

An underwater scene featuring a dense forest of kelp. The kelp stalks are vertical and green, with large, flat, yellowish-green blades extending from them. Sunlight filters through the water from the top, creating a bright, blue-green atmosphere with some light rays visible. The overall scene is serene and natural.

DAY5

11.10 (TUE) 10:00~12:00

ホテル・レストラン・社食が継承する食文化

# 食文化

日本の魚食文化を育むシェフや企業の挑戦

**TSSS** Tokyo  
**2020** Sustainable  
Seafood  
Symposium



講演・パネルディスカッション

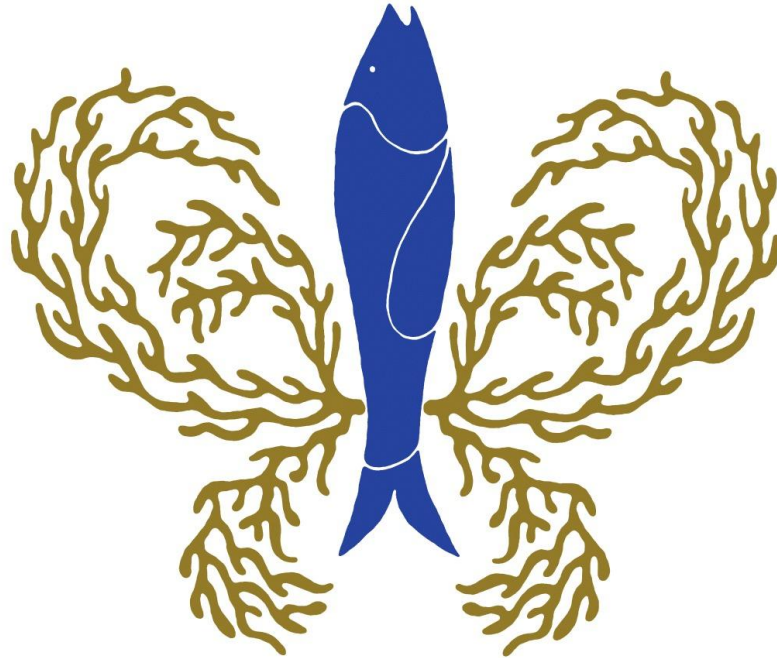
「ルレ・エ・シャトー ヴィジョン:

ホスピタリティ業界から見るSDGs14達成への道」

Panel discussion:

RELAIS & CHÂTEAUX VISION: The road to SDG

#14 in hospitality



**RELAIS & CHATEAUX**



# R&C VISION

- 20 Commitments -

2014  
UNESCO Paris



料理とおもてなしによる、より良い世界を構築するために  
**Making a better world through cuisine and hospitality**







LE  
MANIFESTE  
RELAIS & CHÂTEAUX





# 私たちのコミットメント OUR COMMITMENTS



倫理的な料理 / ETHICAL CUISINE



環境 / ENVIRONMENT



人事 / HUMAN RESOURCES







2019年6月5日開催 支部ミーティング  
Delegation Meeting on June 05, 2019





ル・エ・シャトー日本支部  
海洋保護に向けたマニフェスト  
"Vision for the sea (ヴィジョン・フォー・ザ・シー)" 発表

2019年10月17日 (木)  
場 大阪ガス Mugミュージアム

2019年10月17日  
メディアカンファレンス  
Media Conference  
on October 17, 2019







ルレ・エ・シャトー 日本・韓国支部  
サステイナブル・シーフード活動 行動指針 6項目

1. **持続可能性を追求する責任ある漁業及び養殖業を応援します。**
2. **小規模・零細の沿岸漁業者及び養殖業者を支えます。**
3. **調和や個性を尊重し、問題の根本的解決を目指します。**
4. **海の恵みの無駄遣いを徹底的に削減します。**
5. **漁業者及び養殖業者の努力をお客様に伝えます。**
6. **継続的に成長します。**







## Relais & Châteaux Delegation Japan & Korea 6 commitments for Sustainable Seafood

1. Support fisheries and farmers **that are pursuing sustainability**.
2. Support **small-scale, artisanal** fishers and farmers.
3. Respect **each region's individuality** in harmony with working toward fundamental solutions.
4. **Reduce waste** of marine resources. Favor fish that have reached adulthood and **had time to breed**.
5. **Inform guests** about fishers' and farmers' efforts.
6. Continue to **learn, develop and reflect**.





## ロードマップ | OUR ROADMAP



RELAIS & CHATEAUX





## ゴール & ロードマップ

### 長期(~2030年)

- 水産物 80%を持続可能なものに移行
- ルレ・エ・シャトー日本・韓国支部の イニシアティブ強化
- 引き続き、ルレ・エ・シャトーのグローバルなキャンペーンへの参加

### 中期(~3年)

- 水産物の80%は生産者までトレースバック
- 持続可能な地域社会のための取り組み実施
- 水産物の持続可能性チェックデータベース完成
- 世界海洋デーの「Fish Unknown」キャンペーンへの支部100%参加





## GOAL & ROADMAP

### Long-Term(2030)

- 80% of seafood is a guaranteed sustainable source
- Strengthen initiatives of R&C Japan/Korea
- Continue to collaborate with R&C internationally

### Mid-Term(2023)

- 80% of seafood can be traced back to origin
- Community conservation program
- Launch database to check seafood sustainability
- 100% participate in Fish Unknown campaign





## 対談

「withコロナ時代の企業にできるサステナブル・シーフードを通じたSDGsへの貢献に向けた取組み」

Dialogue:

Achieving SDGs in the new normal - sustainable seafood movement beyond seafood industry

