

価値創造プロセスの進化

国内事業の構造改革

国内事業の構造改革に取り組んでいます。商品開発の仕組みを刷新し、付加価値の高い商品へシフトし、IT・デジタルやロボット技術を積極的に活用しながら、バリューチェーン最適化とポートフォリオ変革を進めています。これらの施策により、人口減少や市場成熟化といった課題に直面する国内市場において、新たな価値創造と持続的な成長の実現をめざします。

夏場のタルタルソース市場の開拓



「夏に合うタルタルソース」をコンセプトに「キューピー 具だくさんレモンタルタル」を開発しました。

夏場は揚げ物需要が落ちると言われていますが、その中でも需要が増加する鶏のから揚げに着目し、レモンの爽やかさと玉ねぎの食感を活かして、揚げ物をさっぱり楽しめる味わいに仕立てました。

2024年2月発売開始から1年間で約250万本売り上げ、日経2024年上期ヒット商品番付「前頭」に選ばれています。タルタルソース市場は今後も拡大が期待できるため、市販用だけでなく業務用（中食・外食）においても「鶏のから揚げにはタルタルソース」を想起させるような施策を実施していきます。

市販用・業務用のタルタルソース「売上高100億円」を目標に、今後も商品開発・広告販促プロモーションを連動させながら進めます。

顧客との共創による商品開発 — キューピー マヨネーズ ファンクラブとの共創プロジェクト

デリア食品は、キューピー マヨネーズ ファンクラブとの共創プロジェクトを通じて、「ごまマヨ☆和風八菜ポテサラ」を開発しました。「野菜を楽しむポテトサラダ」をテーマに、会員の意見を取り入れながら商品開発を進め、ファンクラブの人気投票で選びました。この取り組みにより、顧客ニーズの理解と市場適合性の高い商品開発が可能となりました。また、顧客参加型のプロセスを通じて、ファンの獲得と信頼醸成も期待できます。今後もコミュニケーションを通じてファンを増やし、新たな市場開拓をめざします。



小ロット製造・販売でお客様の声をすぐに聞ける市場検証型商品開発

当社グループは、仙川キューポート内に商品開発拠点「仙川SHIPYARD」を2024年6月に開設し、稼働を開始しました。小ロットで生産ができるため、本格発売前にテストマーケティングが可能になります。開発・生産・品質保証部門が一体となって迅速かつ効果的な商品開発を行うことで、商品のヒット率向上を図ります。

従来の「予測」に頼る新商品立案手法から脱却し、お客様の「理解」に基づく商品開発アプローチにより、市場の変化に柔軟に対応していきます。

VOICE

中本 大介
キューピー株式会社
研究開発本部



これまでシーズ発想の商品提案は、設備や製造量の課題で販売に至らないことも多くありました。しかし、ヒット商品創出にはシーズ発想を活かす仕組みが必要と考え、SHIPYARDを立ち上げました。ここでは小ロット生産でアイデアを迅速にプロトタイプ化し、お客様の声を直接聞くことができます。この機能を活用し、次世代の主力となる画期的な商品をお客様と共に創造していきます。

国内事業の構造改革

深煎りごまドレッシングのラインアップ強化と用途拡大

「キューピー 深煎りごまドレッシング」は、23年連続でドレッシング単品購買シェア1位*を獲得しているロングセラー商品です。

容量を5つのサイズに拡充し、カロリーに配慮した商品や新フレーバーを開発し、ラインアップを強化しました。ごまのkok深い風味やまろやかな味わいから汎用性が高く、サラダ以外への使用率が高いのも特徴です。

アレンジが想起できるよう、広告宣伝や販促活動も併せて実施しています。深煎りごまドレッシングの汎用調味料としての提案を通して、さらなるファン拡大をめざします。

深煎りごまドレッシング特設サイト

<https://www.kewpie.co.jp/fukagoma/>

※株式会社インテージSCI(全国消費者パネル調査)をキューピーが集計(金額)

