

(株)イトーヨーカ堂
水産エコラベルの新時代に向けて

Ito Yokado - Towards a New Age of Seafood Eco-labels

1. 水産業界を取り巻く現状と提案型売場

・お客様心理を捉えた持続可能性ある売場作り

1. Current situation surrounding the fisheries industry and proposal base seafood shelves
- Create sustainable seafood shelves that capture consumer sentiment.

2. セブン&アイグループ「環境宣言」

・現状までの持続可能な原料調達・商品開発

2. Seven & i Group "Environmental Declaration"
- Sustainable raw material procurement and product development up to the present

3. 水産認証商品の今後の売場・商品計画

3. Future seafood shelves merchandising plans for certified seafood

株)イトーヨーカ堂

マルシェ部 鮮魚 湯山 一樹

Ito Yokado Co., Ltd.,
Marche Dept. Fresh Seafood Section
Kazuki Yuyama

(株)イトーヨーカ堂
水産エコラベルの新時代に向けて

1. 水産業界を取り巻く現状と提案型売場

- ・お客様心理を捉えた持続可能性ある売場作り

1. Current situation surrounding the fisheries industry and proposal base seafood shelves
- Create sustainable seafood shelves that captures consumer sentiment.

2. セブン&アイグループ「環境宣言」

- ・現状までの持続可能な原料調達・商品開発

3. 水産認証商品の今後の売場・商品計画

水産を取り巻く環境とお客様心理

Current situation surrounding the fisheries industry and consumer sentiment



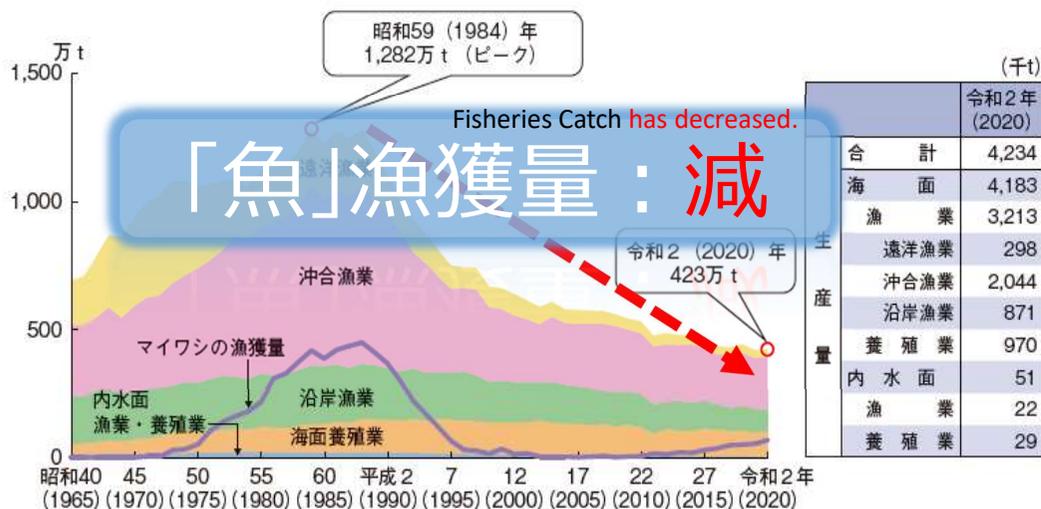
秘 (B)

食品事業部

○生産量 日本国内

(資料:農林水産省)

Domestic Fisheries Production (Source: MAFF)



【過去のさかなに対する消費者心理】

Customer sentiment against seafood in the past.

日本の漁業自体が = 安心・安全

Japan's fisheries industry itself is safe and secure.

(国産魚) > (輸入魚) (天然魚) > (養殖魚)

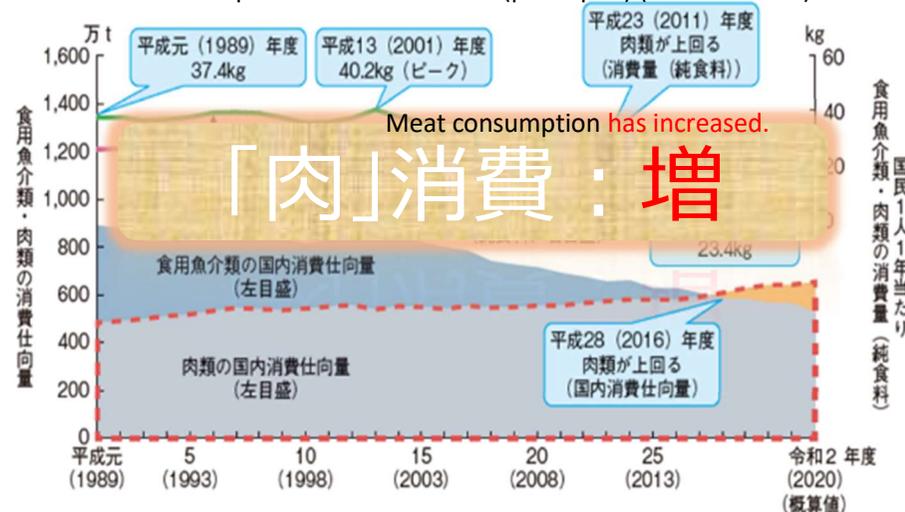
Domestic > Imported

Wild catch > farmed

社内限り

■肉類との消費逆転 (一人当たりの消費量 :農水)

Seafood consumption reversed to meat (per capita) (source: MAFF)



【現在のさかなに対する消費者心理】

Customer sentiment against seafood nowadays.

