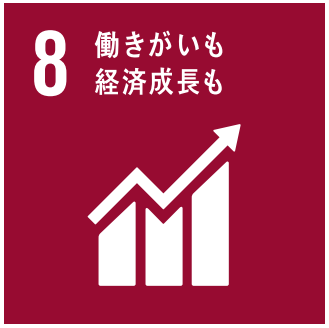
キユーピー 社会・環境報告書2018

持続可能な社会の実現にむけて



SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

2030年に向けて
世界が合意した
「持続可能な開発目標」です

キユーピー株式会社

目次

トップメッセージ 2

会社の経営の基本方針 3

キユーピーグループの理念 3
グループ規範 4

ガバナンス 5

コーポレート・ガバナンス 5
CSRマネジメント 7
ステークホルダーとの対話 9
社外からの評価 10

活動報告 11

めざす姿

世界の食と健康に貢献していくために 11

姿勢

お客様とのコミュニケーション 15

行動規範

品質第一主義 18
ダイバーシティの推進 21
食育を中心とした社会貢献 27
地球環境への貢献 32
新たな挑戦 41

倫理規範

法令の遵守 42
人権の尊重 44
公正・健全な企業活動 45
情報セキュリティの徹底 47
反社会的勢力への対応 48

企業情報 49

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

各カテゴリーのトップページへ移動します。

ナビゲーションボタン

▶ クリックすると1ページ進みます。

◀ クリックすると1ページ戻ります。

▽ クリックすると前の表示に移動します。

リンクボタン

Webへリンクします。

ページの該当箇所へリンクします。

編集方針

● 基本的な考え方

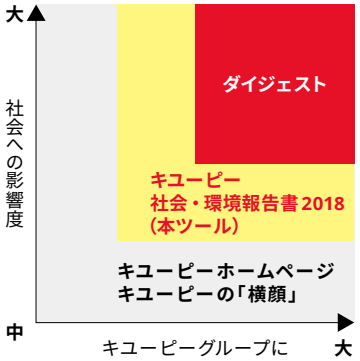
キユーピーグループは、ステークホルダーの皆様から最も信頼していただけるグループをめざし、「グループ理念」に基づく企業姿勢や活動を報告する「社会・環境報告書」を発行しています。

本年度は、キユーピーグループが持続可能な社会の実現にむけて「CSRの基本的な考え方」と「CSRの重点課題」を表明しています。

この報告書では、グループ理念の「めざす姿」、グループ理念を実践していく上での基本的なあり方である「グループ規範」の「倫理規範」「行動規範」に沿って活動を報告しています。

別版の「キユーピー 社会・環境報告書2018 ダイジェスト」では、このCSRの重点課題と課題解決ストーリーを紹介しています。

● キユーピーの社会･環境コミュニケーションツールの紹介



キユーピー
社会・環境報告書2018
ダイジェスト

キユーピーホームページ
キユーピーの「横顔」

● レポートのプロフィール

報告対象期間: 2017年度（2016年12月1日から2017年11月30日）
※報告対象期間前後の内容を含みます
対象組織: キユーピー株式会社および連結子会社・持分法適用会社合計59社
報告サイクル: 年次報告として毎年発行
発行: 2018年5月

● お問い合わせ

キユーピー株式会社　広報・CSR本部 CSR部
東京都渋谷区渋谷1-4-13 Tel:03-3486-3052 Fax:03-3486-6151

トップメッセージ

持続可能な社会の実現に貢献するとともに、キユーピーグループの持続的な成長をめざします

キユーピーは、1919年（大正8年）の創業以来、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という原料に対する強いこだわりを持ち続け、食品にたずさわる者の心構えとして「正直」「誠実」を愚直に守り続けてきました。

創始者 中島董一郎のこの教えと「最初につくり、育てる」というパイオニア精神のもと、日本で初めてのマヨネーズやドレッシングなどを世に送り出してきました。

とくに、1925年に日本で初めて製造・販売した「キユーピー マヨネーズ」は、日本人の体格向上への中島董一郎の願いを込めた商品です。以来、「食を通じて社会に貢献する」という精神を受け継ぎ、私たちキユーピーグループは、事業活動にとどまらず、社会や地球環境への貢献に向けたさまざまな活動に取り組んでいます。

近年、国内の経済活動の成熟化が進む一方で、地球環境を含めた社会課題はますます複雑に、また大きくなってきています。そのような中、私たちはこれまでのCSR活動に持続可能性（サスティナビリティ）の考え方をより一層関連づけ、「CSRの基本的な考え方」を見直しました。

CSRの基本的な考え方

私たちはグループ理念と規範を遵守し
持続可能な社会の実現に貢献するとともに
グループの持続的な成長の基盤として
CSR活動を推進します

また、キユーピーグループの強みやユニークさに、社会課題の解決に向けた国際的な目標であるSDGs（Sustainable Development Goals 持続可能な開発目標）を結びつけ、キユーピーグループが与える社会への影響度とステークホルダーからの期待度を考慮して、「CSRの重点課題」を設定しました。

私たちは、見えない経営資源である「社是・社訓」をしっかりとグループで伝承し続け、ステークホルダーの皆様とより良い関係を築きながら、この重点課題に取り組んでいきます。

私たちは2019年に創業100周年を迎えます。次の100年も、最も信頼され親しまれるグループでありたいと考えます。マヨネーズ・ドレッシングを中心に、サラダとタマゴのリーディングカンパニーとして、従業員一人ひとりが環境や社会課題に真摯に向き合い、CSR活動により意識高く取り組んでいきます。

キユーピー株式会社
代表取締役 社長執行役員

長南（ちょうなん） 収（おさむ）

会社の経営の基本方針

キユーピーグループの理念

キユーピーグループは、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、“キユーピーグループならでは”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。

キユ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し続けました。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を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ことがあれば、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す」。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

キユーピーグループは、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

（キユ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

コーポレート・ガバナンスの考え方

キユーピーグループは、「キユーピーグループの理念」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・投資家といったステークホルダーに適切に配分することを、経営上の最も重要な課題の一つに位置づけています。

コーポレート・ガバナンス体制の整備および充実に関する基本方針

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、地域社会等、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。

コーポレート・ガバナンスについては、透明・公正かつ迅速・果断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、「コーポレート・ガバナンス体制の整備および充実に関する基本方針」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いきます。

キユーピーホームページ「コーポレート・ガバナンス」

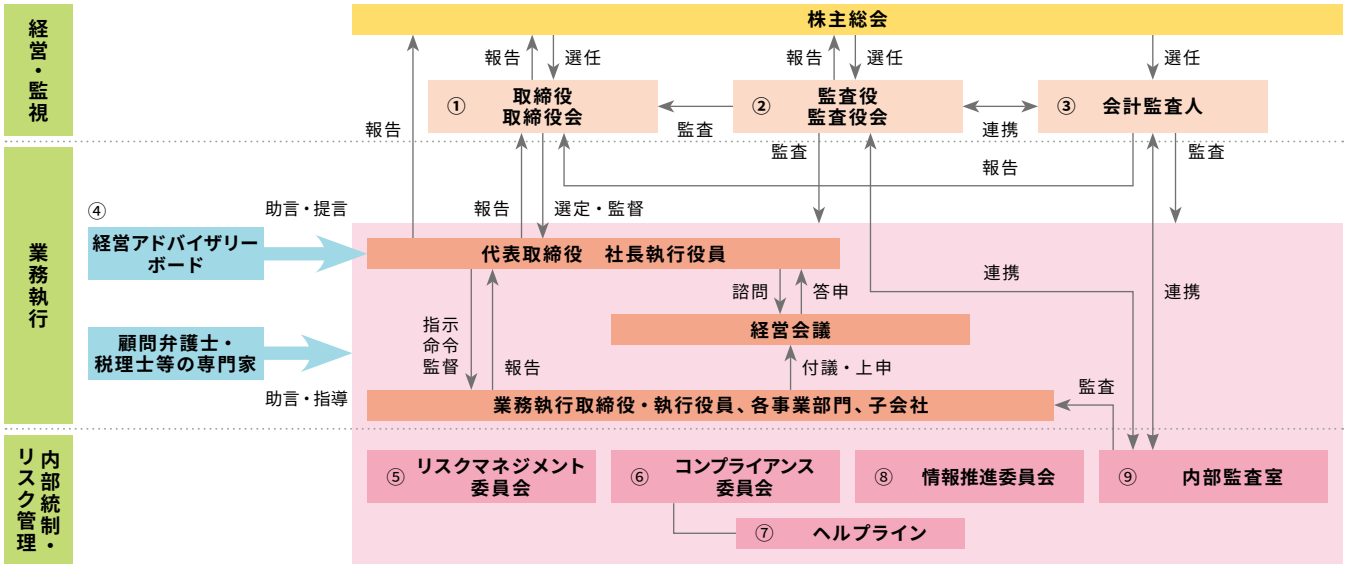
キユーピーホームページ「IRライブラリ」コーポレート・ガバナンス関連資料

コーポレート・ガバナンス体制 (2018年2月27日時点)

経営・監視

組織形態	監査役会設置会社
① 取締役 取締役会	取締役の人数：11名 取締役会の議長：取締役会長 社外取締役の人数：2名
② 監査役 監査役会	監査役の人数：5名 社外監査役の人数：3名
③ 会計監査人	新日本有限責任監査法人

コーポレート・ガバナンス体制



：内部統制システム

業務執行

④経営アドバイザリーボード

キユーピーグループの健全性、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ることを目的に、キユーピー代表取締役 社長執行役員の諮問機関として「経営アドバイザリーボード」を設置しています。

社外委員の有識者4名と当社代表取締役 社長執行役員が参加し、定例会を年2回（必要のある場合は随時）開催し、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。各委員には専門分野の見地のみならず、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。

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、内部統制システム構築の基本方針を決議するとともに、内部統制の体制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、速やかに機能するとともに、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つくることを目的としています。

⑤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。

⑥コンプライアンス委員会　倫理規範「法令の遵守」
⑦ヘルプライン　倫理規範「法令の遵守」
⑧情報推進委員会　倫理規範「情報セキュリティの徹底」

⑨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ています。

TOPICS

取締役会の実効性評価

キユーピーでは、2016年より取締役会の実効性評価を行い、取締役会の改善に取り組んでいます。

今後も取締役会の実効性評価を行いながら、キユーピーグループの中長期的な発展に資する経営体制の構築に努めていきます。

2017年度の取り組み

❶ 実施の方法および内容

- すべての役員を対象に、外部機関を利用したアンケートを実施しました。
- アンケートへの回答を外部機関が分析・評価し、その結果を取締役会に報告・共有したうえで、取締役会ですべての役員による意見交換を実施しました。

❷ 評価結果

- 全体としてコーポレート・ガバナンスのめざす姿が概ね実現できていると認識されていました。一方、取締役会の実効性の観点からは、一部の課題も見られました。

❸ 改善の取り組み

- 社外役員に期待する役割や取締役会で議論すべき優先事項について、経営陣で議論を行い、整理しました。
- 主に新任取締役を対象とした、外部講師による役員研修を実施しました。

2017年12月には、2回目となる役員へのアンケートを実施しました。

1回目の評価で示された課題の多くが概ね改善されたとの評価でしたが、今後の課題と取り組み案を取締役会で共有し、さらなる改善に努めていきます。

CSRマネジメント

私たちは、グループ理念と規範の実践を通じて、社会に貢献し続ける企業グループでありたいと考えます。このたび、「CSRの基本的な考え方」を定め、CSR活動を持続可能な社会と企業に向けた重要な活動と位置づけました。

CSRの基本的な考え方

私たちはグループ理念と規範を遵守し
持続可能な社会の実現に貢献するとともに
グループの持続的な成長の基盤として
CSR活動を推進します

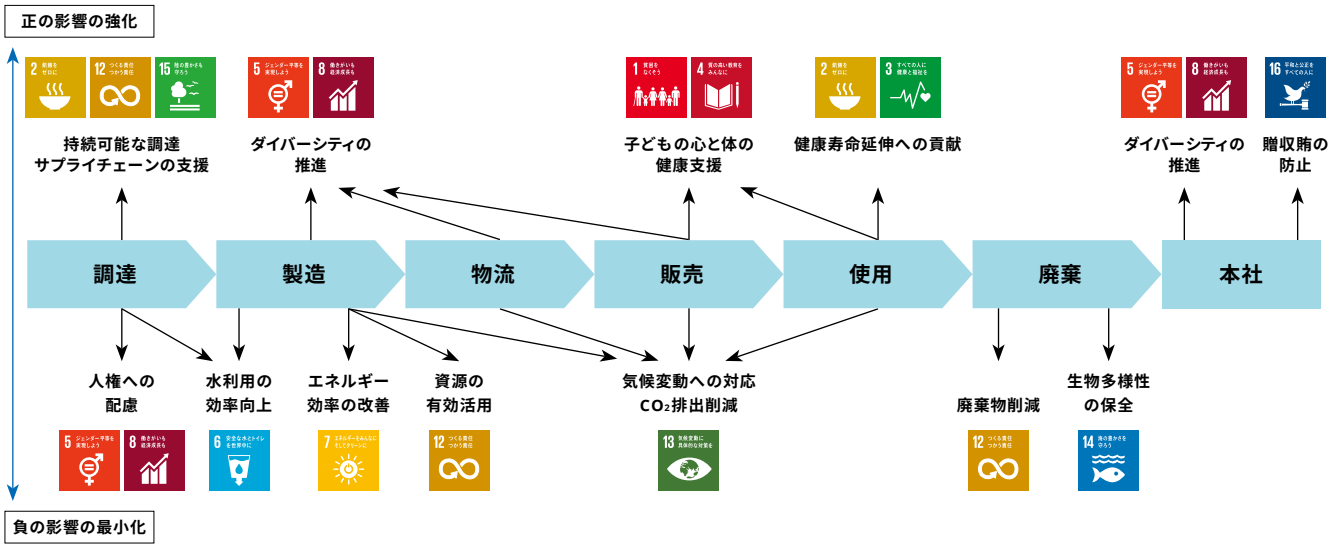
CSRの重点課題の特定

キユーピーグループが事業を通じて取り組むべき社会課題を、「持続可能な開発目標（SDGs）」を参考に、バリューチェーンにおけるリスクと機会の分析により抽出しました。

