

## 競争優位の源泉／培われた経営資本

強み  
1

### 国内外のあらゆる食シーンへの提案力

#### 内食・中食・外食を網羅する 食提案のエキスパート



あらゆる食シーンにおいて、豊富な経験と専門知識を活かした食提案を行っています。内食では多彩な商品とレシピ提案、中食では惣菜やサラダの開発と提案、外食ではメニュー開発支援や食材提

案を行っています。内食・中食・外食3つの食シーンを横断的に捉え、社会の変化や食のトレンドを先取りした新しい食体験の創出に取り組んでいます。

#### サラダの食トレンドをつくる力

長年にわたりサラダ文化の普及と革新に貢献してきました。シーザーサラダ、コブサラダ、ペイザンヌサラダをはじめ、多くのサラダを日本に紹介し、食文化のトレンドを生み出しています。時代のニーズを捉えた商品開発と、サラダの知見を活かしたメニュー提案で、サラダトレンドを創出しています。今後も魅力的なサラダの提案を通じて、健康的で豊かな食生活の実現に貢献し続けます。



シーザーサラダ



コブサラダ



ペイザンヌサラダ

強み  
2

### 消費者信頼度の高いブランド

#### 信頼されるキューピーブランド



日経リサーチ社「日経ブランド戦略サーベイ2024」の消費者ランキングで首位を獲得しました。愛着度、推奨意向、プレミアムの項目で特に評価されています。

発売以来ご愛顧いただいているキューピー マヨネーズやキューピー 深煎りごまドレッシングを柱に、消費者のニーズを捉えた商品の開発、安全・安心な商品の提供、メニュー提案や広告活動、そして食育活動や環境への取り組みなど、さまざまな活動から評価をいただいたと捉えています。お客様からの信頼の積み重ねは当社グループの大切な資産となっています。

#### お客様との絆が育む 親しまれるブランド



おしゃべりマヨネーズ  
fun club

ファンクラブ会員限定のキューピー マヨネーズ100周年記念イベントをヤサイな仲間たちファームで実施。リアルとオンライン合わせて約100名の方に参加いただきました。

キューピー公式SNS



友だち数  
1,266万



フォロワー数  
40.6万



フォロワー数  
11.5万

※2025年3月時点

SNSやコミュニティサイトのお客様とのコミュニケーションを大切にしています。

SNSでは毎日の食卓に役立つ情報を中心に商品やイベント情報を発信し、双方向のコミュニケーションも強化しています。また、公式コミュニティサイト「キューピー マヨネーズ ファンクラブ」ではファン同士のコミュニティも広がっています。この活動はファンづくりだけでなく、消費者ニーズの把握や、商品・サービスの改善にも活かされています。

お客様との絆は持続可能な成長を支える重要な資産となっています。

## 競争優位の源泉／培われた経営資本

強み  
3

### 食生活をリードする研究開発力

#### 研究開発を支える技術力

研究開発を支える技術力は、長年の取り組みにより培われてきました。特に、サラダと卵関連分野において、業界をリードする特許ポートフォリオを有しています。サラダ関連技術では、ドレッシングの製法や野菜の加工・保存技術を中心に、295件の特許を保有しています。おいしさと鮮度を長期間保つ商品開発に貢献し、多様な消費者ニーズに応える革新的な商品を生み出しています。

特許の内容			特許保有件数
原料	加工	流通	
 <b>サラダ関連</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様な食材利用</li> <li>未利用部活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>栄養、低カロリー</li> <li>省エネルギー</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>野菜鮮度保持</li> <li>プラスチック削減</li> </ul>	<b>サラダ関連特許 保有件数 295件</b>
 <b>卵関連</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>プラントベース</li> <li>卵殻活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>栄養、カルシウム</li> <li>加工ロス削減</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>賞味期間の延長</li> <li>乾燥、冷凍</li> </ul>	<b>卵関連特許 保有件数 137件</b>

#### 社会課題解決に向けたオープンイノベーション推進力

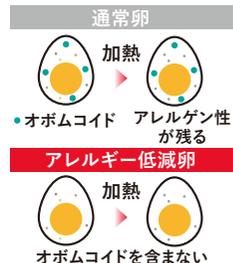
社会課題解決に向けたオープンイノベーションを積極的に推進しています。例えば、アレルギー低減卵の研究です。大学や研究機関との連携を通じ、卵アレルギーに悩む人々の生活の質向上をめざしています。

また、食品ロス削減や容器リサイクルなど、幅広い分野で外部パートナーとの協働を進めています。自社の技術や知見と外部の革新的なアイデアを組み合わせることで、社会課題解決と新たな価値創造に取り組み、持続可能な社会の実現に貢献していきます。

#### アレルギー低減卵

<https://www.kewpie.com/newsrelease/2024/3482/>

加熱によるたんぱく質の  
変化の違い



強み  
4

### 安定した供給力

#### 強固なサプライチェーンで、品質と持続可能性の両立

当社グループのサプライチェーンは、多岐にわたる原料調達とリスク分散が特徴です。原料調達においては、国内サプライヤーとの長期的な信頼関係を基盤としつつ、グローバルなネットワークも活用することで、リスク分散と安定供給を実現しています。

生産面では戦略的に配置された拠点が、地域ごとに異なる需要への対応を可能にし輸送コストの削減にもつながっています。最新技術の導入による生産効率の向上と徹底した品質管理体制が、商品の安全性を保証しています。物流面では、共同配送や温度管理輸送（コールドチェーン）の活用により、効率性と品質保持を両立しています。情報システムの活用による需給全体の可視化は、迅速な意思決定と課題解決を可能にしています。さらに、脱炭素や資源循環、自然共生といったサステナビリティへの取り組みも、積極的に推進しています。これらの取り組みが、当社グループのサプライチェーンを強靱かつ持続可能なものにしていきます。

#### 良い商品は良い原料からしか生まれない



当社グループは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」というキューピーの創始者 中島董一郎の想いを大切に、原料の調達から商品の製造、容器包装、販売、安全性の評価まで、全段階で品質第一主義を徹底しています。

調達先には専門の担当者が定期訪問し、ものづくりの基本的な考え方を共有しながら、改善などに力を合わせて取り組んでいます。

新規のお取引の場合には、私たちの品質への考え方をお伝えし、製造環境なども確認します。異物混入を防ぐ手立ては実施されているか、良い原料を供給できるかを確認し、信頼でき、一緒に取り組むことができる調達先とお取引しています。

その根底にあるのが、創業からこだわり続けてきた、「良い商品をお届けする」という想いです。