

---

## 食品関連企業へのヒアリング調査

# 食品関連企業等へのヒアリング

## ヒアリングの実施概要

- 食品関連企業の人権リスク対応状況や取組むうえでの課題、政府への要望等を調査するため、食品関連企業や業界団体、CSR・サステナビリティ活動の支援を行う団体にヒアリングを実施した。
- ヒアリングはオンラインまたは対面で実施した。
- ヒアリングの結果は次頁以降で整理したとおり。

- ヒアリングを実施した企業・団体の属性は以下のとおり。
  - 食品加工メーカー（畜産加工品、水産加工品）
  - 菓子メーカー（2社）
  - 飲料メーカー
  - 油脂メーカー（2社）
  - 商社
  - 食品業界の業界団体
  - 農業協同組合連合会（2団体）
  - CSR・サステナビリティ活動のコンサルティングを行う団体
- 上記に加えて以下の会議でも出席企業より意見交換を実施した。
  - 持続可能な食料生産・消費のための官民円卓会議 ESG／人権作業部会
  - 食品業界団体主催「食品産業に係るビジネスと人権に関する意見交換会」

# 食品関連企業等へのヒアリング

食品関連企業等へのヒアリングで得られた意見

## 食品企業の 取組み状況 との特徴

- 原料調達の上流までさかのぼって調査している優良事例がある一方で、**多くの日本企業は人権デュー・ディリジェンスに對して躊躇**している。(コンサル)
- 「ビジネスと人権」の問題に取り組んでいる**中小企業はそう多くはない**。(業界団体)
- (人権リスクが比較的高いとされる品目(パーム油、ココア、コーヒー等)で、)日本企業の取組みの大半は第三者認証や自社調達基準を作るところまで。一步先の**自ら産地に入ってサステナビリティ調達を行い、商品価値を上げるような取り組みまでやっている企業は少ない**。(商社)
- 業界の大手企業はウェブサイトで原材料の調達理念やサステナビリティを掲げている。いずれその方向に進むと思われるが、**生乳生産の現場に近くなるほどそうした認識が薄い**のが実態である。(農業団体)
- 温室効果ガス削減やアニマルウェルフェアなど様々なことが要求されている。**経営状態の悪い酪農家が多く生活の維持も難しい状況**であり、経営の改善につながるものでない限り、人権対応などは二の次になってしまう。(農業団体)

## 重視すべき 人権課題や 品目

### 農業従事者の 労働問題

- 農業従事者の労働問題。ブラジル、ケニア、ベトナムでも、適正な価格が支払われているかという観点から見ると、農業従事者は低所得者が多いのが現状。(コンサル)
- 移民労働者の権利問題、女性の労働、地域住民、少数民族への配慮。(商社)

### 労働集約型 の品目

- 人権問題に抵触するおそれがあるのは、労働集約型で賞味期限の短い食品の製造企業。そうした品目(惣菜や一部のお菓子)製造で技能実習生が多く雇用されている。(コンサル)
- カカオマスやパーム油などで**児童労働がないことのトレースは大変**。(製菓)
- パーム、カカオ、コーヒーなどで、**「脆弱な人々」は途上国の調達先に多い**。(商社)
- (実態として、課題品目の産地で)児童労働問題は存在する。(コンサル)

### 技能 実習生

- **外資系企業の中には**仲介手数料への対応について**かなり高い水準での取組みを要求**してくる(送り出し国政府が徴収した手数料について)。(食品)
- 人権問題が起こりやすい制度となっており、**企業が違反の有無を確認しなくてはならない**。(飲料)

# 食品関連企業等へのヒアリング

食品関連企業等へのヒアリングで得られた意見

## 取組での課題

### 取組方法がわからない

- 会社として児童労働問題について取組むことを決めたが、取組を始めた当初、何から手を付けたら良いかわからなかった。(製菓)
- 中小企業は、何を具体的に行動したらよいかわからないことが問題だと思う。品質はISOを一つの目安にできるが、人権などは年々変化しており、ゴールが見えづらい。(飲料)
- 中小企業から「特に何もしていない」と聞くと、コミュニティとの関わりでは、清掃を地域で実施していたり、町内会に参加していたりする。児童労働に対して特別なことをしていないと考える企業が多いが、どんな会社でも面接や履歴書で年齢や身元を確認して採用しており、こうした当たり前のことも児童労働防止の取組。調達規範だけを見ても、多くの中小企業にとって、自分たちの取組が各項目にどう紐づくのかどうかかわからないことも多いので、サプライヤーに協力を求める企業側からの説明も重要。(飲料)

### コスト増・価格転嫁の難しさ

- 児童労働のない原材料を使うと生産価格に追加のコストが上乗せされる。児童労働に配慮したチョコを欧州で見るが総じて高価格帯の菓子であり、低価格商品の場合は価格転嫁が難しくコスト増に耐えられるのかどうか社内で議論があった。(製菓)
- 外資系CoCに基づく非常口の改修(シングルリリースで外開き等)等は多額の投資を要する。(製菓等)
- サプライチェーンの労働条件改善のためのプラットフォームとしてSEDEXやEcoVadisがあるが、両方への加入となるとコスト的に大変。(食品)
- 日本の消費者はサステナビリティ調達による付加価値に対価を払わない。ヨーロッパの消費者のマインドが異なる。一企業が消費者マインドを変えるのは難しい。(商社)
- 平均所得が日米で2倍以上も差がある中で、付加価値のついた物を購入する余力が日本にはなくなっている。(商社)
- パーム油は一般消費者からは見えにくい商品。メーカーとしては、森林や人権の問題、小規模農家支援など、RSPO認証やそれ以外のコストがかかっていることや、食品であっても日用品であっても持続可能な油としてRSPOが市場にもっと広がっていくような流れになってほしいが、民間企業1社だけではどうにもならない問題。(食品素材加工)
- 生産コストが上昇しているのにコスト転嫁できないという問題はある。競争のなかでいいものを安く仕入れるという販売方針があり、買ったときもある。生産現場にしわ寄せがくる。収益を上げることを考えると、人件費を安く抑えようとする誘因がある。(農業団体)

### 社内における温度差

- 調達部門とサステナビリティ部門との温度差がある。調達部門は、納期や価格、品質を優先。人権方針等の枠組みをつくって満足ではなく、調達部門といった実践の場にどう落とし込むかが大事。(食品)

# 食品関連企業等へのヒアリング

食品関連企業等へのヒアリングで得られた意見

|        |                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|--------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 取組での課題 | 流通の特殊性             | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 生乳は一般に<u>流通の過程で合乳</u>が行われるため、原材料である生乳を生産した酪農家や乳牛を遡って特定することは難しい。(農業団体)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|        | サプライヤーを巻き込んだ対応の難しさ | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 食品関連産業に含まれる<u>品目や企業は多岐にわたり、取組みは容易でない</u>。(コンサル)</li> <li>■ <u>一元集荷型による市場買い付け</u>のシステムでは、<u>サプライチェーンを遡れない</u>。(コンサル)</li> <li>■ 中小企業が<u>サプライチェーンを遡るのは難しい</u>。(業界団体)</li> <li>■ (パーム油について)NPOは、搾油工場からではなく農園までのトレースをやるべきと主張。<u>現地を必ず確認することは中堅企業からするとハードルがとても高い</u>。(食品素材加工)</li> <li>■ <u>小規模農家は</u>無数にいるなかで、<u>バリューチェーンの全容把握が難しい</u>。(商社)</li> <li>■ 取引先との契約において<u>サプライチェーンの全容を把握する権利があるとは定めていない</u>。<u>一次取引先などに通常の業務プラスアルファで協力をお願いしている</u>。(商社)</li> <li>■ <u>二次サプライヤーに直接アプローチできない</u>。一次サプライヤーを越えて直接関与すると頭越しに取引されるのではないかと一次サプライヤーが懸念する。(食品)</li> <li>■ <u>個人事業主に対して、高水準の規範を求めるのは難易度が高い</u>。(飲料)</li> <li>■ 取引停止にいたる基準は一概には決められない。代替サプライヤーがないところなどは難しい。(飲料)</li> <li>■ 原材料調達の理念やサステナビリティの潮流自体は否定しないが、<u>酪農家に向けた強制や押しつけになると現場の対応が困る</u>。(農業団体)</li> <li>■ GAP(農業生産工程管理)なども対応が進んでおらず、なぜ人権対応にコストをかけるべきなのか理解が難しい経営体もある。(農業団体)</li> </ul> |
|        | 調達上の課題             | <ul style="list-style-type: none"> <li>■ (中小企業にとって)サステナビリティ関連の原料調達は、<u>1ロットの単位が大きすぎて</u>当社では<u>取り扱えない</u>。(製菓)</li> <li>■ <u>RSPO</u>のIPモデル(Identity Preserved)に<u>対応したものだけを調達することは難しい</u>。一つの農園だけでは大量に生産できず、海外大手がすでにひも付きでを確保してしまっている。(食品素材加工)</li> <li>■ <u>認証品</u>しか買えないのは<u>安定調達上問題</u>。コストの面でも高くなる。人権デューディリジェンスを非認証農園で実施して、人権リスクがないことを担保する考え方もある。(飲料)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

# 食品関連企業等へのヒアリング

食品関連企業等へのヒアリングで得られた意見

取引先等からの要望に応える上での課題

- 日本企業の調達基準は日本法規をベースにしているが、外資系はグローバル基準であり、日本の国内法や慣行上問題のないことも認められないことがある（みなし残業が全く認められないなど）。（製菓）
- 求められるSAQに回答することは労力はかかる。SAQを何とか統一できないものか。（食品）
- 国によっては、国内法が十分でなかったり、労働基準法適用除外である場合もある。そのような場合、「なぜ法令以上のことをやらなければならないのか」と考える企業もいるはず。そのためサプライヤーに対しては説明会を実施し、国際的なトレンドなどについて話をしている。対応を依頼する側がしっかりと課題意識を伝えていく必要がある。（飲料）
- 多くのアンケートへの回答を要求されており、生産者はアンケート疲れを起こしている。（農業団体）

取組での課題

苦情処理メカニズムに関する課題

- 全ての取引先で相談窓口や苦情処理窓口は設けられているものの、外国人の場合は読み書きができる労働者が限られていることから、設置している意見箱の利用が難しく、相談は電話になるという実態や、苦情取扱実績のない窓口が見受けられた。また、電話での問い合わせでも、匿名性の確保が課題。（商社）
- ホットラインは2019年に設置をしたが、サプライヤーに周知しているもののほとんど使われていない。第三者のプラットフォームを活用しないと、透明性、公平性の観点から難しい。（飲料）
- サプライチェーンを含めた苦情処理メカニズムについて、通報があったとしても、その通報だけで本当に当社が原因なのかどうか判断できない場合もあり得る。調査が必要と言われても何のことがわからないというやり取りが生じ、犯人探しになってしまう。そういった点が解消されないと体制整備が難しい。参考になる事例があったら知りたい。（食品）
- グローバルでビジネスをすると、現地語や海外から苦情が来ることもありうる。今までの経験値も踏まえてやっていくしかない。苦情処理メカニズムは、公共性の高い組織や、弁護士の活用も考えていかなければならないのではないか。（飲料）



# 食品関連企業等へのヒアリング

食品関連企業等へのヒアリングで得られた意見

|           |              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----------|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 取組での課題    | 情報開示に関する課題   | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 企業は情報開示がうまくできていない。<u>開示をすることでリスクを負うと考える企業も多い</u>。文化的に、「満点でなければ開示できない」という考えのところも多い。本当は、うまく開示すれば評価につながる。「完璧な企業などはどこにも無い。<u>完璧ではないからこそ、個々を中心にデュー・デリジェンスを進めて改善に取り組んでいる</u>」という考え方で開示するのが良いだろう。(コンサル)</li></ul>                                                                                                                                                                                                     |
| 政府等に求める対策 | 普及啓発         | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 国内のビジネスと人権というテーマについて、<u>機運を高めるのが政府の役割</u>である。「必要だ」ということでも機運を高めていければと思う。政府に求めるとしたら、啓発や教育などを行うことが考えられる。(コンサル)</li><li>■ 日本人の考え方を変えていく必要があるのではないか。業界団体などが普及啓発などをしてくれればよい。(コンサル)</li><li>■ 社会的なムーブメントになるように、政府が動く方が変わっていきやすい。世間でSDGsという言葉が理解され、少し値段が高くても買う、<u>感度の高い若い人が増えたと一層進めやすくなる</u>。食品メーカーがサステナビリティ対応の製品を作って、消費者が消費していく流れが必要である。(製菓)</li></ul>                                                                |
|           | 食品業界に合わせたガイド | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 労働条件について、既存の規制と関連するところであるので、将来のガイドラインなど策定する際には、<u>守るべき内容をコンパクトにまとめると中小企業も理解しやすい</u>のでないか。(業界団体)</li><li>■ 人権デューデリジェンスについては、政府のガイドラインが作成されているが、<u>食品業界の特徴をとらえた手引書</u>があればいいと思う。その際は、<u>簡略に、実例を含めたもの</u>がいいだろう。(食品素材加工)</li><li>■ 既存のガイドラインも例示があり理解しやすいが、<u>より具体例を増やしてほしい</u>。(飲料)</li><li>■ ガイド(手引き)の内容の<u>水準が低すぎると問題</u>。政府が公表したガイドを満たして安心していても、<u>取引先等からより高い水準の人権対応を求められる</u>とかえって対応の負担が増える(食品素材加工)</li></ul> |

