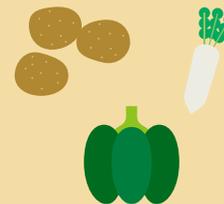
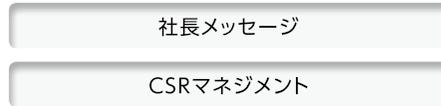


愛は食卓にある。



キューピーグループ 社会・環境報告書 2016





目次

企業情報	02
------	----

社長メッセージ	05
---------	----

キューピーグループの理念	07
--------------	----

特集	09
----	----

「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」で
地域との絆を深化
食育を通じた社会貢献

CSRマネジメント	12
-----------	----

コーポレート・ガバナンス	12
--------------	----

ステークホルダーとの対話	14
--------------	----

活動報告	15
------	----

「めざす姿」 世界の食と健康に貢献していくために	16
-----------------------------	----

「姿勢」 お客様とのコミュニケーション	22
------------------------	----

「行動規範」に基づいた活動 品質第一主義	26
-------------------------	----

ダイバーシティの推進	29
------------	----

食育を中心とした社会貢献	32
--------------	----

地球環境への貢献	36
----------	----

新たな挑戦	47
-------	----

「倫理規範」に基づいた活動 法令の遵守	49
------------------------	----

人権の尊重	51
-------	----

公正・健全な企業活動	53
------------	----

情報セキュリティの徹底	57
-------------	----

反社会的勢力への対応	58
------------	----

編集方針

●基本的な考え方

「キューピーグループ社会・環境報告書」は、ステークホルダーの皆様から最も信頼していただける企業をめざし、誠実に透明性をもって、企業姿勢や活動をご報告しています。

2016年版では、2016年1月に改定した「グループ理念」の「めざす姿」、「姿勢」とともに、「グループ規範」の「倫理規範」「行動規範」に沿って活動を整理し報告しています。

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。

●レポートのプロフィール

対象期間： 2015年度(2014年12月1日から2015年11月30日)を中心に作成

対象組織： キューピー株式会社および連結子会社・持分法適用会社 合計58社

報告サイクル： 年次報告として毎年発行

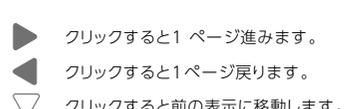
発行： 2016年6月(次回：2017年6月予定)

使い方 各ページにカテゴリータブ、ナビゲーションボタン、リンクボタンを設け、ページ間を容易に移動できるようにしました。

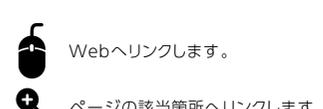
●カテゴリータブ



●ナビゲーションボタン



●リンクボタン



お問い合わせ

キューピー株式会社 CSR部 社会・環境チーム
東京都渋谷区渋谷1-4-13

Tel: 03-3486-3052 Fax: 03-3486-6151





目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

企業情報

会社概要

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。

キューピーは1919年に創業。1925年に日本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日本初の商品を世に送り出してきました。

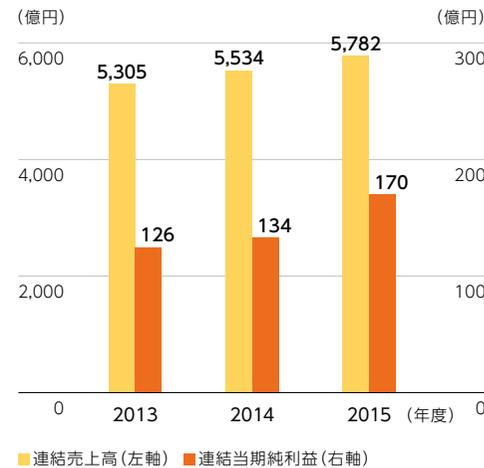
その歴史の中で培った技術力により、食品にとどまらず医薬品・化粧品原料まで、国内外の幅広いお客様に商品を提供しています。

商号	キューピー株式会社
設立	1919年11月
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	3,483人(連結 24,997人)(平均臨時雇用者含む)

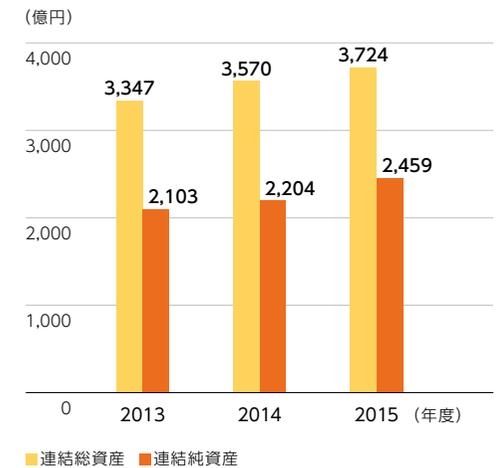
- 事業内容
- ① 「マヨネーズソース」その他一般ソース類の製造販売
 - ② 各種瓶缶詰食料品その他各種食料品の製造販売
 - ③ 食品添加物の製造販売
 - ④ 医薬原料、医薬品、医薬部外品、化粧品、その他化学製品の製造販売
 - ⑤ 飼料、肥料の製造販売
 - ⑥ 食料品および医薬品の製造用機器その他各種機器の製造販売およびこれらに附帯するエンジニアリング業務
 - ⑦ 管工事業、機械器具設置工事業、建築工事業および電気工事業
 - ⑧ 建築の設計、施工、監理およびコンサルティング業務
 - ⑨ 不動産の賃貸
 - ⑩ 食料品加工用設備の運転および管理
 - ⑪ 工場・店舗の総合清掃、警備および保安管理業務
 - ⑫ 農畜産業の経営
 - ⑬ 前各号に附帯する一切の業務

※ 2015年11月30日現在

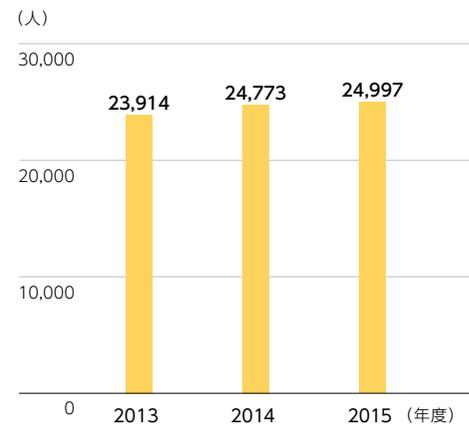
連結売上高／連結当期純利益



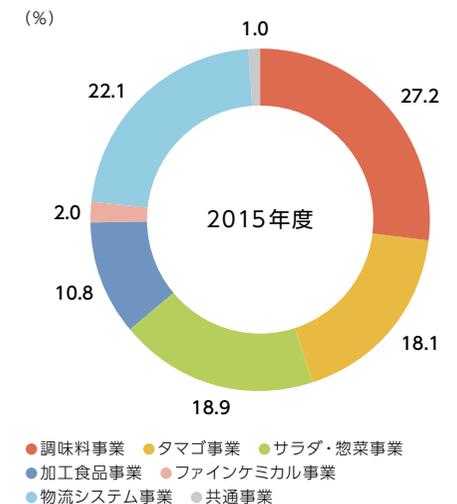
連結総資産／連結純資産



連結従業員数 (平均臨時雇用者含む)



連結事業別売上高構成比





目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

キューピーグループの6つの事業

▶ 企業情報

調味料事業



調味料事業は、主にマヨネーズとドレッシングにより構成されており、6つの事業の中で中核となる事業です。

家庭用から業務用まで、幅広くお客様のニーズをとらえた商品開発やメニュー提案を、国内だけではなく中国や東南アジアを中心とした海外でも行い、グループの成長を牽引しています。

タマゴ事業



キューピーグループが年間に扱う鶏卵は約25万トン。国内で生産される鶏卵の約10%を取り扱っています。全国各地から安定的に調達した鶏卵を、国内にある36の工場で液卵などに加工し、自社のマヨネーズのほか、パン・菓子などのさまざまな食品の原料として食品メーカーへ販売しています。

また、液卵などを凍結させたりスクランブルエッグなどに調理加工して、ホテルやレストランをはじめとする外食産業などへ販売しています。

サラダ・惣菜事業



少子高齢化や女性の社会進出、単身世帯の増加などを背景に、中食市場の伸張が続いており、カット野菜(パッケージサラダなど)や惣菜(サラダや煮物など)の需要が拡大しています。

現在、全国28カ所の生産拠点にて鮮度や地域性を重視した商品の製造を行い、全国のスーパーマーケットやコンビニエンスストア向けだけではなく、宅配ルートや外食産業への販売も行っています。

加工食品事業



ジャムやパスタソースをはじめ、育児食(ベビーフード)や介護食などのヘルスケア商品を展開している加工食品事業は、赤ちゃんからお年寄りまで、それぞれの世代の食に貢献していきます。

例えば、噛む力や飲み込む力が弱くなった方でも召し上がることができる日本初の家庭用介護食など、ユニークな商品をお届けするとともに、技術を活かした付加価値品の提供をめざしています。

ファインケミカル事業



ファインケミカル事業は、ヒアルロン酸、医薬用EPA(イコサペント酸エチル)、卵成分(卵黄レシチンなど)の3つを柱に、食品・化粧品・医薬品の原料として加工メーカーへ販売しています。

キューピーのヒアルロン酸は国内で唯一、鶏冠抽出法と微生物発酵法の2つの製法で生産しており、独自の分子量コントロール技術などにより、幅広くお客様のニーズに応えています。

物流システム事業



食品物流専門の株式会社キューソー流通システム(2004年東証一部上場)を中心に、食品の特性に合わせた常温・定温・冷蔵・冷凍の4温度帯で、品質や鮮度を守り抜く物流システムを整え、食品の安全・安心を支える高品位な物流サービスの提供を続けています。

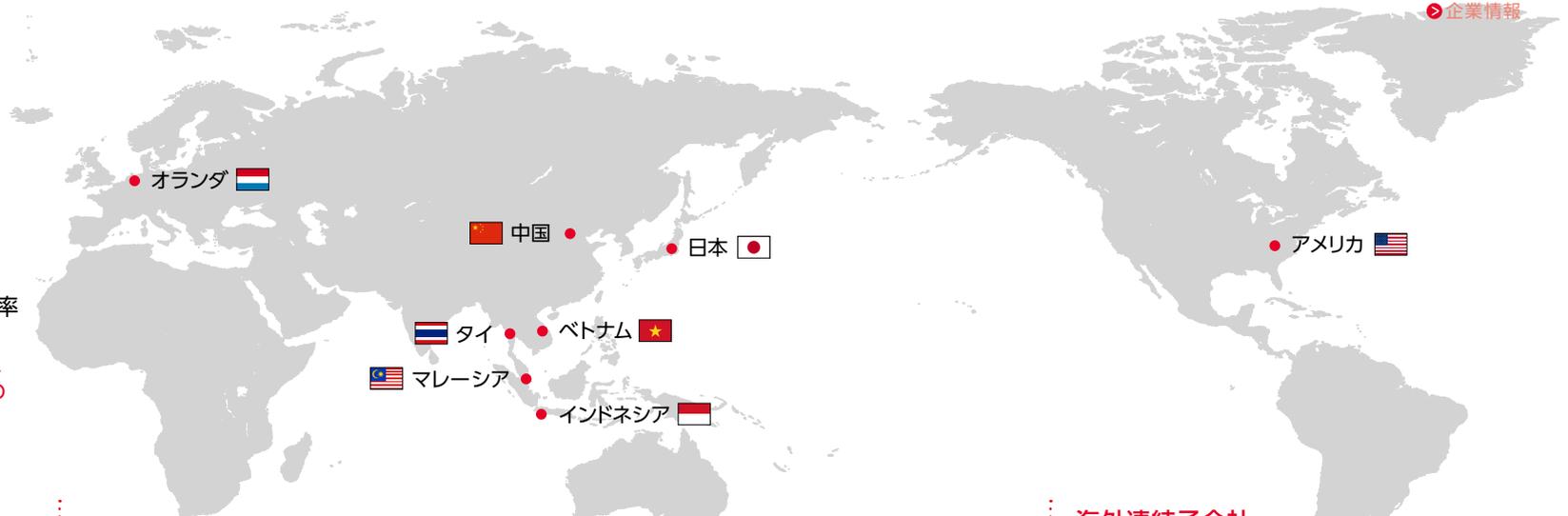
全国に広がる物流拠点や輸配送網などにより、食品市場を支えています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

グループネットワーク

●国内 **47社** ●海外 **11社**
 ●事業展開国 **8カ国** ●海外売上高比率 **6.7%**



国内連結子会社

調味料事業

- ・キューピー醸造株式会社
- ・株式会社ケイパック
- ・株式会社サラダメイト
- ・株式会社ディスペンパックジャパン
- ・株式会社デフト
- ・富士吉田キューピー株式会社

タマゴ事業

- ・株式会社カナエフーズ
- ・株式会社キューピーエッグワールド
- ・トレーディング
- ・キューピータマゴ株式会社
- ・株式会社全農・キューピー・エッグステーション

サラダ・惣菜事業

- ・株式会社イシカリデリカ
- ・株式会社遠州デリカ
- ・株式会社キタカミデリカ

- ・株式会社グリーンメッセージ
- ・株式会社グルメリカ
- ・株式会社サラダクラブ
- ・株式会社旬菜デリ
- ・株式会社セトデリカ
- ・デリア食品株式会社
- ・株式会社トスデリカ
- ・株式会社ハンシンデリカ
- ・株式会社ポテトデリカ

加工食品事業

- ・アラハタ株式会社
- ・コープ食品株式会社
- ・光和デリカ株式会社
- ・鳥栖キューピー株式会社
- ・階上キューピー株式会社

ファインケミカル事業

- ・株式会社トウ・キューピー

物流システム事業

- ・株式会社エスワイプロモーション
- ・エム物流株式会社
- ・大阪サンエー物流株式会社
- ・キューソーサービス株式会社
- ・キューソーティス株式会社
- ・株式会社キューソー流通システム
- ・ケイ物流株式会社
- ・株式会社サンエー物流
- ・株式会社サンファミリー
- ・ワイシステム株式会社

共通事業

- ・株式会社キューピーあい
- ・株式会社ケイ・エスエス
- ・ケイ・システム株式会社
- ・三英食品販売株式会社
- ・株式会社芝製作所

海外連結子会社

調味料事業

- ・北京丘比食品有限公司
- ・杭州丘比食品有限公司
- ・南通丘比食品有限公司
- ・PT. KEWPIE INDONESIA
- ・KEWPIE (THAILAND) CO., LTD.
- ・KEWPIE MALAYSIA SDN. BHD.
- ・KEWPIE VIETNAM CO., LTD.
- ・Q&B FOODS, INC.

タマゴ事業

- ・HENNINGSEN FOODS, INC.
- ・HENNINGSEN FOODS, NETHERLANDS INC.

共通事業

- ・KIFUKI U.S.A. CO., INC.



