

**貴重な水産資源を次世代へつなげる
魚食文化継承のために小売りができること**

2018年12月21日（金）

土谷 美津子

- ①海の恵みを守り、育てるため認証商品を食卓へ
「水産物のグローバル認証商品をアジア初、2006年から販売開始
- ②環境プラスおいしさで、認証商品をより身近に
「プライベートブランド(PB)としての商品開発
- ③水産資源持続活動をスタンダードに
「認証商品専門売場【フィッシュバトン】の設置」
- ④お客さまへの啓蒙活動と反響

【イオン サステナビリティ基本方針】

1
低炭素社会
の実現

イオン サステナビリティ基本方針

2
生物多様性
の保全

私たちイオンは、「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」という基本理念のもと、多くのステークホルダーの皆さまとともに、持続可能な社会の実現を目指します。

取組みにあたっては、
「低炭素社会の実現」「生物多様性の保全」
「資源の有効利用」「社会的課題への対応」
を柱とし、グローバルに考え、
それぞれの地域に根ざした活動を
積極的に推進してまいります。

3
資源の
有効利用

4
社会的課題
への対応

過去からの蓄積

持続可能な取り
組みの推進

近未来の
サステナブルライフ実現

イオン持続可能性推進

商品開発

調達

販売

環境

品質



オーガニック



GLOBAL GAP



MSC
ASC



復興



ハラ
ル
認
証



フェア
トレード



低炭素社会
の実現

生物多様性
の保全

資源の
有効活用

社会的課題
への対応

これまでイオンが実施してきた色々な取り組みをSDGs17の目標に当てはめると⇒万遍なくさまざまな形で社会貢献を実施

<p>1 貧困をなくそう</p>	<p>2 飢餓をゼロに</p>	<p>3 すべての人に健康と福祉を</p>	<p>4 質の高い教育をみんなに</p>	<p>5 ジェンダー平等を実現しよう</p>	<p>6 安全な水とトイレを世界中に</p>
<p>7 エネルギーをみんなにそしてクリーンに</p>	<p>8 働きがいも経済成長も</p>	<p>9 産業と技術革新の基盤をつくろう</p>	<p>10 人や国の不平等をなくそう</p>	<p>11 住み続けられるまちづくりを</p>	<p>12 つくる責任 つかう責任</p>
<p>13 気候変動に具体的な対策を</p>	<p>14 海の豊かさを守ろう</p>	<p>15 陸の豊かさを守ろう</p>	<p>16 平和と公正をすべての人に</p>	<p>17 パートナーシップで目標を達成しよう</p>	

イオン サステナビリティ 商品調達方針

【イオン持続可能な調達方針・2020年目標】

2017年4月19日
公表

対象	イオン持続可能な調達方針	持続可能な調達2020年目標
農産物	自然・生態系・社会と調和のとれた持続可能な農産物の調達に努めます。自らも野菜を栽培することで安全でおいしい野菜を提供し、安心してらせる食の未来の創造に貢献します。	・プライベートブランドは、GFSI ^{※1} ベースの適正農業規範(GAP)管理の100%実施をめざす ・オーガニック農産物売上構成比5%をめざす
畜産物	自然・生態系・社会と調和のとれた持続可能な畜産物の調達に努めます。自らも牛肉を生産することで安全でおいしい牛肉を提供し、安心してらせる食の未来の創造に貢献します。	・プライベートブランドは、GFSIベースの食品安全マネジメントシステム(FSMS)または、適正農業規範(GAP)による管理の100%実施をめざす
水産物	資源の枯渇防止と生物多様性保全の観点から、定期的なリスク評価を行います。また、リスク低減のために、実行可能な対策を検討し、持続可能な水産物の調達に努めます。(*1)	・イオン(株)連結対象の総合スーパー、スーパーマーケット企業で、MSC ^{※2} 、ASC ^{※3} の流通・加工認証(CoC)の100%取得をめざす ・主要な全魚種で、持続可能な裏付けのあるプライベートブランドを提供する
紙・パルプ・木材	適切に管理された森から生産された木材やパルプを商品の原材料や店舗の資材に活用し、森林破壊の防止に努めます。(*2)	・主要なカテゴリーのプライベートブランドについて、持続可能な認証(FSC [®] ^{※4} 認証等)原料の100%利用をめざす
パーム油	商品の原材料として使われるパーム油について、森林破壊の防止及び生物多様性に配慮した調達に努めます。	・プライベートブランドは、持続可能な認証(RSPO ^{※5} 等)原料の100%利用をめざす

(*1) 水産物に関する調達方針は、2014年に「イオン水産物調達方針」として先行して定めたものです。

※2 MSC (Marine Stewardship Council) : 海洋管理協議会
持続可能で社会的に責任ある方法で漁獲された天然水産物の認証制度を運営

※3 ASC (Aquaculture Stewardship Council) : 水産養殖管理協議会
環境や社会に配慮した養殖場で生産された水産物の認証制度を運営

※4 グローバルに展開する小売業、食品メーカーで構成するTCGF (The Consumer Goods Forum) 傘下の食品安全の推進団体。食品安全規格の認定も実施

