



## キューピーグループ 社会・環境報告書 2012

### CONTENTS

特集：キューピーの食を作る精神	01 - 06	株主・投資家とのかかわり	39 - 44	マネジメント	81 - 86
キューピーの約束	07 - 15	取引先とのかかわり	45 - 47	会社概要	87 - 90
お客様とのかかわり	16 - 27	地域社会とのかかわり	48 - 55	報告書の作成にあたって	91 - 92
従業員とのかかわり	28 - 38	キューピーと地球環境	56 - 80	東日本大震災への対応	93 - 95





## 原料、そして品質を守る仕組み、 それを守る人々

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”を柱として、品質第一の理念と実行力を具現化できる体制を構築しています。

(写真左から) 林田 みき、真弓 千里 / 鳥栖キューピー

### 1 キューピーの品質は原料へのこだわりから

「良い商品は良い原料からしか生まれない」はキューピーグループの原料についての考え方です。原料メーカー様からは、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」を提出していただいています。さらに、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確認しています。製造現場の担当者同士がコミュニケーションを図り信頼関係を構築することで、品質の保持・向上に努めています。

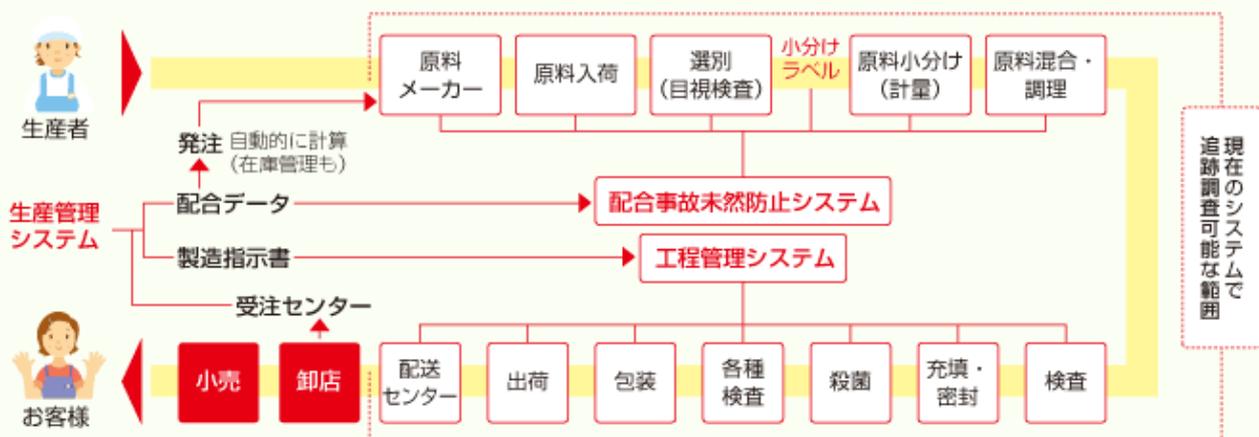
### 2 いちばん大切な人に安心して食べていただくための仕組み

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原点といえる商品がベビーフードです。言葉を話せない赤ちゃんが口にするものだからこそ、より安全な原料の確保を徹底し、品質管理の仕組みをつくり上げてきました。そしてこれを支える仕組みの一つが、自社開発のファクトリーオートメーション（FA）システムです。原料の入荷から調理、包装にいたる各工程において、システム照合と記録を行うことにより、問題の発生を防ぐだけでなく、万一が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ます。さらに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商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。



### FAシステムの主な流れおよびトレーサビリティの範囲

ベビーフード(レトルトパウチ)製造工程の場合



### 3 品質を守るのは人

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、それを支えるのは人です。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す。そうした品質向上活動を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っています。

#### お母さんの気持ちになってつくる

赤ちゃんは、月齢によって食べられる素材や大きさ、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。そのためベビーフードの原料については、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。担当者は我が子に食べさせるお母さんの気持ちになって目で確認し、さらに指先の感覚も大切にしながら、大きすぎる原料や硬すぎる原料を取り除いています。





渡辺 正記 / キューピー研究所

## 商品開発にみる キューピーのものづくり力

キューピーグループが年間に扱う卵は 25 万トン。これは国内の卵生産量の約10%に相当します。キューピー独自の技術力が卵の力を引き出し、キューピーならではの商品開発力で新しい魅力的な商品を次々と生み出しています。

### 1 卵で広がる豊かな食卓

キューピーは、一つの生命を生み出すための必要な栄養が全て詰まっている卵の特性に注目し、長い間研究を重ねてきました。マヨネーズの会社というイメージが強いキューピーですが、実は卵の会社でもあるのです。そして、卵の特性を知りつくした技術力で新しいおいしさを開発しています。例えば、「とろっと名人ひらけオムレツ」\*は、上から切れ目を入れると中から半熟卵が流れ出すオムレツです。熟練した技術がなくても、温めるだけで簡単にとろ〜り感を実現できます。また、泡をそのまま冷凍状態に仕上げたソースベースが「エスプーマベース」\*です。卵白を使って、誰もが手軽に「泡」料理ができる商品をつくり出しました。キューピーは、常に新しい技術と開発力で、食卓を豊かにするお手伝いをしています。

\*業務用商品



### 2 ヒアルロン酸の安定供給を実現

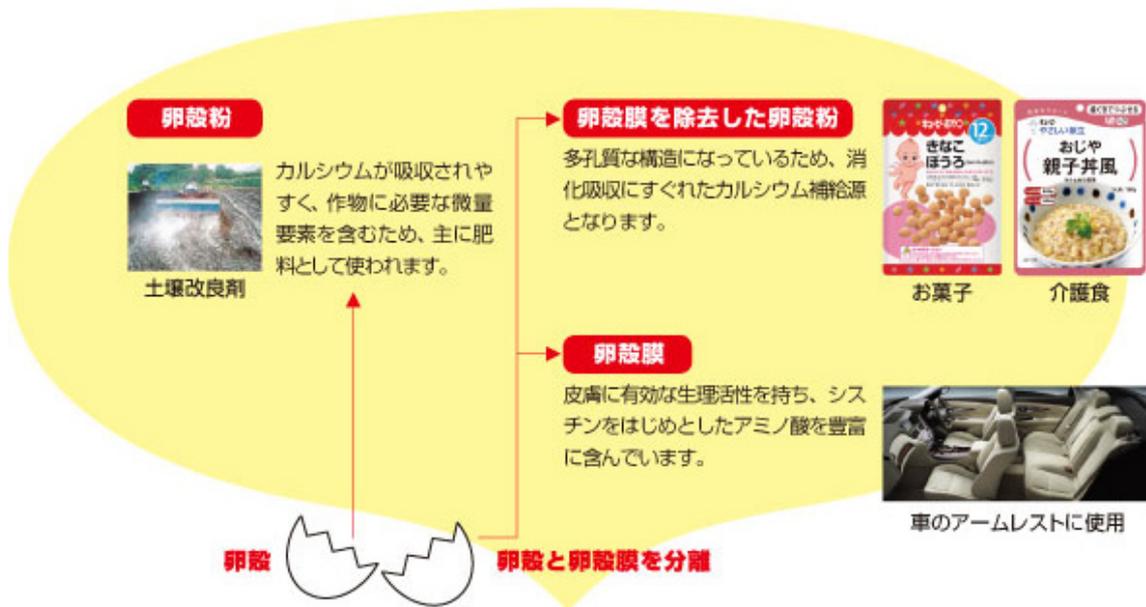
キューピーは、マヨネーズの原料である卵の研究から始まり、いろいろな素材を由来とした食品、化粧品、医薬品用途の機能性成分の研究開発を行っています。医療用素材、健康・美容向け素材として年々需要が高まっているヒアルロン酸も1983年から研究開発を始めています。キューピーは、国内で唯一、鶏冠（トサカ）からの抽出法と微生物による発酵法の二つの製造方法で生産を確立しています。これにより、良質なヒアルロン酸をより多く安定的に生産できるようになりました。25年以上にわたる精製の実績と技術力をもって、キューピーのヒアルロン酸は、今や世界20カ国以上に輸出されています。



阿部 友紀奈 / キューピー研究所

## 殻も無駄にしません

キューピーは、年間2万トンを超える卵の殻もいっさい無駄にしていません。カルシウムが豊富な卵殻は粉にして、高齢者食やベビーフードに活用しています。さらに、麺やスナック菓子などにも使用されています。また、卵殻膜は、化粧品やスポーツウェアなどに活用されたり、最近では車の内装などにも用途が拡大しています。



## 世界で愛される キューピーをめざす

キューピーの海外事業は、中国と東南アジアを中心とし「アジアのキューピー」構想のもと、キューピーブランドの浸透を図っています。



郎菊紅 / 杭州丘比食品有限公司

2002年の設立から杭州丘比とともに成長させていただきました。“中国人の食文化を豊かにしたい”の思いで、工場をピカピカにし、品質を追求しています。たくさんのお客様が工場見学できる体制を整え、“ファンづくり”を行い、お客様自ら“安全・安心、美味”を体験していただくことで、ブランドの認知度を上げていきたいと思ひます。



これからも、工場全員の知恵と力で、もっと素敵なお工場をつくって、“たくさんの方が丘比で働きたい、たくさんの方が丘比を知っている、たくさんの方が丘比大好き”を実現していきたいです。



KEWPIE (THAILAND) は、安全・安心の心をこめて自分たちの商品づくりをしています。品質管理システムの強化、従業員のモラルと力量の向上、環境・社会貢献にも力を入れています。

私は「品質は現場でつくられる」という基本的な考え方と、お客様は自分の家族であり、そのために自分たちはベストを尽くすという考えのもとに、安全でより品質の高い商品を提供するという目標を持っています。継続的な改善が図られるよう、現場の仲間と一緒に学んでいます。

現在は、キューピーブランド商品のタイ国内および輸出先の販売チャネルを増やし、商品展開の拡充を図っています。

Kwanruen Thipkonglad / KEWPIE (THAILAND)





KEWPIE MALAYSIAには会社設立時に入社し、それから2年間、たくさんの新しいことを学んできました。品質第一とし、お互いに尊重し、目標を共有し、人と人のより良い関係を土台に仕事を進めると、一人ではなかなかできないこともできるようになります。その結果、より大きな達成感を得ることができ、さらにそれを仲間と分かち合うことで、楽業僭悦の心を学んでいます。



マレーシアではKewpieブランドはまだまだ新しいブランドです。マレーシアの人々が、Kewpieと言えば美味しく健康的な商品とイメージしていただけるように、プロモーション活動を通してKewpieブランドを育てていきたいと考えています。

Khairolanuar bin Razali / KEWPIE MALAYSIA

# キューピーの約束

-  哲学と理念
-  社長メッセージ
-  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。

**食品メーカーの使命を果たし、持続可能な未来を社会とともに築く**

キューピー株式会社  
代表取締役 社長

三宅 峰三郎

**■ 社会にとってなくてはならない企業へ**

2011年は、東日本大震災、欧州の信用問題、為替、タイの洪水と深刻な問題が多く、先行き不透明な状況が続きました。震災の折には、支援物資としてご提供したベビーフードや「やさしい献立」シリーズをはじめとする高齢者食などに、数多くの感謝の声をいただき、食品メーカーとしての使命を果たすことができたと思っています。また、供給責任を果たすことの大切さを改めて痛感しました。

創業以来私たちは、「良い商品は良い原料からしか生まれられない」という考えのもと、安全・安心、おいしさを追求した食品づくりに励んできました。私は社長就任時より、社是・社訓やそれに基づく経営理念を軸としたキューピーグループの原点を守りつつ、ブランドの維持向上やグループ経営のさらなる進化に努めてきました。

企業は、社会とともに成長・発展することが求められています。これからも高い社会性を持った価値ある商品をご提供するとともに、従業員にとって働きやすい職場づくりや環境に配慮した生産体制を推進することで、社会にとってなくてはならない企業になることをめざしていきます。

**■ ユニークさを追求し持続的成長をめざす**

2011年度は、グループ融合による売り上げの創造を目標とし、内食・中食・外食の全ての分野にバランス良く展開していることのユニークさを活かし、グループ全体で新たな食シーンの提案を行い、国内市場の深耕を図りました。また、重点課題の東アジアにおける事業拡大、夢多<sup>TM</sup>（むだ）採り活動（キューピーグループのコスト削減活動）にも取り組み、それぞれ成果をあげることができました。

2012年度は中期経営計画の最終年度であり、次期中期経営計画の準備の年でもあります。今年度は、安全・安心の強化、高齢化社会への対応、海外事業の推進を中心に取り組みます。基本を守ることと新たな挑戦を積み重ねることで、これらの課題を実現していきます。特に海外事業を積極的に推進し、アジアを中心にキューピーブランドの拡大を図ります。現地生産・現地販売を基本とし、各国の食文化に貢献することで、現地にとってもなくてはならない企業になっていきたい、そして国内外を問わずグループが一体となって成長できる礎をつくりたいと考えています。

これからも、私たちのユニークさを徹底的に磨き上げ、キューピーグループにしかできない事業を推進し、持続可能な未来を社会とともに築いていきます。

## 社長対談 ～健全な心と身体をもって子どもが成長できる環境づくりに貢献～



品川女子学院校長  
漆 紫穂子氏



キューピー代表取締役社長  
三宅 峰三郎



社会状況が変化し、価値観の多様化する環境下で何をすべきか—教育者、食品メーカーそれぞれの立場から、品川女子学院校長の漆 紫穂子氏と当社の三宅 峰三郎が対談。ともに守るべきは創始者の精神とし、未来を担う子どもたちが健全な心と身体をもって成長できる環境づくりにどう貢献していけるかについて意見を交わしました。

### 創始者の意思を継いで

**三宅** 当社は1925年にマヨネーズの製造を始めていますので、貴学院の創立と同じ年ですね。何代目の校長先生でいらっしゃいますか？

**漆** 6代目です。私の曾祖母が創立しまして、私は一族では4代目になります。こだわってはいなかったのですが、なんとなく、いつかは校長になるのだろうと感じて成長しました。ですから、社訓のようなものにはとても心惹かれます。

**三宅** 当社の社是は「楽業偕悦」。社訓は「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」です。創始者中島董一郎の仕事に対する基本的な考えがあり、それが言い伝えられ、社是・社訓となって今に受け継がれています。



**漆** その中で、「親を大切にすること」が面白いなと思いました。社員のご両親に新商品や手紙をずっと送られているそうですが、創始者の思いを大事にし、それを活かす仕組みが御社にはおありですね。理念があってそれを活かす仕組みがあるからずっと続いているのだろうととても感動しました。

