



キューピーグループ 社会・環境報告書 2014

CONTENTS

社長メッセージ	01 - 02	お客様とのかかわり	38 - 47
特集：「人・技術」そして「社会と調和」	03 - 09	従業員とのかかわり	48 - 58
キューピーと地球環境	10 - 28	会社概要	59 - 66
地域社会とのかかわり	29 - 37	報告書の作成にあたって	67



原点とユニークさを大切に 社会とともに歩むキューピーグループ



キューピー株式会社
代表取締役 社長

三宅 峰三郎

■ 原点を守る

私たちキューピーグループは、創業以来「良い商品は良い原料からしか生まれたい」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。

また、キューピーには、「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」という社訓があり、判断や行動のよりどころにしています。私たちが物事を判断する時には「道義を重んずること」、すなわち目先の損得ではなく、何が本当か、何が正しいかを基準にしてきました。さらに新たな視点・技術を取り入れ「創意工夫に努めること」で、商品・サービスの向上に取り組んできました。例えば、近年のお客様のライフスタイルの変化に合わせ、マヨネーズやドレッシングの容量の見直しや、おいしい料理を手軽に作れる商品の開発を進めてきました。このような変化に対応するとともに、私たちは「親を大切にすること」と同じように、周囲の方々への感謝の気持ちを常に持ち続け、社会と共存し継続的な発展をめざしていきます。

■ 社会とのさらなる調和をめざして

企業が存在する意義は、事業の拡大だけではありません。事業の発展に加え、社会・環境との調和を図ること、広く社会から存在意義を認めていただける企業でありたいと私たちは考えています。

キューピーは、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などに長期にわたって取り組んできました。最近では、小学生を対象にした出前授業の「マヨネーズ教室」や、高齢者向けの「食に関する講演会」など、さまざまな世代に向けて、食べることの「楽しさ」や「大切さ」をお伝えする食育活動にも積極的に取り組んでいます。今後も食品メーカーの特性を活かし、地域に根付いた活動を継続していきます。

環境面では、卵の殻をカルシウム強化食品や肥料などへ有効活用することにとどまらず、全ての事業において環境保全活動に取り組んでいます。例えばサラダ・惣菜事業では、カット野菜の日持ち向上技術の開発や、ポテトサラダに使うじゃがいもを品種改良して食べられない部分を減らす研究など、野菜の可能性を引き出し、廃棄物削減につなげる取り組みも行っています。

■「ユニークさの発揮と創造」を実現する技術力と人材

キューピーグループは、マヨネーズを起点に事業の領域を拡大してきました。その中で、内食・中食・外食という3つの食場面にバランス良く事業展開を進めながら、赤ちゃんからお年寄りまで幅広い年齢層にさまざまな商品を提供していることは、グループのユニークさの一つです。

2013年10月に研究開発部門を中核に、グループの17事業所が集結した新たな拠点「仙川キューポート」を開設しました。会社や部門の枠を超えた「会話」が生まれています。各社・各部門がそれぞれのユニークさを相互に活かして活動することで、「仙川キューポート」を新たなユニークさを創り出すプラットフォームにしていきます。

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」に取り組んでいます。この取り組みを通じて、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、健康で楽しい食生活に貢献し続けたいと考えています。その原動力となるのは、キューピーグループならではの価値を生み出す技術力とそれを支える人材です。お客様のニーズにお応えするための技術革新、そして進化をもたらす人材の育成に努めることで、社会からの期待に応え、さらなる成長をめざしていきます。

人と技術で お客様と社会の 期待に応える



私たちキューピーグループは、お客様にお届けする安全・安心を品質でお約束し、おいしさを追求する食品づくりに励んできました。そして、あらゆるニーズに対応する技術革新、それを支える人材育成への努力が、お客様と社会の期待に応えることにつながると考えています。

卵の分野では、卵殻の有効活用の研究をさらに進め、卵を一切無駄にしない努力を続けます。マヨネーズやドレッシングに関係の深い野菜の分野では、野菜が持つ潜在的な力に目を向けています。忙しい現代社会において、もっと手軽においしく、そして無駄なく野菜を取っていただけるよう、野菜加工技術を磨き、野菜関連の事業を推進しています。

アジアを中心に展開している海外事業では、私たちの食に関する考え方を大切にしながら、各国のニーズを踏まえた商品開発とメニュー提案を進めています。

私たちは、これまで培ってきたさまざまな技術とこれを支えてきた人材を基に、マヨネーズのキューピーだけではなく、卵のキューピー、野菜のキューピー、アジアのキューピーをめざしていきます。

技術革新で環境ニーズにも対応

食品工場で培った衛生管理と野菜加工の技術を融合させ、カット野菜の日持ちの延長に挑戦

佐藤 滋
キューピー研究開発本部



生産者とともに

生産者との信頼構築で、高品質な野菜づくりをめざす

小林 謙太郎
キューピー研究開発本部



グループ力を結集し 新たな取り組みを生む

多彩なメニュー提案で新しい売り場づくりに挑戦

水上 紀史 サラダクラブ営業本部
荒金 有衣 サラダクラブ商品本部



野菜をもっとおいしく

野菜をおいしく食べていただくために、
サラダ・野菜に関連した商品を開発

福土 亜矢子 キューピー商品開発本部
藤木 功二 キューピー広報・CSR本部

キューピーグループが引き出す 卵の新しい可能性

卵の有効活用のさらなる進化をめざし、卵殻のさまざまな機能を追求

永井 守夫
キューピータマゴ営業本部



海外に広がる キューピーの理念

事業の拡大とともに、海外関連会社の従業員数も増えています。
理念勉強会などに出席した従業員のコメントを紹介します。

技術革新で 環境ニーズにも対応

食品工場で培った衛生管理と野菜加工の技術を融合させ、カット野菜の日持ちの延長に挑戦



佐藤 滋
キューピー研究開発本部

従来のカット野菜は、日持ちの短さ（3日程度）から流通過程や家庭での廃棄が多いことが課題でした。

カット野菜の日持ちを長くすることをめざして、私たちの挑戦が始まりました。まず、「TSファーム」*で栽培する品種には、水耕栽培に適した、しかも日持ちのする品種を選び、収穫したその場でカット野菜になるよう、素早い加工を実現させました。次に、キューピーが培ってきた「食品工場」の技術レベルをめざし、衛生管理技術を向上させました。「農場」から「食品工場」へという従業員の意識改革も起き、相乗効果も生まれました。このような取り組みの結果、一部のカット野菜商品で、日持ちを加工後1週間以上にすることができました。野菜の廃棄量が少なくなるのはもちろん、衛生的な環境での栽培により、洗浄水の使用量削減など、環境面での効果も期待できるようになります。

現在は、技術により磨きをかけ、香りの高いハーブやエディブルフラワー（食用花）などの安定的な供給をめざし、研究を続けています。



*キューピーが開発した植物工場。外界と遮断された環境で、人工光を利用し野菜を水耕栽培する。

生産者とともに

生産者との信頼構築で、
高品質な野菜づくりをめざす



小林 謙太郎
キューピー研究開発本部

研究開発本部の野菜・加工プロセス研究部は、野菜のおいしさや機能、調理での利便性を考慮し、野菜に特化した研究を行っています。10年来、ポテトサラダで使われるじゃがいもの新品種導入に取り組んでいます。メンバーとなっている「ばれいしょ加工適性研究会」*で取り組みを開始し、生産者が栽培した成果の一つが新品種の「はるか」です。加工用じゃがいもは、原料ロスを減らすため、芽の浅い品種が求められます。はるかは、甘さとなめらかさに加え芽が非常に浅く、「男爵」に比べ原料ロスを7~10%改善でき、廃棄物の削減につながりました。また芽の取りやすさから、作業効率の向上にも大きく貢献しています。さらに暑さや病害虫にも強く、収穫量の増加も期待できるため、生産者にも喜ばれています。

さまざまな野菜の研究を通して、国産野菜の品質を高め、安定供給に貢献していただける生産者は、私たちにとって大切なパートナーの一人です。安全・安心な野菜を食卓へお届けするために、これからも生産者とともに野菜の改良に励んでいきます。

*じゃがいもの加工用途ごとの適性品種の開発と、開発された新品種の普及を目的とした産学官連携組織



グループ力を結集し 新たな取り組みを生む

多彩なメニュー提案で新しい売り場づくりに挑戦



水上 紀史

サラダクラブ営業本部

荒金 有衣

サラダクラブ商品本部

サラダクラブは主要商品であるパッケージサラダを通して、旬の野菜を活かした季節感のある、そして健康的な食卓をお手伝いしています。発売当初は認知度が低かったのですが、健康志向の向上などから野菜を手軽に食べたいという需要の広がりにより、今では多くのお客様にご利用いただいています。例えば、「お家で作るごちそうサラダシリーズ」は、多彩なメニュー提案を通してサラダを主役にできる商品として、ご活用いただいています。そしてこれらのメニューが、青果売り場でのメニュー提案という新たな取り組みにつながり、グループ商品とも合わせ、サラダクラブの想いのこもった売り場づくりを実現できると考えています。

