

# 市民目線の評価指標 『企業のエシカル通信簿』 で企業はどう変わるのか

CRT日本委員会主催  
ステークホルダーエンゲージメントプログラム  
2023年6月29日

ナット・フォー・セール・ジャパン(NFSJ)  
消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク(SSRC)

**山岡万里子**

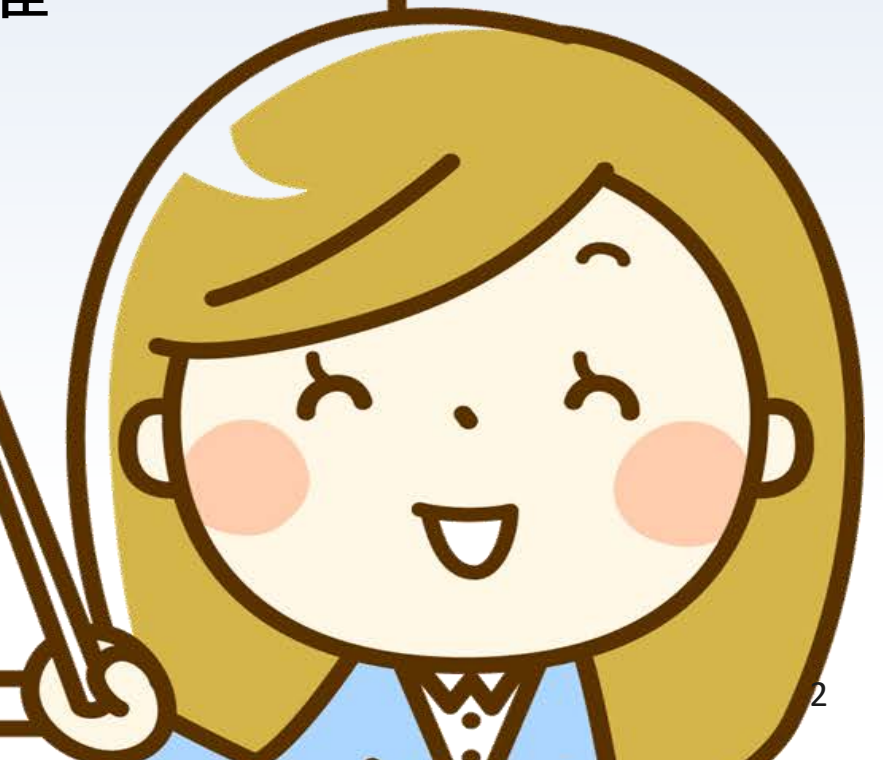


NOT FOR SALE



## 本日のアジェンダ

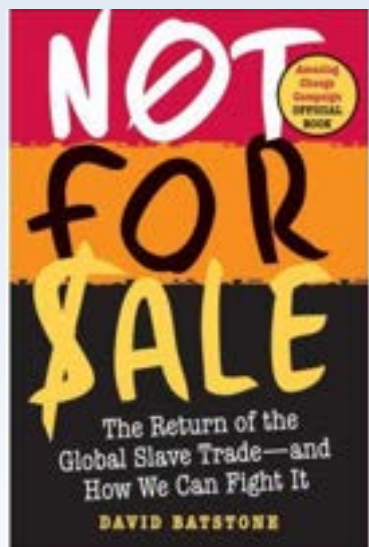
- 【1】ノット・フォー・セール・ジャパン (NFSJ)と消費から持続可能な社会をつくる市民ネットワーク(SSRC) について
- 【2】人身取引・現代の奴隷制・ビジネスと人権
- 【3】「企業のエシカル通信簿」とは
- 【4】2022年度(食品加工業)調査の結果
- 【5】エシカル通信簿で企業はどう変わるのか
- 【6】NFSJとSSRCからのご案内



**【1】「ノット・フォー・セール・ジャパン (NFSJ)」  
と「消費から持続可能な社会をつくる  
市民ネットワーク(SSRC)」について**

# ノット・フォー・セール・ジャパン(NFSJ)について

設立のきっかけは 1冊の本との出会い



2007年7月



2010年12月



著者 Batstone  
(Not For Sale 会長)来日

ノット・フォー・セール・ジャパン設立へ  
(2011年夏)

