

ホワイトソースのレシピ提案 『ほっと！するメニュー』キャンペーンを開始

“巣ごもり現象”で手料理が注目を集める中、 ロングセラー商品の価値をあらためて紹介

クッキングソースのパイオニア、ハインツ日本株式会社(本社:東京都台東区、代表取締役社長:前田英広)は今年より、ホワイトソースのレシピ提案キャンペーン、『ほっと！するメニューキャンペーン』をスタートします。3年後の“市販用ホワイトソース発売40周年”に向けてカウントダウンの節目を向かえる今年、ロングセラーである同商品の価値をあらためて伝えるために、バラエティー豊かなメニューをヘルシーな食材と組み合わせながら、店頭やホームページ等を通じて紹介していきます。

また、“巣ごもり現象”と言われるように内食が注目を集める中、手料理を応援するホワイトソースの活用について、以下のような『3つの提案』をしていきます。

I. “クリームシチューはホワイトソースでつくろう”という提案

日本の主婦がクリームシチューをつくる際に、9割がシチューの素(固形)を使っています(ハインツ日本調べ)。市販のホワイトソースを使う割合は1割にすぎません。なぜもっとホワイトソースでクリームシチューをつくらないのでしょうか。

その最大の理由は、商品名に「シチュー」という言葉が入っていないため、ホワイトソースでクリームシチューをつくるという、かつては常識だったことが、伝承されにくくなっているためだと考えられます。



花野菜と帆立の
クリームカレーシチュー

ところが、実際にはホワイトソースはどんなクリーム系の料理にも使える汎用ソースで、その中でも王道がクリームシチューなのです。当社のホワイトソースのパッケージデザインにもクリームシチューの写真を使っています。本キャンペーンを通じて、あらためてホワイトソースでつくるクリームシチューの美味しさを伝えていくことが、市販用ホワイトソースのトップメーカーとしての責任と考えています。

また、ハインツのホワイトソースは食塩などを最低限に抑えてあり、よけいな味つけをしていないので、一緒に煮込む肉や魚介類、野菜の味わいをじゃましません。鶏肉やじゃがいも、帆立などの淡白な美味しさもしっかり味わえます。さらに塩加減やソースの味も自由に調整できるので、各自の好みや工夫によって、最も人気のある家庭料理の1つであるクリームシチューをワンランク上の味に仕上げることができます。

Ⅱ. “ホワイトソースでメニューのバラエティーを広げよう”という提案

前ページで述べたように、フランス料理の基本ソースの1つであるホワイトソースは、幅広いメニューに対応でき、料理の基本となる汎用ソースです。王道のクリームシチューだけでなく、グラタン、ドリア、パスタソース、クリームコロッケ、スープ、鍋等、幅広い料理に対応できるので、家庭料理のバラエティーが大きく広がります。

Ⅲ. “市販のホワイトソースで手作りの失敗や手間を解決しよう”という提案

ホワイトソースを手作りすると、焦がしてソースがきれいな白色にならなかったり、牛乳を入れる段階でダマになってなめらかなソースに仕上がらなかったりという失敗が起こりがちです。さらに、料理の前にホワイトソースを作らないといけなくて手間が2倍になってしまいます。

市販のホワイトソースを活用すればもっと手軽に料理が楽しめ、子供が大好きなホワイトソース料理も簡単に頻繁に作ってあげることが出来ます。

ハインツ日本のホワイトソース 商品概要

商品名 : ホワイトソース
 発売地域 : 全国
 内容量 : 290g
 メーカー希望小売価格 : 263円(税込み)

【商品特長】 :

バターと小麦粉を丁寧に炒めたルウに、牛乳と生クリームを加え、なめらかに仕上げました。クリーミーでなめらかな食感とコクと旨みがきいているホワイトソースです。



商品名 : ちょっとだけホワイトソース
 発売地域 : 全国
 内容量 : 70g×3袋
 メーカー希望小売価格 : 252円(税込み)

【商品特長】 :