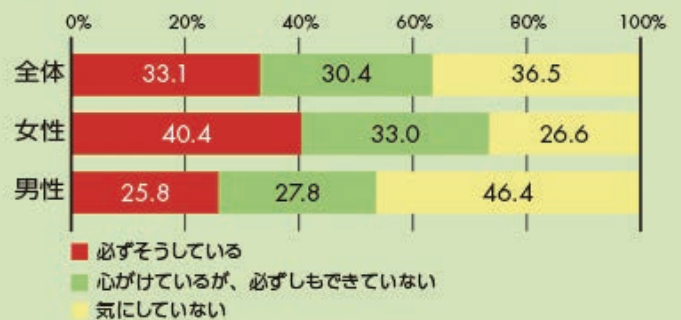
また、配送も段ボールケースから、繰り返し使えるコンテナへの移行に取り組んでいます。コンテナ配送は、ケース単位ではなくパック単位の少量配送も可能となり、利便性を高め、無駄の削減につながっています。2013年度は、コンテナ配送率30%を達成、2018年度までに同80%をめざし、環境にもやさしいパッケージサラダを食卓へお届けしていきます。



サラダ白書2013

サラダクラブは、サラダにまつわる年次調査を「サラダ白書」として発表しています。2013年のメインテーマは「野菜を食べる理由」。その回答は、「健康のため」が75.5%と、「好きだから」(58.8%)を上回りました。好き嫌いにかかわらず、体のために野菜を摂取している人が多いことがわかります。また、野菜を食べる時の心がけとして「食事の際は必ず野菜料理から食べる」については、全体の33.1%が「必ずそうしている」と回答し、「心がけているが、必ずしもできていない」(30.4%)と合わせると、「野菜から食べるを心がけている」人が63.5%となりました。特に女性は73.4%と意識が高く、「野菜から食べる」が浸透しつつあることがうかがえます。

食事の際は必ず野菜料理から食べる



【調査概要】

- ・調査方法：ウェブアンケート調査
- ・調査対象：全国に住む20歳以上69歳以下の男女 合計2,060人
- ・調査期間：2013年5月22日～24日

野菜をもっとおいしく

私たちは、マヨネーズをはじめとして野菜をおいしく食べていただくために、サラダ・野菜に関連した商品を開発しています。また、「野菜のなぜ？」に答えるサイトを開設するなど、野菜をたくさん取っていただくための複合的な活動も積極的に行っています。



野菜嫌いの子どもにぴったり 「野菜&くだものスプレッド」



福士 亜矢子
キュービー商品開発本部



パンに塗るだけで手軽に野菜と果物を摂取できる、1歳以降のお子様向け商品です。親が子どもに食べさせたい緑黄色野菜と相性の良い果物を組み合わせ、素材本来の風味を活かしてやさしい甘さに仕上げています。着色料・保存料・香料・砂糖を不使用とした商品設計は非常に難度が高かったのですが、フルーツ加工技術やゲル化技術を応用したキュービーとアラハタの共同開発により、商品化を実現できました。朝の忙しいお母さんをサポートでき、赤ちゃんの味覚形成の手助けになれば、開発者としてうれしく思います。

楽しい料理にはちょっとの工夫 明るい食卓づくりを支援

理想的な野菜の摂取量は一日 350g 以上とされていますが、現実には難しく、ちょっとした工夫でおいしく楽しく野菜を食べていただけたらと「もっと野菜を。もっと食卓に。」サイトをオープンしました。

お客様が抱える野菜に関する悩みを分析し、野菜との接点である「選ぶ」「保存する」「料理する」「育てる」の切り口で情報を整理しました。お客様の検索が一番多い「保存」については、冷蔵などの保存法に加え、冷凍や加工処理をした保存法や冷蔵庫に入れない保存など、野菜の性質に着目した情報も充実させました。

次の課題は、おいしい野菜の「選び方」から「保存法」そして「調理法」へとつながる情報の充実です。

過去に、台所にあるお好みの野菜を加え、簡単に手作りのスープができる商品の開発に携わったことがあります。お客様の悩みの一つである「残った野菜の使い切り」の解消にもつながればと考えていました。このような経験も活かし、当サイトも、レシピ集にとどまらず、楽しい食卓づくりに貢献できる野菜のポータルサイトとなることをめざします。



もっと野菜を。もっと食卓に。



藤木 功二
キュービー広報・CSR本部

キューピーグループが 引き出す卵の新しい可能性

卵の有効活用のさらなる進化をめざし、
卵殻のさまざまな機能を追求



永井 守夫
キューピータマゴ営業本部

卵の有効活用の研究の中で、現在、肥料としての卵殻の用途拡大に挑戦しています。

従来、卵殻は酸性化した土壌を中和する土壌改良剤として、広く活用されてきました。

一方で私たちは、卵殻には、まだ多くの活用されていない特性があると考えています。

例えば「多孔質（孔が多くあいている性状）」や「主成分カルシウムに加え、作物に必要な微量元素を含む」などで、これにより、各種農産物の栽培に役立つ可能性を追求したいと考えました。

「多孔質」の特性では、土壌の水はけの改良や保水性の向上、土壌の保温効果などに期待し、調査を始めています。卵殻を肥料として使用していただいている農家の方からは、「野菜や果実の色つやが良くなり、甘みも増した」との声も届くようになりました。

卵殻のさまざまな機能が農産物に幅広く役立つことを期待し研究を続け、農業分野でのさらなる貢献をめざしていきます。

卵は万能素材

命のもとになる卵にはさまざまな栄養素が詰まっており、何ひとつ無駄なところがありません。工場で発生する卵の殻を有効活用することから、グループの環境保全活動が始まりました。さらに、可溶化技術の確立により卵殻膜の有効活用を実現できたことで、かつては廃棄物だった卵の殻は、その高度利用が可能となっています。

卵殻膜を除去した卵殻粉

卵殻粉は、多孔質な構造のため消化吸収にすぐれたカルシウム補給源として、育児食や介護食などに使用されています。

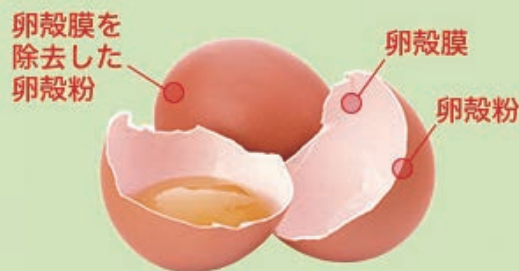


卵殻粉

カルシウムを吸収しやすく、作物に必要な微量元素を含むため、主に土壌改良剤として使われます。また、滑り止めとして、スタッドレスタイヤやシューズのゴム底などにも使われています。

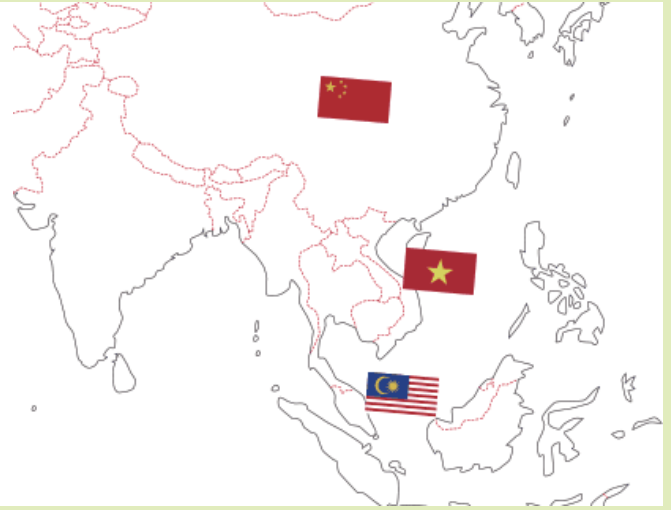
卵殻膜

皮膚への有効作用により、化粧品の原料として用いられるほか、健康食品の原料にも使用されています。



海外に広がるキューピーの理念

事業の拡大とともに、海外関連会社の従業員数も増えていきます。海外でもキューピーの理念を大切にしたいと考え、理念教育を始めています。社是・社訓や社史を学ぶ中で、品質への姿勢など、キューピーが大切にしている考え方を身に付けてもらうことが狙いです。理念勉強会などに出席した従業員のコメントを紹介します。



中国

北京丘比食品有限公司

- 今回の研修を受けて、キューピーの基本的な考え方についての理解がとて深まりました。学んだ内容を社内の他のメンバーたちとも共有し、浸透させることで普段の業務に役立てていきたいと思っています。

杭州丘比食品有限公司

- 社是・社訓とキューピーの歴史を学んだ今回の研修は、非常に印象に残りました。社是・社訓に基づいて判断して結論を出す大切さを教わりました。職場の若いメンバーにも勇気と自信を持って伝え、大きな目標に向けて努力していきます。

ベトナム

KEWPIE VIETNAM CO., LTD.

- 日本の史料館などを見学したことはありましたが、会社の歴史や考え方などの具体的な内容については、研修を通して初めて理解できました。新入社員や他の社員にも伝えるべきだと思い、また自分もそれを実践していきたいと考えます。

- 現在工場では、「楽業借悦」をめざして、困ったことがあれば、相談できる環境づくりに努めています。今後、教材を使って楽業借悦の意味を理解し、仕事を楽しみ、喜びを皆で分かち合えるようにしていきたいです。

マレーシア

KEWPIE MALAYSIA SDN. BHD.

