

**年間 2500 トンの食品ロスを削減した「涙目シール」が
「令和 8 年度食品ロス削減推進表彰」
「第 14 回食品産業もったいない大賞」にて W 受賞！**

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：小谷建夫）は、2026 年 9 月に創立 45 周年を迎えました。継続して取り組んできた 5 つのキーワードを土台とし、「いちばんチャレンジ」を合言葉に活動をしていきます。このたび、「食品ロス削減月間」である 10 月を迎えるにあたり、「いちばん環境にやさしい」を目指す食品ロス削減の取り組みが評価され、「令和 8 年度食品ロス削減推進表彰（主催：環境省・消費者庁）」にて『環境事務次官賞』を、「第 14 回食品産業もったいない大賞（主催：公益財団法人食品等持続的供給推進機構）」にて『農林水産省大臣官房総括審議官賞（新事業・食品産業）』を受賞いたしました。

このたびの受賞では、食品ロス削減の取り組みである「涙目シール」が、従来の価格訴求を「共感型アプローチ」へと見事に転換させた点が高く評価されました。



■「食品ロス削減推進表彰」とは

環境省および消費者庁が連携し、食品ロス削減において効果的かつ波及効果の期待できる優れた取り組みを実施した者を表彰することで、国民運動として食品ロス削減を推進する取り組みです。

「食品ロス削減推進表彰」関連ページ：

https://www.env.go.jp/recycle/food/commendation_R8.html

■「食品産業もったいない大賞」とは

東日本大震災を機に見直された「もったいない」の精神のもと、食品産業における省エネルギーや食品ロス削減などの優れた事例を表彰・発信し、業界全体の地球温暖化防止と持続可能な発展を推進する取り組みです。

「もったいない大賞」関連ページ：

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/recycle/ondanka/mottai/mottai.html>

■お客さまと一緒に食品ロス削減に取り組む「涙目シール」とは？

「涙目シール」は、値下シールに「たすけてください」というメッセージと「涙目」のキャラクターを添えた、ユニークなコミュニケーションツールです。単なる値下金額の表示だけでなく、お客さまの心へ直接語りかけ、共感の輪を広げながら共に食品ロス削減に取り組むことを目指しています。実証実験における購入率の向上を確認し、2025 年 3 月から全国展開をスタートしました。「思わずたすけたくなった」といったお客さまからの温かいお声も寄せられ、結果として 1 年間で約 2,500 トンの食品ロス削減に貢献しました。



■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、さまざま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おり、今後も新たな取り組みに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、「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

<参考情報>

■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>

■「いちばんチャレンジ」に込められた思い

ファミリーマートは、2026 年 9 月に創立 45 周年を迎えました。
時代の変化に合わせ、コンビニの枠を超えてお客さまに「いちばん」と選ばれる存在であり続けるため、私たちは「あなたのいちばんをたくさん作る『いちばんチャレンジ』」を新スローガンに掲げています。

この合言葉のもと、「おいしい」「ちょっとおトク」「わくわく楽しい」「ステキが見つかる」「革新的・最先端」「環境にやさしい」「働きたい」「地域に愛される」という 8 つの分野に基づき、ファミリーマート史上最大の挑戦を続けてまいります。

45 周年特設サイト：https://www.family.co.jp/campaign/spot/2026_45th.html