---

## IV. 企業の取り組み事例



# 企業の取組み事例の調査

## 実施概要

- 国内外の食品関連企業の人権リスク対応の取組み状況を把握するため、国際的な第三者機関やエシカル消費情報誌等で取組みが評価されている国内外食品関連企業や人権対応が報道等で取り上げられた事例を調査した。

### 調査対象企業

- Unilever
- Nestlé
- Plamil Foods
- Hampstead Tea & Coffee Co Ltd
- Divine Chocolate Ltd
- キリンホールディングス株式会社
- 有楽製菓株式会社

### 調査方法

- 机上調査及びヒアリング調査

# 企業の取組み事例の調査

事例調査の結果の整理と調査から得られる示唆

■ 国の内外や規模を問わず人権リスク対応を進めている企業も多く存在する。以下、企業事例から得られる示唆を整理する。

## 取組みの開示を進めることが重要

- 我が国企業の人権リスク対応の取組みは、世界から見て遅れをとっているとしばしば指摘される。海外の第三者評価機関は主として開示されている情報から入手できる情報から企業の取組みを評価するため、我が国企業の実際の取組みは評価以上に進展している場合もある。
- しかし、海外評価機関に限らず消費者等も含めてその企業の取組みは一義的にはウェブサイト等で開示されている情報から判断されることから、企業の取組みが正当に評価されるためには実施している取組みを積極的に開示していくことが重要である。
- 本報告書で取り上げたチョコレートや紅茶を生産・販売する中小企業のうち、エシカル消費情報誌で人権関連の取組みが高く評価されている事例では児童労働・強制労働、雇用に関するポリシーがウェブサイトで開示されている。それらは必ずしも作り込んだ図表や報告書形式になっているわけではない。ウェブサイトの作成・更新にもコストが必要であるが、平易な形式でもいいので、中小企業を含めて我が国企業は人権リスク対応の取組みを積極的に開示を進めることで自社の取組みを正当に評価してもらえるようになる。

## 優れた人権リスク対応を実施する日本企業も存在

- 海外の第三者評価機関の格付けでは総じて日本企業の評価は低くなっている。
- しかし、日本にも第三者評価機関からも優れた取組み (leading practices) として高く評価されるコミュニティ支援を実施する企業やNPOとの対話から児童労働問題への対応に着手する企業も存在する。
- 日本企業も優れた人権リスク対応を実施できることから、普及啓発等を通じて人権リスク対応の重要性や必要性の気づきを促すことが肝要である。

## 完璧でなくても開示を積極的に行うべき

- 事例として取り上げたユニリーバは、企業の人権への取組みを評価する第三者機関「企業人権ベンチマーク (CHRB)」で高い評価を得ている。しかし、それは人権侵害事例が存在しないためではなく、ユニリーバは不遵守状況についてもその件数と内容、対応状況を開示している。
- 日本企業の中には懸念や欠点がない状態にしてから開示したいと考える企業もあるが、欧米では「人権リスクのない企業は存在しない」というスタンスであり、「人権リスクはありません」と開示することは逆効果であるとの指摘もある (羽生田慶介『すべての企業人のためのビジネスと人権入門』日経BP、2022年、176頁)。
- 前述のヒアリング調査でも、開示によりリスクを負うと考える企業も多いことや文化的に「満点でなければ開示できない」という考えの企業が多いと指摘されているが、本来はうまく開示すれば良い評価につながることから、完璧ではないからこそ人権リスク対応を進めて改善に取り組んでいる」という考え方で開示することが望ましい。

# Unilever

## 企業概要・取組みの概要

|                |                                                                                                                                                   |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業名            | Unilever                                                                                                                                          |
| 本社住所           | 100 Victoria Embankment, London EC4Y 0DY, United Kingdom                                                                                          |
| 設立年            | 1930年                                                                                                                                             |
| 売上             | 524億ユーロ(2021年)                                                                                                                                    |
| 従業員数           | 148,000人(2021年)                                                                                                                                   |
| 事業内容           | 一般消費財(美容・健康、パーソナルケア、ホームケア、食品等)の製造・販売                                                                                                              |
| 主要製品           | Ben & Jerrys、Magnum、Wall's(以上、アイスクリーム)、Bango(醤油)、Equilibra(サプリメント)、Hellmann's(マヨネーズ)、Knorr(食品・飲料)、Vegetarian Butcher(代替肉)／等                       |
| 主な国内外拠点        | 世界190カ国のサプライヤーから調達                                                                                                                                |
| 企業HP           | <a href="https://www.unilever.com/">https://www.unilever.com/</a>                                                                                 |
| 「ビジネスと人権」関連ページ | <a href="https://www.unilever.com/planet-and-society/respect-human-rights/">https://www.unilever.com/planet-and-society/respect-human-rights/</a> |

### ビジネスと人権に関する 主な取組み

- ユニリーバは、企業の人権への取組みを評価する第三者機関「企業人権ベンチマーク(CHRB)」で高い評価を得ている。
- 2010年にユニリーバ・サステナビリティ・リビング計画(USLP)を策定。2014年から、女性の機会、職場における公平性、インクルーシブ・ビジネスの分野で変革のための目標を設定。USLPの後継として、持続可能で責任ある成長を推進しながら、優れたパフォーマンスを実現するための事業戦略である「Unilever Compass」を発表(2021年)。同戦略では生活賃金と生活所得に関する目標も定められている。初の人権報告書を2015年に公表。初の人権進捗報告書は2017年に公表。
- 「責任ある調達ポリシー(Responsible Sourcing Policy: RSP)」を策定。サプライヤーはRSPの人権要求事項の遵守が契約上義務付けられる。2021年7月から導入された「RSPファースト(RSP First)」プログラムのもと、新規サプライヤーはユニリーバとの取引前にRSPの要求事項を遵守可能であることが求められる。遵守していないサプライヤーには発注ができず、同プログラムによりサプライヤーで発生する人権問題の解決率が向上した。
- 人権DDは、①現実または潜在的な人権への悪影響の特定と評価、②影響評価の結果を関連する社内プロセスに統合し、影響へのビジネスの関与に応じた適切な措置、③人権への悪影響に対処するための措置とプロセスの有効性を追跡調査し、それが機能しているか確認、④影響の対処状況を伝達し、適切なプロセスが存在することを特に悪影響を受けるステークホルダーに提示する、というコンポーネントによって構成。紛争国や人権への悪影響が大きい国・地域では人権DDのレベルを追加(ミャンマーにおける従業員への緊急通報窓口の設置と必要に応じて派遣できる緊急対応チームの設置等)。

### 重要な人権課題の特定

- 8つの顕著な人権課題を特定(差別、公正な賃金、強制労働、結社の自由、ハラスメント、健康・安全性、土地の権利、労働時間)。
- 強制労働については、特に斡旋料(recruitment fee)対策のための行動計画を策定。ハラスメントについては、ジェンダー・フレームワークを発足し、農業や製造業、ラストワンマイルの配送におけるジェンダー差別の問題に取り組み、女性への訓練も実施。生活賃金・生活収入実現についてもCompassのコミットメントの一つに位置付け。
- ハラスメントの高リスク国の特定:特に重点的に対応すべき国の特定のため、3つの指標(国別の人権リスク指標、Global Database on Violence Against Women、サプライヤーへの監査で入手した独自データ)を活用。高リスク国として、バングラデシュ、ブラジル、中国、コロンビア、コートジボアール、エクアドル、エチオピア、ケニア、マレーシア、ナイジェリア、フィリピン、南アフリカ、スリランカ、トルコ、ベトナムを特定。また、ジェンダーに基づく暴力対処のうえで重要な作物として、茶、パーム、砂糖を特定。

(出所) Unilever, Human Rights Progress Report: Creating a fairer and more socially inclusive world 2021, p.9.

### 2030年までに直接的に取引する人々が生計賃金・生計所得を得ることを目標に掲げる

- 2021年に「ユニリーバに財・サービスを直接提供するすべての人は、2030年までに少なくとも生計賃金または生計所得を得る」という目標を定める。
- ユニリーバの生計賃金の定義:労働者及びその家族に相応の生活水準を満たすのに十分な、特定地域の労働者が標準的な労働週に受け取る報酬。
- FWN(Fair Wage Network)と協力して、サプライヤーが支払った賃金とユニリーバが設定した閾値とのギャップを明らかにするための調査を実施(労働者への対面インタビューなど)。
- 2020年には、ユニリーバの全従業員が生計賃金を得るという目標は達成。
- 生計賃金と法定最低賃金のギャップが大きくユニリーバの調達先が多い市場を優先市場として特定:ブラジル、中国、インド、インドネシア、フィリピン、ベトナム
- 取組みの一例:生活賃金に関する社内研修の実施。Business Fights Poverty、ハーバード大学、Shift、ケンブリッジ・サステナビリティリーダーシップ研究所の生活賃金の保障のビジネス上の利益の研究を支援。
- 農業サプライチェーンにおける生活所得プログラムにおける5つの重要作物として、茶、パーム、バニラ、ココア、野菜を特定し、実施計画を作成。

(出所) Unilever, Human Rights Progress Report: Creating a fairer and more socially inclusive world 2021, pp.14-15.; Human Rights Report 2020, pp.25-27.

### 責任ある調達方針の策定

- 2017年に「ユニリーバ責任ある調達ポリシー (Unilever Responsible Sourcing Policy)」を策定。すべてのサプライヤーが遵守しなければならない12の義務的要件 (mandatory requirement) と開示要件を定める。義務的要件は以下のとおり。
  1. ビジネスは合法的かつ誠実に行われること
  2. 仕事は自由な合意と文書化された雇用条件に基づいて行われること
  3. 全ての労働者は尊敬と尊厳をもって平等に扱われること
  4. 全ての仕事は自発的に行われること
  5. 全ての労働者は適切な年齢であること (15歳以上または法定最低使用年齢以上)
  6. 全ての労働者は公正な賃金を支払われること
  7. 全ての労働者の労働時間は合理的であること
  8. 全ての労働者は労働組合の組織・参加、または団結交渉 (またはしない) 権利を行使できること
  9. 全ての労働者の業務時の健康と安全は保護されていること
  10. 全ての労働者は公正な手続きと救済にアクセスできること
  11. 先住民を含むコミュニティの土地の権利は保護及び促進されること
  12. ビジネスは持続可能性を包含し、環境への影響を減らすよう行われること
- 不遵守時はすぐにユニリーバに報告しなければならず、それを怠った場合はRSP違反となる。サプライヤーや従業員、請負業者は不遵守事例や疑わしい事例を電話またはオンラインでユニリーバに報告できる。懸念事項は調査され、その結果についてサプライヤーと協議する。是正が必要な場合は、是正措置や実施計画、スケジュールを検討し、ユニリーバに報告しなければならない。

(出所) Unilever, Unilever Responsible Sourcing Policy: Working in Partnership with for Suppliers, 2017, p.3, 11.

### 強制労働撲滅のための斡旋料対策

- 強制労働撲滅の取組みの一環として、「雇用者支払い原則(労働者が仕事のために支出を求められないという原則)」のもと、斡旋料(recruitment fee)に取り組むための行動計画を策定し、2021年より開始。労働者が斡旋料の借金により職場に拘束されていると、生計賃金を得ているとはみなされない。
- キャパシティ・ビルディングとトレーニング: 強制労働問題の発見、予防、是正のための知識やツールを、監査人、調達チーム、サプライヤーに提供。
- サプライヤーには、①責任ある採用へのコミットメントの明確化、②人材紹介エージェントのスクリーニングと人権DDの実施、③パスポートの取り上げや斡旋料の禁止条項を含めたエージェントとの契約、④責任ある採用の構成要素やその重要性、労働者の権利に関する透明性を理解するための経営層や労働者の訓練、⑤苦情処理メカニズムが求められる。
- サプライヤーに対する、Eラーニング・プラットフォームや責任ある採用ガイダンスツールが導入され、サプライヤーは、動画やクイズ、ツールキットなどに自由にアクセスできる。
- サプライヤーには斡旋料の返済を求める。労働者が支払った斡旋料の調査、返済可能性の調査、返済料の計算、誰が返済するかについて合意、返済までの期間、移住・地域労働者とのエンゲージメントやコミュニケーション、返済の確認を行う。
- たとえば、あるマレーシアの包装サプライヤーと協力して、外国人労働者が支払った非倫理的な斡旋料や関連コストの返済を支援。返済支援対象は複数の国からの外国人労働者253名。

### 監査人も対象にした多層的なキャパシティ・ビルディング

- 責任ある採用に関して外部の監査人が十分に取上げてこなかったことから、ユニリーバは、いかなる状況においても、使用者がパスポートなどの個人文書を保管すべきではないこと、労働者は常に個人文書を保管できるようにすべきであること、労働者が24時間アクセスできるように個人文書を保管するための安全な場所を提供されるべきであること。寮に住む労働者には、個人の持ち物を保管するための安全なロッカーを提供すべきことなどの重要性を理解するよう監査人に求めた。
- 斡旋料対策の問題発見のため、監査人向けのガイダンスを実施。オンラインワークショップにより、500人以上の監査人を訓練。
- ハラスメント防止でも、ジェンダーに基づく暴力の発見のためにサプライヤーを監査する組織のスキルの向上と監査員の能力向上に取り組む。

(出所) Unilever、Human Rights Progress Report: Creating a fairer and more socially inclusive world 2021.



