



Dole Japan, Inc.



ドールの青果物で、うつくしく、すこやかに。

太陽が育んだ自然の恵みを、世界中から食卓にお届けします。

Banana

バナナ

ドールが日本の市場に参入したのは輸入規制が緩和された1968年。それ以来、今日までバナナの輸入・販売はドールの主力事業となっています。農園では、およそ半世紀に渡り築き上げてきた栽培技術に加え、国際認証に適合した管理体制の推進も行い、より高品質なバナナを安定供給するための努力を日々積み重ねています。農園から店頭までは、低温物流によって適切に温度管理。高速・高機能の冷蔵船に積まれたバナナは、約5日で日本に到着。日本に到着したバナナは追熟加工、低温物流を担うお取引先各社を通じて、国内どここの店舗にも新鮮かつ食べ頃の状態でお届けします。



多数のブランド展開

極撰バナナ(高地栽培)

ドールが研究・開発した100種類以上の中から選び抜いた極上バナナ。



スウィーティオバナナ(高地栽培)

ドールの栽培技術の粋を集めて育成したバナナで、日本人の嗜好に合わせて甘さとコクをとことん追求しました。



その他

おなじみのレギュラーバナナや、小さいけれど甘味は強いベイベースウィートバナナ、環境に配慮した有機栽培バナナなども展開しています。



DoleのバナナはGABA(ギャバ)を含む「機能性表示食品」です。(一部の商品を除く) ※GABAは血圧が高めの方の血圧を下げる機能があることが報告されています。

産地

主園地のフィリピンでは、グループ企業であるスタンフィルコ社が生産を担っています。自社運営と契約栽培を含め、フィリピン国内で最大級の生産規模を誇っています。



生産管理

産地では国際認証の取得を推進しており、高品質な商品の提供、生産現場のスタッフにとって働きやすい職場環境の提供に努めています。また、地球環境に対する負荷が少ない栽培にも社員一丸となって取り組んでいます。



Pineapple

パイナップル

ドールが日本でパイナップルの販売をはじめたのは1980年。熟成された状態で収穫された後はすぐに冷蔵庫へ運ばれ、低温物流を通じて新鮮なまま日本の店頭へ届けられます。

スウィーティオパイナップル

おいしさの追求から生まれた格別のパイナップルです。甘味と酸味のバランスが絶妙です。



スウィーティオパイナップルゴールド

通常より長い期間畑で熟成させることで、特別な甘さに仕上がったパイナップルです。



Doleのパイナップルは、肌の保湿力(バリア機能)を高めるパイナップル由来グルコシルセラミドを含む機能性表示食品です。(一部の商品を除く)

Citrus & Tropical Fruit

シトラス・トロピカルフルーツ

メキシコ、トルコ、南アフリカ、チリ、ペルー、ベトナム、オーストラリアなど世界各地で産地を開発し、年間を通して新鮮な商品をお届けしています。



Packaged Foods

安心・安全でおいしいフルーツを簡単・便利に食べられる缶詰、冷凍フルーツ、ジュース等を製造販売しています。

加工食品事業は、フィリピンのドールの自社農園で収穫されたパイナップルを自社工場加工したパイナップル缶詰が始まりです。その後、マンゴー、トロピカルミックス、ナタデココなど日本の消費者に合わせた味と種類を開発して日本の消費者にお届けしています。現在は、採れたてのおいしさや栄養をそのまま楽しめる冷凍フルーツ、フルーツゼリー、フルーツカップをはじめとして多様な消費者のニーズに対する製品を展開しております。



創業者ジェームス・ドールが提唱した

”We built this company on quality, quality and quality.”
の理念のもと、品質にこだわった商品の提供につとめています。

品質 Quality

ドールは新鮮な商品をお客様にお届けするため、物流各社と協業することで、青果物業界のパイオニアとして産地から日本のお届け先までの低温物流＝コールドチェーンを整備。さらに、適正な温度管理、荷扱いを全国一律に保つため「ドール適正流通規範（GDP）」を導入することで、常に高品質な状態で商品を店頭までお届けしています。

