

2022年7月8日

意見交換会のテーマ
「SDGsについて」

サステナブル・ラベル／認証ラベルの概要と課題

一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会
代表理事 山口真奈美

さまざまなサステナブル・ラベル



FSC®「責任ある森林管理のマーク」
(FSC label)



レインフォレスト・アライアンス
認証マーク (Rainforest Alliance
Certified seal)



OCS
(Organic Content Standard)



MSC「海のエコラベル」
(MSC ecolabel)



国際フェアトレード認証ラベル
(FAIRTRADE Mark)



GOTS : オーガニックテキスタイル
世界基準
(Global Organic Textile Standard)



ASC 水産養殖管理協議会 (Aquaculture
Stewardship Council)



有機JAS
(Organic JAS Logo)



RSPO : 持続可能なパーム油のため
の円卓会議(Roundtable on
Sustainable Palm Oil)

サステナブル・ラベル(国際認証ラベル)

サステナブル・ラベル

(持続可能な原材料調達や環境・社会的配慮につながる国際認証ラベル)



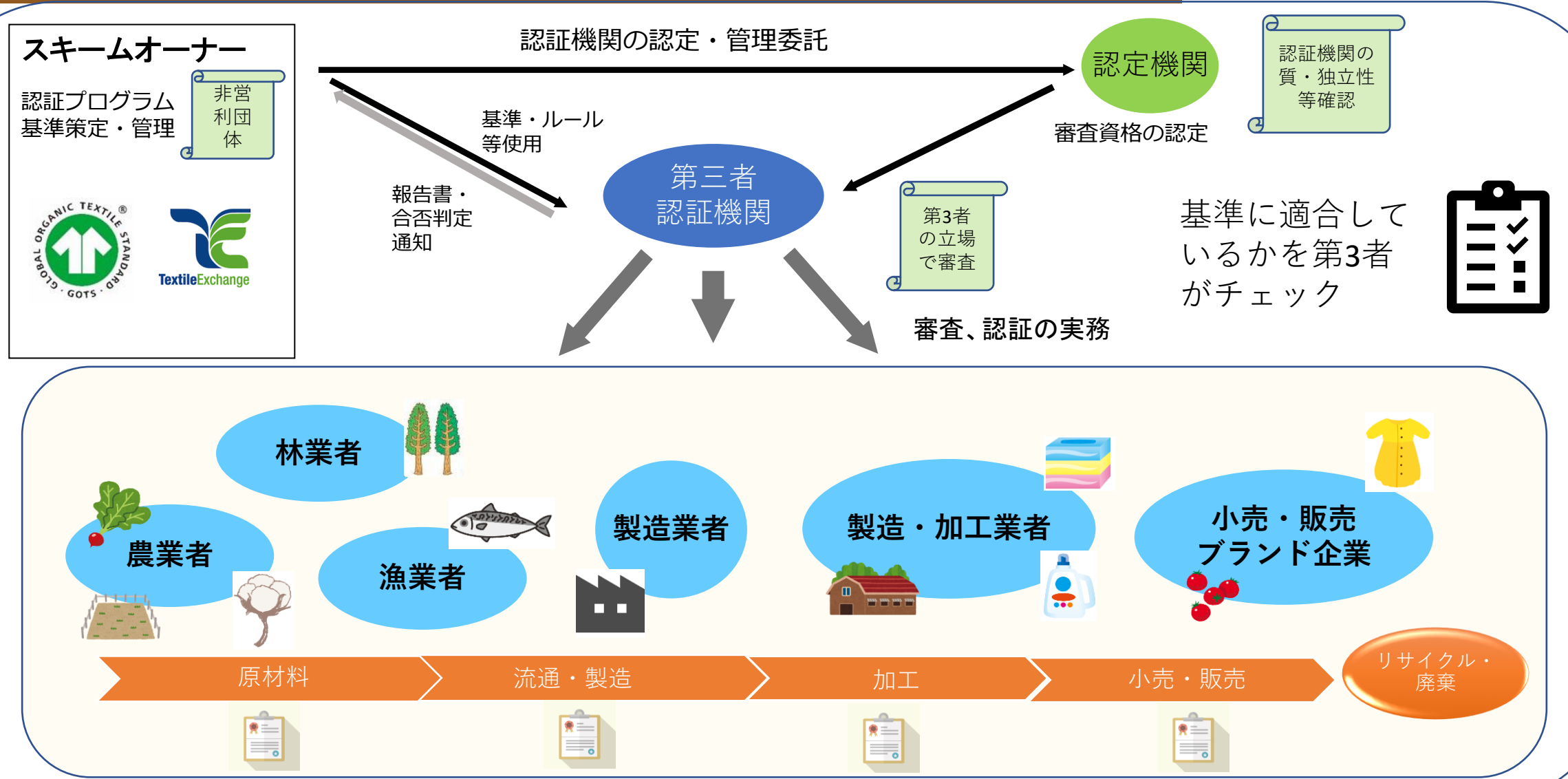
認められた審査員が、現地へ生産者・事業者を訪問



各々の認証ラベルが定める基準に合っているかを、
第3者が確認 (Check) する仕組み



サステナブル・ラベル(国際認証ラベル)の仕組み



サステナブル・ラベル(国際認証ラベル)の特長と強み



世界共通の基準の採用



FAO等、国際ガイドラインに準拠



自然環境と生物多様性の保護に貢献



多様な利害関係者の意見を反映



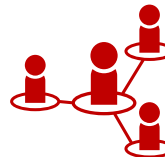
人権・地域社会に配慮



審査過程の高い透明性



科学的根拠・客観的証拠に基づいた審査



認証製品のトレーサビリティを確保

第3者が審査・確認しているという信頼性・透明性

認証制度は環境・社会上の問題が、
一定水準以上改善されているかを第三者が評価する仕組み

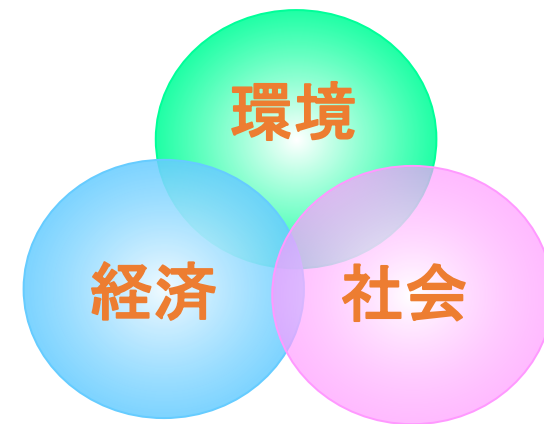
サステナブル・ラベル

(持続可能な原材料調達や環境・社会的配慮につながる国際認証ラベル)



etc...

を普及させることで、
倫理的な生産・流通・消費を促進し、
持続可能な社会の実現に貢献することを目的としています。



人間の営みと
生態系の調和

当協会では、「**買い物は未来への投票**」と捉え
