

農林水産省御中

**令和5年度円滑な価格転嫁に向けた
適正取引推進・消費者理解醸成対策
委託事業のうち消費者等の理解醸成のため
の広報③（持続可能性配慮食品）
報告書**

令和7年（2025年）3月

三菱UFJリサーチ&コンサルティング

世界が進むチカラになる。



目次

I. 事業の目的・内容・実施体制	3頁
II. 東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査	6頁
①IR 資料を参考とした実態調査	6頁
②アンケートによる実態調査	10頁
③調査結果の分析	21頁
④有識者へのヒアリング	23頁
III. 食品企業における研修用コンテンツの作成及び提供	25頁
IV. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信	27頁
V. 事業効果測定	42頁
巻末資料 1 アンケート集計結果	46頁
巻末資料 2 研修用コンテンツ	115頁
巻末資料 3 消費者向け情報発信来場者アンケート集計結果	156頁

I. 事業の目的・内容・実施体制

事業の目的・内容・実施体制

事業の目的

- 現在、諸外国では環境等に関する戦略を策定するなどの動きが見られ、今後、SDGs や環境を重視する国内外の動きが加速していくと見込まれる中、わが国の食料・農林水産業においてもこれらに的確に対応し、持続可能な食料システムを構築することが急務となっていることから、農林水産省では、食料・農林水産業の生産性向上と持続性の両立をイノベーションで実現する「みどりの食料システム戦略」を策定した。
- このような背景もあり、食品製造業における輸入原材料の調達においては、輸入原材料の生産現場の環境・人権といった持続可能性に配慮した原材料を活用する必要性が高まっており、「みどりの食料システム戦略」において、「食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実現」をKPI として掲げ、2030 年に100%とすることを目標としている。そのため、農林水産省では、食品製造事業者の持続可能な原材料調達シンポジウムの開催及び優良事業者の表彰や、2022 年 9 月に経済産業省から公表された「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」の内容について、食品産業において実際に取り組めるように「食品企業向け人権尊重の取組のための手引き」を策定するなど、持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実現に向け対応してきたところである。
- 一方で、持続可能性に配慮した輸入原材料の調達は、短期的には直接売上及び利益に繋がりがづらい取組であるため、現在取り組むのは一部の大手食品企業のみ留まっており、このような状況の中で、食品企業の取組を推進するためには、持続可能性に配慮した輸入原材料の活用について、国内消費者の理解を得ることが不可欠である。
- そのため、本事業では、食品企業の持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組を推進するために、食品企業の従業員に対して、社員研修等の場を活用して、持続可能性に配慮した原材料調達の理解醸成を図るとともに、持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組についての情報発信をすることにより、一般消費者の理解醸成を図ることを目的とする。

事業の目的・内容・実施体制

事業の内容

1. 東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査
 - ① IR 資料を参考とした実態調査
 - ② アンケートによる実態調査
 - ③ 調査結果の分析
2. 食品企業における研修用コンテンツの作成及び提供
 - ① 食品企業における研修用コンテンツの作成
 - ② ①で作成したコンテンツの周知
3. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信
 - ① 食品企業の選定
 - ② 情報発信の方法
4. 事業効果測定

事業の実施体制

- 受託者：三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社（以下、MURC）
 - 業務責任者：秋山 卓哉（経済財政政策部 主任研究員）
 - 業務担当者：園 巳晴（自然資源経済・政策室長 主任研究員）
正垣 裕太郎（産業創発部 副主任研究員）
氏家 綾香（持続社会部 研究員）

Ⅱ．東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査

① IR 資料を参考とした実態調査

IR資料を参考とした実態調査

調査の目的

- 東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組の実施の有無について、IR 資料を参考に調査する。
- 加えて、実施の有無を判定するための指標を検討するための複数の基準で調査を行う。

調査対象

- 調査対象は東証上場食品企業137社（2024年7月時点での該当企業）

持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組状況の確認プロセス及び取組の判定指標検討のための調査の実施について

データベース (DB) を用いた 一次調査

- 有価証券報告書や適時開示資料DB「eol」を使用
- IR情報（有価証券報告書）をキーワード検索

二次調査

- DB調査では取組を実施しているか判断ができない企業や、検索結果に現れない企業の取組実施状況を調査
- 有価証券報告書以外の開示情報やウェブサイトを調査

マテリアリティ調査

- マテリアリティに持続可能性に配慮した輸入原材料調査に含まれているか調査
- 企業の開示情報やウェブサイトを調査

判定

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達を実施しているか否か判定



- 取組の有無を判定するには、そのための指標の設定が不可欠
- しかし、何をもって持続可能性に配慮した（輸入）原材料調達に取り組んでいるかを評価するための統一的な指標は存在しないことから、妥当な判定指標を検討するため、複数の基準で調査を実施
- さらに、当該分野に高度な専門性を有する有識者へのヒアリングを実施し、検証することとした。

⇒ 有識者ヒアリングの結果は23頁以降を参照

IR資料を参考とした実態調査

判定基準

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいるかを評価するためには、その判断基準が必要となる。
- しかし、何をもって持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいるかを判断するための統一的な判断基準は存在しない。
- そのため、本事業の調査では判断基準として①マテリアリティ（重要課題）として持続可能性に配慮した調達を掲げていること、②調達方針を策定していること、③開示情報全体から取組をしていると読み取れること（持続可能性に配慮した原材料調達をしていると評価できる記載があること）の3つの基準に従ってそれぞれ判定を行った。
- 調達方針の策定を判定基準の1つに入れた根拠は、OECDが示すデュー・ディリジェンス（DD）の実施プロセスの第1段階が「責任ある企業行動を企業方針および経営システムに組み込む」となっており、持続可能性に配慮した原材料調達において企業方針に相当するものが調達方針であると考えられるためである。

デュー・ディリジェンス・プロセスと各プロセスの実施手段



（出所）OECD「責任ある企業行動のためのOECDデュー・ディリジェンス・ガイダンス」2018年、21頁。

IR資料を参考とした実態調査

判定結果

- 東証上場食品企業137社において、持続可能性のマテリアリティとして持続可能性に配慮した原材料調達を掲げている企業は57社（41.6%）であった。
- 東証上場食品企業137社において、調達方針を策定している企業は61社（44.5%）であった。
- 東証上場食品企業137社において、開示情報から持続可能性に配慮した原材料調達の取組をしていると評価できる企業は88社（64.2%）であった。

	企業数	該当数	構成比
マテリアリティに掲載	137	57	41.6%
調達方針を策定	137	61	44.5%
開示情報から取組をしていると評価できる企業	137	88	64.2%

Ⅱ．東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査

② アンケートによる実態調査

アンケートによる実態調査

実施概要

- 調査の実施概要は以下のとおり。

調査の目的

- 東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組の実施の有無の把握

調査対象・ 回収数（回収率）

- 調査対象：東証上場食品企業（業種区分が「食品」となっている企業）
- 調査対象企業数：136社（2024年7月時点での該当企業。該当企業は138社であるが、伊藤園と伊藤園優先株式は伊藤園一社としてカウント。また、北海道コカ・コーラボトリングとコカ・コーラ ボトラーズジャパンホールディングスは調達が一元化されているため2社を1社としてカウント。）
- 回収数：36社（約26%）

実施方法

- アンケート実施方法：オンラインのアンケートフォーム及び紙による調査票の回収
- 調査票及び回答依頼状を136社に郵送
- 農林水産省を通じて食品関連の業界団体にアンケートの周知及び協力を依頼

実施時期

- 2024年12月20日（金）（発送日）～2025年1月17日（金）

アンケートによる実態調査

調査票

■ 質問票は下記のとおりである（個人情報の取り扱いについての確認事項と問い合わせ先の連絡先は省略）。

農林水産省委託調査
「食品企業による持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る実態調査」
アンケートご協力をお願い

三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社

謹啓 益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。

弊社では今年度、農林水産省より委託を受け、食品産業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達のお取り組み状況の調査を行うとともに、企業の皆さまが直面する課題の整理や取組の促進に資する国の施策等を取りまとめることとしております。つきましては、御社におけるお取り組み状況等についてお伺いいたしたく、御社へのアンケートをお願いする次第です。アンケート調査の結果は報告書としてとりまとめて農林水産省に提出いたします。

大変ご多忙な時節柄とは存じますが、調査の趣旨に鑑み、下記アンケートに何卒ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

※ アンケート結果は統計的に処理し、個人や御社が特定できる形で結果が公表されることはございません。

● 持続可能性に配慮した（輸入）原材料調達：環境、社会及び経済に好ましい影響を与えること、または負の影響を最小化することに配慮した原材料の（輸入）調達。配慮される持続可能性の原則の例としては、人権、労働慣行、環境、地域社会の発展等があります。
（持続可能性に配慮した（輸入）原材料調達の例：児童労働や強制労働によって生産されていない農産物を調達する、水産資源量に配慮した漁業で獲られた水産物を調達する、従業員に賃金を適切に支払っている取引先から調達する／等）

● 調達方法については、御社が海外から直接に調達している原材料だけでなく、商社・卸を通じて調達している場合や、商社・卸以外の取引先を通じて調達している場合もすべて含まれます。

● 原材料の継続的確保等の安定調達のみを目的とした調達は、本アンケートにおける「持続可能性に配慮した（輸入）原材料調達」には含まれませんので、ご注意ください。

● 原材料調達は、食品や食品用素材の原材料として使用するものを指し、パッケージや包装などに使用する原材料は含まれませんので、ご注意ください。

【参考】「みどりの食料システム戦略」KPI2030 目標
農林水産省では、「みどりの食料システム戦略」（令和 3 年 5 月）において、「2030 年までに、食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実現を目指す」という目標を設定しております。また、この目標達成に向け、食品企業や生産地のご支援に取り組んでおります。

・「みどりの食料システム戦略」KPI 達成に向けた取組の進捗状況 ※p.31～32 ご参照
<https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kankyo/seisaku/midori/attach/pdf/honbu-119.pdf>

1

回答方法のご案内

1. インターネット、2. 郵送のいずれかの方法でご回答ください。

1. インターネットでの回答方法

- 下記の QR コードまたは URL より調査票にアクセスいただき、【2025（令和 7）年 1 月 17 日（金）】までにご回答ください。
- 以下の手順でご回答ください。

① パソコン・スマートフォン・タブレット端末で QR コードを読み取るか、下記の URL にアクセスしてください。



調査用ページ URL：
https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=80EpDUJfmKCE_nA0B2-4mcn3g2hP3rhLsTz_wWnPZW1UQkpQJla0E5NSE02MkpHNEQxVUhoWE1BSS4u

② 質問のページでは、画面の案内に従ってお答えください。

③ お答えの内容によって、次にお答えいただく質問が異なる場合がございますので、案内に従ってお進みください。

④ 「その他」を選ばれた場合は、かつこ内に具体的に記入してください。

※ 郵送で回答された方は、インターネットでの回答は不要です。

2. 郵送での回答方法

- この調査票に直接ご記入のうえ、同封の専用封筒に入れて、【2025（令和 7）年 1 月 16 日（木）】までにポストにご投函ください（切手は不要です）。
- 以下の手順でご回答ください。

① 質問の案内に従ってお答えください。

② お答えの内容によって、次にお答えいただく質問が異なる場合がございますので、案内に従ってお進みください。

③ 「その他」を選ばれた場合は、かつこ内に具体的に記入してください。

※ インターネットでご回答された方は、郵送での回答は不要です。

2

アンケートによる実態調査

調査票

1. 御社名及びご回答いただいた方の部署・お名前を教えてください(本質問は回答の管理を目的としたものであり、回答企業名や回答者氏名を外部に公表することはありません。ご回答部署・回答者が複数の場合は代表者1名分の情報を記載ください)。

企業名	
回答者所属部署	
回答者氏名	

2. 御社の業種を教えてください(どれか一つ)

- ① 畜産食料品製造業
- ② 水産食料品製造業
- ③ 野菜缶詰・果実缶詰・農産保存食料品製造業
- ④ 調味料製造業
- ⑤ 糖類製造業
- ⑥ 精穀・製粉業
- ⑦ パン・菓子製造業
- ⑧ 動物油脂製造業
- ⑨ その他の食料品製造業(でんぷん製造業、めん類製造業、豆腐・油揚げ製造業、あん類製造業、冷凍調理食品製造業、そう(惣)菜製造業、すし・弁当・調理パン製造業、レトルト食品製造業等)
- ⑩ 清涼飲料製造業
- ⑪ 酒類製造業
- ⑫ 茶・コーヒー製造業(清涼飲料を除く)
- ⑬ 製氷業
- ⑭ たばこ製造業
- ⑮ 飼料・有機質肥料製造業
- ⑯ その他(自由回答)

(自由回答欄)

3. 御社の従業員数を教えてください(連結)(どれか一つ)。

- ① 20人以下
- ② 21~299人
- ③ 300~2,000人
- ④ 2,001~9,999人
- ⑤ 10,000人以上

3

4. 御社の売上高を教えてください。(直近年度、連結)(どれか一つ)。

- ① 10億円以下
- ② 10億円超~100億円
- ③ 100億円超~1,000億円
- ④ 1,000億円超~5,000億円
- ⑤ 5,000億円超~

5. 御社が作成し公表しているものについて教えてください。【あてはまるもの全て】

- ① マテリアリティ(重要課題)
- ② 有価証券報告書
- ③ 有価証券報告書以外の開示情報・報告書(統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画/等)
- ④ ウェブサイト

6. 御社が製造する食品(食品用原材料を含む)に海外から輸入した原材料を使用しているか教えてください。
(※複数の製品を製造している場合、一つでも使用しているものがあれば「使用している」とご回答ください。また、使用している時期と使用していない時期がある場合でも、「使用している」とご回答ください)

- ① 使用している
- ② 使用していない(⇒質問9以降にご回答をお願いします。)
- ③ わからない

7. 輸入している原材料の主な品目を教えてください(可能な限りでけっこうです)。(自由回答)

(自由回答欄)

8. 輸入原材料の調達経路を教えてください。【あてはまるもの全て】

- ① 自社で海外から直接調達している
- ② 商社・船を通じて調達している
- ③ 日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている
- ④ わからない
- ⑤ その他(自由回答)

(自由回答欄)

4

アンケートによる実態調査

調査票

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。【あてはまるもの全てに「○」を付けてください。すべて「実施していない」と回答された企業は質問 10 をご回答ください。】

下記の各質問項目について右の選択肢から一つの回答を選択してください。	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない
① マテリアリティ（重要課題）に持続可能性に配慮した原材料調達を掲げている				
② 調達方針を策定済みである				
③ サプライヤー行動規範を策定済みである				
④ 直接取引先（一次サプライヤー）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる（サプライヤーや取引先にそれらの遵守を求める、契約条件に含める、取引するサプライヤーや取引先を選別する／等）				
⑤ 間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる（直接調達先を通じて間接取引先にそれらの遵守を求める／等）				
⑥ 会社の方針として、持続可能性に関連する認証品（※1）を調達している				
⑦ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況を確認している（サプライヤーへのアンケートや監査の実施、人権デューデリジェンスの実施等）				
⑧ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善点について分析・評価をしている				
⑨ 原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動をしている				

（※1）持続可能性に関連する認証品の例は「質問 13」を参照ください。

アンケートによる実態調査

調査票

【質問 9①～⑨で「日本国内からの原材料調達のみを対象に実施」欄のみに○をつけた企業については、以下の質問においては国内における持続可能性に配慮した原材料調達に関する質問と読み替えていただき、ご回答をお願いします。】

10. (前の質問ですべて「実施していない」と回答された企業への質問) 持続可能性に配慮した原材料調達のうち、質問 9 の①～⑨に該当する取組を実施していない理由を教えてください。【あてはまるもの全て】

【質問 17 以降にもご回答ください】

- ① 質問 9 の①～⑨以外の取組を実施しているため（＝質問 11 にご回答ください）
- ② 輸入原材料を含む持続可能性に配慮した原材料調達に対応するための具体的な取組を決定し、現在準備を進めているため（調達方針を作成中である／等）
- ③ 何をすればいいかわからないため
- ④ 担当する部署や担当者が決まっていないため
- ⑤ 担当できる人材がいいため
- ⑥ 持続可能性に配慮して原材料を調達しても、取引拡大や売上増加といったビジネス上の利益が発生しないため
- ⑦ 持続可能性に配慮して原材料を調達しなかったとしても、取引停止や売上低下といったビジネス上の不利益が発生しないため
- ⑧ 持続可能性に配慮した原材料の調達にかかる金銭のコストが大きい
- ⑨ 実際に持続可能性に関する問題が発生したら対応する予定であるため
- ⑩ 持続可能性に配慮した原材料調達への対応は、当面先送りされており、検討されていないため
- ⑪ わからない
- ⑫ その他（自由回答）

（自由回答欄）

11. (前の質問で①と回答された企業への質問) 取組の内容を具体的に教えてください。（自由回答欄）

（自由回答欄）

6

12. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達を実施している場合、考慮されている主な持続可能性に関する問題を教えてください。【あてはまるもの全て】

- ① 人権
- ② 労働慣行
- ③ 環境
- ④ 公正な事業慣行（反汚職、公正な競争、財産権の尊重／等）
- ⑤ 消費者問題（公正なマーケティング、消費者の健康と安全の保護、持続可能な消費、消費者データやプライバシー（シール保護など）
- ⑥ コミュニティ・地域の関与と開発（雇用創出、コミュニティ・地域の発展、教育・文化支援など）
- ⑦ その他（自由回答）

（自由回答欄）

13. 持続可能性に関連する認証品を調達している場合、どの認証の認証品を調達しているか教えてください。【あてはまるもの全て】

- ① 持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）
- ② 国際フェアトレード（Fairtrade International）
- ③ レインフォレスト・アライアンス（Rainforest Alliance）
- ④ ココア・ホライズン（Cocoa Horizons）
- ⑤ 4C（Common Code for the Coffee Community）
- ⑥ 海洋管理協議会（MSC）
- ⑦ 水産養殖管理協議会（ASC）
- ⑧ 農業生産工程管理（GAP）認証
- ⑨ その他（自由回答）

（自由回答欄）

14. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることを公表している資料等を教えてください。【あてはまるもの全て】

- ① 有価証券報告書
- ② 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）
- ③ ウェブサイト
- ④ 公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）
- ⑤ 公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない（＝質問 15 にご回答ください）

7

アンケートによる実態調査

調査票

15. (前の質問で⑤と回答された企業へのご質問) 情報を公表していない理由を教えてください。【自由回答】

(自由回答欄)

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組を実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【3 つまで】

- ① 具体的な取り組み方法がわからない
- ② 十分な人員・予算を確保できない
- ③ 対象品目が多く、取組の優先順位の付け方が難しい・わからない
- ④ 一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない
- ⑤ 取引先やサプライヤー等の理解を得にくく、対応・協力を求めることが難しい
- ⑥ 社内の意思決定層や他部署、社員の理解が得られにくい
- ⑦ 実施するための経済的負担が大きい (調達コストや監査、認証取得・更新費用など)
- ⑧ 実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている
- ⑨ 複数の取引先から異なる要請・対応 (質問票や監査項目が異なるなど) が求められ、対応が負担である
- ⑩ 自社の取組が一般消費者に理解されていない／理解してもらうための広報の仕方が難しい
- ⑪ 一般消費者の購買行動において持続可能性が重視されていない
- ⑫ 企業だけで解決できない複雑な問題がある
- ⑬ その他 (自由回答)

(自由回答欄)

8

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組を実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【3 つまで】

- ① 自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上 (ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む)
- ② 持続可能な経済・社会の実現に貢献できる
- ③ 取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる
- ④ 投資・融資先としての評価向上につながる。投資や融資を受けやすくなる (株価下落や投資引き揚げの回避を含む)
- ⑤ 人材の獲得・定着につながる
- ⑥ 新製品の開発やイノベーションにつながる
- ⑦ 自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある (コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減/等)
- ⑧ 不買運動や SNS の炎上リスクを回避できる
- ⑨ 特になし
- ⑩ その他 (自由回答)

(自由回答欄)

18. 御社または食品製造業で持続可能性に配慮した輸入原材料調達を進めるために、日本政府や農林水産省に期待することがあれば教えてください。【自由回答】

(自由回答欄)

以上です。ご回答いただきありがとうございました。

9

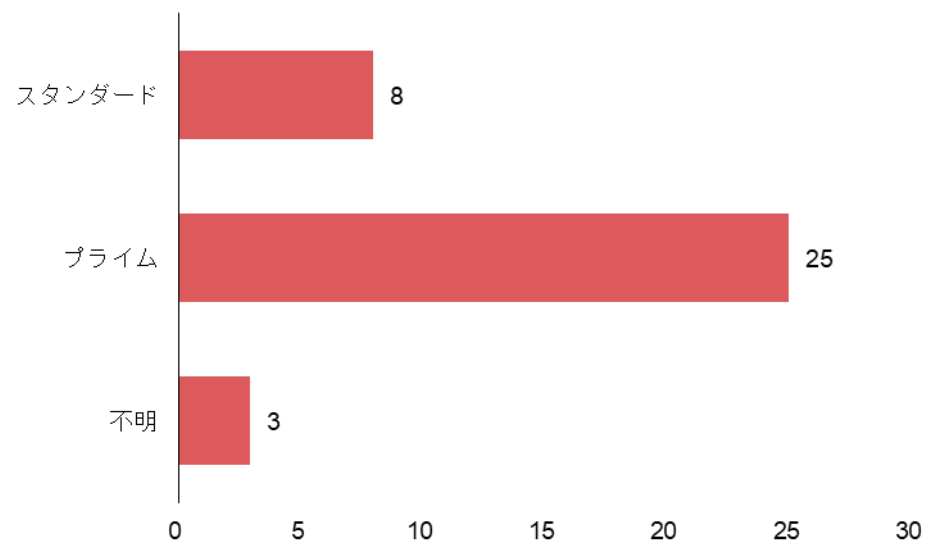
アンケートによる実態調査

回答企業属性

■ 回答企業の属性の内訳は下記のとおりである。

回答企業市場・商品区分（東証上場銘柄市場・商品区分別）

市場・商品区分	企業数
スタンダード	8
プライム	25
不明	3
合計	36



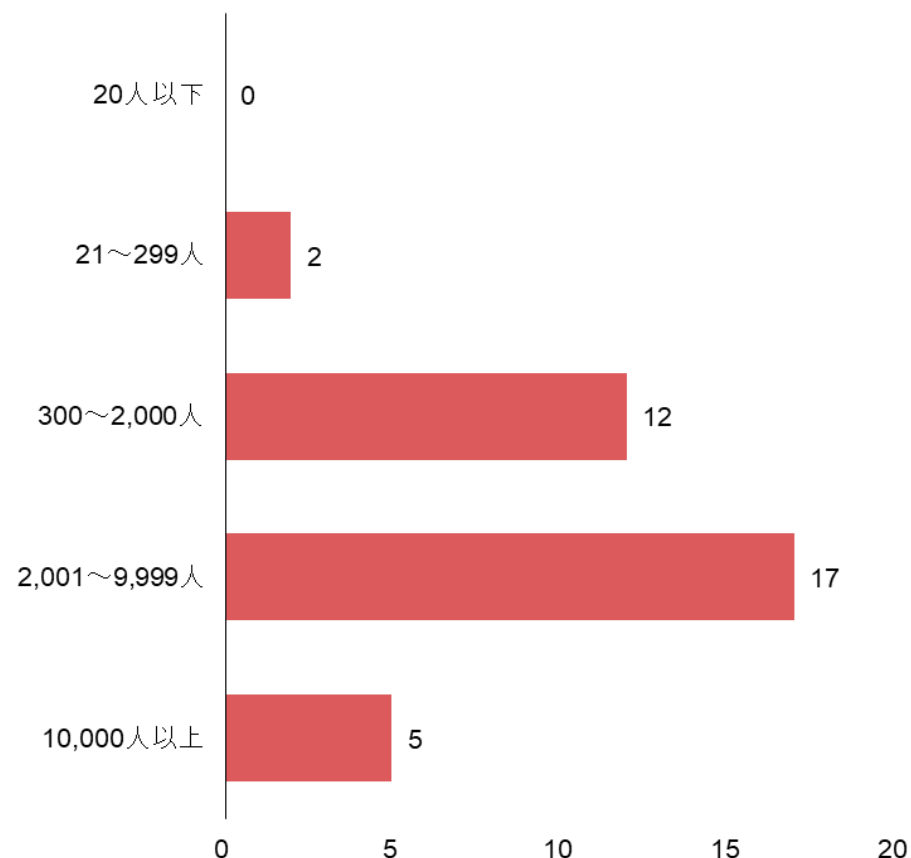
アンケートによる実態調査

回答企業属性

■ 回答企業の従業員数の内訳は下記のとおりである。

3. 御社の従業員数を教えてください（連結）【単一回答、n=36】

従業員数	企業数	構成比
20人以下	0	0.0%
21～299人	2	5.6%
300～2,000人	12	33.3%
2,001～9,999人	17	47.2%
10,000人以上	5	13.9%
合計	36	100.0%



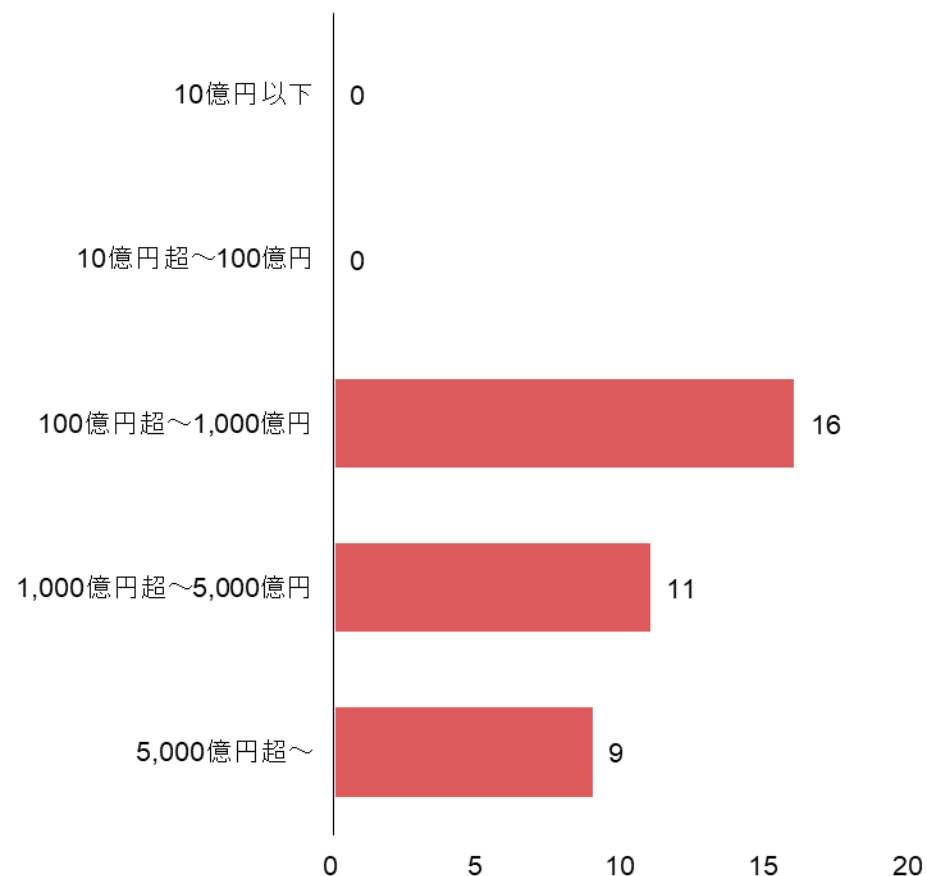
アンケートによる実態調査

回答企業属性

■ 回答企業の売上高の内訳は下記のとおりである。

4. 御社の売上高を教えてください。（直近年度、連結） 【単一回答、n=36】

売上高	企業数	構成比
10億円以下	0	0.0%
10億円超～100億円	0	0.0%
100億円超～1,000億円	16	44.4%
1,000億円超～5,000億円	11	30.6%
5,000億円超～	9	25.0%
合計	36	100.0%



アンケートによる実態調査

アンケート調査から得られた示唆の整理

■ アンケート調査から得られた主な示唆は以下のとおりである（詳細は巻末資料 1のアンケート集計結果を参照）。

マテリアリティの 作成状況

- プライム市場の回答企業や、従業員数や売上高に見る規模の大きな回答企業はマテリアリティ（重要課題）を作成しているが、スタンダード市場の回答企業や、規模の小さな回答企業はマテリアリティを作成していないことが少なくない。
- マテリアリティが作成されていないこととあいまって、マテリアリティに持続可能性に配慮した原材料調達を掲げているスタンダード市場の回答企業や、規模の小さな回答企業は少数派だった。

調達方針等の 作成状況

- プライム市場の回答企業はスタンダード市場の回答企業よりも調達方針やサプライヤー行動規範を作成している割合が大きかった。
- 従業員数や売上高に見る規模が大きな回答企業になるほど、調達方針やサプライヤー行動規範を作成している割合が大きかった。

持続可能性に配慮し た原材料調達の対象 範囲

- 持続可能性に配慮した原材料調達のために何らかの取組をしている回答企業のほとんどが、日本国内か海外からの調達の両方を対象にした（または両者を区別しない）かたちで取組を実施していた。

取組の公表媒体

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることの公表媒体として、ウェブサイトや有価証券報告書以外の開示情報を利用している回答企業が多く、有価証券報告書の中では必ずしも取組が開示されているとは限らなかった。
- プライム市場の回答企業や規模の大きい回答企業は複数の媒体で持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることの公表を行っていた。

取組の課題とメリッ ト

- 持続可能性に配慮した輸入原材料の調達において回答企業が抱える課題として、一次サプライヤーよりも上流までのトレースや実施のためのコストの大きさ、コストを商品価格等に転嫁できないことが上位に挙がっていた。
- 持続可能性に配慮した輸入原材料の調達を実施することについて回答企業が認識するメリットとして、自社のブランドイメージ等の向上、持続可能な経済・社会の実現への貢献が上位に挙がっていた。

Ⅱ．東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査

③ 調査結果の分析

調査結果の分析

■ IR資料を参考とした実態調査及びアンケートによる実態調査に基づき、持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組の実施状況について、以下のとおり傾向等を分析した。

企業規模別の取組実施状況

- 従業員数や売上高に見る規模の大きな企業はマテリアリティ（重要課題）や調達方針、その他取組（第三者認証品の調達等）を進めている傾向にあり、規模の小さい企業は取組が実施されていないことが少なくない。
 - **食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料の取組をさらに広めるためには、規模の小さい企業の取組促進が不可欠であると言える。**

