

価値創造プロセス ～「愛は食卓にある。」に込めた想いをお届けするプロセス～

当社グループは理念の下、国内外でさまざまな食シーンに合わせた商品提案・情報提供を行い、バリューチェーンを構築してきました。

外部環境の変化に対し、取り組むべきテーマを明確にしながらビジネスモデルを磨き上げ、「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」をもって世界の食と健康に貢献することをめざします。

価値創造プロセスを支える 経営資本 (INPUT)

消費信頼度の高い
ブランド

食生活をリードする
研究開発力

安定した供給力

国内外のあらゆる
食シーンへの提案力

理念に共感する
多様な人材

強固な財務体質

ビジネスモデル



キユーピーグループが取り組むべきテーマ

- | | | |
|-----------------------------|---------------------|----------------------------|
| 食と健康への貢献
P.12, 21, 27-30 | 持続可能な調達
P.13, 30 | 多様な人材の活躍
P.15-16, 26-28 |
| 多様な食生活への対応
P.12, 23, 27 | 人権の尊重
P.13 | グローバルガバナンスの強化
P.21 |
| 気候変動への対応
P.14, 22 | 生物多様性の保全
P.13 | 資源の有効活用・循環
P.22, 26, 30 |

外部環境の変化

- | | | |
|----------------------------|--------------|--------------|
| ● 社会構造の変化(人口動態、労働環境など) | ● 生物多様性の損失 | ● 人権への意識の高まり |
| ● 気候変動(自然災害リスク、農産物の収量低下など) | ● 国際情勢の激しい変化 | ● 急速な技術革新 |
| ● 新興国の経済成長と市場の拡大 | ● 水資源の枯渇 | ● 価値観の多様化 |

事業を通じた 提供価値 (OUTPUT)

市販用市場



業務用市場



海外市場



2021-2024年
中期経営計画

P.9-18

創出価値 (OUTCOME)

ステークホルダー

- お客様
- 従業員
- お取引先
- 株主・投資家
- 地域社会

一人ひとりの
楽しく健康的な
食生活を実現

国・地域に合った
食文化の創造

社会や
地球環境への
やさしさを追求

挑戦し、喜びを
分かち合える
職場環境づくり

持続的成長による
利益体質の実現

めざす姿

私たちは
「おいしさ・やさしさ・
ユニークさ」をもって
世界の食と健康に
貢献するグループを
めざします

2030ビジョン

世界
サラダとタマゴの
リーディングカンパニー
～キユーピーグループの
想いを世界へ～

お客様
一人ひとりの食のパートナー
～食品メーカーから
食生活メーカーへ～

社会
子どもの笑顔のサポーター
～未来を創る子どもたちに
向き合うグループへ～