



OPEN

the KEWPIE 2009

キューピーグループ 社会・環境報告書 2009

CONTENTS

キューピーの約束	01-08	取引先とのかかわり	47-49	マネジメント	88-94
お客様とのかかわり	09-24	地域社会とのかかわり	50-55	会社概要	95-99
従業員とのかかわり	25-42	キューピーと地球環境	56-87	報告書の作成にあたって	100-102
株主・投資家とのかかわり	43-46				





♥ 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。

🌱 哲学と理念

🌱 社長対談



哲学と理念

社是

楽業偕悦

らくぎょうかいえつ

同じ志をもって一致協力して目標に向かい、個人の意欲・やりがいを大切に
仕事(業)を楽しみ、困難や苦しみを分かち合いながら、悦びを偕に(ともに)していこう
という考え方が、私たちの基本的な価値観となっています。

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。

対談 — キューピーが考えていきたいこと



ワーク・ライフバランス 小室 淑恵
キューピー代表取締役社長 鈴木 豊

1919年の創業以来キューピーは、「楽業偕悦」の社是のもと、従業員の働く職場環境づくりも大切にしてきました。理想的なワーク&ライフを過ごす第一人者として多くの人から支持を受けている小室淑恵氏は「従業員がいきいきと働いている企業から魅力ある商品は生まれる」と提言しています。その小室氏と当社の鈴木豊が対談しました。

鈴木



今回の対談にあたって、小室さんの「6時に帰るチーム術」を読ませていただきました。自分が早く帰らなければいけないから、そのための仕組みを作って残業を無くされたというくだりがあり、制約があることで仕事のやり方自体を考えていくのはその通りだと思いました。ましてやリーダーがそうしていれば、チーム全体が同じようにしなければという雰囲気になりますよね。

小室 私たちが残業時間の削減を提案していく時には「人数を増やしてくれなければ、自分たちだけではどうにもならない」という話が必ず出てきます。他の人に左右される業務が9割だから、相手が変わらなければどうしようもないと言うのです。ですが、実際には自分で何とかできる内的要因が5割以上であるにもかかわらず、「相手の問題だ」と思考停止してしまっていることが多いですね。

その最大の原因はプレゼン力不足なのです。例えば何度も相手のところに通って説明するというのは「一度で伝えきれていない」ということです。相手を説得するプレゼンのスキルを上げていないので、なかなか成果が出ない。さらにそれを時間でカバーしようとするので、スキルを学びに行く時間がないという悪循環に陥ってしまうのです。

鈴木 今おっしゃったプレゼンを1回で済ませるには、どのようにしたら良いと考えていますか。

小室 それは、相手の課題に対する解決と、導き出される未来を示すことだと思っています。「課題、解決、未来」の形で展開していけばどんな相手も説得できるからです。



鈴木 自分の話を聞いてくれたらどうなるという到達イメージをきちんと示すということですね。そうすることで、相手は説得されるだけでなく、自ら納得するという状態に達するのだと思います。

小室 そうしたことは、きちんと教えてあげればあっという間にできるようになります。さらに個人の時間が充実するようになると、自分のキャリアや仕事の責任を自発的に考えながら学ぶようになるのです。弊社ではそうした時間にお互いの目標を語り合うことが多いのですが、それによって次に自分に必要なスキルは何かということを自然に考えるようになります。

鈴木 自分の時間を何に費やすのかということ意識させているということですね。それはとても大事なことだと思います。

●「3つのわ」でチームとして進化する

鈴木 今、目標を語り合うという話がありました。私は社内で「3つのわ」ということを言っています。

一つ目の「わ」は「わくわく」で、自分の人生をどう作り上げていくかを考えるときに、わくわくするような人生の作り方をしようということです。仕事だけでなく、家族や友人とのかかわりの中で、わくわくしている自分像をイメージすることが起点になります。

そうしたわくわくを、例えば仕事に置き換えると、一人ではできないこともあります。そこでみんなが互いにやりたいことを持ち寄って、自分のやりたいことを一生懸命に話し合う場を作ります。それが二つ目の「わ」である「わいわい」です。

この「わいわい」は、積み重ねていくと時に激しいぶつかりあいになることもあります。でもそれを乗り越えて未来が共有されると、三つ目の「わ」である「わかった」に到達するのです。

そうした状態になれば、次に集まるときお互いに何を持ち寄るか、参加するメンバー一人ひとりが一生懸命考えるようになります。そうやってチームとして進化していく「3つのわ」を作り上げることを今進めています。

小室 今おっしゃったチームとして進化することはとても重要だと思います。成果主義は本来、時間当たり生産性とチーム全体への貢献度で評価するものです。ですが日本企業の多くではそれが誤解されて、メンバーが一匹狼になってしまうことが多いのです。それも日本で残業が多い理由だと思います。

鈴木 結果主義＝成果主義という勘違いがあるということですね。ある先生が、プロセス＋結果＝成果とたいへん分かりやすい話をされています。ただ気をつけないと、プロセスを結果から逆算して判断してしまい、短絡的にいい結果が出たからプロセスもよかったはずという評価をしてしまうことがあることです。

仕事のプロセスというのはみなで知恵を集めてその仕事が膨らんでいくことです。その中で誰かができなくなったら脱落するのではなく、抜けてしまいそうな時にはみんなで支えていくことが、プロセスの生み出す価値でなくてはならない。プロセスを管理するのではなく、そうした「プロセス価値」を求めていこうと社内で言っています。

● 日々のプロセスを評価する

小室 弊社では朝メールというツールを、プロセスを見るためのツールとして使っています。IT化がされる以前は、電話の様子や机の上に広げられた書類から、仕事のプロセスはとても見えやすいものでした。ですが今はメールでのやりとりやパソコンでの書類の作成が中心になり、誰がどのように仕事を進めているかが見えにくくなってしまっています。

朝メールは、毎朝自分の仕事を定時までの時間内で優先順位をつけてスケジューリングし、メールで上司に送るものです。そして夜にその振り返りと報告をします。この朝メールと夜メールによるデイリーのコミュニケーションをとっていると、社員の毎日のプロセスがよく分かるようになります。

元々は残業削減のために始めたものでしたが、管理職から「評価がつけやすくなった」という意見を良く聞きます。簡単ですが、効果的なツールだと考えています。

鈴木



プロセスというのは毎日毎日のことですからね。私たちも評価をするときにプロセスを大事にしないと言っています。ツールは何であれ、上司が部下を常に見ようとしているかどうかが大切なのでしょうね。

小室 女性や最近の若手の男性は、評価されたい方向性が昔と違って、期末の高い評価よりも、日々のちょっとした評価をうれしいと感じるようです。毎日のちょっとした一言がうれしくて、普段から自分を認めてくれている上司にはすぐに反応するようになるのです。そういったコミュニケーション能力が今の上司には求められていると思います。

鈴木 自分の存在を認めてもらいたい若手が多いというのは、そういうことかもしれませんね。

小室 感覚が麻痺していますけれども、今はIT化によってすごいスピードで仕事が進んでいます。そのため一人ひとりの時間がなくなっているため、様々な手段でコミュニケーションをとっていくことが必要なのだと思います。

● 仕事以外の心の柱

小室 ワークライフバランスを考えて、ライフの時間が充実してくると、残業時間の削減によるコスト削減だけでなく、メンタル疾患の問題が減るといわれています。これは仕事以外にも心の柱を持つことで、仕事に行き詰まったときに重心をずらして通り過ぎるのを待つことができるからです。

社長はどのような柱をお持ちですか。



鈴木 はっきりと「これが柱だ」と自覚しているものはないように思います。私は楽観的なので救われているかもしれません。ただ、今の質問で振り返ってみるとやはり柱はあるのでしょうか。家族や子どもというのはとても大きな存在だと思います。

もともと、気分転換につながる趣味などは、熱中できることが次々に移り変わっているため、一つのことをずっと掘り下げていくことがあまりありません。もう少しそういった柱を持った方が良いのかもしれませんね。

それから私の場合、様々な人と話していることが気分転換になっているように思います。何か起きた時に自分でじっくり考えることも大切ですが、それだけでなく人と話している時のほうが、新しい発想が生まれてくる率は高い気がします。

小室 人と話していると、同じ事を話題にしてもぜんぜん違う考えが出てくることがありますよね。お話をされていて、社長は人の話を引き出すことがとても上手な方だと感じました。今はそうした「引き出すマネジメント」が重要な時代です。

鈴木 会社でもそういった話ができる土壌を作りたいと考えていて、私はそれをプラットフォームと呼んでいます。一人ひとりが考えを乗せたいプラットフォームをまず作り、そこにそれぞれが個性のある“くだもの”、つまり自分が一番おいしいと思う考えを乗せていくようになりたいのです。そうやって乗せられた“くだもの”を組み合わせ、皆でおいしい“ジュース”を作り上げていけるような会社ができれば、そこにチーム力が生まれます。

そのためには、一人ひとりが考える面白さを知ることができるようにしていく必要があります。考える面白さを知らなければ、“くだもの”を生み出すこともできなければ、プラットフォームも見えないままで終わってしまいます。ですから、そうした考える面白さを一人ひとりが感じていけるような仕掛けを作っていくことがとても大事だと感じています。

● 男性が家庭にかかわれる時間の使い方

小室



そうしたいろいろな考え方をもち寄るのがダイバーシティですね。ダイバーシティというと職場における少数派であった「女性の活躍推進」といったテーマがよく注目されます。それはもちろん大切なのですが、今は育児をしたい男性が、女性以上の少数派としてロールモデルがなくて苦しんでいるそうです。若い男性の8割が育児をしたいと考えているというデータもあって、男性の育児支援をするファザーリング・ジャパンというNPOも出ています。

鈴木

キューピーでも最近になって男性が育児休業をとり始めています。ただ、本当に自分が育児をやりたいと思ってとっているのか、家庭の事情があって困ってやむなくとっているのか、それが分からないのですが、そのあたりはどうなのでしょう。

小室

両方いらっしゃいます。奥様の体調といった状況でとった人もいれば、とりたくてとりたくて入社以来育児休業制度をチェックしてきたと言う男性もいます。育児にかかわれるのは今だけという貴重な時間として捉えているのです。

また、最近では幼い頃に男親がどれだけかかわったかが子どもの発育に関係があるという論文もアメリカでは出てきています。今の日本もそうですが、核家族化が進むと、家庭内で母親が育児の大変さを理解してもらえる相手がいない状況が生まれてきます。一方で男性も親世代と同居していた時代のように家庭内で仕事の大変さを話し合える相手がいまいません。そうしてお互いが自分の大変さを主張して相手を責め合ってしまうことが、子どもに悪影響を及ぼしてしまうのです。

ですが、両方が育児と仕事をするようになると、お互いの大変さを理解することができます。

鈴木

お互いに共有することによって理解しあい、その両親の雰囲気子どもに伝わるといことですね。確かにそうかもしれません。

小室

子どもの心が安定するには身近な親が安定している必要があるのです。これまでは育児やワークライフバランスという女性がクローズアップされることが多かったと思います。ですが、これからは男性の働き方の見直し、家庭にかかわれるような時間の使い方の見直しが必要になってくるでしょうね。

ところで、御社では残業は多くありませんか。

● ワークライフサラダ

鈴木

実はかなり多かったのです。ですから何とか減らしたいと思っていました。会社が取り組もうとすると、つつい経費削減のためという目的になってしまいがちなのですが、そうではなく、一人ひとりが自分の人生について一生懸命考えることを突き詰めていくことが重要ですよ。そこで、一人ひとりがワークライフサラダというものを考える取り組みを進めています。



これは一人ひとりが今の自分の状況と、自分がどうなりたいたいのかをサラダにして表現してみるものです。先ほどお話しした「3つのわ」の、「わくわく」するために到達するイメージになるでしょうか。

さらに一人ひとりがそのサラダをプラットフォームに乗せていきます。そうしたお互いのサラダを発表する場をサラダバーと呼び、さらにおいしいサラダを考え、作っていくことをやり始めています。

小室

これは素晴らしいですね。先ほど紹介したファザーリングジャパン代表の安藤さんはワークライフバランスのことを「寄せ鍋」と呼んでいるのですが、サラダというのが御社らしくスタイリッシュで、素敵です。とてもぴんときました。

鈴木 この取り組みは、「わくわくワーク☆きらきらライフ」略して「わく☆きら活動」と呼んでいます。人事本部の若手メンバーが、今おっしゃった安藤さんの講演でその「寄せ鍋」の話を聞いて、キューピーならばどうなるだろうかと考えてサラダにたどり着いたのだそうです。こうしたアイデアが現場から出てくるようになることで、自分たちが思った以上にいろいろな「わくわく」感が生まれてくるようになるのだと思います。

小室 そうやって社員が輝いていないと、良い商品は生まれませんよね。私は主婦向けのセミナーなどでは、商品を買うときには長時間労働の企業からは買わないほうが良いと言っています。社員が疲れた時間帯に製造していたり、企画を考えたりしているようでは良い商品は作れないはずで、社員の働き方が生き生きしていることが何よりも大切ですと話しています。

御社も取得されている「くるみんマーク」もそうした会社の姿勢を示すもので、ワーキングマザーは自分も仕事の現場を知っていますから、商品だけでなくそうした会社の姿勢を見て買うようになっていきます。

● 続けていけるような仕掛けや仕組みを考える

小室 一方で男性が、最近には妻に代わって買い物をする人が増えていきますので、男性の視点、男性が買いやすい商品や売り場ということも考えた方が良いでしょう。男性は上の棚の商品を手にしやすかった話もあります。

また、育児をきっかけに食材に対する意識が変わってしまって、買うものががらりと変わるということもあるようです。育児休業に限らず、男性が仕事以外の時間をより長く過ごすようになると、そういった新しい発見をする機会にもなりますね。

鈴木 今までは触れていない世界を見て、やってみたら面白さがわかって、そこで視点が変わるということかもしれませんね。キューピーはベビーフードから介護食まで手がけていますので、そういった場面の気持ちを感じて作ることはとても重要なことだと思います。

小室 今おっしゃった介護についても、あと15年もすると介護で休まなければならない団塊ジュニア世代の男性が増えてきます。育児で定時に帰る女性よりも介護で定時に帰る男性の方がずっと多くなるかもしれません。そうした時の労働時間のあり方について、企業は今から真剣に捉えて考えていく必要があると思います。

鈴木 確かにそうかもしれません。今日お話をお聞きしていて、何かそうやって新しい発想が生まれたときには、それを一度で終わりにせず、続けていけるような仕掛けや仕組みを考える必要があると改めて感じました。

キューピーでは有給休暇の取得率が2007年は5割弱だったのが2008年は6割になりました。これは年初に休む計画を立てて申請するようにしたため、それが仕掛けとして機能したためだと考えています。

男性の育児休業についても、制度はあったにしても最初にとった男性は革命的なことだったと思います。そして育児休業をとった人が「良かったよ」と周囲に伝えていくことで、後からついていく人が増えていくような環境作りをこれからも続けていきたいですね。

2009/3/19 渋谷本社にて



小室淑恵(こむろ よしえ)氏 プロフィール

株式会社ワーク・ライフバランス代表

1975年東京生まれ。2004年度ウーマン・オブ・ザ・イヤー受賞。育児、介護、うつ病などによる休業者の復帰を支援する仕組み「armo(アルモ)」を開発。ワークライフバランスに関する著作多数。一児の母。理想的なワーク&ライフを過ごす第一人者として多くの人から支持を受けている。



♡ お客様の気持ちになって食の提案をいたします。

「いちばん大切な人に安心して食べていただきたい」。

これが“品質第一”を信条とするキューピーのものづくりの原点であり、一人ひとりが常に自分自身に言い聞かせ、守り続けている考え方です。当社グループでは、安全でおいしい食生活の提案を通じて、お客様の明るく健やかな生活を応援していきたいと考えています。

- 🍃 品質への取り組み
- 🍃 ユニバーサルデザイン
- 🍃 アレルギーへの配慮
- 🍃 お客様とのコミュニケーション



品質保証体制

食品の製造・販売は、「多くの方の命を預かっている」といっても過言ではなく、安心していただける原料を使用し、細心の注意を払って衛生的に製造することで、お客様にお届けするまで万全を期さなければなりません。当社グループでは、社長直轄の品質保証本部を中心に、グループ全体の品質保証のため、原料や資材、製造工程の諸問題に対応できる機能の充実を図っています。製造現場の生きたルールづくりや社内監査、品質事故防止活動、原料情報の一元化といった品質を守る仕組みづくりと、その仕組みを運用し、実際に品質を守るための従業員への教育研修を中心とした品質を守る人づくりを両輪とし、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。



品質を守る仕組みづくり

安全な食品を製造していくためには、製品の品質を管理するための仕組みの整備が必要不可欠です。当社グループでは、1925年にマヨネーズの発売を開始して以来、独自の品質管理の仕組みを構築してきました。その仕組みをさらに強化するために、品質管理システムの国際規格であるISO9000シリーズの認証取得を進めています。

ISOの規定による審査以外にも、品質保証本部の専門の担当者が各工場を訪問し、担当者とは話をしながら品質管理の状態を確認する品質監査を毎年行っています。この品質監査の機会を通じて、各事業所における品質改善事例の水平展開も行って、グループ全体の品質の向上につながっています。

認証取得会社一覧

認証取得会社	取得事業所数	認証取得会社	取得事業所数
キューピー(株)	13	(株)エスワイプロモーション	16
(株)カナエフーズ	10	(株)キューソー流通システム	116
キューピー醸造(株)	4	キューピータマゴ(株)	8
(株)ケイパック	3	光和デリカ(株)	1
コープ食品(株)	3	(株)菜華	3
(株)ディスペンパックジャパン	4	(株)ファミリーシェフ	1
富士山仙水(株)	1	計	183

2009年5月現在



製造工場におけるセキュリティの強化

当社は、確実な防犯体制づくりのために、工場建屋への入室の際の認証式施錠管理の導入と、敷地内への不審者の侵入を防ぐための防犯カメラの設置を行い、全国9工場のセキュリティを強化しました。

工場建屋への入室の際のセキュリティシステムについては、暗証番号を必要とするランダムテンキーロック式や、IDカードリーダー式、指紋認証式など、入室する人員や職場の特性に合わせて選択しています。また、実験用試薬などを使用している品質管理課や生産技術課についても入室の際の施錠管理を徹底しています。

今後も間違いのない製品づくりの体制を一層徹底し、従業員が安心して仕事に従事できる環境を整えていきます。



● 品質を守る人づくり

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知識を備えた人がいてこそ品質は守られると当社グループでは考えています。

そのため当社グループでは、従来より担当者への専門研修、工場や部署ごとの独自の勉強会といった取り組みを推進してきました。製造現場において自ら品質向上活動を実践している担当者を「クオリティサポーター」と呼び、品質保証本部や工場の品質管理担当者が積極的にその活動の支援を行っています。

また、食品法令や微生物についてなど、さまざまな専門カリキュラムが用意された「品質カレッジ」には、製造現場から希望者が数多く参加しています。受講後も集まった参加者同士の情報交換を積極的に推進することで、製造現場からのボトムアップによる品質向上にもつながっています。





みんなを笑顔にする「No Smile, No Work.」の気持ちで。

安全・安心な製品をお届けするためには、確実なチェック、従業員のやりがい大切です。

挙母工場では今、みんなの能力を最大限発揮できるような基準を作り、さまざまな改善活動『輝能化』を行っています。それが従業員に大きなやりがいと笑顔をもたらします。そして最高品質を築いた先にお客様の笑顔があるはずです。

『No Smile, No Work.』の気持ちを忘れずに、品質を守り続けていきたいと思えます。



坪井 夕香
キューピー 挙母工場

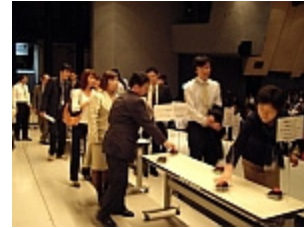


わくわく活動合同発表会

従業員全員がやりがいを持ち“わくわく”した気持ちで仕事に取り組めるように、各事業所ではさまざまな手法を使った職場・業務改善活動に取り組んでいます。

当社グループでは、そうした取り組みのプロセスを発表し、グループ全体で共有するために「わくわく活動合同発表会」を行っています。

2008年10月24日に開催した第26回の発表会では会場に750名以上の従業員が集まり、各地区から選ばれた15チームが発表を行いました。



わくわく活動に感謝・感激。

2008年に突如始まった「わくわく活動」。初めは何のことだろう？と他人事のように思っていました。それがなんと私たちの活動を発表することになり、がんばってきたことを何とか伝えようと皆に協力してもらって資料を作りました。とても幸せで貴重な時間でした。

地区大会への参加でも大満足でしたが、結果はなんと全国大会出場！！はかり知れない緊張を味わいましたが、私たちの会社「菜華」と私たちの「がんばり」を知っていただくことができ、良い経験になりました。

さらに思いもよらぬ「最優秀賞」を受賞し、職場の全員が喜んだことはもちろん、グループの皆様にも認めてもらえたことで自信がつき、日々の仕事に対する気持ちも変わってきました。

2009年、今まで愛情込めて50年間製造してきた「漬物」が、私たちの職場から卒業することになりました。とても寂しいですが、この最優秀賞が今までのご褒美だと思って、これからも「わくわく活動」にチャレンジします。



木下 良美
菜華

● 原材料の品質向上

「良い製品は、良い原料からしか生まれない」。それが当社グループの原料についての考え方です。

原料については、製造日などの情報をはじめ、原料メーカー様の製造現場における衛生管理から製造工程の状態にいたるまで、さまざまな項目が記載された独自の「原料品質規格書」で管理しています。新しい原料を使用する際には、経験を積んだ専門の担当者が必ず原料メーカー様を訪問し、規格書には表れない現場の雰囲気や実際の運用状況などを確認しており、その後も定期的に訪問して情報交換を行っています。



また、規格書の内容は電子ファイル化され、その原料が使われている製品や配合の情報、商品のラベルに表示する内容までを統合的に管理するシステムを構築しています。このシステムにより、万が一製品の原料に問題が発生した場合にも、同じ原料がどの製品に使われているかをすばやく特定し、速やかに対応することができます。



ベビー飲料の自主回収

2008年8月、キューピーベビー飲料(瓶入りジュース)シリーズ4品目の原料として使用していた「5倍りんご透明濃縮果汁」について、表示(国産)とは異なる産地(中国)の原料が使用されていたことが判明し、商品の自主回収を行いました。



当社グループで使用している主要な原料については、現地訪問による確認と事前のサンプルによる検査を行っており、当該原料についても同様でしたが、表示とは異なる産地であることを見抜くことができませんでした。今後、調達先での取引履歴の確認を含め、表示と現物の原産地の一致についての把握を進めていきます。

お詫びとお知らせ <http://www.kewpie.co.jp/babyfood/info.html>

● 生産システムの高度化

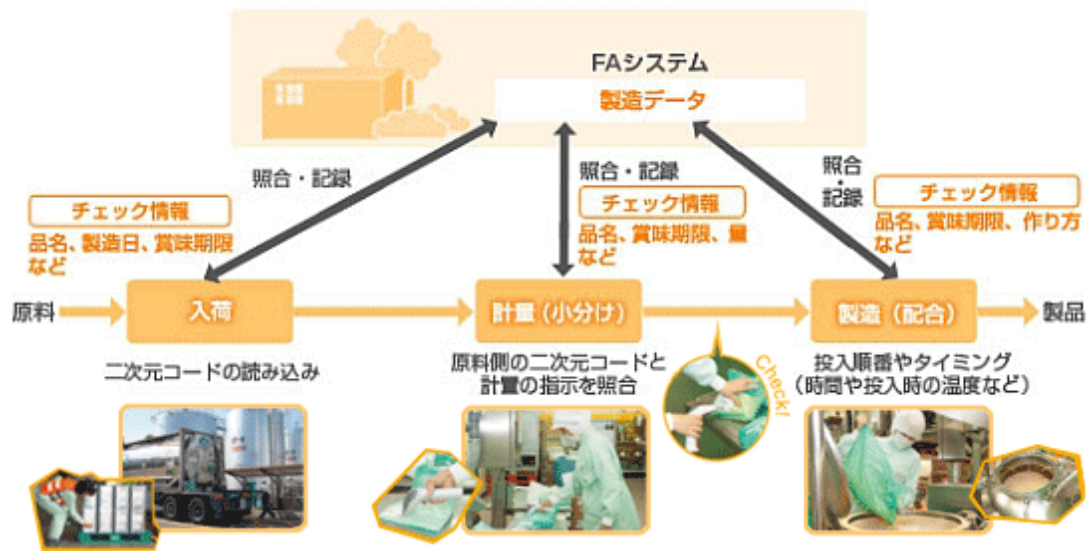
どんなに良い原料があっても、それだけでは良い製品は生まれません。加工食品の多くは、さまざまな原料から作られています。その製造には数多くの工程があり、それぞれに決められた手順やルールをきちんと守る必要があります。

