



キューピーグループ 社会・環境報告書 2013

CONTENTS

社長メッセージ	01 - 02	お客様とのかかわり	41 - 50
特集：キューピーグループの環境への取り組み	03 - 08	従業員とのかかわり	51 - 62
キューピーと地球環境	09 - 31	会社概要	63 - 70
地域社会とのかかわり	32 - 40	報告書の作成にあたって	71



原点を大切に、革新を通じて、社会とともに成長する



キユーピー株式会社
代表取締役 社長

三宅 峰三郎

■ 安全・安心をお約束

2012年は、長引く欧州の金融不安、国際関係の不安定化や国内景気の停滞感、加えて食品業界では世界的な原材料高など、厳しい経営環境の1年となりました。一方で原子力発電所の事故以来、お客様の食に対する安全・安心への関心はますます高まっています。創業以来私たちは「良い商品は良い原料からしか生まれない」という考えのもと、安全な原料選び、品質を守る生産体制を磨き上げながら、商品をつくり続けてきました。それはお客様においしさをお届けするのはもちろんのこと、安全な商品で安心をお約束することが食品メーカーとしての使命と考えているからです。今後もそうした原点を忘れずに事業を推進していきます。

■ 重視される企業の社会性

この10年を振り返りますと、安全・安心な商品の提供は当然のこととして、社会・環境活動なども含めた企業としての社会性がより重視されるようになってきたと感じています。

キユーピーでは、工場見学における地域との交流やベルマーク運動への協賛に長期にわたって取り組んでおり、今後もそうした活動を大切にしていきたいと考えています。環境面では、主原料である卵を殻も含めて最大限に有効活用することに努めており、加えて野菜についても、運搬や加工時のダメージを極力抑え、廃棄ロスを削減するための技術開発を進めています。

■ グループ経営の進化を成長の基盤に

2012年度、キユーピーグループは第6次中期経営計画を終了しました。グループの総合力を結集し、グループ経営を進化させたことが最大の成果だと考えています。グループの持つ技術、商品、情報、販路を活かし、内食・中食・外食それぞれにおいて新しい食シーンを提案してきたことがその一例です。また従来、推進してきた「夢多`採り(むだとり)活動」は文化として定着し、節電対策のグループ内水平展開など、事業基盤強化につながっています。

海外では、マレーシアとベトナムで新工場が稼働して、中国2工場、東南アジア3工場となりました。現地生産・現地販売を基本に、お客様の求める用途やライフスタイルに合わせた食を提供していくことを重視しています。日本で培ったグループの開発力、提案力を活かし、各国の食生活に貢献していくための体制整備と人材育成を進めています。

▪ 「ユニークさの発揮と創造」とそのための「挑戦」

今期(2013年度)から始まった第7次中期経営計画では、「ユニークさの発揮と創造」に取り組んでいきます。

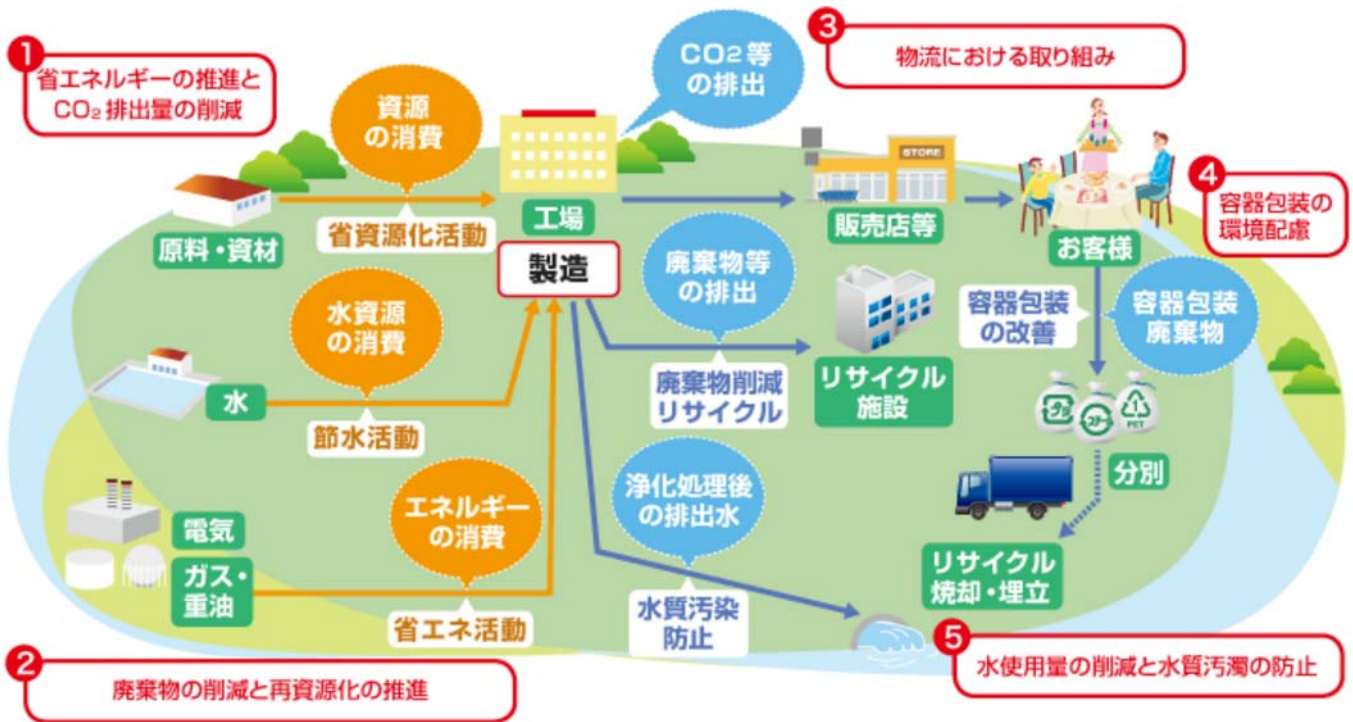
「ユニークさの発揮」とは、私たちが持っている強みにつながるユニークさを見極め、磨き、これを活用していくことです。キューピーグループは内食・中食・外食という三つの食場面で事業を展開しており、手がけている商品は赤ちゃんからお年寄りまで幅広い年齢層に密接にかかわっています。食場面と年齢層という二つの軸で食生活を多様な視点からとらえ、商品開発に活かすことで、お客様に愛され続けてきたと思っています。そしてその先にある「ユニークさの創造」は、自分たちの既存の枠を超える活動を推進、あるいはこれまでにない事業間の連携に取り組むことなどにより、私たちだからこそ創出できる新たな価値をお客様に提供していくことです。そうした新たなユニークさを生み出していくために、失敗を恐れずに「挑戦」していく風土をグループ全体で醸成していきたいと考えています。

そのためのプラットフォームが、2013年秋に完成する新施設「仙川キューポート」です。研究開発部門を中心に、各事業に属するグループ各社が一つ屋根の下に集結する一大開発拠点であり、各社・各部門の持つユニークさを相互に活かすことで「ユニークさの発揮と創造」を強力に推し進めていきます。

2019年、キューピーは創業100周年を迎えます。「ユニークさの発揮と創造」により、卵のキューピー、野菜のキューピー、アジアのキューピーとなることをめざし、「マヨネーズのキューピー」だけではなく、国内での持続的成長と海外での飛躍的な成長を図っていきます。

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。

キューピー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います。商品を製造しお客様にご利用いただくまでには、資源やエネルギーの消費、廃棄物の発生やCO₂の大気への排出などの負荷が発生します。そうした事業活動に伴う環境への負荷を正しく認識し、環境保全活動を推進しています。



① 省エネルギーの推進とCO₂排出量の削減

食品の製造では、設備の稼働や殺菌、品質を保つための温度管理など、多くのエネルギーを使用しています。これらエネルギーの使用状況を見える化し、製造工程の効率化や、必要な時以外は稼働させないルール徹底など、生産性向上との両立をめざした取り組みを進めています。そうした省エネルギーの推進と、重油からガスへの燃料転換などを通して、CO₂排出量の削減に取り組んでいます。

② 廃棄物の削減と再資源化の推進

製造過程で発生する動植物性残さ、包装資材のロスとして発生する廃プラスチックについては、製造工程などの見直しによる歩留まりの改善や、原料・資材の梱包形態の見直しなどによる削減を進めています。また、やむなく発生してしまうものについては、堆肥化や飼料化、プラスチックリサイクルなどによる再資源化を行っており、堆肥を利用した原料を使用する循環利用の試みも始めています。

③ 物流における取り組み

原料や商品の輸配送においては、生産拠点の最適化による移動距離の短縮、空車情報管理システムの活用や3温度帯車両の導入による積載効率の向上などを進めています。また、低公害車の導入を進めるとともに、デジタルタコグラフによる運転記録を活用した安全運転の強化や、エコドライブの推進にも取り組んでいます。

