

					
一般情報					
目的	ベター・コットンを持続可能な製品の主流にしていくことにより、市場を革新すること。	グローバルな織/編物産業のためのサステナブル・アフリカン・コットン	取引を公正に、小規模生産者とその従業員に力を与え、持続可能な生活を育む。	自然環境、人々、地域コミュニティを維持しながら高品質で高収量の繊維を生産すること。	土壌、生態系、そして人々の健康を維持すること。
概要	BCIは主流の綿花生産のサステナビリティの改善に取り組んでいる。ベター・コットンと認められるためには、栽培者は最低限の環境的、社会的要件を満たさなければならない。認証プログラムには、継続的に改善していくことが重要なポイントである。	アフリカで作られた綿花は、アフリカの規模農家の生活状況を援助するAid by Trade Foundation (AbTF)のイニシアチブである。CmiAと認められるためには栽培者は最低限の環境的、社会的要件を満たさなければならない。	適切な価格、適切な労働環境、農家にとってより公正な取引を実現することで、フェアトレードは取引の実情を変える。フェアトレードのスタンダードは農家に、民主的な生産者の組織や環境に配慮した農業プラクティスを進めていくことを求める。フェアトレードはフェアトレード・ミニマム・プライスやフェアトレード・プレミアムを確かなものにする。	myBMP(ベスト・マネジメント・プラクティス)プログラムはオーストラリア綿花産業の環境的、社会的スタンダードである。全ての認証を達成するためには、栽培者は土壌の質、水管理、自然資産、害虫管理、エネルギー効率、従業員の健康と安全といった10モジュールにわたる400以上のチェックリスト項目を満たさなければならない。	オーガニックコットンは輪作システムで栽培されている。
生産					
生産国 (記載がない限り 2015/2016年度)	中国、インド、イスラエル、マダガスカル、マリ共和国、モザンビーク、パキスタン、セネガル、南アフリカ、タジキスタン、トルコ、アメリカ - さらに11ヶ国でスタンダードが設定された。	カメルーン、コートジボアール、エチオピア、ガーナ、モザンビーク、タンザニア、ウガンダ、ザンビア、ジンバブエ	ブルキナファソ、インド、キルギスタン、タジキスタン、セネガル、ウガンダ	オーストラリア	ベナン、ブラジル、ブルキナファソ、中国、エジプト、インド、イスラエル、キルギスタン、マリ、パキスタン、ペルー、セネガル、タジキスタン、タンザニア、タイ、トルコ、ウガンダ、アメリカ
繊維生産 2015/16年度 (メトリック トン)	25,13,000	2,80,814	43,481	71,400	1,07,980
綿花の総栽培量のマ ーケットシェア (2015/2016年度)	11.93% (2015)	1.33%	0.21%	0.28%	0.51%
生産高成長率 (2014/15年から 2015/16 年度)	28% 増加	18% 減少	190% 増加	79% 増加	4% 減少
生産の目標成長率	2020年までに綿花総生産量の30%を目指す	増加が予測される	増加が予測される	増加が予測される	増加が予測される (85,671ヘクタールがオーガニック転換中 2015/16年-2017/18年度)
収穫量(付随の「TEポ ジション」の注を参照)	数値データなし。収穫量はスタンダードで取り上げられる	収穫量が平均20%増加	収穫量の増加が報告された。フェアトレードコットンの多くは天水を使用しているため、降水量による。	2235 kg/ヘクタール	西アフリカ、インド、タジキスタン、その他で収穫量が増えたと報告されている。天水を用いて栽培がおこなわれている地域では、降水量に左右される。また、トレーニングといったリソースの要否によっても左右される。オーガニック転換中の農家については、非科学的な土壌へと安定させるために収穫量が下がったと報告しているところもしばしば、見受けられる。
環境 - 水					
天水/灌漑	混合	100% 天水	主に天水 (75% 2015年)	77% 灌漑, 23% 天水	75-80% 天水
水管理	ベター・コットンの原則は水を効率的に使用し、水の可用性を配慮することである。	CmiAの農業プラクティスは天水のみを使用する。これは、人工的な灌漑を一切使用しないことを意味する。	水資源の効率的、持続的使用を推進	水管理に関連する67の基準、産業規模で42%の水使用の効率化	オーガニックスタンダード(COROS)の共通目標と要件: 1.2 リソース・マネジメント・オーガニックは水資源が持続可能な方法で使用されるようにする。
水の消費(3 m ³ / 繊維 1000kg) もしくは水の保 存を目的としたベスト プラクティス	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	1 (-100% 削減 - ライフサイクルアセスメント)	ライフサイクルアセスメントのデータなし	ライフサイクルアセスメントのデータなし 水管理に関連する67の基準	182 (91% 削減 - ライフサイクルアセスメント)
環境 - 土地/ 土壌					
