



OPEN

the KEWPIE 2009



愛は食卓にある。

キューピー



みんなで止めよう温暖化

チーム・マイナス6%



FSC
ミックス品

FSC認証林及び管理された
森林からの製品グループです

Cert no. SA-COC-001196
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council



PRINTED WITH
SOY INK®





キューピーの 会社紹介

どんな会社なの？



調味料・ 加工食品事業

素材の味を引き出すための創意工夫を重ねながら、食卓を豊かにする数多くの食品を提供しています。



健康機能事業

育児食や介護食、医療食など、多くの人へのやさしさを考えた商品の研究開発を進めています。



タマゴ事業

長い間研究を重ねてきた独自の技術で、卵の特性を生かしたさまざまな商品を開発しています。



サラダ・惣菜事業

社会の変化や地域ごとの嗜好に応えつつ、幅広い年代のお客様の健康な食生活を応援しています。



物流システム事業

常温・低温・冷蔵・冷凍の温度帯の保管体制で、食品の品質・鮮度を守り、効率的に運んでいます。



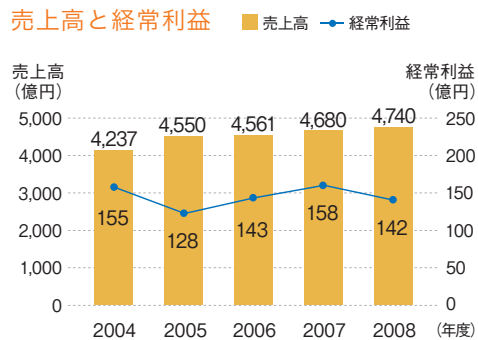
この冊子は、キューピーグループの社会・環境に関する主な活動をまとめたものです。より多くの方に読んでいただけるように「手に取りやすく」「ページをめくりたくなる」ような冊子をめざして作成しました。

より詳しい情報は、ホームページよりご覧いただけます。

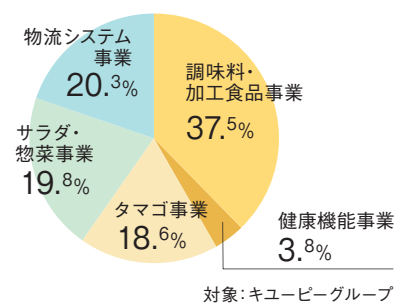
<http://www.kewpie.co.jp/csr/>



売上高と経常利益



売上構成比 2008年度



キューピーについて

- 商号: キューピー株式会社
- 創立: 1919年11月30日
- 本社所在地: 〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13
- 資本金: 241億400万円
- 従業員: 2,609人(連結: 9,283人) (2008年11月30日現在)





キューピーの
姿勢

どんな未来を描いているの？

より魅力的な商品をお届けするために、
まず私たちがものづくりに
ワクワクしたいと思います。



私たちキューピーグループは、お客様に喜んでいただける魅力的な商品をお届けするために、品質の向上、商品ラインナップの充実、食卓への新しい提案など、これまでさまざまな取り組みを行ってきました。それは今後もずっと大切にしていきたい、お客様への基本姿勢です。そして、私たちは従業員の働く職場環境づくりも大切にしています。従業員がいきいきと働いている企業なら、そこで生まれた商品もいきいきとしたものになり、それがお客様にも伝わっていくからです。

その最初の一步として、まず従業員一人ひとりがそれぞれの理想の未来像を描き、何を実現したいのか、何を今やるべきなのかを真剣に考えることが重要だと思っています。従業員それぞれの個性的なアイデアが集まり、それらがうまく組み合わせられれば、新しいものが生み出されていきます。そういったことが当たり前になっていけば、チームがより機能して活気づき、何よりも従業員がいきいきと働けるようになるでしょう。一人ひとりが「わくわく」するような自分像を考え、チームで「わいわい」未来を語り合いながら大きなことに挑戦し、お互いに「わかった」と納得する。私たちはこのプロセスを「3つのわ」と呼んでいます。

食品づくりに携わる者として、まず私たち自身がワクワクすることが、世の中の食卓に元気を与えることにつながっていくと考えています。

キューピー株式会社
代表取締役 社長

鈴木 豊



社是 楽業偕悦 らくぎょうかいえつ

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…お客様のお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・……対話と企業価値の向上を通じて、期待投資家……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。

キューピーグループは、ひとつの思いでつながっています。

昭島野菜加工(株) アルプスター(株) (株)イシカリデリカ (株)エスワイプロモーション (株)カナエフーズ
(株)かやか (株)キタカミデリカ キューソーサービス(株) (株)キューソー流通システム キューピー(株)
(株)キューピーあい キューピー醸造(株) キューピータマゴ(株) (株)グルメデリカ ケイ・システム(株)
(株)ケイ・エスエス (株)ケイパック ケイ物流(株) 光和デリカ(株) コープ食品(株) (株)菜華
(株)菜デリカ (株)サラダクラブ (株)サラダメイト 三英食品販売(株) (株)芝製作所 (株)セトデリカ
(株)全農・キューピー・エツグステーション (株)ディスペンバックジャパン (株)デイリーメイト (株)デフト
デリア食品(株) 鳥栖キューピー(株) (株)トスデリカ 階上キューピー(株) (株)ハンシンデリカ (株)ファミリーシェフ
富士山仙水(株) 富士吉田キューピー(株) (株)ポテトデリカ ワイエムキューソー(株) KIFUKI U.S.A. CO.,INC.
Q&B FOODS, INC. HENNINGSEN FOODS, INC. HENNINGSEN FOODS,NETHERLANDS INC.
北京丘比食品有限公司 杭州丘比食品有限公司 (連結対象 46社)





