

キューピーグループ
社会・環境報告書2006 [ウェブ版]



CONTENTS [ウェブ版] 冊子版とあわせてご覧ください

マネジメント

1. マネジメント 02-04

社会性報告

2. お客様とのかかわり 05-09

3. 従業員とのかかわり 10-12

4. 株主・投資家とのかかわり 13

5. 取引先とのかかわり 14

6. 地域社会とのかかわり 15-16

環境報告

7. 環境方針・目標 17

8. 環境マネジメントシステム 18-21

9. 環境負荷の概況 22

10. 廃棄物削減・再資源化 23-25

11. 省エネルギー・省資源化 26-27

12. その他の環境負荷低減 28

13. サイト別環境負荷データ 29

2006年版の報告書は、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部構成になっています。

CONTENTS [冊子版]

ホームページからもご覧いただけます

- ・キューピーの約束
- ・キューピーはどんな会社？
- ・キューピーのものづくり
- ・キューピーとかわかる人たち
- ・キューピーと地球環境
- ・キューピーの姿勢
- ・報告書の作成と社内ダイアログ

■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。

Food, for ages 0-100





哲学と理念

社是

楽業偕悦

らくぎょうかいえつ

同じ志をもって一致協力して目標に向かい、個人の意欲・やりがいを大切にして仕事(業)を楽しみ、困難や苦しみを分かち合いながら、悦びを偕に(ともに)していこうという考え方が、私たちの基本的な価値観となっています。

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。

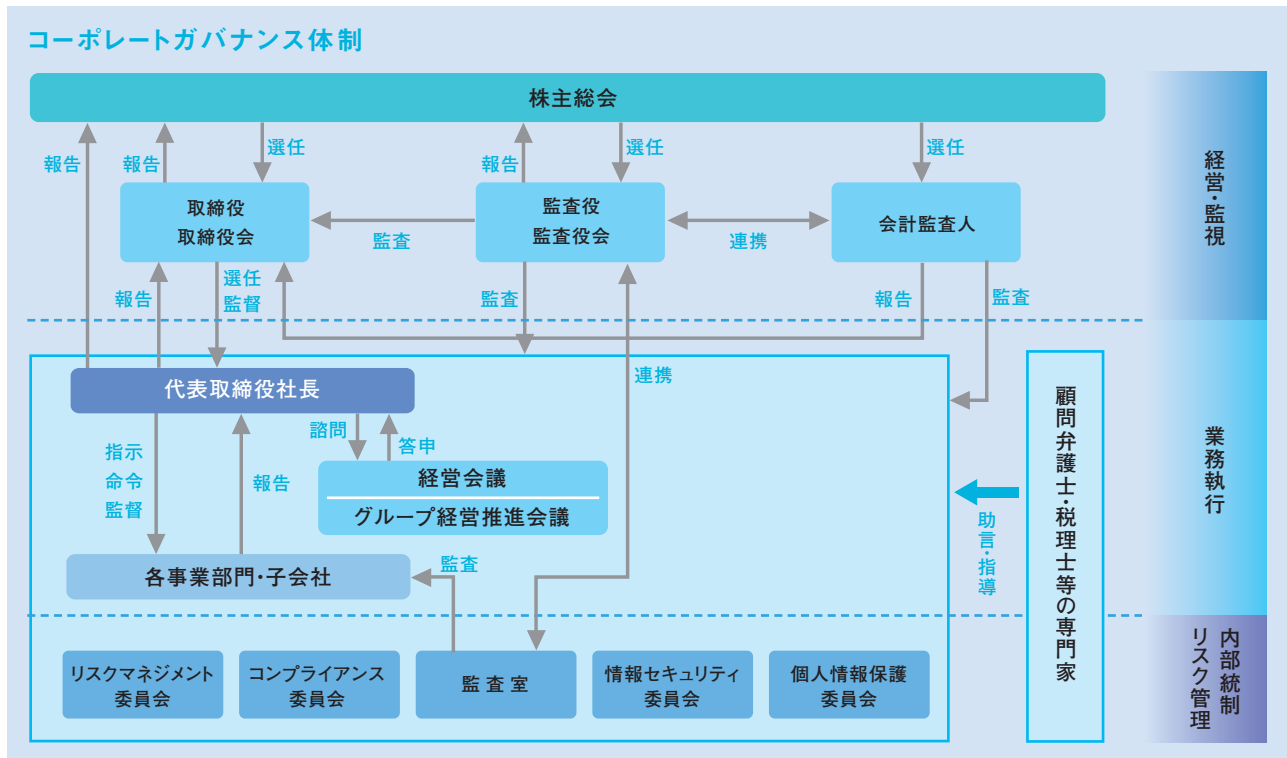
地域社会 … 地域社会との、よりよい共生に努めます。



コーポレートガバナンス

A コーポレートガバナンスに関する考え方

当社グループは、効率的な経営によって企業価値の最大化を図るため、経営上の組織体制や仕組み・制度などを整備するとともに、企業の持続的な発展のために不可欠なコンプライアンス体制の整備やCSR(企業の社会的責任)を推進していくこと、また経営の成果を株主やお客様、取引先、従業員といったステークホルダー(利害関係者)に適切に配分することを経営上の重要な課題に位置づけています。



B 内部統制

当社グループの内部統制は、リスク管理を体系的に定めたリスク管理規定に基づき、組織的・継続的に監視する方法をとっています。具体的には、代表取締役を委員長とするリスクマネジメント委員会において、グループ全体にわたるリスクの評価、優先順位などを総括的に管理しています。また内部監査部門として監査室を設置し、品質・環境・安全などの自主監査スタッフと連携して各部署の日常的なリスク管理状況の監査を実施しています。監査室では、社内のリスク管理体制整備の進捗状況とあわせて、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の報告を行っています。

また、危機発生に備え、危機管理マニュアルを作成し、あらかじめ具体的なリスクを想定・分類して、有事の際の迅速かつ適切な情報伝達と緊急体制を整備しています。

「ステークホルダーに納得していただけるグループ監査」をめざして。

監査室では、事業所への定期的な巡回監査と、リスク情報などをもとに行うテーマ監査を実施しています。巡回監査では、社長や事業所長だけでなく、なるべく多くの方から話を聞くようにしています。

また、監査だけで終わることなく、改善提案や役立つ情報の提供を行っていくことも心がけています。



富山 道生、西澤 弘泰(監査室)

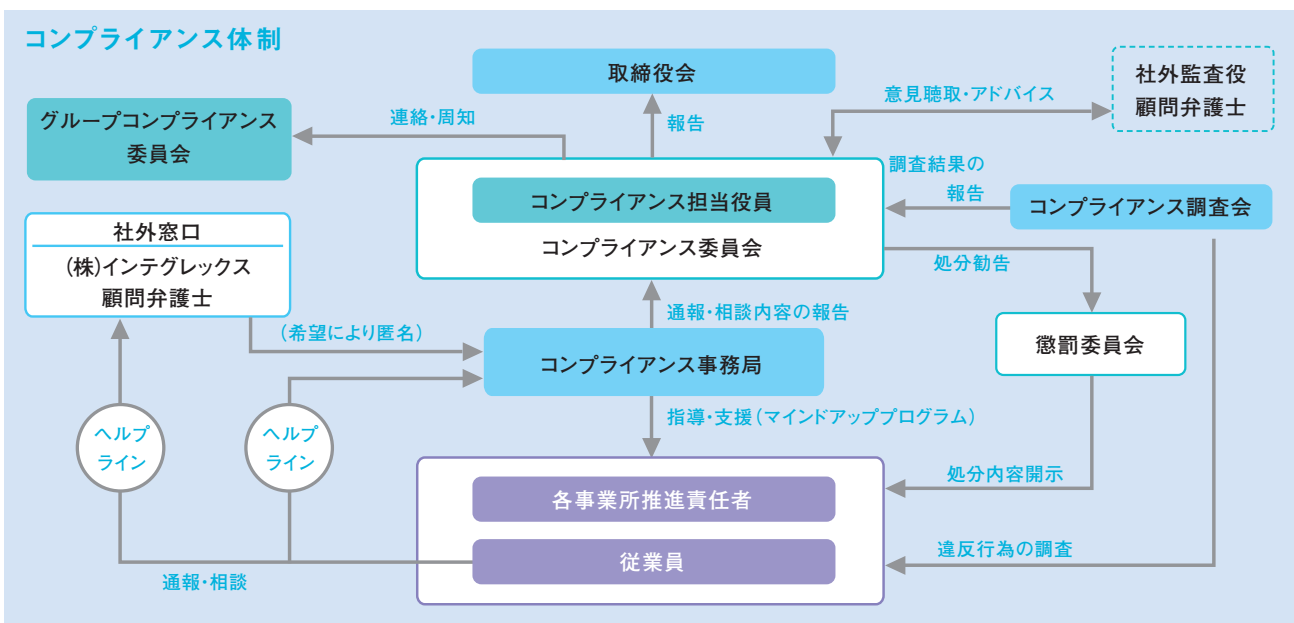


コンプライアンス

A コンプライアンス(法令遵守)に関する考え方

当社グループでは、2004年度に「グループ倫理行動規範^{*}」を制定し、グループ会社の尊重する価値観と、とるべき行動を明らかにしました。グループの事業活動を支えるのは従業員であり、その行動の基本となる考え方をグループ内外に透明にすることが、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。2005年度からは、従業員がコンプライアンスについての正しい知識と考え方を学ぶ「マインドアッププログラム」を開始しました。

※グループ倫理行動規範 ▶ http://www.kewpie.co.jp/company/corp/koudoukihan/info_10_main.html



B マインドアッププログラム(コンプライアンス教育)

マインドアッププログラムは、コンプライアンスに関するさまざまなトピックについて正しい知識と考え方を啓発する、コンプライアンス委員会の試みです。委員会が作成する資料を使って各事業所の推進責任者が勉強会を実施し、その報告を元に委員会でグループ全体の状況をまとめてフィードバックを行います。これまでに「セクシャルハラスメント」と「労働時間」について行いました。

「記録」だけでなく「記憶」に残るプログラムを。コンプライアンスは「法令遵守」という漠然としたイメージが先行しがちなので、マインドアッププログラムでは身近なテーマで具体例を提示することを心がけています。今後も、勉強会の実施ということだけにとどまらず、みなさんの記憶に残るプログラム作りを進めていきたいと思っています。



川村 晶子、清水 めぐみ(法務部)

C ヘルプライン(内部通報制度)

ヘルプラインは、コンプライアンス事務局が運営する、社内の不正・違反行為などを通報・相談する制度です。社内外に4つの通報相談窓口を用意しており、グループと雇用関係にあるすべての従業員(パート・アルバイト・派遣社員含む)が利用できます。2004年2月開設以来の通報・相談は2005年11月現在までに32件あり、3分の1がパワーハラスメントやセクシャルハラスメント、その他は経費の使い方、人事労務に関する指摘・相談でした。違反事例につきましては、個人を特定できない形で全従業員に情報開示を行い、再発の防止に努めています。



お客様の安全①

A 品質に関する考え方

品質第一主義を貫き、一番大切な方に安心してお使いいただける製品をお届けすることを約束します。

当社グループの品質を考える上で大切な製品に育児食があります。

大切な赤ちゃんが元気に育って欲しいと願い、食事を与えるお母様の気持ちになって、心を込めて安全な育児食を作る。この育児食づくりへの思いが、当社グループの製品すべての品質に関する考え方の基礎となり受け継がれています。

