



# FSC® Global Market Survey

Report 2018

Forest Stewardship Council®

# 目次

- はじめに
- 主な調査結果
- 調査手法
- 認証取得者
- プロモーションライセンス所有者



# 目次

## 認証取得者

### 回答者情報

- 回答率
- 地域別
- 企業規模別

### ハイライト

- 満足度及び認証更新の予定
- ビジネス上の理由及びメリット
- FSCの関連性とFSCの捉え方
- FSC認証製品の調達及び販売
- FSCについての情報発信

## プロモーションライセンス所有者

### 回答者情報

- 回答率
- 地域別
- 業界別

### ハイライト

- 満足度及びライセンス更新の予定
- ビジネス上の理由及びメリット
- FSCの関連性とFSCの捉え方
- FSC認証製品の調達及び販売
- FSCについての情報発信

# はじめに

FSCでは、FSC認証制度が認証取得者やFSC商標のプロモーションライセンス所有者にどのように受け止められているのかをよりよく理解するために2年に1度世界市場調査を実施しています。これによって私たちは利害関係者のニーズを把握するとともに、認証制度が時とともにどのように成長しているのかを把握することができます。また、このような情報は私たちがFSC制度を継続的に改善するために必須です。最新の調査結果は2018年に収集され、分析されたのち、本報告書にまとめられました。

前回までの調査では、高い満足度、ビジネスへのメリット、様々な業界におけるFSCの関連性などで高い評価が確認できました。この結果は今回の調査でも引き続き見られます。

大多数の回答者（認証取得者の75%、プロモーションライセンス所有者の76%）が、自身の認証やプロモーションライセンスに満足をしていると回答したことは大変うれしい結果です。2016年の調査結果と比べると満足をしていると回答した回答者が若干増えました。この結果は私たちが正しい方向に進んでいることを改めて示してくれています。

認証取得者は、FSC認証から多くのメリットを得ていると回答しています。特に顧客の需要に応えること、自身のビジネスの持続可能性方針についての情報発信、市場アクセスの改善についてこの傾向が顕著です。75%の認証取得者がFSCについて情報発信しており、その多くはオンラインにて行われています。

# はじめに

また、ほとんどの認証取得者は認証を更新する予定です。特に製紙・紙加工業界においては**95%**の回答者が認証を更新する予定であると答えています。すべての業界で、**FSC**と業界の関連性は維持されており、多くが**FSC**との関連性は高まると予想しています。

さらに、**FSC**商標のプロモーションライセンス取得者からも非常に励みになる回答が得られました。全般的に回答者は、**FSC**ラベルや認証が様々なメリットをもたらすと答えています。前回の調査からの興味深い変化として、**2016年**の調査では「自社の市場行動の透明性と信頼性のため」が最も重要なメリットであったのに対して、今回の調査結果では「顧客の要望を満たす」が最も重要なメリットでした。

国際ライセンスのサービス利用者の**80%**近くが、このサービスを便利だと答えています。また自己承認サービス利用者の**70%**が役立つと答えています。

**2019年**は私たちの**25周年記念**の年です。今回の調査結果は私たちのやっていることが正しいことを示し、またこれからさらに改善できる点を示してくれています。**FSC**は世界で最も信頼できる持続可能な森林管理のソリューションで在り続けます。

このような調査ができたこと、ご協力いただきました認証取得者とプロモーションライセンス所有者の皆様には感謝申し上げます。

**FSC**事務局長  
キム・カールステンセン



# 主な調査結果

## 高い満足度

大多数の認証取得者（75%）とプロモーションライセンス所有者（76%）が、自身の認証やプロモーションライセンスに満足している、または大変満足していると回答し、全回答者の89%が認証やプロモーションライセンスを更新する予定であると回答しました。

## 高まるFSCの関連性

ほとんどの認証取得者とプロモーションライセンス所有者がそれぞれの業界とFSCの関連性が将来的にも維持されるまたは高まると予想しており、後者を予想した回答者の数の方が多いという結果でした。

## 得られているメリット

新たに認証を取得した企業が認証を取得した主な理由は顧客の需要への対応、競争力の強化そして市場アクセスの改善でした。これらの回答は、1年以上認証を維持している企業が感じているFSCのメリットと一致しています。

一方、プロモーションライセンス所有者の調査結果からは、初めてプロモーションライセンスを取得した企業の主な取得理由は社会的責任、広報活動そして競争力の強化でした。これらの回答も、1年以上ライセンスを所有している企業が感じているFSCのメリットと一致しています。

これらの結果から、FSC認証を取得する際、またはプロモーションライセンスを取得する際に企業が見込んでいるメリットは、その後長期にわたり感じられることが示されています。

# 調査手法

## 調査

本調査は、ドイツのボン大学に拠点を置く、FSCとは独立した研究所であるUZBonnによって実施されました。調査は2018年10月31日から12月3日にかけてオンラインアンケートを用いて行われました。

## 対象

アンケートへのリンクを含む、市場調査への協力依頼メールはすべてのFM認証取得者（n=4）、FM/CoC認証取得者（n=1,538）、CoC認証取得者（n=33,032）、CW/FM認証取得者（n=39）、そしてFSC商標のプロモーションライセンス取得者に送られました。

プロモーションライセンス所有者には、営利組織と非営利組織の両方が含まれています。

アンケート送付者総数は認証取得者が34,613名、プロモーションライセンス所有者が833名でした。

## 言語

認証取得者のアンケート調査は21の言語で実施され、プロモーションライセンス所有者のアンケート調査は12の言語で実施されました。

## 分析

「わからない」という回答は、特にコメントがない限り未回答として処理されました。

## 動機付け

アンケートへの回答を促すために、認証取得者とプロモーションライセンス所有者の両者に対して業界別ベンチマークレポートの送付が提示されました。

# 調査手法

## データ保護

アンケート調査への参加は任意であり、UZBonnからFSCが受領するデータは、回答者が明確に匿名化不要の意思表示をしない限り匿名化されました。

## 認証取得者とプロモーションライセンス所有者

FSC森林管理（FM）認証は、特定の森林がFSCの原則と基準に従って管理されていることを確認するものです。認証は森林管理者または森林所有者に対して発行されます。

FM/CoC認証は、FSC認証林産物を顧客に販売するFM認証事業体に適用され、林産物が確実に認証されている管理森林に由来することを保証するものです。

CoC認証はFSC認証林産物の製造、加工、流通に関わる組織に適用され、製造加工工程を通じてFSC認証原材料が識別されているか、非認証または非管理原材料と分別されているかを確認するものです。FSC認証は5年間有効です。

CW/FM認証は、FSCが許容できないと定義する木材カテゴリーを避けるための認証です。FSC管理木材はFSC認証材と混ぜて使用することでFSCミックスラベル付き製品の製造に使用できます。

小売店やブランドオーナーのようなプロモーションライセンス所有者は、FSCと商標ライセンス契約を交わした組織であり、これによってFSC商標を使用する権利を付与されており、広告宣伝媒体やマーケティングキャンペーンを通じてFSCの活動をサポートしています。

