

(第3号様式)

## 地域・社会貢献計画書

令和 5 年 8 月 28 日

(あて先) 京都市長

住所 大阪市淀川区西宮原二丁目 2 番 22 号

氏名 株式会社ライフコーポレーション

代表取締約社長執行役員 岩崎 高治

京都市中規模小売店舗設置指導要綱の手引に基づき、下記のとおり提出します。

記

店舗名称：(仮称) ライフ松ヶ崎店

店舗所在地：京都市左京区松ヶ崎壱町田町 5、6、6-3

### 1 地域・社会貢献に対する取組方針

食品廃棄削減・廃棄プラスチック削減・CO2排出量削減、並びに地域貢献活動に取り組みます。

### 2 地域・社会貢献の取組内容（令和 6 年 8 月 上旬～令和 7 年 8 月 上旬）

| 項目   | 細目                      | 具体的な内容  | 実施時期          | 資料             |
|------|-------------------------|---|---------------|----------------|
| 7 環境 | (1) 地球温暖化対策や省エネルギー対策の実施 | 照明及び空調機器、冷蔵ケースなどの徹底管理や更新により、電力使用料の抑制に重点的に取り組み、CO2排出量の削減に努めます。   | 令和 6 年 8 月 上旬 | P32<br>～<br>36 |
| 7 環境 | (3) リサイクル対策の実施          | 店頭にリサイクルボックスを設置し容器包装の回収を行うとともに、容器素材・商品仕様の見直しを検討します。             | 令和 6 年 8 月 上旬 | P32<br>36      |
| 7 環境 | (4) 廃棄物減量化の促進           | AI を活用した商品発注の精度向上、及び販売期限延長を検討。分別の徹底によるゴミの減量化や残さの資源化に努めます。       | 令和 6 年 8 月 上旬 | P32<br>36      |
| 7 環境 | (5) その他の環境対策の推進に対する取り組み | 地域の子どもへの食育活動・環境学習の場や機会の提供を行うとともに、子ども食堂・フードバンクなどへの対応に前向きに取り組みます。 | 令和 6 年 8 月 上旬 | P32<br>40      |

※1 項目及び細目は、「小売店における地域・社会貢献推進の手引」の取組事例から該当するものを記載してください。

※2 地域・社会貢献活動内容に関する資料を適宜添付してください。

※3 開店前又は開店後 1 年未満で実施中のものがない場合、実施予定のものを記載してください。

※4 京都市中規模小売店舗設置指導要綱の届出時に協議済みの計画書を提出してください。

(第3号様式)

### 3 地域・社会貢献担当窓口

- (1) 名称 株式会社ライフコーポレーション
- (2) 部署・担当者名 サステナビリティ推進部 担当課長代理 中田靖子
- (3) 電話番号 06-6150-6235
- (4) Eメール [yasuko.nakata@lifecorp.co.jp](mailto:yasuko.nakata@lifecorp.co.jp)



経営理念にある「持続可能で豊かな社会の実現に貢献」することが当社のサステナビリティであると考えています  
これらを実現するための取組みを5つのマテリアリティを中心に進めています

## サステナビリティマネジメント

### ライフのサステナビリティに対する考え方



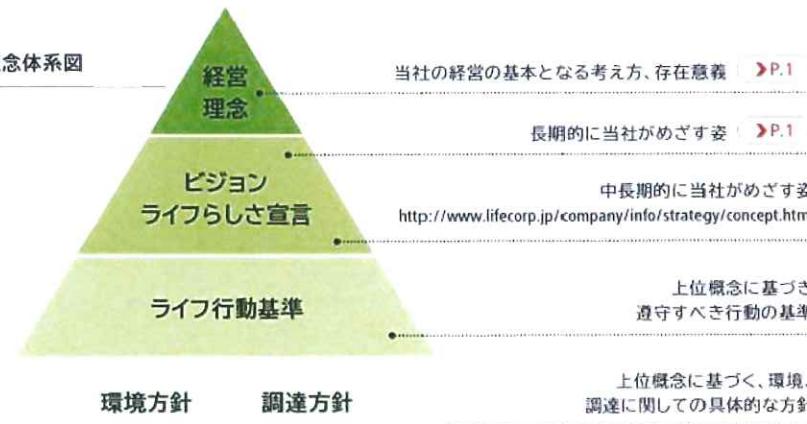
取締役専務執行役員  
コーポレート統括 兼 情報戦略本部長  
サステナビリティ推進委員会 委員長  
森下 留寿

当社は、「志の高い信頼の経営」を通じて持続可能で豊かな社会の実現に貢献する」という経営理念に示される通り、ステークホルダーの皆様から信頼される企業として、私たちの事業活動の根源である地球環境とその上に成り立っている社会の課題解決に努めています。

私たちがめざす持続可能で豊かな社会とは、地球、社会が健全であり、当社が提供する商品・サービスを通して一人でも多くの人が「楽しく」、「安心して」、「健康的な」生活を営むことができる社会です。当社は、この考え方に基づいて、これからも環境、社会、ガバナンスの問題に真摯に取組みます。

