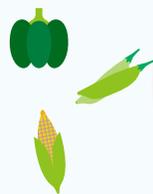
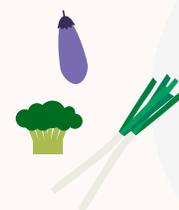


愛は食卓にある。



キューピーグループ

社会・環境報告書 2017



目次

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。

2017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： 2016年度(2015年12月1日から
2016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60社

報告サイクル： 年次報告として毎年発行

発行： 2017年6月

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

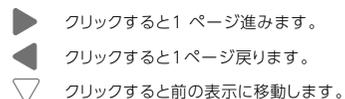
Tel: 03-3486-3052 Fax: 03-3486-6151

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。

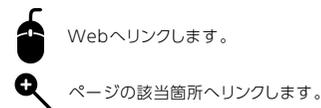
• カテゴリータブ



• ナビゲーションボタン



• リンクボタン



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すとともに、タマゴやサラダ、惣菜など幅広い領域に展開しています。

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。

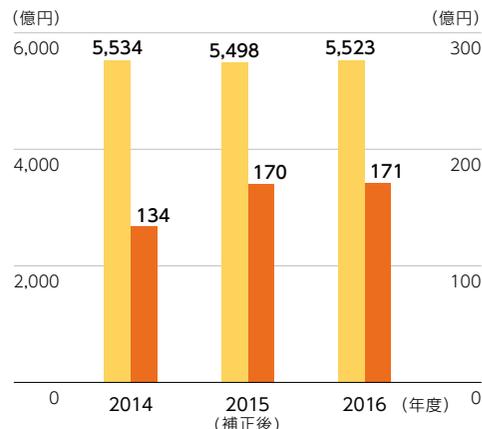
商号	キューピー株式会社
設立	1919年11月
本社所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13
資本金	241億400万円
従業員数	3,436人(連結 25,245人)(平均臨時雇用者含む)

- ① 「マヨネーズソース」その他一般ソース類の製造販売
- ② 各種瓶缶詰食品その他各種食品の製造販売
- 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付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 前各号に付帯する一切の業務

事業内容

※2016年11月30日現在

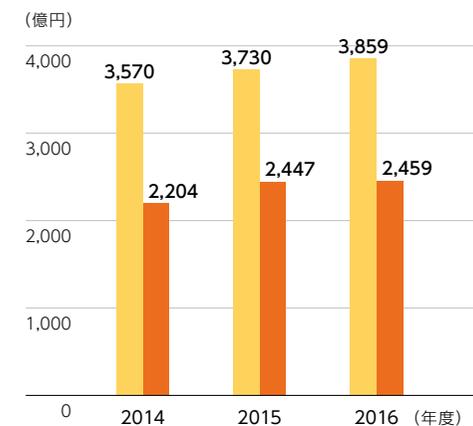
連結売上高／親会社株主に帰属する当期純利益



■ 連結売上高 (左軸)
 ■ 親会社株主に帰属する当期純利益 (右軸)

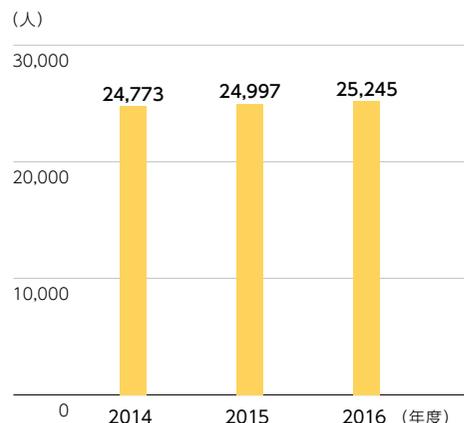
※会計方法の変更について
 2016年度より会計方法を次のとおり変更しました。
 ● 売上高の計上基準変更 (販売促進費・物流費の一部を売上計上時に売上高から控除)
 ● 固定資産の償却方法変更 (定率法から定額法に変更、耐用年数・残存価額の評価法の見直し)
 なお、2015年度は、売上高の計上基準変更による影響額を補正した数値を使用しています。

連結総資産／連結純資産

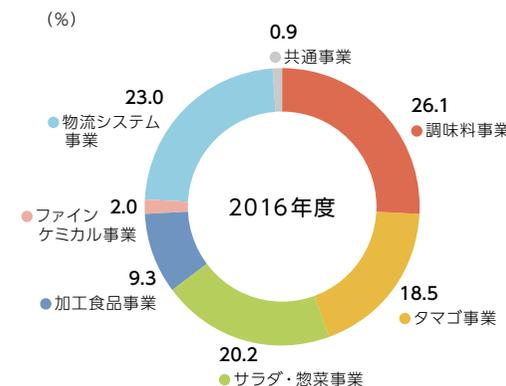


■ 連結総資産 ■ 連結純資産

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





事業発展の歴史

創始者である中島董一郎は、当時の農商務省の海外実業練習生として欧米へ渡り、マヨネーズとオレンジママレードに出会いました。こうしたおいしい食品を、ぜひ日本にも紹介したいとの想いを持ち帰国。1925年、日本人の体格向上を願い、当時の輸入品と比べて約2倍の卵黄を使ったといわれる栄養豊富でコクのあるおいしいマヨネーズを発売。1932年には、柑橘類の優良産地の瀬戸内に位置する忠海(広島県竹原市)で、オレンジママレードの製造を開始しました。

マヨネーズとオレンジママレードから深耕拡大したキューピーグループの事業には、大切にしている共通の考え方があります。それは「良い商品は、良い原料からしか生まれられない」というものづくりの考え方。パイオニア精神のもと、私たちが心を込めることのできる仕事を見つけ、私たちにしかできない商品で、お客様から高い信頼を得ることをめざしています。



創始者 中島董一郎



創始者 中島董一郎の想い

マヨネーズ、
オレンジママレードを
日本の食卓に



キューピーグループの6つの事業

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、マヨネーズの原料用のお酢から始まったビネガーなど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行っています。また、海外においても中国や東南アジアを中心に工場を有し、それぞれの国の食生活に合わせた提案を進めています。

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、国内の工場では液卵などに加工し、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、全国各地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。



企業情報

> 企業情報

グループネットワーク

●国内 48社 ●海外 12社

●海外売上高比率 6.8% ●事業展開国 9カ国



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

- ・アヲハタ株式会社
- ・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
- ・株式会社フレッシュデリカネットワーク
- ・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.
- ・KEWPIE POLAND SP.ZO.O.

タマゴ事業

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

共通事業

- ・KIFUKI U.S.A. CO., INC.



トップメッセージ



「キューピーグループの理念」の見直しから実践へ

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、2019年に迎える創立100周年とその先を見据えて、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。

キューピーグループの理念のめざす姿では、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。

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”へ広げて考え、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ていくことで「楽業偕悦」を実践していきます。

「グループ規範」とCSR活動の推進

行動規範の実践で、社会と環境へ貢献する

キューピーグループは、社是・社訓を基本の考え方に様々な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に私たちの姿勢をグループ規範(倫理規範と行動規範)として表しています。

行動規範に掲げている「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も表しています。

世の中に目を向けると、深刻化する気候変動や自然環境の荒廃、食品ロスなど、様々な環境問題があり、キューピーグループとしても取り組みが不可欠と考えます。私たちは、行動規範に「地球環境への貢献」を掲げ、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。

先に述べた「食育を中心とした社会貢献」と併せ、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。

これらの想いをコーポレートメッセージである「愛は食卓にある。」に込めて、おいしさ・やさしさはもちろんのことキューピーグループならではのユニークさに磨きをかけ、世界の食と健康に貢献するグループをめざします。

キューピー株式会社
代表取締役 社長執行役員

長南 収

Osamu Chonan

会社の経営の基本方針

キューピーグループの理念

キューピーグループは、人が生きていく上で欠かすことのできない食の分野を受け持つ企業集団として、「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」をもって、世界の人々の食生活と健康に貢献し続けることを使命としています。

今後もグループの理念を大切に共有し、創業以来受け継いできた品質第一主義を貫くとともに、“キューピーグループならではの”のこだわりある商品とサービスを、心を込めてお届けすることをすべての役員および従業員が実践していきます。

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、長い目で見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事があれば、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。

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、お取引先、株主・投資家、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。

ガバナンス

コーポレート・ガバナンス

キューピーグループのアプローチ

キューピーグループはお客様、従業員、お取引先、株主・投資家、地域社会などのステークホルダーの皆様に、期待を超え信頼していただくため、組織体制や仕組み制度などを整備しています。また、キューピーグループの一員として、日々仕事に取り組むうえでの基本的なあり方をグループ規範として定め、その浸透と実践に努めています。

コーポレート・ガバナンスの考え方

グループの理念に基づく事業活動を通じて世界の人々の食生活と健康に貢献し、持続的な成長と企業価値の向上を実現するため、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、また経営の成果をお客様、従業員、お取引先、株主・投資家等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・ガバナンスについては、透明・公正かつ迅速・果敢な意思決定を行うための仕組みと定義し、「グループ規範」を遵守するとともに、次の基本方針に沿って、適切で効果的な体制の整備および充実に継続的に取り組んでまいります。

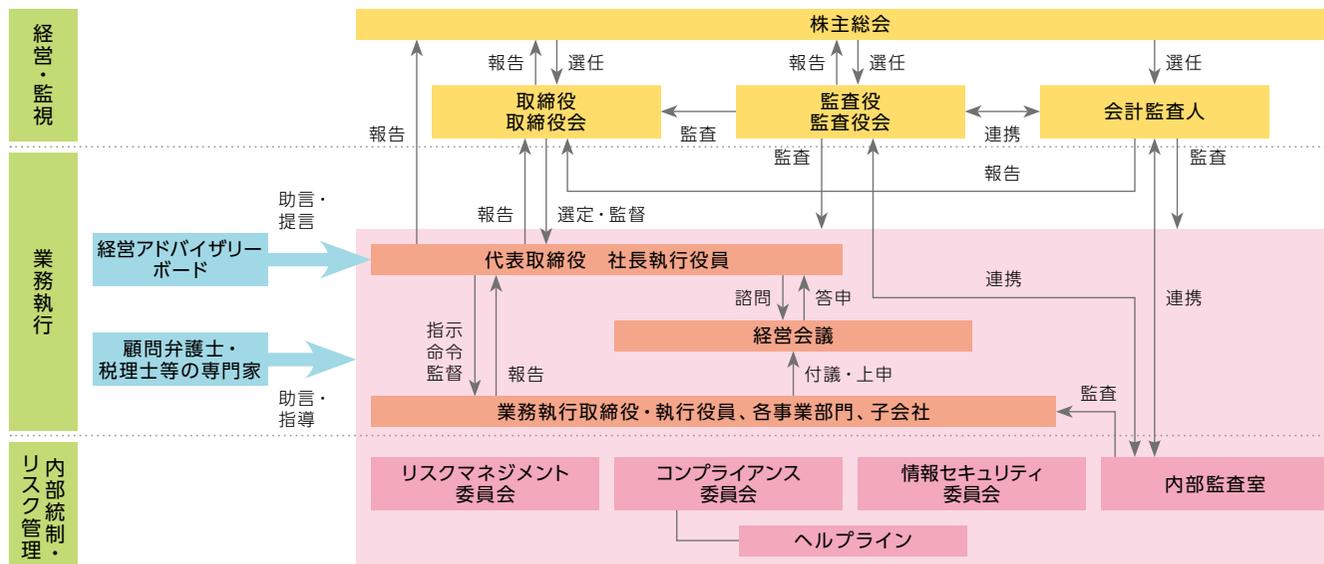
コーポレート・ガバナンス基本方針

- ① 株主の権利を尊重し、平等性を確保する。
- ② お客様、従業員、お取引先、株主・投資家等、様々なステークホルダーの立場や権利等を尊重し、適切な協働関係を構築する。
- ③ 会社情報を適切に開示し、透明性を確保する。
- ④ コーポレート・ガバナンス体制を構成する各組織体制が連携する仕組みを構築する。
- ⑤ 中長期的な利益の実現を期待する株主との間で建設的な対話を行う。

また、コンプライアンスについても、企業の持続的な発展には欠かすことのできないものと認識しており、法令遵守はもとより全ての取締役および従業員が高い倫理観を持って事業活動を行うことができるよう、コンプライアンス・プログラムの策定および実施を進めてまいります。

コーポレート・ガバナンス

コーポレート・ガバナンス体制



内部統制・リスク管理

● 内部統制システム

会社法に基づき、取締役会において、当社の内部統制システム構築の基本方針を決議するとともに内部統制の整備に必要とされる大綱を定めています。

内部統制システムは、速やかに実施されるとともに、定期的かつ必要に応じた見直しによってその改善を図り、効率的で適法な企業体制を作ることを目的としています。

なお、当社は創業の精神として社是・社訓を掲げ、長年にわたり取締役および従業員への教育・周知徹底を継続することにより企業風土を醸成してきたことから、取締役は経営判断においてもこの企業風土を尊重しています。

そして、取締役および従業員が、法令・定款および当社グループの理念を遵守した行動をとるために、グループ規範とコンプライアンス規程を定めています。

● 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

ニユ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り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に公表するとともに、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、定期的な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マネジメント

● CSR推進体制

当社グループは、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

2016年、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。

ステークホルダーとの対話



ステークホルダーへの姿勢

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(2016年度実績)

- お客様相談室(お客様の声 37,642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12,953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56,309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

お取引先

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き、相互の発展につなげます。

- 営業活動を通じたお取引先とのコミュニケーション
- 原材料調達先への定期・不定期訪問および現場交流会(200回超/年)
- 生産農家・団体との取り組み

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くとともに、当社グループをより理解していただけるよう努めます。

- 定時株主総会(1回/年)(事前にご意見をいただける工夫)
- 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)

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(98,523人/年)
- マヨネーズ教室(食育活動)(20,332人/年)
- 食をテーマにした講演会(96回/年)
- マッチングギフト制度「QPeace」支援先団体の活動報告会(1回/年)
- 各エリアにおける地域とのコミュニケーション

TOPICS

2016年度の対話

2016年度は、働き方の変革をテーマに、キューピーグループで働く一人ひとりが、さらに生き活きと活躍し、働き続けるためのヒントを見つけるセミナーを実施しました。また日本の貧困格差の課題解決について、NPO団体とフードバンク活動をテーマとした対話を行いました。

2016年7月には、ダイバーシティや働き方を考えるきっかけづくりのために、株式会社ワーク・ライフバランス代表取締役社長小室淑恵様より「働き方の変革」というテーマで従業員向けセミナーを実施しました。セミナー会場に来られない全国の事業所、グループ会社ともライブ中継を行い、従業員約350人が参加しました。

2016年11月には、認定NPO法人フードバンク山梨理事長および全国フードバンク推進協議会代表である米山けい子様より「子どもの貧困について食を通じて取り組む」というテーマで活動内容を報告。フードバンク子ども支援プロジェクトや利用者への感謝のお手紙などを紹介いただきました。



▲ ワーク・ライフバランス 小室様による講演の様子



▲ フードバンク山梨 米山様による活動報告の様子

特集 ベトナムの食と健康に貢献

卵殻カルシウムによる新たな価値創造

社会課題へのアプローチ



世界的な高齢化社会の時代を迎え、骨粗しょう症のリスクを抱える方が増加しています。女性は閉経後に女性ホルモンが減少するため急激に骨量が低下するといわれ、加齢にともなう骨粗しょう症の増加は、世界的に重要な課題となっています。

キューピーグループがビジネスを展開しているベトナムでは、近年の経済成長により国民の平均寿命が延びている一方、骨粗しょう症の増加が新たな問題となっています。骨粗しょう症は、カルシウムの摂取不足も一因であり、ベトナム人の患者数は約500万人ともいわれます。キューピーグループは「卵」の活用技術を使い、卵殻カルシウムを通じてベトナム人の健康に貢献する取り組みを2014年から開始しています。

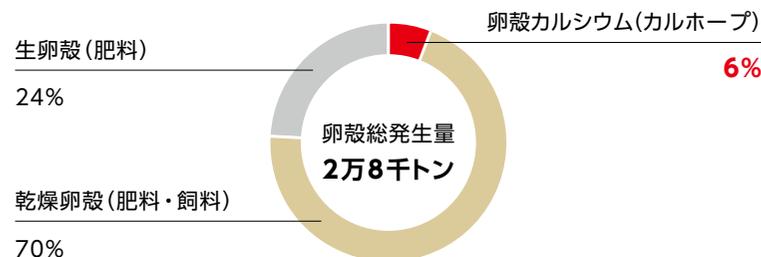
ベトナム政府と協働して推進するハノイ国立栄養研究所での実証試験をはじめ、学会誌への論文発表、ベトナム国内のイベントでの情報発信など、卵殻カルシウムによって新たな価値を提供する取り組みを進めています。

骨粗しょう症患者に貢献する「卵の殻」というアプローチ

カルシウムは骨の主成分であり、骨代謝を正常に保つための重要な役割を果たしています。私たちが摂取しているカルシウム源には、小魚、牛乳、貝殻、石灰石などがあり、卵殻カルシウムもそのひとつです。特に卵殻カルシウムは多孔質な構造から、体内への吸収率が高いことがさまざまな試験で明らかになっています。

キューピーグループの卵殻の年間発生量は約2万8千トン(2016年)です。発生する卵殻の多くは、乾燥させて土壌改良剤や飼料として有効活用していますが、その一部を卵殻カルシウム(商品名:カルホープ)へと加工し、良質なカルシウム供給源としてグループで活用し、食品メーカーなどに提供しています。

