



FAIRTRADE
JAPAN

JICAサステイナブル・カカオ・プラットフォームイベント フェアトレードで生産者と消費者をつなぐ

2021年2月9日

認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン 事務局長 潮崎真惟子



1. はじめに

2. フェアトレード認証の仕組み

3. フェアトレード市場動向

プロフィール



認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン
事務局長

潮崎 真惟子 / Maiko Shiozaki



【人権分野の過去執筆】



▲ 「児童労働白書 2020 ビジネスと児童労働」

▼ 日経ESG記事
(4ページのスペシャルレポート掲載)



デロイト トーマツ コンサルティングを経てオウルズコンサルティンググループにてマネジャーを務める。

2021年4月よりフェアトレード・ラベル・ジャパン事務局長。

ビジネスコンサルタントとしては事業戦略立案などに加え、**サステナビリティ・SDGs・人権関連のコンサルティング**や政策立案、NPO/NGO向けコンサルティングなどを多数担当。

一橋大学経済学部卒。一橋大学大学院経済学修士（地域開発）
オルタナ総研フェロー
日本サステナブル・レストラン協会アドバイザー
人権分野の国際規格「SA8000」基礎監査人コース修了

- 共同通信 各地方新聞 「ひと／時のひと」欄（2021年5月）
- 日経ESG スペシャルレポート 「急浮上する経営リスク、児童労働問題」
- 織研新聞 「繊維・ファッション業界の指針となるSDGs —SDGsとビジネス」
- JB Press 「児童労働を消費する恥ずべき日本企業と日本人の現実」
- 「児童労働白書2020 ビジネスと児童労働」主執筆担当。



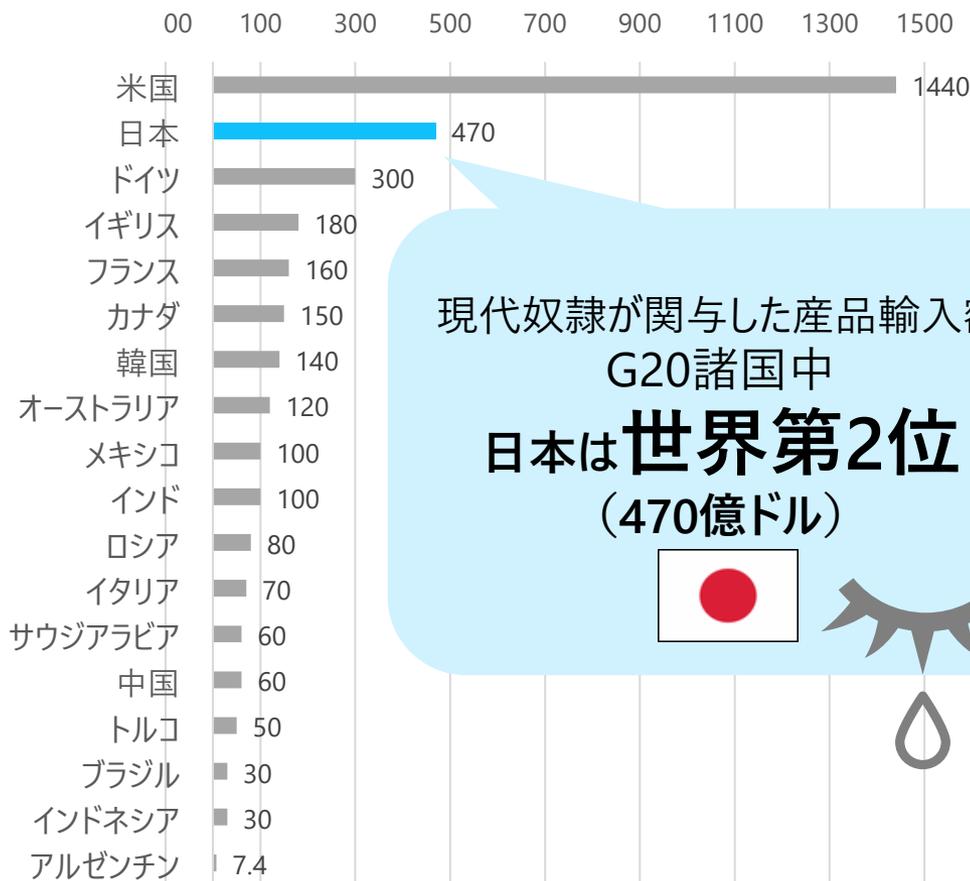
1. はじめに

2. フェアトレード認証の仕組み

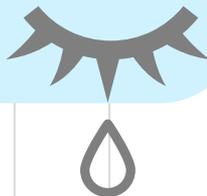
3. フェアトレード市場動向

日本は世界で2番目に奴隷労働品を買っている(輸入)！？

現代奴隷（児童労働を含む強制労働など）
が生産に関与した製品の輸入額（2018）
(億米ドル)



現代奴隷が関与した製品輸入額
G20諸国中
日本は**世界第2位**
(470億ドル)



製品の例



電子機器



衣類



カカオ



魚



木材

フェアトレードとは

Fairtrade

公正・適正な価格で取引すること

通常の貿易

- 市場価格の情報や販売先の選択肢の欠如により、末端の小規模生産者は、安く買い叩かれてしまう



引き起こされる問題

- 生産者の生活水準低下
- コスト削減を目的とした児童労働
- 過剰な農薬による環境破壊・健康被害

フェアトレード —Fairtrade—

- 人と環境に配慮して生産されたものを適正な価格で取引し、持続可能な生産と生活向上を支援



フェアトレードによる インパクト

- 適正価格の保証・プレミアムの支払
- 児童労働の禁止
- 環境に配慮した生産

さまざまなエシカル認証マーク（例）



 フェアトレード製品
(人権・環境配慮
+ 途上国支援)



国際フェアトレード認証



WFTO認証



 オーガニック製品



有機JAS



エコサート
認証



GOTS
(オーガニックコットン) 認証

 環境配慮・
生物多様性配慮
製品



レインフォレスト・
アライアンス認証



FSC認証



RSPO認証



MSC認証

フェアトレード・ラベル・ジャパン 組織概要



Fairtrade Internationalの構成メンバーとして日本における認証・ライセンス事業、普及啓発事業を担う

フェアトレード・インターナショナル

Fairtrade International

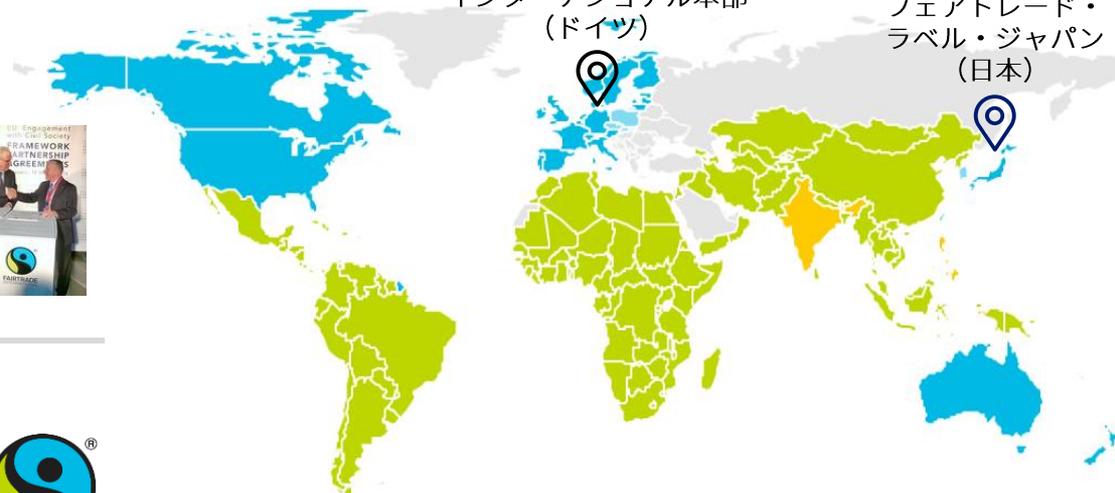
- 1997年設立
- 活動：フェアトレード基準策定、政策提言、生産者支援等
- 2016年より欧州委員会(EC)の戦略的パートナーとしてSDGs推進連携



グローバルネットワーク

フェアトレード・インターナショナル本部
(ドイツ)

