

キューピーの素顔



キューピーグループ 社会・環境報告書 2006 [冊子版]

Food, for ages 0-100



## キューピー株式会社 社会・環境推進室

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13 TEL 03-3486-3316 E-mail kewpie@kewpie.co.jp

本報告書の内容はインターネットでもご覧いただけます。

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



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%



FSC

ミックス品

FSC認証林及び管理された  
森林からの製品グループです

Cert no. SA-COC-1217  
www.fsc.org

© 1996 Forest Stewardship Council



PRINTED WITH  
SOY INK

TM

植物性大豆油インク使用



Waterless<sup>KP1</sup>  
Printing. Naturally.

印刷工場での有害廃液を出さない水なし印刷

# おいしさに 真っすぐ みんなが幸せになる食品づくりをめざします

食品という事業は、安全・安心はもとより、おいしいものをたくさんの方々に楽しんでいただきたい気持ちあつてのものでしょう。そこで大事になってくるのは、ごまかしやまやかしではなく、本当に良いものを作るという気持ちが根源にあることです。人の口に入るもので、命を預かっているものだと考えると、ことさらそこに携わる人の誠実さ、正直さが大事になるのが食品という事業だろうと考えています。

それでは、実際に食品の製造を始めたときに、どうやって誠実さ、正直さを実現していくのか。その根本にあるのが「良い製品は良い原料からしか生まれない」という考え方です。これを実行するのは大変難しいことだと思います。妥協を許さない厳しさをどこまで持ち続けることができるか、ということです。そのためにキューピーは社訓で「道義を重んずること」を掲げています。そしてこの考え方をベースとしてもう一つの社訓「創意工夫に努めること」で、事業を組み立てているのです。

また、社訓の三つめとして「親を大切にすること」があります。これは、親孝行ができる人は、人の好意をありがたく感じ、それに報いようとするのできる人であり、そういった心の在り方を説いたものです。その三つと、社是である「樂業偕悦」を心に留めて取り組むことが、キューピーの生き方であり、考え方なのです。



また、食という視点から世界に目を向けると、食糧問題が注目されています。そんな中で食品メーカーに何ができるのかを考えると、無駄をなくしてできるだけ有効活用することでしょう。

例えば、キューピーでは年間約23万トンの卵を使います。その際に出てくる殻は2万トン強にもなります。これらが無駄にすることなくすべて加工し再資源化しています。一方で、日本で捨てられている食品2,000万トンのうち、まだ食べられるものは720万トンもあるそうです。そういった事実に対して、食に携わる企業としてできることがあるのではないかと考えています。



事業というのは社会の役に立って初めて成り立ちます。そして会社はその事業を維持拡大していくためのものであり、私たち一人ひとり事業を通じて社会にかかわっています。そのワクワク感を大切に、食品という事業を通じて社会とともに成長していきたいと考えています。