※5 RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) : 持続可能なパーム油の認証制度を運営

イオン持続可能な調達原則

イオン水産物調達方針

持続可能な商品の販売

GSSI
ベース

MSC・
ASC拡大

完全養殖
拡大

FIP
支援

違法な取引の排除

国際条約
遵守

IUU
排除

人権労働
課題
無関与品

定期的なリスク評価

リスク
評価

改善

定量的
評価

推進組織

トレーサビリティの確立

トレー
サビリティ

トレース
バック

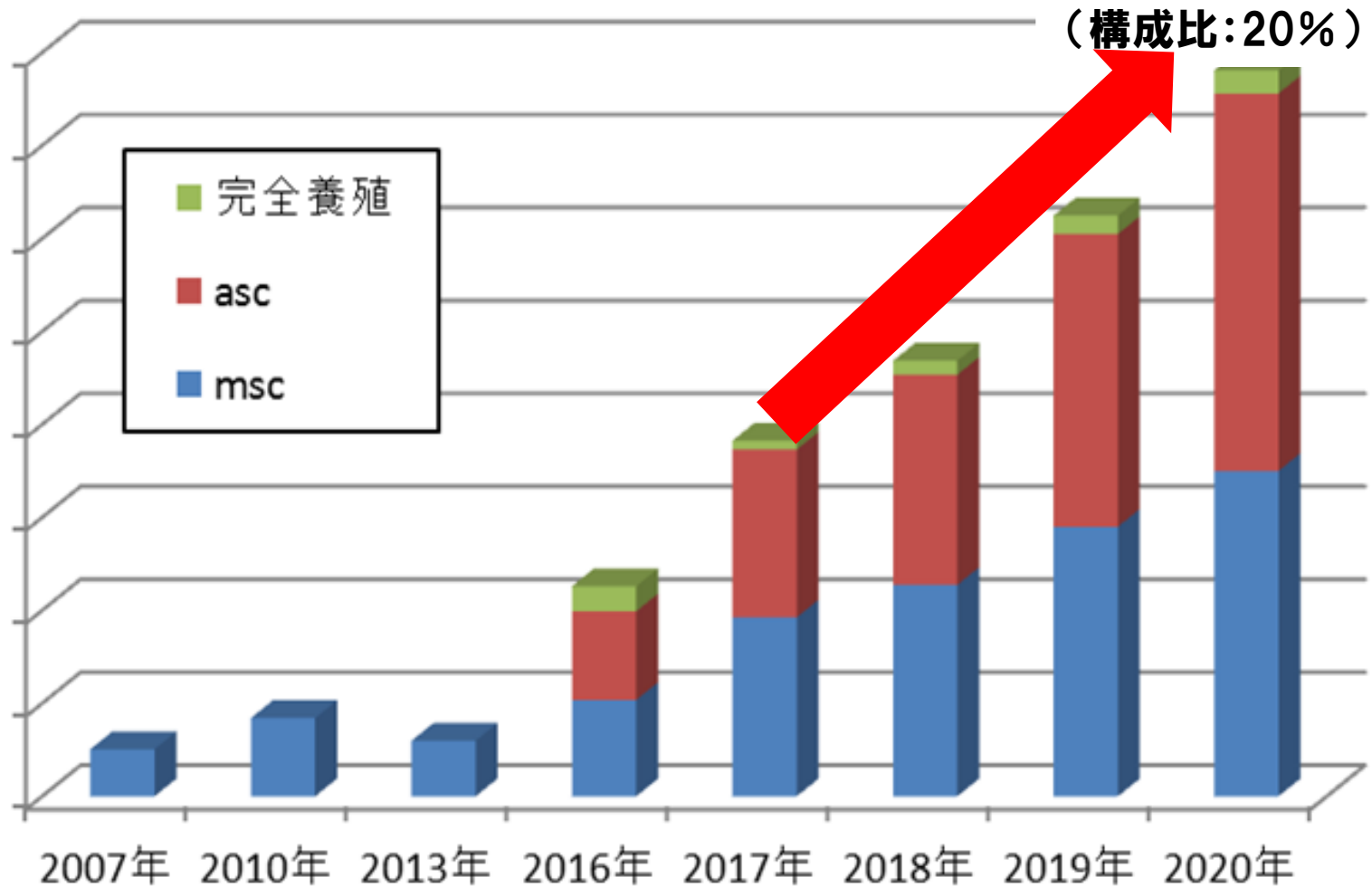
行動規範
宣言遵守

水産物の持続可能な調達のための組織

アセスメント会議

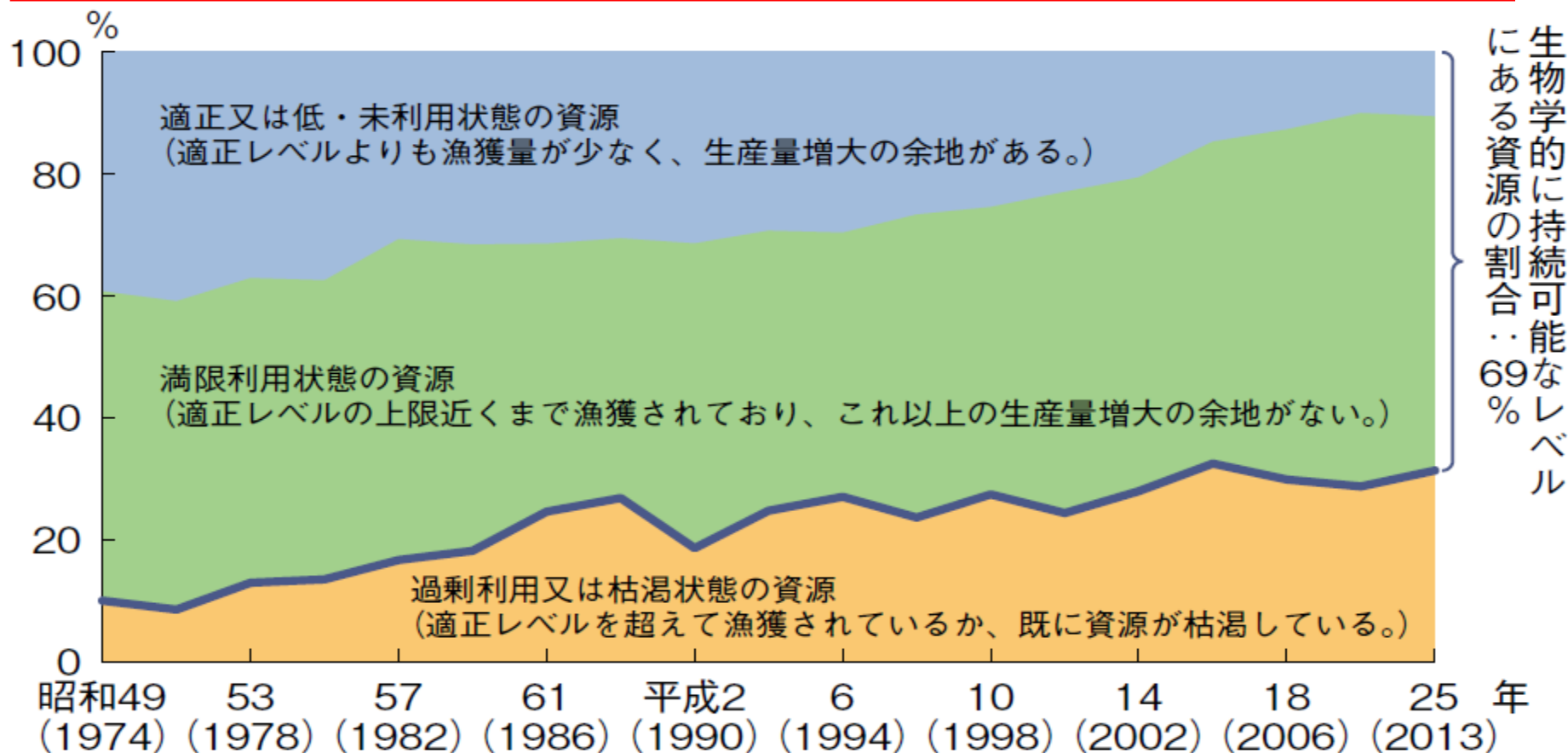
持続可能な調達推進委員会

サステナブルシーフード構成比向上へ



- ①海の恵みを守り、育てるため認証商品を食卓へ
「水産物のグローバル認証商品をアジア初、2006年から販売開始」
- ②環境プラスおいしさで、認証商品をより身近に
「プライベートブランド(PB)としての商品開発」
- ③水産資源持続活動をスタンダードに
「認証商品専門売場【フィッシュバトン】の設置」
- ④お客さまへの啓蒙活動と反響

過剰利用・資源枯渇+満限利用業況の資源を合わせれば85%
適正・低レベルは、15%程度しかない



資料：FAO 「The State of World Fisheries and Aquaculture 2016」に基づき水産庁で作成

「新鮮でおいしい旬の魚をお客さまへ提供し続ける」ことが小売業としての使命と考え、アジアで初めて海洋管理協議会（MSC）認証商品の取り扱いを2006年より始めた。MSC認証とは、水産資源の過剰漁獲や枯渇を引き起こさぬよう、海の生き物や環境に配慮して漁獲した天然水産物に与えられるもの。*

これに対し、ASC（水産養殖管理協会）認証は水質や地元の生態系などに配慮し育てられた養殖水産物に与えられるもので、イオンは2014年より取り扱いを始めている。*

イオンは、これらの認証商品を高い鮮度でお客さまへ提供することにこだわり、商品の加工・流通管理に関するCoC認証を取得した。CoC認証は、認証商品とこれ以外の商品との混合を避けるため、仕入から販売までの厳密な工程管理が求められ、審査基準がとても厳しく、取得や維持が難しいことから、全国展開する大手小売業ではイオンのみ。しかし、CoC認証取得により、新鮮な認証魚を丸ごと仕入れて、店内の調理場で刺身や切り身などへ加工できるので、より多くの商品の種類を売場に並べることができる。種類豊富な認証商品を日々のお買物のなかでご購入いただくことで、お客さまに世界の海洋保全に参画いただいている。*