グループの卵殻年間発生量2万8千トンの内訳



これまで、他のカルシウム源と比べ、卵殻カルシウムがヒトの骨に与える影響を長期的に検証した研究はありませんでした。一方、ベトナムは近年の著しい経済成長により、人口は2000年に約7,700万人から2015年には約9,100万人へと増加するとともに、政府の「2011-2020年国家栄養戦略」を背景に国民の食や健康に対する意識も高まっています。

こうしたニーズの高まりを受け、キューピーグループは2014年10月、ハノイ国立栄養研究所の協力を得て、卵殻カルシウムの摂取試験を開始しました。

健康課題の解決に貢献するキューピーグループらしい提案を

ハノイ国立栄養研究所での実証試験は、ベトナムの農村部に暮らす高齢者女性を対象に行われ、1回目の試験(2015年1月~2016年1月)にて、卵殻カルシウムが人間の骨密度増加に有効である可能性が示唆されました。

この試験結果を受けて、2017年4月に「Journal of Nutritional Science and Vitaminology」誌上への論文の掲載が受諾されました。また、試験結果の信頼性向上のため、被験者数を倍にした2回目の試験(2016年2月~2017年2月)を行い、さらなる発信を準備しています。

2017年3月には、独立行政法人日本貿易振興機構(JETRO)が主催する「健康長寿広報展」にて、カルホープを用いたカルシウム強化食品を紹介しました。このように、さまざまな機会を通じて、ベトナム人の健康課題に対する「卵殻カルシウムの可能性」を発信していきます。

これからも、骨粗しょう症の低減をはじめとした健康課題を解決する、キューピーグループらしい提案を続けていきます。「世界の食と健康に貢献する」という、めざす姿を実現するために—。



▲ 摂取試験の様子



▲ 骨密度測定の様子

MESSAGE



ベトナム人の栄養問題の改善に貢献し
友好の架け橋となることを期待します

十文字学園女子大学大学院

山本 茂教授

(ハノイ医科大学名誉教授、ベトナム国立栄養研究所名誉博士、
ベトナム栄養学会名誉会員、徳島大学名誉教授、お茶の水女子大学名誉教授)

私は、アジア諸国、中でもベトナムでは20余年、栄養学の教育・研究に携わり10名以上に大学院で学位指導を行いました。2013年にはベトナム初の栄養学課程を同国最高学府ハノイ医科大学に設立し、日本から約30名の教官を派遣し日本式栄養学を丸ごと輸出しています。このような人材育成協力は、すぐに利益に結び付くものではありませんが、長期的な視点で見ますと有形無形の大きな利益につながると思います。

ベトナムには多くの栄養問題があり、その一つはカルシウム摂取不足の結果起こる骨粗しょう症です。キューピーの卵殻カルシウムは、その目標達成に大きく貢献できると思います。さらにマヨネーズやドレッシング類も、野菜摂取量を高め食文化に革命的な変化をもたらし、カルシウムをはじめとする多くの栄養素摂取改善、健康増進に貢献し、友好の架け橋になるものと期待しています。

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 15

姿勢

お客様とのコミュニケーション 21

行動規範

品質第一主義 26

ダイバーシティの推進 31

食育を中心とした社会貢献 35

地球環境への貢献 42

新たな挑戦 57

倫理規範

法令の遵守 60

人権の尊重 63

公正・健全な企業活動 65

情報セキュリティの徹底 70

反社会的勢力への対応 71



めざす姿

世界の食と健康に貢献していくために

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。

キューピーグループのアプローチ

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があります。

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食シーンを提案し、世界中の人々の心と身体の健康に貢献していきます。



> 「キューピー アマニ油マヨネーズ」の発売

血圧が高めの人に適した機能を持つ「α-リノレン酸」を豊富に含むアマニ油を使用した新商品を2016年6月に発売しました。血圧が高めの人に向けて、サラダをはじめ、野菜を使ったメニューとあわせた提案により、食生活の改善を支援しています。



> 「噛む」ことをテーマにした食品の開発

キューピーグループは、あらゆる世代の「噛む力」を育む支援を行っています。2016年度は日本顎咬合学会学術大会・総会の公開フォーラムにて講演を実施したほか、サラダ・惣菜事業を展開するデリア食品では、よく噛みながら野菜も摂取できる惣菜の開発を進めています。



> 世界各国の食文化に合わせた「味づくり」

より多くのお客様に食を提供していくために、日本のオリジナルマヨネーズの味を大切にしながら世界各地の食文化に合わせた調味料の開発にも注力しています。たとえば中国では、フルーツサラダに好んで使われる甘いタイプのマヨネーズなどを発売しています。

健康への取り組み

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」という想いから、当時の輸入品と比べて約2倍の卵黄を使ったといわれる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、マヨネーズの発売以来、野菜摂取の拡大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、マヨネーズやドレッシングのほか、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)」などの商品を販売しています。その他、多様化する食シーンにあわせ、季節ごとのサラダメニューの提案を行うなど、野菜摂取の機会を増やすための取り組みも進めています。

また、キューピーグループでは、アレルゲン(特定原材料等)を使用しない育児食、機能性に配慮したヘルスケア食、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、病院・施設向けの医療食などを販売するなど、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の事業活動を行っています。



▲ サラダクラブ「パッケージサラダ」商品例

商品・プロジェクトを通じた取り組み

● 「キューピー アマニ油マヨネーズ」の発売

厚生労働省統計「平成26年患者調査」によると、日本には高血圧性疾患の患者が1,000万人以上いるといわれ、3年前の同調査から100万人以上も増加しています。「血圧が高めの人」はさらに多いと推定され、その背景には生活習慣、特に食生活の変化が指摘されています。日本高血圧学会は、「生活習慣の修正項目」として、塩分の摂取減とともに野菜や果物の摂取を推奨*しています。

キューピーは、野菜との相性が良く、一般的な他の調味料に比べ食塩の使用量を抑えながらも、味の満足度があるマヨネーズの特性に着目し、血圧が高めの人に適した機能を持つ「 α -リノレン酸」を豊富に含むアマニ油を配合した新商品を開発しました。研究レビューをもとに消費者庁に届け出をした機能性表示食品として、「キューピー アマニ油マヨネーズ」を2016年6月に発売しました。血圧が高めの人に向けて、サラダをはじめ、野菜を使ったメニューとあわせた提案により、これからも食生活の改善を支援していきます。

*重篤な腎臓疾患の場合などを除く



▲ キューピー アマニ油マヨネーズ

特設ホームページ

● 「卵不使用」のマヨネーズタイプ調味料

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)へと増加しています。さらに高校生においても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、キューピーのお客さま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が高まっています。

キューピーは、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)を発売しています。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。今後も社会に求められる商品づくりで食生活に貢献していきます。



▲ キューピー エッグケア

特設ホームページ

● 「噛む」ことをテーマにした食品の開発

2016年6月、第34回日本顎咬合学会学術大会・総会の公開フォーラム「食に貢献する」にて、キューピーグループは「噛むと食品」をテーマに、グループの取り組みと貢献性について講演しました。「よく噛む習慣」を毎日の生活に取り入れることは、健康長寿を実現するために大切なことです。

昨今の食生活の変化として、「やわらかい食品が好まれるようになってきていること」、「時間がないために早食いの習慣になっていること」、「よく噛める食品の一つである野菜の摂取量が減少していること」などがあります。噛むことを訓練されていない子どもたち、また歯を失った高齢者は噛む力が不足し、全身機能の低下につながるとも言われています。

そこで、グループ会社のデリア食品では、毎日の食生活で無理なく噛むことを促し、野菜も摂取できる惣菜の開発を進めています。日本顎咬合学会の「良くかめる食品」認証を受けた惣菜には、「よくかんで健康に 日本顎咬合学会推薦」の丸いシールを貼付して販売しています。

こうした取り組みを通じ、あらゆる世代の「噛む力」を育む支援をすることで、健康な社会の実現に貢献していきます。



● “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想いから、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、外食時の野菜摂取向上を目的とした“MOTTO VEGE” (モットベジ) プロジェクトを推進しています。

～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 野菜で地域活性化に貢献します。

“MOTTO VEGE”は、飲食店参加型のプロジェクトです。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」を表明してもらいます。キューピーはアンバサダーに対して野菜に関する情報をお届けするなど、野菜メニューの提供を支援します。年2回予定のキャンペーン企画、全国で開催するセミナー企画、MOTTO VEGE サイトやFacebookを通じて、定期的に情報を発信しています。

2016年度は賛同店舗数が約11,000店舗まで拡大しました。2017年度は登録いただいたアンバサダー店舗とのコミュニケーションを強化し、さらにプロジェクトの活性化を図ります。そして、将来は飲食店・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。

今後、キューピーと株式会社ぐるなびの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。



MOTTO VEGE

より多くのお客様に食を提供していくために

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。



区分	容易にかめる	歯ぐきでつぶせる	舌でつぶせる	かまなくてよい
かむ力の目安	かたいものや大きいものはやや食べづらい	かたいものや大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	普通に飲み込める	ものによっては飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらいことがある	水やお茶が飲み込みづらい

▲ 2002年設立の日本介護食品協議会(加盟71社:2016年12月現在)は消費者がよりわかりやすいように咀嚼嚥下に配慮し、「4区分」と「とろみ調整」という区分を設定し、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。

日本介護食品協議会

● ユニバーサルデザインフードの取り組み(事例)

「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ご要望を受けて2001年7月に発売しました。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カ月という保存性の良さが評価されています。

2015年2月には、「やわらかごはん(トレー入り)」の発売を開始しました。ユニバーサルデザインフードの「舌でつぶせる」に相当します。電子レンジに直接入れて温めることができ、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るようになりました。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、さらなる使いやすさを追求していきます。



▲ 電子レンジでそのまま温められるトレー入りタイプの「やさしい献立やわらかごはん」



▲ 通信販売でご好評をいただいているアソートセット(商品組み合わせ例)

ユニバーサルデザイン原則・推進体制

障害の有無や年齢、性別、人種などにかかわらず、できるだけ多くの方に使いやすく配慮するユニバーサルデザインへの取り組みは、私たちの「めぐす姿」を具現化することでもあると考えています。

キューピーグループでは、品質保証、お客様相談室、商品開発、研究開発、営業、生産、広報など、さまざまな部署が参加する「お客様の声委員会」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(事例)

「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わかりやすく記載し、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。

キューピー ドレッシング「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

世界各国の食文化に合わせた「味づくり」

キューピーグループは、日本のオリジナルマヨネーズの味を大切にしながら、海外拠点において製造販売する一方で、現地の食材や料理に合った調味料の開発にも力を注いでいます。

たとえば、中国ではフルーツサラダに好んで使われる甘いタイプのマヨネーズを開発し、広く使われるようになっています。また、中国北部で一般的に食べられている**ダーバンツァイ**大拌菜というサラダに対して、ドレッシングを販売し、現在では北京で2番目の人気商品になっています。

このように、日本の味をお届けするとともに、現地のニーズに合わせた商品の開発という両面から、世界中においしさを提供しています。



▲ 甘いタイプのマヨネーズ



▲ 大拌菜ドレッシング

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、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、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。



▲ キューピーベビーフード「ハッピーレシピ」シリーズ

食物アレルギーへの取り組み

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が多く寄せられており、食品メーカーとして対応すべき重要課題と考えています。

キューピーでは、食物アレルギーに配慮し、より多くの方に食事を楽しんでいただけるよう、さまざまな取り組みを行っています。

● アレルギー表示

食事管理では、食品の原材料のチェックが重要です。キューピーでは、アレルギー表示として表示義務のあるものだけでなく、特定原材料等27品目すべてについて表示しています。また重篤度が高い、または症例数が多い7品目(卵・乳成分・小麦・えび・かに・そば・落花生)の使用の有無について、ベビーフードなどの商品ではラベルに一目でわかるように表示しています。



● アレルギー配慮ベビーフード

重篤度が高い、または症例数が多い特定原材料7品目(卵・乳成分・小麦・えび・かに・そば・落花生)を使用しない商品シリーズを、乳幼児向けに開発しています。小麦を含まないしょうゆなど原材料から配慮しています。

● 卵アレルギー研究

卵アレルギーを引き起こす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た卵白を用いて、卵アレルギーへの耐性をつける研究や、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思いから、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

TOPICS

卵アレルギーは「食べて予防」へ

食物アレルギーは、じんましんや呼吸困難などを引き起こす病気で、特に卵アレルギーは乳幼児に多いといわれています。これまで、アレルギーを引き起こす食品の摂取は避けた方がよいとされてきましたが、最近の研究で「離乳早期に少しずつ食べ始めるほうがアレルギー発症予防に有効」であることがわかってきました。

2016年、国立成育医療研究センターは、卵アレルギーの予防に関する研究成果を発表しました。アトピー性皮膚炎の乳児121人を対象に行った結果、皮膚の治療を十分に行った上で微量の加熱した卵の粉末を食べた乳児の卵アレルギー発症率は8%(食べなかった乳児は38%)となり、その有効性が示されました。

キューピーグループは、このような経口免疫療法*による卵アレルギーの治療・予防に関する最新の研究を行っている医療機関に対して、卵素材の提供など積極的な支援を行っています。これからも、診断から治療・予防法確立までの支援を継続し、共同研究を進めていきます。

*免疫療法は研究段階の治療・予防法です。個人で対応せず必ず専門医にご相談下さい。



▲ 加熱した卵粉末

姿勢

お客様とのコミュニケーション

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。

キューピーグループのアプローチ

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、お取引先、株主・投資家、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、オープンキッチンやマヨテラスなど、お客様との直接的な対話を大切にし、日々の食卓をさらに楽しくする活動も推進しています。



> 神戸工場に最新見学施設をオープン

マヨネーズ・ドレッシングの製造工程や食に関する知識が楽しく学べる見学施設を2017年5月に新規オープンしました。3つの見学ゾーンでは、キューピーグループの最新技術を臨場感たっぷりに見学できるほか、さまざまな食の体験イベントも予定しています。



> 「#シブサラ」でさらなる地域活性化

渋谷区と協働して若年層の野菜摂取促進を図る取り組みを2016年に開始しました。オリジナルのサラダメニューを40店舗に展開し、地域活力の源となる商店街の振興を支援するとともに、若者の街・渋谷の新たな食文化の創造にも貢献しています。



> 「アラハタ ジャムデッキ」が開設5周年

2017年4月に開設5周年を迎えた「アラハタ ジャムデッキ」は、ジャムの幅広い使い方や新たな食シーンの提案、ジャムづくり体験など、多数の見学者を受け入れ、オープン以来累計で約8万人の方々にご来場いただいています。

お客様満足への取り組み

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、直接お話を伺うことを基本としていることです。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。一つひとつのご指摘に対し、真摯にそして丁寧に説明することで、再び私たちの商品を選んでいただけること、また一層ご愛用いただけるようになることもあります。

お客様からの声には、私たちの成長につながるヒントがあります。ご指摘の中から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。また、お電話やメールでのお問い合わせには、お客様にとって大変な心理的負担があります。お申し出を行わないお客様にもしっかりとお伝えしていくことが大切と考え、ホームページを活用した「品質広報」にも力を入れています。



▲ 「お客様相談室」コーナー

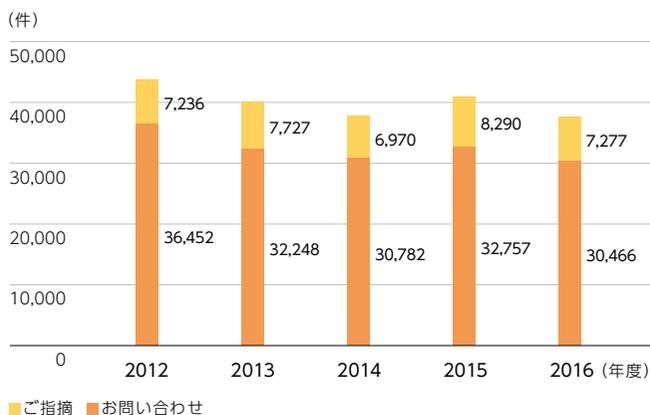
「お客様相談室」コーナー

お客様の声を活かす仕組み

● お客様相談室

お客様からのご意見やご要望はとても貴重です。お客様相談室ではそうしたご意見に迅速に、的確に、そして誠意を持って対応することをめざし、一人ひとりのお客様にご満足いただけるよう心がけています。そして、ご意見の内容を把握して経営層や従業員に伝え、商品やサービスの改善を推進していくこともお客様相談室の役割です。

● ご指摘・お問い合わせ数の推移



● お問い合わせ内容



● お客様の声委員会

「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聴き取ったうえで、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。

お客様の声

お客様から、商品の見直しなどの参考になるご指摘、ご要望や、販売店や賞味期限などについてのお問い合わせをいただいています。ご意見はその内容により、「ご指摘」と「お問い合わせ」に区分けし、データベース化しています。

全件の聴き取り・分析

ご意見を全件聞き取り、その内容を分析し、関連部門に情報を共有します。改善の必要な内容を抽出します。

お客様の声委員会で審議

定期的で開催される「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、広報などの各部門の責任者が参加して開催される会議です。ここで改善に必要な案件を審議決裁します。

商品化に向けた動き

改善を行う商品について、研究開発部門・商品開発部門で検討します。試作・テストを繰り返し、新しい商品へお客様の声を活かしています。

活動報告

＞ 姿勢 お客様とのコミュニケーション

お申し出状況の公開

キユーピーでは、安全・安心な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通じて品質向上に務めていく取り組みを行っています。

