



FAIRTRADE
JAPAN

Annual Report 2025

2025年度 事業報告書



Fairtrade Japan

認定NPO法人

フェアトレード・ラベル・ジャパン

「買う」が、公正な社会をつくる

共同代表理事が語る、フェアトレード・ジャパンのこれから

フェアトレード・ジャパンの代表理事に前田氏、樽本氏が就任して約1年。企業を取り巻く環境は、人権・環境デュー・ディリジェンスやサステナビリティ情報開示、気候変動への対応などを背景に、大きく変化しています。その中で、フェアトレードは「社会によいこと」から、企業経営や日々の消費行動に欠かせない選択肢へと、その位置づけを広げつつあります。今回は、両代表理事が、フェアトレード・ジャパンならではの役割や強み、そしてこれからめざす社会について語ります。

インタビュー

認定NPO法人 フェアトレード・ラベル・ジャパン
事務局長 潮崎 真惟子

「買う」という日常が、社会を変える

潮崎：共同代表理事就任から約1年が経ちました。改めて、今感じているフェアトレードの価値を教えてください。

前田：代表理事として関わるようになり、改めて感じているのは、フェアトレードは「買う」という日常の行動そのものが、生産者の暮らしを支え、人権や環境をはじめとする社会課題の解決につながる、非常に稀有な仕組みだということです。寄付や支援もちろん大切です。でもフェアトレードは、日々の暮らしの中で商品を選び、買い続けること自体が、生産者への継続的な応援になります。一人では何も変えられないと思うこともあります。一人ひとりの選択が積み重なることで、地球の反対側にいる生産者の暮らしを変えていく。その仕組みの素晴らしさを、以前にも増して実感しています。

潮崎：「日常の選択」が社会課題の解決につながるという点は、フェアトレードならではの価値ですね。

樽本：私も同じように感じています。フェアトレードは単なる「よいこと」ではありません。公正な取引を通じて、社会の構造そのものをより公平なものへ変えていく取り組みです。企業にとってフェアトレードは、法律で義務づけられているものではありません。だからこそ、自らの意思で選び、取り組む企業が増えることに大きな意味があります。そうした企業や

代表理事

樽本 哲

2003年弁護士登録
(第一東京弁護士会)、
2024年至善館大学院
大学 経営修士(MBA)。

消費者が増えれば、フェアトレードに限らず、社会のさまざまな不正を変えていく力になるはず。私は、フェアトレード・ジャパンが目指しているのは「フェアトレード商品を増やすこと」だけではないと思っています。「公正なものを選ぶことが当たり前の社会をつくること。」そこにこそ、私たちの役割があります。

フェアトレード・ジャパンだからこそ起こせる「システムチェンジ」

潮崎：樽本さんは普段から「システムチェンジ」という言葉をよく使っています。フェアトレードとの関係を、どのように考えていますか。

樽本：社会課題は、誰か一人の悪意だけで生まれているわけではありません。これまで積み重なってきた経済や社会の構造の中で、結果として格差や貧困、人権の問題が生まれています。困っている人を支援することも、もちろん大切です。ただ、それだけでは問題はなくなりません。問題が生まれ続ける構造そのものを変えていく必要があります。フェアトレードは、そのための仕組みです。認証された商品を企業が扱い、消費者が選ぶ。その選択が新しいお金の流れを生み、公正な取引を広げていく。つまりフェアトレードは、単なる「商品」ではなく、社会の仕組みを変えるモデルです。まさにシステムチェンジの代表例だと思います。

潮崎：市場そのものを変えていく取り組みですね。

樽本：社会を変えるというと、とても大きな話に聞こえます。でもフェアトレードは、日々の経済活動の中で誰もが参加できる取り組みです。30年以上も前にこの仕組みを作りあげてきた先人たちには、本当に敬意を感じています。一方で、まだ十分に当たり前になっていないことには悔しさもあります。だからこそ、フェアトレード・ジャパンとして、その変化をもっと加速させていきたいと思っています。

フェアトレードは、企業の「信頼資産」になる

潮崎：ここまで社会にとっての価値を話してきましたが、企業の立場から見ると、フェアトレードにはどのような価値があるのでしょうか。

前田：私は、フェアトレードは「コスト」ではなく、「信頼資産」だと考えています。近年、人権デュー・ディリジェンスやサステナ

ビリティ情報開示など、企業に求められる責任は大きく変わってきました。人権や環境への配慮は、「できればやるもの」ではなく、経営上の重要課題になっています。その中で、フェアトレード認証は第三者が基準に基づいて認証する仕組みです。企業が自社の取り組みを社会へ説明する上で、大きな信頼につながります。さらに、消費者だけでなく、社員や学生、投資家も企業の姿勢を見えています。「この会社の商品を選びたい」「この会社で働きたい」と思ってもらえる理由の一つになる。それもフェアトレードの価値だと思います。実際に、ある企業で社員向けのフェアトレード商品の販売会を行った際、男性社員が商品を家に持ち帰ったところ、お子さんが「フェアトレードを学校で習った。お父さんも知っているなんて嬉しい」と話したそうです。

樽本：まさにそうですね。フェアトレードの認証ラベルは、企業が株主や取引先、消費者など、さまざまなステークホルダーに対して、「責任ある調達に取り組んでいます」と伝えるための共通言語にもなります。第三者認証だからこそ、説明責任を果たしやすくなる。フェアトレード認証は、企業が社会との信頼関係を築いていく上で、大きな役割を果たせると思っています。

世界では「よいこと」から「当たり前」へ

潮崎：前田さんは先日、ドイツで開催されたフェアトレード・グローバルの総会に参加されました。世界各国の代表と意見を交わし、世界の動きを見て、日本との違いをどのように感じましたか。

前田：一番印象的だったのは、世界ではフェアトレードが「正しいから取り組むもの」ではなく、「企業が生き残るために必要なもの」へと変わってきていることでした。日本では、支援される存在と捉えられがちな生産者ですが、海外では、サステナブルなサプライチェーンを構築していく上でのビジネスパートナーとして扱われていました。戦略や方針の議論においても、生産者側と市場側とが対等な立場で進めていることを実感しました。ヨーロッパのスーパーマーケットでは、フェアトレード商品が特別な商品ではなく、日常の選択肢として数多く並んでいます。ドイツやスイスのスーパーマーケットも見ましたが、棚にはフェアトレードの認証ラベルの付いた商品が本当にたくさん並んでいました。写真を撮りきれないほどの種類があり、バナナも店頭の日立つ場所に山積みされ、消費者が当たり前のように手に取っていました。フェアトレードが日常の中に自然に広がっている様子を見て、日本でもまだまだ広がっていきな感じました。海外の関係者からは、「日本市場には大きな成長のチャンスがある」と何度も言われました。日本は、高品質で価値あるものを追求し、評価する国です。だからこそ、フェアトレードは本来とても相性がよいはずだという期待を感じました。また、日本企業はアジアのサプライチェーンに大きな影響力を持っています。日本市場が動けば、アジア全体に波及し、社会課題の解決にもつながる。そのような期待も強く感じました。

樽本：私もその可能性を強く感じています。企業を取り巻く環境は、数年前とは比べものにならないほど変化しています。サステナビリティは「意識が高い企業が取り組むもの」ではな

く、経営そのものの課題になりました。一方で、原材料価格の高騰や円安など、企業経営は決して簡単ではありません。だからこそフェアトレード・ジャパンは、企業の経営課題に寄り添いながら、社会課題の解決と企業価値向上の両立を支える存在でありたいと思っています。

公正な社会を、ともにつくる

潮崎：最後に、認証企業の皆さま、これから取り組みを検討されている企業の皆さま、そして支援者・消費者の皆さまへメッセージをお願いします。

樽本：フェアトレード・ジャパンは、支援の「現場」を持って直接的に支援活動をしている団体ではありません。国際基準に基づく認証を適切に運用する専門性と体制を有し、日本市場に向き合いながら、企業や消費者とともに価値を生み出し、その価値を生産国へ届けることが私たちならではの役割です。その挑戦を応援してくださる支援者の皆さまに感謝しています。今後は、企業の努力が社会から正しく評価されるよう後押ししていくことも、フェアトレード・ジャパンの大切な使命と捉えています。一緒に、社会変革を進めていきましょう。

前田：認証企業のみなさまには、フェアトレードを選んでいるというその選択が世界の生産者の暮らしを支えていることを、ぜひ誇りに思っていたきたいです。フェアトレードは、一つの商品、一つの選択の積み重ねが、社会をよりよい方向へ動かしていく仕組みです。その歩みを続けていただくことが、生産者の未来だけでなく、企業自身の信頼や価値にもつながっていきます。また、これから取り組みを検討される企業のみなさまにとっても、フェアトレードはコストではなく、信頼と企業価値を積み重ねる資産になります。できることから一歩を踏み出していただき、私たちと一緒にフェアトレードの輪を広げていただけたら幸いです。そして、支援者や消費者のみなさまにも、私たちの日々の買い物や応援が世界の生産者の生活向上につながっていることを実感していただけたら嬉しいです。フェアトレード商品を「社会によいから」だけでなく、おいしい、楽しい、魅力的な商品として楽しみながら、その輪を広げていただければと思います。

代表理事

前田 京子

ダイバーシティ推進コンサルタント。株式会社NTT データ所属。

フェアトレード・ジャパン 2025 〈年間サマリー〉

●ミリオンアクションキャンペーン 過去最大のインパクトを創出

過去最大の196の企業・団体・飲食店等が参加し280万3,098アクションを達成。フェアトレード・中南米カリブ海地域 (CLAC) を通して、2,803,098 円を気候変動基金に寄付。



5月

6月



●コーヒーカップングイベントを ペルー大使館商務部と共催で開催

ペルー産フェアトレード認証コーヒーの魅力を伝えるために、品評会入賞コーヒーのカップングイベントを開催。

●体験型企画展 「What's "Fair"? 気候変動が奪う、 私たちの未来」初開催

下北沢 reload にて4日間初開催。展示だけでなくVRやフェアトレードの取り組みに触れながら、“フェアな選択”について考える機会を提案。若年層など新たな層に認知拡大と理解を促進。



7月

●元 JETRO 理事長 佐々木伸彦が会長に就任 2名の共同代表理事体制へ

長年にわたり日本の通商政策や国際貿易の最前線で培ってきた佐々木の豊富な経験と知見、そして新たに共同代表理事体制のもとで発揮される多角的なリーダーシップを結集し、新体制で始動。

9月

●アジア最大級のコーヒー展示会 SCAJ に 2年ぶりに出展

アジア・アフリカ・中南米から生産者等総勢約20名が来日し共同でブース出展。フェアトレード・中南米カリブ海地域 (CLAC) のCEOが初来日しセミナーを開催。



11月

●市場拡大に貢献する企業を表彰する Fairtrade Japan Award 2025 開催



フェアトレード推進活動において優れた功績のあった企業・団体を表彰。販売拡大や新市場開拓、生産地支援などに取り組む企業・団体を表彰し、企業間の好事例共有と市場形成を推進。

