

いつものパンとひと味違う！「超も～っちり」食感！
ファミマ社員が「過去最高レベル・トップクラス」と太鼓判！
人気のパンが驚きの食感になった「超も～っちりパン」
3種類が4月7日（火）から発売

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：小谷建夫）は、2026年9月に創立45周年を迎えます。継続して取り組んできた5つのキーワードを土台とし、「いちばんチャレンジ」を合言葉に活動をしていきます。このたび「いちばんおいしい」を目指した取り組みの一環として、「ファミマル Bakery（ファミマルベーカリー）」の人気パンがこれまでにない“超も～っちり”食感に進化した「超も～っちりパン」シリーズとして、「も～っちり食感キャラメルドーナツ」165円（税込178円）、「も～っちり食感ホイップあんぱん」147円（税込158円）、「も～っちり食感ピザパン」184円（税込198円）の3種類を2026年4月7日（火）から全国のファミリーマート約16,400店にて発売いたします。

※地域により仕様と価格が異なります。



■ 人気のパンが“超も～っちり”食感に進化し、満足感がさらにアップ！

このたび発売する「超も～っちりパン」シリーズは、キャラメルドーナツ、ホイップあんぱん、ピザパンといった日頃から親しまれている人気のパンを、これまでにない“超も～っちり”食感に進化させた新商品です。ファミマルベーカリーでご好評いただいている「生コッペパン」や「白生パン」に続く、生地にこだわった商品として開発いたしました。食べ応えのあるも～っちり食感を追求することで、人気のパンにさらなる満足感を付与し、皆さまの毎日の食卓に「うれしい」をお届けいたします。

■ファミマの社員 193 名を対象に社内アンケートを実施

発売に先駆けて、ファミリーマート社員 193 名を対象に、新商品「超も〜っちりパン」の試食アンケート調査を実施いたしました。本調査において、「直近 2 週間以内にファミマルベーカリーのパンを喫食しており、かつパンが非常に好き・どちらかといえば好き」と回答した社員 124 名の回答を集計した結果、そのうち、当該設問への無回答者を除く 74%（89 名）の社員がこれまでのファミマルベーカリーのパンと比較して、今回の新食感は「過去最高レベル」または「トップクラス」と回答しました。また、初めて食べたときの印象についても、同対象者の 76%（94 名）が「想像を大きく超えた」または「想像以上」と回答。日頃から自社製品を喫食している社員の多くが、これまでの製品との違いを実感する結果となりました。

■ファミマのパン好き社員のコメント（アンケート回答より抜粋）

アンケートでは、新食感に対する驚きや、美味しい、友人に勧めたいなど熱のこもったコメントが多く寄せられました。


- ・「もちりすぎてパンということを一瞬忘れました。とっってもおすすめです！」
- ・「この食感、コンビニの域を超えて専門店でもそうそうお目にかかれない、もちりに加えてとてもバランスの取れた食感だと思います！」
- ・「とにかくもちもち生地でコンビニ史上最高のもちもち感なのではと思いました！」
- ・「触った瞬間から今までと違う！と思いました」
- ・「生地がモチモチで本当に美味しいです。色んな友人に大きな声で勧めたいです！」
- ・「パン屋さんに負けない、ファミリーマートの新しい看板商品」



【調査概要】

- ・調査期間：2026 年 3 月 11 日
- ・調査対象：ファミリーマート社員 193 名
- ・集計対象数：124 名（選定条件：過去 2 週間以内にファミマルベーカリーのパンを喫食、かつパンが「非常に好き」または「どちらかといえば好き」と回答した層）
- ・実施対象商品：新商品「も〜っちり食感キャラメルドーナツ」「も〜っちり食感ホイップあんぱん」「も〜っちり食感ピザパン」を含む計 6 種類

