



Better Earth. Better Business.

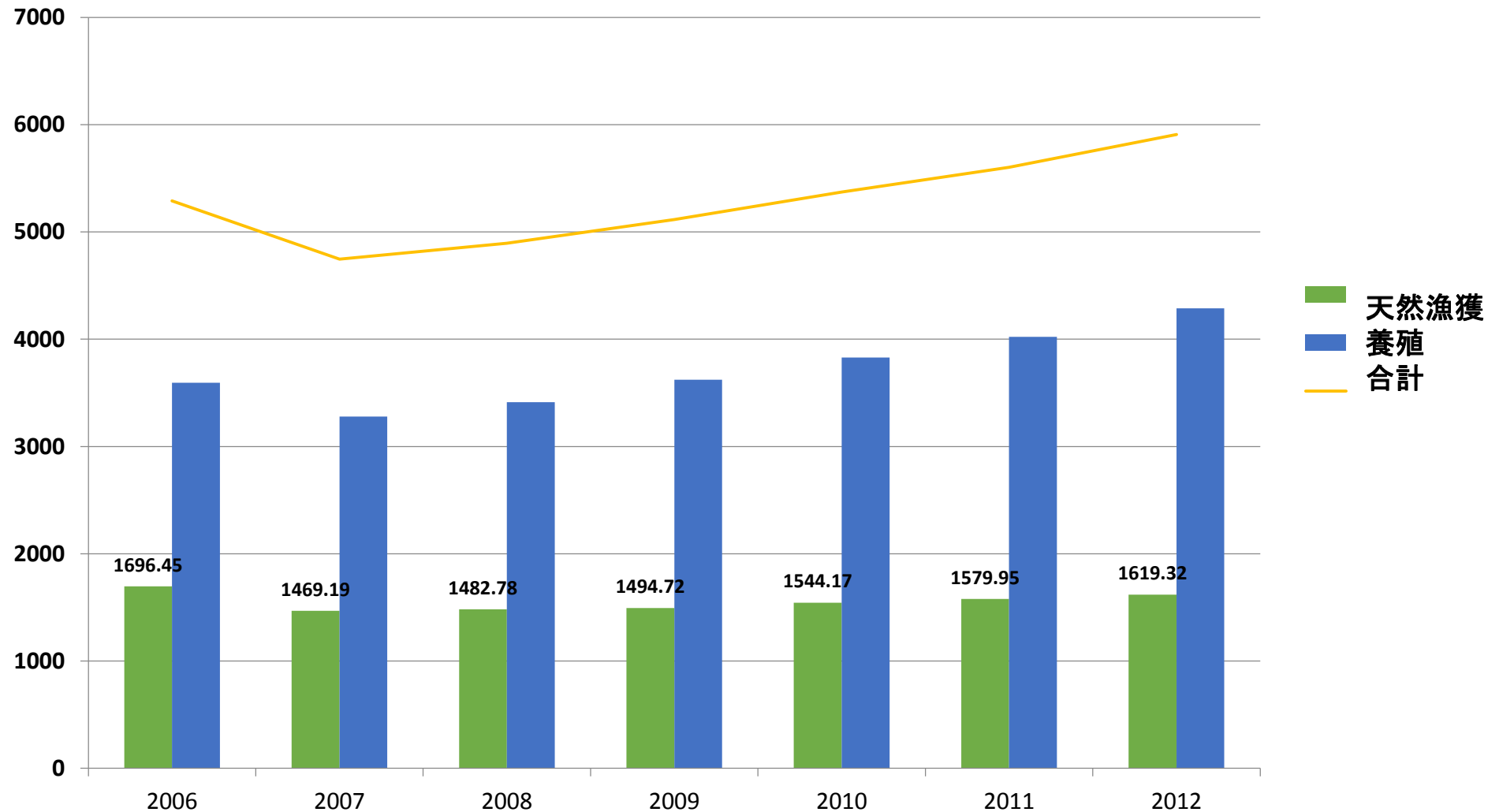
中国持続可能小売業
円卓会議を通じた
中国の持続可能な
水産物の促進への
取り組み

