

# Annual Report 2021

## 2021年度 事業報告書

**Fairtrade Label Japan**

認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン



**FAIRTRADE**  
JAPAN

## 国内活動状況のサマリーと展望

## 活動状況のサマリー

2021年度より新事務局長体制のもと、事務局体制も強化して新しい戦略のもとで始動した一年でした。理事会をはじめ、プロボノやインターン生、支援者の皆さまとの関係構築や連携促進など、フェアトレードの普及拡大を実現していくための組織基盤の強化に注力しました。キャンペーン等活動の幅を広げ、さらなるフェアトレードの普及拡大を実現することができました。

## 1. ライセンス事業

営業ツール提供等の販促支援、分科会などによる組織間連携の促進や個別企業へのアプローチ等を通じて、認証製品の販路拡大や認証取得組織数の増加に繋げることができました。

## 2. 認証事業

かねてより準備してきたライセンス事業との分離、監査体制の強化、認証一時停止・認証取消事業者名の公開などに取り組み、認証事業の客観性・透明性をさらに大きく強化することができました。

## 3. 普及啓発・アドボカシー事業

過去最大規模で開催したフェアトレード月間キャンペーンをはじめ、広報活動を大幅に強化し、フェアトレードの認知拡大に繋げることができました。また、人権課題への取組みが急務とされるカカオとコットンに特化して、関連業界への問題提起などにも取り組みました。

## 今後の展望

産業界全体で加速するサステナビリティへの取組みに加え、教育界でもSDGs教育が浸透しており、今後ますますエシカル消費の拡大が見込まれています。人権や環境上の課題を解決するだけでなく、人びとが安心して未来を描いていける世界の実現において、フェアトレードが果たす役割はますます重要となっています。特に社会的影響力のある大手企業の巻き込みを戦略的に取り組んでいくとともに、業界ルールや政策などにもフェアトレードが組み入れられていくよう、さらに取組みを強化して参ります。

[写真] インドグジャラート州のコットン農園で働く女性



数字で見る日本のフェアトレードマーケット

<市場データ1> 国内市場規模



**Retail Sales (Japan)**  
**15.8 Billion yen**  
 フェアトレード市場規模  
 158億円



**Participants (Japan)**  
**243 organizations**  
 フェアトレード認証  
 参加組織数243件

フェアトレード認証製品推計市場規模  
 と国民一人当たりの年間購入額推移



■ 概況

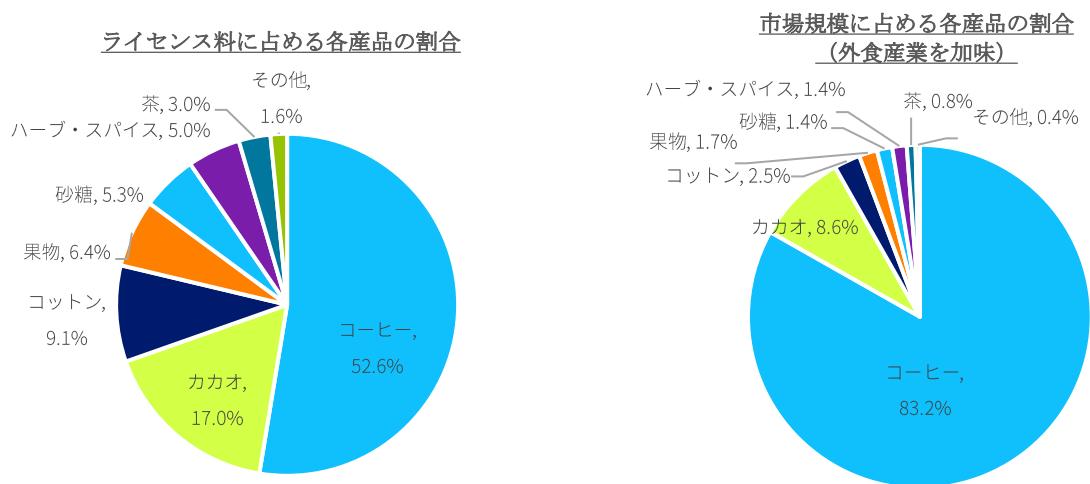
コロナ禍を経た家庭用フェアトレードコーヒーの売上拡大（フェアトレードコーヒー市場は前年比+21%）や、フェアトレードチョコレートの販売増加（前年比+10%）により、市場規模は前年比約120%の158億円となりました。特に小売主要大手各社はサステナビリティ戦略に力を入れ、プライベートブランドでのフェアトレード商品化や品揃えの拡充を大きく加速させました。過去に欧米では小売大手のフェアトレード拡充を契機に市場が一気に拡大した経緯もあり、日本でも市場成長への期待が高まっています。