上場市場別の取組実施状況

- プライム市場上場企業はマテリアリティ（重要課題）や調達方針、その他取組（第三者認証品の調達等）を進めている傾向にあり、スタンダード市場やグロース市場等に上場している企業は取組が実施されていないことが少なくない。
 - **食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料の取組をさらに広めるためには、スタンダード市場やグロース市場等の上場食品企業の取組促進が不可欠であると言える。**

公表媒体の傾向

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることの公表媒体として、ウェブサイトや、有価証券報告書以外の開示情報の利用が多く、有価証券報告書の中では必ずしも取組が開示されているとは限らない。
- また、比較的規模の小さい食品企業では持続可能性に配慮した原材料調達に限らず、持続可能性に関する開示が進んでいないことがある。
 - **取組を進めている食品企業についてはその取組が社会からも適切に評価してもらうためにも開示を促していくことが重要であると言える。**

持続可能性に配慮した原材料調達の対象範囲

- 持続可能性に配慮した原材料調達のために何らかの取組をしている食品企業のほとんどが、日本国内と海外からの調達の両方を対象にした（または両者を区別しない）かたちで取組を実施していた。
 - **開示情報から食品企業の取組実態を調査する際、「輸入」という記載が明示されていなくても、持続可能性に配慮した原材料調達をしていると判断できる場合は、輸入原材料調達も包含すると評価できると言える。**

Ⅱ. 東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査

④有識者へのヒアリング

有識者へのヒアリング

有識者ヒアリング及びKPI評価指標への示唆

- みどりの食料システム戦略における持続可能性に配慮した輸入原材料調達のKPIの達成状況を評価するための妥当な指標について理解を深めることを目的に、当該分野に高度な専門性を有する2名の有識者にヒアリングを実施した。
 - 高橋 大祐 氏（真和総合法律事務所 弁護士）
 - 櫻井 洋介 氏（法政大学人間環境学部 准教授）
- 有識者のヒアリングからKPIの達成状況の評価基準について以下の示唆を得ることができた。
 - 何をもって持続可能性に配慮した原材料調達として評価できるかは様々な見解があつて誰もが納得できる指標を設定することは非常に難しい。
 - マテリアリティは当該企業が注力することの宣言にとどまるものであり、すでに何らかの取組をしていることを評価する指標にすることは難しい。
 - コミットメントをすることが第一歩であり、持続可能性に配慮した原材料調達の最初のステップとして調達方針の策定がある。調達方針は企業の持続可能性に配慮した原材料調達をするというコミットメントを示すものであり、調達方針がなければその後のステップも進まないことから、調達方針を策定することは持続可能性に配慮した原材料調達に取り組むうえで重要である。OECDの責任ある企業行動のためのデュー・ディリジェンス・ガイダンスでも、方針を策定して自社の経営の意思決定に入れることが最初のステップである。
 - 第三者認証品の調達も持続可能性に配慮した原材料調達の重要な取組である。ただし、すべての品目で認証品があるわけではなく、どの程度認証品を調達していれば持続可能性に配慮した原材料調達として十分かという基準があるわけではない。
 - 調達方針を策定していなくても、持続可能性に配慮した調達に関する取組を実施している企業は存在し、調達方針がないとただちにだめということではないが、東証スタンダード市場上場企業くらいであれば、方針はしっかり設けてもらうことは重要である。すでに取り組んでいるのであれば、調達方針を策定することは難しいことではない。
- ヒアリングにより、妥当なKPIの評価基準の設定は難しい課題であるものの、**マテリアリティは指標としては不十分**であるといえ、代わりになる、より妥当な評価指標としては、企業が持続可能性に配慮した原材料調達をするというコミットメントであり、その取組の最初のステップである**調達方針の策定**が考えられるとの示唆を得た。マテリアリティに持続可能性に配慮した原材料調達を含める食品企業の割合は引き続き把握しつつも、みどりの食料システム戦略のKPIの達成状況を判定するための指標としては、**調達方針が策定されていること（またはそれに準ずるものとして持続可能性に配慮した原材料調達をするという企業の経営層のコミットメントがわかる情報があること）とするのも一案である。**

Ⅲ. 食品企業における研修用コンテンツの作成及び提供

食品企業における研修用コンテンツの作成及び提供

実施目的

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組について、食品企業が社員研修等の場で活用できるコンテンツを作成する。
- 作成するコンテンツの形式は問わず、社員研修等の場で30分程度の時間で活用されることを想定したものとし、対象は持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組む食品企業を増加させる観点から、取組を実施できていない食品企業とする。

実施概要

- 上記目的を踏まえ、研修用コンテンツを作成した（作成した研修用コンテンツは巻末資料2を参照）。
- 企業担当者自らが研修プログラムを構築・実行したり、研修用コンテンツを用いた講師をできない場合を想定して、本事業内で研修用コンテンツの活用・研修実行支援のために、研修用コンテンツにナレーションを入れた動画を作成した。

コンテンツの周知

- 作成したコンテンツを食品企業に周知するため、農林水産省のホームページ上に掲載し公開するとともに、「東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係るアンケート調査」の対象となった企業にご案内した。
- 農林水産省ホームページのリンク先は以下のとおり。

[食品企業における持続可能性に配慮した原材料調達：農林水産省](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/tyoutatu.html)

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/tyoutatu.html>

IV. 持続可能性に配慮した輸入原材料 調達に係る取組に関する消費者向け 情報発信

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

実施目的

- 一般消費者の理解醸成を図るため、持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組を実施している企業から、実際の事例を紹介しつつ、消費者への情報発信を行う。

実施方針

- 情報発信の場として、第16回東京都食育フェアにブースを出展することとした。
- 東京都食育推進計画の推進に資するための食育イベントであることから、第四次食育推進基本計画の重点事項の1つに掲げられている「持続可能な食を支える食育の推進」も念頭に置き、食卓の向こうに広がるサプライチェーンへの想像力と関心を持ってもらい、食品企業の取組や商品を知ってもらう機会を提供することで、環境や人権をはじめとする持続可能性に配慮した食品への関心を喚起し、理解や選択を促進することを目指した。

第16回東京都食育フェアの開催概要

- 開催日程：2024年11月9日（土）10:00～16:00／11月10日（日）10:00～16:00
- 開催場所：代々木公園ケヤキ並木通り（渋谷区神南2）
- 参加団体：58団体
- 入場料：無料
- 来場者数：32,801人

（出所）東京都産業労働局「第16回 東京都食育フェア実施結果」<https://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.lg.jp/documents/d/sangyo-rodo/r6->

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示パネル

- 以下のパネルを制作し、ブースにて展示を行った（制作したパネルは次頁以降を参照）。

パネル名	内容
プラネタリー・バウンダリーを知っていますか？	■ 「プラネタリー・バウンダリー（地球の限界）」の考え方や食と地球環境との関わりを紹介。
食品生産にかかわる人たちがおかれている状況。	■ 食品サプライチェーンにおける人権侵害（児童労働や強制労働等）と国連「ビジネスと人権に関する指導原則」を紹介。
環境や人に配慮した原材料をつかうために	■ 日本の食生活が輸入原材料によって支えられていることと、持続可能性に配慮した原材料調達のための食品企業の取組を紹介。
私たちと地球を未来につなげていく食生活。	■ 適量でバランスのよい食生活が健康や地球環境にとって良いこと及び持続可能性に配慮した食生活のポイントを紹介。
サステナブルな原材料調達の拡大 みんなの食卓へ	■ 持続可能性に配慮した原材料調達を促進させるために農林水産省が実施している支援策を紹介。
食品会社とともに つなごう 私たち と地球の未来	■ 持続可能性に配慮した原材料調達に関連する食品企業の取組を5つ紹介（5つの企業については次頁参照）。

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示パネルにご協力いただいた食品企業

- 展示パネルの制作に際しては、情報発信に協力してもらう食品企業を選定した。
- 選定においては、持続可能性に配慮した原材料調達に係る取組を実施している食品企業から選定した。
- 選定した5社は以下のとおりである。

ご協力いただいた食品企業	展示パネルで取り上げたお取組
キリンホールディングス株式会社	レインフォレスト・アライアンス認証取得支援
株式会社ニッスイ	認証水産物（水産エコラベル）の調達
有楽製菓株式会社	スマイルカカオプロジェクト
株式会社明治	メイジ・カカオ・サポート
株式会社伊藤園	茶産地育成事業、茶殻リサイクルシステム

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示パネルクイズ・来場者アンケート及び粗品提供

- 展示パネルの記載内容からのクイズと来場者アンケートを実施した。
- 協力してもらった方に粗品としてチョコレート（大袋に入っている比較的小さめの商品）を提供した。
- 粗品は日本チョコレート・ココア協会の協力の下、商品サンプルを無償提供してもらえ事業者を募り、協力いただいた事業者の商品を配布した。
- 大袋に入っている商品のため個包装に食品表示がない商品については、食品表示を別途表示した。

当ブースへの来場者

- アンケート回収数は731名分。
- ただし、グループの来場者には全員に回答してもらった場合とグループで代表者1名に回答してもらった場合があり、実際には731名を上回る方に来場いただいた。
- アンケート結果に基づく当ブース来場者の属性は38頁以降を参照
- アンケート集計結果の詳細は巻末資料 3を参照

🌿 農林水産省ブース 🌿 クイズ&アンケートに答えて、景品をもらおう ^^)

ミライへつなぐ食育クイズ！

展示パネルをよく読んで、クイズの正しい答えに、回してね！ パネルでわからないことは係に質問してね！

Q1 人間が地球上で生きていくために、こえてはならない境界のことをなんという？
☐ ヒューマン・パウナダリー ☐ プラネタリー・パウナダリー ☐ プライマリー・バンクシー

Q2 農業で働かされている児童（子ども）は、世界にどれくらいいる？
☐ 1,000人 ☐ 1,200万人 ☐ 6,210万人 ☐ 1億1210万人

Q3 環境や社会にやさしい食品をしめす印の1つ、「レインフォレスト・アライアンス認証」のマークにえがかれている生き物はなに？
☐ クジラ ☐ カエル ☐ カメ ☐ パンダ

アンケート

●このブースで紹介しているような、食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題についてしていませんか？（1つだけ）
☐ 内容をしており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取りいれていること
☐ 内容をしていないがとくんでいることはない
☐ なんとなく聞いたことはある
☐ しらなかつた

●このブースのどんな展示内容が印象にのこりましたか？（いくつでも）
☐ パネル展示（パネル展示をえらんだ方へ）
☐ 環境や社会にやさしい食品サンプルの展示
☐ 食品会社や認証マーク団体のリーフレットなどの展示
☐ その他（具体的に： ）
☐ とくにない

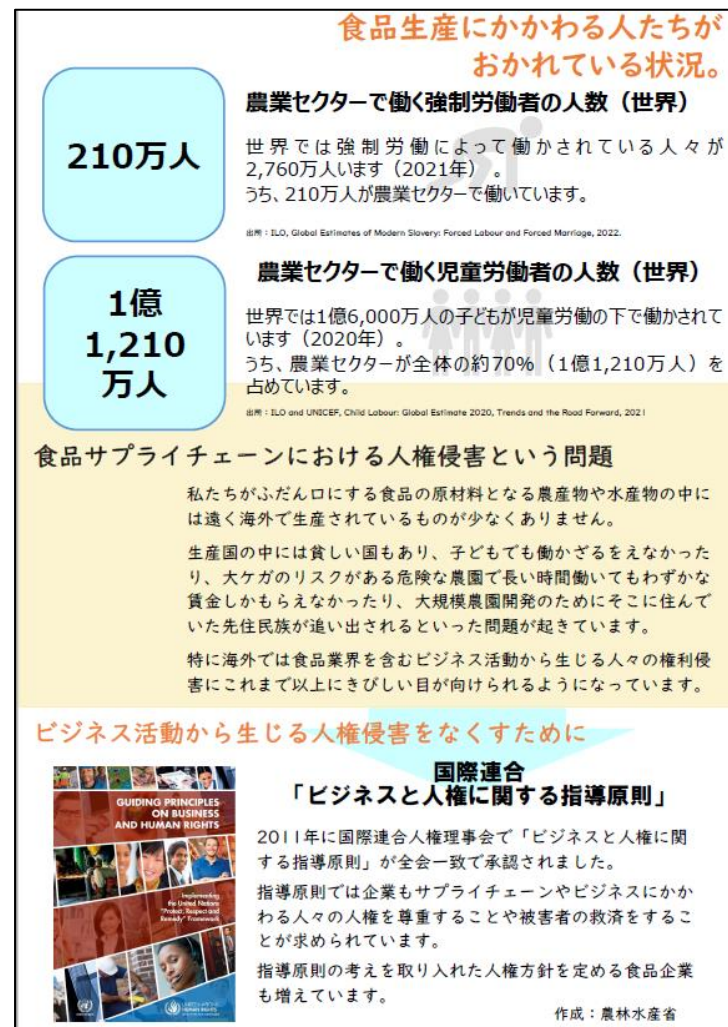
◆パネル展示のなかでとくに印象にのこった内容は？
☐ 食と地球環境のかかわり
☐ 食と児童労働・強制労働など人権侵害とのかかわり
☐ 環境や社会にやさしい原材料をつかうための「食品会社」の取組
☐ 環境や社会にやさしい原材料をつかうための「農林水産省」の取組
☐ 食品会社それぞれの取組の具体例
☐ 環境や社会にやさしい認証マーク例
☐ その他のパネルの内容（具体的に： ）

●パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思いましたか？（いくつでも）
☐ 私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい
☐ 食べものが食卓にとくまでに使われる土地や資源、環境、かわる人びとのことをもっと意識したい
☐ 環境や社会にやさしい認証マークや情報のついた食品をえらびたい
☐ 環境のこともかんがえて地元産（地産地消）や旬のもの（旬産旬消）をとりいれたい
☐ 地域の生産者や特色ある食（農水産物）を自然や風土とともに守ってきたい
☐ 買い物や調理で省エネ・省資源をとりいれたい
☐ 食べられる量の購入、注文、調理などにとくんで食品ロスをへらしたい
☐ その他（具体的に： ）
☐ とくに思わない

●あなたについて、おしえてください。
【性別】 ☐ 男性 ☐ 女性 ☐ その他・答えない **【年齢】** （ ）才
【お住まい】 ☐ 東京都23区 ☐ 東京都市町村 ☐ 神奈川県 ☐ 埼玉県 ☐ 千葉県 ☐ その他（具体的に： ）

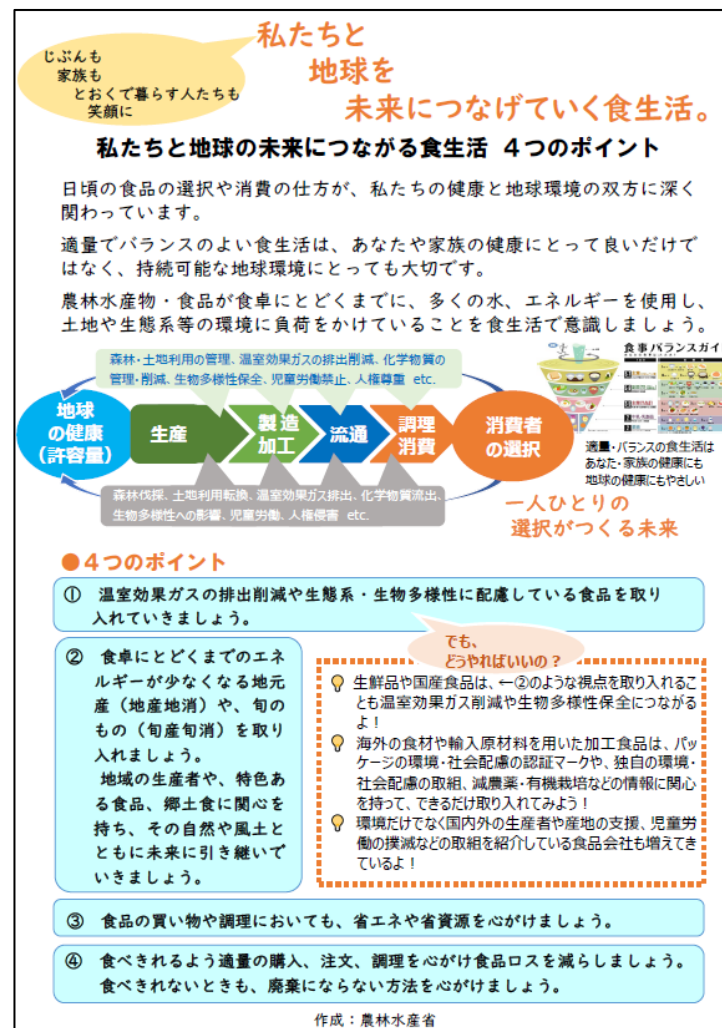
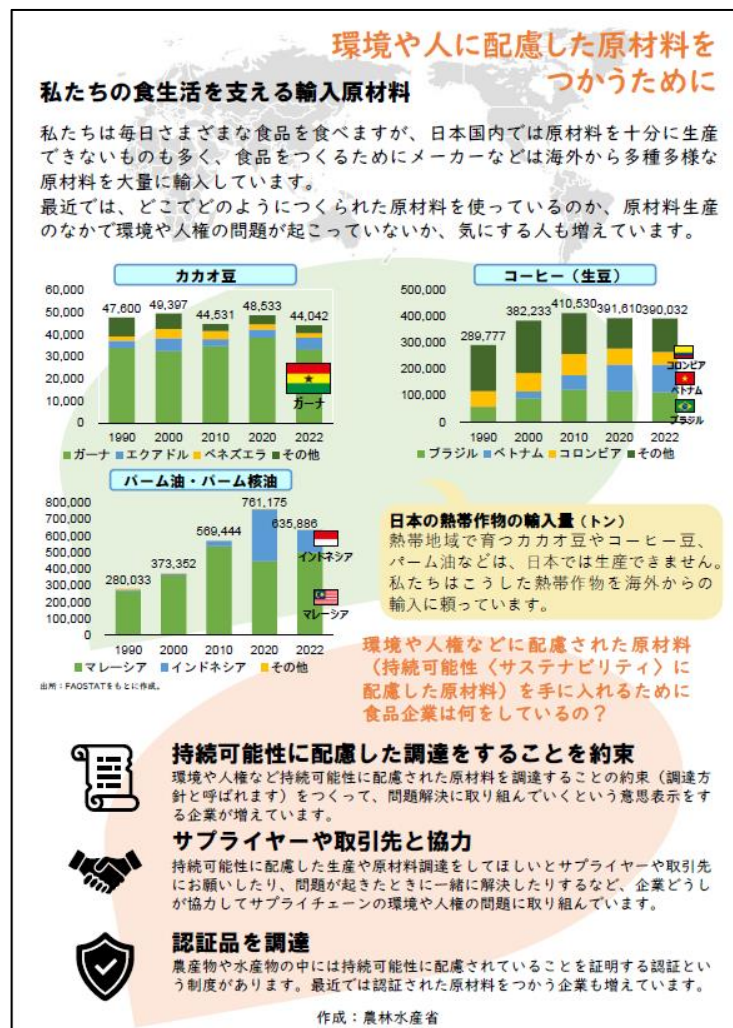
持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示パネル



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示パネル



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示パネル

農林水産省も サステナブルな原材料調達の拡大 生産者や食品会社とともに みんなの食卓へ

日本には、海外から原材料を輸入して作られている食品が多くあります。地球環境や人権に配慮して生産された、サステナブルな原材料の調達拡大に向けて、農林水産省では、生産地や食品会社を積極的に支援しています。

① 日本へのカカオ豆の主要供給国「ガーナ」とのコラボ・協力

児童労働問題の解消のためには、カカオ豆生産農家の所得向上が重要です。農林水産省では、ガーナにおいて、ガーナ政府や公的機関と連携・協力し、現地サプライヤー、生産農家、NGOとのワークショップの開催や、専門家を派遣して技術講習会を実施。サステナブルな原材料調達の拡大に取り組んでいます！



② 食品会社の人権尊重の取組を後押し

食品会社による人権尊重の取組に対する理解の深化と取組の促進を図るため、「政府ガイドライン」が公表されました（2022年9月）。農林水産省では、ガイドラインで示された内容について、食品企業において実際に取り組めるよう「食品企業向け人権尊重の取組のための手引き」を取りまとめ、公表（2023年12月）。食品会社に広く周知を行い、取組を後押ししています！

食品企業のサプライチェーンや生産品目等に関する主な人権に関するリスク（例）

サプライチェーン	原材料の生産・調達	原材料の製造・加工	商品の製造・加工	流通・消費
例）強制労働、児童労働、差別、外国人労働者の権利の侵害	例）結核、自由、移住労働者の侵害、差別、不当な労働時間	例）公正な競争の実践、差別、不当な労働時間	例）差別、不当な労働時間	例）差別、不当な労働時間

国際機関により強制労働や児童労働が特定されている商品の例

児童労働が疑われている商品の例

児童労働が疑われている商品の例

農林水産省

食品会社とともにつなごう 私たちと地球の未来

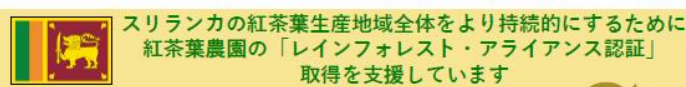
紅茶

よるこびがつなく世界へ

KIRIN キリンホールディングス株式会社

●レインフォレスト・アライアンス認証取得支援

スリランカの紅茶葉生産地域全体をより持続的にするために、紅茶葉農園の「レインフォレスト・アライアンス認証」取得を支援しています



キリンビバレッジ㈱の主力商品「キリン 午後の紅茶」は世界有数の紅茶葉生産国であるスリランカの茶葉を使っています。「キリン 午後の紅茶」にとってスリランカの質のよい紅茶葉は欠かせません。キリングループは国際認証の取得支援を通じて、スリランカの紅茶葉生産がより環境にも人にもやさしいサステナブルなものになるようにサポートしています。

良質な茶葉 樹木環境や茶葉の収穫増加により収入も改善

トレーニング 野生動物を保護、農薬の管理、排水処理、農業・肥料などの化学物質管理、土壌流出の防止 etc.

トレーニング費用 大小さまざまな農業を支援

カエルのマークは認証基準を使っている証です！

お店で、認証マークや取組表示のある食品を見つけてみよう！

最近では、認証マークなどで環境や社会にやさしい食品であることを示している商品や、食品会社がパッケージ上にメッセージやQRコードなどで活動状況を紹介している商品もあります。お店で、宝さがしのつもりで、認証マークや取組表示のある食品を探して、お気に入りの商品を見つけてみましょう！

レインフォレスト・アライアンス認証

レインフォレスト・アライアンス（本部：米国）という国際的な非営利団体によって管理されている第三者認証。環境、社会、経済の3つの点で持続可能な方法で生産された原料を使用した商品に、目印のカエルをあしらった認証マークが表示されます。農園の生産者から、加工等のサプライチェーン（供給過程の事業者）にいたる厳格な基準を満たすことが求められます。

- 日本国内で販売・提供されている主な商品：チョコレート、コーヒー、紅茶、バナナなど
- レインフォレスト・アライアンス認証が重視するサステナビリティ

環境 ●森林と生物多様性の保全 ●土壌・水資源保全 ●気候危機対応 etc...

社会 ●児童労働・強制労働禁止 ●労働者の人権尊重・生活向上 etc...

経済 ●生産性向上 ●収入源の多様化 ●コスト削減 etc...

http://ra.org/ja/

作成：農林水産省 協力：キリンビバレッジ株式会社

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示パネル

食品会社とともにつながろう 私たちと地球の未来

水産 **NISSUI** 株式会社ニッスイ

● 認証水産物（水産エコラベル）の調達を増やす

海の資源は限りがあり、このまま対策をしないと海の資源が枯渇して、さまざまな問題が発生してまいります。ニッスイグループは水産資源の持続可能性向上に取り組んでおり、その一つとして、MSC認証やASC認証など国際的に持続的であることが保証された水産物の調達を進めています。ニッスイグループは、2030年度までに調達する水産物の100%を持続可能性が確認できるものにするという目標を掲げています。また、持続可能な認証水産物そのものが増えるよう、水産エコラベルの普及活動も積極的に行っています。

MSC認証水産物の普及貢献が認められ、MSCジャパン・アワード2024に選出されました！

水産資源を獲りすぎてしまうと... 生態系バランス 様々なものが失われるように

豊かな海の資源を守る責任

MSC認証とMSC「海のエコラベル」とは

海の自然や資源を守るために設立されたMSC（海洋管理協議会）による認証制度です。MSC「海のエコラベル」は水産資源と環境に配慮したサステナブルな漁業で獲られた水産物に付けることができます。認証を取得するためには、第三者の審査機関による厳格な審査が必要です。MSC「海のエコラベル」がついた商品を選ぶことで、私たち消費者も海を守る手伝いができるのです。

MSC認証の3原則

- 過剰に水産物を獲りすぎないこと
- 生態系を壊さない漁を行うこと
- これらを守るためのルールを決めて適切に管理していること

こんなに色々！ MSC「海のエコラベル」商品 スーパーやおうちでも探してみよう！

サンプルを見て確認してみよう！

ASCラベルとは

責任ある養殖業に関する水産エコラベルはASC認証です。環境に大きな負担をかけず、社会や人権にも配慮した養殖場で育てられた水産物にはASCラベルを表示できます。

海のエコラベル MSC認証 www.msc.org.jp MSC-C-51733

ASC ASC認証 www.asc-aqua.org

作成：農林水産省 協力：株式会社ニッスイ

食品会社とともにつながろう 私たちと地球の未来

チョコレート **meiji** 株式会社明治

● スマイルカカオプロジェクト

「作る人も食べる人も、みんなが笑顔になるように」という思いを込め、有楽製菓は2019年に『スマイルカカオプロジェクト』を立ち上げました。カカオ原料を通常より高い値段で農園から購入したり、カカオの栽培技術を指導したりすることで生産者の暮らしを改善し、子どもたちが働く必要のない環境づくりを目指しています。

2022年には主力商品「ブラックサンダー」に使用するカカオ原料の全てを、2024年には有楽製菓のチョコレート商品に使用するカカオ原料の全てを見学労働ゼロに取り組む原料（スマイルカカオ）に変更しました。

スマイルカカオプロジェクト ロゴマーク

「作る人も食べる人も、みんなが笑顔になるように」という思いを込め、有楽製菓は2019年に『スマイルカカオプロジェクト』を立ち上げました。カカオ原料を通常より高い値段で農園から購入したり、カカオの栽培技術を指導したりすることで生産者の暮らしを改善し、子どもたちが働く必要のない環境づくりを目指しています。

チョコレート **meiji** 株式会社明治

● メイジ・カカオ・サポート

明治は2006年から独自のカカオ農家支援活動「メイジ・カカオ・サポート（MCS）」に取り組んでいます。カカオ農家への技術支援や、農機具を寄贈し、カカオ豆の品質向上や生活向上を支援しています。また、持続可能なカカオ豆生産を目指して、児童労働、森林減少などの社会課題の解決にも取り組んでいます。また、2026年までにMCSで農家支援を実施した地域で生産されたカカオ豆の調達を100%にすることを目指しています。

meiji cocos support MCS

お茶 **伊藤園**

● 茶産地育成事業

お茶の農園では、少子高齢化による後継者不足が深刻な問題になっています。そんなお茶農家の課題解決のために、伊藤園は1976年に「茶産地育成事業」を始めました。契約農地から茶葉を全て買い取ったり、荒れた農地を茶園に作り変えるなど、日本の農業のサポートに取り組んでいます。最近では茶農家のための技術開発にも力を入れています。

茶殻リサイクルシステム

急須でお茶を淹れた後に残る茶殻のことを「茶殻（ちやがら）」といいます。「おーいお茶」など茶系飲料の生産では、年間56,600トンもの茶殻が出ています。（2023年度）茶殻を有効活用するために、伊藤園では養や文房具などにアップサイクルしています。茶殻には緑茶と同じカテキンなどの有効成分が残っているの、抗菌・消臭の効果も期待されています。

作成：農林水産省 協力：有楽製菓株式会社、株式会社明治、株式会社伊藤園

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

展示リーフレット・資料

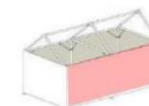
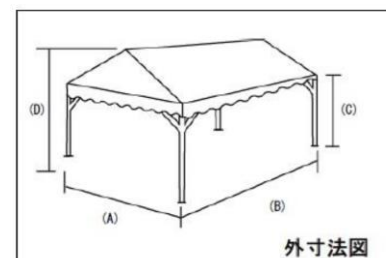
■ 以下の資料を配布または掲示した。

省庁	資料名
農林水産省	食品企業向け人権尊重の取組のための手引き
	「持続可能な食を支える食育の推進」に係る検討－フードガイドの見直しに向けたワーキンググループ－報告書
	「第4次食育推進基本計画」啓発リーフレット
	「食育」ってどんないいことがあるの？～エビデンス（根拠）に基づいて分かったこと～
	見える化本格運用ポスター_消費者向け_240731
	見える化野菜模型
	あふの環フライヤー
	みどりの食料戦略システム
	2408_NFSちらし
	2408_推進パートナー活動事例
	「食から日本を考える。月間」ポスター
	青イラストポスター
	クリアファイル+ステッカー3種
	（日・共有版）ELPS information note_Japanese
消費者庁	ELPS第一号案件概要（タンザニアにおける持続可能なコーヒー生産プロジェクト）
	エシカル消費ってなあに？
	みんなの未来にエシカル消費

