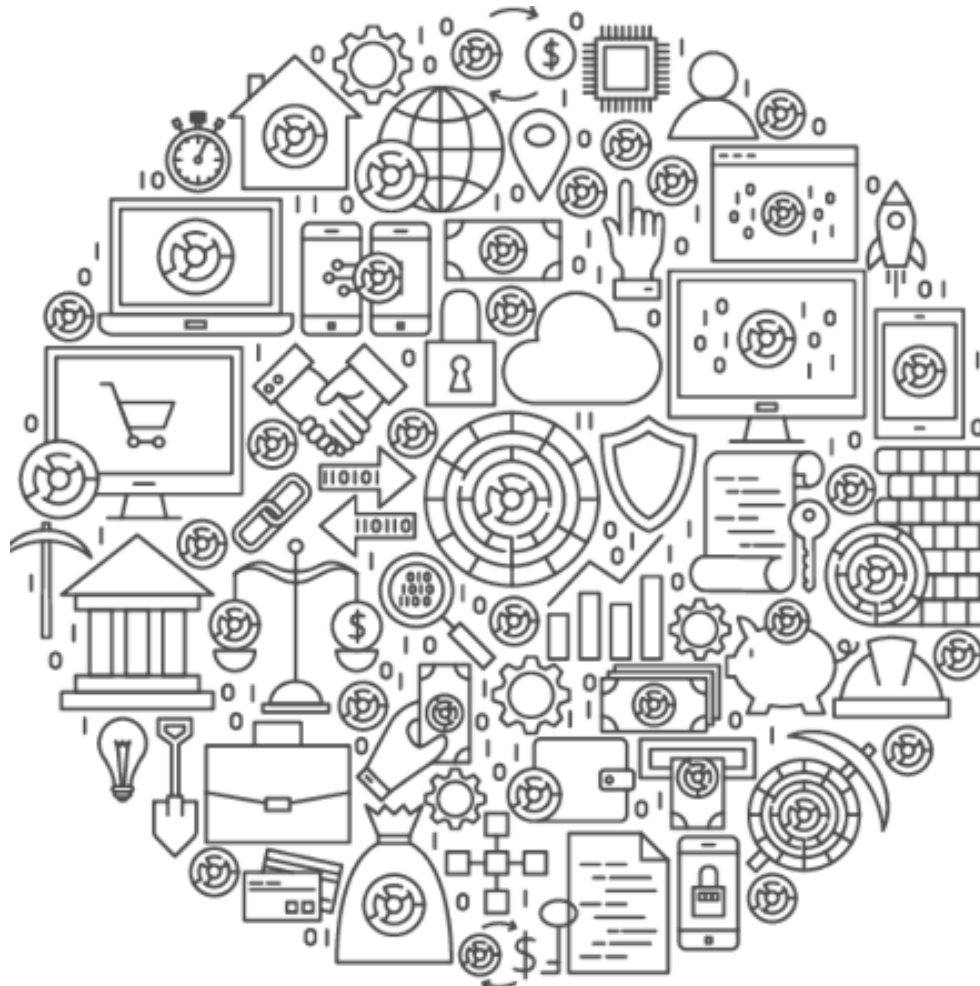




コートジボワールにおけるブロックチェーンを活用した児童労働の防止に係る調査
開発途上国におけるサステイナブル・カカオ・プラットフォーム 第1回児童労働分科会
デロイト トーマツ コンサルティング 合同会社

February 4, 2022

目次

調査の背景と目的

本調査のスコープ

実証実験結果報告

消費者調査結果報告

まとめと今後に向けたデロイトからのご提案

調査の背景と目的

・世界全体で**1.5億人**の子供が児童労働に従事。

・最も児童労働の多くセクターは**農業**
／地域では**アフリカ**。

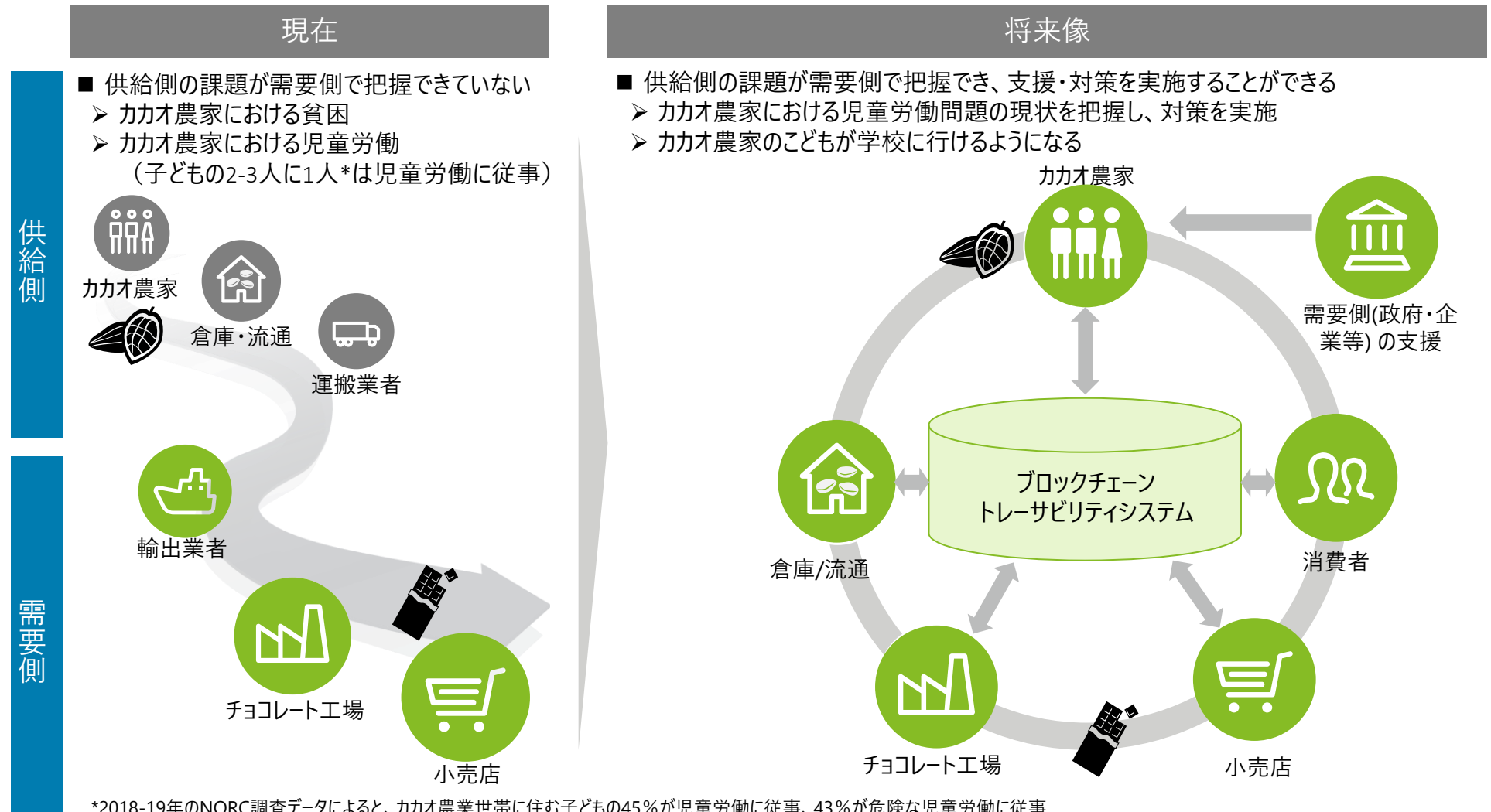
→新規事業「**児童労働撲滅を目指す競争型モデル事業の掲載・実施**」（ガーナ／カカオ産業）



児童労働は子供たちの教育機会を奪う
→カカオ農場で子供が笑顔で学校に行けるように

カカオ産業における児童労働問題は、サプライチェーン上での問題把握が難しいのが現状であり、ブロックチェーンを活用して現状を把握、農家支援に向けた仕組み作りを目指す

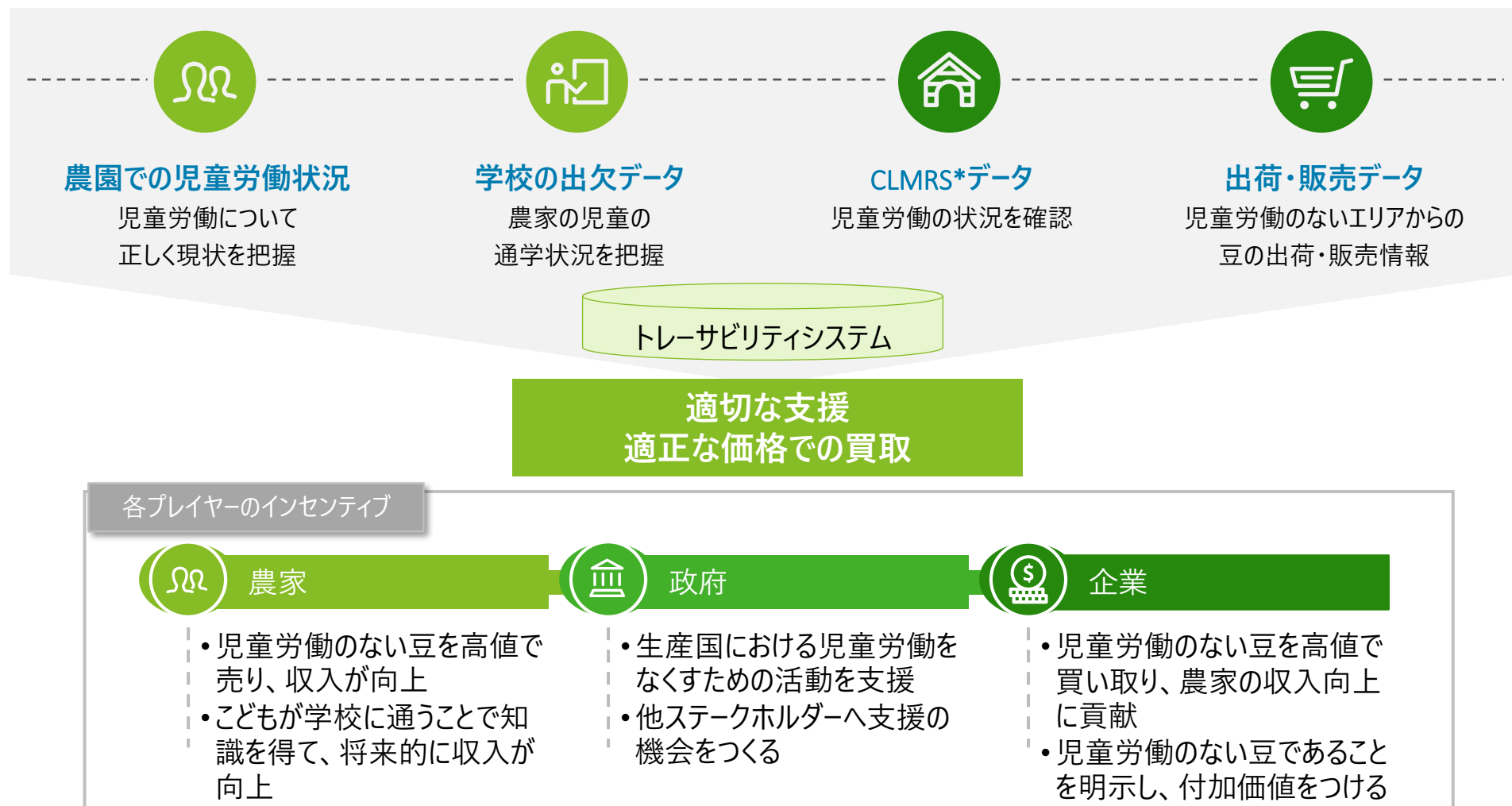
サプライチェーンベースでの目指す姿



*2018-19年のNORC調査データによると、カカオ農業世帯に住む子どもの45%が児童労働に従事、43%が危険な児童労働に従事
(コートジボワールの子どもの38%が児童労働、うち37%が危険な児童労働に従事、ガーナの子どもの55%が児童労働、うち51%が危険な児童労働に従事)

トレーサビリティシステムを通して生産地の現状をリアルタイムで正しく把握することにより、適切な生産地支援と、適正な価格での買取（適正な生活賃金の獲得）が可能となる

トレーサビリティシステムの仕組み



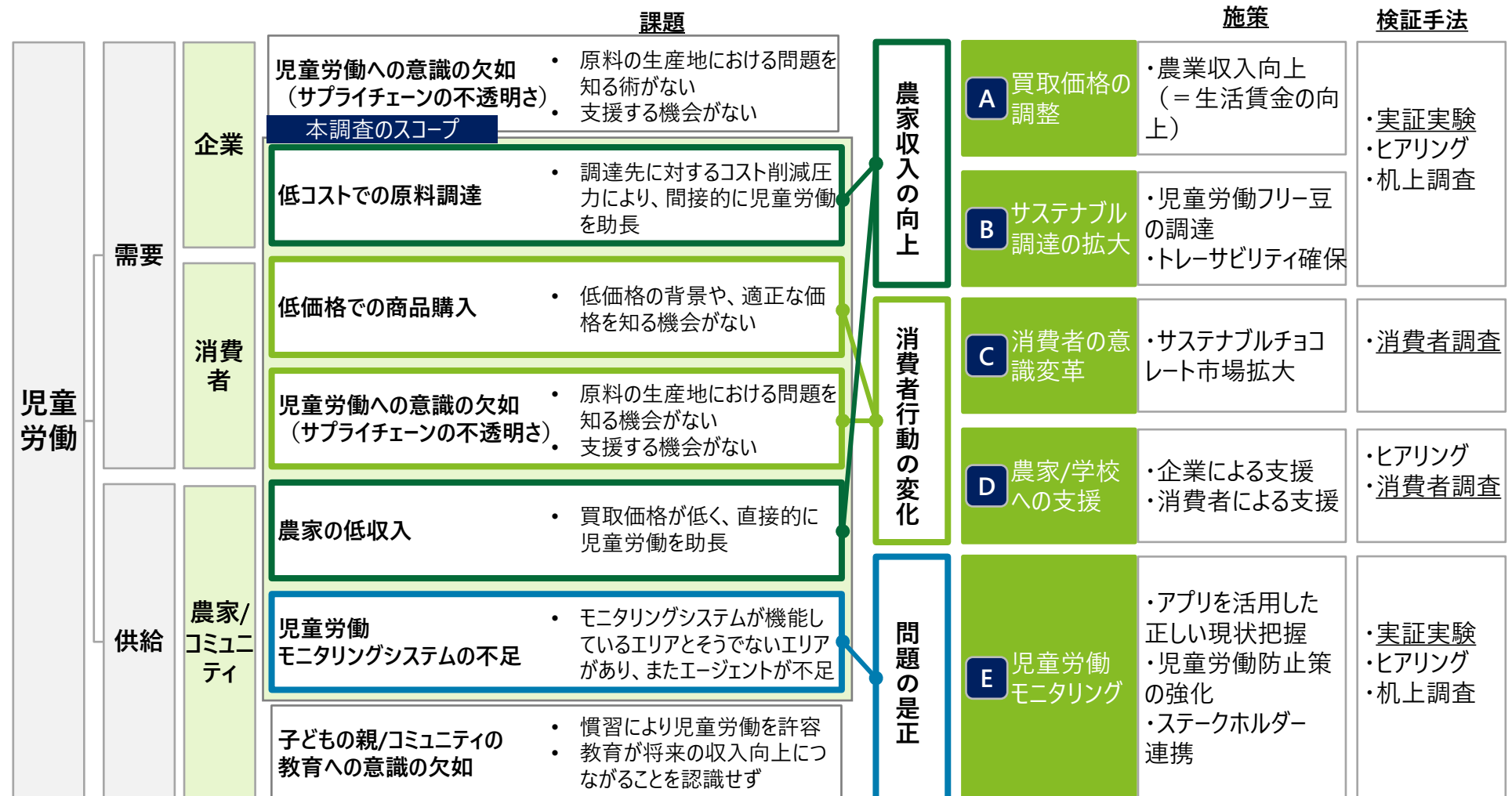
*CLMRS(Child Labor Monitoring & Remediation System)は国際コアイニシアチブ (ICI) による児童労働モニタリングシステムで、