■ 直近のフェアトレード市場規模と認証参加組織の推移

	2019年度	2020年度	2021年度
市場規模 (千円)	12,413,406	13,130,349	15,777,611
市場規模 前年比	99.8%	105.8%	120.2%
認証参加組織数※	217	221	243
認証参加組織数 前年比	102.4%	101.8%	110.0%

※FLJ認証組織（輸入、製造、卸、ライセンサー）、FLOCERT認証組織、製造受託組織、海外完成品輸入組織を含む

<市場データ2> 本年度のライセンス料及び市場規模の産品別割合

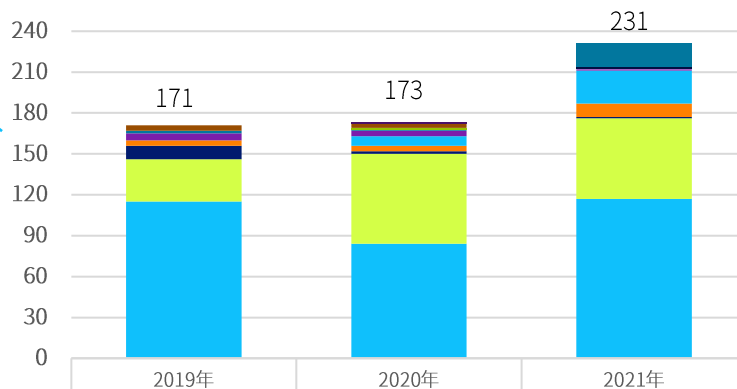


※左図はライセンス料に占める各産品の割合であり、FLJ収入源の各産品への依存度を示し、右図は外食産業での提供価格を加味した実際の国内消費金額の内訳であり市場規模を示します。

<市場データ3> 新規認証産品 承認数

新規認証産品 承認数

■ 右図は日本において新規に承認された認証産品数を表します。実際には海外で承認された産品も含めより多くの産品が日本市場に流通しています。  
[参考] Product Finderへの掲載産品数：1,497点 (2022年5月時点)



産品	2019年	2020年	2021年
蜂蜜	0	1	0
茶	0	0	17
化粧品類	4	3	0
バナナ	0	0	2
スポーツボール	0	1	0
ドライフルーツ	2	1	0
オイルシード・油脂果実	5	4	1
ココア	0	7	24
砂糖	4	4	10
スパイス・ハーブ、ハーブティ	10	2	1
コーヒー	31	66	59
繊維	115	84	117

## 活動報告 (1.ライセンス事業)

## 1 営業・マーケティング活動

## ■ 大手企業との連携・新規提案

日々の選択としてフェアトレード認証製品を身近にしていくため、スーパーやコンビニなど小売店舗でのPOP掲示やフェアトレードの訴求、フェアトレード認証製品の特設棚の設置などにおいて、大手小売企業との連携や提案に力を入れて取り組んでいます。2021年度は、大手小売各社でのフェアトレード商品開発や認証製品の取扱い拡充、特設棚の設置や店頭訴求の事例を増やすことができました。

また、コーヒー、カカオ、コットンなどの主要産品においては、商社やメーカーとも連携して、新規提案にも積極的に取り組みました。その結果、新規認証取得事業者数の増加、新規発売製品数の増加など、市場拡大に繋げることができました。



## ■ 認証製品の販売促進・営業サポート

フェアトレード認証製品の販路拡大に繋げるため、認証事業者への各種サポートを行いました。新規営業提案の際に使えるフェアトレード説明プレゼン資料やフェアトレード訴求のための素材提供のほか、FLJのSNSアカウントで各社の認証製品や取り組みをタイムリーに紹介できるように、認証事業者からのSNS投稿希望申請制度を導入しました。また、フェアトレード認証製品の販売促進に繋げる施策として、5月には全国横断の大型キャンペーン「ミリオンアクションキャンペーン」を実施しました。