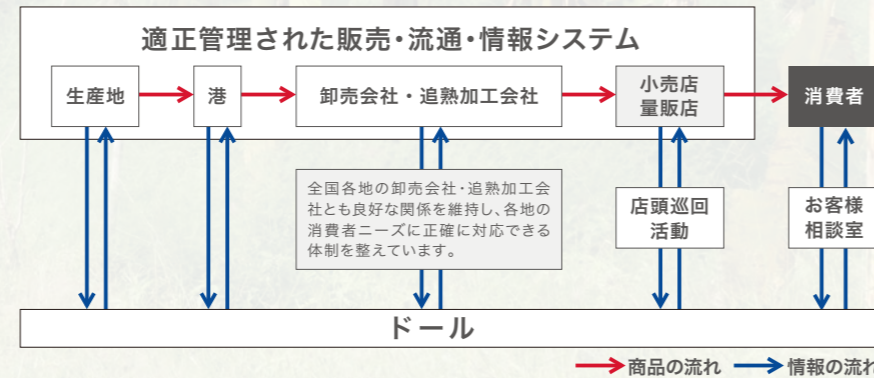


Dole GDPとは

Good Distribution Practicesの略で、「適正流通規範」です。ドールでは、2005年にマニュアルが作成され、ドール品質を維持・向上させるために継続的に取り組んでいる活動です。

鮮度 Freshness

農園で収穫された新鮮な果物を理想的な状態で輸入するため、産地での船積への積み込み、運行管理、日本到着後の荷揚げまでのオペレーションを日々確認しながら各船のスケジュールを適正に保っています。全国のお取引先各社の協力のもと、生産から加工、物流、販売に至る情報を管理し、安定供給を実現。お客様の要望に沿った商品供給、多様なニーズへの対応を可能にしています。



園児のための食育プログラム開催など 青果物を含めた食の重要性に対する啓発活動を行っています。

小さいころからバランスよく食べる習慣を身につけてほしいという願いと、5 A DAY[ファイブ・ア・デイ]運動の基本理念に基づき、ドールでは、青果物を販売するだけでなく「食べること」の重要性を知ってもらい皆様の健康に寄与する活動を展開しています。弊社独自の幼稚園・保育園向けのエデュケーションプログラム「ドール食育キャラバン」はバナナのスイーティオたちが歌や劇を通じて食育について楽しく伝えるプログラムです。2003年から実施している弊社の食育活動でこれまで訪問した園は、延べ4,000園(園児数55万人)を超えました。

【ドール食育プログラム】



食事バランスガイド



厚生労働省・農林水産省決定

三方よし

170年近くにわたり日本の歴史に深く根差した「三方よし」の概念は、三方の満足が相互依存する「売り手よし」「買い手よし」「世間よし」の関係にあることを意味します。この考えにインスピレーションを得て、ドールの約束は構築されました。事業のやりとりのあらゆる要素を、共生的で相互に利益をもたらす取引として扱うことで、3本柱のすべてがうまくいきます。

この理念に基づき、私たちはドールの約束のひとつひとつが相互依存的で、人と地球と豊かさのすべてに同様に貢献するものであることを確認しています。

一方が繁栄すれば、三方すべてがそうなるように。

ドールの目的

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。



企業使命

- ドールは、皆様の健康と美容をよりいっそう増進するために、高品質な青果物と、その加工食品をお届けします。
- ドールは、青果物の生産・加工・流通における環境保全と、地域社会の健全な発展に貢献します。
- ドールは、青果物を積極的に取り入れる健康な食生活の啓発活動を、業界を主導して推進します。

