

「Aromafresca銀座 原田慎次シェフ」監修第3弾
12月3日（火）「香るパスタ登場。」
～ファミマ・ザ・パスタ2商品は麺を增量しリニューアル～

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：細見研介）は、継続して取り組んでいる5つのキーワードの1つである「もっと美味しく」「『あなた』のうれしい」の一環として、Aromafresca銀座原田シェフ監修の「2種ソースと5種チーズクリーム&ミートソース」519円（税込560円）などの4種のパスタが登場する「香るパスタ登場。」キャンペーンを2024年12月3日（火）から全国のファミリーマート約16,300店にて展開いたします。

※商品により発売地域が異なります



■銀座の名店「Aromafresca銀座」監修パスタから「2種ソースと5種チーズクリーム&ミートソース」が新登場！

「Aromafresca銀座」とは、原田慎次シェフが手掛け、“香り・盛り付け・味わい”の三位一体で仕上げたイタリアンを提供する、銀座の名店です。パスタ監修第3弾となる今回は、「Aromafresca銀座 原田慎次

シェフ監修 2種ソースと5種チーズクリーム&ミートソース」519円（税込560円）を発売いたします。5種のチーズを使用したコク深い「クリームソース」と牛肉の旨みや玉ねぎの甘みや具材感が感じられる「ミートソース」の組み合わせです。ミートソースには白ワインとオレガノを効かせ、蓋を開けた瞬間の香りにこだわりました。

■Aromafresca銀座 原田慎次シェフからのコメント

5種類のチーズをたっぷり使ったクリーミーなソースとミートソースの濃淡のバランスにこだわりました。クリーミーなクリームソースとミートソースのマッチング。シェフ原田の新しいチャレンジです。ほのかに香るオレガノと炒めた玉ねぎ。ありそうでなかった組み合わせ。シェフ原田のお気に入りに加わりました。寒さが厳しくなる季節にぴったりの自信作です。

■累計販売数1,000万食突破のファミマ・ザ・パスタに待望の明太子が登場！定番のナポリタンとミートソースは麺が20g増量

累計販売数量1000万食を突破しており、ご好評いただいている「ファミマ・ザ・パスタ」シリーズに明太子が初登場いたします。明太子パスタは市場でも定番商品として展開しており、人気の高い味種です。定番商品である「ファミマ・ザ・ナポリタン」はケチャップが香る完熟トマト仕立てで、「ファミマ・ザ・ミートソース」はデミグラスが香るコク深い味わいです。ナポリタンとミートソースは従来品と比較して麺を20g増量し、さらに満足感のある商品に仕上げました。ぜひお試しください。

【商品詳細】

	<p>【商品名】Aromafresca銀座 原田慎次シェフ監修 2種ソースと5種チーズクリーム&ミートソース</p> <p>【価格】519円（税込560円）</p> <p>【発売日】2024年12月3日（火）</p> <p>【発売地域】全国</p> <p>【内容】</p> <p>5種類のチーズ（パルミジャーノ、パルメザン、ブルー、ペコリーノ、チェダー）を使用したクリームソースと、牛肉の旨みや玉ねぎの甘みの効いた具材感のあるミートソースのマリアージュが楽しめるパスタです。オレガノと白ワインがふわっと香ります。</p>
	<p>【商品名】ファミマ・ザ・明太子パスタ</p> <p>【価格】445円（税込480円）</p> <p>【発売日】2024年12月3日（火）</p> <p>【発売地域】全国（※沖縄県を除く）</p> <p>【内容】</p> <p>つぶ感と風味にこだわった明太子を使用した、バターのコクや旨み、程よいだし感がバランスよく感じられる味わいの明太子パスタです。別添の刻み海苔がアクセントです。</p>

	<p>【商品名】ファミマ・ザ・ナポリタン 【価格】406円（税込438円） 【発売日】2024年12月3日（火） 【発売地域】全国（※沖縄県を除く） 【内容】 酸味と甘みを感じられる完熟トマト仕立てのケチャップナポリタンです。麺を炒めた時の香ばしさも感じることができ、パルメザンチーズがアクセントになっています。従来品よりも麺量を約20g増量し、さらに満足感のある仕立てです。</p>
	<p>【商品名】ファミマ・ザ・ミートソース 【価格】445円（税込480円） 【発売日】2024年12月3日（火） 【発売地域】全国（※沖縄県を除く） 【内容】 トマトの酸味とデミグラスの旨みにバターのコクが加わったコクと深みのある本格的な味わいのミートソースです。 従来品よりも麺量を約20g増量し、さらに満足感のある仕立てです。</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。

※店舗によって取り扱いのない場合がございます。

<参考情報>

■原田慎次シェフプロフィール



1969年栃木県足利市生まれ。

1988年服部栄養専門学校在学中より六本木のチーノ（現在は閉店）で修行を始める。

1994年より南青山のジリオラでシェフを務める。

1998年に広尾にアロマフレスカをオープンし、予約の取れないレストランとして注目を浴びる。

2005年南麻布の移転を経て、2010年より銀座にサーラ アマービレを併設して移転。

2007年の、ミシュラン東京創刊時より星を獲得する。イタリアにも日本のどこにもない独自の料理、店名の涼しい香り"アロマ"を重視した料理を提供している。

オーナーシェフのかたわら、レストランプロデュース、商品開発、栃木県

未来大使、足利市みらい応援大使、雑誌やテレビでも活躍中。著書多数。

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・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：2021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。