①啓発と監視 ②児童労働の特定 ③改善支援 ④フォローアップのステップを実施

本調査の Scope

児童労働問題は主に農家の低収入が原因であり、その背景にはモニタリング不足や企業による低コスト原料調達、消費者の低価格志向、問題への意識欠如が挙げられる

本調査のスコープ



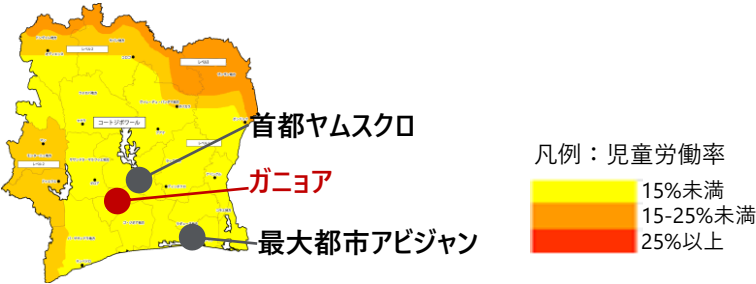
※児童労働問題へのコミュニティに対する意識づけ（センタイゼーション）や教育支援は、大変重要かつ優先度の高いテーマであるが、本調査ではサプライチェーンベースでの課題を解決することを主目的としており、スコープ外としている

実証実験結果報告

21年11～12月の約1か月間に渡り、ガニョア地域の3コミュニティで実証実験を実施

実証実験概要

目的	本プロジェクトで開発したアプリケーションにより、カカオ農家における児童労働の有無を正確に把握することが可能であることを検証
日程	Term 1：11/10～11/19（10日間）※コミュニティAのみ対象 Term 2：11/29～12/14（16日間）
場所	ガニョア地域（アビジャンから北西200km）



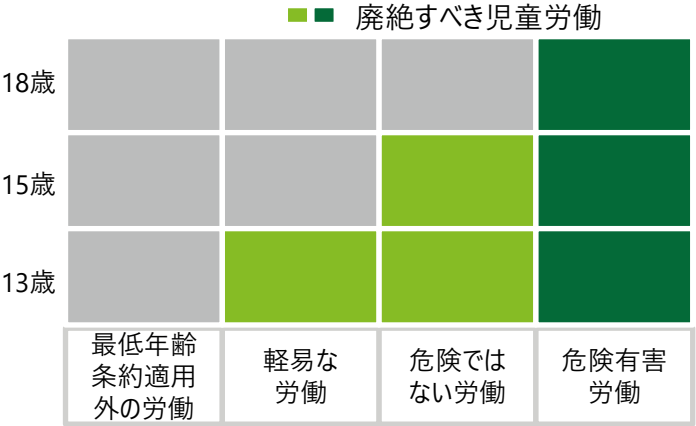
対象コミュニティ情報	コミュニティ	村名	対象農家数	対象児童数	村内の学校有無	Sensitization	通信ネットワーク	電力グリッド
	コミュニティA	Petit Toumodi	51	51	あり	あり	あり（微弱）	なし
	コミュニティB	Nanafoue	48	9	なし*	あり	あり（微弱）	なし
		Djekro		21	なし*	あり	なし	なし
		Somlakro			なし*	あり	あり（微弱）	なし
		Amani Kouassikro			あり	あり	なし	なし
	コミュニティC	Petit Bouake	54	11	あり	あり	あり（微弱）	なし
		Koffikro		6	なし*	なし	あり（微弱）	なし
		Behibro		18	あり	なし	あり	なし

*村内には存在しないが、近隣村に学校があり、児童はそちらに通学している

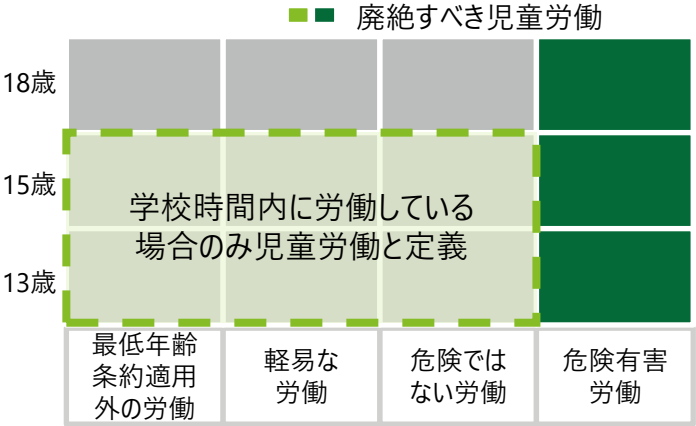
本実証では、児童の通学促進を主目的としているため、義務教育を妨げる平日の授業時間内に行われる労働のみを「児童労働」と呼ぶ

本実証における児童労働の定義

< ILOにおける児童労働の定義 >



< 本実証実験における児童労働の定義 >



カカオ生産に関する軽作業と危険労働内容の例

- 軽作業

 - 木槌または地面に打ち付けてカカオの実を割る
 - 手に届く範囲の果実を収穫する
 - 植付けの手伝い
 - 幼児の子守
 - 種や水、収穫物などの軽いものを運ぶ
- 危険労働

 - 刃物でカカオの実を割る
 - 鉋や鋭利な刃物で雑草を刈る
 - 収穫のため木に登る
 - 収穫用鎌で果実を収穫する
 - 農薬噴射機やチェーンソーを使用する
 - 重いものを運ぶ

その他例外

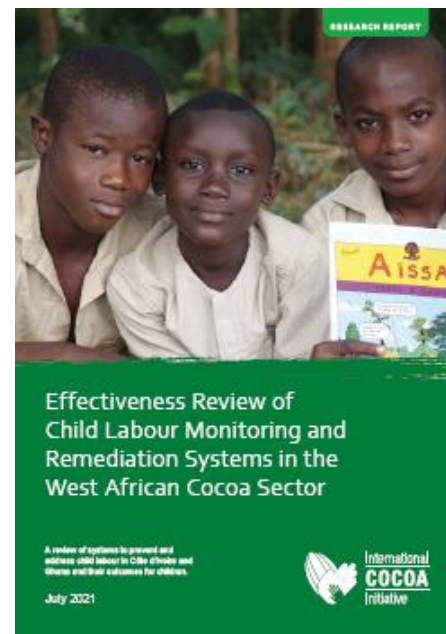
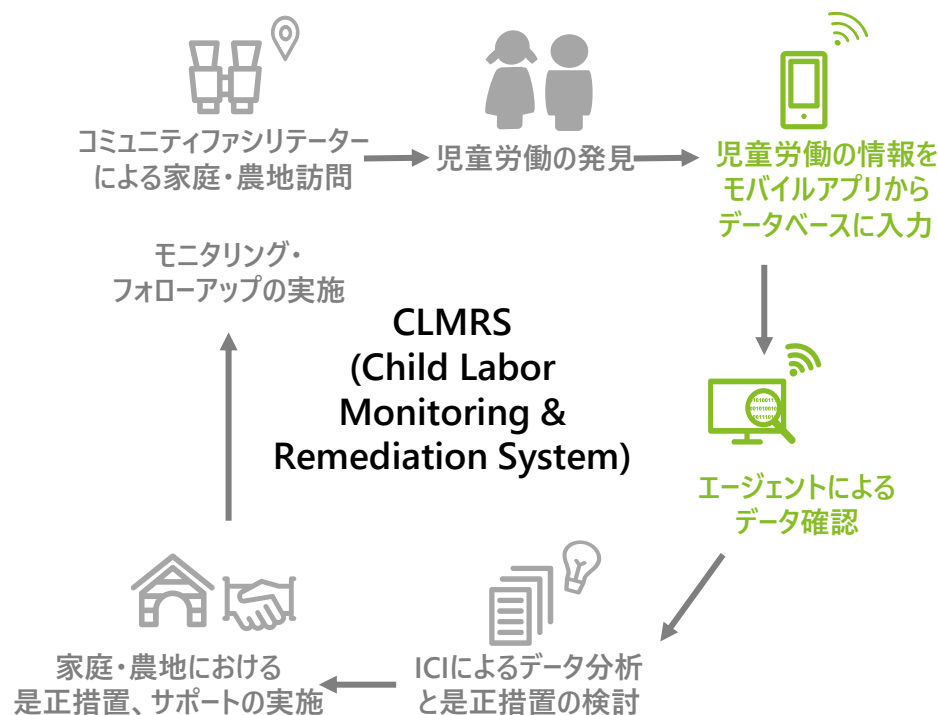
- ILO・コートジボワール国内法で規定される下記事項については児童労働判定の条件に含まれない
- 12歳以下の労働の禁止
 - 早朝・深夜労働の禁止
 - 平日・休日それぞれの最大労働時間や休息等の制限

（参考）国際カカオイニシアティブによる児童労働監視改善システム（CLMRS）



CLMRS（児童労働監視改善システム）とは

- 国際ココアイニシアチブ（International Cocoa Initiative：ICI）は、西アフリカのカカオ栽培における児童労働の撲滅を目的として2002年に設立されたNGOで、カカオ・チョコレート関連企業、認証団体、政府、国際労働機関（ILO）や国際連合児童基金（UNICEF）等と連携
- 児童労働問題に対し、①啓発と監視 ②児童労働の特定 ③改善支援 ④フォローアップのステップを実施
- 提携農家への訪問を通して得た情報をスマートフォンを介してデータベースに収集し、体系的な解決策の検討および実行に活用



CLMRSの効果に関するレポート
「Effectiveness Review of Child Labour Monitoring and Remediation Systems in the West African Cocoa Sector」

出所： International Cocoa Initiative

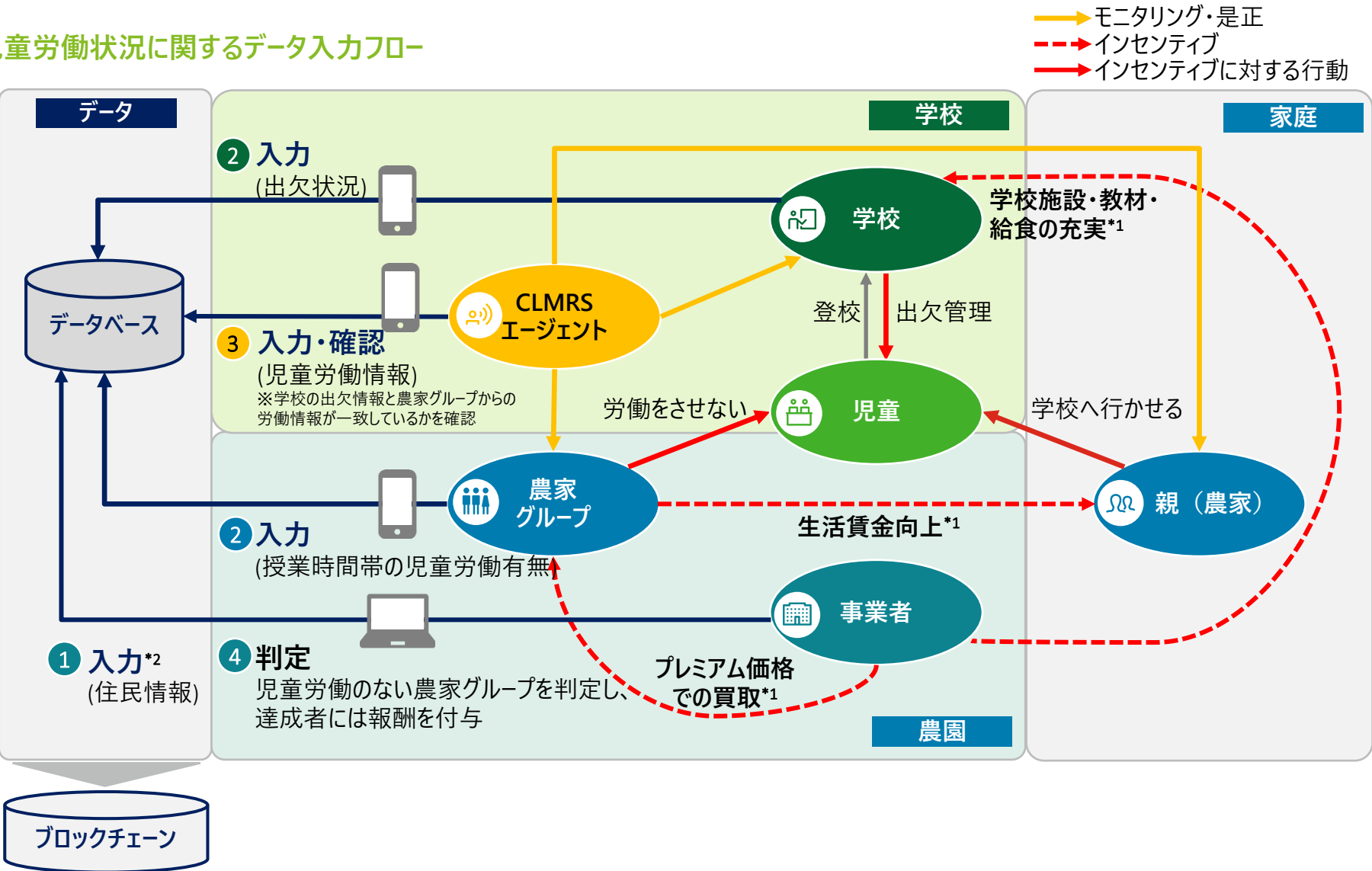
生産地の現状やヒアリング結果から、正確な児童労働情報取得のために適切と考えられるステークホルダーを選定し、実証実験における役割を決定