FLJとしては、引き続き下記のような各種販促支援や連携を展開していきます。

- 大型キャンペーンの実施（5月ミリオンアクションキャンペーン）
- 営業ツール提供支援（フェアトレード提案プレゼン資料提供、素材パーツ提供）
- SNS投稿希望申請制度の導入
- 社内勉強会の実施
- 企業間連携のコーディネート

## ■ マーケティング分科会

フェアトレード認証事業者が一堂に会し、情報交換・ネットワーキングの場として毎年開催しているステークホルダー会合に加え、よりマーケティングに特化した学びや連携促進を目指し、マーケティング分科会をスタートさせました。今後、年3回程度の定期的集まりを通じて、マーケティング上の共通課題への議論やアイデアの共有、企業間連携などに繋げていくことを目指し、次年度から本格稼働していきます。

## 2 認証ラベルの商標管理

国際フェアトレード認証ラベル（国際登録番号：0806431）は、Fairtrade Internationalに（FI）によって管理されている国際登録商標です。FLJは、FIからその専用使用権を付与されている日本における唯一の法人として、FIおよびFI加盟組織と協力し、認証ラベルの信頼と認知の向上のため、適正利用のための管理徹底に努めています。

- 認証事業者からの製品認証申請・パッケージ表示の審査
- 認証事業者、メディア、行政、市民団体などからの認証ラベル使用許可申請の審査
- FIによる各種ライセンス規程への対応（FIからの監査対応、越境販売製品管理等）

## 活動報告 (2. 認証事業)

### 1 監査

FLJとライセンス契約・国際フェアトレード認証契約を締結しているライセンシー、輸入・製造・卸事業者、計85社の監査対象事業者のうち、2021年度監査計画に従って39件の監査を実施しました。

認証規定上、初回監査と更新監査は実地で行うこととなっていますが、2020年に引き続き2021年度も新型コロナウイルスの状況を考慮し、全てリモート監査に切り替えました。また、非通知監査はリモートでの実施が困難との判断により中止しました。



全体的に認証事業者各社はフェアトレード基準に沿って適切に取引・管理していることが監査によって確認できています。ただ、今年度は特に製造委託先への管理、監督が行き届いていないケースが目立ちました。国際フェアトレード基準は製造委託先へも適用されます。委託元となる認証事業者は日常の製造管理から、監査で指摘された不適合の是正措置の完了まで責任をもって監督することが求められます。

#### < 監査実施件数 >

	2019年度	2020年度	2021年度
初回監査	16	8	14
更新監査	16	7	16
中間監査 (※1)	9	6	9
非通知監査	2	0	0
合計	43	21	39

※1) 中間監査には、実地で行う場合と書類で行う場合がありますが、今年度はすべて書類で行いました。

#### < 監査結果 >

	2019年度	2020年度	2021年度
監査1件あたりの不適合項目数 平均値	0.88	1.05	0.92
不適合項目が確認されなかった事業者の割合	60%	38%	56%

初回監査の件数が多かった今年度ですが、不適合が確認されない事業者数は増加しました。近年は、国際フェアトレード基準に基づき適切な管理がしっかりとなされている認証事業者と、基準への理解が不十分な認証事業者に二分されている印象を受けます。

#### < 監査判定結果 >

	2019年度	2020年度	2021年度
認証一時停止	1	0	1
認証取得・更新・継続 (※2)	41	20	36

※2) 2021年度監査対象事業者39社の内、3件は不適合項目の是正中のため計上していません。2021年度監査対象事業者以外の認証事業者は数に含まれていません。

## 2 認証事業の適正運用と強化

### ■ 内部監査（ISO17065適合監査 2021年12月6日実施）

監査から認証判定までの一連の業務が、適切に滞りなく行われていることが確認されました。Fairtrade Internationalから認証制度の透明性を高めるため認証業務とライセンス業務とを分離するよう指導されていましたが、要員を増やすことで2021年8月に対応済みであることが確認されました。

