

2015



OPEN
the KEWPIE

キューピーグループ

社会・環境報告書 2015 ハイライト

グループの進化を加速し、 お客様のニーズと社会の期待に 応えていきます。



創業からの精神を受け継ぎ、社会とともに発展

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ない」という考えのもと、安全・安心、おいしさを追求した食品づくりに励んできました。

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、正しいかを基準にし、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。

またこのように、事業が成り立っていくためには「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ることが大切です。

そして私たちは、めざす姿である「キューピーグループはやさしさ・おいしさ・ユニークさをもって、食生活に貢献いたします」を実現するとともに、社会と共存し継続的な発展をめざしていきます。

グループ力を高め、社会の期待に応える

2014年度は、キューピーグループの17事業所が集う仙川キューポートが本格稼働し、グループ力の発揮に向け事業を推進する体制が整いました。また、グループの目標として掲げた「ユニークさの発揮と創造」を通じて、キューピーグループだからこそ創出できる新たな価値をお客様に提供するとともに、食を通して社会課題に取り組む商品開発を推進してきました。

グループ会社サラダクラブが販売するサラダ用カット野菜は、「洗う・切る」の手間がかからないことからニーズが高く、そして使い切りができ、家庭での生ゴミが出ないなど、環境にも配慮した商品です。今後、安全な商品の提供とともに、国内産野菜を積極的に調達し、生産農家の支援につなげ、国内農業の活性化に貢献したいと考えています。

グループで品質向上を実現した例としては、ポテトサラダがあります。これまで、おいしさを追求し各工場がそれぞれ工夫して製造してきましたが、キューピーグループとして品質をさらに高めるとともに均質化をめざし、各工場の成功事例をグループで共有することで成果を挙げました。

海外事業では、2014年11月、アジア5カ国目となるインドネシアで、マヨネーズやドレッシングなどの生産を開始しました。また2015年6月より、キューピーマレーシアが製造したハラール認証を取得したマヨネーズ

やスプレッド類の日本への輸入も始めています。日本で生活する、または来日するイスラム教徒の方々にも、ハラール認証を取得した商品を召し上がっていただくためです。キューピーの商品を広めていくなか、世界の方々が健康で楽しい食生活を送ることが私たちの願いです。

お客様との対話を促進

2014年6月に仙川キューポートに新設した「マヨテラス」は、キューピー マヨネーズについて案内スタッフが見学者に説明し、体感いただきながら食に対する興味を育み、食の楽しさ、大切さを学んでいただく見学施設です。マヨネーズの手づくり体験や料理教室などのイベントも開催し、多くのお客様にご利用いただいています。

また、マヨネーズや野菜、料理に関するさまざまなアイデアを会員の皆様と共有するコミュニティサイト「キューピー マヨネーズ ファンクラブ」や「おはなしダイニング」を立ち上げ、お客様との双方向による新たなコミュニケーションも始めています。

今後もお客様との対話を通して、あらゆる世代のお客様の健康を支援し、楽しい食卓づくりをお手伝いしていきたいと考えています。

キューピーグループはこれからも安全・安心、おいしさを追求した高品質な商品とサービスを提供することで、お客様のニーズにお応えしていきます。そしてキューピーグループの強みとユニークさを磨き、グループとしての進化を加速させ、社会の期待に応えていきたいと考えています。

キューピー株式会社
代表取締役 社長

三宅 峰三郎

キューピーは、お客様に積極的に野菜を摂っていただくため、情報発信を続けています。



お客様の目線で野菜の悩みを解決

お客様に野菜について関心を持っていただくため、「もっと野菜を。もっと食卓に。」というサイトを2013年8月に、ホームページに公開しました。お客様が野菜について抱えている悩みを分析し、「選ぶ」「保存する」「料理する」「育てる」の4つのコンテンツにまとめた、お客様の目線で作ったサイトです。現在では、月間閲覧数が100万

ページを超えるようになりました。閲覧数が増加するにつれ、野菜の旬とお客様が検索して閲覧するタイミングの相関性が顕著に表れ、興味深いものがあります。現在でも旬の野菜のメニュー提案は、営業担当とも連携して情報を発信していますが、将来的には、地域や性別、年代などを加味したきめ細かい情報を提供し、お客様の買い物のお手伝いができればと考えています。

