



JEI エシカル基準

2021年10月

一般社団法人 日本エシカル推進協議会 (JEI)



目次

- ◆ JEI エシカル基準の策定によせて p.3
- ◆ JEI エシカル基準について p.4
- ◆ JEI エシカル基準 p.8
- ◆ JEI エシカル基準解説 P.14
- ◆ JEI エシカル基準策定ワーキンググループメンバー一覧 P.41

JEI エシカル基準の策定によせて

地球の環境と社会をその深刻な危機から救うことを目的として、私たち有志は、日本エシカル推進協議会を2017年に立ち上げました。地球の環境と社会のあり方を、新しい概念であり価値観でもある「エシカル」（倫理、良心）をキーワードに洗い直し、塗り替えて、地球の環境と社会が共生し、融け合える不滅の共生文明圏を再構築していくことを目指してのことです。

コロナ禍を経て、世の中はますます真剣に新たな社会や経済・環境のあり方を模索するようになりました。もちろんその前から、地球環境は悲鳴をあげており、人権問題や動物福祉の問題も克服すべき大きな社会課題となっていました。そのような中、時代の要請を追い風にして、この度、各分野の専門家の叡智を結集し、2年間かけて「JEI エシカル基準」を策定いたしました。

SDGsが持続可能な地球のあり方を追求する壮大なヴィジョンであるとする、私たちの「JEI エシカル基準」は、そのヴィジョンを実現する上で、企業や個人にとって具体的な道筋を示す基準となります。この基準をしっかりと学んでいただくために、本年10月からは「エシカル・アカデミー」開講しますので、基準策定にかかわった専門家の講義を直接受講していただくこともできます。

エシカル購入を当たり前にし、エシカル認証などによりこれを推進し、SDGsにも対応するエシカルな社会を実現するための知のプラットフォーム

(Knowledge Platform)として、日本エシカル推進協議会は今後も活動を展開して参ります。本「JEI エシカル基準」を知ることから、2030 未来への扉を開けていただければと思います。

一般社団法人 日本エシカル推進協議会 (JEI)
会長 中原秀樹

JEI エシカル基準について

はじめに：

商品やサービス、さらにはブランドがエシカルであることを訴求する例が近年増えてきました。エシカルを推進することを活動目的とする日本エシカル推進協議会（以下 JEI）としてもこれは大変好ましいことであると歓迎しています。

一方で、何がエシカルなのかについての広く合意された定義が存在しないため、エシカルという言葉が一人歩きしているように思われることも少なくありません。本当はエシカルでないにも関わらずエシカルと詐称することは問題外であり、そのような行為がまかり通らないようにしなくてはなりません。また、ある側面においてはたしかにエシカルな配慮がなされていても、他の側面においては十分な配慮がされておらず、結果的に本当にエシカルとは言い難いものがエシカルと称されている場合があります。このような場合は故意ではないとしても、やはりより総合的にエシカルな商品やサービスへの改善が進むことが望まれます。

いずれにしろ、エシカルに関しての明確な定義や基準がない中では、何がどの程度エシカルであるのか、またどういう点が不十分なのかが分かりにくく、製造・販売する企業にとってはもちろん、購入する消費者にも不都合が多く生じます。

そこで JEI は真のエシカルとはどのような状態を指すのかを明確に示し、また理解できるよう 2 年以上にわたって検討を行い、「JEI エシカル基準」を策定しました。この検討には JEI の理事をはじめ、エシカルに関わる様々な分野の専門家の方々に加わっていただきました。総合的にエシカルを定義し、さらにはその程度を測るための基準を設けることは簡単ではなく、議論が白熱することもしばしばでした。さらに、この基準策定ワーキンググループによって策定された草案は、今年 8 月から 9 月にかけて 3 週間にわたりパブリックコメントを行い、こちらでも多くの方からご意見をいただきました。ワーキンググループやパブリックコメントにご参加いただいた多くの方々の深い知見と献身的な貢献なしにはこの基準は完成しませんでした。このプロセスにご参加いただいたすべて

の方々に、この場をお借りして深く感謝申し上げます。なお、ワーキンググループにご参加いただいた方々のお名前は、本冊子の最後のページに記載してあります。

エシカル基準の狙い：

JEI エシカル基準は、商品やサービス、あるいはブランドや企業がエシカルであることを総合的に確認・示すための基準です。つまり、自分たちの今の状態（エシカル度）を示すための基準（モノサシ）であり、認証ではありません。しかし、この基準を以下のルールに則って使用することにより、エシカル度を客観的に示すことができます。

もちろん、エシカルに関連するいくつかの分野や原材料については第三者認証制度も存在しています。しかし、こうした認証制度は一般に特定の分野についてのみのものであり、エシカルという広い概念全体をカバーできるものではありません。また、厳密であるがゆえに専門性が高く、取得や維持には多額の費用がかかり、小規模な事業者にとっては利用が難しいものになっています。JEI エシカル基準はこうした既存の認証制度の穴を埋めるべく、広い範囲をカバーし、誰でも簡単に利用が可能で、かつ客観性があるものを目指しました。したがって、これまで認証制度を使うことは難しかった中小企業や地域企業、小規模な組織、自治体などに特に利用していただきたいと考えています。既に第三者認証を活用している大企業の場合でも、複数分野にまたがった活動をカバーし、総合的にエシカルであることを示すためには、本基準を専門的な第三者認証と併用する意味が十分にあると考えます。

エシカル基準の構造：

JEI エシカル基準では8つの分野（大項目）について、それぞれ4～7つの課題（中項目）があり、全体で43の項目から構成されています。

エシカルであること、あるいはその状態（エシカル度）を示すために、原則としてこの43の中項目すべてについて、それぞれの基準に照らし合わせ自分たちのレベルを評価することになります。現在どのレベルにあるかは使用者による

自己評価ですが、対外的にその評価を示す際には、たしかにそのレベルに達していることを客観的に示すエビデンスを用意し、求められた場合には開示する必要があります。

8つの分野は以下の通りです。

8分野（大項目）：

1. 自然環境を守っている (7)
2. 人権を尊重している (5)
3. 消費者を尊重している (4)
4. 動物の福祉・権利を守っている (6)
5. 製品・サービスの情報開示をしている (5)
6. 事業を行っている地域社会に配慮・貢献している (5)
7. 適正な経営を行っている (7)
8. サプライヤーやステークホルダーと積極的に協働している (4)

※それぞれのカッコの中にあるのは中項目の項目数です。中項目の詳細は基準をご参照ください。

課題・配慮項目（中項目）のレベルについて：

中項目はそれぞれの分野における主要な課題・配慮項目となっており、A+、A、B、C、Dの5レベルから構成され、その商品やサービス、あるいはブランドなどがどのレベルにあるかを示せるようになっています。

Dはまだその課題について未着手な状態です。Cは準備を進めているレベルであり、Bは部分的に行動している状態です。そしてAは組織的に行動して成果を出している状態となります。なおいずれのレベルも、それより下のレベルに書かれていることはすべてできていることが前提となります。

JEIは、あらゆる規模の企業（組織、以下同じ）はまずAのレベルを目指すことを推奨し、Aに達していればその中項目についてはエシカルな配慮ができていると考えます。ただし、大企業の場合にはAではなく、A+を目指すことが推奨されます。

なお、A+を超えて、世界的に見て最先端のレベルと考えられる活動や状態をSとしています。これは必ずしもすべての企業が目指すべきものではありません

が、参考として示してあります。

業種によってはある課題がまったく関係しないという場合もあり得ます。そのような場合には、N.A. (該当しない) を選択することができますが、その場合には必ずその理由を説明することが求められます。

点数化について：

Sを100点、A+を80点、Aを60点、Bを40点、Cを20点、Dを0点とすることで、それぞれの課題(中項目)への取り組み状態を点数として示すことができます。

また、大項目ごとに中項目のそれぞれの点数の平均を取ることで、大項目の点数を計算することができます。もしN.A.の項目がある場合には、その項目は平均点の計算には含めません。

大項目の点数のいずれもが60点以上であれば、おおむね「エシカル」と言えると考えていますが、これらについては今後さらに詳細に検討し、決定した段階でご案内します。

JEI エシカル基準策定担当理事
足立直樹

JEIエシカル基準

2021年10月13日公表

点数	レベル	基準の内容
100	S	世界的に見て最先端のレベル（誰もがここを目指すというよりは参考として示してあります）
80	A+	国際的に高く評価されるレベルの目標を掲げ、その達成に向けて十分な活動が出来ている
60	A	方針や目標を明示し、それに従って行動し成果を出している
40	B	部分的にだが行動している
20	C	準備を進めている
0	D	未着手である
-	N.A.	該当しない（その理由を述べてください）

※すべてのレベルは、それより下のレベルの要件が満たされていることが前提となります

1 自然環境を守っている

1.1 気候変動を緩和するとともに、適応も図っている（社内）

S	2030年までにScope3も含めてGHG排出量を50%以上の削減となるよう取り組みを進めている
A+	シナリオ分析に基づき適応策も着実に進めている
A	2050年カーボンニュートラルを目指すことを公表し、Scope1, 2でGHG排出量を計画的に削減している
B	GHG排出量削減のための省エネの努力やエネルギーシフトを行っている
C	Scope1,2でGHG排出量を把握している
D	未着手である

1.2 バリューチェーンでGHGの排出を減らしている（製品・サービス）

S	バリューチェーン全体でGHGの発生を実質ゼロにすることに向けて活動をしている
A+	サプライチェーン全体でGHGの発生を実質ゼロにすることに向けて活動をしている
A	すべての製品・サービスについてバリューチェーン全体でGHGの排出を少なくする方針があり、実現に向けて努力している
B	使用時にGHGの排出が少ない製品・サービスを提供している
C	使用時にGHGの排出が少ない製品・サービスの開発をしている
D	未着手である