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

農林水産省ブース構成概要

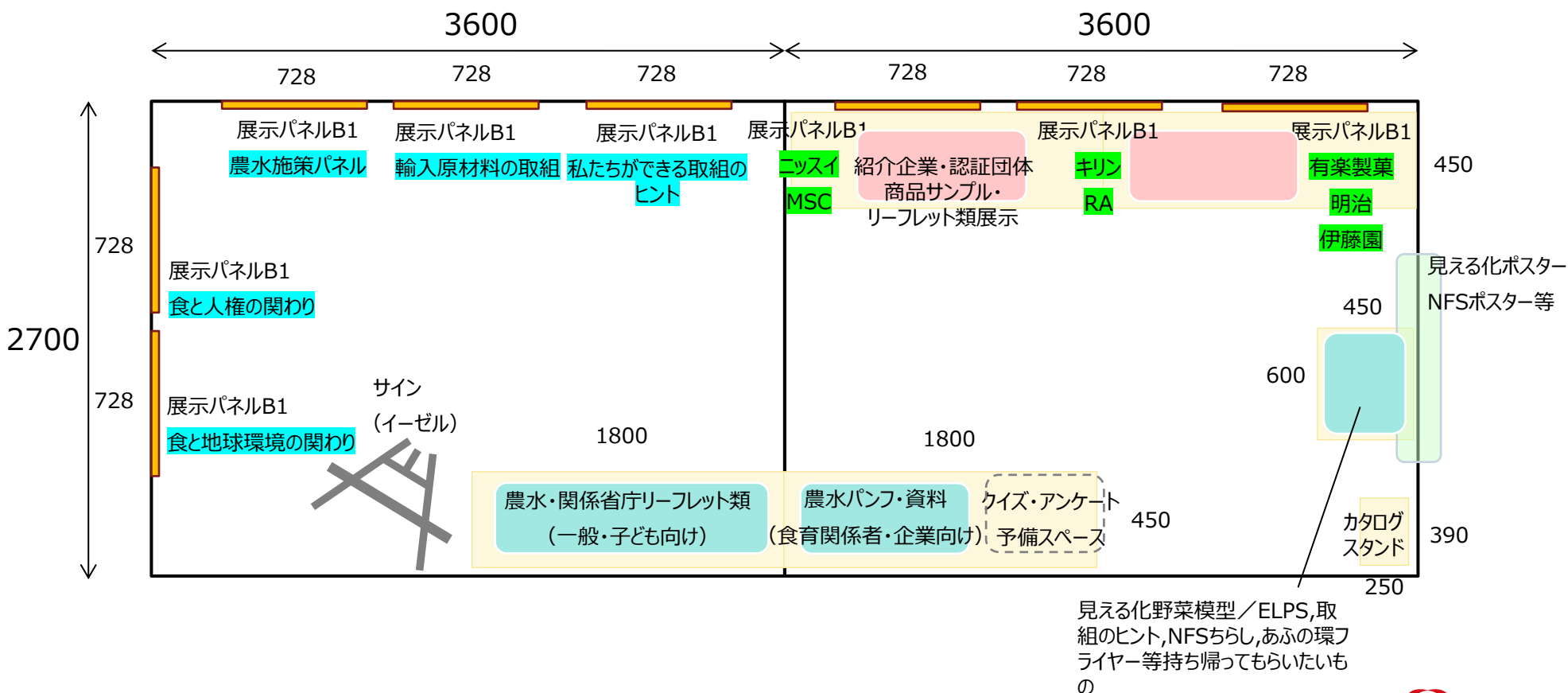
- ※2テント連結。
- ※補助照明設置。



例：四方囲い

■ テント1張り分
約3坪
脚4本

A 2,700mm
B 3,600mm
C 2,000mm
D 2,800mm

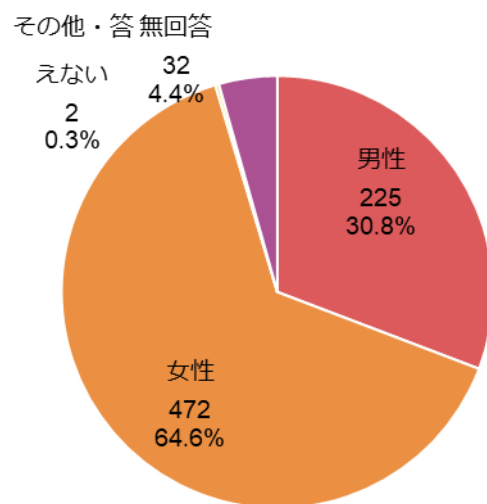


持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

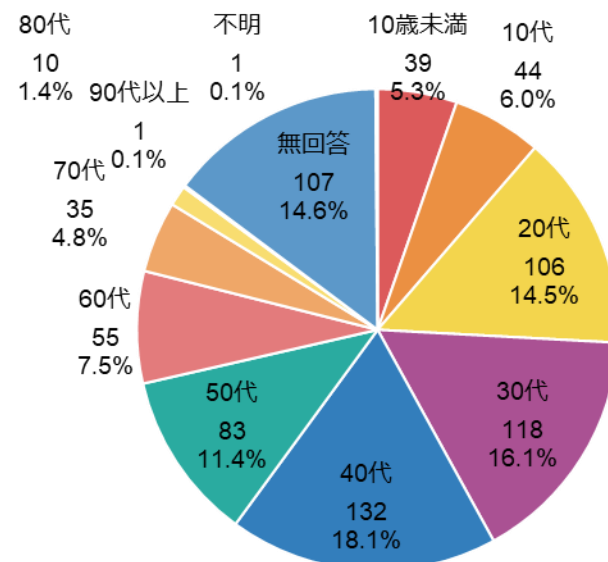
来場者アンケート集計結果

■ 回答者の属性は以下のとおりである。

性別	
男性	225
女性	472
その他・答えない	2
無回答	32
合計	731



年齢			
10歳未満	39	70代	35
10代	44	80代	10
20代	106	90代以上	1
30代	118	無回答	107
40代	132	不明	1
50代	83	合計	731
60代	55		

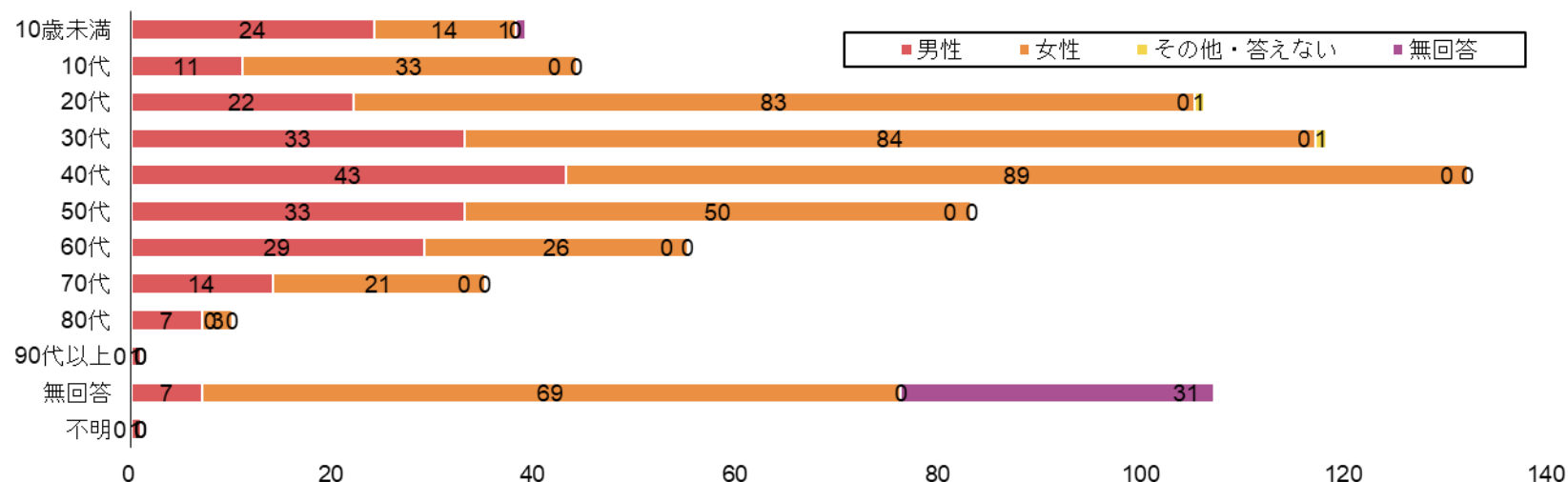


持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

■ 回答者の属性は以下のとおりである。

性別／年齢	10歳未満	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代以上	無回答	不明	平均
男性	24	11	22	33	43	33	29	14	7	1	7	1	33.9
女性	14	33	83	84	89	50	26	21	3	0	69	0	34.0
その他・答えない	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	
無回答	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	31	0	
合計	39	44	106	118	132	83	55	35	10	1	107	1	731

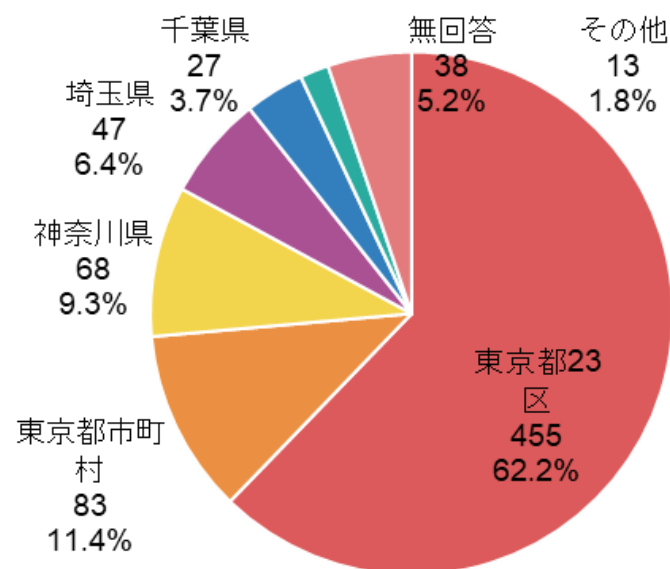


持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

■ 回答者の属性は以下のとおりである。

居住地	
東京都23区	455
東京都市町村	83
神奈川県	68
埼玉県	47
千葉県	27
その他	13
無回答	38
合計	731



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

当日の様子



V. 事業効果測定

事業効果測定

「東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する実態調査」の効果測定

- IR資料を参考とした実態調査では、①マテリアリティ（重要課題）として持続可能性に配慮した調達を掲げていること、②調達方針を策定していること、③開示情報全体から取組をしていると読み取れること（持続可能性に配慮した原材料調達をしていると評価できる記載があること）の3つの基準に従ってそれぞれ判定を行ったところ、以下の結果となった（再掲）。

	企業数	該当数	構成比
マテリアリティに掲載	137	57	41.6%
調達方針を策定	137	61	44.5%
開示情報から取組をしていると評価できる企業	137	88	64.2%

- アンケート調査により、スタンダード市場の回答企業や規模の小さな回答企業はマテリアリティを作成していないことが少なくないこと、公表媒体としてはウェブサイトや「有価証券報告書以外の開示情報」を利用している回答企業が多く、有価証券報告書の中では必ずしも取組が開示されているとは限らないこと等がわかった。
- 有識者ヒアリングにより、妥当なKPIの評価基準の設定は難しい課題であるものの、**マテリアリティは指標としては不十分**であるといえ、代わりになる、より妥当な評価指標としては、企業が持続可能性に配慮した原材料調達をするというコミットメントであり、その取組の最初のステップである**調達方針の策定**が考えられる、との示唆を得た。
- 以上から、みどりの食料システム戦略のKPIの達成状況を判定するための指標としては、**調達方針が策定されていること（またはそれに準ずるものとして持続可能性に配慮した原材料調達をするという企業の経営層のコミットメントがわかる情報があること）とするのも一案である。**

事業効果測定

「食品企業における研修用コンテンツの作成及び提供」の効果測定

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組む食品企業を増加させる観点から、取組を実施できていない食品企業向けの研修コンテンツとして、「**食品企業のための持続可能性に配慮した原材料調達に関する入門書**」を作成した。また、研修用コンテンツの活用・研修実行支援のために、研修用コンテンツに**ナレーションを入れた動画**を作成した。（作成した研修用コンテンツは巻末資料 2を参照）
- 作成したコンテンツを食品企業に周知するため、農林水産省のホームページ上に掲載し公開するとともに、「東証上場食品企業における持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係るアンケート調査」の対象となった企業137社にご案内した。
- 農林水産省ホームページのリンク先は以下のとおり。

[食品企業における持続可能性に配慮した原材料調達：農林水産省](https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/tyoutatu.html)

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sanki/soumu/tyoutatu.html>

事業効果測定

「持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信」の効果測定

- 本事業の効果測定として、「持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信」の来場者にアンケートを行った。
- アンケートの回収数は731名分。ただし、グループの来場者には全員に回答してもらった場合とグループで代表者1名に回答してもらった場合があり、実際には731名を上回る方に情報発信をすることができた。
- 展示パネルを見ることで回答できるクイズを用意することで、来場者が展示パネルを読む導線が確保され、より熱心に展示パネルを読んでもらうことにつながった。
- また、来場者が展示パネルで紹介した企業等の商品サンプルを手にとって認証ラベル等を見たり、今後認証ラベルがついた商品やパネル展示をしている持続可能性に配慮した原材料調達をしている取組企業の商品を購入したいという声を確認することができた。その他、とても勉強になったと事務局(MURC) に声をかけていただく方もいた。
- アンケート結果は巻末資料 3 の「消費者向け情報発信 来場者アンケート集計結果」を参照いただきたい。

巻末資料 1

アンケート集計結果

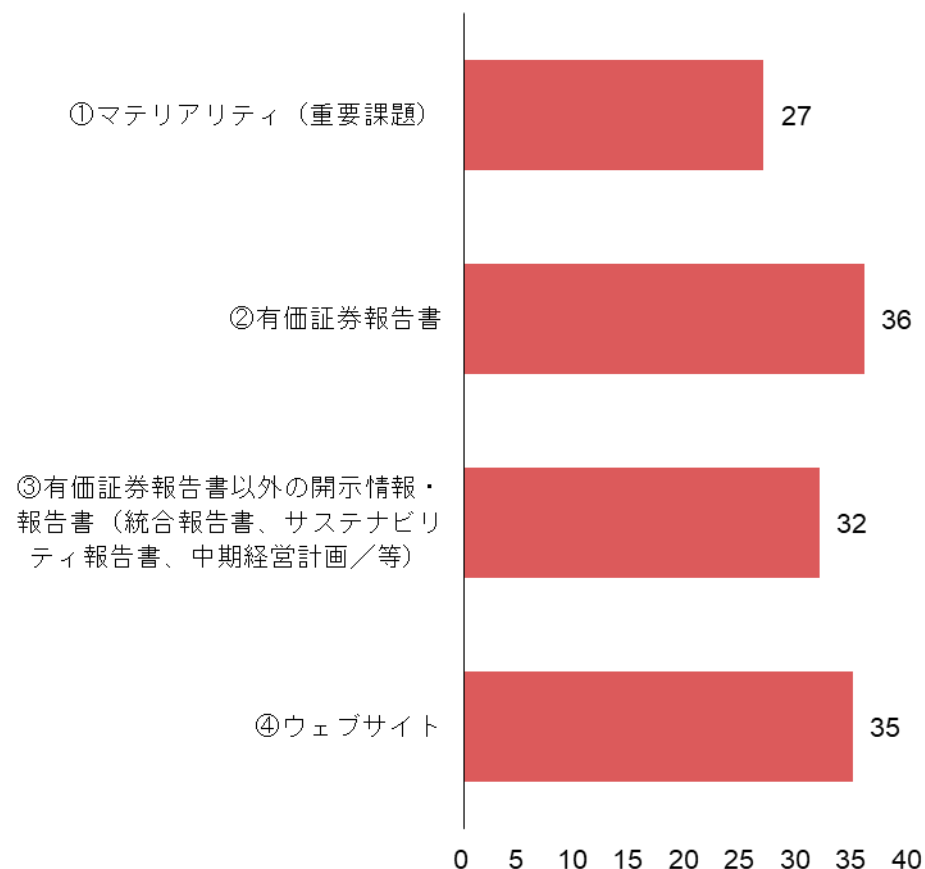
アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 「御社が作成し公表しているものについて教えてください」という質問に対して、回答企業のほとんどが、③有価証券報告書以外の開示情報や報告書等、④ウェブサイトを作成していた。相対的に①マテリアリティを策定している回答企業は少なかった。

5. 御社が作成し公表しているものについて教えてください。【複数回答、n=36】

	①マテリアリティ（重要課題）	②有価証券報告書	③有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	④ウェブサイト
企業数	27	36	32	35
構成比	75.0%	100.0%	88.9%	97.2%



アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 市場・商品区分別でIR情報等の公表状況を見ると、ほぼプライム市場の回答企業は選択肢にある媒体を作成し公表しているが、スタンダード市場の回答企業は、②有価証券報告書と④ウェブサイトが中心であり、①マテリアリティを公表している回答企業は少なかった。

5. 御社が作成し公表しているものについて教えてください。 【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	① マテリアリティ（重要課題）	② 有価証券報告書	③ 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	④ ウェブサイト
スタンダード	2	8	5	7
プライム	23	25	24	25
不明	2	3	3	3
総計	27	36	32	35

市場・商品区分	① マテリアリティ（重要課題）	② 有価証券報告書	③ 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	④ ウェブサイト
スタンダード	25.0%	100.0%	62.5%	87.5%
プライム	92.0%	100.0%	96.0%	100.0%
不明	66.7%	100.0%	100.0%	100.0%
総計	75.0%	100.0%	88.9%	97.2%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数別でIR情報等の公表状況を見ると、規模が大きい企業はすべての媒体を作成・公表しているのに対して、規模が小さくなるにつれて、①マテリアリティを公表していない回答企業が多くなっている。

5. 御社が作成し公表しているものについて教えてください。

【従業員数別、複数回答、n=36】

	① マテリアリティ（重要課題）	② 有価証券報告書	③ 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	④ ウェブサイト
21～299人	1	2	2	2
300～2,000人	7	12	9	11
2,001～9,999人	14	17	16	17
10,000人以上	5	5	5	5
総計	27	36	32	35

	① マテリアリティ（重要課題）	② 有価証券報告書	③ 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	④ ウェブサイト
21～299人	50.0%	100.0%	100.0%	100.0%
300～2,000人	58.3%	100.0%	75.0%	91.7%
2,001～9,999人	82.4%	100.0%	94.1%	100.0%
10,000人以上	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
総計	75.0%	100.0%	88.9%	97.2%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高別でIR情報等の公表状況を見ると、従業員数と同様に、規模が大きい企業はすべての媒体を作成・公表しているのに対して、規模が小さくなるにつれて、①マテリアリティを公表していない回答企業が多くなっている。

5. 御社が作成し公表しているものについて教えてください。

【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	① マテリアリティ（重要課題）	② 有価証券報告書	③ 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	④ ウェブサイト
100億円超～1,000億円	8	16	12	15
1,000億円超～5,000億円	10	11	11	11
5,000億円超～	9	9	9	9
総計	27	36	32	35

売上高	① マテリアリティ（重要課題）	② 有価証券報告書	③ 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	④ ウェブサイト
100億円超～1,000億円	50.0%	100.0%	75.0%	93.8%
1,000億円超～5,000億円	90.9%	100.0%	100.0%	100.0%
5,000億円超～	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
総計	75.0%	100.0%	88.9%	97.2%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 「海外から輸入した原材料を使用しているか」という質問に対しては、無回答の企業を除くと、回答企業のすべてが海外から輸入した原材料を使用していた。

6. 御社が製造する食品（食品用素材を含む）に海外から輸入した原材料を使用しているか 教えてください【単一回答、n=36】

	数	構成比
使用している	35	97.2%
使用していない	0	0.0%
わからない	0	0.0%
無回答	1	2.8%
合計	36	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 輸入している原材料の主な品目については、回答企業は多様な品種を海外から輸入している。

7. 輸入している原材料の主な品目を教えてください【自由回答】

※回答から抜粋

- 農産物
 - 野菜
 - 小麦
 - 黒豆
 - フライピーナッツ
 - マカダミアナッツ
 - パーム
 - オーツ
 - 大豆
 - 菜種
 - ごま
 - 油糧種子
 - とうもろこし
- 畜産物
 - 豚肉
 - 牛肉
 - 鶏肉
- 水産物
 - サバ
 - スケソウダラ
 - サケ・マス
 - カニ
 - エビ

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

7. 輸入している原材料の主な品目を教えてください【自由回答】（続き）

※回答から抜粋

- 水産物（続き）
 - エビ
 - マグロ（ツナの回答を含む）
 - イカ
- 乳製品
 - 乳製品
- その他
 - 商品としての種子
 - コーンコブミール
 - 飼料原料（飼料米の回答を含む）
 - 粗糖
 - 小麦粉、砂糖、油脂、乳原料、カカオ原料等
 - カカオ豆、カカオリカー、ココアバター、ココアパウダー、アーモンド、ブドウ糖、乳糖、各種調製品（全脂粉乳調製品、脱脂粉乳調製品、粉糖クラム、全粉クラム、マスシュガー）
 - パン用原材料
 - パーム油
 - 結晶果糖、とうもろこし（異性化糖原料）、さとうきび（砂糖原料）など
 - 果汁
 - はちみつ
 - 食品添加物
 - 茶葉
 - コーヒー（コーヒー豆を含む）
 - 植物油脂
 - 大豆油、大豆ミール、菜種油、パーム油、コーン油、コーンパウダー、タピオカ澱粉、乳糖、等々
 - スパイス類
 - エキス類
 - 脱脂大豆、でん粉類、パーム原油やこめ原油やベニバナ原油やひまわり原油等の原油

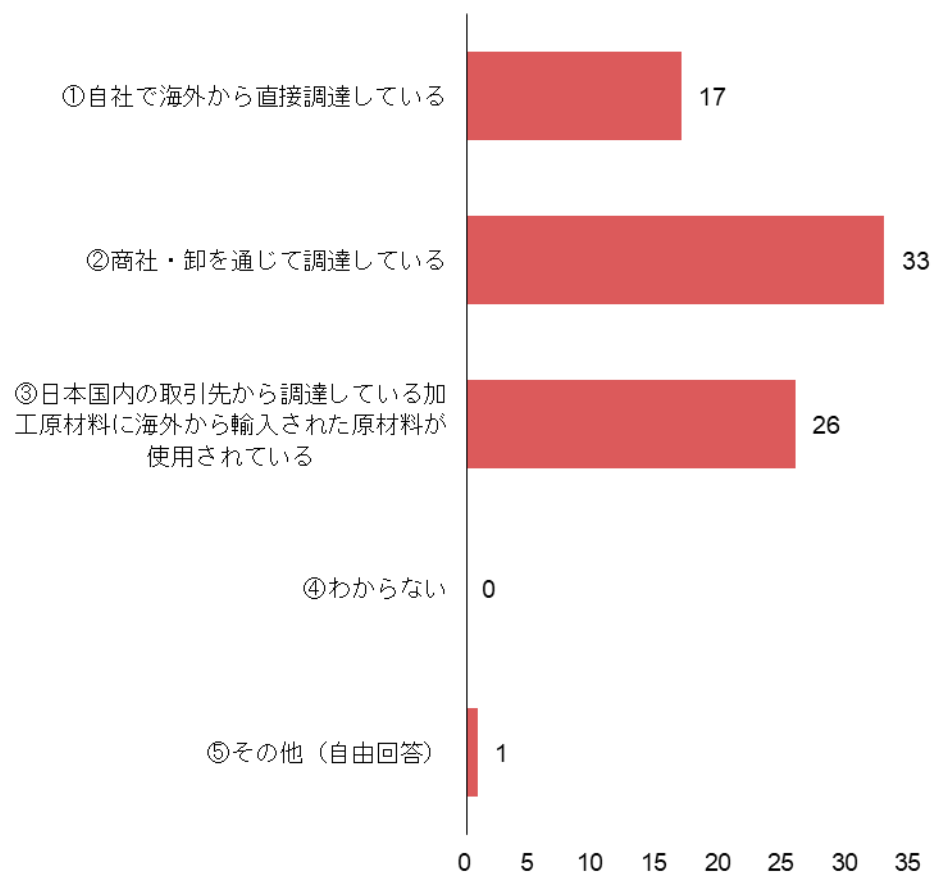
アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 輸入原材料の調達経路については、回答企業の9割以上が②商社・卸を通じて輸入原材料を調達する、7割以上が③「日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている」と回答したように、自社による直接調達以外の調達経路を利用する企業が多かった。

8. 輸入原材料の調達経路を教えてください【複数回答、n=36】

	①自社で海外から直接調達している	②商社・卸を通じて調達している	③日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている	④わからない	⑤その他（自由回答）
企業数	17	33	26	0	1
構成比	47.2%	91.7%	72.2%	0.0%	2.8%



アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 市場・商品区分別で輸入原材料の調達経路を見ると、プライム市場の回答企業は複数の経路で調達している一方で、スタンダード市場の回答企業は①自社で海外から直接調達している回答企業の割合が小さくなっている。

8. 輸入原材料の調達経路を教えてください

【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	① 自社で海外から直接調達している	② 商社・卸を通じて調達している	③ 日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている	④ わからない	⑤ その他
スタンダード	1	7	3		
プライム	16	23	21		
不明		3	2		1
総計	17	33	26		1

市場・商品区分	① 自社で海外から直接調達している	② 商社・卸を通じて調達している	③ 日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている	④ わからない	⑤ その他
スタンダード	12.5%	87.5%	37.5%	0.0%	0.0%
プライム	64.0%	92.0%	84.0%	0.0%	0.0%
不明	0.0%	100.0%	66.7%	0.0%	33.3%
総計	47.2%	91.7%	72.2%	0.0%	2.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数別で輸入原材料の調達経路を見ると、規模が小さくなるにつれて、①自社で海外から直接調達している割合が小さくなっている。

8. 輸入原材料の調達経路を教えてください【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	① 自社で海外から直接調達している	② 商社・卸を通じて調達している	③ 日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている	④ わからない	⑤ その他
21~299人		2	1		
300~2,000人	3	11	6		
2,001~9,999人	10	16	14		1
10,000人以上	4	4	5		
総計	17	33	26		1

従業員数	① 自社で海外から直接調達している	② 商社・卸を通じて調達している	③ 日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている	④ わからない	⑤ その他
21~299人	0.0%	100.0%	50.0%	0.0%	0.0%
300~2,000人	25.0%	91.7%	50.0%	0.0%	0.0%
2,001~9,999人	58.8%	94.1%	82.4%	0.0%	5.9%
10,000人以上	80.0%	80.0%	100.0%	0.0%	0.0%
総計	47.2%	91.7%	72.2%	0.0%	2.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高別で輸入原材料の調達経路を見ると、従業員数と同様に、規模が小さくなるにつれて、①自社で海外から直接調達している割合が小さくなっている。

8. 輸入原材料の調達経路を教えてください【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	① 自社で海外から直接調達している	② 商社・卸を通じて調達している	③ 日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている	④ わからない	⑤ その他
100億円超～1,000億円	4	14	8		
1,000億円超～5,000億円	6	11	9		1
5,000億円超～	7	8	9		
総計	17	33	26		1

売上高	① 自社で海外から直接調達している	② 商社・卸を通じて調達している	③ 日本国内の取引先から調達している加工原材料に海外から輸入された原材料が使用されている	④ わからない	⑤ その他
100億円超～1,000億円	25.0%	87.5%	50.0%	0.0%	0.0%
1,000億円超～5,000億円	54.5%	100.0%	81.8%	0.0%	9.1%
5,000億円超～	77.8%	88.9%	100.0%	0.0%	0.0%
総計	47.2%	91.7%	72.2%	0.0%	2.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 持続可能性に配慮した原材料調達のために実施されている取組については、何らかの取組をしている回答企業のほとんどが、日本国内と海外からの調達の両方を対象にした（または両者を区別しない）かたちで取組を実施していた。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。【複数回答、n=36】

	①マテリアリティ（重要課題）に持続可能性に配慮した原材料調達を掲げている	②調達方針を策定済みである	③サプライヤー行動規範を策定済みである	④直接取引先（一次サプライヤー）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる	⑤間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる	⑥会社の方針として、持続可能性に関連する認証品を調達している	⑦持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況を確認している	⑧持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善点について分析・評価をしている	⑨原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動をしている
企業数									
日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	0	1	0	1	0	1	1	1	8
海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	0	0	0	0	0	4	0	2	3
日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	25	26	22	21	11	14	22	15	13
実施していない	11	9	14	14	25	17	13	18	12
構成比									
日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	0.0%	2.8%	0.0%	2.8%	0.0%	2.8%	2.8%	2.8%	22.2%
海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	11.1%	0.0%	5.6%	8.3%
日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	69.4%	72.2%	61.1%	58.3%	30.6%	38.9%	61.1%	41.7%	36.1%
実施していない	30.6%	25.0%	38.9%	38.9%	69.4%	47.2%	36.1%	50.0%	33.3%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 市場・商品区別に持続可能性に配慮した原材料調達のための取組状況を見ると、プライム市場の回答企業はマテリアリティを策定しており、かつその対象には日本国内と海外からの原材料調達の両方が含まれている傾向があった。
- 他方、スタンダード市場の回答企業はマテリアリティを策定していない回答企業が多くなっている。スタンダード市場の回答企業でマテリアリティを策定したと回答した企業は2社のみであったが、その2社のマテリアリティの対象は日本国内と海外からの原材料調達の両方が含まれていた。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

①マテリアリティ（重要課題）に持続可能性に配慮した原材料調達を掲げている

【市場・商品区別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	2	6	8
プライム	21	4	25
不明	2	1	3
総計	25	11	36

市場・商品区分	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	25.0%	75.0%	
プライム	84.0%	16.0%	
不明	66.7%	33.3%	
総計	69.4%	30.6%	

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数別に持続可能性に配慮した原材料調達のための取組状況を見ると、規模が小さくなるにつれて持続可能性に配慮した原材料調達をマテリアリティに掲げている回答企業の割合が減少していく傾向にあった。取組をしている回答企業のマテリアリティの対象は日本国内と海外からの原材料調達の両方が含まれていた。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

① マテリアリティ（重要課題）に持続可能性に配慮した原材料調達を掲げている

【従業員別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	1	1	2
300～2,000人	5	7	12
2,001～9,999人	14	3	17
10,000人以上	5		5
総計	25	11	36

従業員数	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	50.0%	50.0%	100.0%
300～2,000人	41.7%	58.3%	100.0%
2,001～9,999人	82.4%	17.6%	100.0%
10,000人以上	100.0%	0.0%	100.0%
総計	69.4%	30.6%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高別に持続可能性に配慮した原材料調達のための取組状況を見ると、規模が小さくなるにつれて持続可能性に配慮した原材料調達をマテリアリティに掲げている回答企業の割合が減少していく傾向にあった。取組をしている回答企業のマテリアリティの対象は日本国内と海外からの原材料調達の両方が含まれていた。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

① マテリアリティ（重要課題）に持続可能性に配慮した原材料調達を掲げている

【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	7	9	16
1,000億円超～5,000億円	9	2	11
5,000億円超～	9		9
総計	25	11	36

従業員数	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	43.8%	56.3%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	81.8%	18.2%	100.0%
5,000億円超～	100.0%	0.0%	100.0%
総計	69.4%	30.6%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 調達方針の策定については、プライム市場の回答企業のほとんどは国内外の両方を対象とした調達方針を策定している一方で、スタンダード市場の回答企業は1社を除き調達方針を策定していなかった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

②調達方針を策定済みである

【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード		1	7	8
プライム		23	2	25
不明	1	2		3
総計	1	26	9	36

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	0.0%	12.5%	87.5%	100.0%
プライム	0.0%	92.0%	8.0%	100.0%
不明	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	72.2%	25.0%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数が2,000人超の規模の回答企業のほとんどが調達方針を策定しており、規模の大きい回答企業のほうが調達方針を策定している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

②調達方針を策定済みである 【従業員別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内からの原材料調達のみに対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人		1	1	2
300～2,000人		5	7	12
2,001～9,999人	1	15	1	17
10,000人以上		5		5
総計	1	26	9	36