キューピーの
ものづくり

どんなふうに使ってるの？

～お客様に喜んでいただける魅力的な品質～

品質を守る人づくりと仕組みづくり。

「いちばん大切な人に安心して食べていただきたい」。それは、「品質第一」を信条とするキューピーグループのものづくりの基本的な考え方です。キューピーグループでは、製造現場を中心にした「品質を守る仕組みづくり」と、実際に行動していくための「品質を守る人づくり」を柱に、品質第一の理念と実行力を具現化できる体制をめざしています。長年培ってきたノウハウと徹底した品質管理で、魅力ある商品をお届けしたいと考えています。



ドレッシングの目視検査(キューピー 挙母工場)

良い製品は、良い原料からしか生まれない。

キューピーグループは、「良い製品は、良い原料からしか生まれない」と考えています。そのためには、原料メーカー様の協力が必要不可欠です。製品に使用する原料については、原料の情報、現場の衛生管理、製造手順などさまざまな項目が記された「原料品質規格書」の提出を受けるだけでなく、定期的に原料メーカー様を直接訪問し、製造現場に立ち会いながら実際の製造の様子を確認しています。また、原料メーカー様とものづくりの考えを共有していくためには、信頼関係の構築が重要と考えています。相互の工場訪問など、製造現場の担当者同士がお互いを尊重し共感しあえる関係づくりを進めています。



原料メーカー様を訪問

品質を守るのは、私たち一人ひとりで。

キューピーグループには品質を守るためのさまざまな仕組みがありますが、どんなシステムやルールも、それを支える人がいてはじめて成り立ちます。「自分のいちばん大切な人に安心して食べていただきたい」という気持ちと、そのためのしっかりとした知識を備えた人が製造現場にいてこそ、品質が守られると考えています。そんな製造現場での品質向上活動を推進しているのがクオリティサポーターです。グループ全体の品質活動を統括する品質保証本部と製造現場を結ぶだけでなく、自主的な勉強会などを実施しながら、安全・安心はもちろん、お客様に喜んでいただける品質をめざしています。



～ものづくりへの取り組みの歩み～

2008年、50周年を迎えたキューピードレッシング。

キューピーは1958年、国産初のドレッシング「キューピーフレンチドレッシング(赤)」を発売し、2008年で50周年を迎えました。この50年の間に、味や原料だけでなく、ボトルやラベルデザインなど、さまざまな改良を重ね、51年目になる2009年には、ボトルの形状や容量などをさらに進化させました。今後も、より多くのお客様に満足していただける商品づくりをしていきます。

ものづくりの歩み

1920

1930

1940

1950



キューピーフレンチ
ドレッシング(赤)
※国産初(1958年)

1960



キューピーオリエンタル
ドレッシング

1970



キューピードレッシング
(和風・中華)
※しょうゆ系ドレッシングの
本格的な始まり

1980



ジャネフノンオイル



キューピーノンオイル

1990



キューピーテイスティ
ドレッシング

2000



キューピー深煎りごまドレッシング

● 最初のドレッシングは
金属キャップ

● セバレートドレッシング登場で
中栓を採用
● プラスティックキャップの採用、
パッキンで酸化を防止

● FA(ファクトリーオートメーション)
システムを独自に開発し、
導入を開始

● すべてのドレッシングに中栓採用、
口部は窒素置換を開始
● 分別廃棄のために、はがしやすい
ラベルを採用
● 取りはずしやすい中栓を採用

● ドレッシングの点字瓶使用開始



キューピーマヨネーズ
※国産初(1925年)



アラハタママレード



アラハタスイートコーン
※国産初(1950年)



キューピーマヨネーズ
(100gポリボトル)



キューピーミートソース
※国産初(1959年)



キューピーベビーフード
(ベビーフード2号缶)



アラハタ
ブルーベリージャム
※ベリー類ジャム人気の
始まり



アラハタおかゆ



キューピーハーフ



キューピーゼロ
ノンコレステロール



キューピーティフェ
(特定保健用食品)



キューピーの ものづくり

～人とシステムが支える製造現場～



良い製品は、良い環境で生まれます。

キューピーグループでは、製造の際に異なる原料や賞味期限の切れた原料を誤って使うことのないように、自社開発のFA(ファクトリーオートメーション)システムを構築しています。原料の入荷や小分け、調理から包装にいたるまで各工程において、その都度システムによる照合と記録を行うことで、問題の発生を未然に防ぐだけでなく、万が一トラブルが発生した際に、記録された情報から迅速に原因を特定できます。また、製造時の記録と原料・資材や出荷の情報を組み合わせることで、各工程における履歴情報をたどることができる、トレーサビリティの実現にもつながっています。



原料情報の照合と記録



妥協のない強い思いが、FAシステムをさらに機能させています。

FAシステム構築のお手伝いをさせていただいて感じることは、キューピー様の製造現場では、常に消費者の方に安心して召し上がっていただくことを意識され、製造工程上の品質に妥協しない強い精神で取り組まれていることです。製造品質向上に対する強い意識がFAシステムにさまざまな機能を生み、現場で育まれた工夫がたくさん表れています。これからもお手伝いをさせていただきたいと考えております。



中井 浩貴 様
(オムロン株式会社
品質ソリューション部)



キューピーのドレッシングができるまで



人にも環境にも配慮した容器。

容器の軽量化や包装の簡易化を積極的に進めながら、資源とエネルギー使用量の削減に取り組んでいます。また、2008年には日本ではじめてドレッシング容器に点字瓶を採用し、2009年2月には、使い切りやすい170mlの新容量に変更しました。使用後の分別のしやすさはそのままに、容器の胴部にくびれを設け、よりにぎりやすく、振りやすい形状にしました。