2006年7月  
キューピー株式会社  
代表取締役 社長

鈴木 豊

社是 樂業偕悦 らくぎょうかいえつ

社訓 道義を重んずること 創意工夫に努めること 親を大切にすること

経営理念

キューピーグループは「おいしさ・やさしさ・ユニークさ」をもって、食生活に貢献いたします。

【めざす姿】一人ひとりのお客様に、最も信頼され、親しまれるグループをめざします。

Food, for ages 0-100

私たちの姿勢

私たちはキューピーグループの一員であることを誇りとし、以下の姿勢を大切にします。

【食に携わる者として】

品質…安心してお使いいただける品質をお届けします。

人材…「正直・誠実」を基本に、チームワークとチャレンジ精神を育みます。

環境…生産から販売の全ての活動と商品で、環境への配慮に努めます。

技術…オリジナリティのある技術で、商品と活動の質を高めます。

【大切な方々に対して】

お客様…お客様の気持ちになって食の提案をいたします。

従業員…一人ひとりの個性と、成長する意欲を大切にします。

株主・投資家…対話と企業価値の向上を通じて、期待に応えます。

取引先…信頼関係を築き、相互の発展を図ります。

地域社会…地域社会との、よりよい共生に努めます。

2006年7月改訂

## キューピーはどんな会社？

赤ちゃんからお年寄りまで

それぞれの世代に おいしさと健康と安心をお届けします

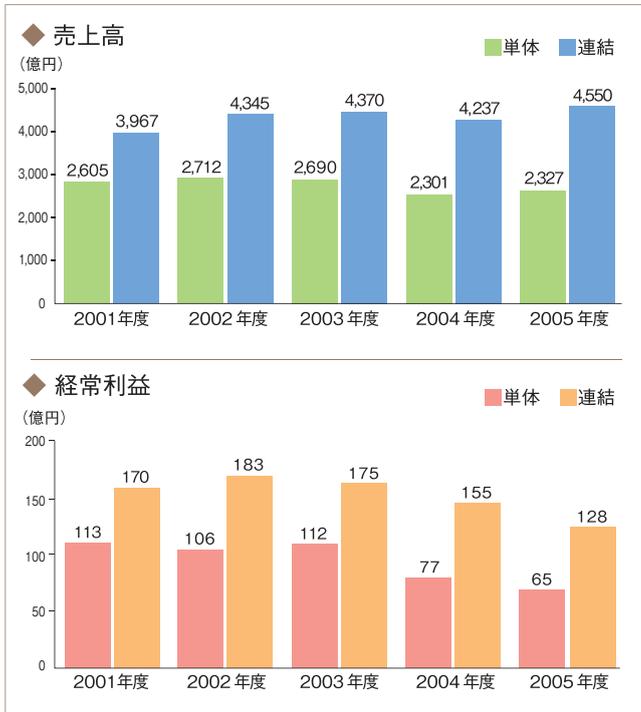


キューピーは 5つの事業を軸に さまざまなシーンで  
皆様の“おいしく健康的な食生活”をサポートしています

マヨネーズ・ドレッシングを始め、数多くの商品を生み出してきた『調味料・加工食品事業』。  
卵素材品を中心に、ゆで卵やオムレツなど卵加工品を幅広く製造・販売する『タマゴ事業』。  
育児食や介護食、そして、医療食の開発・製造に取り組む『健康機能事業』。  
サラダを中心とした惣菜や、使いやすいカット野菜の販売を手がける『サラダ・惣菜事業』。  
そして、製造した商品を安全に効率良く運ぶ『物流システム事業』。  
新しい食のおいしさを求めてそれぞれの事業が積極的に展開しています。

## 【会社概要 (2005年11月末現在)】

- 商号：キューピー株式会社
- 創立：1919年11月30日
- 本社所在地：〒150-0002 東京都渋谷区渋谷 1-4-13
- 資本金：241億400万円
- 従業員：2,444人(連結：8,548人)



## 【編集方針】

皆様から信頼され親しまれる企業であり続けるために、キューピーの企業姿勢や活動内容をありのままお伝えすべく、社会・環境報告書を作成しました。専門家の皆様だけでなく、すべての方にご理解いただけるように「見やすく」「分かりやすい」報告書づくりを心がけました。

■ 2001年より発行してきた「環境・社会報告書」を、今回から社会性をより一層強め「社会・環境報告書」に改称しました。

■ 主な活動内容をハイライトで紹介する[冊子版]と、具体的な取り組みや必要データを載せた[ウェブ版]の2部構成にしました。

ウェブ版はキューピーのホームページからご覧になれます。

## 【本報告書の対象範囲】

- 対象組織：原則として、当社グループ(連結対象43社)を対象とし、そうでないものについては個別に記載しています。
- 対象期間：2004年12月1日～2005年11月30日。ただし直近の重要な事象については2006年7月まで記載しています。
- 発行：2006年7月 次回の発行は2007年の春を予定しています。
- この報告書(冊子版・ウェブ版)は環境省より発行された『環境報告書ガイドライン』を参考にしています。

## CONTENTS [冊子版]

キューピーの約束	01
キューピーはどんな会社?	03
キューピーのものづくり	05
キューピーとかわかる人たち	09
・お客様とのかかわり	11
・従業員とのかかわり	13
キューピーと地球環境	15
キューピーの姿勢	17
報告書の作成と社内ダイアログ	18

もっと詳しく知りたい方へ

## CONTENTS [ウェブ版]



キューピーのホームページ  
<http://www.kewpie.co.jp/csr/> で  
 ご覧いただけます。

### マネジメント

#### 社会性報告

- ・お客様とのかかわり
- ・従業員とのかかわり
- ・株主・投資家とのかかわり
- ・取引先とのかかわり
- ・地域社会とのかかわり

#### 環境報告

- ・環境方針・目標
- ・環境マネジメントシステム
- ・環境負荷の概況
- ・廃棄物削減・再資源化
- ・省エネルギー・省資源化
- ・その他の環境負荷低減
- ・サイト別環境負荷データ

## キューピーのものづくり

### 一つひとつの工程に 大切な人への思いを込めています

『いちばん大切な人に安心して食べていただきたい』

それは“品質第一”を信条とする

キューピーのものづくりの原点であり、

私たちが常に自分自身に言い聞かせ、

しっかりと守り続けていることでもあります。



## 良い製品は 良い原料から生まれます

キューピーの主力商品であるマヨネーズ。その原料となるのが「卵」、「油」、「酢」です。食品の製造において、原料の調達はとても重要。品質の良い原料でつくるからこそ、安心しておいしく食べることができるのです。それは、1925年にマヨネーズを発売して以来、キューピーがずっと守り続けてきた、ものづくりの柱となる考え方で、今もすべての原料調達の現場で受け継がれています。

### マヨネーズの原料はどうやって調達しているの？



#### 【養鶏場では】

キューピーグループが1年間で使用する卵の量は約23万トン、数にすると約40億個に上ります。しかしどんなに大量であっても、衛生的で安全な卵を安定して調達できる体制を整える必要があります。そのため、キューピーでは、取引のある各地の養鶏場に独自の「鶏卵品質規格書」の提出をお願いしています。その規格書では、飼料、飲料水の履歴にはじまり、採卵の頻度、鶏の検疫、養鶏場の防疫、卵の保管環境、そしてトレーや台車など運搬用具の洗浄状況にいたるまで細かく記載していただいています。それだけでなく、担当者が直接養鶏場を訪問し、実際の状況を確認しながら、お互いに顔を合わせて意見交換を重ねることで、より深い信頼関係を築くようにしています。



鶏舎内の様子



#### 【キューピーの工場では】

信頼できる養鶏場から出荷された卵ですが、さらに工場でも受入検査を行っています。卵は割らなければ中身の状態が分かりません。そのため、担当者が養鶏場ごと、採卵日ごとに決められた数を抜き出し、実際に割って、重量、色、卵の盛り上がりの高さを測定するサンプリング検査を行っています。この検査により、キューピーの求める品質基準を満たした卵がはじめてマヨネーズの原料となります。