そのひとつとして、お客様がもっとも心配される異物混入のお申し出について、お客様の了解のもと主な調査結果の概要をホームページ上で公開しています。

お客様からのお申し出状況

適正でわかりやすい表示

食品の表示は、お客様が商品を選択するうえで、また安心してお使いいただくために、なくてはならない情報です。その中には、法令で義務付けられている義務表示だけでなく、私たちが独自に記載している任意表示をすることでわかりやすく工夫をしています。

● お買い物の時に

栄養成分表示 義務表示
 エネルギー、食塩相当量などを表示しています。

賞味期限 義務表示
 アルミシールをはがす前の期限です。おいしく食べることができる期限のことです

一括表示 義務表示
 商品の名称や内容量など、特に大切な情報はここにまとめて表示しています。原材料は多い順に記載しています。「/」の前が食品原料、後が添加物です。枠のすぐ下には、製造所の所在地も記載しています。

アレルギーアイコン 任意表示
 一括表示の原材料にアレルギー表示を記載していますが、わかりやすいようにまとめて表示しています。

● 容器を開ける時に

ご使用になる前に 任意表示
 開栓前に気を付けていただきたいことなどを記載しています。



● 使用している時に

ご使用中の注意事項 任意表示
 ご使用中に特にご注意くださいたいことを表示しています。

お客様相談室のフリーダイヤル 任意表示
 疑問点等がありましたらお問合せください。

● 使い終わった時に

材質表示 義務表示
 ボトル、キャップなどの材質を表示しています。廃棄するときの参考にしてください。

● これってなあに？

JASマーク 任意表示
 国が定めたJAS規格を満たしていることを意味しています。

公正マーク 任意表示
 ドレッシング類公正取引協議会が定めた公正競争規約に従い、適正な表示をしていることを意味しています。

ベルマーク 任意表示
 学校の設備充実などにお使いいただくベルマークです。1点が1円に相当します。キユーピーでは、マヨネーズとドレッシングにベルマークをつけています。

お客様との直接的な対話の推進

コミュニケーションの考え方

キューピーグループでは、お客様相談室のほかに、工場見学や体験型見学施設、また双方向につながるコミュニティサイトなどを通じて、お客様との直接的なコミュニケーションに努めています。これらは、普段商品をお使いいただいているお客様からご意見を聴く情報収集の場として、また普段お伝えできないものづくりの考え方など、私たちの取り組みを知っていただく場として貴重な機会と考えています。

こうしたコミュニケーションの場を活用した食のイベントの開催や、食に関するさまざまな話題の発信を通じて、これからも食の楽しさと大切さをお伝えしていきます。

～主な取り組み～

地域活性化

- イースターイベント(兵庫県伊丹市他)
- #シブサラ(東京都渋谷区)
- 福島マイルプロジェクト(福島県内)

コミュニケーション施設

- キューピー オープンキッチン(全国5工場)
- マヨテラス(東京都調布市)
- アヲハタ ジャムデッキ(広島県竹原市)

コミュニティサイト

- おはなしダイニング
- キューピー マヨネーズ ファンクラブ

食を通じた地域活性化

● #シブサラの取り組み

若年層の野菜摂取不足が社会課題となっている中、キューピーでは、2016年に若者が集う街・渋谷にて、野菜摂取の促進と新たな食文化の創造を目的に「#シブサラ」という取り組みを、行政と協働して開始しています。

この活動は、渋谷区の商店街単位でオリジナルのサラダメニューを提供するものです。地域活力の源となる商店街の魅力を高め、流行のきっかけづくりに協力することで、行政の課題である地域活性化に貢献します。2016年度は、40店舗で展開しました。

将来のビジョンを「渋谷＝サラダで満ち溢れた街」と定め、今後も渋谷区とより密接な連携を図っていきます。2017年3月には、渋谷の中心地にて「#シブサラin渋谷中央街」を実施するなど、ますます展開範囲を広げています。



▲ #シブサラのメニュー例



▲ 渋谷区中央街の街頭フラッグ

コミュニケーション施設での取り組み

● 仙川キューポートのマヨテラス

マヨテラスは、マヨネーズの“なるほど”を楽しく体感できる見学施設です。キューピーの歴史や「キューピー マヨネーズ」の特長に加えて、キューピーグループ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めざしたものです。また見学者の年代によってトピックもアレンジし、たと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容器の工夫を、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、ゲームで楽しく理解できるようにしています。

マヨテラスでは年間を通じて、季節ごとのイベントや食育イベントなどを、グループ会社と協力して実施しています。また7～8月には小学生を対象にしたイベント「夏休み自由研究マヨネーズで野菜を食べよう」を開催しました。



▲ マヨテラスのイベント風景

● **キューピー オープンキッチン**
(神戸工場の最新見学施設)

キューピーは「オープンキッチン」をテーマに1961年から一般の方々の工場見学を開始しました。現在は、全国5工場(五霞・富士吉田・挙母・鳥栖・神戸)で皆様の来場をお待ちしています。

2017年5月、神戸工場にマヨネーズ・ドレッシングの製造工程や食に関する知識が楽しく学べる見学施設をオープンしました。

見学施設は大きく3つのゾーンで構成されています。「展示ゾーン」は、野菜や卵に関する知識、キューピーグループのものづくりの心や考え方、歴史などについて、展示物に触れて楽しみながら自由に学べるスペースです。「製造工程見学ゾーン」は、案内スタッフの解説を聞きながら、最新技術を導入したマヨネーズやドレッシングの製造ラインを臨場感たっぷりに見学できます。マヨネーズラインの真上に設置された空中通路「マヨデッキ」では、これまでにないさまざまな角度からマヨネーズが作られる様子を見学でき、まるで工場の中にいるような気分が味わえます。そして「食の体験ゾーン」では、専用のキッチンでマヨネーズやドレッシングを



▲ 神戸工場の展示ゾーン

試食できるほか、食の体験イベントも予定しています。施設全体を通して、食の安全・安心を感じていただくとともに、食の楽しさや大切さをお伝えしていきます。

● **アヲハタ ジャムデッキ**

ジャムに関する情報発信拠点として2012年4月に「アヲハタ ジャムデッキ」を開設しています。館内にはアヲハタジャムの特長や会社の取り組みなどを紹介するコーナーを設け、アヲハタの味づくりに対する考えや工場の衛生管理、商品の特長などをご紹介するとともに、工場見学の受け入れやジャムづくり体験も実施しています。

2017年4月に開設5周年を迎えたジャムデッキは、オープン以来累計で約8万人の方々にご来場いただいています。

ジャムの幅広い使い方や新たな食シーンの提案や「ジャムを使った料理づくり」などのイベントを通じて、ジャムに関する理解を深めていただくことで、お客様とのさらなる絆の強化をめざしています。



▲ 外観



▲ 館内

コミュニティサイトでの取り組み

キューピーコミュニティ「おはなしダイニング」は、会員のみなさまと旬の野菜の耳より情報や料理に関するコツ・アイデアを持ち寄り、毎日の料理や食卓がもっと楽しくなるコミュニティをめざして、2012年10月開設しました。

旬の野菜の産地情報や選び方、おいしい食べ方など、野菜に関する情報をお伝えする「旬野菜ひろば」や、会員の方が日々の料理写真を投稿し合う「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

▶ おはなしダイニング

「キューピー マヨネーズファンクラブ」は、キューピーマヨネーズを通してキューピーとお客様の絆をより深めていきたいという想いで誕生したコミュニティサイトです。

マヨネーズをたのしくおいしく活用できるレシピや、マヨネーズのなるほどを再発見できるクイズなどを通して、お客様同士の交流も活発に行われています。

さらに、直接の交流機会として、毎年「3月1日マヨネーズの日」には、会員の方を対象としたイベントをマヨテラスで実施しています。

▶ キューピー マヨネーズ ファンクラブ

キューピー マヨネーズ ファンクラブ



行動規範

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。

キューピーグループのアプローチ

私たちは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という信念のもと、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が、企業への信頼を高め、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ると考えています。

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。そこから安心が生まれ、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、「品質を確かにする人づくり」、「品質を裏付ける仕組みづくり」、「品質を高める技術の追求」を進め、品質第一主義を実現していきます。



▶ **グループ全生産拠点でGFSI認証 (P28参照) を取得**
 すべての生産拠点(91事業所)で、世界食品安全イニシアチブによるGFSI認証を取得しています(FSSC22000:87事業所、SQF:4事業所)。定期的な外部審査を通じて、継続的に改善活動を行うことで、品質レベルを年々進化させ続けています。



▶ **全商品を対象にした「産地検索アプリ」を開発**
 パッケージサラダ業界で初めて「サラダクラブ産地検索」というスマートフォン用アプリを開発し、2016年3月から配信開始しています。2017年2月に全面リニューアルし、検索可能な商品を50アイテムに拡大。野菜からの産地検索もできるようになりました。



▶ **わくわく活動合同発表会**
 生産部門だけでなく営業やスタッフ部門、さらには海外からのチームも集まってそれぞれの改善活動を紹介する「わくわく活動合同発表会」を年に一度開催しています。2016年度は、初出場のアメリカのヘニングセンを加えた13チームが発表しました。

品質管理の体制づくり

品質への想い

食事とは、命をつなぐために必要な栄養素を摂取する行動であるとともに、人と人との絆を深める役割も果たしています。キューピーグループがお届けしている商品も、その一端を担っています。

そういったこと的前提が、安全であること。わが子、自分の親のような、いちばん大切な方に安心して召し上がっていただける商品をお届けするために、自身で決めたルールを愚直に守り続けています。企画、開発、原料調達、製造、輸送、販売に至るまで、すべてのプロセスの底流にあるのが、品質第一主義です。

グループ規範「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。

キューピーグループは、品質第一主義を貫き続けるために、「品質を確かにする人づくり」、「品質を裏付ける仕組みづくり」、「品質を高める技術の追求」を行っています。

品質管理体制

品質を確かにする人づくり

品質を確かなものにするのは人。そこでキューピーグループは、品質保証部門だけでなく、商品の製造に関わるすべての部門の担当者を対象にした学びの場「ものづくり学校 品質コース」を設けています。このコースには、

「安全の原理」、「安心の原則」、「安心の原点」の3つの柱があり、それぞれ入門編から高度な内容まで3つのステップで構成されています。

「ものづくり学校」は、核になる人を養成し、その人を中心にして仲間を増やして、グループ全体の品質を高めていくことをめざしています。



▲ 研修風景

品質を裏付ける仕組みづくり

1990年代に、BSE、ダイオキシンなど食品の安全性をおびやかす事件が相次ぎました。そこで2000年5月、非営利財団 世界食品安全イニシアチブ(GFSI)が設立されました。GFSIは安全な食品を提供するためにつくられた仕組みを認証しており、オランダでつくられたFSSC22000、アメリカでつくられたSQFもその中の一つです。

キューピーグループは、全生産拠点(91事業所)でGFSI認証を取得しています(FSSC22000:87事業所、SQF:4事業所)。そして、外部の審査を定期的に受けることで、私たちが行っている品質保証の取り組みについて、内側からだけでなく外側から客観的に見つめ、継続的に改善活動を行い、品質レベルを年々進化させ続けています。

品質を高める技術の追求

キューピーグループは、最新の生産技術、分析技術を学び、日々技術力を高めています。また、社会から要請される技術の変化、技術革新の動向などに注視して、外部の機関と共同で新技術の構築にも取り組んでいます。そして、価値ある技術は広く公開し、食品業界共有の財産として活用できるようにしています。

TOPICS

わくわく活動合同発表会

わくわく活動とは、「お客様や従業員の笑顔へとつながる品質向上活動」のことです。生産部門だけでなく営業やスタッフ部門、さらには中国や東南アジアのチームも集まってそれぞれの活動を紹介する「わくわく活動合同発表会」を年に一度開催しています。目的は水平展開で、他チームの取り組みをヒントとして、グループ全体の進化につなげています。

2016年11月、「第34回わくわく活動合同発表会」が開催され、国内外12のエリア代表として選抜されたチーム、それに初参加のアメリカのヘニングセンを加えた13チームが発表しました。キーワードは「挑戦、協働、地域」。参加した多くの従業員が、自部署のさらなる品質向上への糸口をつかむことができました。

食の安全・安心への取り組み

サプライチェーンを通じた品質への取り組み

キューピーグループは、原料の調達から商品の製造、容器包装、販売、安全性の評価まで、サプライチェーンの全段階で品質を最優先に取り組んでいます。その根底にあるのが、創業からこだわり続けてきた、「良い商品をお届けする」という想いです。すべてのプロセスにおいて、自社およびグループ会社が直接関わることで、品質への責任を自身がしっかりと持つことを基本姿勢としています。



原料

良い商品は、良い原料からしか生まれない

キューピーの創始者である中島董一郎は、「良い商品は、良い原料からしか生まれない」と述べていました。原料品質に対する考えの基本がここにあります。

良い原料を入手するために大切にしているのが、生産者や調達先の訪問です。新規の場合にはまず訪問して私たちの品質への想い、考え方をお伝えし、製造環境や設備の視察などに留まらず、調達先の企業理念、考え方をしっかりと伺います。異物混入を防ぐ手立てはされているか、良い原料を供給していただけるかを確認し、信頼できる調達先とお取引しています。調達先には、専門の担当者が定期訪問し、ものづくりの基本的な考え方を

共有しながら、改善などお互いに力を合わせて取り組んでいます。



▲原料メーカーへの訪問

また、調達先からは製造現場における衛生管理など、さまざまな項目にわたる「原料品質規格書」を取り交わしています。さらに原料情報は電子化し、その原料が使われている商品や配合の情報、商品の表示内容までを統合して管理するシステムを構築しています。

マヨネーズについては、植物油、卵、酢の三原料のそれぞれに責任を持てるよう、基準づくりから製造、品質確認、輸送に至るまで、キューピーグループ自身が徹底して関わっています。ベビーフードについては、品質の集大成と認識し、公的基準に加えて「日本ベビーフード協議会」が制定した自主規格をもとにしたキューピー独自の基準も設定しています。これらの原料は、状態や特性に応じて、軟X線を使った異物探知機による確認に加え、より慎重を期して目視検査による確認も行っています。

製造

決められたことを守り続ける

私たちの工場では、エリアごとに靴を履き替え、製造現場に入るときには必ず手を洗います。加熱作業では毎回必ず温度を確認し、記録を残し続けています。一見、地味で非効率的にすら思えるかもしれませんが、こうした地道な作業が品質を守るために欠かせません。服装や製造現場への入室に関する細やかなルールを設定し、作業からの異物混入を防ぐとともに、意図的な異物混入を防ぐフードディフェンスの仕組みを導入しています。

～意図的な異物混入防止の方針～

- ① 製造現場内には決められた者しか入れない
 - ② 意図的な悪戯をさせない
 - 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

マヨネーズの製造については、2時間に1回割卵機を止めて洗浄する、酸化防止のために真空状態で乳化するなど、割卵・調合・充てん・包装・箱詰めまでの全段階で品質管理を徹底しています。ベビーフードの製造では、赤ちゃんには「安全」を、ママには「安心」をお届けするために、手作業による選別や保存料を必要としない製法の確立、各工程での全数チェックの実施などを行っています。



④ 目視によるにじんの選別

トレーサビリティシステム

私たちの工場では、自社開発した「配合事故未然防止システム」を導入しています。これは原料の入荷や計量、配合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、間違いのない商品をつくる仕組みです。さらにこの記録をたどることで、「その商品に使った原料は何か」「同じ原料を使った商品は何か」などを特定することができます。私たちのトレーサビリティシステムの根幹にあるのが、この「配合事故未然防止システム」です。

このシステムは、キューピーグループでの実績を評価され、病院などの医療機関や、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。

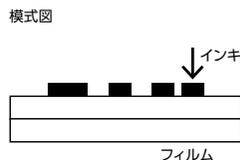
容器包装

評価を通して、容器の品質を確認

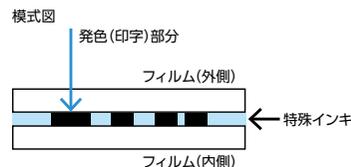
食品の容器包装は、時には何カ月も内容物を守り、品質を保持するという大切な役割を果たしています。同時に、使いやすさも容器包装の重要な要素です。内容物の配合や特性に加え、輸送や店頭での陳列、ご家庭での使用場面などを想定して容器の設計を行います。また、設計通りに作られているか、実際の使い勝手に問題ないかなど、さまざまな方法で容器の品質を確認しています。そして、機能性評価や安全性評価は容器包装メーカーと連携しながら、課題解決と品質の向上に努めています。

また、マヨネーズの風味を劣化させる酸化防止のために、容器包装にさまざまな工夫をしているほか、外袋の賞味期限はレーザーで印字しています。二層になっているフィルムの中に特殊なインキを塗布しており、ここにレーザーを照射することでインキを黒色に発色させる方法です。直接印字する方法と比べて、印字部分に物が接触などしても印字が消えることはありません。

従来のインクジェット印字



現在のレーザー印字



販売

表示はお客様へのメッセージ

食品の表示は、お客様が商品を選択する上で、安心してお使いいただく上で、なくてはならない情報です。その中には、法令で義務付けられている義務表示と、私たちが独自に記載している表示があります。義務表示については、法令に則った間違いのない表示にするため、食品法令に関する専門部署を設けています。2015年に新しく食品表示法が施行され、それに基づいた表示への移行を順次進めています。

また、サラダクラブでは、食品の安全・安心や原料に対するお客様の関心の高まりを踏まえ、2016年3月にパッケージサラダ業界で初めて「サラダクラブ産地検索」というスマートフォン用アプリを開発し、配信を開始しました。次いで、2017年2月にはアプリを全面リニューアルし、これまで検索可能な商品数5アイテムから約50アイテムに拡大し、商品からだけでなく野菜からも産地情報を検索できるようにしています。



