

概要

登録対象	フェアトレード認証製品を年間を通し継続的に購入し、フェアトレードの普及拡大に貢献する企業・団体等（社内活用による推進）※単発イベント等による活用は対象外
登録基準（登録資格）	【通常ランク】 フェアトレード・ワークプレイス 年間を通じてフェアトレード認証製品を提供または使用している。以下は例 ●飲料：コーヒー・紅茶・ココア等のフェアトレード飲料の提供 ●食材：食堂等でのスパイス・ごま・バナナ・チョコレート等を使用した食事の提供 ●物品：フェアトレードコットン製の作業服・シャツ・タオル・バッグ等の使用 【ゴールドランク】 フェアトレード・ワークプレイス ゴールド 直近年度1年間の実績が以下を満たした場合は上位ステータスのゴールドに登録可 ●飲料2万杯以上提供／●食品1万品以上提供／●物品5千点以上提供
参加条件	法人格を有する企業・団体、且つ窓口となる部署があること 担当部門責任者+窓口担当者の複数名登録とする
登録方法/審査	登録方法: Web または書面による申請手続き（導入製品の内容、前年の調達量の申告など） 審査: フェアトレード・ジャパン事務局にて申請内容を受理後、書類と面談による審査
登録料	無料
募集期間	通年を通して募集
有効期限/更新	申請日に関わらず毎年7月に更新（実績の確認）



詳しくはこちら

【登録ランク】

登録ランクは2段階



フェアトレード・ワークプレイス



フェアトレード・ワークプレイス
ゴールド

社内導入のステップ

フェアトレード・ワークプレイス登録制度をご検討中の企業様、フェアトレード製品の購入先（調達先）が不明の企業様など、是非お気軽にご相談ください。

STEP 1

導入商品の検討



社内担当部署と相談

どのような形で導入可能性があるか（社員の作業服、食堂のコーヒー等）、導入にあたっての制約等を検討。

フェアトレード・ジャパンに相談→商品のご紹介

導入商品の方向性を決めた上でご相談いただくと、ご希望の内容にあった商品をご紹介します。また、フェアトレード・ジャパンは国内でフェアトレード商品を扱う全ての事業者とコネクションがあるため、最適な相談先をご紹介します。

STEP 2

商品の仕入れ



販売企業担当者調整

販売企業と仕入れる商品について直接相談

【基本的なステップ】

- 初回面談
- お見積もり
- スペック等の詳細相談
- サンプルの提供・確認
- 最終お見積もり
- 商品の詳細確定

STEP 3

社内外訴求の検討



社内担当部署で相談

フェアトレード導入による社会貢献/社会教育を最大化するため、社員や社外ステークホルダーに告知する方法を検討。

【告知方法の例】

- 社内報/イントラへの掲載
- リリース・ポスター/POPの掲示
- 社内イベントの実施

フェアトレード・ジャパンに相談→素材提供等 支援※

フェアトレードの概要資料、社会的インパクトのイメージ写真・動画等、各種素材を提供可能です。

STEP 4

導入実現



商品の社内導入実現

メーカーのサポートを適宜受けつつ、フェアトレードの社内導入を実現。社内外に広報。

フェアトレード・ジャパンに登録→告知・情報提供支援

フェアトレードの社内導入が実現したことを是非お知らせください。フェアトレード・ジャパンのWebサイトでも告知いたします。フェアトレードの近況・社会インパクトについて継続的に毎年情報提供させていただきます。

※国際フェアトレード認証ラベルは商標のため、資料等に使用の際はフェアトレード・ジャパンの確認が必要となります。

／ サポーター（法人寄付）を募集しています ／

フェアトレード・ジャパンでは、活動全体を応援いただき、共にビジョン実現を目指すサポーターを募集しています。より多くの方々にフェアトレードを広げていけるよう、ぜひご協力をお願いいたします。

<https://fairtrade-donation.com/>

詳細はこちらから



登録
無料

社内の飲食物やノベルティを
入れ替えるだけで社会貢献推進！



人と地球にやさしいフェアトレードという選択

フェアトレードとは？

フェアトレードとは、開発途上国の原料や製品を適正な価格で継続的に購入することにより、立場の弱い開発途上国の生産者や労働者の生活改善と自立、そして自然環境の保護をサポートする、持続可能な生産と取引の仕組みです。