山岡のその他の訳書

2022年2月  
『性的人身取引  
～現代奴隷制  
というビジネスの  
内側～』  
シドハース・カーラ著  
明石書店



2022年12月  
『現代の奴隷～  
身近にひそむ  
人身取引ビジネス  
の真実と私たち  
にできること』  
モニック・ヴィラ著  
英治出版





# ノット・フォー・セール・ジャパン (NFSJ) <http://notforsalejapan.org/>

- 2011年、アメリカのNGO 《Not For Sale》の日本支部として発足
- 人身取引・現代の奴隷制問題を知らせる活動
- 2つのネットワークに所属



# ネットワークでの活動

## 人身売買禁止ネットワーク (JNATIP)



政府・国連機関への働きかけ

## 消費から持続可能な社会をつくる市民 ネットワーク (SSRC)



企業のエシカル通信簿

|        | SD | 環境 | 消費者 | 人権 | 社会 | 平和 | 動物 | 食品 |
|--------|----|----|-----|----|----|----|----|----|
| 明治 H   | 2  | 4  | 4   | 6  | 6  | 1  | 1  |    |
| 日本ハム   | 2  | 3  | 4   | 3  | 4  | 1  | 1  |    |
| 味の素    | 7  | 6  | 8   | 8  | 7  | 1  | 1  |    |
| 山崎製パン  | 1  | 2  | 3   | 2  | 3  | 1  | 1  |    |
| マルハニチロ | 1  | 2  | 4   | 3  | 4  | 1  | 1  |    |



エシカル消費を  
進めるプロジェクト

企業のエシカル通信簿

・ぐりちょ



# 【2】人身取引・現代の奴隷制 ・ビジネスと人権

# 現代の奴隷制と人身取引



世界には約 **5,000万人**の「奴隷」がいる

\*2022年版「現代奴隷の世界推計

Global Estimates of Modern Slavery」より

(ILO, WF, IOM)

5,000万人のうち

約2,800万人が強制労働の被害者、

約2,200万人が強制結婚の被害者

とされる。

「現代奴隷」とは…

最悪の  
形態の  
児童労働

借金に  
よる束縛

強制労働

強制結婚

奴隷的  
所有状態

人身取引

…これらの総称



# 人身取引・奴隷労働・児童労働は、 ビジネス（企業活動）に絡む人権問題



**西アフリカのカカオ農場**  
(©Jessica Dimmock)



**タイ・中国・インドネシアの  
漁船** (©care to click)



**鉱山で働く子どもたち**  
(©Naomi Toyoda)



**長時間労働、低賃金で  
搾取される技能実習生・  
留学生たち**

(©日刊読むラジオ、  
海外建設資材・人財協同組合)

# 企業は「人権」とどうかかわっているのか



①企業は社会を形成し社会活動を行う**主体者のひとり**。企業も人の集まりであり、自らの人権同様**他者の人権を尊重するのは当然**。

②人権の尊重は、国内外の消費者・投資家・銀行からの要請事項である。人権の軽視は企業の**評判を低下させ、減益につながる**。

③企業活動はルールに則った**公平な競争の場**(Level Playing Field)で行われるべき。人権軽視によるコスト削減は**ルール違反**である。

企業活動のいたるところで人権侵害が起きているということは、裏を返せば、**企業には、社会を今よりも良くしていく力がある**ということ。

# 「ビジネスと人権」

ビジネスのグローバル化 ⇒ 多国籍企業による人権侵害が問題化  
⇒「企業には、人権を尊重する責任がある」という声の高まり



国連グローバルコンパクト(2000年) ILO多国籍企業宣言(1977年採択・2017年改訂)

国連ビジネスと人権に関する指導原則 (2011年国連人権理事会で採択)

**3本の柱 ①人権を保護する国家の義務**

⇒・国別行動計画(NAP)の策定 (日本も2020年10月に策定)  
・必要な法律の整備 (「**英国現代奴隷法**」など)

**②人権を尊重する企業の責任**

**③救済へのアクセス**

人権DDを義務化したもの

人権デューディリジェンス (人権DD)

企業が関与する**人権への負の影響**を、特定・分析・評価  
⇒ 適切に行動 ⇒ 継続的に評価 ⇒ 公開



# 企業活動における「人権への負の影響」

## 【直接的】

### 自社の従業員に対して

障害者・LGBT・女性差別、  
セクハラ、パワハラ、マタハラ…  
低賃金、長時間労働、  
児童労働、強制労働…

## 【間接的】

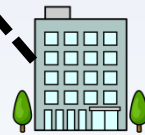
### 取引先の従業員に対して

サプライヤーを通しての差別・  
ハラスメント、労働搾取、  
児童労働、人身取引  
不当解雇、雇用の調整弁

## 【直接的】

### 社会と社会的弱者に対して

広告や幹部発言による誹  
謗・差別・ジェンダー役割固定  
社員旅行・接待・駐在員に  
よる児童買春・ポルノ加害



## 【直接的】【間接的】

### 生産拠点の地域住民に対して

環境破壊による健康被害・  
農業被害・騒音・悪臭・  
風評被害、強制移住  
土地収奪・買い叩き

## 【間接的】

### 紛争での死傷者・難民に対して

製品製造・原材料調達・  
エネルギー調達・投資・寄付  
等を通しての  
軍・紛争・暴力への加担

## 【直接的】

### 消費者（製品使用者）に対して

添加物・抗菌剤による健康  
被害、欠陥製品による事故  
“ウォッシュ”による騙し  
配慮不足による疎外(障害者等)