ステークホルダー一覧と役割

ステークホルダー	現状	実証実験における役割	目指すイメージ
児童	- 家族と一緒に農園作業の手伝いをするケースが多い - 学校が遠いと通学に困難 - 教科書、学用品、給食など、通学支援が必要	ヒアリングを通して児童労働の現状・通学状況について情報を提供	<u>すべての子どもが学校に行くこと</u>
親 (農家)	- 世帯収入の低い家庭ほど、児童に農作業を手伝わせるリスクが高い - 学用品を購入できず子供を通学させることができない - 文字が書けず戸籍登録がないため子供を通学させられない	ヒアリングを通して児童労働の実態やそれを誘発する要因について情報を提供	
農家グループ	農家の力カオ生産・管理を行う ※実証実験の対象エリアでは50以下の家庭の集合体でお互いをよく知る関係性（複数農家グループが集合するとセクションと呼ばれる）	アプリを通して農家の児童の労働状況を申請	農家グループで協力して子どもの通学を促す/児童労働をなくす
学校	- 公の教育機関として児童に対し通学を促す意欲は高いが、親に対する通学の働きかけや児童労働への対応は業務外 - 学用品支給や食堂の建設など、設備支援を必要としている	アプリを通して児童の出欠情報を申請	子どもの通学状況・問題を報告
CLMRS エージェント	- 企業等から雇用され、児童労働のモニタリングやその是正に責任を持つ - 現状年に数回程度の監査にとどまっている	アプリ上で学校と農家グループの申請情報に不整合が発生した際、各関係者へのヒアリングや農家訪問を実施し、正しい情報へ修正	モニタリング、意識づけを頻度高く行う
事業者	- 児童労働のない力カオ原料の調達を行いたいと考えており、一定程度の価格を上乗せして買い取る動機がある - 一部事業者は、CLMRSエージェントと共同でコミュニティ開発や児童労働防止プログラムの取り組みを進めている	- 農家の選定や各農家リーダー、CLMRSエージェントとの連携 - 適切な情報取得システムやインセンティブ設計の議論に参加	児童労働のない力カオ原料調達と産地支援

児童労働の状況を把握する為、学校と農家グループが情報を入力し、CLMRSエージェントが情報の正確性を確認する仕組みを設計

児童労働状況に関するデータ入力フロー



*1: 実証では、事業者や農家グループからのインセンティブに当たる金銭・物品をプロジェクトチームより支給 *2: 実証では、プロジェクトチームが代替入力

インセンティブとして日々のデータ入力と正確な申請に対するポイントを農家と学校に付与、期間中のポイントと児童労働発生率・学校出席率に応じ、買取価格を上乗せする仕組み

インセンティブ設計の概要

		何に対する報酬か	付与条件	報酬形態
インセンティブ	A 農家 & 学校 	Application Point データ入力の労力	アプリへの情報入力に対し付与(1日1pt)*1 ※1pt = 10XOF (約2円) ※【C】獲得には期間中90%以上の利用が前提	現金・モバイルマネー (農家)
	B 農家 & 学校 	Fairness Point 正確な申告および児童労働削減努力 (段階制)	下記3要件*2を満たした場合に付与(1日最大4pt)*1 ①児童労働がない、②危険労働が行われていない、 ③申請情報が正しい	学用品 (学校)
豆の調達資金	C 農家グループ 	Child Friendly Award Child Friendly豆に対するプレミアム価格買取	実証期間を通して下記条件*3を満たした場合に付与*1 ①児童の労働発生率：10%未満 ②児童の学校出席率：90%以上	現金・モバイルマネー
受取額 多 ←		①児童労働 ②危険労働 ③正しい報告 ✓ 農家申請の労働時間が、教室運営時間中ではない場合 ✓ 農家申請の労働内容が危険労働ではない場合 ✓ 双方の申請が一致している場合 ✓ 不一致の場合にCLMRSにより正しいと判断された場合 3要件を満たす児童が 70%以上⇒1pt/日 80%以上⇒2pt/日 90%以上⇒3pt/日 100% ⇒4pt/日		
コミュニティ支援	D コミュニティリーダー CLMRSエージェント 	児童労働削減に向けたキャパシティビルディング	—	現金*4

*1：各農家の最大獲得報酬額はポイントが50XOF×16日間=800XOF(1日10円)、Child friendly Awardは4,000XOF、合計4800XOF(約960円)。年間の収穫量に換算すると約57USD/トンとなる

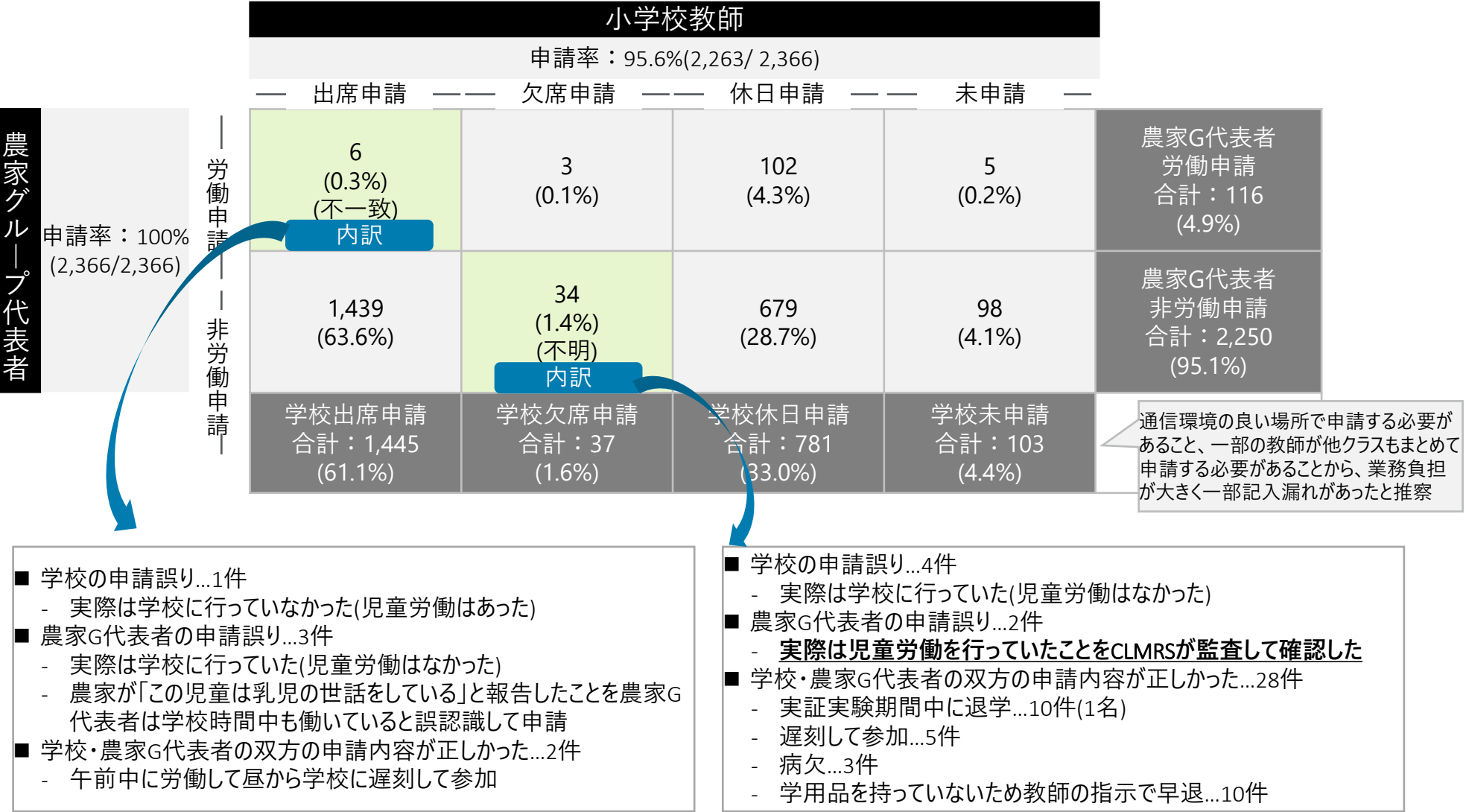
*2：3要件を達成した児童数に応じてポイントを段階的に付与。学校の場合は③の正しい報告をした場合1点、Application Pointとあわせて2点満点

*3：期間中アプリ90%利用 and 各入力日に毎回3pt以上獲得が前提。児童労働発生率と学校出席率の水準は、Ghana Child Labor Free Zone Guidelineが目指す基準(H1,E5)を参照

*4：CLMRSエージェントへの支払いはインセンティブとは別で必要（管理する農家数による）

農家グループ代表者の申請率は100%を達成、小学校教師の申請率は95.6%であったが、両者とも申請に協力的であり、ステークホルダーとして適切であることを確認できた

小学校・農家グループ代表による申請の結果



児童の農作業の内容として、危険労働に該当するケースは報告されず 早朝から昼にかけて4時間未満の農作業を行う児童がほとんどであった

児童の農作業情報詳細

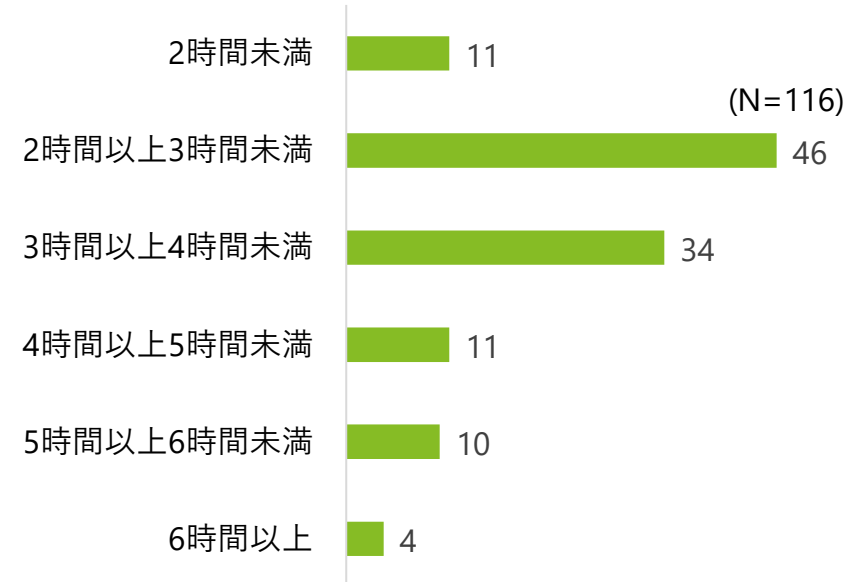
労働内容

- 危険労働は1件も報告されなかった
- カカオ収穫期であったため、カカオ収穫に関する労働内容を多く確認
- 女子生徒はコミュニティ習慣上幼児の子守を行うため、子守の報告件数が多く確認できた

労働内容	報告件数
幼児の子守	39
カカオの実を数える	28
実からカカオ豆を回収	20
収穫されたカカオ実を収集する	15
木槌、または地面にぶつけてカカオポッドを割る	6
苗木の植え付け	2
苗木の水やり	2
苗木用のポッド作成	2
その他	2
合計	116

労働時間

- 約80%が1日当たり4時間未満の労働時間であることを確認できた
- 早朝～正午にかけての労働が多く観察された
(慣習上カカオ農家は午前中のみ農作業を行うことを確認)



ステークホルダーやインセンティブ内容が適切であることを確認、社会実装に向けては政府の巻き込みや、農家・学校等のコミュニティ支援の取組みを併せて推進していくことが肝要

PoCでの検証事項

検証論点		検証結果	社会実装に向けての示唆
アプリの有効性	ステークホルダーの適切性	- 農家G、学校共に100%近い申請率と取組みに協力的であり、申請者として適切 - 農家G申請のうち2件の申請誤りがあったが、CLMRSエージェントの監査により児童労働を発見、CLMRSが監査人として正常に機能	<u>啓蒙活動(Sensitization)を合わせて実施することが重要</u> 「農家G代表者」や「学校」の協力を得るには上流組織である「村長」、「地域支部教育委員会」、の許諾、さらにその上流の政府組織と連携が必須であり、<u>ステークホルダーの巻き込みには政府のサポートが必要</u>
	アプリ申請の実現性	- 農家Gはタブレットを利用したことがない人がほとんどであったが、数日で利用方法を習得 - 教師は申請業務の負荷が高い - CLMRSスタッフは教育水準が高く、監査業務の遂行には問題ない。申請内容が不十分の場合ヒアリング対応が多発	<u>ネイティブアプリの実装が必須</u>（UI/UXで大きな課題はない） <u>農家・学校における申請情報を充実（労働内容・時間の追加等）させることで監査業務の効率化・スタッフ数の削減が可能</u>
	インフラの適切性	- 通信環境が悪く、農園や学校でのネット利用は困難だが、数日に1回市街地へ出て通信をし申請を行うことは可能 - 一部地域は電気インフラも未整備 - 銀行口座保有率が約14%である一方、電子マネー/送金サービスの利用率は85%と高い	- 通信インフラ/電気インフラには課題があるが、ネイティブアプリであれば活用できるインフラ素地はある <u>ブロックチェーンを活用した金融サービスも含めて農家に提供することは意義があり、社会実装に向けて検討すべき事項</u>
インセンティブ設計	インセンティブの適切性	- 農家はインセンティブ額に対して満足度が高かったものの、児童労働撤廃に必要な額とはギャップあり。内容としては現金、農作業用品等が好まれる - 学校で必要な物資・設備(食堂・教科書・職員用PC)が不足、希望額とはギャップあり	- インセンティブが低額であっても農家・学校の継続的な申請業務を行うことは可能であり、企業の積極的な参加が期待できる - ただし児童労働撤廃に必要な金額のギャップが大きく、<u>買取価格の上乗せだけでなく、農家や学校の自助努力をサポートできる金融機能の提供も併せて行うことが有効</u>

消費者調査結果報告

チョコレートに年に1度以上購入する1,400人を対象に、サステナブルチョコレートに関する意識調査を実施、関心度や購入意向、購入理由/非購入理由等を調査

調査概要

項目	内容
調査目的	■ 日本における児童労働フリーカカオ・チョコレート製品の認知・購買状況の把握および流通拡大に向けた施策検討
調査時期	■ 2021年10月29日～2021年11月1日
調査方式	■ WEBによるアンケート調査
調査対象	■ 年に1度以上チョコレートを購入する年に1度以上チョコレート製品を購入すると回答した1400名（10代*、20代、30代、40代、50代、60代、70代以上の男女別、14カテゴリ各100人） *対象年齢は15歳以上