なお、当社は全てのステークホルダーの皆様とともに持続可能で豊かな社会の実現に貢献するため、2021年12月に経営理念を含む理念・方針を改定し、サステナビリティの考え方を取りました。行動基準、環境方針、調達方針も同様の考え方のもと、改定を行っています。

#### ◆ 理念体系図



### ライフ行動基準

当社は、2007年に当社の従業員が遵守すべき具体的な行動を「ライフ行動基準」として定めました。2021年に「ライフ行動基準」を改定し、コンプライアンスを徹底すること、持続的な成長をめざすこと、全てのステークホルダーから信頼されるスーパーマーケットとして社会に貢献することを新たに盛り込んでいます。

私たちは、「志の高い信頼の経営」を通じて持続可能で豊かな社会の実現に貢献する」という経営理念の下、コンプライアンスを徹底し、本基準を着実に実行することを通じて会社の持続的な成長を図るとともに全てのステークホルダーから信頼されるスーパーマーケットとして社会に貢献いたします。

1. 当社にかかる全ての人の人格、個性、多様性を尊重し、一人一人の人権と個人の尊厳を大切にいたします。
2. お客様の声に誠実にお応えし、公正な販売活動を通じて、安全・安心な商品とサービスを提供することで、お客様の健康で豊かな生活に貢献いたします。
3. サプライチェーン全体における、公正・公明・自由な競争並びに適正な取引を通じ、お取引先様の良きパートナーとして、共存・共栄を図ります。
4. 安全で健康的な働きやすい職場環境づくりと人財育成に努め、一人一人が自ら考え行動する、働きがいのある企業風土をつくります。
5. 地球環境の保全に向け、事業活動によって発生する環境負荷を低減し、循環型社会・脱炭素社会をめざします。
6. 株主、投資家の皆様と建設的な対話を図り、経営戦略や財務情報をはじめとする様々な企業情報を適時に開示することを通じ、信頼と適正な評価を得られるように努めます。
7. 広く社会とのコミュニケーションを図り、適切な広報活動を通じて社会からの理解と適正な評価を得られるように努めます。
8. 事業活動上で知り得た個人情報・顧客情報あるいはインサイダー情報などの機密情報に対し、安全対策を講じ必要かつ適切な保護・管理をいたします。
9. 反社会的勢力とは一切の関係を遮断し、毅然とした態度で対応します。

## 環境方針

昨今、気候変動への対応や廃棄物削減などの環境問題が大きな社会課題になっています。当社においても自社に関わる環境問題へ対応を行うべく、2001年に「ライフの環境憲章」を定めました。2021年に経営理念の改定に基づき、「環境方針」として全面的に改定し、循環型社会・脱炭素社会の実現をめざすことを基本方針として定めています。

地球環境の保全に向けて、事業活動によって発生する環境負荷を低減し、循環型社会・脱炭素社会の実現をめざします。

1. 食品ロス・廃プラスチック削減のため、リデュース、リユース、リサイクル（排出抑制・再使用・再利用）を推進します。
2. CO<sub>2</sub>排出削減のため、省エネルギー・創エネルギーを推進し、再生可能エネルギーを活用します。
3. スーパーマーケットの立場から環境問題を考え、地域社会とともに環境対策を進めます。

## 調達方針

当社は、取扱う商品そのものの品質のみならず、それらを取扱うサプライチェーン全体が誠実でクリーンな事業活動を行うことが重要であると考え、2018年にお取引様の人権やコンプライアンスなどを含めた「調達方針」を定めました。2021年の改定によりお取引様との共存・共栄を図ること、環境への負荷低減と生態系への影響を配慮した調達に努めることなどを新たに盛り込んでいます。

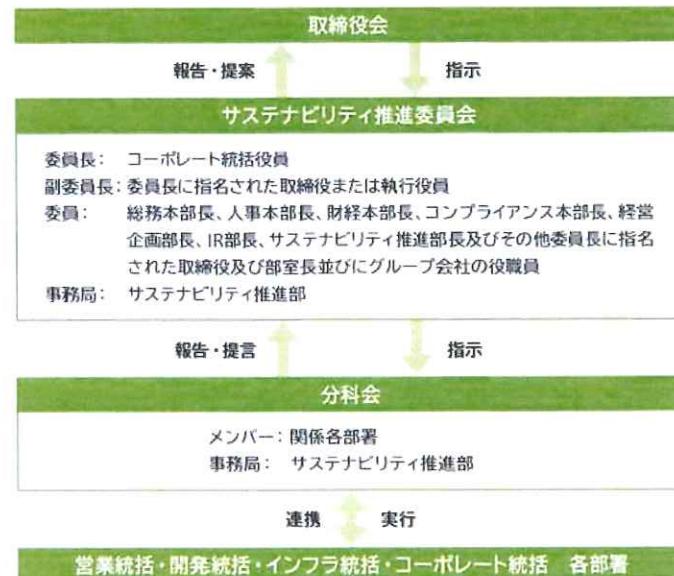
サプライチェーン全体における、公正・公明・自由な競争並びに適正な取引を通じ、お取引先様の良きパートナーとして共存・共栄を図ります。

