

## 3.2. 認証システムの概要と導入の経緯

### (1) 認証システムの概要

国際的に認識されている認証はレインフォレスト・アライアンス、UTZ、フェアトレード認証の3種類であり、前者2つは相互認証している。

サステナブルにかかる様々な認証は、包括的な指標で構成されているが、各認証が特筆した項目を前面に押し出している。

ただし、認証制度も乱立しており、また、認証カカオ豆の制度はコストがかかるのにも関わらず生産者の顔が見える関係が構築できないため、日本企業の認証離れも進んでいる。大企業を中心に、サプライチェーンを巻き込んだ独自のプログラムを通じて、顔が見える原材料を求めるという方針へ移行していると考えられる<sup>125</sup>。今後の認証は、持続可能性にかかる複合的な課題解決に取り組む方針となるのではないかと考えられる<sup>126</sup>。

実際に、認証カカオ豆は高価なので、各製菓メーカーは、NGOと連携して独自でプログラムを組成しており、バリーカレボーのココアホライズンやネスレのカカオプラン等がある。これらは「サステナブル豆」と呼ばれるが、民間企業のため金額差は不明である<sup>127</sup>。

各メーカーが独自で持続可能性に取り組む理由は2つある。1つ目は、SDGsの観点からカカオ豆は非難の対象とされやすいため、農家の支援、森林保護、児童労働撲滅に取り組んでいることを対外的にアピールしたいためである。2つ目は、認証豆は高価なので、独自のプログラムである「サステナブル豆」に取り組むためである<sup>128</sup>。

NPOのACEとしては、カカオ豆生産地の地位向上の観点からフェアトレード認証がより好ましいと考えている。カカオ豆を取扱う商社は、調達が容易な認証のカカオ豆を取り扱っているものと思われる<sup>129</sup>。

### (生産者と認証について)

商社、チョコレートメーカー、消費者等の需要家が、認証品にプライムのついた価格を支払うことが、生産者にとってインセンティブとなると考えられる。

従来からの主要なカカオ豆産地から、相当な量のカカオ豆がマーケットに入っている。後発でマーケット認知度を上げるための手段の一つとして、フェアトレード等の認証使われている場合もある。

### (生産者に普及している認証制度)<sup>130</sup>

---

<sup>125</sup> ACEヒアリングより

<sup>126</sup> ACEヒアリングより

<sup>127</sup> ACEヒアリングより

<sup>128</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>129</sup> ACEヒアリングより

<sup>130</sup> ACEヒアリングより

ガーナのカカオ豆の認証の種類には、フェアトレード認証、レインフォレスト認証 (UTZ)、オーガニック認証がある。

ただし、フェアトレードの組織に所属している生産者が栽培しているカカオ豆のすべてが認証カカオ豆として取引されているわけではない。理由としては、コストなどの観点から認証カカオ豆の需要が供給を下回っているためだと考えられる。これは、ガーナに限ったことではなく、世界中で生じている。

#### (認証カカオ豆の普及した経緯)<sup>131</sup>

認証カカオ豆の使用に関する発端は、WCF (World Cocoa Foundation) が 10 年ほど前に「2020 年問題」を警鐘したことにある。2020 年にカカオ豆が約 100 万トン不足するとの予測であり、欧米の需要家を中心に、囲い込みと称して認証カカオ豆の取扱いを進めた。新聞等メディアで取沙汰され、動きが加速した。

#### (大手製菓メーカーの対応)

カカオの主たる市場は欧米であるため、供給側であるアフリカや南米も欧米需要家の動きに対応した。従って、カカオ豆のディーラー (仲買人、中間加工メーカー等) は過去 10 年ほど認証カカオ豆に取り組んでいる。日本企業はディーラーから認証カカオ豆を購入することができるので、追従することは難しくない。各ディーラーが独自の認証カカオ豆を設定しているが、内容に関しては大差がないと言える。

過去には、欧米において製菓メーカーが児童労働に関係する原料を調達していることが問題視された。そこで、製菓メーカー (ハーシー、ネスレ等) はカカオ豆を原料とした製品の製造を止め、生産設備を売却して、児童労働が関係しないカカオ豆加工品をディーラーから調達するようになった。この流れにおいて、バリー・カレボーのようなディーラーは吸収合併を経て大型化した。

上記の児童労働の問題に並んで、2020 年問題が加わったため、認証を含む生産地への取り組みが広まった。WCF 等の団体が設立され、参加企業から資金を集めて、生産国への支援がなされた。

ただし、フェアトレードやレインフォレスト・アライアンス等の認証カカオ豆のコストは高い。欧米メーカーも数年前までレインフォレスト等の複数の認証カカオ豆 (フェアトレード認証やオーガニック認証) を組み合わせて調達していたが、コストが高いため、最近は認証カカオ豆の取扱いをやめて、独自のサステナブルプログラムに基づいたカカオ豆の認証化に切り替え自ら生産者教育を行い、農薬等を必要に応じて供給し、トレーサブルなカカオ豆を生産する流れとなっている<sup>132</sup>。

国内大手製菓メーカーは生産国に資金を投じているのにも関わらず現状が改善していな

---

<sup>131</sup> A 社ヒアリングより

<sup>132</sup> ACE ヒアリング、A 社ヒアリングより

いため、独自の取り組みを始めている。日本の製菓メーカー各社が実施している最も一般的な取組みとしては、単収の向上に資する耕作技術向上の支援であり、その他には、コミュニティへの学校や井戸の建設支援がある。

#### （中小製菓メーカーの対応）

他方、中小製菓メーカーにとっては難しいので、WCF に資金を提供して、取り組みを代行してもらっている。そのため、従って、過去 2、3 年間で日本の製菓メーカー、特に中小メーカーの WCF への加入が急増した。WCF は米国ワシントン D.C.に本拠地をおいているが、加盟企業は米国について日本が多い。SDGs やフェアトレード等推進を要求されることが増えて、各々対応することは難しいため、WCF への加盟が増えていると思われる。

スーパー等の小売店のバイヤーはフェアトレードがフェアであると考えて、中小企業を含むメーカーに認証カカオ豆を使用することを要求することがあり、この場合中小企業は認証カカオ豆を使わざるを得ず、コストは上昇してしまう<sup>133</sup>。

他方、自社ブランドを製造している中堅製菓メーカーによると、現時点では、サステナブルカカオにかかる調達方針に関する小売業からの圧力の影響はほとんど感じない<sup>134</sup>。

#### （日本企業と認証カカオの動向について）

サステナビリティに対して何のアクションもしないというのは課題であるという認識は製菓メーカーの間に広まっているように思われる<sup>135</sup>。

B 社では、2 年前に確認した際には、インドの取引先農家では国際フェアトレード認証は取得していなかった。エクアドルの取引先農家、スリランカの取引先農家は国際フェアトレード認証を取得していると聞いている<sup>136</sup>。他方、全ての生産地でオーガニック認証を取得している。認証は取得していなくても、自社の取組によってフェアトレードであることは確認している。まず、児童労働はアフリカで顕著と認識しており、インド、エクアドル、スリランカの 3 国では児童労働の問題はそもそも存在していないため、児童労働フリーのカカオ豆であると言える。次に、公平な価格での取引及び生産者に支払いがなされていることは生産者に対して直接確認している。インド、エクアドル、スリランカ等では生産者団体が中抜きをしていることも多く、Teams 等を用いた農家との直接対話を通じて、実際に受領している金額を確認している。

C 社では、レインフォレスト・アライアンス認証等の国際的認証の導入を検討しているものの、同社が持続可能な調達を実施していると判断した調達先から、認証に関わらず柔軟に調達を行いたいと考えている<sup>137</sup>。

---

<sup>133</sup> A 社ヒアリングより

<sup>134</sup> C 社ヒアリングより

<sup>135</sup> JICA ヒアリングより

<sup>136</sup> B 社ヒアリングより

<sup>137</sup> C 社へのヒアリングより

また、同社が調達しているチョコレート調製品メーカーのサステナビリティに係る意識にも変化が生じ始めている。2018年にチョコレート調製品メーカーにサステナブルカカオを問合せた時点では「必要性も感じない」「やる気もない」という対応であったが、最近では「やらなくてはならない」として協力してもらえる調製品メーカーが増加している。また、独自で活動を始めているチョコレート調製品メーカーも存在する。

E社はレインフォレスト・アライアンス等の認証ではなく、ECOM社が実施するプログラムを一部採用して、自社向けにアレンジしている。加えて、自ら生産地で活動を行うことで消費者に対してアピールしている。

なお、日系カカオ商社のA社はWCFに加盟している。

D社では、国際フェアトレード認証を取得している。認証の中から国際フェアトレード認証を選択した理由としては、取組みを開始した2002年時点では他に認証が存在しなかったためである<sup>138</sup>。フェアトレードタウン<sup>139</sup>では、店舗のうち一定割合以上で認証対応することが要件として求められる。そのため認証の取得は、顧客の声や市民の要請がベースとなっている<sup>140</sup>。学生からの要望としてもフェアトレード認証への取組みを求める声が上がっている。

## ① レインフォレスト・アライアンス

レインフォレスト認証は、1987年に設立された認証制度であり、カカオ、コーヒー、茶類、バナナ、その他果物等を認証対象としている。2018年1月にUTZ認証と統合された。環境の側面にフォーカスしたものである。もともとは、熱帯雨林の保護という観点から始まっており、環境との調和を目指すものである<sup>141</sup>。世界の持続可能性にとって重要である4つの主要な課題として、「森林と生物多様性」、「気候」、「人権尊重」、「農村地域の発展」を掲げている。原材料を調達する企業に対しては、原材料の追跡システムの提供と基準に則って認証された製品の提供を保証する。生産者に対しては、生産管理手法の提供、新規インフラの提供、生産した作物への認証を提供する。

## ② UTZ 認証

UTZ認証は2002年にコーヒー豆認証として設立された<sup>142</sup>。トレーサビリティの把握を重視し、だれが、どこで作っているのかということにフォーカスした認証制度である。環境、社会、経済の条件設定は「環境にやさしい」、「人権への配慮」、「労働者の搾取をしない」で

<sup>138</sup> E社ヒアリングより

<sup>139</sup> フェアトレードを応援する地方自治体のこと。 [https://www.fairtrade-jp.org/get\\_involved/fairtrade.php#:~:text=%E3%83%95%E3%82%A7%E3%82%A2%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%BC%E3%83%89%E3%82%BF%E3%82%A6%E3%83%B3%E3%81%A8%E3%81%AF,%E7%A9%8D%E6%A5%B5%E7%9A%84%E3%81%AB%E8%A1%8C%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82](https://www.fairtrade-jp.org/get_involved/fairtrade.php#:~:text=%E3%83%95%E3%82%A7%E3%82%A2%E3%83%88%E3%83%AC%E3%83%BC%E3%83%89%E3%82%BF%E3%82%A6%E3%83%B3%E3%81%A8%E3%81%AF,%E7%A9%8D%E6%A5%B5%E7%9A%84%E3%81%AB%E8%A1%8C%E3%81%84%E3%81%BE%E3%81%99%E3%80%82)

