

# シニアも“肉食”化？ 合挽き肉は消費拡大

## 伸長するハンバーグソース市場に 9月1日 3品新発売

### 家庭のハンバーグが簡単調理で“お店の味”と出来栄え

デミグラスソース・ホワイトソース等、洋風ソースのトップメーカーのハイネッツ日本株式会社(本社:東京都台東区、代表取締役社長:グスタヴォ・ペイショト)は、人気の『デミグラス仕込み 煮込みハンバーグソース』などハンバーグソース3品を2015年9月1日(火)にリニューアルして新発売します。

#### ■好調な市場を牽引

今回発売の3品は、ハイネッツ日本が長年にわたり日本の洋食文化を支えてきたシェフ仕込みのデミグラスソースのノウハウを活かしたものです。

2004年に『煮込みハンバーグソース』を発売し、生焼けだったり、焦がしたりという、焼きハンバーグづくりに不安を抱える主婦に受け、ヒット商品となりました。以降、ハンバーグソースカテゴリーでトップシェアとなり、カテゴリー拡大にも貢献してきました。

2014年のハンバーグソースの市場は、8年前の2006年に比べて1.5倍と大きく伸張しています。その中で、当社は600%以上の伸長率と突出しており、今年に入ってからも2けたに近い成長を保っています。

#### ■年々高まる“肉食”傾向

好調な市場を支える別の要因として、手作りハンバーグに使われる合挽き肉の消費拡大も挙げられます。

安価で調理しやすい挽肉は、家庭の食卓に上がることが多く、中でも合挽き肉の使用用途のうち35%とトップを占める料理はハンバーグです。(3頁グラフ1)

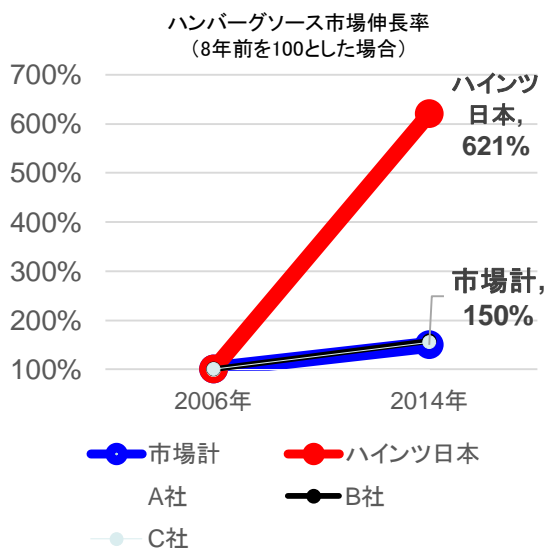
さらに、総務省の家計調査(3頁グラフ2、3)によると、ここ10年で合挽き肉の消費支出は17%も伸長し、家庭内での手作りハンバーグ需要拡大に寄与しているものと思われます。また、中でも高齢世帯の伸長率が高くなっており、熟成肉、赤身肉などの肉ブームなどの影響もあり、これからは若い方だけではなくシニア層の肉食化もますます進んでいくものと思われます。

#### ■家庭で手軽に“お店の味のハンバーグ”を

当社のハンバーグソースは、表裏を軽く焼いた後にソースで煮込むだけの「煮込みハンバーグ用」と、焼いた後のフライパンに入れて肉汁と一緒に温め、ハンバーグにかけるだけの「焼きハンバーグ用」の両タイプがあります。いずれも、ハイネッツならではのこだわりのデミグラスソースやフォン・ド・ヴォーを贅沢に使ったソースで、簡単な手順にも関わらず、本格的な“お店の味わい”のハンバーグを自宅で作ることができます。



今回のリニューアルでは、ご好評を頂いている現行品の味わいに更なるみぎきをかけ、またその美味しさをお伝えするにふさわしい高級感のあるパッケージに仕上げました。そして、同リニューアルと共に、精肉連動のデジタルクーポン等、新しいプロモーションも強化し、伸長する合挽き肉の需要増という市場環境も活かし、トップブランドとしてハンバーグソースカテゴリーの更なる活性化を図って参ります。