「高い」・「調理できない」・「メニュー？」

Expensive, not-easy-to cook and low variety of menus...

魚離れが進む！コスパの良い肉類伸長

Away from fish will advance!

The meat will grow because of good cost performance.

◆魚が多く消費されていた時代は・・・『街の魚屋さん』が教えてくれた

When seafood consumption was high, fishmongers in town taught us many things...



今日の「鰯」は南蛮漬に最高だよ〜！

作り方は三杯酢に・・・

Hey Mam, today's jack mackerel suits for Nanbanzuke!
Yeah, first, put the fish into Sanbaizu sauce!

「街のお魚屋さん」が元気な時代

～対話の中で色々な事を教えてくれました～

An era when fishmongers in town are energetic

- They teach us many things during the conversation -

- ・今一番美味しい魚（旬のお魚）
・ The most delicious fish now (seasonal fish)
- ・ 美味しい食べ方
・ How to eat deliciously
- ・ 料理の仕方
・ How to cook
- ・ 魚の保存方法
・ How to store
- ・ 野菜等との相性・・・などなど
・ Compatibility with vegetables, etc.

街の魚屋さんがいなくなってきた今・・・
お客様の知識も無くなってきている

Now that the fishmongers in town are gone, and customer knowledge is disappearing.

小売りの使命でありチャンス ～お客様の「負の解消」～

お客様への調理サポートの売場作りへ

To create seafood shelves for cooking support for consumers

秘
(B)



大型店：接客調理承り

Large store: customized cooking at the store



小型店：調理済み量販

Small store: pre-cooking before distributing to the store

調理が??メニューが??時間がない??
お客様へ「提案型」売場に!

Cooking? Menu? No time to do? Let's create proposal base seafood shelves for consumers!



➡この魚を持続可能な提案に!

Let's make these fishes a sustainable proposal!

(株)イトーヨーカ堂
水産エコラベルの新時代に向けて

1. 水産業界を取り巻く現状と提案型売場

- ・お客様心理を捉えた持続可能性ある売場作り

2. **セブン&アイグループ「環境宣言」**

- ・現状までの持続可能な原料調達・商品開発

2. Seven & i Group "Environmental Declaration"

- Sustainable raw material procurement and product development up to the present

3. 水産認証商品の今後の売場・商品計画

2019年5月 7&Iグループ環境宣言「**グリーンチャレンジ2050**」を策定

The Seven & i Group Environmental Declaration "Green Challenge 2050" was formulated on May 2019

2050年までに

①CO₂排出量 実質 **0**

②プラスチック対策 **100%**

③食品ロス・食品リサイクル対策 **75%**

④持続可能な調達 **100%** 2030年まで**50%**



GREEN
CHALLENGE
2050 私たちの挑戦で、
未来を変えよう。



持続可能な調達

社内限り

By 2050, 1) Co2 emission will be zero, 2) ratio of initiative of plastic reduction will be 100%, 3) ratio of initiative food waste and food recycling will be 75%, and 4) ratio of sustainable procurement will be 100% (50% by 2030).

セブン&アイグループ水産認証取得の経過と計画

Acquisition of Seafood Certification Process and Plan

秘
(B)



継続して取り扱い



2030

2050



2016/10



2018/10



2020/04



COC
認証

2022/09



オリジナル商品の**50%**を
持続可能な調達に

オリジナル商品の**100%**を
持続可能な調達に

Make 50% of store-brand seafood products sustainable by 2030, all by 2050.

2030年、50年までの調達目標達成に向けて お取引様と一体化での取組み

関係者限

We will work with our business partners to achieve our procurement targets for 2030 and 2050.

サステイナブル調達・開発の変化

Changes in sustainable procurement and development



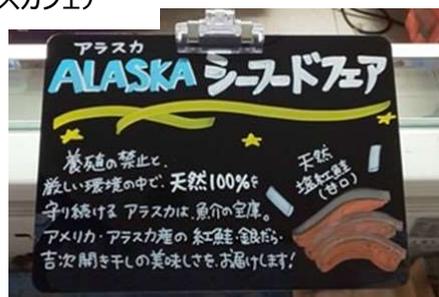
秘 (B)

食品事業部

■ 漁獲計画を元にTAC遵守の天然魚の取組み

Initiatives for wild fish that comply with TAC based on the fishery management plan

8月実施のアラスカフェア



紅鮭切身
紅鮭筋子



銀鱈切身・漬魚
たらばがに

Alaska Fair in Aug 2023

広告連動～社員食堂での原料共有など

2013年より取組み開始 (10年間)

The Program started in 2013 and continued to promote for ten years.