- キューピーの社是・社訓には、人種・文化など多様な価値観があるマレーシアでも共感できる部分があると感じました。



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。

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。キューピーでは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。


 [主な環境影響と環境活動](#)


 [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](#)



キューピーグループ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	2,223千GJ (222,978千kWh)	CO ₂	193千トン
		NO _x	54トン
燃料 ^{※1}	1,469千GJ	SO _x	32トン
計	3,692千GJ		
水の使用		水域への排出 ^{※2}	
水(地下水、水道水)	7,296千トン	排出量	6,559千トン
		廃棄物の排出	
		排出量 (再資源化率)	59千トン (91.1%)

対象: キューピーグループ生産工場

主な環境影響と環境活動

キューピー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。



環境保全推進体制

キューピーグループでは、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4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。

2013年度の環境委員会

日程	主な内容【4半期ごと重点活動テーマ】
1月31日	・2013年度からの中期経営計画での活動目標について 【流出事故防止】設備、運用ルールの再確認
4月24日	・夏場の節電対応策の情報交換 【廃棄物管理】運用ルールの再確認
7月25日	・環境監査の実施状況と課題について 【省エネ】各社活動の共有と新しい取り組みについて
10月30日	・2014年度活動目標について 【年間見直し】環境リスクの把握、対応状況の共有

ISO14001 認証取得状況

キューピーグループでは、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

2013年11月現在



■ 地域の環境活動に貢献

ディスペンパックジャパン 南足柄工場は、ISO14001の認証取得をきっかけに、南足柄市内事業所環境保全活動連絡協議会に参加して、地域のキッズISO活動の支援や、環境フェアへの参加を続けています。

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1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。

2013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育成した監査員が監査を行いました。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。

2013年度は、関連法規等の違反や事故の発生はありませんでした。

従業員への環境教育

キューピーでは、グループ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、中堅社員研修などの定型研修で講義を行っています。

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

キューピーでは、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。キューピー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。2013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	2008年度	仙川工場
2004年度	仙川工場	2009年度	階上工場
2005年度	拳母工場	2010年度	中河原工場
2006年度	階上工場	2011年度	五霞工場
2007年度	拳母工場	2012年度	拳母工場
	伊丹工場	2013年度	五霞工場

INTERVIEW

五霞エリアでのグループ一体となった取組み

2013年度の環境努力賞ありがとうございました。

2013年度の活動を振り返ると、グループ一体となった取組みの足場造りが出来た1年でありました。チーム活動として月1回実施の五霞エリア省エネ会議や、東日本グループ会議で各事業所の問題点や進め方を相談し学ぶ事により変化が生まれました。



(五霞サイト環境委員会)

何よりそれは、それぞれの個の活動から五霞エリアの全体感を持った活動へとステージUPする事が出来、これからの五霞エリアのありかたを意識し活動する事につながったとメンバー一同大きな手ごたえを感じる1年でありました

個々の対応としては、一步踏み込んだ活動を行い大型の冷却塔統合を実施したり、エコターミナル(廃棄物置き場)の美化活動を行うことで第4の加工場という意識が生まれました。また、各事業所の省エネ事例をもとに、大型機器の省エネについてモデル工場化を推進して行く事が出来た1年でありました。

これらの取組みの成果が、環境努力賞という評価につながったのだと思います。

今後もエリアチームをさらに発展させ、全体感をもった活動を行っていきます。

(キューピー五霞工場 生産技術課 藤尾祐一)

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: 2010年12月～2013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		2011年度	2012年度	2013年度	主な取り組み
事業 エリア 内 コスト	公害防止 コスト	75,333	152,944	4,099	<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
		607,227	697,055	455,510	
	地球環境 保全コスト	149,291	176,700	157,470	<ul style="list-style-type: none"> ● 高効率設備の更新 ● 建物、設備の断熱強化 他
		28,192	58,811	111,483	
	資源循環 コスト	5,478	5,530	9,922	<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
		335,850	326,517	314,108	
小計	230,102	335,194	171,491		
	971,269	1,082,383	881,101		
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 	
	351,489	402,612	363,652		
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 	
	77,023	77,520	50,623		
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 	
	2,838	4,764	3,972		
環境損傷 対応コスト	0	0	0		
	0	0	0		
合計	230,102	335,194	171,491		
	1,430,204	1,604,059	1,326,633		

環境保全効果

環境保全効果の分類		項目	単位	2011年度	2012年度	2013年度
事業 エリア 内	投入資源	総エネルギー (原単位)	千GJ	974	973	985
			MJ/トン	3,911	3,789	3,517
		水 (原単位)	千m ³	1,857	1,988	2,015
			m ³ /トン	7	8	7
	排出物、廃棄物	CO ₂ (原単位)	トン	45,100	44,902	50,662
			kg/トン	181	175	181
		NO _x	トン	13	11	11
		SO _x	トン	9	10	9
		排水量 (BOD)	千トン	1,820	1,808	1,677
			トン	21	15	19
		廃棄物排出 (原単位)	トン	14,962	12,722	12,473
			kg/トン	60	50	45

環境保全に伴う経済効果

(単位:千円)

効果の内容		2011年度	2012年度	2013年度
費用節減	省エネルギー対策による費用節減	21,555	50,277	31,153
	廃棄物削減対策による費用節減	6,008	7,952	1,278
	節水対策による費用節減	5,241	4,871	7,744
	容器包装軽量化等による費用節減	9,800	9,268	14,995
収益	副産物等のリサイクルによる売却益	11,321	11,257	4,283
	卵殻・卵殻膜 高度利用商品の売上高※	389,426	469,074	495,003

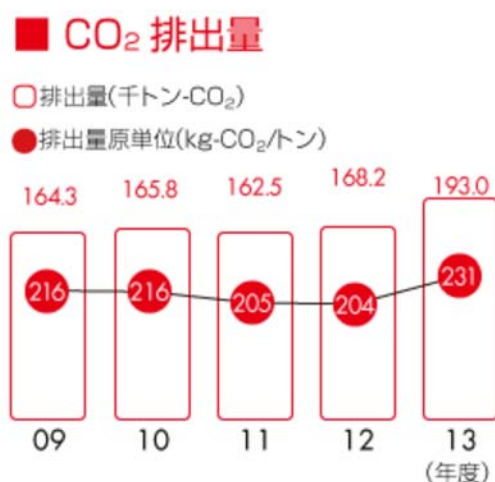
※売上高の一部にグループ会社の実績を含む

CO₂排出量の削減

地球温暖化防止は人類共通の課題です。キューピーグループ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。

目標値：2015年度までに、2012年度対比で原単位4.5%の削減

2013年度、キューピー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193.0千トンで前年比14.7%増加、生産数量1トンあたりのCO₂排出量(原単位)は231kgで前年比13.2%増加しました。電力の排出係数の大幅な変化*により、排出量が増加しました。この影響がない場合は、原単位で前年比1.1%の削減となります。



キューピーグループ生産工場の実績

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)、
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)及び、
電気事業者別の排出係数(2011年度実績、経済産業省・環境省公表)より

購入電力:2012年度まで 0.378kg-CO₂/kWh

* 2013年度から 0.491kg-CO₂/KWh

A重油:2.710kg-CO₂/L

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

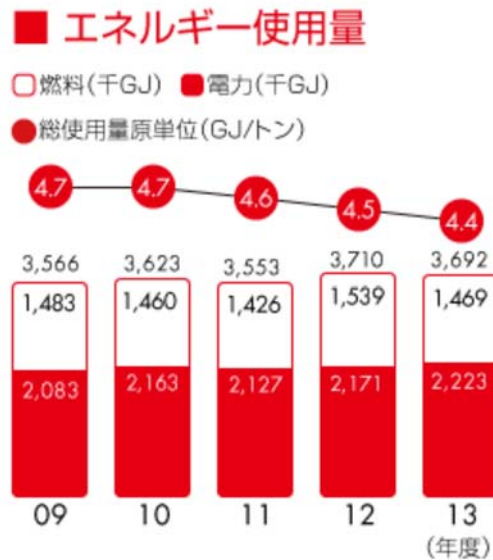


CO₂排出量の削減取り組み事例

ボイラー燃料を重油から都市ガスへ転換し、さらにコージェネレーション設備を導入することで、約30%のCO₂排出量を削減。(コープ食品 九州工場)

省エネルギーの推進

2013年度、キューピーグループ工場のエネルギー使用量は熱量換算3,692千GJで前年比0.5%減少し、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4.4GJとなり前年比2.2%削減することができました。2013年度は、2012年度までに実施してきた夏季の節電対策を継続するとともに、グループ全社で省エネルギーへの取り組み事例を共有しました。2014年度からは現場での「エネルギー使用の見える化」を進める活動をグループ全体で展開していきます。



キューピーグループ生産工場の実績

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



キューピータマゴでは、全19工場でCO₂排出量の削減を競う「省エネ大賞」を実施し、京都工場が全員参加の取り組みで、前年対比17%以上削減して1位を獲得しました。



INTERVIEW

活動のポイントは「全員参加」



若木和美
キューピータマゴ京都工場

「工場全員で取り組むことにこだわりました。全員ローテーション化で作業効率を向上させて、省エネルギーを達成させることができました」

2013年度の主な省エネルギーの事例

- 排熱を回収して利用する高効率ドライヤーを導入し、乾燥製品の製造にかかるエネルギーを従来比約30%削減。
(全農・キューピー・エッグステーション 茨城工場)
- エネルギー使用状況の見える化を行うことで、職場の全員で情報を共有し、運転時間の見直しや、能力設定の無駄を見つけて、具体的な改善につなげています。(カナエフーズ 筑波工場)
- 10月に完成した仙川キューポートでは、設備面での環境対応として、コージェネレーションによる自家発電と排熱空調、LED照明などを導入し、中央監視による集中制御を行っています。

物流部門でのCO₂排出量の削減活動

キューピーグループの物流部門では、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

2013年度は、前年度と比較して輸配送量の増加に応じて、CO₂排出量も微増になりましたが、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。

	2013年度	前年度比
輸配送量(千tkm)	162,974	100.3%
CO ₂ 排出量(tCO ₂)	27,021	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

