



2025年度上期（中間期） 決算説明資料

キューピー株式会社2025年7月3日

事業戦略と財務戦略を両輪とする経営を本格始動

事業戦略

- 鶏卵や野菜高騰、地政学リスクなど想定外の環境下で
国内は**迅速な価格改定**で打ち返すとともに、**高収益ポートフォリオへの構造改革**を推進
海外は着実な成長の中で**生産増強完了**。今後は**プロモーション強化**で需要拡大へ
 - ✓ 業務用の付加価値品（タマゴ、調味ソース他）など、**改定後も物量維持**
「価格に見合う価値」が市場に評価され通期営業利益に貢献
 - ✓ 海外3工場（米国、タイ、インドネシア）稼働により供給体制を強化
 - ✓ 市販用調味料で価格改定。今期営業利益345億円達成に加え**来期成長にも弾み**

財務戦略

- **アヲハタ株式会社完全子会社化**により収益性・ガバナンスを向上
- **自己株式取得240億円**で資本効率向上策を開始



1. 2025年度上期実績
2. 2025年度業績見通し
3. 中期経営計画 戦略の進捗
(今後の展望)
4. 参考資料

本資料の記載について

- 本資料における記載金額は、億円表示の場合は億円未満を四捨五入しています。
- 海外の数値は、10月-9月が対象となり、日本からの輸出を含んでいます。
なお、オーストラリア子会社および日本からの輸出は12月-11月が対象となります。
- 海外の2025年度上期の前年差の合計には、為替影響（売上高+15億円、営業利益+2億円）が含まれます。2025年度通期計画の前年差の合計には、為替影響（売上高△12億円、営業利益△2億円）が含まれます。

国内で野菜・鶏卵高騰の
逆風に対して、
迅速な価格改定による
打ち返しを開始

海外は着実な成長を維持

売上高
2,519億円
前年比 +6%

営業利益
162億円
前年比 △14%

経常利益
174億円
前年比 △14%

純利益
188億円
前年比 +50%

工場跡地売却益

海外伸長率
+9%
現地通貨前年比

国内事業利益率
5.4%
前年比 △2.4%

売上高

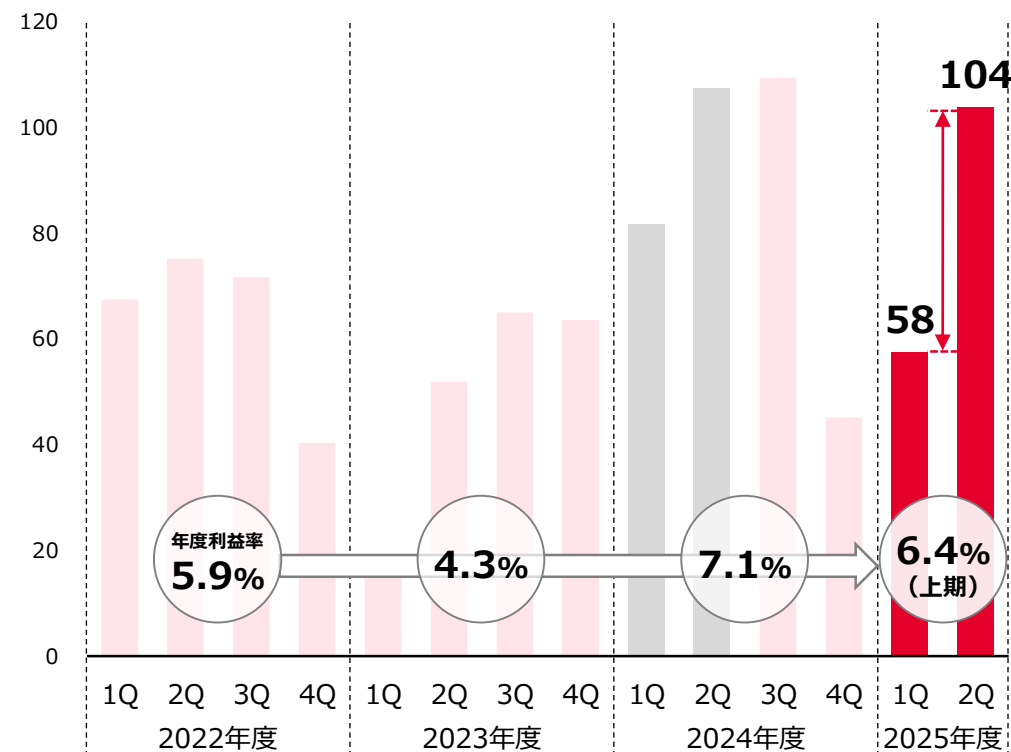
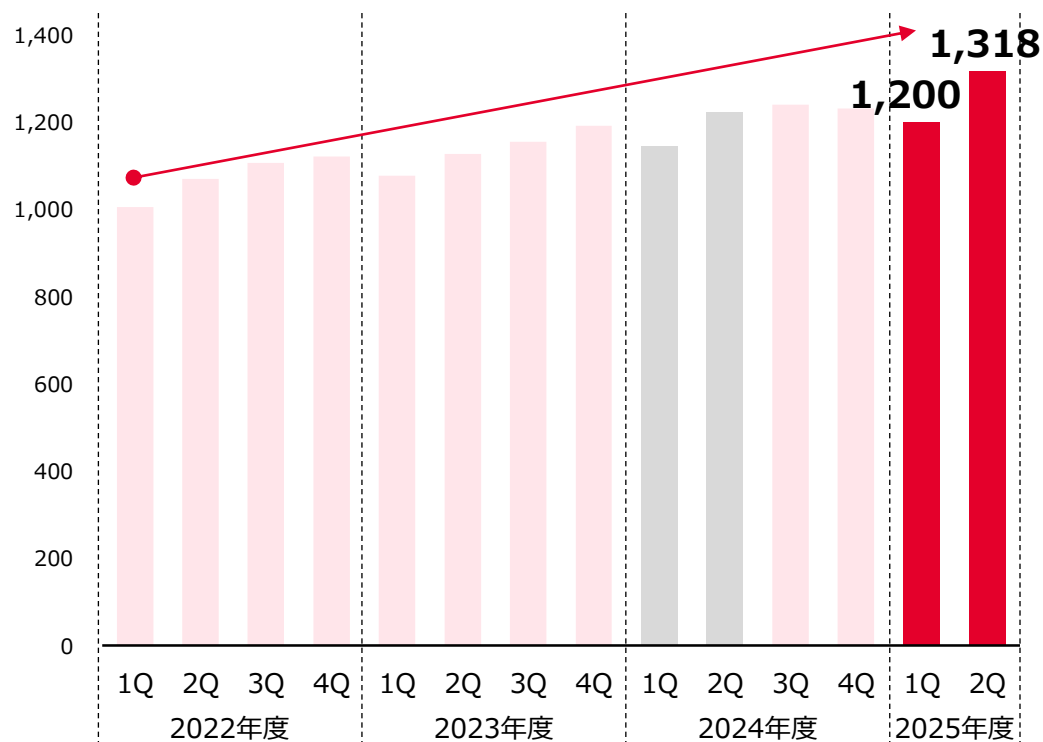
2,519億円
増収 (+150億円)
 増減率 **+6%**増

