

わが国では2023年4月に「子ども基本法」が施行されました。基本法の意義の1つが、世界の196カ国が批准する子どもの権利条約が定める「子どもの権利をベースとした基本理念(第三条)」を定めていることです。

「子どもの権利」には、①差別の禁止、②子どもの最善の利益、③生命・生存および発達に対する権利、④子どもの意見の尊重の4つの原則があると整理されます。

これら権利を尊重するには、子どもに関

わる公的機関だけでなく、民間企業にも多くの役割がありますが、大多数の企業は意識して本業のビジネスに子どもの権利を取り入れていないのが実態です。

こつた企業の実態を明らかにすることを目的に、日本総研は2023年から「子どもESG調査」を開始しました。本調査は、環境(E)、社会(S)、ガバナンス(G)の面から、企業が子どもの権利に及ぼす影響や企業に今後期待すべき点を分析しています。本稿では「子どもESGレポート2024」から、国内の大手小売業6社の結果を基に、

年調査によると、回答者の3割以上がキャッシュレス決済の方が現金決済よりもお金を使いすぎると回答していますが、今後、このような感覚の違いも感じにくくなるかもしれません。

本調査で対象とした企業の中には、小学生を対象に環境や社会に配慮した商品や消費に対する理解を深める教育機会の提供を行っている企業もありました。実際に学んだ内容を消費行動につなげていくためにも、実店舗における持続可能な商品やエシカルな商品の情報提供や認証を得ている商品の販売が重要と考えられます。

子どもの権利における小売業の影響や

今後の期待について

小売業が子どもの権利に及ぼす影響や今後期待されるべき点について考えてみます。

まず社会の面です。子どもたちは、インターネットやSNSといった情報源が多様化している「デジタル社会」にいます。キャッシュレス決済の急速な普及も大きな変化です。商品の対価を現金で支払う機会が減り、お金を使う機会が少ない子どもは「お金の価値」を実感しにくく、金銭感覚を育みにくくなる可能性があります。金融広報中央委員会の高校1年生対象の「15歳のお金とくらしに関する知識・行動調査2023

環境の面では、世界的な環境問題を背景に、持続可能な消費生活の重要性が増しています。消費者庁「令和4年版消費者白書」の結果では「環境問題・社会課題の解決への貢献」をとても重視している」と回答した10代後半の割合は7.1%と各年代の中で2番目に高かったものの、「重視している」と回答した割合は他の年代よりも低く、同世代の中での意識の差が大きいことが読み取れます。SDGなど環境問題や社会課題について学ぶ機会は増えているものの、持続可能な消費の担い手としての行動

までは広く浸透していないと考えられます。

本調査で対象とした企業の中には、小学生を対象に環境や社会に配慮した商品や消費に対する理解を深める教育機会の提供を行っている企業もありました。実際に学んだ内容を消費行動につなげていくためにも、実店舗における持続可能な商品やエシカルな商品の情報提供や認証を得ている商品の販売が重要と考えられます。

本調査で対象とした企業の中には、小学生を対象に環境や社会に配慮した商品や消費に対する理解を深める教育機会の提供を行っている企業もありました。実際に学んだ内容を消費行動につなげていくためにも、実店舗における持続可能な商品やエシカルな商品の情報提供や認証を得ている商品の販売が重要と考えられます。

日本総合研究所

リサーチ・コンサルティング部門

シニアコンサルタント 福谷 文音

88



期待されます。

* 記事に関するお問い合わせは

web@mlj.co.jp

までお願い致します。