価値創造ストーリー Ⅲ

食と健康への貢献

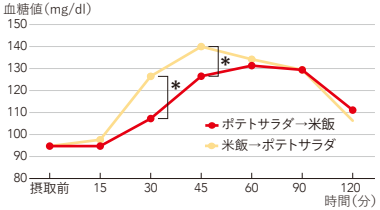
健康寿命の延伸、多様な価値感や食生活への対応、地球環境への配慮を重視し、栄養バランスに配慮した商品開発や食育啓発活動を通じて一人ひとりの楽しく健康的な食生活を促進します。また、生活者のニーズに合わせた商品提供やサステナビリティを追求し、社会や地球環境にやさしい事業活動を実践し、創業時からの想いを未来に継承していきます。

サラダから食べる健康価値

これまでの研究成果から、サラダから食べることで食後の血糖値の急激な上昇が抑制されることがわかっていましたが、さらに、子どもから大人まで広く愛されている定番のポテトサラダにも同様の効果があることがわかりました。じゃがいもの炭水化物は、加熱後に冷却すると食物繊維と同様の働きをする「レジスタントスターチ（難消化性でんぷん）」が増加することは既知の事実でしたが、ポテトサラダでも、この成分が増加することが示唆されました。

店頭プロモーションなどでも「お先にポテサラ」というフレーズで、ポテトサラダから食べることを推奨しています。このように、サラダを食べる習慣の提案を通じて、お客様の楽しい食卓や健康な食生活に貢献していきます。

食べる順番による血糖値の比較検証



摂取前、摂取15、30、45、60、90、120分後の血糖値
＊：米飯→ポテトサラダと比較して有意差あり
出典：第70回 日本栄養改善学会

デジタルを活用したパーソナル食提案の取り組み

デジタルを活用し幅広い顧客とのコミュニケーションを進めています。kewpie IDは当社ウェブサイト上で、日々の食卓をさらに便利に楽しむサービス「Hi! kewpie」やD2C（消費者直販サイト）サービス「Qummy（キユーミー）」で利用することができ、今後は幅広い顧客接点で活用していく予定です。現在、デジタルを活用して顧客理解を深め、顧客課題・ニーズに合わせて開発した商品や情報をお届けする取り組みを進めています。さらに、家族の嗜好や健康情報を基に、AI※が家族に最適な献立を提案するサービスなど、一人ひとりのパーソナルな食生活をサポートする取り組みも検討しています。

※AI：人工知能（Artificial Intelligence）の略称

「たまごサラダ」で良質なたんぱく質を手軽に

フレイルサポーターによる「たまごサラダ」を使ったアレンジメニュー

フレイルは年齢による身体や心の衰えであり、その予防は健康寿命延伸に必要です。特に高齢者には筋肉維持のために意識的なたんぱく質摂取が重要なため、たんぱく質が豊富な卵を手軽に摂取できないか、東京都西東京市で65～80歳のフレイルサポーター33名を対象に「たまごサラダ」を用いた調査を行いました。週3回のサラダ摂取後、アンケートでは「たんぱく質のちょい足しができる」「おいしくたんぱく質が補給できる」「さまざまな料理にアレンジできる」などの肯定的な意見が得られました。これにより、たまごサラダがシニアにとってたんぱく質を手軽に摂取できるメニューであることが示されました。東京大学高齢社会総合研究機構への参加や小売・製造業との連携を通じ、健康的な食生活の実現をめざしています。

※調査には「キユーピーのたまご ゆで卵をつぶしてつくる たまごサラダ」を使用

従業員一人ひとりの社会貢献活動

支援団体との活動の様子

全国の小学校で実施する「マヨネーズ教室」「SDGs教室」にて、従業員が講師として子どもたちに食や環境の大切さを伝え、生きる力や考える力を育んでいます。また、従業員の社会貢献活動を奨励するため、マッチングギフト制度「ＱＰｅａｃｅ」を採用しており、寄付先団体を従業員が主体となって選定しています。従業員は寄付先の活動への参加を通じて、新たな考え方と経験を得る機会としています。

