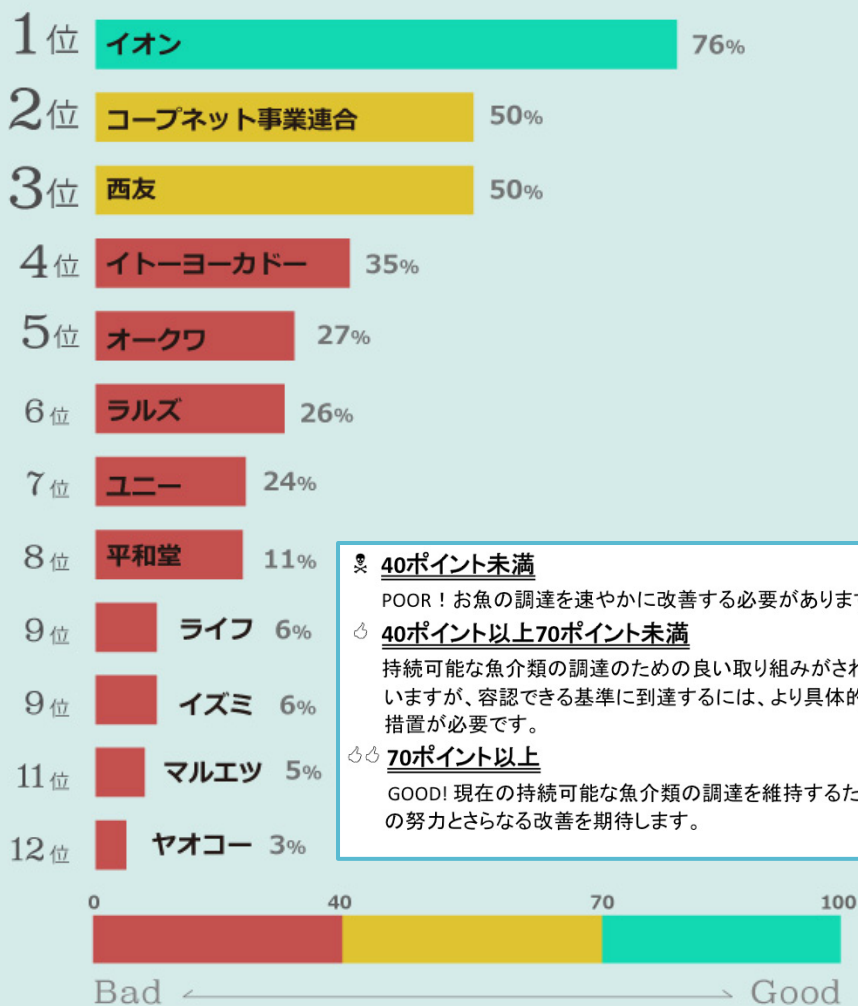


お魚スーパーマーケットランキング 6

—海にも人にも優しいサステナブル・シーフードの普及を目指して

お魚スーパーマーケットランキング 6

家庭で食べるお魚の7割がスーパーで購入されています。
お魚の減少 ... 海の問題解決のカギを握るのはスーパー。
日本の現状を調べてみました。



⚠ 40ポイント未満

POOR! お魚の調達を速やかに改善する必要があります。

⚡ 40ポイント以上70ポイント未満

持続可能な魚介類の調達のための良い取り組みがされていますが、容認できる基準に到達するには、より具体的な措置が必要です。

😊 70ポイント以上

GOOD! 現在の持続可能な魚介類の調達を維持するための努力とさらなる改善を期待します。

アンケート調査の項目について

1. 調達方針 [Q1～Q4]

魚介類の持続可能性を担保することが企業の方針として明確にされているかを評価する項目。この調達方針に則り、お店の鮮魚・冷凍・陳列棚コーナーにおけるすべての天然および養殖（蓄養）の魚介類が調達されることを目指します。また、実際に魚介類を調達する担当者が、サステナブル・シーフードを選別するための基準（=2.持続可能性および 3.トレーサビリティ）を遵守する必要があります。

2. 持続可能性 [Q5～Q6]

持続可能な魚介類のみを調達するために、扱うべきではない天然および養殖の魚介類を「選ばない」ための基準が調達方針に含まれているかを評価する項目。すべての魚介類商品が、これら基準を満たしたものになることを目指します。

3. トレーサビリティ・IUU（違法・無報告・無規制）漁業・社会的責任 [Q7～Q8]

魚介類が漁獲されてから商品としてお店に並ぶまでのサプライチェーンをどこまで正確に追跡できるかが、サステナブル・シーフードを調達するための要となります。サプライチェーンが複雑にグローバル化し、「見えない」部分が大きくなるほど、生態系への影響だけではなく、知らないうちに強制労働や IUU 漁業などの社会的責任が問われる問題へのリスクも高くなるのです。この項目では、すべての魚介類商品が、真の意味でサステナブル・シーフードであるかを評価します。

4. イニシアチブ [Q9～Q15]

サステナブル・シーフードの調達にはスーパーに魚介類を提供するサプライヤーの理解と協力が必須です。また、消費者がよりサステナブルな商品を選べるように、その判断基準となる情報を公開することや、サステナブル・シーフードを普及させるための取り組みも求められています。ここでは、海にも人にも優しいサステナブル・シーフードを当たり前のものにするためのリーダーとしての取り組みを評価します。

5. 絶滅危惧種 [Q16]

絶滅危惧種に指定されているマグロ及びウナギの取り扱い状況について評価する項目。日本周辺で漁獲される魚種の減少も懸念されるが、責任ある魚介類の取り扱いを目指す上で、絶滅危惧種を取り扱わないことは必要最低限の要件です。

※質問票の一覧

http://www.greenpeace.org/japan/Global/japan/pdf/20161121_Ranking6_Q.pdf

「お魚スーパーマーケットランキング」について

「お魚スーパーマーケットランキング」は、日本の大手スーパーマーケットで販売される魚介類商品の持続可能性を対象企業にアンケートに回答してもらい、その結果をランキング形式で評価する年次調査です。対象企業に対し、責任ある魚介類の調達をするための方針や基準の導入・改善およびサステナブル・シーフードの普及を促進することで、過剰漁業問題を解決することを目的としています。