買い物をする人も、販売する人も、環境に負荷をかけず、
社会的配慮された商品を見つけやすく、買いやすく、
売りやすくするために、さまざまな**サステナブル・ラベル**を普及啓発しています。

サステナブル・ラベル

(持続可能な原材料調達や環境・社会的配慮につながる国際認証ラベル)



etc...

サステナブル・ラベルを普及



倫理的な生産・流通・消費を促進



サステナブル・ライフスタイルを
実践するためのツールに
認証ラベル付き製品や企業を選択！



持続可能な社会の実現に貢献

- 様々な認証ラベルの団体（スキームオーナー）の活動支援と共に、普及啓発サポート
- 各々の普及啓発＋サステナブル・ラベルという大きな傘で総称し活動支援することで、横ぐしでの各団体の連携も強化
- 企業の持続可能な責任ある調達を推進
- 各々の認証に取り組む事業者・関係者を業界の垣根を超えた交流促進することで、サステナビリティ活動を支援
- サステナブル・ラベルを通じて、消費者・行政へのコミュニケーションを促進

サステナブル経営と、サステナブル・ライフスタイルに向けた活動支援

①社内外における、サステナブル・ラベル（国際認証ラベル）の活用

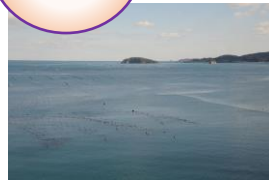


etc...

森



海



人



農



パーム

繊維

動物
福祉

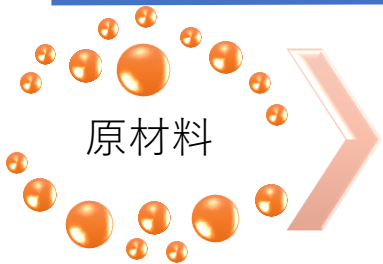
衣食住



サステナブル製品
・サービス
認証ラベル製品等

持続可能な責任ある調達

②サプライチェーンマネジメント構築



原材料

調達物流

流通・製造

加工

小売・販売

リサイクル・
廃棄

加工流通過程での環境・社会的配慮

エシカル消費

③サステナブル調達方針策定・社内外教育・PR

サステナブル・ライフスタイル

選択の基準 買い物は未来への投票



JAPAN
SUSTAINABLE LABELS
ASSOCIATION

買 い 物 は
未 来 へ の
投 票 で す

日々の中で何気なく買っているものを
サステナブル・ラベルで選ぶ。

サステナブル・ラベルとは、持続可能な原材料
調達や環境・社会的配慮につながる、さまざま
な国際認証ラベルをより多くの方に知ってい
ただくために、当協会が命名した総称です。

一般社団法人 日本サステナブル・ラベル協会
(JSL) は、サステナブル・ラベルを普及させ
ることで、倫理的な生産・流通・消費を促進し、
持続可能な社会の実現に貢献することを目的
としています。

何を基準に選んでいますか？

あまり考えずに
なんとなく選んでいる

見た目だけ

価格だけ

量だけ

調達・生産方法などが
見えないモノたち

環境破壊・労働環境悪化

持続不可能な社会

サステナブル・ラベルで
Check & Choice!!

