

# 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



1999年 **サラダクラブ** 設立

**株式会社サラダクラブの売上推移**  
(億円) (現在まで、売上の9割以上がパッケージサラダ)



2018年売上: 276億円

**スタート**

- 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**

- 「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

**商品の進化**

1999

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

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

**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)

**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。

**調達**

**産地との取り組みの進化**

- 手書きのFAXで小ロット発注

**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。

**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む

**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

**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



**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。

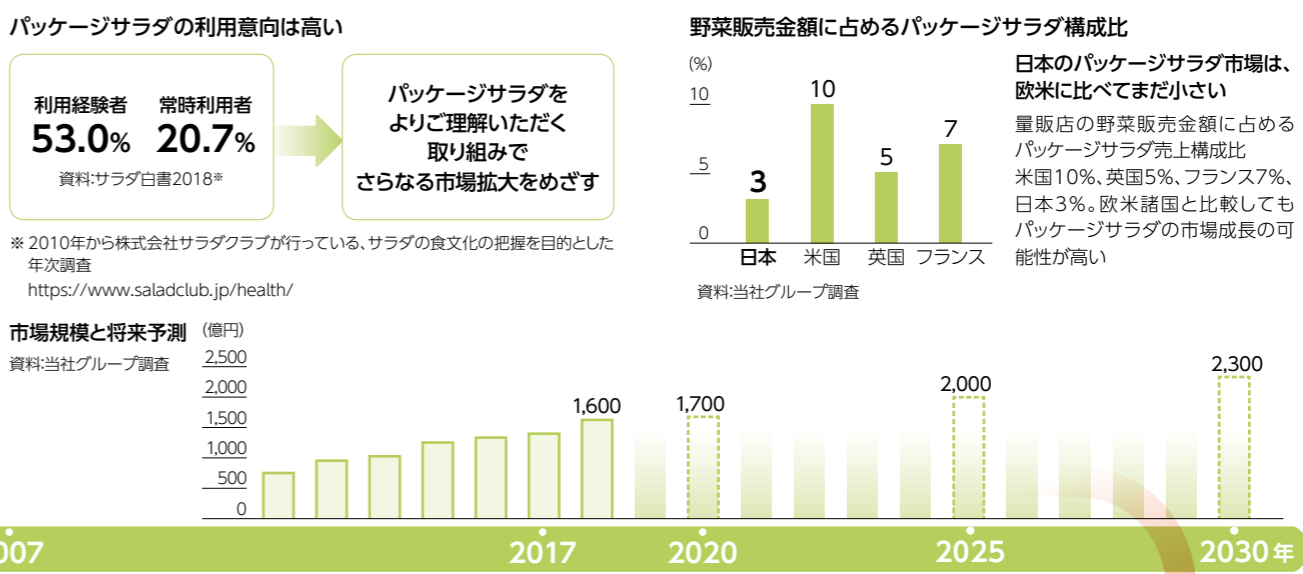
**レタス生産者の声**

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えます。



## 生鮮野菜からパッケージサラダへの利用変化が進む



**これから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**