VOICE

二宮 真理綾
キユーピー株式会社
広報・グループ コミュニケーション室

2002年から継続している「マヨネーズ教室」。「食の大切さ楽しさが、子どもたちの心に少しでも残るといいな」という想いで講師をしていますが、パワーをもらっているのは私の方。笑顔あふれる食体験が、関わるみんなの心を豊かにすると思います。つながりを楽しみ、輪を広げていくことが、グループの魅力につながっていくと考えます。

価値創造ストーリー Ⅲ

食と健康への貢献

機能性素材を活かした健康ニーズへの対応

グループ独自素材の機能性ヒアルロン酸や酢酸菌（さくさんきん）を活かし、当社ブランドのサプリメントやスキンケア商品を中心に通信販売を通じて、お客様の健康ニーズに応える商品をお届けしています。この販売を展開しているのがトウ・キユーピーです。テレビや新聞広告、web広告によるプロモーションを行い、お客様に商品の機能や価値をお伝えし、ご購入いただいています。また当社通販サイト「キユーピーウエルネス」を運営しており、D2C（Direct to Consumer/消費者直販サイト）領域で事業成長を進めています。今後も機能性素材の開発、商品企画や販路という当社グループの強みを組み合わせ、健康課題の解決に取り組んでいきます。

ヒアルロン酸や酢酸菌を配合したサプリメント

ヒアロモイスチャー240

ヒアルロン酸&グルコサミン【コンドロイチン配合】

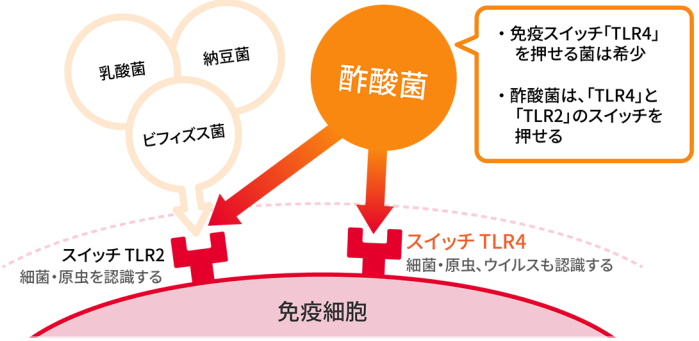
よいときOne

世界で免疫ケアに貢献

お酢はマヨネーズの味を左右する重要な原料です。そして酢酸菌はお酢づくりに欠かせない発酵菌です。当社グループは、長年にわたりお酢と酢酸菌の研究を重ねてきました。その結果、多様な健康機能が期待される酢酸菌GK-1を高濃度に含むにごり酢を世界で初めて大量生産することに成功しました。

免疫力の維持には、発酵食品を摂り多様な菌を体内に取り込むことが良いと言われています。酢酸菌GK-1は、免疫細胞の抗原受容体である「TLR2」と「TLR4」の両方に作用できることが確認されています。免疫細胞に働きかけ、免疫機能の維持や、花粉などによる鼻の不快感を軽減する機能が期待されます。2023年に酢酸菌GK-1を配合した商品について「pDC（プラズマサイトイド樹状細胞）に働きかけ、健康な人の免疫機能の維持に役立つ」旨の免疫維持に関する機能性表示届出が受理されました。

酢酸菌が免疫バランスを調整する仕組み



これを受け2023年12月にサプリメント「ディアレプラス」を発売しました。今後も自社商品への配合、原料供給を通じて、人々の健康に貢献していきます。

ディアレプラス

新規事業創出の社内公募制度

従業員一人ひとりのアイデアの実現と新たな事業の創出に向け、社内公募制度「Kewpie Startup Program」を設けています。プログラム参加者は部門の枠を超えたネットワークを築くことができ、スキルアップ・キャリアアップへとつながっています。酢酸菌のテーマはこの社内公募制度から生まれたテーマとして、挑戦者のモデルケースになっています。