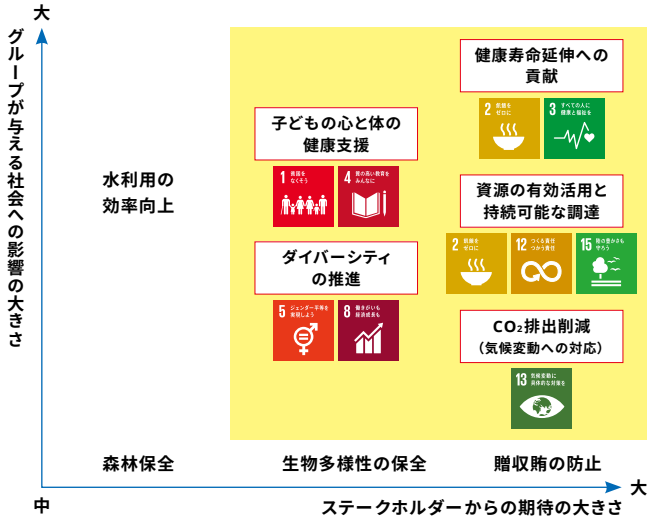
次に、それらの社会課題ごとに、ステークホルダーからの期待の大きさとグループが与える社会への影響の大きさを評価することで、グループが最優先で取り組むべき「CSRの重点課題」を特定しました。

重要性の評価においては、CSR関連の国際基準などを参考とし、グループで現在策定を進めている中長期計画の考え方を反映しています。

キユーピーグループが取り組むべき社会課題の抽出



CSRの重点課題の特定



持続可能な開発目標（SDGs）

SDGs（Sustainable Development Goals 持続可能な開発目標）は、2015年に国連で採択された国際社会共通の目標です。持続可能な社会の実現に向けて2030年までに達成すべき17の目標で構成されています。

CSRの重点課題

重点課題	私たちの想い	課題解決ストーリー	SDGsとの関連づけ
健康寿命延伸への貢献	**高齢になっても元気で過ごせる社会に貢献します**	**・サラダ(野菜)と卵の栄養機能で、中高年の生活習慣病予防や高齢者の低栄養状態を改善します**	2 飢餓をゼロに / 3 すべての人に健康と福祉を
子どもの心と体の健康支援	**食を通じて子どもの心と体の健康を支え、未来の活躍を応援します**	**・サラダ(野菜)と卵を活用した食育や共食の体験の場を提供します** **・子どもや子育て家族への食を通じた支援により、子どもと家族・社会とのコミュニケーションを応援します**	1 貧困をなくそう / 4 質の高い教育をみんなに
資源の有効活用と持続可能な調達	**自然の恵みに感謝し、地球の持続可能性に配慮します**	**・食資源を余すことなく有効活用し、食品廃棄を削減します** **・農業生産者との取り組みで、持続可能な農業を支援します**	2 飢餓をゼロに / 12 つくる責任つかう責任 / 15 陸の豊かさも守ろう
CO_2排出削減(気候変動への対応)	**地球温暖化防止の実現に向け、CO_2排出削減に取り組みます**	**・原料調達から商品の使用・廃棄まで、サプライチェーン全体を通じたCO_2排出削減を実現します**	13 気候変動に具体的な対策を
ダイバーシティの推進	**理念に共感するグループの一人ひとりが、互いを受容し、学びあい、持続可能な社会とグループの成長をめざします**	**・新しい働き方を創出し、多彩な人材が働きやすく成長できる環境をつくり、新たな社会価値を生み出します**	5 ジェンダー平等を実現しよう / 8 働きがいも経済成長も

今後は、社内外のステークホルダーからの意見を参考に、重点課題と取り組みの優先度の見直しを図ることで、社会と企業の持続可能性の向上につなげていきます。「キユーピー 社会・環境報告書2018 ダイジェスト」では、重点課題と取り組みをSDGsと関連づけ、ストーリーとして紹介し発行しています。

キユーピー 社会・環境報告書2018ダイジェスト

CSR推進体制

CSR委員会は、CSR部が事務局となり、CSR関連部門およびグループ会社より委員を集め、CSR活動の方針・計画策定を行います。CSRの重点課題それぞれの目標・取り組みの検討部会を発足させ、グループで連携した活動を開始しました。

ステークホルダーとの対話

ステークホルダーへの姿勢		主な対話の手段（2017年度実績）
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。	● お客様相談室（お客様の声　58,178件／年） ● コミュニティサイト「キユーピーコミュニティおはなしダイニング」（会員数8,981名） ● コミュニティサイト「キユーピー マヨネーズ ファンクラブ」（会員数56,754名）
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（1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（82,471名／年） ● マヨネーズ教室（食育活動）（15,017名／年） ● 食をテーマにした講演会（159回／年） ● 介護に関するイベント（300回超／年） ● 各エリアにおける地域とのコミュニケーション

TOPICS

2017年度の対話と成果

食品メーカーにとって、今や商品の安全性だけではなく、環境や人権に与える影響にも配慮することが良い原料の条件であり、お客様の安心の要素となってきていると私たちは考えています。

2017年度に「ＣＳＲ調達対応委員会」を設置し、キユーピーグループの持続可能な調達方針の制定および具体的な取り組みを検討しました。委員会には、アドバイザーとして株式会社レスポンスアビリティ代表取締役足立直樹氏にご参加いただき、その初回に「食品事業における原材料リスク」についてご講演いただき、委員会を通じて高いご見識から支援をいただいています。

2018年1月「キユーピーグループの持続可能な調達のための基本方針」をキユーピーホームページで公開いたしました。今後、お取引先の理解をいただきながら、この方針に基づく具体的な取り組みを実施いたします。

足立 直樹氏
株式会社レスポンスアビリティ 代表取締役

キユーピーホームページ
「キユーピーグループの持続可能な調達のための基本方針」
「公正・健全な企業活動」サプライチェーンへの取り組み

社外からの評価

認定

健康経営優良法人

キユーピーは、2018年2月20日に経済産業省より優良な健康経営を実践している法人として健康経営優良法人2018(ホワイト500)の認定を受けました。この制度は2017年にスタートし、キユーピーが認定を受けるのは今回が初となります。

プラチナくるみんとは
2015年4月1日より、くるみん認定を既に受け、相当程度両立支援の制度の導入や利用が進み、高い水準の取組を行っている企業を評価しつつ、継続的な取組を促進するため、新たにプラチナくるみん認定がはじまりました。

プラチナくるみん認定

キユーピーは「子育てサポート企業」として厚生労働大臣の認定（くるみん認定）を通算6回受けています。2018年5月にプラチナくるみんの認定を受けました。

ダイバーシティの推進

ESG・SRIインデックスへの選定

2017 Constituent MSCI ジャパンESG セレクト・リーダーズ指数

MSCIジャパンESGセレクト・リーダーズ指数

MSCIはESGリサーチの最大手です。日本株の時価総額上位500銘柄の中から、各業種の中からESG格付けが相対的に高い銘柄を選別して構成する指数です。年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）の運用対象として採用されました。

2017 Constituent MSCI日本株 女性活躍指数（WIN）

MSCI日本株女性活躍指数（愛称はWIN）

女性活躍推進法により開示される女性雇用に関するデータに基づき、多面的に性別多様性スコアを算出し、各業種から性別多様性スコアの高い企業を選別しています。年金積立金管理運用独立行政法人（GPIF）の運用対象として採用されました。

モーニングスター社会的責任投資株価指数 Morningstar Socially Responsible Investment Index

モーニングスター社会的責任投資株価指数（MS-SRI）
※2006年に次ぐ2回目の選出

モーニングスター株式会社が国内上場企業の中から社会性に優れた企業と評価する150社を選定し、その株価を指数化した国内初の社会的責任投資株価指数です。

表彰

2017年度グッドデザイン・ロングライフデザイン賞を「キユーピー マヨネーズ」「ディスペンパック」がW受賞

赤い網目と赤いキャップの「キユーピー マヨネーズ」と、グループ会社のディスペンパックジャパンが製造する片手で簡単に使える容器「ディスペンパック」は、2017年度グッドデザイン・ロングライフデザイン賞を受賞しました。

「キユーピー神戸工場の取り組み」に関するテーマで2017年度ロジスティクス大賞を受賞

公益社団法人日本ロジスティクスシステム協会が主催する「ロジスティクス全国大会2017」において、「キユーピー神戸工場の取り組み」に関するテーマで、キユーピー・キユーソー流通システム・（株）竹中工務店の3社がロジスティクス大賞を受賞しました。
労働生産性の向上、生産リードタイムの短縮、製品在庫の削減を、高い水準で実現したことが評価されました。

「仙川キユーポートの活用」で優秀ファシリティマネジメント賞を受賞

本賞は、公益社団法人日本ファシリティマネジメント協会が、ファシリティマネジメントに関する優れた業績および功績のあった組織と個人を年1回表彰しているものです。
グループ協働を促進する仙川キユーポートの活用が評価されました。

※仙川キユーポートは2014年日経ニューオフィス賞を受賞しています。

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

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユーピーグループは、国内においては経営資源を駆使したユニークな事業展開で発展し、海外においては国内で培った力を活かして成長することをめざしています。こうした取り組みを通じて国内外のお客様に、キユーピーグループならではの食の喜びや楽しさ、そして健康的な食生活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、お客様に寄り添いながら、キユ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体の健康に貢献していきます。

健康への取り組み

健康への考え方

キユーピーグループでは、1925年のマヨネーズの製造・販売以来、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きました。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カット野菜（パッケージサラダ）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、食物アレルゲン7品目不使用の育児食（ベビーフード）、機能性に配慮したヘルスケア食、か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・施設向けの医療食を販売するなど、赤ちゃんから高齢者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。

＊内食：家庭で食材を料理して食事をすること
中食：惣菜など、調理済み食品を購入して食事をすること
外食：レストランやファーストフードなどで食事をすること

商品・プロジェクトを通じた取り組み

• キユーピー アマニ油マヨネーズ

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されており、「血圧が高めの人」はさらに多いと推定されます。キユーピーは、一般的な調味料に比べ食塩の使用量が少なく、味の満足度があるマヨネーズの特性に着目し、「キユーピー アマニ油マヨネーズ」を2016年6月に発売しました。アマニ油は、血圧が高めの人に適した機能を持つ「α-リノレン酸」が豊富に含まれています。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、血圧が高めの方の食生活の改善を支援していきます。

キユーピー アマニ油マヨネーズ

● 卵殻カルシウム配合の栄養強化食品

ベトナムでは、骨粗しょう症が増加しカルシウム不足が社会的課題となっています。キユーピーがハノイ国立栄養研究所と共同でベトナム人女性を対象に行った基礎研究の結果などを受け、キユーピーベトナムでは、2017年12月から卵殻カルシウム(卵殻由来の炭酸カルシウム)を配合した栄養強化食品の販売を開始しました。米食が盛んなベトナムの食生活の中で、炊飯時に加えて炊くだけで手軽にカルシウムを摂取できます。

日本では同様の商品を「元気な骨」の商品名で販売しています。

左：分包タイプ(10ml×10包)
右：ボトルタイプ(1L)

ベトナムの米売場での試食販売の様子

● サラダの新しい楽しみ方を提案

近年、サラダメニューの拡大とともに、サラダの楽しみ方も多様化してきました。キユーピーグループでは、サラダの新しいスタイルとして2016年より「パワーサラダ」の提案に取り組んでいます。パワーサラダとは、アメリカでトレンドとなっている「野菜」「フルーツ」「たんぱく質」「トッピング」の4つの素材を組み合わせたサラダで、メインディッシュとして一皿でいろいろな栄養素を摂ることができます。今後もトレンドを捉えながら新しいサラダのメニューを提案することで、野菜を楽しく食べていただく機会を拡大し、健康で豊かな食生活に貢献していきます。

調理例：パワーサラダ

キユーピーホームページ
「サラダをもっとたのしく。もっと食卓に。」

キユーピーグループのKEY DATA

野菜・卵・健康に関する講演会の回数
対象者：一般消費者・高齢者

159回 (2017年度)

育児食に関するイベントの回数
実施場所：マヨテラス・工場

25回 (2017年度)

キユーピーニュース*の累計発行回数

525回
(1973年12月~2017年11月)

＊食と健康に関する月刊情報誌

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

ユニバーサルデザインフードとは、日常の食事から介護食まで幅広くお使いいただける、食べやすさに配慮した食品です。

食べ物をかむことや飲み込むことが難しくなった方や介護を必要とする方に、いつでも楽しく食事が摂れるように、キユ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「キユーピー やさしい献立」を発売し、食べやすく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76社：2018年3月現在）は消費者がよりわかりやすいように咀嚼嚥下（そしゃくえんげ）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事例

キユーピーは、食卓にあがる機会の多いご飯を手軽に準備したいというご要望を受けて、2001年7月に「キユーピー やさしい献立　やわらかごはん」を発売しました。

2015年2月には、ユニバーサルデザインフードの“舌でつぶせる”に相当する「キユーピー やさしい献立　やわらかごはん（トレー入り）」を発売しました。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、食べたい時にすぐに使える便利な商品です。高齢化が進む中、ユニバーサルデザインフードの需要はますます大きくなっていく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
「キユーピー やさしい献立　やわらかごはん」

ユニバーサルデザインの考え方

キユーピーグループでは、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お使いいただけるようユニバーサルデザインへの取り組みを進めています。お客様相談室が中心となり品質保証、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、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。

～キユ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事例

「ディスペンパック」は、片手で容易に開封でき、従来の袋やカップに比べ、手を汚すことなく中身を完全に押し出すことができる容器です。1983年にアメリカで発明され、1987年にはキユーピーのグループ会社であるディスペンパックジャパンが、世界に先駆けて技術開発および商品化に成功しました。さまざまな食シーンにあわせ、出し口を工夫するなどラインアップを拡充しています。現在では中食や外食産業をはじめ、家庭や学校給食などで幅広く使用されており、2017年度グッドデザイン・ロングライフデザイン賞*を受賞しました。