野菜に関心を持ってもらえる層をさらに広げるコンテンツの充実に取り組んでいきます。



藤木 功二
キューピー
広報・CSR本部

「もっと野菜を。もっと食卓に。」サイトは、多くのお客様の関心事である「選ぶ」「保存する」から入って、「料理する」のページへと閲覧の流れができるように、各コンテンツをより充実させていくことを課題としてきました。「選ぶ」から「料理する」へは少しずつ流れができてきましたが、一番ご覧いただいている「保存する」については、実際に調理が終了した夕食後や週末の閲覧頻度が高いので、「下ごしらえして保存」の追加などにより調理の前に見ていただけるよう、さらなる工夫が必要と感じています。

街の八百屋さんをめざす

幅広い世代の方に野菜に関心を持っていただくため、コンテンツの拡充に努めていますが、その一つとして、新顔野菜を紹介する「ロメインレタスをたのしもう」を新設しました。ロメインレタスへの関心を高めるために、「原産地や選び方」などの基礎知識から、おいしく食べるための「下ごしらえ」を掲載しています。また、お子様のいる家庭では飲みきれずに残っていることの多い飲むヨーグルト、そしてマヨネーズとパルメザンチーズで簡単に作れるシーザーサラダドレッシング

のレシピを掲載し、手軽に作れて、かつ食卓を彩るメニューとして提案しています。

また、野菜を通して親子の会話が弾むよう、「育てる」のコンテンツに、野菜の一生をアニメーションで学べる「お野菜ガーデン」も加えました。「お野菜ガーデン」を通して、子どもたちに野菜に興味を持ってもらうことで、育ててみよう、食べてみようになり、お母さん方の笑顔につながればうれしいです。

お客様の行動をさらに分析し、あらゆる世代の方々に積極的に野菜を召し上がっていただけるよう、野菜のことなら何でも教えてくれる街の八百屋さんのようなサイトをめざしていきます。



キューピーは、おいしさに加え 「農家にやさしい」 「加工者にやさしい」じゃがいも づくりを支援しています。



おいしいポテトサラダのため、 新たな課題に挑戦

私は研究開発本部の野菜・加工プロセス研究部に所属し、ポテトサラダに使用するじゃがいもの新品种導入を担当しています。ばれいしょ加工適性研究会*を通じて、年間約10品種のじゃがいもの味、加工性、保存性などポテトサラダの原料としての適性を評価しています。

この活動の目標は、お客様にいつでもおいしいポテトサラダを食べていただくことですが、新品种には「農家にやさしい」「加工者にやさしい」要素も求めています。本研究会では、育種、加工、メーカーサイドからそれぞれの担当者が参加し、味のみならず、育成、収穫、調達、加工の各プ

ロセスにおいて作業量を軽減でき、コスト削減につながるような品種を探しています。また、長期保管するとでんぷんが糖に変わり、糖度が高くなる品種があり、これはポテトサラダには向きません。糖度が高いとマヨネーズとのなじみが悪くなり、水っぽくなってしまうからです。そこで長期保存できる(保存してもあまり糖度が上がらない)品種の探索も課題です。

数値化も新たな課題となっています。ポテトサラダのおいしさを決める要素の一つが、なめらかさです。そこでこれを数値化する機器分析に取り組んでいます。お客様に、原料のじゃがいもがどれだけなめらかであるかを具体的に提示することで、おいしさを明確にお伝えできると考えてい



ます。さらに、品種によって異なるじゃがいもそれぞれの最適な加熱時間を見極めるため、じゃがいもの糊化度（でんぷんが加熱されて糊状になること）を測定する指標づくりにも取り組んでいきたいと考えています。糊化度は、食感や消化性に影響を及ぼすといわれており、商品開発における重要な指標となっています。

