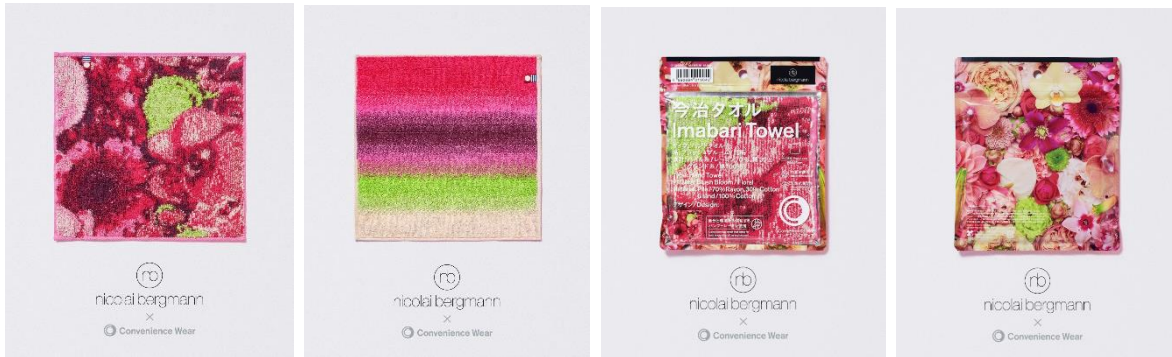


コンビニエンスウェア×ニコライ バーグマン 初コラボレーション 母の日ギフトにもおすすめな、フラワーボックスを モチーフにしたタオルハンカチ 2 種を発売

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：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「いちばんステキが見つかる」を目指した取り組みの一環として、ファミリーマートオリジナルアパレルブランド「コンビニエンスウェア」から、デンマーク出身のフラワーアーティスト ニコライ・バーグマン氏が手掛ける「ニコライ バーグマン フラワーズ & デザイン」（以下、ニコライ バーグマン）とのコラボレーションアイテムが登場します。第1弾は2026年4月17日（金）から「今治タオルハンカチ」を全国のファミリーマート約16,400店およびファミリーマートのデジタルコマース事業「ファミマオンライン」にて数量限定で発売いたします。



■フラワーボックスのデザインを、コンビニエンスウェアのタオルハンカチで再現！

「コンビニエンスウェア」は、ファッションデザイナーの落合宏理氏との共同開発のもと、「いい素材、いい技術、いいデザイン。」のコンセプトを掲げ、展開しているファミリーマートオリジナルアパレルブランドです。2021年のブランド立ち上げ以来、身近さと手軽さ、確かな品質がご好評をいただき、衣料品をコンビニで購入するという新たな文化を創造しております。2026年2月にはブランド初のTVCMを放映し、コンビニエンスウェアの世界観を大きなスケールの映像美で表現するなど、新たな可能性に挑戦しました。

本コラボレーションでは、ニコライ・バーグマン氏に「日頃の感謝」や「大切な人への想い」をイメージしたフラワーボックスを作成いただき、それらをベースにデザインしたタオルハンカチを展開いたします。

第1弾として、春のギフトシーズンや母の日の贈り物としてもぴったりなタオルハンカチが登場。花びらの重なりや色彩のグラデーションといったニコライ バーグマンのフラワーデザインの特長を、今治タオルの織りで表現しました。ラインアップは、フラワーボックスの印象をそのまま落とし込んだ花柄と、花の色彩をもとに、コンビニエンスウェアの今治タオルハンカチにおいて代名詞ともいえるグラデーションを表現した2種類です。どちらもバンブーレーヨン素材を使用し、柔らかな肌触りと発色のよさが特長です。ご自身へのご褒美や大切な方への贈り物、母の日のプレゼントなど、何気ない毎日を彩る一枚としてもお楽しみいただけます。

5月にはコラボレーション第2弾も予定しております。どうぞご期待ください。

■ニコライ・バーグマン氏のコメント

花が重なり合うことで生まれる色の奥行きや繊細なグラデーションは、私が大切にしている表現のひとつです。今回のコラボレーションでは、その豊かな表情を今治タオルの織りの中で表現しました。日常の中で手に取るものに、花がもたらす豊かさを感じていただけたらうれしいです。

■落合宏理氏のコメント

ニコライ・バーグマンさんとのフラワーボックスをモチーフとしたコラボレーションが全国で展開されます。単なるコラボレーションではなく、感謝をする気持ちだったり、ちょっと昔を思い出したり、相手を想ったり、そういうきっかけになってもらいたいという思いを込めたコラボレーションになりました。

コンビニエンスウェアは5周年を迎え、一緒に取り組んできた今治タオル工場の皆さんの技術の高さで、素晴らしい花柄のジャガードでの表現と美しい花柄とグラデーションの表現ができたと思います。