<sup>140</sup> E社ヒアリングより

<sup>141</sup> ACEヒアリングより

<sup>142</sup> レインフォレストウェブサイトより <https://www.rainforest-alliance.org/utz/>

あり、他の認証と共通する点がある<sup>143</sup>。2018年にレインフォレスト・アライアンスの一部となり、段階的にラベルとプログラムが廃止されつつある。

### ③ 国際フェアトレード認証

フェアトレード認証は、生産者の収入向上に強く意図したもの。生産者が民主的な制度を活用し、生産に見合った収入を得ることを目的としたもの。市場価格が下がった際に生活を補填できるような仕組みを目指すものである<sup>144</sup>。

国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade International）によって設定されるフェアトレード基準を満たしたことを示す認証ラベル。その原料が生産されてから、輸出入、加工、製造工程を経て「国際フェアトレード認証製品」として完成品となるまでの各工程で、国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade International）が定めた国際フェアトレード基準が守られていることを証明する。農場から認証製品として出荷されるまで完全に追跡可能であり、カカオなどの認証原料100%で成立する製品に使用される。

国際フェアトレードラベル機構は、1997年に14からなる国際的なフェアトレード認証ラベル推進機関を束ねる形で設立され、2002年に統一のラベルデザインを使用するようになった。

現在では、世界30カ国以上で同一のフェアトレード認証ラベルが使用されているが、認証の程度によりラベルが異なる。認証ラベルに右矢印が付いているのは、次のいずれかの製品である。

- ・ 非認証原料を含む製品：認証原料の含有率は20%以上である必要があり、パッケージ裏面に明示される必要がある。なお、チョコレートの場合は、カカオ加工品に砂糖や乳製品が加わっているため、対象となる。
- ・ 一種類の原料であるが、非フェアトレードの原材料と混じっている製品：マスバランスを使用して調達された原料であるが、フェアトレード認証分として販売される分量は、購入された分量と同じである必要がある。対象となる製品は、カカオ、砂糖、フルーツジュース、茶の4製品のみである。

---

<sup>143</sup> ACE ヒアリングより

<sup>144</sup> ACE ヒアリングより



図 3-2 右矢印付きのフェアトレード認証 <sup>145</sup>

国際フェアトレード認証のうち、複合材料製品に使用される認証は、「国際フェアトレード原料調達ラベル（FSI ラベル）」と呼ばれる。



図 3-3 カカオの FSI ラベル <sup>146</sup>

#### ④ ココアホライズン認証カカオ

2015 年にバリーカレボーが設立した非営利団体、ココアホライズン財団が提供する認証のこと。カカオ生産者における児童の保護、生産者コミュニティ構築を支援する成果重視型プログラムを提供している。バリーカレボーグループまたはその他企業からの寄付及びココアホライズン認証チョコレート・ココア製品のプレミアム部分の 13%程度にあたる一般管理費を財源として活動している <sup>147</sup>。売り上げの 37%が生産性向上に係るプロジェクト、20%がコミュニティ開発、20%が生産者へ支払われるプレミアム、10%が環境関連に分配されている。また第三者機関による検証を受けて会計に透明性を持たせている。

<sup>145</sup> [https://www.fairtrade-jp.org/about\\_fairtrade/intl\\_license.php](https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/intl_license.php)

<sup>146</sup> [https://www.fairtrade-jp.org/about\\_fairtrade/intl\\_license.php](https://www.fairtrade-jp.org/about_fairtrade/intl_license.php)

<sup>147</sup> ココアホライズン財団ウェブサイト、<https://www.cocoa horizons.org/ja>

## ⑤ その他認証

オーガニック認証化学薬品をつかわないことで、生物多様性を目指すものである。製品のオーガニック認証によって、人権や児童労働の項目が含まれないこともある。例えば、RSPOも本来は、環境に特化した認証であったが、環境問題は人権問題であるといわれている<sup>148</sup>。

### (2) 認証システムの手続き等

#### ① レインフォレスト・アライアンス<sup>149</sup>

サプライチェーン認証の条件を満たす原材料を供給していることを認証するためにかかる費用は生産者が負担することとなる。ただし、持続可能な投資（the Sustainability Investment）として、原材料を使用する企業が認証にかかる費用を負担し、農業者の認証要件取得の支援を行う場合もある。

サプライチェーン認証を利用する企業も登録及び関連費用の支払いが必要となる。

- ・ 登録を行い、レインフォレスト・アライアンスアカウント ID を取得する
- ・ 使用許諾契約に署名を行い、ライセンス契約を行う。
- ・ 実施するリスクアセスメントのレベルを検討する。なお、サプライチェーンリスクアセスメント費用（SCRA）は、更新のたびに、対象生産地ごとに 100 米ドルかかる。
- ・ レインフォレスト・アライアンス基準に準拠しているか監査を受ける。ただし、SCRA で非常にリスクが低いとされた企業は監査が不要となる。なお、料金は、企業の事業所の場所、規模、複雑性によって異なる。
- ・ 監査結果を踏まえ、レインフォレスト・アライアンスが提供するトレーサビリティプラットフォームで取引するためのライセンスを取得する。
- ・ 調達する原材料の量を登録し、認定された量の取引を行う。購入にかかる費用は 2 つある。一つは、認証を取得したことによる上乗せの「プレミアム価格（the Sustainability Differential）」であり、もう一つは、製品のパッケージ等に認証について記載する際に発生する「レインフォレスト・アライアンスへの基礎ロイヤルティ費（volume-based royalty）」である。基礎ロイヤルティ費はサプライチェーン 1 件につき、一度の発生となる。

#### ② UTZ 認証

2018 年 1 月に統合され、2023 年に向けて段階的に終了・廃止されていく。

---

<sup>148</sup> ACE ヒアリングより

<sup>149</sup> レインフォレスト・アライアンスウェブサイトより

### ③ 国際フェアトレード認証 (The FAIRTRADE Marks)

認証に必要な手続きは、サプライチェーン上の段階によって異なる。チョコレートメーカーなどの最終製品のブランドオーナーはライセンスの取得が必要となる。また、「原料の生産から認証ラベルが貼付された最終製品（完成品）となるまでに製品（原料）の売買行為を行う（所有権を保持する）組織」に該当する中間加工メーカーも原則としてライセンスが必要となる。

表 3-10 カカオ製品の各過程で必要となる認証の種類<sup>150</sup>

| 各サプライチェーン過程                                                  | 必要なライセンス    | 備考                                                      |
|--------------------------------------------------------------|-------------|---------------------------------------------------------|
| フェアトレード生産国からカカオ(豆、ココアバター、ココアパウダー)を輸入する                       | 輸入組織「カカオ」   |                                                         |
| フェアトレード生産国からチョコレートの原材料である砂糖を輸入する                             | 輸入組織「砂糖」    |                                                         |
| フェアトレード生産国以外の他の消費国(ヨーロッパ、カナダなど)から完成品(板チョコレート、ココアミックスなど)を輸入する | なし          | 「様式 G: 国際フェアトレード認証完成品輸入販売申請書」の提出と認証ラベルの使用等に関する覚書の締結が必要。 |
| 原料チョコレートをフェアトレード生産国以外の他の消費国(ヨーロッパ、カナダなど)から仕入れ、加工を行わず販売する     | 卸組織「カカオ」    |                                                         |
| チョコレートの加工を行う(原料チョコレートの製造、成形、包装など)                            | 製造組織「カカオ」   | 複数のフェアトレード認証原材料を使用する製品の場合、主原料の製品のみを登録して頂きます             |
| 自社ブランドでフェアトレードのカカオ製品を販売する(製造は他社が行う)                          | ライセンシー「カカオ」 |                                                         |
| 自社ブランドではない完成品を日本の業者から仕入れ、他社の店舗へ卸販売、もしくは自社の店舗で販売する            | なし          |                                                         |

ライセンス取得手順と料金はつぎのとおり。

- ・ 国際フェアトレード認証認証の申請を行う。審査は通常 1~2 週間程度。
- ・ 契約の締結：審査通過後、ライセンス契約を行い、初回認証料を支払う。
- ・ 製品認証・認証ラベル使用許可の申請：認証製品の製造前に認証製品の申請を行う。審査は通常 1~2 週間程度かかる。使用許可通知を受領後、基準を遵守して製造を開始する。
- ・ 四半期ごとに販売内容を報告する。

<sup>150</sup> 国際フェアトレード認証ウェブサイトより作成

表 3-11 国際フェアトレード認証にかかる費用<sup>151</sup>

| 基本料金(税抜)                         |                    |                               |                  |
|----------------------------------|--------------------|-------------------------------|------------------|
| 料金                               | 年間総売上高<br>100 億円以上 | 年間総売上高<br>1 億円以上 100 億円<br>未満 | 年間総売上高<br>1 億円未満 |
| 初回認証料                            | 20 万円              | 15 万円                         | 5 万円             |
| ライセンス料※<br>※製品によっては従<br>量課金対象となる | 製品小売価格の 1%相<br>当   | 製品小売価格の 1%相<br>当              | 製品小売価格の 1%相<br>当 |
| 年間<br>ライセンス認証料                   | 5 万円               | 5 万円                          | 3 万円             |

④ ココアホライズン認証カカオ<sup>152</sup>

認証カカオ豆と異なり、生産者の認証を行うことで調達された原材料が持続可能なものであることを証明するものではなく、中間加工メーカーであるバリーカレボー社が提供するプレミアム価格の乗ったカカオ加工品を消費財メーカー（製菓メーカーなど）が購入し、支払われたプレミアム分を第三者認証付きで、生産国の発展に寄与するプロジェクトへ提供する仕組みである。製品のランクは以下の3つに分類される。

- a ココアホライズン (CocoaHorizon) : マスバランス方式で選択できるサステナブルカカオ
- b ココアホライズンインサイド (Cocoa Horizon Inside) : マスバランス方式ではなく、サステナブルカカオのみを使用したカカオマス（完全分離型カカオマス）
- c ココアホライズンプラス (Cocoa Horizon Plus) : 生産者の生活収入を支えることを目的とした、完全分離型カカオマス

## (3) 持続可能性に対する評価

2001 年、米国、ガーナ、コートジボワールの政府とチョコレート製造業者協会は、カカオ業界における過酷な児童労働の廃止を誓ったいわゆる「ハーキン・エンゲル議定書」を制定した。

しかしながら、2020 年 10 月半ばに発表されたシカゴ大学の世論調査センター (NORC) 調査報告書によると、コートジボワールとガーナのカカオ栽培地域で児童労働にあたる子供の割合は、2008～19 年の間に 31%から 45%へと 14 ポイント増加しているという<sup>153</sup>。

