

キューピー ドレッシングは2018年に発売60周年を迎えました。

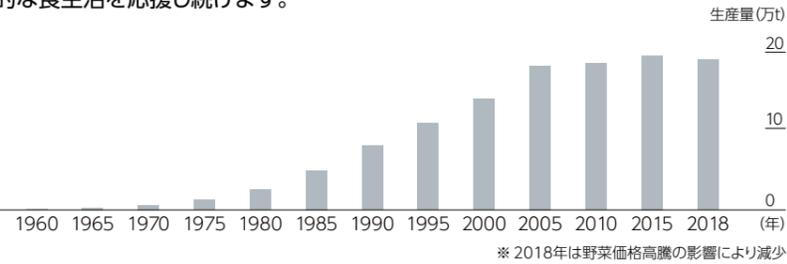
旬の野菜の持つ魅力をお伝えしながら、素材との組み合わせや様々なフレーバーの展開で、

お客様に喜ばれるメニューの提案に取り組んでいます。

これからも、サラダの楽しさを提案し、健康的な食生活を応援し続けます。

ドレッシング類の生産量推移

※ マヨネーズを除いたもの
 ※ 業務用を含む
 資料: 全国マヨネーズ・ドレッシング類協会(会員10社の合計)



素材の広がり × 素材の組み合わせ

フレーバーの展開

生野菜は
付け合わせ

レタスや
トマトの
普及

サラダの
食卓登場頻度
アップ

健康志向の
高まり

洋風テイスト

日本を意識した
しょうゆベース

和風テイスト

ノンオイル登場

コクと
うまみ

ごまが持つ
健康によい
イメージや
香り立ち

さっぱり味で
素材を活かす

黒酢と
たまねぎで
健康感

タイムスタイルの
変化に応じた
野菜摂取

時短
メニューの
広がり

ユニバーサルデザインへの取り組み

できるだけ多くの方に使いやすいことをめざすユニバーサルデザインの取り組みにより、ドレッシングの容器も常に改善してきました。これからも、使い勝手が良く、環境にやさしい容器の開発に努めていきます。

- 1973・セパレートドレッシングに中栓採用
- 1992・すべてのドレッシングに中栓採用
- 2008・点字瓶の採用
- 2014・容量ラインアップ見直し
- 2018・瓶からプラスチック容器へ変更
- 1992・口部の塞ぎ装置開始
- 2014・容量ラインアップ見直し
- 2018・瓶からプラスチック容器へ変更
- 1995・瓶軽量化160g
- 2014・容量ラインアップ見直し
- 2018・瓶からプラスチック容器へ変更
- 1995・瓶軽量化140g
- 2014・容量ラインアップ見直し
- 2018・瓶からプラスチック容器へ変更
- 1996・ペットボトル容器採用
- 2014・容量ラインアップ見直し
- 2018・瓶からプラスチック容器へ変更
- 2004・瓶軽量化130g
- 2014・容量ラインアップ見直し
- 2018・瓶からプラスチック容器へ変更
- ・ネック部分の形状変更(いたづら防止)

ドレッシング発売60周年でのプロモーション活動

- ・第48回 食品産業技術功労賞(2018年度) マーケティング部門 受賞

ドレッシング180ml容器リニューアル

- ・2018日本パッケージングコンテスト 食品包装部門賞 受賞
- ・ワールドスターコンテスト2019 フード部門 ワールドスター賞 受賞



海外でのサラダ文化の展開

それぞれの国の食材や食文化に合わせ、マヨネーズ・ドレッシングを軸に、サラダの提案を進めています。これからも、日本で培った技術を活かし、豊かで健康的な食文化の創造に貢献していきます。

中国
花生菠菜

タイ
Egg Sheet Tuna Roll with Roasted Sesame Dressing

マレーシア
Stir fried Chicken and Pineapple with Roasted Sesame Dressing

インドネシア
Fried Shrimp Salad with Roasted Sesame Dressing

価値創造ストーリー② 手軽でおいしい「多彩なサラダ」で、健康で豊かな食生活を創造します

三菱商事株式会社との共同出資により設立した株式会社サラダクラブは、新鮮なサラダをいつでも手軽に、そして無駄なく召し上がっていただきたいという思いから、カット野菜を袋詰めにしたパッケージサラダの販売を1999年に開始、2019年で20周年を迎えました。

