

ありのままのキューピー



キューピーグループ 社会・環境報告書 2007 [ハイライト]



愛は食卓にある。™



Food, for ages 0-100



FSC
ミックス品

FSC認証林及び管理された
森林からの製品グループです

Cert no. SA-COC-1196
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%

この冊子は、FSCによる森林認証を受けた用紙と、大豆油インキを使用し、印刷工程で有害廃液を出さない水なし印刷を行っています。

キューピーはどんな会社？



01

3

社訓 道義を重んずること 創意工夫に努めること 親を大切にすること

経営理念

キューピーグループは「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」をもって、食生活に貢献いたします。

【めざす姿】一人ひとりのお客様に、最も信頼され、親しまれるグループをめざします。

Food, for ages 0-100

私たちの姿勢

私たちはキューピーグループの一員であることを誇りとし、以下の姿勢を大切にします。

【食に携わる者として】

品質… 安心してお使いいただける品質をお届けします。
 人材… 「正直・誠実」を基本に、チームワークとチャレンジ精神を育みます。
 環境… 生産から販売の全ての活動と商品で、環境への配慮に努めます。
 技術… オリジナリティのある技術で、商品と活動の質を高めます。

【大切な方々に対して】

お客様… お客様の気持ちになって食の提案をいたします。
 従業員… 一人ひとりの個性と、成長する意欲を大切にします。
 株主・投資家… 対話と企業価値の向上を通じて、期待に応えます。
 取引先… 信頼関係を築き、相互の発展を図ります。
 地域社会… 地域社会との、よりよい共生に努めます。

ひとつの考え方のもと、
 キューピーグループはつながっています。

昭島野菜加工(株)	コープ食品(株)	階上キューピー(株)
アルプスター(株)	(株)菜華	(株)ハンシンデリカ
(株)イシカリデリカ	(株)菜デリカ	(株)ファミリーシェフ
(株)エスワイプロモーション	(株)サラダクラブ	富士山仙水(株)
(株)カナエフーズ	(株)サラダメイト	富士吉田キューピー(株)
(株)かやか	三英食品販売(株)	(株)ポテトデリカ
(株)キタカミデリカ	(株)芝製作所	ワイエムキューソー(株)
(株)キューソー流通システム	(株)セトデリカ	KIFUKI U.S.A. CO.,INC.
キューピー(株)	(株)全農・キューピー・	Q&B FOODS, INC.
(株)キューピーあい	エツグステーション	HENNINGSEN FOODS, INC.
キューピー醸造(株)	(株)ディスベンバックジャパン	HENNINGSEN NEDERLAND BV.
キューピータマゴ(株)	(株)デイリーメイト	HENNINGSEN FOODS,
(株)グルメデリカ	(株)デフト	NETHERLANDS INC.
ケイ・システム(株)	デリア食品(株)	北京丘比食品有限公司
(株)ケイバック	鳥栖キューピー(株)	杭州丘比食品有限公司
光和デリカ(株)	(株)トスデリカ	(連結対象 44社)

主な活動内容を載せた
 【ハイライト】の目次

■ キューピーはどんな会社?	01
■ キューピーの姿勢	03
■ 社会とのかかわり	05
原料のこだわり	05
工場の取り組み	07
お客様とのコミュニケーション	09
■ 従業員とのかかわり	11
■ キューピーと地球環境	13
卵の有効活用	13
地球環境への取り組み	15
数値で見る環境への影響	17

もっと詳しく知りたい方へ

キューピーのホームページで、
 具体的な取り組みや必要データを載せた
 【フルレポート】がご覧いただけます。

<http://www.kewpie.co.jp/csr/>

一人ひとりの食品づくりへの情熱が、
キューピーグループを育てます。



このメッセージは[フルレポート]
に掲載している社長対談の内容
を要約したものです。

私たちは、食品にかかわる企業としてお客様に安全でおいしい商品を提供していく上で、何よりもそこに携わる人の誠実さ・正直さが求められると思っています。そのためには、従業員一人ひとりがキューピーグループの考え方や価値観を理解するのはもちろんですが、それ以上に、自分自身が何を大切にしているのかを自覚し、その価値観とどう向き合っていくかを考えていくことが重要です。グループが社会に提供したい価値に対して、自分はどう考えるのか、自分のやりたいこととグループの求めることをどう近づけていくのか。そういった自覚を持ってみんなで協力しあえば、大きな力が生まれるはずです。それこそ、社是である「楽業偕悦」の根底にあるものなのです。

その意味では、仕事の結果だけでなく、そのプロセスを評価することも大切です。日々の仕事の中で具体的に「これはよかった、これはもっとがんばれ」と声をかける

ことで、相手は自分の成長を実感することができるはずです。それが成長への喜びにつながり、自分のめざしている姿や考えを改めて認識することにも通じていくのです。

また、社会とのかかわりについても、会社という大きな単位ではなく、身近な社会に置き換えて考えることが必要だと思います。例えば、家庭を営んでいくためには、地域社会のさまざまな約束事を守らなくてはなりません。会社であっても身近な社会であっても、求められているのは同じような一人ひとりの考えと行動なのです。

私たちキューピーグループの従業員一人ひとりが社会そして自分としっかり向き合っていくことこそ、グループの発展をつかさどっていると考えています。

キューピー株式会社
代表取締役 社長

鈴木 豊



5つの事業を通して、一人ひとりのお客様に最も信頼され、親しまれるグループをめざします。

素材の味を引き立たせ、豊かな食卓を提案します。

調味料・加工食品事業

マヨネーズ、ドレッシング、ジャム、パスタソースなど、食卓を豊かにする数多くの食品を提供しています。「良い製品は、良い原料からしか生まれない」という考えを基本に、素材のおいしさを引き出すための創意工夫を積み重ねています。