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。

2013年度事例

生産拠点の見直しによるCO₂排出削減量 62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。

2013年度事例

中継輸送の見直しによるCO₂排出削減量 14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。

グリーン物流パートナーシップ会議特別賞を受賞

2013年12月に開催された第12回グリーン物流パートナーシップ会議*において、キューピーの起案により、キューソー流通システムと加藤産業様の協力を得た3社共同の取り組みが、「グリーン物流パートナーシップ会議特別賞」を受賞しました。

2社からの加藤産業様への出荷情報の事前提供と、物流リードタイムの工夫による検品不要の納品が、商慣行の改善とCO₂排出量の削減につながる取り組みとして、評価されました。

*グリーン物流パートナーシップ会議:CO₂排出量削減のため、経済産業省、国土交通省および産業界が共同で設立した会議体



輸送事業者としてのCO₂排出量の削減活動

商品の保管・輸配送業務を担っているキューソー流通システムでは、環境保全・改善の強化を推し進めており、6営業所でISO14001認証取得をしています。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23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。2013年度の導入累計台数は36台で、2012年度比6%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
- エンジンプレーキの多用
- 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。

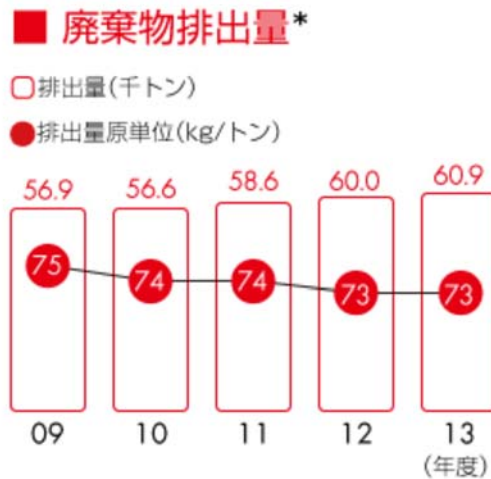
廃棄物排出量の削減

キューピーグループでは、工場の廃棄物削減について、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。

目標値：2015年度までに2012年度対比で原単位5%の削減

2013年度、キューピーグループ工場での廃棄物排出量は73千トン。生産数量1トンあたりの廃棄物排出量(原単位)は60.9kg/トンで、前年より1.5%増加しました。食品廃棄物の発生抑制を中心に、目標達成に向けて取り組んでいきます。



*卵殻粉などグループ内で再資源化している副産物を除く

キューピーグループ生産工場の実績です。

再資源化の推進

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

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

2013年度 再資源化取り組み事例

- ウズラゆで卵の殻の処理について、従来の堆肥化処理に加え、廃棄物処理業者と連携して、有用金属を抽出するための新しい取り組みを開始。(光和デリカ)
- 破砕機を導入して、お弁当や惣菜などのプラスチックと、食品残渣の分別を進め、熱回収処理から堆肥化へ転換。(グルメデリカ 松本工場)

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。

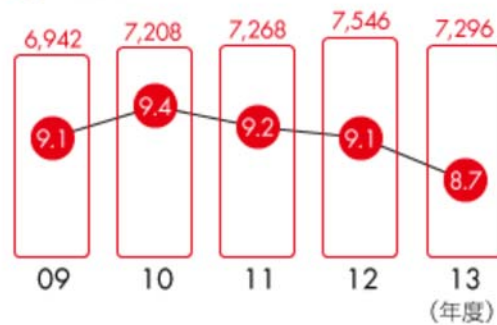
また水の使用量が削減されると、工場排水処理施設等の浄化施設への負荷が少なくなって運転条件が改善されるため、排水汚泥やエネルギーの削減など環境負荷の低減にもつながります。

2013年度、キューピーグループ工場の水の使用量は7,296千 m^3 で前年比3.3%減少、生産数量1トンあたりの水使用量は8.7 m^3 で前年比4.4%削減することができました。

■ 水使用量

□ 使用量(千 m^3)

● 使用量原単位(m^3 /トン)



キューピーグループ生産工場の実績

■ 水使用量の削減取り組み事例

- 従来は、放流していた殺菌設備の冷却に使用した水を回収して、別の設備の冷却に再利用できるように工夫し、年間約3,200トンの水使用量を削減（キューピー醸造滋賀工場）



コメント

「回収した冷却水は、温度が上がっており、加温が必要な工程で熱交換してから再度使用するようにしたので、エネルギー削減にも大きな効果がありました」

左から 蔭山茂樹、小谷功一、伊藤亮介、小澤美喜夫

容器包装の軽量化と簡素化

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。

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。

キューピー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。

2013年度の活動

- ・一部のマヨネーズ容器の重量を約10%軽量化
- ・一部の製品段ボールケースで材質を変え、段ボール重量を約5%軽量化

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。

2013年度委託費用・・・約336百万円

※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、そしてキューピーグループの環境への取り組みを知ってもらうため、さまざまな場面で、お客様や地域の方々との環境コミュニケーションを積極的に行っています。

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、地元的环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くと考えており、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。

ホームページやブログでの情報発信

2009年度にキューピー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、その他私たちキューピー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。「地域の清掃活動」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。2013年度は78件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/>

キューピーの森

キューピーグループは、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「キューピーの森」と命名した森(面積:5,300m²)の保全活動を行ってきました。

引き続き、富士吉田市内の10,000m²の森林を対象に第2期の活動開始し、2014年6月に間伐と植樹の作業を実施しました。

「キューピーの森」の活動では、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。



※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

キューピーグループでは、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、月に一度行っていた渋谷地区の清掃活動「しぶピカ大作戦」は、2013年9月に参加者がのべ5,000人を突破しました。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したが、移転先の調布市でも地域の清掃活動に参加しています。

こうした取り組みは「[社会と環境について語るブログ](#)」で紹介しており、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/>

水質汚濁の防止

キューピーグループでは、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

キューピーグループの工場では、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

キューピーグループの工場では、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。

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

 社会に根ざした活動

 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を行っています。小学生を対象としたマヨネーズ教室や、一般の方を対象とした講演会を実施するなど、さまざまな世代の方々に役立つ活動を長く続けることで、社会の発展に貢献していきたいと考えています。

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、キューピーグループでは

- ・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キューピー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/>

食に関する情報提供

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周年を迎えました。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。

さらに、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>

マヨネーズ教室

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。

キューピー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。

マヨネーズ教室は、食の楽しさと大切さを伝えることを目的とした体験型の出前授業で、2002年にスタートしました。生徒たちは、乳化の仕組みや容器の工夫などについて講義を受けた後、マヨネーズづくりを体験します。野菜摂取の重要性も学べ、家庭でのコミュニケーションを育む食育授業として、ご好評をいただき2013年度は全国で122回の実施を数えました。また、これまで本部が主体となっていたこの活動は、今や全社的に広がり、支店や工場などからも教室運営スタッフ「マヨスター」が続々と誕生しています。



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

【マヨスター】



■ 子どもたちの輝く姿で食育の大切さを実感

私が通っていた小学校では、野菜を育てて食べるという授業があり、その経験から食育に大変興味を持っていたので、マヨスターに応募しました。マヨネーズ教室では、多くの子どもたちが「マヨネーズをつけると嫌いな野菜を食べることができた！」「マヨネーズや野菜がもっと好きになった！」といった喜びの声を聞かせてくれます。こうした輝く姿を見ていると、食育の大切さをあらためて感じ、今後もマヨネーズ教室を通して、子どもたちの成長に少しでも貢献していきたいと強く感じています。

太田 莉英子
キューピー 研究開発本部

家族でわくわくクッキング

「会話もごちそうになる食卓づくり」のお手伝いとして、2010年にスタートした料理教室です。

講師は、フレンチの三國清三シェフ。

普段なかなか、料理をする機会のないお父さまとお子さまで、三國シェフの熱心な指導を受けて本格的な料理に挑戦します。

完成した料理は、招いたご家族とともに食卓を囲んで、会話を弾ませながら召し上がっていただきます。

家族の会話もごちそうになる、食卓づくりをお手伝いする料理教室です。



昨年の実施回数は、4回。30組のご家族が参加し、料理を作る、食べるを通して、会話を楽しんでいただきました。

参加のお子さまやお父様からもコメントを頂戴しています。



【いただいた感想文】

どきどきして、できるかきんちょうしたけど、お母さんとおばあちゃんに食べてもらって、おいしいといわれてうれしかったです。

ただ食べるだけでなく、親子で一緒に作り、一緒に食べることで会話がはずみました。

食をテーマにした講演会

食をテーマにした講演会は、食生活と健康についての正しい情報の提供を目的として、1984年から活動を開始しました。

高齢化が進み、単身世帯が増加する現代社会において、留意すべき事柄をわかりやすく説明する講演会として、全国規模で開催しています。

参加された方からは「普段の食生活ですぐ取り入れられるポイントがわかって良かった」などの声を頂戴しています。



講演会 <http://www.kewpie.co.jp/company/activity/food/03/index02.html>

幼児向け絵本の発行

キューピーは、2013年6月に幼児向けの絵本
「キューピーちゃんの やさいひろばで シーソーあそび」
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。

キューピーは、食の楽しさや大切さを伝える食育活動を行っており、
絵本制作もその一環として2012年から5年間にわたり、年1冊ずつ
発行の予定です。

この絵本では、キューピーちゃんが動物たちと一緒に、野菜でバラ
ンスを取りながら
シーソーあそびをしたり、野菜を料理して食べる場面が登場します。

本書の読み聞かせを通して、野菜が苦手な子どもたちが、
「野菜っておいしそう」
「みんなで食べるって楽しそう」
と野菜を身近に感じてくれることが、制作にあたっての私たちの願いです。