④ 産地検索アプリ

安全性評価

高度な分析技術で安全性を確認

キューピーグループには、科学的データに基づいて食の安全を支える「食品安全科学センター」という部門があります。お客様に安全・安心な商品をお届けするために、各工場の品質保証部門と連携し、日々商品や原料について理化学分析・微生物検査などを行っています。また、食の安全に関する情報を集め、審議、評価を行って、リスク低減にも努めています。

食品の中に含まれる微生物の種類（特定すること）は、商品の殺菌条件等を決める上で必須です。また、万が一食中毒が疑われるようなことが起きたとすれば、食品の中に含まれる微生物を速やかに同定することが大切です。この同定に関する技術は、近年急速に進化しています。

同定は、まず食品の中に含まれる微生物を分離し、培養することから始まります。この後、かつては微生物を顕微鏡で観察し、特性を調べ、1週間から10日かけて同定していました。それが、遺伝子を使った検査手法が登場して1~2日になり、今ではたんぱく質の大きさを調べる手法を使うことで30分に短縮できています。

私たちはこうした技術の変化に注視して、有効なもの積極的に導入するとともに、外部の機関と共同で新技術構築にも取り組んでいます。価値あるものは公開し、食品業界共有の財産として活用できるようにしています。

理化学的評価

原料や商品の安全性を確認するために、残留農薬や動物用医薬などの定期検査を行っています。使用するのは、ガスクロマトグラフ質量分析計や液体クロマトグラフ質量分析計などの最新の分析機器です。

また食物アレルギーの検査として、国で定められた方法でベビーフードなどの商品の定期的検査を行い、商品に表示していないアレルギー特定原材料が混入していないことを確認しています。



▲ 分析機器による測定

微生物学的評価

マヨネーズは、保存料などを使わず、酢と食塩の力で日持ちさせています。また、加熱殺菌して日持ちさせている商品もあります。

原料にはどのような微生物がいるかを評価し、どのような配合にすれば安全か、どのくらいの温度と時間で加熱殺菌すれば良いか、などを調べます。

常に最新の情報に耳を傾けながら新規技術開発にも取り組み、より迅速な検査ができるようにしています。



▲ 遺伝子検査

放射性物質検査

キューピーグループの商品には、原料の産地を確認するなどの徹底した管理体制のもと、安全性が確保された原料を使用しています。

さらに、ゲルマニウム半導体検出器やNaIスペクトロサーベイメータを用い、放射性物質について定期的にモニタリング検査を実施し、問題ないことを確認しています。

また、行政などの情報も随時確認することで、お客様に安全な商品をお届けしています。



▲ ゲルマニウム半導体検出器による検査

行動規範

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。

キューピーグループのアプローチ

これからの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、多様な経験を持つグループ従業員の活躍が欠かせません。

女性活躍推進法が施行され、働き方改革が社会的に求められている中、キューピーグループは女性をはじめとした多様な人材が活躍できる環境の整備を、重要課題のひとつと考えています。そのため、従業員一人ひとりが能力を

最大限に発揮し、さまざまな場面で生き活きと働ける職場環境の構築をめざし、ダイバーシティを推進しています。

2015年10月にダイバーシティ推進プロジェクトを発足し、働き方改革も含め多様で多彩な人材の活躍を実現する取り組みを進めています。



> ダイバーシティセミナーの開催

ダイバーシティや働き方を考えるきっかけづくりのために、「働き方の変革」というテーマで全従業員向けに外部セミナーを実施しました。当日はセミナー会場に来られない全国の事業所やグループ会社への中継も行い、多くの従業員が参加しました。



> グループ女性管理職勉強会の開催

グループの女性管理職が全国から集まり、役員による講義やディスカッションを行う勉強会を実施しました。2016年度は3回開催し、自身の学びの場として、また普段接することのない同じ立場のメンバーとのネットワーク構築の場となっています。



> 障害者雇用率が3.02%に上昇

国内キューピーグループ(物流システム事業を除く)の障害者雇用率は2016年12月1日時点で3.02%です。グループ各社が取り組みを推進しており、キューピータマゴでは2017年2月に障害者雇用に関する勉強会を実施しました。

ダイバーシティへの取り組み

ダイバーシティの考え方

キューピーグループは、「多様で多彩な人材が生き生きと活躍することで、人も会社も成長していくグループになる」ことをめざして、ダイバーシティを推進しています。

その実現に向けて、従業員の声に耳を傾けることで、風通しよく意見を言える場、従業員同士の交流の機会、一人ひとりがのびのびと活躍できる機会を積極的に創出しています。そして、新しい考えや発想を受け入れながら、活発な議論が行われる環境づくりに取り組んでいます。

また、各本部にダイバーシティ推進担当者を設置することで、それぞれの環境に応じた取り組みを推進できる体制を構築しています。また、グループ各社が取り組んでいる現場でのダイバーシティ活動について、広報誌を通じてグループ全体に広く情報発信していきます。

従業員一人ひとりが活躍できる風土の醸成を進め、多様な人材の活躍により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、管理職全体に占める女性管理職比率はキューピー単体で7.0%（2016年度）です。現中期経営計画の最終年度となる2018年度末に10%まで引き上げることをめざして、女性活躍推進法に基づいて自社の行動計画を作成し、取り組みを進めています。

2016年度は、「転居を伴う異動」のない新たな総合職制度を導入し、地域職から総合職への転換を促進しました。

活躍の場を拡大できる環境を整えたことにより、転換試験に挑戦する従業員が増加し、29名が総合職へ転換しました。その他、女性の活躍を後押しする研修やキャリア勉強会、外部の講師を招いたセミナーなど、さまざまな取り組みを実施しました。

～プロジェクトの主な活動(2016年度)～

グループ女性管理職勉強会

グループの女性管理職が全国から集まり、役員による講義やディスカッションを行う勉強会を2016年度より実施しています。

若手地域職ステップアップ研修

若手地域職を対象としたグループを跨いだ、選抜型育成研修を実施し、早い段階から自分自身のキャリアを考える機会を創出する取り組みを2016年度に開始しました。

ダイバーシティ推進フォーラム

グループ各社、各部門における女性リーダーの育成や、ダイバーシティ活動に関わるメンバーの連携、情報共有、学びの場として年3回開催しました。

ダイバーシティセミナー

- 社外監査役 法政大学教授 武石恵美子様
 テーマ:ダイバーシティマネジメント
 対象:管理職 時期:2016年1月
- 株式会社永谷園ホールディングス 大隅聖子様
 テーマ:女性のキャリア
 対象:管理職 時期:2016年4月
- 株式会社ワーク・ライフバランス 小室淑恵様
 テーマ:働き方の変革
 対象:全従業員 時期:2016年7月

「新世代エイジカレッジ」参加者からの提案

営業職女性対象の「新世代エイジカレッジ」という社外研修に、キューピーの営業部門から5名が参加しました。そして、参加者の提案から「労働生産性の向上」をテーマに、渋谷オフィスの消灯時間を早める取り組みが実施されました。

渋谷オフィスはそれまで19時消灯でしたが、参加者からの提案により18時30分に変更しました(2016年9月16日以降)。その結果、残業が削減されるとともに、働き方に対する従業員の意識改革につながりました。実施後のアンケートでは、消灯により業務に支障がなかった方が82%、残業時間への意識が高まった方が51%という結果になりました。

この取り組みは、研修に参加した営業部門のみならず、渋谷オフィスに入居する全事業所にまで拡大し、さらに成果が上がりました。今後、他事業所への水平展開を検討していきます。



▲ 営業部門からの参加メンバー

障害者雇用

キューピーグループは、障害のある方々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つくることも社会的な使命であると考えています。

キューピー単体の2016年の障害者雇用率は3.16%です(12月1日時点)。また、国内キューピーグループ(物流事業を除く)でも3.02%となり、法定雇用率(2.0%)を上回っています。今後も、一人でも多くの方々に継続的に活躍していただけるように取り組んでいきます。

●障害者雇用率の推移(各年12月1日在籍者集計)

2013年	2014年	2015年	2016年
2.13%	2.50%	2.69%	3.02%

対象:国内キューピーグループ(物流事業除く)

2003年6月、障害のある方のより一層の自立、および社会参加へ寄与することをめざして、特例子会社株式会社キューピーあいを設立しています。キューピーあいは、障害で判断せず一人ひとりの個性や能力を見出すことを大切にしています。得意分野で力を発揮できるよう館内物流、清掃、伝票照合、販促物作成・発送、WEBデザイン、農業など多岐にわたる業務を展開しています。

キューピーグループは障害者雇用のグループ適用*を行っておりません。グループ各社もそれぞれ、各地域での社会的責任を果たすために取り組みを進めています。キューピーあいでは、グループ各社の要請に応じて、エリアの特別支援学校や支援センターとのつながり

の構築、実習生の受け入れや業務指導などを支援し、グループの障害者雇用を推進する役割も担っています。

*グループ適用:グループ会社を親会社と特例子会社に合算して、障害者雇用率を算定すること



▲グループ研修センターでの清掃
(キューピーあい)

キューピーあい

●生産事業所における障害者雇用 キューピータマゴの取り組み

全国のグループ生産事業所でも障害者雇用を推進しています。キューピータマゴは、全国18カ所のすべての工場で障害者雇用を積極的に行っています。2016年の障害者雇用率は6.62%となり、成田工場では10%を超えています(12月1日時点)。

従業員が簡単な手話を学んだり、研修や工場相互交流などの場を通じて「助け合う」「思いやる」気持ちの醸成を図っています。2017年2月にはキューピーあいと連動して障害者雇用に関する勉強会を実施しました。今後、本社および全18工場の担当者が「障害者職業生活相談員認定講習」を受け、より障害者の方々が力を発揮できるよう、サポートしていく計画です。

海外ナショナルスタッフの雇用

キューピー海外グループ会社(8社)では、約3,000名の従業員を雇用しています(2016年12月1日時点)。そのうち、ナショナルスタッフ比率は98%です。国別では、アメリカ2社、中国2社、タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシアとなっています。

ほぼ全員を正社員で雇用し、課長以上の管理職が274名(ナショナルスタッフ比率84%)、そのうち女性管理職は半数以上の142名です。また、海外グループ各社の管理職を中心に現地でのスキル研修や日本での理念・専門研修(品質、研究開発、生産、営業、企画、購買)などに注力しており、毎年100名以上が研修に参加しています。



▲幹部研修の様子



▲会食(ナショナルスタッフと関係者で集合写真)

ワークライフバランスの取り組み

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、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。

2016年度は、それぞれのワークライフバランスについ

時間創出への取り組み

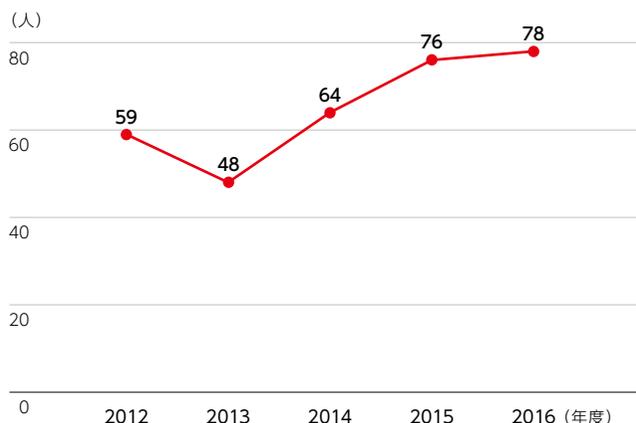
- 管理職を対象とした研修で、労働時間管理に関する項目を入れ、意識改革を進めるとともに、啓発を図っています。
- 年初に従業員一人ひとりが休暇の予定を申請することにより、計画的な有給休暇の取得を進めています。(推奨10日)
- キューピー本社と営業部門の一部(支店)で、フレックスタイム制度を導入しています。
- 2016年度は新たに在宅勤務制度、時間単位有給制度などを導入しました。
- 渋谷オフィスでは、ワークライフバランスの実現や健康の保持・増進、企業活力の向上のため、18時30分に一斉消灯を実施しています。

出産・育児支援の取り組み

- キューピーの工場、支店や本社において、育児をしている社員同士の「ランチミーティング」を行い、制度利用者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。
- キューピーの営業部門において、男性の育児休業取得率100%を掲げ、12月時点では50%を超えました。グループ会社では、育児制度の見直しを検討し、法律以上の制度利用期間への変更を進めています。

て真剣に向き合う機会として、株式会社ワーク・ライフバランス代表取締役社長小室淑恵様より「働き方の変革」というテーマでセミナーを実施しました。セミナー会場に來られない全国の事業所、グループ会社へのライブ中継を行い、多くの従業員が参加しました。

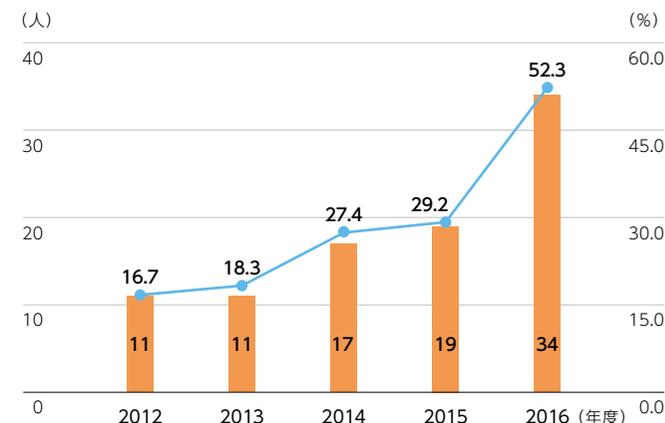
● 育児休業を取得した女性従業員の推移



対象: キューピー

また、介護に関わる休業制度の見直しを実施し、介護休業期間を通算1年間、3回まで分割して利用可能とし、介護による所定労働時間の短縮は3年以内、2回まで分割して利用できるようにするなど、制度の充実を進めました。

● 男性従業員の育児休業取得状況



■ 取得者数 ▲ 取得割合

※取得割合: 当年にお子様がお生まれの方で育児休業を取得された方の割合
 対象: キューピー

● 出産・育児を支援する制度



対象: キューピー

行動規範

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。

キューピーグループのアプローチ

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。



> 「マヨネーズ教室」の開催

小学生を対象とした食の楽しさと大切さを伝える出前授業「マヨネーズ教室」を2002年から開催しています。2016年度は、全国各エリアにて延べ405校で開催し、教室を運営する「マヨスター」に認定された従業員数は約170人になりました。



> 食を通じた「子どもの貧困」への支援

日本の子どもの6人に1人が相対的に貧困といわれる中、学習支援や心身の成長のための栄養摂取、また、「食」に関する正しい理解が大切です。キューピーは2016年度、「フードバンク山梨」が開催する学習支援イベントにて、料理体験などの食育活動を実施しました。



> 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年度より宮城県南三陸町の特定非営利活動法人「びば!! 南三陸」と協働し、郷土食材を活用した料理教室を継続して開催しており、2016年度も実施しました。

食育への取り組み

食育への考え方

キューピーグループは、「食の安全・安心」とともに「食の楽しさと大切さ」をお伝えする食育活動を実施しています。大切にしているのは、「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することで、幸せな笑顔にならなければならない」という考え方です。

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今日まで継続しています。従業員が案内を担当し、来場するお客様にあわせてわかりやすさと楽しさを心がけています。

また、2002年から小学校への出前授業として「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、その人数は全国の事業所で約170人となりました。

これからも活動を継続していき、2019年の創立100周年には全従業員(キューピー単体)の社内資格取得をめざしています。そして、「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

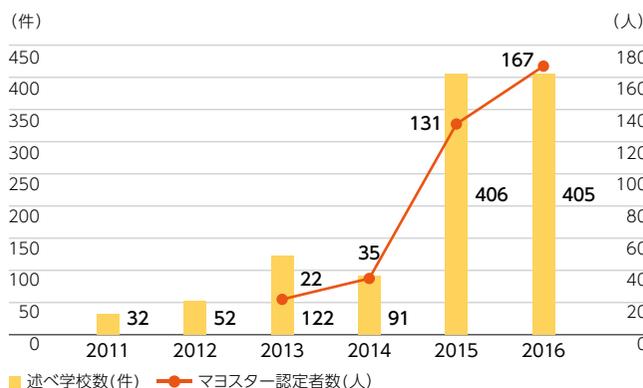
食に対する正しい知識は、豊かな食生活に欠かせないものです。キューピーグループは、未来を担う子どもたちに食の大切さを伝えるとともに、心身の健康を育む活動を積極的に展開しています。

● 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。この活動は、従業員が各地の小学校に赴き、児童と一緒にマヨネーズを手作りする出前授業です。生徒たちは、普段何気なく口にしている食品の作られ方を学び、水(酢)と油が混ざり合う「乳化」の仕組みを実体験で理解します。授業の最後には手作りしたマヨネーズを野菜につけて食べてもらいます。こうして苦手な野菜が食べられるようになる事例も多く、全国の小学校から実施の要請をいただく活動になっています。

2016年度は、マヨネーズ教室の実施校数が延べ405校、教室を運営する「マヨスター」に認定された従業員数は約170人と増加しました。

● マヨネーズ教室開催件数推移(直近6年)



マヨネーズ教室

小学校への出前授業「マヨネーズ教室」
2016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み、会話を弾ませながら召し上がっていただきます。

2016年度は4回実施し、32組のご家族に参加いただきました。

家族でわくわくクッキング

見学施設での取り組み

● オープンキッチン(工場見学)

