



レインフォレスト・アライアンス認証 の利点

認証を取り巻く現状

コーヒー、紅茶、カカオ等生産の現状

- 世界的に需要は増えている（新興国の消費増、人口増）
- 気候変動による長期的な調達不安
- 国や地域によっては、転作や廃業も起こっている

- 世界的な企業や欧米の大手企業は既に長期的な安定調達に向けて認証や産地支援などに取り組んでいる
- 持続可能な原料の供給は、メーカーにとって非常に重要な問題
- EUDRの導入を始め、人権、環境、温室効果ガス排出など、様々な情報開示と責任、コンプライアンスの要求の増加

責任あるビジネスが、新しい標準となっている

ALL STAKEHOLDERS HOLD BUSINESS ACCOUNTABLE

Percent who agree

Global 27

58%

**Buy or advocate
for brands**
based on their beliefs
and values

60%

**Choose a place
to work**
based on their beliefs
and values

64%

Invest
based on their
beliefs and values

Global 7

Source: 2021 Edelman Trust Barometer
Special Report: Institutional Investors

88%

of **institutional investors**
subject ESG to the same scrutiny
as operational and financial
considerations

2022 Edelman Trust Barometer. Belief-driven consumer, employee, and investor segments. General population, 27-mkt avg. Employee data is filtered to be among employees of an organization (Q43/1). Investor data is only among those who sell stocks, bonds, or mutual funds as a standalone or employer-sponsored investment (INVESTOR/1). See Technical Appendix for a full explanation of how belief-driven consumers, employees, and investors were measured.

2021 Edelman Trust Barometer Special Report: Institutional Investors. Q7. Please indicate the extent to which you agree or disagree with the following statements regarding shareholder activism. 4-point scale; top 2 box, agree. 7-mkt avg.

企業は「行動を起こしている」ことを示す必要がある

CEOS EXPECTED TO BE THE FACE OF CHANGE

Percent who say

CEOs should be personally visible
when discussing public policy with external stakeholders or work their company has done to benefit society

Global 27

81% (net)

When considering a job, I expect the CEO to speak publicly about **controversial social and political issues that I care about**

Global 25,
Among employees

60%



Change,
2019 to 2022

2022 Edelman Trust Barometer. CEO_VIS. How visible do you think a CEO should personally be in these different types of business situations? 9-point scale; top 4 box, visible. Question asked of half of the sample. General population, 27-mkt avg. Data shown is a net of attributes 2 and 10. EMP_IMP. When considering an organization as a potential place of employment, how important is each of the following to you in deciding whether or not you would accept a job offer there? 3-point scale; top 2 box, important. Question asked of those who are an employee of an organization (Q43/1). General population, 25-mkt avg.

レインフォレスト・アライアンス認証製品を販売 することによる利点

1. 持続可能性に関する活動としてレインフォレスト・アライアンス認証製品の販売、供給をもとに、活動目標の設置、実施、またその情報を広報できる。
2. 環境面、社会面などのリスクに事前に対応できる。
3. 貴社のサプライチェーンのコンプライアンスを生産者*まで確認できる
 - 人権デューデリジェンス
 - ジェンダー平等
 - 苦情メカニズム
4. SDGsに対する持続可能性の実践、信頼性、コンプライアンスにコミットできる
5. 市場拡大ができる
6. よりロイヤルティを得ることができる
7. 世界的に知られているレインフォレスト・アライアンス認証マークを使用できる
8. レインフォレスト・アライアンス、あるいは他社とマーケティング/PR活動が行える

* トレーサビリティレベルがマスバランスの場合を除く

1. 持続可能性に関する活動としてレイ
ンフォレスト・アライアンス認証製品
の販売、供給について広報できる。
2. 環境面、社会面などのリスクに事前
に対応できる。

様々な取組み、情報開示が求められている

SDGs（持続可能な開発目標）

EUDR（EU森林減少フリー製品に関する規則）

SBTN（The Science Based Targets Network）

人権デューデリジェンス

TCFD（気候関連財務情報開示タスクフォース）

TCND（自然関連財務情報開示タスクフォース）

温室効果ガス排出量

苦情処理システム

など

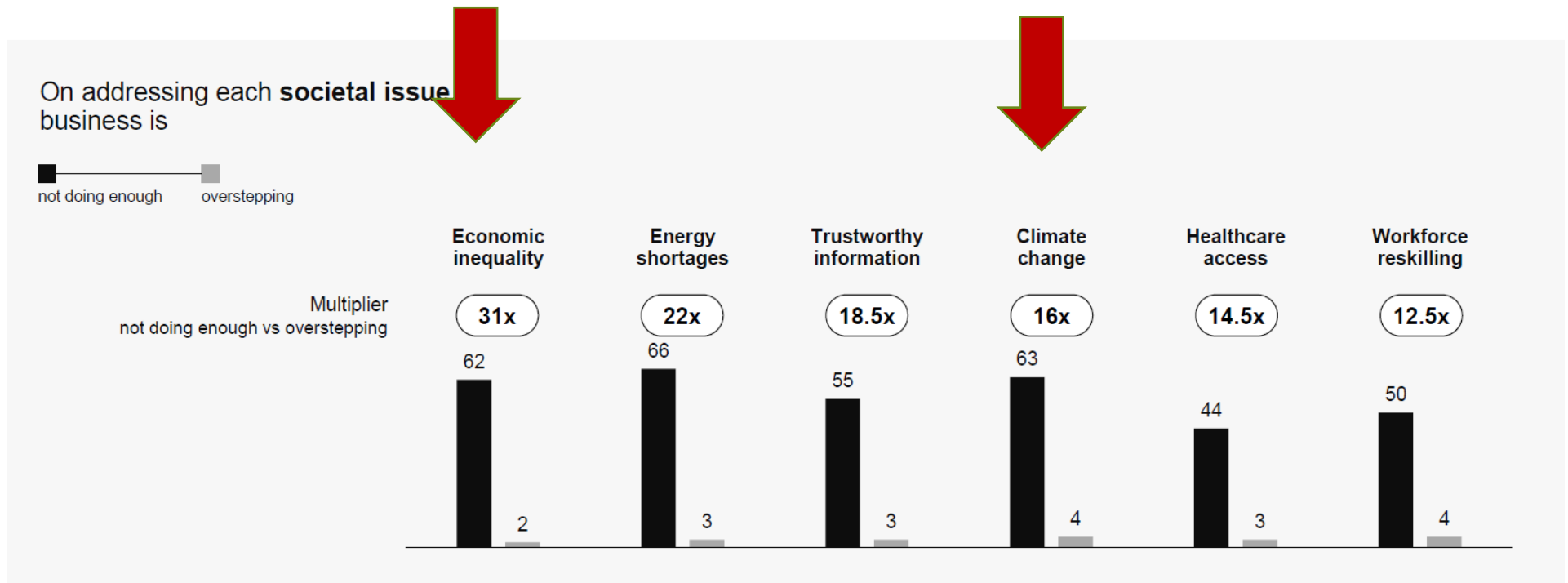
ビジネスからのさらなる社会的エンゲージメントが求められている

2023 Edelman Trust Barometer

P. 23

Want More Societal Engagement from Business, Not Less

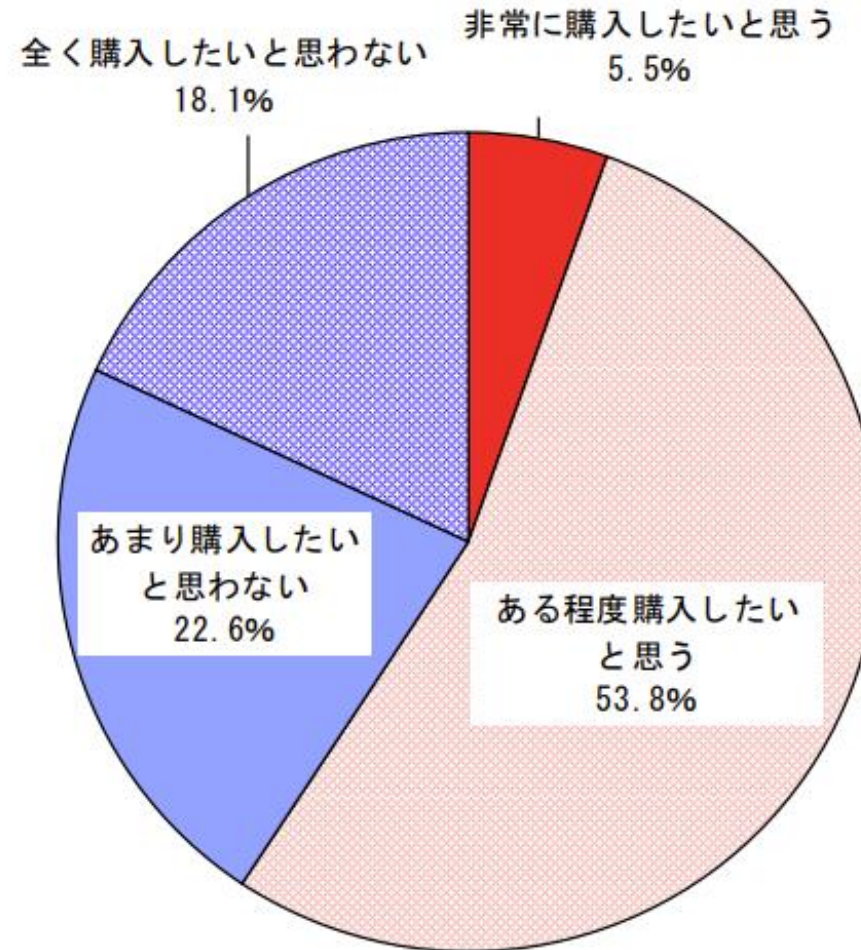
Percent who say, in Japan



2023 Edelman Trust Barometer. BUS_BND. Think about business as an institution, and its current level of engagement in addressing societal needs and issues. When it comes to each of the following areas, please indicate if you think business is going too far and overstepping what it should be doing, is doing just the right amount in regard to this activity, or is not going far enough in its actions and should be doing more. 3-point scale; code 3, "not doing enough"; code 1, "overstepping". General population, Japan. The multipliers are rounded to the nearest .5.



