



## SDGsの目標 8

### 「働きがいも経済成長も」

ターゲット7

強制労働を根絶し、現代の奴隷制、人身売買を終わらせるための緊急かつ効果的な措置の実施、最悪な形態の児童労働の禁止及び撲滅を確保する。2025年までに児童兵士の募集と使用を含むあらゆる形態の児童労働を撲滅する。

## 誰もが当事者であるという 自覚を持って

日本では特にSDGsの広がりとともに「ビジネスと人権」という考え方が広がってきました。

「ビジネスと人権」というと、それぞれの企業が活動をするうえで気を付けるべきことと思われるかもしれませんが、例えば、ある企業で人権侵害事案があったとき、その企業だけの問題と捉えるべきではありません。取引先は、その企業で人権侵害が起きていることを知っていながら放置していなかったか。そして消費者も、消費行動を通じて社会や企業を動かす力になり得るのですから、その企業のサービスを受けているのであればステークホルダー（利害関係者）であり、無関係ではありません。

「人権」という言葉に尻込みする感覚をもつ人は少なくないかもしれません。けれど、誰もが「労働者」「消費者」「地域住民」など、複数かつ多様な側面を持っています。つまり、誰もがあらゆる局面で直接的あるいは間接的に人権を侵害したりされたりする可能性を常に持っており、「ビジネスと人権」の当事者でもあることをぜひ認識してほしいと思います。

## 消費者が変われば 企業も必ず変わる

日本、特に大阪は中小企業が多数を占めますが、会社の規模が小さくとも、できる取組はあります。

従業員を雇う立場としては、「なんでも相談してと言っているから」「うちは意見が言いやすい職場だから」といった感情や思い込みではなく、例えば、雇用者が従業員に対して、行政や民間の相談窓口を紹介することや、従業員の労働時間やシフト等社内の仕組みを変更する際は、育児や介護をしながら働いている同僚など、影響を受けやすい従業員に相談、確認してからにすることなどといった従業員を尊重する姿勢によって信頼関係が築けたり、安心感を持ってもらえるようになるのではないのでしょうか。

また、「ビジネスと人権」では、人権侵害の防止に取り組むことも求められています。しかし現実には、どんなに予防しても起こるのが人権侵害です。だからこそ、雇用者は従業員と普段から対話や仕組みづくりができる空気をつくり、関係者同士が納得できる形を見つけていくという姿勢が大事であり、それが一人ひとりの人権を守る原点となります。

一方、消費者としての行動を通じて、私たちは「ビジネスと人権」に関わっています。商品を購入する際に、フェアトレード（適正な取引で輸入された製品）のものを選ぶのもその一つです。海外のニュースにも敏感であれば、購入しようとする商品の生産国やブランドにも敏感になるはずで、消費者の意識が変わることで、企業は必ず変わっていくでしょう。