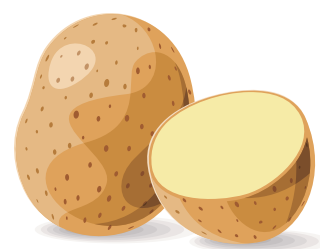
グループ体の取り組みで品質向上へ

キューピーグループでは、全国9工場でフレッシュポテトサラダを製造しています。各工場異なる設備で、使用するじゃがいもの品種も異なることから、それぞれが工夫しておいしい商品の提供に取り組んできました。しかし、キューピーグループとして高品質なポテトサラダを提供しようとの考えから、各工場の成功事例を水平展開する取り組みが始まりました。各工場が工場見学を実施、意見交換や各工程のノウハウなどを学ぶ機会をつくり、品質向上に役立てています。研究所も基

礎検証や評価を通して、この活動をサポートしています。結果として、生産・開発・営業が一丸となったポテトサラダに対するさまざまな取り組みが、グループの売上向上につながりました。

じゃがいもの評価は大変地道な仕事で、じゃがいもが新品種として登録されるまで約10年かかります。しかしながら、「いつもおいしいポテトサラダをお客様に食べていただきたい」という共通の想いのもと、グループがノウハウを共有し成果を挙げられたことで、日々の仕事に一層の意義を感じられるようになりました。

* 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



グループ共通の目標に向かって、
皆がノウハウを共有し成果を挙げる
ことができました。



戸塚 智子

キューピー
研究開発本部



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。」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。

※取り組みの成果や実績の詳細については「フルレポート」もご覧ください。

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、たい肥化や飼料化、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、たい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。

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。

省エネルギーの推進とCO₂排出量の削減

サラダクラブ 鳥栖工場

空調、冷却設備のエネルギー消費が大きいため、主として以下に取り組みました。

- 夏場を迎える前に、計画的に空調室内機・冷凍機・室外機のフィンを洗浄、日よけを設置
- 冷却設備、空調機を計画的に更新
- 建屋全体の外壁に遮熱塗装を実施
- 空気圧縮装置の排気ダクトを設置し空調負荷を低減
- 製品冷蔵庫と前室の空調をスケジュール運転に
- 照明のLED化



空調設備と照明の更新



空気圧縮装置の排気ダクト設置

容器包装の環境配慮

キューピー

キューピー ドレッシングシリーズで、新たに150mlと260mlサイズを展開するにあたり、ボトルの軽量化が課題でした。軽量化と減圧強度の保持の両立は難しいのですが、資材メーカーの成型機の性能が上がり、従来のボトルより均一な厚さで成型できるようになったことから、資材メーカーと共同で取り組みました。従来の設計方法に比べて、新ボトルは1割以上の軽量化を達成でき、軽量化に関するノウハウを蓄積することができました。

物流における取り組み

キューソー流通システム

キューソー流通システムは環境保全・改善のため、6営業所でISO14001認証を取得しています。また-25度～+25度まで、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両の導入を推進し、共同配送、コンビニ配送の効率化を図っています。2014年度の導入累計台数は66台（前年度比220%）となりました。

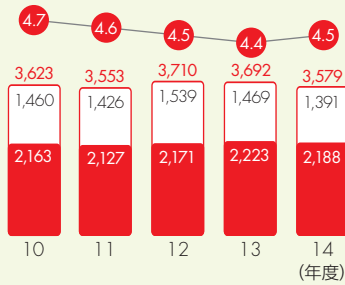
数字で見る環境への影響

※キューピーグループ生産工場の実績です。

CO₂と廃棄物の排出量削減については、2013～2015年度での達成目標を設定しています。

エネルギー使用量

- 燃料(千GJ) ● 電力(千GJ)
- 総使用量原単位(GJ/トン)



エネルギーの熱量換算に用いた係数

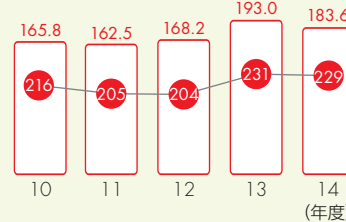
燃料	: エネルギー源別標準発熱量表 (2002年2月 資源エネルギー庁)より
A重油	: 39.1MJ/L
都市ガス(13A)	: 45.9MJ/m ³
LPG	: 100.5MJ/m ³
購入電力	: エネルギーの使用に関する法律施行規則 (2002年12月改正)より 9.83MJ/kWh

