

中小企業経営者の実態

# BLUE REPORT

FOR SOCIAL VALUE

## 中小企業の人的資本への対応戦略

～「人権」への理解、対応状況～

2025

9

2025年8月29日 フォーバル GDXリサーチ研究所 編集

**GDX**  
GDXリサーチ研究所

# サマリー・レポート概要

「ビジネスと人権」について認知している企業は

**27.3%**

※「知っており、他の人に説明できる」、「知っているが、説明できるほどではない」の合計

人権を尊重する方針を策定している 企業は

**9.1%**

人権を守る取り組み行っている企業の **56.8%** が  
社員の満足度や定着率の向上  
に効果を感じている

本レポートの調査結果をご利用いただく際は、  
必ず【フォーバル GDXリサーチ研究所調べ】とご明記ください。

## ■ レポート概要

- ・調査主体：フォーバル GDXリサーチ研究所
- ・調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日
- ・調査対象者：全国の中小企業経営者
- ・調査方法：ウェブでのアンケートを実施し、回答を分析
- ・有効回答数：932人

# 中小企業の人的資本への対応戦略

昨今、長時間労働や各種ハラスメント、劣悪な労働環境、労働者への差別など、企業の人権に関する不祥事への関心が高まっています。そうした問題が明るみになると社会的な信用は低下し、企業ブランドの毀損や取引の停止、従業員や取引先からの訴訟などのリスクに直面する可能性があります。今や企業経営において、これらのリスクを未然に防ぐ取り組みは不可欠だといえるでしょう。

また、近年は従業員の持つ能力や知識を、単なる資源やコストではなく「資本」として捉え、その価値を最大化することで企業の成長を期す「人的資本経営」に注目が集まっています。この手法には「人を大切に」経営視点が欠かせません。企業が自社のみならずステークホルダーも含めた人権への配慮を行うことは、人的資本経営の遂行にも深く関連しています。

こうした考えが普及した背景には、国連人権理事会の「ビジネスと人権に関する指導原則」の採択（2011年）や、これを受けて日本政府が策定した「ビジネスと人権に関する行動計画」（2020年）の公表などがあります。「ビジネスと人権」への関心が世界的に高まる中で、企業の人権リスクへの対応は経営戦略としても欠かせない時代になっているのです。

では、中小企業の人権に関する取り組みは、どの程度進められているのでしょうか。本レポートでは、中小企業の「ビジネスと人権」に関する認知度や課題意識から、人権に関連する取り組みの状況などを把握する目的で行った調査の結果を報告します。

## ■ 目次

|                                  |           |
|----------------------------------|-----------|
| <b>1. 「ビジネスと人権」についての認知度・課題意識</b> | <b>4</b>  |
| 1-1. 「ビジネスと人権」についての認知度           | 5         |
| 1-2. 「ビジネスと人権」についての課題意識          | 6         |
| <b>2. 人権についての取り組み状況・課題</b>       | <b>7</b>  |
| 2-1. 人権を尊重する方針の策定                | 8         |
| 2-2. 人権に関する従業員向け研修の実施状況          | 9         |
| 2-3. 人権を守るための取り組み                | 10        |
| 2-4. 人権を守るための取り組みの課題             | 11        |
| 2-5. 人権についての問題発生有無               | 12        |
| <b>3. 人権に関する取り組みの効果</b>          | <b>13</b> |
| 3-1. 人権に関する取り組みの効果               | 14        |
| 3-2. 人権に関する取り組みを進める上で必要な支援       | 15        |
| 3-3. 取り組み継続による想定効果と継続意思          | 16        |
| 3-4. 人権に関する社内体制・社外への情報公開         | 17        |
| <b>4. まとめ・あとがき</b>               | <b>18</b> |

# 1. 「ビジネスと人権」についての 認知度・課題意識

# 1. 「ビジネスと人権」についての認知度・課題意識

企業経営において近年重要度が高まっている「ビジネスと人権」。第1章では、中小企業経

営者の「ビジネスと人権」の認知度や、課題意識に関して行った調査の結果を報告する。

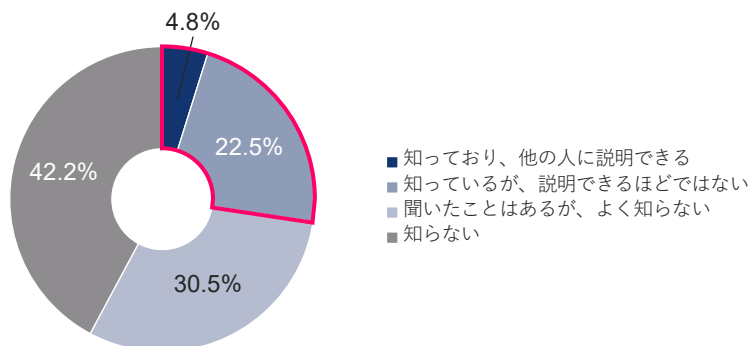
## 1-1. 「ビジネスと人権」についての認知度

近年、「ビジネスと人権」という概念、言葉が使われる機会が増えている。これは、企業が事業活動を行う際に、関わるすべての人の人権を尊重し、侵害しないように責任を持つことを意味するものである。人権侵害のリスクとしては、具体的には差別やハラスメント、劣悪な労働環境などが挙げられる。こうしたリスクがあることを認識し、その対応を行うことの重要性が指摘されているのである。その対応は自社のみならず、取引先やサプライチェーンなどでも必要とされている。また地域社会や消費者への配慮も求められるだろう。この「ビジネスと人権」という言葉や考え方

