

③人権DDの実施は小さな一歩から

では、企業が行うべき人権DDへの取組としては、どのようなものがあるのでしょうか。

例えば、人権方針を策定する、人権研修を実施する、社内で啓発活動を実施する、社内環境や制度の整備について人権の視点で見直す、従業員の勤務状況等から人権リスクを把握し、是正措置を実施する、といった取組が考えられます。

企業規模によっては、こうした取組はハードルが高く、難しいかもしれません。しかし、例えば担当者が外部の人権研修に参加してみるなど、まずはできることから段階的に進めていくことや、自社だけでできないことは外部の助けを借りることを念頭に、早期に着手することで、すべてのステークホルダーを大切にすること(人権を守る)企業としての価値が高まっていくことにつながるのではないのでしょうか。

できることから取組み、選ばれる企業へ

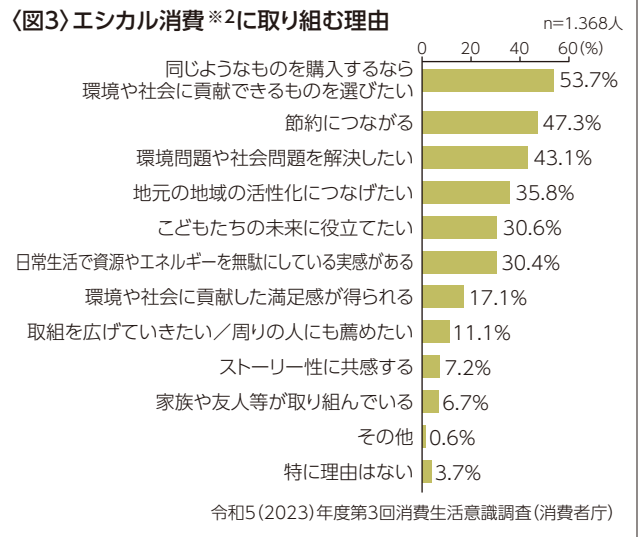
令和5(2023)年の消費者庁の調査結果によると、「同じようなものを購入するなら環境や社会に貢献できるものを選びたい」という割合が高いなど、消費の面からも企業活動への関心が高まっています(図3参照)。

企業に人権侵害が発覚した場合、不買運動が発生し売上高が低下したり、企業ブランドイメージの低下や学生が就職を辞退するような事態につながる恐れもあります。人権DDを適切に実施することで、人権侵害の発生を未然に防ぎ、万が一発生した場合には、速やかにその是正に取り組むことができます。

また、企業活動は、企業と消費者だけでなく、株主や投資家、仕入れや卸先等、事業・製品・サービスと結びついている様々な人や組織が関係します。「指導原則」では、発注元の企業が仕入れ先に無理な値引きを要求するといった直接的な行為だけでなく、自らの一方的都合で取引内容を突然変更することにより取引先従業員

の長時間労働を誘発するといった、間接的に負の影響を助長・関与する人権侵害への対応も求めています。

自社において、差別やハラスメントの発生防止策を確認し必要に応じて研修を実施する、取引先が自社から人権侵害を受けたときに外部の相談窓口を利用できることを周知するなど、それぞれの立場でできることに取り組むことで、企業価値を高め、取引先や消費者にも選ばれる企業となっていくのではないのでしょうか。



※2…消費者それぞれが各自にとっての社会的課題の解決を考慮したり、そうした課題に取り組む事業者を応援しながら消費活動を行うこと

参考情報

国連

ビジネスと人権に関する指導原則



国

「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」の策定



ビジネスと人権に関する行動計画



ビジネスと人権

～責任あるバリューチェーンに向けて～



大阪府

採用と人権



教材・啓発冊子の紹介



その他

中小企業のための人権デュー・ディリジェンス・ガイドライン
～持続可能な社会を実現するために～

