



報道関係各位

News Release

2022年3月30日

株式会社ドール

**ドール『もったいないバナナ』プロジェクトに続き、  
廃棄フルーツゼロを目指す『もったいないフルーツ』プロジェクト始動**

**第1弾は“もったいないアボカド”を DEAN & DELUCA に提供  
フルーツロス削減を目指し、ドール提供の規格外アボカドが使用された  
モーニングメニュー「アボカドトースト」を4月1日(金)から発売**

**DEAN & DELUCA 全国48店舗にドールの規格外フルーツを提供  
もったいないバナナを使った「ジュシーバナナマフィン」も好評発売中！**

商品サイト：<https://www.deandeluca.co.jp/release/6372/>

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 ドール)は、2021年9月から取り組んでいる廃棄バナナを削減する SDGs 活動『もったいないバナナ』プロジェクトに続き、バナナ以外の他のフルーツ廃棄削減も目指す『もったいないフルーツ』プロジェクトを始動いたします。『もったいないフルーツ』プロジェクト第1弾は、「もったいないアボカド」に拡大。まずは、プロジェクトに賛同いただいた DEAN & DELUCA(ディーン&デルーカ)(株式会社ウェルカム、本社:東京都目黒区、代表取締役 横川 正紀)に傷や過熟などによって規格外となってしまった「もったいないアボカド」の提供を開始いたします。

つきましては、ドール提供の「もったいないアボカド」を使用した DEAN & DELUCA のモーニングメニュー「アボカドトースト」を 2022年4月1日(金)から発売いたします。



ドールは、「持続可能な開発目標(SDGs)」の実現に向けて Dole Purpose 及び The Dole Promise を表明しています。その一環として 2025 年までに廃棄フルーツゼロを目指し、廃棄バナナ削減を目的とした『もったいないバナナ』プロジェクト、そしてこの度新たに開始した『もったいないフルーツ』プロジェクトを推進しております。廃棄フルーツゼロを実現するためには、多くの方のご協力が必要であり、エシカルに重きを置く、DEAN & DELUCA は、これまでにフードロス削減や、プラスチックゴミ削減、貧しい子どもたちへの支援、地産地消などに取り組んでいます。このように「食」を切り口とした SDGs 施策に注力する両社共通の志の下、今回のコラボレーションが実現いたしました。生産に近い立場であるドールと、消費者に近い立場である DEAN & DELUCA がタッグを組むことで、両面からフルーツロス削減を目指します。また、モーニングメニューとして提供されている「アボカドトースト」を通し、消費者の皆様が自然とフルーツロス削減に貢献し、規格外フルーツであっても変わらず美味しく食べられることを実感することで「捨てるのはもったいない」と感じていただくきっかけとなることを願います。

フルーツを通して人と地球と豊かさに良い影響を与えることを使命とし、明るい世界のために、ドールは今後も、「フルーツロス削減」に貢献できるよう本プロジェクトの推進に努めてまいります。

## ■ドール『もったいないフルーツ』プロジェクト もったいないアボカド使用 DEAN & DELUCA 商品概要

### ①アボカドトースト(既存商品)【もったいないアボカド提供】

DEAN & DELUCA の人気のモーニングメニュー。

厚切りのカントリーブレッドにたっぷりの「もったいないアボカド」をオン。

ミューズリーを散らし、オリーブオイルとレモンで仕上げました。



価格 : 562 円(税抜 520 円)

販売店舗 : カフェ店舗、一部マーケット店舗

販売開始日 : 2022 年 4 月 1 日(金)

### ②ジューシーバナナマフィン(既存商品)【もったいないバナナ提供】

バナナをふんだんに使い、しっとり仕上げたマフィン。

焼き上がりにオレンジジュースを染み込ませた

オイルベースの生地は、甘酸っぱい柑橘がほんのり香る

上品な甘さ。温めてもそのままでもおいしくいただけます。

生地に練り込む用とトッピング用どちらのバナナも

「もったいないバナナ」を使用しています。



価格 : 367 円(税抜 340 円)

販売店舗 : マーケット店舗、カフェ店舗

販売開始日 : 2022 年 3 月 1 日(火)

\* 一部取り扱いのない店舗がございます。詳しくはお近くの店舗にお問い合わせください。

## ■『もったいないフルーツ』プロジェクトとは



ドールは、フルーツの廃棄ゼロに向けて取り組んでおり、まだ美味しく食べられるにもかかわらず、流通過程における様々な要因により、捨てざるを得ない規格外バナナを「もったいないバナナ」と名付け、バナナジューススタンドなどに提供する『もったいないバナナ』プロジェクトを 2021 年 9 月から開始いたしました。

本活動で、もったいないバナナ 17,550 本が(2 月 28 日時点)がジュースなどに生まれ変わり救出され、このような成果から、バナナやアボカド以外の青果にも範囲を拡大した『もったいないフルーツ』プロジェクトを実施いたします。

## <『もったいないバナナ』プロジェクト>

取扱商材: フィリピン産・エクアドル産・ペルー産バナナ

賛同店舗: ・7days BANANA(伊勢店、大井町店、表参道店、天王寺ミオ店)

・BANANA STAND(仙川駅ナカ店、ミッテン府中店、桜上水店)

・Banana × Banana(西早稲田本店)

・DEAN & DELUCA※一部取扱いのない店舗がございます。

プロジェクトサイト: <https://www.dole.co.jp/special/mottainaibanana/>



※画像はイメージです

## <『もったいないアボカド』プロジェクト>

取扱商材: メキシコ産アボカド

賛同店舗: ・DEAN & DELUCA(全国 48 店舗)