**with コロナ時代の  
企業にできるサスシーを通じた  
SDGsへの貢献に向けた取組み**

**～ 社食への導入+αのideaのご提案 ～**

2020年11月10日

パナソニック株式会社  
ブランド戦略本部  
CSR・社会文化部  
喜納 厚介



# 本日本話する内容

---

1)はじめに

2)サスシーへの取組みの背景

3)with コロナ時代の取組みidea

4)社食へのサスシー導入の現状

5)企業ネットワークについて

6)最後に

# 1)はじめに

---

## ■新型コロナ禍により

社会の『持続可能性』の重要性を再認識

⇒ サステナビリティへの関心の高まり

⇒ 取組みの重要性の再認識

⇒ 取組みの幅の拡大の必要性

## ■今日のテーマは2つ

①with コロナ時代にできるサスシーの取組み

②社食へのサスシー導入拡大への取組み

# 本日本話する内容

---

1)はじめに

**2)サスシーへの取組みの背景**

3)with コロナ時代の取組みidea

4)社食へのサスシー導入の現状

5)企業ネットワークへの取組み状況

26

6)最後に



## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ 当社概要

創業

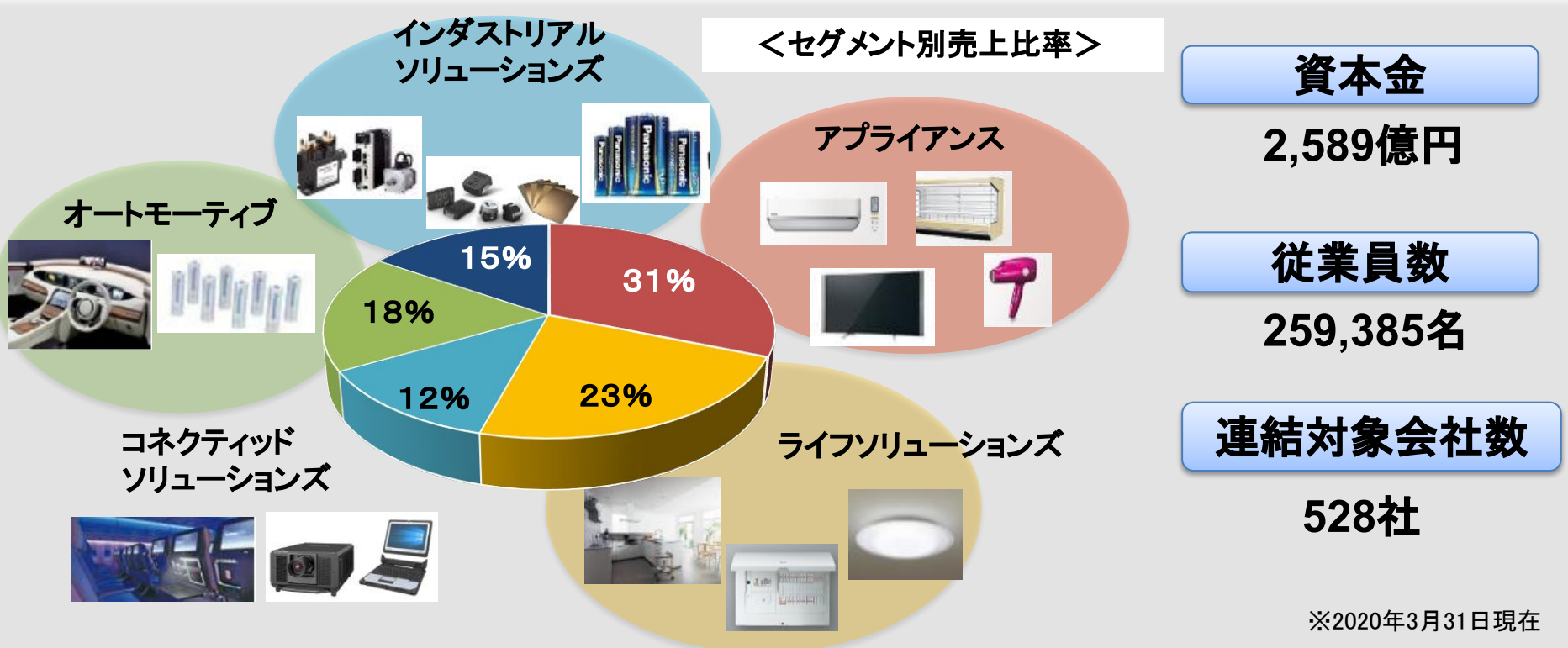
1918(大正7)年 3月7日

事業内容

部品から家庭用電子機器、電化製品、FA機器、情報通信機器、および住宅関連機器等に至るまでの生産、販売、サービスを行う  
総合エレクトロニクスメーカー

売上高

7兆4,906億円 (2019年度)



## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ 当社の経営理念

～事業を通じて人々の暮らしと社会の発展に貢献する～

基本の考え方

社会の公器、お客様第一、衆知を集める、日に新た

ブランドスローガン

A Better Life, A Better World



1929年、創業者が制定。  
あらゆる経営活動の根幹をなす  
当社の「経営理念」



創業者 : 松下幸之助

## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ 事業活動と企業市民活動

本業を通じて人々の暮らしと社会の発展に貢献することを目指すとともに、企業市民活動においても社会課題解決に取り組む

途上国

新興国

先進国

事業活動

A Better Life, A Better World

企業市民活動



## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ 企業市民活動の重点テーマ

グローバルに認知されている社会課題と創業者の考えの両方から、優先課題を選定

### 共生社会の実現に向けた**貧困の解消**

#### ■ 国連 持続可能な開発目標

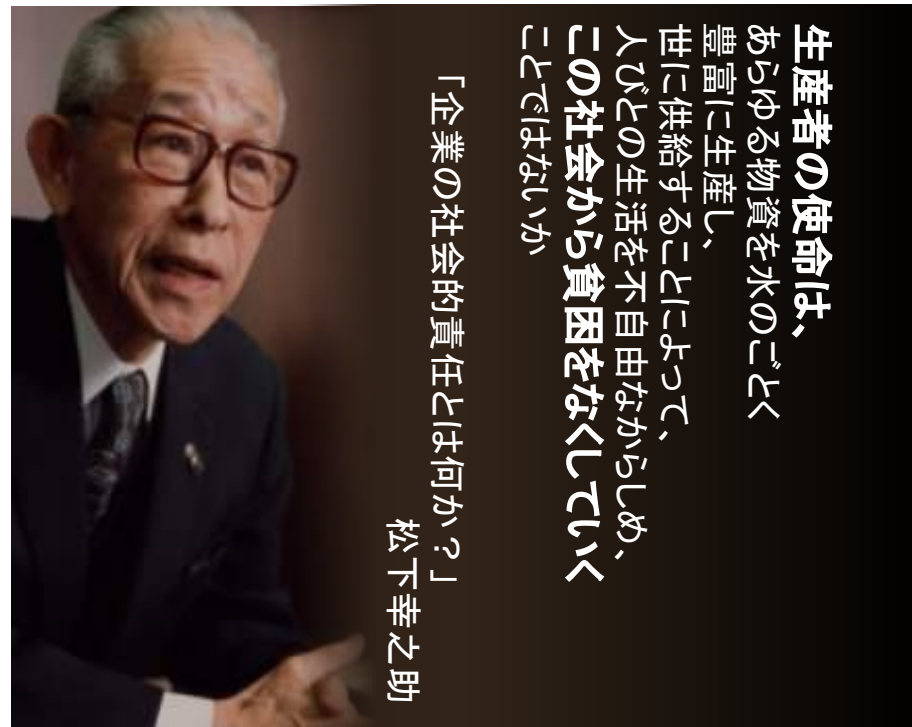
##### 「Sustainable Development Goals」

すべての国連加盟国が2030年までの達成を目指す、持続可能な開発目標。エネルギー、ジェンダー、教育、経済成長などの17の分野で169の目標が設定されている。

「貧困解消」は17の目標のうちの1つめ。



#### ■ 創業者の考える企業の使命



「人材育成」「機会創出」「相互理解」の3つの切り口で貧困解消に取り組む。

コミュニケーションワード

誰もが歓びを分かち合い、生き生きとくらす「共生社会」へ。

## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ 当社の企業市民活動の全体像

重点テーマ

共生社会の実現に向けた貧困の解消

### 企業市民活動

#### 貧困解消に向けた取組み

##### <人材育成(学び支援)>

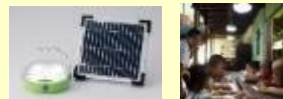
- ・キッドウィットネスニュース (KWN)
- ・きっとわかる2021
- ・オリンピックとパラリンピックをテーマとした教材提供
- ・私の行き方発見プログラム
- ・パナソニックスカラシップアジア支援



##### <機会創出>

###### 【無電化地域支援】

- ・ソーラーランタン10万台プロジェクト (2018年完了)累計:102,716台
- ・みんなで'AKARI'アクション
- ・無電化地域ソリューション 100<sup>th</sup>



###### 【NPO/NGO支援】

- ・パナソニック NPO/NGO サポートファンド for SDGs
- ・プロボノプログラム(国内)