キューピーは、“工場は家庭の台所の延長”と考えています。そのため、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。商品がどのように生産されているのかをお客様の目で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。

オープンキッチンの歴史は古く、1961年に活動を開始しました。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、小学生の社会科見学を実施したことがきっかけです。現在では、地域の産業を学ぶ場として年間約8万人の見学者を受け入れています。

全国5つの工場で開催しているオープンキッチン、商品の生産から箱詰めまでの様子を見学できるほか、FA（ファクトリー・オートメーション）システムや環境への取り組みなどもあわせて紹介し、商品とともに信頼をお届けする役割を担っています。

オープンキッチンを実施している工場

五霞工場（茨城県猿島郡）
富士吉田工場（山梨県富士吉田市）
挙母工場（愛知県豊田市）
神戸工場（兵庫県神戸市）
鳥栖工場（佐賀県鳥栖市）

オープンキッチン

● マヨテラス

2014年6月に仙川キューポート（東京都調布市）内にオープンした見学施設「マヨテラス」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、キューピーグループのものづくりへの姿勢や想いをお伝えしています。年間を通じて季節ごとのイベントや食育イベントなどをグループ会社と協力して開催し、お客様にさまざまな食の情報を提供しています。

2016年度は、「オープンキッチン」と「マヨテラス」を合計して約10万人のお客様にご来場いただきました。

マヨテラス

● アラハタ ジャムデッキ

ジャムに関する情報発信拠点として2012年4月に「アラハタ ジャムデッキ」を開設しています。アラハタの会社の取り組みや味づくりに対する考えなどをご紹介するとともに、ジャムづくり体験も実施しています。

2017年4月に開設5周年を迎えたジャムデッキは、オープン以来累計で約8万人の方々にご来場いただいています。

ジャムの幅広い使い方や新たな食シーンの提案や「ジャムを使った料理づくり」などのイベントを通じて、ジャムに関する理解を深めていただくことで、お客様とのさらなる絆の強化をめざしています。

海外における食育活動

キューピーの海外事業は事業規模の拡大にとまない、各国・地域への影響も大きくなっています。海外グループ各社が現地に根付いたCSR活動をそれぞれ推進しています。ビジネスを展開する地域の方々の「生活と健康」に貢献することをめざして、さまざまな食育活動を展開しています。

● マレーシア

- 野菜摂取による肥満児童の低減を目的としたサンドイッチ教室の開催
- 子どもたちの健康増進を目的とし、「Earth Kids Times」新聞（季刊）への記事の継続的掲載



▲ サンドイッチ教室（マレーシア）

● 中国

- 食育をテーマにした工場見学や現地の学校での活動
【北京丘比】
一般工場見学（2016年実績：約1,000人）
食育の講習会（幼稚園、小学校）
料理コンテスト（一般向けインターネットなど）
【杭州丘比】
一般工場見学（2016年実績：約2,500人）
親子料理教室（幼稚園、小学校など15校）

食に関する情報提供

キューピーグループは、子どものみならず乳幼児から高齢者まで、あらゆる世代に食の大切さを伝えることで、より広く社会の健康増進に貢献する活動も展開しています。

● 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冊ずつ発行しています。各巻を全国約1万カ所の保育園、幼稚園に寄贈しました。

2016年5月に最終巻となる「キュ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じて、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をめざしています。



▲ 第5作「キューピーちゃんのわくわく やさいむらパーティー」

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」

● キューピーニュース

食と健康に関する情報誌「キューピーニュース」を1973年から月刊で発行しています。第一線で活躍する研究者や専門家の方々に、その時々旬な話題についてご執筆いただき、消費者行政や消費者団体、栄養関連の先生など、約5,000人に配布しています。テーマは食生活、食品衛生、食文化、栄養、食教育など多岐にわたり、学校の教材や消費者啓発の資料、保健衛生行政担当者向けのテキストとしてもご利用いただいています。



キューピーニュース

● 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。その他、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年から開始しています。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」などの声をいただいています。

講演会

地域社会への取り組み

社会貢献活動の考え方

キューピーグループは、人々の生活になくなくてはならない食に携わる企業として、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、地域社会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じて、さまざまな地域の発展につながる活動を行っています。

熊本地震復旧支援の取り組み

2016年4月に発生した熊本地震に際しては、義援金および支援物資の提供を行いました。緊急支援として、キューピーおよびコープ食品は熊本県に義援金2,000万円を寄付し、支援物資として、農林水産省や各自治体などと連携し、介護食およびベビーフードをお届けしました。

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」という願いからはじまった運動です。

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日本大震災被災地支援～

キューピーは、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した。当初は3年間で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、5年間累計で総額約1億4,000万円となりました。

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。

2016年度は、グループ25社より約650名の従業員が参加し、「食」「子ども」「環境」を活動のテーマとする22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。



マッチングギフト

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ている「食品ロス」が、年間約621万トンあるといわれます。その一方、十分な食事が摂れない人たちも数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、まだ食べられるにも関わらずさまざまな理由で廃棄されている食品を寄贈しています。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。

生産事業所では、ケース数量に満たなかった端数製品を各エリアのフードバンクに寄贈しています。また、グループで卵を加工するカナエフーズでは厚焼き卵などを、アヲハタではジャムポーションや介護食などを、各連携先へ定期的に寄贈する取り組みを継続しています。

食品に関わる企業として、各地域で活動するフードバンクと連携し、これからも「食品ロスの削減」と「地域における食の支援」に貢献していきます。

*フードバンク活動：食品企業の製造工程で発生する規格外品などを引き取り、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

食を通じた「子どもの貧困」への支援

日本の子どもの約6人に1人が相対的貧困にあるという報告(出典：厚生労働省「相対的貧困率に関する調査分析結果」)があります。そのような子どもの中には、ひとりで食事をする「孤食」や給食以外の食事の「欠食」など、食の問題も生じているといわれます。キューピーグループでは、子どもの貧困問題は社会全体の課題であると認識しています。

2015年度から「子ども食堂」を運営・推進する団体との情報交換を開始し、2016年度は食を中心に子どもの貧困対策へ支援活動を行う「フードバンク山梨」と連携、夏休み・冬休みなど長期休暇に開催している学習支援イベントの中で、調理体験を通じた食育活動を実施しました。これは、「子どもたちが家庭で一人でも安全で簡単に、しかも身近な食材で栄養をたっぷり摂れる調理法」を一人ひとりが実践し皆で一緒に食べることで、食の楽しさや大切さを伝えることをめざしたものです。

また、従業員向け社内講演会として、「子どもの貧困対策」をテーマにフードバンク山梨の理事長である米山けい子様に仙川キューポートでご講演いただき、グループ社員約60人が聴講しました。

キューピーグループは、今後も「子どもの貧困」という社会課題に対して、真摯に取り組みその解決に向け貢献していきます。

物流システム事業会社の交通安全教室

物流システム事業のキューソーティスでは、地域の子どもたちに交通ルールや交通安全の知識を教える「交通安全教室」を、2015年10月より開催しています。運転技術に優れたドライバーを中心とした社員が、地域イベントや学校などに出向き、わかりやすく交通安全についてお伝えしています。これまで14回開催し、約3,000人の方にご参加いただいています。



交通安全教室

～「交通功労者等表彰式」にて感謝状を授与～

キューソーティスは2016年12月1日、警視庁日野警察署が主催する「交通功労者等表彰式」において、交通安全優良事業所として、警視庁日野警察署長および日野交通安全協会会長より感謝状をいただきました。

今後も、地域や行政との協働を進めながら、安全・安心な社会づくりに貢献していきます。

海外グループ会社での地域貢献活動 (キューピータイランドの事例)

海外グループ会社では、現地に根付いたCSR活動をそれぞれ推進しています。国・地域の行事に積極的に参加するなど、継続して地域貢献活動を実施することで、事業活動とあわせて従業員の誇りにつながることをめざしています。

長い歴史のあるキューピータイランド(KEWPIE (THAILAND) CO., LTD.)では、「環境」「子ども支援」「地域貢献」の3つのテーマに沿った活動を、利益の2%を予算計上して実施しています。これは現地合弁先であるサハグループの企業方針にも適ったものです。

環境活動では、水の再利用による取水ゼロ化や、ヤシ殻の燃料利用などの環境負荷低減を進めるとともに、植林活動(2016年度1万8千本)を毎年継続しています。



▲ 植林活動

子ども支援では、近隣の小学校の食堂、トイレ、飲み水等の衛生施設整備のメンテナンスや、障害者学校および孤児院への支援、社員子女の就学支援を行うなど、教育環境の改善に貢献しています。

また地域貢献では、工場見学の受け入れや従業員によるボランティア活動に取り組むなど、CSR推進企業として、従業員参加型の積極的な活動を行っています。

● 衛生施設の整備



▲ 改善前



▲ 改善後

TOPICS

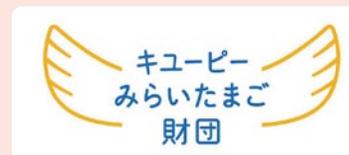
キューピーみらいたまご財団を設立

キューピーグループは、「食を通じて社会に貢献する」という創始者 中島董一郎の精神を受け継ぐとともに、めざす姿である「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」を実現するために、事業活動のみならず食育の推進などの社会貢献活動を積極的に進めています。

近年、ライフスタイルや食生活の多様化が急速に進む一方、若い世代を中心とした食に関する知識・興味の低下、食を通じたコミュニケーションの希薄化、子どもの貧困など、食を取り巻く社会課題はますます深刻化しています。

そこで、キューピーは食育活動や子どもの貧困対策に取り組む団体の活動を広範に支援することで、健やかな社会の実現をめざすことを目的として、2017年4月に「一般財団法人 キューピーみらいたまご財団」を設立しました。

食育活動および子どもの貧困対策などに取り組む団体を幅広く公募し、寄付を中心とした支援活動を実践することで、長期的な視野をもって健やかで持続的な社会の実現をめざします。



行動規範

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につなぎます。

キューピーグループのアプローチ

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、事業活動が与える自然への影響へ十分に配慮し、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、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。2016年度からの中期経営計画では「資源の有効活用」「地球温暖化の防止」「自然環境の保全」の3つを活動の軸としました。



> 食品残さの有効活用

グループの惣菜工場である旬菜デリ昭島事業所およびポテトデリカ穂高工場では、ポテトサラダなどの生産工程で発生するポテトピール(むき皮など)を特別な技術を使って飼料化しています。養豚農家に提供し、食品残さの有効活用に努めています。



> 再生可能エネルギーの活用

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。2017年3月までに新たに2カ所を加え10カ所の発電設備が稼働し、その年間発電量はグループ生産部門の電力使用量の約2%に相当する約4,500MWhを見込んでいます。



> 「キューピーの森」での森林保全活動

富士山麓の「キューピーの森」で、社員参加型の森林保全活動を行っています。豊かな地下水を生む森林の保全に社員が参加することは、自然の恵みを実感する良い機会になっています。2016年は植林・間伐活動と自然教育を行いました。

環境マネジメント

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。

2016年度の環境委員会では、CSR活動に取り組む意義と、2016年度からの中期経営計画を共有するとともに、環境委員会の新たな役割を提案しました。委員会は、これまでの取り組みに加え、グループの社会・環境活動の推進を担うことにより、社会・環境課題の一体解決をめざします。

●2016年度の環境委員会

	日程	出席者	主な内容
第123回	10月4日	グループ 各社 約30名	<ul style="list-style-type: none"> ● CSR活動に取り組む意義を共有 ● 2016年度からの中期経営計画にもとづく方針・目標を共有 ● 今後の会議のあり方を提案・討議

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。ISO14001認証取得事業所では、順次2015年版への移行を進めています。

アヲハタでは本社・子会社を含む4事業所でのISO14001統合認証を取得し、アヲハタグループ全体で環境保全活動に取り組んでいます。

●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)ディスペンパックジャパン	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・エッグステーション	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

環境法規の遵守

キューピーグループの各事業所は、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。新たに加わったフロン排出抑制法の改正内容にも、グループ内で施行内容の教育を行い適正に対処しています。

海外事業所においても、各国・地域ごとの環境法規への対応を適正に行っています。

2016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。

環境監査

キューピーグループは、関連法規等の順守、管理推進体制の整備、施設管理状況等についての基準を定め、年1回の環境監査を実施することで、法規遵守を徹底するとともに環境保全活動を推進しています。

2016年度は、製品形態廃棄物処分の適正化確認、および現地確認状況より処分場の適正確認を重点的に実施しました。監査方法ではグループ全工場を地域ごとに8つのエリアにわけて、それぞれのエリアで自社の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着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。

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



内部監査員による聞き取り

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、取り組みを推進するために環境教育を行っています。関係部署と連携を取り、環境実務に即した内容で要望のある講座を実施しています。排水処理管理、廃棄物管理等の教育は定期的を実施しています。各事業所でも、環境問題に関する一般教育や緊急事態を想定した訓練などを行っています。

地域への環境配慮

キューピーグループの生産事業所では、近隣にお住いの皆様への配慮や、地域への環境汚染の防止を徹底して行っています。

● 水質汚濁の防止

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することで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

などには漏洩防止設備を設置するとともに、受け入れ時や設備故障など、万が一の公共水域への排出、地下浸透など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

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るとともに、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も、ばいじんや硫黄酸化物の発生が少ないガスへの転換を進めています。

● 騒音防止と臭気対策

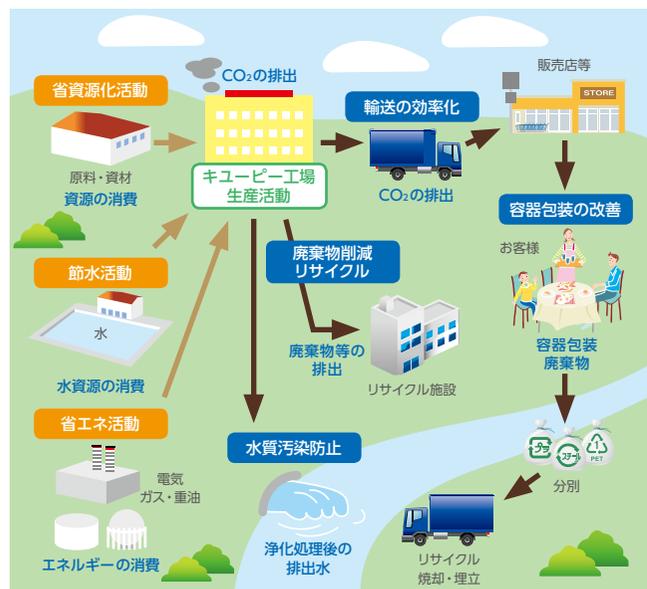
排水処理場や調理の際に発生する臭気対策として、工程改善や脱臭装置の整備を行っています。また、騒音防止のため、防音壁の設置や設備導入時の騒音評価、従業員や納入業者への指導、敷地境界における騒音測定を実施しています。

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



●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	2,336千GJ (234,579千kWh)	CO ₂	197.3千トン
燃料 ^{※1}	1,519千GJ	NOx	40.0トン
エネルギー合計	3,855千GJ	SOx	11.2トン
水の使用		水域への排出 ^{※2}	
水(地下水、水道水)	9,600千m ³	排出量	6,903千m ³
		廃棄物の排出	
		排出量(再資源化率)	59.0千トン(98%)

※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

資源の有効活用

廃棄物排出量の削減

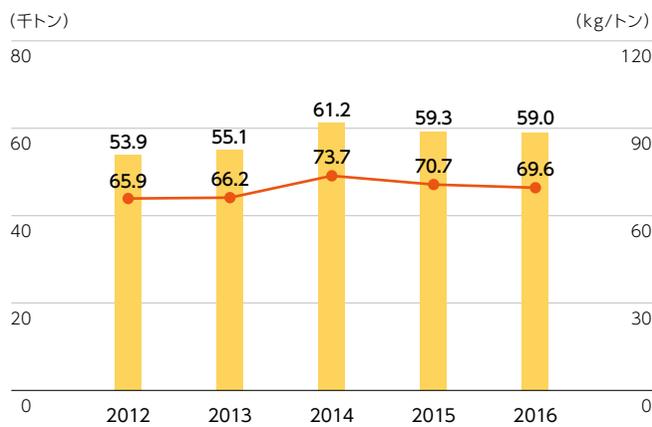
キューピーグループは、行動規範「地球環境への貢献」の3つの重点テーマのひとつ「資源の有効活用」として、廃棄物の削減と食品残さの有効利用をグループ連携により推進しています。

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の加工残さである食品残さや包装資材のロスとしての廃プラスチック類、また排水処理設備における排水処理汚泥などがあります。

2016年度は、キューピーグループ工場での廃棄物排出量は59.0千トンでした。生産数量1トン当たりの廃棄物排出量(原単位)は69.6kgで前年度より1.6%減少、2012年度比では5.5%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
 ※副産物等との分類変更により、前回報告数値に変更あり
 対象:キューピーグループ生産工場

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うえで、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。

2016年の再資源化率は98%となっています。また、再資源化率100%達成工場は、グループ生産82事業所中28事業所となっています。

今後もさらなる廃棄物の削減、再資源化の向上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

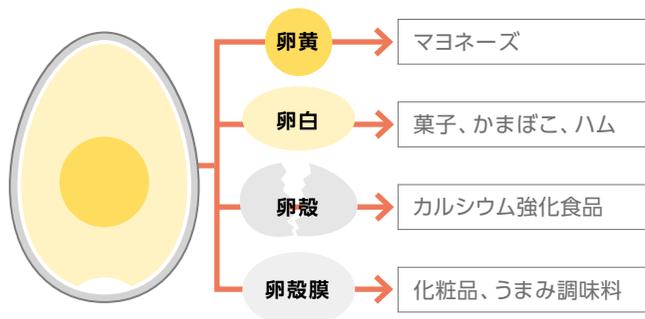
卵の再資源化

「キューピー マヨネーズ」の原料は、卵の黄身の部分だけです。卵白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、卵の使用量は日本で生産される卵の約10%。そこからでてくる卵の殻は年間約2万8千トン(2016年度実績)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。

