

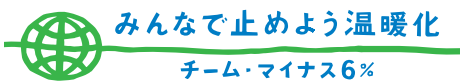
キューピーのなかみ

キューピーヨネーズ

キューピーグループ 社会・環境報告書 2008 [ハイライト]



愛は食卓にある。
キューピー
Food, for ages 0-100





キューピーは
どんな会社?



タマゴ事業

長い間研究を重ねてきた独自の技術で、卵の特性を生かしたさまざまな商品を開発しています。



調味料・加工食品事業

素材のおいしさを引き出すための創意工夫を重ねながら、食卓を豊かにする数多くの食品を提供しています。



健康機能事業

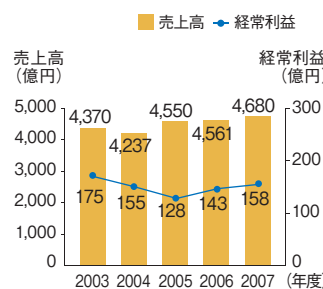
育児食や介護食、医療食など、多くの人へのやさしさを考えた商品の研究開発を進めています。



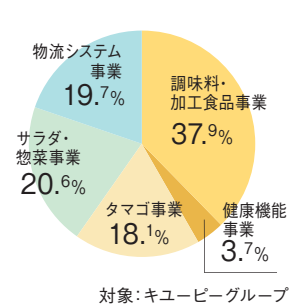
キューピーについて

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 …… 2,518人(連結:8,885人)
 2007年11月末日現在

売上高と経常利益



売上構成比 2007年度





物流システム事業

常温・低温・冷蔵・冷凍の4つの温度帯の保管体制で、食品の品質・鮮度を守る効率的な物流を実現しています。



サラダ・惣菜事業

社会の変化や地域ごとの嗜好にお応えしながら、幅広い年代のお客様の健康で楽しい食生活を応援しています。



この冊子について

キューピーグループの社会・環境に関する活動をまとめた「キューピーグループ社会・環境報告書 2008 [フルレポート]」から、主な取り組みを中心に紹介しています。より多くの方にご理解いただけるように「見やすさ」「わかりやすさ」を重視して作成しました。

フルレポートは、
ホームページよりご覧いただけます。 <http://www.kewpie.co.jp/csr/>

目次

キューピーはどんな会社?…	01
キューピーの姿勢 ……	03
キューピーのものづくり ……	05
キューピーと従業員 ……	11
キューピーと地球環境 ……	13
2007年度のトピックス ……	17

キューピーの
姿勢



心をこめたおいしさで、 食卓に安心と温もりをお届けします。

私たちが食品メーカーとして考えていかななくてはならないこと。

私たちキューピーグループは、食品メーカーとしてさまざまな食場面を通じて家庭にかかわらせていただいています。忙しい現代社会の中で、家族と一緒に食事をする機会が減少し、また、食品の偽装といった食卓をおびやかすさまざまな問題が起こっています。そんな中で、私たちが家庭や社会にどのように貢献していけるのかを考えていかななくてはならないと思っています。

感謝で結ばれた気持ちのこもった食卓を作る提案を。

ある料理を一からすべて手作りするのは素晴らしいことですが、実際に毎日続けるのは簡単ではありません。忙しくて時間がない時は、加工食品に手を加えて作っても良いのではないかと思います。家庭の中の食事は、料理する人の「こういうものを食べさせたい」という気持ちと、「自分のために作ってくれたことに感謝する」気持ちとで成り立っているのではないのでしょうか。例えばお惣菜なら、器を移し変えて盛り付けを工夫したり、買って来た経緯を話すだけでも、その気持ちが家族に通じるだろうと思うのです。

私たち食品メーカーはそのお手伝いとして、商品をただ提供するだけでなく、その商品を使えば食卓にこんな場面ができますよと伝えていくことが重要だと思います。ある時は手間を省いていても、気持ちのこもった食卓になる提案ができればと考えています。

本当に安心しておいしいと思っていただくために。

そうした提案にあたっては、お客様に間違いないと安心感を持っていただくための信頼関係を築いていかなければなりません。信頼が崩れたら食卓に貢献するどころではないからです。食品メーカーは万が一ということに対して常に緊張感を持っている必要があります。食への信頼が揺らいでいる今こそ、私たち一人ひとりが、何が必要なかを考えて行動することが求められているのです。



赤ちゃんに育児食を食べさせるときに、親は必ず味見をするでしょう。その時に本当に安心しておいしいと思って笑顔で食べさせられる。そういう商品がお届けできるよう、一つひとつ食品づくりをしていく食品メーカーでありたいと思っています。

一つひとつの積み重ねが信頼感につながる。

私たちキューピーグループは、経営理念に「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」というめざす姿を掲げています。この言葉を一字一句心に刻み、なぜ「お客様に」ではなく「一人ひとりのお客様に」なのか、「信頼され」ではなく「最も信頼され」とはどういうことか、といったことを考え、実行していく。そうした積み重ねが企業への信頼感につながっていくのだと考えています。