フェアトレード・ラベル・ジャパン
(日本)



フェアトレード・ラベル・ジャパン

Fairtrade Label Japan

- 1993年設立 認定NPO法人
- Fairtrade Internationalの構成メンバー
- 活動：認証・ライセンス事業、普及啓発事業

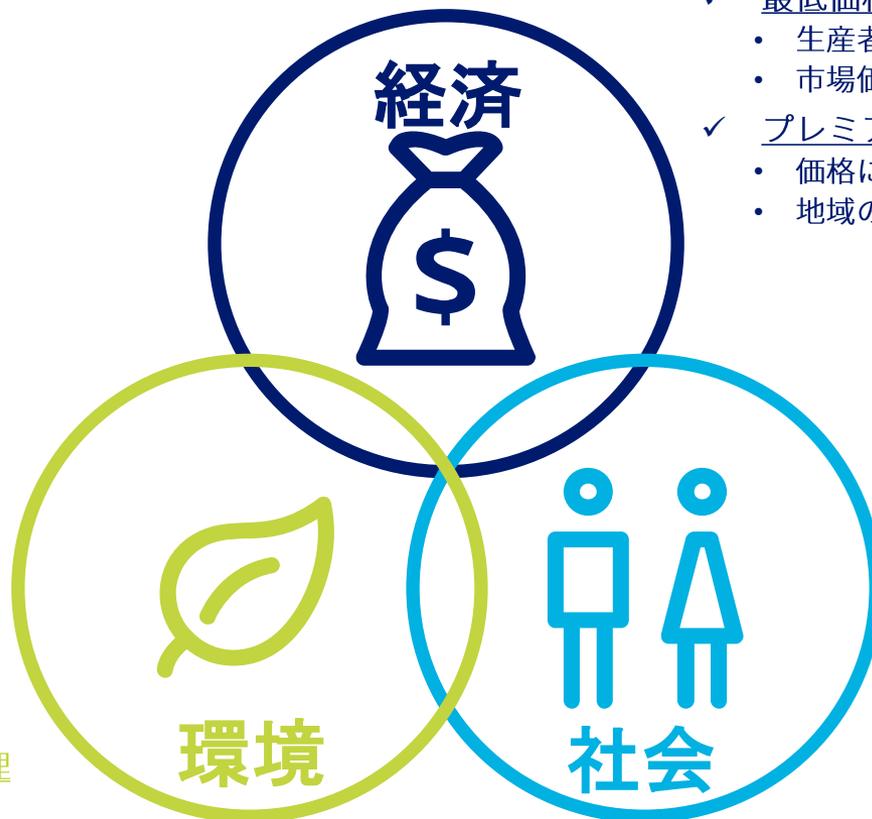


- 消費国メンバー（組織拠点あり）
- 生産国（生産国対象地域）
- 消費国メンバーかつ生産国

開発途上国 **71カ国**・**190万人以上** の生産者・労働者と**消費国30カ国**メンバーが参加するグローバルな取り組み

国際フェアトレード認証の基準

国際フェアトレード基準は、経済・社会・環境の3つの側面からなる



- ✓ 最低価格の保証
 - 生産者に対する適正価格を確保
 - 市場価格暴落の際も、生産者の生活を保障
- ✓ プレミアムの支払
 - 価格に上乗せして生産者組織に支払う
 - 地域の経済・社会・環境的開発のために使用

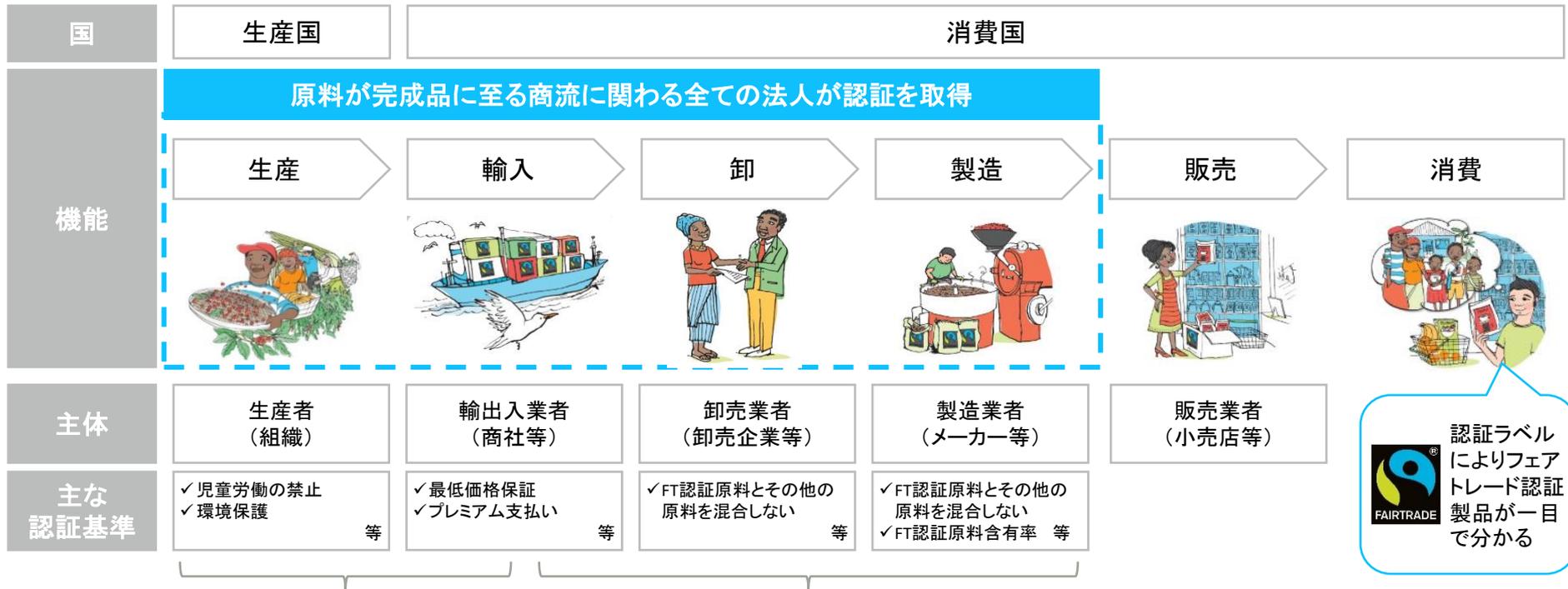
- ✓ 農薬の使用削減・管理
- ✓ 土壌・水源の保全
- ✓ 有機栽培の奨励

- ✓ 児童労働・強制労働の禁止
- ✓ 安全な労働環境

国際フェアトレード認証の仕組み



国際フェアトレード認証は、サプライチェーン全体を通して
国際フェアトレード基準を満たしていることを認証し、ラベルを貼付する仕組み



認証ラベルによりフェアトレード認証製品が一目で分かる



認証機関FLOCERTが
監査・認証を実施

フェアトレード・ラベル・ジャパン (FLJ) が
監査・認証を実施



ISO17065(製品認証機関の認定基準)に則した監査・認証制度

※ FLOCERT・FLJともに、Fairtrade Internationalが設定する国際基準に基づき監査・認証を実施
 ※ 海外からフェアトレード認証された最終製品を輸入・販売する事業者は、フェアトレード・ラベル・ジャパンへの登録が必要です

