



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。

The screenshot displays the Foodlive website interface. The top navigation bar includes the Foodlive logo, a search bar, and links for account, cart, and help. The main banner features the text 'フードロスをゼロに' (Reduce food loss to zero) and '632万トン' (6.32 million tons). Below the banner, there are several product listings categorized by 'OUTLET' (フードロス削減商品). These include items like 'クリック パー オールインワン' (Click All-in-One), 'ネスレ ドルチェガム' (Nestle DolciGum), and 'ネスレ フィッシュオイル' (Nestle Fish Oil). Each listing shows the product image, name, and a brief description. A green box highlights a specific product listing for 'ネスレ フィッシュオイル' (Nestle Fish Oil). At the bottom, a large banner for the 'No-Foodloss Project' (ノーフードロスプロジェクト) is visible, featuring the Foodlive logo and the text 'Foodliveは、食品ロス削減国民運動を応援しています。' (Foodlive supports the National Food Loss Reduction Campaign).



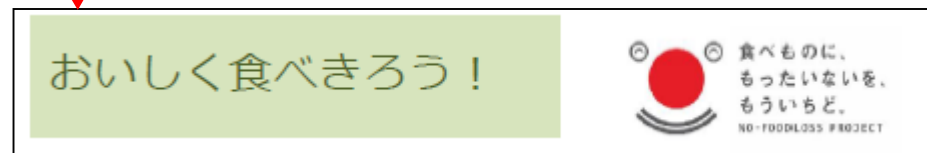
卓上ポップ

【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。

活用事例 7（日本ホテル株式会社）

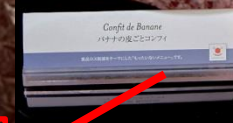
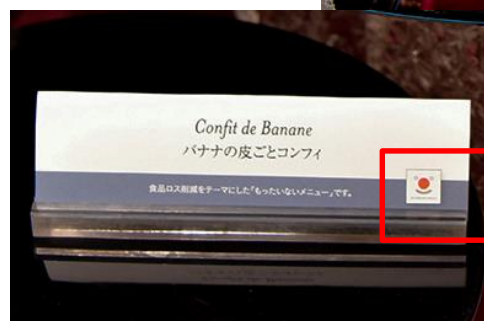
卓上・メニューポップ

【ろすのん使用方法】

宴会場の卓上で食品ロスを啓発するための3010運動のポップを掲示。
食品ロスをテーマにした「もったいないメニュー」を提供。
これらのメニューポップにろすのんロゴを入れている。

【効果・感想】

啓蒙活動として取組中。



卓上ポップ

【ろすのん使用方法】

軽井沢プリンスホテル内のbuffetレストランで食品ロス削減を啓発するためのメッセージを載せたポップを作成。
buffetボードおよび客席テーブル上にポップ設置。

【効果・感想】

実際に手に取ったり、写真を撮ったりする方もいて、多くのお客様にご覧いただきました。また、アンケート調査において、「取った料理は、食べ残さないように気をつけた」、「最初に取り量ををいつもよりも減らした」という声も挙げられており、掲示による削減効果はあるものと考えております。

今後は、全国の弊社施設における設置の検討を進めてまいります。



卓上ポップ (社内懇親会にて)

【ろすのん使用方法】

「身近なところから始めるSDGs」をテーマに、社内懇親会時に食品ロスについての説明を行い、各テーブルに「食べ残しゼロ運動」の卓上ポップを設置しています。

【効果・感想】

活動開始以前は、食べ残しが目立っていましたが、掲示を始めてからは、参加者同士が自主的に声を掛け合うようになり「食べ残しゼロ」が達成されています。

社員の「食品ロス」に関する意識向上に向け、今後も活動を継続していく予定です。



<ポスター>



<卓上ポップ>



ホームページ

【ろすのん使用方法】

AI（人工知能）を使った食品ロス削減への取組を紹介するWebサイトに掲載。

【効果・感想】

官民ともに食品ロス削減に取り組まなければならないというメッセージと、「ろすのん」を一緒に掲載することで、その思いがより伝わりやすくなっていると思います。

政府も取り組む食品ロス問題

～NECはSDGsの達成貢献に向けた活動の中で対応～

5省庁が主導する「食品ロス削減国民運動」

わが国における年間約646万トンにも及ぶ食品ロスは大きな社会問題であると捉え、関連する消費者庁、文部科学省、農林水産省、経済産業省、環境省が連携。民間を巻き込みながら食品のサプライチェーン全体で食品ロス削減に向けて取り組んでいく「食品ロス削減国民運動（NO-FOODLOSS PROJECT）」が展開されています。