土壌肥沃度	土壌の健康はスタンダードで取り上げられている。管理プラクティスは土壌侵食、土壌や水の汚染、土壌肥沃度の向上に取り組む。	農家は農業プラクティス、特に土壌や水の保全についてのトレーニングを受ける。輪作が義務付けられている一方で、堆肥化と肥料は推奨されている。	たい肥、転作や間作、土壌侵食の削減/予防によって土壌肥沃度の向上を推進	最低限の耕作、転作、土壌検査、有機炭素、刈株保持、土地浸食と土壌塩分の防止、たい肥の効率化、作物のモニタリングといった土壌の健康に関連する32の基準	土壌肥沃度はオーガニックコットンの成功にとって鍵であり、農家は有機物(OM)の増加を報告している。土壌肥沃度についての課題は地域ごとによって異なる。FiBL、FAOやロデール研究所は有機栽培を行う農家で土壌肥沃度が増加していることを示している。オーガニックスタンダードの共通目標と要件(COROS): 4.2 土壌保全と輪作 4.3 土壌肥沃度の管理
生物多様性	生物多様性の向上を目指す現場でのプラクティスが推奨されている。生物多様性はスタンダードで取り上げられているが、特定の基準があるわけではない。	原生林(あるいは国内や国際法によって保護区域に指定されている資源)を綿花生産の目的で使用することを禁止	保護区域や保存価値の高い地域に対し、負の影響を与えないことを保証し、農地の使用についての国内法を遵守し、生物多様性の保護と向上を実施する。	28 criteria related to sustainable landscapes, including: management of native vegetation and natural assets, improve habitat for biodiversity, assess and monitor native vegetation condition, stock exclusion. 天然植生や自然資産の管理、生物多様性のための生息地の向上、天然植生の評価やモニタリング、切り株除去といった持続可能な景観に関連する32の基準	オーガニックスタンダードの共通目標と要件(COROS): 1.1 生態系マネジメント:オーガニックマネジメントは、農場が所有している耕作地、非耕作地の生物多様性を維持あるいは工場させる。FAOとFiBLの研究はその他の研究と同様、有機農場の生物多様性が向上していると示している。
富栄養化(リン酸eq / 繊維 1000kg)	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	20.4 (436% 増加 - ライフサイクル・アセスメント)	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	2.8 (26% 削減 - ライフサイクル・アセスメント)
エネルギー /テクノロジー					

有害な農薬の使用	ストックホルム条約のアネックスAとBに記載されている農薬は禁止されている。WHO1aと1bに分類され、ロツテルダム条約 アネックスIIIに記載されている農薬は、代替薬品の可用性に基づいて段階的に廃止されることになっている。	バイオインテンシブな総合的生産と病害虫・雑草管理(IPPM)を推奨し、ストックホルム条約の残留性有機汚染物質(POPs)によって禁止されている農薬、WHOによって非常に有害および有害と指定されている農薬、またロツテルダム条約のPICに記載されている農薬を除外する。	総合的病害虫・雑草管理(IPM)およびオーガニックのプラクティスを推進。禁止されている物質リストは2種類に分けられる：レッドリストには禁止されている物質が記載されており、アンバーリストにはレッドリストへの追加が検討されている物質が記載されている。	農薬管理に関連する80の基準。産業規模で農薬の使用を90%削減。プラクティスは総合的病害虫・雑草管理(IPM)、必修トレーニング、害虫予防耕作、農地マッピング、天気モニタリング、安全な保管と取り扱いなどをを含む	合成農薬の使用はない
合成肥料の使用	土壌の健康はスタンダードで取り上げられているが、特定の基準があるわけではない。	CmiAの栽培地域では肥料の過剰使用は問題になっていない。総合的病害虫・雑草管理(IPM)、オーガニックの手法とたい肥ビットが推奨される。	禁止されている物質リストのレッド、アンバーリスト (POP、PIC、WHO、PAN12)	要件を評価するための植生のモニタリング、栽培前と栽培中の栄養収支、モニタリングと記録などを含むたい肥の有効性に関連する13のスタンダード	オーガニック・スタンダードの共通目標と要件 (COROS)：有機土壌肥沃度管理は合成たい肥や過リン酸肥料といった化学的な手法による溶解物から作られたたい肥を使用しない。有機作物生産はナトリウム硝酸塩(チリ産)を使用しない。有機土壌肥沃度管理はスタンダードのリストに言及されているような作物の生産力を向上する物質のみを使用する。このようなリストは、国際オーガニックスタンダードのリストおよびあるいは基準に基づいている。
遺伝子組み換えが許容されているか？	はい	いいえ	いいえ	はい-規制があり、注意深く管理されている	いいえ
主要なエネルギー需要 メガジュール / 繊維1000kg	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	データなし	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	4000メガジュール/リント1000kg (農場のみ) + エネルギー効率に取り組むmyBMPの17のスタンダード	5,800 (61%削減-ライフサイクル・アセスメント)