1.3 水を持続可能な形で利用している

S	使用する以上の水を地中に戻している
A+	使用している水源の涵養を行なっている
A	節水目標値（使用量）を定め、節水と循環利用をしている
B	節水を行うと同時に、排水の適切な処理を行なっている
C	節水を継続的にこなしている
D	未着手である

1.4 新たに投入する資源を最小にし、資源を保全している

S	他社と協働して、資源循環型の事業システムを作り出し、サーキュラーエコノミーを実践している
A+	全社的にバリューチェーンも含め資源循環型の事業活動、製品サービスの提供に取り組んでいる
A	全社的に再生資源や循環可能な資源を使用する方針があり、新規資源の投入を削減している
B	アップサイクルなどを含め、未利用資源や廃棄された資源からの価値創出を実践している（全社的でなくとも、少数の取り組みも可）
C	全社で資源投入量とその削減量を定量的に把握している
D	未着手である

1.5 廃棄物の発生を抑制している

S	廃棄物を有効活用（再資源化）し、サーキュラーエコノミーを実践している
A+	廃棄物の最終処分ゼロを達成している
A	廃棄物削減の意欲的な目標を設定し実行している
B	3Rを実践し、廃棄物の発生を減少させている
C	廃棄物の削減量を定量的に把握している
D	未着手である

1.6 化学物質を適正に管理し、有害物質は排出していない

S	使用するすべての化学物質の使用量、排出量を開示し、自然界への排出を計画的に削減している
A+	製品に含まれる化学物質は国際的にもっとも厳しいルールを守っている
A	関係法令に留まらず、使用するあらゆる化学物質の取り扱い記録を保持している
B	法規制値を上回る化学物質の削減に努めている
C	法規制対象以外の化学物質についても把握している
D	法規制レベル以上の化学物質管理には未着手である

1.7 生物多様性を保全している

S	生態系と生物多様性に対する影響をネット・ポジティブにすることを旨として活動している
A+	事業活動や提供する製品・サービスの生態系・絶滅危惧種への影響を定量的に評価し、その影響を減らす取り組みをしている
B	脆弱・貴重な生態系の地域での事業活動を行わない、原材料に絶滅危惧種は使用しない
A	サプライチェーンを含めて生態系や生物多様性に与える負の影響を最小化することを宣言し、使用する原材料を含めて実践している

JEIエシカル基準

C	事業活動の生態系や生物多様性への影響を認識している
D	未着手である

2 人権を尊重している

2.1 人権を尊重している

S	人権を遵守するための仕組みを業界やステークホルダー等とともに構築している
A+	国際的に認められた人権を超える基準を自ら定め、特別な配慮を必要とする人々の人権を保障している
A	人権を遵守する方針を表明し、遵守している
B	人権を遵守する必要について社内の意識の啓発を行っている
C	人権が何かを把握している
D	未着手である

2.2 人権デューデリジェンスを実践している

S	業界や様々なステークホルダーと協働して人権デューデリジェンス向上の仕組みを構築している
A+	市民社会組織等と協働し、バリューチェーン全体で人権デューデリジェンスを実践している
A	人権デューデリジェンスを実践する方針を表明し、サプライチェーンを含めて実践している
B	人権への負の影響を把握し、人権デューデリジェンスに関する意識の啓発を行っている
C	自らの活動にともなう人権への負の影響の把握を始めている
D	未着手である

2.3 労働者の権利を保障するとともに、ディーセントワークの実現を推進している

S	サプライヤーや様々なステークホルダーと協働してサプライチェーン全体でディーセントワークの実現を推進している
A+	日本が未批准のすべてのILO条約も遵守するとともに、生活賃金の保障等を通してディーセントワークの実現を推進している
A	ILO中核8条約および労働法を遵守するとともに、法の定めを超えて福利厚生を提供している
B	ILO中核8条約および労働法を遵守している
C	ILO中核8条約および労働基準法・労働組合法をはじめとする労働法の違反の是正に取り組んでいる
D	未着手である

2.4 あらゆるハラスメントを防止し、適切に対応している

S	法がまだ対象としていないものも含むあらゆるハラスメントを防止し、適切に対応している
A+	関係法令が対象としていない人々へのハラスメントを防止し、適切に対応している
A	関係法令に則ってハラスメントを防止する方針と体制を整備し、適切に対応している
B	ハラスメントを防止する方針と体制を整備し始めている
C	ハラスメント防止のための啓発を行っている
D	未着手である

2.5 人材の多様性（ダイバーシティ）を推進し、少数者や弱い立場の人々を積極的に雇用・登用している

S	業界や様々なステークホルダーと協働して人材の多様性を推進している
A+	少数者や弱い立場の人々を優先的に雇用・登用するなどの、積極的是正措置を講じている
A	ダイバーシティを推進する方針を定め、少数者や弱い立場の人々が活躍できる体制を整備して雇用している
B	ダイバーシティ推進の啓発を行い、少数者や弱い立場の人々が働ける環境を整えている
C	ダイバーシティを推進するための啓発を行っている
D	未着手である

3 消費者を尊重している

3.1 消費者に対して責任ある対応をしている

S	消費者保護ルールに関するガイドラインを推進するリーディングカンパニーである
A+	窓口に寄せられた意見・情報が経営層にも共有され、全社的に問題解決を図る仕組みになっている
A	消費者の意見・要望を受け付ける窓口を設置かつ公開し、誠実に対応している
B	消費者に対する責任ある対応について社内責任者を設置している
C	消費者に対する責任ある対応について社内教育を行なっている
D	未着手である

3.2 消費者の権利を守っている

S	もっとも厳しい法律や規準に従ってグローバルに同一基準で消費者の権利を守っている
A+	万一消費者の権利が守られなかった場合には、被害救済を確実にしている
A	消費者の権利を守る方針を持ち、その取り組み実績を毎年公開している
B	消費者の権利を守る方針を持っている
C	消費者の権利に関わる法律を守っている
D	未着手である

3.3 消費者の安全を重視している

S	もっとも厳しい法律や規準に従ってグローバルに同一基準で消費者の安全を確保している
A+	万一消費者の安全が損なわれた場合には、被害救済を確実にしている
A	消費者の安全を重視する方針を持ち、その取り組み実績を毎年公開している
B	消費者の安全を重視する方針を持っている
C	消費者の安全に関わる法律を守っている

JEIエシカル基準

D	未着手である
---	--------

3.4 個人情報保護している

S	クッキー利用、トラッキング及びターゲティング広告について、消費者の情報コントロール権を尊重する取組を実施している
A+	事故が発生しないように十分に配慮をすると同時に、万一事故が起きた場合には被害救済を確実にしている
A	個人情報の保護に関する法律とガイドライン（プライバシーマークの取得等）に従った方針を持ち、実践している
B	個人情報保護に関する方針を持ち、実践している
C	個人情報保護の重要性を社内で共有している
D	未着手である

4 動物の福祉・権利を守っている

4.1 適正な生産過程を経た畜産物・水産物を利用している

S	集約的畜産、集約的水産や苦痛を伴う慣行を使わない方針を持ち、実行している
A+	集約的畜産、集約的水産や苦痛を伴う慣行を減らす方針を持ち、移行期限を定め、進捗を公開している
A	拘束飼育を行わない方針を持ち、移行期限を決めて公開している
B	原材料についてアニマルウェルフェアの5つの自由を満たす方針を策定している
C	調達する畜産物・水産物の生産過程を把握し、適正化するための方針づくりに着手している
D	未着手である

4.2 畜産物・水産物を持続可能な資源量の範囲で利用している

S	主に植物性原材料を利用し、畜産物・水産物の利用は最小限にしている
A+	持続可能な資源量を超えて利用しない方針と植物性原材料への移行目標と期限を持ち、進捗を公開している
A	天然の生き物はもちろん、その飼料や土地利用を含め、持続可能な資源量の範囲内で利用する方針を持ち、移行期限を公開している
B	植物性原材料への移行への取り組みを行っている
C	原材料およびそれに関わる飼料・土地利用等が持続可能であるかを調査している
D	未着手である

4.3 動物実験を行わない（医薬分野を除く）

S	動物実験を行った原材料を利用しないことを社会全体に広めている
A+	動物実験を行った原材料を原則として利用しない方針を持ち、実行している
A	サプライチェーンと協働して、化粧品と食品の原材料について動物実験を行わない方針を適用している
B	化粧品と食品について動物実験を行わない方針を持ち、実行している
C	代替法がある実験はすべて移行済みであり、科学的なガイドラインに従い、動物実験を削減している
D	未着手である

4.4 取引が制限されている動物および身体の一部の売買や利用は行わない

S	野生生物保全の観点から、保全の必要な動物および身体の一部の取引管理を徹底している
A+	取引先と協働し、バリューチェーンにも同様の方針を適用している
A	ワシントン条約および国内法で制限されている動物およびその身体の一部は一切扱わない方針があり、常時確認している
B	条約や法律等に違反しない範囲で利用する場合にはトレーサビリティを確認している
C	動物およびその身体の一部の取引を規制しているワシントン条約および国内法について社内で啓発している
D	未着手である

4.5 動物性原材料の使用を避けている（ファッション）

S	動物性原材料を使わない方針を持ち、その方針を公開している
A+	動物性原材料を新規に調達しない方針を持ち、移行期限を定め取り組みを始めている
A	動物性原材料の削減目標を持ち、取り組みを始めている
B	毛皮や残酷な工程を経た素材は利用しないことを表明している
C	動物性原材料の生産工程を把握をしている
D	未着手である

