

**“次のコンビニ”をかたちにする「FAMIMA」誕生**  
**初の旗艦店「FAMIMA PARK AZABUDAI」7月10日（金）オープン**  
**従来の枠組みにとらわれない“わざわざ行きたくなるコンビニ”に挑戦**

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年の創立45周年にあたり、“次のコンビニ”の可能性を追求する取り組み「Next FamilyMart Project」を始動します。あわせて、同プロジェクトをかたちにする「FAMIMA」を立ち上げ、従来のコンビニエンスストアの枠にとらわれない新たな“コンビニ体験”の創出に挑戦してまいります。その象徴となるファミリーマート初の旗艦店「FAMIMA PARK AZABUDAI」を2026年7月10日（金）にオープンいたします。



■「Next FamilyMart Project」始動。“次のコンビニ”をかたちにする「FAMIMA」誕生

ファミリーマートは、コンビニエンスストアの新たな可能性を追求し、その価値を進化させる取り組みとして「Next FamilyMart Project」を始動します。

本プロジェクトでは、お客さまの利便性や効率性を追求する一方で、日常の中で新たな発見や楽しさに出会える、「わくわくするお買い物」体験に着目しています。始動にあたり、クリエイティブ・ディレクターである NIGO®氏との共創のもと、その世界観や発想力を具現化するクリエイターチームの企画力により従来のコンビニエンスストアの枠にとらわれない価値創造に挑戦します。

そして、その新たな「FAMIMA」は、「立地や客層に合わせた店舗・空間デザイン」「VMD※（店舗体験）の新たなチャレンジ」「“次のコンビニ”らしい IP ビジネス」「生活をもっと楽しく、もっと豊かにする商品」など、これまでのコンビニエンスストアでは実現しきれなかったさまざまな挑戦を通じて、“わざわざ行きたくなるコンビニ”を目指し、挑戦をかたちにする「FAMIMA」を立ち上げます。

また、FAMIMA での取り組みの一部は、全国のファミリーマートでも展開し、新しい“コンビニ体験”を全国のお客さまにもお届けしてまいります。

※VMD=ヴィジュアルマーチャンダイジング

〈株式会社ファミリーマート 代表取締役社長小谷建夫からのコメント〉

私たちは、新たな取り組み「FAMIMA」を通じ、コンビニエンスストアの可能性を最大限に引き出し、かたちにしていきたいと考えています。コンビニエンスストアは日本が世界に誇る業態であり、独自の文化です。今後も持続的成長を遂げるためには、未来を見据えた変革と進化が不可欠です。私たちは、クリエイターの皆様との共創により、コンビニエンスストアに更なる創造性、楽しさ、わくわく感を吹き込んでまいります。お客さまの日常をより豊かに彩り、他には真似のできない、差別化された「グローバルブランド」になることを目指します。

FAMIMA、そしてファミリーマートに、ぜひご期待ください。

〈NIGO®氏からのコメント〉

「コンビニに、こんなモノがあったらいいのになあ」という発想から始まり、ファミリーマートのチームとミーティングを重ねてきました。そしてパートナーシップ発表から 1 年以上の時間が経ち、やっと一つのかたちとして「FAMIMA PARK AZABUDAI」がローンチできることになりました。この NEXT コンビニで日本のカルチャーとライフスタイルを、国内、そして世界中の皆さんに体現していただけたら嬉しいです。

## ■ NIGO®氏について



クリエイティブ・ディレクター / ファッション・デザイナー

1993 年に原宿で創業した自身のブランドが世界中で絶大な人気を博し、現在に至るストリート ファッションの礎を築く。

2010 年にはブランド HUMAN MADE を立ち上げ、同時に企業へのクリエイティブ・ディレクターとしても参画。

2021 年 9 月にパリのファッションブランド KENZO のアーティスティックディレクターに就任。

2020、21、25 年と LOUIS VUITTON より 3 度にわたってコレクションも発表している。

## ■初の旗艦店「FAMIMA PARK AZABUDAI」が東京・麻布台にオープン。

「FAMIMA」の挑戦を店舗として具現化したのが、ファミリーマート初の旗艦店「FAMIMA PARK AZABUDAI」です。ファミリーマートが考える“次のコンビニ”に、クリエイターの視点を掛け合わせ、楽しさと豊かさの詰まった店舗を実現しました。

麻布台の街にふさわしい、従来のコンビニエンスストアとは一線を画す建築デザインを採用しました。また、VMDを具現化した売場、照明や壁面、ユニフォームなど細部までこだわった空間の演出、多言語対応や商品案内の専門スタッフ、限定商品など、随所に新たな要素を取り入れました。店舗の外観からストアスタッフの佇まいまで、訪れるたびにわくわくする店舗体験を提供し、麻布台の新たなランドマークとなる店舗を目指してまいります。