WWF 中国

2015年5月

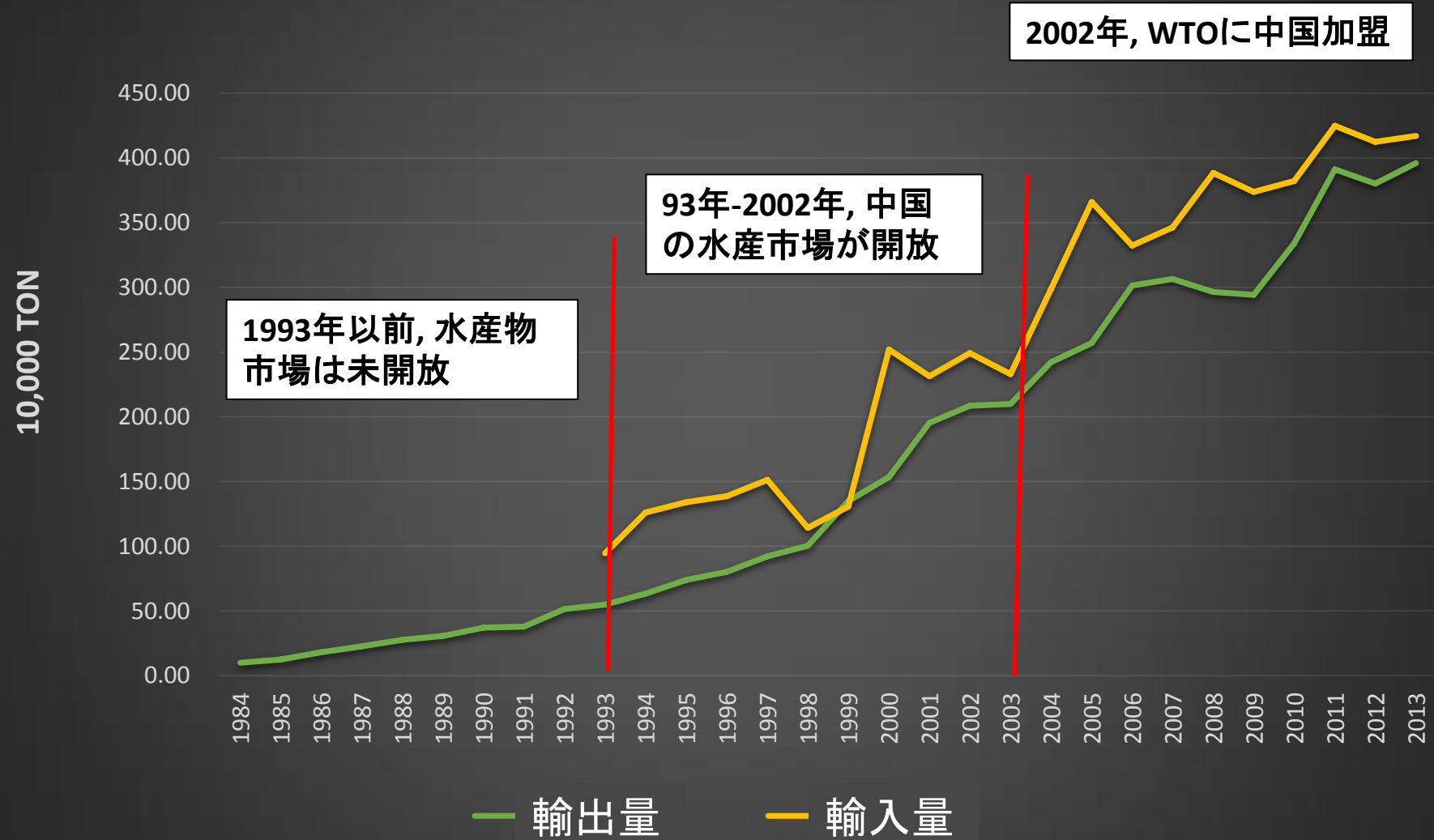
拡大を続ける中国市場

中国 概観- 生産



Sources: National Statistics of MOA, Volume by 10,000 tons

中国の水産物 輸入と輸出



中国 水産物 輸出

輸出 市場	10,000トン	前年比	億ドル	前年比
日本	63.71	-6.21	39.09	-7.26
アメリカ	57.04	5.95	31.95	8.43
香港	23.62	17.25	23.82	15.72
ASEAN	48.86	-0.87	23.78	11.83
EU	55.94	9.15	22.79	3.13
韓国	41.6	-6.29	14.08	-5.08
台湾	12.58	3.91	12.54	16.75