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

社長メッセージ



“ キューピーグループらしい活動で社会・地域とのより良い共生とともに、食を通じた人々の健康に貢献していきます。 ”

「キューピーグループの理念」の見直し

100周年の先を見据えた成長のために

国内食品市場の成熟化が進み、社会環境も大きく変化する中、キューピーのグループ経営の本格化を図るため、2006年に「キューピーグループ経営理念」を制定しました。その後も激しく変化する環境の中、新たな中期経営計画を機に2019年に迎える創立100周年とその先の未来を見据えて、私たちのめざす姿や将来への想いと志をより一層明確にするため、理念体系の見直しを行いました。

また、創始者である中島董一郎が大切にしていた『世の中は存外公平なものである』という教えを、あらためて私たちも大切に継承していく教えとして明確に位置づけました。

「めざす姿」は、事業領域の拡大に伴い、『おいしさ・やさしさ・ユニークさ』をもって国内と海外を舞台に成長し、食を通じて世界に貢献していくキューピーグループの意志を明確にしました。

「グループ理念」・「グループ規範」とCSRの推進

理念の実践で、社会へ貢献する

社是の『楽業偕悦』には、仲間とともに仕事(業)を楽しみ、その喜びをとも(偕)にする、という意味が込められています。“仲間”の視点を社会にまで広げて考えると、より良い企業市民として社会・地域の中で社会的責任を果たし貢献していくことが『楽業偕悦』の実践であるといえます。

「行動規範」にも掲げている『食育を中心とした社会貢献』を積極的に推進するなどキューピーグループらしい活動で社会・地域とのより良い共生とともに、食を通じた人々の健康に貢献していきます。

また、私たちの事業活動は自然の恵みによって支えられています。「めざす姿」にある『おいしさ・やさしさ・ユニークさ』の“やさしさ”とは、そうした身の周りの恵みに感謝しようという気持ちを表しています。自然の恵みに感謝し、資源の有効活用と環境保全に真摯に取り組むことで、持続可能な社会を次世代へつなぎます。

こうした社会貢献、地球環境への貢献を通して、キューピーグループの社会性を高め、より信頼されるグループをめざします。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

▶ 社長メッセージ

新たな中期経営計画 事業展開とCSRの関わり

グループの社会性向上をめざす

2016年度から始まる新たな中期経営計画では「グループ協働」をテーマに、グループ経営により磨きをかけます。お客様の声をしっかりと聴き取り、今まで以上にお客様の要望に向き合って、商品の改良や育成・サービスの向上に活かしていきます。そのような商品やサービスを、グループの強みである内食・中食・外食の幅広い販売をクロスすることにより、お客様のライフスタイルに合わせ提供していきます。グループの力を結集し最大にして、お客様に価値と感動をお届けできるグループへ成長していきます。

一方で、深刻化する気候変動を抑制するために、地球規模での取り組みが不可欠となってきています。世界の食と健康に貢献することをめざすキューピーグループにとって、グローバルな視点からも企業の社会的責任(CSR)を果たしていくことが求められています。

私たちは、「行動規範」に『地球環境への貢献』を掲げ、先に述べた『食育を中心とした社会貢献』と併せ、従業員一人ひとりの高い参画意識とともに、国や地域、それぞれの特徴やニーズに合わせた「環境と社会課題」の一体的な解決に向けて、キューピーグループらしいユニークな活動に取り組んでいきます。

グループの力を最大化し、お客様に価値と感動をお届けする



グループのユニークさの発揮と創造

キューピー株式会社
代表取締役 社長執行役員

三宅 峰三郎



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

キューピーグループの理念

2016年1月、キューピーグループは「グループ理念体系」を改定しました。さまざまに変化する社会環境の中、2019年の創立100周年を超えた未来の発展を見据え、「未来に向けて一層発展していくために」「さらに想いと志を継承していくために」「グループ全体でより共有していくために」という目的のもと、新しい理念体系へと移行しました。

キューピーグループの理念

社 是

楽業偕悦

社 訓

- 道義を重んずること
- 創意工夫に努めること
- 親を大切にすること

(大切にしている教え)『世の中は存外公平なものである』

創始者中島董一郎は若き日に「世の中は横着者やずるい者が得をするように見えることもあるが、長い目でみると誠実で真面目に努力する人が認められるもの」という主旨の文章に出会い、深い感銘を受けました。以来、生涯を通じて「世の中は存外公平なもの」と信じ、どのような困難にあっても「何が本当か、何が正しいか」を判断基準に創意工夫に努め、お世話になった方々への感謝の心を大切に続けました。1992年迄は社訓の一つでもあったこの言葉を、私たちは今も大切な教えとして継承しています。

め ざ す 姿

私たちは
「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」をもって
世界の食と健康に貢献するグループをめざします

姿 勢

グループ規範を遵守し、
お客様をはじめとしたステークホルダーの皆様から
最も信頼していただけるよう努めます

社是・社訓について

創始者の中島董一郎は、仕事の基本的な考え方について次のように語っていました。「志を同じくする人と業を楽しんで悦びをともしにする、そこに仕事のやりがいがあると思います。まず心がけなければならないのは、道義を重んずること。つまり目先の損得ではなく、何が本当か、正しいかということの判断の基準にすることです。しかし、それだけでは目的を実現することはできません。そこで次に大切なのは創意工夫です。世の中は存外公平なものであり、もし公平でないと感じるものがあれば、道義を重んずることに問題はなかったか、創意工夫に欠けていたからではないかと反省をしてみてください。そしてもうひとつ、親孝行をしてください。わが子を思う親の気持ちをありがたく感じ、それに報いようとする気持ちが親孝行です。したがって親孝行のできる人とは、人の好意をありがたく感じ、それに報いることのできる人です。そういう人の周囲には、また好意を持って接してくれる人が集まり、その会社はおのずから発展するはずで。私たちは中島董一郎の仕事に対するこうした考えを、誇りを持って社風として受け継いでいます。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

▶ [キューピーグループの理念](#)

グループ規範

キューピーグループは、社是社訓を基本とした理念のもと、私たちの活動を支えていただいているお客様、従業員、株主・投資家、取引先、地域社会などのステークホルダーの皆様から、最も信頼していただけるよう私たちの姿勢を「グループ規範」として表しています。

グループ規範の心を一人ひとりの従業員が理解して誠実に遵守していくことは、企業としての一層の透明性とお客様からの信頼につながるものと考えています。

倫理規範

(より良い企業市民として守っていくべきこと)

法令の遵守

私たちは、国内外の各種法令、社会的な規範、そして社内規程を遵守し、高い倫理観を持って企業活動を行います。

人権の尊重

私たちは、人権を尊重し、人種・国籍・宗教・性別・年齢・心身障害等による差別やハラスメント行為を決して行いません。

公正・健全な企業活動

私たちは、公正・自由な競争を行うとともに、お取引先や株主・投資家、行政・政治に対して透明で健全な関係を築きます。

情報セキュリティの徹底

私たちは、お客様・従業員の個人情報やお取引先の機密情報を大切に取り扱い、不正な開示・使用を行いません。

反社会的勢力への対応

私たちは、社会的秩序を乱し脅威を与える反社会的勢力に対し、断固たる行動をとり、一切の関係を遮断します。

行動規範

(キューピーグループらしさを高めるために推進すること)

品質第一主義

私たちは、品質を最優先に安全・安心な商品をはじめ、すべての活動の質を高め、お客様の信頼にお応えします。

ダイバーシティの推進

私たちは、世界で働く従業員一人ひとりの個性や成長する意欲を尊重し、能力が最大限に発揮できるよう努めます。

食育を中心とした社会貢献

私たちは、食育を中心とした社会貢献活動を積極的に行うことで、社会・地域とのより良い共生を図るとともに、食を通じた人々の健康に貢献します。

地球環境への貢献

私たちは、自然の恵みに感謝し、資源の有効活用と環境保全に真摯に取り組むことで、持続可能な社会を次世代へつなぎます。

新たな挑戦

私たちは、前向きな失敗に学びながら、新たな挑戦を続けることで、会社と個人の成長を実現します。

愛は食卓にある。



目次

企業情報

特集

社長メッセージ

キューピーグループの理念

CSRマネジメント

活動報告

特集

「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」で地域との絆を深化
食育を通じた社会貢献



◀ マヨネーズ教室



◀ 福島県産野菜料理コンテスト



“「マヨネーズ教室」を起点に、地域の食文化の創出にまで貢献する。Smileリレーは食育の新たな可能性を開拓するものです。”

キューピー株式会社
仙台支店 郡山営業所 所長
新谷 昭人

START プロローグ 新たな食シーンの創出に向けたプロジェクトが発足

「オープンキッチン」や「マヨネーズ教室」など、食育を通じた社会貢献に取り組むキューピーグループ。食の楽しさや野菜のおいしさを伝えるとともに、地域・社会との共生を図っています。仙台支店 郡山営業所では、わくわく活動(全社的な改善活動)の一環として継続的な食育活動を実施。「Smileリレープロジェクト」と名付けられたこの活動は、食育の新たな可能性を示す事例として、グループ全体に共有されました。

福島県は農業が盛んな地域。もちろん野菜の生産量も多く、2014年産の出荷量で見るときゅうりが全国3位、アスパラガスが全国6位、トマトが全国7位と、わが国の農業生産に大きく貢献しています。2011年、東日本大震災が発生すると、福島県の農業は大きなダメージを被りました。福島県産野菜に対する世間の偏見も生まれ、復興への大きな障壁となったのです。

そこで、仙台支店 郡山営業所では、「福島の食卓に笑顔を取り戻そう!」を社会貢献活動のテーマに掲げ、従来の「マヨネーズ教室」の枠を超え、福島県産野菜の地産地消サイクルの構築と、その先にある「新たな食シーンの創出」までを見据えた、計画的な社会貢献プログラムへの挑戦を開始しました。

まず2011～2013年の3年間をかけて、じっくりと土台づくり。学校給食を軸に継続的な食育活動を実施していき、3年目には福島県全エリアの小学校にまで活動の輪がひろがりました。この大きな成果は、プロジェクトのゴールではありません。「福島の食卓が『笑顔』になる食シーンの創出」をめざした「Smileリレープロジェクト」は、まさにここから始まるのです。

キューピーグループの食育活動(2015年度実績)

- オープンキッチン(全国5工場)とマヨテラスの見学

- マヨネーズ教室(小学校での食育活動)



来場者数

106,837人



参加者数

20,927人

(延べ406校で実施)



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

▶ 特集

1st バトン

福島県産野菜の地産地消サイクルをつくり出す



「Smileリレープロジェクト」は、郡山営業所のメンバーの創意工夫と、地域への感謝の気持ちを込めた、これまでにない取り組みでした。その特徴は、2014～2016年の3年間でそれぞれの年度目標を立て、マヨネーズ教室を起点に「子どもたちの笑顔」「地域の笑顔」「グループの笑顔」とまさにリレーのようにスマイルをつなげていくという、壮大なものでした。

1年目となる2014年。郡山営業所のメンバーが福島県二本松のきゅうり農園を訪れ、まず自分たちが野菜づくりを体験することから始めました。生産者の方たちとつながり、野菜栽培の現場を知ること、小学校での食育活動も一層深みが増します。結果、子どもたちの地元野菜に対する興味も強まり、少しずつ地産地消のサイクルができあがってきました。

郡山営業所のメンバーときゅうり農園をつないでくれたのは、JA全農福島の職員の方々。この出会いが、Smileリレーの次のバトンとなるのです。



2nd バトン

サイクルがまわる。ひろがる。さらに“つながる”



2015年5月1日。地元の有力紙である福島民報に、ある記事が掲載されました。見出しは「キュウリの観察日記付けて」。この記事こそ、Smileリレーの活動のひろがり、地産地消サイクルの進化を世に伝えるものでした。

2年目の活動テーマは、サイクルの拡大・定着と、スマイルを子どもたちから地域へとひろげること。その実現には、他企業との協働による波及効果の拡大が不可欠でした。そこで、福島県産野菜の普及をめざしたJA全農福島の食育活動と、「マヨネーズ教室」の協働が始まります。小学校にきゅうりの苗をお届けし、子どもたちが育て、収穫した野菜を手づくりマヨネーズで食べる。食材への感謝の気持ちと、福島県産野菜への愛着を同時に育むこの企画には、福島県内39校の小学校が参加し、地元新聞をはじめ、福島テレビでも紹介されるほどでした。

こうした地元メディアとのつながりが次のバトンです。Smileリレーが県内で認知度を高めたことで、志を同じくする地元企業との協働が次々に実現していきます。



わくわく活動とは？

キューピーグループは、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」を毎年実施しています。国内外を12のエリアでわけ、各事業所が取り組んだ改善事例を発表・表彰するもので、活動テーマも生産性の向上からワークライフバランス、食育活動、システム改革や環境対策など、生産から販売までさまざま

です。毎年、海外を含めたグループ会社の改善事例が発表されますが、それらはすべて各事業所が自発的に取り組んだもの。こうした日々の業務における仲間たちの創意工夫が、キューピーグループの品質の源泉です。



▲ 2015年「わくわく活動合同発表会」表彰式



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
 CSRマネジメント

キューピーグループの理念
 活動報告

▶ 特集

3rd パン

新たな食シーンが地域の食文化を生み出す



Smileリレープロジェクト



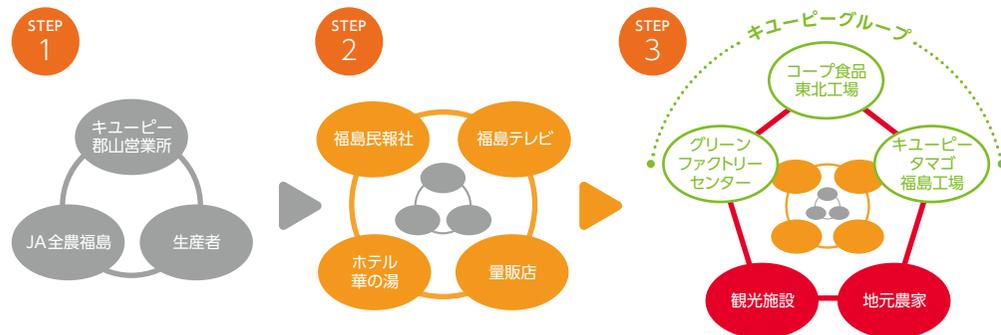
SMILE FOR THE FUTURE

活動を力強く後押ししてくれた福島民報社の紹介により、地元温泉旅館(ホテル華の湯)や量販店とのタイアップが始まりました。「福島県産食材×マヨネーズ」をテーマに多くのメニューが開発され、折しも2015年に始まった「マヨ1グランプリ」(22ページ参照)と連動したことで、地域の人たちと大いに盛り上がる一大イベントに発展したのです。こうして、「新たな食シーンの創出」という目標は、ひとつの到達点に達しました。

サイクルは拡大し、また開始点に戻ります。Smileリレーの最終ランナー「グループの笑顔」の創出に向け、プロジェクトの成果を県内のキューピーグループ(4事業所・278名)のメンバー全員に共有化し、想いをひとつにしたのです。その過程で、グループ社員による「福島県産野菜」×「キューピー マヨネーズ」料理コンテストを開催。新たな「福島の食文化」が提案されるとともに、喜びを共有することでスマイルがつながっていきました。

2016年、プロジェクトはまだ進行中。観光施設や地元農家との協働も予定され、サイクルのさらなる拡大が期待されます。地域とのつながりをひろげることで、ますます社会から必要とされるキューピーグループでありたい。Smileリレーは、食育を通じた社会貢献の可能性を広げていきます。

Smileリレー 「想い」をつなぎ、取り組みの輪が広がる



Message

「笑顔」いっぱいの子どもたちに
 出会っていききたい



JA全農福島 園芸部園芸課
 三浦 恒さん

JA全農福島では、福島県の主力野菜品目である「きゅうり」を使用して、県内の子どもたちに地産地消やきゅうりが持つ効用などを学んでもらうとともに、野菜生産者への感謝の気持ちを育んでもらう「食育活動」を2006年度より実施しています。

一昨年よりキューピー様が子どもたちへの食育活動として「マヨネーズ教室」を展開されていることを教えていただき、子どもたちへの食育活動への想いがJA全農福島の食育活動の方向性と一緒だと共感し、企画タイアップをスタートさせていただきました。昨年、実際にタイアップした小学校での教室に参加させていただき、「きゅうり栽培大作戦」+「マヨネーズ教室」を実施させていただいたことは大変有意義だったと感じています。今後も自分たちで作った野菜(きゅうり)を、手作りしたマヨネーズで食べて「笑顔」いっぱいの子どもたちに出会っていききたいと思いますので、引き続きタイアップをよろしくお願いいたします。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

▶ CSRマネジメント

内部統制・リスク管理

リスクマネジメント委員会

リスクマネジメント基本規程により、全社のリスクに関しては代表取締役 社長執行役員を委員長とするリスクマネジメント委員会に情報を集中し、そのリスクの評価、優先順位などを総括的に管理しています。