1. 人権の尊重、労働環境に配慮した調達に努めます。
2. 法令・社会規範を遵守した調達に努めます。
3. 持続可能な社会の実現に貢献するため、環境への負荷低減と生態系への影響を配慮した調達に努めます。
4. 品質管理の徹底により、安全性の確認と健康に配慮した調達に努めます。

## ライフのサステナビリティ推進体制

当社では、社会・環境問題などに対応するため、社内でプロジェクトを設置し、社内の各部署で行っている取組みを整理してきました。更に、サステナビリティについての取組みを強化するため、2022年3月新たにサステナビリティ推進委員会を設置しました。本委員会の目的は、サステナビリティに関する当社の活動を全社的な視点から統括し推進することです。具体的な活動は、諸施策の立案と進捗管理、情報開示の検討に加え、規程の立案や必要な措置の素案策定、それらの協議結果の取締役会への報告です。

### ◆ サステナビリティ推進委員会体制図



## マテリアリティ

### マテリアリティの特定

当社は以下のプロセスに従って、5つのマテリアリティを特定しました。

特定したマテリアリティに関連する領域において、持続可能性を高め企業価値を向上させる活動を進めていきます。

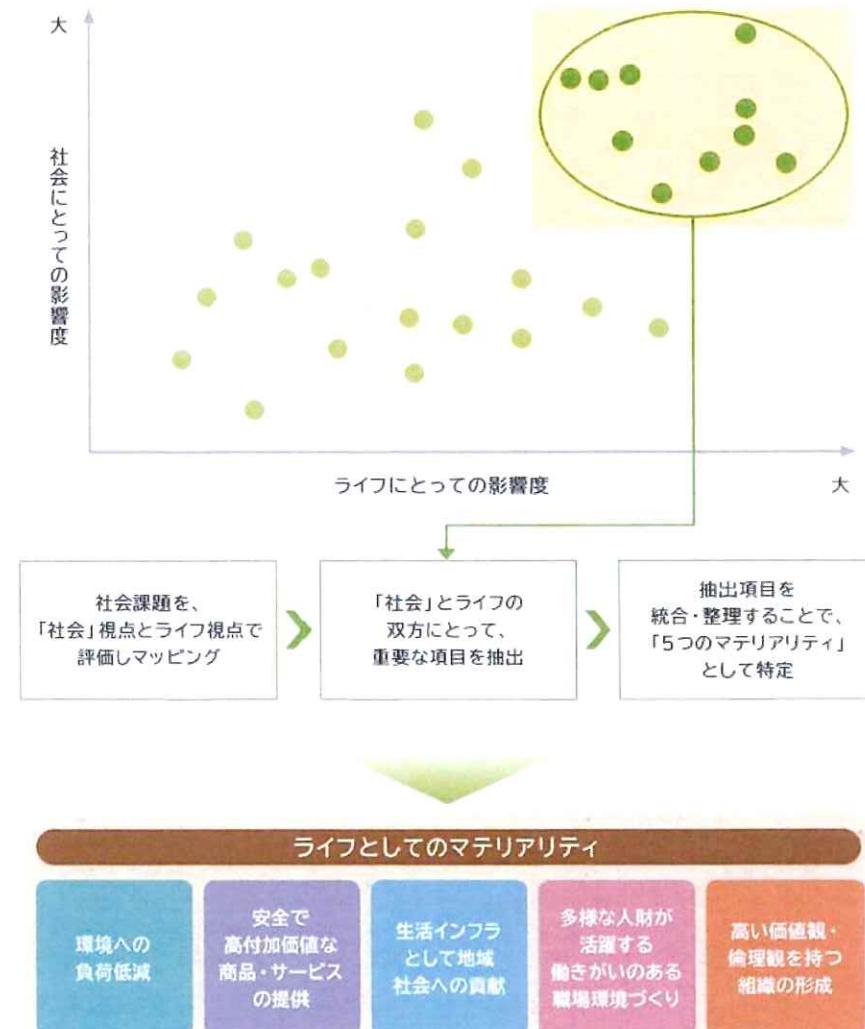
### マテリアリティの特定プロセス



- ・社内関係者にヒアリングを実施し、現状と取組み内容を整理しました。
- ・マテリアリティ分析の実施にあたり、GRI・SASB、SDGs、ISO26000等のガイドライン（社会からの要請）を参考に検討すべき社会課題を洗い出しました。

- ・「社会にとっての影響度」として当社が類推した評価を縦軸に、「ライフにとっての影響度」を横軸に個々の社会課題をマッピングし、その重要性を可視化しました。
- ・2つの視点から影響度の大きい社会課題を当社のマテリアリティとして特定しました。

- ・マテリアリティとなる社会課題の統合や取組み内容等について、外部有識者の助言や意見も参考としました。
- ・経営陣を含む社内での検討を重ね、最終的に取締役会での議論を経てマテリアリティの妥当性を確認しています。