従業員数	日本国内からの原材料調達のみに対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
300～2,000人	0.0%	41.7%	58.3%	100.0%
2,001～9,999人	5.9%	88.2%	5.9%	100.0%
10,000人以上	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	72.2%	25.0%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高が1,000億円超の規模の回答企業のほとんどが調達方針を策定しており、規模の大きい回答企業のほうが調達方針を策定している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

②調達方針を策定済みである
【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	1	6	9	16
1,000億円超～5,000億円		11		11
5,000億円超～		9		9
総計	1	26	9	36

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	6.3%	37.5%	56.3%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
5,000億円超～	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	72.2%	25.0%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- サプライヤー行動規範の策定については、調達方針と同様、プライム市場の回答企業のほとんどは国内外の両方を対象としたサプライヤー行動規範を策定している一方で、スタンダード市場の回答企業は1社を除きサプライヤー行動規範を策定していなかった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

③ サプライヤー行動規範を策定済みである

【市場・商品区分、複数回答、n=36】

市場・商品区分	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	1	7	8
プライム	20	5	25
不明	1	2	3
総計	22	14	36

市場・商品区分	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	12.5%	87.5%	100.0%
プライム	80.0%	20.0%	100.0%
不明	33.3%	66.7%	100.0%
総計	61.1%	38.9%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数が2,000人超の規模の回答企業のほとんどがサプライヤー行動規範を策定しており、規模の大きい回答企業のほうがサプライヤー行動規範を策定している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

③ サプライヤー行動規範を策定済みである

【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	1	1	2
300～2,000人	3	9	12
2,001～9,999人	13	4	17
10,000人以上	5		5
総計	22	14	36

従業員数	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	50.0%	50.0%	100.0%
300～2,000人	25.0%	75.0%	100.0%
2,001～9,999人	76.5%	23.5%	100.0%
10,000人以上	100.0%	0.0%	100.0%
総計	61.1%	38.9%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高が1,000億円超の規模の回答企業のほとんどがサプライヤー行動規範を策定しており、規模の大きい回答企業のほうがサプライヤー行動規範を策定している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

③ サプライヤー行動規範を策定済みである

【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	4	12	16
1,000億円超～5,000億円	9	2	11
5,000億円超～	9		9
総計	22	14	36

売上高	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	25.0%	75.0%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	81.8%	18.2%	100.0%
5,000億円超～	100.0%	0.0%	100.0%
総計	61.1%	38.9%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 直接取引先（一次サプライヤー）に対する調達方針やサプライヤー行動規範遵守の組み込みについては、プライム市場の回答企業のほとんどは、国内外の両方を対象として取り組んでいるが、スタンダード市場の回答企業は1社を除き取組を実施していなかった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

- ④直接取引先（一次サプライヤー）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる
【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品 区分	日本国内から の原材料 調達のみを 対象に実施	日本国内及 び海外から の原材料調 達の両方を 対象に実施 （または両 者を区別し ていない）	実施してい ない	総計
スタンダード		1	7	8
プライム		19	6	25
不明	1	1	1	3
総計	1	21	14	36

市場・商品 区分	日本国内から の原材料 調達のみを 対象に実施	日本国内及 び海外から の原材料調 達の両方を 対象に実施 （または両 者を区別し ていない）	実施してい ない	総計
スタンダード	0.0%	12.5%	87.5%	100.0%
プライム	0.0%	76.0%	24.0%	100.0%
不明	33.3%	33.3%	33.3%	100.0%
総計	2.8%	58.3%	38.9%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数が2,000人超の規模の回答企業の多くが直接取引先（一次サプライヤー）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでおり、規模の大きい回答企業のほうが本取組を実施している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

- ④直接取引先（一次サプライヤー）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる
【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人		1	1	2
300～2,000人		3	9	12
2,001～9,999人	1	12	4	17
10,000人以上		5		5
総計	1	21	14	36

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
300～2,000人	0.0%	25.0%	75.0%	100.0%
2,001～9,999人	5.9%	70.6%	23.5%	100.0%
10,000人以上	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	58.3%	38.9%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高が1,000億円超の規模の回答企業の多くが直接取引先（一次サプライヤー）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでおり、規模の大きい回答企業のほうが本取組を実施している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

- ④直接取引先（一次サプライヤー）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる
【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内からの原材料調達のみに対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円		4	12	16
1,000億円超～5,000億円	1	8	2	11
5,000億円超～		9		9
総計	1	21	14	36

売上高	日本国内からの原材料調達のみに対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	0.0%	25.0%	75.0%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	9.1%	72.7%	18.2%	100.0%
5,000億円超～	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	58.3%	38.9%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる回答企業は、プライム市場の回答企業でも少なく、スタンダード市場の回答企業はすべて取組を実施していなかった。
- プライム市場の回答企業でも本取組の実施率は前述までの質問の取組に比べて下がっている。後述の質問16（取組を実施する上での課題）では、「一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない」が回答上位に挙がっており、サプライチェーン上流を含めて持続可能性に配慮した原材料調達を実施することの難しさが回答結果に表れていると考えられる。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑤間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる
【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード		8	8
プライム	10	15	25
不明	1	2	3
総計	11	25	36

市場・商品区分	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	0.0%	100.0%	100.0%
プライム	40.0%	60.0%	100.0%
不明	33.3%	66.7%	100.0%
総計	30.6%	69.4%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいると回答した企業は、従業員数が2,001～9,999人の規模の回答企業で最も多かった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

- ⑤間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる
【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人		2	2
300～2,000人	1	11	12
2,001～9,999人	9	8	17
10,000人以上	1	4	5
総計	11	25	36

従業員数	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	0.0%	100.0%	100.0%
300～2,000人	8.3%	91.7%	100.0%
2,001～9,999人	52.9%	47.1%	100.0%
10,000人以上	20.0%	80.0%	100.0%
総計	30.6%	69.4%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいると回答した企業の多くは売上高が1,000億円超の規模であり、規模の大きい回答企業のほうが本取組を実施している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

- ⑤間接取引先（二次サプライヤー以降）との取引において、調達方針やサプライヤー行動規範の遵守を組み込んでいる
【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	2	14	16
1,000億円超～5,000億円	5	6	11
5,000億円超～	4	5	9
総計	11	25	36

売上高	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	12.5%	87.5%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	45.5%	54.5%	100.0%
5,000億円超～	44.4%	55.6%	100.0%
総計	30.6%	69.4%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 持続可能性に関連する認証品の調達については、プライム市場の回答企業のほうが実施している回答企業が多い傾向にある。
- 認証品を調達している回答企業の多くは日本国内と海外からの原材料調達の両方を対象にしている。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑥会社の方針として、持続可能性に関連する認証品を調達している

【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード		1	1	6	8
プライム	1	3	12	9	25
不明			1	2	3
総計	1	4	14	17	36

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	0.0%	12.5%	12.5%	75.0%	100.0%
プライム	4.0%	12.0%	48.0%	36.0%	100.0%
不明	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
総計	2.8%	11.1%	38.9%	47.2%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

■ 従業員数が2,000人超の規模の回答企業のほうが持続可能性に関連する認証品を調達している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑥会社の方針として、持続可能性に関連する認証品を調達している

【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人			1	1	2
300～2,000人		3		9	12
2,001～9,999人	1	1	9	6	17
10,000人以上			4	1	5
総計	1	4	14	17	36

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
300～2,000人	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	100.0%
2,001～9,999人	5.9%	5.9%	52.9%	35.3%	100.0%
10,000人以上	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	100.0%
総計	2.8%	11.1%	38.9%	47.2%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

■ 売上高が大きい回答企業のほうが持続可能性に関連する認証品を調達している傾向にあった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑥会社の方針として、持続可能性に関連する認証品を調達している

【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円		2	1	13	16
1,000億円超～5,000億円	1	2	5	3	11
5,000億円超～			8	1	9
総計	1	4	14	17	36

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	0.0%	12.5%	6.3%	81.3%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	9.1%	18.2%	45.5%	27.3%	100.0%
5,000億円超～	0.0%	0.0%	88.9%	11.1%	100.0%
総計	2.8%	11.1%	38.9%	47.2%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の確認については、プライム市場の回答企業のほうが持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の確認が行われている回答企業が多かった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑦ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況を確認している

【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品 区分	日本国内から の原材料 調達のみを 対象に実施	日本国内及 び海外から の原材料調 達の両方を 対象に実施 (または両 者を区別し ていない)	実施してい ない	総計
スタンダード		3	5	8
プライム	1	17	7	25
不明		2	1	3
総計	1	22	13	36

市場・商品 区分	日本国内から の原材料 調達のみを 対象に実施	日本国内及 び海外から の原材料調 達の両方を 対象に実施 (または両 者を区別し ていない)	実施してい ない	総計
スタンダード	0.0%	37.5%	62.5%	100.0%
プライム	4.0%	68.0%	28.0%	100.0%
不明	0.0%	66.7%	33.3%	100.0%
総計	2.8%	61.1%	36.1%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

■ 従業員数の規模が大きい回答企業のほうが持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の確認が行われている傾向にある。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑦ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況を確認している

【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内からの原材料調達のみに対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人		1	1	2
300～2,000人	1	3	8	12
2,001～9,999人		13	4	17
10,000人以上		5		5
総計	1	22	13	36

従業員数	日本国内からの原材料調達のみに対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
300～2,000人	8.3%	25.0%	66.7%	100.0%
2,001～9,999人	0.0%	76.5%	23.5%	100.0%
10,000人以上	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	61.1%	36.1%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

■ 売上高の規模が大きい回答企業のほうが持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の確認が行われている傾向にある。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑦ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況を確認している

【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	1	4	11	16
1,000億円超～5,000億円		9	2	11
5,000億円超～		9		9
総計	1	22	13	36

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	6.3%	25.0%	68.8%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	0.0%	81.8%	18.2%	100.0%
5,000億円超～	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	61.1%	36.1%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善について分析・評価については、プライム市場の回答企業のほうが取組が行われている回答企業が多かった。他方で、スタンダード市場の回答企業でこの取組を実施している回答企業はなかった。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑧ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善点について分析・評価をしている

【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード				8	8
プライム	1	2	14	8	25
不明			1	2	3
総計	1	2	15	18	36

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
プライム	4.0%	8.0%	56.0%	32.0%	100.0%
不明	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	100.0%
総計	2.8%	5.6%	41.7%	50.0%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数の規模が大きい回答企業のほうが持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善について分析・評価が行われている傾向にある。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑧ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善点について分析・評価をしている

【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人				2	2
300～2,000人	1	1		10	12
2,001～9,999人		1	10	6	17
10,000人以上			5		5
総計	1	2	15	18	36

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%
300～2,000人	8.3%	8.3%	0.0%	83.3%	100.0%
2,001～9,999人	0.0%	5.9%	58.8%	35.3%	100.0%
10,000人以上	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
総計	2.8%	5.6%	41.7%	50.0%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高の規模が大きい回答企業のほうが持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善について分析・評価が行われている傾向にある。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑧ 持続可能性に配慮した原材料調達の実施状況の有効性や改善点について分析・評価をしている

【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	1		1	14	16
1,000億円超～5,000億円		1	7	3	11
5,000億円超～		1	7	1	9
総計	1	2	15	18	36

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	6.3%	0.0%	6.3%	87.5%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	0.0%	9.1%	63.6%	27.3%	100.0%
5,000億円超～	0.0%	11.1%	77.8%	11.1%	100.0%
総計	2.8%	5.6%	41.7%	50.0%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動については、プライム市場の回答企業のほうが活動をしている割合が大きかった。
- 活動の対象はばらつきがあり、プライム市場の企業でも国内のみまたは海外のみを対象とした活動も一定割合を占めている。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑨原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動をしている
【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード		1	1	6	8
プライム	7	2	11	5	25
不明	1		1	1	3
総計	8	3	13	12	36

市場・商品区分	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
スタンダード	0.0%	12.5%	12.5%	75.0%	100.0%
プライム	28.0%	8.0%	44.0%	20.0%	100.0%
不明	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	100.0%
総計	22.2%	8.3%	36.1%	33.3%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 「原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動をしている」回答企業の割合が最も高かったのは従業員数の規模が「2,001～9,999人」の回答企業であった。
- 他の質問項目と比較して回答企業の規模に関わらず回答にばらつきがあったが、これは、本質問の活動を実施するかは調達する原材料の特徴やその企業の地域との関わりの機会の有無等にも影響を受けると想定されるためであり、企業規模が大きかったとしても本質問の活動をするとは限らず、また規模の小さい企業でも地域と密接な関わりがある企業であれば取組を実施することがあるためであると考えられる。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑨原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動をしている 【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人			1	1	2
300～2,000人	2	3	1	6	12
2,001～9,999人	5		9	3	17
10,000人以上	1		2	2	5
総計	8	3	13	12	36

従業員数	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
21～299人	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
300～2,000人	16.7%	25.0%	8.3%	50.0%	100.0%
2,001～9,999人	29.4%	0.0%	52.9%	17.6%	100.0%
10,000人以上	20.0%	0.0%	40.0%	40.0%	100.0%
総計	22.2%	8.3%	36.1%	33.3%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 「原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動をしている」回答企業の割合が最も高かったのは売上高の規模が「1,000億円超～5,000億円」の企業であった。
- 前頁の従業員数規模で見られる傾向と同様、他の質問項目と比較して回答企業の規模に関わらず回答にばらつきがあったが、これは、本質問の活動を実施するかは調達する原材料の特徴やその企業の地域との関わりの機会の有無等にも影響を受けると想定されるためであり、企業規模が大きかったとしても本質問の活動をするとは限らず、また規模の小さい企業でも地域と密接な関わりがある企業であれば取組を実施することがあるためであると考えられる。

9. 持続可能性に配慮した原材料調達のために御社ですでに実施されている取組を教えてください。

⑨原材料生産者の所得向上支援や、原材料調達を通じた地域コミュニティへの貢献等を目指した活動をしている 【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	3	2	4	7	16
1,000億円超～5,000億円	3	1	5	2	11
5,000億円超～	2		4	3	9
総計	8	3	13	12	36

売上高	日本国内からの原材料調達のみを対象に実施	海外からの輸入原材料調達のみを対象に実施	日本国内及び海外からの原材料調達の両方を対象に実施（または両者を区別していない）	実施していない	総計
100億円超～1,000億円	18.8%	12.5%	25.0%	43.8%	100.0%
1,000億円超～5,000億円	27.3%	9.1%	45.5%	18.2%	100.0%
5,000億円超～	22.2%	0.0%	44.4%	33.3%	100.0%
総計	22.2%	8.3%	36.1%	33.3%	100.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 持続可能性に配慮した原材料調達に関連する取組を実施していない企業が取組を実施していない理由は下記のとおりである。2社のみの回答ではあるが、複数の理由によって取組ができていないことが見て取れる。

10. (前の質問ですべて「実施していない」と回答された企業へのご質問) 持続可能性に配慮した原材料調達のうち、質問9の①～⑨に該当する取組を実施していない理由を教えてください。【複数回答、n=2】

①質問9の①～⑨以外の取組を実施しているため	②輸入原材料を含む持続可能性に配慮した原材料調達に対応するための具体的な取組を決定し、現在準備を進めているため	③何をすればいいかわからないため	④担当する部署や担当者が決まっていないため	⑤担当できない人材がいなかったため	⑥持続可能性に配慮して原材料を調達しても、取引拡大や売上増加といったビジネス上の利益が発生しないため	⑦持続可能性に配慮して原材料を調達しなかったとしても、取引停止や売上低下といったビジネス上の不利益が発生しないため	⑧持続可能性に配慮した原材料の調達にかかる金銭的コストが大きいため	⑨実際に持続可能性に関する問題が発生したから対応する予定であるため	⑩持続可能性に配慮した原材料調達への対応は、当面先送りされており、検討されていないため	⑪わからない	⑫その他(自由回答)
0	0	2	2	2	2	2	2	1	1	0	2

【その他の自由回答】(抜粋)

- 担当する部署での対応が追いついていない状況のため。

11. (前の質問で①と回答された企業へのご質問) 取組の内容を具体的に教えてください

- 本質問への回答なし。

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 主に考慮されている持続可能性に関する問題としては、①人権、②労働慣行、③環境、④公正な事業慣行が多く挙げられている。

12. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達を実施している場合、考慮されている主な持続可能性に関する問題を教えてください【複数回答、n=34】

	①人権	②労働慣行	③環境	④公正な事業慣行	⑤消費者問題 (公正なマーケティング、消費者の健康と安全の保護、持続可能な消費、消費者データやプライバシー保護など)	⑥コミュニティ・地域の関与と開発(雇用創出、コミュニティ・地域の発展、教育・文化支援など)	⑦その他(自由回答)
企業数	26	26	28	25	17	16	3
構成比	76.5%	76.5%	82.4%	73.5%	50.0%	47.1%	8.8%

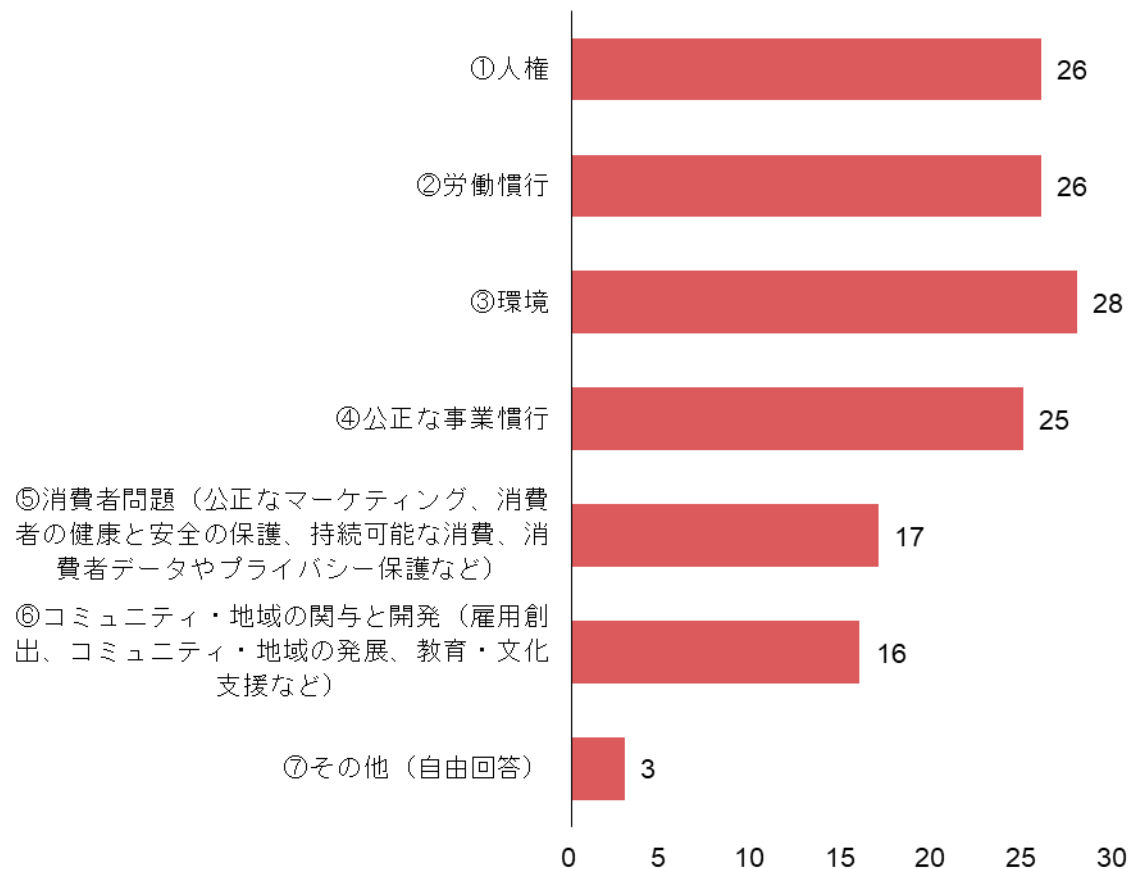
【その他の自由回答】

- 児童労働、地域コミュニティとのコミュニケーション(先住民や現地住民の土地所有権含む)、食の安全・品質、リスクマネジメント、救済の仕組み
- 栽培指導、農家の収入増の実現

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

12. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達を実施している場合、考慮されている主な持続可能性に関する問題を教えてください。【複数回答、n=34】



アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- プライム市場の回答企業のほとんどは、①人権、②労働慣行、③環境、④公正な事業慣行を考慮した輸入原材料調達を実施していた。スタンダード市場の回答企業では環境が最も考慮されているが、回答にばらつきが見られた。

12. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達を実施している場合、考慮されている主な持続可能性に関する問題を教えてください【市場・商品区分別、複数回答、n=34】

市場・商品区分	① 人権	② 労働慣行	③ 環境	④ 公正な事業慣行	⑤ 消費者問題 (公正なマーケティング、消費者の健康と安全の保護、持続可能な消費、消費者データやプライバシー保護など)	⑥ コミュニティ・地域との関与と開発 (雇用創出、コミュニティ・地域の発展、教育・文化支援など)	⑦ その他
スタンダード	1	2	3	1	2	2	1
プライム	22	21	22	21	14	12	2
不明	3	3	3	3	1	2	
総計	26	26	28	25	17	16	3

市場・商品区分	① 人権	② 労働慣行	③ 環境	④ 公正な事業慣行	⑤ 消費者問題 (公正なマーケティング、消費者の健康と安全の保護、持続可能な消費、消費者データやプライバシー保護など)	⑥ コミュニティ・地域との関与と開発 (雇用創出、コミュニティ・地域の発展、教育・文化支援など)	⑦ その他
スタンダード	14.3%	28.6%	42.9%	14.3%	28.6%	28.6%	14.3%
プライム	91.7%	87.5%	91.7%	87.5%	58.3%	50.0%	8.3%
不明	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	33.3%	66.7%	0.0%
総計	76.5%	76.5%	82.4%	73.5%	50.0%	47.1%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数の規模が大きくなるにつれて、①人権、②労働慣行、③環境、④公正な事業慣行を考慮した輸入原材料調達を実施される傾向にあり、特に従業員規模が10,000人以上の回答企業ではこの4項目を考慮する割合が100%であった。

12. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達を実施している場合、考慮されている主な持続可能性に関する問題を教えてください【従業員数別、複数回答、n=34】

従業員数	① 人権	② 労働慣行	③ 環境	④ 公正な事業慣行	⑤ 消費者問題 (公正なマーケティング、消費者の健康と安全の保護、持続可能な消費、消費者データやプライバシー保護など)	⑥ コミュニティ・地域との関与と開発 (雇用創出、コミュニティの発展、教育・文化支援など)	⑦ その他
21～299人	1	1	1	1	1	1	
300～2,000人	5	6	7	4	4	3	1
2,001～9,999人	15	14	15	15	10	10	2
10,000人以上	5	5	5	5	2	2	
総計	26	26	28	25	17	16	3

従業員数	① 人権	② 労働慣行	③ 環境	④ 公正な事業慣行	⑤ 消費者問題 (公正なマーケティング、消費者の健康と安全の保護、持続可能な消費、消費者データやプライバシー保護など)	⑥ コミュニティ・地域との関与と開発 (雇用創出、コミュニティの発展、教育・文化支援など)	⑦ その他
21～299人	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	0.0%
300～2,000人	45.5%	54.5%	63.6%	36.4%	36.4%	27.3%	9.1%
2,001～9,999人	88.2%	82.4%	88.2%	88.2%	58.8%	58.8%	11.8%
10,000人以上	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	40.0%	40.0%	0.0%
総計	76.5%	76.5%	82.4%	73.5%	50.0%	47.1%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 売上高の規模が大きくなるにつれて、①人権、②労働慣行、③環境、④公正な事業慣行を考慮した輸入原材料調達を実施される傾向にあり、特に売上高の規模が5,000億円以上の回答企業ではこの4項目を考慮する割合が100%であった。

12. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達を実施している場合、考慮されている主な持続可能性に関する問題を教えてください【売上高別、複数回答、n=34】

売上高	① 人権	② 労働慣行	③ 環境	④ 公正な事業慣行	⑤ 消費者問題 (公正なマーケティング、 消費者の健康と安全の保護、 持続可能な消費、 消費者データやプライバシー保護など)	⑥ コミュニティ・地域との関与と開発 (雇用創出、コミュニティ・地域の発展、 教育・文化支援など)	⑦ その他
100億円超～1,000億円	7	8	9	6	5	4	2
1,000億円超～5,000億円	10	9	10	10	8	8	
5,000億円超～	9	9	9	9	4	4	1
総計	26	26	28	25	17	16	3

売上高	① 人権	② 労働慣行	③ 環境	④ 公正な事業慣行	⑤ 消費者問題 (公正なマーケティング、 消費者の健康と安全の保護、 持続可能な消費、 消費者データやプライバシー保護など)	⑥ コミュニティ・地域との関与と開発 (雇用創出、コミュニティ・地域の発展、 教育・文化支援など)	⑦ その他
100億円超～1,000億円	46.7%	53.3%	60.0%	40.0%	33.3%	26.7%	13.3%
1,000億円超～5,000億円	100.0%	90.0%	100.0%	100.0%	80.0%	80.0%	0.0%
5,000億円超～	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	44.4%	44.4%	11.1%
総計	76.5%	76.5%	82.4%	73.5%	50.0%	47.1%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 回答企業が調達している持続可能性に関連する認証品の内訳は下記のとおりである。今回のアンケートでは①「持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）」の認証品を調達する回答企業が多かったが、他にも多くの認証品が調達されていることが分かる。

13. 持続可能性に関連する認証品を調達している場合、どの認証の認証品を調達しているか教えてください。 【複数回答、n=34】

	①持続可能なパーム油のための円卓会議（RSPO）	②国際フェアトレード（Fairtrade International）	③レインフォレスト・アライアンス（Rainforest Alliance）	④ココア・ホライズン（Cocoa Horizons）	⑤4C（Common Code for the Coffee Community）	⑥海洋管理協議会（MSC）	⑦水産養殖管理協議会（ASC）	⑧農業生産工程管理（GAP）認証	⑨その他（自由回答）
企業数	14	4	8	1	2	3	3	6	3
構成比	41.2%	11.8%	23.5%	2.9%	5.9%	8.8%	8.8%	17.6%	8.8%

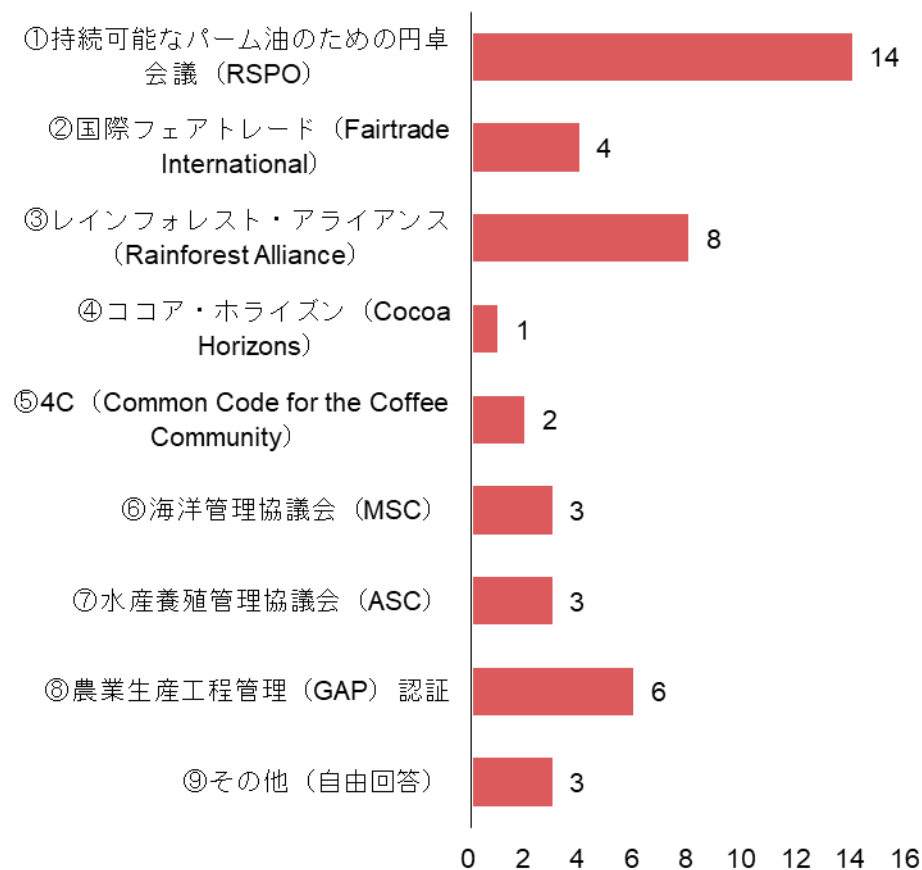
【その他の自由回答】

- （一社）マリン・エコラベル・ジャパン協議会（MEL）
- 他産業の副産物を利用しているが、上流の産業の認証まではとらえていない。
- アメリカ穀物協会（CSAP）認証

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

13. 持続可能性に関連する認証品を調達している場合、どの認証の認証品を調達しているか教えてください。
【複数回答、n=34】



アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 本調査の回答企業のうち、プライム市場の回答企業では①RSPOや③レインフォレスト・アライアンス認証、⑧農業生産工程管理（GAP）の認証品を調達している回答企業が多かった。

13. 持続可能性に関連する認証品を調達している場合、どの認証の認証品を調達しているか教えてください。 【市場・商品区分別、複数回答、n=34】

市場・商品区分	① 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)	② 国際フェアトレード (Fair Trade International)	③ レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)	④ コア・ホライズン (Cocoa Horizons)	⑤ 4C (Common Code for the Coffee Community)	⑥ 海洋管理協議会 (MSC)	⑦ 水産養殖管理協議会 (ASC)	⑧ 農業生産工程管理 (GAP) 認証	⑨ その他
スタンダード	1	1	1						1
プライム	12	3	7	1	2	3	3	6	2
不明	1								
総計	14	4	8	1	2	3	3	6	3

市場・商品区分	① 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)	② 国際フェアトレード (Fair Trade International)	③ レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)	④ コア・ホライズン (Cocoa Horizons)	⑤ 4C (Common Code for the Coffee Community)	⑥ 海洋管理協議会 (MSC)	⑦ 水産養殖管理協議会 (ASC)	⑧ 農業生産工程管理 (GAP) 認証	⑨ その他
スタンダード	14.3%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%
プライム	50.0%	12.5%	29.2%	4.2%	8.3%	12.5%	12.5%	25.0%	8.3%
不明	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	41.2%	11.8%	23.5%	2.9%	5.9%	8.8%	8.8%	17.6%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