コンプライアンス委員会

当社は、コンプライアンス規程を制定し、取締役および従業員が法令・定款および当社の創業の精神やグループの理念を遵守した行動をとるためのグループ規範を定めています。また、その徹底を図るため、コンプライアンス担当取締役がコンプライアンス委員会を統括することで、全社横断的なコンプライアンス体制の整備および問題点の把握に努めるとともに、同委員会を中心にコンプライアンスマニュアルの整備や従業員教育などを行っています。こうした活動はコンプライアンス担当取締役が定期的に取締役会および監査役会に報告しています。

ヘルプライン

コンプライアンス委員会の下に公益通報者保護制度に対応した内部通報体制として、当社監査役、社外の弁護士、第三者機関などを情報受領者としたヘルプラインを設置しています。情報受領者から報告・通報を受けたコンプライアンス委員会はその内容を調査し、違反行為があれば、再発防止策を担当部門と協議のうえ、決定し、処分結果を含めて社内公表するとともに、全社的に再発防止策を実施させます。

情報セキュリティ委員会

情報セキュリティに関しては、会社情報取扱規程、個人情報保護基本規程およびそれらに関する各管理マニュアルを制定し、これらに従って情報の保存・管理を行っています。また、情報セキュリティ委員会を中心に、情報管理に係る従業員教育や各規程などの運用状況の検証、各規程などの見直しを行っています。

内部監査室

品質・環境・安全・労務などの自主監査スタッフと連携し、各部署の日常的なリスク管理状況を監査し、定期的にリスクマネジメント委員会、取締役会、監査役会にリスク管理に関する事項、および社内のリスク管理体制整備の進捗状況を報告します。

経営アドバイザリーボード

当社代表取締役 社長執行役員の諮問機関として設置しています。当社グループの健全性、公正性、透明性を維持、向上させるための助言・提言を受け、意思決定に反映させています。

定例会を年間2回開催し、必要がある場合は随時行います。社外委員として有識者4名と当社の代表取締役 社長執行役員の他、議題に応じて取締役が参加します。また、当社の社外役員もオブザーバー委員として加わっています。

定例会では、各委員の専門分野の見地からのみならず、消費者の視点からも発言いただき、活発な意見交換が行われています。

CSR活動の推進

CSR推進体制

キューピーグループは、広報・CSR本部において2015年、社会・環境推進部をCSR部に改編し、食育と社会・環境活動を推進する体制を整えました。

グループ規範の経営会議での協議

理念体系の見直しにあわせて、新たに位置づけた倫理規範と行動規範からなるグループ規範を実践していくために、経営会議において毎回それぞれの規範を取り上げ、方向性や具体策の協議を行っています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

ステークホルダーとの対話

▶ CSRマネジメント



ステークホルダー

お客様 行動規範のもと、品質を最優先に安全・安心な商品をはじめ、すべての活動の質を高め、お客様の信頼にお応えしていきます。



主な対話の手段(2015年度実績)

- お客様相談室(お客様の声 41,047件/年)
- 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」(会員数9,708人)
- 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」(会員数36,221人)

従業員 倫理規範のもと、人権を尊重し差別やハラスメント行為を行わず、また行動規範のもと、従業員一人ひとりの個性や成長する意欲を尊重するダイバーシティを推進していきます。

- 人事考課を含む面接
- キャリア自己申告(1回/年)
- わくわく活動合同発表会(1回/年)
- 従業員意識調査(2年に1回)
- 役員による事業所訪問(2回/年)
- 労使委員会

株主・投資家 倫理規範のもと、透明で健全な関係を築いていきます。

- 定時株主総会(1回/年)
- アナリスト向け決算説明会(2回/年)
- 株主優待見学会(2回/年、3事業所)

取引先 倫理規範のもと、公正・自由な競争を行うとともに、透明で健全な関係を築いていきます。

- 原材料調達先様への定期・不定期訪問および現場交流会(200回超/年)
- 営業活動を通じた取引先とのコミュニケーション

地域社会 行動規範のもと、食育を中心とした社会貢献活動を積極的に行うことで、社会・地域とのより良い共生を図っていきます。

- オープンキッチン(工場見学)とマヨテラスの見学(106,837人/年)
- マヨネーズ教室(食育活動)(20,927人/年)
- 食をテーマにした講演会(61回/年)
- マッチングギフト制度「QPeace」支援先団体の活動報告会(3回/年)
- 各エリアにおける地域とのコミュニケーション

2015年度の対話

2015年度は、人権に関する社会要請の高まりから、キューピーグループのマッチングギフト制度「QPeace」で寄付支援をしているNGO・NPOを中心に、人権をテーマとした対話を行いました。

2015年7月、認定NPO法人かものはしプロジェクトより、「カンボジア・インドでの子どもが売られる問題について」の講演を行っていただき、従業員約30人が参加しました。2015年9月には、公益社団法人アムネスティ・インターナショナル日本の活動報告会を実施。従業員約60人が参加し、世界の紛争地等で起きている子どもたちの人権課題についてご説明をいただきました。

▶ アムネスティ・インターナショナル 日本 土井陽子さんによる活動報告の様子



▶ かものはしプロジェクト 村田早耶香さんによる講演の様子



目次

企業情報

特集

社長メッセージ

CSRマネジメント

キューピーグループの理念

活動報告



活動報告



「めざす姿」

世界の食と健康に貢献していくために

16

「姿勢」

お客様とのコミュニケーション

22

「行動規範」に基づいた活動

品質第一主義

26

ダイバーシティの推進

29

食育を中心とした社会貢献

32

地球環境への貢献

36

新たな挑戦

47

「倫理規範」に基づいた活動

法令の遵守

49

人権の尊重

51

公正・健全な企業活動

53

情報セキュリティの徹底

57

反社会的勢力への対応

58





目次

企業情報

社長メッセージ

キューピーグループの理念

特集

CSRマネジメント

活動報告

「めざす姿」

世界の食と健康に貢献していくために

キューピーグループのアプローチ>>> 私たちは「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」をもって世界の食と健康に貢献するグループをめざします—— 私たちが描く未来像は、国内においてはキューピーグループの経営資源を駆使したユニークさ溢れる展開で発展し、海外においては国内で培った力を活かして躍動感をもって成長している姿です。それらを通じて国内外のお客様に、キューピーグループならではの食の喜びや楽しさ、そして健康をお届けしていきたいという想いをこめています。それぞれの国のライフスタイルや食の歴史・文化を理解し、寄り添いながら、キューピーグループが持つ「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」によって新しい食べ方や味を提案し、世界中の人々の心と身体の健康に貢献していきます。



商品を通じた健康への取り組み

キューピーは、卵不使用のマヨネーズタイプ調味料「キューピー エッグケア」を新発売しました。キューピーの独自技術により、卵を使用せずにマヨネーズのコクを再現。マヨネーズ同様に、さまざまな料理に利用できます。



サービスを通じた健康への取り組み

外食における野菜不足を解消し、健やかな生活を応援したいという想いから、グルメ情報検索サイトを運営する株式会社ぐるなびと協働し、野菜摂取向上を図る「MOTTO VEGE (モットベジ)」プロジェクトを始動しました。



ノロウイルス不活化製剤の開発

冬場のノロウイルスによる食中毒や感染症の流行が社会問題の一つとなっています。卵白リゾチームの新たな可能性を探る研究から、新機能リゾチームによるノロウイルス不活化効果のある業務用アルコール製剤の開発に成功しました。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

健康への取り組み

世界の食と健康に貢献していくために

健康への考え方

「日本人の体格向上を願い、日本人の味覚に合うおいしい食品を提供したい」という思いから、当時の輸入品と比べて2倍の卵黄を使った栄養価の高いマヨネーズを、1925年に日本で初めて発売しました。これが私たちの事業の原点です。

キューピーグループでは現在、赤ちゃんからお年寄りまでそれぞれの世代の食と健康に貢献するために、アレルギー特定原材料等を使用しない育児食、噛む力や飲み込む力が弱くなった方への国内初の家庭用介護食、健康意識の高い方や悩みなどをお持ちの方へ機能性に配慮したヘルスケア食、病院・施設向けの医療食などの商品をお届けしています。

また、野菜摂取量の向上を通して、健康な食生活に貢献することをめざしています。内食・中食・外食に幅広く事業を展開して、商品として手軽に家庭で野菜を摂取できる「パッケージサラダ(カット野菜)」などを販売し、また外食における野菜不足を解消する取り組みを進めています。



▲ サラダクラブ「パッケージサラダ」商品例

商品を通じた取り組み

「キューピー エッグケア」の発売

文部科学省が2013年に発表した「学校生活における健康管理に関する調査」によると、小中高生の食物アレルギー有症者の割合は、2.6%(2007年)から4.5%(2013年)へと高い伸びを示しています。また、高校生においても4.0%の有症者がいることから、成長してもなお、それほど減少していないことがわかります。

このような社会背景から、キューピーのお客様相談室に寄せられる、マヨネーズの卵アレルギーに関するお問い合わせ件数と、卵アレルギーに配慮したマヨネーズタイプ調味料を発売してほしいという要望は、高まりを見せています。

キューピーでは、2014年春、学校給食向けに、卵を使わないマヨネーズタイプ調味料(業務用)を発売しました。発売後の状況から、家庭用としてのニーズが高まっていると判断し、2015年2月から「キューピー エッグケア(卵不使用)」を市販向けに発売しています。



▲ キューピー エッグケア

サービスを通じた取り組み

“MOTTO VEGE” (モットベジ) プロジェクト

キューピーは、外食における野菜不足を解消し、健やかな生活を応援したいという思いから、飲食店のインターネット検索サービスを運営する株式会社ぐるなびと協働し、外食における野菜摂取の向上を図る試み、“MOTTO VEGE” (モットベジ) プロジェクトを始動しました。

～MOTTO VEGEプロジェクト理念～

1. “外食×野菜”で人々の健やかな生活をサポートします。
2. 野菜で外食産業を盛り上げます。
3. 野菜で地域活性に貢献します。

“MOTTO VEGE”プロジェクトは、野菜の魅力をとともに発信していく仲間(飲食店)を増やしていくプロジェクトです。まず、野菜の魅力を高め、野菜摂取の向上につながるアクションを起こしてくれる飲食店を募ります。プロジェクトに賛同する飲食店を「MOTTO VEGE アンバサダー」と呼び、店舗ごとに「私の店の野菜宣言」を表明してもらい、実際に取り組みを進めていきます。

今後は、プロジェクトに賛同する飲食店の数を10,000店舗(2016年度)まで拡大し、外食における野菜メニュー登場の頻度を高めていきます。さらに、「MOTTO VEGE



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

▶世界の食と健康に貢献していくために

アンバサダー]として登録された飲食店の情報を検索できる消費者向けのサイトをぐるなび上に開設し、店舗検索のほか、“MOTTO VEGE”プロジェクトの活動状況を公開していきます。

将来的には、飲食店・消費者への働きかけにとどまらず、野菜の需要喚起につなげるなど、生産者や地域に根差した活動へと発展させていくことを検討しています。株式会社ぐるなびは、飲食店の検索サービスのみならず、飲食店と全国各地の生産者との橋渡し役を担っており、その意味においても、本プロジェクトをともに推進するベストパートナーであると考えています。

今後は、両社それぞれの強みを活かし、野菜で外食産業を盛り上げながら、外食における野菜不足解消と地域の活性化に貢献していきます。



COLUMN

ノロウイルスに効くタマゴのチカラ



日本では、冬場のノロウイルスによる食中毒や感染症の流行が社会問題の一つとなっています。ノロウイルスが原因とされる食中毒の患者数は全体の約5割もあり、子どもや高齢者などは重症化する場合もあることから、その感染予防対策は食品衛生上の重要課題です。

国内の鶏卵生産量の約10%を扱うキューピーグループでは、鶏卵成分の機能性に着目した研究を30年以上前から進めています。卵白に含まれるたんぱく質の一つである卵白リゾチームは、細菌の細胞壁を溶かす酵素で、ある特定の細菌に効果があることが分かっていました。一方で、ある論文で加熱変性処理した卵白リゾチーム(以下、加熱変性リゾチーム)が、これまでに効果が認められていない別の細菌に効果を示すことが報告されていました。一般的に酵素は加熱により活性を失うとされています。卵白リゾチームも加熱をすれば酵素としての働きがなくなるはずですが。その論文の報告に注目し、卵白リゾチームの新たな可能性を探る研究が開始されました。

キューピーは東京海洋大学 食品微生物研究室との共同研究により、アルコールでもその感染力を抑えることができないノロウイルスをターゲットとし、さまざまな条件で試験をくり返した結果、ノロウイルスに対して高い不活化効果を示す加熱変性リゾチームを発見しました。

2014年1月、加熱変性リゾチームによるノロウイルス不活化製剤開発プロジェクトを発足しました。ノロウイルスによる食中毒や感染症は、特に冬場に集中するため、次の冬までには商品化を実現したいという想いで、加熱変性リゾチームを応用したアルコール製剤の商品化に取り組みました。2014年11月、加熱変性リゾチームによるノロウイルス不活化効果のある業務用アルコール製剤を発売することができました。プロジェクトチームの発足から9か月の短期間で、社会課題の解決につながる商品をお客様にお届けすることができました。

今後も、広く社会に求められる機能性素材の研究を進めていきます。



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

より多くのお客様に食を提供していくために

▶世界の食と健康に貢献していくために

ユニバーサルデザインフードの考え方

食べ物を飲み込むことが難しくなった高齢者や介護を必要とする方に、いつまでも楽しく食事がとれるように、キューピーはさまざまな商品を開発してきました。

1999年にはおいしさや栄養、食べやすさに配慮したキューピー「やさしい献立」を発売し、高齢者でも飲み込みやすい商品をつくりました。

咀嚼嚥下(かむ力・飲みこむ力)に配慮した介護食品「ユニバーサルデザインフード」には、介護の度合い(4段階)に合わせたロゴマークが付いています。

区分	区分1 容易に食べられる	区分2 食べやすい	区分3 舌でつぶせる	区分4 つぶせる
特徴	かみかみ、飲みこむのが難しい高齢者や介護が必要な方に食べやすいように配慮した商品	かみかみ、飲みこむのが難しい高齢者や介護が必要な方に食べやすいように配慮した商品	かみかみ、飲みこむのが難しい高齢者や介護が必要な方に食べやすいように配慮した商品	かみかみ、飲みこむのが難しい高齢者や介護が必要な方に食べやすいように配慮した商品
対象者	高齢者や介護が必要な方	高齢者や介護が必要な方	高齢者や介護が必要な方	高齢者や介護が必要な方
主な商品	やさしい献立	やさしい献立	やさしい献立	やさしい献立
備考	区分1は、区分2、3、4よりも柔らかく、水分が多い商品です。	区分2は、区分3、4よりも柔らかく、水分が多い商品です。	区分3は、区分4よりも柔らかく、水分が多い商品です。	区分4は、区分3よりも柔らかく、水分が多い商品です。

▶2002年設立の日本介護食品協議会(加盟70社:2016年6月現在)は消費者がより分かりやすいように咀嚼嚥下(かむ力・飲みこむ力)に配慮し、「4区分」と「とろみ調整」という区分に設定し、各区分に分類される商品にユニバーサルデザインフードロゴマークを使用しています。

ユニバーサルデザインフードの取り組み 定番商品を、さらに使いやすく

「やわらかごはん」は、食卓にあがる機会の多いごはんを手軽に準備したいという要望を受けて2001年7月に発売し、現在はシリーズを牽引する商品になっています。既存のレトルトパウチ入りタイプ(150g)は、食べきりサイズであることや、賞味期間が18カ月あり、保存性が良いことなどが評価されています。その一方で、温めて食器に移し替えるのに手間がかかり、食べる人によっては容量が少ないなど、食事を準備する人の使いやすさや食べる人の満足度において課題があることが分かっています。

