

「ローマイヤ」ブランド全面リニューアル！ 新ビジョン「こころが笑顔になる、シン洋食体験」 を掲げ、次の100年に向けたブランド戦略を始動

スターゼン株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：横田和彦、証券コード：8043）の子会社であるローマイヤ株式会社は、自らが展開する老舗ブランド「ローマイヤ」をリブランディングしました。ロゴ・パッケージ・商品ラインアップを刷新し、ブランド・ビジョン「こころが笑顔になる、シン洋食体験」のもと、次の100年に向けた新たなブランド展開を順次開始します。



■ブランド見直しの背景

1921年創業の歴史を持つローマイヤブランドは、長年にわたり多くのお客様に愛され続けてきました。一方で、複数のブランドや商品が展開され、ローマイヤというブランドが持つ価値や特徴が、お客様に伝わりにくくなっているという課題も生まれていました。

この課題に向き合うため、社内にプロジェクトチームを立ち上げ、現状分析や市場調査を実施。ローマイヤがこれからもお客様に届けていきたい価値について整理を行いました。

■ブランド・ビジョンの策定

こうした取り組みを通じて、ローマイヤブランドの価値を改めて見つめ直し、これからもお客様に選ばれ続けるために、ブランドとして届けていく価値の方向性を検討しました。

その結果、「商品のおいしさ」だけでなく、食卓で過ごす時間や体験そのものを含めて価値を届けていくことが、これからのローマイヤブランドにとって重要であると整理しました。

こうした考えのもと、次の100年に向けた新たなブランド・ビジョンとして「こころが笑顔になる、シン洋食体験」を策定しました。

■ブランド・ビジョンに込めた想い

「こころが笑顔になる」

ローマイヤは、商品そのもののおいしさや品質だけでなく、食卓で過ごす時間そのものが笑顔につながる体験になることを目指しています。

家族や大切な人と囲む食卓のひとつときに寄り添い、楽しい・嬉しい・豊かな気持ちを生み出す、そんな食の価値を届けていきたいという想いを込めています。

「シン洋食体験」

「シン」には、進化・新化・真化・深化・伸化といった複数の意味を重ねています。創業以来受け継いできた伝統や技術を大切にしながら、現代のライフスタイルや価値観に合わせて洋食を再定義し、ローマイヤならではの新しい洋食体験を提案していきます。

例えば、平日の夕食が少し楽しみになること。ハレの日の食卓が手軽に整うこと。そんな日常のさまざまな食シーンに寄り添い、食卓の時間そのものを豊かにする体験を届けていきます。



■ブランドリニューアルの概要

① 3つのブランド体制へ再構築

「銀座ローマイヤ」「ローマイヤクラシック」「ローマイヤハウス」の3ブランドに整理

② ロゴ・パッケージを刷新

ブランドの世界観をより伝えるデザインへリニューアル

③ 商品ラインアップの整理

ブランドごとの役割を明確化し、商品構成を見直し

■3つのブランドで広がるローマイヤの新しい世界

ブランド・ビジョン「こころが笑顔になる、シン洋食体験」を実現するため、ローマイヤでは、これまで体系化されていなかったブランド構成や商品ラインを見直しました。それぞれの役割と価値を明確にした3つのブランドカテゴリーに再編しました。

また、各ブランドのコンセプト（顧客提供価値）を設定することで、日常から特別な日の食卓まで、暮らしの中のさまざまなシーンに寄り添いながら、ローマイヤならではの洋食体験を分かりやすくお届けしていきます。

【銀座ローマイヤ】

スタイリッシュな洋食で、華やかなひとときを

家族が集まるイベントやお祝いの日には、食卓を彩る華やかな洋食を楽しみたい方へ。ローストビーフやハンバーグなどの一品料理から、おせちやオードブルなどの多彩な美味を詰め込んだセットメニューまで、丁寧に仕上げた洋食の味わいを、そのままご家庭でお楽しみいただけるラインアップ。

以前のロゴカラーを踏襲しつつ、格式や信頼感を与える盾をイメージしたロゴマークにしました。



【ローマイヤクラシック】

伝統の技が織りなす、心満たす味わい

贈り物にも、自分へのご褒美にも寄り添う“伝統のごちそう”を。

肉のうまみをしっかりと閉じ込めたロースハム、食欲をそそる香りが広がるソーセージなど、長年積み重ねてきた想いを込め、一つひとつ丹精込めて作りあげた味わいをお楽しみください。