##### <相互理解>

- ・従業員向け 社会課題講演会 Social Good Meetup
- ・災害ボランティア育成講座



- ・岡山吉備 ロードレース支援



- ・障がい者支援団体への協賛
- ・国際交流団体への支援

##### <環境保全>

###### 【環境教育】

Eco Learning Program



###### 【従業員による地球環境保全活動】

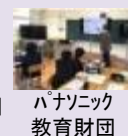
パナソニック エコリレー・フォー・サステナブル・アース

###### 【WWFとの連携・協賛】

- ・アースアワー
- ・サステナブル・シーフードの社員食堂導入



##### <財団・芸術文化・科学振興、災害支援他>



## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ サスシーの社食への導入の背景

### ■20年にわたる『海の豊かさを守る活動』:WWFジャパン様との協働

⇒ 生産者のMSC/ASC認証取得に直接的・間接的に支援

例)南三陸における環境配慮型のマガキの養殖業復興支援 2014年～

⇒ 2016年3月 日本初のASC認証の取得に貢献

### ■30年にわたるオリンピックのワールドワイド公式パートナー

⇒ レガシーの構築・継承活動としての貢献

### ■社員の社会参画促進策の一環(創業100周年の2018年から開始)

⇒ 手軽な『選択的社会貢献』活動プログラムとして提供スタート

### ■SDGs(Sustainable Development Goals)の採択

⇒ SDGs達成への貢献





## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ 社食への導入の目指す姿・意義

取組

自社の社員食堂への導入

他社等での導入拡大

認知向上 (サステナブル・シーフードやMSC/ASC認証)

消費行動変革

『社員の行動を変える』

社員食堂でサステナブル・シーフードを「選ぶ」  
社外でもサステナブルシーフードを「選ぶ」

『一般の方にも広げる』

率先垂範・発信 等で認知拡大・選択

SDGs 目標14「海の豊かさを守ろう」等の達成に貢献



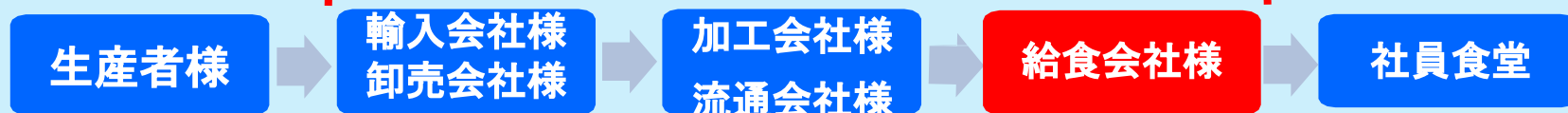
## 2) サスシーへの取組みの背景 ~ 社食への導入時の具体的な課題

### ■全過程で認証取得が必要＝給食会社様等の理解・協力が不可欠

#### ◆認証水産物提供フロー

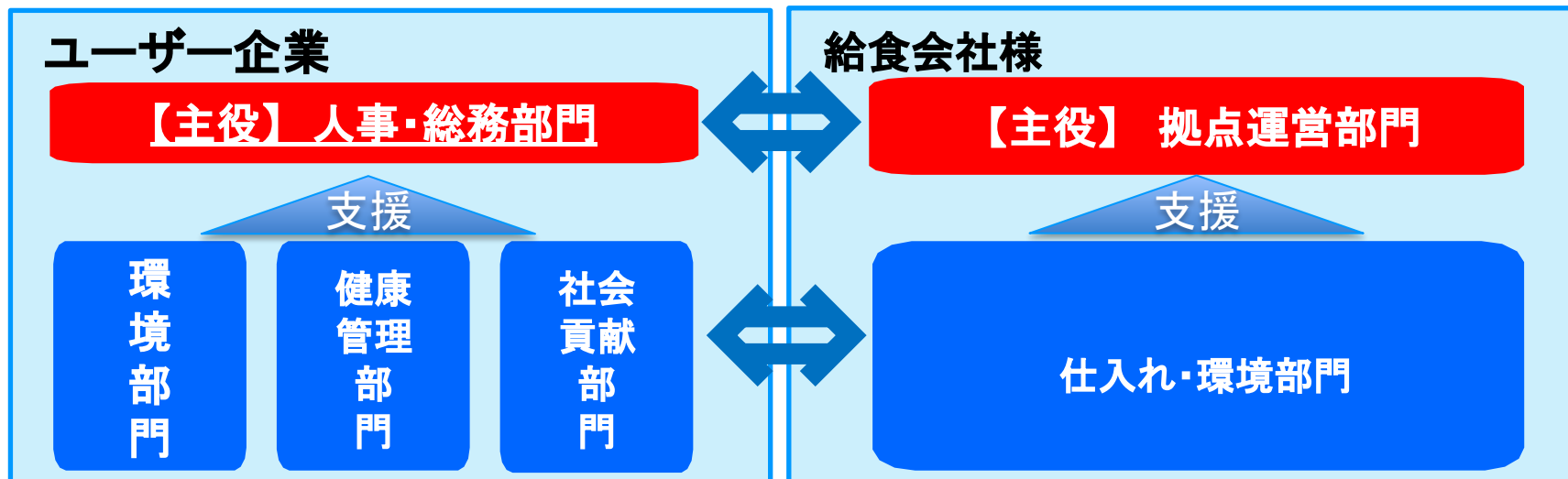
MSC/ASC認証

※  
全過程でMSC/ASC CoC認証が必要



※CoC認証とは、Chain of Custody つまり、加工・流通認証のこと

### ■社内関連部門の理解・協力・連携が不可欠



# 本日本話する内容

---

1)はじめに

2)サスシーへの取組みの背景

**3)with コロナ時代の取組みidea**

4)社食へのサスシー導入の現状

5)企業ネットワークについて

6)最後に

### 3)with コロナ時代の取組みidea ~ 提案背景

---

#### ■新型コロナ禍による社食導入への影響

##### 在宅勤務の増加 & 在宅勤務の常態化

- ⇒ 社員食堂利用者数減
- ⇒ 給食会社様の売り上げ減
- ⇒ メニュー数減 ⇒ 提供中止拠点も
- ⇒ **新規導入推進の慎重化・鈍化**

#### ■社食への導入が困難な企業からのご相談



#### 『社食への導入』以外の取組みアイデアの提案へ



### 3)with コロナ時代の取組みidea ~ ①社員への情報発信

#### ■メルマガやイントラによるサスシー関連情報の社員への発信

目的:サスシー関連の取組みの目的は、社外でもサスシーを『選んで買う』等の社員の『消費行動変革』を通じたSDGs達成への貢献  
= 社員食堂への導入の取組みもその一つ

ポイント:行動に繋がる『情報』 + 心を動かす『情報』の提供

提供情報:サスシーを食材としている『飲食店』

⇒ 出張時、大切な記念日等の利用シーンを含めた提案

サスシーを販売している『店舗、会社・団体、ネット通販等』

サスシーを使った商品

サスシーの重要性・意義の理解促進

- ・危機的な状況の水産資源の持続可能性を高める
- ・奴隷労働や児童労働の排除、生物多様性を脅かす混獲の削減 等

3万人のメルマガ会員と10万人の国内社員へ発信予定

### 3) with コロナ時代の取組みidea ~ ②社内売店での販売

#### ■社内売店でのサスシー商品の販売 (トヨタ自動車様の事例)

- ポイント①: 缶詰 等の商品の販売には、店舗のCoC認証の取得は不要
- ポイント②: 『サスシー』の意義・重要性を継続して訴求し続けられ、認知向上が図れる
- ・現状、社食でのメインメニューの提供は月1回のため
  - ・トヨタ自動車様は、社内の環境月間時に3週間限定で4カ所を実施