### ■ 監査体制の強化

認証事業者数の増加に伴い、2021年度から3名体制で監査を実施しました。今後もフェアトレード市場が拡大していくことが予想されるため、監査人を増員するとともに、監査の手法や精度が均一になるよう研修制度を充実させていきます。

### ■ 認証一時停止、取消事業者の公開

認証制度の透明性を保つため、フェアトレード・ラベル・ジャパンウェブサイトにて認証一時停止、取消事業者を一定期間公開することにしました。

<https://www.fairtrade-jp.org/license/authentication.php>



## 活動報告 (3.普及啓発・アドボカシー事業)

### 1 キャンペーン

フェアトレード月間である5月、約10年ぶりに多くの企業・市民団体・自治体と連携し、FLJ主催による大型キャンペーン「ミリオンアクションキャンペーン」を企画開催しました。フェアトレード製品の購入やSNSでの情報発信、全国各地のイベント参加など、フェアトレードに関連するアクションをしてもらい、全国の皆様と1カ月間で100万アクションを目指すというキャンペーンです。

今までフェアトレードに関心が薄かった層にも働きかけるため、ニューヨークのデザイン事務所HI(NY)にデザイン協力を依頼。ポップなデザインが目目を引くキャンペーンビジュアルを採用し、人びとへの印象付けを狙いました。また、プレゼントが当たる懸賞キャンペーンでSNS投稿を促進したり、コーヒーやスパイスなどの食材にフォーカスしたイベントも実施するなどの工夫も凝らしました。

全国各地から、86もの企業・市民団体・行政も参加し、40以上のイベントが各地で開催され、1カ月間で目標を大きく上回る119万9,688アクションを達成することができました。

全国の小売店・百貨店などでキャンペーンポスター・POPが掲示され、飲食店ではフェアトレードの食材を使ったスペシャルメニューが展開されるなど、消費者が楽しみながら参加できる取組みが数多く展開され、フェアトレードの認知と購買を大きく促進することができました。

次年度も継続して、さらに多くの人たちに参加してもらえよう、取り組んで参ります。

<キャンペーンメインビジュアル>



### フェアトレードPOP展示店舗の一例



ジェイアール名古屋タカシマヤ



ピオセボン麻布十番店

### 豪華ゲストによるパネルディスカッション 「ビジネスからみるサステナブル消費の価値と拡がり」



- ・ 楽天 CWO 小林 正忠 氏
- ・ イオン 責任者 環境・社会貢献担当 三宅 香 氏
- ・ ホットマン 代表取締役社長 坂本 将之 氏
- ・ オウルズコンサルティンググループCEO 羽生田慶介 氏

### 豪華講師による食材を楽しむ新イベント 「コーヒー×スパイス」のマリアージュ

「コーヒー×スパイス」  
フェアトレード食材の魅力とは？マリアージュを楽しもう



講師の方

- ・ スターバックスコーヒー・ジャパン
- ・ エスビー食品

ミリオンアクションキャンペーン2021の詳細報告はこちらをご覧ください。  
<https://2021.fairtrade-campaign.com/news/2021017.html>



## 2 広報

### ■ メディア掲載・取材

昨年に引き続きSDGsへの社会的関心の高まりも受けて、テレビや新聞、WEBサイトなどのメディアに限らず企業や自治体、学校教育の場でもフェアトレードおよびフェアトレード認証ラベルの取材・掲載件数が急増しています。



#### <取材・掲載件数>

種類	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	前年比
新聞	5	10	11	18	164%
雑誌	14	25	22	27	123%
テレビ	3	4	14	20	143%
ラジオ	2	2	1	3	300%
書籍	10	7	19	28	147%
教材	29	11	64	47	73%
webサイト	5	12	31	73	235%
動画	-	-	10	12	120%
リーフレット	22	38	35	42	120%
ポスター	-	-	8	13	163%
その他	17	32	48	77	160%
合計	107	141	263	360	137%

### ■ 執筆

サステナビリティやCSRをテーマとしたビジネス情報誌『オルタナ』（年4回発行）のコラム欄とトピックス欄の執筆を2016年から継続してFLJで担当しています。フェアトレード関連の世界・国内最新動向や企業事例などを取り上げ、フェアトレードの広がりを発信しています。

