

価値創造ストーリー ②



サラダとタマゴの リーディングカンパニー

サラダファースト

～サラダの魅力で、
心も体も、食生活も、豊かに～



当社グループは、時代や社会、食生活の変化に合わせて、マヨネーズ・ドレッシングとともに、国内外で様々な食シーンにサラダの食べ方を提案してきました。

サラダは、野菜メニューの中で食卓にのぼる頻度が高いメニューとなっています。^{※1}しかし日本では、全世代の70%以上が日頃の野菜不足を実感しており（キューピー調べ）、実際に、1日当たり約70g（＝野菜サラダ1皿分）が不足しています。^{※2}

私たちはサラダをもっと食べていただくことや、そのあらゆる価値を引き出すことにより、心身ともに健康で豊かな食生活に貢献することをめざしています。生産者や自治体、様々な企業や団体と一緒にサラダの価値・魅力の向上に取り組み、社会課題を解決していきたいと考えています。

心も体も、食生活も、豊かにしたいという想いを込めた“サラダファースト”をキャッチフレーズに、サラダの価値・魅力をお伝えしていきます。

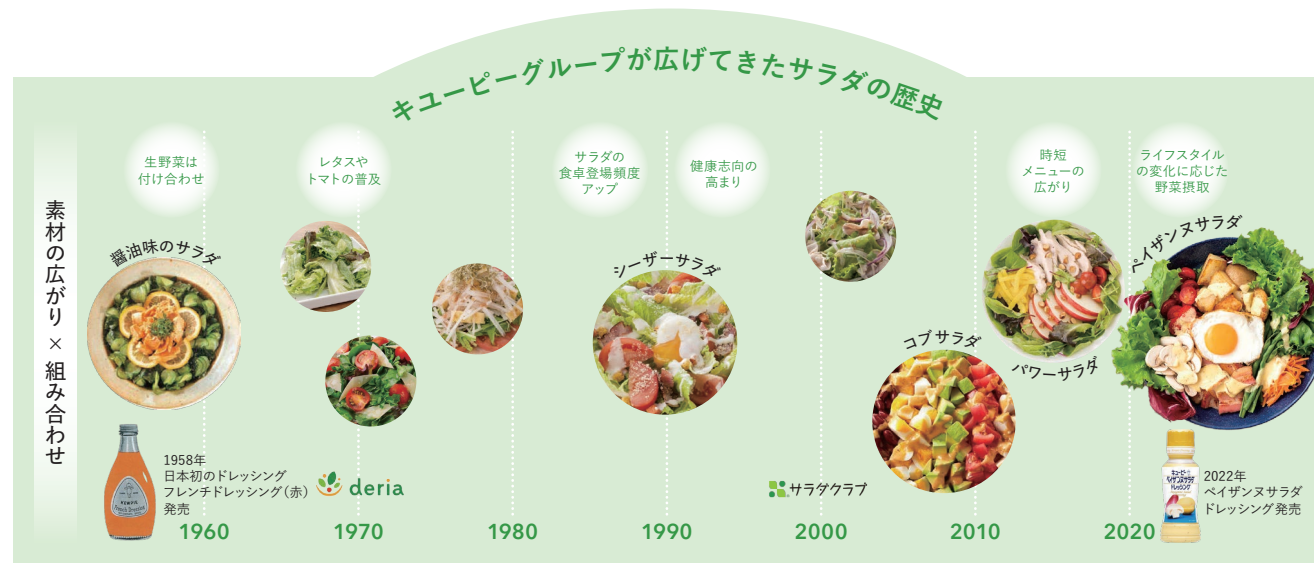
※1 食卓実態データベース「食MAP®」より

※2 2018年「厚生労働省国民健康栄養調査」より

食文化の創造～サラダの歴史～

これまで野菜をサラダで食べる食文化を広げるため、新たなメニューを提案し、トレンドを創出することで、サラダ文化を育んできました。シーザーサラダやコブサラダがその代表メニューです。

2020年からは、より健康に貢献できるメニューとして、卵を組み合わせることで栄養バランスが良くなる“ペイザンヌサラダ”を、内食・中食・外食のあらゆる食シーンに提案しています。



キューピーグループが提案するペイザンヌサラダ

ペイザンヌサラダは、農業大国であり美食の国といわれるフランスで「田舎風サラダ」として広く親しまれています。その土地ならではの食材を自分好みにカジュアルに楽しめる点が魅力です。

ペイザンヌサラダを作るポイント

Point 01

野菜と卵を使う



Point 02

葉物野菜以外は大きめにカットする



Point 03

食材ごとに盛り付ける



価値創造ストーリー ② サラダとタマゴのリーディングカンパニー

自治体・地域との取り組み

当社グループは、ペイザンヌサラダの特長を活かし、その地域の健康課題の解決や地産地消への貢献につなげるため、自治体との取り組みを進めています。共感いただいた自治体とともに、地域に根差した素材を使ったご当地ペイザンヌサラダのレシピを従業員が開発しています。

また、各地域ごとに、全国農業協同組合連合会の都道府県本部と協力し、ペイザンヌサラダに使用のご当地食材の提案やPR活動を実施し、地域の量販店や自治体と連携しています。

さらにメニューや食材を小売店やレストランに提案し、自治体の公式SNS等でご当地メニューとして発信していただくなど、様々な角度から野菜摂取を推進するコミュニケーションに取り組んでいます。