#### <店舗概要>

店舗名 : 「FAMIMA PARK AZABUDAI」  
オープン日 : 2026年7月10日（金）10:00  
所在地 : 東京都港区虎ノ門五丁目2番10号  
売場面積 : 217.05㎡/65.65坪  
公式サイト : <https://www.family.co.jp/famima.html>

### FAMIMA PARK AZABUDAI の見所

#### ■ 立地や客層に合わせた店舗・空間デザイン

##### ・街のランドマークに！建築デザイン

FAMIMA 公式キャラクターを建物コーナーおよび屋上に配置し、歩行者や高層ビルからの視点に“遊び心”を加えました。また麻布台の土地柄や緑の多い環境に呼応し、「屋上の森」をつくりました。さらに、店舗に入らずテイクアウトができる「FAMIMA STAND」と FAMIMA 公式キャラクターのベンチを設置し、気軽にコーヒー・ティーマチキを購入し滞在できる空間「PARK」のような憩いの場所を、新たな利用シーンとして提案します。



店舗外観



屋上の森／屋上サイン



立体サイン／PARK



PARK／FAMIMA STAND

## ■ VMD（店舗体験）の新たなチャレンジ

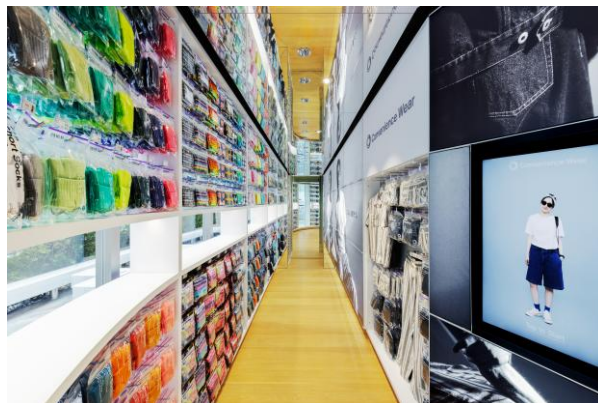
### ① 選ぶ楽しさが満載！売場デザイン

コンビニエンスストアのヴィジュアルマーチャンダイジングを再定義し、「VMD（店舗体験）の新たなチャレンジ」をかたちにします。

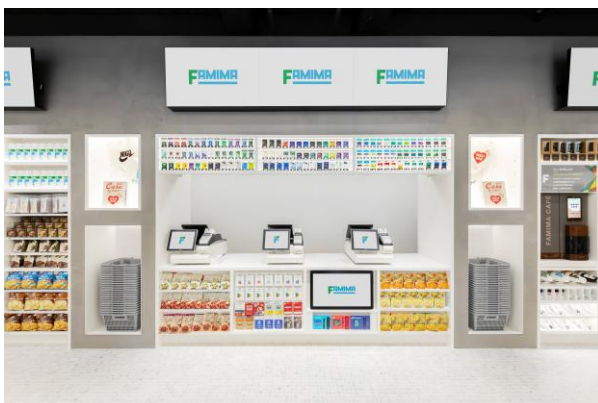
ファサードガラス面に沿ってカウンター席を設け、外からの視認性を向上、入口から中央の什器と両脇の什器棚は「FAMIMA」の象徴的な商品を配し、ポップアップストアのような高揚感を感じる売場にしました。コンビニエンスウェア売場は、独立した空間に圧倒的な陳列量で、ショッピングをつくり、レジカウンターはキオスクタイプにして壁前面に商品を陳列、最後まで選ぶ楽しさと発見のある「わくわくするお買い物」体験を提供します。



ユニフォーム



コンビニエンスウェアエリア



キオスクコーナー



ポップアップコーナー

建築・売場デザインには、インテリアデザイナー・片山正通氏が率いる Wonderwall® が参画。

<片山氏からのコメント>

日本のコンビニエンスストア培ってきた進化の歴史と合理性を受け止めながら、私たちはその先にある楽しさや豊かさを追求しました。便利だから立ち寄る場所ではなく、この場所に行きたいと思える魅力とユニークネスを徹底的に磨き上げています。