4.6 生きた動物の売買・展示等での利用を避けている

S	業界と協働して、生きた動物の売買・展示等での利用を行わないことを推進している
A+	サプライチェーンと協働して、生きた動物の売買・展示等での利用に関わらないことを徹底している
A	会場提供や協賛を含め生きた動物の展示や、アニマルウェルフェアに配慮されていない広告・プロモーションを行わない方針を持ち、実行している
B	会場提供や協賛を含め、生きた動物の売買を行わない方針を持ち、実行している
C	生きた動物を利用する場合、アニマルウェルフェアの5つの自由を担保し、また担保されている飼育場からきていることを確認している
D	未着手である

JEIエシカル基準

5 製品・サービスの情報開示をしている

5.1 エシカルである等の主張をする際には裏付け情報（エビデンス）を示している

S	第三者がエビデンスを確認し、妥当性について評価・検討・改善等が定期的に行われている
A+	第三者が確認したエビデンスを開示している
A	エビデンスを開示する方針を持ち、実際にweb等で誰もが容易にエビデンスにアクセスできるよう公開している
B	主要な原材料のエビデンスを開示している
C	開示に向けてエビデンスの収集を始めている
D	未着手である

5.2 可能な場合には認証を取得している

S	認証制度が広がるように、制度を作ったり、環境を整えている
A+	サプライヤーが認証取得することを支援している
A	主要な原料とプロセスについて利用可能な認証がある場合には取得している
B	利用可能な認証がある場合は、段階的に取得に努めている
C	利用可能な認証について調査している
D	未着手である

5.3 サプライチェーンを透明化し、トレーサビリティを確保している

S	主要な原料について、最上流までトレーサビリティを確保し、公開している
A+	主要な原料について、最上流までトレーサビリティを確保している
A	主要な原料について、トレーサビリティを確保する方針を持ち、3年以内に確保する具体的な計画を立てている
B	一部の原料について、トレーサビリティを確保している
C	一部の原料について、トレーサビリティを確保する準備を始めている
D	未着手である

5.4 自社およびサプライチェーン全体の環境と社会への影響を把握している

S	自社およびサプライチェーン全体の環境と社会への影響を改善するために、モニタリング・システム等をステークホルダーと協働して構築している
A+	自社およびサプライチェーン全体で環境と社会への影響の両方を第三者と共に把握している
A	自社およびサプライチェーン全体で環境と社会への影響の両方を把握している
B	自社およびサプライチェーン全体で環境と社会への影響の両方を把握するための仕組みづくりを始めている
C	自社およびサプライチェーン全体で環境と社会への影響の両方を把握する必要性を社内に啓発している
D	未着手である

5.5 製品・サービスに関して適時・適正に情報開示を行い、説明責任を果たしている

S	情報は公開し、年に1度は更新すると共に、個別の情報にもオープンなアクセスが可能である
A+	情報を年に1度は更新して公開すると共に、説明を求められた場合には説明責任を果たしている
A	情報を公開する方針を持ち、その情報をwebで公開し年に1度は更新している
B	説明を求められた場合には、法律で求められないものでも情報を開示している
C	情報の開示方針を策定中である
D	未着手である

6 事業を行っている地域社会に配慮・貢献している

6.1 地域の文化と伝統を尊重している

S	事業を行う地域および主要な原材料を生産する地域の文化、伝統を尊重し、事業がさらにそれらを強化することに役立っている
A+	事業を行う地域だけでなく、主要な原材料を生産する地域の文化と伝統を理解し尊重している（特に海外では先住民とその土地）
A	事業を行う地域、主要な原材料を生産する地域において、文化と伝統に関して住民との対話を重んじている
B	事業を行う地域あるいは主要な原材料を生産する地域のいずれかにおいて、その文化と伝統を尊重した活動を行なっている
C	事業を行う地域あるいは主要な原材料を生産する地域のいずれかにおいて、その文化と伝統を学んでいる
D	未着手である

6.2 事業を行っている地域からの雇用に推進している

S	様々なステークホルダーと協働して地域の人材の育成・能力強化を推進している
A+	地域の人材の育成・能力強化に力を入れている
A	優先枠を設けて地域の人々を幹部に登用している
B	優先枠を設けて地域の人々を採用している
C	地域の人々の雇用を増やしている
D	未着手である

6.3 事業を行っている地域からの調達を推進している

S	すべての原材料を地域から調達できるよう、地域での原材料生産にも協力している
A+	すべての原材料について、できる限り地域から調達している
A	主要な原材料は、基本的に地域から調達している

JEIエシカル基準

B	原材料のうち、地域から調達するものを増やしている
C	どのような原材料を地域から調達できるか調査している
D	未着手である

6.4 地域での生産を推進している

S	地域を発展させるために生産を興し、多様な生産を行うことで地域経済の強化に貢献している
A+	単純な生産・加工にとどめず、地域での付加価値の創造を増やしている
A	地域の経済発展に寄与することを目指し、地域で持続的な生産を強化している
B	地域で持続的に生産を行う方針を持っている
C	地域での生産を維持してきている
D	未着手である

6.5 地域の課題解決に貢献している

S	地域社会の課題解決において、ステークホルダーとの連携を率先して行ない、多くの問題を解決している
A+	地域社会の課題解決にあたって、リーダーシップを発揮している
A	地域社会の一員として課題解決に参加する方針を持ち、定期的な地域社会との対話の基に課題解決に取り組んでいる
B	地域社会の課題を把握し、課題解決に参加している
C	地域社会への社会貢献活動をいくつか行っている
D	未着手である

7 適正な経営を行っている

7.1 自社のエシカル化を推進している

S	エシカルな社会を作ることが事業の目的で、すべての事業がそこに向かっていく
A+	社是等がエシカルで、それにそった経営を行なっている
A	エシカルな経営を行う基本方針を定め、本エシカル基準に照らし合わせて進捗を定期的に確認している
B	エシカルな商品やサービスを提供するだけでなく、全社的にエシカルを目指そうとしている
C	すべてではないが、一部でエシカルな商品やサービスを提供している
D	未着手である

7.2 公益通報者を保護している

S	経営が率先して不正を見逃さないことを宣言し、あらゆる問題が社内でもオープンに議論、解決されている
A+	独立性の高い内部通報窓口を持ち、過去5年間通報者の不利益は生じておらず、問題は適切に解決されたことが公開されている
A	公益通報者保護法を遵守し、それに沿った保護制度があり、過去3年間の数値が公開されており、通報者の不利益は生じていない
B	保護制度はあるが、通知件数等が公開されていない
C	公益通報者を保護する必要を社内に周知している
D	未着手である

7.3 紛争や暴力の助長に加担しない

S	紛争と暴力のない平和な社会を構築するために、ビジネスを通じて積極的な貢献を果たしている
A+	結果的であっても、紛争や暴力の助長に加担するようなビジネスは行っていない
A	軍事政権や武装勢力、またそれらにつながる組織との取引は行わない方針があり、取引の事実もない（紛争鉱物の不使用等）
B	サプライチェーンにおいて紛争や暴力への加担がないよう確認している
C	自分たちが紛争や暴力の助長に加担しないよう確認している
D	未着手である

7.4 自社にとっての重要課題（=マテリアリティ）を特定し、課題解決に取り組んでいる

S	未定義
A+	社外のステークホルダーと重要課題を特定し、その解決のために協働している
A	専門家を含む社外のステークホルダーと一緒に重要課題を特定し、公開している
B	重要課題を特定し、公開している
C	重要課題を特定している最中である
D	未着手である

7.5 政治関与（寄付・ロビーイング）を行う際には適正に行い、その情報は開示する

S	政治に働きかけながら、社会のエシカル変革をリードしている
A+	エシカルに社会が変革するよう、積極的に政策提言を行っている
A	政治への関与を適正に行う方針があり、すべての活動を開示している
B	政治への関与はすべて開示している
C	政治への寄付はすべて開示している
D	未着手である

7.6 納税は適正に行い、利益を社会に還元している

S	納税を適正に行い、売上の1%以上を寄付等で社会に還元している
A+	租税回避を疑われるような行為は行わず、求められた際には説明をしている

JEIエシカル基準

A	適正に納税している他にも、利益を社会に還元する方針を持ち実行している
B	適正に納税し、定期的な寄付も行っている
C	適正に納税している
D	未着手である

7.7 人材の多様性（ダイバーシティ）を高める経営を行なっている

S	すべての人材における多様性を確保する方針があり、実現している
A+	中核人材における多様性を確保する方針があり、実現している
A	経営層における多様性を確保する方針があり、実現している
B	定量的な目標を設定し、推進のための仕組みを持っている
C	人材の多様性を推進している
D	未着手である

8 サプライヤーやステークホルダーと積極的に協働している

8.1 サプライヤーと公平公正な取引を行なっている

S	あらゆるサプライヤーに対して相互が発展できる公平公正な取引を行い、開示している
A+	相互が長期的に発展できるような公平公正な取引をしている
A	サプライヤーが置かれた状況を配慮する方針を持ち、それに従って公平公正な取引を行なっている
B	サプライヤーとの公平公正な取引における課題の解決に着手している
C	サプライヤーとの取引における課題を把握するよう努力している
D	未着手である

8.2 サプライチェーンの課題をサプライヤーと協力して解決している

S	サプライヤーと様々な課題解決について協働して、エシカルの実現に総合的に取り組んでいる
A+	エシカルに関わる課題を解決するために予算と人員を確保し、継続的に取り組みを実行している
A	エシカルを実現するため、サプライヤーと一緒に問題を解決する方針を持ち、実践している
B	サプライヤーにエシカルな課題を共有し、その重要性や取り組み方を繰り返し継続的に説明している
C	サプライヤーに自社のエシカルな取り組みについて伝えて、今後の方針を伝えている
D	未着手である

