

「愛は食卓にある。」への想いを大切に、 持続的成長を実現する体質への 転換を図ります

キユーピー株式会社
代表取締役 社長執行役員 ちょうなん おさむ
長南 収



はじめに

新型コロナウイルス感染症は私たちの生活に大きな影響を及ぼしています。謹んでお見舞い申し上げますとともに、医療関係の皆様や、感染拡大防止にご尽力されている多くの方々に、深く感謝申し上げます。

創始者の中島董一郎は、1923年の関東大震災の復興の中で、女学生の装いが洋風化するなど生活様式が変化する様子を見て、食卓にも変化が訪れると感じ、1925年に卵黄タイプで栄養価の高い「キユーピー マヨネーズ」を発売しました。そこには、「滋養に富むマヨネーズを生活必需品になるまで普及させることで日本人の体格向上に貢献したい」という強い想いがありました。これからもその想いを大切にするとともに、サラダとタマゴを中心に世界の食と健康に貢献するグループをめざしていきたくと考えています。

当社を取り巻く事業環境

2019年度からの前中期経営計画は、「調理・調味料」「サラダ・惣菜」「タマゴ」の3事業を融合させて成長していくことをめざしました。しかしながらお客様の購買行動は予想を超えるスピードで変化し、さらに新型コロナウイルス感染症の拡大がその傾向に拍車をかけ、業績にも大きな影響を及ぼしました。そのような環境の中、将来に向けた持続的な成長のあり方についての議論を加速させ、企業体質の転換を図る覚悟をもって中期経営計画を2年で打ち切り、新たに中期経営計画を策定することを決断しました。同時に、国内の組織体制を「商品」を軸とした体制から「市場」を軸とする市場担当制へと見直しました。

2021-2024年度 中期経営計画

新中期経営計画では、「持続的成長を実現する体質への転換」をテーマに掲げ、変化の中にあっても揺るがない体質をめざします。そして、「利益体質の強化と新たな食生活創造」「社会・地球環境への取り組みを強化」「多様な人材が活躍できる仕組みづくり」の3つの基本方針に基づいて取り組みを進めます。

(1)利益体質の強化と新たな食生活創造

グループを牽引する成長ドライバーとして海外展開を位置づけ、中国・東南アジアを中心に売上高は年率10%以上拡大し、海外売上高の割合を2020年度の12%から2024年度には約20%にすることをめざします。主力商品である深煎りごまドレッシングは、世界40カ国以上で販売されており、エリアを問わず高い評価を得ています。また日本でおなじみのマヨネーズの評価も高まっており、この2品を当社の「世界戦略商品」と位置づけます。日本で培ってきた提案力を活かし、それぞれの国に合わせた商品やメニューを広げていきたくと考えています。

国内は、主な体制を市販用・業務用の2つのセグメントに変更し、それぞれの市場に対してグループが持つ様々な人材、技術、情報、販路などの資源を柔軟に組み合わせ、多様なニーズの変化に合わせた提案をスピーディに行っていきます。さらに、お客様の变化に合わせて新たな販路や需要の開拓を行い、その動きを後押ししていくために、デジタルを通じたお客様との双方向のつながりを活かすカスタマーサクセスを実現していきます。

(2)社会・地球環境への取り組みを強化

これまで、ライフスタイルの多様化や少子高齢化などの社会環境の変化に合わせて、私たちはお客様のニーズに沿った商品をお届けするとともに、限りある資源を大切にするという想いを持って、資源の有効活用や環境保全活動などにも取り組んできました。近年、社会や地球環境の急激な変化にともない様々な課題が顕在化しており、これらの課題に対する取り組みを強化していきます。

食と健康への貢献については、生涯にわたって心身ともに健康であり続けるために、子ども、成人期、高齢期それぞれの世代に適した健康的な食生活を応援していきます。

地球環境への取り組みについては、1950年代から卵の殻の活用を始めており、現在では100%再資源化に成功しています。そういった動きを野菜にも展開し、主要原料の1つであるキャベツについても、未利用部を発酵させて牛の飼料にしたり、肥料にすることなどを進めています。将来的にはお取引先も含めてサプライチェーン全体での食資源の有効活用に取り組んでいきたくと考えています。

