



“おいしい!”というそのひとことが、ローソンの価値を形づくりします

ローソンが長年、特に力を入れてきているのが“おいしさ”への取り組みです。店舗スタッフが心を込めて調理し、一人ひとりのお客さまに手渡すその味には商品開発に携わった者たち皆の自負と喜びが込められています。身近な店で温かくおいしいものをという思いゆえ、常に改善の手はゆるめません。

店内調理の歴史が生むおいしさ

ローソンが、温かくおいしいカウンターファストフード（以下、カウンターFF）への取り組みをスタートしたのは、コンビニエンスストア業界ではいち早い1986年の「からあげクン」からです。カウンター内で仕上げ、保温ケースを設置してのファストフード販売は、業界でも画期的なこと。工夫を重ねた味わいもまた、手軽なスナックとして今に至る多くのご支持をいただきました。

その後、商品ラインナップは次々と充実していきました。スナック系に留まらず、現在では「ゲンコツコロッケ」「ゲンコツメンチ」などボリューム感のあるおかず商品も多数です。なかでも2017年発売の「でか焼鳥」は、カウンターFFに強いローソンが生んだヒット商品。国産天然醸造木樽仕込み醤油を使い、備長炭で下焼きした大きな焼鳥は、夕食の一品や、晩酌のお供として大きな人気を博しています。

レストランの味を「まちかど厨房」で

ローソンが得意とするカウンターFFの進化形が、全国約4,300店舗（2018年2月現在）で展開している「まちかど厨房」です。衛生管理を厳密に徹底した厨房を店内に設け、スタッフ手作りの味をご提供しています。

素材や調理法にもローソンでこそのこだわりを込めました。店内で炊き上げる白米は、宇都宮大学が開発した新品種「ゆうだい21」。ローソンは宇都宮大学と協定を結び、冷めてもねばりがあっておいしいこの希少な米を優先的に使用させてもらっています。また一部店舗では食味のよい新潟産の「こしいびき」を使用しています。





厚さ20mmの豚ロース肉を揚げたとんかつを使ったメニューも人気の品。湯種と麦麴で仕込んだやわらかな専用食パンで作る「厚切りロースかつサンド」、新宿中村屋の技術協力を得て21種のスパイスを使って作るカレーと合わせる「厚切りロースのカツカレー」は定番商品となっています。

弁当や丼物、サンドイッチなど店内調理のメニューも増え、いずれも本格派の味として好評です。温かな味を専用コーナーに並べた「まちかど厨房」は、今やローソンの大きな強みとなっています。

家で楽しむ「ごちそう」を強化

夕食のおかずをコンビニエンスストアで購入されるお客さまも年々増加しています。そのニーズにお応えするため、ローソンでは品揃えの一層の強化を進めています。

カウンターFFでは、6月発売の「北海道コロッケ」、「北海道産玉ねぎの牛肉メンチカツ」、秋以降に登場する「長崎県産あじフライ」など、素材と味にこだわった新商品は家庭で楽しむ夕食にぴったり。長年の経験と研究が生むカウンターFFのおいしさとラインナップは、今後ますます進化させていきます。

また「まちかど厨房」の設置店は全国6,000店舗に増やしていく計画です。高評価をいただいているお弁当やサンドイッチなどを、欲し

い時にいつでもお買い求めいただける体制構築に努めています。

まちかど厨房やカウンターFF以外にも、弁当・デリカコーナーではお酒と相性のいいお惣菜や、数種のおかずと組み合わせて召し上がれる2/3サイズの丼物、食事のメインにもなるボリューム感のあるサラダなどを増やしています。

ローソンは2018年から「ごちろう。」と名づけたキャンペーンを展開しています。「ごちろう。」とはつまり「ごちそうローソン」。どんなに忙しい毎日でも、身近に立ち寄れるお店に、お惣菜やお弁当、麺類、デザートなど人々を元気にする「ごちそう」が揃っているという意味です。マチに暮らす誰もが、ローソンに立ち寄れば、おいしいものを手軽に買える——そんな存在を目指します。



味と環境に留意した「MACHI café」コーヒー



店内で淹れる「MACHI café」のコーヒーは、環境保全や農園労働者の生活向上など、厳しい基準を満たした農園に与えられる「レインフォレスト・アライアンス認証」を受けた農園産のコーヒー豆のみ*1を使用。一粒のコーヒー豆から出荷までしっかり管理ができる4つの国の指定した農園・生産地域の豆（アラビカ種）を使用することで、香り高く口当たりのよい、フルーティな味わいを実現しました。カフェラテのミルクには生乳100%使用ミルク*2のみを使い、ミルク本来のココ・甘みが味わえるようにしています。

※1 シングルオリジンシリーズ、カフェインレスシリーズは対象外
※2 生乳は加熱殺菌しています



32年の歴史をもつ「からあげクン」



コンビニエンスストアのカウンターFFとしてだけでなく、専門店やスーパーマーケットの商品と比較してもおいしさを好評の「からあげクン」。誕生したのはローソン1号店開店から11年後の1986年です。以来、原材料や揚げ油にもこだわってリニューアルを重ねること32年。全国各地の運営部が独自開発した“ご当地からあげクン”を含め、リリースしたのは230種、販売数は約30億食。今もお圧倒的な人気を誇っています。