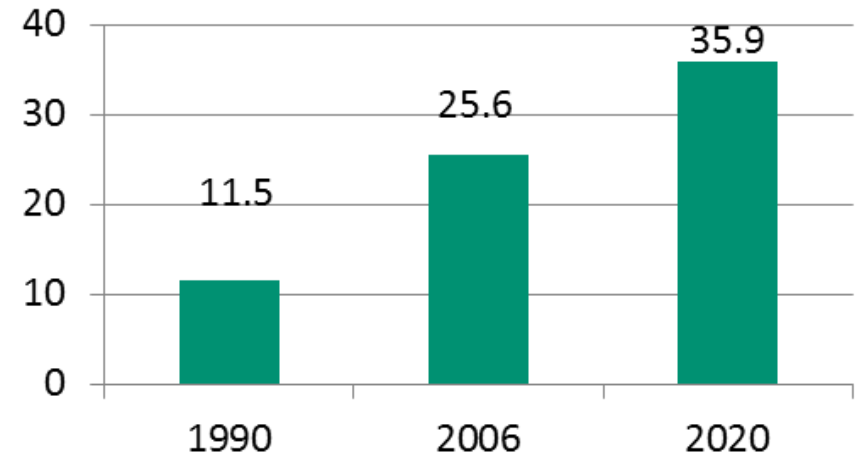
中国 水産物 輸入

国	% 全輸入比	10,000トン	億ドル
ロシア	17.21	100.12	14.87
アメリカ	14.95	57.09	12.92
ペルー	11.78	58.43	10.18
ASEAN	11.09	52.93	9.58
チリ	6.73	21.87	5.82
ノルウェー	5.01	18.17	4.32

中国水産市場の傾向

市場

- 人々の食の安全性に対する関心の高まりに付随した水産物への市場需要の拡大が継続.
- 食の多様化と高級志向へと需要がシフト.
- 主な水産物: ロブスター、アワビ、サケ、エビ.
- ロシア、アメリカ、ノルウェー、日本が主要な供給国 – 国内市場の70%を占める.



消費者

- “新鮮”、“安全”が、一般消費者にとって重要なファクター
- トレーサブルで、持続可能な水産物に関心
- 急成長するファーストシーフードによるライフスタイルの変化
- 高級志向な外食サービスの利用, 例: サケ、ロブスター、カニ

主な市場販路とドライバー

FTZ

(ニュージーランド, チリ, ASEAN, 豪州)

国際ブランドの台頭

(カナダ, ノルウェー, アラスカ)

ローカル市場への供給ヘシフト

(タチウオ, キグチ, シマガツオ)