コーヒー豆は大規模プランテーションで生産されているため、農家の労働環境は比較的適切に管理されている。カカオ豆は小規模農家が多いため農家の貧困や児童労働を背景に

<sup>151</sup> <https://www.fairtrade-jp.org/license/point4.php>

<sup>152</sup> ココアホライズンウェブサイト

<sup>153</sup> <https://www.swissinfo.ch/jpn/business/46167392>

抱えており、コーヒーよりも NGO に問題提起されやすい。カカオ豆は世界の生産量の 7 割がアフリカで生産されるため、アフリカを象徴するものと捉えられやすい。貧困、児童労働、森林伐採という点が問題に取り上げられている。日本で認知されている以上に、国際的に問題提起されている<sup>154</sup>。

なお、カカオ豆生産がプランテーション化されなかった要因は、丘陵地で生産されるコーヒー豆と異なり、カカオ豆は高温多湿の低地で生産されるためプランテーションで栽培しづらかったためと考えられている。過去には、イギリス資本が入って大規模生産化に挑戦したこともあったようだが、カカオは製品価格が低く、人材や機械などの投資コストに見合わなかったため、現時点でも家族経営が続いている。

### （児童労働の背景）

チョコレート農家の収入は低い。チョコレートはコーヒーと比べて加工に手間もかかっており、大規模な設備投資も必要である。カカオ豆生産時の農薬も制限されており、ほとんどが手作業であり、労働集約的な産業である。その一方で、国内の小売価格は板チョコで 100 円程度であり利ザヤが少ない製品であるといえる。

生産量が増加している中で、コスト面から家族経営が基本となっているため、児童労働は増加傾向にある。例えば、コートジボワールでは、生産が増えるにつれ、児童労働が増えていくのではないかと推察される。

### （テーマの変化）

児童労働以外に、グローバルで議論されている主要なテーマは 3 点ある。一つ目は、カカオの生産による森林破壊と森林破壊によって引き起こされる気候変動への影響である。二つ目は、カカオ農家の貧困問題である。生活できるだけの収入（Living Income）が不足しており、生産者の収入向上の側面から、女性のエンパワーメントと人権（児童労働、移住労働者の搾取構造、子供の人身取引）がキーワードとして挙げられる。三つ目が、農薬等の化学薬品の使用による影響である。カカオ産業のサステナビリティ課題に関する分析は、カカオバロメーター（Voice Network）が隔年で発表している。

### （各国のサステナブルカカオに関するプラットフォーム）<sup>155</sup>

日本のプラットフォームは前に立って先導するというよりも、会員の横に立ってサポートが必要な時に支援するというスタイルであるが、ベルギー、オランダ、ドイツのサステナブルカカオに関するプラットフォームは活動方針が異なる。なお、フランスでも最近サステナブルカカオのプラットフォームが設立された。

日本のプラットフォームと海外プラットフォームの大きな違いの一つは、政府のイニシ

---

<sup>154</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>155</sup> ACE ヒアリングより

アチブによるものであることである。

ベルギーのプラットフォームの Beyond Chocolate を主導する IDH (sustainable trade initiative) のトップが政治的公約で、チョコレート産業においても持続可能な調達を進めていくことを明示している。IDH はグローバルなバリューチェーンで持続可能な貿易の実現を目指すマルチステークホルダーからなる組織である<sup>156</sup>。

スイスのカカオプラットフォームである the Swiss Platform for Sustainable Cocoa<sup>157</sup>は連邦経済省経済事務局 (SECO) が主導しており<sup>158</sup>、60 以上の利害関係者が参加している。2025 年までにスイスへ輸入されるカカオ豆の 80% を持続可能なカカオとすることを目標に掲げている。なお、同プラットフォームにおける「持続可能なカカオ」とは、「カカオ農家とその家族の適正な生活条件のために努力し、気候の緩和と適応を促進し、生物多様性を保護し、現在と将来の世代のために経済的に実行可能で透明性のあるカカオのバリューチェーンを目指すシステムから生産され、供給されている<sup>159</sup>」と定義づけられている<sup>160</sup>。

ドイツのプラットフォームである The German Initiative on Sustainable Cocoa (GISCO) では、連邦食糧・農業省と連邦経済開発協力省がカカオプラットフォームのメンバーとなっており、イニシアチブを発揮している。また、2019 年にサステナブルカカオに関するコミットメントを宣言しており、付加価値として、持続可能なカカオが重要であるという考えを示している。「10 ポイントプラン」として掲げられた目標では、イニシアチブをとること、認証を増やすこと、自国から統一の基準をつくること、標準システムを作ること、消費者への啓発を実施すること、カカオ農家の貧困問題の解決に寄与すること、森林保護に資すること、女性のエンパワーメントに取り組むこと、児童労働の撤廃に取り組むことが宣言されている。また、2020 年の目標、長期的な目標として認証済みのカカオ豆を使用拡大のコミットメントも含まれている。

更に、各国のプラットフォームにおいては、認証カカオ推進に向けた目標設定がなされている。例えば、ベルギーでは、「サステナブルカカオの割合をチョコレート市場の〇%とする」といった目標を年ごとに定めて、プラットフォームの年次総会では進捗報告が実施されている。

また、欧州ではプラットフォーム間の連携を強化してインパクトを強化することを目的

---

<sup>156</sup> IDH ウェブサイトより

<https://www.idhsustainabletrade.com/initiative/beyondchocolate/>

<sup>157</sup> Swiss Platform for Sustainable Cocoa ウェブサイトより

[https://www.kakaoplattform.ch/about-us/our-members?tx\\_t8ecosystem\\_ecosystemlisting%5Baction%5D=list&tx\\_t8ecosystem\\_ecosystemlisting%5Bcontroller%5D=Company&tx\\_t8ecosystem\\_ecosystemlisting%5BthisCategory%5D=39&cHash=2d23a1f4d9008269b7b87158ea54e218#t8\\_ecosystem--1341](https://www.kakaoplattform.ch/about-us/our-members?tx_t8ecosystem_ecosystemlisting%5Baction%5D=list&tx_t8ecosystem_ecosystemlisting%5Bcontroller%5D=Company&tx_t8ecosystem_ecosystemlisting%5BthisCategory%5D=39&cHash=2d23a1f4d9008269b7b87158ea54e218#t8_ecosystem--1341)

<sup>158</sup> ACE ヒアリングより

<sup>159</sup> Cocoa which is produced and sourced from a system that strives for decent living conditions of cocoa farmers and their families, promotes climate mitigation and adaption and protects biodiversity, and aims at an economically viable and transparent cocoa value chain, both for present and future generations.

<sup>160</sup> SPSC, “Monitoring, Evaluation and Learning Framework”

[https://www.kakaoplattform.ch/fileadmin/redaktion/dokumente/2022-02-02\\_MEL\\_Framework\\_01.pdf](https://www.kakaoplattform.ch/fileadmin/redaktion/dokumente/2022-02-02_MEL_Framework_01.pdf)

として、ドイツ、ベルギー、スイス、オランダの4つのプラットフォームは連携して取り組むことに合意しており、MOUを締結している。各プラットフォームの分科会の活動も統合していく方向性であり、児童労働、人権デューデリジェンス、中小企業のリスク評価に関しても、共通の指標をプラットフォームで作る見込み。

日本のプラットフォームでも様々なステークホルダーが強みを生かすことで、サステナブルカカオに関する取組が大きく進展すると考えられる。日本企業が認証カカオ豆を使用することを推奨し、調達しやすい環境を作るために、政府からのファンディングが大きな役割を持つとの意見もある。なお、オランダでは、政府が企業の取組を支援するファンドを拠出している。

#### (4) 海外企業の取組

##### ① MARS(マース)

世界有数のカカオバイヤーで米国最大のチョコレートメーカーであるマースは、2017年に10億ドルを拠出し「Sustainable in a Generation Plan（次世代に向けた持続可能な環境整備計画）」を立ち上げた。これは温室効果ガスの排出削減から水資源の保全、土地利用の適正化、バリューチェーンでの人権尊重、女性の社会進出の促進、ウェルビーイングの充実など、同社の総合的なサステナブル化計画である。

さらに、同社は「Sustainable in a Generation Plan」の一環として、2018年にカカオに関する新たなサステナブル戦略「Cocoa for Generations」を開始させた。この戦略は、小規模農家の所得向上を中心に据え、児童と森林資源の保護を支援し、カカオ農家とカカオ生産コミュニティが繁栄するための道筋を創出すること目的としている<sup>161</sup>。

なお、同社は2009年に、フェアトレードや環境保全の認証済カカオの購入率を2020年までに100%にすると約束している。ここで対象にしている認証制度は、UTZ認証（コーヒー、ココア、お茶の生産に関する、サステナブル農法の導入、地域の環境保全、生産者の労働環境改善の認証）、レインフォレスト・アライアンス認証（生態系保全、人々の持続可能な生活環境の認証）、フェアトレード・インターナショナルのフェアトレード認証である。

##### ② FERRERO(フェレロ)

2011年、イタリアの大手チョコレートメーカーであるフェレロは、2020年までに全てのカカオ豆を認証された農家から購入し、カカオ農家の生活の継続的な向上に貢献することを宣言した。同社は、レインフォレスト・アライアンス認証の農家からのカカオ購入を通じて、農家やその家族の生活の向上、自然や生物多様性の保護に貢献していることをアピール

---

161

<https://jpn.mars.com/%E4%BD%95%E4%B8%96%E4%BB%A3%E3%81%AB%E3%82%82%E3%82%8F%E3%81%9F%E3%82%8B%E3%82%AB%E3%82%AB%E3%82%AA>

している<sup>162</sup>。

### ③ RitterSport(リッタースポーツ)

ドイツの大手チョコレートメーカーである RitterSport は、2018 年から持続可能性認証カカオを 100%使用している。

商品パッケージに「UNSER KAKAO (当社のカカオ)」というロゴと HP アドレスを付け、カカオ豆調達に係る自社の取組を PR している。

### ④ Mondelez International(モンデリーズ・インターナショナル)

2012 年、世界最大のチョコレートメーカーであるモンデリーズ・インターナショナルは、サステナブルプログラム「カカオ・ライフ」を発表し、カカオ生産者と地域の人々の生活改善、労働環境の改善、生産効率の向上、産地環境の保全を約束したカカオ農家や産地のサステナブル化に 4 億ドルを投資することを約束した。具体的には、今後 10 年間で、コートジボワールに 1 億ドル、ガーナに 1 億ドル、その他ブラジルやドミニカ共和国、インドなどに 2 億ドル、合計 4 億ドルを投資し、カカオ生産者と地域の人々の生活改善、労働環境の改善、生産効率の向上、産地環境の保全を約束したカカオ農家や産地のサステナブル化に貢献することが目的である<sup>163</sup>。

