達に必要な栄養が足りない、体や季節に合った服や靴を与えられないためケガをしやすい・風邪をひきやすい、住居の衛生状態が悪いため病気にかかりやすい、いじめや貧しさのため満身に教育を受けられない、といったことも含まれるだろう。

こうした事象のうち、貧しさについては「子どもの貧困対策推進法」があり、いじめについては「いじめ防止対策推進法」がある。とはいえ、この2つの法律に関して、企業の存在感は皆無である。貧困対策では、国や地方公共団体の責務と、国民はそれに協力すること、いじめ防止対策では、国や地方公共団体、学校の設置者や教職員に加えて保護者の責務について書かれているだけである。また、子どもの虐待予防については、2020年4月1日に施行される「改正虐待防止法」や「改正児童福祉法」で体罰が禁止されるが、これらの法律でも保護者、国、地方公共団体を中心に、学校や児童福祉施設等の子どもにかかわる機関とそれらの仕事に就いている人（教職員、保育士、医師、看護師、弁護士等を含む）が関係主体として想定されているにとどまる。

個別の法律の条文となるとこういうことになってしまうのかもしれないが、産業界からも関心の高い持続可能な開発目標（SDGs）がそうであるように、社会の持続可能性にかかわるような課題については、企業部門を含むすべての主体が一緒になって対応しなければ解決できない、と考えるのが当たり前になってきている。SDGsを含む国連の2030アジェンダ（注4）には、「小規模企業から多国籍企業、協同組合、市民社会組織や慈善団体等多岐にわたる民間部門が新アジェンダの実施における役割を有する」とある（注5）。日本でも投資の約3割を占めるようになったESG投資（環境、社会、ガバナンスに配慮した投資）についても、元をたどれば、グローバルな環境・社会課題を解決するために金融市場を動かそうとした国連の発案に至る。

企業の側からみて、子どもは将来の顧客でありビジネスパートナーである。彼らが健やかに育ち、社会で力を発揮できることが、一国の財政や社会保障の観点でも国際競争力の観点でも不可欠である。さらに、子どもに関する指標が悪化している状況を放置することは、企業経営にとっての「ヒト」という資源の重要性を考えると、その国に立地する個別の企業にとっても看過できないはずである。企業が黙っていても、家庭や学校や地域が子どもを育て、優秀な人材として企業に送り込んでくれる時代はとうに過ぎ去ったと考えるべきだろう。

では、日本の子どもが抱える様々な「困っている」事態に対し、企業はどのように対応することができるだろうか。女性管理職の頭数をそろえ、子育て支援のNPOに寄付をすればそれだけでよいのだら

うか。

そこで本稿では、ビジネスと子どもの課題とのつながりを考える。その際、「子どもの権利」という概念を手がかりに検討する。まず、日本国内を想定し、ビジネスと子どもの権利といったときにどのような接点があるのかを整理する。次に、積極的に子どもの権利の尊重に取り組んでいる海外の企業の事例を取り上げる。最後に、とくに日本企業に向けて、子どもの権利の尊重に関する取り組み手順を提案する。

(注1) 厚生労働省『自殺対策白書』2019年度版。出所：<https://www.mhlw.go.jp/wp/hakusyo/jisatsu/19/index.html>

(注2) 厚生労働省「第9回児童虐待防止対策に関する関係府省庁連絡会議幹事会」資料2、2018年9月28日。この統計は年度単位のため、自殺対策の統計とは合わないが、概数として使用した。出所：<https://www.mhlw.go.jp/content/11900000/000361196.pdf>

(注3) 厚生労働省「人口動態統計 年間推計」2019年12月24日発表。

(注4) 2015年9月25日第70回国連総会で採択された国連文書A/70/L.1「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」。

(注5) 注4「2030アジェンダ」の宣言第41段落。

## 2. 日本企業の子どもの権利に対する意識

「子どもの権利」とは何か。日本には子どもの権利に関する包括的な法律はないので、日本も批准している「子どもの権利条約」を推進する国連機関のユニセフ（国連児童基金）の整理を参照する（注6）と、子どもの権利は大きく4つに分けられる。すなわち、①生きる権利（命が守られること）、②育つ権利（もって生まれた能力を十分に伸ばして成長できるよう、医療や教育、生活への支援などを受け、友達と遊んだりすること）、③守られる権利（暴力や搾取、有害な労働などから守られること）、④参加する権利（自由に意見を表したり、団体をつくったりできること）である。