受入検査を終えた卵は、工場ですぐに洗剤で洗浄され、割卵工程に送られます。



卵のサンプリング検査





マヨネーズの植物油は生の状態で使用するため、独自の厳しい検査を行っています。製油会社様から工場へ出荷いただく前にタンクごとにサンプルをいただいて品質を検査し、合格したものだけを入荷します。またサンプルは全数保管しているので、万一の際にも迅速な原因究明ができます。輸送はグループ会社の(株)エスワイプロモーションの専用タンクローリーによって、決められた品質管理体制のもと運搬されます。



受入時の油のチェック



マヨネーズの味の決め手となる醸造酢。この酢はすべてグループ会社のキュービー醸造(株)で製造しています。マヨネーズに最も適した酢を「発酵調熟法」という独自の技術で作りに上げてきました。酢の品質を保つには、特に発酵を担う微生物の管理が重要で、温度や栄養など環境の変化で発酵状態にも影響が出てきます。最適な環境を保つために、24時間自動制御で発酵管理し、担当者が常に細心の注意を払います。でき上がった酢は、風味などの官能検査や化学検査を行い、マヨネーズの原料として使われます。



発酵状態をチェック

## 良い卵は 健康な鶏から生まれてきます



取引先 / 鶏卵生産者  
大谷 健一様

鶏も人の子と同じように、健康管理にはとても気を使います。健康に育てるためには、鶏が気持ち良く過ごせる環境を整えてあげなければなりません。飼料はもちろんのこと、快適な状態を保つために、照明を始めとする鶏舎内の環境管理には細心の注意を払っています。また、病気を未然に防いであげることも重要です。外部からの病気やウイルスの侵入を防ぐために、小動物はもちろん、人の出入りも厳しく制限しています。私たちは鶏が健康に育つために、どんな環境が快適なのかを常に考えています。



ケージ(鳥かご)内のチェック

## 先進の製造システムが いっそうの安心をお届けします

たとえどんなに良い原料を調達しても、それだけでは良い製品は生まれません。常においしく、安全なマヨネーズをお客様に提供するために、私たちが心がけていることは、「あたりまえのことをあたりまえにやる」ことです。

マヨネーズは、卵、油、酢といった原料を一定の割合で混ぜ合わせ、乳化させて作ります。さらに出荷するまでにも、さまざまな工程を経なければなりません。それらの各工程において、「大体OK」「大丈夫だろう」とあいまいにすることなく、一つ一つ確認していく必要があります。そして、問題があれば製造をとめて、どこに原因があったのかを確認します。必要と判断されれば、他にも問題が発生していないか、その製造ラインで作られたすべての製品を再度検査することもあります。各工程での確認作業を、より確実にするためのシステムが、

1983年より自社開発し導入しているFA(ファクトリー・オートメーション)システムです。

FAシステムにより、多くの確認、記録作業を自動化することで、従業員は品質や風味の確認といった、人でなければできない作業に集中することができます。これにより問題の発生を未然に防ぐだけでなく、万一問題が発見された際には、記録された情報により迅速に原因の特定を行うことができます。

さらにこの記録された情報を組み合わせることで、製造段階における製品の足跡情報を速やかにたどることができるトレーサビリティを実現することができました。

これにより迅速なトラブル原因の究明と、お客様への速やかな情報提供を可能にしています。

### ◆ マヨネーズの製造工程



割卵



乳化



充填

### 卵の高度利用!

## 卵にはたくさんの可能性が詰まっています

キューピーでは1年間におよそ40億個もの卵を使いますが、すべてがマヨネーズに使われているわけではありません。卵の研究を続けていく中で、卵黄はもちろん、卵白、卵殻、卵殻膜にも実にさまざまな可能性があることが分

かりました。ちょっと想像できないかもしれませんが、現在では、卵素材品をはじめ化粧品、衣料品、そして医薬品や、学校のチョークなどの原料として、卵を100%活用しています。



卵黄

..... 食品用乳化剤、ヘアケア製品、乳液、医薬品原料など



卵白

..... 食品原料、卵白プロテイン、化粧品・医薬品原料など



卵殻

..... 栄養機能食品、介護食、育児食、チョークなど



卵殻膜

..... 化粧品原料、美白サプリメント、衣類の原料、うまみ調味料など

卵殻・卵殻膜については、ウェブ版  24ページもご覧ください。

## 「親を大切にする」気持ちで 皆様と接しています

私たちをとりまく皆様と接する際に、

いつも心がけていることがあります。

それは社訓でもある「親を大切にすること」。

親孝行できる人とは、人の好意に感謝しそれに報いようとする人。

そういった気持ちを常に持つことが、

互いの信頼関係を築く上で最も大切なことだと考えています。

お客様

地域社会

取引先

従業員

株主・投資家

## お客様とのかかわり (詳しくは、冊子版 11・12ページで)

お客様にもっと親んでもらえる商品をつくるために、品質管理や使いやすきの向上などに取り組んでいます。またお客様からいただく声を大切に、心を込めて対応を行っています。

## 従業員とのかかわり (詳しくは、冊子版 13・14ページで)

一人ひとりのやる気を後押しする人事制度やキャリア支援。そして、部署や仕事を越えたコミュニケーションの場の提供など、個性や技能を十分に発揮できる職場づくりに積極的に取り組んでいます。

## 株主・投資家とのかかわり (詳しくは、ウェブ版 13ページで)

### 皆様の期待が 私たちのやる気変わります

私たちは株主・投資家の皆様を「キユーピーを応援してくださっている方々」だと考えています。そんな皆様の期待に応えるために、安定した株価と利益還元の実現はもちろん、適切な情報開示に努め、よりいっそう応援していただける存在になりたいと思っています。また、株主の皆様には感謝の気持ちとして、2002年度よりキユーピーの新商品を中心とした優待品をお贈りしています。