また食品の製造・販売は言い換えれば、「多くの方の命を預かっている」といっても過言ではなく、安心できる原料を使用し、細心の注意を払って衛生的に製造し、お客様にお届けするまで万全を期さなければならないと、従業員全員がいつも同じ思いで仕事に取り組んでいます。

B 品質へのこだわり

食品の製造に魔法はなく、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。当社グループでは、あらゆる製品の原料について、その考えを基本とした吟味を行っています。

『品質規格書と現地訪問』

当社グループでは、使われるすべての原料について、独自の「品質規格書」の提出を原料メーカー様にお願いしています。この品質規格書では、原料そのものの品質だけでなく、現場の衛生管理から製造工程にいたるまで、さまざまなチェック項目に記入していただいています。

さらに直接担当者が訪問し、書類には表れない現場の雰囲気や実際の運用状況などを確認しています。例えば異物を除去するためのフィルターを「チェックしている」場合、どのようなチェックを行っているか、実際に普段どおりにやってみていただくこともあります。

また、品質規格書は電子ファイルにて一元管理しています。これにより常に最新の情報を確認できるだけでなく、お客様からの原料に関するお問い合わせに対して、迅速にお答えすることができるようになりました。

ともに信頼し協力し合える関係を築いています。

原料メーカー様への訪問の際には、事前にチェック表に記入をお願いし、その内容に沿って一緒になって製造ラインを確認しています。また、その後にはお互いの考え方について話し合う時間を持つようにしています。原料メーカー様の訪問は、良い製品を作るための思いを共有し、一緒になって取り組んでいただくために行うものだと考えています。



中野利 徹(品質保証本部 原料管理チーム)

C 品質保証体制

輸入原料の安全性、残留農薬、BSEや鳥インフルエンザといった、近年の食品を取り巻く状況の変化の中でお客様に信頼いただくには、グループ内の品質保証体制の充実が不可欠と考えています。

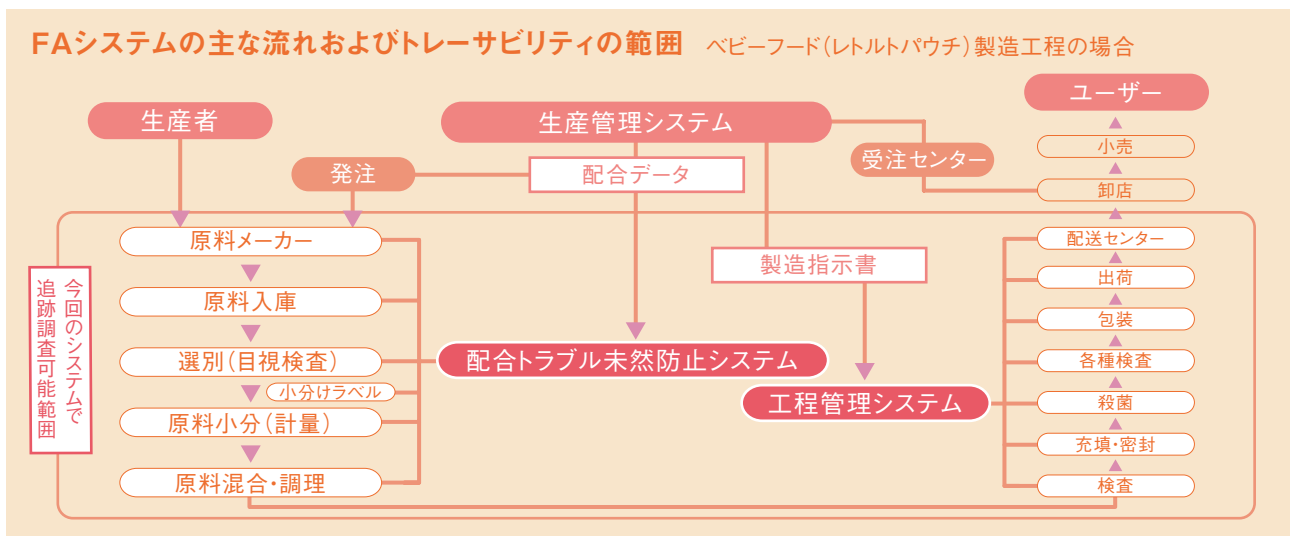
品質保証本部は、品質管理業務の迅速化と、生産現場への対応の充実を目的に、社長直轄の品質保証組織として2001年に発足しました。これにより、グループの品質保証能力をより確固たるものにするとともに、検査体制の一元化、原料及び工程の諸問題に対応できる機能の充実など体制強化を図り、品質第一の理念と実行力を具現化しています。



お客様の安全②

D トレーサビリティシステム

当社のトレーサビリティシステムは、生産工場における配合トラブルを未然に防止するため独自に開発したFA（ファクトリー・オートメーション）システムが基本になっています。各工程で原料の種類や使用量の確認と記録を行うFAシステムに、原料・資材から配送までの情報を組み合わせることで、その食品についての足跡情報をたどるトレーサビリティを実現しました。人間のうっかりミスによる原料の配合の間違いを防ぐとともに、お客様に速やかに情報を提供することが可能になっています。このFAシステムは、トラブルがゼロになったという実績が評価され、医療分野でもトラブル未然防止システムとして応用されています。



E 育児食における配慮

ほんの小さな異物も、見逃しません。

大人にとってはほんの小さな異物でも、赤ちゃんにとってはそうではありません。そこで工場での加工前には、すべての原料を入念に検査。「安全なものを安心して食べていただきたい」という気持ちで行います。また、原料の処理方法の見直しなど、検査以外でも異物ゼロをめざした取り組みを行っています。



笠 英会(鳥栖キューピー(株))

F 介護食における配慮

いつまでも食を楽しんでいただくために。

高齢になり唾液の量が少なくなったり、口の中の機能が低下すると、飲み込むために食べ物をまとめることが難しくなります。そのため介護食「やさしい献立シリーズ」では、とろみをつけてまとまりやすくし、食べやすくしています。また、かむ力や飲み込む力に応じて具材の大きさや固さを4つの区分に分け、お客様に分かりやすいように表記しています。



山根 真希(研究所)

G 医療食における配慮

患者様の生活の質の向上をめざして。

医療食の中には通常の食事を摂ることが困難になってしまった方のための流動食があります。そのような方が安心して使い続けていただけるように、衛生的で便利な流動食専用容器の開発や、個々の体調不良に対応できる製品の開発を行っています。患者様一人ひとりの生活全体の質の向上をめざした製品づくりを心がけています。



中東 美幸(ヘルスケア営業部)



ユニバーサルデザイン

A ユニバーサルデザインに関する考え方

多くの方に使いやすいことをめざす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。当社グループでは、ユニバーサルデザインに取り組むことは、グループのめざす姿「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」を具現化することでもあると考えています。

2004年度、複数の部署からなる「ユニバーサルデザイン推進委員会」を設置。商品的な切り口だけにとどまらない従業員一人ひとりが取り組むべき課題として、独自の基準づくりをはじめとした風土づくりに取り組んでいます。

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

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

B 表示における配慮

当社グループでは、ユニバーサルデザイン原則に則った表示基準に従って、文字の色や大きさをできるだけ見やすくするだけでなく、栄養成分の表示を工夫するなど、順次ラベルの見直しを行っています。

法律上の表示義務を満たすのは当然として、商品の使い方や注意事項など、お客様が困ったり悩んだりすることがないように、より当社グループの意図を正しく伝える表示への改善を進めています。



シュリンクラベルの
開け口を分かりやすく



栄養成分表 (100gあたり)					
エネルギー	たんぱく質	脂肪	炭水化物	ナトリウム	食塩相当量
59kcal	0.2g	5.9g	1.1g	285mg	(0.7g)

栄養成分表を表形式にし、見やすく

C 容器における配慮

良いパッケージは、目立つことなく自然に生活に馴染むものです。お客様の生活の一部として使っていただくために、当社グループでは「持ちやすい」「開封しやすい」「取り出しやすい」といった配慮を前提に開発を行ってきました。そのことが評価され、世界包装機構(WPO)主催による世界パッケージングコンテストで、アヲハタ55ジャムのユニバーサルデザインジャムびんとキューピーマヨネーズのダブルキャップが、2005年度ワールドスター賞(食品部門)を受賞しました。



点字 [表面:ジャム
裏面:アヲハタ]

D 中身における配慮

高齢者など食事が不自由な方にも、おいしい食事を楽しんでいただくために「ユニバーサルデザインフード」の開発に取り組んでいます。「容易にかめる」「歯ぐきでつぶせる」「舌でつぶせる」「かまなくて良い」といった4つの区分に対応した商品や、水分補給や嚥下(飲み込むこと)補助のための商品などを、毎日食べても飽きないよう豊富な味のバリエーションで用意しています。





お客様とのコミュニケーション①

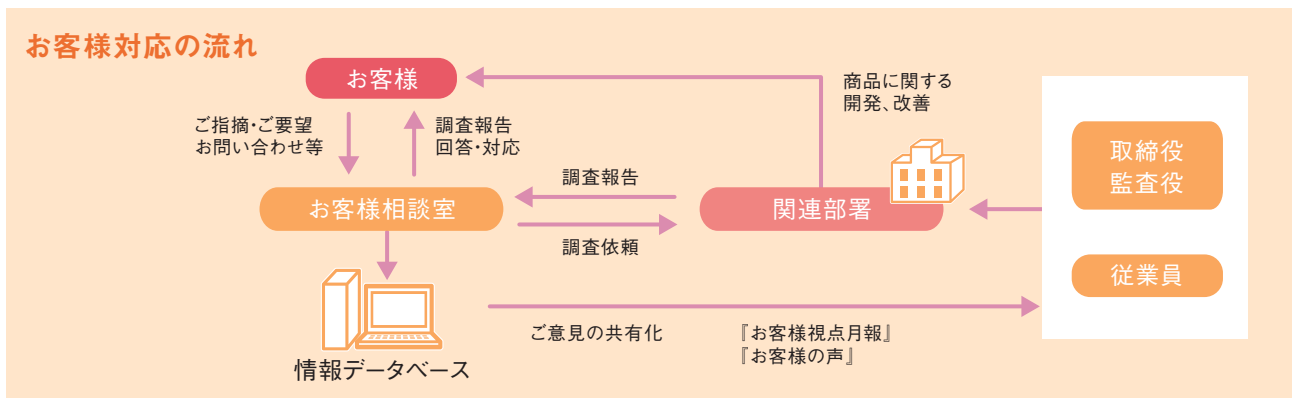
A お客様対応に関する考え方

1973年5月のお客様相談室の発足以来、お客様からのご意見は、当社グループにとって縁の深い方からのご意見であると考え、迅速に、正確に、そして誠意を持って対応しています。また、寄せられたご意見の中で商品の調査などを必要とするご指摘に対しては、ご安心いただくため、直接訪問することを基本としています。2005年度は、家庭用商品へご指摘をいただいたお客様の70%の方に、担当者が訪問させていただきました。

※2005年度にいただいたご意見は、全部で43,073件。その内、6,645件が家庭用商品に対してのご指摘でした。

B お客様相談室の役割と仕組み

お客様相談室には年間4万件を超えるご意見をいただいています。その一つ一つのご意見の真意を把握して、お客様と従業員、そして経営トップとの橋渡しをすることがお客様相談室の基本的な役割です。いただいた貴重な声を従業員が心で受けとめ、常にお客様の身になって考えられるよう伝えること。そして、お客様にこれからも安心して商品を使っていただけるようお答えすることを心がけています。