使い切りやすい
170mlの新容量



日本ではじめてドレッシング
容器に点字瓶を採用



取りはずしやすい
中栓。はがしやすい
ラベル



にぎりやすく振りやすい
くびれ形状



みんなを笑顔にする「No Smile, No Work.」の気持ちで。

安全・安心な製品をお届けするためには、確実なチェック、従業員のやりがいが必要です。挙母工場では今、みんなの能力を最大限発揮できるような基準を作り、さまざまな改善活動『輝能化』を行っています。それが従業員に大きなやりがいと笑顔をもたらします。そして最高品質を築いた先にお客様の笑顔があるはずです。『No Smile, No Work.』の気持ちを忘れずに、品質を守り続けていきたいと思います。



坪井 夕香
(キューピー 挙母工場)



親孝行をすることが、誠実な仕事へとつながります。

キューピーの創始者である中島董一郎の言葉に、こんな一節があります。「親孝行をしてください。わが子と思う親の気持ちをありがたく感じ、それに報いようとする気持ちが親孝行です。したがって親孝行のできる人とは、人の好意をありがたく感じ、それに報いることのできる人です。そういう人の周囲には、また好意を持って接してくれる人が集まり、その会社はおのずから発展するはずです」。社訓として、人や社会とのかかわりをする基本として、キューピーでずっと受け継いでいる考え方です。たとえば、キューピーでは社員のご父母のみなさまに、近況をご報告する手紙と、夏と冬には新商品をお送りしています。また、一部の工場では家族参観を実施し、従業員の普段の仕事をご覧いただいています。

誰もが元気とやる気をもてる職場づくり。

一人ひとりが専門性に磨きをかけ、その道のプロと呼ばれる人材に成長してほしい。そんな思いから、キューピーグループでは年齢や性別に関係なく仕事を基準として報いる公正な制度をめざし、結果だけでなくプロセスを大事にした人材育成を行っています。さらに、安心して働ける職場づくりや、ワークライフバランスを進めるための制度、風土づくりに取り組んでいます。障害者雇用においても職場環境の整備や仕事の創出に努めており、2008年6月1日時点のキューピーの障害者雇用率は法定雇用率1.8%を上回る2.24%となりました。2008年度は、障害者への積極的な雇用が認められ、キューピーが「障害者雇用優良事業所」として表彰され、キューピーあいが「平成20年度障害者雇用職場改善好事例」奨励賞を受賞しました。

※キューピーあいはキューピーの特例子会社です。



キューピーあい 本社



仕事楽しい。だから毎日が楽しい。

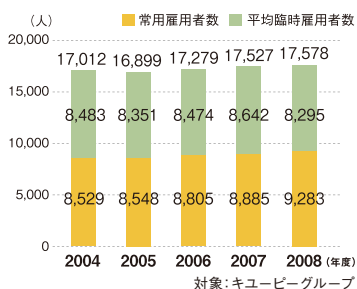
サラダクラブで働きはじめて2年目を迎えました。ここでは辛いことも楽しいことも含めて色々あります。検品のお仕事は簡単ではありませんが、毎日とても楽しく、勉強になっています。今後、もっとテキパキとお仕事をこなせるようになればと思っています。長く続けられるようにがんばります。



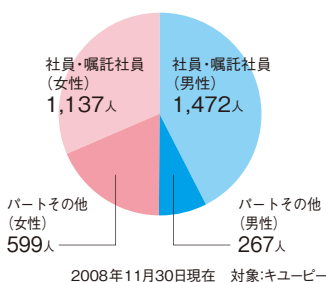
小島 千明
(サラダクラブ 中河原工場)

従業員の構成

従業員数の推移



男女別従業員数



男女別平均年齢・平均勤続年数

	平均年齢(歳)	平均勤続年数(年)
男性	40.9	15.6
女性	29.1	6.2

2008年11月30日現在 対象：キューピー社員

障害者雇用率

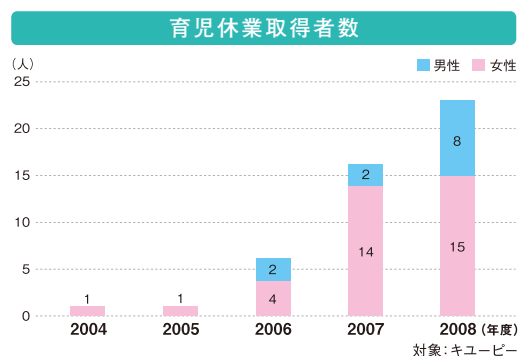
2.24%

2008年6月1日現在 対象：キューピー



働くママとパパを応援しています。

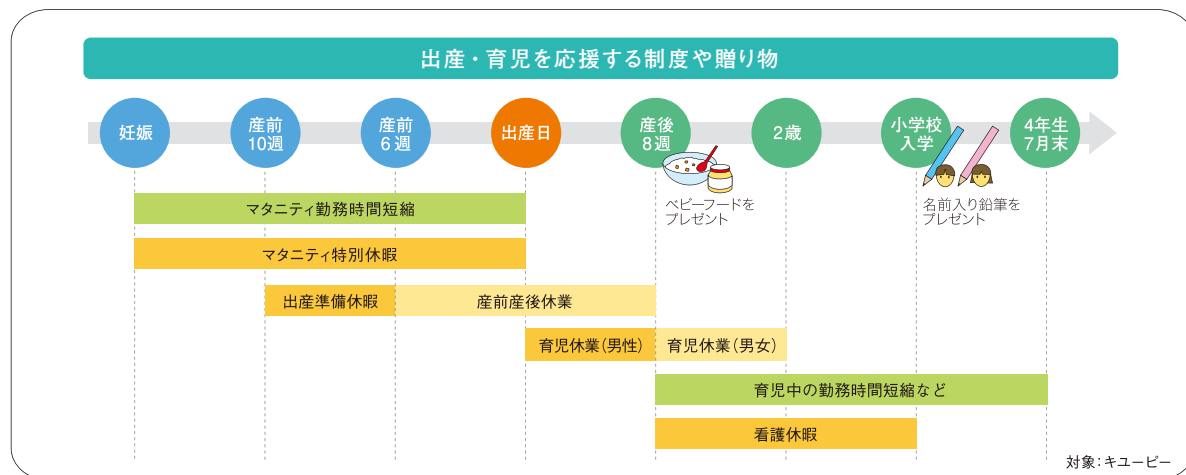
キューピーでは、子育てと仕事を両立できる雇用環境の整備を進めています。法律を上回る出産・育児支援制度の導入、自宅で閲覧可能な育児支援サイトによる情報提供、ベビーフードや小学校入学時の鉛筆プレゼントなど、さまざまな取り組みを行っています。これからも、従業員が安心して子育てができる環境づくりを支援していきます。



