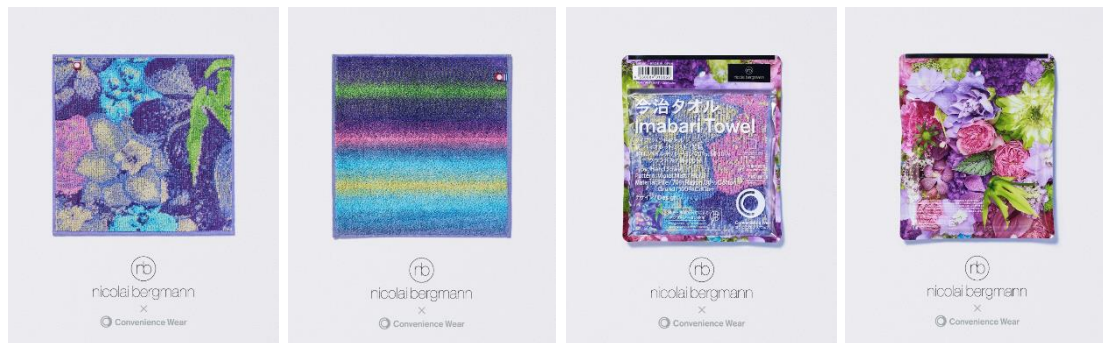


**コンビニエンスウェア×ニコライ バーグマン
コラボレーション第2弾
ブルーやパープルを基調とした初夏を感じる
タオルハンカチ2種を5月15日（金）から発売**

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」は、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第2弾として「今治タオルハンカチ」を2026年5月15日（金）から、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。



■ニコライ バーグマンとのコラボレーションタオルハンカチ第2弾が登場！

「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。

ニコライ バーグマンとのコラボレーション第2弾は、初夏の爽やかさと落ち着きを感じさせるブルーやパープルを基調としたタオルハンカチが登場します。ファミリーマートの持つグリーンやブルーの鮮やかなイメージを起点に花材を選び、これから始まる季節を感じさせるデザインに仕上げました。

ローズやブルースター、デルフィニウムなど、ニコライ バーグマンのフラワーデザインでも親しまれる多彩な花材に加え、フレッシュなグリーンของ グロリオサやクレマチス、さらにアクセントとしてニコライが好むパフィオを取り入れてフラワーデザインを制作。第1弾と同様に、花々が重なり合うことで生まれる奥行きや立体感、そして色彩の繊細な重なりによる豊かなグラデーションを、今治タオルの織りで丁寧に表現しました。

父の日のプレゼントにはもちろん、さまざまな方にご使用いただける落ち着いた色合いの2種類で、どちらも日常の中で自然と取り入れやすい一枚としてお楽しみいただけます。

■ニコライ・バーグマン氏のコメント

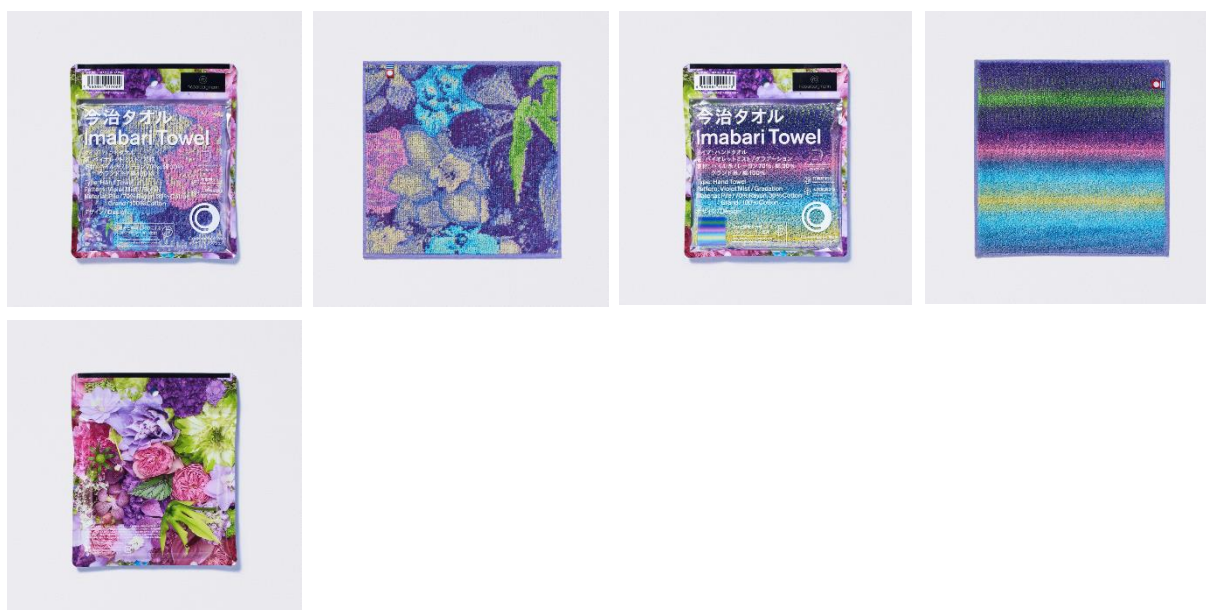
今回のデザインでは、ファミリーマートの持つイメージから着想し、初夏の軽やかさを感じさせる色合いに仕上げました。今治タオルハンカチという日常に寄り添うアイテムだからこそ、その日の気分やシーンに合わせて色を選び、自然に取り入れていただけたらと思います。第1弾として登場したカラーとあわせて使い分けていただくことで、より日常の中で花の表現を楽しんでいただけたらうれしいです。

■落合宏理氏のコメント

ニコライ氏とのコラボ第2弾が全国で展開されます。前回のものから印象を変え、青を基調とした軽やかかつ華やかな印象のデザインは今治の高い技術と表現力によって実現されました。

普段何気なく使うアイテムだからこそ、このコラボレーションをきっかけに相手を想う気持ちや感謝を伝えるきっかけになっていただけたらうれしいです。

【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5月15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】バイオレットミスト／花柄・バイオレットミスト／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5月15日（金）10:00～2026年6月1日（月）23:59

受取期間：2026年6月11日（木）10:00～2026年6月24日（水）

※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さまの中から、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いたします。

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 バークマン フラワーズ & デザインについて



ニコライ・バーク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。

スカン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、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