今回6度目となる「お魚スーパーマーケットランキング6」では、スーパーマーケット14社及び生協1組合を対象に、アンケート調査を実施しました。スーパーマーケット11社とコープネット事業連合からなる、計12社から回答がありました。アンケート実施期間は、2016年9月23日から10月21日までです。対象企業は、売り上げ、店舗数、関連企業などを総合的に判断し、決定しました。

今回のアンケート調査は、持続可能な魚介類の調達に関する質問に選択肢を選び回答する部分と、その回答が正しいことを記述で証明する部分から構成されています。アンケート調査の性質として、企業から回答のあった内容を「正」として評価することになります。そのため、明らかに回答の信憑性が疑われる場合や、回答の裏付けとなる記述が十分でない場合、また実際に店舗に足を運んで見聞きした内容と異なる場合には、補足で説明を求めるなどし、再提出された回答をもとに評価をしました。直接、評価の対象となった選択式の設問に関しては、参加企業各社の回答を公開しています。記述回答については、非公開を条件に回答があった箇所もあるため、公平性を考慮して公開は控えることにしました。

アンケート調査に回答することにより、どのような魚介類がサステナブルでないのか、また現状の調達における弱点を明らかにしていただき、サステナブルな魚介類の調達への一助となることを願います。

アンケート調査を依頼した企業（50音順）

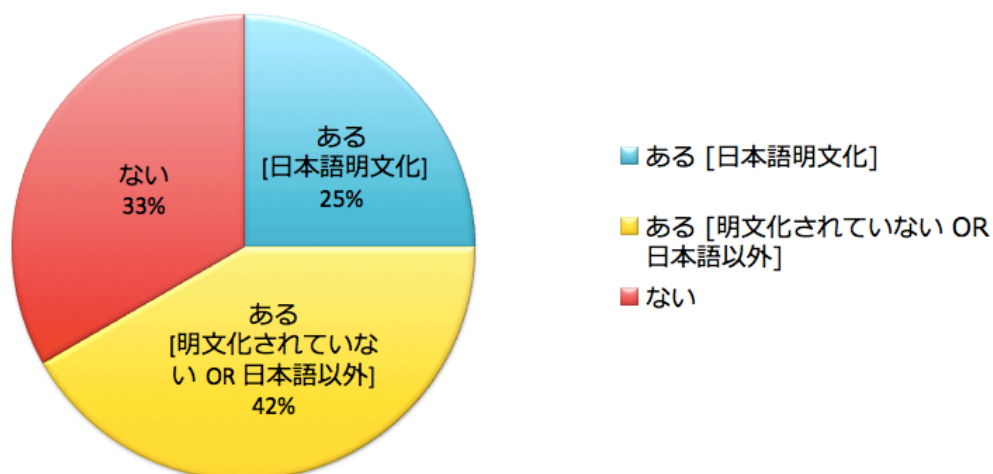
イオンリテール(株)、(株)イトーヨーカ堂、(株)イズミ、イズミヤ(株)、(株)オークワ、生活協同組合連合会コープネット事業連合、(同)西友、(株)バロー、(株)フジ、(株)平和堂、(株)マルエツ、ユニー(株)、(株)ライフコーポレーション、(株)ラルズ、(株)ヤオコー

要旨・ハイライト

回答のあった12社のうち、「サステナブルな調達のための取り組みをしている」とする40ポイントを上回った企業は、イオン・コープネット事業連合・西友のわずか3社でした。グリーンピース・アメリカで実施している同様のランキングでは、対象企業25社のうち8割にあたる20社がこの及第点を獲得していることと比較すると、日本の小売業界は、責任ある魚介類の調達において出遅れていることは明らかです。サステナブル・シーフードのリーダー企業としてクリアすべき基準の70ポイントを超えた企業は、イオンの1社だけでした。

調達方針

Q1: 持続可能な調達方針がありますか？

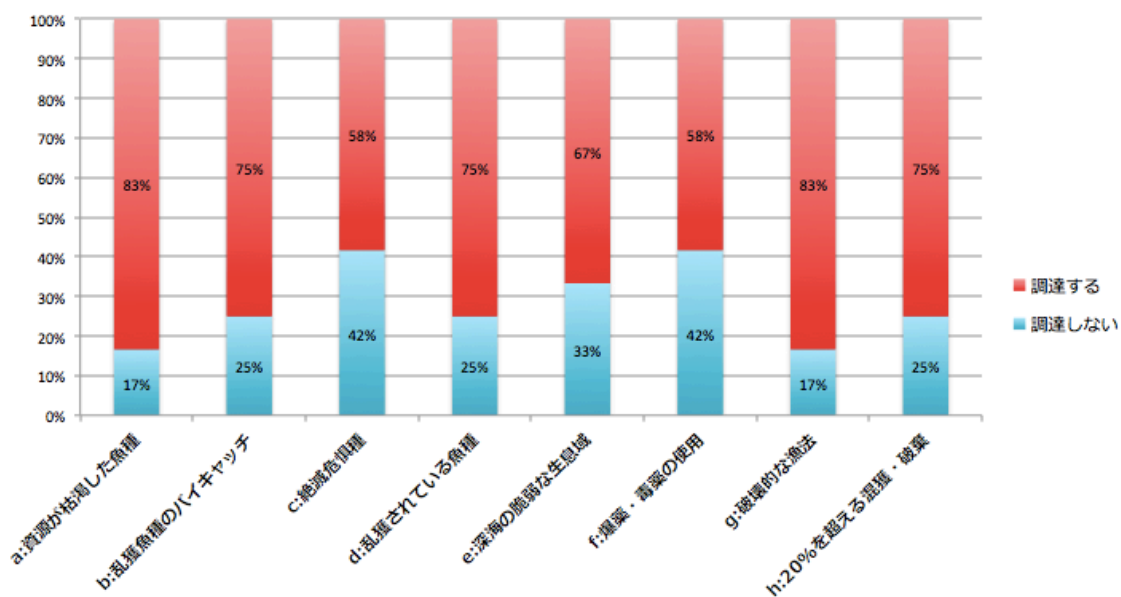


サステナブル・シーフードを調達するためには、まず企業としての調達方針を定める必要があります。何かしらの調達方針がある、もしくは持続可能な調達を試みている企業は、全体の7割近くにも上り、サステナブル・シーフードの必要性を認識していることが窺えます。ところが、明確な調達方針を用意している企業はイオン、コープネット事業連合、そしてイトーヨーカドーの3社のみで、全体のわずか25%でした。

