

報道関係各位

株式会社ファミリーマート

**ファミリーマートと韓国メイクアップブランド「hince」が共同開発
新ブランド「hana by hince」を
3 月 14 日（金）より全国のファミリーマートで発売**

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、韓国の人気メイクアップブランド「hince」と共同開発したファミリーマート限定の新ブランド「hana by hince」を 2025 年 3 月 14 日（金）から全国のファミリーマート約 16,200 店にて順次発売いたします。



■ファミリーマート限定！新メイクアップブランド「hana by hince」を 3 月 14 日（金）より全国発売

日本では、若年層を中心に韓国コスメの人気の高まっており、2022 年には国内化粧品輸入国で韓国が 1 位となりました。（※1）

このたび、人気メイクアップブランドの一つである「hince（ヒンス）」と共同開発し、新たにファミリーマート限定で姉妹ブランド「hana by hince（ハナバイヒンス）」を全国のファミリーマートで発売いたします。ブランド名には、日本語の“花（ハナ）”と韓国語の“ハナ（ひとつ、ONLY）”の二重の意味を持ち、“自分だけが持つ固有の美しさを花のように咲かす”という意味を込めました。

「hince」の品質はそのままに、手軽にお試しいただけるように、低価格帯・ミニサイズとし、ベースメイクからカラーアイテムまで幅広い商品ラインアップ展開を予定しております（※2）。

ファミリーマートでは、これまで、オリジナルアパレルブランド「コンビニエンスウェア」において、緊急需要から目的買いにシフトいただけるよう品質やデザインにこだわった商品開発を行っております。このたびの新メイクアップブランドにおいても、新たな目的買い需要を目指してまいります。

（※1 出典：「財務省貿易統計」より）

（※2 商品詳細は後日発表予定）

■hince について

「hince（ヒンス）」は、密度の高い豊富なカラーで個々の特有の雰囲気を作り上げ、潜在している本来の美しさを発現させるという意味の「Mood-Narrative（ムード ナラティブ）」をコンセプトに、2019 年 1 月に韓国で誕生したメイクアップブランドです。日本では 2019 年からオンライン販売を開始し、2022 年 11 月に日本初の直営店「hince ルミネエスト新宿店」、2023 年 5 月には「hince ルクアイーレ店」、そして 2024 年 4 月に「hince タカシマヤゲートタワーモール店」をオープンしました。

■hana by hince について

「hana by hince（ハナバイヒンス）」は、“自分だけが持つ固有の美しさを花のように咲かす”という意味が込められた「hince（ヒンス）」の姉妹ブランドです。2025 年 3 月 14 日より全国のファミリーマートに登場します。

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