最低価格保証とプレミアムの仕組み

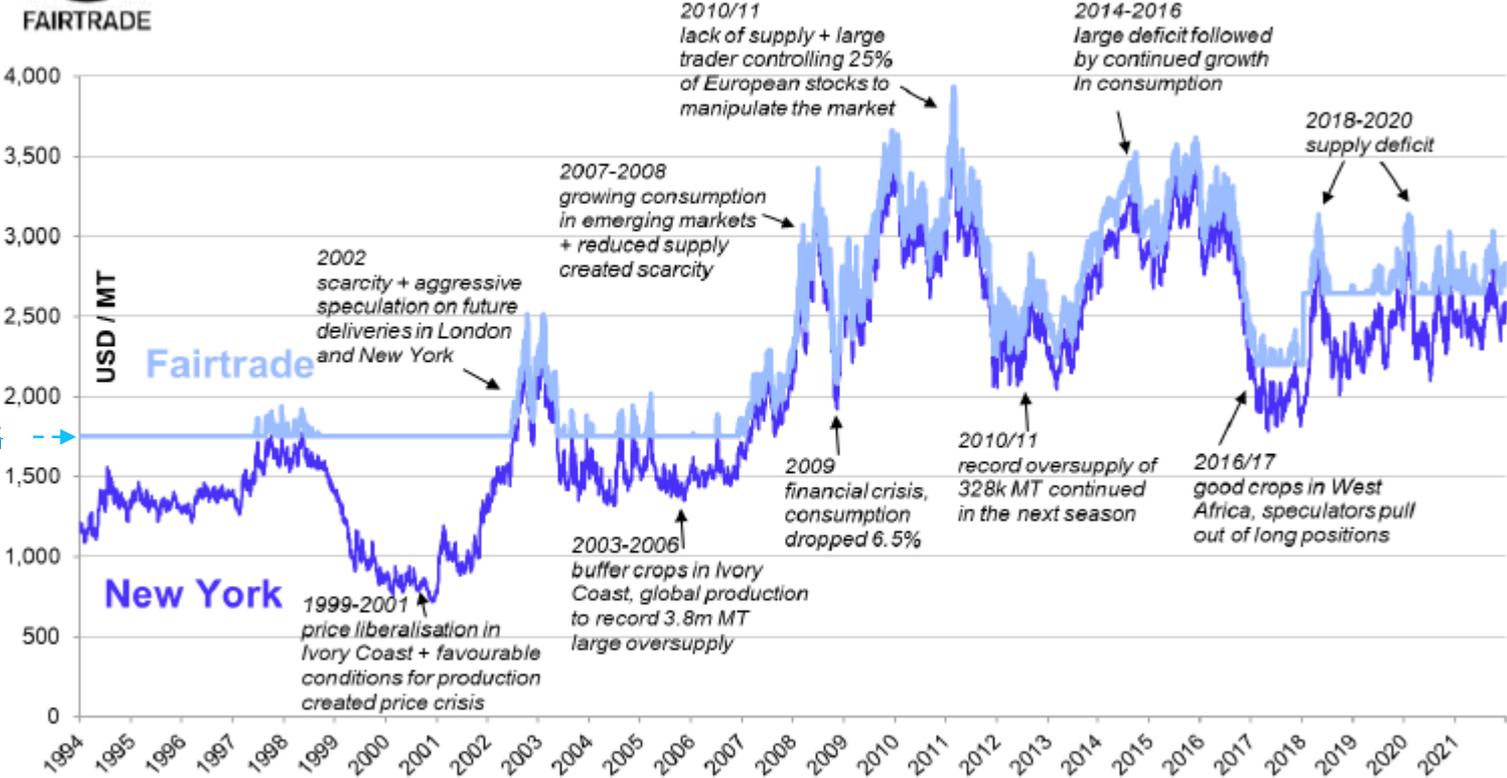


市場価格が暴落しても、
生産者の生活を保障する仕組み

フェアトレード価格

ニューヨーク市場価格

The Cocoa Market 1994-2021: Comparison of Fairtrade & New York Prices



フェアトレード最低価格
+
プレミアム

Fairtrade Price = Fairtrade Minimum Price of 2400 USD/MT + 240 USD/MT Fairtrade Premium, organic differential 300 USD/MT*
When the NY / LND futures price + prevailing differential is 2400 USD or above, the Fairtrade price = futures price + differential + 240 USD
* Fairtrade Minimum Price and Premium were increased on 1 January 2011 & 10 January 2019
The New York/ London price is the daily settlement price of the 2nd position Coffee "C" contract at ICE Futures U.S. / Europe

フェアトレード最低価格
: 2400USD/MT

+

プレミアム
: 240USD/MT

+

有機認証の場合の上乗せ
: 300USD/MT

国際フェアトレード認証の影響・効果 <プレミアムの活用>



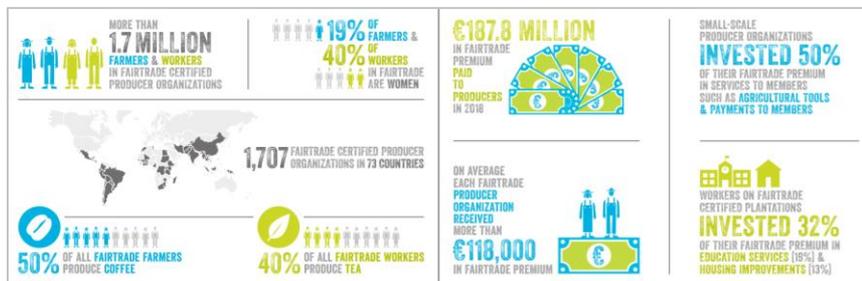
モニタリングレポート（影響・効果）
国際フェアトレードラベル機構 WEBサイトで毎年公開
<https://www.fairtrade.net/library>

※ コーヒー：プレミアムのうち 25%を品質向上へ投資を義務付け

- プレミアムは現地の生産者組合に対して支払われ、民主的な話し合いにより 使途を自分たちで決定
(⇒中長期的に重要なことに投資される)

- プレミアムは以下等に活用され、地域の貧困削減や生産の向上に繋がる
 - ・ 社会インフラの整備（医療や教育など）
 - ・ 生産性や品質の向上
 - ・ 気候変動対策