これらの権利が十分に保護され、尊重されていれば、少なくとも「困っている」状態にある子どもは減る。ただ、子どもの権利条約についてのNGOの調査では、「内容までよく知っている」と答えたのは2019年時点で子どもの8.9%、大人の2.2%のみであった（注7）。「川崎市子どもの権利に関する条例」を制定し、3年に1度調査を行っている川崎市でも、条例について「知っている」と答えたのは2017年時点（回答時点）で子どもの16.4%、大人の10.3%だった（注8）。子どもの権利とは何か、そもそも知られていないのが日本の現状である。

内閣府の調査によれば、日本における人権課題のうち、「子どもに関すること」に関心があると答えた人はそれでも約34%存在する。とくにいじめや虐待、それらを見て見ぬふりをすることが課題だと感じている人が多い。しかし、企業活力研究所の調査によれば、日本企業が人権に関する課題について考えるとき、子どもの権利の侵害は、重要と認識されつつも「対応は検討していない」人権課題の上位に挙がっている（注9）。なおこの点については、日本に限ったこととは言えない。世界の大企業や投資家を対象とした調査でも、子どもの権利問題というと児童労働がすべてと考えられがちという傾向が指摘されている。

以上をまとめると、日本においては、子どもの権利そのものに関する知識が不足していること、いじめなどの表面化している諸課題に対して個人レベルでの関心は一定程度あるが、ビジネスでの対応とな

ると「わが社の事業は接点が遠い」と考える企業が圧倒的に多数であることが推測できる。

子どもは将来の社会の担い手であるにもかかわらず、ビジネスとの関係において十分意識されていない背景には、先に挙げた子どもにかかわる幾つかの法律でも企業の役割が期待されていなかったように、子どもの権利について責任はまず家庭（保護者）、そして学校や施設、自治体や政府にあり、ビジネスとは遠いところにあるという優先順位があろう。子どもは大人（保護者）の陰に隠れてしまいやすく、権利が侵害されていてもなかなか自力で声を上げられないという側面もある。また日本においては、年長者を敬うべきであるという価値観の存在も無視できない。

日本企業が子どもの権利について積極的に行動を起こすことは簡単ではないと考えられるが、その内容を具体的に知るところから始めるべきだろう。

(注6) 公益財団法人日本ユニセフ協会ウェブサイトより。出所：[https://www.unicef.or.jp/about\\_unicef/about\\_rig.html](https://www.unicef.or.jp/about_unicef/about_rig.html)

(注7) セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン「3万人アンケートから見る子どもの権利に関する意識」2019年。出所：[https://www.savechildren.or.jp/news/publications/download/kodomonokenri\\_sassi.pdf](https://www.savechildren.or.jp/news/publications/download/kodomonokenri_sassi.pdf)

(注8) 第6回川崎市子どもの権利に関する実態・意識調査、2018年。出所：[http://www.city.kawasaki.jp/450/cmsfiles/contents/0000096/96203/6chousa\\_all.pdf](http://www.city.kawasaki.jp/450/cmsfiles/contents/0000096/96203/6chousa_all.pdf)

(注9) 一般財団法人企業活力研究所 [2018]「平成30年度CSR研究会報告 新時代の『ビジネスと人権』のあり方に関する調査研究報告書」p.23のグラフで、「重要と認識しているが、対応は検討していない」と回答した企業が最も多いのは「AIによる差別」で19.3%、「子どもの権利の侵害」は16.6%と、3位グループとなった。

### 3. ビジネスと子どもの権利の接点

では、ビジネスと子どもの権利の関係はどのように整理できるだろうか。まず、ビジネスと人権に関する世界と日本政府の動きを見ておきたい。

ビジネスと人権に関して世界の中心的存在は、2011年に策定された国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」である。この指導原則は、SDGsを含む「持続可能な開発のための2030アジェンダ」や、2015年のG7エルマウ・サミット、2017年のG20ハンブルグ首脳宣言でも明確に支持されている。人権を保護する国家の義務、人権を尊重する企業の責任、人権侵害を受けた人が活用できる救済の仕組みという「保護、尊重および救済」の枠組みを有している。

日本政府は2020年半ばに、指導原則に基づく国別行動計画（National Action Plan=NAP）を公表する予定としている。NAP（案、注10）では、政府から企業への期待表明として、企業が「人権デュー・ディリジェンスのプロセスを導入する」ことを明記するなど、人権を尊重すべき主体としての企業に行動を求めている。人権デュー・ディリジェンスのプロセスとは、企業が自社のビジネスにおける人権リスクを評価したうえで人権方針を策定し、人権尊重のための取り組みや改善、苦情処理を行うマネジメントの仕組みのことを指す。