出典: インターエスエス 2006年と2014年年間累計、及び2015年1月~7月累計に基づき当社にて作成

【商品概要】

発売日： 2015年9月1日  
 発売地域： 全国  
 形態： レトルトパウチ  
 保存温度： 常温  
 賞味期間： 18ヶ月

商品名： ハインツ 煮込みハンバーグソース(デミグラス仕込み)  
 内容量： 200g (3~4人前)  
 製品サイズ： 幅120mm×高さ180mm×奥行20mm  
 メーカー小売価格： 235円(税抜)／253円(税込)  
 商品内容： 小麦粉を香ばしく炒めたルウで丁寧に仕上げたデミグラスソースに、ポートワインと国産3種のきのこを加え香り豊かに仕上げました。ふっくらジューシーな煮込みハンバーグが簡単に作れます。  
 調理方法：  
 1. フライパンに油を熱し、ハンバーグの焼き色がつくまで中火で焼く。  
 2. 「ハインツ煮込みハンバーグソース」と水を加えてハンバーグと煮込む。  
 3. とろみがつくまで10分程度煮込めば出来上がり。



商品名： ハインツ デミグラスハンバーグソース  
 内容量： 140g (3~4人前)  
 製品サイズ： 幅120mm×高さ180mm×奥行10mm  
 メーカー小売価格： 190円(税抜)／205円(税込)  
 商品内容： 丹念に炒めたルウの香ばしさに、香味野菜とボルドーワインがとけこんだ豊かな味わい。ハンバーグを焼いた後のフライパンで肉汁と温めるだけで、いつものハンバーグが簡単に「お店の味わい」に！  
 調理方法：  
 1. フライパンに油を熱し、ハンバーグを焼きあげておく。  
 2. 1のフライパンに残った肉汁に「ハインツデミグラスハンバーグソース」1袋を加え、火にかけてひと煮立ちさせる。  
 3. 焼き上げたハンバーグにかけて出来上がり。

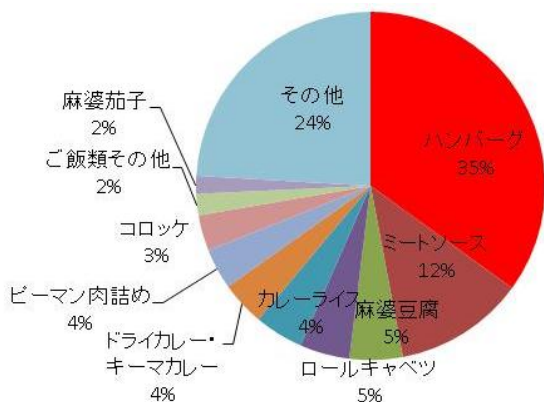


商品名： ハインツ フォンド・ド・ヴォー&トマトの煮込みハンバーグソース  
 内容量： 190g (3~4人前)  
 製品サイズ： 幅120mm×高さ180mm×奥行20mm  
 メーカー小売価格： 235円(税抜)／253円(税込)  
 商品内容： 旨みあふれる熟したトマトと香味野菜をベースに、仔牛の出汁の旨みが効いたフォンドヴォーを加えて仕上げました。家庭ではなかなか手作りでできない贅沢な味わいの煮込みハンバーグ用ソースです。国産きのこ入り。  
 調理方法： 「煮込みハンバーグソース(デミグラス仕込み)」と同様



## 参考資料

### グラフ1: 合挽き肉のメニュー用途



出典: インテージキッチンダイアリー2013年1月～12月累計材料×メニュークロス (分析材料・調味料: 合挽き肉) データに基づき当社にて作成

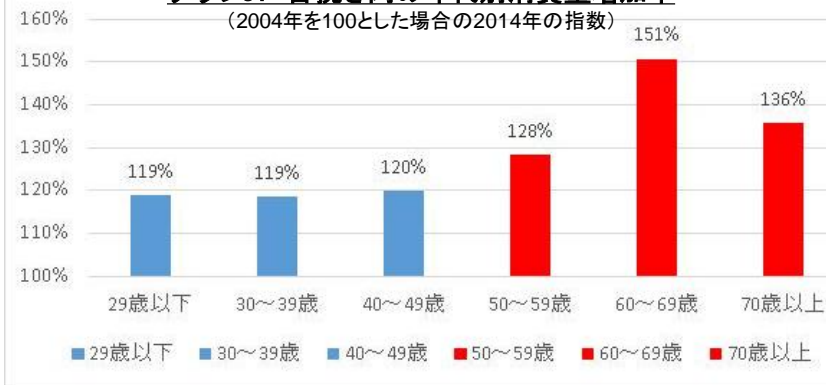
### グラフ2: 合挽き肉の消費量増加率

(2004年から10年間の推移)



