

**世界 No.1 フードロス削減アプリ「Too Good To Go」と
「涙目シール」が強力タッグで「食品ロスゼロ」に挑戦！
～恵方巻の販売でもアプリを活用～**

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、フードロス削減アプリを運営する Too Good To Go Japan 株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役：大尾嘉宏人）と連携し、そのサービスを活用した食品ロス削減の実証実験を、2026 年 1 月 28 日（水）から東京都内の 6 店舗で開始します。アプリを通じてより多くのお客さまにご参加いただき、その削減効果の検証結果を踏まえ、今後も食品ロス削減に向けた取り組みを推進していきます。

なお、今回の取り組みはファミリーマートが継続して取り組む 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」に基づくものです。



◆Too Good To Go で「食品ロス削減に貢献したいお客さま」をマッチング

ファミリーマートでは、これまで AI を活用した発注精度の向上や消費期限の延長、一部地域での冷凍弁当や冷凍おむすびの販売、また「ファミマのエコ割（涙目シール）」導入など、店舗で発生する食品ロスの削減に向けた取り組みを継続して推進してきました。

このたび、世界 No.1（※）北欧発フードロス削減アプリ「Too Good To Go」を活用し、店舗で消費期限の迫った商品と「食品ロス削減に貢献したい」と考えるお客さまをアプリ上でマッチングする実証実験を実施します。店頭にご来店のお客さまだけでなく、店外のお客さまへもアプリを通じて情報をタイムリーにお届けすることで、食品ロス削減の有効性を都内 6 店舗で検証していきます。

「Too Good To Go」は通常、まだまだおいしく食べられる余った食品を詰め合わせた「サプライズバッグ」を定価の半額以下で提供する仕組みですが、本実証実験ではファミリーマート独自の運用を試行します。「サプライ

ズバッグ」形式も実施するほか、現在店頭で展開している「涙目シール」による値下販売をアプリ上でも展開し、単品でも購入いただけるようにします。立地や客層に合わせた最適な手法を模索・検証していきます。

また、期間中の「恵方巻」の販売においても本アプリを活用し、食品ロス削減への取り組みを推進していきます。

【Too Good To Go Japan 株式会社 代表取締役 大尾嘉宏氏コメント】

この度、ファミリーマート様と共に、日本におけるフードロス削減の取り組みを開始できることを、大変嬉しく思います。

パートナーとしてファミリーマート様とご一緒する理由は、「ファミマのエコ割（涙目シール）」の導入をはじめとしたフードロス削減の取り組みをいち早く実施されるなど、食品廃棄に対する消費者の意識変容にも積極的に向き合われており、私たちと共通の想いと情熱をお持ちであると強く感じたためです。

私たちは、フードロス削減に取り組むすべての人々に寄り添い、お店とお客様をつなぐ「架け橋」でありたいと考えています。今回のアプリをはじめ、グローバルでフードロス削減に関連する様々なプラットフォームを提供している企業として、ファミリーマート様のフードロス削減の取り組みを支援できると考え、今回の提携に至りました。

本パートナーシップを通じて、ファミリーマート様と共に、フードロス削減を特別な取り組みではなく「当たり前の選択」として社会に根付かせていきたいと考えています。



画面イメージ

※世界 No.1：フードロス削減アプリにおけるユーザー数の世界 No.1 調査

・調査期間：2025 年 10 月時点

- ・調査対象プラットフォーム：最大 65 か国にまたがる B2C 向けフードマーケットプレイス 88 社
- ・調査方法：各競合について、ニュースフィード、プレスリリース、公式サイトにて公開されたユーザー数情報を調査（自社調べ）

◆世界 No.1 北欧発フードロス削減アプリ「Too Good To Go」

「Too Good To Go」は、店舗で発生する余った食品と、それをおトクに購入したいユーザーをアプリでつなぐフードロス削減アプリです。まだまだおいしく食べられる食品を詰め合わせた福袋のようなセットを、手頃な価格で「サプライズバッグ」として提供します。世界 21 カ国で、1 億 2,000 万を超える登録ユーザーと 18 万のパートナーとともにフードロス削減に取り組む、デンマーク発のソーシャルグッドカンパニーです。

◆お客さまと共に食品ロスを削減する「涙目シール」

「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、お客さまの共感を得ながら食品ロス削減を目指すユニークなツールです。値下商品の購入に対する心理的ハードルを下げる効果があり、2025 年 3 月より全国展開を開始しました。実際の店舗の廃棄量も他の施策と合わせて前年同期比（※）で約 5%削減を達成しており、年間約 3,000 トンの削減を見込んでいます。また、この取り組みを社会全体へ広げるため、2025 年 10 月にはイラストのフリー素材化も実施いたしました。



※2024 年度上期と 2025 年度上期の比較

<実証実験の概要>

(1) 期間

2026 年 1 月 28 日（水）から開始。

※ファミリーマートムスブ田町店から開始し順次拡大

(2) 実施内容

本実証実験では、立地や商品特性に合わせて販売方法を検証します。

(3) 実施店舗

店舗名	住所
池袋北口店	東京都豊島区西池袋 1-43-7
東池袋明治通り店	東京都豊島区東池袋 1-35-3
駒沢大学駅前店	東京都世田谷区上馬 3 丁目 18-14
池袋グリーン大通り店	東京都豊島区東池袋 1-12-3 常陽銀行池袋ビル
メトロ外苑前店	東京都港区北青山 2-5-8 青山 OM - SQUARE
ムスブ田町店	東京都港区芝浦三丁目 1-21

◆環境の中長期目標に基づき店舗での食品ロス削減

ファミリーマートは、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、店舗の食品ロスについて、2018 年対比で 2030 年に 50%削減、2050 年に 80%削減することを目標としています。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、食品ロス削減に向けた取り組みを推進していきます。



▼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