調達方針は、明文化することで初めてバイヤーやサプライヤー、そして消費者と共有することができます。明文化された調達方針のない5社（オークワ、西友、マルエツ、ユニー、ラルズ）、そして全く用意のない4社（イズミ、平和堂、ライフ、ヤオコー）の計9社は至急の対策が必要です。

持続可能性

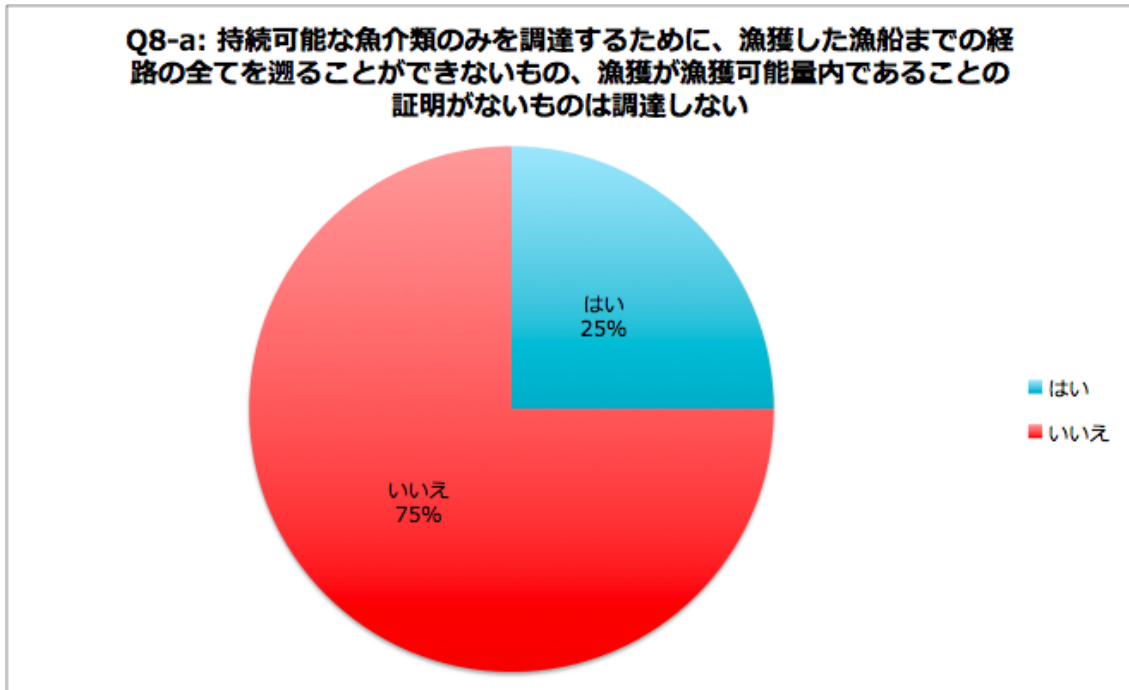
Q5: 天然の魚介類について、持続可能な魚介類のみを調達するために、調達をしない漁業および漁業者



調達方針を設定するだけでは十分とは言えません。実際に魚介類を調達する際にサステナブルなものだけを選ぶための基準、いわばチェックリストに相当するものが必要となります。

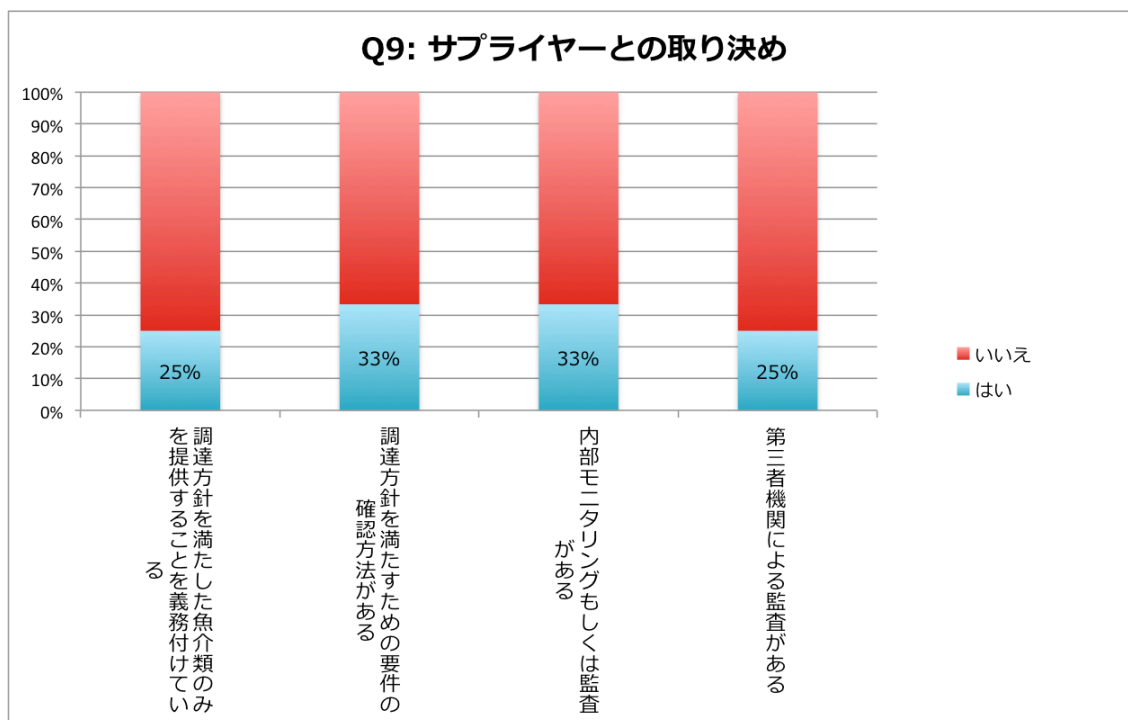
例えば、生物多様性に配慮することが調達方針に含まれていたとしても、何を確認すれば、調達方針を満たすことができるのか分からなければ、魚を正しく選ぶことなどできません。調達方針は機能していなければ、無用の長物に他なりません。Q5では、避けるべき非持続可能な漁業や漁業者からの調達をしないための基準が調達方針に含まれているかを調べました。すべての項目において、調達をしない賢い選択ができていない企業は半数にも満たなかったことが分かりました。調達基準の設定や強化改善が日本のスーパーに求められています。

