



2015

OPEN
the KEWPIE

キューピーグループ
社会・環境報告書 2015

CONTENTS

社長メッセージ	01 - 02	キューピーと社会	24 - 48
特集:商品やサービスを通して 社会の課題に取り組む	03 - 07	会社概要 報告書の作成にあたって	49 - 61 62
キューピーと地球環境	08 - 23		

グループの進化を加速し、お客様のニーズと社会の期待に応えていきます。



創業からの精神を受け継ぎ、社会とともに発展

私たちキューピーグループは、創業以来「良い商品は良い原料からしか生まれない」という考えのもと、安全・安心、おいしさを追求した食品づくりに励んできました。

キューピーには「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」という社訓があり、判断や行動のよりどころにしています。私たちが物事を判断する時には「道義を重んずること」、すなわち目先の損得ではなく、何が本当か、正しいかを基準にし、新たな視点・技術を取り入れ「創意工夫に努めること」で、商品・サービスの向上に取り組ん

できました。

またこのように、事業が成り立っていくためには「親を大切にすること」と同じように、周囲の方々への感謝の気持ちを常に持ち続けることが大切です。

そして私たちは、めざす姿である「キューピーグループはやさしさ・おいしさ・ユニークさをもって、食生活に貢献いたします」を実現するとともに、社会と共存し継続的な発展をめざしてまいります。

グループ力を高め、社会の期待に応える

2014年度は、キューピーグループの17事業所が集う仙川キューポートが本格稼働し、グループ力の

発揮に向け事業を推進する体制が整いました。また、グループの目標として掲げた「ユニークさの発揮と創造」を通じて、キューピーグループだからこそ創出できる新たな価値をお客様に提供するとともに、食を通して社会課題に取り組む商品開発を推進してきました。

グループ会社サラダクラブが販売するサラダ用カット野菜は、「洗う・切る」の手間がかからないことからニーズが高く、そして使い切りができ、家庭での生ゴミが出ないなど、環境にも配慮した商品です。今後、安全な商品の提供とともに、国内産野菜を積極的に調達し、生産農家の支援につなげ、国内農業の活性化に貢献したいと考えています。

グループで品質向上を実現した例としては、ポテトサラダがあります。これまで、おいしさを追求し各工場がそれぞれ工夫して製造してきましたが、キューピーグループとして品質をさらに高めるとともに均質化をめざし、各工場の成功事例をグループで共有することで成果を挙げました。

海外事業では、2014年11月、アジア5カ国目となるインドネシアで、マヨネーズやドレッシングなどの生産を開始しました。また2015年6月より、キューピーマレーシアが製造したハラール認証を取得したマヨネーズやスプレッド類の日本への輸入も始めています。日本で生活する、または来日するイスラム教徒の方々にも、ハラール認証を取得した商品を召し上がっていただくためです。キューピーの商品を広めていくなか、世界の方々が健康で楽しい食生活を送ることが私たちの願いです。

お客様との対話を促進

2014年6月に仙川キューポートに新設した「マヨテラス」は、キューピー マヨネーズについて案内スタッフが見学者に説明し、体感いただきながら食に対する興味を育み、食の楽しさ、大切さを学んでいただく見学施設です。マヨネーズの手づくり体験や料理教室などのイベントも開催し、多くのお客様にご利用いただいています。

また、マヨネーズや野菜、料理に関するさまざまなアイデアを会員の皆様と共有するコミュニティサイト「キューピー マヨネーズ ファンクラブ」や「おはなしダイニング」を立ち上げ、お客様との双方向による新たなコミュニケーションも始めています。

今後もお客様との対話を通して、あらゆる世代のお客様の健康を支援し、楽しい食卓づくりをお手伝いしていきたいと考えています。

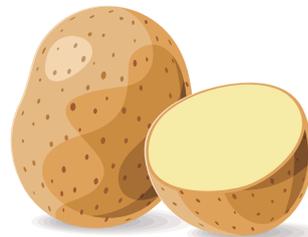
キューピーグループはこれからも安全・安心、おいしさを追求した高品質な商品とサービスを提供することで、お客様のニーズにお応えしていきます。そしてキューピーグループの強みとユニークさを磨き、グループとしての進化を加速させ、社会の期待に応えていきたいと考えています。

キューピー株式会社
代表取締役 社長

三宅 峰三郎



商品やサービスを
通して社会の課題に
取り組む



キューピーは、お客様に積極的に野菜を摂っていただくため、情報発信を続けています。

お客様の目線で野菜の悩みを解決

お客様に野菜について関心を持っていただくため、「もっと野菜を。もっと食卓に。」というサイトを2013年8月に、ホームページに公開しました。お客様が野菜について抱えている悩みを分析し、「選ぶ」「保存する」「料理する」「育てる」の4つのコンテンツにまとめた、お客様の目線で作ったサイトです。現在では、月間閲覧数が100万ページを超えるようになりました。閲覧数が増加するにつれ、野菜の旬とお客様が検索して閲覧するタイミングの相関性が顕著に表れ、興味深いも

のがあります。現在でも旬の野菜のメニュー提案は、営業担当とも連携して情報を発信していますが、将来的には、地域や性別、年代などを加味したきめ細かい情報を提供し、お客様の買い物のお手伝いできればと考えています。

「もっと野菜を。もっと食卓に。」サイトは、多くのお客様の関心事である「選ぶ」「保存する」から入って、「料理する」のページへと閲覧の流れができるように、各コンテンツをより充実させていくことを課題としてきました。「選ぶ」から「料理する」へは少しずつ流れができてきましたが、

野菜に関心を持ってもらえる層をさらに広げるコンテンツの充実に取り組んでいきます。



藤木 功二

キューピー
広報・CSR本部

一番ご覧いただいている「保存する」については、実際に調理が終了した夕食後や週末の閲覧頻度が高いので、「下ごしらえして保存」の追加などにより調理の前に見ていただけるよう、さらなる工夫が必要と感じています。