株式課の川波真紀子、信藤恭一、向井啓一

## 取引先とのかかわり (詳しくは、ウェブ版 14ページで)

### より良い商品をお客様にお届けするために

私たちは「良い製品は良い原料からしか生まれたい」と考えています。そのため、原料や資材を納品してくださるメーカー様とは、一緒になって製品づくりに取り組んでいただける関係の構築に努めています。また、販売店様には旬の素材と私たちの商品を使ったメニューをお客様にお伝えしていただくなど、さまざまなご協力をいただいております。すべてのお取引先と誠実に接し信頼を高め合うことで、より良い商品をお客様にお届けできるようにしています。



原料メーカー様への訪問

## 地域社会とのかかわり (詳しくは、ウェブ版 15・16ページで)

### たとえばオープンキッチンを行っています

キユーピーでは、工場は家庭の台所の延長であると考えており、長年培ってきた生産技術、食への考えや取り組みを一般の皆様公開する工場見学を「オープンキッチン」と呼んでいます。年間およそ10万人の見学者にお越しいただきますが、その際には、野菜摂取の重要性や環境保全の取り組みについてもお話しています。このオープンキッチンが、健やかな食生活について考えるきっかけになることができればと思っています。



オープンキッチンの様子 (仙川工場)

※オープンキッチンを行っている工場

五霞工場(茨城県)：(0280)84-3111、仙川工場(東京都)：(03)3300-1111、

挙母工場(愛知県)：(0565)34-0221、伊丹工場(兵庫県)：(06)6422-1521、鳥栖工場(佐賀県)：(0942)83-3185

## お客様とのかかわり

### お客様にとって

「あんしん」「うれしい」「たのしい」 キューピーでありたい

「お客様第一」、あたりまえのことですが、常に心に留めて取り組むことが大切です。私たちは、おいしい食生活の提案を通じて、これまで以上に皆様の明るく健やかな生活を応援していきたいと思えます。



### あんしん 品質を守ることで 食べる喜びをお届けします

キューピーでは、手の洗い方から原料調達、設備管理まで、さまざまな品質を守るためのルールを定めています。しかしルールは守る人がいて初めて意味があるもの。私たちは、ルールを定めると同時に「自分の大切な人に食べてもらうことができますか？」という質問をいつも自分自身に投げかけながら、品質管理に取り組んでいます。

say!

#### 安全・安心をお届けします

目で見える管理はもちろん、目では見えない微生物を常に意識して作業することの大切さを厳しく教わりました。常に間違いのない、安全・安心な製品を提供できるよう皆で努力しています。



正木 美帆 (仙川工場 キューピーハーフミキサー担当)

### うれしい お客様の視点で考えると デザインもやさしくなりました

誰にでも使いやすいユニバーサルデザインの必要性がますます高まっています。キューピーでは以前から「多くの方に使いやすく」という考えのもと、商品開発を行ってきましたが、さらにお客様のニーズに合ったユニバーサルデザインの導入に取り組んでいます。

#### マヨネーズ用キャップをダブルキャップ化



### たのしい お客様と食について 気軽に話せる企業をめざします

お客様に食生活をもっともっと楽しんでいただきたい。そんな思いから、キューピーのホームページには、『とっておきレシピ』や裏ワザ情報など、ご家庭で食事を作って食べる“たのしさ”を発見してもらうために、便利で楽しいコンテンツを充実させています。また、食に関するビデオなどの配布や講演会など、食を中心としたコミュニケーション活動にも積極的に取り組んでいます。



[http://www.kewpie.co.jp/recipe/urawaza\\_recipe/](http://www.kewpie.co.jp/recipe/urawaza_recipe/)

## お客様相談室は お客様との大切な接点です

お客様に本当に喜んでもらえる良い商品を作るために、お客様の意見はとても貴重です。お客様相談室には、年間約4万件のご意見をいただいています。その一人ひとりがキューピーに興味を持ってくださったり、アドバイスをくださる縁の深いお客様で、私たちはその出会いを大事にし、心を込めて対応をしています。

## face to face

1973年にお客様相談室を設置して以来、お客様に「これからも、安心して製品を使います」とおっしゃっていただけるように、商品に対するご指摘をいただいた際には直接訪問し、お話をうかがうことを基本とする対応を行っています。そのために、各事業所に担当者を配置しています。

### お問い合わせ事例 2005年度受付数43,073件(前年比110%)

Q

〈鳥インフルエンザについて〉

鳥インフルエンザが気になります。  
マヨネーズの卵は安全ですか？

A

鳥インフルエンザは、鶏卵を食べたことで感染した例はないと国の機関から報告されています。キューピーで扱う卵は国の定めた条件に基づき、すべて割卵前に消毒し、鳥インフルエンザウイルスより熱に強いとされるサルモネラを死滅させる条件で加熱殺菌を行っています。また、2004年より加熱殺菌の表示を、マヨネーズの外袋に記載しています。

Q

〈アレルギーについて〉

卵アレルギーですが、  
マヨネーズを食べても大丈夫ですか？

A

卵アレルギーの方の中には加熱した卵なら召し上がることができる方もいらっしゃいますが、マヨネーズの卵は生の性質と状態を保てる条件で加熱殺菌しています。そのため生の卵と同じように気をつけてお使いください。

## お客様の声が商品に反映されています

### 「アヲハタ 55 ジャム」 の場合

アヲハタ55ジャムはフルーツの風味をいかした糖度の低いジャムで、保存料を使用していないために、まれにカビが生えることがありました。以前よりご指摘をいただいております。担当部署ごとに改善を続けてきました。2003年にお客様相談室から改めて経営会議に報告され、プロジェクトチームを結成。対策会議を開き商品を改善しました。