お客様のすべての心配事に精一杯の対応をさせていただきます。

安全・安心は購入後もお客様とコミュニケーションすることで実現できます。そのため電話対応だけでなく、担当者がご家庭へ訪問させていただき、製造に携わる従業員、開発に携わる従業員、販売に携わる従業員の感謝の気持ちを伝え、お客様のご意見を直接お聞きしています。お客様の心配事を解決するなかで、「今回のことで、我が家は一生キューピーさんの商品を買っていきます」という言葉をいただくこともあり、担当者としてこれほどうれしいことはありません。ひとつの感謝の声は、目には見えない企業活動の成果と思います。



布施 治雄(お客様相談室)

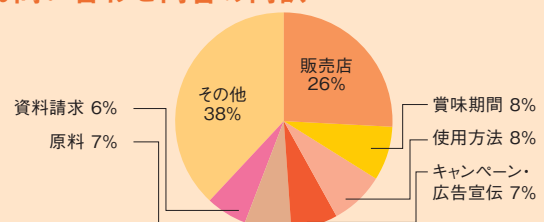
お客様相談室

C お客様の声

お客様からのご意見には、ご指摘と販売店や賞味期間などのお問い合わせがあります。ご指摘件数に関しては2003年度をピークに減少傾向にある反面、お問い合わせ件数が増えています。

2005年度のご意見		43,073件
内訳	ご指摘件数	9,255件
	お問い合わせ件数	33,818件

お問い合わせ内容の内訳





お客様とのコミュニケーション②

D お客様の声を商品に反映

ご指摘をいただいた際には、担当者がお客様を訪問して対応するように努める一方、お客様からいただいた声を商品に生かすよう取り組んでいます。

■改善事例

『パスタのためのオイルソース破瓶対策』

お客様より「瓶が割れていたが、もれなどに気づけなかった」とのご指摘をいただきました。

対策 落下した際に割れにくい形状について検討し、瓶型の変更を行いました。また、割れたときに分かりやすいように、シュリンクラベルの長さを短くするなど外装フィルムについても見直しました。



『ベビーフードのアレルギー表示』

お客様より「このベビーフードに卵は使われていますか？」などアレルギー使用のお問い合わせが多く、また「原材料名からは、すぐに卵などの使用有無が分かりにくい」といったご意見をいただきました。

対策 お問い合わせの多い「小麦、卵、乳」について瓶入りベビーフードのデザインリニューアルにあわせて、商品の正面に使用有無について一目で分かるように表示を入れました。



E お客様への情報発信

ホームページでは、商品情報のほかに、手軽でおいしいメニュー提案やマヨネーズに関する詳しい情報、キッチンで役立つ情報など、お客様のお役に立てる情報を公開しています。また2002年9月よりメールマガジン「キューピー耳より通信」を毎月配信しており、ホームページの更新情報やキャンペーンのお知らせを中心に、お客様とのコミュニケーションを意識したメッセージをお届けしています。2005年10月にはホームページの全面的なリニューアルを行いました。カテゴリーを分かりやすく整理すると同時にサイト内検索を加え、音声読み上げソフトにも配慮するなど、できるだけ多くの方に使いやすい工夫をしています。



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

■お客様に役立つ研究成果は、積極的に公表しています。

研究所では、商品開発以外にも食品の栄養や調理方法など、さまざまな研究を行っています。研究により得られた成果は学会で発表し、積極的に社会へ公開しています。特にお客様に重要な情報は、ホームページでもご紹介しています。

2005年度の事例(抜粋)

【揚げ油を使わないエビフライ】

卵の代わりにマヨネーズを使って衣を作り、油を使わずオーブンだけで簡単にエビフライができることを学会で発表しました。通常の調理方法に比べ、平均でエネルギー6%、脂質は11%低くなる傾向があります。

F 個人情報保護への取り組み

当社グループでは適切な個人情報の管理を行うべく、個人情報保護基本方針の策定、個人情報保護責任者の任命、お問い合わせ窓口の設置などを実施しています。基本方針やお問い合わせ窓口につきましてはホームページでご覧いただけます。

<http://www.kewpie.co.jp/company/corp/privacy/privacy.html>



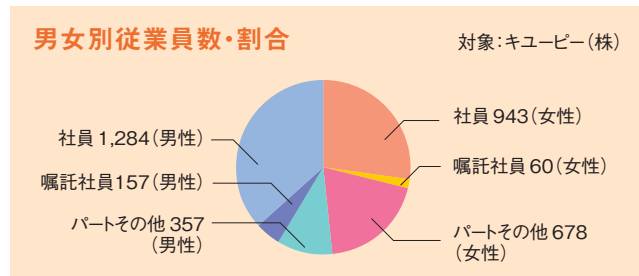
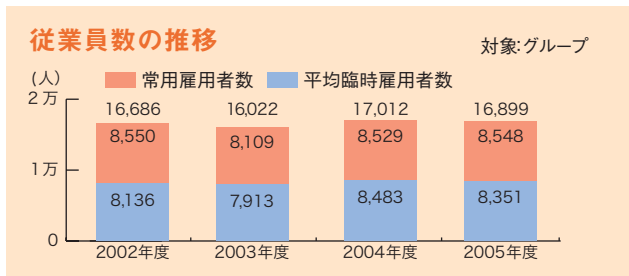
雇用とキャリア支援①

A 雇用に関する考え方

「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持続的な発展をもたらすという考えのもと、当社グループでは、社是・社訓や経営理念などの理解を基本に、高い志を持ち、能力を高め、仕事を通じた自己実現にチャレンジし続ける人材集団をめざしています。

B 従業員の構成

当社グループの全従業員数は16,899名です。内訳は常用雇用者(社員等)は8,548名、臨時雇用者(パート等)は8,351名在籍しています。また、キューピー単体の従業員数は3,479名、そのうち女性従業員の占める割合は48.3%となり、男女の比率がほぼ同じになっています。女性社員・嘱託社員に占める総合職の割合も、2004年度の2.9%から4.3%へ増加。女性管理職は2004年度より3名増え5名になりました。



C 障害者雇用

当社グループでは、障害者の方が持つ力を十分に発揮し、働く喜びや生きがいを見出していくために、健常者や企業がそれぞれの立場で努力することは社会的使命と考えています。この考え方に基づき、2003年6月に特例子会社(株)キューピーあいを設立しました。これまでも各事業所にて多くの障害者の方々に自然な社会参加ができるよう進めてきましたが、さらに障害者の職業的自立と社会参加の場の創出に寄与することをめざしたものです。

2005年度(2005年4月～2006年3月)のキューピー単体での障害者雇用率は1.73%と法定雇用率(1.8%)を達成していませんが、2006年度には達成する見込みです。グループ全体でも(株)キューピーあいの協力のもと障害者雇用を進め、2007年度の雇用率達成を目標に、今後も一人でも多くの方々を雇用できるよう努力していきます。

D 高齢者雇用

定年を迎えられた方に活躍の場を設け、定年後の「やりがいや生きがい」を支援し、また高齢者雇用の社会的な要請にも応えることを目的に、2000年2月より定年退職者再雇用制度を導入しました。再雇用先は当社およびグループ会社と職域を拡大し、長年のスキルを最大限に生かせる制度となっています。また、2006年4月より対象を全従業員としました。

■ライフプランセミナー

グループ人材開発センターでは、50・55歳の方を対象に、より実りある老後を迎える準備としてライフプランセミナーを開催しています。年金・社会保険関係の講義や、セカンドライフの充実を図るためのアドバイスなどを行っております。

(実績)	2002年度	2003年度	2004年度	2005年度
再雇用者在籍数	19名	26名	35名	44名

対象:キューピー(株)

皆さんに私の経験をお伝えできれば。

自分の今までの経験を生かし、少しでも社会や会社に貢献できればと思います。仕事をさせていただいております。会社に対しても今までより一歩下がった客観的視点をもつように努め、これからのキューピーを作っていく人たちにアドバイスできればと思っています。



福田 賢嗣(研究所 総務グループ)



雇用とキャリア支援②

E キャリア支援制度

社員が自ら自分の将来を考え、自分の努力によってキャリアを形成していくことが会社の発展に不可欠であると考えています。さまざまな研修や自己啓発のための通信教育を充実し、学習の後押しをするとともに、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。

F 福利厚生制度

当社ではすべての従業員が家庭と仕事を両立させ、その能力を十分に発揮できる雇用環境の整備を行うとともに、次世代育成について社会に貢献する企業であるため、次のような行動計画を策定し、推進しています。

- ・出産、育児、看護に関する制度のPRを積極的に行い、啓発を図ります。
- ・育児休業後に社員が現場復帰しやすくするために、休業中の社員に会社の情報提供を行う制度を導入します。(2006年度実施予定)
- ・出産や子育てによって退職された方の再雇用制度を充実します。

G 所定外労働時間、有給休暇

当社では従業員がゆとりある充実した生活を送れるように所定外労働時間の削減及び年次有給休暇取得の促進に取り組みます。

対策

- ・所定外労働の原因分析、対策検討を行う会議を毎月実施しています。
- ・管理職を対象とした研修に労働時間管理、有給休暇取得促進に関する項目を取り入れ、意識改革を進めるとともに、啓発を図っています。

H 採用のあり方

新規学卒者の採用に際しては、募集職種や応募条件などの情報に加えて、社是・社訓や経営理念などの理解を特に重視して説明を行っています。これは、どの職場で働くことになったとしても、会社の基本となる価値観を共有することが何よりも大切であると考えているからです。また選考においては、男女雇用機会均等法に則り、すべての面で男女に関わらず、人物本位で同一の基準による選考を行っています。

仕事を通じた自己実現
(キャリア形成)

褒賞制度 eラーニング OJT 研修 自己申告 社内公募 異動 通信教育

キャリアプラン・夢

上司のアドバイス 評価制度 キャリアプラン研修

自分を知る

安心して子育てに励むことができます。

家族と職場のみなさんの協力をいただき、2人の子をもつ母として充実した日々を送っています。最近では身近に産休をとる仲間が増えつつあり、心強く思っています。働くお母さんがもっと増えるといいですね。

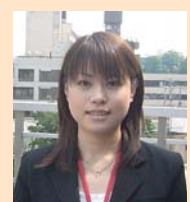


赤津 京子(物流情報センター)

学生さんがちゃんと自分らしさを

アピールできるよう環境を整えます。

私は学生さんの目線になって接することを心がけています。学校と就職活動の両立で忙しい学生さんの負担を減らすために、待ち時間を極力なくしたスケジュールづくりや、控え室での時間を少しでもリラックスしていただけるような雰囲気づくりに取り組んでいます。



山口 育子(人事部)



労働安全衛生

A 労働安全衛生に関する考え方

当社グループは生産部門が中心となって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。

主要活動項目

1. リスクアセスメントをグループ全事業所で実施し、潜在危険の発掘と改善を徹底する
2. グループへ導入する新規導入機械はすべて「機械包括安全基準適合審査」を実施し、これに合格したものにする
3. 新規入職者に対する作業、機械安全教育手順書の作成と就業前教育を完全実施する
4. OHSAS18001 労働安全衛生マネジメントシステムの段階的導入を進める
5. グループ90事業所の内部安全監査を年1回実施し、問題発掘・改善をシステム管理する

