



水産物の持続可能な調達方針と その実現に向けたマイルストーン

米國小売編

Sustainable Seafood Journey

03	背景
04	サステナブル・シーフード・ジャーニー（調達方針とマイルストーン）
04	ウォルマート
06	クローガー
08	《コラム》Food Marketing Institute Seafood Strategy Committeeとは
09	《コラム》小売が取り組むトレーサビリティの構築
10	コストコ
12	アルバートソنز
14	アホールド・デレーズ
16	パブリックス
18	ターゲット
20	H-E-B
22	ホールフーズマーケット
24	ハイビー
26	企業とNGOパートナーシップ一覧
27	専門組織及びプラットフォーム紹介

株式会社シーフードレガシーについて

株式会社シーフードレガシーは、海洋環境、地域社会、水産経済のつながりを象徴する水産物（シーフード）を、豊かな状態で未来世代に継いでいく（レガシー）ために、国内外の水産関連企業やNGOをサポート、戦略的にネットワークし、多くの海外事例に学びつつ、日本の現状に適した解決策を形にするソーシャル・ベンチャーです。

この資料について

サステナブル・シーフードの普及において欠かせないのが、生産者と消費者を結ぶサプライチェーン上の企業の取り組みです。特に消費者と直接の繋がりを持つ小売企業はサプライチェーン全体を動かす影響力を持っています。本資料では、約15年前に始まった米国におけるサステナブル・シーフードに関する取り組みを小売企業ごとに紹介します。近年、日本でも加速するこのムーブメントをより具体化させていくためのヒントとして是非ご活用ください。

本資料は一般に公開されている情報を基にシーフードレガシーが編集しました。各企業の詳細な取り組みは、ページ下部に記載されているウェブサイト及びCSRレポートをご参照ください。

背景

欧米のサステナブル・シーフードマーケットの急成長と成功の背景には、サプライチェーンを巻き込む小売業界主導の強いイニシアチブと、NGOからの統一されたメッセージがあります。米国企業による持続可能な調達に関する取り組みが本格化してきた2008年、それを支援しようとNGOを中心に Conservation Alliance for Seafood Solutions が発足し、水産物の持続可能な調達のために最も重要なポイントを6カ条としてまとめた Common Vision を発表しました。

A Common vision for sustainable seafood 持続可能な調達に関する取り組みの6カ条



意思表明

持続可能な水産物に関する包括的な企業方針を策定し実施する

データ収集

自社が取り扱う水産物を取り巻く環境の持続可能性を評価・モニタリングする

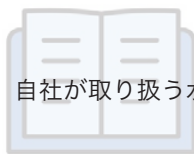


責任ある調達

選択的調達を通じ、環境に負荷をかけない漁業・養殖業を支援する

透明性担保

自社が取り扱う水産物に関する情報を公開する



啓蒙活動

自社が取り扱う水産物に関わる環境責任について顧客、取引先、従業員などを教育する

改革支援

環境に負荷をかけない漁業・養殖業が成長するよう、
規制改善や資源管理の強化を提唱・支持する



以降、この6カ条は水産物の持続可能な調達における基礎的要素として欧米諸国の多くの小売企業の調達方針に取り入れられています。Common Visionの発表から10年、現在では北米の約92%の小売企業が Conservation Alliance for Seafood Solutions に所属する組織とパートナーシップを結び、水産物の持続可能な調達をより確固たるものとするべく、取り組みを進めています。

株式会社シーフードレガシーは2017年に Conservation Alliance for Seafood Solutions のアジア初となるコラボレーター・メンバーとしてこの活動に参加しています。

Conservation Alliance for Seafood Solutions. <<http://solutionsforseafood.org>>
"A Common Vision for Sustainable Seafood." Conservation Alliance for Seafood Solution (2017). <<http://solutionsforseafood.org/wp-content/uploads/2017/12/A-Common-Vision-for-Sustainable-Seafood-Dec-17.pdf>>.
"Progress Toward Sustainable Seafood - By the Numbers 2017 Edition." California Environmental Association (2017).
<<http://speakingofseafood.org/wp-content/uploads/2017/06/Seafood-Metrics-Report-2017.pdf>>

サステナブル・シーフード・ジャーニー (調達方針とマイルストーン)

ウォルマート

1969年に設立された世界最大手の小売企業。全体売上の約60%を食品などを中心とする消耗品が占め、現在は28カ国、65のブランドネーム下で約11,700店舗を運営しています。日本では合同会社西友を子会社化し事業展開を進めると共に、2018年1月には楽天との戦略的提携を発表し話題になりました。



© Mike Mozart

責任ある調達

全てのサプライヤーはウォルマートの「サプライヤースタンドアード」及び該当する「責任のある調達プログラム」の要件を満たすものとする
《対象地域》 世界規模

鮮魚・冷凍 目標：2025年

全ての水産物において下記のいずれかを満たすものとする：
・MSC認証、BAP認証、GSSIに認定された認証水産物
・明確な目標、マイルストーン、測定可能な評価基準を持つFIP/AIPにより生産された水産物であること

《対象地域》 ウォルマートUS、サムズクラブ（アメリカ）、アスタ（イギリス）、ウォルマートカナダ、ブラジル、メキシコ、中央アメリカ

ツナ缶

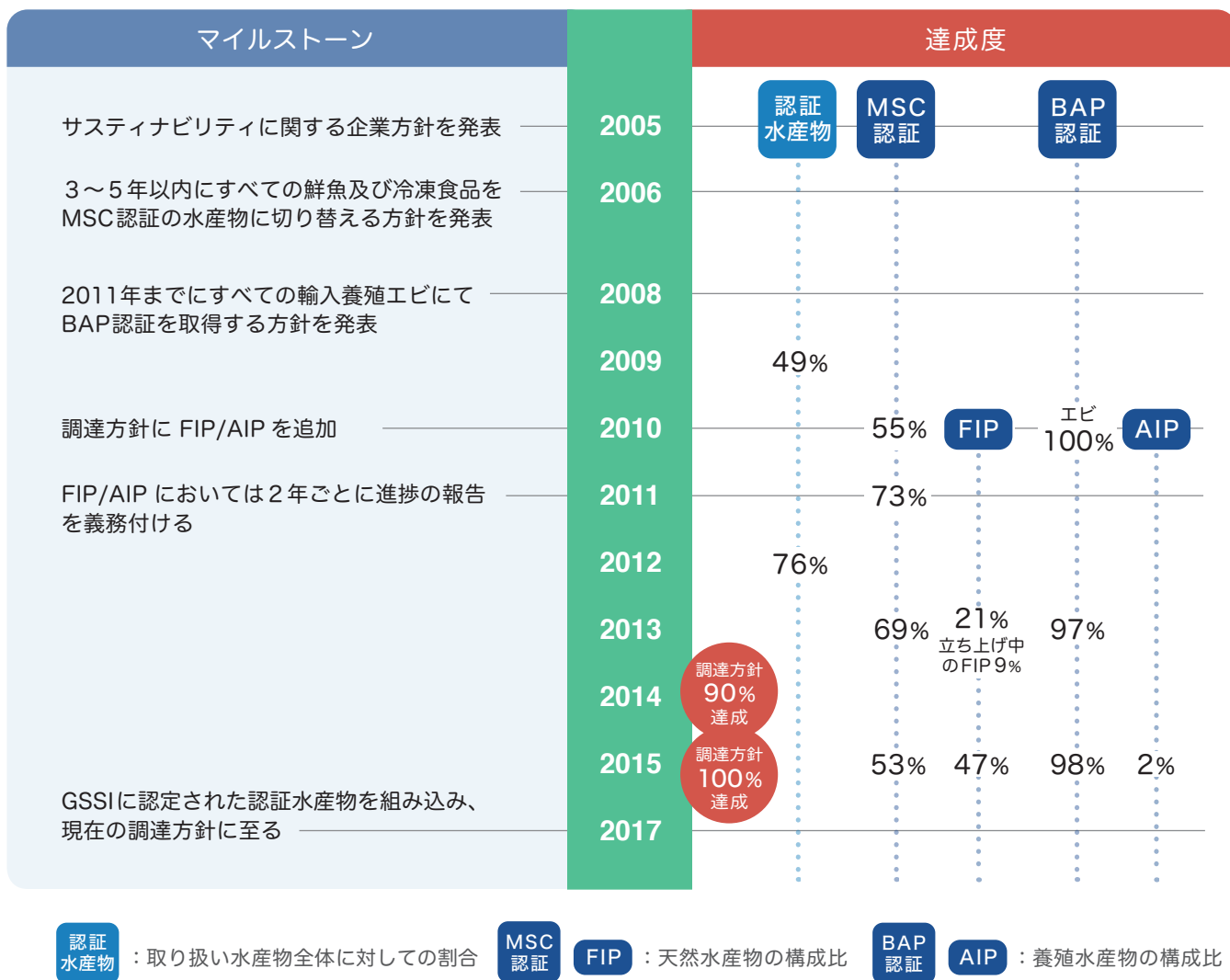
目標：2025年

全てのツナ缶において下記の条件を満たすものとする：

- ・マグロ類地域漁業管理機関（RFMO）との協働や、任意制の船舶登録（PVR）などを行い、ISSFの持続可能な保全測定に基づく漁業により漁獲されたマグロ類であること
- ・また、MSC認証、GSSIに認定された認証水産物、及びCoC認証を保持し持続可能な漁法で漁獲されたことを担保できるサプライヤーから調達された水産物であること
- ・もしくは明確な目標、マイルストーン、測定可能な評価基準を持つFIPにより生産された水産物であること

《対象地域》 ウォルマートUS、サムズクラブ（アメリカ）、ウォルマートカナダ

調達方針



世界最大の小売企業であるウォルマート。持続可能性に関する取り組みを他の大手企業よりも早く開始し、大きな購買力と先進的な調達方針で業界をリードしています。近年では、NGOのSustainable Fishery Partnership | SFP が運営する Ocean Disclosure Project を通じて情報開示を開始。ウォルマートで販売されている天然水産物の漁獲情報、資源情報、認証の有無をオンライン上で一般公開し、自社の水産物及びサプライチェーンの透明性を保っています。また、ブロックチェーンを活用したトレーサビリティの構築や、他国店舗への調達方針の拡大など、先進的な取り組みを進めています。ウォルマートの日本子会社である合同会社西友では本部の調達方針を和訳してウェブサイトに公開する他、国内のFIP/AIPの支援を2016年より積極的に続けています。

