

ユニクロの元下請け労働者たち、新型コロナ下の苦境

新型コロナ感染症 COVID-19 は、相手を選ばず感染させ、患者を苦しめる。とはいえ、私たちの誰もが同じリスクにさらされているわけではない。金で買える防護手段は、限られているとは言えいくつもあるし選択可能だ。女性が大多数を占める衣料労働者たちがこの危機のなかでできる選択は、ないに等しい。COVID-19 はグローバル資本主義がもともと抱えている不平等を暴き出し、その不道徳性を白日のもとにさらした。衣料産業では、常にブランドの側が力が強く、それを武器に価格を押し下げ、労働コストの削減と納期の短縮を極限まで追求し、労働法規が一番緩いところ、労働者が一番ビクビクしていて逆らわないところを探しては思いのままに生産工場や生産国を入れ替えている。こうした購買慣行が労働者の劣悪な待遇を招く。工場主は安全のための支出を削り、賃金は最低限の暮らしがまかなえるか否かのレベル、労働者は貧困に絡め取られ抜け出せない。前々からそうだった。だが最近のできごとは、こうした力関係の差がどれほど大きいか、そして、前代未聞の世界的危機のさなかにあってもまだどれほど、株主の利益が衣料労働者の命より大事にされ続けているか、ということにくっきりと浮かび上がらせた。

バングラデシュでは、プライマーク (Primark)、エイソス (Asos)、ギャップ (Gap)、アーバン・アウトフィッターズ (Urban Outfitters) などのブランドが、発注分の全額を支払うことはしないとされたため、衣料品製造業界全体が混乱に陥り、例によってそのツケを労働者が背負わされることになった後、労働者たちが路上に出て、未払い賃金を要求する抗議行動をしている。バングラデシュの輸出の 80% は衣料品だが、危機が始まってから、約 30 億ドルの発注分が未払いになっている。衣料労働者たちには、餓死の恐怖が、感染の恐怖と同じくらいリアルになっており、クリーン・クローズ・キャンペーン (Clean Clothes Campaign, CCC) は、労働者の権利擁護のために活動する他の団体とともに、ブランドによる露骨な人命軽視に対して責任を追求している。グローバルサウス [南北問題というときの南の国々] の各地で、労働者の安全に対する懸念を無視して工場が再開されている。こうした工場は、労働者が密集・密接して働いているのが普通で、通勤も危険なほど乗客を詰め込んだ輸送トラックで、だ。安全措置はほとんど何も取られていない。衣料労働者たちはこれを拒否できない。彼らの月給では貯蓄はできず、働くのを止めたら生きていけないからだ。COVID-19 は衣料産業の不平等を前面に押し出し、労働者の苦境を悪化させはしたかもしれないが、不平等自体は新型コロナが引き起こしたものではない。

このパンデミックで最も大きな経済的打撃をうけた人々のなかに、インフォーマル経済で働く労働者がいる。COVID-19 による種々の制約下で、インフォーマル経済はずた

ずたになり、ILOの推定で16億人が生活の『大打撃』に瀕している。このような危機において、最も脆弱な人々への手当では真っ先に行われねばならず、多国籍衣料ブランドがその責任から目を背けるのを許すわけにはいかない。ユニクロも多国籍衣料ブランドの一つだ。5年前の4月、ユニクロの服をつくっていたインドネシアのジャバ・ガーマインド工場が破産した。給与・退職手当が未払いになっているが、未解決のものでは史上最悪のケースの一つであり、法的に支払い義務のある分が550万ドルにもなる未払い退職金を求めて、労働者2000人が闘っている。労働者の多くは女性で、ジャバ・ガーマインドが破産したあと新しい工場労働の職を見つけようとしたが、しばしば、年を取り過ぎている（ジャバ・ガーマインドで長年働いていたのだ）と差別されたり、今回の抗議行動に関与していることでブラックリスト（非公式の、だ）に載ったりしているためにうまくいかなかった。大多数の人にとって、手に入るのはインフォーマルな仕事だった。漁師を手伝って貝を洗う、近所の家の洗濯物を洗う、子守りをする、道端で何か売る等々。こうした仕事はみな、COVID-19による行動制限が始まってから禁止されている。この労働者たちにはセーフティネットがない。国からの給付もなければ、いかなるCOVID-19関係の財政支援も受ける資格がないのだ。収入が全くない彼女たちは絶望的な状況にある。彼女たちの一人はこう言っている。「食事はご飯だけ。これしか買えません。それも借金で買ったんです。こんな状態が続いたらどうなってしまおうのでしょうか。」彼女たちの希望は、法律で彼女たちに保証されている550万ドルが支払われることだけだ。労働者の多くは既に、ここまで生き延びるためやむなく高利貸しから金を借りている。選択肢はどんどん狭まっており、もうじきご飯すら買えなくなるだろう。