について、中小企業経営者の認知度を問う設問では、「知っており、他の人に説明できる」が4.8%であり、「知っているが、説明できるほどではない」を合わせても27.3%との結果であった。また、本設問では「知らない」(42.2%)が最多であった。

企業がこれらの人権に関わる課題に取り組むことは、リスク回避につながるもののみならず、人材確保や企業価値の向上などにつながると考えられている。しかしながら、中小企業経営者には「ビジネスと人権」の認知が、必ずしも広がっているとは言えない状況であることがわかった。

### ■ 「ビジネスと人権」についての認知度 (n=932)



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

# 1. 「ビジネスと人権」についての認知度・課題意識

## 1-2. 「ビジネスと人権」についての課題意識

続けて、ビジネスにおける人権への対応が経営上の重要課題だと思うかと聞いた設問では、「非常に重要だと思う」(30.2%)、「ある程度重要だと思う」(51.2%)を合わせ、「重要だと思う」と回答した企業は81.4%に及んだ。残りの約2割の内訳は、「あまり重要だと思わない」と「まったく重要だと思わない」の合計が10.0%、「把握していない」の8.7%であった。

この設問の趣旨は、経営において人権をどのように捉えているか、その経営者としての意識を確認することである。結果は上記のとおり、約8割の経営者が重要であると認識していることがわかった。

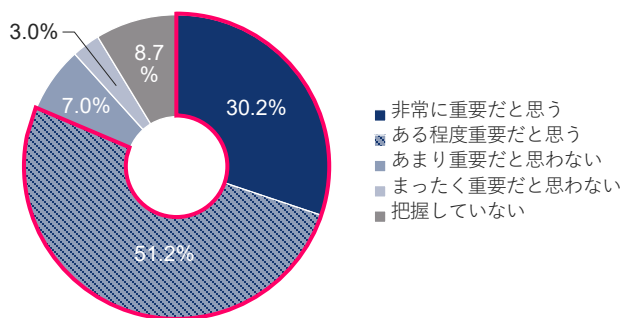
それは、前問(P5)の「ビジネスと人権」の認知状況によってどのような差異があるのか。右下のグラフは、前問で「ビジネスと人権」について「知っており、他の人に説明できる」と

「知っているが、説明できるほどではない」を選択した27.3%の企業に限定して、その割合を示したものである。結果は「非常に重要だと思う」と「重要だと思う」が合計で92.6%となった。

「非常に重要だと思う」に至っては、全体では30.2%であるのに対し、認知層では45.5%に増加していることがわかった。

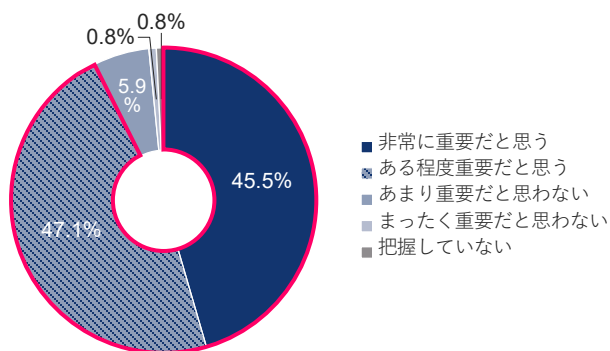
この調査結果が示すのは、近年注目される「ビジネスと人権」の意味や考え方を認知する企業の方が、人権への課題意識が明らかに高いことである。「ビジネスと人権」には、企業として人権問題に取り組む際の視点やその対象、対応範囲などがより具体的に、実際の課題に沿った形で示されている。前問で「認知していない」と回答した企業は、この「ビジネスと人権」についての理解をぜひ進め、実際の経営にも役立ててもらいたい。

■ 「ビジネスと人権」についての課題意識 (n=932)



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

■ 「ビジネスと人権」についての課題意識 (n=255)



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

## 2. 人権についての 取り組み状況・課題

## 2. 人権についての取り組み状況・課題

第2章では、人権尊重への方針の策定や具体的な取り組み、またはその課題など、中小企業の人権への取り組みに関して行った調査結果を報告する。

なお、本章ではP6の最初の設問の「ビジネスと人権についての課題意識」において、「非常に重要だと思う」「ある程度重要だと思う」と回答した758社に限定して分析を行っている。

### 2-1. 人権を尊重する方針の策定

ここでは、人権を尊重する方針の策定状況について聞いた結果を報告する。

「策定している」と回答した企業は69社と、回答企業の9.1%にとどまった。「現在策定中」を選択した45社（5.9%）とあわせても、策定する意思を持つ企業は15.0%と低い結果になった。この結果からは、「ビジネスと人権」について重要だと考えていても、実際に人権を尊重する方針の策定までは進んでいない企業が大半であることがわかった。