卵は、産卵から21日間温められると、ひなが生まれます。卵には、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。そんな卵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



野菜の有効活用

グループの惣菜工場である旬菜デリ昭島事業所およびポテトデリカ穂高工場では、ポテトサラダなどの生産工程で発生するポテトピール(むき皮など)を、特別な技術を使って飼料化し、養豚農家に提供しています。一方、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。

旬菜デリ昭島事業所は、2014年10月より、養豚用の飼料の提供を開始しました。飼料の生産量は、現在月産約70トンであり、廃棄物35%削減の成果が出ています。また、ポテトデリカでは、2015年10月より契約養豚農家に提供しています。月産約123トン、廃棄物54%削減を達成しています。

じゃがいもの皮に含まれる高い栄養価と国産原料からなる飼料は、安全でおいしい豚肉生産をめざす農家の想いと、私たちの廃棄物削減・再資源化活動の推進、お客様への安心にもつながる活動と考えています。

●じゃがいもの有効活用



ポテトピールの飼料化の生産フロー

TOPICS

卵殻の施肥による米の食味向上

キューピーグループ(国内)では、年間約2万8千トン発生する卵殻を有効活用しています。特に、卵殻の主な用途である肥料としての価値を向上させるための研究を積極的に行っています。

2016年度は、卵殻を水稻に施肥することで、米の物性・食味が向上することを証明しました。この結果を、第63回 日本食品科学工学会にて発表し、大学との共同研究に発展しました。今後は、大学との共同研究により食味向上のメカニズムを解明していきます。また、大規模農家にご協力いただき、圃場での実証試験も開始しました。



水資源の効率的活用

限りある貴重な資源として、水資源の効率的活用に取り組んでいます。製造の各段階における節水に取り組み、排水の浄化を徹底しています。

また、将来の水資源の逼迫に備えて、新たに高度処理技術などを導入して、再生水の利用による取水・排水の削減を推進しています。

2016年度、キューピーグループ工場の水使用量は9,600千m³で前年度比0.4%増加。生産数量1トン当たりの水使用量(原単位)は11.3m³となり、前年度比0.6%の減少となりました。

●水使用量



高度処理水の利用

新設事業所においては、人と環境にやさしい工場づくりの一環として、排水の高度処理システムを導入し、節水に取り組んでいます。

● 旬菜デリ昭島事業所

2012年11月に生産を開始した旬菜デリ昭島事業所では、生産ラインからの排水の再利用に向けて、膜処理(RO)技術を活用した設備を導入しています。一日平均160トンの純水を再生し、加工場内のトイレや樹木への散水、床の洗浄水、屋根散水、空調設備の室外機冷却などに使用しています。

● キューピータマゴ東京工場

2015年3月に生産を開始したキューピータマゴ東京工場では、中空糸膜排水処理設備の処理水を活性炭やRO膜で浄化した後、中水として工場のトイレの洗浄水や冷凍機の室外機の冷却などに再利用しています。2016年度の中水再生実績は1日7~12トンでした。室外機の省エネ対策などに向けて、今後も再利用の範囲を広げていく予定です。



④ 中空糸膜モジュールユニット



④ 中空糸膜モジュールユニット(散気中)



④ 活性炭塔



④ RO膜ユニット

商品における環境配慮

キューピーグループは、容器包装の軽量化と簡素化とともに、賞味期間延長による流通・消費段階における食品ロスの低減に取り組むことで、循環型社会の形成に貢献していきます。

容器包装の軽量化・簡素化

商品の容器包装は、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、生産する際にエネルギーを消費し、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・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

● アヲハタでの事例と環境負荷低減効果

① ジャムのびん軽量化

「まるごと果実」びん8g軽量化により、びんの製造および輸送時のCO₂を約80t/年削減

② 55ジャム(小容量サイズ)

キャップの両面PETラミネート化により、キャップ製造時のCO₂を約194t削減

● キューピーでの事例と環境負荷低減効果

① 500mL 業務用商品(ドレッシング・ソース)

カートンの中仕切り廃止により、年間材料使用量を5,553kg削減

② キューピー3分クッキング 漬け込み用調味料

かんきつ香るピクルス用、マリネ用のシュリンクの薄肉化により、年間材料使用量を564kg削減

③ キューピーあらびきマスタード50g

チューブ薄肉化により、年間材料使用量を1,650kg削減 ※2017年秋切替予定

賞味期間延長によるロス削減

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限切れによる廃棄分も含まれています。キューピーグループでは、製法や容器包装の改良による賞味期間延長を通じて、食品ロス削減に貢献していきます。

● マヨネーズの賞味期間延長

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」、製造工程中の酸素レベルの低下など、製法・容器でさまざまな工夫をしてきました。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

させることに成功しました。これにより、「キューピー マヨネーズ(50g～450g)」「キューピーハーフ」の賞味期間を、従来の10カ月から12カ月に延長することができました。



● 小袋商品の賞味期間延長

小袋調味料の製造・販売を行うケイパックでは、NB商品に関しては、製造ライン立ち上げと同時に保存試験を行い、延長可能な最大限の範囲で賞味期間を延長していきます。2016年度は、55アイテムについて賞味期間の延長を実施しました。今後は、商品設計時に賞味期間を4カ月以上に設定できる根拠を整備するとともに、キューピーとの連携により、スピーディな商品開発につなげていきます。



地球温暖化の防止

生産における取り組み

生産部門のCO₂排出量削減

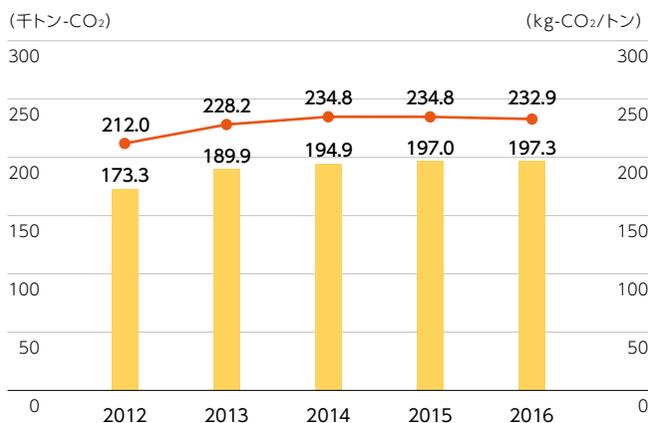
地球温暖化の防止は人類共通の課題です。キューピーグループでは地球温暖化の原因となるCO₂排出量の削減のため、省エネルギーやエネルギー転換などに積極的に取り組んでいます。製造工程での効率改善、設備の導入などによる省エネルギーを基本として、A重油から都市ガス・天然ガスへの燃料転換、コージェネレーション(熱電併給)や太陽光発電の利用を進めています。また、グループ事業所での優れた取り組み事例を共有・展開することによってもCO₂排出削減に努めています。

- 改正省エネルギー法への対応によるエネルギー原単位年1%削減
- 中長期(および中期経営計画)の目標を策定中

2016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197.3千トンで前年度比0.2%増加、生産数量1トン当たりのCO₂排出量(原単位)は232.9kgで前年度比0.8%減少、2012年度比で9.9%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4.9%の削減となります。

● 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

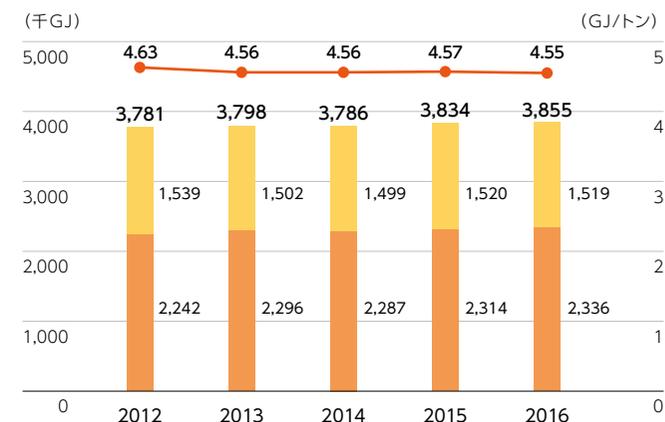
購入電力: 2012年度まで 0.378kg-CO₂/kWh
 2013年度から 0.491kg-CO₂/kWh
 A重油: 2.710kg-CO₂/L
 都市ガス(13A): 2.188kg-CO₂/m³
 LPG: 6.007kg-CO₂/m³

省エネルギーの推進

2016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3,855千GJで前年度比0.6%増加しました。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4.55GJとなり、前年度比0.5%の減少となりました。

引き続き、生産現場での「エネルギー使用の見える化」を進め、設備運用改善・メンテナンスの徹底、省エネ型機器の導入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

再生可能エネルギーの活用

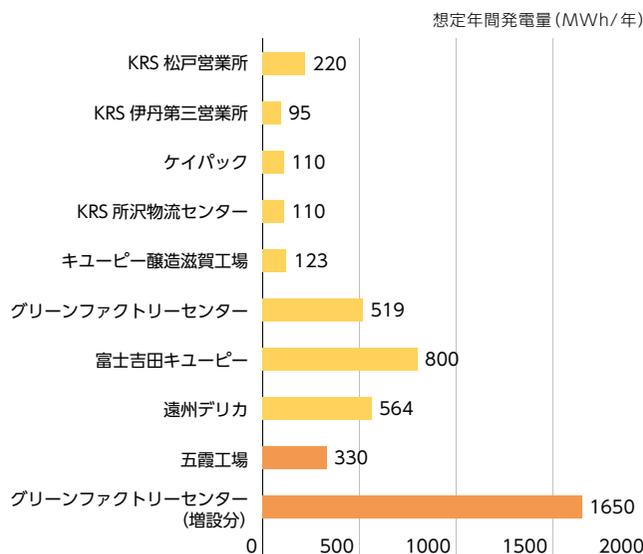
キューピーグループでは、2013年3月の「キューソー流通システム(KRS)」松戸営業所・伊丹第三営業所への太陽光発電システム設置を皮切りに、再生可能エネルギー普及に向けた取り組みを開始しました。

新たにキューピーでは、2016年12月「五霞工場」(茨城県猿島郡五霞町)と2017年3月「グリーンファクトリーセンター」(福島県白河市)に太陽光発電設備を導入しました。これにより、既存の8設備を含めた10設備の年間発電量の合計は、キューピーグループ生産部門の電力使用量の約2%に相当する約4,500MWhになる見込みです。

倉庫棟の屋上を利用した「五霞工場」の太陽光発電設備は、発電出力約300kW、年間発電量約330MWhを見込んでいます。植物工場の敷地の一部を利用した「グリーンファクトリーセンター」の太陽光発電設備は、発電出力約1,500kW、年間発電量約1,650MWhを見込んでおり、これはキューピーグループで最大規模*の発電量となります。

*今回は二期工事であり、一期工事分の約3倍の規模になります。

●キューピーグループの太陽光発電導入状況



▲ 五霞工場に新設した太陽光発電設備

エネルギーの見える化による運用改善

ポテトデリカ穂高工場は、年間1万5千トンのポテトサラダを生産し、原油換算で年間3,360kL(2016年度実績)のエネルギーを使用しています。

2016年度は、じゃがいもの蒸し工程など、各工程での蒸気の使用量を、キューピーとの協働により新たに流量計を設置し実測することで「見える化」しました。

分析の結果、蒸し工程で33%、真空冷却*工程で51%の蒸気を使用されていることがわかりました。そこで、真空冷却機の真空ポンプなどの部品を更新するとともに、送り込む蒸気の圧力の見直しや、冷却温度ごとに運転切り替えを行うなどの運用改善を実施しました。その結果、真空冷却機の蒸気使用量は約40%削減され、事業所全体でエネルギー原単位が約20%削減となる省エネルギーを実現しました。

今後、同様の工程を保有する事業所に取り組みを展開し、キューピーグループ全体の省エネルギーにつなげていきます。

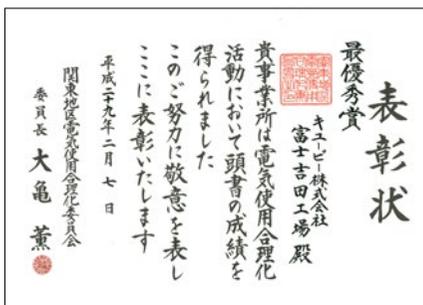
*真空冷却:加熱調理後の食品を管内に減圧状態でおくことにより、食品内部に含まれている水分を蒸発させ、その際の蒸発熱で冷却する方法。

電気使用合理化活動で最優秀賞受賞

富士吉田キューピーは、2016年度、関東地区電気使用合理化委員会が審査する電気使用合理化優良事業者などの表彰において、最優秀賞を受賞しました。

富士吉田事業所は、富士箱根伊豆国立公園内に立地することから、敷地内の自然整備や緑地確保、太陽光発電の採用など自然環境保全に配慮しています。また、製造活動においても、環境委員会の活動で生産の効率化と省エネルギー化に継続的に取り組んでいます。

電気使用合理化に向けて、エネルギーの見える化を進め、「給排気ファン制御変更」「油温冷却用チラー更新と設置位置変更」「ボイラー排ガス熱回収システム設置」などを実施しました。いずれも機器性能だけに頼ることなく、仮説検証を繰り返しながら、継続して運用改善を行った成果であることが高い評価につながったと考えています。



TOPICS

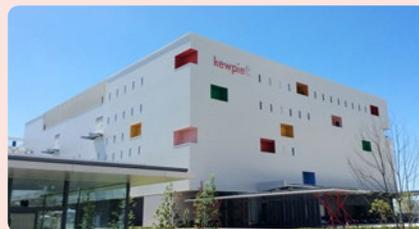
グループのモデル工場が操業開始

2016年10月、キューピーグループのモデル工場と位置付ける神戸工場が、操業を開始しました。「エネルギー1/2」をコンセプトに、「生産・執務・見学エリアを結ぶ熱融通システム」「省エネ創エネを実現する多様な環境配慮技術」を導入することで、従来のマヨネーズ工場のエネルギー消費量50%削減をめざしています。

熱融通システムは、空調熱源、製造用熱源からの排熱を熱源水に戻し、相互に排熱を利用し合うシステムであり、エネルギーの高効率化を図ります。

環境配慮技術および施策として、FEMS(工場エネルギー管理システム)、Low-E(低放射)複層ガラス、空調熱源・ポンプ・空調機のインバータ化、屋上緑化などを採用しています。

神戸工場は、持続可能な社会を次世代につなぐキューピーグループの想いが形となったもので、「CASBEE神戸(神戸市建築物総合環境評価制度)」の最上級であるSランク評価を取得しています。



物流における取り組み

物流部門のCO₂排出量削減

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まで、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*1を推進しています。

● モーダルシフトの取り組み

常温品の輸送においては、専用31フィートコンテナ4基を使用し鉄道輸送の推進を行い、モーダルシフト化率*2は2015年度15.6%から、2016年度31.0%となっています。

また、2017年4月より、冷凍31フィートコンテナ2基を導入し、冷凍品の鉄道輸送を開始しました。さらなる環境負荷低減に努めていきます。

*1 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

*2 モーダルシフト化率:500km以上の輸送トン数に対し、鉄道や船舶による輸送トン数の比率



❶ 冷凍コンテナの貨物車掲載



❷ 冷凍用コンテナのトレーラーヘッド

輸配送量およびCO₂排出量の推移

2016年度は、輸配送量に対しCO₂排出量を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、モーダルシフトの推進に取り組み、環境負荷・CO₂排出量の低減に努めました。

● キューピー

	2015年度	2016年度	前年度比
輸配送量(千トンキロ)	162,660	157,638	96.9%
CO ₂ 排出量(トン)	26,830	25,295	94.3%

● キューピータマゴ

	2015年度	2016年度	前年度比
輸配送量(千トンキロ)	48,851	49,887	102.1%
CO ₂ 排出量(トン)	10,216	10,392	101.7%

*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。

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

2016年度は生産・仕入拠点と消費地間の輸送距離を短縮するために、マヨネーズ・ドレッシングの生産再配置を実施しました。これによるCO₂削減量は年間62トンを見込んでいます。

● 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、配送頻度の削減・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、24法人がグリーン経営認証を取得しています。

また、-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両の導入を推進し、共同配送の効率化を図っています。2016年度の導入累計台数は100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するとともに、共同配送の推進により積載効率を向上させています。

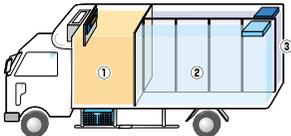


仕切りの組み合わせによる3温度帯のフレキシブル車両

業界初、着脱自在の間仕切りを装備した車両用荷箱を開発



F → FROZEN
C → CHILLED
D → DRY
+1 → 加温



	①	②	③
切替え可能温度帯	加温 常温 チルド 冷凍	加温 常温 チルド 冷凍	加温 常温 チルド 冷凍

着脱可能な6枚の間仕切りを組み合わせ

荷量や用途に応じて様々なアレンジできる荷室レイアウト

基本形の3温度3室



3温度3室



…常温が多く、チルドが少ない場合

1温度1室



…冷凍品の配送が多く1室になる場合

2温度2室



…戻り便で冷凍品と速い箱を積む場合

マイナス20度～プラス25度まで荷量に応じて温度帯別スペースを変更

	食パン・弁当	魚・野菜	牛乳・チーズ	肉	冷凍食品	アイスクリーム	常温品
運送温度(℃)	18℃	0～16℃	2～10℃	2～8℃	△18℃	△20～△23℃	15℃～常温
製品	 パン  弁当類	 魚  野菜	 牛乳  チーズ	 肉類	 冷凍食品	 アイスクリーム	 包材・常温品