2015年2月に発売を開始した「やわらかごはん(トレー入り)」は、新潟県産コシヒカリを使用してふっくらと炊きあげた、トレー容器に入ったやわらかなごはんです。日本介護食品協議会が定めるユニバーサルデザインフードの【区分3:舌でつぶせる】に相当します。電子レンジに直接入れてそのまま温めることができ、茶碗などにも移し替えやすいので、食べたい時に素早く使用できます。1個単位のほか、まとめ買いに便利な3個パックもあわせて発売しました。

キューピーは、1998年に日本で初めて市販用やわらか食の発売を開始し、1999年からは「やさしい献立」シリーズとして、市場を牽引してきました。高齢化が進む中、市販用やわらか食市場は引き続き伸張することが予想されます。今後も、使う人や食べる人のニーズに向き合いながら、商品の開発と育成を進めていきます。



▶電子レンジでそのまま温められるトレー入りタイプの「やわらかごはん」



▶通信販売で提供するアソートセット(イメージ)



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

世界の食と健康に貢献していくために

ユニバーサルデザイン方針・推進体制

キューピーグループでは、お客様相談室、広報、研究、開発など、さまざまな部署が集まる「ユニバーサルデザイン推進委員会」でユニバーサルデザインに関わるテーマについて話し合いを行っており、その結果を各部署で具体的に検討しながら、商品の改善に努めています。

～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

ユニバーサルデザインの取り組み

ヒネルキャップにおける工夫

「ヒネルキャップ」は、キャップを締め込むだけで中栓が簡単にあく、ユニバーサルデザインのキャップです。従来の中栓に比べ弱い力であけられる、指が痛くない、中身がはねない、ゴミが出ないなどの特長があります。

キューピーでは、2010年2月より「ヒネルキャップ」を採用しています。発売後の調査では、8割のお客様に「今までよりも使いやすくなった」という評価をいただきました(キューピー調べ)。

「ヒネルキャップ」を初めて使うお客様のために、キャップ天面のシールや、ラベルの裏面にあけ方を分かりやすく記載し、使用方法を解説した動画をホームページにて公開しています。

「容器」使いやすくする工夫
～ヒネルキャップ～



コンテスト受賞実績

使いやすさが評価され、「ヒネルキャップ」がコンテストで受賞しました。

- 2010日本パッケージングコンテスト「ジャパンスター賞 経済産業大臣賞」受賞
- ワールドスター2010コンテスト「ワールドスター賞」受賞

食物アレルギーの取り組み

近年、食物アレルギーは増加の一途をたどっていますが、これは日本に限ったことではなく、先進国を中心とした社会問題にも発展しつつあります。お客様相談室にも食物アレルギーに関するお問い合わせを多くいただき、食品メーカーとしてサポートの必要性を強く感じています。

そこでキューピーでは、食物アレルギーのある子どもの保護者の方を応援するために、さまざまな取り組みを行っています。「食事は楽しい」は食の基本。たとえ食事制限が必要な方であっても、誰もがこう思えるような商品開発・情報提供に、これからも努めていきます。

● アレルギー表示

食事管理のポイントは食品の原材料をチェックすること。キューピーでは表示義務のあるものだけでなく、アレルギー特定原材料等27品目すべてについて表示しています。またベビーフードでは、重篤度、症例数が多い7品目(卵・乳成分・小麦・えび・かに・そば・落花生)の使用の有無をラベルに、一目で分かるように表で表示しています。





目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

世界の食と健康に貢献していくために

● アレルギー配慮ベビーフード

重篤度、症例数が多いアレルギー特定原材料7品目(卵・乳成分・小麦・えび・かに・そば・落花生)を使っていないシリーズを乳幼児向けに商品化。小麦を含まないしょうゆを使用するなどしています。

● 卵アレルギー研究

卵アレルギーの原因となっているのは、主に卵白に含まれるたんぱく質です。加熱してたんぱく質を変性させるなどした卵白をつくり、それを食べることで、卵アレルギーになりにくくしたり、症状を改善させる研究を専門医療機関と共同で行っています。

● 食物アレルギー啓発DVDの無償配布

食物アレルギーの理解の輪を広げ、食物アレルギーの子どもを持つ方を応援したいとの想いから、DVD「聞いてみよう! 食物アレルギーのこと」を制作しました。「医学編」「栄養学編」「体験者編」の3部構成です。全国の保健所、保健センター、親の会などに無償配布しています。



総合監修:
独立行政法人 国立病院機構
相模原病院 臨床研究センター
アレルギー性疾患研究部長

医学博士
海老澤 元宏

飢餓に苦しむ子どもたちへの支援

キューピーベビーフード「ハッピーレシピ」シリーズは、国連の食糧支援機関であるWFP国連世界食糧計画の「レッドカップキャンペーン」に参加しています。地球上の飢えに苦しむ子どもたちに学校給食を届ける支援活動に、商品の売り上げの一部を寄付しています。

レッドカップキャンペーンは、飢えに苦しみ、空腹のまま学校に通う子どもたちに、「学校給食を届けるためのキャンペーン」です。給食を入れる容器として使っている赤いカップがシンボルです。



地球の飢餓を救え。

WFP

国連世界食糧計画





目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

「姿勢」

お客様とのコミュニケーション

キューピーグループのアプローチ>>> グループ規範を遵守し、お客様をはじめとしたステークホルダーの皆様から最も信頼していただけるよう努めます——この「姿勢」は、グループ理念を実践していくうえで大切にしていきたいこと、そして、より良い企業市民として守っていくべきことを示しています。私たちの活動を支えていただいているお客様、従業員、株主・投資家、取引先、地域社会などのステークホルダーの皆様から、最も信頼していただけるための約束を表しています。キューピーグループでは、お客様とのコミュニケーションを通じて、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し、日々の食卓をさらに楽しくする活動も推進しています。2015年は、「キューピー マヨネーズ」の発売から90年を記念して、年間を通してお客様にダイレクトに感謝をお伝えするさまざまなイベントを開催しました。



▲ お客様の声委員会

お客様から寄せられたご意見を、複数部署の責任者で構成される「お客様の声委員会」で審議し、商品・サービスの改善につなげています。そのご意見と対応の内容は、ホームページで随時公開しています。



▲ 90周年イベント①「ファン感謝祭」の開催

東京都内の見学施設「マヨテラス」では、3月1日のマヨネーズの日に、「キューピー マヨネーズ ファンクラブ 会員」の皆様とともに、「キューピー マヨネーズ」発売90周年を祝う「ファン感謝祭」を開催しました。



▲ 90周年イベント②「マヨ1グランプリ」の開催

2015年にスタートした「マヨ1グランプリ(協賛: キューピー)」では、全国の地元食材の新たな美味しさを発見するべく、食材の美味しさを引き立てるマヨネーズを使った料理を開発。47品の個性豊かなマヨネーズ料理が生み出されました。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

お客様満足への取り組み

◆ お客様とのコミュニケーション

お客様満足への考え方

お客様からのご指摘に対するキューピーの対応の特徴は、各地域の担当者が、お客様をご訪問のうえ、直接お話しさせていただくことを基本としているということです。

たくさんの商品の中から私たちの商品を選んでいただくお客様に、何か不具合があれば最優先の対応を行っています。

ときには、私たちの商品の不具合が原因で、ご立腹されていることもあります。しかし、お詫びし、真摯にご説明することで、再び私たちの商品を選んでいただけることもあります。また、お電話をいただく前よりも一層、私たちの商品をご愛用いただけるようになることもあります。

キューピーでは、ご指摘とお問い合わせを合わせて、お申し出としていますが、お客様からのお申し出には、私たちの成長につながるヒントがあります。「このような表示ではよく分からない」などのご指摘をいただくことで、私たちは商品の課題に気づき、その課題を解決することで、より一層進化した商品をお客様に提供することができます。そこで、もっとたくさんのお声をいただきたいと思い、2015年11月にお問い合わせ先がすぐに分かるようホームページの「お客様相談室」コーナーを刷新しました。

一方で、お電話やメールで問い合わせをすることには、大変な心理的負担があります。それを乗り越え、お問い合わせをいただけるお客様はごく一部で、同じような疑問点、ご不快な思いをお持ちのお客様がたくさんいると推測できます。お申し出をいただいたお客様にご納得いただくだけでなく、電話をかけないより多くのお客様にもお伝えしていくことも大切なことです。そこで、ホームページを活用しての情報発信、すなわち「品質広報」にも力を入れています。

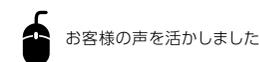
一人ひとりのお客様に、しっかりと対応していく。こうして、私たちの商品が原因で離れかけたお客様の心をキューピーに、私たちの商品にもう一度つなぎ、私たちが、そのお客様の食と健康に、再び貢献することができればとてもうれしく思います。

お客様の声を活かす仕組み

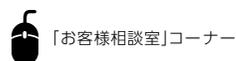
キューピーホームページにある「お客様相談室」のコーナーでは、お客様の疑問にいち早くお答えするため、よくお寄せいただくご質問とその回答を商品やキーワードごとにまとめて紹介しています。

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あげられます。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分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。

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、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、より対話につながるような情報発信をめざしています。



▲ 「お客様相談室」コーナー





目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

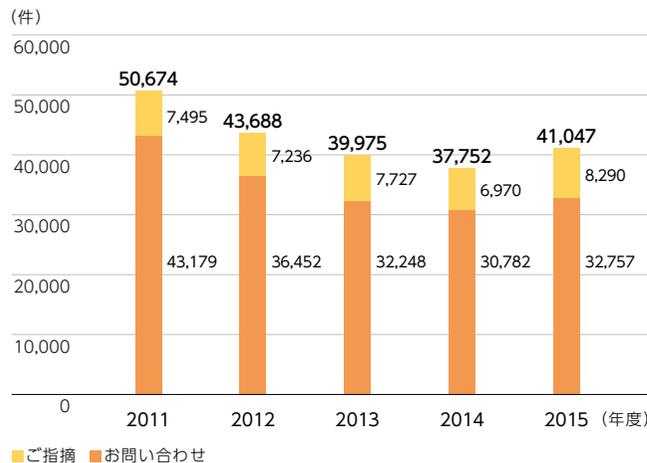
◆お客様とのコミュニケーション

また、キューピーでは、安全で安心していただける品質をお届けするために、お客様とのより良いコミュニケーションを図りつつ品質向上に努めていく取り組みを行っています。その一つとして、お客様が最も心配される異物混入のお申し出について、主な調査結果の概要を掲載することとしました。

キューピーが販売する家庭用商品を対象に、お申し出のお客様のご了解のもと掲載し、順次新しい情報に更新しています。

 お客様からのお申し出状況

●ご指摘・お問い合わせ件数の推移



お客様の声委員会の設置

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。

お客様からのお申し出の分析により、「表示」と「容器」に関して対応が必要であるということが分かりました。会社全体でユニバーサルデザインに配慮した商品開発に取り組むため、2004年3月に「お客様の声を活かした商品改善会議」が発足しました。その取り組みは、現在の「お客様の声委員会」へと引き継がれています。

●お客様の声による改善(代表例)

「容器」使いやすくする工夫 ～ヒネルキャップ～



「表示」わかりやすい表示
～点字表示～



「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年6回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。



目次

企業情報

特集

社長メッセージ

CSRマネジメント

キューピーグループの理念

活動報告

お客様との積極的な対話の推進

◎お客様とのコミュニケーション

コミュニケーション施設での取り組み

2014年6月、仙川キューポートにオープンしたマヨテラスは、マヨネーズの“なるほど!”を楽しく学べる見学施設です。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。

完全予約制かつフルアテンドのスタイルは、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おり、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、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、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。

2015年度は、マヨネーズ発売90周年を記念したイベントなどの開催を行い、20,876人の来場がありました。



▲ マヨテラス

コミュニティサイトでの取り組み

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。

2012年10月に、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、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。



🖱️ おはなしダイニング

また、2014年8月19日にオープンした「キューピー マヨネーズ ファンクラブ(fun club)」は、キューピーが提供するマヨネーズを使ったレシピなどのテーマをもとに、会員の方がレシピや写真、コメントなどを投稿することで、相互にコミュニケーションがとれる会員制のサイトです。

キューピーからは、マヨネーズの歴史や生産の工夫、おいしさの秘密、裏ワザレシピなど、キューピー マヨネーズをもっと楽しんでいただける情報を幅広く発信しています。



🖱️ キューピー マヨネーズ ファンクラブ



目次

企業情報

特集

社長メッセージ

CSRマネジメント

キューピーグループの理念

活動報告

「行動規範」に基づいた活動

品質第一主義

キューピーグループのアプローチ>>> 私たちは、品質を最優先に安全・安心な商品をはじめ、すべての活動の質を高め、お客様の信頼にお応えします——キューピーグループでは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という信念のもと、安全でおいしい商品づくりに努めています。また、研究、開発、生産、営業、物流まで、従業員一人ひとりが日々の仕事の質を高めることで企業への信頼が高まり、お客様をはじめとするさまざまなステークホルダーからの期待に応えることにつながります。安全でおいしい商品をつくり、お客様の信頼に応える仕事をするので安心が生まれ、食を通して、豊かで健やかな生活を実現することができます。誰かひとりが考えるのではなく、従業員一人ひとりが品質と向かい合うことで、“品質を守る人づくり”と“品質を守る仕組みづくり”を進め、品質第一主義を具現化していきます。



🔴 **グローバルスタンダードに対応する品質管理**

食品安全マネジメントシステムの国際認証規格であるFSSC22000を、品質に関するグループ標準に組み込み、2013年から海外を含む全製造工場での認証取得に取り組んでいます。2015年までに海外を含む92工場中77工場での認証を取得しています。



🔴 **品質を守る人づくり**

品質を守るのは“人”との考えのもと、ものづくり学校の中に食品法令や微生物などの品質に関わる専門カリキュラムを備えた「品質コース」を2015年に開講し、より体系化された人材教育を実践しています。



🔴 **わくわく活動合同発表会**

QC活動から発展した「第33回わくわく活動合同発表会」を2015年10月に開催しました。2012年からは中国大会、2014年からは東南アジア大会からも優勝チームが参加し、グローバルで活動共有し、水平展開する場となっています。



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

品質管理の体制づくり

品質第一主義

品質保証方針

食品の生産・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、衛生的に生産することで、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、品質理念を掲げ、その実現に向け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。生産現場を中心と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。

品質管理体制

安全で安心な食品の生産には、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。また、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認証」取得にも2013年から順次取り組んでおり、2016年には海外も含めて当社グループ全生産工場で取得予定です。加えて、意図的な異物混入を防止するためにグループの方針を打ち出し、ハードとソフトの両面で対策を強化しています。

～異物混入防止の方針～

- 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

また、各事業の職務の枠を超えて、お互いに品質チェックをすることを目的として、グループ各社による相互訪問も行っています。事前の自主点検と組み合わせ、客観

的に品質改善の状態を見極めることにつながっており、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。

品質管理の人材育成

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、そのための知識を備えた人が生産現場にいてこそ、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。生産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、生産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。



▲ものづくり学校



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

食の安全・安心への取り組み

▶ 品質第一主義

生産システムの高度化

1日に数多くの商品を生産する生産現場には、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、そうした生産時の記録に、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ほか、グループ外の会社の食品生産現場においても活用されています。



トレーサビリティ

エリア活動で品質向上を推進

キューピーグループの生産工場は全国にあり、事業領域も異なります。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。

エリアごと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、それぞれの生産現場において、さまざまな改善を進めています。

保管と配送の取り組み

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つのこだわりをかけた、食品の特性に合わせ、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、生産から配送まで一貫した取り組みを進めています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

