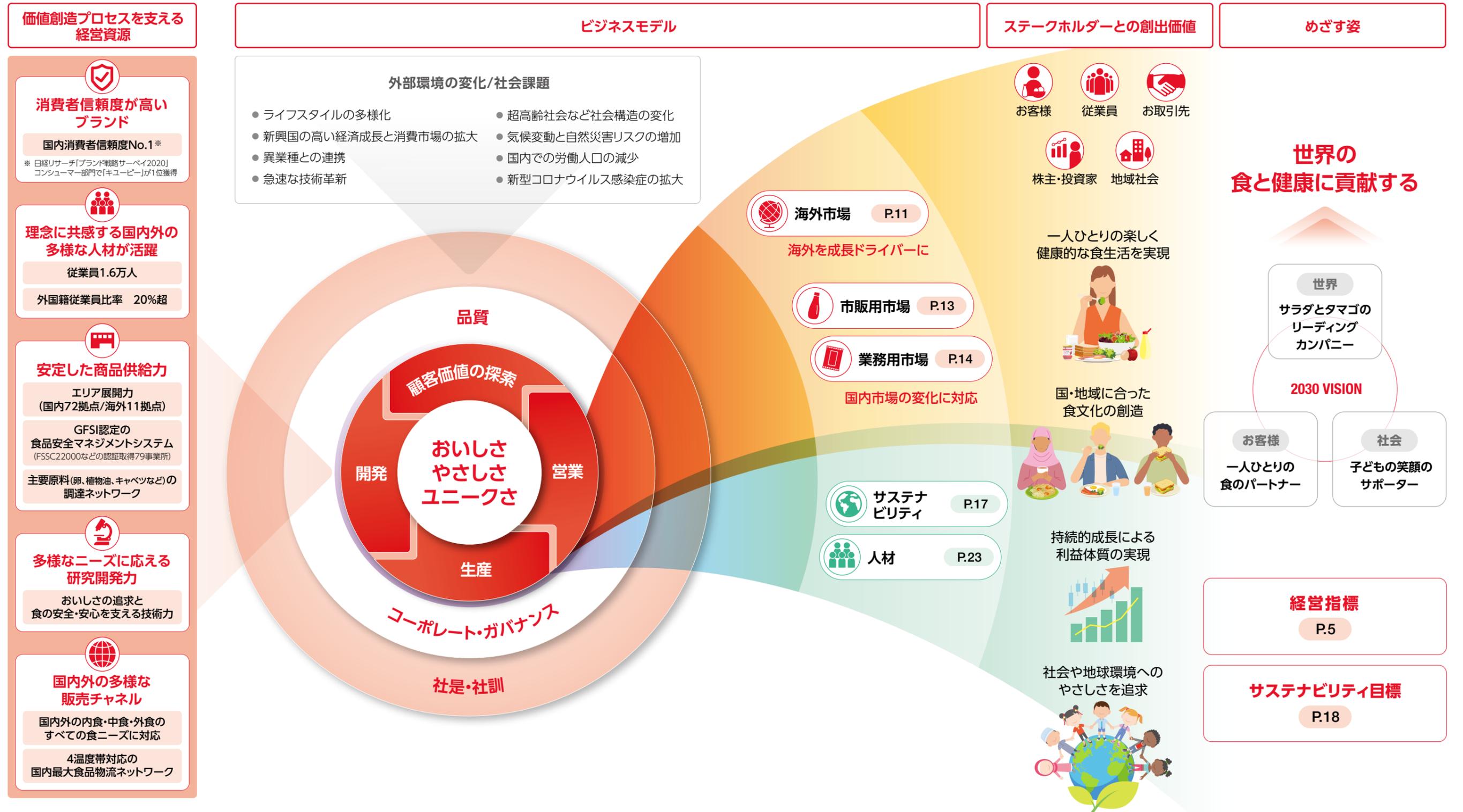


# 価値創造プロセス

当社グループの展開する事業領域、エリアは国内外で多岐にわたっています。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、品質やおいしさに対するこだわりをもって技術と提案力を磨き続け、様々な食シーンに合わせた提案を行なっています。

また、私たちの事業活動は自然の恵みによって支えられています。自然環境にやさしいグループであり続けたいと願い、食資源の有効活用や環境保全など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いでいきます。

これからも、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、学び合い、知恵を出し合い、外部環境の変化や社会的な課題にしっかりと向き合いながら、「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きます。



## 価値創造プロセスを支える経営資源

**消費者信頼度が高いブランド**  
国内消費者信頼度No.1※  
※ 日経リサーチ「ブランド戦略サーベイ2020」コンシューマー部門で「キューピー」が1位獲得

**理念に共感する国内外の多様な人材が活躍**  
従業員1.6万人  
外国籍従業員比率 20%超

**安定した商品供給力**  
エリア展開力 (国内72拠点/海外11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79事業所)  
主要原料(卵、植物油、キャベツなど)の調達ネットワーク