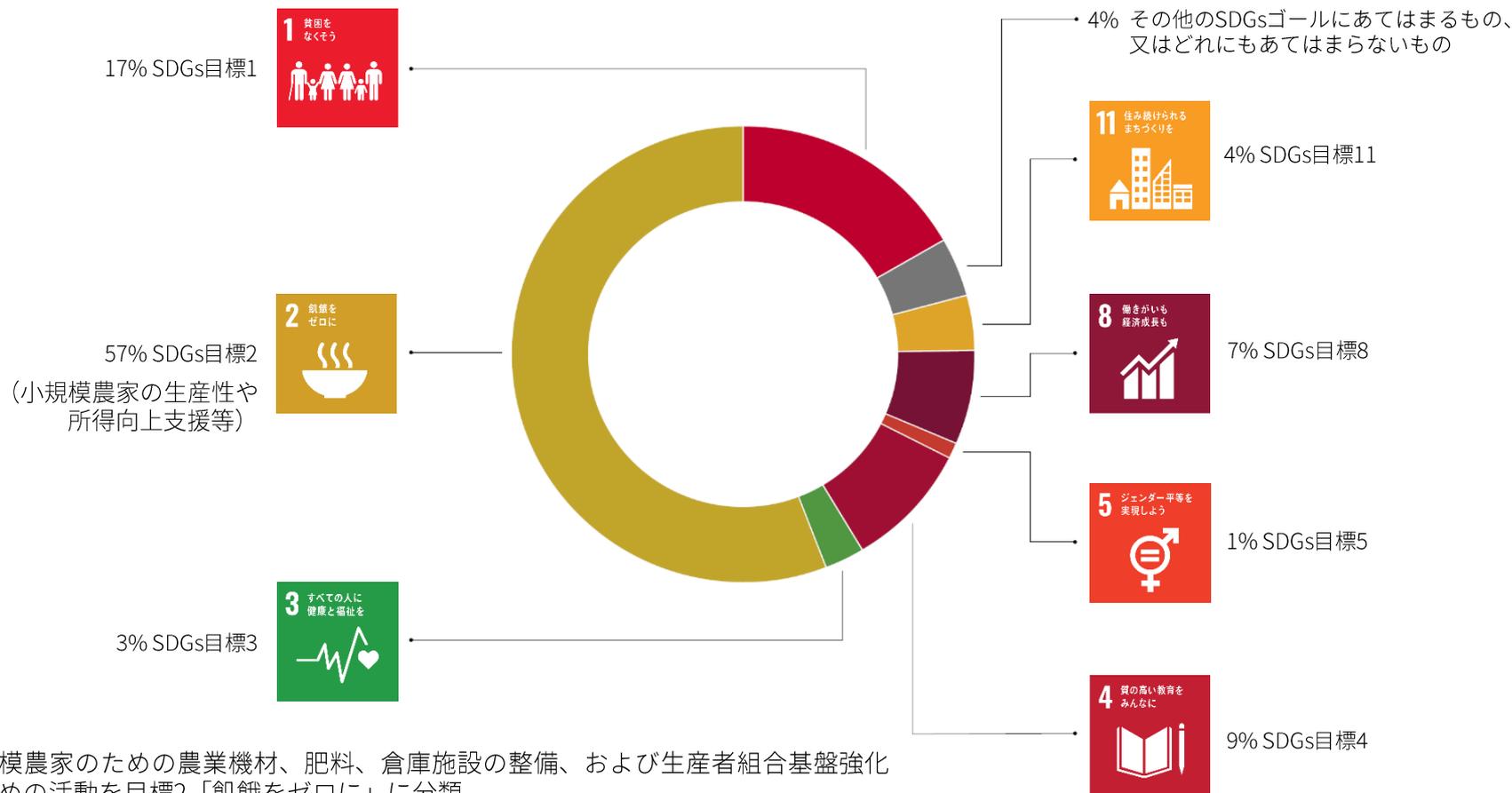
- 適切なプレミアム運用がされているか 監査を実施し、透明性確保



フェアトレードプレミアム用途 SDGsカテゴリー分類



SDGs目標2に関連する小規模農家の生産性や所得向上支援等が半数を占め、他にも貧困や教育のSDGs目標に寄与する活動に活用



- 小規模農家のための農業機材、肥料、倉庫施設の整備、および生産者組合基盤強化のための活動を目標2「飢餓をゼロに」に分類
(国連のSDGs目標2は、小規模農家の農業生産性の向上や所得向上支援を含むため)
- 目標1「貧困をなくそう」、目標4「質の高い教育をみんなに」、目標8「働きがいも経済成長も」などの達成に寄与する活動にも多くプレミアムが活用されています

※数字は四捨五入されている為、合計は100%になっていません。
 ※本グラフはフェアトレードプレミアムの使われた活動を、国連の持続可能な開発目標 (SDGs)における17の目標で分類したものです。
 詳細情報: www.fairtrade.net/impact/fairtrade-premium-spending-by-sdg

SDGsとフェアトレード

フェアトレードはSDGsの17の目標全ての達成に貢献。
中でも特に8つの目標への貢献度が高い



【フェアトレードが特に大きく貢献するSDGs目標】



■ 貧困削減

- ・生産者と労働者の生活保障により貢献



■ 飢餓撲滅

- ・生産者と労働者の生活保障により貢献



■ ジェンダー平等

- ・プレミアム（奨励金）の女性支援への活用により貢献



■ 労働環境

- ・労働環境配慮や児童労働禁止等の基準により貢献



■ 持続可能な消費と生産

- ・環境や生産者の生活に配慮した生産・消費促進により貢献



■ 気候変動への対策

- ・土壌や水源の保全、電力使用削減基準等により貢献



■ 平和と司法へのアクセス

- ・生産者を教育し企業・政府への発言力を養成する事等で貢献



■ パートナーシップ

- ・生産者・企業・政府の連携を促すことで貢献



SDGs達成に向けて欧州委員会と戦略的パートナーシップを締結



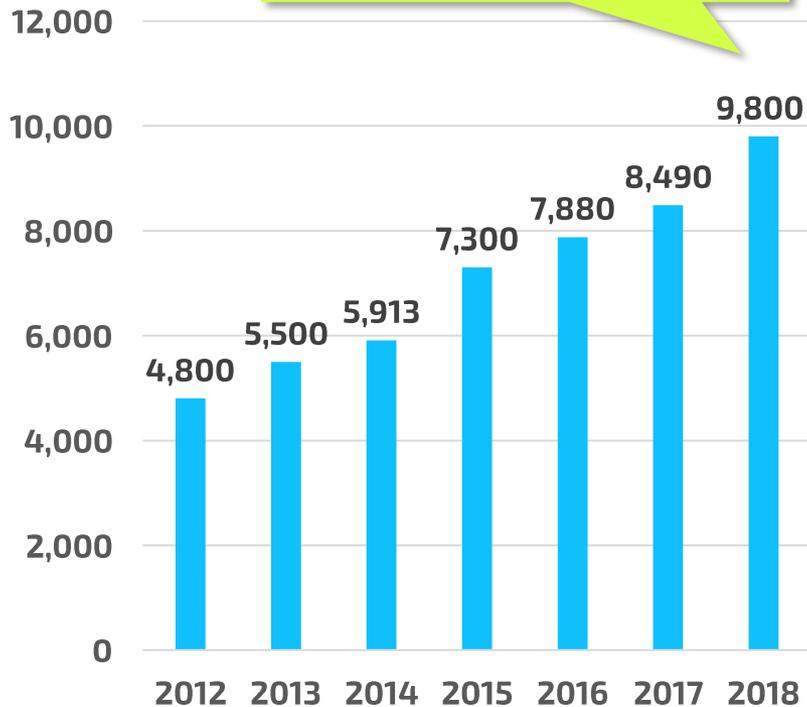
1. はじめに
2. フェアトレード認証の仕組み
3. フェアトレード市場動向

フェアトレード認証製品 市場規模

世界では1.3兆円と大きな市場。日本では131億円市場に。



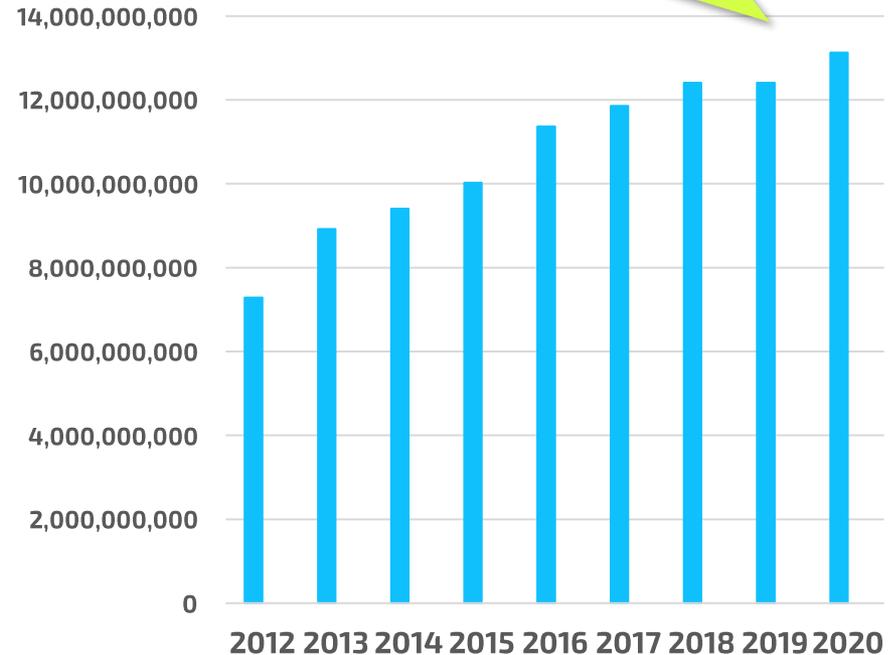
2018年 世界市場規模
約1兆2,776億円



世界フェアトレード市場規模

(単位：百万ユーロ)

2020年 日本市場規模
約131億円

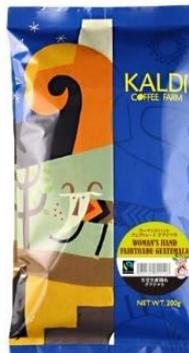


国内フェアトレード市場規模

(単位：円)

フェアトレード商品の種類

コーヒー・カカオ・バナナ・スパイス・ごま・ワイン・ボール・花・コットン等
世界で35,000点以上、国内では4,000点以上流通



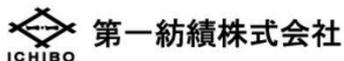
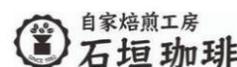
グローバルで広がるフェアトレード