＊グッドデザイン・ロングライフデザイン賞：長年にわたり作り手と使い手、社会との対話の中で醸成され、暮らしや社会の礎となり、未来においてもその役割を担い続けてほしいデザインを選び、顕彰する賞です

LONG LIFE DESIGN 2017

ディスペンパック「トマト＆あらびきマスタード」
2種類の液を同時に出せる

食物アレルギーへの取り組み

近年、日本をはじめとする先進国では、食物アレルギーは増加の一途をたどっており、食品メーカーとして対応すべき重要な課題と考えています。キユーピーでは、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。

原材料表示

キユーピーでは、アレルギー表示義務のある7品目だけではなく、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、育児食（ベビーフード）については、重篤度が高い、あるいは症例数が多い食物アレルゲン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、商品の正面に一目でわかるように表示しています。

アレルゲンアイコン
食物アレルゲン7品目の使用状況が一目でわかるようにしています

食物アレルゲン7品目不使用のベビーフード

小麦を含まないしょうゆなど原材料から配慮し、食物アレルゲン7品目を使用しない育児食（ベビーフード）の開発を行っています。

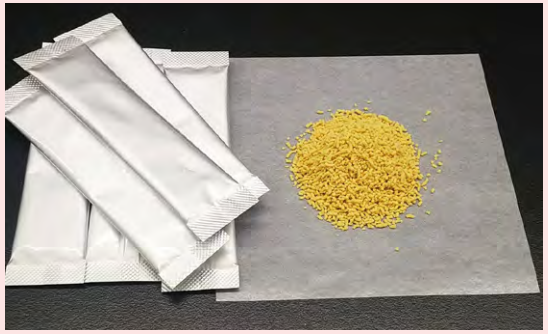
TOPICS

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いましたが、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。

キユーピーグループは、加熱などによりアレルゲン性を低下させた卵を用いて、より安全な卵アレルギーの診断、治療および予防につなげる研究を専門医療機関と共同で行っています。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ていきます。

＊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。



加熱などによりアレルゲン性を低下させた卵素材

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユーピーグループは、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とのコミュニケーションを通じてグループ理念を実践し、最も信頼していただける存在をめざします。

お客様に喜んでいただける商品をつくるために、お客様相談室でお受けしたお客様からのご意見・ご要望を日々の活動につなげるとともに、オープンキッチン(工場見学)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を推進しています。

お客様満足への取り組み

お客様満足への考え方

キユーピーでは、お客様からのご指摘に対して、お客様をご訪問し、直接お話を伺うことを基本としています。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や、一層ご愛用いただけるようになることもあります。いただいたご指摘の中から商品の課題に気づき、より一層進化した商品をお客様に提供することも可能になります。

また、お電話やメールでのお申し出は、お客様にとって大変な心理的負担となることから、より多くのお客様に説明責任を果たすため、ホームページを活用して積極的な情報開示に努めています。

よくいただくご質問や、キユーピーの取り組みをご紹介している「お客様相談室」のサイトを設けています

キユーピーホームページ
「お客様相談室」

消費者志向自主宣言

私たちの最も重要な社会的役割の一つが、良い商品をお客様にお届けすることです。その根幹にあるのが消費者志向経営。その理念、取組方針を「消費者志向自主宣言」としてまとめ、ホームページで公開しています。

キユーピーホームページ
「消費者志向自主宣言」

お客様の声を活かす仕組み

• お客様相談室

お客様相談室では、ご意見やご要望に、迅速かつ的確、そして誠意を持って対応し、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。ご意見の内容を把握し、経営層や従業員に伝え、商品やサービスの改善につなげています。2017年度は39,088件のお問い合わせ、19,090件のご指摘をいただきました。

• 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、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すべてのご意見から改善の必要な内容を抽出し、必要な対応を委員会で審議・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、改善や商品化につなげています。

お申し出状況の公開

キユーピーでは、安全・安心な商品をお届けするために、お客様とのコミュニケーションを通じて品質向上に努めています。お客様が最も心配される異物混入については、お申し出をいただいた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で公開しています。

品質に関する情報公開

商品の品質についての私たちの考え方、良い商品をお客様にお届けするための取り組みなどをまとめ、ホームページで公開しています。

キユーピーホームページ
「キユーピーの品質」

適正でわかりやすい表示

食品の表示は、お客様に商品を選択していただき、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。キユーピーでは、法令による義務表示だけでなく、わかりやすい独自の表示も行っています。

キユーピーホームページ
「表示の見方」

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

キユーピーグループでは、工場見学や体験型見学施設での食のイベント、コミュニティサイトでの食の話題の発信などを通じて、お客様とのコニュニケーションを深めています。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貴重な機会となっています。

● オープンキッチン(工場見学)

キユーピーは“工場は家庭の台所の延長”と考え、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。1961年から一般の方々の工場見学を開始し、現在は、全国 5工場(五霞・富士吉田・挙母・神戸・鳥栖)でオープンキッチンを実施しています。商品の生産から箱詰めまでの様子を見学いただいているほか、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ています。

2017年度は、全国5工場とマヨテラスをあわせ、約80,000人のお客様にご来場いただきました。

コミュニケーション施設での取り組み

● マヨテラス

東京都調布市にあるマヨテラスは、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。「キユーピー マヨネーズ」の歴史や特長に加えて、ものづくりへの姿勢や想いをお伝えしています。お客様とのコミュニケーションを大切にし、一人ひとりのお客様にご満足いただくことをめざして、完全予約制で、案内スタッフが施設内をご案内するアテンド方式を採用しています。

マヨテラスでは、イースターなど季節ごとのイベントをはじめ、2017年には食育をテーマにした親子の味覚教室や月齢ごとの育児食(ベビーフード)イベント、そして6月の環境月間にはキユーピーグループの工場で出る野菜の未利用部位を活用した野菜染めのバックを作るワークショップを開催しました。さらに小学生を対象にした夏休みの自由研究イベントなど、年間を通じてさまざまなイベントを開催しています。

夏休みイベント「マヨネーズにまつわる自由研究」の様子

• 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、オープン以来累計で約93,000名（2018年1月末現在）の方々にご来場いただきました。施設内にはアヲハタ 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、工場見学やジャムづくり体験も実施しています。また、ジャムの幅広い使い方や新たな食シーンの提案を目的に、年に数回「ジャムを使った料理・スイーツづくり」などのイベントも開催しています。さまざまなコミュニケーション活動を通じて、ジャムに関する理解を深めていただき、お客様との絆を強めていきたいと考えています。

クリスマスケーキづくりイベントの様子

コミュニティサイトでの取り組み

キユーピーコミュニティ「おはなしダイニング」は、旬の野菜や料理の話題で、毎日の食卓をもっと楽しんでほしいという想いから誕生したコミュニティサイトです。旬の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。

「キユーピー マヨネーズファンクラブ」は、キユーピーマヨネーズを通してお客様と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。マヨネーズを楽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、毎年3 月1日「マヨネーズの日」には、会員を対象としたイベントをマヨテラスで実施して交流を深めています。

キユーピー コミュニティサイト
「おはなしダイニング」

ファンサイト
「キユーピー マヨネーズ ファンクラブ」

キユーピーグループのKEY DATA

オープンキッチン（工場見学）来場者数
対象：全国5工場

59,527名
（2017年度）

マヨテラス来場者数

22,944名
（2017年度）

コミュニティサイト会員数
対象：おはなしダイニング、
キユーピー マヨネーズ ファンクラブ

65,735名
（2017年11月末現在）

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。

キユーピーグループのアプローチ

健やかな生活には、安全・安心でおいしい食が欠かせません。私たちは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という信念をもっています。原料の調達から研究、開発、生産、営業、物流まで、サプライチェーンを担う従業員一人ひとりが日々の仕事の質を高めることで、お客様をはじめとするさまざまなステークホルダーの皆様の期待に応えていきます。

品質管理の体制づくり

品質への考え方

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り、キユ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。お客様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、グループ規範の一つである品質第一主義を守り続けています。

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。

品質第一主義の実践に向けて

キユーピーグループは、品質第一主義を実践するために、「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」に取り組んでいます。

キユーピーホームページ
「キユーピーの品質」

● 品質を確かにする人づくり

ものづくりの核になる人材の育成に向けて、「ものづくり学校」を設けています。「ものづくり学校 品質コース」では、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が参加し、「安全の原理」、「安心の原則」、「安心の原点」に関する知識や技術を学んでいます。

● 品質を裏付ける仕組みづくり

キユーピーグループは、国内外生産拠点97事業所のうち94事業所でGFSI*認証を取得しています。国内ではすべての生産拠点が取得しています。第三者の審査を定期的に受けることで、品質保証のPDCAサイクルを回し、取り組みレベルを向上させています。

＊GFSI（非営利財団世界食品安全イニシアチブ）は、フードサプライチェーン全体の安全性を向上するためのグローバルな取り組みです。

● 品質を高める技術の追求

キユーピーグループは、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、社会からの要請に応えるべく外部の機関と共同で新技術の開発にも取り組み、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。キユーピーグループが独自に開発したトレーサビリティシステム*は、グループ以外の食品生産現場においても活用されています。

＊詳細はP.19を参照ください

たんぱく質検出による微生物同定

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

キユーピーグループは、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第一主義を徹底しています。すべてのプロセスにおいて直接関わることで、品質への責任を果たしていきます。

キユーピーグループのKEY DATA

GFSI認証取得拠点
対象：国内外生産拠点97事業所

94事業所
（2017年末）

社内研修「ものづくり学校 品質コース」受講実績

453名
（2017年度）

原料

良い原料を調達する

キユーピーグループは、安全・安心な商品をつくるために、生産者や調達先とのパートナーシップを大切にしています。新規の取引を開始する際には、生産者や調達先などサプライヤーを訪問して製造環境や設備の視察を行うだけでなく、私たちの品質への想いや考え方をお伝えするとともに、取引先の企業理念や考え方をしっかりと伺います。

一方、グループ内では、原料の基準を設定するとともに、その原料を使用する商品や配合の情報、商品の表示内容などを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、卵、植物油、酢の三原料の基準に加え、製造から輸送に至るまでのルールを確立し、徹底した品質管理を行っています。育児食（ベビーフード）については、公的基準に加えて「日本ベビーフード協議会」の自主規格をもとにしたキユーピー独自の基準も設定しています。

原料メーカーへの訪問

製造

決められたルールを守り続ける

マヨネーズの製造工程では、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・出荷までの全段階で品質管理を徹底しています。育児食（ベビーフード）の製造では、赤ちゃんに「安全」を、お客様には「安心」をお届けするために、徹底した原料選別や保存料を必要としない製法を確立するとともに、各工程での全数チェックなどを実施しています。

また、服装や製造現場への入室に関しても、きめ細かなルールを設定するとともに、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。

トレーサビリティシステム

キユーピーグループの工場では、自社開発の「配合事故未然防止システム」を基盤にトレーサビリティシステムを構築しています。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。

容器包装

商品ライフサイクルを想定した容器設計

食品の容器包装には、内容物の品質を保持する機能に加え、使いやすさが求められます。内容物の配合や特性に配慮することはもちろん、輸送や店頭での陳列、ご家庭での使用やリサイクルなど、商品のライフサイクルを想定して容器の設計を行っています。

販売

お客様のニーズに合わせた食品表示

法令で義務付けられている義務表示に加え、お客様によりわかりやすい情報を提供するために独自に記載している任意表示に取り組んでいます。

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ふまえ、2016年3月からカット野菜業界で初めて、スマートフォン用アプリ「サラダクラブ産地検索」を配信しています。

産地検索アプリ

安全性評価

先進の分析技術で食の安全を支える

キユーピーグループの「食品安全科学センター」という部門では、各工場の品質保証部門と連携し、商品や原料の分析や、新たな評価技術の開発に取り組んでいます。かつては食品に含まれる微生物の同定（特定すること）に1週間以上の時間がかかっていましたが、現在では30分に短縮できています。

● 理化学的評価

原料や商品の安全性を確認するために、残留農薬や特定原材料（アレルゲン）などの定期検査を行っています。

● 微生物学的評価

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るか、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。

微生物検査の様子

● 放射性物質検査

原料の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ています。

TOPICS

全員参加の品質向上活動

キユーピーグループでは、生産部門だけでなく営業やスタッフ部門、さらには海外のチームも集まり、お客様や従業員の笑顔へとつながる品質向上活動「わくわく活動合同発表会」を年に一度開催しています。優れた活動をヒントにし、それぞれの国や地域、部門に水平展開することで、グループ全体の進化につなげています。

2017年10月、「第35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に、初参加のアメリカのQ＆Bを加えた全13チームが発表しました。「挑戦、協働、地域」のキーワードのもと、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。

第35回わくわく活動合同発表会

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。

キユーピーグループのアプローチ

私たちは、新たな挑戦で飛躍的な成長をめざしています。そのためには、多彩な経験を持つ従業員の活躍が欠かせません。

多様な人材が、理念を大切にしながら、力を合わせていることがキユーピーグループの強みであり、特長です。多様な意見やものの見方、考え方がグループ内に広がり、グループ協働にもつながっていきます。一人ひとりがやりがいを持って働き続け、「楽業偕悦」*を実感できるグループであり続けるために、キユーピーグループらしいダイバーシティ推進に取り組んでいきます。

キユーピーグループの理念
p3会社の経営の基本方針

ダイバーシティへの取り組み

ダイバーシティの考え方

キユーピーグループは、ダイバーシティを推進することで、理念に共感する多様で多彩な人材が活き活きと活躍し、人も会社も成長していくグループの実現を図っていきます。

従業員一人ひとりがダイバーシティの担い手であり、会話やお互いを理解する姿勢など、ダイバーシティを身近に感じることを大切にして、次の3つを掲げて取り組みを進めています。

1. 一緒に働いている仲間一人ひとりの声に耳を傾けましょう
2. 自分の意見を積極的に発言し、活発な議論をしましょう
3. さまざまな場に参加し、いつもと違うメンバーと交流の機会を作りましょう