幅広い方々へのやさしさをカタチにしています。

健康機能事業

初めて食べ物を口にする赤ちゃんのための育児食や、いつまでも健康でありたい方に配慮した介護食(ユニバーサルデザインフード)や医療食をお届けしています。多くの方へやさしさを考えた食品の研究開発を進めていきます。



独自の視点で、卵の持つ可能性を追求しています。

タマゴ事業



一つの生命を生み出すための必要な栄養がすべて詰まっているタマゴの特性に注目し、長年培ってきたユニークな技術を生かして、さまざまな食品を開発しています。また、卵殻をはじめ、卵はすべて有効活用しています。

食の安全と鮮度を守りながら、効率良くお届けしています。

物流システム事業

常温・定温・冷蔵・冷凍の4つの温度帯での保管体制で、食品の品質・鮮度を守り抜く物流を実現しています。無駄のない運行管理システムと全国に広がるネットワークを生かし、環境と安全に配慮しながら、大切な食品を運んでいます。

便利さとおいしさを通じて、家庭での豊かな食生活を応援します。

サラダ・惣菜事業

サラダを中心とした惣菜や、すぐに使えるカット野菜など、毎日の食卓に安全で便利な食を提案しています。社会の変化や地域ごとの嗜好にもお応えしながら、旬の素材を生かしたおいしさをお届けします。



“品質第一”という考えのもと、
私たちがずっとこだわり続けていることがあります。

原料のこだわり

良い製品は、良い原料からしか生まれない。

■品質は、調達先と一緒に作り上げていくものです。

「良い製品は、良い原料からしか生まれない」。それが、キューピーグループの品質に対する考え方です。そのためには自分たちによる徹底した吟味はもちろんですが、原料を提供して下さる調達先の協力が欠かせません。使用する原料については独自の「品質規格書」の提出を受けており、原料の品質はもちろん、現場の衛生管理から製造手順にいたるまで、さまざまな項目について確認を行っています。それ以上に大切と考えているのが、ものづくりの考え方を共有し、一緒になって品質を作り上げていくための信頼関係を構築することです。そのために担当者が定期的に直接訪問し、実際に現場を見ながら話し合う機会を持ち続けています。それは、一人ひとりのお客様に

安心して食べていただくために、キューピーグループで受け継がれてきた、変わることのない姿勢です。



原料メーカー様を訪問

■農家の方と協力して、おいしさをお届けしています。

みなさんにもっと野菜を食べていただきたい。そのような思いから、キューピーグループのサラダクラブでは洗わずにそのまま食べられる「カット野菜」を提供しています。たとえば、みずみずしくパリッとした食感のレタス。全国各地の契約農家で栽培されたレタスは、収穫された後冷却され、低温のまま出荷されます。産地からの輸送、工場での加工、ふたたび運ばれて店頭に並ぶまで、レタスの温度は低いままに保たれます。大切に育てられたレタスを、採れたてに近い状態で届けるための徹底した低温管理が、そのまま食べられるカット野菜の品質を支えています。



カットされた野菜の目視検査



Say! おいしいレタスを、
おいしい時期に。

レタスはおいしい状態で収穫できる期間が短いため、最高の状態で出荷できるように天気や畑の状態には毎日気をつかいます。順調に育ったレタスは畑にきれいに並ぶので、そんな畑を見るととてもうれしくなりますね。



生産者 高島 一 様
(常総ひかり石下レタス部会)

Say! 品質を支えている
人たちがいます。

高島様のお話をうかがって感じたのは、良い品質のレタスを安定的に出荷するために、生産者の方々がさまざまな努力や工夫を重ねていることです。その結晶をお客様にお届けできるよう心がけながら、今後も長くおつきあいしていきたいと思っています。

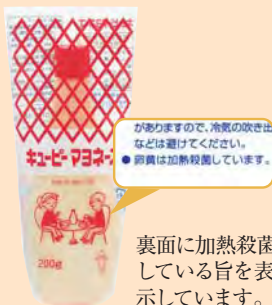


杉本 紀子
(サラダクラブ 商品部)

■原料に関するお問い合わせ事例

Q 鳥インフルエンザが心配なのですが、マヨネーズは大丈夫ですか？

A 鳥インフルエンザは、鶏卵を食べたことで感染した例はないと国の機関から報告されています。マヨネーズなどの原料としてキューピーで扱う卵はすべて割卵前に消毒し、鳥インフルエンザウイルスより熱に強いとされるサルモネラを死滅させる条件で加熱殺菌を行っています。



Q カット野菜に使用される野菜の農薬管理はどうなっていますか？

A サラダクラブのカット野菜はほとんどが契約農家から調達*しています。野菜の産地では、安定的な出荷の維持と害虫の大量発生を防ぐため、法律に定められた範囲内で農薬を使用しており、畑ごとにその種類や使用量、散布回数を記録しています。サラダクラブのカット野菜に使用する野菜は農薬の使用状況をいつでも確認できるようになっています。