## ■ Wonderwall®/片山正通プロフィール



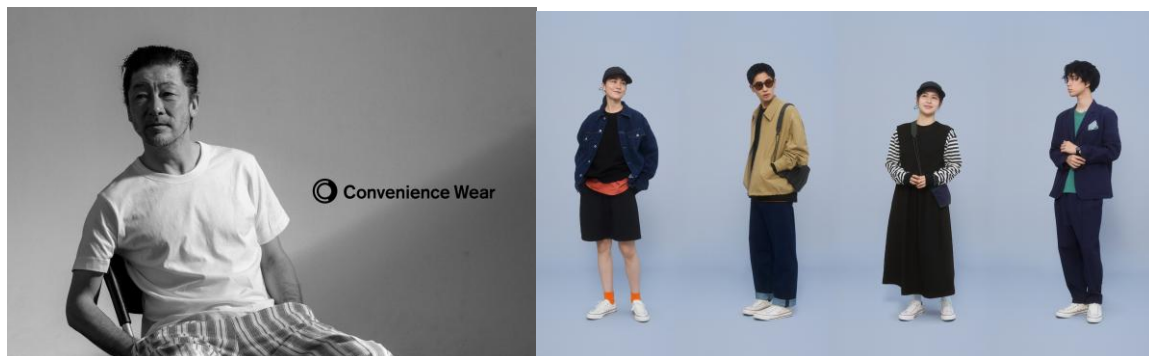
インテリアデザイナー  
株式会社ワンダーウォール 代表  
武蔵野美術大学 名誉教授

片山正通率いる Wonderwall®は、インテリアデザインを軸に、クリエイティブディレクション、建築デザインディレクションなど幅広く活動し、ファッションブティック、ブランディングスペース、住宅、大型商業施設まで、国内外で多彩なプロジェクトを手がけています。プロジェクトのヴィジョンを共有し、ブランド体験を空間として具現化することを強みとしている。

## ②ブランドの世界観を体験！「コンビニエンスウェア」売場

ファミリーマートオリジナルブランドのコンビニエンスウェアは、ファッションデザイナー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。」をコンセプトに、「コンビニで服を買う」文化の定着を目指し、成長を続けています。

「FAMIMA PARK AZABUDAI」では、全身コーディネートやスタイルを提案するタッチパネルや試着室を設置するほか、商品案内を行う専門スタッフを配置。サイズ感や着心地を実際に確かめながら、自分らしくお選びいただける環境を整えました。また、シーズンごとの全商品ラインアップに加え、スタイルをより完成させる旗艦店限定のアイテムを展開します。さらに、俳優・浅野忠信氏を起用した大型ビジュアルパネルを掲出することで、ブランドの世界観を体験していただける特別な売場空間を演出します。



## ■ 落合宏理氏プロフィール



ファッションデザイナー

2007年、自身のブランド「FACETASM」を立ち上げる。

2016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。

2013年、毎日ファッション大賞・新人賞受賞。

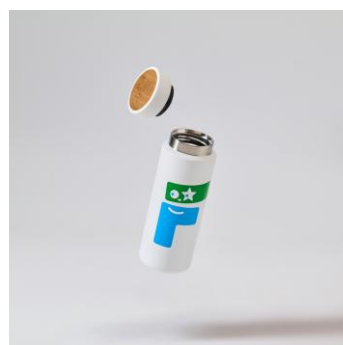
2016年、毎日ファッション大賞・大賞受賞。

## ■“次のコンビニ”らしい IP ビジネス

### ・新たなカルチャーを発信！「FAMIMA」公式キャラクター

ファミリーマートは IP ビジネスを強化していく中で、店舗、商品、店舗体験を横断しながら、国内外へ向けて新たなカルチャーを発信してまいります。

このたびコンビニエンスストアらしい親しみやすさと、「FAMIMA」の世界観を象徴する存在として、新たに公式キャラクターを開発しました。「FAMIMA PARK AZABUDAI」では、このキャラクターをデザインに取り入れた限定の雑貨や「コンビニエンスウェア」などのアイテムを先行発売します。さらに、その世界観をより身近に感じていただけるよう、今後は全国のファミリーマート店舗への商品展開も予定しています。



### ■ファミマオンラインでも販売

旗艦店限定で展開する商品をファミマオンラインでも数量限定で販売します。7月14日(火)10時より販売受付を開始いたします。 <https://famima-online.family.co.jp/>

### ■ライフスタイルや嗜好に対応したメニューの展開

「FAMIMA PARK AZABUDAI」では、麻布台という立地に対応し、多様なライフスタイル・嗜好に合わせ、都市型店舗限定の中食をはじめ、原産地にこだわった希少豆のブレンドコーヒーや、旗艦店限定のエスプレッソタイプのティーを展開し、新しいコンビニカフェ体験を提案いたします。

#### ① 都市型デリカテッセン（中食）の展開



都市部で働く・暮らす 20～40 代をターゲットに、素材本来のおいしさと健康への配慮を両立した中食メニューを展開します。こだわりの野菜やナチュラルチーズを使用し、食物繊維やたんぱく質が摂れるなど現代のライフスタイルに寄り添う商品をラインアップ。アボカドや生ハムなど人気食材やアジアンテイストを取り入れ、独自の調達・製造による高品質で満足感のあるメニューを提供、食べる楽しさを提案します。 ※一部店舗でも展開あり