## ライフとしてのマテリアリティと取組み内容

| ESG区分        | マテリアリティ                   | 取組みテーマ                  | 取組み内容  | SDGsターゲット |
|--------------|---------------------------|-------------------------|--|-----------|
| <b>E</b><br> | (3)(4)<br>環境への負荷低減<br>(1) | ① 食品廃棄削減                | リデュース(排出抑制)、リユース(再使用)、リサイクル(再利用)の推進<br>売上当たり最終食品廃棄量: 2030年▲50% (2017年比)                            |           |
|              |                           | ② 廃棄プラスチック削減            | 店舗・センターからの排出抑制、資源リサイクル回収の強化、容器・トレー・パッケージの変更  |           |
|              |                           | ③ CO <sub>2</sub> 排出量削減 | 省エネルギーの推進、創エネルギーの取組み、再生可能エネルギーの活用<br>CO <sub>2</sub> 排出量 (Scope1・2): 2030年▲50% (2013年比)            |           |
| <b>S</b><br> | 安全で高付加価値な商品・サービスの提供       | ① 食の安全・安心の確保            | サプライチェーンにおける品質保証の検査体制<br>プロセスセンターの食品安全マネジメントシステム導入   |           |
|              |                           | ② 責任ある調達の推進             | 人権と労働環境に配慮した調達、法令・社会規範を遵守した調達、安全性の確認と健康に配慮した調達   |           |
|              |                           | ③ BIO-RAL事業             | 商品開発・店舗出店の強化、既存店への水平展開、オペレーション構築、教育強化<br>BIO-RAL事業: 早期に20店舗・売上高100億円                               |           |
| <b>S</b><br> | (5)<br>生活インフラとして地域社会への貢献  | ① 安定的な店舗運営              | ハザードマップによる事業所別の危険度の把握<br>BCP計画の策定・適時修正・訓練・実行   |           |
|              |                           | ② 買い物手段の多様化             | お届けサービス、自社サイトやAmazon上のネットスーパー・サービス、株式会社ライフホームデリバリーによる「ラストワンマイル」配送の強化<br>ネットスーパー事業: 2030年売上高1,000億円 |           |
|              |                           | ③ 地域社会への貢献              | 食育活動、フードバンク活動  |           |
| <b>S</b><br> | 多様な人財が活躍する働きがいのある職場環境づくり  | ① ダイバーシティ               | 女性活躍推進、外国人技能実習生、パートナー活躍推進  |           |
|              |                           | ② 健康経営                  | 健康管理、安全管理に重点を置いた取組みの推進と健康維持増進  |           |
|              |                           | ③ 人財戦略                  | 採用→配置→育成→評価のサイクルの推進による、計画的で戦略的な人財育成の実現   |           |
| <b>G</b><br> | 高い価値観・倫理観を持つ組織の形成         | ① コーポレートガバナンス           | コーポレートガバナンス体制・会議体の強化、指名・報酬諮問委員会の設置、IR活動の強化   |           |
|              |                           | ② コンプライアンス              | コンプライアンスを徹底し、ライフ行動基準を着実に実行<br>従業員教育の実施、内部通報に係る適切な体制を整備   |           |



## 環境への負荷低減

### 基本的な考え方

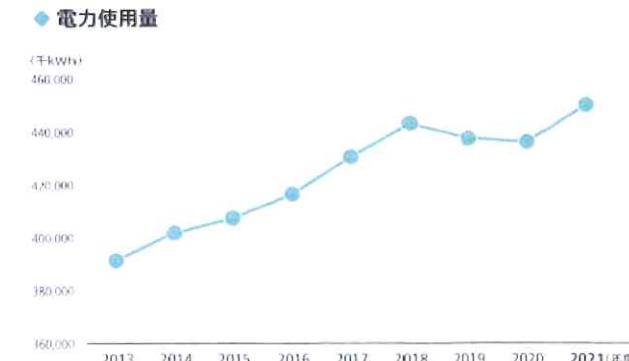
世界的な環境破壊、異常気象の多発、資源の枯渇などが急速に進む中、「環境への負荷低減」は最重要課題の1つです。当社では、自社の事業活動が環境に与える影響が大きいと考えられる「CO<sub>2</sub>排出」削減、「食品ロス」削減、「廃プラスチック」削減に取組み、事業活動によって発生する環境負荷を低減し、循環型社会・脱炭素社会の実現をめざします。

### 気候変動への対応

(1)

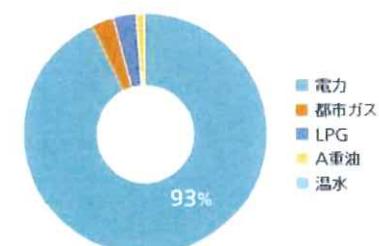
当社のCO<sub>2</sub>排出量のうち93%は「電力」が占めていますが、事業所別に内訳をみると、そのほとんどを「店舗」で使用しています。店舗内の使用電力内訳をみると、冷蔵・冷凍ケースなどの「冷蔵設備」、エアコンによる「空調」と店内の「照明」で約8割となっています。