*天候災害等の状況に応じて、一般の野菜を使用することもあります。

工場の取り組み

いちばん大切な人に安心して食べていただきたい。
それは、私たちがものづくりに込めている思いです。

■独自のFAシステムが、間違いのないものづくりを支えています。

どんなによい原料があっても、それだけでは良い製品は生まれません。キューピーグループでは、原料の入荷から製造までの工場内のさまざまな場面での人的ミスを防ぐために、自社開発のFA（ファクトリー・オートメーション）システムを導入し、各工程での原料の確認と記録を行っています。それにより、問題の発生を未然に防ぐだけでなく、万が一トラブルが発生した際に、記録した情報から迅速に原因を特定できます。また、製造時の記録と原料・資材や配送の情報を組み合わせることで、各工程における製品の履歴情報をたどることができる、トレーサビリティの実現にもつながっています。このシステムは、稼動以来トラブルがゼロという実績を評価され、医療分野でも点滴ミスなどのトラブルを未然に防止するシステムとして応用されています。

check! 入荷する時



原料の入荷時に、二次元コードのついたラベルを読み込みます。この二次元コードには、品名、製造者名、賞味期限などの情報が含まれており、FAシステムに記録されて各工程での元データとなります。

check! 計量する時



製造データに基づいて、原料に必要な分量だけ計量します。二次元コードを読み込ませると指示通りかどうかチェックされ、間違いがあれば警告が出ます。計量の結果もFAシステムに記録されます。

check! 製造する時



原料を加える順番やタイミングがFAシステムに表示され、担当者は二次元コードでチェックしながら製造を進めていきます。正しい手順でなければOKが出ないため、次の工程に進むことができません。

Say!

製品の状態に集中し、作ることに専念できます。

このシステムのおかげで初めての製品でも作る手順にとまどうことはありません。自分の目でチェックするだけでなく、誰かが隣で見守ってくれているように感じるので、迷わずに原料や製品の状態に集中することができるんです。

菊田 かおり（コープ食品 東北工場）



■品質を守るのは、私たち一人ひとりです。

キューピーグループには、品質を守るためのさまざまな仕組みがありますが、どんなシステムやルールも、それを支える人がいてはじめて成り立ちます。「自分のいちばん大切な人に安心して食べていただきたい」という気持ちと、そのためのしっかりとした知識を備えた人が製造の現場にいてこそ、品質が守られると考えています。そんな製造現場での品質向上活動を推進しているのがクオリティサポーターです。グループ全体の品質活動を統括する品質保証本部と製造現場を結ぶだけでなく、自主的な勉強会などを実施しながら、安全・安心はもちろん、お客様に喜んでいただける品質をめざしています。



クオリティサポーターによる勉強会の様子

Say! クオリティサポーターとして。

お客様の安全を守るクオリティサポーターとして、現場のみなさんの品質意識の向上に日々取り組んでいます。卵を扱う私の職場では、朝礼を利用して勉強会を開催し、卵のすばらしさを伝えています。一人ひとりが卵についての知識を深め、興味を持つことが、品質の向上につながると考えています。

原 幸平 (キューピー 伊丹工場)



■さまざまな人に配慮したものづくりを進めています。

赤ちゃんの安全のために
アレルギーに配慮した育児食。

一般的に、乳幼児期は消化器官の発達が未熟なため、食物アレルギーが起こりやすく、成長するに従って自然に治っていくことが多いとされています。キューピーでは、国内で唯一、「アレルギー特定原材料等25品目」と「米」を使わない育児食「よいこになあれ」シリーズを、商品化しています。またアレルギー特定原材料5品目不使用の主食・主菜メニューなども提供しています。



表示を見やすくしています。

いつまでもおいしく食べていただくための
ユニバーサルデザインフード。

高齢などにより、かむ力や飲み込む力が低下した方にもおいしい食事を楽しんでいただくために、「ユニバーサルデザインフード」の開発に取り組んでいます。「やさしい献立」シリーズでは、かむ力や飲み込む力に応じた4つの区分と、水分補給や嚥下(飲み込むこと)補助のための「とろみ調整用」という区分で商品を提供しています。



商品に区分を表示しています。

お客様とのコミュニケーション

最も信頼され、親しまれる存在であるために。
キューピーはお客様のすぐそばにいます。

■ お客様相談室は、お客様との大切な接点です。

お客様相談室では、商品に関するご質問など、年間4万件を超える貴重なご意見をいただいています。お客様に「これからも、安心して製品を使います」とおっしゃっていただけるように、商品に対するご指摘をいただいた際には、最寄りの事業所の担当者が直接訪問し、お話をうかがうことを基本とする対応を行っています。これからもキューピーに高い関心を持ってくださっているお客様の声をしっかりと受けとめ、心をこめて対応していきます。



お客様相談室の様子

お客様相談室

0120-14-1122 受付時間 9:00~17:30(土・日・祝日は除く)

Say! 大切なのは、一人ひとりのお客様の立場に立って考えること。

「早く、はっきりと、わかりやすく、謙虚に、誠意をもって」対応することが、お客様を訪問した際の基本だと考えています。いただいたご意見に対して、感謝の気持ちを持って真剣にお応えしていきたいと思えます。

いちじ 元木 一二 (キューピー 大阪支店 お客様相談室)



■ 食について、お客様と気軽に話せる企業をめざします。

マヨネーズをはじめとする調味料は、肉や野菜といった素材のおいしさを引き立たせ、豊かな食生活をもたらします。キューピーでは、以前からスーパーなどの店頭で、素材の味を生かすメニューをお客様に紹介してきました。例えば「インシーズン」キャンペーンでは、青果売場でPOPやリーフレットなどを使い、旬の野菜の持つ魅力をお伝えしながら、お客様に喜ばれるメニュー提案に取り組んでいます。またホームページでは商品情報のほか、手軽でおいしいメニューやキッチンで役立つ裏ワザなど、ご家庭