■ 今回のアンケートでは10,000人以上の規模の回答企業ではとりわけ①RSPOの認証品が調達されていた。

13. 持続可能性に関連する認証品を調達している場合、どの認証の認証品を調達しているか教えてください。
【従業員数別、複数回答、n=34】

従業員数	① 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)	② 国際フェアトレード (Fair Trade International)	③ レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)	④ コア・ホライズン (Cocoa Horizons)	⑤ 4C (Common Code for the Coffee Community)	⑥ 海産物管理協議会 (MSC)	⑦ 水産養殖管理協議会 (ASC)	⑧ 農業生産工程管理 (GAP) 認証	⑨ その他
21~299人		1	1						
300~2,000人	2	1	1					1	1
2,001~9,999人	8	1	4	1		1	1	4	2
10,000人以上	4	1	2		2	2	2	1	
総計	14	4	8	1	2	3	3	6	3

従業員数	① 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)	② 国際フェアトレード (Fair Trade International)	③ レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)	④ コア・ホライズン (Cocoa Horizons)	⑤ 4C (Common Code for the Coffee Community)	⑥ 海産物管理協議会 (MSC)	⑦ 水産養殖管理協議会 (ASC)	⑧ 農業生産工程管理 (GAP) 認証	⑨ その他
21~299人	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
300~2,000人	18.2%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	9.1%
2,001~9,999人	47.1%	5.9%	23.5%	5.9%	0.0%	5.9%	5.9%	23.5%	11.8%
10,000人以上	80.0%	20.0%	40.0%	0.0%	40.0%	40.0%	40.0%	20.0%	0.0%
総計	41.2%	11.8%	23.5%	2.9%	5.9%	8.8%	8.8%	17.6%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

■ 今回のアンケートでは売上高が1,000億円超の規模の回答企業ではとりわけ①RSPOの認証品が調達されていた。

13. 持続可能性に関連する認証品を調達している場合、どの認証の認証品を調達しているか教えてください。 【売上高別、複数回答、n=34】

売上高	① 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)	② 国際フェアトレード (Fairtrade International)	③ レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)	④ ココア・ホライズン (Cocoa Horizons)	⑤ 4C (Common Code for the Coffee Community)	⑥ 海産物管理協議会 (MSC)	⑦ 水産養殖管理協議会 (ASC)	⑧ 農業生産工程管理 (GAP) 認証	⑨ その他
100億円超～1,000億円	1	2	2					1	2
1,000億円超～5,000億円	6		2	1		1	1	2	1
5,000億円超～	7	2	4		2	2	2	3	
総計	14	4	8	1	2	3	3	6	3

売上高	① 持続可能なパーム油のための円卓会議 (RSPO)	② 国際フェアトレード (Fairtrade International)	③ レインフォレスト・アライアンス (Rainforest Alliance)	④ ココア・ホライズン (Cocoa Horizons)	⑤ 4C (Common Code for the Coffee Community)	⑥ 海産物管理協議会 (MSC)	⑦ 水産養殖管理協議会 (ASC)	⑧ 農業生産工程管理 (GAP) 認証	⑨ その他
100億円超～1,000億円	6.7%	13.3%	13.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.7%	13.3%
1,000億円超～5,000億円	60.0%	0.0%	20.0%	10.0%	0.0%	10.0%	10.0%	20.0%	10.0%
5,000億円超～	77.8%	22.2%	44.4%	0.0%	22.2%	22.2%	22.2%	33.3%	0.0%
総計	41.2%	11.8%	23.5%	2.9%	5.9%	8.8%	8.8%	17.6%	8.8%

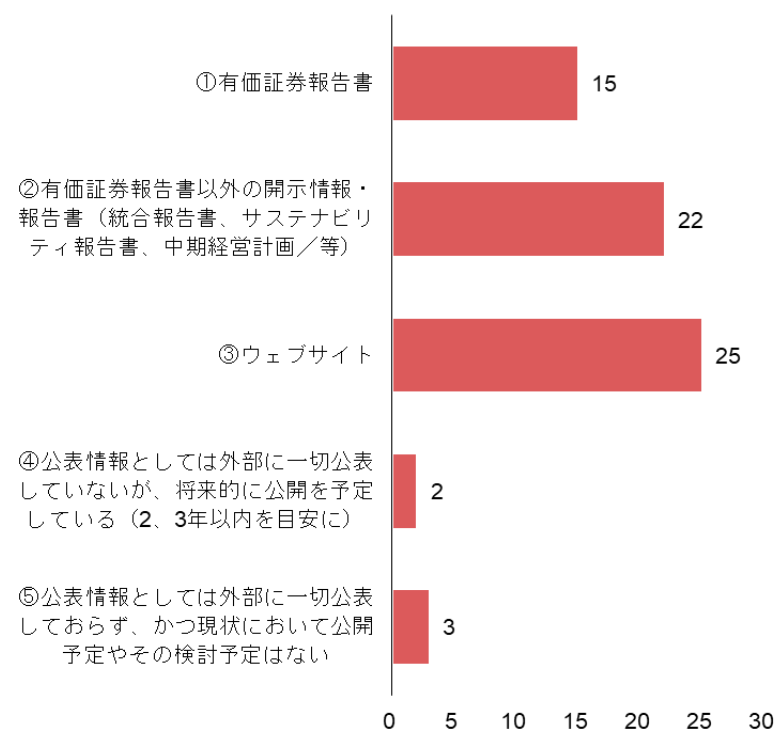
アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることの公表方法として、③ウェブサイトや②有価証券報告書以外の開示情報の利用が多く、①有価証券報告書の中では必ずしも取組が開示されているとは限らないことが見て取れる。

14. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることを公表している資料等を教えてください。 【複数回答、n=34】

	①有価証券報告書	②有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	③ウェブサイト	④公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）	⑤公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない
企業数	15	22	25	2	3
構成比	44.1%	64.7%	73.5%	5.9%	8.8%



アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- プライム市場の回答企業では複数の媒体で持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることの公表が行われている。
- スタンダード市場の回答企業では複数の媒体での公表は行われておらず、⑤未公表かつ今後の公表予定のない回答企業の割合がプライム市場の回答企業よりも大きかった。

14. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることを公表している資料等を教えてください。

【市場・商品区分別、複数回答、n=34】

市場・商品区分	① 有価証券報告書	② 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	③ ウェブサイト	④ 公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）	⑤ 公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない
スタンダード	1	2	2	1	2
プライム	12	18	20	1	1
不明	2	2	3		
総計	15	22	25	2	3

市場・商品区分	① 有価証券報告書	② 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	③ ウェブサイト	④ 公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）	⑤ 公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない
スタンダード	14.3%	28.6%	28.6%	14.3%	28.6%
プライム	50.0%	75.0%	83.3%	4.2%	4.2%
不明	66.7%	66.7%	100.0%	0.0%	0.0%
総計	44.1%	64.7%	73.5%	5.9%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数の規模が大きい回答企業のほうが複数の媒体で持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることの公表が行われている。従業員数の規模の小さい回答企業は①有価証券報告書よりも他の媒体で公表する傾向が見て取れる。
- また、いずれの従業員数の規模の回答企業でも③ウェブサイトを通じた公表が最も選択されていた。

14. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることを公表している資料等を教えてください。

【従業員数別、複数回答、n=34】

従業員数	① 有価証券報告書	② 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	③ ウェブサイト	④ 公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）	⑤ 公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない
21～299人		1	1		
300～2,000人	2	3	4	2	2
2,001～9,999人	10	14	15		1
10,000人以上	3	4	5		
総計	15	22	25	2	3

従業員数	① 有価証券報告書	② 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	③ ウェブサイト	④ 公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）	⑤ 公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない
21～299人	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%
300～2,000人	18.2%	27.3%	36.4%	18.2%	18.2%
2,001～9,999人	58.8%	82.4%	88.2%	0.0%	5.9%
10,000人以上	60.0%	80.0%	100.0%	0.0%	0.0%
総計	44.1%	64.7%	73.5%	5.9%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 前の質問と同様に売上高の規模が大きい回答企業のほうが複数の媒体で持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることの公表が行われている。売上高の規模の小さい回答企業は①有価証券報告書よりも他の媒体で公表する傾向が見て取れる。
- また、いずれの売上高の規模の回答企業でも③ウェブサイトを通じた公表が最も選択されていた。

14. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達に取り組んでいることを公表している資料等を教えてください。 【売上高別、複数回答、n=34】

売上高	① 有価証券報告書	② 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	③ ウェブサイト	④ 公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）	⑤ 公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない
100億円超～1,000億円	1	4	6	2	3
1,000億円超～5,000億円	8	10	10		
5,000億円超～	6	8	9		
総計	15	22	25	2	3

売上高	① 有価証券報告書	② 有価証券報告書以外の開示情報・報告書（統合報告書、サステナビリティ報告書、中期経営計画／等）	③ ウェブサイト	④ 公表情報としては外部に一切公表していないが、将来的に公開を予定している（2、3年以内を目安に）	⑤ 公表情報としては外部に一切公表しておらず、かつ現状において公開予定やその検討予定はない
100億円超～1,000億円	6.7%	26.7%	40.0%	13.3%	20.0%
1,000億円超～5,000億円	80.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%
5,000億円超～	66.7%	88.9%	100.0%	0.0%	0.0%
総計	44.1%	64.7%	73.5%	5.9%	8.8%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

■ 持続可能性に配慮した輸入原材料の調達において企業が抱える課題として、④一次サプライヤーよりも上流までのトレースや⑦実施のためのコストの大きさ、⑧コストを商品価格等に転嫁できないことが上位に挙がっている。

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組を実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【複数回答（3つまで）、n=34】

	①具体的な取り組み方法がわからない	②十分な人員・予算を確保できない	③対象品目が多く、取組の優先順位がわからない	④一次サプライヤーよりも上流までの原材料の調達までトレースできない	⑤取引先（サプライヤー等）の理解を求めたいが難しい	⑥社内の意思決定（調達や他部署、社員監査、認得）が難しい	⑦実施するためのコスト（調達品価格や取引価格など）が高い	⑧実施に必要なコストを商品価格等に転嫁できない	⑨複数の取引先から異なる取組が要請・対応（質問に理解が得られない）	⑩自社の一般消費者向けに理解を求めているが、広報の仕方が難しい	⑪一般消費者の購買行動に継続可能性がない	⑫企業で解決できない複雑な問題がある	⑬その他（自由回答）
企業数	1	4	7	16	4	0	17	11	5	6	9	9	1
構成比	2.9%	11.8%	20.6%	47.1%	11.8%	0.0%	50.0%	32.4%	14.7%	17.6%	26.5%	26.5%	2.9%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- プライム市場の回答企業は課題として、④「一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない」⑦「実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）」⑧「実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている」⑫「企業だけで解決できない複雑な問題がある」を上位に挙げている。
- スタンダード市場の回答企業は、回答にばらつきがあり、①「具体的な取り組み方法がわからない」と回答した回答企業もあった。

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組を実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【市場・商品区分別、複数回答（3つまで）、n=34】

市場・商品区分	① 具体的な取り組み方法がわからない	② 十分な人員・予算を確保できない	③ 対象品目が多く、取組の優先順位付けが難しい	④ 一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない	⑤ 取引先やサブライヤー等の理解を得にくく、対応・協力部署、社員の理解を求めることが難しい	⑥ 社内定層や他部署、社員の理解が得られにくい	⑦ 実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）	⑧ 実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている	⑨ 複数の取引先から異なる要請（質や価格など）が求められる	⑩ 自社の取組が一般消費者の理解に乏しい	⑪ 一般消費者の購買行動において持続可能な消費の広がりが難しい	⑫ 企業だけで解決できない複雑な問題がある	⑬ その他
スタンダード	1			2	1		1	1	1	2	2	1	
プライム		4	6	12	3		13	10	3	3	7	8	1
不明			1	2			3		1	1			
総計	1	4	7	16	4		17	11	5	6	9	9	1

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【市場・商品区分別、複数回答（3つまで）、n=34】

市場・商品区分	① 具体的な取り組み方法がわからない	② 十分な人員・予算を確保できない	③ 対象品目が多く、取組も上流から優先順位付けが難しい	④ 一次サプライヤーより等以上の生産段階までトレースできない	⑤ 取引先やサブライヤー等の理解・協力を求めることが難しい	⑥ 社内定層や他部署、社員の理解が得られない	⑦ 実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）	⑧ 実施に必要な対応（質者によるコストを問票や監査項目がない／取引価格に転嫁）が求められる	⑨ 複数の取引先から異なる要請（質者に理解を求める）がある	⑩ 自社の取組が一般消費者の購買行動に反映されていない	⑪ 一般消費者の持続可能性が重視されている問題がある	⑫ 企業として対応が難しい問題がある	⑬ その他
スタンダード	14.3%	0.0%	0.0%	28.6%	14.3%	0.0%	14.3%	14.3%	14.3%	28.6%	28.6%	14.3%	0.0%
プライム	0.0%	16.7%	25.0%	50.0%	12.5%	0.0%	54.2%	41.7%	12.5%	12.5%	29.2%	33.3%	4.2%
不明	0.0%	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	2.9%	11.8%	20.6%	47.1%	11.8%	0.0%	50.0%	32.4%	14.7%	17.6%	26.5%	26.5%	2.9%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 従業員数が300人超の回答企業は課題として、④「一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない」⑦「実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）」を上位に挙げている。
- 従業員数が300人～2,000人の回答企業と10,000人超の回答企業では⑧「実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている」の回答割合が最も高くなっており、企業規模を問わず持続可能性に配慮した原材料調達に要するコストの転嫁が難しい実態がうかがわれる。

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組を実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【従業員別、複数回答（3つまで）、n=34】

従業員数	① 具体的な取り組み方法がわからない	② 十分な人員・予算を確保できない	③ 対象品目が多く、取組の優先順位の付け方が難しい・わからない	④ 一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない	⑤ 取引先やサプライヤー等の理解を得にくく、対応・協力を求めることが難しい	⑥ 社内の意思決定層や他部署、社員の理解が得られにくい	⑦ 実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）	⑧ 実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている	⑨ 複数の取引先から異なる要請・対応（質問票や監査項目が異なるなど）が求められ、対応が負担である	⑩ 自社の取組が一般消費者に理解されていない／理解してもらうための広報の仕方が難しい	⑪ 一般消費者の購買行動において持続可能性が重視されていない	⑫ 企業だけで解決できない複雑な問題がある	⑬ その他
21～299人				1					1	1			
300～2,000人	1	1	1	4	2		4	5		1	3	3	
2,001～9,999人		3	5	8	2		11	3	3	3	4	6	1
10,000人以上			1	3			2	3	1	1	2		
総計	1	4	7	16	4		17	11	5	6	9	9	1

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【従業員別、複数回答（3つまで）、n=34】

従業員数	① 具体的な取り組み方法がわからない	② 十分な人員・予算を確保できない	③ 対象品目が多く、取組の優先順位の付け方が難しい・わからない	④ 一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない	⑤ 取引先やサプライヤー等の理解を得にくく、対応・協力を求めることが難しい	⑥ 社内の意思決定層や他部署、社員の理解が得られにくい	⑦ 実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）	⑧ 実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている	⑨ 複数の取引先から異なる要請・対応（質問票や監査項目が異なるなど）が求められる、対応が負担である	⑩ 自社の取組が一般消費者に理解されていない／理解してもらうための広報の仕方が難しい	⑪ 一般消費者の購買行動において持続可能性が重視されていない	⑫ 企業だけで解決できない複雑な問題がある	⑬ その他
21～299人	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%
300～2,000人	9.1%	9.1%	9.1%	36.4%	18.2%	0.0%	36.4%	45.5%	0.0%	9.1%	27.3%	27.3%	0.0%
2,001～9,999人	0.0%	17.6%	29.4%	47.1%	11.8%	0.0%	64.7%	17.6%	17.6%	17.6%	23.5%	35.3%	5.9%
10,000人以上	0.0%	0.0%	20.0%	60.0%	0.0%	0.0%	40.0%	60.0%	20.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%
総計	2.9%	11.8%	20.6%	47.1%	11.8%	0.0%	50.0%	32.4%	14.7%	17.6%	26.5%	26.5%	2.9%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- ④「一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない」は、いずれの売上高規模の回答企業でも課題の上位に挙げられている。
- 売上高が5,000億円超の規模では、⑪「一般消費者の購買行動において持続可能性が重視されていない」を課題として挙げた回答企業が最も多かった。売上高が1,000億円～5,000億円の規模の企業では⑫「企業だけで解決できない複雑な問題がある」が課題の上位に挙がっており、個社レベルでは対応が難しい外部環境に課題意識を抱いている回答企業が少なくないことが見て取れる。

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【売上高別、複数回答（3つまで）、n=34】

売上高	① 具体的な取り組み方法がわからない	② 十分な人員・予算を確保できない	③ 対象品目が多く、取組の優先順位の付け方が難しい・わからない	④ 一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない	⑤ 取引先やサプライヤー等の理解を得にくく、対応・協力を求めることが難しい	⑥ 社内の意思決定層や他部署、社員の理解が得られにくい	⑦ 実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）	⑧ 実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている	⑨ 複数の取引先から異なる要請・対応（質問票や監査項目が異なるなど）が求められ、対応が負担である	⑩ 自社の取組が一般消費者に理解されていない／理解してもらうための広報の仕方が難しい	⑪ 一般消費者の購買行動において持続可能性が重視されていない	⑫ 企業だけで解決できない複雑な問題がある	⑬ その他
100億円超～1,000億円	1	2	3	6	3		6	5	1	3	3	1	1
1,000億円超～5,000億円		2	2	6			8	2	2	2		6	
5,000億円超～			2	4	1		3	4	2	1	6	2	
総計	1	4	7	16	4		17	11	5	6	9	9	1

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

16. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施する上での課題として、御社において特にあてはまるものを教えてください。【売上高別、複数回答（3つまで）、n=34】

売上高	① 具体的な取り組み方法がわからない	② 十分な人員・予算を確保できない	③ 対象品目が多く、取組の優先順位の付け方が難しい・わからない	④ 一次サプライヤーよりも上流や原材料の生産段階までトレースができない	⑤ 取引先やサプライヤー等の理解を得にくく、対応・協力を求めることが難しい	⑥ 社内の意思決定層や他部署、社員の理解が得られにくい	⑦ 実施するための経済的負担が大きい（調達コストや監査、認証取得・更新費用など）	⑧ 実施に必要なコストを商品価格や取引価格に転嫁できず負担となっている	⑨ 複数の取引先から異なる要請・対応（質問票や監査項目が異なるなど）が求められ、対応が負担である	⑩ 自社の取組が一般消費者に理解されていない／理解してもらうための広報の仕方が難しい	⑪ 一般消費者の購買行動において持続可能性が重視されていない	⑫ 企業だけで解決できない複雑な問題がある	⑬ その他
100億円超～1,000億円	6.7%	13.3%	20.0%	40.0%	20.0%	0.0%	40.0%	33.3%	6.7%	20.0%	20.0%	6.7%	6.7%
1,000億円超～5,000億円	0.0%	20.0%	20.0%	60.0%	0.0%	0.0%	80.0%	20.0%	20.0%	20.0%	0.0%	60.0%	0.0%
5,000億円超～	0.0%	0.0%	22.2%	44.4%	11.1%	0.0%	33.3%	44.4%	22.2%	11.1%	66.7%	22.2%	0.0%
総計	2.9%	11.8%	20.6%	47.1%	11.8%	0.0%	50.0%	32.4%	14.7%	17.6%	26.5%	26.5%	2.9%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 持続可能性に配慮した輸入原材料の調達を実施することのメリットとして、①自社のブランドイメージ等の向上、②持続可能な経済・社会の実現への貢献が上位に挙げられている。
- 取組のメリットとして③「取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる」④「投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる」⑦「自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある」を挙げる回答企業も一定割合あり、持続可能性に配慮した原材料調達をすることで、取組企業のビジネスへの好影響があることもうかがわれる。

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の取組を実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【複数回答、n=36】

	①自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）	②持続可能な経済・社会の実現に貢献できる	③取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる	④投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる（株価下落や投資引き揚げの回避を含む）	⑤人材の獲得・定着につながる	⑥新製品の開発やイノベーションにつながる	⑦自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある（コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減／等）	⑧不買運動やSNSの炎上リスクを回避できる	⑨特にない	⑩その他（自由回答）
企業数	27	25	11	13	0	3	11	1	1	0
構成比	75.0%	69.4%	30.6%	36.1%	0.0%	8.3%	30.6%	2.8%	2.8%	0.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- プライム市場の回答企業とスタンダード市場の回答企業のいずれもメリットとして①「自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）」を挙げた回答企業が最多で、②「持続可能な経済・社会の実現に貢献できる」が同じく最多または次点となっている。

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	① 自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）	② 持続可能な経済・社会の実現に貢献できる	③ 取引先との取引維持・新規開拓につながる	④ 投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる（株価下落や投資引き揚げの回避を含む）	⑤ 人材の獲得・定着につながる	⑥ 新製品の開発やイノベーションにつながる	⑦ 自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある（コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減／等）	⑧ 不買運動やSNSの炎上リスクを回避できる	⑨ 特にない	⑩ その他
スタンダード	3	3	2	3			1		1	
プライム	21	20	8	9		2	9	1		
不明	3	2	1	1		1	1			
総計	27	25	11	13		3	11	1	1	

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【市場・商品区分別、複数回答、n=36】

市場・商品区分	① 自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）	② 持続可能な経済・社会の実現に貢献できる	③ 取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる	④ 投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる（株価下落や投資引き揚げの回避を含む）	⑤ 人材の獲得・定着につながる	⑥ 新製品の開発やイノベーションにつながる	⑦ 自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある（コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減／等）	⑧ 不買運動やSNSの炎上リスクを回避できる	⑨ 特にない	⑩ その他
スタンダード	37.5%	37.5%	25.0%	37.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%
プライム	84.0%	80.0%	32.0%	36.0%	0.0%	8.0%	36.0%	4.0%	0.0%	0.0%
不明	100.0%	66.7%	33.3%	33.3%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	75.0%	69.4%	30.6%	36.1%	0.0%	8.3%	30.6%	2.8%	2.8%	0.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 市場・商品区分別での傾向と同様、いずれの従業員数の規模でも、メリットとして①「自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）」または②「持続可能な経済・社会の実現に貢献できる」挙げた回答企業の割合が最多または次点となっている。

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	① 自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）	② 持続可能な経済・社会の実現に貢献できる	③ 取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる	④ 投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる（株価下落や投資引き揚げの回避を含む）	⑤ 人材の獲得・定着につながる	⑥ 新製品の開発やイノベーションにつながる	⑦ 自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある（コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減／等）	⑧ 不買運動やSNSの炎上リスクを回避できる	⑨ 特にない	⑩ その他
21～299人	2	1	1	1						
300～2,000人	4	6	4	4		1	3	1	1	
2,001～9,999人	16	13	5	5		2	7			
10,000人以上	5	5	1	3			1			
総計	27	25	11	13		3	11	1	1	

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【従業員数別、複数回答、n=36】

従業員数	① 自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）	② 持続可能な経済・社会の実現に貢献できる	③ 取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる	④ 投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる（株価下落や投資引き揚げの回避を含む）	⑤ 人材の獲得・定着につながる	⑥ 新製品の開発やイノベーションにつながる	⑦ 自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある（コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減／等）	⑧ 不買運動やSNSの炎上リスクを回避できる	⑨ 特にない	⑩ その他
21～299人	100.0%	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
300～2,000人	33.3%	50.0%	33.3%	33.3%	0.0%	8.3%	25.0%	8.3%	8.3%	0.0%
2,001～9,999人	94.1%	76.5%	29.4%	29.4%	0.0%	11.8%	41.2%	0.0%	0.0%	0.0%
10,000人以上	100.0%	100.0%	20.0%	60.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	75.0%	69.4%	30.6%	36.1%	0.0%	8.3%	30.6%	2.8%	2.8%	0.0%

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

- 市場・商品区分別での傾向と同様、いずれの売上高の規模でも、メリットとして①「自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）」または②「持続可能な経済・社会の実現に貢献できる」挙げた回答企業の割合が最多または次点となっている。

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	① 自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）	② 持続可能な経済・社会の実現に貢献できる	③ 取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる	④ 投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる（株価下落や投資引き揚げの回避を含む）	⑤ 人材の獲得・定着につながる	⑥ 新製品の開発やイノベーションにつながる	⑦ 自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある（コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減／等）	⑧ 不買運動やSNSの炎上リスクを回避できる	⑨ 特にない	⑩ その他
100億円超～1,000億円	9	8	5	5		2	5	1	1	
1,000億円超～5,000億円	10	9	3	3		1	3			
5,000億円超～	8	8	3	5			3			
総計	27	25	11	13		3	11	1	1	

アンケートによる実態調査

アンケートの集計結果

17. 持続可能性に配慮した輸入原材料調達の実施することのメリットとして、御社が特に重要視しているものを教えてください。【売上高別、複数回答、n=36】

売上高	① 自社のブランドイメージや社会的信用の獲得・向上（ブランドイメージや社会的信用の低下や毀損の回避を含む）	② 持続可能な経済・社会の実現に貢献できる	③ 取引先との取引維持・取引拡大・新規開拓につながる	④ 投資・融資先としての評価向上につながる、投資や融資を受けやすくなる（株価下落や投資引き揚げの回避を含む）	⑤ 人材の獲得・定着につながる	⑥ 新製品の開発やイノベーションにつながる	⑦ 自社のサプライチェーンの理解・分析が進むことで、サプライチェーン管理の改善や安定調達などの付随的なメリットがある（コスト最適化、サプライヤーとの関係改善、サプライチェーン途絶リスクの軽減／等）	⑧ 不買運動やSNSの炎上リスクを回避できる	⑨ 特にない	⑩ その他
100億円超～1,000億円	56.3%	50.0%	31.3%	31.3%	0.0%	12.5%	31.3%	6.3%	6.3%	0.0%
1,000億円超～5,000億円	90.9%	81.8%	27.3%	27.3%	0.0%	9.1%	27.3%	0.0%	0.0%	0.0%
5,000億円超～	88.9%	88.9%	33.3%	55.6%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%
総計	75.0%	69.4%	30.6%	36.1%	0.0%	8.3%	30.6%	2.8%	2.8%	0.0%

巻末資料 2

研修用コンテンツ

食品企業のための 持続可能性に配慮した原材料調達に関する入門書



令和7年（2025年）3月
農林水産省
大臣官房新事業・食品産業部



コンテンツ作成の背景と目的

- 食品企業の皆さまが持続可能性に配慮した原材料調達を取組を進めていただくための参考になるよう、その基礎を学べるコンテンツを作成しました。
- 意思決定層や社員向けの説明資料としても活用いただけます。
- このコンテンツでは特に以下の3つを中心に持続可能性に配慮した原材料調達の基礎的な理解を深めることができます。



I. 持続可能性に配慮した原材料調達の基礎



II. 持続可能性に配慮した原材料調達に関する国内外の動向 (企業の社会的責任や開示の要請の高まり)



III. 持続可能性に配慮した原材料調達の進め方 (対外的に示すコミットメント(約束)の重要性)

目次

I. 基礎情報

1. 持続可能性に配慮した原材料調達とは何か？ 5 ~ 6
2. 持続可能性に配慮した原材料調達をすることのメリット・しないリスク 7

II. 国内外の動向

1. 持続可能性に関する法規制・規範の発展 9
2. 持続可能性に関する情報開示の動向 10 ~ 11
3. 持続可能性を重要視する日本企業の増加 12
4. 食品企業等が糾弾や提訴等をされる想定事例 13

III. 取組の進め方

- 持続可能性に配慮した原材料調達の進め方 15
- ① コミットメント（約束）の表明 16 ~ 18
- ② 自社のビジネスが関与する影響の特定・評価 19
- ③ 持続可能性に配慮した第三者認証の活用 20 ~ 24
- Appendix I. 国内の食品企業の取組事例 26 ~ 33
- Appendix II. 参考資料 35 ~ 40

※報告書の一部として掲載しているため、ページ番号は目次と一致していない。

I . 基礎情報

1. 持続可能性に配慮した原材料調達とは何か？

食品製造のサプライチェーンの各段階では持続可能性にかかわる様々なリスクや社会課題があります。

このうち、上流側で発生するものも多くあるため、調達先の状況を把握することが重要です。

- 持続可能性に関する課題を下記に挙げました。企業も社会の一員として下記の諸課題の解決や未然防止に調達面から取り組むことが社会から求められています。

食品製造のサプライチェーンに存在する主な持続可能性に関するリスクや社会課題の例



人権

強制労働、児童労働、差別、外国人労働者の権利の侵害、結社の自由・団体交渉権の侵害、労働安全衛生、過剰・不当な労働時間、公正な賃金の支払い、暴力とハラスメント、先住民・地域住民の権利の侵害、消費者の安全と知る権利

環境

気候変動、環境・生物多様性の保全、水・土地資源、森林伐採、水産資源管理、食品ロス・食品廃棄物

公正な ビジネス

反汚職、公正な競争、優越的地位の濫用の禁止、不適切な利益の供与及び受領の禁止

その他

アニマルウェルフェア

(出所) 農林水産省「食品企業のためのサステナブル経営に関するガイダンスー目標設定・情報開示のための手引き」；－（一社）グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン サプライチェーン分科会「CSR調達入門書ーサプライチェーンへのCSR浸透ー」（第2版）2018年等を参照。

1. 持続可能性に配慮した原材料調達とは何か？

「持続可能性に配慮した原材料調達」では、従来の観点に加えて、環境や人権など持続可能性の観点にも配慮して原材料を調達することが求められます

- 「持続可能性に配慮した原材料調達」とは、企業が自社製品の生産に際して、環境や社会に好ましい影響を与えたり、環境や社会への負の影響を最小化したりすることに配慮して原材料を調達することを言います。
- サプライチェーンのグローバル化や企業の経済的・社会的影響力が大きくなったことに伴い、原材料の生産地（新興国や途上国）における強制労働や児童労働といった人権侵害や、不法な森林伐採といった環境破壊問題などが世界的に注目されるようになってきました。
- これまで原材料調達で優先されていたのは、品質や価格、納期、強靱性（災害時での供給途絶に対する予防・復旧等）などでした。しかし、こうした人権や環境に関連する問題の発生とそこへの企業のビジネス活動の影響が注目されることで、企業の社会的な責任を問う声が高まっています。
- 企業が社会的責任を果たすための取組の一つが、持続可能性に配慮した原材料調達です。