当社はこのような現状を踏まえ、店舗の電力使用量の抑制に重点的に取組むことで、当社全体のCO<sub>2</sub>排出量の削減を図ります。

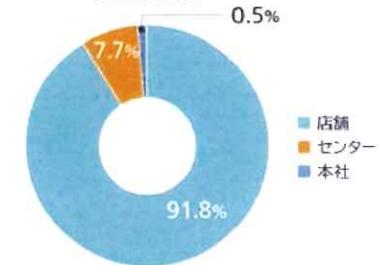


◆当社の電力使用等構成比（2020年度実績）

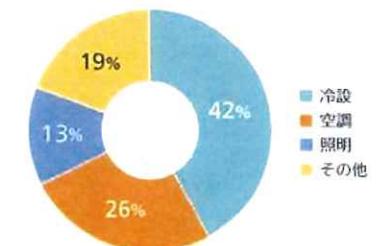
CO<sub>2</sub>排出エネルギー構成



電力使用割合



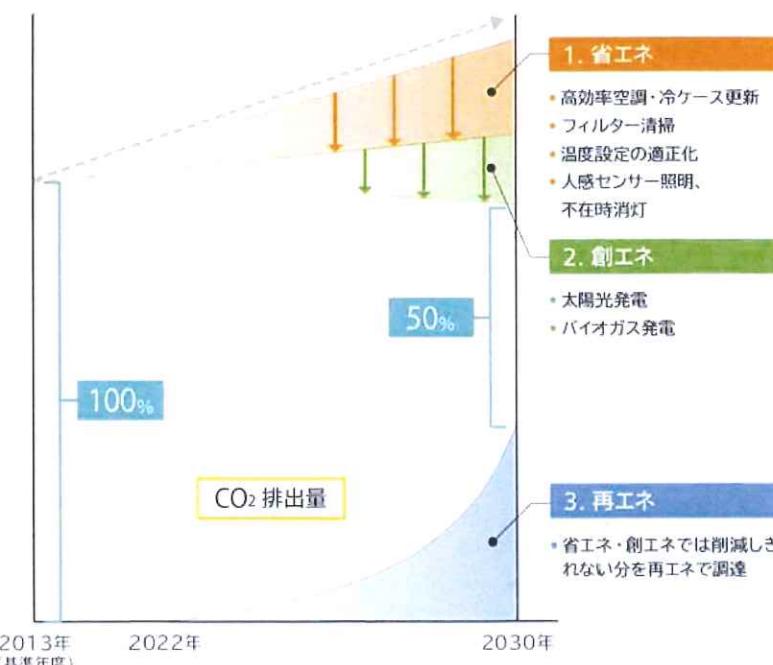
店舗の使用電力内訳





## CO<sub>2</sub>排出量削減に向けた取組み

- (1) 当社CO<sub>2</sub>排出の大部分を占める店舗電力の抑制に向けて、
1. 冷蔵・空調・照明機器のメンテナンスを強化し省エネを推進し、
  2. 新設店舗を中心に設置する太陽光パネルやバイオガス発電でエネルギーをつくり、
  3. 再生可能エネルギー活用することで、Scope1・2の2030年のCO<sub>2</sub>排出量を2013年と比較して▲50%にすることをめざします。



\* ZEB認証：国土交通省が主導する建築物の省エネルギー性能に特化した、第三者による認証制度です。国が定める計算方法に則りBEL（省エネルギー性能指標）値を算出し、その値によって5段階で☆の数が決定します。最高ランクの☆5の中でも更に省エネルギー性能に優れた建物がZEBとして認証されます。



### ZEB(セフ・ネット・ゼロ・エネルギー・ビル)

2022年度の新規店舗「豊洲店」において、建築物省エネルギー性能表示制度（BELS）による5段階評価の最高ランクを獲得しました。併せて、50%以上の省エネルギーを実現した「ZEB Ready」認証を取得しています。



### 太陽光発電

首都圏・近畿圏の店舗及びプロセスセンターの15拠点に太陽光発電設備を設置し、発電に取組んでいます。一部店舗では太陽光とエネルギー・マネジメントシステムを並行して活用し、環境に配慮した店舗づくりを進めています。



### バイオガス発電

天保山プロセスセンターに約9億円投資し、小売業では日本最大規模のバイオガス発電設備を新設しました。プロセスセンターで排出される食品残さを活用することで、“食品廃棄削減+発電”に取組んでいます。



### 再生可能エネルギー

2022年4月より東京本社・大阪本社及び隣接するセントラルスクエア西宮原店で使用している電力を、全て再生可能エネルギー由来の電力に切り替えました。



## 環境への負荷低減

### TCFDへの対応

気候変動に起因する社会・環境問題は喫緊の課題と認識しています。当社は、気候関連財務情報開示タスクフォース(TCFD)の考え方方に準拠しながら、必要なデータの収集と分析を行っています。



詳細は当社Webサイトをご参照ください。

(1)

#### 指標と目標

当社では、温室効果ガス排出量削減について「2030年までにScope1・Scope 2温室効果ガス排出量を50%削減する(2013年度比)。」という中期的な目標を2022年度から設定しています。

### ガバナンス

(P.29-30)

取締役会及び「サステナビリティ推進委員会」にて、気候関連のリスク及び機会についてモニタリングを行っていきます。「サステナビリティ推進委員会」の体制についてはP.29-30をご参照ください。

