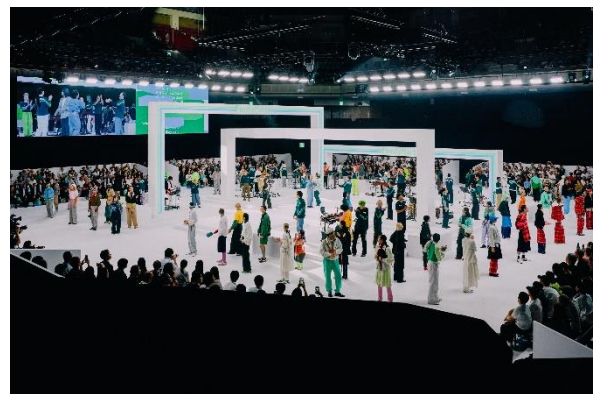


【Fami-FEST.2026 開催レポート】
吉田鋼太郎さん・八木莉可子さんが新ユニフォームを
自由なコーディネートで着こなしランウェイ
音楽・映像・ファッションが融合したエンターテインメントショーに挑戦！
～千葉雄喜さん・曽我部恵一さんが名曲を熱唱～

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、創立 45 周年のキーメッセージ「いちばんチャレンジ」のもと、これからのチャレンジを発表する場「Fami-FEST.2026（以下、ファミフェス 2026）」を 2026 年 8 月 26 日（水）に両国国技館にて開催いたしました。当日は、10 年ぶりに刷新する新ユニフォームをお披露目し、アンバサダーの吉田鋼太郎さん、八木莉可子さんが「ファミマコーデ」でランウェイに登場したほか、「コンビニエンスウェア」などを着用した総勢 100 名以上が登場するエンターテインメントショーを開催。全国約 16,500 店舗で働くさまざまな方たちが、自分らしさを大切にしながら働く自由闊達な様子を表現しました。千葉雄喜さんによる「上を向いて歩こう」、曽我部恵一さんによる「やさしさに包まれたなら」の楽曲も披露され、音楽・映像・ファッションが融合するショーを通して、ファミリーマートの新たな挑戦を表現しました。



<エンターテインメントショー>

■吉田鋼太郎さん、八木莉可子さんら 20 名以上がランウェイに登場！新ユニフォームでの「ファミマコーデ」や「コンビニエンスウェア」で個性あふれるスタイルを披露

エンターテインメントショーでは、「コンビニではたらく」をテーマに、2026 年 9 月 1 日（火）から 10 年ぶりに刷新する新ユニフォームを着用し、新たな身だしなみ基準「ファミマコーデ」に沿ったさまざまなスタイルを披露しました。ランウェイには 26 名が次々と登場し、それぞれの個性を活かした着こなしで会場を彩りました。さらに、吉田鋼太郎さんと八木莉可子さんも「ファミマコーデ」で登場。このたび新しく採り入れた「重ね着 OK」のルールに則って、吉田さんはブラックの長袖、八木さんはホワイトのハイネックインナーをコーディネートし、ステージを歩きました。T シャツスタイルの新ユニフォームに、さまざまなアイテムを自由に組み合わせることで、一人ひとりの個性を尊重しながら楽しく働くことのできる、ファミリーマートが目指す新しい“コンビニではたらく”姿を表現するステージとなりました。



■千葉雄喜さんがスペシャルライブ！ファッションと音楽が融合した、この日限りのステージを披露

エンターテインメントショーを音楽で盛り上げたのは、ファミリーマートにゆかりのあるアーティストたち。2 月に放映した「コンビニエンスウェア」の TVCM ソングを歌う千葉雄喜さんが登場し、この日限りのスペシャルライブを披露しました。千葉さんは CM ソングの「上を向いて歩こう」を歌唱。来場者と一体になったライブパフォーマンスで会場を魅了しました。



■秋冬の新作を含むコンビニエンスウェアを着用した 80 名のモデルが登場

千葉雄喜さんの歌唱の後には、「コンビニエンスウェア」の秋冬新作を取り入れたコーディネートに身を包んだ 80 名のモデルが登場。秋冬の新作である機能性インナーやフリース、秋冬らしいカラーのオレンジやベージュ、チェック柄などのアイテムを着用して会場内を歩き、新作アイテムをはじめとする「コンビニエンスウェア」のラインアップを披露しました。

ショーで着用したアイテムは、「コンビニエンスウェア」の定番として認識されているベーシックなアイテムです。普段どおりの一着でも、重ねる、着崩す、シルエットを絞る、ずらして着るといったコーディネートの工夫によって表情が変わることを、年代も背景も異なる 80 名のモデルのキャスティングとスタイリングを通じて表現しました。