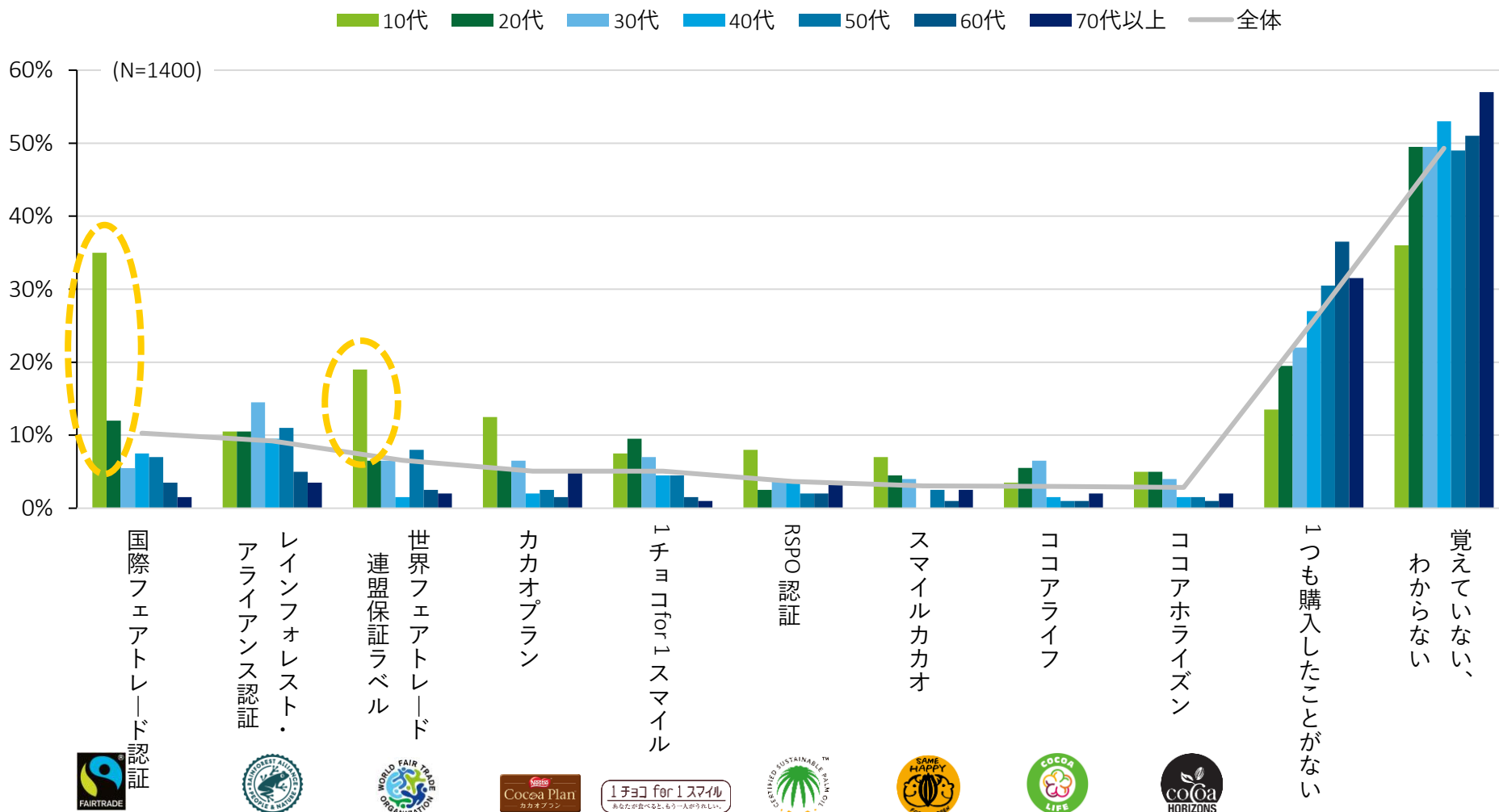
調査項目

属性	スクリーニング	・ チョコレート製品の購入頻度、年齢、年収、職業
	購買行動	・ 消費行動に関する考え方
チョコレート購買	チョコレート購買行動	・ 普段購入するチョコレートのメーカー・ブランド ・ 上記選択企業毎の購入金額、頻度 ・ 購入時に重視するポイント
	認知	・ サステナブルチョコレートマーク認知度 ・ その他認証マーク・ラベル認知度 ・ サステナブルチョコレートに係る社会課題認知度
	興味・関心	・ サステナブルチョコレートの購入意向 ・ サステナブルチョコレートの購入にあたり求める条件
サステナブルチョコレート購買	購入動機・購入行動	・ サステナブルチョコレートの購入経験 ・ サステナブルチョコレートの購入額・頻度 ・ サステナブルチョコレート購入者の購入理由/非購入者の理由 ・ サステナブルチョコレート非購入者の購入したことがない理由 ・ サステナブルチョコレート購入時に求める付帯サービス ・ サステナブルチョコレートに対する受容追加額

年代別では、ほとんどのマークにおいて10代の購入者割合が最も高く、次いで20代、30代の若い世代がサステナブル製品を意識的に購入している

サステナブルチョコレート購買行動

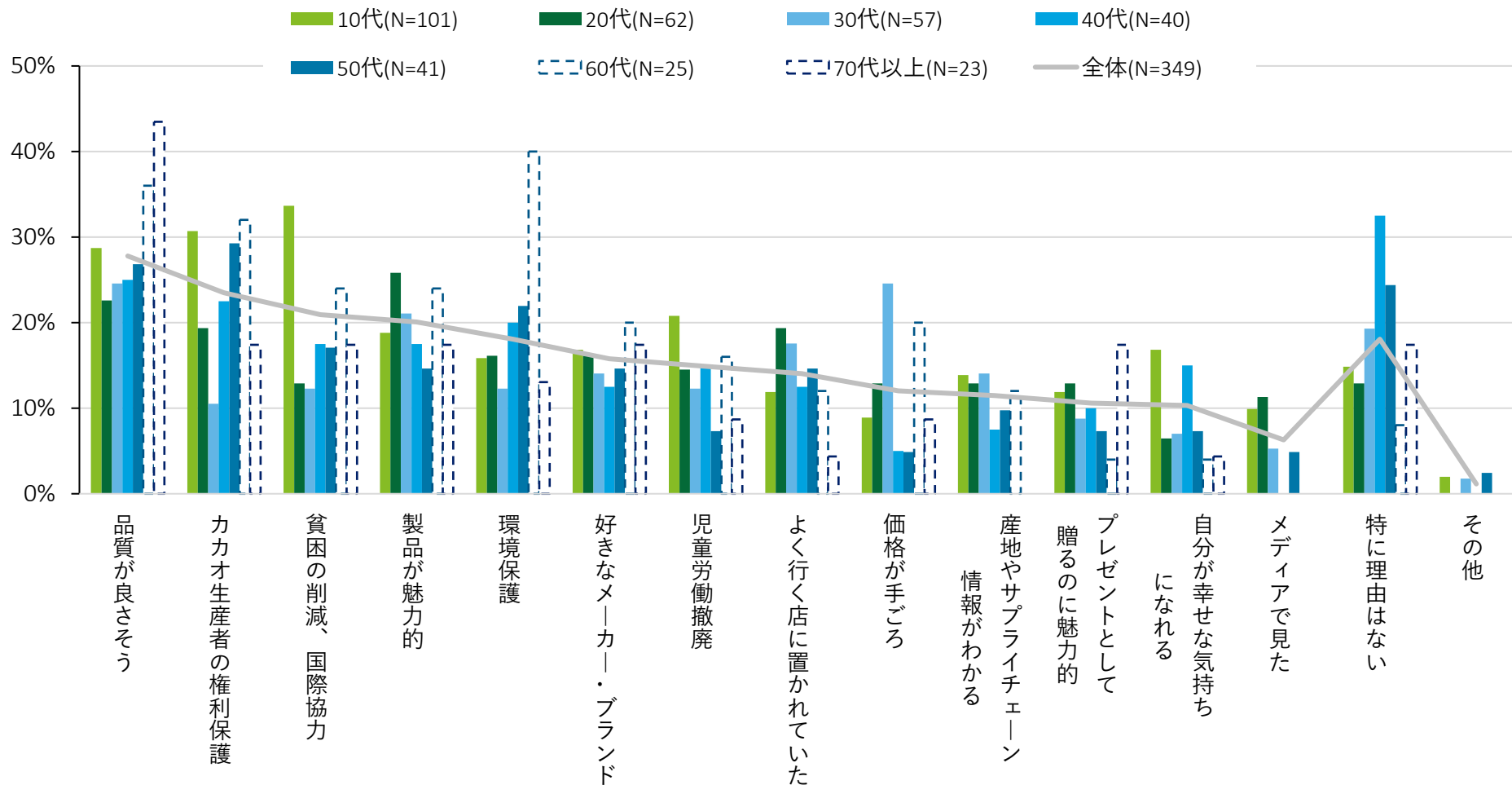
Q. 製品パッケージに次のマークが記載されたチョコレート製品を購入したことはありますか。あてはまるものをすべて選択してください。



10代は貧困削減、50代は生産者の権利保護を理由として挙げた人が最も多く、それ以外の世代については人権問題よりも品質や製品の魅力、環境を選んだ人が多かった

サステナブルチョコレート購入者の購入理由

Q.「サステナブルチョコレート」を購入した理由として当てはまるものを全て選択してください。

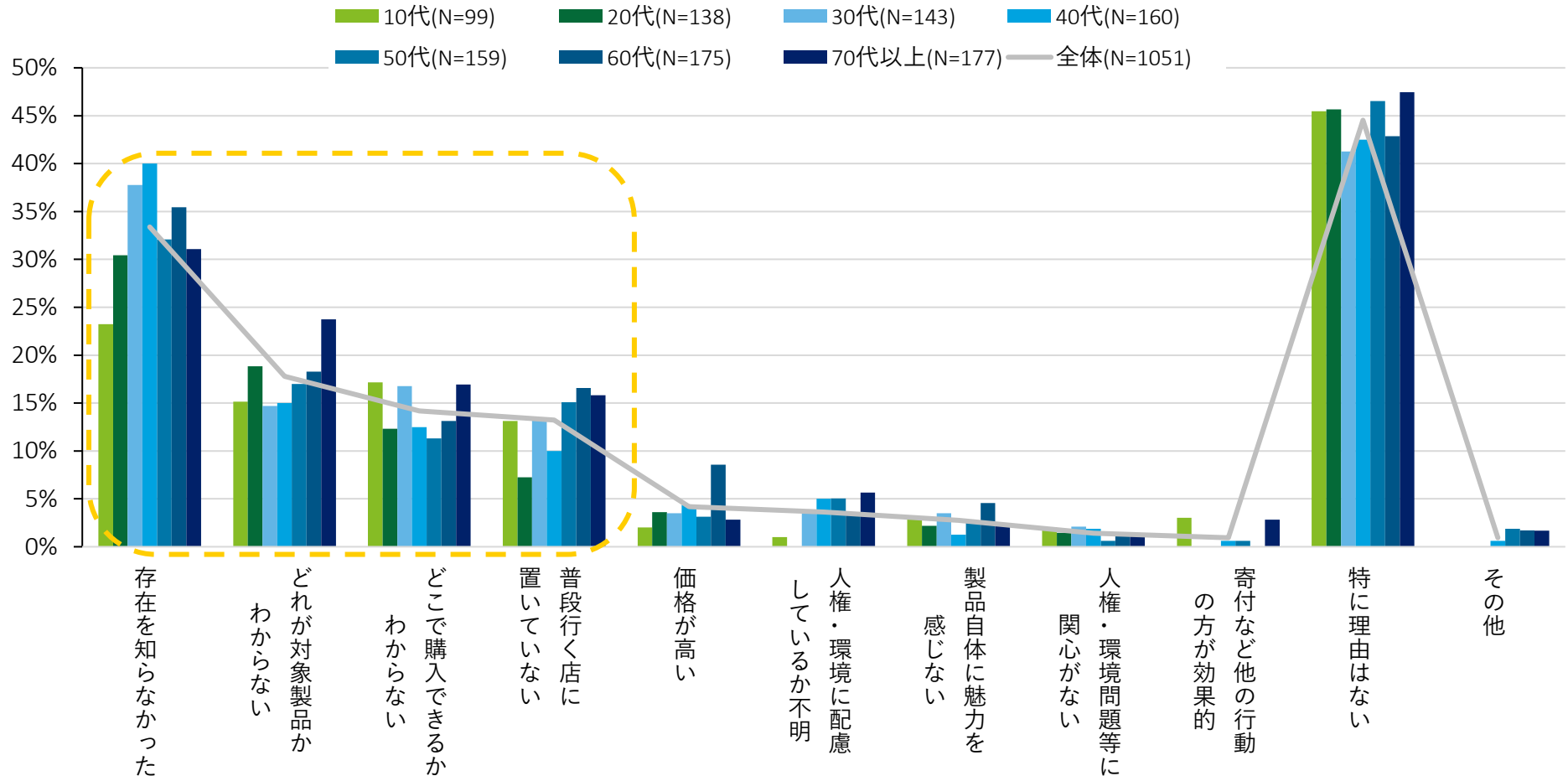


*60-70代はN=29人以下とサンプル数が少ないため、点線で記載

サステナブル製品を購入したことがない理由としてはその存在自体や対象製品、購入場所を認知していないという意見が多い。また約半数が特に理由がない無関心層である

サステナブル製品非購入理由

Q.「サステナブルチョコレート」製品を購入したことがない理由としてあてはまるものをすべて選択してください。（複数選択）

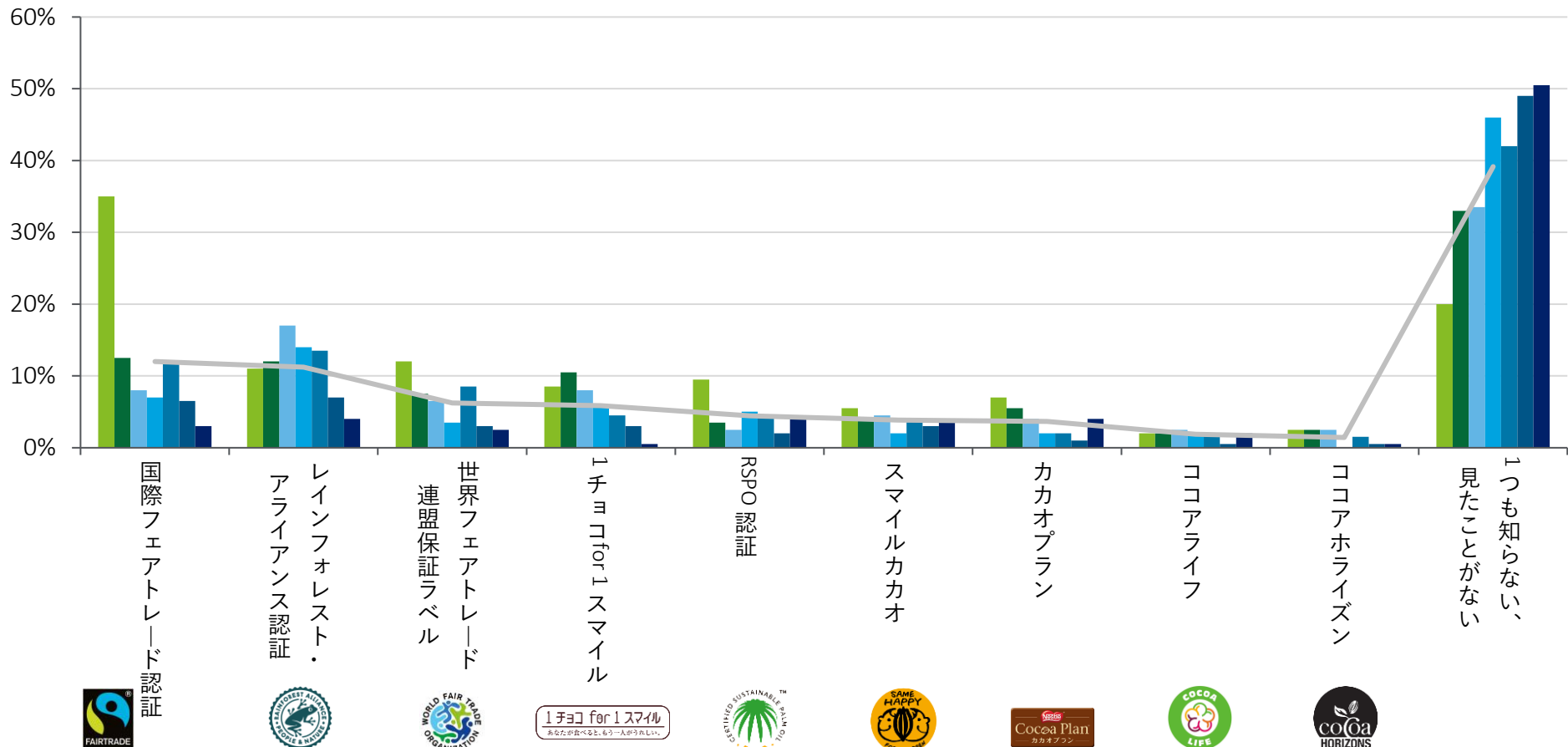


サステナブルチョコレートのマーク認知度では10代の国際フェアトレード認知度が突出して高く、それ以外のほとんどの認証についても他の世代より多くの人が認識していることが分かる