●「実は、地球にも生き物にもやさしい フェアトレードの環境月間」を初開催

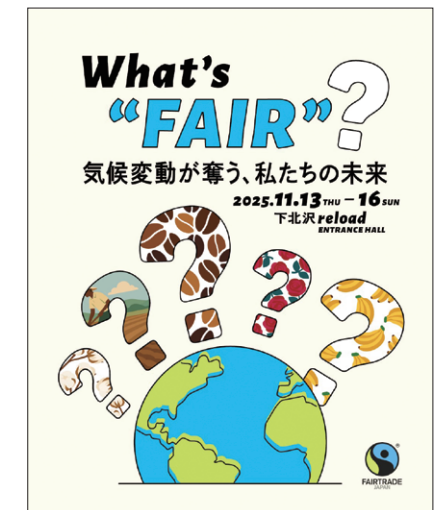


フェアトレードの環境側面のインパクトを伝えるために初開催。

Topic 1

体験型フェアトレード企画展を初開催

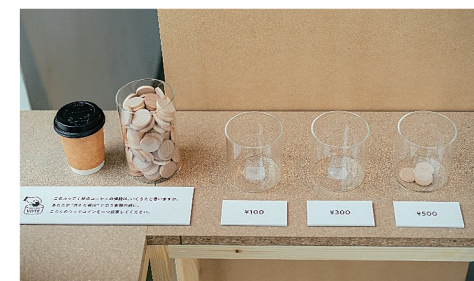
2025年11月13日～16日に下北沢 reload にて、体験型企画展「What's "Fair"? 気候変動が奪う、私たちの未来」を開催しました。会場では、気候変動によるコーヒー・カカオ・バナナなどへの影響を、VRや映像、データ展示、生産者の声を通して紹介。来場者は、生産現場のリアルな声やフェアトレードの取り組みに触れながら、“フェアな選択”について考える機会となりました。また、参加者から寄せられた生産者へのメッセージは現地へ届け、消費と生産をつなぐ温かな交流も生まれました。「フェアトレード ミリオンアクションキャンペーン」の寄付金も活用し、多くの方に気候変動と日常生活のつながりを体感いただく企画展となりました。



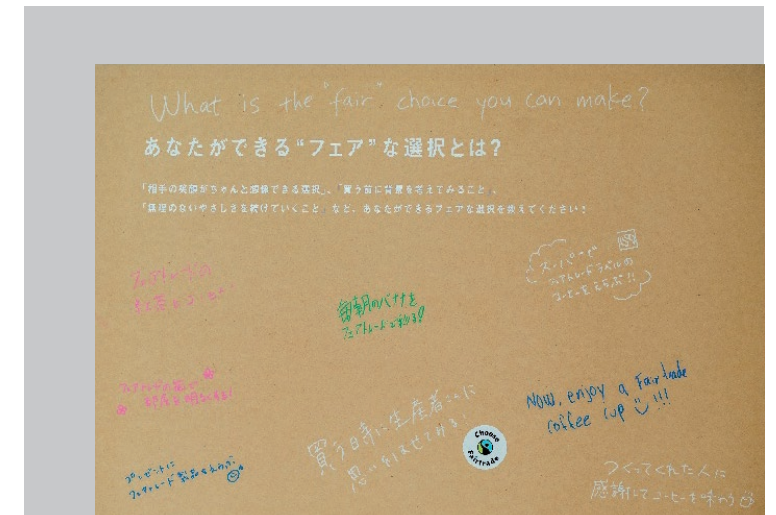
会場外を通りかかった方にも気候変動やフェアトレードに関心を持っていただけるよう、問いかけ形式のコピーを掲出



このまま気候変動が進んだら、2050年の未来にはどのような世界が待ち受けているかを解説



会場の入口と出口に「このカップ1杯のコーヒーの値段はいくらだと思う?」という問いとコインを入れるケースを設置。展示を見る前（入口）では300～500円が多かったが、展示を見た後（出口）では700円が最も多く、気候変動の影響を知り参加者の心情変化が感じられた



「あなたができる“フェア”な選択とは?」「生産者へのメッセージ」の2つのボードを設置。イベント終了時にはスペースがないほどのメッセージで埋め尽くされた

フェアトレード・ジャパンでは企画展で使用した展示のほか、各種広報物のお貸出しをしています（無料／有料あり）。
ご関心のある方はお問い合わせください。

第2回 フェアトレード・ジャパン・アワード (Fairtrade Japan Award 2025)



国内唯一、企業のフェアトレード優良事例を表彰する
Fairtrade Japan Award 2025 の開催



2025年11月13日に、Fairtrade Japan Award 2025 を開催。生産者と地域支援、環境保護など国内外に多大なインパクトを生みだしてこられた企業・団体を称え表彰状を授与しました。

日本国内において認証製品の推計市場規模は年々拡大を続けています。フェアトレードに取り組む事業者は、フェアトレード原料や商品の取り扱いを通じて、生産者やその地域への支援、そして地球規模の環境

保護にも多大な影響を与えています。また、国内における消費者啓発や普及活動にも積極的に取り組み、持続可能な社会づくりに貢献しています。こうした企業・団体の取り組みを称え、さらなるフェアトレード推進と社会的インパクト創出の後押しを目的に開催しています。授賞企業と授賞理由は次頁をご覧ください。

今回は 2027 年秋の開催を予定しています。



〈受賞コメント〉

小川珈琲株式会社
取締役 経営企画室 室長
小川雄次 氏

弊社では 2004 年からフェアトレードコーヒーの販売をして来たが、特にこの 10 年でフェアトレードの認知度が 3 倍に増加した。採用面においてもフェアトレードへの取り組みを理由に選んでくれた方もおり、社会に着実に根付いていると感じる。おいしいコーヒーでなければ消費者には広がらないが、これからもそれを両立するフェアトレードの普及に努めていきたい。

■ 総合 大賞

小川珈琲株式会社



〈受賞理由〉

2003 年に国際フェアトレード認証を取得して以来、家庭用から業務用に至るまで幅広いチャネルでフェアトレードコーヒーの販売を拡大し、日本におけるフェアトレード普及の先駆者としての役割を果たしてきた。毎年のフェアトレード月間キャンペーンをはじめ、直営店舗やオンラインを活用した消費者への啓発活動にも積極的に取り組み、コーヒーの美味しさ・文化とフェアトレードの価値を丁寧にわかりやすく訴求。フェアトレード国内市場最大の産品であるコーヒーの日本での普及において、多大な貢献をした。

■ Fairtrade Japan Award2025 受賞企業

セールス（コーヒー）部門

ゴールド賞 小川珈琲株式会社

2003 年に認証取得以来、家庭用・業務用のフェアトレードコーヒーの販売を拡大。同社の家庭用フェアトレードコーヒーは、全国の小売店で最も取り扱いが多い商品の 1 つとなっている。直営店舗でのフェアトレード原料を活用した飲食物の提供や、5 月フェアトレード月間キャンペーンへの積極的参加も通じて、普及啓発にも貢献。国内市場最大の産品であるコーヒーの事業者として直近 2 年間のフェアトレード商品販売の貢献額が国内で 1 位。

シルバー賞／キーコーヒー株式会社

業務用コーヒーを中心にフェアトレードコーヒーを多くのカフェ・飲食店に広げてきた。オフィスや施設のコーヒーをフェアトレードにするべく積極的にフェアトレードの意義を伝える営業活動や店舗向けのポスター提供などを行い、拡大に大きく寄与。国内市場最大の産品であるコーヒーの事業者として直近 2 年間のフェアトレード商品販売の貢献額が国内で 2 位。

ブロンズ賞／株式会社キャメル珈琲

自社の直営小売店舗「カルディコーヒーファーム」を通じ、全国規模でフェアトレード認証コーヒーの販売を継続的に展開。店頭キャンペーンや期間限定のフェアトレードオリジナルグッズ商品なども通じて、フェアトレードの認知向上にも貢献。国内市場最大の産品であるコーヒーの事業者として直近 2 年間のフェアトレード商品販売の貢献額が国内で 3 位。

セールス（コーヒーを除く産品）部門

ゴールド賞 イオントップバリュ株式会社

チョコレート、紅茶、コーヒー、花など幅広くフェアトレード商品を展開。チョコレートで使用するカカオとコーヒーを 2030 年までにフェアトレード認証原料などに 100% 転換する調達目標を掲げ、着実に商品ラインナップを増やし、市場の拡大に大きく貢献した。コーヒー以外の産品を中心として販売する事業者として直近 2 年間のフェアトレード商品販売の貢献額が国内で 1 位。

シルバー賞／エスビー食品株式会社

日本の大手メーカーとして唯一フェアトレードスパイスを展開。同社の「ORGANIC SPICE」シリーズ全 66 品目のうち 29 品目（割合として約 44%）がフェアトレード認証という形でコショウ、シナモン、バジル、ナツメグなど商品を広げ、スパイス市場の変革を大きくリードしてきた。コーヒー以外の産品を中心として販売する事業者として直近 2 年間のフェアトレード商品販売の貢献額が国内で 2 位。

ブロンズ賞／株式会社トレードワークス

2020 年よりフェアトレード認証コットンを活用したノベルティグッズの製作サービスを展開。幅広い商品ラインナップを揃え、展示会や EC サイトを通じて積極的にフェアトレードを発信。多様な企業やブランド、キャラクターグッズなどの分野においてフェアトレードコットンを急速に広めた。コーヒー以外の産品を中心として販売する事業者として直近 2 年間のフェアトレード商品販売の貢献額が国内で 3 位。

セールス（トレーダー）部門

ゴールド賞 ワタル株式会社

フェアトレードコーヒーの輸入を幅広く展開し、全国の様々なカフェ・喫茶店、メーカーなどに届けてきた。特に国内のマイクロロースターへのフェアトレードコーヒー普及に大きく貢献。また生産地のコーヒー農家を定期的に訪問するなど、日本市場と産地を繋ぐ役割も果たしてきた。生産者にプレミアムを支払う「ペイヤー」として直近 2 年間のプレミアム支払い貢献額が全産品通じて国内で 1 位。

シルバー賞／住商フーズ株式会社

フェアトレードのコーヒーやごまを商社として輸入。中南米地域で開催されるフェアトレードコーヒー品評会には審査員として現地参加するなど、生産地との連携を積極的に推進。フェアトレードの意義を積極的にメーカーや消費者へ伝え、理解促進にも大きく寄与。生産者にプレミアムを支払う「ペイヤー」として直近 2 年間のプレミアム支払い貢献額が全産品通じて国内で 2 位。

ブロンズ賞／伊藤忠商事株式会社

主にコーヒー分野においてフェアトレード認証原料の調達を推進。大手総合商社としてフェアトレード調達の選択肢を業界に提供し、産地とメーカーを繋ぐ架け橋として貢献してきた。生産者にプレミアムを支払う「ペイヤー」として直近 2 年間のプレミアム支払い貢献額が全産品通じて国内で 3 位。

