

# 健康的で持続可能な食環境戦略イニシアチブ オープンフォーラム2025

ハウス食品グループ



# 本日も話する内容

- 1 | ハウス食品グループについて
- 2 | イニシアティブ参画について
- 3 | 具体的な取り組み(バーモントカレー)
- 4 | その他:「風味増強技術」のご紹介

# 1)ハウス食品グループについて

## グループ理念

食を通じて人とつながり、  
笑顔ある暮らしを共につくる  
グッドパートナーをめざします。



## 創業理念

日本中の家庭が幸福であり、  
そこにはいつも温かい家庭の味ハウスがある。  
～幸せな家庭のマーク～



## 2)イニシアティブ参画について

ルウカレー製品国内シェアNO.1メーカーとして、日本の国民食のひとつである「カレー」をおいしく減塩し、より健康的にしていきたいという思いから、主要ルウカレー製品の1皿当たり食塩相当量を2030年度までに2020年度比で5%削減することを目指します。

ハウス食品は約60年前の1963年当時「辛い大人の食べ物」だったカレーを、「子どもも大人もいっしょにおいしく楽しめるように」との思いから『バーモントカレー』を発売しました。

その思いは今も変わらず、カレーをこれからずっとみんなから愛されるメニューにしていきたいために、より健康的にしていきます。

また、カレーは脂質や塩分が高いメニューの1つとしてイメージされやすいものの、1食完結メニューであるとともに、栄養バランスのよいメニューであることを考えると、実は脂質や塩分も高くないことを認識してもらえるようにカレーの魅力を発信していきたいと思えます。



# ※参考) カレーが国民食と言われる由縁



1か月に4.05皿、週1回(1皿)  
以上はカレーを食べている。

\*全日本カレー工業協同組合HPより



正解



月4回(皿)  
週1で食べている計算になる



# 具体的な取り組み(バーモントカレー)



発売から60年を迎えた今なお



を維持



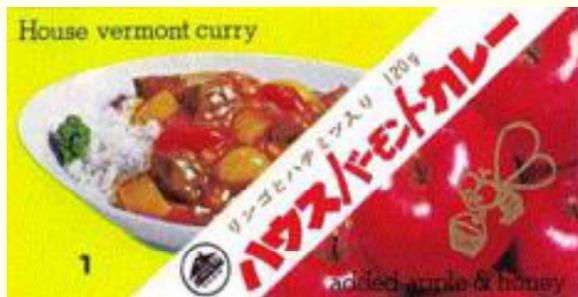
販売量(1963年~2025年3月まで)