営業利益

162億円
減益 (△27億円)
 増減率 △**14%**減

- 海外は好調なアジアパシフィックを中心に**着実な成長**を維持
- 国内はタマゴ、カット野菜の**数量増と価格改定効果**で増収

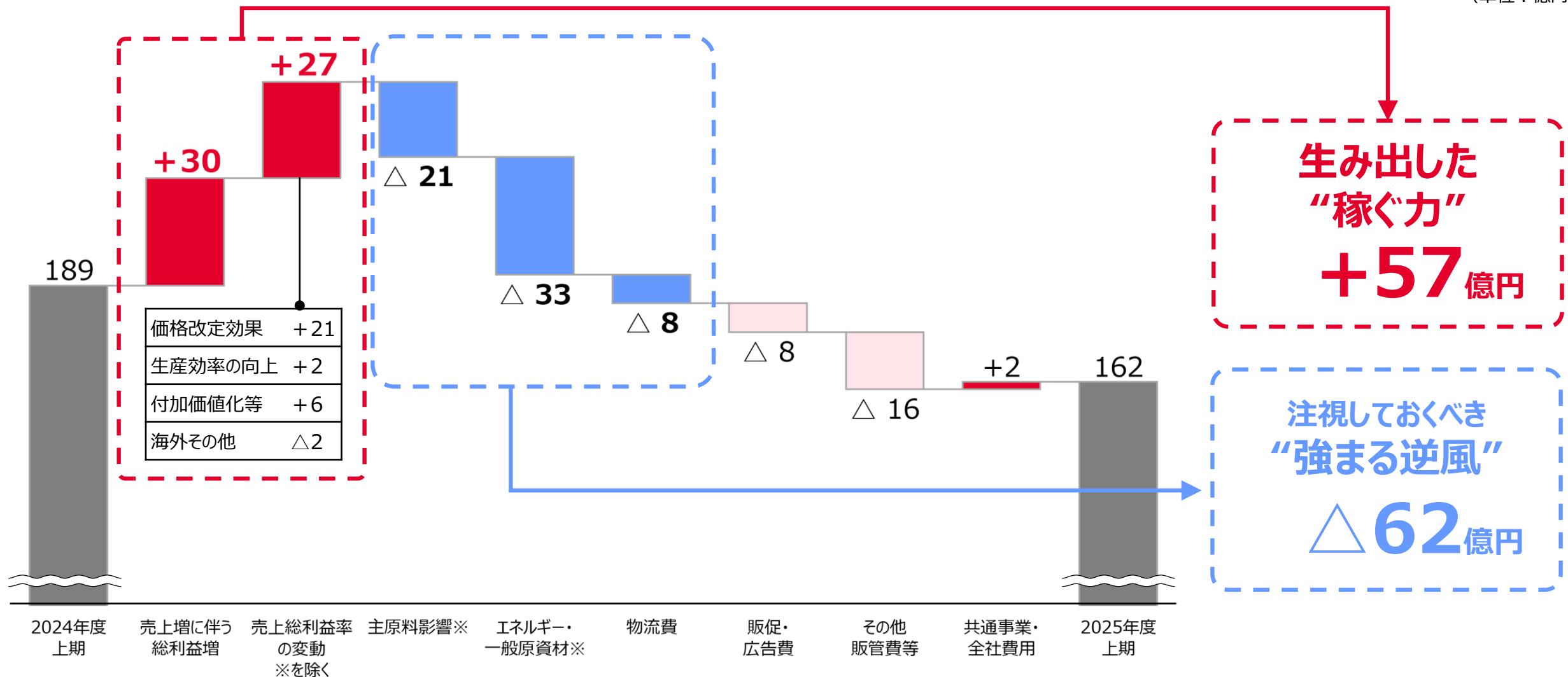
- 海外は未来投資費用を投下する中で**販売拡大により増益**
- 国内は**原料高騰**などの影響により減益
1Q大幅減益に対し、2Qより改定効果が拡大し回復傾向



営業利益

2025年度上期 **162億円** 前年差 **△27億円**

(単位：億円)



売上高

2025年度上期 2,519億円

前年差 +150億円

増減率 +6%

	2024年度 上期	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	年初計画 年間	年初計画 上期進捗率
市販用	924	946	+22	+2%	+5	+17	1,896	50%
業務用	833	891	+58	+7%	+19	+39	1,721	52%
海外	437	494	+57	+13%	+26	+31	1,055	47%
フルーツ ソリューション	87	86	△2	△2%	△1	△1	171	50%
ファインケミカル	59	62	+4	+6%	+3	+1	128	49%
共通	29	40	+11	+40%	+3	+8	79	51%
合計	2,368	2,519	+150	+6%	+54	+96	5,050	50%

営業利益

2025年度上期 162億円

前年差 △27億円

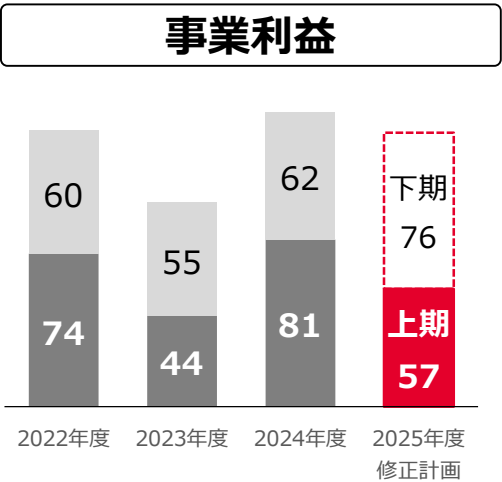
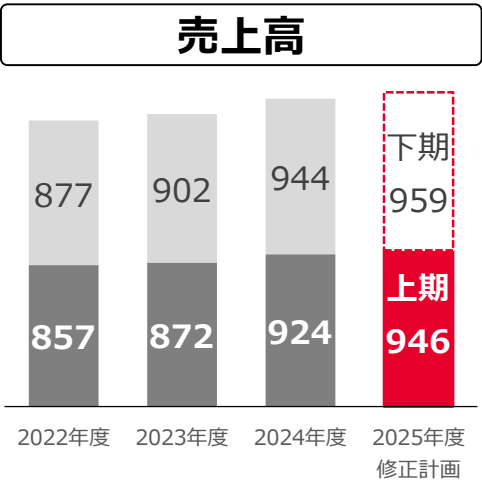
増減率 △14%