持続可能な調達戦略としてグローバルのリーディングカンパニーが導入



フェアトレードに取り組む日本の企業・ブランド（例）

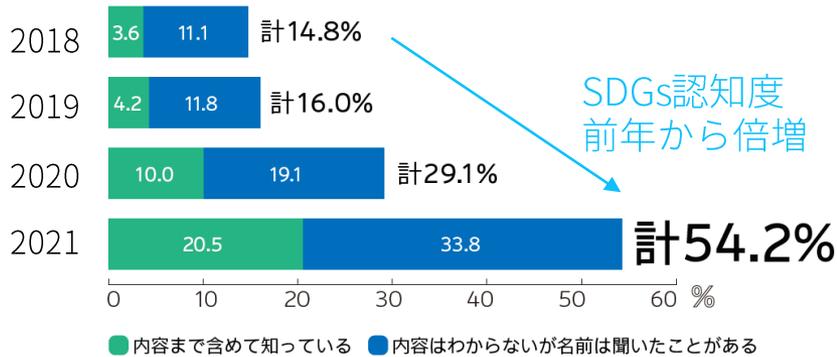
国内では200社以上の事業者がフェアトレード認証に参加



「SDGs」や「人権」への注目の高まり

SDGsや人権への注目が集まり、サステナブル商品ニーズも上昇

■ SDGsの一般認知は急拡大



出所：電通（2021）第4回「SDGsに関する生活者調査」

■ 「人権」報道も増加



日本経済新聞
(2020年3月9日朝刊)

2021年上期ヒット商品番付	
東	西
サステナブル商品	横綱 買い物テック
携帯新料金プラン	大関 ノンアルコール飲料
郊外生活	関脇 シン・エヴァンゲリオン劇場版
アサヒビール[スーパードライ 生ジョッキ缶]	小結 帝国ホテル東京「サービスアパートメント」
ジェンダーレスファッション	前頭 テレワークスーツ
有機ELテレビ	同 パナソニック高級トースター「ビストロ」NT-D700
冷凍食品	同 呪術廻戦
アップル「マックブックエア」	同 タイガー魔法瓶「土鍋ご泡火炊き」JPL-A
トヨタ自動車「ヤリス クロス」	同 スバル「レヴォーグ」

(注)2021年上期の消費動向や売れ行きなどを基に担当記者がランク付けした。前頭は抜粋



2020年10月 外務省が「『ビジネスと人権』に関する行動計画」を公表

「SDGsウォッシュ」とならないために

「SDGsウォッシュ」との批判を回避するためにサステナブルな取り組みの裏付けの重要度が増す。その一手として認証のニーズ上昇

“SDGsウォッシュ”

実態を伴わないのにSDGs対応しているように見せること



電通はSDGsウォッシュを防ぐためのコミュニケーションガイドを発表

例：「サステイナブルファッション」ウォッシング？

■ 持続可能性を謳ったコレクションが、ノルウェー消費者庁より「根拠が不十分」と問題視される(2019年)

- 大手アパレルは、オーガニックコットン、リサイクル繊維等を使用した「Conscious」コレクションを発表し、サステナビリティを前面に訴求
- ノルウェー消費者庁は「どのように『持続可能』なのか明確な情報が不足している」として、違法なマーケティングの疑いを指摘



企業のSDGs取り組みが増える中で、取り組みの根拠に対する世間の目が非常に厳しくなっている

国際認証による裏付けのニーズが高まる

[海外事例]フェアトレード認証カカオへのコミットメント



■ MARS

2020年までに調達するカカオ100%をサステナブルな認証カカオへ



■ FERRERO

2020年までに調達カカオを全量サステナブル認証カカオへ



■ ドイツのチョコレートメーカー RIEGELEIN (リゲライン)

既存のフェアトレード認証製品に加え、自社ブランド製品カカオを全量フェアトレード認証へ



■ ドイツの流通大手各社 LIDL、REWE 等



■ イギリス、イタリア、スイス等 COOP

自社ブランド製品すべての使用カカオをフェアトレード認証へ



[事例]小売・流通各社

イオンは国内流通の中でも最も積極的にフェアトレードを導入
2030年までにPBコーヒー・カカオ原料を全てフェアトレードに転換



イオン

- 2030年までに**PBのコーヒー、カカオ原料を全てフェアトレードへ転換**するとコミットメント (2021年3月)

- これまでに**コーヒー、果汁、チョコレート、ジャム、バラ、バナナ等のフェアトレードPB商品**を導入



- フェアトレード商品の集合棚や輸入品販売も実施



※コーヒー一部除く、調整品を除くカカオ原料を対象

[他社事例]小売・流通各社

取扱商品の充実化、フェアトレード訴求POP掲示なども



セブン&アイ

コーヒー、チョコレート、コットン製品で
フェアトレード認証製品発売中



2021.10.18～新発売商品

セブンプレミアムとして
初のフェアトレード認証コットン製品



2021.11.29～新発売商品

ローソン/ナチュラルローソン

ナチュラルローソンのオリジナル商品として初めて
フェアトレード認証ラベル付きチョコレート製品発売
(2021.10.19～)



チョコレート菓子
など品揃え拡大中



カルディ (キャメル珈琲)



- 全国460店舗 (2020.8月時点)
フェアトレード認証コーヒーと
チョコレート販売中
- 2012年から毎年10-11月(1ヵ月)
「フェアトレードコーヒーキャン
ペーン」展開

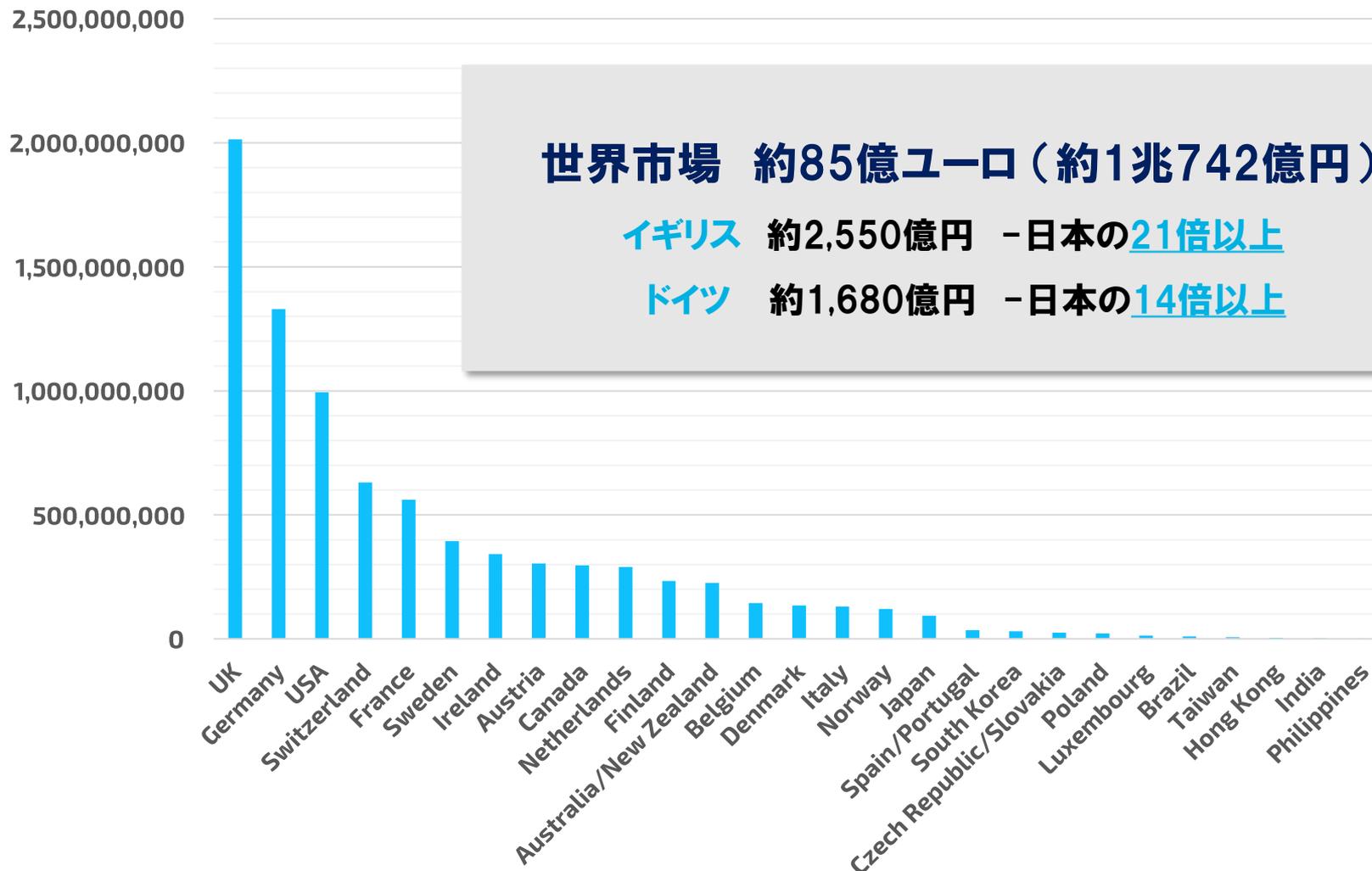
フェアトレード認証チョコレート
(ミルク、ダーク70%、80%、オレンジピール)
税込185円