ダイバーシティへの取り組み

ダイバーシティの風土醸成として、ダイバーシティ壁新聞「なないろ」の発行、外部の講師を招いたダイバーシティセミナーなどの取り組みを実施しています。キユーピーの各本部にダイバーシティ推進担当者を設置し、それぞれの環境に応じた取り組みを推進することをめざして各本部の方針や課題に対応した活動を行っています。そして、働き方改革の取り組みと連動し、多様な人材が働きやすく、また活躍できる環境づくりを進めています。

女性の活躍推進状況では、2017年度の管理職全体に占める女性管理職比率はキユーピーグループで6.9%(キユーピー単体で7.4%)となりました。現中期経営計画の最終年度となる2018年度末に女性管理職比率を10%まで引き上げることをめざして、行動計画を作成し、制度の拡充や意識啓発のための研修、女性総合職の意見交換会などを実施しています。

2016年度に「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ています。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、2016年度に29名、2017年度に27名が総合職へ転換しました。

ダイバーシティの推進

ダイバーシティの風土醸成

〈ダイバーシティ壁新聞「なないろ」発行〉

キユーピーグループのダイバーシティの考え方や事例をわかりやすいイラスト等で紹介するとともに、役員などのリーダーの声を掲載しています。ダイバーシティの大切さを認識した一人ひとりが自分の想いを伝え、行動することを後押しすることを目的としています。

2017年7月に創刊し、年3回発行
キユーピーグループの各事業所で掲示

女性の活躍推進

〈グループ女性管理職勉強会〉

2016年度に引き続き、グループの女性管理職が集まり、役員による講義や理念の勉強会、ワーキンググループによる活動を実施しました。

〈若手地域職ステップアップ研修〉

グループをまたいだ選抜型育成研修を実施しました。参加した結果、総合職転換や管理職をめざしたい等、成長への意欲につながっています。

海外ナショナルスタッフの雇用

キユーピー海外グループ会社*の約3,200名の従業員のうち、ナショナルスタッフは98%を占め、ほぼ全員を正社員で雇用しています。課長以上の管理職が294名(ナショナルスタッフ比率78%)、そのうち女性管理職は129名です。また、管理職を中心に現地でのスキル研修や日本での理念･専門研修などを実施しており、毎年100名以上が参加しています。

＊アメリカ2社、中国3社、タイ、マレーシア、ベトナム、インドネシア、ポーランドの計10社

日本で行われた、海外グループ各社の従業員を集めた研修の様子

TOPICS

障害者雇用

キユーピーグループでは、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つくるために、キユーピー単体、特例子会社を含むグループ各社*それぞれに各地域で社会的責任を果たす取り組みを進めています。

キユーピー単体の2017年の障害者雇用率は3.29%、国内キユーピーグループ(物流システム事業を除く)は3.30%となっています。

＊キユーピーグループは障害者雇用のグループ適用(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)を行っておりません。

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	**2017年**
2.13%	2.50%	2.69%	3.02%	**3.30%**

対象：国内キユーピーグループ(物流システム事業除く)

グループ会社における取り組み

タマゴ事業やサラダ･惣菜事業の生産事業所では積極的な障害者雇用を進めています。キユーピータマゴは、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おり、障害者雇用率は6.71%、成田工場では18.87%を超えています(2017年12月1日現在)。また、キユーピーあい(特例子会社)は、一人ひとりが得意分野で力を発揮できるよう、館内物流、清掃、販促物作成・発送、Webデザインなど多岐にわたる業務を展開しています。

人材育成

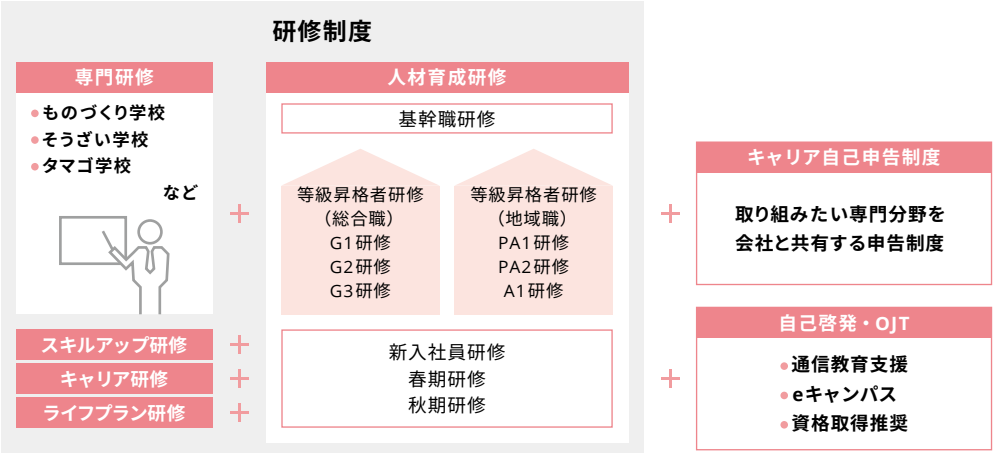
人材育成の考え方

キユーピーグループは、社是「楽業偕悦」の考え方のもと、日々の取り組みの中で社員一人ひとりの成長を後押しするとともに、研修や自己啓発を通したキャリア形成を支援しています。

2017年度の研修参加者数

人材育成センター主催	2,465名
ものづくり学校	1,217名
そうざい学校	645名
キユーピータマゴ主催	233名
人事本部主催	445名
合計	**5,005名**

キユーピーキャリア支援体系図



プロセスを重視した人事評価制度

グループ経営戦略の遂行と、一人ひとりのさらなる成長を両立するための評価制度を導入しています。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点を強化していきます。

1. 一人ひとりの挑戦と業績の達成を後押しすること
2. OJTを活発化し、成長の実感が高まること
3. キユ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

プロセスを重視した評価制度を軸に、グループ協働で、キユ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、一人ひとりの成長につなげていきます。

褒賞制度

キユーピーでは、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する制度の一つとして、資格取得賞をはじめとする各種褒賞規程を定めています。資格取得賞の対象となる資格·検定は定期的に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
- キユーピー論文賞
- 新規ビジネスの社内公募制度（Kewpie Start Up Program）

キャリア支援

キユーピーグループでは、専門研修や自己啓発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います。また、「理念研修」などの人材育成プログラムについては、受講対象をパート社員·派遣社員を含むグループ全従業員に拡大しました。

従業員の雇用に関する各種データ

従業員の状況

		2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	**2017年度**
社員・嘱託社員	男性	1,437名	1,421名	1,385名	1,381名	**1,388名**
	女性	1,143名	1,128名	1,135名	1,129名	**1,135名**
パートその他（期中平均）	男性	271名	305名	314名	303名	**270名**
	女性	528名	613名	649名	623名	**583名**
平均年齢	男性	41.5歳	41.7歳	41.6歳	42.2歳	**42.5歳**
	女性	31.9歳	32.6歳	33.4歳	34.3歳	**35.2歳**
平均継続年数	男性	16.1年	16.2年	16.3年	16.8年	**17.1年**
	女性	8.2年	8.8年	9.3年	10.0年	**10.7年**

対象：キユーピー　※平均年齢、平均勤続年数はキユーピー社員

従業員数の推移

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	**2017年度**
従業員数	3,379名	3,467名	3,483名	3,436名	**3,376名**
常用雇用者数	2,580名	2,549名	2,520名	2,510名	**2,523名**
平均臨時雇用者数	799名	918名	963名	926名	**853名**
グループ従業員数	23,914名	24,773名	24,997名	25,245名	**26,380名**
常用雇用者数	12,598名	12,933名	13,478名	14,095名	**14,924名**
平均臨時雇用者数	11,316名	11,840名	11,519名	11,150名	**11,456名**

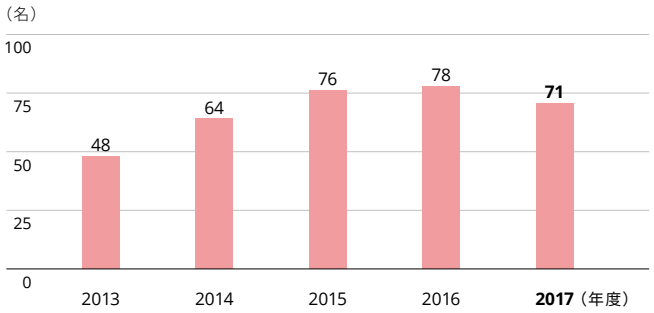
新規採用者数

2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	**2017年度**
67名	55名	57名	41名	**49名**

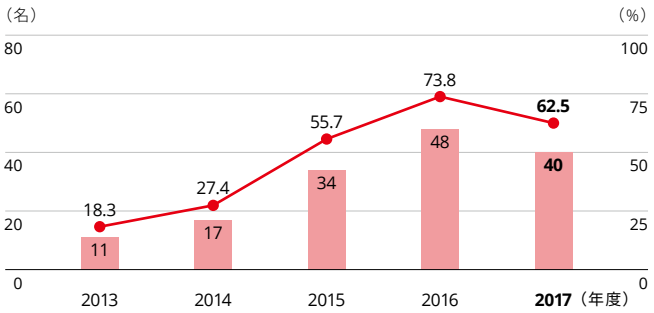
対象：キユーピー総合職

育児休業取得状況

女性従業員



男性従業員



■取得者数　●取得割合

対象：キユーピー

※男性は育児休業を取得した年ではなく、子が生まれた年でカウント

※取得割合：当年に配偶者が出産した方で、子が2歳になるまでに育児休業を取得された方の割合

（注）2015年、2016年に配偶者が出産し、2017年に育児休業を取得した方は子が生まれた年に追加しているため、昨年と数字が変わっています

健康経営・労働安全衛生の取り組み

グループ健康経営の考え方

キユーピーグループは、2016年度より「健康経営®」*の取り組みを開始し、「『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」というグループ理念のめざす姿のもと、グループで働く一人ひとりの健康のための取り組みを進めます。2018年度は、「基盤創り」「風土創り」を中心に、グループ各社・各事業所にまで活動の浸透を図ります。

＊「健康経営®」は、NPO法人健康経営研究会の登録商標です

● 基盤創り

定期健診の徹底と健康管理システム構築を行います。具体的には、全員定期健康診断受診の健康体系の実施、定期健康診断受診率100%および二次健診受診勧奨100%の徹底、がん検診受診の啓蒙を行います。また、健康管理システムを2018年4月から導入し、グループ全体での産業保健体制の充実をめざします。

● 風土創り

健康意識の共有と健康保持・増進活動の強化を以下の3点を中心に進めます。

1. ヘルスリテラシー向上のための活動
2. メンタルヘルス予防と支援強化
3. 喫煙対策（卒煙･完全分煙）の推進

● 健康経営セミナーの開催

キユーピーグループでは、健康経営セミナーを定期的に開催し、従業員への啓発を行っています。2017年8月には、公益財団法人日本対がん協会会長および国立がんセンター名誉総長の垣添忠生先生をお招きし、「『健康で長生きするためのアドバイス』～わが国のがん対策に占める検診の重要性～」をテーマに講演をいただきました。各事業所とのTV中継により約360名が聴講しました。

● 私の健康宣言

2016年度は、キユーピー役員が「私の健康宣言」を行い、グループ内健康経営サイト（2016年2月オープン）に掲載しました。2017年度は、グループ各社社長へ展開するとともに、仙川･渋谷のオフィスでは、従業員一人ひとりの「私の健康宣言」を掲示しました。2018年度は「私の健康宣言」をグループ各事業所へ展開します。

グループ各社社長の「私の健康宣言」

従業員一人ひとりの「私の健康宣言」

労働安全衛生に関する考え方

キユーピーグループの生産事業所では、キユーピー生産本部本部長の直轄である「安全担当」が中心となり、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

グループ一体となった予防安全の取り組み

キユ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。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（キユーピー・アヲハタ安全基準）点検と是正

休業災害発生件数の推移（各年度4月末集計）

	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	**2017年度**
休業災害件数	13	15	12	7	**17**
度数率*1	0.56	0.72	0.56	0.35	**0.76**
強度率*2	0.024	0.035	0.018	0.013	**0.027**

対象：キユーピーグループ国内工場
＊1 度数率＝労働災害による死傷者数／延べ実労働時間×1,000,000
＊2 強度率＝労働損失日数／延べ実労働時間×1,000

働き方改革・ワークライフバランスの取り組み

働き方改革・ワークライフバランスについての考え方

キユ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ができるよう、働き方改革を通じたワークライフバランスの実現を推進しています。

2017年度は「働き方改革チャレンジ活動」として、働きやすい環境づくりと生産性向上に向けて、各部門が目標を掲げて取り組みました。

• キユーピーの基本施策

（各本部の状況にあわせて目標設定）

ノー残業デーの設定
17時までに会議終了
社内の17時以降の問い合せは行わない
オフィスの一斉消灯

一斉消灯時間の設定などの基本施策とあわせて、フレックスタイム、在宅勤務の導入など、それぞれの職場にあった施策を実施することで、効率的に時間を使う意識や風土が醸成されました。活動の結果、活動開始後5ヶ月間の残業時間は、昨年対比13.3%削減されました。

ワークスタイル変革への取り組み

• フレキシブルな働き方

渋谷オフィス、仙川オフィスにおいて、マルチフリーオフィス化、フレックスタイム・在宅勤務、ICTの活用による時間と場所に捉われない働き方を推進しました。フレックスタイムと在宅勤務については、トライアル期間を設けて検証を行ったうえで、各部署の業務に合わせて導入、運用を進めています。

• オフィスの生産性向上

会議の高質化、パソコンスキル勉強会、改善事例の共有などの取り組みを進めています。会議の高質化は、「会議5カ条」を定めて会議室に掲示し、5分前終了の意識づけを促すためにアラーム設置を行いました。

働き方改革の取り組み

働き方改革を実現するための従業員意識啓発に向けて、ダイバーシティセミナーを開催しています。2017年は、NPO法人コヂカラニッポン代表およびNPO法人ファザーリング・ジャパン理事　川島高之氏（テーマ「脱・長時間労働で成果を出す!! ～これからの時代の上司・職場・働き方～」）、株式会社佐々木常夫マネージメント・リサーチ代表　佐々木常夫氏（テーマ「多様性を活かしたタイムマネジメント～大介護時代を見据えて～」）に講演をいただきました。

