

**中尾明慶さんが、レンジ調理で「エコおいしい」カレーを堪能！  
『咖喱屋カレー』TVCMを9月1日よりオンエア  
LINEポイントがもれなくもらえる「エコおいしい体験キャンペーン」同時開催  
～ 環境アンケート公開「調理時間短縮でCO2排出削減」～**

ハウス食品は、俳優中尾明慶さんを起用した『咖喱屋カレー』の新TVCM「エコおいしい咖喱屋」篇を、9月1日より全国でオンエアします。また、全11種ラインアップがある「咖喱屋シリーズ（箱タイプ）」のいずれかを購入し、レシートを応募するだけでLINEポイントがもれなくもらえる「エコおいしい体験キャンペーン」を、9月1日から10月31日までを対象期間に実施いたします。



画像：新 TVCM 「エコおいしい咖喱屋」篇より

約20年ぶりとなる『咖喱屋カレー』のTVCMは、「エコおいしい」をキャッチコピーに、“専門店のような美味しさ”と“環境貢献できる嬉しさ”を表現しました。「咖喱屋シリーズ」は、8月9日より、パウチをレンジ加熱対応にリニューアル。レンジ調理は、湯せんと比べ調理時間が短縮されるので、調理時のCO2排出量削減※に貢献します。

## ■TVCMストーリー・見どころ

架空のカレー専門店“地球を愛する咖喱屋”を訪れた中尾明慶さん。咖喱屋カレーの調理方法が湯せんからレンジ加熱に変わることによって調理時間が短縮され、調理時のCO2排出量が79.3%削減※されることを知ります。専門店のような「おいしさ」を手軽に堪能しつつ、環境貢献できる「嬉しさ」を実感し、『エコおいしい～』と叫びます。

※注 当社にて咖喱屋シリーズ箱タイプ11品の湯せん、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）。2020年度販売個数を基にした加重平均値。

〈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、150g製品は1分30秒加熱。

## ■TVCM概要

タイトル：「エコおいしい咖喱屋」篇（15秒）

出演：中尾 明慶 放送開始：2021年9月1日 放送地域：全国

## ■ブランドキャラクター



中尾 明慶（なかお あきよし）

生年月日：1988年6月30日

身長：172cm

出身地：東京都

趣味・特技：ボクシング・野球・水泳・車・大型自動二輪

## ■LINEポイントがもらえる「エコおいしい体験キャンペーン」について

咖喱屋シリーズ（箱タイプ）のいずれか製品を購入し、レシートを応募することで「LINEポイント」がもらえる「エコおいしい体験キャンペーン」を実施します。



- ◆応募方法：ハウス食品グループの公式LINEアカウントを友だち追加の上、同LINEトーク画面上のキャンペーンバナーをクリックし、対象製品1個以上の購入レシートを写真で送付することで応募できます。製品1個あたり1口の応募が可能で、1口で30pt還元、最大5口（150pt）まで、LINEポイントが還元されます。
- ◆対象期間：2021年9月1日（水）～2021年10月31日（日）の購入分レシートが対象  
※応募期間は、2021年9月1日（水）～2021年11月15日（月）
- ◆対象製品：咖喱屋シリーズ（箱タイプ）
- ◆キャンペーンの応募方法や詳細情報はこちら（9月1日より公開）  
<https://housefoods.jp/products/special/cyc/campaign/eco-oishii/index.html>

### 【お問い合わせ先】

ハウス LINE キャンペーン事務局

・電話番号：0120-274-320

・メールアドレス：info@eco-oishii-cp.jp

・受付時間：10:00～17:00（土・日・祝祭日を除く）

・事務局開設期間：2021年9月1日（水）～2021年11月30日（火）

このキャンペーン期間の売上の一部を、咖喱屋シリーズを生産している当社静岡工場がある静岡県袋井市のCO2削減活動に寄付いたします。その他、ハウス食品グループでは地球温暖化防止のため、太陽光等の再生可能エネルギーの利用、ガスコージェネレーションシステムの導入によるCO2の削減、フロン類の管理、温暖化係数の低い設備導入、モーダルシフトへの継続的な取り組みを推進しています。