ビジネスにおける人権の尊重といったとき、その対象は企業が直接雇用している従業員にとどまらず、顧客、取引先、派遣社員、地域社会との関係に広がっている。なお、NAP策定済の国は欧米を中心に23カ国、人権に関する計画にビジネスと人権に関する内容を盛り込んだ国が2カ国ある（注11）ため、日本の動きは決して早いとは言えない。もっとも、とくにグローバルに事業展開する日本企業のなかには、人権問題にも関心の高いESG（環境、社会、ガバナンス）投資家や国際人権NGOからの要請に独

自に対応してきた企業も多いと考えられる。

NAP（案）において、子どもの権利は図表1のように扱われている。この案からは、政府からみてビジネスと子どもの権利に関する課題は、「人身取引」「性的搾取」「暴力撲滅」の3側面に集約されていることが分かる。NAP（案）が実施済みのパブリックコメントや更なる検討を経てどのように最終化されるかを注目すべきだが、少なくともNAP（案）の内容は、ビジネスと子どもの権利に関する国際的な認識の水準に達したものとは言えない。

（図表1）「ビジネスと人権」に関する行動計画原案における子どもの権利の扱い

|  |
|--|
| <p>（政府としてのこれまでの取り組み）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・人間の安全保障基金や、国連機関への拠出を通じた支援（教育や人身取引対策など）</li><li>・JICAの技術協力や国連機関への拠出を通じた支援（主に東南アジア諸国の人身取引対策や被害者保護の強化）</li><li>・人の密輸・人身取引に関する枠組みや、児童性的搾取撲滅のための連携への参画</li><li>・子どもに対する暴力撲滅行動計画の策定作業</li><li>・「子供の性被害防止プラン」に基づく児童買春・児童ポルノ製造等の撲滅</li></ul> <p>（今後に向けた具体的な措置）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>・人身取引や性的搾取を含む児童労働撲滅に関する国際的な取り組みへの貢献</li><li>・旅行業法の遵守を通じた児童買春に関する啓発</li><li>・国内の「子どもに対する暴力撲滅行動計画」の実施</li><li>・子どもに対する暴力撲滅基金」を通じた紛争下の子どもの保護</li></ul> |
|--|

（資料）ビジネスと人権に関する行動計画に係る関係府省庁連絡会議「「ビジネスと人権」に関する行動計画 原案（2020-2025）」2020年2月をもとに日本総合研究所作成

まず、NAP（案）からは、国連子どもの権利条約の示す「子どもの権利」の4要素とのつながりが判然としない。また、子どもの権利とビジネスをつなぐ取り組みとしては、2012年時点でユニセフ、国連グローバル・コンパクト、セーブ・ザ・チルドレンによって「子どもの権利とビジネス原則」が発表されている。NAP（案）はその内容と比較しても包括的なものになっていない。「子どもの権利とビジネス原則」は図表2の通り10項目から構成される（注12）。

（図表2）子どもの権利とビジネス原則の10項目

|   |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. 子どもの権利を尊重する責任を果たし、子どもの権利の推進にコミットする</li><li>2. すべての企業活動および取引関係において児童労働の撤廃に寄与する</li><li>3. 若年労働者、子どもの親や世話をする人々に働きがいのある人間らしい仕事を提供する</li><li>4. すべての企業活動および施設等において、子どもの保護と安全を確保する</li><li>5. 製品とサービスの安全性を確保し、それらを通じて子どもの権利を推進するよう努める</li><li>6. 子どもの権利を尊重し、推進するようなマーケティングや広告活動を行う</li><li>7. 環境との関係および土地の取得・利用において、子どもの権利を尊重し、推進する</li><li>8. 安全対策において、子どもの権利を尊重し、推進する</li><li>9. 緊急事態により影響を受けた子どもの保護を支援する</li><li>10. 子どもの権利の保護と実現に向けた地域社会や政府の取り組みを補強する</li></ol> |
|---|

（資料）ユニセフ、国連グローバル・コンパクト、セーブ・ザ・チルドレン「子どもの権利とビジネス原則」

「子どもの権利とビジネス原則」は幅広い内容を含んでいるが、この策定にあたっては、「児童労働は極めて深刻なビジネスと子どもの接点だが、課題はそれだけではない」という問題意識があった。確かに、1997年に大手スポーツ用品メーカーに対し、東南アジアの生産委託先の工場での児童労働を理由に

欧米で大きな不買運動が起きたことが、サプライチェーン全体の企業の社会的責任を求める流れを後押しした。児童労働は、グローバルなビジネスと子どもの権利を語るうえで極めて重要な課題であることに、現在も変わりはない。