“私たちの目標は顧客から信頼されるサプライチェーンの継続した改善と透明性の確保により未来世代に渡って水産物を供給していくことです”

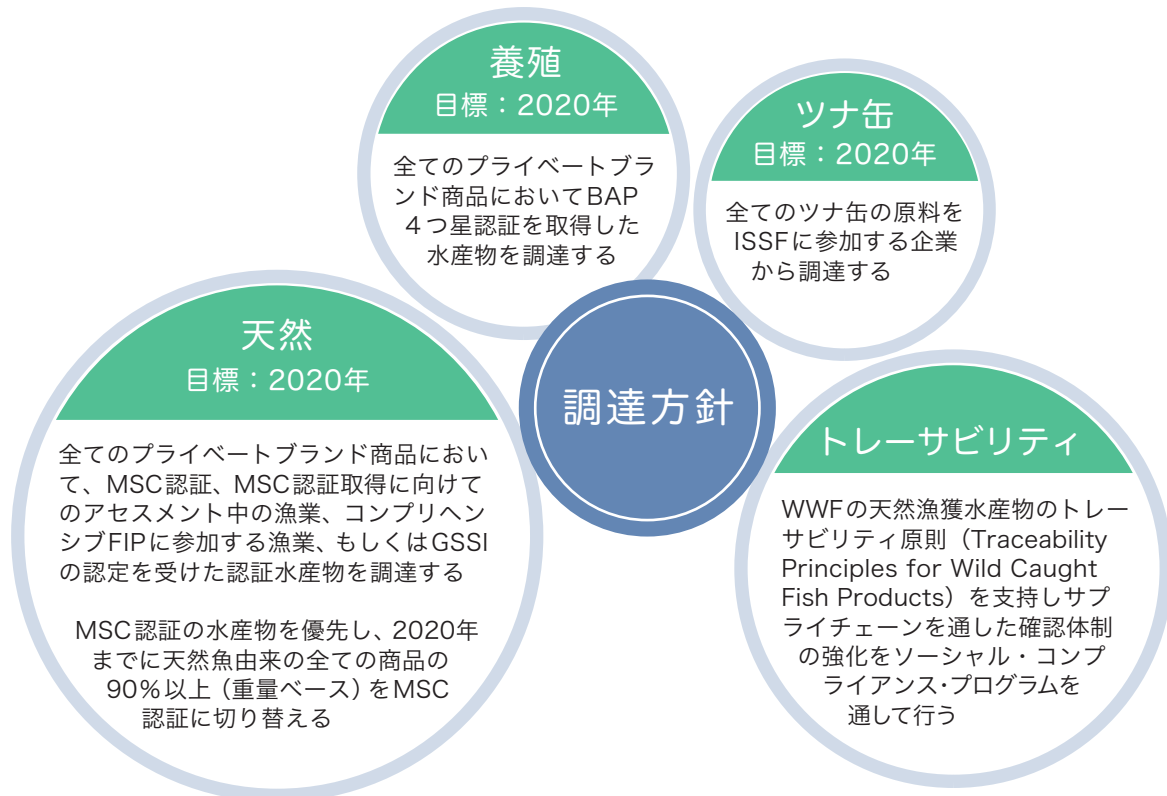
ウォルマート シニア・サステナビリティ・マネジャー
 マーク・イーストハム氏
 (ウォルマート サステナビリティ・サミットにて) *

調達方針について <<https://corporate.walmart.com/policies>>
 CSR ページトップ <<https://corporate.walmart.com/global-responsibility>>
 CSR レポートアーカイブ <<https://corporate.walmart.com/global-responsibility/global-responsibility-report-archive>>
 * Christine Blank “Walmart recognizes suppliers’ efforts at sustainability-focused meeting.” *SeafoodSource*. 2018/2/6.

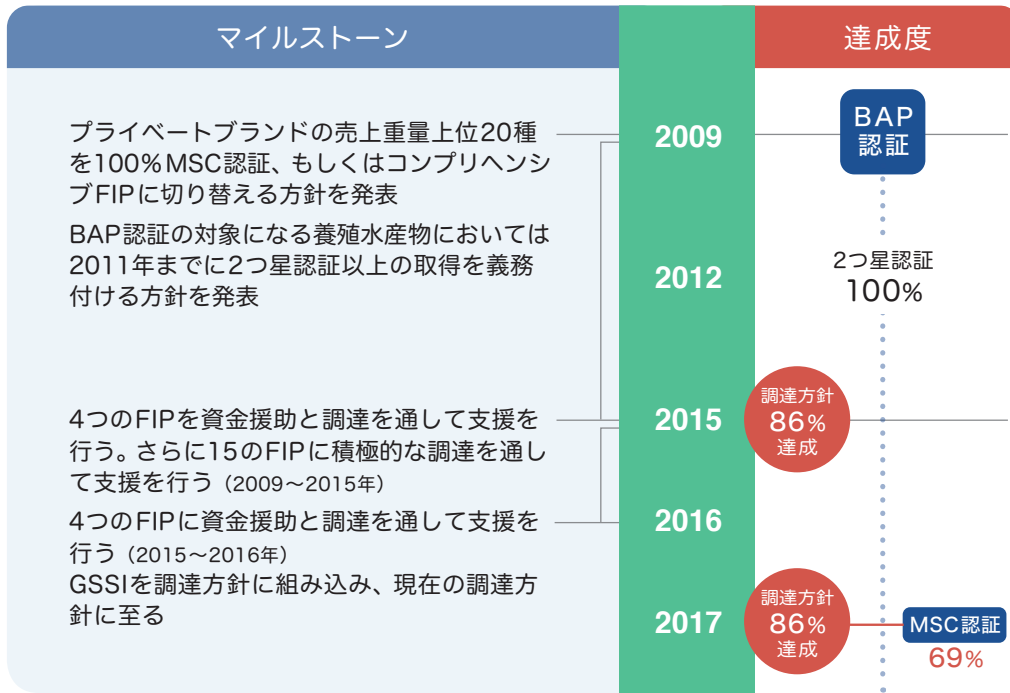


クローガー

1883年にオハイオ州シンシナティにて設立されたスーパーマーケットチェーン。他州の小型チェーン店を買収することで、売上2位の巨大チェーン店にまで成長し、20以上のブランドネームの下、35の州でスーパーマーケットを展開しています。



クローガーは、生産過程の改善が環境や経済、消費者のより豊かな生活に繋がる商品群を High-Impact Comodity（影響力の高い商品群）とし、重点的な改善を続けています。認証商品のみならず持続可能性実現に向けた漁業者の支援にも積極的で、2009年より合計で23ものFIPからの調達や資金援助を行っています。調達を通しての支援では、特定の環境問題の改善を目指すベーシックFIPではなく、漁業に関連する幅広い環境問題の改善を通して持続可能な漁業を目指すコンプリヘンシブFIPからの調達を行なっています。調達改善開始当初はプライベートブランドの売上上位20種に的を絞りより効率的な調達改善を目指し、成果の見てきた2016年に方針を大幅に広げ、現在の調達方針に至りました。トレーサビリティにおいては、WWFのガイドラインを取り入れることで、サプライチェーンを通しての透明性の確保やIUU漁業対策を行なっています。FMIの水産戦略委員会にも積極的に参加し、FMI発行のレポートにて、非競争連携から学んだ小売企業への10のヒントを発表しています（P.8にて詳細を紹介）。



“私たちの目標は地域にポジティブな影響を与え、水産サプライチェーンの持続可能性達成に向けてイノベティブなアプローチで業界をリードすることです。私たちの2020年ゴールはこの目標実現に向けての重要なマイルストーンです”

クローガー CEO
 ロドニー・マクミラン氏
 (SeafoodSouce インタビューより)*



ショーケース上部には調達方針に関連するメッセージが表示され、消費者とのコミュニケーションを図っている。

クローガー 調達方針について <<http://sustainability.kroger.com/supply-chain-high-impact-commodities.html>>
 CSR ページトップ <<http://sustainability.kroger.com/>>
 ニュース一覧 <<http://ir.kroger.com/News>>

* Cliff White “Kroger pledges 90 percent sourcing from MSC as part of new sustainability commitment.” *SeafoodSource*. 2016/7/8.

Food Marketing Institute Seafood Strategy Committeeとは

北米の食品小売が所属する業界団体である Food Marketing Institute | FMI (食品マーケティング協会) のワーキンググループの1つである Seafood Strategy Committee | SSC (水産戦略委員会)。SSCは持続可能な調達の実現を目的とした非競争連携 (プレコンペティティブ・コラボレーション) プラットフォームで、現在は20を超える小売企業とアドバイザーの役割を果たすNGOなどの専門組織で構成されています。専門組織の指導のもと、参加企業が主体となりリサーチ、教育、ネットワーキング、アドボカシーワークを中心にこなされています。これまでに小売企業の手引書となるガイドラインやレポートも発行しており、参加企業それぞれが課題や取り組みを共有することで水産サプライチェーン全体の改善を目指しています。

2012年に発表された「Sustainable Seafood Toolkit - A Guide for Retailers - (サステナブル・シーフード・ツールキット-小売のためのガイド)」では、クローガの当時の担当者が、SSCから学んだ持続可能な調達を実行するための10のヒントを公開しています。

クローガ 持続可能な調達に関する小売事業者に向けた10のアドバイス

1. 国際的な視野を持ち続けましょう

調達目標を国際的な基準に合わせる事が重要です。FAOが発行した「責任のある漁業のための行動規範」は持続可能な漁業の重要性と規範を文化的、環境的、社会的、経済的な視点から定めており、水産業に関わる全ての人の参考になるものです。