出産・育児支援の取り組み

キユーピーの本社や工場、支店では、育児休業復帰前にセミナーおよび上司との面談を行い、復帰後の働き方やキャリア形成について上司と共有するとともに、上司から復帰者へ期待を伝えています。

男性の育児休業取得について、キユーピーの営業部門では100%取得を目標に掲げており、2017年度には80%以上の取得率になっています。その他の部門にも動きを広げ、キユーピー全体では62.5%の取得率になりました。

育児休業のしおり

育児支援サイト

キユーピーグループのKEY DATA

男性従業員の育児休業取得率
対象：キユーピー

62.5%（2017年度）

障害者雇用率
対象：国内のキユーピーグループ（物流システム事業除く）

3.3%（2017年度）

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。

キユーピーグループのアプローチ

核家族化、共働き、ひとり親家庭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。また近年、子どもの貧困といった問題も表出し、多面的な子育て支援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や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。

キユーピーグループは、子どもの心と体の健康や、健康寿命の延伸などの課題解決をめざし、事業活動とともに食育を中心とした社会貢献活動を通じ、より良い社会の実現に貢献します。

食育への取り組み

食育への考え方

キユーピーグループは、「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。1961年に「オープンキッチン(工場見学)」を開始し、2002年からは小学校への出前授業「マヨネーズ教室」を全国で実施しています。

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。キユーピーは「食を通じて社会に貢献する」という創業当初からの精神のもと、2017年4月に「一般財団法人キユーピーみらいたまご財団」を設立しました。想いを共有しうる団体の活動を広範に支援することで一企業だけでは成し得ない社会貢献に繋げていきたいと考えています。

独自の食育活動とあわせ、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。

TOPICS

キユーピーみらいたまご財団

“食育活動”および“子ども食堂など食を通じた子どもの居場所づくり”に取り組む団体への、寄付を中心とした助成活動を行っています。初年度となる2017年度は20団体への助成を決定し、2017年10月、キユーピー渋谷オフィス2階ホールにて授与式と講演会を開催しました。子ども食堂などの運営や支援に携わる方々から、「地域の居場所づくり講座」として、食を通じた人と人のつながりの大切さについて講演いただきました。

キユーピーみらいたまご財団ホームページ

各助成団体の出席者とキユーピーみらいたまご財団の評議員および役員

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。キユーピーグループは、未来を創る子どもたちに食の大切さを伝えるとともに、食を通じて心と体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

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」を開催しています。2017年度は、教室を運営する講師の社内資格「マヨスター」に認定された従業員数は累計で213人（2017年11月末現在）になり、全国延べ328校でマヨネーズ教室を開催しました。保護者の方々からは、マヨネーズ教室をきっかけに「食に関する会話が増えた」「食・料理への関心が高まった」という声をいただいています。

キユーピーホームページ
「マヨネーズ教室」

小学校への出前授業「マヨネーズ教室」の様子

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年より料理教室「家族でわくわくクッキング」を開催しています。小学生とその父親が、講師であるフランス料理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会話を弾ませながら召し上がっていただきます。2017年度は4回実施し、計32組のご家族にご参加いただきました。

キユーピーホームページ
「家族でわくわくクッキング」

まめ活®（豆をまめに食べる活動）

「豆」は栄養バランスがよい食材ですが、食べなれていない子どもも多く、食感が苦手などを理由に、学校給食で食べ残しが多い食材です。キユーピーは子どもたちに「豆」のよさを伝え、親しんでもらいたいと考え、2016年より小学校に「豆」の食育授業の教材を提供しています。

また、豆を取り入れた学校給食の献立提案を行い、豆を食べる食習慣の形成を支援しています。

朝食プロジェクト

消費者庁との官民一体プロジェクト「家族であつまる朝ごふん」に参画しています。子育てファミリーに向け、子どもの健やかな成長をめざし、朝5分の朝食を通したコミュニケーションを提案しています。

食を通じた「子どもの居場所づくり」への支援

日本の子どもの貧困率は13.9%*と依然として高く、学習支援、心身の成長のための栄養摂取、「食」に関する正しい理解の促進が重要になっています。キユーピーは2017年度、認定NPO法人フードバンク山梨が開催する学習支援イベント「フードバンクこども支援プロジェクト」にて料理体験などの食育活動を実施したほか、調布市や渋谷区でも子ども支援活動に参画しました。

＊ 厚生労働省 2016年国民生活基礎調査より

TOPICS

マヨネーズ教室を受講した児童の食への関心の改善

マヨネーズ教室に参加した小学生の保護者に対し、千葉大学大学院園芸学研究科の協力を得てアンケート調査*を行っています。「野菜の好き嫌い」「食・料理への関心」「栄養・食生活の会話」について、受講前と受講後での変化を調べたところ、それぞれに受講後改善が見られました。今後も食の楽しさと大切さを伝え、家族の会話にもつながる食育活動を推進していきます。

＊ 石田貴士,大江靖雄,櫻井清一.（2017）.食品企業の食育活動の役割とその効果-マヨネーズ教室を受講した児童の保護者に対するアンケート調査の分析-食と緑の科学, 71,29-35
＊ 回答総数425件

キユーピーホームページ
「ニュースリリース 2018年 No.11
小学校への出前授業「マヨネーズ教室」 2017年度活動報告」

見学施設での取り組み

オープンキッチン(工場見学)

キユーピーは「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。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工場見学をスタートしています。現在では、地域の産業を学ぶ場として年間約60,000人の見学者を受け入れています。全国5つの工場で実施しているオープンキッチンでは、商品の製造工程を見学できるだけではなく、見学後に試食会を行い、メニュー提案を通じて商品の使い方・楽しみ方をお伝えしたり、夏休みの自由研究イベントも実施しています。キユーピーのものづくりの姿勢や想いをお伝えし、食の安全・安心を感じていてくとともに、食の楽しさや大切さをお伝えしていきます。

オープンキッチンを実施している5つの工場

五霞工場	(茨城県猿島郡五霞町)
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)

キユーピーホームページ
「オープンキッチン(工場見学)」

マヨテラス

2014年6月に仙川キユーポート(東京都調布市)内にオープンした見学施設「マヨテラス」は、「キユーピー マヨネーズ」の歴史や特長に加え、キユ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。2017年度は、約20,000名のお客様にご来場いただきました。

季節ごとのイベントや食育イベントなども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。2017年からは離乳期の食の悩み解決を目的に育児食イベントを悩みの異なる初期、中期、完了期別に開催しています。

キユーピーホームページ
「マヨテラス」

育児食イベントでベビーフードの開発担当者が
お母さんの相談にのっている様子

海外における食育活動

キユーピーの海外グループ各社は、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

- 同国国立大学と共同で、健常者がマヨネーズを食べてもコレステロール値に変化が無いことなど、正しい知識を持っていただく活動を展開しました。また、小学生を対象としたサンドイッチ教室を継続的に開催するなど、野菜摂取を通じた肥満児童低減活動を行っています。

中国

- マレーシアと同様に、上海海洋大学と共同してコレステロールに関する正しい知識の啓発活動を行っています。また、共同研究室を通じて、栄養科学・食品科学の研究技術者の養成も行っています。なお2017年度の中国2社(北京・杭州)への一般工場見学受入実績は4,600名でした。

ベトナム

- ベビーフードを日本から輸入するとともに、離乳・離乳食に関する基礎知識の啓発活動を行っています。また、卵殻カルシウム配合の栄養強化食品の販売を開始し、ハノイ国立研究所と協力してベトナム人の体格・骨密度の向上など、健康維持・促進に取り組んでいます。

p12 卵殻カルシウム配合の栄養強化食品

食に関する情報提供

キユーピーグループは、子どものみならず、あらゆる世代に食の大切さを伝えることで、広く健康増進に貢献する活動を展開しています。

講演会活動

食と健康についての正しい情報の提供を目的として、1984年から講演会活動を開始しています。2017年度から講演プログラムを充実させ、「野菜を楽しみもっと健康に!」のプログラムを新設して計3テーマを開始しています。近年は大人を対象にした「食生活に関する講演会活動」の要望が増えており、2017年度は159回の講演を実施しました。

キユーピーニュース

食と健康に関する月刊情報誌「キユーピーニュース」を1973年から毎月発行しています。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、毎月約5,000部を配布しています。

キユーピーホームページ
「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。

キユーピーホームページ
「メディアライブラリー活動」

地域社会への取り組み

社会貢献活動の考え方

キユーピーグループは、人々の生活に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に貢献をしていきたいと考えています。地方自治体や地域のNPOなどとの協働を通じて、地域社会との共生につながる活動に取り組んでいます。

渋谷区との取り組み

キユーピーは、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(SSAP)」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

福島県との取り組み

キユーピー仙台支店 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」までを見据えた社会貢献プログラムを実施しています。JA全農福島と地元の農園との協働で、福島県の代表的な野菜であるきゅうりの苗を県内の小学校に配布し、収穫時期に合わせてマヨネーズ教室を開催して、自分たちで育てたきゅうりを手作りマヨネーズで皆と一緒に食べる体験の場を提供しています。食の楽しさや野菜のおいしさを伝えるとともに、地域との共生を図っています。

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。キユーピーグループは、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。

公益財団法人
ベルマーク教育助成財団

マッチングギフト制度「QPeace」

キユーピーグループは、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(キユーピース)」を2008年度より導入しています。寄付先の団体は、従業員の推薦を受け、有志による選定委員会で決定しています。

2017年度は、グループ25社より約630名の従業員が参加し、「子ども」「環境」「食」を活動のテーマとする18の社会・環境団体へ寄付を行いました。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。

キユーピーホームページ
「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646万トン(平成27年度推計：環境省及び農林水産省)あるといわれています。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。キユーピーグループは、フードバンク活動*を行う「認定NPO法人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、ジャムなどを寄贈しています。2017年度は、キユーピーグループ4社国内8事業所から各地域の5フードバンク団体に寄贈しました。

＊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

キユーピーホームページ
「フードバンク支援」

国内グループ会社の教育支援活動

アヲハタでは、教育支援活動の一環として、高等学校、大学などで講義や講演、ジャム製造実習などを実施しているほか、インターンシップ(職場体験学習)の学生・生徒を受け入れ、働くことの大切さ・厳しさなどへの理解を深めていただいています。また、アヲハタからの寄付金をもとに本社のある広島県竹原市では「アヲハタ奨学金基金」が設立されています。給付型の奨学金制度で、毎年新たに2名の大学生に奨学金を給付しています。

海外グループ会社での地域貢献活動（キユーピータイランドの事例）

キユーピータイランド(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沿ったものです。

環境活動では、LED化、水のリサイクル、バイオマス燃料の使用推進により環境負荷低減を進めるとともに、地域と共同で水源保持の為の植林活動を継続的に行っています。(2017年度18,000本)。

子ども支援として、従業員子女への就学支援、近隣の小学校の食堂・トイレ・飲み水等衛生施設の整備の導入・メンテナンスを行っています。

また地域貢献では、保健局と連携した生活環境改善支援、デイケアセンターへの支援、工場見学の受け入れ、従業員による清掃ボランティア活動等に取り組んでいます。

キユーピーグループのKEY DATA

オープンキッチン(工場見学)来場者数
対象：全国5工場＋マヨテラス＋ジャムデッキ

約**97,992**人
(2017年度)

マヨネーズ教室開催数
小学生参加人数

328回
15,017人(2017年度)

キユーピーみらいたまご財団 支援団体数

20団体(2017年度)

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユ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。

キユ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。

環境マネジメント

環境保全の考え方

キユーピーグループは、国内外での環境保全の意識の高まりを受けて、1998年12月に「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、グローバルなキユーピーグループの方針としてきました。

～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うる環境管理体制の整備と充実を図ります。

2015年、国連サミットで持続可能な世界を実現するために国際目標として、SDGs（Sustainable Development Goals）が合意されました。また、気候変動に関するパリ協定が採択され、企業が事業活動を通じて環境負荷低減に取り組むことへの期待が高まってきました。キユーピーグループは、このたび「CSRの基本的な考え方」をまとめ、「CSRの重点課題」を設定しました。SDGsとパリ協定がめざす中長期での目標をふまえ、計画策定とその実践を進めていきます。

環境保全推進体制

これまでキユーピーグループでは、各本部およびグループ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設置し、グループ全体の環境保全活動を促進してきました。

2017年度には、環境委員会を基盤として新たにCSR委員会を発足しました。CSR委員会は、グループ全体の社会・環境活動の推進を担っていきます。

CSR委員会は「CSRの重点課題」の解決に向け、環境面では「資源の有効活用と持続可能な調達」「CO_2排出削減（気候変動への対応）」の2つの重点課題に取り組んでいきます。各課題の解決に向けた部会を設置し、目標や取り組みを検討していきます。

ISO14001認証取得状況

キユーピーグループでは、環境保全活動のPDCAサイクルを回す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ています。グループ生産82事業所中29事業所がISO14001認証を取得しています(2017年11月末現在)。

環境法規の遵守

キユーピーグループの各事業所は、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。

2017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

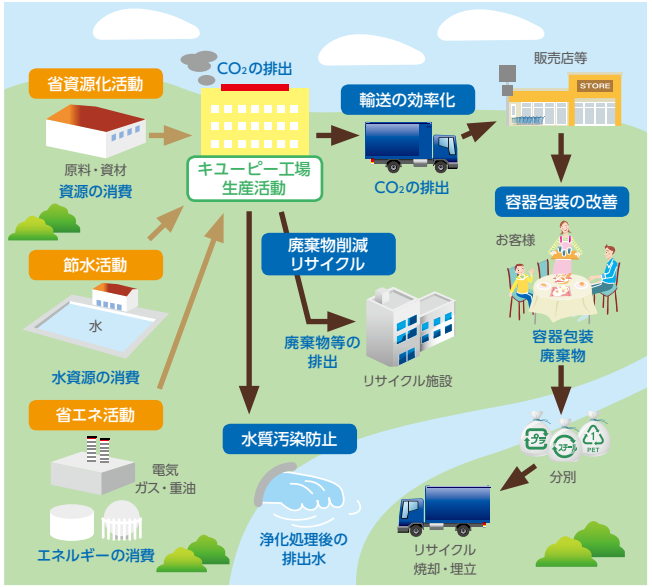
キユーピーグループは、関連法規等の遵守、管理推進体制の整備、施設管理状況等についての基準を定め、年1回の内部監査を実施することで、それらを徹底するとともに環境保全活動を推進しています。このほかISO14001認証取得事業所では、規格に基づいた外部機関による審査を受けています。