地方の加工、貿易会社の変化

- 生鮮水産物卸売業者
- 冷凍水産物卸売業者

卸売業者

- 高級小売店 BHG, Ole's
- スーパーマーケット カルフル、ウォルマート、イオン、YH など

スーパーマーケット

- 高級ホテル
- 高級中華料理店/日本料理店
- International Cuisine

ホテル
レストラン

ネット
販売





中国持続可能小売業円卓会議

中国零售业可持续发展圆桌

China Sustainable Retail Roundtable

中国持続可能小売業円卓会議（CSRR）

メンバー企業間でよい管理事例を共有し、重要なコモディティの持続可能な生産と消費を促進することで、環境を保護することによる社会・経済的な恩恵を最適化していく。



中国持続可能小売業円卓会議 公式メンバー



中国零售业可持续发展圆桌
China Sustainable Retail Roundtable



中国持続可能小売業円卓会議 オブザーバー



China Soybean
Industry
Association

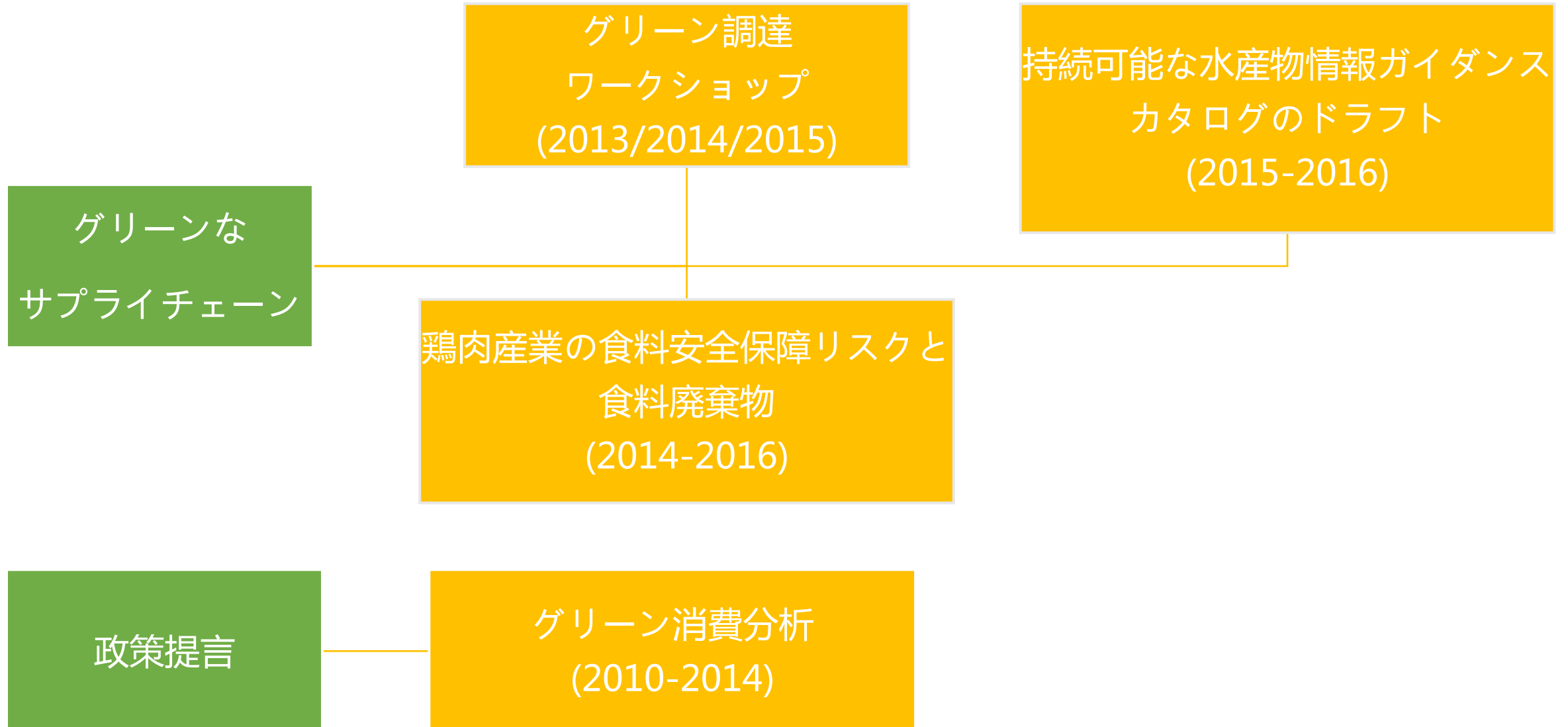


Solidaridad

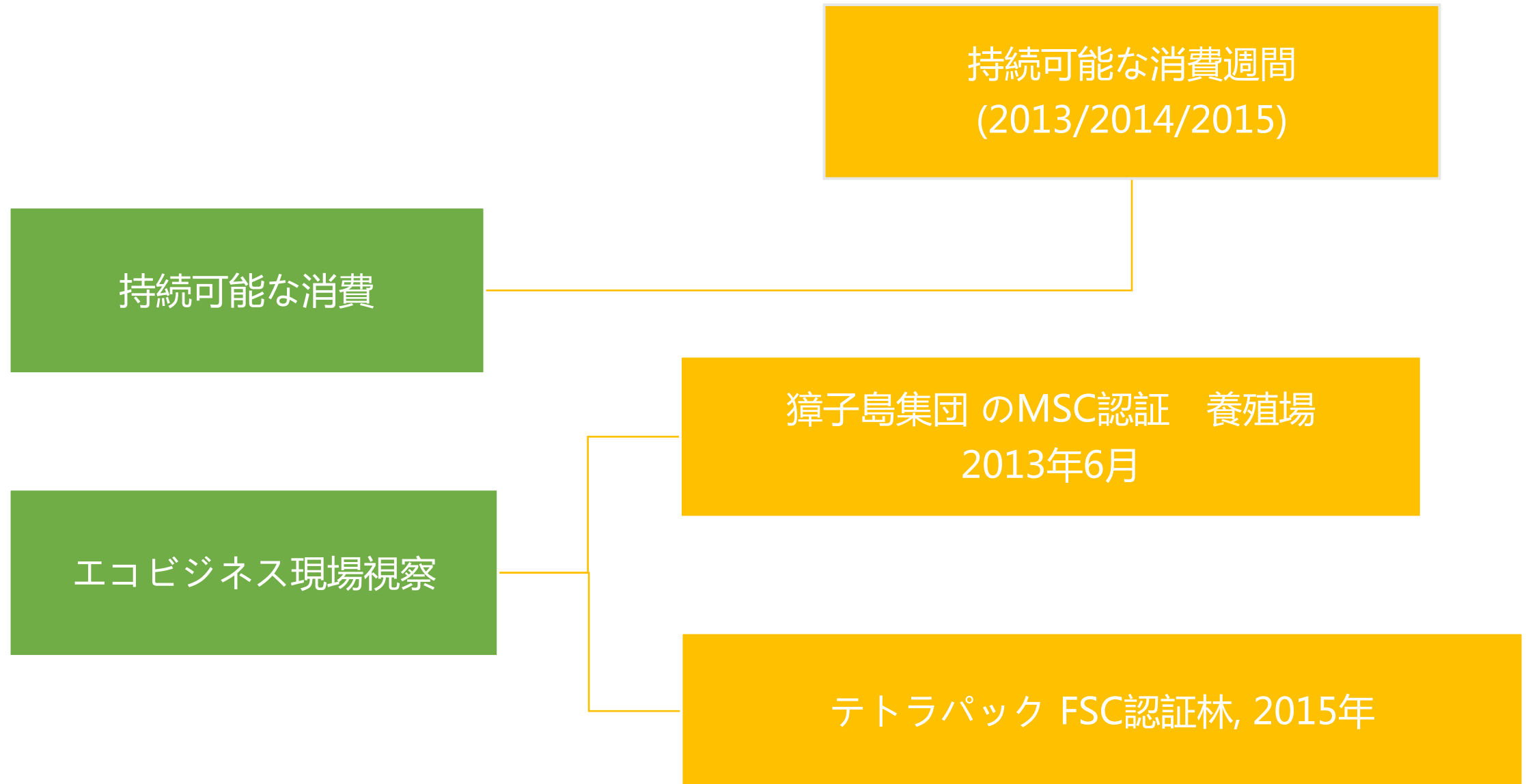


P&G

CSRR 活動計画 2013-2015



CSRR 活動計画2013-2015



水産物に関連した取り組み

調査研究

主要コモディティの中国での消費に関する研究, 2015年

---水産物、コットン、紙、パーム油、大豆について、主要関係者がどのような形で中国で持続的な消費に促進できるかを分析。