#### 【プロジェクトチーム構成】

商品開発部門・営業部門・品質保証部門・広報部門・お客様相談室

### 【対策会議】

カビが生えるのは、ジャムが空気に触れることで空気中の菌が付着するため。そこで2つの原因に対する対策が検討されました。

#### 【原因1】

開栓前にキャップに衝撃が加わることで、一瞬空いた隙間から瓶の中に外気が入ってしまうため。

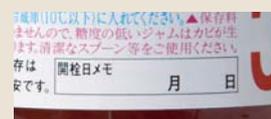
#### 【原因2】

開栓後に長期間置いていたため。

【対策1】キャップのシュリンクを強化して、万一の際にも空気が入りにくいように改良。外箱(段ボール)に注意を表示して、流通段階での取り扱いを注意していただく。



【対策2】実際にキャップの開け閉めを繰り返して、カビが生えるまでの期間を検証し、召し上がっていただく目安の期間を設定。同時に、開栓日を記録できる「開栓日メモ」をラベルに追加。



## 従業員とのかかわり

### 安心して働ける職場づくり 全員のやる気をあと押しします

「企業は人なり」と言われるように、  
人材こそが会社独自の力を生み出して  
発展をもたらしてくれるもの。  
そのために従業員が高い志を持ち  
安心して仕事に取り組めるよう、  
さまざまなキャリア支援を実施しています。



## 人事・労務制度

社員の成長なくして企業の発展はありません。一人ひとりが専門性に磨きをかけ、その道のプロと呼ばれる人材に成長してほしい。そんな思いから、年齢や性別に関係なく仕事を基準として報いる公正な制度をめざし、最終的な結果だけでなく、それまでのプロセスを大事にした評価を行っています。また、2007年の次世代認定マーク取得をめざし次世代育成支援対策に取り組むなど、社員の出産・育児と仕事の両立を支援しています。社員が安心して仕事に臨むことができる環境が、社員のやる気を後押しし、キューピーの未来を創っていくと考えています。

## キャリア支援制度

社員一人ひとりがキャリアを描きやすいよう、マネジメント領域でのキャリアアップをめざすマネージャー職や、専門性をさらに深めていくエキスパート職などさまざまなコースを設定しています。また、社員の今後の仕事上の夢や進路を会社や上司と共有し、共に実現に向け取り組んでいくキャリア自己申告制度や、個人の能力を引き出す各種研修の充実を図り、仕事を通じた自己実現を後押ししています。



研修の様子（グループ人材開発センター）

say!

みんなが元気な職場を作りたい！

もっと視野を広げいろいろな仕事に挑戦したいと思い、2005年、総合職になりました。多くの女性が働く工場の総務として、まだまだ少ない女性管理職の一人として活発に発言し、社内のコミュニケーションを活性化していきたいです。また、会社もキャリア支援制度など、もっとおせっかいなくらいに周知して、みんなのやる気を後押ししてほしいと思っています。女性や若手のみなさん、一緒にがんばって元気な職場を作りましょう！



時 妙子（中河原工場 総務課）

## 障害者の雇用を積極的に行っています

当社の特例子会社(株)キューピーあいでは、障害者雇用を進めるとともに、グループ会社に情報提供を行い、各社の障害者雇用を応援しています。同社は、経理事務、名刺印刷、データ入力、ダイレクトメールの発送、ホームページの作成などさまざまな業務を受託しています。障害の特性で役割を決めるのではなく一人ひとりの技能・知識などの適性を尊重し、自分らしさを発揮できる業務に取り組んでいます。

### [働きやすい環境づくり]

全員が同じ条件で仕事に取り組めるように、設備面でのバリアフリーはもちろん、聴覚障害者にも情報がリアルタイムで行き届くよう、手話通訳者を常勤で配置するなど、従業員が障害に関係なく能力を発揮できるように、運営面においてもさまざまな工夫を行っています。



(株)キューピーあい本社

(株)キューピーあい  
<http://www.kewpie-ai.co.jp>

## 一人ひとりが活発なコミュニケーションをとっています

キューピーは、一人ひとりが持っている知識や知恵、経験、価値観などを共有することで、新たな気づきが生まれると考えています。たとえば、「電子かわら版iQp」。パソコンを開くだけで簡単に参加できるコミュニティの場です。iQpにアクセスすれば、社内の情報や各部署の取り組みなどを共有できるだけでなく、自分の意見を発言する(書き込む)ことが可能です。iQpで紹介されている記事・情報への感想や、日ごろ感じていることなど、さまざまな意見が日々やり取りされています。このように私たちは、部署や職場の枠を越えた活発なコミュニケーション活動を行なっています。



iQpの人気コーナー「今週のオピニオン」

## 親を大切にする社風は私たちの誇りです

キューピーの社訓の一つに「親を大切にすること」が掲げられていることに驚かれる方もいらっしゃるかもしれません。しかし、これは私たちにとって人とのかかわり方を示す基本的な考え方です。「親孝行できる人とは、人の好意をありがたく感じ、それに報いようとするのできる人。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、その会社は自ずと発展するはず」というキューピー創始者の中島董一郎の考えを、私たちは誇りを持って受け継いでいます。その一例として、当社は社員のご父母の皆様へ、毎月の近況をご報告する手紙と、夏と冬に当社の新商品をお送りしています。また、一部の工場ではご家族の方に、従業員の普段の仕事を知ってもらうため「家族見学会」