### ⑤ Hershey's(ハーシーズ)<sup>164</sup>

ハーシーズは、90 種類のブランドを持つ、創立 125 年以上のチョコレートメーカーである。2012 年 10 月に、マースやフェレロと同様に 2020 年までに認証済カカオ 100%にすることを発表し、2020 年 1 月にこの目標を達成した。利用した認証制度はフェアトレード、レインフォレスト・アライアンス、UTZ である。その他、ISO 及びヨーロッパ標準化委員会 (CEN) 基準を満たしているサプライヤーからカカオを調達していることを明らかにしている。

また、ハーシーズは全てのブランドに認証カカオを用いているが、ブルックサイド (米国とカナダ)、ハーシースペシャルダーク (ブラジル)、barkTHINS™ (米国) など、いくつかの商品に対して「認定済み」とラベル付けしている。

同社は、2018 年に持続可能なカカオへのアプローチである「カカオ・フォー・グッド戦略」を立ち上げ、2030 年までに 50 億ドルを投資することを表明した。資金は、カカオ農家の貧困からの移行を支援し、所得を増やし、回復力を構築するための様々な機会を開発することに用いられる。

2020 年には、サプライヤーを通じて、ブラジル、カメルーン、コートジボワール、ガー

---

<sup>162</sup> <https://www.nutella.com/jp/ja/inside-nutella/sustainability/cocoa>

<sup>163</sup> [https://www.cocoalife.org/?\\_ga=2.13321585.770599179.1645797880-941946398.1645797880](https://www.cocoalife.org/?_ga=2.13321585.770599179.1645797880-941946398.1645797880)

<sup>164</sup> [https://www.thehersheycompany.com/en\\_us/home/sustainability/sustainability-focus-areas/cocoa.html](https://www.thehersheycompany.com/en_us/home/sustainability/sustainability-focus-areas/cocoa.html)

ナ、エクアドル、インドネシア、ナイジェリアの 89 の協同組合、生産者 83,783 人を認定・支援した。このプログラムによって、共同組合は信頼できる持続可能性基準に準拠したカカオの認定を受けることできた。

ハーシーズは、100%認定され持続可能なココアを調達するという目標を達成するのに役立てるだけでなく、協同組合と生産者に対してより高いプレミアムを支払うことを保証している。

組合単位では、認定プレミアムは、カカオ栽培技術のスマート化や所得獲得のための能力開発に投資される。農家単位では、食品の購入、学費の支払い、医療費のカバーなど、農場とその家族に対して直接現金で支払われる。2020 年、ココア・フォー・グッドを通じて、私たちはすべての国の農家に 590 万ドルの直接現金で保険料を支払った。

#### ⑥ Puratos(ピュラトス)

パン・洋菓子・チョコレートメーカーであり、これらの原材料を専門家に提供するディーラーでもあるベルギーのピュラトスは、2014 年からチョコレートとカカオ生産者の未来を創るというキャッチフレーズの下で、ピュラトス独自のサステナブルプログラム「カカオ・トレース」を開始した。カカオ生産者への栽培技術支援を通じて、生産者の収入・生活水準の向上をサポートし、良質なカカオの生産と加工によりチョコレートの風味向上、品質の安定化を図っている。

また、消費者にプログラムを認知し、プログラムに参加意識を持たせるために「カカオ・トレース」認証マークを取得した。「カカオ・トレース」認証の原料チョコレートを 100% 使用したチョコレート商品には、この認証マークが表示され、消費者は認証マーク付き商品を購入することで、チョコレート代金の一部をカカオ生産者に還元することで、間接的にカカオ生産者を支援することに繋がると述べている<sup>165</sup>。

#### ⑦ Barry Callebaut(バリーカレボ)<sup>166</sup>

バリーカレボは、チューリッヒに本社を構え、高品質のチョコレート・ココア製品を製造する世界有数の業務用メーカーである。世界 60 カ所以上の製造施設と、25 カ所のチョコレート・アカデミー・センターを運営しており、原材料の調達から最高級チョコレート製造までバリューチェーンのあらゆる段階を厳格に管理している。

当社は、食品・飲料メーカー向けには、バリーカレボのチョコレートとココア製品を PB 製品の原材料として提供している。ショコラティエ、パティシエ、パン職人、ホテル、レストランやケータリング業者などのプロフェッショナルユーザー向けには、便利ですぐに使用、販売できる製品として、無くてはならない存在として評価されている。バリーカレボのさまざまな飲料ブランドは、飲料セクター向けには、種類豊富なチョコレート、ココア、カ

<sup>165</sup> [https://www.foods-ch.com/news/prt\\_2480/](https://www.foods-ch.com/news/prt_2480/)

<sup>166</sup> <https://www.barry-callebaut.com/ja-JP/group/forever-chocolate/sustainability-reporting/forever-chocolate-progress-report-202021>

プチーノ飲料向けミックスパウダーを提供している。

当社は、2016 年 11 月に 2025 年までに持続可能なチョコレートを実現するための戦略「Forever Chocolate（フォーエバー・チョコレート）」を発表した。Forever Chocolate でバリーカレボが掲げる目標は、①2025 年までにサプライチェーンの 50 万以上のカカオ農家を貧困から解放する、②2025 年までにサプライチェーンから児童労働を根絶する ③2025 年までに CO2 排出量を削減させ、森林破壊のないサプライチェーンを実現する、④2025 年までに 100%持続可能な原材料を実現し、全製品に含むようにする、ことである。

当社では、これまでの実績として製品 1 トンあたりの CO2 排出原単位を 2016 年から 17%以上削減し、直接買い付けすることで 21.4 万人のカカオ農家を貧困から救ったと報告している。なお、当社のモニタリング・改善システムでは、コートジボワール、ガーナ、カメルーンの 220,878 人の農家を含む 237 の農家グループを対象としている。その他、過去数年間に報告された児童労働の 25,486 件に対して是正中であり、トレーサビリティと調達への取り組みにより、カカオの影響による土地利用変化が 10%以上削減されたと発表している。そして、これらの取組によって、100%持続可能なカカオ・チョコレートを含む製品が、製品全体の 43%を占めるまでになった。

バリーカレボは、持続可能なカカオ生産に関連する問題への消費者の関心は近年高まりを見せており、その結果、持続可能な追跡可能なカカオとチョコレートの需要が高まっていると認識している。当社は、持続可能な方法で調達された原材料に切り替えることで、競合他社との差別化を図り、消費者の要求に応えることができ、その結果として企業価値とブランド認知度が向上すると考えている。その具体策として、農家の所得向上と生産性向上を実現するための持続可能なカカオ認証プログラム「Cocoa Horizons（カカオ・ホライズン）」と「Fairtrade International（フェアトレード・インターナショナル）」、「Rainforest Alliance（レインフォレスト・アライアンス）」の利用を推進している<sup>167</sup>。

#### ⑧ ECOM Agroindustrial Corp<sup>168</sup>

ECOM アグロインダストリアルは、世界 35 の主要生産国でコーヒー、綿、ココアを取り扱う専門商社である。世界有数のカカオトレーダーかつ加工業者のひとつであり、15 カ国以上からカカオ豆を調達し、顧客へ直接供給するほか、3 つ大陸の 8 つの工場でカカオマス、カカオバターやカカオパウダー、ケーキに加工している。

カカオのサプライチェーンの持続可能性を確立するために、ECOM カカオというプログラムを推進している。約 2,000 人の従業員を擁する ECOM カカオのチームには、現場の農学者の膨大なネットワークが含まれており、カカオ栽培地域の農家、顧客、地元組織との緊密なパートナーシップを通じてスマート農業を実装し、気候変動に適応力のある農家の生活をサポートし、より持続可能なカカオ産業のためのより大きな透明性を可能にする取組

<sup>167</sup> <https://www.barry-callebaut.com/ja-JP/group/forever-chocolate/sustainable-range/cocoa>

<sup>168</sup> <https://www.ecomtrading.com/about-ecom-cocoa/>

を進めている。

ECOM は、外部のカカオのサステナビリティ認証を活用し、世界中の消費者からの信頼の獲得に取り組んでいる。具体的なアライアンス先として、フェアトレード・インターナショナル、フェアトレード USA、レインフォレスト・アライアンス、EU、NOP およびバイオスイッセ・オーガニック、フェア・フォー・ライフ、クライアント固有の検証プログラム、EcoVadis、SEDEX などの第三者認証制度を活用している。

当社は、また、多くの業界をリードするサステナビリティ組織と密接に提携している。具体的には、世界カカオ財団(WCF)、国際カカオイニシアチブ(ICI)と欧州カカオ協会(ECA)、SWISSCO とビヨンドチョコレートメンバー、ココアと森林イニシアチブ(CFI)、ジャスト・ルーラル・トランジション(JRT)、およびジェイコブス財団主導の児童学習教育施設(CLEF)と早期学習と栄養(ELAN)である。

## (5) 国際機関・NGO の取組

### ① 世界カカオ財団(WCF)

世界カカオ財団(World Cocoa Foundation, WCF)は、2000年に設立されたカカオ産業の持続可能な成長を目指している国際的なNGOである。カカオ生産者の所得向上とコミュニティの活性化、サプライチェーンにおける児童労働の撲滅、森林破壊の終結と森林地域の回復を目的として活動している。参加メンバーはカカオとチョコレートメーカー、加工業者、トレーダーなどカカオ市場の80%以上を占める企業が活動について賛同し加盟している。

WCFでは、児童労働の問題に並んで、2020年問題(2020年でのカカオ不足)が加わったため、認証を含む生産地への取り組みが広まった。WCF等の団体が設立され、参加企業から資金を集めて生産国への支援がなされた。WCFは米国ワシントンD.C.に本拠地をおいているが、WCFに加盟する日本のメーカーの加入がここ2、3年で増加しており、加盟企業は米国に次いで日本が多くなっている。SDGsやフェアトレード等推進を要求されることが増えて、各々対応することは難しいため、WCFへの加盟が増えていると思われる<sup>169</sup>。

### ② 国際ココア機関(ICCO)<sup>170</sup>

国際ココア機関(The International Cocoa Organization, ICCO)は、1973年に国連貿易開発会議(UNCTAD)の後援下で設立された国際機関である。会員企業は表3-8に記載している。

ICCOが、カカオに関する世界的な需給の調整役としての役割を担っている。

---

<sup>169</sup> A社ヒアリングより

<sup>170</sup> <https://www.icco.org/>

### 3.3. 日本における認証カカオの調達状況

#### (1) 輸入量の推移

##### (日本のカカオ輸出入量及び輸入元国)

カカオ豆<sup>171</sup>の主要な生産国は、アフリカ又は南アメリカである。世界的にはコートジボワールの生産量が多いが、日本は主にガーナから輸入している。

日本のカカオ豆の輸入量は 4～5 万トン/年であり、増加傾向にある。なお、2020 年は 48,535 トンのカカオ豆を輸入し、そのうち約 7 割がガーナ産であった<sup>172</sup>。ただし、統計上の輸入量は国内の消費量ではなく、各食品メーカーが保管している在庫量が含まれている。一般的に、各食品メーカーはカカオ豆の不作に備えて、1 年分以上の原料をストックしていると考えられる。さらに、コロナ禍による物流の混乱等を避けるため、各メーカーがかなりの在庫をストックしているのではないかと考えられる。

