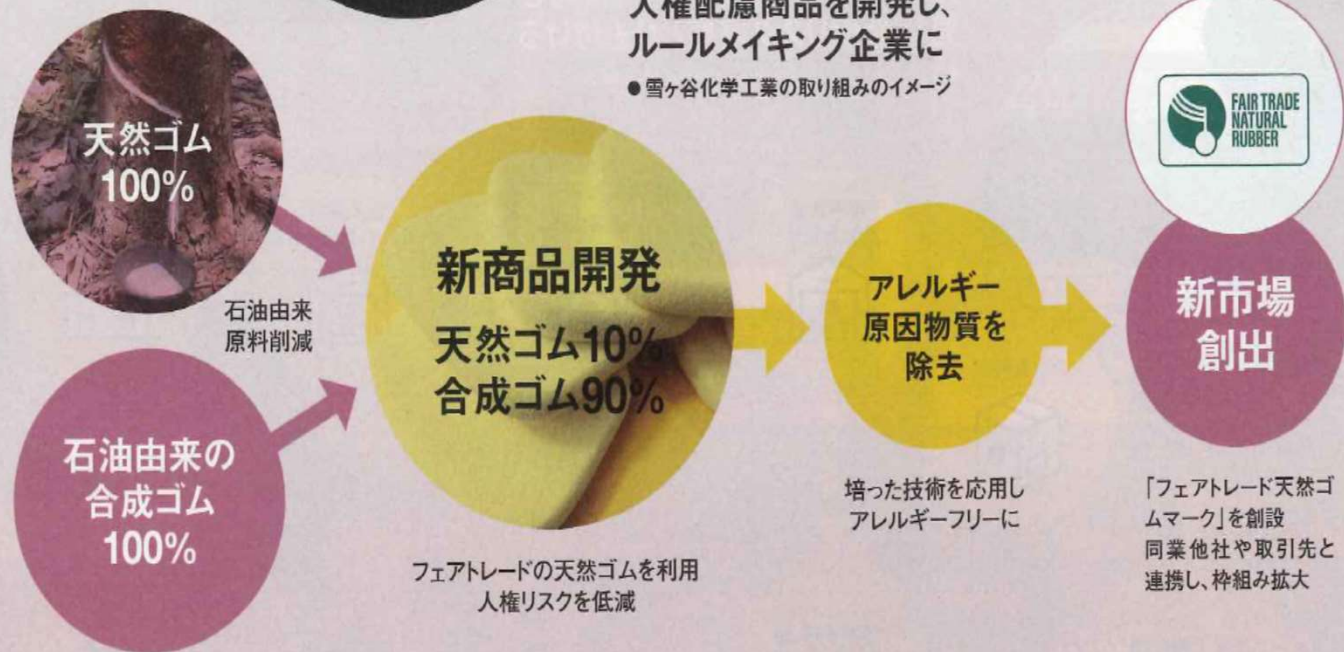


人権配慮商品を開発し、
ルールメイキング企業に

●雪ヶ谷化学工業の取り組みのイメージ



加すれば選ばれる」。佐藤氏は人権尊重は消費者のニーズと確信している。

2 フェアトレード 労働者にも優しさを 独自認証マーク作成

雪ヶ谷化学工業

化粧品用スポンジなどを製造する雪ヶ谷化学工業（東京・品川）は、業界内の社会課題解決へ向けたルールメーカーとなり、新市場を創出した。

同社は21年、児童労働がない公正な取引で調達された天然ゴムを利用した製品に使える「フェアトレード天然ゴムマーク」を独自で作成した。そのマークを5社が利用している。

肌だけでなく、原料生産にかかわる労働者の働く環境にも“優しい”化粧品用スポンジとして同社のブランド力は世界的に高まった。

1952年設立の同社は、もともとは樹液由来の天然ゴム素材のスポンジを製造していた。その後、石油由来の合成ゴム素材の化粧品用スポンジ

を開発、ファンデーションの油分に強く耐久性がある画期的商品としてヒット。世界シェアは7割に及ぶ。

しかし、昨今は中国などのメーカーによる安価なスポンジが出回り始めた。新たな強みを模索する中、天然原料を使うことを着想した。

分岐点は2019年。坂本昇社長は企業経営者らが集まる勉強会に参加し、SDGs（持続可能な開発目標）や生産者に配慮した公正な価格で取引されるフェアトレードなどについて学んだ。そして、「経済性と社会性を両立させる製品開発」を目指した。

20年に天然ゴムの配合割合に応じて石油由来の原料を10%以上削減できる商品の開発に着手。天然ゴムのアレルギー原因物質を除去する技術を駆使し、製品化した。坂本氏が重視したのは、原料の製造工程からの人権侵害リスクの排除だ。

天然ゴム生産の約90%が600万もの小規模農家に支えられ、トレーサビリティ（生産流通履歴の追跡）が難しい。不当取引、強制労働、児

童労働が問題視されている。

坂本氏は調達元であるタイの農家について、同社の現地の工場長やスタッフを派遣し、ヒアリングをした。「家族との時間がとれ、自然の中での生活は幸せ」などの声が上がった。

坂本氏は「天然ゴムの取引が増えることで、逆に強制労働などを助長してはならない」と考えた。フェアトレードの団体に問い合わせると、天然ゴムについての認証がない。「ないなら、作ればいい」。独自作成に向けて奔走した。坂本氏は「日本で流通する天然ゴム全てをフェアトレードにしたい」と話す。値段が高くても社会的価値のある製品を作り、新たなスタンダードにしようと挑戦する。

3 障害者配慮の製品開発 潜在市場は10億人 誰も置き去りにしない ソニーグループ

外国人労働者だけではない。企業は社会で脆弱な立場に置かれている