8.3 ステークホルダーと対話や協働を行っている

S	ステークホルダーと協働を行いながら、同時に支援を行なっている
A+	さまざまなステークホルダーと問題解決のために協働している
A	さまざまなステークホルダーと定期的に対話を行う方針を持ち、実施している
B	ステークホルダーと協働した経験がある
C	ステークホルダーと対話をしたことがある
D	未着手である

8.4 市民社会の一員としてエシカルを広げることに役割を果たしている

S	市民社会の一員としてエシカルを広げるためのアドボカシーをしている
A+	市民社会の一員としてエシカルを広げる活動を事業の一環として行なっている
A	エシカルを広げるために市民社会の一員として役割を果たす方針を持ち、活動をしている
B	エシカルを広げるために、広く市民社会の声に耳を傾け、対応している
C	市民社会のエシカルな活動に社員が参加しやすいようにしている
D	未着手である

JEI エシカル基準解説

エシカル基準の背景となる考え方やその背景、また専門的な用語について解説します。基準の内容がわかりにくい場合はもちろんですが、まずこの解説を読んだから基準をお読みいただくと、何が、なぜ求められているかが理解しやすくなるでしょう。

なお全体に関わることとして、エシカルと SDGs の各目標の関係ですが、両者は重なりあうところが多くあります。SDGs は持続可能な開発目標 (Sustainable Development Goals) という名前が示すように、私たちの社会を持続可能なものに発展させるために必要な目標です。一方でエシカルは、持続可能性はもちろん包含しながら、さらに広く、そして何よりも具体的であり、特に人や生きものの命と権利を大切に扱う視点を持つことが特徴と言えます。物質的な持続可能性の条件にとどまらず、より個々の人の気持ちに寄り添ったものと言ってもいいでしょう。

したがって、エシカル基準の項目のいくつかは SDGs の目標にほぼそのまま当てはまりますが、SDGs には存在しないものやきれいに 1 対 1 では対応しないものも多くあります。ですので、エシカル基準と SDGs の対応はあえて明示していません。けれども、両者が多くの部分で重なり、同じ方向性を持っていることは間違いありません。

それぞれの項目の解説は、それぞれの基準の作成を中心的に担当した方が執筆しています。基準策定にかかったメンバーで相互レビューはしていますが、この解説が JEI の考え方を公式に表明するものではありませんのでどうぞご注意ください。

1 自然環境を守っている

エシカルであるためには、地域と地球の環境を保全することが必要ですが、ここでは両者を自然環境としてまとめ、特に重要な配慮事項について適切な対応をしていることを求めています。

1.1 気候変動を緩和するとともに、適応も図っている（社内）

人間活動による温室効果ガス（GHG）の排出量が増加するにつれ、気温上昇を含め、気候システムが急激に変化しており、最近では気候危機とも呼ばれています。こうした気候変動を「緩和」するためには、まず GHG の排出量を計画的に削減する必要があります。2015年12月に国際的に合意されたパリ協定に従い、少なくとも自社から排出する GHG については2050年までにはカーボンニュートラルを目指すことを公表し、そのために省エネだけでなく、再生可能エネルギーへの切り替えも進める必要があります。また、気候危機の影響はすでに顕在化していますし、今後さらに影響が大きくなると予想されています。したがって、これに対する「適応」策を考え、実施していくことも必要です。

用語：

・ Scope 1, 2, 3 – GHG を削減するにあたり、事業活動のどの範囲で GHG が排出されているかを把握する必要があります。それを通常、以下のような3つの範囲（Scope）に分けています。

Scope 1 – 自社の事業活動による GHG の直接排出(燃料の燃焼、工業プロセス等)

Scope 2 – 供給された電気、熱・蒸気の使用に伴う間接排出（購買電力など）

Scope 3 – Scope1、Scope2 以外のすべての間接排出(サプライチェーンなど事業活動に関連する他社の排出、通勤、出張等)

・緩和と適応 – 気候変動の対策としては、原因となっている GHG の排出削減や植林などによる吸収といった緩和（mitigation）と、気候変動が生態系や社会・経済活動に与える影響、特に悪影響を軽減する適応（adaptation）とがあります。事業活動と社会を持続可能にするためには両方とも必要です。

・ GHG – 温室効果ガス（Greenhouse Gas）：気候変動の原因となることが判明している物質。京都議定書では、二酸化炭素、メタン、一酸化二窒素、ハイドロフルオロカーボン、

パーフルオロカーボン、六フッ化硫黄の6物質を指定しています。

・シナリオ分析 — 気候変動による影響、それらに対する政策動向による事業環境の変化等による影響を予想し、自社の事業や経営にどのような影響を及ぼしうるかを検討するための手法です。将来の影響を考えるので、いくつか異なるシナリオ（仮定）を用意して、そのシナリオのように進んだ場合の影響を検討することから、シナリオ分析と呼ばれます。

・エネルギーシフト — 事業活動、社会活動、生活などで使用されている電気や熱源を、化石燃料から GHG 排出のより少ない再生可能エネルギーに転換することをいいます。

1.2 バリューチェーンで GHG の排出を減らしている（製品・サービス）

気候変動の緩和のためには、自社の事業活動による GHG の排出を削減するだけでなく、バリューチェーン全体、すなわち事業の上流と下流の双方で取り組む必要があります。なぜならば、一般にサプライチェーンでの排出量は、事業活動単独の排出量より大きいことが知られています。また、自動車や電気製品、建物など、製造時よりも使用時の排出量の方が大きい場合には、それを削減するような設計が重要であり、力を入れる必要があるからです。

用語：

・サプライチェーン — 本基準では、自社の事業活動に必要な製品・半製品、原材料、サービス等を供給する上流側（サプライ側）をサプライチェーンと呼んでいます。

・バリューチェーン — 上流（サプライ側）、および製品の使用や使用後の廃棄など下流側を含めた事業活動全体を指します。

・実質ゼロ — 一般には、GHG の排出量と森林等の吸収源による除去とで差し引きゼロにすること。本基準では、事業活動における一定期間内の GHG の排出において、再生可能エネルギーやカーボン・クレジットの活用などにより、GHG 排出は差し引きゼロとなることを指します。

1.3 水を持続可能な形で利用している

淡水はもともと限られた共有の資源で大切に使う必要がありますが、人口の増加と気候変動の進行等により既に世界的に逼迫していて、今後さらに需給は厳しくなることが予測されています。農業を含めたあらゆる事業活動で、原料としての水はもちろん、製造工程などで大量の水が使用されています。人間を含めたあらゆる生物の生存にとって必須の資源である水を持続可能に使用していくためには、節水だけでなく、水源の涵養まで行うことが求められています。

用語：

- ・循環利用 — 一度使用した水を繰り返し使用して、水の新規投入量を減らすこと。
- ・水源の涵養 — 雨水や湧出する水の貯蓄（供給）量を保全（増やす）することで、具体的には森林、水田・河川・湿地帯・地下水帯の保全、貯水池、雨水浸透ます等の設置などが挙げられます。

1.4 新たに投入する資源を最小にし、資源を保全している

新たな資源を投入するためには、鉱山開発など、自然環境と地域社会に非常に影響が大きい活動が続ける必要があります。こうした負荷を最小にするために、既に市中にある資源を再生するなどして、新規資源の投入を減らす必要があります。

用語：

- ・アップサイクル — 使用済みとなった製品や原材料を、別の用途に使用したり、価値あるモノに作り変えること。単なるリユースやリサイクルを超えて、付加価値を高める再利用の仕方をすること。
- ・未利用資源 — 従来の経済活動では廃棄され、使用されてこなかった資源。物質だけでなくエネルギーも含めます。これを活用することで、資源の有効利用を図ることができます。
- ・サーキュラーエコノミー — 循環経済とも訳され、従来の「大量生産・大量消費・大量廃棄」のリニアな経済（線形経済）に代わり、製品と資源の価値を可能な限り長く保全・維

持し、廃棄物の発生を最小化した経済活動を指します。

・3R — 3RはReduce（リデュース）、Reuse（リユース）、Recycle（リサイクル）の3つのRの総称です。Reduce（リデュース）は、製品をつくる時に使う資源の量を少なくすることや廃棄物の発生を少なくすること、Reuse（リユース）は、使用済製品やその部品等を繰り返し使用すること、Recycle（リサイクル）は、廃棄物等を原材料やエネルギー源として有効利用すること等を意味しており、この順番で優先することが望まれます。

1.7 生物多様性を保全している

多様な生物とそれらが生活する大気・水・土壌などの環境要素を合わせたものを生態系と呼びます。生態系は多種多様な生物が生きる環境そのものであるだけでなく、生態系が提供する様々な機能である生態系サービスが、経済活動を含めた人間活動全体を支えていることが知られています。

生態系が健全であるためには、それを構成する生物多様性が健全でなくてはなりません。したがって、生態系サービスに依存する経済活動が持続し、人間が生存し続けるためにも、生物多様性を保全する必要があるのです。特に一度絶滅した生物種は二度と蘇らせることができないことには注意が必要で、絶滅危惧種の保全にはより留意する必要があります。

企業活動のうち、原材料の調達が生物多様性に悪影響を与えることが大きいことから、企業が生物多様性を保全する方法の一つとして、国際的に広く受け入れられている原材料認証を活用することが挙げられます（5.2も参照）。

用語：

・生態系サービス — 生態系が提供するさまざまな機能をいいます。大きく、提供サービス（食料、燃料、水などの供給）、調整サービス（授粉、気候調整、土壌流失の防止等）、精神的サービス（宗教、文化、芸術、レクリエーション等）が挙げられます。

