

## “ファミ横商店街”の看板商品「炭火焼きとり」

# 約 1 か月で 3,000 万本突破！

## いよいよ希少部位の焼きとり「ハラミ」も発売開始！

株式会社ファミリーマート(本社：東京都豊島区、代表取締役社長：澤田貴司)は、2017年6月27日(火)に発売した、“ファミ横商店街”の看板商品である「炭火焼きとり」の累計販売数が、**発売から約1か月で3,000万本を突破**いたしました。(※期間：6月27日(火)～8月1日(火))

### ■“ファミマの焼きとり”ファミチキと並ぶ、レジ横の看板商品に成長！


ファミリーマートの「炭火焼きとり」は、サークルK・サンクスで大好評いただいていた「焼きとり」のノウハウを活かしつつ、“焼きとり屋さんのやきとり”を目指して、“鶏肉の食感”、“タレ・塩の味わい”にさらなる改良を加えた商品です。このたびファミリーマートでの発売開始から約1か月で累計販売数3,000万本を突破いたしました。



### ■年間目標2億本達成にむけて、いよいよ希少部位の焼きとりが登場！8月は「ハラミ」を限定販売！

ファミリーマートでは、「炭火焼きとり」シリーズで年間2億本販売という壮大な目標を掲げています。8月からは、希少部位の中でも人気の高い「ハラミ」を使用した、「炭火焼きとり ハラミタレ」を、数量限定で発売いたします。

#### 【商品詳細】

	<p>【商品名】炭火焼きとり ハラミタレ</p> <p>【価格】本体:119円、税込:128円</p> <p>【発売日】</p> <p>8月1日(火)：東北(福島県を除く)、関東、静岡県(東エリア)</p> <p>8月8日(火)：北海道・福島県・新潟県・静岡県(西エリア)、中部、関西、中国、四国、九州(宮崎県・鹿児島県を除く)</p> <p>※宮崎県、鹿児島県、沖縄県を除く</p> <p>【内容】焼きとり1本を作るのに、8羽分の鶏肉を使用するため、一般的にも希少性が高い焼きとりである「ハラミ」を数量限定で発売。「炭火焼きとり かわ」と同等のサイズ、同じお値段でご提供いたします。</p>
---	--

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、「Fun&Fresh」をテーマに、小商圏における生活インフラとして、来るたびに楽しい発見があり、新鮮さにあふれた、お客さまの気持ちにいちばん近いコンビニエンストアを目指してまいります。

以上

#### 【参考資料】

##### ■「炭火焼きとり」の特徴

###### 1. “焼きとり屋さんのやきとり”の食感を再現！

「炭火焼きとり もも」(タレ・塩)は、処理後72時間以内のフレッシュなチルド鶏もも肉を使用し、鶏肉本来の食感を最大限引き出しました。

###### 2. タレのこだわり：焼きとり屋さんの“継ぎ足しタレ”を再現！

“本醸造濃口醤油”に加えて、発酵熟成されたまろやかな味わいの“本醸造溜り醤油”を使用。さらに、ローストした鶏肉をすりつぶしてタレに配合することで、焼きとり屋さんの“継ぎ足しタレ”のような味の深みを感じさせる醤油ダレを実現しました。

###### 3. 塩のこだわり：焼きとり屋さんの“塩焼きとり”の味わいを再現！

岩塩を使用したシーズニング(調味料)を新たに開発し、振り塩で作る焼きとり屋さんの“塩焼きとり”のような味わいや塩加減に仕上げました。

##### ■惣菜売場を商店街化～「ファミ横商店街」誕生～

少子高齢化・単身世帯の増加・有職女性の増加などのマーケット環境の変化を受け、惣菜ニーズが高まる中、レジ横のカウンターで販売するファストフーズ惣菜を「ファミ横商店街」と命名し、あらゆる年代の方々が気軽に利用でき、活気のある雰囲気をもった「街の商店街」をイメージし、訴求しております。



##### ■新キャラクター登場、その名も「ファミチキ先輩」!

ファミリーマートの看板商品「ファミチキ」を擬人化し、年間を通じて訴求すべき商品カテゴリーを熱くPRしていく新キャラクター「ファミチキ先輩」。

時にアツク、時にハートウォーミングな“熱血漢”「ファミチキ先輩」を通じて、さまざまな形で情報発信を行ってまいります。ファミチキ先輩の活躍にご期待下さい。

※「ファミチキ先輩」特設 HP <http://www.family.co.jp/campaign/spot/famichikisenpai.html>

