価値創造プロセスの進化

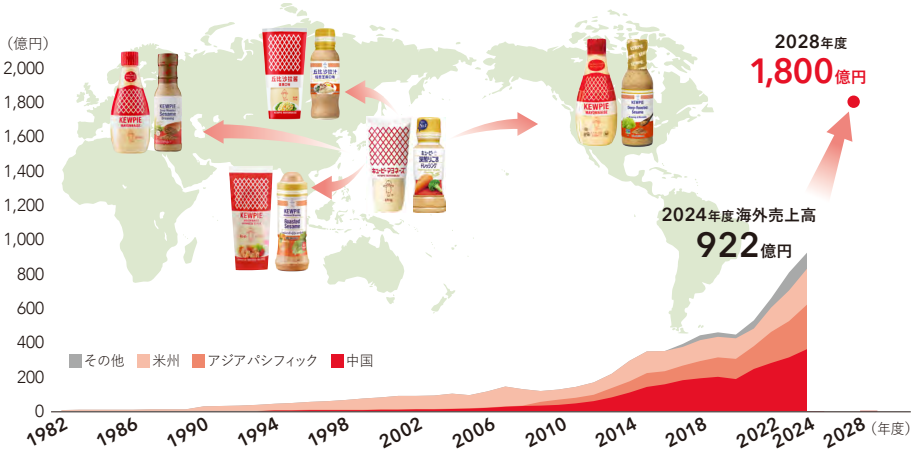
グローバル展開の加速

世界戦略商品を軸にグローバル展開を加速しています。現地ニーズに合わせた商品開発とマーケティング投資により、各国・地域に適した食文化の創造とブランド認知拡大に取り組んでいます。ガバナンス体制を強化し、各リージョンが機動的な経営を実践できる体制整備も進めています。今後もスピード感のあるグローバル展開により収益力拡大をめざします。

多様な市場で推進するリージョン別成長戦略

2021-2024年度中期経営計画においてもグローバル展開は順調に進み、2024年度はKEWPIE AMERICAS, INC.（米国における統括会社）、KEWPIE AUSTRALIA PTY.LTD.（販売会社）を設立しました。海外拠点の成長バランスは良く、収益ポートフォリオも最適化されつつあり、海外利益が全体の3割超に達するなどグローバルに展開できています。2025-2028年度中期経営計画では、最終2028年度の海外売上高は2024年度の約2倍となる1,800億円を見込んでいます。中国、アジアパシフィック、米州の各リージョンをバランス良く伸ばすことで、事業収益の安定性を高めます。さらに、その先の未来に向けて新たな市場やエリアへの展開も進めます。

「キユーピー マヨネーズ」「キユーピー 深煎りごまドレッシング」という世界戦略商品を活かし、世界にキユーピーファンを拡大していきます。そのキーワードはブランドの育成です。広告マーケティング投資を強化し、認知・トライアルを拡大させ、新エリアにも進出します。



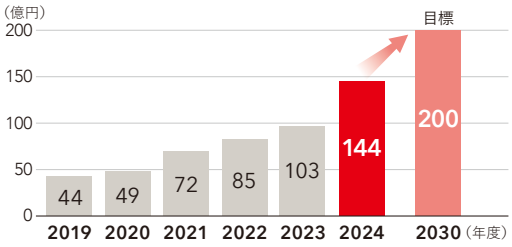
グローバル供給体制の拡充：3カ国で進める増産投資

海外での需要増に対応する供給体制としてタイ、インドネシア、米州に新たな投資を行っています。

生産設備の増強に加え、ブランド拡大とガバナンス強化も推進し、2030年度までに海外事業利益200億円をめざします。

Q&B FOODS, INC.（米州）においてテネシー州に2カ所目となる工場を設立し、本格稼働に向けて準備を進めています。生産キャパシティは国内主要工場と遜色ない規模であり、北米においてさらなる展開を進めます。

海外事業利益額の推移と展望



テネシー工場

VOICE

船田 宗佑
KEWPIE AMERICAS, INC.

北米はマヨネーズ・ドレッシングにおいて世界最大の市場です。この市場においてクラブストアを中心にキユーピーブランドの周知が進んでいます。テネシー工場の稼働とキユーピー マヨネーズ発売100周年を契機に、グローバル成長に貢献していきます。

現地の食文化に合わせた商品戦略

当社グループは、各国の食文化に根ざした商品開発を積極的に進めています。

中国では、現地の食文化にあわせた調味料「油醋汁（ヨーツージー）」の開発・販売を行い、サラダだけでなく、麺のたれにも使われています。

このような現地の食文化に適応した商品開発はグローバル展開を加速させる重要な戦略の一つとなっています。

グローバル展開の加速

グローバルでキユーピーブランドの価値向上に取り組む

キユーピー マヨネーズ発売100周年を契機に統一コンセプト動画を作成し、海外でのブランディングを本格的に進めていきます。これまで海外拠点では小売店での店頭活動やEC・SNSを活用した商品ブランドを中心とした活動を行ってきました。キユーピー マヨネーズを料理に加えることで出会える新しい食体験を商品ブランド名（KEWPIE／丘比）を動詞化させて「KEWPIE IT.（丘比一下）」と表現し、企業のブランディング強化につなげていきます。無機質な白い世界にキユーピー マヨネーズを加えることで、カラフルな世界に変わり新しい食体験に変わるということを動画で表現しています。この動画を中心にデジタル広告や屋外広告を展開、グローバルSNSの運用も開始していきます。