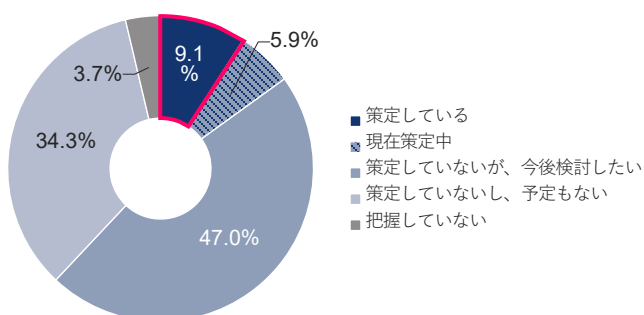
また、策定した人権を尊重する方針の活用イメージについては、「社内規定や行動範囲に反

映」が最も多く、回答企業の58.8%に及んだ。

「社内研修や従業員の教育に活用」も50.0%と高く、策定された方針を実際に社内で運用している企業が多かった。

一方で、「社外への公表（ウェブサイト等）」は19.3%、「サプライヤーへの説明・共有に活用」は18.4%など、対外的に公表や説明する企業が少ないのも特徴といえる。人権尊重の方針を対外的に発信することが、企業のブランド力や従業員のエンゲージメント向上などに効果があると考える企業は、現状では少数派であるといえよう。

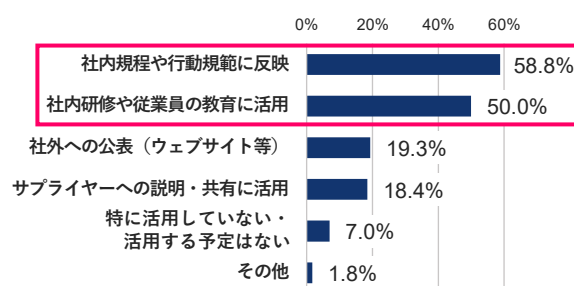
■ 人権を尊重する方針の策定 (n=758)



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

■ 人権を尊重する方針の活用イメージ (n=114)

※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

## 2. 人権についての取り組み状況・課題

### 2-2. 人権に関する従業員向け研修の実施状況

次に、前問と同じく「ビジネスと人権」への対応が経営上の重要課題だと考える企業に対し、

「人権に関する従業員向け研修」の実施状況について確認した。

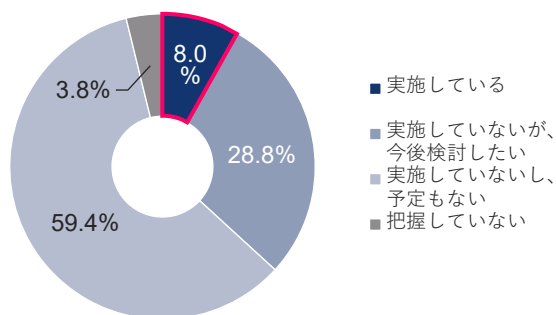
「実施している」と回答した企業は61社（8.0%）と少数派で、現状で実施していない企業が9割を超える結果になった。「実施していないし、予定もない」は450社（59.4%）と約6割に及び、「把握していない」と回答した企業も29社（3.8%）であることがわかった。

この結果は、前ページの「人権を尊重する方針の策定」の実施状況とも関わると考えられる。その結果は「策定している」が9.1%と低く、「現在策定中」と合わせても15.0%であった（P8参照）。まずは方針が策定されなければ、

従業員向けの研修方針やその内容も定まらないだろう。

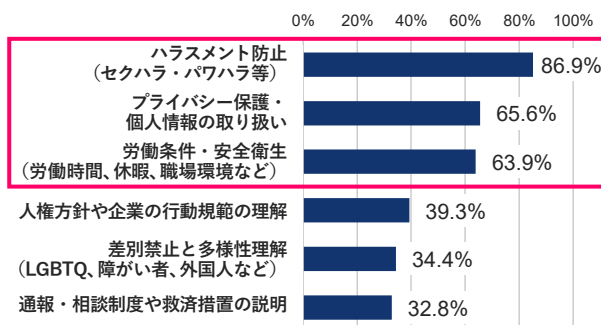
では、従業員向け研修を「実施している」と回答した企業は、具体的にどのような内容に注目しているのか。その結果が右下のグラフである。最も多かったのは「ハラスメント防止（セクハラ・パワハラ等）」の53社で、これは回答企業中、86.9%に及んだ。次いで多かったのは「プライバシー保護・個人情報の取り扱い」の40社（同65.6%）、次いで「労働条件・安全衛生（労働時間、休暇、職場環境など）」の39社（同63.9%）であった。現状では、人権に関する研修の内容として、これらのテーマに企業側の関心が向いていることがわかる。

■ 人権に関する従業員向け研修の実施（n=758）



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

■ 人権に関する従業員向け研修の実施内容（n=61）  
※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