**三宅** ありがとうございます。震災の時も社是・社訓に則って行動できたと思っていますが、原点に立ち返る大切さを改めて感じました。

**漆**



迷ったら原点に戻るということを大事にされているんですね。会社が長く続いて社員の方も増えるなかで、元からの創業理念がわかっている方々と新しく入ってくる方々のギャップをどう埋められていますか？

**三宅** 繰り返し話をすること。研修制度で徹底すること。一番有効なのは、仕事のなかで実体験することでしょうね。ですから、社是・社訓を実践していくなかで、何が正しいか、上司が言おうが新入社員が言おうが、正しいことは正しいと、社内で言い合えることが大切だと考えています。

戦後、良い材料が手に入らなくてマヨネーズを作らなかった時期がありました。創始者の中島董一郎には「良い商品は良い原料からしか生まれない」という理念があり、工場を止めて草むしりだけやっていた時期が5年くらいあったのです。でも、良い原料ではなくても作りたいたいと会社を離れていった人もいました。そうした苦しい時期を経て、志を同じくする人が集まって仕事をするのが本来の姿として、社是である「樂業偕悦」が生まれたのだと思っています。

会社も大きくなり、そういうコミュニケーションが取りにくくなってきていますが、基本的な考えは同じで、一人ひとりが何のためにどういうことをやろうとしているのかを理解した上で、仕事をするという状態にしたいと思っています。

## 変わる食卓環境のなか、食品メーカーとしてやるべきこと

**漆** 教育に携わる者として食育に興味があるのですが、小さい時家庭でどういう食卓を囲んでいたのか、そういう食のシーンも食育に影響すると感じています。つらいときに自分の軸に戻って判断ができる子は、小さい時に食卓での会話や躰（しつけ）が行われる家庭環境で育ってきたケースが多い気がします。家庭の食卓はその子の自己肯定感を高めます。



**三宅** 今は共働きが当たり前の時代になっていますからね。通勤時間が短ければ家族で夕食もとれるでしょうが、東京などではそれも難しいと思います。だからせめて朝食は一緒にとれるようにしたいですね。

ご家庭の朝食でどのようなものを食べるかを10年かけて調査したデータがあるのですが、10年前と比べて朝食のメニュー数は4品と変わらないのですが、4品の中身が変わってきているそうです。昔は卵が入っていたのですが、今は卵がほとんど消えまして、代わりにバナナが入っているというのです。皮をむくだけで良いということらしいのですが、そういった時代の変遷のなかで食品メーカーとして何ができるかが課題で、簡単に調理できること、ちょっとした手間を省くことで時間を有効に使えるような食の提案をしています。

**漆** 私は御社の製品を愛用してしまして、小さいころから慣れ親しんでいる味が好きというのがありますが、やはり便利なのですよ。パンにぬるスプレッドなど、素材に一手間加えるだけで、すぐできるという商品が多いですよ。安全で栄養価の高いものを手軽に家族に食べさせられますから、働く女性にはありがたい商品です。

ところで、朝食のメニューから卵が消えてしまったという話でしたが、卵は大事なたんぱく源ですよ。たんぱく質はとろうと思っても、意外にとるのが難しい気がします。

**三宅** そうですね。卵は良質のたんぱく質を多く含んでいます。グループ会社のキューピータマゴが卵をさまざまな形で販売してしまして、ケーキやパン、かまぼこメーカー様などにご利用いただいています。また、例えば卵に砂糖を何パーセント、塩を何パーセント入れるといったニーズにもお応えしていて、次第に付加価値をだせるようになりました。殺菌の仕方を工夫することで、生卵に近い状態の商品も作れるようになっていきます。これからもそうした卵の提供を通じて、お客様に良質なたんぱく質をとっていただけるようにしたいと思っています。

## 主要原料の卵は100%利用

**漆** 卵については、環境にも配慮され、殻まで使っているんですよね。

**三宅**



当社にとって、卵は殻も含めて主要原料ですから、研究を積み重ねて、今ではすべて何らかの形で利用できるようになっています。殻については、土壌改良に使われるだけでなく、学校のチョークやライン引きにも使用されています。もちろん一部は食用のカルシウムとして、パンメーカー様などにご提供しています。卵の殻はカルシウムの吸収率が牛乳並みに高く、いろいろな栄養素のなかで日本人はカルシウムが足りていないと言われていいますので、これは有効だと思います。

また、殻の裏の薄皮は卵殻膜と言いますが、ストッキングや車のシートなどに使われたりしています。

**漆** いろいろ発展性があるんですね。

**三宅** 不得手なことに手を出すのではなく、マヨネーズを作る周辺のことを掘り下げていった結果、新しいことにつながったということです。社訓の「道義を重んじること」は、他社の事業に進出して競合しないということでもあり、自分たちの周辺事業を掘り下げることに徹してきました。

**漆** そういうことを守りながら、会社を運営しこれを維持・発展させていくバランスをどうお取りになっいらっしゃいますか？

**三宅** 意識してバランスを考えてはいないのですが、会社の規模を大きくすることに注力するのではなく、「食の分野ではキューピーと会話しておかないとね」と言われるユニークな存在になりたいですね。

他社ができることではなくて、我々にしかできないことをいかに追求していくというところから、「キューピーと一緒にやっておかないとだめだね」と言われるような特長を出せば良いと思っています。

## 子どもの健全な成長に大きくかかわる食育

**三宅** 食育の面では、特に家庭での食生活といったことを考えると、中学生からの6年間は貴重な期間ですね。3年ずつよりも中高一貫の6年間は、教育上は有利ではありませんか。

**漆** そうですね。学校の勉強だけでなく、いろいろな生活習慣も含めて家庭教育と連携できるのが一貫校の良いところです。

親御さんに「もっと勉強ができるようにするにはどうしたら良いか？」とよく聞かれるのですが、そんな時に申し上げているのが、「3点固定の法則」というものです。生活のリズムを整えるために、朝起きる時間、夕食をとる時間、寝る時間の3つの時間を決めると、生活のリズムが整い、その結果、成績も伸びるのです。生活のリズムが整うとそれが土台になって、その間に勉強するようになるのです。親御さんには勉強しろとお尻を叩く前にまず3つの時間を固定してくださいとお話ししています。

**三宅**



先生の著書のなかに、親はついつい「ああしなさい」「こうしなさい」と注意してしまうけれど、子どもはそれを聞くと「今やろうと思っていたのに」と反発するというのがありました。似たような話ですが、私は、上司にそろそろ何か言われそうな時には先に自分から言うことが、仕事を楽しくする方法だと思っているんです。先に言われたら負けだと。

ですので、先生の本を読んでなるほどと思いました。どんなにそうだねと思うことも、自分で先と言うのと人に言われるのとでは大きく違いますから。

**漆** そうですね。自分で決めたことだと人はやる気になるんですね。

私どもの学校では、28歳で家庭と両立して社会で活躍できる人間になろうという教育「28プロジェクト」を進めています。

**三宅** なぜ28歳なのですか？

**漆**



日本人女性の第一子の平均出産年齢が現在29.8歳でして、28歳は一人目を生むことを考える時期にあたるのです。一方で女性が長く仕事を続けるためには、専門職が有利なので、そういう方は大学院を出てインターンを経験したりすると28歳ぐらいになります。つまり、キャリアが軌道に乗り始める時期と出産時期が重なってしまうんですね。日本は先進国の中ではまだまだ女性のキャリア継続が難しく、出産を機に退職し、復職も難しい状況です。そういう現状を踏まえて、28歳の時にどちらもあきらめないように、中学・高校でしっかり準備をしておくという教育です。

**三宅** 28歳で決断する時に役に立つ教育ということですね。

**漆** はい。ですから、「大学名の学歴ではなく学習歴の学歴が大事」と教育し、28歳でどういう仕事をして社会に役立ちたいかという未来から今を考えてもらうようにしています。

それから、私たちは女の子を預かっているので、「将来のために自分の体を作るその基本は食べ物」と教えています。自身の健康は将来自分が生む子どもに影響しますし、食生活、食習慣もその子どもに受け継がれるわけですから、二重の意味で食育は大切です。

ですから、母親になる前に自分の体を整えて、さらに自分の子どもの食べ物に配慮できるような食習慣を身に付けさせてあげたいと思います。28プロジェクトでは、それを食育で実践していきたいと考えています。

**三宅** 社会や家庭環境の変化のなかで価値観が多様化し、食習慣も大きく様変わりしています。

子どもが健康な心と身体をもって成長できる環境づくりに貢献できるよう、私たちそれぞれの立場でできることを考え実践していきたいですね。

2012/4/6 渋谷本社応接室にて



■ 漆紫穂子（うるし しほこ）氏 プロフィール

学校法人品川女子学院 校長

都立日比谷高校、中央大学文学部卒業、早稲田大学国語国文学専攻科修了。28プロジェクトを柱とした、社会と学校をつなぐ総合的学校改革を実践。著書に「女の子が幸せになる子育て」（かんき出版）「女の子が幸せになる授業」（小学館）がある。

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。

「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
-  お客様との対話



## 品質保証の考え方

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、安全な原料を使用し、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、そのための価値観と考え方として品質理念を掲げ、社長直轄の品質保証本部を中心に、グループ全体で原料や資材、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。製造現場を中心にした品質事故防止活動、原料情報の一元化といった“品質を守る仕組みづくり”と、実際に行動していくための、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。

### 品質理念

品質第一主義を貫き、一番大切な方に安全・安心・安定で、最も信頼できる品質と感動をお届けします。

## 品質を守る仕組みづくり

安全で安心な食品を製造していくためには、その品質を保証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、現場における生きたルールづくりによる事故未然防止の仕組みを構築してきました。さらに、その事故未然防止の仕組みが正しく機能しているかをチェックするため、品質保証本部の専門の担当者による品質監査を行うことで、継続して品質向上に取り組んでいます。

また、役員をはじめ各部門の責任者が担当事業や職務の枠を超えて分担し、グループの製造工場を訪問する「お客様視点巡回」も行なっています。事前の自主点検と組み合わせで行われるこうした訪問は、客観的に品質改善の状態を見極める事に繋がっており、品質に関わる仕組みをレベルアップさせるために活用されています。

### 品質保証のために活用されている主な規格や仕組み

仕組み	説明	実績
ISO9001	品質マネジメントシステムに関する国際規格	グループ14社197事業所で認証取得
総合衛生管理製造過程	米国で宇宙食の安全性を確保するために開発された食品の衛生管理の手法	グループ4社4事業所に導入
品質総合監査	2か月単位で重点テーマを設定し、自工場での監査と本部・他工場による監査を繰り返すことでグループ品質の底上げを図る取り組み	キューピー8工場で実施
お客様視点巡回	役員や他部門の責任者による巡回監査	グループ79生産工場で実施

### ISO9001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）	12	（株）エスワイプロモーション	17
（株）カナエフーズ	10	（株）キューソー流通システム	114
キューピー醸造（株）	6	キューピータマゴ（株）	21
（株）ケイパック	4	光和デリカ（株）	1
コープ食品（株）	3	（株）菜華	1
（株）ディスペンパックジャパン	3	（株）旬菜デリ（相模原）	1
富士山仙水（株）	1	（株）全農・キューピー・エツグステーション	3
		<b>計</b>	197

2011年11月30日現在

## 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。当社グループでは、仕組みだけでなく、「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した知識を備えた人が製造現場にいてこそ、品質は守られると考えています。

そのため、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、ものづくり大学を始めとする「品質カレッジ」を用意しています。製造現場から希望者が数多く参加し、受講後も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つながっています。

そうした、製造現場において自ら品質向上活動を実践し、推進している従業員は「クオリティサポーター」「クオリティコンシェルジュ」と呼ばれており、品質保証本部と製造現場を結ぶだけでなく、自主的な勉強会などを実施しながら、お客様に喜んでいただける品質をめざして活動しています。



## 原材料の品質向上

「良い商品は、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。そうした良い原料を入手するためには、信頼できる原料メーカー様から調達する事が不可欠です。そのため、使用する原料については、製造日から製造現場における衛生管理まで、さまざまな項目が記載された独自の「原料品質規格書」の提出を原料メーカー様をお願いしています。また、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、規格書には表れにく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、こうした原料の情報を電子化し、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、万が一原料に問題があることが疑われた場合にも、どの商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るようになっていきます。

## 生産システムの高度化

1日に数多くの商品を製造する製造現場には、本来使うべきとは違う原料を使ってしまうリスクが潜んでいます。そのため当社グループでは、異なる原料や賞味期限の切れた原料を誤って使うことがないように、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。このシステムは、原料の入荷や計量、調理などの各工程において、その都度原料の種類や使用量、賞味期限などについて照合と記録を行うことで、問題の発生を未然に防ぐ仕組みです。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おり、そうした製造時の記録に、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る他、グループ外の会社の食品製造現場においても活用されています。



トレーサビリティ <http://www.kewpie.co.jp/know/trace/index.html>

## エリア活動で品質向上を推進

当社グループの製造工場は全国にあり、事業領域も異なっています。そうした中で、同じエリアの異なるグループ会社の品質担当者が集まり、お互いの強みを活かし、弱みを補完し合って、グループ全体の品質をエリアの仲間で向上させることを目的としてエリア活動を推進しています。

エリア毎に活動することには、集まりやすい、仲間意識を持つ、などの利点があります。さらに、複数事業所が共通の品質課題と一緒に取り組むと、一事業所で成し得るよりも大きな効果を生み出すことを可能にします。結果、近隣に品質を語る仲間が増え、枠を超えた活動が「仕事の仕方」の品質向上につながっています。

エリア活動で知恵を出し合った品質担当者は、それぞれの製造現場において、さまざまな改善を進めています。



## 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つのこだわりをかかげ、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。

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。

## 魅力的な商品の開発とユニバーサルデザイン

当社グループは、家庭用から業務用、育児食から介護食まで幅広い食品を扱っており、食べる人の状態にあわせた食べやすく、安全な商品を開発していくことは、経営理念にある「おいしさ、やさしさ、ユニークさ」を通して食生活に貢献していくことにつながります。

また、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ります。そのため当社グループでは、ユニバーサルデザイン原則にそった商品の企画や、開発の初期段階で関係する部署が横断的にリスクを洗い出す品質事前審議などを通じて、魅力的な商品を開発していくことをめざしています。

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

## 食物アレルギーへの配慮

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おり、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。