1日に何種類もの製品を製造する中で、異なる原料や賞味期限の切れた原料を誤って使用してしまうといった事故をなくすために構築されたのが、自社開発のFA(ファクトリー・オートメーション)システムです。



このシステムは、原料を入荷する時、必要な分量に計量する時、調理して充填する時、製品を出荷する時など、製造工程のさまざまな場面で、原料の種類や使用量、賞味期限などを確認、記録しています。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は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。

このFAシステムは、稼働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。



妥協のない強い思いが、FAシステムをさらに機能させています。

FAシステム構築のお手伝いをさせていただいて感じることは、キューピー様の製造現場では、常に消費者の方に安心して召し上がっていただくことを意識され、製造工程上の品質に妥協しない強い精神で取り組まれていることです。

製造品質向上に対する強い意識がFAシステムにさまざまな機能を生み、現場で育まれた工夫がたくさん表れています。

これからもお手伝いをさせていただきたいと考えております。



中井 浩貴 様
オムロン株式会社
品質ソリューション部

● 保管と配送における取り組み

食品の品質を維持するためには温度管理が重要であり、それは輸送においても同様です。

グループの物流の多くを担うキューソー流通システムでは、「品温、日付、品番・品名、時間、数量」の5つのこだわりをかがげ、食品の特性にあわせた4つの温度帯で商品の保管・配送を行っています。多品種化、少量化により一度に輸送する商品が多岐に渡る中で、まちがいのない輸送をめざし、ISO9001に基づく品質管理や独自の物流システムの構築を進めています。

また、専用のタンクローリーでマヨネーズに使われる植

物油を輸送するエスワイプロモーションでは、全部署を横断的にサポートする「こころセンター」を中心に、品質管理と安全輸送の向上や環境に配慮したエコドライブの推進をメインテーマとして、従業員教育や顧客満足度調査を行っています。

食品の輸送は当社グループの事業の一つであり、グループ共通の品質理念のもとで、製造から配送まで一貫した取り組みを進めています。



● ユニバーサルデザインへの取り組み

できるだけ多くの方に使いやすいことをめざすユニバーサルデザインへの取り組みは、当社グループのめざす姿「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」を具現化することでもあると考えています。

当社グループではお客様相談室、広報室、研究所、商品開発本部など、様々な部署が集まる「ユニバーサルデザイン推進委員会」でユニバーサルデザインにかかわるテーマについて話し合いを行っており、その結果を各部署で具体的に検討しながら、商品や活動の改善を進めています。

また、ホームページの「お客様相談室」の 카테고리では、ユニバーサルデザインの取り組みをまとめて紹介しています。

ユニバーサルデザインへの取り組み <http://www.kewpie.co.jp/customer/universal/index.html>

キューピーのユニバーサルデザイン原則

1. 誰でも公平に利用できる
2. 使う上で自由度が高い
3. 使い方が簡単ですぐに分かる
4. 必要な情報がすぐに理解できる
5. うっかりミスや危険につながらない
6. 無理な姿勢を取ることなく少ない力で楽に使用できる
7. アクセスしやすいスペースと大きさの確保
8. 人体に危害を加えない
9. 環境に配慮している
10. 利便性に優れている

● 見やすさへの配慮

商品ラベルの表示は、内容が正確であることはもちろんのこと、お客様に見やすい表示になっているか、必要な情報が明確に記載されているかといった点にも配慮する必要があります。

当社グループでは、ユニバーサルデザイン原則に則った表示基準に従って、文字の色や大きさをできるだけ見やすくするだけでなく、栄養成分の表示を工夫するなど、順次パッケージの見直しを行っています。

商品の使い方や注意事項など、お客様が困ったり悩んだりすることがないように、情報をわかりやすく正しく伝える表示への改善を進めています。



キューピードレッシングのラベルでの取り組み

2008年2月にリニューアルしたキューピードレッシング（金キャップ、赤キャップシリーズ）では、ドレッシングの容器としては日本ではじめて点字瓶を採用しただけでなく、裏面表示についても図や色使いに配慮し、関連情報を近い位置に読みやすく整理するなどのデザイン変更を行いました。よりおいしく召し上がっていただくためのドレッシングの振り方や分別方法についてのイラストの見直し、2007年にはじまった「ドレッシング類の表示に関する公正競争規約」に準じた商品であることを示す「公正マーク」の表示などを行っています。

ドレッシングラベル表示の見直し

裏面表示変更について

<旧>

<新>

「ドレッシングの振り方」を大きくわかりやすく表示しました。

栄養成分表示を見やすくしました。

「公正マーク」を表示しました。

分別廃棄の方法をわかりやすくイラストで表示しました。

(2008年2月時点)

※キューピードレッシングは2009年2月にリニューアルを行い、容量を使いやすい170mlに変更しました。その際、ラベルの表示についても一部見直しを行っているため、現在のデザインは上記とは異なります。

● 使いやすさへの工夫

良いパッケージは、目立つことなく自然に生活に馴染むものです。食品の容器は中身の品質を保持することが最大の役割であることはもちろん、お客様の生活の一部として使っていただくために、安全で使いやすいことも大切な要素だと考えています。

当社グループでは以前より「持ちやすい」「開封しやすい」「取り出しやすい」「中身が見える」といった容器・包装への配慮を前提に開発を行ってきました。お客様相談室に寄せられるお客様からの要望や開発担当以外の従業員によるモニターテストの意見を生かしながら、これからも使いやすい容器・包装をめざしていきたいと考えています。



より持ちやすく、振りやすい容器への改良

2008年2月に「キューピー3分クッキング パスタのためのオイルソース」の瓶をよりユニバーサルデザインに配慮した瓶に変更しました。

瓶の重量を約10% (150g→136g) 軽量化しただけでなく、肩の部分にくぼみをつけて、より持ちやすく振りやすくしています。また、1人前の目安が分かりやすいように目盛りを瓶に刻むなどの工夫をしています。

ユニバーサルデザインの理解促進と意識高揚をめざして活動しているユニバーサルデザインフォーラム(UDF)による製品評価会では、次のような評価をいただきました。

- 容器の首の部分にくぼみがあり、すべりにくく持ちやすい。
- 開け口がはっきりと色分けされて、迷うことなく開けられる。
- 瓶がスリム化され、軽くなった。
- 大事な注意事項がアイコン化され、色分けもされていてわかりやすい。



ユニバーサルデザインフォーラム ホームページ <http://www.universal-design.gr.jp/>

● ユニバーサルデザインフード

当社グループでは、唾液の量の減少などにより、かむ力や飲み込む力といった食べる機能が低下した方にも、おいしい食事を楽しんでいただくため「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。

介護食「やさしい献立」シリーズでは、食べる機能に応じた4つの区分と、水分補給のための「とろみ調整」という区分で、分かりやすいロゴマークを表記して提供しています。

主菜から副菜、補助食にいたるまでの品揃えや、メニューブックでのレシピの紹介などを通じて、おいしく豊かな食生活を支援していきたいと考えています。



【参考】日本介護食品協議会のユニバーサルデザインフード区分表

	区分1	区分2	区分3	区分4	
表示	容易にかめる	歯ぐきでつぶせる	舌でつぶせる	かまなくてよい	とろみ調整
かむ力の目安	かたいものや大きいものはやや食べづらい	かたいものや大きいものは食べづらい	細かくまたはやわらかければ食べられる	固形物は小さくても食べづらい	
飲み込む力の目安	普通に飲み込める	ものによっては飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらい	
ロゴマーク					

使用原材料を細かく分かりやすく表示

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。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。

当社では、食物アレルギーへの配慮は大きな課題の一つと考えており、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、レトルトパウチ、おやつ製品などでは、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おり、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

えび・かに・小麦・そば・卵・乳・落花生・あわび・いか・いくら・オレンジ・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



当社は、食物アレルギーへの理解の輪を広げ、食物アレルギーを持つ乳幼児の保護者を応援する食物アレルギー啓発DVDを制作しました。

食物アレルギーについての正しい知識や対処方法、体験談をまとめたもので、保健所、保健センター、親の会など約4,000か所に無償で配布しています。



安心で適切な情報をみなさまへ。

全国には、約2,730の市町村保健センターがあり、身近な健康づくりの場として、推計で年間約5千万人を超えるみなさまに利用されています。乳児からお年寄りまで、各年代ごとに様々な健康づくりのための健診や相談、教室が開催されていますが、特に育児をしているみなさまにとって、保健センターは心強い存在となっています。

このDVDは、発生メカニズムやケアについて具体的なアドバイスが盛り込まれ、むやみに恐怖心をあおらないのに、知るべきことはきちんと整理されています。育児中の方々への育児相談や健康教室だけでなく、健やかな育児を地域で支援する保健師さん、管理栄養士さん、保健活動を共に推進する地域ボランティアのみなさまの教材としても、活用されています。



村中 峯子 様
(社)全国保健センター連合会
総務部長

● 食物アレルギーに配慮した商品開発

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。

当社では、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。



お客様相談室の役割と仕組み

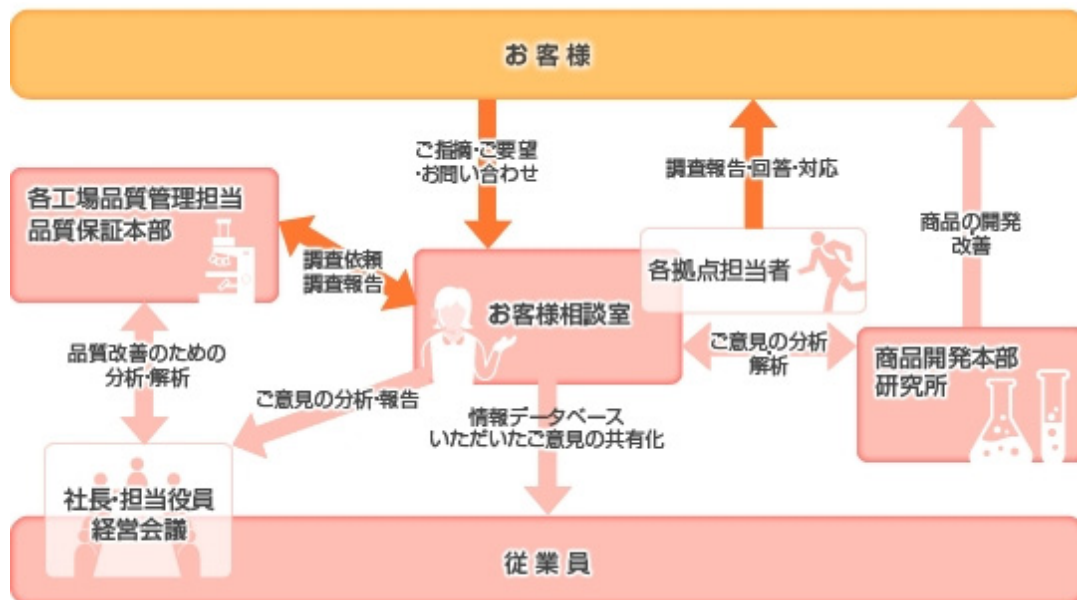
お客様に本当に喜んでいただける良い商品を作るために、お客様のご意見はとて貴重です。当社グループではお客様からのご意見を大変ありがたいものであると受けとめ、迅速に、正確に、そして誠意を持って対応しています。

お客様からの一つひとつのご意見の真意を把握して従業員と経営トップに伝え、商品やサービスの改善の具現化を推進していくことがお客様相談室の基本的な役割です。お問い合わせに対しては、一人ひとりのお客様に、丁寧にわかりやすくお答えし、ご満足いただけるよう心がけています。また、商品の調査などを必要とするご指摘をいただいた際には、直接訪問してお話をうかがうことを基本的な考え方にしており、各事業所に担当者を配置しています。



お客様相談室	0120-14-1122 (9:00~17:30 ※土日祝日は除く)
---------------	--

お客様対応の流れ



お客様の声

当社グループではお客様からのご意見を、商品の調査などを必要とするご指摘と、販売店や賞味期限についてなどのお問い合わせの二つに分類しています。

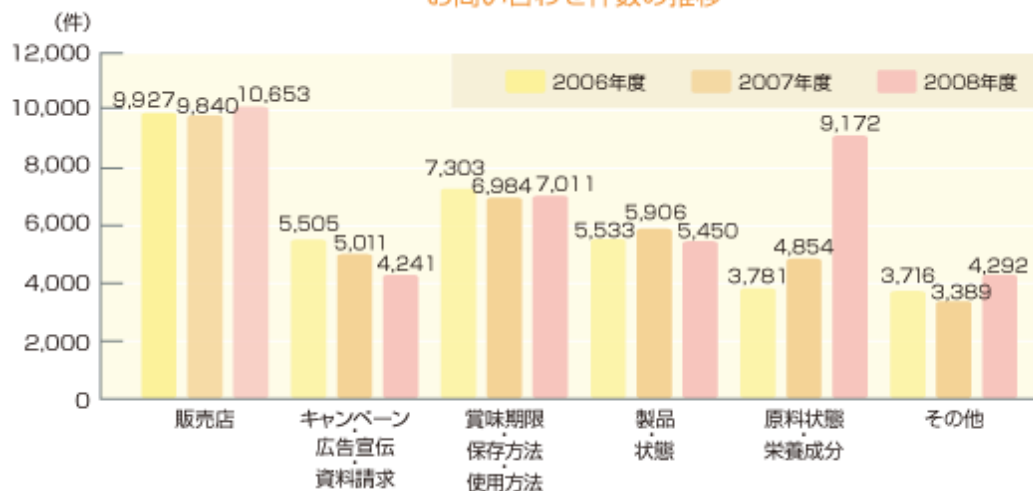
2008年度にお客様相談室にいただいたご意見は52,240件で、昨年を大きく上回りました。中国産餃子事件に伴うご質問や、キューピーベビー飲料の自主回収等におけるお問い合わせで、原料状態についてのご意見が数多く寄せられています。

2008年度のご意見数と内訳

ご意見数合計		52,240件
内訳	ご指摘件数	11,421件
	お問い合わせ件数	40,819件

※業務用関連のご意見も含めたすべての件数です。
※ご指摘件数はお客様相談室で受けた時点での件数です。

お問い合わせ件数の推移



■お客様からのお問い合わせの例

原材料の産地はどこですか？安全性が気になります。

当社グループで使用している主要原料については、海外を含めた複数の供給ルートを確認することで安定した供給をめざしています。すべての原材料は産地に関わらず当社グループ独自の品質規格書の提出を受けており、自社にて品質を確認した原材料を使用しています。

また、その原料が使われている製品や配合の情報、商品のラベルに表示する内容までをデータベース化して管理しており、万が一製品の原料に問題が発生した場合にも、同じ原料がどの製品に使われているかをすばやく特定し、速やかに対応することができます。



中国産乾燥全卵からのメラミンの検出について

2008年10月、当社グループのキューピータマゴ(株)が輸入・販売した中国産乾燥全卵からメラミンが検出され、ホームページ等で告知を行いました。その後お客様からマヨネーズやベビーフードなどでの当該原料の使用についてのお問い合わせが多数寄せられていますが、当社グループの製品には使用しておりません。

今回の中国産乾燥全卵の調達にあたっては、現地訪問による原料管理、製造工程管理、製品管理の監査の実施と、事前サンプルによる残留農薬375項目、動物医薬107項目の検査を行っていましたが、メラミンについては上記に含まれていませんでした。

なお、現在当社グループでは中国産の鶏卵加工品については調達を中止しております。

メラミン検出に関するお知らせ(キューピータマゴ)

<http://www.kewpie-egg.co.jp/info/info20081016.html>

● お客様への情報発信

当社グループでは、お客様の信頼にお応えする広告宣伝を心がけています。広告の制作も食品づくりと同じであり、「製品の質を広告の質で表現する」ことで、信頼されることはもちろん、親しみやすさを意識したメッセージを伝えていきたいと考えています。

また、ホームページでは、商品情報のほかに、「とっておきレシピ」による手軽でおいしいメニュー提案やマヨネーズに関する詳しい情報、キッチンで役立つ裏ワザ情報など、ご家庭で食事を作って“食べるたのしさ”を発見してもらうために、便利で楽しい情報を充実させています。そのほかにも、メールマガジン「キューピー耳より通信」を毎月配信するなど、お客様とのコミュニケーションを意識したメッセージをお届けしています。

2008年11月には、ホームページ内に「お客様相談室」というカテゴリを設けました。お客様の疑問にいち早くお答えするため、よくお寄せいただく質問とその回答を商品やキーワードごとにまとめて紹介しています。



お客様相談室 <http://www.kewpie.co.jp/customer/index.html>



キューピーに興味をもっといただくきっかけに。

お客様にキューピーの商品や会社について気軽に知っていただけるようなサイトをめざしました。

『よくお寄せいただくご質問』コーナーでは、これまでお客様相談室に寄せられたご質問の蓄積をもとにつくったQ&Aを掲載し、お客様の疑問・質問に少しでもお答えできるようにしました。また、知りたい情報を見つけやすいよう、質問を「商品カテゴリから」「お困りの状況・知りたい内容から」のどちらからでも探していただけるように工夫しました。

「あの商品はもう無いの？」というご質問もよくいただくことから、販売終了商品をこれまでのご愛顧への感謝と併せてお知らせするコーナーも設けました。

このサイトが、お客様のお役に立つだけでなく、キューピーに興味をもっといただくきっかけになれば、大変うれしいです。



佐藤 香奈子
キューピー 研究所
(前お客様相談室)

● 在宅療養患者様への対応

1925年に発売された国産初のキューピーマヨネーズは、日本の人々の体格向上を願って、外国製品にくらべて約2倍の卵黄を使った栄養豊富なマヨネーズでした。おいしく健康な食生活に貢献したいという当社グループの願いは、「Food, for ages 0-100」のスローガンのもと、初めて食べ物を口にする赤ちゃんのための育児食から、医療現場や介護のための医療食・介護食まで、さまざまな食の場面に通じています。

健康機能事業では、増加傾向にある在宅療養患者様向けの商品開発を強化しており、それらの商品はキューピー・アヲハタネットショップを運営している通信販売会社、トウ・キューピーより患者様に直接お届けしています。また、トウ・キューピーでは商品担当者による相談窓口を設置し、商品についてわかりやすく解説しています。



<p>お問い合わせ先 株式会社トウ・キューピー 商品担当直通ダイヤル</p>	<p>0120-384-999 (9:00~17:00 ※土日祝日は除く)</p>
---	--



♡ 一人ひとりの個性と、成長する意欲を大切にします。

「企業は人なり」と言われるように、人材こそが会社独自の力を生み出して発展をもたらしてくれるものです。

そのために、何よりも大切なのは従業員の成長。従業員一人ひとりの個性と、成長する意欲を大切にしながら、企業理念のもと日々の業務に取り組むことで、グループの持続的な発展がもたらされると考えています。

当社グループでは、「正直・誠実」を基本にチームワークを大切にしながら、チャレンジ精神豊かな人材の育成を行っています。

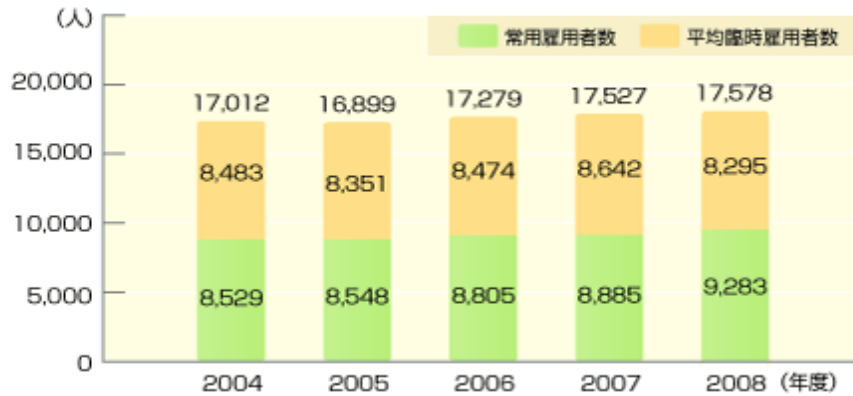
- 🌸 雇用の状況
- 🌸 ワークライフバランス
- 🌸 キャリア支援
- 🌸 コミュニケーション
- 🌸 労働安全衛生



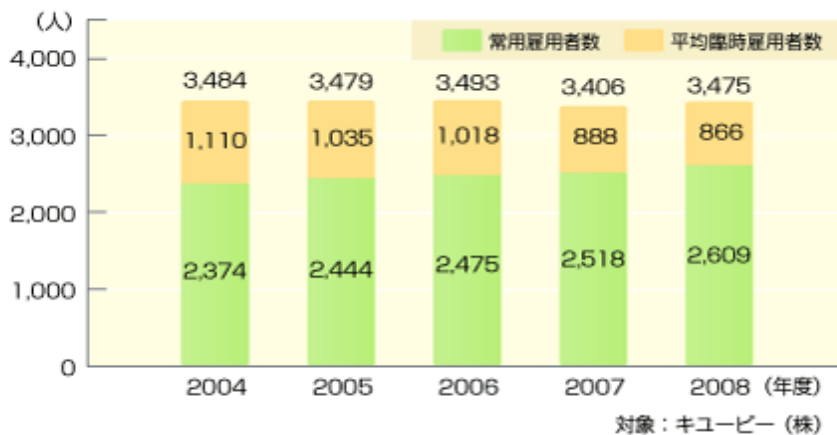
● 従業員の構成

当社グループの2008年度末(2008年11月30日)時点の全従業員数は17,578名です。内訳は社員、嘱託社員など常用雇用者が9,283名、パート、アルバイトなど臨時雇用者が8,295名(年間の平均人員)となっています。当社の従業員数は3,475名で、平均年齢は35.8歳、平均勤続年数は11.5年です。女性従業員の占める割合は約50%で、男女の比率はほぼ同じとなっています。また、当社の総合職・地域総合職に占める女性の割合は14%(前年5.5%)、女性基幹職(管理職・専門職)は7名(前年7名)です。

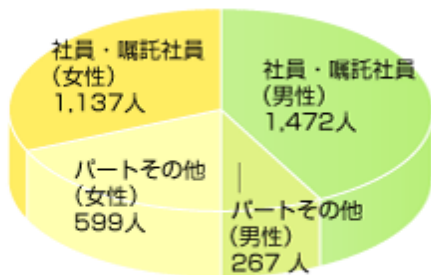
グループ従業員数の推移



当社従業員数の推移



男女別従業員数



2008年11月30日現在
対象：キュービー(株)

男女別平均年齢・平均勤続年数

	平均年齢(才)	平均勤続年数(年)
男性	40.9	15.6
女性	29.1	6.2

2008年11月30日現在
対象：キュービー(株)社員

● 障害者雇用

当社グループでは、障害者の方が持つ力を十分に発揮し、働く喜びや生きがいを見出していく場を創出することは、企業としての社会的使命と考えています。この考え方にに基づき、各事業所では障害者の方々が社会参加できるよう進めてきました。