利益率 6.4%

	2024年度 上期	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	年初計画 年間	年初計画 上期進捗率
市販用	81	57	△23	△29%	△18	→ △6	133	43%
業務用	64	44	△20	△31%	△12	→ △7	123	36%
海外	65	79	+14	+21%	+7	+6	127	62%
フルーツ ソリューション	1	3	+1	+102%	△0	+2	5	56%
ファインケミカル	△2	△2	+0	—	△0	+0	10	—
共通	6	7	+1	+10%	△0	+1	13	51%
全社費用	△26	△26	+0	—	△0	+0	△66	—
合計	189	162	△27	△14%	△24	△3	345	47%

※ 海外の2024年度事業利益は遡及後の数値

売上高 946億円 前年差 +22億円(+2%) 事業利益 57億円 前年差 ▲23億円(▲29%)



(単位：億円)

	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	前年差
調味料	385	△2	△1%	△8	+6	780	+5
惣菜	321	△4	△1%	△3	△1	660	+7
カット野菜	153	+18	+13%	+12	+6	300	+14
その他	86	+10	+14%	+4	+6	165	+12
合計	946	+22	+2%	+5	+17	1,905	+38

	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	前年差
調味料	42	△14	△25%	△6	△7	92	△10
惣菜	13	△6	△33%	△3	△3	27	△4
カット野菜	△1	△5	-	△8	+4	11	+2
その他	3	+1	+68%	△0	+1	3	+2
合計	57	△23	△29%	△18	△6	133	△10

市販用：増収・減益

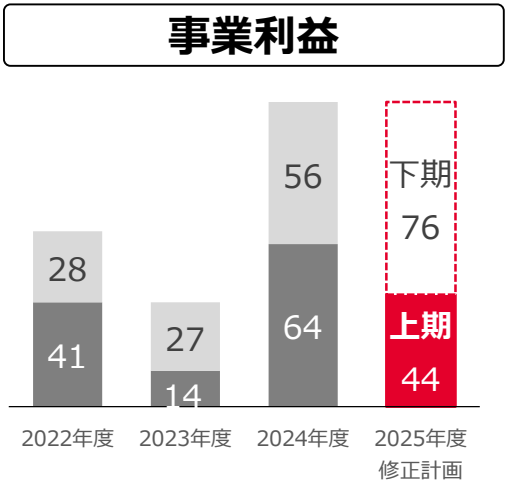
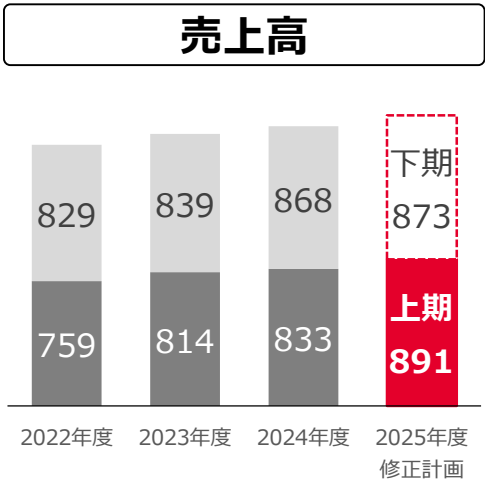
上期の状況

- ・ カット野菜の数量増、価格改定
- ・ 歴史的な野菜相場高
- ・ 鶏卵相場高などで原資材逆風
- ・ マヨネーズ100周年など販管費増

下期の施策

- ・ 調味料市場活性化の継続と価格改定
- ・ カット野菜プライシング戦略
- ・ 惣菜の高付加価値化

売上高 891億円 前年差 +58億円(+7%) 事業利益 44億円 前年差 ▲20億円(▲31%)



(単位：億円)

	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	前年差
調味料	261	+2	+1%	△1	+2	520	+0
タマゴ	550	+59	+12%	+20	+40	1,078	+62
その他	80	△3	△4%	△0	△3	166	+1
合計	891	+58	+7%	+19	+39	1,764	+63

	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	前年差
調味料	17	△3	△14%	△2	△1	41	+4
タマゴ	22	△16	△42%	△11	△5	71	△5
その他	5	△0	△6%	+0	△1	8	+2
合計	44	△20	△31%	△12	△7	120	+0

業務用：増収・減益

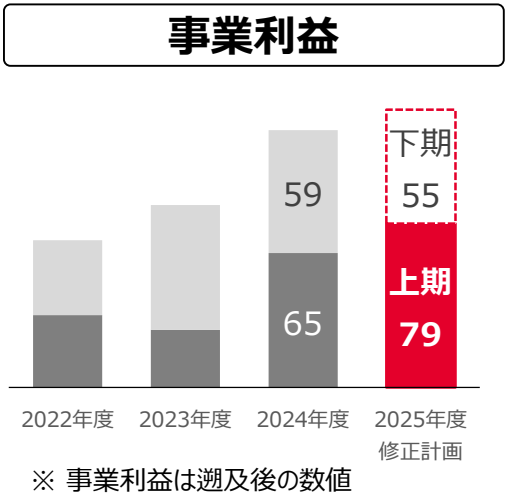
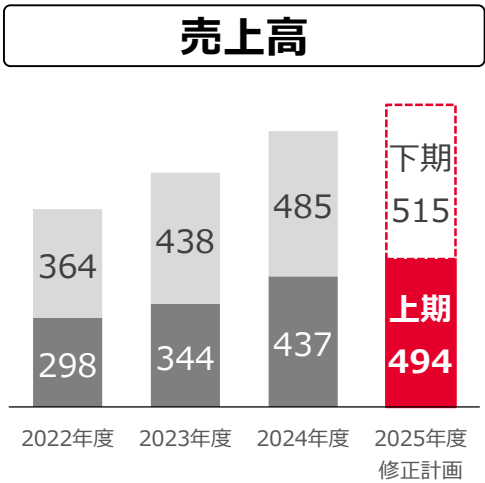
上期の状況

- タマゴ商品の価格改定、数量増
- 鶏卵相場の高止まり
- 業務用ドレッシング数量減

下期の施策

- タマゴ商品のさらなる価格改定
- 高付加価値品へのシフト

売上高 494億円 前年差 +57億円(+13%) 事業利益 79億円 前年差 +14億円(+21%)



(単位：億円)