フェアトレードを選択することは、生産者の暮らしの今を、私たちと地球の未来を守ることに繋がります。



©Juan Nicolás Becerra Manrique

なぜフェアトレードが必要なのか？

私たちが身の回りのものを買うときに、安さだけを求めると、開発途上国の農家は安く売らざるを得なかったり、安く作るために環境を壊してしまうなど、厳しい状況に置かれるおそれがあります。

また、すでに世界中で気候変動による異常気象が発生していますが、今後さらに進めば、栽培に適した土地の大幅な減少などが予想され、いままでのようにものを買うことができなくなるおそれがあります。開発途上国の農家の生活が安定し、彼らが気候変動の影響に備え対策していくことが、結果的に世界の持続可能な生産と私たちの暮らしに繋がります。

私たちの生活の裏側にある社会課題

私たちが普段口にするコーヒーやチョコレートの生産の裏側をたどると、そこには世界中のさまざまな社会課題が隠れています。



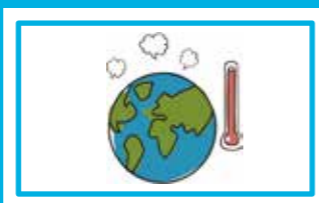
【児童労働】

世界の子どもの10人に1人（約1億6,000万人）が、学校に通うことができずに働かざるを得ない状況。



【貧困】

世界で約7億人の人が、国際貧困ライン（\$ 2.15/日未満）を下回る「極度の貧困状態」に苦しむ。



【気候変動】

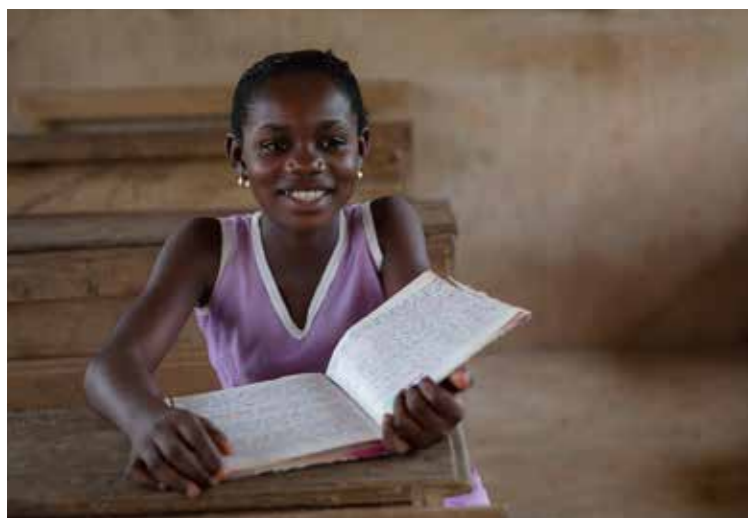
気候変動の影響により、コーヒー豆（アラビカ種）の栽培適地が2050年までに50%減少。



【低い取引価格】

世界のコーヒー小規模生産者の多くが、生産コストよりも低価格でコーヒー豆を販売。

フェアトレードは、生産者に「フェアトレード最低価格」や「フェアトレード・プレミアム（奨励金）」を保証し、持続可能な生産・生活を支え、気候変動への対策トレーニングを提供するなど、人権・環境課題の解決に総合的に貢献できます。



©Francis Kokoroko

フェアトレードを選ぶことが学習支援にも

Jessicaちゃん（10歳）
@アフリカ ガーナ

「将来看護師になるために学びたいです。看護師は、病気になって病院に行ったときに優しく接してくれて、大事な仕事だと思います。私も自分の家族や、知らない人でも病気になった時にお世話ができるようになりたいです。私は数学が好きです。」
かつて彼女の村の子ども達は、山道を30分以上歩き遠くの中学に通わなければなりません。2016年、村のカカオ農家生産者組合（Asuadaj）は、カカオ豆の生産から得られたフェアトレード・プレミアムを活用して、中学校をつくりました。