世界と日本の市場の比較

日本のフェアトレード市場はイギリスの1/21



2017年 各国フェアトレード認証製品推定市場規模(ユーロ)

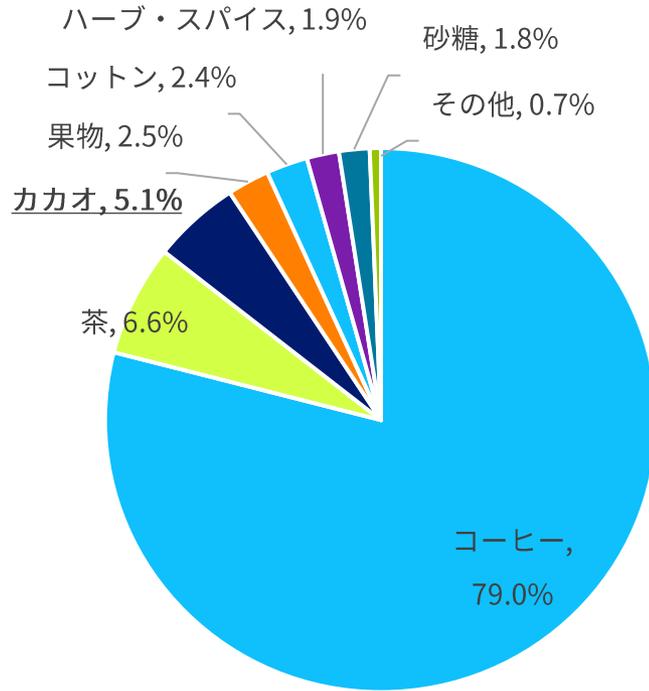


国内市場の産品毎の内訳とカカオ企業

日本においてはカカオ分野の企業の取り組みが少なく、
今後成長余地が大きい



市場規模に占める各産品の割合
(外食産業を加味)



カカオ分野の主な
フェアトレード取り組み企業



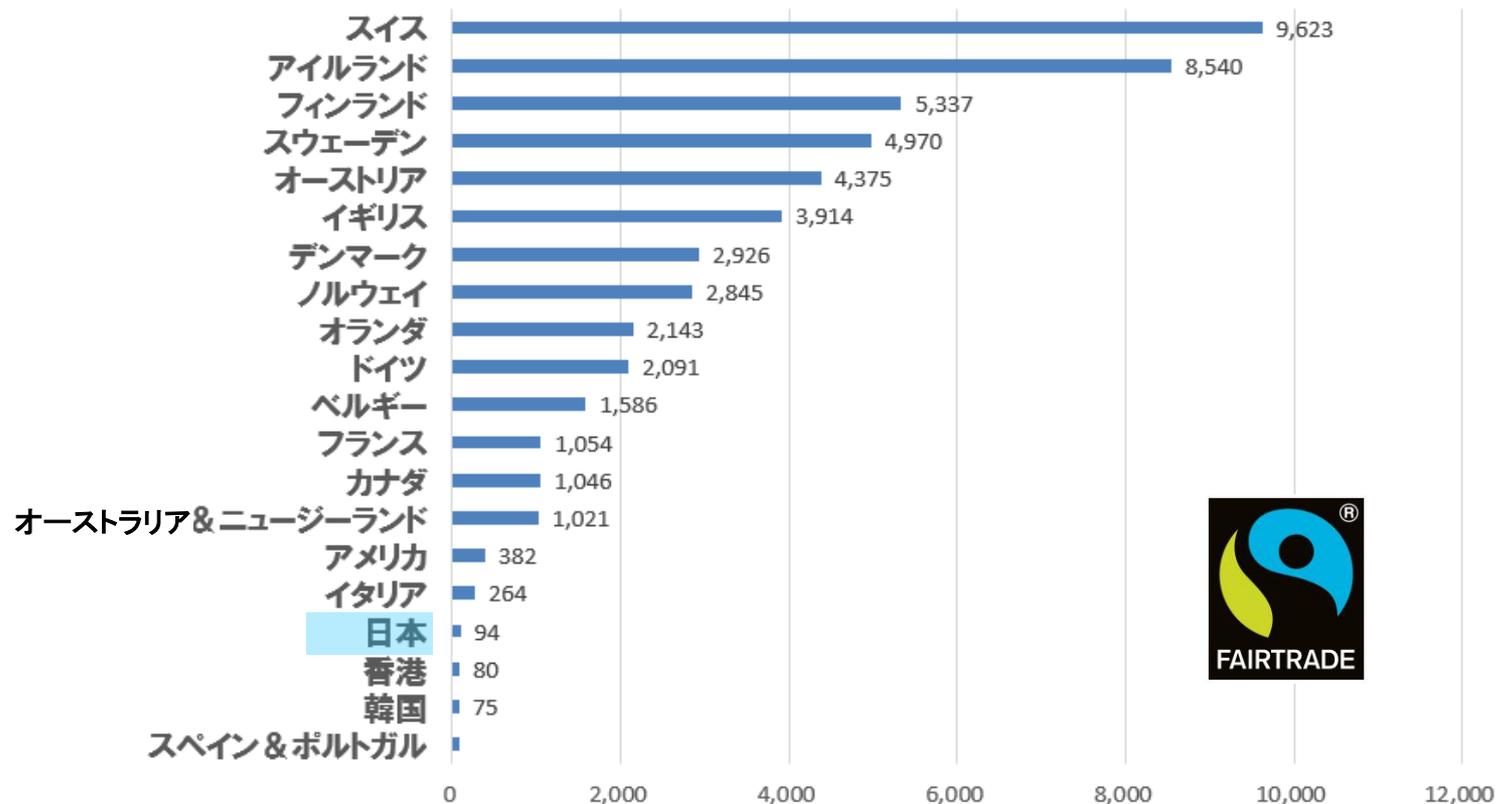
世界と日本の消費の比較

国民一人当たりの年間フェアトレード商品購入額で見ても日本は低位



国民一人あたり フェアトレード認証製品年間購入額 (2017年)