●コミットメント部門

優秀賞／株式会社トーホー

2003 年から長年にわたってフェアトレードコーヒーを取り扱い、業務用コーヒーを中心にフェアトレードコーヒーを多くのカフェ・飲食店に広げてきた。2025 年には、国際フェアトレード認証コーヒー調達量を 2035 年までに 1.5 倍とする具体的な数値目標を発表。会社全体としてフェアトレードを推進する体制を整え、広く業界に影響をもたらした。

●マーケット開拓部門

優秀賞／ エヌアイエスフーズサービス株式会社

2023 年 2 月にフェアトレード海外認証製品取扱組織に登録。ドイツのコーヒーブランド「マウントハーゲン」の独占販売代理店であるほか、ベルギーのチョコレートブランド「ギリアン」を限定輸入し、全国で販売を拡大。幅広い流通ネットワークを活かし、日本各地のスーパーや輸入食品店、通販サイトなどへ国際フェアトレード認証製品の流通を広げ、消費者の手に届きやすい環境を構築することでフェアトレードの市場開拓に大きく貢献した。

●パートナーシップ部門

優秀賞／Stepping Stone・ 株式会社スバストラジャパン

「Stepping Stone」は、株式会社スバストラジャパンと 6 大学ゼミ（明治大学、法政大学、駒澤大学、関西大学、東洋大学、名古屋外国語大学）が協力し、ホテル JAL シティ羽田 東京などの他企業も巻き込みながらフェアトレード認証コットン製品の製造・販売に取り組む産学連携プロジェクトとして 2021 年から継続展開。インドの製造工場と連携しつつ、クラウドファンディング等を通じて消費者にも直接呼びかけ、学生が中心となってリードすることで次世代のリーダー育成にも繋がっている。

●ソーシャルムーブメント部門

優秀賞／三本珈琲株式会社 国分首都圏株式会社 鎌倉エシカルラボ 鎌倉市

2025 年に「フェアトレードタウン」として認定された鎌倉市。鎌倉エシカルラボと三本珈琲、国分首都圏が連携し、「フェアトレードかまくらブレンド」を商品化。パッケージデザインや味の選定プロセスには市民も参加し、消費者が主体的に関わる新しい商品開発の形を実現。市民・企業・行政が垣根を超えて連携することで、「地域の新しい価値」を共創する取り組みを継続的に展開し、ムーブメントを生み出した。

●フェアトレードオフィス部門

優秀賞／アストラゼネカ株式会社

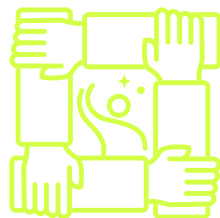
2024 年 2 月より社内カフェでの国際フェアトレード認証のコーヒーと紅茶の提供を開始。社内掲示や社内セミナーを通してフェアトレードに関する社員への啓発を推進。2024 年 8 月に「フェアトレード・ワークプレイス」に登録され、その後販売数を大きく伸ばして 2025 年 8 月には「フェアトレード・ワークプレイス・ゴールド」となり、オフィスでの取り組み発展のモデルケースの一つとなった。

フェアトレードのグローバルインパクト



More than
2 Million
Farmers & Workers

世界 200 万人以上の
生産者・労働者が参加

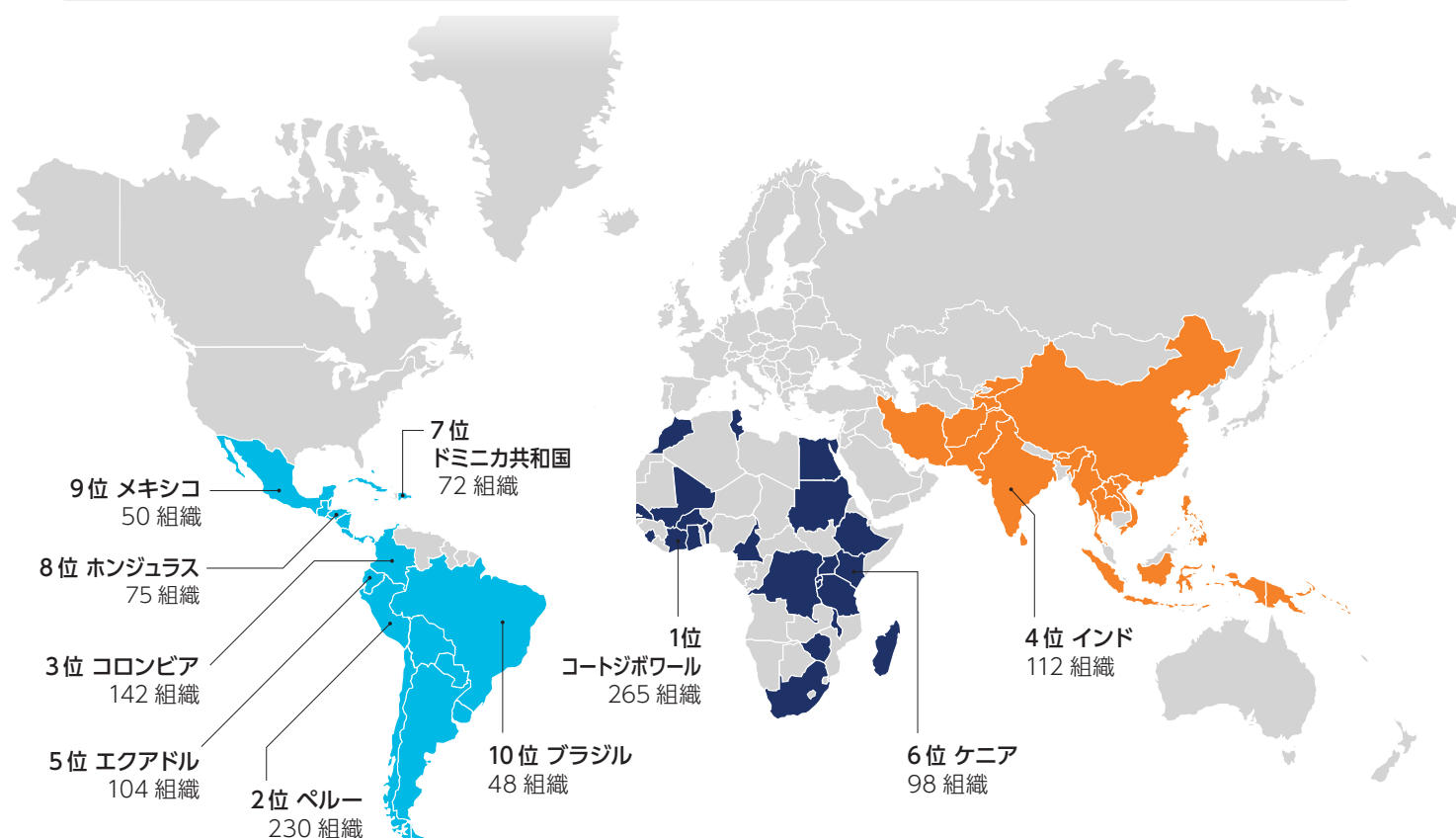


1,824 Fairtrade certified
producer organizations in
68 Countries

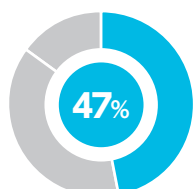
世界 68 か国の
1,824 の生産者組織が参加

フェアトレード認証生産者組織の分布 (2024年)

(認証生産者組織の多い国トップ 10 を国名表記)

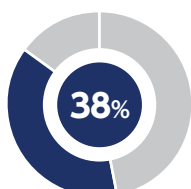


中南米・カリブ海地域



19 カ国に **862** の
生産者組織

アフリカ・中東



29 カ国に **687** の
生産者組織

アジア・太平洋



20 カ国に **275** の
生産者組織

2024 年フェアトレード・プレミアム総額と使途



Fairtrade Premium
€201.6 Million

フェアトレード・プレミアムの総額は
330 億円

労働者雇用組織^{*1}は、
教育、医療、住宅等の社会的分野に
フェアトレード・プレミアムの

67% を投資



小規模生産者組合^{*2}は、
農業投資などの農家向けサービスに
フェアトレード・プレミアムの

35% を投資



※ 1…大規模な農園（プランテーション）など、
労働者を雇用して作物を生産する形態のフェアトレード認証組織のこと

※ 2…コーヒーやカカオ等の小規模農家の集まり

2024 年 フェアトレード認証産品生産量（単位：トン ※別単位使用箇所）



バナナ
1,234,916



カカオ
707,552



生鮮果物
631,504



コーヒー
525,547



サトウキビ
480,506



茶
161,514



野菜
139,686



ワイン用ブドウ
137,964



ハーブ、ハーブティー
& スパイス
95,993



オイルシード
& 油脂果実
89,026



米
78,914



ナッツ
69,819



コットン
40,119



はちみつ
5,641



フルーツジュース
3,463



ドライフルーツ
2,012



穀類
1,990



花・植物*
5,369,254,889 本



金および関連貴金属*
2,687 kg



スポーツボール*
3,294,551 個

Impact Stories



「フェアトレードの紅茶を
選んで飲むことは、
多くの人々の支えになります。
その支援の輪が、もっと多くの人へ
広がっていくことを願っています。」

Photo: © No Logo / Fairtrade Foundation

ムルガラジさん (インド・紅茶農園)

スタンズ農園で働く一家の3代目であり、妻も同じ農園で働くムルガラジさんにとって、お茶は家族の暮らしを支える大切な存在です。彼は、お茶づくりを未来へつなぐため、農園の持続可能性を高める取り組みに力を注いでおり、その実現のためにフェアトレード・プレミアムを活用しています。気候変動によって収穫量が減少し、それが紅茶の生産量や労働者の収入にも影響を及ぼしています。そこでムルガラジさんは、フェアトレード・プレミアムを活用

して森林再生プロジェクトを推進しています。植樹を行い森林を育てることで、生物多様性の保全や水源の保護につながっています。また、フェアトレード・プレミアム委員会のメンバーとして、地域の安全向上にも取り組んでいます。フェアトレード・プレミアムを活用して設置された太陽光発電の街灯は、夜間の安全確保や、野生動物による被害の軽減に役立っています。フェアトレードの紅茶を選ぶことが生産者や地域社会への支援につながります。



「以前は人前で自分の意見を
うまく言葉にすることができませんでした。
今では生活賃金や気候変動対策について、臆することなく
堂々と声を上げられるようになりました。」

Column

今世界で企業から国際フェアトレード認証が求められる理由

世界では今、本当に信頼できるサステナビリティラベルだけが残る時代へと、大きく舵が切られようとしています。欧州ではグリーンウォッシング規制が進み、2026年9月から「グリーン移行のための消費者エンパワメント指令 (EmpCo 指令)」に基づく措置が適用されます。曖昧で根拠のない環境主張に加え、認証制度や公的機関に基づかないサステナビリティラベルは、原則として認められなくなります。既存ラベルの多くが見直しを迫られ、現在世界にあるサステナビリティラベルの相当数が淘汰されると言われています。

