

日本に新しい豆腐メニューを！「ソイーネ」ブランド第3弾製品 「ソイーネ 豆腐ミニハンバーグの素・豆腐パン粉焼きの素」 2024年8月12日（月）より新発売

水切り不要、ハウス食品が蓄積してきたスパイス・ハーブの知見や製法を駆使し、家計にも体にも優しい食材「豆腐」だけで、お子様も食べやすい「1品おかず」に

ハウス食品株式会社は、「ソイーネ 豆腐ミニハンバーグの素」<てりやき風味>・「ソイーネ 豆腐パン粉焼きの素」<カレー風味>を、2024年8月12日（月）より全国のスーパーの豆腐売場にて発売します。若年層に向けて「豆腐のレパートリーを広げる」ことを目指している「ソイーネ」ブランド。今回、「①つぶす→②混ぜる→③焼く」の3ステップで作れるてりやき風味の豆腐ミニハンバーグと、「①切る→②まぶす→③焼く」の3ステップで作れるカレー風味の豆腐パン粉焼きを新たに開発しました。水切りせずに本製品と豆腐を準備するだけで、お子様も一緒に楽しめる「豆腐のおかず」が手軽に作れます。内容量は、豆腐ミニハンバーグの素21.5g、豆腐パン粉焼きの素12g、いずれもオープン価格（税別参考小売価格158円）。



■特徴

- (1) 豆腐の持つ水分を活用する技術を採用したことで、豆腐ミニハンバーグの素では生地をまとめやすく、豆腐パン粉焼きの素では衣の剥がれにくさを実現。水切り不要で、家計にも体にも優しい「豆腐のおかず」が手軽に作れます。
- (2) ハウス食品が長年にわたって蓄積してきたスパイス・ハーブの知見や製法を駆使し、豆腐の美味しさが引き立つように原料・スパイスの配合を調整。淡白な豆腐でも、おかずやおつまみとして楽しめるコクのある美味しさを実現しました。
- (3) 「ソイーネ」ブランド第3弾製品として、豆腐を使った「メジャーメニュー」と「新提案メニュー」を追加しました。てりやき風味で外カリ・中ふわのハンバーグと、カレー風味でパリパリザクザク食感のパン粉焼きの2ラインアップ。

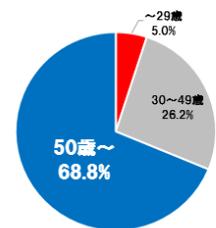
■「ソイーネ」ブランドについて

日本の食卓に欠かせない「豆腐」。コロナ前と比較すると国内市場規模の水準が上がっている一方、**購買の構成は50歳以上がメインで若年層の割合が低い**という課題があります。また、「豆腐」を使用するメニューに偏りがあり、**味噌汁・冷奴の2メニューが6割以上**を占めています。

1983年から約40年、アメリカで豆腐ビジネスを展開し続けている当社。コロナ感染拡大による食肉の供給不足や健康ブームの後押しもあり、手頃な価格である「豆腐」の需要が近年増加。現地では、日本とは異なり「豆腐」をそのまま食べる人は少なく、**料理の材料として使われているという独自の「TOFU」文化に合わせ、様々なメニュー提案を行ってまいりました。**

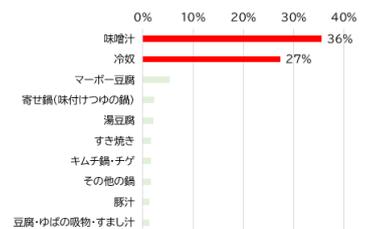
これまで培ったアメリカでの知見を活かし、「日本の若年層が食べたくるような、新しい豆腐メニューを提案したい」「若い方に豆腐（ソイ）って良いねと思ってもらいたい」という想いのもと、2023年8月に「ソイーネ」ブランドは誕生。第1弾製品として「豆腐で作るドライキーマカレーの素」、「豆腐で作るガパオの素」の2種類を発売し、“肉代替”として「豆腐」をご活用いただくという提案。第2弾製品として「ソイーネ 豆腐サラダの素」を新たに発売し、「豆腐」をサラダのドレッシング感覚でご活用いただく提案を行いました。

年代別「豆腐類」購買構成比(金額)