国際標準では、企業は自社の事業が人権に悪影響を及ぼした場合にはこれに対処し是正しなければならない、となっている。ユニクロが工場からの撤退にあたり責任ある対処をしていたなら、ジャバ・ガーマインドの2000人の労働者たちは今ここまで脆弱を極める状況にはならなかったろう。ブランド価値86億ドルのユニクロにとって、550万ドルなど何でもない額だ。ユニクロの親会社ファーストリテイリングの柳井正CEOは日本一の金持ちだ。彼の純資産314億ドルは衣料労働者の汗と重労働が生んだものだ。なのに、労働者たちは明日をも知れぬ苦境にあり、ユニクロはその是正のためには全く何もしていない。さらなる利潤を求めて、この危機のさなかにあっても新店舗をオープンし続けている。

ここで重要な点は、衣料労働者を守り、ブランドに責任を取らせることのできる法律がないことだ。法の不在を補うため、任意の自主的な取り組みが行われている。それで倫理的基準が保てているように見えるが、ブランドからよりましな対応を引き出す力がこうした取り組みに本当にあるかという、せいぜいゼロからほんの少ししかない。ファーストリテイリングのブランドであるユニクロは、社会的コンプライアンスについて

の取り組みである公正労働協会（フェア・レイバー・アソシエーション、FLA）のメンバーだ。FLAは、参加するブランドが倫理的に行動しているかを査定することで、基準をつくり、コンプライアンスを徹底させることを目指している。現在FLAは、ユニクロがジャバ・ガーミンドについて対応を誤った件を調査している。労働者たちはこれまでに、他の可能性のある方策は全部あためてみた。FLAの裁定は、未払金を取り戻すために彼女たちが追求できる最後の方策だ。裁判に訴えることは既にした。インドネシアの裁判所は550万ドルの権利は認めたが、ユニクロのような多国籍ブランドを相手に判決を執行する力はない。仲裁も試みたが、席上ユニクロ側の態度は誠意を欠き、以降は協議を拒否し続けている。抗議をしてきた。自分たちの身に起こったことを語ってきた、声を上げてきた。でもまだ金は払われていない。

FLAが次にどうするかを世界中からしっかり見ているべきだ。労働者の権利の保護、推進を目指すマルチステークホルダー〔複数利害関係者〕による自発的な取り組みが何らかの正統性を持つためには、FLAはこの緊急案件について素早い動きをとることが求められる。労働者が現在置かれている絶望的、例外的状況に鑑み、通常のステップは飛ばすべきであり、また、ユニクロに対して、倫理基準を守らなかったらどうなるかをはっきり分からせる結論を突きつけるべきだ。それができなかつたら、FLAの役割、目的は本当のところ何なのだと問いつめられるに違いない。労働者が信頼できる実効性のあるメカニズムはほとんどない。真に労働者を保護するものは、違反したブランドに決定的な影響を与えることの出来る、拘束力のある法的合意実現に向けた確かな動きだけだ。労働者の人権を守るには、任意の自発的取り組みに頼らざるをえないようなことではいけない。