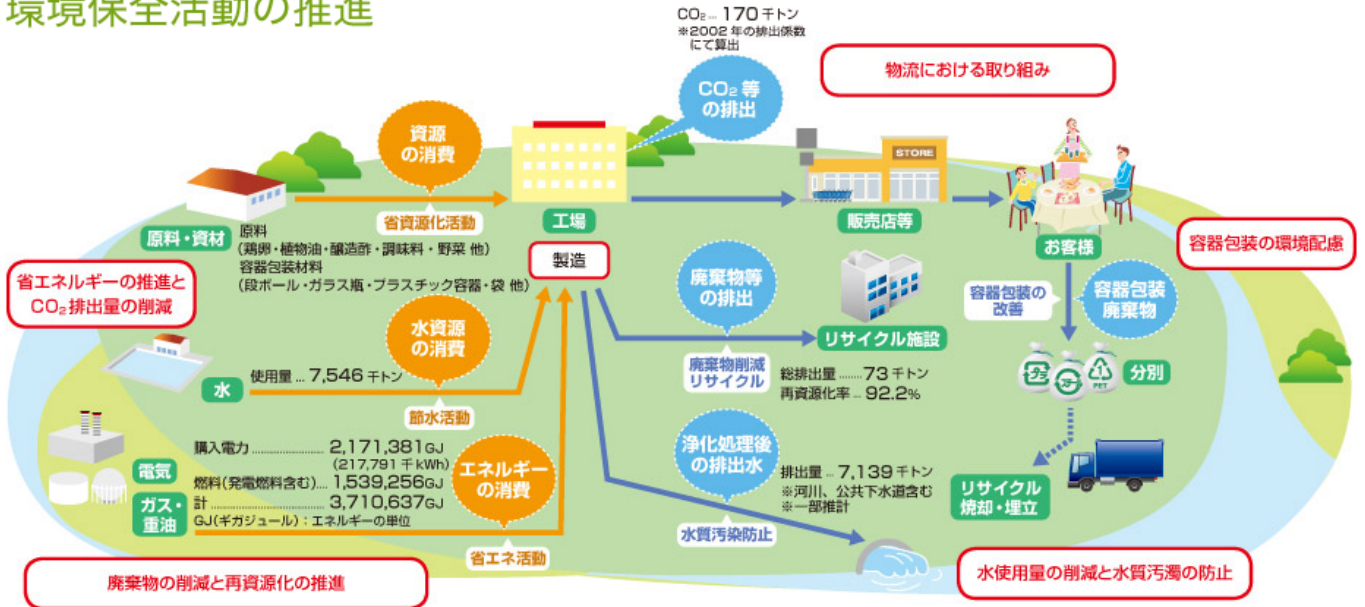
④ 容器包装の環境配慮

商品の使用後に廃棄される容器包装を削減するため、容器重量の軽量化や、包装の簡素化に継続的に取り組んでいます。また、廃棄の際の分別を容易にするため、ラベルをはがしやすくするなどの工夫も行っています。

⑤ 水使用量の削減と水質汚濁の防止

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。商品の製法の見直しや洗浄方法の適正化による使用量の抑制、一度使用した水を浄化して設備の冷却に活用するなどの循環利用を進めています。また、工場からの排水の管理は、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。

環境保全活動の推進



※数値は2012年度の実績(キューピーグループ生産工場)。

卵は殻まで有効活用

キューピーグループが、年間で扱う卵は約25万トン。国内の生産量の10%に相当する卵を原料として、マヨネーズをはじめとするさまざまな商品を製造しています。工場が発生する年間約2万5,000トンの殻も全て無駄にすることなく、有効活用しています。



グループ会社の取り組み

豊かな自然環境を残し、次世代に引き継いでいくために、環境保全活動に取り組んでいます。グループ会社の取り組みを共有することで、各社の活動に役立てるとともに、今後は、グループ全体の活動となるような全社的課題にも取り組んでいきます。

環境担当者座談会

キューピーグループの工場ではさまざまな環境活動を行っています。その起点となっているのが、それぞれの現場で活動をリードする環境担当者です。担当者はどのような視点で取り組んでいるのか、各社で取り組んでいる環境活動について話し合いました。



写真左から

猪又 陽一 様 (アマタ)
 工藤 央 (カナエフーズ 生産技術部)
 木元 聖子 (カナエフーズ 本社工場)
 柳橋 尚智 (キューピー 社会・環境推進部)

麻生 徳仁 (キューピー 中河原工場)
 赤間 聖子 (コープ食品 東北工場)
 藤好 一矢 (キューピータマゴ 生産本部)
 鈴木 政春 (キューピー醸造 生産本部)

高田 美樹 (キューピータマゴ 管理本部)
 井上 真理子 (コープ食品 生産部)
 松井 秀昭 (サラダクラブ 生産部)
 円入 隆一 (キューピータマゴ 管理本部)

ファシリテーター：アマタ株式会社 猪又 陽一 様

猪又: 皆さんは各社で環境保全活動に携わる立場にいらっしゃいますが、日々の仕事の中で、廃棄物の削減に関してはどのような取り組みをされているのでしょうか？

木元: カナエフーズの本社工場では、2年前と比較すると現場の改善活動のおかげで、廃棄物を大きく削減することができました。廃棄物が減るといことは、歩留まりが上がり、生産効率も上がるということなので、結果として省エネ活動にもつながります。工場にとって良いことばかりです。



松井: サラダクラブでは生野菜をカットし商品を作っています。廃棄物削減ではいろいろな角度から取り組んでいます。たとえば、野菜の歩留まりを向上させるためには、産地と協力しながらの取り組みが不可欠です。商品を入れるダンボールをコンテナ化して、繰り返し使用するなど、納入先での廃棄物削減にも取り組んでいます。

鈴木: キューピー醸造では、お酢を作る工程で発生する搾りかすを使った肥料を試作していて、現在、その肥料で農作物の成長にどのような効果があるかを調べているところです。課題はまだありますが、一つ一つクリアしながら、廃棄物の削減に取り組んでいます。

井上: 廃棄物削減の取り組みは、製造現場で働く皆さんの意識向上によるところが大きいと思います。たとえば、日常業務の中で気づく、ちょっとしたムダや不良の発生から、工程や設備の改善につなげていくような活動です。コープ食品の2工場では、こうした小さな積み重ねが自然と大きな廃棄物削減の取り組みにつながっています。

高田: キューピータマゴでは、卵の殻を乾燥させて販売しています。土壌改良剤や食品用カルシウムなどの用途があります。用途の研究を進めることで、お金を払って引き取ってもらっていたものに価値が出てくるのは、すごいなと感じています。



麻生: 廃棄物削減への取り組みは、昔は「自分たちで地道にがんばる」でした。しかし、10年ほど前からISO14001(環境マネジメントシステム)による全体の取り組みとなり、入口から出口まで一貫して管理する仕組みがうまく回り始めてきています。つまり、購買部門が廃棄物を減らすような荷姿を検討する。製造部門がロスを減らして適切に分別するという、それぞれの役割を果たすことで、工場全体として廃棄物が減っていく結果につながっています。環境担当者にとっては、この仕組みを組織的に効率よく活用して、さらに廃棄物を減らしていくことが、今後の課題であると思っています。

猪又: 廃棄物削減から広がる次の取り組みとして、それを資源に活かすという動きが広まっていくと良いですね。化石燃料が減少する中、代替エネルギーをどう作っていくかが課題となっています。

赤間: 東日本大震災の際、政府からの要請により、最大使用電力を15%削減しなくてはなりません。そこで、工場内で省エネ実行部隊を立ち上げ、エネルギーを「見える化」するマップを作り、不要なものをどんどん削減していく「夢多`採り(むだとり)活動」を進めています。冷蔵庫などの設備はもちろん、部屋ごとに担当者を決めて消灯を徹底しています。電力使用がオーバーしそうになると警報が鳴るシステムも取り入れ、一人ひとりの省エネ意識向上につながっています。

藤好: 私は主に設備を担当しており、「囲う」「冷やす」「切る」「取り替える」の4本柱で取り組みを進めています。「囲う」は、屋根や壁の遮熱性能を高めて工場全体を囲うこと。「冷やす」は、冷凍、冷蔵関連の室外機の吸い込み温度を下げることなどです。「切る」は、使わない時はスイッチを切ること。「取り替える」は、効率の落ちた設備関係の更新です。全工場の設備の配置と使用年数を管理して、設備の更新計画を立てています。



松井: サラダクラブで製造しているカット野菜は、野菜を切ってから冷たい水で洗っており、その洗浄水を冷却するのに多量のエネルギーが必要です。以前は洗浄に使った水はそのまま排水していましたが、まだ温度の低いその水を、熱交換で次の洗浄水を冷やすのに利用することで、冷却に必要なエネルギー使用量を大きく削減することができました。