あなたは、エシカル消費につながる商品・サービスを、今後購入したいと思いますか。以下の項目のうち、当てはまるものを一つお選びください。（単一回答）



約60%が
購入意向を示す

活動のインパクト



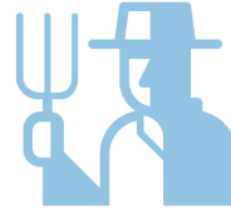
36年

にわたり自然を保護し生活の改善のために活動



58か国

において生産者や森林コミュニティと協働 *1



400万人

の生産者と労働者が認証農園で労働 *1



600万ha

以上の面積に及ぶ農園が認証を取得 *1



190か国

以上で認証製品が販売 *1






6,000社

以上が認証原材料を調達し、事業慣行を改善 *1

*1 2022年12月のデータ

レインフォレスト・アライアンス認証 基準の概要



<p>第1章 管理</p> 	<p>第2章 トレーサビリティ</p> 	<p>第3章 収入と責任の共有</p> 
<p>第4章 農業<small>(農場要件のみ)</small></p> 	<p>第5章 社会</p> 	<p>第6章 環境</p> 

認証は、生産者と企業が持続可能性を推進することを支えるツールを提供します。



持続可能性のリスクを理解し、管理するより強力なシステム



リスクと実績のより良いデータ



人権に対する約束と活動を推進するデューデリジェンスシステム



改善の継続に
焦点



サプライチェーン全体で改善に対して責任を共有する

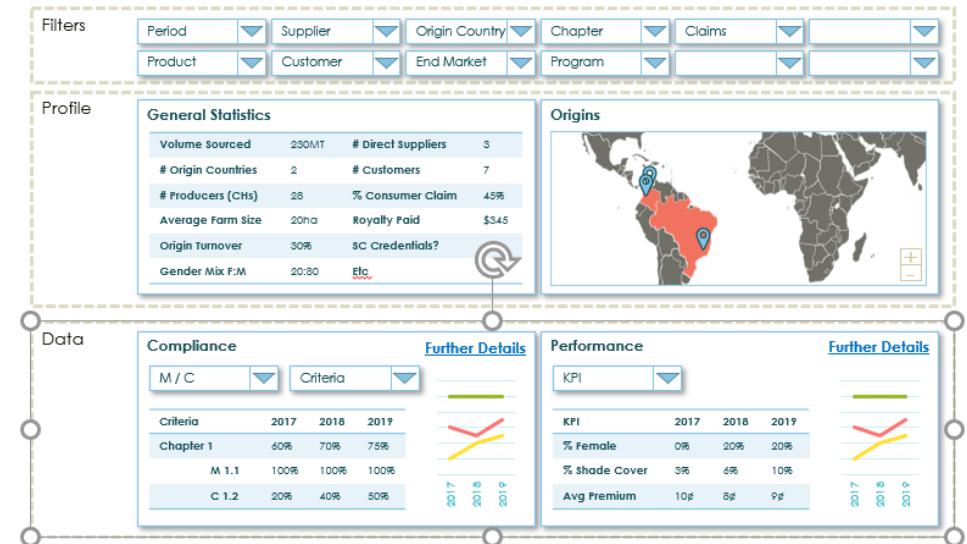
持続可能性のリスクと活動を理解し管理するための データを利用したアプローチ



農場レベル のツール

ツール	生産者が行うことができること:
リスク査定	自身の持続可能性のリスクを見極める
能力評価	リスクに対をうすることができる能力を見極める
管理計画	リスクに対応する活動を見極める
サステナビリティ投資計画	リスクに対応し、実績を改善するための投資を見極める

サプライチェーン レベルの実績ダッ シュボード



人権に対応するデューデリジェンス



ゼロトレランス（完全に禁止）から、「事前評価対処方式」への変更

- 児童労働
- 強制労働
- 差別
- 職場内暴力とハラスメント

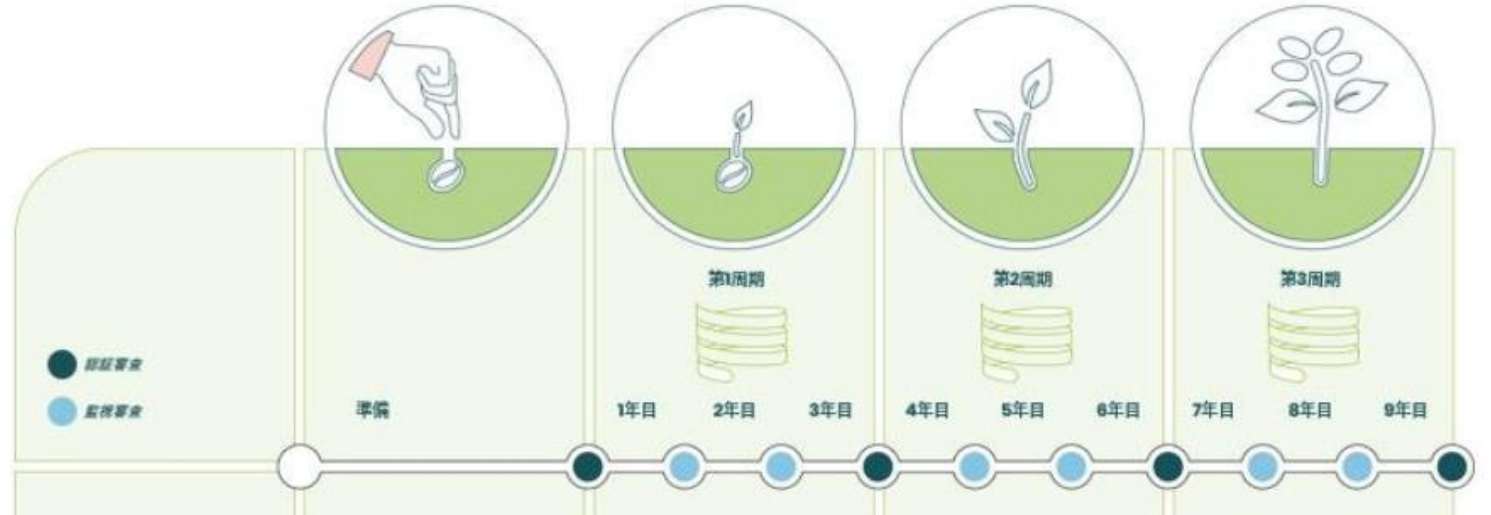
- 認証農場は、以下のシステムを備えていなければならない
 - ✓ リスクの特定と評価
 - ✓ 特定された事例を管理し、保護措置を確保
 - ✓ 効果的な是正措置の実施
- 生産者と購入者は以下が可能になる
 - ✓ 透明性と説明責任を高める（問題を地下にもぐらせない）
 - ✓ 改善を支援し、検証するためのつながりを維持する



改善の継続に焦点



年を追うごとに
改善



必須の改善要件

自己選択型改善要件

生産者が自分で
改善の目標を
決定



スマートメーカー

リスク査定に従い、生産者が自身で目標を設定し、これらの改善を実現するための適切な活動を明確に定める。

責任の共有

認証は生産者に十分な報奨なしに不公平な重荷を背負わせている



責任の共有

サステナビリティ差額

生産者の持続可能な努力に報いる金銭での支払い

サステナビリティ投資

持続可能な生産と改善の推進にかかるコストを共有するためのバイヤーからの投資

3. 貴社のサプライチェーンのコンプライアンスを生産者*まで確認できる

日本でも人権デューデリジェンス法制定の動き

企業の人権尊重促す法律「2023年制定を」 超党派議連

政治 [+ フォローする](#)

2023年5月10日 22:20



自民党の長島昭久氏ら超党派の議員有志は10日、国会内で「人権外交を超党派で考える議員連盟」の会合を開いた。企業が取引先を含めた人権侵害を把握し予防策を講じる人権デューデリジェンス（DD）法について「2023年中に制定すべき」との提言をまとめた。

米欧では人権侵害のリスクをおさえるための法制化の動きが進む。日本は22年に企業に対応を働きかけるガイドラインを策定したことなどにとどまる。

提言は「日本は主要7カ国（G7）の中でビジネスと人権分野のハードローの制定が進んでいない唯一の国だ」と指摘した。「日本がG7の議長国を務める23年ほど絶好の機会はない」と唱えた。

議連は近く政府に提言を申し入れる方針だ。

出典：日経新聞



RAの人権デュー・デリジェンス・アプローチは、国際的な枠組みに沿ったものです：

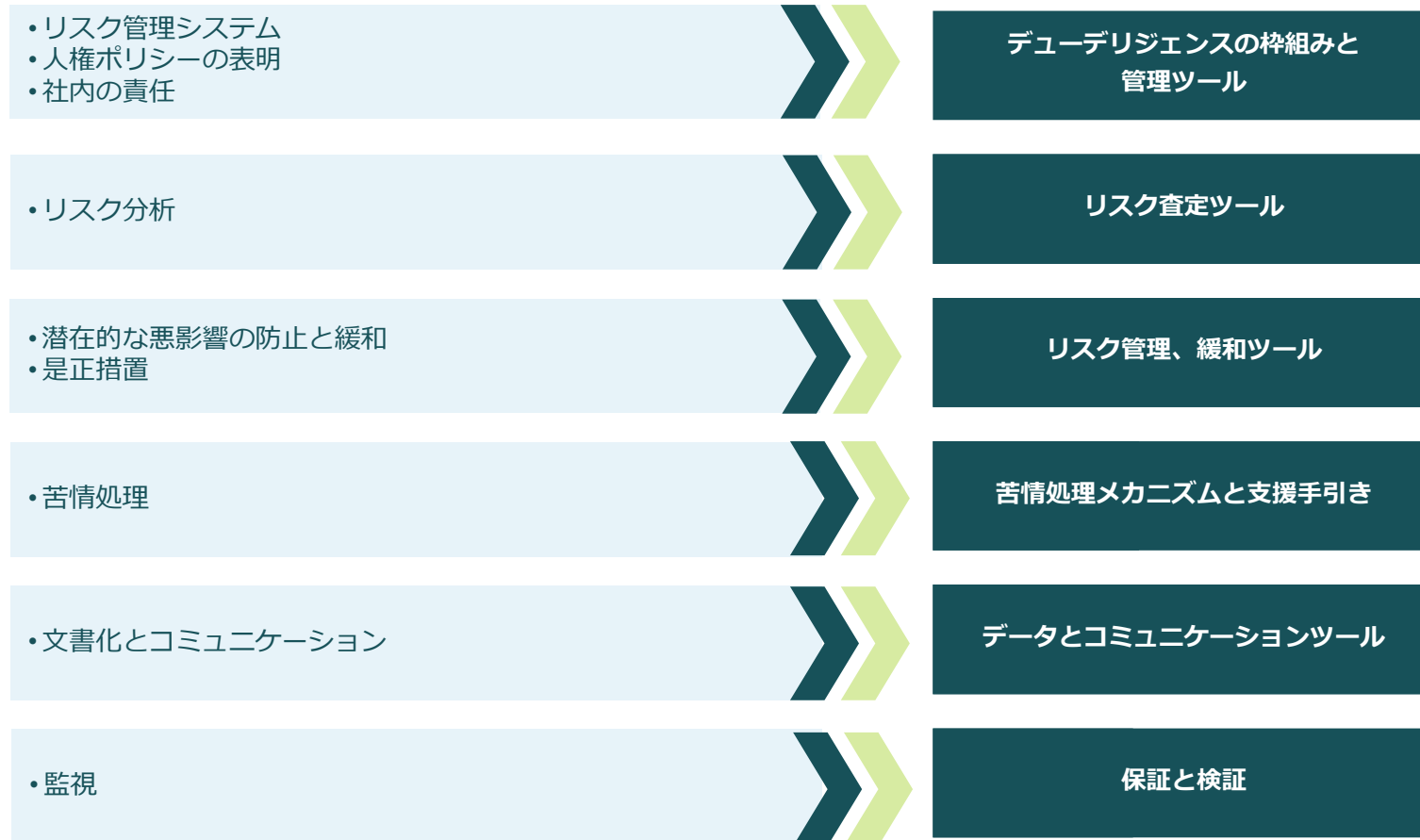
- 国際労働機関の条約
- ビジネスと人権に関する国連指導原則
- OECD多国籍企業ガイドライン

RAの環境デュー・デリジェンス・アプローチは、森林破壊、農薬管理、生態系および生物多様性の保護に関する国際的なベスト・プラクティスに沿ったものです。

レインフォレスト・アライアンス認証はデューデリジェンスを支援します



提案されているEUのデューデリジェンス法令の要件には以下が含まれる



注：認証はデューデリジェンスの補助であり、代替ではありません。

レインフォレスト・アライアンス認証要件

小売・外食ブランド所有者にも常に適用される

- 1.1.4 – デューデリジェンス
- 1.2.3 – 下請業者、サプライヤーのリスト
- 1.4.1 – 内部監査 (複数施設認証の場合)
- 1.4.2 – 自己査定
- 1.5.1 – 苦情解決制度
- 2.2.2 – トレーサビリティ