キューピー株式会社
代表取締役 社長

鈴木 豊

【社是】 楽業偕悦 らくぎょうかいえつ

【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。

キューピーの
ものづくり



品質を守る人づくりと仕組みづくり

育児食は、品質管理の集大成です。

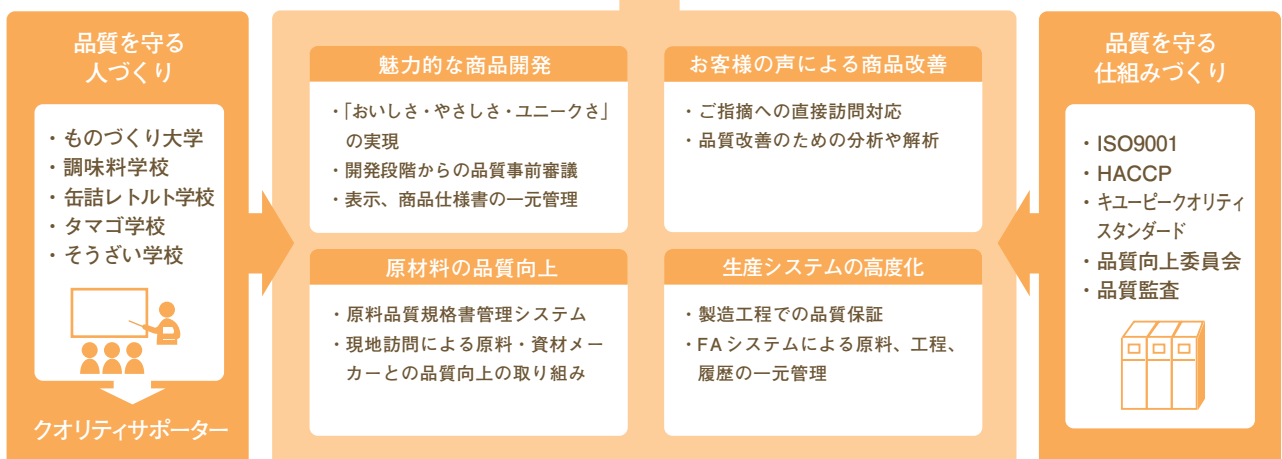
「いちばん大切な人に安心して食べていただきたい」。それは、“品質第一”を信条とするキューピーグループのものづくりの基本的な考え方です。その基本といえる製品が育児食であり、言葉を話せない赤ちゃんが口にするものだからこそ、安心していただける原料の確保と品質管理のための仕組みを作り上げてきました。製造工程での間違いを防ぎ、どのように作られたかをたどることのできるトレーサビリティの構築や、製造の直前にすべての原料を一つひとつ確認する選別作業など、赤ちゃんには安全を、お母さんには安心をお届けするための数多くのノウハウが、育児食には込められています。

キューピーグループでは、製造現場を中心にした“品質を守る仕組みづくり”と、実際に行動していくための“品質を守る人づくり”を柱に、品質第一の理念と実行力を具現化できる体制をめざしています。育児食で培ってきたノウハウと徹底した品質管理で、お客様に感動していただける魅力ある商品をお届けしたいと考えています。



育児食の目視検査(鳥栖キューピー)

お客様に感動していただける魅力的な品質をお届けします



原料の安全を守る取り組み

品質は、原料メーカー様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」。それはキューピーグループが昔から守り続けてきた原料に対する考え方です。そのためには、原料を提供してくださる原料メーカー様の協力が必要不可欠です。製品に使用する原料については、原料の情報、現場の衛生管理、製造手順などさまざまな項目が記された「原料品質規格書」の提出を受けるだけでなく、定期的に原料メーカー様を直接訪問し、製造現場に立ち会いながら実際の製造の様子を確認しています。また、原料メーカー様と、ものづくりの考えを共有していくためには信頼関係の構築が重要と考えており、相互の工場訪問など、製造現場の担当者同士がお互いを尊重し共感しあえる関係を作り上げるための取り組みを進めています。

Message

品質に対する強いこだわりを感じています。

マヨネーズなどに使われる油脂原料、育児食に使う豆腐・油揚げなどを製造しています。キューピー様からは、二次・三次原料※の情報から製造工程まで、多くの質問をいただきます。製造工程を変更する際にその理由を聞かれたこともありました。実際に担当の方が製造現場を確認に来られるなど、品質に対する強いこだわりを感じています。