キユーピー マヨネーズ英語サイト
https://www.kewpie.com/en/products/mayonnaise/

グローバルでブランド価値向上

- マヨネーズ100周年を機に統一コンセプトで海外ブランディングをスタート
- さまざまな料理をおいしくする新たな食体験、キユーピー マヨネーズにしかない魅力を発信

VOICE

安藤 智恵
キユーピー株式会社
海外本部

世界にはキユーピー マヨネーズの魅力にまだ気づいていない方、マヨネーズの使い方を知らない方がたくさんいらっしゃいます。キユーピー マヨネーズで広がる新しい食体験を、海外グループ会社従業員と共に「KEWPIE IT.」を合言葉に提案し、世界中のお客様へ今まで体験したことのない驚きや感動をお届けしたいと思います。

世界に広がるキユーピー マヨネーズ

2024年11月末時点で、「KEWPIE」「丘比」ブランドのマヨネーズと深煎りごまドレッシングを世界の79の国や地域にお届けしています。サラダの魅力を世界中にお届けしたいという想いからそれぞれの国や地域に合わせた提案を行っており、昨年の63から79の国・地域へ拡大しています。

昨年度に社内で開催された「サラコン」では、海外のナショナルスタッフも多数が参加し、サラダに馴染みのない国でもキユーピー商品が浸透するようにさまざまなレシピを考えて投稿しました。グローバルでの従業員の交流により、サラダの魅力や商品の活用方法を発見していく機会となっています。

サラコン　https://www.kewpie.co.jp/salacon/

グローバル展開の加速

食と健康の普及活動

世界各国・地域でも健康に貢献すべく、さまざまな活動を行っています。

①マレーシア「サンドイッチ教室」

2017年から小学生向けの「サンドイッチ教室」を開催しています。サンドイッチ作り体験を通じて、朝食や野菜摂取の大切さを伝えています。

②アメリカ「おにぎりアクション」

2023年よりTABLE FOR TWO主催の「おにぎりアクション」に参加しています。全米各地で開催される和食の食育活動の一環として、楽しみながら食について学ぶ機会を提供しています。

③中国「訪問型健康講座」

学校、高齢者施設、小売店などで、サラダのおいしさと健康価値を伝える活動を実施しています。現地社員が講師となり、野菜の栄養や健康に関する講義、サラダ作り体験を行っています。

④ベトナム「Salad First」

ホーチミン市教育省並びに学校関係者と連携し、野菜の栄養価値や野菜摂取の大切さを伝えています。また、ベトナム国内の各学術学会にも参加し、野菜に関する研究成果を発表しています。

理念の浸透を通じた人材育成

価値観の異なる海外において経営理念の浸透活動を行っています。

講師が現地を訪問し、ワークショップを開催しています。企業の価値観と自分の価値観を照らし合わせて整理しながら、グループの理念に共感した従業員と一緒に経営を進めます。

2024年度はアジアパシフィックを中心に実施しましたが、2025年度は新しい拠点での開催や、実施済拠点でのフォローアップ活動も推進していく予定です。

グローバルガバナンス強化に向けた取り組み

グローバル共通でめざす姿に向けた戦略を推進しながらも、業務運営の適正性を確保することを基本的な考え方として、グローバルガバナンスガイドラインを作成しています。また、リージョンごとの特性や各社の事業形態に合わせて、ガバナンス体制の整備を進めています。

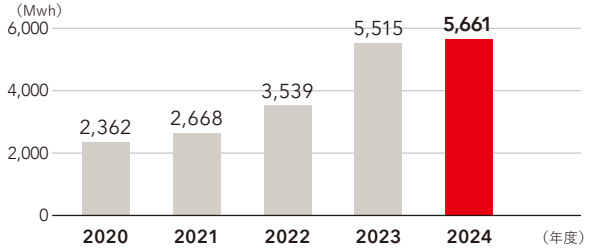
今後もグローバルガバナンス体制を強化することで、より機動的な経営を実現させる取り組みを進めます。

グローバルで気候変動に対応

国内の工場では、2022年に神戸工場が「実質再生可能エネルギー100%」を実現しており、海外の生産拠点でも環境を意識した取り組みを継続して行っています。

中国の広州丘比では、生産によるCO_2排出ゼロに向けて2025年にエコ電力契約を締結しました。

エコ電力は太陽光と風力発電によりつくられています。この締結により工場からのCO_2排出は約99%が削減され、地球環境にやさしい生産活動の実現を達成します。

グリーン電力取引証明書

当社グループ海外拠点の再生可能エネルギー量