

「ピエール・エルメ アンソロジー」監修スイーツシリーズが誕生！
第1弾は「マカロン サンド」「ザ・ガトー クリーム」を発売
～ココロ、トキメク、シアワセ、ジカン～

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「『あなた』のうれしい」の一環として、「ファミマル Sweets」より、21世紀のパティスリー界を先導する第一人者 PIERRE HERMÉ（以下：ピエール・エルメ）氏のブランドを国内で展開する PH PARIS JAPON 株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：RICHARD LEDU（リシャル・ルデュ））のライセンスブランド、「PIERRE HERMÉ Anthology（ピエール・エルメ アンソロジー）」監修のスイーツをシリーズ展開いたします。第1弾として「マカロン サンド（イチゴ&パッションフルーツ）」249円（税込268円）と「ザ・ガトー クリーム（コーヒー&チョコレート）」298円（税込321円）を2025年1月28日（火）から全国のファミリーマート約16,200店にて発売いたします。



■第1弾は「マカロン サンド」「ザ・ガトー クリーム」の2種のスイーツが登場！

このたび、「ファミマル Sweets」から、古き良き時代のパティスリーの世界観を現代的に再解釈する「ピエール・エルメ アンソロジー」監修のもと、新しいスイーツシリーズを発売いたします。

記念すべき第1弾は、代表的なフランス菓子であるマカロンを「ファミマル Sweets」として表現した「マカロン サンド」と、クリームにこだわったオリジナルスイーツ「ザ・ガトー クリーム」の2商品を発売いたします。

また、ブランドのコンセプトをより感じていただくために、ピエール・エルメ氏の故郷であるフランスのアルザス地方で多く用いられる図柄をパッケージにあしらいました。

「ピエール・エルメ アンソロジー」監修のスイーツを今後、シリーズとして展開することで、「ファミマル Sweets」における高付加価値メニューを充実させてまいります。

【商品詳細】

	<p>【商品名】マカロン サンド（イチゴ&パッションフルーツ） 【価格】249 円（税込 268 円） 【発売日】2025 年 1 月 28 日（火） 【発売地域】全国 【内容】代表的なフランス菓子であるマカロンを、「ファミマル Sweets」として表現した、イチゴとパッションフルーツの甘酸っぱい味わいが楽しめるマカロンサンドです。イチゴとパッションフルーツをイメージしたマカロンパフにくちどけのよいクリームを絞って仕立てました。</p>
	<p>【商品名】ザ・ガトー クリーム（コーヒー&チョコレート） 【価格】298 円（税込 321 円） 【発売日】2025 年 1 月 28 日（火） 【発売地域】全国 【内容】食感の異なる 2 種のクリーム（コーヒーバタークリーム、コーヒーカスタード入りホイップクリーム）と生チョコをしっとりとした生地で包みました。コーヒーと生チョコの濃厚な味わいを楽しめるスイーツです。</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。

■ PIERRE HERMÉ Anthology（ピエール・エルメ アンソロジー）について

古き良き時代のパティスリーの世界観をパティシエ ピエール・エルメが現代的に再解釈したコレクション。

豊かな文化が息づく故郷で育まれた感性にモダンなエスプリを散りばめて、どこか懐かしい、なぜかほっとする、そんな味を。

大切なあなた、そして家族のための、ピエール・エルメからの贈り物。

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・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きます。

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。