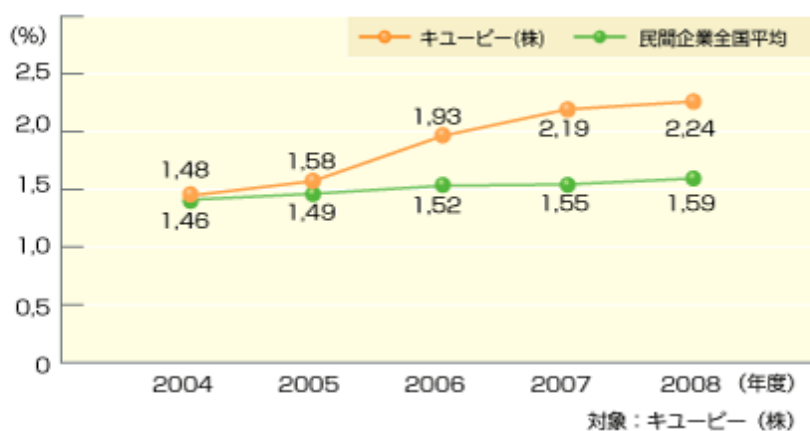
キューピーでは2003年6月に特例子会社キューピーあいを設立し、更なる障害者の職業的自立と社会参加に寄与することをめざしています。

2008年6月1日時点での当社の障害者雇用率は2.24%でした。グループ全体でも、グループ全体の常用雇用者数に法定雇用率1.8%を乗じた雇用必要数を上回っています。今後も一人でも多くの方々の雇用できるよう努力していきます。



キューピーあい <http://www.kewpie-ai.co.jp/>

障害者雇用率



2008年度の主な受賞実績

- キューピー株式会社
「障害者雇用優良事業所」(社団法人東京都雇用開発協会)
- 株式会社キューピーあい
「平成20年度障害者雇用職場改善好事例」奨励賞
(独立行政法人高齢・障害者雇用支援機構)



キューピーあいによるグループ会社への障害者雇用支援

キューピーあいでは、自社で培ったノウハウを活かしながら、当社グループ各社に対して障害者雇用の支援を行っています。

グループ会社での障害者の採用と職場への定着を進めるため、面接や実習のサポートのほか、2008年からは、グループ会社に入社した知的障害者向けに、ビジネスマナーや報告・連絡・相談を学ぶための新入社員研修もスタートしました。





カット野菜の製造・販売を行っているサラダクラブでは、2007年秋より、東京都府中市にある中河原工場がモデルとなって、積極的に障害者雇用に取り組んでいます。サラダクラブ中河原工場では「やさしく、安心して働ける職場づくり」をめざして、工場長や担当者を中心に、地元の障害者支援センター、学校、家庭と連携を取りながら、障害者の受け入れを進めてきました。



2008年4月に初めて新卒で入社した2名は、グループ会社のキューピーあいでの新入社員向けの研修を受講した後、他の従業員と一緒に原料の処理や製品の検品といった業務に従事しています。サラダクラブでは、2008年12月1日現在11名の障害者が働いており、雇用率は1.89%で法定雇用率を上回っています。今後も障害者が社会に参加できる機会の創出をめざし、一人ひとりが定着して長く働き続けたい職場にしていきたいと考えています。



今の仕事を長く続けられるようがんばりたい。

私はサラダクラブで働きはじめて2年目を迎えました。ここでは辛いことも楽しいことも含めて色々あります。

仕事をしていて楽しいのは検品です。検品は簡単ではありませんが、毎日とても楽しく、私の勉強になっています。

まだテキパキと仕事は出来ていないので、今後、もっとテキパキとお仕事をこなせるようになればと思っています。今の仕事を長く続けられるようがんばります。



小島 千明
サラダクラブ 中河原工場

● 再雇用

定年を迎えた従業員に新たな活躍の場を設け、定年後の「やりがいや生きがい」を支援し、また高齢者雇用に対する社会的な要請にも応えることを目的に、2000年2月より定年退職者再雇用制度を導入し、2006年4月より対象をパートを含めた全従業員としています。

再雇用先は当社およびグループ会社と職域を拡大し、長年のスキルを最大限に生かせる制度となっています。

再雇用者数

2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
19名	18名	71名	79名	92名

対象:キューピー(株)

● 採用のあり方

新規学卒者の採用に際しては、募集職種や応募条件などの情報に加えて、社是・社訓や経営理念などを理解していただくことを特に重視して説明を行っています。これは、どの職場で働くことになったとしても、会社の基本となる価値観を共有することが何よりも大切であると考えているからです。なお、選考においては、学部・学科を問わず人物本位で選考を行っています。

また、2007年からは、より専門性の高い仕事に就きたいというニーズに応えるため、技術系・事務系に分けて採用活動を行っています。



採用情報 <http://www.kewpie.co.jp/company/recruit/index.html>

ワークライフバランスの考え方

従業員一人ひとりが、成長し豊かな人生を送ることを大きな目的とし、ワークライフバランスの実現に取り組んでいます。

一人ひとりが豊かな人生を送るためには、会社や家庭での役割を果たし、魅力的な人になることが大切です。従業員一人ひとりがそれぞれのワークライフバランスについて真剣に向き合う機会を作るとともに、時間の創出への取り組みや育児支援など様々な制度の充実を進めています。



一人ひとりが描く「ワークライフサラダ」

2008年2月、人事本部の若手を中心となり、従業員一人ひとりがワークライフバランスを実現できるような会社をめざして「わくわくワーク☆きらきらライフ」プロジェクト(略して「わく☆きららの会」)が立ち上がりました。

この「わく☆きららの会」では従業員が自分の生活をサラダに見立てて、現状と理想のワークライフバランスについて考える「ワークライフサラダ」を活用しています。

また、それぞれが描いた個性豊かな「ワークライフサラダ」を発表し、意見や感想を言い合う「わく☆きららサラダバー」という場を設けています。これまでにグループ内の30の部署で開催し、一人ひとりが自分のワークライフバランスをさらに深く考える機会になっています。



【参加者から寄せられた声】

- 夢に向かって自分が何をすべきか明確になった。
- 自分の仕事のウェイトがあまりに大きいのに驚いたが、他の方のサラダでは仕事以外のウェイトが大きいことを知り、自分もやれば出来るのではないかと思えてきた。
- 充実していると思っていた生活も、もっと良くすることができると気づいた。



部署内と夫婦で開催した「わく☆きららサラダバー」。

部署内と夫婦で「わく☆きららサラダバー」を開催しました。

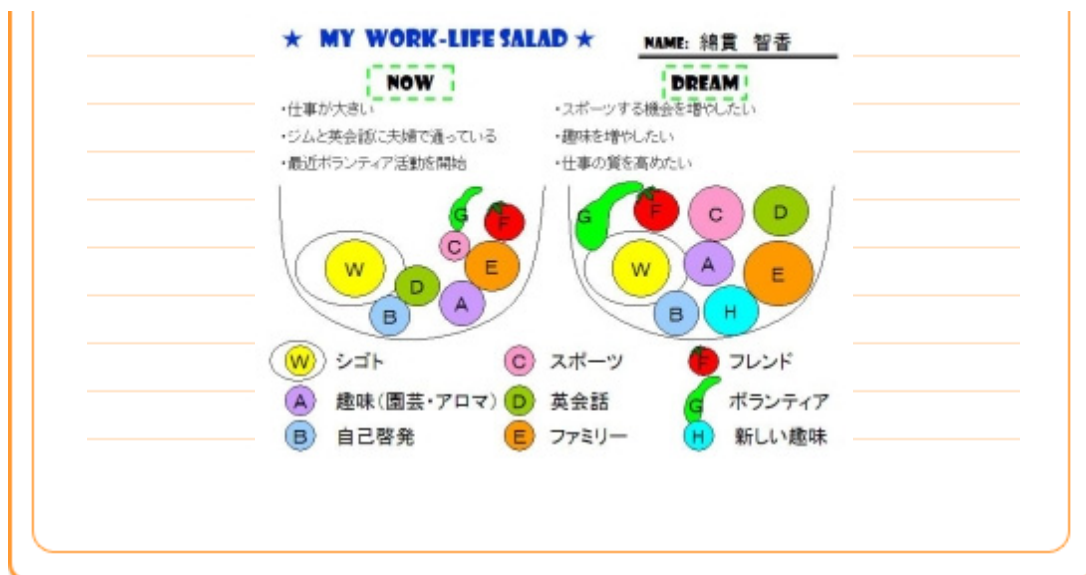
夫婦で互いに発表した後、「どうやって仕事の質を高めるの？」と問われ、ある資格の取得を挙げました。筆記、論文の他に面接のある試験で、試験が近くなると、夫が毎晩面接官役をやってくれました。

上司のアドバイスや同僚からの励ましも、本当に大きな支えでした。合格を私よりも喜ぶ夫や上司に、感謝の気持ちでいっぱいになりました。資格の取得よりもそれまでのプロセスが一番の収穫でした。

今はライフも充実しており、少しずつドリームサラダに近づいていると実感するようになってきました。周囲の支えのおかげで、自分が描いていたよりも素敵なサラダになっているような気がします。



綿貫 智香
キュービー 研究所
基盤技術センター



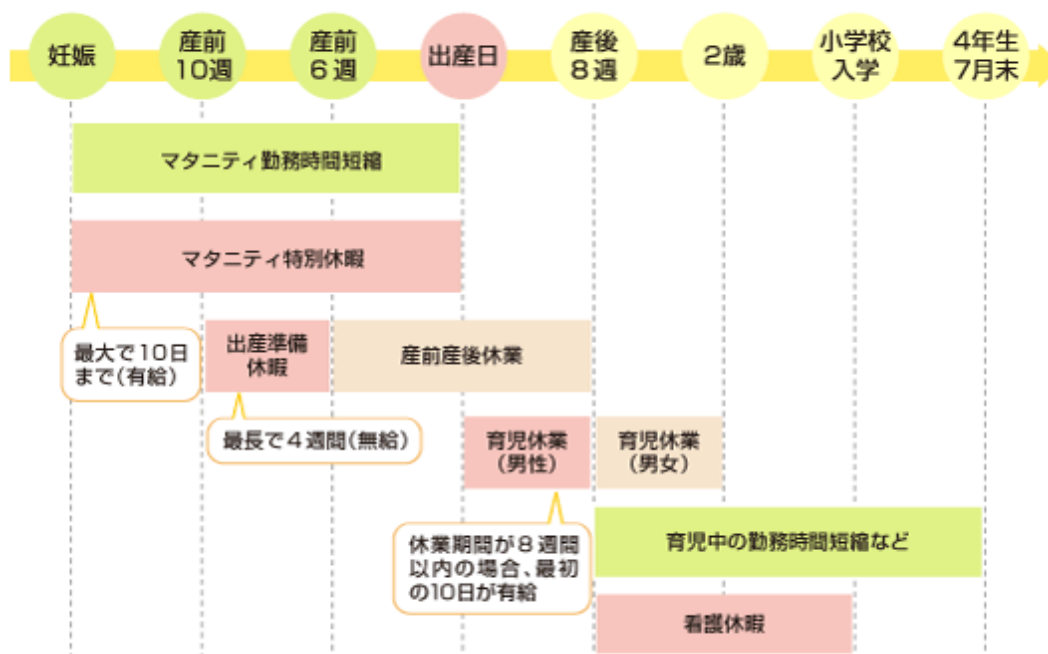
● 子育ての支援

当社では、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年度に、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。2008年度の当社の育児休業取得者数は23名(内、男性8名)で、グループ全体では46名(内、男性10名)となっています。

また、厚生労働省の制定する次世代認定マーク「くるみん」について、2007年に続き、2009年にも取得をしました。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。



主な出産・育児支援制度



育児休業取得者数

	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
男性	0名	0名	2名	2名	8名
女性	1名	1名	4名	14名	15名

対象: キューピー(株)



楽しい子育てができました。

私は妊娠がわかった時、出産後もこの会社でまた働きたいことを上司に相談しました。その結果、育児休業をとることになり、その後、仕事に復帰することができました。

初めての経験で戸惑うことも多いなか、職場のみんながサポートしてくれたおかげで、出産直前まで安心して仕事ことができました。育児休業の1年間、仕事とはまた違った忙しさでしたが、子育てを楽しみながら貴重な時間を家族と過ごすことができました。

今後、育児休業をとる人のために、自分の経験を発信していきたいと思います。



山崎 恵美
キューピー 中河原工場
製造二課



当社は、2006年2月に初めて男性従業員が育児休業を取得しました。人事本部の若手による、5日間の取得でした。

2007年度には8週間以内の休業の場合に最初の10日間までを有給とする制度ができ、2008年度は8人が育児休業を取得しています。

※取得者のメッセージは「社会と環境について語るブログ」でも紹介しています <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat4/000111.html>



【取得した従業員の感想】

- 育児は想像以上にたいへんであることがわかり、自分の母親への感謝の気持ちも強くなった。
- 自分でも取得を考えていたが、労務部から背中を押してもらった。職場の理解、協力の責任感が大切。
- 取得後はワークライフバランスを強く意識するようになり帰宅時間が早くなった。
- 妻の悩みなどを理解しやすくなり、また、育児の手伝いもスムーズにできるようになった。
- 育児休業中の家事は大変だったが、その後、妻を思いやる気持ちがふくらんだ。



育児休業＝父親認定テスト？

2008年の7月に、育児休業を取得しました。

自部署で育児休業を取得するのは私が初めてということもあり、逆に率先して取得してみようと思いました。職場のみんなにも理解をいただき、約1週間ほどの育児休業に後顧の憂いなく立ち向かうことができました。

育児休業を取得したのは、生後1ヶ月ほど経って、妻と娘が実家から我が家へと帰ってくるタイミングです。オムツ替え、お風呂入れ、炊事・洗濯・買い物などなど、育児休業中の私の仕事っぷりは、八面六臂の活躍だったと妻も認めてくれました。娘にも、この育児休業を経て、父親だと認めてもらえたような気がしています。



吉田 拓史
キューピー 研究所
健康機能R&Dセンター

● 従業員が自分の時間を創出していくための取り組み

会社や家庭での役割を果たし、魅力的な人になっていくためには、一人ひとりが仕事の時間だけでなく、自分のための時間を創出していくことが大切になります。当社では、従業員が自らの考えで時間を創出してけるように、所定外労働時間の削減及び年次有給休暇取得の促進に取り組んでいます。

人事本部では、所定外労働の原因分析、対策検討を行う会議を毎月実施する他、管理職を対象とした研修にて労働時間管理、有給休暇の取得促進に関する項目を取り入れ、意識改革を進めるとともに、啓発を図っています。

また、時間創出のための方策は、仕事の内容や事業所によっても異なってくるため、各事業所ごとにそれぞれの事情に合わせた個別の取り組みを進めています。

有給休暇取得率

	2006年度	2007年度	2008年度
有給休暇取得率	45.8%	44.9%	56.4%

対象: キューピー(株)社員



自分の時間を計画的に活用するフレックスタイム制度

当社名古屋支店では、一人ひとりが積極的に自分の時間を活用していくための効果的な手段として、一部の営業職を対象にフレックスタイム制度を導入しています。

2007年に4ヶ月間のテスト導入を行い、労働基準監督署などにも相談しながら運用の内容を検討、2008年9月より本格的にスタートしました。導入は課ごとの判断となっていて、現在7つの営業課のうち3つの課で利用されています。

各自が仕事の計画を1ヶ月単位で作成して支店内に公開しており、お互いの仕事の状況が分かるようになっているため、チームとして計画性を持った仕事の進め方にもつながっています。



時間の使い方にメリハリをつけられるようになりました。

営業ではあまり例が無いと聞いていたので、制度の話があった時は不安もありましたが、1ヶ月単位の時間管理表を作成するうちに、常に先の行動予定を意識することができるようになりました。

結婚したばかりなので、朝の時間を調整して家事を済ませてから出社できたりするのが助かります。逆にお取引先の都合の良い時間にあわせて訪問できるように始業時間を早めることもあり、時間の使い方にメリハリをつけられるようになったと感じています。

今はまだ支店全体に導入されているわけではないので、みんなが使えるように広がって欲しいです。



栩木 美智子
キューピー 名古屋支店
フードサービス営業一課

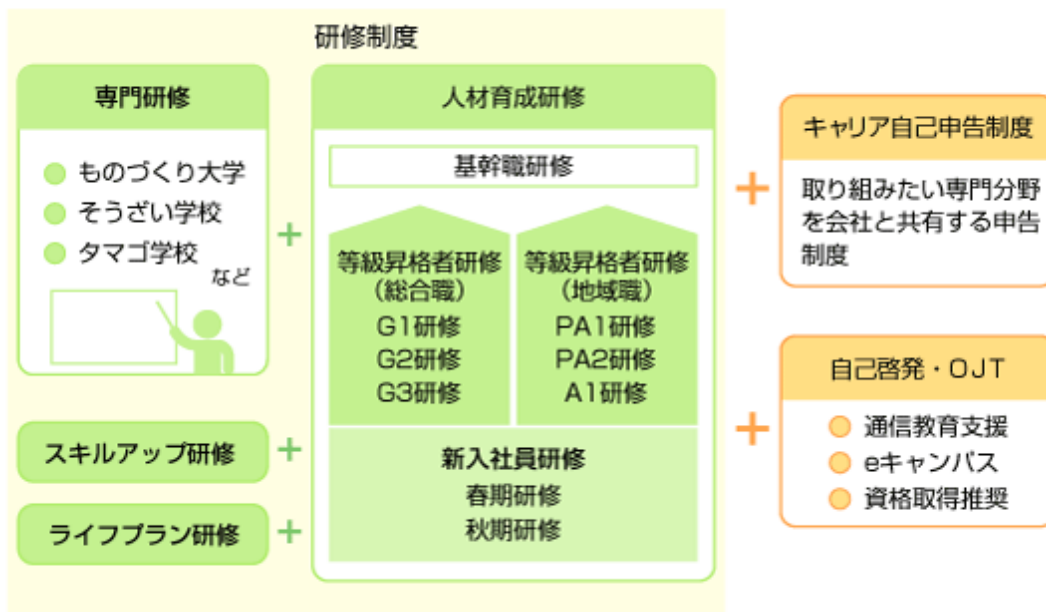
● キャリア支援制度

従業員が自らの将来を考え、キャリアを形成していくことは会社の発展につながります。

当社ではこれまで専門性を高める各種の専門研修や自己啓発のプログラムを充実させて一人ひとりの成長のあと押しをするとともに、仕事上の夢や進路を会社や上司と共有するキャリア自己申告制度によってキャリアの実現を支援してきました。

研修制度の核となる人材育成研修においては、2006年度に導入した等級昇格者研修の定着を図るとともに、研修後学習に「eラーニング」を導入しています。また、仕事の進め方の向上やキャリアの自己実現を目的としたスキルアップ研修を行っています。

キューピー キャリア支援体系図



主なスキルアップ研修

研修名	研修内容	受講者数
コミュニケーション研修	職場におけるコミュニケーションで必須の“伝える技術”(説明力、説得力)および“書く技術”を習得する。	148名
プレゼンテーション研修	プレゼンテーションでは必須の「ビジュアル作成技術」、好感を持たれる話し方「デリバリー技術」を習得する。	127名
コーチング研修	後輩社員の能力や可能性を最大限に引き出すコーチングの進め方を体系的に習得する。	71名

対象: キューピー(株)社員(出向含む)



ライフプラン研修は、今までの生活の振り返りとこれからの自分らしい生き方を考えるきっかけづくりを目的に実施しています。1991年にスタートしたこの研修は、現在、50歳を受講対象とする「ライフプラン研修Ⅰ」と、54歳を対象とする「ライフプラン研修Ⅱ」の2つがあります。プログラムは「ライフプラン」と「マネープラン」で構成されていますが、「ライフプラン研修Ⅱ」では受講者の関心が高い「マネープラン」を中心に講義を行っています。



ライフプラン研修Ⅰを受けて。

50歳を目前にして、いい振り返りができました。「事前学習」では、今までにあまり意識したことのない「家計」について、妻と真剣に話し合い、詳細な見直しができることも貴重な経験になりました。

ある時、ある季節に、突出して出てしまう「支出」は、主婦にとって大きなストレスであったようですが、「年間平均」「月間平均」としてみると実は大した額ではなかった、なんてことにも気づきました。保険の見直しについても詳しい説明があり、大変有り難いことでした。この機会にしっかりと勉強をして、やり直しをしたいと考えているところです。



前田 寿和
キューピー 大阪支店

● 学ぶ意欲を応援する褒賞制度

当社では、従業員のやる気をあと押しする取り組みのひとつとして、各種褒賞規程を定めています。従業員のスキルアップに必要な資格や検定に合格した者に対しては「資格取得賞」を設け、自ら考え、学習する風土づくりと、従業員のキャリア形成を支援しています。また、定期的に資格取得賞の対象となる資格・検定の見直しを行っています。

2008年度取得実績の多かった資格

資格名	2008年度の取得者数
惣菜管理士(1級、2級、3級)	52名
食農3級	25名
食品表示管理士初級	24名

対象:キューピー(株)社員(出向含む)

● プロセスを重視した人事評価制度

当社の人事評価制度は、従業員一人ひとりのチャレンジと成長をあと押しするため、評価項目と育成項目が連動した制度になっており、会社の求める人材像を確認しながら、自ら成長していけるしくみとなっています。

- 結果だけでなく、日々の取り組み(プロセス)を重視します。
- 短期的な目標だけでなく、中期的な課題への取り組みを推奨します。
- チャレンジ、チームワーク、コミュニケーション、創意工夫など、仕事に対する取り組み姿勢を重視します。

評価項目はイントラネット上で公開している他、各自の評価結果のフィードバックを徹底することで、従業員一人ひとりの成長課題やめざす姿を明確にして、従業員の成長を促進する制度となっています。

● 親を大切にする気持ち

「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」。

これは当社の社訓の一つである「親を大切にすること」を掲げるにあたって、キューピー創始者である中島董一郎がその考え方を示した言葉です。私たちはこの社訓を、人とのかかわり方を示す基本的な考え方として、誇りを持って受け継いでいます。

その一例として、当社は社員のご両親へ近況をご報告する手紙と、夏と冬に当社の新商品をお送りしています。また、一部の工場では家族の方に、従業員の普段の仕事を知ってもらうため家族参観を開催しています。こうした活動を継続することで、これからも「親を大切にすること」を大事にしていきたいと考えています。

● 従業員同士のコミュニケーション

当社グループでは、従業員一人ひとりが持っている知識や経験等を共有することで、新たな気づきが生まれる環境を大切にしています。

その環境を育む場の一つとして、「電子かわら版iQp」というコミュニティの場があります。グループ各社・各事業所の取り組みは、各事業所のホームページにあたる「マイ・ホームタウン」上で随時更新されており、「その事業所の今」を垣間見ることができます。「マイ・ホームタウン」を開設する事業所はまだ一部ですが、徐々にその数を増やしています。また、各部署がPRしたい情報は特集を組んで連載するなど、積極的かつ継続的な発信がなされています。

これらの発信への感想はテーマフリーの会議室(掲示板)を利用して、部署・肩書きを問わず自由に、個々の想いや考え・感想や質問を投稿できるのもiQpの特長です。こうしたやり取りが、職場の枠を越えたコミュニケーションを円滑にするきっかけになっています。





“自己紹介”をリレー形式でつなぐ試み

iQpでは一人1ページ、自己紹介を登録することができます。自己紹介ページに載せる内容は自由で、仕事のこと、家族や趣味の話など、多くの従業員が個性豊かな「自分の素顔」を紹介しています。

週に1回、配信を行っているメールマガジン「なれまね通信」には、この自己紹介をリレー形式で紹介していくコーナー「自己紹介☆リコメンド」があり、従業員同士の思わぬつながりが明らかになることもあります。

仕事を通じてだけではない、こうした一人ひとりの情報発信が、従業員同士のコミュニケーションを一層盛り上げています。



「その人の今」が分かるページをめざして。

発足した当初は「見るだけ」の人が多かったiQpも、徐々に変化を遂げて、今では多くの人・部署・事業所から活発に発信がなされています。自己紹介を登録する人も次第に増えて、担当者としては嬉しい限りです。

