

○ “安い国” の徹底利用

・イケアは完璧なグローバル企業だ。この家具コンツェルンは国際的な賃金格差を上手く利用して高賃金の国で売り低賃金の国から買い入れている。2005 年、イケアは総売上の 97%をヨーロッパと北アメリカで稼いだ。品物の 3 分の 1 はアジアの貧しい国々から買い入れたものである。かつての東欧諸国も相変わらず低賃金なので重要な生産国であり続けている。というわけで、イケアで販売されている商品の半分以上が低賃金の国で作られたものである。

・仕入れに関してイケアは国際的な賃金格差で利益を吸い上げている。世界的に賃金は上がってきてはいるが国家間で依然とした大きな格差がある。中国、マレーシア、そして旧東欧諸国における工場労働者の時間給は 2003 年の時点で平均して 1,75 ユーロ（約 200 円）、これに対しドイツやスウェーデンではおよそ 25 ユーロである。

・これまでイケアは、長い間生産者側の事情などはほとんど気にかけてこなかった。だが 1998 年春にルーマニアの家具工場の労働者たちを過酷な条件のもとで働かせているという批判をうけ今後は国際労働期間(ILO)が定めた基準を生産者が守るよう指導すると約束した。このときイケアの首脳陣は貧しい国々の生産者に対してははっきりした労働規則を設けなければならないことを痛感した。そこで当時およそ 2000 あった納入メーカーが守るべき行動基準を作成させ、最低賃金、残業手当、労働者の権利など工場経営者側が満たすべき最低の条件を掲げて遵守を約束させた。そして工場における労働条件、労働者の環境についても規則が定められ作業場の換気から更衣室やシャワー室の設置にいたるまでこと細やかに指示がなされた。さらに廃棄物や化学製品の取り扱いについても指導がおこなわれた。

・イケアは生産者に対して最低賃金を守るよう義務付けているだけでなくさらに生産者の下請業者にも同じ義務を負わせている。つまりイケア側は、生産者が下請けの責任も負うようにして下請け工場や家内工場に不都合があった場合には元締めにも責任が及ぶようにしている。こうすれば規則が末端にまでいきわたるという計算だ。