「行動規範」に基づいた活動

ダイバーシティの推進

キューピーグループのアプローチ>>> 私たちは、世界で働く従業員一人ひとりの個性や成長する意欲を尊重し、能力が最大限に発揮できるよう努めます—— 今後、国内での持続的成長と海外での飛躍的成長を支えるためには、多彩な経験を持つグループ従業員の活躍が必要になります。国内においては、「女性活躍推進法」が施行されるなど、女性が活躍できるような環境の整備が求められています。キューピーグループは、多様な人材がさまざまな場面で活躍できるような環境を整えるために、ダイバーシティを推進します。2015年10月にダイバーシティ推進プロジェクトを発足し、「多様な人材の活躍」に向け取り組みをスタートしました。



▲ダイバーシティ推進プロジェクト

従業員がダイバーシティを考えるきっかけづくりのために、社外監査役である法政大学教授の武石恵美子先生に「ダイバーシティマネジメントとは」というテーマで管理職向けセミナーを実施しました。



▲育児復帰者セミナー

キューピーでは、育児休業からの復帰者支援として、職場復帰前に本人と上司の双方にセミナーを実施しています。上司との面談を通じ、双方が職場復帰への意識付けと事前の心構えや準備をすることで、円滑な職場復帰をサポートしています。



▲障害者が活躍する農業事業

キューピーの特例子会社キューピーあいでは60人を超える障害者が活躍しています。大切にしているのは、障害で判断せず一人ひとりの個性や能力を見出すこと。得意分野で力を発揮できるように販促物作成や清掃、農業など多岐にわたる業務を展開しています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

ダイバーシティへの取り組み

▶ダイバーシティの推進

ダイバーシティの考え方

多様な人材がさまざまな場面で活躍できるような環境を整えるために、ダイバーシティを推進しています。

2015年10月に人事本部にダイバーシティ推進プロジェクト担当を設置し、「多様な人材の活躍」に向け取り組みをスタートしました。

また、グループ従業員がダイバーシティについて情報を共有する場として、「ダイバーシティ・健康経営のサイト」を開設し、グループのダイバーシティ活動などを紹介しています。

従業員一人ひとりが活躍できる風土の醸成を進め、多様な人材の活躍でグループの新たな可能性を拡大し、国内外の成長を支えています。

ダイバーシティ推進プロジェクト

女性の活躍推進の状況として、国内グループの女性管理職数は2010年と比較すると約3倍に増加し、管理職全体に占める比率も6.2%となりました。キューピー単独では、現在6.4%である女性管理職比率を、今中期経営計画の最終年度の2018年度末で10%をめざして、女性活躍推進法に基づく行動計画を作成しています。在宅勤務などの制度の充実を図り、多様な方々が働きやすい職場環境づくりを進めるとともに、将来の管理職につながるプロジェクトリーダーへの登用も進めています。また、転居を伴う異動のない総合職制度を新設することにより、地域職から総合職への転換を促進、活躍の場を拡大できる環境を整えています。

グループ各社、各部門では、これまでも女性リーダーの育成や女性活躍ワーキンググループによる活動などが行われています。それぞれ活動しているメンバーの連携の場、学びの場としての「ダイバーシティ推進フォーラム」開催に向けて取り組みを開始しました。



▶ダイバーシティ推進フォーラム

障害者雇用

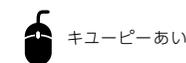
キューピーグループは、障害のある方も十分に力を発揮し、働く喜びや生きがいを実感できる職場環境を創出することを社会的な使命と考えています。

当社は、2003年6月に特例子会社として株式会社キューピーあいを設立し、障害のある方がより一層の自立と社会参加へ寄与することをめざしています。

2015年6月1日時点での当社の障害者雇用率は2.85%でした。また国内食品事業全体では2.71%で、法定雇用率(2.0%)を上回っています。今後も一人でも多くの方を継続的に雇用できるよう取り組んでいきます。

●障害者雇用率の推移

2012年	2013年	2014年	2015年
2.00%	2.35%	2.57%	2.71%



キューピーあい



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

ワークライフバランスの取り組み

▷ダイバーシティの推進

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。

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つくとともに、時間の創出への取り組みや育児支援などさまざまな制度の充実を進めています。

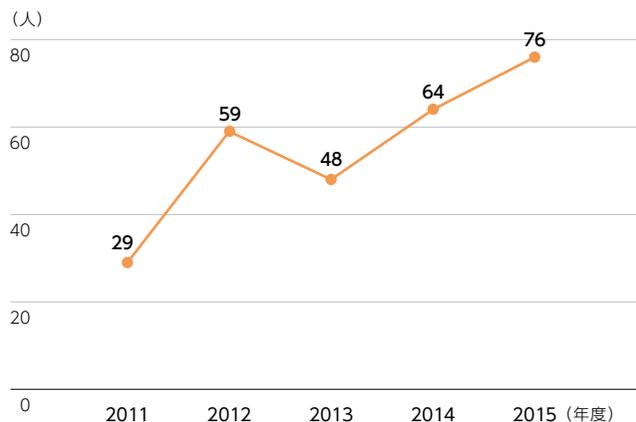
時間創出への取り組み

- 管理職を対象とした研修で、労働時間管理に関する項目を入れ、意識改革を進めるとともに、啓発を図っています。
- 年頭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。(推奨10日)
- キューピー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。
- キューピー本社では、ワークライフバランスの実現や健康の保持・増進、企業活力の向上のため、19時消灯を行っています。

出産・育児支援の取り組み

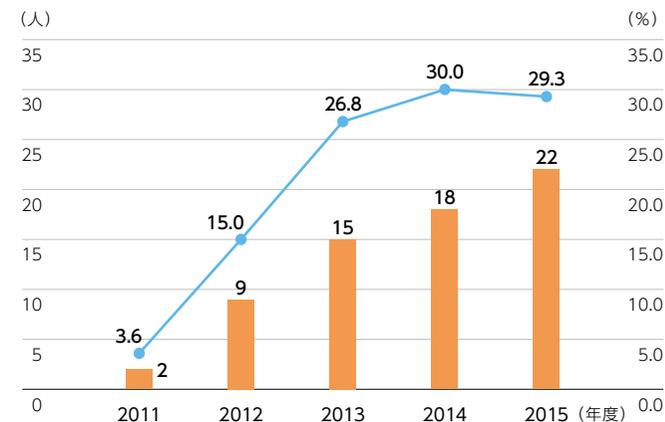
- キューピー本社を中心に、育児をしている社員に声がけし、「ランチミーティング」を行い、制度利用者同士のつながりづくりや育児の困りごと、仕事への向き合い方などを情報交換しています。
- 「配偶者異動制度」(配偶者が転勤になった場合、異動希望を申請できる制度)を見直し、年2回の申請を可能としました。

●育児休業を取得した女性従業員の推移



対象:キューピー

●男性従業員の育児休暇取得状況



取得者数 取得割合
※取得割合:当年にお子様が生まれた方で育児休業を取得された方の割合

●出産・育児を支援する制度



対象:キューピー



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

「行動規範」に基づいた活動

食育を中心とした社会貢献

キューピーグループのアプローチ>>> 私たちは、食育を中心とした社会貢献活動を積極的に行うことで、社会・地域とのより良い共生を図るとともに、食を通じた人々の健康に貢献します——近年、核家族化、共働きの増加などにより子育ての環境は大きく変化しています。また、子どもの貧困といった社会的課題も表出し、子育て支援の課題は多岐にわたり、その必要性が高まってきています。子どものうちに健全な食生活を確立することは、豊かな人間性を育むことにもつながり、生涯にわたる健康の基礎となります。一方、高齢化が進む中、健康寿命を延ばすことで個人の生活の質をあげること、社会的損失を防ぐことも大きな社会的課題となっています。キューピーグループは、子育て支援や高齢者の健康寿命の延伸などの課題解決をめざし、食育を中心に社会貢献活動を進め、より良い社会の実現に貢献します。



④ 「マヨネーズ教室」の開催

小学生などに食の楽しさと大切さを伝える出前授業「マヨネーズ教室」は、全国各エリアでの運営体制が整ってきたことで、2015年度のマヨネーズ教室の実施校数(延べ406校)、参加者(約2万人)ともに前年を大幅に上回りました。



④ メディアライブラリー活動

キューピーは、食を取り巻くさまざまな情報を正しく学べるよう、ビデオやDVDを制作し、全国の市区町村生涯学習課、社会福祉協議会、小学校PTA団体など、約3千カ所の施設に無償配布しています。2015年度は、野菜の摂取を促す啓発DVDを制作しました。



④ 被災地への復興支援活動

震災直後の被災地復興から、コミュニティ再生に向けた支援活動を展開しています。2015年度は、宮城県南三陸町のNPOと協働して、郷土食材を活用した料理教室を4回開催しました。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

食育への取り組み

▶ 食育を中心とした社会貢献

食育への考え方

キューピーグループは、約55年間にわたって、食の安全・安心とともに、楽しさと大切さをお伝えする食育活動を行っています。何よりも、より多くの従業員が活動に参加し、お客様の食卓を豊かにし、幸せな笑顔につなげていきたいと考えています。

1961年に開始した「オープンキッチン(工場見学)」は、お客様の安心につながるコミュニケーションとして継続しており、従業員が来場するお客様にあわせ、分かりやすさと楽しさを心がけ案内を行っています。

2002年より、小学校への出前授業としてマヨネーズづくりを行う「マヨネーズ教室」を開催しています。講師を務めるのは、社内資格を取得した従業員(マヨスター)で、現在その数は全国の事業所で130人を超えています。

これからも活動を継続し、創業100周年には、全従業員の参加をめざしています。このマヨネーズ教室を軸に、活動の輪を広げ、手づくりで温かみのある食育活動を進めていきます。

子どもたちへの取り組み

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。キューピーグループは、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います。

マヨネーズ教室

キューピーは、食の楽しさと大切さを伝える食育活動の一環として、2002年から「マヨネーズ教室」を開催しています。

2015年度は、マヨネーズ教室の実施校数が延べ406校と大幅に伸び、あわせて教室を運営する「マヨスター」に認定された従業員数も、131人と増加しました。



マヨネーズ教室



ニュースリリース: キューピーの食育活動 小学校への出前授業「マヨネーズ教室」2015年度活動報告

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年から料理教室「家族でわくわくクッキング」を開催しています。

普段料理をする機会の少ないお父様とお子様、講師であるフレンチの三國清三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。

2015年度は、4回実施し、32組のご家族にご参加いただきました。



家族でわくわくクッキング

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生産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。食品業界では生産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、商品の生産から箱詰めまでの様子を見学できるほか、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。2015年度は、5工場とマヨテラスをあわせ、約10万人のお客様にご来場いただきました。



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キユーピーグループの理念
活動報告

▶ 食育を中心とした社会貢献

食に関する情報提供

キユーピーグループは、子どもだけでなく、乳幼児から高齢者まで、それぞれの世代に食の大切さを伝え、人々の健康に貢献していきたいと考えています。

幼児向け絵本

食育活動の一環として、2012年から5年間にわたり、幼児向け絵本を年1冊ずつ発行し、各巻全国約10,000の保育園、幼稚園に寄贈してきました。

2016年5月に最終巻となる「キユーピーちゃんの わくわく やさいむらパーティー」を発行しました。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、私たちの願いです。



📖 幼児向け絵本

📖 ニュースリリース: 幼児向け絵本 第5作を発行
「キユーピーちゃんの わくわく やさいむらパーティー」

キユーピーニュース

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「キユーピーニュース」は、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、消費者行政や消費者団体、栄養関連の先生など、約5,000名に配布しています。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。

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。



📖 キユーピーニュース

メディアライブラリー活動

1975年から、消費者啓発や学校教育に役立てていただくために、食物アレルギー、高齢者応援、子育て支援など、食に関するビデオやDVD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。そのほか、ホームページでも食に関する情報を提供しています。

📺 メディアライブラリー活動

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、留意すべき事柄を分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」などの声をいただいています。



📺 講演会



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

地域社会への取り組み

▶ 食育を中心とした社会貢献

社会貢献活動の考え方

キューピーグループは、人々の生活になくてはならない食を提供する企業としての認識を持ち、地域社会の一員として、健康で豊かな暮らし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」を柱として、社会・地域とのより良い共生をめざして社会貢献活動に取り組んでいます。特に、地方自治体や地域のNGO・NPOなどの団体との協働を通して、地域の自立化や発展につながる活動を行っています。

2015年度の取り組み

2015年度は、東日本大震災被災地の復興支援として、宮城県南三陸町で活動している団体と協力して、地域のコミュニティで「料理教室」や「手作りマヨネーズ体験」を実施しました。また、地域との取り組みとして、京都府と同志社女子大と共同し、京野菜を使った料理レシピを開発しました。

ベルマーク運動

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。

キューピーグループ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の学校などへの教育支援活動に協力しています。

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。



公益財団法人ベルマーク教育助成財団

ベルマーク運動を通じた東北大震災被災地支援

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は別に用意するもので、被災地への教育支援に限定して使用されます。当初3年を予定していましたが、復興状況に鑑み、2016年8月まで2年間延長しました。5年間累計で総額1億4千万円程度となる見込みです。

マッチングギフト制度「QPeace」

キューピーグループは、従業員が社会課題の解決に取り組む団体に寄付を行うことを支援する活動として、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。

2015年度は、当社グループ25社より667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24の社会・環境団体へ寄付を行いました。また、支援先団体の活動報告会を社内で行うなど、従業員が社会課題への関心を高めるきっかけとしています。

フードバンク活動の支援

日本では、まだ食べられるのに廃棄される食品ロスは年間640万トンあると言われていて一方で、十分な食事が摂れない人たちも多く存在しています。

キューピーグループは、フードバンク活動*を行うセカンドハーベスト・ジャパンを2007年から支援し、マヨネーズやドレッシング、ジャム、パスタソースなどを寄贈しています。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。

*フードバンク活動：寄贈された食料品を、児童養護施設などの福祉施設や生活困窮者へ無償で提供する活動



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

「行動規範」に基づいた活動

地球環境への貢献

キューピーグループのアプローチ>>> 私たちは、自然の恵みに感謝し、資源の有効活用と環境保全に真摯に取り組むことで、持続可能な社会を次世代へつなぎます——キューピーグループの事業活動は、原材料をはじめとした豊かな自然の恵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。キューピーグループでは、環境基本方針を「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。」と定め、その行動指針に基づき、キューピーグループ各社が目標を定めて環境保全活動に取り組んでいます。2015年に最終年を迎えた前中期経営計画では、CO₂排出量と廃棄物排出量において、生産数量1トン当たりの原単位について目標値を定めて活動してきました。



再生可能エネルギーの導入

キューピーグループでは、遊休地や工場・倉庫の屋根を活用して太陽光パネルの設置を進めています。2015年度までに9カ所の発電設備が稼働しており、その発電能力は約2,500kWとなっています。



「TSファーム」の取り組み

キューピーが独自に開発した植物工場「TSファーム」を運営しているグリーンファクトリーセンターでは、野菜の品質を保ちながら、従来の高圧ナトリウム照明をLED化して30%以上の省エネルギーを達成しました。



循環型社会への取り組み

グループの惣菜販売会社デリア食品では、惣菜工場から発生した食品残さなどを原料とした、栄養価が高く吸収の良い液体飼料で育てた、高品質の豚肉を使用した惣菜などを開発しています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

環境マネジメント

▶ 地球環境への貢献

環境基本方針

キューピーグループは、国内外での環境保全の意識の高まりを受けて、1998年12月「環境基本方針」を制定し、事業における環境への配慮に取り組んできました。その後、「環境理念」「行動指針」からなる「環境基本方針」は2度の改定を経て、海外を含むグループ全体で守るべき方針となっています。

～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。

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2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。

● 2015年度の環境委員会

	日程	出席者	主な内容
第121回	1月30日	グループ各社 約30名	2014年度の実績と 2015年度の目標を共有
第122回	7月31日	グループ各社 約30名	2015年度上期実績と 下期計画について各社発表 次期中期経営計画 に向けたCSR戦略を共有