事業活動における環境影響

キユ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、CO_2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、お客様のご使用後に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に配慮し、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、汚染防止などの環境保全活動を推進しています。

キユ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



バリューチェーン全体で、資源の有効活用に取り組んでいます。

キユ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(2017年度)

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	2,427千GJ(243,776千kWh)	CO_2	203.4千トン
燃料*1	1,544千GJ	NOx	40.8トン
エネルギー合計	3,971千GJ	SOx	10.8トン
水の使用		水域への排出*2	
水(地下水、水道水)	10,021千m^3	排出量	7,226千m^3
		廃棄物の排出	
		排出量(再資源化率)	60.3千トン(95%)

*1:発電燃料含む
*2:河川、公共下水道含む

対象:キユーピーグループ生産工場

地域への環境配慮

キユーピーグループの生産事業所では、近隣にお住いの皆様や、地域の環境に配慮して操業を行っています。

● 水質汚濁の防止

排水処理設備で浄化処理後の排水は自主管理基準を定めて水質等を管理し、地域ごとの基準を遵守しています。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、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を行っています。

● 大気汚染の防止

ボイラーやコジェネレーション等は、適切な運転管理に努めるとともに、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等を実施しています。

資源の有効活用

生産・商品設計における資源の有効活用の考え方

キユーピーグループは、環境活動の3つの軸のひとつ「資源の有効活用」として、生産および商品設計に関する取り組みを進めています。生産では、廃棄物の削減と食品残さの有効活用に取り組んでいます。商品設計では、容器包装の軽量化、簡素化や、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んでいます。

廃棄物排出量の削減

キユーピーグループは、製造工程における歩留まりの改善や、容器包装の改善などによる廃棄物の発生抑制を第一として取り組んでいます。

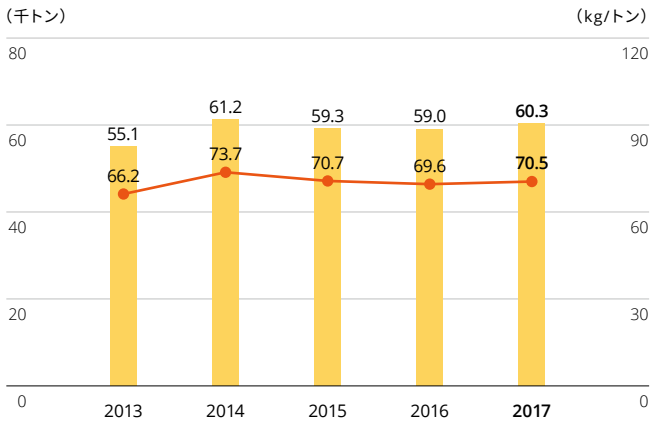
工場の主な廃棄物は、製造工程から排出される食品残さや包装資材のロスとしての廃プラスチック類、排水処理設備における排水処理後の汚泥などがあります。

廃棄物排出量の削減目標

- 総量および生産数量当たりの原単位　前年比減

2017年度は、キユーピーグループ工場での廃棄物排出量は、総量60.3千トンで前年度より2.2%増加、生産数量1トン当たりの廃棄物排出量（原単位）は70.5kgで前年度より1.3%増加となりました。

廃棄物排出量*



対象：キユーピーグループ生産工場
＊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

再資源化の推進

キユーピーグループは、卵殻の肥料化や野菜の未利用部位の飼料化などの食品残さの社内再生や、廃棄物等として外部に再資源化を委託することにより、工場で発生する廃棄物等の再資源化率100%（単純焼却・埋立て処分ゼロ）に取り組んでいます。

2017年度の再資源化率は95%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。

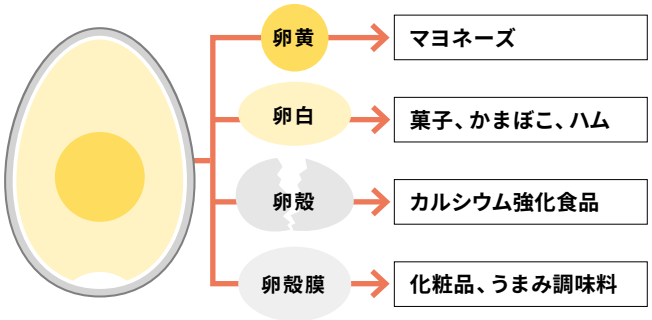
卵の再資源化

キユ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おり、日本で生産される卵の約10%を使用しています。

「キユーピー マヨネーズ」は、卵の黄身を使用し、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食品原料として使われます。

また、年間約2万8千トン(2017年度実績)発生する卵殻は土壌改良剤やカルシウム強化食品の添加材などに有効活用し、100%再資源化しています。卵殻膜は、化粧品やうまみ調味料などへの高度利用に取り組んでいます。

卵の有効活用



野菜の再資源化

キユーピーグループでは、サラダ・惣菜の加工時に生じる野菜の芯やへた、外葉や皮などの未利用部位の有効活用に取り組んでいます。

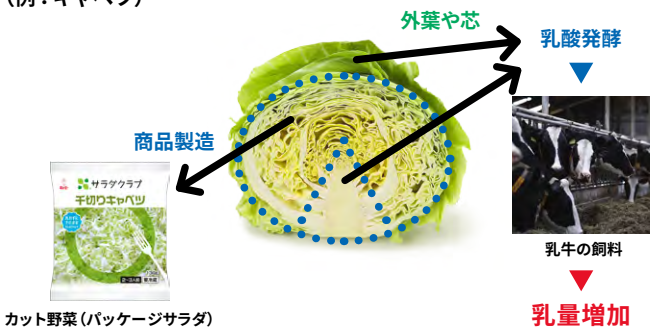
惣菜工場であるハンシンデリカは、2002年より生産工程で発生する野菜の未利用部位を養豚業者に提供し飼料化しています。この飼料で育った豚肉は「瀬戸内ポーク」というブランドで高品位な豚肉として流通しています。

2017年度、カット野菜工場のグリーンメッセージでは、これまで事業規模では難しいとされたキャベツ・レタスの葉物野菜の飼料化に成功しました。東京農工大学とキユーピーの共同研究*で、この飼料を与えた乳牛は乳量が増加することが報告されています。

今後も、野菜の未利用部位をより有効に活用する方法を探求します。

＊日本畜産学会第124回大会(2018年3月)発表

野菜の未利用部位の有効活用
(例：キャベツ)

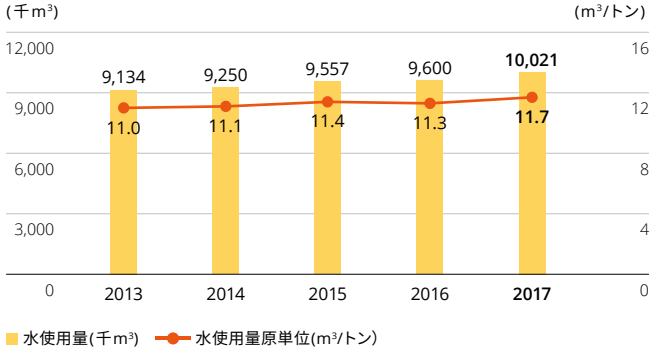


水資源の効率的活用

キユーピーグループでは、製造の各段階における節水と排水の浄化を徹底しています。また、将来の水資源のひっ迫に備えて、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。

2017年度、キユーピーグループ工場の水使用量は、総量10,021千m³で前年度より4.4%増加、生産数量1トン当たりの水使用量(原単位)は11.7m³で前年度より3.5%の増加となりました。

水使用量



容器包装の軽量化・簡略化

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。キユ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

● 配送陳列用紙箱の簡略化

サラダクラブシリーズで新たに採用した「シェルフ・レディ・パッケージ」は、開けやすくそのまま店頭で陳列できるカートンです。従来の内箱・段ボールの2重構成から内箱を廃止し、段ボールのみとしたことで、製造面、配送面においてCO_2排出量を76.8%削減することができました。

開封前

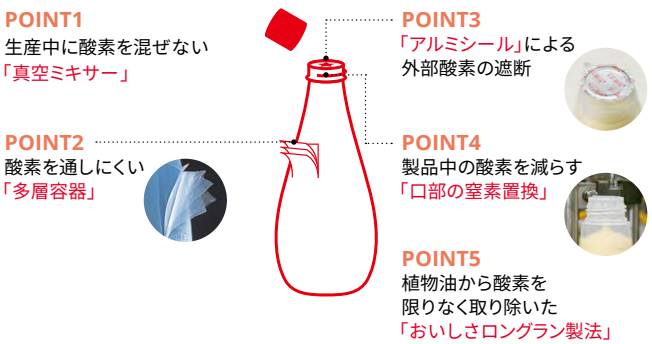
開封後

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。キユ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。「キユーピー 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」の導入、製造工程中の酸素レベルの低域など、製法・容器でさまざまな工夫をしてきました。また「キユーピーハーフ」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。これらにより、「キユーピー マヨネーズ(50g~450g)」「キユーピーハーフ」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。



● カット野菜(パッケージサラダ)の消費期限延長

カット野菜(パッケージサラダ)を製造・販売するサラダクラブは、2015年4月より、主力商品の千切りキャベツ、ミックスサラダ(ビックパック含む)の消費期限を一日延長しました。キユーピーで特許を取得している「野菜にやさしい製法(特許4994524号)」の使用に加え、これまでサラダクラブが力を入れて取り組んできたコールドチェーン(低温管理)、機能性のある包装フィルムの採用等により、日持ち延長が可能となりました。

地球温暖化の防止

バリューチェーンを通じたCO_2削減活動

地球温暖化の防止は人類共通の課題です。キユーピーグループでは地球温暖化の原因となるCO_2排出量の削減のため、調達、生産、物流、販売、オフィスの各段階において、省エネルギーやエネルギー転換など積極的に取り組んでいます。

バリューチェーンにおけるCO_2排出量（2017年度）

スコープ		CO_2排出量（千トン-CO_2）
スコープ1	燃料	84.0
スコープ2	購入電力	130.1
スコープ3 カテゴリー4	輸送	35.7

スコープ1、2　国内生産事業所・オフィス
スコープ3　省エネ法の定期改善の対象2社

生産部門のCO_2排出削減

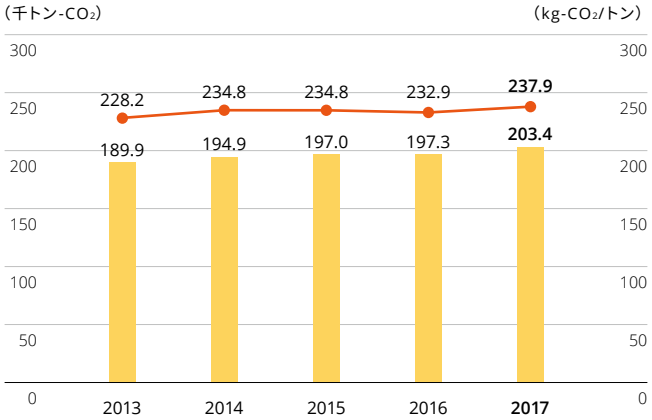
キユーピーグループでは、製造工程での効率改善、設備の導入などによる省エネルギーを基本として、A重油から都市ガス・天然ガスへの燃料転換、コジェネレーション（熱電併給）や太陽光発電の利用を進めています。また、グループ事業所での優れた取り組み事例を共有・展開することによってCO_2排出削減に努めています。

生産部門のCO_2排出削減目標

- 総量　前年比減
- 生産数量あたり原単位　前年比1%減

2017年度、キユーピーグループ生産工場でのエネルギー使用に伴うCO_2排出量は、総量203.4千トンで前年度より3.1%増加、生産数量1トン当たりのCO_2排出量（原単位）は237.9kgで前年度より2.2%増加となりました。

CO_2排出量



■ 排出量（千トン-CO_2）　● 排出量原単位（kg-CO_2/トン）
対象：キユーピーグループ生産工場

CO_2量換算に用いた係数（2013年度から固定）
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：0.491kg-CO_2／kWh
A重油：2.710kg-CO_2／L
都市ガス（13A）：2.188kg-CO_2／m^3
LPG：6.007kg-CO_2／m^3

生産部門の省エネルギーの推進

キユーピーグループでは、生産事業所の各工程にエネルギー測定装置を設置するなど「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。

2017年度、キユーピーグループ生産工場のエネルギー使用量は熱量換算3,971千GJで前年度より3.0%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4.65GJとなり、前年度より2.1%の増加となりました。

再生可能エネルギーの活用

キユーピーグループでは、2013年3月の「キユーソー流通システム」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。太陽光発電システムは10拠点に導入され、発電量は4,500MWh、これはグループ生産部門の電力使用量の約2%に相当します（2017年11月現在）。また、アヲハタでは、2005年より地中冷熱利用による熱交換冷却システムを活用しています。

物流部門のCO_2排出削減

キユーピーグループでは、お取引先やグループ会社と連携し、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。

2017年度は、輸配送量に対しCO_2排出量を削減することができました。

キユーピー

	2016年度	2017年度	前年度比
輸配送量（千トンキロ）	157,638	154,240	97.8%
CO_2排出量（トン）	25,295	24,956	98.7%

キユーピータマゴ

	2016年度	2017年度	前年度比
輸配送量（千トンキロ）	49,887	50,973	102.2%
CO_2排出量（トン）	10,392	10,729	103.2%

※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と輸配送ロット効率の向上(=積載効率の向上)により輸配送効率化に取り組んでいます。