### ■ プレスリリースの配信

国内に市場規模をプレスリリースで配信しました。最新の市場規模のほか、海外との比較など、日本の現状をメディアに発信することでより多くの方にフェアトレードを知っていただく機会を創出しました。

### ■ SNSの強化

若年層のフェアトレードやサステナブルなどへの関心の高まりを受け、若年層の利用者が多いSNSの運用を戦略的に行い始めました。フェアトレードへの理解促進や商品を知っていただくために、投稿頻度を上げて積極的に情報発信をした他、デザインはデザイン作成ツールCanvaを使用することで、デザイン面もよりわかりやすく、一目見て受け入れやすいデザインへと改良していきました。

**Sharing  
what you  
know**

### 3 教育支援

#### ■ 講演・教材提供などでの協力

SDGs教育の広がりやメディアでの発信増加なども影響し、フェアトレードへの認知・関心が確実に高まっています。特に中高生や大学生からの問い合わせが増加しています。

教育機関からの授業依頼やセミナー・シンポジウムでの講演依頼への対応を行いつつ、よくある質問への答えをウェブサイトに掲載したり、無償提供の教材をアップデートするなどして、より多くの教育機関や個人にフェアトレードの情報をお届けできるよう取り組んでいます。



#### <教育・啓発関連協力件数>

	授業・講演	教材無償提供	展示物貸出・教材販売
小学校	-	21	1
中学校	2	14	-
高校	4	38	2
大学	5	19	2
公的機関	1	9	-
自治体	2	14	-
企業・市民団体ほか	16	75	7
合計	30	190	12

※上記の教材無償提供数は、ウェブサイトからの教材ダウンロード申請数です。  
実際の配布数は合計537,511部が見込まれています。（教材ダウンロード申請内容より集計）

#### ■ 大学と企業との産学連携支援

フェアトレード認証事業者と大学との産学連携の取り組みとして、フェアトレードの商品開発や販促活動、SNSを活用した情報発信などの協働事例が増えています。

フェアトレードを含むエシカル消費に最も高い関心を持つといわれるZ世代と協働することで、彼らの関心を商品開発や情報発信に生かすことができるとともに、学生たちにとっては、商品開発やマーケティングなど、実践しながらビジネスを学ぶことができるとして、産学連携は今後ますます注目されていくことが見込まれています。

FLJでは、フェアトレードの情報提供や組織間連携の橋渡しの面で、引き続き産学連携の各種取り組みをサポートしていきます。



3大学73名の大学生が参加したプロジェクト「Stepping Stone」

## 4 アドボカシー

### ■ 特定産品（カカオ・コットン）のアドボカシー活動

児童労働・強制労働といった人権課題のある産品の中でも、特にカカオとコットンは状況の深刻さから、取り組みが急務とされている分野です。FLJでは、この二つの産品に特化して、関連業界への問題提起とフェアトレードの訴求に取り組んでいます。

カカオについては、JICAの「開発途上国におけるサステイナブル・カカオ・プラットフォーム」にFLJとして積極参画し、JICA主催シンポジウムでの講演や「カカオ産業における児童労働の撤廃」分科会への参加などを通じて、小規模カカオ農家への適正価格の支払やエンパワメントの重要性をカカオ関連企業に対して訴求しています。

またコットンについては、FLJを含む5つの団体が協働し「日本サステナブル・コットン・イニシアティブ（JSCI）」を設立。綿花生産や綿製品の製造過程における環境的・社会的課題への理解と取り組み促進を目指し、繊維関連企業、研究者、学生等を対象に、2021年度は6回連続のオンライン勉強会を実施しました。

### ■ 行政との連携

行政主導による消費者教育や啓発キャンペーン等への協力・連携を通じて、市民へのフェアトレード認知拡大を図るほか、行政の公共調達へのフェアトレード導入事例を増やしていくよう、情報提供や広報支援、企業との橋渡しなど、継続的に取り組んでいます。

- ・ 5月キャンペーン後援協力（熊本市・名古屋市・逗子市・浜松市・札幌市・いなべ市）
- ・ 名古屋市グリーン購入ガイドラインへのフェアトレード認証の導入（2021年度～）
- ・ 消費者庁：消費者教育ポータルサイトへの情報提供