2. 科学の重要性を再確認しましょう

水産資源の状態を正しく把握して適切に活用していくため、第三者認証機関や専門NGOなどと協力することが大切です。

3. ステークホルダーと協働しましょう

持続可能な調達方針を策定、実行、継続することは、膨大な時間を要し、また社内で補うことのできない知識や資料が必要になる場合があります。

4. 明確な意思表示を行いましょ

持続可能な調達に関する明確なコミットメントを公表することが重要です。

5. 誠実なコミュニケーションを大切にしましょ

目標達成に向けて解決しなければならない課題や現状を社員と消費者に伝えることで誤解を防ぎ、信頼と支援を得ることに繋がります。

6. 店舗のリーダーシップを育成しましょ

各店舗のマネージャーレベルの社員が調達方針をしっかりと把握し実行することが調達方針を実現する上でとても重要になります。

7. 店舗スタッフを教育しましょ

正しい知識を持った店舗スタッフが消費者とのコミュニケーションを行うことで地域社会やその住人との信頼関係の構築に繋がります。

8. 消費者と商品を繋げる仕組みを作らしましょ

消費者の購買傾向を把握し、売り上げ上位の商品に持続可能な水産物を採用することにより、消費者の購買を解決に向けた貢献へと繋げることができます。

9. 確固たる意思を持ち続けましょ

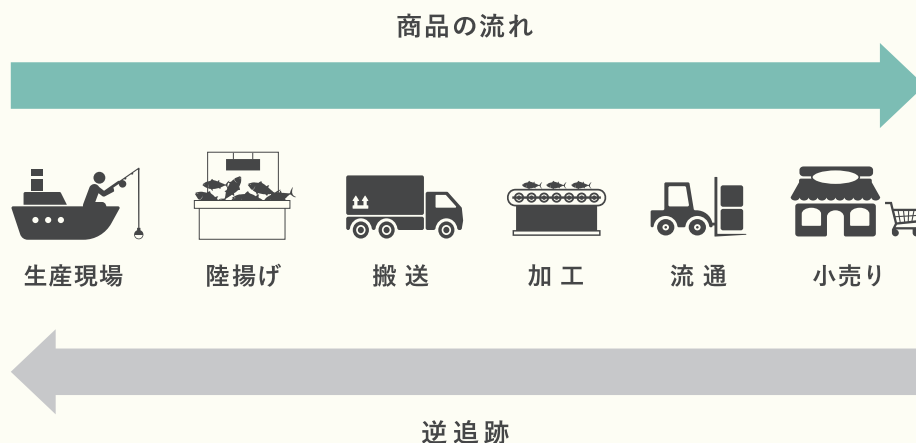
目標を100%達成することは決して容易ではありませんが、継続した改善努力により実現させることができます。

10. 適応性を持ち合わせましょ

資源状況や漁業や養殖の持続可能性の評価は常に変動することを理解し、柔軟に対応する適応性を持つことが大切です。

小売が取り組むトレーサビリティの構築

違法漁業やIUU漁業など、水産物のサプライチェーンを取り巻く課題が次々と浮き彫りになる今、水産物のトレーサビリティを確立することは、差別化の要素ではなく、危機管理や企業の社会的責任の観点からも必須の条件となってきています。本資料で紹介した企業も様々な方法で生産現場から売り場までのトレーサビリティを構築し、サプライチェーンのモニタリングを行なっています。



サプライチェーン アンケート

サプライヤーへ商品に関する情報の提供を求め、商品の原料となる水産物の逆追跡を行います。こうしたアンケートをサプライチェーン全体を通して行うことで、どこで原料となる水産物に関する情報が途切れるのか、どのような情報が不足しているのか、など問題点を把握することに繋がります。

CoC 認証

MSC/ASC 認証水産物を取り扱うサプライチェーン上の企業に対し取得が義務付けられているのがCoC (Chain of Custody) 認証です。CoC 認証は認証水産物が適切に管理され、非認証原料の混入やラベルの偽装がないことを証明するもので、流通過程の各工程に定期的な審査が入るため、サプライチェーン上の透明性を確保し、より高いレベルでのマネージメントが可能になります。

システム導入

流通過程の管理を的確に行うために必要なのがトレーサビリティの電子化です。より正確な情報がリアルタイムに手に入る他、情報の蓄積やデータ分析の効率化も図れます。現在米国の水産企業の多くが利用する Trace Register は、原料となる水産物の情報はもちろん、サステナビリティに関する情報をカスタマイズすることで流通過程の管理と持続可能性に関する情報を一括管理することができます。また、近年ではブロックチェーンを水産トレーサビリティに試験的に導入する企業も出てきており、生産現場と売り場の繋がりをIT技術を使い、見える化する取り組みが急速に進んできています。

NGOとの協働

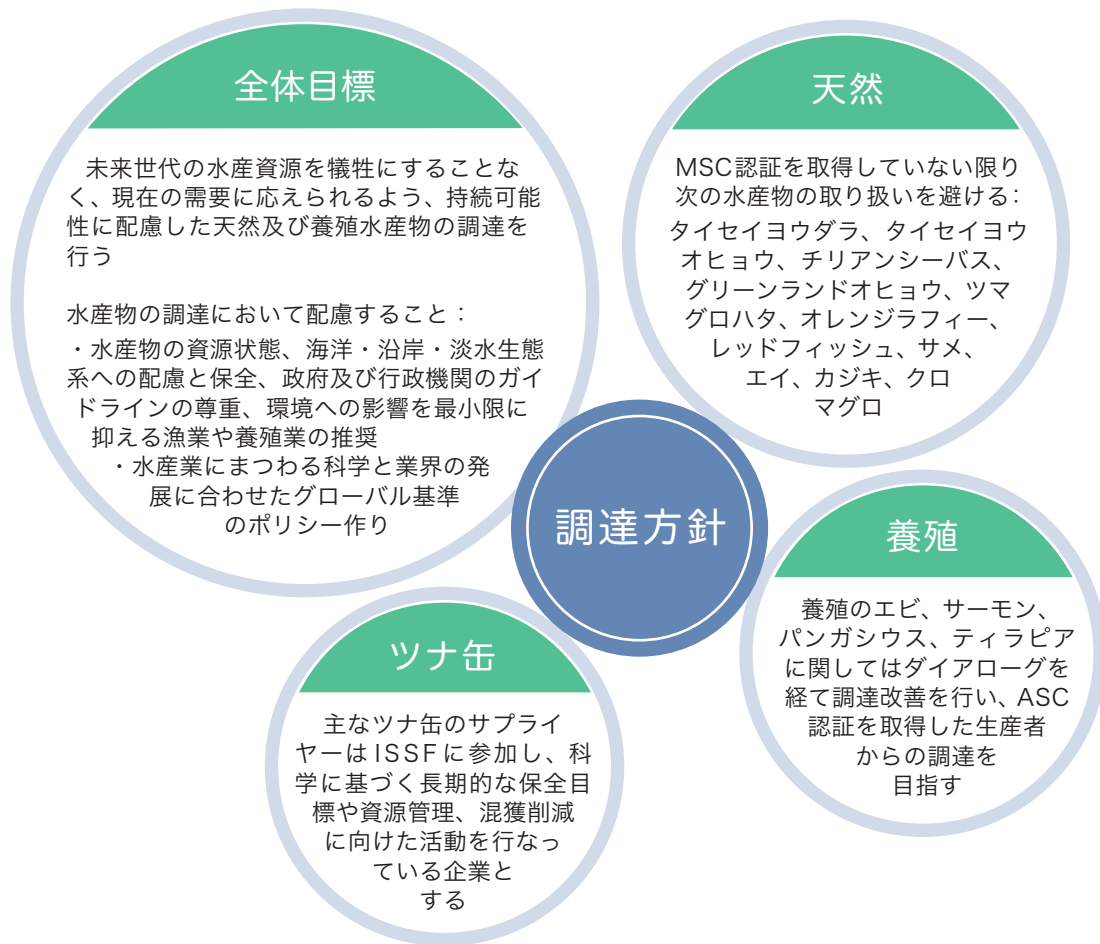
サプライチェーンを通して集められた膨大な情報を分析するためには水産サプライチェーンを取り巻く複合的要素に関する専門的な知識が必要です。米国の小売企業の多くはこうした分析作業をNGOと協働で行うことで、問題箇所の把握や改善策の策定だけでなく、リスクの早期発見や予防などにも役立てています。



© Mike Mozart

コストコ

1976年に創業したアメリカ最大の会員制ホールセールスーパーで日本でも26店舗を運営。高品質で安価なプライベートブランド「KIRKLAND」など人気商品も多く、全体売上の約62%を食品などを中心とする消耗品が占めています。



社内でのダイアログを経て、ターゲット商品を選び、着実に調達改善を行うコストコ。取り扱い禁止の水産物に関し、リストを設け、ウェブサイト公開し情報の明確化に取り組んでいます。2014年には、東南アジアにて強制労働により生産されていたエビがアメリカのサプライチェーンに紛れ込んでいたことを受け、Sustainable Shrimp Task Force を設立、以降設立メンバーとしてイニシアチブを発揮し続けています。現在では Sustainable Seafood Task Force と改名し、タイや東南アジアから広がる流通のトレーサビリティや透明性の確保を目指したタイ政府との合同プロジェクトを展開。サプライチェーン上の企業やNGOが一体となり問題解決に取り組む大きなプロジェクトへと発展しています。

マイルストーン

- 2007 — 水産物の持続可能な調達について会合が行われる
- 2009 — 水産物の持続可能な調達に関する全体方針が発表され、輸入養殖エビとティラピアに関する調査を開始する
- 2010 — 取り扱い天然魚の持続可能性に関するベースラインチェックを行う
- 2011 — MSC認証を取得していない限り特定の魚種の取り扱いを中止する方針を発表
- 2014 — Sustainable Shrimp Task Force (現 Sustainable Seafood Task Force | SSTF) を設立
調達方針を設けたプライベートブランドのツナ缶の販売を開始

“持続可能性と社会的責任に配慮した方法で調達され、将来に渡って供給し続けられる商品を消費者に提供することが重要と考えます。高い品質と適切な価格を求める消費者のニーズに対応するためにも調達方針を設けることが大切です”

