



2022年3月29日

**約7,300名の生産者さまに支えられ、累計販売金額は2,000億円超
おかげさまで、イトーヨーカドーのPB「顔が見える食品。」は20周年を迎えます
JGAP認証の取得支援を通じて持続可能な農業のバックアップも**

株式会社イトーヨーカ堂（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：山本 哲也、以下イトーヨーカ堂）は、プライベートブランド「顔が見える食品。」を2002年に展開して以来、本年で20周年を迎えたことをお知らせいたします。

「顔が見える食品。」は、2000年頃より、食への安全性や信頼に対する関心が高まる中、お客様に安全・安心でおいしいものを厳選してお届けするオリジナル食品ブランドとして2002年に誕生いたしました。国産の農産物や畜産物、水産物に限定し、環境や安全性にこだわっている全国の生産者の皆さまと連携して、作り手の「顔が見える」事を大切に、全ての食材に生産者の名前と顔がわかるように表示しております。一例として『まごころたまご』は、こだわりのひとつとして、産卵日を記載したシールを、たまごのひとつひとつに貼付することにより、お客様に新鮮さと安全・安心をお伝えしております。

また、イトーヨーカ堂では日本が抱える農業の課題に真摯に向き合い、JGAP認証の取得支援を通じて持続可能な農業のバックアップもしております。例えば、勉強会を開催し、すでにJGAP認証を取得した生産者から直接、認証取得の経緯やメリット、実際の取り組みの様子などをほかの生産者に紹介する等、JGAP認証に対する認知向上に努めております。

イトーヨーカ堂は、今後もお客様や生産者とともに持続可能な未来を見つめ、日本の農業の活性化に貢献してまいります。

記

◆「顔が見える食品。」について

- 開始 : 2002年に誕生
- 店舗 : 全国のイトーヨーカドー129店舗（2022年2月末現在）
- 取り扱い：国産の農産物や畜産物、水産物等を6つのサブブランドに分けて生産者の氏名やイラスト、こだわりなどを商品パッケージに記載。
- グループ会社との取り組み：
2021年8月から神奈川と埼玉県エリアのセブン・イレブンにて「顔が見える野菜。」の取り扱いを開始。現在は約1,700店舗（2022年2月末現在）で展開。

【6つのサブブランド】



【GAP認証取得農家が生産した野菜】

【「顔が見えるお魚。」の商品】



《商品の一例と生産者のコメント》



「顔が見える野菜。」茨城県産 “グリーンリーフレタス”

自分が育てたリーフが店頭に並び、それを購入されたお客様から美味しかったと言われた事が「顔が見える野菜。」に取り組んでいてうれしかった事です。これからも心を込めてリーフを届けます。1人でも多くのお客様に手に取ってもらえるよう良いリーフ作りに励みます。



「顔が見える果物。」熊本県産 “不知火”

“不知火”栽培のこだわりのひとつとして、前年の出荷が終わり次第、剪定を始め、摘果等、次の年に向けた準備を怠りません。特に、樹が疲れないようにビニールハウスの開閉による温度調節は大切な仕事です。一番美味しい状態で食べて欲しいので、軸が黄色に色づく完熟のタイミングで出荷します。



「顔が見える魚。」三重県産 “まだい”

生け簀には、むやみに何尾も鯛を入れるのではなく、元気に育つ適正数の鯛を入れています。MEL 認証も取得し、毎日、安全でおいしい鯛を育てるためにはどうしたらよいか、家族で協力して考えながら仕事のやり方を工夫しています。



「顔が見えるお肉。」岩手県 “いわて遠野牛”

JGAP 認証農場で育てられたいわて遠野牛は、エサの一部に地元産の飼料米（エサ用の米）を使っています。また、牛を育てる上で発生する副産物の堆肥を肥料として生産し、地元の畑作農家やホップ農家へ安価で提供しています。地元産のものを使い、還元することで地域の産業を守る一助になっています。



「顔が見えるたまご。」茨城県産 “たまご”

良質なえさを使用し、良好な鶏舎環境の下で、きめ細やかな管理を行っています。産卵期間中は、親鶏に、抗生物質や合成抗菌剤を一切使用していません。たまごひとつひとつに、産卵日が記載されたシールを貼り付けることで、鮮度と安全・安心をお客様にお届けしております。

《「顔が見える食品。」の歩み》

時期	内容
2002 年	<p>安全と安心は、言葉で語るだけではなく”顔が見える”ことで生まれる。その考えのもと、“誰が”、“どこで”育てた食品なのかがわかるようにパッケージに似顔絵とお名前、ID を記載して「顔が見える野菜。」として販売を始めました。ホームページで ID を検索することで、生産者の情報をご覧頂くことができる仕組みも作りしました。その後も同シリーズの商品が続々と販売開始になり、イトーヨーカドーを代表する生鮮食品ブランド「顔が見える食品。」となりました。</p> 
2007 年	<p>生産者とイトーヨーカドーが同じ目線で生産していくために。「顔が見える野菜。」に参加する生産者が直接集まって、今後の方針の共有や、情報交換を行う”顔が見える野菜。生産者大会”を開始。</p>
2008 年	<p>農林水産省「基礎 GAP」にならい、顔が見える野菜。果物。が生産工程管理（GAP）を導入。</p>
2012 年	<p>「顔が見える野菜。」「顔が見える果物。」が 1 年間で最も GAP の普及に貢献した取組みに対して表彰される「GAP 普及大賞」を受賞！生産者との協力によって頂くことができました。</p> 
2020 年	<p>日本の大手小売業として初めて、環境に配慮し漁獲・養殖された水産物の認証制度である「MEL 認証」を取得しました。現在はぶり、かんぱち、真鯛、平目、わかめ、銀鮭の 6 種が認証商品として販売されています（2022 年 2 月末現在）。</p> 
2021 年	<p>野菜を大事にしたいという想いから生まれた「顔が見える野菜。クレヨン」。米ぬかから取れた米油とライスワックスを主原料に、産地で捨てられてしまう規格外の野菜や、カットする際に捨てられてしまう切れ端などを使用しています。クレヨンの原料となる野菜の生産者が誰なのか分かるようになっていて、お子様の大好きなクレヨンから生産者を知ることができます。</p>

《ご参考》

◆JGAP について

GAP (Good Agricultural Practice) とは、直訳すると「良い農業のやり方」。食品の安全や環境保全、適切な労働環境などに関するさまざまなルールを遵守することで、将来にわたって持続可能な農業経営を目指す農業生産工程管理です。日本では 2007 年に日本版 GAP 認証制度である JGAP 認証がスタート。農具・農薬の置き場の管理徹底、作業工程表の作成や作業場の衛生管理などに加え、ごみの分別や薬箱の設置など 120 以上のチェック項目をクリアした農場が認定を得ることが可能です。

イトーヨーカ堂では、2002 年からオリジナルの食品ブランド「顔が見える食品。」を展開し、栽培状況などの情報開示や生産者の思いをお客様に伝えることで食に対する安全・安心のニーズにお応えしてきました。

以上

明日にいいこと。つなげる、つづける。