こうした中で、国際フェアトレード認証ラベルの役割は、さらに大きくなっています。フェアトレードは、公開された国際基準と独立した第三者認証に基づいて運営されており、主要な倫理ラベルを比較した2025年の国内外の調査でも、最も信頼されるラベルと評価されています。

さらに、企業サステナビリティ・デュー・ディリジェンス指令 (CSDDD) に象徴される人権・環境デュー・ディリジェンスの法制化や、コーヒー・カカオなどを対象とするEU森林破壊防止規則 (EUDR) を背景に、企業にはサプライチェーン上のリスクを把握し、予防・軽減し、取り組みの

実効性を確認することが求められています。国際フェアトレード認証は、こうした要請に企業が対応するための有効な基盤となります。

加えて、フェアトレードへのニーズを一層切実にしているのが、気候変動です。その影響はすでに生産現場に及び、コーヒーやカカオをはじめとする産地では、異常気象による被害が相次いでいます。安定した調達そのものが揺らぎ始めるなか、持続可能な調達はもはや「30年後のための理想」ではなく、「明日の事業を守るために欠かせない備え」になりつつあります。フェアトレードは、生産者の気候変動への適応力と暮らしの安定を支えることを通じて、この課題への対応としても有効なツールとなります。

フェアトレードは、世界の規制動向やニーズにいち早く応えながら、原料生産地と企業、そして消費者をつなぐ信頼できるパートナーとして、これからも持続可能な社会の実現を支えてまいります。

(認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン 潮崎真惟子)



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)
19 Billion yen

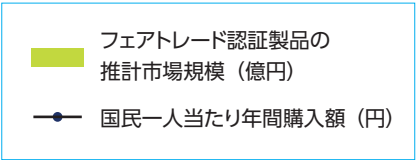
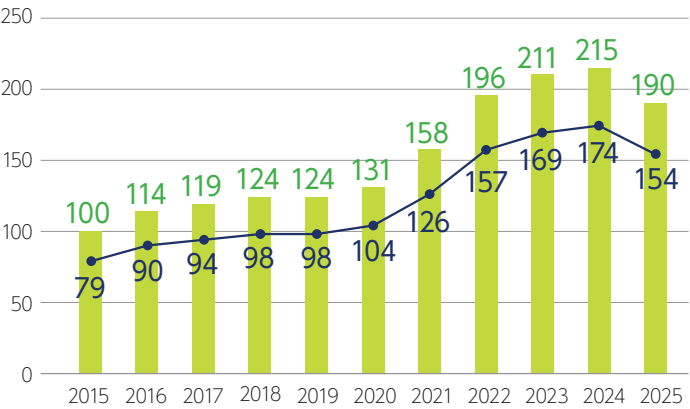
フェアトレード市場規模
190 億円



Participants (Japan)
223 organizations

フェアトレード認証
参加組織数 223 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

2025年フェアトレード市場規模は、前年比約88%の約190億円となりました。2025年は、カカオやコーヒーの原料価格高騰や為替、国内物価の上昇の影響により、原料調達や製品販売において厳しい市場環境となりました。特にカカオは、西アフリカの不作や気候変動等を背景とした国際価格の歴史的な高騰、いわゆる「カカオショック」の影響を強く受けました。フェアトレードの主要製品であるコーヒーは、一部外資系外食企業における調達方針変更等の影響により前年比93%となりましたが、国内ブランドによる販売拡大やホテル業界等でのBtoB販売増加も見られました。

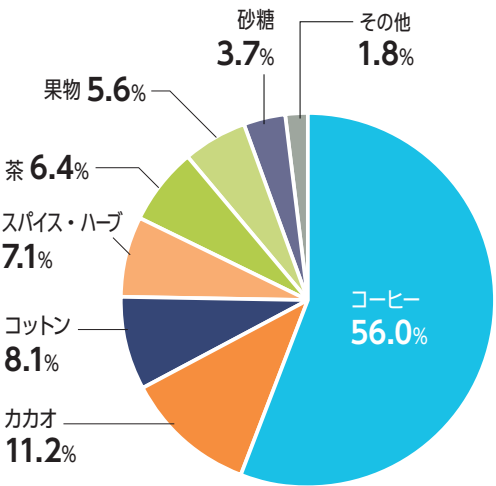
直近のフェアトレード市場規模と認証参加組織の推移

	2023 年度	2024 年度	2025 年度
市場規模 (千円)	21,056,148	21,513,981	19,036,343
市場規模 前年比	107.6%	102.2%	88.5%
認証参加組織数*	260	220	223
認証参加組織数 前年比	103.2%	84.6%	101.4%

※フェアトレード・ジャパン認証組織（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、フェアトレード・ワークプレイス登録組織を含む

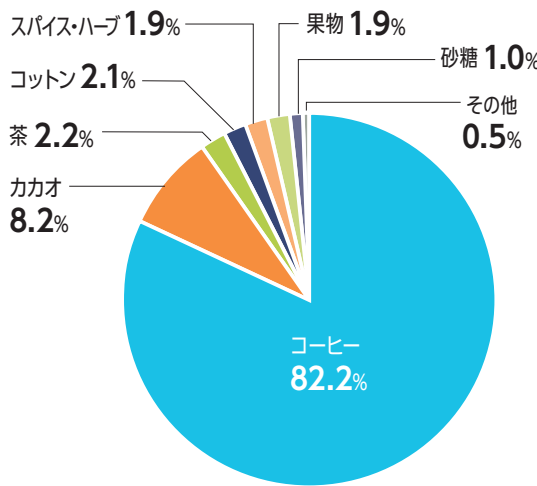
＜市場データ 2＞ 本年度のライセンス料及び市場規模の製品別割合（2025 年）

● ライセンス料に占める各製品の割合



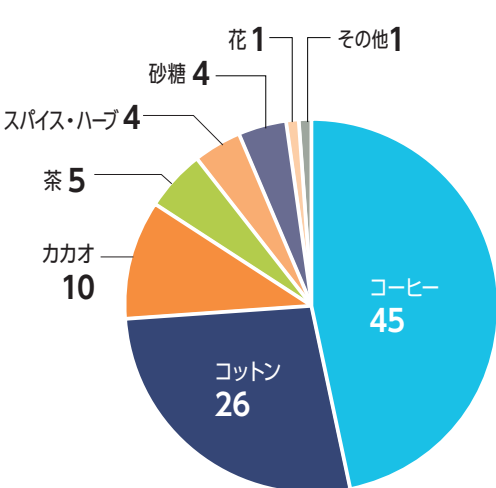
左図はライセンス料に占める各製品の割合であり、フェアトレード・ジャパン収入源の各製品への依存度を示し、右図は外食産業での提供価格を加味した実際の国内消費金額の内訳であり、市場規模を示します。（構成比は四捨五入しているため、合計が100%にならない場合があります。）

● 市場規模に占める各製品の割合（外食産業を加味）



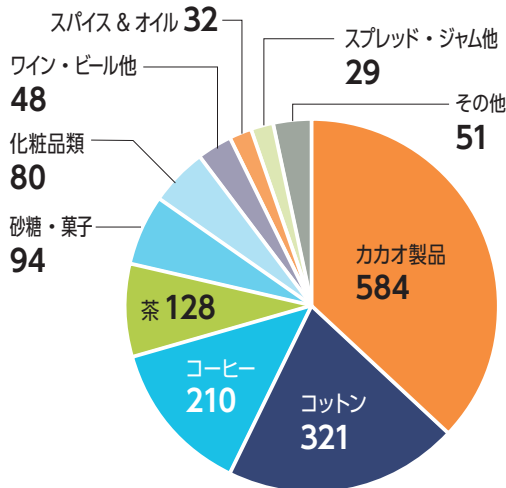
＜市場データ 3＞ 認証製品の新規承認数及び国内流通製品数

● 新規認証製品 承認数（2025年 計96 点）



日本国内のライセンサーより、本年度に新規で申請され、フェアトレード・ジャパンにて承認した産品別の認証製品数を表します。

● 国内流通製品 合計数（2026年 5月現在 計1,577 点）



世界で承認された製品のうち、日本市場に流通を許可され、一般公開している産品別の製品数を示します。製品一覧はフェアトレード・ジャパンウェブサイト Product Finder にて掲載されています。（Product Finder には掲載されていない業務用製品などを含め、実際にはより多くの製品が流通しています）

フェアトレード市場の拡大



市場を広げる



ブランド価値を高める

営業・マーケティング部門の人員体制を強化し、年間の大きなイベントスケジュールと連動する形での新規企業への導入提案のほか、戦略的パートナーシップによる連携強化、既存認証事業者に対する定期的な情報共有やフェアトレード認証製品の展開支援など、企業との関係強化を図り、フェアトレード市場拡大に取り組んでいます。



■ 勉強会の実施

認証事業者の営業部門やフェアトレード認証製品の新規採用企業向けなどに、年間を通じて多数の勉強会を実施しました。フェアトレードの仕組みや価値、背景にある社会課題の現状や最新動向に関するインプットにより、フェアトレードへの理解促進とさらなる販売拡大につながっています。



■ 人権・環境デュー・ディリジェンス対応支援

世界的に重要性が高まる人権・環境デュー・ディリジェンス (HREDD) へ企業が対応していけるよう、森・濱田松本法律事務所との共催セミナーを実施。既存認証事業者による HREDD 対応を促進していく目的のほか、新規企業との新たな接点づくりと HREDD にも対応するフェアトレード認証基準の認知と価値向上に取り組んでいます。

■ ブランド価値向上に向けた新規企業との連携推進

新たな層へのフェアトレード認知拡大と市場形成を図るため、DEAN & DELUCAや千疋屋総本店、高島屋新宿店など、品質を重視するブランドへの働きかけを積極的に行い、国内最大級のフェアトレード普及啓発施策である「フェアトレード ミリオンアクションキャンペーン」への参画を推進しました。

Amazon : サステナブル認証商品のラベル表示開始

「Amazon.co.jp」 「Amazon ビジネス」 での Climate Pledge Friendly プログラムにおいて、国際フェアトレード認証製品にも、共通のマークである葉のアイコンの表示がスタートしました。フェアでサステナブルな買い物を望む Amazon の利用者が、該当商品を検索・選択しやすくなったことで、今後の購買促進が期待されます。

生産者と連携したフェアトレード認証コーヒーのマーケティング活動



市場を広げる

フェアトレード認証コーヒーの市場拡大に向け、生産者組織や関係機関と連携し、調達・取引機会の拡大につなげることを目的とした一連のマーケティング活動を実施しました。品質や生産背景、生産現場が抱える課題などを総合的に発信することで、日本市場におけるフェアトレード認証コーヒーへの理解促進と具体的な調達・販売拡大につながる関係構築に取り組んでいます。

