



食べものに、
もったいないを、
もういちど。

NO-FOODLOSS PROJECT

ろすのん活用事例集



農林水産省
食料産業局



NO.	団体名	活用方法	法人分類
1	(株) 山田製油	ホームページ	食品製造業
2	伊藤忠食品 (株)	ホームページ	食品卸売業
3	国分グループ本社 (株)	卓上ポップ	食品卸売業
4	(株) 菓子處大丸	商品	食品小売業
5	(株) ぎゅーとら	店内掲示	食品小売業
6	ヨシケイ開発 (株)	配送車両	食品小売業
7	日本ホテル (株)	卓上・メニューポップ	外食産業
8	(株) プリンスホテル	卓上ポップ	外食産業
9	大成設備 (株)	卓上ポップ	その他企業
10	NEC (日本電気 (株))	ホームページ	その他企業
11	中央化学 (株)	パネル・CSRレポート	その他企業
12	ニチバン (株)	販促物	その他企業
13	(公財) 東京都環境公社	キャラクターと一緒に	公益財団法人
14	(一社) 日本ブッフェ協会	卓上ポップ	一般社団法人
15	神奈川県	啓発ポスター	地方公共団体
16	新潟市立小須戸小学校	ワークシート	地方公共団体
17	岐阜県可児市	啓発のぼり	地方公共団体
18	青森県青森市	啓発ポスター	地方公共団体
19	愛媛県今治市	テーブルクロス	地方公共団体

活用事例 1 (株式会社山田製油)

ホームページ

【ろすのん使用方法】

フードロス削減関連商品の
ショッピングページと、
その商品のひとつひとつのページに
ロゴマークを掲載。

山田製油ECサイト

<https://shop.henko.co.jp/c/gr19>

【効果・感想】

ショッピングサイトはその商品に関心を持
った方が訪問してくださるので、
じっくりとご覧いただく際に、このロゴが
インパクトを与えるのではないかと感じる。



活用事例 2（伊藤忠食品株式会社）

ホームページ

BtoBマーケットプレイス [Foodlive]
(<https://food-live.jp>)

【ろすのん使用方法】

Foodliveのマッチング機能を活かし、賞味期限切迫、パッケージリニューアル、季節外商品等、サプライヤーが抱える課題商品（まだ食べられる商品）を、バイヤーへ適正な価格で流通させるフードロス削減販促コーナーのPRとして活用。

【効果・感想】

サイト内にバナーを掲載したことで、Foodlive会員から多くの関心や反響をいただくことができました。また、非会員からの問合せが相次ぐなど、サービス利用者以外からの関心も集めることができ、Foodliveを活用したフードロス削減への取り組み拡大のきっかけ作りになりました。

Foodlive

あなたの『もったいない』が 632万トン

フードロスをゼロに

Foodlive

【OUTLET】11 ケース1 サッポロ キレートレモンサ イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】クリッ パー オアガニック クランベリー＆ミ イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】11 ケース1 ネスレ ドルチェ＆ガブリ イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】6 ケース1 ネスカ フォー コク深い イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】11 ケース1 コーヒー イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】ネスカ フェー GB OG イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】ネイ チャーM フィッ シュオイル パー イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】20 ケース1 ドール ス ムービー グリー イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】10 ケース1 ドウシヤ シヤ 京都 白米 イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】1 ケース1 ドウシヤ シヤ 京都 白米 イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】2 ケース1 ソライナ プ ロテイン ベリ イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】1 ケース1 ヒガシマ イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】1 ケース1 プルボン イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】1 ケース1 プルボン イ藤忠食品株式 会社

【OUTLET】1 ケース1 プルボン イ藤忠食品株式 会社

Foodliveは、食品ロス削減国民運動を応援しています。NO-FOODLOSS PROJECT

Foodliveは、食品ロス削減国民運動を応援しています。NO-FOODLOSS PROJECT

バイヤー専用ページ サプライヤー専用ページ

Copyright (c) All Rights Reserved



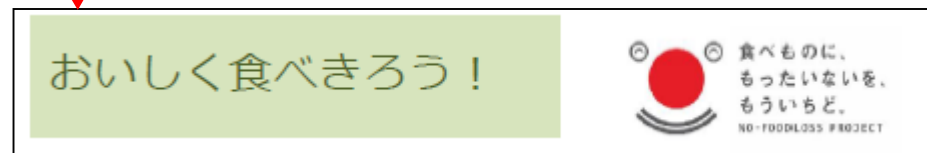
卓上ポップ

【ろすのん使用方法】

社内啓蒙を目的として、本社の食堂にポップを設置。
東京都の取組「チームもったいない」、
宴会での「3010運動」とともに食べ残しを減らすために活用

【効果・感想】

ポップを置くことで、社員の中で認知度が向上しました。
食堂の食べ残しを減らすとともに懇親会などの宴会でも3010運動を実施しているという声が聞こえ、効果を感じています。



商品

【ろすのん使用方法】

賞味期限の近づいた商品を「お徳用袋」として販売する際の包装とポップに活用。

【効果・感想】

毎日販売しているものではありませんが、マークが目立つ事もあるって、出すと毎回すぐに売れています。
当店にとっても、廃棄が少なくなる良いきっかけとなりました。



店内掲示

【ろすのん使用方法】

全店でパン、野菜、日配品などの「見切り品コーナー」でポスターとして使用。

【効果・感想】

お客様の中には「見切り品を買うこと」は安いものを買うというマイナスのイメージを持つ人がいます。政府が推奨する施策であることを伝えることでマイナスイメージを和らげ買っていただくお客様が増えることで、お客様・環境・企業もプラスになると考えています。



配送車両

【ろすのん使用方法】

同ロゴのステッカーを貼付した約4,100台の配送車両が、北海道から沖縄まで全国を走行。

ここ最近では、弊社の専用WEBサイトや公式SNSでも、ろすのんロゴやエコなアイデアを取り入れたレシピ紹介などフードロス削減に向けた情報発信を積極的に行っています。

【効果・感想】

お客様からは、「少ししか使わない野菜が傷まずにすむし、作り過ぎないから食べすぎない」「以前は冷蔵庫の食材が日に日にダメになっていくことが辛かったですが、今はフードロスとストレスがゼロになりました」といったお声を多くいただくようになりました。ご利用いただくことがお客様ご自身のメリットとなるだけでなく、フードロス削減にもつながることを感じていただけたと思います。

また、弊社のグループ社員にとっては、我々の取組が社会環境問題の解決に貢献していることを改めて認識する、意識統一の機会となりました。



【スマイリー号 後方部】



ヨシケイは 食品ロス削減国民運動に 参加しています。