■フィナーレでは総勢 100 名以上の出演者が 360 度ステージを魅了！

フィナーレでは、曾我部恵一さんが「やさしさに包まれたなら」を披露しました。吉田鋼太郎さん、八木莉可子さん、モデル、アーティストなど総勢 100 名を超える出演者がそれぞれの衣装を身にまとい、一堂に集結。煌びやかなランウェイを埋め尽くす出演者たちの姿に、会場は大きな盛り上がりを見せました。最後には出演者全員がステージに並び、ファッションと音楽を融合した華やかな演出で、この日限りのエンターテインメントショーを締めくくりました。



■落合宏理氏のコメント

ファミフェスは挑戦する場所。新しいユニフォームがTシャツに変わることはファミリーマートがすべてのスタッフの皆さまに対して“自由は信頼のもとに成りたつ”という思いからです。10年ぶりのユニフォーム変更でこのTシャツを着用する事は、全国約16,500店舗のファミリーマートが新しい時代への価値を作る意味を持っていると思います。

今回のショーで着用される一つひとつのアイテムは、皆さまが「定番」と認識される、ベーシックなデザインのコンビニエンスウェアです。

重ねる、絞る、ずらすなど、普通と言われる洋服たちが、想像力によって無限に変化していきます。100名以上のさまざまな背景を持ったキャストイング、スタイリングを通してユニフォームのコンセプトと同じように“自由”とファミフェスの意義である“挑戦すること”を表現できたと思います。

「コンビニで衣料品を買う文化」をつくるために生まれた「コンビニエンスウェア」。6年目の進化したクリエイティブをファミフェスを通じて感じていただけたらうれしいです。

<発表会>

■吉田鋼太郎さんと八木莉可子さんが新ユニフォームを自由にコーディネート！

エンターテインメントショーに先立って行われた発表会には、ファミリーマートアンバサダーの吉田鋼太郎さんと八木莉可子さんがゲストとして登場しました。最初のトークセッションでは、新ユニフォームを披露しました。

吉田さんは、自身が考えたコーディネートについて「ちょっと渋めでございます。下のインナーを黒にして、濃い緑色とあわせて、大人の男の空気を醸し出してみました。」とポイントを紹介。実際に新ユニフォームを着用した感想についても「インナーを少し大きめにして着ているのですが、これが動きやすい。オーバーサイズで着られるのが、またかっこいいんです。」と、レイヤードのこだわりも熱く語りました。

一方、八木さんは自身のコーディネートについて「実は上のユニフォームはXSサイズで、あえて小さめのコンビニエンスウェアのインナーを選んでインナーを見せてみました。」と解説し、「後ろのデザインもとってもかわいいので、皆さんにたくさん見ていただきたいです。」と語りました。それぞれの個性が表れたコーディネートを通して、新ユニフォームの自由なコーディネートや楽しみ方を紹介しました。





■二人が考える「こんな働き方やルールがあったらいいな」も披露！

吉田さんは「食べ放題」、八木さんは「1 時間に 1 回のカラオケタイム」を提案

続くトークセッションでは、今回のファミフェスのテーマである「コンビニではたらく」にちなみ、吉田さんと八木さんが「こんな働き方やルールがあったらいいな」と考えるアイデアをそれぞれ発表しました。

吉田さんが考案したのは「食べ放題」。その理由について、「今後、ユニフォームをコーディネートしてお店で働くことが楽しみになる中で、働いている時の食べ物にも楽しみを、という意味で、“スタッフはファミマの商品を食べ放題”にしたらもっと楽しくなるのではないかと。」というアイデアを提案。

一方で、八木さんは「1 時間に 1 回カラオケタイム」というアイデアを提案。「1 時間に 1 回歌う機会があれば、お客さんとスタッフさんの距離も縮まるし、スタッフさんもりフレッシュできるので！」と笑顔で提案。「実際に吉田さんが店長だったら、この案を採用しますか？」と聞かれると、「採用しません！」と力強くコメントし会場が笑いにつつまれました。

二人ならではの視点から、“もっと楽しく、自分らしく働くためにあったらうれしい働き方やルール”についてトークを繰り広げました。



最後に、このあと出演するエンターテインメントショーへの意気込みを聞かれると、八木さんは「ファミリーマートさんはネームプレートもユニフォームも変わって、どんどん進化されています。その姿をこの後のショーでも皆さんにご覧いただけたと思います。ファミマがもっと身近な場所になって、地域と一体になって楽しんでいただける場所になったら嬉しいです！」と、エンターテインメントショーへの期待値を込めて語りました。吉田さんは「ファミリーマートの飽くなき挑戦は、ずっと続いているんですね。今日は見どころが目白押しですので、ぜひ驚いて、感心して。僕もそうだったのですが、感動しました。ぜひ皆さんも楽しんでいただければと思います。」とそれぞれコメント。新しいユニフォームの着こなしから、これからの働き方まで、吉田さんと八木さんならではの視点で「コンビニではたらく」ことの楽しさや可能性を伝える発表会となりました。



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