### 不遵守状況への対応と開示

- RSP不遵守事例のうち、生命や身体、及び人権への重大なリスクを「重大インシデント(Key Incident)」に指定。重大インシデントの発見時は、関西に24時間以内にユニリーバに上げられ、サプライヤーは7日以内に是正措置計画を作成しなければならない。その後確認のために90日以内にフォローアップ監査が実施される。大規模な投資や改革が必要な場合は、サプライヤーはリスク軽減のための暫定計画を作成しなければならない。
- サプライヤーの監査で発見されたRSP府遵守事例件数等のデータを人権進捗報告書で開示(開示状況については次ページ参照)。

### 外部専門家・機関・団体との協働

- 労働者関連: Oxfam
- ハラスメントの撲滅や女性へのエンパワーメント: RSPO(パーム油)、Resonance、Bonscro(砂糖)
- 公正な賃金: IDH(Sustainable Trade Initiative)、Oxfam、Business Fights Poverty、Harvard University、Shift、Cambridge Institute for Sustainability Leadership
- CGF(Consumer Goods Forum、人権と持続可能なサプライチェーン)、世界経済フォーラム(WEF、人権、平等と社会正義、労働の未来、透明性と反汚職)、AIM-Progress(責任ある調達)、Leadership Group for Responsible Recruitment(LGRR、責任ある採用)、Business for Inclusive Growth(B4IG、インクルーシブな成長)

(出所) Unilever、Human Rights Progress Report: Creating a fairer and more socially inclusive world 2021.



## RSP不遵守事例の件数と内容(2020年)

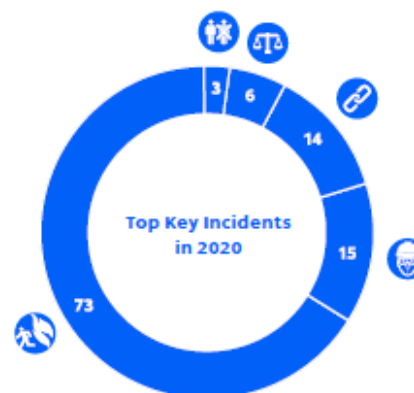
### Appendix: 2020 supplier audit data



### Key Incidents in 2020

Unilever defines the most severe non-conformances as Key Incidents. A key incident typically represents a significant risk to life or injury, or a significant human rights contravention. These are escalated to Unilever within 24 hours by the auditors and require the creation of a Corrective Action Plan within seven days by the supplier. As with all non-conformances, a follow-up audit is required within 90 days to confirm

that the actions taken have been sufficient to remediate the identified issues. The nature of some Key Incidents means it may not be possible to close them within this time frame before the follow-up audit, because capital investment or significant changes are needed. In such cases, the supplier will need to develop an interim plan to reduce the risk until the permanent solution can be put in place. The key incident will continue to be recorded as 'open' until fully remediated.



#### Key



#### Fire safety

Issues such as non-functioning or absent fire alarms or fire-fighting equipment/ systems that would not warn workers of a fire emergency or allow the fire to be controlled.



#### Health & safety

Issues that represented a threat to life or imminent risk of injury.



#### Forced labour

Issues relating to document retention or worker payment of fees.



#### Business integrity

Issues relating to conducting business with integrity and in accordance with relevant legal requirements.



#### Discrimination

Issues related to discrimination based on caste, national origin, ethnicity, religion, age, disability, gender, marital status, sexual orientation, union membership, political affiliation, health, disability or pregnancy.

#### Key

- Not current supplier
- Open
- Delisted
- Closed

## RSP不遵守事例の件数と内訳の詳細及び発生地域(2020年)

### Appendix: 2020 supplier audit data

#### Fair wages

Numbers during 2020: 935

##### Non-conformances versus mandatory requirement

|                                        |     |
|----------------------------------------|-----|
| Payments to workers are transparent    | 321 |
| Local legal requirements are respected | 296 |
| Records are maintained consistently    | 179 |
| Policies and procedures in place       | 61  |
| Fair and equal pay to all workers      | 37  |
| Records and payments are accurate      | 34  |
| Living wage approach in place          | 7   |

##### Non-conformances by business area

|                                 |     |
|---------------------------------|-----|
| Packaging                       | 266 |
| Naturals                        | 240 |
| Chemicals                       | 161 |
| Third-party manufacturing       | 116 |
| Logistics                       | 66  |
| Marketing and business services | 48  |
| Other                           | 30  |
| Capex and MRO                   | 8   |

##### Location of non-conformances

|                             |     |
|-----------------------------|-----|
| South Asia                  | 311 |
| SEAA                        | 279 |
| LATAM                       | 113 |
| North Asia                  | 82  |
| NAMET and RUB               | 78  |
| Central and Southern Africa | 72  |

#### Forced labour

Numbers during 2020: 97

##### Non-conformances versus mandatory requirement

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Avoidance of forced labour                     | 50 |
| Policies and procedures in place               | 17 |
| Contracts are in a language workers understand | 16 |
| Verification of legal status of workers        | 13 |
| Documents/papers not retained                  | 1  |

##### Non-conformances by business area

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Packaging                       | 33 |
| Naturals                        | 21 |
| Chemicals                       | 17 |
| Third-party manufacturing       | 17 |
| Marketing and business services | 3  |
| Other                           | 3  |
| Logistics                       | 2  |
| Capex and MRO                   | 1  |

##### Location of non-conformances

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| SEAA                        | 50 |
| NAMET and RUB               | 17 |
| South Asia                  | 14 |
| Central and Southern Africa | 8  |
| LATAM                       | 8  |

#### Freedom of association

Numbers during 2020: 124

##### Non-conformances versus mandatory requirement

|                                         |    |
|-----------------------------------------|----|
| Freedom of association is respected     | 66 |
| Councils are properly organised and run | 58 |

##### Non-conformances by business area

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Packaging                       | 48 |
| Naturals                        | 27 |
| Chemicals                       | 19 |
| Third-party manufacturing       | 19 |
| Logistics                       | 4  |
| Marketing and business services | 4  |
| Other                           | 3  |

##### Location of non-conformances

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| South Asia                  | 39 |
| SEAA                        | 38 |
| LATAM                       | 17 |
| NAMET and RUB               | 16 |
| Central and Southern Africa | 10 |
| North Asia                  | 4  |

#### Discrimination and harassment

Numbers during 2020: 174

##### Non-conformances versus mandatory requirement

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| Training and understanding of workers | 90 |
| Maternity protection in place         | 37 |
| Policies and procedures in place      | 30 |
| Free from discrimination              | 17 |

##### Non-conformances by business area

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Packaging                       | 60 |
| Naturals                        | 42 |
| Third-party manufacturing       | 32 |
| Chemicals                       | 17 |
| Marketing and business services | 14 |
| Logistics                       | 4  |
| Other                           | 4  |
| Capex and MRO                   | 1  |

##### Location of non-conformances

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| SEAA                        | 55 |
| LATAM                       | 40 |
| South Asia                  | 30 |
| North Asia                  | 19 |
| Central and Southern Africa | 17 |
| NAMET and RUB               | 13 |

# Nestlé

## 企業概要・取組みの概要

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業名            | Nestlé                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 本社住所           | Nestlé S.A. Avenue Nestlé 55 CH-1800 Vevey (Switzerland)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 設立年            | 1866                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| 売上             | 871億CHF(スイスフラン) (2021)※1CHF＝約149 円                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 従業員数           | 276,000人                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 事業内容           | 飲料、食料品、菓子、栄養補助食品、ペットフード等の製造・販売                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 主要製品           | ネスカフェ、ネスプレッソ、サンペレグリーノ、ペリエ、キットカット、ミロ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| 主な国内外拠点        | 日本、米国、中国、フランス、英国、メキシコ、ブラジル、フィリピン、ドイツ、カナダ、インド、ロシア、イタリア、スペイン、オーストラリア、スイス                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 企業HP           | <a href="https://www.nestle.com/">https://www.nestle.com/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 「ビジネスと人権」関連ページ | <a href="https://www.nestle.com/sustainability/human-rights">https://www.nestle.com/sustainability/human-rights</a><br><a href="https://www.nestle.com/sites/default/files/2021-12/nestle-human-rights-framework-roadmap.pdf">https://www.nestle.com/sites/default/files/2021-12/nestle-human-rights-framework-roadmap.pdf</a><br><a href="https://www.nestle.com/sites/default/files/2019-12/nestle-tackling-child-labor-report-2019-en.pdf">https://www.nestle.com/sites/default/files/2019-12/nestle-tackling-child-labor-report-2019-en.pdf</a> |

### ビジネスと人権に関する主な取組み

■ ネスレ社はバリューチェーンにおける複雑かつ体系的な人権リスクを評価し、対処し、改善するために、ネスレは「人権の枠組みとロードマップ」を策定している。「人権枠組み」では、人権問題に関する様々な行動計画が策定されている。それぞれの行動計画ごとに、バリューチェーンにおいて同社が取るべき事項が策定されている。当該フレームワークは、同社が事業を展開するさまざまな市場で新たに制定される人権デュー・ディリジェンスにも対応している。

■ 「人権枠組み」に示される重要な課題として、以下の取組を挙げている。

- 1) 児童労働問題と教育へのアクセス、2) 強制労働問題と責任ある人材採用、3) 生活所得と生活賃金、4) ジェンダー平等、差別の解消、ノンハラスメント、5) 労働安全及び健康、6) 組合結成と団体交渉の自由、7) 水と衛生を確保する権利、8) 先住民族・地域社会の土地の権利、9) データ保護とプライバシー、10) 食料を得る権利及び栄養価が高く安価で適切な食事へのアクセス

## 「人権の枠組みとロードマップ」に基づく10の重要課題に対する行動計画を策定

- 行動計画は、各重要課題の評価、対処、報告に関する同社の戦略を明確にし、バリューチェーン全体で何に取り組むべきか、またどのような集団行動をとるべきかを定義するもの。
- 「人権枠組み」では、10の「重要な課題」としている(前頁参照)。各種の行動計画は、同業の食品メーカー、市民社会、NGO、政府との新たな関わりを呼び起こし、連携して行動を推進することを目指すものである。連携によって、重要な課題の根本原因に取り組み、規模に応じたプラスのインパクトを生み出すことを図る。
- 同社は、2022年末までにすべての重要課題の行動計画を策定し、2025年末までに主要業績評価指標(KPI)に対する進捗を報告する予定である。
- これらの行動計画は、2009年から2017年にかけて実施した13件の人権影響評価(HRIA)、自社事業と上流サプライチェーンの両方を対象とした監査・監視プロセス強化の結果、スピークアップシステムに記録された苦情、そして2020年と2021年にかけて開発した人権リスク評価(HRRA)の方法に基づくものである。

### 【Nestlé社の今後のステップについて】

#### ■ 強固な基盤づくり

これまでの当社の活動は、当社の事業やサプライチェーンにおける人権リスクを評価、対処し、報告するためのシステムを構築し、企業及び現場レベルでのプロセスを開発することであった。また、人権に対する意識が低いところの意識を高め、必要な能力を高めることで、大きな前進を遂げてきた。

#### ■ 教訓を生かす

当社の経験上、人権に関するリスクを評価し、対処するために、現場でのデューデリジェンスが重要であると認識している。また、デューデリジェンスが効果的であるためには、方針や手順など、強力なガバナンス体制が必要であることについて教訓を得た。最後に、成功は、進捗と課題に関する透明性のある報告とともに、外部のステークホルダーとの関与とパートナーシップに依存する。

#### ■ 今どのように進むか

当社は、人権への取り組みを拡大するため、より戦略的なアプローチを実施している。2022 年末までに、10 の重要課題ごとに行動計画を公開する。これらの行動計画は、「評価-対処-報告」のフレームワークに基づいて、すべての重要課題に対する戦略的かつ包括的なアプローチを開発するのに役立つ。