※原料を作るための原料を二次原料、二次原料を作るための原料を三次原料と
いいます。

岡崎 和宏 様（不二製油株式会社）



お母さんの気持ちになって原料を検査しています。

赤ちゃんは、月齢によって食べられる素材の大きさや、やわらかさが違うため、原料の形、色、サイズ、硬さなどにも注意する必要があります。そのため育児食の原料については、原料メーカー様や入荷時の検査に加えて、製造の直前にも選別作業を行っています。目で確認するだけでなく、指先の感覚も大切にしながら、担当者が大きすぎる原料や硬すぎる原料を取り除いています。



製造直前の選別作業（鳥栖キューピー）

Message

赤ちゃんに安全なものを食べてほしいから。

赤ちゃんは疑うことなく、お母さんに口まで運んでもらったものを食べます。だからこそ、その食べ物の中にお母さんが不安を感じるようなものが混入してはいけななのです。私たちはお母さんの気持ちになって、一つひとつ「絶対に見逃さない」という気持ちで検査しています。

りゅうてるえ
笠 英会
（鳥栖キューピー
原料係）



キューピーのベビーフードができるまで



トレーサビリティを実現するFAシステム。

加工食品の多くはさまざまな原料から作られています。そのためキューピーグループでは、製造の際に異なる原料や賞味期限の切れた原料を誤って使うことのないように、自社開発のFA(ファクトリーオートメーション)システムを構築しています。原料の入荷や小分け、調理から包装にいたる各工程において、その都度システムによる照合と記録を行うことで、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、記録された情報から迅速に原因を特定できるようになっています。また、製造時の記録と原料・資材や出荷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。



原料情報の照合と記録

Message

FAシステムは、従業員の心を支える仕組みでもあります。

従業員が安心して製造に専念できるように、問題があれば次の工程に進まないように製造を見守るのがFAシステムです。FAチームとして製造現場の意見を常に受け止めながら、少しでも心の負担が減るようにわかりやすいシステムの構築をめざしています。製品の品質は人の感覚と気持ちがつくるもの。安心してものづくりができるように現場のお手伝いをしていきたいと思えます。



星野 真弓 (キューピー 生産本部 FAチーム)



充填



充填・密封時に、賞味期限と保証ナンバーを印字します。

殺菌



充填されたベビーフードを加熱殺菌します。

検査・包装



センサーと人の目により、最終的な検査を行います。

出荷・配送

工程管理システム

メーション)システム

品質は人によって守られるものです。

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。そのためには一人ひとりが品質への意識や知識を高めていくことが重要であり、担当者への専門研修、工場や部署ごとの独自の勉強会や「なぜなぜノート」といった取り組みを行ってきました。2006年からは、品質向上活動を自ら実践している製造現場の従業員を「クオリティサポーター」と呼び、グループ全体の品質活動を統括している品質保証本部が積極的な支援を行うなど、ボトムアップによる品質活動も推進しています。



工場での勉強会(鳥栖キューピー)

Message

「なぜ？」を知ることで、仕事に誇りが持てます。

鳥栖キューピーで取り組んでいる「なぜなぜノート」は、仕事の中で感じた疑問を、自ら周囲の人に聞いてまわって解決するためのノートです。これを活用すると、普段は接することのない他の職場の人からも色々なことを教えてもらえます。その作業やルールが必要である理由を理解することができ、本当の意味での仕事の重要さを知ることにつながりました。



太田 裕子 (鳥栖キューピー ミキサー係)



アレルギーへの配慮

使用原材料を細かくわかりやすく表示しています。

キューピーのお客様相談室には育児食へのさまざまなお問い合わせがあります。2007年度の育児食へのお問い合わせの中で、約1割は食物アレルギーについてであり、食物アレルギーへの配慮は大きな課題の一つと考えています。キューピーでは、厚生労働省が定めるアレルギー特定原材料等25品目を使用した場合、すべてラベルに表示しています。また、瓶詰、おやつなどでは小麦・卵・乳・そば・落花生について使用の有無をラベル正面に表示し、ひと目で確認できるようにしています。また、それら5品目を使用していない商品は黄色、25品目及び米を使用していない商品は青色と、わかりやすく色分けしています。



※厚生労働省の定めるアレルギー特定原材料等 25 品目

小麦・そば・卵・乳・落花生・あわび・いか・いくら・えび・オレンジ・かに・キウイフルーツ・牛肉・くるみ・さけ・さば・大豆・鶏肉・バナナ・豚肉・まつたけ・もも・やまいも・りんご・ゼラチン

食物アレルギーについて

現在、日本では乳児の10人に1人、3歳児の20人に1人が何らかの食物アレルギーを持っているといわれています。多くは乳児期に発症し、成長とともに症状が落ち着いていくことがほとんどですが、乳児は自ら症状を訴えることができないのに加え、離乳食へと移る大切な時期だけに、慎重な対応が求められます。やみくもに食べさせない予防的除去や、自己判断による食事制限は、栄養状態の悪化を招く可能性があるため、専門の医師による正しい診断と、食品に使われている原材料をしっかりと把握して最低限の除去を行うことが重要とされています。