単位: 日本円

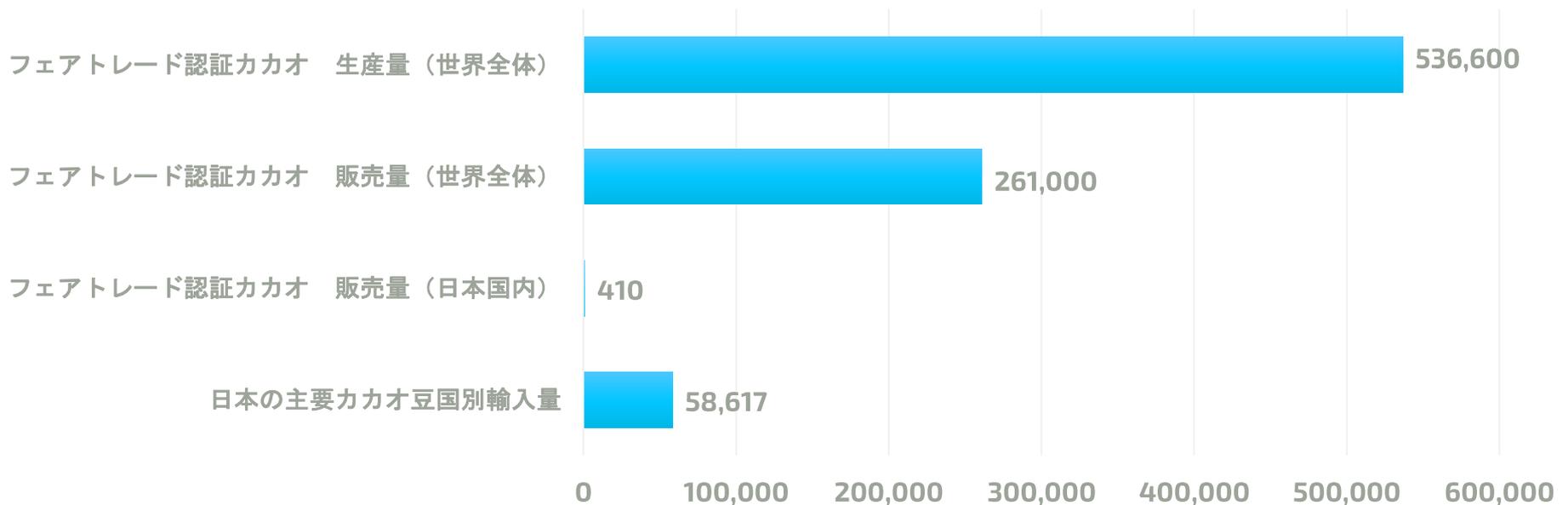


(参考) さらなる普及が求められるフェアトレード



日本市場のフェアトレード認証カカオ販売量は、世界のわずか0.16%にすぎない

フェアトレード認証カカオ生産量と販売量（単位：トン）



フェアトレード認証カカオは世界的に供給に余裕がある状況
消費国側がより多くフェアトレード認証原料を買うことが期待される

現状の日本のフェアトレード市場の課題

日本のフェアトレードを今後急成長させていくため、認知や商品の「経験価値」向上、購入機会の多様化などの対応が重要か

フェアトレードの認知が十分でない

- ✓ 複数組織の連携によるマスプロモーション
- ✓ フェアトレード啓発／分かりやすいプロモーション

商品を見かけない／入手場所が不明

- ✓ 取り扱い店舗の拡大、店舗情報の集約化
- ✓ 商品POP設置などによる見える化
- ✓ 売れる棚位置への陳列の提案



商品デザイン向上やラインナップの増加、「経験価値」を求める声

- ✓ エシカル関心層に響く商品づくり
(デザイン/品質/ラインナップ、
既存売れ筋商品のフェアトレード化)
- ✓ フェアトレードの「経験価値」向上

購入機会が限定的

- ✓ 購入機会の多様化
社員食堂、給食・大学生協、レストラン、
ブライダル、スポーツ/アウトドア、
ギフト（お歳暮/プレゼント用商品等）、
エンタメ/スポーツ（グッズ）など

認証ラベルの認知度の比較

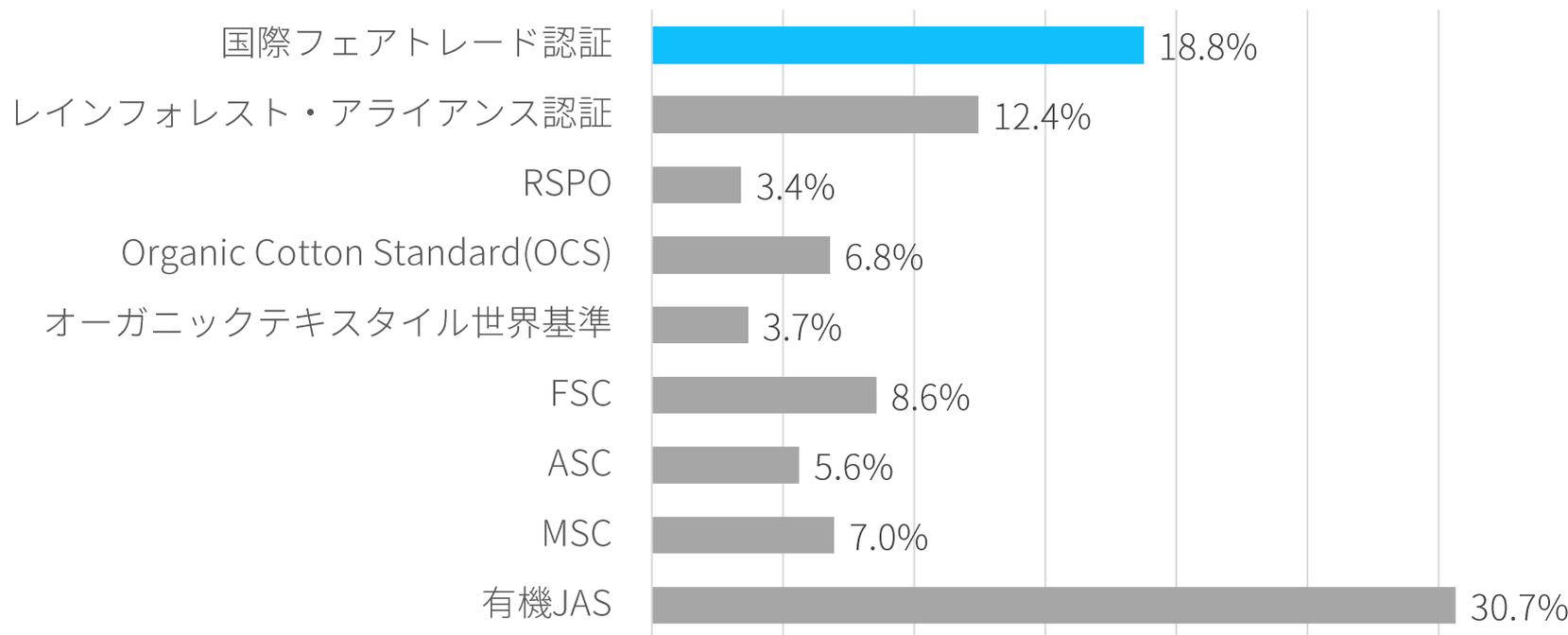
国内では有機JASに次いで国際フェアトレード認証の認知度が高い



国際フェアトレード認証ラベルの認知度は
他の多くの認証と**比較して高い**

各認証ラベルの認知度（2020年）

※マークを見たことがあるだけでなく、マークの名前や意味を知っている割合



一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会（2020）「国際認証ラベルに関する調査」をもとにフェアトレード・ラベル・ジャパン作成
※調査対象者全体に占める「マークの名前を知っている／名前だけでなく内容も知っている／他人に説明できるくらい詳しく知っている」人の割合

弊団体も各社に対して様々な支援を実施

フェアトレード・ラベル・ジャパンは、フェアトレード参画企業に対してコラボレーションの強化やプロモーション・営業支援等を実施

フェアトレード・ラベル・ジャパン 重点活動分野（2021年度）



企業・団体間 コラボレーションの強化

認証企業や市民社会の間の連携を強化し、
販促や営業のインパクトを最大化

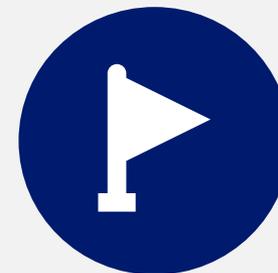
- ✓ 5月共同プロモーションキャンペーン
- ✓ フェアトレードタウンと企業の連携強化
- ✓ 大手小売 / 卸企業への共同提案
- ✓ フェアトレード法人消費の提案



フェアトレードの「経験価値」を 伝えるプロモーション/営業支援

フェアトレードの意義やインパクトをより消費者に
伝えるためのツール提供や人材教育支援

- ✓ 店頭でのフェアトレード説明POPや棚設置提案
- ✓ 営業・販促用の情報や資料の提供
- ✓ 営業人材や店員のフェアトレード教育支援



ルール形成による フェアトレード調達促進

政府・民間のフェアトレード商品調達
の中長期的な拡大を見据えた仕組み化

- ✓ 公共調達基準や企業・業界の調達ガイドラインへの組み込み
- ✓ ESG評価軸への組み込み

全国に関連企業・団体が連携した大型キャンペーン実施

全国的な認知拡大キャンペーンを2021年より実施

フェアトレード商品購入等のアクション100万を目指す企画を主軸とする



企画名	■ フェアトレードミリオンアクション キャンペーン
目的	■ フェアトレード/フェアトレード認証 の認知拡大による購買促進
ターゲット	■ フェアトレードを知らない・興味を 持っていない20-40代男女
期間	■ 2021年5月1日～5月31日
主催	■ フェアトレード・ラベル・ジャパン

100万アクション達成！！



共通ビジュアルによる統一的キャンペーン展開

ニューヨークのデザイン事務所の協力のもとで共通ビジュアルを作成し
ポップなイメージで広報やWeb発信を展開



広報素材の提供

POP・フライヤー・ポスター
バナー・SNS画像

特設Webサイトの設置



HI(NY)