鈴木: 発酵の工程では、冷却水を使って発酵タンクを冷やす工程があります。そこで、一度使った水を再利用しています。また製造工程で熱くなった冷却水は、以前はそのまま捨てていたのですが、熱源として再利用しています。今まで捨てていたものを「あそこに使おう」「もう一回使える」と、日々アイデアを巡らせています。冷却水の使用量を半減させる、装置内で発生した熱を効率よく回していくという活動を通して、省エネを実践しています。

木元: カナエフーズは、ラインにパートの方がたくさんいるので、その方たちの働きやすさも考えています。熱を発生する機械の周りを覆いで囲って室温が上がらないようにするなどして、「環境+人にも優しい」を主眼としているところが、当社の特徴だと思います。

猪又: 多岐にわたる廃棄物の削減や省エネ活動の中で、皆さんはどのようなことにやりがいを感じているのでしょうか。

工藤: 環境活動を推進する中で、成果が見えづらく重苦しくなってきたという経験はありませんか？ 私は現職の担当になってから最初の1カ月ぐらいは、努力がなかなか報われず悩みながらやってきました。でも今、やってきたことを数値化して、なぜ目標値にいかなかったかなどと考え、それで改善して効果が出てくることに対してやりがいを感じています。



井上: 2~3年前までは、環境活動は一部の人がやっていませんでした。今は、皆で働いている所をきれいにしようという「ピカピカ活動」や、もったいないと思うことを掲げて改善する「もったいない活動」などを実施しています。これらの活動は、特に環境活動として始めたわけではないのですが、自然と環境活動につながり、一部の人たちによる活動だったものが、従業員全体の活動に広がっていると感じています。

鈴木: 私は活動のゴールとして、生産拠点の工場で働いてくれている従業員の幸せを考えるべきだと思います。現在、環境活動は、担当者やごく一部の人間がやっていたら良いというものではなくなっています。全従業員が社内での生産活動を終え、家に帰っても省エネを実践する、全従業員の意識と活動がともにどんどん向上していくというような、トータル的な変化を望みたいと思います。



円入: 環境活動といっても、そこで行われているのは歩留まりの改善や物流の効率化、設備の導入などさまざまです。中でも「不要なスイッチは切る」といった運用部分は、前向きに改善に取り組む工場の皆さんに支えられています。これからも、そうした現場と一体となって活動を続けていきたいと思っています。

麻生: 地域の方々に「ここにキューピーの工場があつて良かったね。」と言われる工場をめざしたいと考えています。廃棄物の削減や省エネだけでなく、社会活動なども含めた地域への貢献を重ねてこそ、商品を安心して買っていただけたらと思います。環境活動の最終的な目的は、こういうことではないでしょうか。

柳橋: 社会・環境推進部では、グループ全体で営業事務所を含め約100事業所の環境実績のデータを集計していて、数字となって表れる皆さんのがんばりを実感しています。今日お聞きした話も含め、皆さんのさまざまな取り組みをグループ内外に発信していくという役割を担っていきたいと思っています。



2013年4月11日 旬菜デリ 昭島事業所*にて

*当事業所ではお客様も含め建物内での帽子着用を義務付けているため、当日は着帽にて座談会を行いました。

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。

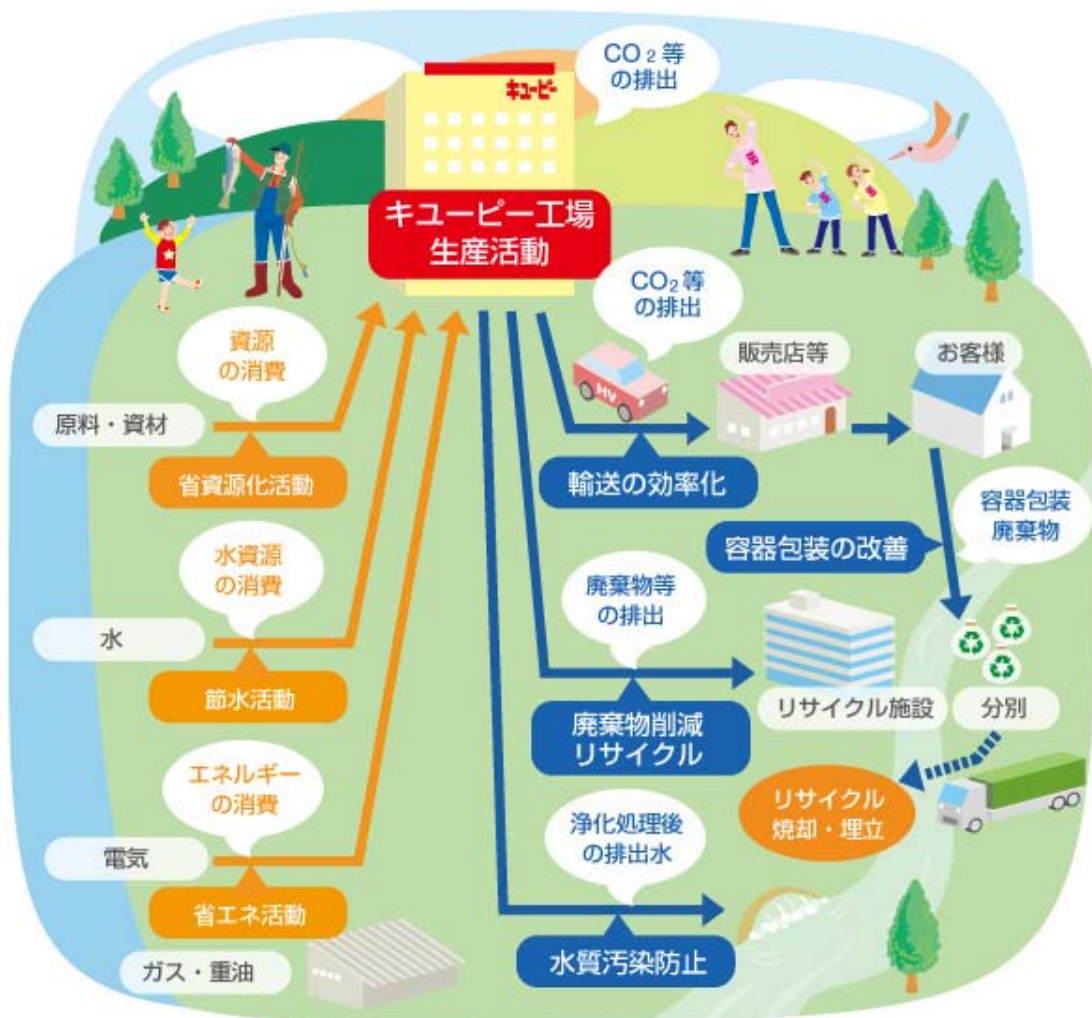
-  活動目標と実績
-  卵の有効活用
-  環境マネジメント
-  環境会計
-  地球温暖化防止
-  廃棄物の削減と節水
-  容器包装の環境配慮
-  環境コミュニケーション
-  地域への環境配慮



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、CO₂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	513,871GJ (51,542千kWh)	CO ₂	45千トン
		NO _x	11トン
燃料※1	459,093GJ	SO _x	10トン
計	972,964GJ		
水の使用		水域への排出※2	
水(地下水、水道水)	1,988千m ³	排出量	1808千トン
		BOD	15トン
原材料の投入		廃棄物の排出	
原料	251千トン	総排出量	14千トン
容器包装材料	42千トン	(再資源化率)	(96.9%)
		商品	
※1: 発電燃料含む		商品	277千トン
※2: 河川、公共下水道含む		容器包装材料	42千トン

対象: キューピー(株)工場

2010年度～2012年度の活動目標と実績

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 ^{※1}	2012年度実績
1.地球温暖化防止			
CO ₂ 排出量削減 ^{※2}	グループ生産部門	総量6%削減 (2008年度比)	4.1%削減
	物流部門	原単位3%削減 ^{※3}	0.8%増加
	営業・スタッフ部門	原単位3%削減 ^{※4}	23.9%削減
2.廃棄物削減			
廃棄物排出量削減	グループ生産部門	原単位6%削減 ^{※5}	2.3%削減
	営業部門	総量6%削減	18.8%削減
3.水使用量削減			
水使用量削減	グループ生産部門	原単位6%削減 ^{※5}	0.3%削減
4.容器包装の環境配慮			
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
5.環境マネジメント			
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	新規取得なし
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	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 2002年CO₂排出係数にて算出

※3 原単位:売上高百万円あたりの量

※4 原単位:延べ床面積1m²あたりの量

※5 原単位:生産数量1トンあたりの量

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約10%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2万5000トンの殻も、すべて無駄にすることなく有効活用しています。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という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。

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。

2012年度の環境委員会

日程	主な内容
1月11日	2011年度の活動状況について 2012年度の活動目標について
3月7日	廃棄物管理ルールの見直し
5月9日	夏場の節電対応について
7月3日	上半期活動状況について 下半期活動計画について
9月6日	環境監査について
11月7日	環境リスク自主点検について 7次中期(平成25年から27年)での目標と活動について