ガーナ産はベースビーンズとして使用されることが多く、カカオ豆輸入量の約 2 割にあたるエクアドル産、ベネズエラ産はフレーバービーンズとして使用されることが多い。

日本がコートジボワールからカカオ豆を輸入するインセンティブは、3 つの課題点より現時点では低いと考えられる。

第一に、量的な課題として、日本国内需要を満たす十分な量のカカオ豆をガーナから調達することができているためである。加えて、調達量確保に問題が生じた際には、COCOBOD を通じて日本側の要望を伝えるネットワークを構築している。

第二に、質的な課題として、ガーナ産と同程度に安定した品質をコートジボワールが提供できていないということがあげられる。土壌の違いではなく、ロットに依って品質の差が大きい点及び鉄くずや木の枝を入れて重量を底上げするなどの不正がみられる点が課題である。また、コートジボワールでは、ガーナと異なり、一元化された農薬検査も実施されていない。

第三に、企業ブランドの維持にかかる課題として、カカオは産地によって風味が若干異なるため、ガーナ産のカカオでないと自社のチョコレート製品に適さないとみなす国内製菓メーカーも存在する。

なお、コーヒー豆と比較した相対的なカカオ豆の輸入量は少ない。コーヒー豆の世界市場は 800 万トンであるのに対し、カカオ豆は 400 万トンであるが、日本のカカオ豆市場はコーヒー豆市場の 1/10 程度である。

認証カカオに関しては、消費者のフェアトレード認証品の需要が高くないため、メーカーの認証品需要も高くない。カカオ豆を取扱う商社が認証カカオを取り扱う際は、オーガニック認証のカカオ豆など、調達が容易な認証のカカオ豆を取り扱っているものと思われる<sup>173</sup>。

<sup>171</sup> FAOSTAT、(Cocoa, beans) と分類

<sup>172</sup> FAOSTAT、<https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL>

<sup>173</sup> ACE ヒアリングより

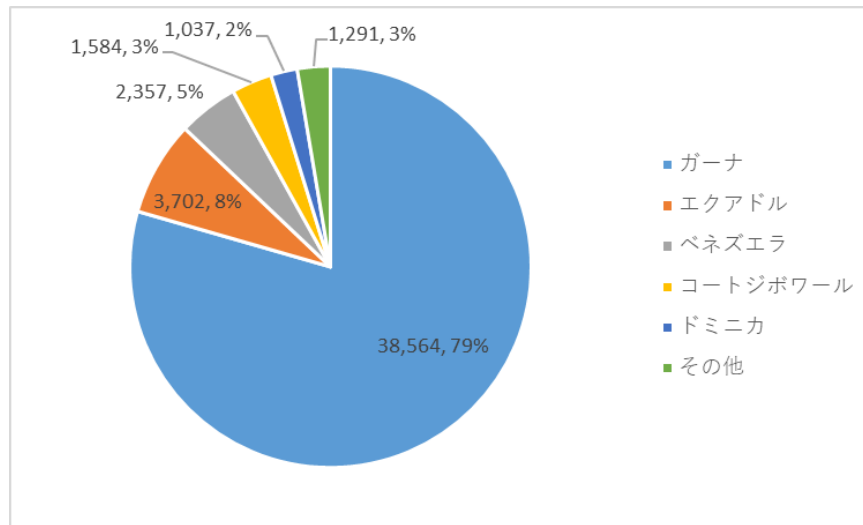


図 3-4 日本の 2020 年カカオ豆輸入量(トン)<sup>174</sup>

日本は、カカオ豆を直接輸入するだけではなく、ココアペースト、ココアバター、ココアパウダー等のカカオ豆製品も輸入している。カカオ豆製品は、ガーナ、コートジボワール等のカカオ豆主要生産国からの輸入だけではなく、カカオ豆の東南アジアにおける加工地であるマレーシア及びシンガポール、並びに、欧州のオランダ、フランス等からも輸入されている<sup>175</sup>。なお、ヒアリングによると、日本のチョコレート原料の輸入量は8万トン/年である<sup>176</sup>。

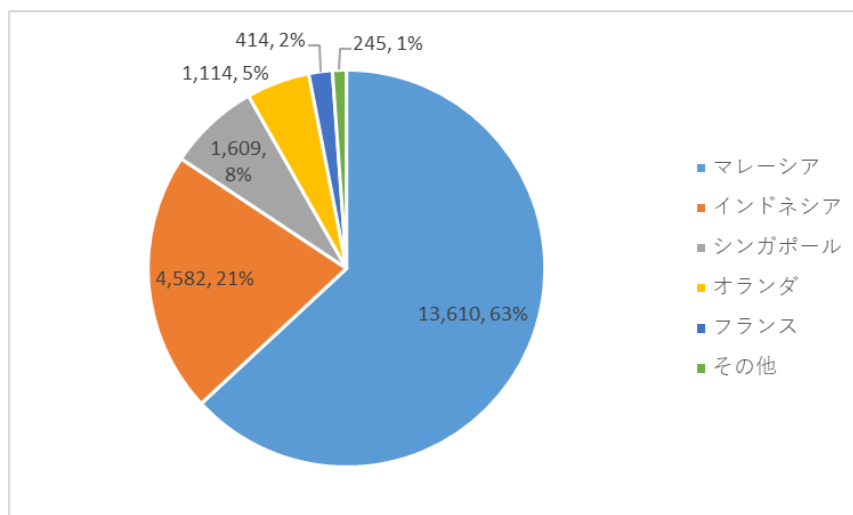


図 3-5 日本の 2020 年カカオバター輸入量(トン)<sup>177</sup>

<sup>174</sup> FAOSTAT より作成

<sup>175</sup> FAOSTAT、<https://www.fao.org/faostat/en/#data/QCL>

<sup>176</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>177</sup> FAOSTAT より作成

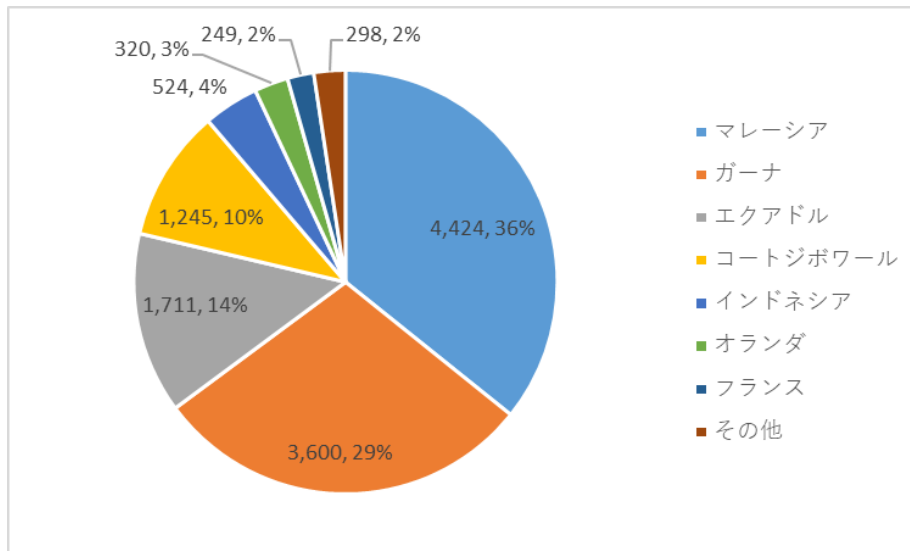


図 3-6 日本の 2020 年カカオペースト輸入量(トン)<sup>178</sup>

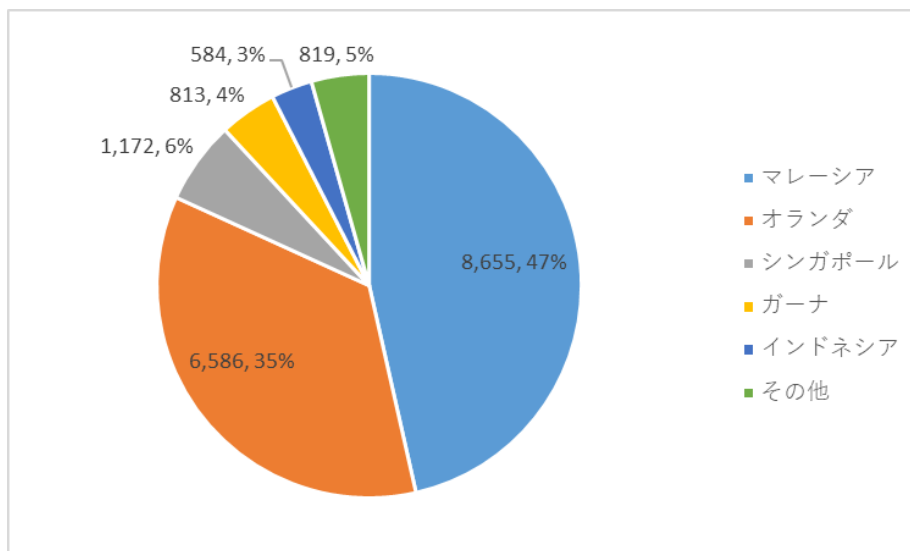


図 3-7 日本の 2020 年カカオパウダー(カカオケーキ含む)輸入量(トン)<sup>179</sup>

また、カカオ製品に砂糖やミルクを含む「調整品」としての輸入も多く、多くはアジア各国から、一部は欧州から輸入されている。

<sup>178</sup> FAOSTAT より作成

<sup>179</sup> FAOSTAT より作成

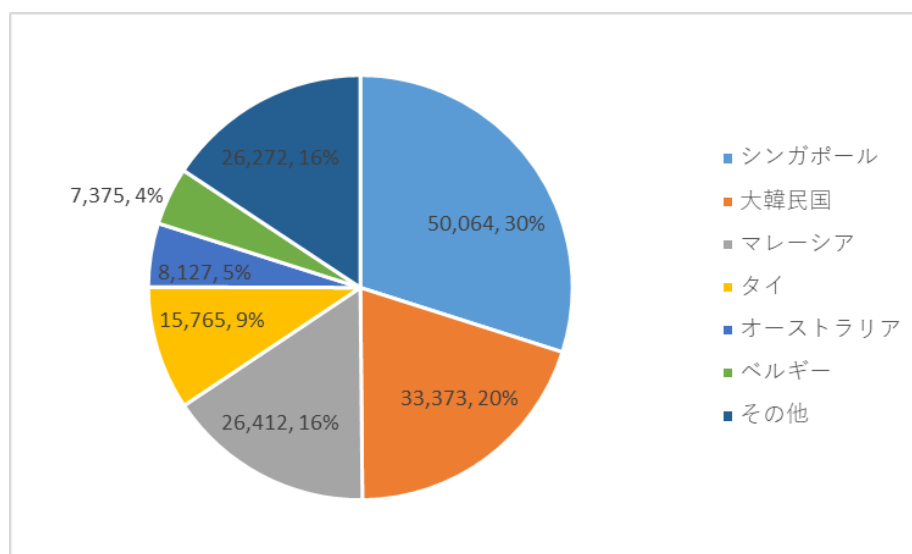


図 3-8 日本の 2020 年ココア調製品(HS18.06)輸入量(トン)<sup>180</sup>

#### (日本のカカオ輸入価格)

FAOSTAT によると、2020 年に日本が輸入したチョコレート関連製品は価格ベースで、カカオ豆：159 億 1,172 万円、ココアバター：14 億 3,260 万円、ココアペースト：56 億 1,788 万円、カカオパウダー（カカオケーキ含む）：68 億 9,338 万円（1 ドル＝116 円で換算）となっており、カカオ豆状態での輸入が最も多い。