■ ペルー産フェアトレード認証コーヒー カッピングイベントの実施／ 9月5日

ペルー大使館商務部 (PromPeru) との共催で、商社・メーカー等、コーヒー業界向けカッピングイベントを開催。高品質なフェアトレード認証コーヒーを実際に体験してもらい、生産者との関係構築やその後の商談につながる機会の創出を図りました。



■ アジア最大スペシャルティコーヒー展示会 SCAJ2025 への出展／ 9月24日～9月26日

世界のフェアトレード生産者ネットワークと協働でブース出展し、フェアトレード認証コーヒーの品質と持続可能性を訴求し、業界関係者との接点拡大および調達促進に取り組んでいます。カッピング・試飲、ミニトークを通じて、認証コーヒーの品質に高い評価を得ることができ、生産者と企業との商談に繋げることができました。



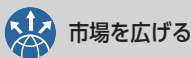
ブース出展にあたり、株式会社アートコーヒーと小川珈琲株式会社に、機材提供と運営サポートをいただきました。ご協力ありがとうございました。

■ トークイベント「サステナブルを語る夜 生産者につながるコーヒー時間」開催／ 11月14日



体験型企画展 (11月13日～16日開催 @下北沢 reload) とのコラボ企画として、OGAWA COFFEE LABORATORY 下北沢にてトークイベントを開催。小川珈琲株式会社の協力のもと、同社取締役 経営企画室 室長の小川雄次氏と、メキシコのコーヒー生産者 Silvia Herrera (シルビア・エレーラ) 氏をゲストに迎え、気候変動がコーヒーに与える影響やフェアトレードの取り組みについて伝えました。生産者と消費者が直接つながり、持続可能なコーヒーのためにとることができることを考える対話の場となりました。

フェアトレード・ワークプレイス登録制度



市場を広げる

企業のサステナブル調達やSDGsの活動にフェアトレードの導入を推進し、社会的インパクトの拡大を目指すために2024年に開始した「フェアトレード・ワークプレイス登録制度」には、新たに4事業者が登録し、計16事業者となりました(2026年5月現在)。

登録事業者は社内において、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・使用し、フェアトレードの周知活動を行うことで、生産者支援や持続可能な生産、地球環境保護の実現に貢献しています。国際フェアトレード認証製品の社内食堂やカフェでの提供、従業員や来客用の飲食での提供、法人ノベルティでの導入などが更に広がり、法人のプレスリリースやサステナビリティ報告書等への掲載による露出が強化されています。



フェアトレード・ワークプレイス

【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

〈フェアトレード・ワークプレイス 登録事業者〉

- | | |
|--------------------|-------------------|
| 株式会社トプコン | 公益社団法人日本プロサッカーリーグ |
| 株式会社 NTT データグループ | 喜多機械産業株式会社 |
| 日本ヒューレット・パッカード合同会社 | アクセンチュア株式会社 |
| パナソニックグループ | 株式会社トヨタ東京教育センター |
| 株式会社 Been | 日本ムーブ株式会社 |
| 日本生活協同組合連合会 | |

フェアトレード・ワークプレイス ゴールド

【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

〈フェアトレード・ワークプレイス・ゴールド 登録事業者〉

- | | |
|-----------------|-----------|
| アストラゼネカ株式会社 | 日本郵船株式会社 |
| コニカミノルタジャパン株式会社 | 大日本印刷株式会社 |
| 豊田通商株式会社 | |



(2026年6月末日時点) ※社名非公開企業を除く

監査



認証の信頼性を高める

フェアトレード・ジャパンとライセンス契約、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・卸事業者等を対象に、2025年度監査計画に基づき34件の監査を実施しました。

全体的にフェアトレード基準をよく理解し、自社および製造委託先において適切に取引・管理されていることが確認されました。一方で、認証原料のトレーサビリティ管理や記録保持に関する不適合が引き続き確認されており管理体制の強化が求められています。

また、2026年1月より、人権・環境デュー・ディリジェンス(HREDD)に関する要求事項が、2025年12月以前に認証を取得した既存の認証事業者にも適用開始となりました。監査では、人権方針や苦情処理体制に関する確認を進めていますが、現時点では取り組みが十分に整備されていない事業者も多く、今後さらなる体制整備と継続的な改善が求められています。



監査実施件数

	2023 年度	2024 年度	2025 年度
初回監査	7	5	3
更新監査	8	15	17
中間監査	16	17	13
非通知監査	2	2	1
合 計	33	39	34

初回監査、更新監査、非通知監査は原則として実地で行います。中間監査は、実地、リモートまたは書類確認で行います。

監査結果

	2023 年度	2024 年度	2025 年度
監査1件あたりの不適合項目数 平均値	1.30	0.92	1.12
不適合項目が確認されなかった事業者の割合	39%	56%	56%

フェアトレード原料・製品の物理的、および書類上での識別表示に関する指摘が比較的多く確認されました。認証原料の適切な識別・管理に向け、社内での基準理解の徹底と運用体制の強化が求められています。

監査判定結果

	2023 年度	2024 年度	2025 年度
認証取得・更新・継続 ^(※1)	33	37	32
認証一時停止 ^(※2)	1	3	0
認証取消 ^(※2)	0	2	0

※1：該当年度の監査対象事業者以外の件数は含まれていません。2025年度の監査のうち、2件は是正中。

※2：日常業務で発見された不適合の改善が期限までにされなかった場合の判定も含まれます。

国際フェアトレード基準の改定と社会的背景



■ 2025年11月 カカオ・フェアトレード価格等の改定

カカオのフェアトレード最低価格、プレミアムおよびオーガニック・ディファレンシャルの改定が承認されました。気候変動や生産コスト高騰等の課題に直面するカカオ生産者への支援強化を目的としており、2026年より段階的に適用が開始されます。最新のフェアトレード価格・プレミアムは[こちら](#) (QRコードからアクセスできます)



■ 2026年1月 トレーダー基準HREDD要求事項の既存認証事業者への適用開始

人権・環境デュー・ディリジェンス (HREDD) に対する法律が欧州連合 (EU) を中心として世界で強化される中、2024年4月にトレーダー基準にHREDD要件が追加されました^{*}。2025年1月より新規組織、2026年1月には2025年1月以前に認証を取得した輸入、製造、卸を行う組織への適用が開始されました。

■ その他の主な基準改定の予定

2026年6月：トレーダー基準が2022年～2024年のコンサルテーションを経て改定される予定です。
2026年：国際フェアトレード基準の複雑化や運用負担の軽減、利用しやすさ向上、人権・環境リスクへの対応強化を目的とした基準再編を行います。

^{*} 1…HREDDの詳細は <https://www.fairtrade.net/jp-jp/why-fairtrade/why-we-do-it/hredd.html>

認証事業の適正運用と強化



■ 内部監査 (ISO17065 適合監査 2025年12月17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。2026年1月より本格的に適用開始となった人権・環境デュー・ディリジェンスに関する要求事項については、今後も、フェアトレード・インターナショナルおよびFLOCERTが示す最新の基準運用方針との整合を図りながら、監査人研修や判定基準の確認・共有を継続し、国際的に一貫性のある認証運用体制の維持・強化に取り組んでまいります。

■ 認証機関が守るべき基準 (Requirements for Assurance Providers) の運用

認証機関が守るべき基準 (Requirements for Assurance Providers) に基づき、2025年10月にフェアトレード・インターナショナルによるフェアトレード・ジャパンへの実地監査が実施されました。監査では、規程類の明確化や運用記録等に関する改善事項の指摘を受けており、2026年中の是正完了に向けて対応を進めています。

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、フェアトレード・インターナショナル (以下FI) が管理する国際登録商標です。フェアトレード・ジャパンは、FIからその専用使用权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。2025年には認証ラベルの適切な運用を定めた国際フェアトレード認証ラベル使用規定およびコットンラベル使用規定の改訂版翻訳が発行され、トレーサビリティに関わる表示や販売促進マテリアルへの表示などの取り扱いが強化されました。

また、認証製品を取り扱う店舗や海外の認証製品の輸入者向けの案内をウェブサイトを通じて発信しています。

- 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)

キャンペーンの開催



■ 5月フェアトレード月間に「ミリオンアクションキャンペーン」を開催

フェアトレード月間である5月に全国の企業・団体と連携して開催した、持続可能性とフェアトレードに関する国内最大規模の啓発キャンペーン「ミリオンアクションキャンペーン2025」では、280万3,098アクションを達成しました。その結果、1アクション1円の寄付総額280万3,098円を開発途上国の生産者支援の活動に直接寄付・充当しました。具体的には、フェアトレード・インターナショナルのメンバー組織であるフェアトレード・中南米カリブ海地域 (CLAC) が管理する気候変動基金への直接寄付に加え、国内で初開催したフェアトレードの企画展において、生産者による日本での普及推進活動資金としても活用しました。

5年目となる今年は、イオン株式会社、エスビー食品株式会社、小川珈琲株式会社、UCC ジャパン株式会社など国内のフェアトレード市場を牽引する大手企業をはじめ、国内の小売店・食品メーカー・飲食店・商社・自治体・教育機関など最終的に過去最大の196の

キャンペーンメインビジュアル



企業・団体・飲食店等と協働で開催。フェアトレードの商品購入数、SNS投稿数、イベント参加数などを合計し、これまでで最大の300万アクションを目標に活動を行いました。昨年から販売数 (昨年2,110,507、本年2,211,192)、参加企業数 (昨年188、本年196)、メディア掲載数 (昨年90、本年115) とともに増加し20万アクション拡大しました。

■ アンバサダーの皆さまとキャンペーン中の活動紹介 (一部)



キックオフイベントの様子

5月1日にキックオフイベントを開催しました。当日は、最新のフェアトレード市場規模の発表や認証企業でありキャンペーンのパートナー企業でもあるイオン株式会社や小川珈琲株式会社による取り組みについて紹介がありました。またJリーグ執行役員 (サステナビリティ担当) である辻井隆行さんと株式会社セント・フォース取締役の望月理恵さんをお招きしトークセッションを実施。会見後には、企業担当向けの有識者セミナーとして書籍『売れる「値上げ」』著者の深井賢一氏をお招きし「ソー



キャンペーンアンバサダーの皆さま

シャルプロダクトの販売戦略～インフレ下にも共感を生む仕掛け～」をテーマにした企業向けセミナーのほか、自治体や市民と一緒に製品開発を行う三本珈琲株式会社や食品大手の国分グループ本社株式会社からも最新の取り組みを紹介しました。会場には約130名の企業担当者や学生等の参加者が集まり、キャンペーン開催を盛り上げました。

■ フェアトレード・中南米カリブ海地域 (CLAC) が運営する「気候変動基金」に送金

2025年アクション寄付総額
2,803,098 円

- **1,780,795 円** (USD11,341,20) 気候変動基金へ寄付
- **1,022,303 円** 生産者の日本国内での普及活動に寄付 (11 月企画展の来日費用、産地情報揭示制作等)