#### ■ 当社の目指すところ

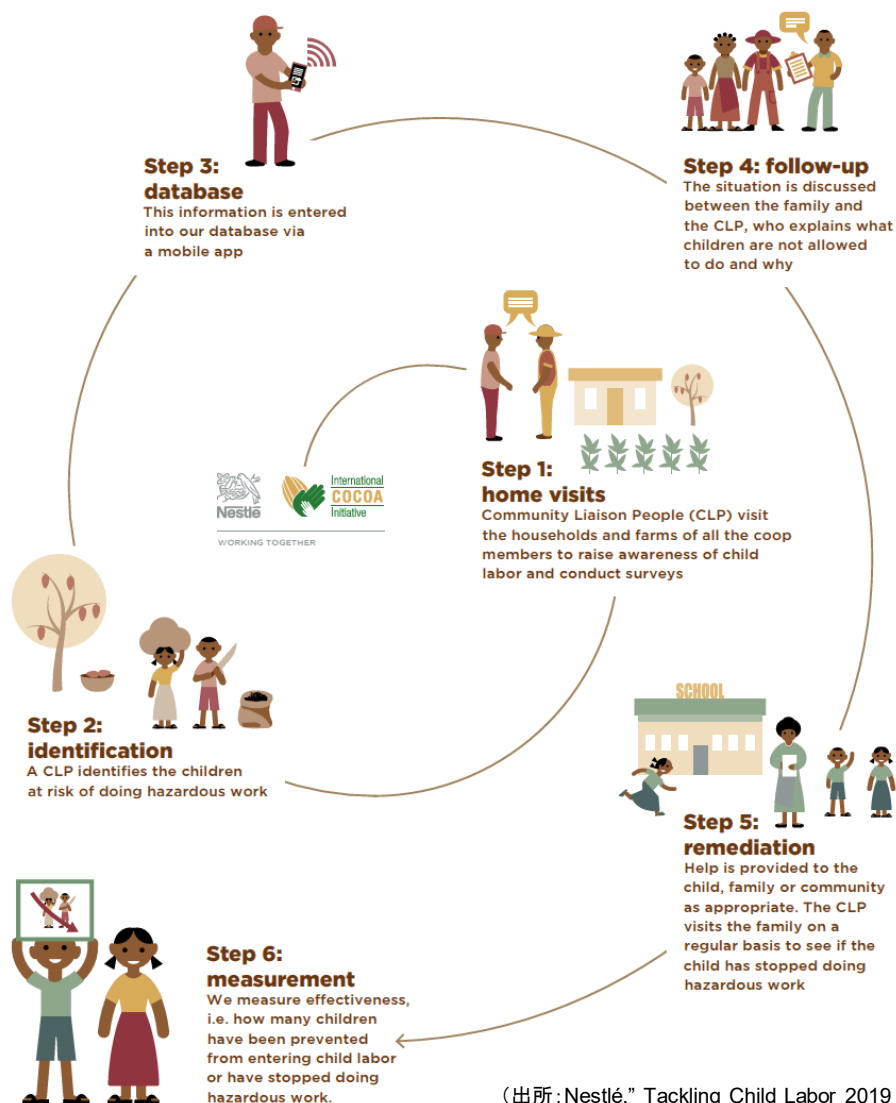
2025年までに、当社は行動計画に対する進捗を報告する予定である。当社のロードマップは、当社が人権にどのようにアプローチしていくかについて明確な戦略を示しているが、当社が前進するに従い、現状に即してアプローチを継続的に適合させていく。

## 児童労働問題と教育へのアクセスに向けた取組み

- ネスレ社による児童労働問題の取組みとして実施した「ネスレ・ココアプラン」の実施の経過は以下の通り。
  - 同社は2009年に、「ネスレ・ココアプラン」を立ち上げた。その目的は、「カカオ農業をより持続可能なものにし、農家の生活を改善し、製品の品質を向上させる」ために、「ネスレ・ココアプラン」の実現のために、2019年までの10年間で2億2,400万スイスフランを投資した。
  - 2012年に食品業界で初めて、包括的な「児童労働監視・改善システム」(Child Labor Monitoring and Remediation System: CLMRS)を導入。
  - 2012年から2017年の5年間で、ネスレ社はコートジボワールの40,728人の子どもにアプローチし、そのうち7,002人が5年の間に危険な労働に従事していることを確認した。
  - その後、啓発活動、改善支援、モニタリングを継続した結果、これらの子どもの51%が危険な仕事に従事しなくなったことを確認した。
  - これらの知見を踏まえて、同社はCLMRSの適用を拡大し、2019年時点では、コートジボワールの78,580人の子どもにアプローチしている。同社は、改善活動の範囲と規模を拡大し、教育へのアクセス及び質の向上に取り組んでいる。
- サプライチェーン全体で取り組むCLMRSの仕組み
  - CLMRSは、主に教育へのアクセスを向上させることで、児童労働の状態の改善につなげるもの。CLMRSは、貧困層の多いカカオやヘーゼルナッツ農家のコミュニティの中からリスクのある子どもを特定し、彼らの幸福度を長期にわたってモニタリングするものである。
  - 西アフリカのカカオに関する児童労働の多くは、家族経営の農場で親を支える子どもによるものである。しかし、親は自分の子どもの状況が、「児童労働」にあたることに無自覚であることも多い。同社は、地域社会のコミュニティ・リエゾン・パーソン(CLP)による地域の啓発活動や家庭訪問を通じて、法令に基づき子どもが従事できる活動について農家が区別できるよう支援している。
  - 地域社会のCLPは、すべて地域社会の出身者で構成されており、危険な状態にある子どもを発見すると、地域コミュニティと協力して、教育活動、家族のために収入を得るための活動(カカオの木の収量を向上させたり、他の作物の栽培や動物の飼育など、収入源を多様化させるための支援)、農作業の支援など、各家庭に適した支援を提供している。
  - 児童労働の解決は非常に困難なケースもあり、児童労働を撲滅する上では、産業界、政府、NGO、農民やコミュニティとの連携が必要である。
  - 過去の取組経験から、児童労働の防止・削減には特に教育が効果的であることが判明している。2012年にプログラムを開始以来、53の学校を建設・改修し、学校用キットの提供や出生証明書の交付に資金を提供し、仕事のために学校を休んだ子どもたちに特別クラスを提供する等の教育へのアクセスを向上させてきた。
- 2025年までに、ネスレの製菓用カカオのすべてをネスレ・ココアプランで調達する方針を示している。西アフリカからのすべての調達でCLMRSを使用する予定である。



## 「児童労働監視・改善システム」(CLMRSが機能する仕組み)



### ステップ1: 家庭訪問

コミュニティ・リエゾン・パーソン (CLP) が家庭や農場を訪問し、児童労働に対する意識啓発と調査を実施

### ステップ2: 特定

CLPは、危険な労働に従事するリスクのある子どもを特定する。

### ステップ3: データベース化

この情報は、モバイルアプリでデータベースに登録される。

### ステップ4: フォローアップ

家族とCLPが話し合い、CLPは、子どもたちがしてはいけないこと、その理由を説明する。

### ステップ5: 改善措置

子ども、家族、コミュニティに対して、適宜、支援を提供。

CLPは家庭に定期訪問し、子どもが危険な仕事をしなくなったか否かを確認する。

### ステップ6: 測定

効果を測定する。(例: 何人の子どもが児童労働から解放されたか、危険な労働をやめたか。)

# Nestlé

## 特徴的な取組み

### Reach of the system

|                                  | 2017         | 2019   |
|----------------------------------|--------------|--------|
| 5~17歳のモニタリング対象の子ども               | 40,728       | 78,580 |
| CLMRSにおいて児童労働の状態にあると特定されている子どもの数 | 7,002        | 18,283 |
| 児童労働率                            | 17%          | 23%    |
| 最低一つ以上の改善措置を受けた子どもの数             | Not measured | 15,740 |

### Community members educated about child labor



2017  
(cumulative)

**163,407**  
attendees

**5,877**  
sessions

2019  
(cumulative)

**593,925**  
attendees

**56,183**  
sessions

### Number of CLPs



**1,246**

2017

**1,640**

2019

### Communities covered by our CLMRS



2017

**1,553**

2019

**1,751**



# Plamil Foods

## 企業概要・取組みの概要

|                |                                                                                                                                                     |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業名            | Plamil Foods                                                                                                                                        |
| 本社住所           | Bowles Well Gdns Dover RdFolkestoneCT19 6PQ, UK                                                                                                     |
| 設立年            | 1964年                                                                                                                                               |
| 売上             | 7,700,000ポンド(約13億円、Ethical Consumer調べ)                                                                                                              |
| 従業員数           | —                                                                                                                                                   |
| 事業内容           | 食品製造                                                                                                                                                |
| 主要製品           | チョコレート、植物性代替ミルク、ビーガン製品                                                                                                                              |
| 主な国内外拠点        | 製造は英国内のみ                                                                                                                                            |
| 企業HP           | <a href="https://www.plamilfoods.co.uk/">https://www.plamilfoods.co.uk/</a>                                                                         |
| 「ビジネスと人権」関連ページ | <a href="https://www.plamilfoods.co.uk/about/ethical-environmental-policies">https://www.plamilfoods.co.uk/about/ethical-environmental-policies</a> |

### ビジネスと人権に関する主な取組み

- エシカル消費に関する代表的な雑誌である「Ethical Consumer」で、多くの製品が「Ethical Consumer Best Buy」に認定されている企業。
- 生産のすべての段階を可能な限り管理するため、自社工場にて商品を生産。
- Fairtrade、Rainforest Alliance、UTZなどの認証を取得しているサプライヤーからカカオ等の原材料を調達。
- Ethical Trading Initiativeの規範を遵守しており、Ethical Consumerのサプライチェーン管理格付でも最高評価を取得。

# Plamil Foods

## 特徴的な取組み

### 第三者からの情報に基づき児童労働・強制労働のない原料調達に対応

- 児童労働や強制労働によって生産された原料や製品を調達しないことをコミットメント。
- サプライヤーの労働ポリシーについては自社で可能な限り収集するとしつつも、第三者によって提供される情報に基づいて判断している。

### 倫理取引イニシアチブの労働基本規範に基づく労働権の確保

- 賃金・労働条件・差別禁止については法令順守に加えて、「倫理取引イニシアチブ(Ethical Trading Initiative)」の基本規範(Base Code)に依拠。
- 結社の自由、労働組合加入、団体交渉権を労働者が保有することは同社ウェブサイトで明記。

### Plamil Foodsの児童労働・強制労働、雇用に関するポリシー(抜粋)

**3. Child and Forced Labour:** Plamil has a commitment to never knowingly use or source ingredients or products that result from child labour (such as defined by UNICEF) or from forced or exploitative adult labour. While Plamil gathers as much information as possible from suppliers regarding their labour policies, we are reliant on the information provided by third parties on this issue.

**4. Employment:** Plamil adheres to, and is governed by, all UK employment legislation regarding pay, conditions and anti-discrimination law. Plamil also adheres to the Ethical Trading Initiative Base Code. Employees have a right to freedom of association, union membership and collective bargaining to the extent permitted by law. Employees receive additional development and training commensurate to, and often above, the requirements of their job function. The policies and practises of the company protect these rights. Employees are expected to uphold the company's ethics in their internal and external activities and interactions.

(出所) Plamil Foods, <https://www.plamilfoods.co.uk/about/ethical-environmental-policies>.

# Plamil Foods

## 特徴的な取組み

### 第三者認証を活用したサプライチェーン管理

- サプライヤーの調達管理や監査は、適切なコミュニケーションとサプライヤーから入手する書面情報によって実施。
- チョコレートに使用されるカカオなど主要原料は、OrganicやUTZ/Rainbow Allianceなどの認証品の活用などをによって生産基準を担保。カカオは認証品のみを使用。
- 債務労働(bonded labor)や児童労働、奴隷労働、森林伐採を最小化できる生産地から原材料を調達。Plamil Foodsのカカオでは、これらのリスクが低いドミニカ共和国から主に調達。また、西アフリカで生産されるカカオはすべてRainforest Alliance認証品。
- ココアマスやココアバターは認証カカオのみを販売する生産者から調達。認証品と非認証品を両方扱う生産者から調達しない(非認証品は債務労働、児童労働、奴隷労働によって生産されていると同社が判断しているため)。

(出所) Plamil Foods, <https://www.plamilfoods.co.uk/about/ethical-environmental-policies>; Ethical Consumer, “Plamil Foods Ltd,” <https://www.ethicalconsumer.org/company-profile/plamil-foods-ltd>.

#### 【参考: Ethical Consumer誌によるPlamil Foods社の取組みに対する評価】

- Ethical Consumer誌より「Best Ethical Consumer rating for Supply Chain Management」と「Best Ethical Consumer rating for cocoa supply chain management」の評価を受ける。
- 小規模な企業については、大企業と同レベルでのサプライチェーン・マネジメントの実施までは期待できないことから、明確なグッド・プラクティスではないにせよ、有効なサプライチェーン管理を示すことは求められる。例えば、強制労働、児童労働、労働組合、差別、賃金、労働時間などの問題について、サプライチェーンにおける労働者の権利に関する基準の設定や、サプライヤー訪問、監査プロセス、認証品の利用を通じて、これらを検証するために何らかの措置を講じていることを示すことも求められる。
- Plamil Foodsは、児童労働と強制労働に関する方針、組合結成の自由、労働組合の加入権、従業員の団体交渉権についての方針と慣行が整備されているとウェブサイトで掲載。
- カカオなどリスクの高い特定の原材料については、認証品の使用などにより高い生産基準を満たしていることや、主にドミニカ共和国で生産された認証カカオを使用し、債務労働や児童労働・奴隷労働、森林伐採問題を最小限に抑えていることをウェブサイトで掲載。
- これらの情報により、サプライチェーンにおける労働者の権利を管理する優良事例であると評価。

(出所) Ethical Consumer, “Plamil Foods Ltd,” <https://www.ethicalconsumer.org/company-profile/plamil-foods-ltd>.