その自己紹介をリレー形式で紹介するコーナーを設けたのは、個々のページにスポットライトを当てるためです。注目されれば自然と内容を見直して更新する気になりますし、もし自分が紹介したい人がページを持っていなければ、登録のきっかけにもなります。

一度登録したら終わりではなく、「その人の今」が分かるページになればと願っています。



田中 友紀
キューピー 広報室

● OB & OGとのコミュニケーション

当社グループでは、退職されたみなさんとのかかわりも大切にしていきたいと考えています。

OB&OGのみなさん向けに2002年から発行している「かみなれ通信」は、会社の近況を紹介するだけでなく、在職時や退職後の活躍ぶりをOB&OGに執筆いただくなど、双方向・参加型の紙面づくりを心がけています。紙面の内容や発行後に寄せられたメッセージは、[電子かわら版iQp](#)でも公開され、現役従業員のいい刺激になっています。



また、退職された従業員を対象とした「キューピーOGOBサイト」では、OGOB間で情報交換ができるように掲示板を用意するなど、元従業員同士がその後も交流していけるような場にしていきたいと考えています。

- 当社グループOG&OBの方で「かみなれ通信」の送付を希望される方は、[>ホームページのお問い合わせフォーム](#)より、ご連絡ください。
- 当社を退職された社員の方で「キューピーOGOBサイト」の閲覧を希望される方は、[>こちらのページ](#)より、ご連絡ください。



当社では、育児などの理由により退職した方が、子育てがひと段落した後、再度当社にて活躍していただくことを目的とした「キューピーウエルカムバック制度」を設けています。「長期に育児休業をとるよりも、一旦退職し育児に専念したい」という考えをもつ従業員のニーズに応えたもので、審査を経れば正社員として復帰することも可能となっています。



キューピーOGOBサイトには、ウエルカムバック制度による採用の情報も順次掲載しています。在職中の経験に加えて、家事や育児の経験者が復帰し、活躍することは企業にとっても大きなメリットと考えており、今後もこうした制度を生かしていきたいと考えています。

労働安全衛生に関する考え方

当社グループは生産部門が中心となって労働安全衛生活動を推進し、全従業員が健康で安全な職場生活を送れる快適な職場環境を作り、労働安全衛生に努めています。

2008年度 労働安全衛生活動指針

- 転倒災害防止対策を徹底して実施する
- 精度のあるリスクアセスメントを実施する
- 危険周知教育を漏れ無く実施する

グループ一体となった、安全への取り組み

当社グループでは、事業所ごとの自主監査の他、専任担当者によるグループ内全事業所の共通監査を実施しています。その結果はグループ各社の社長から安全衛生担当者までその都度公開しており、グループ全体で問題点や優れた取り組みの共有化、活動レベルの反省などを行い、常に点検改善する意識づけを行っています。

また、問題点については、改善計画から、結果確認までの推移も常時公開し、安全な職場の維持・改善に努めています。

2008年度は、転倒事故・挟まれ事故への対策を特に重視して実施しました。床の障害物や落下物をなくす、作業者に無理な負担をかけないような作業の見直し、滑りにくい靴の導入などを進めた結果、双方に起因する事故については、ともに発生件数は減少しました。

	2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
災害件数	12	13	11	15	14
度数率	0.52	0.56	0.47	0.64	0.62
強度率	0.015	0.025	0.017	0.021	0.019

対象：当社グループ国内工場

度数率＝労働災害による死傷者数／延実労働時間×1,000,000

強度率＝労働損失日数／延実労働時間×1,000



安全・安心の会社づくりのために。

従業員の一人ひとりが「安全」な職場で働ける、そして家族の方に「安心」してもらえる環境作りの為に、危険の芽を摘み取る「リスクアセスメント巡回」を行い、危険箇所撲滅の為、早期対策を立て安全活動を行なっています。

労働衛生面では、「あいさつ立唱」「うがい・手洗い励行運動」「熱中症対策ドリンク作り」など行なっています。「安全」「安心」の製品をお届けする為にも、従業員の皆様の健康を願って日々活動しています。



高宗 恭児、古谷 清美
キュービー 伊丹工場
安全担当

● 安全な機械で安心な職場

当社グループでは、2006年度よりグループ統一の「機械の包括的な安全基準に関する指針」を定め、既存の設備をはじめ、新規に導入する機械すべてに適合検査を行っています。

2008年度に新規導入・改造等を行った全ての機械に関しても「機械包括安全基準適合審査(RAS)」「機械自体の安全性の調査」「機械リスクアセスメント(RAM)」「機械を操作する際の危険箇所の調査」を実施し、リスクを洗い出し、機械メーカー様と協力して設備の改善を行いました。

今後も従業員がより安全に仕事ができる環境づくりに取り組んでいきます。

● 従業員の健康管理

当社では、従業員が心と体の両面で健康維持を図れるよう取り組みを進めています。

メンタルヘルスケアについては、早期発見と事前予防をめざし、専任カウンセラーによる従業員からの電話相談や面談をはじめ、事業所ごとにセルフケア指導、ラインケアの実施、産業医による健康指導などのカウンセリングを行っています。その他にも、新入社員研修や基幹職(管理職)研修などでの教育の他、eラーニングによる、自主学習講座を開設しています。

また、2008年4月よりスタートした「特定健康診査・特定保健指導」

のため、キューピー・アラハタ健康保険組合では、健診の結果、メタボリック症候群に該当する、あるいは可能性がある人を対象に特定保健指導を開始しました。2008年は仙川エリア、中河原エリア、渋谷・新宿エリアからスタートし、同エリアでの勉強会も開催しました。



長期休業補償制度

私傷病により休業を余儀なくされた方にとっては、身体面・精神面もさることながら、経済的な負担も無視できません。

当社では社員を対象に2008年4月より「長期休業補償制度」を導入しています。休業前の収入の一部を一定期間補償することにより、長期の休業による経済的影響を少しでもカバーするための制度で、安心して治療に専念し、職場復帰してもらうことを目的に導入したものです。任意で補償額の上乗せもでき、個人でのリスク管理もできるようにしています。



♥ 対話と企業価値の向上を通じて、期待に応えます。

当社は、株主・投資家の皆様を「キューピーを応援してくださっている方々」だと考えています。そんな皆様の期待に応えるために、安定した株価と利益還元の実現はもちろん、適切な情報開示に努め、よりいっそう応援していただける存在でありたいと思っています。

🌸 株主構成と情報開示



● 株主構成と株主還元

当社では、株主優待制度の導入や売買単位を100株にしていることなどから、個人株主を中心に多くの方々に株主になっていただいています。

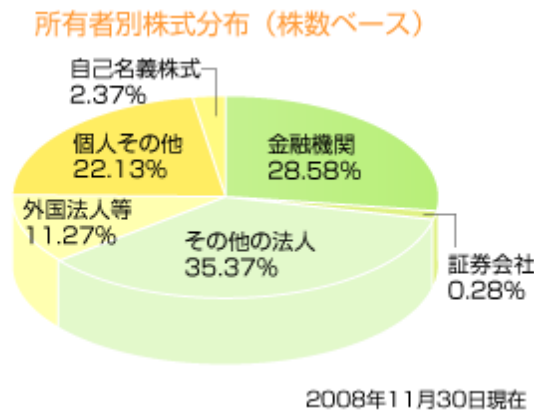
株主の皆様への利益還元については、配当金を最優先に位置づけ、連結当期純利益を基準に配当性向※25%以上、自己資本配当率※1.5%以上を維持することを原則としています。継続して自己株式の取得を行うなど、安定した株価と利益還元により株主の皆様への期待に応えることをめざしています。

また、2008年度の株主優待品では、キューピーミートソース発売50周年を記念して、発売当時のデザインと内容を再現した限定品を用意しました。



※配当性向・・・当期純利益に占める配当金の比率のこと(配当金÷当期純利益)

※自己資本配当率(DOE)・・・自己資本と比較した配当金の比率のこと(配当金÷自己資本)



● 情報開示

株主・投資家の皆様に当社の経営方針や事業内容を理解していただくため、正確でわかりやすい情報開示を行っています。

■ 投資家向けホームページ

投資家の皆様に経営方針・戦略や事業内容などをよくご理解していただくために、投資家向けのホームページを開設し、正確でわかりやすい情報開示に努めています。また、RSSで配信することで最新情報にすばやくアクセスできるようにしています。

IR・財務情報 <http://www.kewpie.co.jp/company/ir/>



■ メールマガジン「IRニュース2809」

投資家の皆様向けに月に1回程度メールマガジンを発行しています。業績だけでなく、さまざまな企業情報をタイムリーに発信しています。(2809は当社の証券コードです。)

メールマガジンの購読は以下のページよりお申込みいただけます。

メールマガジンの購読 <https://www.kewpie.co.jp/mailmagazine/>



■インベスターズガイド

個人投資家の皆様に向けて発行している冊子です。毎年2月に改訂しており、有価証券報告書や決算短信などに比べて気軽に企業情報をご覧いただけます。

インベスターズガイドはホームページでもご覧いただけます。

インベスターズガイド http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir_library06.html



■キューピー便り

株主の皆様への情報開示とコミュニケーションのため、半期の決算ごとに「キューピー便り」をお送りしています。

中間期にアンケートを実施しており、第96期は約16,500人の方から回答をいただきました。またその結果と主な意見を期末の便りにて紹介しています。

キューピー便りはホームページでもご覧いただけます。

キューピー便り http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir_library04.html



■決算説明会

半期の決算ごとに証券アナリスト向けの決算説明会を行っています。この説明会に使用した資料や、当日のスピーチなどもホームページに掲載し、多くの投資家の皆様に公開しています。

ホームページ http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir_library03.html



「女性のための投資フォーラム IR for Women」に出展しました

2008年9月21日(日)に開催された「女性のための投資フォーラム IR for Women」に出展しました。午前・午後の2回行った当社のセミナーでは、共に満席になるなど、多くの投資家の皆様にご来場いただき、当社の取り組みについてご案内しました。

また、当社ブースでは、個人投資家の皆様と直接お話をさせていただき、多数のご質問、ご意見をいただくことができました。



当社の個人投資家向けIR活動については、ホームページやメールマガジン等でも事前にご案内しています。

メールマガジンの購読 <https://www.kewpie.co.jp/mailmagazine/>

● 株主総会

株主総会は、会社法に則った議案を審議する重要な場であると同時に、株主の皆様と直接コミュニケーションができる貴重な機会です。

2009年2月に開催した第96回定時株主総会には、2,322人の株主の皆様の出席がありました。質疑応答では10名の方から合計13件のご質問・ご意見があり、株主の皆様の当社への関心の高さを改めて感じました。会場で実施したアンケートへのご要望なども参考にしながら、今後も内容の質を高めていきます。

決議ご通知や当日の「当社のめざす方向」のスピーチなど、株主総会についての情報は、投資家向けのホームページでご覧いただけます。



株主総会関連情報 http://www.kewpie.co.jp/company/ir/stocks_information03.html



♡ 信頼関係を築き、相互の発展を図ります。

「良い製品は、良い原料からしか生まれない」。そう考える当社グループにとって、原料や資材を提供してくださる調達先の方々は大切なパートナーです。また、お客様にさまざまな食の提案をしていくためには、商品を販売して下さる販売先の皆様の協力が欠かせません。

当社グループの活動はそういった取引先の皆様との信頼関係に支えられています。取引先の皆様への感謝の気持ちを大切に、相互の発展に努めながら、より良い商品をお客様にお届けしていきたいと考えています。

 調達先とのかかわり

 販売先とのかかわり



● 調達先とのかかわり

商品の原料・資材の調達にあたっては、「取引先に対しては公正に、自己の業務に対しては誠実に」という心構えを掲げ、調達先との共存共栄を基本に、永続的な取引関係を築くことをめざしています。

そのため、取引にあたっては社会的責任への配慮や、当社グループのものづくりの考え方に共感していただけるかといった姿勢についても重視しています。

「良い製品は、良い原料からしか生まれない」。それが当社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、原料や資材を提供して下さる原料メーカー様、資材メーカー様と一緒に取り組んでいくことがもっとも重要だと考えています。

● 定期訪問と信頼関係の構築

調達先である原料・資材メーカー様との信頼関係の構築において、当社グループがもっとも大切にしているのがコミュニケーションです。

当社グループでは、品質や調達にかかわる担当者が原料メーカー様、資材メーカー様を定期的に訪問し、製造現場に立ち会いながら実際の製造の様子を確認する機会を設けています。この定期訪問は、実際に製造されている方々と意見を交換する貴重な機会であり、当社グループの考え方を理解していただくための大切なコミュニケーションの場となっています。

ものづくりの考え方を共有し、製品にかかわる全員が一緒になって品質を向上させていく信頼関係を築いていくために、調達先の営業担当者や当社グループの調達担当者だけでなく、製造現場の担当者同士が交流する相互の工場訪問などの取り組みを進めています。



● 販売先とのかかわり

当社グループの事業は、ご家庭の食卓からレストランのような外食まで幅広い食の分野をカバーしており、商品を購入いただいている販売先も、スーパーマーケットなどの小売店様から食品メーカー様、飲食店様など、多岐に渡っています。

より多くのお客様に当社グループの食の提案をお届けしていくためには、販売先の皆様との協力関係が不可欠です。安全でしっかりとした品質の商品を安定的に提供するのはもちろん、販売先の皆様のニーズを捉えた旬の素材を生かすメニューの提案や、お客様に喜ばれる売場づくりなどに取り組んでいます。

● 店頭を通じた食卓への提案

家庭で使われるマヨネーズをはじめとした調味料は、野菜や肉などの素材のおいしさを引き立たせ、お客様に豊かな食生活と新しい食文化を提案するものです。

当社グループでは、野菜を生で食べる習慣がなかった頃に食卓へサラダの提案をするなど、以前から新しいメニューや食生活の提案に力を入れてきました。店頭において販売店様のご協力をいただきながら、お客様に対して素材の味を生かすメニュー提案を行っています。

最近では健康意識が一層高まる中、野菜をたくさん食べたいという要望に応え、「かんたん」「おいしく」「栄養バランスが良い」メニューとして、主菜としていただけるボリュームのあるサラダの提案を行っています。



サラダ寿司

● 新しいメニューと食シーンの創造

朝のフルーツフロマーージュ
ヒアロデニッシュ

当社グループでは、家庭の食卓だけでなく、飲食店様や食品メーカー様、学校給食など様々な食に携わる方々にも、これまでにない新しい食シーンの創出やおいしさの実現をめざした食の提案を行っています。これまでにない新しい食シーンの創造のためには、新しい食の提案に共感していただき、一緒になって取り組んでいただく販売先の皆様の協力が必要不可欠です。そのため、味づくりはもちろん、常に相手の立場に立った視点で物事を考えながらコミュニケーションを進めることで、信頼と期待にこたえていくことを重視しています。

また、商品のこれまでと違った使い方の紹介から、新しい食の情報の提供、要望によっては新しい店舗の提案といった幅広い要望にお応えすることで、販売先の皆様の潜在的な不満や悩みを解消することをめざしています。



♡ 地域社会との、よりよい共生に努めます。

当社グループは、「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」をもって食生活に貢献し、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ています。
また、企業市民として、社会貢献活動に取り組み、幅広い地域・分野を対象に社会の発展につながる活動を支援していきます。

🍃 食の大切さを伝える活動

🍃 社会と地域に根ざした活動



● 食への考え方

赤ちゃんからお年寄りまで、それぞれの世代においしさや健康、安心をお届けし、豊かな食生活に貢献したい。この思いのもと、当社グループでは「家族みんなで食事を楽しむことを応援する」「野菜の大切さと魅力を伝える」「正しい食の情報を提供する」を柱にして、オープンキッチン(工場見学)や食に関するビデオ配布など、食の楽しさと大切さをお伝えするための活動を行っています。

● オープンキッチン(工場見学)

当社では、「工場は家庭の台所の延長である」と考え、工場の一般公開を「オープンキッチン」と呼んでいます。当社の製品がどのように製造されているのかを実際にお客様に見ていただくことが、製品をご理解いただき、安心をお届けする最良の機会であると考えています。

はじめは1961年。食品業界では製造現場を公開することがめずらしかった当時、小学生に社会科見学をしていただいたのをきっかけにスタートし、現在も地域の産業を学ぶ場としてご利用いただいています。

2008年度は小学生をはじめ地域の皆様など、約11万人の方にご来場いただきました。



オープンキッチンを実施している工場

- 五霞工場(茨城県猿島郡)
- 仙川工場(東京都調布市)
- 富士吉田工場(山梨県富士吉田市)
- 拳母工場(愛知県豊田市)
- 伊丹工場(兵庫県伊丹市)
- 鳥栖工場(佐賀県鳥栖市)

見学のご案内 <http://www.kewpie.co.jp/open/>



子どもたちの見学レポートをホームページで紹介

オープンキッチン(工場見学)では、2002年より、夏休みに見学に来てくれた子どもたちから届いた見学レポートをホームページで紹介しています。

工場の見学で感じたことを、自分たちの視点でレポートとしてまとめることで、食に興味を持っていただくと同時に、双方向のコミュニケーションのきっかけになればと考えています。

2008年も約100通の応募をいただき、一部をホームページで紹介しました。

夏休み「工場見学」宿題レポート

http://www.kewpie.co.jp/know/openkitchen/ok_09.html

● 寄附講座の開設

2002年4月、創始者中島董一郎の母校である東京水産大学(現 東京海洋大学)の大学院に、ヘルスフード科学(中島董一郎記念)寄附講座を開設しました。

「食と健康」をテーマに、人間の生体調節機能(健康と美の維持・増進、予防医学的機能、QOL<Quality of Life: 生活の質>の維持・改善)に役立つ物質を自然界から見つけ出し、その物質の特性を生かした食品を設計するための新技術に関して教育・研究を行っています。

こうした寄附講座の開設により、若い学生のパイオニア精神をより高め、日本が直面する高齢社会やストレス社会に食の分野で貢献しています。

東京海洋大学寄附講座 http://www.kewpie.co.jp/company/activity/info_05_03_main.html

● 食に関する情報提供

食に対する正しい知識は、豊かな食生活に欠かせないものです。当社では食の大切さを伝え、身体と心の健康を育む活動を推進しています。

1973年12月から食の情報誌「キューピーニュース」を発行。1975年12月からは食に関するビデオを、学校や消費生活センターなどに無料で配布しています。また、要請に応じて研究員を派遣してビデオに関連した講演を行ったり、手づくりマヨネーズの作り方を紹介する出張教室なども行っています。その他にも、ホームページでも食に関する情報提供をしています。



食に関する主な情報発信活動

■ キューピーニュース

食に関するその時々話題を専門の先生方に執筆していただき、消費者センターや保健所、消費者団体に配布しています。現在、毎月5,000部を発行しています。

■ ビデオ・DVDの配布

消費者啓発や学校教育に役立てていただくため、高齢者応援ビデオ、子育て支援ビデオ、食物アレルギーに関するDVDなどを制作し、関係施設などに配布しています。

ビデオ・DVDサービス http://www.kewpie.co.jp/company/activity/info_05_02_main.html

■ ホームページでの発信

食物アレルギーに関する情報、コレステロールに関する情報をまとめて紹介しています。

アレルギー <http://www.kewpie.co.jp/customer/allergy/index.html>

コレステロール <http://www.kewpie.co.jp/know/cholesterol/index.html>

● ベルマーク運動を応援しています

ベルマーク運動は「すべての子どもに等しく、豊かな環境のなかで教育をうけさせたい」という願いから始まった運動です。

当社でもこの願いに共感し、ベルマーク運動が開始された1960年より、ベルマーク教育助成財団に協賛し、運動に参加した学校や全国のへき地学校などへの教育支援活動に協力しています。財団ではベルマーク運動の30周年を機に、海外助成もスタートしており、さらに2006年からは、公民館、生涯学習センターなどの社会教育施設、大学・短期大学などの学習団体も参加可能になりました。

これからも、幅広い社会教育活動を支援しているこの運動を応援していきます。



財団法人ベルマーク教育助成財団 <http://www.bellmark.or.jp/>

● おかあさんコーラス

主婦の文化活動の支援として、「全日本おかあさんコーラス大会」と「全沖縄おかあさんコーラス大会」に協賛しています。

これらの大会は日頃、家事や仕事などで忙しいおかあさんに、コーラスの楽しさを存分に味わっていただく場です。

ご家族の笑顔と健康を支えているおかあさんたちを、私たちは応援しています。



おかあさんコーラス http://www.kewpie.co.jp/company/activity/info_05_mama.html

● フードバンク活動の支援

2007年6月より、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。こうした寄贈品は、セカンドハーベスト・ジャパン様を通じて女性シェルターや乳児院などに届けられており、2008年度は合計1,186ケースの寄贈を行いました。今後も継続して支援を行っていきます。

セカンドハーベスト・ジャパン <http://www.2hj.org/>

※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。



セカンドハーベスト・ジャパン様が全国でフードバンク活動を促進するため、各地をまわりながら説明会などを開催する「フードバンク全国キャラバン」に協力し、道中でのフードバンク活動に対して、大阪支店、札幌支店から商品を寄贈しました。寄贈した商品は、セカンドハーベスト・ジャパン様が、各地域の方々と協力しながら、施設などに届けられました。



「社会と環境について語るブログ」での紹介

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/000264.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/000304.html>

● マッチングギフト制度「QPeace(キューピース)」

2008年より、従業員が社会・環境団体に寄附を行うことを支援する取り組みとして、マッチングギフト制度「QPeace(キューピース)」を始めました。

制度に参加する従業員より、毎月100円を1口として寄附金を給与天引きし、会社からも従業員の1口に対し100円を上乗せし、寄附を行う制度です。

2008年度は、当社グループ16社より414名の従業員の参加があり、「食」「子ども」「環境」を活動のテーマとする13の社会・環境団体へ寄附を行いました。



予想を超える参加に驚きました。

場所や時間にとらわれず、従業員のみなさんが気軽に参加できる社会貢献活動ができないかと思い、はじめた取り組みでしたので、最初の年から予想を超える参加があった事は、担当者としてとてもうれしく、ありがたく思いました。

これからも、もっとキューピースが大きな取り組みとなり、多くの社会的な活動に対して支援をしていくことができればいいなと思っています。



福村 州央
トウ・ソリューションズ
(前 キューピー 社会・環境推進室)

● 各地での取り組み

当社グループでは、多くの従業員が気軽に参加できる収集ボランティアなど、従業員参加型の企業市民活動を各地で行っています。2008年10月に行った「リサイクルキャンペーン」では、各地にて古本や中古CD等を収集、国際協力NGOのピースウィンズ・ジャパン様へ寄贈しました。この他にも、書き損じ年賀状や使用済み切手、プルタブ、ペットボトルのキャップ等を各地で収集し、地域の社会・環境団体に寄贈しています。こうした取り組みは「社会と環境について語るブログ」でも紹介しています。

社会と環境について語るブログー社会・環境活動の話 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/>



書き損じ年賀状の収集



プルタブの収集
(キューピー伊丹地区)



本やCDの収集
(カナエフーズ尾張・春日井工場)



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。







当社グループの事業活動は、原材料をはじめとして豊かな自然のめぐみのもとに成り立っており、将来にわたってこれまでと同様の環境を残し、次世代に引き継いでいく使命があると考えています。当社では1998年に環境基本方針を制定し、その基本理念に基づいて各部門が目標を定め、環境保全活動に取り組んでいます。

環境理念

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。

行動指針

1. 省資源、省エネルギー、廃棄物の削減、再資源化の推進と技術開発に努めます。
2. 環境への影響に配慮した商品開発と、容器包装の適正化を推進します。
3. 自主的な基準を定めて環境保全に取り組み、法規制の遵守はもとより社会的要請に応える環境管理体制の整備と充実を図ります。

-  **活動目標と実績**
-  **卵の有効活用**
-  **環境マネジメント**
-  **環境会計**
-  **地球温暖化防止**
-  **廃棄物の削減と節水**
-  **容器包装の環境配慮**
-  **環境コミュニケーション**
-  **地域への環境配慮**
-  **サイト別の環境データ**