実績

2014年度のエネルギー使用量は、熱量換算3,579千GJで前年度比3.1%減少しましたが、生産数量1トン当たりのエネルギー使用量は熱量換算で4.5GJとなり、前年度比2.3%の増加となりました。当年度は、生産現場での「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、省エネルギーを推進しています。

CO₂排出量

- 排出量(千トン-CO₂)
- 排出量原単位(kg-CO₂/トン)



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)および、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-CO ₂ /kWh
	: 2013年度から 0.491kg-CO ₂ /kWh
A重油	: 2.710kg-CO ₂ /L
都市ガス(13A)	: 2.188kg-CO ₂ /m ³
LPG	: 6.007kg-CO ₂ /m ³

目標値

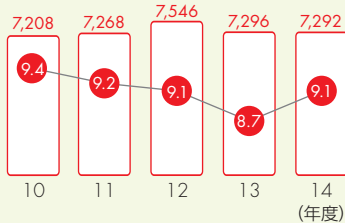
2015年度までに2012年度対比で原単位4.5%の削減

実績

CO₂排出量削減のため、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。2014年度のエネルギー使用に伴うCO₂排出量は、総量183.6千トンで前年度比4.9%減少、生産数量1トン当たりのCO₂排出量(原単位)は229kgで、前年度比0.9%減少しました。

水使用量

- 使用量(千m³)
- 使用量原単位(m³/トン)

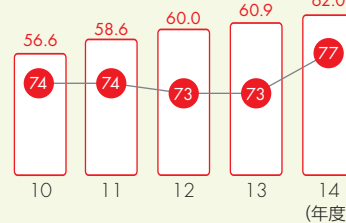


実績

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。2014年度の水の使用量は7,292千m³で前年度比0.1%減少、生産数量1トン当たりの水使用量は9.1m³で、前年度比4.6%の増加となりました。

廃棄物排出量*

- 排出量(千トン)
- 排出量原単位(kg/トン)



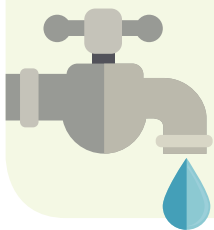
*卵殻粉などグループ内で再資源化している副産物を除く

目標値

2015年度までに2012年度対比で原単位5%の削減

実績

2014年度の廃棄物排出量は62千トン。生産数量1トン当たりの廃棄物排出量(原単位)は77kg/トンで、前年度より5.5%増加しました。製造工程の見直しによる歩留まりの改善などを通して、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。



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「地域社会との、よりよい共生に努めます。」という姿勢を大切にしています。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。



NGO・NPOの活動報告会で社会的課題を意識する

仙川キューポートでは、従業員が社会的な課題を知るきっかけづくりとして、マッチングギフト「QPeace」で支援している団体を中心に、活動報告会を実施しています。

2014年は、音楽を通して障害者の自立を支援する団体、エイズで親を失った子どもの自立とエイズの予防を進める団体、児童買春の撲滅をめざす団体にご来社いただき、活動に至った経緯や実際の活動の成果などをお話しいただきました。

参加した従業員からは「普段の生活では意識することのない社会的な課題を知ることができた」という感想もあり、社会的課題解決を身近に感じる機会となりました。

売店にNGO・NPOコーナーを常設

仙川キューポート内の従業員用売店では、NGO・NPOが取り扱っているフェアトレード商品が販売されています。左記の活動報告会と併せてフェアトレード商品の販売は、NGOやNPOへの支援と、従業員の社会的課題への意識付けにつながっています。



仙川キューポート

グループで街の美化に貢献

キューピーあい

キューピーグループ各社では、さまざまな地域で、街の美化活動を行っています。

特例子会社のキューピーあいでは、お世話になっている地域（東京都町田市、京王線多摩境駅周辺）の美化のために、「多摩ピカ」と銘打った清掃活動を行っています。活動にはキューピーあいの従業員のほか、グループ会社のケイ・システムの従業員も加わり、回を重ねるごとに参加者が増えています。



イースターイベントで街を活性化

キューピー 神戸営業所

キューピー 神戸営業所は、街の活性化をめざしたお祭り「いたみイースターまつり」(2014年4月7日～20日開催)に参加しました。期間中、伊丹市内商店街の飲食店・小売り店舗で、イースターメニューの飲食・購入によるスタンプラリーを実施し、最終日の4月20日にイースターイベントを開催しました。前年、私たちが商店街の飲食店の若手経営者に当イベントを提案し、街を盛り上げることに共感いただき、今回で2回目の開催となりました。