# 認証取得者

## 回答率

**FSC認証取得者の約12.7%（32,086名中4,062名）**がアンケート調査に回答しました。回答者全体の**93%**が**CoC認証取得者**、そして**7%**が**FM/CoC認証取得者**でした。回答者には**1名**の**FM認証取得者**と**5名**の**CW/FM認証取得者**も含まれます。回答者の**85%**が**単独認証取得者**、**12%**が**マルチサイト認証取得者**、**3%**が**グループ認証取得者**でした。この回答率は現在の森林管理認証取得者数と**CoC認証取得者数**の割合を反映しています。

## 地域別

アンケート実施時に**FSC認証取得者は123か国**に存在しており、**アンケート回答者は95か国**に分布しています。約**50%**の回答は、ドイツ、イタリア、アメリカ、中国、イギリス、日本、ポーランド、ブラジル、オランダ、ロシアといった**FSC認証取得者数が多い10か国**から寄せられました。

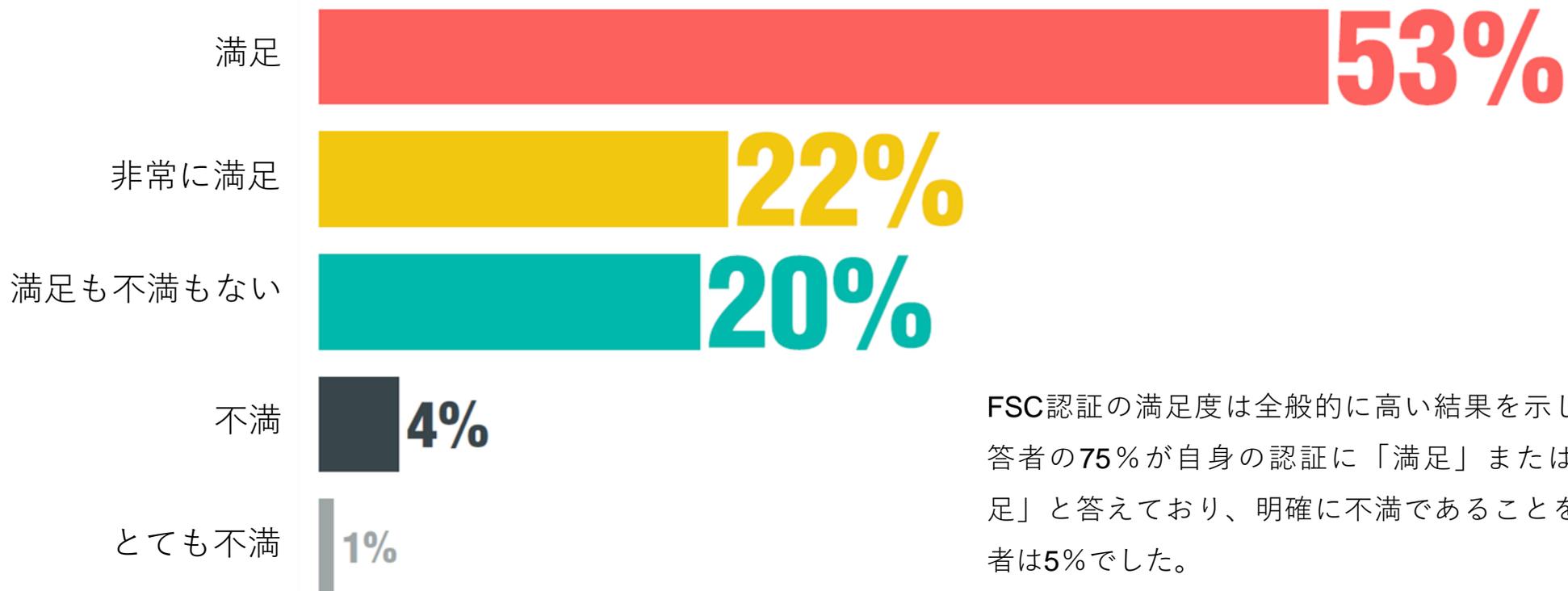
## 企業規模別

アンケート実施時の林産物の売り上げベースで**69%の認証取得者が中規模**、**23%が小規模**、そして**8%が大規模企業**でした。

# ハイライト

## 高い満足度

Q:あなたはFSC認証にどの程度満足していますか？

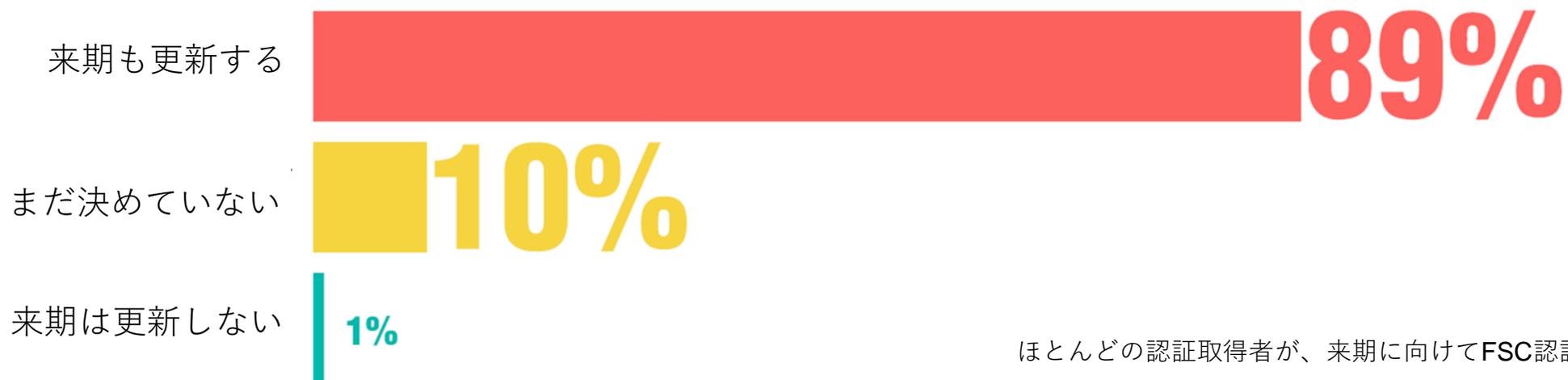


FSC認証の満足度は全般的に高い結果を示しました。回答者の**75%**が自身の認証に「満足」または「とても満足」と答えており、明確に不満であることを示した回答者は**5%**でした。