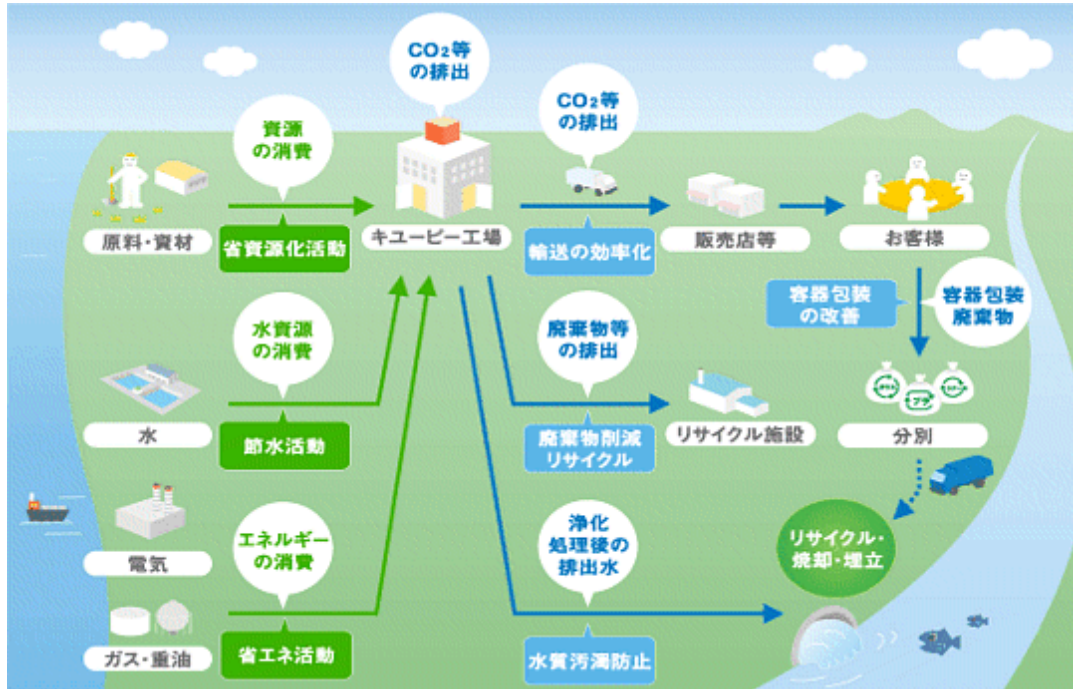


● 主な環境影響と環境活動

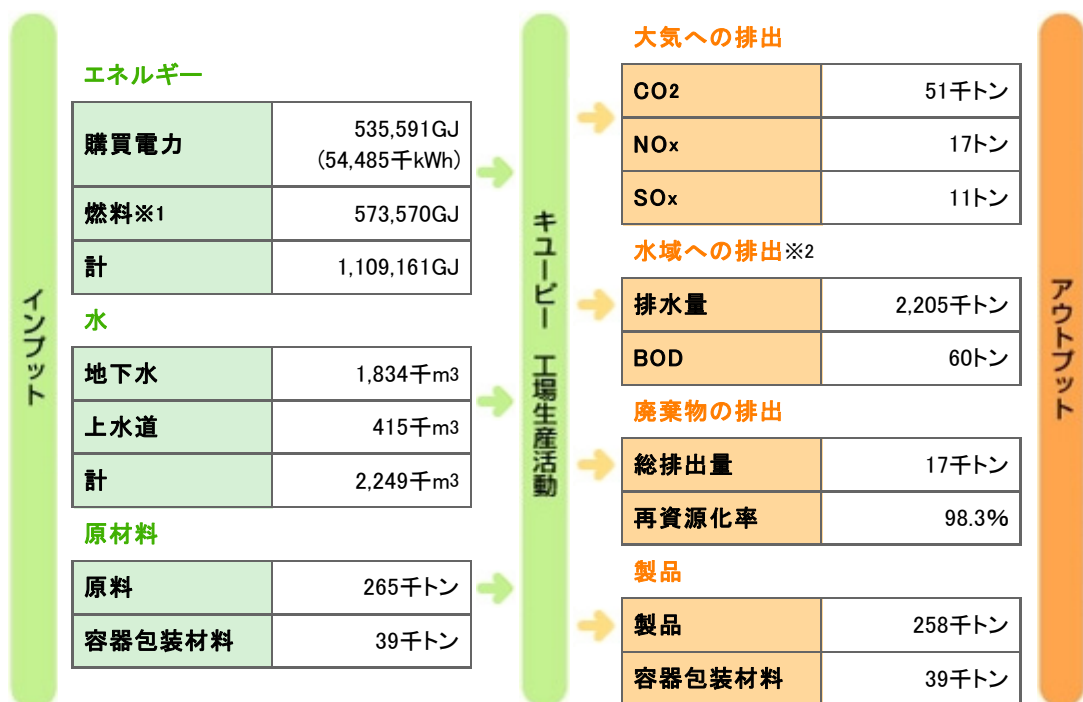
当社グループでは製品の生産工程において、原料・資材・水などの資源や、電気・ガス・重油などのエネルギーを投入し、その結果として産業廃棄物や排水、CO₂などを排出しています。また、お客様にお使いいただくまでの間にも製品輸送時のエネルギー使用にともなう環境負荷や、製品ご使用後の容器包装廃棄物が発生します。

当社グループは事業活動にともなう環境への負荷を正しく認識し、商品開発、原資材調達、生産、販売、物流のすべての活動で持続可能な地球環境のために省エネルギー・省資源、廃棄物削減、容器包装の改善、輸送の効率化、汚染防止など、環境保全活動を推進しています。

● 主な環境影響と環境保全活動



● 当社生産工場における物質とエネルギーの流れ



※1: 発電燃料含む

※2: 河川、公共下水道含む

● 活動目標と実績

2007年度から2009年度までの中期経営計画で、グループ共通の重点課題として以下の活動目標を設定して取り組んでいます。

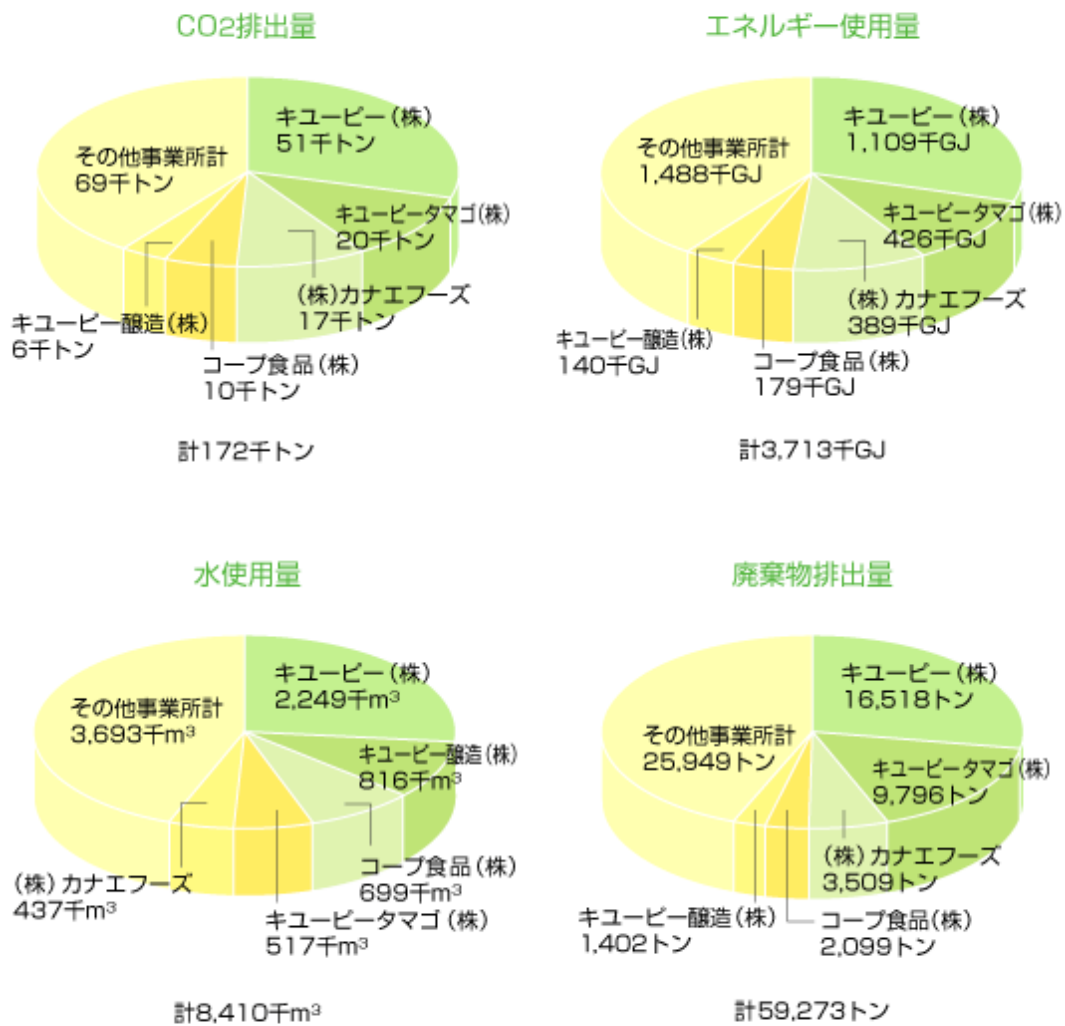
中期目標(2007年度～2009年度)			2008年度		
課題	対象	目標※1	目標	実績	評価
1.地球温暖化防止					
CO2排出量削減	当社9工場※2	原単位※3 6%削減	4%削減	9.6%削減	○
2.省エネルギー					
(1)エネルギー使用量削減	当社9工場	原単位6%削減	4%削減	7.0%削減	○
	エネルギー管理指定工場及びグループ4社工場※4	原単位3%削減	2%削減	3.9%削減	○
	物流部門	原単位3%削減	2%削減	9.1%削減	○
3.廃棄物削減					
(1)廃棄物排出量削減	当社9工場	原単位20%削減	12.5%削減	30.8%削減	○
	グループ工場	原単位5%削減	4%削減	1.7%削減	×
	販売部門	廃棄商品10%削減	6%削減	22.2%削減	○
(2)再資源化率向上	再資源化率100%工場	再資源化率100%の維持	同左	29工場中2工場で一部単純焼却埋立発生	△
	グループ4社工場	90%以上で各社目標設定	90%以上	94.7%	○
4.水使用量削減					
(1)水使用量削減	当社9工場	原単位6%削減	4%削減	10.8%削減	○
	エネルギー管理指定工場及びグループ4社工場	原単位3%削減	2%削減	8.8%削減	○
5.容器包装の環境配慮					
容器包装の簡素化、軽量化	商品開発・資材調達部門	プラスチック:2004年度対比原単位1%削減		軽量化サンプル作成 評価実施	○
		ガラス:2004年度対比原単位1.5%削減			
6.環境マネジメント					
(1)環境マネジメントシステムの構築	グループ全社	ISO14001等の認証取得拡大		2007年度、5事業所で認証取得	○
(2)環境管理体制の整備	グループ全社	環境情報共有システムの構築、運用		運用範囲の拡大	○
(3)環境監査	グループ全社工場	各工場1回/年実施		ほぼ計画通り実施	○

○:目標達成 △:ほぼ達成レベルだが課題あり ×:目標未達成

- ※1 注釈のない数値目標は、2006年度実績を基準とした、2009年までの達成目標です。
- ※2 当社9工場：階上、五霞、仙川、中河原、富士吉田、挙母、伊丹、泉佐野、鳥栖工場
- ※3 原単位：生産数量1トンあたりの量
- ※4 グループ4社工場：キューピータマゴ19工場、カナエフーズ9工場、キューピー醸造3工場、コープ食品2工場

● グループ全体の主な環境負荷

2008年度 グループ工場の主な環境負荷



対象：キュービーグループ工場

卵には、無駄になるところがありません

卵は、産卵から21日間温められると、ひなが生まれます。ひなの誕生までには、卵黄から生体ができ、卵白は卵黄を守る役割をし、卵殻のカルシウムは取り込まれて骨格になります。卵には、命のもとになるものがすべて詰まっており、何ひとつ無駄なところがありません。

当社グループは、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。原料である卵を余すところなく生かしたいというこだわりから、年間約2万3000トン(約40億個分)発生する殻も、すべて無駄にすることなく有効活用しています。さらに卵の微量成分に注目したさまざまな研究開発を進めており、卵殻や卵殻膜が持つ成分や性質に着目した高度利用にも積極的に取り組んでいます。

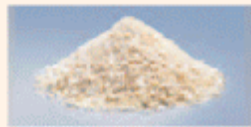
卵殻・卵殻膜の有効活用の例



工場から出てきた卵殻
ここからさまざま
なものへ生まれ
変わります

卵殻と卵殻膜の分離

卵殻粉



乾燥卵殻粉

カルシウムが吸収されやすく、作物に必要な微量要素を含むため、主に肥料として使われます。

土壌改良剤



シューズのゴム底



スタッドレスタイヤ



土壌改良のほか、最近では学校などでフィールドラインにも使われています。また、滑り止めとしてシューズの底ゴムに活用されたり、スタッドレスタイヤなどにも使用されています。

卵殻膜を除去した卵殻粉



卵殻膜を除去した卵殻粉

多孔質な構造になっているため、消化吸収にすぐれたカルシウム補給源となります。

カルシウム強化や食感、物性改良素材



チョークの原料



カルシウム補給源として育児食や介護食に使用するほか、ソーセージやかまぼこなどの物性改良素材としても使われています。また、卵殻を利用したチョークは黒板を消すときに粉の飛散が少ないのが特長です。

殻の内側についている卵殻膜



卵殻と分離した状態の卵殻膜

皮膚に有効な生理活性を持ち、シスチンをはじめとしたアミノ酸を豊富に含んでいます。

化粧品原料



うまみ調味料



繊維への配合



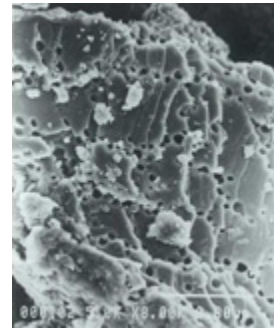
車のシート



皮膚に対する生理活性に着目し、化粧品やヘアケア商品の原料としてだけでなく繊維へ配合することで衣類や車のシートなどにも使われています。またアミノ酸が豊富に含まれているため、ドレッシングなどにも使用しています。

● 卵殻粉の有効活用

卵殻のカルシウムは多孔質な構造になっているのが特徴で、胃液で溶解されやすく、体内への消化吸収に優れています。さらにカルシウムの排出を促すリンの含有量も少ないため、理想的なカルシウム補給源といえます。当社グループでは卵殻カルシウムのこの性質に着目し、カルシウム強化を目的とした「カルホープ」(食品用卵殻粉)を開発しました。大きな社会問題となっている児童の骨折率の増加や高齢者の骨粗しょう症対策へ向けて、幼児食や介護食などへの利用開発にも積極的に取り組んでいます。また、卵殻カルシウムには麺のコシをよくしたりスナック菓子の口当たりをソフトにするなどの効果もあるため、食品の食感や物性改良にも利用しています。



卵殻カルシウムとビタミンK2に注目した研究開発

2007年に発売した「キューピー カルK2」は、ビタミンK2を豊富に含み、カルシウムが骨になるのを助ける骨たんぱく質(オステオカルシン)の働きを高める特定保健用食品です。卵殻カルシウムとビタミンK2を組み合わせ、食べやすいヨーグルト味のタブレットにすることで、手軽に継続して骨の健康維持ができる商品になっています。

当社は卵殻カルシウムとビタミンK2の摂取が骨に与える影響についての研究を続けており、2008年には卵殻カルシウムとビタミンK2と一緒に食べると骨が強化されることを確認し、第62回日本栄養・食糧学会大会で学会発表を行いました。

日本では、骨の密度が低くなり、もろくなって折れやすくなる骨粗鬆症の患者数が年々増加しており、2010年には1200万人に達するといわれています。骨粗鬆症の予防には、十分なカルシウム摂取が推奨されており、当社ではこれからも卵殻カルシウムに注目した、骨の健康に関する研究を進めていく予定です。



関連ニュースリリース

http://www.kewpie.co.jp/company/corp/newsrelease/2007_062.html

<http://www.kewpie.co.jp/company/corp/newsrelease/2008/36.html>

● 卵殻膜の有効活用

卵殻膜は溶解しにくいという性質があるため、利用にあたって大きな障害となっていました。1990年に確立された卵殻膜の可溶化技術により、高度利用への道が一気に開けました。

当社グループが最初に開発した化粧品原料「EMプロテイン」は、皮膚の細胞のⅢ型コラーゲンを増加させる機能を持つことが分かっています。この卵殻膜の持つ生理活性に着目し、肌に直接触れる製品としての応用開発に、他社と共同で取り組んでいます。卵殻膜を平均5マイクロメートルのパウダーにした「EMパウダー」を天然繊維に配合させた新素材を衣類に応用することで、肌触りがよくなるだけでなく、皮膚の弾力性や張りが向上することも確認しています。

卵殻膜の主な特性

- ヒト真皮線維芽細胞（皮膚の細胞）に高い親和性があります。
- Ⅲ型コラーゲン量を増加させる効果があります。
- Ⅲ型コラーゲンは皮膚の柔軟性やみずみずしさに重要な役割を果たしています。
- 高い保湿性があります。
- 金属吸着能があります。
- アンモニアなどのにおい成分の吸着効果があります。



卵殻膜は、大きな可能性を秘めています。

私たちは、快適・健康・環境をキーワードに、リサイクル天然成分と合成繊維を融合した複合新素材を開発しています。

卵殻膜に出会った時「次世代の製品はこれだ」と直感しました。卵殻膜は、今ではスポーツウェアやインナーウェアの定番素材。地球に優しく機能性に優れ、肌ざわりも良いことから、車の座席シートにも採用いただいています。

キューピー様とは今後も共同開発させていただきたく思います。



佐野 真弘 様
出光テクノファイン株式会社
営業部

環境保全推進体制

当社グループでは、各本部およびグループ代表企業の環境管理責任者によって構成される「環境委員会」を年6回開催しています。環境委員会では、関連する情報の交換や、各部門における取り組み進捗状況の報告、今後の課題について検討しています。

環境委員会での検討内容、取り決め事項は、グループ全体に伝達し環境保全活動を促進しています。



ISO14001認証取得状況

当社グループでは、環境マネジメントのための基本ツールとして、各事業所でISO14001あるいはこれに準じた独自のシステムを導入し環境保全活動を推進しています。

認証取得会社一覧

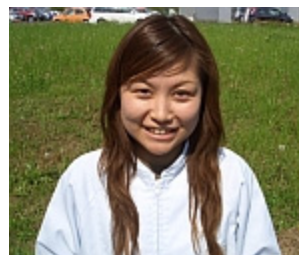
認証取得会社	取得事業所数	認証取得会社	取得事業所数
キューピー(株)	9	(株)キューソー流通システム	6
(株)カナエフーズ	5	(株)ハンシンデリカ	1
(株)ディスペンパックジャパン	4	コープ食品(株)	1
(株)サラダクラブ	3	キューピー醸造(株)	3
(株)全農・キューピー・エツグステーション	1	キューピータマゴ(株)	1
デリア食品(株)	2	(株)トスデリカ	1
富士山仙水(株)	1	計	38

2009年5月現在



やらされている活動からやりたい活動へ。

キューピー醸造五霞工場は、2004年10月から本格的に環境保全活動への取り組みを開始し、2005年4月にISO14001を認証取得しました。はじめは皆さんの意識も薄く、なかなか協力を得られない中、4人の環境事務局が「これをやってくだい」「あれをこうしてください」と、お願いにまわっていました。それから4年が経ち、環境事務局のメンバーの入れ替わりはありましたが、現在は環境活動が根付いてきて、従業員の皆さんの協力によって維持・継続ができています。



中林 由記子
キューピー醸造 五霞工場

特に、家庭で「効率＝節約＝エコ」を実践している主婦の方々の意見はとても参考になっています。「こうしたら？」「これどうかしら？」等の声が、活動にいかされています。すべての従業員の方々が「やりたい！」と思っただけのように、引き続き皆さんと一緒に考えて、さらに取り組みやすい風土づくり・仕組みづくりを目標にがんばって行きたいと思っています。

● 環境監査

環境監査については、関連法規等の遵守、管理推進体制の整備、施設の管理状況等について環境監査基準を定めています。

この監査基準に基づいて、グループ全工場を対象とした自主点検と環境監査を実施し、法規遵守を徹底するとともに環境保全活動を促進しています。

2008年度は、廃棄物の処理や、水質汚濁防止に関する法規等の遵守状況を確認するとともに、法改正等に伴う新しい法規要求事項に関する確認、省エネルギー等の取り組みについての情報交換を重点項目として実施しました。

この他、ISO14001認証取得事業所では、規格に基づいた内部環境監査、外部機関による審査を受けています。

● 環境法規の遵守

廃棄物処理、省エネルギー、水質・大気汚染防止など、環境関連の法律や関係条例による規制を受けており、各事業所では自主基準を設けて管理して法規遵守に努めています。

2008年度は関連法規等の違反や、事故の発生はありませんでした。

● 従業員への環境教育

従業員の環境保全に対する意識を高め、取り組みを促進するために環境教育を行っています。

社外研修機関等における、システム構築や内部監査員の養成を目的とした環境マネジメントシステム講習や、専門業務に関する講習、また社内の定型研修での教育を実施しています。

各事業所では、環境問題に関する一般教育、部署責任者や専門業務に関する教育、緊急事態を想定した訓練などを行なっています。



● グリーン購入

グリーン購入を行う上で一番大切なことは、購入する前にその必要性を十分考慮することと考えています。また、あるものを有効に利用して購入量を減らすことも大切です。必要な場合は、「キューピーのグリーン購入基本原則」に則った自社のガイドラインに基づいて購入しています。

キューピーのグリーン購入基本原則

環境負荷の大きな物品、社会的に環境負荷が大きいという認識が定着している物品は購入しない。物品の購買にあたっては、機能・価格が一般品と同一レベルであることと、納期・納入元の信頼性に加え、必ず環境負荷の大きさ、環境への配慮を加味して選定する。

● 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図る原動力とするために2003年度よりスタートしました。当社生産工場を対象としており、評価項目は省エネルギーと廃棄物の削減です。2008年度は、仙川工場が受賞しました。

これまでの表彰工場

2003年度：泉佐野工場 / 2004年度：仙川工場 / 2005年度：挙母工場
2006年度：階上工場 / 2007年度：挙母工場、伊丹工場



2008年度 環境努力賞 仙川工場

仙川工場は、グリーン委員会が中心となり、省エネルギー・廃棄物削減への想いを強く持った地球に優しい工場をめざして、「夢多`採り活動」と融合させた活動に全従業員で取り組んでいます。「グリーン」は緑のgreenで『環境に優しい』『環境意識が高い』という意味があることから、環境への高い意識と行動力を常に持って取り組みたいとの想いを込めて、このネーミングにしました。

■ 省エネルギー活動

～みんなではじめの一歩を踏み出そう～

各職場で作成した省エネ計画表をもとに、照明のこまめな消灯のための改善や、比較的難易度の高い、冷却設備やボイラー運転の最適化などに取り組みました。

8月からは北京オリンピックのブームにあわせて、工場での電力使用量の割合が比較的大きい空気圧縮機に的を絞って、各職場対抗で「エコオリンピック」を開催しました。プロセスとメリットを各職場で競うことで、前年対比で約6%の省エネにつながりました。

省エネは『やらされ省エネ』ではなく『楽しみ省エネ』で。

「省エネは、家庭の主婦のように、省エネで今月これだけ家計が助かったから、新しい洋服を買おうといった楽しみにつながれば積極的な取り組みにどんどん変わってくると思います。私達も『やらされ省エネ』ではなく『楽しみ省エネ』になるように、目的を持ち楽しく省エネをして行きたいと思います。」