コストコ シニア・バイス・プレジデント
ジェフ・リオンズ氏
(グリーンピース・プレスリリースより)*

鮮魚や冷凍の切り身の他、調理が簡単な冷凍シリーズが多く揃う。



コストコ調達方針について <<https://www.costco.com/sustainability-fisheries.html>>

CSRトップページ <<https://www.costco.com/sustainability-introduction.html>>

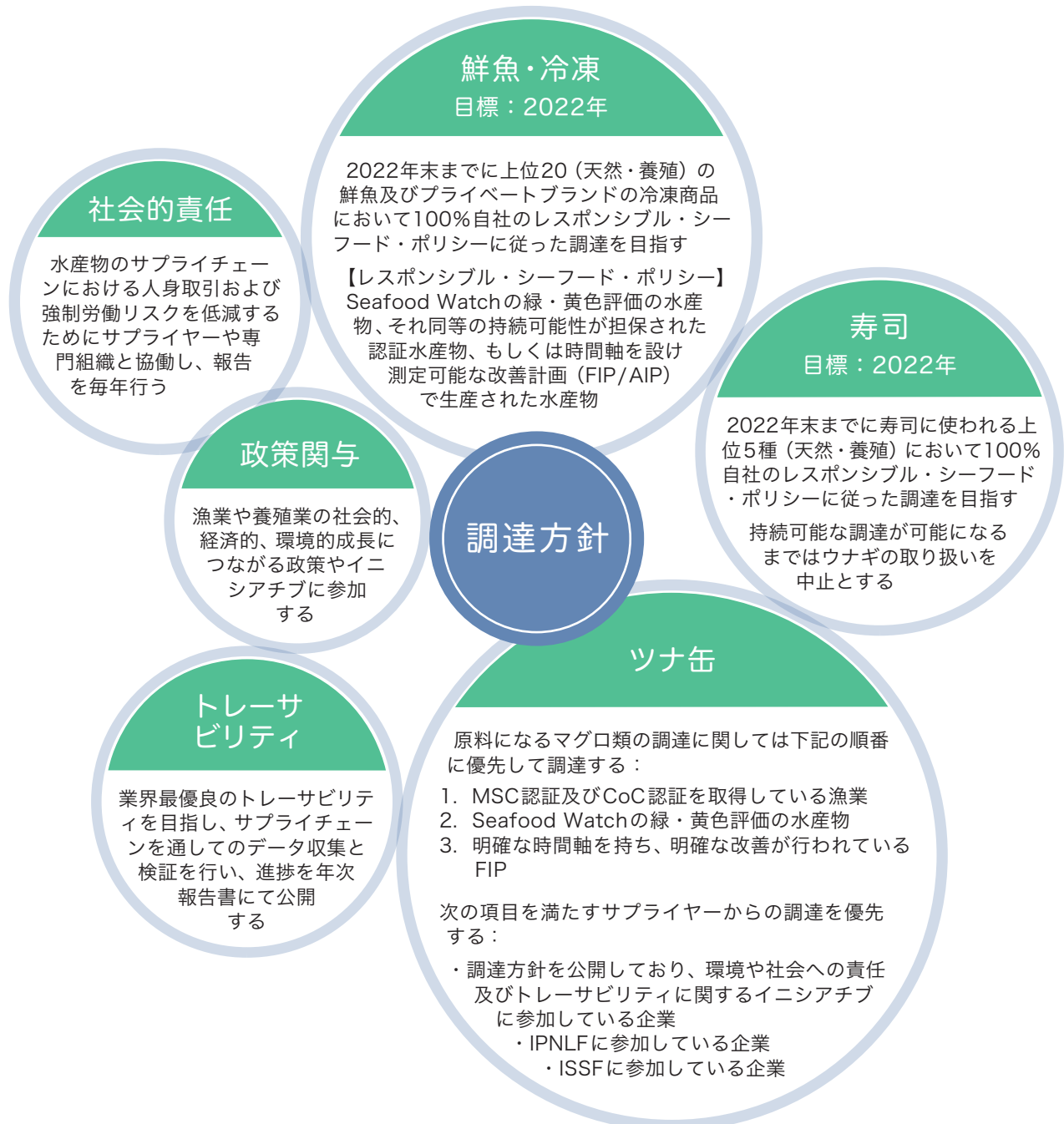
ニュース一覧 <<http://phx.corporate-ir.net/phoenix.zhtml?c=83830&p=irol-news&nyo=0>>

* Steven Hedlund “Costco updates sustainable seafood policy.” *SeafoodSource*. 2011/2/24.



アルバートソンズ

1939年にアイダホ州のボイスに設立。2015年に水産物の調達において高い基準を設けていたセーフウェイを買収し、以降、積極的に水産物の調達改善に取り組んでいます。食品専門スーパーマーケットとしては、クローガーに次ぐ第2位の規模を誇る大手小売企業です。



水産物の持続可能な調達において先進的な取り組みを続けていたセーフウェイが2015年に大手小売企業のアルバートソンズに買収され、調達方針及び水産サプライチェーンについてのコンサルティングを行うNGO、FishWiseとのパートナーシップも継続して引き継がれました。2018年には惣菜コーナーで販売する寿司にまで調達方針を拡大し、資源状況の悪化が続くうなぎの取り扱いの中止を発表するなど、買収後も先進的な取り組みで注目を集めています。NGOとの協働はもちろん、FMIのSSC (P.8参照) にも積極的に参加しており、事業規模、持続可能性に関する取り組みの両面で業界をリードし続ける存在です。

マイルストーン		達成度
セーフウェイ		
調達方針改善に向けての取り組みを開始	2009	
特定魚種の取り扱いの中止を発表	2010	
2015年までに全ての鮮魚及び冷凍商品を持続可能なもの、もしくは時間軸を設け、改善に向かっているものに切り替えると発表	2011	
クロマグロ、サメを含むレッドリストに掲載されている魚種の取り扱いの中止を発表		
レスポンシブル・シーフード・プログラムを開始	2012	調達方針 40% 達成
	2013	調達方針 51% 達成
アルバートソンズ		
現在の調達方針に至る（寿司を除く）	2016	
寿司の調達方針及びうなぎの取り扱い中止を発表	2018	

“アメリカでもっとも大きな小売の一社として海洋資源が持続可能な方法で利用され、食料安全保障に繋がること、そして漁業者の支援を行なっていくことを誓います”

アルバートソンズ 水産ディレクター
バスター・ヒューストン氏
(UNオーシャンカンファレンスにて) *

アルバートソンズ調達方針について <https://www.albertsons.com/wp-content/uploads/2018/01/Albertsons_Companies_Responsible_Seafood_Policy_Commitment2.pdf>

CSRトップページ <<https://www.albertsons.com/our-company/social-responsibility/>>

ニュース一覧 <<https://www.albertsons.com/category/newsroom/>>

セーフウェイ調達方針について <<http://csr.site.safeway.com/home/products/seafood-sustainability/>>

CSRレポートアーカイブ <<http://csr.site.safeway.com/home/report-overview/previous-reports/>>

* “Albertsons Companies Commits to United Nations Sustainable Development Goals, Joins Influential Seafood Task Force.”
Cision PR Newswire. 2017/6/6.

アホールド・デレーズ

オランダに本社を置くアホールド社とベルギーのデレーズ社が2016年に合併し現在に至ります。アメリカでは5つのブランドネーム下で1980の店舗を運営、2社の合併により売上上位企業にランクインしました。



FOOD LION

© Virginia Retail

デレーズグループのスーパー、Food Lion

全体

目標：2020年

全てのプライベートブランド商品において認証水産物（MSC認証、ASC認証、GSSIの認定を受けた認証）、第三者機関により持続可能性を認められた水産物、もしくは信頼できるFIP/AIPからの調達を目指す

トレーサビリティ

目標：2020年

全てのプライベートブランド商品において養殖場や漁獲場所の特定が可能な生産者からの調達を目指す

調達方針

アホールド社は2000年からニューイングランド水族館のサステナブルシーフードプログラムと提携し、自社が取り扱う水産物の持続可能性に関する調査を行うなど先進的な取り組みをいち早く開始。2008年に持続可能な調達に向けての10カ条を発表以来、認証水産物の取り扱いを拡大してきました。またデレーズ社は2010年に調達方針を公開、2011年からは店舗スタッフの教育を開始、持続可能性に関するメッセージを消費者に伝える仕組み作りに注力しました。2016年に2社が合併し、アホールド・デレーズに。米国のみならず世界各国で店舗展開をする同社は、認証システムが対応できない地域や漁業からでも持続可能に調達が可能となるための方針、トライデントアプローチを2016年に発表。また、IUU漁業に関係した水産物を自社のサプライチェーンから廃絶するためにトレーサビリティの強化も継続して行なっています。NGOとのパートナーシップやプラットフォームへも積極的に参加し、欧米で業界をリードする存在です。

“私たちは消費者に多種多様な商品を提供し続けたいと考えます。しかしそれを実現するには持続可能な調達に向けて、サプライヤーと協働していく必要があります。こうした取り組みを計画し、実現していくことは想定以上に難しいものでした。NGOとのパートナーシップなしでは成し得なかったでしょう”

アホールドUSA 冷凍水産物調達マネジャー
トレイシー・テイラー氏
(FMI Sustainable Seafood Toolkit より)*

マイルストーン		達成度	
アホールド USA	デレーズ アメリカ	アホールド USA	デレーズ アメリカ
持続可能な調達に向けての10カ条を発表			
		2008	
	プライベートブランド商品の原料の調達に関する2020年目標が発表される	2010	
	2012年3月末までに各ブランドにて、グループビジョンを参考にした調達方針を策定し、持続可能な調達を目指す全体方針を発表 全ての水産物に関して漁獲元までの追跡が可能であることを義務付ける	2011	取り扱い水産物のベースラインチェックを行い、問題のある魚種の取り扱いを中止
2015年までに全てのプライベートブランド商品においてMSC認証、ASC認証、もしくはそれ同等の持続可能性を担保する認証を取得した漁業からの調達を行う方針を発表		2012	100%追跡可能
		2013	
		2014	100%追跡可能
		2015	100%追跡可能
		2016	
アホールド・デレーズ アメリカ			
合併、現在の調達方針に至る		2016	
トライデントアプローチを発表 認証 ：GSSIにより認定された認証水産物 評価 ：科学に基づいたクライテリアに従い、第三者機関から評価された水産物、もしくはISSFメンバー企業により調達された水産物 改善 ：認証取得を目指すFIP/AIP			

アホールド・デレーズ調達方針について <<https://www.aholddelhaize.com/en/sustainable-retailing/protecting-our-ocean-resources-together/>>
 CSRトップページ <<https://www.aholddelhaize.com/en/sustainable-retailing/>>
 CSRレポートアーカイブ <<https://www.aholddelhaize.com/en/sustainable-retailing/reporting/previous-sustainable-retailing-reports/>>
 * Nadine Bartholomew (2012) "Sustainable Seafood Toolkit." Food Marketing Institute. <https://www.fmi.org/docs/sustainability/fmi_sustainable_seafood_toolkit_may_2012.pdf?sfvrsn=2>.

