

News Release

ハウス食品グループ本社株式会社

「ササハウス カリジュパン」は、インドネシア語で「日本のカレー」という意味の製品です。拡大する中間層がメインターゲットであり、忙しい毎日(共働き、子育て等)を送る調理者に対し、より簡単、より早い、失敗しない「オールインワンルー」という新しい形態のメニュー調味料で新市場創造を目指します。日本式カレーのメニューベネフィットとして、家族みんなが食べられるマイルドな美味しさで、肉・野菜・ごはんをバランスよく食べることができる「ワンプレート栄養食」であることを訴求し、SNSや店頭にて発信します。製品紹介動画では、早朝から、起床、朝食の準備をして6時前には子どもたちを送り出す、朝忙しい母親にとって短時間調理で子どもや家族の朝の栄養摂取をサポートできるメニュー調味料であることを描きました。

味の特徴は、旨みのある濃厚なカレーソースで日本のカレーのようなとろみがあります。甘味が少ない現地のお米で一皿を美味しく食べられるよう、甘味やうまみのバランスを工夫しました。

内容量は3種類で、最小の20g製品は店頭想定価格を3,000インドネシアルピア（日本円で約30円※）とし、生活者の手に取りやすい価格を実現しました。20g製品は主に伝統小売り市場（TT＝トラディショナルトレード）での販売を想定しています。※2024年1月末TTMレート 1円＝0.0094インドネシアルピアで換算すると28.2円

包装は、外袋に直接固形のルーカレーが入っています。プラスチックトレイを使用しない、環境に配慮した新しい包装形態です（外袋にはプラスチック使用）。



陳列イメージ（写真は40g製品。20g製品は吊り下げ連包仕様） ルーカレーの製品形態を伝えるポスター

※本リリース掲載のパッケージ画像はインドネシアBPJPHハラル認証マークの下に登録番号を記載しておりませんが、現地では登録番号を記載した製品を販売しております

【製品概要】

製品名	「ササハウス カリジュパン」＜オリジナル＞ 「ササハウス カリジュパン」＜プダス＞
内容量	20g（1－2人前）、40g（3－4人前）、80g（6－8人前）
発売年月	2024年2月より順次店頭化
価格	店頭想定価格 20g:3,000 Rp（インドネシアルピア）、40g：9,500 Rp, 80g：17,000 Rp
販売チャネル	20g:伝統小売り市場（TT）、40g, 80g:近代小売り市場（MT）
ホームページ	URL https://sasa-housefoods.co.id/id
販売会社	PT Sasa Housefoods Indonesia
生産会社	PT Java Agritech

【参考】

1. 合弁会社 PT Sasa Housefoods Indonesia について

ハウス食品グループとインドネシアにおいて MSG（グルタミン酸ナトリウム）や粉末シーズニングの製造を行っている Sasa Inti 社が設立した、インドネシア国内 BtoC 向けの加工食品販売を担う合弁会社です。ハウス食品グループの製造技術を活用したルウカレー製品について、現地に即した販売・マーケティング活動と、Sasa Inti 社と同じグループ企業のディストリビューター（卸売業）である PT Tumbakmas Niagasakti の強みを活用した TT (Traditional Trade) チャネル攻略を進めます。互いの知見やノウハウを共有し協働することでシナジーを創出し、お客様に対する新価値の創造に向けた取り組みを進め、設立 10 年後の 2032 年に売上金額 70 億円を目指します。

【PT Sasa Housefoods Indonesia（ササハウスフーズインドネシア社）の概要】

名称	PT Sasa Housefoods Indonesia
所在地	Jalan Letjend. S. Parman Kav. 32-34 Jakarta 11480, Indonesia
代表取締役	Budie Siswantono
設立年月日	2022 年 11 月 22 日
資本金	410 億インドネシアルピア
出資比率	PT Sasa Inti 51%、ハウス食品グループ本社 49%
事業内容	Sasa House ブランドの カレー製品の販売、マーケティング

2. スキーム図（%：出資比率）