前年の飲食店の参加は12店舗でしたが、今回は35店舗に拡大。さらに市内のスーパー8店舗が連携しました。また、大阪支店・伊丹工場・グループ各社のメンバーも、35店舗の飲食店を訪問。グループ全体で300名以上が伊丹市内を回遊して、飲食店を盛り上げました。最終日のイースターイベントでは、小雨にもかかわらず500人以上が来場し、キューピーグループ・行政・商店街・飲食店・小売り店が一体となって街を活性化



するイベントになりました。

イースターに合わせて街を活性化する動きは、本社事務所のある東京都調布市仙川町でも行っています。





マヨテラスでの対話を通じて お客様との絆をより強くしていきます。

●あらゆる年代の方が楽しく学べる施設づくり

2014年6月のオープン以降、マヨテラスは連日、年齢・男女問わず多くのお客様にご来場いただいています。コミュニケーターと呼ばれるメンバー8名が、企画から運営までの一連を担当しています。ツアーでは、キューピーの歴史、キューピー マヨネーズの特長に加え、私たちのものづくりへの姿勢や想いをお伝えしています。「2度、3度来ても楽しめる」をコンセプトにし、コミュニケーターがそれぞれ工夫してアテンドしています。今日出会ったお客様が、キューピーファンになっていただけるか否かは、私たちにかかっていると思い、とても責任を感じながら毎回のアテンドに臨んでいます。また見学者の年代によって、トピックもアレンジしています。例えばマヨネーズの説明では、小学生には酸素を通しにくいパッケージの工夫を話したり、シニア世代には、カロリーやコレステロールなどの話をします。品質の説明では、原料の配合を間違えないために

開発された独自のシステムをゲームで理解できるようにしています。また通常のツアーに加え、他部署やグループ会社と協力してイベントなども実施し、お客様にさまざまな食の情報を提供しています。



池田 律子
キューピー
CSR部

●キューピー マヨネーズが輝き続ける 100周年をめざして

完全予約制かつフルアテンドのスタイルにしたのは、お客様とのコミュニケーションを大切に、できるだけ多くのお客様にご満足いただくことを目的としているからです。10年後にキューピー マヨネーズは発売100周年を迎えます。100周年を迎えた時に、キューピー マヨネーズがもっと輝く存在になっていることを願っています。そのために、企画の充実、アテンドスキルの上昇を図り、キューピーファンづくりに努めていきたいと考えています。



マヨテラス





私たちは、倫理行動規範において、お取引先との関係について以下のように定めています。

「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。

キユーピーグループにとって、原料や資材を提供して下さる調達先の皆様は大切なパートナーです。また、商品を販売して下さる販売先の皆様のご協力も欠かせません。私たちは、お取引先と適切なコミュニケーションを図ることで信頼関係を築き、安全でおいしい食生活の推進を通して、ともに成長できる関係をめざしています。

● お取引先、支店・工場が協働でイベントを開催

キユーピーの各支店・営業所は、子どもたちに「食べることの大切さ、楽しさ」を伝えるため、お取引先の量販店様と協働で、夏休みを利用した「親子工場見学会」などを実施しています。

2014年も名古屋支店で、お取引先7社とタイアップし、400名のお客様を挙母工場へご招待しました。全国の支店・工場と同様の活動を進めています。また大阪支店は、伊丹工場と協働で、一般のお客様を工場にご招待し、イースター料理を紹介しています。2014年に引き続き、2015年も多くのお客様にイースター料理を楽しんでいただけました。



● 生産農家とともに環境活動も推進

原料を提供して下さる調達先と協働で取り組んでいる事例として、グループ会社のサラダクラブでは、工場が発生する野菜の未利用部位を社外でたい肥にしています。このたい肥を利用している