【商品詳細】



【商品名】今治タオルハンカチ

【価格】800円（税込 880円）

【発売日】2026年4月17日（金）

【発売地域】全国

【内容】ニコライ・バーグマン氏が今回のコラボレーションのためにデザインしたフラワーボックスをベースに、花柄とグラデーションの2種類を展開します。バンブーレーヨン素材を使用し、光沢感としっとりとした滑らかな肌触りが特長です。

【カラー】ブラッシュブルーム／花柄・ブラッシュブルーム／グラデーション

*ファミマオンライン販売概要

予約期間：2026年4月17日（金）10:00～2026年4月26日（日）23:59

受取期間：2026年5月8日（金）10:00～2026年5月21日（木）

※一部地域ではお受け取りのできない店舗がございます。

※注文方法詳細はこちらよりご確認ください。

(<https://famima-online.family.co.jp/guidance>)

※画像はイメージです。

※店舗によって取り扱い数量は異なります。

※店舗によって発売日・時間が異なる場合がございます。

■ クーポン付きカードを封入、抽選で限定フラワーボックスをプレゼント

商品に込めた想いととも、ニコライ バーグマン オンラインショップにてご利用いただける 200 円オフクーポンコードを記載したカードを封入しております。

<キャンペーン概要>

対象商品：利用期間内にニコライ バーグマン オンラインショップに掲載のあるアイテム

利用期間：2026 年 4 月 17 日（金）10：00～7 月 31 日（金）17：00 予定

※ご利用にはニコライ バーグマン オンラインショップの会員登録が必要です。

ニコライ バーグマン オンラインショップ URL：<https://shop.nicolaibergmann.com/>

新規会員登録 URL：<https://shop.nicolaibergmann.com/account/register>

※クーポンのご利用は税込価格からの割引となります。

さらに、本クーポンをご利用し、ニコライ バーグマン オンラインショップにて商品をご購入いただいたお客様の中から、抽選で 50 名さまに、タオルハンカチのデザインモチーフとなった「Nicolai Bergmann×Convenience Wear」限定デザインのフラワーボックスをプレゼントいたします。

※当選は、ニコライ バーグマン オンラインショップよりメールにてお知らせします。

本キャンペーンのお問い合わせ先

ニコライ バーグマン オンラインショップ

03-5755-3900【10：00～17：00】

onlineshop@nicolaibergmann.com

■ 落合宏理氏について



落合宏理 / ファッションデザイナー

1977年東京生まれ。文化服装学院卒業。

2007年、自身のブランド「FACETASM」を立ち上げる。

2013年、毎日ファッション大賞・新人賞受賞。

2016年、毎日ファッション大賞・大賞受賞。

同年より、パリ・メンズ・ファッションウィークにてコレクションに参加。またリオオリンピック・パラリンピック競技大会閉会式「フラッグハンドオーバーセレモニー」の衣装制作を手掛ける。

「NIKE」、「Coca-Cola」、「LEVI'S」などのグローバルブランドとのコラボレーションを行うなど、国内にとどまらず活動は多岐にわたる。

■ ニコライ バーグマン フラワーズ & デザインについて



ニコライ・バーグマンが自身の表現を起点に設立したフラワーデザインブランドです。

長い歴史を持つフラワーデザインの分野において、斬新かつコンテンポラリーなスタイルで、これまでにない新たな価値を提示してきました。

スκανジナビアスタイルを基盤に、ヨーロッパのフラワーデザインと、日本ならではの感性や細部へのこだわりを融合させた独自のアプローチを通じて、花の表現を進化させてきました。その積み重ねは、人々に新鮮な驚きや心に残る感動をもたらしてきました。

シグネチャーアイテムであるフラワーボックスを中心としたフラワーギフトをはじめ、イベント装花や空間全体を構成するフローラルスタイリング、プロダクトデザイン、ブランドとのコラボレーション、さらにはビジュアルやグラフィックを用いたクリエイティブまで、その取り組みは多岐にわたります。

企画から制作までを一貫して手がけることで、フラワーデザインの枠を超えた体験を形にしています。

■ニコライ・バーグマン氏について



ニコライ・バーグマン / フラワーアーティスト

1976 年生まれ。デンマーク・コペンハーゲン出身。

1999 年に来日し、2001 年に「ニコライ バークマン フラワーズ & デザイン」を設立。北欧の美意識と日本の繊細な感性を融合させた独自のスタイルで、フラワーデザインの新たな表現を切り拓く。

代表作であるフラワーボックスは、ミニマルな箱の中に花の美しさを凝縮したシグネチャーアイテムとして世界的に広く知られている。

現在は国内外に 9 店舗のフラワーブティックを展開するほか、カフェやスクール、ガーデンなど多様な空間を手がけ、展覧会やブランドとのコラボレーションなど幅広い分野で活動している。

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