仕入れ先の管理を、ひとつの窓口に。
神楽坂のKURUマート、飲食店で培った仕組みで個人向けECを展開

食材を注文する。その前には仕入先や価格の確認があり、届いた後には納品書や請求書の確認がある。東京・神楽坂を拠点とするKURUマートは、こうした購入の前後に生まれる手間を減らそうと、複数の卸の商品と取引管理をつなぐサービスを運営している。飲食店向けに築いてきた供給網を基盤に、現在は個人のお客様が利用できるECにも取り組んでいる。

■ 出発点は、飲食店を運営していた代表自身の不便

代表の宋正奎は、飲食店の運営に携わっていた当時、野菜、肉、酒、業務用食品などの取引先が5〜7社に分かれていたという。同じ商品を複数の業者が扱っていても、どこに注文するかを確認するには、紙の納品書を見返す必要があった。納品時の不足確認や、月末に届く請求書の照合も、業者ごとに発生していた。

仕入れの確認に追われる時間を減らし、お客様への対応に集中できるようにしたい。その現場での経験が、KURUマートの事業の出発点になっている。

■ 商品の注文と、その後の管理をつなぐ

KURUマートでは、複数の仕入先の商品を一つの窓口から注文できる。発注・納品・請求の情報をつなぎ、仕入れの状況や履歴を確認できる仕組みも整えてきた。

食材を届けることに加え、お客様からの相談を受け、必要な商品を提案する。商品を買うたびに複数の窓口を行き来する負担を減らすことを重視している。

kuru mart https://kuru-mart.com/



KURUマートの食材の仕分け・出荷準備

実際の運営風景を写した保管写真です。撮影日は未確認です。

■ 納品記録に表れる、繰り返しの利用

2026年10月の納品実績による自社集計では、同月に購入した108アカウントのうち95アカウントが、月末の1週間（10月25〜31日）にも購入していた。購入・納品ベースの週次利用比率（WAU／MAU）は88.0%だった。

また、9月に購入した108アカウントのうち98アカウントが10月にも購入しており、翌月の再取引率は90.7%だった。一度の注文にとどまらず、日常の仕入れ先として利用が続いていることが分かる。

■ FC2拠点の運営から、個人の買い物にも

神楽坂の直営拠点に加え、大久保・縁のFC2拠点が稼働している。仕入先パートナーは23社、取り扱いは5,100品目以上となり、野菜・肉・魚・調味料などの食材に加えて、韓国食品やお菓子、コスメ・スキンケアにも品ぞろえを広げている。

個人向けECでは、一般のお客様も卸価格で少量から購入できる。飲食店向けの供給で築いてきた仕入先とのつながりを、家庭での買い物にも生かす取り組みだ。

飲食店での反復的な利用を支えてきた仕組みを、個人のお客様にとっても使いやすい購入窓口へ。KURUマートは、商品の選択肢とともに、購入する人との接点を広げている。

商品・購入条件を見る：KURUマート公式ECサイト
https://kuru-mart.com/

会社・事業紹介
https://kurubehind.com/

【集計・販売条件】
利用指標は全拠点の納品履歴に基づく自社集計。購入アカウントには、有償サンプル・従業員の実購入を含む。飲食店舗数やアプリのログイン数ではない。同一拠点・同一アカウント・同一日の商品金額合計がプラスの取引を利用として集計し、確認済みの名称変更を統合した。
WAU／MAUは10月25〜31日の購入95アカウント÷10月の購入108アカウント。翌月再取引率は9・10月の両月に購入した98アカウント÷9月の購入108アカウント。
FC2拠点・仕入先23社・取り扱い5,100品目以上は2026年11月3日時点。品目数は取り扱い全体の数。販売単位・価格・在庫・配送エリア・送料は商品や条件によって異なるため、詳細はECサイトで確認できる。

【会社・取材お問い合わせ】
KURUマート株式会社／代表：宋 正奎
東京都新宿区東五軒町2-16 DeLCCS神楽坂 1F
contact@kurubehind.com

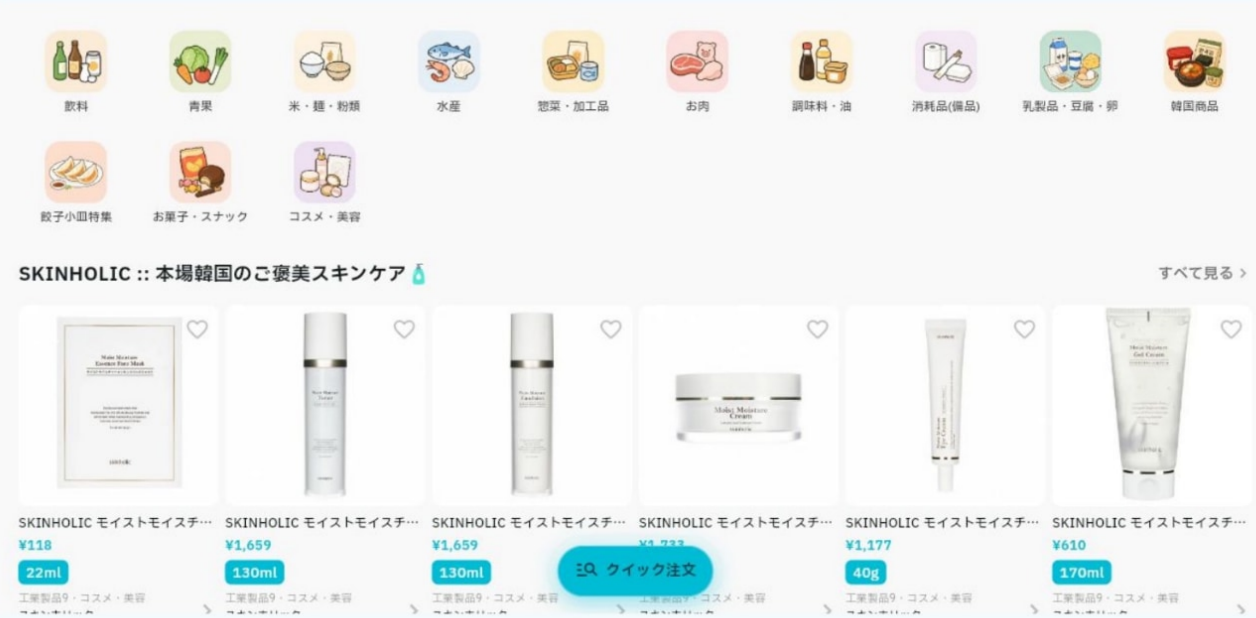
kuru mart https://kuru-mart.com/



飲食店への納品記録

2026年10月15日に確認した置き配写真。店舗情報・ラベル等が写らない範囲を使用しています。

kuru mart https://kuru-mart.com/



個人のお客様も購入できる、KURUマートのECサイト

2026年11月3日の実画面。価格・販売単位・在庫・配送条件はECサイトをご確認ください。