商品サイト: <https://www.deandeluca.co.jp/release/6372/>

### ■ロゴに込めた思い

バナナは日本で最も多く食べられている果物であることから、バナナを筆頭にドールは今後もさらなる『もったいないフルーツ』プロジェクトの拡大を目指し、活動を広げていきたいという思いからバナナを中心に据えています。

そして、そのバナナを取り囲む色とりどりのカラーは、様々なフルーツを表し、循環する矢印は、おいしく食べられるのに捨てられそうになったフルーツが、ジュースなどの別の姿に生まれ変わることで、再び価値を取り戻すことを表しています。

また、SDGs 活動として、フルーツロス削減への取り組みの一環となる『もったいないフルーツ』プロジェクトが、一人でも多くの人に広まり、食料を大切にしたい・行動が社会に浸透して長く続くようにという願いを込めています。



### ■株式会社ドール マーケティング部:成瀬 晶子コメント

昨年 9 月より『もったいないバナナ』プロジェクトを始動して以降、我々の予想以上に多くの消費者の皆様や企業の方々より本プロジェクトへ賛同のお声を頂いており、世間の SDGs に対する興味関心の高まりを実感するとともに、フルーツのリーディングカンパニーとして、より一層の使命感を持ってフルーツロス削減に取り組むべく、『もったいないフルーツ』プロジェクトに拡大することといたしました。今回「もったいないフルーツ」への拡大にあたり、我々同様に食を通した SDGs 実現に注力されている DEAN & DELUCA 様との取り組みが実現し、人気のモーニングメニューである「アボカドトースト」にて「もったいないアボカド」をご使用頂くことで、たくさんの方のアボカド好きの皆様にも「もったいないアボカド」の知って頂ける機会になることを大変嬉しく思っております。

今後はバナナ、アボカド以外のフルーツへの拡大はもちろん、もったいないフルーツを使用した加工食品の開発も検討してまいります。これからも本プロジェクトを通して、さらに多くの消費者の方が SDGs 実現に向けた取り組みをより身近に感じて頂きながら、参加頂けると幸いです。

\* DEAN & DELUCA オウンドメディア『Enjoy Good Food』内インタビュー記事

<https://deandeluca-enjoy.com/article/mottainaibanana>

## ■株式会社ウェルカム DEAN & DELUCA グループ コミュニケーションデザイン室 統括:菅野 幸子様 ブランド企画室 プランナー:内山 佳代子様 コメント

DEAN & DELUCA は、食を扱うブランドとして、そして DEAN & DELUCA のフィロソフィーとして大切にしている「Living with food—食とともに生きる—」の視点から、「おいしい」を続けるためにできることとして、質の高い素材をつくり続ける生産者を守り、継続的な環境保全、持続的なつくる仕組みへの支援に取り組んでまいりました。

これまで、プリペアード(惣菜)部門では、廃棄フルーツのような食材を使う機会が少なかったのですが、アップサイクルという新しい取り組みをすることで、食材の大切さを改めて自分たちも感じることができました。廃棄されてしまうバナナやアボカドを事前に試食・施策してみたところ、商品としてまったく問題なく使うことができたので、今回取り組むことができたことも大きなきっかけ、気づきでした。

今まで捨てられてきた食材を DEAN & DELUCA の料理人の技術やアイデアを通して商品として生まれ変わることを体験していただくことで、『もったいないフルーツ』プロジェクトやアップサイクル、エシカル視点を改めて感じてほしいと思います。

### ■DEAN & DELUCA 店舗情報

店舗 : DEAN & DELUCA  
HP : <https://www.deandeluca.co.jp/>  
オウンドメディア : 『Enjoy Good Food』 <https://deandeluca-enjoy.com/>  
Twitter : <https://twitter.com/deananddelucajp>  
Instagram : [https://www.instagram.com/deandeluca\\_jp/](https://www.instagram.com/deandeluca_jp/)

## DEAN & DELUCA



### ■今後の展望

『もったいないフルーツ』プロジェクトは、今後さまざまな企業・店舗様と協力し、「もったいないフルーツ」ゼロの実現に向けた取り組みを考えています。

プロジェクトサイトでは、本プロジェクトに共感し、賛同いただける企業・店舗様を随時募集しております。多くの企業・店舗様と「フードロス削減」、国連が掲げる「持続可能な開発目標(SDGs)」の実現に向けて、より良いお取組みができればと思います。

### ■ドールとは

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)

## ■Dole Purpose について

170年近く前に小規模ながら使命に駆られて創業したドールは、栄養のある健康的な食物は日光のように誰にでも平等に与えられるべきだと考えています。

私たちのスローガンである「Sunshine For All」が、私たち自身だけでなく、世界中のすべての人々にとって重要なのはそのためです。

私たちは年齢や収入、住んでいる場所、人種、性別を問わず、すべての人が健康的な栄養にアクセスでき、このアクセスが地球を犠牲にすることなく実現する、公平な世界を支持したいと考えています。

## ■「The Dole Promise 明るい世界のために、ドールが守る約束」

ドールは、日本の「三方よし」の考え方に影響を受けた「The Dole Promise 明るい世界の実現ために、ドールが守る約束」を策定し、これに基づいた企業活動を行っています。

- ① 10億人の人々に栄養へのアクセスを
- ② 精製糖ゼロ
- ③ フルーツ廃棄物ゼロ
- ④ 化石資源由来のプラスチック包装の廃止
- ⑤ 事業活動による温室効果ガスの排出実質ゼロ
- ⑥ すべてのステークホルダーにとっての共有価値

URL: [www.dolesunshine.com/](http://www.dolesunshine.com/)