・資源には限界がある

●枯渇性資源

石油資源、鉱物資源

●再生産資源

耕地適地、水産資源

⇒再生資源は崩壊しないように管理している限り永続的に生産物は、提供維持される。

持続させるためには管理が必要

- ①海の恵みを守り、育てるため認証商品を食卓へ
「水産物のグローバル認証商品をアジア初、2006年から販売開始」
- ②環境プラスおいしさで、認証商品をより身近に
「プライベートブランド(PB)としての商品開発」
- ③水産資源持続活動をスタンダードに
「認証商品専門売場【フィッシュバトン】の設置」
- ④お客さまへの啓蒙活動と反響

リピーター購入が真の環境保全につながるため、お客さまに、認証商品をより身近に毎日のお食事にご利用いただけるよう、おいしさ・品質に徹底してこだわった商品開発をすすめている。2006年の販売開始以来、取扱魚種、商品の拡大を図り、2017年9月現在でPBを中心に25魚種52品目の認証商品を全国の「イオン」「マックスバリュ」等3000店舗規模で販売し、日本での波及に貢献している。水産売場における認証商品の売上構成比は、5倍以上に伸びている。

▼MSC認証20魚種40品目

スケソウタラ	マス	イエローカレイ	アブラカレイ
赤カレイ	浅羽カレイ	紅鮭	真タラ
北国赤エビ	オーストタイガーエビ	キングブラウンエビ	ホタテ貝
ズワイガニ	セコガニ	ロブスター	カツオ
サバ	ニシン	ピンチョウマグロ	カラフトシシャモ

▼ASC認証5魚種12品目

パンガシウス	アトランティックサーモン	パナメイエビ	生カキ
銀鮭			





築地 すしざんまい本陣にて、築地市場関係者を招いて試食会を実施
まぐろの専門家の方々にも、“味” “品質” について高評価を頂きました

越谷レイクタウン店

生本まぐろ
コウのある赤身どあける結

トボのクリスマス
お祝い生本まぐろ
完全養殖 生本まぐろ

完全養殖まぐろとは？



○2014年「トップバリュ ASC 認証生アトランティックサーモン」
水揚げから店頭まで冷凍せず、フレッシュな状態でお客さまにお届けしている。北極圏のサーモン、かつ5kg以上の魚に限定し、色目（サーモンカラーチャート27以上）美味しさ（脂質20%以上）で違いを明確にした。



○2017年3月 アジア初「トップバリュMSC認証さば」
さばならではのジューシーな味わいを楽しんでいただくことにこだわり、一般的なものより大ぶりで脂がのったさばを短時間で凍結し高い鮮度に保ち、健康に配慮し塩分をおさえたうす塩味に仕上げ、さまざまな用途の料理メニューに使えるようにした。



○2017年5月 「トップバリュ白身魚のふっくら蒲焼」
環境月間に先駆け、うなぎ資源枯渇が問題となる中で、蒲焼という日本ならではの魚料理を身近に楽しんでもらおうと開発。イオン直輸入のASC認証ベトナム産パンガシウスを、加熱蒸気でふっくらと蒸し上げて オリーブオイルで皮面を香ばしく焼き上げることで、「蒲焼」の食感と香りを実現。パンガシウスに合わせたイオンオリジナルのタレも開発し、味わいを深めることに取り組んだ。メディアに多く取り上げられ、水産資源の枯渇という社会問題の提起につながった。



○2017年7月 世界初「トップバリュMSC認証からふとししゃも」

丸々と大きく脂がのった魚体で、特に体に占める卵の割合を示す卵率は、一般的なからふとししゃもが15%なのに対して、20%超と食べ応えのある商品に仕上げた。また、日本大学の協力で、学生考案レシピの提案など、異業種でも認証の盛り上げに取り組んでいる。



日本大学ビジネス学科の学生が考案したししゃものレシピ

- ①海の恵みを守り、育てるため認証商品を食卓へ
「水産物のグローバル認証商品をアジア初、2006年から販売開始
- ②環境プラスおいしさで、認証商品をより身近に
「プライベートブランド(PB)としての商品開発
- ③水産資源持続活動をスタンダードに
「認証商品専門売場【フィッシュバトン】の設置」
- ④お客さまへの啓蒙活動と反響

全てはお客さまのために
“安心”のお届け

年1度の第三者のチェック
“国際基準”

生産者から売り場まで
“トレーサビリティ”

安心の可視化
“エコラベル”

おいしさも、環境も、受け継いでいく。



認証商品を選んで、おいしいお魚と海の環境を次世代に。

未来の子供たちに魚食文化を引き継ぐ為に

認知

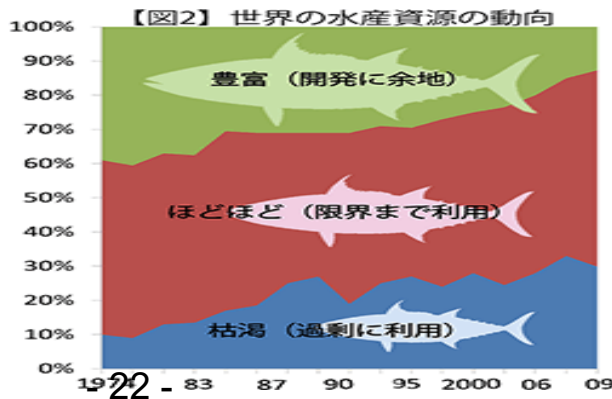
納得

購買

水産物資源
の枯渇状況

活動内容へ
の共感

買い物中でエ
コ活動ができ
るとい
う「気づき」





イオンスタイル板橋前野町（東京都）



イオンスタオルユーカリが丘（千葉県）



イオンスタイル碑文谷（東京都）

< 認証商品拡大のための課題 >

2016年のMSCの認知度は日本では「見たことがある」15%、「何度もみたことある」3%と世界平均の37%から比べるとかなりの差があり、まだまだ日本では認証商品の認知度は低い。ロゴマークの商品を販売しているだけでは伝わらない、「認知」から「理解」まで結びつけることが最重要課題だった。

2015年11月に認証商品のみを集めた専門売場「フィッシュバトン」コーナーを東京都のイオンスタイル板橋前野町に設置。同コーナーは、認証商品の認知度向上と「なぜ今その活動を支援することが必要なのか」という理解をしてもらうために、認証商品のみを集めたもの。おいしさの理由や特徴とともに「貴重な水産物である魚」というバトンを次世代につなげようというメッセージを発信している。啓蒙を主目的とした「フィッシュバトン」の設置は、刺身や焼き魚といった食べ方によるコーナーづくりが一般的なスーパーにおいて、小売業界、メディアの大きな関心を集めた。2017年9月現在で全国61店舗において「フィッシュバトン」コーナーを設置している。

* 「フィッシュバトン」とは未来の子供たちに大事な魚の資源をつなぐ（バトンする）意味を込めています。

- ①海の恵みを守り、育てるため認証商品を食卓へ
「水産物のグローバル認証商品をアジア初、2006年から販売開始」
- ②環境プラスおいしさで、認証商品をより身近に
「プライベートブランド(PB)としての商品開発」
- ③水産資源持続活動をスタンダードに
「認証商品専門売場【フィッシュバトン】の設置」
- ④お客さまへの啓蒙活動と反響

