

顔が見える野菜。 顔が見える果物。 ご説明

2022年10月

(株)イトーヨーカ堂 マルシェ部GM

井上 浩一



顔が見える果物。

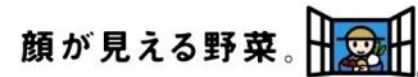
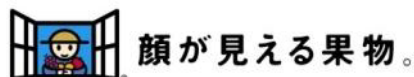
顔が見える野菜。



「顔が見える食品。」とは

イトーヨーカドーのプライベートブランドであり、
お客様に安心・安全でおいしい食品を届けるために誕生した食品ブランド。
2000年前後で食に対する不信感が増加したことを背景に
安心・安全に特化した食品を展開し、消費者ニーズに応えたいという
イトーヨーカドーの思いから2002年に誕生。

野菜、果物の青果物からはじまり、現在は、お肉・魚など畜産物や加工品も取り扱う。



顔が見える食品。の5つの約束

一、日本の農業・畜産業、漁業のお手伝いがしたい。

国産の農・畜・水産物に限定して取扱います。

一、いい食品はいい環境から。

いい環境で安心・安全とおいしさにこだわる生産者の方を、
全国をまわって厳選します。

一、作り手の思いを大切に。

ひとりひとりの生産者の方のお名前で、お客様にお届けします。

一、生産者の方をもっと身近に。

こだわりや人柄を、ホームページや売場で紹介します。

一、さらなる安心・安全のために。

農薬・医薬品抑制などの目標を掲げ、農薬や医薬品を継続的にチェックします。

※顔が見える野菜。では、栽培地域ごとに設定された慣行レベルより削減された野菜のみを「顔が見える野菜。」として出荷。さらに有機栽培・特別栽培・GAP認証取得を推奨。



顔が見える果物。

顔が見える野菜。



1. 生産工程が見える、独自の基準運用

「いい野菜は、いい畑から。」

作付け前の土壌環境から、日々の生産作業の管理までを自社でチェックし、安心して安全な生産環境づくりに取り組む生産者の野菜のみを「顔が見える野菜。」として出荷。また、第三者機関による監査も定期的を実施。