- 配送地域に応じた生産拠点の最適化
- 輸送・配送ロット効率の向上による配送頻度の削減
- 中継輸送の抑制
- 商品在庫の適正化による外部倉庫の使用抑制

輸送事業者としてのCO_2排出量の削減活動

国内における食品物流最大手であり、キユーピーグループの商品の保管・輸配送業務を担っているキユーソー流通システムでは、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。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。

共同配送の効率化を実現するフレキシブル車両の導入

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90%以上の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。

＊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

TOPICS

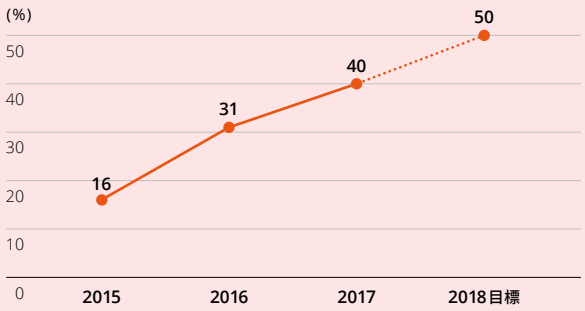
モーダルシフトの取り組み

専用31フィートコンテナ6基を導入し、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。モーダルシフト化率*2は2015年度16%、2016年度31%、2017年度40%となっています。2018年度は50%を目標としています。

＊1 モーダルシフト：500km以上の長距離トラック輸送を鉄道・船舶でのコンテナ輸送へ転換すること
＊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

鉄道・船舶積載用31フィートコンテナを6基導入し、輸送事業者と連携してモーダルシフトを進めています

モーダルシフト化率の推移



オフィスのCO_2排出削減

キユーピーグループは、2013年10月の仙川キユ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・移転を進めています。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。

● 渋谷オフィスの取り組み

キユ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*に採用されています。

＊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重ガラスが覆う(ダブルスキン)外観

● 仙川キユーポートでの省エネルギーの推進

仙川キユーポートでは、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、仙川キユーポートに勤務する多くの社員に聞き取りなどを行うことで、運用精度の向上を図っています。

自然換気システム

● グループ会社の取り組み

キユーソー流通システム本社ビルでは、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」により、従業員の意識づけを行っています。

フロア電力消費量・金額を表示するサイネージ

キユーピーグループのKEY DATA

卵殻発生量　年間約2万8千トン

100%再資源化

太陽光発電 グループ10拠点発電量

4,500MWh

グループ生産事業所電力使用量 2%

モーダルシフト化率
(2017年度実績)

40.0%

2018年度目標 50%達成

自然環境の保全

自然環境の保全の考え方

キユ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しか生まれない」という考えを大切に、原料を生み出す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。

工場における生物多様性保全

富士吉田キユーピーは、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を取り入れるなど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、地域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。

富士吉田キユーピーに設置した太陽光パネル

キユーピーの森

キユーピーグループは、2007年9月より山梨県富士吉田市の富士北麓にある森林「キユーピーの森」で、水源涵養を目的とした森林保全活動を開始しました。社員とその家族から参加者を募り、間伐・植樹活動を中心に、森林散策、地元食材を用いた料理体験などを行ってきました。

第3期となる2016年度からは、森林保全活動とともに、周辺環境が抱える諸問題について参加者に知っていただくことを目的に、専門家から自然環境や生息する生き物について学ぶ講座も開設しました。

2017年度は、間伐材の資源循環利用を目的に木製スプーンやコースターづくりなどの木材加工を体験して、自然の恵みとその活用法について学びました。

キユーピーの森での参加者集合写真と間伐している様子

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、その価値が国際的に評価され、1993年にラムサール条約に登録されています。キユーピーグループは、この貴重な自然を保全する活動を行う認定NPO法人霧多布湿原ナショナルトラストを資金面で支援するとともに、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。

2017年度は、地元の「きりたっぷ子ども自然クラブ」の子どもたちにも参加してもらい、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人工池「はぐくみの池*」の生態調査を行いました。その結果、環境省レッドリストの絶滅のおそれのある種であるババアメンボなどの棲息を確認できました。

＊ はぐくみの池：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で保全を開始。キユーピーグループの支援活動に対する評価と今後への期待から、池の命名権を授与され、2016年社内公募の結果、命名されました。

はぐくみの池で生態調査をしている様子

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユーピーグループは、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。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。

イノベーションを通じた新たな価値創造

社内公募制度「Kewpie Start Up Program」

従業員一人ひとりのアイデアの実現と新たな事業の創出に向け、社内公募制度「Kewpie Start Up Program」を設けています。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。

● 酢酸菌酵素を配合したサプリメント「よ・い・と・き」

キユーピーグループは、マヨネーズの原料としてお酢の研究を重ねてきました。「よ・い・と・き」は、世界初、酢酸菌酵素の大量生産技術から生まれた新商品です。

● 野菜の魅力を体験できる複合型施設

埼玉県深谷市にて、野菜の魅力を体験できる複合型施設「深谷テラスFarm（仮称）」を2020年に開業予定です。野菜や卵に関するキユーピーグループの知見を活かし、事業化を進めています。

ワークスタイルの変革

キユーピーグループは、「新しいつながりを創る」と「業務のシンプル化」の2つを柱とし、ワークスタイルの変革を進めています。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ています。

キユーピーグループのワークスタイル変革がめざす姿

ワークスタイルの変革

新しいつながりを創る	業務のシンプル化
部門間、事業間で連携し、既存の枠組みを越えた取り組みを創出する	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

↓

グループの可能性が広がり、新しい食の提案が実現

↓

お客様に喜んでいただくことで、従業員も会社も成長していく

↓

「楽業偕悦」へ

● ワークスタイル変革が可能にしたスピーディな商品開発

卵由来の独自素材を配合したキッチン用アルコール除菌スプレー「K Blanche（ケイブランシュ）」を2016年10月に発売しました。「新しいつながりを創る」ワークスタイルにより、多様なメンバーとタイムリーで多彩な会話が実現し、スピーディな商品開発につながりました。

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。

キユーピーグループのアプローチ

企業の永続的な発展には、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必要があります。また、持続的な企業運営を支えるのは従業員であることから、一人ひとりの行動の基本となる考え方をグループ内外に浸透させ、お客様からの信頼と従業員相互の自浄作用につなげることも重要です。この考えのもと、キユーピーグループはコンプライアンス推進体制を構築し、すべてのグループ従業員に徹底する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

キユーピーグループは、2004年1月に「グループ倫理行動規範」を制定するとともに、コンプライアンス委員会を設置し、全社横断的コンプライアンス体制を整備しました。同委員会ではコンプライアンスに関する規定の整備や問題点の抽出、従業員に向けたマインドアッププログラムなどを実施し、活動の内容についてはコンプライアンス担当役員が定期的に取締役会および監査役会に報告しています。

- **従業員意識調査アンケート**

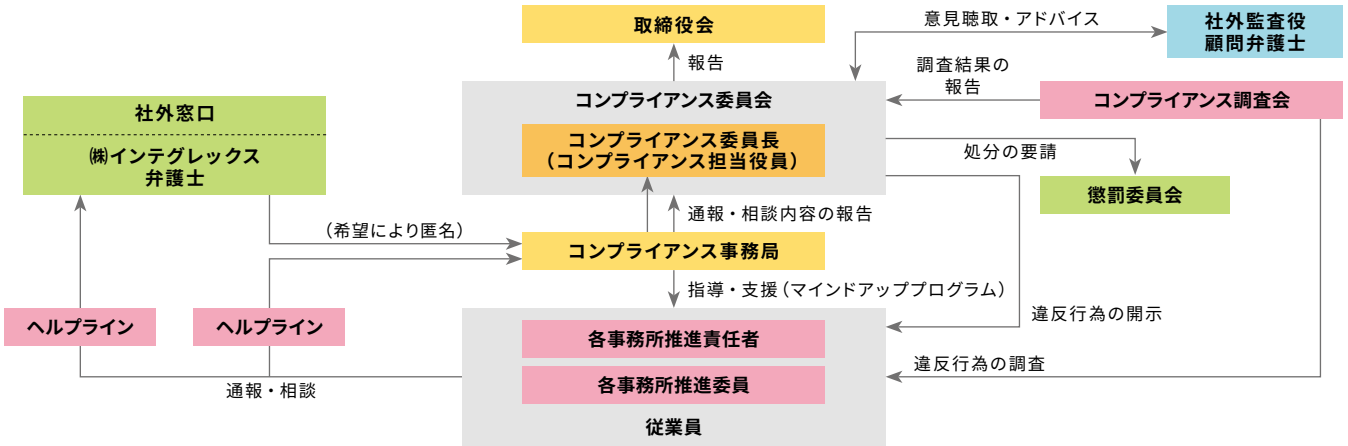
隔年で全従業員に意識調査アンケートを実施し、コンプライアンス意識の確認と意見の聴取を行い、透明性が高く働きやすい職場の実現に努めています。

- **ヘルプライン**

公益通報者保護制度に対応した内部通報体制として、ヘルプラインを設置しています。

社外の弁護士、第三者機関、監査役などが受けた通報・相談はコンプライアンス委員会が調査し、違反行為は処分を行い、社内に公表し、再発防止策を実施します。

キユーピーグループのコンプライアンス体制



海外グループ法人の内部統制の整備

海外展開が加速する中、世界中のキユ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るために、法務・財務・人事・情報・危機管理・内部監査・海外事業等による全社横断的な「内部統制推進プロジェクト」を2015年に発足させました。内部統制推進プロジェクトでは、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）の整備を進めており、これまでに海外グループ会社への反贈収賄プログラムの展開、国内外で統一した危機発生時事業継続計画（BCP）の策定などを行いました。

2018年度以降は、海外グループ会社とプロジェクトの取り組みの到達点、スケジュールを共有し、連携しながら、グローバルな内部統制の整備を更に進めていきます。

汚職・贈収賄の防止

キユーピーグループでは2015年に「キユーピーグループ反贈賄基本方針」を制定しました。2016年には「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の作成・実行や研修を進めるとともに、中国グループ会社3社で先行して贈収賄行為禁止規程を制定しました。中国グループ会社では規程整備の段階が終わり、現地から自主的に反贈収賄報告書が提出されるなど、反贈収賄の取り組みが具体的な運用レベルまで進んでいます。

2018年3月には、東南アジアのグループ会社でも贈収賄行為禁止規程を導入すると同時に、比較的リスクが高いとされるインドネシア、ベトナムから反贈収賄を徹底するための具体的な手続きや金額のルールを定めました。

キユーピーホームページ
「キユーピーグループ反贈収賄基本方針」

海外内部通報制度の整備

贈収賄行為等の法令違反の早期発見・対処を進めるべく、「反贈収賄取り組みプログラム」の一環として、2017年12月から中国グループ会社2社で海外内部通報制度の運用を開始しました。今後は、残りの中国グループ会社および東南アジアのグループ会社においても同様の制度導入に向け取り組みを進めていきます。

キユーピーグループのKEY DATA

全従業員の意識調査アンケート回答率
対象者数12,029名（2016年度実績）

87.4%

マインドアッププログラム受講者数
対象：全従業員

毎年 **16** 千人

ヘルプラインへの通報・相談件数

47 件（2017年度）

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユーピーグループは、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、サプライ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

キユーピーグループは、従業員の人権配慮に対する啓発活動に加え、食品業界とグローバルな人権課題の把握に向けた取り組みを開始しました。

2016年度までに、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、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。また、2017年度からは、ISO26000のフレームワークを用いてキユーピー本社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。

さらに、サプライチェーン全体での人権尊重に向けて、「人権を擁護し、差別的な言動や非人道的な扱いを行わず、また人権侵害に加担しない」ことなどを定めた「キユーピーグループの持続可能な調達のための基本方針」を策定し、お取引先と一緒に取り組んでいくことを、2018年1月に表明しました。

キユーピーホームページ
「キユーピーグループの持続可能な調達のための基本方針」

従業員の人権への配慮

国内のキユーピーグループでは、人権配慮の考え方に基づき、さまざまなハラスメントに対する従業員の啓発活動や、ハラスメントの予防を目的とした管理職向け研修を実施しています。また、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。

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、内部通報制度の整備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。

商品における人権配慮

キユーピーは、マレーシアとインドネシアの2カ国でハラ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います。日本においても、近年増加する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安心して食べていただけるよう、「キユーピー マヨネーズ ジャパニーズスタイル(ハラル認証)」を販売しています。

キユーピー マヨネーズ ジャパニーズスタイル(ハラル認証)

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユーピーグループは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」の考えのもと、調達先や販売先といったサプライチェーンに関わる皆様とともに社会的責任を果たしてきました。「良い原料」に求められる条件は時代とともに変化します。私たちは、原料の品質はもとより、サプライチェーンにおける環境や人権に配慮した調達の取り組みを強化し、お取引先の皆様とともに持続可能な社会の実現をめざしていきます。

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

キユ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、相互理解のもと一層の改善活動に取り組むことで、ともに成長できる関係をめざしています。

倫理規範を実践することで、汚職防止や公正な競争などの課題に対応し、ステークホルダーとの健全な関係構築に努めています。

持続可能な調達のための基本方針

キユーピーグループは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という原料に対する強いこだわりをもち、お客様に安全で安心していただける商品づくりに努めてきました。しかし、今や原料は品質や安全性だけではなく、サプライチェーン全体で環境や人権に与える影響にも配慮することが良い原料の条件であり、お客様の安心の要素となってきています。こうしたより良い原料を安定的に調達するためには、お取引先と一緒に取り組んでいく必要があります。そして、このことがお取引先と私たちの持続可能性を高め、お客様に良い商品をお届けし続けることにつながると考えます。

この考えのもと、2018年1月に「キユーピーグループの持続可能な調達のための基本方針」を策定しました。

キユーピーグループの持続可能な調達のための基本方針

1. 法令を遵守し、国際的なルール・慣行にも配慮した取引を行うとともに、腐敗行為の防止を徹底する。
2. 公正で誠実な取引を行うとともに、機密情報や知的財産を適切に管理する。
3. 人権を擁護し、差別的な言動や非人道的な扱いを行わず、また人権侵害に加担しない。
4. 従業員の労働者としての権利を尊重し、適切な労働慣行と安全で衛生的な職場環境を確保する。
5. 地域と地球環境の汚染と破壊を防止するため、資源の持続可能な利用に努める。
6. 安全で高品質な原料を持続的に利用できるように、生態系への影響も考慮した管理を行う。
7. 原料を生産する地域社会が持続可能になるよう、積極的に貢献する。
8. 上記に関して、自社のお取引先にも同様の配慮をお願いする。
9. 上記に関して、適時・適切な情報開示を行う。

