

**成長を続ける海外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**

**"Production, Processing, and Export Systems for Entering the Growing Overseas Sustainable Seafood Market"**



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 たこさば



Wasabi Seasoned Octopus  
"The Original"

Seaweed Salad  
"ごまわかめ"



ASC Certified Seaweed  
Costco Brand

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 Western Mass Retailers.**

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

**「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グルメ・スーパー。

米国、カナダとイギリスを含め合計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.



## 1. MSC (Marine Stewardship Council) 認証の重視

Whole Foodsは1999年からMSCと提携し、米国で最初にMSC認証の野生魚を販売する小売業者と現在、扱う全ての野生水産物はMSC認証取得済み、またはモンレーベイ水族館やBlue Ocean Instituteにより「グリーン」または「イエロー」の安全評価を受けたものののみを取り扱っています。

## 2. カラーレーティング制度による視認性のある情報提示

店舗では、野生魚のサステナビリティを可視化する\*\*カラー・レーティング制度（緑＝ベスト、黄＝代替、赤＝避けるべき）を導入し、赤評価の種は販売しない方針を明確化しています 2013年までに赤-rated魚種を段階的に店頭から排除する計画を実行しました。

## 3. Responsibly Farmed（責任ある養殖）基準

2008年以降、養殖魚に対して社内で策定した厳格な「Responsibly Farmed」基準を適用。抗生物質、不純物、遺伝子組換え、ホルモン添加を禁止し、第三者監査とトレーサビリティを必須としています。

## 4. 缶詰ツナの特別基準

2017年には、缶詰ツナに対してポール&ライン式などの一尾釣り漁法で捕獲されたもの、MSC認証またはモンレー評価のグリーン/イエロー レーティング、Trace Registerによる供給追跡が組み込まれた独自政策を導入 この政策はGreenpeaceのスーパーサステナブル評価で最高の評価を受けており、Whole Foodsは業界の中でも特に高く評価されています

## 5. 認証全般への取り組み：Sourced for Goodプログラム

2021年には、ethically・環境配慮を明示する新たな認証制度「\*\*Sourced for Good」\*\*を導入し、フェアトレード、レインフォレスト・アライアンス、Fair Food Programなど第三者認証を取得した商品を展開しています





# 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々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.

- ・ 行政、教育現場、企業が三位一体となり、消費者を置き去りにしないよう、効果的な啓発を行うことが必須。

It is imperative that the government, educational institutions, and businesses join forces to implement impactful awareness-raising initiatives, ensuring that consumers are fully engaged and never left behind.



# 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～**

食品の安全は「対応型」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)