街の八百屋さんをめざす

幅広い世代の方に野菜に関心を持っていただくため、コンテンツの拡充に努めていますが、その一つとして、新顔野菜を紹介する「ロメインレタスをたのしもう」を新設しました。ロメインレタスへの関心を高めるために、「原産地や選び方」などの基礎知識から、おいしく食べるための「下ごしらえ」を掲載しています。また、お子様のいる家庭では飲みきれずに残っていることの多い

飲むヨーグルト、そしてマヨネーズとパルメザンチーズで簡単に作れるシーザーサラダドレッシングのレシピを掲載し、手軽に作れて、かつ食卓を彩るメニューとして提案しています。

また、野菜を通して親子の会話が弾むよう、「育てる」のコンテンツに、野菜の一生をアニメーションで学べる「お野菜ガーデン」も加えました。「お野菜ガーデン」を通して、子どもたちに野菜に興味を持ってもらうことで、育ててみよう、食べてみようになり、お母さん方の笑顔につながればうれしいです。

お客様の行動をさらに分析し、あらゆる世代の方々に積極的に野菜を召し上がっていただけるよう、野菜のことなら何でも教えてくれる街の八百屋さんのようなサイトをめざしていきます。



キューピーは、おいしさに加え 「農家にやさしい」「加工者にやさしい」 じゃがいもづくりを支援しています。

おいしいポテトサラダのため、 新たな課題に挑戦

私は研究開発本部の野菜・加工プロセス研究部に所属し、ポテトサラダに使用するじゃがいもの新品种導入を担当しています。ばれいしょ加工適性研究会*を通じて、年間約10品種のじゃがいもの味、加工性、保存性などポテトサラダの原料としての適性を評価しています。

この活動の目標は、お客様にいつでもおいしいポテトサラダを食べていただくことですが、新品种には「農家にやさしい」「加工者にやさしい」

要素も求めています。本研究会では、育種、加工、メーカーサイドからそれぞれの担当者が参加し、味のみならず、育成、収穫、調達、加工の各プロセスにおいて作業量を軽減でき、コスト削減につながるような品種を探しています。また、長期保管するとでんぷんが糖に変わり、糖度が高くなる品種があり、これはポテトサラダには向きません。糖度が高いとマヨネーズとのなじみが悪くなり、水っぽくなってしまいます。そこで長期保存できる（保存してもあまり糖度が上がらない）品種の探索も課題です。

グループ共通の目標に向かって、
皆がノウハウを共有し成果を挙げる
ことができました。



戸塚 智子

キューピー
研究開発本部



数値化も新たな課題となっています。ポテトサラダのおいしさを決める要素の一つが、なめらかさです。そこでこれを数値化する機器分析に取り組んでいます。お客様に、原料のじゃがいもがどれだけなめらかであるかを具体的に提示することで、おいしさを明確にお伝えできると考えています。さらに、品種によって異なるじゃがいもそれぞれの最適な加熱時間を見極めるため、じゃがいもの糊化度(でんぷんが加熱されて糊状になること)を測定する指標づくりにも取り組んでいきたいと考えています。糊化度は、食感や消化性に影響を及ぼすといわれており、商品開発における重要な指標となっています。

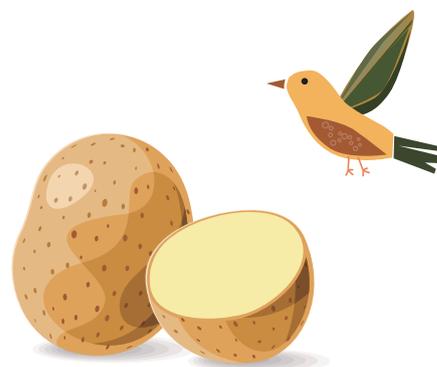
グループ一体の取り組みで品質向上へ

キューピーグループでは、全国9工場でフレッシュポテトサラダを製造しています。各工場異なる設備で、使用するじゃがいもの品種も異なることから、それぞれが工夫しておいしい商品の提供

に取り組んできました。しかし、キューピーグループとして高品質なポテトサラダを提供しようとの考えから、各工場の成功事例を水平展開する取り組みが始まりました。各工場が工場見学を実施、意見交換や各工程のノウハウなどを学ぶ機会をつくり、品質向上に役立てています。研究所も基礎検証や評価を通して、この活動をサポートしています。結果として、生産・開発・営業が一丸となったポテトサラダに対するさまざまな取り組みが、グループの売上向上につながりました。

じゃがいもの評価は大変地道な仕事で、じゃがいもが新品種として登録されるまで約10年かかります。しかしながら、「いつもおいしいポテトサラダをお客様に食べていただきたい」という共通の想いのもと、グループがノウハウを共有し成果を挙げられたことで、日々の仕事に一層の意義を感じられるようになりました。

* じゃがいもの加工用途ごとの適性品種の開発と、開発された新品種の普及を目的とした産学官連携組織



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。

キューピーグループの事業活動は、
原材料をはじめとして豊かな自然のめぐみ
のもとに成り立っており、将来にわたってこれまでと
同様の環境を残し、次世代に引き継いでいく使命が
あると考えています。キューピーでは1998年に
環境基本方針を制定し、その環境理念「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。」に基づいて
各部門が目標を定め、環境保全活動に取り組んでいます。



最新
TOPICS



主な
環境影響と
環境活動



環境
マネジメント



地球温暖化
防止



廃棄物の
削減と節水



容器包装の
環境配慮



環境
コミュニケーション



地域への
環境配慮





廃棄物の削減と再資源化の推進

製造過程で発生する動植物性残さ、包装資材のロスとして発生する廃プラスチックについては、製造工程などの見直しによる歩留まりの改善や、原料・資材の梱包形態の見直しなどによる削減を進めています。また、やむなく発生してしまうものについては、たい肥化や飼料化、プラスチックリサイクルなどによる再資源化を行っており、たい肥を利用した原料を使用する循環利用の試みも始めています。

水使用量の削減と水質汚濁の防止

工場では生産設備・器具の洗浄、殺菌・冷却の工程などで多くの水を使用します。商品の製法の見直しや洗浄方法の適正化による使用量の抑制、一度使用した水を浄化して設備の冷却に活用するなどの循環利用を進めています。また、工場からの排水の管理は、地域ごとの基準を遵守して水域の汚染防止に努めています。