キューピーちゃんの
やさいひろばで シーソーあそび
作・石津ちひろ 絵・藤枝リユウジ



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受けさせたい」という願いから始まった運動です。

キューピーはこの願いに共感し、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、キューピーはこれからも、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	キューピー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。

おかあさんコーラスへの協賛

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

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

ご家族の笑顔と健康を支えているおかあさんたちを、キューピーグループは応援しています。

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

マッチングギフト制度「QPeace(キューピース)」

キューピーグループでは、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、従業員有志による選定委員会で決定しています。

2013年度は、キューピーグループ25社より746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48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

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
参加従業員数	703名	729名	721名	745名
寄付先団体数	36団体	28団体	35団体	48団体

地域社会の一員として

キューピーグループでは、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/>

オープンキッチン(工場見学)

キューピーでは、“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)
- ・拳母工場(愛知県豊田市)
- ・伊丹工場(兵庫県伊丹市)
- ・鳥栖工場(佐賀県鳥栖市)

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

2014年6月26日には、マヨネーズの“なるほど！”を楽しく体感する「マヨテラス」を、東京都調布市の仙川キューポートにオープンしました。

マヨテラスのご案内 <http://www.kewpie.co.jp/mayoterrace/>

フードバンク活動の支援

キューピー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、2013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>






■ カナエフーズ本社工場の取り組み

1ケースに満たない端数製品を、フードバンク団体を通して福祉施設などに寄付しています。「食の支援で生活用品に資金を回せる」というお言葉をいただいております。

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。キューピーグループでは、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。

キューピーグループでは、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、いちばん大切な方に安全・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。キューピーグループでは、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。食品安全に関する国際的な標準である“FSSC22000”取得にも2013年から順次取り組んでおり、2015年には当社グループ全製造工場取得予定です。加えて、意図的な異物混入を防止するために当社グループの方針「①生産場内に不審者を入れない”②不審者に悪戯をさせない”③問題ないことを後から証明できる”+従業員との対話を大切にする”」を打ち出し、ハード的な面、ソフト的な面の双方で対策を強化しております。

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。キューピーグループでは、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」。それがキューピー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にお願いしています。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、本来使うべき原料とは違うものを使ってしまうリスクが潜んでいます。そのためキューピーグループでは、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

キューピー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と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、それは配送においても同様です。

キューピー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、常温・定温・冷蔵・冷凍の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配送する商品が多岐にわたる中で、まちがいのない配送をめざし、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。

食品の輸送はキューピー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

キューピーグループは、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、キューピー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。そのためキューピーグループでは、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。

キューピーグループでは、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

キューピーグループでは、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					
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。

キューピー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。

お客様の声を商品の改善に役立てる仕組みは、コミュニケーションが土台になっています

私たちキューピーグループにとって、お客様とコミュニケーションを深めることは大変重要だと考えています。キューピーではお客様の声を共有する仕組みを構築し、お客様対応を行っています。その入り口となるのが、お客様相談室です。電話を受けるオペレーターが常に迅速に誠意をもって対応し、いただいた貴重なお客様の声を、商品の改善や商品開発へとつなげていきます。



▪ 大切なこと、それはお客様の立場になって考えること

大木 章
キューピー 品質保証本部

お客様からの声は、まずその内容により、「ご指摘」と「お問い合わせ」に区分けします。ご指摘については、お客様相談室受信チームが、商品改善、新商品発案、ご指摘、その他へとさらに区分けし、気づきのシートに詳細を記載します。その内容をデータベース化して、情報を関連部署と共有します。これらの情報を、お客様相談室VOC推進チームが集計・仕分けし、商品開発、品質保証、営業、生産、研究開発、広報の責任者から構成される「お客様の声委員会」で議論され、具体的な改善を図っています。

お客様からのご指摘が改善につながった、賞味期限の表示についての事例を紹介します。当時は西暦年の下2桁、月、日の表示でした。マヨネーズのキャップに印字している、2009年1月19日を意味する09.01.19の表示を「61.10.60」と上下を逆にして読んでしまったため「賞味期限の表示がおかしいのではないか」とのご指摘でした。そこで、上下を逆に読むことを防止するために、賞味期限の表示を、現在の西暦年4桁と月、日の表示に変更しました。

私たちが常に大切にしていることは、お客様の立場になって考えることです。お客様が私たちメーカーへ電話をかけてこられるのは、大変勇気がいることですから、まず私たちは、「お電話をいただきましてありがとうございます」と感謝の気持ちをお伝えして、お客様のお話を最後までお聞きします。その際、商品を使ってどう思われ、今、どのような気持ちで電話をくださっているのか、お客様の立場になって考えるのです。あるお客様から、缶詰を開けた時中身が真っ黒だったというご指摘をいただきました。缶に何らかの衝撃が加わり、ふたに微小な穴（ピンホール）が発生したためとわかったのですが、単に「それはピンホールが発生したためですね」と言えば、お客様はどのような気持ちになるでしょうか。お客様がさぞ驚かれたことを想像し、食卓を台無しにしてしまったと思うと、心から申し訳ないという気持ちで謝罪の言葉として出てきます。お互いの顔が見えない、表情を読み取れない電話では、電話するに至った理由について熟考し、その状況を想像することが大切です。そうすれば、お客様へどのように対応すべきかがわかります。

お客様相談室で新しく勤務するオペレーターには、必ずキューピーの史料館を見学してもらい、キューピーの歴史と考え方を学んでから、仕事に就いてもらいます。また、お客様相談室のメンバーには、キャリアを積んだキューピーのOBやOGもあり、私たちのお客様に対する姿勢もOJTで学べるようになっていきます。お客様の声を直接お聞きすることができるこの貴重な接点を大切に、お客様がキューピーの商品とサービスにあらためて価値を感じていただけるよう、努めていきたいと思っています。

キューピーの歴史が築いたお客様からの信頼を大切に

キューピー お客様相談室
受信チーム 中野 千英子

オペレーターの仕事始めて6年になります。研修で史料館を訪れた際、映像や資料を閲覧することで、改めてキューピーの歴史の長さや重さを感じることができました。キューピーといえばマヨネーズ、アヲハタといえばジャムとお客様が連想されるように、私たちの社名やブランドは、品質をお約束しています。オペレーターとして、お客様からの信頼を裏切らないように対応したいとの思いを新たにしました。

お客様相談室では、全てのグループ商品についての問い合わせを受けますので、幅広い知識が必要です。新商品についてはもちろんのこと、介護食や流動食など専門的知識が必要な商品についても社内の勉強会で定期的に学ぶ機会があり、スキルアップできる環境になっています。また、知識と経験が豊富なキューピーのOBやOGも、大変心強い存在です。

お客様から、食の細い赤ちゃんや高齢者が、キューピーやジャネフ*のベビーフードや介護食を食べてくれたとお礼の電話をいただいた時は、当社の商品がお客様のお役に立っていることを実感し、本当にうれしく思いました。また、アヲハタ55 イチジクジャムやセパレートドレッシング(現在の商品名はフレンドドレッシング(セパレート))は、一時販売を終了していた商品なのですが、お客様から販売再開のご希望を多く寄せられ、再販売された商品です。お客様から、また販売してくれてうれしいとのご連絡をいただくと、お客様の声を商品に活かしていることも実感でき、やりがいも感じられます。

オペレーターとして注意していることは、お客様と同じ目線に立ち、お客様に共感して話をお聞きすることです。例えば「マヨネーズが分離してしまった」というご質問はよく受けるのですが、マヨネーズは0度以下になると油と分離することがあり、冷蔵庫でも冷気が直接当たった場合は冷えすぎて分離することがあるからです。しかし、お客様にとっては初めてのことなので、常にお客様の立場に立って対応するよう心がけています。そして史料館で目にしたキューピーの歴史は、お客様からの信頼に値すると学んだことを「初心」とし、これを大切にしていきたいと思っています。

*日本ヘルスフード株式会社発売のジャネフブランドは、1989年よりキューピーが販売権を譲り受け現在に至ります。

お客様の声に耳を傾け、お客様視点でお応えする

お客様相談室では、一日に約150件のご指摘・お問い合わせの電話を頂戴します。

お客様のお話をお聞きする時に常に心がけていることは、電話をいただくことへの感謝の気持ちです。緊張して電話をくださる方もいらっしゃいますので、お客様の状況を思い、ご用件を「最後までしっかりお聞きする」ことに集中します。当たり前のことかもしれませんが、基本をしっかり守ることを大切にしてお客様の声に耳を傾けます。

また、不安を感じてお問い合わせくださる方には、商品の原料や私たちの商品づくりの考え方をお伝えすることで、ご納得いただくことが多くあります。

私たちは、お客様の視点に立ちお話をお聞きすることが大切だと思っています。

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月に開設した、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」は、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/>

お客様の声

最近のお問い合わせの特徴として、賞味期限・保存方法・使用方法などのお問い合わせが、年々減っていることが挙げられます。

※かつては最も多いお問い合わせでしたが、お客様のご意見を受けて、表示やホームページなどでわかりやすくお伝えすることに努めた結果、この件数が減少してきたのではないかと考えています。

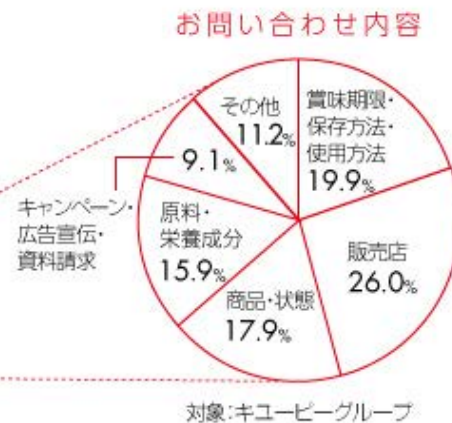
※賞味期限・保存方法・使用方法のお問い合わせ比率の推移

2011年度：29.5%

2012年度：21.8%

2013年度：19.9%

ご指摘・お問い合わせ件数の推移



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ご意見は、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て開催される委員会です。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