成長にあわせベビーフードを贈っています。



2007年、2009年
「くるみん」を取得



育児休業の1年間は、貴重な時間でした。

私は妊娠がわかった時、出産後もこの会社でまた働きたいことを上司に相談しました。その結果、育児休業をとることになり、その後、仕事に復帰することができました。初めての経験で戸惑うことも多いなか、職場のみんながサポートしてくれたおかげで、出産直前まで安心して仕事ことができました。育児休業の1年間、仕事とはまた違った忙しさでしたが、子育てを楽しみながら貴重な時間を家族と過ごすことができました。今後、育児休業をとる人のために、自分の経験を発信していきたいと思います。



山崎 恵美
(キューピー 中河原工場)

「ワークライフサラダ」で、理想的なワークライフバランスへ。

従業員一人ひとりがワークライフバランスを実現できるような会社をめざして立ち上げた「わくわくワーク☆きらきらライフ」プロジェクト、略して「わく☆きらら会」では「ワークライフサラダ」を活用しています。これは、従業員の生活をサラダ



に見立てて、現状と理想のワークライフバランスについて考えるツールです。実施した従業員からは、「自分でサラダを描いてみたら“モヤモヤ”していた気持ちが“スッキリ”しました」「夢に向かって自分が何をすべきか明確になった」など、さまざまな声が寄せられています。

ワークライフサラダの盛りつけ例



小室淑恵氏と鈴木豊が語る、ワークライフバランス。



鈴木 今回の対談にあたり、小室さんの「6時に帰るチーム術」を読ませていただきました。早く帰るための仕組みを作って残業を無くされたとのことですが、仕事のやり方自体を考えて工夫していくのは素晴らしいと思いました。

小室氏 ありがとうございます。残業時間を削減すれば、コスト削減につながるだけでなく、そこで働く社員の私生活が充実し、メンタル

疾患の問題も減ると言われています。趣味なり家族なり、仕事以外にも心の柱を持つことで、仕事に行き詰まった時に重心をずらして、通り過ぎるのを待つことができるんですね。最近では育児をしたいと考えている男性の方も増えています。夫婦で子育てをシェアし、お互いを理解しあうことで子どもの心も安定します。今後は男性もどんどん育児休業をとってほしいですね。



鈴木 キューピーでも育児休業を取る男性社員が増えてきています。そんな中で、ワークライフバランスの考え方を社内に浸透させていくために始まったのが「わく☆きら活動」です。「ワークライフサラダ」を通じて、一人ひとりが「わくわく」するような到達イメージをはっきり自覚し、「サラダバー」でお互いのサラダを発表することで、さらにおいしいサラダを作っていくようになれば良いと考えています。若手社員が外部の講演で得たヒントからたどり



職場でワークライフサラダを共有する「わく☆きらサラダバー」。

「わく☆きらサラダバー」とは、それぞれが描いた個性豊かなワークライフサラダを発表し、意見や感想を言い合うミーティングのことです。上司部下の壁を越えて、お互いのワークライフサラダを発表する中で、それぞれ違った一面が見えたり、メンバーの特技を知るきっかけになったりと、職場のコミュニケーション向上に大いに役立っています。「人それぞれのスタイルがあり、刺激になった」「メンバーのサラダを見て、新しい事に取り組んでみたいと思うきっかけが出来た」というような感想もあり、自分のワークライフバランスをさらに深く考える機会になっています。



わく☆きらサラダバー(ケイ・システム 本社)



着いたアイデアですが、こうした取り組みが現場から生まれることで、さらなる「わくわく」感につながるようになるのだと思います。

小室氏 素晴らしいですね。サラダというのが御社らしくてとても素敵です。社員の方々が自分のワークライフバランスに満足していないと、良い商品は生まれてこないと思います。社員の働き方がイキイキしていることが何よりも大切だと思います。

鈴木 仕事以外の時間が充実することで、今までは触れていない世界を見て、視点が変わるということかもしれません。キューピーはベビーフードから介護食まで手がけていますので、そういった機会を持つことはとても重要なことだと思っています。



※この内容は、2009年3月に実施した対談を要約したものです。



小室淑恵(こむろ よしえ) 株式会社ワーク・ライフバランス代表

1975年東京生まれ。2004年度ウーマン・オブ・ザ・イヤー受賞。育児、介護、うつ病などによる休業者の復帰を支援する仕組み「armo(アルモ)」を開発。ワークライフバランスに関する著作多数。一児の母。理想的なワーク&ライフを過ごす第一人者として多くの人から支持を受けている。

対談の全文は、フルレポートに掲載していますので、ぜひご覧ください。

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





キューピーと 地球環境

地球のためにどんなことをしているの？

～環境への取り組み～

環境コミュニケーションを積極的に進めています。

資源を有効に活用することの大切さを伝えるため、そしてキューピーグループの環境への取り組みを知ってもらうため、さまざまな場面で、お客様や地域の方々との環境コミュニケーションを積極的に行っています。年間約11万人に来場していただいているオープンキッチン（工場見学）では、製品の製造工程を紹介すると同時に、卵の有効活用や容器の軽量化などに関する展示を行っています。また「社会と環境について語るブログ」では、環境に関する取り組みなどを広く紹介しています。