従来の原材料調達での視点



+

持続可能性の視点



=

持続可能性
に配慮した
原材料調達

2. 持続可能性に配慮した原材料調達をすることのメリット・しないリスク

持続可能性に配慮した原材料調達に積極的に取り組めば、社会への貢献に加えて企業経営へのメリットが生まれる一方、放置すれば企業経営のリスクとなります



取り組んだ場合の
メリット

社会への貢献

持続可能な経済・社会の実現への寄与

事業への貢献

社会からの信用の維持・獲得、ブランドイメージの向上による売上増加、消費者のエシカル志向拡大による売上増加

財務上のメリット

投資先としての評価向上、取引先との関係性の向上、新規取引先の開拓

優秀な人材の獲得

優秀な人材の獲得・定着



持続可能性への配慮は経営上のメリットやリスクの有無にかかわらず企業が果たすべき社会的責任ではありますが、こうしたビジネスへのプラスやマイナスの影響も存在します



取り組まない場合に
発生しうるリスク

法務リスク

訴訟や行政罰 罰金 賠償金

オペレーショナルリスク

ストライキや人材流出

事業へのリスク

不買運動やSNSでの炎上による売上低下、平均気温上昇による農畜産物の生産性低下による原料調達のコストアップ

財務リスク

株価下落や投資の引き揚げ（ダイベストメント）

Ⅱ．国内外の動向

1. 持続可能性に関する法規制・規範の発展

グローバル化の進展に伴い、企業活動が人権や環境など持続可能性に及ぼす負の影響について、企業の責任に関する国際的な議論が活発化しています

年	動向
2000	■ 「グローバル・コンパクト」 (国連)
2011	■ 「ビジネスと人権に関する指導原則」 採択 (国連)
2012	■ 「カリフォルニア・サプライチェーン透明法」
2015	■ 「持続可能な開発目標 (SDGs)」 ■ 「現代奴隷法」 (英国)
2017	■ 「注意義務法」 (フランス)
2018	■ 「現代奴隷法」 (豪州)
2019	■ 「児童労働デュー・ディリジェンス法」 (オランダ)
2020	■ 「ビジネスと人権」に関する行動計画 (NAP) 策定 (日本) ■ 「欧州グリーン・ディール」 (EU)
2021	■ 「ウイグル強制労働防止法」 (米国) ■ 「サプライチェーン・デューディリジェンス法」 (ドイツ)
2022	■ 「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」 (日本) ■ 「企業持続可能性報告指令」 (EU)
2023	■ 「欧州森林破壊防止規則」 (EU)
2024	■ 「コーポレート・サステナビリティ・デュー・ディリジェンス指令 (CSDDD)」 (EU) ■ 「強制労働製品の域内流通と域外輸出を禁止する規則案」 (EU)



近年では、欧州を中心に環境や人権のデュー・ディリジェンスを義務化する法律がつくられています

2. 持続可能性に関する情報開示の動向

環境・社会の持続可能性に関する企業の取組について、情報を開示する基準の開発や法律の制定が国内外で進んでいます

- 環境・社会の持続可能性に関する企業の取組について、取引先、消費者、投資家・金融機関、政府等の関心が高まっています。例えば投資家・金融機関では、**持続可能性に関する情報が重要な投資判断材料の一つ**となっています。企業には、**従来の財務情報に加えて持続可能性に関する情報開示が求められる**ようになっています。
- こうした中で、持続可能性に関して企業が開示すべき情報を定める基準の開発が行われてきました。2023年6月には、ISSB（国際サステナビリティ基準審議会）が国際的に統一された開示基準を公表しました。
- 持続可能性に関する情報開示を義務付ける法律の制定も国内外で進んでいます。日本でも、2021年よりコーポレートガバナンス・コードにおいて開示が求められるようになり、また、2023年3月期からは、**有価証券報告書における開示が義務化**されました。

持続可能性に関する情報開示の基準（例）

TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）の提言	2017年6月、気候変動に関する企業の取組について、自主的な開示が推奨される項目を提示
TNFD（自然関連財務情報開示タスクフォース）の提言	2023年9月、自然資本・生物多様性に関する企業の取組について、自主的な開示が推奨される項目を提示
ISSB（国際サステナビリティ基準審議会）の開示基準	2023年6月、持続可能性全般、及び気候変動に関する企業の取組について、開示すべき項目を提示

持続可能性に関する情報開示の規制（例）

日本	2023年3月期より、有価証券報告書で持続可能性に関する考え方や取組の情報を開示することが義務化。また、ISSB基準に準拠した国内基準を導入し、2027年3月期より、時価総額上位の企業から段階的に適用していくことが予定されている。
欧州（EU）	2022年12月、一定規模以上のEU域内・域外企業に持続可能性に関する考え方や取組の情報開示を義務付ける「企業持続可能性報告指令」（CSRD）が成立。2024会計年度より、大規模企業から段階的に適用を開始している。

2. 持続可能性に関する情報開示の動向

持続可能性に関する情報を開示する上では、原材料調達を含むサプライチェーン（バリューチェーン）についても対象とすることが重要です

- 持続可能性に関する情報開示は、自社の事業所や工場、店舗等の範囲に留まらず、**原材料調達を含むバリューチェーン全体を対象とすることが重要**です。これは、**環境・社会の持続可能性に係る課題と企業経営との関わり**が、バリューチェーンの全体に広がっているためです。
- ISSBの基準も、例えば下記のような、バリューチェーンに関する情報を開示することを求めています。

ISSB基準が開示を求めるバリューチェーンに関する情報（例）

- ✓ 持続可能性に関するリスク及び機会が、企業のビジネスモデル及びバリューチェーンに対して、現在及び将来的にどのような影響を与えるか
- ✓ 企業のビジネスモデル及びバリューチェーンのどの部分に、持続可能性に関するリスク及び機会が集中しているか（地域、施設、資産の種類など）
- ✓ それらの持続可能性に関するリスク及び機会について、どのように対応してきたか、またどのように対応する計画か
- ✓ それらの持続可能性に関するリスク又は機会について、測定・モニタリングするための指標
- ✓ それらの持続可能性に関するリスク又は機会に関連する企業の実績（該当する場合は目標値とその進捗）

（出所）IFRS財団「IFRS S1号 サステナビリティ関連財務情報の開示に関する全般的要求事項」（2023年6月）をもとに作成。

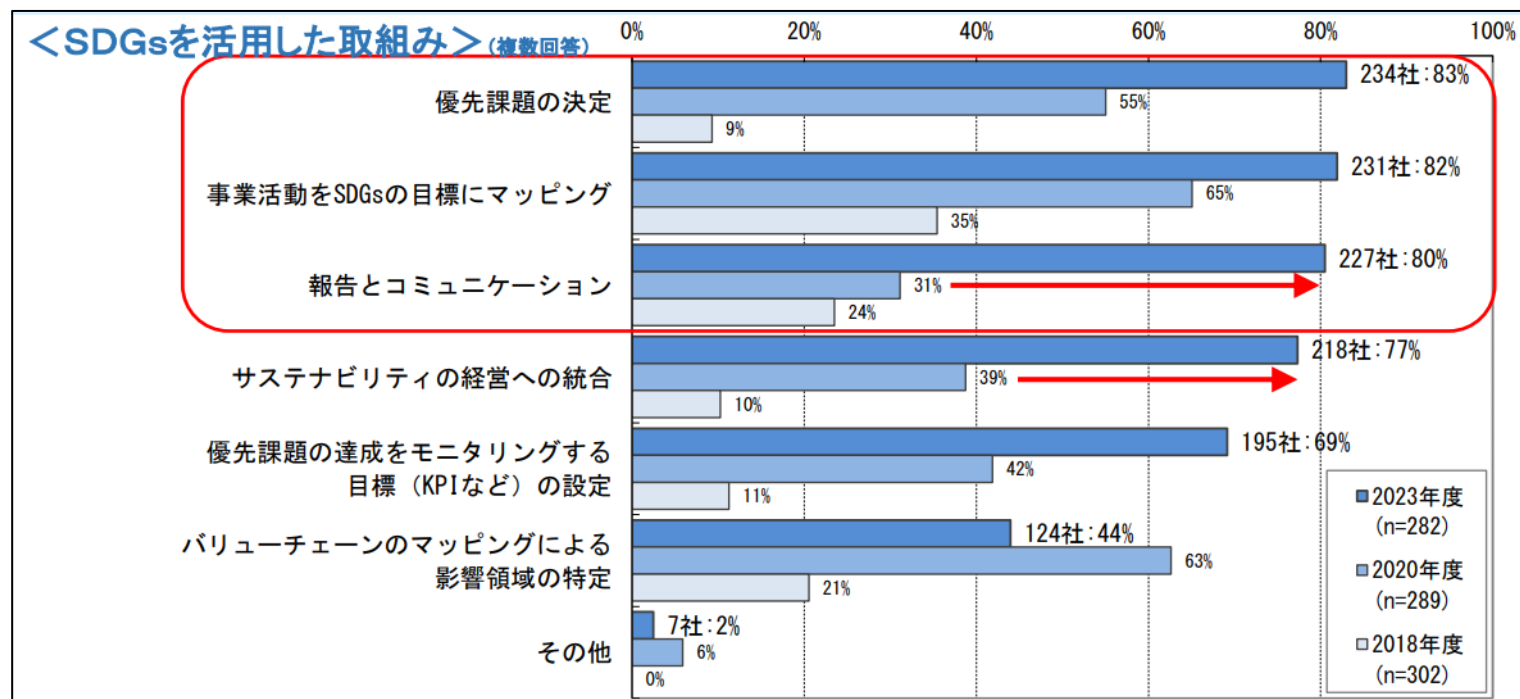
3. 持続可能性を重要視する日本企業の増加

近年、環境や人権など持続可能性を経営に統合する日本企業が増えています

- （一社）日本経済団体連合会（経団連）の調査では、「持続可能な開発目標（SDGs）」を活用した取組を進める日本企業が増えていることが明らかにされています。様々な取組が複合的に進められた結果として、持続可能性を経営に統合する企業がこの数年で大幅に増加しています。



持続可能性を
経営に統合する
日本企業が増えています



（出所）経団連「第3回 企業行動憲章に関するアンケート結果」2024年1月、14頁から転載。

4. 食品企業等が糾弾や提訴等をされる想定事例

環境や人権などの持続可能性に配慮しない生産地から原材料を調達した食品企業が糾弾されることが国内においても増えていくと予想されています。

- 人権や環境に適切に配慮していなかったため企業が糾弾されたり訴訟提起されたりすることが発生しています。
- 食品の原材料となる農産物の生産現場でも様々な環境や人権をめぐる問題が発生しており、自社はもちろんのこと、サプライチェーン全体でこれらの問題が発生するリスクが高くないか確認し、もし問題が発生したら被害の救済・回復のために迅速に行動しましょう。

持続可能性に配慮した調達をしないことで起こりうる事態

- サプライヤーの製造工場で働く外国人労働者の労働環境が非常に劣悪（休日がない、賃金の未払い、長時間労働など）であることがテレビ番組で報道される。
 - 自社名は番組で報道されなかったが、そのサプライヤーと取引していることがネットで特定されてしまい炎上。
 - 当初、取引先の問題であり自社には関係がないと弁明したが、批判は収まらず、ニュースリリースで謝罪する事態に発展した。
 - 自社名を入れてインターネットで検索すると、現在でも「炎上」といった言葉がサジェストされ企業価値を損ねている。
-
- 中国の新疆ウイグル自治区から調達した原材料が強制労働や児童労働によって生産されている疑いが浮上。
 - 海外で自社製品の不買運動が起きるとともに、米国に輸出していた製品がウイグル強制労働防止法を根拠に米国税関・国境警備局（CBP）によって貨物が差し止められてしまった。

Ⅲ. 取組の進め方

持続可能性に配慮した原材料調達の進め方

一つ一つの手順にしっかり取り組んで、持続可能性に配慮した原材料調達を実施しましょう

- 持続可能性に配慮した原材料調達は以下のプロセスによって構成されます。本資料は「入門書」として、①、②、③（認証品の調達）について詳しく取り上げます。

持続可能性に配慮した原材料調達の実施プロセス

1	コミットメント（約束）の表明	■ 持続可能性に配慮した原材料調達をすることへの、経営層によるコミットメント（約束）をする。 例：調達方針の策定など
2	自社ビジネスがもたらす影響の特定・評価	■ 自社ビジネスがもたらす持続可能性への負の影響の特定・評価を行う。
3	原材料の管理・選定、サプライヤーとの協力	■ 持続可能性に配慮した原材料を調達する（例：認証品の調達）。 ■ サプライヤーや取引先に調達方針を説明したり、それに則ったビジネスの実施を求める。
4	実施状況のモニタリング	■ 持続可能性に配慮した原材料調達が実施できているかを確認する。 例：サプライヤーに自己評価アンケート（Self Assessment Questionnaire: SAQ）に回答してもらったり、監査を実施したりする。
5	実施状況の評価・改善	■ 持続可能性に配慮した原材料調達が効果的に実施できているか検証する。 ■ さらに有効な実施方法があるか評価・分析を行い、継続的な改善を進める。
6	取組の説明・開示	■ 自社ビジネスがもたらす負の影響にどのように対処したかを公表する。 例：IR情報や自社ウェブサイトでの公表、取引先企業に対する情報開示

より詳細な実施方法はOECD「責任ある企業行動のためのOECDデュー・ディリジェンス・ガイダンス」も参照してください（リンクは「参考資料」に掲載しています）。

① コミットメント（約束）の表明

まずは、持続可能性に配慮した原材料を調達することのコミットメント（約束）を表明しましょう

- 持続可能性に配慮した原材料を調達することを決めたら、そのことを**コミットメント（約束）として表明**しましょう。
- コミットメントの方法として画一的に決められたものがあるわけではありませんが、コミットメントを方針として文書化して、対外的に方針を公表する食品企業が増えています。
- 文書化されたコミットメントは「**調達方針**」と呼ばれます。調達方針は、持続可能性に配慮した原材料調達に向けて真摯に取り組むことの表明です。
- コミットメントは企業の**経営層**によるものであることが非常に重要です。持続可能性に配慮した原材料調達を行うためにはサステナビリティ担当部門・担当者だけでなく、調達部門など他の部門の協力を得なければならないなど、部署や担当者横断的に取り組む必要があります。部署や担当者を横断した関与が必要なことから、**トップを含む企業の経営層が積極的・主体的に取り組むことが重要**です。

① コミットメント（約束）の表明

すでに持続可能性に配慮した原材料調達に向けた取組を進める意欲があるなら（すでに一定の取組を進めているなら）、その意欲を調達方針としてかたちにしてみましょう

- 調達方針を作成した段階では、必ずしも持続可能性に配慮した調達が完璧に実現できている必要はありません。むしろ、これからそれに向けて努力することの**コミットメント（約束）**なので、取組の途上であっても方針を公表することが、**自社が持続可能性を重視していることを対外的に示す上で重要なステップ**であるといえます。
- すでに調達方針を定めているが公表はしていない、当たり前のこととしてやっているけど方針としてルール化・明文化されていない、実は持続可能性に寄与する取組（例えば、後述の第三者認証を取得した原材料の調達）をしているということもあろうかと思います。
- ただ、公表されていないと、たとえ実施していたとしてもそのことが社会で認知されず、しばしば何も実施していない企業と認識されてしまい、自社がもっと社会的に評価されるチャンスがあるにもかかわらずその機会を逸することになってしまいかねません。**せっかく持続可能性に配慮した調達をしている・する意思があるのなら、そのことを方針として対外的に表明することは食品企業の皆さまの努力が社会的に認知される最初のステップ**といえるでしょう。



調達方針は定めているけど、
公表していない



すでにやっているけど、方針として
ルール化・文書化していない



実は持続可能性に寄与する取組を
している



ここまで持続可能性に配慮した
原材料調達を進める意識があったり、
取組を進められているなら、
調達方針を策定・公表
してみませんか？

① コミットメント（約束）の表明

調達方針は自社が取り組むべき課題を反映させた独自ものを作成し、作成後はその実現に向けて取り組を進めることも大切です

- 持続可能性に配慮した原材料調達への自社のコミットメント（約束）を調達方針としてどう落とし込むか、最初はイメージがわからないことがあるかもしれません。
- 最近では調達方針を作成・公表されている食品企業が増えてきました。ですので、作成に向けたイメージをつかむために他社の調達方針を参考にするのも一案でしょう。（「調達ポリシー」等の名称で公表している企業もあります）
- ただし、調達方針はあくまで自社の社会に対するコミットメント（約束）です。したがって、他社の調達方針はあくまで参考であり、形式的に方針をつくればいいというものではありません。
- 自社の企業理念や自社が取り組む重要課題を基礎にした調達方針をつくりましょう。
- 調達方針は作成・公表して終わりではなく、**社内全体に周知・定着させ、サプライヤーなど取引先にも調達方針を共有**して、持続可能性に配慮した原材料調達の実現に協力してもらうことが必要です。

持続可能性に配慮した調達方針に盛り込まれる事項の例

- | | |
|---------------------|------------------|
| ■ 法令遵守と国際規範の尊重 | ■ 地球環境や生物多様性への配慮 |
| ■ 人権尊重と労働安全衛生の確保 | ■ 公正・公平な取引 |
| ■ 製品・サービスの品質・安全性の確保 | ■ 地域との共生や社会への貢献 |

26頁に調達方針の例として味の素株式会社の
「調達に関するグループポリシー」を掲載しています

② 自社のビジネスが関与する影響の特定・評価

持続可能性に配慮した原材料調達の第一歩は、自社が関与している（関与しうる）持続可能性への負の影響の特定・評価です。

- 持続可能性に配慮した原材料調達の第一歩は、自社で製造している食品やその材料に使われている原材料を知ることです。
- 次に、その原材料について持続可能性に関連する問題が国内外で発生していないか、調べてみましょう。その際、自社の直接のサプライヤーだけでなく、サプライチェーンの上流まで遡って調べてみましょう。

主なリスク要因



製品・サービスのリスク

自社の製品・サービスで使用する原材料や開発・製造工程に関連するリスク

例：原料調達先等での児童労働、強制労働（人身取引による労働、長時間労働、低賃金労働）、環境破壊



地域のリスク

リスクを高めるおそれがある特定の国や地域の状況

例：賄賂・腐敗、紛争、単一栽培、商業的・大規模漁業による乱獲、水や土地資源の乱用、排水・廃棄物による地域社会・伝統的生計・自然環境への悪影響、先住民の強制移住



企業固有のリスク

自社やサプライヤーに特有のリスク

例：原材料調達先の企業ガバナンスが脆弱、過去に人権や環境問題を起こしている

情報収集の例

- **公開情報**（国際機関やNGOのレポート等）
- **社内資料に基づく確認・調査**（苦情処理メカニズムで寄せられた情報や過去の情報・社内記録の調査）
- **企業（経営者・管理責任者）に対する質問票調査**（サプライヤー等への質問票の送付・回答の分析）
- **現地調査・訪問**（現地労働者の労働環境の確認）
- **ステークホルダーとの対話**（業界や原材料調達国・地域の事情に精通したステークホルダーへの対話・ヒアリング）

③ 持続可能性に配慮した第三者認証の活用

持続可能性に配慮した第三者認証を取得した原材料を調達することで、各社がサプライチェーンの上流まで遡って確認する負担を軽減することができます

- 持続可能性に配慮して生産されていることを確認したことを証明する**第三者認証**があります。環境や人権、労働安全などの各分野について認証取得要件が設けられていて、要件を満たした農場や製品などに認証が与えられます。
- 現時点ではすべての原材料について対応する認証があるわけではなく、認証を取得した原材料の流通量が十分にあるわけでもなく、また認証品のほうが価格が高いこともあるので、万能の対策というわけではないですが、特に**輸入原材料**は原材料の生産地までトレーサビリティを確保するのは非常に大変です。
- そのため、持続可能性に配慮した方法で生産されたことが担保された認証取得原材料を積極的に調達することで、自社が調達する原材料の持続可能性が担保できます。
- また、欧州など海外のルールで持続可能性への対応が求められる場合においても、こうした第三者認証を活用して自社の取組を証明することが可能なケースがあります。
- 次頁以降で代表的な第三者認証を紹介しています。また、原材料生産者が第三者認証を取得することを支援する食品企業も現れています（企業事例で紹介しています）。

③ 持続可能性に配慮した第三者認証の活用

制度	レインフォレスト・アライアンス認証 	国際フェアトレード認証 	ココアホライズン認証 
運営団体	レインフォレスト・アライアンス Rainforest Alliance	国際フェアトレードラベル機構 Fairtrade International (日本でのライセンス・認証機関：特定非営利活動フェアトレード・ラベル・ジャパン)	ココアホライズン財団 Cocoa Horizons Foundation
対象品目	コーヒー、カカオ、茶類（紅茶・緑茶等）、果物（バナナ等）、ハーブとスパイス類（レイボス等）、花卉など	コーヒー、茶、カカオ、ハーブ・スパイス、果物、ワイン、サトウキビ、蜂蜜、ナッツ、コットン、スポーツボールなど	カカオ豆、生産者
概要	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、生産者は持続可能な農業基準に照らして第三者認証機関から審査を受け、原材料の調達や加工製造を行う企業ではサプライチェーン要件に基づき責任ある商慣行を実践し、持続可能性の促進を支援	開発途上国の小規模生産者・労働者の持続可能な開発を促進することを目指して設計。基準は、「生産者の対象地域」、「生産者基準」と「トレーダー（輸入・卸・製造組織）基準」、「産品基準」で構成。全ての基準で、経済・社会・環境を原則としている	2015年にバリーカレボー社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。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。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が財源
URL	https://www.rainforest-alliance.org/ja/	https://www.fairtrade.net	https://www.cocoahorizons.org/ja

③ 持続可能性に配慮した第三者認証の活用

制度	ISPO認証 	MSPO認証 	RSPO認証 
運営団体	ISPO委員会	マレーシアパーム油 認証審議会 Malaysian Palm Oil Certification Council (MPOCC)	持続可能なパーム油のための円卓会議 Roundtable on Sustainable Palm Oil (RSPO)
対象品目	パーム油、パーム核油	パーム油、パーム核油	パーム油、パーム核油
概要	7つの原則（法令順守、プランテーションのベストプラクティスの採用、環境・天然資源及び生物多様性の管理、労働責任、社会的責任及び市民経済のエンパワメント、透明性の適用、持続可能な事業の改善）に基づき運営。まずは生産者の技術・知識の底上げなど生産認証の整備に注力	内容はRSPOと同様。但し、初め多くの生産者が遵守可能な指標を設定し、徐々に指標を高めていく方針。次の改訂で、強制労働対応、高い保全価値(HCV)の採用、アブラヤシの新規開発への配慮、新規植林の要求、腐敗防止システムとメカニズム、等が導入される見込み	8つの原則（透明性確、法令遵守、経済・財政的支援、生産時等におけるベストプラクティスの採用、環境、資源及び生物多様性の保全、農園、工場の労働問題及び地域住民への配慮、新規農園開発での配慮、継続的改善）に沿って運営
URL	https://www.indonesiapalmoilfacts.com/ispo/	https://mspo.org.my/	https://rspo.org/

③ 持続可能性に配慮した第三者認証の活用

制度	アメリカ大豆サステナビリティ 認証プロトコル (SSAP) 	GAP認証 	有機JAS制度 
運営団体	アメリカ大豆輸出協会 (U.S. Soybean Export Council: USSEC)	・一般財団法人日本GAP協会 (ASIAGAP及びJGAP) ・フードプラス (GlobalG.A.P)	・農林水産省 ・財務省（有機酒類）
対象品目	大豆	農産物	農産物、畜産物、藻類など
概要	米国産大豆が環境負荷を抑えた持続可能な方法で生産・管理されていることを証明する認証。2013年設立。生物多様性と炭素貯蔵、生産活動、労働者と地域社会の福祉、環境保護の継続的改善の4つの基準を満たすことが求められる	食品安全、環境保全、労働安全、人権保護、農場経営管理の5分野について、農業生産の各工程の実施、記録、点検、及び評価を行うことによる持続的な改善活動を実施していることを認証する制度。日本では、日本GAP協会が運営するASIAGAP及びJGAP、フードプラスが運営するGlobalG.A.Pの3種類の認証が普及している	JAS法（日本農林規格等に関する法律）に基づき、農薬や化学肥料などの化学物質に頼らないことを基本とし、環境への負荷をできる限り低減して生産された食品を認証する制度
URL	https://ussoybean.jp/ssap	https://jgap.jp/gap/	https://www.maff.go.jp/j/jas/jas_ki_kaku/yuuki.html

（出所）みずほリサーチ&テクノロジーズ「令和4年度新事業創出・食品産業課題解決対策事業のうち持続可能な原料調達先進事例把握及び対応促進等委託事業報告書」2023年3月及び各認証ウェブサイト参照。

③ 持続可能性に配慮した第三者認証の活用

制度	MSC認証 	ASC認証 	MEL（マリン・エコラベル・ジャパン）認証 
運営団体	海洋管理協議会 (Marine Stewardship Council: MSC)	水産養殖管理協議会 (Aquaculture Stewardship Council: ASC)	(一社) MEL協議会 (Marine Eco-Label Japan Council)
対象品目	天然水産物（魚類・貝類・甲殻類）	養殖水産物	天然水産物、養殖水産物
概要	水産資源と環境に配慮し適切に管理されたMSC認証を取得した漁業で獲られた天然の水産物につけられるラベル	環境に負担をかけず地域社会に配慮して操業している養殖業に対する認証マーク	日本発の水産エコラベル認証制度で、水産資源の持続性と環境に配慮している事業者（漁業・養殖業）を第三者が審査し認証する。MEL認証には①漁業認証、②養殖認証、③流通加工段階（CoC）認証の3種類がある。
URL	https://www.msc.org/jp	https://jp.asc-aqua.org/	https://www.melj.jp/

（出所）各認証ウェブサイト参照。

Appendix I .

国内の食品企業の実事例

調達に関するグループポリシー

味の素グループ
制定日：2006年5月31日
改定日：2013年11月11日
改定日：2018年3月1日

私たちは、すべての購買取引において、公正・公平・透明・簡素を心掛け、お客様をはじめ、すべてのステークホルダーの方々から信頼を得られるよう、お取引先をビジネスパートナーとして、法令を順守し、契約を履行し、合理的に業務を遂行します。

1. 順法・購買倫理

- 購買取引に関連する関係各国の法令、ルールを順守し、合わせて「味の素グループポリシー」、その他該当する社内諸基準に則り良識ある行動をします。
- 購買取引においてお取引先との契約を誠実に履行します。
- 購買取引において知り得た情報については、その重要性をよく理解し、機密保持に努めます。
- 購買取引は、公正・公平・透明・簡素な業務手順により行います。

(出所) 味の素株式会社ウェブサイト、
https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/activity/policy/procurement_policy.html。

2. 購買取引の原則

- 経済的な合理性に基づき、適正価格での取引を行います。
- 取引先選定にあたっては、価格、品質、納期の他、技術力、安全性、実績等も合わせ総合的に検討し、決定します。不採用の場合、要望によりその理由を説明します。
- 購買取引は原則として複数見積比較（入札等）に拠ります。
- 新規取引希望については門戸開放を原則とし、採用基準を満たした候補について適当な取引先選定の機会に参加していただきます。
- お取引先と共同でのコストダウン取り組みについては評価採用のルールを定めて積極的に推進します。

3. 購買取引におけるCSRの実践

- 原材料等の購買取引は、商品の品質・安全性確保のため該当する法令、「品質に関するグループポリシー」および関連する諸基準を適用します。
- 直接購買する対象が、その生産、流通において、地球環境の保全に配慮されており、児童労働や強制労働等の人権侵害に関わるものでないことを確認します。

4. お取引先への要請

- 本「調達に関するグループポリシー」、ならびに「サプライヤー取引に関するグループポリシー」の趣旨の理解と、共にサプライチェーンを構成するビジネスパートナーとしての協力を要請します。
- 経済合理性に裏付けられた合理化等各種提案の促進を要請します。
- お取引先に対し、コンプライアンス、人権、労働・安全、環境、品質・安全等の期待事項を明示し、協働してCSRを実践していくことを要請します。

食品企業の取組事例

味の素株式会社

食品
調味料

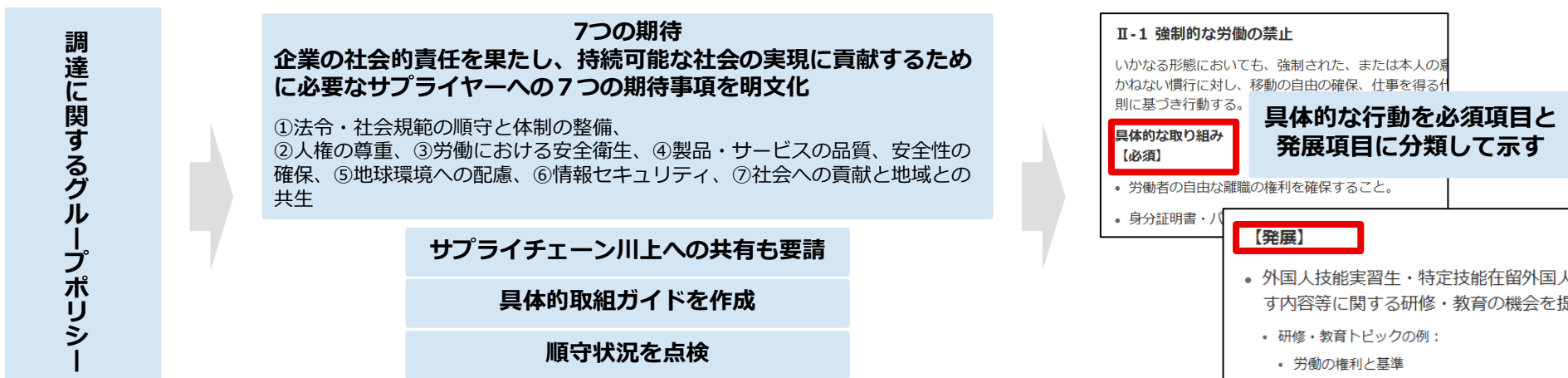
ポリシー
整備

サプライヤー取引に関するポリシーの整備

- 持続可能性に配慮した調達へのコミットメントとして「調達に関するグループポリシー」を2006年に制定（2013年、2018年に改定）。また、国際基準を参照して「サプライヤー取引に関するグループポリシー」を2018年に制定（2022年、2024年に改定）し、取締役会・経営会議の承認を経て発表。
- 「サプライヤー取引に関するグループポリシー」では7つの期待事項を規定。「サプライヤー取引に関するグループポリシーガイドライン」では取引先に求める具体的な行動を定めています。具体的な行動は必須項目または発展項目に分類して示されています。
- 取引先にはこれらのポリシーの趣旨の理解と協力を求めており、「お取引先様説明会」で協働を依頼しています。