を開催しています。こうした活動を継続することで、私たちはこれからも「親を大切にすること」を大事にしていきたいと考えています。



家族見学会の様子(五霞工場)

13・14ページは主としてキューピー株式会社の取り組みを紹介しています。

## 環境保全活動は 私たちの大切な使命です

私たちにたくさんの恵みを与えてくれる自然に感謝し保全していくために、環境負荷を減らしていくことは、企業、そしてこの地球に生きる一人として大切な使命だと考えています。

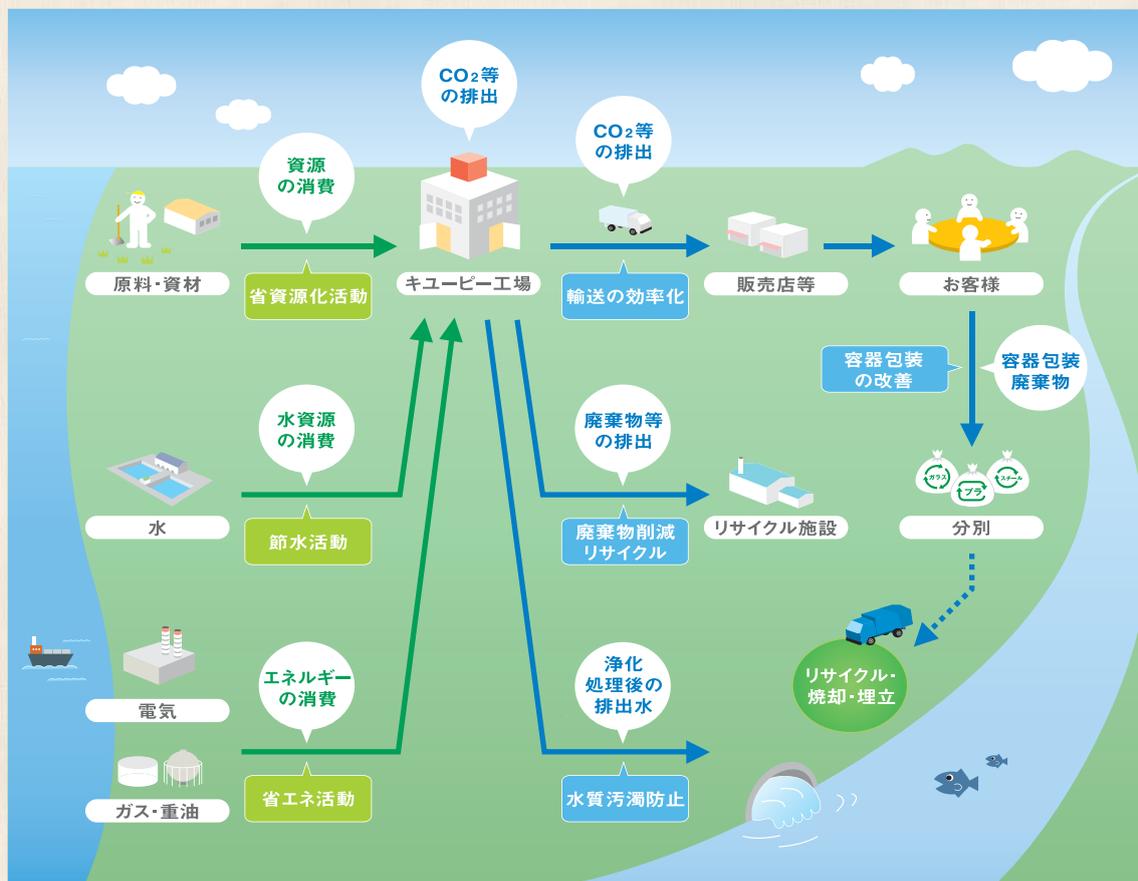
キューピーでは、各社・各部門が目標を立て、環境保全活動に取り組んでいます。



## 私たちのものづくりは 地球環境と切り離して考えられません

製品を作りお客様にお使いいただくまでに、資源やエネルギーの消費、廃棄物の発生やCO<sub>2</sub>の大気への排出など、少なからず地球に負荷を与えています。私たちは事業活動にともなう環境への負荷を正しく認識し、持続可能な地球環境のために省エネ・省資源、廃棄物削減、容器包装の改善などの環境保全活動を推進していきます。

### 主な環境影響と環境保全活動



環境保全にかかわる活動や実績についての詳細は、ウェブ版の「環境報告」をご覧ください。

## 容器包装の改善で 環境負荷の削減に努めています

容器包装はおいしさをはじめ商品の品質を守るために欠かせないものですが、それを製造する際にエネルギーを消費し、ご使用いただいた後は廃棄物となります。キューピーでは、容器の省資源化やリサイクルをしやすいするための改良など、環境負荷の低い容器の設計・選定に取り組んでいます。

### たとえば

#### ■ 容器に使う資源を減らします！

容器を軽量化することで、原材料となる資源の使用量や製造するときのエネルギー消費量、使い終わった後の廃棄物を削減することができます。家庭用のマヨネーズ類では、2000年から2005年にかけて容器の重量を10%～15%削減しました。



#### ■ ゴミを出す時のことを配慮します！

##### はがしやすいラベル

糊の材質を改良して、ラベルをはがしやすくしています。

##### 軽量瓶

容器メーカーと協力して、強度や保存性が落ちないようにさまざまな検討を重ね、継続的に軽量化を行っています。

(1992年と比べて、80g (38%) 重量ダウンしました)