・生物多様性 — 生物種、遺伝子、生態系の3つのレベルにおける多様性をあわせて生物多様性と呼びます。それぞれが相互に依存しており、どのレベルの多様性が失われても、他のレベルの多様性が影響を受けることから、3つのレベルすべての多様性を維持することが必要とされます。

・保護と保全 – 生物（種）や生態系を「守る」には、厳密には二つの異なったやり方があります。人間がまったく手をつけないことで守るのが保護で、利用するけれども、持続するような形で利用にとどめることで守るのが保全です。

・絶滅危惧種 – 現在の状態が続けば、絶滅する恐れがあると考えられる生物種。国際的には国際自然保護連盟（IUCN）が特定し、公表しています。

・代表的な原材料認証の規格 –

FSC (Forest Stewardship Council) による木材・紙等に関する森林認証 ; <https://jp.fsc.org/jp-jp/2-new/2-1>

MSC (Marine Stewardship Council) による天然水産資源に関する認証 ; <https://www.msc.org/jp/what-we-are-doing/thisiswildJP>

RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) によるパーム油に関する認証 ; <https://www.wwf.or.jp/activities/basicinfo/3520.html>

解説執筆者：白鳥和彦、西原智昭

2. 人権を尊重し、その実現を推進している

企業活動のグローバル化に伴って競争が激化し、生き残りや利潤追求のために低賃金・長時間労働や児童労働、強制労働といった基本的人権に関わる問題が深刻化したことで、企業活動が人権に及ぼす影響に対する関心や批判が高まっています。企業は国の内外を問わず人権を尊重するとともに、人権がよりよく充足・実現されるよう行動することが要請されています。

・基本的人権 – 人が尊厳をもって扱われる権利、ないし自由に人間らしく生きることのできる権利のこと。人が誰でも生まれながらにして持っている、いつ、どこでも同じように

認められる普遍的な権利で、あらゆる人権は国や他者が侵すことができず（不可侵性）、相互に関わりあっていて（相互依存／補完性）、切り離したり優劣をつけたりすることはできず（不可分性）、他者に譲り渡すことができない（不譲渡性）ものとされています。

2.1 人権を尊重している

企業の人権尊重のあり方については、2011年に国連人権理事会で合意された「ビジネスと人権に関する指導原則」が、すべての企業が従うべき国際的な指針としてそのあり方を示しています。この原則は、企業がどこで事業を行うにしても、人権に関わる国内法令を遵守するにとどまらず、国際的に認められた人権を尊重すること求めています。

また、人権の尊重には、企業みずからが人権を侵害しないようにするだけでなく、他者による人権侵害を助長したり取引関係の中で人権侵害が起きたりしないようにし、侵害が起きた場合には適切に対処することが含まれます。

さらに、状況に応じて追加的な基準を企業が設けて特別な配慮をすることや、人権がよりよく充足・実現されるようにすること、つまり人権にプラスの影響を与えることも望まれています。

用語：

・国際的に認められた人権 — ビジネスと人権に関する指導原則は、国際人権章典（世界人権宣言、社会権規約、自由権規約、自由権規約への第一・第二選択議定書）および国際労働機関（ILO）中核8条約に規定された人権を「国際的に認められた人権」としていて、それらが企業が最低限尊重すべき人権としています。

・社会権規約（国際人権A規約） — 正式名称を「経済的、社会的および文化的権利に関する国際規約」と言い、労働の権利、公正かつ良好な労働条件を享受する権利、社会保障についての権利、健康についての権利、教育についての権利、文化的な生活に参加する権利などを定めています。

・自由権規約（国際人権B規約） — 正式名称を「市民的および政治的権利に関する国際規約」と言い、身体の自由、思想・良心・宗教の自由、表現の自由、結社の自由、奴隷制度・隷属状態または強制労働の対象とならない権利、少数民族の権利などを定めています。自由

権規約には、自由権を侵害されて国内で救済を受けられない人が国連の自由権規約委員会に直接救済を求める個人通報制度について規定した「第一選択議定書」と、死刑制度廃止について規定した「第二選択議定書」があります。

・ILO 中核 8 条約 – 労働に関する最低限の基準を定めたもので、結社の自由・団体交渉権の承認、強制労働の禁止、児童労働の禁止、差別の撤廃の 4 分野で定められた次の 8 つの条約のことを言います。

- 結社の自由及び団結権の保護に関する条約 (87 号)
- 団結権及び団体交渉権についての原則の適用に関する条約 (98 号)
- 強制労働に関する条約 (29 号)
- 強制労働の廃止に関する条約 (105 号)
- 就業の最低年齢に関する条約 (138 号)
- 最悪の形態の児童労働の禁止及び廃絶のための即時行動に関する条約 (182 号)
- 同一価値の労働についての男女労働者に対する同一報酬に関する条約 (100 号)
- 雇用及び職業についての差別待遇に関する条約 (111 号)

・特別な配慮を必要とする人々 – 先住民族、女性、民族的・種族的・宗教的・言語的少数者、子ども、障がい者、移住労働者とその家族など、弱い立場にある人々

2.2 人権デューディリジェンスを実践している

「ビジネスと人権に関する指導原則」は、企業が人権を尊重する責任を果たすために、企業の最も上のレベルで承認された人権尊重方針(コミットメント)を表明するとともに、「人権デューディリジェンス」を実践することを求めています。そこでは、紛争鉱物問題に代表されるように、みずからの活動が紛争地域で人権侵害を助長したり、みずからのバリューチェーンが紛争地域での人権侵害に意図しなくとも関わったりしている場合は(その恐れがある場合を含む)、企業が人権への負の影響について特に注意を払うことを求めています。

用語：

・人権デューデリジェンス － 企業が、その状況（分野、事業活動の状況、規模及びこれらに類似する要素を含む）に応じて人権に関する自身の責任を果たすために実行しなければならない持続的な管理プロセスのことです。具体的には、みずからの活動が引き起こしうる、ないし助長しうる人権への負の影響や、みずからの活動・製品・サービスが取引関係を通じて直接関わりうる人権への負の影響を特定し、防止・軽減し、適切に対処し、公表することを言います。

・取引関係 － 取引先企業、バリューチェーン上の組織、および企業の事業、製品またはサービスと直接関係のあるあらゆる組織が含まれます。

2.3 労働者の権利を保障するとともに、ディーセント・ワークの実現を推進している

労働者の権利を保障し、労働条件を改善するために定められた国際基準である国際労働機関（ILO）条約および各国の労働法を遵守するとともに、生活賃金の保障等を通してディーセント・ワークの実現に寄与することが求められています。

用語：

・ディーセント・ワーク － 働きがいのある人間らしい仕事のことを言います。具体的には、権利、社会保障、社会対話が確保され、自由と平等が保障され、働く人々の生活が安定するような、人間としての尊厳を保てる生産的な仕事を言います。

・生活賃金 － 法律で定められた最低賃金ではなく、労働者とその家族が最低限度の生活水準の維持に必要な生計費、さらには、人間らしい生活を送れるだけの賃金のことを言います。

2.4 あらゆるハラスメントを防止し、適切に対応している

職場をはじめ仕事に関連した場において、身体的、精神的、性的又は経済的な害悪を引き起こす（その恐れを含む）パワハラ、セクハラ等の様々なハラスメント（嫌がらせ、いじめ

等)を防止し、起きた時には適切に対応することが国際的に求められています。ハラスメントに関しては、ILO 条約第 190 号「仕事の世界における暴力及びハラスメントの撤廃に関する条約」が 2019 年に採択され、2021 年 6 月に発効しました。

用語：

・日本の関係法令が対象としていない人々 － 取引先、個人事業主、求職者・就活生、研修生・インターン・ボランティアなど。また自社の労働者に対する外部からのハラスメントも法令は対象としていません。

・方針、体制、適切な対応 － ハラスメントを一切許容せず厳正に対処する方針を明確にし、防止するための啓発・研修やリスク評価を行い、相談・申し立て・通報の窓口を設け、公正な調査・解決の仕組みを整備し、当事者のプライバシーに十分に配慮して迅速かつ適切な対応（相談者等の保護・救済・不利益な取り扱い禁止、加害者への厳正な処分・カウンセリング等）を行う必要があります。

2.5 人材の多様性（ダイバーシティ）を推進し、少数者や弱い立場の人々を雇用・登用している

企業活動がグローバル化し、関わる人々のニーズや価値観が多様化する中で、多様性（ダイバーシティ）や違いを前向きにとらえ、多様な人材を積極的に受け入れて創造性を活かせるようにすることは、エシカルな社会・経済の実現に寄与するとともに、自社の企業価値や競争力を高めることにもつながるとして重視されています。

用語：

・人材におけるダイバーシティの推進」 － 性別、年齢、障害の有無、学歴、国籍、人種、民族、宗教、SOGI（性的指向・性自認）等の属性に関わりなく、多様な人材を受け入れ、活躍・自己実現できるようにすることを意味します。

・積極的是正措置（アファーマティブ・アクション） － 差別的な扱いを受けてきた少数者（マイノリティ）や弱い立場にある人々（女性など）を積極的・優先的に採用・登用することを意味します。

解説執筆者：渡辺龍也

3.消費者を尊重している

日本だけでなく、世界の多くの国で、消費者は「投票者」であるといわれます。市場における企業や事業者はこのことを十分に意識する必要があります。消費者の1票、1円を手に入れるために、市場の中で様々な工夫をする、その工夫が有権者である消費者を裏切るような態度をとれば、市場において支持を得られなくなるからです。事業活動の持続可能性は、消費者からの信頼なくしてはなり立ちません。

3.1 消費者に対して責任ある対応をしている

社会的に有用で安全な商品・サービスを開発・提供し、消費者の満足と信頼を獲得していかなければ、事業活動は継続できません。これはそのためにはどのような消費者対応を取ればよいのかを示す評価基準です。