# 【3】「企業のエシカル通信簿」とは

# 「企業のエシカル通信簿」の主な調査項目

- 1 **サステナビリティ体制** (基本方針、従業員教育、サプライチェーンの把握、SHEなど)
- 2 **消費者の保護・支援** (広告表示、安全、サステナブル商品、消費者教育など)
- 3 **人権・労働** (女性活躍、障害者雇用、労働搾取、現代奴隷法、フェアトレードなど)
- 4 **社会・社会貢献** (法令遵守、社会貢献、次世代育成、格差是正、投資基準など)
- 5 **平和・非暴力** (軍・反社会的勢力・兵器産業との関わり、紛争地域からの調達など)
- 6 **アニマルウェルフェア** (畜産動物の飼育法、処分法、動物実験、動物利用など)
- 7 **環境** (A環境ガバナンス、B気候変動、Cごみ削減、D生物多様性、E化学物質、F水)

The image shows a screenshot of a survey form titled '調査票「企業のエシカル通信簿」' (Survey Form 'Ethical Communication Book'). The form is organized into columns labeled A through F, corresponding to the survey items listed above. Each column contains specific questions and checkboxes for responses. For example, column A (Environment) includes questions about environmental governance, climate change, waste reduction, biodiversity, chemical substances, and water. Column B (Human Rights and Labor) includes questions about human rights, labor practices, and modern slavery. The form also includes a section for '調査票の記入方法' (How to fill out the survey form) and a '調査票の記入例' (Survey form example) section.

2022年度 調査票より

# 「企業のエシカル通信簿」が調査する「人権への負の影響」

3 人権・労働 3・4

【直接的】

**自社の従業員**に対して  
障害者・LGBT・女性差別、  
セクハラ、パワハラ、マタハラ…  
低賃金、長時間労働、  
児童労働、強制労働…

3 人権・労働 1・2・5

【間接的】

**取引先の従業員**に対して  
サプライヤーを通しての差別・  
ハラスメント、労働搾取、  
児童労働、人身取引  
不当解雇、雇用の調整弁

1 サステナビリティ体制

3 人権・労働 7

【直接的】

**社会と社会的弱者**に対して  
広告や幹部発言による誹  
謗・差別・ジェンダー役割固定  
社員旅行・接待・駐在員に  
よる児童買春・ポルノ加害

7 環境 D生物多様性 /F水

【直接的】【間接的】

**生産拠点の地域住民**に対して  
環境破壊による健康被害・  
農業被害・騒音・悪臭・  
風評被害、強制移住  
土地収奪・買い叩き

4 社会 5投資基準 /5 平和

【間接的】

**紛争での死傷者・難民**に対して  
製品製造・原材料調達・  
エネルギー調達・投資・寄付  
等を通しての  
軍・紛争・暴力への加担

7環境E化学物質/2消費者/6動物

【直接的】

**消費者（製品使用者）**に対して  
添加物・抗菌剤による健康  
被害、欠陥製品による事故  
“ウォッシュ”による騙し  
配慮不足による疎外(障害者等)

# 2022年度「企業のエシカル通信簿」調査方法

## (1) 調査分野 \*(数字)は小項目数

- 「1サステナビリティ体制(15)」「2消費者の保護・支援(17)」「3人権・労働(32)」「4社会・社会貢献(18)」「5平和・非暴力(7)」「6アニマルウェルフェア(31)」「7環境(計65)」の7つの大項目。うち環境は「A環境ガバナンス(18)」「B気候変動(18)」「Cごみ削減(11)」「D生物多様性(9)」「E化学物質(4)」「F水(5)」の6つの中項目ごとに分かれて調査。
- 調査項目の内容は、SDGsを念頭に、  
(1)現在の日本や国際社会で関心が高いもの、  
(2)本ネットワークとその参加NGO/NPOが日本社会や企業に特に取り組みの推進を求めたいものを中心に選択。(年ごと/業界ごとに変化)