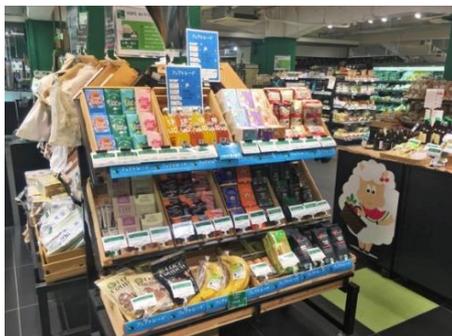
デザイン協力：
HI(NY) LLC. ハイニューヨーク
(ニューヨークを拠点とするデザイン事務所)

全国で共通POP展開、イベント実施、メディア掲載 フェアトレードタウンなどを中心に全国各地で様々なイベントが展開



■ 全国各地で共通ビジュアルのPOPを展開

■ 全国各地で40件以上のイベントを実施



■ 多数のメディアに露出



キャンペーン協賛/参加/協力団体一覧

多くの企業のみならず、フェアトレードタウンの6自治体や市民団体も参加



主催	認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン
企画協力	デロイト トーマツ コンサルティング合同会社、株式会社オウルズコンサルティンググループ、株式会社Innovation Design、HI(NY)
協賛	株式会社アイ・グリッド・ソリューションズ、株式会社アートコーヒー、Amrita株式会社、株式会社飯島産業、イオン株式会社、イオントップバリュ株式会社、エスビー食品株式会社、小川珈琲株式会社、片岡物産株式会社、NPO法人樹林館、九鬼産業株式会社、シーシーエスコーヒー株式会社、株式会社スバストラジャパン、住商フーズ株式会社、ダートコーヒー株式会社（金沢）、株式会社タナカバナナ、株式会社丹後、株式会社チチカカ、株式会社デコラージュ、豊田通商グループ<豊田通商株式会社・東洋棉花株式会社・豊通ファッションエクスプレス株式会社、TBユニファッション株式会社、福助株式会社・信友株式会社>、株式会社トレードワークス、有限会社中村植物園、有限会社ひぐち、フェアトレードマルシェ株式会社（フェアトレードコイン）、ホットマン株式会社、一般社団法人わかちあいプロジェクト
参加	国分グループ本社株式会社、サスティナブル・ストーリー株式会社、有限会社シサム工房、ジャパンティートレーディング株式会社、スターバックス コーヒー ジャパン 株式会社、大日本印刷株式会社、ダートコーヒー株式会社（和歌山）、日本生活協同組合連合会、日本郵船株式会社、株式会社フェアトレードコットンイニシアティブ、株式会社福市、株式会社八重洲ライフ
後援	熊本市、名古屋市、逗子市、浜松市、札幌市、いなべ市
特別協力	フェアトレードシティ熊本10周年記念事業実行委員会、NPO法人フェアトレード名古屋ネットワーク、逗子フェアトレードタウンの会、はままつフェアトレードタウン・ネットワーク、フェアトレードタウンさっぽろ戦略会議、いなべフェアトレードタウン、一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム、一般社団法人日本サスティナブル・レストラン協会、一般社団法人エシカル協会
ウェブ制作協力	株式会社Been

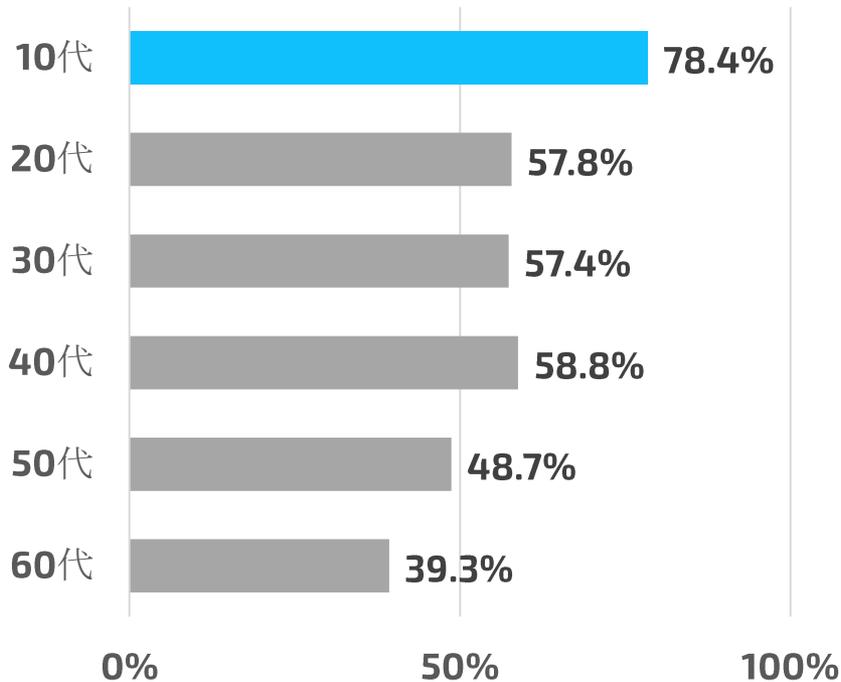
若者世代に対する訴求に繋がる

フェアトレードは若者の中で認知度が特に高く、Z世代の関心も高い



フェアトレードの**知名度**は
10代で約**8割**に上る

フェアトレードの知名度 (2019年)



■教育やアニメコンテンツにより認知UP

- ▶ 小・中・高校の教科書にフェアトレード掲載 (経済、歴史、地理、英語、家庭科など)
高校・大学入試でも出題



- ▶ 2020年、人気アニメ「おジャ魔女どれみ」映画のテーマの1つにフェアトレード登場

主人公の1人が
「フェアトレードプロ
ジェクトの商社社員」
という設定



出所:一般社団法人日本フェアトレード・フォーラム

市民運動／学生活動が活発

フェアトレードを自治体・大学として推進する取り組みが拡大
地域に「面」で商品をプロモーションすれば高い効果が見込める



■ 「フェアトレードタウン」認定

- 世界の認定タウン数：2,081（35カ国）
- 日本の認定タウン数：6

■ 「フェアトレード大学」認定

- 世界の認定大学数：222
- 日本の認定大学数：4



＜全国各地に広がるフェアトレードタウンを目指す動き＞

全国20都市以上

金沢市、東京・世田谷、武蔵野市、千葉市、木更津市、館山市、苫小牧市、宇都宮市、新潟市、佐渡市、岐阜県・垂井町、静岡市、愛知県・一宮市、大府市、和歌山市、今治市、岡山市、松江市、出雲市等

- タウンでは給食や自治体の調達にフェアトレード導入等進む



2018 静岡文化芸術大学

2019 札幌学院大学
北星学園大学

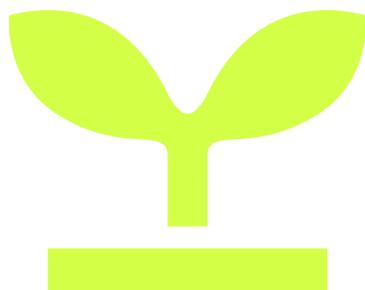
2021 青山学院大学



- その他にも全国に数十のフェアトレード関連の高校生団体・大学生団体（フェアトレードサークル等）が存在

国際フェアトレード認証の魅力

生産者の声の強さ、高い信頼性、応援/支持層の厚さ



生産者の
声の強さ

Farmer's voice

途上国が50%議決権を持つ唯一の国際認証。
先進国の暴走を回避し
本質的な支援を実現



高い
信頼性

Trust

長年のノウハウを持つ
第三者認証だからこそ
小売、政府、消費者等
から信頼され、
ニーズも高い



応援/
支持層の厚さ

Passionate Fans

学生や市民などが
自主的にフェアトレードを
広める動き。
高いプロモーション効果

フェアトレードの仕組みのガバナンス



Fairtrade Internationalの
総会等の意思決定の場では
開発途上国（生産国）と先進国（消費国）が
50:50
の議決権を持つ

認定基準の見直しプロセスにも生産者組合などが参加

開発途上国の声をしっかりと反映する仕組み



FAIRTRADE
JAPAN

ご相談・お問合せ
shiozaki@fairtrade-jp.org