マーク認知度

Q26. 表記のラベルや認証制度のなかで知っている、または見たことがあるものをすべて選択してください。

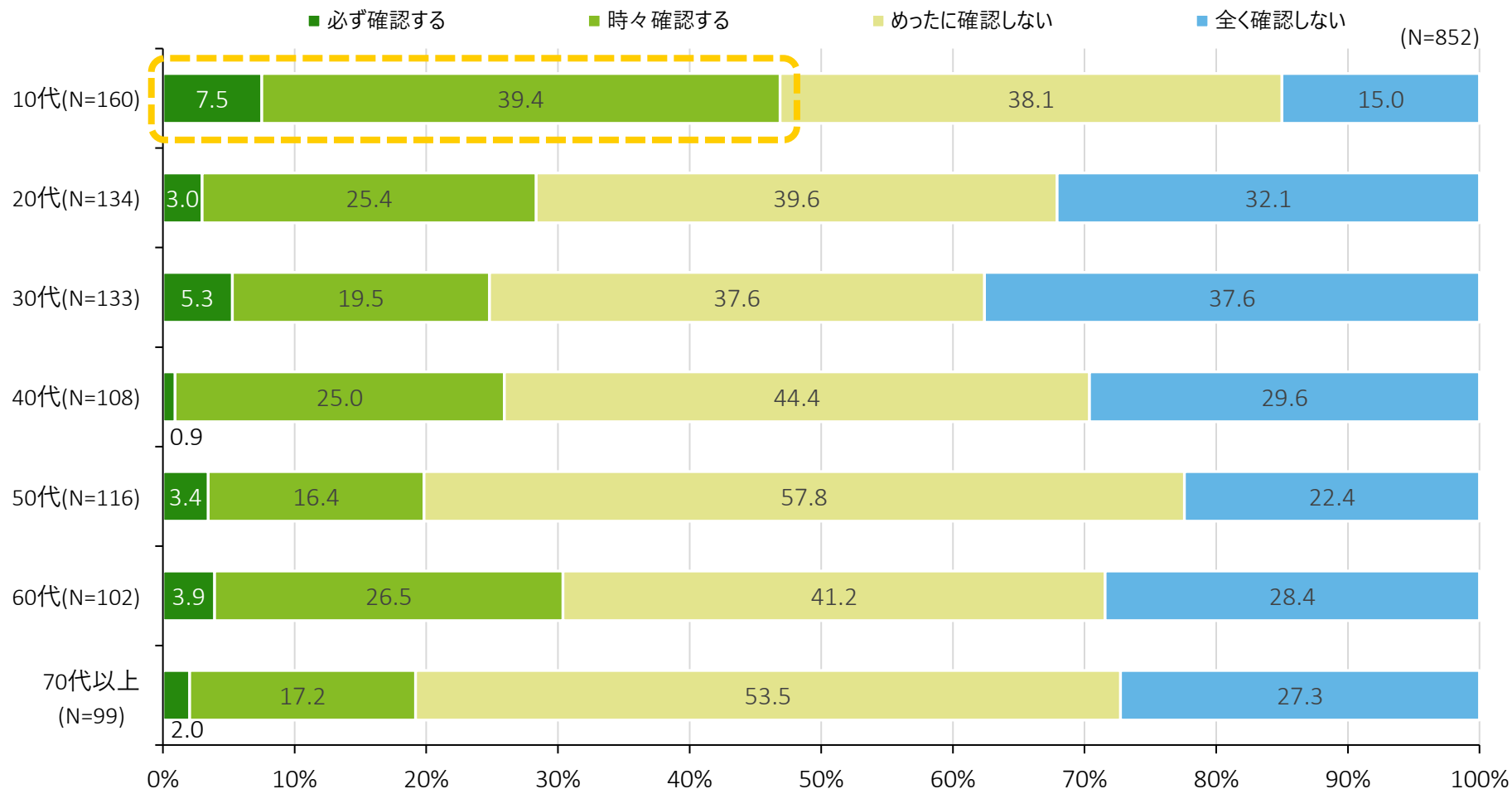
10代(N=200) 20代(N=200) 30代(N=200) 40代(N=200)
50代(N=200) 60代(N=200) 70代以上(N=200) 全体(N=1400)



マークの認知率が高い10代は普段の買い物時のマークを確認する割合も高い

マーク認知度

Q.先ほど選択したラベルを、商品の購入時に確認しますか。

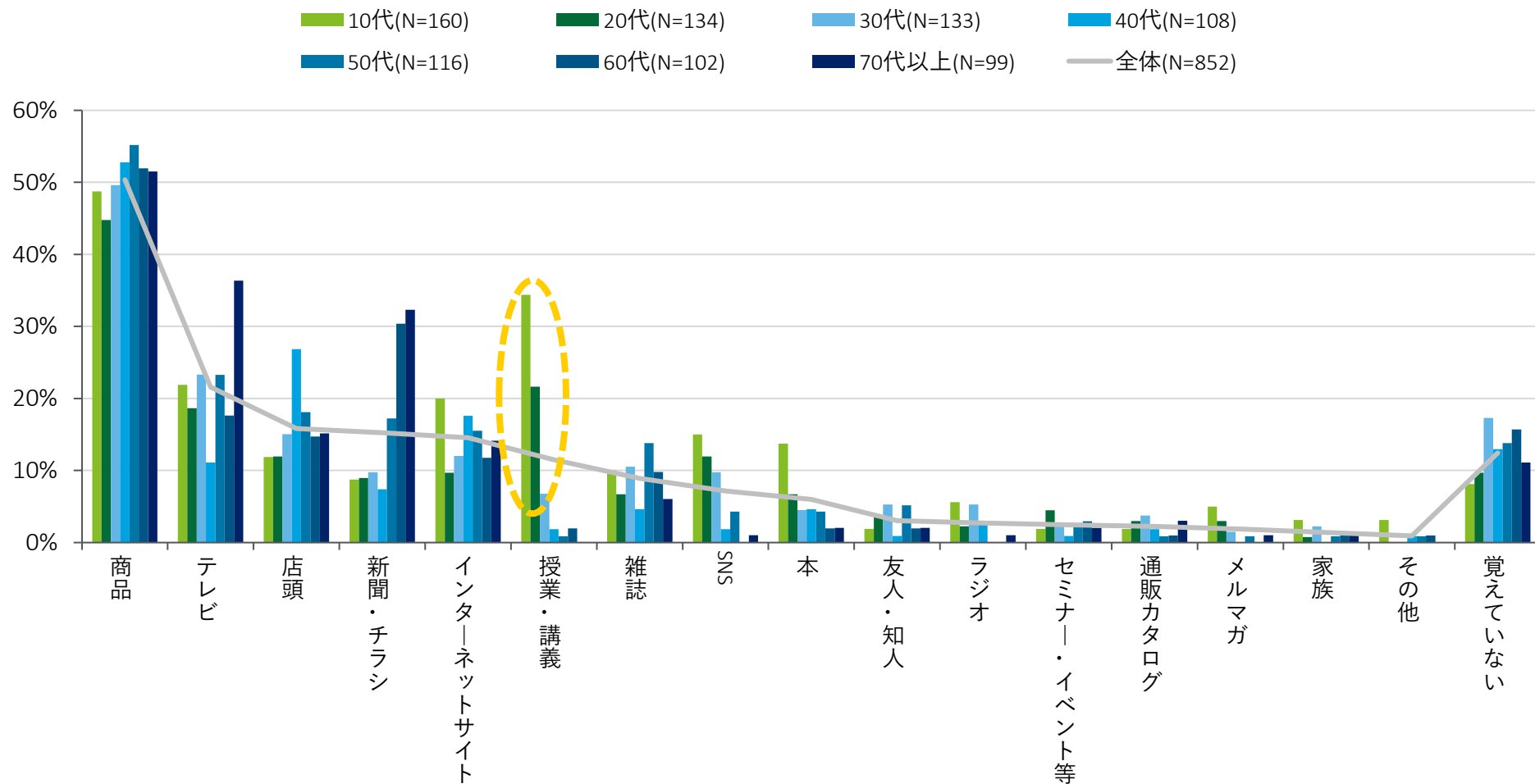


*回答対象者：前述のマーク・ラベルを1つ以上知っていると回答した人

前述の各種マークについて、全体では商品のパッケージやテレビ、店頭で知ったという声が多いが、若い世代では授業やSNS、また全世代を通してネットで認知した人も多くみられる

マーク認知度

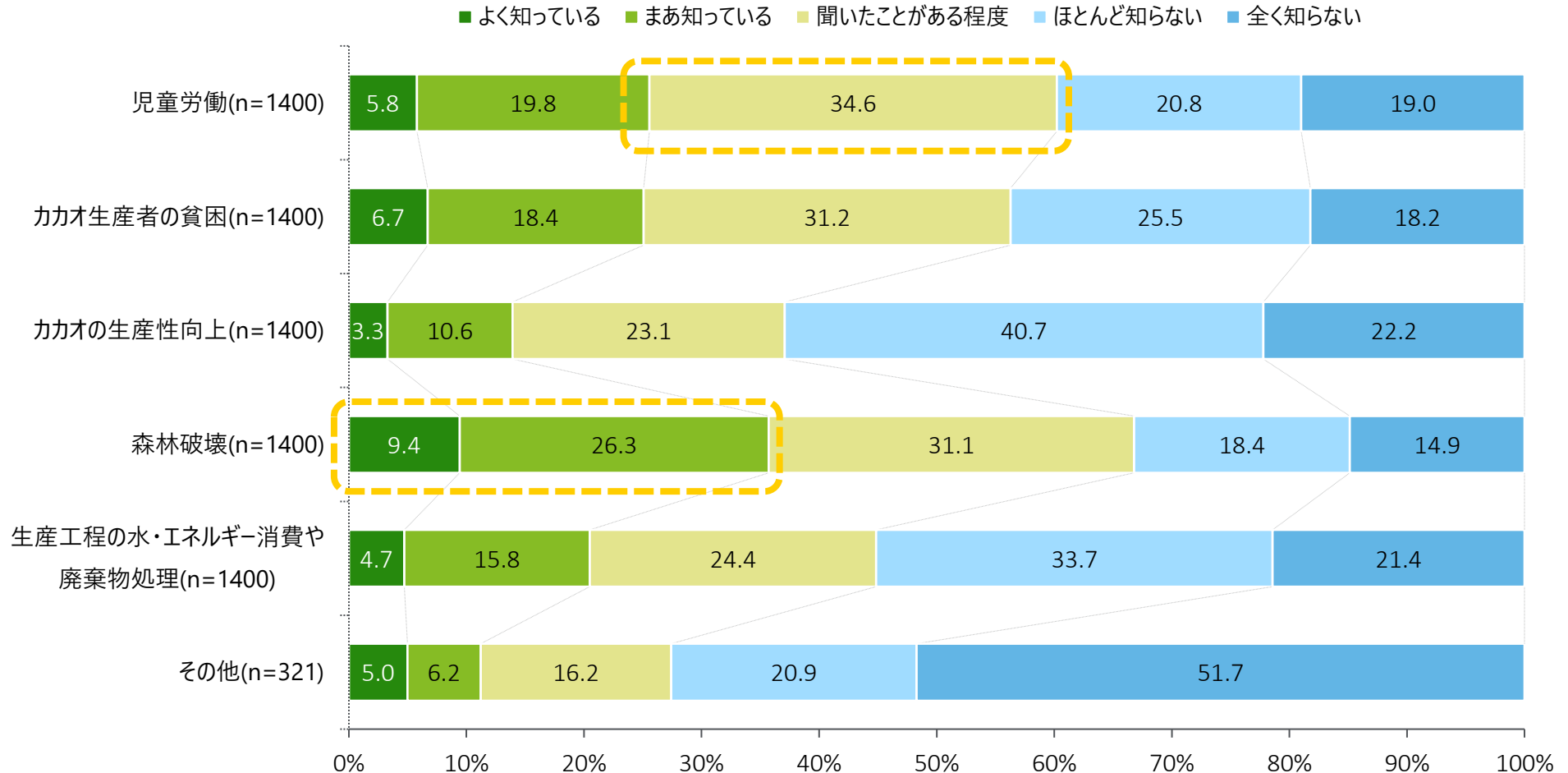
Q.前問で選択したラベルや認証制度をどのようにして知りましたか。あてはまるものをすべて選択してください。（いくつでも）