環境展示(キューピー 挙母工場)

段ボールのインク使用量を年間約 1.7 トン削減。

キューピーは、段ボールメーカーのレンゴー株式会社様との連携により、マヨネーズやドレッシングなどの加工食品の梱包用段ボールの印刷において、従来39色使用していたインクを標準色※18色に集約しました。これにより、インクの入替え回数が減るため、試算では年間約1.7トンのインクのロスを削減することにつながります。色数減少で品目ごとの差別化は“白抜き”にするなどの工夫で解決しました。

※ 標準色とは、全国段ボール工業組合連合会などが定めた、段ボール印刷の基本となる18色のことです。



「もったいない」という思いが、実を結びました。

2008年夏、レンゴー東京工場を見学した時、印刷ラインの切り替え回数の多さに驚きました。色をたくさん使用すると、入れ替えのたびにインクのロスが発生し、ライン洗浄の水も大量に必要になります。どうにかしたいと思い、レンゴーさんと話し合いを重ねた結果、標準色のみの18色に集約することができました。段ボール包装の改善は、これまで、外箱内の中仕切り廃止や軽量化などを進めてきました。今後も資材メーカーの方と『友に』、他の資材についても、環境に配慮した包装資材の採用に努めていきます。



野々下 麻子
(キューピー 原資材調達部)

卵には、無駄になるところがありません。

キューピーグループでは、日本で生産される卵の9%にあたる卵を原料として、マヨネーズをはじめとするさまざまな製品を製造しています。工場で発生する年間2万3000トンの殻も、すべて無駄にすることなく、有効活用しています。



卵殻膜は、大きな可能性を秘めています。

私たちは、快適・健康・環境をキーワードに、リサイクル天然成分と合成繊維を融合した複合新素材を開発しています。卵殻膜に出会った時「次世代の製品はこれだ」と直感しました。卵殻膜は、今ではスポーツウエアやインナーウエアの定番素材。地球にやさしく機能性に優れ、肌ざわりも良いことから、車の座席シートにも採用いただいています。キューピー様とは今後も共同開発させていただきたく思います。



佐野 真弘 様
(出光テクノファイン株式会社 営業部)



キューピーと地球環境

～数値で見る環境への影響～

主な環境影響と環境保全活動

製品を製造し、お客様にお使いいただくまでには、資源やエネルギーの消費、廃棄物の発生やCO₂の大气への排出など、少なからず地球環境への負荷が発生します。今後も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環境保全活動を推進していきます。

エネルギー INPUT

購入電力……………535,591GJ (54,485千kWh)
燃料(発電燃料含む)……………573,570GJ
計……………1,109,161GJ
GJ(ギガジュール):エネルギーの単位

水 INPUT

地下水……………1,834千m³
上水道……………415千m³
計……………2,249千m³

原料 INPUT

原料……………
(鶏卵・植物油・醸造酢・調味料 他)
容器包装材料……………
(段ボール・ガラス瓶・プラスチック容器・袋 他)



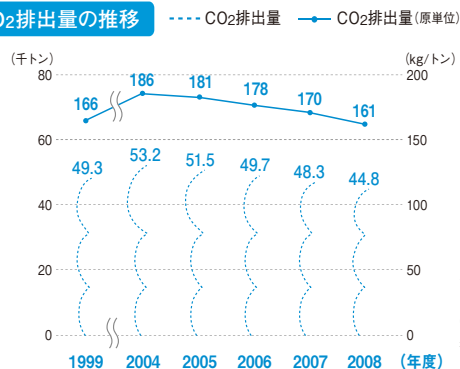
環境努力賞

社内でもっと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。2008年度は、仙川工場が2004年度に続いて2度目の受賞となりました。仙川工場はグリーン委員会を通じて、省エネルギー・廃棄物削減活動への想いを強く持ち、地球に優しい工場をめざし、工場内の夢多採り(むだとり)活動と融合させて全従業員で取り組んでいます。



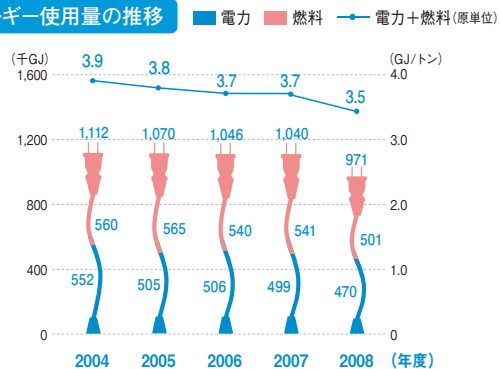
グリーン委員会(キューピー 仙川工場)