高付加価値タマゴ加工品へのシフト

タマゴ事業の収益性向上をめざし、より付加価値の高いタマゴ加工品商材へのシフトを進めています。

目玉焼風まるオムレツやスクランブルエッグ、茹卵風加工品などの開発・販売に注力することで、原料相場変動の影響軽減と安定した収益構造の構築をめざすとともに、外食産業や小売業の人手不足の課題にも対応していきます。

ラインアップ強化



1000ml 600ml 380ml 260ml 180ml

容量展開



カロリー-half ゆずテイスト 季節限定商品

メニュー提案の一例



外食産業の人手不足の課題に貢献する商品提案



具たっぶりソース 焼肉のたれ 具たっぶりソース トマトガーリック



具たっぶりソース ゆず醤油 具たっぶりソース ガーリックオニオン

外食産業が直面する人手不足問題への解決策として、「具たっぶりソース」シリーズを開発・販売しています。調理工程の簡略化と作業効率の向上を実現し、飲食店の生産性向上に寄与する商品です。

シリーズの中から「ガーリックオニオン」と「ゆず醤油」の2種類が、令和6年度「業務用加工食品ヒット賞」を受賞しました。

これらの商品は、熟練の調理技術を必要とせずに、本格的な味わいを簡単に再現できる点が特徴です。飲食店は限られた人手で高品質な料理を効率的に提供することが可能となります。この商品特性が多様な業態の飲食店のニーズに合致し、業界内で高い評価を獲得しています。

今後も、食品業界の課題解決に貢献する商品の開発を通じて、持続可能な社会の実現に向けて取り組みます。

具たっぶりソースサイト

<https://www.kewpie.co.jp/prouse/recommend/gu-tappuri-sauce/>

国内事業の構造改革

カット野菜のダイナミックプライシング導入をめざす

パッケージサラダ市場は野菜相場に左右されますが、販売価格は「100円の壁」で固定化されていました。今春の大きな相場高騰に対応し、値上げを実施しました。今期中に機動的な価格変動システム「ダイナミックプライシング」を導入する準備を進めています。需給バランスに応じた柔軟な価格設定で市場の変化に迅速に対応し、生産者との持続可能な関係維持と消費者への安定供給の実現をめざしています。



キューピー 3分クッキング売場横断ブランドとして展開

顧客ニーズに対応する新カテゴリー創出をめざし、「キューピー3分クッキング」を売場横断ブランドとして展開します。近年、共働き世帯の増加により売場ニーズが変化し、簡単に手作りできる半調理品やキット商品が支持されています。



この市場動向に着目し、昨年、首都圏エリア限定でスープキットのテスト販売を実施しました。加熱用カット野菜と「野菜をたべよう! スープの素」をセットにした商品設計は、テスト販売企業から「今後につながる面白い取り組み」との評価を得ました。今後、検証を行いながら本格的な展開を進めていきます。

VOICE



齋島 雑子
株式会社サラダクラブ

本取り組みはサラダクラブによる売場横断ブランドづくりへの新たな挑戦です。パッケージサラダを応用した売場展開として期待されています。今後も顧客ニーズを捉えた商品開発とともに、青果売場でのキット商品展開を通じて、野菜摂取量増加に貢献していきます。

持続可能な商慣習への取り組み：

キューピー マヨネーズの賞味期限年月表示化と期間延長

食品ロス削減や物流の効率化を目的に、経済産業省主導の製配販連携協議会の取り組みの一環として、賞味期間の延長と年月表示化、流通業者による納品期限緩和を推進しています。



㊦「キューピー マヨネーズ」450g
㊦「キューピー マヨネーズ」350g

2018年9月から始まったこの年月表示化の取り組みは、現在200品以上に拡大しています。2024年12月製造分から、主力商品「キューピー マヨネーズ」も年月表示化するとともに、賞味期間を12カ月から13カ月に延長しました（一部商品除く）。この取り組みにより、家庭での賞味期限切れが減るだけでなく、メーカーへの返品・廃棄も削減が期待できます。また、配送時に日付ごとの管理が不要になることで、物流の効率化や小売店等においても品出し作業の負荷軽減につながります。

