

価値創造ストーリー I



グローバル成長の加速

世界戦略商品を軸にアジア、北米、欧州などへ積極的に展開しています。現地市場のニーズに合わせた商品開発やマーケティング戦略を展開し、国・地域に合った健康的な食文化の創造とブランド認知拡大に取り組んでいます。また、持続可能なグローバルビジネスの実現に向け、地球環境への配慮や社会的責任も重視しています。今後もスピード感のあるグローバル展開により収益力拡大をめざしていきます。



海外拠点と世界戦略商品

「KEWPIE」「丘比」ブランドのマヨネーズ、深煎りごまドレッシングを使ったサラダの魅力を世界のお客様にお届けしたいという想いから、それぞれの国・地域に合わせた提案を進めています。現在63の国・地域のお客様に「KEWPIE」「丘比」ブランド商品をお届けしています。

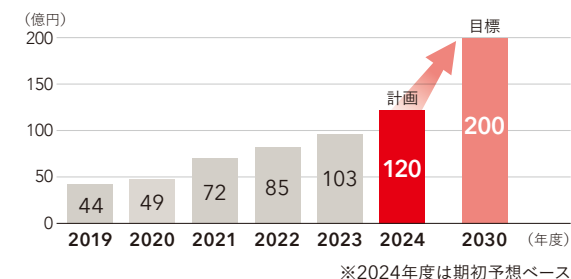


需要増に対応する投資拡大

海外での需要増に対応する供給体制を強化し成長を加速するために、積極的に投資を行っています。

生産設備の増強に加え、ブランド拡大とガバナンス強化をすることで、2030年度までに事業利益200億円をめざします。

海外事業利益額の推移と展望



TOPICS

タイ国内および輸出に対応する工場新棟を建設

キューピータイランドの新棟稼働は2025年1月を予定しています。

キューピータイランドは1987年、現地企業と合弁でタイに東南アジアで最初の現地法人として設立しました。調味料、カット野菜、タマゴ加工品など、幅広い商品を製造・販売しています。タイ国内の売上も、インバウンド需要の復活などを受け伸長

しています。今回の投資は、今後も見込まれるタイ国内および輸出需要の拡大に向けた供給体制の強化が目的です。



完成イメージ図

成長するインドネシア国内向けに生産ラインを増設

キューピーインドネシアの新生産ライン稼働は2024年12月を予定しています。

キューピーインドネシアは、2013年に東南アジア4カ国目の生販拠点として設立しました。食の洋風化や外食産業の発展などを背景に、創業以来、業績は右肩上がりに伸長拡大しています。今回の投資は、東南アジア最大の

人口を有し経済成長を続けるインドネシア国内への供給体制強化が目的です。



完成イメージ図

価値創造ストーリー I



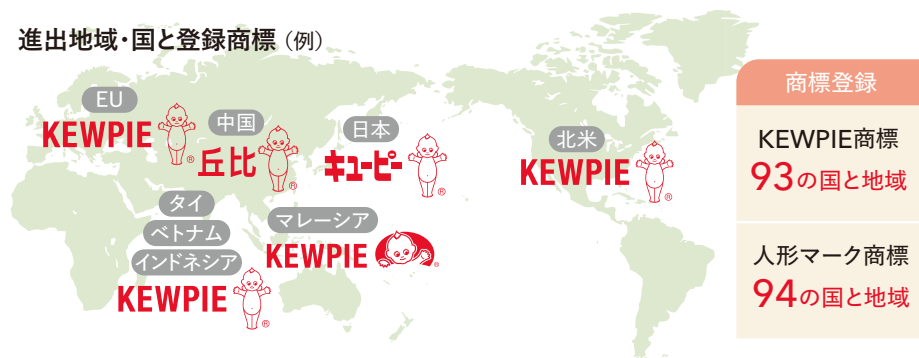
グローバル成長の加速



ブランドを守り、育てるための商標取得の取り組み

国際的な競争力の強化と事業の自由度を確保すること、何よりブランドを守り、育てることを目的として、「KEWPIE」「丘比」や「キューピー人形・マーク」などの主要商標の取得を積極的に進めています。

進出地域・国と登録商標（例）



グローバルガバナンスの強化に向けた取り組み

当社グループは、これまで培ってきたおいしさ、品質、食と健康に関するさまざまな提案力を活かしつつ、国や地域によって大きく異なる食文化にしっかり寄り添った商品・サービスを提供し、世界の食と健康に貢献する事業展開をめざしています。このめざす姿を実現するため、現地で機動的な経営ができる体制を構築しています。グローバル共通でめざす姿・戦略を徹底し、グループ会社の適正な業務運営を確保することを基本的な考え方として、グローバルガバナンス体制の強化を進めています。

世界中の仲間がそれぞれの多様な考え方を尊重されつつ、グループのめざす姿に向かって心をつなげて、誇りと喜びを感じながら安心して仕事に取り組めるような舞台を作り上げるために貢献したいです。そのために、グループ一丸となってグローバルガバナンスの強化に取り組んでいます。

VOICE



角田 達哉

キューピー株式会社
海外本部
海外ガバナンスプロジェクト



現地に寄り添った食育活動で食と健康に貢献する



工場見学の様子（杭州丘比）

「中国の方々の食と健康に貢献すること」をめざし、北京・杭州・広州の工場オープンキッチン（工場見学）を実施しています。2006年に北京・杭州からスタートし、日本や中国で蓄積してきた研究成果を活用しながら、サラダのおいしさと健康価値を伝えてきました。