## ■ 咖喱屋シリーズ（箱タイプ）全11種のラインアップ



左：咖喱屋カレー<中辛>

上段：咖喱屋カレー<甘口>、咖喱屋カレー<辛口>、咖喱屋カレー<大辛>、咖喱屋ポークカレー<中辛>、咖喱屋チキンカレー<中辛>

下段：咖喱屋コクデミカレー<中辛>、咖喱屋トマトチリカレー<中辛>、咖喱屋キーマカレー<中辛>、咖喱屋黒旨キーマカレー<辛口>、咖喱屋ハヤシ

・「咖喱屋」ブランドサイト URL：<https://housefoods.jp/products/special/cyc/index.html>

## ■ (参考)環境に関するアンケート結果（2021年8月実施）

### ● 商品・サービスを購入する際に、環境配慮したものであることを重視して選ぶ人が6割超。

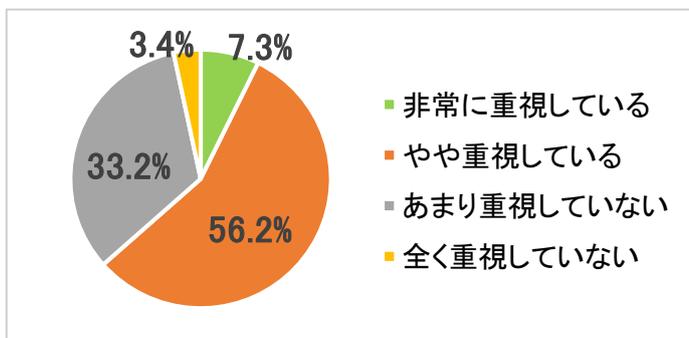
全体では「重視している（非常に+やや）」が63.5%で、「重視しない（あまり+全く）」36.5%を上回りました。

前回調査（2021年2月）では、「重視している（非常に+やや）」が63.7%だったので横ばいです。

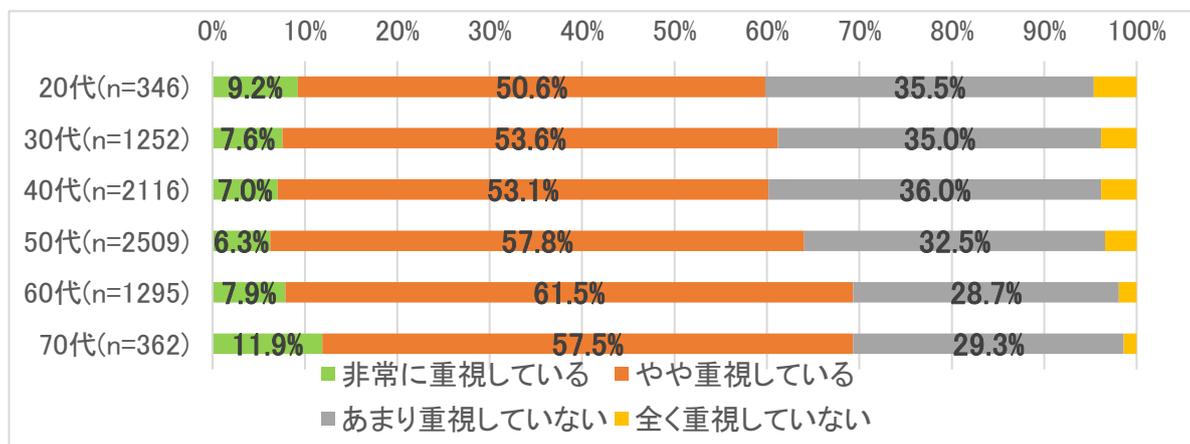
年代別では、上の年代ほど重視する割合が高くなっています。ただし「非常に重視する」は、20代と70代が高めで、20代に少数ですが意識の高い層がいることがうかがえます。

【商品・サービスを購入する際に、環境配慮したものであることを重視して選んでいますか（SA）】

【全体】(n=8262)



