

セブン - イレブン・ジャパン 「おにぎり全面リニューアル」 ～ 精米方法や包装フィルムなど～

セブン - イレブン・ジャパンは、オリジナルフレッシュフードの主力商品である「手巻おにぎり」を全面リニューアルし、2月25日（火）より全国のセブン - イレブン 20,964 店舗にて発売する。

総務省家計調査（2人以上の世帯）では2014年を境に米とパンの消費額が逆転したが、同社においては米飯カテゴリーの売上は、パン類の1.5倍以上となっている。中でも、おにぎりの販売数量は22億7000万個（2018年度）。また、同社ナノデータによると、今年1月のトライアル率は1位、リピート率はカフェに次いで2位となっており、高い来店動機商品といえる。さらに、併売分析では、おにぎり購入者の9割以上が他の商品も購入しており、おにぎりはあらゆるカテゴリーのキーカテゴリーともいえる。

同社のおにぎりは1978年の発売以来、おにぎり本来の美味しさを追求し続けており、あるべき調理工程の実現に向けて取り組んできた。今回、更なるおにぎり品質の向上の取り組み

として、包装フィルムの仕様を5年ぶりに、精米方法を14年ぶりに刷新し、より本格的な具材の味わいを高めた「手巻おにぎり」にリニューアルする。

精米では「低温精米」を採用し、米そのものへの負担を軽減する優しい精米方法にすることで、米の旨味を損なわず、ふっくらとしたご飯に仕上げることが可能となった。また、包装フィルムを従来よりも密閉度を高めた仕様にする事で、“パリッ”とした海苔の食感と風味をより長く保つことが可能となった。

海苔は、歯切れ・口どけ・旨味など、同社の求める基準を数値化し品質を安定化。海苔業界の品質基準である「等級」とは異なる同社独自の品質基

準で最適な海苔だけを調達。

具材は、紅鮭は昔ながらの「山漬け製法」で素材本来の旨味を最大限に引き出した。ツナマヨネーズではたまご比率を上げ、より濃厚でコクのあるマヨネーズを使用。昆布はやわらかい根昆布を加え、味がしっかりしみた佃煮に仕上げた。辛子明太子は「手返し製法」により粒感や旨味をアップ。梅はたたき梅に濃縮した梅酢を加えることで、梅の旨味と風味を向上させた。



【おにぎりが生まれた背景】

同社おにぎりは「日本のソウルフード」として1978年に販売を開始し、今年42年目を迎えた。商品開発の背景としては、高度成長期終盤の1970年代の皆が忙しい時期のマーケットニーズ「どの家庭でも食べられているもの」「食場面は外が多い」「ワンハンドで手軽に食べられる」「便利な携帯可能食品」などのニーズに対応して開発された。

【おにぎり作りのポリシー】

セブン - イレブンのおにぎり作りのポリシーは「お母さんが作るおにぎり」であり、変わらず代々受け継がれてきた。そして、「お母さんが作るおにぎり」をあるべき姿とした時に、どのように再現するかを追求してきた歴史が同社のおにぎりの歴史といえる。

2006年には低圧精米、2012年には振り塩製法、2003年には包餡成型、2019年粒厚選別など、お母さんが作るおにぎりに近付けるために様々な進化を重ねてきた。