##### 取りはずしやすい中栓

リサイクルの際にガラス瓶から中栓をはずしやすいように工夫しています。

##### 分別方法をラベルに記載

ご使用後の分別方法に関する情報をラベルに記載しています。



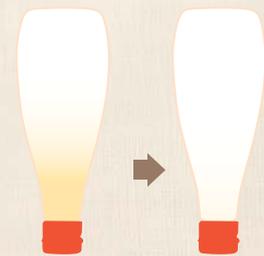
### ご存知ですか？

**Q** マヨネーズの容器をリサイクルに出すために、最後まで使いきりたいのですが、どうしたらきれいに使いきれますか？

**A** 次のようにお使いいただくと、きれいに使いきれます。

マヨネーズボトルに空気を入れて逆さにしておくと、マヨネーズはきれいに絞り口の方へ集まります。その際、空気を入れることで酸化しやすくなりますので、必ず冷蔵庫で保管してください。

また、容器にわずかに残ったマヨネーズを取り除くには、水で軽くすすいでください。  
(注意: お湯や洗剤を使うと、かえって油分が取れにくくなります。)



#### ■ 容器包装廃棄物のリサイクルについて ～容器包装リサイクル法への対応～

各家庭で分別され、集められた容器包装は、事業者がリサイクルすることになっており、当社も指定法人を通じてリサイクルしています。

(2005年度指定法人への委託費用: 約3億5000万円)



ノンオイルドレッシングを入れてよく振ると、違った味のドレッシングを味わえて、しかも容器がきれい！

### すべての皆様に 信頼される企業であるために

皆様から信頼され親しまれる企業であるために、  
いつも誠実でありたい。  
そして、自らの仕事に誇りを持てるよう、  
いつも正直でありたい。  
それが食に携わるキユーピーの姿勢です。

### 内部統制・リスク管理の充実を進めています

コーポレートガバナンス(企業統治)の機能は大きく3つに分けられます。

#### 経営・監視

株主総会や取締役会・監査役会  
など。

#### 業務執行

代表取締役社長を中心とした各  
事業部門など。

#### 内部統制・リスク管理

コンプライアンス委員会や監査  
室など。

キユーピーでは、近年特に「内部統制・リスク管理」の充実に努めてきました。

#### 【内部統制・リスク管理への取り組み】

**コンプライアンス(法令遵守)**▶2004年1月、「グループ倫理行動規範」を制定し、コンプライアンス委員会、内部通報相談制度であるヘルプラインを設置しました。2005年9月にはコンプライアンスプログラム推進の一環として「マインドアッププログラム」を開始しました。

**監査室**▶2004年7月にグループの健全性の向上と経営強化のため、監査室を設置。客観性・独立性を保ちつつ、企業ニーズに即した監査体制を整えました。2004年12月には内部監査規定を制定しました。

**その他**▶情報セキュリティ委員会(2003年5月)、リスクマネジメント委員会(2006年1月)などを設置しました。

### コンプライアンスの意識を浸透させています

従業員にコンプライアンスの意識を浸透させるために、その正しい知識や考え方を学ぶマインドアッププログラムを実施しています。各部署の推進責任者が勉強会を実施。事業所ごとの勉強会の結果報告を受け、グループの状況をまとめ、社内に報告しています。

#### 第1回の実施状況

テーマ：セクシャルハラスメント  
対象事業所：キユーピーグループ  
各事業所(86箇所)  
対象者：管理職  
実施期間：2005年9月～12月  
実施率：81%

#### 実施方法

- ① 女性従業員を対象にセクシャルハラスメントに関するアンケートを実施
- ② 回答内容をもとに、各事業所の管理職がケーススタディを実施
- ③ ①、②をもとにセクシャルハラスメントについての意識のギャップについて考える
- ④ 実施レポートは事務局に報告し、集計結果を社内に報告

# 報告書の作成と社内ダイアログ

「キューピーグループ 社会・環境報告書2006」冊子版をご覧いただき、ありがとうございました。ぜひご意見やご感想をお寄せいただき、今後の活動の参考にさせていただくとともに、皆様とのコミュニケーションを図っていかれたらと考えています。



今回の報告書では、構成を大幅に変更するだけでなく、さまざまな部署から若手を中心に集ってもらい、内容について議論する社内ダイアログを7回にわたって実施しました。

キューピーグループは社会からどのようなことを期待されているのか。それに対してどのように考え、どのような取り組みをしているのか。それをどのように伝えていけ

ばよいのか。会社や部署の一員としてだけでなく、一読者としても客観的に会社を眺める議論を通じて、参加者にとっては改めて自社を見つめなおす一つの機会になったのではないかと感じています。

この報告書はそのダイアログを反映して作成したものです。キューピーグループのありのままの姿としてお読みいただけましたら幸いです。

編集担当：佐々木 吾朗 石井 祐子 福村 州央(社会・環境推進室)