パブリックス

1930年にフロリダ、レイクランドに設立。アメリカの南東部を中心に店舗展開をする食品スーパーマーケットで、会社の株を従業員が所有することで運営されており、従業員及び顧客満足度が高いことでも有名。



冷凍

パートナーシップを通して調達の改善を行う：
・漁業パートナーとパブリックス独自のデータを比較し、FIPや調達の改善が最も必要とされている魚種を特定する
・サプライヤーと協働でFIPを支援する活動を行う他、より持続可能な漁業から積極的な調達を行うように指示をする

サプライヤーには関連規制を守りながら、パブリックスの調達方針に沿って積極的かつ独立して持続可能性に関する取り組みを行うことを推進する

調達方針

鮮魚

フェーズ1：鮮魚部門で販売されている水産物の調査と持続可能性に関するデータの収集
フェーズ2：調査結果の分析および取り組み優先魚種のリストアップ
フェーズ3：改善プロジェクトを通して特定魚種の持続可能性を継続的に測定、漁業現場での問題を把握し改善方法を策定し、これが不可能な場合は新しい調達先の検討及び店舗での特定魚種の販売を中止する



店頭での取り扱いの無い魚でもリクエストに応じて取り寄せができる。この日はエイが並んでいた。

パブリックスの水産物の持続可能な調達に対する取り組みが始まったのは2009年。約70ものサプライヤーを招待し、シーフード・サステナビリティ・サミットを開催、調達方針の公開とサプライヤーと協働し持続可能な調達を目指す意向を発表しました。このサミットを幕開けに、まずはサプライヤーへのアンケート（下表）を実施、自社の商品の現状把握を行いました。

販売会社名：	担当者：
--------	------

天然魚に関する情報									
パブリックス 商品コード	商品 説明	魚種 (学名)	漁獲国/ 漁業者	加工国	漁獲方法/ 漁具の種類	エコラベル/認証/ 持続可能性に関する 取り組み	サプライヤー	担当	電話番号/ メールアドレス

養殖魚に関する情報									
パブリックス 商品コード	商品 説明	魚種 (学名)	漁獲国/ 養殖場の 場所	加工国	養殖方法	エコラベル/認証/ 持続可能性に関する 取り組み	サプライヤー	担当	電話番号/ メールアドレス

商品に使われる原料となる水産物の情報を逆追跡することでサプライチェーンの情報を収集し、課題点を把握することに役立てた。

このアンケートから得た情報をベースに水産NGOの Sustainable Fishery Partnership と協働で商品をサステナブル・改善が必要・大幅な改善が必要の3つのカテゴリーに振り分けし、改善が必要な商品に関してはサプライヤーと協働でFIPもしくは魚種、漁法、漁場を変えるなどの対策を行っています。また、2017年には小売企業初となる Ocean Disclosure Project への情報開示を開始、パブリックスで販売されている天然水産物の漁獲情報、資源情報、認証の有無をオンライン上で一般公開し、自社の水産物、及びサプライチェーンの透明性を保っています。

“パブリックスの目標は持続可能な方法で調達された水産物の取り扱いを拡大させ、最終的にはすべての商品がサステナブルになることです。これを実現するためには持続可能な商品を支持する購買者の力も欠かせません”

パブリックス 水産カテゴリーマネジャー
 ガイ・ピズッティ氏
 (FMI Sustainable Seafood Toolkit より) *

パブリックス調達方針について <https://sustainability.publix.com/meat_seafood/sustainable-seafood-policy>

CSRページトップ <<https://sustainability.publix.com/storefront>>

ニュース一覧 <<http://corporate.publix.com/about-publix/newsroom>>

* Nadine Bartholomew (2012) “Sustainable Seafood Toolkit.” Food Marketing Institute. <https://www.fmi.org/docs/sustainability/fmi_sustainable_seafood_toolkit_may_2012.pdf?sfvrsn=2>.



© Mike Mozart

ターゲット

1902年、ミネソタ州にて設立。食品から家電、家具、衣料品などを幅広く取り扱い、食品を含む消耗品の売上が全体の約45%を占めます。デザイナーやブランドとのコラボレーションを積極的に行い、若い層から安定した人気のある小売企業の1つです。

鮮魚・冷凍・寿司

目標：2015年

Seafood Watchの緑・黄色評価の水産物、それ同等の持続可能性が担保された認証水産物、もしくは時間軸を設け測定可能な改善計画（FIP/AIP）で生産された水産物

社会的責任

水産サプライヤーはターゲットの掲げる労働および人権に関する方針に賛同し、サプライヤーの行動規範を遵守するものとする。これらの方針をサプライチェーンを通して共有することで基準の維持と改善に繋がると考える。企業や組織と協力し水産サプライチェーン上の労働環境の改善に関する取り組みを継続していく

トレーサビリティ

目標：2015年

業界における最良モデルを実現するためにサプライヤーと協働し、トレーサビリティシステムを導入する

調達方針

政策関与

ターゲットは地方、州、国家、及び国際レベルでの強力な政策と管理が水産物の長期的な持続可能性と社会的責任の実現にとって重要であることを理解し、漁業や養殖業の社会的、経済的、環境成長につながる政策やイニシアチブを積極的に支援する一環として労働基準の改善などの問題に取り組んでいく

ツナ缶

原料になるマグロ類の調達に関しては下記の順番に優先して調達する：

1. MSC認証及びCoC認証を取得している漁業及びサプライヤー
2. Seafood Watchの緑・黄色評価の水産物
3. 明確な時間軸を持ち、明確な改善が行われているFIP

次の項目を満たすサプライヤーからの調達を優先する：

- ・ 調達方針を公開しており、環境や社会への責任及びトレーサビリティに関するイニシアチブに参加している企業
- ・ IPNLFに参加している企業
- ・ ISSFに参加している企業

多くの生活雑貨を取り扱うターゲットは、食品以外の分野で培った労働環境や人権問題改善に向けての経験を生かし、積極的なNGOとのパートナー契約で水産物の持続可能性及び社会的責任の向上に取り組んでいます。調達担当者は、水産物の調達改善に関する取り組みを始めた2011年には厳しい調達方針に対応できるサプライヤーが見つからず苦労した、と当時の経験を語っています。そこで、サステナブル・シーフードに関するコンサルティングを行うNGO、FishWiseと調達方針を実現するための計画を策定し、サプライヤーを巻きこんでの調達改善を開始しました。サプライチェーンと協働し、小売企業の持続可能な調達の実現を目指すモデルは水産業界全体に大きな影響を与えました。



“（持続可能な調達の実現は）数年で達成できるものではありません。どの商品を継続するのか、切り替えの時期はいつが現実的なのか、創造的なアプローチが必要な戦略ミーティングが続きました。2013年、2014年までに現実的にどれだけ達成できるのか、小さなマイルストーンの設定を大切にしました。今やらなければ、未来世代に水産資源を残せないのです”

ターゲット シニア・バイヤー
グレイ・インジェン氏
（ターゲットコーポレートブログ内のインタビューより）

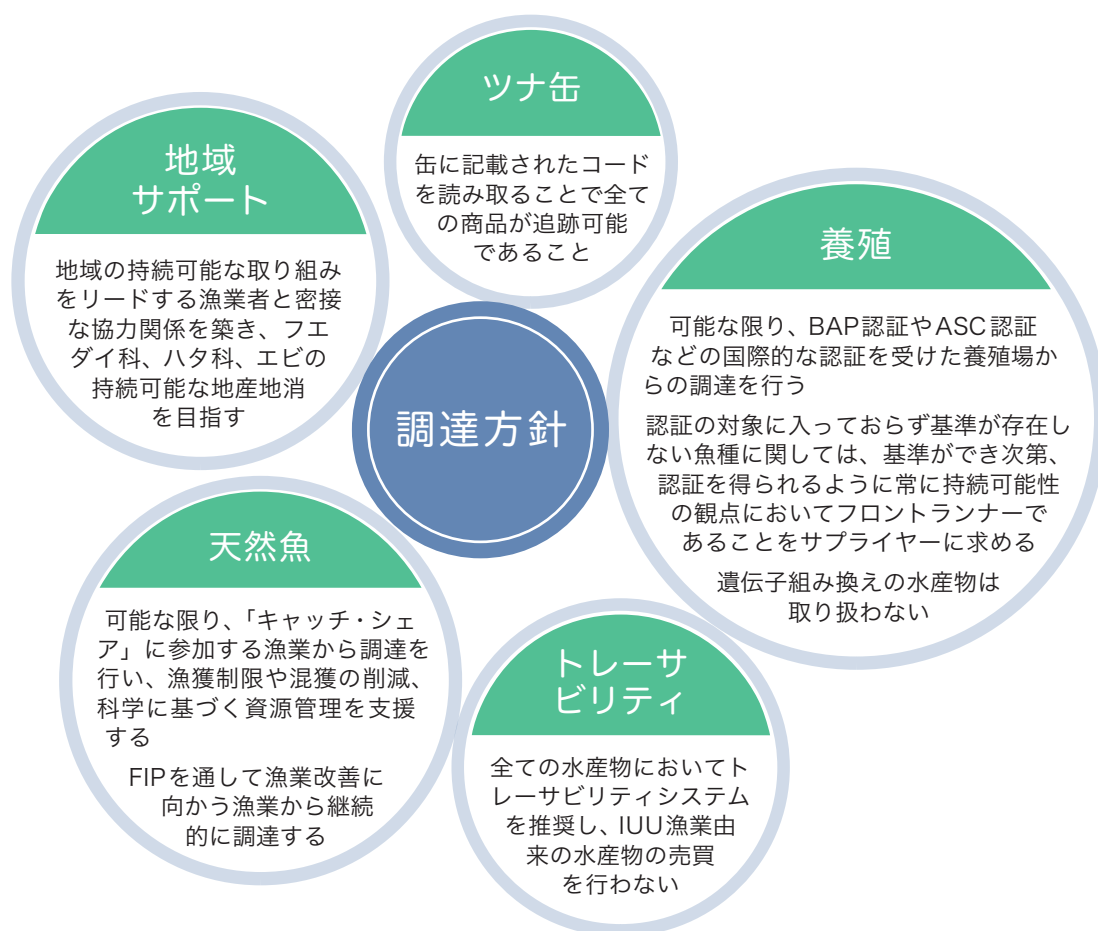
ターゲット調達方針 <https://corporate.target.com/_media/TargetCorp/csr/pdf/Target-Sustainable-Seafood-Policy.pdf>
CSRトップページ <<https://corporate.target.com/corporate-responsibility/>>

