

ハウス食品グループ本社株式会社、Flavorful Brands 社への追加出資に関するお知らせ

ハウス食品グループ本社株式会社（本社：大阪府東大阪市、代表取締役社長：浦上 博史、以下「ハウス食品グループ本社」）は、Flavorful Brands, LLC（本社：米国カリフォルニア州、President/CEO：Christopher Lindley、以下「Flavorful Brands社」）に、追加出資を行いました。

【Flavorful Brands 社の会社概要】

名称	Flavorful Brands, LLC
所在地	999 Corporate Drive, Suite 100, Ladera Ranch, CA 92694
President /CEO	Christopher Lindley
設立年月日	2017年5月12日
事業内容	北米における付加価値野菜ブランドマーケティング事業

【Flavorful Brands 社への出資理由】

当社は、新規事業として“涙の出ないタマネギ”の事業化に取り組んでおり、日本においては「スマイルボール」の名称で販売しております。この度、有望なマーケットである米国での事業展開におけるパートナーとして、Flavorful Brands 社に追加出資いたしました。

Flavorful Brands 社は、付加価値野菜のブランドマーケティングに特化し、バリューチェーン全体をマネジメントするノウハウを持つベンチャー企業です。具体的には、生産者に対する栽培計画支援や、ディストリビューター（販売代理店）に対するマーケティング支援等を通じて、付加価値野菜のブランドマーケティングを行っております。

当社は、同社への出資を通じて、“涙の出ないタマネギ”「Goldies™」（米国でのブランド名）の早期事業化に取り組んでまいります。

【追加出資について】

Flavorful Brands 社へは 2019 年 11 月に最初の出資を行いました。2020 年に同社が米国で実施した「Goldies™」のテストマーケティング結果を踏まえ、追加出資を決定いたしました。

今後は、Flavorful Brands 社の知見を活かし「Goldies™」の北米での定着を図り、さらに両社が保有する強みを活かした共同取り組みについても検討してまいります。

追加出資後の持分比率は25%となり、同社は当社の持分法適用会社となります。

■“涙の出ないタマネギ”「Goldies™」について

日本で「スマイルボール」として販売されている“涙の出ないタマネギ”は、米国では「Goldies™」というブランド名で展開しています。ブランド名は英語の「Gold（黄金）」を由来とし、皮が黄金色であることやプレミアム感のあるタマネギであることを表現しています。

一般に米国の消費者の間では、玉ねぎの種類によって、スイートオニオン（甘いタマネギ）は生食用、イエローオニオン（黄色いタマネギ）は加熱用と認識されています。「Goldies™」はイエローオニオンでありながら、生食用と加熱用の両方のシーンで使える、「汎用性」の特徴と、食べた後の口臭も気にならないという特徴を持っており、差別性を持ったプレミアム感のある位置づけで展開しています。

【製品特徴】

- ・ 品種改良によって、タマネギが持つ涙の出る成分（＝辛み成分）の発生を抑えた新しいタマネギです。
- ・ 辛みがほとんどないため、生のままで丸かじりするなど、さまざまな食べ方をお楽しみいただけます。
- ・ 生で食べる際に水にさらす必要がないので、栄養成分の流失を気にすることなく、タマネギ本来の栄養をまるごと摂ることができます。
- ・ タマネギを切った時、目にしみることがないため、快適に調理できます。

以上

本ニュースリリースに関するお問い合わせ先：

ハウス食品グループ本社広報・IR部 03（5211）6039（担当／上原）

本ニュースリリースに関わらず、全ての内容に関するお問い合わせについて、

hf-koho@housefoods.co.jp まで頂ければ幸いです。

<ご参考>

■「スマイルボール（米国のブランド名：Goldies™）」と一般のタマネギの違い

一般のタマネギには、もともとリンゴやナシに近い10～11度の糖度があります。切ったときに発生する辛み成分が甘みを隠し、感じにくくしています。

	一般のタマネギ	新タマネギ	スマイルボール
特徴	一般的なタマネギ ほぼ一年中流通	2～5月限定のみずみずしくて辛みの弱いタマネギ 「泉州タマネギ」など	ハウス食品グループが品種改良した、辛みがほとんどないタマネギ
生食したときの辛み	強い	弱い	ほぼ感じない
生食したときの甘み	辛みに隠れて感じない	辛みが弱いので少し感じる	辛みがほぼないので感じる
水分	約90%	約95%	約90%
糖度	10～11度程度	5～6度程度	10～11度程度
ケルセチン	基準 = 1.0	0.25程度	1.0程度