CO₂排出量の推移

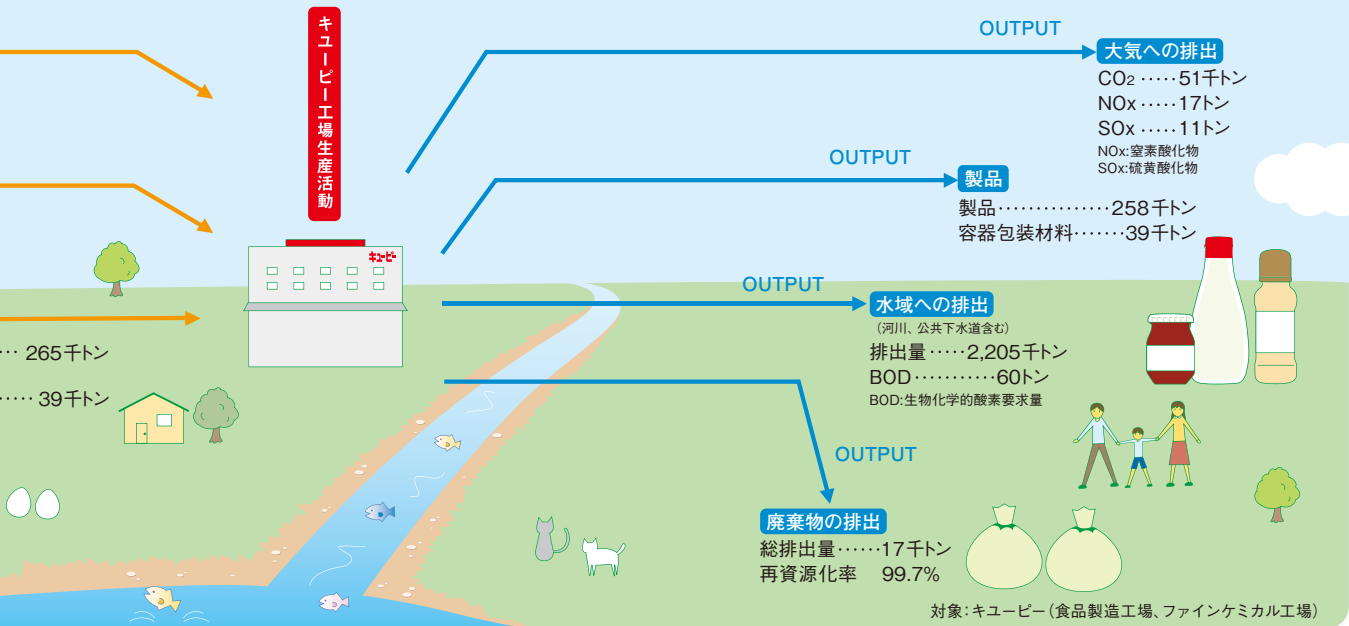


キューピーでは、1999年度をCO₂排出量の基準年度としています。

エネルギー使用量の推移



キューピーの生産部門における物質とエネルギーの流れ



(千円)

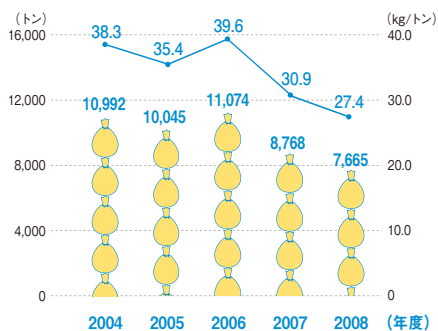
環境保全コスト	事業エリア内コスト				上・下流コスト	管理活動コスト	研究開発コスト	社会活動コスト	環境損傷対応コスト	合計
	公害防止コスト	地球環境保全コスト	資源循環コスト	小計						
	投資額	費用額	費用額	費用額						
	184,440	79,702	16,888	281,030	0	500	0	0	0	281,530
	536,854	48,062	492,629	1,077,545	349,825	97,378	27,585	4,941	0	1,557,274

環境保全対策にともなう経済効果の総額は517,693千円になりました。

対象: キューピー (食品製造工場、ファインケミカル工場)

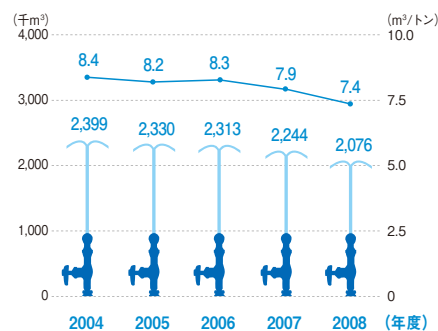
廃棄物排出量の推移

■ 廃棄物排出量 ▲ 廃棄物排出量(原単位)



水使用量の推移

■ 水使用量 ▲ 水使用量(原単位)



対象: キューピー (食品製造工場)

環境データや環境保全活動の詳細は、フルレポートに掲載しています。 <http://www.kewpie.co.jp/csr/>

3月

食物アレルギー啓発DVD制作

食物アレルギーを持つ乳幼児の保護者を応援するDVDを制作し、保健所や保健センター、親の会などに無償配布しています。食物アレルギーについての正しい知識、対処方法、体験談をわかりやすくまとめました。



安心して適切な情報をみなさまへ。

このDVDは、発生のメカニズムやケアについて具体的なアドバイスが盛り込まれているので、保健師さんや管理栄養士さん、保健活動を共に推進する地域ボランティアのみなさまの教材としても、活用されています。



村中 峯子 様(社団法人 全国保健センター連合会 総務部長)

4月

マッチングギフト制度 「キューピース」スタート

2008年より、従業員が社会・環境団体に寄附を行うことを支援する取り組みとして、マッチングギフト制度「QPeace(キューピース)」を始めました。制度に参加する従業員より、毎月100円を1口として寄附金を給与天引きし、会社からも従業員の1口に対し100円を上乗せし、寄附を行う制度です。2008年度は、キューピーグループ16社より414名の従業員の参加があり、「食」「子ども」「環境」を活動のテーマとする13の社会・環境団体へ寄附を行いました。



3月

「環境goo大賞2007」ブログ部門 で環境goo大賞を受賞

2007年3月よりスタートした「社会と環境について語るブログ」が、環境goo大賞(ブログ部門)を受賞しました。顔の見えるコミュニケーションを実現している点が高く評価されました。



<http://blog.kewpie.co.jp/csr/>

10月

製造工場のセキュリティ強化

キューピーは、工場建屋への入室の際の認証式施錠管理の導入、および敷地内への不審者の侵入を防ぐための防犯カメラの設置により、全国9工場のセキュリティを強化しました。