表 3-12 カカオの価格

|        | 取引価格                                                                                                                            |
|--------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 日本(単価) | カカオ豆:2,826 米ドル/トン<br>ココアバター:5,725 米ドル/トン<br>ココアペースト:3,914 米ドル/トン<br>ココアパウダー・ケーキ:3,190 米ドル/トン<br>(FAOSTAT、2020 年の輸入総量・輸入総価格より算出) |

## (2) 商社の取組

### (日本商社の概要)

※非公開情報

### (カカオ豆の輸入概要<sup>181</sup>)

<sup>180</sup> 財務省貿易統計より作成

<sup>181</sup> A 社ヒアリングより

世界的なカカオ豆の主要ディーラーは4社（Cargill、ECOM、Barry Callebaut、Olam）ある。歴史的背景から、旧英国領であるガーナは ECOM 社等の英国・米国系ディーラーが強い基盤を有している。他方、旧仏国領であるコートジボワールはフランス系のディーラーが強い基盤を有している。

日本の商社は、COCOBODなどを介してガーナから直接購入する事例も見られるが、アフリカ地理的に遠く、品質の保証が難しいこと、及び、契約不履行等のリスクが存在しているため、数量的には欧米ディーラーを介した購入が多数となっている。ただし、日本の商社が信頼できると考えるディーラーは5社程度である<sup>182</sup>。

日本の商社は、海外ディーラーと比較して購入量が小さいため、カカオ生産地への影響力は小さく、情報量も少ない。そのため、日本の商社よりも海外の主要ディーラーから購入するほうが合理的だと判断する日本企業もある。なお、カカオ豆ディーラーは近年急速に淘汰が進んでいる。

カカオ豆の日本への輸入手続きは商社が実施しており、港湾の倉庫で保管するまでは商社の名義で取り扱われる。名義変更を実施した後、各食品メーカーの手に渡るものである。

#### （カカオ半製品の輸入概要）

カカオ半製品（カカオ豆製品及び調製品）の調達にはディーラーを介さず、メーカーから直接購入していることが多い。国際的に主要なメーカーとしては、バリーカレボー社、カーギル社、オラム社の3社である。

### （３） 中間加工業者の取組

※非公開情報

### （４） 食品メーカー（大企業）の取組

※非公開情報

### （５） 食品メーカー（中小企業）の取組

※非公開情報

### （６） 小売チェーンの取組

※非公開情報

---

<sup>182</sup> A社ヒアリングより

## （７） 業界団体・認証機関の取組

### （NPO と日本企業との関係）

チョコレート製造において児童労働への取組は必須のものとなりつつあり、近年児童労働フリーなカカオ豆を取扱う日本企業が増加している。

日本国際協力機構（JICA）のガバナンス平和構築部は、「サステイナブル・カカオ・プラットフォーム」を運営し、プラットフォームに登録した企業や NGO 等の会員が意見交換や活動発表するための「活動の場」を提供している。

特定 NPO の ACE は生産国での児童労働等の課題へ取り組む「スマイル・ガーナ・プロジェクト」を実施している。多くの大企業が同 NPO の法人会員となっており、中小企業等も累計で 10 社以上が「児童労働フリー」なカカオを取り扱っている。ただし、「児童労働フリー」のカカオ豆の利用先としては Bean to Bar 向けの物が多い。

「児童労働フリー」なカカオ豆の輸入が開始された当初の 2016-17 年頃は、PR 活動が必要だったが、現在は関心を持つ企業からの照会が増えており、現時点では PR 活動は不要となっている。

### （サステイナブル・カカオ・プラットフォーム<sup>183</sup>）

「サステイナブル・カカオ・プラットフォーム」の活動は 4 本柱（JICA 主導事業、企業・NGO 等主導事業、人権デューデリジェンス・グリーンバンスメカニズム（苦情処理・問題解決の仕組み）の設計、日本の市民への発信）で構成され、「会員ミーティング」、「分科会」、「データ共有可能なクラウドサービス（2021 年 11 月開始予定）」による支援が実施されている。なお、テーマ別の分科会があるが、最初に設立された分科会のテーマは「スリランカのカカオ豆を日本に普及を目指す」であった。

会員企業は、製菓メーカーや原料調達に関わる企業等の多岐に渡り、サプライチェーン全体を包括したものとなっている。JICA の強みは生産国の政府機関、生産者団体とのつながりであるため、今後の活動を通して会員企業とそのネットワークを繋げることを目指している。プラットフォームとしては、既に知見のある人と新規参入する人へ経験を共有するような、会員企業が知見を共有できる場を提供したい。大手ではなくとも、社会課題の解決のために取組む企業を他の会員企業と繋げる（「共創」）ことを理想としている。

2021 年 4 月には、エクアドルにおける持続可能なカカオ生産を推進にかかる事例を紹介する「エクアドル・サステイナブル・カカオ国際フォーラム」がエクアドル政府と協働で開催され、本プラットフォームが事務局を務めた。オンラインでは中小企業も含め 100 名以上がプラットフォームの活動に参加しており、Bean to Bar のような中小規模のメンバーもいる。

なお、エクアドルは、日本のカカオ豆輸入元として、ガーナに次ぐ 2 位である。

本プラットフォームでは人権、児童労働に関する取組みがメインとなっており、現時点で

---

<sup>183</sup> JICA ヒアリングより

はその他の領域についての具体的な取組みは実施されていない。ただし、環境問題、小規模農家の生活水準向上等の、人権以外の持続可能性について関心を有する会員も存在する。例えば、カーボンフットプリントの課題へ協調して取り組むため、プラットフォームを通して仲間集めをしたいと考えている会員も存在する。なお、国際的にサステナブルカカオの主なテーマは「児童労働」、「森林破壊」、「小規模農家の収入」の3点である。

JICAにおいては、ガーナの児童労働の撲滅を目指す「カカオセクターを中心とした児童労働に係る情報収集・確認調査」（2020年10月開始）が実施されており、サステナブルカカオ実現のための多方面のアプローチがなされている。同調査は、農業セクターの20%で児童労働が行われているとされているガーナにおいて、児童労働を防ぐ現地人の組織があるか、家事労働と区別する基準があるか等の様々な基準を検証するパイロット事業である。ガーナにおける児童労働への取組みは認証も含まれているが、認証者はまだ決まっていない。また、認証取得における生産者の負担については、まだ議論されていない。

また同調査では、認定NPOのACE、デロイト等が協力して実施していた、ガーナの「児童労働フリーゾーン」で有効に活用される手法の考察を実施している。

#### （スマイル・ガーナ・プロジェクト（ACE））<sup>184</sup>

特定NPOのACEは「スマイル・ガーナ・プロジェクト」を実施し、ガーナにある250郡のうちアハフォ州とアシャンテ州の2郡、10村の90のサブコミュニティで活動を展開している。同プロジェクトの目的は以下の3つである。

- ・ 子供の保護と教育：児童労働や人身売買などの危険な状況にいる子供を保護して教育サポート
- ・ 貧困農家の収入向上
- ・ 自治体と協力して、児童労働の監視・予防システム（CCPC）をコミュニティに根付かせること

プロジェクト期間は3-4年であり、村単位で実施している。児童労働フリーゾーン（CLFZ）は以下のとおり定義されている。<sup>185</sup>

- ・ 子どもを危険な労働から守り、子どもの権利や福祉を保障するための総合的で一貫性のある取り組みが、継続して実行されている地域。
- ・ 各種システムが機能することで、児童労働がない状態を維持することができる地域。

「児童労働フリーゾーン」の活動を、隣接する地域で実施することにより、一定地域内で活動が浸透すれば、対象地域産のカカオ豆は「児童労働フリー」であるとみなすことができ

---

<sup>184</sup> ACE ヒアリングより

<sup>185</sup> 認定NPO法人ACE「ガーナにおける「児童労働フリーゾーン」制度構築：JICA事業の進捗報告と今後の展望、

[https://www.jica.go.jp/activities/issues/governance/platform/information/ku57pq00002nu2io-att/20210730\\_02.pdf](https://www.jica.go.jp/activities/issues/governance/platform/information/ku57pq00002nu2io-att/20210730_02.pdf)

るという「児童労働フリーゾーン」の活動である。2013年頃から地域を指定したカカオの調達を開始した。本プロジェクトはF社の「1チョコ for 1スマイル」という取組の支援対象にも選定され、売り上げの一部を本活動の資金として活用している。ただし、同社の全製品に当団体の関わる「児童労働フリー」なカカオ豆が使用されているわけではない。

同NPOが関わる認証またはプロジェクトにおいては、「農園の労働条件」、「残留農薬」、「児童労働」が重視されている。児童労働などに直面しやすい脆弱な農家を対象としている点が、認証カカオ豆や日本企業の独自プログラムとの大きな違いである。なお、脆弱な農家とは、ガーナの北部の農家やガーナより貧しい隣国（トーゴ、マリ、ブルキナファソなど）からの移民労働者を指す。これらの農家に対して、基礎的なカカオ生産技術や家計管理手法について教育を行うことが重視されている。

また、児童労働の特定方法、地域における児童労働監視システムを構築して、地域の児童たちが学校へ行くことをコミュニティ全体で支援することを目指しており、児童労働フリーゾーンという国の制度で体系化されている。

同プロジェクトでは、カカオ豆の栽培方法については、可能な限り農薬などの化学薬品を使用しないという対応を選択している。オーガニックとは呼べずとも、可能な限り自然に優しく、生産性の高い栽培を目指している。地域によっては、オーガニックに近い栽培が実施されている場合もある。

なお、同NPOの活動資金は、民間企業からの寄付、法人会員としての会費で成り立っており、立花商店を通して、それまで「児童労働フリー」なカカオ豆を認知していなかった企業や団体に対しても「児童労働フリー」なカカオ豆を提供することが可能となっている。

