

## 審査委員会委員長賞

### ～お客さまとともに～ 食品ロス削減に向けたフードドライブ活動



#### 株式会社ダイエー

株式会社ダイエーはSGDsの達成を目指した取り組みの一環として、食品廃棄物の削減の活動を推進している。店舗での発注・在庫管理の精度向上による廃棄削減に加えて、

各地域のフードバンクや地域行政と連携し、店頭で販売できない商品の寄付やお客さま参加型のフードドライブ活動にも取り組んでいる。2018年度の食品寄贈は約6.6トンに及んだ。現在は136店舗にまでこうした活動が拡大している。



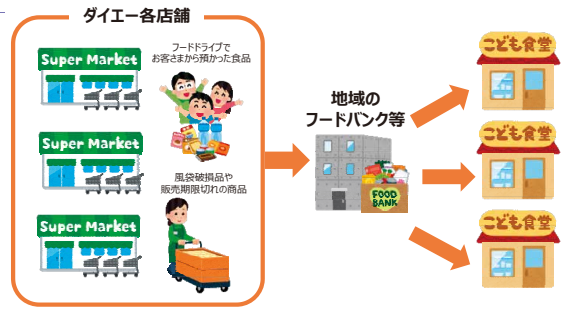
▲フードドライブの様子



▲フードドライブ告知ポスター

#### 活動のあゆみ

- 2016年 大阪府の泉大津店が泉大津市の生活困窮者への食糧支援に協力。パッケージ破損品や販売期限切れ(賞味期限内)の商品を提供。東京都の大島店でフードバンクと連携し定期的な寄付を開始。
- 2017年 神戸市の2店舗でフードドライブを試験実施。
- 2018年 40店舗が地域のフードバンク団体と連携した活動開始。
- 2020年 第7回「食品産業もったいない大賞」審査委員会審査委員長賞を受賞。



#### フードドライブ活動内容

**定期的**に **継続的**に 第3月曜日～翌週日曜日までの7日間

店内の見通しの良い場所に設置したコンテナに、お客さまや従業員が家庭で消費しない食品を持参するセルフサービス方式で回収。集まった食品は、地域のフードバンク団体が回収最終日の後に来店して収集、子ども食堂などに寄贈される。お客さまからの要望を受けて、単発ではなく【定期的】に【継続的】に実施。全店舗共通の【タイミング】・【ルール】・【ツール】で運用され、店舗スタッフに大きな作業負担がかからない状態でフードバンクへの協力活動を続けている。

#### 人事総務本部 総務部 中山 大輔様にお話を伺いました。

**Q** 新しく店舗でのフードドライブを始めるにあたって、店舗スタッフの皆さんの反応はどうか

**A** 初めは「店舗での作業負担が増えるのではないか」「冷凍食品や生鮮食品などがコンテナに入れられてしまうのではないか」「持ち込まれた食品を誰かに持ち去られるのではないか」などといった不安の声がありました。しかし、作業負担の少ない共通ルールで運用することで理解を得られました。また実際に取り組んでみると、心配していた持ち去りなどのマナー違反もありませんでした。さらには、販売期限切れ食品の寄贈を行うことで、それぞれのスタッフの「もったいない」という意識が高まり、無駄な発注・無駄な廃棄が格段に減少しました。これも大きなメリットだったとも言えます。

**Q** 食品ロス削減の活動について、他にも取り組んでいることはありますか

**A** 発注や在庫管理の精度の向上により、店頭で販売できない食品自体の削減を行っています。また、いわゆる「見切り品」についても「買いだ値商品」として集合展開することで、「もったいない」の意識とお得感を持ってご購入いただいています。



▲買いだ値コーナーの表示

**Q** 今後の食品ロス削減に関する取り組みについて、どのように考えていますか

**A** 当社は1990年頃より、店頭で牛乳パックやアルミ缶といった資源物の回収・リサイクル活動を開始しましたが、現在、その活動は日本全国の小売業のスタンダードとなっています。今はまだ、フードバンクへの寄贈やフードドライブの活動は一部のスーパーなどが行っている取り組みでしかありません。しかしこれからの数年で、この活動は小売業のスタンダードになるべきであると考えています。この活動の先駆者の一企業として、食品ロス削減の活動をさらに推進・拡大していきたいと思えます。