# Hampstead Tea & Coffee Co Ltd

## 企業概要・取組みの概要

|                |                                                                                                                           |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業名            | Hampstead Tea & Coffee Co Ltd                                                                                             |
| 本社住所           | 2 Jardine House Harrobian Business Village, Bessborough Road, Harrow, England, HA1 3EX                                    |
| 設立年            | —                                                                                                                         |
| 売上             | —                                                                                                                         |
| 従業員数           | —                                                                                                                         |
| 事業内容           | 紅茶、緑茶、ハーブティの販売                                                                                                            |
| 主要製品           | 紅茶、緑茶、ハーブティ                                                                                                               |
| 主な国内外拠点        | —                                                                                                                         |
| 企業HP           | <a href="https://www.hampsteadtea.com/">https://www.hampsteadtea.com/</a>                                                 |
| 「ビジネスと人権」関連ページ | <a href="https://www.hampsteadtea.com/pages/our-ethical-values">https://www.hampsteadtea.com/pages/our-ethical-values</a> |

### ビジネスと人権に関する 主な取組み

- エシカル消費に関する代表的な雑誌である「Ethical Consumer」で、茶やハーブティーが「Ethical Consumer Best Buy」に認定されている企業。
- 茶葉が100%オーガニック、プラスチック不使用・堆肥化可能なパッケージ、バイオダイナミック有機農法、フェアトレードなど、エシカルや持続可能性を意識した茶を販売。
- 1980年代後半からFairtrade認証製品を生産する最初の英国の企業の一つ。

# Hampstead Tea & Coffee Co Ltd

## 特徴的な取組み

### フェアトレードへのこだわり

- 1980年代後半に初めてFairtrade認証品を扱った英国企業の一つ。
- 土地ないし人々に対して非倫理的な慣行を行っている事業者とは取引しないことをウェブサイトで明記。
- Fairtradeまたはバイオダイナミック有機農法の認証であるDemeterの認証品を取り扱う。

### 高い価格でサプライヤーから購入

- 同社のルースリーフ紅茶（茶葉のまま売られている紅茶）は、倫理的でオーガニック／バイオダイナミック農法による農園から供給されている。
- 同社はサプライヤーから茶葉を高い価格で購入（特にルースリーフ紅茶）。
- Fairtrade基金を通してファンドを送る代わりに、追加的なプレミアムを茶葉のサプライヤーに支払う（そのため、ルースリーフ紅茶にFairtradeの認証は付いていない）。

（出所）Hampstead Tea, FAQ'S, <https://www.hampsteadtea.com/pages/faqs>.

### Hampstead Teaのフェアトレードの取組みの紹介



Way back in the late 1980s we were among the first in the UK to produce Fairtrade certified products, so we're a bit sentimental about it. Since then our Fairtrade range has grown and our passion has remained. As part of our mission to give back more than we take, that also includes supporting the workers and their families. Fairtrade is an excellent organisation which, among other great things, gives the workers a premium which they invest into healthcare, education and housing. You can find out more about our Fairtrade partnership [here](#).

\*The Earl Grey and Green Tea with Jasmine envelopes which hold the tea bags have a thin layer of plastic to act as a barrier for the organic bergamot oil.

（出所）Hampstead Tea, "OUR ETHICS," <https://www.hampsteadtea.com/pages/our-ethical-values>.

# Hampstead Tea & Coffee Co Ltd

## 特徴的な取組み

### 【参考: Ethical Consumer誌によるHampstead Tea & Coffee Co Ltd社の取組みに対する評価】

- Ethical Consumer誌より「Best Ethical Consumer rating for Supply Chain Management」の評価を受ける。
- Hampstead Tea & Coffee社は小規模な企業であり、ウェブサイト上で労働者の権利保護が明確に示されていればサプライチェーン管理について最高評価を取得することが可能。
- ウェブサイトにて、同社は、1980年代後半にフェアトレード認証品を最初に製造した英国企業の一つであることや、フェアトレードを支持していること、すべての製品が持続可能で倫理的な農場や農家から来ていると述べている。また、土地や人々に対して非倫理的な行いをする事業者と取引しないこと、サプライヤーについて完全に透明であり、茶葉や花、種子の由来も示すことができると述べている。同社製品はフェアトレードないしDemeter認証(オーガニック認証の一つ)を取得していることや、サプライヤーから茶葉を高い価格で購入していることなどを示している。
- 同社は売上高が100万ポンドを下回る企業であり、慣行の内容が明示的ではないものの効果的であると考えられることから、Ethical Consumer誌によるサプライチェーン管理の最高評価を得ている。

(出所) Ethical Consumer, “Hampstead Tea & Coffee Co Ltd,” <https://www.ethicalconsumer.org/company-profile/hampstead-tea-coffee-co-ltd>.



# Divine Chocolate Ltd

## 企業概要・取組みの概要

|                |                                                                                                                                                       |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業名            | Divine Chocolate Ltd                                                                                                                                  |
| 本社住所           | 英国                                                                                                                                                    |
| 設立年            | 1998年                                                                                                                                                 |
| 売上             | 14,000,000ポンド(約24億円、Ethical Consumer調べ)                                                                                                               |
| 従業員数           | —                                                                                                                                                     |
| 事業内容           | チョコレート製造・販売                                                                                                                                           |
| 主要製品           | チョコレート                                                                                                                                                |
| 主な国内外拠点        | —                                                                                                                                                     |
| 企業HP           | <a href="https://www.divinechocolate.com/">https://www.divinechocolate.com/</a>                                                                       |
| 「ビジネスと人権」関連ページ | <a href="https://www.divinechocolate.com/divine-world/the-divine-difference/">https://www.divinechocolate.com/divine-world/the-divine-difference/</a> |

### ビジネスと人権に関する主な取組み

- Fairtrade、B Corp、Organic等の認証を取得。2017年以降、サプライチェーンにおける貧困解決への取組みなどが評価され、B CorpのCommunity部門で「Best for Community」の評価を受ける。
- Ethical Consumer誌より「Best Ethical Consumer rating for Supply Chain Management」と「Best Ethical Consumer rating for cocoa supply chain management」の評価を受ける。
- 全商品がFairtrade認証品。原材料の多くは認証を取得したカカオ、砂糖、バニラ、アーモンドを調達。
- 生産者が利益を一定割合を取得できるべきという理念に基づき、取締役のうち2名はガーナのカカオ生産者による協同組合Kuapa Kokoo(100,000人以上のカカオ生産者が加入)が務める。それによりDivine社の商品の販売による収益の一部も生産者に還元されるため、生産者がより経済的に安定する。
- Kuapa Kokooなどのアフリカの協同組合と連携し、スキル向上等のカカオ農園の女性のエンパワーメントに取り組む。

# Divine Chocolate Ltd

## 特徴的な取組み

### 認証を取得した原材料を調達

- 原材料は認証を取得したカカオ、砂糖、バニラ、アーモンドなどを調達
- カカオ: ガーナから調達。すべてがFairtrade認証取得。
- 砂糖: マラウイから調達。すべてがFairtrade認証取得。
- バニラ: マダガスカルから調達。ほとんどがFairtrade認証取得。
- アーモンド入りダークチョコレート: パキスタンから調達(認証品の割合は不明)。

(出所) Divine Chocolate, "THE DIVINE DIFFERENCE," <https://www.divinechocolate.com/divine-world/the-divine-difference/>.

### 原材料を高い価格で調達し、生産者の収益を保証

- 生産者を市場の不安定性から守るため、Fairtradeの最低保証価格としてカカオ1トン当たり2400ドル(2019年10月に2000ドルから引き上げ)で農家から購入している。
- Fairtradeの追加的な補償としてカカオ1トン当たり240ドル(2019年10月に200ドルから引き上げ)が支払われ、協同組合が、農家の生活水準や健康・教育水準、生産性向上のためのプロジェクトに投資するための資金源として活用される。

(出所) Divine Chocolate, "FAIRTRADE AT HEART," <https://www.divinechocolate.com/divine-world/fairtrade-at-heart/>; FREQUENTLY ASKED QUESTIONS," <https://www.divinechocolate.com/divine-world/fairtrade-at-heart/>.

# Divine Chocolate Ltd

## 特徴的な取組み

### カカオ農園の女性のエンパワーメント

- スキルがあればカカオの生産シーズン以外でも女性及び家族の収入増に貢献するとの信念に基づき、ガーナのカカオ生産者協同組合であるKuapa Kokooと連携して、女性のエンパワーメントに取り組む。組合とともに「成人識字計算能力研修」を実施し、識字や計算能力を中心とした女性の能力開発に取り組む。
- サントメプリンシペの協同組合と連携して、ジェンダーの正義プログラムを実施。プログラムでは、女性のリソースや訓練へのアクセスの必要性に関する意識啓発に取り組み、家庭内や社会内で価値が低く評価されている無給労働を含めた女性の労働に対する意識啓発のためのワークショップを開催。

(出所) Divine Chocolate, “EMPOWERING WOMEN FARMERS,” <https://www.divinechocolate.com/divine-world/empowering-women-farmers/>.

### 【参考: Ethical Consumer誌によるDivine Chocolate社の取組みに対する評価】

- Ethical Consumer誌より「Best Ethical Consumer rating for Supply Chain Management」と「Best Ethical Consumer rating for cocoa supply chain management」の評価を受ける。
- ウェブサイト上では行動規範のようなポリシーの存在は確認できない。
- 全商品がFairtrade認証品であり、企業の一部を生産者の協同組合を所有することにより商品販売の利益の一部が還元される。
- 年間売上が1400万ポンドの中規模の企業であり、サプライチェーンのポリシーは明確ではないが、有効性があると判断されることからサプライチェーン管理で最高評価が与えられる。

(出所) Ethical Consumer, “Hampstead Tea & Coffee Co Ltd,” <https://www.ethicalconsumer.org/company-profile/hampstead-tea-coffee-co-ltd>.

# キリンホールディングス株式会社

## 企業概要・取組みの概要

|                |                                                                                                                             |
|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業名            | キリンホールディングス株式会社                                                                                                             |
| 本社所在地          | 東京都中野区中野4-10-2                                                                                                              |
| 設立年            | 1907年                                                                                                                       |
| 売上             | 1,821,570百万円(2021年12月期キリンホールディングス連結業績)                                                                                      |
| 従業員数           | 29,515人(キリンホールディングス連結従業員数、2021年12月31日現在)                                                                                    |
| 事業内容           | 酒類、清涼飲料、医療用医薬品・医薬品原料・健康食品、乳製品の製造・販売、レストラン経営・チェーン展開、など                                                                       |
| 主要製品           | ビール、ワイン、清涼飲料、医療用医薬品・医薬品原料・健康食品、乳製品、など                                                                                       |
| 主な国内外拠点        | 日本、アジア・オセアニア、米国、欧州(国内外グループ企業数176社)                                                                                          |
| 企業HP           | <a href="https://www.kirinholdings.com/jp/">https://www.kirinholdings.com/jp/</a>                                           |
| 「ビジネスと人権」関連ページ | <a href="https://www.kirinholdings.com/jp/impact/community/2_1/">https://www.kirinholdings.com/jp/impact/community/2_1/</a> |

### ビジネスと人権に関する主な取組み

- 2018年2月に「キリングroup人権方針」を「国連ビジネスと人権指導原則」に従って策定し、グループ全体のバリューチェーンの各プロセスで人権尊重を推進。
- 人権方針で、グループの事業活動に関わる人権への負の影響を特定し、予防、軽減、是正に取り組むため、人権デューデリジェンスを実施することを表明。取組の進捗状況について、ウェブサイトや統合報告書等で定期的に公開することを約束。
- 2013年からスリランカの紅茶農園に対して、労働条件等の人権項目が基準に含まれる「レインフォレスト・アライアンス認証」の取得支援を実施。2021年末現在、スリランカの認証取得済み紅茶大農園の約30%にあたる94農園がキリングroupの支援により認証を取得。2018年からは小規模農園に支援対象を拡げており、同グループでは2025年末までに10,000農園の認証取得支援を目指している。

# キリンホールディングス株式会社

## 特徴的な取組み

### 人権方針の策定・公表にもとづくグループ全体での取組の推進

- 従来から、「キリングroup・コンプライアンス・ガイドライン」をもとに、従業員の人権意識向上等に取り組んできた。国際的なビジネスと人権への対応要請の高まりを踏まえ、2018年2月に「キリングroup人権方針」を「国連ビジネスと人権指導原則」に従って策定し、グループ全体でバリューチェーンの各プロセスで人権尊重の取組みを推進。
- 「キリングgroup人権方針」で約束すると表明している具体的な人権項目は下記の通り。また、ステークホルダーの意見を反映し、「事業の影響を受ける先住民族を含む地域社会の皆様に対して、私たちの責任を果たしていくことに努め」ることを表明。
  - 人種、民族、国籍、社会的身分、門地、性別、障害の有無、健康状態、思想・信条、性的指向・性自認及び職種や雇用形態の違い等に基づくあらゆる差別の禁止
  - ハラスメントの禁止
  - 安全な労働環境の提供
  - 最低賃金の確保
  - 適正な労働時間管理を含む責任ある労働慣行
  - 結社の自由と団体交渉権の尊重
  - (容認しない表明項目として)どのような形態の人身取引を含む奴隷労働や強制労働、児童労働
- 人権方針を浸透させるため、全従業員向け人権啓発研修、トップ層人権啓発研修、合併パートナー(フィリピン、ミャンマー、中国)に対する人権方針の説明、サプライヤー説明会、グループCSV委員会での人権に関する意見交換等を実施。