CSRレポートアーカイブ <<https://corporate.target.com/corporate-responsibility/goals-reporting/corporate-responsibility-reports/>>

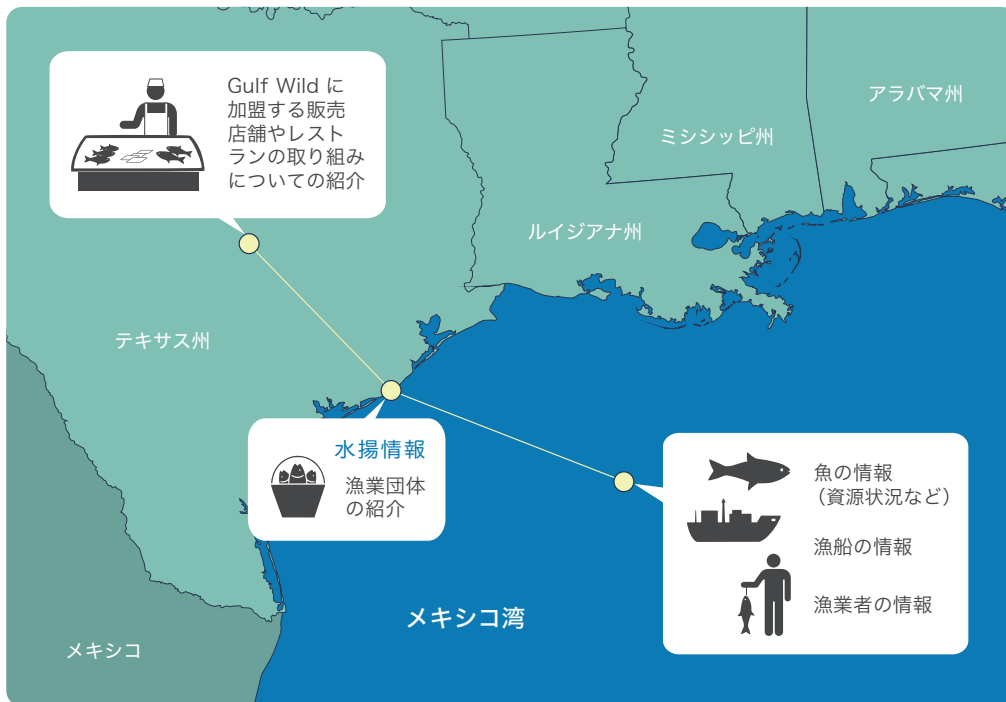
* “Reel Talk: How Target and Partners Teamed Up to Make Seafood Sourcing More Sustainable.” A BULLSEYE VIEW. 2016/9/19.

H-E-B

1905年、テキサス州にて設立。現在はテキサス州とメキシコ北部で店舗を展開している。幅広い消費者層から安定した人気を得ている地域密着型のスーパー。



環境NGOのEnvironmental Defense Fundとパートナーシップを結び、自社で販売する水産物の産地、生産方法、学名、資源状況及び改善に向けた取り組みを図表に整理し公開（H-E-B Sustainability Chart）。また、メキシコ湾に面した特徴を生かし、地産地消の取り組みを積極的に行っています。中でも注目したいのは「キャッチシェア」という1年単位の漁獲枠を漁業者ごとに割り振り、漁業者間で漁獲枠を自由に貸し借りできるシステムです。資源管理を支援する「キャッチシェアに参加する漁業から調達を行う」という調達方針は、高品質で安定した水産物の調達に繋がっています。



商品についているタグ番号を専用ウェブサイトで検索すると、地図上で漁獲から販売までの流通とその過程の企業の取り組みを閲覧することができる（Track Your Fish Gulf Wild で検索）。

また、漁業者主体のローカルNGOのGulf Wildに登録されている漁船により漁獲された水産物は、タグを専用ウェブサイトで検索することで漁獲エリア、漁法、漁船、漁業者の情報を写真などで閲覧可能です。H-E-B はこうした情報を積極的に開示していくことが、トレーサビリティの担保だけでなく、地域の漁業に対する消費者の感心を高めると考えています。またトレーサビリティの担保においては、Trace Register を導入し徹底した管理を行なっています。

“（NGOとのパートナーシップと自社の取り組みは）商品に関する透明性のある情報を求める顧客が持続可能な水産物について学べるようにデザインされています”

H-E-B スポークスパーソン
（ヒューストン・クロニカルインタビューより）*

H-E-B 調達方針について <<https://www.heb.com/static-page/Sustainable-Seafood-at-HEB>>

CSRページトップ <<https://www.heb.com/static-page/Environment>>

ニュース一覧 <https://www.heb.com/static-page/article-template/Pressroom#_ga=2.138908916.659405328.1527629661-1234666727.1527182770>

* Vicki Vaughan “H-E-B steps up its efforts on sustainable seafood.” *HOUSTON CHRONICLE*. 2014/8/14.



ホールフーズマーケット

1978年にテキサス州にて設立。自然食品やオーガニック商品を取り扱うスーパーの中ではアメリカ最大手。食品それぞれに厳しい調達方針を設けていることでも有名な高級志向のグルメ・スーパーマーケットで2017年にアマゾンに買収されたことでも話題になりました。

養殖 (魚とエビ)

抗生物質、成長ホルモン、動物性由来の成分を飼料に添加しないこと、遺伝子組み換えが行われた魚介類は使わないこと、マングローブや湿地などの繊細な生態系に与える影響を最小限に抑えること、水質汚染を防止するために水質を監視し環境に対し責任のある飼料を使うこと、亜硫酸水素ナトリウム、トリポリリン酸ナトリウム (STP) およびメタ重亜硫酸ナトリウムなどの防腐剤を使用しないこと、養殖場から店舗までのトレーサビリティを確立すること

上記を確認するため第三者による監査を行う
サケ、ニジマス、ティラピア、北極イワナ、ナマズに関しては別途基準を設ける

天然魚 目標：2012年

MSC 認証の水産物もしくは Seafood Watch の緑・黄色評価の水産物のみを取り扱う

調達方針

ツナ缶 目標：2018年

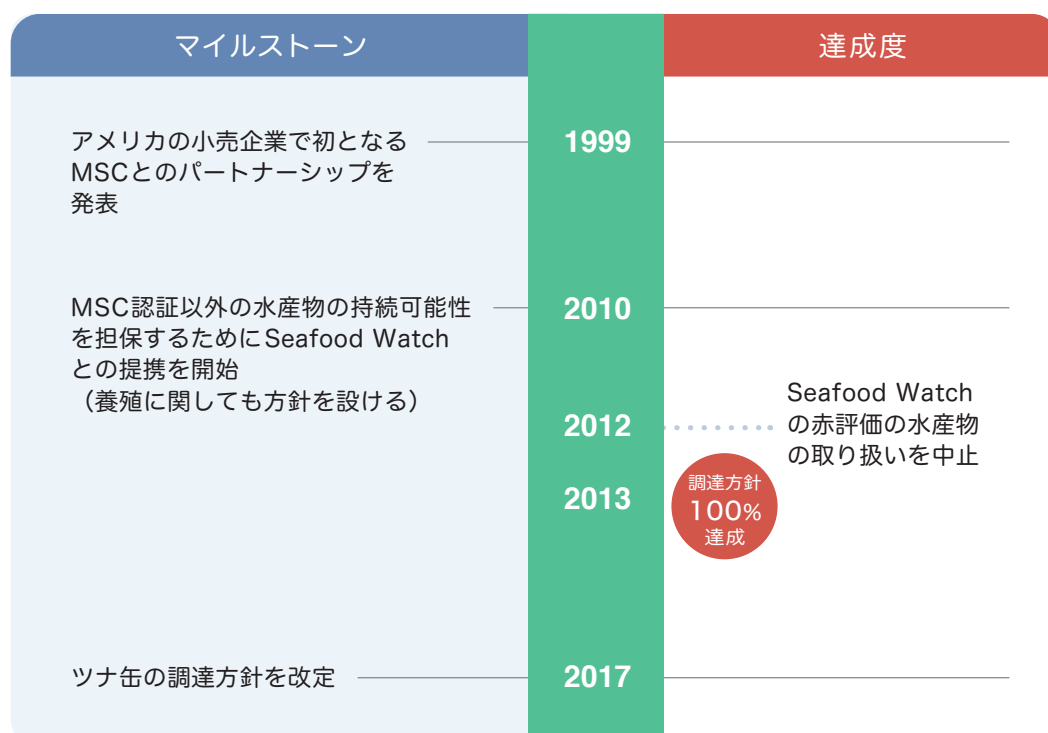
- ・全てのマグロ類は一本釣り、流し釣り、手釣りで漁獲されたものとする (はえ縄、巻き網は禁止する)
- ・MSC 認証もしくは Seafood Watch の緑・黄色評価であること
- ・上記を採用する理由としてどちらも魚種の資源量、混獲、資源管理の有効性、漁業による環境や生態系への配慮が行われていることが挙げられる
- ・ドルフィンセーフ (イルカの混獲を防ぐ漁法) であること
- ・漁船がフカヒレを目的とした漁業に参加していないこと
- ・IUU 漁業に関与していないこと。過去に IUU 漁業への関与があった漁船については IUU Vessel List を参照する
 - ・漁船の識別情報をトレーサビリティの情報の一部として提供すること
 - ・生産者は全ての漁業規制や関連法律を遵守すること
 - ・ツナ缶の加工工場内の条件については地域別に別途要件を設ける