キユーピーホームページ
「持続可能な調達について」

原料・資材メーカーとの協働

キユーピーグループでは、調達先である原料・資材メーカーへ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、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。

段ボール・紙器メーカーとの協働

キユーピーでは、環境保全や人権配慮の視点から段ボール・紙器メーカーとの協働で、適切に管理された森林木材を使用したFSC認証材の導入を進めています。現在、段ボール原紙の約60%はFSC認証紙を使用しており、今後はカートンなどへのFSC認証表示導入を検討していきます。

鶏卵生産者との協働

キユーピータマゴでは、各地の養鶏会社訪問を通じて生産者の生の声を聴くと同時に、私たちの商品をご使用いただいているユーザーの声を伝え、相互の成長・発展につながる協働体制の構築に努めています。これにより、鶏卵の食卓への登場場面を増やし、需要拡大・業界の発展を担っていきたいと考えています。

生産農家との協働

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、社会的な問題が顕在化しています。キユーピーグループは、全国の生産農家との協働によって、これらの問題の解決に貢献していきます。

• 農業を基盤とした地域振興

キユーピーは、2017年より茨城県つくば市にある有限会社ワールドファームと提携し、全国の耕作放棄地を畑に再生する取り組みを進めています。現在、茨城県つくば市、石川県能登町、秋田県横手市などの契約産地から新鮮なキャベツが、グループ会社の製造するカット野菜などの原料の一部として供給されています。産地開発による安定的な原料調達だけでなく、農業の担い手となる若者が集まり地域が一体となった農業振興への貢献につなげていきたいと考えています。

耕作放棄地を再生し農業の担い手となる若者たち
（茨城県つくば市）

• サラダクラブによる産地表彰式

サラダクラブで取り扱う野菜は、生産者との顔が見える関係を基本に、全国約400の契約産地との「契約取引」で調達しています。「契約取引」は、一定価格で安定した原料調達が行えるだけでなく、生産者にとっては、安定的な収入を基盤に戦略的投資が行えるというメリットがあります。

2017年4月には、生産者の皆様に感謝の想いを伝えることを目的に、「産地表彰式」を初めて開催しました。今後も、産地との密なコミュニケーションを生かした独自の商品開発など、魅力ある商品づくりに努めます。

産地表彰式「Grower of Salad club 2017」の様子

• アヲハタによる果実生産者との取り組み

アヲハタグループの原料産地は、時代とともに世界各地に広がっています。安全でおいしい原料を調達するため、国内外の原料産地に技術者が出向き、育苗・栽培から一次加工までの勉強会や技術交流を行っています。2011年には、高品質な原料の安定確保に向けて「ウイルスフリー苺」の開発・供給を開始し、農家の反収増加と産地安定化に寄与しています。

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユーピーグループは、会社情報取扱規程、個人情報保護基本規程などに関する各管理マニュアルを制定し、情報推進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。

また、海外拠点においても、各国の制約やIT環境に合わせて規程の整備や従業員への周知を進めています。

情報セキュリティへの取り組み

個人情報保護方針

キユーピーグループは、個人情報が重要な財産(法益)であると認識し、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。「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「個人情報保護方針」を定め、個人情報の保護に努めることを宣言しています。

～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

情報推進委員会

情報推進委員会では、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で実施し、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

キユーピーグループは、個人情報の管理体制を構築するとともに、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ることで個人情報の保護に努めています。また、管理方法の見直しも継続的に行っています。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・キユーピーでは、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。

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。

キユーピーグループのアプローチ

キユーピーグループは、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

キユーピーグループは、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。

反社会的勢力への対応マニュアルの作成、階層別研修やeラーニング等のコンプライアンス活動による従業員の指導・啓発、さらには必要に応じて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。

契約書の反社会的勢力排除条項

キユ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。

企業情報

会社概要

キユーピーは、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。

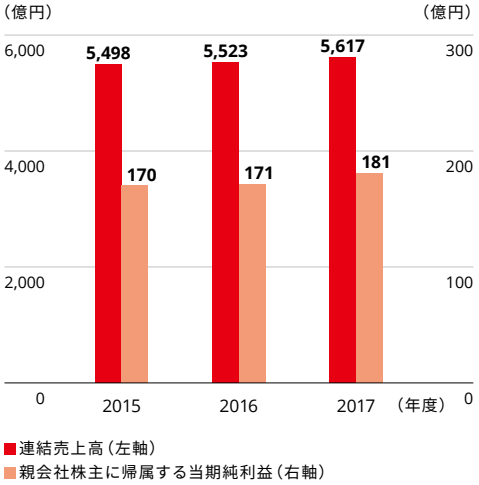
キユーピーは1919年に創業し、1925年に日本初のマヨネーズとしてキユーピー マヨネーズを製造・販売しました。以降、ドレッシングやパスタソースなど日本初の商品を世に送り出すとともに、タマゴやサラダ・惣菜など幅広い領域に展開しています。

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。

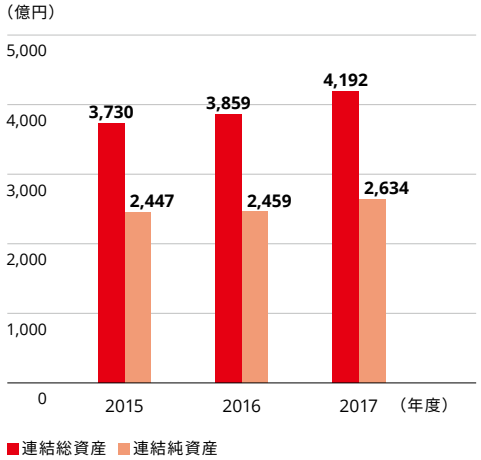
商号	キユーピー株式会社
設立年	1919年11月（大正8年）
本社所在地	〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13
資本金	241億400万円
従業員数	3,376人（連結　26,380人）（平均臨時雇用者含む）
事業内容	❶「マヨネーズソース」その他一般ソース類の製造販売 ❷ 各種瓶缶詰食料品その他各種食料品の製造販売 ❸ 食品添加物の製造販売 ❹ 医薬原料、医薬品、医療機器、医薬部外品、化粧品、その他化学製品の製造販売 ❺ 飼料、肥料の製造販売 ❻ 食料品および医薬品の製造用機器その他各種機器の製造販売およびこれらに附帯するエンジニアリング業務 ❼ 管工事業、機械器具設置工事業、建築工事業および電気工事業 ❽ 建築の設計、施工、監理およびコンサルティング業務 ❾ 不動産の賃貸 ❿ 食料品加工用設備の運転および管理 ⓫ 工場・店舗の総合清掃、警備および保安管理業務 ⓬ 農畜産業の経営 ⓭ 前各号に附帯する一切の業務

※2017年11月30日現在

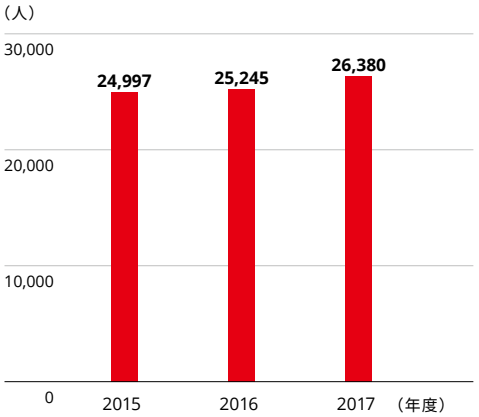
連結売上高／親会社株主に帰属する当期純利益



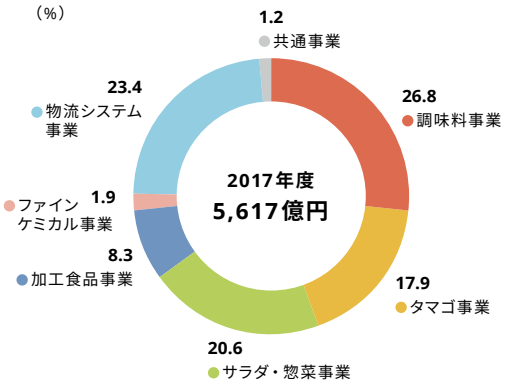
連結総資産／連結純資産



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

「良い商品は良い原料からしか生まれない」

キユーピーの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し、1925年には、日本人の体格向上を願い、卵黄を使った栄養豊富でコクのあるおいしいマヨネーズを発売しました。また1932年には、柑橘類の優良産地の瀬戸内に位置する忠海（ただのうみ）（広島県竹原市）で、オレンジママレードの製造を開始しています。

マヨネーズとオレンジママレードから深耕拡大したキユ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ない」というものづくりの考え方です。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

キユーピーグループの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

キユーピーグループは、国内で生産される鶏卵の約10%、年間約25万トン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、中食市場向けのカット野菜（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。キユーピーグループは、全国各地の生産拠点にて鮮度や地域性を重視した商品を製造し、全国のスーパーマーケットやコンビニエンスストアをはじめ、宅配ルートや外食産業への販売を行っています。

加工食品事業

加工食品事業は、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、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。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、技術を活かしたユニークな高付加価値商品をお届けしています。

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。キユ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、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

キユーピーグループは、食品物流専門の株式会社キユーソー流通システム（2004年東証一部上場）を中心に、全国に広がる物流拠点や輸配送網を整備しています。食品の特性に合わせた常温・定温・冷蔵・冷凍の4温度帯で、品質や鮮度を守る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を提供しています。

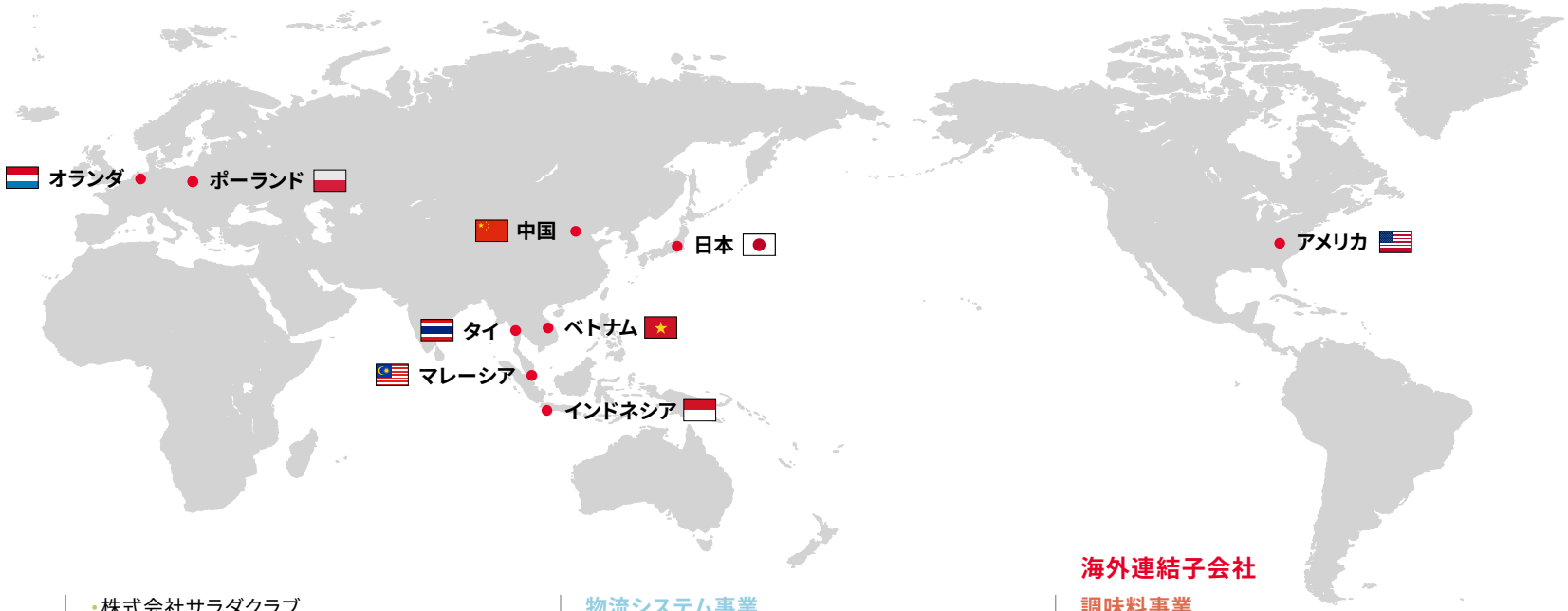
グループネットワーク

●国内
47社

●海外
12社

●海外売上高比率
8.2%

●事業展開国
9カ国



国内連結子会社

調味料事業
- キユ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

タマゴ事業
- 株式会社カナエフーズ
- 株式会社キユーピーエッグワールドトレーディング
- キユーピータマゴ株式会社
- 株式会社全農・キユーピー・エツグステーシヨン

サラダ・惣菜事業
- 株式会社イシカリデリカ
- 株式会社キタカミデリカ
- 株式会社グリーンメッセージ
- 株式会社グルメデリカ
- 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
- 鳥栖キユーピー株式会社
- 階上キユーピー株式会社
- 富士吉田キユーピー株式会社

ファインケミカル事業
- 株式会社トウ・キユーピー

物流システム事業
- 株式会社エスワイプロモーション
- 大阪サンエー物流株式会社
- キユーソーアレスト株式会社
- キユーソーサービス株式会社
- キユーソーティス株式会社
- 株式会社キユーソー流通システム
- キユーソーロジック株式会社
- 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

共通事業
- 株式会社キユーピーあい
- 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
- 株式会社トウ・アドキユーピー

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.
- MOSSO KEWPIE POLAND SP.ZO.O.

タマゴ事業
- HENNINGSEN FOODS,INC.

その他1社

共通事業
- KIFUKI U.S.A.CO.,INC.

2017年11月30日現在