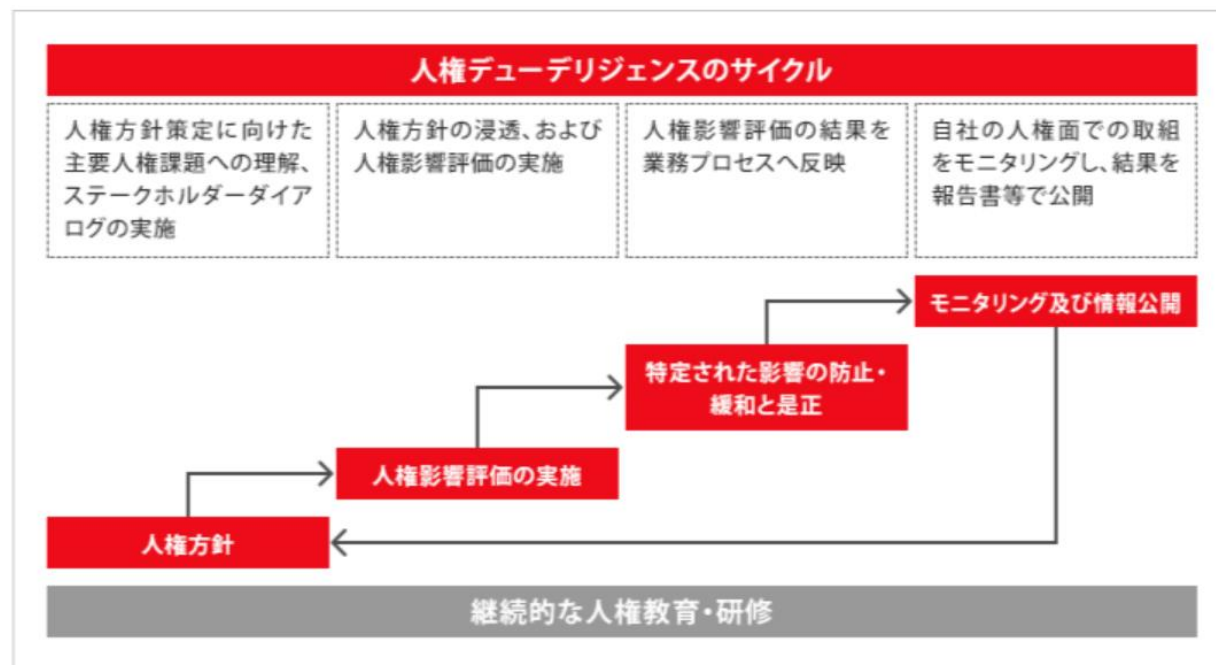
(出所) キリンホールディングス「人権の尊重」[https://www.kirinholdings.com/jp/impact/community/2\\_1/](https://www.kirinholdings.com/jp/impact/community/2_1/)。

# キリンホールディングス株式会社

## 特徴的な取組み

### 人権デューデリジェンスの実施

- キリングroupが示す人権デューデリジェンスのサイクルは下左図の通り。また、同グループが国際的な人権・労働基準の指針や外部機関との協議をもとに酒類・飲料業界において重要と考えられる人権課題として抽出した項目は下右の項目の通り。
- 同グループでは下記の人権課題について、国際機関・NGOのデータベースをもとに事業国・調達国の国別人権リスク評価を行い、プライオリティとしてミャンマー事業、ラオス(調達先)、中国(大豆サプライチェーン)を特定して、順次人権影響評価を実施、評価結果を公表。なお、キリンホールディングスは、現地従業員や取引先等への影響を勘案し、現地ビール会社の売却手続きを進めており、2023年1月23日にミャンマーからの撤退を完了させたことを発表。



### キリングroupが抽出した酒類・飲料業界において重要と考えられる人権課題

- A. 労働時間
- B. 賃金
- C. 労働安全衛生
- D. 差別・ハラスメント
- E. 結社の自由と団体交渉権
- F. 強制労働
- G. 児童労働
- H. プライバシーに関する権利
- I. 情報発信における差別的な表現
- J. 製品の安全・品質
- K. 製品の責任あるマーケティング・販売活動
- L. コミュニティへの負の影響

(出所) キリンホールディングス「人権の尊重」  
[https://www.kirinholdings.com/jp/impact/community/2\\_1/due-diligence/](https://www.kirinholdings.com/jp/impact/community/2_1/due-diligence/)

# キリンホールディングス株式会社

## 特徴的な取組み

### 人権項目を含む持続可能な調達方針、サプライヤー規範の策定

- 「キリングroup持続可能な調達方針」を2017年9月に制定、2021年4月に改定するとともに同方針をもとにサプライヤーに遵守してもらいたいことをまとめた「キリングgroup持続可能なサプライヤー規範」を策定している。
- 「キリングgroup持続可能な調達方針」は、「国連グローバルコンパクトの定める「人権」、「労働」、「環境」、「腐敗防止」分野における一連の本質的価値観を容認し、支持し、実行に移していくことを宣言」したものであり、5つの取り組みテーマの1つとして、「3. 人権尊重」を掲げ、「キリングgroupの「人権方針」に則り、その考え方を実践し、サプライヤーと共に人権への取り組みを実施します。」と表明している。
- 「キリングgroup持続可能なサプライヤー規範」について、サプライヤーに対し当該規範に対する同意・協力を求め、重大な違反や継続的に改善への協力が得られない場合に取引停止を明記した承諾書の提出を求めている。
- 「キリングgroup持続可能なサプライヤー規範」は公表されているが、5つの柱として、「1. 安全・安心」「2. 人権」「3. 安全衛生・健康」「4. 環境」「5. 誠実なビジネス」で、いずれの項目も人権に関わりがあるが、特に直接関わる2と3は下記の通り説明されている。なお、チェックリストや承諾書も公表されている。
  - 2. 人権
    - ILO中核的労働基準に基づき、強制労働、児童労働の禁止、公平かつ平等な待遇、結社の自由および団体交渉権を尊重する。さらに、非人道的な扱いおよびハラスメントの禁止、公正な労働時間および賃金、地域コミュニティへの事前の十分な情報に基づく同意を得ること。
  - 3. 安全衛生・健康
    - 従業員に対して、安全な労働環境の提供、住宅状況とプライバシー尊重を行う。また、従業員の生命・身体の安全を守るための防災管理を行う。

(出所及び文中引用元)キリンホールディングス「持続可能な調達の考え方」<https://www.kirinholdings.com/jp/impact/procurement/csr/>

### 定期的なサプライヤーアンケート実施やSedexのセルフ・アセスメントツール活用による改善活動

- 持続可能な調達の推進の一環として「キリングgroup持続可能なサプライヤー規範」の取組状況を確認するために定期的なサプライヤーアンケートを実施している。アンケート結果概要は公表されており、結果をもとに課題を特定するほか、リスクが高いと判断したサプライヤーには改善アドバイスを実施するといった活用がなされている。
- Sedexに加入しており、サプライチェーン上のリスクマネジメントを強化するために、今後、Sedexのセルフ・アセスメントツールも活用される。

(参考及び文中引用元)キリンホールディングス「持続可能な調達推進に向けた取り組み」<https://www.kirinholdings.com/jp/impact/procurement/promotion/>



# 麒麟ホールディングス株式会社

## 特徴的な取組み

### 「レインフォレスト・アライアンス認証」の取得支援

- 2013年からスリランカの紅茶農園に対して、労働条件等の人権項目が基準に含まれる「レインフォレスト・アライアンス認証」の取得支援を実施。2021年末現在、スリランカの認証取得済み紅茶大農園の約30%にあたる94農園がキリンググループの支援により認証を取得。
- 2018年からは小規模農園に支援対象を拡げており、2020年末には120農園が認証を取得。キリンググループでは2025年末までに10,000農園の認証取得支援を目指している。
- スリランカの紅茶葉への依存度が高いというリスクを低減するために、認証農園の茶葉を購入することをも検討したが、当時スリランカは内戦終了直後であり独力でトレーニングを受けることのできる農園に限られていることが分かった。そこで、このような農園を取り残すのではなく、スリランカ全体として持続可能な茶葉の生産ができるように、「レインフォレスト・アライアンス認証」を、スリランカの紅茶農園が取得するためのトレーニング費用提供する支援することとした。
- 現地の農家と常にコミュニケーションを取っているわけではないため、現状把握に時間がかかることあるが、深刻な問題は発生していない。
- WBAはこの認証取得支援の取組みを、社会的包摂に関する優れた取組み(leading practice)として高く評価している。

(出所) 麒麟ホールディングスへのヒアリング(2022年12月); 麒麟ホールディングス株式会社(<https://www.kirinholdings.com/jp/impact/procurement/promotion/>); WBA, <https://www.worldbenchmarkingalliance.org/publication/food-agriculture/companies/kirin-holdings-2/>。

# 有楽製菓株式会社

企業概要・取組みの概要

|                |                                                                                       |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 企業名            | 有楽製菓株式会社                                                                              |
| 本社住所           | 東京都小平市小川町1-94                                                                         |
| 設立年            | 1955年                                                                                 |
| 売上             | 137億円(2022年7月期)                                                                       |
| 従業員数           | 400名(2022年7月期)                                                                        |
| 事業内容           | 菓子製造販売                                                                                |
| 主要製品           | チョコレート菓子、準チョコレート菓子                                                                    |
| 主な国内外拠点        | 東京(本社・工場)、豊橋(工場)、札幌(工場・営業所)、大阪(営業所)                                                   |
| 企業HP           | <a href="https://www.yurakuseika.co.jp/">https://www.yurakuseika.co.jp/</a>           |
| 「ビジネスと人権」関連ページ | <a href="https://www.yurakuseika.co.jp/shfc/">https://www.yurakuseika.co.jp/shfc/</a> |

## ビジネスと人権に関する 主な取組み

- チョコレート製造に必要なカカオ豆の生産において多くの子どもが働いていることを知り、児童労働問題に取り組むために「スマイルカカオ」プロジェクトを2018年に開始。
- 自社で使用するカカオ原料を、2025年までに児童労働撤廃に取り組む原料「スマイルカカオ」に切り替えることを目標に掲げ、取り組んでいる。

# 有楽製菓株式会社

## 特徴的な取組み

### 児童労働の実態を知り、児童労働に配慮した原材料調達への取組み開始

- チョコレート製造に必要なカカオ豆は西アフリカ諸国で多く生産されているが、そこではカカオ豆生産のために多くの子どもが働いている。同社会長が児童労働問題に取り組むNPOから西アフリカのカカオ豆生産に児童労働が関わっている実態を聞いてショックを受けたことを契機に「何か出来ないか」と考え、「スマイルカカオ」プロジェクトが2018年にスタートした。
- 自社で使用するカカオ原料を、2025年までに児童労働撤廃に取り組む原料「スマイルカカオ」に切り替えることを目標に掲げ、取り組んでいる。
- 2022年9月時点で、調達するカカオ豆全てが児童労働に配慮された原材料になっているわけではなく、9月に主力商品であるブラックサンダーを、児童労働問題に配慮されたカカオ豆に切り替えた段階。
- 取組を始めた当初、何から手を付けたら良いか分からなかった。社内に「児童労働を考える会」を発足し、話し合いを重ねた。

### サプライヤーと相談して取組みを推進

- サプライヤーを通して児童労働に配慮した原材料を調達。サプライヤーからの調達において「児童労働への配慮」という条件を設け、それに合致した原料のみを調達してもらっている。
- サプライヤーは、サステナブル・オリジン、ココア・ホライズンなどの認証を得た原材料を調達している。これらの認証では児童労働や環境問題などが要件として含まれている。認証品を調達してもらえば児童労働への配慮した原料調達につながる。
- 2010年代後半、食品業界の主要な社会テーマはカカオではなくパーム油の環境問題であり、児童労働問題への関心が高くなかった。当時サプライヤーに相談した時の反応は、「日本ではそんなテーマに対する社会的な要望が少なく、対応していくのは難しい」と否定的であった。
- 希望に叶う対応ではなかったためやむを得ず、サプライヤー変更を決意した。その後、既存メーカーも児童労働問題への取り組みを強化してくれた。
- オリンピック開催も追い風となって、児童労働や環境破壊、人権などが議論されるようになってきたことで、話が進めやすくなった。2021年には、前年度よりもサプライヤーとの会話が円滑になっていった。
- 欧州ではサステナブル対応の原料調達が主流になっている。サプライヤー側もこうしたトレンドは理解している。
- 業界全体でも少しずつ児童労働対応に向いて動き始めていると感じる。政府の広報などにより世の中でSDGsという言葉がさらに理解され、少し価格が高くても買ってくれる消費者が増えたと一層取組みを進めやすくなる。