容器包装の環境配慮

キューピー

キューピー ドレッシングシリーズで、新たに150mlと260mlサイズを展開するにあたり、ボトルの軽量化が課題でした。軽量化と減圧強度の保持の両立は難しいのですが、資材メーカーの成型機の性能が上がり、従来のボトルより均一な厚さで成型できるようになったことから、資材メーカーと共同で取り組みました。従来の設計方法に比べて、新ボトルは1割以上の軽量化を達成でき、軽量化に関するノウハウを蓄積することができました。

省エネルギーの推進とCO₂排出量の削減

サラダクラブ 鳥栖工場

空調、冷却設備のエネルギー消費が大きいため、主として以下に取り組みました。

- 夏場を迎える前に、計画的に空調室内機・冷凍機・室外機のフィンを洗浄、日よけを設置
- 冷却設備、空調機を計画的に更新
- 建屋全体の外壁に遮熱塗装を実施
- 空気圧縮装置の排気ダクトを設置し空調負荷を低減
- 製品冷蔵庫と前室の空調をスケジュール運転に
- 照明のLED化



空調設備と照明の更新



空気圧縮装置の排気ダクト設置

物流における取り組み

キューソー流通システム

キューソー流通システムは環境保全・改善のため、6営業所でISO14001認証を取得しています。また-25度～+25度まで、荷量に応じて荷室のスペースを自在に変更できる、常温・チルド・冷凍の3温度帯のフレキシブル車両の導入を推進し、共同配送、コンビニ配送の効率化を図っています。2014年度の導入累計台数は66台(前年度比220%)となりました。



● 主な環境影響と環境活動

キューピーグループでは商品の生産工程において、原料・資材・水などの資源や、電気・ガス・重油などのエネルギーを投入し、産業廃棄物や排水、CO₂などを排出しています。また、商品輸送時のエネルギー使用に伴う環境負荷や、お客様のご使用後の容器包装廃棄物も発生します。

そうした事業活動に伴う環境への負荷を正しく認識し、商品開発、原資材調達、生産、販売、物流の全ての活動で持続可能な地球環境のために省エネルギー・省資源、廃棄物削減、容器包装の改善、輸送の効率化、汚染防止など、環境保全活動を推進しています。



● キューピーグループ生産部門における物質とエネルギーの流れ

インプット		アウトプット	
エネルギーの使用		大気への排出	
購買電力	2,188千GJ (219,467千kWh)	CO ₂	184千トン
		NOx	48トン
		SOx	18トン
燃料※1	1,391千GJ		
計	3,579千GJ		
水の使用		水域への排出※2	
水(地下水、水道水)	7,292千トン	排出量	6,555千トン
		廃棄物の排出	
※1: 発電燃料含む		排出量 (再資源化率)	62千トン (92.0%)
※2: 河川、公共下水道含む			

対象: キューピーグループ生産工場



● 環境保全推進体制

キューピーグループでは、各本部およびグループ代表企業の環境管理責任者によって構成される「環境委員会」を年2回開催しています。環境委員会では、関連する情報の交換や、各部門における取り組み進捗状況の報告、今後の課題について検討しています。

環境委員会での検討内容、取り決め事項は、グループ全体に伝達し環境保全活動を促進しています。

通算120回目となる7月の開催では、今後の活動を考えるヒントとするために、IPCCリポートコミュニケーターである、気象キャスターネットワーク副代表岩谷忠幸氏を招き、気候変動（地球温暖化）の最新情報を学びました。

※ IPCCリポート コミュニケーターとは、「気候変動に関する政府間パネル(IPCC)」により作成された「第5次評価報告書(AR5)」の内容を、広く一般の国民に伝えていく「伝え手」として活動する人々です。

「AR5」は、最新の科学的知見に基づいた信頼性の高い気候変動（地球温暖化）に関する情報を提供しています。コミュニケーターはAR5を基に作られたプログラムを使用し、それぞれの専門分野に関連のある最新の気候変動の情報をわかりやすく伝える活動を行っています。

コミュニケーターの活動は、広く一般国民に、積極的な気候変動対策への取り組みの機運を醸成し、個人の行動変容につなげることを目的としています。(IPCCリポートコミュニケーターHPより)

● 2014年度の環境委員会

日程	主な内容
1月27日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2014年度の活動目標について ・ 7次中期経営計画2年目の到達点を確認 ・ 各委員から2013年度の振り返りと2014年度の活動について報告
7月25日	<ul style="list-style-type: none"> ・ 通算120回の開催を記念して、講演会を実施 「私たちの暮らしと地球温暖化～IPCC AR5から～」 講師：岩谷忠幸氏(IPCCリポートコミュニケーター) ・ 各委員から取り組み状況について報告 ・ 情報共有と活用方法について議論



● ISO14001 認証取得状況

キューピーグループでは、環境マネジメントのための基本ツールとして、各事業所でISO14001あ

るいはこれに準じた独自のシステムを導入し環境保全活動を推進しています。

● 認証取得会社一覧

認証取得会社	取得事業所数	認証取得会社	取得事業所数
キューピー(株)	7	(株)カナエフーズ	5
(株)キューソー流通システム	6	キューピー醸造(株)	3
キューピータマゴ(株)	1	(株)ハンシンデリカ	1
(株)サラダクラブ	3	(株)全農・キューピー・エツグステーション	1
(株)ディスペンパックジャパン	3	デリア食品(株)	2
鳥栖キューピー(株)	1	(株)トスデリカ	1
富士吉田キューピー(株)	1	計	35

2014年11月現在

● 環境監査

関連法規等の遵守、管理推進体制の整備、施設の管理状況等について基準を定めて、年1回の環境監査で、状態の確認を行い、法規遵守を徹底するとともに環境保全活動を促進しています。