どこで

だれが

何を使って

どのようにつくられたのか
ストーリーのあるモノたち

環境保全・労働環境改善

持続可能な社会

あなたは、どちらの未来を選びますか？

日本サステナブル・ラベル協会の活動の様子

国際認証ラベル（サステナブル・ラベル）を通じた、
組織・世代間の交流・行政・企業・国際組織他、
未来を創造し行動していく仲間たちとの協働

シンポジウム・展示会・
行政・企業との協働
コンサルティング
講座・スクール・講演執筆等

サステナブル・ライフスタイル宣言 2020 シンポジウム

「サステナブル・ライフスタイル宣言 2020」シンポジウム
～ユースと考える、サステナブルな未来のためのトランスフォーメーション～
2020/10/10（土）13:00～17:00 オンラインにて開催

実行委員：SDGs for Schoolユース東京（高校・大学）
山口真奈美（一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会代表理事）
共催：一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会
SDGs for School 未来教育デザインconfetto

プレゼンテーション参加ユース：海城高校 / koko. / チーム給水機 / やさしいせみふく
ディスカッション参加ユース：須藤 あまね氏 / 竹瀬 謙氏 / 八木 実望氏

サステナブルライフスタイル宣言2020シンポジウム



展示会

サステナブル・ラベルスクール zoom vol.1
5/27 18:00～19:30
講師 山口真奈美さん

実行委員：SDGs for Schoolユース東京（高校・大学）
山口真奈美（一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会代表理事）
共催：一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会
SDGs for School 未来教育デザインconfetto

中高生と大人によるゲストを迎えた勉強会です。サステナブルな未来について考えよう！
※興味があれば、まずは知ることから！

申し込み 先着150名！
（大人・中高生を問わず！）

サステナブル・ラベルスクール

サステナブル・ラベルから始めるSDG
買い物で気になるラベルを知ろう

サステナブル・ラベルとは？
サステナブル・ラベルとは、環境・社会・経済の3つの観点から、製品のライフサイクル全体を通じて持続可能な価値を創出するための取り組みです。

サステナブル・ラベルの種類
環境・社会・経済の3つの観点から、製品のライフサイクル全体を通じて持続可能な価値を創出するための取り組みです。

取材記事他

05. 買物で誰かの役に立つサステナブル・ラベル生活

02. #サステナブルチャレンジ

Numéro TOKYO
150 Logo Ogo
100%オーガニックコットン

サステナブル・ラベルから始めるSDG
買い物で気になるラベルを知ろう

サステナブル・ラベルとは？
サステナブル・ラベルとは、環境・社会・経済の3つの観点から、製品のライフサイクル全体を通じて持続可能な価値を創出するための取り組みです。

サステナブル・ラベルの種類
環境・社会・経済の3つの観点から、製品のライフサイクル全体を通じて持続可能な価値を創出するための取り組みです。

スキームオーナーの活動支援

JSL独自の事業の他、
サステナブル・ラベルのスキームオーナーによる
活動の支援（キャンペーン・アワード審査等）



フェアトレードミリオンアクション
キャンペーン



「選ぼう！海のエコラベル」
キャンペーン



第3回FSCアワード審査員として参加
FSCジュニア・アンバサダー決定！



書籍執筆等
「概説 森林認証」

会員企業の活動支援

国際認証フォーラム



JSL Youth Club with マクドナルド



エコプロ2021特設ステージ
(イオン様、サラヤ様、マクドナルド様)



あふの環 サステナウィーク2021
セブンアンドアイホールディングス様



サステナブル・ラベル関係者を繋げながら、様々な活動を展開

①スキームオーナー⇔スキームオーナー

- ・スキームオーナー会員限定情報交換会

②③スキームオーナー⇔事業者・消費者

- ・サステナブル・ラベル認証講座（スキームオーナー編）
- ・サステナブル・ラベル・スクール

④スキームオーナー⇔事業者⇔消費者

- ・国際認証フォーラム
- ・サステナビリティ・ライフスタイル宣言シンポジウム
- ・普及啓発企業連携事業
- ・JSLオンラインお話会
- ・国際認証ラベルに関する認知度調査報告
- ・日本サステナブルコットンイニシアティブ（JSCI）