## (2) 調査対象業種・企業数・企業 選定方法

- 過去の調査対象業種：「食品加工」「アパレル」計10社（2016年度）、「化粧品」「コンビニ」「宅配便」計12社（2017年度）、「家電」「外食チェーン」計10社（2018年度）、「飲料」「カフェチェーン」計10社（2019年度）スーパーマーケット6社（2021年度）10業種48社（⇒11業種58社）
- 2022年度は、誰もが日常的に関わる商品を製造しており、すべての調査分野において関心が高く、また第1回(2016年度)との比較もできるということで、「加工食品メーカー」に設定。
- 同業種内でより多くの企業を、ということで、今回は1業種に絞り、これまでで最大の大手10社までを調査対象とした。
- 対象は「食品業界売上高ランキング」の上位10社を選んだ。(たばこや飲料を含むランキングは除外。)





## (5) レイティング

- 大項目ごとにレイティング  
= **総合レイティングは、あえて行わない。**  
⇒消費者、投資家、就職希望者、取引先が、**それぞれの価値観に従って、企業を評価し選択する**情報ツールだから。
- 各項目と設問への配点は、社会状況を踏まえ、**各分野内で重要性を検討**した上で行なった。
- 調査大項目ごとに、換算して100点満点にした。レイティングは10段階。100点満点で10点ごとに区切り、1～10で表示。  
(得点がたとえゼロ点であっても「1」がつく)

|                |                |
|----------------|----------------|
| 10点未満・・・1      | 50点以上60点未満・・・6 |
| 10点以上20点未満・・・2 | 60点以上70点未満・・・7 |
| 20点以上30点未満・・・3 | 70点以上80点未満・・・8 |
| 30点以上40点未満・・・4 | 80点以上90点未満・・・9 |
| 40点以上50点未満・・・5 | 90点以上・・・10     |

## (6) 各種資料の公開について

- 2022年度  
「企業のエシカル通信簿」  
調査票設問項目リスト  
調査票自体は非公開。  
ただし、設問については公開している。



<https://cnrc.jp/wp-content/uploads/2023/03/chousa2022.pdf>

- 2021年度以前の調査票  
および調査結果  
SSRCのウェブサイトにて公開中。



<https://cnrc.jp/works/business-ethical-rating/>

## (7)「市民目線の中小企業者サステナビリティ 自主調査推進プロジェクト」の始動

- 過去に「**エシカル通信簿をわが社でもやってほしい**」という声  
が複数の企業から寄せられ、また2021年度から**自動点数計  
算が可能**になったので、「自主調査」プロジェクトを試験的に  
行った。
- 本「エシカル通信簿」プロジェクトは大企業を対象としているが、  
**中小企業が自らの立ち位置を診断するツール**として、中小  
企業向けに自主調査用の調査票を作成（エシカル通信簿  
とさほど変わらず）し、意欲ある企業に使ってもらおうというプロ  
ジェクトを、**SSRCの本プロジェクトから派生する形で**、  
2022年度から始動。
- 地球環境基金から助成を受け、**2022年度はパイロット調  
査**を実施。各地の中小企業連盟に呼びかけ、長野と秋田で  
事前・事後研修を含め**7社**が調査に参加。2023年度から  
本格始動する予定。
- **関心のありそうな地域・企業があればご紹介を！**



「地球」「人」「地域」を大切に  
本当の豊かさを生む経済活動を中小企業から

### 持続可能な経営のための セルフチェック

中小企業は、地域の持続可能性を高め、地域循環型経済を拡大し  
ていくために重要な存在です。一方、気候変動や生物多様性、人  
権などの地球規模の課題が深刻化する中、企業経営においても社  
会課題解決のための早急な対応が求められています。環境・人権・  
社会への取り組みの自社の状態を把握・認識し、さらに対応を導  
めていくことが重要です。

このセルフチェックでは、専門性ある NGO/NPO のネットワーク  
で作成した調査票をもとに自主調査を行うことで、自社の状況を  
把握し取り組むべき優先順位を明らかにすることができます。

