

## 株式会社アツシ【IT・通信・情報等】

- 株式会社アツシは、SDG s 経営を実践したい食品販売事業者などの取組を支援している。
- 「もぐもぐチャレンジ」では、食品ロス削減事業を通じてお店のロス、家庭のロス、社会のロスといった3つのロスを削減することを目標とし、気がつけば自然と楽しみながら、社会の課題を解決し、企業利益も追求していく好循環を作り出していきたい。

### ○SDG s 経営の実践をサポート

- ・株式会社アツシは、SDG s 経営を実践したい食品販売事業者の取組を支援している。
- ・スーパーマーケットにおける廃棄・値引きロスは、売上の約5%を占め、2020年においても、年間約4,900億円の廃棄・値引きロスが発生しているのが現状。食品ロスをなくしていくにはどう働きかけるべきか問題意識を抱くところからスタートした。
- ・スーパーマーケットでは、食品ロスを減らすために試行錯誤を繰り返し、値引き販売等に取り組んでいるが、それだけでは食品ロスの課題は解決しない。AIを活用した発注コントロールシステムを導入しても食品ロスがなかなかなくなる現状があった。
- ・消費者と売り手の両方の意識を変え、行動変容を促すため、「もぐもぐチャレンジ」を企画。楽しみながら活動をすすめていくことをコンセプトに、2030年までに日本全国のスーパーマーケットにおける食品の廃棄額5割削減（2020年度比で）を目指す。

### ○「もぐもぐチャレンジ」について

- ・「もぐもぐチャレンジ」は、値引前の商品・廃棄前の商品に貼られている「もぐもぐシール」を消費者が10枚集め、食品ロス削減に貢献し、特典が受けられるプログラム。



- ・「もぐもぐチャレンジ」では、食品ロス削減事業を通じてお店のロス、家庭のロス、社会のロスといった3つのロスを削減することを目標としている。
- ・気がつけば自然と楽しみながら、社会の課題を解決し、企業利益も追求していく好循環を作り出していきたい。



### ○SDG s 経営支援事業に取り組んだことによるメリット

- ・会社の未来への道筋が切り開けた。会社にとっても、進むべき方向性が定まり、伸ばしていく方向の解像度が上がった。自分たちがやるべきこと、自分たちにしかできないことが明確になった。
- ・社員が社会的意義のある仕事に取り組むことで、情熱を持ちながら仕事に向き合うようになった。
- ・リクルートにおいては、本業であるデジタルマーケティング業務よりも、SDG s に関する事業に興味があり応募する人が飛躍的に増加している。
- ・メディアからの取材依頼が増え、自社の取組を広く発信する機会が増えた。
- ・影響は日本全国に及び、他地域で事業展開されている食品販売事業者などもSDG s という共通言語を介し、直接対面したことがないにもかかわらず、取引の話ができた。

### ○事業を進めていく上で難しかったこと

- ・「もぐもぐシール」によって、値引率が低い時点で商品が売れ、値引きシールを貼る手間、廃棄処理にかかる手間が結果的に省けるが、「もぐもぐシール」を貼るひと手間を理解してもらうことに苦労した。
- ・経営層と現場での食品ロス削減に取り組むことへのメリットやデメリットの感じ方に違いがあり、その差を埋め合わせることに尽力した。

### ○事業に取り組む際の社内調整

- ・株式会社アツシの存在意義は、「持続可能な社会の実現」であり、「捨てる常識（アタリマエ）を棄てる。」というフレーズで表現されている。今までの常識を変え、社会の流れを変えることを見据えながら、事業活動を進めてきたという組織風土があり、社内において受け入れられやすかった。
- ・新たな取組ではあったが、社長の思考と社員の意識が合致して取組を始動することができた。社員が消費者目線で課題解決に向けたアイデアを出し合いながら、プロジェクトの骨格を作っていく、事業スキームを完成させた。
- ・2020年が到来し、SDGsが有名になり、社会的にも浸透してきたとき、「自分たちがやってきたことは、SDGsの取組であったのだ。」と改めて気づかされた。

### ○会社概要

2005年に高知県高知市にて設立。デジタルマーケティング事業、DXソリューション事業を手がけ、近年においては、食品ロス削減事業にも取り組んでいる。食品ロス削減事業では、参加するスーパー各社とイントラネットで結び、顧客の行動データを分析し、データをもとにアドバイスを行い、ロス削減につながるよう働きかけている。経営理念は、「全従業員とその家族、顧客、仕入先の幸せを追求する。」である。