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
キューピー(株)	5
(株)キューソー流通システム	6
キューピータマゴ(株)	1
(株)サラダクラブ	3
(株)ディスペンバックジャパン	3
鳥栖キューピー(株)	1
富士吉田キューピー(株)	1
(株)カナエフーズ	5
キューピー醸造(株)	2
(株)ハンシンデリカ	1
(株)全農・キューピー・エツグステーション	1
デリア食品(株)	1
(株)トスデリカ	1
アヲハタ(株)	3
東北アヲハタ(株)	1
合計	35



目次

企業情報

特集

社長メッセージ

CSRマネジメント

キューピーグループの理念

活動報告

▶ 地球環境への貢献

環境監査

キューピーグループは、関連法規等の遵守、管理推進体制の整備、施設の管理状況等について基準を定めて、年1回の環境監査にて状態の確認を行い、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。

2015年度も、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めざしています。

2012年より廃棄物トラブルを未然に防ぐため、廃棄物管理の盤石化を目的に毎年1回、グループ全工場を対象に本社にて廃棄物勉強会を開催しています。廃棄物勉強会の開催3年目となる2015年度からは、さらなる理解向上を狙い、「キューピーグループ廃棄物管理マニュアル」を基本教材として、廃棄物の基礎知識を自己啓発の仕組みであるeキャンパスにて事前学習する方法を取り入れました。これらを通じて、キューピーグループの企業風土や経営状態、責任者の水準を映し出す鏡である廃棄物管理業務をしっかりと理解し、遂行していきます。

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



◆ 環境監査員による聞き取り

環境法規の遵守

キューピーグループは、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することで法規遵守に努めています。

2015年度、関連法規等の違反や事故の発生はありませんでした。

環境教育

キューピーグループでは、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っています。



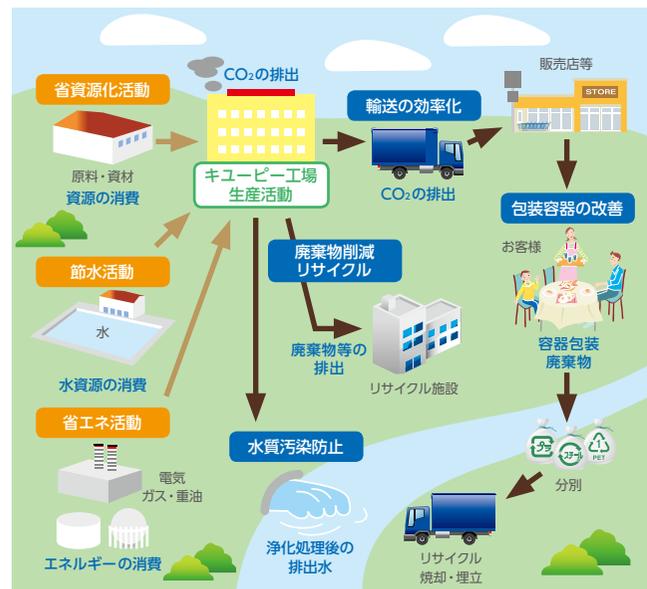
目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

地球環境への貢献

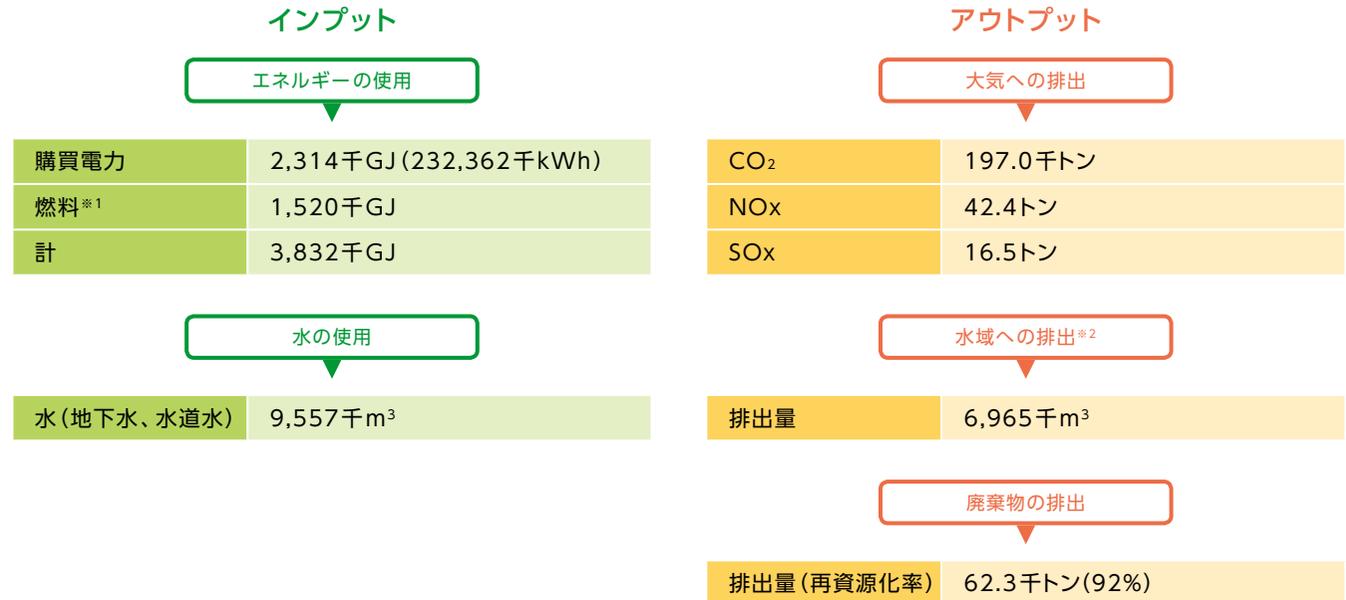
主な環境影響と環境活動

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伴う環境負荷や、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伴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。



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



※1: 発電燃料含む
 ※2: 河川、公共下水道含む

対象: キューピーグループ生産工場



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

地球温暖化防止への取り組み

地球環境への貢献

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
CO₂排出量原単位4.5%の削減

2015年度、キューピーグループ工場でのエネルギー使用に伴うCO₂排出量は、総量197.0千トンで前年度比1.1%増加、生産数量1トン当たりのCO₂排出量(原単位)は234.8kgで前年度比0.03%減少、2012年度比で10.8%増加となりました。

2013年度以降、電力の排出係数の大幅な変化により、排出量が増加しています。この影響がない場合は、原単位で2012年度対比4.0%の削減となります。

省エネルギー

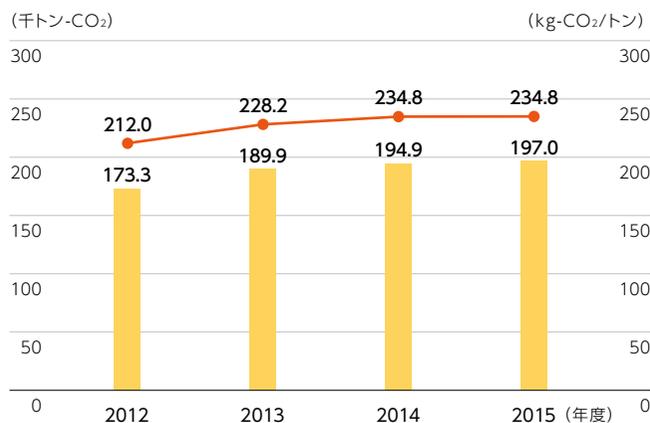
9事業所が20%以上の原単位削減を達成しています。

創エネルギー

2事業所で太陽光発電を開始しました。

- グリーンファクトリー太陽光発電所
2015年1月発電開始 472kW
- 富士吉田キューピー太陽光発電所
2015年8月発電開始 770kW

● CO₂排出量



■ 排出量(千トン-CO₂) ● 排出量原単位(kg-CO₂/トン)
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)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

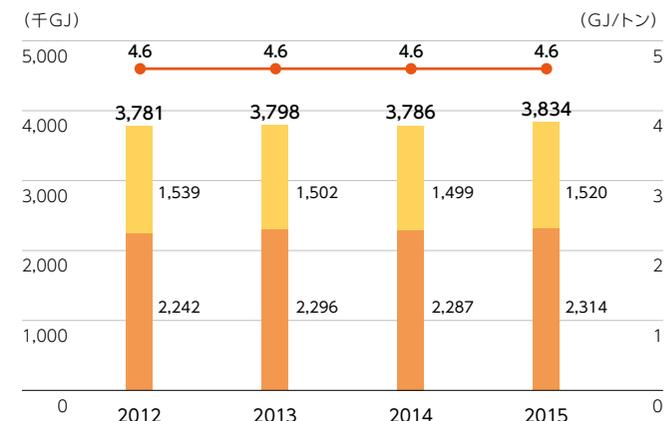
- 購入電力: 2012年度まで 0.378kg-CO₂/kWh
2013年度から 0.491kg-CO₂/kWh
- A重油: 2.710kg-CO₂/L
- 都市ガス(13A): 2.188kg-CO₂/m³
- LPG: 6.007kg-CO₂/m³

省エネルギーの推進

2015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3,834千GJで前年度比1.3%増加。生産数量1トン当たりのエネルギー使用量(原単位)は熱量換算で4.6GJとなり、前年度比0.2%の増加となりました。

昨年と同様に2015年度も、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。

● エネルギー使用量



■ 燃料(千GJ) ■ 電力(千GJ) ● エネルギー使用量原単位(GJ/トン)
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



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

地球環境への貢献

TOPICS

グリーンファクトリーセンター「TSファーム」の取り組み

キューピーが独自に開発した植物工場「TSファーム」を運営しているグリーンファクトリーセンターでは、植物工場の既存ナトリウムランプ照明をLED照明に変更することにより省エネルギー化を図りました。

LED照明によって消費電力を削減できるだけでなく、発光の波長と強度をコントロールすることにより、植物がよく育つ照明環境をつくり出すことができる可能性を見出しています。



物流部門でのCO₂排出量の削減活動

キューピーグループでは、原料の輸送から商品の配送にいたるすべ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、鉄道およ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

輸配送量およびCO₂排出量の推移

2015年度は、前年度と比較し輸配送量は増加しましたが、CO₂排出量は削減することができました。お取引先やグループ会社と連携し、輸配送の効率化による環境負荷の低減に取り組みCO₂排出量の低減に努めました。

●キューピー

	2014年度	2015年度	前年度比
輸配送量(千トンキロ)	161,439	162,660	100.8%
CO ₂ 排出量(トン)	26,947	26,830	99.6%

●キューピータマゴ

	2014年度	2015年度	前年度比
輸配送量(千トンキロ)	50,708	48,851	96.3%
CO ₂ 排出量(トン)	10,659	10,216	95.9%

*省エネ法の定期報告の対象2社について報告しています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

地球環境への貢献

輸配送効率化の推進

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

生産・仕入拠点と配送拠点間の輸送距離を短縮するために、適切な生産拠点の再配置を検討しています。

【2015年度事例】

ドレッシング生産拠点の見直しによるCO₂排出削減量
80トン/年

輸送・配送ロット効率の向上

輸送・配送において、1回のロットを大きくし、積送の効率化に取り組んでいます。

中継輸送の抑制

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。

外部倉庫との輸送の抑制

商品在庫の適正化を図り、外部倉庫の使用を抑制し、自社倉庫の活用を進めています。また、自社倉庫間の転送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、25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・積載率向上の推進

-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。2015年度の導入累計台数は93台となっています。

また、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。

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割強に相当する車両に装着しています。デジタルタコグラフでの評価データをもと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。

また、ドライバーコンテスト(技能・知識)などの実施を通じて、作業精度向上を進めています。

*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カ条~

- 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



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

循環型社会への取り組み

地球環境への貢献

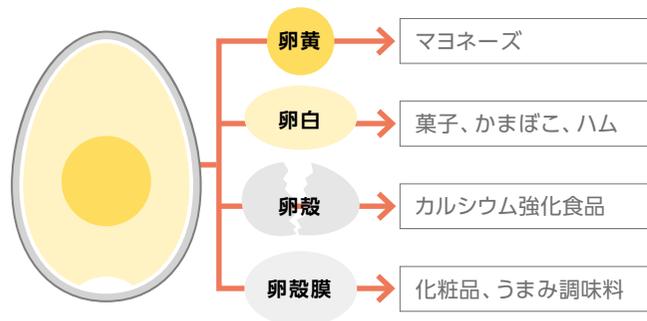
タマゴの再資源化

キューピー マヨネーズの原料は、タマゴの黄身の部分だけです。白身はかまぼこなどの水産練り製品や、ケーキなどの製菓の原料のように、食品原料として使われます。

キューピーグループでは、マヨネーズ以外にもさまざまなタマゴ加工品を生産していて、タマゴの使用量は日本で生産されるタマゴの約10%。そこからでてくるタマゴの殻は年間約2万5,000トンになります。この殻も無駄にすることなく、有効活用しています。

タマゴは、産卵から21日間温められると、ひなが生まれます。タマゴには、命のもとになるものがすべて詰まっており、何ひとつ無駄なところがありません。そんなタマゴの微量成分に注目したさまざまな研究開発を進めています。かつては廃棄物だった卵殻や卵殻膜についても高度利用に積極的に取り組んでいます。

●タマゴの有効活用



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。

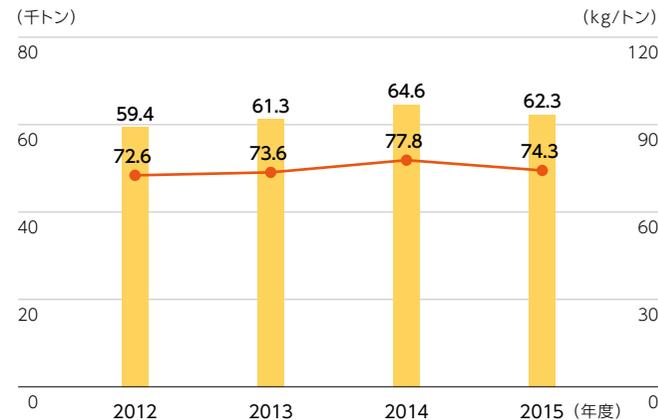
グループ工場の主な廃棄物は、製造工程における原料や包装資材のロスとしての動植物性残さや廃プラスチック、また洗浄水などの工場排水を、排水処理設備で浄化した際に余剰物として発生する排水処理汚泥があります。

目標値

2015年度までに2012年度対比で
廃棄物排出量原単位5%の削減

2015年度、キューピーグループ工場での廃棄物排出量は62.3千トン。生産数量1トン当たりの廃棄物排出量(原単位)は74kgで前年度より4.5%減少、2012年度比では2.3%増加となりました。歩留まり向上や飼料化など、今後はさらに付加価値化につながる有効活用を推進します。

●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
対象: キューピーグループ生産工場



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

地球環境への貢献

再資源化の推進

グループの惣菜工場である旬菜デリ昭島事業所では、ポテトサラダなどの生産量が増えるにつれて、原料由来の廃棄物量が増えてきました。そこで、2014年10月より、ポテトサラダ製造工程で発生するじゃがいもの皮と芽の部分を取り除いた際に出る“ポテトピール”を特殊な技術を活用して液状にし、養豚用の飼料にしています。

養豚で使用する輸入飼料の価格も高騰しており、食の安全・安心の観点から国産飼料を使う傾向が強まっていたこともこの取り組みを後押ししています。

飼料の生産量は、現在約70t/月。委託排出量35%削減の成果が出ています。

この技術が養豚業界の課題である国産の安全な飼料の生産、安定流通へつながり、食品残渣の循環型社会構築にも貢献しています。

じゃがいもの有効活用



ポテトピール液飼の生産フロー

水の効率的活用

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、工場を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。

