

日本食品供應鏈之企業社會責任永續發展

撰文=一般財團法人日本食品安全管理協會（JFSM）

壹、前言

一般財團法人日本食品安全管理協會（JFSM）成立於2016年1月，負責制定並營運符合國際標準的食品安全管理規格（JFS規格），與該規格的驗證方案及符合性評鑑方案。

另一方面，台灣優良食品發展協會（TQFA）作為TQF驗證方案的主辦機構，為食品工廠提供食品安全及品質管理相關的第三方驗證服務。雙方經過多次協商，於2022年11月30日簽訂合作夥伴協議，正式建立合作關係。兩年來持續進行了多項合作計畫。

JFSM於2024年啟動社會責任事業，並於同年11月公開「供應鏈永續發展評量平台／SSCAP（Sustainable Supply Chains Assessment Platform）」（以下稱SSCAP），此一將企業社會責任（CSR）及企業永續發展現況可視化，並支援解決課題的工具。

在建構SSCAP的過程中，JFSM與TQFA將相關文件翻譯成日文、英文與中文三種語言，並共同出資，同時於日本及台灣地區開始營運SSCAP平台。

貳、企業社會責任（CSR：Corporate Social Responsibility）受重視的背景

歷經技術改革與全球化的發展，讓世界各國逐漸轉為大量生產、大量消費的社會，人們開始過著富裕生活，但其代價是地球暖化、環境汙染、資源和能源耗盡、以及貧富差距擴大等各種社會課題。

有鑒於此，近年來越來越多人希望政府和企業能採取措施解決這些社會課題。其中，食品產業尤為重要，涵蓋從原物料生產、加工到流通，一直到消費為止的整個價值鏈，皆與環境或社會的各種永續性相關問題密切相關。可以說，食品產業在提供安全安心的共通基礎上，也有責任要為永續社會做出貢獻。

參、日本食品產業面臨之企業社會責任挑戰與永續壓力

日本企業大多是中小企業，尤其食品產業中的食品製造業，絕大多數都是

中小企業。對這些中小企業來說，即便理解必須著手於企業社會責任（CSR），但考量到經濟負擔，實在很難選擇像是委託顧問公司開發適合自己公司的工具，或是透過諮詢查找出課題等，可想而知的確會猶豫不決。

此外，權力集中於供應鏈的下游而非上游，也是日本食品產業在結構上的特徵。因此，若中小食品製造業者被大型的下流零售業者要求要依循他們的人權或環境方針時，不遵從這些要求將可能影響交易狀況。可說是已進入在展開活動時，必須超越企業、放眼交易對象與更前方的交易對象等供應鏈整體的時代。這也是我們必須盡可能迅速著手企業社會責任（CSR）相關活動的原因。

肆、 公司落實企業社會責任之困難與需求分析

隨著企業社會責任（CSR）相關的立法與指南、指引等制定，導致企業社會責任（CSR）或 ESG 相關的各種視角、觀點、基準或尺度越來越氾濫、不整合或混亂。例如，有的僅專注於人權，有的則僅專注於環境，而且深度與廣度也皆不一致。雖然也有人認為這樣便能從選項中挑選最適合自己公司的方案，但其實數量一多，便會很難判斷究竟該採用哪一個才好。此外，事實上，制定的法令或指南、指引，並不一定能讓現場簡潔易懂，更不一定能輕鬆採取有具體內容的措施。

眾所周知，因應人權、勞動、環境問題等企業社會責任（CSR）相關風險的措施，由於消費者、採購商、政府、股東與投資者等主要利害關係人的要求，現今已被視為企業應履行的責任。甚至可說若延遲應對，將構成攸關企業存續的重大風險。儘管在事業發展上已經到達刻不容緩的狀況，但對於日本企業，尤其是飽受人手不足之苦的中小企業現場來說，光是每天的業務即已應接不暇，無從在他們的營運活動中加入企業社會責任（CSR），再加上不乏有「不瞭解具體的措施方法」、「不瞭解應優先處理的課題」這樣的聲音出現，對大多數的業者來說，現況是連著手採取措施都很困難。