あなたは「SDGs(エスディー・ジーズ)」という言葉をご存知ですか (実態としてはほとんど知らない)

	性年齢層別の認知率 (%)
性×全体平均 (n=1400)	14.8%
男性 10代	16.0%
男性 20代	32.0%
男性 30代	22.0%
男性 40代	19.0%
男性 50代	18.0%
男性 60代	14.0%
男性 70代以上	24.0%
女性 10代	10.0%
女性 20代	9.0%
女性 30代	11.0%
女性 40代	3.0%
女性 50代	11.0%
女性 60代	9.0%
女性 70代以上	9.0%

SDGsに関係あるような企業の商品やサービスを選んでいる

11.1%

出所:マクロミルインサイト
対象者:日本全国10~70代の男女性年代100名ずつ、計1400名
調査期間:2018年2月6日~7日
インターネット調査

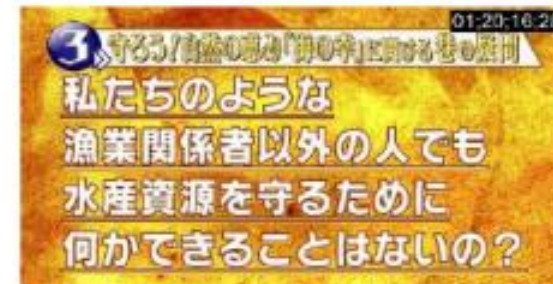
知ると、好感度がすべての世代で上昇

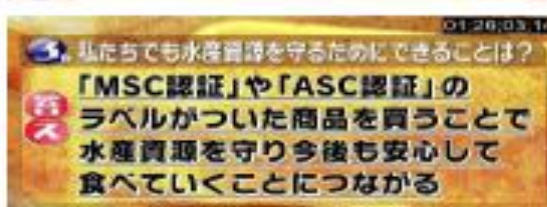
知識を得た後のアンケート	これから(これからも)SDGsに関係があるような企業の商品やサービスを選ん でいきたい (%)
性×全体平均 (n=1400)	40.6
男性10代	40.0
男性20代	38.0
男性30代	27.0
男性40代	35.0
男性50代	37.0
男性60代	42.0
男性70代以上	50.0
女性10代	41.0
女性20代	45.0
女性30代	35.0
女性40代	39.0
女性50代	40.0
女性60代	53.0
女性70代以上	47.0

2018年9月24日 BS朝日

わかるわかるch

巷の疑問を徹底リサーチ（テーマ「魚が近い将来食べられなくなるかもしれない」）
 （明豊漁業の取り組み紹介）（イオンスタイルいわき小名浜の紹介）
 「私たち消費者にも魚を守る取り組みはありますか？」「答えは売場にあります。ご案内します」（水産売場へ案内）これはもしや？（試食）「明豊産だ」「正解！」
 「このラベルにご注目ください（MSCラベル）。これが天然の魚に与えられる認証なんです」
 「これをわれわれが買うことで、何につながるんですか？」「このラベルが貼られた商品を買うことで、生産者さまに還元されますし、世界の漁業を守ることにもつながるんです」
 （ASC認証の紹介）（認証商品の数など説明）
 実は明豊漁業は日本で3例目となるMSC認証を取得した企業だったんです。
 「他にも何か取り組みされてるんですよね？」「はい、しているんです」
 （イオンモール幕張新都心でのMSC・ASCPRイベントの紹介）







第5回

MSC・ASC 認証商品

魚文化を未来の子どもたちにつなぐ

現在、MSC 認証商品22魚種41品目、ASC 認証商品19魚種18品目を取り揃え、お客さまの選択の幅をさらに広げている。この豊富な品揃えにより、今ではイオンリーデルの水産部門の売上高における主力分野のひとつになっている。これらの商品の提供に欠かせないのが、COC認証である。COC認証は、水産物を加工し提供するための過程において、認証水産物が適切に管理され、認証原料の混入やうづらの魚卵がないことを確保するためのものだ。取得には、厳しい審査規格に基づいた管理体制の構築、実行が求められる。継続には、毎年の定期監査と3年ごとの更新があり、取得と維持には手間とコストがかかる。それよりイオンはお客さまに認証商品を選び続けてもらうため、取引先とも連携しながらCOC認証の取得・維持を推進し、生鮮食品を扱う全てのグループアサヒ・店舗へ取得の拡大を進めている。

品専用の賞状コーナー「フィッシュバトン」を設置した。
また、お客さまのニーズに応える様々な調理法や味付けなど、積極的に商品開発を行ってきた。例えば、本年3月に発売した、「トップパリエグゼクティブ」シリーズのMSC認証からすかれい²⁾は、近所・隣のほか、独自の長針刺成法で身のみを凍結させた刺身火を通すだけで食べられる西京漬など、よりおいしく、より手軽に食べられる商品として用意している。「トップパリエグゼクティブ」では、MSC認証の紅鮭・たぐこ・明太子・鰻子を原料にした新商品も追加し、様々なバリエーションで展開。実際にお客さまが認証商品を選び、手に取り、食すことのできる機会を増やしてきたのだ。

イオンは、近年絶滅が危惧されているウナギに対して、本年6月にウナギの取り扱い方針を策定した。WFDジャパンとともに「インドネシアウナギ保全プロジェクト」に取り組む。シラスウナギ技術のMSC認証取得を計画。このように持続可能な水産資源の調達を積極的に推進している背景には、日本伝統の魚文化を未来の子どものために継承していきたいという思いがある。これからも水産資源と環境の安全につながるサステナブル・シーフードの普及に取り組みしていく。

取り扱う魚種・品目を拡大し、購入できる機会を増やす



1. 7月24日に開催したMSC・ASCのPRイベント「未来について考えよう」に参加した子どもたち
2. MSC・ASC 認証商品で構成した魚文化フィッシュバトン
3. 「トップパリエグゼクティブ」は真鯛のような魚卵で刺身だけでなく、サラダにもぴったりの魚

MSC 認証 22 魚種 41 品目

アブラコレイ	イネローチール アラワンダー	オーストラリア ニジ	スナツグダラ
アサギ	ホクダメ	ロシア スター	紅鮭
真サケ	真サケ	ロシア ニジ	マス
真鯛	カツオ	サバ	エリン
カラフトシロイ	ボンチ ユウマダロ	サンバ フィッシュ	真鯛 ホレイ
真魚	カラスカレイ		

ASC 認証 19 魚種 18 品目

アトランティック サーモン	パナメイ ニジ	パナマ ニジ	真ホホ
真鯛	トラウト サーモン	ムール 貝	ブリ
いずみ 鯛			



トップパリエグゼクティブ MSC 認証
ふくらみ焼いた 豊取りさばの刺身



トップパリエグゼクティブ グリーンアテナ
チュール ASC 認証
エアトランティックサーモン(真鯛)
刺身用

水産資源が枯渇しないよう適切に管理された持続可能な漁業で獲られた、天然水産物に与えられるMSC認証。水質や生態系などの海洋環境に配慮し育てられた「持続水産物」に与えられる「ASC認証」。イオンは、これらの国際基準である認証商品を全国の店舗で取り扱い、持続可能な水産物の普及に努めている。

いつもの魚売場で、お客さまのニーズに応える認証商品を提供する

MSC・ASC認証は、2012年のロンドンオリンピックをきっかけに、EU諸国やアメリカで大きな広がりを見せた。日本でも、徐々に認知度を上げ、徐々に選ばれるようになった。消費者に選ばれる商品を提供するために、持続可能な商品を提供することを目指すイオンは、安全・安心かつ新鮮でおいしいサステナブル・シーフードを多くのお客さまに知っていただくために、日本の小売業界に先駆け、2006年にMSC認証商品の販売を開始。さらに、バトンを渡すように親から子へ魚文化をつないでいくことをコンセプトに、認証時



未来の海について学んだよ!