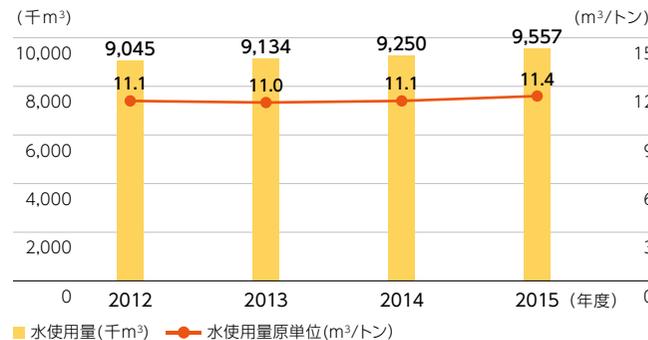
その一つが、生産ラインからの排水の再利用です。下水道へ放流可能な状態まで浄化処理した水を、さらにきれいに再生利用するために、膜処理技術を活用した設備を導入しています。こうして処理した再生水を工場内のトイレや緑地への散水設備に利用しています。

また、製造工程から出る排水を、最新技術を活かして飲むことも可能な純水にまで濾過する設備を導入し、2015年度は一日平均160tの純水をつくり出しました。内100tは加工場内のトイレに流す水や樹木への散水、床の洗浄水に使用し、60tは屋根散水、空調設備の室外機冷却などに使用しています。

こうした設備の導入により、節水と節電によるコスト削減を同時に実現しています。

2015年度、キューピーグループ工場の水使用量は9,557千m³で前年度比3.3%増加。生産数量1トン当たりの水使用量（原単位）は11.4m³となり、前年度比2.3%の増加となりました。

水使用量



容器包装の環境配慮

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、それを生産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一つと考え、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、多重包装はなくすること
- 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



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

地域への環境配慮

▶ 地球環境への貢献

地域への環境配慮

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。排水の水質については、地域ごとに基準が定められていますが、より厳しい自主管理基準を定めて管理し、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。



▶ 緊急遮断弁(富士吉田キューピー)

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、近隣にお住まいの皆様に、悪臭や騒音などでご迷惑をおかけしないよう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発生す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。

2015年度、近隣からの苦情はありませんでした。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

生物多様性の保全と環境コミュニケーション

地球環境への貢献

生物多様性保全の取り組み

富士吉田キューピーは国立公園内にあり、保護地域内や隣接地域でもあるため、敷地内で自然の整備や緑地面積の確保、立地を生かし、再生可能エネルギー(太陽光パネルの設置)を取り入れ、自然保全に向けて取り組んでいます。

2015年度は、環境省自然環境局が実施した「生物多様性分野における事業者による取組の実態調査」の内容を参考に、現状の取り組みを評価しました。今後の取り組みとして、事業と生物多様性の取り組みの関連性の深さについて検討し、課題や今後取り組むべき事項を整理し、森が有する自然資産の評価やステークホルダーの皆様との情報共有など、実施内容を決めて取り組んでいきます。



▲ キューピー富士吉田での太陽光パネルの設置

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。

2014年度からは、富士吉田市尾垂地区で、10,000m²の森林を対象に第2期の活動を開始し、間伐とコナラやもみじの植樹の作業を実施してきました。

2015年度も間伐・植樹自然保全の大切さを知る森林散策、地元食材を用いた昼食など、自然を通じて地域の方々とコミュニケーションを行いました。

2016年度は第2期の隣接地区で、10,000m²の森林を対象に「キューピーの森」第3期の活動を行います。水源涵養だけでなく、富士を望む雄大な自然や地元の皆様と触れ合いを通じつつ、森林が抱える問題にも目を向けられるような豊かな人づくりもめざしています。

*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。



▲ 間伐の様子



▲ イベントの様子

霧多布湿原ナショナルトラストへの支援

霧多布湿原は北海道東部に位置する、森と海に囲まれた豊かな湿原です。国内では3番目の広さを誇り、1993年にはラムサール条約にも登録され、その価値が国際的にも評価されています。

この貴重な自然を次の世代につなげようと、湿原内の私有地の買取・整備を行うのが認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラストです。

この活動にキューピーグループの出身者が参加したことから、グループ会社・出身者による寄付での支援を継続してきました。また、2014年からは木道整備活動に年1回社員を派遣しています。

2015年11月の活動には、キューピーから社員3名のほか、地元の大手乳業メーカーとそのグループ会社、地元のボランティアの皆様の総勢70名が参加し、湿原を観察する木道の整備や森林整備作業に汗を流しました。

大自然の素晴らしさを体感し、少しでも自然保護に携わることができた充実感、企業の枠を超えて力を合わせて助け合える連帯感など、地域に根差した支援を行っています。



▲ 木道の整備



目次

企業情報

特集

社長メッセージ

CSRマネジメント

キューピーグループの理念

活動報告

「行動規範」に基づいた活動

新たな挑戦

キューピーグループのアプローチ>>> 私たちは、前向きな失敗に学びながら、新たな挑戦を続けることで、会社と個人の成長を実現します——「食の安全」への社会の関心が高まる中、キューピーグループはイノベーションを通じて新たな価値を創造し、ステークホルダーの皆様の期待に応えていきます。マヨネーズやドレッシング、さらには卵や野菜まで幅広い研究開発を推進するとともに、ワークスタイルの変革など、イノベーションを創出する組織・職場づくりにも取り組んでいます。失敗を恐れず、何事にもチャレンジ精神を発揮することは、キューピーグループらしさの基盤です。お客様の「期待に応える」ことはもちろん、「期待を超える」価値を提供するために、これからも新たな挑戦を続けていきます。



賞味期間延長の取り組み

キューピーグループでは、家庭での食品ロス削減に貢献するために、賞味期間の延長に取り組んでいます。キューピー マヨネーズ(50g~450g)とキューピーハーフでは、賞味期間を10カ月から12カ月に延長しました。



加工プロセスの技術向上

ロングライフサラダは、これまですべての商品で一定の殺菌条件が用いられてきました。今回、改めて殺菌理論を構築し、条件の見直しを行った結果、殺菌・冷却時間を約30%短縮し、さらにおいしくすることができました。



ワークスタイル変革

2015年3月から稼働しているキューピータマゴ東京工場では、商品を生産するだけでなく、商品を生み出すという新しい役割を担うために、工場のコンセプトを「ファクトリーコミュニケーション」とし、コミュニケーションのためのさまざまな場を設けています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

▶ 新たな挑戦

賞味期間延長の取り組み

食品ロスの削減は世界的な課題となっています。この食品ロスの中には、家庭内ストックの賞味期間切れによる廃棄分も含まれています。食品メーカーとして賞味期間延長に取り組むことでロス削減に貢献できると考えています。

マヨネーズを長期間保存した場合、酸素などの影響により品位が低下することがあります。「キューピー マヨネーズ」は発売以来、酸素を通しにくい多層容器の採用や、植物油中に溶け込んでいる酸素を限りなく取り除いた「おいしさロングラン製法」の採用など製法・容器でさまざまな工夫をしてきました。さらに、製造工程中の酸素を取り除くことに挑戦し、製造工程中の酸素レベルを下げることに成功。また、「キューピーハーフ」では配合の変更により品位を向上させることに成功。このようにして、「キューピー マヨネーズ(50g～450g)」は2016年3月製造分から「キューピーハーフ」は2016年1月22日出荷分から、賞味期間を従来の10カ月から12カ月に延長することができました。

POINT1
「アルミシール」による外部酸素の遮断



POINT2
製品中の酸素を減らす「口部の窒素置換」



POINT3
生産中に酸素を混ぜない「真空ミキサー」



POINT4
酸素を通しにくい「多層容器」

POINT5
植物油から酸素を限りなく取り除いた「おいしさロングラン製法」

加工プロセスの技術向上

これまでロングライフ(LL)サラダは、細菌の増殖を抑えるために一定の殺菌条件(温度×時間)で処理を行ってきました。生産現場ではこの殺菌時間を確保するために、生産量が多い時には残業や休日出勤で対応しなければならなかった状態でした。これを課題に感じた生産担当者からの「殺菌時間って短くならないの?」という何気ない一言をきっかけに殺菌条件見直しへの挑戦が始まりました。

現場の声と同じ想いを持っていた技術研究所と食品安全科学センターでプロジェクトチームを結成、さらに商品開発と工場メンバーも加わり、現状把握と殺菌のための新たな理論構築を始めました。誰もが納得できる内容にするために、レトルトの殺菌理論をベースに、LLサラダ向けにメンバー全員でつくり上げました。

この新たな挑戦は、部門を越えたメンバーが集結したことで、従来の殺菌条件に対する固定概念を打ち破り、加工プロセスにイノベーションをもたらしました。

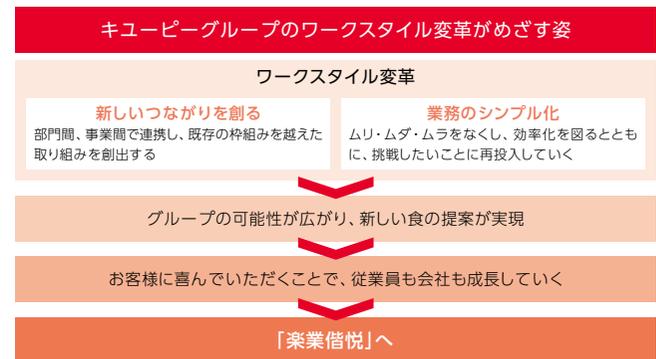
完成した新しい殺菌条件では約30%の時間短縮が可能となり、残業や休日出勤を減らすことができました。さらに殺菌・冷却にかかるコストの軽減、熱ダメージの少ない品位の実現にもつながりました。

現在、この殺菌理論を、LLサラダに関わるすべてのグループに水平展開を行い、価値を共有化できるように進めています。

ワークスタイルの変革

キューピーグループが仙川キューポートにて取り組んでいるワークスタイル変革は、大きく二つに分けられます。一つは、新しいつながりをつくること。当社グループは、内食、中食、外食で5つの食品事業と物流事業を展開しています。それぞれの事業の特色を掛け合わせた中から、これまでの枠組みを越えた取り組みを創出します。もう一つは、業務のシンプル化。私たちの仕事のやり方を見直し、ムリ・ムダ・ムラをなくし、効率化を図るとともに、挑戦したいことに再投入していく働き方の実現をめざしていきます。

個人の生産性を高めると同時に、部署や部門、会社の枠を越えてグループ全体でシナジーを生み、お客様やお取引先に対し、新たな食を提案し喜んでいただくこと。それにより私たち一人ひとりが成長し、また組織も発展することで、当社グループの社是である「楽業偕悦」の実現をめざしていきます。





目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

「倫理規範」に基づいた活動 法令の遵守

法令の遵守

キューピーグループのアプローチ>>>

私たちは、国内外の各種法令、社会的な規範、そして社内規程を遵守し、高い倫理観を持って企業活動を行います——コンプライアンスは、企業の持続的な発展に欠かすことのできないものと認識し、法令遵守はもとより、すべての役員および従業員が高い倫理感を持って事業活動を行うことが重要です。

また、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グループ内外に浸透させ、透明性を保つことが、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。

この考えのもと、当社グループはコンプライアンス・プログラムを策定し、すべてのグループ従業員に徹底すべく、実施を進めています。

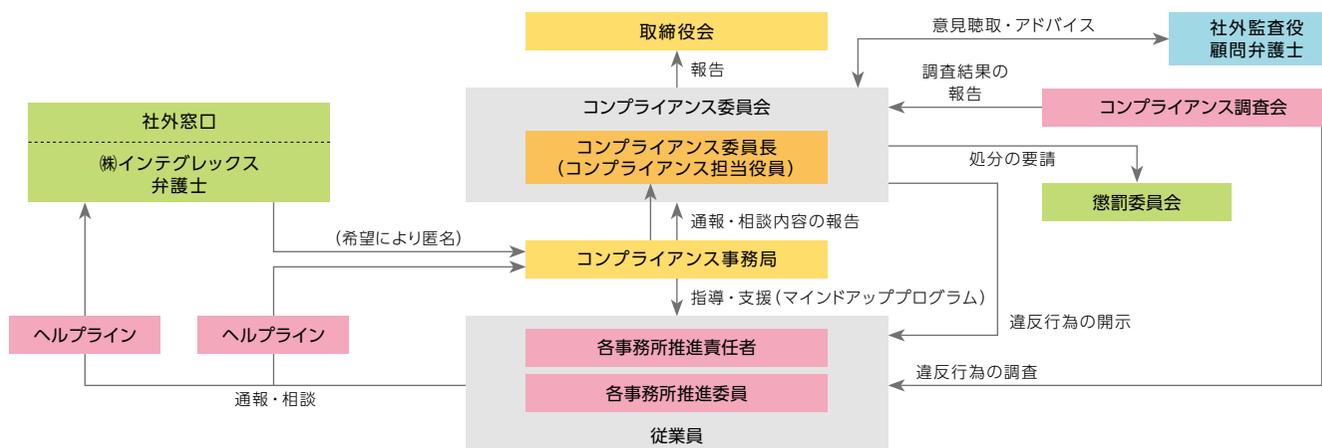
統括させることで、全社横断的なコンプライアンス体制の整備および問題点の把握に努めています。また、同委員会を中心にコンプライアンスマニュアルの整備や従業員教育などを行っており、こうした活動は、コンプライアンス担当役員が定期的に取り締り役会および監査役会に報告しています。

2016年1月には、「グループ倫理行動規範」の内容を見直し、新たに「グループ規範」として従業員への周知を行っています。「グループ規範」の考え方とその推進については、経営会議での協議事項として設定しており、グループ全体で公正・健全な企業運営の実践をめざしています。

「ヘルプライン」の設置

公益通報者保護制度に対応した内部通報体制として、コンプライアンス委員会の下に、当社の監査役、社外の弁護士、第三者機関などを情報受領者とする「ヘルプライン」を設置しています。情報受領者から報告・通報を受けたコンプライアンス委員会は、その内容を調査し、違反行為があれば再発防止策を担当部門と協議のうえ決定し、処分結果を含めて社内に公表するとともに、全社的に再発防止策を実施しています。

●キューピーグループのコンプライアンス体制



コンプライアンス推進体制

キューピーグループは、2004年1月に「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。同時に、コンプライアンス体制に係る規程を制定し、その徹底を図るため、コンプライアンス担当役員を任命し、コンプライアンス委員会を



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

法令の遵守

コンプライアンス教育

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、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、コンプライアンス研修のほか、グループ全従業員を対象としたeラーニング「マインドアッププログラム」を実施しており、18回目となる2015年度のテーマは、グループ倫理行動規範・働きやすい環境「ハラスメント3」でした。

従業員意識調査

キューピーグループでは、従業員のコンプライアンスに対する理解・意識、社会的責任に関する考え方、当社グループで働くことへの満足度を把握するために、2004年から「従業員意識調査」をアンケート形式で行っており、2016年に6回目を実施する予定です。

アンケートの結果は、従業員にフィードバックするとともに、結果の分析を通じて、コンプライアンスをグループ内に浸透・徹底させるための課題を把握し、eラーニングや従業員研修などの教育プログラムに反映させています。

TOPICS

キューピーグループ反贈賄基本方針

キューピーグループでは、今後海外展開をさらに加速させることを計画しています。また、海外展開にあたっては国際的な法令遵守体制の整備が重要事項であり、特に贈収賄行為に対する取り締まりが世界的に強化されていることから、キューピーグループでは2015年に「キューピーグループ反贈賄基本方針」を制定しました。

基本方針に則った取り組みとして、制定と同年に発足した内部統制推進プロジェクトの中で、「反贈収賄取り組みプログラム」を策定しました(表参照)。このプログラムに従い、海外子会社の贈収賄に関するリスクアセスメントを行った後、翌2016年には海外子会社責任者を集めた合同会議にて反贈収賄への取り組みを宣言しました。現在、リスクアセスメントによる優先順位づけに基づき、各社で社内規程の整備を進めています。これらに加え、基本方針の実効性を図るための体制整備として、研修の実施や、内部通報制度の整備を計画しています。