当社グループでは、食物アレルギーへの配慮は大きな課題の一つと考え、1980年代後半から食物アレルギーの研究を行ってきました。ベビーフードにおいては、厚生労働省が定めるアレルギー特定原材料等25品目※すべてに加えて、米を原料として使っていないシリーズと、重篤度、症例数が多い7品目（小麦・卵・乳・そば・落花生・えび・かに）の原料を使っていないシリーズのベビーフードを商品化しています。また、使用している特定原材料の分かりやすい表示や、食物アレルギー啓発DVDの無償配布など、食物アレルギーを持つ子どもの保護者の方を応援する様々な取り組みを行っています。

食物アレルギーへの取り組み <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/society/02/index.html>

### 厚生労働省が定めるアレルギー特定原材料等25品目

（表示が義務付けられている特定原材料7品目）

卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに

（表示が推奨されている特定原材料に準ずるもの18品目）

あわび・いか・いくら・オレンジ・キウイフルーツ・くるみ・鮭・さば・大豆・鶏肉・牛肉・豚肉・バナナ・まつたけ・もも・やまいも・りんご・ゼラチン

## 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。

ユニバーサルデザインフード <http://www.kewpie.co.jp/customer/universal/food.html>

区分					
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 おおきいものは 食べづらい	細かくて 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 飲みこめる	ものによっては 飲みこみづらい ことがある	水やお茶が 飲みづらい ことがある	水やお茶が 飲みこみづらい	
かたさの 目安	ごはん	ごはん～ やわらかごはん	やわらかごはん ～全がゆ	全がゆ	ペーストごはん
	さかな	焼き魚	煮魚	魚のほぐし身 (とろみあんかけ)	白身魚の うらごし
	たまご	厚焼き卵	だし巻き卵	スクランブル エッグ	やわらかい 茶碗蒸し (具なし)

※日本介護食品協議会による区分をもとに作成。

## パッケージの工夫

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。お客様の生活の一部として使っていただくために、安全で使いやすい容器は大切な要素だと考えています。また、お客様に商品の情報を伝える商品ラベルの表示は、必要な情報が正確かつ明確に、見やすく記載されている必要があります。当社グループでは以前より「持ちやすい」「開封しやすい」「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。表示についても、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といった取り組みを進めています。

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活かしながら、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。

## お客様相談室の役割

当社グループでは、お客様に本当に喜んでいただける良い商品を作るため、お客様からのご意見をとても貴重で、ありがたいものと考えています。お客様相談室ではそうしたご意見に迅速に、的確に、そして誠意を持って対応することをめざし、一人ひとりのお客様からのご意見に、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、そうした一つひとつのご意見の内容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もお客様相談室の基本的な役割です。

2009年からは、お客様のご意見に対して、より組織的に対応していくための「お客様の声委員会」や、お客様のご意見に集中して耳を傾ける「お客様の声体感研修」などの取り組みを行っています。



右井 淳子

(キューピー お客様相談室)

お客様相談室

0120-14-1122

(9:00~17:30 ※土日祝日は除く)

## 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。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。2011年度にお客様相談室にいただいたご意見は50,672件で、2010年度より13.1%増加しました。ご指摘件数は1,354件減少しましたが、お問い合わせ件数が7,213件の増加となっています。

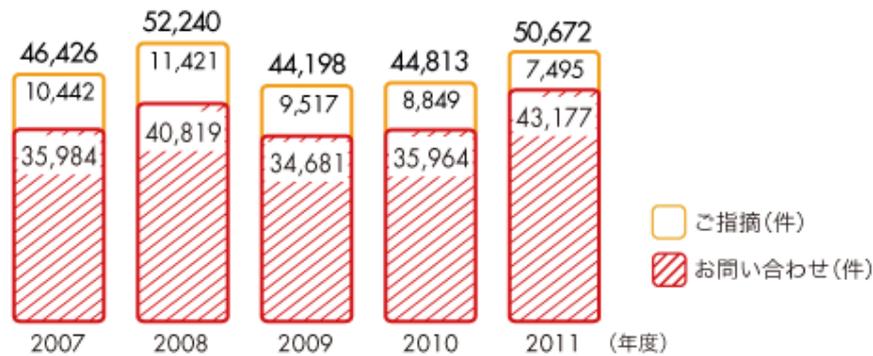
### 2011年度のご意見数と内訳

ご意見数合計		50,672件
内訳	ご指摘件数	7,495件
	お問い合わせ件数	43,177件

※業務用関連のご意見も含めたすべての件数です。

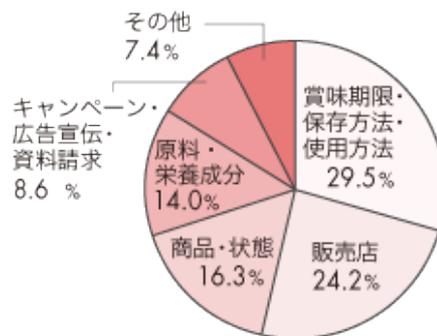
※ご指摘件数はお客様相談室でお受けした時点での件数です。

### ご指摘・お問い合わせ件数の推移



### お問い合わせ内容

2011年度



## お客様の声委員会とお客様の声体感研修

お客様から寄せられた意見は、従業員一人ひとりがしっかりと受けとめ、商品やサービスの改善に役立ててこそ意味があります。

「お客様の声委員会」は、品質保証本部長を委員長として、お客様相談室をはじめ、生産、商品開発、営業、広報、研究所などの各部の部長が参加し、隔月で開催している委員会です。お客様から寄せられたご意見を、お客様相談室ですべて読み取った上で、改善の必要な内容を議案として提出、委員会で必要な対応を審議決裁しています。決定された内容については、毎回の委員会で進捗状況を確認しています。

また、特に現場の従業員を対象にした「お客様の声体感研修」は、研修用にピックアップされた実際のお客様からのご意見に集中して耳を傾けることで、より視野を広げ、お客様視点の意識を高めることを目的としています。2011年度は研究開発、品質保証担当を中心に107名が受講しています。

## お母さんのご要望に応じてベビーフードをリニューアル

当社グループでは、ベビーフードを初めて手がけた1960年より、一貫して自社工場で製造を続けています。安全・安心はもとより、食べる喜び、心と体の発達、味覚の正しい形成、ママとの絆づくりなど、赤ちゃんの成長に大きな役割を持つ「おいしさ」を追求しています。

2011年3月には、アンケート調査やグループインタビューなどを通して得られた赤ちゃんを持つお母さんの要望に応えるとともに、より「おいしさ」をさらに進化させたキューピーベビーフード瓶詰シリーズをリニューアル発売しました。



中村 友美、石田 滋歩未、小田 邦子  
(キューピー研究所)

さらにお母さんの  
ニーズを追求

### サイズ

- 食べきりサイズを重視し
- 2つの容量（70g・100g）で展開
- 食べさせやすく持ち運びに便利



### 品質

- 保存性が高くおいしさ長持ち
- ふたのセーフティボタンで密封性の確認が簡単



### おいしさ

- 単なるうす味ではなく、素材を活かしたやさしい味
- 素材の色や組み合わせを工夫した見た目も楽しめる、おいしそうな色合い
- 月齢に合わせた大きさや固さの具材
- 調理法を工夫した手づくりのような仕上がり

### デザイン

- ひと目で月齢がわかる
- アレルゲン情報の表示を工夫
- 主な使用素材がひと目でわかる

## ホームページでの情報発信

当社グループのホームページにある「お客様相談室」のコーナーでは、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。

お客様からのご意見が商品の改善につながった事例や、販売が終了となった商品のお知らせなども掲載しており、お客様に役立つだけでなく、商品や当社グループへの理解を深めていただき、より対話につながっていくような情報発信をめざしています。

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



### 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、グループの永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。

-  私たちの社是・社訓
-  雇用の状況
-  ワークライフバランス
-  キャリア支援
-  労働安全衛生



## 従業員座談会の実施

**社是** 楽業偕悦

**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



私たちは創始者である中島董一郎の精神を社是・社訓に表し、人や社会とのかかわりを出す基本として受け継いでいます。そしてこれらを日々の業務で実践できるような職場環境の構築を図っています。

キューピーの精神である社是・社訓について感じていること、日々の業務の中でどう役立っているかをグループ従業員で話し合いました。



**渡部 耕平**  
 キューピー研究所



**外塚 和孝**  
 キューピー中河原工場



**山崎 佳絵子**  
 キューピー商品開発本部



**菱川 達也**  
 キューピータマゴ東京営業所

### ■ 周囲の人々とつながる

**山崎** 会社説明会での社是・社訓の説明が丁寧で印象的でした。会社ですれ違う方々が交わすあいさつからも「楽業偕悦※」の雰囲気を感じられました。「親を大切にすると＝周囲の人に感謝する」という社訓を両親に話すと安心してくれ、私の入社をととても喜んでくれました。

※志を同じくする人が、仕事を楽しみ、喜びを皆で分かち合うこと

**外塚** 仙川工場が2011年に生産終了する前年、1年かけて近隣の方やOG/OBを招いた見学会を開催しました。私は当時仙川工場勤務で、OG/OBの方々と話していて、キューピーへの思い入れの強さや、仕事のなかでの上司や同僚とのつながりを感じました。周囲に感謝する気持ちを改めて学んだ気がします。

**渡部** 海外のお客様にプレゼンをする際は、まず社是・社訓の説明から行います。これが海外のお客様には好評で、社是・社訓を通してキューピーのものづくりの考え方に感心していただけます。社是・社訓にはお客様との信頼関係構築につながる力を感じています。

## ■ 仕事の可能性を広げる

**菱川** お客様に新しい商品を紹介することばかり考え、でもなかなか使っていただけない時がありました。そこで、使っていただいているものをいかに長く使っていただくかに視点を変えました。既存品による新たなメニュー提案で、より長くご使用いただく。私なりの創意工夫です。

**外塚** 資材発注を担当していた時、資材価格を下げることだけにとらわれていたことがありました。使う人にとって本当に良いものかもよく考えずにいたのですが、「そのような仕事で良いのか」とアドバイスを受けた時、道義を重んじることの大切さに気づきました。

**渡部** さまざまな部署が集まった商品開発プロジェクトに参加した時、当初、ゴールは同じなのにメンバーの考えがなかなか一致しませんでした。それが次第にお客様に喜ばれる商品を提供することを使命として共有でき、協力体制が整ってきた時には、これこそまさに楽業僭悦だと感じました。

**山崎** 商品開発は、コンセプトやパッケージなど、商品設計をしていく上で悩むことも多くあります。そんな時、「中島さん（創始者）ならどうするか考えると良い」と先輩に言われたことがありません。道義を重んじ、創意工夫を忘れない姿勢は、「お客様のためにできること」につながっていて、これが中島さんの思いなのだと感じています。

## ■ 自分らしく活かす

**渡部** 目先の成果にとらわれず長期視点に立つためには、先輩や上司に自分の考えを話し、アドバイスを求めるのが良いと考え実践しています。キューピーはそれができる環境です。親だけでなく同僚にも感謝の気持ちを忘れずにいたいと思っています。

**菱川** スーパーさんへの訪問は、できるだけグループ会社の担当者と一緒に伺うようにしています。いろいろな売り場の方々と会う機会と幅が増え、取引先様との良好な関係構築にも役立っています。

**外塚** 個人を尊重し、何でも相談できる雰囲気は社是・社訓がつくり出していると思います。これはキューピーグループが人と人との結びつきを大切にしているから。これからもコミュニケーションをどんどん取って、人との結びつきを大事にしていきます。

**山崎** 私もキューピーは話を聞いてくれる環境が整っていると思います。先輩方とのコミュニケーションを大切にすること、また、社是・社訓を振り返ることで、迷った時、道が開けてくると思います。

2012年4月4日 渋谷本社にて

### 親を大切にする気持ち

キューピーの創始者である中島董一郎の言葉に、こんな一節があります。

「親孝行をしてください。わが子を思う親の気持ちをありがたく感じ、それに報いようとする気持ちが親孝行です。したがって親孝行のできる人とは、人の好意をありがたく感じ、それに報いることのできる人です。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、その会社はおのずから発展するはずです」。

社訓として、人や社会とのかかわりを示す基本として、キューピーでずっと受け継いでいる考え方です。

## 雇用についての考え方

---

当社の社是である「楽業偕悦」は、同じ志をもって一致協力して目標に向かい、個人の意欲・やりがいを大切にして仕事（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です。

当社グループではそうした理念のもと、安全・衛生で働きやすく、互いの人格や個性を尊重する職場環境の構築をめざしています。

## 従業員の構成

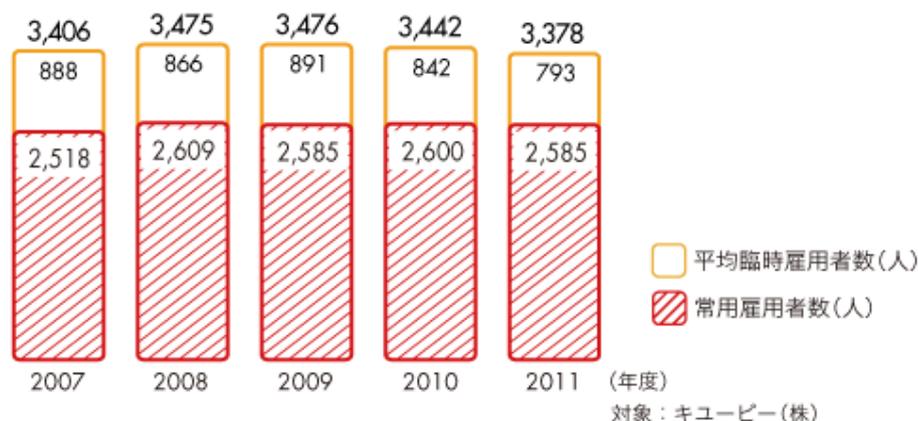
当社グループの2011年度末（2011年11月30日）時点の全従業員数は22,858名でした。グループ従業員が2010年に増加したのは、大阪サンエー物流、エム物流、サンファミリー、ワイシステムが当社グループに加わったことによるものです。

当社の従業員数は3,378名で、平均年齢は36.3歳、平均勤続年数は12.0年でした。従業員の男女の比率はほぼ同じとなっていますが、当社の総合職・地域総合職に占める女性の割合は7.5%（前年7.7%）、女性基幹職（管理職・専門職）は8名（前年6名）です。

グループ従業員数の推移



当社従業員数の推移



## 従業員の状況

		2009年度	2010年度	2011年度
社員・嘱託社員	男性	1,449名	1,456名	1,448名
	女性	1,136名	1,144名	1,137名
パートその他 (期中平均)	男性	296名	282名	265名
	女性	595名	560名	528名
平均年齢	男性	41.1歳	41.6歳	41.0歳
	女性	29.8歳	30.7歳	30.9歳
平均勤続年数	男性	16.0年	16.2年	15.7年
	女性	6.7年	7.3年	7.3年

