

これまでのシチューになかった“軽やかな風味”と“満足感”の両立を実現！
コクはあるのに重くない。12年ぶりとなる大箱ルウシチューの新ブランド※1

「休日のシチュー」<クリーム> 「休日のシチュー」<ビーフ用>

2024年8月12日（月）より新発売

※1：クリームシチュー・ビーフシチューのラインアップにおいて

ハウス食品株式会社は、「休日のシチュー」<クリーム> <ビーフ用>を、2024年8月12日からスーパーなどで発売します。素材本来のおいしさを引き立てるとともに、最後まで食べ進めやすいように仕上げた、優しく奥深い味わいのルウシチューです。内容量はクリーム142g、ビーフ用140g。オープン価格（税別参考小売価格348円）。



<クリーム>

軽やかなミルクとブイヨンの風味に、ほのかなハーブの香りが特徴の、素材をおいしく引き立てる、優しく奥深い味わいのシチューです。



<ビーフ用>

トマトや香味野菜の軽やかな風味に、ほのかなハーブの香りが特徴の、素材をおいしく引き立てる、優しく奥深い味わいのシチューです。

おいしさの特徴

コクはあるけど重くない。素材のおいしさをゆったりと味わえる、大人の求める“新しいルウシチュー”が完成。

ポイント① 軽やかながらも満足感のある味わい

それぞれのアイテムに合わせて、小麦粉だけでなく複数の原料を組み合わせることで軽い口当たりを実現！

<クリーム> 小麦粉、2種のでんぷん

<ビーフ用> 小麦粉、でんぷん、米粉（ルウシチューでの米粉採用はハウス食品初）

“香り高さ”を主体として、軽やかさを保ったまま満足感を付与することにより、食べ進めやすい！

<クリーム> ホワイトペパー、酒粕、焦がしバター

<ビーフ用> オレガノをはじめとした、11種類のスパイス・ハーブ

ポイント② 素材本来のおいしさを引き立てる

ハウス食品が培ってきたスパイス・ハーブの技術を活用することで、肉や野菜のおいしさを引き立てる！

<クリーム> ローリエなど複数のスパイス・ハーブ

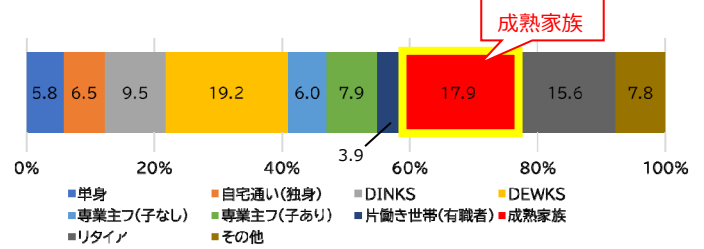
<ビーフ用> 独自加工したコリアンダー

■ 開発ストーリー

① ライフステージの変化により、求める味覚・嗜好も多様化。

【ルウシチュー ライフステージ別構成比（金額）】

ルウシチュー購入金額が2番目に大きい“成熟家族”※2は、子どもが小さいときには、子どもに合わせてシチューを選んでいたのに対して、“成熟家族”となってからは自分たちの味覚・嗜好に合ったものを求めるようになってきます。この様なライフステージの変化により求める味覚・嗜好も変化していくため、多様化するニーズに応えるべく、新しいルウシチューの開発に着手しました。



<出典> (株)インテージ SCI 月次データ(15-79 歳) ルウシチュー市場
期間：2023年4月～2024年3月
(※ライフステージについてはハウス食品が独自に定義・集計)

② 既存製品ではカバーできない層に対応する“新しいルウシチュー”を提案。

ハウス食品の調査※3によると、“成熟家族”はルウシチューの味に対し「コクがありながらも、くどくないシチュー」や「野菜の味を引き立ててくれるシチュー」を求めていることがわかり、そのニーズに向けた既存製品ではカバーできていない「軽やかな風味」と「満足感」を両立させた味わいを目指しました。

そこで、今回は“香り高さ”を主体に味覚を作り上げることにしました。開発当初は、軽やかだけど物足りなく感じたり、濃厚で満足感はあるが重く感じたりとバランスをとるのに非常に苦労したのですが、香りが立ちやすいルウのベースから見直して軽やかな味わいに最適化し、さらにハウス食品が培ってきたスパイス・ハーブの技術も活用するなどの工夫により、「軽やかさ」と「満足感」を両立した新しいルウシチューが完成しました。

また、「休日のシチュー」という製品名は、日々を忙しく過ごしている大人たちに、「ココロとカラダを満たす優しいシチューで、まるで“休日”のような、ゆったりとした時間を楽しんでもらいたい」という思いから名付けています。

※3：<出典> ハウス食品(株)調べ 2022年3月2日～4日 全国 20～79歳男女 n=5000 WEB調査

③ この頃シチューから離れていたご家庭に、新しいシチューの魅力を届けたい。

大人向けの味わいですので、子どもが大きくなるに伴ってシチューを食べる頻度が減ってきているご家族や、しばらくシチューから離れていた方々にぜひお試しください。

また、軽やかで食べ飽きにくい味わいなので、これまでよりも食卓にルウシチューが登場する機会を増やしたいと考えています。お客様調査においても「季節を問わず使いたい」、「夕食だけでなく朝食・昼食にも良い」などのお声をいただきました。

■ ブランドの取り組み・展望

「休日のシチュー」は、クリームシチュー・ビーフシチューというラインアップでは2012年発売の「コクの贅沢シチュー」以来、ハウス食品として12年ぶりとなる大箱ルウシチューの新ブランドです。主力ブランドである「シチューミクス」や「北海道シチュー」に続く、新たな軸のシチューとして展開していきます。

10月より、全国でのTVCM出稿を予定しています。TVCMでは、「かるやか、おだやか、休日みたい」をテーマとして、今までになかった味わいで“休日みたいな気分をもたらすシチュー”であることを訴求します。

その他、オウンドメディアを活用した情報発信・キャンペーン・店頭プロモーションに注力し、お客様との接点を拡大していきます。

■ 製品概要

- 製品名：「休日のシチュー」<クリーム> 「休日のシチュー」<ビーフ用>
- 内容量：<クリーム> 142g、<ビーフ用> 140g
- 価格：オープン価格（税別参考小売価格348円）
- 発売日：2024年8月12日
- 発売地区：全国

・「休日のシチュー」ブランドサイト（8月7日公開予定）

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