国際フェアトレード基準

社会・環境・経済の3つの側面からなり、開発途上国の小規模生産者の生活向上を目的とした国際的な基準です。生産者や労働者の労働条件、環境への配慮、適正な価格での取引など、国際的な第三者機関が監査を行います。基準を満たしている製品には認証ラベルが付き、消費者はそのラベルを目印に安心してフェアトレード製品を選ぶことができます。

社会 ■ 児童労働・強制労働の禁止 ■ 差別の禁止・労働安全 など

環境 ■ 農薬の使用削減・管理 ■ 森林・水・生物多様性の保全 など

経済 ■ 最低価格の保証 ■ プレミアムの支払 など

社員も生産者も嬉しいフェアトレード調達

社内カフェのコーヒーや紅茶をフェアトレード認証製品に

社員の制服をフェアトレード認証コットンを使用した制服に



社食レシピにフェアトレード認証スパイスやゴマ、バナナを

顧客や株主用のギフトにフェアトレードのコットンバッグやタオルを

ワークプレイス登録制度参加 4つのメリット

社内で年間を通じて継続的に国際フェアトレード認証製品を提供または使用し、社内外への国際フェアトレード認証の周知に努め、フェアトレードの普及拡大に取り組んでいる会社や団体を登録する制度が、フェアトレード・ワークプレイス登録制度です。

国際フェアトレード認証製品を法人消費に取り入れることで、開発途上国の生産者へより公正な貿易条件と機会を提供し、持続可能な生産と地球環境保護を実現する機会の創出に貢献することができます。



©Angela Wu

1 SDGs への貢献 サプライチェーンリスク対応

- フェアトレード認証製品の購入は、国連 SDGs のすべての目標達成にも貢献
- サプライチェーンリスクは直接材だけでなく間接材にも存在
フェアトレード調達をすれば、環境・社会両側面でリスク対応可能

2 会社方針の浸透 社員のウェルビーイング向上

- 多くの社員の目にフェアトレードが触れることで、社会課題や自社のサプライチェーンの課題への意識向上に
- 自社のサステナビリティ方針を浸透させるため、社内の方針を体現する場をつくることは非常に効果的
- 自社が社会活動に積極的であることは、社員のウェルビーイングにも良い影響を与える

3 コストパフォーマンスが高く 継続し易い社会貢献

- 「どうせ買うならサステナブルに」「入れ替えるだけで継続しやすい」
- サステナブルな活動には労力がかかるもの。コーヒーや社員服など「どうせ買うもの」をフェアトレードにするだけで、継続的な社会貢献が可能

4 社外への 社会貢献活動のアピール

- 自社 HP、フェアトレード・ジャパンのHPなどで取組みを広報活用可能
- 採用に効果的に働くことも



©Mary-Ann Weber

企業事例

大日本印刷株式会社 (DNP) グループ 2006年より導入

来客用コーヒーに国際フェアトレードラベル認証製品を利用し始め、2018年には認証コーヒーの社内消費が100万杯に達しました。そのほかにも、認証砂糖を使用したお菓子、認証アイス、認証コットンを使ったノベルティなども導入してきました。

現在は社内カフェでの提供やドリップバッグの社内販売などで、年間10万杯以上のコーヒーを消費しています。

こうした取り組みは、会社が事業活動を通じて継続的に「公正な取引」に貢献するだけでなく、社員が個人として人権に関する理解を深め、自ら寄与する機会を提供しています。DNPグループは今後も「できることを継続的に」フェアトレードの普及に取り組んでいきます。



豊田通商株式会社 2022年6月より導入

社員にフェアトレード商品を知ってもらう目的から、社員食堂のカフェでフェアトレードコーヒーの提供を始め、現在は年間8万杯以上を社員が利用しています。

当コーヒーを購入し飲むことで、生産国の子どもの明るい未来へ貢献できること、また世界の社会課題やフェアトレードコーヒーの実態を知るきっかけになったとの社員の声もあり、フェアトレードへの意識が高まっています。

今後も世界の社会課題を解決するフェアトレード商品を、社内外で取り扱っていきたいと思います。

