

2022年9月12日

報道関係各位

CCCマーケティング株式会社

共創型プラットフォーム「Tカードみんなのエシカルフードラボ」  
『エシカルフード基準（中小企業 Ver.）』を発表  
～日本の食を支える中小企業の皆さまともエシカルフード市場の創出を目指して～

CCCマーケティング株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：田代誠）は、2021年3月より、Tのユニークデータ※<sup>1</sup> やアセットを活用し、一地域、一企業だけでは解決が難しかった課題に対して、生活者を中心に業界を超えたさまざまな知見を有するステークホルダーと対話を重ねながら、世界的な課題である“持続可能な食”につながるエシカルフードアクションについて考え、行動していく共創型プラットフォーム「Tカードみんなのエシカルフードラボ」(<https://ethicalfoodlab.tsite.jp/>)に取り組んでいます。

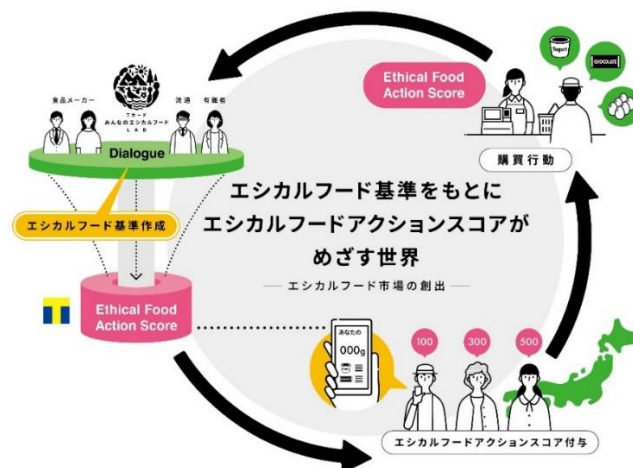
このたび、「Tカードみんなのエシカルフードラボ」にて、2022年3月に発表した『エシカルフード基準（大手企業 Ver.）』に続き、日本の食を支える中小企業向けに『エシカルフード基準（中小企業 Ver.）』を作成し、日本におけるエシカルフード市場創出を目指してまいります。また、『エシカルフード基準（大手企業 Ver.）』も各所の観点を受け、第二版としてアップデートをいたしました。

■『エシカルフード基準（中小企業 Ver.）』

[https://ethicalfoodlab.tsite.jp/assets/pdf/ethicalfood\\_kijyun\\_detail\\_stom.pdf](https://ethicalfoodlab.tsite.jp/assets/pdf/ethicalfood_kijyun_detail_stom.pdf)

■『エシカルフード基準（大手企業 Ver.） 第二版』

[https://ethicalfoodlab.tsite.jp/assets/pdf/ethicalfood\\_kijyun\\_detail2.pdf](https://ethicalfoodlab.tsite.jp/assets/pdf/ethicalfood_kijyun_detail2.pdf)



『エシカルフード基準』は、「環境」「動物」「人・社会」「政治」に対して、企業や商品が倫理的な配慮がなされているのかを確認するために生み出された基準の一つです。『エシカルフード基準（中小企業 Ver.）』は、中小企業の皆さまの実態により即したものととして策定いたしました。「企業評価」と「フード評価」の2つの大項目があり、「企業評価」は4つの大項目に、15の分野に関する中項目と、37の小項目で構成されており、「フード評価」は2つの大項目に、9の小項目で構成されています。また、エシカルフードを世の中に示す際の基準として2022年時点で満たしてほしい小項目にしきい値を設定いたしました。「企業評価」のしきい値は、法令順守に準拠した小項目が10個と、大項目「環境」に含まれる小項目のうちいずれか2個、「フード評価」のしきい値は、大項目「調達」に含まれる小項目のうちいずれか1個です。この合計13個のしきい値を全て満たした商品がエシカルフードとなります。2022年時点のしきい値は、世界および日本国内の時勢を鑑みながら設定されたものであり、世界規模で解決すべき環境問題や人権問題を優先し、今後は社会のありかたや人々の価値観の変化に伴ってアップデートをしていく予定です。