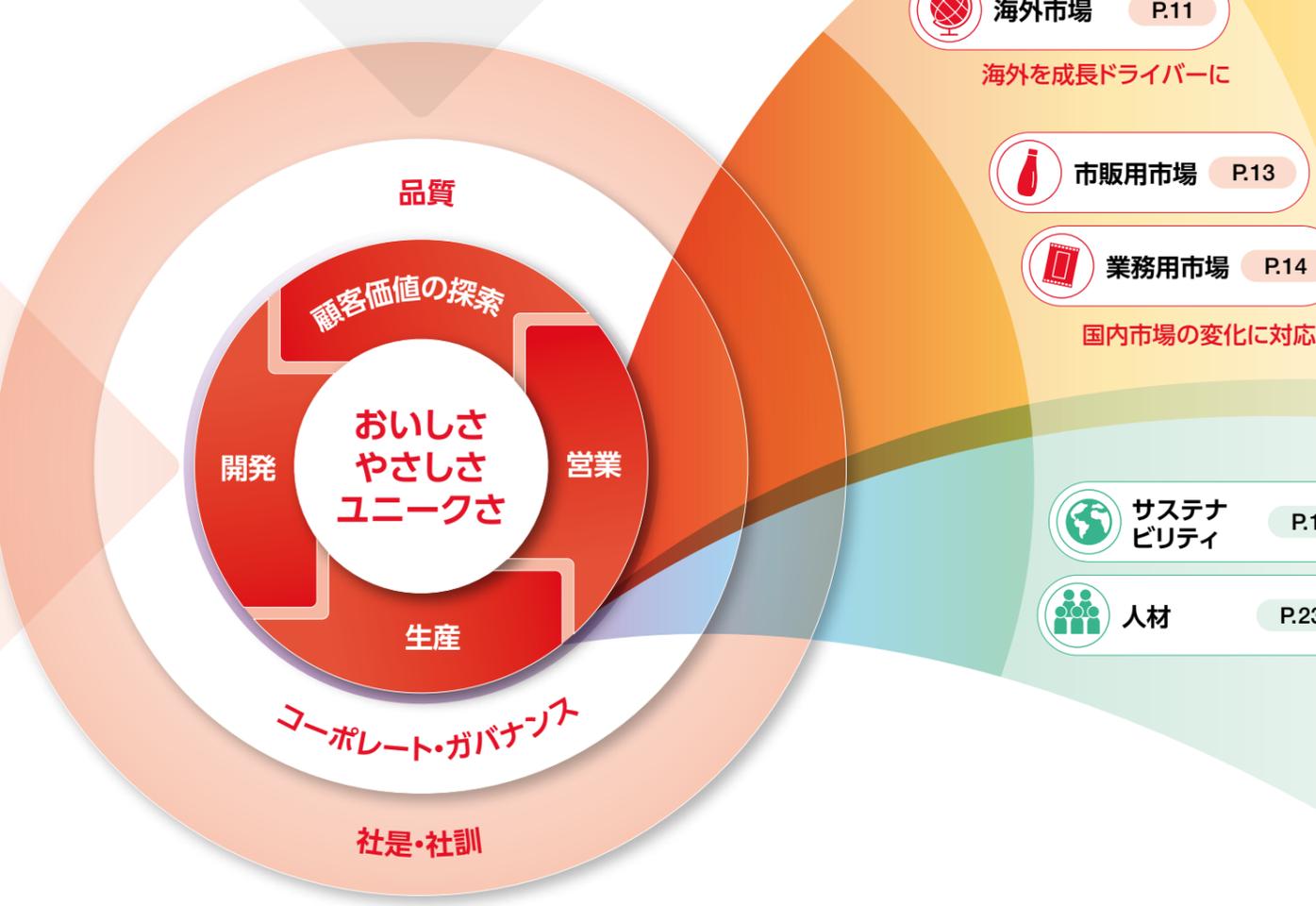
**多様なニーズに応える研究開発力**  
おいしさの追求と食の安全・安心を支える技術力

**国内外の多様な販売チャネル**  
国内外の内食・中食・外食のすべての食ニーズに対応  
4温度帯対応の国内最大食品物流ネットワーク

## ビジネスモデル

**外部環境の変化/社会課題**

- ライフスタイルの多様化
- 新興国の高い経済成長と消費市場の拡大
- 異業種との連携
- 急速な技術革新
- 超高齢社会など社会構造の変化
- 気候変動と自然災害リスクの増加
- 国内での労働人口の減少
- 新型コロナウイルス感染症の拡大



## ステークホルダーとの創出価値

お客様 従業員 お取引先  
株主・投資家 地域社会

一人ひとりの楽しく健康的な食生活を実現

国・地域に合った食文化の創造

持続的成長による利益体質の実現

社会や地球環境へのやさしさを追求

## めざす姿

**世界の食と健康に貢献する**

世界  
サラダとタマゴのリーディングカンパニー

**2030 VISION**

お客様  
一人ひとりの食のパートナー

社会  
子どもの笑顔のサポーター

**経営指標 P.5**

**サステナビリティ目標 P.18**