「“サラダ”や“健康寿命延伸”の提案が食文化を育み、食と健康への貢献につながる」ことや、「野菜の正しい知識を伝えて自分で調理しておいしく食べる食育プログラムである」ことなどが評価され、2023年5月に同3工場が中国食品科学技術学会から「食品科学普及教育基地※」に認定されました。

本認定により、工場見学が学校の社会科の授業として認められます。

※食品科学普及教育基地：中国食品科学技術学会専門審査委員会の審査を経て認定されます。2017年から認定が始まり、中国丘比（キューピーの中国語表記）は中国食品科学技術学会の第4回食品科学普及教育基地に選ばれました



海外リーダー育成プログラム

海外での成長を加速させるため、将来の経営幹部を担う期待を寄せられたナショナルスタッフが海外各社より選出され、グローバルに活躍する人材を育成するプログラムに参加しています。外部講師を招き、リーダーシップコンピテンシーのレベルアップを目標に、10カ月にわたる研修が実施され、それぞれが理想のリーダーシップ像を設定し、研修で学んだ内容を現場で実践しながらリーダーとしての成長をめざすプログラムです。

集合研修では、役員が理念や戦略策定などをテーマに登壇し、将来の海外リーダーへの想いや期待を伝え、士気を高める機会にもなっています。



価値創造ストーリー I



グローバル成長の加速



再生PET樹脂ボトル利用の取り組み

近年、飲料では再生PET樹脂を使用したボトル（以下、再生PETボトル）の利用が広がっていますが、調味料は飲料と比べて原材料の種類が幅広く、再生PETボトルを使用するには、調味料を前提とした安全性の評価が必要でした。安全性評価に関する共同研究や論文発表、さらに実用化に向けて当社独自の検証を重ね、再生PETボトルの採用を実現しました。国内では、2021年6月に「キューピー ティスティドレッシング」シリーズで、再生PET樹脂を約30%含むボトルを採用しました。また、2023年8月からは「キューピー ティスティドレッシング」シリーズと機能性表示食品ドレッシングの全品に、国内調味料として初めて、再生PET樹脂を100%使用したボトルを採用しています。

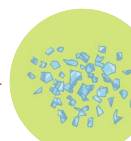
このほか、2023年7月よりキューピーマレーシアで製造のドレッシング容器にも再生PET樹脂を30%含むボトルの採用を開始しました。工場所在地のマラッカ州とも協力し、各種啓発活動を行うことでマレーシアにおける持続可能な循環型社会の実現に取り組んでいきます。



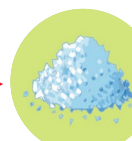
キューピーマレーシアの
再生PET樹脂を含む容器



回収された
ペットボトル



フレーク化



洗浄などを経て
ボトルの原料へ



再生プラスチックに
使用したボトルに

VOICE

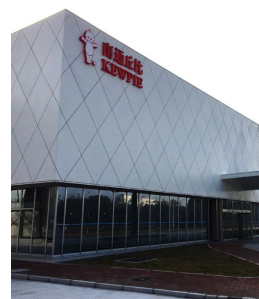
マレーシアにおける再生PETボトルの立ち上げは、現地の再生PET樹脂サプライヤー、ボトルサプライヤー、社内の専門家と打ち合わせを繰り返し行いながら一步一步進めました。ペットボトルリサイクルの取り組みを通じて、マレーシアの循環型社会の実現に貢献できればと考えています。

北田 慎吾

キューピー株式会社
海外本部



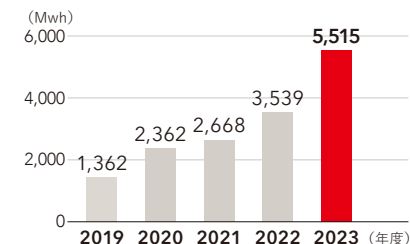
グローバルで気候変動に対応



南通丘比の工場に設置された太陽光パネルの一部



当社グループ海外拠点の
再生可能エネルギー量



2018年4月にキューピータイランド、2021年12月にキューピーベトナム、2022年1月に中国（北京丘比食品有限公司）でそれぞれ太陽光発電を開始しています。

2023年度は新たにキューピーマレーシアと中国（広州丘比食品有限公司、南通丘比食品有限公司）の3工場で発電を開始しました。今後も積極的にCO₂排出量の削減の取り組みや再生可能エネルギーへの転換に取り組んでいきます。



水資源の持続的利用に向けて

当社グループが取り組んでいる水リスクの評価と管理についてのアプローチは、事業の持続可能性を向上させるための重要なステップです。世界資源研究所 (World Resources

Institute) のAqueductツールを活用して水ストレスの評価を行うことで、水の需要と供給のバランスが逼迫している地域を特定し、リスクを管理することができます。このツールを活用し、国内外の水ストレスの評価を行いました。さらに、日本国内における洪水や高潮による浸水リスクは、地方自治体が提供するハザードマップを使用して評価し、海外では同じくAqueductを利用してこれらのリスクを評価しています。水の使用や排水の管理など、地域社会に与える影響を考慮しながら、水資源の効率的な活用を推進していきます。

	事業所数	洪水リスク	高潮リスク	水ストレス
日本	71	26	4	0
中国	4	1	2	1
アジア	4	2	1	0
米国・欧州	2	0	0	1

■：ハザードマップ調べ ■：Aqueduct調べ