自然環境への

MSC認証とは

資源や環境に配慮した
世界共通ルールを守る漁業



MSCはMCOF-2PMの認証です

魚を守る取り組み

- 魚を釣るときは、
- 魚の生態系を壊さない、
- 魚はかみきれに配慮して釣る。

MSC

世界水産資源協議会



漁船が魚を獲っている様子

水産資源への

ASC認証とは

環境や社会に配慮した
世界共通ルールを守る養殖業



ASCはMCOF-2PMの認証です

魚を守る取り組み

- エサの原料となる魚類を
- 獲るときは、
- 魚の生態系を壊さない、
- 魚はかみきれに配慮して釣る。
- 養殖場が環境や社会に配慮を怠らない。

ASC

水産資源管理協議会



アラスカ産のサーモン養殖場

どんなにいいことがあるの？

- 魚を獲るときは、
- 魚の生態系を壊さない、
- 魚はかみきれに配慮して釣る。
- 養殖場が環境や社会に配慮を怠らない。



- 魚を獲るときは、
- 魚の生態系を壊さない、
- 魚はかみきれに配慮して釣る。
- 養殖場が環境や社会に配慮を怠らない。

SUSTAINABLE GOALS

SDGsとは
2016年9月に国連総会が採択した持続可能な開発目標（SDGs）の17の目標を達成するための取り組みです。



子ども記者がイオンモール幕張新都心でSDGsについて学びました。

MSC・ASCとは？
MSCはMCOF-2PMの認証です。ASCはMCOF-2PMの認証です。



子ども記者（左から大塚りお、山崎あかり、山崎あかり、山崎あかり、山崎あかり）



子ども記者がイオンモール幕張新都心でSDGsについて学びました。



子ども記者がイオンモール幕張新都心でSDGsについて学びました。



子ども記者がイオンモール幕張新都心でSDGsについて学びました。



子ども記者がイオンモール幕張新都心でSDGsについて学びました。

この取り組みは、国内のみならず両認証が浸透している海外から大きな注目を集めている。本年4月SDGs（持続可能な開発目標：2015年国連サミットで採択された2030年までの国際目標）を推進するスウェーデンのヴィクトリア皇太子来日時には、海洋資源の持続可能性に関する知見を広げたいとの要望でイオンの「フィッシュバトン」コーナーをご視察。売場に込めた想いや取引先さまと協力して取り組みを進めていることや、売場づくりなどに大きな興味・関心を寄せていただいた。



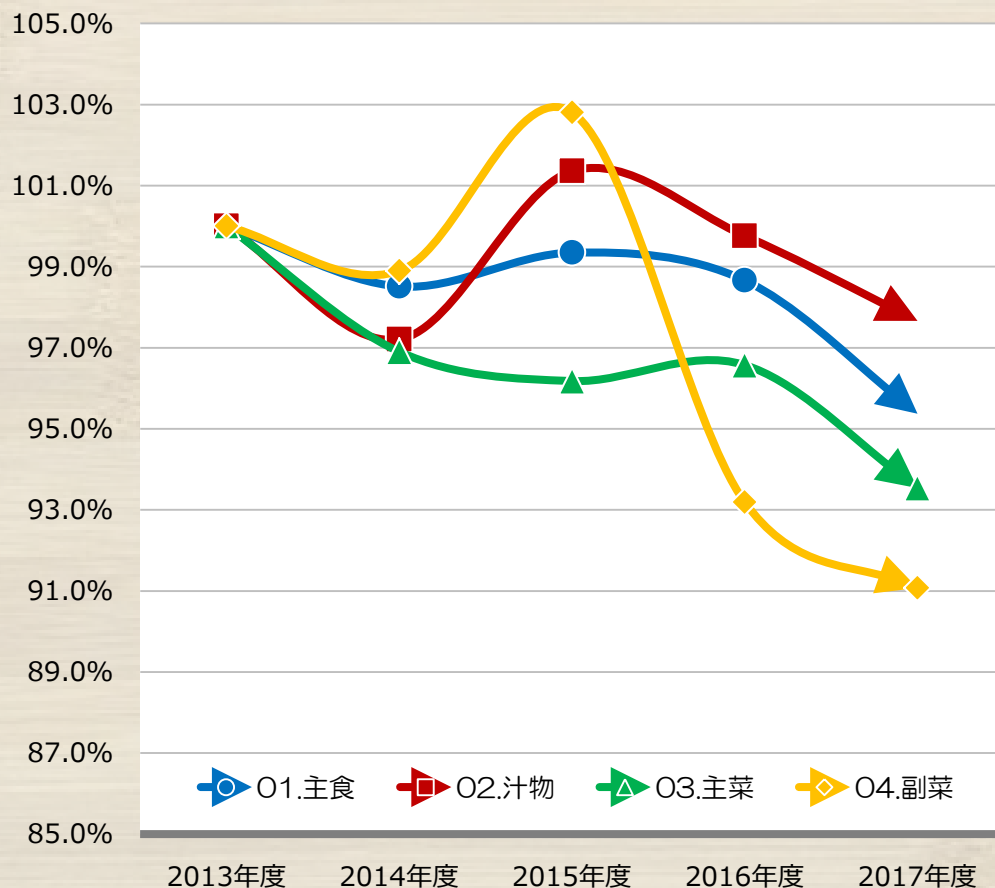
2017年4月19日 イオンスタイル碑文谷にて、フィッシュバトンコーナーを視察されるヴィクトリア皇太子