対象：キュービー(株)

※平均年齢、平均勤続年数はキュービー(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います。

当社では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。

2011年6月1日時点での当社の障害者雇用率は1.88%でした。グループ全体でも、グループ全体の常用雇員数に法定雇用率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を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

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
2.19	2.24	2.18	2.08	1.88

対象：キューピー（株）  
※各年とも6月1日時点

## 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ました。2006年4月からは、パートを含めた全従業員を対象としています。

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。

### 再雇員数

2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
79名	92名	151名	166名	164名

対象：キューピー（株）

## 採用のあり方

当社では、新規学卒者の採用に際して、募集職種や応募条件などの情報はもちろんですが、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、選考は学部・学科を問わず人物本位で行っています。

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、技術系と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>

### 新規採用者数

2007年	2008年	2009年	2010年	2011年
44名	36名	48名	39名	47名

対象：キューピー（株）総合職

## ワークライフバランスについての考え方

当社グループでは、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。

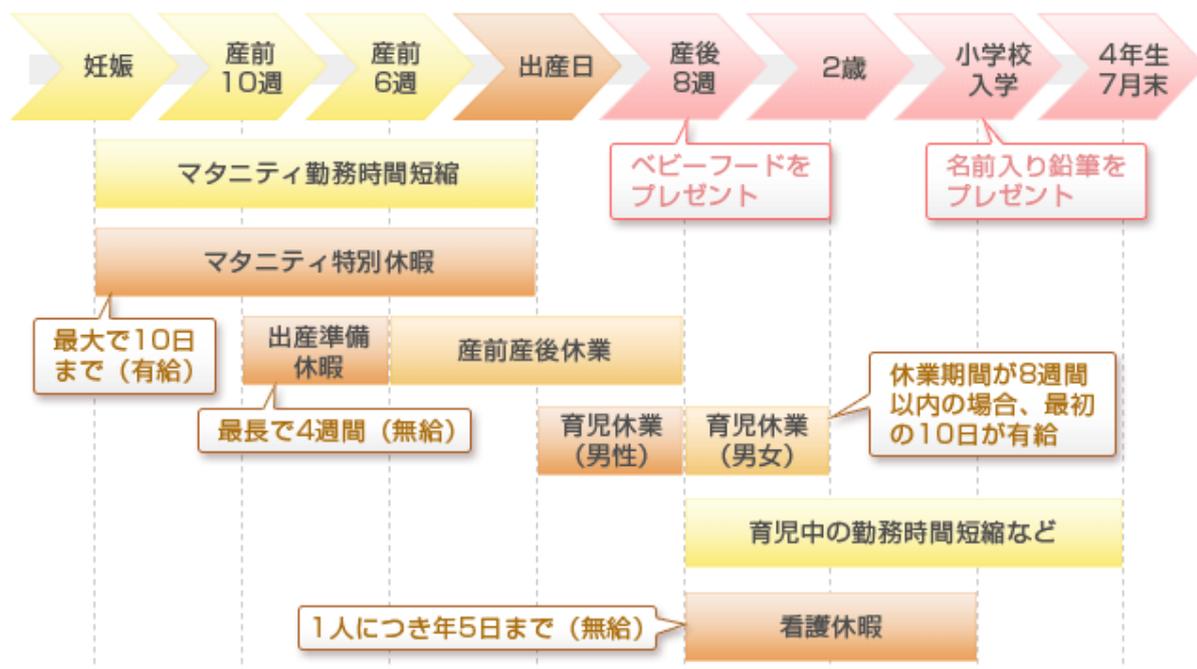
## 子育ての支援

当社では、子育て支援や、女性が長く働き続けることができる各種体制の整備を進めており、「地域職サポート異動制度」（育児休業の者の仕事を引き継ぐため地域職従業員の期間限定の転居をともなう異動制度）や「配偶者異動制度」（配偶者が転勤などで離れてしまう場合に、異動の希望を申請できる制度）といった制度が導入されています。

また、厚生労働省の制定する次世代認定マーク「くるみん」を、2007年、2009年、2011年に取得しています。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。



### 出産・育児を支援する制度や贈り物



### 育児休業取得者数

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
男性	2名	8名	9名	7名	7名
女性	14名	15名	29名	36名	29名

対象：キューピー（株）

## 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いけるように、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。時間創出のための方策は、仕事の内容によっても異なってくるため、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。

### 主な取り組み

- ・ 管理職を対象とした研修の中で、労働時間管理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。
- ・ 本社と営業部門の一部（支店）で、フレックスタイム制度を導入しています。
- ・ 年初に従業員一人ひとりが休暇の予定を申請することにより、計画的な有給休暇の取得を進めています。

### 有給休暇取得率

2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
44.9%	56.4%	50.4%	47.0%	56.0%

対象：キューピー（株）社員

## 従業員の多様なライフプランの支援

従業員一人ひとりが充実した人生を送るために、従業員自身がライフプランを考える機会や、ライフイベントのニーズにあわせた働く機会の提供を進めています。

### 主な取り組み

- ・ 今までの生活の振り返りや自分らしい生き方を考える「ライフプラン研修」を1991年から実施しています。
- ・ 育児休業ではなく、一旦退職して子育てに専念したい従業員の復帰を支援する「ウェルカムバック制度」を2007年より設けています。

## キャリア支援

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



### 2011年度に実施した主なスキルアップ研修

研修名	研修内容	受講者数
ロジカルプレゼンテーション研修	ロジカルシンキング手法をベースに資料を聴き手にとって、分かりやすく、見やすくなるようにまとめる技術を習得します。	70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します。	56名
ロジカルシンキング研修	問題解決に必要な思考法ならびに思考ツールを習得し、実際に自部門の職場改善につなげます。	45名

対象：キューピー（株）社員（出向含む）

## 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。

### 2011年度取得実績の多かった資格

資格名	取得者数
惣菜管理士（1級、2級、3級）	33名
食品表示管理士（初級、中級、上級）	15名
知的財産管理技能士検定（2級、3級）	11名
食生活アドバイザー（2級、3級）	9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。

評価項目はイントラネット上で公開している他、面接でフィードバックを実施することで、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。

- ・ 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。

## 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ることのできる快適な職場環境づくりに努めています。  
 毎年6月には、生産工場の安全担当者が一堂に会するグループ安全会議を開催し、これまでの反省を行ない、新たな活動指針を決定しています。

### グループ労働安全衛生経営理念

私たちキューピー・アヲハタ・関連グループは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ます

### 労働安全衛生活動指針（2011年6月～2012年5月）

- ・ 高齢化社会にも対応したやさしい職場を作ります
- ・ QBSS（安全基準）を継続して守れる環境を作ります

## 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、予防型の安全活動を進めており、そのためには、リスクアセスメントの実施と安全教育の徹底、そしてグループ独自に定めた「キューピー、アヲハタグループ労働安全に関する共通取り決め」（QBSS = QP BF SAFETY STANDARD）に基づいた点検が重要と考えています。  
 毎年、事業所ごとの自主監査の他、専任担当者による海外事業所を含めたグループ内全事業所の共通監査を実施しており、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います。そうした情報開示を通じて、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することで、グループ全体で安全な職場の維持・改善に努めています。

	2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
災害件数	15	14	9	11	8
度数率	0.64	0.63	0.39	0.51	0.36
強度率	0.023	0.020	0.022	0.018	0.024

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

## 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）研修などの教育をより充実させています。

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。

-  株主還元
-  株主とのコミュニケーション
-  投資家とのコミュニケーション



### 株主構成と株主還元

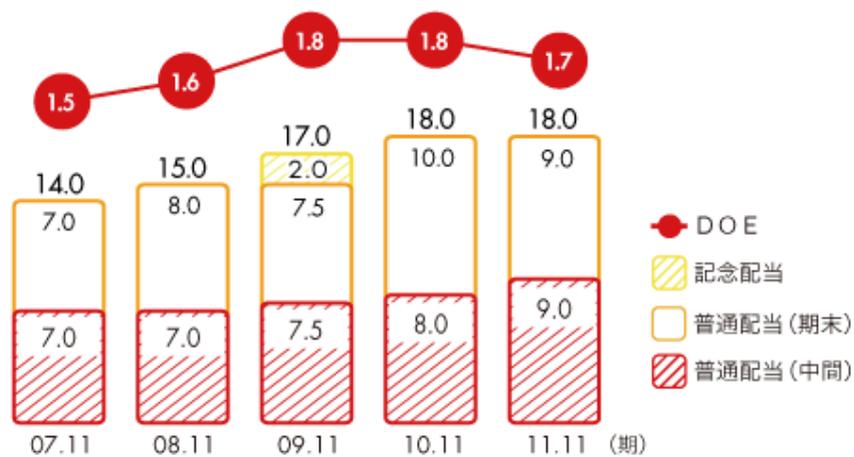
当社では、株主優待制度の導入や売買単位を100株にしていることなどから、個人株主を中心に多くの方々に株主になっていただいています。

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自己資本配当率※1.5%以上を維持することを原則として、配当性向※25%を目安としています。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の期待に応えることをめざしています。

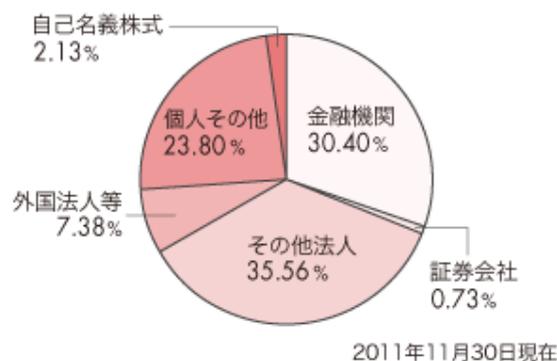


※配当性向・・・当期純利益に占める配当金の比率のこと（配当金÷当期純利益）  
 ※自己資本配当率（DOE）・・・自己資本と比較した配当金の比率のこと（配当金÷自己資本）

配当金の推移



所有者別株式分布(株数ベース)



## 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。

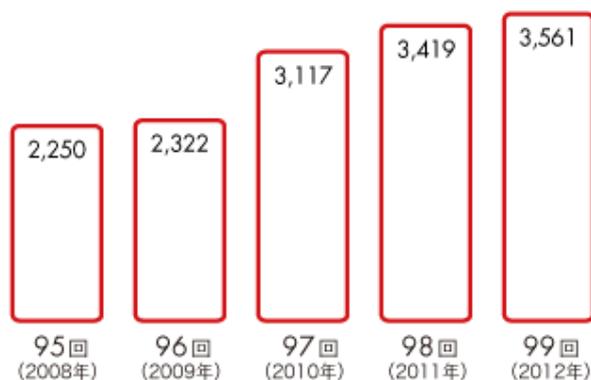
2012年2月に開催した第99回定時株主総会には、過去最高となる3,561名の株主の皆様の出席があり、当社グループの事業活動だけでなく、社会貢献活動の紹介なども行いました。質疑応答では16名の方から合計24件のご質問・ご意見があり、株主の皆様の当社への関心の高さを改めて感じました。会場で実施したアンケートには800件を超えるご意見が寄せられ、そうしたご要望なども参考にしながら、今後も内容の質を高めていきます。

決議ご通知や当日のスピーチ、主な質疑応答の内容など、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](http://www.kewpie.co.jp/company/ir/stocks_information03.html)

株主総会出席者数





株主の皆様へ、普段はあまり知ることの出来ないキューピーの一面を知っていただくため、キューピーと卵のかかわり、卵の魅力を紹介するブースを設けました。初めての試みでしたが、予想以上にたくさんの方がお立ち寄りくださり、わかりやすかったとの評価をいただきました。



## ■ 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99期は20,908名の方から回答が寄せられました。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](http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir_library04.html)

## 投資家向け説明会の開催

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。

また、個人投資家の皆様にも、直接、当社の考え方や業績動向・目標などをお伝えできるように、日本各地で個人投資家向け会社説明会を行っています。2011年度は4月と11月に開催し、約300名の方の参加がありました。

決算説明会資料 [http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir\\_library03.html](http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir_library03.html)

## 主な説明会開催実績（2011年度）

開催月	内容
1月	10.11期 証券アナリスト向け期末決算説明会
4月	個人投資家向け会社説明会（福岡）
7月	11.11期 証券アナリスト向け第2四半期決算説明会
11月	個人投資家向け会社説明会（東京）

## 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。業績だけではなく、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](http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir_library06.html)



### 信頼関係を築き、相互の発展を図ります。

「良い商品は、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下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

「良い商品は、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。その考えを守っていくためには、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。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。また、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。

## 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。

また、ものづくりの考え方を共有し、商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。

## 公正な取引

調達先の皆様と信頼関係を構築していくためには、法律を遵守した公正な取引を行っていく必要があります。

当社グループでは、法務部が中心になって、グループ内の購買担当者向けに下請法の勉強会やイントラネット上でのポイント解説を行っているほか、下請取引の実態調査も定期的を実施しています。

こうした取り組みにより、担当者一人ひとりが自らの活動を見直し、違法リスクを回避すると同時に、取引先との信頼関係を維持していくことをめざしています。

※下請法は、下請取引における優越的地位の濫用行為を規制しており、特に購買活動に密接に関わる法律です。

## 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。

## 新しいメニューと食シーンの創造

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、食べる人に豊かな食生活を提供するものです。

当社グループでは、新しいメニューや食シーンの創造に力を入れ、家庭の食卓（内食）だけでなく、外食や中食といったあらゆる場面において、おいしさやユニークさを追求した食の提案を行っています。

新しい食シーンの創造のためには、そ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、食についての情報の提供や、要望によっては新しい店舗の提案など、味づくりはもちろん、常にお客様の立場に立った視点で物事を考えながら販売先の皆様の潜在的な不満や悩みを解消し、信頼と期待にこたえていくことをめざしています。



## 公正な取引

販売先の皆様と信頼関係を構築していくためには、法律を遵守した公正な取引を行っていく必要があります。

当社グループでは、独自に作成した「営業部門のための独占禁止法遵守マニュアル」を営業担当者へ配布しています。また、eラーニングも行っており、オリジナルのケーススタディをふんだんに盛り込み、より一層身近な問題として学習できるよう工夫しています。