しかし、子どもの権利を侵害するビジネスは児童労働だけではない、という注意報を鳴らす必要があった。消費者としての子ども、地域住民としての子ども、従業員の家族としての子どもと、立場は様々で権利侵害の構造も多様である。そして、先進国に暮らす子どもにも、ビジネスの与える影響は大きい。

したがって、日本の子どもの抱える諸課題を考えるにあたっては、「児童労働以外の接点を網羅的に考える」必要があるといえよう。

さらに、政府による直接的な行動の小ささを乗り越えてでも、企業が子どもの課題に迫るためには、法令順守やレピュテーションリスク対策だけではなく、「子どもの課題を放置できない」という使命感、さらに、子どもの権利を尊重することが新たなビジネス開発や人材獲得・育成につながるという機会への意欲が必要になってくる。

(注10) 本稿ではパブリックコメントの対象となった案を参照した。

(注11) 国連難民高等弁務官事務所データ。出所：<https://www.ohchr.org/EN/Issues/Business/Pages/NationalActionPlans.aspx>  
2020年3月21日閲覧

(注12) 「子どもの権利とビジネス原則」2012年3月。出所：[https://www.savechildren.or.jp/partnership/crbp/pdf/principles\\_01.pdf](https://www.savechildren.or.jp/partnership/crbp/pdf/principles_01.pdf)

#### 4. 子どもの権利実現に取り組む海外企業の事例

ここで、子どもの権利の実現に積極的に取り組み、それを公表している海外企業4社の例と、子どもの権利とビジネスに特化した企業調査を行っているスウェーデンの非営利団体の例を紹介する。

##### (1) イケア

イケアは、スウェーデン発の大手家具小売業で、世界で433店舗を展開、21.1万人が従事し、売上高は413億ユーロである（2019年、注13）。2012年に、2020年までのグループのサステナビリティ戦略として「People & Planet Positive」を策定した。

同社は、国連の「ビジネスと人権指導原則」と、「子どもの権利とビジネス原則」に基づいて人権の尊重を行うことを明示している。また、イケアのビジネス全体に子どもの権利を統合することを2030年までの目標におき（注14）、原材料調達から商品の廃棄までのバリューチェーンを通じて直接・間接的に子どもに与える影響について調査中であるとする（注15）。

調達先は全世界で延べ約2,200社（家具だけで50カ国から約1,000社）に上っており、調達先に遵守を求める行動規範「IWAY」がある。これは、2000年に策定され、その後、児童労働阻止のための方針や、若い労働者のための支援姿勢などを追加的に明示してきた。木材、布、食品など調達品目は多岐にわたるが、例えばラタンや海藻のサプライチェーンで児童労働が発生するリスクに関する原因追求の調査をNGOと協働で実施するなど、品目を特定して課題を深掘りするアプローチを取っている。

児童労働だけではなく、子どもの育つ権利の一つである「遊びができること」や参加する権利の一つ

---

である「意見を言えること」の重要性を意識した取り組みにも注力してきている。遊びについては、子どもの発達のためには遊びが不可欠だという認識のもと、財団を通じてNGOと協働し、紛争下の子どもや障がいのある子どものための遊びの環境づくりに取り組んでいる。「意見を言えること」については、現時点ではややマーケティング寄りに見えるが、製品開発の部門が子どもの意見の収集を子どもの権利の文脈でも捉えている。

## (2) ウィルマー・インターナショナル

ウィルマー・インターナショナルは、シンガポールに本社のあるパーム油等、農産物の大手メーカーである。アジアを中心に500以上の工場と9万人以上の従業員を有し、売上高は44億ドルである（2018年、注16）。

サステナビリティに関する目標のうち、子どもに関しては、プランテーション（大規模農園）に住む子どもが2025年までに全員、学校に行くこと（または同等のプログラムに参加する）ことを掲げている（注17）。2018年までに84%が達成できたとしている。

単に児童労働撲滅と言わないのは、パーム椰子が育つプランテーションに実際に住んで育つ子どもにとっては「児童労働の禁止」だけでは足りないためである。プランテーションで働く従業員のための健康・安全対策を導入しても、子どものケガが絶えなかったという。そこで、プランテーションを「仕事場」として見るのではなく、「コミュニティの生活場所」として捉え、「子どもの保護」を方針として置くようになった。

この取り組みは、ウィルマー単独の活動から、2019年には非営利組織BSRとの協力により、コルゲート、ネスレ、P&G、ペプシコ等との協働に広がっている（注18）。

## (3) オルクラ

オルクラは、ノルウェーに本社のある北欧や中・東欧を中心とした食品・消費財メーカーである。同社製品は100カ国以上で販売され、従業員数は約1.8万人、売上高は436億ノルウェークローネ（2019年）である。