少量パックなので、ムニエルやオムレツなどにかけて使いたいときや、1人分だけ、あるいは少量作りたい時に便利です。料理の味付けのバラエティーが広がります。



商品名 : ホワイトソース特選
 発売地域 : 全国
 内容量 : 290g
 メーカー希望小売価格 : 399円(税込み)

【商品特長】 :

生クリームを贅沢に使い、白ワインやブイヨンなどご家庭で用意しにくい食材も使って仕上げました。ご家庭でレストランの味が楽しめます。

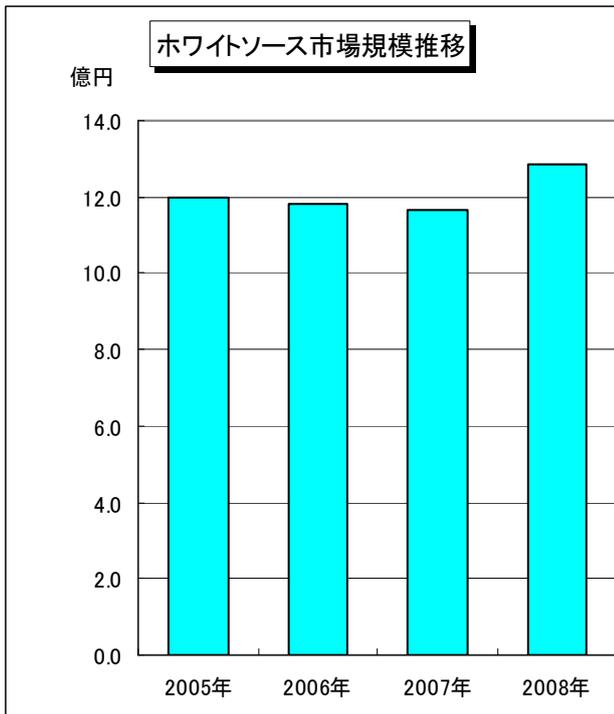


ホワイトソースの市場規模、企業別シェアとそれぞれの推移

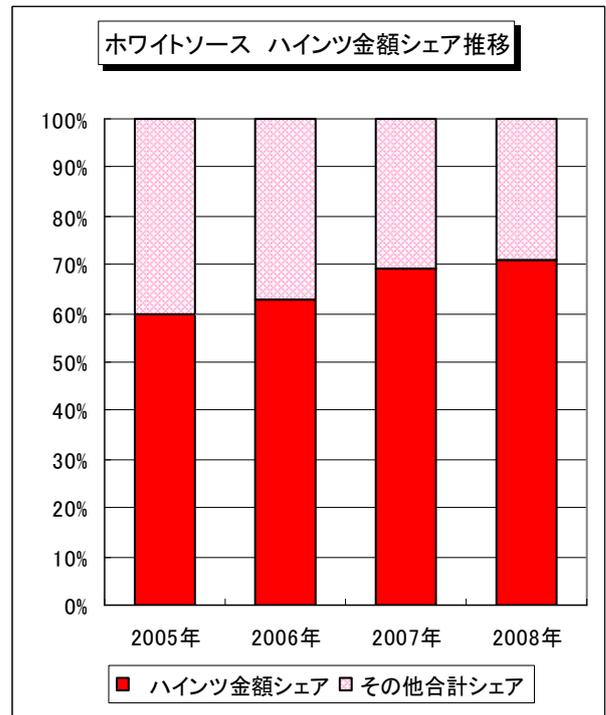
①

	2005年	2006年	2007年	2008年
ホワイトソース市場規模推移 億円	12.0	11.8	11.6	12.9
ハインツシェア %	60.0%	62.9%	69.1%	71.0%

②



③



①～③の出典： インテージSRI ホワイトソースデータ

2008年の市場規模は12億9千万円に達し、内食化傾向により大きく成長しています。今後しばらくは、このトレンドに大きな変化はないと予測されるため、ホワイトソースの市場は今後も拡大するものと考えられます。また、ハインツのシェアは拡大基調にあって既に70%を超えたことからホワイトソース市場はハインツが牽引していると言えます。(ハインツ日本コメント)