ステップ ザ 魚ばなれ
お客様の 変化に 合わせる

トツプバリュ
Fish Deli おさかな惣菜シリーズ

近年、和食の食卓出現率は低下傾向にあります

和食メニュー5年前のT I 値(食卓出現率)を100%とした時のトレンド

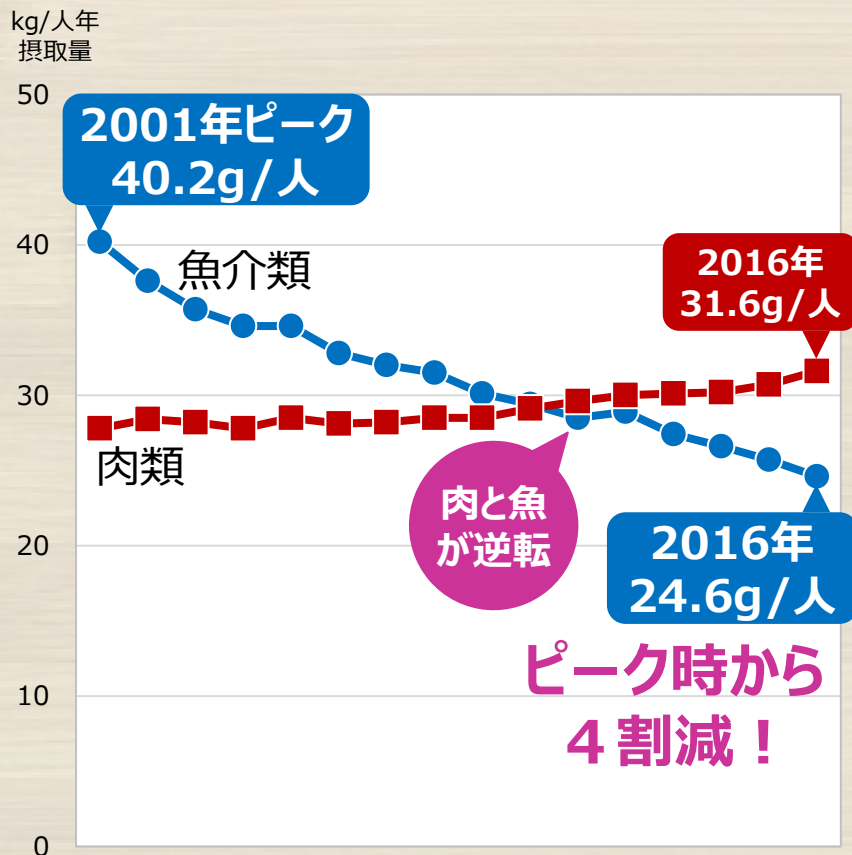


魚を食べるのはお刺身・焼き魚・煮魚と「和食」が中心。その和食が近年食卓に上がらなくなってきている。

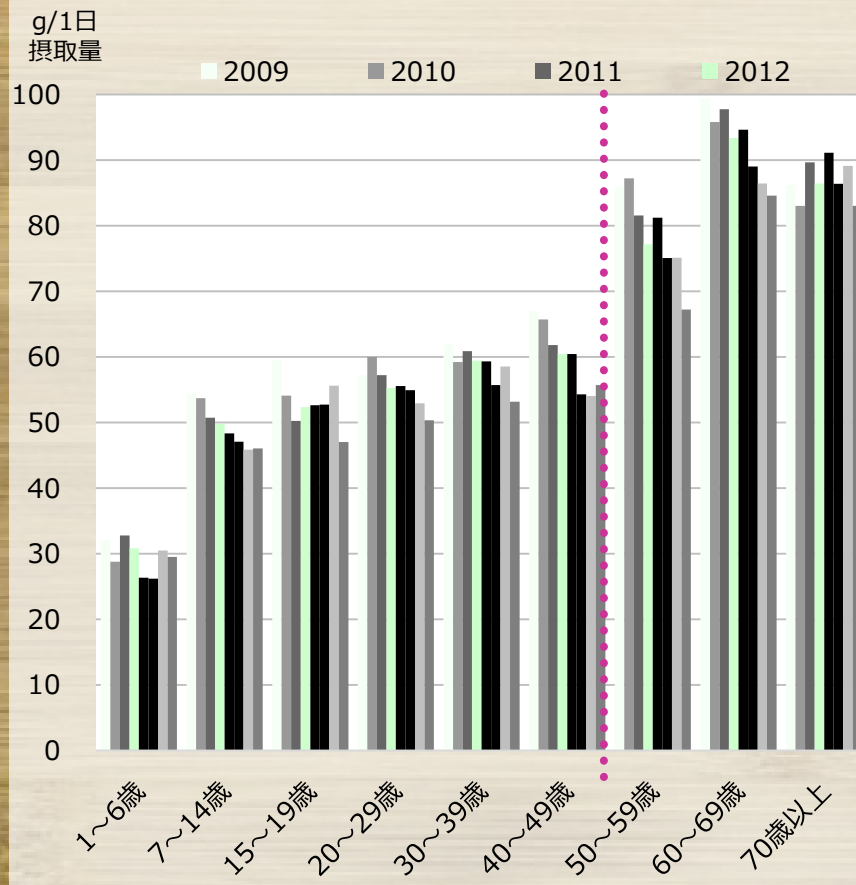
2013年の食卓出現率を100%とした時の「和食」の食卓出現率変化をみると、主食・汁物・主菜・副菜まで全て減少傾向にある。