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	(株)ハンシンデリカ	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	3	デリア食品(株)	2
鳥栖キューピー(株)	1	(株)トスデリカ	1
富士吉田キューピー(株)	1	富士山仙水(株)	1
		計	36

2012年11月現在

環境監査

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基準を定めて、年一回の環境監査で、状態の確認を行い、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。

2012年度は、グループ全工場を地域ごとに8つのエリアに分けて、それぞれのエリアで監査員の育成を行いました。環境担当者が、環境監査員としての技能を身に付けることで、環境保全活動のレベル向上を目指しています。

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。

また、2012年度は、茨城県より同県内の事業所での産業廃棄物の分類方法について指導をいただき、その改善を行うとともに、全国の事業所で確認を行いました。

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。

社外研修機関では、内部監査員養成研修をはじめとした種々の研修を、社内では、新入社員研修などの定型研修を実施しています。

さらに、各事業所でも、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。



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。2012年度は、挙母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
2004年度	仙川工場	2008年度	仙川工場
2005年度	挙母工場	2009年度	階上工場
2006年度	階上工場	2010年度	中河原工場
2007年度	挙母工場 伊丹工場	2011年度	五霞工場



『個で省エネを考える』⇒『皆で省エネを考える』
ーチーム『エコロジカル』活動ー

私たちの挙母工場にはボイラーやエアコン、給排気設備など、たくさんの設備があります。それぞれの設備には、長年にわたって整備・補修をしてくれている業者さんがいます。



今まで挙母工場では、各設備業者さんとの『1対1』で省エネを考えていました。

しかし、『1対1』から出てくる省エネのアイデアには目新しいものではありませんでした。そこで、発想を変えて、皆と一緒に省エネを話し合える場所を設けました。

最初は遠慮がちだった話し合いの場も、ボイラー業者さんが廃水処理の省エネを提案したのをきっかけに、電気業者さんが空圧設備を提案する、というように非常に活発な会合になっていきました。

これがチーム『エコロジカル』の発足の経緯でした。

今回の『環境努力賞』受賞は、チーム『エコロジカル』の省エネ提案を实际具現化できたこととかつ他事業所へ展開できたことを評価いただけたのだと思います。

現在のチーム『エコロジカル』は発足当初の6社から8社に増えて、活動の場も、『省エネの取り組み』はもちろん、『環境改善』にも広がっています。

今後のチーム『エコロジカル』活動にご期待下さい。

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: 2009年12月～2012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		2010年度	2011年度	2012年度	主な取り組み
事業 エリア 内 コスト	公害防止 コスト	279,387	75,333	152,944	<ul style="list-style-type: none"> 排水処理設備の改善、維持管理 臭気、騒音対策増強
		750,854	607,227	697,055	
	地球環境 保全コスト	51,123	149,291	176,700	<ul style="list-style-type: none"> 高効率設備の更新 建物、設備の断熱強化 他
		19,157	28,192	58,811	
	資源循環 コスト	6,750	5,478	5,530	<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
		303,333	335,850	326,517	
	小計	337,260	230,102	335,194	
		1,073,344	971,269	1,082,383	
上・下流 コスト	0	0	0	<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 	
	351,596	351,489	402,612		
管理活動 コスト	0	0	0	<ul style="list-style-type: none"> EMSの構築、運用 情報開示 従業員育成・勉強会 他 	
	69,162	77,023	77,520		
研究開発 コスト	0	0	0	<ul style="list-style-type: none"> 副産物の高度利用研究 容器包装省資源、環境適応化 他 	
	27,585	27,585	27,585		
社会活動 コスト	0	0	0	<ul style="list-style-type: none"> 敷地外の環境美化や地域活動 環境保護団体の支援 他 	
	2,674	2,838	4,764		
環境損傷 対応コスト	0	0	0		
	0	0	0		
合計	337,260	230,102	335,194		
	1,524,361	1,430,204	1,604,059		

環境保全効果

環境保全効果の分類		項目	単位	2010年度	2011年度	2012年度
事業エリア内	投入資源	総エネルギー (原単位)	千GJ	1,039	974	973
			MJ/トン	4,107	3,911	3,789
		水 (原単位)	千m ³	2,033	1,857	1,988
			m ³ /トン	8	7	8
	排出物、廃棄物	CO ₂ (原単位)	トン	47,217	45,100	44,902
			kg/トン	187	181	175
		NO _x	トン	15	13	11
		SO _x	トン	10	9	10
		排水量 (BOD)	千トン	1,993	1,820	1,808
			トン	31	21	15
		廃棄物排出 (原単位)	トン	12,134	14,962	12,722
			kg/トン	48	60	50

環境保全に伴う経済効果

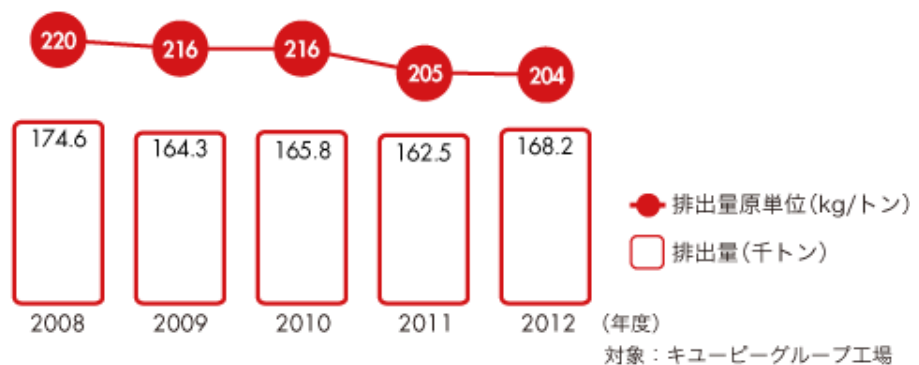
(単位:千円)

効果の内容		2010年度	2011年度	2012年度
費用節減	省エネルギー対策による費用節減	37,026	21,555	50,277
	廃棄物削減対策による費用節減	3,102	6,008	7,952
	節水対策による費用節減	13,017	5,241	4,871
	容器包装軽量化等による費用節減	10,150	9,800	9,268
収益	副産物等のリサイクルによる売却益	11,591	11,321	11,257
	卵殻・卵殻膜 高度利用商品の売上高	389,888	389,426	469,074

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。2012年度、当社グループ工場でのエネルギー使用にともなうCO₂排出量は、総量168.2千トンで前年比3.5%増加、生産数量1トンあたりのCO₂排出量は204kgで前年比0.9%削減しました。

CO₂排出量の推移



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(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-CO₂/kWh A重油:2.710kg-CO₂/L
 都市ガス(13A):2.188kg-CO₂/m³ LPG:6.007kg-CO₂/m³

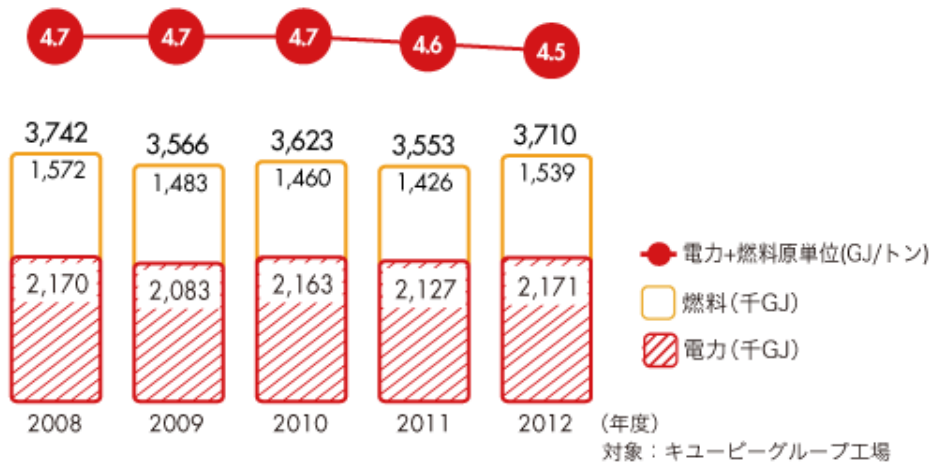
省エネルギーの推進

2012年度、当社グループ工場のエネルギー使用量は熱量換算3,710千GJで前年比4.4%増加しましたが、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1.1%削減しました。2012年度は、夏季の節電要請に対して、グループ全社で節電事例の共有と展開を行い、2010年対比で平均で約15%のピークカットを実現することができました。

2012年度の主な省エネルギーの事例

- 生産設備と、ユーティリティ設備の運転時間が、同じになるように管理方法を、見直す。
- 電力使用状況を把握する設備の導入
- 高効率設備の導入(LED照明、大型ポンプ、大型送風機など)

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/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(2002年12月改正)より