養殖 (軟体類、イカ、タコなど)

海底の堆積物のモニタリングを行い、養殖下での生態系の評価を行うこと (底生生物影響)、殺虫剤や遺伝子組み換えが行われた水産物は使わないこと、沿岸環境の保全に配慮すること、徹底した水質モニタリングを行うこと、養殖場から店舗へのトレーサビリティを確立すること

上記を確認するため第三者による監査を行う

アメリカで水産物の持続可能な調達にいち早く取り組み始め、サステナブル・シーフード業界を牽引し続けてきたのがホールフーズマーケットです。ホールフーズにて販売されている天然魚は、Seafood Watchの緑か黄色評価、もしくはMSC認証の水産物のみ。養殖魚に関しては独自の細かい基準を設けており、基準を満たした養殖魚であることが一目で分かる表示になっています。対面式の鮮魚販売コーナーには各水産物の持続可能性に関する情報が明確に表示され、消費者からの産地や漁法に関する質問へはトレーニングを受けた販売員が対応します。ツナ缶についても厳しい調達方針を設け、消費者はパッケージに印刷されたQRコードをスキャンすることで魚の学名、漁船、漁法、漁獲日などの情報を得ることができます。このような明確な表示とコミュニケーションに加え、全てのサプライヤーに対しTrace Registerの導入を義務付け、サプライチェーンのモニタリングを行うことにより、消費者から厚い信頼を得ています。



“（サステナブル・シーフードを販売することは）消費者に美味しい魚を提供するだけでなく、未来世代へ水産資源を残している、という安心感を与えることができます。消費者とサプライヤーと協働し、過剰漁業や混獲などの海洋資源にまつわる問題を解決していきたいと考えています”

ホールフーズ グローバル・シーフード・バイヤー
 デイビッド・ピラット氏
 （シーフードソースインタビューより）*

ホールフーズマーケット調達方針 <<https://www.wholefoodsmarket.com/sustainable-seafood>>

CSRトップページ <<https://www.wholefoodsmarket.com/our-mission-values>>

ニュース一覧 <<https://media.wholefoodsmarket.com/>>

* Steven Hedlund “Whole Foods: No more red-rated species.” *SeafoodSource*. 2012/3/30.

ハイビー

1930年にアイオワ州にて設立。アメリカ中西部を中心に店舗を運営する地域密着型の小売チェーン。プライベートブランド商品から添加物を除いたり、全店舗に栄養士を配置するなど、消費者の健康的な食生活のプロモーションに力をいれています。



政策関与

ハイビーは地方、州、国家、及び国際レベルでの強力な政策と管理が水産物の長期的な持続可能性と社会的責任の実現にとって重要であることを理解し、漁業や養殖業の社会的、経済的、環境的成長につながる政策やイニシアチブを積極的に支援する。その一環として労働基準改善に向けた活動を行う

ツナ缶

ツナ缶を中心とする貯蔵性の高いマグロ商品に関しては環境面やトレーサビリティ、及び社会的責任の観点から明確なアプローチが必要であるため、下記の優先順位での調達を行う：

1. MSC認証及びCoC認証を取得している漁業
2. Seafood Watchの緑・黄色評価の水産物
3. 明確な時間軸を持ち、明確な改善が行われているFIP

次の項目を満たすサプライヤーからの調達を優先する：

- ・ 調達方針を公開しており、環境や社会への責任及びトレーサビリティに関するイニシアチブに参加している企業
 - ・ IPNLFに参加している企業
 - ・ ISSFに参加している企業

社会的責任

サプライヤーが基本的人権を尊重し、人身売買や強制労働を含む人権問題の特定、防止のための適切な措置を講じることを支持すると共に、サプライチェーン上の企業と協働し、これらの問題に対する効果的な措置を継続して行っていく

調達方針

トレーサビリティ

ハイビーは店頭に並ぶ水産物の合法性を証明するためにもサプライチェーンを通し一環したトレーサビリティの確立が不可欠と考え、関連企業と協働し、業界最良のトレーサビリティを実現することに努める

寿司

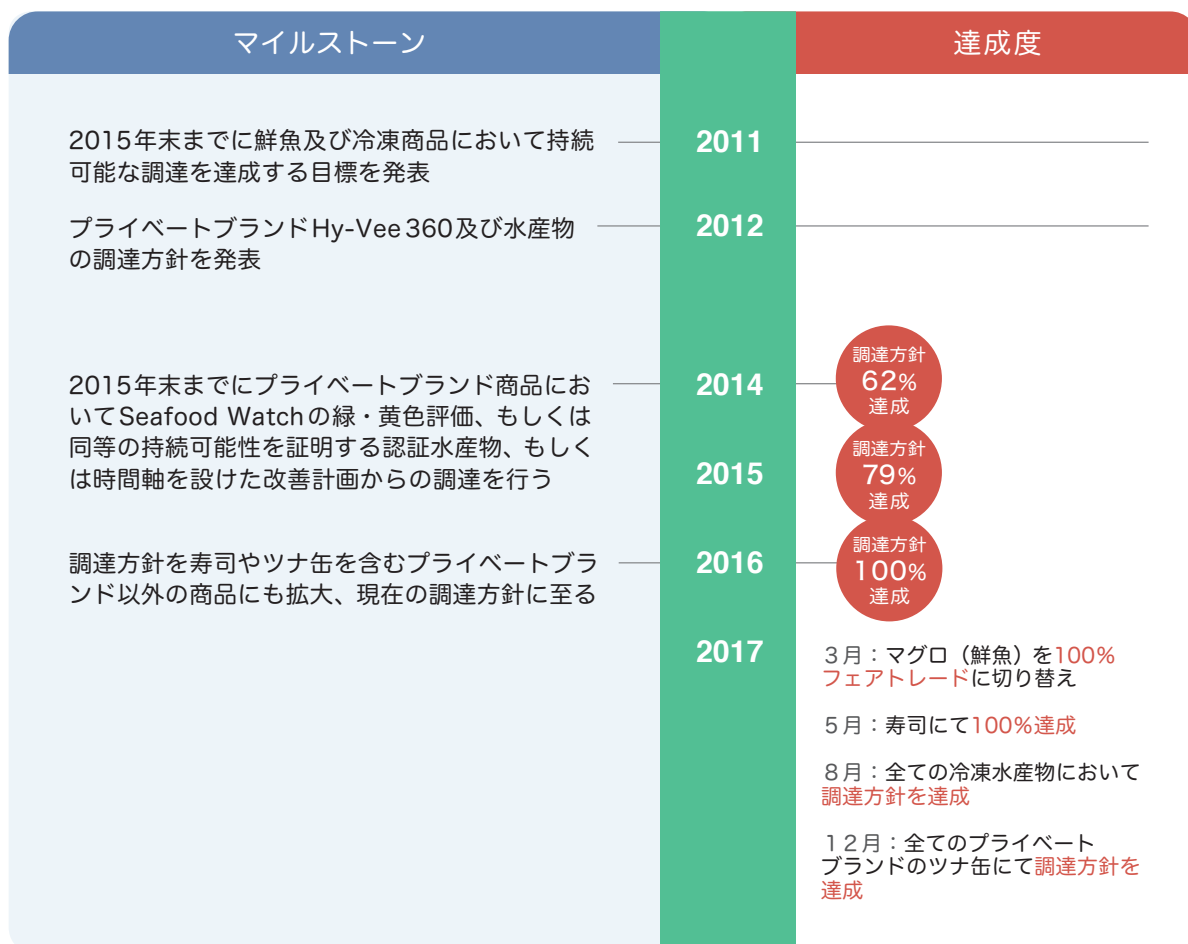
店内ショップで提供する水産物においても、Seafood Watchの緑・黄色評価の水産物、それ同等の持続可能性が担保された認証水産物、もしくは時間を設け測定可能な改善計画（FIP/AIP）で生産された水産物を調達する

鮮魚・冷凍

目標：2015年

Seafood Watchの緑・黄色評価の水産物、それ同等の持続可能性が担保された認証水産物、もしくは時間を設け測定可能な改善計画（FIP/AIP）で生産された水産物

水産物の種類、形態だけでなく、持続可能な調達に関連する問題に対しても方針を設けているハイビー。小売企業のコンサルティングを行うNGOのFishWiseとパートナー契約をしており、毎年商品のサプライチェーンを遡るトラックバックを行い、商品の原料である水産物の漁獲場所まで逆追跡が可能であることを確認することで、自社の商品の持続可能性を担保しています。厳しい調達方針の実現に欠かせないサプライヤーと生産者の協力は、自社のウェブサイトで消費者へ紹介され、商品の付加価値の向上にもつながりました。また、FMIのSSC (P.8参照) でもリーダーシップをとり、NGOとの連携や意見書への署名など企業間連携を牽引する存在になっています。



“ハイビーの持続可能性に関するミッションは海洋資源を守り、健全な生活を消費者、社員、地域、そして国際社会に届けるビジネスを行うことです”

ハイビー 肉魚オペレーション・バイス・プレジデント
グレッグ・フランプトン氏
(プレスリリースより) *

ハイビー調達方針について <<https://www.hy-vee.com/corporate/our-company/sustainability/responsible-choice-seafood/>>
CSRトップページ <<https://www.hy-vee.com/corporate/our-company/sustainability/>>
ニュース一覧 <<https://www.hy-vee.com/corporate/news-events/news-press-releases/>>
* “Hy-Vee Achieves Sustainable Seafood Goal.” Hy-Vee.com. 2016/2/2.