同社では、子どもを含む人権ポリシーについて、毎年1回リスク評価を実施し、グループ各社において特定した課題への行動計画を明確にしている。例えば、2025年に向けたサステナビリティ目標のなかで、肥満や将来の生活習慣病を予防するため、2015年比、砂糖と塩の総消費量を15%ずつ減らすことを約束している。

子どもに関しては、「子どもの権利とビジネス原則」を参照し、児童労働の禁止に加え、子どものための責任あるマーケティングと製品安全に対する取り組み姿勢を表明している。

責任あるマーケティングについては、まず、欧州連合域内で大手食品・飲料品メーカーが12歳未満の子どもに対する広告宣伝を自主規制する「EUプレッジ」（2007年策定）を支持している。また最近では、ソーシャルメディアを通じた取り組みを強化している。2019年には業界団体でノルウェーにおけるインフルエンサーを通じたマーケティングについて自主ガイドラインを策定し、4件の違反例（効果や割引に関する不適切な表示など）を確認したという（注19）。



オルクラの事業上の機会につながる側面としては、学校や保育所の給食向けに、健康への配慮や菜食主義者向けのメニュー開発を容易にする取り組みをスウェーデンやノルウェーで実施したり、子どもが楽しく残さず食事をし、かつカーボンフットプリント（食事の提供のために排出される温室効果ガスの量）が分かる情報提供をしたりしている。あるいは、デンマークでは病院食を提供しつつ入院中の子ども向けにピエロを派遣する事業を支援するなど、個々の国や地域のニーズに応じた取り組みを行っている。

#### (4) ING

INGは、オランダに本社のある銀行グループである。オランダ、ベルギー、ルクセンブルクを中心に40カ国以上でサービスを提供し、従業員数は約5.6万人、総資産8,920億ユーロ（2019年）である（注20）。

人権については国連の「ビジネスと人権に関する指導原則」に沿い、毎年人権に特化した報告書をまとめている。2019年版の人権報告書（注21）によると、同行の重視する人権課題は児童労働、強制労働、土地に関連したコミュニティの課題の3種類である。法人顧客向けの営業担当者が必ず確認する質問のなかにサプライチェーンを通じた児童労働の問題が含まれていることを説明しているが、その理由として、銀行の顧客自身というよりも顧客のサプライチェーン上流において児童労働のリスクが高いという事情を挙げている。なお、児童労働が多いことで知られるカカオ豆の輸入量の多いオランダでは、2019年5月に「児童労働デュー・ディリジェンス法」が成立するなど、児童労働への国としての関心も高い。

同行の人権への取り組みは、2000年に、融資における環境・社会リスクを検討するチームを立ち上げたことに始まり、徐々に関連する取組方針を策定・拡大してきた。銀行として、資金供給、雇用、納税などの役割を通じて人権に貢献できるとの考えのもと、職場、サプライチェーン、ビジネスプロセス、パートナーなどのレベルで人権に影響を及ぼすとする。

また、「子どもの権利とビジネス原則」の策定プロセスに関与した唯一の銀行として、ユニセフとの協働による途上国の青少年向け（10～19歳）のプログラムを有している。青少年が自立できるようになるために必要なスキルを提供する内容で、コソボ、モンテネグロ、フィリピン、ベトナム、中国で展開している。

#### (5) グローバルチャイルドフォーラム

グローバルチャイルドフォーラムは、2009年にスウェーデン王室によって設立された非営利団体で、子どもの権利とビジネスに関する情報収集、知識の共有、ネットワーキングを行っている。

2019年、子どもの権利とビジネスに関する現状をまとめた調査報告書（The State of Children's Rights and Business: From Promise to Practice）を発表した。2014年に続き2回目となるこの調査では、全世界の692の大企業を対象とし、公開情報に基づき、20の指標によって評価を行った（注22）。20の指標は「職場」「市場」「コミュニティ及び環境」の三つのインパクト分野と、それぞれの分野での「方針とコミットメント」「実践」「報告と行動」の三つの柱で合計9分類され（一部の指標は複数回使用）、点数が付けられる。

調査の結果、5年前の調査と比較して、より多くの企業で「児童労働禁止」の方針や子ども向け慈善

---

団体への寄付を超えた視点を持つようになりはじめたと評価している。総合点の平均が高かったセクターは情報通信・技術、工業、素材で、低かったのは金融・不動産、ヘルスケアだった。地域別では、欧州が高く、中東・北アフリカが低かった。