## ②「FAMIMA PARK AZABUDAI」限定 COFFEE



世界 No.1 バリスタである粕谷哲氏と共同開発した、毎日の気分で選べる高品質なコーヒーを展開します。「ベースブレンド」はしっかりとした苦みと旨み、香ばしい余韻が続く仕立てに、「スペシャルブレンド」は希少な豆を使用し、やわらかな酸味とほのかなスパイス感が広がる仕立てに仕上げました。またシングルオリジンの「エチオピアモカ」は、華やかな味わいとさわやかな香りが特徴です。こだわりの詰まった COFFEE メニューを提供いたします。

※一部メニューは他店舗でも展開あり

### ■ 粕谷哲氏プロフィール



コーヒー業界に足を踏み入れてわずか 3 年で、独自のハンドドリップ理論「4:6 メソッド」により、WORLD BREWERS CUP 2016 にてアジア人として初めて世界チャンピオンに輝く。現在は PHILOCOFFEA 代表として国内外で活躍、次世代のバリスタ育成やコーヒーカルチャーの発信にも力を注いでいる。

2015 年 Japan Brewers Cup 2015 優勝。

2016 年 World Brewers Cup 2016 優勝。日本人初の決勝進出、アジア人初の世界制覇を達成。

## ③「FAMIMA PARK AZABUDAI」限定 TEA



エスプレッソマシンを使用した、淹れたてのティーです。

エスプレッソで淹れるからこそその豊かな香りとコクのストレートティー、ミルクに負けないティーのコクを感じるミルクティー、フルーツ果汁を加えたさわやかで薫り高いフルーツティーなどを展開いたします。

茶葉はアールグレイとジャスミンを品揃え、トッピングとしてタピオカの注文も可能です。

※「FAMIMA STAND」にて提供いたします。

### ■ オープンを記念したオリジナルグッズのプレゼント企画と特別商品の販売

#### ① オープン記念シール

2026 年のオープンを記念し、お買い上げの方、先着 2,026 名にプレゼント。



コレクションシール文化を牽引するクリエイター・AGAWA 氏監修のもと、ホログラムや箔などの特殊印刷技術を活かした旗艦店デザインの限定シール（全 9 種・ナンバリング入り）を制作しました。コレクション性の高い特別なアイテムを、先着 2,026 名にプレゼントします。なくなり次第終了、おひとり様 1 枚限り。※デザインはお選びいただけません。

※たばこ、切手、金券の購入、電子マネーのチャージ、代行収納のお支払いは対象外となります。

## ②FAMIMA オリジナルエコバッグ

期間中、税込 5,000 円以上ご購入の方へ先着 2,000 名にプレゼント。



2026年7月10日（金）～12日（日）の期間中、税込5,000円以上ご購入の方へ、FAMIMA オリジナルエコバッグを先着2,000名限定でプレゼントします。無くなり次第終了、おひとり様1個限り。

※たばこ、切手、金券の購入、電子マネーのチャージ、代行収納のお支払いは合計金額から除きます。

## ③Casa BRUTUS By NIGO® SPECIAL ENGLISH VERSION（特装版）

NIGO®を特集したムック本を旗艦店、ファミマオンラインにて発売。



抽選応募期間：2026年7月10日（金）～7月20日（月）

【商品名】Casa BRUTUS By NIGO® SPECIAL ENGLISH VERSION（特装版）

【価格】12,546 円（税込 13,800 円）

【内容】NIGO®氏がアーティスティック・ディレクターを手がける HUMAN MADE、FAMIMA、NIKE、Kenzo という4つのブランドのロゴを配した、リバーシブル仕様のオリジナル・トートバッグが付属します。

旗艦店 100 冊限定 7月10日（金）から発売開始

ファミマオンライン 100 冊 7月10日（金）から受付開始

※画像はイメージです。

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。

### <参考情報>

#### ■ 「コカ・コーラ」HUMAN MADE 限定デザイン缶（350ml）



第一弾として、「コカ・コーラ」と、NIGO®氏がクリエイティブ・ディレクターを務める HUMAN MADE とコラボレーションした「コカ・コーラ」HUMAN MADE 限定デザイン缶（350ml）を、2026年4月7日（火）から全国のファミリーマート約16,400店舗にて発売いたしました。今後同様の企画を展開予定です。

※COCA-COLAとコカ・コーラはThe Coca-Cola Companyの登録商標です。

## ■「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](https://www.family.co.jp/campaign/spot/2026_45th.html)

以上