持続可能な小売業情報プラットフォーム, 2015-2016

---CSRRメンバー、オブザーバー、NGOが協力し、持続可能な小売業に関する情報プラットフォームの基準をつくる。Standards to set up a RSIP to offer 認証情報, 解決策, ツール, 優良事例など提供。

小売 調達

持続可能な水産物作業部会, 2015

---草案 水産物の持続可能な情報ガイドンスカタログ。

グリーン調達ワークショップ

---WWFは 2013、2014年に、CCFA 小売調達委員会年次総会に出席。小売業者、製造業者と共に持続可能な調達の概念を中国の小売業者へ促進

現地視察

Zoneco MSC 認証ホタテガイ, 2013年6月

---中国の小売業者、MSC、WWFスタッフからなる総勢28名が中国で初となるMSC 漁業認証を取得したZoneco社を訪問。

持続可能な消費



绿色生活 智慧消费

2014年绿色可持续消费宣传周



主催: WWF

中国連鎖経営協会 (CCFA)

協賛: National Three Green Project Office (中国商務部)

中国消費者協会

国連持続可能な消費パートナーシップ (国連環境計画, 国連工業開発機関、国連食糧農業機関)

2013年 持続可能な消費週間 8月31日 – 9月6日

80 の小売店が参加(北京、上海、広州、深セン)

2014年 持続可能な消費週間 7月1日 – 7日

406 の小売店が参加(北京、上海、広州、深セン、杭州、蘇州、寧波、福州、中山、仏山、青島、大連)

