

子どもが野菜をおいしく食べられるスープの新レパートリー 「北海道クリーミースープの素」新発売

ハウス食品は、具材と一緒に煮込んで作る顆粒タイプの調味料「北海道クリーミースープの素」を、8月15日からスーパーなどで発売します。北海道産生乳100%の原料にこだわったクリーミーなおいしさとほどよいとろみで、子どもが野菜をおいしく食べられる味覚に仕上げました。内容量は108g、オープン価格（税別参考小売価格268円）。



■ 特徴

- (1) 北海道産生乳100%の生クリームとチーズを使用したクリーミーなおいしさなので
子どもが野菜をおいしく食べられます！
- (2) 溶けやすくてダマになりづらい「ラクとけ顆粒」を採用しているため、
スープ以外のメニューも作れます！



■ 開発ストーリー

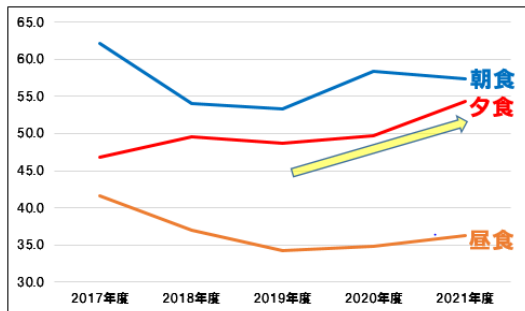
① 【きっかけ】

スープは、夕食シーンでの需要が最も伸張しており（資料1）、夕食シーンでは、即席ではなく手作りでスープを作る人が多いこと（資料2）が調査結果からわかります。

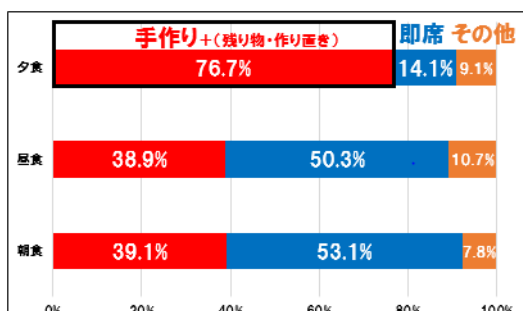
また、未子小学生以下の世帯において、主食とは別にもう一品、夕食で出す時の傾向として、「子どもに野菜をたべさせたい時」や「子どもが好きなおものである」ことが特徴的でした。（資料3）

以上のことから夕食シーンでの手作りスープに拡大余地があると考え、「子どもが野菜をおいしく食べられる」味覚設計とし、製品開発しております。

○洋風スープ TI 値（食卓登場頻度）推移（資料1）



○シーン別作り方構成比（2021年度）（資料2）



（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です。

期間：2017年4月～2021年3月（各年4月～3月） 対象メニュー：洋風スープ TI値：1000食卓あたりのメニュー出現頻度

○主食とは別に、もう一品夕食で出す時のシーン、意識（資料3）

〈夕食に出したシーン〉	①-② (差分)	①末子小学生以下世帯 (n=69)	②全体 (n=561)	〈意識したこと〉	①-② (差分)	①末子小学生以下世帯 (n=69)	②全体 (n=509)
子どもに野菜を食べさせたい時	21.0%	31.3%	10.3%	子どもが好きなものである	16.7%	24.6%	7.9%
手抜きと思われたくない時	12.2%	25.0%	12.8%	夫が好きなものである	8.5%	20.3%	11.8%
家族に対して心苦しい時	10.2%	18.8%	8.0%	短時間で作る事ができる	3.2%	81.2%	78.0%

(出典) ハウス食品調べ：2021年7月・首都圏20～60代女性1101人対象・WEB調査

①末子小学生以下世帯：夕食で「もう一品」の副菜を手作りした人（N=69）②全体：夕食で「もう一品」の副菜を手作りした人（N=561）

②【ターゲット】

○小学生のお子様がいるファミリー世帯

（特に、お子様の野菜嫌いに悩んでいる、お子様に様々な野菜を食べてほしいお客様）

→子どもが喜ぶクリーミーなおいしさとほどよいとろみで野菜をおいしく食べられるからぴったり！

○シーン：夕食の品数をもう一品手軽に増やしたい時

→好みの具材を煮込むだけで子どもが喜ぶメニューになるから忙しい日の夕食にぴったり！

③【苦労した点】

北海道ブランドならではの乳の濃厚な美味しさを持ちつつ、主菜と一緒に食べてもくどくないバランスのよい味覚づくりに最も注力しました。スープらしいほどよいとろみと野菜由来のすっきりとした旨みによって、実現しました。

④【一押しポイント】

- (1) 子どもが野菜をおいしく食べられるクリーミーなおいしさ
- (2) お好みの具材を煮込むだけで作ることができる手軽さ・簡便性
- (3) 顆粒タイプだからスープ以外のメニューにも使える汎用性
- (4) 使い勝手の良いジッパー付きスタンディングパウチ採用

■ブランドの取り組み・展望

スープだけではなく、他のメニューも作ることができる汎用性の高い製品のため、食卓の品数が物足りない時に、手軽にもう一品作れる調味料として、家庭に常備される存在を目指しています。ブランドサイトではアレンジレシピ等を発信し、また9月には、クラシルのアプリやInstagramにてクラシルクリエイター制作のアレンジレシピ動画を配信予定です。

【アレンジメニュー一例】

○スウェーデン風ミートボール



※スウェーデンの代表的な家庭料理です。

○クリームスープパスタ



※ほどよいとろみがパスタとも相性抜群です。

さらに、本製品は、「北海道シチュー」を中心とした北海道生まれの原料にこだわって上質なおいしさの実現を目指した「北海道ブランド」の製品です。北海道ブランドをご愛顧頂いているお客様にとって、上質なおいしさを手軽に楽しめる新たなメニューとして手に取って頂けるよう、北海道ブランド横断のクローズドキャンペーンも実施予定です。

※「北海道ブランド商品を買ってLINEポイントが必ずもらえる！キャンペーン」

キャンペーン期間：9/20(火)11:00 ～ 10/17(月)23:59

参加方法：実施期間中にシチューをはじめとするハウス対象製品を購入したレシート画像を、
キャンペーンサイト上にアップロードして2シールためて応募すると、LINEポイント20ポイントをプレゼント
(おひとり様最大5回まで応募可能。最大100ポイントまで)

■ 製品概要

- 製品名：「北海道クリーミースープの素」
- 内容量：108g
- 価格：オープン価格（税別参考小売価格 268 円）
- 発売日：2022 年 8 月 15 日
- 発売地区：全国

・「北海道クリーミースープの素」ブランドサイト（8月10日公開予定）

URL: https://housefoods.jp/products/special/hokkaido_stew/soup/index.html