	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	前年差
中国	175	+12	+8%	+6	+6	378	+18
AP	153	+28	+23%	+16	+12	299	+40
米州	115	+14	+13%	+5	+9	229	+21
その他	51	+3	+6%	△2	+4	103	+8
合計	494	+57	+13%	+26	+31	1,009	+87

※ 為替影響 売上高(前年差)上期+15億円、下期△27億円、年間△12億円

	2025年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	前年差
中国	31	+9	+38%	+4	+5	52	+8
AP	23	+6	+31%	+4	+2	40	+5
米州	18	+1	+3%	+0	+0	31	△4
その他	6	△1	△17%	△1	△0	11	+0
合計	79	+14	+21%	+7	+6	134	+9

※ 為替影響 事業利益(前年差)上期+2億円、下期△4億円、年間△2億円

海外：増収・増益

上期の状況

- 中国、APでの中間層の取り込み
- 中国における生販効率化
- タイから周辺国・地域への輸出が堅調

下期の施策

- 米国、タイ、インドネシア
新工場による供給強化
- ブランド、マーケティングの強化
⇒グローバルブランディング



2.2025年度業績見通し

2025年度業績見通し セグメント別売上高・事業利益

※ 全社計画は変更なし、セグメントごとの内訳を修正

(単位：億円)

売上高

2025年度
修正計画 **5,050**億円

前年差 **+210**億円

増減率 **+4%**

	2024年度	2025年度 年初計画	2025年度 修正計画	前年差	前年対比 増減率	年初計画差
市販用	1,867	1,896	1,905	+38	+2%	+9
業務用	1,701	1,721	1,764	+63	+4%	+43
海外	922	1,055	1,009	+87	+9%	△46
フルーツ ソリューション	170	171	177	+7	+4%	+6
ファインケミカル	114	128	123	+9	+8%	△5
共通	66	79	72	+6	+10%	△7
合計	4,840	5,050	5,050	+210	+4%	—

営業利益

2025年度
修正計画 **345**億円

前年差 **+2**億円

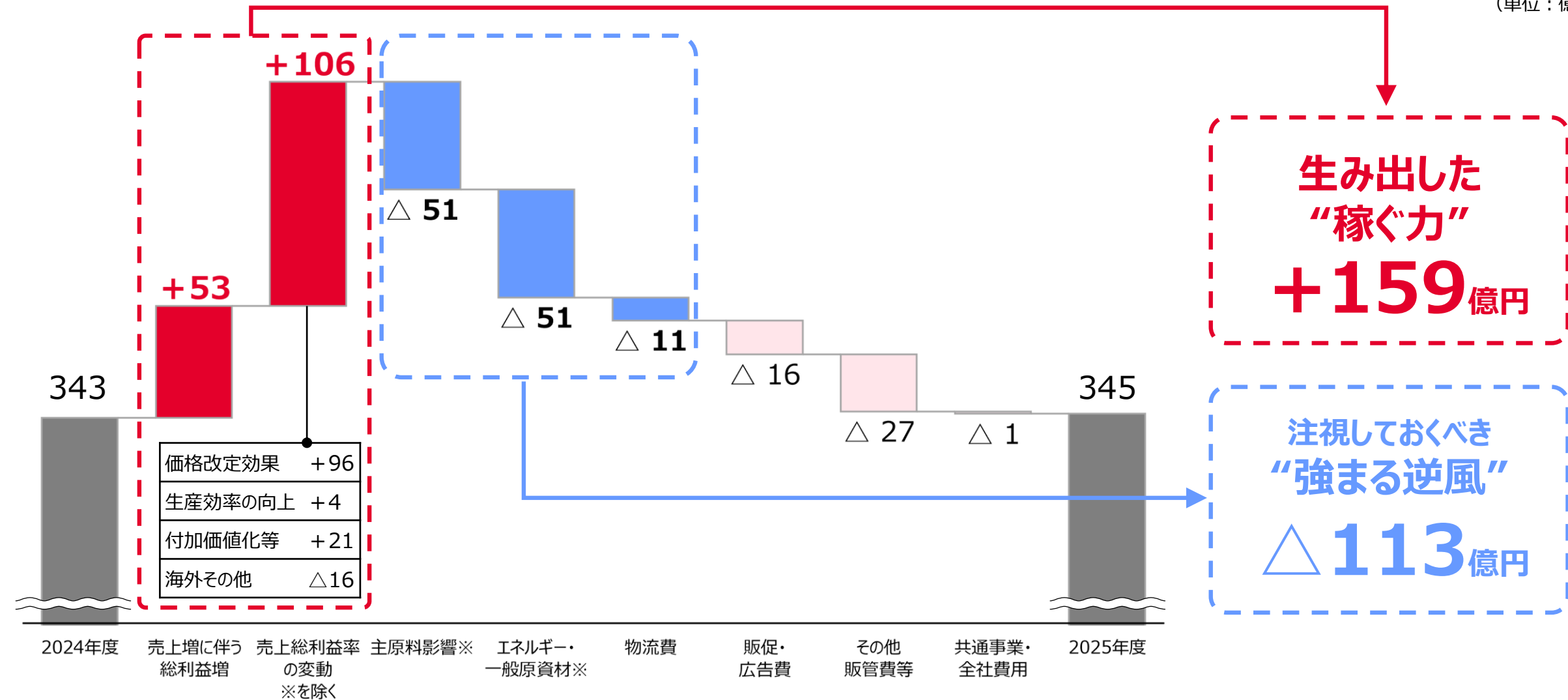
増減率 **+0%**

利益率 **6.8%**

	2024年度	2025年度 年初計画	2025年度 修正計画	前年差	前年対比 増減率	年初計画差
市販用	143	133	133	△10	△7%	—
業務用	120	123	120	+0	+0%	△3
海外	125	127	134	+9	+7%	+7
フルーツ ソリューション	2	5	5	+3	+154%	—
ファインケミカル	6	10	7	+1	+22%	△3
共通	14	13	12	△2	△11%	△1
全社費用	△65	△66	△66	△1	—	—
合計	343	345	345	+2	+0%	—