Message

アレルゲンを除去した食事づくりは大変です。

食物アレルギーの治療の基本は、原因食品の除去です。これは簡単なようで難しく、離乳食づくりに悩むお母さんから、原材料と調理法の相談を受けることも多くなりました。また外出や外泊時にもっとも困ることが、アレルゲンを除去した食事の用意なので、いつでも利用できるアレルギーに配慮した安全なベビーフードがあれば心強いものです。キューピーさんの品質管理、確かな情報提供、手軽に入手できる売り場の多さに、どれだけ多くの親子の笑顔があったことでしょう。



武内 澄子 様 (食物アレルギーの子を持つ親の会 代表)

食物アレルギーに配慮した商品開発を進めています。

乳幼児期の食物アレルギーにおける主なアレルゲンである小麦・卵・乳は、多くの加工食品や調味料の原料にもなっているため、それらを使わずに食品を作るには、さまざまな工夫が必要となります。キューピーでは、1980年代後半から食物アレルギーの研究をはじめ、1991年にアレルギーに配慮したおやつ「よいこになあれ」シリーズを発売しました。その後、ごはんやおかずなどバリエーションの充実をはかっており、さまざまな味を楽しんでもらえるようにしています。またアレルゲンではなくても、特定の食材ばかりに偏らない方が良いとされているため、それぞれの商品で使われる食材がなるべく重ならないよう、シリーズ全体としてのバランスにも配慮しています。



Message

アレルギー配慮商品を多くの人に知ってもらいたい。

食物アレルギーがあると、食べられる食材が限られてしまいますが、その中でいろいろな食材をバランスよく、おいしく食べていただけるようなレシピを考えています。お子さんが食物アレルギーの友人がいるのですが、とにかく普段の食事づくりが大変そうでした。時には食事づくりを休んでお子さんとのスキンシップを楽しんでもらえるよう、アレルギー配慮商品の存在を多くの人に知ってもらえればと思います。



小林 幸子（キューピー 研究所 健康機能R&Dセンター）

携帯電話でアレルギー情報を提供しています。

キューピーは2007年6月より、ベビーフード瓶詰52品についているバーコードを携帯電話で読み込むことで、その商品のアレルギー特定原材料等の情報がその場でわかるサービスをはじめました。これは商品ラベルの表示だけではわかりづらい、どの原料にどのアレルゲンが含まれているかを知りたいという声に応えたものです。また、卵や小麦など特定のアレルゲンを使っていない商品を月齢別に検索することもできます。



その場で簡単にアレルギー情報がわかります。

商品のバーコードを読み込むには、お使いの携帯電話に「パッとび-J」をインストールする必要があります。詳しくはホームページをご覧ください。 <http://pattobi.jp/j/q/top.html>
※「パッとび-J」は株式会社NTTデータ様が提供しているサービスです。

キューピーと 従業員



誰もが元気とやる気をもてる 職場づくり。

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。さらに、安心して働ける職場づくりや、ワークライフバランスを進めるための制度、風土づくりに取り組んでいます。障がい者雇用においても職場環境の整備や仕事の創出に努めており、2007年6月1日時点のキューピーの障がい者雇用率は法定雇用率1.8%を上回る2.19%となりました。

Message

仕事への意欲があれば、
道は開けるはず。

キューピーあいでも働いてみて感動したのは、バリアフリーの設備が整っていること。さまざまな障がいを持っている人たちがそれぞれの仕事をできるように、ジョブコーチ、手話通訳者、生活相談員がいて、メンタルのサポートまでしてくれるのです。私は高齢な上、障がいも抱えていますが、仕事に取り組む意欲さえあれば、年齢も障がいも関係ないと思っています。

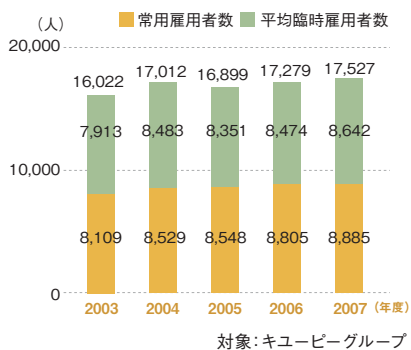


境 百合子（キューピーあい）

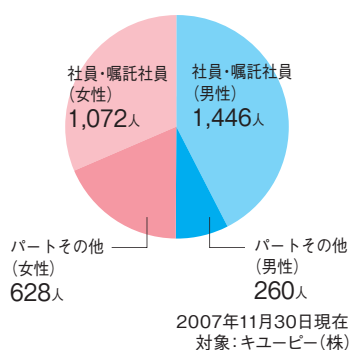
※キューピーあいはキューピーの特例子会社です。

従業員の構成

従業員数の推移



男女別従業員数



男女別平均年齢・平均勤続年数

	平均年齢(歳)	平均勤続年数(年)
男性 ▶	40.6	15.1
女性 ▶	29.2	6.0

2007年11月30日現在 対象: キューピー(株)社員

障がい者雇用率

2.19%

2007年6月1日現在 対象: キューピー(株)