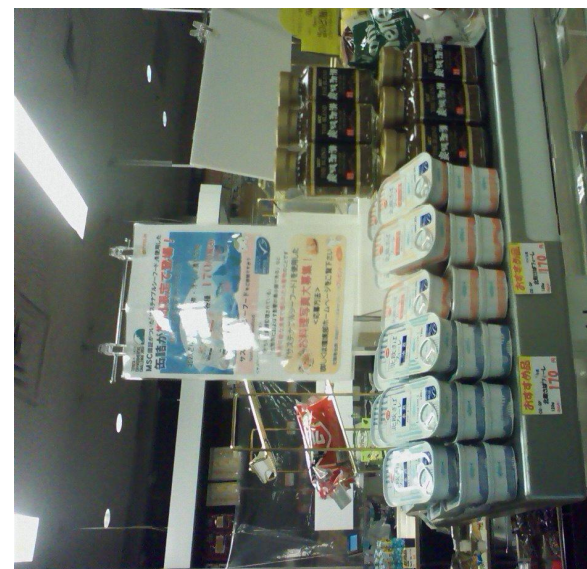
- ポイント③: 他の連動企画の実施が可能
- 例) MSC/ASCの食材を活用した  
料理写真コンテストを合わせて実施

↓

売店以外でのサスシー食材を  
購入し、応募される方も

↓

認知向上拡大へ



### 3) with コロナ時代の取組みidea ~ ③防災備蓄品としての採用

#### ■防災備蓄品へのサスシー商品の採用(マルハニチロ様からのご提案)

- ・企業のサステナブル購買のアイテムとして活用可能
- ・賞味期限切れ前に社員の方への配布の際にサスシーの認知向上ツールとして活用可能



- ・ロット数の大きさの等の課題を企業ネットワークによる検討で実現可能性の向上を！

MARUHA NICHIRO  
君といのちの未来をつくる

魚肉ソーセージを作り続けて60年以上  
マルハニチロからのご案内です。

長期保存タイプ  
**おいしいおさかなソーセージ**

賞味期限  
**5年**  
3ヶ月 特許出願中

完全密封・当社開発包材により、長期保存が実現

ゴミが少ない  
空缶やトレッド袋などのかさばるゴミが生まれません

1本あたり  
**196 Kcal**  
当社魚肉ソーセージ約1.5本

主原料はおさかな  
小さなお子様から高齢者まで食べやすい

開封してそのまま食べられる  
加熱調理不要

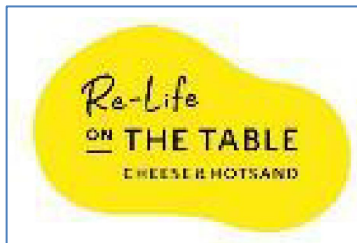
「いざ」という時に、おさかなの優しさを。

## 3with コロナ時代の取組みidea ~ ④一般向け施設のカフェへの導入

### ■サスシー活用メニューを一般向け施設に導入し、認知拡大へ

グランフロント大阪 2階

パナソニックセンター大阪 Re-Life ON THE TABLE 2020年11月に導入予定





# 本日本話する内容

---

1)はじめに

2)サスシーへの取組みの背景

3)with コロナ時代の取組みidea

**4)社食へのサスシー導入の現状**

5)企業ネットワークについて

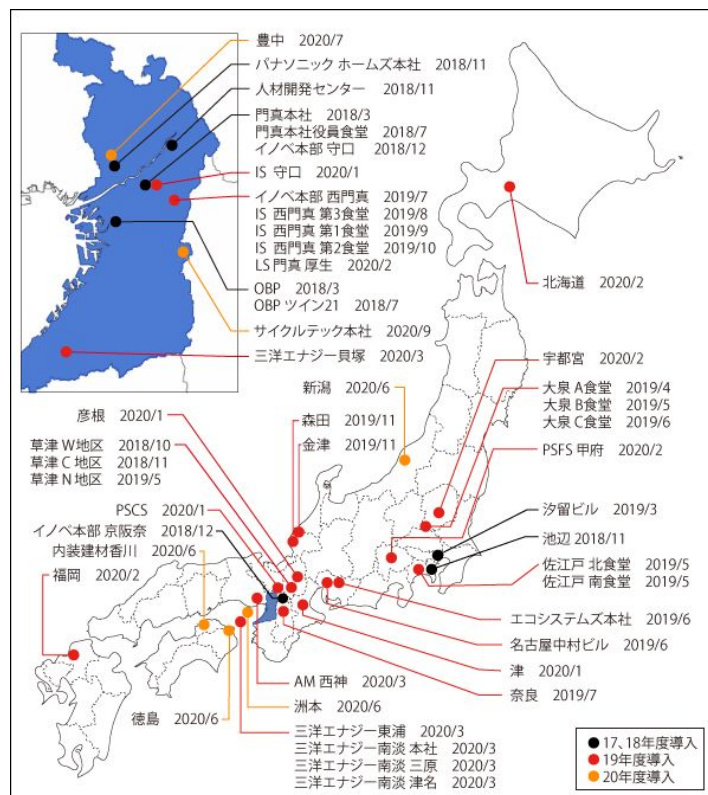
6)最後に

# 4) 社食へのサスシー導入の現状 ~ 自社の導入状況(2020年9月末時点)

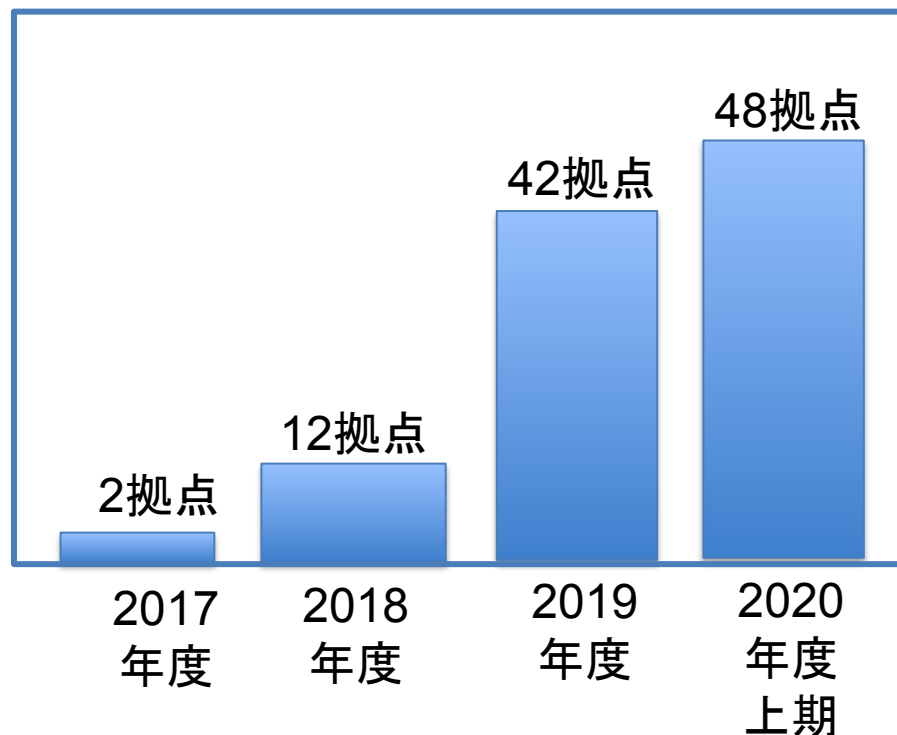
## ■自社導入:累計導入 48拠点(+23拠点:TSSSS2019時比)

・内 11 拠点は、昨年提案した『業務負荷+コスト』を大幅削減した仕組みを活用

### ◆導入拠点マップ



### ◆年度別 累計導入拠点推移イメージ



## 4) 社食へのサスシー導入の現状 ~ 他企業の導入状況(2020年9月末時点)

■他企業導入:7社 39拠点(+1社、+24拠点:TSS2019時比)