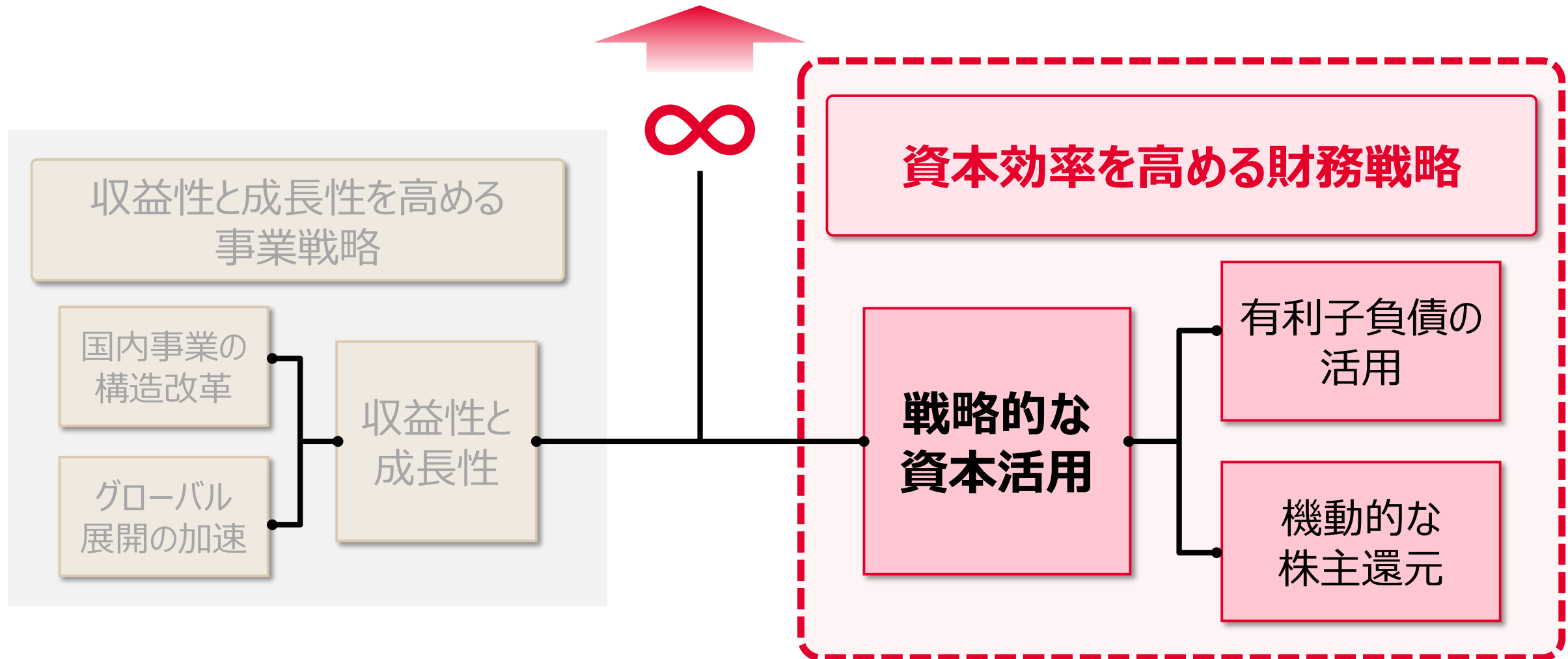
営業利益 2025年度計画 345億円 前年差 +2億円

(単位：億円)



ROE8.5%以上

事業戦略と財務戦略の両輪を回し、株主資本コストとのスプレッド拡大



資本効率とガバナンスの向上により **企業価値を最大化**

アヲハタ株式会社の完全子会社化

2025年11月予定

ブランド価値の最大化

ブランド育成ノウハウの共有によるブランド価値の最大化

経営資源の活用

両社の国内外販路、生産拠点、人材などを活用し、売上・利益の拡大

経営の効率化

本社機能の融合、上場維持コストの削減等によるコスト抑制

ガバナンスの強化

“親子上場による構造的な課題”の解消

自己株式の取得

～2026年5月

機動的な資本政策の遂行を通じた資本効率の向上と株主還元の強化

自己株式取得

アヲハタ完全子会社化のために

株式交換
対価分

約60億円

〈166万株取得〉

2025年9月
までに取得

株式価値の
希薄化抑制

約80億円

〈249万株取得〉

2026年5月
までに取得

資本効率を高める財務戦略として

株主還元

約100億円

2026年5月
までに取得

2026年5月31日までに**計240億円**の自己株式取得を実施

着実な海外成長と国内の迅速な価格改定により 年間計画達成を見込む

売上高

5,050億円

前年比 +4%

営業利益

345億円

前年比 +0%

経常利益

366億円

前年比 △1%

純利益

292億円

前年比 +36%

ROE

9.5%

前年差 +2.2%

ROIC

6.8%

前年差 +0.0%

国内事業利益率

6.9%

前年差 △0.4%

海外伸長率

+11%

現地通貨前年比



3 .2025-2028 年度 中期経営計画 戦略の進捗 (今後の展望)