トレーサビリティ



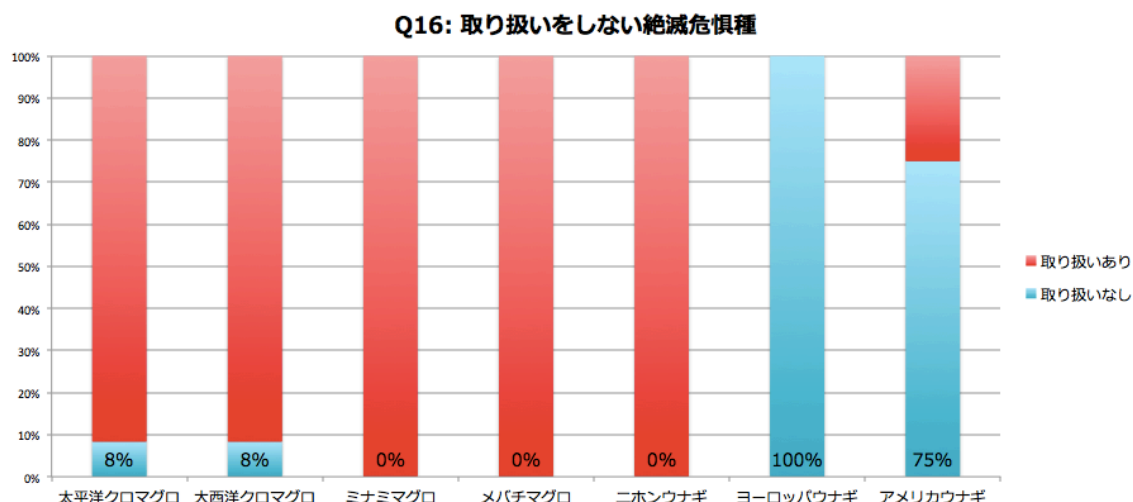
懸念すべきは、調達する魚介類の持続可能性だけではありません。消費者にいつでも安く魚を提供することを追求した結果、水産業には人身売買や劣悪な条件での強制労働などの黒い噂が絶えません。魚を獲るところからお店の棚に商品が並ぶまで、そのサプライチェーンを辿れるようにすることが責任ある魚介類の調達の鍵となります。トレーサビリティを徹底することを基準としているのはわずか25%の企業だけでした。消費者に真の意味でのサステナブル・シーフードを提供するためには、トレーサビリティの向上が急がれます。

イニシアチブ



持続可能な調達方針と基準は、社内の人間に周知徹底されていることはもちろんですが、長く複雑なサプライチェーンのどの過程においても守られていなければ、消費者にサステナブル・シーフードを提供することは叶いません。Q9では、サプライヤーにも調達基準の遵守を義務付けているか、きちんと実行されているかを確認する監査やモニタリングがあるかなどを調査しました。まだまだ管理の手が行き届かない点が多いことが分かりました。

絶滅危惧種



サステナブルな調達をする上で、取り扱うべきでない魚の筆頭が絶滅危惧種です。日本はウナギとマグロの世界最大の消費国。残念ながら、日本の市場を通った魚が絶滅危惧種になってしまうのは今のところ事実です。Q16からは、すべてのスーパーがヨーロッパウナギを扱わない方針であることがわかりました。また、75%がアメリカウナギも扱っていません。ところが、資源量が2.6%まで減少し、危機的な状況にある太平洋クロマグロ、そして大西洋クロマグロを取り扱わないと決めているのは、コープネット事業連合だけでした。まさに英断です。消費者がつくる組織であるコープだからこそ、消費者の声が正しく反映されているのかもしれない。ウナギやマグロが海から消えるのが先か、日本の市場がサステナブルになり絶滅危惧種が販売されなくなるのが先か、サステナブル・シーフード推進のリーダーとしてスーパーの力が試されています。

カテゴリー別チャンピオン企業

| カテゴリー | 最高点 | 👑 カテゴリー・チャンピオン 👑 | |
|----------|-------|------------------|----------|
| 調達方針 | 93.75 | イオン | イトーヨーカドー |
| 持続可能性 | 88.97 | イオン | |
| トレーサビリティ | 92.31 | イオン | |
| イニシアチブ | 76.06 | イオン | |
| 絶滅危惧種 | 57.14 | コープネット事業連合 | |

1位 イオン 76.36

| | | | | | |
|--|-------|---|-------|--|-------|
|  調達方針 | 93.75 |  持続可能性 | 88.97 |  トレーサビリティ | 92.31 |
|  イニシアチブ | 76.06 |  絶滅危惧種 | 28.57 | | |

今回、通算 5 回目のトップに輝いたイオンは、回答のあった 12 社のうち、持続可能な魚介類の調達を行っている目安となる 70 ポイントを唯一クリアしたスーパーです。調達方針、持続可能性、トレーサビリティ、イニシアチブの 4 カテゴリーにおいて、最もポイントを獲得したカテゴリー・チャンピオンとなりました。

2014 年 2 月に持続可能な調達原則、及びそれに基づく水産物調達方針¹を策定した同社は、社内に水産物持続可能な利用推進委員会などを発足し、サステナブル・シーフードを調達するための基準の設定・改善等を行っています。この取り組みにより、調達方針をお飾りの努力目標にとどめることなく、実際の調達時に確認すべき基準を強化したことで、持続可能性およびトレーサビリティのカテゴリーで他社を大きく引き離しました。特筆すべきは、回答の正確さを証明するための情報が詳細であること、また現状できていないことや業界の体制上の問題などから一小売業だけの改善が難しいこと把握した上で解決に向けた取り組みをしていることです。同社は回答企業では唯一、国際的に労働者の人権問題に関する規範を定めた SA8000 認証を取得しています。イニシアチブのカテゴリーでは、MSC や ASC 認証商品を扱う『FishBaton (フィッシュバトン)』や大学とのコラボレーションにより消費者に積極的にサステナブル・シーフードの重要性を伝える取り組みや、サプライヤーを対象としたセミナーの実施、そして NGO を含むステークホルダーと持続可能な調達を目指した取り組みをしていることが評価の対象となりました。