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS**



※本調査は、SSRCの協賛で実施されています。お問い合わせ先はSSRCです。

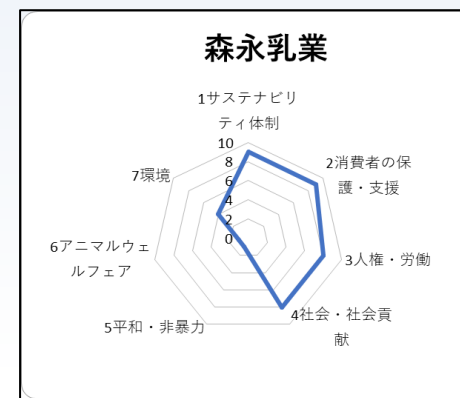
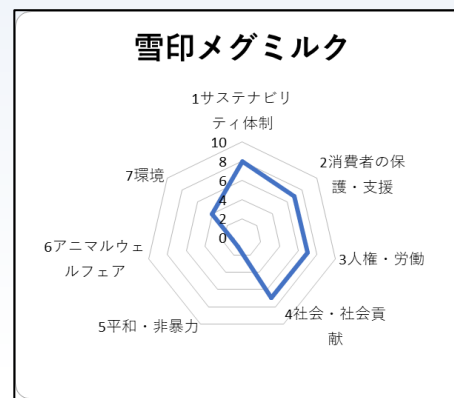
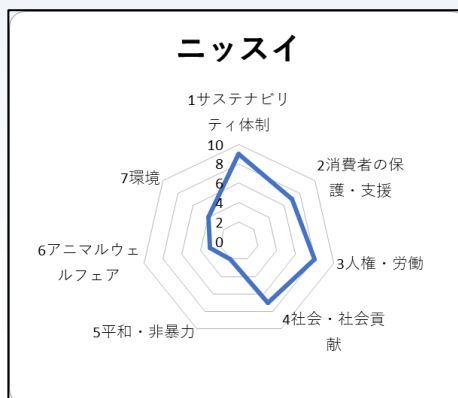
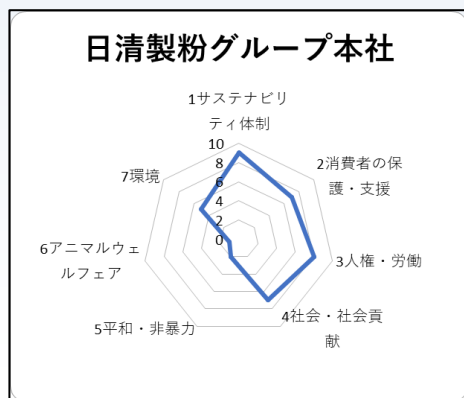
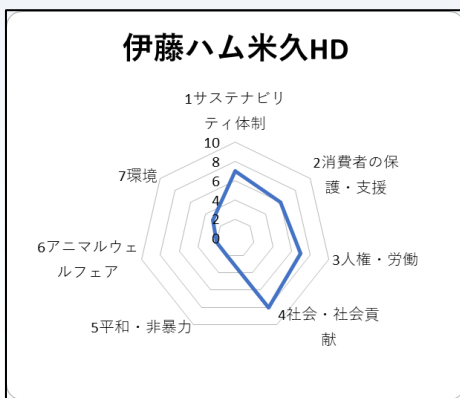
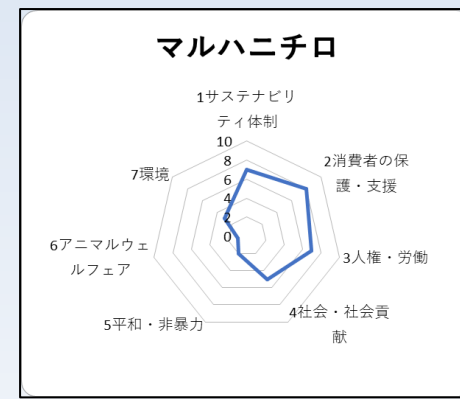
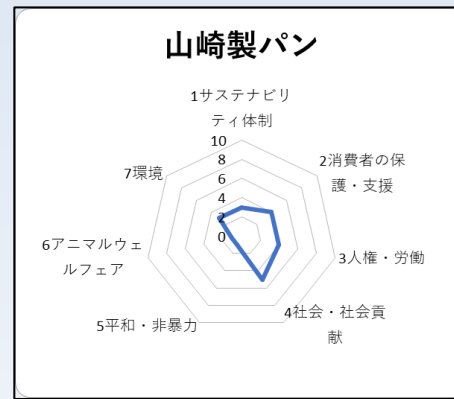
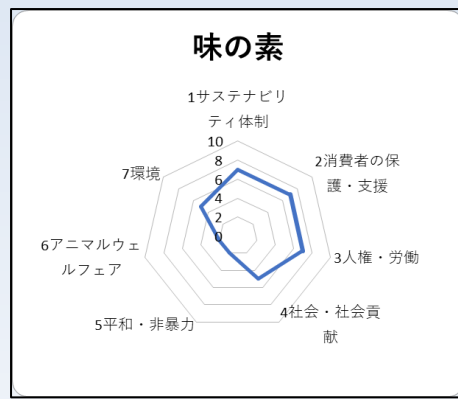
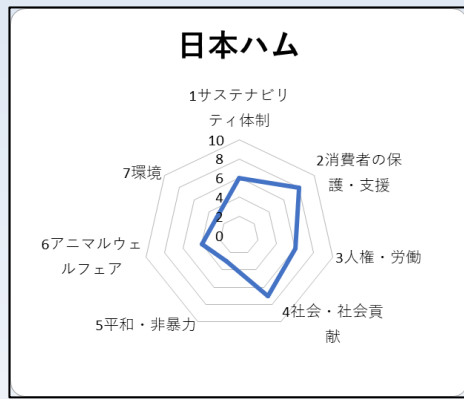
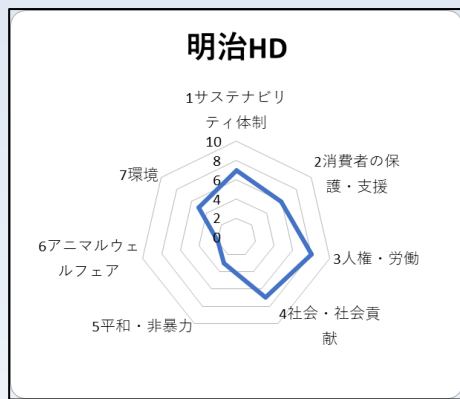
# 【4】2022年度（食品加工業） 調査の結果



