



2022 年 9 月 21 日
キューピー株式会社
ヤマト運輸株式会社

キューピー初の食品直販サイト「Qummy（キューミー）[®]」の オリジナル商品やパッケージサラダを「新鮮なまま」食卓にお届け

— 3 温度帯の新たな D2C 流通スキームを構築 —

キューピー株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：高宮満、以下「キューピー」）とヤマト運輸株式会社（本社：東京都中央区、代表取締役社長：長尾裕、以下「ヤマト運輸」）は、ヤマト運輸が持つ 3 温度帯（常温、冷蔵、冷凍）の物流ネットワークを活用し、2022 年 9 月 28 日（水）から開始するキューピー初の食品直販サイト「Qummy[®]」の流通スキームを構築しました。

常温・冷蔵・冷凍の商品に加え、消費期限が短く取り扱いが難しいパッケージサラダなども品質を保ったまま食卓まで直送します。

※開始時の販売エリアは関東地方（伊豆諸島・小笠原諸島を除く 1 都 6 県）

記

1. 背景および目的

キューピーは、マヨネーズを日本で初めて製造・販売しました。そこには創始者の「日本人の体格向上に貢献したい」、野菜をサラダで食べるという新しい食文化を普及させることで「健康的な食生活を送ってほしい」という思いがありました。また、キューピーグループの商品は、内食・中食・外食に幅広く展開するとともに、育児食から介護食まで、ライフステージにおけるさまざまな食の場面に深く関わっています。2030 ビジョンでは、「一人ひとりの食のパートナー」を掲げています。お客さまの食のお悩みに寄り添いながら、ニーズに合わせてパーソナライズした商品やサービスをお届けすることで食卓幸福度[™]の向上を目指しています。食やライフスタイルが多様化する中、健康を意識して食事野菜をしっかりと取りたいと考える人が増える一方、毎日忙しく、普段の食事野菜を取れずに困っている人が多くいます。キューピーは、そのようなお客さま一人ひとりの食のお悩みに寄り添い、バラエティ豊かな野菜料理と献立やレシピといったアイデアや、“ひと手間未満”で作ることができる商品を直接食卓へ届ける事業として D2C（Direct to Consumer/消費者直接取引）事業の立上げを検討してきました。事業の立ち上げにあたり、食品メーカーとして「品質」へのこだわりを追求しながらもお客さまに商品を直送する従来とは異なる流通スキームの構築が課題でした。

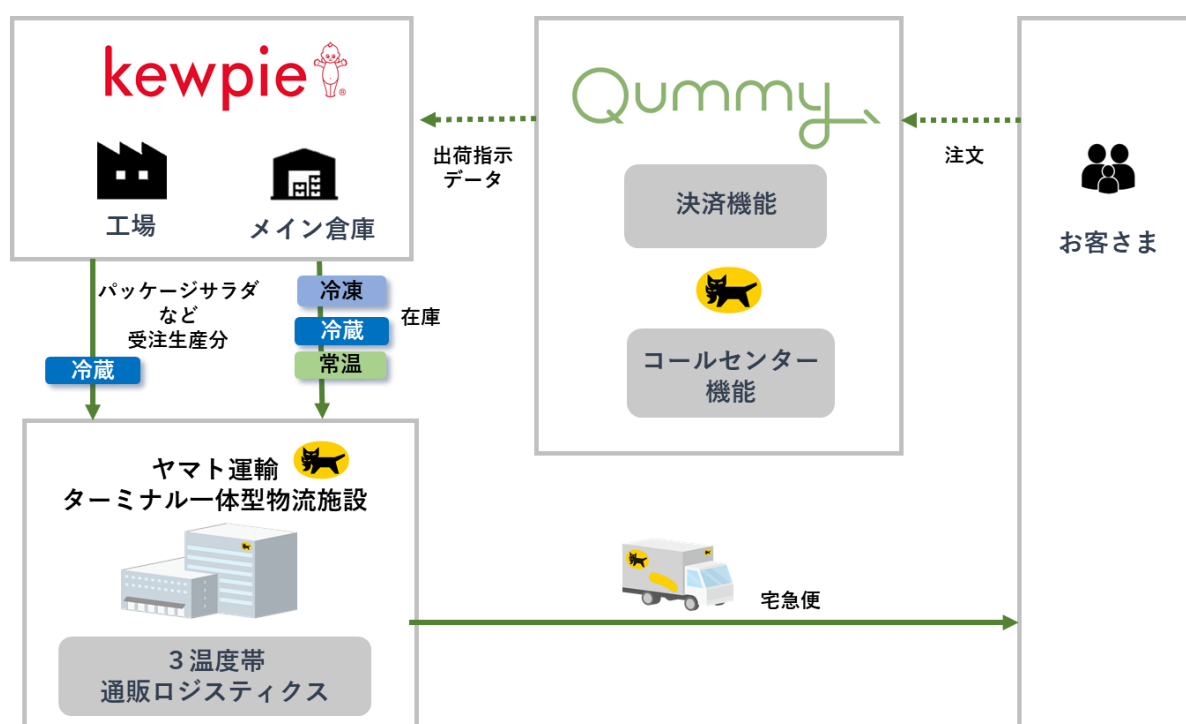
ヤマト運輸は、常温・冷蔵・冷凍の 3 温度帯の拠点・輸配送ネットワークを活用し、サプライチェーンの上流から下流まで法人企業の物流をサポートしています。また、カーボンニュートラル社会の実現に