カカオ生産に係る社会課題としては「森林破壊」の認知度*が最も高い。次いで「児童労働」の認知度が高いが、この問題については聞いたことがある程度と回答した人が最多

社会課題認知度

Q.チョコレートの原料であるカカオに関する以下の社会課題について、どの程度知っていますか。

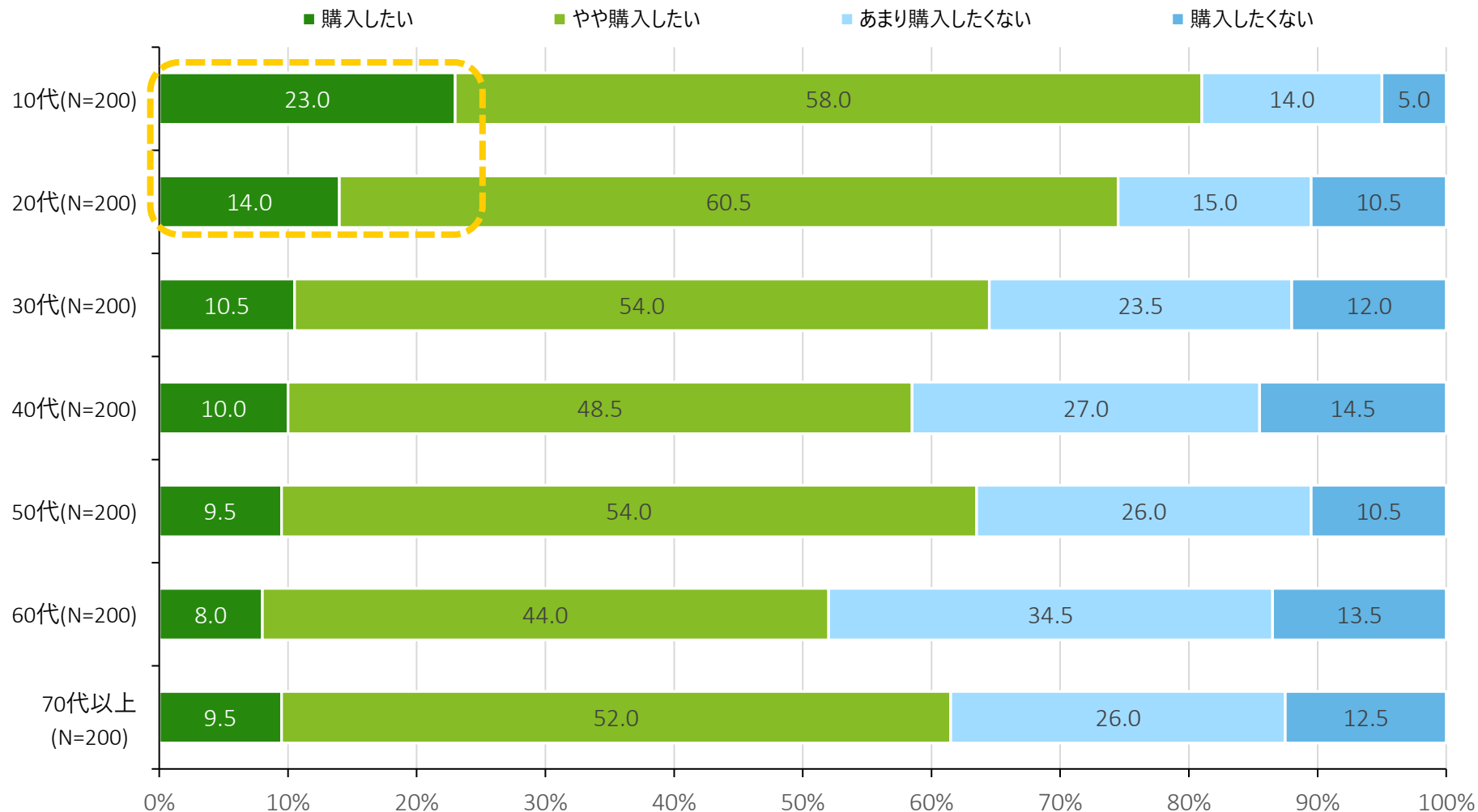


*認知度 = よく知っている、まあ知っている

全世代通じて50%以上の人がサステナブルチョコの購入意欲を示しているが、特に10～20代の意向が高い一方で、50代以降は購入したいと答えた人が10%未満にとどまる

サステナブルチョコ購入意向

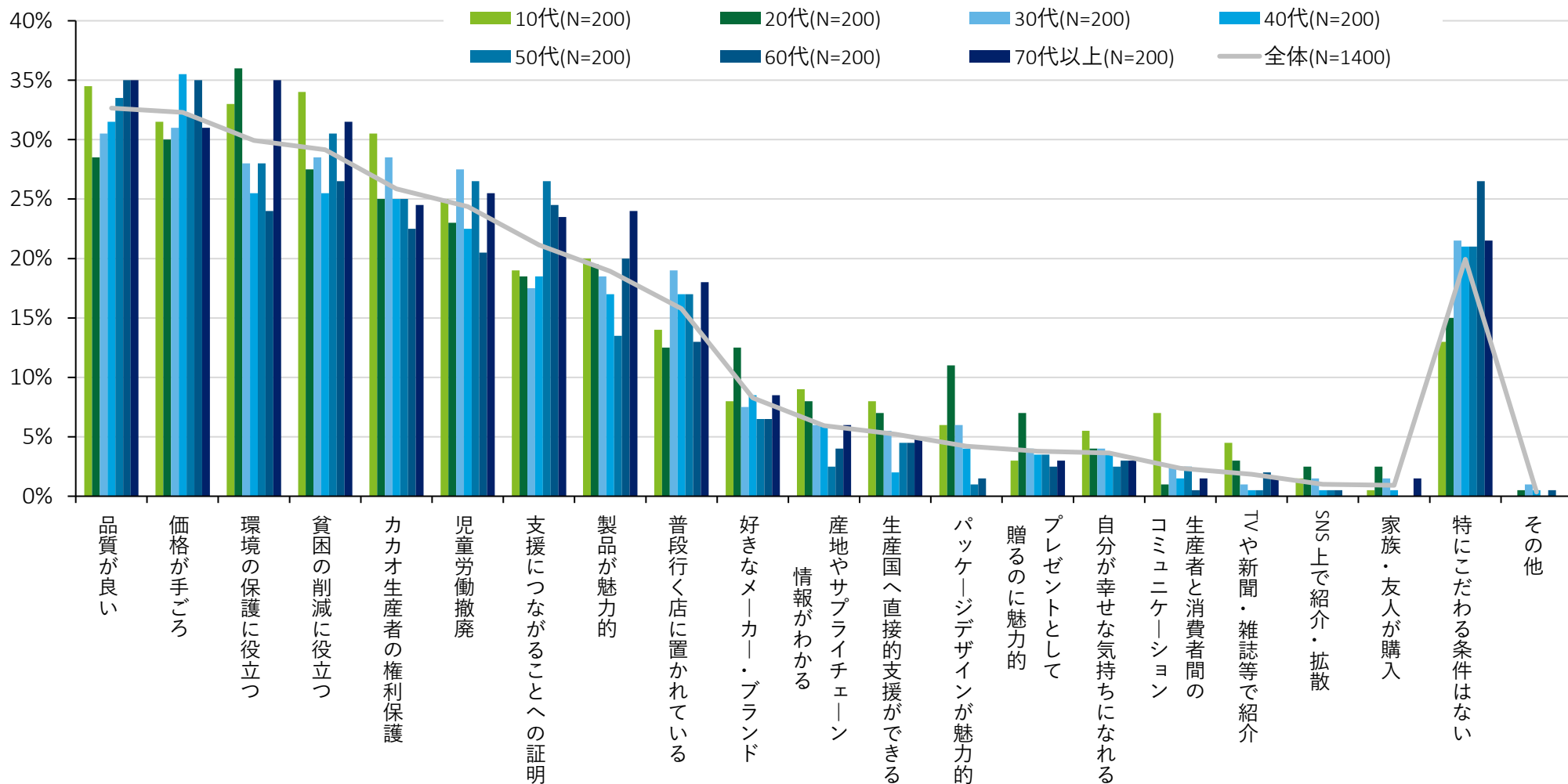
Q. 今後「サステナブルチョコレート」を購入したいと思いますか。



サステナブルチョコ購買条件として、10代は環境・人権問題支援に対し全般的に関心が高い。また50代以上は支援につながることへの証明を求める人が若年層と比較して多い傾向

サステナブルチョコレート購買動機（世代別）

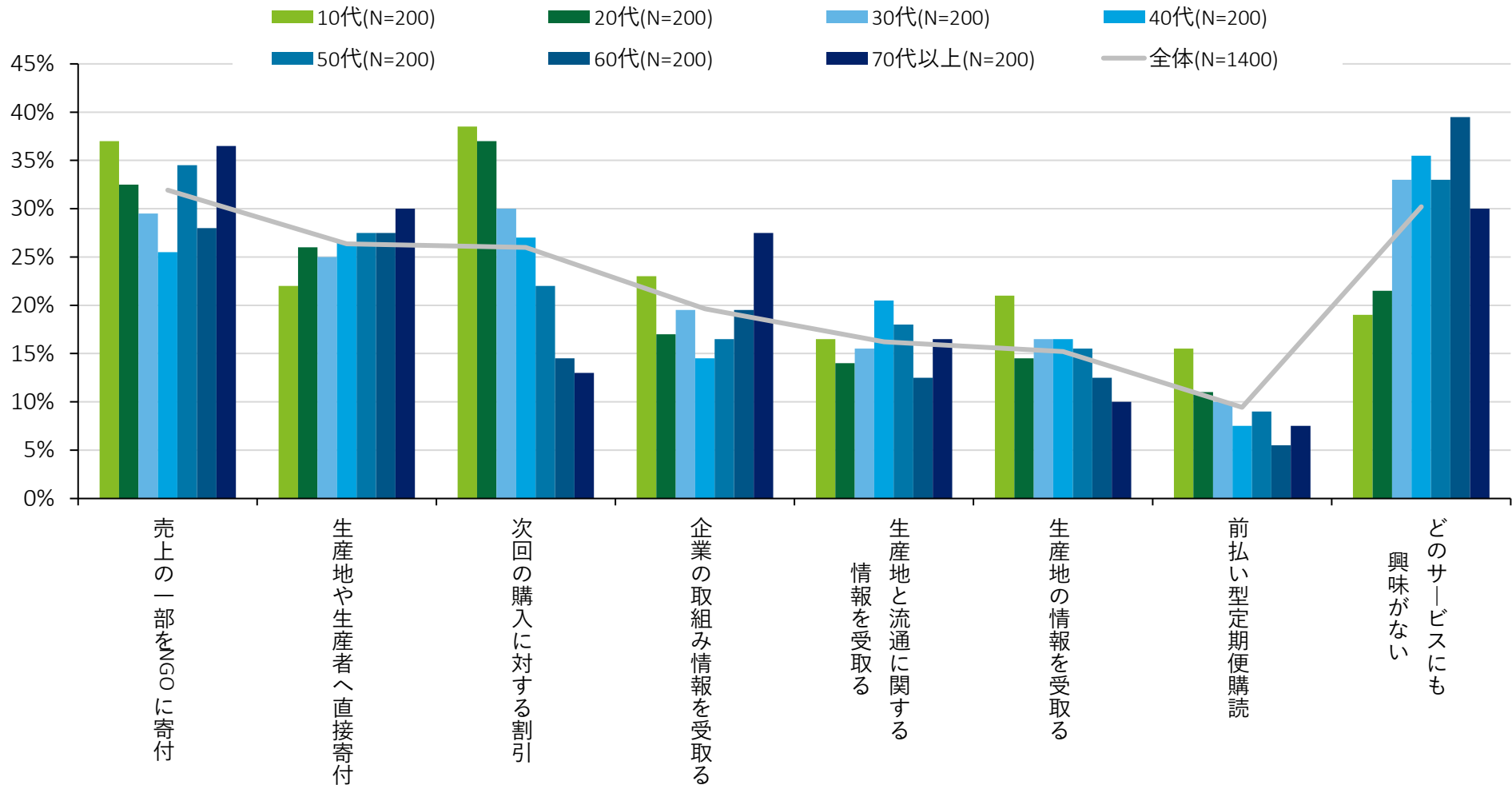
Q. どのような条件があれば、「サステナブルチョコレート」を今までよりも購入したいと思いますか。（最大5つまで）



購買動機として、特に10代や50,70代はNGOへの寄付に対する関心が高い。生産地への直接寄付は年代が上がるほど関心が高い一方、若い世代は次回購入に対する割引を求める人が多い。

サステナブルチョコレート購買動機（年代別）

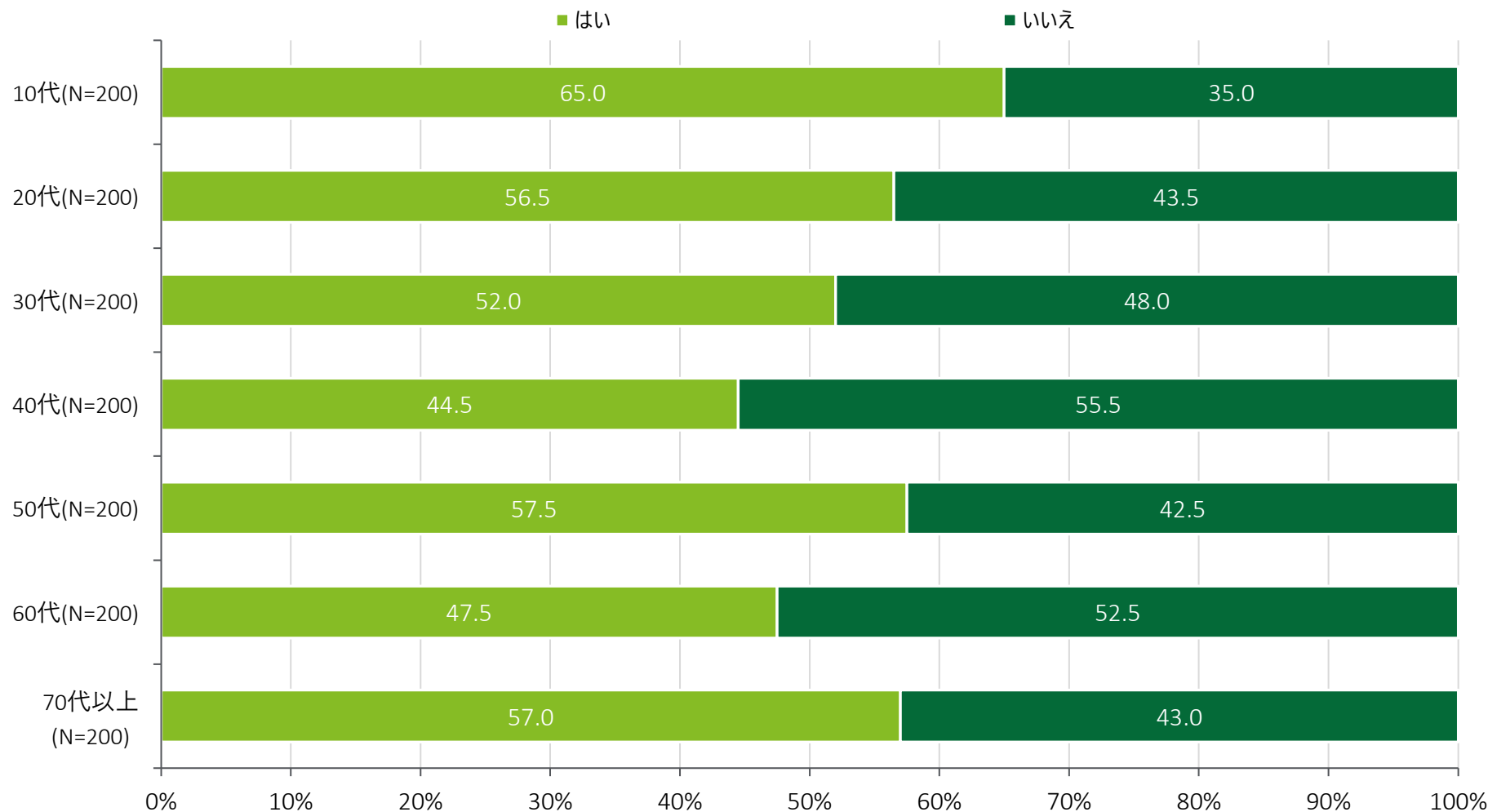
Q. 生産者に対して消費者が支援できる仕組みがついた「サステナブルチョコレート」製品のうち、購入したいと思うものを選択してください。（複数選択）