用語：

・消費者志向経営 — 事業者は、自社が本業を通じてどのような社会を目指したいのか（環境問題解決への貢献、地域社会の活性化等）を積極的に示し、消費者から共感を得ることが必要です。消費者から共感を得ることで、事業での成功、顧客満足度の向上と目指す社会の実現の両立が可能になるからです。消費者と共創・協働して社会価値を向上させる経営、すなわち企業・事業者における消費者志向経営の推進が必要なのです。消費者志向経営は、持続可能で望ましい社会の構築に向けて、自らの社会的責任を自覚して事業活動を行うことを柱の一つとして位置付けていて、国際的に取り組まれている持続可能な開発目標（SDGs）の目標12はもとより、同開発目標全体の達成にも不可欠といえるでしょう。

こうした消費者指向経営を進める上で重要なのが、消費者への適切な情報提供と双方向コミュニケーションの充実です。企業は、安全性や環境・人権に配慮した商品を求める消費者の声を新製品の開発に生かすことができ、また適正な表示をすることで、誤用・濫用を防ぐ取扱説明書を作ることができます。さらに消費者の誤解を招かないような広告や宣伝は、市場での社会的信用を高め、事業活動に伴うリスクを減らすことにつながります。苦情を含む消費者からの情報は企業にとって利益をもたらすことにもなるのです。日本では消費者庁が、消費者志向経営の推進を謳い、2018年から優良企業の表彰を行っています。

3.2 消費者の権利を守っている

消費者の権利は、自らの責任を自覚して行動する消費者と、こうした消費者の行動に積極的に対応する企業との協働によって守られるという考え方が、国際的に定着してきました。1960年に発足し120カ国が加盟、消費者団体250以上が加盟する国際消費者機構（CI）が、消費者の権利とは別に、消費者が負うべき責任について1982年に明示し、世界各国の消費者保護政策に広く取り入れられています。

ここで提唱された8つの消費者の権利は、以下の通りです。

1. 生活のニーズが保障される権利
2. 安全への権利
3. 情報を与えられる権利
4. 選択をする権利
5. 意見が反映される権利
6. 補償を受ける権利
7. 消費者教育を受ける権利
8. 健全な環境を享受する権利

エシカルであるためには、以上の消費者の権利すべてを守ることが求められます。

用語：

・消費者の権利 — 消費者の権利とは、消費者に確保されるべき基本的な権利を表す概念です。具体的には、1962年にケネディ米大統領が、消費者利益の保護に関する特別教書で消費者の4つの権利「安全である権利」「知らされる権利」「自由選択の権利」「意見が反映される権利」を提示しました。その後、1975年フォード米大統領が「消費者教育を受ける権利」を5つ目の権利として追加しました。これら5つの消費者の権利は、行政、事業者、消費者のそれぞれが、消費者の利益を守るためにとるべき行動の世界的な指針となっています。

日本では、1968（昭和43）年に消費者保護基本法が制定され、商品テスト機関として1970（昭和45）年に国民生活センターが設立された。1995（平成6）年に製造物責任法（PL法）、2001（平成13）年に消費者契約法が施行されました。その後、2004（平成16）年に消費者保護基本法が消費者基本法に改正され、このときはじめて、消費者の8つの権利が消費者

政策の推進において尊重されるべき消費者の権利であることが明記されました。さらに、2009（平成 21）年の消費者庁設置以降、消費者の権利や責任を考えるにあたっては、消費者がよりよい企業や商品を選ぶことによって社会的責任を果たす経済的投票行動という側面が重視され、消費者保護の観点から消費者の権利行使の観点へと、その重点がシフトしています。

3.3 消費者の安全を重視している

企業が市場において果たすべき最も大切なことの 하나가、消費者の安全の確保です。消費者安全の領域は多方面にわたっていて、製品安全のように目に見えるものだけでなく、安全性に関わる表示やデジタル化に伴う問題に関するものなど様々なものが含まれます。

こうした様々な安全確保のための法律や制度が用意されていますが、それだけではなく、本項目に挙げられていることにしたがって、企業は消費者の安全の確保に努めることが求められます。

用語：

・消費者の安全に係る法律と制度 — 消費者の安全は、消費者の権利の中でもっとも基本的なものとして、歴史的に重視されてきました。消費者の安全を守らない企業・事業者は、消費者を尊重しているとはみなされません。

消費者にとっての安全は、一般に生命・身体・財産の安全を確保することとされます。そのために事故情報の集約・分析・公表の取組として消費者安全法、消費生活用製品安全法などの法律や、事故情報データベース、医療機関ネットワーク、リコール情報サイト、消費者ホットラインなどがあります。さらに、事故の原因究明、再発防止のために、消費者安全調査委員会が設置されています。そして消費者の救済される権利と関係する、製品やサービスの欠陥によって消費者が生命・身体・財産に被害を受けた場合、製造業者等に賠償を求めることができる製造物責任法（PL 法）があります。このほか、子どもの思わぬ事故を防止する取組や緊急時対応、さらに生命身体被害の注意情報（アレルギー物質に関わる食品の回収情報）もあります。

表示については、不当景品類及び不当表示防止法、家庭用品品質表示法、住宅品質確保法、食品表示法などの法律で規制され、これらの法律に基づいて、安全や衛生に関する表示、加工食品の原料原産地表示、栄養成分表示、栄養機能食品、機能性表示食品、特定保健用食品、

特別用途食品などの規制やガイドラインが定められています。

このほかにも消費者の安全に関連する法律や制度にはさまざまなものがあり、日々発展しているといつてよいでしょう。たとえば、消費者団体訴訟制度や公益通報者保護制度、そして消費者が商品・サービスを安心して取引できる市場環境の整備として特定商取引法があることは押さえるべきです。企業・事業者の活動内容の変化に伴って、健全な市場形成のためのルール作りとして多種多様な消費者保護関連法がありますが（特定電子メール法、預託法など）、事業者にはそれらに対応したコンプライアンスが要求されます。

解説執筆者：中原秀樹、島田宏

4.動物の福祉・権利を守っている

動物は事業活動においても広い分野で利用されていて、社会や環境の持続可能性に深く関わり、様々な課題が真っ先に顕れる炭鉱のカナリア的な存在です。私たちが人の命を大変重要に捉えるのと同様に、動物の命も重要に捉えることがエシカルであるためには必要です。したがって、エシカルで持続可能な社会を目指す上で、動物への配慮は必須事項です。ここではその中でも特に影響が大きいと考えられる6つの視点について取り上げています。

4.1 適正な生産過程を経た畜産物・水産物を利用している

動物を利用する際には、飼育や屠畜などの過程が含まれますが、そのすべての過程において、動物たちが、健康で、快適で、栄養豊かで、安全で、不快な状態（苦痛、恐れ、苦悩など）に苦しんでおらず、身体的及び心理的状态に重要な正常で自然に行われるべき行動を発現できている良好なウェルフェア（身体的、及び心理的な健康と幸福）を享受していることが最低限の倫理的責任と考えられます。

用語：

・アニマルウェルフェアとその5つの自由 – アニマルウェルフェアとは、動物が生まれてから死ぬまでの間、身体的、及び心理的状态について、動物の適正な扱いの基本原則がすべて満たされた状態をいいます。基本原則の5つの自由のうち一つでも欠けている場合は、良好なアニマルウェルフェアとはいえません。

・5つの自由 – 飢餓と渇きからの自由、苦痛・傷害又は疾病からの自由、恐怖及び苦悩からの自由、暑さや寒さなど物理的不快さからの自由、正常な行動ができる自由

・拘束飼育 – 動物が歩いたり、羽ばたいたり、ぶつかることなく横臥したり、回転したりすることを妨げる、ケージやストール、鎖や縄で拘束した飼育のこと。

・集約的畜産・水産 – 効率と経済性を優先し、自然に動物が形成する群れの数を大幅に超えて、閉鎖された空間において飼養する畜産業、養殖の方法。

4.2 畜産物・水産物を持続可能な資源量の範囲で利用している

動物も人間と同様、感覚や感受性のある生き物です。この動物を大量生産することは、エンシカルとは言えない様々な課題を生み出しています。利用する動物の数は影響を受ける命の数の問題であると同時に、飼料や土地利用、海洋利用等を通じた環境負荷につながっているという点にも目を向ける必要があります。

用語：

・持続可能な資源量 – 自然の生産量や回復量を超えない範囲で利用できる資源の量。この量以下の利用であれば、自然資源を持続的に利用し続けることができます。また、単に利用する資源だけではなく、利用することによる環境等への影響が不可逆的なものにならないように配慮する必要もあります（例：メタンや二酸化炭素等の温室効果ガスの排出、薬剤耐性菌やウイルスの発現）。

4.3 動物実験を行わない（医薬分野を除く）

化粧品、食品、その他日用品等の製造・開発において行われる動物実験は世界的に廃止の流れにあります。企業は自社で動物実験を行わないことはもちろん、動物実験を必要とする

原材料や動物実験を経て新たに開発された原材料の使用を避ける必要があります。医薬分野では法律により動物実験が必要とされている場合もありますが、これも縮小廃止することを目指すことが望まれます。

用語：

・動物実験 — 非臨床試験とも言われ、基礎研究、効果効能、安全性、毒性を調べるために動物を用いて行われるあらゆる実験を指します。

4.4 取引が制限されている動物および身体の一部の売買や利用は行わない

動物およびその身体の一部（角、牙、甲羅など）の取引は、国際条約や国内法により制限されています。しかし、そうした規制を遵守せずに、あるいは規制への理解が不十分なために、由来の不明な動物が取引されている事例も少なくありません。取引が制限されている動物はもちろん、身体の一部であっても売買や利用は行うべきではありません。