## 2. 人権についての取り組み状況・課題

### 2-3. 人権を守るための取り組み

続けて中小企業で行われている、従業員の人権を守るための取り組みについて複数回答で聞いた。

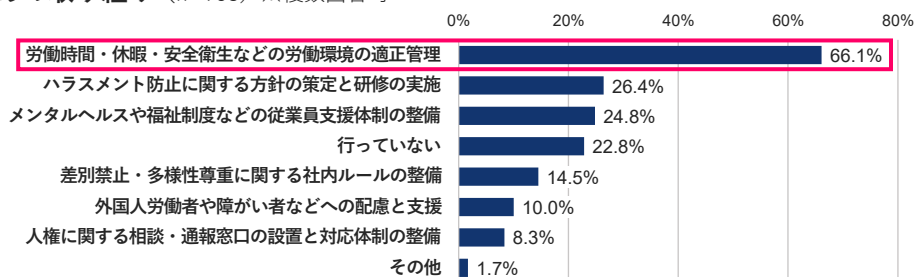
最も多かったのは「労働時間・休暇・安全衛生などの労働環境の適正管理」であり、回答企業の66.1%が選択した。次に多かったのは「ハラスメント防止に関する方針の策定と研修の実施」（同26.4%）、さらに「メンタルヘルスや福祉制度などの従業員支援体制の整備」（同24.8%）と続いた。これらの結果から、労働環境の適正管理に向けた取り組みへの関心は高いものの、ハラスメント防止やメンタルヘルス対策など、具体的な従業員支援については取り組む企業が少数派であることがわかった。一方、「行っていない」については、回答企業の22.8%に及んでいること

もわかった。ここから、元々「ビジネスと人権」に関心を持つ企業であっても、必ずしも対策を講じているわけではないことが明らかになった。

では、従業員の人権を守るための何らかの取り組みを行う企業は、どのようなきっかけがあったのだろうか。下のグラフはそのきっかけについて聞いた結果である。

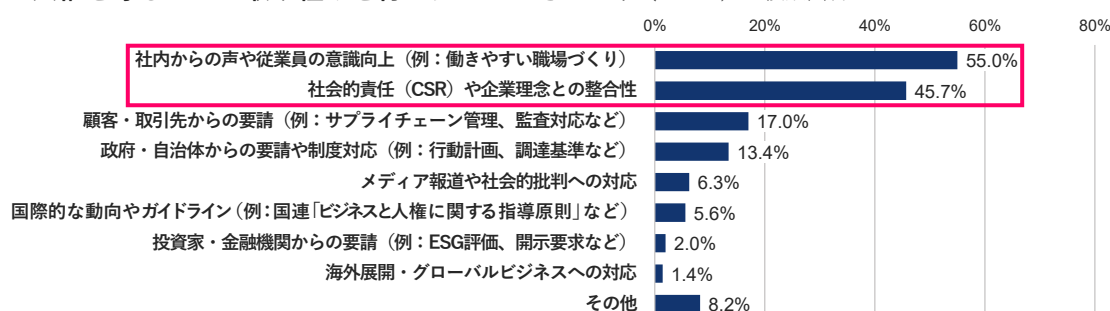
回答として多かった2つは「社内からの声や従業員の意識向上」（同55.0%）と「社会的責任（CSR）や企業理念との整合性」（同45.7%）である。従業員の人権を守るための取り組みが、働きやすい職場づくりや従業員のエンゲージメント向上に資することや、企業経営と社会との関わりを重視する姿勢を示せるとの期待感があることがわかる。

#### ■ 人権を守るための取り組み（n=758）※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

#### ■ 人権を守るための取り組みを行いはじめたきっかけ（n=558）※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日 10

## 2. 人権についての取り組み状況・課題

### 2-4. 人権を守るための取り組みの課題

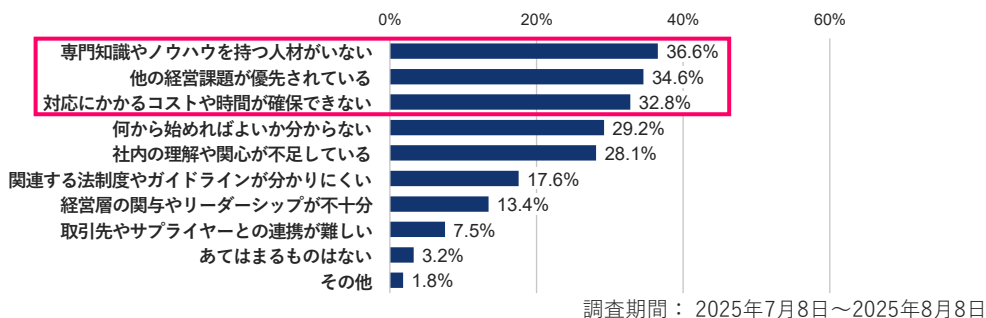
従業員の人権を守るための取り組みを行う際には、どのような課題があるのだろうか（上のグラフ）。調査では、「専門知識やノウハウを持つ人材がない」（回答企業の36.6%）、「他の経営課題が優先されている」（同34.6%）、「対応にかかるコストや時間が確保できない」（同32.8%）の3つが上位となった。これらの結果から、対応する人材の不足はもとより、コストや時間の確保に課題を抱えている企業が多く見られることがわかる。また、他の経営課題と比べると人権保護への取り組みの優先度を低く捉えている企業の意識も明らかになった。