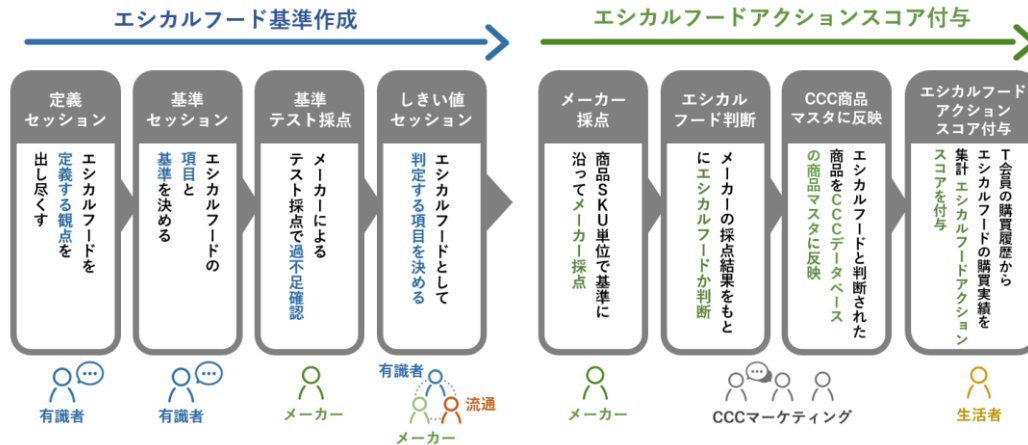
## エシカルフード基準

Tカード  
みんなのエシカルフード  
L A B

企業評価	フード評価
<div style="background-color: #4CAF50; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <h3 style="text-align: center;">環境</h3> </div> <p><b>環境報告</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 気候変動、森林資源・水資源保全などの環境問題について方針を持って取り組んでいること</li> </ul> <p><b>気候変動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 自社や関係するあらゆる取引先が温室効果ガスの削減について方針を持って取り組んでいること</li> <li>• 再生可能エネルギーを積極的に利用していること</li> </ul> <p><b>汚染と廃棄</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 大気・水質・土壌の汚染防止について方針を持って取り組んでいること</li> <li>• オゾン層を破壊する恐れのある物質の削減に向けて取り組んでいること</li> <li>• 食品ロスなどの廃棄物削減に向けて取り組んでいること</li> </ul> <p><b>生物の生息域と資源</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 水や森林、動物などの生物多様性を守るための方針を持って取り組んでいること</li> <li>• 生物多様性を守るための方針に沿って調達していること</li> </ul>	<div style="background-color: #FF9800; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <h3 style="text-align: center;">人・社会</h3> </div> <p><b>人権</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 人権を守る方針を持って取り組んでいること</li> <li>• 人種や民族、国籍、年齢、性別、性的指向、障がいなどを理由とする差別を防ぐための取り組みを行っていること</li> </ul> <p><b>労働者の権利</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 労働時間や適正な賃金、安全な職場環境の提供など労働者の権利を守るための取り組みを行っていること</li> <li>• 児童労働などの強制労働を禁止していること</li> </ul> <p><b>サプライチェーンマネジメント</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 原材料の調達から製品を消費者に届けるまでに関わるサプライチェーンで働く人々に対して、労働時間や適正な賃金、安全な職場環境の提供など人権に配慮した取り組みを行っていること</li> </ul> <p><b>無責任なマーケティング</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 子どもにとって不適切な商品の広告、事実とは異なるイメージなどで欺瞞をさせる恐れのある虚偽なマーケティングを行うための取り組みを行っていること</li> <li>• パッケージデザインや宣伝活動において、人種や民族、国籍、年齢、性別、性的指向、障がいなどを理由とする差別を防ぐ取り組みを行っていること</li> </ul> <p><b>地域／コミュニティ・社会への貢献</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 日本の地域社会活性化に向けた取り組み（事業などの拠点がある地域への貢献・寄付・若者支援のものづくり・社会貢献活動のサポート）を行っていること</li> </ul>
<div style="background-color: #E91E63; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <h3 style="text-align: center;">動物</h3> </div> <p><b>動物の権利</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 動物の権利を守る5つの自由に関する方針を持って取り組んでいること</li> </ul> <p><b>動物実験</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 動物実験禁止に向けての方針を持って取り組んでいること</li> </ul> <p><b>工業的畜産または集約的畜産</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 牛や豚、鶏などを工業的畜産または集約的畜産で生産することや、使用することを低減していく方針を持って取り組んでいること</li> </ul>	<div style="background-color: #2196F3; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <h3 style="text-align: center;">政治</h3> </div> <p><b>議論のある科学技術の利用</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 議論のある科学技術（遺伝子組み換え技術やゲノム編集技術）に関しての考え方を公開していること</li> </ul> <p><b>政治活動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 政治活動（政治献金／寄付／ロビー活動）に関して情報を開示していること</li> </ul> <p><b>反社会的財務活動</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 汚弊や不当に過度な報酬の支払いなど、反社会的財務活動を防ぐための取り組みをしていること</li> </ul>
	<div style="background-color: #00BCD4; color: white; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <h3 style="text-align: center;">包材</h3> </div> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 瓶蓋の蓋部・キャップ・包装材料の3R（リデュース・リユース・リサイクル）に取り組んでいること</li> <li>• 持続性と環境に配慮した素材を選定していること</li> </ul>