パッケージサラダの認知啓発によりサラダをもっと身近にする取り組みを続け、今では300億円を見込める売上規模にまで成長しました。

これからも国内におけるサラダの需要拡大を牽引するとともに、東南アジアを中心に生野菜を安心して食べられる地域を増やし、手軽に多彩なサラダを楽しんでいただくことで世界の食と健康に貢献していきます。

キューピーグループが取り組む理由

- サラダで健康を応援したいという思い
- マヨネーズ・ドレッシングはサラダ文化とともに成長してきた

創業当初の売場 **株式会社サラダクラブの売上推移** (現在まで、売上の9割以上がパッケージサラダ)

1999年 **サラダクラブ設立**

起点

- 米国でのパッケージサラダ売場からヒントを得る
- 働く女性の増加など、日本もライフスタイルの変化の追従が起これると予測
- 国内でのカット野菜の認知は低く、市場にはほとんど無い

ニーズの変遷

- 「健康日本21」により1日当たりの野菜摂取350g以上が推奨された
- 健康意識が高まり「野菜を簡単に無駄なく、たくさん取りたい」というニーズが高まった

資本の活用

ブランド

- 品質の高さへの信頼

生産

- 惣菜の製造による野菜処理ノウハウ
- 全国にある既存の生産拠点
1999年: 中河原
2000年: 伊丹・五霞
2001年: 鳥栖

物流

- デリア食品株式会社の受発注システム、物流網

販売

- デリア食品株式会社の惣菜販売ルート(店舗への直接販売体制)

商品の進化

1999年 **食べ慣れているベーシックなサラダから**

カットレタス/キャベツ(干切り) / レタスマックス/キャベツマックス / 大根サラダ

2004年 **多彩なサラダ品目数に着目**

10品目のサラダ / レタスやパプリカ / 水菜や大根

生産の進化

1999年 始まりは、スモールスタート

既存の生産拠点の一角で手切り、手詰めからスタートしました。

カット技術の進化

手切りでは難しい「細さ」と「ふんわり感」を出すために、キャベツのカット方法にこだわっています。

品質向上の取り組み

LED検査コンベア導入などの改善・工夫を積み重ね、安全・安心への取り組みを続けています。

調達の進化

産地との取り組みの進化

手書きのFAXで小ロット発注

2005年 三菱商事株式会社がMCプロデュース株式会社設立 調達の安定化と一元化に努める

2010年~2012年 MCプロデュース株式会社と連携し、産地評価基準を検討

新技術を搭載した省力化工場

2014年、初のパッケージサラダ専用工場を操業開始(サラダクラブ三原工場)、さらなる生産性・品質向上を実現しました。

パッケージサラダラインの工場見学開始予定

2019年度中に見学通路を公開する予定です(サラダクラブ遠州工場)。生産工程を見ることで、パッケージサラダについて理解を深めていただきたいと思います。

2016年 原料評価基準を制定。生産者とのコミュニケーションを強化

2017年 日頃の感謝を直接伝える目的で、生産者の方々を多数お迎えし第1回産地表彰式を実施

レタス生産者の声 有限会社ハヤシ 林さん

今後生鮮野菜の市場流通が減る中で、サラダクラブとの取り組みは生産者にとって、非常に良い取り組みだと思っております。

生鮮野菜からパッケージサラダへの利用変化が進む

パッケージサラダの利用意向は高い

利用経験者 **53.0%** 常時利用者 **20.7%**

資料: サラダ白書2018*

パッケージサラダをよりご理解いただき、取り組みでさらなる市場拡大をめざす

野菜販売金額に占めるパッケージサラダ構成比

日本のパッケージサラダ市場は、欧米に比べてまだ小さい。量販店の野菜販売金額に占めるパッケージサラダ売上構成比: 米国10%、英国5%、フランス7%、日本3%。欧米諸国と比較してもパッケージサラダの市場成長の可能性が高い

市場規模と将来予測 (億円)