### 戦略

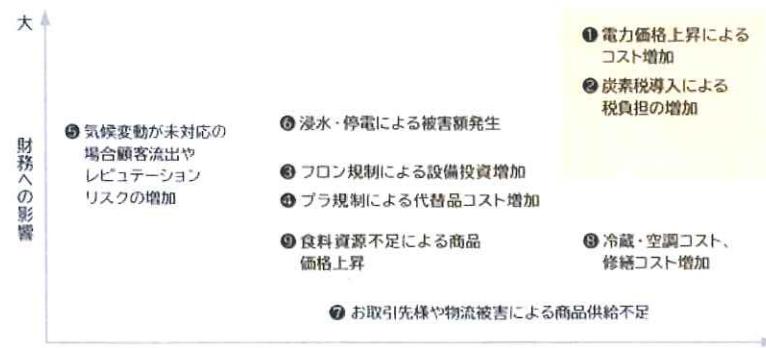
当社は、気候変動がもたらす異常気象などの「物理リスク」、政策規制の導入及び市場ニーズの変化などの「移行リスク」について検討を行いました。検討では国際的に確立された科学的に設定された目標(SBT目標)の設定年度である2030年度を見据え、シナリオ分析や財務影響の算出を行いました。

#### ◆シナリオ別想定

| シナリオ          | 想定  |
|---------------|---|
| 2°C未満<br>シナリオ | 脱炭素に向けた規制や政策の強化がされ、気候変動への対策が進捗します。各種規制や政策によるコスト、気候変動対策に対する設備投資等のコストが増大します。また、お客様の製品・サービスに対する脱炭素、低炭素志向が増加します。<br>気候変動への対応が強く求められ、未対応の場合は、顧客流出やレビューションリスクが増加するなど、移行リスクは高まります。一方、気候変動による自然災害の激甚化・増加が一定程度抑制されることなどから、物理的リスクは相対的に低いと推測します。 |
| 4°C<br>シナリオ   | 気候変動対策が十分になされず、異常気象が増加し、海面上昇や自然災害の激甚化など物理的リスクは高まります。店舗やプロセスセンターの営業・運営に影響を及ぼし、財務に影響を及ぼす可能性があります。<br>上記の影響によりBCP対応に優れた製品・サービスの需要は高まり、その購入・導入のためのコストは増加します。一方で温室効果ガス削減に向けた政策や規制はあまり進まず、移行リスクは低いと推測します。                                   |

#### ◆2030年時点を想定した当社のリスクマップ

当社は「発生する可能性」と「財務への影響度」を評価軸としたリスクマップを作成しました。スーパーマーケットという業態から、シナリオ別想定に基づくリスクは多く存在すると考えています。機会を着実に捉えつつ、リスクへの対応を優先・強化することで、当社事業及び財務への影響をできる限り低減させたいと考えています。



#### ◆2030年時点を想定したリスクに対する財務影響

| シナリオ        | 想定                       |                |
|-------------|--------------------------|----------------|
| 炭素税         | 炭素税課税にともなうコスト増(年間)       | 1,425~1,852百万円 |
| 再エネ由来の電気料金  | 再エネ由来の電気の調達コスト増(年間)      | 170~680百万円     |
| 浸水・停電等による被害 | 店舗休業にともなう粗利高減(1店舗1日)     | 2~4百万円         |
|             | センター停止にともなう粗利高減(全センター1日) | 80~120百万円      |

## 循環型社会への取組み

### 考え方

(3)

スーパー・マーケット事業を営む当社にとって「食品ロス」「廃プラスチック」の削減は、非常に重要な課題であると認識しています。当社は、PB商品などの設計・仕入やプロセスセンターでの製造、店舗での製造・販売、廃棄まで各工程で、リデュース（排出抑制）、リユース（再使用）、リサイクル（再利用）を推進することで、限りある地球の資源を最大限有効に活用する取組みを行っています。

(4)

### 食品リサイクル

店舗やプロセスセンターで調理や加工をする際、極力工夫を行っていますが、どうしても生ごみ（食品残さ）が発生します。これらの食品廃棄物を肥料や飼料、洗剤等にリサイクルしています。

年間食品  
リサイクル量  
**17,350t**

食品  
リサイクル率  
**56.3%**

### バイオガス発電 (4)

「ライフ天保山バイオガス発電設備」では南港プロセスセンターから排出される野菜系残さと天保山プロセスセンターから排出される惣菜系残さを活用して再生可能エネルギー発電を行っています。

年間食品廃棄  
削減量  
**約4,380t**

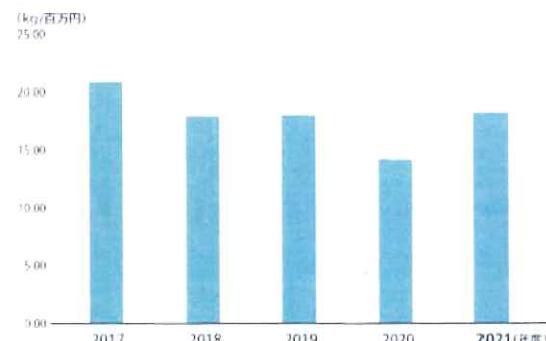
### 環境配慮力トライー (3)