皿数換算で累計**840億皿**以上





# パッケージ変遷①



1963



1981



1989



1995



1997



2000



# パッケージ変遷②



2003



2006



2010



2018



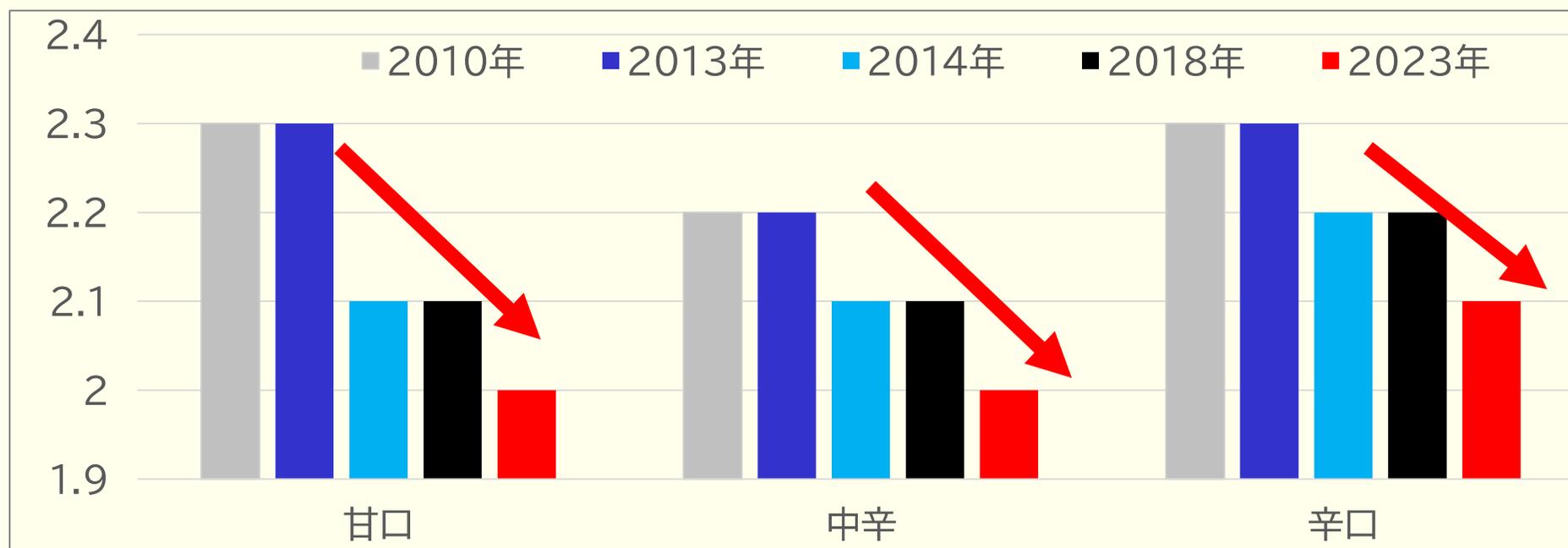
2023



現在:2024年~

# バーモントカレー減塩の歴史

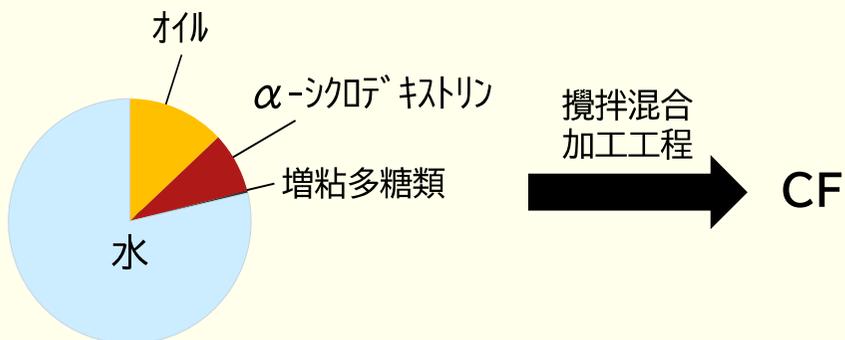
	2010年	2013年	2014年	2018年	2023年
甘口	2.3	2.3	2.1	2.1	2.0
中辛	2.2	2.2	2.1	2.1	2.0
辛口	2.3	2.3	2.2	2.2	2.1





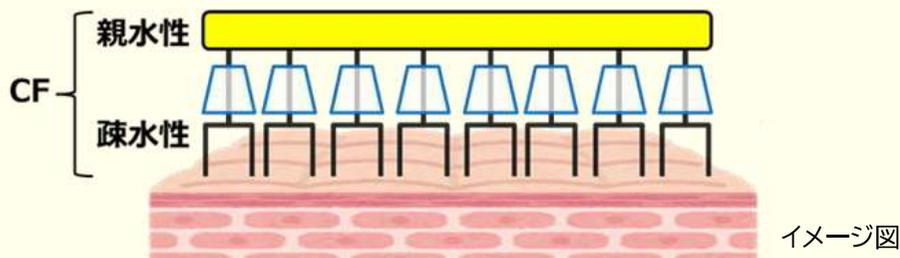
# 独自開発したCF素材と製品への応用

## ■ CF素材(食品素材を使用)



### <CF素材の特徴>

- Crysform (CF)は食品素材で構成される
- 風味原料をコーティングして閉じ込められる  
→ 新製法に応用
- タンパク等の疎水性面への結合性を有する