B リスクアセスメントの一斉実施

即効性のある施策として、「職場のリスクアセスメント」をグループ90事業所、全従業員参加で実施し、職場にある潜在的な危険を全員の目で一斉に洗い出し、リスクを抽出し、改善措置を期限を決めて行います。

◆機械包括安全基準適合審査とマシンリスクアセスメント

当社グループでは、メーカー、設備の大小に関わらず、すべての新規導入機械（既存機械の改造を含む）に機械包括安全基準適合審査やマシンリスクアセスメントを課し、可能な限りリスク低減を図った機械のみを導入するシステムの完全運用を2006年3月より実施しています。

C 目標と実績

安全衛生目標

ゼロ災害の達成

労働災害発生状況

当社生産工場	2003年度	2004年度	2005年度	グループ生産工場	2005年度
災害件数	3	1	0	災害件数	32
度数率	0.646	0.210	0.000	度数率	1.409
強度率	0.005	0.002	0.008	強度率	0.031

(2005年度強度率は2004年度末に発生した火災の休業日数が翌年へ繰り越されたことによる) (国内86事業所、海外6事業所)

度数率=労働災害による死傷者数/延実労働時間×1,000,000

強度率=労働損失日数/延実労働時間×1,000

D 監査制度

事業所ごとの自主監査の他、専任担当者によるグループ内全事業所の共通監査を実施し、その結果を各グループのトップから安全衛生担当者までその都度公開して、グループ全体で問題点や長所の共有化、活動レベルの反省などを行い、常に点検改善する意識づけを行っています。また、問題点については、「改善計画」→「実行」→「結果確認」の推移も常時公開し、安全な職場の維持・改善に努めます。

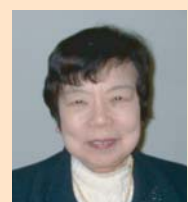
E メンタルヘルスケア

1994年度より、専任カウンセラーによる従業員からの電話相談や面談を受け付けています。また事業所ごとにセルフケア指導、ラインケアの実施、産業医による健康指導などのカウンセリングを行っています。

皆様の元気なところを支えます。

10年余、従業員の皆様が家族的に協力し合いながら仕事されるのをサポートし見守って参りました。これからは皆様一人ひとりの“ところ”の健康づくりと“ところ”の病いの予防をご一緒に積極的に築いていきたいと思ひます。

山田 美代子(カウンセラー)



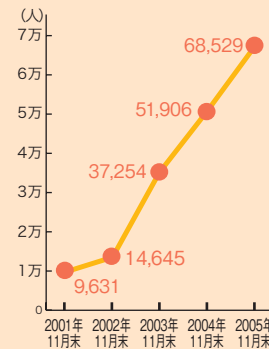


株主構成とコミュニケーション

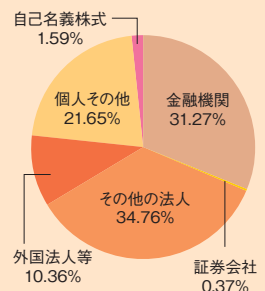
A 株主構成と株主還元

2002年度に実施した単元株数の引き下げや株主優待制度の導入と株式に対する世間の関心の高まりを受け、個人投資家をはじめとする株主の皆様の数が大幅に増えました。当社では、投資いただく皆様に、安定した株価と利益還元によって報いていきたいと考えています。利益還元においては配当金を最優先に位置づけ、配当性向は連結当期純利益を基準に20%以上を原則としています。また、株主の皆様には感謝の気持ちとして、当社の新商品を中心とした優待品をお贈りしています。

株主数の推移



所有者別株式分布
(株数ベース)



B 情報開示

投資家の皆様に当社の経営方針・戦略や事業内容などをよく理解していただくために、正確で分かりやすい情報開示を行っています。

【投資家向けウェブサイトの開設】

2005年11月に、投資家向けの情報を質・量ともに充実させてより見やすく工夫したウェブサイトを開設しました。個人投資家の皆様向けのコーナーも設けています。

<http://www.kewpie.co.jp/company/ir/>



【インベスターズガイド】

2004年度からインベスターズガイドを発行しています。個人投資家の皆様向けに、有価証券報告書や決算短信より気軽に簡単に企業情報を知ることができるツールとして作成しました。

http://www.kewpie.co.jp/company/ir/ir_library06.html

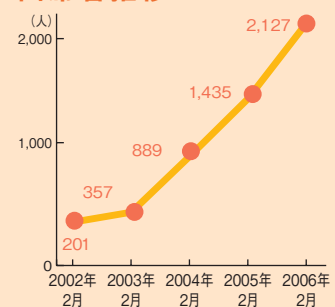


C 株主総会

2002年まで本社の会議室で開催していた株主総会も、株主の皆さまの数に応じて年々会場の規模を大きくし、2006年2月の第93回定時株主総会も、ホテルの大会場にて行いました。総会では13名の方から19件のご質問・ご意見をお受けし、当社への関心の高さを改めて感じました。また、総会での株主満足度をいっそう高めるために、アンケートを実施。総会の運営、総会以外での当社に対するご意見・ご要望をお受けしました。今後も、さらに株主の皆様喜んでいただける質の高い総会を行えるようにしたいと考えています。



出席者推移



■ 総会での質疑(抜粋)

Q. 工場では厳しいコスト管理をしていると思いますが、管理部門ではどのような対策をとられていますか？

A. 管理部門では、ケイ・システム(株)という会社を設立し、グループ会社の分を含め事務作業を集約しております。今後もさらに事務の合理化や短時間勤務者・派遣社員の活用などに努めていきたいと考えています。



取引先との信頼構築

A 取引先についての考え方

当社グループでは、原料・資材メーカー様や販売店様といった取引先への感謝の気持ちを大切に、お互いの発展のため、透明で健全な関係を保つように努めています。特に原料・資材メーカー様に対しては「良い製品は良い原料からしか生まれない」という考えから、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、じっくりと意見交換を重ねるなど、品質へのこだわりを共有し、お客様により良い商品をお届けできるようにしています。

B 原料・資材メーカー様とのかかわり

◎製油会社様への「相互理解訪問会」

植物油は、マヨネーズの約7割を占める大切な原料の一つです。当社はモノの評価だけではなく、どうやって製造されているかという過程の評価が大事だと考えています。そのため、毎年製造工場を訪問させていただき訪問会では、現場の方々にも直接お会いし信頼関係を築くように努めています。そして、顔が見える関係の中で、同じことであっても繰り返しさまざまな取り決め事項をお願いし、その心をお伝えすることで風化を防いでいます。

訪問会は日頃から良い品質の植物油を安定供給していただくことへのお礼を申し上げ、お互いの要望や意見を出し合うコミュニケーションの場でもあります。お互いを尊重し、意見を出しやすい関係であることが、より良い品質の植物油を作るために大切だと考えています。

品質への思いを、風化させないために。

相互理解訪問会では製油会社様の製造工程をただ見せていただくのではなく、当社の品質に対する思いを繰り返しお伝えし、現場の担当者同士で話し合い理解しあうことで、常に安全・安心な原料を供給いただけるような関係づくりをめざしています。



捧 智恵子(油脂部)

C 販売店様とのかかわり

マヨネーズをはじめとした調味料は、野菜や肉などの素材のおいしさをより引き立たせるための脇役であると考えています。そのため、当社では長年、店頭において販売店様のご協力をいただき、お客様へ素材の味を生かすメニュー提案を行ってきました。例えば「インシーズン」キャンペーンでは、青果売場でPOPやリーフレットなどを用いて季節ごとに旬の野菜を紹介し、マヨネーズやドレッシングを使った簡単に作れるメニューを提案しています。

今後は「野菜はおいしいサプリメント」というメッセージを背景に、野菜の持つ魅力を再度訴え、お客様にもお得意先様にも喜ばれる売場づくりやメニュー提案に取り組んでいきます。

5つの決め事をしっかり守ります。

私が販売店様へのメニュー提案時に気をつけていることは、

- ①販売店様の売りたい素材を確認(ニーズの調査)
 - ②素材を主役にし、お客様に喜んでいただけるメニューと展開案を考案(計画立案)
 - ③売り場でメニュー提案型の関連販売を実施(行動の具現化)
 - ④実施後の効果の確認(検証)
 - ⑤問題点を共有し次回につなげる
- というサイクルを意識しています。



稲垣 雄一(仙台支店)

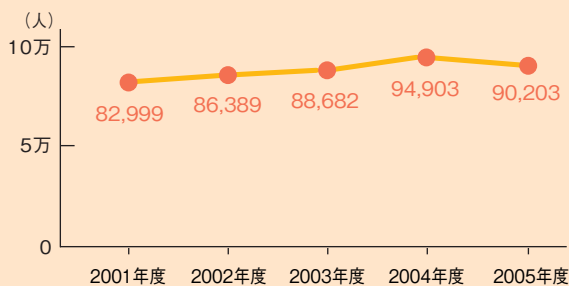


地域とのコミュニケーション

A オープンキッチン(工場見学)

当社では「工場は家庭の台所の延長である」という考えから、工場の一般公開を「オープンキッチン」と呼んでいます。当社の製品がどのように製造されているのかを実際にお客様に見ていただくことが、製品をご理解いただき、安心をお届けする最良の機会であると考えています。はじめは1961年。食品業界では製造現場を公開することがめずらしかった当時、小学生に社会科見学をしていただいたのをきっかけにスタートしました。毎年多くの方にご来場いただき、2005年度には90,203名のお客様に見学いただきました。学校、子供会などによる小学生の見学も多く、地域の産業を学ぶ場として利用されています。

見学者の推移グラフ



ぜひ一度、見に来てください。

マヨネーズがどのような環境で、どのように作られていくのかを、お客様自身の目でご覧いただきながら、安心しておいしく召し上がっていただくためのご紹介を行っております。小学校の団体様はもちろんのこと、ご家族様での個人見学も承っております。不定期ですが、手作りマヨネーズの体験なども行っておりますので、ぜひ一度、ご来場ください。従業員一同、心よりお待ちしております。



宮崎 麻美・村上 三紀(伊丹工場)

●オープンキッチンを行っている工場

工場名	所在地	問い合わせ先
五霞(ごか)	茨城県猿島郡五霞町	(0280)84-3111
仙川(せんがわ)	東京都調布市	(03)3300-1111
拳母(ころも)	愛知県豊田市	(0565)34-0221
伊丹(いたみ)	兵庫県伊丹市	(06)6422-1521
鳥栖(とす)	佐賀県鳥栖市	(0942)83-3185

B 近隣の方々とのコミュニケーション

近隣の方々とのコミュニケーションを深めるために、地域自治体との懇談会へ参加したり、納涼祭などの工場行事へ近隣の方々をお誘いし、これらの場でともに楽しみ、お話しする機会を設けるようにしています。

【中河原工場での納涼祭】2005年8月、各町内会にご案内状をお渡しし、たくさんの近隣の方々に参加いただきました。金魚すくいなどを出店し、一緒に盆踊りするなど、地域の皆様と楽しい時間を過ごすことができました。



中河原工場 納涼祭

C 地域清掃

工場をはじめとする各事業所では、敷地周辺の清掃を行っています。また、地域の皆様とともに周辺の河川や商店街の定期的な清掃など、地域に根ざした活動にも積極的に参加しています。