⑤事業者⇔事業者

- ・会員向け交流会

⑥消費者⇔消費者

- ・JSL Youth Club 他

⑦事業者⇔消費者

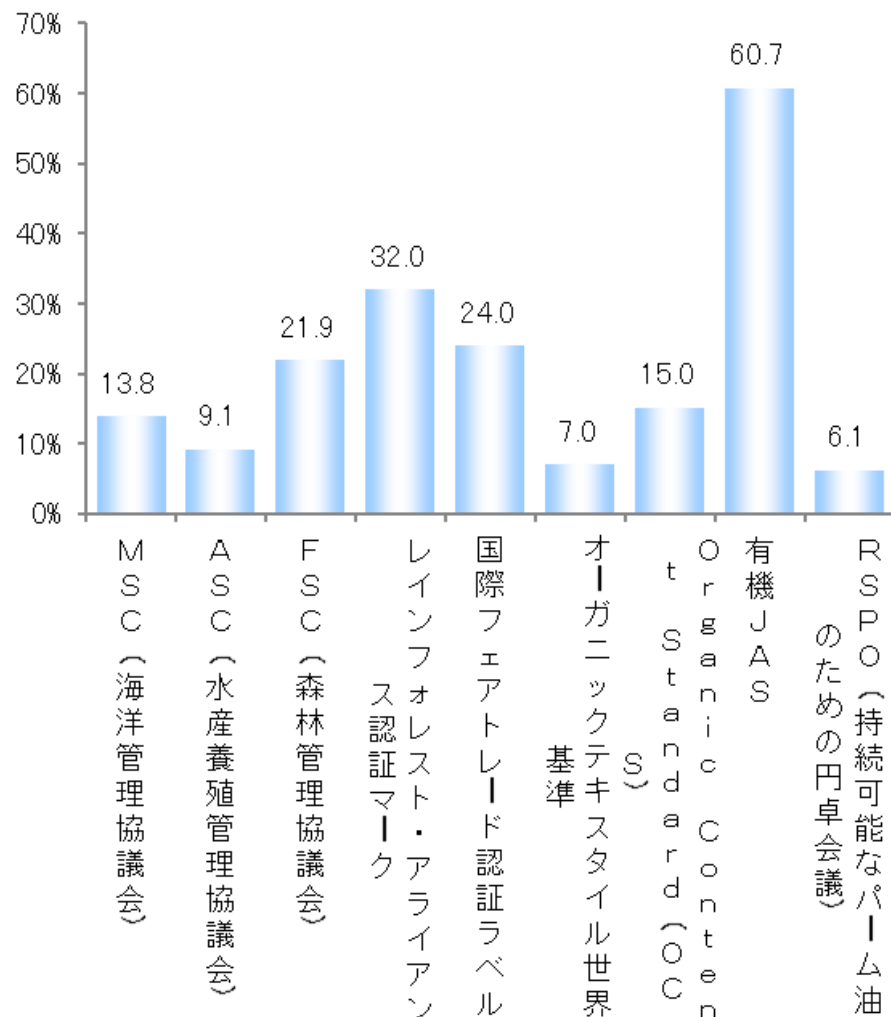
- ・サステナブル調達支援

⑧政府・自治体⇔消費者

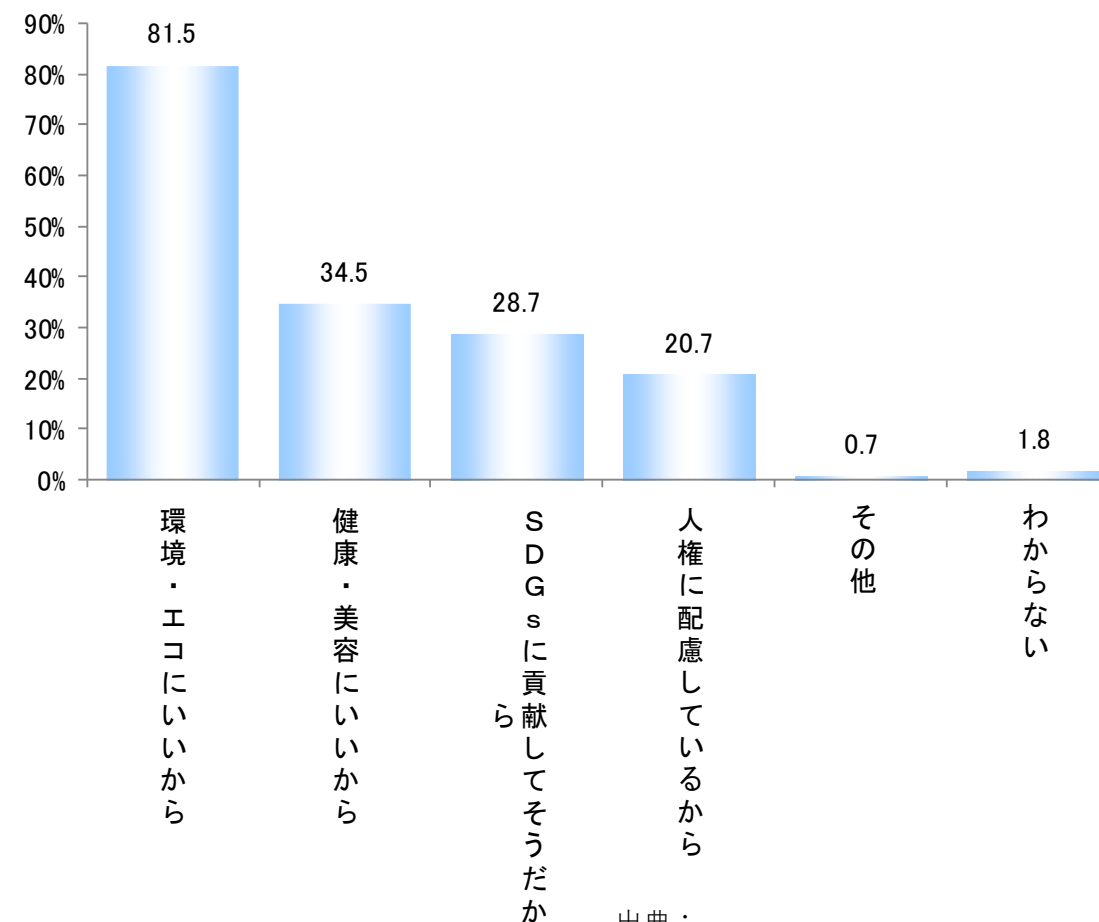
- ・政府・行政・自治体・消費者団体との連携
- ・広報支援
- ・エシカル消費、エシカル調達の促進