出典: 株式会社 SCI 月次データ(15-79歳) 豆腐類市場
期間: 2023年4月～2024年3月

「豆腐」材料使用メニュー構成



出典: ハウス食品㈱が食MAP®システムを利用して出力したデータ
期間: 2023年4月～2024年3月 食卓機会: 一日計 対象材料: 豆腐



【ブランドロゴ】



【アメリカでの食べられ方の例】

今回、第3弾製品として「ソイーネ 豆腐ミニハンバーグの素・豆腐パン粉焼きの素」を新たに発売し、淡泊な「豆腐」を、おかずやおつまみとしてお楽しみいただく提案を実施いたします。今後も「ソイーネ」ブランドは、**様々な「豆腐」メニューを提案し、「豆腐」の食べ方が広がり、市場が活性化することを目指します。**

■「TEAM TOFU」について

「TEAM TOFU」はハウス食品グループで豆腐関連の業務に取り組んでいるメンバーの集まりです。日本国内の豆腐市場を盛り上げるべく「ソイーネ」ブランドを立ち上げたことをきっかけに発足。

「ソイーネ」の製品企画部門を筆頭に、研究部門、営業部門、国際部門、技術部門など、社内の部門を超えて連携、共創活動を行っております。



■開発ストーリー

①豆腐をもっと日本の食卓で楽しんでもらいたい！主食(ワンプレート)、副菜メニューの次は、おかずに挑戦

豆腐を使用して主食、副菜、おかず、汁物など、どのポジションでも豆腐を登場させることを目指している「ソイーネ」ブランド。第1弾ではドライキーマカレー・ガパオといった主食(ワンプレート)メニュー、第2弾ではサラダの副菜を提案。続く第3弾として“肉代替となる主菜”で食卓での豆腐の活用幅をさらに広げようと考えました。カツ・からあげ・コロケ・チキンナゲット・ステーキ・生姜焼きなど様々な候補も含め検討した結果、今回は、日本でも豆腐アレンジとして人気のあるハンバーグ、そして当社が自信を持って提供するオリジナルメニューの豆腐のパン粉焼きを、もう一品のお手軽おかずとして発売することに決定いたしました。

②100回以上の試作を重ね完成した自信作

「豆腐の良さを生かしながらお子様と一緒に楽しんでいただける製品にしたい」という想いから、豆腐ミニハンバーグは、てりやきらしさを絶妙な味のバランスで再現。スプーンでも作れるようにするためにタネの硬さの調節に苦労し100回以上の試作を重ね、その中で生まれたおからを生かした独自の配合技術により外はカリッと中はふっくらした食感を実現しました（特許出願中）。豆腐パン粉焼きは、淡白な風味の豆腐と濃厚なカレー風味の調和を目指してこちらも100回以上の試作を行いました。脱脂大豆を使用することで豆腐の濃厚な味わいが強まり、カレー風味とマッチしたおいしさを実現しました。

③85%以上のアンバサダーが周囲の方にすすめたいと回答！

今回、株式会社ベネッセコーポレーションが発行する生活情報誌「サンキュ！」の豆腐の活用幅を広げたいと考えるアンバサダーの方へサンプリングとアンケートを発売に先駆けて実施。豆腐の新しい食べ方の1つとして、周囲の方に「ソイーネ 豆腐ミニハンバーグの素・豆腐パン粉焼きの素」をおすすめしたいと85%以上のアンバサダーの方々にご回答いただきました。



■製品概要

- 製品名/内容量：「ソイーネ 豆腐ミニハンバーグの素」<てりやき風味> /21.5g (5~6個分)
「ソイーネ 豆腐パン粉焼きの素」<カレー風味> /12g (2切れ分)
- 価格：オープン価格 (税別参考小売価格 158 円)
- 発売日：2024 年 8 月 12 日
- 発売地区：全国
- 販売チャネル：日配部門専売
- ・「ソイーネ」ブランドサイト (8月7日更新予定)
URL: <https://housefoods.jp/products/special/soy-ne/index.html>

「ソイーネ 豆腐ドライキーマカレーの素」「ソイーネ 豆腐ガパオの素」

さらに使いやすくリニューアル！

3連パックの豆腐1個分で手軽に調理できる、1人前の使い切りサイズにリニューアル。

豆腐ドライキーマカレーの素は、玉ねぎ・トマトと一緒に、

豆腐ガパオの素は、玉ねぎ・ピーマンと一緒に炒めれば

お肉の代わりに豆腐を使ったワンプレートメニューが完成。

■製品概要

- 製品名：「ソイーネ 豆腐ドライキーマカレーの素」「ソイーネ 豆腐ガパオの素」
- 内容量：30g
- 価格：オープン価格 (税別参考小売価格 158 円)
- 発売日：2024 年 8 月 12 日
- 発売地区：全国
- 販売チャネル：日配部門専売