# 2022年度「企業のエシカル通信簿」 加工食品メーカー レイティング

|          | 1.サステナビリティ体制 | 2.消費者の保護・支援 | 3.人権・労働 | 4.社会・社会貢献 | 5.平和・非暴力 | 6.アニマルウェルフェア | 7.環境 |
|----------|--------------|-------------|---------|-----------|----------|--------------|------|
| 明治HD     | 7            | 6           | 8       | 7         | 3        | 2            | 5    |
| 日本ハム     | 6            | 8           | 6       | 7         | 3        | 4            | 3    |
| 味の素      | 7            | 7           | 7       | 5         | 2        | 2            | 5    |
| 山崎製パン    | 3            | 4           | 4       | 5         | 1        | 1            | 3    |
| マルハニチロ   | 7            | 8           | 7       | 5         | 2        | 1            | 3    |
| 伊藤ハム米久HD | 7            | 6           | 7       | 8         | 2        | 2            | 3    |
| 日清製粉G本社  | 9            | 7           | 8       | 7         | 2        | 1            | 5    |
| ニッスイ     | 9            | 7           | 8       | 7         | 2        | 3            | 4    |
| 雪印メグミルク  | 8            | 7           | 7       | 7         | 1        | 1            | 4    |
| 森永乳業     | 9            | 9           | 8       | 8         | 1        | 1            | 4    |

# 2022年度「企業のエシカル通信簿」 加工食品メーカー 結果レーダーチャート



# 分野ごとの結果概要

## 1 サステナビリティ体制

- ・方針・計画などは基本的に整備が進んでいる。
- ・取引先調達基準は9社が定めて公表。
- ・ステークホルダーとの対話も多くが実施。
- ・企業活動による負の影響の公表も半数が実施。

## 2 消費者の保護・支援

- ・「エシカル通信簿」が他のESG評価と違う大きな特徴の一つ。
- ・消費者志向経営については9社が方針を公表。
- ・ただし、経営陣によるコミットメントは6社。
- ・消費者の不利益解消対策は4社のみ。
- ・エシカル商品を提供している企業は少なく、課題が残る。

### 3人権・労働

- ・人権に関する**方針・体制**はほぼ整っており、人権DDも部分的を含め9社が実施。
- ・**女性活躍・子育て支援・障害者雇用**は取り組みが進む。
- ・一方、**LGBTQ+**については大半が道半ば。
- ・**労働搾取の防止・労働者の権利保護**については各社が工夫。
- ・取引先ガイドライン等で具体的に規定。ただし**調達判断基準**にしている企業は少数。
- ・第三者認証の**フェアトレード商品**の製造は皆無。
- ・MSC・RA等**サステナブルな基準**を採用している企業が半数。

### 4社会・社会貢献

- ・**ガバナンスやコンプライアンス**に関してはほぼ全社で取り組んでいる。
- ・**社会貢献活動**、特に子ども食堂支援等も全社で行われている。
- ・**寄付先選定**に社員が関われるのは1社のみ、**ボランティア休暇**等の制度は4社のみ。
- ・**CEOと従業員の所得差**が10倍以内だったのは1社のみ。
- ・**内部留保額**は全社で増加。（格差の是正は進んでいない）
- ・**投資先選定**へのサステナブル視点の採用は1社のみ。



## 5平和・非暴力

- ・平和・非暴力に関する方針・計画を持つ企業が1社も無く、残念。
- ・サステナブル調達ガイドラインの運用で**間接的な平和構築**に貢献している企業はあった。
- ・（鉱物に限らず）あらゆる資源の調達について平和・非暴力の視点を採り入れてほしい。