9.83MJ/kWh

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

2012年度は、前年度と比較して輸配送量の増加に伴い、CO₂排出量も微増となりましたが、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CO₂排出量の低減に努めました。

	2012年度	前年度比
輸配送量(千tkm)	157,843	100.7%
CO ₂ 排出量(tCO ₂)	26,100	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)の視点で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

輸送距離の短縮を目指し、適切な生産拠点の再配置を検討、推進しています。

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。

2012年度実績 中継輸送の見直しによるCO₂排出削減量 37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・改善の強化を推進しており、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創栄会会員会社では22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。

2012年度の導入累計台数は34台で、2011年度比13%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
- 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。

グループ会社の取り組み

豊かな自然環境を残し、次世代に引き継いでいくために、環境保全活動に取り組んでいます。グループ会社の取り組みを共有することで、各社の活動に役立てるとともに、今後は、グループ全体の活動となるような全社的課題にも取り組んでいきます。

工場全員が理解できる省エネ活動で電力抑制に貢献 —コープ食品 東北工場—

東日本大震災以降の電力需給ひっ迫に対して、2011年に工場が一丸となって最大使用電力を15%削減したコープ食品 東北工場では、その後も継続して取り組みを進めています。

中心となっているのは、生産課の若手メンバーからなる「省エネ実行部」。以前より、設備改善などを中心とした省エネ活動は進められていましたが、実際に生産に携わるメンバーが加わることで、生産現場の状況に即したより具体的な実行項目と削減目標が定められるようになりました。さらに各設備の電力使用量がひと目でわかる「電力マップ」の作成や、生産計画と気温予測に基づいた「週間デンキ予報」などによる「見える化」を進めることで、「工場全員が理解できる省エネ活動」「全員の協力と志で進める省エ

ネ活動」ができるようになりました。そうした取り組みの結果、現場からの改善提案も盛んに行われるようになり、2012年はさらなる最大電力量の削減を実現しています。



週間デンキ予報



電力マップ

水の再生利用 —旬菜デリ 昭島事業所—

2012年11月に生産を開始した旬菜デリ昭島事業所では「人と環境にやさしい工場」をコンセプトに建設する段階から環境に配慮した設備を導入しています。

その一つが、生産ラインからの排水の再利用です。下水道への放流可能な状態まで浄化処理した水を、さらにきれいにして再生利用するために、膜処理技術を活用した設備を導入しています。こうして処理した再生水を工場内のトイレや緑地への散水設備に利用しています。



旬菜デリ 昭島事業所（東京都昭島市）

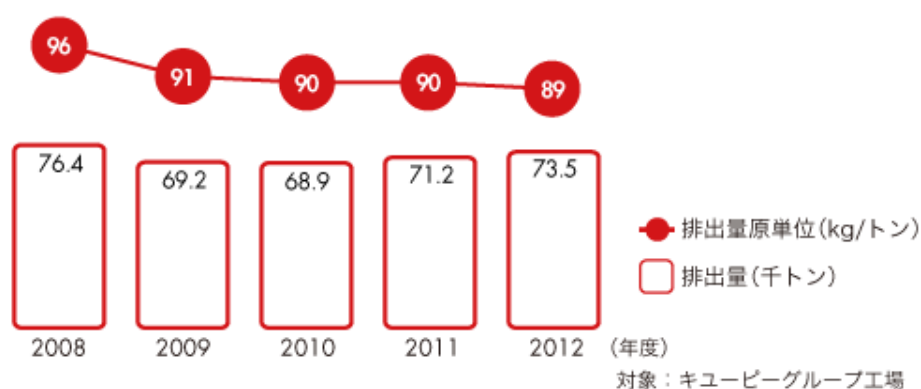
廃棄物排出量の削減

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。

2012年度、当社グループ工場での廃棄物排出量は73.5千トンで、前年比2.9%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89.4kg/トンで、前年より1.4%削減しました。

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处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。

2012年度は、グループ82工場のうち、28工場で再資源化率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

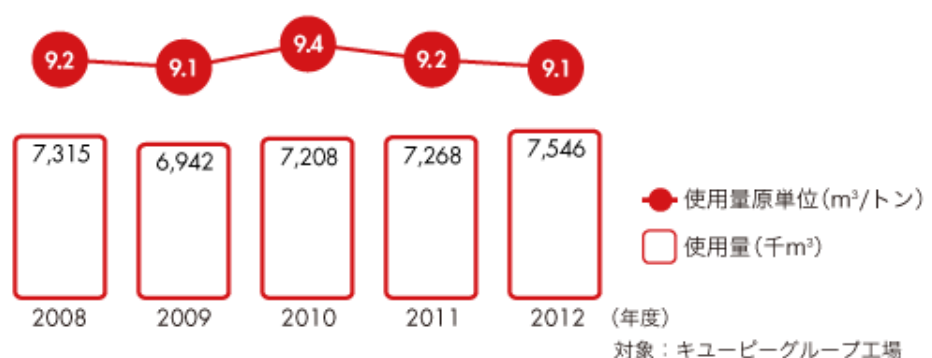
工場では生産設備・器具の洗浄、殺菌・冷却の工程などで多くの水を使用します。

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。

2012年度、当社グループ工場の水の使用量は7,546千 m^3 で前年比4.1%増加、生産数量1トンあたりの水使用量は9.1 m^3 で前年比0.3%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みましたが、小容量化の進行などで、5.6%の増加となりました。

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	2012年度
使用量	7,416t	7,670t	7,754t	7,997t
原単位	29.5t/千t	30.3t/千t	31.1t/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。

2012年度委託費用・・・約356百万円

※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

- そこまで熱くて委員会?! (キューピー社会・環境推進部)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001983.html>
- みんなを笑顔にする水辺まつり(キューピー伊丹工場)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/001992.html>
- 伊丹市リサイクル・フェアに出展しました(キューピー伊丹工場)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat5/002001.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。

2012年度は141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

- 伊丹工場でもゴーヤビズ(キューピー伊丹工場)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat7/001950.html>
- 仙川ゴーヤビズ日誌(キューピー品質保証本部)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat7/001966.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:5,300m²)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5,300m²の森林保全活動が終了し、現在、第2期の準備を進めています。

※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、2012年6月に第70回を迎えました。本社ビル建て替えのため、2013年の10月で活動を一旦終了します。延べ参加者数は5,000人まであと少しです。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

- 地域清掃でみんな”ピカピカ”笑顔(キューピー挙母工場)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/001954.html>
- 2012ゴミゼロTOs作戦(トウ・ソリューションズ)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/001942.htm>
- ”せーのーで、ゴミを拾おう！”(キューピー伊丹工場)
<http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/001898.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。

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。

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



社会と地域に根ざした活動で食の楽しさ、大切さを伝えています。

キューピーグループは、食品メーカーの特性を活かし、食の楽しさと大切さをお伝えする食育活動、自然の恵みに感謝し、限りある資源を大切にす環境活動を行っています。また、地域社会の一員として、多くの方々の役に立つ社会貢献活動を長く継続していくことで、社会の発展に貢献していきたいと考えています。

「キューピー3分クッキング」家庭料理の楽しさや温かさをお伝えして50年

キューピーの1社提供番組である「キューピー3分クッキング」が、放送開始から50周年を迎えました(CBC系列:2012年12月3日、NTV系列:2013年1月21日)。「キューピー3分クッキング」は放送開始以来一貫して、簡単で便利な毎日の献立づくりに役立つレシピを紹介し続け、これまで放送したレシピは2系列合わせて30,000点以上*となります。

そして、放送開始から50周年を迎えた節目となる年に、愛情手料理という思いを込めた「COOKING FOR LOVE」をテーマに掲げ、記念キャラクターの「おもてなしママキューピー」とともに、家庭料理に親しんでいただける機会を番組内外で提案しています。その一つが1年間の期間限定でオープンした「キューピー3分クッキング 南青山三丁目キッチン」。番組50年の歴史を踏まえ“懐かしいのに新しい”をコンセプトに、温もりと新しさが融合した空間で、これまで番組で紹介したレシピをベースにしたオリジナル料理などを提供しています。

キューピーは、これからも“愛は食卓にある。”という企業メッセージに込めた思いとともに「キューピー3分クッキング」の番組提供を通じて、日々の食卓づくりを応援していきます。

*50周年を迎えた放送回時点でのレシピ数



キューピー3分クッキング 南青山三丁目キッチン

住所: 東京都港区南青山3丁目13番

246COMMON Food Carts&Farmer's Market内

2014年2月末までの1年間の期間限定営業です。

「キューピーニュース」あらゆる見地から食の情報を発信して40年

私たちは「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」と考えています。そのため、食に対する正しい知識と食の大切さを伝え、心と身体の健康を育む活動を推進してきました。