用語：

・ワシントン条約 — 野生動植物の国際取引が乱獲を招き、種の存続が脅かされることがないように、国際取引の規制を図る条約で、1973年に発効し、日本も批准しています。希少性に応じて附属書I（商業目的の取引禁止）、II（違法取引の制限）およびIII（特定地域内の絶滅防止のための取引制限）の3ランクで対象となる種を指定しています。エシカル視点では、そのすべての取引・利用を行わないことが望まれます。

参考：条約や国内法を超えて企業が動物原料の使用を規制した事例

- イオンは、成分に配慮し動物由来の原料までフリーとした「トップバリュグリーン アイフリーフロム肌洗浄剤シリーズ」を販売しています。
- 楽天市場は2017年、規制の対象となっている象牙製品の売買は、国内許可の有無を問わず、一切認めないことにしました。

4.5 動物性原材料の使用を避けている（ファッション）

毛皮に限らず、大量生産される動物性原材料においては、エシカルではない工程がある場合が多くあります。また畜産同様に飼料や土地利用や汚染の問題などもあり、環境の持続可能性を考える上でも減らしていく必要があります。近年では植物性の原材料だけでなく、農業残渣などからも新たな繊維が開発されています。また動物性原材料を使用する場合でも、リサイクルした素材のみを用いて、新たな動物の犠牲を生み出さない工夫も行われています。

用語：

残酷な工程 — 動物に対する残酷な工程として、例えば以下のようなものがあります。

- ミュールジング：品種改良により皮膚のひだが深くなりすぎ臀部に蛆が湧くのを防ぐため、幼齢のときに麻酔なしに切除する行為。
- ライブプラッキング：ダウン（羽毛）を水鳥から採取する際に、生きたまま羽毛を引き抜く方法で、水鳥は皮膚が裂け、血を流すことがあります。

・植物性原材料 — アロエ、穀物、パイナップルの皮、りんごの皮などで作る革、大麻で作る毛皮、カロトロピスでつくるウールなど、様々な植物性の繊維や素材が近年急速に開発されています。

4.6 生きた動物の売買・展示等での利用を避けている

動物売買はもちろん、動物を展示したり広告やプロモーションに利用する場合、無理な繁殖や不適切な飼育、密輸、不要になった動物の殺処分、などの問題が存在する場合があります。さらに、広告自体が動物への配慮に欠け、批判の対象になるようなことも少なくありません。極力、生きた動物の利用は行わないことが望まれます。

なお、生き物を展示する動物園・水族館などはその多くが公共事業として存在しているため例外とされますが、そこでもアニマルウェルフェアの基準を遵守することが望まれます。

用語：

・アニマルウェルフェアに配慮されていない広告・プロモーション – 生きた動物を飼育または捕獲して撮影や人寄せ（アトラクション、展示、触れ合い等）に利用することを指します。動物性の素材の紹介のために実際の飼育現場の写真や映像を使うこと、野生生物の生態を野生下で適切な配慮のもと撮影した写真や映像を使うなどは問題には当たりません。

解説執筆者：岡田千尋・西原智昭

5.製品・サービスの情報開示をしている

企業は自らの商品やサービスについての情報を開示することが求められています。最終的な商品に直接かかわる事項はもちろん、資源調達や製造・流通・廃棄まで、ライフサイクル全体において環境や、人権等を含んだ社会的配慮についても適時適正な情報開示が求められています。

5.1 エシカルである等の主張をする際には裏付け情報（エビデンス）を示している

ISO/TS 17033 にもあるように、国際的にも、エシカルと主張する際には裏付け情報（エビデンス）が求められます。エシカルという言葉が浸透しつつある中で、何をもってエシカルとするのが曖昧なままであることも多く見られます。裏付け情報を担保し、必要な情報開示等を通じて説明することが、エシカル・ウォッシュの防止になるだけでなく、逆に企業の信頼性の向上にもつながり、非常に重要です。

これは、オーガニック、フェアトレード、サステナブル等を主張する場合も同様です。

用語：

・エビデンス – 主張を支持する「証拠」「裏付け」「客観的根拠」のことです。

・エシカル・ウォッシュ – エシカルを標榜しながら、実際にはエシカルではないこと。

参考：ISO/TS 17033:2019

Ethical claims and supporting information — Principles and requirements

5.2 可能な場合には認証を取得している

主要な原材料の調達やサプライチェーンにおいて、その原材料や事業活動に該当する分野の環境社会リスクを把握するためには、広く使われている信頼できる認証制度を取得したり、活用することが推奨されます。広くコンセンサスを得た基準に基づき、第三者による審査を含む認証制度は、透明性・信頼性が高いと考えられるからです。

参考：

代表的な認証制度 – 代表的な認証制度として以下のようなものがあります。

Sedex/SMETA；Sedex は、サプライチェーンにおける労働実務に関するリスクを管理するために創られたサプライチェーン管理システム。SMETA 監査（倫理監査）を受け、監査レポートを Sedex システム上で公開が可能。

ISO45001；労働安全衛生（OHSMS）に関する国際規格。

SA8000；社会的説明責任へのコミットメントの実証が可能な Social Accountability International (SAI) によって策定された国際規格。

これ以外に、国際認証及びサステナブル・ラベルとして、業種や原材料によって様々な認証があります。FSC、MSC、RSPO の他、繊維、フェアトレード、農業等。一般社団法人日本サステナブル・ラベル協会のサイト (<https://jsl.life/about/faq/>) なども参照するとよいでしょう。生物多様性に関する認証制度については、1.7 も参照してください。

5.3 サプライチェーンを透明化し、トレーサビリティを確保している

主要な原材料について最上流までトレーサビリティを確保すること、さらにその情報を公開することが、サプライチェーンの透明化に繋がり、エシカルの裏付け情報としての信頼性も増します。できれば主要な原材料だけでなく、部分的に使用する原材料においてもトレ

ーサビリティを確保することが求められます。

5.4 自社およびサプライチェーン全体の環境と社会への影響を把握している

製品・サービスの情報開示において、自社だけでなくサプライチェーン全体で環境と社会への影響を把握することが望まれます。たとえサプライチェーンが複雑だったり細分化されていても、個々のサプライヤーの環境と社会への影響を把握することが重要です。

用語：

モニタリング・システム - サプライチェーン全般にわたって環境と社会に与える影響をモニターする仕組みのことで、自社自身でその仕組みを作ることが基本ですが、第三者の目を入れたり、他のステークホルダーとともに構築したりすることが推奨されます。マルチステークホルダー方式のモニタリング・システムの例としては、イギリス等で組織されているエシカル・トレーディング・イニシアチブがあります。イギリスの場合 100 以上の企業、20 以上の NGO と労働組合が参加し、会員企業の海外に及ぶサプライチェーン上で労働規範が守られているかを NGO と労働組合がモニターし、企業に対して改善のための提言を行っています。

5.5 製品・サービスに関して適時・適正に情報開示を行い、説明責任を果たしている

製品・サービスに関する情報は日々変化していくことから、その情報開示を適時・適正に行うことが望まれます。その情報開示も法律等で求められる説明責任だけでなく、自ら積極的に情報を公開し、誰でもアクセスが可能にすること（オープン・アクセス）で、さらに透明性が増し、より良いエシカル製品・サービスへと繋がります。

用語：

解説執筆者：山口真奈美

6.事業を行なっている地域に対して配慮・貢献している

事業を行う地域に対して、企業が得ている利益やメリットを還元できているかという点も、企業のエンカレッジ度を評価する上で重要と考えられます。地域の伝統や文化を重んじる、地域の人々からの雇用を促進する、原材料の調達や生産も地域に配慮する、地域の抱える課題を解決する貢献活動にも積極的に取り組んでいる、などの点で、地域に対して十分な配慮・貢献をした経営を志すことが大切です。

6.1 地域の文化と伝統を尊重している

事業を行う地域に根ざした文化や伝統について、十分に配慮・尊重することが望まれます。事業が、地域の文化や伝統が持続し、発展することに寄与できることが理想です。

用語：

・文化、伝統、慣習 — 現在居住している人々のみならず、先住民族をも含め、その地域社会（コミュニティ）において時間をかけて育まれてきた考え方や価値基準、生活様式を指します。（ただし、一般的に、人々の自由や福利に反する行為（例えば、割礼など）は除きます）

6.2 事業を行なっている地域からの雇用を推進している

現在居住している人々をはじめ、地域の出身者やUターン組、Iターン組と呼ばれる移住者も含めて、地域にゆかりのある人々を積極的に雇用することが期待されます。優先枠を設けるのみならず、幹部や経営者にも、地域の人々を登用し、またそうした流れが恒常化するように地域の人々に対して働きかけ、能力を高める機会も設けると良いでしょう。

用語：

- ・地域住民 — その地域に暮らす人、地縁のある人として、出身者、移住者も含めます。
- ・幹部 — 課長以上の管理職を指します。

6.3 事業を行なっている地域からの調達を推進している

主要な原材料は地域から調達することを基本とし、理想的には全ての原材料を地域から調達、さらには地域において材料を生産することを目指します。

注記：例外のある場合にはその理由を説明する必要があります。

用語：

・原材料、原料と材料 — 原料と材料を合わせて原材料と呼びます。原料は製品が完成したときに原型をとどめていないものを指します。

例：大豆（原料）→豆腐（製品）、綿花（原料）→布（材料）→服（製品）

6.4 地域での生産を推進している

地域の経済発展に寄与することを目指して、地域での生産を持続的に行うことが期待されます。生産・加工にとどまらず、地域での付加価値の創造や地域経済を強化し、長期にわたって生産が継続するようにすることが望まれます。