アクション寄付の取り組みを始めた 2023 年からこれまで、約 650 万円を送り、気候変動への適応策を実行するための様々なプロジェクトに充てられました。

寄付・支援実績

	日本円	外貨換算	支援プロジェクト
2023 年	¥2,071,837	EUR 13,090.52	支援先：2 つの生産者組合 産 品：バナナ 生産国：ドミニカ共和国、ペルー 内 容：土壌保全対策、水の安定的確保など
2024 年	¥2,655,478	USD 18,279.61	支援先：3 つの生産者組合 生産国：ホンジュラス（コーヒー）、パラグアイ（サトウキビ）、 チリ（ワイン用ブドウ） 内 容：アグロフォレストリー導入、干ばつ対策、土壌肥沃度向上など
2025 年	¥1,780,795	USD 11,341.20	産 品：コーヒー（予定） 内 容：気候変動対策活動
累 計	¥6,508,110		

支援プロジェクト（一部）



ホンジュラスのコーヒー生産地域では、干ばつ、高温、強風といった気候変動の影響が重なり、コーヒーの生産量が著しく低下。2023 年比で最大 30% の減収が発生し、農家の生計を直撃しています。このプロジェクトで、気候変動に強いコーヒー生産を進めています。



チリ中南部では、2024 年以降 40℃ に達する異常高温が観測され、ブドウの光合成低下や収量減少が問題となっています。このプロジェクトで、天然有機由来の肥料 (red guano) を活用し、化学肥料に頼らない、より持続可能なワイン用ブドウ栽培への転換が進められています。

ココナッツ種子の購入・植樹



バナナ農園



パラグアイのサトウキビ農園

■ 6 月環境月間に「実は、地球にも生き物にもやさしいフェアトレードの環境月間」初開催

キャンペーンメインビジュアル



環境省が推進する環境月間 (6 月) に合わせ、環境意識の向上とフェアトレードの普及を目的としたキャンペーン「実は、地球にも生き物にもやさしい フェアトレードの環境月間」を初開催しました。

本キャンペーンでは、消費者に身近な食品・小売・外食企業などによるフェアトレードの取り組みを広く紹介するとともに、フェアトレードが環境保全に果たす役割を伝える特設ページを開設しました。また、共通ビジュアルを活用した企業・店舗での情報発信や、SNS を活用し



たプレゼントキャンペーンなど、気軽に参加できる企画を展開しました。これらの取り組みを通じて、参画企業によるフェアトレードの取り組みを可視化し、環境に配慮した企業活動への理解促進を図るとともに、「フェアトレードは人権だけでなく、環境保全にもつながる選択である」というメッセージを発信しました。

情報発信



■ メディア掲載

- TOKYO MX『堀潤 Live Junction』(5 月 7 日)
【AI ホリジュン】気候変動で争いも…フェアトレードの重要性 日本発！廃棄力カオが鉛筆に
- Business Insider Japan (5 月 22 日)
チョコレートがない明日、想像できる？イオン、小川珈琲も参加する『フェアトレード』アクション
- CBCラジオ『つボイノリオの聞けば聞くほど』(5 月 22 日)
フェアトレード市場、10 年で倍増も生産者支援は不十分？
- 日本食糧新聞 (10 月 31 日)
未来への羅針盤 食が紡ぐ共生社会；CLAC・パレデス CEO 中南米の現状に目を向けて



- 朝日新聞 (2026 年 1 月 31 日)
(2030 SDGs で変える) フェアトレードの輪、広げるには
- 婦人画報オンライン (2026 年 3 月 31 日)
【専門家解説】食品から衣服まで！気になるポイント別に見る、“本当に信頼できる”認証ラベルガイド

など多くのメディアでフェアトレードについてご紹介いただき、フェアトレードの普及に繋がりました。

メディア掲載について、詳しくは公式サイトで紹介しています。ぜひご覧ください！



■ メールマガジンの配信・HP・SNS など各種媒体からの情報発信

フェアトレード・ジャパンでは、連携企業や一般の方、寄付など様々な形で応援して下さるサポーターの方向けに各種媒体より情報発信をしています。



メールマガジン登録



公式 HP



Instagram



YouTube



X

外部連携



認証の信頼性を高める

■ 国内団体との連携・ネットワーク参加

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、フェアトレード・ジャパン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とともに目指しています。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。

■ フェアトレード・インターナショナル (Fairtrade International)

フェアトレード・インターナショナル (以下 FI) 加盟メンバーとして、グローバル方針・戦略立案の議論・決議や認証・ライセンス関連会議への参加のほか、日本国内の事業者と生産者との橋渡し役を果たすため、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 (6/12 @ドイツ・ボン)
- 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)
- ライセンス事業会議 (9/23-9/25 @ ドイツ・ケルン)



教育・普及啓発



認証の信頼性を高める

■ 講演・教材提供などでの協力

フェアトレードへの認知・関心は広がりを見せている一方、その背景にある社会課題や仕組みについて十分に理解し、具体的な行動につなげている層はまだ限定的です。フェアトレード・ジャパンでは、教育機関、企業、行政、各種団体等からの講演・授業依頼や教材提供等を通じ、フェアトレードへの理解促進と行動変容につながる普及啓発活動に取り組みました。

教育分野では、SDGs 教育や探究学習の広がりを踏まえ、知識提供だけでなく、フェアトレードの背景にある課題や日常の消費とのつながりを考えるワークショップ型授業等も実施しました。

講演などの主な対応実績

- 一橋大学 「GX/SX 経営人財育成プログラム」
- CR-SIS 「SDGs の本質とイノベーション」
- 認定 NPO 法人 ACE セミナー
- フェアトレード全国フォーラム 2025 in 名古屋
- オルタナ「サステナブル★セレクション」三つ星選考委員
- 森・濱田松本法律事務所 「フェアトレード・CSDDD 等に関するセミナー」
- 青山学院大学 フェアトレード・ラボ
- 新渡戸文化短期大学 「エシカル概論」
- 明星大学 毛利ゼミ 「フェアトレードの最前線」
- 辻調理師専門学校 × 日本サステナブル・ラベル協会 「食とサステナブルをつなぐ国際認証ラベル講座」
- 千葉市、淑徳大学 コミュニティ政策学部消費者法研究室主催研究会 「消費者市民社会に向けたエシカル消費の実践と課題」

その他、企業向けセミナー等、講演多数対応



アドボカシー



認証の信頼性を高める

■ 産品ごとのアドボカシー活動

国際フェアトレード認証では幅広い産品をカバーしていますが、産品ごとに業界の特徴や直面する課題も異なるため、フェアトレード・ジャパンでは各業界の主要なイニシアティブに参加し問題提起とフェアトレードの訴求に取り組んでいます。

コーヒー分野では、一般社団法人日本スペシャルティコーヒー協会 (SCAJ) のサステナビリティ委員会に継続して参画し、気候変動がコーヒー生産へ与える影響や、持続可能なコーヒー調達の重要性の訴求において、企業・団体との連携を進めました。9月の展示会では、「コーヒーの未来は守れるか？ 気候・人権リスクに挑むコーヒー業界」と題したステージセミナーを SCAJ サステナビリティ委員会と共催し、気候変動や森林減少、人権侵害といったリスクについて、日本のコーヒー業界に向けて問題提起と具体的な行動を呼びかけました。

カカオについては、JICA の「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」にフェアトレード・ジャパンとして参画し、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訴求しています。

■ 行政との連携および提言活動

行政との連携においては、消費者教育や普及啓発施策への協力に加え、ミリオンアクションキャンペーンを通じた省庁・公的機関との連携強化にも取り組みました。2025年ミリオンアクションキャンペーンでは、新たに消費者庁から後援をいただき、フェアトレードと持続可能な消費行動との関連について発信を進めました。また、2025年度には環境省への働きかけを行い、2026年ミリオンアクションキャンペーンから新たに後援をいただくことが決定しました。

農林水産省、消費者庁、環境省、JICA、各地のフェアトレードタウンなど地方公共団体との連携を通じ、フェアトレードが持続可能な生産・消費や気候変動対策に果たす役割について、行政との協働をさらに広げることができました。

- ミリオンアクションキャンペーン 2025
後援：農林水産省、JICA、消費者庁
協力：熊本市・名古屋市・逗子市・浜松市・札幌市・いなべ市・鎌倉市・千葉市・葉山町
- 消費者庁：消費者教育ポータルサイトへの情報提供
- 東海三県一市 (愛知県・岐阜県・三重県・名古屋市)：グリーン購入キャンペーンへの協賛・協力
- 東京都：TOKYO エシカルへのパートナー参加



Photo: © NO Logo / Fairtrade Foundation

理事会 Board of Directors



会長 佐々木 伸彦

1979年、東京大学法学部卒業後、通商産業省(現 経済産業省)入省。1986年、カリフォルニア大学バークレー校政治学修士課程修了。通商政策局長、経済産業審議官を務め、2013年に東京海上日動火災保険株式会社顧問、2015年より富士通株式会社顧問、執行役員専務、執行役員副会長を歴任。2019年4月、独立行政法人日本貿易振興機構(ジェトロ)理事長に就任。2024年4月より一般財団法人日中経済協会理事長。



代表理事 前田 京子

ダイバーシティ推進コンサルタント。株式会社NTTデータ所属。社員約20万人のグローバルIT企業で、サステナビリティ推進9年、ダイバーシティ推進8年、合計17年にわたり現場で実践的な

取り組みを推進。ジェンダー平等、LGBTQ+、障がい者活躍支援、働き方改革、アンコンシャス・バイアス(無意識の思い込み)など、誰もが活躍できる職場づくりに向けた施策やノウハウを発信。著書『超実践! 今日からできる 職場の多様性活用ハンドブック』。



代表理事 樽本 哲

2003年弁護士登録(第一東京弁護士会)、2024年至善館大学院大学 経営修士(MBA)。経営者の挑戦と人生を支えるインテラス法律事務所の代表弁護士。東日本大震災を機にNPO

や社会企業家の支援活動を始め、遺贈寄付の推進や株主優待寄付の普及、フィランソロピストの伴走支援などに活躍の場を広げる。NPOのための弁護士ネットワーク創設者・理事。フェアトレード・ジャパンでは2015年11月より理事兼リーガルアドバイザーを務めている。

理事

大井 祥平

南 真由美

羽生田 慶介

松原 稔

監事

沢田 寛子

井上 晃良

事務局 Secretariat



事務局長 潮崎 真惟子

デロイト トーマツ コンサルティングを経てオウルズコンサルティンググループにてシニアマネジャーを務める。コンサルタントとしてはサステナビリティ戦略や人権デュー・ディリジェンス等を多数担当。2021年より現職。『すべての企業人のためのビジネスと人権入門』(共著: 日経 BP 社) や『児童労働白書 2020』等執筆。一橋大学経済学部卒・経済学修士。



シニアディレクター 中島 佳織

化学原料メーカー、国際協力 NGO、日系自動車メーカー勤務等を経て、2007年フェアトレード・ラベル・ジャパンに入職。14年間、同事務局長を務め、2021年4月より現職。グリーン購入ネットワーク理事、一般社団法人日本エシカル推進協議会アドバイザー。共著『ソーシャル・プロダクト・マーケティング』(産業能率大学出版部) 他。