# ハイライト

## 継続的なFSCへのコミットメント

Q: FSC認証の更新に関するお考えをお知らせください。

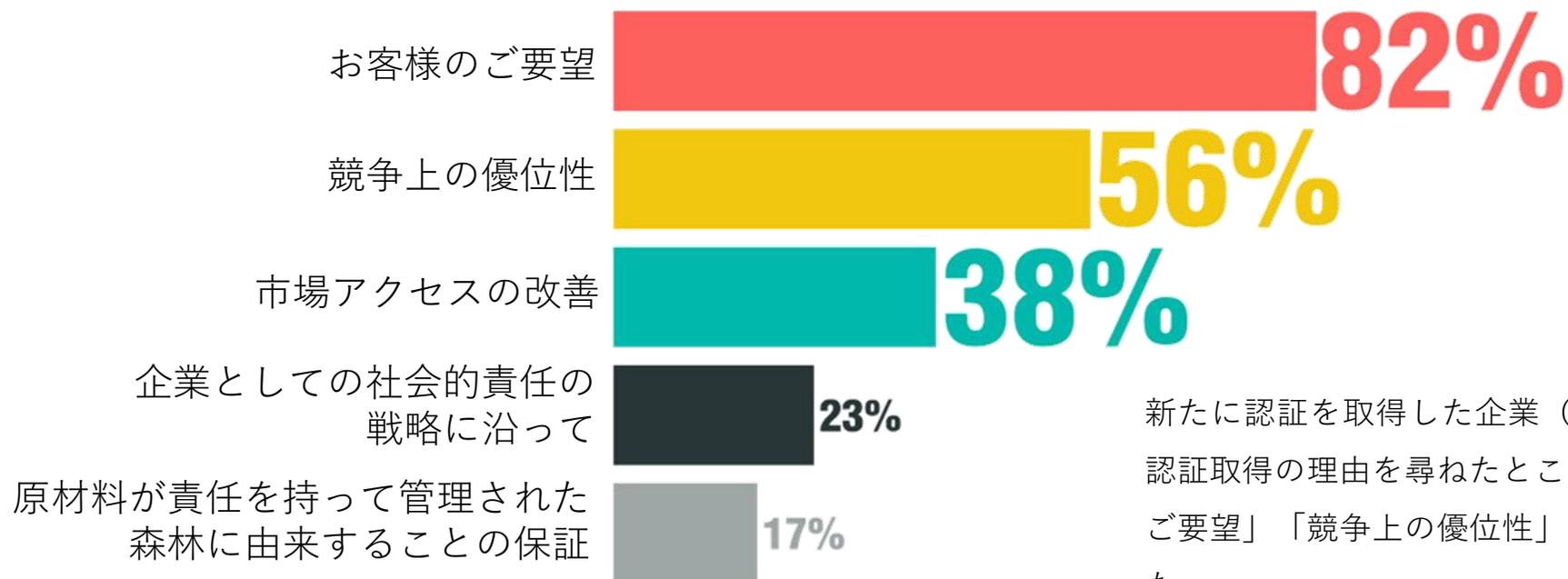


ほとんどの認証取得者が、来期に向けてFSC認証を更新する予定であると回答しました。更新しない予定であると回答したのは1%でした。回答者の10%はまだ未定でした。

# ハイライト

## FSCの高い需要

Q:貴社がFSC認証を取得された理由は何ですか？



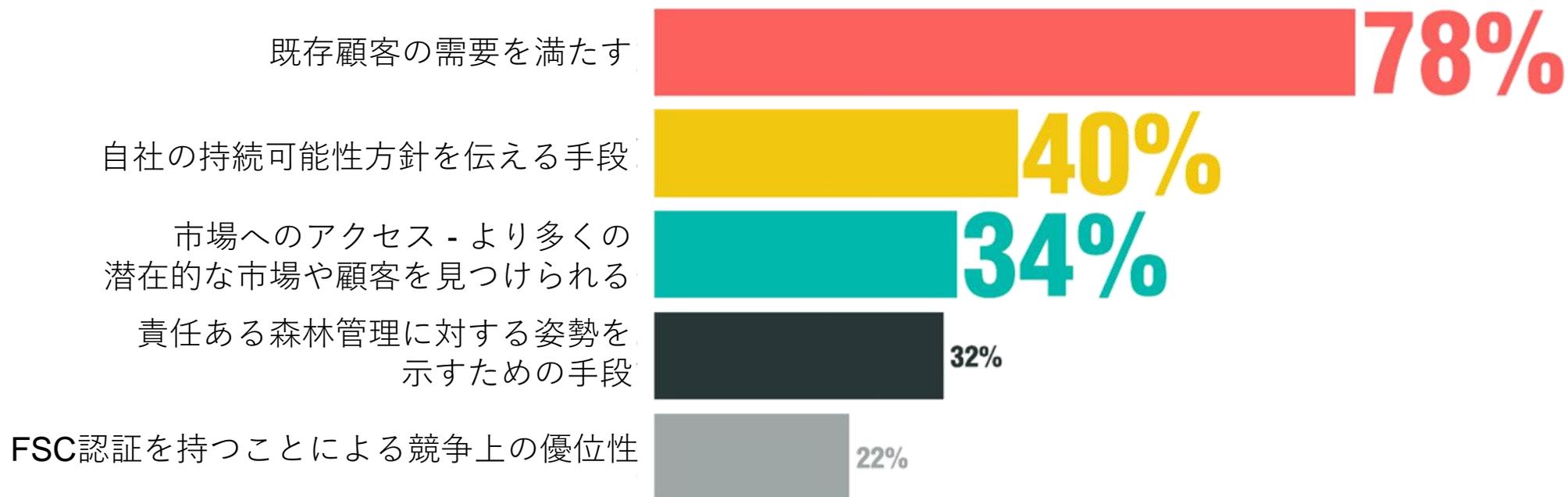
新たに認証を取得した企業（取得から1年以内）に対して、認証取得の理由を尋ねたところ、主な回答は、「お客様のご要望」「競争上の優位性」「市場アクセスの改善」でした。

全般的に、市場の要求に応えることや事業における必要性に関する理由が、社会・環境的な情報発信を上回っていました。

# ハイライト

## FSCがもたらすビジネス上のメリット

Q: FSC認証を保持していることの一歩重要なメリットは何ですか？



# ハイライト

## FSCがもたらすビジネス上のメリット

Q: FSC認証を保持していることの一番重要なメリットは何ですか？

長期に渡り認証を維持している企業のほとんどが、FSC認証を維持していることも最も重要なメリットは「既存顧客の需要を満たす」ことであると回答しました。次点で「自社の持続可能性方針を伝える手段」と「市場へのアクセス - より多くの潜在的な市場や顧客を見つけられる」が続きました。

「既存顧客の需要を満たす」と「市場へのアクセス - より多くの潜在的な市場や顧客を見つけられる」は、新たに認証を取得した企業が認証を取得した主な理由と一致します。これは、認証取得者が当初期待していたメリットが長期に渡り感じられていることを示唆しており、とても励みになる結果です。

# ハイライト

## 高まるFSC認証の関連性

Q:あなたの業界において、業界とFSC認証の関連性は変化していると思いますか？



ほとんどの回答者は、FSC認証と自身の業界の関連性が、少なくとも変わっていないか、または高まっていると回答しました。その中でも関連性が高まるという回答が多く、関連性がなくなっているという回答は11%だけでした。