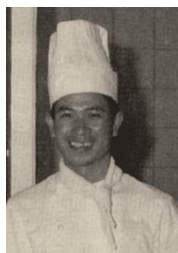
### グラフ3: 合挽き肉の年代別消費量増加率

(2004年を100とした場合の2014年の指数)



グラフ2、3出典: 総務省 家計調査 家計収支編 二人以上の世帯

## <ハインツ日本の洋風ソースが“本格的”とされる理由>



稲田 英男

ハインツ日本は米国H.J.ハインツ社の合併会社として、1961年に創業しました。当初は米国の商品を輸入してそのまま販売していましたが、業績が思うように伸びません。そこで、米国本社のシェフであったポール・レスキューが来日し、日本ではどんな商品なら売れるのか、その調査を開始しました。このとき彼を助けたのが、全日本司厨士協会の会長でレスキューと交友関係にあった斎藤文次郎氏でした。

2人は斎藤氏の案内で数週間、毎日のように日本のレストランを食べ歩きます。その結果、「日本で成功するには、日本人の舌に合う独自の商品の開発が必要だ」という結論に至ったレスキューは、斎藤氏に日本人シェフの仲介を依頼します。斎藤氏は自分の部下で全日本司厨士協会の第1回欧州派遣団から帰国したばかりの稲田を紹介したのでした。

ハインツ日本に入社した稲田は、さっそく商品化の候補を検討しました。そして、最初に注目したのがデミグラスソースでした。デミグラスソースを厨房でつくるには、まず牛の骨やスジ肉、香味野菜などでダシ(フォン)をとり、別の鍋で小麦粉と油脂を焦がさないように微妙な温度調整をしながら長時間、炒めてブラウンルウを作ります。このフォンとブラウンルウをあわせてソースエスパニョールをつくり、それを煮詰めます。半分の量になるまで丁寧に煮詰めることで光沢が出て鏡のようになることから、フランス語の“半分=デミ”と“鏡=グラス”を合わせてデミグラスソースという名前がつけられたのです。

このように膨大な手間と時間とコストがかかることから、稲田自身もプロの料理人として「デミグラスソースが最初からあったら、いつでも料理にとりかかれるのに…」という思いを抱いていました。そこで、米国のハインツ本社でも着手していなかったデミグラスソースの商品化に着手したのです。

気さくで温和人柄であった稲田ですが、仕事では緻密で妥協を許しませんでした。そしてシェフだからこそ限りなく厨房に近い作り方にこだわりつつ、それを工場の生産工程に置き換えるという困難な作業に挑戦したのです。

特にハインツのデミグラスソースの大きな特長であるブラウンルウの製造は困難を極めました。和菓子の餡(あん)を煉るのに使われていたレオニーダーという機械の導入により問題を解決。ついに1970年に、業務用デミグラスソースの発売にこぎつけました。そして1972年には、家庭用のデミグラスソースとホワイトソースを発売したのです。以来、ハインツのクッキングソースは日本の洋食文化に欠かせないものとなりました。

ハインツ日本の現在のデミグラスソースとホワイトソース、そして、そこから派生したさまざまな洋風ソースには、今も稲田英男が最初にデミグラスソースを開発したときのプロの料理人としての味づくりのこだわりが受け継がれています。



ハインツ日本の初代業務用デミグラスソース (1970年発売)

### →お客様からのお問い合わせ先

ハインツ日本株式会社 お客様相談室 TEL:0120-370655

### →報道関係者様お問合わせ先

ハインツ日本株式会社 マーケティング本部 岡部 耕二

TEL:03-5687-7523 FAX:03-5687-1648 E-mail:Koji.Okabe@kraftheinzcompany.com