※ケルセチンは、ポリフェノールの一種。タマネギに多く含まれる健康成分として近年注目されています。

■「スマイルボール（米国のブランド名：Goldies™）」ができるまでの経緯

1990年代～ レトルトカレーの製造時にタマネギとニンニクを炒めると緑色に変色してしまう現象（緑変現象）が起こることがあり、製造工程のロスを削減するために原因の解明・解決の研究を始める。
この研究の過程で、タマネギが涙の出る成分を作るためには、それまでに唱えられていた定説では説明できないことに気づく。



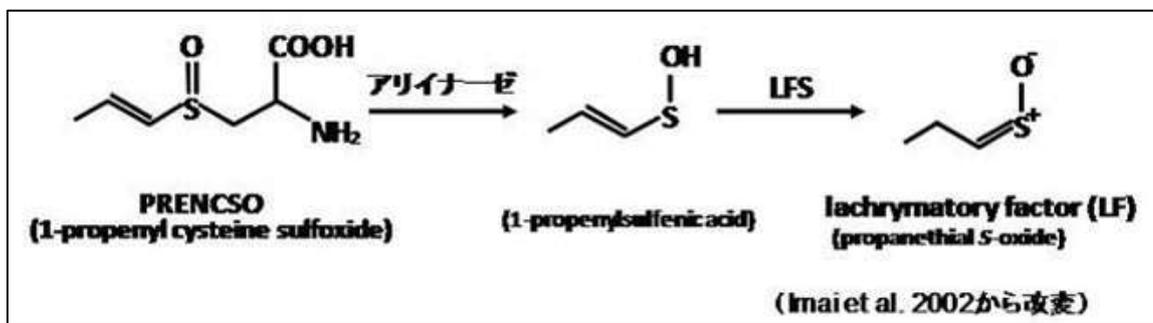
左：きつね色になった普通のペースト
右：緑色になったペースト

※緑変現象とは・・・

タマネギとニンニクを炒める際に、通常、炒めたものはきつね色になるが、ある条件がそろると緑色になってしまう現象のこと。

2002 年

催涙成分合成酵素 (lachrymatory factor synthase : LFS、催涙成分 (=辛み成分) を作り出す化学反応を起こす酵素) の発見。催涙成分ができるには、アリナーゼ (催涙成分ができるのに必要な酵素の一つ) と LFS が必要なことを発表 (科学誌「Nature」に掲載)。



【タマネギ催涙成分生成の反応経路】

催涙成分が生成する仕組み (反応経路) がわかったことで、逆にそれを応用して「涙の出ないタマネギ」ができるのではないかと考え、研究は次のステップへ。

遺伝子組み換えではない手法 (重イオンビームをタマネギの種に照射し、育てたタマネギの中から、催涙性の弱いものを探し育てる) によるタマネギの品種改良をスタート。

2012 年

遺伝子組み換えではない品種改良によって、アリナーゼの量が非常に少ないタマネギ (スマイルボール) を作ることに成功。

2013 年

2002 年の「Nature」掲載論文が評価されて、イグ・ノーベル化学賞を受賞。「タマネギが人を泣かせる生化学的なプロセスは、科学者が考えていたより複雑であることを、明らかにした」ことが受賞理由。

2015 年

3 月 : 日本園芸学会で発表。
10 月 : 日本において、「スマイルボール」と名付け、数量限定で試験販売。