2014年度は、グループ全工場を地域ごとに8つのエリアに分けて、それぞれのエリアで育成した監

査員が監査を行いました。環境担当者が、環境監査員としての技能を身に付けることで、環境保全活動のレベル向上を目指しています。

この他、ISO14001 認証取得事業所では、規格に基づいた内部環境監査、外部機関による審査を受けています。



● 環境法規の遵守

廃棄物処理、省エネルギー、水質・大気汚染防止など、環境関連の法律や関係条例による規制を受けており、各事業所では自主基準を設けて管理して

法規遵守に努めています。

2014年度は、関連法規等の違反や事故の発生はありませんでした。

● 従業員への環境教育

キューピーでは、グループ従業員の環境保全に対する意識を高め、取り組みを促進するために環境教育を行っています。

社外研修機関では、内部監査員養成研修をはじめとした種々の研修を、社内では、新入社員研修、中堅社員研修などの定型研修で講義を行っています。

さらに、各事業所でも、環境問題に関する一般教育、部署責任者や専門業務に関する教育、緊急事態を想定した訓練などを行っています。





環境に配慮し安全な商品のご提供のための取り組み

●CO₂排出量の削減

地球温暖化防止は人類共通の課題です。キューピーグループでは地球温暖化の原因となるCO₂排出量の削減のため、省エネルギーや燃料転換などに積極的に取り組んでおり、製造工程での効率改善、設備の導入などによる省エネルギーのほか、A重油から都市ガスへの燃料転換を進めています。

目標値:

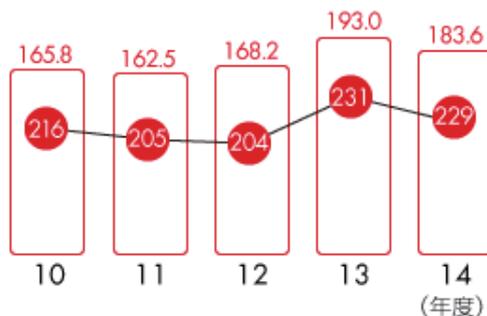
**2015年度までに、2012年度対比で
原単位4.5%の削減**

2014年度、キューピーグループ工場でのエネルギー使用に伴うCO₂排出量は、総量183.6千トンで前年度比4.9%減少、生産数量1トン当たりのCO₂排出量(原単位)は229kgで前年度比0.9%減少しました。

■CO₂排出量

□排出量(千トン-CO₂)

●排出量原単位(kg-CO₂/トン)



キューピーグループ生産工場の実績

CO₂量換算に用いた係数

地球温暖化対策の推進に関する法律施行令(2002年12月改正)、エネルギー源別 標準発熱量表(2002年2月 資源エネルギー庁)および、電気事業者別の排出係数(2011年度実績、経済産業省・環境省公表)より

購入電力:2012年度まで 0.378kg-CO₂/kWh
2013年度から 0.491kg-CO₂/kWh

A重油:2.710kg-CO₂/L

都市ガス(13A):2.188kg-CO₂/m³

LPG:6.007kg-CO₂/m³



環境に配慮し安全な商品のご提供のための取り組み

● 省エネルギーの推進

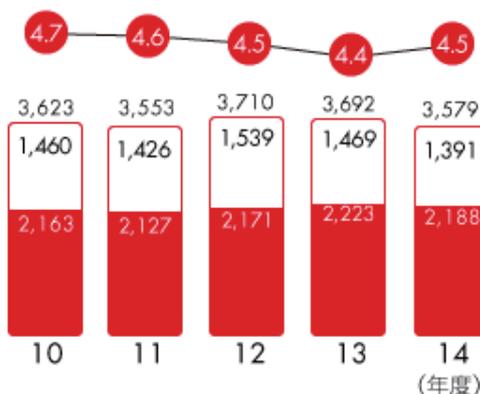
2014年度、キューピーグループ工場のエネルギー使用量は熱量換算3,579千GJで前年度比3.1%減少しましたが、生産数量1トン当たりのエネルギー使用量は熱量換算で4.5GJとなり前年度比2.3%の増加となりました。

2014年度は、生産現場での「エネルギー使用の見える化」を進める活動をグループ全体で展開して、省エネルギーを推進しています。

■ エネルギー使用量

□ 燃料(千GJ) ■ 電力(千GJ)

● 総使用量原単位(GJ/トン)



キューピーグループ生産工場の実績

エネルギーの熱量換算に用いた係数

燃料:エネルギー源別標準発熱量表(2002年2月資源エネルギー庁より)

A重油:39.1MJ/L 都市ガス(13A):45.9MJ/m³
LPG:100.5MJ/m³

購入電力:エネルギーの使用に関する法律施行規則(2002年12月改正)より

9.83MJ/kWh



● 物流部門でのCO₂排出量の削減活動

キューピーグループの物流部門では、原料の輸送から商品の配送にいたる全ての輸配送で環境負荷低減に取り組んでいます。また総輸送量における長距離輸送比率、鉄道および船舶輸送のコンテ

ナ実績を管理し、輸送事業者と連携してモーダルシフト*を推進しています。

※モーダルシフト:トラック輸送に比べてCO₂排出量の少ない鉄道や船舶による輸送への転換

輸配送量およびCO₂排出量の推移

2014年度は、前年度と比較して輸配送量の減少に伴い、CO₂排出量も減少となりました。荷主企業として輸送事業者やお取引先と連携して環境負荷低減に取り組みCO₂排出量の低減に努めました。

	2014年度	前年度比
輸配送量(千tkm)	161,439	99.1%
CO ₂ 排出量(tCO ₂)	26,947	99.7%

輸配送効率化の推進

発荷主として、輸配送距離の短縮化、輸配送ロット効率の向上(=積載効率の向上)の視点で輸配送効率化に取り組んでいます。

配送ロット効率の向上

配送時に1回の配送ロットを大きくして、配送の効率化に取り組んでいます。

配送地域に応じた生産拠点の最適化

より販売先に近いところで生産又は仕入を行うことにより、生産拠点又は仕入拠点と配送拠点間の輸送距離は短縮されますので、適切な生産拠点の再配置を検討・推進しています。

