



しあわせ信州

長野県(環境部・県民文化部)プレスリリース 令和6年(2024年)9月20日

～県民挙げて巨大怪獣「フードロスラ」に立ち向かえ！～

## 10月の食品ロス削減月間に合わせ 「信州発もったいないキャンペーン」を実施します

10月の食品ロス削減月間に合わせ、味の素株式会社が映画『ゴジラ-1.0』で第96回アカデミー賞®視覚効果部門を受賞された山崎貴監督(松本市出身)に依頼し映像制作した巨大怪獣「フードロスラ」を自治体として初めて活用し、消費者に食品ロス削減を呼び掛ける「信州発もったいないキャンペーン」を実施します。

### 1 キャンペーン趣旨

県民の皆様(消費者)に、買い物の際は消費期限・賞味期限間近の食品から順番にとること(てまえどり)や家庭で余った食材を残さず使うことは、食品ロス削減につながり、環境などにやさしいエシカル消費になることを県内小売事業者(協力事業者)の皆様と呼び掛けます。

このキャンペーンは、フードロス問題の解決に取り組んでいる味の素株式会社(※1)との連携により、映画監督山崎貴氏が映像制作した「フードロスラ」(※2)を活用し実施します。

(※1) 長野県と味の素株式会社は令和元年6月に包括連携協定を締結し、循環型社会形成の推進などに連携・協働して取り組んでいくこととしています。

(※2) フードロスラとは

年間約244万トン(令和3(2021)年度推計)にも及ぶ家庭内の食品ロス。その廃棄食品の“悲しみ”が生んだ怪獣が「フードロスラ」。身近な調味料を上手に使い、食材を無駄なく、美味しく食べ切るための「小さな工夫」によって「フードロスラ」は撃退できます。

- ・「フードロスラ」特設サイト <https://www.ajinomoto.co.jp/event/foodlosslla/>
- ・「捨てたもんじゃない!」WEBサイト(別添 味の素株式会社提供資料)  
<https://park.ajinomoto.co.jp/special/tgtw/>



味の素株式会社制作  
「フードロスラ」



### 2 実施方法

#### (1) 協力事業者による啓発

協力事業者の各店舗の入口や売場等にポスター等の啓発素材(別紙1)を掲示し消費者の皆様へ啓発します。

#### (2) 県による広報

ポスター掲示、ラジオスポットCMの放送により広く周知します。

### 3 協力事業者

スーパーマーケット、コンビニエンスストア等 32事業者 1179店舗(別紙2)

### 4 実施時期

令和6年10月を中心に、11月以降も事業者の希望により年間を通じて実施

### 5 主催 長野県

(問合せ先)

担当 環境部 資源循環推進課  
資源化推進係 勝野

電話 026-235-7181(直通)

FAX 026-235-7259

E-mail [junkan@pref.nagano.lg.jp](mailto:junkan@pref.nagano.lg.jp)



(問合せ先)

担当 県民文化部 暮らし安全・消費生活課  
相談啓発係 宮坂

電話 026-235-7286(直通)

FAX 026-235-7374

E-mail [kurashi-shohi@pref.nagano.lg.jp](mailto:kurashi-shohi@pref.nagano.lg.jp)



## (別紙1) キャンペーン啓発素材

### ○「フードロス」を活用したポスター及びレールポップ

#### ポスター



#### レールポップ



### ○「アルクマ」を活用したスイングポップ



## (別紙2) キャンペーン協力事業者

32 事業者 1179 店舗

あさまパン、梓川サービスエリア下り線、イオンビッグ株式会社、イオンリテール株式会社北陸信越カンパニー、株式会社いちやまmart、株式会社イトーヨーカ堂、株式会社オギノ、オーガニックマーケット CAMBIO、株式会社コスコ、株式会社酒のスーパータカギ、株式会社ずくだせ農場、株式会社ステーションビル MIDORI JC 長野中央店、生活協同組合コープながの、株式会社セブン-イレブン・ジャパン、相馬商事株式会社、株式会社第一スーパー、株式会社ツルヤ、株式会社デリシア、TOMATO 食品館、株式会社長野県 A・コープ、長野県庁生活協同組合、株式会社ながの東急百貨店、株式会社西源、株式会社ニシザワ、株式会社原信、株式会社バローホールディングス、株式会社ファミリーマート、プロートヒューゲル、株式会社松下商店、株式会社萬年屋本店、山崎製パン株式会社、株式会社ローソン (50 音順、敬称略)

(別添 味の素株式会社提供資料)

味の素株式会社

「TOO GOOD TO WASTE ～捨てたもんじゃない!～<sup>TM</sup>」について



日本における令和3(2021)年度の食品ロス量は、年間523万トン、そのうち一般家庭から出る量は年間244万トンと47%を占めます。政府では、食品ロス削減のために何らかの行動をしている国民の割合を、令和7年(2025)度までに80%以上とすることを目標としています。

※出典:消費者庁消費者教育推進課 食品ロス削減推進室 食品ロス削減関係参考資料  
(令和5(2023)年6月9日版:フードロスラ制作時)

味の素株式会社では、ただ無駄を出さないだけでなく、捨てられているものに新しい価値を見出したり価値を高めていくことで、限りある食資源を最大限に活かす。この考え方のもと様々な取り組みを行っています。「TOO GOOD TO WASTE～捨てたもんじゃない!～<sup>TM</sup>」は、製品の製造過程で発生する食品ロスの削減や、家庭内での食品削減を目標とした活動全般を含む、当社のフードロス削減プロジェクトです。

身近な調味料を上手に使い、食材を無駄なく美味しく食べ切るための『小さな工夫』で「フードロスラ」を撃退しましょう。