で作って食べる楽しさが発見できる便利な情報を発信しています。2006年からは、野菜の魅力を旬にあわせてお伝えする「野菜はおいしいサプリメント。」などのコーナーを始めています。



<http://www.kewpie.co.jp/yasai/>

■お客様の視点で考えるとデザインもやさしくなりました。

良いパッケージは、目立つことなく自然に生活に馴染んでいくものです。キューピーでは以前から、「多くの人に使いやすい」という考えのもとに製品開発を行ってきました。今後も、使う人へのやさしさをカタチにしたユニバーサルデザインとともに、お客様の声に応える製品を開発していきます。

お客様の声を反映して中栓を改良した、「テイステイドレッシング」シリーズ。

「中栓が開けにくい」「口の部分が汚れる」といったお客様からのご指摘をきっかけに、2006年、「テイステイドレッシング」シリーズの中栓を改良しました。今後も工夫を重ね、より使いやすい容器へと改良を続けていきます。

リングの形状

指がかりが良いように半円状にし、滑らないように内側にギザギザの溝をつけました。



旧

新

口の形

開栓時、力が集中して開けやすくなるように、切り始めの形状を小さな凸形状にすぼめました。

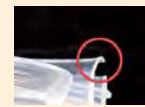


旧

新

リップの形状

液切れを良くするため、リップの形状を変更し、口が汚れにくくなりました。



新



■私たちのありのままをご覧くださいオープンキッチン。

「工場は家庭の台所の延長である」という考えから、工場の一般公開を「オープンキッチン」と呼んでいます。マヨネーズができるまでのビデオを見ていただいたり、製造ラインをご紹介します。年間約10万人の方にお越しいただいています。工場見学を通じて、私たちのものづくりへの考えを知っていただき、健やかな食生活について考えるきっかけになればと思っています。



Say!

お子様が「食」について考えるきっかけになれば。

製品ができるまでの様子を実際にお客様の目で見いただくことで、製品へのご理解や安心をお届けしています。特にお子様には「食」に関心を持つきっかけになればと思い、「手作りマヨネーズ体験」などのイベントを行っています。皆様、ぜひ一度工場へご来場ください。

野々山 直美 / 岩崎 ^{あや}文
(キューピー 拳母工場)



オープンキッチンを行っている工場

五霞工場(茨城県) : (0280) 84-3925

仙川工場(東京都) : (03) 3300-1111

富士吉田工場(山梨県) : (0555) 22-6870

拳母工場(愛知県) : (0565) 34-0221

伊丹工場(兵庫県) : (06) 6422-1537

鳥栖工場(佐賀県) : (0942) 83-3185

見学のご案内は、キューピーホームページをご覧ください。 <http://www.kewpie.co.jp/open/>

従業員の元気とやる気を応援する
職場づくりを進めています。

■多様な働き方をバックアップしています。

一人ひとりが専門性に磨きをかけ、その道のプロと呼ばれる人材に成長してほしい。そんな思いから、キューピーグループでは年齢や性別に関係なく仕事を基準として報いる公正な制度をめざし、結果だけでなくプロセスを大事にした評価を行っています。また、社員の子育て支援においても各種体制の整備を進め、キューピーでは2007年4月に次世代認定マーク「くるみん」を取得しました。高齢者の再雇用においては、2006年より対象者をパートを含めた全従業員に広げています。また、障害者が安心して仕事に臨める職場環境の整備や仕事の創出に努め、2007年5月時点のキューピーの障害者雇用率は法定雇用率1.8%を上回る1.95%となりました。これからも従業員が安心して仕事に励むことができる職場づくりを進めていきます。

Say! 誰もが気持ちよく働ける職場をめざして。

サラダや惣菜を製造しているデイリーメイトでは継続した障害者の雇用を進め、2006年12月の障害者雇用率は4.64%でした。特別な取り組みをしている訳ではありませんが、日常の業務の中で、障害のある方にも積極的に業務をお願いしながら、障害者も健常者も気持ちよく働ける職場をめざしています。

塚本 英雄 (デイリーメイト 総務部)



■従業員のやる気をあと押しするキャリア支援制度。

従業員の成長なくして企業の発展はありません。キューピーグループでは2006年に人材育成研修の見直しを行い、入社年次に応じた研修を等級昇格者研修に改め、仕事の仕方の向上やキャリアの自己実現を目的とした各種研修を導入しました。専門研修では、2005年より製造現場で働く従業員の「学びたい気持ち」と「伝えたい気持ち」を一つにする研修として、「ものづくり大学」を開講。ベテラン従業員が講師となり現場に則した専門性の高い講義内容で、若手の学びたい気持ちをあと押ししています。この取り組みは「そうざい学校」や「タマゴ学校」といった研修に広がり、2006年度は69講座を開講、929名が受講しました。



人材育成研修の様子

Teach!

従業員の知識と経験が、品質を守ります。

設備管理の重要性を再認識し、スキルアップしてもらうため、私が経験した事例を検証説明しながら、具体的な設備の管理ポイントや日常のメンテナンスの重要性などを伝えています。そして、学んだ知識を職場内で伝承していってもらえるようにお願いしています。

越川 孝男
(キューピー 生産技術部/
ものづくり大学 設備管理講座 講師)



Study!