(出所) 有楽製菓株式会社へのヒアリングより(2022年10月18日実施)。

# 有楽製菓株式会社

## 特徴的な取組み

### コスト面での対応

- 生産価格に追加のコストが上乗せされ、費用が増えることに不安があった。海外では児童労働に配慮した菓子があるが、総じて高価格路線の商品である。当社のブラックサンダーのような価格転嫁が難しい商品が、コスト増に耐えられるのか社内で議論があった。
- チョコレートは複数のサプライヤーから調達しており、あらかじめコスト上昇分が価格転嫁されているものもある。この取り組みによって上乗せになった費用は、当社で負担し商品への価格転嫁は行っていない。

### 児童労働に配慮した原材料調達の難しさ

- 取組開始時は認証品を調達することが現実的な対応であった。取組をスタートさせることが重要で、何か問題が起きればその都度どうすべきか検討して対処する方針とした。
- 必ずしも「認証品を使わなくてはならない」とルール化しているわけではない。認証品でなくても、現地のカカオ農家が何らかの形で「児童労働問題に取り組んでいる」ことを証明できれば、認証がなくてもそのカカオ豆を使っても良いと考えている。しかし、現実的にはそのようなかたちで調達している原材料は無い。
- 児童労働が「完全に無い」状態にすることは相当の努力を要する。ある時点で児童労働がゼロでも、その後児童労働が発生するかもしれない。
- マスバランスにて調達をしている。非認証原料と混合されることなく取引されるセグリゲーションが良いとも考えられるが、コストアップ、品質のバラつき、安定供給の面で問題があり、現在はマスバランスで問題ないと考えている。

### 調達量確保の難しさ

- 欧州では取組みが先行しているが、日本では広く取り組まれていない。1ロットの単位が大きすぎて当社だけで海外のサプライヤーから原料を調達することは難しい。他社も取り組んでもらえるとサステナビリティに対応した原料調達がさらに行いやすくなる。

(出所) 有楽製菓株式会社へのヒアリングより(2022年10月18日実施)。

# 有楽製菓株式会社

## 特徴的な取組み

### 取組みの広報と児童労働問題に取り組んだことによるメリット

- こうした取り組みは大学生が就職時に会社を選ぶ理由の一つとして見るポイントになっている。採用面接時に学生から質問されることがある。
- 1個30円（※2023年3月20日発売分より35円）のブラックサンダーのカカオ調達の実施を行っていることに対してはメディアで反響が大きかった。スマイルカカオプロジェクトのサイトに繋がるQRコードなどをパッケージに載せたり、メディアに取り上げてもらったりといった取組によって広告効果が期待できる。
- スマイルカカオプロジェクトのロゴマークとQRコードが商品パッケージの背面に入っており、マイルカカオプロジェクトのウェブページに誘導できるようにしている。
- POPなど店頭での児童労働に配慮したカカオをPRするところまでは至っていない。消費者への訴求は当社ウェブサイトを見てもらうことが主となっている。
- 流通大手企業からの問い合わせもある。

（出所）有楽製菓株式会社へのヒアリングより（2022年10月18日実施）。

---

## V. 人権リスク対応を行う上での課題の整理と必要な国の施策

# アンケート調査の結果と示唆

アンケート結果の整理と結果から得られる示唆(再掲)

- アンケートの主な結果と結果から得られる示唆は下記のとおりである。
- なお、回答企業の従業員数や売上規模にあるとおり、回答企業は大企業が中心であることから、本アンケートの結果は食品産業全体の平均的な姿からは乖離している点には留意が必要である。

## 人権リスク対応の実施状況

- 回答企業の多くは「人権方針の策定」や「サプライヤー等との取引方針や原材料調達方針の策定」等は実施済みであり、大企業では人権尊重へのコミットメントとそれを規定する方針の策定は進んでいる。
- 「実際または潜在的な人権リスクやそのリスクがもたらす影響の特定・評価」を実施している回答企業も全体の半数を超えており、人権リスクの特定・評価は一定程度進んでいる。
- また、人権リスクに関する研修や勉強会も開催されており、人権リスク対応に取り組むための社内等での意識啓発に取り組む企業は進みつつある。
- 一方で、「問題発生時や被害者救済のためのガイドライン・方針等の策定」や「実際に発生している人権リスクの件数やその内容等の把握、人権リスク対応の取組みの有効性の検証」を実施している回答企業数は相対的に少なく、政府の「責任ある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」における「取組みの実効性の評価(4.3)」や「救済(5)」に関連する取組みの後押しが必要であるといえる。
- 前述の経済産業省・外務省「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では、売上規模と取組みが相関していたことから、中小企業では本アンケート結果ほどには人権リスク対応が進んでいないことが推測される。

## 対応が難しい取組み

- 人権リスク対応の取組みのうち、対応が難しい取組みとして突出して高いものはなかったが、「実際に発生している人権リスクの件数やその内容等の把握、人権リスク対応の取組みの有効性の検証」や「実際または潜在的な人権リスクやそのリスクがもたらす影響の特定・評価」、「問題発生時や被害者救済のためのガイドライン・方針等の策定」、「被害者救済のためのホットライン等の苦情処理メカニズムの整備」は、相対的に難しいと感じている企業が多かった。
- これらは政府の「責任ある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」の「負の影響の特定・評価(4.1)」や「負の影響の防止・軽減(4.2)」、「救済(5)」に関連する取組みであり、大企業でもこれらの取組みの実施に難しさを感じているところ、中小企業であればさらに難しいと感じる可能性が高く、これらの取組みを広げていくための施策が必要であるといえる。



# アンケート調査の結果と示唆

アンケート結果の整理と結果から得られる示唆(再掲)

## 人権リスク対応に取り組むうえでの課題

- 人権リスク対応を実践する上での課題として回答企業の約半数が、「サプライチェーンが長大かつ複雑であり、対応すべき人権リスクの特定が難しい」、「サプライチェーンが長大かつ複雑であり、サプライヤーや取引先すべてに協力を求めることが難しい」、「十分な人員・予算が確保できない」ことを挙げている。
- 多くの産業で当てはまることであるが、企業が直接取引のない上流のサプライヤーや原材料の生産現場の情報まで把握することは非常に困難である。原材料を生産する農場等までを含めると食品関連業界はとりわけサプライチェーンが長大かつ複雑な業界であり、取扱う品目も多種多様である。こうしたサプライチェーンの長さや複雑さに起因する問題が食品関連企業が人権リスクに取り組むうえで課題になっている。
- 大企業でも十分な人員・予算が確保できないことが主な課題として挙げられており、さらに様々な資源が限られる中小企業にとっては人権リスク対応が負担になると考えられる。そのため、彼らの負担を軽減することが我が国で人権リスク対応を広げるうえで不可欠である。

## 人権リスク対応を実施するメリット

- アンケートにより人権リスク対応をすることで様々なメリットを感じている企業が多いことがわかった。特に「自社内の人権リスクの低減」、「サプライチェーンにおける人権リスクの低減」、「SDGsへの貢献」、「ブランド価値の向上」、「投資家やESG評価機関等からの評価向上」のメリットは回答企業の7割以上が挙げており、「採用力・人材定着力の向上」を挙げる回答企業も半数以上存在した。
- 人権リスク対応では取組みの大変さや負担に注目されがちであるが、取組むことで得られるメリットも多いことから、人権リスク対応を普及させるうえではこうしたメリットがあることもあわせて伝えることが重要である。

## 農林水産省等への要望

- 回答で最も多かった要望が「人権デュー・ディリジェンスに関する好事例の収集・周知」であり、「自主的な取組みのためのガイドライン整備」や「人権課題・法制度等に関する情報提供(ポータルサイト等)」、「人権リスクに対応することを推進・支援するための相談窓口の設置」がこれに続いた。
- 回答企業の多くが人権リスク対応を進めるうえでの具体的な事例や関連する情報提供を要望しているといえる。政府の「責任ある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」がすでに発行されているところではあるが、政府ガイドラインを踏まえたうえで食品関連業界の特徴やニーズに応える情報発信や普及啓発活動が求められているといえる。

# 企業の取組み事例の調査

事例調査の結果の整理と調査から得られる示唆(再掲)

■ 国の内外や規模を問わず人権リスク対応を進めている企業も多く存在する。以下、企業事例から得られる示唆を整理する。

## 取組みの開示を進めることが重要

- 我が国企業の人権リスク対応の取組みは、世界から見て遅れをとっているとしばしば指摘される。海外の第三者評価機関は主として開示されている情報から入手できる情報から企業の取組みを評価するため、我が国企業の実際の取組みは評価以上に進展している場合もある。
- しかし、海外評価機関に限らず消費者等も含めてその企業の取組みは一義的にはウェブサイト等で開示されている情報から判断されることから、企業の取組みが正當に評価されるためには実施している取組みを積極的に開示していくことが重要である。
- 本報告書で取り上げたチョコレートや紅茶を生産・販売する中小企業のうち、エシカル消費情報誌で人権関連の取組みが高く評価されている事例では児童労働・強制労働、雇用に関するポリシーがウェブサイトで開示されている。それらは必ずしも作り込んだ図表や報告書形式になっているわけではない。ウェブサイトの作成・更新にもコストが必要であるが、平易な形式でもいいので、中小企業を含めて我が国企業は人権リスク対応の取組みを積極的に開示を進めることで自社の取組みを正當に評価してもらえるようになる。

## 優れた人権リスク対応を実施する日本企業も存在

- 海外の第三者評価機関の格付けでは総じて日本企業の評価は低くなっている。
- しかし、日本にも第三者評価機関からも優れた取組み(leading practices)として高く評価されるコミュニティ支援を実施する企業やNPOとの対話から児童労働問題への対応に着手する企業も存在する。
- 日本企業も優れた人権リスク対応を実施できることから、普及啓発等を通じて人権リスク対応の重要性や必要性の気づきを促すことが肝要である。

## 完璧でなくても開示を積極的に行うべき

- 事例として取り上げたユニリーバは、企業の人権への取組みを評価する第三者機関「企業人権ベンチマーク(CHRB)」で高い評価を得ている。しかし、それは人権侵害事例が存在しないためではなく、ユニリーバは不遵守状況についてもその件数と内容、対応状況を開示している。
- 日本企業の中には懸念や欠点がない状態にしてから開示したいと考える企業もあるが、欧米では「人権リスクのない企業は存在しない」というスタンスであり、「人権リスクはありません」と開示することは逆効果であるとの指摘もある(羽生田慶介『すべての企業人のためのビジネスと人権入門』日経BP、2022年、176頁)。
- 前述のヒアリング調査でも、開示によりリスクを負うと考える企業も多いことや文化的に「満点でなければ開示できない」という考えの企業が多いと指摘されているが、本来はうまく開示すれば良い評価につながることから、完璧ではないからこそ人権リスク対応を進めて改善に取り組んでいる」という考え方で開示することが望ましい。

# 食品産業等の「ビジネスと人権」への取組促進と課題解決に必要な国の施策の検討

■ 本事業の調査で得られた知見をもとに食品関連企業の人権リスク対応の促進に必要な国の施策を検討した。

## 取組みを促進すべき背景

- 「Ⅱ. 企業のサプライチェーンと人権を巡る国内外の動向と人権リスクの種類」で整理したとおり、「ビジネスと人権」に対する注目が国内外で高まっており、特に欧州各国では人権DDを義務化する動きもあることから、我が国の食品関連企業においても早急に人権リスク対応を進める必要がある。
- 2022年9月に、政府は「責任ある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」を策定したところであり、食品関連産業においても、このガイドラインの活用を促すことが必要である。

## 取組みを促進するうえでの課題

- アンケート結果により大企業を中心に人権リスク対応は進めている企業が存在する。また、事例調査でも示されているとおり、優れた人権リスク対応を実施する日本企業も存在する。
- 一方で、原材料を生産する農場等までを含めると食品関連業界はとりわけサプライチェーンが長大かつ複雑な業界であり、取扱う品目も多種多様である。こうしたサプライチェーンの長大さや複雑さに起因する問題が食品関連企業が人権リスクに取組むうえで課題になっている。
- また、大企業でも十分な人員・予算が確保できないことが主な課題として挙げられており、さらに様々な資源が限られる中小企業にとっては人権リスク対応が負担になると考えられる。そのため、彼らの負担を軽減することが我が国で人権リスク対応を広げるうえで不可欠である。
- 大企業のサプライヤーでもある中小企業で人権リスク対応が進めば、大企業のサプライチェーン全体での人権リスク対応の進展にも資すると考えられる。

## 農林水産省等への要望

- 農林水産省等への要望としてアンケートの回答で最も多かったのが「人権デュー・ディリジェンスに関する好事例の収集・周知」であり、その他「自主的な取組みのためのガイドライン整備」や「人権課題・法制度等に関する情報提供（ポータルサイト等）」など、人権リスク対応に取組む際に参考となる具体例に関する情報や指針を求める声が多かった。
- ヒアリングでも守るべき内容をコンパクトに整理したガイドラインの策定や、政府の「責任ある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」を踏まえたうえでより食品業界の特徴を捉え実例を盛り込んだ手引を求める意見が聞かれているところである。
- 以上より、農林水産省をはじめ政府が実施すべき施策は様々なあり得るが、食品業界の特徴を捉えた具体例に関する情報発信やガイドの作成が求められているといえる。