3つのインパクト分野のうちスコアが低いのは「市場」で、報告書では「消費者としての子どもが大きく見過ごされている」としている。また、「方針とコミットメント」は強いが「報告」がなされていない企業も多く、透明性に課題があると指摘している。

日本企業については、69社が調査対象となった。地域別にはアジア太平洋に分類されており国単位の分析・評価はされていないが、ウェブサイト上に公表された各社の分野別のスコアを筆者が見る限り、平均的な傾向は変わらなかった。高いスコアを獲得した10社はすべて一般消費者向けの事業を行う企業が占めている。

#### (6) 事例から得られる考察

海外の取り組み事例から、子どもの権利について企業が考えるとき、まずは児童労働といった特定の課題から始まり、徐々にバリューチェーン全体を通じた接点について検討し始めていることが分かる。児童労働の撲滅に積極的に動いているのは、途上国からの農林水産物の調達への依存度の高い企業である。課題の大きさや深刻さによって、取り組みレベルが変わるのは通常の経営課題と変わらない。

グローバル企業がESGの諸課題への取り組みを開示する際の一般的なアプローチは、最初に「課題への理解」を示すことだが、子どもに関する課題をグローバルに捉えれば、質的にも量的にもまだまだ途上国が主な対象となる。バリューチェーン全体で見たときに、先進国の子どもの権利は、重要性や優先度が相対的に低いと考えられる。しかし、冒頭でみたように、日本の子どもの状況は十分に社会的課題に値する。

事例からは、先進国内では、児童労働のリスクはもともと低いことから、広告宣伝や製品安全を通じた取り組みの度合いで、企業間やセクター間に差がついている状況にあることも読み取れた。また、従業員としての保護者を通じた取り組みについては、従業員本人の働きがいに焦点が当てられることが一般的であった。裏を返せば、企業間に差がついている側面は、ビジネスとしての機会獲得や競争力向上にもつながるとも言える。

そうしたことから、例えば、欧州が抱える大きな課題である移民や難民の子ども向けを想定して企業による取り組みを調べようとすると、社会的起業家と呼ばれるような小規模なベンチャーの活動の方がむしろ目立ってくる。大企業からすると、よほど本業で直接のかかわりがあるのでなければ、ユニセフのような子どもの権利のプロの団体と組んで支援の方が効率がよいと考えられている可能性もある。

日本の企業による人権尊重に関する活動を、サステナビリティ報告書等、公開情報をもとに調べると、人権尊重の方針のなかで児童労働に言及するケースは珍しくないし、先行的に人権報告書を発行して人身取引への加担防止に触れたりする企業もある。また、子どもの栄養面や安全面に配慮した製品・サービス開発や、親である従業員にとって育児と仕事を両立しやすくする働き方の実現などの取り組みもある。しかし、個々の取り組みは見られるものの、「子ども」や「子どもの権利」という括りで接点の全体像を捉えて活動しようとしていることを開示しているところが見つからないのが現状である。

日本の企業の取り組みでよく出てくるのは、人権について学ぶ企業内の座学研修だが、欧州の企業の情報を調べてみても、あまり発見することができない。児童労働のような、本国から遠いところで起きている課題についてこそ、専門家を招いたワークショップを何度も開くなどの方法で課題の浸透を行う企業ならば欧州にもあるが、「そもそも人権とは何か」「子どもの権利とは何か」といったことまで、企業が従業員に教える必要はそれほどない。日本では学校教育を通じて、グローバルな文脈での人権について詳しく学ぶことはほとんどないと思われるため、その分、企業が従業員に教えずにはならないという負荷が発生しているともいえる。

(注13) イケアグループウェブサイトより。出所：<https://about.ikea.com/en/organisation/ikea-facts-and-figures/ikea-highlights-2019>

(注14) イケアグループウェブサイトより。出所：<https://about.ikea.com/en/sustainability/fair-and-equal/childrens-rights-on-the-agenda>

(注15) サステナビリティレポート2019、p.36。出所：<https://preview.thenewsmarket.com/Previews/IKEA/DocumentAssets/558479.pdf>

(注16) ウィルマーグループウェブサイトより。出所：<https://www.wilmar-international.com/home>

(注17) ウィルマーグループサステナビリティレポート2018（2019年発行）p.10。出所：[https://ir-media.wilmar-international.com/app/uploads/2019/08/wilmar\\_sustainability\\_report\\_2018.pdf](https://ir-media.wilmar-international.com/app/uploads/2019/08/wilmar_sustainability_report_2018.pdf)