グリーン委員会メンバー
森義勝、田中秀典、大田真砂子、永澤真希

■ 廃棄物削減活動 グリーン de クリーンに in 仙川から地球保護へ

～地球にいいことは自分にいいこと！ みんなでやろう！ いざっクリーンな地球へ～

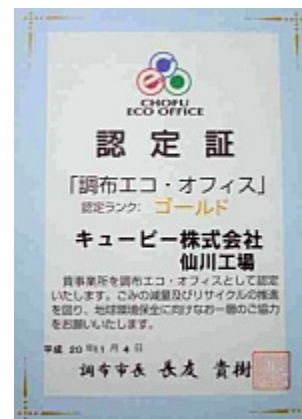
ゴミの分別についての勉強会を繰り返し開催し、従業員の意識を『めんどくさい』から『もったいない』へと少しずつ変化を促すことにより、3R活動の活性化を進めました。こうして分別を徹底したことにより廃棄物から有価物への転換も進んでいます。

また、可燃ごみ分別徹底に向けた取り組みが工場所在の自治体(東京都調布市)に評価され、「調布市エコ・オフィス」の認定にもつながりました。

結果として、

1. 工場はきれいになり、
2. 地域からは評価され、
3. 地球に優しく、みんなのエコがニコニコに！

と、良いステップになりました。



廃棄物はゴミではなく製品であり、資源。

「大切な資源を保護し、私達の大切な地球を救う活動を継続することで、2004年度に続き、2度目の環境努力賞をいただくことができました。これは、従業員の皆さんの心に『廃棄物はゴミではなく製品だ！ 副産物であり、貴重な資源だ！』との想いが定着し、一人ひとりの行動が実を結んだ結果と感じています。

今後も地球環境保全と資源循環型社会の実現に貢献出来るように取り組んでいきます。」



施設環境課メンバー
池田健二、島田聖司、渡部浩由、引間克男
藤岡純一、田辺秀一、松原由紀、佐々木朗

環境会計

環境保全活動に関わる投資額や費用額、また環境保全効果や経済効果を把握して評価することにより、効果的な取り組みを図っています。

■環境保全コスト

公害防止コストは前年と比較して投資額が増加しています。これは特に排水処理設備の処理能力、脱臭能力等を増強したことによります。

資源循環コストは廃棄物処理費用の増加により、費用額が増加しています。

上・下流コストは費用額が減少しました。容器包装リサイクル法の再商品化委託費用が減少したためです。

(単位:千円)

分類	2007年度		2008年度		主な取り組み	
	投資額	費用額	投資額	費用額		
事業 エリア 内 コスト	公害防止 コスト	93,521	521,601	184,440	536,854	<ul style="list-style-type: none"> 排水処理設備の改善、維持管理 脱臭設備の改善、維持管理 他
	地球環境 保全コスト	82,243	62,648	79,702	48,062	<ul style="list-style-type: none"> コージェネレーション等省エネ設備の導入 建物、設備の断熱強化 他
	資源循環 コスト	45,431	421,801	16,888	492,629	<ul style="list-style-type: none"> 副産物、廃棄物のリサイクル 循環利用等 節水 他
	小計	221,195	1,006,050	281,030	1,077,545	
上・下流 コスト	0	485,309	0	349,825	<ul style="list-style-type: none"> 容器包装の再商品化委託 廃棄商品の処理委託 	
管理活動 コスト	0	121,899	500	97,378	<ul style="list-style-type: none"> EMSの構築・運用 情報開示 監視警報装置等の増強 他 	
研究開発 コスト	0	27,585	0	27,585	<ul style="list-style-type: none"> 副産物の高度利用研究 容器包装の省資源、環境適応化 他 	
社会活動 コスト	0	1,400	0	4,941	<ul style="list-style-type: none"> 敷地外での環境美化 環境保護団体の支援 他 	
環境損傷 対応コスト	0	0	0	0		
合計	221,195	1,642,243	281,530	1,557,274		

■環境保全効果

前年度と比較して総エネルギー投入量、水使用量や、CO₂排出量は削減できました。一方、廃棄物の排出量は前年比で約6,000トン増加しました。

環境保全効果の分類		項目	単位	2008年度	前年比削減量 (▲は増加)
事業 エリア 内	投入資源	総エネルギー	千GJ	1,109	35
		原単位	MJ/トン	3,963	0
		水	千m ³	2,249	125
		原単位	m ³ /トン	8	0.3
	排出物、廃棄物	CO ₂	トン	50,806	2,072
		原単位	kg/トン	182	4
		NO _x	トン	17	0.9
		SO _x	トン	11	1.6
		排水量	千トン	2,215	113
		BOD	トン	60	16.6
廃棄物排出	トン	16,518	▲6,130		
原単位	kg/トン	59	▲22.5		

■環境保全対策に伴う経済効果

(単位:千円)

効果の内容		金額
費用節減	省エネルギー対策による費用節減	50,541
	廃棄物削減対策による費用節減	5,838
	節水対策による費用節減	17,607
	容器包装軽量化等による費用節減	13,610
収益	副産物等のリサイクルによる売却益	29,661
	卵殻・卵殻膜 高度利用商品の売上高	400,435

<環境会計の集計について>

- 1) 対象期間: 2007年12月～2008年11月
- 2) 集計範囲: 当社生産工場および環境部門
- 3) コスト及び効果:

- 投資額は、該当年度投資額を計上しました。

- 費用額には下記コストを計上しました。

減価償却費、測定費、人件費、水光熱費、下水道料金、廃棄物処理費・リサイクル費、原材料費、修繕費 他

経済効果は、環境保全活動の取り組みで直接的に得られた効果のみを計上しました。

また費用節減は、当年度および前年度に実施した取り組みによる当年度寄与分です。

CO₂排出量の削減

地球温暖化防止は人類共通の課題です。

当社では地球温暖化の原因となるCO₂排出量の削減のため、省エネルギーや燃料転換などに積極的に取り組んでいます。

2008年度、当社食品工場でのエネルギー使用にともなうCO₂排出量は、総量44.8千トンで前年比7.2%削減、生産数量1トンあたりのCO₂排出量は161kgで前年比5.3%削減しました。

CO₂排出量の削減対策としては、製造工程での効率改善、設備の導入などによる省エネルギーのほか、A重油から都市ガスへの燃料転換を進めてきました。

2008年度は、設備の運転時間や制御方法の適正化による省エネルギー、省エネ型設備の導入等を実施しました。

CO₂排出量の推移

※当社では、1999年度をCO₂排出量の基準年度としています。

CO₂量換算に用いた係数

地球温暖化対策の推進に関する法律施行令（平成14年12月改正）及び、エネルギー源別 標準発熱量表（平成14年2月 資源エネルギー庁）より
 購入電力：0.378kg-CO₂/kWh A重油：2.710kg-CO₂/L
 都市ガス(13A)：2.188kg-CO₂/m³ LPG：6.007kg-CO₂/m³

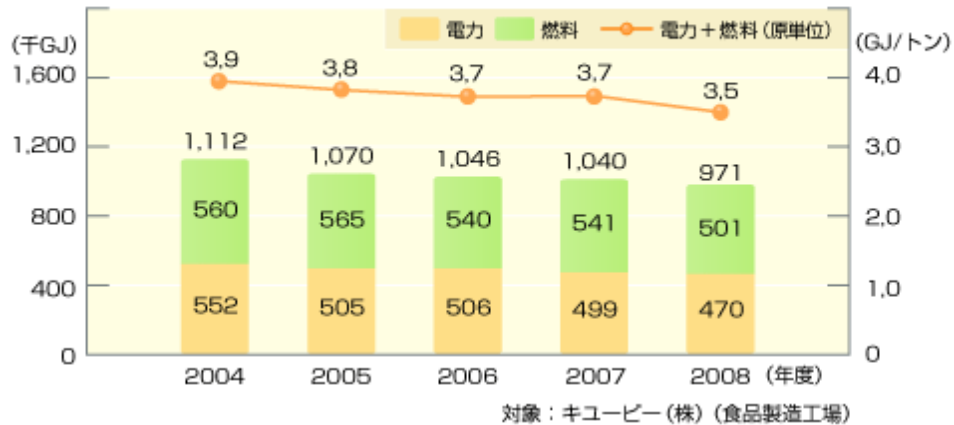
● 省エネルギーの推進

2008年度、当社食品工場のエネルギー使用量は熱量換算971千GJで前年比6.6%削減、生産数量1トンあたりのエネルギー使用量は熱量換算で3.5GJとなり前年比5.4%削減しました。

2008年度に実施した主な省エネルギー対策

- 設備運転条件を見直し、制御・管理方法を適正化(冷凍機、ボイラー)
- 省エネ型機器の導入(空調機、変圧器、冷凍機など)
- 蒸気配管の短縮化、保温の改善などによる熱ロスの低減

エネルギー使用量の推移



エネルギーの熱量換算に用いた係数

燃料：エネルギー源別標準発熱量表(平成14年2月 資源エネルギー庁)より

A重油:39.1MJ/L 都市ガス(13A):45.9MJ/m³ LPG:100.5MJ/m³

購入電力：エネルギーの使用に関する法律施行規則(平成14年12月改正)より

9.83MJ/kWh



2008年9月3日に、グループ内の省エネ対策を水平展開していくため、全グループ対象としては初めての事例発表会を行いました。グループ各社から、省エネルギーの責任者・担当者35名が集まり、今回はグループ内の4事業所が代表して取り組み事例を発表しました。



また、今回の事例発表会において、今後省エネ事例をグループ内に水平展開していくための「省エネ水平展開チーム」が結成され、キューピー生産技術部と社会・環境推進室を事務局として、グループ内の省エネの「見える化・動ける化」を推進していくことになりました。

【事例を発表した事業所】

- 富士吉田キューピー(ボイラー効率の向上)
- キューピーたまご 西宮事業所(加熱・冷却設備の断熱の徹底など)
- カナエフーズ(コンプレッサーの稼働台数の削減など)
- 菜デリカ 九州工場 関西工場(室温管理、設備の設定温度の見直しなど)



ボイラー効率の改善が省エネルギーにつながります

富士吉田キューピーでは、“おかゆ”と“業務用マヨネーズ”を製造しています。

このうちの“おかゆ”の製造過程の加熱工程で、特に大量の蒸気を使用します。生産設備の規模から2t/h焚きボイラーを6基導入しましたが、“おかゆ”の加熱工程で“必要とする蒸気量”と“蒸気を送り出す時間”が“ボイラーの運転制御プログラム”と合致せず、ボイラー効率※も60～70%程度で推移していました。

ボイラーは安定的に連続して運転をするとボイラー効率が良くなることから、次の改善を行いました。



大山 朋郎
富士吉田キューピー

1. 蒸気の必要量を調べた結果、6基のうち3基だけで間に合うことから運転台数を減らしました。この結果、ボイラーの無駄な起動、停止が減りました。
2. 工場が必要とする蒸気を、3基のボイラーで無駄無く送る事が出来るように、運転制御プログラムを変更しました。
3. ボイラーへの給水は燃焼ガスと熱交換させて排熱利用をしています。給水量を調整し、より排熱利用が出来るようにしました。この結果、給水温度が上昇し、燃料消費が減らせました。

以上の改善を行うことにより、ボイラー効率を90%まで上げる事ができ、無駄の少ない運転ができるようになりました。

※ボイラー効率・・・燃料を燃焼させたエネルギーうち、蒸気を作ることに利用できたエネルギーの割合

● 物流部門でのCO₂排出量の削減活動

当社の物流部門では、原料の輸送から商品の配送にいたる全ての輸配送で環境負荷低減に取り組んでいます。また総輸送量における長距離輸送比率、鉄道及び船舶輸送のコンテナ実績を管理し、輸送事業者と連携してモーダルシフト※を推進しています。

※モーダルシフト:トラック輸送に比べてCO₂排出量の少ない鉄道や船舶による輸送への転換

輸配送量及びCO₂排出量の推移

荷主企業として物流事業者やお取引先と連携して環境負荷低減に取り組んだ結果、当社の2008年度のCO₂排出量は前年度と比較して6%減少しました。

	2008年度	前年度比
輸配送量(千tkm)	157,807	95.1%
CO ₂ 排出量(tCO ₂)	26,665	94.0%

輸配送効率化の推進

発荷主として、輸配送距離の短縮化、輸配送回数の抑制、輸配送ロット効率の向上(=積載効率の向上)の3つの視点に着目して輸配送効率化に取り組んでいます。

● 配送地域に応じた生産拠点の最適化

より販売先に近いところで生産又は仕入を行うことにより、生産拠点又は仕入拠点と配送拠点間の輸送距離は短縮されますので、適切な生産拠点の再配置を検討・推進しています。

2008年度 事例

調味料・加工食品の生産拠点再配置によるCO₂排出削減量 294トン/年

● 外部倉庫との輸送の抑制

自社倉庫の商品在庫の適正化を図り外部倉庫の使用を抑制することにより、自社倉庫と外部倉庫間の輸送の抑制に努めています。

● 中継輸送の抑制

お取引先の倉庫を経由しないで自社倉庫からお取引先の店舗への直接配送を推進することにより、倉庫間の非効率な中継輸送の抑制に努めています。

● 輸送拠点間の重複輸送の抑制

サプライチェーン・マネジメントの活動を通して、供給計画の適正化と、その供給量に応じた生産に注力し、供給量の過不足等により生じる変則的な複数拠点間の重複輸送の抑制に努めています。

2008年度 事例

調味料・加工食品の重複輸送抑制によるCO₂排出削減量 98トン/年

● 定期配送時の配送回数の改善

定期配送時の配送効率(1回の配送量と積載率)が低下している場合は、お取引先と連携して車両の大型化等により配送回数の改善に努めています。

● 輸送事業者としてのCO₂排出量の削減活動

商品の保管・輸配送業務を担っているキューソー流通システムでは、環境保全・改善の強化を推し進めており、6営業所でISO14001認証取得をしております。また、キューソー流通システムが運送業務を委託しているキューソー会会員会社では15法人がグリーン経営認証を取得しております。



CNG車(天然ガス車)

低公害車の導入推進

2008年度の導入累計台数は1,101台で、2007年度比18%増となりました。

低公害車の内訳

新長期排出ガス規制適合車	410台
四つ星低排出ガス車	249台
三つ星低排出ガス車	395台
CNG車、ハイブリッド車	46台

対象:キューソー流通システム使用車輛

エコドライブの推進

2004年から本格的にデジタルタコグラフ※を導入し、現在、運送車両の9割強に相当する約3,200台に装置しています。また、デジタルタコグラフでの評価データを基にドライバーへの指導を行い、安全運転の強化、事故未然防止、マナー・燃費の向上に取り組んでいます。

※デジタルタコグラフ…運転記録(距離・時間・速度・温度など)の装置

エコドライブ6ヶ条

- 駐停車時、走行時のアイドリングストップ
- 急停車、急発進の禁止
- 定速の安定走行
- エンジンブレーキの多用
- タイヤ空気圧の適正化・管理

積載率向上の推進

空車情報管理システム(求貨求車システム)の活用により空車を削減し、また共同配送の推進により積載効率を向上させています。

● チーム・マイナス6%のメンバーです

当社は2006年2月に「チーム・マイナス6%」に参加しました。夏期のクールビズ活動では、当社の本社ビルにて「ゴーヤビズ」と名付けた、ゴーヤーの栽培による緑のカーテン作りやクールビズ・バッチの配布によるクールビズスタイルの推進、冬期にはキューピーオリジナルひざ掛けの使用を推奨したウォームビズなどを行っています。

また、2008年6月のライトダウンキャンペーンへの参加など、各事業所にてCO2削減に向けた取り組みを継続して行っています。



従業員を対象に「COOL BIZ アンケート」を実施

2008年9月に、従業員に対してクールビズの取り組みについてのアンケートを行いました。その結果、職場におけるクールビズ推進において役に立った取り組みについて、次のような評価が得られました。

- 1位 「温度計付ポスター」の掲示
- 2位 「クールビズでお越しください」の受付等での掲示
- 3位 クールビズ・バッチの配布



その他、今後の取り組みについてのアイデアなど、様々な意見が寄せられました。こうした意見を参考に今後も取り組みを進めていきます。

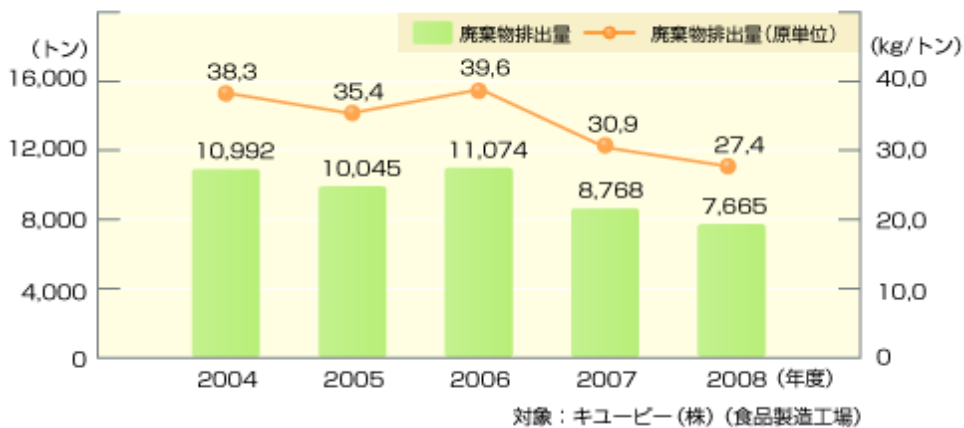
● 廃棄物排出量の削減

工場の廃棄物削減については、製造工程等の見直しによる歩留まりの改善や、原料・資材の梱包形態の改善などによる、発生抑制を第一として取り組んでいます。

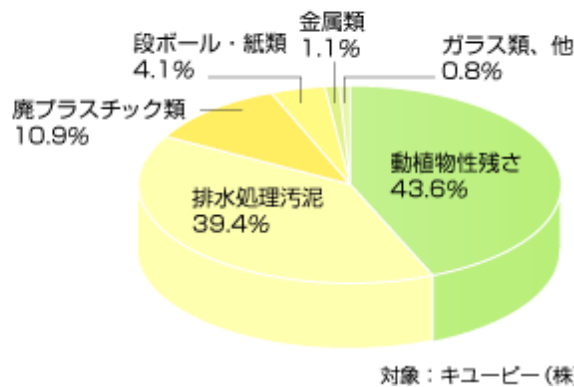
当社食品工場の主な廃棄物は、製造工程における原料や包装資材のロスとしての動植物性残さや廃プラスチック、また洗浄水などの工場排水を排水処理設備で浄化した際に余剰物として発生する排水処理汚泥があります。

2008年度、当社食品工場での廃棄物排出量は7,665トンで、前年比12.6%削減しました。生産数量1トンあたりの廃棄物排出量は27.4kgで、前年比11.3%の削減となりました。削減の主な要因は、作業方法や生産設備等の見直しにより、動植物性残さを大幅に削減出来たことによります。

廃棄物排出量の推移



2008年度 廃棄物排出の内訳

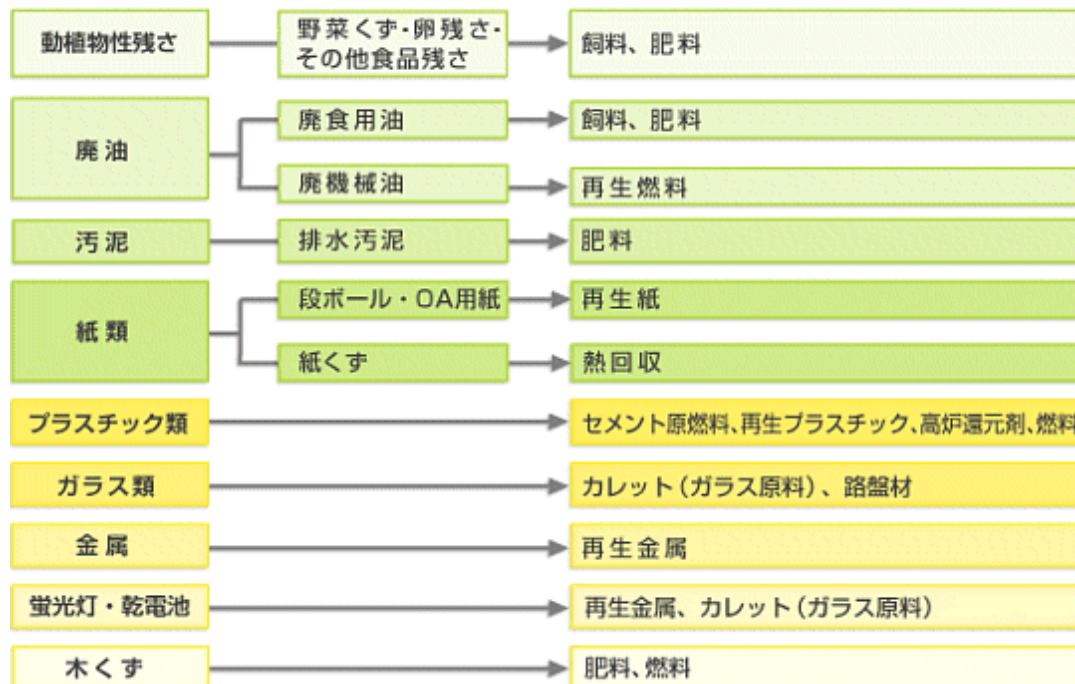


● 再資源化の推進

工場が発生する副産物・廃棄物等は、発生抑制を第一とした上で、卵殻の肥料化等の社内再生や、排出物(有価物、廃棄物)として外部に再資源化処理委託することにより再資源化率100%(単純焼却・埋立て処分ゼロ)に取り組んでいます。

当社9工場のうち2006年に操業を開始した富士吉田工場は再資源化100%をめざして現在再資源化率向上に取り組んでいます。その他の8工場では2003年度に再資源化率100%の体制を構築し、維持に努めておりますが、2008年度は1工場において一部単純焼却・埋立て処分が発生しました。そのため2008年度、当社9工場の再資源化率は96.9%となりました。今後もさらなる廃棄物の削減、再資源化手法の改善に取り組んでいきます。

排出物の主な再資源化用途



[マヨネーズ製造における副産物・廃棄物の利用用途](#)

● 水の効率的活用

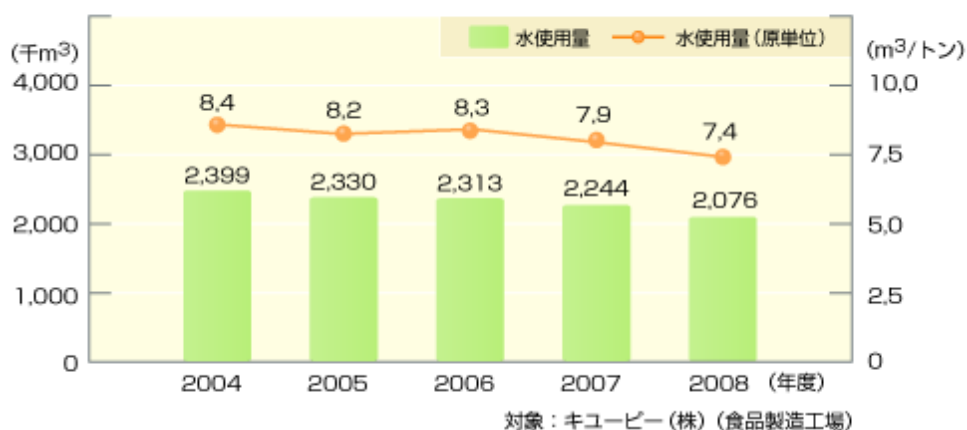
工場では生産設備・器具の洗浄、殺菌・冷却の工程などで多くの水を使用します。

貴重な水資源を効率的に活用し使用量を削減するため、製法や設備運転条件の改善、洗浄方法・頻度の適正化による汲み上げ量の抑制、機器冷却水やレトルト回収水などの循環利用・再利用に努めています。

また水の使用量が削減されると、工場排水処理施設等の浄化施設への負荷が少なくなって運転条件が改善されるため、排水汚泥やエネルギーの削減など環境負荷の低減にもつながります。