こうした取り組みにより、担当者一人ひとりが自らの活動を見直し、違法リスクを回避すると同時に、取引先との信頼関係を維持していくことをめざしています。

※独占禁止法は、公正で自由な競争を阻害する不当な行為を規制しており、特に営業活動に密接に関わる法律です。

### 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伝えるための活動を行っています。

ホームページ上のキューピーの「横顔」では、そうした食への考えも含めた当社グループの取り組みをまとめています。



キューピーの「横顔」 <http://www.kewpie.co.jp/yokogao/>

## 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”と考え、工場の一般見学を「オープンキッチン」と呼んでいます。当社の商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、商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。



全国5つの工場で開催されるオープンキッチンでは、商品の製造から箱詰めまでの様子を見学できる他、FAシステムや環境への取り組みなどもあわせて紹介しており、商品とともに信頼を家庭のキッチンに届ける役割を担っています。

### 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）
- ・ 富士吉田工場（山梨県富士吉田市）
- ・ 挙母工場（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/>



2011年2月に生産を終了した仙川工場は、キューピーが初めてオープンキッチンを実現した工場です。

仙川工場ではそれより前から取引先を対象にマヨネーズの工場見学を実施していましたが、1961年の増築の際に、一般の見学者受け入れのための設計も行いました。当時はまだ企業が製造の現場を公開することが珍しい時代でしたが、創始者中島董一郎の「商品に対する信頼を得るには工場を公開して、工程の隅々まで見せることが必要」の姿勢を反映し、工場の一般公開となりました。

以降、仙川工場は約50年にわたって、マヨネーズの主要生産工場として、食品業界では工場見学の先駆的存在として、また今やキューピーの全国5工場で開催されるオープンキッチンの基礎づくりの役目を果たしました。



どなたにも見せることのできる清潔な工場をという考えで建設された仙川工場

## 食の楽しさと大切さを伝える活動

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。

一般消費者、食育に関わる教育関係者などを対象にした「食」をテーマとする講演会を1984年から、子どもたちに食の楽しさを伝えるためのマヨネーズ教室を2002年から実施しており、従業員が講師として各地を訪問しています。また、2010年からはフレンチの三國清三シェフと一緒に小学生とその父親を対象にした料理教室「家族でわくわくクッキング」をスタートしており、そうした場を通じて、食の楽しさや大切さを伝えていきたいと考えています。



マヨネーズ教室・講演会 <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/food/03/index.html>

家族でわくわくクッキング <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/food/06/index.html>

### 2011年度の開催実績

活動	内容	開催回数
「食」をテーマにした講演会	食生活と健康、食事を楽しむことの大切さや、マヨネーズのおいしさの秘密、表示の見方などについてお話しします。	27回
マヨネーズ教室	マヨネーズについての話と、実際にマヨネーズ作りを体験し、工場で作られたマヨネーズとの食べ比べを行います。	32回
家族でわくわくクッキング	お父さんとお子さんが三國シェフの指導で本格的な料理に挑戦し、招いた家族と共に食卓を囲んで召し上がります。	4回

## 食に関する情報提供

---

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。その他、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の発行

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、消費生活センターや栄養士、消費者団体等に配布しています。現在、毎月約5,000部を発行しています。

キューピーニュース <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/food/04/index.html>

#### 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、食物アレルギーに関するDVDや高齢者応援ビデオ、子育て支援ビデオなどを制作し、関係施設などに配布しています。

メディアライブラリー活動 <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/food/02/index.html>

## 地域社会の一員として

当社グループでは、マヨネーズをはじめとした様々な食を提供するだけでなく、地域社会の一員として、暮らしやすい社会の実現をめざした貢献をしていきたいと考えています。そのために、「長く継続できること」「多くの方の役に立つこと」「地域に根ざすこと」を柱とした様々な活動を行っています。

キューピーの「横顔」の「社会とのかかわり」の中では、そうした当社グループの取り組みをまとめて紹介しています。



キューピーの「横顔」 <http://www.kewpie.co.jp/yokogao/>

## 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、公益財団法人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による途上国の教育助成もスタートしており、当社はこれからも、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。

ベルマーク運動 <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/society/04/index.html>

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

### Topics

#### ベルマーク運動を通じた東日本大震災被災地支援



東日本大震災の継続的な復興支援活動の一環として、2011年9月よりベルマーク教育助成財団が行う被災地の学校および子どもたちへの教育援助活動に対する寄付を開始しました。寄付金は、通常のベルマーク運動として協賛している金額とは別に、新たに用意するもので、被災地への教育支援に限定して使用されます。

支援内容	当社が商品に付けているベルマーク証票の対象期間内における集票点数に対し、その30%を1点1円に換算し、寄付します。
支援期間	2011年9月1日～2014年8月末日（3年間）
寄付金の使途	東日本大震災で被災した学校および子どもたちの教育環境の復旧や設備の整備
寄付金額	支援期間中の累計で、総額1億円程度となる見込みです。

## おcaaさんコーラスへの協賛

主婦の文化活動の支援として、「全日本おcaaさんコーラス大会」と「全沖縄おcaa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caa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caaさんたちを、当社グループは応援しています。

おcaaさんコーラス <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/society/04/index02.html>

## フードバンク活動の支援

当社グループでは、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、2007年より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、女性シェルターや児童養護施設などに届けられています。

支援を行うフードバンク団体は徐々に増えており、2011年は4つのフードバンク団体に商品の寄贈を行いました。

フードバンク支援 <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/society/04/index03.html>

### 2011年度の寄贈先団体

寄贈先	主な寄贈元
セカンドハーベスト・ジャパン <a href="http://www.2hj.org/">http://www.2hj.org/</a>	キューピー（株）本社
セカンドハーベスト名古屋 <a href="http://www.2h-nagoya.org/">http://www.2h-nagoya.org/</a>	キューピー（株）名古屋支店
フードバンク山梨 <a href="http://www.fbyama.com/">http://www.fbyama.com/</a>	キューピー（株）東京支店
フードバンク2h沖縄 <a href="http://2h-okinawa.org/">http://2h-okinawa.org/</a>	キューピー（株）福岡支店

## マッチングギフト制度「QPeace（キューピース）」

当社グループでは、従業員が社会・環境団体に寄付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2008年度より導入しています。

この制度は、参加する従業員より毎月100円を1口として寄付金を給与天引きし、会社からも従業員の1口に対し100円を上乗せして寄付を行う制度で、寄付先の団体は従業員の推薦と、有志による選定委員会で決定しています。

2011年度は、当社グループ25社より729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28の社会・環境団体へ寄付を行いました。



マッチングギフト <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/society/04/index04.html>

### QPeaceの状況

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
参加従業員数	413名	638名	703名	729名
寄付先団体数	13団体	17団体	36団体	28団体

## 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。シャンティ国際ボランティア会様の「絵本を届ける運動」への参加や、10月の3R月間にあわせた「リユースキャンペーン」での古本の収集の他、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収集し、地域の社会・環境団体に寄贈するといった取り組みを事業所単位で行っています。

こうした取り組みの様子は「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 - 社会・環境活動の話 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/>



絵本を届ける運動  
(富士吉田キューピー)



3R月間リユースキャンペーン  
(キューピー拳母工場)

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。

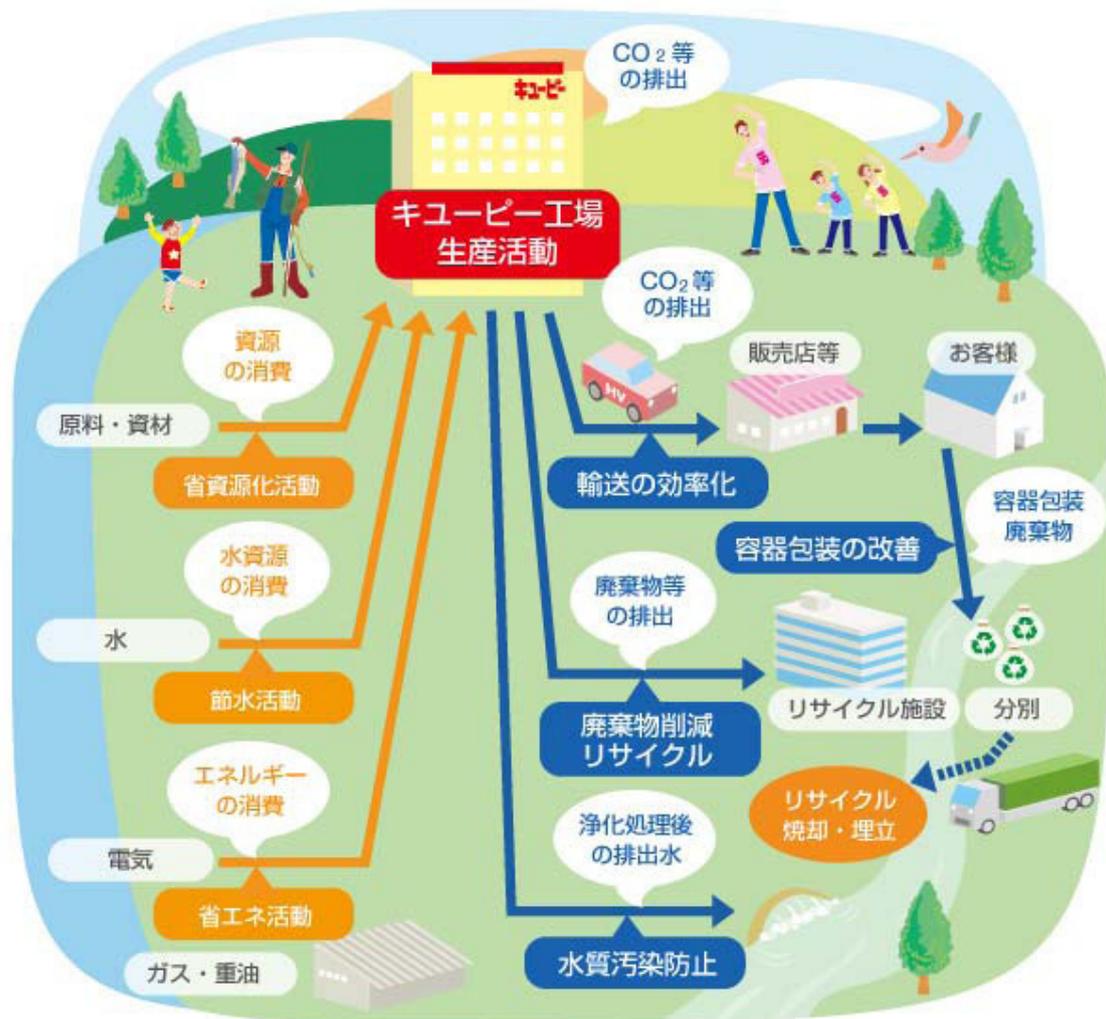
-  活動目標と実績
-  卵の有効活用
-  環境マネジメント
-  環境会計
-  地球温暖化防止
-  廃棄物の削減と節水
-  容器包装の環境配慮
-  環境コミュニケーション
-  地域への環境配慮
-  サイト別の環境データ



## 主な環境影響と環境活動

当社グループでは商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、産業廃棄物や排水、CO<sub>2</sub>などを排出しています。また、商品輸送時のエネルギー使用にともなう環境負荷や、お客様のご使用後の容器包装廃棄物も発生します。

そうした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。



当社生産部門における物質とエネルギーの流れ

インプット		アウトプット	
エネルギーの使用		大気への排出	
購買電力	516,047GJ (52,497千kWh)	CO <sub>2</sub>	45千トン
		NO <sub>x</sub>	13トン
燃料※ <sup>1</sup>	457,883GJ	SO <sub>x</sub>	9トン
計	973,930GJ		
水の使用		水域への排出※ <sup>2</sup>	
地下水	1,341千m <sup>3</sup>	排出量	1,820千トン
上水道	516千m <sup>3</sup>	BOD	21トン
計	1,857千m <sup>3</sup>		
原材料の投入		廃棄物の排出	
原料	245千トン	総排出量	14千トン
容器包装材料	41千トン	(再資源化率)	(97.4%)
		商品	
※ <sup>1</sup> : 発電燃料含む		商品	249千トン
※ <sup>2</sup> : 河川、公共下水道含む		容器包装材料	41千トン

対象：キューピー（株）工場

## 2010年度～2012年度の活動目標と実績

※週明けまでに実績を更新

2010年度から2012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。

課題	対象	目標 <sup>※1</sup>	2011年度実績
<b>1. 地球温暖化防止</b>			
CO <sub>2</sub> 排出量削減	グループ生産部門	総量6%削減 (2008年度比)	7.3%削減
	物流部門	原単位3%削減 <sup>※2</sup>	2.1%増加
	営業・スタッフ部門	原単位3%削減 <sup>※3</sup>	15.0%削減
<b>2. 廃棄物削減</b>			
廃棄物排出量削減	グループ生産部門	原単位6%削減 <sup>※4</sup>	2.4%削減
	営業部門	総量6%削減	15.0%削減 <sup>※5</sup>
<b>3. 水使用量削減</b>			
水使用量削減	グループ生産部門	原単位6%削減 <sup>※4</sup>	0.3%増加
<b>4. 容器包装の環境配慮</b>			
容器包装の簡素化、 軽量化等	商品開発・資材調達 部門	プラスチック原単位 1%削減	5.6%増加
<b>5. 環境マネジメント</b>			
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	取得なし
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
環境監査	グループ生産部門	各工場1回/年 実施	ほぼ計画通り実施

※1 注釈のない数値目標は、2009年度実績を基準とした、2012年度までの達成目標

※2 原単位：売上高百万円あたりの量

※3 原単位：延べ床面積1m<sup>2</sup>あたりの量

※4 原単位：生産数量1トンあたりの量

※5 東日本大震災に伴う廃棄商品は除く

## 卵には、無駄になる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商品を製造しており、その過程で工場から発生する年間約2万3000トン（約42億個分）の殻も、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。

タマゴの有効活用 <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/eco/02/index.html>

## 卵殻粉の有効活用

卵殻のカルシウムは胃液で溶解されやすく、体内への消化吸収に優れており、カルシウムの排出を促すリンの含有量も少ない性質を持っています。当社グループでは、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、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としての利用開発にも積極的に取り組んでいます。

食品以外でも卵殻は様々な用途で活用されており、（株）グリーンテクノ21様が開発し、日本エムテクス（株）様が販売している内装用壁紙「エッグウォール」もその一つです。卵殻を主原料としており、卵殻の多孔質性により、室内の湿度を快適に保つ効果があり、当社のオープンキッチンの見学者通路の壁紙として採用しています。