中継輸送の抑制

お取引先の倉庫を経由しないで自社倉庫からお取引先の店舗への直接配送を推進することにより、倉庫間の非効率な中継輸送の抑制に努めています。

2014年度事例

生産拠点の見直しによるCO₂排出削減量
88トン/年

外部倉庫との輸送の抑制

自社倉庫の商品在庫の適正化を図り、外部倉庫の使用を抑制するとともに、自社倉庫と外部倉庫および、自社倉庫間の輸送の抑制に努めています。



● 輸送事業者としてのCO₂排出量の削減活動

商品の保管・輸配送業務を担っているキューソー流通システムでは、環境保全・改善の強化を推し進めており、6営業所でISO14001認証取得をしています。また、キューソー流通システムが運送業務を委託しているキューソー創栄会会員会社では23法人がグリーン経営認証を取得しています。



3 温度帯車輛の導入推進

-25℃～+25℃まで、荷量に応じて荷室のスペースを自在に変更できる、常温・チルド・冷凍の3温度帯のフレキシブル車輛の導入を推進し、共同配

送、コンビニ配送の効率化を図っています。

2014年度の導入累計台数は66台で、2013年度比220%となりました。

エコドライブの推進

2004年から本格的にデジタルタコグラフ*を導入し、現在、運送車両の9割強に相当する約3,200台に装着しています。また、デジタルタコグラフでの評価データを基にドライバーへの指導を行い、安全運転の強化、事故未然防止、マナー・燃費の向上に取り組んでいます。

※デジタルタコグラフ・・・

運転記録(距離・時間・速度・温度など)の装置

エコドライブ6ヶ条

- 駐停車時、走行時のアイドリングストップ
- 急停車、急発進の禁止
- 定速の安定走行
- エンジンブレーキの多用
- タイヤ空気圧の適正化・管理
- 適切な温度でのエアコン使用

積載率向上の推進

空車情報管理システム(求貨求車システム)の活用により空車を削減し、また共同配送の推進により積載効率を向上させています。



● 廃棄物排出量の削減

キューピーグループでは、工場の廃棄物削減について、製造工程等の見直しによる歩留まりの改善や、原料・資材の梱包形態の改善などによる、発生抑制を第一として取り組んでいます。

当社グループ工場の主な廃棄物は、製造工程における原料や包装資材のロスとしての動植物性残さや廃プラスチック、また洗浄水などの工場排水を、排水処理設備で浄化した際に余剰物として発生する排水処理汚泥があります。

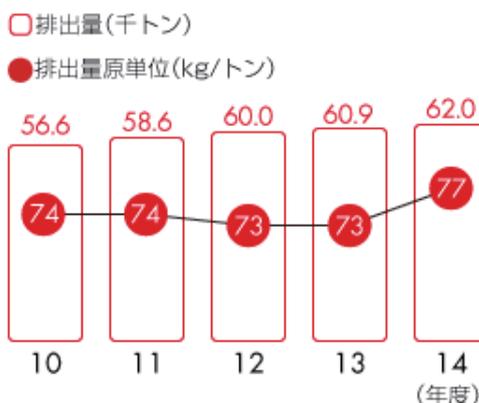
目標値：

2015年度までに2012年度対比で
原単位5%の削減

2014年度、キューピーグループ工場での廃棄物排出量は62千トン。生産数量1トン当たりの廃

棄物排出量(原単位)は77kg/トンで、前年度より5.5%増加しました。食品廃棄物の発生抑制を中心に、目標達成に向けて取り組んでいきます。

■ 廃棄物排出量*



*卵殻粉などグループ内で再資源化している副産物を除く
キューピーグループ生産工場の実績です。



●再資源化の推進

キューピーグループは、工場が発生する副産物・廃棄物等は、発生抑制を第一とした上で、卵殻の肥料化等の社内再生や、排出物(有価物、廃棄物)として外部に再資源化処理委託することにより

再資源化率100%(単純焼却・埋立て処分ゼロ)に取り組んでいます。

今後もさらなる廃棄物の削減、再資源化手法の改善に取り組んでいきます。

●排出物の主な再資源化用途

排出物の分類	主な排出物	再資源化用途
動植物性残さ	野菜くず・卵残さ・その他食品残さ	飼料、肥料
廃油	廃食用油	飼料、肥料、再生燃料
	廃機械油	再生燃料
汚泥	排水汚泥	肥料
紙類	段ボール・OA用紙	再生紙
	紙くず	熱回収
プラスチック類		セメント原燃料、再生プラスチック、高炉還元剤、燃料
ガラス類		カレット(ガラス原料)、路盤材
金属		再生金属
蛍光灯・乾電池		再生金属、カレット(ガラス原料)
木くず		肥料、燃料

●水の効率的活用

工場では生産設備・器具の洗浄、殺菌・冷却の工程などで多くの水を使用します。

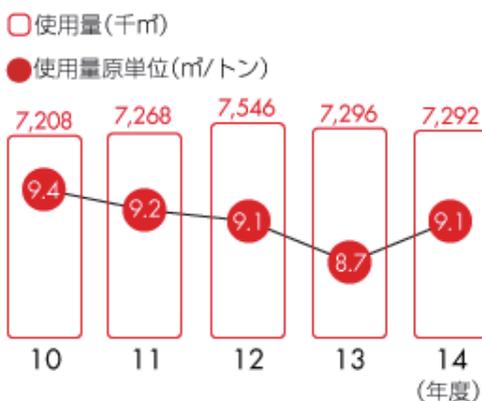
貴重な水資源を効率的に活用し使用量を削減するため、製法や設備運転条件の改善、洗浄方法・頻度の適正化による汲み上げ量の抑制、機器冷却水やレトルト回収水などの循環利用・再利用に努めています。

また水の使用量が削減されると、工場排水処理施設等の浄化施設への負荷が少なくなって運転条件が改善されるため、排水汚泥やエネルギーの削減など環境負荷の低減にもつながります。

2014年度、キューピーグループ生産工場の水の使用量は7,292千m³で前年度比0.1%減少、生

産数量1トン当たりの水使用量は9.1m³で、前年度比4.6%の増加となりました。

■水使用量



キューピーグループ生産工場の実績



● 容器包装の環境配慮

循環型社会の形成をめざして、リサイクルだけでなく、リデュース（排出抑制）、リユース（再使用）のさらなる推進が求められています。

商品の容器包装は、お客様に商品の品質を保ったまま、おいしく食べていただくために欠かせないものですが、それを製造する際にエネルギーを消費し、またご使用後は廃棄物となります。

