

# 成長するサステナブルシーフード市場に参入するための生産・加工・輸出体制について



あづまフーズ株式会社 久米 尚



# 会社紹介 Azuma Foods Around The World



Azuma Foods Co., Ltd HQ



Azuma Foods International Inc., U.S.A.



Azuma Foods (Canada) Co., Ltd.



Azuma Foods (Suzhou) Co., Ltd.



Azuma Foods UK Ltd.



Azuma Foods Kampo Peru S.A.C



New York Branch



Toronto Distribution center





# 主な商品 Our Products



元祖 **たこさび**



**Wasabi Seasoned Octopus  
"The Original"**

Seaweed Salad  
"ごまわかめ"



**MSC/ASC Certified Seaweed  
Sold at US COSTCO**

MSC まさごオレ  
ンジ



**MSC Certified Iceland Capelin  
Roe.**

プラントベース代替  
魚  
「まるで魚シリー  
ズ」



**Plant base Sashimi "Future Fish"**



# 欧米量販店のトレンドを理解する。

「環境・社会に配慮し、健康的な食材を消費することで、豊かなライフスタイルを目指すこと」

Understanding the trends of retailers in Europe and the United States.

“Aiming for a rich lifestyle by consuming healthy ingredients while being mindful of the environment and society”

サステナブルは豊かな未来を目指すことがゴール The goal of sustainability is to aim for a prosperous future

- ・ サステナブル認証は豊かな未来を目指すための一端であり、一つのツール。

Sustainable certification is one part and one tool to achieve a prosperous future.

- ・ 梱包資材への配慮、過剰包装は避け、リサイクル可能でシンプル、スタイリッシュなデザインがコンセプトに合致する。

Consideration of packaging materials, avoidance of excessive packaging, recyclable, simple, stylish design fits the concept.

- ・ 計画的でロスの出にくい仕組み。生産者、販売者、消費者それぞれが豊かになる配慮。

A well-planned system that reduces waste. A system that considers the prosperity of producers, sellers, and consumers.

- ・ 不要な添加物を使用せず、健康的な食材であることが肝心。

The key is to use healthy ingredients without unnecessary additives.

- ・ 社会福祉（人権、ジェンダーや動物福祉など）への配慮も必要。

Consideration of social welfare (human rights, gender equality and animal welfare)



# Whole Foods (ホールフーズ)

北米最大のオーガニック、自然食品などを扱う比較的高級層向けのグルメ・スーパー。  
米国、カナダとイギリス含め合計500店舗以上を展開している。

The largest gourmet supermarket in North America, selling organic and natural foods, and is aimed at a relatively high-end demographic. It operates over 500 stores in total across the US, Canada, and the UK.



・ 店頭に並ぶ水産物はサステナブル認証されているものを扱うとともに、Seafood Watchと提携し、でBest Choice (緑) Good Alternatives (黄) のみを販売し、Avoid (赤) に指定されているものは店頭に並ぶことはないと2012年に宣言、2013年にはその目標を達成している。

The seafood on display in the store is certified sustainable, and in 2012 the store partnered with Seafood Watch to declare that it would only sell Best Choice (green) and Good Alternatives (yellow) seafood, and that seafood designated as Avoid (red) would not be sold in the store which has been achieved in 2013.

・ 抗生物質、成長ホルモン、動物性の餌を使用していない

No antibiotics, growth hormones or animal feed

・ 保存料、合成着色料や添加物が使用されていないもの

No preservatives, synthetic colours or additives





# IKEA (イケア)

スウェーデン発祥の企業で世界各地に出店している世界最大の家具量販店。大型店舗内にはレストランやカフェを併設しており、家具だけでなく、環境配慮された食材の栄養価や品質でも評価されている。2019年の実績では6億8000万人の消費者がイケア食品を消費し、ミートボールの数では10億個販売。



IKEA is a Swedish company that is the world's largest furniture retailer, with stores all over the world. Its large stores have restaurants and cafes inside, and the company is highly regarded not only for its furniture, but also for the nutritional value and quality of its environmentally friendly ingredients. In 2019, 680 million consumers consumed IKEA food, and 1 billion meatballs were sold.

