

ファミリーマート 「ファミチキバンズ」リニューアル ～生地重量25%増量、タルタルソース20%増量～

ファミリーマートは、2021年9月に創立40周年を迎え、40周年に向けたチャレンジ「40のいいこと!？」に取り組んでいる。「40のいいこと!？」の5つのキーワード「もっと美味しく」「たのしいおトク」「『あなた』のうれしい」「食の安全・安心、地球にもやさしい」「わくわく働けるお店」のうちの一つ「もっと美味しく」の一環として、全国発売から1周年の「ファミチキバンズ（タルタルソース）」82円（税込88円）をもっと大きく、もっと美味しくしてリニューアル。2022年2月1日（火）より全国のファミリーマート約16,600店舗にて発売した。

リニューアルされた「ファミチキバンズ」は、焼成前の生地重量を25%増量（焼成後22%増）しバ

ンズサイズをアップ。ふっくら、しっとりしたバンズは、歯切れが良くなり食べやすくなった。また、バンズの中に塗られたタルタルソースの量も20%増量し、ソース具材の玉ねぎの量も60%増量。シャキシャキとしたアクセントを楽しめるようにした。

リニューアル前の「ファミチキバンズ」は、年間約2,000万食を販売し、同商品との買い合わせランキング1位は「ファミチキ（骨なし）」、2位「スパイシーチキン」、3位「クリスピーチキン（プレーン）」、4位「ファミコロ（牛肉コロッケ）」、5位「厚切りハムカツ」となっている。

なお、ファミチキバンズのメインターゲットは20～50代男性。リニューアルによる売上効果（目標）は非公表としている。



「ファミチキ（骨なし）バーガー」
※調理例



◀リニューアルに伴い、“挟むバンズ”であることが一目で分かるようなデザインに変更。



「グラタンコロッケバーガー」
※調理例



「ジューシーメンチカツバーガー」
※調理例