

～味の素グループのフードロス問題への取り組み～ フードロスの悲しみを背負った怪獣「フードロスラ」

味の素グループは、アミノサイエンス®で人・社会・地球のWell-beingに貢献することを目指しています。そのためには2030年までに、フードシステムでつながる「環境負荷の50%削減」と「10億人の健康寿命の延伸」という2つのアウトカムを実現して参ります。

本日は、味の素グループのフードロス問題への取り組み「フードロスラ」について、ご紹介します。

日本の家庭内のフードロスの量は、年間約244万トン※、東京ドーム約3個分にも及びます。つい作り過ぎてしまった食べ物から、食べられないと思って捨てた野菜などの芯や茎まで、日本各地の家庭から出された様々なフードロス。その悲しみを背負った怪獣が、「フードロスラ」になります。

「フードロスラ」倒すための唯一の手段は、私たちの小さな工夫と、小さな調味料です。

例えば、捨てられがちなキャベツの芯を煮込めば、「コリコリ食感スープ」になり、作り過ぎた煮物もリメイクすれば、「栄養たっぷりハンバーグ」に生まれ変わります。

ちょっとした工夫で大きなフードロス問題の解決へとつながることを、“Eat Well, Live Well.”をコーポレートスローガンに掲げる味の素グループからのメッセージとして、山崎貴監督により、制作された映像を是非ともご覧ください。

※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3年度）の公表について

【↓画像をクリックするとリンク先動画に移ります】



参考

「フードロスラ」公式サイト：<https://www.ajinomoto.co.jp/event/foodlosslla/>

Webムービーメイキング映像：<https://www.youtube.com/watch?v=dK6ZA1AGQZI>

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2022年度の売上高は1兆3,591億円。世界36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(2023年現在)。詳しくは、www.ajinomoto.co.jpをご覧ください。

本件に関するお問い合わせ先：investor_relations@asv.ajinomoto.com