1973年から毎月1回発行している、食と健康に関する情報誌「キューピーニュース」もそうした活動の一つ。食と健康に関するその時々旬な話題について、第一線の研究者、専門家の方々にご執筆いただき、消費者行政の担当の方をはじめ、消費者団体や栄養関連の先生など、約5,000名の皆様に配布しています。テーマは食生活、食品衛生、食文化、栄養、食教育などで、学校の教材や消費者啓発の資料、保健衛生行政担当者のテキストとしても利用されています。

2013年12月、キューピーニュースは創刊40周年を迎えます。これからも食に関わるさまざまな情報を発信していくことで、「食でつくる健康な心と身体」を応援していきます。

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

INTERVIEW

鮮度と関心度の高い情報提供に努めています



大木 陽子
キューピー 広報部

キューピーニュースは、多くの食のオピニオンリーダーの皆さんに読まれているものなので、毎号のテーマの選定にはとても気をつかいます。テーマ選定会議では、各々がさまざまな話題を持ち寄り、タイムリーで関心の高い情報を提供できるよう心がけて選んでいます。

ホームページ経由で申し込まれた一般の読者の方も多く、中には毎回欠かさず感想を送ってくださる方もいて、担当者としてとても励みになっています。

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」

この想いのもと、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。

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、一般の方の工場見学を「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。

はじまりは1961年。

食品業界では製造現場を公開することが珍しかった当時、小学生に社会科見学をしていただいたのがきっかけです。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お届けす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/>

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。

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>

2012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。	51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。	50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

幼児向け絵本の発行

2012年9月に幼児向けの絵本

「キューピーちゃんの やさいばたけで かくれんぼ」を発行して、全国約10,000園の保育園、幼稚園に寄贈しました。

当社は、食の楽しさや大切さを伝える食育活動を行っていますが、今回の絵本発行もその活動のひとつです。

この絵本に登場する、キューピーちゃんが動物たちと一緒に畑で遊んだり、野菜を料理して食べる場面を通じて、

子どもたちが野菜を身近に感じ、

「野菜っておいしそう」

「みんなで食べるって楽しそう」

と感じてくれることが、作成にあたっての私たちの願いです。



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/>



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、児童養護施設などの福祉施設や生活困窮者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、2012年は8事業所から7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>

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。

2012年度は、当社グループ25社より721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35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

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
参加従業員数	638名	703名	729名	721名
寄付先団体数	17団体	36団体	28団体	35団体

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。

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13社192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製造の管理手法を取り入れた、日本の食品安全管理の認証制度	グループ4社4事業所で認証取得
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66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)キューソー流通システム	101
(株)カナエフーズ	10	キューピータマゴ(株)	27
キューピー醸造(株)	6	光和デリカ(株)	1
(株)ケイパック	4	(株)遠州デリカ	1
コープ食品(株)	3	(株)旬菜デリ	1
(株)ディスペンパックジャパン	3	(株)全農・キューピー・エツグス テーション	6
(株)エスワイプロモーション	17		
		計 13社	192

2012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を備えた、ものづくり学校
を始めとする学びの場を用意しています。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。



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。

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、仲間意識を持てる、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つのこだわりをかけた、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、噛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	 区分1 容易にかめる	 区分2 適くまでつぶせる	 区分3 舌でつぶせる	 区分4 かまなくてよい	
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。

お客様との対話を大切にしながら、新たな食の提案をしています。

キューピーグループでは、お客様に喜んでいただける良い商品をつくるために、お客様からのご意見・ご要望を日々の活動につなげています。また、お客様との対話を大切に、日々の食卓をさらに楽しくする活動も推進しています。

マヨネーズは食感や風味がアップする魔法の調味料

キューピーマヨネーズの発売以来、日本の食卓ではサラダにマヨネーズが定着しました。

そして時代とともに、他の料理にもマヨネーズをかける・あえる食べ方が広まりました。現在キューピーでは「テーブルユース」から「キッチンユース」へと、かける・あえるだけではないマヨネーズのさまざまな使い方をご提案しています。マヨネーズで炒めたり、焼いたり、揚げたりすることで食感や風味が向上し、いつもの料理がさらにおいしくなるからです。

例えば、挽肉にマヨネーズを加えるとハンバーグがふっ

くらジューシーになり、卵に加えると冷めてもやわらかいままの玉子焼きができます。卵の代わりにマヨネーズを使った衣で揚げ油不要のフライや、油の代わりにマヨネーズで炒めるご飯パラパラのチャーハンなど、簡単でおいしい裏ワザレシピを、ホームページなどで紹介しています。

キューピーマヨネーズ誕生から約90年。皆様に愛され続けてきたマヨネーズが豊かな食卓づくりにさらに貢献できるよう、今後も新しい食の提案に努めていきます。



キューピー マヨネーズキッチン <http://www.kewpie.co.jp/mayokitchen/>

INTERVIEW

マヨネーズはサラダだけではなく



若山 美沙
キューピー研究開発本部

マヨネーズの裏ワザレシピの開発は、お客様から寄せられた使い方のアイデアや、従業員からの情報をもとに、実際に調理してみるところからスタートします。

なぜマヨネーズを使うと料理がおいしくなるのか、さまざまな条件で試作しながら、そのメカニズムを探っています。それを解明するまでにはいろいろな試行錯誤を重ねますが、マヨネーズの魅力がまた一つ増えるようで、わくわくしながら裏ワザの開発に取り組んでいます。

さまざまな食シーンで便利に使い、食感やおいしさがアップするキューピーマヨネーズの裏ワザレシピを、ぜひ多くの人に試していただきたいと思います。

ホームページでの対話: キューピーコミュニティ おはなしダイニング

2012年10月、会員制コミュニティサイト「キューピーコミュニティ おはなしダイニング」を開設しました。野菜の産地の情報や選び方、おいしい食べ方など野菜に関する情報をお届けする「旬野菜ひろば」や、会員の方々が考案されたメニューをカレンダー形式で記録・公開できる「みんなのクッキングダイアリー」などのコンテンツが楽しめます。野菜や料理に関する情報交換を通してお客様同士の交流を深めていただくとともに、お客様の食卓がさらに楽しくなるような双方向型のコミュニティをめざしています。



おはなしダイニング <http://dining.kewpie.co.jp/>

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。

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」などの取り組みも行っています。

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

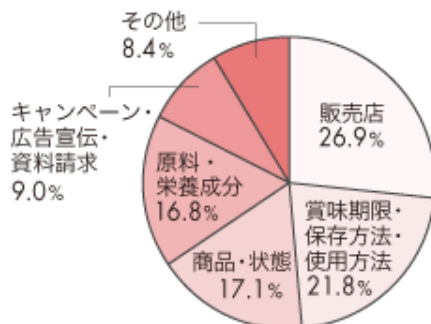
当社グループでは、お客様からのご意見を、商品の調査などを必要とするご指摘と、販売店や賞味期限についてなどのお問い合わせの二つに分類しています。ご指摘をいただいた際には、直接訪問してお話をうかがうことを基本的な考え方にしており、各事業所に担当者を配置しています。

2012年度にお客様相談室にいただいたご意見は43,747件で、2011年度より13.7%減少しました。ご指摘件数は201件の減少、お問い合わせ件数も6,724件の減少となっています。

2012年度のご意見数と内訳

ご意見数合計		43,747件
内訳	ご指摘件数	7,294件
	お問い合わせ件数	36,453件

お問い合わせ内容 2012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、商品開発、研究開発、営業、生産、広報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。

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。

-  座談会：育児支援制度を活用して
-  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：育児支援制度を活用して

従業員のライフステージに合った働き方を推奨し、働きがいのある職場づくりをめざしています。



私たちは、年齢や性別に関係なく仕事を基準として報いる公正な制度の構築、個々の従業員のライフステージに合わせて、安心して働ける職場づくりや、風土づくりに取り組んでいます。育児支援制度を活用してキャリア支援の一環である育児支援制度のあり方や子育てをしながら働くことの意義などについて、仕事と子育ての両立を図る従業員で話し合いました。



上田 史恵
キューピー
フードサービス本部



清水 めぐみ
キューピー
法務部



那口 小夜
キューピー
品質保証本部



山根 真希
キューピー
研究開発本部



山崎 恵美
キューピー
中河原工場

■ 育児休業で得られた子供と地域とのつながり

山崎 私は、一年間育児休業制度を活用しました。子供の成長を見守りながら子供と向き合えたことが、一番良かったです。子供に感謝し、制度に感謝する一年でした。

上田 育児休業制度を利用して、育児の喜びを経験できました。子供の毎日の成長がうれしく、制度利用中は仕事を忘れて、子育てに専念することができました。

山根 私もこの制度の利用中に、子供と向き合えたことが何より良かったです。それだけでなくご近所付き合いもしっかりできて、いろいろ助けていただきました。周囲の応援もあって、自分の生活環境を整えられたことが大きかったです。

那口 地域社会とつながりを持てたことは私も同感です。子供を通して地域の人々とのかかわりが生まれ、特に東日本大震災の時は、停電に関する情報などを共有することができ、そうしたつながりにとても感謝しました。