これから米州での成長加速がはじまる

テネシー工場稼働スタート

供給拡大し
成長ギアを上げる



ブランディングを強化

人流の多いスポットで
認知度を向上



めざす姿 2030ビジョン

～Change&Challenge～

成熟市場での経営効率化と成長領域への投資加速

価値創造プロセスの進化

経済価値

収益性

国内事業の構造改革

- ポートフォリオ変革とSCM生産性向上
- DX推進による創出価値の拡大

成長性

グローバル展開の加速

- 事業エリア拡大とブランド価値向上
- グローバル経営の基盤づくり

社会価値

食と健康への貢献

- サラダの喫食機会拡大

環境への配慮

- プラスチック削減
- 食品ロス削減

人的資本の価値拡大

- 従業員エンゲージメント向上

資本コストや株価を意識した経営

収益性と成長性を高める 事業戦略

資本効率を高める 財務戦略

海外

市場深耕・エリア拡大
さらなる成長フェーズへ

供給能力の増強

ブランド・マーケティング強化

国内

高収益なポートフォリオへ

付加価値品の
強化

利益創出力
の見極め

SCM効率化
・再編

財務戦略

資本効率の向上

- ・ 更なる成長投資
- ・ 機動的な株主還元
- ・ 有利子負債の活用

3工場の稼働が始まり 2030年度までの供給体制を構築

米国

米州の需要へ対応



生産能力 約2倍

※追加投資で最大3倍

5月
稼働

26年度
稼働見込み **1.2倍**

※ 生産能力、稼働見込みは投資前との比較

タイ

周辺国・地域への輸出拠点



生産能力 約2倍

4月
本稼働

6月末時点
1.1倍

26年度
1.2倍

インドネシア

拡大する国内市場へ対応



生産能力 約2.6倍

12月
稼働

6月末時点
1.2倍

26年度
1.4倍

供給強化に加え、既存工場の安定稼働により品質基盤も強化

14の国・地域の主要都市で デジタルとリアルを融合した施策を展開

キューピー マヨネーズで広がる新たな食体験を提案

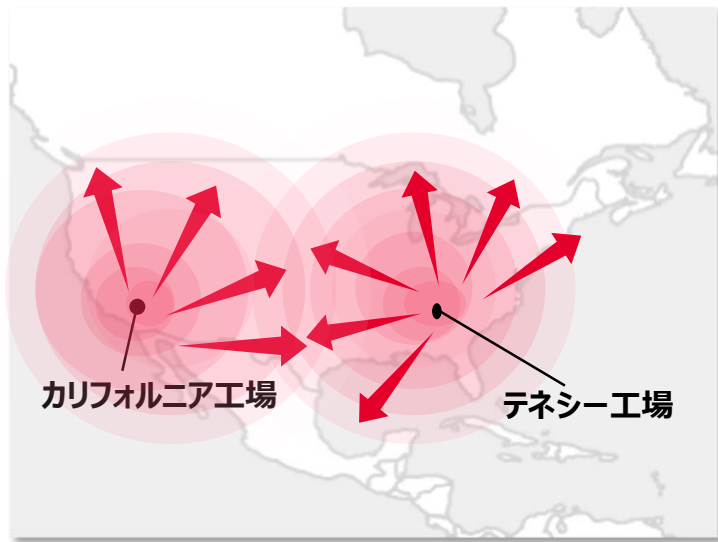


販売・マーケティング強化で市場を深耕・拡大

米州

米国を中心にさらなる市場の
開拓とブランド浸透

kewpie



アジアパシフィック

ローカライズによる商品提案や
現地発信トレンド商品

中間層チャネルへの展開



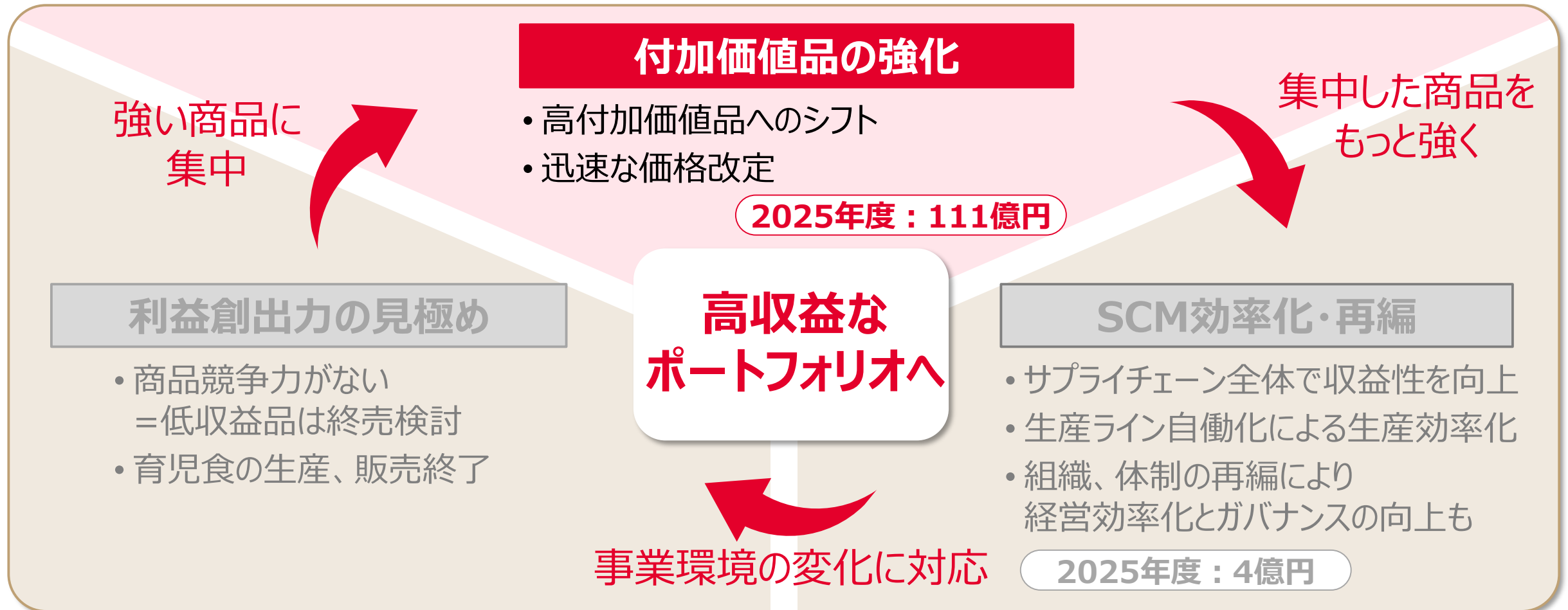
中国

拡大する中間層の
取り込み強化

中間層の増加 + 健康意識の高まり



付加価値品の強化、SCM効率化・再編、利益創出力の見極め により 国内の高収益化が進み “115億円”の増益効果



国内でつけた稼ぐ力を発揮し、逆風を打ち返す

2025年度111億円 の増益効果、来期への弾みも

高付加価値品へのシフト15億円



市販用主力商品の
ラインアップ強化

デリアブランドを浸透



人手不足解消に
対応する商品

“価格に見合う価値”96億円の改定効果

キューピーが培ってきた
“大きな価値”

おいしさ・品質・ブランド



各カテゴリの改定事例

タマゴ
機動的な改定

業務用調味料
606品目の改定

カット野菜
プライシング戦略

付加価値品の強化、SCM効率化・再編、利益創出力の見極め により 国内の高収益化が進み “115億円”の増益効果



方針

ブランド価値最大化

経営資源の活用

経営の効率化

ねらうリターン

海外事業のシナジー

- ・ 海外での販路拡大の可能性
- ・ 技術、調達などの相互活用

生産・投資効率の向上

- ・ アイテム・カテゴリ最適化
- ・ 自動化技術の展開、調達の最適化

間接部門の効率化

- ・ 上場コストの削減
- ・ コーポレート機能の融合

キューピー グループの 企業価値向上

売上拡大と商品開発強化

- ・ 販路・販促・戦略の連動
- ・ 新規事業、商品開発の融合
- ・ 技術融合による高付加価値品創出

コーポレートガバナンス向上

愛は食卓にある。



《お問い合わせ先》

キューピー株式会社 財務戦略推進部 株式IRチーム
TEL : 03-3486-3331

この説明会資料に掲載されている、キューピー株式会社の業績見通し等の将来に関する記述は、当社がその時点で入手可能な情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は、さまざまなリスクや不確定要素の変動および経済情勢等によってこれらと異なる結果になる場合があります。

当社が開示する情報は、当社に対する理解を深めていただくことを目的としており、投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関するご決定は利用者ご自身の判断において行われるようお願いいたします。万一これら情報の利用者が何らかの損害を被ったとしても、当社および当社の情報提供者は一切責任を負いません。