働くママとパパを応援しています。

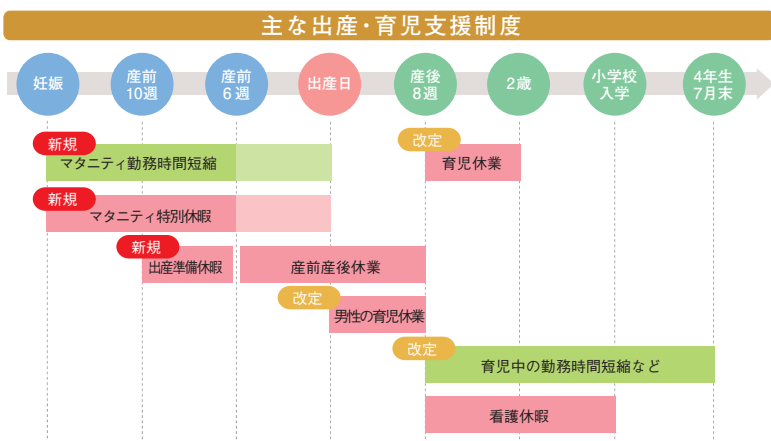
キューピーでは、子育てと仕事を両立できる雇用環境の整備を進めています。2007年度は、出産・育児支援制度を大幅に見直し、育児に関する情報提供サイトの開設や、成長にあわせベビーフードをプレゼントする取り組みなどをはじめました。2007年度の育児休業取得者数は16名(内、男性2名)と、2006年度より10名増加しました。今後も、従業員が安心して子育てができる環境づくりを支援していきます。



2007年4月「くるみん」を取得



働くママとパパの育児支援サイト



成長にあわせベビーフードを贈っています。

Message

貴重な時間を過ごせました。

男性も育児休業をとれる制度があることを知り、昨年の秋、2週間の育児休業を取得しました。休み中、妻にはゆっくり休んでもらい、家事や育児に精を出しました。日に日に成長していく息子の様子を感じながら、4歳になる娘の幼稚園の父母会に参加するなど、これまでの生活では体験できなかった、貴重な時間を過ごすことができました。

石井 直明 (キューピー 仙川工場)



親を大切にすることが、人を育て、会社を発展させます。

キューピーの社訓の一つに、「親を大切にすること」があります。「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」。これはキューピーの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実施し、従業員の普段の仕事をご覧いただいています。



家族見学会の様子(キューピー 五霞工場)

キューピーと地球環境



🍀 環境への取り組み

環境コミュニケーションを積極的に進めています。

限られた資源を有効に活用することの大切さを伝えるため、そしてキューピーグループの環境への取り組みを知ってもらうため、さまざまな場面で、お客様や地域の方々との環境コミュニケーションを積極的に行っています。年間約11万人に来場していただいているオープンキッチン（工場見学）では、当社の製造工程をご覧いただくと同時に、卵の有効活用や容器の軽量化などに関する環境展示を行っています。また2007年3月からは「社会と環境について語るブログ」を開始し、キューピーグループの環境に関する取り組みなどを広くご紹介しています。



環境展示(キューピー 仙川工場)

Message

リサイクルで生まれた袋をお配りしています。

多くの方に「リサイクルの輪」を実感していただきたいと、工場でお客様にお配りする袋を新しくしました。この袋はマヨネーズの製造時に発生するボトルチップをリサイクルしてつくられています。正しい分別とリサイクルによって生まれた「袋」に直接触れることで、一緒に環境について考えるきっかけになればと思っています。



松原 由紀 (キューピー 仙川工場 環境担当)

卵には、無駄になるところがありません。

キュービーグループでは、日本で生産される卵の9%にあたる卵を原料として、マヨネーズをはじめとするさまざまな製品を製造しています。工場が発生する年間約2万3000トンの殻も、すべて無駄にすることなく、有効活用しています。



人にも環境にも配慮した容器。

容器の軽量化や包装の簡易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。2008年2月からはレギュラードレッシングの容器に点字を入れました。