社内限り

■ 輸入原料のアウトPK製品 = 2016年～

Launched pre-packed products from imported fish in 2016

輸入品
Import
Wild catch 天然:MSC
Farmed 養殖:ASC



① MSC(天然原料) = 7プレミアム アウトPK主力



明太子・たらこ
筋子等8種類



さば味噌煮等
3種類



焼さば等
2種類

② ASC(養殖原料) = 7プレミアム アウトPK冷凍品主力



冷凍えび類



冷凍フライ類(半製品)



7Pフレッシュ
生アトランサーモン

サステイナブル調達の変化

Changes in sustainable procurement



秘 (B)

食品事業部

■ 国内生産品 = 「マリンエコラベル」での商品化

Domestic products → "MEL certified" commercialized



熊本県天草
「平山さんぶり」
IY供給12万尾/年
完全養殖開始

Hirayam-san's Yellowtail
120,000 fish sold and
artificial farming started.



www.mel.jp



魚場環境
飼料の原料まで管理



三重県熊野灘産
「濱口さん真鯛」
IY供給8万尾/年
寿司共有

Hamaguchi-san's Red Sea Bream
80,000 fish sold and extended to
sush sets.



鹿児島県鹿屋市
「鹿屋漁協かんぱち」
IY供給3万尾/年
鹿屋ぶりも納品

Kanoya Amberjack
30,000 fish sold and producers extended.

社内限り

ぶりフィレ納品
⇒頭・骨を
「ぶり大根」に加工



銀鮭⇒塩銀鮭へ



宮城県網地島産
「網地島漁協生銀鮭」
IY供給12万尾/年
塩銀鮭加工100t/年

Ajishima Colo Salmon
120,000 fish sold and salt processed
for 100MT annually.

①「顔見え」生鮮 + 加工品

Program of "Can See Producer's face"
combined with MEL-certified fresh seafood



田老町
わかめ

Packaged Wakame seaweed



ぶり



かんぱち



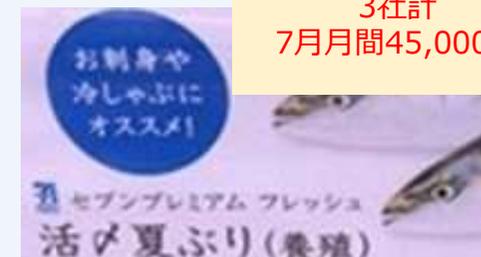
真鯛



平目

②「7Pフレッシュ」生鮮夏ぶり (②魚種)

Seven Premium Fresh series of Summer Yellowtail



20年4月 IY発売開始
21年7月 YB・YO
3社計
7月間45,000尾

④ 持続可能な調達 **100%**

The ratio of sustainable procurement will be targeted at 100%.
As a milestone, store-brand "Seven Premium" products will be replaced with sustainable procured **by 50% by 2030.**

セブンプレミアムを含むオリジナル商品について。
マイルストーンとして**2030年までに50%**を持続可能な調達に置き換え。



**GSSI承認を受けた認証を取得した水産物を持続可能な調達と定義し、
2030年の暫定目標達成に向けて調達を強化。**

関係者限

Sustainable procurement is defined as GSSI-recognized schemes' certified seafood, and initiatives are being made to strengthen procurement to achieve interim targets for 2030.

売場展開例

Selves Display and Points of Sales

秘
(B)

イトーヨーカドー
マルシェ部



23年度より
流山センターから
の納品も開始

Secondary processing started at Nagareyama Process Center in 2023.



関係者限

(株)イトーヨーカ堂
水産エコラベルの新時代に向けて

1. **水産業界を取り巻く現状と提案型売場**

- ・お客様心理を捉えた持続可能性ある売場作り

2. **セブン&アイグループ「環境宣言」**

- ・現状までの持続可能な原料調達・商品開発

3. **水産認証商品の今後の売場・商品計画**

- 3. Future seafood shelves merchandising plans for certified seafood

未来に向けた取組み計画 (ASC:店内加工拡大)

Action Plan for the Future (in-store processing for ASC-certified products)



秘 (B)

食品事業部

持続可能調達 (2030年度50% 2050年度100%目標) に向けて認証商品を拡大

Expand certified products for sustainable procurement (50% by 2030, 100% by 2050)

7Pフレッシュ
生サーモン
グループ年800ト



"Seven Premium Fresh" Atlantic Salmon 800MT sold annually

社内限り

グループ共有
認証取得



チリ銀鮭
塩切身・漬魚・7P焼鮭
グループ年3,000ト



Chilean Coho Salmon 3,000MT sold annually



デリカ製品への拡大 (寿司・焼き魚) Extend to Delicatessen (Sushi, Grilled Fish, etc.)

持続可能調達 (2030年度50% 2050年度100%目標) に向けて認証商品を拡大

Expand certified products for sustainable procurement (50% by 2030, 100% by 2050)

寿司製品へ

To Sushi sets



魚惣菜へ

To ready-made side dish



社内限り

国内のMEL認証資源 (養殖・天然魚) を自社関連工場にてPB商品化



社内限り



**生産者の皆様と一体となって、
未来の水産業と魚食文化を守っていきます。**