

農産物

- ・プライベートブランドは、GFSIベースの適正農業規範（GAP）管理の100%実施をめざす。
- ・オーガニック農産物の売上構成比5%をめざす。

畜産物

- ・プライベートブランドは、GFSIベースの食品安全マネジメントシステム（FSMS）または、適正農業規範（GAP）による管理の100%実施をめざす。

水産物

- ・連結対象のGMS、SM企業で、MSC、ASCの流通・加工認証（CoC）の100%取得をめざす。
- ・主要な全魚種で、持続可能な裏付けのあるプライベートブランドを提供する。

紙・パルプ ・木材

- ・主要なカテゴリーのプライベートブランドについて、持続可能な認証（FSC認証等）原料の100%利用をめざす。

パーム油

- ・プライベートブランドは、持続可能な認証（RSPO等）原料の100%利用をめざす。