4. SDGsに対する持続可能性の実践、 信頼性、コンプライアンスにコミッ トできる

レインフォレスト・アライアンス認証とSDGs

以下のゴールにも関連

- 3** すべての人に健康と福祉を

4 質の高い教育をみんなに

7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに

9 産業と技術革新の基盤をつくろう

10 人や国の不平等をなくそう

11 住み続けられるまちづくりを

14 海の豊かさを守ろう

16 平和と公正をすべての人に
- 1** 貧困をなくそう

2 飢餓をゼロに

12 つくる責任 つかう責任



5. 市場拡大ができる
6. よりロイヤルティを得ることができる

自分の考えや価値観を基にブランドを購入、支持する

2022 Edelman Trust Barometer Special Report:
The New Cascade of Influence

I buy or advocate for brands based on my beliefs and values

GLOBAL 14

63%

2022 Edelman Trust Barometer Special Report:
Trust in the Workplace

Having societal impact is a strong expectation or deal breaker when considering a job (avg)

GLOBAL 7

Among employees

69%

- Business reflects my values
- Has a greater purpose
- Meaningful work that shapes society
- Opportunities to address social problems
- Stops specific business practices if employees object
- CEO addresses controversial issues I care about



働く場所を選ぶ際にも責任あるビジネスは重要視 されている

ALL STAKEHOLDERS HOLD BUSINESS ACCOUNTABLE

Percent who agree

Global 27

58%

**Buy or advocate
for brands**
based on their beliefs
and values

60%

**Choose a place
to work**
based on their beliefs
and values

64%

Invest
based on their
beliefs and values

88%

of **institutional investors**
subject ESG to the same scrutiny
as operational and financial
considerations

Global 7

Source: 2021 Edelman Trust Barometer
Special Report: Institutional Investors

2022 Edelman Trust Barometer. Belief-driven consumer, employee, and investor segments. General population, 27-mkt avg. Employee data is filtered to be among employees of an organization (Q43/1). Investor data is only among those who sell stocks, bonds, or mutual funds as a standalone or employer-sponsored investment (INVESTOR/1). See Technical Appendix for a full explanation of how belief-driven consumers, employees, and investors were measured.

2021 Edelman Trust Barometer Special Report: Institutional Investors. Q7. Please indicate the extent to which you agree or disagree with the following statements regarding shareholder activism. 4-point scale; top 2 box, agree. 7-mkt avg.

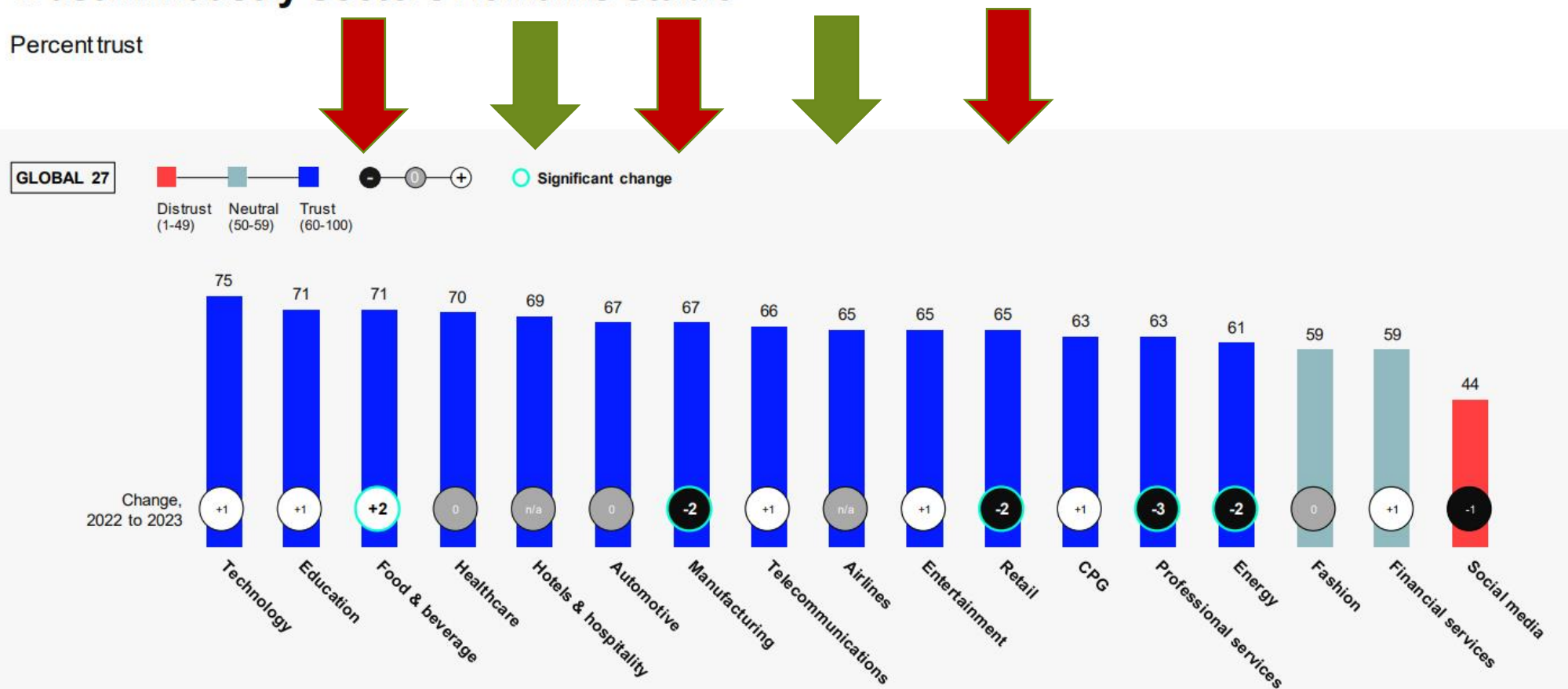
食品飲料業界は信頼度が高い

2023 Edelman Trust Barometer

P. 46

Trust in Industry Sectors Remains Stable

Percent trust

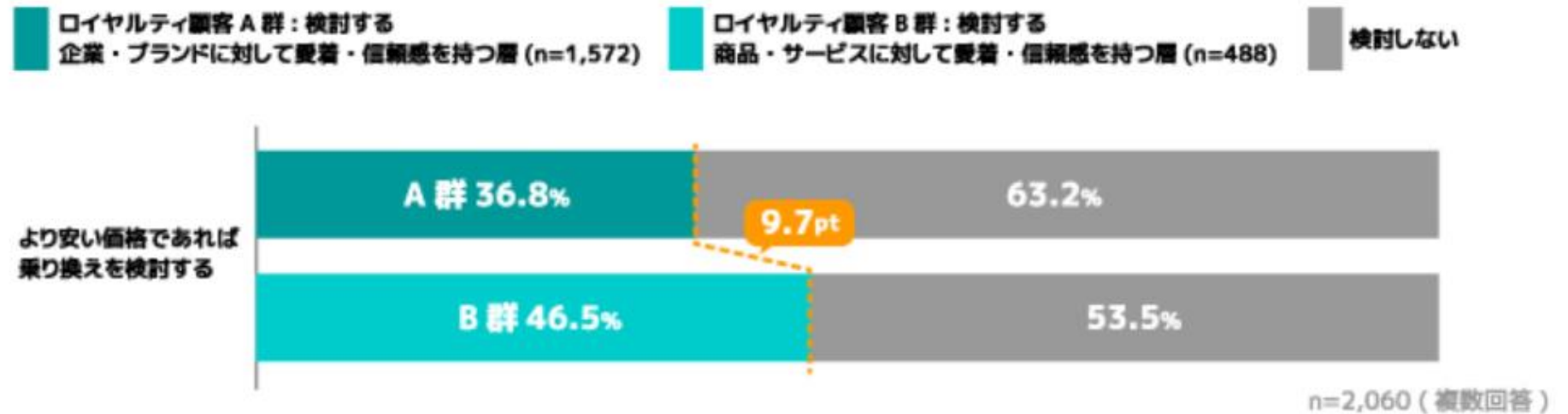


2023 Edelman Trust Barometer. TRU_IND. Please indicate how much you trust businesses in each of the following industries to do what is right. 9-point scale; top 4 box, trust. Industries shown to half of the sample. General population, 27-mkt avg. Year-over-year changes were tested for significance using a t-test set at the 99%+ confidence level.



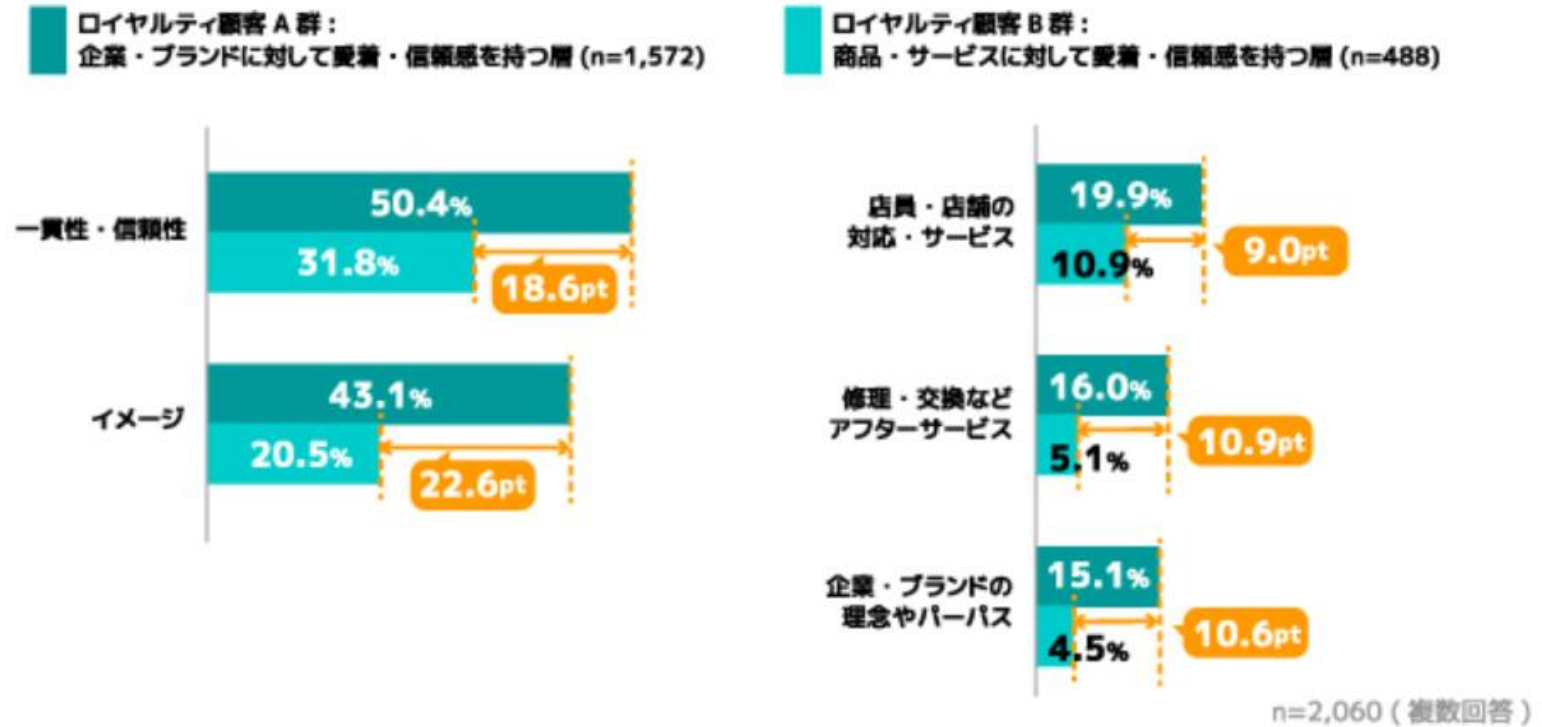
企業・ブランドへのロイヤルティがカギ

愛着・信頼感を持つ商品・サービスの乗り換え (A群・B群比較)