2008年度、当社食品工場の水の使用量は2,076千m³で前年比7.5%削減、生産数量1トンあたりの水使用量は7.4m³で前年比6.3%削減しました。

水使用量の推移





シャワー型節水ノズルで、貴重な水の有効活用へ。

機械・器具の洗浄に使用するホースは、設置場所から使用場所まで距離が長く、こまめに水の開閉を出来ずに垂れ流しになることもあるため、「もったいない」と、心が痛く感じていました。

家で使用しているシャワーを見て「これいいなあ」と、思い、会社でも使えないかと試行錯誤の結果『シャワー型 手元 節水ノズル』を作成しました。

工場内のホースに取り付けて使用したところ、『シャワー型ノズル』は水の勢いが強く以前の半開程度で使用できる上、手元ですばやく止められるため、垂れ流しが少なくなりました。その結果約32%の節水になり、工場全体では年間で約8,600tの水を使わずに済むようになりました。

この取り組みは、現在はグループ会社にも展開しています。今後も引き続き貴重な水資源を大切にしていきます。



石橋 悟
階上キューピー



冷却水循環利用で水の使用量を削減しました

仙川工場では、加熱装置の冷却水を循環利用する取り組みを2007年から始めました。他工場の省エネ対策を参考に水平展開したもので、メリットとして水使用量の削減と下水道費用低減に貢献しました。

得られる大きな効果と、今まで水が排水溝へ垂れ流しになっていて「もったいない」という現場の思いから行動に移り、改善する事が出来ました。2007年、2008年と徐々に導入ラインを増やし、冷却水の循環が出来るように設備導入し、約1万t/年の節水が出来るようになりました。



容器包装の環境配慮

商品の容器包装は、お客様に商品の品質を保ったまま、おいしく食べていただくために欠かせないものですが、それを製造する際にエネルギーを消費し、またご使用後は廃棄物となります。当社グループでは容器包装の軽量化と簡素化を重点課題のひとつと考え、継続的に活動しています。

容器包装選定の基本方針

- 食品の容器として適切であること
- 環境汚染物質を発生させないこと
- 省資源・省エネルギーに努め、多重包装はなくすこと
- リサイクルへの適正を向上させ、促進すること
- 環境に配慮した包装技術の確立に努めること

主な取り組み

■ 容器の軽量化を進めています

マヨネーズや育児食、ジャムなどに使われている容器を、強度や保存性が落ちないように工夫しながら軽量化しています。
マヨネーズボトルでは2000年以前に比べ、重量ベースで10～15%の軽量化を行っています。



2008年2月「キューピー3分クッキング パスタのためのオイルソース」シリーズの瓶の重量を1本あたり150gから136g軽量化し、ガラス使用量を年間約50t削減しました。

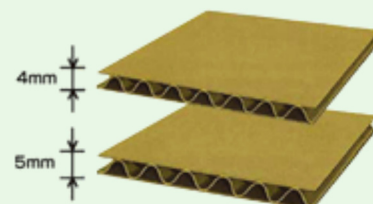
■ 簡単に分別できる工夫をしています

ドレッシングやジャムでは簡単にはがせるラベルを採用しています。



■ 薄型段ボールの採用

厚さを5mmから4mmにした薄型段ボールを2005年12月より導入し、2008年度に切り替えを完了しました。



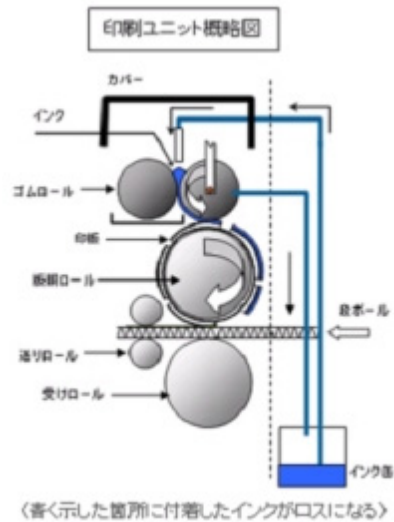


段ボール用インクを標準色のみを集約し、インク使用量を削減

当社は、段ボールメーカーのレンゴー株式会社様との連携により、マヨネーズやドレッシングなどの加工食品の梱包用段ボールの印刷において、従来39色使用していたインクを標準色※18色に集約しました。

これにより、インクの入れ替え回数が減るため、試算では年間約1.7トンのインクのロス削減につながります。また、インク交換時には印刷機械の洗浄に多量の洗浄水が使われているため、標準色化により年間約94トンの洗浄水も削減することができます。さらに、インクのロス削減に加え、インク交換作業も省略できることから、段ボール製造の効率化にも寄与しています。

※標準色・・・全国段ボール工業組合連合会などが定めた、段ボール印刷の基本となる18色のこと。



「もったいない」という思いが、実を結びました。

2008年夏、レンゴー東京工場を見学した時、印刷ラインの切り替え回数の多さに驚きました。色をたくさん使用すると、入れ替えるたびにインクのロスが発生し、ライン洗浄の水も大量に必要になります。どうにかしたいと思い、レンゴーさんと話し合いを重ねた結果、標準色をみの18色に集約することができました。段ボール包装の改善は、これまで、外箱内の中仕切り廃止や軽量化などを進めてきました。今後も資材メーカーの方と『友に』、他の資材についても、環境に配慮した包装資材の採用に努めていきます。



野々下 麻子
キューピー 原資材調達部

● 容器包装の削減

循環型社会の形成をめざして、リサイクルだけでなく、リデュース(排出抑制)、リユース(再使用)のさらなる推進が求められています。当社は、日本経済団体連合会と容器包装にかかわるリサイクル8団体が提言する、素材グループごとの自主行動計画に基づいて、企業としての自主行動計画を策定し、容器包装の削減に向けて取り組んでいます。

2008年度実績

削減量合計		480.9トン
内訳	紙	430.8トン
	プラスチック	50.1トン

対象: キューピー(株)
※紙には段ボールを含む

自主行動計画

発生抑制の推進(2004年度対比で2009年度までの目標)		
1. プラスチック	1. マヨネーズ用容器	生産数量当たり、1%削減
	2. ドレッシング用容器	生産数量当たり、1%削減
2. ガラスびん		生産数量当たり、1.5%削減

対象: キューピー(株)

容器包装のリサイクルに伴う委託費用

各家庭で分別され、自治体によって集められた容器包装は、事業者が費用を負担してリサイクルすることになっています。当社も指定法人を通じてリサイクルの費用を負担しています。

2008年度委託費用・・・約302百万円
※当社事業年度における支払い総額

環境コミュニケーション

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、そして当社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11万人に会場していただいているオープンキッチン(工場見学)でも、当社の製造工程をご覧いただくのと同時に、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。

このような活動を通じて、環境保全についても考えていきたいと思っております。

※オープンキッチンについては、[地域社会とのかかわり](#)をご覧ください。



環境学習のお手伝いをしています

オープンキッチン(工場見学)では学校からの訪問の際に、要望に応じて環境学習を目的とした工場環境担当者による説明を行っています。通常の見学コースである製造工程の見学に加えて、実際の環境施設を見学しながら、分別やリサイクルについて学ぶことのできる機会を提供しています。

また、本社への会社見学の際に、環境への取り組みについて紹介をするといったことも行っています。

崎山中学校 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/000203.html>

東大和第二中学校 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/000285.html>



皆さんからの話に私の方がパワーをもらいました。

環境学習のお話を頂いた事は環境を担当している私にとって嬉しい事でした。生徒の皆さんからも学校や家庭での環境活動をされている話や、今回を良い機会として更に環境を大切にする意気込みを聞く事ができ、楽しく、自発的に行動されている事が分かり、私の方がさらにパワーをいただきました。

皆さんには、今回の学習が思い出にとどまるのではなく、これからも小さな事から自然と行動に移せる様な人になってもらえたらと思います。



松原 由紀
キューピー 社会・環境推進室
(前 仙川工場 環境担当)

● キューピーの森

当社グループは、2007年9月に「やまなし森づくりコミッション※」の第1号として、山梨県富士吉田市の富士北麓で森林保全活動を行っています。水源涵養だけでなく、富士の雄大な自然や地元の皆様と触れ合いを通じて、豊かな人づくりに役立てることをめざしています。



活動2年目となる2008年は、6月に当社研究所の社員旅行の1コースとして、29名が間伐・下草刈りを行いました。また10月には、富士吉田市にある当社グループの5事業所の合同企画行事として49名が参加し、間伐・下草刈りと、リース・コースター・ベンチの製作を行いました。作成したベンチは富士吉田キューピーの見学者通路に設置しています。

「キューピーの森」と命名したこの森(面積:5,300m²)は、当社グループの工場上流にあり、今後5年間に渡り、地元のNPO法人「富士に学ぶ会」様、富士北麓森林組合様とともに、豊かな水をはぐくむ森の保全に努めています。

やまなし森づくりコミッション

森林ボランティアグループ、環境関係団体、森林・林業関係団体と山梨県で構成する任意団体。森づくり活動を希望する企業や団体、県民、学校などからの相談の窓口となり、活動を支援しています。

● ホームページやブログでの情報発信

当社ホームページでは、社会・環境報告書をはじめ、当社グループの環境に関する取り組みを幅広く紹介しています。

2007年3月からは新たに「社会と環境について語るブログ」を開始し、社会や環境に関する取り組みをより身近に感じていただけるよう、今まで紹介しきれなかった話題をよりタイムリーに掲載しています。

2008年3月には、顔の見えるコミュニケーションを実現している点が高く評価され、環境gooの主催する「環境goo大賞2007(ブログ部門)」を受賞しました。



社会と環境について語るブログ

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

● 地域の美化活動

当社グループでは、地域社会の一員として、敷地周辺の自主的な清掃活動の実施や、地域の皆様とともに周辺の河川や商店街の定期的な清掃に参加するなど、地域に根ざした活動にも積極的に参加しています。こうした取り組みは「社会と環境について語るブログ」でも紹介しています。

社会と環境について語るブログー社会・環境活動の話 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/>



カナエフーズ
(尾張・春日井工場)



キューピー伊丹地区



キューピー中河原地区



府中市の「地域安全・環境美化の日」に参加(キューピー醸造)

キューピー醸造本社(東京都府中市)では、毎月20日に行われる府中市の「地域安全・環境美化の日」の清掃活動に、有志のメンバーが参加しています。11月20日に行われた清掃活動では、20名が集まり、落ち葉やゴミなどを集めました。



達成感がありました。

1日の大半をすごしている府中ですので、ただ働くだけではなく、何かできることはないかと思い参加しました。たった1時間でしたが、見る見るうちにゴミ袋が積み上げられていくのを見てびっくりすると同時に、何とも言えない達成感がありました。

せっかくキレイになったのでこれからも続けていきたいと思っています。



高橋 広樹
キューピー醸造 生産管理部

● 水質汚濁の防止

工場からの排水は排水処理設備で浄化処理後に公共下水道や河川に放流しています。

排水の水質等は自主管理基準を定めて管理し、地域ごとの基準を遵守して水域の汚染防止に努めています。

また液体原料・燃料のタンクなどには漏洩防止のための設備を設置。受け入れ時や設備故障など万一の公共用水域への排出、あるいは地下浸透した場合など、緊急時を想定した訓練や連絡体制の整備を行っています。

2008年度は五霞工場で排水処理施設の能力増強のための改善を実施しました。



オイル流出時想定訓練
(鳥栖キューピー)

● 大気汚染の防止

工場では、ボイラーやコージェネレーション等の燃焼設備から排出されるばい煙・排ガス等による大気汚染を防止するために、適切な運転管理に努め、設備の定期点検・メンテナンス、ばい煙測定を実施しています。

またボイラー等の燃料については、A重油から、ばいじんや硫黄酸化物がほとんど発生しない都市ガスへの転換を進めています。

● 悪臭・騒音の防止

近隣の方に、悪臭や騒音などで、ご迷惑をおかけしないように改善に努めています。

悪臭防止については、排水処理場や調理の際に出る臭気の対策として、工程改善や脱臭装置の整備を行っています。2008年度は、中河原、挙母、伊丹工場で臭気対策の設備改善を行いました。

また騒音防止のため、防音壁の設置や設備導入時の騒音評価、従業員や納入業者への指導、敷地境界における騒音測定を実施しています。



新たに導入した生物脱臭装置
(キューピー挙母工場)

当社食品生産工場

対象期間：2007年12月～2008年11月

	単位	階上工場	五霞工場	仙川工場
航空写真				
所在地		青森県三戸郡階上町	茨城県猿島郡五霞町	東京都調布市
主な生産品目		サラダ 冷凍食品 レトルト食品 マヨネーズ	マヨネーズ ドレッシング類	マヨネーズ 卵製品 ドレッシング類
生産数量	トン	14,515	37,464	41,744
購入電力	GJ	64,733	23,441	66,779
燃料	GJ	47,688	45,659	26,067
CO2	トン	5,746	3,078	3,811
廃棄物排出量	トン	1,931	651	247
再資源化率	%	84.7	100.0	100.0

	単位	中河原工場	富士吉田工場	拳母工場
航空写真				
所在地		東京都府中市	山梨県富士吉田市	愛知県豊田市
主な生産品目		マヨネーズ ドレッシング類 卵製品 調理食品	マヨネーズ 調理食品	ドレッシング類 マヨネーズ 卵製品
生産数量	トン	36,426	11,663	45,914
購入電力	GJ	46,994	20,290	60,917
燃料	GJ	139,281	13,987	83,085
CO2	トン	8,446	1,616	6,303
廃棄物排出量	トン	1,172	97	1,201
再資源化率	%	100.0	68.4	100.0

	単位	伊丹工場	泉佐野工場	鳥栖工場
航空写真				
所在地		兵庫県伊丹市	大阪府泉佐野市	佐賀県鳥栖市
主な生産品目		マヨネーズ マヨネーズ類 卵製品	ドレッシング類 マヨネーズ スナック菓子	マヨネーズ 育児食 流動食 ドレッシング類
生産数量	トン	56,321	13,150	22,122
購入電力	GJ	106,200	27,856	53,238
燃料	GJ	52,808	16,958	75,428
CO2	トン	6,685	1,880	7,275
廃棄物排出量	トン	1,299	222	845
再資源化率	%	100.0	100.0	100.0

● ファインケミカル工場

化粧品原料、医薬品原料を製造する当社ファインケミカル工場の環境データです。

対象期間：2007年12月～2008年11月

	単位	ファインケミカル工場
所在地		茨城県猿島郡五霞町
主な生産品目		化粧品原料 医薬品原料
生産数量	トン	554
購入電力	GJ	65,144
燃料	GJ	72,609
CO2	トン	5,966
廃棄物排出量	トン	8,853
再資源化率	%	100.0

対象期間:2007年12月~2008年11月

	単位	キューピータマゴ(株) 19工場	(株)カナエフーズ 9工場
所在地		本社:東京都調布市	本社:東京都府中市
主な生産品目		液卵 加工卵 茹卵 他	卵加工品(卵焼きなど) 卵調理食品(スプレッドなど) うずら缶詰 他
生産数量	トン	139,481	50,280
購入電力	GJ	298,331	259,980
燃料	GJ	128,159	129,147
CO2	トン	19,991	16,853
廃棄物排出量	トン	9,796	3,509
再資源化率	%	92.9	99.4

	単位	キューピー醸造(株) 3工場	コープ食品(株) 2工場
所在地		本社:東京都府中市	本社:東京都渋谷区
主な生産品目		食酢 調味酢・加工酢 醃酢調味料 他	調理食品 冷凍冷蔵食品 缶・びん詰、レトルト食品 他
生産数量	トン	62,073	18,883
購入電力	GJ	99,427	91,802
燃料	GJ	40,494	86,717
CO2	トン	6,244	9,585
廃棄物排出量	トン	1,402	2,099
再資源化率	%	100.0	100.0



♥ すべての皆様に信頼される企業であるために。

🌱 コーポレートガバナンス

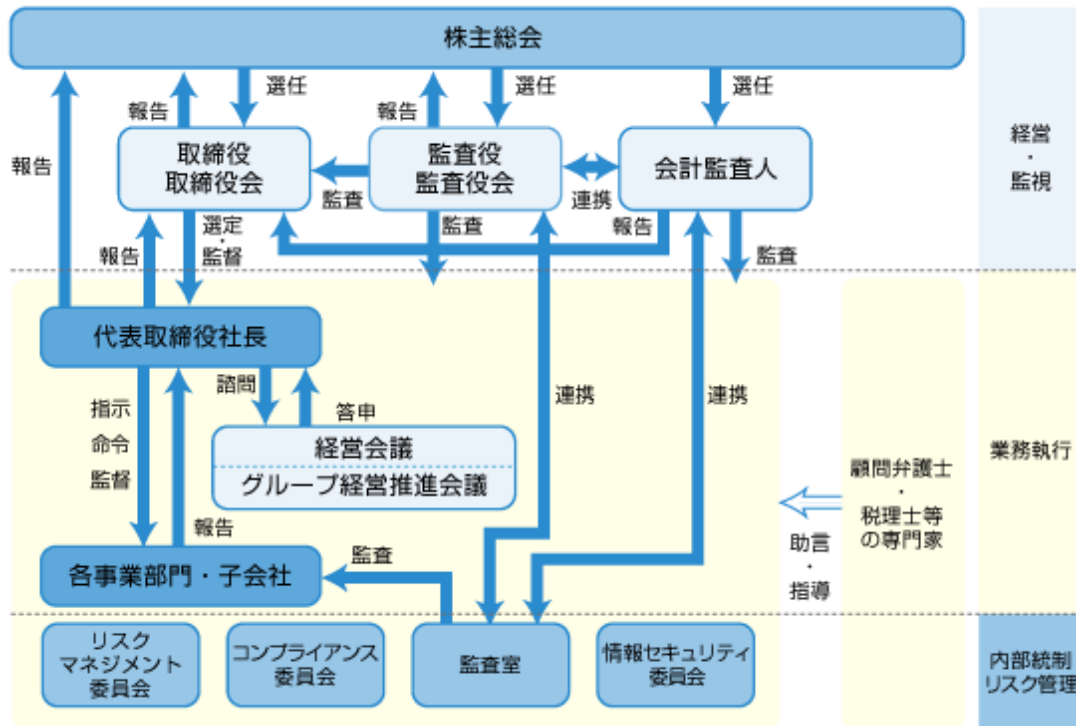
🌱 コンプライアンス



コーポレートガバナンスに関する考え方

当社グループは、効率的な経営によって企業価値の最大化を図るため、経営上の組織体制や仕組み・制度などを整備するとともに、企業の持続的な発展のために不可欠なコンプライアンス体制の整備やCSR(企業の社会的責任)を推進していくこと、また経営の成果を株主やお客様、取引先、従業員といったステークホルダー(利害関係者)に適切に配分することを経営上の重要な課題に位置づけています。

コーポレートガバナンス体制の概要



リスク管理と内部統制

当社グループでは、リスク管理について体系的に定めたリスク管理規定に基づき、個々のリスクについては各担当部門が継続的に監視するとともに、代表取締役を委員長とするリスクマネジメント委員会において、グループ全体にわたるリスクの評価、優先順位などの総括的な管理を行っています。また、危機発生に備え危機管理マニュアルを作成し、あらかじめ具体的なリスクを想定・分類して、緊急事態発生の際の迅速かつ適切な情報伝達と対処のための体制を整備しています。

内部統制システムについては、内部監査部門である監査室と品質・安全・環境などの自主監査スタッフが連携しながら、各部署の業務上のプロセス、コンプライアンスなどのリスクについて監査を行っています。事業所への定期的な巡回監査のほか、リスク情報にそったテーマ監査を行っており、取締役会、監査役、担当役員等に報告しています。

● 情報セキュリティ、個人情報保護の取り組み

当社グループでは、お客様や取引先など、さまざまな方からお預かりした情報を適切に取り扱うために、2003年5月に「情報セキュリティ委員会」を設置し、情報管理のためのルール策定や各種のセキュリティ対策を実施しています。また従業員に情報セキュリティの意識を浸透させるため、教育プログラムや研修を毎年行っており、チェック機能の充実を進めています。

個人情報については、2005年の個人情報保護法の施行にあわせて、個人情報保護方針の策定、個人情報保護責任者の任命、お問い合わせ窓口の設置などを実施し、適切な管理を行っています。保護方針やお問い合わせ窓口につきましてはホームページでご覧いただけます。

プライバシーポリシー（個人情報保護方針）

<http://www.kewpie.co.jp/company/corp/privacy/privacy.html>

※プライバシーポリシーは、グループ共通の内容です。

当社グループは、オリジナリティのある技術で製品と活動の質を高めていくことをめざしており、事業を展開していく上で、研究開発活動と共に知的財産活動を重要なものと位置づけています。

知的財産権を統括する知的財産部では、事業活動の自由度を維持するため、製品の研究開発を通じて獲得した成果を、知的財産権として権利取得することを推進しています。そのため研究開発部門である研究所を中心とした関連部署との普段からのコミュニケーションを重視しており、特許や商標研修の実施などグループ全体の知的財産活動の意識啓発を図っています。

また、オリジナリティを追求する上では他者の権利を侵害していないことが重要と考えており、新製品の研究開発にあたっては、先行技術など他者の特許権に抵触しないための調査を重視しています。その他商標権など、他者の知的財産権の抵触に関する判断にあたっては、必要に応じて専門家の意見を仰ぐなど、権利取得だけでなく、他者の知的財産権を侵害しないことを留意しています。



連載コラムによる従業員の啓発活動

知的財産部では2004年4月より、知的財産についての従業員の意識啓発と会社の取り組みを紹介することを目的に、イントラネットの「電子かわら版iQp」上で情報発信を行っています。特許や商標について、自社商品の具体的な事例などを交えながら、知的財産部のメンバーが持ち回りで毎月コラムを連載しており、理解を深めるとともに、自社の知的財産について具体的に知ることのできる機会になっています。

内容についての従業員からの意見や質問も受け付けており、iQpの会議室(掲示板)上で様々なやりとりが行われています。



みんなに関係ある知的財産。

知的財産と言うと「なんだか難しそう」とか「普段の仕事とは関係ない」と思われがちなので、「キューピーディフェの技術が特許になりました」とか「®はどういう意味があるの?」とか「開発部門でなくても特許出願できます」といった形で、一人ひとりのメンバーが自分達の言葉で発信することで、親しみやすい内容になるように心がけています。

私自身もキューピー人形の商標登録をめぐる裁判での争いなどを取り上げて紹介しました。掲載直後に他部署の先輩から「長文だったけど最後まで読んでしまったよ。地味だけどアツい仕事だな」と声をかけてもらうなど、とても励みになりました。

今後も、新しく特許になった技術や、知的財産の豆知識、ブランド防衛の苦労話など、情報満載で発信していきたいと思います。

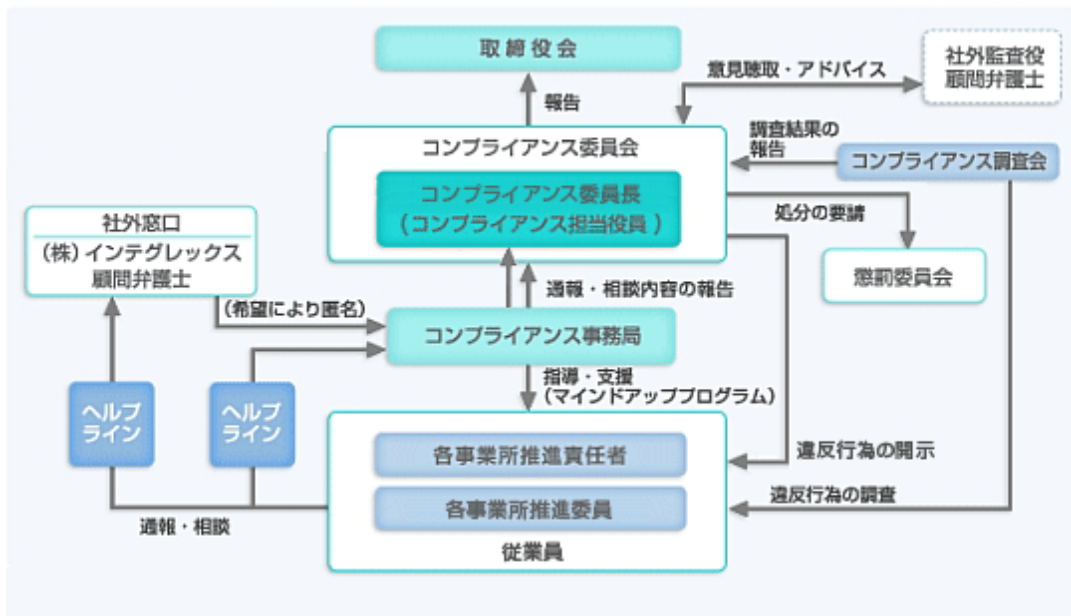


池上 隆章
キューピー 知的財産部

● コンプライアンス(法令遵守)に関する考え方

当社グループでは、2004年に「グループ倫理行動規範」を制定し、当社グループの尊重する価値観と、とるべき行動を明らかにしました。事業活動を支えるのは従業員であり、その行動の基本となる考え方を当社グループ内外に透明にすることが、お客様からの信頼と従業員相互の自浄作用につながると考えています。