サプライヤー取引に関するグループポリシー

サプライヤー取引に関する グループポリシーガイドライン



食品企業の実践事例

キリンホールディングス株式会社

紅茶

第三者認証

生産者支援

レインフォレスト・アライアンス認証取得支援

レインフォレスト・アライアンス認証については21頁参照

- キリングroupは、スリランカの紅茶葉生産地域全体をより持続的にするために、紅茶葉農園の「レインフォレスト・アライアンス認証」取得を支援しています。
- キリンビバレッジ(株)の主力商品「キリン 午後の紅茶」には世界有数の紅茶葉生産国であるスリランカの茶葉を使っています。
- 「キリン 午後の紅茶」にとってスリランカの質のよい紅茶葉は欠かせません。キリングroupは国際認証の取得支援を通じて、スリランカの紅茶葉生産がより環境にも人にもやさしいサステナブルなものになるようにサポートしています。

レインフォレスト・アライアンス認証取得支援の全体の構図



食品企業の取組事例

株式会社アサヒコ

大豆

第三者認証

第三者認証大豆を使った商品開発

SSAP認証については
23頁参照

- アサヒコは、たんぱく質格差社会を無くすという事業目的から「TOFFU PROTEIN」シリーズを展開しています。
- 同シリーズでは、植物原料である大豆・豆腐を活かすことで、美味しくたんぱく質が摂取しながら、環境へのやさしさを両立した商品づくりをしています。
- 人と地球にやさしい未来の豆腐という事業コンセプトを体現する原材料として、持続可能な農法によって生産・管理されたことが保証されたSSAP認証大豆を調達しています。
- 商品にSSAP認証マークを表示することで、同社がアメリカ大豆を使う理由と、SSAP認証の理念を消費者に伝えるきっかけにしています。

SUSTAINABLE
U.S. SOY®

商品へのSSAP認証マークの表示



(出所) 株式会社アサヒコ「豆腐市場に新風を吹き込んだ『TOFU BAR』 大豆食文化を世界へ！」2023年をもとに作成。

食品企業の取組事例

株式会社ニッスイ

水産物

第三者認証

認証水産物（水産エコラベル）の調達を増やす

MSC認証とASC認証
については24頁参照

- 海の資源は限りがあり、このまま対策をしないと海の資源が枯渇して、さまざまな問題が発生してしまいます。ニッスイグループは水産資源の持続可能性向上に取り組んでおり、その一つとして、MSC認証やASC認証など国際的に持続的であることが保証された水産物の調達を進めています。
- ニッスイグループは、2030年度までに調達する水産物の100%を持続可能性が確認できるものにするという目標を掲げています。また、持続可能な認証水産物そのものが増えるよう、水産エコラベルの普及活動も積極的に行っています。
- MSC認証水産物の普及貢献が認められ、MSCジャパン・アワード2024に選出されました。



（出所）株式会社ニッスイウェブサイト等をもとに作成。

食品企業の実組事例

株式会社伊藤園

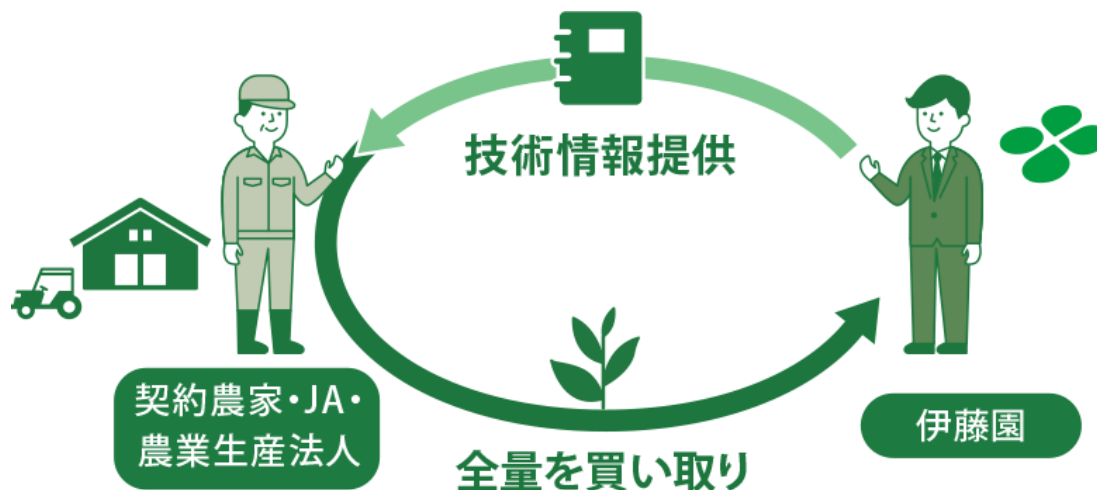
茶

生産者支援

茶産地育成事業

- お茶の農園では、高齢化による後継者不足が深刻な問題になっています。そんなお茶農家の課題解決のために、(株)伊藤園は1976年に「茶産地育成事業」を始めました。
- 契約農地から茶葉を全て買い取ったり、荒れた農地を茶園に造り変えたりするなど、日本の農業のサポートに取り組んでいます。最近では茶農業のための技術開発にも力を入れています。
- 契約栽培された茶葉は同社の主力商品「お〜いお茶」などで使用されています。

契約農家と伊藤園の関係性



(出所) 伊藤園、https://www.itoen.co.jp/tea_producing/contract/。

食品企業の取組事例

株式会社 明治

カカオ

生産者支援

メイジ・カカオ・サポート（MCS）

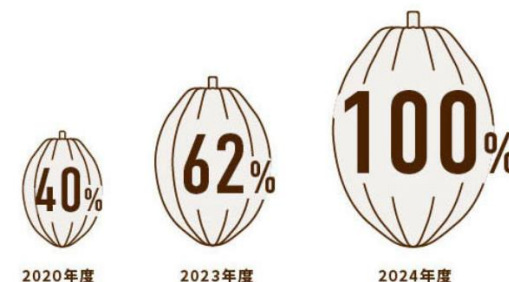
明治独自のカカオ農家支援活動「メイジ・カカオ・サポート」

- (株)明治は2006年から独自のカカオ農家支援活動「メイジ・カカオ・サポート（MCS）」に取り組んでいます。
- カカオ豆生産の持続可能性を高めるために、産地に直接足を運んだり、さまざまなパートナーと協働したりしながら、カカオ豆の品質向上への技術支援や農家の生活向上、地域の環境保全・回復などの社会課題解決に取り組んでいます。
- また、持続可能なカカオ豆生産を目指して、調達先の農園までのトレーサビリティの確立、児童労働ゼロ、森林減少ゼロを目標に掲げ、課題解決に取り組んでいます。



「明治サステナブルカカオ豆」の調達比率100%達成

- 2026年度までにMCSで農家支援を実施した地域で生産されたカカオ豆「明治サステナブルカカオ豆」の調達比率100%を目標として取り組みを進めてきましたが、2024年度に前倒しで実現しました。



(出所) 株式会社明治ウェブサイト等をもとに作成。

食品企業の実践事例

有楽製菓株式会社

カカオ

生産者支援

スマイルカカオプロジェクト

- 「作る人も食べる人も、みんなが笑顔になるように」という思いを含め、有楽製菓(株)は2019年に『スマイルカカオプロジェクト』を立ち上げました。メーカーよりカカオ原料を購入する際、通常より高い値段で購入しその資金を活用して頂き、カカオの栽培技術を指導したりすることで生産者の暮らしを改善し、子どもたちが働く必要のない環境づくりを目指しています。
- 2022年には主力商品「ブラックサンダー」に使用するカカオ原料の全てを、2024年には有楽製菓のチョコレート商品に使用するカカオ原料の全てを児童労働ゼロに取り組む原料（スマイルカカオ）に変更しました。

スマイルカカオプロジェクトの ロゴマーク



【取組開始の経緯と実現までの苦労】

- 同社会長が児童労働問題に取り組むNPOから西アフリカのカカオ豆生産に児童労働が関わっている実態を聞いてショックを受けたことを契機に「何か出来ないか」と考え、本プロジェクトをスタート。取組を始めた当初、何から手を付けたら良いか分からなかったが、社内に「児童労働問題を考える会」を発足し、話し合いを重ねた。
- サプライヤーからの調達において「児童労働への配慮」という条件を設け、それに合致した原料のみを調達してもらっている。取組をはじめた2010年代後半は児童労働問題への関心は高くなく、サプライヤーに当時相談したときの反応は「日本ではそんなテーマに対する社会的な要望が少なく、対応していくのは難しい」と否定的であった。希望に叶う対応ではなかったためやむを得ず、サプライヤーを変更することとした。

（出所）MURC「令和4年度食品企業の「ビジネスと人権」に係る取組等の実態調査委託事業」報告書（農林水産省委託事業）84-86頁

（出所）株式会社有楽製菓ウェブサイト等をもとに作成。

Appendix II.

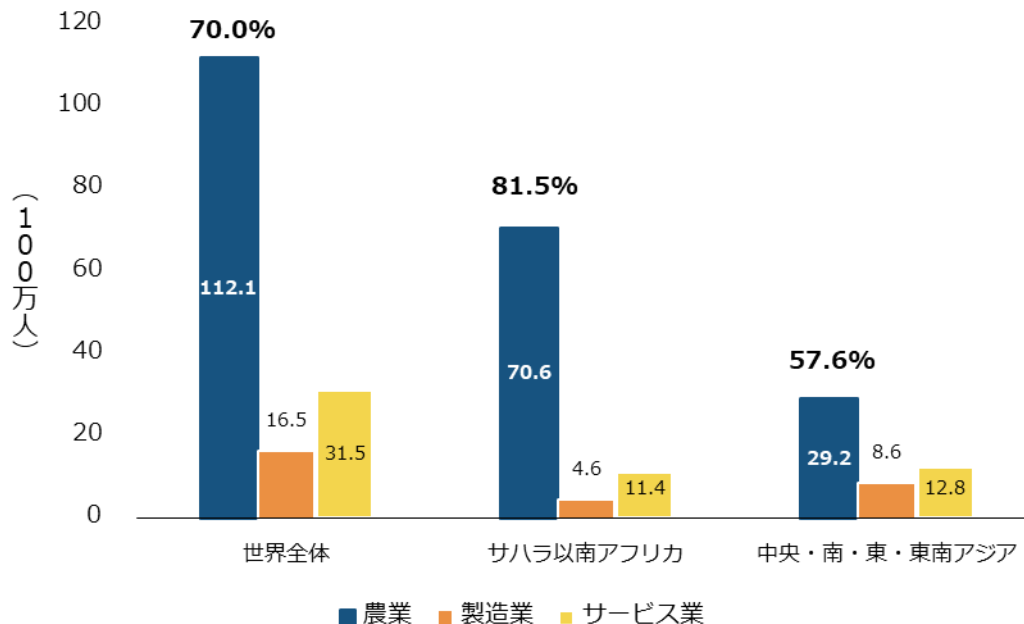
参考資料

食品産業と児童労働のかかわり

世界の児童労働の下にある5歳から17歳の子どもの7割（1億1,210万人）が農業セクターで働いています

- 国際労働機関（ILO）と国際児童基金（UNICEF）の報告書によると、**世界では1億6,000万人の児童労働**の下にある子どもがいますとされています（2020年）。これは全世界の子どもたちのほぼ10人に1人に相当します。
- その**7割**にあたる**1億1,210万人**が**農業セクター**で働いているとされています。
- 日本の食品企業が原材料等を輸入する**アフリカやアジア**でも農業セクターで働いている児童が多いことがわかります。

児童労働の下にある子どものセクター別の人数と割合
(2020年、単位：100万人)



※割合は各地域における農業セクターが占める児童労働で働く子どもの割合を示す。

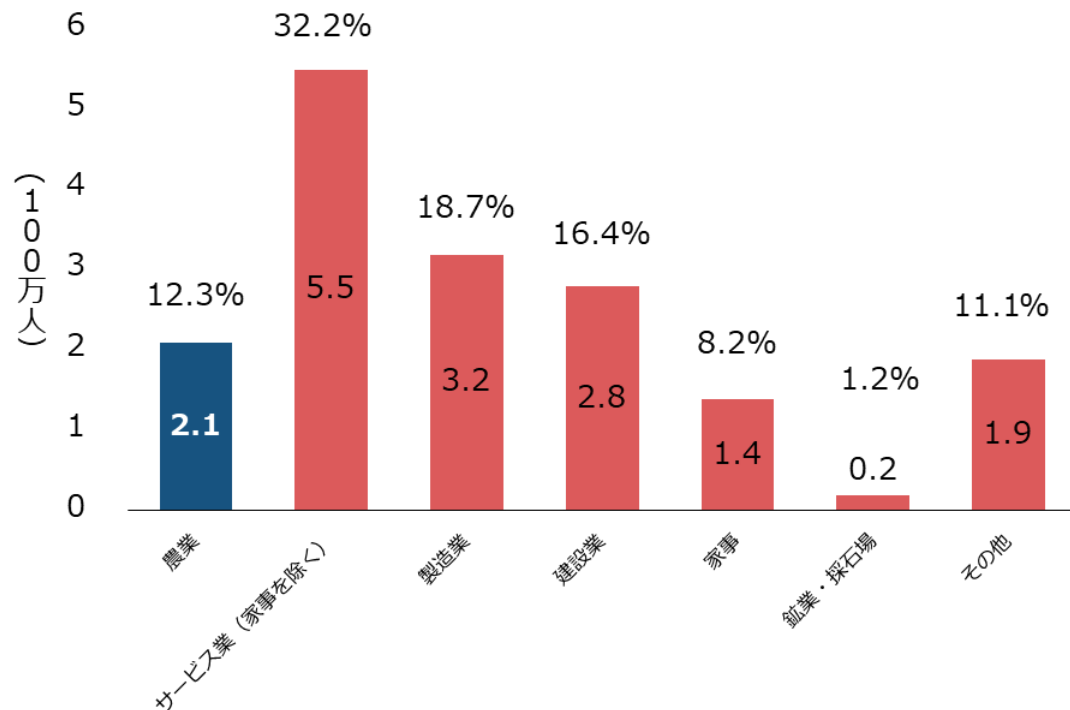
(出所) ILO and UNICEF, Child Labour: Global Estimate 2020, Trends and the Road Forward, 2021, p.38 (一部変更)。

食品産業と強制労働のかかわり

農業セクターでも強制労働下に置かれている労働者が多数存在し、食品企業は注意して原材料を調達することが重要です

- ILOによると、2021年において**世界で2,760万人が強制労働**の下にあります。性的搾取を除く強制労働の下にある成人は**1,730万人**存在し、その**12.3%**に相当する**210万人**が**農業セクター**で働いています。
- 食品産業の川上に位置する**農業セクター**で強制労働の下にある労働者が多いことから、食品企業は**調達する原材料の生産現場（特に海外）**で強制労働が発生していないか注意する必要があります。

セクター別に見た強制労働の下で働く成人労働者数と割合
(2021年、性的搾取を除く、単位：100万人)



※割合は各セクターが占める成人の強制労働者の割合を示す。

(出所) ILO and UNICEF, Child Labour: Global Estimate 2020, Trends and the Road Forward, 2021, p.38 (一部変更)。

児童労働や強制労働のリスクがあるとされる食品の原材料

児童労働や強制労働は世界中に多くの産品に見られます
これらの原材料を調達している企業はサプライチェーンの中でこれらの問題が発生しないか、確認
しましょう

	児童労働が指摘されている産品の例	強制労働が指摘されている産品の例
農作物	カカオ、珈琲、紅茶、ヒマワリ、花、パーム油、スパイス（クローブ、バニラ）、小麦、米、とうもろこし、バナナ、メロン、柑橘系フルーツ、ブルーベリー、葡萄、キャッサバ、ジャガイモ、カシューナッツ、ヘーゼルナッツ、ブラジルナッツ、栗、豆、オリーブ、サトウキビ、嗜好品（タバコ、ケシ、カート）、キャベツ、きゅうり、タマネギ、トマト、ニンニク、ブロッコリー、レタス	珈琲、紅茶、パーム油、バナナ、イチゴ、柑橘系フルーツ）、ブラジルナッツ、サトウキビ、タバコ、トマト、米、とうもろこし、胡椒）
畜産物・魚介	エビ、魚、牛、豚、鶏、羊、山羊	エビ、魚、貝、牛、羊、山羊

（出所）経済産業省「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のための実務参考資料（別添1）参考資料」2023年4月、66頁等をもとに作成。

食品産業と環境問題のかかわり

食品やその原材料となる農産物生産の過程で様々な環境への悪影響が発生するとともに、環境の悪化が食品・農産物生産に打撃を与えています

■ 食品産業が環境に与える影響 □ 食品産業が各課題から受ける影響

課題	食品産業と課題との関係
気候変動	■ 事業活動に伴うGHG排出による温暖化の進行 □ 高温による農産物の品質低下 □ 災害の多発や降雨量増加等による災害の激甚化により農林水産物生産に大きな打撃 □ 世界平均気温が2℃上昇すると、10年に1回発生するような極端な高温や大雨の頻度がそれぞれ5.6倍と1.7倍。また、農産物の収量減少や家畜の成長低下、害虫や疫病の発生・被害増、渇水の深刻化、大雨による河川氾濫などが発生
自然・生物多様性の保全	■ 人間の活動によって自然生態系は推定可能な最も初期の状態から平均47%減少、推計100万種の生物種が絶滅の危機 ■ 食品企業は製造・加工プロセス、製品、原材料生産に用いる水資源や原材料である農畜水産物といった自然の恵みを利用して事業活動を行っている ■ パーム油、カカオ、コーヒー豆などの輸入原材料生産に伴う農地開発が森林減少の大きな原因 □ 生物多様性の損失により原材料の生育に支障をきたし、原材料調達が困難になる
水産資源管理	■ 2019年時点で、世界の水産資源の35.4%が自然の再生速度を上回る過剰漁獲状態 ■ 不適切な漁獲方法や漁具の廃棄・投棄による生態系への悪影響 ■ 養殖場での飼料・糞尿等による汚染や養殖魚の脱走による近隣海域の生態系への悪影響 □ 水産資源管理の不足により調達可能な水産資源が減少

(出所) 農林水産省「SDGs×食品産業」<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/sdgs/index.html>；農林水産省「食品企業のためのサステナブル経営に関するガイダンス」令和5年（2022年）3月を
もとに作成。

農林水産省が取りまとめたお役立ち資料

食品産業の企業の皆さまの持続可能性に配慮したビジネス活動を後押しするために農林水産省が取りまとめたガイダンスや手引きも参照してください

- 食品産業の企業の皆さまの持続可能性に配慮したビジネス活動を後押しするために農林水産省が取りまとめたガイダンス等の一部を紹介します。次頁にも役立つリンク集を掲載しています。

持続可能性に関する情報開示についてもっと知りたい方に

食品企業のための サステナブル経営に関するガイダンス

目標設定・情報開示のための手引き

令和5年3月
農林水産省
大臣官房 新事業・食品産業部
新事業・食品産業政策課 ファイナンス室

人権尊重の取組についてもっと知りたい方に

食品企業向け人権尊重の取組のための手引き

令和5年12月
農林水産省
大臣官房新事業・食品産業部
MAFF
Ministry of Agriculture,
Forestry and Fisheries
農林水産省

- 農林水産省は、食品企業の持続可能性に配慮した経営を進めるため、「食品企業のためのサステナブル経営に関するガイダンス」を取りまとめました（令和5年（2023年）3月）。
- このガイダンスでは、食品企業に関わりが深い環境・社会課題ごとに、取組に係る目標設定、具体的な取組方法、情報開示の方法等を取りまとめています。

↓ ガイダンスへのアクセスはこちら

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/fund/esgitakuR4.html>

- 「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」で示された内容について、食品産業（主に食品製造業）において実際に取り組めるように、農林水産省において「食品企業向け人権尊重の取組のための手引き」を取りまとめました（令和5年（2023年）12月）。
- 手引きでは人権尊重の取組の基本に加えて、食品産業でとりわけ重要と思われる人権リスクの基本が学べるようになっています。

↓ 手引きへのアクセスはこちら

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/kokusaihan/jinkentebiki.html>

参考情報・リンク集

●政府ガイドライン等

- 「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のためのガイドライン」
<https://www.meti.go.jp/press/2022/09/20220913003/20220913003-a.pdf>
- 経済産業省「責任あるサプライチェーン等における人権尊重のための実務参照資料」
<https://www.meti.go.jp/press/2023/04/20230404002/20230404002.html>

●官公庁のウェブサイト

- 外務省「ビジネスと人権ポータルサイト」 <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/bhr/index.html>
- 経済産業省「ビジネスと人権～責任あるバリューチェーンに向けて～」
<https://www.meti.go.jp/policy/economy/business-jinken/index.html>
- 農林水産省「ビジネスと人権」
https://www.maff.go.jp/j/kokusai/kokusei/kanren_sesaku/business_and_human_rights.html
- 農林水産省「食料・農林水産業の気候関連リスク・機会に関する情報開示（入門編）【第2版】」
<https://www.maff.go.jp/j/kanbo/kankyo/seisaku/climate/attach/pdf/visual-89.pdf>
- 法務省「ビジネスと人権」 https://www.moj.go.jp/JINKEN/jinken04_00090.html
- 法務省「今企業に求められる『ビジネスと人権』への対応（詳細版）（「ビジネスと人権に関する調査研究」報告書）」2021年
※企業が尊重すべき人権の分野についての解説等 <https://www.moj.go.jp/content/001417137.pdf>

●各種機関のウェブサイト

- ジェトロ「特集 サプライチェーンと人権」 https://www.jetro.go.jp/world/scm_hrm/
- ジェトロ「世界のESG関連法規制・政策動向」 <https://www.jetro.go.jp/biznews/feature/esg2022.html>

●国際機関・各国政府

- ILO, ILO Helpdesk for business on international labour standards <https://www.ilo.org/ilo-helpdesk-business-international-labour-standards>
- OECD「責任ある企業行動のためのOECDデュー・ディリジェンス・ガイダンス」 <https://mneguidelines.oecd.org/OECD-Due-Diligence-Guidance-for-RBC-Japanese.pdf>
- OECD「責任ある農業サプライチェーンのためのOECD-FAOガイダンス」 <https://www.mofa.go.jp/mofaj/files/100100155.pdf>
- 国連広報センター「ビジネスと人権に関する指導原則」
https://www.unic.or.jp/texts_audiovisual/resolutions_reports/hr_council/ga_regular_session/3404/
- Responsible Sourcing tool（米国国務省、Verite） ※業種や製品・サービスごとに児童労働・強制労働のリスクをマッピングするWebツール
<https://www.responsible sourcingtool.org/explorerisk>
- CSR RISK Check（オランダ外務省、MVO） ※製品・サービスと国ごとに環境・人権リスク（定性的な情報中心）をまとめてレポート化できるWebツール <https://www.mvorisicochecker.nl/en>

巻末資料 3

消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- 食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題の認知については、「なんとなく聞いたことはある」が最多で、「しなかった」、「内容を知っているがとりにくんでいることはない」が続いている。

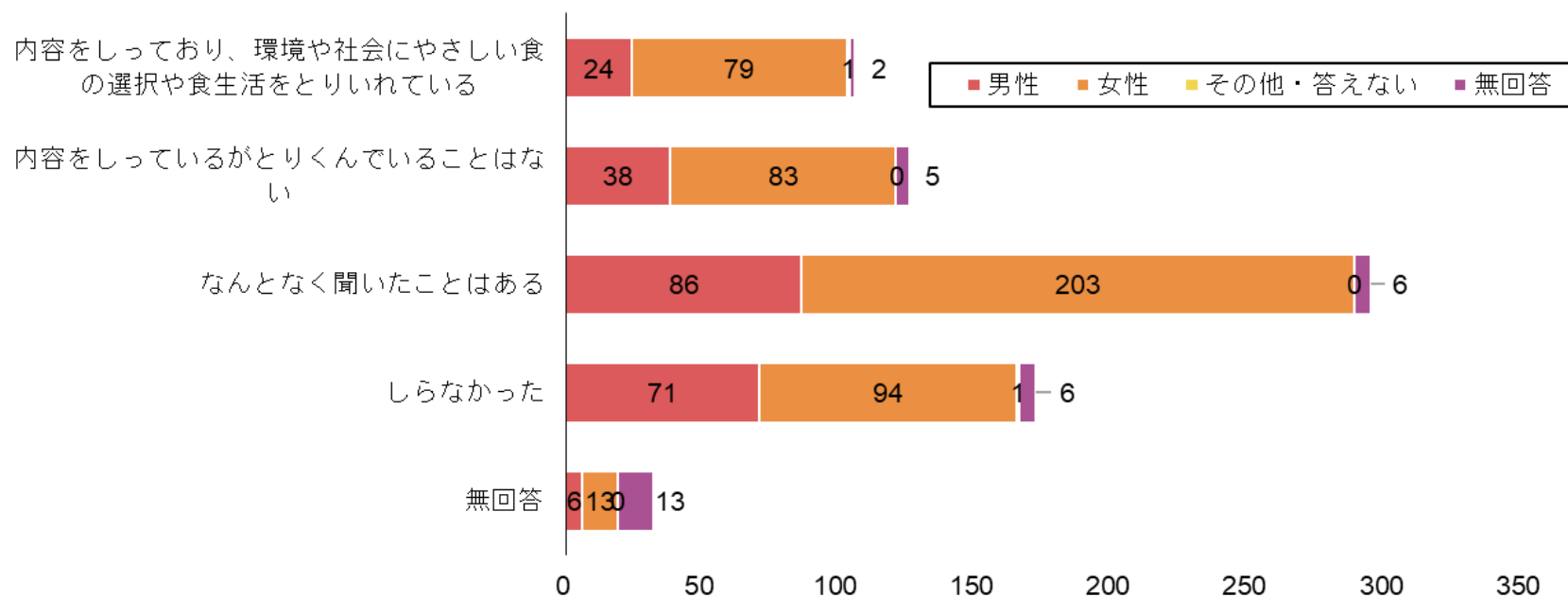
このブースで紹介しているような、食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題について知っていましたか？【単一回答】

性別	内容を知っており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取り入れている	内容を知っているがとりにくんでいることはない	なんとなく聞いたことはある	しなかった	無回答	合計
合計	106	126	295	172	32	731

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

このブースで紹介しているような、食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題についてしっていましたか？【単一回答】



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- 男性も女性も「なんとなく聞いたことがある」が最多となっている。
- 男性のほうが「しらなかった」の回答割合が高く、女性のほうが「内容をしており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取りいれている」の回答割合が高かった。女性のほうが食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題を認知し、生活の中で実践している傾向があるといえる。

このブースで紹介しているような、食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題について知っていましたか？【性別別、単一回答】

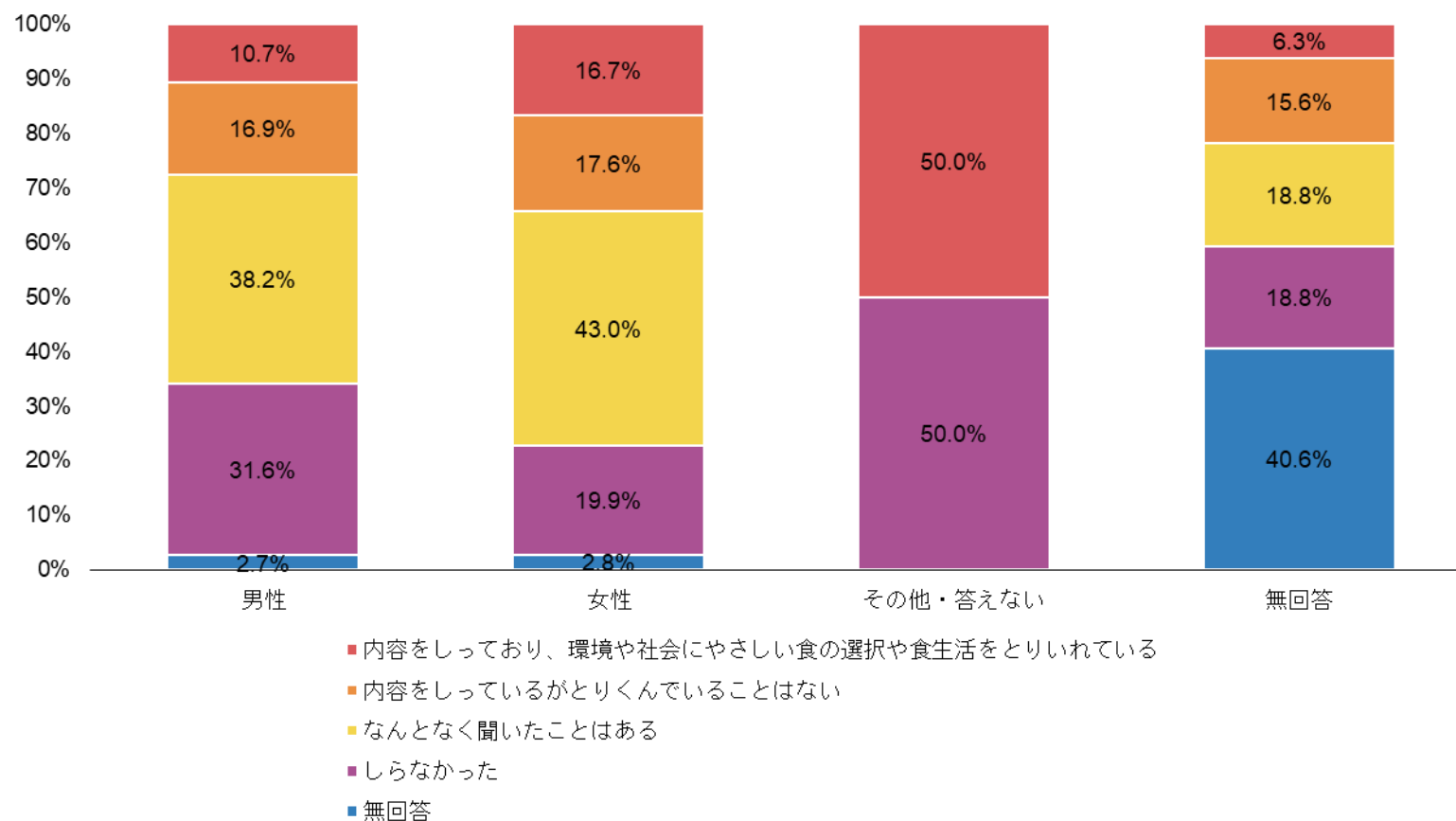
性別	内容をしており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取りいれている	内容をしていないがとりくんでいることはない	なんとなく聞いたことはある	しらなかった	無回答	総計
男性	24	38	86	71	6	225
女性	79	83	203	94	13	472
その他・答えない	1			1		2
無回答	2	5	6	6	13	32
総計	106	126	295	172	32	731

性別	内容をしており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取りいれている	内容をしていないがとりくんでいることはない	なんとなく聞いたことはある	しなかった	無回答	総計
男性	10.7%	16.9%	38.2%	31.6%	2.7%	-
女性	16.7%	17.6%	43.0%	19.9%	2.8%	-
その他・答えない	50.0%			50.0%		-
無回答	6.3%	15.6%	18.8%	18.8%	40.6%	-
総計	14.5%	17.2%	40.4%	23.5%	4.4%	-