# ハイライト

## 好意的に捉えられているFSC

Q: 次のそれぞれの文章に対する同意の割合を教えてください。

	強く同意する	同意する	どちらとも言えない	同意しない	強く反対する
FSC認証は、企業イメージの向上に役立つ	22%	61%	13%	2%	2%
FSCは信頼できる組織である	20%	56%	18%	3%	2%
FSCは、当社の社会的責任への取り組みを伝えるのに役立つ	18%	56%	19%	5%	2%
FSC規格には一貫性がある	13%	51%	25%	6%	4%
当社の顧客は、FSC認証を木材の合法性の証として考えている	19%	51%	23%	5%	3%
FSC認証は、合法性に関するリスクを減らすのに役立つ	16%	46%	27%	7%	4%
FSCラベルは製品に付加価値を与える	21%	45%	23%	7%	4%
FSCラベルに対する消費者の認知度が高まっている	11%	39%	32%	13%	4%

# ハイライト

## 好意的に捉えられているFSC

Q:次のそれぞれの文章に対する同意の度合を教えてください。

この質問では、FSC、FSC認証、FSCラベルに関する様々な文章への同意の度合いを尋ねました。回答はFSCに対する好意的な捉え方を示すものでした。平均的にすべての文章について、反対よりも同意という回答が多い結果でした。最も同意を得た文章は、「FSC認証は、企業イメージの向上に役立つ」「FSCは信頼できる組織である」「FSCは、当社の社会的責任への取り組みを伝えるのに役立つ」でした。

# ハイライト

## 増加する調達量と販売量

Q: 貴社の過去2年間におけるFSC認証製品の調達は、それ以前と比較していかがですか？

Q: 貴社の今後2年間におけるFSC認証製品の調達計画について教えてください。

### 調達

以前よりも割合が  
増えた / 増える



前と同じ割合



以前よりも割合  
が減った / 減る



# ハイライト

## 増加する調達量と販売量

Q:貴社の過去2年間におけるFSC認証製品の調達は、それ以前と比較していかがですか？

Q:貴社の今後2年間におけるFSC認証製品の調達計画について教えてください。

FSC認証製品を調達している**認証取得者の半数**近くが、**過去2年間**におけるFSC認証製品の調達割合が以前から変わっていないと回答し、約**3分の1**がFSC認証製品の割合が増えたと回答しており、割合が減ったと回答した認証取得者は全体の**14%**のみでした。

また多くの回答者が、**今後2年間**におけるFSC認証製品の調達割合が増える見込みであると回答しました。回答者の**48%**がFSC認証製品の調達割合が変わらないであろうと回答している中、**45%**が調達割合が増える見込みであると回答しており、調達割合が減る見込みであると回答したのは**7%**のみでした。

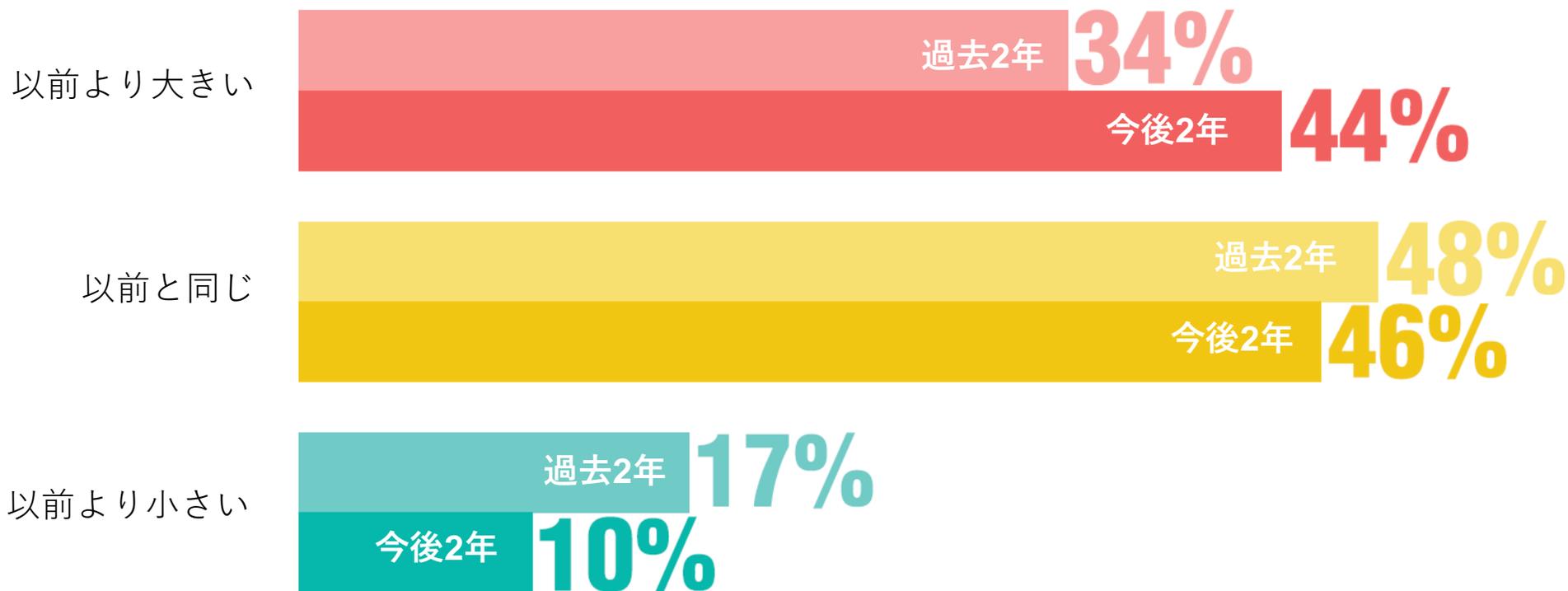
# ハイライト

## 増加する調達量と販売量

Q: 貴社の過去2年間におけるFSC認証製品の売上高は、それ以前と比較していかがですか？

Q: 貴社の今後2年間におけるFSC認証製品の売上傾向について、どのように見えていますか。

### 販売



# ハイライト

## 増加する調達量と販売量

Q:貴社の過去2年間におけるFSC認証製品の売上高は、それ以前と比較していかがですか？

Q:貴社の今後2年間におけるFSC認証製品の売上傾向について、どのように見えていますか。

認証取得者の半数近くが、**過去2年間**における**売上に占めるFSC認証製品の割合**は変わっていないと回答しており、約3分の1が増加したと回答しています。割合が減ったと回答したのは17%のみでした。回答者の46%が、**今後2年間**における**売上に占めるFSC認証製品の割合**が変わらないと予想しており、44%が増加すると予想しています。割合が減ると回答したのは10%のみでした。

この調査は取引される認証製品の数量を正確に把握するものではないので、この結果だけでは市場全体におけるFSC認証製品の総シェアがどのように変化しているのか確実なことは言えません。しかしこの結果は、市場におけるFSC認証製品のシェアが増えていることを強く示唆しています。