[写真] ガーナのカカオ生産者組合Asuadai Cocoa Farmers' Cooperative Societyの農家メンバー



Photo: Francis Kokoroko

## 5 外部連携

### ■ 国内団体との連携・ネットワーク参加状況

理念を共有する組織・ネットワークとの連携を通じ、フェアトレードの普及推進を図るだけでなく、FLJ単独では成し遂げられない社会的インパクトを生み出し、持続可能な社会の実現をともに目指しています。具体的には、セミナー・イベント等の協働・連携を通じたターゲット業界や行政・市民への情報発信によって、新たなフェアトレード市場の広がりや、行政などの公共調達におけるフェアトレード調達促進などに繋がっています。

#### <連携団体・ネットワーク(抜粋)>

	連携団体名・ネットワーク名	ステイタス	FLJ参加時期
1	特定非営利活動法人 国際協力NGOセンター (JANIC)	正会員	2008年度～
2	一般社団法人日本フェアトレード・ フォーラム (FTFJ)	正会員	2011年度～
3	一般社団法人 日本エシカル推進協議会 (JEI)	正会員 ・アドバイザー	2014年度～ (法人化2017年度)
4	グリーン購入ネットワーク (GPN)	正会員・理事	2018年度～
5	一般社団法人日本スペシャルティ コーヒー協会 (SCAJ)	会員	2019年度～
6	一般社団法人日本サステナブル・ レストラン協会 (SRA)	アドバイザリーボード	2020年3月～
7	開発途上国におけるサステナブル・ カカオ・プラットフォーム	会員	2020年3月～
8	一般社団法人日本サステナブル・ ラベル協会 (JSL)	賛助会員	2020年度～
9	学校法人アジア学院	サポーター 会員	2020年度～
10	日本サステナブル・コットン・ イニシアティブ (JSCI)	設立・運営メンバー	2021年度～

### ■ フェアトレードタウン・フェアトレード大学

まちぐるみ・大学ぐるみでフェアトレードを推進する「フェアトレードタウン」「フェアトレード大学」の取り組みは、市民にとって身近な単位でフェアトレードに参加できる仕組みであり、フェアトレードを普及浸透させていく上で重要な役割を果たしています。FLJでは、イベント開催連携や情報提供、企業との橋渡しなど、地域の推進グループや教育機関・地方自治体との連携・協力を進めています。

### ■ Fairtrade International (FI)

FI加盟メンバーとして、グローバル方針・戦略立案の議論・決議への参加のほか、日本国内の事業者と生産者との橋渡し役を果たすため、FIメンバーの生産者ネットワーク組織との情報共有や連携を図っています。以下、主な参加会議。

- ・ FI総会 (6/23-24 @オンライン)
- ・ FIメンバーCEO月次会議出席 (毎月@オンライン)
- ・ FIメンバーCEOフォーラム出席 (年3回 @オンライン)



## 6 ファンドレイジング

2019年11月の継続サポーター申込制度の導入以降、毎月・毎年継続して寄付によりFLJを応援いただけるサポーター数が個人・法人ともに大きく増えています。コロナ支援基金などのクラウドファンディングを実施した2019年・2020年とは異なり、2021年は法人を通して社員の方が寄付下さるなど新しい寄付の形が増えました。

### <寄付金額・支援者数の推移>

カテゴリ	2019年度	2020年度	2021年度	前年比
寄付総額	¥729,811	¥1,958,400	¥4,154,244	212%
個人寄付金額	¥659,811	¥1,660,400	¥1,944,597	117%
個人寄付者数	168	213	324	154%
都度寄付者数	154	163	229	140%
継続寄付者数	17	57	95	167%
内訳：月額500円サポーター	4	17	27	159%
月額1,000円サポーター	3	9	10	111%
月額3,000円サポーター	-	-	2	-
年間3,000円サポーター	5	16	30	188%
年間5,000円サポーター	1	5	11	220%
年間10,000円サポーター	3	9	12	133%
年間30,000円サポーター	1	1	2	200%
年間50,000円サポーター	-	-	1	-
法人寄付金額	¥70,000	¥298,000	¥2,209,647	741%
法人寄付数	3	7	15	214%