企業とNGOのパートナーシップ一覧

米国内の小売業界において、水産物の持続可能性の確保は差別化要素ではなく、既に最低条件になりつつあります。本レポートにて紹介した米国大手小売企業は専門NGOとパートナーシップを組み、様々なアプローチで持続可能な水産物の調達に取り組んでいます。

売上 ラン キング **	企業名	2016~ 2017年 売上額 (米ドル)	北米 店舗数 **	主要なパートナーシップ ***			
				認証	レーティング	プラット フォーム ****	調達方針の 策定・実行 を支援する NGO
1	ウォルマート Wal-Mart Stores Inc.	2559億*	5716	MSC BAP GSSI 認証		FMI SSTF (ISSF)	SFP
2	クローガー The Kroger Co.	1126億	3666	MSC BAP GSSI 認証		FMI (ISSF)	WWF
3	コストコ Costco Wholesale Corp.	628億	592	MSC ASC		SSTF (ISSF)	WWF SFP
4	アルバートソンズ Albertsons Cos. Inc.	604億	2340	MSC	Seafood Watch	FMI SSTF (ISSF) (IPNLF)	FishWise
5	アホールド・デレーズ Ahold Delhaize *****	344億	1980	MSC ASC GSSI 認証		FMI (ISSF)	WWF NEAq
7	パブリックス Publix Super Markets Inc.	333億	1137			FMI SSTF	SFP
8	ターゲット Target Corp.	321億*	1803	MSC	Seafood Watch	FMI SSTF (ISSF) (IPNLF)	FishWise
11	H-E-B	230億	384	ASC BAP		FMI	EDF Gulf Wild
18	ホールフーズマーケット Whole Foods Market Inc.	156億	447	MSC	Seafood Watch	IPNLF	
24	ハイビー Hy-Vee Inc.	98億	242	MSC	Seafood Watch	FMI (ISSF) (IPNLF)	FishWise

* 食品を中心とする消耗品の売上額の合計

** 米SUPERMARKET NEWSの2017年調査による

*** 各企業が公表している団体に限る。各団体の詳細については「(P.27) 専門組織及びプラットフォーム紹介」を参照

**** ()にて表記のプラットフォームに関しては直接的な参加はないものの、調達を通しての支援を表明しているプラットフォーム

***** ヨーロッパに本社を置く企業。本レポートでは北米での売上及び取り組みについてを紹介

専門組織及びプラットフォーム紹介

ASC認証 (Aquaculture Stewardship Council | 水産養殖管理協議会)

水産養殖管理協議会は責任ある養殖業の認証制度を管理する国際的な非営利団体で、ASC認証はその養殖水産物が自然環境や社会への負担を最小限に抑えて育てられたものであることを示す。

BAP認証 (Global Aquaculture Alliance | 世界養殖連盟)

BAP (Best Aquaculture Practice | 最良の養殖事業) 認証は養殖業に関わる水産物のふ化場、養殖場、加工場、飼料工場を対象とした認証制度で認証を受けた工場及び施設の組み合わせにより1つ星から4つ星のランクに分けられる。BAP認証はGSSIの認定を受けた認証スキームであり世界養殖連盟により運営される。

Conservation Alliance for Seafood Solutions

北米を中心に持続可能な漁業に関する活動を続ける組織が所属するアライアンス。20年の歴史を持つアライアンスのネットワークは北米水産市場の80%に及ぶと言われておりNGOと企業の密接した連携により北米の水産マーケットを牽引してきた。サステナブル・シーフードに関する活動のグローバル化に伴い、アジア初となるメンバーとして2017年にシーフードレガシーが加入。

Environmental Defense Fund | EDF (環境防衛基金)

地球温暖化、海洋保全、大気汚染など様々な環境問題に取り組む国際環境NGO。科学的な視点から、革新的、創造的、実際の解決策を提言し政策にも影響力を持つ。2017年に設立50年を迎えた環境NGOの草分け的存在。

FishWise (フィッシュワイズ)

2008年に設立されたカリフォルニア、サンタクルーズに拠点を置くサステナブル・シーフードのコンサルティングNGO。生産から販売と多岐に渡る水産業界の橋渡し役として企業間の協力や持続可能な調達のサポートなど、さまざまなサービスを提供している。特に企業をIUU漁業などのリスクから守るトレーサビリティ強化サービスはアメリカ国内でも定評があり、パートナー企業は多岐に渡る。

Food Marketing Institute | FMI (食品マーケティング協会)

食品小売企業および卸売企業の競争力強化・運営レベルアップ・顧客サービス向上のための調査・教育・交流の場を提供することを目的に設立された業界団体。本部米国では複数のワーキンググループが存在し、Seafood Strategy Committee | SSC (水産戦略委員会) には水産物の持続可能な調達を目指す小売企業が多く参加する。

Global Sustainable Seafood Initiative | GSSI (世界水産物持続可能性イニシアチブ)

各国・地域の生産者、水産関連企業、NGO、専門家、政府、FAO (国際連合食料農業機関) などが参加する、持続可能な水産物の普及のための国際パートナーシップのプラットフォーム。認証水産物の供給と販売促進における信頼性の担保及び水産物認証制度の改善促進を目的とし、FAOの「水産物エコラベルのためのガイドライン」等を満たす水産物の認証スキーム (エコラベル) を公的に認定するグローバル・ベンチマーク・ツールを運営する。

Gulf Wild

メキシコ湾の漁業者を支援することを目的に設立されたNGOで、科学に基づく資源管理の下、持続可能な漁法やトレーサビリティの確立を推奨している。継続したモニタリングと持続可能な漁業によりメキシコ湾の資源回復と地域の漁業コミュニティの活性化を目的としている。

International Pole and Line Foundation | IPNLF (世界一本釣り基金)

カツオを中心としたマグロ類の一本釣り漁法を推奨し、持続可能な資源利用を提唱する国際NGO。政府と協働し漁業者の支援を行う

他、小売企業が生産者を支援する仕組みを作りサプライチェーンを通しての持続可能性の実現を目指す。

International Seafood Sustainability Foundation | ISSF (世界水産物持続可能性基金)

マグロ類の持続可能な利用を目的に設立された水産関連企業、NGO、専門家などが参加するプラットフォーム。科学に基づいたイニシアチブにより持続可能な方法でのマグロ資源の長期的な利用や混獲の削減を通し健全な生態系を維持していくことを目的としている。

MSC認証 (Marine Stewardship Council | 海洋管理協議会)

海洋管理協議会は持続可能な漁業の普及のための取り組みを行う国際的な非営利団体で、MSC認証は水産資源を守り、適切な管理を行なっている漁業により獲られた水産物であることを証明する。MSC認証はGSSI認定を受けた認証スキームである。

New England Aquarium | NEAq (ニューイングランド水族館)

米国ボストンにある水族館で、企業や消費者を対象にしたサステナブル・シーフード・プログラムを展開する。

Seafood Watch (シーフード・ウォッチ)

米国カリフォルニアにあるモンレーベイ水族館が展開するサステナブル・シーフード・プログラム。緑、黄色、赤の3色で資源状態を表すレーティング (格付け) スキームは米国のサステナブル・シーフード・ムーブメントの火付け役にもなった。

Sustainable Fishery Partnership | SFP

小売企業を中心に持続可能な調達の支援を行う非営利団体。特定魚種のサプライヤーを対象にした協働プラットフォームや、FIP/AIPを通して持続可能な漁業の実現を目指す生産者と小売企業を繋ぐ取り組みなどを行う。小売企業が自社で取り扱う水産物の情報をオンライン上で公開する Ocean Disclosure Project | ODP はサプライチェーンの透明性を担保する活動として大手企業も参加する。

Sustainable Seafood Task Force | SSTF

国際的な大手食品企業やNGOが集まり2014年に設立された同盟。水産物の輸出大国であるタイでの労働環境改善や違法漁業の取り締まり、東南アジアから世界に広がる流通のトレーサビリティや透明性の確保に取り組む。

Trace Register (トレースレジスター)

水産物のトレーサビリティシステムを提供するIT企業で本社をシアトルに持つ。米国の多くの小売が同社の提供するシステムを導入しており、漁船や養殖場から流通を経て消費者に届くまでをシームレスに繋ぐ。生産国から消費国まで9言語に対応し、50カ国以上で利用されている。

World Wide Fund for Nature | WWF (世界自然保護基金)

「人と自然が調和して生きられる未来」を目指して世界約100カ国で活動する、世界最大級の環境保全団体。海洋保全分野では、漁業や養殖業における自然環境や資源の改善のみならず、その漁業を中心として成り立つコミュニティが社会的、経済的にも持続可能な発展ができるよう、サプライチェーン全体を通しての取り組みを進める。企業の水産物調達の持続可能性改善サポートの他、近年では水産物の生産、流通、販売に関わる世界の企業が一貫したトレーサビリティの確立に向けて協力して取り組むイニシアチブ、「グローバル・ダイアログ・オン・シーフード・トレーサビリティ | GDST」のファシリテーターをつとめる。

東京五輪開催を目前に控え、企業の社会的責任、SDGs、ESG投資への関心が高まる今、日本でも水産物の持続可能な調達に向けての活発な取り組みが見られるようになりました。

本資料にて紹介した米国企業の多くは明確な改善目標と時間軸を設け、取り組みの過程を積極的に公開することで、サプライチェーン上のステークホルダーの協力と、消費者の信頼を勝ち得てきました。取り組みは一様ではなく、工夫と地道な努力を重ねた先に、持続可能な調達方針が実現したことは前述の通りです。先進事例からヒントを得ることで、皆様の持続可能な水産物調達が、より日本の現状に即し効果的なものとなると期待しています。

調達の改善、調達方針の作成においてお困りのことがございましたら、シーフードレガシーまでご連絡ください。一緒に課題解決へ取り組ませていただきます。

水産物の持続可能な調達方針と
その実現に向けたマイルストーン
米国小売編

2018年7月7日 発行

株式会社 シーフードレガシー
〒104-0045
東京都中央区築地2-14-6 LXS築地804
info@seafoodlegacy.com
<http://seafoodlegacy.com>

無断転載禁止