

PRESS RELEASE

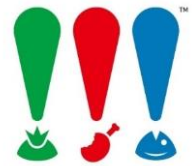
味の素株式会社 グローバルコミュニケーション部
〒104-8315 東京都中央区京橋1-15-1

2024年10月8日

味の素(株)、令和6年度「食品ロス削減推進表彰」にて 「環境大臣賞」を受賞

～フードロス削減プロジェクト「TOO GOOD TO WASTE ～捨てたもんじゃない!～™」
を通じた様々な取り組みが評価～

味の素株式会社(社長：藤江 太郎 本社：東京都中央区)は、環境省と消費者庁が主催し、食品ロスの削減に効果的かつ波及効果が期待できる優良な取り組みを実施した企業などを表彰する令和6年度「食品ロス削減推進表彰」において「環境大臣賞」を受賞しました。2022年に立ち上げた当社のフードロス削減プロジェクト「TOO GOOD TO WASTE ～捨てたもんじゃない!～™」を通じた、生活者の行動変容の促進と社内外との協業によるエコシステム構築への貢献が評価されました。



捨てたもんじゃない!
TOO GOOD TO WASTE

今回の「環境大臣賞」受賞は、サプライチェーン全体で行っている「TOO GOOD TO WASTE ～捨てたもんじゃない!～™」プロジェクトにおいて、生活者向けに行っている様々な取り組みが評価されたものです。当社は、2022年に本プロジェクトを立ち上げ、家庭から発生するフードロス削減に向けて生活者の行動変容を促進し、生活者との双方向コミュニケーションができる基盤や、各地域の自治体・団体、流通との協業に注力しています。また、地域課題解決にも貢献するレシピ開発や流通での店頭コミュニケーション等、生活者の行動変容に向けた取り組みを継続的に実施しています。

2024年1月には、47都道府県の自治体・団体と連携し、全国のご当地食材をおいしく使い切るNo.1グルメを決定する「『捨てたもんじゃない!™』グルメグランプリ」を開催し、地産地消を促進しました。自治体・団体とともにレシピ開発を進め、グランプリのサポーターとしてご当地ゆるキャラにも参加いただいたことで、地元メディアの取材やSNSでの拡散を通じて、グルメグランプリの最終投票数は25万票となりました。この取り組みを通じて、生活者のフードロス削減への関心を高めることに貢献しました。



「『捨てたもんじゃない!™』グルメグランプリ」で紹介したグルメ一覧

また当社は、10月の「食品ロス削減月間」に向け、従業員にも日本におけるフードロスの現状や自社の取り組みを紹介し、実際にフードロス削減メニューを喫食してもらうため、本社・川崎事業所・東海事業所・九州事業所にある社員食堂において、メニュー用調味料の「Cook Do®」ケース未満品を活用した「捨てたもんじゃない!™」メニューを提供します。ケース未満品とは、製品の製造工程において梱包に必要な個数を満たさない端数品のことです。これらを使ったメニューを提供することで、従業員自らがフードロス削減について考え、行動する機会をつくります。当社は、グループ全体での取り組みを推進し、社会課題に向けた行動変容を自ら起こしていくという思いで、今回の取り組みを実施しています。

当社グループでは、サプライチェーン全体でフードロス削減に向けた様々な取り組みを推進しています。2018年度と比較し、①2025年度までに原料受け入れからお客様納品までで50%削減、②2050年度までに製品ライフサイクル全体で50%削減を掲げています。

サプライチェーンにおけるフードロス削減に向けた施策



味の素グループのフードロス削減に向けた目標

2023年度には、2018年度比で2025年度までに調達から消費までのフードロスを50%削減する目標を早期に達成しました。当社グループは、引き続きサプライチェーンにおけるフードロス削減に取り組み、2050年に向けた製品ライフサイクル全体でのフードロス削減目標の達成に向けて活動を継続していきます。

参 考

フードロスの現状と当社「TOO GOOD TO WASTE ～捨てたもんじゃない!～™」について

日本における2022年度のフードロス量は、年間約472万トンで、そのうち一般家庭から出る量は年間約236万トンと約50%を占めます※1。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、2025年度までに80%以上とすることを目標としています(2023年度は76.7%)※2。当社では、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たりしていくことで、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!～™」は、製品の製造過程で発生するフードロスの削減や、家庭内でのフードロス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。

詳しくは「捨てたもんじゃない!™」WEBサイトをご覧ください。

<https://park.ajinomoto.co.jp/special/tgtw/>

※1)出典:環境省 報道発表資料 我が国の食品ロスの発生量の推計値(令和4年度)の公表について

https://www.env.go.jp/press/press_03332.html

※2)出典:消費者庁消費者教育推進課 資料

https://www.maff.go.jp/j/syokuiku/kaigi/attach/pdf/r05_02-16.pdf

2023年2月7日付ニュースレター

「ほんだし®」「丸鶏がらスープ™」「味の素kkコンソメ」のパッケージ裏面でフードロス削減の訴求開始
[https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000015.000092524.html](https://prt看mes.jp/main/html/rd/p/000000015.000092524.html)

2023年9月19日付ニュースレター

東京ミッドタウン八重洲内の「チカバキッチン東京八重洲」とフードロス削減の「捨てたもんじゃない!™」レシピを活用した期間限定ランチボックスの販売で連携
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000020.000092524.html>

2023年9月28日付ニュースレター

味の素(株)、10月の食品ロス削減月間にあわせて、『「捨てたもんじゃない!™」クイズキャンペーン』を実施中!
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000018.000092524.html>

2024年1月9日付プレスリリース

味の素㈱、「＼日本全国ご当地対抗！フードロス削減／「捨てたもんじゃない！™」 グルメグランプリ”を開催
<https://news.ajinomoto.co.jp/2024/01/20240109-01.html>

味の素グループサステナビリティレポート2024

<https://www.ajinomoto.co.jp/company/jp/ir/library/databook.html>

味の素グループは、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに、アミノサイエンス®で、人・社会・地球のWell-beingに貢献し、さらなる成長を実現してまいります。

味の素グループの2023年度の売上高は1兆4,392億円。世界34の国・地域に拠点を置き、商品を販売している国・地域は130以上にのぼります(2024年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。

本件に関する報道関係者からのお問い合わせ先：[Pr_media](#)