### 3.4. 日本における認証カカオの調達に係る課題

#### (1) 調達価格に関する課題

##### (生産者のインセンティブとしての認証制度)

認証カカオ豆の拡大に向けては、生産者が認証を取得するために発生する手間を削減することが課題である。生産者にとって、環境面等の基準やルールを学び、実践することは難しい。拡大のためには、認証取得のための補助が必要である<sup>186</sup>。

生産者にとっての認証カカオ豆生産へのインセンティブは、認証によるプレミアムである。ただし、認証を取得するために割かねばならない労力がプレミアムより大きいかどうかは不明である。また、認証カカオ豆の需要がなければ、認証カカオ豆は通常のカカオ豆価格で販売せざるを得ず、労力が価格に反映されない懸念がある。加えて、生産者は認証取得のために技術や知識についてトレーニングへ参加することになるため、生産性向上が期待できることがある<sup>187</sup>。

認証カカオ豆はトレーサブルであることは重要視されていない。他方、民間企業独自のサステナブルカカオ豆は、直接生産団体や生産地域とつながることができ、生産者の顔が見えるという利点がある。問題が生じた際も迅速に対応することができる。これは、日本企業が独自のサステナブルカカオ豆に移行している一因と考えられる。従って、民間企業が独自のプログラムを実施することで生産者の生産性が向上し、環境保護や児童労働防止につながるコミュニティ開発を併せて実施することが期待される<sup>188</sup>。

##### (調達量に関する課題)

欧米を中心に認証カカオ豆やサステナブルカカオ豆の需要が増加した影響で、日本企業が必要分を確保できなくなるという事象は発生していない<sup>189</sup>。

また、プライベートブランドを製造する小売業では、認証カカオ豆を使用する対象商品が限定的であるため、調達量の確保に懸念はない<sup>190</sup>と考えている。

日本の菓子メーカーは自社ブランドの風味の安定化が最重要であり、調達先の限定を避けるために、国際的な認証を製品にラベリングすることを避ける企業もある<sup>191</sup>。

##### (ブランドイメージに関する課題)

また、認証カカオ豆やサステナブルカカオ豆の使用を対外的にアピールすることは必ずしもメリットばかりではないと考える企業もある。企業の最優先事項は、ブランドイメージ

---

<sup>186</sup> ACE ヒアリングより

<sup>187</sup> ACE ヒアリングより

<sup>188</sup> ACE ヒアリングより

<sup>189</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>190</sup> E 社ヒアリングより

<sup>191</sup> C 社ヒアリングより

の維持である。サステナブルカカオ豆等を販促に活用すると、児童労働を売り物にした販売という批判、製品そのものにサステナブルカカオ豆等を使用していないのではないかとの批判などのレピュテーションリスクに繋がる可能性もある。そのため、実際にサステナブルカカオ豆等を使用している、商品にラベリングすることは考えていないという製菓メーカーもある<sup>192</sup>。

## （２） コストアップへの対応、価格転嫁の可能性

認証豆のコスト高の要因として、認証豆と非認証豆を分けて管理する必要があることが挙げられる。ガーナでは認証豆と非認証豆で倉庫を分けているので、追加費用（\$20/t）が徴収される。また、流通も独立して行われている。ただし、製造工程においては製造設備やタンクを別途用意する必要はなく、認証豆と非認証豆を混ぜて、認証豆の割合分は認証豆商品とするマスバランス方式でカウントすることが認められている<sup>193</sup>。

ガーナ及びコートジボワールでは農業者への還元のため、COCOBOD に\$400/トンを上乗せして支払う LID（Living Income Differential）制度が導入されており、日本企業だけではなく、欧米企業も同様の金額を支払っている。認証カカオ豆やサステナブルカカオ豆と認定されていなくても、プレミアム金額の支払いが実施されているため、認証カカオ豆やサステナブルカカオ豆を購入する際には更に上乗せ分のコストを支払うことになる<sup>194</sup>。

LID（Living Income Differential）制度については、ブラックボックスと言われており、国際 NPO である Voice Network が発行したレポートによると、LID によるカカオ農家の所得増加高価は見えていないと言われている<sup>195</sup>。また、LID が実際に農家に反映されているかは不明である。また、ガーナ政府の方針として、LID で回収された資金の使用用途は開示されないため、企業側に不信感を生まれている<sup>196</sup>。

もしカカオ農家にとっても利益増加があったとしても、市場価格が下がってしまうと効果は小さくなってしまう懸念がある。ガーナやコートジボワールからのカカオ豆の調達を避けるなど、コスト面で影響が少なくなるように対応し始めている日本企業もあるといわれている<sup>197</sup>。

これらの要因から、NPO の中では、期待しているよりも効果が小さいのではないかと言われている<sup>198</sup>。

---

<sup>192</sup> C 社ヒアリングより

<sup>193</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>194</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>195</sup> <https://voicenetwork.cc/wp-content/uploads/2019/09/190905-VOICE-Position-on-West-African-Cocoa-Floor-Price.pdf>

<sup>196</sup> ACE ヒアリングより

<sup>197</sup> ACE ヒアリングより

<sup>198</sup> ACE ヒアリングより

### （３） トレーサビリティの可能性

#### （カカオ豆のトレーサビリティ）

認証カカオ豆は、実際には生産地の実態をチェックできていないと言われている。年１回程度、監査担当者が訪問するのみであり、それ以外の時期の実態は把握できていない。従って、認証カカオ豆に対する信頼は低く、国際的に広まらない要因となっている。一時期、ロッテがレインフォレストチョコレートを発売したが、高価であるため売れ行きが悪く、すぐに利用をやめてしまった<sup>199</sup>。

他方、ガーナ産カカオに関しては、トレース可能であると考えられる。ガーナでは Licensed Buying Company 制度があり、国から許可されたディーラー（代表的な企業で 10 社程度）が COCOBOD の代行としてカカオ豆を農家から購入して港まで運ぶことができる制度となっているため、ガーナ産カカオ豆は農協単位まではトレース可能である。

他方、コートジボワールはカカオ豆の生産・加工・流通を管理するコートジボワール・コーヒー・カカオ評議会（CCC）があるものの、COCOBOD と異なり品質管理は実施していないことから、ガーナと比べてコートジボワールのトレーサビリティの程度は低いと考えられる<sup>200</sup>。

#### （カカオ調製品のトレーサビリティ<sup>201</sup>）

また、カカオは中間加工があるため、途中の流通も見えにくい。世界のチョコレートを中心となっているのは、こうした中間加工業者であるといえる<sup>202</sup>。産地指定は難しいが、価格から逆算すると流通量が多く価格の安いガーナ産やコートジボワール産のカカオ豆を使用していると思われる。

外資の中間加工メーカーは産地についての情報公開はしていない。量を確保するためにくず豆と呼ばれる豆も含まれているのではないかとされている。コートジボワール産のカカオ豆に品質上の問題が発生した際に、カカオ調製品も原産地特定する必要が生じたが、外資の中間加工メーカーが情報開示をしなかったため、把握に至らなかったということもある。

加工工場はマレーシア及びシンガポールが多い。日本メーカーがカカオ加工品を調達する場合、バリーカレボーやカーギルがマレーシアやシンガポールで加工したものを輸入しているケースが多い。

認証はカカオ豆のみに注目が集まりがちだが、中堅以下のメーカーはココアマス、ココアバター等のカカオ加工品を用いてチョコレートを製造することが多い。認証品を購入すれば、製品にラベルを添付できてアピールになる<sup>203</sup>。カカオ加工品については、バリーカ

<sup>199</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>200</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>201</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>202</sup> 日本チョコレート・ココア協会ヒアリングより

<sup>203</sup> A 社ヒアリングより

レボー社や OLAM 社等は自社の認証品があるので、2・3 割程の追加費用を払えば購入できるが、中小企業はこの追加費用を価格に転嫁することは難しい。また、日本の製菓メーカーが使用しているカカオ加工品の量は少ないため、外資中間加工メーカーは情報開示に至らないと思われる。

#### (4) コストアップへの対応、価格転嫁の可能性

欧米の消費者と比較して、日本の消費者はまだサステナブルなカカオ豆製品への関心は大きくない。

過去にアグロフォレストリーチョコレートが一般のチョコレートの約 2 倍の価格で販売されたが、売れ行きは芳しくなかった。倫理的側面のみのプロモーションでは、日本の消費者には受け入れられにくいと思われる。

日本の消費者からのサステナブルな製品に対する要望は大きくない。日本の中堅製菓メーカーでもサステナブルカカオの使用による売上へのポジティブな影響はほとんどないと感じている。その理由としては、日本の消費者にまだ認識が広まっていないからではないかと考えられている。需要が小さいため、サステナブルなカカオ豆を使用した製品はコスト高くなる傾向にある。

Bean to Bar の製菓メーカーによると、現時点では消費者の関心はフェアトレードよりもオーガニックの方が高いように感じる。今後、フェアトレードへの関心も広がると考えられるが、現時点では、健康意識の方が持続可能な調達よりも関心が高い消費者が多いように思われる。

ただし、SDGs が潮流となり、自社の株価上昇を目的とした動きが見られる。また流通（イオン、セブン&アイ HD 等）からの要請も強まっている。流通からメーカーへ要請が強まれば、日本国内での認証カカオ豆等は早く広まることが想定される。

実際に、E 社によると、フェアトレード製品は近年安価になり購買層が拡大してきたため、調達価格が下がり商品価格が下がることで更に購買層が拡大する好循環となっている。特に、東京オリンピックを見据えた 2016 年以降に、商品の供給量が増えコストが下がっている。同社は認証の取組を継続して実施しているが、ラベルが付いている製品の売上は継続して増加している。

学校からの問い合わせが多く、教育観点における消費者側の感度が高まっている。また教科書企業からの問い合わせも多く、教材の作成・公開を社内で検討しているという。このように学校教育でフェアトレードにふれる Z 世代が将来的に主な顧客層になると売上は更に向上すると考えられる

NPO としても持続可能な製品の消費者 PR の支援しており、スマイル・ガーナ・プロジェクトによる「児童労働フリー」なカカオ豆を使用したチョコレート製品を推進するバレンタイン向けのプロジェクトを実施している。施策の一つとして、製品にカカオ豆を追跡で

きる QR コードを付して、「児童労働フリー」であることを示すものがあり、ブロックチェーンが活用されている。追跡可能なカカオ製品の販売は前例がなく、今回は実験的なものであるが、今後は流通や小売業を巻き込んだ大きなプロジェクトの実現を目指している。

他方、日本国内の中小企業に認証カカオ豆等の利用を広めるためには、チョコレートの販売価格を上げることが必要である。一般に、日本では海外の半値程度で販売されているので利益が小さく、中小企業の規模では、認証等にかかるコストを捻出できないと想定される。欧米を中心に 2025 年までにサステナブルカカオを調達する企業が増えており、「認証品を製造しなければ」と考える生産者が増えれば、認証はさらに広まると考えられる。欧米の大企業を中心に認証カカオ豆の調達割合を増やす取組を実施しているので、認証カカオ豆の需要は徐々に増加しているのではないかと。