【泉佐野工場周辺での清掃活動】2005年7月、キューピー泉佐野工場のある泉佐野食品コンビナート地区を清掃しました。当日は関西地区のグループ会社から約100名の参加がありました。



泉佐野工場周辺での地域清掃活動



社会文化活動

A ベルマーク運動

ベルマーク運動が開始された1960年より、ベルマーク教育助成財団に協賛しています。運動に参加した学校や全国のへき地学校などへの教育支援活動に協力。財団ではベルマーク運動の30周年を機に、海外助成もスタートしており、国内だけでなく、国際貢献度も高いこの運動を、私たちは今後も応援していきます。



B 文化支援

主婦の文化活動の支援として、全日本合唱連盟・朝日新聞社主催の「全日本おかあさんコーラス大会」に協賛しています。この大会は日頃、家事や仕事などで忙しいお母さんたちに、コーラスの楽しさを存分に味わっていただく場です。ご家族の笑顔と健康を支えているお母さんたちを、私たちは応援しています。



C 寄附講座の開設

2002年4月、創始者中島董一郎の母校である東京水産大学(現 東京海洋大学)に「ヘルスフード科学」(中島董一郎記念寄附講座)を設立しました。「食と健康」をテーマに、人間の生体調節、健康維持に役立つ物質を自然界から見つけ出し、その物質の特性を生かした食品を設計するための新技術に関して教育・研究を行っています。

D 食に関する情報提供

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。私たちは食の大切さを知り、身体と心の健康を育む活動を推進しています。1973年12月から食の情報誌「キューピーニュース」を発行。1975年12月からは食に関するビデオを、学校や消費生活センターなどに無料で配布しています。また、要請に応じて研究員を派遣してビデオに関連した講演を行ったり、手作りマヨネーズの作り方をご紹介する出張教室なども行っています。また、ホームページでも食に関する情報提供をしています。



出張教室の様子

E 社会・環境活動への支援

ひとつの企業だけでは成し得ない社会・環境活動に対し、賛同する団体を支援しています。

- 特定非営利活動法人「富士山クラブ」
- 特定非営利活動法人「霧多布湿原トラスト」
- WFP(国連世界食料計画)
- NPO法人「こどもプロジェクト」

また小学校、中学校の総合的な学習の一環として実施している「環境リサイクル学習」の支援を行っています。



2005年7月には本社地区の有志40名で富士山へ清掃に行きました。



環境方針・目標

A 環境基本方針

当社グループでは事業活動にともなう環境への負荷を正しく認識し、自然の恵みである原料や水を大切に使い、電力・燃料など、資源のムダな消費をなくして、環境への負荷を減らしていきたいと考えています。

1998年に環境基本方針を制定し、その理念に基づいて各部門が目標を定め、廃棄物の削減、省エネルギー、容器包装の省資源化、管理体制の整備などを重点課題として、環境保全活動に取り組んでいます。

【私たちの姿勢(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。

【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。

B 活動目標と実績

2004年度から2006年度までの中期経営計画で、重要課題について活動目標を定めて取り組んでいます。

中期目標(2004年度～2006年度)	2005年度の目標	2005年度の実績	評価
1.廃棄物の削減と再資源化の推進 (1)再資源化の推進 ①グループ会社を含む77工場中、 ・38工場で再資源化率100%達成 ・残りの工場は、再資源化率80%以上 ②当社8工場は、再資源化率100%を維持	・28工場で達成 ・再資源化率70%以上 ・再資源化率100%を維持	・29工場で達成 ・再資源化率86% ・再資源化率100%を維持	○ ○ ○
(2)廃棄物排出量の削減 ・当社8工場は、排出量原単位を 2002年度対比20%削減	・2002年度対比10%削減	・2002年度対比2.3%削減 (前年対比7.9%削減)	×
2.省エネルギーと省資源化の推進 (1)省エネルギー ・当社8工場は、エネルギー原単位*を 2002年度対比6%削減(*生産数量1トンあたりの量)	・2002年度対比3%削減	・2002年度対比1.0%増加 (前年対比3.1%削減)	×
(2)省資源化について ・容器包装の簡素化1,000トンの削減	・容器包装の簡素化300トン削減	・924トン削減	○
3.環境管理体制の確立 グループ会社を含めた環境管理体制の確立 ・法規遵守状況の監査 ・環境コミュニケーションの推進 ・環境情報共有システムの確立	・77工場を対象として監査実施 ・報告書の継続的発行、内容充実 ・環境学習の支援 ・実績集計統一様式での運用	・計画通り実施 ・内容を拡充し発行 ・子供向け環境パンフレット作成 ・グループ全社で運用開始	○ ○ ○ ○
4.環境技術の構築 ・環境負荷低減のための技術構築 目標6件以上	・2件以上	・2件実施	○

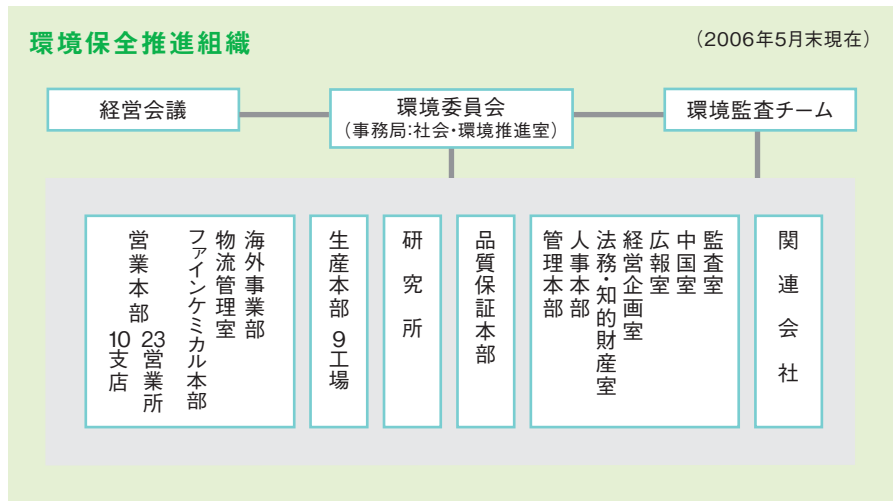
対象：当社グループ生産部門(ただし、ファインケミカル工場(医薬品・化粧品原料部門、以下FC工場と記す)を除く)



組織的な環境保全の推進①

A 環境保全推進体制

当社グループでは、各本部およびグループ代表企業の環境管理責任者によって構成される「環境委員会」を年6回開催しています。環境委員会では、各部門における取り組みの進捗状況や関連する情報の交換、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社に伝達し環境保全活動を促進しています。



B ISO14001認証取得状況

当社グループでは、ISO14001を環境マネジメントのための基本的な道具と考えており、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。

(2005年11月末現在)

認証取得会社一覧	取得事業所数		取得事業所数		取得事業所数
	キューピー(株)	9	キューピータマゴ(株)	1	(株)ディスベンバックジャパン
昭島野菜加工(株)	1	コープ食品(株)	1	デリア食品(株)	2
(株)カナエフーズ	5	(株)サラダクラブ	3	(株)トスデリカ	1
(株)キューソー流通システム	6	(株)全農・キューピー・エツグステーション	1	(株)ハンシンデリカ	1
キューピー醸造(株)	3			計	37

C 環境監査

環境監査については、①関連法規などの遵守状況、②廃棄物削減・省エネルギーの改善、③管理推進体制の整備を柱とした150項目の環境監査基準を制定しています。この監査基準に基づいて、グループ会社77生産事業所を対象とした自主点検と環境監査を実施し、法規遵守を徹底するとともに、環境保全活動を促進しています。この他、ISO14001認証取得事業所では、規格に基づいた内部環境監査、外部機関による審査を受けています。

他の部署を見て回ることは、いい勉強になります。

内部監査は、年に1回、外部の講習を受けた内部監査員が各部門から1~2名ずつ選出され、他の職場の監査を行います。他の部署を見て回ることで、お互いに良い点や改善の余地がある点などに気づき、レベルアップにつながります。また今まで以上に、他の部署とのコミュニケーションがとれて、業務がスムーズに進むようになりました。



時 義則 (中河原工場)

D 環境法規の遵守

環境保全に関わる法規として廃棄物処理法、省エネルギー法、大気汚染防止法、水質汚濁防止法、騒音規制法などの法規や関係条例による規制を受けています。各事業所では自主基準を設けて管理し、法規遵守に努めています。2005年度は近隣の方から騒音(6件)、臭気(5件)、排水(2件)についてご指摘をいただき、それぞれ設備や作業方法の改善を行いました。今後も継続して改善に努めていきます。



組織的な環境保全の推進②

E グリーン購入

当社ではグリーン購入を行う上で一番大切なことは、購入する前にその必要性を充分考慮することと考えています。また、あるものを有効に利用して購入量を減らすことも大切です。必要な場合は、「キューピーのグリーン購入基本原則」に則った自社ガイドラインに基づいて購入しています。名刺や会社案内、情報・印刷用紙（コピー用紙など）、リースパソコンについては、全社共通で環境配慮型としています。

キューピーのグリーン購入基本原則

環境負荷の大きな物品、社会的に環境負荷が大きいという認識が定着している物品は購入しない。

物品の購買にあたっては、機能・価格が一般品と同一レベルであることと、納期・納入元の信頼性に加え、必ず環境負荷の大きさ、環境への配慮を加味して選定する。

必要な量だけを購入し、大事に使ってもらいます。

文房具のグリーン購入を推進するため、いつも購入する文房具をリスト化し、その商品を購入するようにしています。リスト化したことで、管理がとてもしやすくなりました。このリストに環境配慮商品を増やしてグリーン購入を進めていきたいです。

岡部 あい(広域CVS営業部 総務課)



F 環境コミュニケーション

■従業員への環境教育

従業員の環境保全に対する意識を高め、取り組みを促進するために環境教育を行っています。システムの構築や内部監査員の養成を目的とした社外研修機関での環境マネジメントシステム講習、社内の定型研修での教育を実施しています。

社内だけでなく、社外にも、環境への意識が広がってほしいです。

全員を対象にした年に1回の一般教育や部署ごとの重要テーマの勉強会、そして緊急事態を想定した避難訓練などを行っています。講師の違いによって内容にばらつきがないよう、共通資料を音声付きで配布しています。この教育を通して、従業員一人ひとりの環境への意識が上がり、家族や社会の皆さんへ広めてもらえたらうれしいです。

中山 恵津子(中河原工場)



■環境パンフレット

工場見学にお越しいただいた方々やお客様、従業員へ向けて環境パンフレットを作成しました。普段の生活で、より環境を身近に感じ、少しでも皆様の環境保全活動のお役に立てればと思います。

●「つながる! BOOK ～マヨネーズ工場とお家の台所、地球と私たち～」

工場見学へ来てくれたお子様向けの環境パンフレットです。「工場は家庭の台所の延長」という当社の考えのもと、このパンフレットを通して、工場と家庭の台所の廃棄物の3R活動を比較し、環境保全活動の大切さを子供たちと一緒に考えていきたいと思っています。

●「キューピーからのメッセージ 環境について ～ムリなく、ムダなく、ここちよく～」

社内外へ、環境に関する身近な話題と当社の取り組みについてのメッセージを手紙の形態でお伝えしています。また、グループを含めた従業員の、チーム・マイナス6%の推進パンフレットとしても活用しています。