和食の代表食材である魚介類は摂取量が減少へ

食用魚介類及び肉類の1人1年当たり消費量（純食料）
とたんぱく質の1人1日当たり消費量の推移



和食の代表食材である魚介類の摂取量は
50歳以上が多く、50歳以下は摂取量が少ない



魚介類の摂取量増減には理由があります

価格が高い・調理が難しい・面倒

健康に良いと思う・おいしいと思うから

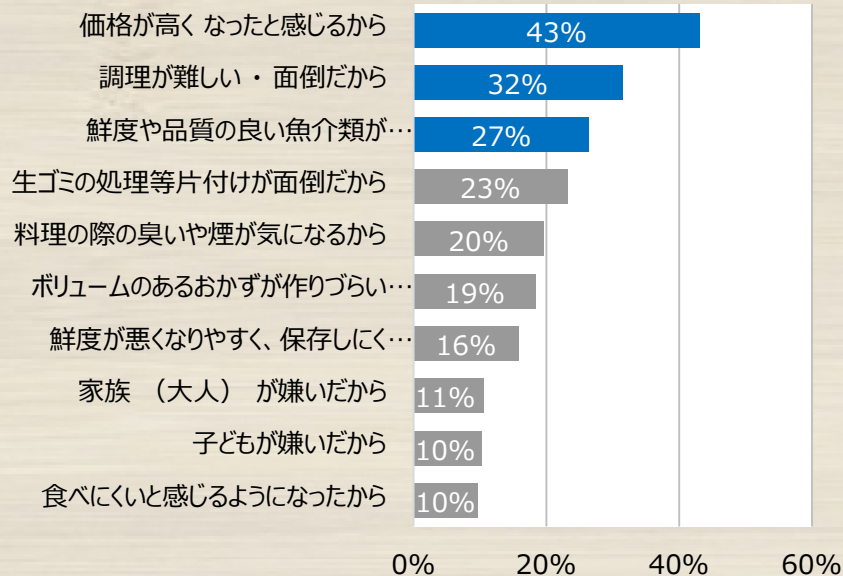
減った, 38%

変わらない, 32%

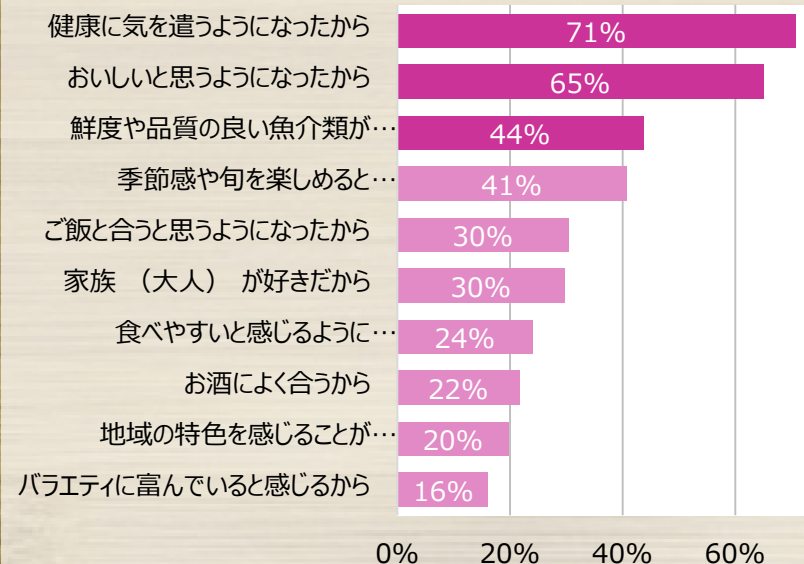
増えた, 30%

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

魚介類を食べるのが減った理由ベスト10



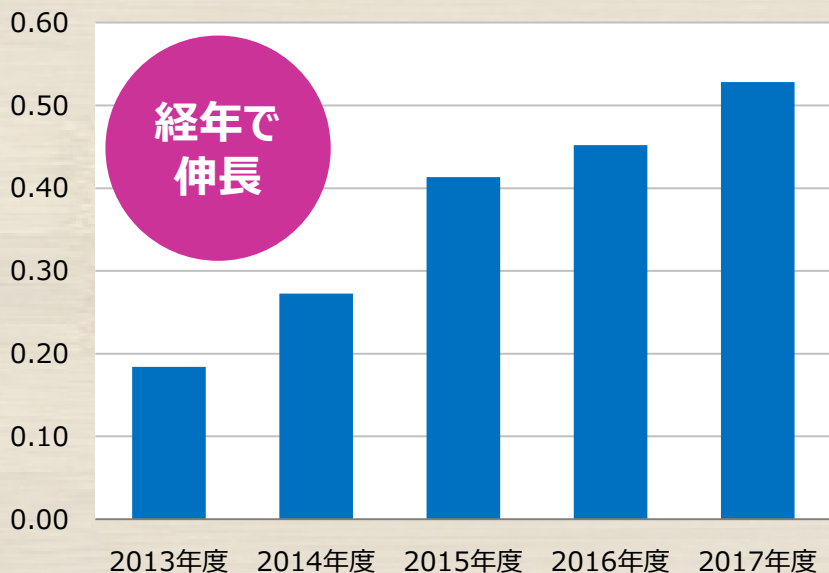
魚介類を食べるのが増えた理由ベスト10



—— 和食の代表食材である魚のレトルト製品が食卓に登場 ——

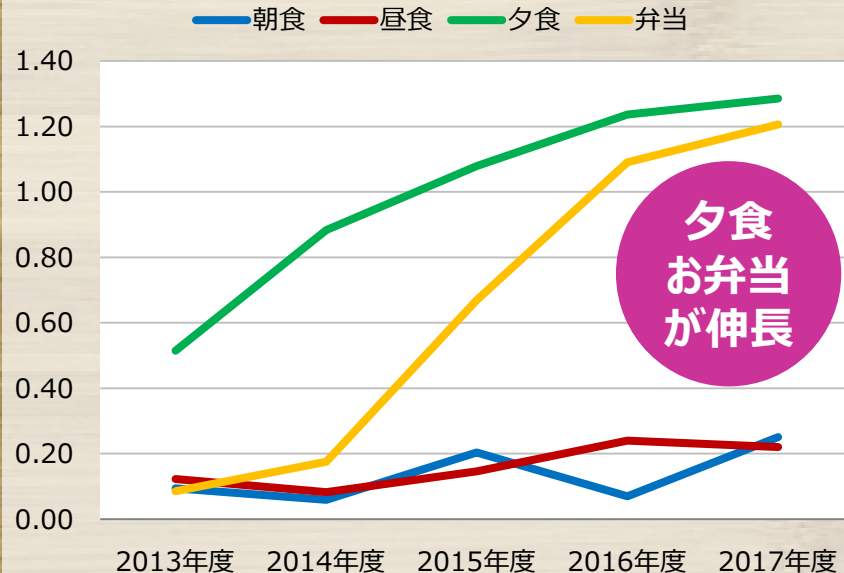
出典：調査会社 株式会社アットテーブル(DNP資本95%) 分析期間：2013/4/1~2018/3/31 食卓機会：1日計 対象世帯：主婦世帯
 材料名：レトルトの魚介料理 [レトルトの魚介の和風煮(八幡巻き等) / レトルトの魚介の照り焼き・塩焼き・つけ焼き / レトルトの魚介のクリーム煮 / レトルトのその他の魚介料理]
 ※レトルト魚の蒲焼き(うなぎの蒲焼き等)を除く

レトルト魚介 経年TI値(食卓出現率)



	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
全体	0.18	0.27	0.41	0.45	0.53
20代	0.35	0.46	0.06	0.82	0.85
30代	0.15	0.14	0.15	0.17	0.31
40代	0.17	0.26	0.30	0.53	0.40
50代	0.25	0.46	0.74	0.61	0.73
60代以上	0.09	0.20	0.84	0.45	0.86

レトルト魚介 経年食卓機会別TI値(食卓出現率)



	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度
朝食	0.09	0.06	0.20	0.07	0.25
昼食	0.12	0.08	0.15	0.24	0.22
夕食	0.52	0.88	1.08	1.24	1.29
弁当	0.09	0.18	0.67	1.09	1.21



和食の食卓出現率は近年低下傾向にあります



魚介類を食べるのが減った人と増えた人の意見を聞くと、魚介類をもっと生活者に利用して頂けるヒントが見えてきました



和食の代表食材である魚介類は摂取量が減少にあります



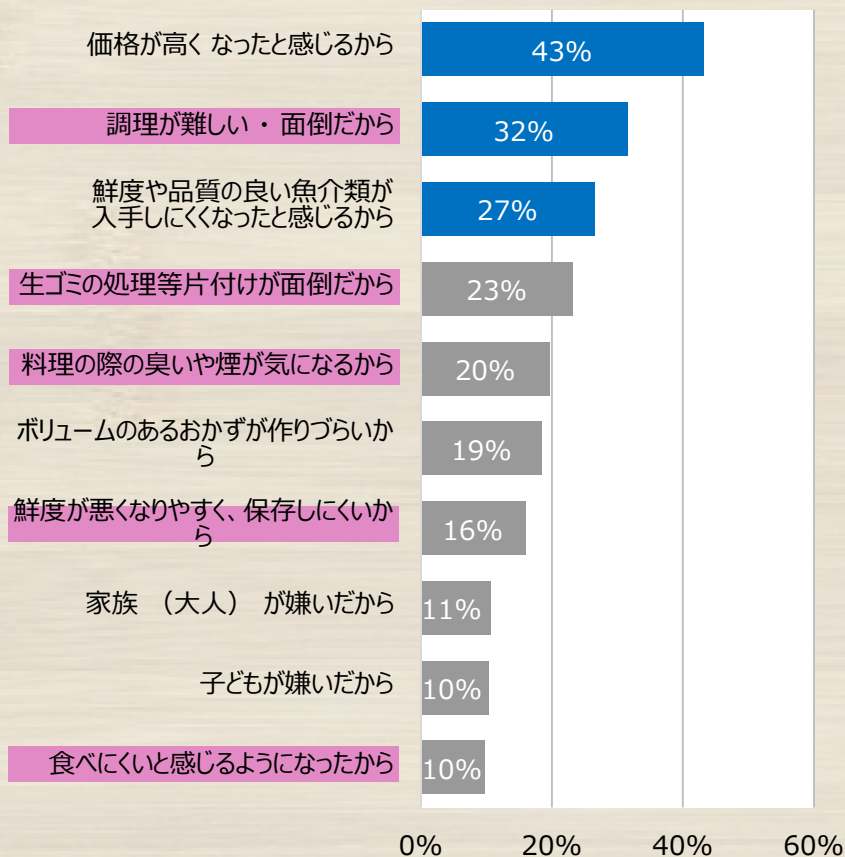
和食の代表食材である魚介レトルト製品が食卓に登場し、成長し始めています



和食の中の「魚食」は、素材から調理するのではなく、“一人から”でも“簡単”に“手軽な価格”で購入するのが当たり前になってきます

—— “骨”も“不満”も取り除いた！おさかな惣菜シリーズ ——

魚介類を食べるのが減った理由ベスト10



“骨取り”