WWFの取り組みと関係した話題は

1. MSC --- 持続可能な水産物週間
2. テトラパック --- 小さなパッケージで、大きなインパクト Small Package Big Impact
3. イケア --- ベターコットンイニシアティブ
4. H&M --- 不要な衣服の回収

绿色生活 智慧消费

热门：新闻 | 社区 | 热门话题 | 热门品牌

H&M 宜家家居IKEA

绿色生活 智慧消费：你知道吗？一件旧衣服如果合理利用，它将会通过处理变成毛巾、床单、布料、挂毯、地毯等。再次回到日常生活中，作为环保企业，H&M特参加由中国绿色联盟(COFA)、世界自然基金会(WWF)联手举办的“绿色可持续消费周”活动，让我们一起对旧衣服“Say No”！



宜家家居IKEA

绿色生活 智慧消费：这个世界自然是由各种绿色植物和动物组成的绿色生活，智慧消费“宣传周”已经在中国拉开帷幕，我们倡导“智慧消费，停止浪费”的可持续消费理念，快来加入我们的行列吧！

2014 绿色可持续消费宣传周

序号	媒体名称	发布时间	刊登位置	主题	记者	字数
平面媒体						
1	城市商报	2014/5/28	A12【新闻类-综合版】	2014绿色可持续消费 绿色生活智慧消费		456
2	城市商报	2014/5/28	A【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	高雷	471
3	城市商报	2014/5/28	C1【新闻类-综合版】	2014绿色可持续消费 绿色生活智慧消费	王小华	580
4	城市商报	2014/5/28	A17【新闻类-综合版】	2014绿色可持续消费 绿色生活智慧消费	张永刚	741
5	中国商报	2014/6/2	1【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	王小华	4726
6	中国商报	2014/6/2	A17【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	张永刚	4802
7	城市商报	2014/5/4	1【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	高雷	5000
8	城市商报	2014/6/2	7【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	张永刚	1821
9	城市商报	2014/6/2	1【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	高雷	1448
10	中国商报	2014/6/2	A11【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	王小华	1145
11	城市商报	2014/6/2	14【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	张永刚	2612
12	城市商报	2014/6/2	14【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	高雷	1922
13	城市商报	2014/6/2	20【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	高雷	488
14	中国商报	2014/6/2	14【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	王小华	1821
15	中国商报	2014/6/2	C11【新闻类-综合版】	绿色生活智慧消费 绿色生活智慧消费	张永刚	810

宜家家居IKEA

“绿色可持续消费宣传周-选出你的环保主义”中奖者名单公布啦，恭喜以下网友中奖，稍后我们将私信联系各位中奖者！本次投票是宜家开展的主题为“乐活宜家”活动的一部分，我们相信可持续不应成为奢侈品，而应该让每个人承受得起，感谢大家与我们一起了解可持续发展的知识，一起努力地为可持续做贡献吧！



2014-6-13 13:50 来自 微博 weibo.com

2014年6月3日



绿色生活、智慧消费--2014年绿色可持续消费宣传周

乐活·宜家 可持续家居产品等你来发现

H&M旧衣回收计划：讲述可持续发展话题

2014年5月29日



如果你只剩下55个朋友...