今後の優先課題は、さらに調達基準を強化すること、及び絶滅危惧種の扱いを減らしてゆくことです。持続可能性およびトレーサビリティのカテゴリーにおける、販売する魚介類商品のうち各基準を満たしている割合については、推測の域を出ないものも多くあります。また、ヨーロッパウナギとアメリカウナギの扱いはしていませんが、絶滅危惧種に指定されているマグロ類については全て取り扱いがあったことがポイントを下げるとなりました。サステナブル・シーフードのリーディング企業として、今後の取り組みが期待されます。

¹ イオン持続可能な調達原則・イオン水産物調達方針

<https://www.aeon.info/environment/procurement/general.html>

2位 コープネット事業連合 50.05 <初>

| | | |
|--|---|--|
|  調達方針 68.75 |  持続可能性 50.00 |  トレーサビリティ 21.15 |
|  イニシアチブ 53.19 |  絶滅危惧種 57.14 | |

コープネット事業連合は、店舗事業であるコープと宅配事業のコープデリを対象に回答。調達方針、持続可能性、イニシアチブ、絶滅危惧種の4カテゴリーにおいて及第点である40ポイントをクリアしました。調達方針では惜しくも1.3ポイントで合格点を逃すも、絶滅危惧種のカテゴリーでは、回答企業のうち唯一、4種類の絶滅危惧種（ヨーロッパウナギ、アメリカウナギ、大西洋クロマグロ、太平洋クロマグロ）の取り扱いをしていないことから、カテゴリー・チャンピオンとなりました。

コープネット事業連合は、持続可能な水産資源の利用と水産漁業者との連携を強め、日本の食文化を育むことを目指すとする明文化された水産方針・持続可能な調達方針²があり、その一部を消費者向けに公開しています。市場を介さずに調達するネット事業と市場経由で調達をする店舗によって、調達方針の反映具合に差があり、市場経由の商品についてはトレーサビリティを中心に不安が残ります。また、販売している魚介類商品のうち、調達方針を満たすことができている割合は、現時点では25～50%であることから、改善すべき点が多くあります。持続可能性のカテゴリーにおいては、各基準を満たす魚介類商品の割合のほとんどが25%未満と低かったことが、ポイントが伸び悩んだ要因となりました。






一番の懸念点は、及第点である40ポイントを大きく下回っているトレーサビリティが弱いことです。持続可能な調達にとっても、また労働者に対する公平性や社会的責任を担保するための鍵であるトレーサビリティの向上が急がれます。また、調達方針を確実なものにするためには、サプライヤー等の協力が必須。調達方針をクリアした魚介類のみを提供するように義務化する、第三者機関などによる監査を実施する等の取り組みも必要になってきます。

同組織は、調達方針によって定期的な進捗管理とリスク評価の実施も定められていることから、今後より一層の調達方針および基準の強化改善が期待できそうです。

² コープネット事業連合の水産方針・持続可能な調達方針

<http://www.coopnet.jp/product/shouhin_seisaku/hashira05.html>

3位 西友 49.64

| | | |
|--|---|--|
|  調達方針 62.50 |  持続可能性 45.59 |  トレーサビリティ 61.54 |
|  イニシアチブ 50.00 |  絶滅危惧種 28.57 | |

0.41 ポイントの僅差でコープネット事業連合に 2 位を譲ることになりました。調達方針、持続可能性、イニシアチブでは同連合に僅かに劣るも、トレーサビリティでは大きくリードしました。絶滅危惧種のカテゴリーでは、取り扱わない魚種がヨーロッパウナギ及びアメリカウナギの 2 種だけで、及第点の 40 ポイントに達しませんでした。






世界最大のスーパーマーケットである米ウォルマート社を親会社に持つ西友は、明文化された調達方針³があるものの日本語に翻訳されていません。調達方針のカテゴリーでは、調達方針を満たしている魚介類商品の割合について、すべての取引先に同社の「サプライヤー基準」の遵守を求めているものの、どこまで遵守されているかは分からないために回答できないとのことでした。つまり、調達方針に続くカテゴリーである持続可能性およびトレーサビリティで回答のあった割合は、サプライヤーに確認している内容ではありますが、実際に提供される魚介類が本当に基準を満たしたものであるかは担保されていないこととなります。イニシアチブのカテゴリーにおいても、整合性がない回答があり、回答内容の確からしさに疑問が残ります。Q9-c 及び Q9-d は、同社がサプライヤーに求める要件や規定を遵守しているかを確認する監査やモニタリング等を実施しているか聞いたものですが、販売する魚介類商品のうち、それらを満たす割合を 100%と回答しています。適用範囲が 100%であれば、サプライヤー基準をサプライヤーが遵守しているか否かある程度は把握できるはずですが。

同社の新たな取り組みとして、2016 年 11 月 10 日に発表した、日本初の漁業改善プロジェクト（FIP）の東京湾スズキ漁⁴があります。NGO、漁業者、そして消費者を巻き込んだサステナブル・シーフード普及に向けた具体的な動きは、多くの企業に真似てほしい点です。

³ Walmart Policies and Guidelines <<http://corporate.walmart.com/policies>>

⁴ 東京湾スズキ漁 FIP <http://www.seiyu.co.jp/pdf/i_download/188>

4位 イトーヨーカドー 35.47

| | | | | | |
|--|-------|---|-------|---|------|
|  調達方針 | 93.75 |  持続可能性 | 0.00 |  トレーサビリティ | 7.69 |
|  イニシアチブ | 47.34 |  絶滅危惧種 | 28.57 | | |