企業・ブランドへのロイヤルティがカギ

愛着・信頼感を感じる要素 ロイヤルティ顧客 A 群・B 群の比較



「エシカル消費」に関する消費者庁調査結果（抜粋）

＜消費者庁による「エシカル消費」の説明＞

エシカル消費とは、地域の活性化や雇用などを含む、人・社会・地域・環境に配慮した消費行動です。日常的に消費する衣類や食品などの生産背景には、児童労働や人権問題、劣悪な労働環境、環境破壊などの問題が潜んでいる場合があります。

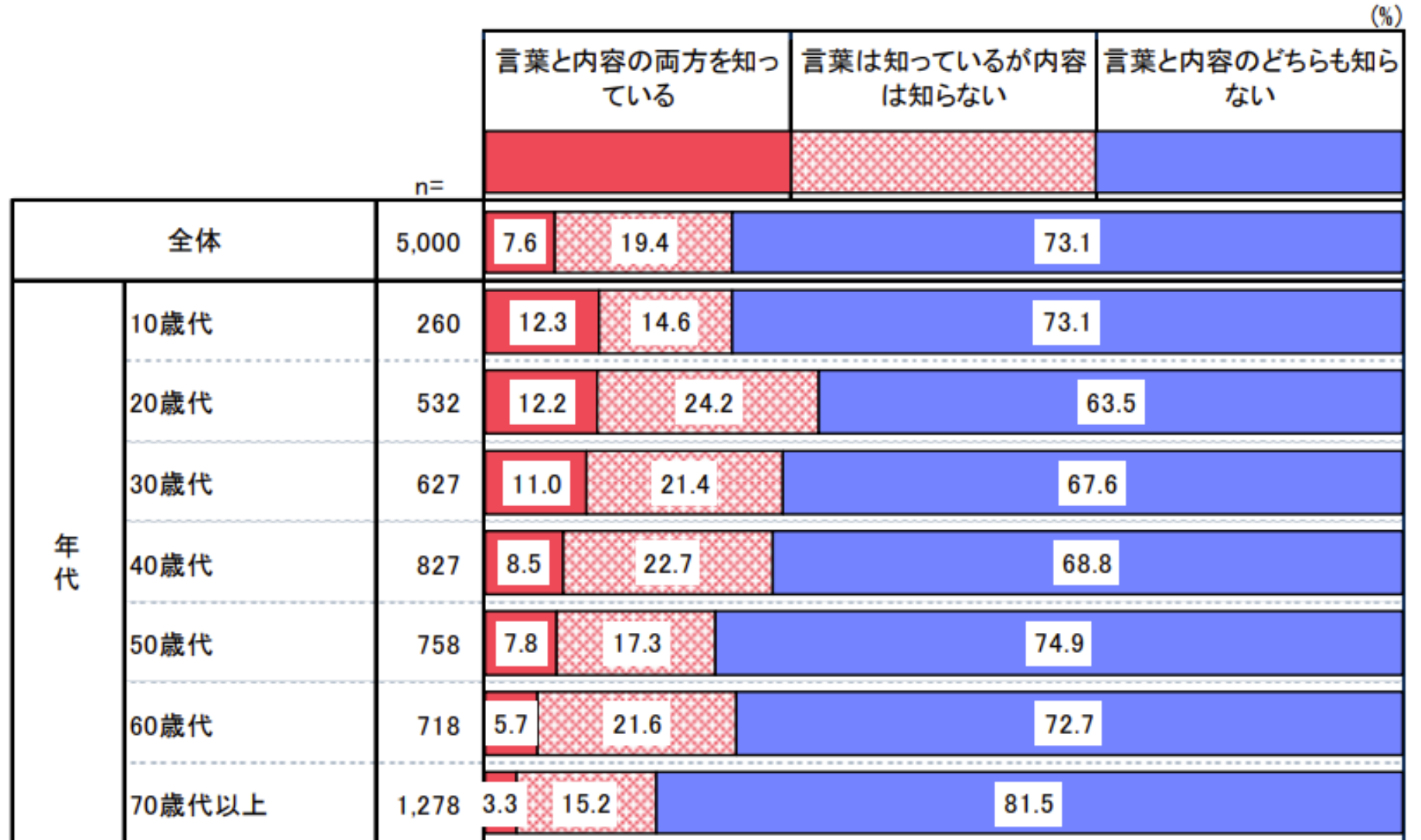
私たち一人一人が、社会的な課題に気付き、その解決のためにできることを考えたり、買物や行動することがエシカル消費です。例えば次のような行動も含まれます。

- ・ 社会的課題に配慮した商品・サービスを購入する
- ・ 地域社会の活力向上のため地元商店街で買物をしたり、その地域で生産された農産物等を購入する
- ・ 一度使用したものをシェアやリサイクルをして資源を大切に使う

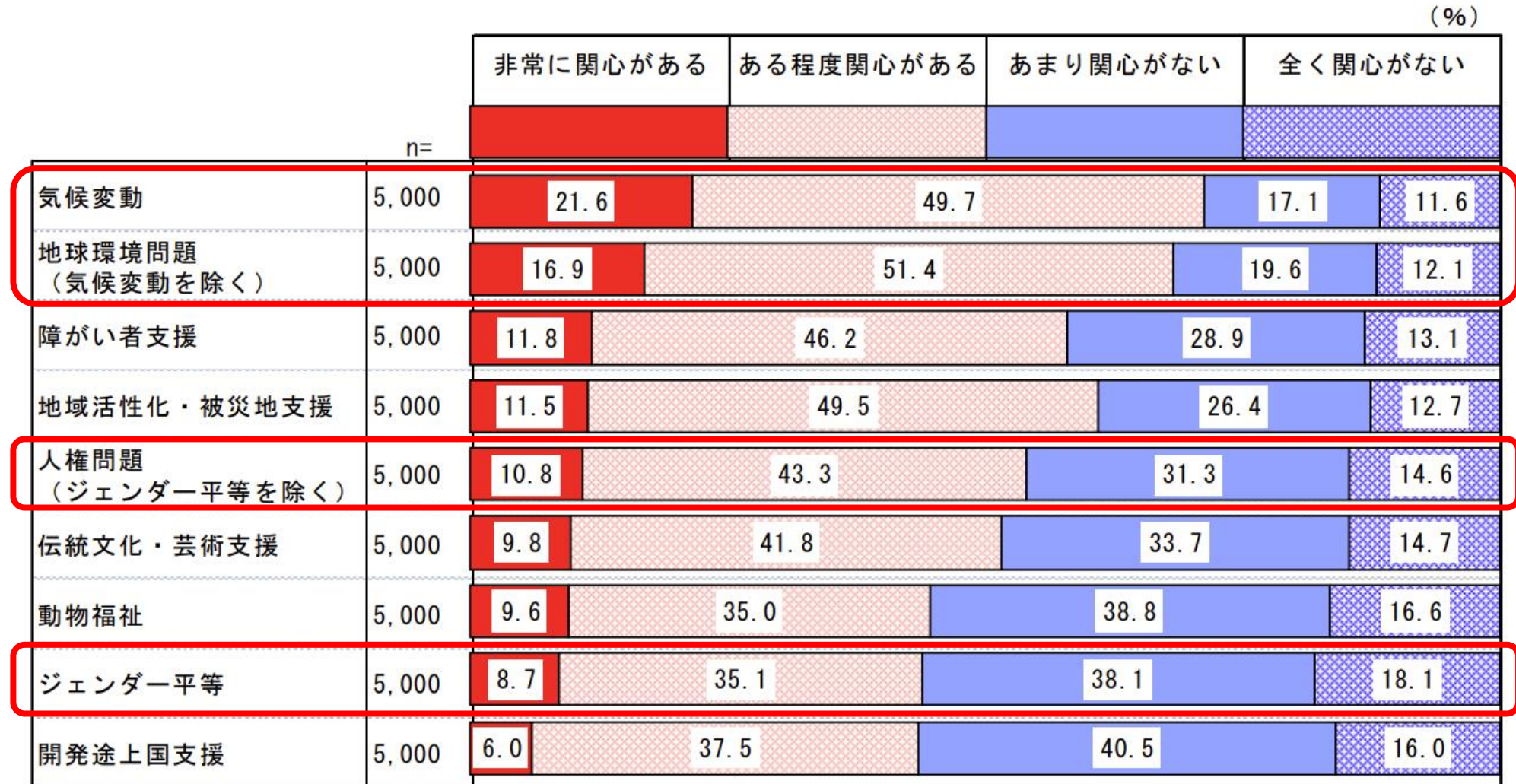
＜調査概要＞

- ・ 2022年11月17日～19日に実施。
- ・ 調査サンプルは全国の15歳以上の男女5,000名。
- ・ 調査結果全文は[こちら](#)