VOICE

奥山 洋平
キユーピー株式会社
免疫・認知プロジェクト

酢酸菌は、お酢という酸性の強い環境で生き抜くことができる強い菌です。その強さを臨床研究で深堀りした結果、酢酸菌GK-1を1日90億個摂取すると、免疫細胞に働きかけ、免疫機能の維持に役立つことがわかりました。

酢酸菌GK-1が、免疫に関わるヘルスケアのニーズに応えられることが明らかになってきたため、酢酸菌入りの商品を通じ、皆さまの健康のお役に立てるよう取り組んでいます。

価値創造ストーリー Ⅲ

食と健康への貢献

サステナブルな食を実現するためのブランドGREEN KEWPIE

GREEN KEWPIE
coming from field

植物生まれのドレッシング
ごま／シーザーサラダ

HOBOTAMA
スクランブルエッグ風
／加熱用液卵風

植物生まれの
マヨネーズタイプ

植物生まれの
ボロネーゼ／カルボナーラ

サステナブルな食を展開するブランドとして、“GREEN KEWPIE coming from field”（以下、GREEN KEWPIE）を2023年3月に立ち上げました。プラントベースフード※を中心とした商品を展開しています。植物性原材料で作ったドレッシングを皮切りにマヨネーズタイプ、パスタソースを発売しました。環境問題や健康への関心の高まりなどを背景にプラントベースフードに注目が集まっています。プラントベースフードは、植物性の原材料を使用することで、動物性の原材料に比べて、環境に対する負荷を軽減できることが知られており、サステナブルな食の選択肢として世界で市場が拡大しています。そんなプラントベースフードを普段の食卓でおいしく手軽に楽しめるように誕生したのが“GREEN KEWPIE”です。

おいしさの設計にも、当社グループが培ってきた技術が詰まっています。動物性の食材の特徴であるコクの再現をするおいしさの設計技術やマヨネーズで磨き上げた乳化技術なども商品づくりに活かされ、おいしさの秘密になっています。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海外でも展開予定です。価値観の多様化や社会環境の問題に取り組みながら、サステナブルな食を実現していきます。

※プラントベースフード：植物由来の原材料を使用した食品

VOICE

健康志向や環境意識の高まりから食の価値観も多様化しています。そんなお客様のニーズを受け、当社グループだからこそ挑戦できる取り組みとして、卵の代わりに植物性の原材料を使ったマヨネーズタイプを発売しました。試食した方の8割以上が植物性だと気づかなかったとコメントをいただきました。マヨネーズの新たな選択肢として気軽に日々の食事に取り入れていただけたら嬉しいです 。

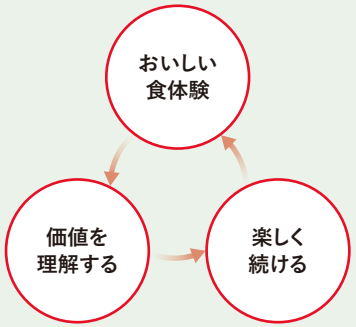
中村 友美
キユーピー株式会社
家庭用本部

TOPICS

多様なステークホルダーとの取り組み

ステークホルダーの皆様に、おいしい食体験、ブランドに込めた想い、楽しく続けることができる商品、メニューを伝える取り組みを行っています。

グルメイベントでは、料理研究家の皆さまと当社の「HOBOTAMA」を使用したコラボメニューを販売し、新しい食の選択肢を食べて体験していただきました。



さらに、環境に対する姿勢や取り組みを広く知っていただく場として、日本最大級の環境展示会エコプロ2023に出展し、「GREEN KEWPIE」を通じたサステナブルな食の実現について紹介しました。

エコプロ2023の様子

JAPAN VEGAN AWARDの様子

FOODEX JAPAN 2024においては、プラントベースフードを普及するという志を同じくする企業の方々と共に登壇し、プラントベースフードに関わる現状と今後の可能性について発信しました。