※青字は連携企業

	導入済/	認証取得/	導入日
①損害保険ジャパン日本興亜(株)様	1拠点/	1拠点/	2018/10/16-
②(株)デンソー様	30拠点/	31拠点/	2019/01/16-
③ENEOSホールディングス(株)様	1拠点/	2拠点/	2019/03/18-
④(株)横浜銀行様	1拠点/	1拠点/	2019/08/27-
⑤三井住友海上火災保険(株)様	3拠点/	3拠点/	2019/10/11-
⑥トーア再保険(株)様	1拠点/	1拠点/	2019/10/21-
⑦(株)タムラ製作所様	2拠点/	2拠点/	2020/01/27-

⇒ 立上げ中の企業ネットワーク支援 第1弾

合計 39拠点/41拠点

## 4) 社食へのサスシー導入の現状 ~ 認証取得企業(2020年9月末時点)

### ■13社以上が、認証取得拠点保有(青字は連携企業)

MSCのCoC認証取得企業検索サイト情報より <https://cert.msc.org/supplierdirectory/>

スクエアエニックス様	(エームサービス様)
三井物産様	(エームサービス様)
トヨタテクニカルディベロップメント様	(エームサービス様)
ニチレイ様	(グリーンハウス様)
第一生命様	(グリーンハウス様)
マイクロソフト様	(グリーンハウス様)
西武ホールディングス様	(グリーンハウス様)
川崎重工業様	(グリーンハウス様)
信金中央様	(グリーンハウス様)
SOKEN様	(魚国総本社様)
SCREENホールディングス様	(テストィバル様)
三菱倉庫様	(大王フードサービス様)
関空エアポート様	(大王フードサービス様)ほか

## 20社以上 100拠点以上の社食に導入へ



## 4) 社食へのサスシー導入の現状 ~ 業界で広がるCoC認証取得①

### ■給食業界で14社がCoC認証取得(+5社:TSSSS2019時比)

※青字12社に提案、サポート

- |                      |                       |
|----------------------|-----------------------|
| ①エームサービス(株)様         | (2018年 2月27日):給食業界初   |
| ②西洋フード・コンパスグループ(株)様  | (2018年 4月 4日)         |
| ③(株)グリーンハウス様         | (2018年 7月24日)         |
| ④一富士フードサービス(株)様 京滋支社 | (2018年10月17日)         |
| ⑤(株)デイリーフーズ様         | (2019年 2月 4日)         |
| ⑥(株)テストィパル様          | (2019年 2月27日)         |
| ⑦(株)魚国総本社様           | (2019年 3月13日)         |
| ⑧(株)ニッコトラスト様         | (2019年 8月13日)         |
| ⑨(株)はな籠様             | (2019年10月15日)         |
| ⑩中央フードサービス(株)様       | (2020年 1月31日)         |
| ⑩サンフードサービス(株)様       | (2020年 1月31日)         |
| ⑩大王フードサービス(株)様       | (2020年 1月31日)         |
| ⑬かりや愛知中央生活協同組合様      | (2020年 1月31日)         |
| ⑭UDS(株)様             | (2020年2月14日)          |
|                      | (2020年 9月14日)※上記枠組み活用 |

グループ認証  
枠組み活用※

epoch

epoch

## 4) 社食へのサスシー導入の現状 ~ 業界で広がるCoC認証取得②

---

### ■(当社案件で)食品流通業界で7社が、CoC認証を取得

①(株)トーヨーフードサービス様 (2018年 2月27日)

②三菱食品(株)様 (2018年 7月23日)

③(株)中谷食品様 (2018年10月 3日)

④三井食品(株)様 (2018年12月14日)

⑤(株)大光様 (2019年 1月 8日)

⑥(株)TFoS様 (2019年 2月27日)

⑦尾家産業(株)様 (2019年 6月25日)

⇒ 全45拠点で認証取得し、ほぼ全国をカバー

※(株)シヨクリュー様が2022年3月までに全国35拠点での認証取得を発表

# 本日本話する内容

---

1)はじめに

2)サスシーへの取組みの背景

3)with コロナ時代の取組みidea

4)社食へのサスシー導入の現状

**5)企業ネットワークについて**

6)最後に

## 5) 企業ネットワークについて ～ 提案の背景

### 【昨年のご提案】

#### ユーザー企業

【新規導入企業】 何から始めれば良いか分からない。

【     "     】 給食会社様がCoC認証を取得していない

【     "     】 社内連携がうまく行かない。

【既存導入企業】 喫食数・社員の興味関心が維持できない

+

コロナの影響で、  
更なる業務負荷・コスト低減が重要に

ユーザー企業が、ネットワーク化することで  
ノウハウの共有等を通じて、**導入企業&拠点拡大へ**



## 5) 企業ネットワークについて ～ 目的・目標案ほか

---

### 【昨年のご提案】

- 名称: Japan Sustainable Cafeteria Network (仮)  
(略称: サスカフェ・<sup>※</sup>ネット (仮))  
※Sustainable Cafeteria」および「サスカフェ」は、商標登録申請中
- 対象: 従業員食堂等を持つ企業等
- 目的: 従業員食堂等から、サステナビリティを高めることを通じて持続可能な社会の実現に貢献する。
- 目標: 従業員食堂等へのサステナブル・シーフード導入、拠点の拡大等により、SDGsの認知向上や消費行動変革を通じたSDGs達成に貢献する。  
(会員のニーズに応じて、目標は追加予定)
- 手法: 目的・目標を共有した従業員食堂等を持つ企業等が、ネットワークを構築し、情報・ノウハウ・知恵等を結集し、協力し合うことで、多様な課題を解決し、目標の実現に向け取り組む

## 5) 企業ネットワークについて ～ステップ別 連携内容案 全体像

---

### 1. 興味・関心持たれた時

- ・質疑・説明対応などの情報提供

### 2. 導入の社内検討時

- ・ベース資料の共有

### 3. 導入本格検討時

- ・業務負荷とコストを抑えた認証取得方法等のノウハウ共有

### 4. 導入時

- ・導入趣旨パネルやのぼり、装飾などのサンプル共有 等

### 5. 導入後

- ・社員の興味を喚起する継続的なサスシー関連情報共有
- ・メニューの魅力向上のためのアイディアの共有

### 6. 随時

- ・社食のサスシー導入以外の案件の検討 など

## 5)企業ネットワークについて ～ ステップ別 連携内容案①

---

### 1. 興味・関心持たれた時

- ・弊社取組みのご紹介、ご不明点などの質疑などを  
随時個別に実施中

⇒ 必要な情報などのご要望や  
お困りごとのご相談が、  
次の取組みのアイディアに繋がります

お気軽に、ご連絡を！

[sus-sea@ml.jp.Panasonic.com](mailto:sus-sea@ml.jp.Panasonic.com)



# 5) 企業ネットワークについて ~ ステップ別 連携内容案②

## 2. 導入の社内検討時:

・ベース資料をpptレベルで共有

The collage consists of numerous slides and documents, including:

- Slide 1: Introduction of the network to employees. Topics include: 1) Introduction of the network to employees, 2) Advantages of the network, 3) Implementation steps, 4) Support for implementation, 5) Introduction of the network to employees, 6) Introduction of the network to employees, 7) Introduction of the network to employees, 8) Introduction of the network to employees.
- Slide 2: Advantages of the network. Topics include: 1) Advantages of the network, 2) Advantages of the network, 3) Advantages of the network, 4) Advantages of the network, 5) Advantages of the network, 6) Advantages of the network, 7) Advantages of the network, 8) Advantages of the network.
- Slide 3: Implementation steps. Topics include: 1) Implementation steps, 2) Implementation steps, 3) Implementation steps, 4) Implementation steps, 5) Implementation steps, 6) Implementation steps, 7) Implementation steps, 8) Implementation steps.
- Slide 4: Support for implementation. Topics include: 1) Support for implementation, 2) Support for implementation, 3) Support for implementation, 4) Support for implementation, 5) Support for implementation, 6) Support for implementation, 7) Support for implementation, 8) Support for implementation.
- Slide 5: Introduction of the network to employees. Topics include: 1) Introduction of the network to employees, 2) Introduction of the network to employees, 3) Introduction of the network to employees, 4) Introduction of the network to employees, 5) Introduction of the network to employees, 6) Introduction of the network to employees, 7) Introduction of the network to employees, 8) Introduction of the network to employees.
- Slide 6: Introduction of the network to employees. Topics include: 1) Introduction of the network to employees, 2) Introduction of the network to employees, 3) Introduction of the network to employees, 4) Introduction of the network to employees, 5) Introduction of the network to employees, 6) Introduction of the network to employees, 7) Introduction of the network to employees, 8) Introduction of the network to employees.
- Slide 7: Introduction of the network to employees. Topics include: 1) Introduction of the network to employees, 2) Introduction of the network to employees, 3) Introduction of the network to employees, 4) Introduction of the network to employees, 5) Introduction of the network to employees, 6) Introduction of the network to employees, 7) Introduction of the network to employees, 8) Introduction of the network to employees.
- Slide 8: Introduction of the network to employees. Topics include: 1) Introduction of the network to employees, 2) Introduction of the network to employees, 3) Introduction of the network to employees, 4) Introduction of the network to employees, 5) Introduction of the network to employees, 6) Introduction of the network to employees, 7) Introduction of the network to employees, 8) Introduction of the network to employees.
- Slide 9: Introduction of the network to employees. Topics include: 1) Introduction of the network to employees, 2) Introduction of the network to employees, 3) Introduction of the network to employees, 4) Introduction of the network to employees, 5) Introduction of the network to employees, 6) Introduction of the network to employees, 7) Introduction of the network to employees, 8) Introduction of the network to employees.
- Slide 10: Introduction of the network to employees. Topics include: 1) Introduction of the network to employees, 2) Introduction of the network to employees, 3) Introduction of the network to employees, 4) Introduction of the network to employees, 5) Introduction of the network to employees, 6) Introduction of the network to employees, 7) Introduction of the network to employees, 8) Introduction of the network to employees.

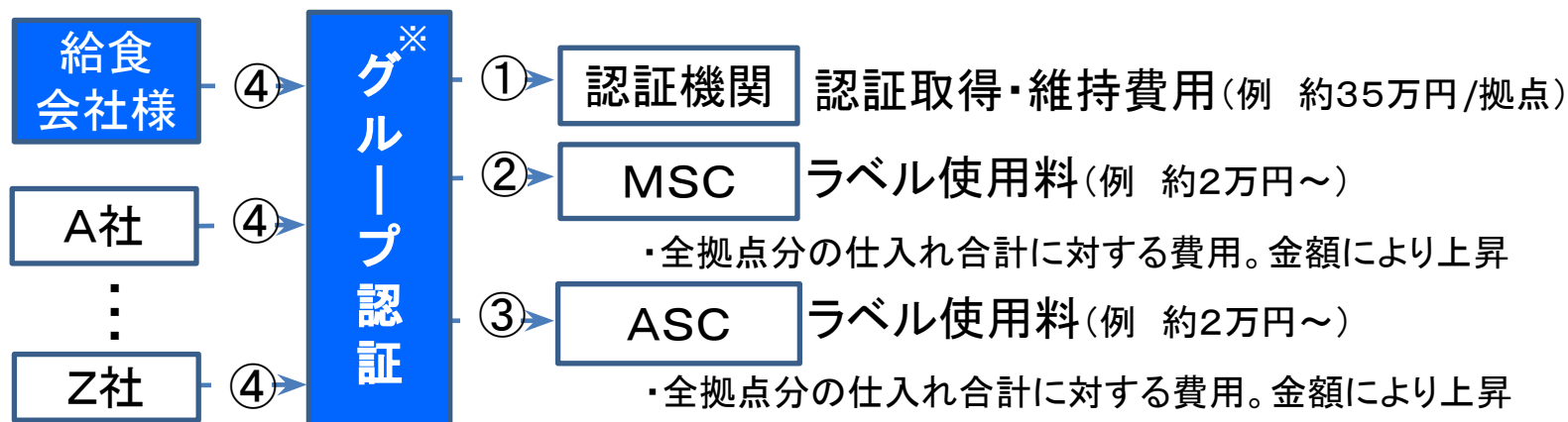


## 5) 企業ネットワークについて ~ ステップ別 連携内容案③ i

### 3. 導入本格検討時

・『業務負荷』と『コスト』を抑えた認証取得のノウハウ共有

【昨年のご提案】グループ認証活用方法一 i = ④ < ① + ② + ③



※and BLUE社のグループ認証

◆業務負荷低減 = マニュアル等の提供、スタッフへの研修(オンライン)等も実施

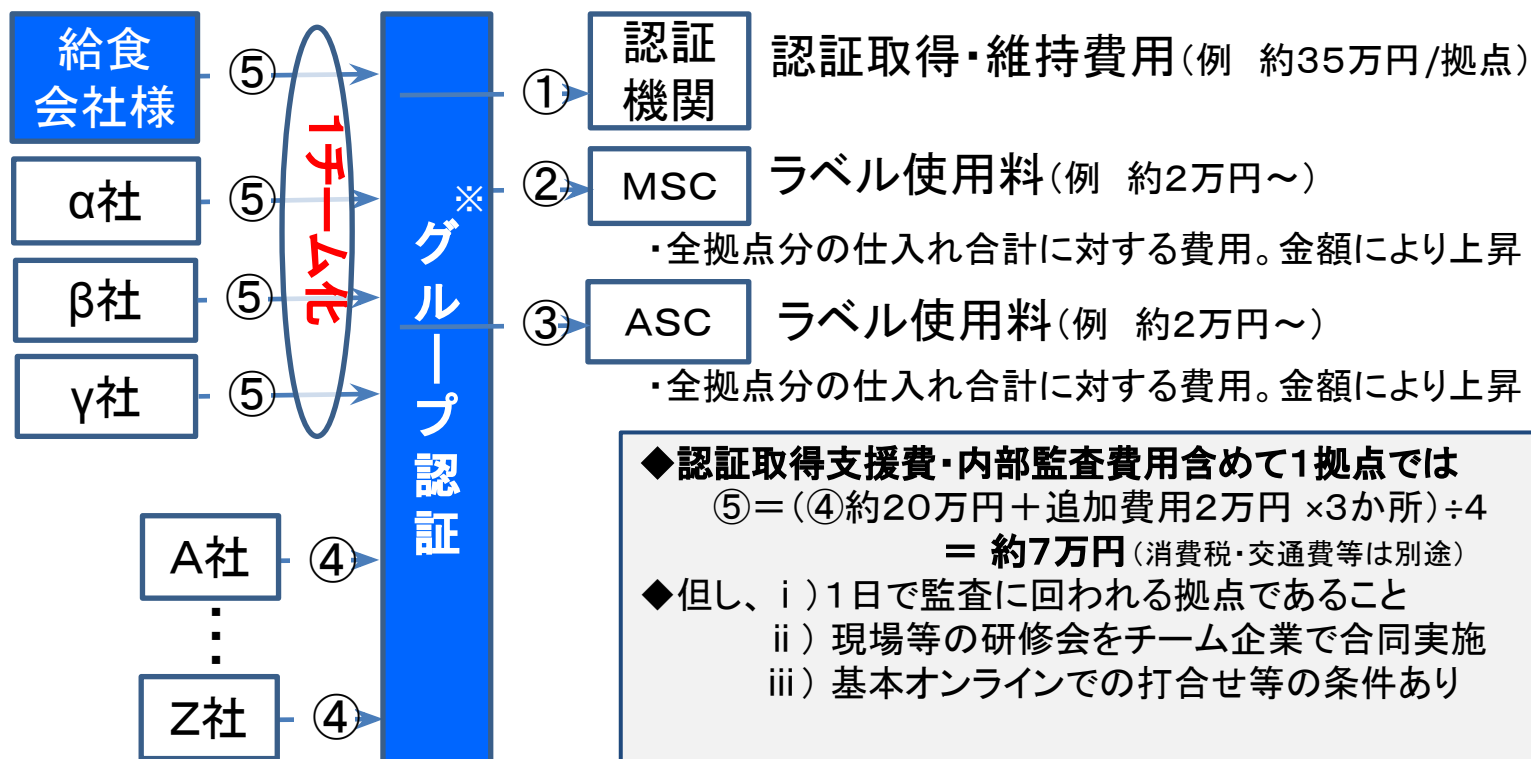
◆コスト低減 = 1拠点時は、約20万円(消費税・交通費は別途)  
※ただし、当社と同条件での対応の場合に限る