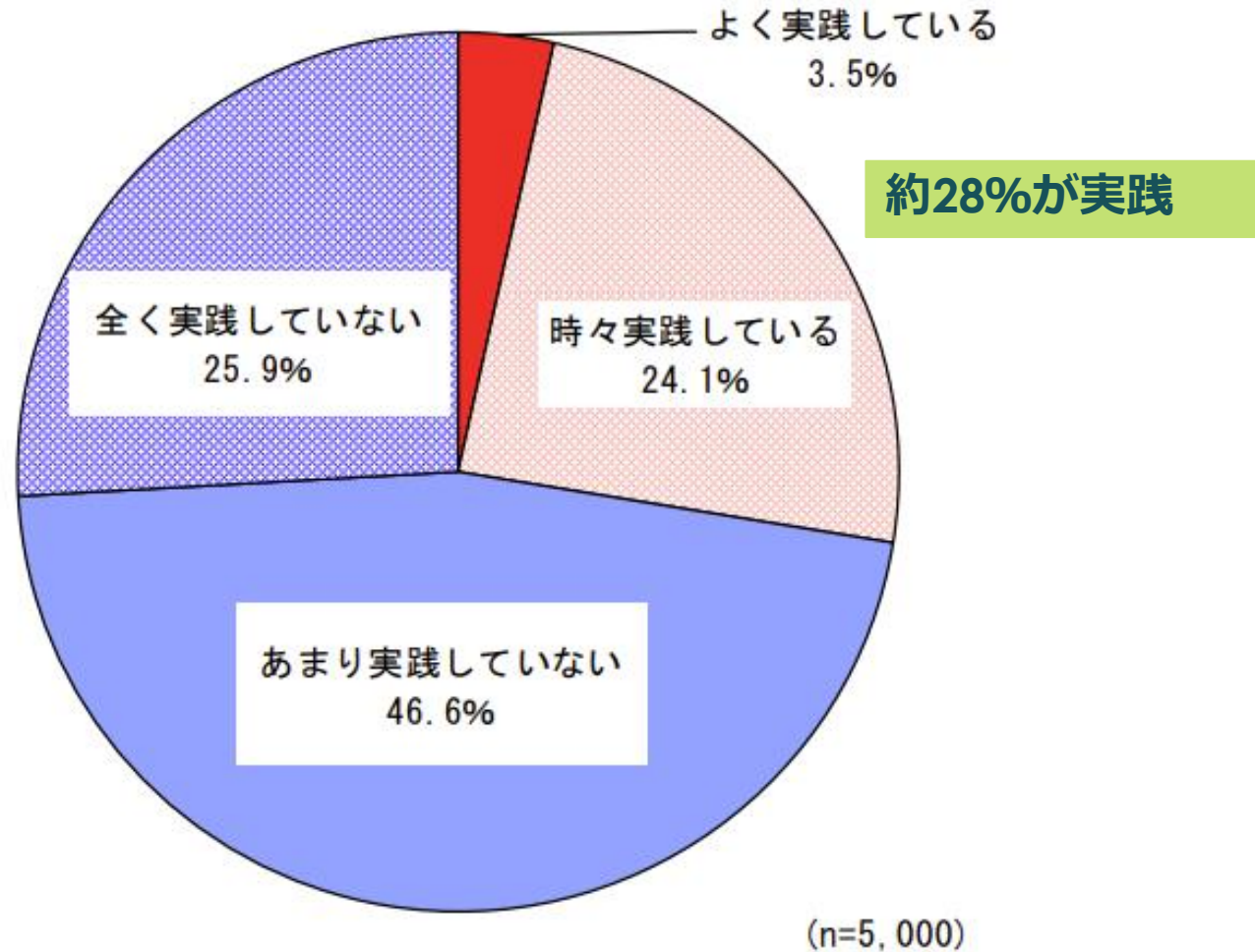
あなたは、「エシカル消費（倫理的消費）」をどの程度知っていますか。（単一回答）



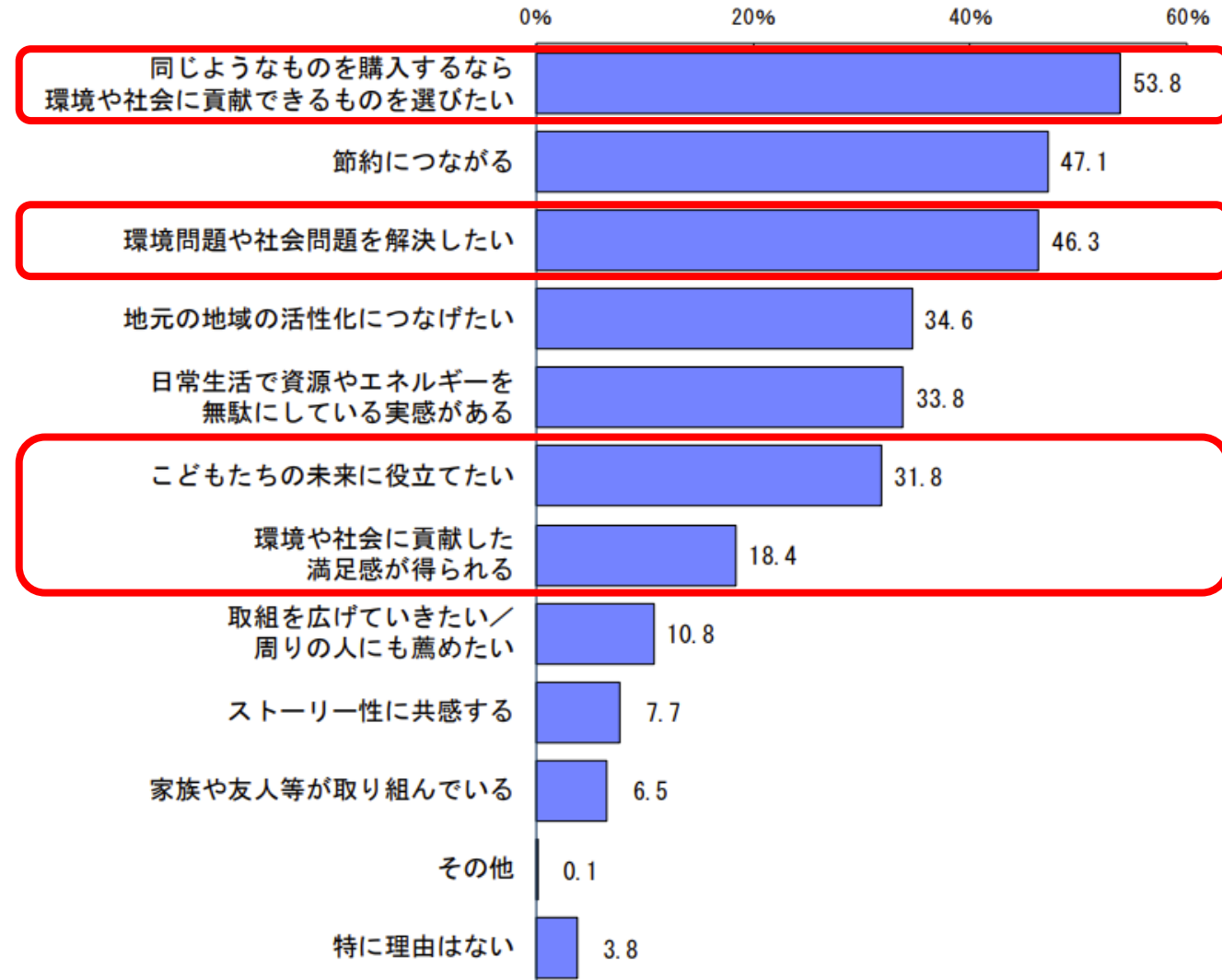
あなたは、以下の社会的課題・社会貢献活動について、どの程度関心を持っていますか。当てはまるものをそれぞれ一つずつお選びください。（単一回答）



あなたは、エシカル消費につながる行動についてどの程度実践していますか。
以下の項目のうち、当てはまるものを一つお選びください。（単一回答）

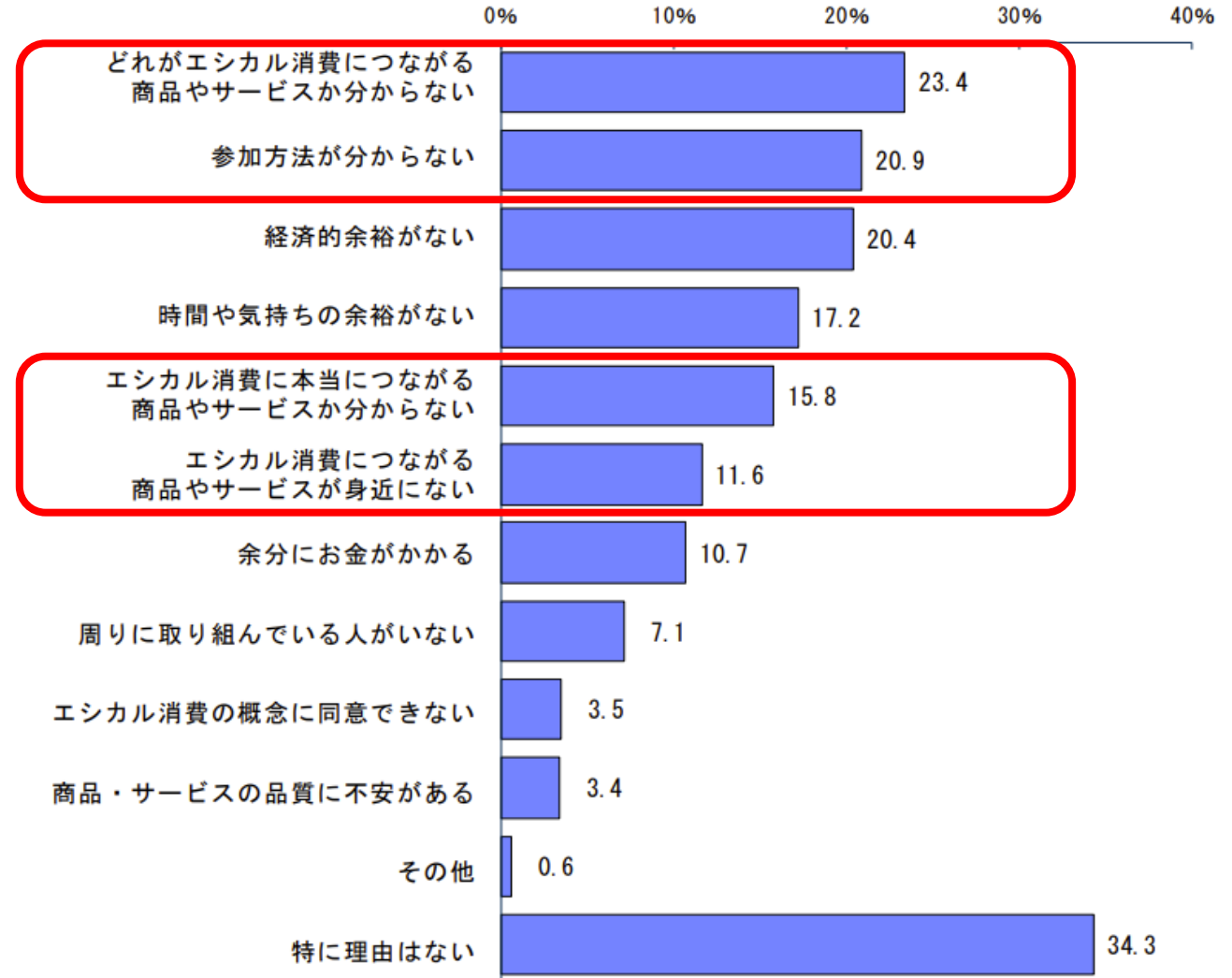


あなたが、エシカル消費に取り組んでいる理由は何ですか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。（複数回答）



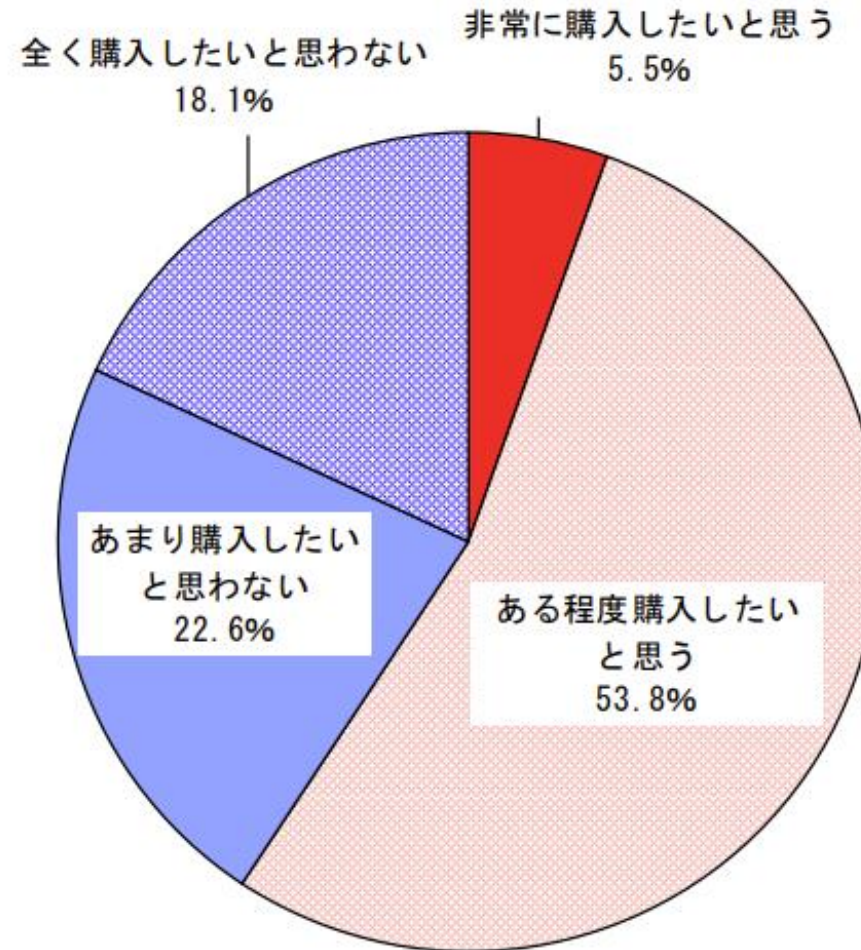
(n=1,377)