AIによる需要予測で食品ロス問題に対応

NECでは「Orchestrating a brighter world」の実現に向けて、地球規模の課題に対応する「7つの社会価値創造テーマ」に沿って、社会課題起点での事業推進を行っています。「需給最適化プラットフォーム」は国際目標であるSDGsの達成に貢献する活動であり、NECのAI技術により食のバリューチェーン全体の需給バランスを最適化することで、食品ロスの解決に向けた一手となります。



販促物

【ろすのん使用方法】

- ・消費者向けリーフレット
- ・店頭展開向けハンガー什器、販促ポップ
- ・製品ブランドサイト

【効果・感想】

- ・「ろすのん」を表記することで食品ロス削減をより身近に感じていただけたそうと、社内でも期待を寄せています。
- ・消費者様からも、食材の購入日や調理日、消費期限などの内容をワザアリテープに記入し、ラベルとして使用することで、整理や管理がしやすくなったとのお声をいただいております。



キャラクターと一緒に

【ろすのん使用方法】

社内で食品ロス削減を呼びかけるため、公社で運営している「東京スイソミル」のキャラクター「スイソン」と「ろすのん」のコラボデザインマークを作成。

【効果・感想】

デザインマークを使用したコースターを作成し、歓送迎会で職員によるプレゼンテーションとともに披露しました。かわいい！と好評で、食品ロス削減へ意識を向ける良いきっかけになりました。社外に向けてもtwitter等で取組をPRしています。



【コースター使用方法】

食事を始めるときは、泣き顔の面を上にして使い、食事を全て食べきることができたら、にっこり顔の面に返して使っていただけるようになっています。

【ポイント】

- ★東京都里山保全地域で間伐したエゴノキを使用
- ★社内で結成した食品ロスPTメンバーの手作り！

卓上ポップ

【ろすのん使用方法】

「ろすのん」と日本buffe協会「ちょうどいいが いちばんおいしい」の卓上ポップを作成、設置。

【効果・感想】

良い活動だと好意的な反応をいただいている。仕切り皿も食べ残し削減に効果があった。



啓発ポスター

【ろすのん使用方法】

県と市町村の連携事業として、忘年会シーズンに合わせポスターを作成し、鉄道駅、県内公共施設(市町村を含む)に掲示した。(2018年12月実施)

【効果・感想】

ポスター掲示後、twitterにも何件か取り上げられており、啓発効果があった。



ワークシート

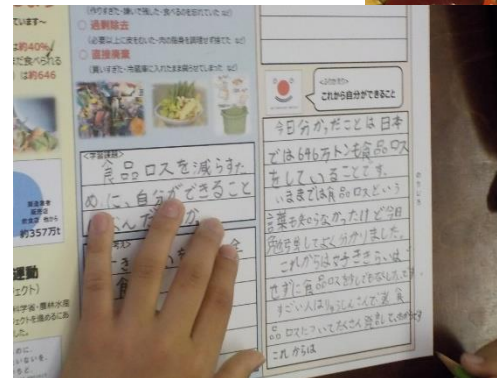
【ろすのん使用方法】

小学校5年特別活動（学級活動）における授業の導入、ワークシートおよび食育だよりにより活用

【効果・感想】

食品ロスについて知らなかった児童も食品ロスについて興味関心を持ち、自分なりに食品ロスを削減しています。
授業後にワークシートを組み立てて各家庭の食卓に置いたり食育だよりを発行したことにより、学習内容を家庭につなげ、保護者と一緒に食品ロス削減に取り組んでいます。