企業価値

- 創業者であるジェームス・ドールのモットー「私たちの会社は、クオリティ、クオリティ、そしてクオリティの上に築かれる」に基づき、高品質で健康な食品を提供することが、ドールの企業価値の原点です。
- 生産から販売までのあらゆる工程に携わるスタッフが、ひとつのチームとなって使命の遂行に取り組むことで、ドールの企業価値を創造します。
- 現状に満足することなく、つねに創意工夫をもって改善・改革にチャレンジを続けることで、ドールの企業価値を向上させます。

将来の企業像

ドールは、青果物を中心に、楽しく、彩りのある、健康なライフスタイルを提供する企業を目指します。



はじまりは1851年、ハワイ。 ドール・ブランドを誕生させた 3人の紳士の出会い。

ドールの歴史は、ジム・ドールと2人の紳士の出会いから始まります。2人の紳士、サミュエル・ノースラップ・キャッスルとエイモス・スター・クックは、1851年、ホノルルに小さな商事会社を設立。その後2人はハワイの砂糖事業に参入、1894年「キャッスル&クック社」として法人化しました。1903年、ジム・ドールが北米にパイナップル缶詰を紹介した頃から「キャッスル&クック社」もパイナップル事業に着手。1961年、ジム・ドールの「ハワイアン・パイナップル社」と合併し、ここにドール・ブランドを誕生させたのです。パイナップルを生のまま出荷せずに、缶詰に加工する方法を考案したジム・ドールは創造性豊かな企業家であったと言えます。農場に隣接させて加工工場を設けるといふ「現地一貫生産加工システム」は、世界中のプランテーションのモデルとなりました。1964年には、バナナ市場へも参入。ドールはその後も各種フルーツ、野菜、ドライフルーツ分野へも事業を拡大。今後も、創業当時から変わらぬ「品質第一主義」をモットーに、多様なニーズに応えていきます。

1851	サミュエル・ノースラップ・キャッスルとエイモス・スター・クックの両氏はホノルルに商事会社「キャッスル&クック社」を設立。
1901	ジェームス・ドールがオアフ島で「ハワイアン・パイナップル社」を法人化。
1961	「キャッスル&クック社」と「ハワイアン・パイナップル社」が合併。
1965	ドール日本支社(キャッスル・アンド・クック・イースト・アジア・リミテッド)を設立。
1967	「スタンダード・フルーツ社」は日本向けにバナナを輸出するため「スタンフィルコ社」をフィリピン・ミンダナオ島に設立。
1982 12月	キャッスル・アンド・クック株式会社(現・株式会社ドール)日本法人を設立。
1984 4月	キャッスル・アンド・クック株式会社が東京都千代田区平河町砂防会館別館に移転。
1986	ドールのロゴを太陽が水平線から上がる様をイメージしたデザインに変更。
1987 10月	社名をキャッスル・アンド・クック株式会社から株式会社ドールへ変更。
1994 3月	本社が東京都千代田区三番町に移転。
1995	ドールグループは世界90カ国において170種以上の生鮮野菜・果物、加工食品を扱う企業に成長。
2000	「スウィーティオバナナ」全国販売開始。
2002 7月	一般社団法人ファイブ・ア・デイ協会設立に携わり入会。
2003	「スウィーティオパイナップル」全国販売開始。
2008 2月	東京マラソンに協賛開始。
2009	「極撰バナナ」販売開始。
2010 6月	バナナ自動販売機設置。
2012 9月	株式会社ドールから合同会社ドールへ改組。
2013 10月	合同会社ドールから株式会社ドールへ改組。
2018	フィリピン産バナナ輸入50周年。
2020	バナナとして初の「機能性表示食品」届出完了。
2020	ドールのロゴを1枚のシンプルな葉をモチーフに大地と空が与えてくれる恵をイメージしたデザインに変更。
2021	パイナップルとして初の「機能性表示食品」届出完了。
2022 3月	本社が東京都中央区日本橋箱崎町に移転。



株式会社ドール