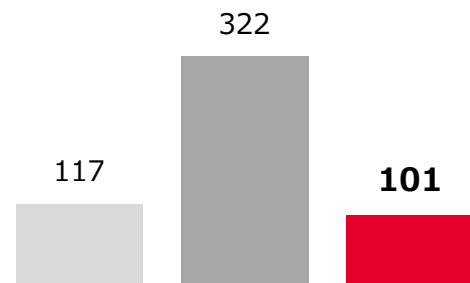
4. 参考資料

(単位：億円)

	2024年度	2025年度 年初計画 (1/9公表)	2025年度 修正計画 (7/3公表)	前年差	年初計画差	2028年度 中計目標
売上高	4,840	5,050	5,050	+210	—	6,000以上
営業利益	343	345	345	+2	—	450以上
営業利益率(%)	7.1%	6.8%	6.8%	△0.3%	—	7.5%以上
経常利益	369	366	366	△3	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	214	292	292	+78	—	—
ROE(%)	7.3%	9.4%	9.5%	+2.2%	+0.1%	8.5%以上
ROIC(%)	6.8%	6.6%	6.8%	+0.0%	+0.2%	8.5%以上
EPS(円)	154.1	210.1	210.1	56.0	—	—
海外売上高伸長率(%) (現地通貨ベース)	+11%	+15%	+11%	+0%	△4%	+10%以上
米国ドル(円)	151	151	148	△3	△3	—
人民元(円)	21	21	20	△1	△1	—
ローリー相場(円/kg)	351	352	376	+25	+24	—
鶏卵相場(円/kg)	223	250	290	+67	+40	—

(単位：億円)

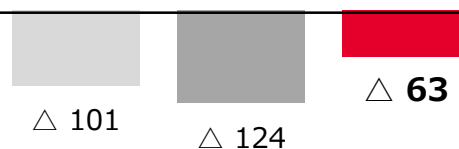
営業キャッシュ・フロー



前年増減

固定資産 除売却損益の増加	↓ △120
棚卸資産の増加	↓ △42
法人税等の支払額の増加	↓ △41

投資キャッシュ・フロー



前年増減

有形固定資産の 売却による収入の増加	↑ +108
無形固定資産の 取得による支出の減少	↑ +43
定期預金の 払戻による収入の減少	↓ △75

財務キャッシュ・フロー



前年増減

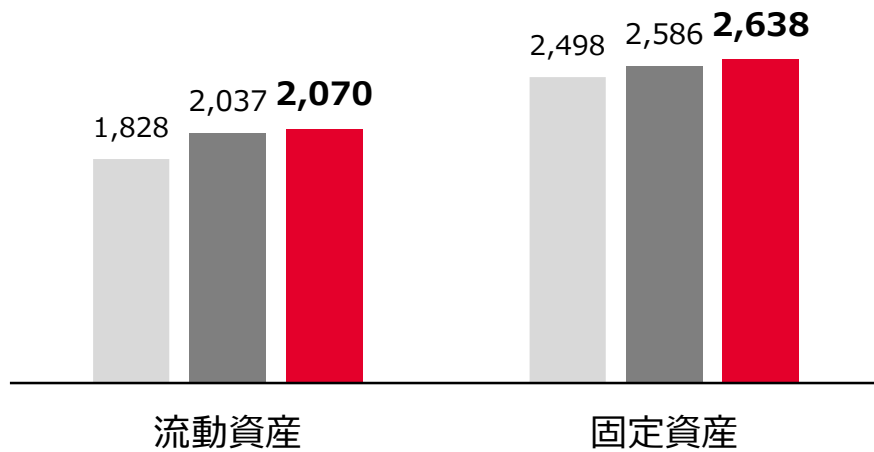
長期借入れによる 収入の減少	↓ △50
長期借入金の 返済による支出の減少	↑ +150

設備投資の状況

 2025年度上期 **89**億円 2025年度計画 **191**億円

(単位：億円)

資産の部



流動資産

前年期末差
+32億円

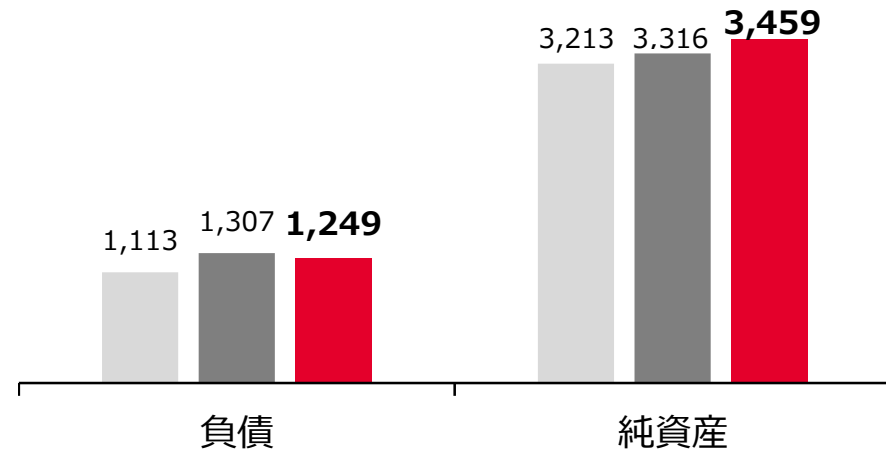
- ・現預金の減少 $\downarrow \Delta 72$
- ・売掛債権の増加 $\uparrow +43$
- ・有価証券の増加 $\uparrow +65$

固定資産

+52億円

- ・有形固定資産の減少 $\downarrow \Delta 19$
- ・退職給付に係る資産の増加 $\uparrow +8$
- ・長期定期預金の増加 $\uparrow +59$

負債・純資産の部



負債

前年期末差
△58億円

- ・1年内償還社債の増加 $\uparrow +100$
- ・未払金の減少 $\downarrow \Delta 53$
- ・社債の減少 $\downarrow \Delta 100$

純資産

+142億円

- ・利益剰余金の増加 $\uparrow +145$

(単位：億円)

2025年度 上期

	2024年度 上期	2025年度 上期	前年差	主な要因
営業利益	189	162	△27	
営業外損益	14	13	△1	・ 支払手数料の増加 △1
経常利益	203	174	△29	
特別損益	△8	114	+122	・ 固定資産売却益の増加 +120 ・ その他特別利益の増加 +3
税引前利益	195	288	+94	
法人税等 非支配株主に帰属する四半期純利益	69	100	+31	
親会社株主に帰属する四半期純利益	125	188	+63	