- ・ イケアで提供するシーフードはすべて認証を受けたもの

All seafood served at IKEA is MSC/ASC certified

- ・ イケアは、責任ある原材料の調達、バリューチェーンに沿った食品廃棄物の削減、循環型でより持続可能な包装、そしてイケアのソースを利用してより健康的でより持続可能な食品の選択肢をより多くの人が利用できるようにするなど、持続可能な食品システムに貢献するためにバリューチェーン全体のアプローチを採用。イケアは、2025年までにレストランでの主食の50%を植物ベースにし、加工食品の80%を植物ベースにすることを目指している。

IKEA takes a whole-value-chain approach to contribute to a sustainable food system, including sourcing raw materials responsibly, reducing food waste along the value chain, circular and more sustainable packaging, and making healthier and more sustainable food options available to more people with IKEA sources. IKEA aims to have 50% of staple foods in its restaurants plant-based and 80% of its processed foods plant-based by 2025.



# 継続できる事業のための道筋

A path to sustainable business

コロナ禍や度重なる有事が、事業運営におけるさまざまな課題を浮き彫りに。その中でも特に重要なのは、事業継続のための安定的な原料確保。安定供給を確保するための環境整備が不可欠。また、世代間意識の違いを積極的に理解していく姿勢が重要。

The COVID-19 pandemic and other recent emergencies have highlighted various issues in business operations. Among these, the most important thing is to secure a stable supply of raw materials to continue business, and creating an environment to ensure a stable supply.

- ・ サプライヤーチェーンの多様化とサプライヤーとの強固な関係構築。

Diversifying the supply chain and building strong relationships with suppliers.

- ・ 「気候変動」は経営戦略に盛り込まれるべき項目。

“Climate change” is an issue that should be included in business strategies.

- ・ 環境面への配慮、持続可能な資源管理やエコフレンドリーな調達方針の採用

Consideration of the environment, sustainable resource management and adoption of eco-friendly procurement policies

- ・ 持続可能なビジネスプランを達成するためにはサステナブルな商品を取り扱うことが深く関わってくる。

In order to achieve a sustainable business plan, dealing in sustainable products is closely related.



# グローバルな「衛生概念」を理解する。 Understanding global food hygiene concepts.

- **FSMA (FOOD SAFETY MODERNIZATION ACT/米国食品安全近代化法) 2011年～**

「対応型」食品安全法から「予防型」へシフト。米国へ輸出をする場合は「安全な食品」の製造と管理面において米国の求める基準を満たしていなければならない。The food safety law has shifted from a "reactive" model to a "preventive" model. If you are exporting to the United States, you must meet the standards required by the United States in terms of the production and management of "safe food."

- **GFSI (グローバル食品安全イニチアチブ)**

世界中の食品安全基準の調和を図るための業界主導のイニシアチブ。認証スキーム（例: BRC、IFS、SQFなど）を通じて、企業が一貫して高い食品安全基準を遵守することを支援している。An industry-led initiative to harmonize food safety standards around the world, helping companies to consistently adhere to high food safety standards through certification schemes (e.g. BRC, IFS, SQF, etc.).

- **食品トレーサビリティ**

食品トレーサビリティとは、食品がどこから来て、どのように加工され、どのように消費者に届けられるかを追跡できるシステム。これにより、食品に問題が発生した場合に迅速な対応が可能になる。Food traceability is a system that can track where food comes from, how it is processed, and how it is delivered to consumers, making it possible to respond quickly if a problem occurs with food.

- **衛生管理と教育**

従業員の衛生教育と意識向上は、食品衛生の基礎。従業員が適切な衛生管理手順を理解し、それを実践することで、食品の安全性が確保される。Employee hygiene education and awareness is the foundation of food hygiene. Food safety is ensured when employees understand and practice proper hygiene procedures.





参考：

- WHOLE FOODS : <https://www.wholefoodsmarket.co.uk/local-wfm>
- IKEA : <https://www.ikea.com/jp/ja/this-is-ikea/climate-environment/the-ikea-sustainability-strategy-pubfea4c210>
- FSMA : [https://www.jetro.go.jp/world/n\\_america/us/foods/fsma/basic.html](https://www.jetro.go.jp/world/n_america/us/foods/fsma/basic.html)