加えて、「何から始めればよいか分からない」（同29.2%）や「社内の理解や関心が不足している」（同28.1%）についても、3割弱の企業が選択した。企業における人権保護への取り組みに向

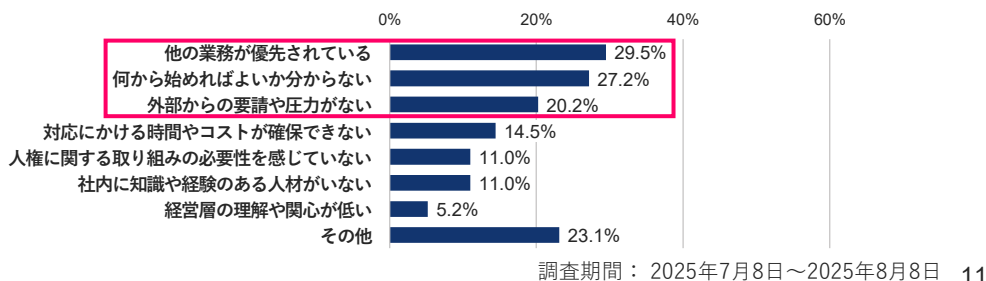
け、その具体的な方法や社内での意識改革、コンセンサス（合意）を得るための手法に関する丁寧な情報共有が求められるといえるだろう。

また、従業員の人権を守るための取り組みを「行っていない」と回答した企業に対して、その理由を聞くと、「他の業務が優先されている」（同29.5%）、「何から始めればよいか分からない」（同27.2%）、「外部からの要請や圧力がない」（同20.2%）などが上位となった（下のグラフ）。一方で、「必要性を感じていない」と回答した企業は回答企業の11.0%にとどまっている。このことから、取り組みを行う必要性を感じていても、何らかの要因により取り組んでいないケースが多いことが推察される。「その他」の回答では、従業員がいない、家族経営のため、などの回答が多かった。

#### ■ 人権を守るための取り組みの課題（n=558）※複数回答可



#### ■ 人権を守るための取り組みを行っていない理由（n=173）※複数回答可



## 2. 人権についての取り組み状況・課題

### 2-5. 人権についての問題発生有無

第2章の最後では、社内で人権に関する問題の発生有無や、その対応に関する調査の結果を報告する。

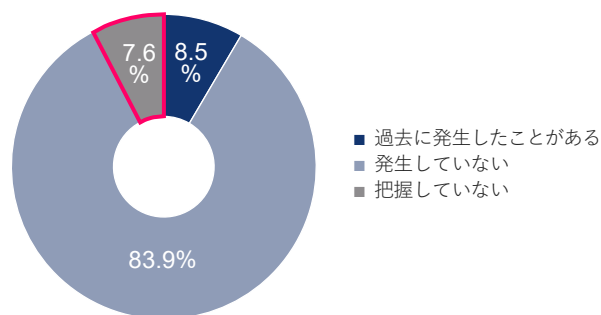
過去に人権についての問題が発生したかを問う設問では、「発生していない」と答えた企業が83.9%となった。「過去に発生したことがある」の8.5%と比べると大きな差があることがわかる。また、本レポートにはグラフを掲載していないが、「発生したことがある」と回答した企業に対してその具体的な内容を問うと、「ハラスメント(セクハラ・パワハラなど)」が最多となり、回答企業の約7割に及んだ。その他、「労働条件に関する問題(長時間労働、休暇取得の制限など)」が約3割弱、「差別的な言動や処遇(性別・国籍・障がいなど)」が約2割という結果で

あった。それらの問題への対応としては、

「関係者への聞き取り調査を実施した」(回答企業の58.2%)や「社内の相談窓口で対応した」(同35.4%)などが多数派であり、社内に対応するケースが多いことがわかった。

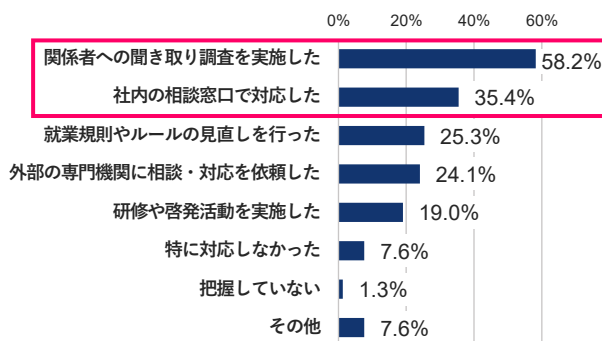
さらに、左下のグラフで注目しなければならないのが「把握していない」を選択した71社(7.6%)についてである。上記のような人権に関する問題発生の有無に関し、少数派ではあるものの、把握していない経営者の存在が明らかになった。自社内の人権に関する問題の把握は経営者の責任であり、早急に把握に向けた情報共有の仕組みの構築や社内の意識改革に取り組む必要があると言えよう。