## ■ 製品活用事例(CF素材の応用例)

### おいしさにこだわった新製法

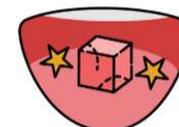
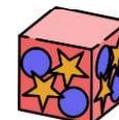
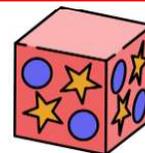
#### お肉パラダイス製法とは？

「噛んだ時に肉のおいしさが口に広がる」という肉の理想的な状況 (=パラダイス) を実現した製法

肉のおいしさを引き出す  
旨み・香り成分を付与

おいしさを  
肉に留める

噛んだ時においしさが  
口に広がる！



通常レトルトカレーの肉は  
ソースへ旨みや香りが逃げ  
てしまう。

※イラストはイメージです





# 味覚の見える化による減塩意識の向上

## ■ 味覚チェックキット（フリーズドライ食品）



1. 味がない
2. 何かわからない味
3. 塩味・しょっぱい
4. 甘い
5. 苦い
6. 酸っぱい
7. 昆布だし・うま味

## ■ 弘前市主催の健康セミナー



**働く女性のための健康セミナー**

このセミナーは、市民の一人ひとりが健康に関心をもち、まち全体で健康寿命の延伸に取り組む「健康都市 弘前」の実現に向けた取組の一つとして、弘前大学COI-NEXT参画企業と連携し、働き盛りの世代の健康を後押しすることを目的に開催しました。

**「おいしく味わう 健康的な食生活を考えよう」(ハウス食品グループ本社 株式会社)**

令和6年12月16日にハウス食品グループ本社株式会社の門田 佳奈氏を講師に、「おいしく味わう 健康的な食生活を考えよう」と題して企業の取組や、味覚と食事の研究、味覚低下のリスクなどについてご講演いただきました。

併せて、体験企画としてフリーズドライ食品を試食し、感じた味の特徴について「しょっぱい」「あまい」などの7つの選択肢から最も適当なものを選ぶ「味覚検査」を行いました。29名にご参加いただき、「自信があっただけに、全問不正解でショックだった。」「本気で減塩する気になった。」などの感想がありました。