「顔が見える野菜。」独自の基準内容

1-土壌は健康か

土壌検査の実施

2-使われる農薬・肥料は安全か

栽培履歴のチェック

3-どこでどのようにパッキングされているか

流通経路のチェック

5-できあがった野菜は安全か

抜き取り検査の実施

4-日々の作業は安全に行われているか

顔GAP(※JGAP認証と同レベルのGAP管理)の実施

第三者機関による監査



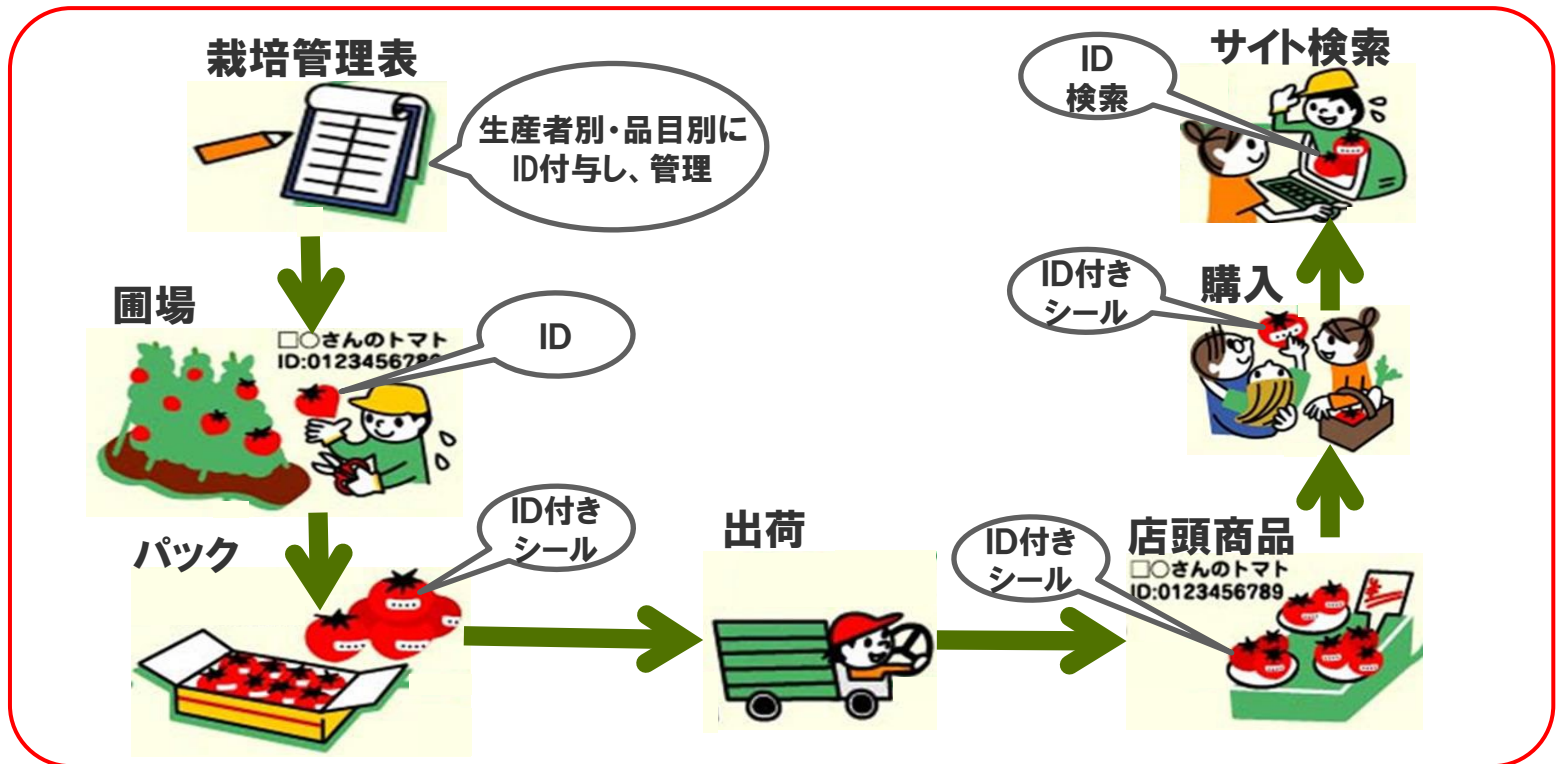
顔が見える果物。

顔が見える野菜。



2. 流通経路が見える、トレーサ管理

生産者ひとりひとりにIDを付与することで、
圃場からの出荷から店頭までにあいだ、
どこで栽培され、誰によって運ばれた野菜かを一個づつの確に追うことが可能。

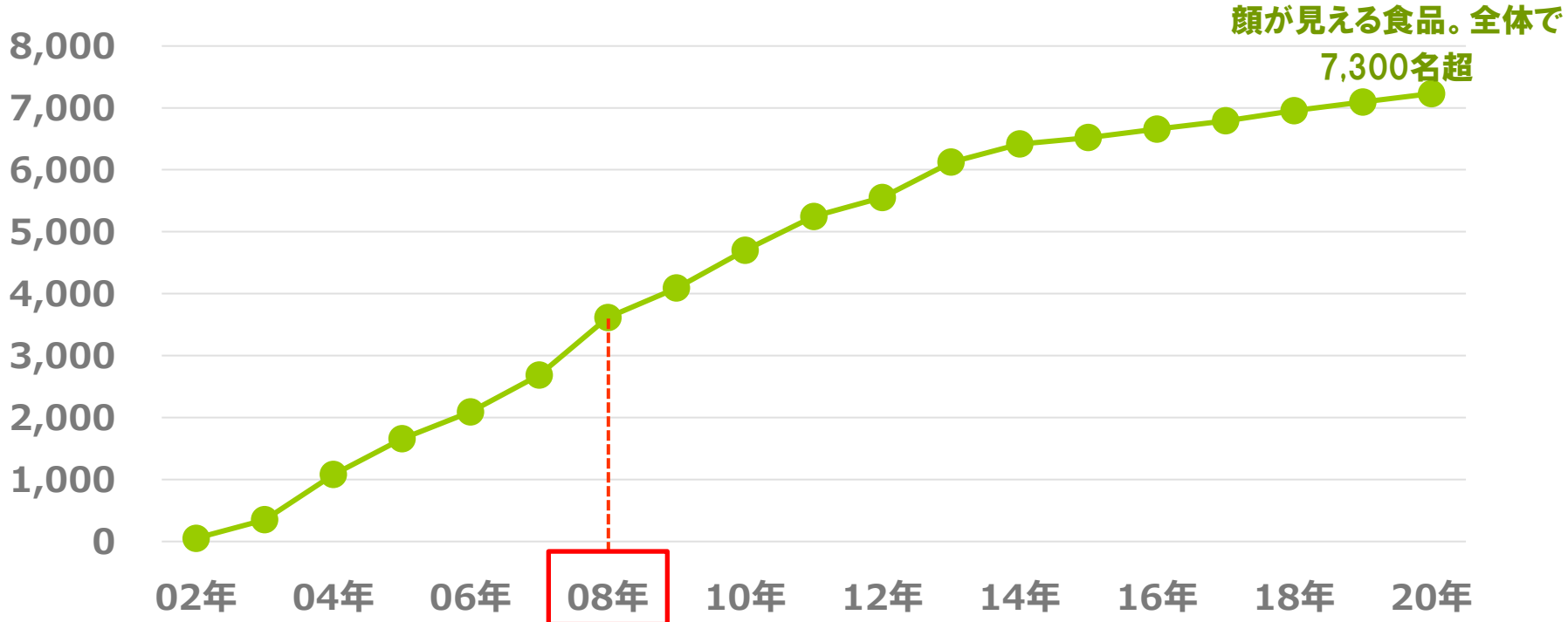


3. こだわりが見える、消費者への情報開示

「顔が見える食品。」HP上にて、生産者情報を開示。
どこで誰がどんなこだわりを持って作っているかを知ることが出来ます。
商品のシールにあるQRコードから簡単にアクセスが可能。
また生産者のインタビュー動画や取材記事などの関連コンテンツも同HPで公開中。



4. 「顔が見える食品。」拡大に伴うGAP導入



●産地開発加速し、売上規模拡大

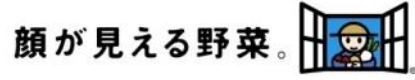
●食の安心安全を揺るがす出来事が断続的に発生

→顔が見える食品。は成功した事例として注目を集め、メディア露出も一気に増加。

露出が増え、世間の注目を浴びているタイミングにおいて、大規模になっても安全性が担保できる仕組みとして工程管理の手法＝GAP手法を導入した管理(自己管理・PDCAサイクルの習慣化)

→結果ではなく工程管理をしっかりと行うことで、未然に事故やトラブルを防止。

仕組み化することで、効率もアップ。



4. 「顔が見える食品。」拡大に伴うGAP導入



「セブンファーム」と「顔が見える野菜・果物。」の
GAP普及の取り組み
受賞者：株式会社イトーヨーカ堂と
株式会社セブンファーム



生産者の皆様と基礎GAP導入からスタートし、徐々にJGAP等の認証取得産地増加。
2012年には、「顔が見える野菜・果物。」と「セブンファーム」において、
第2回GAP普及大賞を受賞。