# ハイライト

## 活発な情報発信

Q:貴社はFSCに関する情報発信をしていますか？

はい、FSCに関する情報を発信しています

75%

いいえ、  
情報発信は  
していません

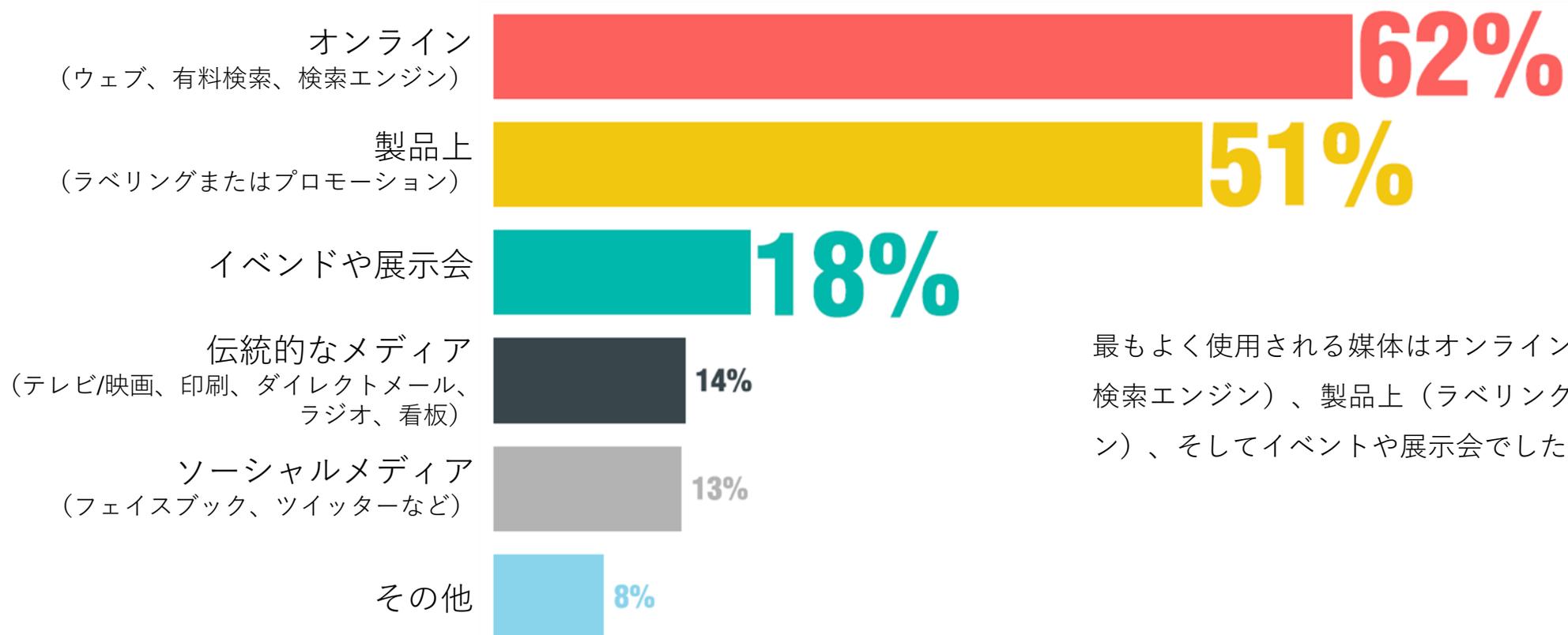
25%

認証取得者の4分の3が、FSCに関する情報発信をしていると回答しました。

# ハイライト

## 活発な情報発信

Q: はいの場合、その媒体は？



最もよく使用される媒体はオンライン（ウェブ、有料検索、検索エンジン）、製品上（ラベリングまたはプロモーション）、そしてイベントや展示会でした。

# プロモーションライセンス所有者

## 回答率

プロモーションライセンス所有者の**17.5%**（749名中131名）がアンケート調査に回答しました。

## 地域別

プロモーションライセンス所有者が所在する全**64**か国の半分以上である**34**か国から回答が寄せられました。アンケートに回答をしたプロモーションライセンス所有者の**70%**近くがヨーロッパとアジアに所在しています。

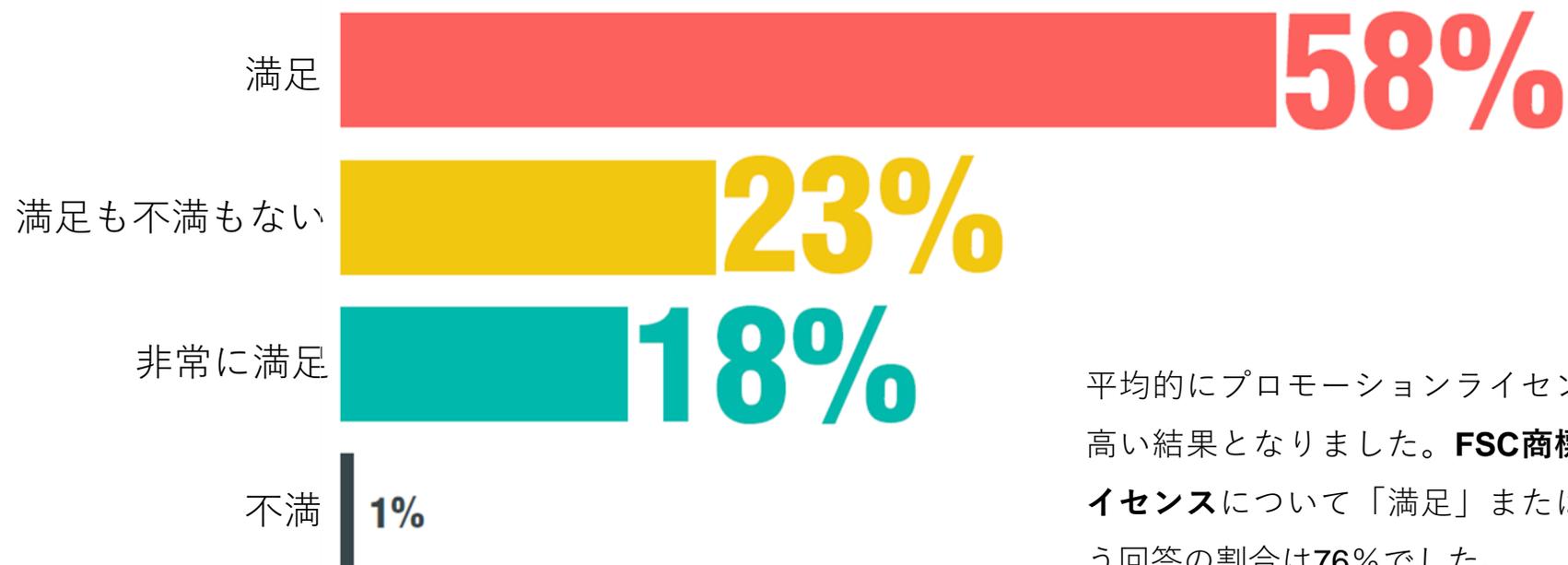
## 業界別

プロモーションライセンス所有者の多くはサプライチェーンの末端で消費者と直面する小売業者などですが、**FSC**の普及に貢献している持株会社、**FSC**会員、**NGO**、投資会社なども含まれます。回答者の半数強が小売業者、仲介・流通業者、輸入業者、販売代理店、コンサルタントや研修会社でした。その他多かったのは非営利団体でした。