認証マネージャー
等々力 恵理

管理部門マネージャー
浜崎 薫

ライセンスマネージャー
戸嶋 アルダンジュ 悦子

広報マネージャー
北戸 香那

事業開発
真崎 里砂

プログラムコーディネーター
二宮 秀彰

(2026年7月1日時点)

フェアトレード・ジャパンの Vision・Mission・Value

Vision

公正な貿易の実現によって、世界から貧困がなくなり、生産者が持続可能な生活を実現し、自ら未来を切り開いていける世界

Mission

途上国の生産者が貧困に打ち勝ち、自らの力で生活を改善していけるよう、フェアトレード・ラベル運動を通して、企業・市民・行政の意識を改革し、フェアトレードの理念を広め、より公正な貿易構造を根付かせること

5つの Value

1 Respect All

すべての人にフェアに接し、相手の背景や価値観を尊重し、思いやりと敬意を持った行動をします。

2 Hope & Believe

フェアトレードが持つ社会を変える力と、自分や仲間達の力を強く信じて、誇りを持ってより良い未来を創っていきます。

3 Fun → Fan

楽しくないと広まらない! どんときも自分が楽しみ、みんなも楽しませる、そんな「Fun」の気持ちを忘れずに、「Fan」を増やして一緒に社会を変え続けていきます。

4 To Go Far, Go Together

世界中の想いを持つ人を大切に、外部のパートナーや内部の関係者同士もみんなで協力し合うからこそ、大きな社会変革を成し遂げていきます。

5 Challenge & Strategy

常にパッションを持って一歩先へのチャレンジを続けながら、戦略的なプロフェッショナルとして、着実に未来を変えていきます。

目指す 2035 年像と 2026-2028 年度 中期計画 重点戦略

2035 年、日本では

公正な取引に取り組むことが、企業の信頼と競争力を高める“当たり前”になっている。そしてその変化は、企業・生産者・消費者が、一緒につくり上げてきた成果として社会に根づいている。

● 中期 GOAL (2035 年像)

GOAL 1	GOAL 2	GOAL 3	GOAL 4
生産者が、安定的かつ公正な条件で取引できる関係を構築している	企業が、持続可能性には生産者の生計・人権・公正な取引が不可欠であるとして、ビジネス戦略にフェアトレードを位置付けている	消費者が、生産者の生計や人権を商品選択の際に重視して、行動に移している	政府・業界機関が、持続可能な社会のルール形成において、フェアトレードを有効な方法と位置付けている

● 2026 年 - 2028 年 中期計画



多くの個人サポーターをはじめ、認証事業者、企業、教育機関、行政、関係団体など、さまざまなステークホルダーの支援と連携のもと、フェアトレードの普及推進活動を進めることができました。多様な立場の方々との協働を通じて、フェアトレード市場の拡大や社会的認知向上につながる活動を展開できたことに、深く感謝申し上げます。

本年度は、代表理事 2 名の理事会新体制のもと、ライセンス事業・認証事業・普及啓発事業の充実・発展ならびに、組織運営体制および事業基盤の強化にも継続して取り組みました。営業・マーケティング機能の強化や外部との連携拡大、多様な形での寄付・人的支援の獲得を進めたほか、理事会・事務局において 2026 ～ 2028 年

の中期計画策定に向けた議論を重ね、今後 3 年間の重点戦略および組織としての方向性を整理することができました。こうした取組みを通じて、事務局機能の充実と中長期的な組織基盤の強化を進めることができました。企業からの人的支援の一つとして、3 か月間のプロボノ派遣支援をいただき、SCAJ コーヒー展示会出展関連プロジェクトチームの一員として従事いただいたことで、例年以上に充実した活動を展開することができました。

今後も、理事会と事務局の連携をさらに強化しながら、組織としてのガバナンス向上と持続可能な運営体制の構築に取り組みます。また、フェアトレード・ジャパンを支えてくださる法人・個人の皆さまとのつながりを広げ、社会から信頼される組織づくりを進めてまいります。

1. 組織体制 (2026 年 3 月 31 日時点)

正会員：個人会員 20、団体会員 2

役 員：理事 7 名、監事 2 名（平均在任期間約 7 年、男女比：男性 6 名・女性 3 名）

事務局：スタッフ 8 名（常勤・非常勤）、学生インターン 2 名、プロボノ 1 名（3 か月間）

アドバイザー：14 名／団体アンバサダー：3 名

2. 総会／理事会

- ① 臨時総会 (みなし総会) 開催

日 時：2025 年 4 月 8 日 (火)

場 所：書面決議

議 題：定款変更承認の件
- ② 通常総会開催

日 時：2025 年 6 月 18 日 (水) 18:00 ～ 20:00

場 所：ZOOM オンライン

議 題：議決事項
(第 1 号議案) 2024 年度 事業報告書承認の件
(第 2 号議案) 2024 年度 決算報告書承認の件
(第 3 号議案) 監事の選任の件
報告事項
理事の選任、2025 年度 事業計画、2025 年度 予算
- ③ 理事会開催

第 1 回

2025 年 6 月 4 日 (水) ／場所：書面決議

議題：2024 年度事業報告書 (案) ・決算報告書 (案) の承認

第 2 回

2025 年 7 月 1 日 (火) ／場所：書面決議

議題：理事の任期

第 3 回

2025 年 12 月 18 日 (木) 18:00 ～ 20:00 ／場所：フェアトレード・ラベル・ジャパン事務所

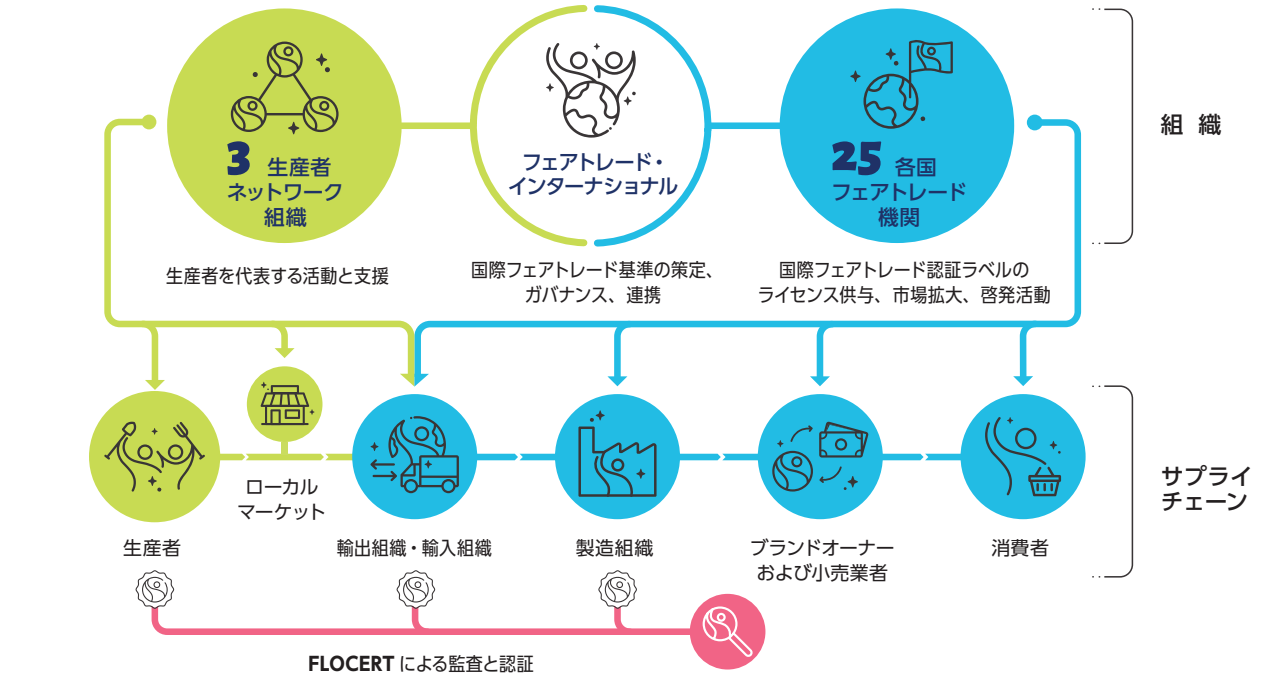
議題：活動・収支報告、次年度活動方針、内部通報制度の承認

第 4 回

2026 年 3 月 5 日 (木) 18:30 ～ 20:00 ／場所：ZOOM オンライン

議題：活動・収支報告、次年度事業計画案・予算案、中期計画の方向性の承認

国際フェアトレード認証の体系図



フェアトレード・ラベル・ジャパンとは
(通称：フェアトレード・ジャパン)

地球環境と開発途上国の生産者・子ども達の生活を守る「フェアトレード」の仕組みを運営する NGO です。フェアトレード・インターナショナルの日本組織として、フェアトレードの認証・ライセンスや普及啓発活動を行っています。また国際フェアトレード基準に基づく認証を行う日本で唯一の機関です。私たちは生産者や企業が「経済・社会・環境」の3つの観点の基準を守って生産・取引していることを監査・確認しています。これらの基準を満たす商品には「国際フェアトレード認証ラベル」をつけられ、消費者の皆さんはフェアトレード商品を安心して選ぶことができます。私たちはこのグローバルの仕組みを運営し、市民・学生・企業の皆さんと一緒に広げていく活動を行っています。

国際フェアトレード認証とは

日常でコーヒーやチョコレート、バナナやコットンなどを手軽に買うことができる代わりに、実はその原料が生産される開発途上国では、貧困や児童労働、環境破壊などの問題が起きている場合があります。フェアトレードとは、人権や環境に配慮して生産された製品を適正な価格で取引することで、「寄付や援助」の枠を超えビジネスの構造を変えて社会課題を解決していく活動です。国際フェアトレード認証は、フェアトレードであることを示す第三者認証で、世界的に最も認知されているサステナビリティ認証の1つです。現在世界 143 カ国でフェアトレード認証商品が流通しています。フェアトレード製品を購入することは、環境や開発途上国の生産者・子ども達に配慮した生産を促進し、さらに美味しくて品質の良いものの持続可能な生産にも繋がります。

国際フェアトレード基準の構成

国際フェアトレード基準は、「経済」「社会」「環境」の3つの側面で構成されます。

経済的基準	社会的基準	環境的基準
・フェアトレード最低価格の保証 ・フェアトレード・プレミアムの支払い ・長期的な取引の促進 ・必要に応じた前払いの保証など	・安全な労働環境 ・民主的な運営 ・差別の禁止 ・児童労働・強制労働の禁止など	・農業・薬品の使用削減と適正使用 ・有機栽培の奨励 ・土壌・水源・生物多様性の保全 ・遺伝子組み換え品の禁止など