プラスチック削減の取組みとして、首都圏・近畿圏の全店舗で提供しているストロー・スプーンを、2022年4月よりプラスチック製から紙製・木製に順次切り替えています。

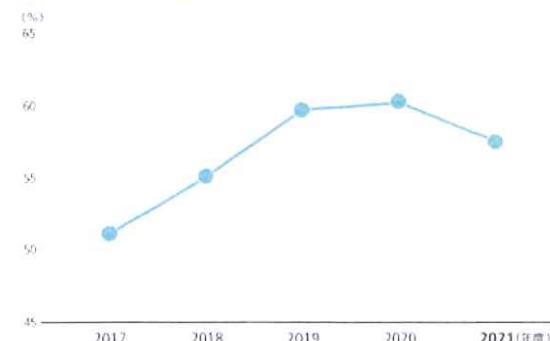


年間  
プラスチック削減量  
**1,700万本  
約30t**

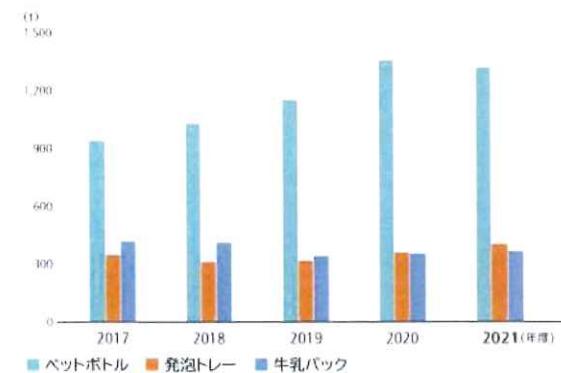
#### ◆最終食品廃棄量（売上当たり）



#### ◆食品リサイクル率



#### ◆店頭リサイクル回収実績





## 安全で高付加価値な商品・サービスの提供

### 基本的な考え方

食品スーパーにおいて、「安全」で「安心」「高品質」な商品・サービスの提供は事業活動の基本であり、最も優先される課題の一つです。当社ではお客様に「安全・安心」な商品を提供するために、全従業員が高い意識を持って、品質管理の強化に取組んでいます。

### ◆品質保証体制図





## ISO22000・FSSC22000による食品安全マネジメント

プロセスセンターでは、原材料入荷から製品出荷まで徹底した品質管理や従業員の衛生管理を行い、新鮮で安全な商品の生産に取組んでいます。センターには生産された商品の品質状況を検査する商品検査室を設置し、安定した品質を維持できる体制を敷いています。

また、栗橋・加須プロセスセンター、南港プロセスセンターの水産事業では食品安全マネジメントシステムの国際規格である「ISO22000」を、船橋・天保山プロセスセンターでは「FSSC22000」を取得し、高いレベルでの品質管理を行っています。



### 仕入れ・調達

食材、専門知識を有したバイヤーが、仕様・原材料の品質・添加物の表示内容・微生物検査結果などが自社基準に適合した安全な製品であることを確認して仕入れを行っています。また、プライベートブランド商品は、品質保証部が取引開始前に提出された分析結果や原材料・食品添加物の内容、原料原産地証明書などを確認しています。更に、製造工程などが当社の品質基準に適合しているかを確認するために工場の調査を行い、商品の安全性が確保でき、製造を委託するにふさわしい企業・工場であるかを判断しています。



### 食品安全の取組み

店舗ではHACCPをベースにした衛生管理マニュアルに基づき、徹底した衛生管理と鮮度や日付のチェックを行い高品質な商品の提供に取組んでいます。また、自社基準に適合した商品を製造するために、店舗衛生管理点検を行い、アレルギーなどの表示間違いや異物混入の未然防止、食材の衛生管理を強化し、食中毒の防止に努めています。また、品質保証部のみならず、バイヤー・プロセスセンター等関係者にも食品表示診断士の資格取得を推進しています。



## 生活インフラとして地域社会への貢献

### 基本的な考え方

当社は、スーパー・マーケットを「地域の食と暮らしを支えるインフラ」であると考えています。地域のお客様に対して、安全で安心な食料品を中心とする暮らしの品々を継続的に提供し続けるため、安定的な店舗運営と買い物手段の多様化を進めています。また、食品スーパー・マーケット事業を通じた、当社ならではの社会貢献活動を積極的に進め、地域の人々の健康で豊かな生活の実現を支えていきます。

### 生活インフラとしての役割

当社は、生活者を支える社会インフラとして、地震や台風などの災害発生時や感染症の拡大などの緊急事態においても、事前に計画されたBCPに基づき、可能な限り営業を継続していきます。また、共働き世帯の増加や高齢化に対応し、店舗に来店しなくても当社の商品をお届けできる買い物手段の多様化を進めています。

#### ◆ 荒川流域のハザードマップ（参考）



### 安定的な店舗の運営

各自治体ハザードマップによる事業所別の危険度の把握やBCP計画の策定・適時修正・訓練・実行により、事業継続及び被害が発生した店舗の早期営業再開に向けた準備を進めています。