# ハイライト

## プロモーションライセンスの高い満足度

Q:あなたは、プロモーションライセンスにどの程度満足していますか？



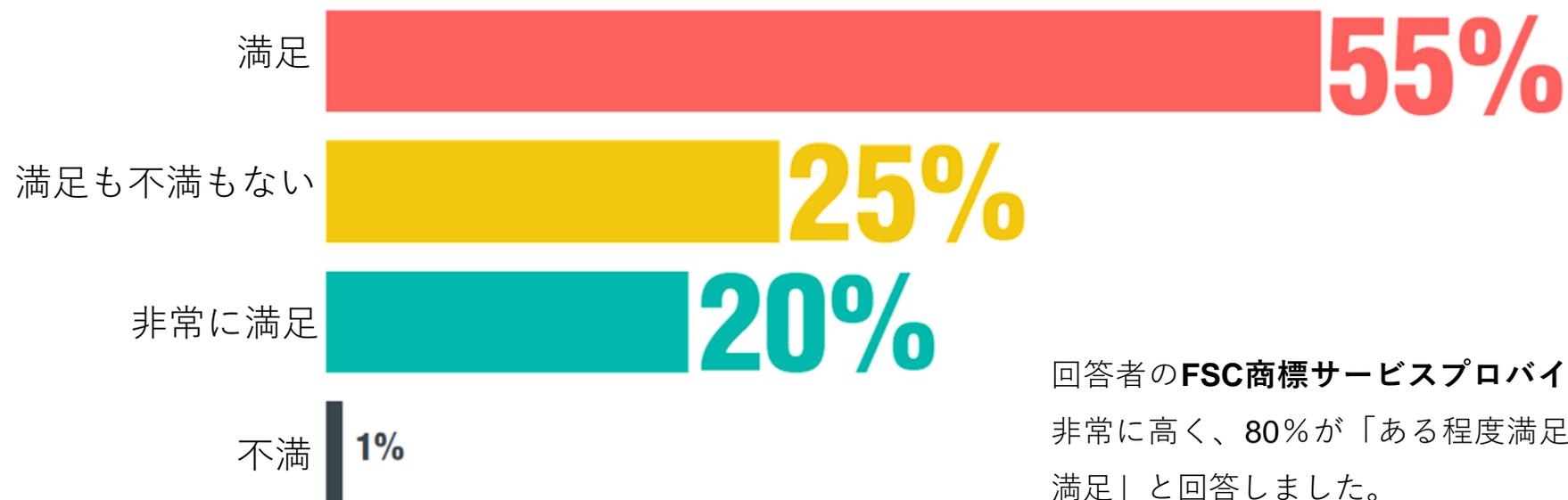
平均的にプロモーションライセンス所有者の**満足度**は高い結果となりました。**FSC商標のプロモーションライセンス**について「満足」または「非常に満足」という回答の割合は**76%**でした。

プロモーションライセンスに「不満」であると回答したのは**1%**のみでした。「非常に不満」という回答はありませんでした。

# ハイライト

## FSC商標サービスプロバイダーの高い満足度

Q:あなたは、FSC商標サービスプロバイダーにどの程度満足していますか？



回答者の**FSC商標サービスプロバイダーの満足度**は、非常に高く、80%が「ある程度満足」または「非常に満足」と回答しました。

FSC商標サービスプロバイダーに「不満」であると回答したのは1%のみであり、「非常に不満」という回答はありませんでした。

# ハイライト

## 高い更新率

Q: FSCの商標ライセンスの更新に関するお考えをお知らせください。

来期も更新する  
(定期的な更新)



まだ決めていない



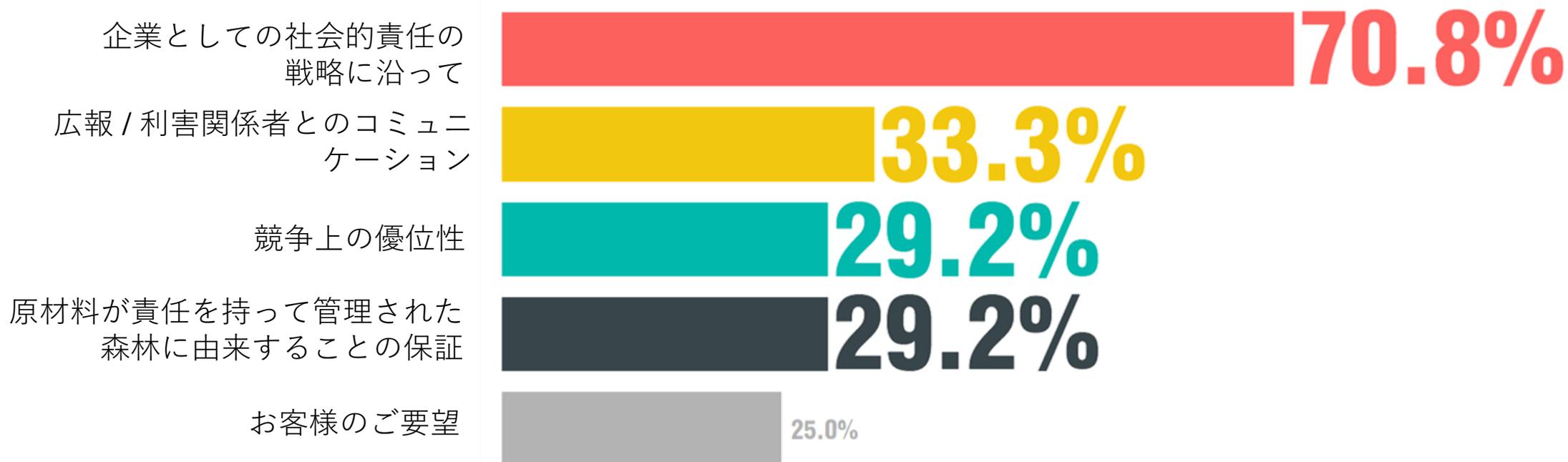
90%近い回答者が、来期もプロモーションライセンスを更新する予定であると回答しており、11%がまだ更新をするかどうか決めていないと回答しました。

ライセンスを返上するという回答はありませんでした。

# ハイライト

## 最も重要なCSR

Q:貴社がプロモーションライセンスを取得された理由は何ですか？



# ハイライト

## 最も重要なCSR

Q:貴社がプロモーションライセンスを取得された理由は何ですか？

新たにプロモーションライセンスを取得した企業に、取得理由を尋ねたところ、70%を超える回答者が「企業としての社会的責任の戦略に沿って」という理由を1番に挙げました。