組織的な環境保全の推進③

G 環境努力賞

社内で最も環境保全に努力した工場に対して、年1回「環境努力賞」の表彰をしています。環境努力賞は、環境負荷低減活動を積極的に進め、成果を上げた工場を表彰することにより、さらなる活動推進を図るエネルギーとするために2003年度よりスタートしました。対象は当社生産工場で、評価項目は省エネルギーと廃棄物の削減です。表彰される工場も、毎年入れ替わり、活動の活性化に役立っています。

Topic

2005年度環境努力賞受賞工場 ころも 挙母工場の活動紹介

挙母工場では、従業員一人ひとりが事業活動の環境に与える影響を正しく認識し、環境汚染の予防を図り、地球環境に配慮した活動を続けていきたいと考えています。2005年度は省エネルギーと廃棄物削減、それにかかわる環境教育に力を入れて取り組みました。

■省エネルギー活動

最大の省エネは、ムダな設備稼働を止めること。

省エネ活動の一環として日々の電気量を再チェックしている中で、設備稼働の少ない土・日曜日にも使用量が多いことに気づきました。詳しく調べてみると、原因は、製品・原料などの冷却に必要な設備や加工場の排気設備、空調、コンプレッサーなどの止め忘れ、もしくは常時稼働設備であることが分かり、これらの中から止めでも良い設備はしっかり止めるという取り組みをはじめました。土・日曜日の朝に工場を巡回し、止め忘れた設備がないか確認を続け、担当者との意見交換を重ねることで、ムダな稼働をしないという意識が次第に高まっていきました。この取り組みを通して、工場の従業員全員が必要ない設備は止めることを徹底すれば、とても効果的な省エネ活動になることが分かりました。

■廃棄物削減活動

製造の効率化が廃棄物の削減に！

廃棄物排出量の削減については、生産サイクルを見直し、製品の品種切り替えの頻度を減らしてロスを削減したり、製造方法の変更による製品歩留まりの改善などに取り組みました。

また、廃棄物のリサイクルのため、以前から細かな分別ルールを決めていましたが、一部が分別不徹底になっていました。該当部署の責任者と繰り返し会話をしてPRをお願いしたり、排出場所の表示を工夫して分かりやすくし、分別の徹底を図りました。

■2005年度の実績

エネルギー使用量	前年比12.6%削減 (生産数量1トンあたり)
廃棄物量	前年比21.3%削減 (生産数量1トンあたり)



服部 利浩、三宅 薫、三宅 利典
谷田貝 修、柴田 佐知子、渡邊 秀一
(挙母工場 環境活動推進メンバー)

さらなる環境保全に努めています。

挙母工場ではすでにゼロエミッション(単純焼却、埋め立て処理ゼロ)を達成していますが、さらなる分別や工場内での一次処理により、より高度なリサイクルが実現できるよう挑戦しています。



谷田貝 修(挙母工場 施設係)



環境会計

A 環境会計

環境保全活動に関わる投資や経費を把握し、改善の実績、経済効果と比較して評価することにより、効果的な取り組みを図りたいと考えています。

■環境保全コスト

単位：千円

分類	2004年度		2005年度		主な取り組み	
	投資額	費用額	投資額	費用額		
事業エリア内コスト	公害防止コスト	78,003	422,838	222,693	429,682	・排水処理設備の改善、維持管理 ・ボイラーの改善、維持管理 他
	地球環境保全コスト	20,886	5,043	26,069	10,175	・省エネルギー設備導入 ・冷凍機冷媒の適正処理 他
	資源循環コスト	23,424	401,885	20,562	374,220	・副産物、廃棄物のリサイクル ・循環利用等の節水 他
	小計	122,313	829,766	269,324	814,077	
上・下流コスト	3,290	323,758	0	420,658	・容器包装の再商品化委託 ・廃棄商品の処理委託 他	
管理活動コスト	11,531	128,416	18,333	125,063	・EMSの構築・運用、情報開示 ・管理用計測機器等の導入 他	
研究開発コスト	0	32,298	0	30,344	・副産物の高度利用研究 ・容器包装の省資源、環境適応化 他	
社会活動コスト	0	1,455	0	1,902	・敷地外での環境美化 ・環境保護団体の支援 他	
環境損傷対応コスト	0	0	0	0		
合計	137,134	1,315,693	287,657	1,392,044		

公害防止コストの投資額が、前年と比較して増加しています。排水の処理能力向上のため、比較的大規模な設備補強を行ったためです。上・下流コストの費用額が、前年と比較して増加しています。容器包装リサイクル法に基づく再商品化委託単価アップなどにより、委託費用が増加したためです。

■環境保全効果

▲は増加

環境保全効果の分類	項目	単位	2005年度	前年比削減量
投入資源	総エネルギー	千GJ	1,148	36
	原単位	MJ/トン	4,035	88
	水	千m ³	2,451	66
	原単位	m ³ /トン	9	0
事業エリア内 排出物、廃棄物	CO ₂	トン	54,908	1,467
	原単位	kg/トン	193	3
	NO _x	トン	18	0
	SO _x	トン	28	▲5
	排水量	千トン	2,404	65
	BOD	トン	57	▲25
	廃棄物排出	トン	12,191	1,163
原単位	kg/トン	44	4	

投入資源はエネルギー、水ともに前年比削減。

排出量は、CO₂、廃棄物などは削減しましたが、燃料由来によるSO_x、排水負荷の増加によるBODが増えました。

■環境保全対策にともなう経済効果

単位：千円

	効果の内容	金額
費用節減	省エネルギー対策による費用節減	28,090
	廃棄物削減対策による費用節減	5,775
	節水対策による費用節減	563
	容器包装軽量化等による費用節減	31,204
収益	副産物等のリサイクルによる売却益	20,605
	卵殻・卵殻膜 高度利用商品の売上高	357,376

<環境会計の集計について>

1) 対象範囲：2004年12月～2005年11月

2) 集計範囲：当社生産工場（FC工場を含む）および環境部門

3) コスト及び効果：

① 投資額は、該当年度投資額を計上しました。

② 費用額には下記コストを計上しました。

減価償却費、測定費、人件費、水光熱費、下水道料金、
廃棄物処理費・リサイクル費、原材料費、修繕費 他

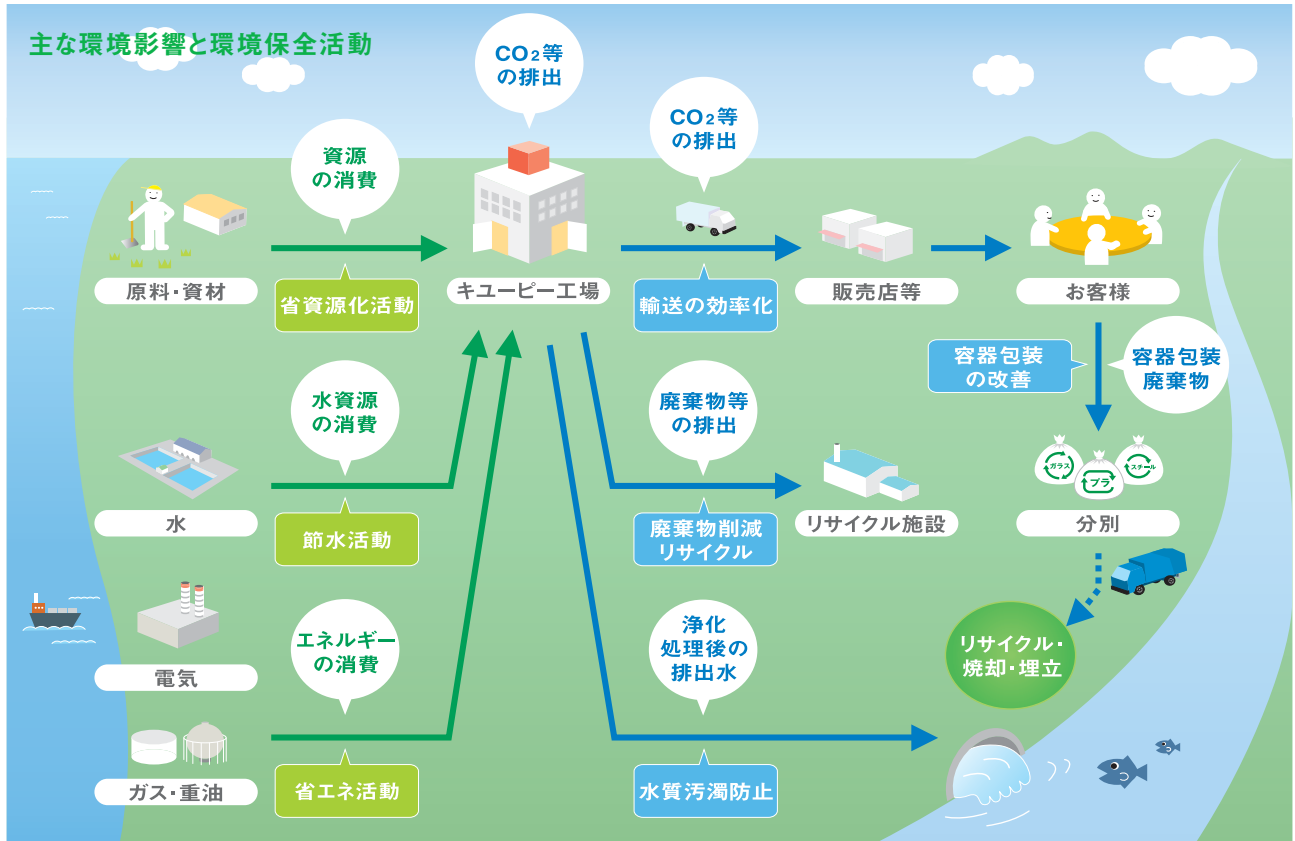
③ 経済効果は、環境保全活動の取り組みで直接的に得られた効果のみを計上しました。また費用節減は、当年度及び前年度に実施した取り組みによる当年度寄与分です。



キューピーと地球環境との関係

A 主な環境影響と環境活動

当社グループでは製品の生産工程において、原料・資材・水などの資源、電気、ガス・重油などのエネルギーを投入し、その結果として廃棄物やCO₂、排水などを排出しています。また、お客様にお使いいただくまでの間に、製品輸送時のエネルギー使用にともなう環境負荷や、製品ご使用後の容器包装廃棄物が発生します。当社グループ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。



B 当社の生産部門における物質とエネルギーの流れ

インプット	項目	値		キューピー工場生産活動	アウトプット	項目		値	
		数量	単位			項目	数量		
エネルギー	購入電力	562,211GJ	(57,193千kWh)	→	大気への排出	CO ₂	55千トン		
	燃料 (発電燃料含む)	586,150GJ				NO _x	18トン		
	計	1,148,361GJ				SO _x	28トン		
水	地下水	1,999千m ³		→	水域への排出 (河川、公共下水道含む)	排水量	2,404千トン		
	上水道	452千m ³				BOD	57トン		
	計	2,451千m ³							
原材料	原料 (鶏卵・植物油・醸造酢・調味料 / 他)	295千トン		→	廃棄物の排出	総排出量	12千トン		
	容器包装材料 (段ボール・ガラス瓶・プラスチック容器・キャップ・袋 / 他)	41千トン				再資源化率	100%		
					製品	製品	264千トン		
						容器包装材料	41千トン		