“1人前からの
小容量パック”



“レンジや湯煎で
加温調理”

“豊富な種類で
選べるおいしさ”

負の理由を取り除き、
魚食がより身近な
存在になるよう
開発。

便利さだけでなく、
豊富な種類で
選べるおいしさを
追求。

おさかな惣菜シリーズ 3つのおいしさ

つなぐおいしさ

環境や社会に配慮したMSC認証やASC認証を取得した魚介を使用。

魚介の旨味を
じっくりと煮込み、
じっくりと煮込み、
じっくりと煮込み、

旬のおいしさ

旬の魚介を漁場近くですぐに加工。チンするだけでいつでもおいしい旬の味。

魚介の旨味を
じっくりと煮込み、
じっくりと煮込み、
じっくりと煮込み、

ひと手間のおいしさ

じっくりと漬け込み、スチーム調理と遠赤外線調理でよっくらパリッと焼き上げ。チンするだけでまるでお店の味わい。

魚介の旨味を
じっくりと煮込み、
じっくりと煮込み、
じっくりと煮込み、

「つなぐ」おいしさ



世界の海から“持続可能な漁業”で漁獲されたMSC認証、ASC認証の原料を厳選し使用しています。



MSC 認証のお魚



天然魚に対する認証です。年間の漁獲量を決めて、好漁期を選んで漁獲された、環境に配慮し、品質も非常に高いお魚です。

ASC 認証のお魚



養殖魚に対する認証です。餌を工夫することで、海を汚さず小魚の消費を抑えるなど、環境・社会にさまざまな形で配慮しています。

魚食文化を残すために、私たちができること

ライフスタイルの
変化に対応する

和食の中の「魚食」は、素材から調理するのではなく、“一人から”でも“簡単”に“手軽な価格”で購入するのが当たり前になってきます。

家族で食べられる
魚惣菜を開発する

小容量のパックで豊富なメニューを提供することで、ご家族の献立を考えやすくなり、魚が食卓に上がりやすくなります。

リピートしたい味に
仕上げる

それぞれがお気に入りのおさかな惣菜を見つけて、おすすめしたり分け合ったりして、魚のおいしさをご家族でシェアできるようになります。

家庭で魚を食べる
習慣を定着させる

子どもの頃から色々な種類の魚を食べる習慣がつけば、大人になってからも魚が食卓に上がるようになり、魚食文化を将来へとつないでいける循環になります。

第 19 回グリーン購入大賞 審査結果発表

2018 年 11 月 21 日

大賞・環境大臣賞	株式会社大川印刷
大賞・経済産業大臣賞	ホットマン株式会社
大賞・農林水産大臣賞	イオン株式会社

■ 第 19 回受賞団体一覧

賞	受賞団体（応募部門）	タイトル
大賞・環境大臣賞	株式会社大川印刷 （中小企業部門）	「CO ₂ ゼロ印刷」持続可能な調達を通じて地域の印刷会社が推進する SDGs。
大賞・経済産業大臣賞	ホットマン株式会社 （中小企業部門）	国内初の日本製フェアトレードコットンタオルと瞬間吸水「1秒タオル」による持続可能な社会への貢献。
大賞・農林水産大臣賞	イオン株式会社 （大企業部門）	食糧な水産資源を次世代へつなげる魚食文化継承のためにイオンができること。
大賞	株式会社ファンケル （大企業部門）	取引先様と一緒に無添加技術や容器開発を活用した、事業活動を通して、気候変動対応と生態系を守る活動。
大賞	吹田市 （行政・民間団体部門）	全国初！吹田方式による電力調達で再生可能エネルギーを普及しよう。
大賞	横浜市資源リサイクル 事業協同組合 （行政・民間団体部門）	横浜リユースびんプロジェクト 地域循環型リユースびん&地産地消飲料による持続可能な地域循環圏の構築。
優秀賞	UCC 上島珈琲株式会社 （大企業部門）	持続可能な社会の実現に向け UCC が貢献できること～カップから農園までの活動で世界を笑顔にする～。
優秀賞	カルネコ株式会社 （中小企業部門）	CO ₂ 削減につながる POP 調達と環境事業者・企業・消費者をつなぐ環境貢献プラットフォーム EVI の取り組み。
優秀賞	国際環境 NGO FoE Japan （行政・民間団体部門）	SDGs に向けた持続可能な木材・木材製品（フェアウッド調達）の普及促進。
グリーン購入推進 自治体特別賞	横浜市（神奈川県）、妙高市（新潟県）、福井県（福井県）、 大阪府（大阪府）、長崎県（長崎県）、熊本市（熊本県）。	

○大賞・農林水産大臣賞 イオン株式会社（大企業部門）

食豊かな水産資源を次世代へつなげる魚食文化継承のためにイオンができること

【取り組み概要】

イオン株式会社では、持続可能で環境に配慮した認証商品が食卓に当たり前に並ぶ社会の実現を目指し、2014年に持続可能な調達原則および水産物調達方針を策定、2017年には2020年目標を定めて取り組みを加速している。これらの方針策定に先立ち、水産物については、2006年にグローバル認証のMSC認証商品、2014年にはASC認証商品の販売をアジアで初めて開始した。取扱い魚種、商品の拡大を図り、PBを中心に両認証あわせ31魚種59品目（2018年10月時点）を全国の「イオン」「マックスバリュ」等3000店舗規模で販売し、普及に貢献している。また、認証商品専用コーナー『フィッシュボタン』を設置し、「食豊かな水産物である魚」や魚食文化を次世代につなげようというメッセージを消費者に向けて発信している。

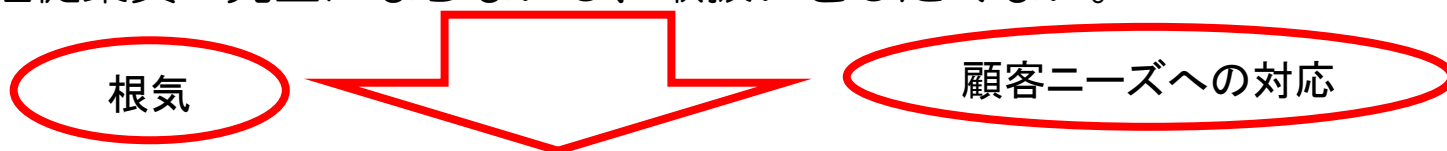
【評価ポイント】

水産資源の持続可能性に注目が集まる中、いち早く2006年から10年以上取り組み続け、認証製品の売り上げを伸ばしている点、持続可能な調達方針を策定し、サプライヤーに対して意志と方向性を明確に示していることは、他社への手本となる。

< 2006年に取り組みを開始して >

認識いただけるまで、10年かかった。

- お客さま：何のことかわからないし、必要性も感じない！
- 取引先さま：本気なのか？となかなか信じてもらえなかった
- 自社従業員：売上にならないし、取扱いをしたくない。



現在は、さまざまな活動で認知され水産の売上の18年度は10%を超える

- お客さま：子供がこれが良いというので、未来の子供の世代のためにも認証商品を買いたい。
- 取引先さま：イオンは本気、商売にもなる
- 自社従業員：売上にもなるし、取り扱うことで誇りを感じる

消費者に理解していただくには時間と忍耐が必要だった。
車輪が回り始め消費者の理解は高まってきた。

⇒消費者と直接接する場を持つ小売業の重要な役割