ロゴマークは、定着している形状・配色を継承し新ブランド名「クラシック」が目立つデザインにしました。



【ローマイヤハウス】

みんなで囲む食卓をちょっと贅沢に

ローマイヤブランドを日常的にカジュアルに自分好みに楽しみたい方へ何気ない毎日に、ほっと嬉しい贅沢を。

ロゴマークは、食卓の温かみや安心感を表現した色（クリーム色と深緑）を基調に、“食卓に並ぶ大皿”をイメージしたシルエットを採用しました。



■ブランドごとのオススメシーン

・銀座ローマイヤ

来客時のおもてなしやお祝いの食卓、特別な日のディナーに

・ローマイヤクラシック

贈り物や自分へのご褒美、ディナーのメインや、こだわりのランチに

・ローマイヤハウス

忙しい日の夕食や、家族で囲む日常の食卓に

■今後の展望

ローマイヤでは、商品そのもののおいしさだけでなく、食べ方や利用シーンの提案を通じて、お客様の暮らしに寄り添う「モノからコトへの提案」を強化していきます。

その実現に向け、今回のブランドリニューアルを機に、新たに掲げたブランド・ビジョンのもと、商品開発や売場提案、コミュニケーションなど、ブランドに関わる取り組み全体の見直しと強化を進めていきます。

創業から受け継いできた洋食文化の伝統と専門性を大切にしながら、現代のライフスタイルや価値観に応える新しいローマイヤのブランドづくりを進め、次の100年に向けてさらなる価値創造に取り組んでまいります。

■担当者のコメント

ローマイヤは、長い歴史の中で多くのお客様に親しまれてきたブランドです。一方で、食卓のあり方やライフスタイルは時代とともに変化しています。

今回のリブランディングでは、消費者目線でブランドを見つめ直し、これまで大切にしてきた商品のおいしさや品質はそのままに、食卓で過ごす時間そのものが楽しくなるブランドへと進化させたいという想いを込めました。

日常の食卓から特別な日のひとときまで、ローマイヤならではの洋食の魅力を通じて、こころがふっと笑顔になるような体験をお届けしていきたいと考えています。

■商品ラインアップ (抜粋)

【銀座ローマイヤ】

商品名	ローストビーフ	ローストポーク
イメージ写真		
内容量	130 g	180 g
参考店頭売価	1,080 円	598 円

商品名	ハンバーグ デミグラスソース	ロールキャベツ トマトソース
イメージ写真		
内容量	180 g	180 g
参考店頭売価	498 円	498 円

【ローマイヤクラシック】

商品名	ジャーマンヴルスト	ヴァイスヴルスト
イメージ写真		
内容量	150 g	135 g
参考店頭売価	428 円	428 円

【ローマイヤハウス】

商品名	スモークベーコン詰合せ※	ハム・焼豚詰合せ※
イメージ写真		
内容量	総量：500g 内容：濃厚スモークベーコン 250g、濃厚スモークペッパー ベーコン 250g	総量：990g 内容：ホワイトロースハム 410g、焼豚 380g、ボンレスハム 250g

※掲載商品はギフト限定商品です。

その他のローマイヤハウス商品は直営店にて販売しております。

■関連サイト

- ・ローマイヤ 公式サイト
<https://www.lohmeyer.co.jp/>
- ・ローマイヤ 公式オンラインショップ
<https://www.lohmeyer-shop.com/>
- ・ローマイヤ直営店 店舗情報
<https://www.lohmeyer.co.jp/restaurant/>

【ローマイヤ株式会社】

1921年創業、100年以上の歴史を持つ老舗の食肉加工メーカーです。創業者のアウグスト・ローマイヤがロースハムづくりを日本で初めて手がけて以来、“洋食を広めたい”という意思を受け継ぎ、時代に合わせて進化を続けています。ブランド・ビジョン「こころが笑顔になる、シン洋食体験」を掲げ、お客様の食卓へ笑顔をお届けします。

【スターゼン株式会社】

スターゼン株式会社は、1948年に創立以来、食肉業界のトータルサプライヤーとして、安全・安心で高品質な食肉や加工食品を国内外のお客様にお届けしています。私たちスターゼングループは「食の感動体験を創造することで世界中の人々と食をつなぎ続ける」という経営理念のもと、食の持つさまざまなチカラを通じて、感動を届け、世の中を元気に、笑顔にしていくことを目指しています。

【本リリースに関するお問い合わせ先】

スターゼン株式会社 広報・IR部 海老原俊司
TEL:03-3471-5521 / FAX:03-3471-5690 / E-mail information@starzen-group.com

以 上