マーク(認証ラベル)の認知度

Q:あなたが見たことがあるマーク（認証ラベル）をすべて選んでください。



Q:マーク（認証ラベル）付きの商品を購入する方にお伺いします。購入する理由をお知らせください。あてはまるものすべてお選びください。



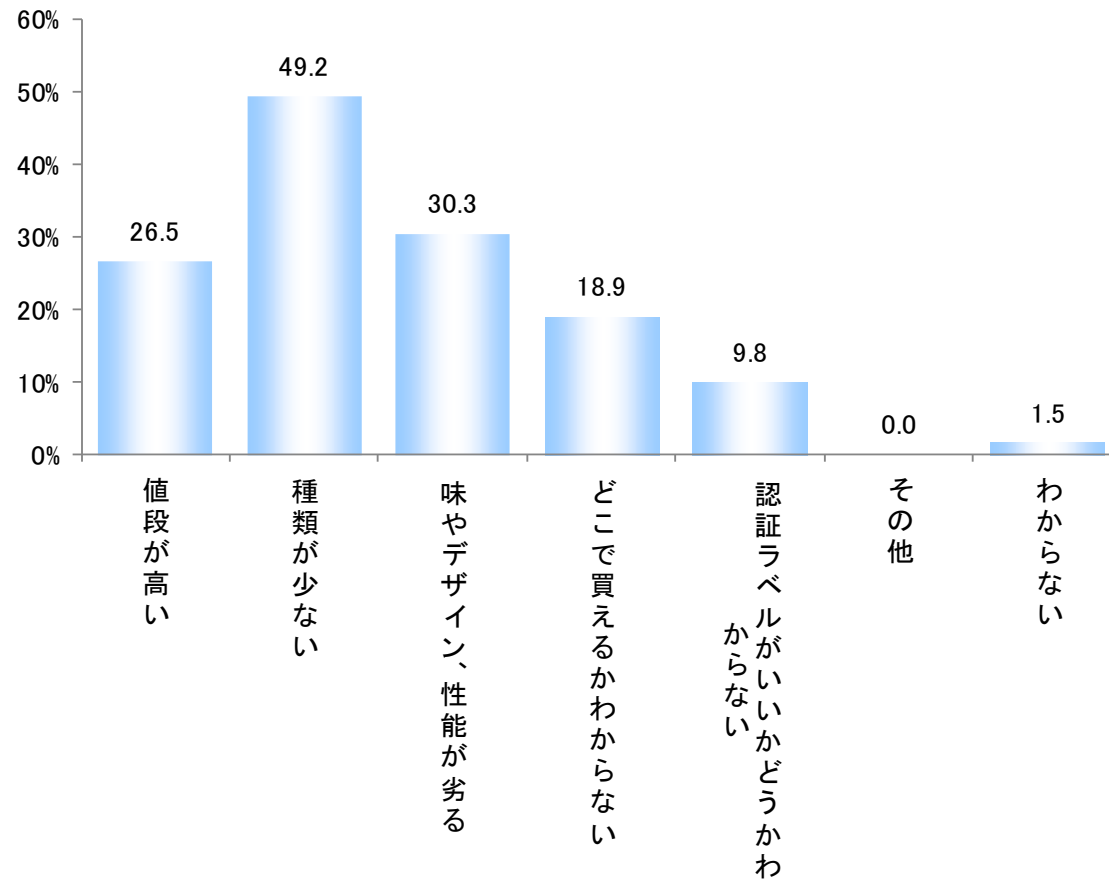
出典：
一般社団法人 日本サステナブル・ラベル協会
「国際認証ラベルに関する認知度調査」2020年

