

2022年8月25日

各位

株式会社イズミ

～フルーツロスとプラスチックゴミの削減を目指す～
西日本初！ドールバナナの「量り売り企画」開始
家庭ごみ削減を目指す「コンポスト企画」も同時スタート

株式会社イズミは、当社が運営するLECT（広島県広島市）において、8月25日（木）から、株式会社ドール（本社：東京都中央区、代表取締役社長：渡辺 陽介、以下「株ドール」）が取り組んでいる『バナナエシカルバリューチェーンプログラム』の一つであるバナナの「量り売り企画」とバナナの皮などを原料とした「コンポスト企画」を西日本で初めて実施いたします。

株ドールの『バナナエシカルバリューチェーンプログラム』とは、バナナが産地で生産され、消費者が食べる過程で、人や社会、地域、環境などに優しいエシカルな取り組みを行い、その価値を繋いでいく取り組みです。

これまで、バナナはひと房ずつプラスチック袋に包装して販売されていることが多く、ひと房4～5本入りの規格は、家庭内で余らせてしまい食品ロスに繋がってしまうといった声が消費者の方からありました。今回の「量り売り企画」では、袋包装されていないバナナを必要な量だけ量り売りで販売することで、家庭での食品ロス、プラスチックゴミの削減を目指します。また、その「量り売り企画」に参加し、ご応募いただいた方の中から選考で、バナナの皮などの生ごみを微生物の働きを活用して分解・熟成させることで堆肥を作る「コンポスト企画」も実施いたします。

■「量り売り企画」について

イズミグループとして初の取り組みとなる「量り売り企画」は、家庭内の食品ロス、プラスチックゴミの削減につながります。株ドールと提携し、ドールのバナナ専用秤で量り売りをを行い、ラベルを貼り販売いたします。

現在、日本で主流となっている袋入りのバナナは家庭で食べきれず余らせてしまうという声がありますが、今回の取り組みにより、必要な量だけを量り売りで購入することが可能になります。

これまで量販店で実現が難しかった量り売りの環境を株ドールとともに整え、消費者にとって利用しやすいサービスを実現しました。



【使用方法】

- ①秤に裸のバナナを置く(2、3本)。
- ②秤の画面に重さと価格が表示されたら、プリントボタンを押す。
- ③プリントされたラベルを備え付けの専用紙袋に貼る。
- ④ラベルを貼った紙袋にバナナを入れレジへ。



■「コンポスト企画(食品ロス・食品廃棄物ゼロ)」について

フルーツロスをゼロにし、家庭で出る生ゴミを減らしたいという消費者の課題を実現する企画です。上記の「量り売りバナナ」を含む税込み1,000円以上をご購入いただき、ご応募いただいた方の中から選考で、LFCコンポスト(右写真)のセットをお送りいたします。3か月ほどかけて行うバナナの皮などの生ゴミを使った堆肥作りが可能です。堆肥ができれば、家庭菜園でご使用いただくか、指定の培土製造会社に送っていただくと果物や野菜をプレゼントいたします。

- ・参加募集期間：2022年8月25日(木)～10月31日(月)
- ・参加応募方法：「ドールバナナ量り売り」を含む税込1,000円以上のレシートでWEBから応募。アンケートの回答内容も考慮して、選考いたします。
- ・応募 URL：<https://www.dole.co.jp/special/foodloss/>
- ・参加当選者数：1店舗10名
- ・対象店舗：LECT(広島県広島市)



【コンポストの流れ】

- ①当選者に「LFC コンポストセット」をご送付(2022年11月)。
- ②コンポストのセミナー(オンライン)にご参加いただき、取り組みスタート(2022年11月)。
- ③家庭で出る生ごみにてコンポストを、約3か月間実施(2022年11月～2023年2月)。
取り組み中、希望者にはLFC社によるLINEサポート・オンライン報告会を予定。
- ④コンポストが完成。できたコンポストは【1】ご自宅で活用、または【2】宅急便で培土製造会社へ送るを選択(2022年2月)。
- ⑤(【2】の場合)培土製造会社にてコンポストの成分をさらに整え、農作物の土壌として活用。参加者に「コンポストを土壌につくった作物」をお届け(予定)。

■ドールについて



会社名：株式会社ドール/Dole Japan, Inc.

創業：1965年

設立：1982年12月28日

資本金：8000万円

代表者：代表取締役社長 渡辺 陽介

社員数：187名(2021年4月現在)

事業内容：青果物の生産、加工、販売及びマーケティング活動 他

営業収益：522億円(2021年3月期)

■当社のサステナビリティ長期ビジョン

めざす姿	具体的な取り組み	2030年の目標	2050年のめざす姿
脱炭素社会	CO ₂ 排出量削減	店舗運営に伴うCO ₂ 排出量 50%削減(2013年度比)	店舗運営に伴う排出量実質ゼロ
		自社の排出量(スコープ1※1、スコープ2※2)のみならず、スコープ3※3を含めた サプライチェーン全体で削減をする	
資源循環社会	プラスチック対策	プラスチック製レジ袋の 使用量を80%削減(2018年度比) 使用するレジ袋の素材は、 バイオマス等へ変更	プラスチック製レジ袋の使用量ゼロ
	食品ロス・ 食品リサイクル対策	食品ロスを50%削減(2018年度比) 食品廃棄物のリサイクル率70%(2018年度比)	食品ロスを80%削減(2018年度比) 食品廃棄物のリサイクル率100%
自然共生社会	生物多様性の保全	サステナブルな商品の取り扱いを拡大し、エンカル消費を推進する	

※1:直接排出量 ※2:間接排出量 ※3:その他の間接排出量

当社では、これからも小売業としてふさわしい社会的責任を果たし、CO₂排出量削減や食品ロス削減など持続可能な未来に向けて取り組んでまいります。