▪ 育児との両立で変わる働き方

清水 私は通勤に時間がかかる上、双方の親が関西に住んでいるので、仕事と育児を両立するには制度を利用しなければ無理な状況でした。仕事を辞めずに子育てができていたことが一番良かったです。

山崎 製造現場では、制度の利用者もまだ少ない状況です。多くの人にこの制度をもっと知ってもらい、製造現場でも利用者が増えれば良いと思います。子供の具合が悪い時は休まざるを得ないので、周囲の皆さんにとっても助けてもらっています。

那口 子供の体調不良は悩みどころですが、タイムマネジメントや他部署との連携など、効率よく働くことを意識しています。また、仕事内容をチームで共有するなど、日頃からの良好なコミュニケーションが大切だと感じています。

上田 時間を強く意識するので、集中力が向上し、仕事の無駄も省くようになりました。また、チームのメンバーに、指示ではなく信頼して任せることが人材育成につながることを実感しました。そうやって、チーム力が向上してきたと思っています。

▪ 制度の理解と活用に期待

山根 2人目の子供が生まれて時短制度を利用した際に、制度内容が1人目の時よりも充実して使えやすくなっていました。ただ、周囲がそうした制度変更を知らないこともあったので、周知徹底や、利用の際の本人と上司の間での制度の確認が欠かせないと感じています。

上田 利用したいと思っている社員が制度についてよく理解できておらず、その上司も知らないという状況はまだまだあると思います。ただ、新入社員から聞かれることも増えていきますし、今後は利用者も増えて、周囲の理解も進んでいくのではないのでしょうか。

清水 そうですね、私が育児休業中は、上司が近況を知らせるメールを送ってくださり、自分が忘れられていないのだとわかりうれしかったです。環境も整ってきているので、働き続けたいと考えたら制度を利用してほしいと思います。

那口 制度を利用してみて、仕事と育児の両立は素晴らしい経験と感じています。育児は「育自」、自分を成長させることにつながります。また子供を産んで、親のありがたさが身にしみてわかりました。「親を大切にすること」という社訓を実感でき、より周囲の人々への感謝の気持ちが大きくなる機会だと思います。

2013年4月12日 キューピー渋谷本社にて

座談会ではその他にも、いろいろなことについて話し合いました。まとめてご紹介します。

1. 制度を活用して変わったこと

- 仕事の無駄を省くことで、効率的になり、集中力が向上した。
- この子供たちのために、やるしかないという気持ちが強くなった。
- 切り替えが早くなった。会社でいやなことがあっても、子供の顔を見ればすぐに忘れられる。
- 仕事に対して、何でも自分がやらなくてはいけないというこだわりがなくなった。
- 乳児は話せないが、仕事中は言葉でコミュニケーションがとれるのでイライラしなくなった。
- 会社への感謝の気持ちが強くなった。

2. 不安を感じていること

- 時短制度の時間の制約により、仕事にまい進できないこと。
- 歓送迎会などに出席できず、周囲とのコミュニケーションやつながりなどが希薄になること。
- 子供が小学生になると、保護者会やPTAなどで、ずっと大変になること。
- 小学校にあがった子供が、一人で鍵の開け閉めや留守番ができるかどうか。
- 小学校1年生と学童が終わる4年生で生活習慣が変わることが知られていないこと。

3. 普段の生活で工夫していること

- 家事を完璧にしない
- 早寝早起き
- 朝型生活
- 自分の健康管理
- 通勤時間の有効活用(朝は新聞を読む、帰りは自分の勉強に使うなど)
- 段取り。家事をするにも、いくつものことを同時並行で行う。

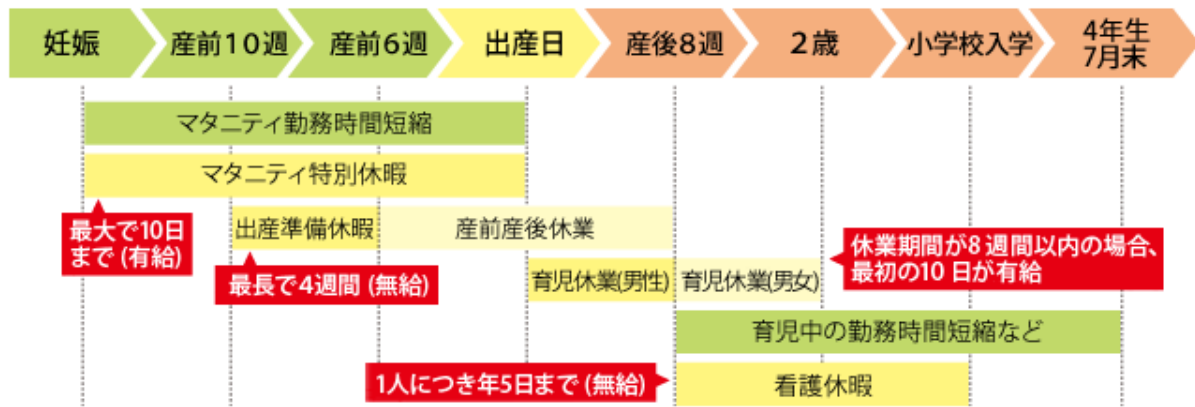
4. これから頑張りたいこと

- 日々時間に追われているが、カッコいいお母さんでいようと思う。
- 会社に疲れた顔で出社しない。
- 子供のせいにしなくて、怠けないようにしたい。
- 子供を通じて一緒に頑張れる趣味を見つけること。
- オン、オフの切り替えになるような、自己を充実させる時間をつくること。

5. 男性社員へのメッセージ

- 赤ちゃんと長く接する貴重な時間をぜひ経験してもらいたい。
- 男性社員が育児休業を取ってくると、女性社員も取りやすくなると思う。

出産・育児を支援する制度



対象：キュービー

育児休業取得者数

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
男性	8名	9名	7名	7名	13名
女性	15名	29名	36名	29名	59名

対象：キュービー(株)

雇用についての考え方

当社の社是である「楽業借悦」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、喜びを偕に(ともに)していこうという考え方です。

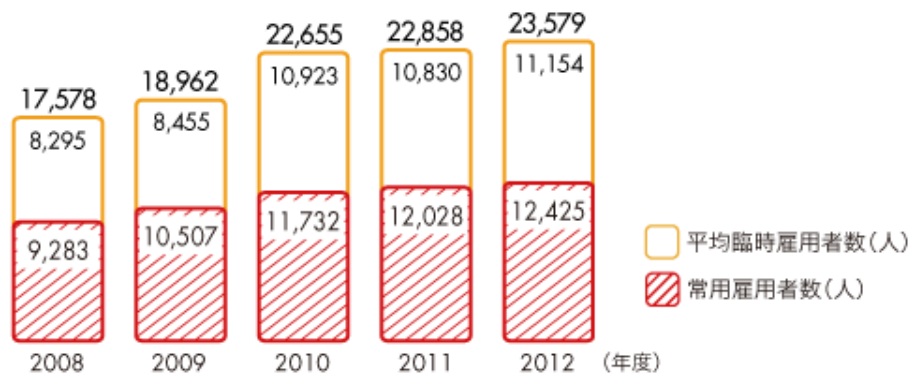
当社グループではそうした理念のもと、安全と衛生に配慮した働きやすく、互いの人格や個性を尊重する職場環境の構築をめざしています。

従業員の構成

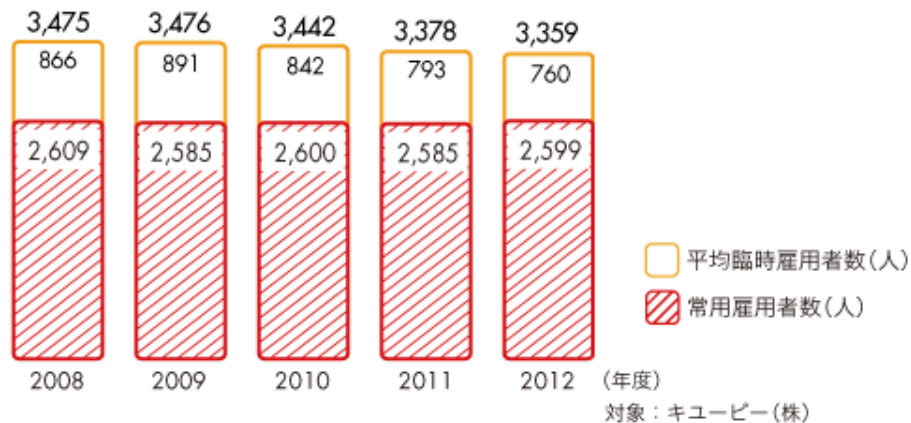
当社グループの2012年度末(2012年11月30日)時点の全従業員数は23,579名でした。グループ従業員が2010年に増加したのは、大阪サンエー物流、エム物流、サンファミリー、ワイシステムが当社グループに加わったことによるものです。