マーク(認証ラベル)商品を購入しない理由



JAPAN
SUSTAINABLE LABELS
ASSOCIATION

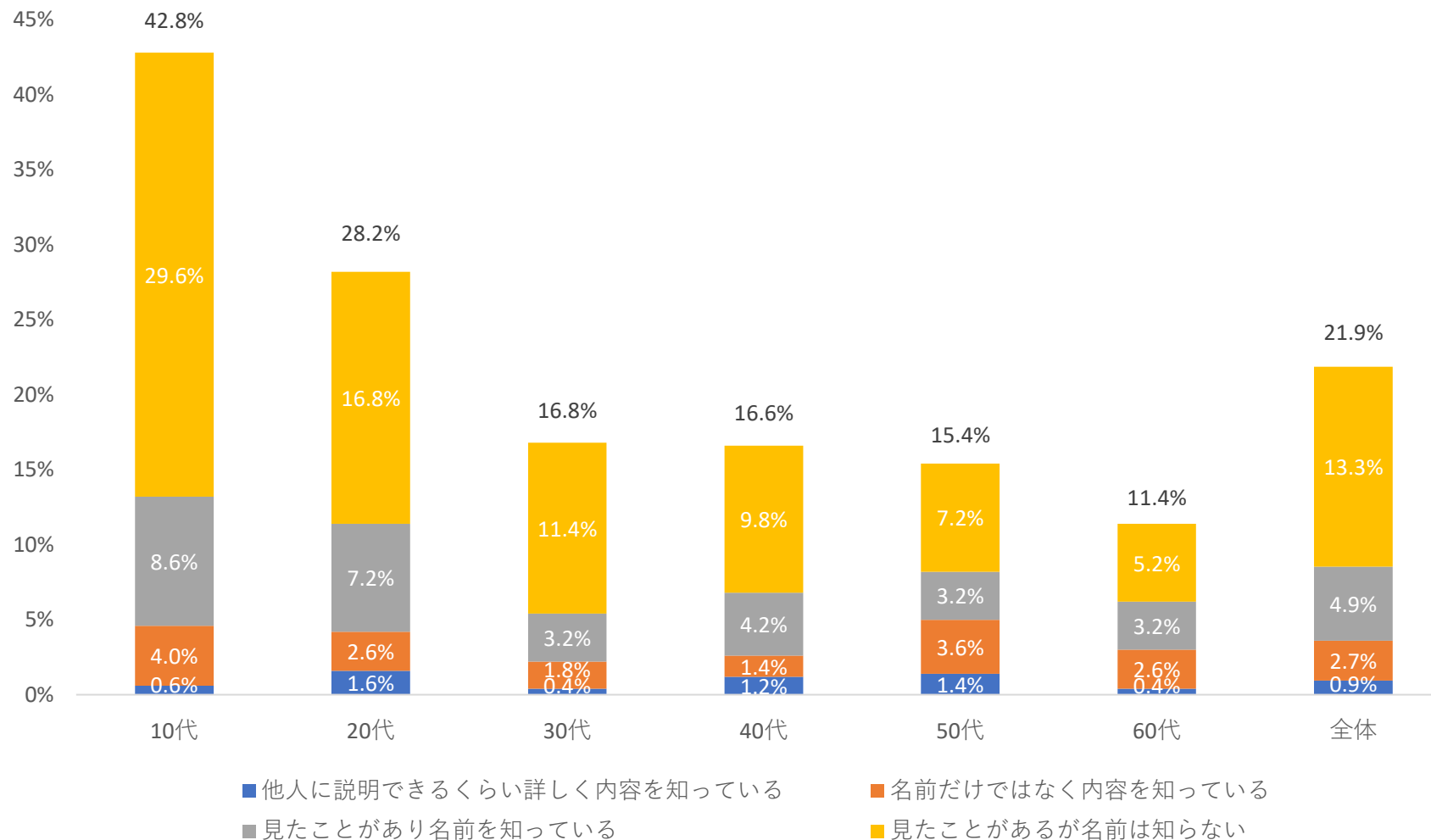
Q:マーク（認証ラベル）付きの商品を購入しない方にお伺いします。
購入しない理由をお知らせください。あてはまるものすべてお選びください。



出典：
一般社団法人 日本サステナブル・ラベル協会
「国際認証ラベルに関する認知度調査」2020年

FSCマークについてどの程度知っているか

世代別 FSCマークの認知度



出典：
一般社団法人 日本サステナブル・ラベル協会 /
「国際認証ラベルに関する認知度調査」2020年
FSCジャパン
「国際認証ラベルに関する調査
FSCジャパン版報告書2020」 17