## 5) 企業ネットワークについて ~ ステップ別 連携内容案③- ii

### 3. 導入本格検討時

・『業務負荷』と『コスト』を抑えた認証取得のノウハウ共有

#### 【今年のご提案】グループ認証活用法一 ii : 複数会社・拠点を1日で監査⑤



※and BLUE社のグループ認証

# 5) 企業ネットワークについて ~ ステップ別 連携内容案④

## 4. 導入時 (タムラ製作所様との連携事例)

・導入趣旨パネルやチラシ、のぼり等の装飾の情報共有  
= 認知向上・消費行動の変革促進には不可欠



### なぜ、今、「サステナブル・シーフード」なのか

海を守る『サステナブル・シーフード』※を選択しよう!

#### 危機的な海の豊かさの現状

水産資源の9割が危機的状況  
= 3割が枯渇、6割が限界利用

(%) 世界の水産資源ストックのグローバルトレンド 1974-2011年  
(FAO, 2016, The State of World Fisheries and Aquaculture, Fig.13 をもとに作成)

#### あなたの選択が未来を変える

魚を食べ続けられるために  
サステナブル・シーフードを選ぼう

サステナブル・シーフード認証

MSC認証 = 『天然』水産物認証制度  
MSC = Marine Stewardship Council 海洋管理協議会

MSCC-57687

ASC認証 = 『養殖』水産物認証制度  
ASC = Aquaculture Stewardship Council 水産養殖管理協議会

責任ある養殖により  
生産された水産物

認証 ASC-AQUA.ORG

ASC-C-02510

「サステナブル・シーフード」が海を救う!

※ サステナブル・シーフードとは：持続可能な生産(漁獲・養殖)に加え、加工・流通・販売過程における管理やトレーサビリティの確保について認証を取得しているシーフード。代表的な認証にMSC / ASC認証がある。

※(株)乃村工藝社様のご支援でロゴ変更対応等の協力体制構築済(製作実費は必要)

# 5) 企業ネットワークについて ~ ステップ別 連携内容案⑤

## 5. 導入後

### ◆興味を喚起する情報素材の共有 ◆魅力あるメニュー・アイデア等の共有

**サステナブル・シーフードを買おう！**  
～ ネット・ショッピング編 ～

サステナブル・シーフード…持続可能な方法で獲られた水産物。「MSC」や「ASC」が主な認証。  
SDGs目標14「海の豊かさを守ろう」達成に貢献。

**EARTH MALL with Rakuten とは？**

- 楽しくサステナブルな買い物の文化をつくってきたいという思いから生まれた未来を変えるインターネット・ショッピングモール&オンラインメディア。
- MSC認証、ASC認証をはじめとするサステナブルな商品を取っています。

あなたも“EARTH MALL with Rakuten”で 未来を変える買い物をしよう！

MSC認証の食品例

なんとペットフードもMSC！



食安推進委員会

**サステナブル・シーフードを買おう！**  
～ 食品スーパー編 ～

サステナブル・シーフード…持続可能な方法で獲られた水産物。「MSC」や「ASC」が主な認証。  
SDGs目標14「海の豊かさを守ろう」達成に貢献。

サステナブル・シーフードはどこで買えるの？

- イオン、マックスバリュ、ダイエーなどのイオングループ店 コープ（生協）
- イトーヨーカ堂、セブンイレブなどのセブン&グループ店
- IKEAのレストラン、食品売り場
- 宅配サービスでいっしょばーや 他

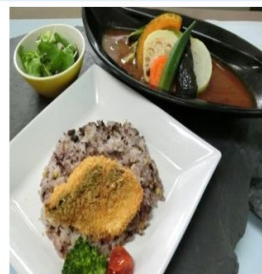
MSC認証 ASC認証

← このマークがついた商品を積極的に選びましょう！



本社食安推進委員会

### 人気メニュー・食材との組合せ



人気のカレーと合わせる



人気のエビを活用

### 女性に選んでもらえるメニュー



丼物も女性を意識し、おしゃれに盛り付け

## 5) 企業ネットワークについて ～ ステップ別 連携内容案⑥

---

### 6. 随時

#### ・サスシーの社食への導入以外の案件の検討 など

例) トヨタ自動車様から、社食への導入以外の  
取組みアイデアのお問い合わせをいただいた  
⇒ 売店での販売のアイデアの提案へ

例) マルハニチロ様から災害備蓄品として  
サスシー活用承認の提案をいただいた  
⇒ 興味のある企業に提案へ



## 5) 企業ネットワークについて ~ スケジュール案

---

### 2019年11月 概要ご提案



トライアル

・導入支援、新規取組検討・実践 等

### 2020年 11月 東京サステナブルシーフード・シンポジウム



トライアル・立ち上げに挑戦

・導入支援、新規取組検討・実践

情報発信 等も加え具体的活動へ

### 2021年 春～夏 企業ネットワーク発足へ

# 本日本話する内容

---

1)はじめに

2)サスシーへの取組みの背景

3)with コロナ時代の取組みidea

4)社食へのサスシー導入の現状

5)企業ネットワークについて

6)最後に

## 6)最後に

---

**10年後の2030年に向けて**

**来年、5年後のビッグイベントを契機とし、**

**企業等の皆様方とサスシーに取り組むことで**

**消費行動を変革し、SDGs達成に貢献へ**

# **Panasonic**

**A Better Life, A Better World**

パネルディスカッション

「ヒルトンホテル、サステナブル調達の戦略を語る」

Panel discussion:

Hilton's journey of sustainable seafood initiatives  
towards 2030 goals



## HILTON'S SUSTAINABLE SEAFOOD GOALS

### ヒルトンのサステナブル・シーフード目標

BY 2022, WE COMMIT TO RESPONSIBLY SOURCE SEAFOOD BY:

2022年までに、ヒルトンは責任を持って水産物の調達を行うことを約束します。



PROTECTING THE  
ENDANGERED  
絶滅危惧種の保全

Ban the procurement  
of endangered species  
from all of our properties

絶滅危惧種の調達を  
ヒルトンの全施設で禁止



BUYING FROM THE  
BEST  
ベストプラクティスの採用

Procure at least 25% of total global  
seafood volume from Marine  
Stewardship Council (MSC) or  
Aquaculture Stewardship Council (ASC)  
certified sources

世界各地の施設合計の水産物調達量の  
25%以上をMSC認証またはASC認証を取  
得した供給元から調達



INVESTING IN THE REST  
改善に向けた取り組みを支援

Procure remaining seafood volume from  
on WWF green lists or sources working  
towards certification, sustainable  
improvements

その他水産物に関してはWWFグリーンリス  
トまたは認証取得や改善プロジェクトに取り  
組む供給元から調達

# Hilton

A person is sitting on a wooden dock in the foreground, looking out over a calm lake. In the background, there are large, rugged mountains with patches of green forest. The sky is clear and blue. The overall scene is peaceful and scenic.