（株）グリーンテクノ21 <http://www.green-21.com/>

日本エムテクス（株） <http://www.ashlight.co.jp/>

## 卵殻膜の高度利用

卵の殻の内側にある卵殻膜は、皮膚に有効な生理活性を持つ一方で、溶解しにくいという性質があり、利用にあたって大きな障害となっていました。その道を開いたのが、1990年に確立された卵殻膜の可溶化技術です。

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。
- ・ アンモニアなどのおい成分の吸着効果があります。

## 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。

### 2011年度の環境委員会

日程	主な内容
1月12日	2010年度の活動状況について 2011年度の活動目標について
3月2日	生産各社による事例発表
5月11日	東日本大震災に伴う節電対応 環境面の災害リスクについて
7月8日	夏の節電対策について
9月1日	上半期環境実績報告
11月9日	廃棄物管理状況調査報告 廃棄物管理のルール見直しについて

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

2011年11月現在

## 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、グループ全工場で自主点検を行い、キューピー8工場については生産本部が、グループ工場については社会・環境推進部が環境監査を実施することで、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。

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。

2011年度は、東日本大震災に伴う節電対応のため、東北電力・東京電力管内で電気事業法による使用制限令が発令されました。管内の27事業所において使用最大電力（ピーク電力）の削減要請があり、管内事業所によるスキームを利用した削減を行いました。また、埼玉県内の3事業所の廃棄物運搬の委託先で再委託違反があった事が発覚し、その管理方法の見直しとともに、全事業所の廃棄物管理方法の確認を行いました。

なお、東京都環境確保条例に伴うCO<sub>2</sub>削減義務について2事業所が適応を受けており、各事業所とも従業員全員で削減活動に取り組んでいます。

## 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。

また、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。2011年度は、五霞工場が受賞しました。

### これまでの表彰工場

年度	工場	年度	工場
2003年度	泉佐野工場	2007年度	拳母工場 伊丹工場
2004年度	仙川工場	2008年度	仙川工場
2005年度	拳母工場	2009年度	階上工場
2006年度	階上工場	2010年度	中河原工場

### Topics

#### 2011年度 環境努力賞 五霞工場



五霞工場では、東日本大震災への対応などがある中で、不要な設備の停止、事務所の集約といった一歩踏み込んだ省エネ活動や、夏場の電力削減ではエリアの中心的な役割を果たすといった取り組みが評価されての受賞となりました。



### Message

#### 省エネから低エネへ

五霞工場では、環境戦略におけるCO<sub>2</sub>削減だけでなく、昨年の3月11日に発生しました東日本大震災を契機に、省エネから低エネに考え方をシフトし、CO<sub>2</sub>削減を推進してきました。

特に、夏場の電力不足においては、必要な所に必要なだけのエネルギー配分を意識し、加工場など作業状況に影響の出るエアコンは、今まで通りの運用を行う事で作業効率を下げずに生産が出来ました。更に、徹底した夢多“採り、間接業務の高質化を行い、より効率化を進めました。また、低エネに寄与する設備更新や改善投資を積極的に行い、そして、各関連会社様のご協力もあり、仙川からのハーフマヨ等の生産移管前の契約電力量と同等にすることが出来ました。その結果がこのような賞に繋がり、世の中にも節電という貢献が出来たと思っております。（五霞工場環境委員会一同）

## 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。

## ＜環境会計の集計について＞

1) 対象期間：2008年12月～2011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、該当年度およびその前年度に実施した取り組みによる該当年度寄与分です。

## 環境保全コスト

(上段：投資額／下段：費用額 単位：千円)

分類		2009年度	2010年度	2011年度	主な取り組み
事業 エリア 内 コスト	公害防止 コスト	175,026	279,387	75,333	・ 排水処理設備の改善、維持管理 ・ 溶存酸素装置改善 他
		609,537	750,854	607,227	
	地球環境 保全コスト	83,614	51,123	149,291	・ 工程合理化と省力化 ・ 建物、設備の断熱強化 他
		33,196	19,157	28,192	
	資源循環 コスト	4,640	6,750	5,478	・ 副産物、廃棄物のリサイクル ・ 循環利用等 節水 他
		480,896	303,333	335,850	
小計	263,280	337,260	230,102		
		1,123,629	1,073,344	971,269	
上・下流 コスト		0	0	0	・ 容器包装の再商品化委託 ・ 廃棄商品の処理委託
		351,745	351,596	351,489	
管理活動 コスト		0	0	0	・ EMSの構築、運用 情報開示 ・ 監視警報装置等の増強 他
		70,994	69,162	77,023	
研究開発 コスト		0	0	0	・ 副産物の高度利用研究 ・ 容器包装の省資源、環境適応化 他
		27,585	27,585	27,585	
社会活動 コスト		0	0	0	・ 敷地外での環境美化や地域活動 ・ 環境保護団体の支援 他
		2,882	2,674	2,838	
環境損傷 対応コスト		0	0	0	
		0	0	0	
合計		263,280	337,260	230,102	
		1,576,836	1,524,361	1,430,204	

## 環境保全効果

環境保全効果の分類		項目	単位	2009年度	2010年度	2011年度
事業 エリア 内	投入資源	総エネルギー (原単位)	千GJ	1,074	1,039	974
			MJ/トン	3,894	4,107	3,911
		水 (原単位)	千m <sup>3</sup>	2,117	2,033	1,857
			m <sup>3</sup> /トン	8	8	7
	排出物、廃棄物	CO <sub>2</sub> (原単位)	トン	48,811	47,217	45,100
			kg/トン	177	187	181
		NO <sub>x</sub>	トン	16	15	13
		SO <sub>x</sub>	トン	9	10	9
		排水量 (BOD)	千トン	2,053	1,993	1,820
			トン	48	31	21
		廃棄物排出 (原単位)	トン	12,823	12,134	14,962
			kg/トン	46	48	60

## 環境保全に伴う経済効果

(単位：千円)

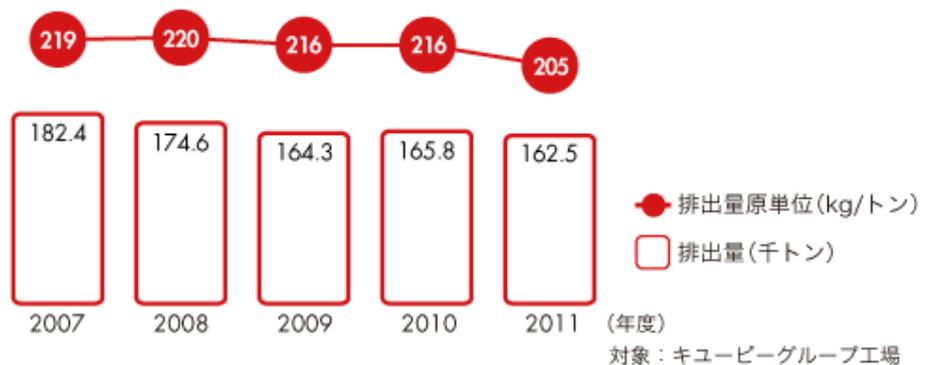
効果の内容		2009年度	2010年度	2011年度
費用節減	省エネルギー対策による費用節減	36,780	37,026	21,555
	廃棄物削減対策による費用節減	9,472	3,102	6,008
	節水対策による費用節減	10,217	13,017	5,241
	容器包装軽量化等による費用節減	10,200	10,150	9,800
収益	副産物等のリサイクルによる売却益	19,713	11,591	11,321
	卵殻・卵殻膜 高度利用商品の売上高	387,687	389,888	389,426

## CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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おり、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います。

2011年度、当社グループ工場でのエネルギー使用にともなうCO<sub>2</sub>排出量は、総量162.5千トンで前年比2.0%削減、生産数量1トンあたりのCO<sub>2</sub>排出量は205kgで前年比5.1%削減しました。

CO<sub>2</sub>排出量の推移



### CO<sub>2</sub>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（2002年12月改正）及び、エネルギー源別 標準発熱量表（2002年2月 資源エネルギー庁）より

購入電力：0.378kg-CO<sub>2</sub>/kWh A重油：2.710kg-CO<sub>2</sub>/L

都市ガス（13A）：2.188kg-CO<sub>2</sub>/m<sup>3</sup> LPG：6.007kg-CO<sub>2</sub>/m<sup>3</sup>

## 省エネルギーの推進

2011年度、当社グループ工場のエネルギー使用量は熱量換算3,553千GJで前年比1.9%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4.5GJとなり前年比4.3%削減しました。

2011年度は、東日本大震災に伴う節電対応のため、東北電力・東京電力管内の27事業所において使用最大電力（ピーク電力）の削減要請があり、管内事業所によるスキーム（単独の事業所だけでは削減が難しい場合に、複数の事業所の合算で削減を行う枠組み）を利用した削減を行いました。

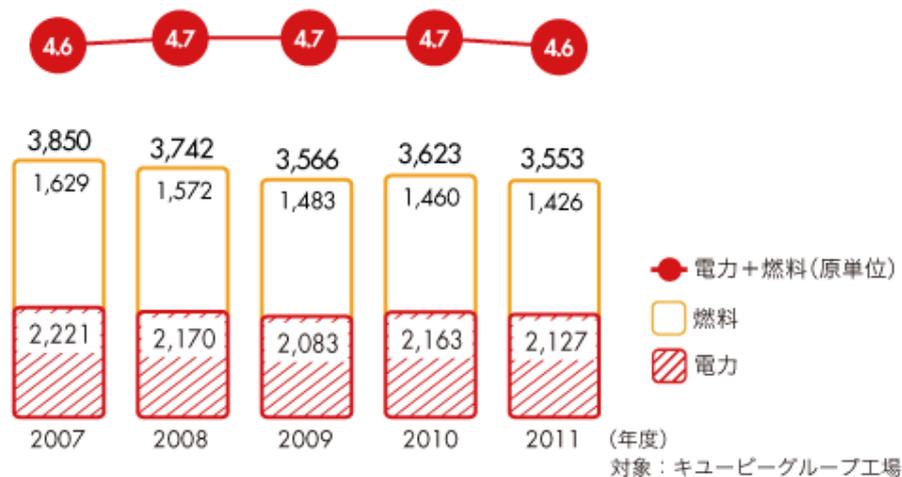
### ※スキームを利用した使用最大電力の削減

- 東北電力管内（スキーム5事業所）・・・39%の削減
- 東京電力管内（第1スキーム17事業所）・・・26%の削減
- 東京電力管内（第2スキーム5事業所）・・・27%の削減

### 2011年度の主な省エネルギーの事例

- ・ 加工場内をのれんで仕切り、遮熱を徹底することで、空調効果を高める
- ・ 室外機に散水もしくは、遮光により温度を下げることで、熱交換の負荷を低減する
- ・ ボイラーの配管の断熱を徹底することで、熱ロスの低減を図る
- ・ サーモカメラを利用したチェックを行い、冷気漏れ対策を行う

### 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（2002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/m<sup>3</sup> LPG：100.5MJ/m<sup>3</sup>

購入電力：エネルギーの使用に関する法律施行規則（2002年12月改正）より

9.83MJ/kWh



福島県福島市にあるコープ食品（株）東北工場では、「工場全員が理解できる省エネ活動」を掲げて、生産現場の若手を中心となり省エネ活動を進めています。

工場内のどこがどれだけエネルギーを使用しているかが分かるマップの作成、デマンド計（リアルタイムの電力使用状況を表示する機器）の見方の説明といった「エネルギーの見える化」や、設備の運転開始時間の統一、機器やスイッチごとに担当者の名前を貼りだすといった「運用の見える化」を行う事で、「エネルギーを良く診て、吟味して使う」事を徹底しています。

その他、のれんの効果的な活用による遮熱の徹底や、屋根への散水（噴霧）など、一人ひとりが知恵を出し合って、さまざまな工夫を重ねています。



太田和人、鹿島洋平、久保田昌和  
松本英人、菅野伸一  
（コープ食品東北工場）

## 物流部門でのCO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>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CO<sub>2</sub>排出量の推移

2011年度は、震災影響により前年度と比較してCO<sub>2</sub>排出量が増加しましたが、荷主企業として輸送事業者やお取引先と連携して環境負荷低減に取り組みCO<sub>2</sub>排出量の低減に努めました。

	2011年度	前年度比
輸配送量（千tkm）	156,675	100.8%
CO <sub>2</sub> 排出量（tCO <sub>2</sub> ）	26,000	100.4%

### 輸配送効率化の推進

発荷主として、輸配送距離の短縮化、輸配送ロット効率の向上（＝積載効率の向上）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。

2011年度実績 調味料の生産拠点再配置によるCO<sub>2</sub>排出削減量 113トン/年

#### 配送ロット効率の向上

配送時に1回の配送ロットを大きくして、配送の効率化に取り組んでいます。

#### 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。

2011年度実績 中継輸送の見直しによるCO<sub>2</sub>排出削減量 20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。

## 輸送事業者としてのCO<sub>2</sub>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認証取得をしています。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44法人がグリーン経営認証を取得しています。

### ■ 3温度帯車輛の導入推進

-25℃～+25℃まで、荷量に応じて荷室のスペースを自在に変更できる、常温・チルド・冷凍の3温度帯のフレキシブル車輛の導入を推進し、共同配送、コンビニ配送の効率化を図っています。

2011年度の導入累計台数は30台で、2010年度比20%増となりました。



### ■ 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台に装着しています。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、走行時のアイドルストップ
- ・ 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
- ・ 適切な温度でのエアコン使用

### ■ 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。

### 廃棄物排出量の削減

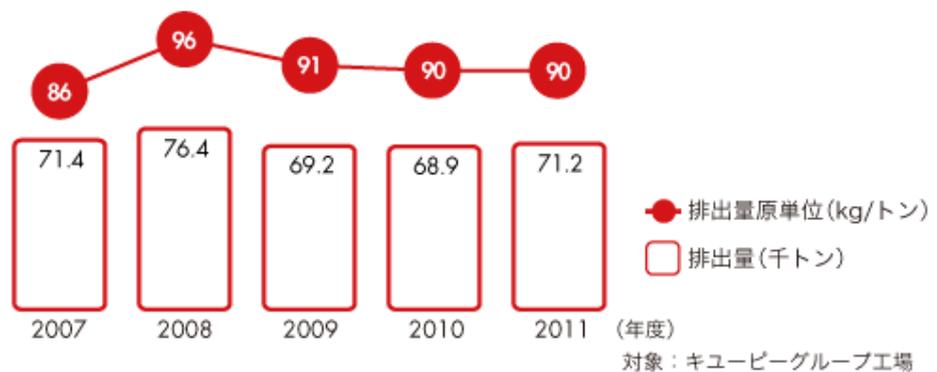
工場の廃棄物削減については、製造工程等の見直しによる歩留まりの改善や、原料・資材の梱包形態の改善などによる、発生抑制を第一として取り組んでいます。