キューピー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、商品やキューピー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。キューピーグループでは、「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：グループの連携進む仙川キューポート

 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：グループの連携進む仙川キューポート

仙川キューポート(以下キューポート)では、業務の効率化を図りながら、キューピーグループ各社の連携によるシナジーの創出をめざしています。働きがいのある、そして安心して働ける職場をめざして、グループの垣根を越えた新しい職場環境づくりに取り組んでいます。



キューポートで仕事をしている従業員が、グループ各社が集まる新しい環境で感じていることについて話し合いました。キューポートでのコミュニケーションの拡大を実感し、新たな挑戦を胸に座談会を後にしました。



前川 梨紗
三英食品販売
管理本部



吉野 真由
カナエフーズ
品質保証部



井上 真理子
コープ食品
生産部



日置 和
キューピー醸造
研究所



續木 智志
キューピー
経営推進本部



牧谷 理子
キューピー
研究開発本部

■ コミュニケーションが促進され、知識も広がるキューポートの工夫

吉野 移転前の周囲との連絡は、主にメールと電話でした。キューポートでは仕様書や表示など、同様の業務を行っているキューピーのチームと席が近いため、直接顔を合わせてのコミュニケーションが多くなりました。不明点や問題点をその場で解決できるなど、業務のスピードが速くなったと感じています。

續木 毎日いろいろな人に会えるので、楽しく、刺激も受けます。キューポートにはさまざまなフリースペースが作られていて、コミュニケーションが生まれやすくなっていると感じています。

前川 私は仙川レイアウト委員会のメンバーで、キューポートのコミュニケーション活性化のためのスペース「aima」づくりにかかわりました。渋谷本社にあったaimaを「知る」「切り替える」「つなぐ」という3つのコンセプトで進化させました。それぞれのaimaの機能が皆さんに理解され、活用され始めたことをとてもうれしく思います。

牧谷 もともと研究開発本部には、いろいろな商品を試食できるようなスペースがありましたが、キューポートでは、会社の壁を越えてグループ各社にも試食いただけるようになりました。aimaの活用により、情報共有の幅が広がったと感じています。

井上 私は先日、研究開発本部主催の勉強会に参加しました。原料の本質がわかり、それがどう食品表示に活かされているのか理解できました。業務上の知識が広がり仕事もスムーズに進められるようになったので、このような勉強の場が増えると良いと思います。

日置 私は、キューピー醸造の研究開発では同期の社員がいないのですが、キューピーの研究開発本部に同期がいることがきっかけとなり、キューポートでいろいろな方と話す機会を持てるようになりました。コミュニケーションの幅が広がったことで、情報の量も質も変わり、今後はもっと積極的に、いろいろな人と話をする機会を作っていきたいです。

・ ワークライフバランスは、一人ひとりの意識から始まりコミュニケーションで促進

井上 私は、なるべく一人だけで仕事を進めないように心がけています。休暇時だけではなく、自分がもし急病で休んだ時でも、他の人に対応いただけるよう、常に周囲と情報共有できる状態になるように意識しています。

吉野 確かに情報共有は大切ですね。私の担当業務は3人体制ですが、皆が効率良く仕事を進められるよう、マニュアルを作成しています。

日置 私の場合、事務をするフロアと試作場のフロアの移動で、結構時間がかかってしまいます。そのため移動時間が少なくなるように、仕事の段取りと時間配分を毎日考えながら働くようになりました。

前川 三英食品販売は残業があまり多くありません。残業は上司の指示で行うもので、部下自身の判断でするものではないという意識が浸透しています。そのため管理職も定時での退社を意識しています。残業は業務上どうしても発生しますが、皆さんの意識、管理職の意識を変えることが重要だと思います。

牧谷 残業をせずに、仕事をきちんと回すのはすごいことです。業務の仕方とか仕組みも良いのだと思います。それをぜひ参考にさせていただきたいです。

續木 残業しないという意識を高めるためには、きっかけも必要だと思います。キューポートで皆が参加でき楽しめる企画や活動などを活発にしていけば、仕事や部署を越えた関係づくりもでき、ワークライフバランスにもつながっていくのではないのでしょうか。



キューポート担当者より

キューピー 経営推進本部

小勝 理恵

仙川キューポートでは、食堂や廊下も含めオフィス全体をワークスペースとして活用できる工夫をしており、部門連携のしやすさを意識したオフィス環境づくりをしています。コミュニケーションを大切に、人と人、そして組織のつながりを深め、協働を進めていきましょう。

座談会のあと、仙川レイアウト委員会のメンバーである前川に、改めて仙川キューポートに関わる2つのプロジェクトの話聞いてみました。



仙川キューポートの機能を最大限活用し、グループ力の発揮へ

三英食品販売 管理本部

前川 梨紗

私は、キューポートに集まる各社の連携を促進し、グループ力発揮の相乗効果を生み出すための2つのプロジェクトに参画しています。

一つは、「『コミュニケーションを活性化』し、人と人・組織のつながりを深め協働していきやすい風土をつくる。」という目的のもと、3つのチームに分かれて活動しています。

私は社員交流の機会づくりの役割を担うチームに所属しています。最近の活動として、オフィス機能の一覧を作成するとともに、各エリアにファミレス、居酒屋、ピクニックなどの名前をつけました。キューポートには、会議室のほかにそれぞれ機能が付加されたエリアが数多く存在します。その仕組みを多くの社員に知っていただき活用していただくために、エリアに機能の特徴を示す覚えやすい名前をつけました。また、イースターパーティやボルダリングストレッチなどのイベントを企画・開催しました。

もう一つは、グループ各社が集まることによって推進されるべき「効率」に着目し、シンプルな働き方をめざし、これも、3つのチームに分かれて活動しています。

私は、設備の機能をうまく使うことを推進するチームで活動しています。

現在は、会議室の環境改善を目的とし、マニュアルの作成や備品調達を行っていますが、コミュニティ活性化チームで進めている会議室の整備と内容が重なっているので、両チーム協働で活動しています。

キューポートでのこれらの活動は、何といたってもメンバーが集まりやすくミーティングがしやすいことが大きなメリットです。プロジェクトも細分化され活動内容も多岐にわたるのですが、集まりやすいことでほかのプロジェクトの協力もしやすく、先にご説明したチーム協働で進めるプロジェクトも生まれています。また、マネジメント層をメンバーとするキューポート会議でも、私たちプロジェクトチームの活動報告の時間が設けられ、挙げられた議題に対する決済が早いことも利点となっています。

さらに、メールや朝礼が一般的であった社員への告知も、aimaの掲示板、電子掲示板や館内放送などで告知方法が拡大したことも、キューポート機能によるものです。

コミュニケーションの活性化を通じて、人や組織のつながりを深めるさまざまな活動を試みていますが、まだまだグループ間の壁を感じています。特に、ボトムアップで始まったこの活動は、本来の活動目的がまだよく認知されていないこともあり、グループを越えた連携につながるような活動を根気強く続けていくことで、多くの社員から理解と協力を得られるようにしていきたいと思っています。

雇用についての考え方

キューピーの社是である「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、喜びを偕に(ともに)していこうという考え方です。

キューピー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

キューピーグループの2013年度末(2013年11月30日)時点の全従業員数は23,914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3,379名で、平均年齢は37.2歳、平均勤続年数は12.6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9.1%(前年8.7%)、女性基幹職(管理職・専門職)は8名(前年8名、本年の内1名は上級基幹職)です。

・グループ従業員数の推移

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
合計	18,962名	22,655名	22,858名	23,579名	23,914名
平均臨時雇用者数	8,455名	10,923名	10,830名	11,154名	11,316名
常用雇用者数	10,507名	11,732名	12,028名	12,425名	12,598名

・当社従業員数の推移

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
合計	3,476名	3,442名	3,378名	3,359名	3,379名
平均臨時雇用者数	891名	842名	793名	760名	799名
常用雇用者数	2,585名	2,600名	2,585名	2,599名	2,580名

従業員に関する各種データ

1. 従業員の状況

		2011年度	2012年度	2013年度
社員・嘱託社員	男性	1,448名	1,439名	1,437名
	女性	1,137名	1,160名	1,143名
パートその他 (期中平均)	男性	265名	249名	271名
	女性	528名	511名	528名
平均年齢	男性	41.0歳	41.1歳	41.5歳
	女性	30.9歳	31.5歳	31.9歳
平均勤続年数	男性	15.7年	15.7年	16.1年
	女性	7.3年	7.8年	8.2年

対象: キューピー(株)

2. 新規採用者数

2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
36名	48名	39名	47名	67名

対象: キューピー(株)総合職

障害者雇用

キューピーグループでは、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、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。

2013年6月1日時点での当社の障害者雇用率は2.25%でした。グループ全体でも、グループ全体の常用雇用者数に法定雇用率1.8%を乗じた雇用必要数を上回っています。今後も一人でも多くの方々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

2009年	2010年	2011年	2012年	2013年
2.18	2.08	1.88	1.86	2.25

対象: キューピー(株)
※各年とも6月1日時点

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。キューピーを定年退職し再就職した従業員のセカンドライフでの働き方を紹介します。