近隣の生産者と契約して、パッケージサラダの原料である野菜を購入し、その野菜を使用することで、資源を循環させる取り組みを進めています。

キューピーグループでは、グループ間の相互理解を深め、「正直・誠実」を基本にチームワークを大切に、日々の業務に取り組んでいます。

●グループ従業員の一体感を生む「わくわく活動合同発表会」

キューピーグループでは、日頃の業務の改善活動の成果を発表する「わくわく活動合同発表会」を毎年開催し、2014年で32回を数えます。これまで、国内の事業所を対象に実施してきましたが、2012年からは中国で、そして2014年は東南アジアでも大会が開催されました。東南アジアの大会では、タイ、マレーシア、ベトナムから5チームが参加して、

物流に対する新しいアイデアの創出などについて発表がありました。

国や事業を超えた従業員同士の交流はもちろん、仕事のヒントをつかみ取ったり、グループとしての一体感を感じ、感動を分かち合い、刺激を受け合うことのできる会となりました。



●イベントを通じてお互いの事業について分かり合うキューポートコミュニティ

2013年10月に入居が始まった仙川キューポートは、キューピーグループ17の事業所が集まった研究開発・オフィス複合施設です。

グループ各社のシナジー効果を発揮するために、入居する事業所の従業員がお互いの仕事の理解を深めるイベントを開催しています。例えば、月ごとに開催する各事業所の紹介や、新商品の試食会などを従業員主導で進めています。また、イースターやハ

ロウィンなどの時期にもイベントを開催して、楽しみながら従業員同士の交流を図っています。





海外のグループ会社も地域社会とのよりよい共生に努め、環境保全活動や社会貢献活動に取り組んでいます。

タイ

KEWPIE (THAILAND) CO., LTD.

- 近隣の小学校の食堂整備
(食堂の改築・水道水の整備など)
- ◆ 植林活動
- 合併会社 サハグループの募金活動に参加
- 老人ホームや孤児院などに商品を寄付
- タイのこどもの日に地域の子どもに商品を寄付
- 障害者雇用



マレーシア

KEWPIE MALAYSIA SDN. BHD.

- 従業員・家族のロイヤリティを高めるため、2014年から従業員工場見学会を実施
(2回/3カ月)
- イオンのショッピングセンターにて、2014年からマヨネーズ実演教室を開催(1回/2カ月)

米国

HENNINGSEN FOODS, INC.

- 工場近隣で開催されたお祭りのスポンサー
(オムレツ用卵を寄付、バーベキュー主催)
- 地元の商工会議所、図書館、新聞社、消防署などへの寄付
- ◆ 地元のゴミ焼却所から発生するメタンガスをボイラー燃料として利用
- ◆ 工場のパレット、カーターのリサイクル

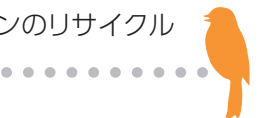
中国

杭州丘比食品有限公司

- 公立小学校で授業の一環として、親子料理教室を実施
- 工場見学(2014年見学者1,326名、うち6割が学生)

北京丘比食品有限公司





- 工場見学
- 食育の講習会(幼稚園、小学校)
- 中国のこどもの日の料理コンテスト
- インターネットによる料理コンテスト
- ◆ 廃棄物の再利用、節水
- ◆ 省エネ
- ◆ 原料、資材の国産化



- 社会貢献活動
- ◆ 環境保全活動

2014年度の主な取り組み/2015年度の目標

キューピーと地球環境

活動項目	2014年度の主な取り組み	対象 (キューピー本社、 グループ)	2015年度の目標 (空欄は設定なし)
 地球温暖化防止			
CO ₂ 排出量の削減	ボイラー燃料を重油からガスに切り替え	グループ	2012年度対比原単位4.5%削減
物流でのCO ₂ 削減	生産拠点の見直しによる輸送距離の削減	キューピー本社	
省エネルギーの推進	<ul style="list-style-type: none"> ・QCD(品質、コスト、納期)改善と省エネの両立を目的とした、品質・エネルギーデータの収集・監視可能なソフトウェア「環境あんどん」の導入 ・生産ラインの稼働率向上 ・製造効率を上げて無駄をなくす ・焼成機、冷蔵庫などの熱、冷熱の漏れ対策 ・照明のLED化 	グループ	全国マヨネーズ・ドレッシング類協会の自主目標の範囲の中で活動
 廃棄物の削減と節水			
廃棄物排出量の削減	工場での歩留まり向上	グループ	2012年度対比原単位5%削減
再資源化の推進	分別の徹底による資源化	グループ	単純焼却、埋め立て処分ゼロ
水の効率的活用	循環利用の推進	グループ	
水質汚染防止活動	排水処理設備の安定稼働と流出防止	グループ	
 包装容器の改善	PETボトルの軽量化	キューピー本社	業界で自主行動目標を定め活動
 環境コミュニケーション	地域の中学生へ環境学習の実施	グループ	