顔が見える果物。

顔が見える野菜。



新商品開発

1

「顔が見える野菜。」ゴールドラベル

GAP認証(JGAP、ASIAGAP、GGAP)および有機JAS認証を取得した生産者の野菜を「顔が見える野菜。」ゴールドラベルとして販売。



2

「顔。BOX」

宅配ブランド「顔。BOX」の商品として、野菜詰め合わせセットをネット販売。



安心が見える。
おいしさが見える。

顔。BOX

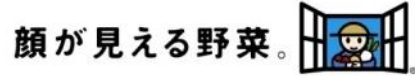
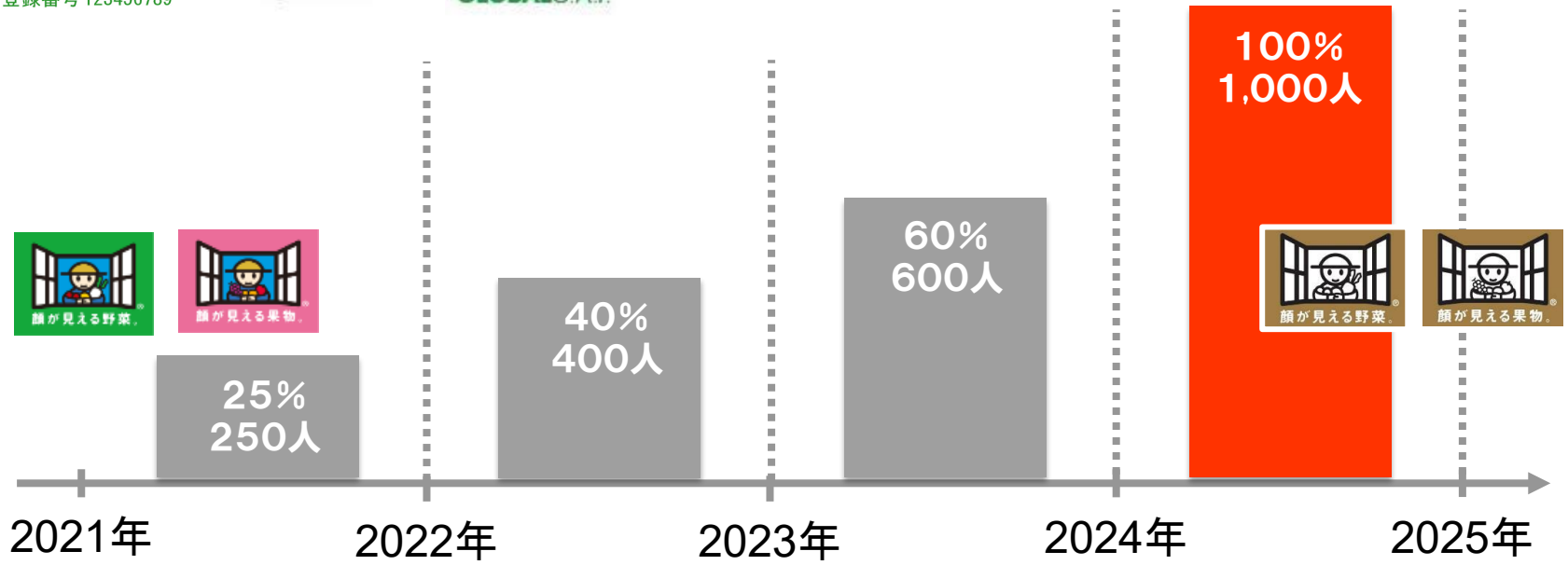
顔が見える野菜。



顔が見える果物。

持続可能な農産物生産にむけての取り組み

2025年までに「顔が見える野菜。果物。」100%のゴールドレベル化を目指して、各GAP認証および有機JAS認証の取得に向けての取り組みをおこなっている



セブン&アイ・ホールディングス様において拡販

イトーヨーカ堂のPBとして誕生した「顔が見える食品。」

セブンイレブンジャパン、Odakyu OX、ヨークマートと販売先が拡大中（2022年現在）



顔が見える果物。

顔が見える野菜。



食育への取り組み

保育園給食に使われています。
 WITHグループ様の給食で「顔が見える野菜。」を使用。
 毎月、生産者一覧をポスターとして作成し、園内に掲示しています。



野菜を原料に使用したクレヨンを販売。
 野菜を使用し、安全な素材でつくった
 「顔が見える野菜。クレヨン」を販売。
 一本ずつ野菜の名前がついたクレヨンを使いながら、
 野菜を作った生産者を知ることが出来ます。



 顔が見える果物。

顔が見える野菜。 