コンプライアンス体制



● グループ倫理行動規範



法令遵守

私たちは、国内及び国際社会における各種法令、社会規範、そして社内規定を遵守し、高い倫理観を持った事業活動を行います。



人権の尊重

私たちは、人権の大切さを理解し、尊重します。人種、信仰、思想、性別、年齢、社会的身分、身体的・精神的障がいなどを理由とする差別や不当な扱いを決して行いません。



公正・自由な競争、透明な関係

私たちは、公正・自由な競争を行い、お客様と健全な市場の発展に貢献します。また、お取引先、業界、行政、政治に対しても透明で健全な関係を保ちます。



環境問題

私たちは、地球環境へ与える事業活動の影響力を認識し、環境問題に対し真摯に取り組めます。私たちは限りある資源・エネルギーを大切にします。



社会貢献

私たちは、社会の一員として社会貢献活動を実施します。また、幅広い地域・分野を対象に社会の発展につながる活動を支援します。



働きやすい環境

私たちは、安全・衛生で働きやすい職場環境作りをします。また、互いの人格・個性を尊重し、やりがい、成長する意欲を大切にします。



反社会的勢力への姿勢

私たちは、社会的秩序を乱し健全な企業活動を阻む勢力に対し、断固とした姿勢でのぞみます。いかなる形であっても、それらを助長するような行動をしません。



他人の財産の尊重

私たちは、特許、著作権などの知的財産権を尊重します。また、お取引先の秘密情報、お客様、役員・従業員の個人情報を大切に、不正に使用しません。



お客様の理解と支持

私たちは、お客様の深いご理解と幅広い支持を得るために、企業情報の開示を適確かつ公正に行い、会社の透明化を図ります。



海外の事業活動における配慮

私たちは、海外の事業活動においても、現地の文化、慣習を尊重し、現地の発展に貢献します。

● コンプライアンスへの取り組み

当社グループでは、コンプライアンス担当役員を委員長とするコンプライアンス委員会が、各事業所の推進責任者と連携しながら、当社グループ内の法令遵守状況の把握や、従業員への啓発活動を行っています。コンプライアンス委員会では、イントラネットへのコンプライアンス事例の掲示や、集合研修でのコンプライアンス研修、マインドアッププログラムなどを実施しています。

2008年度以降のマインドアッププログラムの実施状況

	テーマ	実施時期	対象者	実施方法
第6回	セクシャルハラスメント	2007年12月～2008年3月	全従業員	ビデオ教材を見た後、ディスカッションを実施しました。
第7回	就業規則	2008年8月～9月	管理職※	就業規則について事前課題を検討してもらったうえで勉強会を実施しました。
第8回	グループ倫理行動規範	2008年10月～11月	管理職 新入社員	eラーニングによる学習を行いました。

※第7回は、各社によって就業規則の内容が異なる点もあるため、キューピーの管理職を対象に実施しました。

● ヘルプライン(内部通報制度)

ヘルプラインは、コンプライアンス事務局が運営する、社内の不正・違反行為についての通報・相談を受ける制度です。

2004年2月にスタートし、当社グループで働くすべての従業員(パート・アルバイト・派遣社員含む)が、社内外の4つの通報相談窓口を通じて利用することができます。社外の窓口については通報相談者の希望により匿名性が保たれる制度になっており、違反事例につきまちは、個人を特定できない形で全従業員に情報開示を行い、再発の防止に努めています。また、従業員が気軽に相談できるよう、制度の趣旨を周知するために各事業所に相談方法を掲示しています。

ヘルプライン 相談件数

2004年度	2005年度	2006年度	2007年度	2008年度
7件	22件	21件	23件	15件



コンプライアンス事務局では、従業員へのヘルプラインの浸透を目的に、イントラネットの「電子かわら版iQp」上に連載コラム「教えて！ヘルプライン」を掲載しました。事務局のメンバーである法務部の従業員が中心となり、ヘルプラインの成り立ちや目的だけでなく、実際の相談の方法から通報相談者の保護についてなど、計7回に渡ってわかりやすく紹介しました。



会社をより良く変える大きなきっかけに。

ヘルプラインは2002年にスタートしたものの、「きちんとその制度を知っている人が少ないのでは？」「制度自体知っていても『なんだか敷居が高くて使えない』と思っている人が多いのでは？」と気になっていました。そこで、みなさんにヘルプラインの制度を正しく知ってもらい、何かあれば安心して使ってもらえるよう「教えて！ヘルプライン」をiQpで連載させていただきました。

特に伝えたかったのは、ヘルプラインは、「風通しの良い会社を目指し、一緒に変えていこう」という会社の気持ちを表すものだという事です。「なんとかしてほしい、助けて！」という状況だけでなく、「これっておかしいんじゃないかな？」という疑問の段階でも、相談をしてもらうことで、会社をより良く変える大きなきっかけになってほしいと思います。



濱尾 真理恵
キュービー 法務部

キューピーグループの5つの事業

当社グループでは、5つの事業を軸にさまざまなシーンで皆様の「おいしく健康的な食生活」をサポートしています。新しい食のおいしさを求めてそれぞれの事業を積極的に展開しており、活動を通して、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。

多くの方々へのやさしさをカタチにしています。

健康機能事業



はじめて食べ物を口にする赤ちゃんのための育児食、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。多くの方々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卵の特性に注目し、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。

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。

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

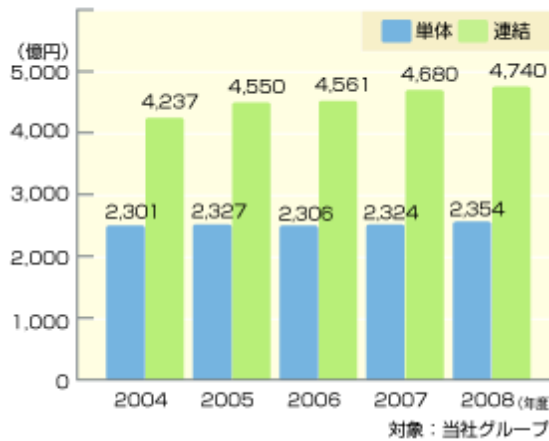


常温・定温・冷蔵・冷凍の4つの温度帯での保管体制で、食品の品質・鮮度を守り抜く物流を実現しています。無駄のない運行管理システムと全国に広がるネットワークを生かし、環境と安全に配慮しながら、大切な食品を運んでいます。

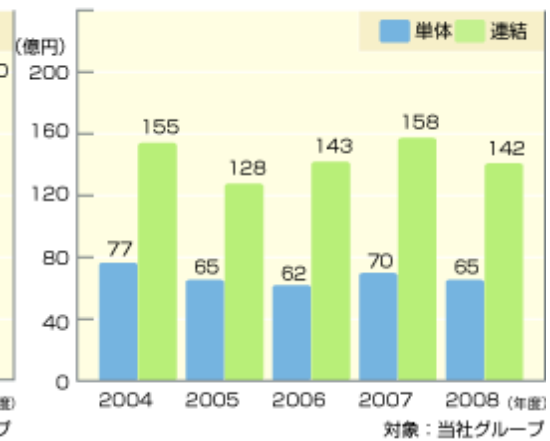
商号	キューピー株式会社
創立	1919年11月30日
本社所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13
資本金	241億400万円
従業員数	2,609人(連結:9,283人)
事業所数	生産:9工場 営業:10支店・21営業所

2008年11月30日現在

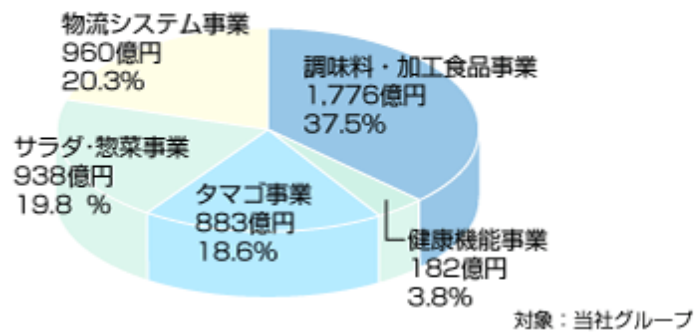
売上高



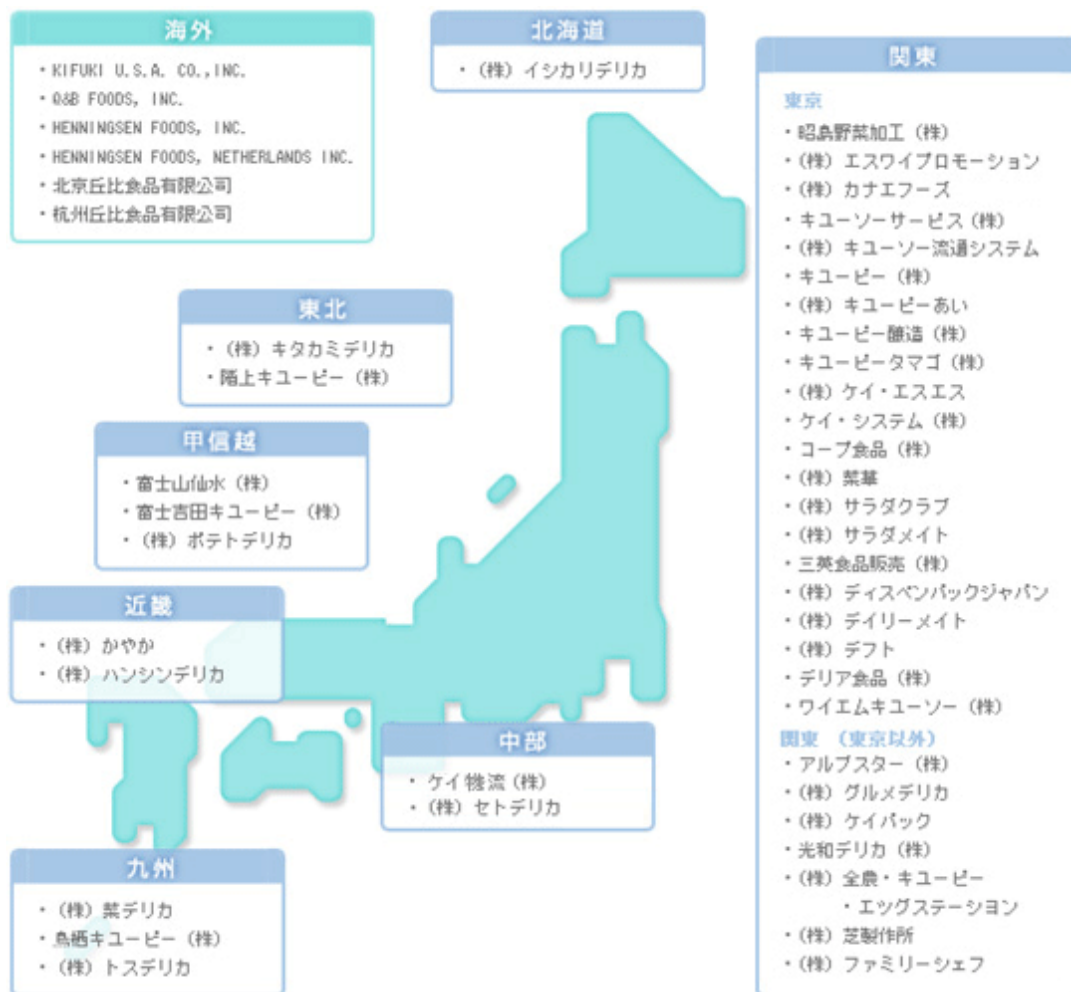
経常利益



事業部門別売上構成
2008年度



● グループ会社一覧



2008年12月現在

● 環境保全と社会・文化活動に関する取り組みの歴史

西暦	環境保全に関する取り組み	社会・文化に関する取り組み
1956年	<ul style="list-style-type: none"> 卵殻を天日で干し、土壌改良剤として農家に販売を開始 	
1960年		<ul style="list-style-type: none"> 財団法人ベルマーク教育助成財団への協賛を始める
1961年		<ul style="list-style-type: none"> 工場見学(オープンキッチン)を開始
1962年		<ul style="list-style-type: none"> 「キューピー3分クッキング」放映開始
1963年	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物削減を合理化の一環として取り組む 	
1969年	<ul style="list-style-type: none"> 卵殻の破碎・乾燥設備を導入(仙川工場) 	
1971年	<ul style="list-style-type: none"> 活性汚泥による排水処理設備の導入開始(1975年に全工場に整備) 	
1973年		<ul style="list-style-type: none"> 食と健康の知識の普及をはかる「キューピーニュース」発行
1975年		<ul style="list-style-type: none"> 食生活に関するビデオの配布活動を始める
1978年		<ul style="list-style-type: none"> 日本合唱連盟・朝日新聞社主催の「全日本ママさんコーラス大会」(現「全日本おかあさんコーラス大会」)への協賛を始める
1980年		<ul style="list-style-type: none"> 那覇ママさんコーラスまつり(現「全沖縄おかあさんコーラス大会」)への協賛を始める
1981年	<ul style="list-style-type: none"> 卵殻を食品用カルシウムとして販売開始(膜除去技術の確立により実現、商品名「カルホープ」) 	
1991年	<ul style="list-style-type: none"> 環境問題検討委員会を設置(委員長:生産本部長) 卵殻膜を加工、化粧品原料として発売 	
1992年	<ul style="list-style-type: none"> 容器減量化を推進(ドレッシングびんを丸形・軽量びん化など) 	
1993年	<ul style="list-style-type: none"> 安全・環境に関するグループ各社相互点検システムを確立 	
1997年	<ul style="list-style-type: none"> 環境担当役員、環境対策室を設置 環境委員会(委員長:環境担当役員)を全社組織に改組 卵殻膜を素材としたうまみ調味料を発売(商品名「卵醬」) 	

1998年	<ul style="list-style-type: none"> 容器包装の環境影響評価基準を制定 グリーン購入の基本原則を制定、OA用紙ガイドラインを作成・運用開始 環境保全のための基本方針を制定(部門毎の目標を設定し活動) 	
2000年	<ul style="list-style-type: none"> マヨネーズ容器、段ボール箱の減量化、仕切り板廃止などを実施 伊丹工場でISO14001の認証取得 	
2001年	<ul style="list-style-type: none"> 環境報告書2001年版を発行 五霞工場でISO14001の認証取得 グループ環境マネジメントマニュアルを制定 	
2002年	<ul style="list-style-type: none"> 全工場の廃棄物焼却炉を廃止 五霞工場で廃棄物の再資源化率100%達成 	<ul style="list-style-type: none"> 東京水産大学(現 東京海洋大学)大学院に「ヘルスフード科学(中島董一郎記念)寄附講座」を設立
2003年	<ul style="list-style-type: none"> 全工場で廃棄物の再資源化率100%達成 	
2004年	<ul style="list-style-type: none"> 鳥栖工場でISO14001の認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> キューピーニュースが第4回消費者教育教材資料表彰(主催:財団法人消費者教育支援センター)の優秀賞を受賞
2005年	<ul style="list-style-type: none"> 中河原工場でISO14001の認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> CSR担当役員任命、環境対策室を社会・環境推進室に改組 環境・社会報告書2005年版を発行(社会活動に関する内容を記載)
2006年	<ul style="list-style-type: none"> 「チーム・マイナス6%」に参加 八都県市「容器包装ダイエツ宣言」に参加 	
2007年	<ul style="list-style-type: none"> 山梨県の富士山麓で「キューピーの森」を開始 富士吉田工場でISO14001の認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> フードバンク活動に参加
2008年		<ul style="list-style-type: none"> マッチングギフト制度「QPeach」スタート

対象:キューピー(株)

● 編集方針・対象範囲

この「キューピーグループ社会・環境報告書」は、当社グループが皆様から信頼され親しまれる企業であり続けるために、企業姿勢や活動内容をありのままお伝えすることを目的に作成しています。多くの方にご理解いただけることをめざし、できるだけ「見やすく」「わかりやすい」報告書づくりを心がけました。

具体的な取り組みや必要データを載せた[フルレポート](本ウェブサイト)のほか、簡潔に主な活動内容をまとめた[ハイライト](冊子)を作成し、配布しています。

2009年版では、働く従業員の“今”をできるだけ『OPEN』にして掲載しました。できるだけ多くの皆様とコミュニケーションを図っていきたくと考えています。

対象組織	原則として、当社グループ(連結対象46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	2007年12月1日～2008年11月30日 ただし直近の重要な事象については2009年5月まで記載しています。
発行	2009年7月。次回の発行は2010年の春を予定しています。

この報告書[フルレポート]・[ハイライト]は環境省より発行された『環境報告ガイドライン』を参考にしています。

● 2008年版報告書へのご意見

「キューピーグループ社会・環境報告書2008」は、昨年2008年6月にフルレポートであるウェブ版とハイライトとして冊子版を発行しました。

ウェブ上のフルレポートについては2008年6月から2009年5月末時点までに、のべ185,375件のページビューがありました。冊子であるハイライトについては30,000部を発行し、従業員の他、オープンキッチン(工場見学)にいらした方々、ご請求いただいた方々を中心にお配りしました。

報告書へのご意見については、ハガキやホームページでアンケートを実施し、合計で310件の回答(2009年6月末現在)をいただきました。この場を借りてお礼を申し上げます。なお、いただいた意見の一部は「社会と環境について語るブログ」で紹介しています。

社会と環境について語るブログ — 社会・環境報告書2008 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/>

■ これまでに紹介したご意見

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000257.html>

- 毎年の報告書 大変楽しみにしております。封筒を使わない簡易包装システム とても感心いたしました。
- 個人では限られた活動しかできませんがグループ活動は限りなく大きな世界に向かって活動ができると思います。それにはまず人間性の原点を忘れないで頑張ってください。常に国民、世界の目は注目しています。
- 御社グループの社会活動 環境保全活動等について、大変な努力と実績を上げられていることを大変心強く私共も一人間として努力して行かねばならないと強く感じました。
- グループ活動他はとても豊かでいいなと思いました。もっと私が若かったらみなさんと共に仕事に参加してみたいと思うほどです。人も物も多い時代、何が大切なのかが、この冊子で一部見えたように思いました。息子もガンバツてもらいたいし、みなさまもガンバツて下さい。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000265.html>

マヨネーズと健康との関わりについて

最近、特に若者が何でもマヨネーズに頼る食生活を聴きます。貴社は、健康に有効な製品作りを考えて色々な対応策や製品を販売しているようですが、このあたりの説明が足りないような気がします。特にマヨネーズによる肥満、高コレステロール、高血圧などの生活習慣病にどのような対処をされるのか、よく知りたいものです。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000273.html>

本当に良い企業だと思いました。これからますます高齢者社会になることですので、老人向きの食品もどんどん作って欲しいと思います。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000278.html>

具体的な活動事例や数値を交えた報告がなされており、読むだけでも勉強になりました。環境問題は個々人のファッションではありません。企業、特にメーカーが率先して持続可能な活動を推進する必要があると思っています。御社の取り組みに共感しました。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000301.html>

P.14の卵殻膜の利用で、何故繊維に配合するのか説明が欲しい。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000306.html>

- みなさんの笑顔の写真を見て会社の健全さが手に取るようにわかる気がします。この笑顔がいつまでも続く会社にして下さい。頑張れキューピー。
- 社員の写真や声が多く載せられ、生き活きとした様子が伝わってきました。
- 顔写真の中にヒョットして息子が・・・と思わずさがしてしまいました。
- 「環境報告書2008ハイライト」の冊子を見て、従業員のみなさまの前向きな明るい顔を見てこの4月に入社した娘の姿をだぶらせながら読ませて頂きました。
- いつも大変お世話様になり有難うございます。この冊子を拝見する時キューピーは丸丸となって環境問題に取り組んでいるで大変嬉しい。陰ながら応援している。次回の報告書にも期待しています。(息子の写真の笑顔もうれしかった)

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000312.html>

昨年の冊子より読みやすいと思いました。特に9-10ページ「アレルギーへの配慮」の所がよかったです。長男は生後3ヶ月から卵・乳・小麦等のアレルギーがあり、「よいこになあれ」シリーズには大変お世話になってます。

私が入っている「食物アレルギーの子を持つ親の会」代表の武内さんも登場していたのでびっくりしました。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000371.html>

“古本のリユースキャンペーン”は、とてもよいアイデアと思います。

個人での換金はわずかですが、3,202点の本では、かなりまとまった金額が寄付されたことでしょう。今後も続けられることを望みます。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2008/000385.html>

コンパクトな冊子の中に貴社の取り組みがわかりやすく表現されていて、とても良い気分になりました。たくさんの方との関わりも感じられて、うれしい活動だと思います。

2009年版に寄せられた意見についても、同様に「社会と環境について語るブログ」で紹介していく予定です。

● 2009年版報告書の作成にあたって

2009年版報告書の作成にあたっては、これまでのように若手を中心とした従業員が集まって内容の検討を行うのではなく、関連する部署や担当者に個別にヒアリングを行う形で進めました。その様子は、「社会と環境について語るブログ」でも一部紹介しています。

社会と環境について語るブログ - 社会・環境報告書2009 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/2009/>

■ ハイライトの作成にかかわった従業員のコメント

今回の編集にあたり、緑豊かな環境で仕事ができていることをあらためて実感しました。また、身近な問題について考えるよい機会を与えられたことに感謝します。ものづくりを通し、楽しんでエコ活動を行っていきたいと思います。

天野 浩巳(キューピー 拳母工場)

育児休業を利用する女性も男性も増えています。新たな経験の中で新たな気づきを得ているようです。子育てに限らず、多様な働き方や経験、考え方をお互いに尊重できる環境が魅力的な会社につながると信じています。

勝呂 直子(キューピー 人事本部 次世代支援担当)

卵殻膜がもともと持つ『包み込むやさしさ』が『有効利用というやさしさ』に出会って、『環境へのやさしさ』というハーモニーを奏でました。出光テクノファイン様をはじめ異業種の方々との仕事を通じて素晴らしいことを学びました。

鈴木 正史(キューピー ファインケミカル本部)

ワークライフバランスのポイントは、自分のこととして考えることと、チームで協力し合うことだと思います。「わく☆きら活動」を通じて、一人でも多くの方が夢を実現できれば、素晴らしいですし、私にとってもうれしいです。

南 浩司(キューピー 人事本部 労務部)

この報告書の作成で、いろいろな会社とのつながりを再認識できました。人のつながり、会社のつながり、社会とのつながり・・・そんなつながった輪がたくさんできていたら楽しいですね。

村松 麻子(キューピーあい CSR推進室)

部署内と夫婦で開催した「わく☆きらサラダバー」から半年、お互いのドリームサラダの実現には、協力が一番大切でした。現在の私のワークライフは、周囲の支えのおかげで、自分が描いていたよりも素敵なサラダになっていると思います。感謝。

綿貫 智香(キューピー 研究所)