We are on a mission to cut our environmental footprint in half and double our investment in social impact by 2030.

ヒルトンでは2030年までに環境フットプリントを半減し、社会的インパクト投資を倍増させることを目指しています。

対談

「そごう・西武、持続可能な水産物「アラスカシーフード」  
の活用事例」

Dialogue:

Sogo & Seibu's sustainable initiatives and the  
promotion of Alaska seafood

SEIBU SOGO



そごう・西武  
持続可能な水産物  
アラスカシーフードの取組み

Sogo & Seibu Co., Ltd.  
Sustainable Seafood  
Alaska Seafood Initiatives

2020年11月10日(木)  
株式会社そごう・西武 CSV推進室  
担当部長 薄井 徹

Thursday, November 10, 2020  
Sogo & Seibu Co., Ltd. CSV Promotion Division  
Project Lead Toru Usui

# ■セブン&アイグループ環境宣言『GREEN CHALLENGE 2050』

Seven&i Group Environmental Announcement, GREEN CHALLENGE 2050

- 1) CO2排出量削減
- 2) プラスチック対策
- 3) 食品ロス・食品リサイクル対策
- 4) 持続可能な調達

- 1) CO2 Emission Reduction
- 2) Plastic Strategy
- 3) Food Waste/Food Recycling Strategy
- 4) Sustainable Procurement

The infographic features a central illustration of a city skyline with various buildings and a ship on the water. The text is arranged around this central image, with large percentages and icons for each goal. The top left goal is '80%以上 CO2排出量削減' (Target 1), the top right is '100% プラスチック対策' (Target 2), the bottom left is '75% 食品ロス・食品リサイクル対策' (Target 3), and the bottom right is '100% 持続可能な調達' (Target 4). The central text reads 'GREEN CHALLENGE 2050' and '4つのテーマを定め、2050年までに目指す姿を宣言します。' (We have set four themes and declare our goal for 2050). The SEVEN&I HOLDINGS logo is also present.

目標1 80%以上 CO2排出量削減

目標2 100% プラスチック対策

GREEN CHALLENGE 2050

SEVEN&I HOLDINGS

4つのテーマを定め、2050年までに目指す姿を宣言します。

目標3 75% 食品ロス・食品リサイクル対策

目標4 100% 持続可能な調達



# ■そごう・西武\_SDGs目標達成に向けた考え方

Sogo & Seibu \_ How to Achieve Our SDGs Goal

そごう・西武では、お客様やお取引先、地域の皆様、行政、学校、NPOなどがつながる仕組みや場所を提供することで、SDGsの目標達成に向けた取組みを推進しています。

At Sogo & Seibu, by providing a variety of locations and structures that connect our customers, our suppliers, the local community and administration, schools, NPOs, and more, we're promoting efforts towards meeting Sustainable Development Goals.



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

# ① イベントを通じた啓発活動

Event-Based Awareness Raising Activities

料理研究家が、ご自宅で手軽に作れるレシピを実演。  
100%天然で美味しいアラスカシーフードの魅力をお伝えし、鮮魚売場の販売につなげました。

Food experts demonstrate recipes that can be easily made at home. This conveys the appeal of 100% natural and delicious Alaska Seafood and drives sales in the fresh seafood section.





# ② ギフト提案

## Gift Proposals



ギフトカタログ Gift Catalogue



ギフトセンター会場 Gift Center Venue

夏のお中元、冬のお歳暮ギフトでアラスカシーフードをご紹介します。

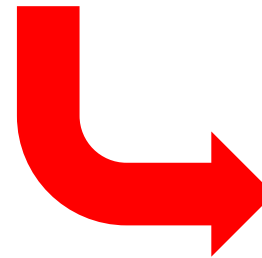
Introducing Alaska Seafood to new customers through midsummer and year-end gifts.

### ③ レストランとの連動

#### Restaurant Collaborations

西武池袋本店では、食品売場の「アラスカシーフードフェア」開催期間にあわせ、レストランフロアでもアラスカシーフードを使ったメニューを提供。

At Seibu's main store, located in Ikebukuro, we offered a selection of Alaska Seafood dishes on the restaurant floor in coordination with the Alaska Seafood Fair taking place on the grocery floor.





# ④ 雑誌を活用した発信

## Magazine Outreach

セブン&アイのサステナブルな取り組みや商品を集め雑誌で紹介。

Magazines with special features covering Seven&i's sustainability efforts and products to reach out to new customer groups.







天然のおいしさを、アラスカから。  
サステイナブルシーフード

# “サステイナブルシーフード” アラスカシーフード Wild, Natural, & Sustainable Alaska Seafood

アラスカシーフードマーケティング協会 トレードレプレゼンタティブ 家形晶子

Alaska Seafood Marketing Institute, Japan Trade Representative, Yakata Akiko

2020年11月

# The Alaska Seafood Marketing Institute

## アラスカシーフードマーケティング協会

Alaska Seafood Marketing Institute(ASMI)  
アラスカシーフードマーケティング協会

A **public-private partnership** between the State of Alaska and the Alaska seafood industry.

アラスカ州とアラスカ水産業界の**官民共同パートナーシップ**

Mission 使命:

Increase the economic value of the Alaska seafood resource.

アラスカの水産資源の価値向上



*Wild, Natural & Sustainable*®

A large brown bear is shown in profile, facing right, with its mouth open and a large fish (likely a salmon) caught inside. The bear is standing in shallow water, and there is a significant splash of white water around its head and mouth. The background is a deep blue, slightly rippled body of water.

# Wild!

- ✓ アラスカ産＝天然だから、  
おいしい！
  - ✓ 雄大な自然に育まれた  
ナチュラルなシーフード
- Superior Flavour –  
because it's WILD!





# Sustainable!

✓環境に配慮したサステイナブル(持続可能)な漁業で漁獲されています

✓Caught by Sustainably managed fisheries

# Alaska's Sustainability Tenents

## アラスカのサステナビリティを構成する様々な要素



Fisheries Management  
漁業管理

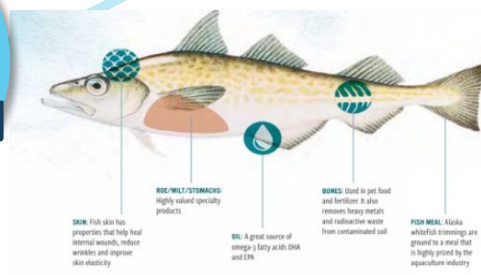
Social Responsibility  
社会的責任

# Alaska Sustainable Fisheries

Families & Communities  
漁業コミュニティ

Certification  
認証

Full Utilization  
無駄なく活用





# Alaska Seafood in Japan

## 日本国内で流通するアラスカ産の水産物



Total Exported from USA  
(米国からの総輸出量)

170,000 MT~

200,000 MT

+ more...