お魚スーパーマーケットランキングが始まって以来のイオンのライバルだったイトーヨーカドーですが、今回は敢え無く4位に転落。セブン&アイ・ホールディングスの一員として、明文化された調達方針⁵を持つ数少ない企業であることから、調達方針のカテゴリーではイオンと同点でカテゴリー・チャンピオンに収まるも、その調達方針が実際に買い付けをする時にサステナブル・シーフードを選ぶための基準に反映されていないことから、上位3社に大きく引き離される結果となりました。

調達方針に含まれるべき基準に関するQ5及びQ6（持続可能性）、そしてQ8（トレーサビリティ）については、同社の持続可能な調達基本方針の中で義務付けられているものではないことを理由に、回答がありませんでした。昨年のアンケート調査においても、「調達方針を遵守するために、実際に魚介類商品を調達する際に、持続可能性を担保するための文章化された基準はありますか？」という質問に対し、「ない」とした上で、現状の調達方針を遵守すると回答がありました。同社の調達基本方針には、「生物多様性への配慮、その回復に向けた活動への協力」と「枯渇の危機にある自然資本への配慮」が謳われています。義務付けられた基準がない現状で、どのようにこれらの方針を徹底しているのか、大いに疑問が残ります。なお、絶滅危惧種のウナギとマグロの一部について、具体的な調達ルール（同社はこれを調達方針と呼んでいる）を策定しているが、これだけでは調達基本方針を遵守しているとは到底言えません。

イニシアチブのカテゴリーでは、消費者への情報公開や社員教育など、サステナブル・シーフードを普及させるための根幹とも言える取り組みをしていることは評価できます。サプライヤーに調達方針の遵守を義務付けていることも良い点ですが、義務の内容が希薄であることは大きな懸念点です。一大組織であるセブン&アイ・ホールディングスは、サプライチェーンをサステナブルな方向に大きく舵を切るだけの影響力があるはずですが、明文化された調達方針があるだけで首位争いができる時代は終わりました。消費者がサステナブル・シーフードを求めた時に対応するためには、調達基準を策定するための至急の取り組みが必要です。

⁵ セブン&アイ・ホールディングス 持続可能な調達基本方針
<<https://www.7andi.com/csr/policy/procurement.html>>

5位 オークワ 27.09 ☠ <初>

| | | | | | |
|----------|-------|---------|-------|------------|-------|
| ☠ 調達方針 | 25.00 | ☠ 持続可能性 | 11.76 | 👍 トレーサビリティ | 46.15 |
| ☠ イニシアチブ | 23.94 | ☠ 絶滅危惧種 | 28.57 | | |

明文化はされていないものの、社内では具体的な方針が定められています。例えば、資源保護の観点からは、トレーサビリティのわかるサプライヤーからしか調達をしないことや、巻き網による産卵前の本まぐろ（境港）を調達しない等があります。本調査では加点の対象外ですが、グリーンピースのアンケート調査の限りでは、産卵期の太平洋クロマグロの取り扱いをしていないスーパーは、業界初となります。

明確な調達方針がないため、それを反映した調達基準として実際の買い付け時に確認されている事項は自ずと少なくなります。このことが、特に持続可能性のカテゴリーの結果に影響しました。サステナブル・シーフードの調達に向け、Q5～6 及び Q8 であげられる「非」持続可能な魚介類を排除するための基準と買い付けに関わる全ての担当者への義務付けが必要です。

また、サステナブルな調達を実現するためには、サプライヤーの協力も不可欠です。調達基準を満たす魚介類のみを提供すること、またそれが遵守されているかを定期的に第三者が監査する等のモニタリングも求められます。まだ十分に顕在化しているとは言えませんが、確実にサステナブル・シーフードを求める消費者は増えています。良い取り組みを積極的に消費者に公開することもサステナブル・シーフードへの近道となります。取り扱いをしない絶滅危惧種は、ヨーロッパウナギとアメリカウナギでした。

持続可能な調達方針を明確に定めるとともに、調達基準を強化することが求められています。

6位 ラルズ 25.64 ☠ <初>






| | | | | | |
|----------|-------|---------|-------|------------|------|
| 👍👍 調達方針 | 75.00 | ☠ 持続可能性 | 5.15 | ☠ トレーサビリティ | 7.69 |
| ☠ イニシアチブ | 26.06 | ☠ 絶滅危惧種 | 14.29 | | |

調達方針では合格点である70ポイントを超えるも、その他4つのカテゴリーでは及第点を大きく下回りました。特に、持続可能性とトレーサビリティのポイントが低かったことは、サステナブルではない魚介類を販売している可能性が高いことを示しています。

明文化はされていませんが、地産地消を追求することで持続可能な魚介類の調達を実現する方針です。ただし、クロマグロを筆頭に養殖＝持続可能とする傾向があり、大きな懸念が残ります。絶滅危惧種に指定されている魚種を天然から獲ってくる養殖はサステナブルではなく、その他にも、餌となる魚資源の枯渇など養殖には問題が付きまといます。調達方針を満たしている魚介類商品の割合は、50%～75%未満と比較的高いですが、これは何らかの資源管理もしくは漁業ルールがあるものを持続可能として、調達方針に掲げているためです。真の意味でのサステナブル・シーフードを扱うためには、ほぼ未回答であった持続可能性およびトレーサビリティのカテゴリーで挙げられている「扱うべきでない」魚介類を排除することができる基準を策定し、それをサプライヤーが遵守することが必須となります。取り扱いをしない絶滅危惧種はヨーロッパウナギだけでした。

まずは、持続可能性とトレーサビリティを高めるための基準を設定するための取り組みを、達成期限つきの明確な改善目標を設定しましょう。どんなに小さな目標でも構いません。

7位 ユニー 23.74

| | | | | | |
|--|-------|---|-------|--|------|
|  調達方針 | 25.00 |  持続可能性 | 41.18 |  トレーサビリティ | 0.00 |
|  イニシアチブ | 23.94 |  絶滅危惧種 | 28.57 | | |

6回目の参加となるユニー。過去に環境部門で農林水産大臣賞⁶や愛知環境賞⁷を受賞するなど、エコ・ファースト企業として名高いユニーですが、水産物の持続可能な調達におけるチャンピオン企業となるための道のりは長そうです。持続可能性のカテゴリーを除く4つのカテゴリーで落第点をマーク。中でも0ポイントだったトレーサビリティは重点課題です。