対象：当社生産部門 (FC工場を含む)

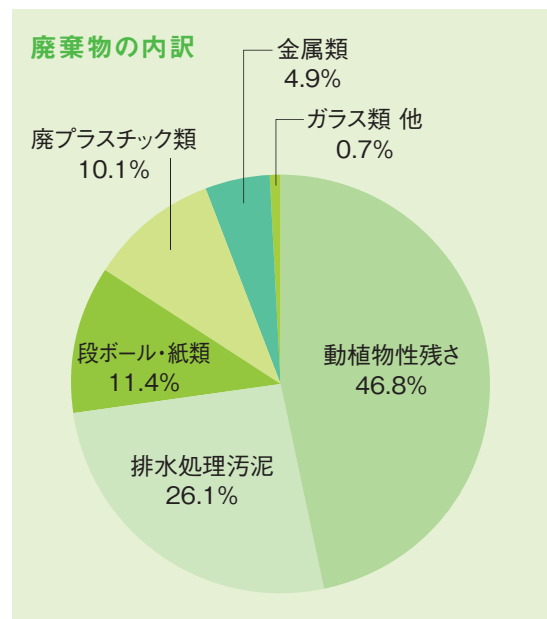
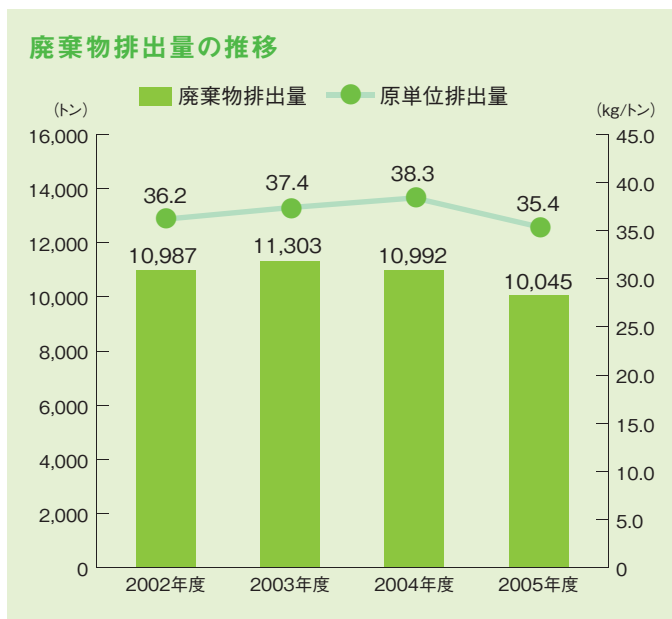


廃棄物の削減

A 廃棄物排出量の削減

工場での生産活動にともなって発生する廃棄物の削減に取り組んでいます。廃棄物の主なものとしては、製造工程での原料や包装資材のロスとして動植物性残さ、段ボール・紙類、廃プラスチックなどが発生し、洗浄水などの工場排水を排水処理設備で浄化した際の余剰物として排水処理汚泥が発生します。

2005年度、当社生産工場*での廃棄物排出量は10,045トンで、前年比8.6%（約950トン）削減しました。原単位（生産数量1トンあたり）排出量も35.4kgとなり、前年比7.9%の削減となっています。*FC工場は除く



B 廃棄物削減の主な取り組み内容

■工場では次のような取り組みを行っています。

動植物性残さ：・製造工程の改善や製造サイクルの見直しによるロスの低減

・乾燥による減量化

排水処理汚泥：・乾燥による肥料化

・脱水効率改善による減量化

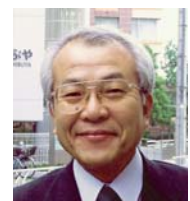
廃プラスチック類：・工程での副資材の使用量見直しによる使用量削減

Topic

販売・物流部門での取り組み

ムダをなくすために、全国の在庫品を一元管理しています。

出荷期限切れなどにより販売できなくなる商品の削減に取り組んでいます。新鮮な商品（日付の新しい商品）をお客様へ確実にお届けできるよう、生産・販売・物流部門で需要と供給のバランスをとりながら生産や販売の調整を行っています。また、販売店など得意先様への納品日を過ぎた商品は、賞味期限切れ前でも廃棄しなくてはなりません。そのため、全国の在庫品を一元管理し、商品一品一品の賞味期限について、社内の日付警告基準を設けて状況が分かるようにして、その段階に応じた販売促進を柔軟に行い、廃棄物の発生抑制に取り組んでいます。



藤井 淳三（物流管理室）



再資源化の推進①

A 副産物(卵殻)の有効利用

当社グループでは、鶏卵を主原料としてマヨネーズや卵加工品などさまざまな製品を製造しており、その製造過程において卵殻が副産物として発生します。2002年度からは当社グループで発生する卵殻は100%再資源化しています。この卵殻の一部は卵殻と卵殻膜に分離した上で、卵殻はカルシウム強化などを目的とした食品などに、卵殻膜は化粧品や衣料の原料などに利用しています。その他にも土壌改良剤などに利用しています。



B 再資源化用途

工場が発生するその他の廃棄物についても、発生抑制を第一としたうえで、埋め立て・単純焼却処分をなくすゼロエミッション活動に取り組んでいます。当社生産工場では、2003年度から廃棄物の埋め立て・単純焼却処分をなくしていますが、ゼロエミッション活動は毎年継続していくべき取り組みであり、環境負荷をより少なくしていくために、さらなる廃棄物の削減、再資源化率100%の維持、再資源化手法の改善に取り組んでいます。また、ゼロエミッション活動はグループの生産工場へも展開しており、2005年度までに合計29工場が廃棄物の埋め立て・単純焼却処分をなくしています。

廃棄物の主な再資源化用途

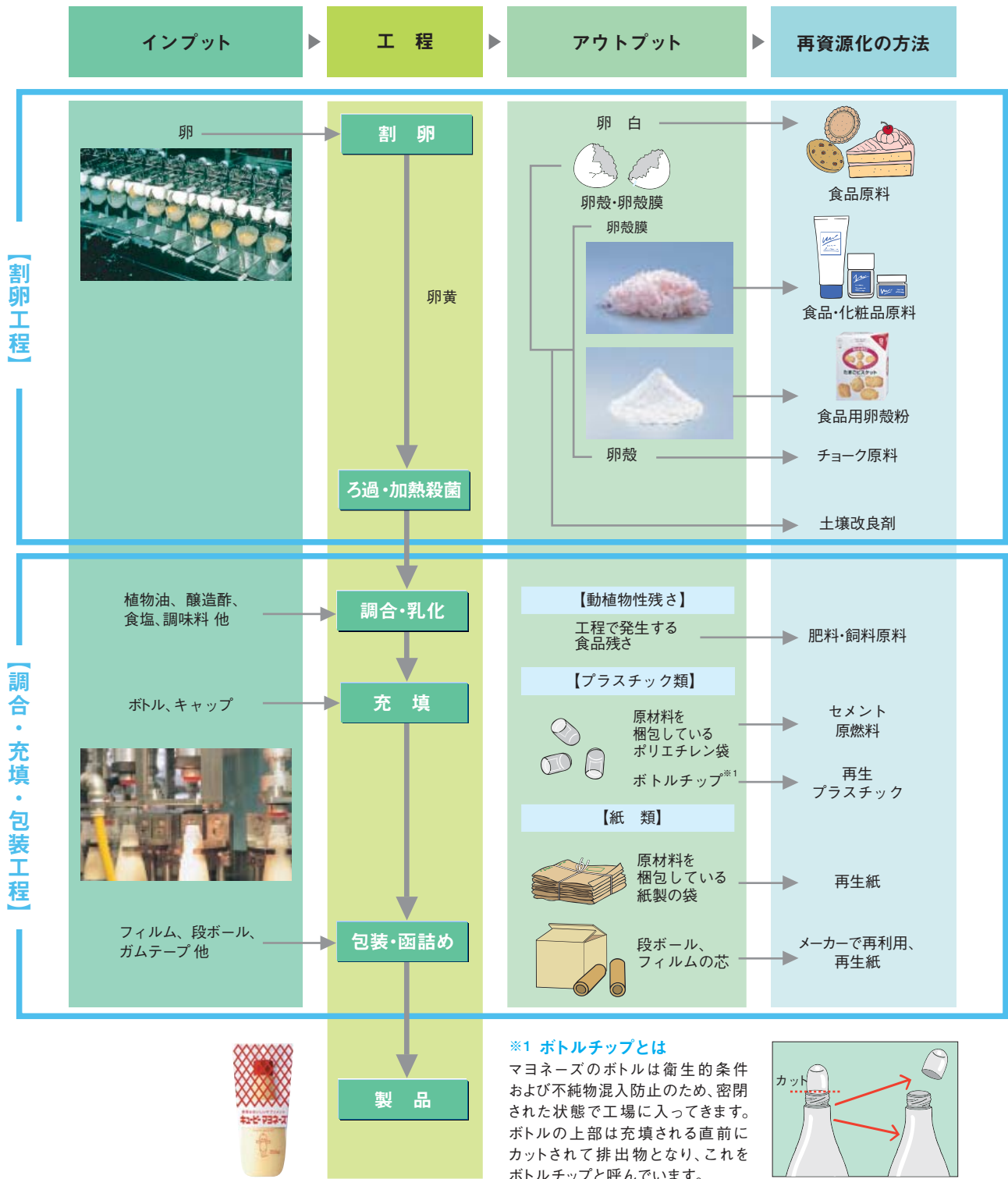




再資源化の推進②

【C】マヨネーズの製造における副産物・廃棄物の利用用途

下の図は当社の主力商品であるマヨネーズの製造工程と、各工程で使用する主な原材料、製造に際して発生する主な副産物や廃棄物とその利用用途の事例を表わしたものです。廃棄物は再資源化を促進するために徹底して分別し、さまざまな用途に利用しています。





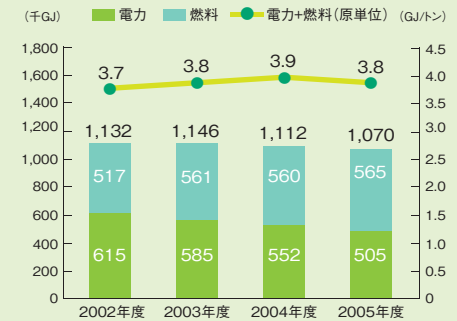
省エネルギーと節水の推進

A 省エネルギーの推進

工場では生産活動で使用する電力、重油、ガスなどのエネルギーの削減に取り組んでいます。2005年度、当社生産工場^{*1}のエネルギー使用量は熱量換算1,070千GJで前年比3.8%削減、原単位(生産数量1トンあたりの使用量)は熱量換算3.8GJ/トンで前年比3.1%削減しました。

2005年度は省エネルギー対策として、省エネルギー機器の導入、設備制御方法や空調の改善を実施しました。また、時間帯や季節による設備稼働のムダの排除や設備能力の適正化など、特に運転管理の見直しにも重点を置いて取り組み、大きな省エネルギー効果が得られました。今後さらに省エネルギー管理を徹底していくため、電力の使用状況を主要設備ごとに監視できるシステムの導入を推進しています。