绿色可持续消费周

熊猫自然学堂玩转别样“六一”儿童节

2014年5月31日

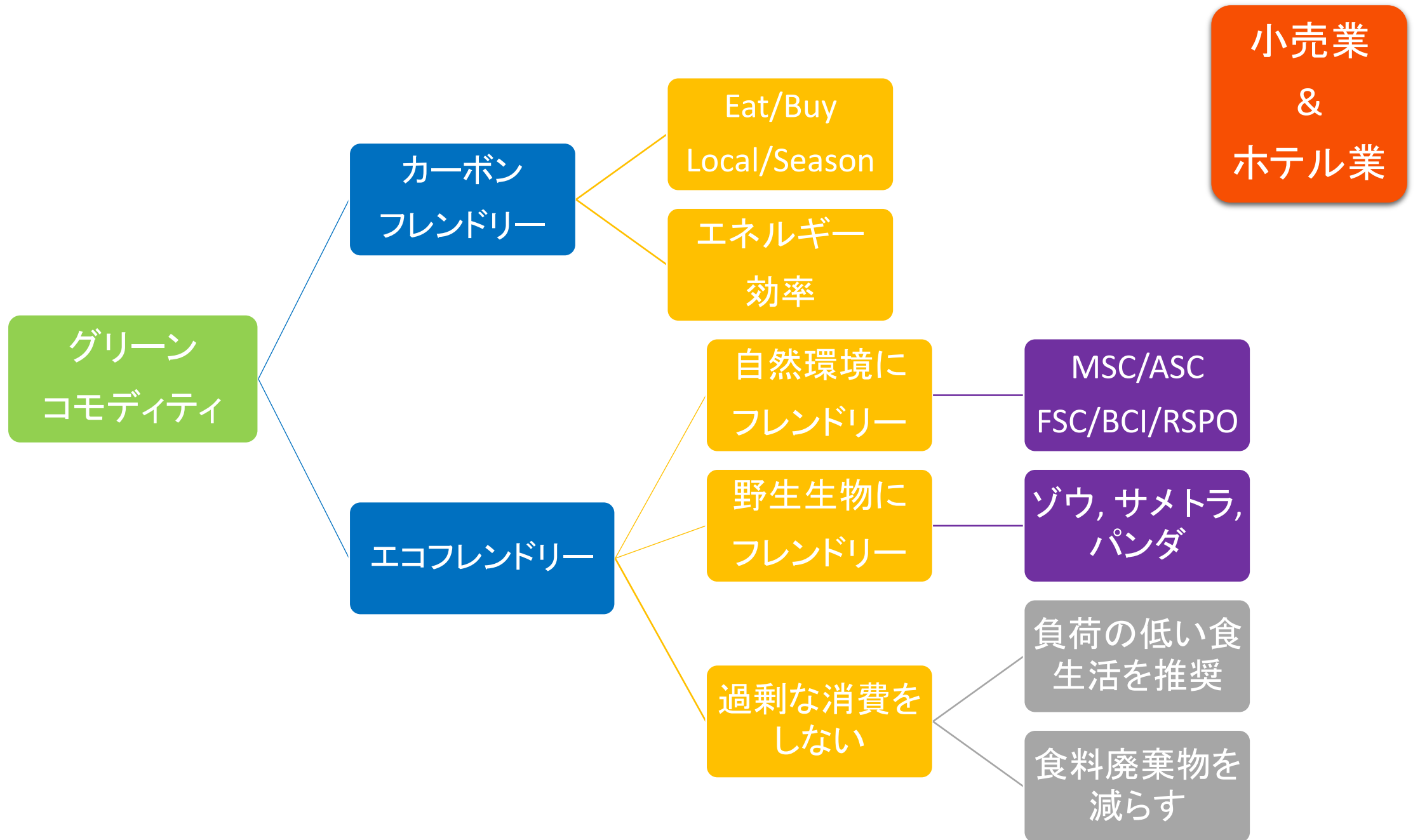
『2048对对碰』MSC可持续消费



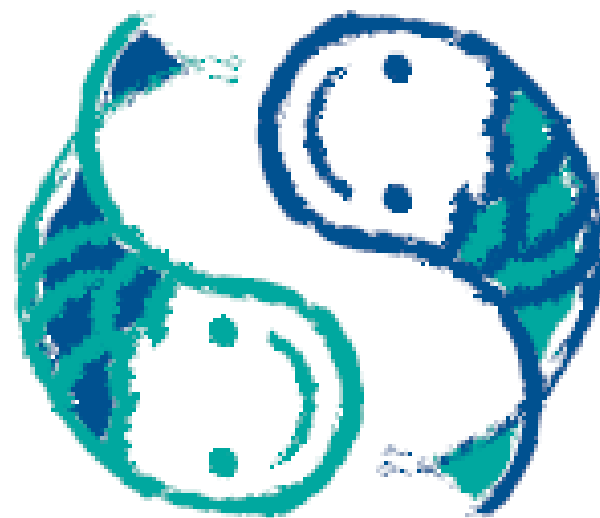
2014年6月25日

Google Glass, MSC可持续消费在线活动幸运名单





持続可能な水産物フェスティバル



Fish For Future

漁之有道 年年有魚

2013年 持続可能な消費週間でのMSC 促進

8月31日 - 9月6日

目的:

リーフレット配布による消費者のMSCラベルのついた水産物の知識と理解度向上

成果: 10万部のリーフレットを配布

北京、上海、広州、深センに

展開する9つの小売業者の80店舗

参加いただいた小売業者:



リーフレットの
見本



2014年6月 持続可能な水産物週間

目的1: MSC 水産物プロモーションを店内で行い、MSCラベルのついた水産物の知識と理解度の向上

目的2: 小売業者、ホテル業者が好んで、MSCラベルのついた水産物を取り扱う

持続可能な
メニュー



Key stakeholders in Presentation



MSC label on top of cake



2014 年6月 持続可能な水産物週間

成果:

- 144万人の消費者が12都市の4小売業者の21店舗、ホテル1店舗でイベントに接した.
- 5208個のMSC水産物が products 一週間のイベント期間中に販売
- サプライヤー2業者が4つの水産物,クリッパーシーフード、クリアウォーター:アラスカ産マダラ, アラスカ産スケトウダラ, カナダ産ホタレガイ、二枚貝



2年目の持続可能な 水産物週間



2014年6月5日、北京市内のサムズ・クラブで行われたMSC 持続可能な水産物週間
MSC, WWF 中国, WWFアメリカ, WWFオランダ, シャングリ・ラ・ホテルズ&リゾート, ウォルマートのサムズ・クラブ



2015
Fish For Future
AUG
可持续海鲜周



本次活动由WWF中国支持



2015 持続可能な水産物フェスティバル
主催者: WWF, MSC
参加者: 小売業者、ホテル業者
日程: 2015年8月4日 – 18日
渔之有道，年年有鱼---Fish For Future

デザイン
案



— Fish For Future —
渔之有道 年年有鱼

本次活动由WWF中国支持



2015 持続可能な水産物フェスティバル目的と活動

5. 持続可能な水産物の長期戦略立案に貢献

4. MSCサプライチェーンのパートナーが市場から評価を得られるよう支援。

2. IMSC/ACS水産物を取り扱う小売業者が増える



漁業

加工業者

トレーダー &
ブランディング

小売業者
&
ホテル業者

消費者

3. Hotel ホテル業、食品サービス業がMSC/ASC水産物に関わる。
(例. ハイアット、シャングリラ、ヒルトン)

1. MSC/ASC製品の知識と理解を高める
(現時点で認知度は1%以下)

CSRRメンバー、オブザーバーの評価、意見



- 多くの関係者が協働する有効なイベントです
- 持続可能な消費のコンセプトの普及を生産者と共に行い、その展開を追えれば、より良いです。



- よく企画されたフォーラムでした。ただ、持続可能な消費のテーマにもっとフォーカスした方が良かった。



- 持続可能な消費週間が大成功に導いてくれたCCFAとWWFの多大な努力に感謝します。
- この5年間で、中国での持続可能性イニシアティブに大きな影響を与えたイベントになると思います。
- 消費者との交流を深めていく上で、ソーシャルネットをもっと活用する必要があると思います。
- 関係者の取り込みと消費者への反映をさらにすすめていく必要があると思います。



- 持続可能な消費週間は、様々なセクターからの注目と支援を得ることが出来たと思います。また、消費者に持続可能性の概念と、持続可能な消費について具体的なアクションをうまく伝えることが出来たと思います。さらに持続可能なアクションを仕事や日常の場に広めていくために、もっと多くの業界や組織が持続可能な消費週間に参加出来るようになることを願っています。



- 持続可能な消費週間は、国連、政府、国際機関、NGO、小売業界をうまく組織化し、中国で、持続可能な消費という考え、実践を促していく素晴らしい取り組みです。
- さまざまな協働による優良事例となり、より多くの企業セクターが関わることを呼びかけています。



- このイベントは、小売業者、サプライヤーと一緒に取り組む最初のモデルケースになり、持続可能な水産物、消費について、市場の関心を高めることが出来たと思います。



- このイベントは、小売業者、サプライヤー、製造業者が協働するよい機会となりました。
- 各店舗でテトラパックのパッケージ再利用のコンセプトをお客様にうまく伝えることが出来ました。
- 商品の持続可能性をお客様に理解を深めていただく画期的な方法であったと思います。



- 次世代のためにも、持続可能な方法で消費をしていくことを、私たちの試みをうまく訴えることが出来たと思います。



Thank You

Li Yeqing
Senior Officer
Sustainable Consumption
YQLi@wwfchina.org