

報道関係各位

株式会社ファミリーマート

管理栄養士監修の冷凍食品が新登場！
レンジでチンするだけで一度に3種類のおいしいおかずが完成
「デミハンバーグ」と「白身魚フライ」の2商品を発売

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、継続して取り組んでいる5つのキーワードの1つである「『あなた』のうれしいの一環として、ファミリーマートのプライベートブランド「ファミマルKITCHEN」の冷凍食品より「3種のおかずプレート デミハンバーグ」462円（税込498円）と「3種のおかずプレート 白身魚フライ」462円（税込498円）を2024年10月15日（火）から全国のファミリーマート約16,300店にて発売いたします。



■タイパ&コスパだけじゃない！“ウェルパ”も備えたヘルシーで美味しい冷凍食品「3種のおかずプレート」を発売

昨今、若い世代を中心に「効率」を意識する傾向が生まれています。コストパフォーマンスの略である「コスパ」、タイムパフォーマンスの略である「タイパ」に加えて、最近では、ウェルビーイング（※）パフォーマンスの

略である「ウェルパ」が新たな概念として誕生しました。「ウェルパ」とは、自分自身や周りの環境を含めて居心地の良い状態を効率よく求めることを表しています。

このたび発売する「3種のおかずプレート デミハンバーグ」と「3種のおかずプレート白身魚フライ」は、タイパ・コスパ・ウェルパを兼ね備えて、発売いたします。手軽に管理栄養士監修のおかずがお楽しみいただける「3種のおかずプレート」をぜひご賞味ください。

※ウェルビーイング（Well-being）は、well（よい）とbeing（状態）からなる言葉

■タイパ・コスパ・ウェルパ別「3種のおかずプレート」のうれしいポイント

「タイパ」

- ・忙しい時も、レンジでチンするだけで3種類のおかずが完成

「コスパ」


- ・管理栄養士監修の美味しさにこだわったおかずが3種入って、1食あたり税込498円


「ウェルパ」

- ・1食あたりのカロリー・タンパク質量・糖質・食塩相当量は、国の定める「健康日本21」を参考に独自の基準（※）を設定

（※）エネルギー350キロカロリー以下、タンパク質10g以上、糖質30g以下、食塩相当量2.5g以下

【商品詳細】

	<p>【商品名】3種のおかずプレート デミハンバーグ 【価格】462円（税込498円） 【発売日】2024年10月15日（火） 【発売地域】全国 【内容】玉ねぎやマッシュルームを煮込んだデミグラスソースのハンバーグがメインのおかずプレートです。デミグラスハンバーグのほかに、かぼちゃとブロッコリー、トマトパスタ和えとジャーマンポテトを付け合わせました。 ※総カロリーは266キロカロリー、タンパク質は11.4g</p>
---	---

	<p>【商品名】3種のおかずプレート 白身魚フライ 【価格】462円（税込498円） 【発売日】2024年10月15日（火） 【発売地域】全国 【内容】玉ねぎなどの具材を感じられるタルタルソースののった白身魚フライがメインのおかずプレートです。野菜（赤ピーマン・かぼちゃ）とパスタ、いんげんベーコン和えとチリビーンズを付け合わせました。 ※総カロリーは331キロカロリー、タンパク質は10.7g</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。

※店舗によって取り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・ファミマルについて>

■対象商品数は1000種類以上！種類豊富なプライベートブランド「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」、 “食べる楽しさをいつでも手軽に”する「ファミマルBakery」、 “毎日に癒しとご褒美を”提供する「ファミマルSweets」、また、“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PREMIUM」など、それぞれのラインアップで、合計1000種類以上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



誰もが笑顔になる
二重丸の品質を表現。

おいしい◎うれしい◎あんしん◎の「マル」と、
「ファミマ」を組み合わせ名称を開発。

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、「ファミマの二重マル」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

すべての方の毎日に、

「おいしい◎うれしい◎あんしん◎」を。

それが、ファミリークオリティ。

大切な家族に自信を持ってお薦めできる品質とラインアップ。お子さまからご高齢の方まで、すべての方が笑顔になるプライベートブランドを目指して、毎日に、ちょっとした幸せをお届けしていきます。

おいしい ◎ うれしい ◎ あんしん ◎

おいしいへの取り組み



原材料や製法に独自の商品開発基準を設定し、他社商品との比較調査、味覚調査などの取り組みを徹底。毎日食べても飽きない味わいや、ひと手間かけた本格感、彩りや香りなど、多種多様な「おいしい」を提供するために、一つひとつこだわりを追求していきます。

うれしいへの取り組み



「あったらいいな」が見つかる驚きと、価格以上の価値が得られる満足感。定番からトレンド、名店コラボなど、あらゆる世代の方が笑顔になるラインアップ。そんなさまざまな「うれしい」を提供するために、お客さまの声を取り入れ、その期待を超える商品の開発や発信に取り組んでいます。

あんしんへの取り組み



独自の基準をクリアした工場だけを選定し、商品に適した品質管理を徹底。出荷時のクオリティを保つ効率の良い配送。さらに、環境に配慮した容器や持続可能な原材料の活用など、家族や地球にとって「あんしん」な毎日をつくるため、品質管理はもちろん、サステナブルにも積極的にチャレンジしていきます。