好きな会社で再び仕事を

吉田 敏洋(写真 左)
入江 講児(写真 右)
キューピー 五霞工場 総務課

吉田: 私がキューピーでまた働こうと思ったのは、キューピーへの恩返し、お役に立てればという思いと、完全休業ではなくソフトランディングしたい気持ちから、週3日の勤務を選択しました。総務の仕事に関する事で、実務担当者では手が回らないような隙間的な仕事を主にやっています。また五霞エリアにはグループ10事業所が同居していますので、月1回グループ総務会議を開催して情報交換や問題、課題について話し合っています。今年度は、五霞エリアで考えられる労務リスクを事業所毎に毎月テーマとして取り上げ、勉強会のような形で共有化やレベル合わせをして、業を楽しんでいます。

入江: 私もキューピーは良い会社だと思って働いてきたので、再就職先としてキューピーを希望しました。工場での話し合いの上、週5日働いています。吉田さんが話されたように、通常業務のほか、グループとしての取り組みも提案しています。工場には、お客様用と従業員用にそれぞれ売店があるのですが、利用者にとって使いやすい売店になるよう品ぞろえの改善を進めています。特に、キューピー商品はグループ商品を含めると多岐にわたるので、従業員にも認知してもらえようグループ商品の取り扱いを充実させたいと考えたのです。「あの工場はこういう商品をつくっているのだ」とグループの相互理解のきっかけとなる声も聞くことができ、うれしく感じています。また、たばこや飲料水などは自動販売機へ振り分けるなどして、業務の効率化も図りました。

吉田: 日本が少子高齢社会という環境で、かつ年金制度も変わったので、心身ともに健康であれば再雇用制度を利用して仕事をした方が良いと思います。仕事は現役のサポートで、トラブル対応や設備の修理など庶務的なことまでやりますが、工場の仕事は楽しくやりがいを感じており、仕事と趣味それぞれに楽しめるセカンドライフとなっています。またこれから迎える、毎日が日曜日を楽しむための準備期間にもなっています。

入江: 37年間働いた慣れ親しんだ会社での仕事はやりやすく、再就職で生活のリズムを維持することができていると思います。私は野菜づくりが趣味で、工場のそばに農地を借りているのですが、出勤前、出勤後にも農作業ができ、この制度と環境に感謝しています。また再就職が、これからの人生をどう生きるかを考えることにもつながると思っていますので、さらに新しい趣味を見つけるつもりです。

吉田: キューピーでは、再雇用制度の運用において、人と仕事のマッチングに工夫、努力をしていると思いますが、これからますます、シニアの人材活用と働き甲斐を両立させるための制度の充実や、現場の受け入れに関するノウハウが必要になってくると思います。そしてシニア自身も何でもやる(やれる)という気持ちが必要で、経歴、経験に固執しなくても、現場にはできる仕事がたくさんあると思います。シニアとなる皆さんへのアドバイスは、「〜ねばならない」とか「〜すべき」など「べき論」で決めつける話し方は控えて、意見を言ってもともに考えるスタンスが大事だと思います。これは私の反省点でもあります。

入江: 法律の一部改正により、65歳までの再雇用が義務化され、受け入れる企業も再雇用する社員の活用方法を見直していると思います。ですから私たちも、会社が私たちに何を求めているのか、何を期待しているのかをきちんと理解し、それに答えることが必要だと思います。

ワークライフバランスについての考え方

キューピーグループでは、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。

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。

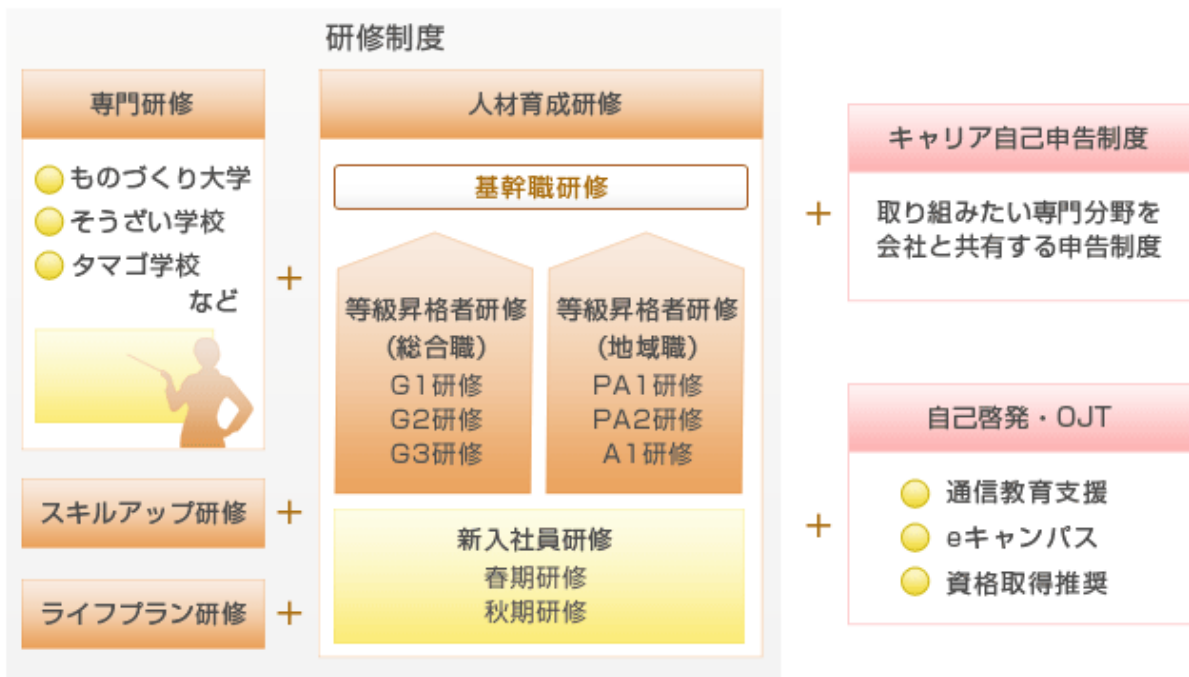
キャリア支援

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。

キューピー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

キューピーでは、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

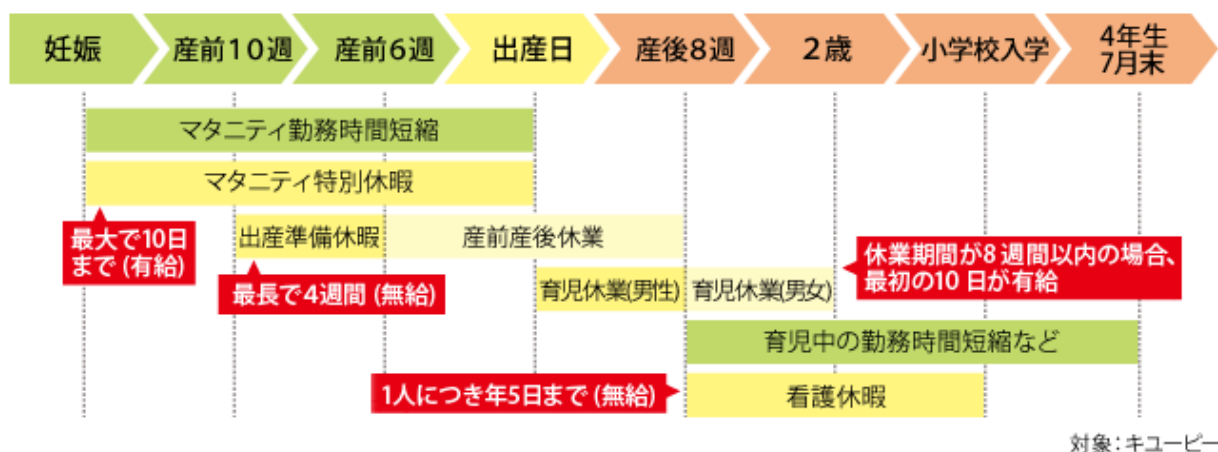
キューピーの人事評価制度は、従業員一人ひとりのチャレンジと成長をあと押しするため、評価項目と育成項目が連動した制度になっており、会社の求める人材像を確認しながら、自ら成長していけるしくみとなっています。評価項目はイントラネット上で公開している他、面接でフィードバックを実施することで、一人ひとりの成長課題やめざす姿を明確にして、従業員の成長を促進する制度となっています。

- 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。

子育ての支援と育児休業取得者

キューピーでは、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まなう異動制度)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。

・出産・育児を支援する制度



・育児休業取得者数

	2009年度	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度
男性	9名	7名	7名	13名	11名
女性	29名	36名	29名	59名	48名

対象: キューピー

労働安全衛生に関する考え方

キューピー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(2013年6月～2014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

キューピーグループでは、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。

従業員の健康管理

キューピーでは、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 ※2013年10月15日より下記に仮移転 〒182-0002 東京都調布市仙川町2-5-7 仙川キューポート
資本金	241億400万円
従業員数	2,580人(連結:12,598人)

2013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)が設立された年です。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。「いちばん大切な人に安心して食べていただきたい」という“品質第一”を信条とするキューピーグループのものづくりの基本的な考え方を従業員が実直に守り、培ってきた技術力で、食品はもとより、化粧品・医薬品用素材まで、国内外の幅広い世代のお客様に商品を提供しています。

■ 調味料事業

マヨネーズやドレッシングなどの商品が並ぶコア事業です。「良い商品は良い原料からしか生まれられない」という考え方を基本に、創意工夫を重ね、あらゆる食場面へ商品とメニューを提案していきます。

■ タマゴ事業

パン・菓子・ハムなどの加工食品の卵原料や、ゆで卵・オムレツなどの卵加工品を提供する、卵の力を使って食卓を支える事業です。今までにない技術の創出で、卵の活躍の場を広げていきます。