### 買い物手段の多様化

店舗でお買い物された商品をご自宅まで配送する「当日宅配サービス」や、自社サイトやAmazon上のネットスーパー・サービスの対応エリアを積極的に拡大しています。また株式会社ライフホームデリバリーの設立による「ラストワンマイル」配達の強化にも取組んでいます。



店舗と同じ安全で安心な商品をネットでも



品質管理も徹底し、ご自宅までお届けします

| 当社の提供する<br>買い物手段         | 詳細                    |
|--------------------------|-----------------------|
| ① 店舗でのお買い物<br>(通常)       | 店舗でお買い物、ご自身で<br>お持ち帰り |
| ② ネットスーパー<br>(自社、Amazon) | ネットでお買い物、ご自宅<br>までお届け |
| ③ 当日宅配サービス               | 店舗でお買い物、ご自宅ま<br>でお届け  |



ライフのお店で  
販売している商品を配達します。

このページでは、ライフの  
ネットスーパー・サービスについて  
詳しく説明します。

**パンコン・スマホ・携帯で  
らくらくお買い物!**

店舗での販売と  
ネットでの販売を  
併用して、より  
安全で安心な  
お買物を実現。



ライフは、アコニティグループとのタイアップを通じて  
地域社会に貢献する活動を行っています。

日々の生活をより便利で快適にするため、地域社会に貢献する活動を行っています。

日々の生活をより便利で快適にするため、地域社会に貢献する活動を行っています。

お問い合わせ  
電話番号：03-5932-3000

郵便番号：100-0003

東京都千代田区麹町一丁目三番地

## 地域社会への貢献

(5)

当社は、食品スーパー・マーケット事業を通じて地域社会へ貢献するため、食品や暮らしの品に関連して、店舗の立地する地域やステークホルダーに対して、継続的に行うことのできる活動を優先的に実施しています。具体的には、当社が長年継続し実施している「食育授業」や、地域住民の皆様やそのお子様に向けた「フードバンク活動」を進めています。

### 食育活動（食育授業）

地域の小学校3年生を中心に、食事のバランスや食品ロスに関する授業を、店舗や学校、オンライン等で実施しています。

5 A DAY協会の調査によると、当社は2019年度、2020年度と2年連続で、件数・参加人数とも加盟団体における第2位の実績を收めています。2021年度は、全体で737件の食育活動を実施し、24,000名以上の参加がありました。参加者からは「コロナで社会見学に行けない中、出前授業で児童の学びを深めることができてよかったです」と「給食の時間に、食品ロスをなくそうと声掛けをする子が増えて、食べ残しが減った」といったご意見をいただいています。新型コロナウイルス感染症の影響も見据え、引き続き感染症対策に留意しながら多くの地域住民の皆様に食の大切さを伝えていきます。



2021年度は緊急事態宣言やまん延防止処置が発令される中、オンラインによる食育授業を開発・実施することで、コロナ禍でも例年を上回る実績をつくることができました。

### フードバンク活動

店舗における販売期間切れの商品を、地元のフードバンク・子供食堂などに提供しています。2021年度は12回・167kgの食材を提供しました。食品スーパー・マーケットを運営する当社ならではの取組みとして、引き続き、地域の食生活向上に貢献していきます。



### ◆ 5 A DAY協会加盟団体 食育体験 学習実績

| 企業名            | 2019年度 |        | 2020年度 |       | 2021年度 |        |
|----------------|--------|--------|--------|-------|--------|--------|
|                | 件数     | 人数     | 件数     | 人数    | 件数     | 人数     |
| A社             | 659    | 17,588 | 378    | 9,721 | 390    | 10,070 |
| (株)ライフコーポレーション | 200    | 9,666  | 199    | 7,047 | 737    | 24,466 |
| B社             | 50     | 1,526  | 35     | 1,037 |        |        |
| C社             | 23     | 621    | 13     | 176   |        |        |
| D社             | 63     | 1,777  | 3      | 90    |        |        |
| E社             | 3      | 119    | 2      | 110   |        |        |
| F社             | 1      | 30     | 2      | 40    |        |        |
| G社             | 4      | 128    | 1      | 51    |        |        |
| H社             | 95     | 2,937  | 1      | 24    |        |        |
| I社             | 4      | 125    | 1      | 20    |        |        |

\* 5 A DAY協会：健康的な食生活に寄与する社会貢献活動を行っている非営利団体

サステナビリティ推進部 谷口 真美  
担当課長代理

### コロナ禍での食育活動について



2005年より食育活動をスタートし、年間数件だった活動が今では小売業界トップレベルの実績を誇るまでに拡大しています。しかし、新型コロナウイルス感染症の影響により状況が大きく変わりました。そのような中でも食育活動を継続できないか試行錯誤し、オンラインプログラムや学校内で完結できる学習を短期間で作成し実施した結果、こども達や学校から例年以上の感謝のお手紙が届きました。地域貢献活動は短期間で結果が出るものではありませんが、参加者からの声が届くたびにとてもやりがいを感じます。今後は更にプログラムを増やして老若男女問わず多くの方に参加いただける活動にしていこうと考えています。