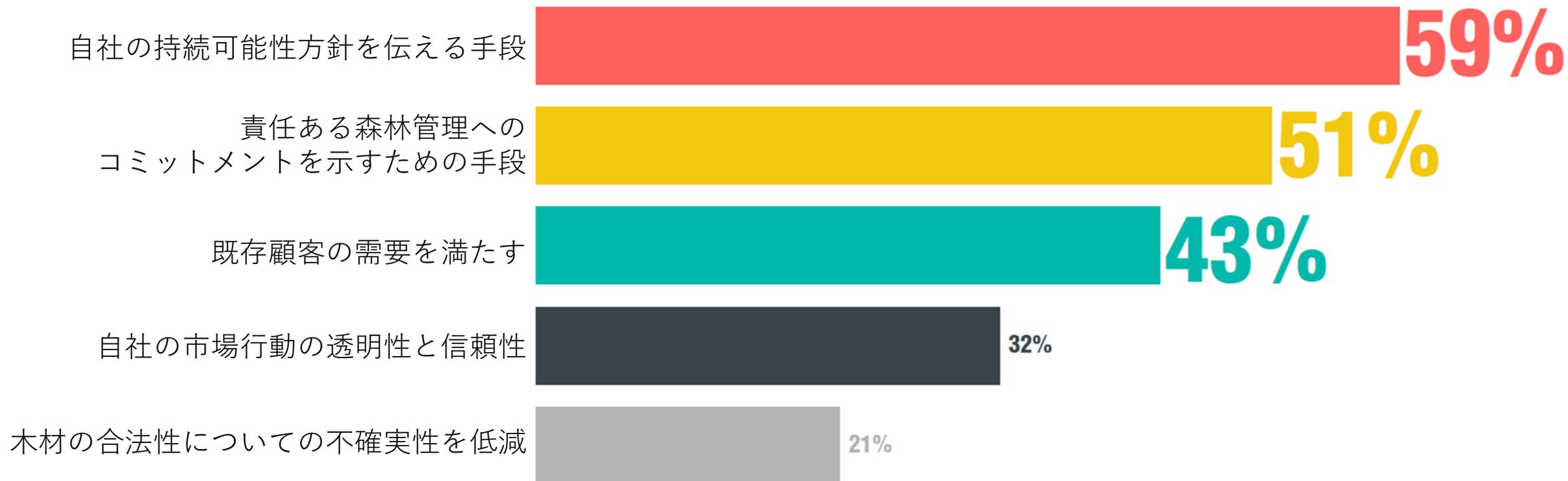
その他多く選択された理由には、「広報/利害関係者とのコミュニケーション」(33%)、「原材料が責任を持って管理された森林に由来することの保証」(29%)があります。

全般的に、社会・環境的な情報発信が、市場の要求に応えることや事業における必要性に関する理由を上回っていました。

# ハイライト

## コミットメントを伝えるために利用されているFSC

Q: FSC商標ライセンスを保持し、FSC認証製品の販売促進をする最も重要なメリットは何ですか？



# ハイライト

## コミットメントを伝えるために利用されているFSC

Q: FSC商標ライセンスを保持し、FSC認証製品の販売促進をする最も重要なメリットは何ですか？

プロモーションライセンス所有者がFSCのメリットとして考えるもので、一番多かったのは「自社の持続可能性方針を伝える手段」（59%）でした。次に「責任ある森林管理へのコミットメントを示すための手段」（51%）と「既存顧客の需要を満たす」（43%）が続きます。

# ハイライト

## 重要性を増すFSC

Q: FSC認証製品のプロモーションはどのような重要性を持っていますか？

ますます重要になっている



あまり変化がない



ますます重要性が低下している

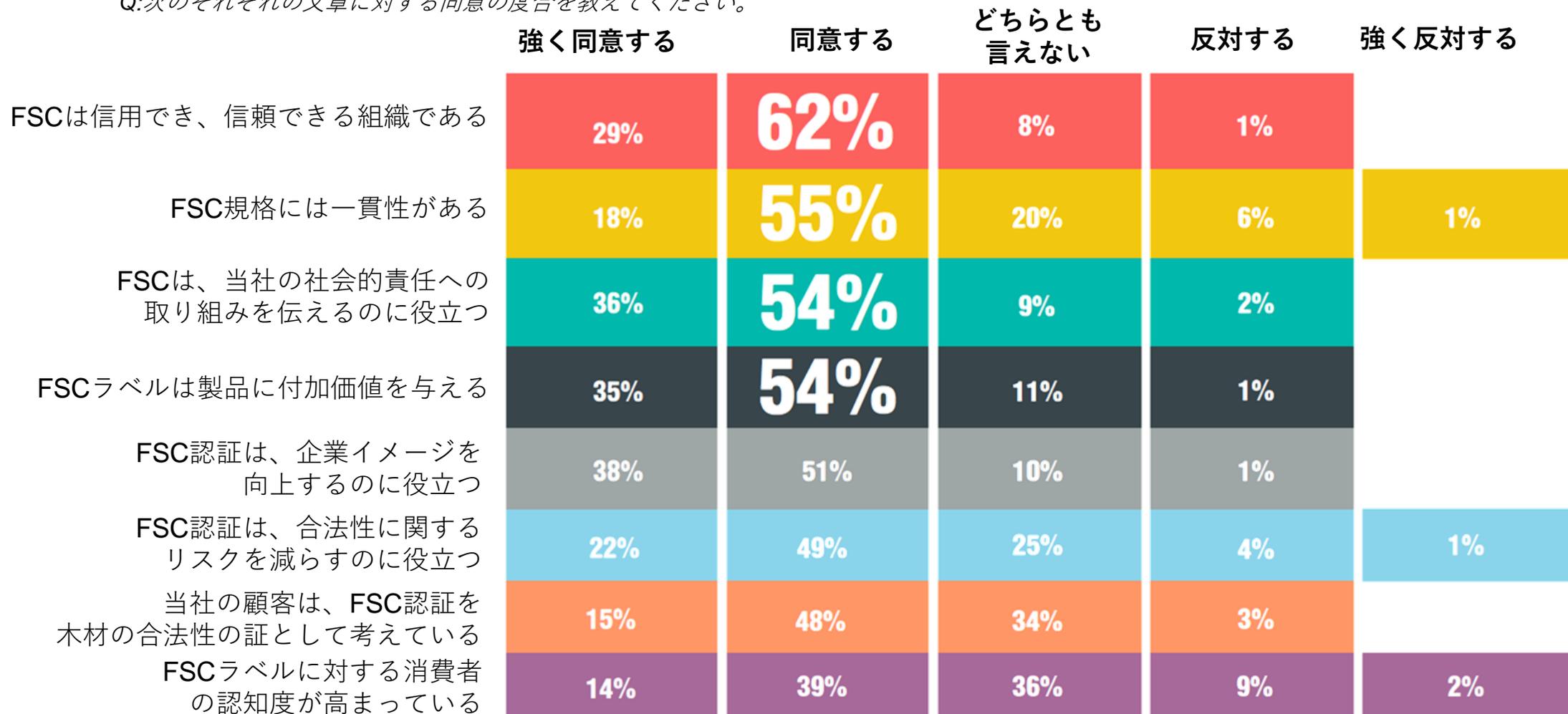


プロモーションライセンス所有者の63%が、FSC認証製品のプロモーションがますます重要になっていると回答しました。

# ハイライト

## 好意的に捉えられているFSC

Q: 次のそれぞれの文章に対する同意の度合を教えてください。



# ハイライト

## 好意的に捉えられているFSC

Q:次のそれぞれの文章に対する同意の度合を教えてください。

この質問では、プロモーションライセンス取得者に対してFSC、FSC認証、FSCラベルに関する様々な文章への同意の度合いを尋ねました。

回答はFSCに対する好意的な捉え方を示すものでした。平均的にすべての文章について、反対よりも同意という回答が多い結果でした。最も同意を得た文章は、「FSCは信用でき、信頼できる組織である」「FSC規格には一貫性がある」「FSCは、当社の社会的責任への取り組みを伝えるのに役立つ」でした。