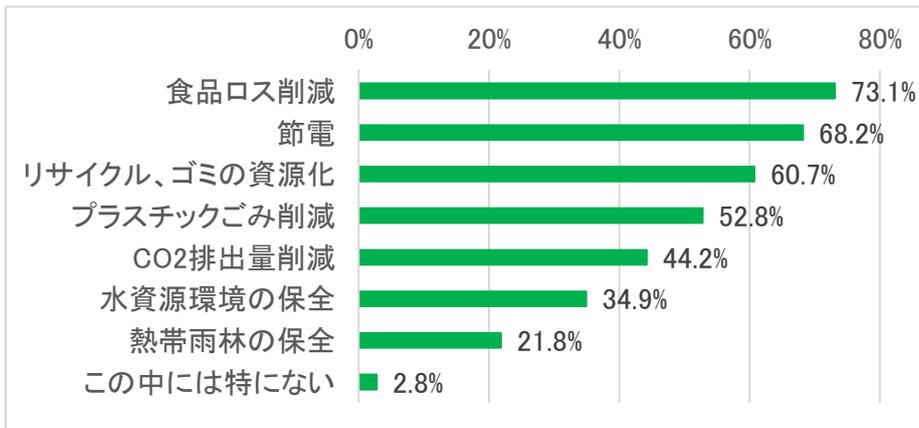
【年代別】



## ●環境問題への関心 トップは「食品ロス削減」

関心のある環境問題のトップは「食品ロス削減」で7割を超えています。次いで「節電」「リサイクル、ゴミの資源化」と身近な問題が続きます。「CO2排出量削減」は44%。前回調査（2021年2月）は45%で横ばいです。今後、11月に開催されるCOP26など世の中で話題が増えることで、関心が高まっていくのではないのでしょうか。

【関心のある環境問題をお教えてください（MA）（n=8262）】

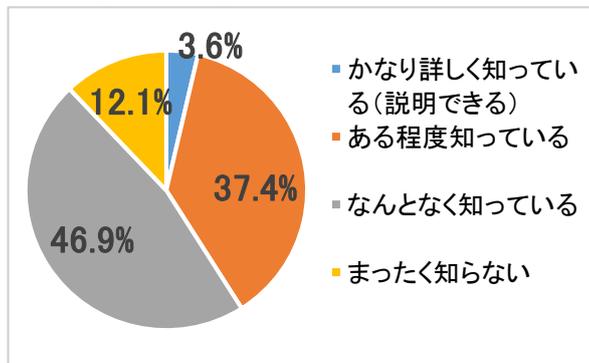


## ●「調理時間を短縮するとCO2排出量削減」の認知は88%。前回より上昇。

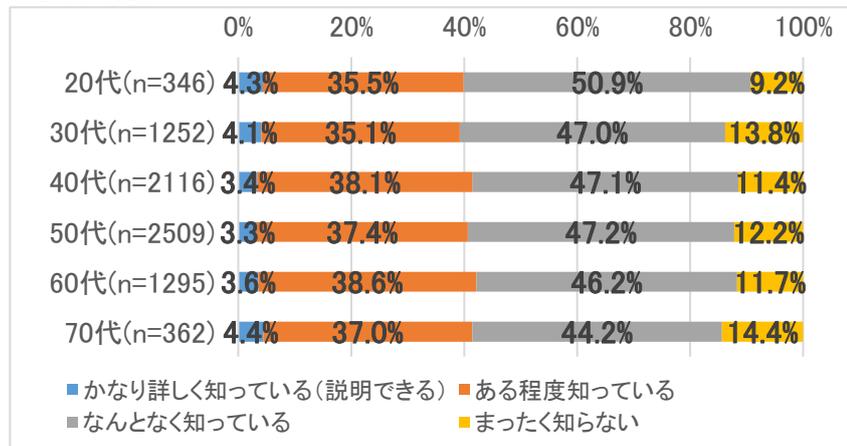
全体では「知っている（かなり詳しく+ある程度+何となく）」が87.9%。前回調査（2021年2月）では80.6%だったので上昇しています。中でも「ある程度知っている」が、前回31.2%→今回37.4%と増えており、理解が進んだお客様がいることが推測されます。当社会員サイト登録者対象の調査なので、こういった情報に触れる機会が多い方々と思われませんが、情報発信がお客様の環境意識の啓発につながっていく可能性がうかがえます。

【調理の時間を短くするとCO2排出量削減になることをご存知ですか（SA）】

【全体】(n=8262)



【年代別】



### 【調査設計】

調査対象者 ハウス食品グループ本社会員サイト「カモンハウス」の登録者  
 有効回答数 8262名（全国10～80歳代男女、性別：男性29.5%、女性66.9%、不明・無回答3.5%）  
 実施時期 2021年8月2日～8月6日  
 調査方法 インターネット調査

**※調査結果の掲載・利用については、事前にご連絡いただきますようお願い致します。**