## 6アニマルウェルフェア

- ・食品加工業界でこの6年、最も取り組みが進んだ分野。（以前はほぼ全て最低評価）
- ・現在**ケージフリー卵**や**ストールフリーの豚**は世界標準になりつつあり、日本は出遅れている。
- ・アニマルウェルフェアの方針等が9社で作成。
- ・ストールフリーへの移行宣言、水産養殖での**事前スタニング**、社員食堂での**ミートフリーマンデー**等の例が見られ、わずかではあれ徐々に取り組みが進んでいるのがわかった。

## 7環境 環境分野はさらに6つの分野に分けて調査。

### 【A環境ガバナンス】

- ・EMS構築やグリーン購入実施が共に9社、環境研修の実施が6社。
- ・取引先・契約先企業でのEMS構築の支援まで行っているのは2社のみ。
- ・国外事業所での環境研修は2社のみ。まだまだ取り組みを進める余地あり。

### 【B気候変動】

- ・2050年までのGHGネット・ゼロ目標設定は7社。うちスコープ3までが3社。
- ・工場での省エネ施策は全社が取り組んでいる一方100%再エネへの切替えは2社のみ。
- ・脱化石燃料・脱原子力方針は共に0社と残念な結果。気候変動対策は最優先課題。

### 【Cごみ削減】

- ・3Rの優先順位の明記は2社のみ。
- ・プラ容器削減と食品廃棄物削減の方針・実績等は各4社が公表。
- ・再資源化率実績は9社が公表。
- ・容器・食品廃棄物削減については、原材料調達段階では大半が、製造や販売段階でも半数以上が取り組んでいる。

## 【D生物多様性】

- ・生物多様性保護につき**自社利用の土地**に指針を設けた企業は皆無。
- ・自社土地等の一部で多様性保全に取り組んでいたのが3社。
- ・調達基準やガイドラインは全社が策定。
- ・ただし、うち3社は**紙やパーム油**など認証が確立済みの分野に限定されていた。

## 【E化学物質・食の安全】

- ・食の安全と密接に関わる化学物質の使用に関し、方針・計画を定めていたのは8社。
- ・**消費者への情報公開**も10社が行っていた。
- ・**ネオニコチノイド系農薬**や**環境ホルモン**への取り組みは皆無。
- ・より厳しい規則遵守と情報開示が求められる。

## 【F水】

- ・自社の**水リスク評価**を行っていたのが5社、うち2社はサプライチェーンでも評価を実施。
- ・**水使用量**は全社が公表し、うち7社は削減目標を定め達成状況を公表。
- ・**原水保全・水資源確保**事業等も8社が取り組んでいた。

**【5】エシカル通信簿で  
企業はどう変わるのか  
～今後の展望～**



# 調査対象企業との意見交換会

## 結果発表会当日(3/17)

4社が発表会に参加。そのうち3社が、続けて行われた非公開の意見交換会に参加。

- ・**消費者目線**で考えていこうという取り組みがあることに驚きと尊敬の念を抱いた。
- ・環境価値や社会価値も、経済価値と同じように訴求しようという計画が出ているが、社内ではあまり納得されておらず、**まずは社内で納得感を高めたい**。
- ・**企業が良いと思っ**て行っていることを評価してもらえると嬉しい。
- ・普通（のアンケート調査）は回答して送ったら終わりだが、エシカル通信簿は返ってくるので、大変ではあるが「**自社の表現の仕方が足りていなかった**」などと気づかされることも多かった。
- ・アニマルウェルフェアについて、**業界全体を通じての課題**であると感じた。



# 調査対象企業との個別ダイアログ

## 後日(3月~4月)

3社が個別訪問を受け入れ、各1時間程度訪問（SSRCから2名、先方も2名出席。）

【A社】・レイティングされることで**強みと弱みが明確**になり、ありがたい。

- ・**成績が良い他社について**、どんな取り組みを行っているのか知りたくなる。
- ・**サステナビリティを気にする就活生**が増加していると人事担当者から聞いている。
- ・しかし、**経営陣の理解**が必要で、なかなか進まないのが悩み。

【B社】・実際に取り組んでいても**開示していないと伝わらない**ということに気づいた。

- ・平和・非暴力は馴染みがなく、生物多様性については認識はあるものの、地域性に関わり、**難易度が高い**と感じる。

【C社】・事業部門に、**目先の利益だけでなくエシカルな視点をもってもらう**のに苦心している。

- ・**社員自身も消費者**であり、その意識を高める必要を感じている。
- ・この4~5年で**企業の意識が変わってきた**と感じている。業界自体がそうである。
- ・Z世代の意識は高いが、購買層である40~60代がエシカル消費に関心が薄い。**情報発信と消費者教育の必要**を感じる。
- ・**サステナビリティが売り上げ増に結び付くには**どうするか、模索している。