向け、2030 年までに EV や太陽光発電設備の導入、ドライアイス使用ゼロスキームの運用の構築、使用電力の 70%を再生可能エネルギー由来電力へ切り替え、GHG の自社排出量を 2020 年度比で 48%削減することを目指すとともに、企業の Scope 3 領域における排出量削減の貢献に向けた取り組みを積極的に進めています。

今回、食品直販サイト「Qummy®」の開始にあたり、キューピーの経営資源とヤマト運輸が持つ拠点・輸配送ネットワーク、決済やコールセンター機能などを組み合わせ、検討開始から短期間で最適な流通スキームを構築しました。

これにより、消費期限が短いため受注生産となるパッケージサラダなど従来は取り扱いが難しいとされた商品の取り扱いも可能になり、お客さまの食卓幸福度™の向上に貢献する商品の流通を可能にしました。

2. 流通スキーム概要



【ポイント】

- ① 直販サイト開始にあたり、ヤマトグループが持つ必要な機能（輸配送・保冷機能完備倉庫・決済・コールセンターなど）のみ導入し、必要最小限の投資、短期間で流通スキームを構築。
- ② 宅急便の仕分けターミナルと3温度帯の保冷機能が一体となった拠点で、保管から出荷業務を行うことで、生産からお届けまでのリードタイムを短縮し、多彩な商品の取り扱いを実現。
また、消費期限が短い商品のフードロス発生を最小化。
- ③ 工場にて受注生産されたパッケージサラダと、その他の注文商品をヤマト運輸の物流施設でマージ出荷することで、まとめてお客さまに発送が可能。

3. 「Qummy®」概要

お客さまの食のお悩みに寄り添いながら、「あなたとつくる、野菜のある食卓。」をコンセプトに、バラエティ豊かな野菜料理とレシピや献立などのアイデアや、“ひと手間未満”で作ることができる商品をお届けし、食卓幸福度™の向上に貢献する新サービス。



- (1) サイト名：「Qummy®」
- (2) URL：https://qummy.kewpie.co.jp/
- (3) 販売開始日：2022 年 9 月 28 日（水）
- (4) 販売エリア：開始時は、関東地方（1 都 6 県）※限定
※ 伊豆諸島・小笠原諸島を除く
- (5) 販売商品：お客さまご自身が選んで作るカスタマイズサラダのほか、『Qummy®』オリジナル商品のドレッシング(冷蔵)やスープ(常温)、独自の技術で製造した惣菜サラダ(冷蔵)、プラントベースフード「HOBOTAMA」(冷凍)などを販売。順次ラインアップを拡充予定



選んで作るサラダ
(カスタマイズサラダ一例)



『Qummy®』オリジナル商品
(奥：スープ、手前中央：ドレッシング、右：惣菜サラダ)

4. 今後の展開

今回構築した流通スキームを活用し、ミールキットなど商品ラインアップを順次拡充します。また、お客さま販売エリアも順次拡大予定です。

以上