## ■ 今回のダイアログに参加した従業員のコメントを紹介します

<p>伝えるべき情報を、従業員が参画して作成できたことはとても意義があったと感じています。また、社会環境が求める情報開示の領域の拡大と変化を実感しました。 青柳 秀一</p>	<p>会社とのかかわり方が一従業員としてだけでなく、さらに先にある家族、地域社会、世界環境など、私自身が存在しつづける意味を見つめなおす良い機会でした。 春日井 篤</p>	<p>伝えたいことをきちんと伝えることの難しさを実感しました。私たちの会社のこと、メンバーの気持ちが、この報告書をご覧くださいる皆さんに届きますように！ 川村 晶子</p>	<p>五霞工場の家族見学会に参加。自分が従業員として、家族として、何を伝えたいのか、少しわかったような気がしました。 櫻井 尚樹</p>
<p>「どう表現したら伝わるだろうか」と手探りの中、社内外に伝える難しさや大切さを改めて感じました。アンケートで戴いたご意見をこれからの活動に活かしていきます。 新村 成彦</p>	<p>この様に話し伝えることが、今まで積み上げてきたものを次世代へ受け継いでいく大切なことだと気づき、もっと多くの方に伝えたいと感じるようになりました。 高井 義幸</p>	<p>自分自身の考え方が整理され、誤解していた内容や新たに知った情報も数多くありました。強み・弱みとして認識を共有化できたことは、着実に改善していきたいです。 土田 敦</p>	<p>私自身は、ほとんど打ち合わせに出席できずに残念でしたが、メンバーの思いの詰まった報告書ができたと思います。 長瀬 伸二</p>
<p>これまで自分が仕事で関係したことがないと、まったく知らなかったことがたくさんありました。他部署の方と会話する機会を得て、大変感謝しています。 糠澤 美智代</p>	<p>仕事でかかわりのない部署の人とも議論する機会があり、仕事が変わっても思いは同じだと再認識しました。読者の皆様にもこの雰囲気や伝わることを願っています。 林 邦彦</p>	<p>報告書に携わっていく中で、当社グループの企業理念から始まる日ごろの活動のあり方が、昨今いわれるCSRの概念に触れるものではないかと感じました。 前田 祐基</p>	<p>この報告書が社内の人と多くの読者との相互理解を進めるための橋渡しとなり、親しまれる会社に近づくことができたうれしいです。 村上 信行</p>
<p>特別意識しなくとも普段普通に取組んでいることで、お客様に「信頼」され、「親しまれる」企業が理想だと思います。 山本 信一郎</p>	<p>現在行っていることを見直すだけでなく、会社を魅力的にしておくために、「今後ももっとこうなるといいね」と皆で未来を考えられるきっかけになったと思います。 吉岡 典子</p>	<p>今回は「当社グループの取り組みはこうです」という内容でした。次回は「私たちはこう考え、こうして行きます」といった内容にしていきたいと思っています。 若月 聡</p>	

各位

「キューピーグループ 社会・環境報告書2006[冊子版]」送付のご案内

拝啓

時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。

さて、「キューピーグループ 社会・環境報告書2006」をお届けいたします。今回もいくつかの見直しをいたしました。グループ会社の活動を含め、報告書タイトルを「環境・社会報告書」から変更し、社会性に関する記述を増やし、冊子版とウェブ版(インターネットにより閲覧できます)の2部構成となっています。

当社のお客様相談室を通して消費者の皆様からご指摘いただいたこと、株主総会で株主の皆様よりご指摘いただいたこと、従業員との対話などを含め、幅広くステークホルダーの皆様との関わりを意識して作成いたしました。

まだ不十分な点多くございます。何卒皆様から忌憚のないご意見やご感想を賜り、次回以降の改善に役立てたいと存じます。

皆様の益々のご健康とご活躍をお祈りします。

敬具

キューピー株式会社 社会・環境推進室 中島 周

キリトリ線

郵便はがき

150-8790  
200

東京都渋谷区渋谷1-4-13

キューピー株式会社  
社会・環境推進室 行

料金受取人払

渋谷局承認

888

差出有効期限  
平成20年6月  
30日まで  
(切手不要)

アンケートご協力をお願い

アンケートハガキの質問にご回答いただきましたら、ミシン目に沿って切り離し切手を貼らずにご投函ください。

また、当社ホームページからもご回答いただけます。

「キューピーグループ  
社会・環境報告書2006[ウェブ版]」  
のご案内

2006年版の報告書は2部構成になっています。環境への取り組みや社会性に関する詳しい内容は、当社ホームページより[ウェブ版]をご覧ください。

アンケートのご回答、本報告書の詳しい内容については、下記へアクセスください。

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



お差し支えがなければご記入願います。(✓印をおつけください)

a. 年齢をお聞かせください。

- 10代以下 20代 30代 40代 50代  
60代以上

b. 性別をお聞かせください。

- 男性 女性

c. 当社とご関係をお聞かせください。

- お客様 お取引先 投資家・株主  
NPO・NGO メディア関係 企業のご担当者  
当社グループ従業員・家族  
その他( )

キリトリ線

Food, for ages 0-100



「キューピーグループ 社会・環境報告書2006」についてのお問い合わせ先

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13 キューピー株式会社 社会・環境推進室  
TEL 03-3486-3316 FAX 03-3498-1806 E-mail kewpie@kewpie.co.jp

#### アンケートご協力をお願い

アンケートハガキの質問にご回答いただきましたら、ミシン目に沿って切り離し切手を貼らずにご投函ください。

また、当社ホームページからもご回答いただけます。

#### 次回報告書を希望される方

2007年版の報告書は2007年春に発行予定です。送付を希望される方は社会・環境推進室までご連絡ください。

当社ホームページのアンケートからお申し込みいただけます。

アンケートのご回答、本報告書の詳しい内容については、下記へアクセスください。

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



#### 「キューピーグループ 社会・環境報告書2006」読者アンケート

1. 本報告書を「冊子版、ウェブ版」の2部構成とさせていただきますことについてお聞かせください。  
読みやすい 読みにくい どちらともいえない
2. 本報告書(冊子版、ウェブ版)をご覧いただき、特に興味を持たれた内容や不十分だと思われる内容をお聞かせください。
3. 当社グループの社会活動・環境保全活動について、ご意見・ご感想などがございましたらお聞かせください。

ご協力ありがとうございました。