

ビジネスで子どもの権利尊重を

日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門 マネジャー

小幡 京加

2024年は子どもの権利にとって節目の年だ。1992年に「児童の権利に関するジュネーブ宣言」が採択されてから100年、94年に日本が子どもの権利条約に批准してから30年になる。国内では昨年、子どもの権利を明記したことも基本法が施行され、ことも家庭庁も創設された。

だが、急速な少子化の進展により、子どもや子育て環境に対する社会的な関心は高まっているものの、民間企業の子どもに対する取り組みはまだ踏み込み不足ではないだろうか。

確かに子どもへの関わりが深い食品業界では、原材料調達における児童労働のリスクが指摘されることもあり、人権やサステナビリティ（持続可能性）に対し早く

から取り組んだ企業も多い。フェアトレードの認証付きのチョコレートなどを通じ、消費者に対する普及啓発の役割を担ってきた例もある。また、社会貢献活動として、子ども食堂などの活動支援や、子どもの健康・栄養に関する情報発信・出前授業を行っている。

ただ、子どもに対する広告・宣伝活動の影響の考慮や子どもが意見を言いやすい窓口の設置など、それ以上の取り組みを実施する企業は他の業界も含めてまだ少ない。企業が経営のステークホルダー（利害関係者）に子どもを対象としておらず、子どもの側に立ったビジネスを検討する仕組みが不足しているからだろう。

本来、企業から見れば、子どもは将来の顧客や従業員、パートナ

ーになりうる重要なステークホルダーである。企業は保護者とセツトの「親子」ではなく、子ども自身を明確なステークホルダーとして認識し、その上で、子どもを主体としたビジネスの分析をするべきではないか。

ことも基本法では子どもが意見を表明する機会の確保が規定され、国及び自治体においては子どもの意見を聴取・施策に反映する取り組みが推進されている。企業は「子どもの声を聴こう」と言われても方法に迷うこともあるだろうが、自治体や大学、非営利団体などと協力することもやり方の一つだ。民間企業が子どもを企業経営のステークホルダーとして捉え、子どもの権利へ包括的な理解が進むことを期待したい。

当欄は投稿や寄稿を通じて読者の参考になる意見を紹介します。
〒100-8066東京都千代田区大手町1-3-7日本経済新聞社東京本社「私見卓見」係またはkaisetsu@nex.nik

kei.comまで。原則1000字程度。住所、氏名、年齢、職業、電話番号を明記。添付ファイルはご遠慮ください。趣旨は変えずに手を加えることがあります。電子版にも掲載します。