

カレー 『咖喱屋カレー』レンジ対応にリニューアル！

箱を開けてそのままレンジ加熱できるようになり、
さらに便利&時短に！家庭からのCO2排出量削減にも貢献

ハウス食品は、レトルトカレー市場 19年連続売上第1位（※注1）の「咖喱屋カレー」シリーズ 11品をレンジ加熱に対応したパウチにリニューアルし、8月9日からスーパーなどで発売します。レンジ対応により調理時間の短縮になり、家庭からの調理時のCO2排出量削減にも貢献します。いずれもオープン価格（税別参考小売価格 145円）。



※注1

（株）インテージ SRI+月次データ レトルトカレー市場 期間：2017年1月～2020年12月 販売金額

（株）インテージ SRI月次データ レトルトカレー市場 期間：2002年1月～2016年12月 販売金額

■レンジ加熱に対応したパウチにリニューアル

箱を開けてそのままレンジ加熱できるパウチに変更し、使いやすさを向上しています。

発売前のお客様調査（ハウス食品調べ）では、火を使わないので家族の誰もが安心して温められるという意見や「とても楽に調理できてこの手軽さは画期的だと感じました！」という声をいただきました。

また、パウチに特殊な加工を行っており、開封時にまっすぐ切れ、より小さい力でも開けられるユニバーサルデザインになっています。

■レンジ加熱の促進による家庭のCO2削減

21年2月にレンジ対応にリニューアルした「プロクオリティ」シリーズも含めて、調理方法を湯せんからレンジ加熱に変えることで、温めに要する時間が短縮されるため、CO2排出量を約80%削減することができます（※注2）。

今後もレトルトカレー製品のレンジ加熱対応パウチへの変更を進め、2022年秋の時点で、年間で約15,800トンのCO2削減効果を達成することを目標としています（※注3）。

ハウス食品グループでは、サプライチェーン全体でのCO2排出量削減に取り組んでおり、レトルトカレー製品のパウチ変更はスコープ3（自社の販売した製品やサービスに関わる排出）に該当します。

※注2 当社にてプロ クオリティ・咖喱屋カレーの湯せん、レンジ調理それぞれの調理時間をもとに排出されるCO2を算出。(GHGプロトコルガイダンスの概念に基づいて、CFP-PCR、環境省のガイドラインなどを参考)算出の前提

・湯せんでのCO2排出量

直径24cmの鍋で、1.5~2Lの水を入れて調理。

お湯を沸かすところからスタートしてパウチの温め時間を含めて約10分で算出。

※1袋ずつ加熱した場合

・レンジ調理でのCO2排出量

製品の容量によってレンジ加熱時間が異なるため、500wレンジで、

180g製品は1分50秒加熱、170g製品は1分40秒加熱、150g製品は1分30秒加熱、135g

製品は1分20秒加熱で算出。

※注3 2021年2月~2022年秋までにレンジ加熱対応パウチへの変更を行う予定のレトルトカレー、ハヤシ製品の2019年度販売袋数を基に算出。これらの製品でお客様が全てレンジ調理に切り替わった場合の削減量。

■「咖喱屋カレー」の特徴

- (1) 手頃な価格で**カレー専門店のような味わい!**
- (2) カレー、ハヤシで全11品の豊富なバリエーションで**選べる楽しさ!**

■開発ストーリー

①【きっかけ】

レンジ調理対応を実現することで、利便性と美味しさを多くのお客様に届けたいという想いで開発をスタートしました。トップブランドである「咖喱屋カレー」シリーズで実現することは、調理時のCO2排出量削減につながることで環境配慮の面でも大きな意義があると考えました。

②【ターゲット】

子どもからお年寄りまで幅広い層をターゲットにしていますが、咖喱屋カレーをあまり食べていない方にもレンジ調理対応をきっかけにトライアルしていただきたいです。

③【苦労した点】

湯せんのパウチからレンジ加熱対応パウチに変更するには、味の面でも具材の処理やカレーソースの配合において調整が必須でした。レンジ加熱対応パウチは「蒸気口」があり、レンジ調理時に開くのでスパイスの香りが飛びやすくなります。そこで、クミンなどの香り系のスパイスを増やす工夫をしました。

④【一押しポイント】

咖喱屋カレーの味の決め手は「29種類」のスパイスのオリジナルブレンドで、カレー専門店のような味わいを楽しめます。レンジ調理でさらに便利&時短になりました。

■ブランドの取り組み・展望

レトルトカレーのイメージを「一人寂しい昼食」から「楽しい&楽な食事」へ変えていくリーダーブランドに!

今回、レンジ加熱に対応したパウチに変更することで、レトルトカレーのレンジ調理の認知と調理経験の増加にもつながっていきます。レトルトカレーで、箱を開けてそのまましくはパウチのままレンジ加熱できる製品があることを認知しているお客様は現時点で22% (※注4) にとどまりますが、使ってみると「調理が楽」だと実感していただけることがわかっています。

プロモーションでは、**専門店の美味しさを手軽に楽しんで環境にも貢献できる満足感の高いカレー**を訴求していきます。

ハウス食品は、2022年秋までに家庭用レトルトカレー製品において、一部を除くほぼ全製品 (※注5) をレンジ加熱に対応したパウチに変更することを目指しています。

- ※注4 ハウス食品（株）調べ（実施期間：2020年9月25日～28日、対象者：20～69歳の男女、n=5,000、インターネット調査）
- ※注5 レンジ加熱ができない具材を使用した製品（「スープカレーの匠」等）や温めずに食べる製品（「温めずにおいしいカレー」等）、PB製品を除く家庭用レトルトカレー全製品が対象となる。

・TVCM放送予定：2021年9月～

■ 製品概要

● 製品名／内容量：

- 咖喱屋カレー＜甘口＞ / 180g
 - 咖喱屋カレー＜中辛＞ / 180g
 - 咖喱屋カレー＜辛口＞ / 180g
 - 咖喱屋カレー＜大辛＞ / 180g
 - 咖喱屋ポークカレー＜中辛＞ / 180g
 - 咖喱屋チキンカレー＜中辛＞ / 180g
 - 咖喱屋コクデミカレー＜中辛＞ / 180g
 - 咖喱屋トマトチリカレー＜中辛＞ / 180g
 - 咖喱屋キーマカレー＜中辛＞ / 150g
 - 咖喱屋黒旨キーマカレー＜辛口＞ / 150g
 - 咖喱屋ハヤシ / 180g
- 価格：オープン価格（税別参考小売価格 145 円）
- 発売日：2021 年 8 月 9 日
- 発売地区：全国

・「咖喱屋」ブランドサイト

URL：<https://housefoods.jp/products/special/cyc/index.html>