今後も、基本方針の精神を徹底させるために、反贈収賄取り組みプログラムを継続的に実行していきます。

反贈収賄取り組みプログラム

PDCA	分類	取り組み内容
P	リスクアセスメント	贈収賄リスクに関するインタビュー、書面アンケート
D	リスクの周知	各国責任者とのミーティング、e-ラーニングの実施
	リスクアセスメントによる優先順位づけに基づく規程整備	①キューピーグループ反贈収賄基本方針制定
		②現状把握のインタビュー
体制整備	③各社への導入	
	①規程の説明、研修の実施	
C	監査による実効性確認	②内部通報制度導入
		反贈収賄が徹底されているかを監査
A	監査を踏まえた見直し	監査結果をリスク評価に反映



キューピーグループ反贈収賄基本方針制定について



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

「倫理規範」に基づいた活動

人権の尊重

● 人権の尊重

キューピーグループのアプローチ>>>

私たちは、人権を尊重し、人種・国籍・宗教・性別・年齢・心身障害等による差別やハラスメント行為を決して行いません——キューピーグループは、従業員一人ひとりが人権を尊重し、差別やハラスメント行為のない職場環境を実現します。

また、事業展開を進める上で、さまざまな人権課題を把握し、それに配慮し適切に行動することが求められている中、今後バリューチェーン全体での人権の配慮に取り組んでいきます。

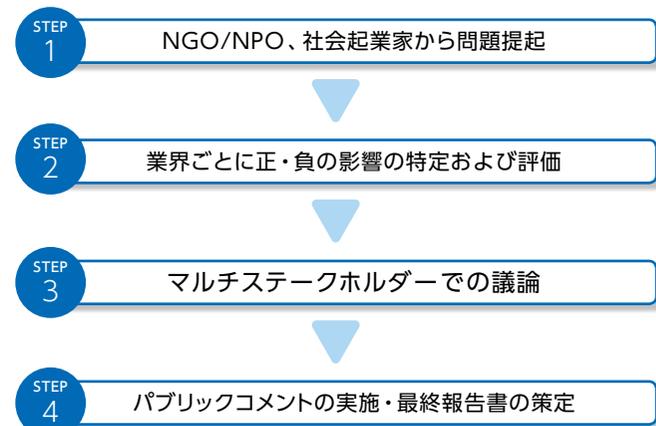
人権尊重の考え方

キューピーグループでは、これまで従業員への人権配慮に対する啓発活動を行ってきましたが、さらにグローバルでの人権課題の把握と業界との関わり整理に向けた取り組みを開始しました。

2014年に引き続き、2015年も経済人コー円卓会議日本委員会によって設立された「ニッポンCSRコンソーシアム」が主催する「ステークホルダー・エンゲージメント・プログラム」に参加しました。このプログラム中のワークショップにおいて、NGO/NPOや有識者の提言などを受けて「食品業において重要と考える人権課題」を抽出しました。

今後、キューピーグループとして取り組むべき重要課題の特定に取り組んでいきます。

● ステークホルダー・エンゲージメント・プログラムの実施プロセス





目次

企業情報

特集

社長メッセージ

CSRマネジメント

キューピーグループの理念

活動報告

● 人権の尊重

従業員における人権配慮

人権配慮の考え方に基づき、従業員へのさまざまな啓発活動を行っています。2005年度からは、社内eラーニングを使った「マインドアッププログラム」を実施しており、2015年11～12月に「働きやすい環境・ハラスメント3」というテーマで実施しました。

また、コンプライアンス事務局が運営する、グループ内の不正・違反行為などコンプライアンス違反に対する通報・相談窓口「ヘルプライン」を設置しています。キューピーグループの社員および派遣社員であれば、だれでも利用できます。匿名で連絡できるため、通報・相談者のプライバシーを保護し、通報したことによる不利益が生じないように調査を行うため、報復行為を恐れずに相談することができます。

2015年9月には、人権NGO「アムネスティ・インターナショナル日本」による「世界の紛争地等で起きている子どもたちの人権課題」の講演を仙川キューポートにて実施し、グループ各社より約60名が参加しました。

このほか、イスラム教徒の従業員への対応として、2015年に仙川キューポートにおいて礼拝スペースを設置しました。



▲「アムネスティ・インターナショナル日本」による講演

商品における人権配慮（ハラール認証の取得）

近年増加する日本在住のイスラム教徒およびイスラム圏からの訪日外国人の皆様にも安心して食べていただけるよう、海外子会社キューピーマレーシア(KEWPIE MALAYSIA SDN.BHD.)が生産したマヨネーズを輸入しています。

「マヨネーズ ジャパニーズスタイル(ハラール認証)」は卵黄タイプのマヨネーズです。「キューピー マヨネーズ」に近い味わいが特徴で、卵黄のコクが楽しめます。マレーシア政府機関からハラール認証を取得し、イスラム教徒の人々に安心して食べていただくことができます。2015年6月からネット通販を開始、その後は小売店のハラールコーナーのほか、ホテル内レストランや国際空港、大学生協などをターゲットに、フードサービス市場への販路拡大を図ります。また、今後は業務用小袋タイプのマヨネーズ

など、需要に合わせてバリエーションを増やす予定です。

キューピーは、マレーシアとインドネシアの2カ国でハラール認証を取得した商品を生産し、食の洋風化が進む現地および周辺諸国で、販売を行ってまいりました。今後は、イスラム教徒の方々に、日本でも安心して食を楽しむ機会を提供していきます。



▲ マヨネーズ ジャパニーズスタイル (ハラール認証)



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

「倫理規範」に基づいた活動

公正・健全な企業活動

キューピーグループのアプローチ>>>

私たちは、公正・自由な競争を行うとともに、お取引先や株主・投資家、行政・政治に対して透明で健全な関係を築きます——調達先や販売先など、サプライチェーンに関わる皆様は、ともに社会的責任を遂行し、理念を実現するための大切なパートナーです。キューピーグループは、パートナーの皆様とともに成長するために、公正で自由な競争を行える環境づくりが重要であると考えています。

また、ステークホルダーの皆様と透明で健全な関係を築いていくために、パートナーの事業所へ定期的に訪問し意見交換を行うとともに、株主・投資家の皆様へは、キューピーグループの事業所への株主優待見学会を開催するなど、直接的なコミュニケーションを行っています。

こうした公正・健全な企業活動の基盤となる従業員については、「働きがいのある人間らしい仕事(ディーセントワーク)」に取り組めるよう人事制度を整備しています。また、安全衛生および健康に配慮し、従業員が働きやすく、互いの人格や個性を尊重できる職場環境の構築をめざしています。

サプライチェーンへの取り組み

公正・健全な企業活動

サプライチェーンマネジメントの考え方

キューピーグループにとって、原料や資材を提供いただく調達先の皆様や、商品を販売いただく販売先の皆様は、大切なパートナーです。当社グループは、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・安心な食生活、持続可能な地球環境への貢献を通じて、ともに成長できる関係をめざしています。

2015年度は、原料・資材メーカーとの取り組みとして、両社の生産現場のメンバーが共同参加して品質向上をめざす「現場交流会」を実施し、年間200回以上のコミュニケーション機会を設けました。

サプライチェーンでの品質管理

良い原料を入手するためには、信頼できる原料メーカーからの調達が不可欠です。そのため、使用する原料については、生産現場における衛生管理など、さまざまな項目が記載された「原料品質規格書」の提出を原料メーカーにお願いしています。また、新しい原料の使用に当たっては、経験を積んだ専門の担当者が必ず原料メーカーを訪問し、規格書では把握しづらい事業所の風土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情報交換を行っています。

また、原料の情報を電子化し、その原料が使われている商品や配合の情報、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。万が一、原料に問題があることが疑われた場合にも、当システムにより商品を特定し、速やかに対応しています。

生産農家との協働による環境活動

原料を提供してくだ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、工場で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。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

働きがいのある職場づくり

▶ 公正・健全な企業活動

雇用についての考え方

キューピーグループの社是である「楽業偕悦」は、同じ志をもって一致協力して目標に向かい、個人の意欲・やりがいを大切にして仕事(業)を楽しみ、困難や苦しみを分かち合いながら、悦びを偕に(ともに)していこうという考え方です。

当社グループでは、日々の取り組みの中で社員一人ひとりの成長を後押しし、研修と自己啓発を通じたキャリア形成を支援しています。また、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。

新たな人事評価制度の導入

グループ経営戦略の実現と、一人ひとりのさらなる成長に向けて、2016年度より、新たな評価制度を導入しました。

従来の人事評価制度を通して磨いてきた、日々の取り組み(プロセス)の価値を大切にしつつ、以下の3つの変化を起こすことを狙いとしています。

- 一人ひとりの挑戦と業績の達成を後押しすること
- OJTを活発化し、成長の実感が高まること
- キューピーグループの理念の大切さを実感し、実践していくこと

新たな評価制度は、会話を重ねながら、グループ協働で、キューピーグループらしい成果につながる行動を実践していくことで、成長を高め合っていける仕組みとなっています。

● 従業員の雇用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	2014年度	2015年度
社員・嘱託社員	男性	1,448名	1,439名	1,437名	1,421名	1,385名
	女性	1,137名	1,160名	1,143名	1,128名	1,135名
パートその他(期中平均)	男性	265名	249名	271名	305名	314名
	女性	528名	511名	528名	613名	649名
平均年齢	男性	41.0歳	41.1歳	41.5歳	41.7歳	41.6歳
	女性	30.9歳	31.5歳	31.9歳	32.6歳	33.4歳
平均継続年数	男性	15.1年	15.7年	16.1年	16.2年	16.3年
	女性	7.3年	7.8年	8.2年	8.8年	9.3年

対象: キューピー株式会社
 ※平均年齢、平均継続年数はキューピー株式会社社員

② 新規採用者数

2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
39名	47名	67名	55名	57名

対象: キューピー株式会社総合職

③ 従業員数の推移

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
従業員数	3,378名	3,359名	3,379名	3,467名	3,483名
常用雇用者数	2,585名	2,599名	2,580名	2,549名	2,520名
平均臨時雇用者数	793名	760名	799名	918名	963名
グループ従業員数	22,858名	23,579名	23,914名	24,773名	24,997名
常用雇用者数	12,028名	12,425名	12,598名	12,933名	13,478名
平均臨時雇用者数	10,830名	11,154名	11,316名	11,840名	11,519名



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

人材育成の取り組み

公正・健全な企業活動

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eラーニングを実施しています。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。

●2015年度の研修参加者数(キューピーグループ)

グループ研修センター主催	2,572人
ものづくり学校	785人
そうざい学校	691人
キューピータマゴ	389人 (協力社員含む)
人事本部主催	286人
合計	4,723人

●キューピーキャリア支援体系図



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一つとして、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。



人材育成研修



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

労働安全衛生の取り組み

▶ 公正・健全な企業活動

労働安全衛生に関する考え方

キューピーグループの安全衛生活動は、キューピー(株)生産本部本部長の直轄である「グループ安全担当」が中心となり、全従業員が健康で安全な職場生活を送ることができる快適な職場環境づくりに努めています。主な活動として、次の3つを実施し、災害の未然防止と安全意識向上に努めています。

- ① 全生産工場の安全監査(国内84カ所、海外10カ所)
- ② グループ安全会議(毎年6月開催)
- ③ 災害情報の水平展開

～グループ労働安全衛生理念～

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(2015年6月～2016年5月)～

- 『転倒災害ゼロを今年こそ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きます』
- 『高齢者の安全対策を強化します』

グループ一体となった安全への取り組み

当社グループでは、2004年より予防型安全活動を推進しています。その手段として、次の3つを実施することにより、リスクを許容可能なレベルまで下げ、安全第一の風土構築をめざしています。

- ① リスクアセスメントの実施
- ② 安全教育手順書による教育
- ③ QBSS(キューピー・アヲハタ安全基準)点検と是正

毎年1回、国内、海外の全生産工場を訪問し、専任者による安全監査を実施し、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、情報共有により災害の再発防止を図っています。また、優れた安全改善に対しては、6月に開催されるグループ安全会議で発表し、グループ全体の安全レベルアップにつなげています。

2015年度は、各事業所ではバラバラであった安全則を統一し、『キューピーグループ安全則』として発行し、安全に対する想いを一つにすることができました。

● 災害発生件数の推移

	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度
休業災害件数	8	13	15	12	7
度数率	0.36	0.56	0.72	0.56	0.35
強度率	0.024	0.024	0.035	0.018	0.013

対象: キューピーグループ国内工場

※ 度数率=労働災害による死傷者数/延べ実労働時間×1,000,000

※ 強度率=労働損失日数/延べ実労働時間×1,000

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、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、新入社員研修やマネジメント(管理職)研修などのほかに、各事業所でも基幹職を対象に行っています。

2015年度より、健康経営をテーマにグループ横断した取り組みを進めています。



目次	企業情報	社長メッセージ	キューピーグループの理念
	特集	CSRマネジメント	活動報告

「倫理規範」に基づいた活動

情報セキュリティの徹底

● 情報セキュリティの徹底

キューピーグループのアプローチ>>>

私たちは、お客様・従業員の個人情報やお取引先の機密情報を大切に取り扱い、不正な開示・使用を行いません——キューピーグループは、個人情報が重要な財産（法益）であると認識しています。また、これを適切に管理し保護することが、企業としての社会的責任であると考えています。そこで、皆様に「安全・安心」をお届けする企業として、お客様、お取引先、当社役員・従業員等の個人情報の取り扱いにつき基本方針を定めています。

当社グループは、本方針を遵守し、個人情報の保護に努めることを宣言します。

情報セキュリティの実施

キューピーグループは、情報の漏洩や改ざん等の危険を防止するため、情報セキュリティポリシーを策定・運用し、安全対策を行っています。情報セキュリティに関しては、会社情報取扱規程、個人情報保護基本規程、およびそれらに関する管理マニュアルを制定し、これらに従って情報の保持・管理を行っています。

また、情報セキュリティ委員会を中心に、情報管理に係る従業員教育や各規程などの運用状況の検証、各規程などの見直しを行っています。

個人情報の管理と継続的实施

キューピーグループは、個人情報を適切に保護するために、その保管方法を始めとする管理体制や取り扱い方法を定め、個人情報統括責任者を任命し、当社の役員および従業員（臨時従業員、派遣社員などを含む）、その他関係者に周知徹底させて実行します。また、管理方法の見直しを継続的に行ってまいります。当社グループは、従業員に対し個人情報の取り扱いに関する教育を定期的を実施し、個人情報の保護を徹底します。

グループの財務・労務業務を受託しているケイ・システムや、通信販売業務を行っているトウ・キューピーでは、一般財団法人日本情報経済社会推進協会が運営するプライバシーマークの認証を受けています。



▲ 個人情報保護方針

▲ プライバシーポリシー



10560029(05)

▲ プライバシーマーク
(トウ・キューピー)



目次

企業情報
特集

社長メッセージ
CSRマネジメント

キューピーグループの理念
活動報告

「倫理規範」に基づいた活動

▶ 反社会的勢力への対応

反社会的勢力への対応

キューピーグループのアプローチ>>>

私たちは、社会的秩序を乱し脅威を与える反社会的勢力に対し、断固たる行動をとり、一切の関係を遮断します——キューピーグループは、社会の一員として、社会秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力とは一切関係を持たず、不当要求に対しては毅然として対応します。

反社会的勢力排除への取り組み

キューピーグループは、社会の一員として社会秩序や安全に脅威を与える反社会的勢力とは一切関係を持たず、不当要求に対しては毅然として対応することとしています。

また、当社グループは反社会的勢力への対応マニュアルの作成、コンプライアンス活動を通じた従業員への指導・啓発(階層別研修やeラーニングによる「グループ規範」の周知・徹底)、および必要に応じた警察関係への相談や情報収集などに努めています。さらに、暴力団排除条例の施行も踏まえ、契約書の暴力団排除条項の見直しを行っています。

今後も、警察当局のご指導もいただきながら、企業理念に沿った適切な対応を心がけていきます。