10代がサステナブル製品への追加費用支払い意向が最も高く、40代、60代の意向が低い

サステナブルチョコレートの許容価格

Q.生産地支援のため、「サステナブルチョコレート」に追加の費用を払ってもいいと思いますか。

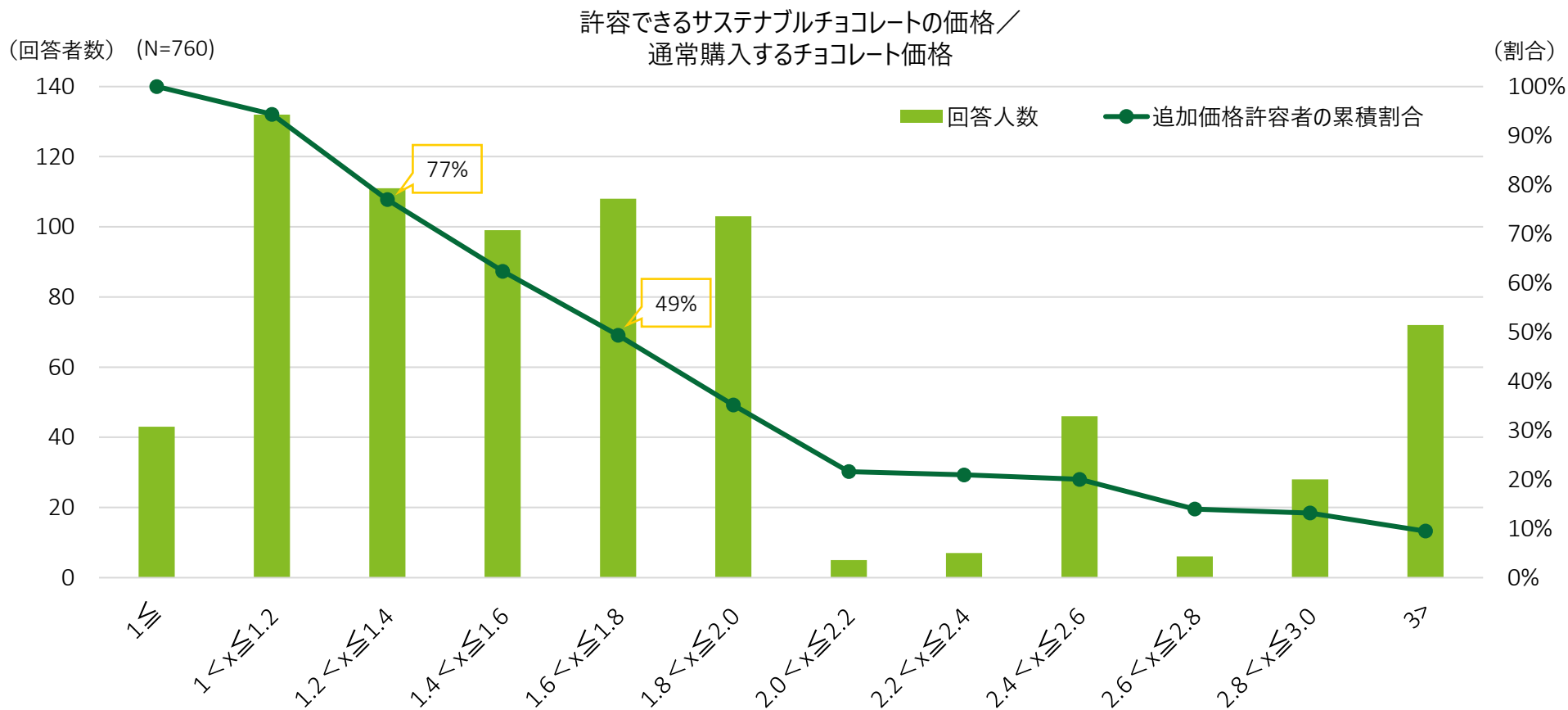


サステナブルチョコレートへの追加価格について許容すると答えた人のうち、7割強が1.2～1.4倍まで、また約半数が1.6～1.8倍まで支払っても良いと回答

サステナブルチョコレートの許容価格

Q. 普段よく購入するチョコレートの単価を教えてください。

また、その製品と同等品質・容量の「サステナブルチョコレート」がある場合に、購入してもいいと思う最大の単価を教えてください。

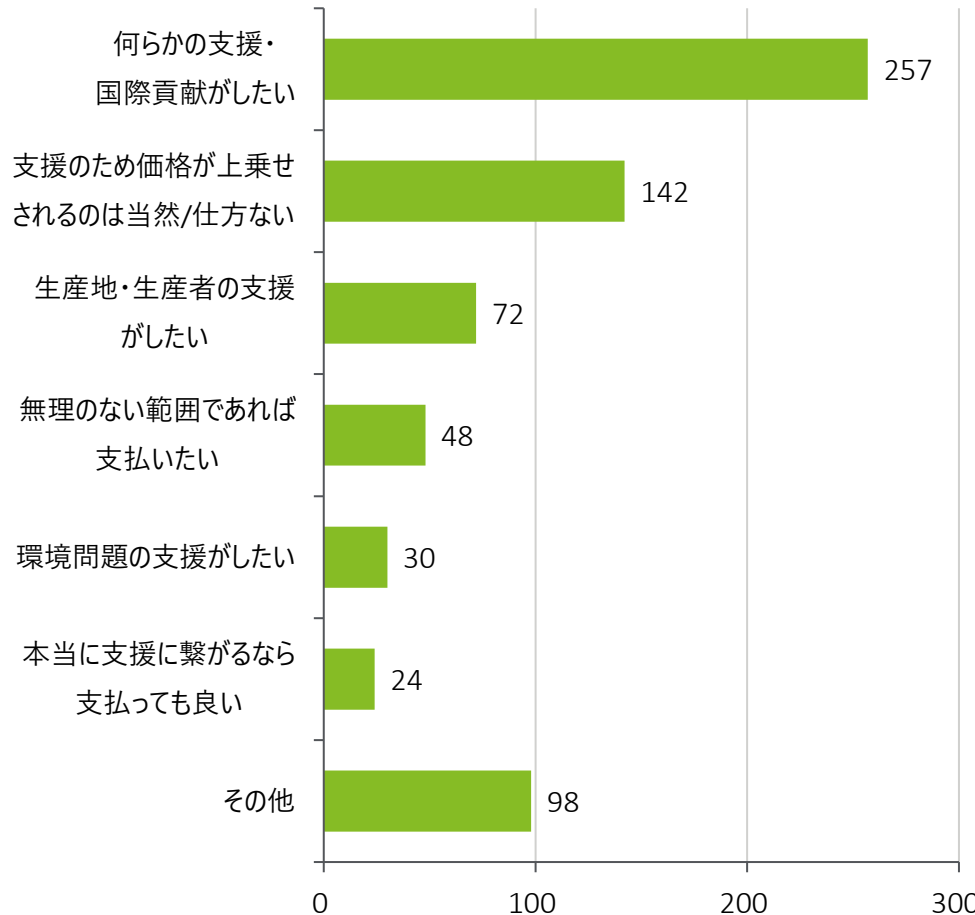


追加費用を許容できる人は支援に興味を持ち、価格上昇もやむを得ないと考えている一方、許容できない人は支援よりも自身の生活のため安いものを選択するという回答が多い

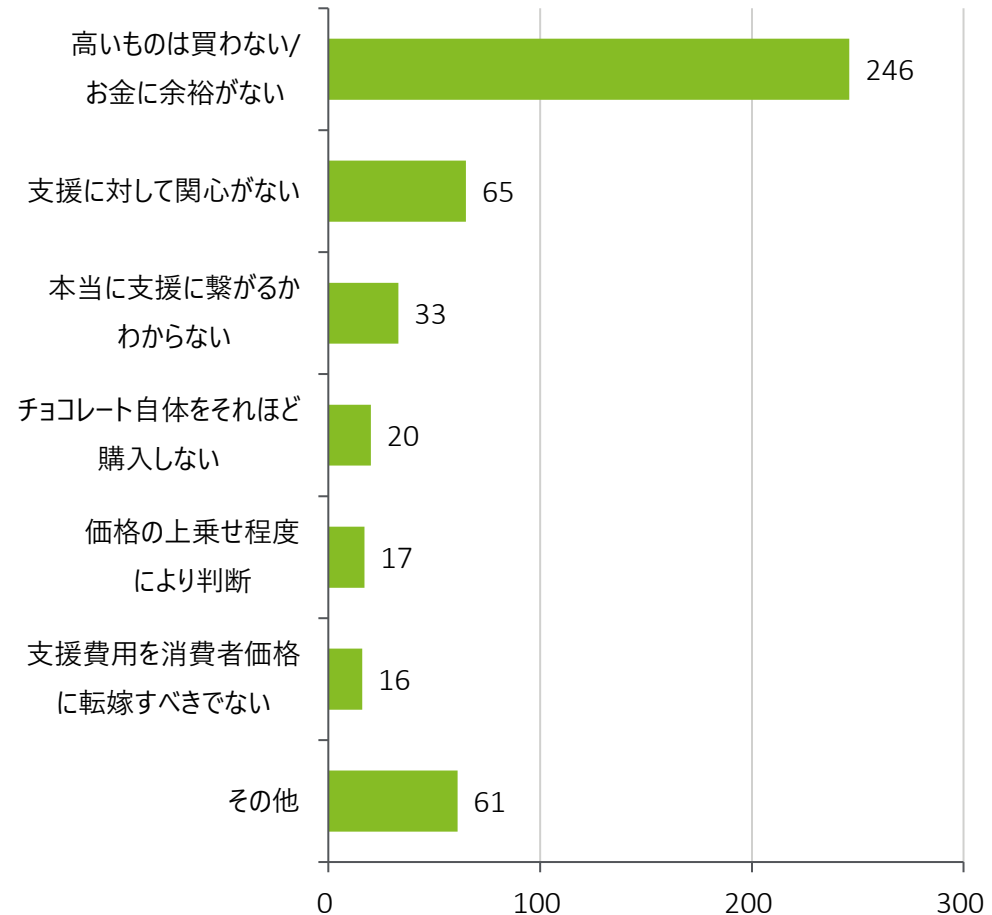
サステナブルチョコレートの許容価格

Q.「サステナブルチョコレート」に追加の費用を払ってもいいと思いますかの質問にははい／いいえと答えた理由を教えてください

「はい」を選択した理由 (N=671)



「いいえ」を選択した理由 (N=458)



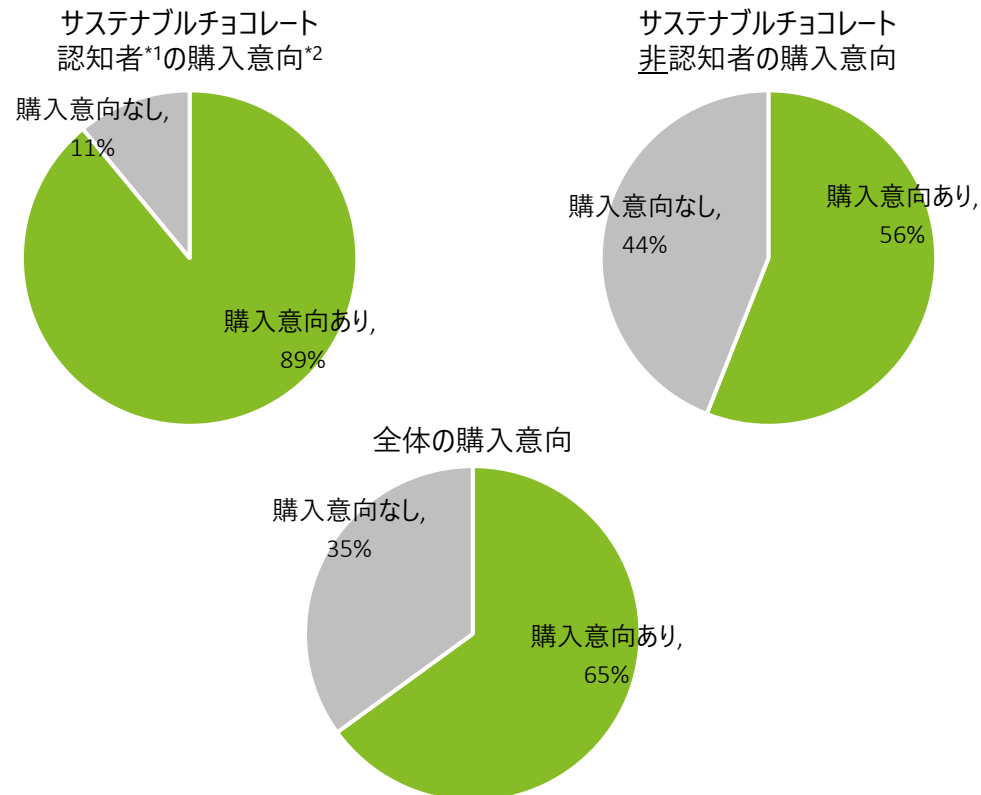
*「はい」を選択したその他の理由例：味・品質が良ければ支払っても良い、持続可能な製品づくりに必要だと思う、児童労働をなくしたい、環境・生産者両方の支援がしたい、等

「いいえ」を選択したその他の理由例：味を重視している、支援の仕組みが理解できていない、寄付等の支援は別に行っている、必要ない、等 (N数は無効回答を除く)

サステナブルチョコレートの購入意向は全体で65%あり、認知度の上昇、および既に興味関心を持つ層に対し実際に購入を促す施策の検討・実施が必要

現状分析と今後の打ち手方向性案

現状



サステナブルチョコレートの認知度はいまだ低いものの、全体として購入意向がある層は一定程度存在

打ち手の方向性

1

影響大

■ サステナブルチョコレート認知度の上昇

- サステナブルチョコレートの認知度が低いことを踏まえ、まずは全体の認知度を上げることが肝要
- 販売場所の増加や店頭での販促キャンペーンなどを実施し露出度を高める