まだ明文化には至っていませんが、環境・食育に貢献でき、可能な限りトレースできる水産物を調達することや自然資源の違法な取引、採取、漁獲のものは取り扱わないとする方針があります。バイヤーの申し合わせ事項として、トレーサビリティを確かにすることなどが、実際の調達時に実施されているようですが、明確な基準としてバイヤーに義務付けされていないため、販売する魚介類商品の半分以上は、調達方針の内容を満たしていません。特に、漁業者からの直接買い付けではない市場経由のものについては、トレーサビリティに関する基準がない同社は、持続可能かつ労働者の権利などの社会的責任を果たしている、真の意味でのサステナブル・シーフードを提供することは現状難しいところです。

調達方針の明文化および明確な基準の策定の他に、それらの遵守をサプライヤーにも同様に義務付けることも課題の一つです。イニシアチブのカテゴリーでは、食育イベントを通して消費者に持続可能な魚介類に対する関心を高めたり、本アンケート調査の一部を社員研修で使用したりしたことが評価されました。取り扱いをしない絶滅危惧種は、ヨーロッパウナギとアメリカウナギでした。

地域自治体や消費者を巻き込んだ環境への取り組みはユニーの得意分野。サステナブル・シーフードを求める消費者の期待に応えるためにも、達成期限付きの明確な目標を定め、矜持とするクオリティーに海への配慮も加えるべきです。

⁶ ニュース・リリース 第34回食品産業優良企業等表彰「環境部門」においてユニーが「農林水産大臣賞」受賞! <http://www.uny.co.jp/upload/pdf/news_corporate_695.pdf>

⁷ ニュース・リリース ユニーの環境・社会貢献活動 2015 愛知環境賞「優秀賞」を受賞! <http://www.uny.co.jp/upload/pdf/news_corporate_898.pdf>

8位 平和堂 11.46 ☠️ <初>

| | | | | | |
|-----------|-------|----------|-------|-------------|------|
| ☠️ 調達方針 | 0.00 | ☠️ 持続可能性 | 0.00 | ☠️ トレーサビリティ | 0.00 |
| ☠️ イニシアチブ | 28.72 | ☠️ 絶滅危惧種 | 28.57 | | |

調査への参加を持続可能な魚介類の調達の必要性を認識してのことと理解し、まず何よりも評価します。すべてのカテゴリーにおいて、及第点に至りませんでした。

調達方針がないと回答するも、調達方針に含まれる基準を問うた Q5~6 及び Q8 において、選択した基準があったことから、何かしらの試みをしている様子ではありましたが、明確に調達の際に遵守される基準として確立されていることを証明するために十分な情報が提供されていなかったため、残念ながら評価の対象外としました。調達方針、持続可能性、トレーサビリティの3つのカテゴリーはいずれもポイントに繋がらなかった。

JAS 法で義務付けられている範囲にとどまりますが、消費者に商品情報を開示していることと、サステナブル・シーフードの調達を目指してサプライヤー等に情報の開示および共有をしていることがイニシアチブのカテゴリーで得点につながりました。取り扱いをしない絶滅危惧種はヨーロッパウナギとアメリカウナギです。

持続可能な魚介類の調達方針を明確にし、またその方針を満たしたサステナブル・シーフードを調達するために必要な調達基準の設定が急がれます。

9位 イズミ 5.71 ☠ <初>

| | | | | | |
|----------|------|---------|-------|------------|------|
| ☠ 調達方針 | 0.00 | ☠ 持続可能性 | 0.00 | ☠ トレーサビリティ | 0.00 |
| ☠ イニシアチブ | 0.00 | ☠ 絶滅危惧種 | 28.57 | | |

ライフと同点 9 位。調査への参加を持続可能な魚介類の調達の必要性を認識してのことで理解し、まず何よりも評価します。調達方針はないとし、Q1 及び Q7 以外は未回答のため、調達方針、持続可能性、トレーサビリティ、イニシアチブの 4 つのカテゴリーで 0 ポイントとなりました。取り扱いをしない絶滅危惧種は、ヨーロッパウナギとアメリカウナギでした。

持続可能な魚介類の調達方針を明確にし、またその方針を満たしたサステナブル・シーフードを調達するために必要な調達基準の設定が急がれます。

9位 ライフ 5.71 ☠ <初>

| | | | | | |
|----------|------|---------|-------|------------|------|
| ☠ 調達方針 | 0.00 | ☠ 持続可能性 | 0.00 | ☠ トレーサビリティ | 0.00 |
| ☠ イニシアチブ | 0.00 | ☠ 絶滅危惧種 | 28.57 | | |

イズミと同点 9 位。調査への参加を持続可能な魚介類の調達の必要性を認識してのことで理解し、まず何よりも評価します。調達方針がなく、Q2 以降は未回答のため、調達方針、持続可能性、トレーサビリティ、イニシアチブの 4 つのカテゴリーで 0 ポイントとなりました。取り扱いをしない絶滅危惧種は、ヨーロッパウナギとアメリカウナギでした。

調達方針の策定に向けて NGO との定期的な情報交換を行っている同社。持続可能な魚介類の調達方針を明確にし、またその方針を満たしたサステナブル・シーフードを調達するために必要な調達基準の設定が急がれます。

11位 マルエツ 5.36 ☠️ <初>

| | | | | | |
|-----------|-------|----------|-------|-------------|------|
| ☠️ 調達方針 | 12.50 | ☠️ 持続可能性 | 0.00 | ☠️ トレーサビリティ | 0.00 |
| ☠️ イニシアチブ | 0.00 | ☠️ 絶滅危惧種 | 14.29 | | |

調査への参加を持続可能な魚介類の調達の必要性を認識してのことと理解し、まず何よりも評価します。明文化されていませんが、一部のウナギやマグロの調達制限をするなどの調達方針があります。しかし、Q2以降の内容に対応した取り組みをするのが難しいことを理由に、以降については未回答のため、持続可能性、トレーサビリティ、イニシアチブの3つのカテゴリで0ポイントとなりました。取り扱いをしない絶滅危惧種はヨーロッパウナギだけです。