■ 人権についての問題発生有無 (n=932)



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

■ 発生した人権問題への対応 (n=79) ※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

### 3. 人権に関する取り組みの効果

### 3. 人権に関する取り組みの効果

第3章では、人権に関する取り組みを行っている企業が、その活動によって具体的にどのような効果を実感しているのか、また、その社内体

制の構築や取り組みに関する情報公開の状況について調査した。

#### 3-1. 人権に関する取り組みの効果

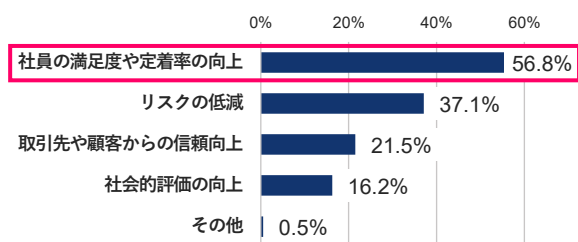
従業員の人権に関する取り組みに対する効果については、「社員の満足度や定着率の向上」が最も多く56.8%の回答を占めた。これは、人権が尊重される職場環境が、従業員のエンゲージメント向上や経営の安定に直結していることを示しているといえるだろう。続いて、「リスクの低減」(37.1%)、「取引先や顧客からの信頼向上」(21.5%)、「社会的評価の向上」(16.2%)と続いた。人権を守るための取り組みは、企業の信頼性や社会的評価にも良い影響をもたらすことがわかった。

次に、従業員の人権を守るための取り組みを行う上でのコスト(人件費など)と見合っているかについては、「十分に見合っている」の9.7%、「ある程度見合っている」の38.8%を合計し

48.5%、つまり約半数の企業が、効果とコストのバランスを肯定的に捉えており、人権を守るための取り組みへの投資に価値を見い出しているということがわかった。

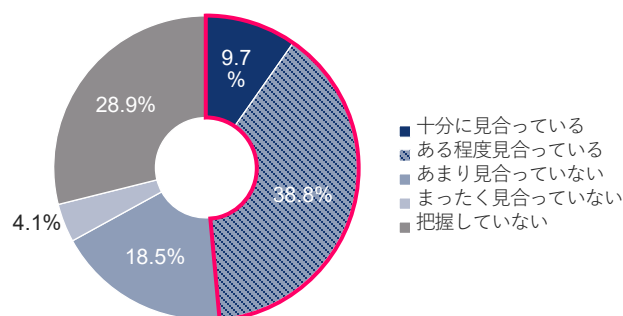
一方で、効果とコストが見合っていないと回答した企業は「あまり見合っていない」の18.5%、「まったく見合っていない」の4.1%を合計した22.6%であった。また、その「見合っていない」の合計を上回る28.9%の企業が「把握していない」と回答していた。せっかく人権を守るための取り組みを行っても、コストと見合っているかどうか把握できていなければ、今後の方針を決めることも難しいだろう。どの企業にもあらゆる施策について、かけたコストと見合っているかどうか、しっかり把握することを期待したい。

■ 人権についての取り組み効果 (n=585)  
※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

■ 取り組みを行う上でのコスト(人件費など)との見合い (n=585)



# 3.人権に関する取り組みの効果

## 3-2. 人権に関する取り組みを進める上で必要な支援

次に、人権を守るための取り組みを進める上でどのような支援が必要かについて、その取り組みを行っている企業に聞いた。「実務に役立つガイドラインやチェックリストの提供」が最も多く、42.9%の回答を占めた。そして、「政府・自治体による制度的支援（補助金、認証制度など）」の36.8%、「他社事例やベストプラクティスの共有」の24.8%と続いた。

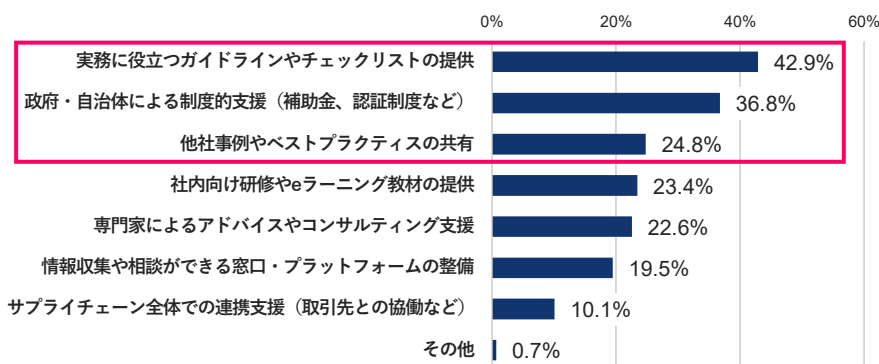
「実務に役立つガイドラインやチェックリストの提供」が上位となっていることから、取り組んではいるものの、日々の業務で取り組むには具体的にどうすればよいのか、このようなケースにはどう対応すべきか、などが具体化できていない。また、より効果を生む内容や進め方を