### ■ メルマガ配信

寄付など様々な形でフェアトレード・ラベル・ジャパンを応援して下さるサポーターの方々やフェアトレードに関心をお持ちの方々向けに、2021年2月から配信をはじめました。

内容は多岐にわたり、様々なイベントやキャンペーンのご案内や定期的なレポート、フェアトレードの最新情報などをご提供しています。現在読者登録数は約1,700名です。

今後も、読者のみなさまに、フェアトレード・ラベル・ジャパンを応援いただけるよう、より内容の充実した情報をご提供していきます。

#### 【配信済みメルマガの一例】

### フェアトレードの基礎知識&SNS投稿紹介

**What's FAIR TRADE?**  
フェアトレードとは何か

コーヒーや紅茶、バナナやチョコレート。日常を彩るたくさんの食べ物が世界の国々から私たちの手に届けられています。それらを生産している国、人々のことを考えてみたことはありませんか？



フェアトレードに興味を持ってくれた方々が、その仕組みへの理解を深められるよう、フェアトレードに関する基礎知識を発信しています。

**海外のフェアトレード情報**

フェアトレードの商品は益々増えてきており、日々新たな商品が発売されています。よりフェアトレードが普及している海外では、さまざまなフェアトレード商品を購入することができます。今回は一部をご紹介します！

**1. コーラ** 🇺🇸

ニュージーランドのオークランドにあるカーゴコーラ社は、コーラやシシヤシヤール、レモネードなどを製造する会社です。西アフリカに設置するシエラレオネで育てられた、多量のCO2であるコーラナッツを真正な価格で買い取り地産の発展に寄与しています。



**3. ビール** 🇬🇧

フェアトレードはビールもあるんです！リトルバレー醸造所では、材料一つ一つオーガニックにこだわったビールを醸造しています。





フェアトレードの普及拡大を実現していくための組織基盤を強化するべく、業務管理体制の構築、プロボノやインターン生との業務遂行体制の構築に取り組み、活動の幅を広げることができました。対外発信力を強化することができたこともあり、外部からの人的・資金的支援を獲得することができました。

次年度は、理事会・事務局の連携をさらに強化し、寄付など様々な形でFLJを支援して下さる企業や個人サポーターを増やしていけるよう、ガバナンス強化や能力強化にも取り組み、皆さまから信頼していただける組織を作って参ります。

### 1. 組織体制（2022年3月31日時点）

- ・ 正会員：個人会員21、団体会員2
- ・ 役員：理事8名、監事2名  
(平均在任期間約7年、男女比：男性7名・女性3名)
- ・ 事務局：常勤5名、学生インターン5名
- ・ アドバイザー：12名

### 2. 総会／理事会

#### ① 通常総会開催

- ・ 日時：2021年6月12日（土）13：00～15：00
- ・ 場所：FLJ事務所(東京都中央区日本橋富沢町11-6)/ZOOMオンライン
- ・ 議題：議決事項（第1号議案） 2020年度 事業報告書承認の件  
（第2号議案） 2020年度 決算報告書承認の件  
（第3号議案） 監事選出  
報告事項 2021年度事業計画・予算、キャンペーン中間報告、理事選任

#### ② 理事会開催

- ・ 第1回：2021年6月4日（金）書面決議  
議題：2020年度事業報告書・決算報告書の承認、理事再任決議
- ・ 第2回：2021年6月30日（水）書面決議  
議題：理事選任
- ・ 第3回：2021年10月15日（金）19:30-21:30@ZOOMオンライン  
議題：上期事業報告、下期事業方針、修正予算決議、理事会体制
- ・ 第4回：2021年12月14日（火）18:30-20:00@FLJ事務所  
議題：決裁規程・役員報酬規程の承認、次年度キャンペーン実施承認等
- ・ 第5回：2022年3月10日（木）18:30-20:30@ZOOMオンライン  
議題：次年度事業方針・予算案承認、人事規程改定承認、アドバイザー任命等



Annual Report 2021 (2022年6月発行)

認定NPO法人フェアトレード・ラベル・ジャパン

〒103-0006 東京都中央区日本橋富沢町11-6 英守東京ビルディング3階