

“3%だけ”進化レポート

狙いと全体イメージ

今回の進化シミュレーションでは、現状でも人気のコンビニのコッペパンを「もちもち食感」と「多層構造」という2大要素をさらに磨き、流行の裾野を一段広げる微細改良を行います。食感や見た目の新規性、そしてフレーバー提案で、幅広い層に新たな魅力を訴求することを目指します。

1. パン生地の“3%だけ”進化

多重層化×もちもち強調

- 従来の単一生地を2~3層にし、層ごとのレシピ微調整で“層ごとに異なるもちもち感”を演出。
- 外層はやや歯切れ良く、中間層はとろけるような弾力、最内層はややモチモチ感強め、というグラデーション設計。
- 生地配合にタピオカ粉や米粉、ごく少量の湯種を追加し、「本当に違いが分かる」レベルで食感をチューニング。

2. 形状・見た目の“3%だけ”進化

- 従来のコッペパンの丸み・長円形を踏襲しつつ、断面にうっすら層が見える“年輪”デザイン。
- 層の境目にわずかなクリームやバターを挟み込み、断面に淡い色のアクセント(例:うすピンク、ごく淡い抹茶色)。
- サイズ感・持ちやすさは変えず、従来ファンも安心。

3. 多彩フレーバーの“3%だけ”進化案

- 層ごとに異なるフレーバーを薄く施し、口当たりに軽やかな変化を持たせる。
- 例:
 - いちご×ミルク×ホイップ(王道ミルク)
 - ピスタチオ×ホワイトチョコ×バター
 - 紫芋×栗×カスタード
 - コーヒー×キャラメル×マスカルポーネ
- 定番人気(つぶあん・ピーナッツ等)は“3%だけ”意外性ある香りや隠し味を+。
- 季節限定で和の素材(柚子、桜、ほうじ茶など)やヘルシー系(黒ごま、きなこ、甘酒等)も検討。

4. パッケージデザインの“3%だけ”進化

- 【層の見せ方強化】透明窓を従来よりもワイドにし、断面の層構造が一目で分かる仕様に。断面が「年輪」風になるのを活かし、窓の形状も年輪イメージの楕円や波型カットに。
- 【もちもち感の訴求】パッケージ表面に「もちもち」「多層仕立て」などキャッチコピーを小ぶりに配置。手描き風文字や触り心地の良いPP加工で“ふんわり感”を表現。
- 【フレーバーアピール】限定・多彩フレーバーは帯やワンポイントカラーでわかりやすく色分け。例えばピンクは苺、グリーンは抹茶系など、層イメージに合わせて配色。
- 【親しみデザイン】コッペパンの伝統的なイラスト+新しさを感じさせる年輪・層ラインの組み合わせで、新旧ファン双方への訴求を意識。
- 【SNS 映え要素】裏面や側面にもミニイラストや豆知識、「断面映え写真の撮り方」など話題化ポイントをさりげなく仕込む。

5. パッケージ素材・形状の“3%だけ”進化

- 持ちやすさ・陳列効率は維持しつつ、パッケージの一部に微細なエンボス加工(もちもち模様)や和紙風ラベル等で手触り・高級感を演出。
- 環境配慮型インキ・素材の導入も検討し、「新しさ×サステナ」を静かにアピール。

6. 想定される流行の広がり

- もちもち+層感の新食感訴求で SNS 等による話題化を狙う。
- 断面写真映え、限定フレーバー投入で継続的に新規顧客を呼び込む効果を期待。
- 既存ファンからも「ちょっと進化した！」と実感できる違いで、リピートを促進。