

## NEWS RELEASE

**カレーのベスト パートナーは、やっぱりアレ！だったんだ。**

**この夏、最強タッグでらっきょうの需要創出を目指します！**



日本を代表する国民食のカレー。これからの蒸し暑い季節、ますます食欲の出るメニューの代表格です。ところで、カレーの付け合わせには、いったいどんなものがあるでしょう。「福神漬」「らっきょう」「生卵」、最近では「納豆」や「チーズ」「生姜」などの変わり種も登場してきています。

そこで、「カレーの付け合わせ」と聞いて、イメージされる食品について調べたところ、福神漬の43%に次いで、らっきょうは32%と高く(社)エコ食品健究会の主婦を対象とした調査より)、実際の「おうちカレーの付け合わせ」についての調査でも、福神漬に次いで、らっきょうは2位となっています(当社調べ)。しかし、らっきょうの購買層は比較的、高年齢層に偏りがあり、カレーをよく食べる＝育ち盛りのお子様がいるご家庭の20代～40代では、カレーの付け合せとしてらっきょうの登場は低く、世代間に格差があるのが実態といえます。

酢漬No.1メーカーの岩下食品(栃木県栃木市、代表取締役・岩下和了)では、カレーにらっきょうを付け合わせることで、単に美味しくなるだけでなく、薬膳や栄養学の観点から更にヘルシーになることに着目。カレールウのトップ・メーカーのハウス食品とスクラムを組み、カレーとらっきょうの最強タッグが誕生！厳格な品質管理の元に安全につくられた、ちゃんとおいしい岩下のらっきょうとカレーを徹底的に近づけ、『カレーといえば、やっぱり旨いらっきょうだね。』のイメージづくりで、らっきょうの需要創出を図っていきます。

さらに、帝人グループのインフォコムが運営する20代～30代の女性をターゲットに、一人ひとりの体質や健康状態に合わせ、家庭でも簡単にできる薬膳レシピを紹介する「体スッキリオイシイ薬膳」のキャンペーンページにおいて、カレーとらっきょうの最強タッグが、薬膳と栄養学的見地から6/9から8月末日まで紹介されます。一方、岩下のピリ辛らっきょうでは商品パッケージに、「体スッキリオイシイ薬膳」サイトを紹介。docomo、au、SoftBankの公式サイトが、市販品で紹介されることも新たな試みです。店頭でのマネキン販売やSPモニター設置などの共同販促に加え、バーチャル世界での訴求という、業界でも類をみない最強タッグで、この夏、カレーのベストパートナーとしてのらっきょうの定番化を目指します。