イオンのグループ企業である同社は、マルエツ・ブランドを確立しつつも、イオンのサステナブルな調達はお手本にするべきです。持続可能な魚介類の調達方針を明確にし、またその方針を満たしたサステナブル・シーフードを調達するために必要な調達基準の設定が急がれます。

12位 ヤオコー 2.86 ☠️ <初>

| | | | | | |
|-----------|------|----------|-------|-------------|------|
| ☠️ 調達方針 | 0.00 | ☠️ 持続可能性 | 0.00 | ☠️ トレーサビリティ | 0.00 |
| ☠️ イニシアチブ | 0.00 | ☠️ 絶滅危惧種 | 14.29 | | |

グリーンピースの調査にはじめての参加となるヤオコー。調査への参加を持続可能な魚介類の調達の必要性を認識してのことと理解し、まず何よりも評価します。調達方針は今後の課題とし、Q2以降は未回答のため、調達方針、持続可能性、トレーサビリティ、イニシアチブの4つのカテゴリで0ポイントとなりました。取り扱いをしない絶滅危惧種はヨーロッパウナギだけです。

持続可能な魚介類の調達方針を明確にし、またその方針を満たしたサステナブル・シーフードを調達するために必要な調達基準の設定が急がれます。

海にも人にも優しいサステナブルな調達を目指して

海からの恵みによって利益を生み出している企業は、海にも、そして人にも配慮して、適切に海と付き合いしていくための英知を備えるべきです。ところが、世界の90%の魚は乱獲されている、もしくは限界まで獲られている状況⁸からも、多くの場合において、理想と現実の間には大きなギャップがあることが分かります。この現実と向き合い、海を守るための変化を私たちが求めているのだと、企業に声を届けるかどうかは消費者に委ねられています。

魚介類の主要な購入者であるスーパーマーケットは、計り知れないほどポジティブな変化を海にもたらすことができる影響力を持っています。スーパーマーケットは、サステナブルな調達にシフトすることで、枯渇した水産資源を回復し、魚たちの繊細な生息地を守るための対策を講じ、世界中の漁業管理を強化し、水産業界で働く人々に公正な賃金と健全な労働条件を保証することができます。今こそ、そうするための取り組みをするべきです。

企業に求められる対策

1. 日本語で明文化した持続可能な魚介類の調達方針を策定・導入し、公に発表すること

スーパーマーケットは、魚介類に関する全ての業務や活動が、海にも人にも害を及ぼす恐れがないことを確かなものにするために、良識あるガイドラインをつくるべきです。また、それら方針を一般の誰もが閲覧できるようにすることで、透明性を高めるだけでなく、消費者が自信を持ってサステナブル・シーフードを購入することができます。

2. 海と水産業に生活を委ねている人々にポジティブな変化をもたらすため、イニシアチブを支援しよう

スーパーマーケットは、海の保全、漁業管理、そして人権保護に関する政治的措置に関わるべきです。スーパーマーケットは、購買力を駆使すれば、政治的レベルでの変化を作り出すことができます。また、消費者に海の代弁者となりともに声を上げてくれるよう応援するべきです。

3. ラベル表示や店内表示を通じて、透明性を高めるとともに、漁獲してから店頭の商品が並ぶまでの全ての過程における透明性を高める

強固なトレーサビリティを確立することなく、サステナブルで社会的責任を果たした魚介類を調達することは不可能です。トレーサビリティは、必ず漁船や養殖場から魚介類が販売される場所まで網羅できなければなりません。そうすることで、得られた全ての情報をもとに、消費者は賢い選択をすることができるようになります。

⁸ FAO "The State of World Fisheries and Aquaculture 2016"

<<http://www.fao.org/3/a-i5555e.pdf>>

4. 絶滅危惧種および資源が枯渇している魚種の取り扱いを中止する

たとえ第三者機関によりサステナブルであると証明されていたとしても、FIP(漁業改善プログラム)で漁獲されたものや、AIP(養殖業改善プログラム)で養殖されたものでも、過剰漁業や破壊的な漁法もしくは労働者搾取と関わり、取引すべきでない漁業者や養殖業者が存在します。同様に、魚や貝の中には生態や特性によって大規模な漁獲のダメージを受けやすい種もいます。責任ある販売者は、これらに該当する生きものの取り扱いを即刻中止し、機会があるのであれば、私たちが与えてしまったダメージを修復するべきです。

5. 公および社内において現代的奴隷、労働者搾取、IUU（違法・無報告・無規制）漁業に終 止符を打つために最大限の努力をすることを約束する

海からの恵みとその恵みを供給するサプライヤーによって利益を生み出している限り、労働者搾取や IUU 漁業について至急に対策を講じることは最も肝心です。スーパーマーケットは積極的にサプライチェーンを調査し、調達基準を見直し、現代的奴隷を公に批難し、サプライヤーや政府そして NGO と協力をして体系的な変化をもたらすことが必要です。

私たち消費者にできること

1. 事実を知ろう

お魚スーパーマーケットランキングを見て、あなたのお気に入りのスーパーのサステナブル度と改善のためにすべきことを学ぼう

2. お友達に教えよう

なぜサステナブル・シーフードが必要なのか 1)で知ったことを友達や周りの人に伝えよう

3. スーパーに伝えよう

いつもお買い物をするスーパーに「サステナブル・シーフードが買いたい」と伝えよう。海の生きものや環境に配慮して獲られたお魚、お店に並ぶまでに携わった全ての人々が公正に扱われているお魚だけを食べたいと伝えよう。そして、現代的奴隷や強制労働、違法漁業を防ぐための取り組みをしているか、お店の人に聞いてみよう

4. サステナブル・シーフードを買って応援しよう

サステナブルな魚介類の調達を目指した取り組みをしているスーパーにご褒美を。サステナブル・シーフードだけを買う事で、それを調達した人に感謝の気持ちを示そう

参考資料：<http://act-greenpeace.jp/ocean/ranking6/>

<本件に関する問い合わせ>

国際環境 NGO グリーンピース・ジャパン TEL: 03-5338-9800

海洋生態系担当：小松原和恵 TEL: 080-3002-5502

広報担当：土屋亜紀子 TEL: 080-3930-3342

URL: www.greenpeace.org/japan