



食を通して社会に貢献する

toho

2025 年 6 月 23 日

報道関係者各位

認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン

株式会社トーホー

国内初 フェアトレード認証コーヒーの戦略的パートナーシップ締結

株式会社トーホー×フェアトレード・ジャパン

フェアトレードを通して途上国の生産者支援と気候変動対策を図ることを目的に

トーホーが 2035 年までに調達量 1.5 倍を目指す



認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン（東京都中央区/事務局長 潮崎 真惟子、以下「フェアトレード・ジャパン」）と外食産業向けに業務用食品卸売事業を展開する株式会社トーホー（神戸市東灘区/代表取締役社長 奥野邦治（以下「トーホー」）は、開発途上国の生産者支援と気候変動対策を図ることを目的に、このたび、フェアトレード戦略的パートナーシップを締結しました。このパートナーシップに基づき、トーホーは、2035 年 1 月期までに国際フェアトレード認証コーヒーの調達量を 1.5 倍（2025 年 1 月期対比）にすることを目指し、フェアトレード・ジャパンと連携して調達拡大と販売促進に取り組みます。国内上場企業として、**国際フェアトレード認証コーヒーの具体的な調達目標のコミットメントを掲げ、その目標達成に向けてフェアトレード・ジャパンと戦略的パートナーシップを締結する国内初めての事例**となります。

世界のコーヒー消費量は増え続ける一方、気候変動の影響で、気温上昇や降雨量の変化、病害虫の増加など、コーヒー（アラビカ種）の栽培に適した土地が 2050 年には半減し、生産量が大幅に減少すると言われています（コーヒー2050 年問題*1）。また、コーヒーの収穫が予測困難になることにより、生産者はほかの作物への転作をしたり、国内外に移住せざるを得ない人が出てきていたり、コーヒーの生産は人権・環境問題と密接に関わっています。

これから先、同じ価格・品質のコーヒーを飲み続けられない可能性がある中、2023 年に発表された International Coffee Organization（ICO）の調査*2 によると、日本のコーヒー消費量は、世界第 4 位で年間約 40 万トン消費しており、私たちにとって持続可能なコーヒーの生産は遠い地球の裏側の話ではなく、日常に影響を与える課題です。

そこで、開発途上国の生産者支援と気候変動対策を図っていくことを目的に、フェアトレード・ジャパンとトーホーは、「フェアトレード戦略的パートナーシップ」を締結し、双方で協力・連携をして、フェアトレード認証コーヒーの調達拡大、ならびにフェアトレードの普及推進を強化していきます。

【フェアトレード・ジャパン事務局長 潮崎真惟子コメント】

大手業務用食品卸売企業である株式会社トーホーがフェアトレード認証商品の調達量拡大にコミットしたことは、日本の外食産業におけるサステナビリティ推進の重要な一歩です。トーホーがフェアトレードの導入を積極的に進めていくことで、多くの飲食店にフェアトレード認証製品を届けることができ、生活者がフェアトレード認証製品を選択する機会も広がっていくでしょう。また、価格が優先されやすい業界において、持続可能性を踏まえたフェアトレード調達をビジネス戦略に組み込むことは、社会課題の根本原因からの解決を目指す大変重要な取り組みです。ESG の観点では企業価値向上やブランド向上にもつながります。そして、気候変動の脅威に直面する生産者に対して、持続可能な農業を実践するための資金や情報へのアクセスを可能にすることにより、生産者の生活の安定と企業としての中長期的な調達の安定の両面で大きな意味を持ちます。

今後はラインナップの充実や、国内でのフェアトレードの認知・理解の促進、さらには開発途上国での生産者支援・気候変動に関する共同プロジェクトなど幅広い連携を期待します。