品質管理における機械整備の大切さを学びました。

講座では、機械の特性や故障を防ぐ方法などを学びました。そして、品質を管理していくうえで大切な機械のメンテナンスに自分も深く関わっていけるのだと気づかされました。これからは私が先生になり、講座で学んだことを職場の皆に伝えていけたらと思います。

加藤 賀子
(階上キューピー
マヨネーズミキサー担当)

■親を大切にすること。これも社訓のひとつです。

「親孝行できる人とは、人の好意をありがたく感じ、それに報いようとするのできる人。そういう人の周囲には、また好意を持って接してくれる人が集まり、その会社は自ずと発展するはず」。これはキューピー創始者である中島董一郎の考え方です。社訓として、人や社会とのかかわり方を示す基本として、ずっと受け継がれています。例えば、キューピーでは社員のご父母の皆様へ、近況をご報告する手紙と、夏と冬には新商品をお送りしています。また一部の工場では家族参観を開催し、従業員の普段の仕事をご覧いただいています。



伊丹工場での家族参観の様子

Say!

家族参観というカタチでの親孝行。

伊丹工場では、入社3年目の同期10名による手作りの家族参観を開催しました。両親を職場へ案内し、社会人として成長した姿や仲間との頑張りなど、いつもとは違う姿を大いに感じてもらえたと思います。実際に、家族の方から「親として安心した」「立派だ」といった温かい言葉をたくさんいただきました。

かの ゆみ
狩野 友美
(キューピー 伊丹工場)



循環型社会の実現に向けて。
環境保全は私たちの使命です。



卵の有効活用

1年間に使う卵は約23万トン。
卵殻も卵殻膜もすべて活用しています。

■ 卵には無駄になるところがありません。

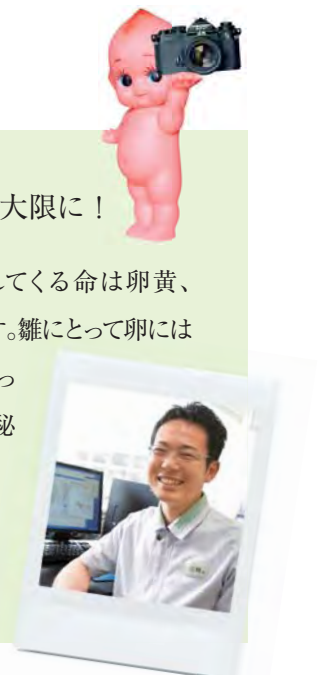
キューピーグループでは、日本で生産される卵の9%にあたる、年間約23万トンの卵を原料として、マヨネーズをはじめさまざまな製品を製造しています。この卵について、卵黄や卵白はもちろん、卵殻、卵殻膜についている膜についても研究を進めてきました。一般の家庭では捨てられてしまうこと多いこの卵の殻も実にさまざまな可能性があることがわかりました。工場が発生する年間約2万3000トンの殻も、今ではすべて無駄にせず有効活用しています。

Say!

タマゴに秘められた力を最大限に！

卵1つから1つの命が誕生します。生まれてくる命は卵黄、卵白、卵殻、卵殻膜すべてを使って雛になります。雛にとって卵にはムダがありません。私達にとっても卵はもっとも有効に活用できるはずです。これからも卵に秘められている力を見出し、広く活用していきます。

江崎 智弘
(キューピー 研究所 タマゴR&Dセンター)



■ たくさんの可能性を秘めた、卵殻と卵殻膜。

1950年代から土壌改良剤として活用していた卵の殻。その殻と膜を分離する技術を確認し、卵殻・卵殻膜の持つそれぞれの成分や性質に着目した利用拡大に取り組んでいます。現在では、卵殻はカルシウム強化素材として育児食や介護食に、さらにはチョコクの原料としても利用しています。また、卵殻膜は化粧品や衣類の原料などにも利用しています。今後も卵殻・卵殻膜の性質をさらに追及し、それぞれの特性を生かした商品開発に取り組んでいきます。



卵殻・卵殻膜の研究開発



地球環境への取り組み

キューピーグループでは、さまざまな環境活動を積極的に行っています。

Act1 電力を「見える化」する取り組み

キューピーの工場では、生産にかかわる電力を「見える化」することで、原単位あたりの電力削減に取り組んでいます。特定の製造ラインで使われる電力消費量と、その時間帯に製造された製品の量のデータを組み合わせ、原単位あたりの電力消費量を把握することで、効率的なエネルギー利用をめざしています。



電力の利用状況を把握できます。

Act2 水の有効利用

食品の製造では、生産設備・器具の洗浄、殺菌・冷却などの工程で多くの水を使用します。この水を効率的に使うために、水の循環利用・再利用を進めています。また、水の使用量を減らすことは、排水処理にかかる環境負荷の低減にもつながります。

Say! 地球環境のためにできること。

ボイラーの給水にレトルト殺菌で利用した冷却水を再利用して、水の有効活用をしています。これからも「できる限り再利用」「きれいにしてから河川に流す」を基本に取り組んでいきたいと思ひます。

尾形 ^{はつこ}肇子 / 松永 功 (鳥栖キューピー)



Act3 「エコプロダクツ 2006」への参加

容器の軽量化や包装の簡素化を積極的に進めながら、資源とエネルギー使用量の削減に取り組んでいます。また、廃棄の際には分別しやすいような工夫もしています。私たちの取り組みをより多くの皆様に知っていただくために、国内最大級の環境展示会「エコプロダクツ 2006」に出展しました。卵殻を有効活用した商品、軽量化したマヨネーズのボトル、分別しやすいドレッシング容器などを、実際に見て触れていただきました。



はがしやすいラベル



ボトルの軽量化

Act 4 デispensパックジャパンのキッズISO

デispensパックジャパンは、南足柄市が環境教育の一環で実施している「キッズISOプログラム入門編」を、2004年度より支援しています。「キッズISOプログラム」は、特定非営利法人Ar Techが開発した子ども向けの環境教育プログラムです。市内の全小学校を対象に、2006年度は330名の採点を南足柄市環境保全遵守協定の締結企業で実施しました。デispensパックジャパンでは、これまでに専門の講習会を受講した9名がサポーターとして採点到に協力しています。

Say!