当社グループでは容器包装の軽量化と簡素化を重点課題の一つと考え、継続的に活動しています。



容器包装選定の基本方針

- 食品の容器として適切であること
- 環境汚染物質を発生させないこと
- 省資源・省エネルギーに努め、多重包装はなくすこと
- リサイクルへの適正を向上させ、促進すること
- 環境に配慮した包装技術の確立に努めること

容器包装のリサイクルに伴う委託費用

各家庭で分別され、自治体によって集められた容器包装は、事業者が費用を負担してリサイクルすることになっています。当社も指定法人を通じてリサイクルの費用を負担しています。

2014年度委託費用・・・約317百万円

※当社事業年度における支払い総額



●環境コミュニケーション

限られた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。

各地の工場で行われているオープンキッチン(工場見学)や、学校の環境学習への従業員の派遣、地

元の環境を考えるイベントへの出展など、さまざまな機会を通じて、多くの方々とのコミュニケーションを図っていきたくと考えており、その様子を「社会と環境について語るブログ」を通じて紹介しています。
※オープンキッチンについては、キューピーの「横顔」食を育むをご覧ください。



●ホームページやブログでの情報発信

2009年度にキューピーホームページ上にオープンしたサイト キューピーの「横顔」では、原料・資材の調達から、商品がお客様の手に届くまでの各工程における環境への配慮、その他私たちキューピーグループの環境活動について、幅広く紹介しています。

また、2007年より続けている「社会と環境について語るブログ」では、社会や環境に関する取り組みをより身近に感じていただけるよう、今まで紹介しきれなかった各地の事業所の取り組みなどをよりタイムリーに掲載しています。「地域の清掃活動」など、事業所から寄せられる投稿も増えており、

各事業所が環境活動に取り組むきっかけにもつながっています。

2014年度は58件のブログ記事をエントリーしました。



キューピーの「横顔」

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

社会と環境について語るブログ

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



● キューピーの森

キューピーグループは、2007年9月より「やまなし森づくりコミッション*」の第1号として、山梨県富士吉田市の富士北麓で「キューピーの森」と命名した森(面積:5,300m²)の保全活動を行ってきました。

2014年からは富士吉田市尾垂地区で、10,000m²の森林を対象に第2期の活動を開始し、間伐とコナラやもみじの植樹の作業を実施してきました。

「キューピーの森」の活動では、水源涵養だけでなく、富士を望む雄大な自然や地元の皆様と触れ合いを通じつつ、森林が抱える問題にも目を向けられるような豊かな人づくりもめざしています。



※やまなし森づくりコミッション

森林ボランティアグループ、環境関係団体、森林・林業関係団体と山梨県で構成する任意団体。森づくり活動を希望する企業や団体、県民、学校などからの相談の窓口となり、活動を支援しています。

● 地域の美化清掃活動

キューピーグループでは、地域社会の一員として、敷地周辺の自主的な清掃活動の実施や、地域の皆様とともに周辺の河川や商店街の定期的な清掃に参加するなど、地域に根ざした活動にも積極的に参加しています。

本社仮移転先の調布市仙川地区でも、2014年7月より地域の清掃活動を毎月実施しています。

こうした取り組みは「社会と環境について語るブログ」で紹介しており、各地の事業所からも、さまざまな清掃活動の様子が寄せられています。



社会と環境について語るブログー清掃活動 <http://blog.kewpie.co.jp/csr/cat14/>



●水質汚濁の防止

キューピーグループでは、工場からの排水は排水処理設備で浄化処理後に公共下水道や河川に放流しています。排水の水質については、地域ごとに基準が定められていますが、より厳しい自主管理基準を定めて管理し、水域の汚染防止に努めています。

また液体原料・燃料のタンクなどには漏洩防止のための設備を設置。受け入れ時や設備故障など万一の公共用水域への排出、あるいは地下浸透した場合など、緊急時を想定した訓練や連絡体制の整備を行っています。

●大気汚染の防止

キューピーグループの工場では、ボイラーやコージェネレーション等の燃焼設備から排出されるばい煙・排ガス等による大気汚染を防止するために、適切な運転管理に努め、設備の定期点検・メン

テナンス、ばい煙測定を実施しています。

またボイラー等の燃料については、A重油から、ばいじんや硫黄酸化物がほとんど発生しない都市ガスへの転換を進めています。

●騒音防止と臭気対策

キューピーグループの工場では、近隣の方に、悪臭や騒音などで、ご迷惑をおかけしないように改善に努めています。

悪臭防止については、排水処理場や調理の際に出る臭気の対策として、工程改善や脱臭装置の

整備を行っています。

また騒音防止のため、防音壁の設置や設備導入時の騒音評価、従業員や納入業者への指導、敷地境界における騒音測定を実施しています。

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「地域社会との、よりよい共生に努めます。」という姿勢を大切にしています。また、企業市民として、社会貢献活動に取り組み、幅広い地域・分野を対象に社会の発展につながる活動を支援していきます。



最新
TOPICS



お客さまとの
かかわり



お取引先との
かかわり



株主・投資家とのかかわり
<http://www.kewpie.co.jp/company/ir/index.html>



従業員との
かかわり



食への考え方
<http://www.kewpie.co.jp/company/activity/food/index.html>



地域社会の一員として
<http://www.kewpie.co.jp/company/activity/society/index.html>





NGO・NPOの活動報告会で社会的課題を意識する

売店にNGO・NPOコーナーを常設

仙川キューポート

仙川キューポートでは、従業員が社会的な課題を知るきっかけづくりとして、マッチングギフト「QPeace」で支援している団体を中心に、活動報告会を実施しています。

2014年は、音楽を通して障害者の自立を支援する団体、エイズで親を失くした子どもの自立とエイズの予防を進める団体、児童買春の撲滅をめざす団体にご来社いただき、活動に至った経緯や実際の活動の成果などをお話しいただきました。