マーク(認証ラベル)の認知度

Q:あなたが見たことがあるマーク（認証ラベル）についてどの程度知っているかお答えください。

- 見たことがあるが名前は知らない
- 見たことがあり名前を知っている
- 名前だけではなく内容を知っている
- 他人に説明できるくらい詳しく内容を知っている

		(n)				
Q2_1	MSC(海洋管理協議会)	(415)	49.6	30.4	14.0	6.0
Q2_2	ASC(水産養殖管理協議会)	(274)	38.3	32.5	20.4	8.8
Q2_3	FSC(森林管理協議会)	(656)	61.0	22.6	12.2	4.3
Q2_4	レインフォレスト・アライアンス認証マーク	(959)	61.0	25.4	10.5	3.0
Q2_5	国際フェアトレード認証ラベル	(719)	21.8	28.1	37.0	13.1
Q2_6	オーガニックテキスタイル世界基準	(209)	47.4	30.1	17.2	5.3
Q2_7	Organic Content Standard(OCS)	(451)	54.8	28.8	13.3	3.1
Q2_8	有機JAS	(1820)	49.5	32.6	14.0	3.9
Q2_9	RSPO(持続可能なパーム油のための円卓会議)	(183)	44.3	29.0	18.0	8.7

出典：
一般社団法人 日本サステナブル・ラベル協会
「国際認証ラベルに関する認知度調査」2020年 18

衣食住と様々な認証製品

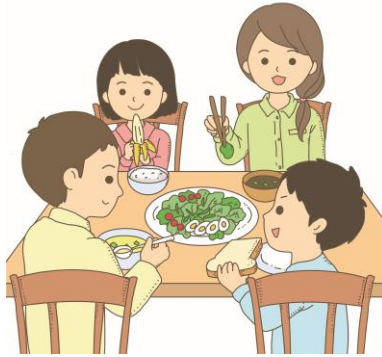
起床



石鹼・化粧品
繊維製品



朝食



着替え



衣類



会社
学校



日用品

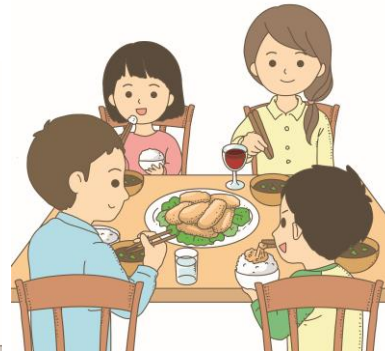


休み時間



遊具

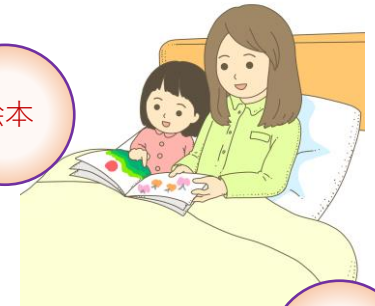
昼食



就寝



絵本



寝具

夕食



入浴

食品



おやつ・茶



食器洗い・洗濯



① 事業者側の課題

- 1)本来、サステナビリティ経営と調達を実践することが求められている
- 2)その一環でサステナブルな製品サービス・認証もその手段として活用
- 3)認証取得やラベルの使用における、費用と手間の負担をどうするか
- 4)ラベル付き製品が高く売れるのか、という期待と市場のギャップ
⇒認証システムの活用と、高く売れるかは、必ずしも直結しない

⇒事業者は、自ら消費者へ、サステナブルだと裏付けがされた
製品サービスを提供する必要性

⇒必ずしも消費者にラベル付き製品が欲しい、という要望に応えるだけが
目的ではない。

しかし、消費者が欲しいと要望しないと売れないという事業者側の誤解もある

② コスト等の負担

- 1) 認証は事業者のリスクを回避するための手段でもある
- 2) 自社製品のサプライチェーンの中で、環境社会的リスクがないかの確認手段

⇒環境社会的課題が明るみになった時のコストに比べ、
リスクマネジメントの要素

⇒誰がそのコストを負担するのか
(事業者による負担、消費者、行政によるサポート等)

③ サステナブル・エシカル・SDG s ・認証ラベルの使用許諾と P R

<サステナブル・ラベル（認証ラベル）について>

- 1) 個々のサステナブル・ラベルには商標やラベルの使用に関する規約があり、それに則った運用が必須
- 2) 理解不足による不適切な使用（認証取得者）
- 3) 認証取得していないが、勝手に使用される場合もある
その場合の対処（スキームオーナー側からの指摘等）

