



消費者
インタビュー

「私がスーパー、 コンビニで買うパン」

毎日食べるのは朝食用、
ランチ用の食事として
完結できるパン

スーパー、コンビニには、毎月製パン会社が威信を込めて開発した新製品が並び、そのうちのいくつかが定番化されていく。特にコンビニはすさまじいほどの速さで商品構成などが変化を遂げている。そのひとつがパンのPBブランドの台頭である。特に大手コンビニでは、今や90%近くがPB商品で占められているのに驚く。その棚に並ぶ数多くのパンの中から、消費者が選ぶポイントはどこにあるのだろうか。編集部では、ホールセールのパンを消費者が何を基準にしてパンを選ぶのか、本当に求められる製品は何なのかを17名にインタビューしその本音を探った。

まず袋パンを買う理由としては「賞味期限やおいしさの持続が長い」「調理をしなくて食べられる」が筆頭で、当たり前ではあるが改めて利便性が大きなポイントだ。

次にパンを選ぶ基準は、「好きな素材が使われている」がダントツ

に多い。しかも毎日食べるのは朝食用、ランチ用の食事として完結できるパンだ。また、回答者の3分の1の人が、健康を意識したパンを選ぶあるいは要望していることも興味深く、今後の課題といえる。

子どものために 栄養価の高いパンを



榎本利恵さん
(38歳)

愛知県豊田市
会社員
夫、娘と3人家族

パンは、週に2～3回程度、主に朝食として食べています。購入先はスーパーが多く、地元密着型のやまのぶが近いのでよく利用しています。パスコが販売している朝食に向く『スティックタイム』や、山崎製パンの6枚切り食パンをよく買います。購入する理由は、最近固形食が食べられるようになった1歳半の子どもがこれらの味が好きだから。同じような味や形ならば、キャラクターのパッケージものを選

びます。スーパーで購入するのは家族全員が普段食べるものが多いですね。

コンビニなら、自宅から近いファミリーマートをよく利用します。ここでよく買うのはツナや卵入りの惣菜パンで、自分ひとりで食べるのに手軽なためです。パンを買うときの優先順位としては、ボリュームを重視しています。仕事や家事で忙しいので、新製品 パスコ『スティックタイム』シリーズ

と、あまり変わり種のパンが好きではないので、店頭での製品のラインナップはあまり気にしていません。

惣菜パンを買うときは、ツナや卵のような、かならずおいしい手堅いものを選びます。中でもボリュームを重視して、三角サンドよりドッグ状のパンを使ったものを買います。