日本ではじめてドレッシング容器に点字瓶を採用



はがしやすいラベル





取り外しやすい中栓

ラベルに分別方法を記載

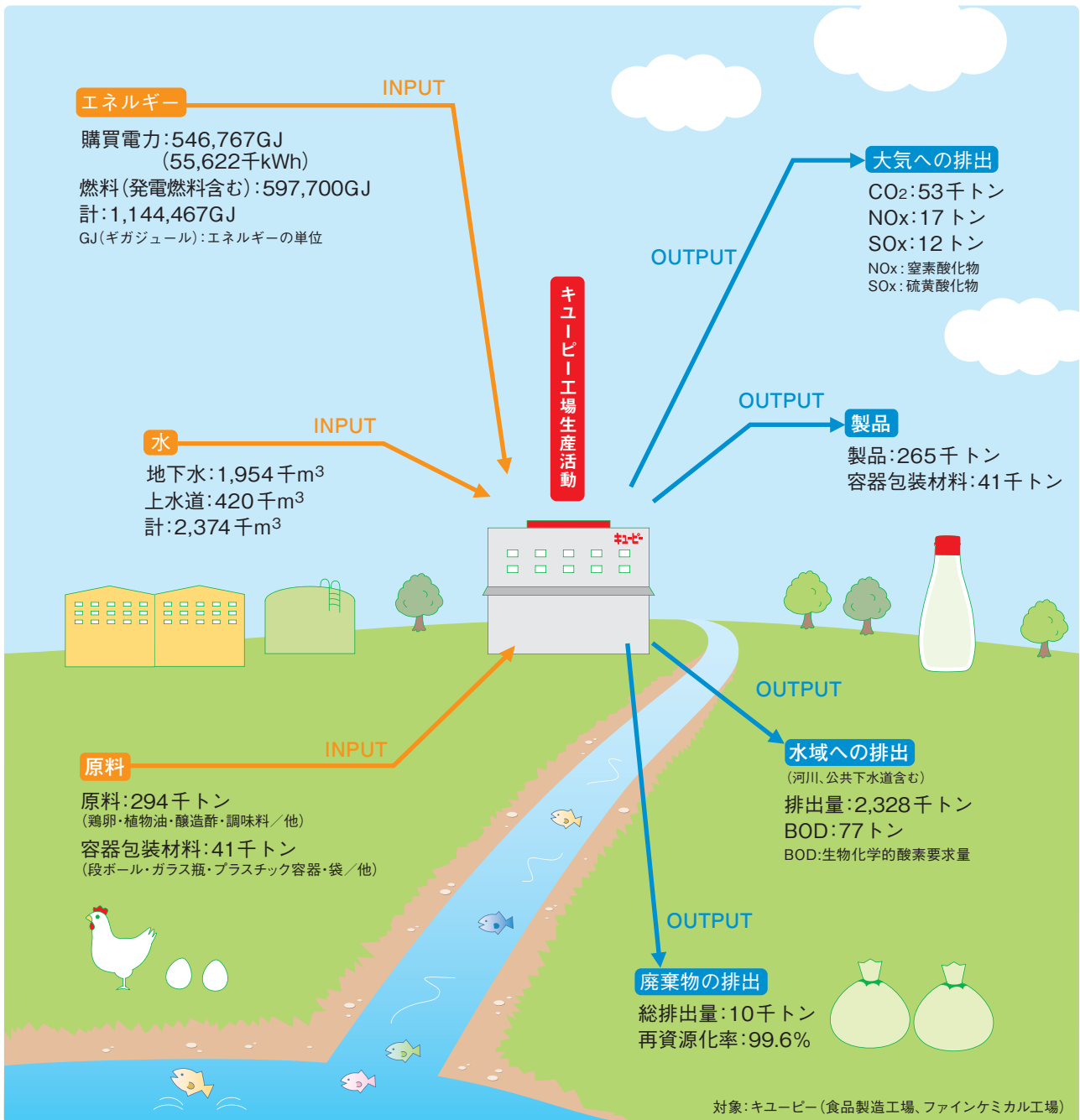


1992年と比べて、約40%瓶を軽量化

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の大気への排出など、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

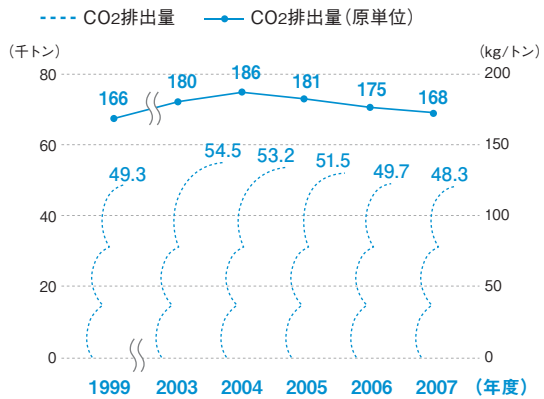


(千円)

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	93,521	82,243	45,431	221,195	0	0	0	0	0	221,195
費用額	521,601	62,648	421,801	1,006,050	485,309	121,899	27,585	1,400	0	1,642,243

