キユーピーグループの価値創造モデル

当社グループは、環境変化や社会的な課題に向き合いながら、「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ことをめざしています。「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のもと、商品の開発からお客様にお届けするまでのすべての活動を通じて、様々な食シーンに合わせた食提案を行っています。

そして、理念に共感するグループの一人ひとりが、互いを受け入れ、学びあい、成長するというダイバーシティの推進を土台とすることで、国内の市場だけでなく海外の市場においても、食と健康に貢献し、これからも社会的価値の創出と企業価値の向上を実現していきます。

グループの資本

人材
当社グループの理念を実践する従業員1.5万人

ブランド
国内消費者信頼度No.1※

おいしさ、品質に裏打ちされたブランド力

※ 日経リサーチ「ブランド戦略サーベイ2018」コンシューマー部門

製造資本
安定した商品供給体制

グローバルな生産拠点
国内75拠点
海外13拠点

GFSI認定の食品安全マネジメントシステム(FSSC22000など)の認証取得87事業所

知的・技術資本
グループ横断的な研究開発拠点(仙川キユーポート)

特許759件
商標3,651件

社会関係資本
内食・中食・外食のお取引先、原資材サプライヤーとの信頼関係

お客様からのご意見、ご要望

自然・原料資本
主要原料(卵、食油、キャベツ)使用量国内トップクラス

財務資本
自己資本比率53.7%

営業キャッシュ・フロー創出力約400億円/年

価値創造プロセス

環境変化
- ライフスタイルの多様化
- 新興国の生活レベルの向上
- 異業種との連携増加
- 急速な技術革新

社会的な課題
- 日本国内の人口減少と世界的な人口増加
- 格差の増大
- 気候変動(自然災害増加)

■調理・調味料 ■サラダ・惣菜 ■タマゴ
■フルーツ ソリューション ■ファインケミカル
■物流

ESGの取り組み
社会・環境への取り組み　コーポレート・ガバナンス

ダイバーシティの推進

創出価値

内食シーン
調理を通して食の楽しさ、コミュニケーションを育む

中食シーン
いつでも手軽においしく楽しい食卓を実現

外食シーン
食のプロとの協働で新しいトレンドを創出

お客様
おいしく、安全・安心で、健康的な食生活の実現、地域に合わせた食文化の創造

従業員
安心して一人ひとりが活躍できる環境、多様な働き方の推進

お取引先
関係のあるお取引先と信頼関係を構築利益の享受

株主・投資家
株式価値の増大
持続的成長による安定した配当

地域社会
地域に合わせた社会的課題への取り組み、CO_2排出削減、食資源の有効活用

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

業績目標
P.24へ

サステナビリティ目標
P.35へ

2030 VISION
食で笑顔を
キユーピーと。
P.22へ