■ サラダ・惣菜事業

おいしくて便利なサラダや惣菜をお届けしたいという想いから生まれた事業です。品質管理など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で楽しい食生活を応援していきます。

■ 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

卵の有用成分の活用をめざし、この事業は始まりました。ヒアルロン酸、EPA(イコサペンタエン酸エチル)、卵成分の3つを柱に、食品・医薬品・化粧品の分野に幅広く展開しています。

■ 物流システム事業

食品の「安全・安心」を支える高品位の物流サービスをめざし、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。お客様が笑顔で楽しく食事ができるよう、食の一端を物流で支えています。

※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

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。



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・従業員の個人情報大切に、不正に使用しません。



お客様の理解と支持

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



海外の事業活動における配慮

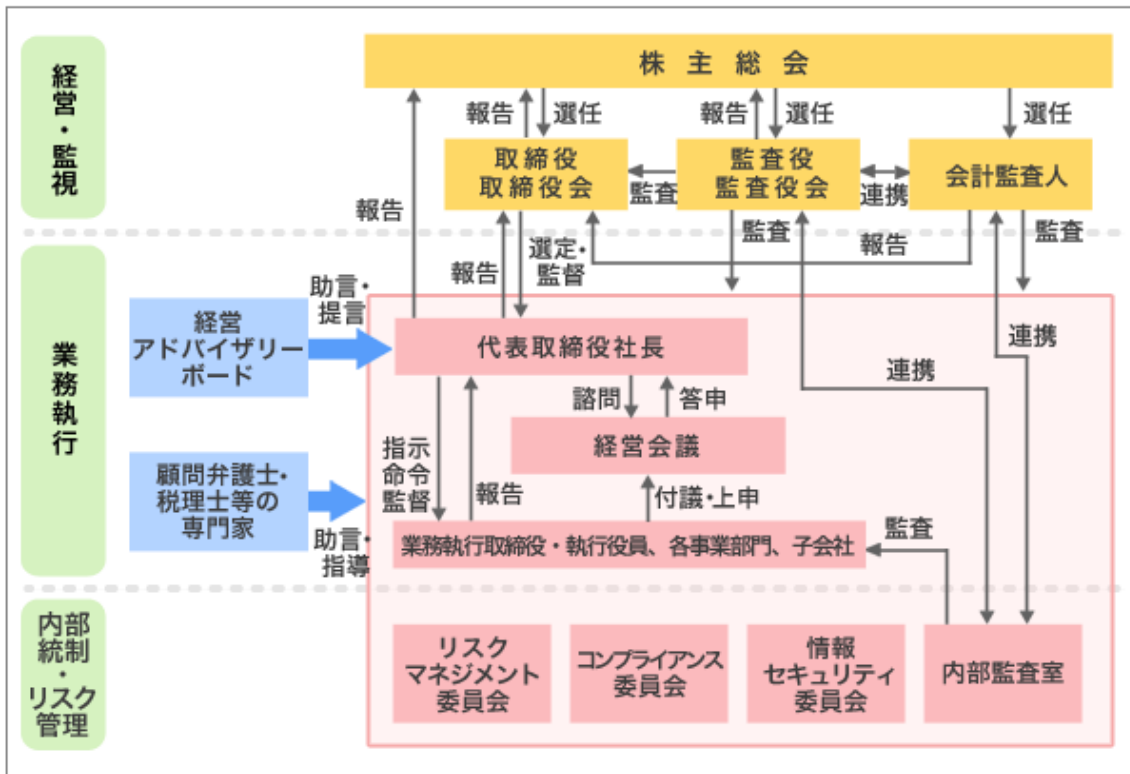
私たちは、海外の事業活動においても、現地の文化、慣習を尊重し、現地の発展に貢献します。

コーポレートガバナンスに関する考え方

キューピーグループは、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・制度などを整備し、必要な施策を適宜実施していくこと、また経営の成果を株主や消費者、取引先、従業員といったステークホルダーに適切に配分すること、これらを経営上の最も重要な課題の一つに位置づけております。

コーポレートガバナンス <http://www.kewpie.co.jp/company/corp/governance/index.html>

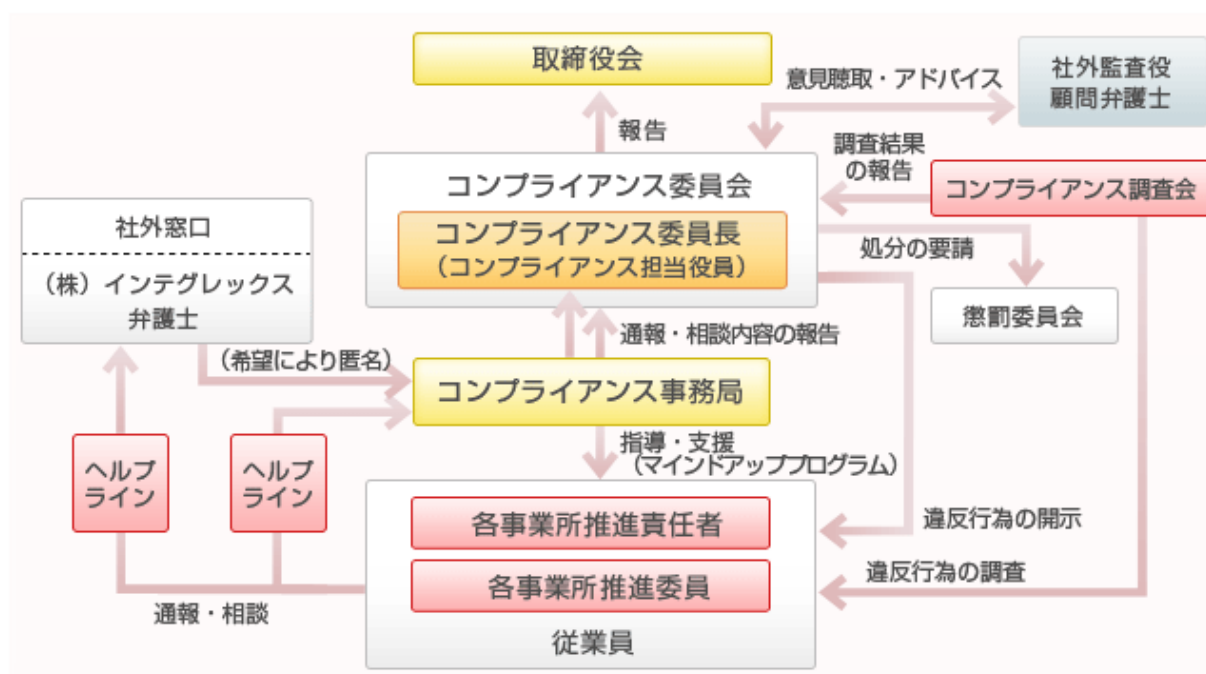
コーポレートガバナンス体制の概要



コンプライアンス(法令遵守)に関する考え方

キューピーグループでは、2004年に「グループ倫理行動規範」を制定し、私たち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キューピー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



コンプライアンスへの取り組み

キューピーグループでは、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、キューピー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、webを用いたマインドアッププログラムなどによる学習を実施しています。

2013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15回	グループ倫理行動規範 (社内規定を遵守し、高い倫理観を培う)	3~4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(任意)を実施しました。
第16回	働きやすい環境	11~12月	全管理職 従業員	全従業員を対象に管理職用(労務管理PART2)と従業員用(労働法を正しく理解しよう)をそれぞれ分けてeラーニングで学習し、職場でのディスカッション(任意)を実施しました。

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) 	
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「卵醤」) 	
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) 	

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
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「容器包装ダイエツ宣言」に参加 	
2007年	<ul style="list-style-type: none"> 山梨県の富士山麓で「キューピーの森」を開始 富士吉田工場でISO14001の認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> フードバンク活動に参加 「社会と環境について語るブログ」スタート
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"> キツザニア甲子園に「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"> 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
2013年	<ul style="list-style-type: none"> 加藤産業様、キューソー流通システム、キューピー連携のグリーン物流の普及拡大により、グリーン物流パートナーシップ会議特別賞を受賞 	<ul style="list-style-type: none"> 御茶の水女子大学に寄附研究部門「食と健康」を設立

対象: キューピー(株)

2014年版編集方針・対象範囲

「キューピーグループ社会・環境報告書」は、キューピー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。

2014年版では、「人と技術でお客様と社会の期待に応える」をテーマに特集を組みました。社会活動、環境活動とあわせて、グループ内の従業員を出して、普段の活動の様子をお伝えしやすいことを意識しました。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くと考えています。

対象組織	原則として、キューピー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	2012年12月1日～2013年11月30日
発行	2014年8月。次回の発行は2015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。

2013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2013」は、昨年2013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。

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、報告書請求サイトからお申込み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425件の回答をいただきました。

「キューピーの考え方が良くわかる」「読みやすい」というご感想をいただく一方で、「内容が物足りない」「文字が小さい」というご意見もいただきました。

この場を借りてお礼を申し上げます。

2014年版報告書の作成にあたって

2014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]ともに掲載内容の見直しをしました。

企業の発展は社会との調和があってはじめてなされるものであり、その原動力となるものは、技術力と人材です。社会貢献活動、環境活動をお伝えするのはもちろん、グループ各社の日頃の活動をお伝えできるように、できるだけ多くの従業員に出てもらい、「顔の見える報告書」を意識して作成いたしました。

[フルレポート]では、キューピーグループの社会貢献活動、環境活動を伝えるものとして内容の充実を図りながら再構築しています。

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くと考えています。