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～

- ① 駐停車時、走行時のアイドリングストップ
- ② 急停車、急発進の禁止
- ③ 定速の安定走行
- ④ エンジンブレーキの多用
- ⑤ タイヤ空気圧の適正化・管理
- ⑥ 適切な温度でのエアコン使用

オフィスにおける取り組み オフィスのCO₂排出量削減

キューピーグループのオフィス事業所では、省エネルギー・廃棄物削減などによる環境負荷低減に取り組んでいます。2013年10月の仙川キューポート新設を皮切りに、本社・研究部門を中心としたオフィス事業所の集約・移転を進めており、省エネ設計・設備の導入とともに、オフィス事業所間の連携により、省エネ性能を十分に発揮するためのノウハウの共有や運用改善、改修を継続的に行っています。

仙川キューポートでの省エネルギーの推進

仙川キューポートでは、吹き抜けを活用した自然換気システム、コジェネレーションシステム、太陽光発電、LED照明などを導入しています。省エネ設計性能を最大化するため、設備メーカーとの連携を深めるとともに、仙川キューポートに勤務する多くの社員に快適さの聞き取りなどを行うことで、運用精度の向上を図ってきました。2016年度は、「空調吹き出しのインバータ化」「コジェネレーションの最適化」「自然換気の稼働シーズン延長・夜間利用」などを実施し、年間約250トンのCO₂排出量削減につながっています。



▲ 自然換気システム

渋谷オフィスでの取り組み

キューピーグループの渋谷オフィス(渋谷董友ビル)は、ビル全体を2重のガラスが覆い(ダブルスキン)、ガラス間を自然換気することで高い断熱性を実現しています。また、高効率空調機やLED照明といった省エネ設備も導入しています。

これらの環境設計により、建築総合環境評価システム「CASBEE」の総合評価Aランクに認定されています。また、グリーンファイナンス促進利子補給金交付決定事業^{*1}に採用されています。

さらに、「ワークスタイルの変革」の一環として18時30分消灯による照明・冷暖房電力の削減や、「健康経営[®]」^{*2}推進に向けて階段利用によるエレベーターの使用削減を呼びかけています。

今後、設計性能を発揮するための取り組みを、仙川キューポートと連携して行っていきます。

^{*1} グリーンファイナンス促進利子補給金交付決定事業：環境省が公募した、地球温暖化対策のための設備投資の事業に係る融資に対する利子の一部を補給する対象となる事業。

^{*2} 「健康経営[®]」：NPO法人健康経営研究会の登録商標です。



▲ 2重ガラスが覆う(ダブルスキン)外観

キューソー流通システムの取り組み

キューソー流通システム(KRS)本社ビルでは、通路などのLED照明をセンサーで自動制御するなどの省エネ施策を導入しています。また、テレビモニター(サイネージ)を設置し、各フロアでの電気使用量をリアルタイムで表示するなど、「見える化」による省エネを推進しています。

また、「KRSの発電所」として、KRSの全国3事業所に設置された太陽光発電の発電量を企業ホームページにリアルタイム掲載するといった取り組みも行っています。発電量の「見える化」を、情報発信だけでなく、環境保全への意識向上と活動推進につなげています。



▲ フロア電力消費量・金額を表示するサイネージ

自然環境の保全

生物多様性保全の取り組み

キューピーグループの事業活動は、豊かな自然環境と密接な関わりを持っています。私たちは、「良い商品は良い原料から」の精神を大切に、自然の恵みに感謝し、豊かな自然と生物多様性の保全に努め、持続可能な社会を次世代につないでいきます。

富士吉田キューピーは、国立公園内に立地しています。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水資源を涵養する緑地面積の確保、日照に恵まれた立地を活かし、再生可能エネルギー(太陽光パネルの設置)を取り入れるなど特に自然保全に向けた取り組みを行っています。

今後は、事業活動と自然環境の関連について評価し分析するとともに、活動対象エリアのステークホルダーの皆様との情報共有を通じて、取り組むべき活動を策定し実施していきます。



▲ 富士吉田キューピーでの太陽光パネル

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の森「キューピーの森」で、水源涵養を目的とした保全活動を開始しました。

2014年度からは、第2期の活動を開始し、間伐とコナラやもみじの植樹作業を実施しました。2015年度は間伐・植樹に加え、自然環境保全の大切さを学ぶ森林散策、地元食材を用いた昼食作りなど、自然を通じた地域コミュニケーションを行い、2016年度からは、10,000m²まで広げた森林を対象に、第3期の活動を行っています。

現在は、水源涵養を目的とした森林保全活動だけでなく、自然観察や生息する生き物についての講座を取り入れるなど、自然環境が抱える問題について地元の皆様と一緒に考え、自然への感謝の気持ちをもって生活できるような人づくりもめざしていきます。

*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



▲ 自然環境に関する講座の様子

霧多布湿原ナショナルトラストへの支援

国内3番目の面積をもつ霧多布湿原は、森と海に囲まれた豊かな湿原です。1993年にラムサール条約に登録され、その価値が国際的に評価されています。この貴重な自然を保全する活動を行うのが、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として、資金での支援を行ってきました。2014年からは年1回社員が参加し、湿原を中心とした保全活動を実施しています。

2016年は、湿原に隣接する小学校のスケートリンク場として使われていた池の保全を行いました。小学校閉鎖により埋め立て予定でしたが、水鳥たちが飛来することから霧多布湿原ナショナルトラストの皆様で保全することとなりました。そして私たちグループの支援活動に対する評価と今後の期待から、この池の「命名権」をいただきました。従業員に活動の意義を伝えるきっかけとして、グループ内で名称を公募、「はぐくみの池」と命名しました。

今後も地域に根差した支援を通じて、大自然を守る重要性に共感し、自然の恵みへ感謝する心を育てます。



▲ 本年度活動の様子
 (「はぐくみの池」の前で)

行動規範

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。

キューピーグループのアプローチ

キューピーグループは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、イノベーションを創出する制度やワークスタイル変革に向けた取り組みを進めることで、新たな挑戦を生み出す風土づくりを積極的に行っています。このように、新たな挑戦を生み出す風土をつくり、外部の力も活用し

ながらグループ協働でシナジーを最大限に発揮することで、お客様に新しい価値を提供していきます。

「新たな挑戦」を続けることは、めざす姿である『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』を実践することです。



> 世界初。酢酸菌酵素の大量生産を実現し、商品化へ
グループのユニークさと魅力を高めるビジネスを発掘するために、2012年から「社内公募制度（「Try! Kewpie（トライ・キューピー）」）を実施しています。「よ・い・と・き」は、第一回の最優秀賞に選出されたビジネス案で、商品化の第一号です。



> 渋谷区と包括連携協定を締結
キューピーは、渋谷区と2016年12月、相互の協働のもと、地域社会の課題解決を目的とした包括連携協定である「シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー協定」を締結し（協定期間は2019年3月31日まで）、新たな取り組みを推進していきます。



> ワークスタイルが生み出したスピーディな商品開発
卵由来の独自素材を活用して、キューピーグループにとって新市場となる家庭用キッチン衛生市場向けに、除菌スプレーという新規商品を発売しました。そのスピーディな商品開発を、「相談したい仲間と5分のために集まれる」ワークスタイルが支えました。

イノベーションを通じた新たな価値創造

Kewpie Start Up Program

現中期経営計画では、これまで醸成してきた「挑戦する風土」を土台として新領域への挑戦を継続し、100周年とその先につながる飛躍的成長をめざしています。

従業員一人ひとりのアイデアと想いの実現に向け、本格検討ができる場として、6年前に開始した社内公募制度「Try! kewpie」を、2016年にリニューアルしました。新制度「Kewpie Start Up Program」では、公募を3年ごとから毎年実施に変更し、検討プランの数も増やした形でビジネスコンテストを開催しています。審査を通過したプランは検証用の予算を獲得し、実活動を通じてプランをブラッシュアップできます。プログラム参加者は、部門の枠を超えたメンターネットワークを築くことができ、スキルアップ・キャリアアップへとつながっています。



▲ビジネスプランコンテストの様子

地域との連携協定

キューピーグループは、さまざまな自治体と協働して地域社会の課題解決に取り組んでいます。

● 渋谷区との取り組み

キューピーは、渋谷区と2016年12月、相互の協働のもと、地域社会の課題解決を目的とした包括連携協定である「シブヤ・ソーシャル・アクション・パートナー協定」を締結しました(協定期間は2019年3月31日まで)。本協定を通じて、新たな取り組みを渋谷区と協働して推進し、社会・地域とのより良い共生を図ります。

～協定内容～

- ① 食育や子どもの貧困課題の解決に関する支援
- ② 超高齢社会における健康増進領域の支援
- ③ 環境領域の課題(食品ロス含む)に関する研究と解決策の提供
- ④ 文化・芸術振興における支援、企画立案、情報発信施策の企画開発
- ⑤ ダイバーシティの実現に向けた研究や啓発活動への支援
- ⑥ 人材開発や研修プログラムにおける人的交流



● 広島県との取り組み

アヲハタ株式会社は、2013年より広島県と「包括的連携に関する協定」を締結しています。この協定を通じて、県産品オリジナル商品(瀬戸内ブランド)の開発や観光振興、県民サービスの向上や地域経済活性化の推進、健康増進・食育に関すること、地域の安全・安心に関することなど、多岐にわたる取り組みを進めています。



▲瀬戸内ブランドの登録商品

～協定内容～

- ① 瀬戸内ブランドの推進や県産品の販売促進に関すること
- ② 県政情報の発信、観光振興に関すること
- ③ 教育・文化の振興に関すること
- ④ 健康増進・食育に関すること
- ⑤ 環境対策・リサイクルに関すること
- ⑥ 地域の安全・安心に関すること
- ⑦ 障がい者支援に関すること
- ⑧ 子育て支援に関すること
- ⑨ その他、県民サービスの向上、地域社会の活性化に関すること

● 福島県との取り組み

福島県は、「おいしく イキイキ 食育プラン 福島県食育推進計画」の取り組みの一つとして「福島県食育応援企業団」を設置しており、2016年11月にキューピーは応援企業として認定されました。同年11月に福島県庁で開催された「減塩&野菜を食べようキャンペーン」に参加し、県庁食堂でイベントを開催するなど、県民の健康意識の改革・向上を図るための協働を推進しています。

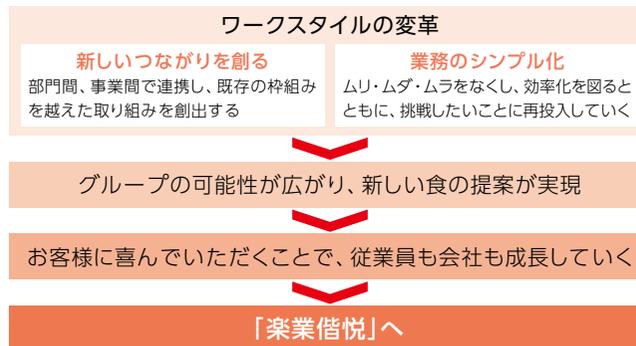


▲ 福島県庁での「減塩&野菜を食べようキャンペーン」

ワークスタイルの変革

キューピーグループは、ワークスタイルの変革をグループ全体で進めています。「新しいつながりを創る」と「業務のシンプル化」のふたつを柱とし、個人の生産性を高めるとともに部署や部門、会社の枠を超えてシナジーを生み出すことで、お客様やお取引先に新たな食を提案し、個人も会社も成長していくことをめざしたものです。

キューピーグループのワークスタイル変革がめざす姿



TOPICS

ワークスタイルが生み出したスピーディな商品開発

卵白に含まれる酵素「リゾチーム」を独自技術で加熱変性させた素材が「ノロクリアプロテイン」です。この独自素材を活用して、一般家庭向けのキッチン衛生市場に新たな価値を提供したいと考えました。しかしキューピーグループにとって、この市場は未知の領域、開発する商品も新規のものでした。

研究、品質保証、生産技術、製造、特許、マーケティング、お客様相談、ファインケミカルなどの部門間の協働がこれまで以上に必要でした。機能別の組織間で仕事をバトンパスしていく旧来の方法は、順調な場合は効率的でも、想定外の課題に次々と遭遇するようなケースではスピードが大きく鈍ります。

これまで仙川キューポートで取り組んできたワークスタイル変革が、「相談したい仲間と5分のために集まれる」ワークスタイルを可能にしました。従来の会議スタイルでは成し得ないタイムリーで多様なメンバーと多彩な会話を行えることで、開発から販売、お客様コミュニケーションまでの課題をスピーディに解決し、2016年10月に「K Blanche (ケイ ブランシュ)」を発売できました。



▲「相談したい仲間と5分のために集まれる」ワークスタイル



▲除菌スプレー「K Blanche (ケイ ブランシュ)」

倫理規範

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。

キューピーグループのアプローチ

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観を持って事業活動を行うことが重要です。

また、持続的な企業運営を支えるのも従業員であり、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、キューピー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るべく取り組みを推進しています。

コンプライアンスの推進

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に関する規定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。

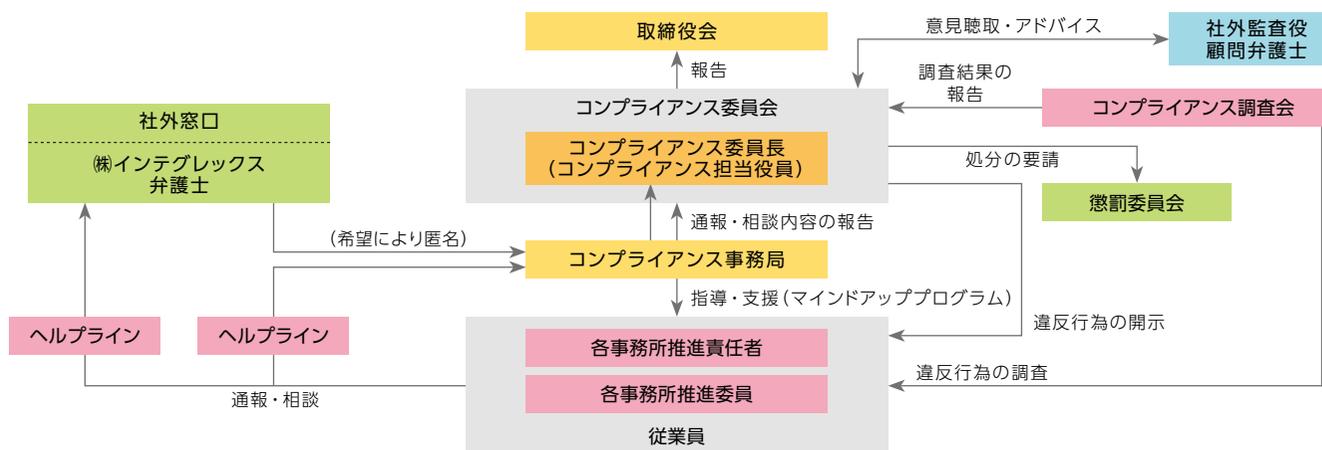
2016年1月には、「グループ倫理行動規範」の内容を見

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。

コンプライアンス委員会は、グループのコンプライアンス課題を抽出し、実施テーマを検討して定期的にマインドアッププログラムを実施しています。

また、隔年で全従業員に対して「従業員意識調査アンケート」を実施し、従業員のコンプライアンス意識の確認と従業員からの自由な意見の聴取を行い、その対策を講じることにより、働きやすい職場の提供に努めています。同時にグループの全従業員のコンプライアンス意識を強化する取り組みも進めています。

●キューピーグループのコンプライアンス体制



● 「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、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、その内容の調査を行います。その結果、必要に応じてその内容を社内に開示するとともに、全社的に再発防止策を実施しています。2016年度は26件の社内通報があり、通報者保護の観点から詮索・追及・報復を禁止し、個別案件ごとに適切な対応を行いました。

● 海外内部通報制度の導入

2016年度は、贈収賄や不正会計などグループ全体に影響のあるリスクを早期に吸い上げるため、海外グループ会社を対象とした内部通報制度を導入する取り組みを開始しました。具体的には、海外内部通報に関する諸規程の作成、専門窓口の選定、制度の仕組みの設計などを実施しました。今後、中国および東南アジアのグループ会社と連携しながら導入を進めていきます。

● 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開示や、コンプライアンス研修の他、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、19回目となる2016年度は、「ハラスメント4」としてパワーハラスメント、マタニティハラスメントに特化して実施しました。

● 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、キューピー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います。

6回目の調査となった2016年度は、対象者数12,029名、回収者数10,519名、回収率は87.4%でした。アンケート結果は、各事業所のコンプライアンス推進責任者および推進委員にまとめ資料を送付するとともに、従業員に対しては朝礼や勉強会の開催などによりフィードバックしています。また、各事業、各本部がそれぞれプロジェクトチームを立ち上げ、従業員の意見内容に対して対策の検討および実施を行っています。