6.5 地域の課題解決に貢献している

事業に関わる問題はもちろん、少子高齢化や過疎化など地域社会が抱える課題をも解決することに企業として貢献する視野を常に持ち続けることが望まれます。地域社会に貢献する活動に参加することは基本として、地域の課題を解決する主体となり、ステークホルダーと連携して積極的にアクションを起こすことも目指します。

用語：

・事業に関わる問題 — 公害や事業立地に関する地域住民の懸念の解消など、事業から直接派生する課題を指します。

解説執筆者：生駒芳子

7. 適正な経営を行っている

エシカルな企業であるためにはもちろん、エシカルな商品やサービスを提供していると言うためには、企業経営もエシカルである必要があります。法令等を遵守することはもちろんですが、それを超えて公平、公正、そして社会全体をエシカルにすることを目指す経営が望まれます。そのため、具体的には以下の7つの項目についての取り組みが期待されます。

7.1 自社のエシカル化を推進している

商品だけでなく、全社的にエシカルを目指す経営が行われていることが望まれます。

7.2 公益通報者を保護している

市民の安全や安心を損なうような企業不祥事はあってはならないことですが、こうした問題は内部からの通報をきっかけに明らかになることが少なくありません。公益のためになされる通報は、法律にも定められているように正当な行為であり、不利益な取り扱いから保護されなくてはなりません。また企業にとっても、自社の価値や社会的信用を守るために役立ちます。

社内の公益通報者を適切に保護することはもちろん、そもそも社内のあらゆるレベルにおいて不正が起きないようにし、またもしそうした問題につながりそうな事案があった場合には、それを社内でオープンに議論し、ともに解決していく風土があることが望まれます。

用語：

・公益通報者保護法 — 公益通報、いわゆる内部告発を行った労働者を保護する日本の法律で、2004年に公布、2006年4月1日に施行されています。

7.3 紛争や暴力の助長に加担しない

暴力を許したり、また紛争を助長するようなことはエシカルとは言えません。サプライチェーン上で暴力が発生したり、あるいは紛争鉱物の使用等、武装勢力を支援したり加担したりするようなことがないよう配慮することが求められます。

さらには、ビジネスの力を使うことで、人道支援をしたり、分断されていた地域をつなぐなど、紛争と暴力のない平和な社会づくりに貢献することも考えられます。

用語：

・暴力 — 身体への暴力はもちろん、精神的な暴力、性的暴力、経済的暴力、子どもを利用した暴力、社会的暴力を含みます。また、これらを見て見ぬふりをすることは、間接的に加担することになります。

・紛争鉱物 — 紛争や重大な人権侵害を引き起こす武装勢力や反政府組織の資金源となっている鉱物のことで、米国のドッド・フランク法で指定されたコンゴ民主共和国（旧：ザイール）及び周辺9ヶ国で産出されるスズ、タンタル、タングステン、金のいわゆる3TGに特に注意が必要です。

・軍事政権 — 近代国家において軍隊は政治的中立性を保つことが必要ですが、この原則に反して、軍が直接に支配している政権を指します。

7.4 自社にとってのマテリアリティ（重要課題）を特定し、課題解決に取り組んでいる

事業と社会のサステナビリティの観点から、自社にとってのマテリアリティ（重要課題）を特定し、それを公開した上で解決に取り組むことが望まれます。

用語：

・マテリアリティ — 自社にとっての重要な課題をマテリアリティと呼びます。より正確には、自社が経済、環境、社会に与える著しい影響に関わる課題や、ステークホルダーが自社を評価したり意思決定する際に影響を及ぼす課題を言い、優先順位をつけて示すのが一般的です。

7.5 政治関与（寄付・ロビーイング）を行う際には適正に行い、その情報は開示する

寄付やロビーイングなどの政治関与はすべてがいけないわけではなく、再エネの推進などエシカルのために有益な場合もあります。ただし、そうした政治への関与は透明性をもって行われることが必要であり、そのような方針を持つと同時に関与状況を公開していることが望まれます。

用語：

・寄付 — 政治団体への寄付（政治献金）は法律で規制されています。これに従うことはも

もちろんですが、報告義務がないような少額のものも含めて報告するなど、透明性を維持することが必要です。

・ロビーイング – ロビー活動とも。自社の考えを政府の政策に影響を及ぼすことを目的として行う政治活動のことを言います。癒着や買収のような違法な活動は許されませんが、たとえば、気候変動についてより野心的な目標を求めることを企業やその集まりが主張し、国会議員等に説明することは正当なロビーイングです。

7.6 納税は適正に行い、利益を社会に還元している

法律を遵守して納税を行うことはもちろんですが、合法的であっても租税回避は行わず、納税を通じた社会への経済的な貢献を果たすことが望まれます。

7.7 人材の多様性（ダイバーシティ）を高める経営を行なっている

人材におけるダイバーシティとは、性別（ジェンダー）、障がい、宗教、人種、国籍、ライフスタイル、家庭事情など、さまざまな属性があることを指します。社内のダイバーシティを高めることは、それがエシカルであるだけでなく、働きやすさを高めたり、個々人の能力が発揮しやすくなったり、さらには会社全体としての能力を向上させることが期待されます。

解説執筆者：足立直樹

8. サプライヤーやステークホルダーと積極的に協働している

エシカルな会社であるためには、エシカルな商品やサービスを提供しているだけでなく、サプライヤーやステークホルダーに対して公平、公正であるとともに、ともに協業してエシカルな社会を創っていく必要があります。そのため、具体的には以下の4つの項目についての取り組みが期待されます。

用語：

・サプライヤー – 商品の原材料などを供給する事業者。

・ステークホルダー — 企業・組織における利害関係者すべて。株主・社員・顧客だけでなく、地域社会も含めます。

8.1 サプライヤーと公平公正な取引を行なっている

商品の原材料を供給するサプライヤーは、時には下請けとも呼ばれ、経済的な依存関係にあるなど、不利な立場に置かれている場合があります。公平公正な取引を行っていると以为っていても、極端な値引き要求、非常識な納期、依頼途中の仕様変更、支払いの遅延や変更、取引条件が明文化されていないなどの懸念事項が、従来の商習慣の中に潜んでいることもあります。サプライヤーとの公平公正な取引により、相互の企業経営が健全で長期的に安定することが望まれます。

用語：

・下請法 — 日本国内においては下請法（下請代金支払遅延等防止法）があり、下請事業者の利益を守り、取引の適正化を図ることを目的に運用されています。

8.2 サプライチェーンの課題をサプライヤーと協力して解決している

エシカルな社会の実現には、サプライチェーン全体がエシカルな取り組みを行っていることが必要です。自社のエシカルな取り組みに満足するだけでなく、サプライヤーに対してもエシカルな取り組みを推進し、協力して課題を解決することが望まれます。

例えば、サプライヤーの下請けが児童労働・強制労働に加担しているなどはあってはならないことですが、実際にはこのような課題が今も多く存在しています。このような課題に対して、サプライヤーだけの問題として捉えるのではなく、ともに向き合い、本エシカル基準を守っていくことで、持続可能な社会を創っていくことが望まれます。

8.3 ステークホルダーと対話や協働を行っている

サプライヤーだけでなく、さまざまなステークホルダーとも対話と協働することで、エシカルを推進していくことが望まれます。

用語：

・ステークホルダー — 利害関係者のことですが、従業員、消費者、クライアント、株主、金融機関などの直接的な関係者はもちろん、地域社会や行政、NGO・NPO なども含みません。

8.4 市民社会の一員としてエシカルを広げることに役割を果たしている

エシカルな社会の実現に向けては、企業も市民社会の一員としての役割を担うことが大切です。様々なステークホルダーと積極的な対話や協働、アドボカシーに取り組むことが望まれます。

用語：

・アドボカシー — 政治的、経済的、社会的なシステムや制度における決定に影響を与えることを目的とした、個人またはグループによる活動や運動のことを言います。

解説執筆者：高津玉枝・原田さとみ

本基準の策定は、エシカル基準策定ワーキンググループ(WG)の以下のメンバーによって策定されました。

なお、メンバーはいずれも個人の立場として関与しており、本基準が各人の所属団体の考え等を代表するものではありません。

エシカル基準策定 WG メンバー一覧

足立 直樹*	株式会社レスポンスアビリティ 代表取締役
生駒 芳子*	ファッション・ジャーナリスト、内閣府・消費者委員会委員
薄羽 美江*	株式会社エムシープランニング 代表取締役
岡田 千尋*	NPO 法人アニマルライツセンター 代表理事
島田 広*	島田法律事務所 弁護士
白鳥 和彦*	武蔵野大学 工学部環境システム学科 特任教授
高津 玉枝	株式会社福市 (Love&sense) 代表取締役
田柳 優子	特定非営利活動法人 ACE
中島 佳織	認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン シニアディレクター
中原 秀樹*	地球環境戦略研究機関 シニアフェロー
西原 智昭	星槎大学 共生科学部 特任教授
原田 さとみ*	一般社団法人 日本フェアトレード・フォーラム代表理事
細田 琢	トヨタ・コニック・プロ株式会社
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
山本 良一*	東京大学 名誉教授
渡辺 龍也*	東京経済大学 現代法学部 教授

(五十音順、*印は、JEI 理事)

エシカル基準策定ワーキング WG 事務局

中嶋 麻喜	株式会社 FEM
編集	
岡瀬 由加理	株式会社アートダイナミクス

JEI エシカル基準 第1版

2021年10月13日発行

発行元：一般社団法人 日本エシカル推進協議会(JEI)

〒231-0011 神奈川県横浜市中区太田町 6-72-1-703

general@jeijc.org

<https://www.jeijc.org>