

**年間 3000 トンの食品を救う「涙目シール」
「第 34 回 食品安全安心・環境貢献賞」を受賞！
お客さまとの“共感”が受賞の決め手に**

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、「第 34 回 食品安全安心・環境貢献賞」（主催：日本食糧新聞社、後援：農林水産省・環境省）を受賞しました。このたびの受賞は、当社が掲げる 5 つのキーワードの 1 つ「食の安全・安心、地球にもやさしい」を具現化する食品ロス削減の取り組み「涙目シール」が、「消費者の共感を軸とした食品ロス削減への挑戦」として高く評価されたものです。



■「食品安全安心・環境貢献賞」について

食品産業（食品製造、流通、外食、中食、ホテル業など）の安全、安心、環境保全への関心を高め、業界における対応の促進と向上を目的として、日本食糧新聞社が先駆的・先端的な活動、成果を創出した食品産業に属する企業・団体を表彰するものです。

「食品安全安心・環境貢献賞」関連ページ

<https://info.nissyoku.co.jp/modules/general/view.php?id=65>

■お客さまと一緒に食品ロス削減に取り組む「涙目シール」

「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。値下販売のシールに「たすけてください」というメッセージと「涙目」のキャラクターを記載することで、お客さまの心に直接語りかけて共感を得ながら、一緒に食品ロス削減に取り組むユニークなコミュニケーションツールです。2024 年 10 月に行った実証実験では、従来のシールに比べ購入率が向上しました。これを全店で実施すると年間約 3,000 トンもの食品ロス削減につながることを踏まえ、2025 年 3 月に全国展開を開始しました。

「値下商品の購入は恥ずかしいが、助けるためだと思えば購入できる」という声も聞かれ、涙目シールが消費者の値下商品購入への心理的ハードルを下げ、食品ロス削減対策に新たな視点をもたらしました。

現在、店舗のレジ液晶画面や店内のデジタルサイネージ「Family Mart Vision」を活用し、涙目キャラクターが食品ロス削減を呼びかけるなど、継続的なアプローチでお客さまの食品ロスへの意識向上を図っています。

■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シールを貼り値下販売する店舗値下システム「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。

「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

<ご参考>

◆環境の中長期目標「ファミマ eco ビジョン 2050」について

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」を策定し、「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、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