企業価値創造に向けて

キユーピーグループは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という ものづくりの考えのもと、商品の開発からお客様にお届けするすべての活動を通じて、

価値の創出に向けた取り組みを進めています。

これからも私たちは、環境の変化を的確にとらえ、

グループの力を最大限に発揮することで、

縮小が見込まれる国内の市場だけではなく、海外の市場においても

新たな価値を生み出し続けます。

環境変化

- ●国内の多様化する購入 チャネル
- ●国内の家庭内調理の簡略化
- ●世界の人口増加
- ●新興国の食の洋食化

社会ニーズ

- ●高齢者の生活の質の向上
- ●食に関する知識獲得、 体験機会の拡大
- ●食品ロスの削減
- 気候変動の抑制
- ●誰もが働きやすい職場づくり

2016-2018年度 中期経営計画

▶P11

キユーピー グループの 理念

▶P1

CSRに関する取り組み ▶P29

コーポレート·ガバナンスの推進 ▶P23

キユーピーグループの強み →P7

- 家庭用市場におけるトップシェア
- 内食・中食・外食に幅広く展開

お客様の声を聞き、 食の変化をいち早くとらえる 内食・中食・外食市場に 幅広く展開

販売チャネル

ドレッシング トレッシング

語

タマゴ事業

事業

サラダ惣菜

加工食品

事業

ファインケミカル

▶P16

▶P17

▶P18

パスタソース

育児食(ベビーフード)

▶P19

食品の保管・運搬 ▶P20

※各事業の商品やサービスは

主要なものを掲載しています。

介護食(やわらか食)



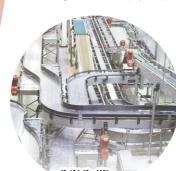
スーパーマーケット・ コンビニエンスストアなど



通信販売·宅配



外食産業 (ホテル・レストランなど)



製造業 食品·化粧品·医薬品向けに 主に原料として提供

ステークホルダーへの 価値の提供









安全·安心

ブランド力・品質力・提案力

- (マヨネーズ、ドレッシング、ジャムなど)

5 | キューピー株式会社 |