

**「FAMIMA CAFÉ」の共同開発パートナー
「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲氏と共同開発
“世界 No.1 バリスタが認めたチルドカップコーヒー” 4 種類を発売！
～「レギュラー」「ビター」「砂糖不使用」「深炒り焙煎」の 4 種類をラインアップ～**

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、昨年から取り組んでいる5つのキーワードの1つである「もっと美味しく」の一環として、プライベートブランド「ファミマル」の新商品、「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲（かすやてつ）氏と共同開発したチルドカップコーヒー4種類を、2022年9月27日（火）から、全国のファミリーマート約16,600店で発売いたします。



■「FAMIMA CAFÉ」の共同開発パートナー「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲氏と共同開発したチルドカップコーヒー

このたびファミリーマートは、「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲氏と共同開発したチルドカップコーヒーを発売いたします。ファミリーマートと粕谷哲氏は、2020年2月からタッグを組み、「FAMIMA CAFÉ」のカウンターコーヒーを共同開発しております。豆本来の甘みを引き出す甘味焙煎が特徴のブレンドコーヒー、長時間の焙煎によってコクを最大限引き出した後味すっきりのアイスコーヒーなど、品質を追求した「FAMIMA CAFÉ」は多くのお客さまからご好評いただいております。

今回のチルドカップコーヒーにおいても、“世界チャンピオンのバリスタが認めたチルドカップコーヒー”を目指して、ファミリーマートの商品開発担当者と粕谷氏で数カ月間に渡り、試飲など各種テストを重ねてきました。その結果、従来のチルドカップコーヒーのクオリティを超える味わいをもった自信作が完成いたしました。「レギュラー」「ビター」「砂糖不使用」「深炒り焙煎」の合計4種類の味わいの異なるチルドカップコーヒーをラインアップして全国のお客さまにお届けいたします。

■ 粕谷哲氏からのコメント

自分の大好きな商品がまたファミリーマートに並ぶことをとても嬉しく思います。

品質に妥協することなく、自分自身が心から美味しいと思える商品にすることが出来たのは関係各所の皆様のご協力のおかげです。

チルド飲料チームみんなで作り上げた最高傑作をぜひ手に取ってみてください。

【商品詳細】

	<p>【商品名】カフェラテ レギュラー 【価格】149 円（税込 160 円） 【発売日】9 月 27 日（火） 【発売地域】全国 【内容】「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲氏と共同開発した商品です。コーヒーとミルクの一体感を追求したカフェラテです。使用するコーヒー豆は「カフェラテ レギュラー」専用の割合でブレンドしました</p>
	<p>【商品名】カフェラテ ビター 【価格】149 円（税込 160 円） 【発売日】9 月 27 日（火） 【発売地域】全国 【内容】「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲氏と共同開発した商品です。後味にコーヒーの心地よい苦味が残るように仕立てたカフェラテです。使用するコーヒー豆は「カフェラテ ビター」専用の割合でブレンドしました</p>
	<p>【商品名】カフェラテ 砂糖不使用 【価格】149 円（税込 160 円） 【発売日】9 月 27 日（火） 【発売地域】全国 【内容】「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲氏と共同開発した商品です。砂糖不使用でミルク本来の甘さを活かして仕上げたカフェラテです。使用するコーヒー豆は「カフェラテ 砂糖不使用」専用の割合でブレンドしました。</p>
	<p>【商品名】カフェラテ 深炒り焙煎 【価格】202 円（税込 218 円） 【発売日】9 月 27 日（火） 【発売地域】全国 【内容】「世界チャンピオンのバリスタ」粕谷哲氏と共同開発した商品です。厳選した深炒りコーヒー豆から抽出したコーヒーと、生乳を 50%以上使用し、コクのある味わいに仕上げました。甘さを抑えたすっきりとした後味が特徴です。</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、「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

<参考情報>

◆粕谷 哲（かすや てつ）氏について

コーヒー業界に足を踏み入れてわずか3年で、独自のハンドドリップ理論「4:6メソッド」により、WORLD BREWERS CUP 2016にてアジア人として初めて世界チャンピオンに輝く。優勝後は世界各国のバリスタのコーチを行っており、2018年には自身の教え子も同大会で優勝するなど、トップバリスタを育てるコーチとしても活躍中である。

経歴

2013年 ITベンチャーを退職し、現 COFFEE FACTORY に入社。バリスタとしての道を進み始める。

2015年 Japan Brewers Cup 2015 優勝。

2016年 World Brewers Cup 2016 優勝。日本人初の決勝進出、アジア人初の世界制覇を達成。

◆ファミマルについて

■対象商品数は約830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」、 “家族の食卓を支える”惣菜や冷凍食品に、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」、また、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」の3つのラインで、合計約830種類を展開しております。

■「ファミマル」ネーミングとロゴに込められた思い



1 「ファミマの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、誰にでも分かりやすい伝え方で、魅力を発信してまいります。

ファミマルのキーワード

おいしい ◎ うれしい ◎ あんしん ◎

おいしいへの取り組み



原材料や製法にこだわりを持った商品を開発する基準を設定。競合調査や、お客様の声を取り入れ、おいしさを追求していく。

うれしいへの取り組み



家族に自信を持って薦められる品質をお求めやすい価格で提供することを目指す。パッケージでは、商品特徴を分かりやすく表記。

あんしんへの取り組み



独自基準をクリアした工場だけを選定。バイオ基配合の包材や紙容器を使用するなど、環境配慮型素材へ切り替えを促進していく。