小学生の言葉と姿勢に力をもらいました。

「地球を守りたい」。小学生の感想の中で印象に残っている言葉です。廃棄物を減らす工夫や電気使用量の調査など、すべては地球環境の保全につながっていると改めて考えるきっかけになりました。私たちも、子どもたちに負けないように環境についての取り組みに励んでいきたいと思います。

岡田 麻衣
(デispensパックジャパン 南足柄工場)



Act 5 廃棄物の再資源化

工場では、発生抑制を第一とした上で、再資源化率100%（埋立て・単純焼却処分ゼロ）に取り組んでいます。キューピーを含めたグループ77生産工場中、31工場で達成しています。

Say!

再資源化率100%達成までの道のり。

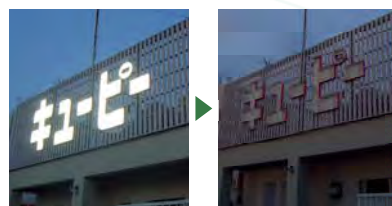
特に廃プラスチック類には混合ゴミが多く、とてもリサイクルは無理に感じていましたが、処理業者の方と相談したところ、これまで焼却、埋め立てしていたものも分別次第で資源となることが分かりました。工場内の各部署と一緒にこれまで以上に分別を徹底することで、再資源化率100%を達成することができました。

山口 好一（菜華 静岡工場）



Act 6 チーム・マイナス6%

キューピーと一部のグループ会社では2006年より「チーム・マイナス6%」に参加しました。環境啓発パンフレットの従業員への配布をはじめ、キューピーオリジナルひざ掛けを推奨したウォームビズ、ライトダウンキャンペーンの参加やケールビスの取り組みなど、各事業所においてCO₂削減に向けた取り組みを行っています。