【トーホー コーヒー部長 平松達也コメント】

当社グループはカフェ・レストラン・ホテルといった外食産業向けに業務用食品卸売事業を展開するとともに、そうしたプロのお客様に、70年以上にわたり、「toho coffee」のブランドでコーヒーを自社焙煎し、販売しています。フェアトレード認証コーヒーにつきましては、社会課題解決の一助として、2003年に国際フェアトレード認証ラベル商品の製造ライセンスを取得し、以降販売に注力しております。今回の戦略的パートナーシップ締結により、まずは2035年1月期の調達目標達成に向けて取り組み、外食産業への販売を通じてフェアトレード認証コーヒーのさらなる普及推進と認知度向上に寄与し、開発途上国の生産者支援と気候変動対策に貢献してまいります。当社グループは、今後も、「食を通して社会に貢献する」の経営理念のもと、サステナビリティ経営を推進し、持続可能な社会の実現に向けて、積極的に取り組んでまいります。

【トーホーの国際フェアトレード認証コーヒー】



トーホーはフェアトレード＆有機のダブル認証コーヒーを取り扱っています。
(全17SKU)
左から有機フェアトレードダーク、同エスプレッソ、同シティ、同フローラル、
フェアトレード有機珈琲粉・豆※、同ダーク粉・豆※
※プロの食材の店「A-プライス」で販売しています。

【フェアトレードとは？】

フェアトレードとは直訳すると「公平・公正な貿易」です。通常の取引では、市場価格の情報や販売先の選択肢の欠如により、末端の小規模生産者は、安く買い叩かれてしまうことが今も多くあります。その結果、生産者の生活水準低下、コスト削減を目的とした児童労働・強制労働、過剰な農薬による環境破壊や生産者が健康被害をうけるという問題が引き起こされます。フェアトレードは、人と環境に配慮して生産されたものを適正な価格で取引し、持続可能な生産と生活向上を支援する仕組みです。フェアトレードによる取引では、適正価格の保証・プレミアムの支払い、児童労働・強制労働の禁止、環境に配慮した生産などが行われます。国連のSDGs（持続可能な開発目標）の17の目標全ての達成に寄与すると言われ、特に8つ（目標1 貧困、目標2 飢餓、目標5 ジェンダー、目標8 労働環境、目標12 持続可能な消費と生産、目標13 気候変動、目標16 平和、目標17 パートナリーシップ）の達成に大きく寄与すると言われています。

【認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン】

1993年設立。国際フェアトレードラベル機構（Fairtrade International）の構成メンバーとして、日本国内における国際フェアトレード認証ラベルの認証・ライセンス事業、フェアトレードの啓発・アドボカシー活動を行います。国際フェアトレードラベル機構は、公正な取引を通じた世界の貧困問題の解決、生産者の持続可能な生活の実現を目指して1997年設立された国際組織。現在開発途上国70カ国・200万人以上の生産者・労働者と消費国30カ国メンバーが参加しています。（<https://www.fairtrade.net/jp-jp.html>）

【株式会社トーホー】

1947年創業。神戸市東灘区に本社を置き、外食産業向け業務用食品卸売事業やプロの食材の店「A-プライス」を展開するトーホーグループの持株会社。東京証券取引所プライム市場上場。連結売上高2,464億円（2025年1月期）、従業員数4,159名。業務用食品の専業卸としては国内最大手（売上高）となり、海外3カ国にも展開。（<https://www.to-ho.co.jp/>）

*1<https://worldcoffeeresearch.org/news/2015/climate-change-pinpointing-the-worlds-most-vulnerable-coffee-zones>

*2https://www.scribd.com/document/710961836/Coffee-Report-and-Outlook-December-2023-ICO?utm_source=chatgpt.com

【本件に関する問い合わせ先】

認定 NPO 法人フェアトレード・ラベル・ジャパン 北戸香那 | Kana Kitado
Mail : kitado@fairtrade-jp.org | Mobile : 070-1475-2294
株式会社トーホー コーポレート・コミュニケーション部 広報・IR グループ
山下・矢野 TEL 078-845-2523