知りたいと考えている企業が多いことを示している。

また、「政府・自治体による制度的支援（補助金、認証制度など）」の回答からは、金銭的なサポート、また、取り組みを行ったらそれが客観的に証明される仕組みについても36.8%の企業が求めており、期待の多さが示されていることがわかる。

効率的に、成果を生む取り組みにつなげるための支援、金銭的な支援、取り組みを評価する認証制度などの支援が充実することで、人権への取り組みを進める企業が今よりも増えることが期待できる。

### ■ 人権を守るための取り組みを進めるために必要な支援（n=585）※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

# 3.人権に関する取り組みの効果

## 3-3. 取り組み継続による想定効果と継続意思

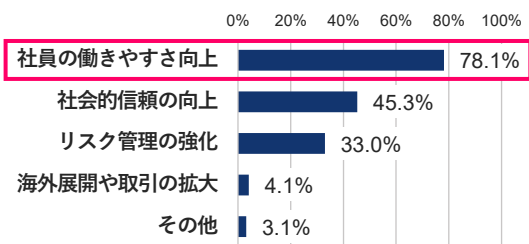
引き続き、人権に関する取り組みを行っている企業に、人権に関する取り組みを継続した場合に期待される効果、今後も人権を守るための取り組みを積極的にすべきか、について聞いた。人権に関する取り組みを継続した場合に期待される効果では、「社員の働きやすさ向上」の78.1%が最も多い回答であった。次いで、「社会的信頼の向上」の45.3%、「リスク管理の強化」の33.0%と続いた。人権を守るための取り組みを行うことで、このような効果が期待できると考える経営者が多いことがわかった。まだ人権を守るための取り組みを実施できていない企業、取り組んだらどうなるか、がイメージできていない企業は本調査の回答を参考にして

いただきたい。

そして、今後も人権を守るための取り組みを積極的にすべきかについては、「そう思う」、「ややそう思う」を合わせ、89.9%の企業が継続意思を示した。既に取り組んでいる企業のほとんどが、その重要性や必要性を深く理解した上で、上記のような意思を示したものと推察される。

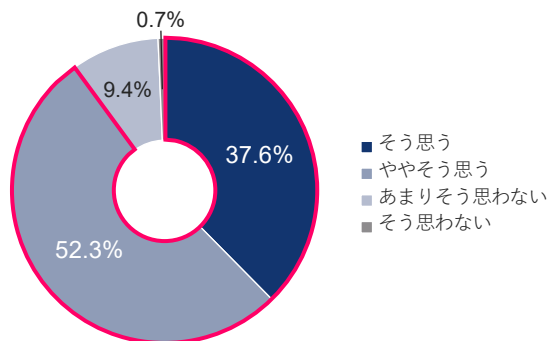
人権を守るための取り組みは、社員の働きやすさや企業の社会的信頼を向上させる効果が見込まれる。こうした取り組みを、1社でも多くの企業が積極的に推進していくことに期待したい。

■ 取り組みを継続した場合に期待される効果  
(n=585) ※複数回答可



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

■ 今後も人権を守るための取り組みを積極的にすべきか  
(n=585)



調査期間：2025年7月8日～2025年8月8日

# 3. 人権に関する取り組みの効果

## 3-4. 人権に関する社内体制・社外への情報公開

第3章の最後に、人権に関する社内体制と社外への情報公開についての状況を報告する。

人権を守るための取り組みに関する担当部署または担当者を決めているか、については、「決めている」企業は29.2%で、「現在検討中」の9.6%を合わせても約4割となり、全体の60.3%が「決めていない」という回答であった。

人権を守るための取り組みに携わる担当部署や担当者の存在は、企業がその運用を行う上で欠かせないものであるが、全体傾向としては体制整備の遅れが指摘できるだろう。

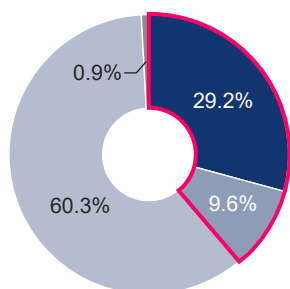
P8の「人権を尊重する方針の策定」では「策定している」が9.1%でそれより多く、まず、担当部署や担当者を決めてから、方針の策定を行う、という流れが考えられる。

次に、人権に関する相談・通報窓口があるか、については、「社内に設置している」が19.5%で

あった。一方で、自社ではないが「外部機関と連携している」と回答した企業も6.7%であった。専門知識を持つ外部機関との連携も有効な手段であり、自社での設置が難しい企業はぜひ参考にしていきたい。

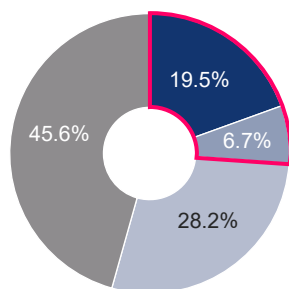
最後に、自社の人権に関する取り組みを社外に公開しているかについては、「公開している」企業はわずか4.8%という状況であった。最も多いのは「公開していないし、予定もない」で半数近くを占めた。大手企業は、人権に関する取り組みの規模にかかわらず、なのか、自社の取り組みを積極的にウェブサイトなどで公表し、対外的に発信している。中小企業においても、このような情報発信は企業の透明性向上につながり、社会からの信頼を得るうえで有効な手段となり得る。取り組みを行っている企業はぜひ積極的に社外に公開していただきたい。