当社グループ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。

2011年度、当社グループ工場での廃棄物排出量は71.2千トンで、前年比3.3%増加しました。生産数量1トンあたりの廃棄物排出量（原単位）は90.0kg/トンで、前年と変わりませんでした。

※2012年6月発行の「ハイライト」において、2011年度の廃棄物排出量を70.4千トン、原単位を89.0kgとしていましたが、集計ミスがあり、正しくは廃棄物排出量71.2千トン、原単位は90.0kg/トンでした。

廃棄物排出量の推移



## 再資源化の推進

工場で発生する副産物・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。

2011年度は当社を含むグループ82工場のうち、52工場において一部単純焼却・埋立て処分が発生しましたが、30工場が再資源化率100%を達成しました。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

排出物の分類	主な排出物	再資源化用途
動植物性残さ	野菜くず・卵残さ・ その他食品残さ	飼料、肥料
廃油	廃食用油	飼料、肥料、再生燃料
	廃機械油	再生燃料
汚泥	排水汚泥	肥料
紙類	段ボール・OA用紙	再生紙
	紙くず	熱回収
プラスチック類		セメント原燃料、再生プラスチック、高炉還元剤、 燃料
ガラス類		カレット（ガラス原料）、路盤材
金属		再生金属
蛍光灯・乾電池		再生金属、カレット（ガラス原料）
木くず		肥料、燃料

## 水の効率的活用

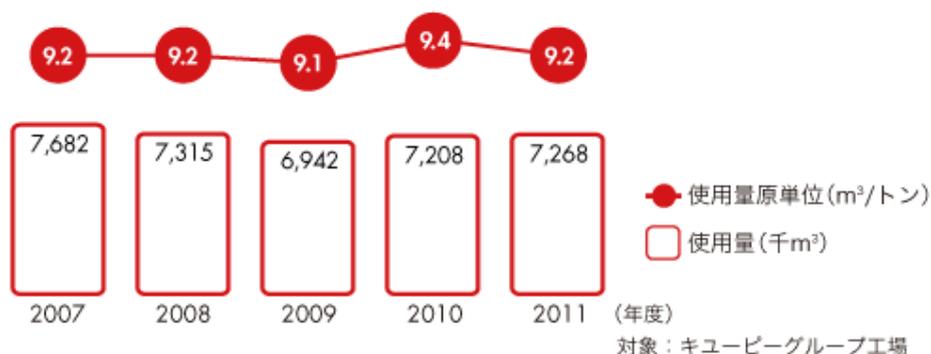
工場では生産設備・器具の洗浄、殺菌・冷却の工程などで多くの水を使用します。

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。

2011年度、当社グループ工場の水の使用量は7,268千 $m^3$ で前年比0.8%増加、生産数量1トンあたりの水使用量は9.2 $m^3$ で前年比2.1%削減しました。

### 水使用量の推移



## 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

## 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。

当社商品開発部門・資材調達部門では、2010年度から2012年度の中期経営計画で、プラスチック製容器の原単位（生産数量当たりの容器重量）1%削減をめざし、容器の軽量化、簡易包装化に取り組んでいます。

### プラスチック製容器包装使用量と原単位

	2009年度（基準年）	2010年度	2011年度
使用量	7,416t	7,670t	7,754t
原単位	29.5t/千t	30.3t/千t	31.1t/千t

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。

2011年度委託費用・・・約335百万円

※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。

各地の工場で行われているオープンキッチン（工場見学）や、学校の環境学習への従業員の派遣、地元の環境を考えるイベントへの出展など、さまざまな機会を通じて、多くの方々とのコミュニケーションを図っていきたいと考えており、その様子を「[社会と環境について語るブログ](#)」を通じて紹介しています。



※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。

### 「社会と環境について語るブログ」で紹介した環境コミュニケーションの取り組み

- ・ 食品科学特別講義（キューピー社会・環境推進部）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001711.html>
- ・ 中学生の環境テーマ学習！（キューピー中河原工場）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001730.html>
- ・ 熱血先生?!（キューピー社会・環境推進部）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001837.html>
- ・ 伊丹工場がリサイクル・フェアに出展（キューピー伊丹工場）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001866.html>

## ホームページやブログでの情報発信

2009年度に当社ホームページ上にオープンしたサイト キューピーの「横顔」では、原料・資材の調達から、商品がお客様の手に届くまでの各工程における環境への配慮、その他当社グループの環境活動について、幅広く紹介しています。また、2007年より続けている「社会と環境について語るブログ」では、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各地の事業所の取り組みなどをよりタイムリーに掲載しています。「ゴーヤビズ」（※ゴーヤー栽培による緑のカーテンづくり）など、事業所から寄せられる投稿も増えており、各事業所が環境活動に取り組むきっかけにもつながっています。2011年度は162のブログ記事をエントリーしました。



キューピーの「横顔」 <http://www.kewpie.co.jp/yokogao/>

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

### ゴーヤビズに寄せられた事業所からの投稿

- ・ 高松支店でもゴーヤビズ（キューピー高松支店）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat7/001786.html>
- ・ この夏、初挑戦です！（キューピー五霞工場）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat7/001805.html>
- ・ 中河原工場ゴーヤビズ☆（キューピー中河原工場）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat7/001808.html>

## キューピーの森

当社グループは、2007年9月より「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。「キューピーの森」と命名した森（面積：5,300m<sup>2</sup>）は、当社グループの工場上流にあり、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。

2011年には、当初予定していた5,300m<sup>2</sup>の森林保全活動が終了し、現在第2期に向けた森の選定を進めています。

### ※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。

## 地域の美化清掃活動

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。

2006年にスタートし、月に一度行っている渋谷地区の清掃活動「しぶピカ大作戦」は、2011年8月に第60回を迎え、延べ参加者数は4,000人を超えました。こうした取り組みは「[社会と環境について語るブログ](#)」で紹介しており、各地の事業所からも、様々な清掃活動の様子が寄せられています。



社会と環境について語るブログー清掃活動 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/>

### 各地から寄せられた清掃活動の様子

- ・ 連日の除雪と氷割り（キューピー札幌支店）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/001723.html>
- ・ 第8回猪名川クリーン作戦（キューピー伊丹工場）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/001737.html>
- ・ 多摩ぴかトライアル（ケイ・システム）  
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/001775.html>

## 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。

2011年は、グループ企業である全農・キューピー・エツグステーションの茨城第1工場（キューピー五霞工場と同一敷地内）において、雨水溝を通じた公共用水域への漏えいを防ぐためのピットの設置を行いました。

## 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。

## 騒音防止と臭気対策

---

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。

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。

当社食品生産工場

対象期間：2010年12月～2011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	13,346	59,822	1,852
購入電力	GJ	55,116	63,484	5,889
燃料	GJ	38,389	33,480	2,289
CO <sub>2</sub>	トン	4,743	4,037	336
廃棄物排出量	トン	1,603	2,211	174
再資源化率	%	87.2	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	31,005	11,089	48,069
購入電力	GJ	23,364	18,996	71,291
燃料	GJ	70,681	12,432	74,770
CO <sub>2</sub>	トン	4,268	1,474	6,306
廃棄物排出量	トン	903	132	1,946
再資源化率	%	85.7	71.1	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	67,212	12,960	23,147
購入電力	GJ	119,064	28,739	53,562
燃料	GJ	57,188	17,088	65,907
CO <sub>2</sub>	トン	7,354	1,920	6,628
廃棄物排出量	トン	1,868	383	1,441
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：2010年12月～2011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	963
購入電力	GJ	76,541
燃料	GJ	85,660
CO <sub>2</sub>	トン	7,027
廃棄物排出量	トン	4,303
再資源化率	%	100.0

## 主要グループ会社

対象期間：2010年12月～2011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	144,027	58,197
購入電力	GJ	311,751	303,393
燃料	GJ	130,829	161,891
CO <sub>2</sub>	トン	20,236	19,597
廃棄物排出量	トン	19,968	4,123
再資源化率	%	91.3	96.3

	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 醗酵調味料 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	70,488	13,124
購入電力	GJ	85,158	74,294
燃料	GJ	49,737	59,931
CO <sub>2</sub>	トン	5,920	7,059
廃棄物排出量	トン	1,396	1,459
再資源化率	%	99.5	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

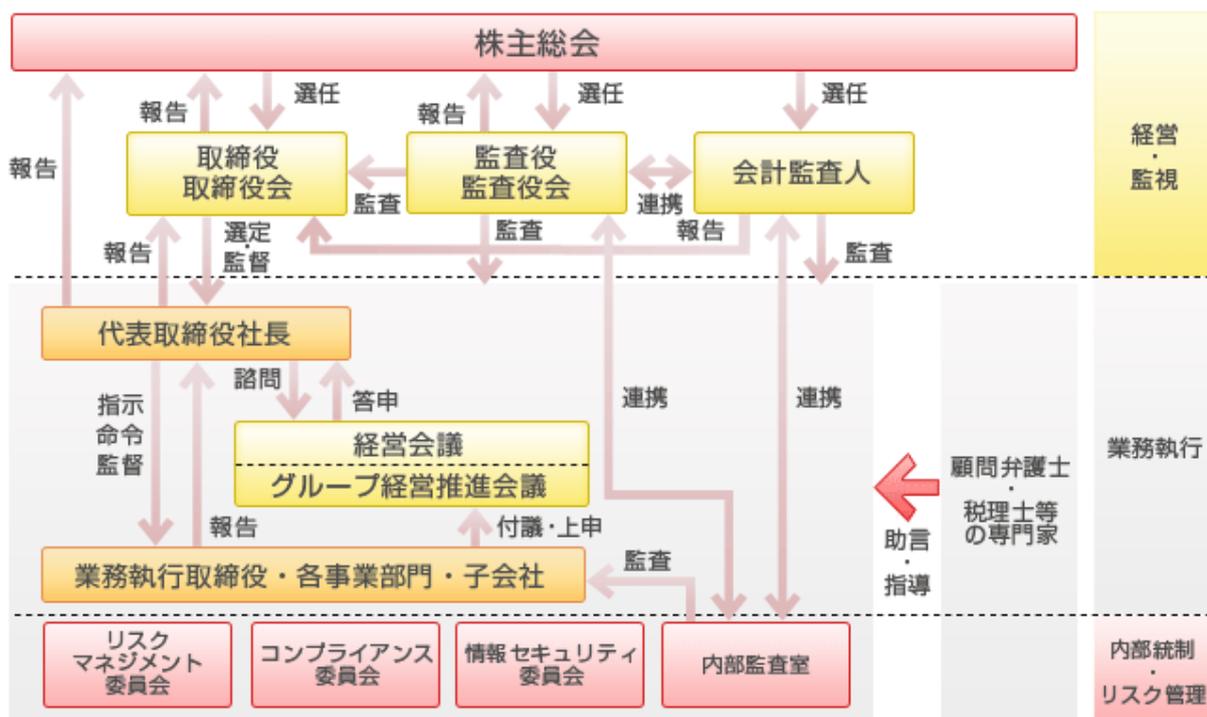


## コーポレートガバナンスに関する考え方

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、企業の永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 <http://www.kewpie.co.jp/company/corp/governance/index.html>

### 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内部監査室と品質・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の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、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

<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。

## 知的財産保護

---

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。

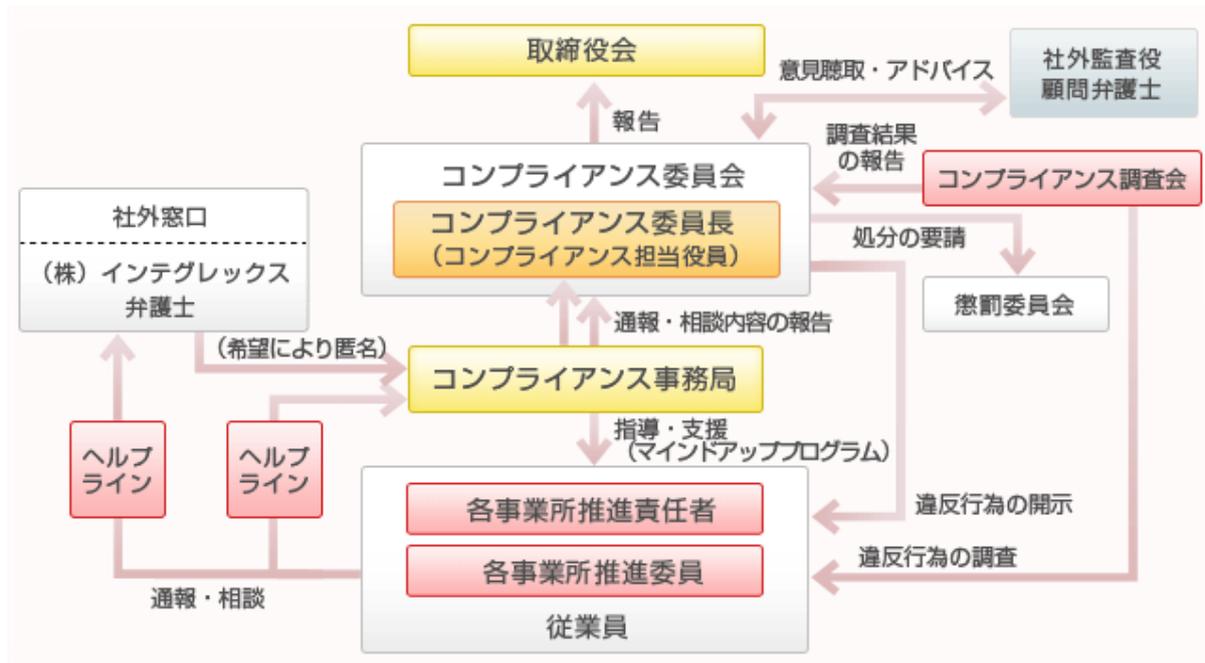
知的財産権を統括する知的財産室では、事業活動の自由度を維持するため、製品の研究開発を通じて獲得した成果について、知的財産権として権利取得することを推進しています。そのため関連部署との普段からのコミュニケーションを重視しており、特許や商標研修の実施などグループ全体の知的財産活動の意識啓発を図っています。

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であり、新製品の研究開発にあたっては、先行技術など他者の知的財産権に抵触しないための調査を重視しています。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に留意しています。

## 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





### 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みます。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し、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。