(注18) ウィルマー・インターナショナル社のプレスリリース2019年6月17日。出所：<https://www.wilmar-international.com/docs/default-source/default-document-library/sustainability/news-release-17-june-19-protecting-the-rights-of-children-living-in-plantations.pdf>

(注19) オルクラグループ アニュアルレポート2019、p.114。出所：<https://annualreport2019.orkla.com/assets/orkla/pdfs/2019/en/Sustainability%20Report.pdf>

(注20) ING アニュアルレポート2019。出所：<https://www.ing.com/Investor-relations/Financial-performance/Annual-reports.htm#>

(注21) ING「2019 Human Rights Annual Update」出所：<https://www.ing.com/web/file?uuid=697e5d81-0325-4f04-b2ffc6d64945925&owner=b03bc017-e0db-4b5d-abbf-003b12934429&contentid=48393>

(注22) グローバルチャイルドフォーラム「The State of Children's Rights and Business 2019: From Promise to Practice」2019年。出所：<https://www.globalchildforum.org/internal-report/the-state-of-childrens-rights-and-business-2019/>

## 5. 子どもの権利の尊重に向けた企業の取り組み手順

以上の認識のもと、日本企業にとっての子どもの権利の尊重に向けた取り組み手順として以下を提案する。

### (1) 知る

日本国内、および、バリューチェーン上の主要国における子どもの生命、育成、保護、参加にかかわる課題について情報収集し、理解する。ここではいったん、人権に関する既存の社内での取り組みは横に置いて、子どもの権利の4要素に沿って、その国や地域の実情を把握できることが望ましい。

これにより、子どもの抱える課題への対応という、課題起点でのアプローチができるようになる。

### (2) バリューチェーンを通じたESG側面での接点を把握する

次に、自社の活動およびバリューチェーンの全体を通じて、子どもの権利尊重に関し、何ができており、何ができていないのか現状を調査し、重要性・緊急性を評価する。

すべての業種に共通するのが、従業員、とくに若年層にとっての働きがいのある仕事や、とくに親である従業員に対する処遇の公平さ、柔軟な働き方の実現である。子どもの約半数は親の働きすぎを懸念していたり、青少年の多くが若い間の仕事の確保やキャリア形成について心配していたりするという調査結果が欧米では複数発表されている（注23）。このことについて、日本企業も十分留意しておく必要がある。

業種別にとくに親和性の高いテーマは図表3の通りである。

（図表3）業種別にみた子どもの権利に親和性の高いテーマ

| 業 種                    | テーマ                        |
|------------------------|----------------------------|
| 農林水産、鉱業、アパレル           | 児童労働、若年労働者の労働環境            |
| 食品、医薬品                 | 子どもの健康（精神疾患を含む）            |
| 輸送用機器、機械、運輸            | 子どもの安全、気候変動                |
| 情報通信、電気機器、精密機械、観光      | インターネット上の子どもの安全、性的搾取       |
| 繊維、化学、建設、不動産           | 生活環境保全、生態系保全、気候変動          |
| 広告、メディア、娯楽、小売          | 責任あるマーケティング                |
| サービス                   | 若年労働者の労働環境                 |
| 石油・石炭、鉄鋼、非鉄金属、化学、電力・ガス | 気候変動、資源の有効活用               |
| 銀行、証券、保険、卸売            | 取引先や投融資先のリスク評価、金融に関するリテラシー |

（資料）「子どもの権利とビジネス原則」やGlobal Child Forum [2020] などをもとに日本総合研究所作成

また、ESGに関心が高く、取り組みや情報開示を重視している日本企業も、統合報告書の発行社数で見ると500社を超えたと言われている（注24）ように増加している。このクラスの企業では、ESGの各側面からステークホルダーと自社の接点を点検する習慣がついていると思われる。ESGの各側面と子どもの権利との接点例は図表4の通りである。

（図表4）ESGの各側面と子どもの権利との接点

|   |
|---|
| <p>〈環境〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>生活環境（大気汚染による健康被害、有害化学物質による健康被害、開発に伴う生き物の減少による自然との触れ合い機会の喪失など）</li> <li>地球環境（気象災害の頻発による住環境の被害や学習環境の毀損・健康被害、資源の枯渇による活用機会の喪失など）</li> </ul> <p>〈社会〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>安全対策や健康配慮が不十分な製品による被害（事故、ケガ、肥満など）</li> <li>広告宣伝による発達への悪影響（差別の助長、依存症の誘発など）</li> <li>保護者の労働環境による悪影響（低賃金、劣悪な労働環境に伴うストレスなど）</li> <li>児童労働による教育や遊びの機会損失</li> <li>地域における交通（道路の安全、交通事故、移動手段の確保など）</li> </ul> <p>〈ガバナンス〉</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>子どもを対象に含む人権デュー・デリジェンス</li> <li>子ども（将来世代）の意見を経営の意思決定に取り入れること</li> <li>内部通報や苦情窓口を子どもにも使えるように運用すること</li> </ul> |
|---|