■ 人権を守るための取り組みに関する担当部署または担当者を決めているか (n=585)



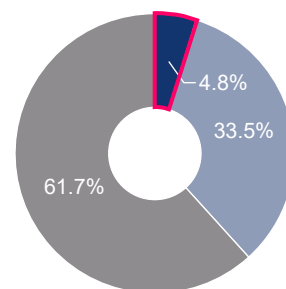
■ 決めている  
■ 現在検討中  
■ 決めていない  
■ 把握していない

■ 人権に関する相談・通報窓口があるか (n=585)



■ 社内に設置している  
■ 外部機関と連携している  
■ 設置していないが、検討中  
■ 設置していないし、予定もない

■ 人権に関する取り組みを社外に公開しているか (n=585)



■ 公開している  
■ 公開していないが、今後検討したい  
■ 公開していないし、予定もない

## 4. まとめ・あとかき

### 3. まとめ・あとかぎ

#### ○ 様々な効果が期待できる、人権に配慮した経営の推進を

本レポートでは、中小企業の人的資本への対応戦略について検証する目的で、特に「人権」への理解と対応状況に注目して行った調査の結果を報告した。人的資本経営とは、人材を「資本」として捉え、その価値を引き出すことで企業の中長期的な価値創造や成長につなげる経営手法であり、その時に企業の「人権」への取り組みが欠かせないと考えるためである。

まずは経営者としての人権に対する意識を把握するため、「ビジネスと人権」の認知状況について確認した。この言葉は、企業経営において人権を尊重し、侵害しないよう責任を持つことを示す考え方である。その結果は、認知する企業が27.3%にとどまり、非認知が多数派を占める結果となった。一方、「ビジネスと人権」に関する評価では、重要だと思うとの認知が8割を超えた。この言葉や考え方についての普及は今後の課題だが、多くの中小企業経営者が人権を尊重する重要性を認識していることがわかる。

しかしながら、その問題意識が実際の職場で実装されているかについては疑問が残る。本レポートで報告したとおり、労働環境の適正な管理やハラスメント防止に向けた方針の策定や研修の実施、各種従業員支援体制の整備など、人権を守るための何らかの取り組みを行っている企業は約6割に上る。ところが、特に重要な取り組みである「人権を尊重する方針の策定」をしている企業は、策定中也も含めて15.0%にとどまり、

「人権に関する従業員向けの研修」に至っては実施割合が8.0%と低い結果であった。中小企業で人権尊重への取り組みが進まない背景には、他の業務が優先され

てしまうケースや、進め方がわからない、対応できる人材がいけないなどの要因があると推察される。

2011年に国連人権理事会が「ビジネスと人権に関する指導原則（UNGPs）」を承認したことを受け、日本政府は2020年に「『ビジネスと人権』に関する行動計画（2020-2050）」を策定した※。この中では人権方針の策定、人権デュー・ディリジェンスの実施、救済メカニズムの構築などの必要性が指摘され、その範囲は企業内部に加えサプライチェーンにも広がることが示されている。「人権デュー・ディリジェンス」とは、不当な労働環境や各種ハラスメント、差別などの人権リスクを防止し、または低減するための一連の施策、プロセスを指す。

このように「ビジネスと人権」への関心が高まる中で、企業はその規模に関係なく、ステークホルダーの人権を守るための取り組みを進める必要があるといえよう。経営資源の限られる中小企業に向けては、国や関係機関による積極的な支援も期待したい。

また、本レポートの第3章では、人権を守るための取り組みによる効果も紹介している。取り組みを行う企業からは、従業員のエンゲージメント向上や人権リスクの低減、取引先や顧客からの信頼獲得などの効果があるとの回答が得られた。本レポート結果を参考に、様々な効果が期待できる「ビジネスと人権」への取り組みを強化してみたいだろうか。

※ 「『ビジネスと人権』に関する行動計画（2020-2050）」ビジネスと人権に関する行動計画に係る関係府省庁連絡会議（令和2年10月）  
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/100104121.pdf>

#### フォーバルGDXリサーチ研究所 所長 平良 学

1992年、株式会社フォーバルに入社。九州支店での赤字経営の立て直し、コンサルティング事業の新規立ち上げを経て、2022年に新たに発足した中立の独立機関「フォーバル GDXリサーチ研究所」の初代所長に就任。中小企業経営の実態をまとめた白書「ブルーレポート」の発刊、独自・共同研究の実施、全国の中小企業経営者に向けたGDXやESGの講演、毎回数百人を超える中小企業経営者向けのイベントなどを通じて、中小企業のGDXを世に発信。「中小企業の持続可能な発展を支える研究機関としてなくてはならない存在」を目指し活動している。