報告書の作成にかかわった従業員のコメントを紹介します。

今回の編集にあたり、緑豊かな環境で仕事ができていることをあらためて実感しました。また、身近な問題について考えるよい機会を与えられたことに感謝します。ものづくりを通し、楽しんでエコ活動を行なっていきたいと思います。



天野 浩巳
(キューピー 挙母工場)

育児休業を利用する女性も男性も増えています。新たな経験の中で新たな気づきを得ているようです。子育てに限らず、多様な働き方や経験、考え方をお互いに尊重できる環境が魅力的な会社につながると信じています。



勝呂 直子
(キューピー 人事本部
次世代支援担当)

卵殻膜がもともと持つ『包み込むやさしさ』が『有効利用というやさしさ』に出会って、『環境へのやさしさ』というハーモニーを奏できました。出光テクノファイン様をはじめ異業種の方々との仕事を通じて素晴らしいことを学びました。



鈴木 正史
(キューピー
ファインケミカル本部)

ワークライフバランスのポイントは、自分のこととして考えることと、チームで協力し合うことだと思います。「わく☆きら活動」を通じて、一人でも多くの方が夢を実現できれば、素晴らしいですし、私にとってもうれしいです。



南 浩司
(キューピー 人事本部
労務部)

この報告書の作成で、いろいろな会社とのつながりを再認識できました。人のつながり、会社とのつながり、社会とのつながり…そんなつながった輪がたくさんできていったら楽しいですね。



村松 麻子
(キューピーあい
CSR推進室)

部署内と夫婦で開催した「わく☆きらサラダバー」から半年、お互いのドリームサラダの実現には、協力が一番大切でした。現在の私のワークライフは、周囲の支えのおかげで、自分が描いていたよりも素敵なサラダになっていると思います。感謝。



綿貫 智香
(キューピー 研究所)

■編集後記

キューピーグループ 社会・環境報告書2009[ハイライト]をお読みいただき、ありがとうございました。今回の報告書は、「手に取りやすく」「ページをめくりたくなる」ような冊子をめざしながら、働く従業員の「今」をできるだけ『OPEN』にして掲載しました。また、今回大きく取り上げたワークライフバランスについては、私たち自身にとっても良い刺激となりました。この報告書をきっかけに、みなさまとのコミュニケーションをさらに図っていければ幸いです。みなさまからのご意見やご感想をお待ちしています。

編集担当：前田 淳 佐々木 吾朗(キューピー 社会・環境推進室)



前田 淳



佐々木 吾朗



キューピーグループ
社会・環境報告書2009[ハイライト]
送付のご案内

拝啓

時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。

「キューピーグループ 社会・環境報告書2009[ハイライト]」をお届けします。この[ハイライト]は、簡潔に主な活動を紹介する内容となっており、具体的な活動や必要なデータについては、当社のホームページにある[フルレポート]で紹介しております。ぜひ、そちらをご覧くださいませようお願い申し上げます。

昨年の報告書へのアンケートや、当社のお客様相談室を通してご指摘いただいたこと、株主総会での株主の皆様よりのご意見、従業員との対話などを含め、幅広くステークホルダーの皆様の関心が強いと思われる内容を意識して作成致しました。

まだ不十分な点も多くございます。なにとぞ皆様から忌憚のないご意見や感想を賜り、次回以降の改善に役立てたいと存じます。

皆様の益々のご健康とご活躍をお祈り致します。

敬具

キューピー株式会社 社会・環境推進室 中島 周

郵便はがき

150-8790
200

東京都渋谷区渋谷1-4-13
キューピー株式会社
社会・環境推進室 行

料金受取人払郵便

渋谷支店承認

1506

差出有効期限
平成22年12月
31日まで

(切手不要)



お差し支えがなければご記入願います。(✓印をおつけください)

a. 年齢をお聞かせください。

☐10代以下 ☐20代 ☐30代 ☐40代 ☐50代
☐60代 ☐70代 ☐80代以上

b. 性別をお聞かせください。

☐男性 ☐女性

c. この冊子をどのようにお知りになりましたか。

☐当社ホームページ、メルマガ、ブログ
☐当社以外のホームページや報告書請求サイト
☐工場見学() (工場)
☐当社より直接送付 ☐当社グループ従業員より手渡し
☐新聞広告 ☐従業員及び従業員家族向けの配布
☐その他()

アンケートご協力をお願い

アンケートハガキの質問にご回答いただきましたら、ミシン目に沿って切り離し切手を貼らずにご投函ください。

いただいたご意見については、ブログなどで紹介させていただくことがあります。

次回報告書を希望される方へ

2010年版の報告書は2010年春に発行予定です。送付を希望される方は、社会・環境推進室までご連絡ください。

キューピーのホームページで、具体的な取り組みや必要データを載せた[フルレポート]がご覧いただけます。

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

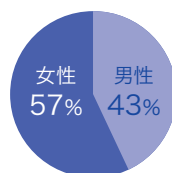


2008年版へのご意見について

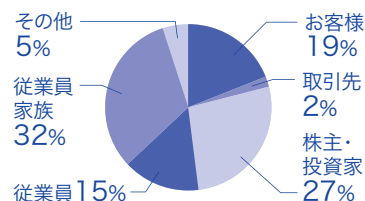
2008年版報告書へのアンケートには、2009年4月末の時点で262件の回答をいただきました。

報告書はウェブ版のフルレポートと冊子版のハイライトを発行しています。特にハイライトについては読みやすさを意識するとともに、従業員の写真を数多く掲載しており、親しみが持てるといったご意見をいただいています。各項目ごとのわかりやすさについてお聞きした質問では、およそ7割の回答が「わかりやすい」という評価でしたが、「従業員とのかかわり」について、もっとわかりやすくしてほしいというご意見もいただいたため、2009年版ハイライトでは一部の数値データや制度の概要図などを掲載しました。