講演の最後にはスパイスを活用した減塩レシピをご紹介いただき、スパイスを活用してみたいという声も聞かれました。

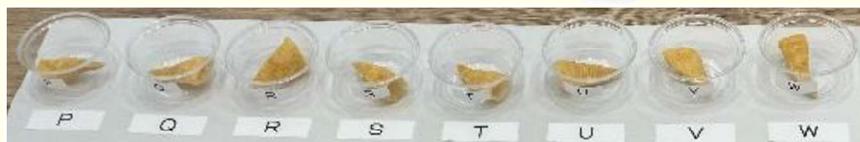
**セミナーの様子**

味覚検査キット

1. 味がない
2. 何かわからない味
3. しょっぱい・塩辛い
4. 甘い
5. 苦い
6. 酸っぱい
7. 昆布だし・うま味



## ■ 塩味嗜好性評価スナック



薄 ←————→ 濃

▲  
製品レベル  
の塩味

## ■ イオンモール下田様との健康セミナー企画

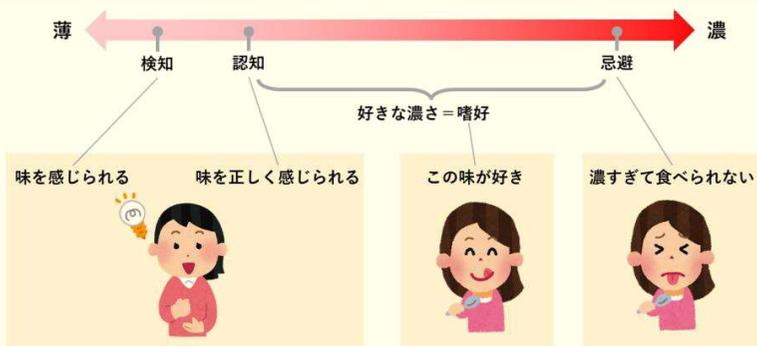
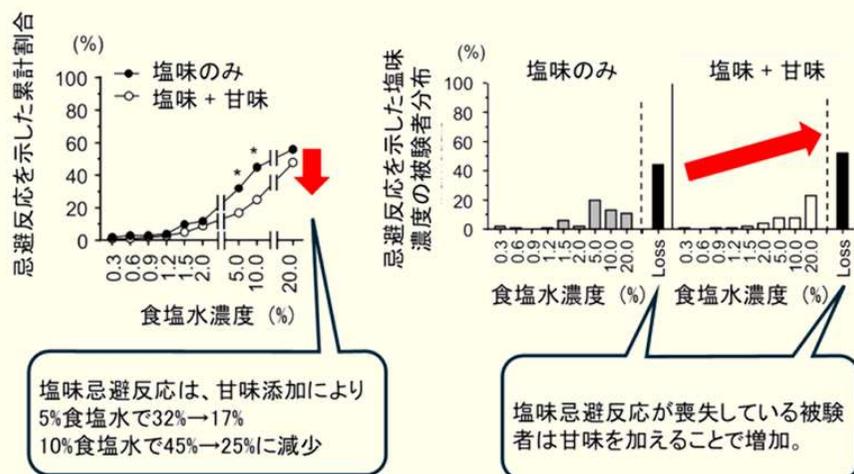


味覚の感度や好きな塩味が見える化することで、ご自身の味の感じ方の特徴に気付いていただき、食生活で減塩・適塩を意識していただく取り組み



# ヒトの味の感じ方に関する研究

## 健常人で、甘味を加えることにより、 高濃度塩味に対する忌避反応が低下した



## News Release

2025年7月24日



ハウス食品グループ本社株式会社



京都府立大学法人  
京都府立医科大学  
KYOTO PREFECTURAL UNIVERSITY OF MEDICINE

**食塩摂取の新たな盲点：甘味が塩辛さの感覚を鈍らせる  
慢性腎臓病患者の味覚変化に加え、  
甘じょっぱい食品が塩分摂取量に与える影響を解明**

ハウス食品グループ本社株式会社および、京都府立医科大学大学院医学研究科 腎臓内科学 助教 草場哲郎、同 大学院生 奥野-尾関奈津子、同大学院医学研究科 循環器内科学 教授 的場聖明の研究グループは、塩味に甘味を加えることで、濃い塩味をしょっぱいと感じて嫌う反応が減少することを発見しました。本研究に関する論文が、令和7年7月7日に科学雑誌『Scientific Reports』に掲載されましたのでお知らせします。本研究により、甘味の摂取が、塩分の過剰摂取にも関連している可能性が考えられ、今後の減塩指導にも役立つと考えられます。

### ■ 本研究成果のポイント

- ヒトは、味噌汁（塩分約0.9%）のような低濃度の塩味を好む一方で、海水（塩分約3.4%）のような高濃度の塩味は塩辛く感じ、嫌う性質があります。しかし、塩味に甘味を加えると、この濃い塩味をしょっぱいと感じて嫌う反応（忌避反応）は、健常人、慢性腎臓病（CKD）患者でともに減少しました。
- CKD患者では、もともと濃い塩味に対する忌避反応が低下していますが、さらに塩味に甘味を加えることで、その反応がほとんど消失しました。
- 甘味を加えることで塩味に対する忌避反応が減少し、塩分の摂取量が増えてしまう可能性があります。一方、甘味を制限することで塩味の濃さをより感じるようになり、塩分摂取量を減らす方法として有効である可能性があります。

塩味の好みや忌避に対するヒトの味の感じ方の研究  
知識を得て、塩分摂取の意識につなげていただく

代表発表者：京都府立医科大学大学院医学研究科 腎臓内科学  
The addition of sweetness reduces aversion to high salt concentrations  
in patients with chronic kidney disease  
Scientific Reports, 2025



ご清聴ありがとうございました