

提案書要約

1 事業名： 「ドールバナナ エシカルバリューチェーンプログラム」

2 応募者名： 株式会社ドール

3 内容

12 つくら責任
つかう責任

13 気候変動に
具体的な対策を

17 パートナシップで
目標を達成しよう

■目的：
フルーツを生産・販売する企業として、家庭での食品ロス・食品廃棄物の削減とその啓発、またプラスチック包材の削減に取り組み、サーキュラーエコノミー推進と地球温暖化防止に貢献する。

■背景・概要
日本で最も消費量の多い果物である「バナナ」。
ドールはバナナをキーに、「食品ロス削減」「プラスチック削減」「食品廃棄物の資源化」を推進したいと考え、2022年より「バナナの量り売り」「コンポスト作り企画」を提案。現在、全国のスーパーマーケット13店舗が導入している。

（「バナナの量り売り」課題）

- ・外観が見劣りする（美しくパッケージされていない）ものは選びたくない
- ・包装されていないバナナは、不衛生な気がする

という意識を、多くの消費者が持っていることが分かっている




（参考：2022年度 消費者意識調査より）
n=1,100名

Q.日本で売られているバナナの多くは、プラスチック製の袋で包装されています。もし袋に入っていないバナナがお店に並んでいたら、どう思われますか

回答内容	思う	やや思う	どちらとも言えない	あまり思わない	思わない
プラスチックの袋を使っていないことは、環境に優しいと思う	25.7%	42.8%	23.8%	4.8%	3.0%
プラスチックの袋に入っていないバナナは、衛生的ではないと思う	18.1%	29.2%	31.6%	16.5%	4.6%
袋がないと皮にキズなどがつきやすくなるので、見た目が悪く嫌だと思う	20.3%	35.4%	29.1%	11.2%	4.0%

→「環境に優しい」と思う/やや思う方が68.5%であったが、「衛生的ではない」と思う/やや思う方は47.3%、「見た目が悪く嫌だ」と思う/やや思う方は55.7%。

Q.バナナの中身の品質が変わらなければ、バナナの皮にキズがあっても購入したいと思いますか（3つの画像それぞれに対し回答）

- ①購入したいと思う (87.7%)
- ②購入したいと思う (87.2%)
- ③購入したいと思う (59.5%)

（課題に対する取り組み）
「外皮の美しさ・包装の有無は、喫食には関係ない」ことを、分かりやすく消費者に伝える
消費者に対し、購入の最初の一步を踏み出させるきっかけを作り、行動変容を後押しする

■取組の内容：
都内スーパーマーケット2店舗で実証実験を行い、消費者への効果的な啓発方法を調査・分析、効果検証（食品ロス削減量、消費者の行動変革など）を実施する。

- ①「バナナの量り売り」普及を目指し、店頭での説明や、資材等を活用した啓発を行う
- ②「コンポスト作り」参加者を募り、家庭生ごみの資源化に取り組む消費者を増やす
- ③次世代の消費者である子どもたちに向けた、ワークショップの開催

■期待される効果：

- ①「食べきれる分を購入する」「家庭生ごみを削減・資源化する」意識づけ
- ② 商品にプラスチック包材を使わず、はだか（量り売り）にすることで、プラスチック削減
- ③ 家庭の生ごみを堆肥にすることで、食品廃棄物の削減・資源化
- ④ 都内スーパーマーケット店舗での実証事業を行うことで、その参加チェーン全体に対し、「サーキュラーエコノミー」を考えるきっかけ作り

■外部連携団体：

- ・ローカルフードサイクリング株式会社
- ・株式会社寺岡精工
- ・その他、都内スーパーマーケットチェーン（2社）、自治体（1市区町村）に協力依頼予定

Dole取組み役割図