（資料）村上 [2020] を要約

### （3）ビジネスリスク、ビジネス機会としての取り組み検討

子どもの権利を尊重できていない場合に生じ得るビジネスリスク（レピュテーション毀損、顧客喪失、従業員の離職、地域コミュニティとの摩擦など）について検討する。もし、日本の子どもが抱える課題

に対し貢献できるような取り組みがあれば、それはビジネス機会として位置付けられるものも少なくないだろう。例えば、学校や福祉施設向けの事業を有する企業で、事務の効率化に役立つ製品・サービスであれば教職員が子どもと向き合う時間を充実させるための効果を期待することができる。あるいは、学校給食サービスであれば、食生活の充実を通じて子どもの生きる権利や育つ権利の尊重が実現することが期待できる。

#### (4) 方針の策定、情報開示とコミュニケーション

現状評価に基づき、子どもの権利について包括的に捉えたうえで、自社がどの分野で貢献していくのかというスタンスを明確にした方針を策定する。むろん、トップのコミットメントというかたちで発信されることが望ましい。

また、方針に対する取り組みや実績についても、他の環境・社会課題と同様、開示する。開示することによってさらに外部関係者とのコミュニケーションが深まり、活動の成果が出やすくなることが期待できる。

(注23) 一例として、グローバルチャイルドフォーラム「10 Child Rights Issues for companies to consider」2020年1月。

(注24) 企業価値レポート・ラボ「国内自己表明型統合レポート発行企業等リスト2019年版」(2020年2月公表)では513社としている。出所：[http://cvrl-net.com/archive/pdf/list2019\\_202002.pdf](http://cvrl-net.com/archive/pdf/list2019_202002.pdf)

## 6. 終わりに

日本の子どもの抱える課題に対し、人材を経営資源とする企業も何か行動を起こすことが必要である、という仮説に基づき、そのヒントを子どもの権利に求めて検討した。

その結果、ビジネスと人権全般に関する包括的な取り組みがはじまったばかりの日本において、子どもの権利を尊重するといっても、現状把握や取り組みの検討を企業が行うことそのものが珍しく、その足跡を残している企業を見つけにくいことが分かった。子どもの権利を尊重するといっても、その内容そのものが知られていないため、周知から始めなければならない。

海外の事例においても、もともと子どもを重要なステークホルダーとして考える企業がある一方で、児童労働の撲滅のような明確なトピックから取り組みを広げている企業の方が多数であるようにみられた。先進国の企業であっても、ホームグラウンドとなる国の子どもの抱える課題と自社のビジネスの関係性を積極的に捉えにいこうとする企業は限定的と考えられる。

しかし、とりわけ人口減少で市場が縮む、生産性も伸びない、イノベーションも起きにくいといった状態にある日本企業には、人材育成の観点からSDGsが求めるような「大胆な変革」が必要ともいえる。「子どもの権利を意識した経営」は前例が少ないが、企業も含めてすべての大人が関与して子どもを育て、困っている状態にある子どもを減らそうとすることが、「大胆な変革」になりうるのではないだろうか。

その結果、ESG、なかでも「子ども」や「子どもの権利」に真摯に取り組む先端的企業という評価・評判を得ることができれば、短期的にもESG投資家からの支持や、感度の高い学生らの獲得につながる

---

という期待もできる。子どもの抱える課題は、決して企業経営と別のところにあるのではない。

(2020. 3. 30)

#### 参考文献

- ・一般財団法人企業活力研究所 [2018]. 「平成30年度CSR研究会報告 新時代の『ビジネスと人権』のあり方に関する調査研究報告書」
- ・川崎市 [2018]. 「第6回川崎市子どもの権利に関する実態・意識調査」
- ・厚生労働省 [2019]. 「2019年度版自殺対策白書」
- ・国際連合 [2015]. 「我々の世界を変革する：持続可能な開発のための2030アジェンダ」
- ・セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン [2019]. 「3万人アンケートから見る子どもの権利に関する意識」
- ・村上芽 [2020]. 「ビジネスと子どもの人権」日本総合研究所『オピニオン』2020年1月27日
- ・Global Child Forum [2019]. The State of Children's Rights and Business 2019: From Promise to Practice.
- ・Global Child Forum [2020]. 10 Child Rights Issues for companies to consider.