2

■ 精度の高い情報の発信

- 社会課題への感度が高い層へのアプローチとしては、生産地の現状などの情報を提供することで興味関心を喚起
- 感度が低い層に対しては具体的な支援方法や実際の影響を提示し、仕組みの正当性を証明

3

■ サステナブルチョコレートの付加価値提供による購買訴求

- 「環境保護」や「貧困削減」のための対策について、具体的な支援内容がイメージしやすい付帯サービス（NGO/生産者への寄付等）を提供

*1: サステナブルチョコレートマークのいずれかを知っていると回答した割合（全体の27%）

*2: サステナブルチョコレートマークを「購入したい」、「やや購入したい」と回答した割合

サステナブルチョコレートの認知度は低い、若い層を中心に社会課題解決に貢献したいという意識を持つ消費者は一定数存在。今後の取り組み次第で市場拡大が望める可能性

消費者調査の結果概要

認知 興味・関心	サステナブルチョコ 認知	✓ サステナブルチョコレートの認知度は約27%、また購入経験があるのは全体の約25% ✓ 年代別では10代の購入経験者が最も多く、若い世代はサステナブルチョコレートが掲げる生産者支援や貧困削減という目的を理解した上で購入 ✓ サステナブルチョコレート非購入者は、その多くが製品自体の存在自体や販売場所をそもそも把握しておらず、認知度には一定の課題あり
	マーク・ラベル認知	✓ 若い世代ほど認証マークやラベルを認識し、また意識して購買行動をしている ✓ マークやラベルは実際の製品や店頭で目にするにより認知される場合が多いが、10～20代については授業・講義で学んだ割合が高く、学校での教育が一定の成果を上げていると推察される
	社会課題認知	✓ カカオ・チョコレート生産に係る社会課題として最も認知されているのは「森林破壊」。サステナブルチョコレート購入理由としても環境が児童労働より上位に挙げられており、現状では人権問題よりも、環境問題の認知度の方が高い
購入意向・動機	購入意向	✓ サステナブルチョコレートの認知/非認知に関わらず、半数以上の回答者に購入意向あり ✓ 購入意向のある消費者、特に若い層は環境保護や貧困削減のための支援に関心が高い。一方購入意向が低い層は手ごろな価格や品質、普段行く店での販売、支援に繋がることの証明等を求める傾向
	購入動機	✓ NGOへの寄付や生産者への寄付などのわかりやすい支援サービスが消費者への購買を促すきっかけとして効果が高い ✓ 54%がサステナブルチョコレートに対し追加料金を許容可能 ✓ サステナブルチョコレートの価格について約半数が通常購入するチョコレートの1.6～1.8倍まで許容すると回答しており、生産地支援のコスト分を上乗せしても一定の販売が見込めると推察

まとめと今後に向けたデロイトからのご提案

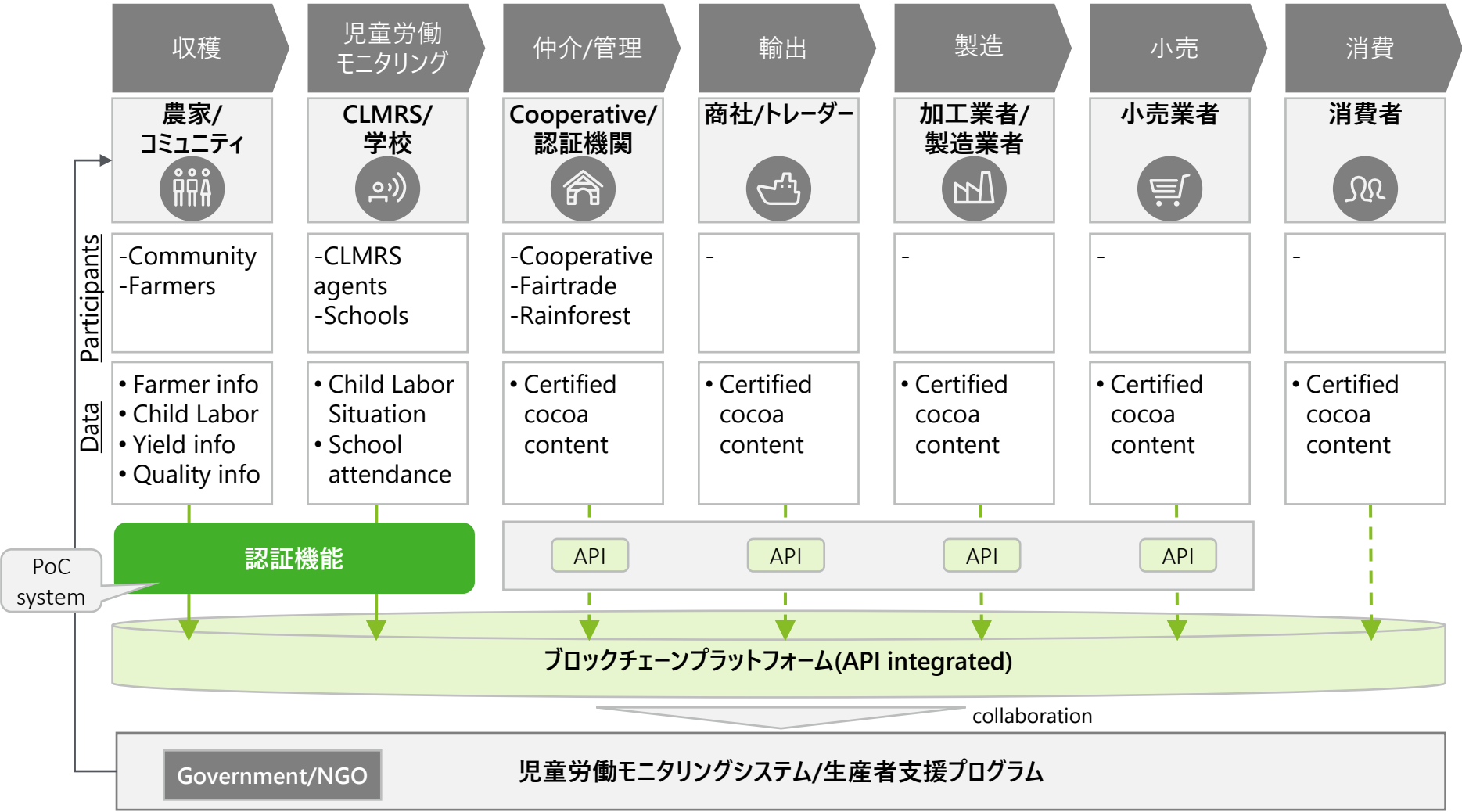
実証実験、消費者調査、各ステークホルダーへのインタビュー結果を課題別に整理した

本調査の結果まとめ

課題と施策		結果概要と示唆
農家収入の向上	A 買取価格の調整 ・農業収入向上（生活賃金向上）	・欧米企業の多くは、プレミアム価格買取を実施するも農家収入の十分な向上には至らず ・日本企業は、プレミアム価格買取の意向有無は企業によって異なる
	B サステナブル調達の拡大 ・児童労働フリー豆の調達 ・トレーサビリティ確保	・買い手の調達/購買姿勢を変える必要があり、正当性確保のためにも政府・消費国政府双方のイニシアチブが求められる。 ・適切なインセンティブ設計と、各ステークホルダーの協力体制のもとでシステムを活用することにより、<u>児童労働のない/予防システムが機能しているエリアの情報をトレースすることが可能</u>
消費者行動の変化	C 消費者の意識変革 ・サステナブルチョコレート市場拡大	・サステナブルチョコレートの認知度は欧州各国と比較すると低い、若年層を中心に購買意向は半数以上あり、また1.2～2倍の支出も厭わない層が一定存在、<u>今後の市場拡大が見込める</u> ・50代以上は<u>支援の形が見えることを条件とした層が存在</u>
	D 農家/学校への支援 ・企業による支援 ・消費者による支援	・農協を介した報酬の受取は透明性に欠ける（農協への信頼が薄い）ため<u>直接報酬の形が望ましく、モバイルマネーの活用は安全性や運用の面でも効率的</u> ・農家にお金還元される仕組みの構築には、<u>企業間連携や、政府との連携も必要</u>
問題の是正	E 児童労働モニタリング ・アプリを活用した正しい現状把握 ・児童労働防止策の強化 ・ステークホルダー連携	・アプリを活用した児童労働の現状把握の仕組みは機能し、インセンティブ付与頻度・額や、対象ステークホルダーは適切であった。但しCLMRSのような<u>モニタリングシステムが機能していることが前提</u> ・脆弱な通信環境に対応できるネイティブアプリが必須 ・データ入力時の負担を減らしつつ、入力情報の充実を図る工夫が必要 ・<u>児童労働削減に向けては、農家への意識づけに加え、児童が学校に通いやすくなるための学校への支援も必要</u>（校舎・食堂建設、教科書・学用品配布等） ・コミュニティの協力を得るため、<u>自治体、政府の巻き込みが必須</u>

本システムによりサプライチェーンの上流から下流まで、児童の状況に関して高頻度で正しいデータをトレースすることが可能であり、消費者や投資家への情報開示等に活用が可能

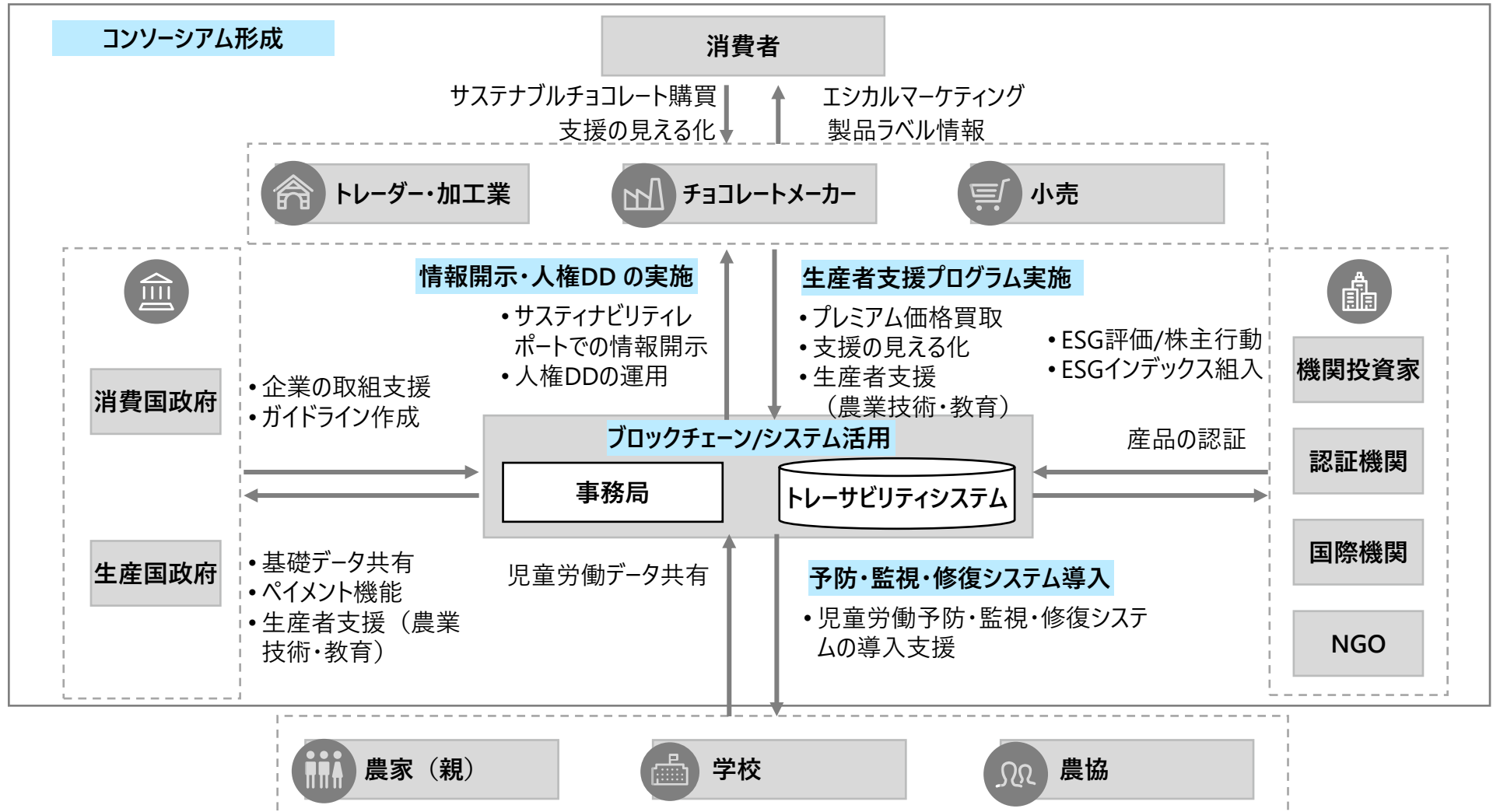
児童労働特化型トレーサビリティシステム



コンソーシアムを形成し、トレーサビリティシステム構築と、生産者や学校への支援やモニタリングを協働で実施していくことも一案

コンソーシアムのイメージ

ILLUSTRATIVE



デロイト・トーマツグループは、日本におけるデロイト アジア パシフィック リミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイト・トーマツ合同会社ならびにそのグループ法人（有限責任監査法人トーマツ、デロイト・トーマツ コンサルティング合同会社、デロイト・トーマツ ファイナンシャルアドバイザー合同会社、デロイト・トーマツ 税理士法人、DT弁護士法人およびデロイト・トーマツ コーポレートソリューション合同会社を含む）の総称です。デロイト・トーマツグループは、日本で最大級のビジネスプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、税務、法務等を提供しています。また、国内約30都市以上に1万名を超える専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。詳細はデロイト・トーマツグループWebサイト（www.deloitte.com/jp）をご覧ください。

Deloitte（デロイト）とは、デロイト トウシュートマツリミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイトネットワーク”）のひとつまたは複数を指します。DTTL（または“Deloitte Global”）ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTLおよびDTTLの各メンバーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTLはクライアントへのサービス提供を行いません。詳細はwww.deloitte.com/jp/aboutをご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける100を超える都市（オークランド、バンコク、北京、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む）にてサービスを提供しています。

Deloitte（デロイト）は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザー、リスクアドバイザー、税務およびこれらに関連するプロフェッショナルサービスの分野で世界最大級の規模を有し、150を超える国・地域にわたるメンバーファームや関係法人のグローバルネットワーク（総称して“デロイトネットワーク”）を通じFortune Global 500®の8割の企業に対してサービスを提供しています。“Making an impact that matters”を自らの使命とするデロイトの約312,000名の専門家については、（www.deloitte.com）をご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイト トウシュートマツリミテッド（“DTTL”）、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人（総称して“デロイト・ネットワーク”）が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約（明示・黙示を問いません）をするものではありません。またDTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接また間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTLならびに各メンバーファームおよびそれらの関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。

