



報道関係各位

株式会社ファミリーマート

## ファミリーマートの新プライベートブランド

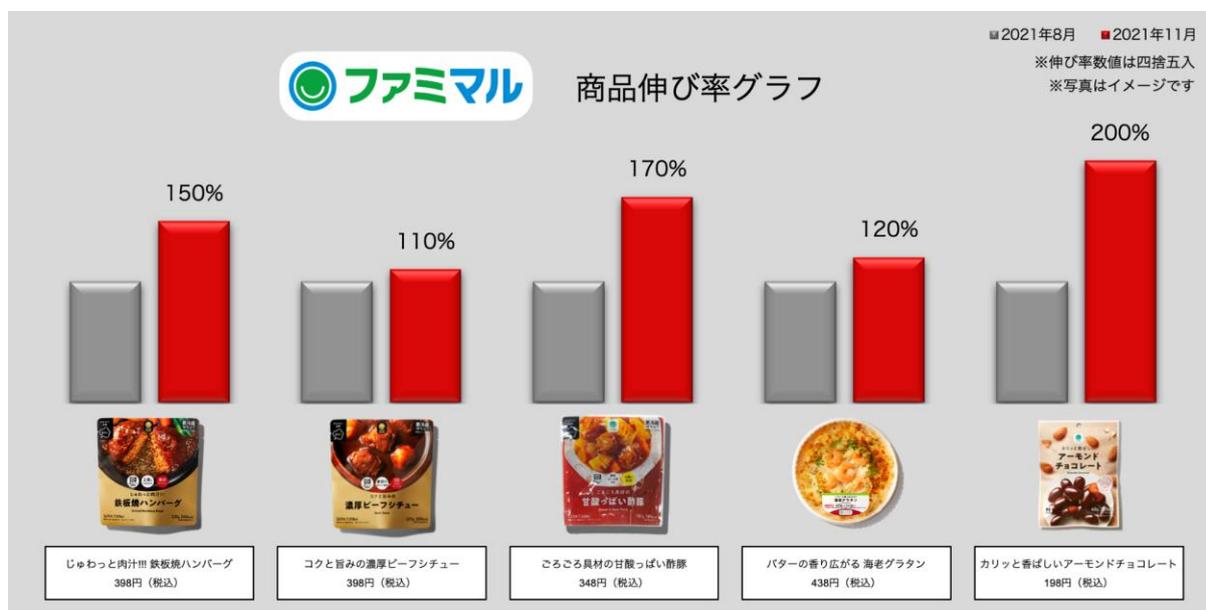
### 「ファミマル」好調にスタート

**「じゅわっと肉汁!!!鉄板焼ハンバーグ」が伸び率約 150%を記録!**

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、2021年10月19日（火）から新たなプライベートブランド「ファミマル」を立ち上げ、プライベートブランド商品（以下、PB商品）を全国のファミリーマート約16,600店で順次展開しております。

このたび、ファミマル商品の11月売上が軒並み好調で、特に「じゅわっと肉汁!!!鉄板焼ハンバーグ」はリニューアル前の商品との比較（※）で約150%の伸び率を記録したことをお知らせいたします。※本年8月と11月の月間売上数量の比較

また、「コクと旨味の濃厚ビーフシチュー」は約110%、「ごろごろ具材の甘酸っぱい酢豚」は約170%、「バターの香り広がる!海老グラタン」は約120%、「カリッと香ばしいアーモンドチョコレート」は約200%など、多くの商品が、リニューアル前と比較して伸長しております。