<サステナブル・エシカル・SDG s 等、言葉との関係性>

- 1) 事業者の主力製品での対応か、一部だけサステナブルだと主張し、
会社全体、その事業者の製品全体がサステナブルに見せてしまうエシカルクレイムの課題
- 2) SDGsに貢献、SDGs商品、といったSDGsに絡めた主張が増えているが
根拠が不透明の場合もある

⇒何をもってサステナブル・エシカルなのかという裏付けと確かな情報開示が必要

④ 消費者側の課題

⇒認証ラベルの種類が多く、見分けるのが困難

- 1) 第3者認証の透明性・信頼性の高いラベルなのか、企業が独自に作成したり、比較的安易につけることが可能な、ラベルの種類なのかの違いを理解する
- 2) 国際的にも信頼性が高く、必要性もあるものの、情報がバラバラで理解が困難な状況
- 3) 選択の容易化：
全部ラベルを覚えていなくても、手に取りやすい工夫がないと選べない
店舗で様々な棚を探さなくても、手に取りやすい工夫が必要（事業者側）
- 4) 必ずしも高いものだけではないが、高いという先入観
- 5) 低価格志向の場合、まず値段で判断する場合は、
ライフスタイルに取り入れる動機やきっかけが必要（何某かのメリットを求められる場合も）
- 6) 国産であればいい、という国産品信仰と、国産＝安全・安心というイメージ
事業者・消費者共に、その主張でコミュニケーションをしている部分あり
ラベルの意味する部分の理解も必要（原材料調達時の環境社会的課題？品質？味？等）

⇒何をもってサステナブルと言えるのか？

⇒サステナブルなモノづくり、生産されたもので、且つ国産という両輪でのアプローチが必要

サステナブル経営事業者の奨励、優遇措置、情報整理や発信、調達の見直し

- ・ 持続可能な責任ある原材料の調達（サステナブル公共調達）の制度化
- ・ 行政で使用するものをサステナブル調達製品へ切り替え
（例：食堂の食材、学校給食、家具・文房具・その他行政で使用するもの、
提供するものをサステナブルなもの・認証ラベル付き製品等の活用）
- ・ サステナブル経営、サプライチェーン配慮の促進、
認証取得企業やラベル付き製品の優遇（税制、ポイント、情報の集約、
サステナブル製品へのニーズ対応、普及啓発、教育サポート等）
- ・ 企業・消費者連携の強化（サステナブル調達は事業者も消費者も行政も同じ）
- ・ 日本における中長期的な、持続可能な生産の在り方について、省庁横断的に議論
（輸出入の課題・サステナブルな国産の生産の在り方等）
- ・ サステナブル経営・持続可能な責任ある調達を実践していない場合のペナルティ？
（頑張っている企業の方がコストや手間がかかっている為、応援すると共に、
サステナブル経営努力をしていない企業に対する措置の検討）

企業⇒持続可能な責任ある調達の実践

サステナブル・エシカルなモノづくり・製品サービスを提供
サプライチェーンの透明性の確保

持続可能な責任ある調達方針策定・実践・DD（デューデリジェンス）等：

持続可能性に関連する認証制度や仕組み、国際的枠組み等の活用

商品の背景にある価値：「ストーリー」を見える化

(※原材料を取り巻く環境社会的背景？品質？)

安全・安心、
品質、価格
＋
サステナブル・
エシカル消費

消費者⇒サステナブル経営企業・サステナブル商品・認証品等の選択

サステナブル・ライフスタイルを実践するための、
具体的な選択の基準や生活様式、社会変革の担い手としても実践

サステナブル・エシカルに資する基準や、各認証（スキーム）の定めている基準を整理し見える化
持続可能な責任ある調達を実践することで、環境社会的配慮のビフォーアフターが
理解しやすい情報の整理

農林水産物や繊維など、原材料ごとに情報が分かれているものを、つながりを見せる工夫も必要
（地球の自然も、消費者にとっての衣食住や生活も、すべて繋がっている）

持続可能な生産を支える消費の確立
環境や社会に配慮したサステナビリティ経営実践事業者、生産活動の情報と、
認証ラベル製品との関係・繋がりを見える化

認証ラベルはツールとして活用、しかし、認証ラベルだけに依存しないシステムの確立も必要
↓
行動変容を促し、サステナブル・ライフスタイルの実践へ

ご清聴ありがとうございました

山口真奈美

ご意見は下記へお寄せください
manami@jsl.life

日本サステナブル・ラベル協会（JSL） 担当：中嶋

〒105-0022 東京都港区海岸1-2-3 汐留芝離宮ビルディング21階

TEL : 03-5403-6550

E-mail : info@jsl.life

URL : <https://www.jsl.life/>

このプレゼンテーション文書の著作権は、一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会（代表理事：山口真奈美）もしくは引用元の組織等にありま
事前の書面での許可なく、あらゆる形での複写、再利用、再配布、放送等は禁じられています。

万全の注意を払って作成していますが、内容の正確性等について保証するものではありません。