あなたが、エシカル消費に取り組んでいない理由は何ですか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。（複数回答）



(n=3, 623)

あなたは、エシカル消費につながる商品・サービスを、今後購入したいと思いますか。以下の項目のうち、当てはまるものを一つお選びください。（単一回答）



約60%が
購入意向を示す

みどりの食料システム戦略

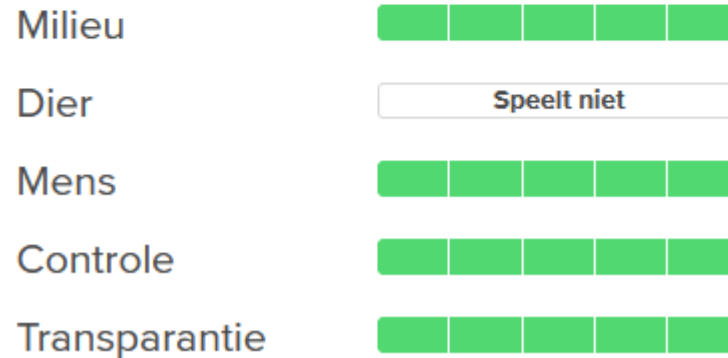
「みどりの食料システム戦略」KPIと目標設定状況			
KPI		2030年 目標	2050年 目標
温室効果ガス削減	① 農林水産業のCO ₂ ゼロエミッション化 (燃料燃焼によるCO ₂ 排出量)	1,484万t-CO ₂ (10.6%削減)	0万t-CO ₂ (100%削減)
	② 農林業機械・漁船の電化・水素化等技術の確立	既に実用化されている化石燃料使用量削減に資する電動草刈機、自動操舵システムの普及率：50% 高性能林業機械の電化等に係るTRL TRL 6：使用環境に応じた条件での技術実証 TRL 7：実運転条件下でのプロトタイプ実証 小型沿岸漁船による試験操業を実施	技術確立 2040年
	③ 化石燃料を使用しない園芸施設への移行	加温面積に占めるハイブリッド型園芸施設等の割合：50%	化石燃料を使用しない施設への完全移行
	④ 我が国の再エネ導入拡大に歩調を合わせた、農山漁村における再エネの導入	2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、農林漁業の健全な発展に資する形で、我が国の再生可能エネルギーの導入拡大に歩調を合わせた、農山漁村における再生可能エネルギーの導入を目指す。	2050年カーボンニュートラルの実現に向けて、農林漁業の健全な発展に資する形で、我が国の再生可能エネルギーの導入拡大に歩調を合わせた、農山漁村における再生可能エネルギーの導入を目指す。
農業	⑤ 化学農薬使用量（リスク換算）の低減	リスク換算で10%低減	11,665(リスク換算値) (50%低減)
	⑥ 化学肥料使用量の低減	72万トン(20%低減)	63万トン (30%低減)
	⑦ 耕地面積に占める有機農業の割合	6.3万ha	100万ha (25%)
食品産業	⑧ 事業系食品ロスを2000年度比で半減	273万トン (50%削減)	
	⑨ 食品製造業の自動化等を進め、労働生産性を向上	6,694千円/人 (30%向上)	
	⑩ 飲食料品卸売業の売上高に占める経費の縮減	飲食料品卸売業の売上高に占める経費の割合：10%	
林野	⑪ 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	100%	
	⑫ 林業用苗木のうちエリートツリー等が占める割合を拡大 高層木造の技術の確立・木材による炭素貯蔵の最大化	エリートツリー等の活用割合：30%	90%
水産	⑬ 漁獲量を2010年と同程度（444万トン）まで回復	444万トン	
	⑭ 二ホンウナギ、クロマグロ等の養殖における人工種苗比率 養魚飼料の全量を配合飼料給餌に転換	13% 64%	100% 100%

7.世界的に知られているレインフォ
レスト・アライアンス認証マークを
使用できる

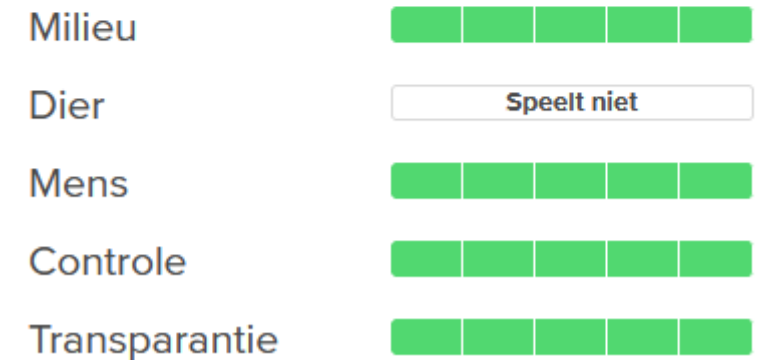
認証ベンチマーク - Milieu Centraal (May 2022)



Rainforest Alliance (koffie, thee en chocolade)



Rainforest Alliance (tropische groenten en fruit)



カテゴリー

- 環境
- 健康
- 人
- 管理
- 透明性

レインフォレスト・アライアンスは、コーヒー、カカオ、茶類、果物のカテゴリーで、最高の5を獲得しているただ一つの認証。

オランダの消費者調査結果（非常に影響力のある雑誌に掲載）

- ・オランダの主要35種のコーヒーで調査
- ・レインフォレスト・アライアンスが持続可能な認証マークの中で一位を獲得

Keurmerken op filterkoffie



Rainforest Alliance
Milieu: ++++++
Mens & werk: ++++++



Fairtrade
Milieu: ++++✦
Mens & werk: ++++++



Climate
Neutral Certified
Milieu: ++++✦
Mens & werk: nvt



EU-Biologisch
Milieu: ++++✦
Mens & werk: nvt



EKO
Milieu: ++++✦
Mens & werk: nvt

Dit topkeurmerk is

Dit topkeurmerk, het

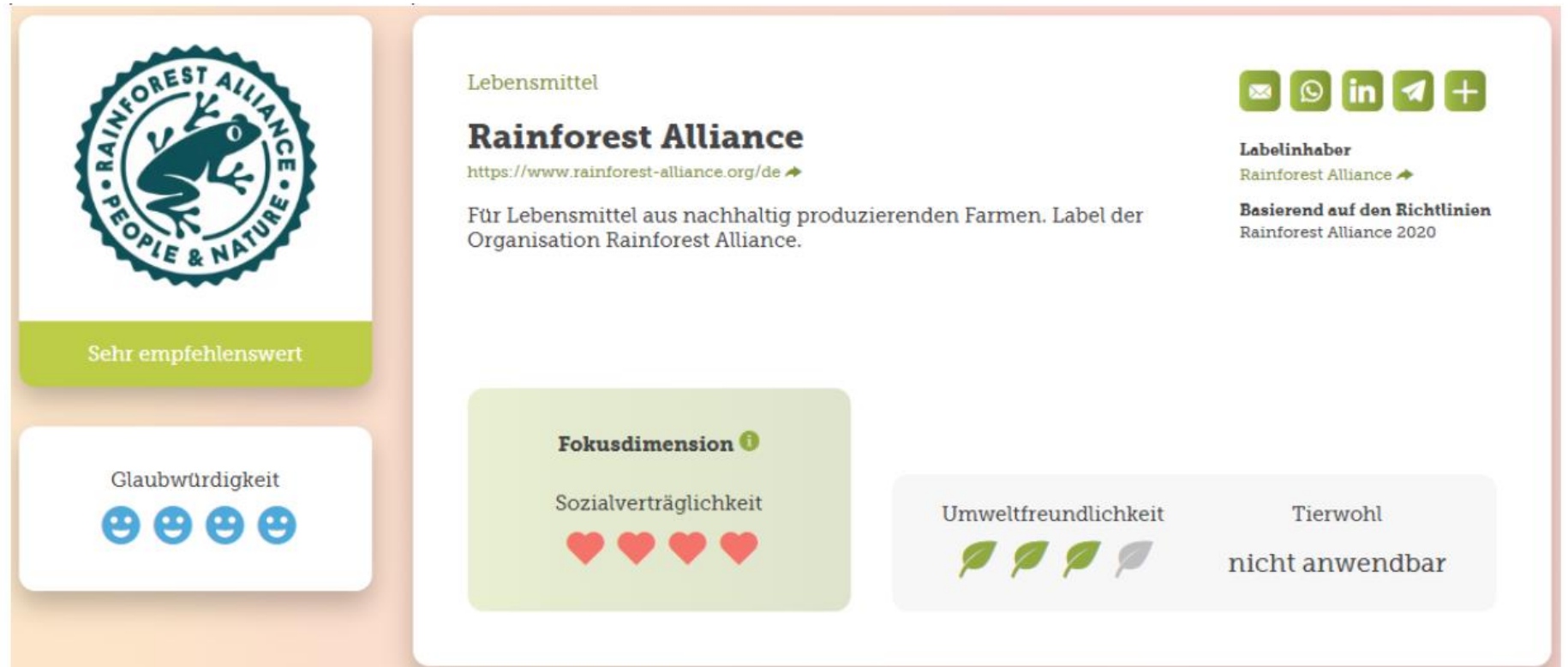
Om dit keurmerk te

Dit keurmerk heeft veel

EKO is altijd EU-Biolo-

スイスのラベルインフォ（認証ラベル情報）

レインフォレスト・アライアンスは、信頼性、環境への配慮、社会適合性、動物愛護（RAは該当なし）で高く評価され、「強く推薦」のカテゴリを得ています。



The screenshot displays the Rainforest Alliance label information on the labelinfo.ch website. It features the Rainforest Alliance logo, a 'Sehr empfehlenswert' (Very recommended) badge, and a 'Glaubwürdigkeit' (Credibility) score of 4 out of 5. The 'Fokusdimension' (Focus dimension) section shows a score of 4 out of 5 for 'Sozialverträglichkeit' (Social compatibility). The 'Umweltfreundlichkeit' (Environmental friendliness) score is 3 out of 5, and 'Tierwohl' (Animal welfare) is marked as 'nicht anwendbar' (not applicable). Social media icons for email, WhatsApp, LinkedIn, Telegram, and a plus sign are also visible.

Lebensmittel

Rainforest Alliance
<https://www.rainforest-alliance.org/de>

Für Lebensmittel aus nachhaltig produzierenden Farmen. Label der Organisation Rainforest Alliance.

