

国内の展開 | 市販用市場



お客様の变化に合わせた新たな価値提案により、食生活メーカーへ転換を図ります

キユーピー株式会社
取締役 常務執行役員 市販用市場統括
佐藤 誠也

多様化するお客様のライフスタイルに対し、おいしさとともに、健康的なメニューの提案や商品の使いやすさ、手に取りやすい売り場で提供することにより、お客様にとってこれまで以上になくなくてはならない存在となっていくことをめざします。

商品を軸とした事業担当制のもとで培った販路、開発商品、ノウハウなどを結集し、グループ一丸となって市販用市場に向き合っていきます。



主力商品の汎用性を高め生活必需品へ

マヨネーズは、サラダ以外にも炒め料理やホットケーキの生地に混ぜるなど、多くの用途でご使用いただいております。家庭での常備率も高い商品です。深煎りごまドレッシングやサラダクラブのパッケージサラダである千切りキャベツは、様々な使い方ができ、食卓においしさを簡単に提供できる商品です。より多くのお客様にご使用いただき、ないと不自由と感じるくらい、「生活必需品」と位置づけられる商品になるよう育てていきます。

新しい販路への挑戦

市販用市場に向けては、これまでスーパーマーケットを中心に商品を展開してきましたが、今後はEC・宅配、ドラッグストア、コンビニエンスストアなど、様々な販路に広がっていきます。また、デジタルを活用してお客さまに直接商品・サービスをお届けするDtoCビジネスの具現化などを通して具体的なニーズをつかみ、新たな商品・サービスでお応えしていきます。

Topics 新しい領域への挑戦 フレッシュストック™事業

お客様の变化に対応し、新しい商品・販路を開拓するフレッシュストック™事業を展開しています。共働き世帯の増加、新型コロナウイルス感染症の拡大は新たな買い物ニーズを生み出し、求められる商品に変化が現れました。内食需要の高まる中、店頭での買い物回数や滞在時間は減少しており、これまで以上に「おいしさ」と「日持ち(ストック性)」を両立した商品が望まれています。

青果・精肉・鮮魚、惣菜、日配などの売り場に対して、業務用で長年培ってきたプロ仕様の味づくりや、厨房でのニーズに応えてきた技術を活かして、「調味料」「惣菜」「タマゴ」の3つの柱で、新しい提案をしていきます。献立から後片づけまで食生活全体をサポートする「内食ダイバーシティ戦略」を実行し、お客様が抱える課題解決に貢献します。

ブランドサイト

わたしのお料理™ ▶ <https://www.kewpie.co.jp/watashino/>
わたしのお惣菜™ ▶ https://www.kewpie.co.jp/w_osozai/

Fresh Stock

フレッシュストック



キユーピー株式会社
新規市場開発室
北條 有希

新しい売り場への挑戦をすることで、グループの商品とお客様との接点が増え、お役に立てる機会も増えていると感じています。お客様の食生活に寄り添った新しい提案を進めていきます。