キューピーと社会

活動項目	2014年度の主な取り組み	対象 (キューピー本社、 グループ)	目的
 お客様とのかかわり			
食にかかわる活動	工場広報担当者研修	キューピー本社	工場見学担当者の案内スキル向上
	マヨテラス研修	キューピー本社	マヨテラス担当者の案内スキル向上
	幼児向け絵本の発行	キューピー本社	子どもたちが野菜に親しみをおぼえ、食卓の楽しさを感じてくれること
	食をテーマにした講演会の実施	キューピー本社	食生活と健康についての正しい情報の提供
	家族でわくわくクッキング	キューピー本社	家族の「会話もごちそう」になる食卓づくりの提案
	マヨネーズ教室	キューピー本社	子どもたちに食べる楽しさと大切さを伝える
	キューピーニュースの発行	キューピー本社	食に関する正しい情報の提供
地域社会での活動	清掃活動	グループ	事業所がお世話になっている地域へのお礼
	食にかかわるイベントの実施	グループ	商店街との協働による街の活性化
	キューピーの森活動	グループ	森林の保全活動を通じて、社会的課題に目を向ける従業員の育成
	敷地内保育園の開設	キューピー本社	子育て中の従業員の支援と地域の子育て世代の支援
 株主・投資家とのかかわり	投資家向け説明会など	キューピー本社	会社の経営方針への理解を深めていただく
	投資家向け工場見学会	キューピー本社	株主の方とコミュニケーションを図り、ご意見を頂戴する
 お取引先とのかかわり	イースターに関するイベントの実施	キューピー本社	イースターにかかわるメニュー提案
 従業員とのかかわり	研修の実施	グループ	従業員のスキル・知識のアップ
	e-ラーニングによる学習機会の提供	グループ	従業員のスキル・知識のアップ
	従業員意識調査	グループ	従業員の意識と課題の把握
	グループ合同会社説明会	グループ	採用方針・プロセスの共有化、説明会運営の効率化

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。

キューピーは1919年の創業以来、日本初のマヨネーズやドレッシング、パスタソースなどを生み出してきました。創業時から受け継ぐ「良い商品は良い原料からしか生まれぬ」というものづくりの考え方のもと、絶え間ない研究開発を通して培われてきた技術力で、皆様の食卓を彩る多様な商品を展開しています。おいしさ、やさしさはもちろんのこと、キューピーならではのユニークさにさらに磨きをかけ、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。

キューピー
グループの

6
事業



調味料事業

マヨネーズやドレッシングなどの商品を擁するコア事業です。原料にこだわり創意工夫を重ね、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しています。今までにない技術の創出で、卵の活躍の場を広げています。

サラダ・惣菜事業

おいしくて便利なサラダや惣菜を提供しています。品質管理などグループの技術力を結集して、お客様の健康で楽しい食生活を応援しています。

加工食品事業

素材加工技術、加熱殺菌技術を生かし、スイートコーン、ミートソースなど日本初の缶詰商品を誕生させました。育児食・介護食など、幅広い世代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

卵の有用成分を活用した事業です。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

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、食品の「安全・安心」を支える高品位の物流サービスを展開しています。

キューピーについて

(2014年11月30日現在)

商 号： キューピー株式会社

設 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： 2,549人(連結:12,933人)

この冊子は、キューピーグループの2014年度(2013年12月～2014年11月末)における社会・環境に関する主な活動をまとめたものです(一部2015年度の活動を含みます)。

より詳しい情報は、ホームページよりご覧いただけます。

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



愛は食卓にある。



この冊子に関するお問い合わせ
キューピー株式会社 CSR部
E-mail:kewpie@kewpie.co.jp