資料: 当社グループ調査

旬な野菜・プレミアムな野菜など素材に着目

金美人参サラダ

野菜摂取量・糖質カットなど健康ニーズに着目

1/2日分の野菜がとれる 緑黄色野菜ミックス

キャベツライス

これらの食生活に合わせたサラダの提案、サラダ市場の牽引役へ

パッケージサラダからサラダ総合メーカーへ領域を拡大

野菜の有効活用(付加価値化、食品廃棄削減など)

サラダの需要拡大

「多彩なサラダ」で健康で豊かな食生活を創造し続けます

資本の循環

日本人のルーツは農耕民族であり、卵は貴重なたんぱく源でした。高度経済成長期に、養鶏技術の進化とともに卵は物価の優等生になり、おいしくて、いろいろな食材とも相性が良く、手軽に調理ができる卵料理は、日本の食卓に欠かせないものになりました。キューピー マヨネーズが卵黄タイプであったことから、マヨネーズの生産量の伸長に伴い、卵白の販売を開始しました。徹底的に卵を研究し、卵を使いこなすことにこだわり、今日まで卵加工メーカーとしての総合力を発揮し続けています。



● 卵が持つ5大機能

私たちは特に卵が持つ5つの機能を掛け合わせ、応用し、様々な商品を生み出しています。



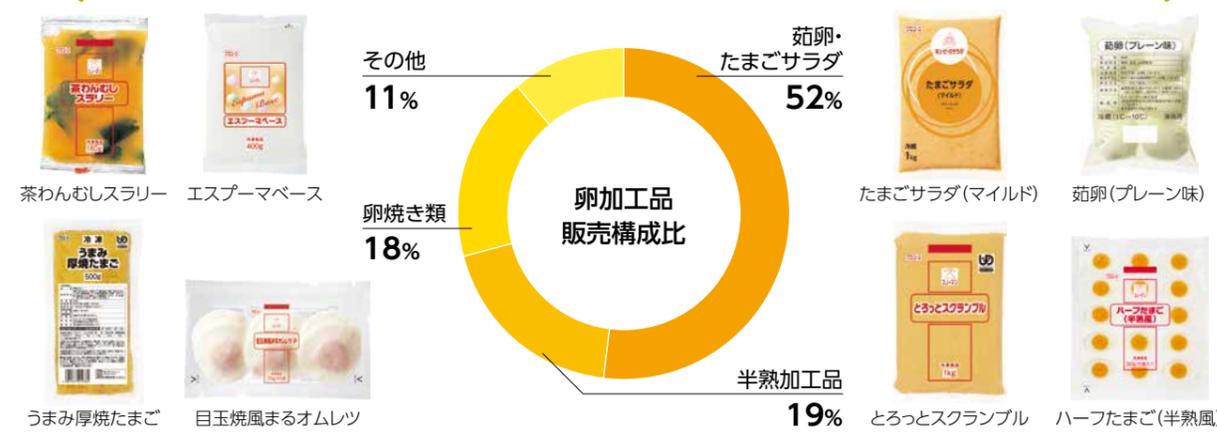
TOPICS

半熟感を再現し、新たな卵メニューが拡大

生卵をご飯にかけて食べる習慣のある日本人は、半熟状態の卵にフレッシュさを感じるため、半熟状態を再現すれば必ず需要があると考えました。そこで独自の原料と卵の持つ熱凝固性や乳化性を活かし、解凍するだけで食べられる半熟状のスクランブルエッグを開発しました。安全・安心であること、加熱しても固まらず半熟卵のようなコクや食感が味わえること、メニューが簡単に再現できることなどが評価され、多くのホテルやレストランなどで幅広いメニューに採用されています。



幅広い卵料理を、いろいろな食シーンで手軽に楽しめるラインアップ



卵の展開、海外へ

日本で培った技術を活かし、新規カテゴリーの拡大に注力するため、中国における第3の生産拠点として、2015年8月南通丘比食品有限公司(江蘇省南通市)を設立しました。中国全土にある営業拠点を活かし、沿岸部に加え東北部や内陸部にも営業活動を展開するとともに、新たな需要開拓が見込めるベーカリーや中華料理などのレストラン業態への深耕を進めています。