未来を創る子どもたちにより良い社会と地球環境を残すことができるように、新中期経営計画の策定とともに見直したサステナビリティ目標の達成に向けて、取り組みを強化していきます。

(3)多様な人材が活躍できる仕組みづくり

当社グループを取り巻く環境は変化の速度を増しており、持続的な成長のためにはこれまでと異なる知恵、様々な経験・知見の組み合わせが不可欠です。人材流動性を高めていくことで経験の幅を広げ、変化をチャンスに変えることができる人材を育成していきます。また、一人ひとりのキャリアプランに応じた自立的な学びの場を提供し、能力を発揮できる環境整備を進めます。異なる視野・視点、スキル、経験を組み合わせ、持続的に価値を創出できる仕組みをつくっていきます。

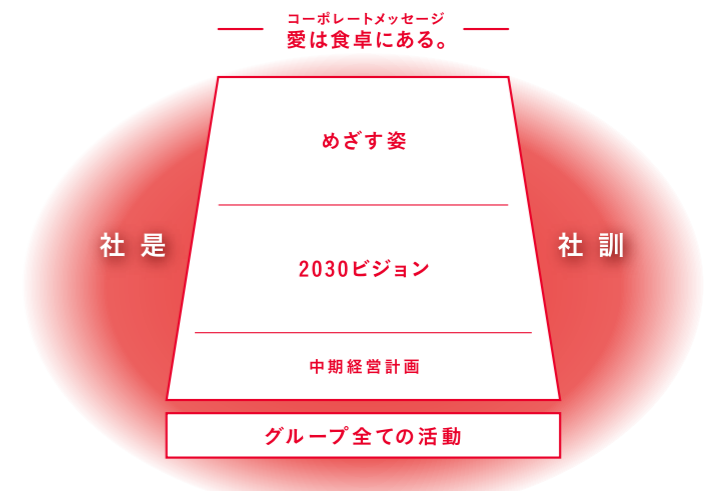
私たちは、グループの理念を大切に、そして実践することを心がけています。社是の「楽業偕悦」はまさに多様性を認め合いながら目的を実現していくことを示しており、ダイバーシティの推進は理念の実践と深くつながると考えています。従業員一人ひとりが当社グループならではのダイバーシティを推進していくことの意義を深く理解し、成長することがグループの持続的成長の推進力になっていくと考えています。

「愛は食卓にある。」への想い

約100年前の創業当時の食生活に想いを馳せると、ちゃぶ台の上にご飯、味噌汁、焼き魚に漬け物などが並ぶシーンが頭に浮かびます。私たちは生野菜をマヨネーズやドレッシングで食べるという食文化を広め、卵の加工技術を磨くことで、これまでにない新たなおいしさをお届けするとともに食文化を豊かにし、健康的な食生活に貢献してきたと自負しています。

これからもサラダやタマゴのおいしさと魅力を世界のお客様に伝え、それぞれの国に合った健康的な食文化の創造に貢献していきたいと考えています。サラダは「野菜をおいしくたくさん食べるメニュー」と捉え、野菜を用いた調理全般に提案の幅を広げることでサラダの領域を拡大し、野菜摂取量の向上に貢献していきます。また、良質なたんぱく質を含む卵をよりおいしく、手軽に食べていただくために、業務用商品で培った技術を活かし、市販用のタマゴ商品の開発を進めていきます。

当社グループは内食・中食・外食に幅広く、深く展開しているとともに、育児食から介護食まで人の一生の様々な食の場面に深く関わっています。そのような私たちだからこそ「愛は食卓にある。」の想いをお客様にお届けしたいと思えます。献立を考え、食材を選び、調理をし、食事をし、片づけをするという一連の食にまつわる行動において、お客様のお役に立てることはまだまだあると考えています。原材料や品質へのこだわりも含めて、私たちの商品や活動に愛を込め、世界のお客様から信頼と共感をいただき、選ばれる存在であり続けられるよう、グループ一丸となって取り組んでまいります。



理念・ビジョン・コーポレートメッセージの全体像