Labelinhaber
Rainforest Alliance

Basierend auf den Richtlinien
Rainforest Alliance 2020

Sehr empfehlenswert

Glaubwürdigkeit
4/5

Fokusdimension ⓘ
Sozialverträglichkeit
4/5

Umweltfreundlichkeit
3/5

Tierwohl
nicht anwendbar

グローバルコーヒープラットフォーム

SUSTAINABILITY SCHEMES CURRENTLY RECOGNIZED BY GCP

ベースラインコーヒー
コードと同等

コーヒー持続可能性参照コードと同等

第3者認証

第2者認証

第3者認証

第2者認証

Certifica Minas

Fairtrade

Starbucks' C.A.F.E. Practices

Enveritas' Enveritas
Gold

Exportadora de Café Guaxupé's Guaxupé
Planet

Nespresso AAA

Neumann's NKG BLOOM

ofi's AtSource Entry Verified and AtSource Plus

4C

Rainforest Alliance Sustainable Agriculture
Standard

ECOM's SMS Verified

Enveritas' Enveritas Green

Louis Dreyfus Company's Responsible Sourcing
Program Advanced

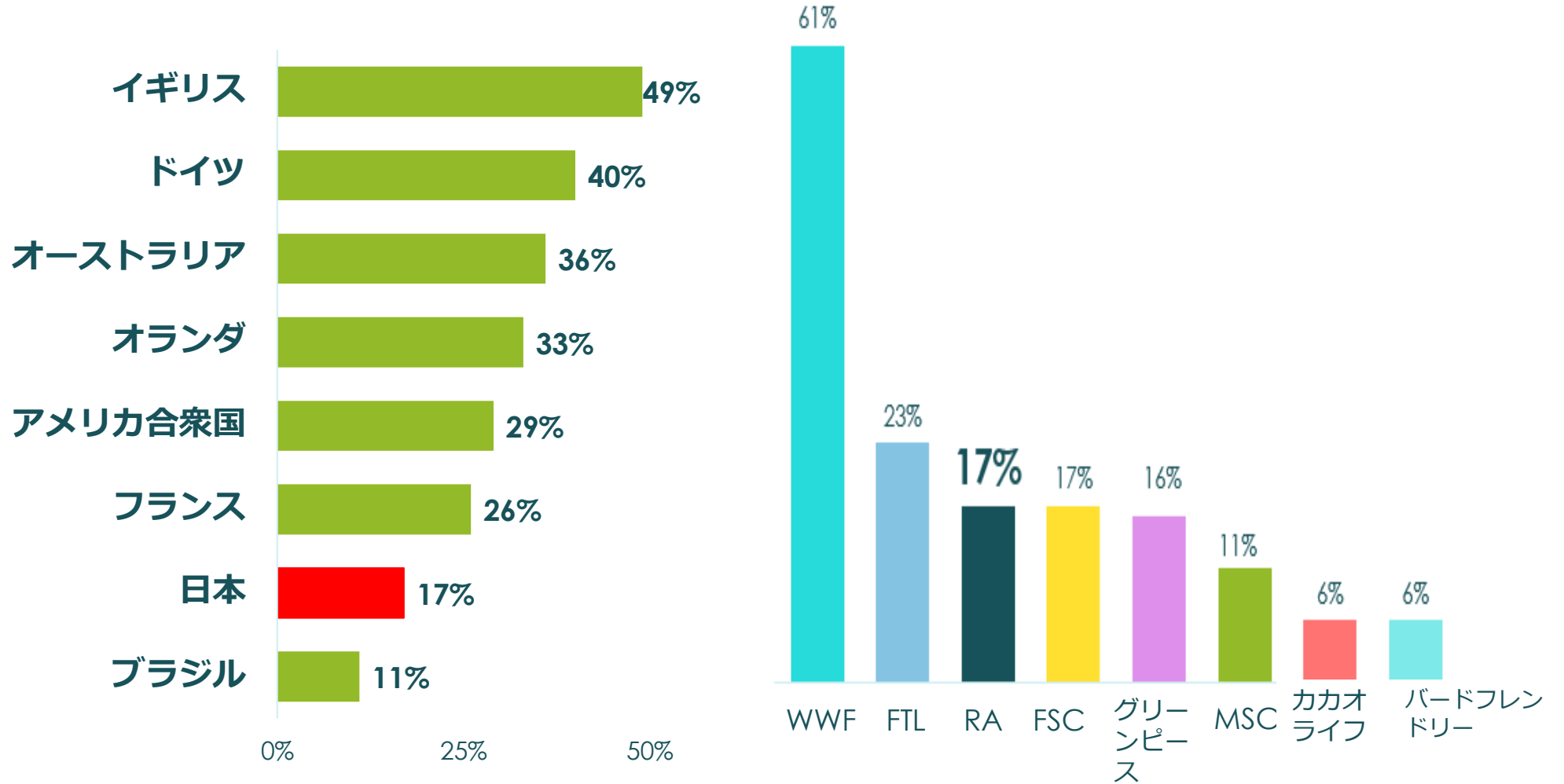
Mercon's LIFT

Neumann Kaffee Gruppe's NKG Verified

Sucafina's IMPACT

Volcafe's Volcafe Verified and Volcafe
Excellence

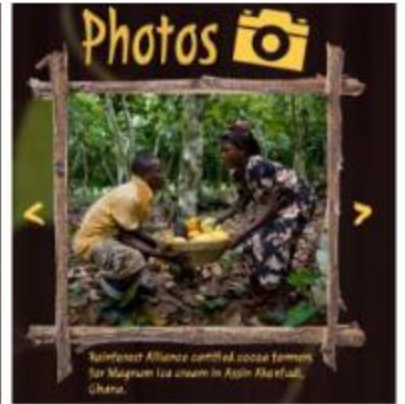
認証マークの認知度調査 (2022)



認証マークを使用したコミュニケーション



Tesco Food Love Stories in-store promotion and TV ad



Magnum quiz, social media campaign, photo & video content

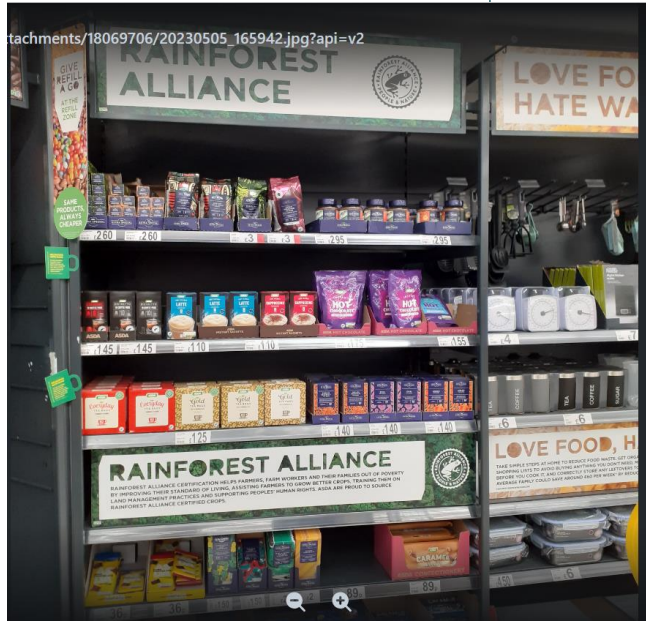


chocolate social media





他国のプロモーションの一例 (2023)



ASDA イギリス
No.3の小売り



ケロッグフランス



オーシャン：フランスNO2.
の小売の会員（消費者）向
け冊子



ユニリーバマグナム
SNS用ビデオ

[Magnum - YouTube](#)46

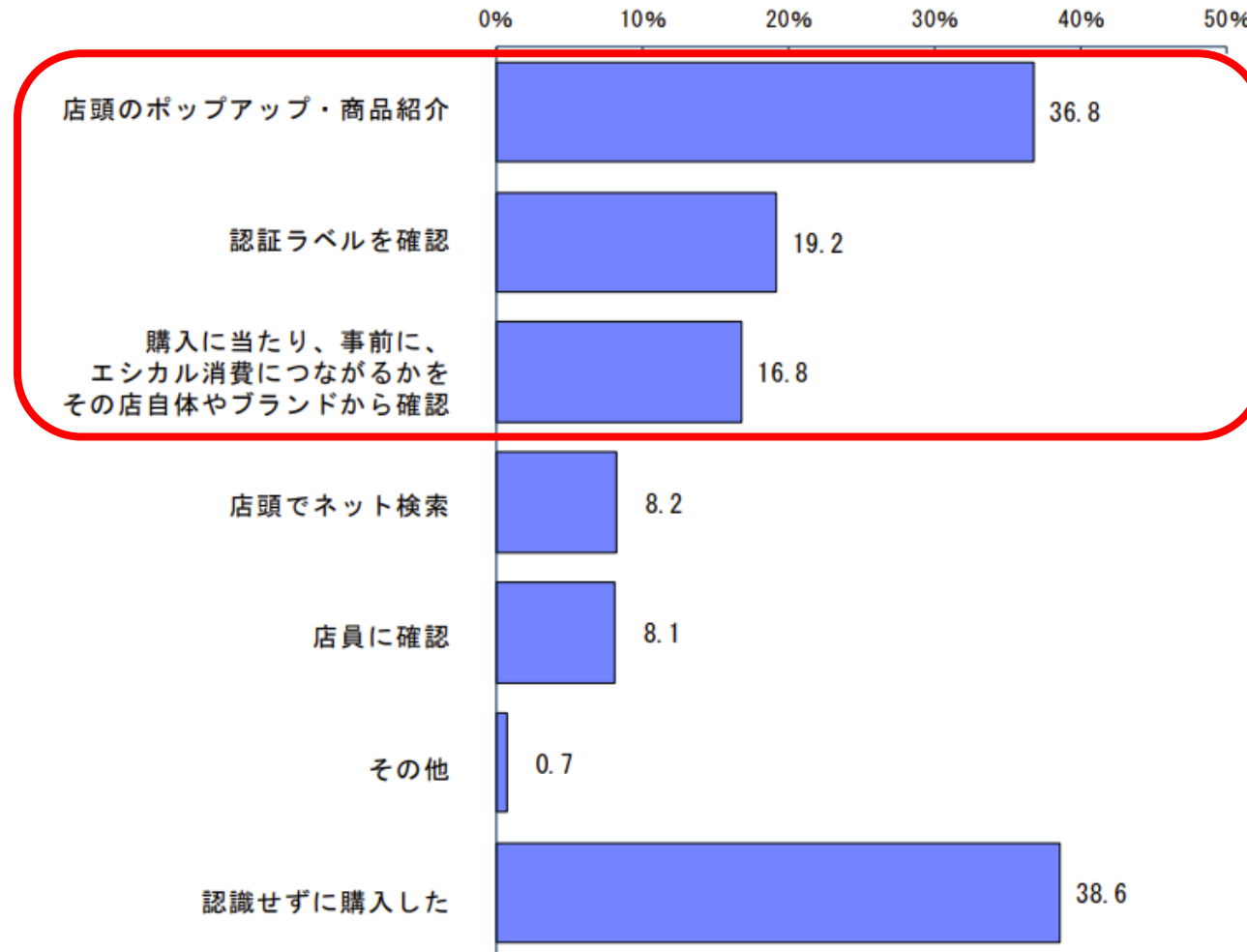
教科書関係の認証マーク使用実績

番号	タイトル	メディア	発行部数	公開時期	流通先
2019年申請					
1	2021年中学国語教科書	教科書			
2	2021年度中学校技術・家庭科（家庭分野）教科書	教科書			
2020年申請					
3	文部科学省検定 高校家庭科教科書（家庭基礎／家庭総合），指導者用教材，デジタル教科書	教科書	家庭総合：約11万部/年、家庭基礎：約35万部/年	2022年2月1日発行～4年間使用予定	
4	CLIL 英語で考えるSDGs 持続可能な開発目標	書籍	1500部から2000部を予定	2021年2月20日発行予定	大学用の語学の教科書
5	技術・家庭科のワークブック		10万2千部（予定）	2021年4月1日	日本全国の中学校
6	高校家庭科の副教材			2021年4月	
2021年申請					
7	国語教科書	本	10万部	2022年4月	全国の中学生
8	文部科学省検定 高校家庭科教科書（家庭基礎／家庭総合）指導者用教材，デジタル教科書	Textbook/教科書（高校）	11万部、35万部程度/年	2022年2月～4年間	高校
9	高等学校家庭用副教材『最新生活ハンドブック』		30,000部（デジタル版500部予定含む）	2022年4月	高等学校1～3学年
10	高等学校家庭科資料集『LIFE おとなガイド（仮）』	教科書（資料）	8万部+ウェブ	2022年4月	全国
2022年申請					
11	高校家庭科教材「新課程 家庭総合 学習ノート」 高校家庭科教材「新課程 家庭基礎 学習ノート」	教科書	4万部	2023年2月1日	