主要なエネルギー需要 メガジュール / 繊維1001kg	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	データなし	ライフサイクル・アセスメントのデータなし	4000メガジュール/リント1000kg (農場のみ) + エネルギー効率に取り組むmyBMPの18のスタンダード	5,800 (62%削減-ライフサイクル・アセスメント)
社会					
社会的配慮/規制	生産は国際労働機関(ILO)の労働基準を順守していなければならない。	生産は国際労働機関(ILO)の労働基準を順守していなければならない。CmiAスタンダードはジンレベルの基準と同様に農場も網羅している。AbTFと小売りパートナー/綿花企業と共に社会的プロジェクトへの投資。	差別、強制労働、児童労働からの解放、結社と団体交渉の自由についての厳しい基準。サプライチェーンの事業者は国際労働機関(ILO)の中核条約を順守しなければならない。	オーストラリアの全ての綿花栽培者は、公正な労働環境、賃金、健康と安全に関する法律によって高い基準が保たれている。myBMPには人的資源、労働者の健康と安全に関連する49の基準が含まれており、オーストラリアの法律によって求められている35のスタンダードを網羅している。	オーガニックとして認められるためには、生産は国際労働機関(ILO)によって設定された労働基準を遵守していなければならない。
生活	農家に価格差別化はないが、収入は増加する見込み。収穫量に基づく費用は、能力開発プログラムに割り当てられる。	農家への価格差別化はないが、収穫量に基づく費用がブランド/小売りによって支払われ、財団の活動に再投資されている。	農家はフェアトレード・ミニマム・プライスを支払う。コミュニティはフェアトレード・プレミアムからの利益を得る。用途については、協同組合によって民主的に決定される。	農家に直接支払われる価格差別化はない-農家は市場価格と品質に基づいて支払いを行う。	価格差別化/持続可能な価格(例：生産コストと生態系の付加価値に則していること)は市場メカニズムや生産者グループの方針によって実現が期待されているがスタンダードの要件ではない。NGO、企業投資、PG投資を通じた任意/パートナーシップの投資がコミュニティに還元される。
保証					
検証/保証(農場レベル)	自己評価、第三者および第三者による検証	自己評価および第三者認証が農場やジンのレベルで実施される。	第三者による認証	自己評価、第三者による検証および認証 + 現場のチェック	検証(毎年); 第三者による認証
CoC (チェーン・オブ・カस्टディ/サプライチェーン)	農家からジンニング (綿繰り) 工場まで、物理的な分別; ジンニング (綿繰り) 工場から小売りまでのマスマランス	紡績工場以降のマスマランス(農場から紡績工場までのハードアイデンティティ); Hard Identity Preserved(任意)を通して全てのトレーサビリティが可能。	2つのモデル：(1) 伝統的モデル-物理的な分別とトレーサビリティ(2)マスマランスモデル-紡績工場まで物理的にトレースが可能; オンラインツールによりサプライチェーン全体の加工流通過程の管理がされている。	物理的な分別とトレーサビリティ、農場から紡績工場まで、綿一梱ごとの独自のバーコード特定システム	分別物流; サプライチェーン認証
ライフサイクルアセスメントは可能か？	いいえ	はい - PE インターナショナル (2014a)	いいえ	いいえ	はい - PE インターナショナル (2014b)
製品マーケティング/ 表示ラベル	製品ラベルのフレームワーク	インスタマーケティング/ 製品ラベル(独自のラベルあるいはCmiAの品質表示タグ)	製品ラベルとインスタマーケティング 第三者認証(フェアトレードマーク)	インスタマーケティングと製品ラベル(独自ラベルあるいはオーストラリア綿花表示タグ)	インスタマーケティングと製品ラベル 第三者認証ラベルは任意。
消費者の認識	2015年より消費者からのメッセージが届き始める。	ドイツの消費者の13%が認識している (2016年8月に測定)	フェアトレードのマークは消費者に広く理解され、信頼度が高い。	オーストラリアでは意識が高い。	オーガニックの概念は消費者に広く理解され、信頼度が高く、尊重されている。
費用 / 質					
費用影響	調達時点での価格に差はないが、メンバーシップ費用と量に基づく費用がある。	メンバーシップ費用はないが、小売り/ブランドは量に基づく費用を支払い、紡績工場は少額の年間登録料を支払う。	価格差別化 (フェアトレード・ミニマム・プライス) バイヤーもまたコミュニティへの投資のためにフェアトレードプレミアムを支払う。	調達時点での価格の差別化はなく、メンバーシップやライセンス費用もない	農家/生産者グループに支払われる価格の差別化
質に対する認知/影響	質の影響については不明	質についての長年の認識が問題であるが、近年ではそれほどではない。	質についての長年の認識が問題であるが、近年ではそれほどではない。	継続的に高品質を保ち、世界のあらゆるパラメーターの中でも最も高いレベルに位置している。	質についての長年の認識が問題であるが、近年ではそれほどではない。