# 企業はどう変わるのか

## 【現状～対外】

- ・国内外評価機関からの要請対応
- ・サステナビリティに敏感な就活生対応
- ・SDGs対応
- ・国際基準への対応

## 【現状～社内】

- ・経営陣の理解不足／非現実的な旗振り
- ・「利益追求との両立は可能か？」
- ・「企業イメージのアップにつながるのか？」

## 【エシカル通信簿に関するSSRCとのやり取りを経て】

- ・否応なしに各担当事業部門への問い合わせ
- ・これまで知らなかった課題への気づき
- ・これまで行ってきた自社の取組みの意義への気づき
- ・情報公開の必要性への気づき
- ・市民(社会)の見方への気づき

## 【結果発表を経て】

- ・同業他社と自社、また業界の立ち位置が見える
- ・取り組むべき優先事項が見える
- ・サステナビリティの理解が深まる
- ・客観的データをもとに社内を説得しやすくなる

## 【発表後のダイアログを経て】

- ・なぜ取組みが必要かを社内外に説明できる
- ・経営陣・CSR部門・事業部門の連携が図れるようになる
- ・市民社会との協力を対外的にアピールできる
- ・消費者に向けても教育・啓発ができるようになる

エシカルな社会の実現に向けた企業としての貢献

# 【6】NFSJとSSRCからのご案内





NFSJオンライン読書会  
 訳者と読む『現代の奴隷』  
 7月25日、8月1日、8日、  
 22日、29日（火）  
 19:30~21:30

# NFSJの イベントと 動画



Summer Campaign for World day Against Trafficking in Persons  
 人身取引反対世界デーキャンペーン 2023



NFSJ オンライン読書会

## 訳者と読む『現代の奴隷』

解説：山岡万恵子 翻訳者/NFSJ 代表 『現代の奴隷～身近にひそむ人身取引ビジネスの真実と私たちにできること～』  
 モニーク・ヴィラ著/山岡万恵子訳 英治出版 2022年 2,400円＋税



開催日：  
 人身取引・現代奴隷をテーマに  
 リサーチ研究したい学生さんも集まれ！

7月25日、8月1日、8月8日、8月22日、8月29日

◆いずれも火曜日 19:30~21:00 Zoom開催 全部参加できなくても1回だけでもOKで  
 好！◆参加費：無料 ◆図書を購入もしくは図書館で借りる等で準備してご参加ください。  
 Kindle等 ◆当日までに読めていなくても参加できます ◆対象者：一般、学生等

参加申し込み： 詳しくは：NFSJのホームページ   
 ZoomURLを送ります

2019年に英訳版が発表され世界で話題を呼んだ "Slaves Among Us: The Hidden World of Human Trafficking" が、昨年12月に翻訳出版されました。リアルなエピソードとともに最新の現代奴隷の問題点を網羅するこの本を、翻訳を手授けたノット・フォー・セール・ジャパン代表の山岡万恵子とともに、読み進めてみませんか？一緒にこの本を読みながら、日本の現状についても情報を持ち寄りて認識を深めていきましょう。重いテーマの本だからこそ、皆で読むことで、新しい社会をつくりだす希望を見いだしたいと願って開催します。



進行：栗山のぞみ  
 ワークショップファシリテーター/NFSJ 副代表

- 第1回 7月25日「なぜ今の時代に“奴隷”がいるのか～社会背景、グルーミング～」(序文1章2章)
- 第2回 8月1日「なぜ抜けれないのか～借金、薬物、脅し～」(3章4章)
- 第3回 8月8日「その後待ち受ける困難～トラウマ、無理解、加害の悪循環～」(5章6章7章)
- 第4回 8月22日「サバイバーという希望～闘い、助け合い、経済活動～」(8章9章)
- 第5回 8月29日「私たちが、社会が、できること～消費者、NGO、企業、技術、医療～」(10章11章 訳者あとがき)

主催 ノット・フォー・セール・ジャパン (NFSJ) お問い合わせは [japan@notforsalecampaign.org](mailto:japan@notforsalecampaign.org)

NFSJ啓発動画「人身取引ってなんですか？」  
 NFSJ YouTubeチャンネルにて公開中。(8分50秒)  
[https://www.youtube.com/watch?v=pC\\_IjHC9yRE](https://www.youtube.com/watch?v=pC_IjHC9yRE)



# SSRCのSNSをフォローしてください

ツイッター  
@ethical\_ssrc

フェイスブック  
<https://www.facebook.com/cnrc.jp>



プレゼンは以上です。ご清聴ありがとうございました！