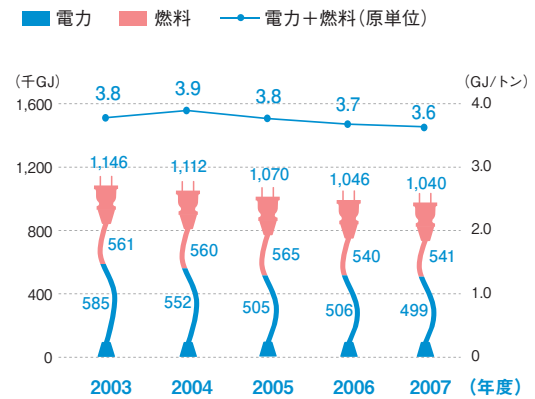
環境保全対策にともなう経済効果の総額は 501,762 千円になりました。

CO₂排出量の推移

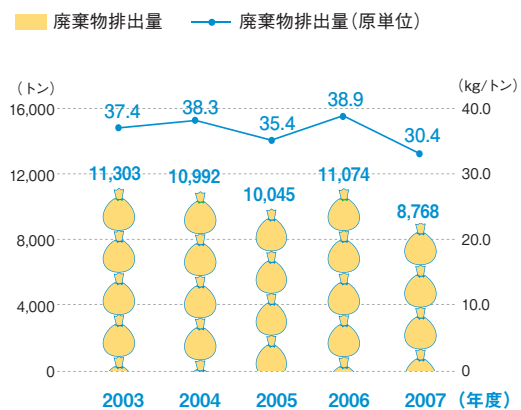


キューピーでは、1999年度をCO₂排出量の基準年度としています。

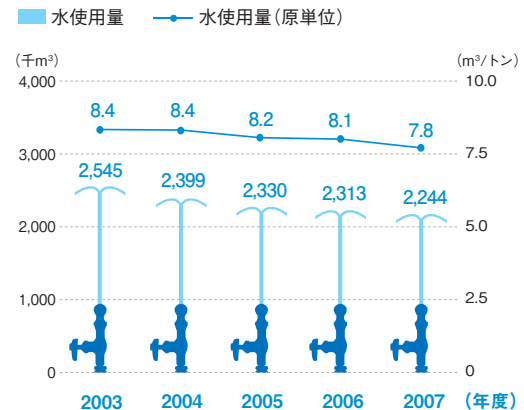
エネルギー使用量の推移



廃棄物排出量の推移



水使用量の推移



対象: キューピー (食品製造工場)

環境努力賞

社内でもっとも環境保全に努力した工場に対して、年1回「環境努力賞」の表彰をしています。環境努力賞は、環境負荷低減活動を積極的に進め、成果をあげた工場を表彰することにより、さらなる活動推進をはかる原動力とするために2003年度にスタートしました。2007年度は、挙母工場、伊丹工場が受賞しています。



キューピー 挙母工場



キューピー 伊丹工場

2007年度の トピックス



4月

キューピー研究所サイト開設

キューピーの研究開発部門に関心のある方々に、広くわかりやすく研究開発に関する情報をお伝えするため、ホームページ内に専用サイトを開設しました。研究所で行っている商品開発の内容や技術的な研究内容、学会や論文で発表した内容などを幅広く紹介しています。



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

6月

初の宇宙日本食に認証

「キューピーマヨネーズ」と「アラハタ白がゆ」が、宇宙航空研究開発機構（JAXA）から日本国内で製造された初の宇宙食として認証されました。2008年3月には、その白がゆが、スペースシャトルエンデバー号に持ち込まれ、初めて宇宙へ飛び立ちました。



6月

マヨネーズの価格改定

食用油の価格が大幅に上昇したため、12年ぶりにマヨネーズの価格を改定しました。今回でマヨネーズの値上げは戦後11回目になりますが、製造ラインの合理化などにより値下げは23回行っています。今後も、高品質でおいしい製品を適正な価格でお届けできるよう努めていきます。



6月

廃棄物削減の取り組み

小袋に入った調味料の製造販売を行っているケイバックでは、ジュール加熱※を利用した殺菌機を導入しました。従来に比べて製品切替時の原料の廃棄量が6分の1になりました。

※ジュール加熱…食品に電気を通すことで、食品を直接発熱させる加熱方法。



ジュール加熱を利用した殺菌機

6月

フードバンク活動への参加

日本でフードバンク活動※を行っているセカンドハーベストジャパン様の活動に賛同し、育児食などの商品を定期的に寄贈しています。2007年度は合計540ケースの寄贈を行いました。

※フードバンク活動…食品メーカーや個人から寄贈された食料品を、生活が困窮している方に無償で提供する活動。

Message

喜びの声をいただいています。

寄贈品は、女性シェルターや乳児院などにお届けさせていただいています。母子世帯などは生活が苦しい家庭が多く、非常に助かりますという声が届いています。いつもありがとうございます。

チャールズ・マクジルトン 様 (セカンドハーベストジャパン 理事長)