食品ロスを減らしましょう ～日本では膨大な量の食べ物が捨てられています～ 日本の食料自給率（カロリーベース）は約40%。 残りの60%を海外からの輸入に頼る中、また食べられるのに捨てられる量（いわゆる「食品ロス」）は約646万t（平成27年度推定）でした。 約646万tの食品ロスのうち、半数近くの約289万tが家庭から排出されました。 食品ロス削減国民運動 (NO-FOODLOSSプロジェクト) 関係6府省庁（内閣府・消費者庁・文部科学省・農林水産省・経済産業省・環境省）が連携してプロジェクトを進めるにあたり、ロスマークとして「ろすのん」が作成されました。 <ろすのん> ① 食べものに、もったいないを、もういっちょ。 ② 食べものに、もったいないを、もういっちょ。 ③ 食べものに、もったいないを、もういっちょ。 真ん中の赤丸「●」は食品ロスを削減したお話を、下の二本線「＝」はお話をイメージし、家でもっといい習慣を表現しています。	家庭からの食品ロス その原因は？ ○ 食べ残し （作りすぎで残った・食べ残したものを捨ててしまった など） ○ 過剰除去 （必要以上に皮をむいた・肉の脂身を調理せず捨てた など） ○ 直接廃棄 （使いすぎた・冷蔵庫に入れたまま腐らせてしまった など） <学習課題> <自分の考え>	名前 くまぞう ＜おのれさし＞ これから自分ができること
---	--	--



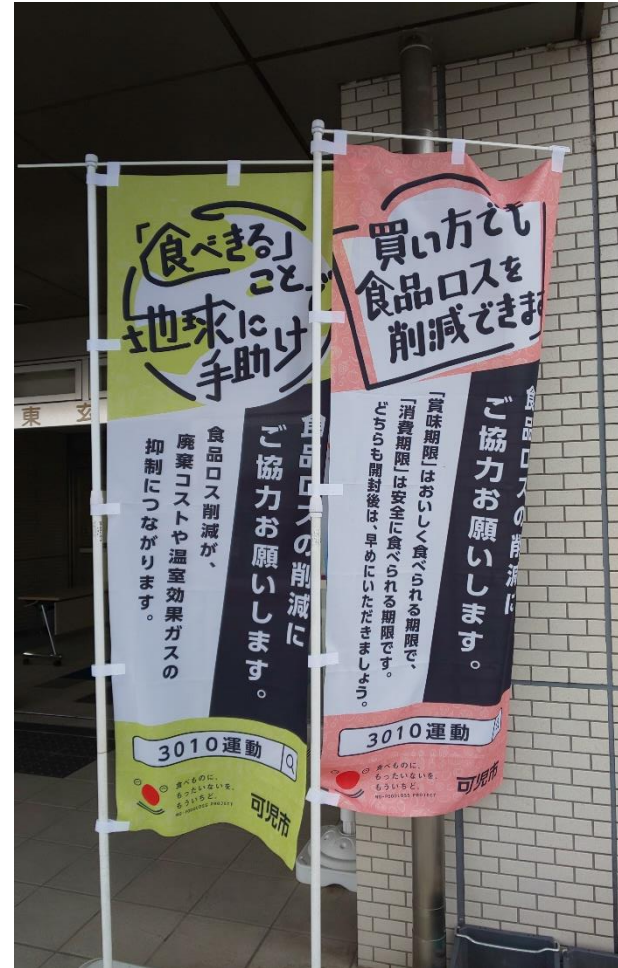
啓発のぼり

【ろすのん使用方法】

10月の食品ロス削減月間にあわせ、市内11箇所のスーパーなどにご協力いただき店舗敷地内に掲示していただきました。

【効果・感想】

まずは、食品ロス削減に関心を持っていただくことから始めます。お買い物前に、こののぼりを見て、食品ロスに配慮したお買い物をしていただく方が増えると思います。



啓発ポスター

【ろすのん使用方法】

宴会の機会が多い12～1月を「もったいない！料理は食べきる強化月間」とし、3010運動の実践を呼びかけるために、飲食店・ホテル等に掲示するポスターに使用。

【効果・感想】

飲食店・ホテル等の目立つ場所に掲示してもらったことで、県民の3010運動への認知度が高まりました。ポスターにろすのんを使用したことにより、国と県とが一体となって食品ロスに取り組んでいる姿勢を県民に対して示すことができた点がよかったと思います。





テーブルクロス

【ろすのん使用方法】

ごみの減量を啓発するため、各種イベントへ参加し、食品ロスの削減について掲載したテーブルクロスを使用。

【効果・感想】

デザインが目立つこともあり、立ち止まって見てくれるので、その後説明にも入りやすく啓発に役立っている。