上記 3 側面の基準を満たすために、生産者（小規模生産者組合や農園等）や輸入・製造・卸事業者がそれぞれ守るべき基準が定められています。また、取り扱う商品に応じて適用される商品基準も存在し、個々の商品の特徴や事情に沿った基準が設定されています。

貸借対照表				[税込] (単位:円)	
				2026年3月31日現在	
資産の部		負債の部			
科目	金額	科目	金額		
【流動資産】		【流動負債】			
(現金・預金)		未払金	6,756,670		
普通預金	34,803,813	前受金	8,013,608		
定期預金	11,200,000	預り金	535,024		
現金・預金計	46,003,813	仮受金	3,889,055		
(売上債権)		未払法人税等	70,000		
売掛金	7,572,740	未払消費税	1,015,500		
未収金	10,000	流動負債計	20,279,857		
貸倒引当金	△ 45,436	負債合計	20,279,857		
売上債権計	7,537,304	正味財産の部			
(その他流動資産)		【正味財産】			
仮払金	7,530	前期繰越正味財産額	34,186,440		
その他流動資産計	7,530	当期正味財産増減額	400,597		
流動資産合計	53,548,647	正味財産計	34,587,037		
【固定資産】		正味財産合計	34,587,037		
(有形固定資産)					
什器備品	2				
有形固定資産計	2				
(無形固定資産)					
ソフトウェア	579,945				
無形固定資産計	579,945				
(投資その他の資産)					
敷金	738,300				
投資その他の資産計	738,300				
固定資産合計	1,318,247				
資産合計	54,866,894	負債及び正味財産合計	54,866,894		

活動計算書				[税込] (単位:円)	
				自2025年4月1日至2026年3月31日	
科目		金額			
【経常収益】					
受取会費	正会員受取会費	260,000			
受取寄付金	受取寄付金	14,377,992			
受取助成金等	受取助成金	2,495,078			
事業収入	ライセンス料	50,036,618			
	初回認証料	33,000			
	年間認証料	6,468,000			
	年間ライセンス認証料	1,573,322			
	業務委託料	485,105			
	講演料	1,406,550			
	商品売上	35,640			
	広報・販促物売上	661,508			
	イベント参加料	281,500	60,981,243		
その他収益	受取利息	53,420			
	為替差益	249,196			
	協賛金(活動参加費)	5,060,000	5,362,616		
	経常収益計		83,476,929		
【経常費用】					
事業費					
(人件費)	人件費計	21,416,017			
(その他経費)	その他経費計	53,972,215			
	事業費計		75,388,232		
管理費					
(人件費)	人件費計	4,578,888			
(その他経費)	その他経費計	3,039,212			
	管理費計		7,618,100		
	経常費用計		83,006,332		
	当期経常増減額		470,597		
	税引前当期正味財産増減額		470,597		
	法人税、住民税及び事業税		70,000		
	当期正味財産増減額		400,597		
	前期繰越正味財産額		34,186,440		
	次期繰越正味財産額		34,587,037		

決算報告・監査報告の詳細はウェブサイトからご覧いただけます。 <https://www.fairtrade.net/jp-jp/about/report.html>

コーヒー

味の素 AGF 株式会社
石垣珈琲株式会社
一般社団法人トランシード・グループ
小川珈琲株式会社
兼松株式会社
株式会社アートコーヒー
株式会社ウエシマコーヒー
株式会社エレガント珈琲
株式会社ガーデンパール&コーヒージャパン
株式会社神戸珈琲
株式会社コーヒー乃川島
株式会社ダイオーズ ジャパン
株式会社トーホー
株式会社豆乃木
株式会社丸山珈琲
株式会社ユニカフェ
キーコーヒー株式会社
キャピタル株式会社
齊藤コーヒー株式会社
進和珈琲株式会社
三本珈琲株式会社
シーシーエスコーヒー株式会社
ダートコーヒー株式会社 (金沢)
日本ヒルスコーヒー株式会社
ボルカフェ株式会社
有限会社鳥取珈琲館
有限会社ひぐち
有限会社前田珈琲
ワタル株式会社
POPLIFE CO. ポップライフカンパニー
UCC 上島珈琲株式会社

カカオ

株式会社クラウン製菓
株式会社立花商店
株式会社フクイ
株式会社モノロワール
チョコレートデザイン株式会社
日幸製菓株式会社
森永製菓株式会社

茶

株式会社エシカルタイム
株式会社ノヴァ
神戸紅茶株式会社
有限会社マカイバリジャパン

ゴマ

九鬼産業株式会社

花

株式会社阪神トレーディング
株式会社ハスファームジャパン

コットン

株式会社エクスプラス
株式会社遠東商会
株式会社丹後
株式会社チチカカ
株式会社トレードワークス
株式会社福市
株式会社 K・M・J
祇遠コットン
倉敷紡績株式会社
壺内タオル株式会社
帝人フロンティア株式会社
東洋棉花株式会社
豊島株式会社
豊田通商株式会社
豊通ユニファッション株式会社
日の出毛織株式会社
フェアトレードカンパニー株式会社
ホットマン株式会社
有限会社シサム工房

サトウキビ糖

オークラ製菓株式会社

バナナ

ANA フーズ株式会社
株式会社タナカバナナ
株式会社ヒロインターナショナル
株式会社マール

複数産品取り扱い企業

イオントップバリュ株式会社
(コーヒー、茶、カカオ、加工果物・野菜、サトウキビ糖、花、コットン)
石光商事株式会社
(コーヒー、茶)
一般社団法人わかちあいプロジェクト
(コーヒー、茶、カカオ、スパイス、蜂蜜、サトウキビ糖、コットン、スポーツボールなど)
伊藤忠商事株式会社
(コーヒー、カカオ)
伊藤忠食糧株式会社
(カカオ、オイルシード)
エスビー食品株式会社
(スパイス・ハーブティ)
株式会社キャメル珈琲
(コーヒー、カカオ)
株式会社 Green camp
(コーヒー、茶、スパイス・ハーブティ)
株式会社デコラージュ
(茶、スパイス・ハーブティ)
株式会社 MC アグリアライアンス
(コーヒー、カカオ)
株式会社フェアトレードコットンイニシアティブ
(コットン、サトウキビ糖)
桜井食品株式会社
(スパイス、ハーブティ)
住商フーズ株式会社
(コーヒー、オイルシード)
第一コーヒー株式会社
(コーヒー、茶)
田中惣一商店
(コーヒー、サトウキビ糖)
東京食品産業株式会社
(スパイス、ハーブティ)
日本生活協同組合連合会
(コーヒー、茶、コットン)

(2026年6月末日時点)



2025 年度も多くのご寄付、活動のサポートを頂きましたことに、心より感謝申し上げます。

〈 支援企業・団体 〉

● 寄付事例

- ・授業での SDGs 学習後、自発的に募金活動した際の募金をご寄付（泉南市立西信達小学校）
- ・文化祭でのフェアトレード商品売上額のご寄付（かえつ有明中・高等学校）
- ・大学生開催フェアトレードカフェイベント売上額のご寄付（明星大学）
- ・企業様が実施されているポイント制度でご寄付メニューを設立しご寄付 など

※ご寄付は、フェアトレードの普及啓発・アドボカシー活動に活用させていただいています。

● ご寄付をいただいた企業・団体の皆さま（五十音順）

- ・アマゾンジャパン合同会社
 - ・大日本印刷株式会社
 - ・株式会社 DNP ファシリティサービス
- ・日本生活協同組合連合会
 - ・三菱 UFJ 証券ホールディングス 株式会社

※ 5 万円以上のご寄付をいただいた企業・団体を紹介

〈 プロボノ・現物寄付など 〉

● サポート事例

- ・プロジェクト推進のサポート／企画立案／広報・PR／会場提供／SNS 広告の出稿・運用 など

● サポートいただいた皆さま（五十音順）

- ・株式会社 オウルズコンサルティンググループ
 - ・株式会社 モアクト（旧 関西電力株式会社 モアクト事業）
 - ・駐日ペルー共和国大使館商務部
 - ・森・濱田松本法律事務所
- ・株式会社 Been
 - ・HI(NY)
 - ・株式会社 Relection Design

2025 年度は、大口の法人寄付が 2 件あったことなどにより、寄付総額が大きく増加しました。一方で寄付者数はやや減少しましたが、継続寄付者は引き続き安定しています。また、本年度は初めて遺贈によるご寄付をいただくなど、ご支援の形が広がりました。Benevity を通じた企業経由の寄付も継続しており、法人・従業員の皆さまからの支援の広がりも見られます。今後も、多様なご支援を大切にしながら、継続的な支援につながる取り組みを進めてまいります。

寄付金額・支援者数の推移

※継続寄付者が都度寄付で申し込みくださる場合もあるので、合計人数は合致していません。
※使途の定められた大口寄付金 8,000,000 円は含まれておりません。

カテゴリ		2023 年度	2024 年度	2025 年度	前年比
寄付総額		¥1,678,750	¥2,056,225	¥6,080,074	296%
個人寄付金額		¥1,062,767	¥1,326,544	¥2,311,154	174%
	個人寄付者数	123	144	118	82%
	都度寄付者数	34	60	30	50%
	継続寄付者数	92	98	93	95%
	内訳：月額 500 円サポーター	29	30	26	87%
	月額 1,000 円サポーター	19	20	19	95%
	月額 3,000 円サポーター	1	2	3	150%
	月額 10,000 円サポーター	1	1	1	100%
	年間 3,000 円サポーター	28	25	23	92%
	年間 5,000 円サポーター	10	10	11	110%
	年間 10,000 円サポーター	9	9	11	122%
	年間 30,000 円サポーター	2	1	0	0%
	法人寄付金額	¥615,983	¥729,681	¥3,768,920	517%
	法人寄付数	25	22	20	91%
	内継続寄付件数	13	10	7	70%

寄付サポーターの募集



貧困がなくなり、
生産者が持続可能な生活を実現し、
自ら未来を切り開いていける
世界を目指して。



フェアトレード・ジャパンの活動を応援いただき、
一緒にビジョン達成を目指してくださる
寄付サポーターを募集中です。

- ご寄付は、教材や広報物制作・イベントの開催など、主にフェアトレード普及啓発に使わせていただきます。より多くの子ども達や大人にフェアトレードを知っていただくことで、フェアトレードの市場が広がり、多くの生産者や自然環境にインパクトをもたらすことが出来ます。
- 寄付サポーターの方にはフェアトレードに関する最新情報やイベントなどのお知らせをお送りさせていただきます。
- 当法人へのご寄付は、税制上の寄付金控除の対象になります。

◆ 主なご寄付のラインナップ（クレジットカード又は銀行振込）

個人 都度寄付プラン	個人 継続寄付プラン	法人 寄付プラン
3,000 円 5,000 円 10,000 円 50,000 円 100,000 円	500 円 / 月 1,000 円 / 月 3,000 円 / 月 3,000 円 / 年 5,000 円 / 年	



Photo : Aquila Roses / flower farms



Photo: ©Fairtrade Sweden

Annual Report 2025 (2026 年 8 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