2025年度 計画

	2024年度	2025年度 修正計画	前年差	主な要因
営業利益	343	345	+2	
営業外損益	25	21	△4	・ 受取利息の減少 △2 ・ 持分法による投資損益の増減 △2
経常利益	369	366	△3	
特別損益	△32	90	122	・ 工場跡地売却益 +120
税引前利益	336	456	+120	
法人税等 非支配株主に帰属する当期純利益	122	164	+42	
親会社株主に帰属する当期純利益	214	292	+78	

(単位：億円)

	2024年度 上期	2025年度 上期	前年差	増減率	2025年度通期計画		
					修正計画	前年差	増減率
市販用	924	946	+22	+2%	1,905	+38	+2%
調味料	388	385	△2	△1%	780	+5	+1%
惣菜	325	321	△4	△1%	660	+7	+1%
カット野菜	135	153	+18	+13%	300	+14	+5%
その他	76	86	+10	+14%	165	+12	+8%
業務用	833	891	+58	+7%	1,764	+63	+4%
調味料	259	261	+2	+1%	520	+0	+0%
タマゴ	491	550	+59	+12%	1,078	+62	+6%
その他	83	80	△3	△4%	166	+1	+1%
海外	437	494	+57	+13%	1,009	+87	+9%
中国	163	175	+12	+8%	378	+18	+5%
アジア パシフィック	125	153	+28	+23%	299	+40	+16%
北米	101	115	+14	+13%	229	+21	+10%
その他	48	51	+3	+6%	103	+8	+9%
フルーツ ソリューション	87	86	△2	△2%	177	+7	+4%
ファインケミカル	59	62	+4	+6%	123	+9	+8%
共通	29	40	+11	+40%	72	+6	+10%
合計	2,368	2,519	+150	+6%	5,050	+210	+4%

※ 海外の前年差には、為替影響(2025年度上期前年差：売上高+15億円、2025年度計画前年差：売上高△12億円)が含まれています。

	2024年度 上期	2025年度 上期	前年差	増減率	2025年度通期計画			(単位：億円)
					修正計画	前年差	増減率	
市販用	81	57	△23	△29%	133	△10	△7%	
調味料	56	42	△14	△25%	92	△10	△10%	
惣菜	19	13	△6	△33%	27	△4	△13%	
カット野菜	4	△1	△5	△124%	11	+2	+27%	
その他	2	3	+1	+68%	3	+2	+100%	
業務用	64	44	△20	△31%	120	+0	+0%	
調味料	20	17	△3	△14%	41	+4	+11%	
タマゴ	39	22	△16	△42%	71	△5	△7%	
その他	5	5	△0	△6%	8	+2	+35%	
海外	65	79	+14	+21%	134	+9	+7%	
中国	23	31	+9	+39%	52	+8	+19%	
アジア パシフィック	18	23	+6	+31%	40	+5	+15%	
北米	17	18	+1	+3%	31	△4	△12%	
その他	7	6	△1	△17%	11	+0	+1%	
フルーツ ソリューション	1	3	+1	+102%	5	+3	+154%	
ファインケミカル	△2	△2	+0	—	7	+1	+22%	
共通	6	7	+1	+10%	12	△2	△11%	
全社費用	△26	△26	+0	—	△66	△1	—	
合計	189	162	△27	△14%	345	+2	+0%	

※ 海外の前年差には、為替影響(2025年度上期前年差：事業利益+2億円、2025年度計画前年差：事業利益△2億円)が含まれています。

※ 海外の2024年度事業利益は遡及後の数値

(単位：億円)

2025年度 上期

	売上増減に伴う 売上総利益の増減	売上総利益率 の変動	販売促進費・ 広告宣伝費	物流費	その他の販売費・ 一般管理費	前年差
市販用	+2	△15	△3	△2	△5	△23
業務用	+3	△15	△1	△3	△4	△20
海外	+23	+3	△3	△2	△7	+14
フルーツ ソリューション	△1	+2	△0	△1	+1	+2
ファインケミカル	+4	△1	△1	△0	△1	+0
合計	+30	△27	△8	△8	△16	△28

2025年度 計画















	売上増減に伴う 売上総利益の増減	売上総利益率 の変動	販売促進費・ 広告宣伝費	物流費	その他の販売費・ 一般管理費	前年差
市販用	+8	△0	△0	△3	△14	△10
業務用	△6	+15	△1	△4	△5	+0
海外	+40	△11	△11	△3	△6	+9
フルーツ ソリューション	+1	+3	△1	△0	+1	+3
ファインケミカル	+9	△2	△2	△1	△3	+1
合計	+53	+4	△16	△11	△27	+4

※ 海外の増減要因前年差は、2024年度遡及後との比較

© Kewpie Corporation All rights reserved.

(単位：億円)

		2023年度 上期	2024年度 上期	2025年度 上期
マヨネーズ	国内	274	296	295
	海外	184	231	269
ドレッシング	国内	193	195	192
	海外	92	111	124
合計	国内	467	491	487
	海外	276	343	393
	計	743	834	880

重点課題	取り組みテーマ	指標	基準	2025年度 上期	2028年度 目標	2030年度 目標	SDGsとの 関連付け
食と健康 への貢献	健康寿命延伸 への貢献	お客様の健康な食生活に貢献するため、 サラダの喫食機会向上、タマゴの付加価値化を中心に取り組みを推進					  
	子どもの心と体の 健康支援	私たちの活動で創る子どもの笑顔の数	2019年度 からの累計	52.8万人	80万人以上	100万人以上	
資源の 有効活用・ 循環	食品ロスの削減・ 有効活用	食品残さ削減率	2015年度	60.6%	63%以上	65%以上	  
		野菜未利用部有効活用率 (主要野菜：キャベツなど)	当年	84.3%	88%以上	90%以上	
		商品廃棄量削減率	2015年度	70.9%	70%以上	70%以上	
	プラスチックの削減・ 再利用	プラスチック排出量削減率	2018年度	—	25%以上	30%以上	
	水資源の持続的利用	水使用量(原単位)削減率	2020年度	9.4%	8%以上	10%以上	
気候変動 への対応	CO ₂ 排出量の削減	CO ₂ 排出量削減率	2013年度	48.7%	46%以上	50%以上	 
生物多様性の 保全	生物多様性の保全	持続可能な紙の調達率 2025年度までに100% (容器包材、印刷冊子、販促物、事務用品)	当年	—	100%維持	100%維持	 
持続可能な調達	持続的な調達の推進	お取引先との協働によって「持続可能な調達のための基本方針」を推進					 
人権の尊重	人権の尊重	ビジネスに関わるすべての人の人権を尊重するために「キューピーグループ 人権方針」を推進					 
人的資本の 価値拡大	従業員エンゲージメント 向上	エンゲージメントスコア	当年	—	75点以上	75点以上	—