

報道関係各位



"もったいない"削減へ更なる挑戦！ 注目の「涙目シール」を3月から全国展開 おむすび・弁当など約70品目の消費期限を2時間延長

株式会社ファミリーマート（本社：東京都港区、代表取締役社長：細見研介）は、消費期限の迫ったおむすびや弁当などの中食商品に使用する値下シールを、消費者の感情に訴えかける「涙目シール」に変更し、2025年3月11日（火）から順次、全国の店舗に拡大します。全国展開にあたり「涙目シール」のイラストやメッセージを、より大きく、わかりやすくしました。東海地方（愛知県・岐阜県・三重県・静岡県の一部）の店舗から導入を開始します。

また、おむすび・弁当・寿司など米飯全商品（チルド温度帯の米飯類除く）の消費期限を2時間延長する取り組みも実施します。これにより店舗における食品ロスをより一層削減してまいります。



◆なぜ「涙目シール」に変更するのか？

「涙目シール」は、値下シールに値下金額だけでなく、「お客さまの心に響くメッセージ」なども添えることで、お客さまと一緒に食品ロス削減に取り組むことを目的とした取り組みです。「たすけてください」というメッセージは、食品ロスによって捨てられてしまう食材の心情を表現しています。お客さまが商品を購入する際に、メッセージやキャラクターの表情が目に入ることで、食品ロスの問題が想起されます。それにより、お客さまにより肯定的に値下商品を選択していただけるようになる効果を期待することができます。

デザイン選定では、「消費者の共感を得られること」や「食品ロスの問題点を効果的に訴求できること」などを基準に複数のイラストデザインを作成し、消費者モニターの方に評価していただきました。その結果、食品ロス削減につながる最も支持をいただいたメッセージとキャラクターのデザインを採用しました。

2024年10月に実施した実証実験においても、「涙目で思わず助けたいくなるイラストだったので手に取った」「食品ロス削減に関心があるので賛同して購入した」などの好意的なご意見をいただくことができました。一方で、「たすけてください」のメッセージや、キャラクターの表情が、もっとわかりやすい方が良いというご意見もいただきましたので、全国展開に当たっては、それらをより大きく表示できるようにデザインを一部変更しました。



◆東海地方を皮切りに順次全国に拡大！

「涙目シール」は、2025年3月11日（火）に東海地方（愛知県・岐阜県・三重県・静岡県の一部）の店舗から導入を開始します。値下シールは、金額ごとに全部で7種類のデザインがあります（10円、20円、30円、50円、100円、120円、150円）。※従来のシールの在庫状況によって、各店舗での導入時期は異なります。一部店舗では取り扱いがない場合もあります。

その他の地域は、4月以降順次導入を進めていく予定です。金額によってシールの導入時期が異なります。

実証実験の結果から「涙目シール」が全国展開されると、店舗で発生する食品ロスは年間で約3000トン削減される見込みです。

▼実証実験の概要はこちらの資料からご覧いただけます

<https://www.family.co.jp/sustainability/topics/2024/s20241023.html>



◆ご飯をより美味しく、消費期限を2時間延長

このたび、製造工程の見直しにより、お米本来の美味しさを最大限に引き出すとともに、品質の保持を実現しました。これにより、おむすび・弁当・寿司などを含む米飯全商品（チルド温度帯の商品除く）約70品目について、消費期限を2025年3月4日（火）発売分から2時間延長することが可能になりました。（※）消費期限の延長により、お客さまへの販売機会が増えるとともに、食品ロス削減にも繋がってまいります。

※宮崎県、鹿児島県、沖縄県は除く。



◆環境の中長期目標に基づき店舗での食品ロスを削減

ファミリーマートは、環境の中長期目標「ファミマ eco ビジョン 2050」を策定し、店舗における食品ロス削減に積極的に取り組んでいます。これまでも商品包装の改良による商品のロングライフ化や、発注精度の向上、「てまえどり」の継続実施など様々な取り組みを実施してきました。

また 2021 年 7 月からは、消費期限の迫ったおむすびや弁当などの中食商品に、バーコード付き値下げシールを貼り値下げ販売する店舗値下げシステム「ファミマのエコ割」を導入し、全国の 9 割以上の店舗で活用されています。



こうした取り組みが奏功し、食品ロス削減の 2023 年度実績は、2018 年対比 26.3%削減の計画に対して、実績 28.9%と計画を上回ることができました。「ファミマ eco ビジョン 2050」では、2030 年に 50%削減、2050 年に 80%削減することを目標にしていますので、今後も、新たな取り組みにもファミリーマートらしく積極的にチャレンジしていきながら、食品ロス削減に向けた取り組みを進めていきます。

▼ファミリーマートの食品ロス削減の取り組みはこちらからご覧いただけます

https://www.family.co.jp/sustainability/material_issues/environment/circulation.html

ファミリーマートは、2020 年 2 月に環境に関する中長期目標「ファミマ eco ビジョン 2050」を制定し、「温室効果ガス（CO2 排出量）の削減」「プラスチック対策」「食品ロス削減」の 3 つのテーマで取り組みを推進しています。持続可能な社会の実現に貢献するため、それぞれのテーマについて数値目標を設定しています。

▼「ファミマ eco ビジョン 2050」の概要について

<https://www.family.co.jp/sustainability/ecovision.html>

ファミリーマートは、「あなたと、コンビニに、ファミリーマート」のもと、地域に寄り添い、お客さま一人ひとりと家族のようにつながりながら、便利の先にある、なくてはならない場所を目指してまいります。

以上