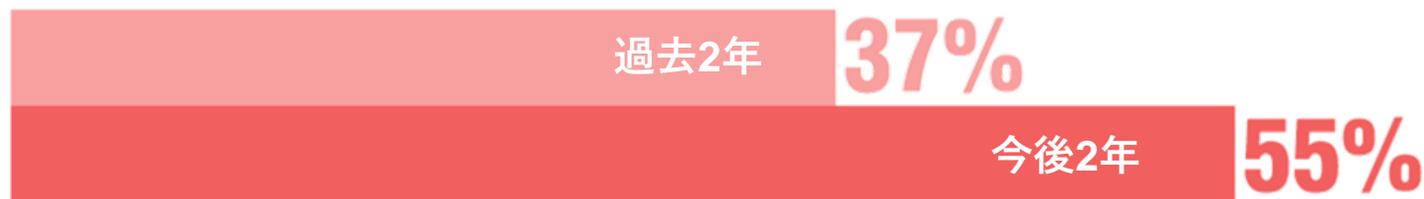
# ハイライト

## 前向きな見通し

Q: 今後2年間の貴社のFSC認証製品の動向はどのように見ますか？

Q: 自社によるFSC認証製品の販売/使用に関して、過去2年間はそれ以前と比較していかがですか？

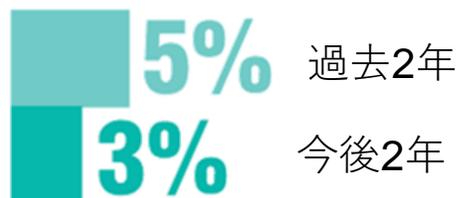
FSC製品のシェアは  
以前よりも大きい



FSC製品のシェアは  
以前と同じ



FSC製品のシェアは  
以前よりも小さい



# ハイライト

## 前向きな見通し

Q: 今後2年間の貴社のFSC認証製品の動向はどのように見えますか？

Q: 自社によるFSC認証製品の販売/使用に関して、過去2年間はそれ以前と比較していかがですか？

多くのプロモーションライセンス取得者が、**過去2年間**、FSC認証製品の販売/使用シェアが変わっていないと回答しました（58%）。40%近くがFSC認証製品の販売/使用シェアが増えたと回答しており、減ったという回答は5%のみでした。

また、**今後2年間**のプロモーションライセンス取得者の見通しは明るい兆しを見せています。回答者の半数以上（55%）が、FSC認証製品のシェアが増えると予想しており、将来的にFSC認証製品のシェアが減るという予想は3%のみでした。

# ハイライト

## 幅広い情報発信

Q:貴社はFSCについて情報発信していますか？

はい、FSCに関する方法発信をしています

95%

5%

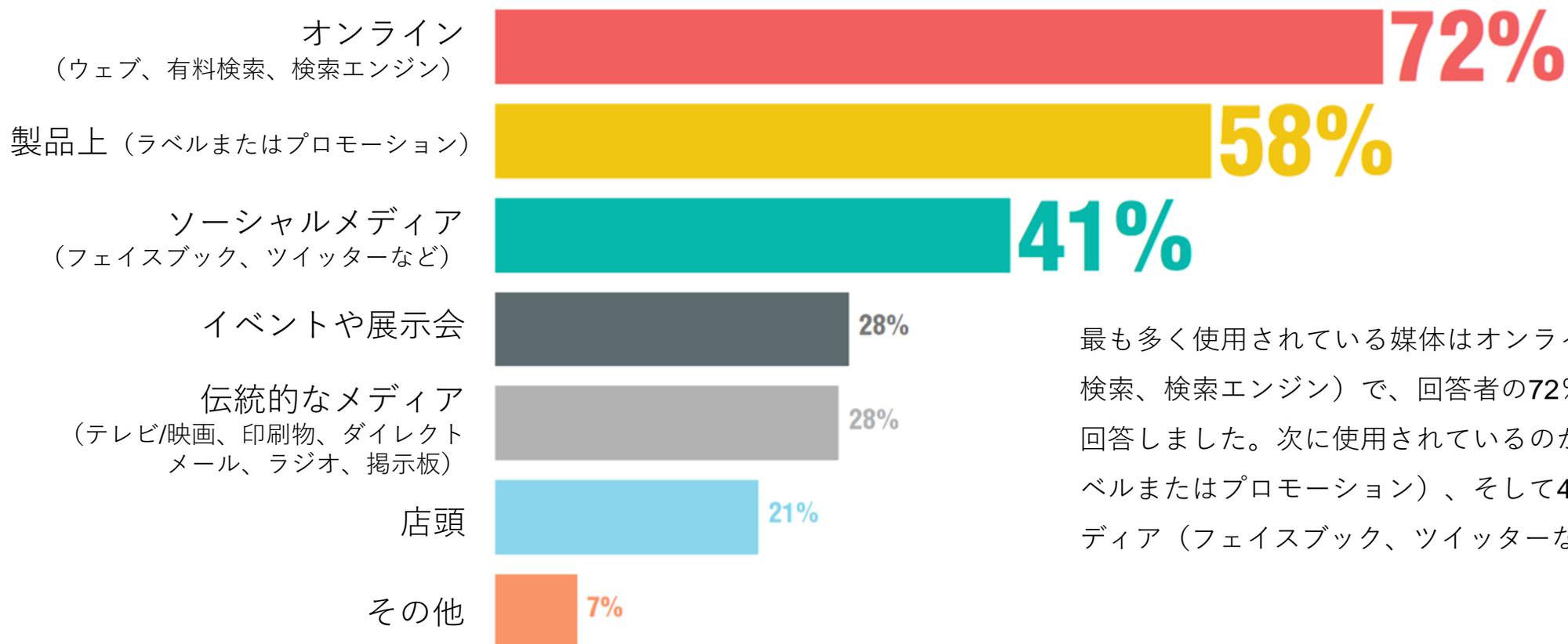
いいえ、  
情報発信をして  
いません

大多数（130名中123名）が、FSC認証に関する情報発信をしていると回答しました。

# ハイライト

## 幅広い情報発信

Q: はいの場合、媒体は？



最も多く使用されている媒体はオンライン（ウェブ、有料検索、検索エンジン）で、回答者の72%が利用していると回答しました。次に使用されているのが58%の製品上（ラベルまたはプロモーション）、そして41%のソーシャルメディア（フェイスブック、ツイッターなど）でした。



FSC International  
FSC Global Development GmbH  
Adenauerallee 134, 53113 Bonn, Germany

©2019 Forest Stewardship Council, A.C. All rights reserved.

著作権で保護された本文書をFSC Global Development GmbHの書面での許可なく、あらゆる様式、手段（コピー、録画、録音、情報検索システムなどを含めた電子的、機械的手段）での使用、複製、発信を禁止する。

FSC® F000100