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もと、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

- 国内外のあらゆる食シーンへの提案力 P.13
- 消費者信頼度の高いブランド P.13
- 食生活をリードする研究開発力 P.14
- 安定した供給力 P.14
- 理念に共感する多様な人材 P.38-41
- 強固な財務体質 P.23-24

外部環境の変化

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

ビジネスモデル

3つのドメイン
- サラダ
- ウェルネス
- サステナビリティ

事業を通じた提供価値

- 海外市場
- 業務用市場
- 市販用市場

P.15

創出価値

社会価値

- 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、悦びを分かち合える職場環境づくり

経済価値

- 持続的成長による利益体質の実現

2025-2028年度中期経営計画 P.19-45

成熟市場での経営効率化と成長領域への投資加速

- 国内事業の構造改革
- グローバル展開の加速
- 食と健康への貢献
- 環境への配慮
- 人的資本の価値拡大

資本コストや株価を意識した経営

当社グループが取り組むべきテーマ（マテリアリティ）

- 食と健康への貢献
- 持続可能な調達
- 多様な人材の活躍
- 多様な食生活への対応
- 人権の尊重
- グローバルガバナンスの強化
- 気候変動への対応
- 生物多様性の保全
- 資源の有効活用・循環

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

グローバル
サラダのリーディングカンパニー
～マヨネーズとドレッシングを軸にサラダとタマゴで彩り豊かでおいしく、健康的な食文化に貢献～

お客様
一人ひとりの食のパートナー
～一人ひとりのお客様とつながり、キユーピーグループの商品、情報、サービスでQOLを高める～

社会・環境
子どもの笑顔のサポーター
～人と地球のウェルビーイングに貢献し、子どもが笑顔になれる未来を創る～