ユニクロは、ブランドとして社会の注目を集めるために多額の金をかけてきた。意図的にPR戦略を使って、倫理的なブランドというイメージづくりに役立てるため、ILOや国連女性機関などの組織とパートナーを組んだ活動も行っている。こうした活動は他者のために行っているのでもなければ、慈善事業でもない。冷徹な、金に物を言わせた戦略であり、倫理的なブランドという証明書を集めるためにパートナーシップの制度を利用して、この仕組みをバカにしているのだけだ。もしユニクロが本当によいことをしたいのなら、5年前の不当な行いを正し、2000人の労働者に未払金を払うことから始めればすむ話だ。ここ2年でジャバ・ガーミンドの労働者を支援するキャンペーンが国際的な支持を広げるにつれて、ユニクロが、これまでのユニクロについて世間で言われてきたことが変わるようないろいろな組織とのコネづくりをせっせとやって、その評判が上がってきたのは、決して偶然の一致ではないのだ。ユニクロはILOや国連女性機関とのパートナーシップに300万ドルを超える金を注ぎ込んでいる。パートナーシップ事業が取り組んでいるのは、ジャバ・ガーミンドの件の核心にある問題に他ならないように

見える。つまり、全ての人のためにディーセント・ワーク [働きがいのある人間らしい仕事] を推進することであり、衣料産業における女性労働者の搾取をなくすことだ。こんな手でメディアや人々の意識を操っている一方で、ユニクロはいまだにジャバ・ガーミンズの労働者に払うべき金を払っていない。労働者たちの先行きが日毎に悲惨の度を増しているというのに、だ。

ユニクロは、国連女性機関とのグローバルパートナーシップにおいて『ユニクロの服づくりを担う彼女たち一人ひとりの活躍』を支援することで、『私たちのビジネスに携わるすべての女性が、社会で広く活躍できる環境』を目指している。しかし、女性が活躍出来る環境づくりには、女性が経済力を持てるようにする活動が含まれていなければならない。国連女性機関は、ジャバ・ガーミンズ労働者の確かな経済的エンパワメントを拒否することに積極的に取り組んでいる企業と手を組んだ。5年にわたり多国籍ブランドを追求し続けてきた、自らの権利のために闘い続ける地域社会のリーダーである。工場閉鎖におけるブランドの責任のとり方について、業界標準ができつつあるが、ジャバ・ガーミンズの女性労働者たちは、これをより強力なものにしたいと願っている。国連女性機関は世界中で女性の平等を推進することを使命としている組織だ。ジャバ・ガーミンズの元労働者たちを支援し、彼女たちの声をもっと広く届くようにするべきだ。なのに、女性のエンパワメントに取り組むという名目のプログラムを創設するために、人権について疑わしい過去のある企業から金を受け取って、そのパートナー企業がサプライチェーンにおいて起こした女性のエンパワメントを損なう問題については目をつぶっている。女性の権利のために活動することからは程遠いこの事例は、女性の抑圧がいつまでも続く原因となっている地球規模の仕組み・構造を、国連女性機関がいかに進んで強化しているかということをも明らかにするものだ。結局のところ、女性のエンパワメントは、その中身を企業が定義したり、誰を受益者とするかをブランド主導で決めたりして、それを基に行うなどということではできないのだ。

COVID-19 が世界を変えている。私たちの誰一人として、一ヶ月先、一年先に世界がどうなっているかを正確に予測することはできない。搾取行為は私たちみなさんの未来の基盤であってはならないと世界中で理解されている、資本主義は私たちを救わないという気づきがなされている、そんな変化が起こっていますように、と願おう。力関係の逆転が必要だ。ブランドは、その利益を実際に生み出している人たちの命と暮らしを大切にしなければならない。このことは他のいかなるケースをさておいて、ジャバ・ガーミンズとユニクロのケースで差し迫って必要なことだ。#PayUpUniqlo (ユニクロ、払え！)

(翻訳 和田智子訳)