

報道関係各位

株式会社ファミリーマート

**ファミリーマート初「バニラ」が主役の焼き菓子シリーズが登場！  
“バニラの王様”と呼ばれるマダガスカル産バニラシードを使用した  
3種類の焼き菓子を1月21日（火）新発売**

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：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」から、「バニラ香るドーナツ」149円（税込160円）、「バニラ香るパウンドケーキ」153円（税込165円）、「バニラ香るロールケーキ」149円（税込160円）を2025年1月21日（火）より全国のファミリーマート約16,200店にて発売いたします。



**■ファミリーマート初！バニラフレーバーの焼き菓子シリーズが新登場！**

「ファミマル Sweets」は、これまでに秋定番の「紅茶フレーバー」をはじめ、いちごや抹茶、メープルなどの焼き菓子シリーズを発売し多くのお客さまにご好評いただきました。

このたび、ファミリーマートの焼き菓子として初となる「バニラフレーバー」を、焼き菓子の中でも人気の高い、ドーナツ・パウンドケーキ・ロールケーキの3種類で展開いたします。

バニラの王様と呼ばれるマダガスカル産バニラシードを使用することで、マイルドでやさしく甘い香りが特徴になっております。バニラフレーバーの焼き菓子の新鮮で贅沢な味わいをぜひご堪能ください。

## ■商品誕生秘話！担当者のコメント

スイーツやアイスで定番のバニラフレーバーを焼き菓子と合わせたらおいしいのでは、との発想から選定しました。バニラを主役とした焼き菓子シリーズの展開は今までにないため、新たにチャレンジした企画です。

開発するうえで、一番大変だったことは「バニラ感」を出すことです。バニラとは植物の名前で、その植物から抽出された香料のことをバニラフレーバーと呼びます。「バニラ味」は存在しないため、香りだけで「バニラ感」を表現しなくてはなりません。今回、バニラの香りを立たせると同時に、味付けは一般的に想像しやすい「ミルク」を採用し、「バニラ」の味わいを表現いたしました。「バニラ」の香りにとことんこだわったシリーズをぜひご賞味ください。

## 【商品詳細】

	<p>【商品名】バニラ香るドーナツ 【価格】149 円（税込 160 円） 【発売日】2025 年 1 月 21 日（火） 【発売地域】全国 【内容】バニラペーストを練り込んだドーナツ生地に、ホワイトチョコを表面にコーティングした、バニラ香るドーナツです。表面のホワイトチョコには、マダガスカル産バニラシードを使用しており、香り豊かな仕立てです。</p>
	<p>【商品名】バニラ香るパウンドケーキ 【価格】153 円（税込 165 円） 【発売日】2025 年 1 月 21 日（火） 【発売地域】全国 【内容】練乳と生クリームを使用した、まろやかなミルクの味わいの生地に、マダガスカル産バニラシードとバニラ風味のチョコチップを練り込んだバニラ香るパウンドケーキです。</p>
	<p>【商品名】バニラ香るロールケーキ 【価格】149 円（税込 160 円） 【発売日】2025 年 1 月 21 日（火） 【発売地域】全国 【内容】バニラ風味の生地でマダガスカル産バニラシード入りのミルク風味クリームを包んだ、バニラ香るロールケーキです。ミルク風味クリームには、ブランデーの香りを加え、奥深い味わいがお楽しみいただける仕立てです。</p>

※画像はイメージです。

※軽減税率対象商品は、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。

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

## ■ファミラルのコンセプト

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。