NEWSRELEASE

2026 年 11 月 20 日

報道関係各位

株式会社ファミリーマート

環境省「モデル実証事業」において富士通と協業し、AI を活用した脱炭素製品需要創出の実証実験を開始 ファミマ!!店舗にて、脱炭素製品の効果的な販促施策を検証

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「いちばん環境にやさしい」を目指した取り組みの一環として、富士通株式会社（本店：神奈川県川崎市、代表取締役社長 CEO：時田隆仁）と、令和 8 年度（2026 年度）に予定されている環境省委託事業「脱炭素製品等の需要創出に向けたモデル実証事業」に対し共同で公募申請を行いました。このたび採択されたことを受け、AI を活用して脱炭素製品※の需要創出に向けたマーケティング施策を立案・検証する実証実験を開始します。2027 年 1 月から順次、対象となる「ファミマ!!」店舗にて POP 展開などの販促施策を実施いたします。

環境省発表資料：「脱炭素製品等の需要創出に向けたモデル実証事業」への参加団体の決定について
https://www.env.go.jp/press/press_05459.html

脱炭素製品は、社会貢献の意義がある一方で、通常の製品と比較して価格面などで消費者に選択されにくいという課題があります。本事業では、富士通が開発した「Fujitsu 因果 AI」を活用し、消費者が脱炭素製品を購入する因果関係を分析いたします。

これにより、消費者が共感・納得して購入できるメッセージや POP などの効果的な販促施策を検討し、消費者の行動変容を促すことで商品購入による脱炭素社会の実現（社会性）を目指します。

【取り組み概要】

内容：ファミリーマート保有データと富士通の AI 技術を活用した、脱炭素製品が売れるためのマーケティング施策の立案および実店舗での有効性検証

実施期間：2026 年 11 月からデータ集計・分析を開始
2027 年 1 月に販促施策を検証、2027 年 2 月実証終了

実施店舗：ファミマ!!（一部店舗）
対象商品：コンビニエンスウェア インナーT シャツ クルーネック しろ
コンビニエンスウェア 発熱・保湿インナー REHEAT ラウンドネック
などの「Renu®」（※）使用トップス
※「Renu®」とは、伊藤忠商事株式会社が展開するリサイクルポリエステルです。




【検証方法】
データ提供：購入者情報を含む販売データ（ID-POS など）の提供、およびファミペイを活用したユーザー（購入者・非購入者）へのマストバイアンケートの実施。
施策の立案と実行：データを AI に入力し、分析結果に基づいた効果的な販売施策（環境メリットと個人メリットを組み合わせた訴求など）を店舗で実施。
効果検証：施策実施前後の販売データを比較し、AI を活用して導き出した施策が消費者の脱炭素製品購買にどの程度寄与したかを検証。

※脱炭素製品：原料の採取から製造、使用、廃棄に至るまでのライフサイクル全体で環境への負荷が少なく、温室効果ガスの排出や資源の消費を抑えるよう配慮された製品やサービスのこと

ファミリーマートと富士通は、最新のテクノロジーを活用することで、「環境に良いから」だけでなく「欲しい商品が環境にも良い」という新しい購買体験を創出し、お客さまとともに脱炭素社会の実現に向けたチャレンジを続けてまいります。

以上

＜参考情報＞
■「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ました。
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