全国でのペイザンヌサラダの展開



徳島県

魅力ある特産物をふんだんに盛り込んだご当地サラダ
とくとくサラダ～阿波のペイザンヌサラダ～

れんこん、にんじん、しいたけ、レタス、きゅうり、ブロッコリー、
なると金時、すだち、阿波尾鶏と卵



北海道

じゃがいもとほたとアスパラの
ペイザンヌサラダ



キューピー株式会社
札幌支店
鈴木 裕治(左)
笠原 功貴(右)



福島県

地鶏ソテーのペイザンヌサラダ



キューピー株式会社
郡山営業所
浅香 恵(左)
東北支店
市川 空(右)



埼玉県

埼玉県コバトン健康メニュー
～ペイザンヌサラダ～



キューピー株式会社
関東支店
黒白 悠夏(左)
草開 治子(中)
仁科 麻里子(右)

ご当地食材を使った各都道府県ならではのペイザンヌサラダを全国のキューピーの従業員が考案しています。

https://www.kewpie.co.jp/dressing/paysanne_salad/localrecipe/



VOICE

加園 凌大

キューピー株式会社
四国営業所

徳島県には素晴らしい景観や伝統芸能がありますが、恵まれた自然環境を活かした豊富な食材も有名です。青果では全国出荷量5位以内の野菜が10品以上あります。「徳島県民全ての方をこの先もずっと元気にしたい!」という思いから県庁との取り組みを始めました。小売店、社員食堂、ホテル、外食と幅広く展開し、私たちが頑張ればその分野菜を食べていただくことにつながり、関わる人みんなが幸せになるという思いで、これからも徳島県の皆様と向き合っていきます。

価値創造ストーリー ②



サラダとタマゴのリーディングカンパニー

食のサステナビリティ「プラントベースフード」への挑戦

当社グループは、地球と人にとって食に関するサステナビリティを実現することは、とても重要と考えています。2023年3月、それを実現するプラントベースフード※を中心とした新ブランド“GREEN KEWPIE coming from field”（以下、GREEN KEWPIE）を立ち上げました。環境や健康の今と未来を考えている世界の人々に向けて、価値観の多様性や社会環境の変化に適応した新たな食の提案に挑戦していきます。

第一弾商品として、植物性原材料で作ったドレッシング2品を発売しました。先行して発売したプラントベースフードの卵代替商品「HOBOTAMA」も、2023年夏以降には“GREEN KEWPIE”ブランドとして展開します。

今後は海外でも“GREEN KEWPIE”ブランドの商品を展開し、健康的で地球にやさしい食生活に貢献していきます。

※植物由来の原材料を使用し、畜産物や水産物に似せて作られている食品のこと（消費者庁ホームページより）

GREEN KEWPIE
coming from field



左：植物生まれの
ごまドレッシング
右：植物生まれの
シーザーサラダドレッシング

左：HOBOTAMA
スクランブルエッグ風
右：HOBOTAMA
加熱用液卵風

※HOBOTAMAのデザインは順次切り替え予定

ブランド名の由来

GREEN：サステナブルな未来の食への挑戦、多様なお客様のプラントベースライフスタイルに寄り添う想いを込めています
coming from field：“field”に「畑」「新分野」という意味を含め、自然の恵み・未来を切り拓くという想いを込めています

鶏卵の調達に関する考え方と取り組み

当社グループは、採卵鶏のアニマルウェルフェアを持続可能な鶏卵の生産や調達における重要課題と認識しています。

日本国内で当社グループが調達している鶏卵は、農林水産省が普及に努める『アニマルウェルフェアの考え方に対応した採卵鶏の飼養管理指針』に即して飼養された鶏の卵であることを確認しています。海外においても、各国・地域の基準や社会環境に即した調達を進めています。

また、ケージフリー飼養※による鶏卵を活用した商品を開発・製造・販売しており、お客様のニーズなどを把握しながら商品の育成を進めています。

※いわゆる平飼いなどの飼養方法。なお、『アニマルウェルフェアの考え方に対応した採卵鶏の飼養管理指針』では、アニマルウェルフェアへの対応において、最も重視されるべきは、施設の構造や設備の状況ではなく、日々の家畜の観察や記録、家畜の丁寧な取り扱い、良質な飼料や水の給与等の適正な飼養管理により、家畜が健康であることであり、そのことを関係者が十分認識して、その推進を図っていく必要がある、とされています。

アニマルウェルフェア向上のために

採卵鶏をはじめとした畜産の持続可能性を考え、当社グループにおけるアニマルウェルフェアの向上を図る目的で、専門委員会を設けて検討を行っています。行政やサプライチェーンに関わる様々な関係者の方々と連携して、日本に適した採卵鶏のアニマルウェルフェアのあり方を作り上げていきたいと考えています。

<https://www.kewpie.com/sustainability/procurement/promotion/>

<https://www.kewpie.com/education/information/egg/animal-welfare/>



VOICE

綿貫 智香

キュービー株式会社
研究開発本部

世界の潮流を捉えて、社会の関心が高まっていくタイミングで、ブランドや商品を発表できたことは、キュービーグループがこれまで培った技術力や提案力、そして多様性を認め協力し合う風土、サプライチェーンで関わる皆様の協力があってこそだと思います。

多くの励ましの声によって生まれた「GREEN KEWPIE」を、世界のお客様と一緒に、大切に育てていきます。