チョコ×グミの組み合わせで、新しいトレンドを創出

セブンプレミアム

チョコっとグミ

「こんなのほしかった」を追求して、新食感の商品を開発

近年、小麦や砂糖など原材料価格の高騰による価格改定への対応が先行し、新商品の開発が難航していました。その中で、「お客様にワクワクする商品をお届けしたい」という思いのもと、基本に立ち返りマーケット分析を進め、２０２２年に『チョコっとグミ』の開発に着手しました。

当時、菓子市場で安定した人気を誇っていたのはチョコレートでしたが、チョコレートを使った商品はクッキーやスナックなど、すでに多く存在しています。そこで着目したのが、若年層を中心に流行しているグミでした。「チョコレートとグミを組み合わせたら、これまでにない商品になるのでは？」「トレンドの担い手である10～20代に商品を届けられたら」と考え、新食感のお菓子『チョコっとグミ』が誕生しました。

開発にあたり、従来のやり方を大きく見直しました。目まぐるしく変化する菓子市場のトレンドにおいて、高品質かつ持続可能な原材料を採用し、迅速に商品開発を進めるため、新たなお取引先として、ストロングハート様にご協力をいただきました。

自社で製造工場を持たず、プロジェクトごとに会社の垣根を越えたメンバーが一丸となってものづくりを行う同社は、試行錯誤の過程における一つひとつの動きが迅速で、すぐに形にして意見交換の場をつくってくださる。そんな熱意あふれる姿勢に刺激をいただきました。最良の原料で、何度も試作を繰り返し、お求めやすい１００円※1という価格的な価値を追求しながらトレンドを逃すことなく新商品を創出できたのは、同社の協力があったからこそ。

さらに、グミとチョコレート両方のおいしさを実現するために、グミには国産果汁を使用。チョコレートは、グミとも相性が良く、カカオ本来の味わいを楽しめるクーベルチュールチョコレート※2で包みました。さらに、カカオ農家を支援し、子どもたちと自然を守るチョコレートを使用、果汁も規格外となった果物を活用するなど、食品ロスを防ぐ取り組みも行っています（9ページのコラム参照）。パッケージデザインも従来の「セブンプレミアム」ブランドにはなかった斬新なデザインを採用。発売以降『チョコっとグミ』は「こんなお菓子がほしかった」とＳＮＳで多くシェアされ、大反響をいただいています。

※1 税抜価格 2024 年 9 月時点
※2 ココアバターが 31%以上、無脂カカオ固形分 2.5%以上でその合計である総カカオ分が 35%以上の国際基準を満たした、製菓用に適したチョコレート

COLUMN

食品ロスを防ぐために

2024 年 4 月に発売された『チョコっとグミ 沖縄県産マンゴー味』には、前年の台風の影響で規格外となった、沖縄県産のアップルマンゴーピューレを使用。食材をムダなく活用する取り組みを SNS 上でも発信したところ、多くの共感と応援の声をいただきました。

Point
モニター調査の結果をふまえ、**大きすぎず、適度なかみごたえ**のあるサイズに。

Point
グミにはもち米粉を配合し、**弾力のある食感を実現。**国産果汁入り。

Point
味と食感の組み合わせを楽しめるよう、**チョコの層をできる限り薄めに。カカオ本来の味わいが楽しめる**「クーベルチュールチョコレート」を使用。

物価高の逆境をチャンスととらえ新しいことに挑戦したい

株式会社
ストロングハート
代表取締役
鈴木 一也 氏

当社の「日本、そして世界中の作り手とともに、『新しい技術』『新しい素材』を開発し、『トレンド』をリードする新しい商品をお客様にお届けする」という思いにご賛同いただいたイトーヨーカ堂様と開発がスタート。さらにセブンプレミアム菓子部会を通じて、セブン-イレブン・ジャパン様などセブン&アイグループ各社の皆様に共鳴していただきました。

しかし、「これまでにない商品」「高品質」「低価格」を同時に追求するのは容易ではありません。また、当時グミ市場は拡大しており、既存の生産ラインはほぼ空きがない状態でした。そこでまず、生産工程を根本から見直すために、現場の声を集めることから始めました。その結果、製造工場は少量多品種の生産を行っており、製品の切り替えごとに洗浄工程などで、アイドルタイムが生じるという問題が判明しました。これに対しセブン&アイグループ様の販売力を活かして、一度にまとまった数を製造することで、連続生産を実現しました。その結果、生産効率が向上し、大幅なコスト削減も達成できました。

技術面でもさまざまな苦労がありました。グミなどの柔らかい素材をチョコレートで包むのは難しく、製造過程で傷やはがれが生じてしまうことがありました。このほか、袋を開けた瞬間にチョコレートと果物の香りを感じていただくための原材料バランスなど、何度も試作を重ねて最適解を導き出しました。この取り組みの中で、セブン&アイグループ様の「チームＭＤ」という仕組みが大変勉強になりました。販売するセブン&アイグループ様をはじめ、原材料調達、製造などを担う各社の専門家が集まり一丸となって商品開発を進めることで、目標を実現できました。

「セブンプレミアム」は、環境に配慮しつつ生産者支援も可能な社会的意義のある特別なブランドだと考えています。今後も変化への対応を楽しみながら前進し、その商品が存在することで多くの人が笑顔になれる。そんな商品を、ともにつくっていけたらと思っております。