当社の従業員数は3,359名で、平均年齢は36.9歳、平均勤続年数は12.2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8.7%(前年7.5%)、女性基幹職(管理職・専門職)は8名(前年8名)です。

グループ従業員数の推移



当社従業員数の推移



従業員に関する各種データ

1. 従業員の状況

		2010年度	2011年度	2012年度
社員・嘱託社員	男性	1,456名	1,448名	1,439名
	女性	1,144名	1,137名	1,160名
パートその他 (期中平均)	男性	282名	265名	249名
	女性	560名	528名	511名
平均年齢	男性	41.6歳	41.0歳	41.1歳
	女性	30.7歳	30.9歳	31.5歳
平均勤続年数	男性	16.2年	15.7年	15.7年
	女性	7.3年	7.3年	7.8年

対象: キューピー(株)

※平均年齢、平均勤続年数はキューピー(株)社員

2. 障害者雇用率

2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
2.24	2.18	2.08	1.88	1.86

対象: キューピー(株)

※各年とも6月1日時点

3. 再雇用者数

2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
92名	151名	166名	164名	144名

対象: キューピー(株)

4. 新規採用者数

2008年	2009年	2010年	2011年	2012年
36名	48名	39名	47名	67名

対象: キューピー(株)総合職

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。

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。

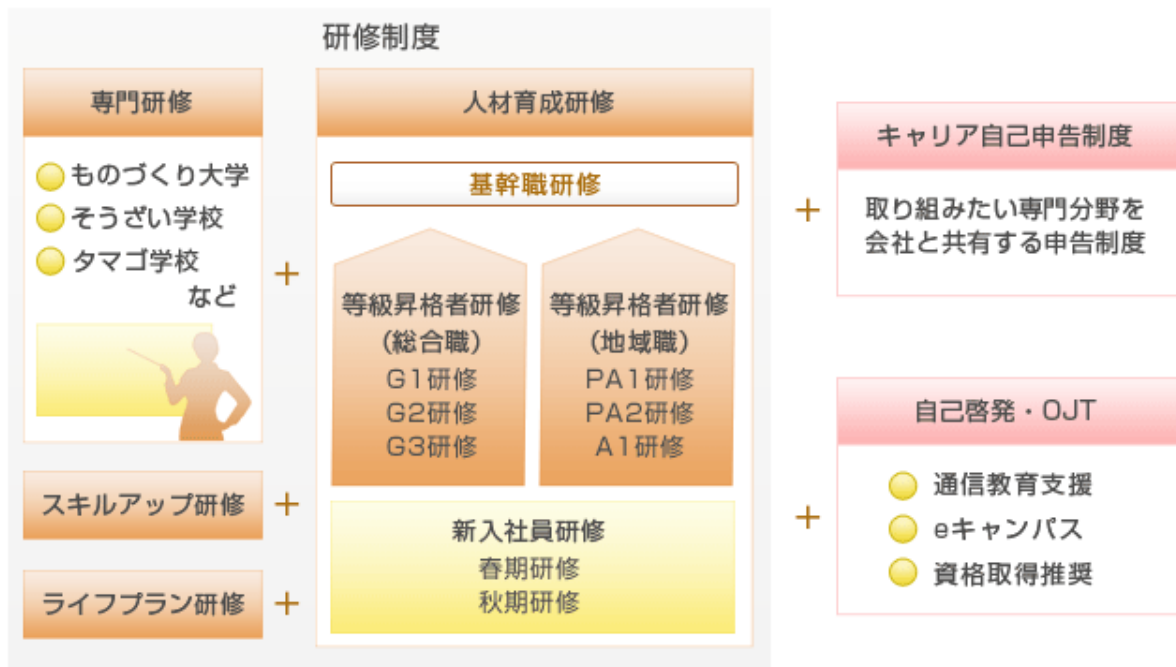
主な取り組み

- 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WEBを利用した「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



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。スキルアップに必要な資格や検定に合格した従業員に対しては「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。

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(2012年6月～2013年5月)

- 『転倒災害ゼロをみんなで達成します！』
- 『グループ一丸となって安全第一の風土を築く』

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。

	2008年度	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度
災害件数	14	9	11	8	13
度数率	0.63	0.39	0.51	0.36	0.56
強度率	0.020	0.022	0.018	0.024	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。産業医による直接レクチャーも、新入社員研修や基幹職(管理職)研修などのほかに、全国の支店でも基幹職を対象に行っています。

-  会社情報・事業紹介
-  社会・環境活動の歴史



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	2,599人(連結:12,425人)

2012年11月30日現在

キューピーグループの6つの事業

キューピーの創業は1919年。新しい商品の開発・生産のために食品工業(株)(現在のキューピーの前身)が設立された年に始まります。1925年に国産初のマヨネーズとしてキューピーマヨネーズを発売。以降、ドレッシングやパスタソースなど国産初の商品を世に送り出してきました。そしてマヨネーズの原料となる卵を使ったさまざまな商品を展開し、今では食品にとどまらず、医薬品や化粧品向けの原料として用途開発も行っています。

調味料事業

マヨネーズやドレッシングなどトップシェアを持つコア事業です。おいしさと品質について妥協せず常に創意工夫を重ね、食卓やレストラン、弁当・惣菜などあらゆる食場面へ多彩なメニューを提案しています。

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オムレツを代表とする卵加工食品まで、さまざまな商品を提供しています。今までにない技術を創出することで卵の活躍の場を広げています。

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案しています。品質管理はもちろん、原料管理や調理加工、物流システムなど、キューピーグループの技術力を結集して、幅広い年代のお客様の健康な食生活を応援しています。

加工食品事業

素材加工技術、加熱殺菌技術を磨く中で、スイートコーン缶詰、ミートソース缶詰などの日本初の商品を生み出しました。育児食・介護食など、さまざまな世代の食に貢献する商品も展開しています。

▪ ファインケミカル事業

卵を有効活用すべく当事業が始まりました。卵黄からは乳化作用があるレシチン、卵白からは静菌作用を持つリゾチームを取り出し商品化しています。1983年から研究開発を始めたヒアルロン酸は、医療用素材、健康・美容向け素材として提供しています。

▪ 物流システム事業

全国に広がる物流拠点・輸配送網・独自のシステムのもとに、常温・定温・冷蔵・冷凍の4温度帯で品質・鮮度を守り抜く物流を実現しています。お客様のお手元に食品が届くその時まで「安全・安心」を約束しています。

※2013年度より事業区分を変更しました。

- ・旧調味料・加工食品事業は、調味料事業と加工食品事業に分割
- ・旧健康機能事業は、ファインケミカル部門が事業として独立し、ヘルスケア部門を加工食品事業に移管

社是

樂業偕悦

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。

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。

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」)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」)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」) 	
1984年		<ul style="list-style-type: none"> 「食」をテーマとする講演会活動を開始
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) 	

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
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"> マヨネーズ教室を開始 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「容器包装ダイエット宣言」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 「社会と環境について語るブログ」スタート

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
2008年	<ul style="list-style-type: none"> ● 段ボールの印刷に使用するインクを標準色18色に集約 	<ul style="list-style-type: none"> ● マッチングギフト制度「QPeace」スタート ● 「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
2009年	<ul style="list-style-type: none"> ● 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 	<ul style="list-style-type: none"> ● キッザニア甲子園に「マヨネーズ工場」パビリオン出展
	<ul style="list-style-type: none"> ● 営業車にハイブリッドカー「プリウス」を導入 	
2010年	<ul style="list-style-type: none"> ● 輸配送車に常温・チルド・冷凍の3温度帯のフレキシブル車両を採用し、輸配送の効率化を図る 	<ul style="list-style-type: none"> ● 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
2011年		<ul style="list-style-type: none"> ● 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
2012年	<ul style="list-style-type: none"> ● 社会・環境推進部と広報部を再編し、広報・CSR本部を設置 	
	<ul style="list-style-type: none"> ● オイルソースのキャップの軽量化を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 幼児向け絵本「キューピーちゃんのやさいばたけでかくれんぼ」を制作、全国の約10,000園の保育園・幼稚園に無償で配布

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。

2013年版では、社会活動、環境活動を中心に、掲載内容の見直しを行いました。今後も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いと考えています。

対象組織	原則として、当社グループを対象とし、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	2011年12月1日～2012年11月30日
発行	2013年7月。次回の発行は2014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、最新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。

2012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2012」は、昨年2012年6月に[ハイライト](冊子)を、8月に[フルレポート](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、公開後の2012年9月から2013年5月末時点までに、のべ85,469件(月平均9,497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679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2012 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/2012/>

2013年版報告書の作成にあたって

2013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]共に掲載内容・構成を見直しました。

社会貢献活動、環境活動を内容の中心に据えるとともに、これまでの「社長対談」に替わって、従業員による座談会を増やしました。

[フルレポート]では、当社グループの社会貢献活動、環境活動を伝えるものとして再構築しています。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、活動に反映させていきたいと考えています。