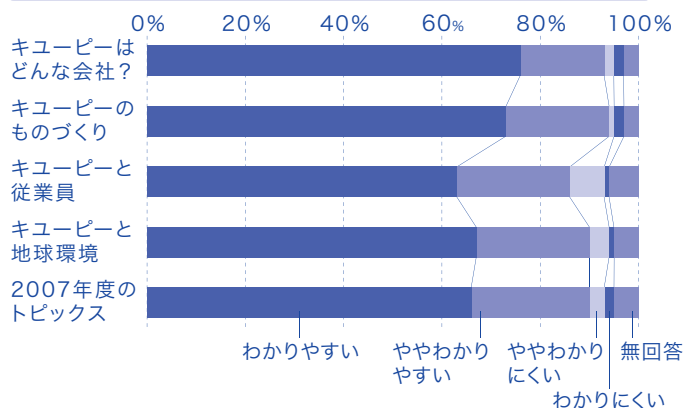
回答者の性別



当社との関係



ハイライトに対する評価



アンケートご協力をお願い

アンケートハガキの質問にご回答いただきましたら、ミシン目に沿って切り離し切手を貼らずにご投函ください。

いただいたご意見については、ブログなどで紹介させていただくことがあります。

お問い合わせ先

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷1-4-13
キューピー株式会社 社会・環境推進室
TEL 03-3486-3316
FAX 03-3498-1806
E-mail kewpie@kewpie.co.jp

「キューピーグループ 社会・環境報告書2009」読者アンケート

- この冊子を読んで感じたことをお聞かせください。
(あてはまるところに✓印をおつけください)
☐ 手にとりやすい ☐ めくってみたい ☐ 読みやすい
☐ キューピーの考え方が良く分かる
☐ インデックスがあるのが使いやすい
☐ フルレポートも読んでみたい ☐ 文字が小さい
☐ 内容が物足りない ☐ その他()
- 最も印象に残ったページを教えてください。
()ページ
具体的にその理由をお聞かせください。
- この冊子の内容や当社グループの社会活動、環境保全活動について、ご意見・ご要望などがございましたら、お聞かせください。

愛は食卓にある。



ご協力ありがとうございました。

OPEN the キューピー仙川工場

オープンキッチン（工場見学）

キューピーでは「オープンキッチン」をテーマに、1961年（昭和36年）から一般の方々の工場見学を開始しています。仙川工場では年間約2万人のお客様にご来場いただいております。マヨネーズの製造工程をご覧くださいと同時に、リサイクルについても広く紹介しています。また、工場見学後にはマヨネーズボトルの口部チップから作られたリサイクル袋をお配りしています。

オープンキッチンの詳細はこちらから⇒ <http://www.kewpie.co.jp/open>



口部チップ約2個が袋に使われています



希望者に差し上げている仙川工場見学記念シール



環境展示コーナー

工場の元気の源！夢多`採り活動

仙川工場では、製造現場のメンバーによるさまざまな改善活動が行われています。その原動力は、2003年仙川工場発祥の夢多`採り（むだとり）活動です。2008年度は、年間1,200件もの改善提案が集まりました。下の写真はその一例です。配管の一部を取り外し製造工程を短くしたことにより、廃棄ロスの低減や洗浄時間の短縮につながりました。



取り外した配管を持つメンバー

改善の輪を、外にも広げる！

異業種との交流を通じて改善の輪を社外にも広がります。外部セミナーや見学会から新たな気づきをいただきながら、多くのことを学んでいます。4月には横浜ゴム株式会社の皆様が仙川工場に来られ、情報交換・意見交換を行いました。タイヤとマヨネーズ、作っているものは違っても、無駄を見つけて改善していく取り組みと想いは、どちらも同じでした。



横浜ゴム（株）様との交流会

仙川工場の取り組み

2008年度の環境努力賞を受賞！

環境努力賞は、社内でもっとも環境保全活動に努力した工場を表彰するもので、2008年度で6回目を迎えました。

仙川工場では2004年に続き2度目の受賞。

電気・ガスエネルギーにおいて、削減量と削減率ともに9工場の中で一番になったことが大きなポイントとなりました。現在、2009年度の連続受賞をめざして、エネルギーと廃棄物のロスゼロ活動を展開中です。



夢多 採り活動のメンバー

CO₂ 5%削減に向けたロスゼロ活動

仙川工場では、夢多 採り活動を展開して7年目の今年、従業員全体で次の視点に重点をおきながら改善活動に取り組んでいます。

<1> 一人ひとりの仕事を通じてエネルギーのむだりを実践する。

<2> 一人ひとりの仕事の周りを見渡し6つの観点（やめる、とめる、さげる、なおす、ひろう、かえる）の気づきから行動へ。

5月末時点では、CO₂を前年比8%削減ができました。引き続き、従業員全員の力を合わせて改善していきます。



立ち上げロス削減で省エネ！

生産現場においては、製造準備作業での電気エネルギーの無駄に気づきました。製造に必要なエネルギーを必要な時に、必要な所で、必要な量にすることをめざし、自分たちの作業を見直した結果、製造準備作業でのロスを削減することができました。コンプレッサー1台を、従来より10分遅く立ち上げることで、年間1,079kwh、一般家庭での約3.5ヵ月分相当の省エネになっています。



コンプレッサーにはこんな表示があります。みんなが意識してもらえるように、見える化しています。

ゴミの分別強化大作戦！

「地球環境に優しい工場」をめざしている仙川工場では、全従業員の創意工夫と努力により2003年8月に再資源化率100%を達成しました。「分ければ資源」「混ぜればゴミ」というキャッチフレーズのもと、各職場の担当者としっかり話し込みができた結果だと思っています。これからもリデュース（発生抑制）、リユース（再利用）、リサイクル（再生利用）の3Rの考えを大切に、頑張っていきます。