伍、 解決方案：SSCAP 平台之由來與功能設計規範

開發企業社會責任（CSR）相關工具的過程中，JFSM 非常堅持要提供適合前述日本企業所處狀況的工具。

SSCAP 是透過回答問題的自我評量，查找出自己公司社會責任（CSR）相關措施的現況以及應優先處理課題的工具。我們希望各位業者能先透過 SSCAP 這個可輕鬆導入檢查清單進行自我評量的工具，掌握現況並找出課題，進而獲得活動及建構持續改進機制的契機。

此外，SSCAP 並非只是將現況可視化或進行評量的工具，也能當作溝通或學習的工具加以運用。期待企業能夠將 SSCAP 的結果作為進行社會永續發展相關決策時的「共通基礎」，從而運用於展開討論或反思每天的活動。

而且透過建立同時減輕回答者（供應商）與評量者（採購商）負擔、易懂也易於採取措施的平台，相信可以促進現場的理解，降低採取社會永續發展相關措施時的阻力。

陸、所謂 SSCAP

再次重申，SSCAP 是透過回答提問，鑑別出自己公司在企業社會責任（CSR）相關措施的現況以及應優先處理課題的工具。條文共有 197 則，設定成以下 8 個範疇，全方位涵蓋企業社會責任（CSR）的相關風險。

- ISO26000 的 7 個核心主題

- 「組織治理」

- 「人權」

- 「勞動實踐」

- 「環境」

- 「公平經營實務」

- 「消費者問題」

- 「社區參與及發展」

- SSCAP 特有的範疇

- 「其他」

此外，SSCAP 不僅能將自己公司的現況可視化，也是一個能讓評估者（採購商）邀請並管理回答者（供應商）的平台。除了統計回答委託與回答結果，還能分享回答的進度情況，故能實現更具效率的供應商管理。SSCAP 搭載了可幫助深入理解各範疇的影片內容等學習工具，也能作為人才培育的工具加以活用。希望能夠透過活用現況的可視化、有效率的供應商管理，以及人才培育機制，來提升整體供應鏈的競爭力。

柒、SSCAP 的特點

如前所述，SSCAP 是中小企業可輕鬆入門的簡易工具，除此之外還有以下 5 項特點。

第 1、SSCAP 的架構是參考企業社會責任（CSR）相關的國際性指導 ISO26000，同時根據日本企業實際運用的供應商行動原則分析結果，重新整理後活用。因此可說是沿襲世界標準等級，並且根據日本企業的現況所製作的日本製服務。

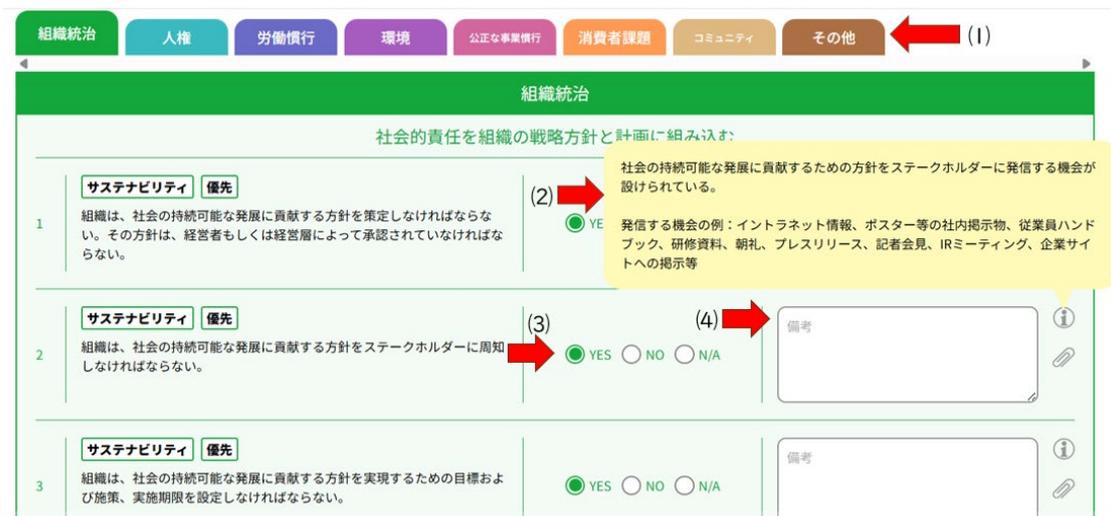
第 2、在追求提問的概括性與通用性同時，也為評估者（採購商）保留了追加要求事項的空間，故可提供適合各公司措施狀況的服務。具體來說，當 197 則條文不符合評估者（採購商）的使用需求時，可自由放入評估者（採購商）需要的要求事項。