さらに、アンケート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。

内部統制推進プロジェクト

海外展開が加速する中で、「世界中のキューピーグループで働く従業員が安心して働ける環境を整え、グループの成長・発展に貢献する」ことをめざして、法務・財務・人事・情報・危機管理・内部監査・海外事業等の社内を横断する部署で構成される「内部統制推進プロジェクト」が2015年に発足しました。内部統制推進プロジェクトは、海外グループ会社の経営基盤である内部統制（ガバナンス、コンプライアンスおよびリスクマネジメント）の整備を進めています。発足以降、さまざまな課題や取り組みを部署間・海外グループ会社と連携して実施しており、内部統制が持続的に維持できるような仕組みづくりをめざしています。

～プロジェクトの取り組み(2016年度)～

- 反贈収賄取り組みプログラムの海外グループ会社への展開
- 海外内部通報制度の導入に向けた準備
- 国内海外で統一した危機発生時事業継続計画(BCP)の策定
- 研修を通じたキューピーグループの理念の海外グループ会社への浸透活動

上記は2017年度以降も継続的に取り組みます。

～主な成果～

- 贈収賄行為禁止規程を中国子会社3社で制定し、それに基づく運用を開始
- 海外内部通報に関する諸規程の作成および受付体制の設計
- 海外グループ会社での危機管理訓練の実施
- 海外グループ会社への理念研修の実施

～今後の取り組み～

- グローバル情報セキュリティ活動
- 経理に関する海外グループ統一ルールの策定
- グローバルガバナンス体制の整備

キューピーグループ反贈賄基本方針

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、それに則った「反贈収賄取り組みプログラム」を策定しています。

2016年度は、「反贈収賄取り組みプログラム」として、海外グループ会社ごとのPDCAを作成し、プログラムに基づいた規程整備や研修の実施を推進しました。具体的には、現地従業員を対象としたアンケートによる実態調査、研修およびキューピーグループ全体での関係者を対象とした反贈収賄をテーマとするeラーニングを実施するとともに、各国語版のキューピーグループ反贈賄基本方針の作成を進めました。また、贈収賄行為禁止規程を中国グループ会社3社で先行して制定し、運用を開始しました。

今後、東南アジアのグループ会社での贈収賄行為禁止規程の制定、および運用の開始を進めていきます。

● 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賄基本方針制定
		②現状把握のインタビュー
③各社への導入		
C	体制整備	①規程の説明、研修の実施
		②内部通報制度導入
C	監査による実効性確認	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賄基本方針制定について

倫理規範

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。

キューピーグループのアプローチ

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。従業員意識調査のアンケートを通じて、人権侵害の有無を調査する取り組みなどを進めています。

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、バリューチェーン全体での人権の配慮にさらに取り組んでいきます。

人権配慮の取り組み

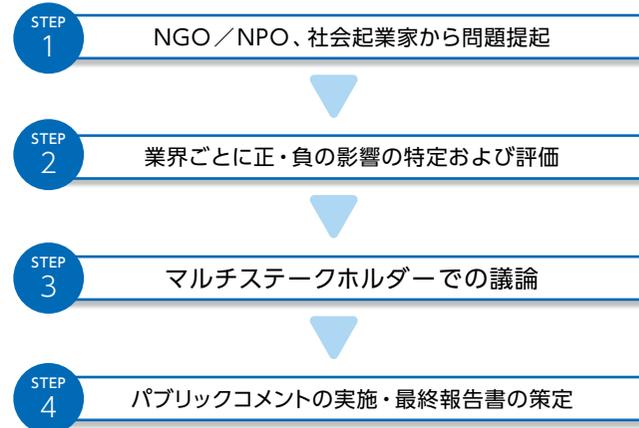
人権尊重の考え方

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。

2016年度も引き続き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。

また、2017年度から、ISO26000のフレームワークを用いてキューピー本社6部門に対して人権を含む課題の現状把握、および社会要請の共有を行いました。

- 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



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、2016年度は「ハラスメント4」としてパワーハラスメント、マタニティハラスメントに特化して実施しました。

また、コンプライアンス事務局運営のもと、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従業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。

このほか、イスラム教徒の従業員への対応として、2015年より仙川キューポートにおいて礼拝スペースや食事について配慮しています。

● 海外グループ会社における取り組み

海外グループ会社では各国・地域の法令の遵守、内部統制の推進およびグループ規範の遵守を通じた人権への配慮を進めています。

各社が現地の法律(労働法)に基づき証明書などを確認し、問題がないように人材を採用しています。採用に当たっては、主に現地スタッフが担当することで、国・地域の特長や社会環境に合わせた採用活動を実現しています。また、その国の文化、習慣を優先し、休日の設定や福利厚生などを実施しています。

商品における人権配慮

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、イスラム教徒の方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他、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、販売を行ってきました。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。



▲ キューピー マヨネーズ
ジャパニーズスタイル
(ハラール認証)

倫理規範

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。

キューピーグループのアプローチ

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、パートナーの事業所を定期的に訪問し、対話を通じて信頼関係を築き、環境や人権への配慮などの社会課題の解決に向けた取り組みを協力して進めます。

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

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。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。

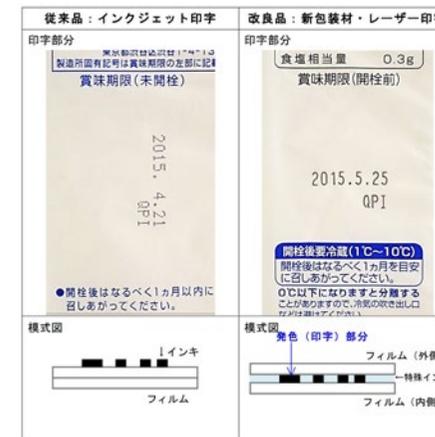
また、生産現場のメンバーと原料・資材メーカーの皆様とのつながりを深め、共同参加による改善活動に取り組むことで、さらなる品質向上をめざしています。

原料・資材メーカーとの協働

キューピーグループは、原料・資材メーカーとの協働を通じて、さまざまな課題の解決に向けた取り組みを進めています。2016年度は、原料・資材メーカーとの協働による品質向上をめざす「現場交流会」をはじめ、年間200回以上の相互訪問の機会を設けました。

● 賞味期限などの見やすさ向上

外装フィルムメーカーとの協働により、「キューピーマヨネーズ」などの商品の外装フィルムに印字される賞味期限の表示改善を行いました。この包装材は、レーザーの照射によりフィルムが発色するため、印字部分の外側に物が接触するなどの原因により印字が消える心配がありません。



● 新たな包装材を用いたレーザー印字の特徴

● 段ボールカーターのFSC®認証拡大

森林保全の視点から段ボールメーカーとの協働で、適切に管理された森林の木材を使用したFSC®認証材の導入を始めています。現在使用している段ボール原紙の約50%はFSC®認証紙を使用しており、今後はカーターなどへのFSC®認証表示を推進していきます。

● チューブ包装などの減容化

2016年度は、マスタートチューブを薄肉化することで、減容化と同時に、絞り出しやすさを向上しました。今後も「軽く薄く小さく」を基本に、より環境負荷が少なく、より使いやすい包材の開発やバイオ原料等の使用検討も進めていきます。

生産農家との協働

「良い商品は、良い原料からしか生まれない」、これはキューピーグループの原料についての考え方です。良質な野菜原料を安定して調達するためには、地域農業の振興が重要になります。一方で、天候不順、後継者不足、耕作放棄地の拡大など、課題がたくさんあります。キューピーグループは、全国の生産農家との協働によって、これらの課題の解決に貢献したいと考えます。

● 農業を基盤とした地域振興

キューピーは2015年、兵庫県朝来市の道の駅運営会社およびヤンマーアグリイノベーションとともに、兵庫県および京都府にまたがる夜久野(やくの)高原地域の雇用創出に向けて合弁会社、株式会社緑の風農場を設立しました。ここでは、耕作放棄地の借受けによる大規模生産化と同時に、特産の「岩津ねぎ」の栽培、農家レストランや観光農園の整備、地元密着型の商品開発などによって、農業を基盤とした地域振興をめざしています。また、2016年には朝来市・道の駅と協働で、市内小学校の地域創生授業として岩津ねぎなどの栽培体験・料理教室を開催し、地元農業の魅力の発信に取り組みました。



◀ 緑の風農場での栽培体験

● IoTとビッグデータを活用した地域の農業振興

国産バジルの爽やかな風味とパルミジャーノ・レッジャーノのコクを楽しめる「キューピー Italiante バジルソース」を、2016年にリニューアルしました。原料となるバジルを生産する農場の多くは、バジル原料の加工場がある大分県国東半島に集中しています。キューピーは、国産バジルの生産拡大に向けて、国東半島の85軒の農家、約385aの栽培面積でバジル栽培を行っていただくとともに、IoTとビッグデータを活用した独自の生産地管理システムで生産性向上を支援し、他産地の約4倍の単位収穫量を達成しました。また、工場から排出される野菜残さを堆肥化し、農家に還元することによって地域との共存共栄につなげています。



▶ 原料となるバジルの契約農家

● 地域連携による生鮮野菜の安定供給

デリアグループでは、年間2,200トンのきゅうりを原料として使用していますが、冬場には品質・数量・価格が不安定になります。また、露地栽培のきゅうりは作業労度が高く、後継者不足も懸念されています。そこで、天候に左右されず、作業労度もかからない栽培に向けて、ハウスで水耕栽培を行う「デリアファーム」のきゅうりプラントを地域連携により立ち上げました。養液栽培システムや、温度・湿度・CO₂など光合成を促進させるための制御設備を導入することで、一般的な露地栽培の6倍強の単位収穫量を達成しています。



▶ 「デリアファーム」のきゅうりプラント

人材育成の取り組み

人材育成の考え方

キューピーグループの社是である「樂業偕悦」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、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。

プロセスを重視した人事評価制度

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

従業員の状況

		2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
社員・嘱託社員	男性	1,439名	1,437名	1,421名	1,385名	1,381名
	女性	1,160名	1,143名	1,128名	1,135名	1,129名
パートその他(期中平均)	男性	249名	271名	305名	314名	303名
	女性	511名	528名	613名	649名	623名
平均年齢	男性	41.1歳	41.5歳	41.7歳	41.6歳	42.2歳
	女性	31.5歳	31.9歳	32.6歳	33.4歳	34.3歳
平均継続年数	男性	15.7年	16.1年	16.2年	16.3年	16.8年
	女性	7.8年	8.2年	8.8年	9.3年	10.0年

対象：キューピー株式会社 ※平均年齢、平均勤続年数はキューピー株式会社社員

新規採用者数

2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
47名	67名	55名	57名	41名

対象：キューピー株式会社総合職

従業員数の推移

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
従業員数	3,359名	3,379名	3,467名	3,483名	3,436名
常用雇用者数	2,599名	2,580名	2,549名	2,520名	2,510名
平均臨時雇用者数	760名	799名	918名	963名	926名
グループ従業員数	23,579名	23,914名	24,773名	24,997名	25,245名
常用雇用者数	12,425名	12,598名	12,933名	13,478名	14,095名
平均臨時雇用者数	11,154名	11,316名	11,840名	11,519名	11,150名

● 評価制度プロセス



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、個人の成長はもちろんのこと、会社の発展にもつながります。

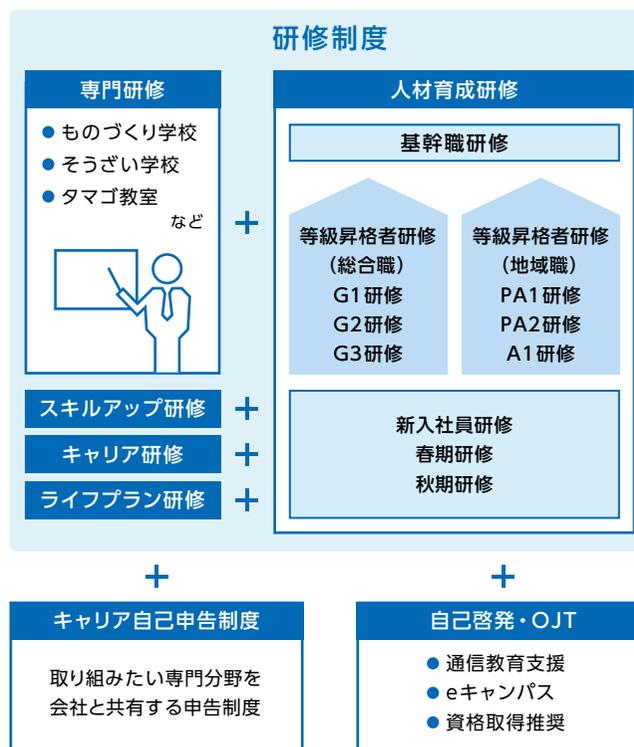
キューピーグループでは、これまで専門性を高める各種の専門研修や自己啓発のプログラムを充実させて一人ひとりの成長の後押しをするとともに、仕事上の夢や進路を会社や上司と共有するキャリア自己申告制度によってキャリアの実現を支援してきました。

また、人材育成研修においては、グループも含めた等級昇格者研修による動機づけの実施、2016年度からは、「理念研修」を非正規社員などにも拡充しました。その他、スキルを磨く専門研修も実施しています。

●2016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	2,474人
ものづくり学校	1,022人
そうざい学校	730人
キューピータマゴ	305人 (協力社員含む)
人事本部主催	380人
合計	4,911人

●キューピーキャリア支援体系図



⤴ 人材育成研修

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、積極的に挑戦し、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。

～主な褒賞制度～

- 資格取得賞
- 社長賞
- 発明賞
- キューピー論文賞
- 社内公募制度 (Kewpie Start Up!)

労働安全衛生の取り組み

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、キューピー生産本部部長の直轄である「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86カ所、海外11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(2016年6月～2017年5月)～

- 『全員で安全環境の整備を進めます!』
- 『全員がグループ安全則に沿った行動をします!』
- 『一人ひとりの健康を大切にします』

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、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。

2016年度は、海外安全担当者を増員し、安全体制強化と安全レベルの向上を図りました。

● 災害発生件数の推移(各年5月～翌年4月)

	2012年度	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度
休業災害 件数	13	15	12	7	17
度数率	0.56	0.72	0.56	0.35	0.76
強度率	0.024	0.035	0.018	0.013	0.027

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

グループ健康経営の取り組み

キューピーグループは、2016年度より「健康経営®」※の取り組みを開始し、「食」「運動」「卒煙」「休養」の4つの柱で取り組みました。

「食」の取り組みでは、事業所の取り組みとして、渋谷オフィス・仙川キューポートでは事業所内食堂で「野菜+70g活動」として、野菜を多く使っているメニューに「野菜+70g」マークの表示、精算時に野菜摂取量の見える化を実施しました。「運動」の取り組みでは、事業所の取り組みとして、仙川キューポートではウォーキング講座、部署別対抗歩数競争、ヨガ教室などより多くの方が参加できる企画を実施しています。「卒煙」の推進に向けて、産業医科大学の大和浩教授による講演を、各事業所と中継をつないで実施しました。また「休養」の取り組みとしては、メンタル産業医の指導のもと、グループ全体でストレスチェックを実施し、職場分析報告、高ストレス者の産業医面談を行いました。また、『ダイバーシティ・健康経営のサイト』を立ち上げ、トップ層の健康宣言や、グループの健康活動の取り組みなどを紹介しています。

その他、仙川キューポート・渋谷オフィスでは、はがきサイズの“健康宣言書”を入居しているグループ会社に配布・各自の目標を掲示し一人ひとりが健康へ向き合うきっかけづくりを進めています。

※「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です。

倫理規範

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。

キューピーグループのアプローチ

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、規程の見直しなどを行っています。

情報セキュリティへの取り組み

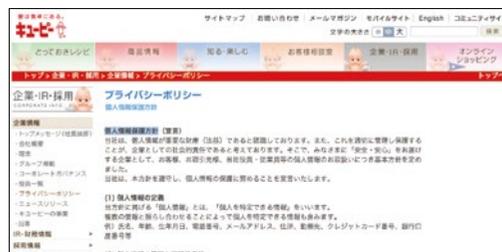
個人情報保護方針

キューピーグループは、個人情報が必要な財産(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、お取引先様、当社役員・従業員等の個人情報のお取り扱いにつき基本方針を定めています。

キューピーグループは、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。

～個人情報保護方針～

- ① 個人情報保護に関する法令およびその他の規制の遵守
- ② 個人情報の定義
- ③ 個人情報の管理と継続的実施
- ④ 役員・従業員教育の実施
- ⑤ 情報セキュリティの実施
- ⑥ 個人情報の入手
- ⑦ 個人情報の利用
- ⑧ 個人情報の提供
- ⑨ 個人情報のお問い合わせの対応



④ 個人情報保護方針

プライバシーポリシー

情報セキュリティ委員会

情報セキュリティ委員会では、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。従業員に対し、eラーニングを活用した一斉教育を毎年全社にて実施し、情報セキュリティポリシーの理解と情報セキュリティに対する意識向上を図っています。

個人情報の管理と継続的実施

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、その保管方法をはじ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、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いきます。さらに、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に行い、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。



10560029(05)

④ プライバシーマーク(トウ・キューピー)

倫理規範

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。

キューピーグループのアプローチ

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。

グループ従業員への教育を行うとともに、警察等の関係機関への相談や情報収集などに努めています。また、お取引先との契約書に反社会的勢力排除に関する条項を設けています。

反社会的勢力排除への取り組み

反社会的勢力排除の推進体制

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等の関係機関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、警察等の関係機関のご指導をいただき、企業理念に沿った適切な対応を心がけていきます。

契約書の反社会的勢力排除条項

キューピーグループでは、お取引先との契約書において、反社会的勢力排除に関する条項を設けています。お取引先が反社会的勢力であること、反社会的勢力との関係を有することなどが判明した場合、直ちに契約を解除できることを定めています。