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

このブースで紹介しているような、食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題についてしっていましたか？【性別別、単一回答】



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- 食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題について、20代～80代は「なんとなく聞いたことはある」が最多となっている。
- 「内容を知っており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取りいれている」の割合は、50代が最も高く、40代、30代が続いている。20代、50代、60代は「内容を知っているがとりくんでいないことはない」の割合が他の世代よりも高くなっている。

このブースで紹介しているような、食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題について知っていましたか？【年齢層別、単一回答】

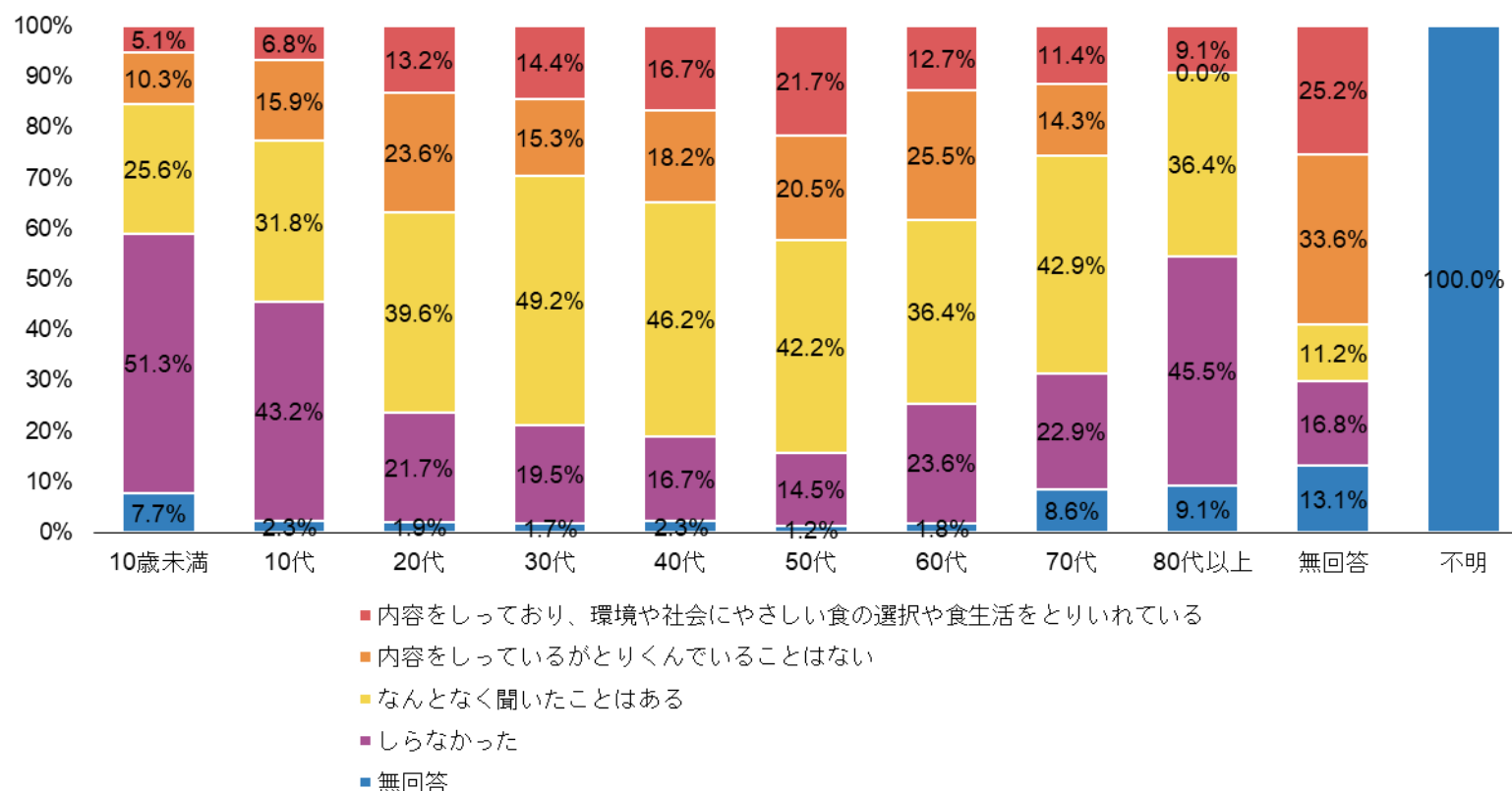
年齢層	内容を知っており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取りいれている	内容を知っているがとりくんでいないことはない	なんとなく聞いたことはある	しらない	無回答	総計
10歳未満	2	4	10	20	3	39
10代	3	7	14	19	1	44
20代	14	25	42	23	2	106
30代	17	18	58	23	2	118
40代	22	24	61	22	3	132
50代	18	17	35	12	1	83
60代	7	14	20	13	1	55
70代	4	5	15	8	3	35
80代以上	1	0	4	5	1	11
無回答	18	12	36	27	14	107
不明					1	1
総計	106	126	295	172	32	731

年齢層	内容を知っており、環境や社会にやさしい食の選択や食生活を取りいれている	内容を知っているがとりくんでいないことはない	なんとなく聞いたことはある	しらない	無回答	総計
10歳未満	5.1%	10.3%	25.6%	51.3%	7.7%	-
10代	6.8%	15.9%	31.8%	43.2%	2.3%	-
20代	13.2%	23.6%	39.6%	21.7%	1.9%	-
30代	14.4%	15.3%	49.2%	19.5%	1.7%	-
40代	16.7%	18.2%	46.2%	16.7%	2.3%	-
50代	21.7%	20.5%	42.2%	14.5%	1.2%	-
60代	12.7%	25.5%	36.4%	23.6%	1.8%	-
70代	11.4%	14.3%	42.9%	22.9%	8.6%	-
80代以上	9.1%	0.0%	36.4%	45.5%	9.1%	-
無回答	16.8%	11.2%	33.6%	25.2%	13.1%	-
不明					100.0%	-
総計	14.5%	17.2%	40.4%	23.5%	4.4%	-

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

このブースで紹介しているような、食と環境や社会の持続可能性（サステナビリティ）の問題についてしっていましたか？【年齢層別、単一回答】



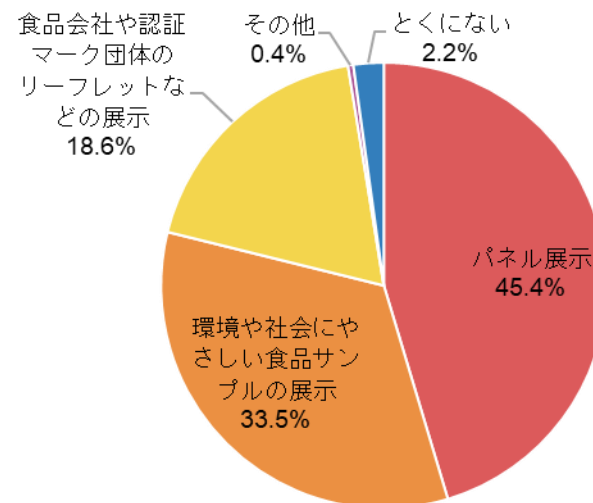
持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- 印象に残った展示内容については「パネル展示」が最多で、「環境や社会にやさしい食品サンプルの展示」、「食品会社や認証マーク団体のリーフレットなどの展示」が続いている。

このブースのどんな展示内容が印象にのこりましたか？【複数回答】

パネル展示	環境や社会にやさしい食品サンプルの展示	食品会社や認証マーク団体のリーフレットなどの展示	その他	とくにない
352	260	144	3	17



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- 印象に残った展示内容について、性別別で見ると、いずれも「パネル展示」が最多となった。年齢層別でも10歳未満と60代、80代以上以外は「パネル展示」が最多となった。

このブースのどんな展示内容が印象にのこりましたか？【性別別、年齢層別、複数回答】

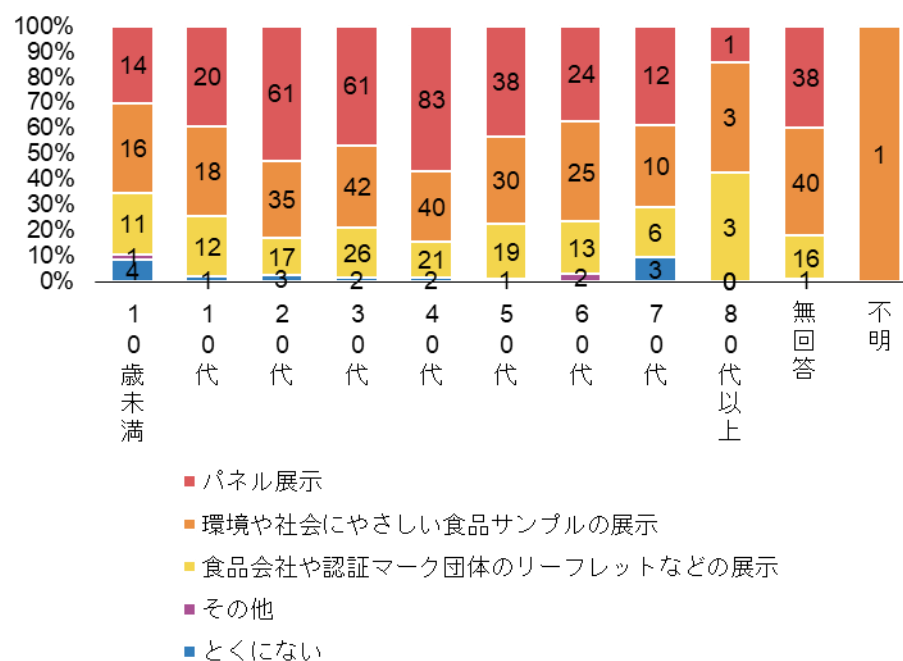
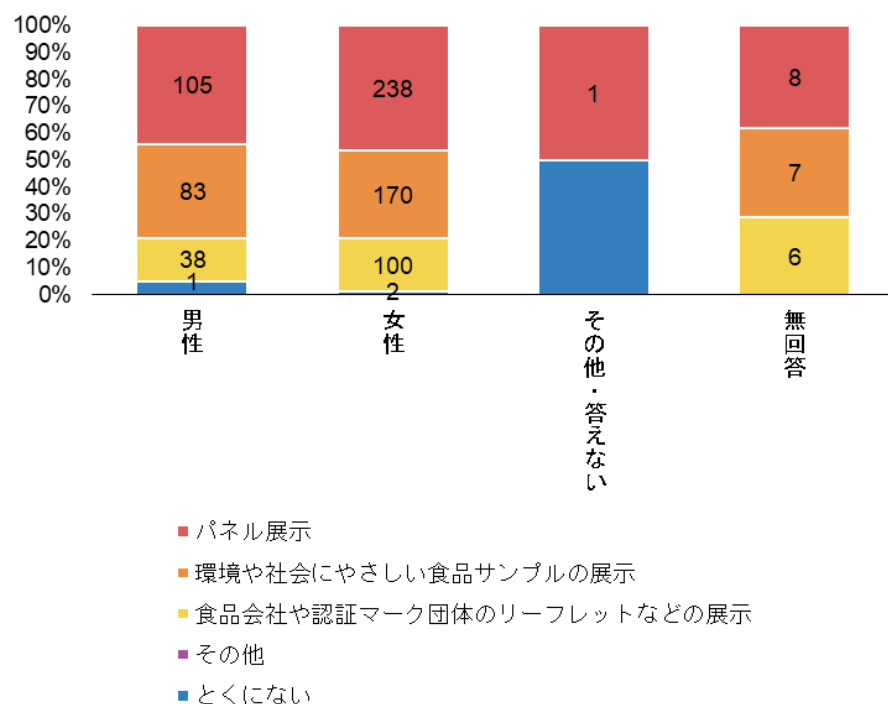
性別	パネル展示	環境や社会にやさしい食品サンプルの展示	食品会社や認証マーク団体のリーフレットなどの展示	その他	とくにない
男性	105	83	38	1	11
女性	238	170	100	2	5
その他・答えない	1				1
無回答	8	7	6		
総計	352	260	144	3	17

年齢層	パネル展示	環境や社会にやさしい食品サンプルの展示	食品会社や認証マーク団体のリーフレットなどの展示	その他	とくにない
10歳未満	14	16	11	1	4
10代	20	18	12		1
20代	61	35	17		3
30代	61	42	26		2
40代	83	40	21		2
50代	38	30	19		1
60代	24	25	13	2	
70代	12	10	6		3
80代以上	1	3	3	0	0
無回答	38	40	16		1
不明		1			
総計	352	260	144	3	17

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

このブースのどんな展示内容が印象にのこりましたか？【性別別、年齢層別、複数回答】



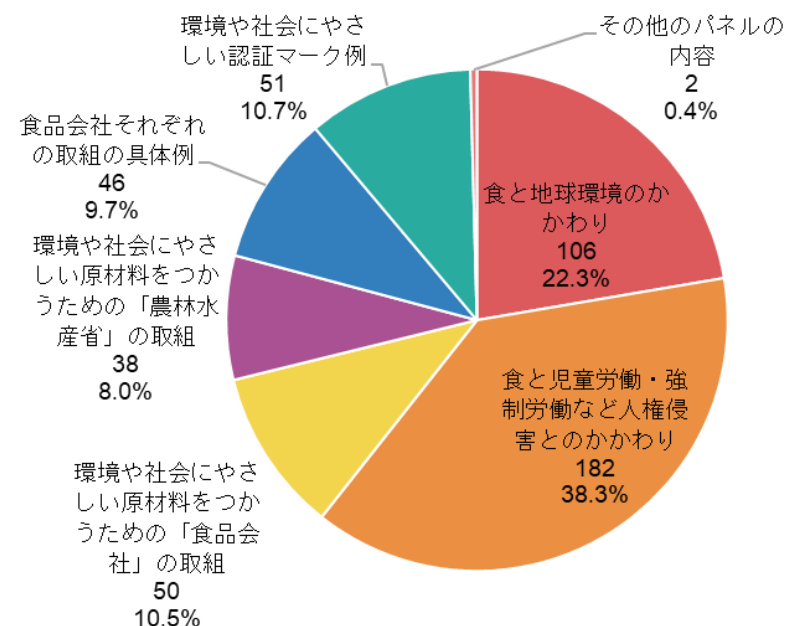
持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- パネル展示のなかで特に印象に残ったものは、「食と児童労働・強制労働など人権侵害とのかかわり」が最多で、「食と地球環境のかかわり」、「環境や社会にやさしい認証マーク例」が続いている。

パネル展示のなかでとくに印象に残った内容は？【単一回答】

食と地球環境のかかわり	食と児童労働・強制労働など人権侵害とのかかわり	環境や社会にやさしい原材料をつかうための「食品会社」の取組	環境や社会にやさしい原材料をつかうための「農林水産省」の取組	食品会社それぞれの取組の具体例	環境や社会にやさしい認証マーク例	その他のパネルの内容
106	182	50	38	46	51	2



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- パネル展示のなかで特に印象に残ったものは、男女、多くの世代で「食と児童労働・強制労働など人権侵害とのかかわり」であった。男女及び多くの世代で「食と地球環境のかかわり」がそれに続いている。

パネル展示のなかでとくに印象に残った内容は？【性別別、年齢層別、単一回答】

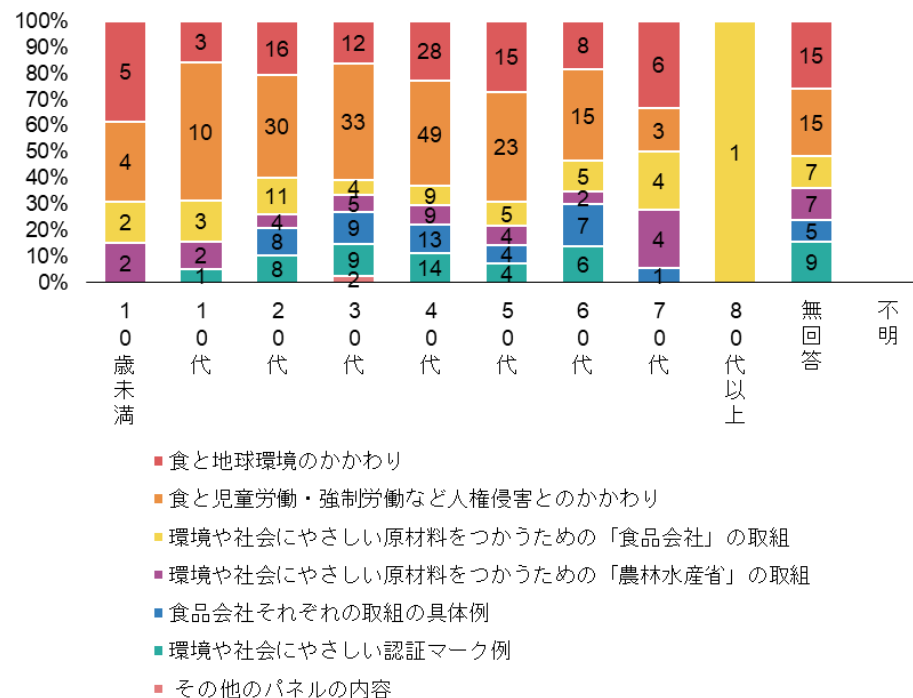
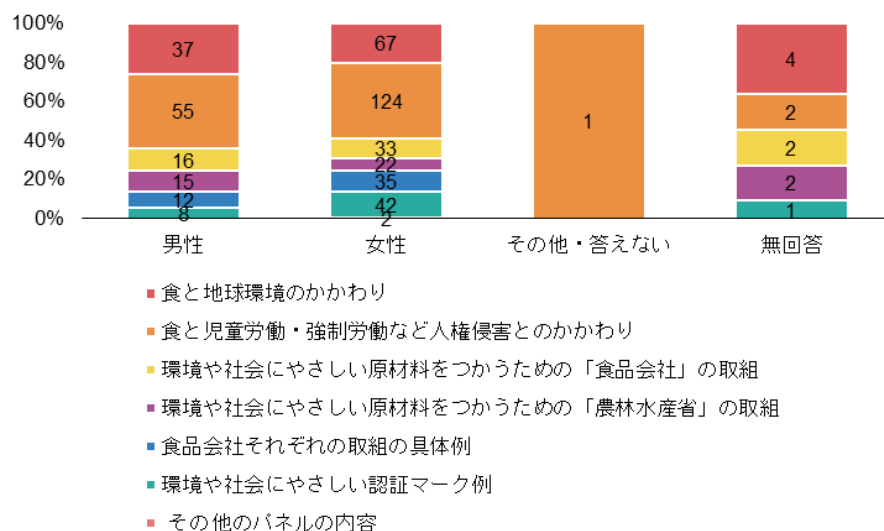
性別	食と地球環境のかかわり	食と児童労働・強制労働など人権侵害とのかかわり	環境や社会にやさしい原材料をつかうための「食品会社」の取組	環境や社会にやさしい原材料をつかうための「農林水産省」の取組	食品会社それぞれの取組の具体例	環境や社会にやさしい認証マーク例	その他のパネルの内容
男性	37	55	16	15	12	8	
女性	67	124	33	22	35	42	2
その他・答えない		1					
無回答	4	2	2	2		1	
総計	108	182	51	39	47	51	2

年齢層	食と地球環境のかかわり	食と児童労働・強制労働など人権侵害とのかかわり	環境や社会にやさしい原材料をつかうための「食品会社」の取組	環境や社会にやさしい原材料をつかうための「農林水産省」の取組	食品会社それぞれの取組の具体例	環境や社会にやさしい認証マーク例	その他のパネルの内容
10歳未満	5	4	2	2			
10代	3	10	3	2		1	
20代	16	30	11	4	8	8	
30代	12	33	4	5	9	9	2
40代	28	49	9	9	13	14	
50代	15	23	5	4	4	4	
60代	8	15	5	2	7	6	
70代	6	3	4	4	1		
80代以上			1				
無回答	15	15	7	7	5	9	
不明							
総計	108	182	51	39	47	51	2

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

パネル展示のなかでとくに印象に残った内容は？【性別別、年齢層別、単一回答】



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- 「パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思ったか」の質問に対して、「私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい」が最多で、「食べきれる量の購入、注文、調理などにとりくんで食品ロスをへらしたい」、「食べものが食卓にとどくまでに使われる土地や資源、環境、かかわる人びとのことをもっと意識したい」が続いている。

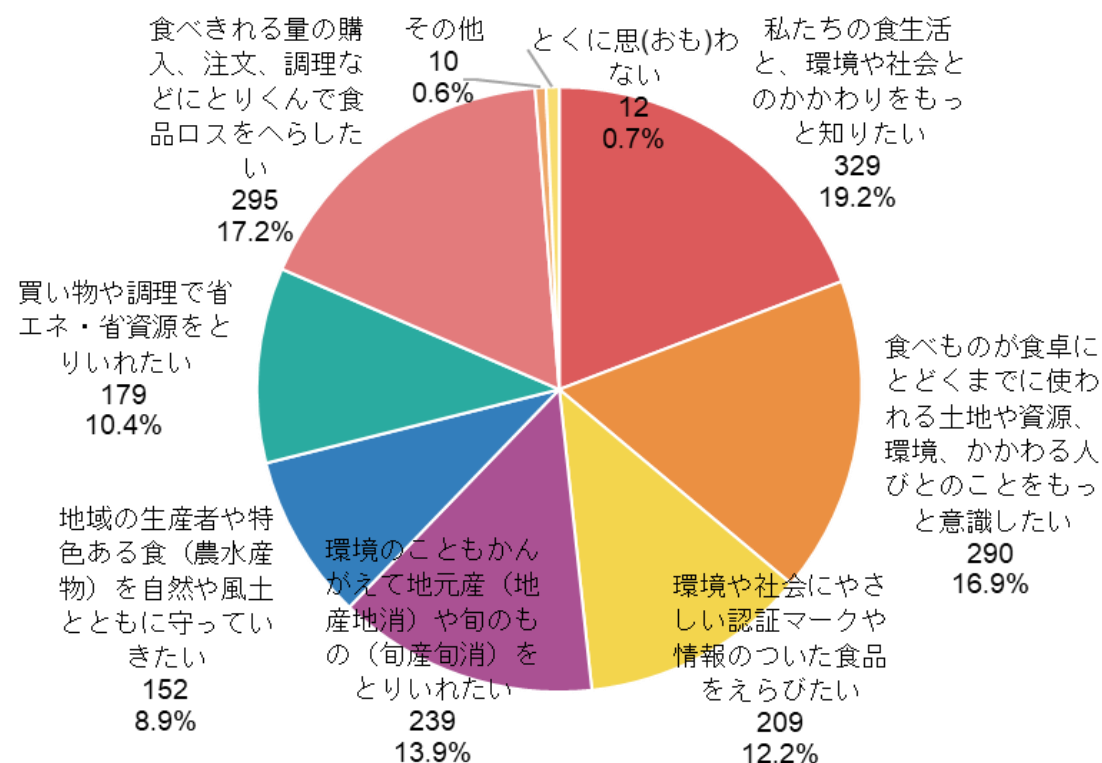
パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思いましたか？【複数回答】

私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい	食べものが食卓にとどくまでに使われる土地や資源、環境、かかわる人びとのことをもっと意識したい	環境や社会にやさしい認証マークや情報のついた食品をえらびたい	環境のこともかんがえて地元産（地産地消）や旬のもの（旬産旬消）をとりたい	地域の生産者や特色ある食（農水産物）を自然や風土とともに守っていききたい	買い物や調理で省エネ・省資源をとりたい	食べきれる量の購入、注文、調理などにとりくんで食品ロスをへらしたい	その他	とくに思（おも）わない
329	290	209	239	152	179	295	10	12

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思いましたか？【複数回答】



持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

- パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思ったかの質問に対して、男女、多くの世代で「私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい」と「食べものが食卓にとどくまでに使われる土地や資源、環境、かわる人びとのことをもっと意識したい」の回答数が多いが、女性と10代、20代は「食べきれる量の購入、注文、調理などにとりくんで食品ロスをへらしたい」が最多となっている。

パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思いましたか？ 【性別別、年齢層別、複数回答】

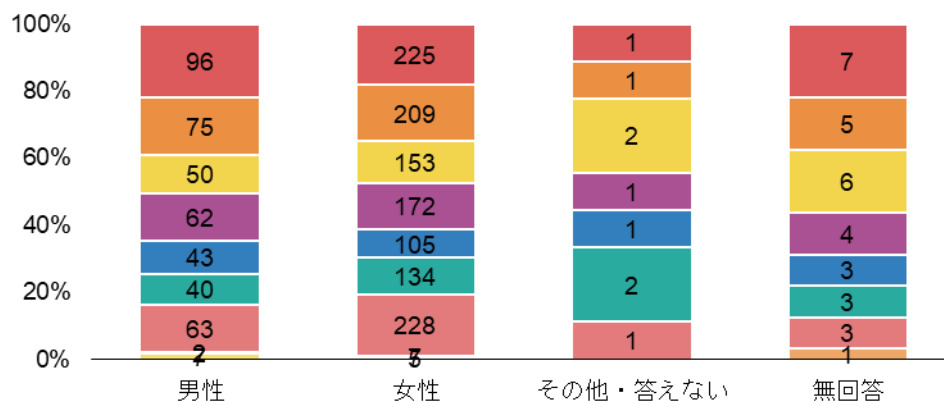
性別	私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい	食べものが食卓にとどくまでに使われる土地や資源、環境、かわる人びとのことをもっと意識したい	個数 / 環境や社会にやさしい認証マークや情報のついた食品をえらびたい	環境のこともかんがえて地元産（地産地消）や旬のもの（旬産旬消）をとりいれたい	地域の生産者や特色ある食物（農水産物）を自然や風土とともに守っていきたい	食べきれる量の購入、注文、調理などにとりくんで食品ロスをへらしたい		その他	とくに思（おも）わない
						買い物や入、注文、調理で省エネ・省にとりく	調理などのロス		
男性	96	75	50	62	43	40	63	2	7
女性	225	209	153	172	105	134	228	7	5
その他・答えない	1	1	2	1	1	2	1		
無回答	7		6	4	3	3	3	1	
総計	329	290	211	239	152	179	295	10	12

年齢層	私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい	食べものが食卓にとどくまでに使われる土地や資源、環境、かわる人びとのことをもっと意識したい	個数 / 環境や社会にやさしい認証マークや情報のついた食品をえらびたい	環境のこともかんがえて地元産（地産地消）や旬のもの（旬産旬消）をとりいれたい	地域の生産者や特色ある食物（農水産物）を自然や風土とともに守っていききたい	買い物や調理で省エネ・省資源をとりいれたい	食べきれる量の購入、注文、調理などにとりくんで食品ロスをへらしたい	その他	とくに思（おも）わない
10歳未満	18	9	5	10	3	6	8	1	3
10代	19	16	18	11	8	12	25		1
20代	47	29	35	36	13	30	58	1	1
30代	49	50	26	34	17	21	41	1	1
40代	64	60	47	50	38	40	59	4	2
50代	41	44	20	33	22	19	33		1
60代	23	30	19	26	20	19	25		
70代	13	16	11	9	10	11	14		3
80代以上	5	3	2	2	0	2	2	0	0
無回答	50	33	28	28	20	19	30	3	
不明					1				
総計	329	290	211	239	152	179	295	10	12

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思いましたか？【性別別、複数回答】

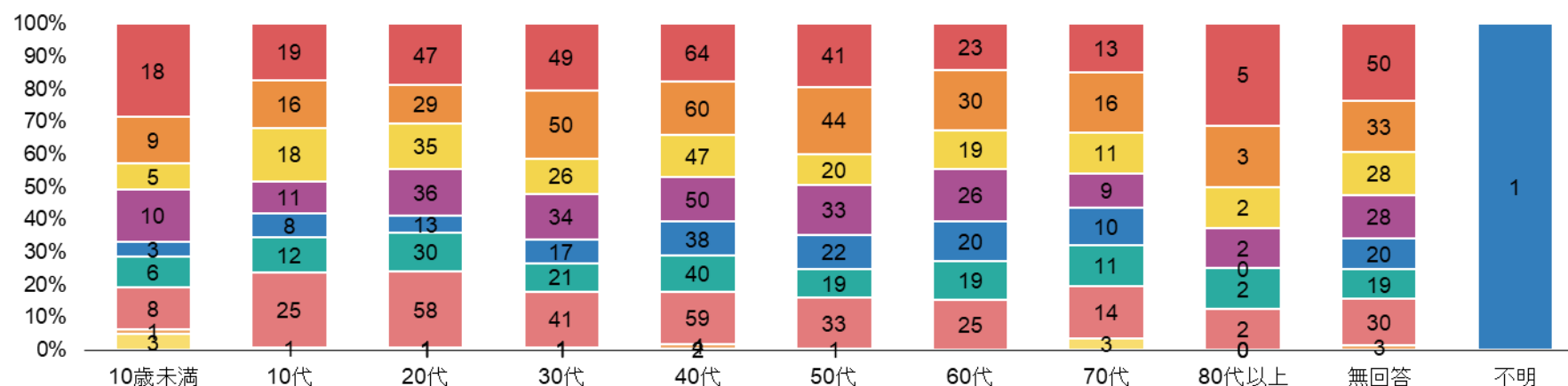


- 私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい
- 食べものが食卓にとどくまでに使われる土地や資源、環境、かかわる人びとのことをもっと意識したい
- 環境や社会にやさしい認証マークや情報のついた食品をえらびたい
- 環境のこともかんがえて地元産（地産地消）や旬のもの（旬産旬消）をとりいれたい
- 地域の生産者や特色ある食（農水産物）を自然や風土とともに守っていききたい
- 買い物や調理で省エネ・省資源をとりいれたい
- 食べきれる量の購入、注文、調理などにとりくんで食品ロスをはらしたい
- その他
- とくに思(おも)わない

持続可能性に配慮した輸入原材料調達に係る取組に関する消費者向け情報発信

来場者アンケート集計結果

パネルを読んで、環境や社会にやさしい食品えらびや食生活をしたいと思いましたか？【年齢層別、複数回答】



- 私たちの食生活と、環境や社会とのかかわりをもっと知りたい
- 食べものが食卓にとどくまでに使われる土地や資源、環境、かかわる人びとのことをもっと意識したい
- 環境や社会にやさしい認証マークや情報のついた食品をえらびたい
- 環境のこともかんがえて地元産（地産地消）や旬のもの（旬産旬消）をとりいれたい
- 地域の生産者や特色ある食（農水産物）を自然や風土とともに守っていききたい
- 買い物や調理で省エネ・省資源をとりいれたい
- 食べきれる量の購入、注文、調理などにとりくんで食品ロスをへらしたい
- その他
- とくに思(おも)わない



三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社

www.murc.jp/