8. レインフォレスト・アライアンス、あるいは他社とマーケティング/PR活動が行える

「エシカル消費」に関する
消費者庁調査
結果

あなたは、エシカル消費につながる商品・サービスであることをどのように確認して選択していますか。以下の項目のうち、当てはまるものを全てお選びください。（複数回答）



(n=3, 152)

カエルを探そう (Follow the Frog) キャンペーン (毎年9月頃)



#FOLLOWTHEFROG

皆で共に (We're All In) キャンペーン



[本編ビデオ \(英語版\) : We're All In | Rainforest Alliance \(rainforest-alliance.org\)](https://www.rainforest-alliance.org/)

日本語字幕付きショートビデオ : XとFacebookに掲載しています。

<https://twitter.com/RainforestALJP/status/1726410040666472745>

<https://fb.watch/oK8o-4albv/>

認知度向上に向けた取組

レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム

- 2015年9月1日設立
- 目的
 - コーヒー・茶・バナナなどの持続可能な農作物を使ったレインフォレスト・アライアンス認証商品がある生活を、お客様に提供し続けること
- 活動内容
 - (1) レインフォレスト・アライアンス認証の普及・啓発
 - (2) 社内外に向けた理解度向上のための勉強会開催
 - (3) 会員間での定期的な情報共有
 - (4) その他前条の目的を達成するために必要な活動
- 正会員資格
 - (1) 入会時にレインフォレスト・アライアンス認証商品に関して生産から流通、小売までのサプライチェーンのいずれかに携わっている企業・団体であること。
 - (2) 理事会の決議を経て認められたものであること。
- 会費は無料



LAWSON
ローソン
MACHI café
コーヒーSサイズ 10杯分

①アカウントをフォロー
②本投稿をリポスト

5名様に
あたる!

〈レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム主催〉
#カエルを探そう キャンペーン

応募期間
2023年9月25日(月)～2023年10月15日(日) 23:59まで

X (旧ツイッター) キャンペーン

内容

- 各社ごとの賞品画像をレインフォレスト・アライアンス日本アカウントから投稿
- レインフォレスト・アライアンス日本アカウントのフォローと各社賞投稿のリポストで、賞品が当たる

メリット

- レインフォレスト・アライアンス日本の公式Xアカウントで、**約4万人**のフォロワーに対し、御社製品の紹介ができます。
- 必要なのは、ツイッター用画像提供と、賞品+送料のみ。
- アカウントからのX発信、当選者抽選等はレインフォレスト・アライアンスが行います。
- 各社別になっており、自社のフォロワーにも紹介ができます。また、同様に他社のフォロワーが貴社の投稿を目にします。

今年9～10月のキャンペーン画像

よろこびがつなく世界へ

KIRIN

キリン
午後の紅茶 ストレートティー
250ml紙パック (24本入り1ケース)

①アカウントをフォロー
②本投稿をリポスト

5名様に
あたる!

〈レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム主催〉

#カエルを探そう キャンペーン

応募期間
2023年9月25日(月)～2023年10月15日(日)23:59まで

LAWSON

ローソン
MACHI café
コーヒーSサイズ 10杯分

①アカウントをフォロー
②本投稿をリポスト

5名様に
あたる!

〈レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム主催〉

#カエルを探そう キャンペーン

応募期間
2023年9月25日(月)～2023年10月15日(日)23:59まで

unifrutti

最高峰
バナナ

ユニフルーティー賞
最高峰バナナ 9パック

①アカウントをフォロー
②本投稿をリポスト

5名様に
あたる!

〈レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム主催〉

#カエルを探そう キャンペーン

応募期間
2023年9月25日(月)～2023年10月15日(日)23:59まで

菱和園
HISHIWAKEN

菱和園
レインフォレスト有機煎茶 金
100g×2本

レインフォレスト・アライアンス認証茶園茶葉100%使用

①アカウントをフォロー
②本投稿をリポスト

5名様に
あたる!

〈レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム主催〉

#カエルを探そう キャンペーン

応募期間
2023年9月25日(月)～2023年10月15日(日)23:59まで

Lipton

NEW
リプトン
カフェインレスの
はちみつ紅茶
ティーバッグ14袋

①アカウントをフォロー
②本投稿をリポスト

20名様に
あたる!

〈レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム主催〉

#カエルを探そう キャンペーン

応募期間
2023年9月25日(月)～2023年10月15日(日)23:59まで

McDonald's

「おいしいだけでなく、自然へのやさしさにもこだわっています。」
プレミアムロースト
アイスコーヒー

①アカウントをフォロー
②本投稿をリポスト

10名様に
あたる!

〈レインフォレスト・アライアンス コンソーシアム主催〉

#カエルを探そう キャンペーン

特製マックカード2000円分

応募期間
2023年9月25日(月)～2023年10月15日(日)23:59まで



認証を受けるための手続き

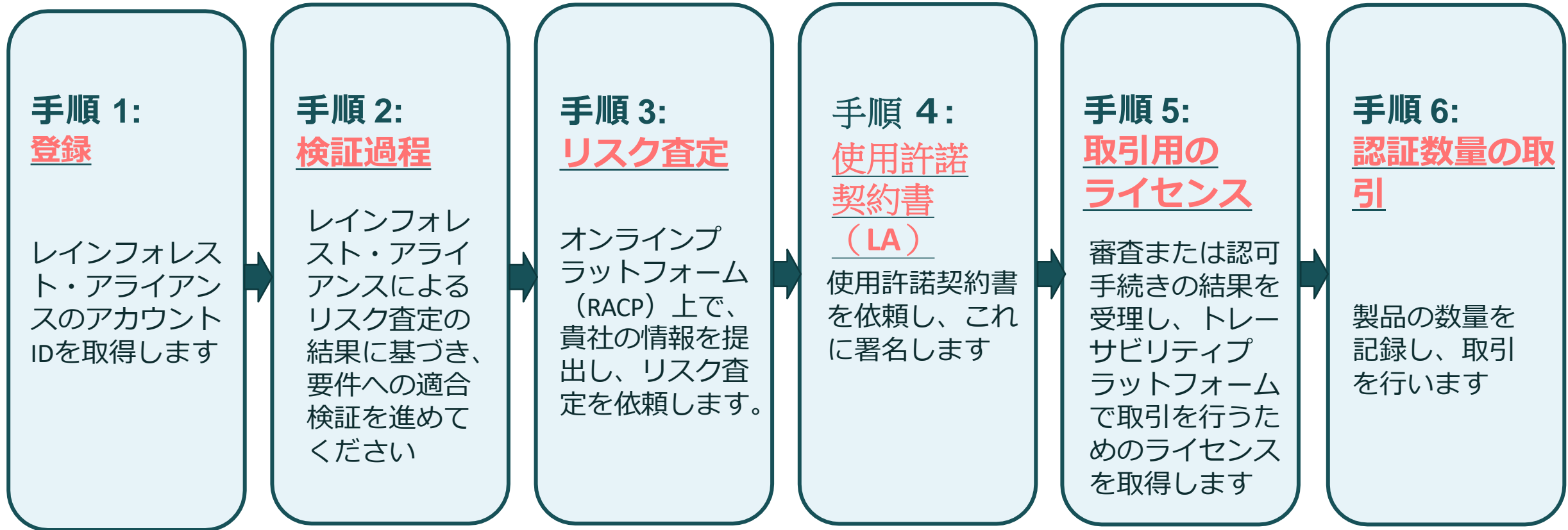
認証対象

- ・ 2020認証プログラムでは、農場から、最終消費者製品（製造者、ブランド所有者等）までが認証範囲です。

- ・ レインフォレスト・アライアンス認証マーク、レインフォレスト・アライアンス認証の名称を使用する際は、認証取得が必要です。これは、包材、ウェブサイト等、用途を問いません。

* 認証を取得せず、「レインフォレスト・アライアンス認証一部使用」などの対外的な公表は一切できません。

サプライチェーン認証取得のための手順



取得にかかる期間は、6か月を目安としてください。

プライベートブランド所有者・小売/外食企業

- 2020認証プログラムでは、プライベートブランド所有者・小売/外食企業まで認証が必要。
- 最終製品のみ取り扱う小売・外食企業は、基本的に審査は不要
- トレーサビリティシステムの利用は選択制です。

下記、過去の説明会録画および資料をご参照ください。

[2022年4月7日実施 小売/外食企業、ブランド所有者向け説明会](#)

[2022年12月1日実施 小売・外食企業向け登録・認証方法及び要件の更新内容について、並びに本認証登録方法について](#)

2020認証プログラム参考資料

認証関係情報源



プログラムの何が新しくなったのでしょうか？

- 持続可能な農業基準 | 序文
- 気候変動に対応した農業
- 森林破壊
- 生物多様性の保全
- 事前評価対処方式
- 責任の共有
- 生活賃金
- 継続的な改善とスマートメーター
- 生活所得
- リスクベースの保証と個別の状況の考慮
- ジェンダーの平等

新プログラムの各課題に関する説明書

英語版と和訳の版が違う場合がありますので、ご注意ください。



- **2020認証プログラムページ** [2020認証プログラム | Rainforest Alliance | 法人向け \(rainforest-alliance.org\)](https://www.rainforest-alliance.org)
 - 要件、付属文書、手引きなどの文書
- **ビジネスニュースレター（英語版・登録制）**
<https://www.rainforest-alliance.org/business/subscribe/>
- **その他**
 - カスタマーサクセスチーム: customersuccess@ra.org
 - **Eコース** [Course: E-Course / JA - SAR51 - 2020 Sustainable Agricultural Standard: Supply Chain Requirements](#)



質疑応答

質問	回答
<p>最終製品をそのまま販売する問屋様がRAを明記したいために認証を取ろうとすると、査定はいらぬという認識でお間違ひございませぬでしょうか。またその場合かかる費用も異なってくるという事ですか。</p>	<p>はい、間違ひありません。最終製品の販売を小売企業に行う問屋機能の企業は、認証の取得は必要ありません。そのため、費用もかかりませぬ。 もし自社のウェブサイト等でレインフォレスト・アライアンス認証を言及したい場合は、「その他 (Others)」というカテゴリでRACPに登録すると、認証マークの使用申請が行えます。</p>
<p>日本の認証製品点数の推移、登録企業数の推移などの情報がありましたら、共有いただけぬでしょうか？</p>	<p>残念ながら、製品に関しては推移を把握しておりませぬ。現在の認証マーク申請システムで、販売終了時の登録等がないためです。登録企業数については、こちらからご覧いただけます（左側のフィルターで、作物や国を選択できます）</p>
<p>今回の説明会の資料を社内勉強会で使用できますか。</p>	<p>はい、後ほどウェブサイトで公開いたしますので、録画・資料ともご利用ください。</p>

日本語ウェブサイト : <https://www.rainforest-alliance.org/ja/>
日本語Facebook : [レインフォレスト・アライアンス日本](#)
日本語twitter : [@Rainforest ALJP](#)

**RAINFOREST
ALLIANCE**

rainforest-alliance.org

233 Broadway, 28th Floor
New York, NY 10279
USA

De Ruyterkade 6
1013 AA, Amsterdam,
The Netherlands