## ■「ファミマル」各商品詳細とリニューアルのポイント

	<p>商品名：じゅわっと肉汁！！鉄板焼ハンバーグ          価格：369 円（税込 398 円）          内容：じゅわっと肉汁があふれる上質な柔らかさのハンバーグに、ポルチーニ茸を隠し味に濃縮ワインを加えた贅沢なデミグラスソースを合わせました。          あふれる肉汁はそのままに、塩角（舌を直接に刺激する塩味）をとることで、デミグラスソースの贅沢な味わいを感じられるように仕上げました。</p>
	<p>商品名：コクと旨みの濃厚ビーフシチュー          価格：369 円（税込 398 円）          内容：牛や野菜の旨みを凝縮して仕上げた濃厚なデミグラスソースに、アンチョビやケパーなどの隠し味を加え、華やかな風味と深いコクに仕上げたビーフシチューです。</p>
	<p>商品名：ごろごろ具材の甘酸っぱい酢豚          価格：323 円（税込 348 円）          内容：ごろごろとカットした豚肩ロース肉や 3 種の炒め野菜を、爽やかな酸味が特徴の甘酸っぱいあんで味付けました。</p>
	<p>商品名：バターの香り広がる！海老グラタン          価格：406 円（税込 438 円）          内容：原料にバターとバター風味オイルを追加し、レンジアップした際に「バターの香り」がふわっと広がる仕立てにしました。2 種類のチーズ（チェダー・モザレラ）とぷりぷり食感の海老を 5 尾載せて、香ばしく焼き上げました。</p>
	<p>商品名：カリッと香ばしいアーモンドチョコレート          価格：184 円（税込 198 円）※一部地域で価格が異なります。          内容：カリッと香ばしいアーモンドをカカオの風味豊かなチョコレートで包みました。チョコレートの品質を見直し、糖質オフでもカカオの風味をしっかり感じられるチョコレート菓子に仕上げました。          1 袋あたりロカボ糖質量 7.8g のお菓子です。サステナブルカカオ使用。          ※ロカボ糖質とは利用可能炭水化物を元に算出したものです。</p>

※画像はイメージです。

※軽減税率対象商品につき、税込価格は消費税 8%にて表示しております。

※店舗によって取扱いのない場合がございます。

ファミリーマートはこれからも「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・ファミマルについて>

### ■対象商品数は約 810 種類！ 3つのラインで展開する「ファミマル」

ファミマルは、“家族の日常を豊かにする”加工食品や菓子、日用品、飲料などの「ファミマル」約 350 種類、“家族の食卓を支える”惣菜や冷凍食品に、お弁当、サンドイッチなどの中食商品を加えた「ファミマル KITCHEN」約 450 種類、ファミマル KITCHEN の中で、“素材や製法に特にこだわった上質な美味しさ”を提供するプレミアムライン「ファミマル KITCHEN PREMIUM」約 10 種類の 3 つのライン、合計約 810 種類で展開しています。

### ■ファミマル ネーミングとロゴに込められた思い

これまで、ファミリーマートでは、日用品、菓子、加工食品、飲料などの PB 商品を「ファミリーマートコレクション」、惣菜を始め、日配品、冷凍食品などの PB 商品を「お母さん食堂」として展開してまいりました。

両ブランドには「美味しさ」や「安全・安心」といった、それぞれのコンセプトに共通する部分が多くあります。ファミリーマートの PB 商品を情報発信力のより高いものにするべく再構築を図る中で、2 つのブランドを 1 つに統合し、新プライベートブランド「ファミマル」にすることとしました。



「ファミマル」のネーミングとロゴには、以下の思いが込められております。

#### 1 「ファミマルの PB 商品であることがすぐわかる」こと

→「ファミマル」というワード、ファミリーマートのブランドカラーを使用

#### 2 「ファミマルが自信を持って薦めるクオリティであることが伝わる」こと

→安全・安心、環境対応、美味しさなど、「ファミマルの二重丸」品質を表現したデザイン

#### 3 「老若男女あらゆる世代・性別の方々が理解できる」こと

→お客さまも笑顔になるスマイルマーク（※ロゴ案の消費者調査で 1 位を獲得したロゴ）

### ■ファミマルのコンセプト

ファミマルのコンセプトは「ファミリークオリティ」。目指すのは大切な家族に安心してお薦めできる品質と安全性です。また、「おいしい◎うれしい◎あんしん◎」をキーワードに、お子さまからご高齢の方まで、誰にでもわかりやすい伝え方で、魅力を発信してまいります。