### 2011年度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12回	労務管理について～信頼される上司になるために～	3月	全管理職	管理職を対象にeラーニングによる学習を行いました。
第13回	ハラスメント	9月	全従業員	eラーニングによる学習と職場でのディスカッションを実施しました。

## 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、違反事例につきましても、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

2007年度	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度
23件	15件	10件	25件	22件

会社情報

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	2,585人（連結：12,028人）
事業所数	生産：8工場 営業：10支店・18営業所

2011年11月30日現在

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。

■ 調味料・加工食品事業

国内トップシェアのサラダ調味料やアヲハタブランドのジャム、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。

■ 健康機能事業

育児食や介護食、医療食を柱とするヘルスケア部門と健康機能・医薬用素材を柱とするファインケミカル部門が、多くの方々へやさしさを提供する商品を展開しています。

■ タマゴ事業

長い間卵の研究を重ねてきた独自の技術を活かし、パン、お菓子、かまぼこなどの加工食品の原料から、ゆで卵やオムレツまで、さまざまな商品を提供しています。

■ サラダ・惣菜事業

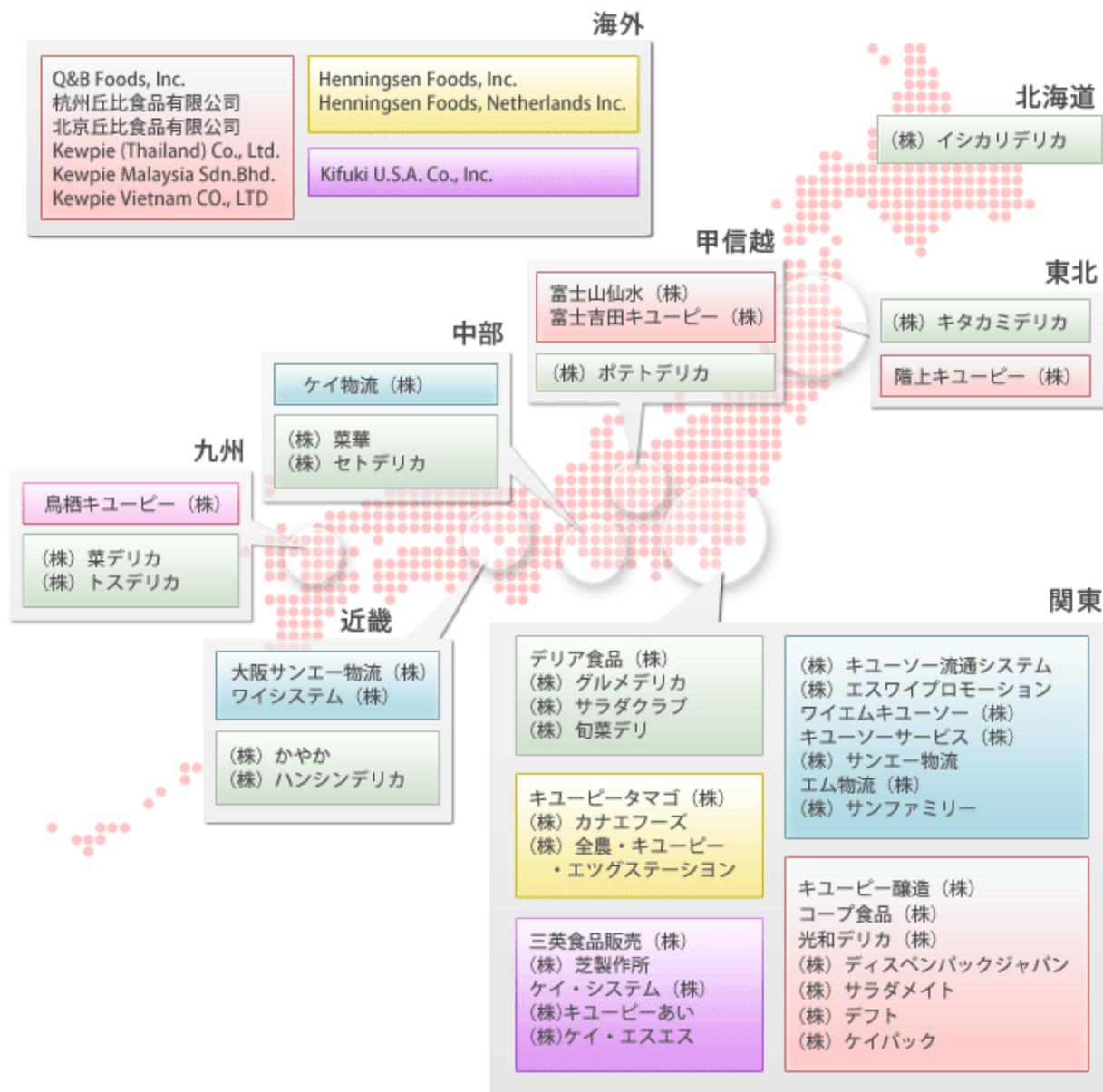
サラダを中心とした惣菜やパッケージサラダなど、毎日の食卓に安全で便利な食を提供しています。幅広い年代のお客様の健康な食生活を応援しています。

■ 物流システム事業

常温・定温・冷蔵・冷凍の4温度帯の保管体制で、食品の品質・鮮度を守りながら、物流の効率化を実現しています。

# グループ会社一覧

- 調味料・加工食品事業
- 健康機能事業
- タマゴ事業
- サラダ・惣菜事業
- 物流システム事業
- 共通事業



## 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	・ 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		・ 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		・ 工場見学（オープンキッチン）を開始
1962年		・ 「キューピー3分クッキング」放映開始
1963年	・ 廃棄物削減を合理化の一環として取り組む	
1969年	・ 卵殻の破碎・乾燥設備を導入（仙川工場）	
1971年	・ 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		・ 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		・ 食生活に関するビデオの配布活動を始める
1978年		・ 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」）の協賛を始める
1980年		・ 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」）の協賛を始める
1981年	・ 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」）	
1984年		・ 「食」をテーマとする講演会活動を開始
1991年	・ 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	・ 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	・ 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	・ 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「卵醤」）	
1998年	・ 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	

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
1998年	<ul style="list-style-type: none"> <li>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）</li> </ul>	
2000年	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>伊丹工場でISO14001の認証取得</li> </ul>	
2001年	<ul style="list-style-type: none"> <li>環境報告書2001年版を発行</li> <li>五霞工場でISO14001の認証取得</li> <li>グループ環境マネジメントマニュアルを制定</li> </ul>	
2002年	<ul style="list-style-type: none"> <li>全工場の廃棄物焼却炉を廃止</li> <li>五霞工場で廃棄物の再資源化率100%達成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マヨネーズ教室を開始</li> <li>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</li> </ul>
2003年	<ul style="list-style-type: none"> <li>全工場で廃棄物の再資源化率100%達成</li> </ul>	
2004年	<ul style="list-style-type: none"> <li>鳥栖工場でISO14001の認証取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> </ul>
2005年	<ul style="list-style-type: none"> <li>中河原工場でISO14001の認証取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CSR担当役員任命、環境対策室を社会・環境推進室に改組</li> <li>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）</li> </ul>
2006年	<ul style="list-style-type: none"> <li>「チーム・マイナス6%」に参加</li> <li>八都県市「容器包装ダイエット宣言」に参加</li> </ul>	
2007年	<ul style="list-style-type: none"> <li>山梨県の富士山麓で「キューピーの森」を開始</li> <li>富士吉田工場でISO14001の認証取得</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>フードバンク活動に参加</li> <li>「社会と環境について語るブログ」スタート</li> </ul>
2008年	<ul style="list-style-type: none"> <li>段ボールの印刷に使用するインクを標準色18色に集約</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>マッチングギフト制度「QPeace」スタート</li> <li>「社会と環境について語るブログ」が環境goo大賞（ブログ部門）受賞</li> </ul>
2009年	<ul style="list-style-type: none"> <li>社会・環境推進室と法務・知的財産室を再編し、CSR推進本部を設置、社会・環境推進室を社会・環境推進部に改組</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>営業車にハイブリッドカー「プリウス」を導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>キッザニア甲子園に「マヨネーズ工場」パビリオン出展</li> </ul>
2010年		<ul style="list-style-type: none"> <li>三國清三シェフを講師に迎えた「家族でわくわくクッキング」を開催</li> </ul>
2011年		<ul style="list-style-type: none"> <li>第32回食品産業優良企業等表彰 CSR部門で「農林水産大臣賞」を受賞</li> </ul>

対象：キューピー（株）

### 編集方針・対象範囲

「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。

2012年版では、デザインと構成を見直し、特集やトップメッセージを掲載しました。この報告書を通じて、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66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	2010年12月1日～2011年11月30日
発行	2012年8月。次回の発行は2013年の夏を予定しています。

※本サイトは、原則として上記対象期間内の事象を掲載していますが、タイムリーな情報更新をめざし、2012年度の情報について予告なく更新を行う場合があります。

※主な更新内容については、[「社会と環境について語るブログ」](#)上でお知らせしていきます。

### 2011年版報告書へのご意見と評価

「キューピーグループ社会・環境報告書2011」は、昨年2011年6月に〔ハイライト〕（冊子）を、11月に〔フルレポート〕（本ウェブサイト）を発行しました。

ウェブ上のフルレポートについては2011年11月から2012年6月末時点までに、のべ65,697件（月平均8,212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。ハイライトに添付のアンケートには、2012年6月末の時点で586件の回答をいただきました。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2011 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/2011/>

#### 2011年版についての外部の評価

日本BtoB広告賞「CSR環境報告書の部」 銅賞（主催：日本産業広告協会）

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/2012/001943.html>

## 2012年版報告書の作成にあたって

---

2012年版報告書については、冊子版の〔ハイライト〕、ウェブ版の〔フルレポート〕共にデザインと構成を見直しました。

従来の「社長対談」の他に、社長メッセージを加えて、より当社グループの考えを明確に掲載した他、特集として「キューピーの食をつくる精神」を3つの視点から取り上げました。

また、従業員による座談会を開催し、当社グループの精神である社是・社訓について感じていることについて改めて見つめなおしました。

今後もステークホルダーのさまざまな声に耳を傾けながら、企業活動に反映させていきたいと考えています。

### 東日本大震災への対応

2011年3月11日に発生した東日本大震災（東北地方太平洋沖地震）においては、当社グループでも8県17工場が建屋やタンクの損傷といった被害を受け、4工場が停電や断水などにより一時操業停止となりました。

そうした中、当社グループでは発生直後より「従業員の安全確保を第一とする」「お客様への供給責任を果たす」「社会に貢献する」を方針として掲げ、グループ一丸となって対応を進めました。3月18日までに、被災地域の約60事業所、4,543名のグループ従業員の安否を確認。生産機能については3月末までにはほぼ回復しましたが、原資材・燃料の入手状況、物流の混乱、計画停電等の諸事情により、しばらくの間一部の商品の供給に支障が生じました。

また、被災された方々のお役に立ていただくために、支援物資の提供および義援金の寄付といった支援を行いました。

#### 緊急支援物資

- ・ おかゆ 約49,000食
- ・ 介護食 約9,000食
- ・ ベビーフード 約83,000食
- ・ 流動食 約12,000食
- ・ うずら卵加工品 約12,000食
- ・ 水（タンクローリーでの提供） など

#### 義援金

- ・ グループより 1億円
- ・ 従業員より 約700万円（海外子会社を含む）

その他、被災地支援を目的としたボランティア休暇の制度の設置や、失業された方や内定を取り消された方を対象にした就労支援などを行っています。

## ベルマーク財団を通じた長期支援

被災地の復興には長い時間がかかると考え、東日本大震災の継続的な復興支援活動の一環として、2011年9月よりベルマーク教育助成財団が行う被災地の学校および子どもたちへの教育援助活動に対する寄付を開始しました。

寄付金は、通常のベルマーク運動として協賛している金額とは別に、新たに用意するもので、被災地への教育支援に限定して使用されます。

<b>支援内容</b>	当社が商品に付けているベルマーク証票の対象期間内における集票点数に対し、その30%を1点1円に換算し、寄付します。
<b>支援期間</b>	2011年9月1日～2014年8月末日（3年間）
<b>寄付金の使途</b>	東日本大震災で被災した学校および子どもたちの教育環境の復旧や設備の整備
<b>寄付金額</b>	支援期間中の累計で、総額1億円程度となる見込みです。

ニュースリリース [http://www.kewpie.co.jp/company/corp/newsrelease/2011/info\\_05.html](http://www.kewpie.co.jp/company/corp/newsrelease/2011/info_05.html)

## 各地の事業所での取り組み

グループ全体としての支援活動の他、各地の事業所でも従業員の発案により独自の支援活動が行われており、その一部は[社会と環境について語るブログ](#)でも紹介しています。

### 階上キューピー : 岩手県野田村でのボランティア活動

青森県八戸市にある階上キューピー（株）では、岩手県野田村に対して従業員を派遣しての炊き出しや、住民を工場に招くといった活動を行いました。他の事業所からも多くの従業員がボランティアで応援に駆けつけています。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001798.html>

### キューピー仙台支店 : 被災地における炊き出し

キューピー（株）仙台支店は、一時活動拠点を山形県に移し、多くの従業員が自宅勤務になるといった被害を受けましたが、そんな中で地元スーパーと協力しての炊き出し活動などを行いました。この炊き出しには、支店からの呼びかけで全国から新入社員が研修として参加しています。

### キューピー五霞地区 : 旧騎西高校に避難した双葉町の皆さんの支援

キューピー（株）五霞工場を中心とする複数の事業所では、埼玉県加須市の旧騎西高校に避難している福島県双葉町の皆さんに対して、炊き出しや商品の提供、工場見学への招待といった活動を行っています。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001799.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001810.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001824.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001865.html>

### キューピー渋谷地区 : 被災地に送る食品パッケージ作りのボランティア

キューピー（株）本社では、夏場の節電対応のための輪番休日を利用し、セカンドハーベスト・ジャパン様の食品パッケージ作りに有志がボランティア参加しました。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001807.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001815.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001831.html>

### キューピー伊丹地区 : 岩手県野田村への車イスの提供や地元の祭りを通じた支援活動

兵庫県伊丹市にあるキューピー（株）伊丹工場を中心とする事業所では、以前より取り組んでいるプルタブ収集活動を通じて得た車イスを岩手県野田村に提供した他、地元を中心とした被災地支援活動への積極的な参加を行っています。

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001777.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001780.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001798.html>

<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001818.html>

その他、様々な従業員がボランティア休暇を利用して被災地でのボランティア活動を行っており、その様子の一部はイントラネット上でグループ内に発信されています。