エネルギーの使用状況

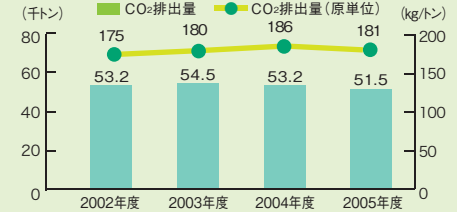


注) 電力は購入電力の使用量。燃料は発電に使用した量を含む。

B CO₂排出量の削減

2005年度、当社生産工場^{*1}でのエネルギー使用にともなうCO₂排出量は、総量51,458トンで前年比3.3%削減、原単位は181kg/トンで前年比2.6%削減しました。CO₂排出量削減対策としては、省エネルギーを進めるとともに、今後もコージェネレーション(熱電供給)システムの追加導入や重油から天然ガスへの燃料転換を計画しています。

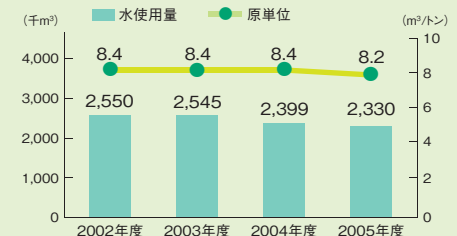
CO₂排出量の推移



C 水の効率的活用

当社生産工場^{*1}では、生産設備・器具の洗浄、製品の殺菌・冷却の工程で多くの水を使用します。この水を効率的に活用するとともに排水からの環境への負荷を低減するため、水の循環利用・再利用に努めています。2005年度は、製品冷却水のボイラー給水への再利用率改善、空調用冷却水量の適正化などを実施し、使用量は2,330千m³で前年比2.9%削減、原単位は8.2m³/トンで前年比2.2%削減しました。

水使用量の推移



Topic

物流の取り組み

地球環境への負荷低減のために、物流の効率化、環境保全に取り組んでいます。

当社グループの物流業務を担う(株)キューソー流通システムでは、輸送の効率化、車両の転換による大気汚染物質の抑制、モーダルシフト(鉄道や船舶の利用)などに取り組んでいます。2005年度のトンキロ当たりのCO₂排出量は71.5g(前年比98%)でした。また全車両にデジタル式タコグラフの導入を進め(2005年度末の導入率87%)、速度、距離などの運行状況データをもとにしてアイドリングストップ、経済速度、急加速・急発進の禁止などの運転手教育を徹底し、低燃費走行により負荷低減につなげたいと考えています。グループ運送会社、協力運送会社によるグリーン経営認証^{**2}取得を進めています。現在、11社48事業所で取得しました。

● 低公害車^{**3}の導入状況(グループ会社、協力会社)

保有台数:3,050台/低公害車導入台数:556台/2006年度導入目標:800台



導入した天然ガス自動車(NGV)

^{*1} FC工場は除く ^{**2} 交通運輸産業を対象に環境保全に取り組むために創設された環境認証制度 ^{**3} 天然ガス、ハイブリット車、超低PM車

省資源化の推進

A 容器の簡素化

製品の容器包装は、お客様に製品をお届けし、製品の品質を保ったままおいしく食べていただくために欠かせないものですが、それを製造する際にエネルギーを消費し、またご使用いただいた後には、廃棄物となります。容器包装の軽量化と簡素化を重点課題のひとつと見据えて、継続的に活動しています。

■2005年度の活動目標と実績

目 標	容器包装の軽量化と簡素化 300トン削減		
実 績	削減量合計		924トン
	(内訳)	ガラス	690トン
		紙	218トン
		プラスチック	16トン

容器包装選定の基本方針

1. 食品の容器として適切であること
2. 環境汚染物質を発生させないこと
3. 省資源・省エネルギーに努め、多重包装はなくすこと
4. リサイクルへの適正を向上させ、促進すること
5. 環境に配慮した包装技術の確立に努めること

B 2005年度の主な取り組み事例

キューピーハーフのボトル軽量化

マヨネーズボトルの軽量化に続きキューピーハーフのボトルも約10%の軽量化を実施しました。



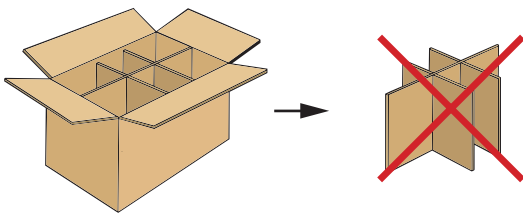
植物由来プラスチックの採用

石油を使わない、植物資源のプラスチック包材の導入にチャレンジしています。2005年度は50gマヨネーズの外袋に採用しました。また、2006年秋、瓶入りマヨネーズのキャップシールにも採用を予定しています。



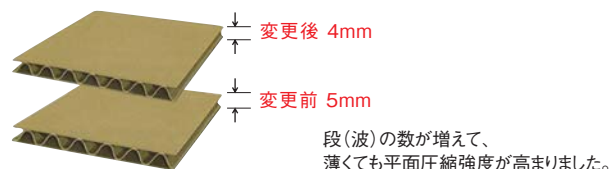
段ボールの中仕切り廃止

毎年、継続的に段ボールの中仕切り廃止を展開しています。



マヨネーズなどに新タイプの薄型段ボールを採用

厚さを5mmから4mmにした薄型段ボールをマヨネーズに採用しました。2005年12月から順次切り替えています。グループで年間約330トンの紙使用量の削減が見込めます。



アルミレスパウチの採用

アルミを使用しないプラスチック素材でアルミラミネートフィルムと比較すると、包装材料製造時のエネルギー消費量が少なくすみます。2000年度から継続的に採用し2005年度は新製品19品に採用しました。



アルミレスパウチは、環境保全・品質・デザインを総合して評価され、2001年に以下の各賞を受賞しました。

- 2001年度 ワールドスター賞 受賞
- 2001年度 アジアスター賞 受賞
- 2001年度 ジャパンスター賞 受賞





地域への環境配慮

A 大気汚染の防止

大気への汚染を低減するためボイラー設備を改善しています。従来大型設備から小型ボイラーへの転換を進め、必要に応じた運転ができるように改善しました(当社生産工場で転換済み)。また、ボイラー等の燃料を重油から、ばいじんや硫黄酸化物がほとんど発生しない天然ガスに切り替えを進め、排ガスの負荷低減に努めています。

B 水質汚濁の防止

工場からの排水は排水処理設備で自主管理基準に沿って処理し、公共下水道や河川に放流しています。植物油・醸造酢など液体原料などのタンクには流出防止のための設備を設置し、受入れや設備故障時など万一流出事象が起きた際の備えとして対応備品を整備し、事故防止のための教育・訓練を実施しています。

C 土壌汚染の防止

土壌や地下水汚染防止のため、過去に設置していた焼却炉跡地の調査や地下水水質の定期検査などにより、問題がないことを確認しています。当社グループの生産工場では、PRTR法による届出が必要となるような数量の化学物質は使用しておりません。少量使用している分析用試薬について、土壌や地下水汚染を起こすことのないよう管理しています。

D 騒音の防止

騒音防止策として、防音壁の設置、新規設備導入時の騒音評価、敷地境界における騒音測定を実施しています。

E 悪臭の防止

悪臭防止策は、排水処理場および加工場で調理の際に出る臭気対策として、脱臭装置を整備しています。

Topic

新工場環境保全

日本一の富士山の麓で、従業員が日本一と誇れる工場にしたい。

私たちが働く富士吉田工場は、できたばかりの新工場です。富士山の麓ということだけあって、水はきれいでおいしい。食品製造では安全でおいしい水の確保がとても重要なので、素晴らしい環境です。しかし自然の恩恵を受けているだけではいけませんから、私たち富士吉田工場は環境に配慮した工場をめざしています。特に重要なものは、排水処理です。処理能力に余裕を持たせ、処理で最終的に発生する廃棄物(汚泥)の量もできるだけ少なくするシステムを採用しました。また、省エネにも力を入れ、生産数量1トンあたりの電気使用量を他工場の1/2にすることを目標に定めて取り組みを行っていきます。従業員全員が環境に興味を持ち、日本一と誇れる工場にしたいと思っています。

三谷 達巳(富士吉田キューピー(株))



富士吉田キューピー(模型)

【富士吉田キューピー(株)の概要】

所在地:山梨県富士吉田市新屋1660-1
設立:2006年1月20日
稼働開始:2006年7月予定



当社生産工場と主要グループ会社の環境負荷データ

当社生産工場

対象期間:2004年12月~2005年11月

	単位	五霞工場(FC除く)	仙川工場	中河原工場	挙母工場	伊丹工場
所在地		茨城県猿島郡五霞町	東京都調布市	東京都府中市	愛知県豊田市	兵庫県伊丹市
主な生産品目		マヨネーズ ドレッシング類	マヨネーズ 卵製品 ドレッシング類	マヨネーズ ドレッシング類 卵製品 調理食品	ドレッシング類 マヨネーズ 卵製品	マヨネーズ マヨネーズ類 卵製品
生産数量	トン	34,148	51,176	42,483	49,825	55,524
購入電力 燃料	GJ	63,867 28,145	71,916 39,669	54,357 159,087	108,912 62,186	122,571 50,841
CO ₂ 廃棄物排出量 再資源化率	トン	4,384 487 100.0%	4,656 440 100.0%	9,674 1,861 100.0%	7,152 1,618 100.0%	7,237 1,746 100.0%

		泉佐野工場	鳥栖工場	階上工場	ファインケミカル(FC)工場
所在地		大阪府泉佐野市	佐賀県鳥栖市	青森県三戸郡階上町	茨城県猿島郡五霞町
主な生産品目		ドレッシング類 マヨネーズ スナック菓子	マヨネーズ ベビーフード 流動食 ドレッシング類	サラダ 冷凍食品 レトルト食品 マヨネーズ	化粧品・医薬品原料
生産数量	トン	12,116	25,456	13,362	480
購入電力 燃料	GJ	28,090 17,711	45,965 102,643	9,577 104,346	56,956 21,522
CO ₂ 廃棄物排出量 再資源化率	トン	1,924 321 100.0%	8,882 860 100.0%	7,549 2,713 100.0%	3,450 2,146 100.0%

主要グループ会社

対象期間:		2004年11月~2005年10月	2004年10月~2005年9月	2004年10月~2005年9月
		アヲハタ(株)3工場	(株)カナエフーズ9工場	キューピー醸造(株)3工場
所在地		本社:広島県竹原市	本社:東京都府中市	本社:東京都府中市
主な生産品目		ジャム 調理食品 フルーツ加工品	卵加工品(卵焼き等) 卵調理食品(スプレッド等) うずら缶詰 他	食酢 調味酢・加工酢 発酵調味料 他
生産数量	トン	35,461	50,589	65,807
購入電力 燃料	GJ	94,125 108,632	274,619 128,007	90,942 38,987
CO ₂ 廃棄物排出量 再資源化率	トン	11,143 2,681 95.3%	17,908 3,496 98.6%	5,828 1,562 99.9%

対象期間:		2004年10月~2005年9月	2004年10月~2005年9月
		キューピータマゴ(株)21工場	コープ食品(株)2工場
所在地		本社:東京都調布市	本社:東京都渋谷区
主な生産品目		液卵 加工卵 茹卵 他	調理食品 冷凍冷蔵食品 缶瓶詰レトルト食品 他
生産数量	トン	121,910	20,133
購入電力 燃料	GJ	310,368 136,708	74,310 77,256
CO ₂ 廃棄物排出量 再資源化率	トン	21,304 8,811 93.1%	8,195 2,065 100.0%