また、日本プラントベース市場協会が主催するJAPAN VEGAN AWARDS 2023において、企業賞を受賞しました。

これからもステークホルダーの皆様と積極的にコミュニケーションを行うことで、人と地球の未来を想う世界中の方々に、新しい食の選択肢を提案していきます。

価値創造ストーリー Ⅲ

食と健康への貢献

新鮮な野菜をサラダで手軽に楽しんでほしい

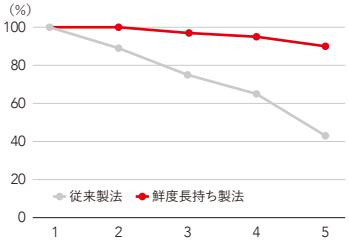
株式会社サラダクラブは1999年に設立され、洗わずにすぐ食べられるパッケージサラダを全国で販売しています。パッケージサラダ市場は、人々の健康意識の高まりと、ライフスタイルの変化による原体野菜からのシフトで、今後もさらに拡大していくことが見込まれます。

私たちは、パッケージサラダのリーディングカンパニーとして、生産者から生活者まであらゆるステークホルダーの社会課題と向き合い、誰もが野菜を楽しむことができるような明るい未来をめざして、これからも野菜のある食卓を実現するためのさまざまな取り組みを続けていきます。

野菜本来の力を活かす鮮度保持技術

サラダクラブは創業以来、野菜の洗浄方法や包装技術などを磨き、おいしさと鮮度を長持ちさせるための技術開発に取り組んできました。野菜になるべくダメージを与えない洗浄方法を用いた「野菜にやさしい製法」に加え、袋内に酸素・窒素・二酸化炭素を野菜に合わせたバランスでパッケージする「鮮度長持ち製法」により、消費期限を延ばすことにもチャレンジし続けています。消費期限の延長により、売れ残りの廃棄処分もご家庭での使い残しも減り、食品ロスの削減につながっています。

変色していないレタスの割合



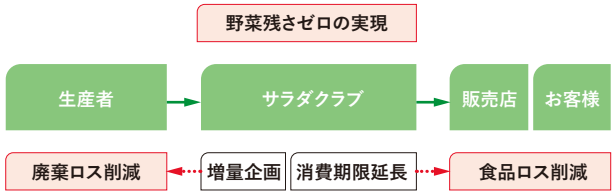
※当社調べ

野菜の最盛期にフードロス削減を支援

野菜が旬を迎え収穫量が増える時期は、豊作になりすぎると需給バランスが崩れ、野菜相場が下がったり、余剰が発生したりする懸念があります。旬の時期に、おいしい野菜を無駄にすることなく、少しでも多くお客様にお届けするために増量企画を実施しています。お客様がお得に購入でき、販売店の売上に貢献するだけでなく、生産者の安定した経営にもつながります。2024年からはこの取り組みの対象エリアを拡大し、全国で展開しています。各地域の生産者との信頼関係を築いてきたサラダクラブだからこそ、実現できた取り組みです。

増量企画の商品
千切りキャベツビッグパック

食品ロス削減の取り組み



VOICE

鳥塚 栞
株式会社サラダクラブ

パッケージサラダにとって最も大切なのは、新鮮でおいしい野菜を使用することだと考えています。サラダクラブは、お客様の健康と豊かな食卓をお手伝いするブランドとして、これからも契約産地の方々と協力し合いながら、さらなる品質向上と持続可能な農業・社会の実現に向けて、取り組みを進めていきます。

契約産地との取り組み

現在約400の契約産地から原料を調達し、常に安定した調達ができるようにしています。また、”もっと日本の農業に元気になってもらいたい”という想いから、国内生産量の少ない野菜についてもできる限り国産の使用を進める取り組みを行っています。2017年度より生産者の皆さまに感謝の想いを伝えることを目的に産地表彰式を実施しており、今後も商品の品質向上に努めるとともに、産地との密なコミュニケーションを活かした独自の企画や商品開発など、お客様にとって魅力ある取り組みを行っていきます。

産地表彰式の様子