東南アジア、北米等に海外進出しているが、サステナブルカカオの活動はまだ実施できていない。消費者からの要望も感じていない。特に、進出先のインドネシアで部分水素添加油脂フリーの取組を検討したが、消費者への訴求に繋がらないと判断して取りやめとなった。日本と比較して、インドネシアはサステナブルな取組に対して少し遅れている印象を受けている。

## （５） その他の課題

### （農薬違反／ポジティブリスト<sup>204</sup>）

特に、エクアドル産品は残留農薬が最大の課題とされている。2006 年に「残留農薬等に関する新しいポジティブリスト制度」が施行された際、一時エクアドル産品をほとんど輸入できない事態となった。その後、日本のメーカーは商社経由で残留農薬を減らすよう指導してきたが、日本の検査機器の感度が高いこと、及び、近隣の農園で他の農産品に使用される農薬が偶然カカオに付着することより、未だに農薬が検知されてしまうこともある。

農薬違反をしてしまうと、厚生労働省のホームページで企業名が公表されてしまうため、メーカーは自社で輸入せず、商社経由でカカオ豆を輸入する。輸入業者の全輸入量の 5%以上で農薬違反があった場合、食品衛生法に抵触し、その事業者は輸入停止に追い込まれてしまう（「5%ルール」）

---

<sup>204</sup> A 社ヒアリングより

## 4. 持続可能な原材料調達に関するロードマップの検討

欧米では、消費者の環境、社会に対する関心の高まりを背景として、パーム油、カカオのサプライチェーンでこれまで行われてきた森林や生態系の破壊、児童労働や劣悪な労働環境等の人権問題に対する注目が高まっている。

国際 NGO の指摘などもあって、民間企業が中心となりサプライチェーン管理を進めてきたのは既述のとおりであるが、欧州では各国政府も認証品の調達目標を設定し、持続可能な原材料調達に向けて取組を推進している。ただし、大半はイニシアチブの形をとり、民間企業との連携によって持続可能な原材料調達に取り組もうという姿勢が見える。

その背景には、原材料の消費国が持続可能性の問題を理由に輸入制限を意図しても、他国の生産工程に関連する課題は従来から世界貿易機関（WTO）でも議論になっているポイントで、貿易摩擦の原因となる可能性があるため、民間ベースの認証制度を活用することによって WTO 規則の議論が適応されないという考え方もある<sup>205</sup>。

一方、企業側からすると、パーム、カカオともに生産国の交渉のカウンターパートが政府機関となるケースが増えている。環境問題や人権・労働問題の解決には公的な役割を担った交渉官が必要となるのである。その場合、民間ベースでは対応が難しいため、消費国政府の後ろ盾が必要な状況に変化している。

表 4-1 欧州各国の認証パーム油の調達目標<sup>206</sup>

| 国    | 機関                                                        | 目標                                                                                                                                            |
|------|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| イギリス | 環境食料農村地域省 (DEFRA)                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>2015 年末までにすべてのパーム油／核油を認証油へ切り替え</li> <li>2020 年までにヨーロッパ全体で 100% 認証油への切替を促進</li> </ul>                   |
| ドイツ  | German Forum for Sustainable Palm Oil (FONAP)             | <ul style="list-style-type: none"> <li>2014 年末までに認証油のみを利用する</li> <li>ドイツ・オーストリア・スイスにおいて、最終的に 100% SG 認証油へ切り替えることを目標とする</li> </ul>             |
| フランス | French Alliance for Sustainable Palm Oil                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>2015 年末までにすべて認証油に切り替える</li> <li>2020 年までに 100% 持続可能で追跡可能なパーム油のみを使用する</li> </ul>                        |
| オランダ | オランダ政府<br>European Sustainable Palm Oil Initiative (ESPO) | <ul style="list-style-type: none"> <li>2015 年末までに 100% 認証油に切り替え</li> <li>オランダ油脂工業連盟 (MVO) が、ヨーロッパ全体で認証油への切替促進のため、ESPO イニシアティブを立ち上げ</li> </ul> |

このように、欧米が官民一体となって持続可能な原材料調達に取り組んでいる中で、我が国の場合、輸入原材料の持続可能性の向上を目指した取組を官民一体で推進する機運はそ

<sup>205</sup> 道田悦代「森林と住民生活をどう守るのか？ パーム油スタンダードの影響と課題」、アブラヤシ農園問題の研究 第 8 章

<sup>206</sup> WWF ジャパン、南明紀子「持続可能なパーム油調達とその課題」、2017 より作成

れほど高まっていない。国際標準の「持続可能性に配慮した調達」に取り組んでいる企業はごく一部に限られている状況である。国際標準の「持続可能性に配慮した調達」に関する業界全体の理解醸成を図るとともに、大宗を占める中小企業を含め取組を促していく必要がある。

「みどりの食料システム戦略」における「官民一体となって持続可能性に配慮された輸入原材料の調達先の確保・切替えを推進」のロードマップとしては、以下の展開が想定される。

#### 4.1. 業界団体・商社との連携強化

我が国の場合、パーム油、カカオ豆ともに大手商社や専門商社が輸入し、最終製品メーカーに卸す商流が主となっている。サステナブル認証品に関する情報もこれらの企業に集中していることから、これらの商社、商社 OB が在籍している業界団体とのサステナブル調達に関するプラットフォームを形成し、サプライチェーンの実態把握を進めていくべきである。

特に、カカオについては欧米の食品メーカーに比べて我が国が持続可能なカカオ豆調達に後れを取っている状況や中間加工業者が加工したカカオマスやカカオバターなどの半加工品を調達する場合、川上のトレーサビリティが難しいといった課題があるため、商社等との連携強化が必要である。

また、パーム油で EU と生産国の間で様々な軋轢が発生しているが、このような政府間交渉が必要となるような場面では、国が商社などを積極的に支援することで欧米のグローバル企業の調達力に対抗することが期待される。

#### 4.2. 生産国とのエンゲージメントの強化

欧米先進企業の取組をみると、「持続可能性に配慮した調達」の戦略において、認証製品のシェアを獲得することは一部分に過ぎない。認証は確認を行うというだけの作業であり、実際に持続可能な原料へ転換するという観点では、小規模なステークホルダーをどう動かすかという点が課題となっている。

近年、欧米先進企業には、ランドスケープアプローチ（包括的アプローチ）で生産地を抑え込む動きがある。生産地の小規模農家を巻き込み、その成功モデルを拡大することでサプライチェーンの持続可能性を高めようと、各階層で連携する事例が多くなってきたという<sup>207</sup>。

その観点で考えると、生産国の行政を巻き込み、いかに持続可能な課題解決の仕組みを作

---

<sup>207</sup> E 社ヒアリングより

ることができるかという点の重要性が増している。認証ありきのサプライチェーンでできることは限られているということに日本企業も気づいており、プラットフォームでも議論されている。そのため、サプライチェーンでカバーできない地域へのフォローも実施して地域全体で問題をなくし、地域の自治体に関与していくことが、特に児童労働の解決という観点では重要である<sup>208</sup>。

我が国では JICA 等の開発援助機関がこれまで積み上げてきた ODA のノウハウと、企業の利害が合致してきたと捉えることができ、企業と JICA との関係性をさらに充実させ、生産国とのエンゲージメントを強化する取組が期待される。

例えば、パームの生産国であるインドネシア、カカオの生産国であるガーナにおいて、小規模生産者が仕方なく環境破壊をしてしまっている現状がある。現地の複雑な課題を ODA プロジェクトで支援し、産地認証のような形で日本企業もその地域に進出するというストーリーで、持続可能性に配慮した調達を堅固化することも一考である。

生産国の行政を巻き込み、いかに持続可能な課題解決の仕組みを作ることができるかという点の重要性が増している。サプライチェーンでできることは限られているということに、日本企業も気づいており、プラットフォームでも議論されている。そのため、サプライチェーンでカバーできない地域へのフォローも実施して地域全体で問題をなくし、地域の自治体に関与していくことが、特に児童労働の解決という観点では重要であると考えている。

#### 4.3. 小売チェーンとのパートナーシップ戦略の強化

近年、大手小売チェーン等がサステナブル調達を目標として掲げ、RSPO 認証油の利用を促すために調達コードを見直した。これによって、中小規模のプライベートブランド (PB) の食品メーカーを中心として認証された原材料への関心が急速に高まっている。また、大手小売は商社に対して交渉力があるため、これまで中小の食品メーカー単独では困難であった認証された原材料の獲得を支援することが期待される。

サステナブルな原材料の価値を消費者に啓蒙する上でも重要なプレイヤーであることは間違いない。我が国の消費者における認証への関心が低く、商品の差別化が困難であることが、食品メーカーが認証された原材料を積極的に調達しない理由となっている。

消費者や中小企業への啓蒙という観点から、PB などを開発している大手小売チェーンとのパートナーシップを強化することが期待される。

---

<sup>208</sup> ACE ヒアリングより

#### 4.4. 中小企業・消費者の啓蒙

ヒアリングでは、日本の食品企業は、消費者の意識が醸成されないと、せつかくの認証を受けた商品が消費循環しないので関心が低いというコメントを複数受けた。中小の食品メーカーの関心を高めるために、海外先進事例の調査や国内事業者の対応状況を調査するとともに、先進事例発表の場としてのシンポジウムの開催や優良な取組を行う食品製造事業者の表彰を通じた食品産業全体の取組促進や国内消費者への情報発信による理解の醸成を図る必要がある。

近年、カカオについては、大企業のみならず中小企業においても、オーガニック認証やフェアトレード認証、レインフォレスト認証等の取得を差別化戦略として活用している事例がみられるようになっている。先の小売チェーンと連携するなど、欧米の消費者の嗜好性や取組を紹介することで関心喚起を図っていくことが考えられる。

##### （欧州消費者の選択的購買活動）<sup>209</sup>

欧州 10 カ国の 7,000 人以上の消費者を対象に行われたカーギルの調査によると、消費者の 70%が食品や飲料の購入決定に持続可能性を考慮しており、チョコレートを頻繁に購入する人の割合はさらに高く、4 分の 3 近くが持続可能な製品を購入したいと回答。

持続可能性への懸念が購買決定に影響を与えており、18～34 歳の若い消費者が購買決定に最も敏感だという。このうち 76%が、チョコレート製品を選ぶ際に持続可能性がこの 1 年でより重要になったと認識しており、Z 世代とミレニアル世代の買い物客の半数強が、持続可能な製品の購入が増加したと報告されている。

---

<sup>209</sup> カーギル社 HP"Sustainability" s influence on chocolate purchase decisions continues to grow, Cargill study finds" (2020 年 12 月 14 日) <https://www.cargill.com/2020/sustainability-influence-on-chocolate-purchase-decisions>