ライトダウンキャンペーン期間中、本社ビルのネオンも消灯しました。



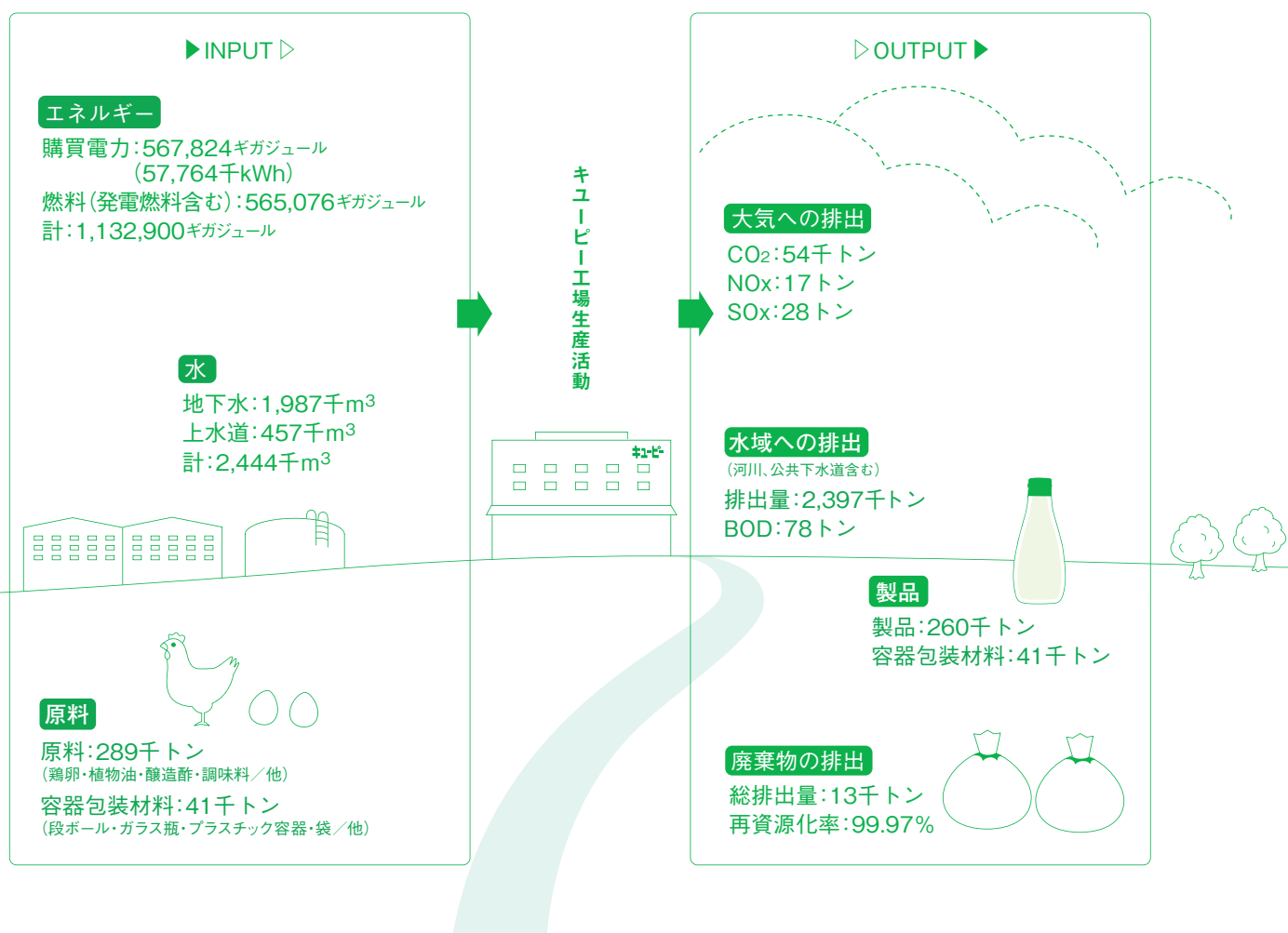
数値で見る環境への影響

2006年度の実績を紹介します。

■ 主な環境影響と環境保全活動

製品を製造し、お客様にお使いいただくまでには、資源やエネルギーの消費、廃棄物の発生やCO₂の大气への排出など、少なからず地球環境への負荷が発生します。今後も事業活動にともなう環境への負荷を正しく認識し、持続可能な地球環境のために環境保全活動を推進していきます。

■ キューピーの生産部門における物質とエネルギーの流れ (キューピー単体)



■ 編集方針

皆様から信頼され親しまれる企業であり続けるために、キューピーグループの企業姿勢や活動内容をありのままお伝えするべく、社会・環境報告書を作成しました。専門家の皆様だけでなく、すべての方にご理解いただけるように「見やすく」「分かりやすい」報告書づくりを心がけました。

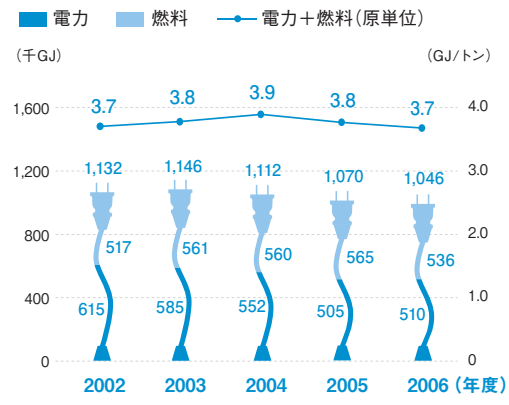
具体的な取り組みや必要なデータについては[フルレポート]をご覧ください。(キューピーのホームページでご覧いただけます)

■ 本報告書の対象範囲

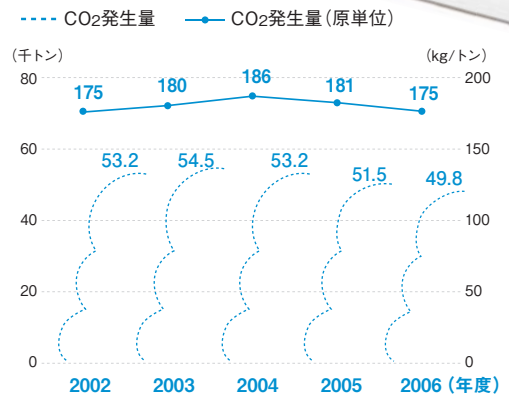
- ◎対象組織: 原則として、当社グループ(連結対象44社)を対象とし、そうでないものについては個別に記載しています。
- ◎対象期間: 2005年12月1日~2006年11月30日。
ただし直近の重要な事象については2007年5月まで記載しています。
- ◎発行: 2007年6月 次回の発行は2008年の春を予定しています。
- ◎この報告書[ハイライト]・[フルレポート]は環境省より発行された『環境報告書ガイドライン』を参考にしています。



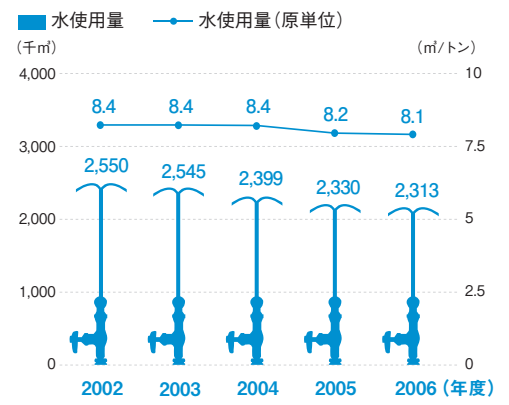
エネルギー使用量の推移



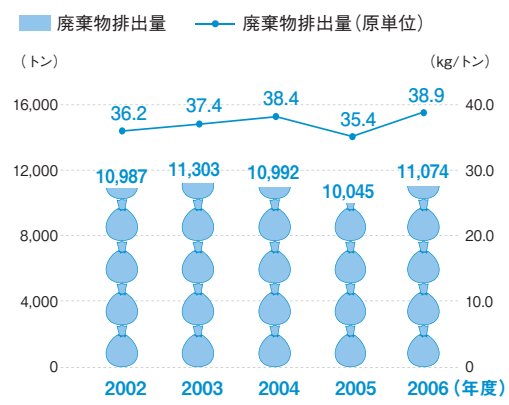
CO2排出量の推移



水使用量の推移



廃棄物排出量の推移



上記4つのグラフは、食品製造部門における推移を表しています。(ファインケミカル部門を除く)