CCCマーケティングは、Tカードをご利用いただくお客さまからお預かりした「食」にまつわるさまざまなデータが、そのひとりひとりとつながっているからこそサステナブルなソーシャルインパクトを「食」の領域で起こすことができるのではないかと考えています。現在、世の中にエシカルフードの明確な定義や基準がなく、どの食品がエシカルなのかが生活者から見ると、分かりづらい状況です。生活者がいつも利用する店舗で購入する食品にもエシカルフードがあり、どの食品がエ

シカルなのかをお知らせするために、私たちは『エシカルフード基準』を作成いたしました。



CCC マーケティングでは、今後、『エシカルフード基準』をもとにした『エシカルフードアクションスコア』を提供していくことで、生活者、メーカー、流通など「食」に関わるあらゆるステークホルダーの方々と共に、エシカルフードが社会に少しでも浸透していくことを願っています。そして、「Tカードみんなのエシカルフードラボ」の活動ひとつひとつが、未来につながる食の循環を作ることに貢献してまいります。

CCC マーケティングは、「UNIQUE DATA, SMALL HAPPY.」をグループミッションに掲げ、「個人のライフスタイル」とそれを取り巻く「社会」をつないで、この世界のひとりひとりの、毎日の小さな幸せをつくっていくことを大きな使命としています。ユニークデータを価値ある情報に磨きあげ、さまざまな社会課題に向き合い共創しながら解決に向けて取り組んでいくことで、持続可能でよりよい社会の実現を目指してまいります。

### 【エシカルフード基準（中小企業 Ver.）について】

■策定日：2022年9月12日（月）

■名称：Tカードみんなのエシカルフードラボ エシカルフード基準（中小企業 ver.）

■URL：[https://ethicalfoodlab.tsite.jp/assets/pdf/ethicalfood\\_kijyun\\_detail2.pdf](https://ethicalfoodlab.tsite.jp/assets/pdf/ethicalfood_kijyun_detail2.pdf)

■策定メンバー：

<有識者> ※50音順

- ・株式会社 office3.11 井出留美
- ・株式会社ワンプラネット・カフェ ペオ・エクベリ
- ・立教大学 21世紀社会デザイン研究科特任教授・不二製油グループ本社株式会社 河口眞理子
- ・一般社団法人 Chefs for the Blue 佐々木ひろこ
- ・パタゴニア 日本支社 中西悦子
- ・株式会社 honshoku 平井巧



- ・東北大学大学院生命科学研究科教授・サステナビリティの編集プロデューサー 藤田香
- ・株式会社こだわりや 藤田友紀子
- ・CHOMPOO 森枝幹
- ・株式会社グッドテーブルズ山本謙治

<コアメンバー>

- ・株式会社フューチャーセッションズ 有福英幸、芝池玲奈
- ・CCC マーケティング株式会社 瀧田希、中岸恵実子、湯浅知里

※1：ユニークデータとは、約 7000 万のシングル ID、年間 35 億件以上の購買トランザクション、15 万店舗のネットワークで扱われる 60 億種類の商品データ、数千項目からなる顧客 DNA のペルソナデータ、オフライン・オンライン上の移動・行動データやメディア接触データ、また CCC マーケティンググループオリジナルのエンハンスデータなどを指します。

---

本件に関するお問い合わせ：

CCCマーケティング株式会社  
広報担当：安藤  
TEL：03-6800-4464