※集計の際、設問ごとの無回答者は母数から除外しています。

【商品詳細】

	<p>【商品名】も〜っちり食感キャラメルドーナツ 【価格】165 円（税込 178 円） 【発売日】2026 年 4 月 7 日（火） 【発売地域】全国 【内容】も〜ちりとした食べ応えのあるドーナツ生地に、キャラメルクリームを絞ったドーナツです。表面にキャラメルチョココーティングとアーモンドをトッピングしました。 ※沖縄県では仕様と価格が異なります。</p>
---	--

	<p>【商品名】もっちり食感ホイップあんぱん 【価 格】147 円（税込 158 円） 【発売日】2026 年 4 月 7 日（火） 【発売地域】全国 【内容】もっちり感と柔らかさを兼ね備えたパン生地に、北海道産小豆のこしあんを包み焼き上げ、さらにミルクホイップを入れました。 ※沖縄県では仕様と価格が異なります。 ※北海道では仕様が一部異なります。</p>
	<p>【商品名】もっちり食感ピザパン 【価 格】184 円（税込 198 円） 【発売日】2026 年 4 月 7 日（火） 【発売地域】全国 【内容】もっちり食感の生地に、ピザソースとチーズソースを包み、クラッシュチーズをトッピングしました。 ※沖縄県では仕様と価格が異なります。</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。

※地域により商品の価格・発売日・仕様などが異なる場合がございます。

※一部の地域及び店舗では取り扱いのない商品がございます。

「超もっちりパン」商品サイト（4月6日（月）12:30 公開予定）

URL : https://www.family.co.jp/campaign/spot/2604_motchiribread_cp_VemPhfns.html

【キャンペーン情報】

■ ファミマル Bakery（ファミマルベーカリー）のパンいずれか 1 品買うごとに、ファミマル Bakery（ファミマルベーカリー）のパン全品に次回使える 20 円引きレシートクーポンがもらえる！

発行期間 4/7火～4/20日

このマークが対象商品!



**ファミマルベーカリー
いずれか
1品買うごとに**

※一部ファミマルベーカリー以外の商品が含まれます。

ファミマルベーカリーに
次回使える

利用期間は
レシートを
チェック!



**20円引き
クーポンももらえる!**

※一部ファミマルベーカリー以外の商品が含まれます。

実施期間：2026年4月7日（火）～4月20日（月）

使用期間：2026年4月7日（火）07:00～4月27日（月）

※沖縄県では実施していません。

■「超も～っちりパン誕生記念」X キャンペーン

ファミリーマート公式 X アカウント (@famima_now) をフォローの上、対象ポストをリポストすると、期間中に抽選で 10,000 名さまに「も～っちり食感キャラメルドーナツ」「も～っちり食感ホイップあんぱん」「も～っちり食感ピザパン」のいずれか 1 品の無料クーポンが当たります。

実施期間：2026年4月7日（火）08:00～4月13日（月）23:59まで

使用期間：2026年4月7日（火）08:00～4月20日（月）

※沖縄県では実施していません。

ファミリーマートは、「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>

■「いちばんチャレンジ」に込められた思い

ファミリーマートは、2026年9月に創立45周年を迎えます。

時代の変化に合わせ、コンビニの枠を超えてお客さまに「いちばん」と選ばれる存在であり続けるため、私たちは「あなたのいちばんをたくさん作る『いちばんチャレンジ』」を新スローガンに掲げました。

この合言葉のもと、「おいしい」「ちょっとおトク」「わくわく楽しい」「ステキが見つかる」「革新的・最先端」「環境にやさしい」「働きたい」「地域に愛される」という8つの分野に基づき、ファミリーマート史上最大の挑戦を続けてまいります。

45周年特設サイト：https://www.family.co.jp/campaign/spot/2026_45th.html

【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



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）

※調査名称：商品ブランドについての調査

主催者：ファミリーマート

調査対象者：15 歳～79 歳の男女 10,000 人

調査日：21 年 3 月 17 日

■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きます。

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。