環境保全コスト

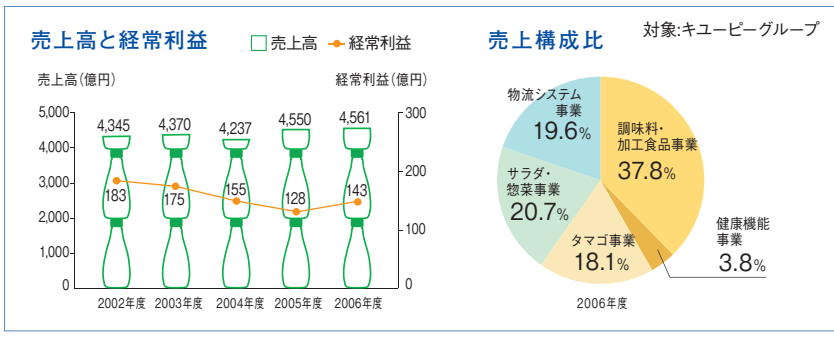
	事業エリア内コスト				上・下流コスト	管理活動コスト	研究開発コスト	社会活動コスト	環境損傷対応コスト	合計
	公害防止コスト	地球環境保全コスト	資源循環コスト	小計						
投資額	101,602	67,598	18,320	187,520	0	16,900	0	0	0	204,420
費用額	504,976	17,366	396,964	919,306	431,001	119,672	32,562	1,486	0	1,504,027

環境保全対策にともなう経済効果の総額は425,622千円になりました。

くわしくは[フルレポート]をご覧ください。http://www.kewpie.co.jp/csr/

会社概要 (2006年11月末現在)

- ◎商号: キューピー株式会社
- ◎創立: 1919年11月30日
- ◎本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13
- ◎資本金: 241億400万円
- ◎従業員: 2,475人
- ◎事業所数: (生産)9工場 (営業)10支店・23営業所



各位

「キューピーグループ 社会・環境報告書2007[ハイライト]」送付のご案内

拝啓

時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。

さて、「キューピーグループ 社会・環境報告書2007[ハイライト]」をお届けします。この[ハイライト]は、簡潔に主な活動を紹介する内容となっており、具体的な活動や必要なデータについては[フルレポート](キューピーのホームページでご覧いただけます)で紹介しております。ぜひ、そちらもご覧いただきますようお願い申し上げます。

当社のお客様相談室を通して消費者の皆様からご指摘いただいたこと、株主総会での株主の皆様よりのご意見、従業員との対話などを含め、幅広くステークホルダーの皆様とのかかわりを意識して作成いたしました。

まだ不十分な点も多くございます。何卒皆様から忌憚のないご意見やご感想を賜り、次回以降の改善に役立てたいと存じます。

皆様の益々のご健康とご活躍をお祈りします。

敬具

キューピー株式会社 社会・環境推進室 中島 周

キリトリ線

郵便はがき

150-8790
200

東京都渋谷区渋谷1-4-13

キューピー株式会社
社会・環境推進室 行

料金受取人払

渋谷局承認

888

差出有効期限
平成20年6月
30日まで
(切手不要)

アンケートご協力をお願い

アンケートハガキの質問にご回答いただきましたら、ミシン目に沿って切り離し切手を貼らずにご投函ください。

次回報告書を希望される方へ

2008年版の報告書は2008年春に発行予定です。送付を希望される方は、社会・環境推進室までご連絡ください。



お差し支えがなければご記入願います。(✓印をおつけください)

a. 年齢をお聞かせください。

- 10代以下 20代 30代 40代 50代
60代以上

b. 性別をお聞かせください。

- 男性 女性

c. 当社とご関係をお聞かせください。(複数選択可)

- お客様 お取引先 株主・投資家
NPO・NGO メディア関係 企業のご担当者
当社グループ従業員 従業員家族
その他()

キリトリ線

キューピーのホームページで、
具体的な取り組みや必要データを載せた
[フルレポート]がご覧いただけます。

<http://www.kewpie.co.jp/csr/>



愛は食卓にある。™



Food, for ages 0-100

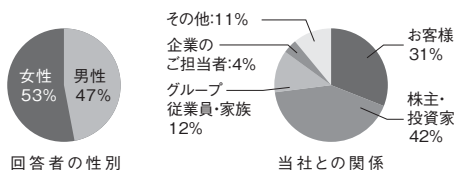
「キューピーグループ 社会・環境報告書2007」についてのお問い合わせ先

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13 キューピー株式会社 社会・環境推進室

TEL 03-3486-3316 FAX 03-3498-1806 E-mail kewpie@kewpie.co.jp

2006年版へのご意見について

2006年版報告書へのアンケートには、2007年5月末の時点で232件の回答をいただきました。



2006年版は冊子版とウェブ版の2部構成としましたが、特に内容を絞り込んだ冊子版については、読みやすいという声を多数いただきました。

2007年版でも、ハイライトとなる冊子版では読みやすさを意識し、特に従業員の写真を数多く掲載しています。

一方で、「環境に関する情報が少ない」というご指摘もいただいたため、2007年版ハイライトではページを増やし、一部数値データについても掲載をすることとしています。

今後も、皆様からのご意見を参考にしながら報告書の充実を図っていきます。
アンケートへのご協力をお願いします。



キリトリ線

「キューピーグループ 社会・環境報告書2007」読者アンケート

1. この冊子の内容について、ご評価をお聞かせください。
(あてはまるところに✓印をおつけください)

キューピーはどんな会社?キューピーの姿勢(1~4ページ)

分かりやすい 分かりにくい

社会とのかかわり(5~10ページ)

分かりやすい 分かりにくい

従業員とのかかわり(11~12ページ)

分かりやすい 分かりにくい

キューピーと地球環境(13~18ページ)

分かりやすい 分かりにくい

2. 当社グループの社会活動・環境保全活動について、ご意見・ご感想などがございましたらお聞かせください。

キリトリ線

ご協力ありがとうございました。