第 3、從最適合供應鏈整體的觀點，盡力簡化登錄作業與回答作業，以減輕評估者（採購商）與回答者（供應商）雙方的負擔。並且透過搭載儀表板功能，將龐大的資料彙整成圖表。

第 4、不僅可將現況可視化，在使用檢查清單反思自己公司活動的過程中，可學習企業社會責任（CSR）受到重視的背景、意義及必要行動，進而加深理解的程度。

第 5、透過搭載 E-learning 等學習內容，也能在人才培育時加以活用。

< 評量輸入畫面示意圖 >



(圖說)

- (1) 源自 ISO26000 的 7 大核心主題與 1 個 SSCAP 特有範疇，全方位涵蓋共計 8 個範疇。此外，每個範疇皆設定為不同顏色的標籤。
- (2) 針對所有詢問，都備有作為回答指南的評量指引。

- (3) 回答的選項除了 YES/NO，還有「N/A（從缺）」。
- (4) 有可填寫開放式回答的註解欄，對 YES/NO、N/A 進行補充說明。

(圖說)

- (5) 區分①：「合規性」或「永續性」
- (6) 區分②：「最優先」或「優先」
- ※「合規性」與「最優先」的事項會被分類為「高風險」（紅）。
- (7) 可附加與回答相關的佐證資料。

<儀表板（輸出）畫面示意圖>



(圖說)

採購商可在系統上邀請供應商，從而實現更有效率的供應商管理。此外，也有可依供應商規模或產業類別搜尋高風險項目等的功能，以及可對回答結果進行最長 10 年的各年比較。

捌、 第三方驗證的開發與未來展望

由於認知到需要透過第三方進行符合性評鑑後發行證書來驗證中小企業在企業社會責任（CSR）上的治理，故目前正發揮運用 JFS 食品安全管理規格的經驗與知識，著手開發有別於 JFS 食品安全管理規格的其他「與 SSCAP 連動的第三方驗證制度」。並且將來也會研擬開發運用 SSCI¹認可的驗證規格，希望能夠成為企業社會責任相關的國際標準。

為了帶給全世界人們安全安心的食品，JFSM 一直以來提供大企業及占日本食品產業半數以上的中小業者皆能輕鬆引進的食品安全管理規格，目的在於為食品產業建構食品安全的「共通基礎」。

未來，將透過支援建構安心安全機制的食品安全管理規格、支援社會永續發展相關措施的 SSCAP，以及提供第三方符合性驗證，為提升食品產業的整體信賴度做出貢獻。

自 2025 年 4 月起，以支援所有業者投入「企業社會責任（CSR）相關活動」為目的，開始免費提供 SSCAP（※免費期間為登錄後 2 年內²）。

誠摯期盼能有更多的業者活用 SSCAP，推動與社會永續發展相關的措施。同時，也希望能夠與使用 SSCAP 的各位使用者一同持續改善 SSCAP，故請務必直言不諱地提供您的回饋。

玖、 SSCAP 相關諮詢及登錄方法

一般財團法人 日本食品安全管理協會（JFSM）SSC 小組

電話：03-6268-9691

電子郵件：sscap@jfsm.or.jp

網址：<https://www.jfsm.or.jp/ssc/>

台灣優良食品發展協會（TQFA）推廣行銷組

電話：02-2393-1318

電子郵件：tqfmkteam@tqf.org.tw

網址：<https://reurl.cc/RknMKG>

¹ SSCI：The Sustainable Supply Chain Initiative 的簡稱。附屬於消費性商品相關的會員制網絡組織 The Consumer Goods Forum（CGF）之下的組織。開始成為網羅主要社會責任要件，並根據標準要求事項認可驗證規格的業界團體。

² 免費期間結束後的收費方案，將根據使用者的回饋，預計於 2026 年 4 月左右決定。