# 食品産業等の「ビジネスと人権」への取組促進と課題解決に必要な国の施策の検討

情報発信や手引き作成において留意すべきポイント

■ 必要と考えられる国の施策のうち情報発信や手引きの作成において留意すべき点を検討した。

中小企業が人権リスク対応をはじめる背景や要因の態様を踏まえた情報発信・手引き作成

- 次頁のとおり、中小企業が人権リスク対応を進める背景・要因としては、①国等の法律・ガイドラインへの対応、②取引先(主として大企業)からの要請、③人権リスクの存在を知り自ら積極的に対応という3つに大別できる。
- 特に①と③のように中小企業自らが人権リスク対応の必要性を認識し、優先して対応すべきリスクの特定・評価を行うケースと、②のように取引先となる大企業にて対応すべき人権リスクが特定され、そのうえでサプライチェーンを構成するサプライヤーや下請け企業に対応を求めるケースが考えられる。
- 情報発信や手引きを作成する際は各態様に対応できるような構成にする必要がある。

最低限満たすべき水準の確保

- ヒアリングでは「ガイド(手引き)の内容の水準が低すぎると問題。政府が公表したガイドを満たして安心していても、取引先等からより高い水準の人権対応を求められるとかえって対応の負担が増える」という指摘があった。
- ガイドの水準が過度に高く中小企業の負担感が大きくなってやる気を削ぐようなことは避けなければならないが、中小企業も取引先等から一定水準の人権リスク対応を求められていることから、手引きを作成する場合は中小企業でも満たすべき最低限の水準が確保されていなければならない。
- そのうえで、さらに取組みを進める意欲のある中小企業の参考になるよう、より望ましい対応の具体例についても手引きに盛り込むべきである。

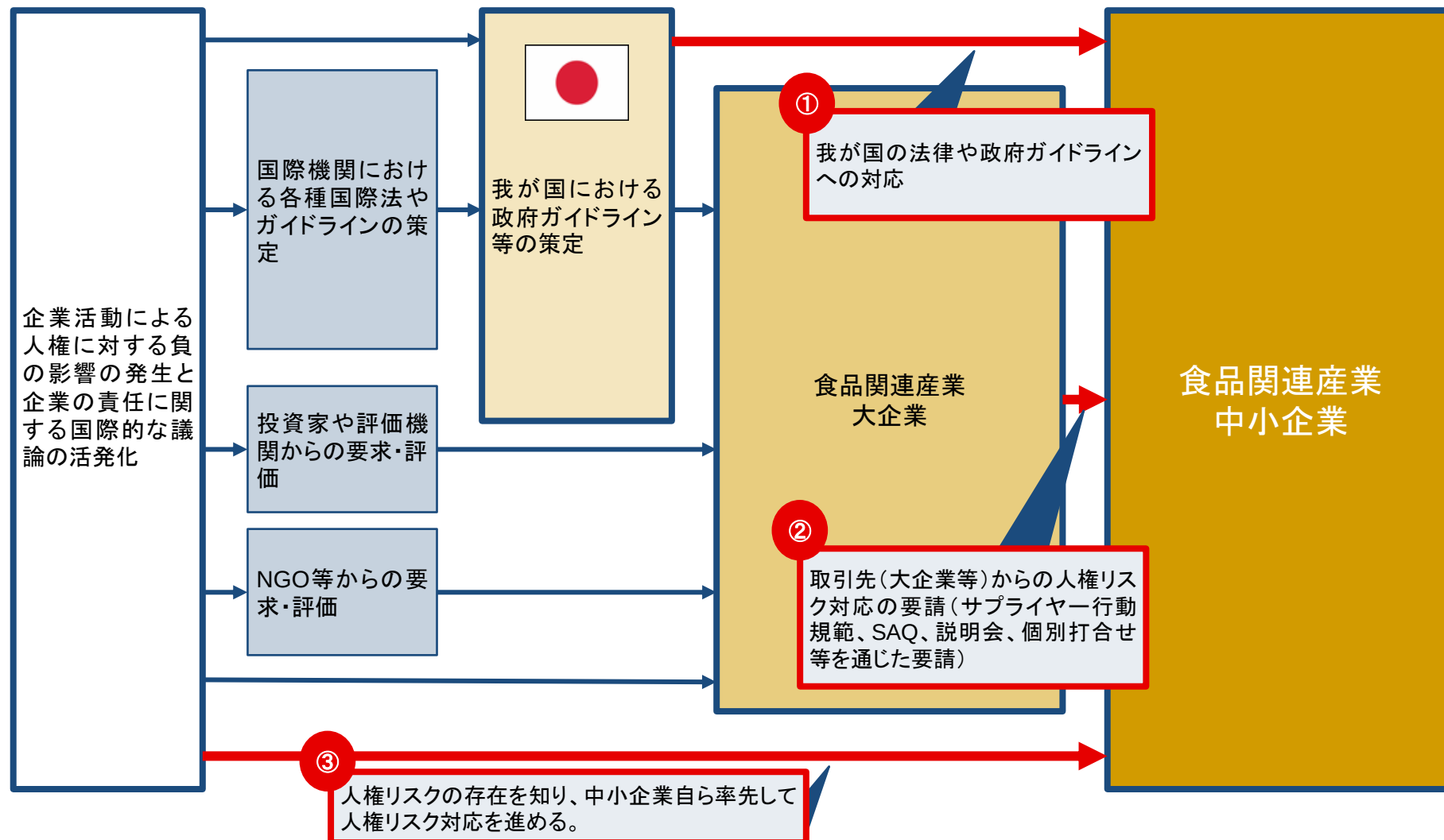
人権リスク対応のための体制整備を着実に進めるための情報発信・手引き作成

- 政府の「責任ある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」では、企業の規模を問わず人権方針の策定、人権DD(負の影響の特定・評価、負の影響の防止・軽減、取組みの実効性の評価、説明・情報開示)、救済までの一連の対応が求められている。
- アンケートでは大企業の多くは人権方針や原材料調達方針等の策定、人権リスクやそのリスクがもたらす影響の特定・評価などは一定程度実施済みであった。相対的に「取組みの実効性の評価」や「救済」に関連する取組みは大企業でも対応が進んでいなかった。
- 人権リスク対応は政府ガイドラインで挙げられているすべてのプロセスを実施すべきであるが、「取組みの実効性の評価」や「救済」に関する取組みの難易度は高く、まずは人権方針の策定や負の影響の特定・評価、負の影響の防止・軽減といった人権リスクに対応するための体制整備を着実に進めることが重要である。そのため、手引きではこれらの点に取組む上での解説や具体例を重点的に整理し、そのうえでさらなる取組みを進める意欲のある中小企業の参考になるよう、「取組みの実効性の評価」や「救済」についても適宜具体例を手引きに盛り込むべきである。



# 食品産業等の「ビジネスと人権」への取組促進と課題解決に必要な国の施策の検討

中小企業が人権リスク対応をはじめる背景・要因のイメージ図



# 食品産業等の「ビジネスと人権」への取組促進と課題解決に必要な国の施策の検討

情報発信や手引き作成において留意すべきポイント(続き)

人権リスク対応をすることで得られるメリットを示すこと

- 人権リスク対応のためにはかなりの時間と労力を必要とし、中には設備改修に多大なコストを伴う取組みもあることから、少しでも企業が取組みを進める意欲を高めることが重要である。
- アンケートでも示されているとおり、取組むことで得られるメリットも多いことから、企業の取組み意欲を少しでも高めて人権リスク対応を普及させるうえではこうしたメリットがあることもあわせて伝えることが重要である。

---

## VI. 「ビジネスと人権」の手引き骨子(案)



# 「ビジネスと人権」の手引き骨子(案)

## 手引きの骨子(案)

- 「Ⅴ. 人権リスク対応を行う上での課題の整理と必要な国の施策」で整理したとおり、人権リスク対応に関する好事例の収集・周知や守るべき内容や実例を整理した情報発信や手引き作成を政府に求める企業からの要望が多かった。
- 手引き作成を想定して、以下の骨子(案)を検討した。本骨子(案)をたたき台として、社会からの要請や企業のニーズ等を踏まえながら、食品関連産業の人権リスク対応を促進できる手引きの作成が重要である。

|           |      |                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 手引きの目的・方針 |      | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 食品関連産業の企業(とりわけ中小企業)の人権リスク対応を後押しすることを目的とする。</li><li>■ すでに政府ガイドラインが公表されていることから、手引きを作成する場合は政府ガイドラインを踏まえたものにして、そのうえで食品関連企業での活用を想定して取り組むべきポイントを具体化し解説することが有用である。</li></ul>                              |
| 骨子(案)     | はじめに | <ul style="list-style-type: none"><li>■ 手引きの位置づけ</li><li>■ 手引きの構成</li></ul>                                                                                                                                                                |
|           | 第1章  | <ul style="list-style-type: none"><li>■ <u>人権リスク対応が求められる背景</u><ul style="list-style-type: none"><li>● 食品関連企業が人権を尊重し人権リスク対応に取り組むべき背景や理由、人権リスク対応に取り組むことで日本の食品関連業界の社会における信頼性や強靱性の構築につながることを解説。</li></ul></li></ul>                            |
|           | 第2章  | <ul style="list-style-type: none"><li>■ <u>政府ガイドラインの概説</u><ul style="list-style-type: none"><li>● 手引きの前提となる政府ガイドラインの概要や取組みの対象範囲等について解説。</li></ul></li></ul>                                                                                |
|           | 第3章  | <ul style="list-style-type: none"><li>■ <u>食品関連業界における主な人権リスク</u><ul style="list-style-type: none"><li>● 人権リスクについて整理・解説。</li><li>● 特に食品関連産業において注意すべき人権リスクについて整理・解説。</li><li>● 取り上げる人権リスクについては本報告書第2章に挙げたものを想定。必要に応じて追加。</li></ul></li></ul> |

# 「ビジネスと人権」の手引き骨子(案)

手引きの骨子(案)(続き)

骨子(案)

第4章

## ■ 取組み別の実践例

- 政府ガイドラインをもとに食品関連企業に求められる人権リスク対応をステップごとに解説。
- 各ステップの解説で含めるべき内容は以下のとおり。
  - － 政府ガイドラインで求められている取組みの整理
  - － 取組むべき内容の具体化(政府ガイドラインや主な食品関連企業や各種団体が公表しているCoC、SAQをもとに具体化)
  - － 取組みの手順・留意点
  - － 取組みの具体例・実践例
  - － 関連情報・データの整理
- 主として中小企業を想定した手引きであることから、まずは優先して取り組むべき最初のステップとして「取組みの優先順位の決定」、「負の影響の特定・評価」、「負の影響の防止・軽減」について重点的に解説。そのうえで次のステップとなる「取組みの実効性の評価」、「説明・情報開示」、「救済」について適宜解説を追加する。

4.1

## ■ 取組みの優先順位の決定

- 政府ガイドラインで求められている取組みの解説
- 食品関連業界で取り組みが求められている対応
- 優先順位決定の手順・留意点
- 取組みの具体例・実践例
- 関連情報・データ

4.2

## ■ 負の影響の特定・評価

- 政府ガイドラインで求められている取組みの解説
- 食品関連業界で取り組みが求められている対応
- 負の影響の特定・評価の手順・留意点
- 取組みの具体例・実践例
- 関連情報・データ

# 「ビジネスと人権」の手引き骨子(案)

手引きの骨子(案)(続き)

|       |     |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------|-----|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 骨子(案) | 第4章 | 4.3 | <b>■ 負の影響の防止・軽減</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 政府ガイドラインで求められている取組みの解説</li><li>● 食品関連業界で取組みが求められている対応</li><li>● 負の影響の防止・軽減の手順・留意点</li><li>● 取組みの具体例・実践例</li><li>● 関連情報・データ</li></ul>                                                                                            |
|       |     | 4.4 | <b>■ 「取組みの実効性の評価」、「説明・情報開示」、「救済」</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 政府ガイドラインで求められている取組みの解説</li><li>● 食品関連業界で取組みが求められている対応</li><li>● 各取組みの手順・留意点</li><li>● 取組みの具体例・実践例</li><li>● 関連情報・データ</li></ul>                                                                                 |
|       | 第5章 |     | <b>■ 人権リスク対応を実践することのメリット</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 人権リスク対応が負担としか認識されないと食品関連企業の取組みも進みにくいと想定されることから、取組みを後押しする観点から人権リスク対応をすることのメリットについても解説。</li><li>● メリットの内容については、本報告書第3章のアンケート結果や第4章の企業の取組み事例等を活用。</li></ul>                                                               |
|       | 付録  |     | <b>■ 参考資料・リンク集</b> <ul style="list-style-type: none"><li>● 人権リスク対応の役に立つ情報やデータの一覧及びリンクを整理。</li><li>● 含める情報・データの一例<ul style="list-style-type: none"><li>－ 日本政府：経済産業省、法務省等</li><li>－ 国際機関や各国政府：国際労働機関(ILO)や米国労働省(DOL)等</li><li>－ 各種機関・団体：ジェトロ、経団連、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン等</li></ul></li></ul> |

三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

[www.murc.jp/](http://www.murc.jp/)