参加した従業員からは「普段の生活では意識することのない社会的な課題を知ることができた」という感想もあり、社会的課題解決を身近に感じる機会となりました。

仙川キューポート内の従業員用売店では、NGO・NPOが取り扱っているフェアトレード商品が販売されています。左記の活動報告会と併せてフェアトレード商品の販売は、NGOやNPOへの支援と、従業員の社会的課題への意識付けにつながっています。



グループで街の美化に貢献

キューピーあい

キューピーグループ各社では、さまざまな地域で、街の美化活動を行っています。

特例子会社のキューピーあいでは、お世話になっている地域（東京都町田市、京王線多摩境駅周辺）の美化のために、「多摩ピカ」と銘打った清掃活動を行っています。活動にはキューピーあいの従業員のほか、グループ会社のケイ・システムの従業員も加わり、回を重ねるごとに参加者が増えています。





イースターイベントで街を活性化



キューピー 神戸営業所

キューピー 神戸営業所は、街の活性化をめざしたお祭り「いたみイースターまつり」(2014年4月7日～20日開催)に参加しました。期間中、伊丹市内商店街の飲食店・小売り店舗で、イースターメニューの飲食・購入によるスタンプラリーを実施し、最終日の4月20日にイースターイベントを開催しました。前年、私たちが商店街の飲食店の若手経営者に当イベントを提案し、街を盛り上げることに共感いただき、今回で2回目の開催となりました。

前年の飲食店の参加は12店舗でしたが、今回は35店舗に拡大。さらに市内のスーパー8店舗が連携しました。また、大阪支店・伊丹工場・グループ

各社のメンバーも、35店舗の飲食店を訪問。グループ全体で300名以上が伊丹市内を回遊して、飲食店を盛り上げました。最終日のイースターイベントでは、小雨にもかかわらず500人以上が来場し、キューピーグループ・行政・商店街・飲食店・小売り店が一体となって街を活性化するイベントになりました。

イースターに合わせて街を活性化する動きは、本社事務所のある東京都調布市仙川町でも行っています。





「いちばん大切な人に安心して食べていただきたい」。
これが“品質第一”を信条とするキューピーの
ものづくりの原点であり、
一人ひとりが常に自分自身に言い聞かせ、
守り続けている考え方です。
キューピーグループでは、
安全でおいしい食生活の提案を通じて、
お客様の明るく健やかな生活を
応援していきたいと考えています。





●品質保証の考え方

食品の製造・販売は、「多くの方の命を預かっている」といっても過言ではなく、安全な原料を使用し、衛生的に製造することで、お客様にお届けするまで万全を期さなければなりません。

キユーピーグループでは、そのための価値観と考え方として品質理念を掲げ、社長直轄の品質保証本部を中心に、グループ全体で原料や資材、製

造工程の諸問題に対応できる機能の充実を図っています。製造現場を中心にした品質事故防止活動、原料情報の一元化といった"品質を守る仕組みづくり"と、実際に行動していくための、従業員への教育研修を中心とした"品質を守る人づくり"を両輪とし、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。

品質理念

品質第一主義を貫き、いちばん大切な方に安全・安心・安定で、最も信頼できる品質と感動をお届けします。

●品質を守る仕組みづくり

安全で安心な食品を製造していくためには、その品質を保証するための仕組みの整備が必要不可欠です。キユーピーグループでは、1925年にマヨネーズの発売を開始して以来、現場における生きたルールづくりによる事故未然防止の仕組みを構築してきました。さらに、その事故未然防止の仕組みが正しく機能しているかをチェックするため、品質保証本部の専門の担当者による品質監査を行うことで、継続して品質向上に取り組んでいます。

食品安全に関する国際的な標準である"FSSC22000"取得にも2013年から順次取り組んでおり、2015年には当社グループ全製造工場取得予定です。加えて、意図的な異物混入を防止するために当社グループの方針

- "① 生産場内に不審者を入れない"
- "② 不審者に悪戯をさせない"
- "③ 問題ないことを後から証明できる"
- " + 従業員との対話を大切にする "

を打ち出し、ハード的な面、ソフト的な面の双方で対策を強化しております。

また、各事業の職務の枠を超えて、お互いに品質チェックをすることを目的として、グループ各社による相互訪問も行っています。事前の自主点検と組み合わせで行われるこうした訪問は、客観的に品質改善の状態を見極める事につながっており、品質にかかわる仕組みをレベルアップさせるために活用されています。



●品質を守る人づくり

どんなシステムやルールも、それを支える人がいではじめて成り立ちます。キューピーグループでは、仕組みだけでなく、「自分の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知識を備えた人が製造現場にいてこそ、品質は守られると考えています。

そのため、食品法令や微生物についてなど、さまざまな専門カリキュラムを備えた、ものづくり学校を始めとする学びの場を用意しています。製造現場から希望者が数多く参加し、受講後も情報交換を積

極的に推進することで、製造現場からのボトムアップによる品質向上につながっています。



●原材料の品質向上

「良い商品は良い原料からしか生まれない」。それがキューピーグループの原料についての考え方です。

そうした良い原料を入手するためには、信頼できる原料メーカー様から調達する事が不可欠です。そのため、使用する原料については、製造現場における衛生管理など、さまざまな項目が記載された「原料品質規格書」の提出を原料メーカー様をお願いしています。また、新しい原料を使用する際には、経験を積んだ専門の担当者が必ず原料メーカー様

を訪問し、規格書には表れにくい現場の雰囲気や実際の運用状況などを確認しており、その後も定期的に訪問して情報交換を行っています。

こうした原料の情報を電子化し、その原料が使われている製品や配合の情報、商品のラベルに表示する内容までを統合的に管理するシステムを構築しています。このシステムにより、万が一、原料に問題があることが疑われた場合にも、どの商品に使われているかをすばやく特定し、速やかに対応することができるようになっています。