VOICE



岡本 美幸
キューピー株式会社
ロジスティクス本部

キューピー マヨネーズ100周年を機に実施した年月表示化は、食品メーカーとして社会貢献を実感できる取り組みでした。

各部署が「製造・流通・お客様の食卓まで多角的な視点で検討」することで、これまで気が付かなかった新たな発見もありました。共通のゴールに向かってそれぞれが強みを発揮する、キューピーの想いが形になった貴重な経験となりました。

国内事業の構造改革

■ キューピー版スマートファクトリー：人と技術の協働による未来型食品工場の実現

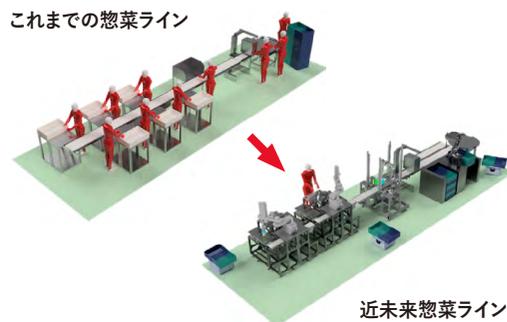
当社グループは、「4つのS」を軸とした「スマートファクトリー構想」でサプライチェーン全体の効率化を推進しています。「4つのS」とは、Simple（シンプル）、Smooth（スムーズ）、Satisfaction（満足）、Sustainable（持続可能）を指し、業務プロセスの簡素化、円滑な情報・作業の流れ、従業員とお客様双方の満足度向上、そして持続可能な好循環の実現をめざしています。

人と技術が協働する未来型食品工場の実現に向けて、自動化技術の段階的な導入と検証を重ねています。

● 自動化技術の実装

惣菜工場での蓋閉めロボットの実用化に続き、惣菜盛付ロボットや具材搬送ロボットの導入も検討中です。

これらの技術は、単なる「省人化」ではなく、従業員が活躍する機会を増やすことで人を活かす「活人化」をめざしています。ロボット導入により従業員が単純作業から解放され、より創造的な業務や新たなスキル習得に時間を充てられるようになりました。



これまでの惣菜ライン

近未来惣菜ライン

● 未来型食品工場コンソーシアム



食品業界大手5社およびTECHMAGIC株式会社と共に「未来型食品工場コンソーシアム」を結成し、「原料秤量工程自動化プロジェクト」を立ち上げました。このプロジェクトでは、原料の荷受けから秤量、投入までの一連工程の自動化に取り組んでいます。業界横断的な協働により、開発コストの分散、ソリューションの汎用化、専門的な技術やノウハウの共有を図り、食品産業全体の課題解決に貢献することをめざしています。



■ 全量保証体制の構築、食品安全・品質文化の醸成

当社グループ全体で「ころ」と「しくみ」と「技術」の視点で「全量保証体制の構築」に取り組んでいます。「全量保証体制」とは、「異常、トラブルを発生させない」「万が一発生しても自分たちで気づいて流出させない」体制であり、お客様に安心していただける商品を提供していきます。

私たちは、品質第一主義のもと、品質を最優先に安全・安心な商品をはじめ、すべての活動の質を高め、お客様の信頼に応える取り組みを行い、食品安全・品質文化の醸成を図っています。

全量保証体制実現への設計図

[ころとしくみと技術で食品安全・品質文化を醸成]

しくみ	① 品質トラブル再発防止力	<ul style="list-style-type: none"> 発生防止＋流出防止 対策の有効性確認
	② リスク抽出力・対応力	<ul style="list-style-type: none"> 6大リスクチェック 変化点管理
	③ 全員参画で取り組む品質改善力	<ul style="list-style-type: none"> 夢多[®]採り活動 安定稼働、ピカピカ活動
技術	① 人材	<ul style="list-style-type: none"> 知識×経験×パーソナリティ 組織
	② 技術	<ul style="list-style-type: none"> 衛生管理・モニタリング技術 デジタル化、IT活用
	③ 設備・環境	<ul style="list-style-type: none"> 品質投資
ころ	品質第一の行動 [ピカピカ、挨拶、会話、なぜ]	<ul style="list-style-type: none"> 品質対話

社是・社訓