8月

水使用量削減の取り組み

醸造酢の製造を行うキューピー醸造の滋賀工場では、酢酸発酵の際に利用していた冷却水を循環利用する取り組みを始めました。発酵機で温められた冷却水を加温タンクの加熱用としてくり返し使用することで、水の使用量だけでなく、加温時のエネルギー使用量も削減しました。

Message

環境のための取り組みが、コスト削減につながりました。

設備を導入したはじめの6ヶ月間だけで水の使用量を1.6万m³ (お風呂約8万杯分)減らすなど、環境への負荷低減だけでなくコスト削減にもつながりました。

片山 剛志 (キューピー醸造 滋賀工場)



9月

キューピーの森

「やまなし森づくりコミッション」の第1号として、山梨県の富士山麓で、水源涵養(かんよう)の森林保護のため、森林保全活動の取り組みを開始しました。NPO法人「富士に学ぶ会」、富士北麓森林組合とともに下草刈り、間伐などを行い、豊かな水を育む森の保全に努めていきます。



キューピーの森(富士吉田市)

10月

古本のリユースキャンペーン

3R月間の取り組みとして、家庭で眠る古本などを各職場で集めて換金し、NPOに寄付しました。期間中、各地の職場から合計3,203点の本などが集まりました。



収集の様子(キューピー 拳母工場)

11月

日本パッケージングコンテスト受賞

開けやすさに配慮した「テイステイドレッシング」シリーズの中栓が、2007日本パッケージングコンテストにおいて、食品包装部門賞を受賞しました。



各位

「キューピーグループ 社会・環境報告書2008[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。

「キューピーグループ 社会・環境報告書2008[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、当社のホームページにある[フルレポート]で紹介しております。ぜひ、そちらをご覧くださいますようお願い申し上げます。

昨年の報告書へのアンケートや、当社のお客さま相談室を通して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の関心が強いと思われる内容を意識して作成致しました。

まだ不十分な点多くございます。なにとぞ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致します。

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

 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

2009年版の報告書は2009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。

料金受取人払郵便

渋谷支店承認

223

差出有効期限
平成21年12月
31日まで
(切手不要)



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)
お客さま お取引先 株主・投資家
当社グループ従業員 従業員家族
その他 ()
- d. この冊子をどのようにお知りになりましたか。
ホームページ 工場見学 広告・イベント
当社グループ従業員より 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/>

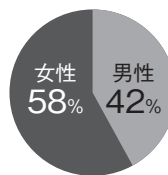


2007年版へのご意見について

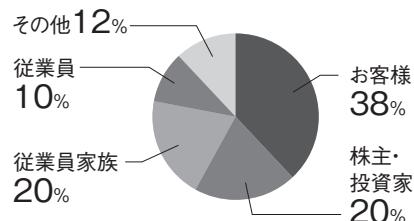
2007年版報告書へのアンケートには、2008年4月末の時点で288件の回答をいただきました。

報告書はウェブ版のフルレポートと冊子版のハイライトを発行しています。特にハイライトについては読みやすさを意識するとともに、従業員の写真を数多く掲載しており、親しみが持てるといったご意見をいただいています。各項目ごとのわかりやすさについてお聞きした質問では、およそ7割の回答が「わかりやすい」という評価でしたが、「従業員とのかかわり」について、もっとわかりやすくしてほしいというご意見もいただいたため、2008年版ハイライトでは一部の数値データや制度の概要図などを掲載しました。

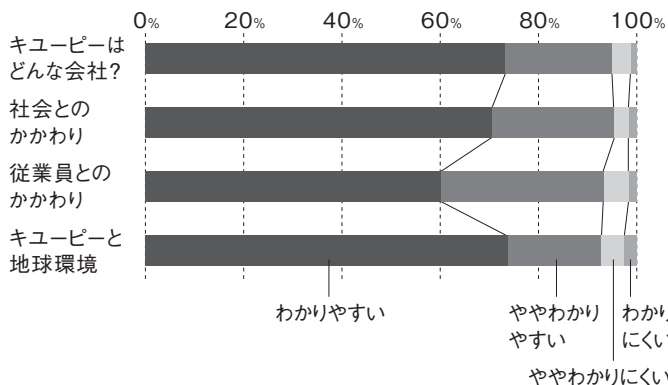
回答者の性別



当社との関係



ハイライトに対する評価



アンケートご協力をお願い

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。

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

「キューピーグループ 社会・環境報告書2008」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)
 わかりやすい わかりにくい
- キューピーのものづくり (5~10ページ)
 わかりやすい わかりにくい
- キューピーと従業員 (11~12ページ)
 わかりやすい わかりにくい
- キューピーと地球環境 (13~16ページ)
 わかりやすい わかりにくい
- 2007年度のトピックス (17~18ページ)
 わかりやすい わかりにくい
2. この冊子の内容や当社グループの社会活動・環境保全活動について、ご意見・ご要望などがございましたらお聞かせください。

愛は食卓にある。



Food, for ages 0-100

ご協力ありがとうございました。