



岐阜米穀(株) メールマガジン

今回のテーマは

「新興ブランド米が人気 差別化しやすく シリーズ化/手軽さも鍵」

新品種のお米を使ったおにぎり商品の販売が好調で、売上を5割伸ばした事例もあり
“差別化”と“手軽さ”が大切なようです。

伸びている原因は、店頭で米のこだわりおにぎりであることを訴求できること、200円前後と購入しやすい価格であることで、人の流れが活発化する今が新商品の発表のタイミングなのです。

ローソンは全国のブランド米おにぎり「日本おこめぐり」シリーズを展開して、2022年7月に発売した北海道産「ふっくりんこ」、山形県産「雪若丸」なども使用して、最近では福井県産「いちほまれ」のおにぎりを発売し、好調の理由は手軽なブランド米もあるようです。大袋で売られるブランド米を1食から試せるとして、手を伸ばす人が多いですし、炊飯の手間がないことや200円程度の購入しやすい価格帯もニーズを捉えているわけです。

他のコンビニでは「こだわり黄金（こがね）」で単一ブランド米を提案して、宮城県産「だて正夢」を使ったおにぎりを販売しています。これは1週間の販売個数が前回比2割増になっていて、新興ブランド米による差別化にあるようです。

3年で大きく伸びているおにぎりの中で、購入価格は「130～150円」が多く、購入先はコンビニが6割とのこと。なお女性の購入先のトップ回答は自分で作る でした。売れ筋の具は鮭・明太子・ツナマヨの順で、食べる回数は「週1～2回」が多く、次いで「月2～3回」となります。食べる時は昼食が圧倒的で、朝食も30%程度あります。専門店のおにぎりを買いたい人は約8割にのぼり、理由は「お米が美味しい」「具材が美味しい」「具材の豊富さ」「握りたて」との回答でした。

そんな中でおにぎりの購入理由は「価格が手頃で安価」が一番で、値頃感をどのように盛り込めるかが、おにぎり販売拡大のポイントであることはこれからも続きそうです。

岐阜米穀では玄米おにぎり、もち玄米おにぎり、黒米おにぎりなど付加価値おにぎりをご提案しています。すぐ食べられる試食サンプルを準備しておりますので、ご希望の方はメールでお申し付け下さい。