キューピーのトレーサビリティについてはホームページで詳しく紹介しています。

http://www.kewpie.co.jp/known/trace/trace_02.html



●生産システムの高度化

1日に数多くの商品を製造する製造現場には、本来使うべき原料とは違うものを使ってしまうリスクが潜んでいます。そのためキユーピーグループでは、異なる原料や賞味期限の切れた原料を誤って使ってしまわないように、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。

このシステムは、原料の入荷や計量、調理などの各工程において、その都度原料の種類や使用量、賞味期限などについて照合と記録を行うことで、問題の発生を未然に防ぐ仕組みです。万が一トラブルが発生した際には記録された情報から迅速に原因を特定できるようになっており、そうした製造時の記録に、原料・資材や出荷の情報を組み合わせることで、各工程における製品の履歴情報をたどるト

レーサビリティの実現にもつながっています。

このFAシステムは、稼働以来トラブルがゼロという実績を評価され、医療分野でも点滴ミスなどのトラブルを未然に防止するシステムとして応用されているほか、グループ外の会社の食品製造現場においても活用されています。



トレーサビリティ <http://www.kewpie.co.jp/know/trace/index.html>

●エリア活動で品質向上を推進

キユーピーグループの製造工場は全国にあり、事業領域も異なっています。そうした中で、同じエリアの異なるグループ会社の品質担当者が集まり、お互いの強みを活かし、弱みを補完し合って、グループ全体の品質をエリアの仲間向上させることを目的としてエリア活動を推進しています。

エリアごとに活動することには、集まりやすい、仲間意識を持てるなどの利点があります。さらに、

複数事業所が共通の品質課題と一緒に取り組むと、一事業所で成し得るよりも大きな効果を生み出すことを可能にします。結果、近隣に品質を語る仲間が増え、枠を超えた活動が「仕事の仕方」の品質向上につながっています。

エリア活動で知恵を出し合った品質担当者は、それぞれの製造現場において、さまざまな改善を進めています。



● 保管と配送における取り組み

食品の品質を維持するためには温度管理が重要であり、それは配送においても同様です。

キューピーグループの物流の多くを担うキューソー流通システムでは、「品温、日付、品番・品名、時間、数量」の5つのこだわりをかかげ、食品の特性に合わせ、常温・定温・冷蔵・冷凍の4つの温度帯で商品の保管・配送を行っています。

多品種化、少量化により一度に配送する商品が多岐にわたる中で、まちがいのない配送をめざし、ISO9001に基づく品質管理や独自の物流システムの構築を進めています。

食品の輸送はキューピーグループの事業の一つであり、グループ共通の品質理念のもとで、製造から配送まで一貫した取り組みを進めています。



マヨテラスでの対話を通じて お客様との絆をより強くしていきます。

●あらゆる年代の方が楽しく学べる 施設づくり

2014年6月のオープン以降、マヨテラスは連日、年齢・男女問わず多くのお客様にご来場いただいています。コミュニケーターと呼ばれるメンバー8名が、企画から運営までの一連を担当しています。ツアーでは、キューピーの歴史、キューピー マヨネーズの特長に加え、私たちのものづくりへの姿勢や想いをお伝えしています。「2度、3度来ても楽しめる」をコンセプトにし、コミュニケーターがそれぞれ工夫してアattendしています。今日出会ったお客様が、キューピーファンになっていただけるか否かは、私たちにかかっていると思い、とても責任を感じながら毎回のアattendに臨んでいます。また見学者の年代によって、トピックもアレンジしています。例えばマヨネーズの説明では、小学生には酸素を通しにくいパッケージの工夫を話したり、シニア世代には、カロリーやコレステロールなどの話をします。

品質の説明では、原料の配合を間違えないために開発された独自のシステムをゲームで理解できるようにしています。また通常のツアーに加え、他部署やグループ会社と協力してイベントなども実施し、お客様にさまざまな食の情報を提供しています。



池田 律子
キューピー
CSR部

●キューピー マヨネーズが輝き続ける 100周年をめざして

完全予約制かつフルアattendのスタイルにしたのは、お客様とのコミュニケーションを大切に、できるだけ多くのお客様にご満足いただくことを目的としているからです。10年後にキューピー マヨネーズは発売100周年を迎えます。100周年を迎えた時に、キューピー マヨネーズがもっと輝く存在になっていることを願っています。そのために、企画の充実、アattendスキルの向上を図り、キューピーファンづくりに努めていきたいと考えています。



マヨテラス





●コミュニティサイト:キューピーコミュニティ おはなしダイニング

2012年10月に開設した、会員制コミュニティサイト「キューピーコミュニティ おはなしダイニング」は、野菜の産地の情報や選び方、おいしい食べ方など野菜に関する情報をお届けする「旬野菜ひろば」や、会員の方々が考案されたメニューをカレンダー形式で記録・公開できる「みんなのクッキングダイアリー」などのコンテンツが楽しめます。

野菜や料理に関する情報交換を通してお客様同士の交流を深めていただくとともに、お客様の食卓がさらに楽しくなるような双方向型のコミュニティをめざしています。



おはなしダイニング <http://dining.kewpie.co.jp/>

●お客様の声

最近のお問い合わせの特徴として、賞味期限・保存方法・使用方法などのお問い合わせが、年々減っていることが挙げられます。

※かつては最も多いお問い合わせでしたが、お客様のご意見を受けて、表示やホームページなどでわかりやすくお伝えすることに努めた結果、この件数が減少してきたのではないかと考えています。

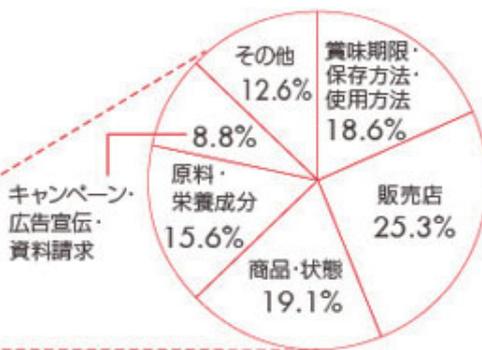
※賞味期限・保存方法・使用方法のお問い合わせ比率の推移
 2012年度：21.8%
 2013年度：19.9%
 2014年度：18.6%

ご指摘・お問い合わせ件数の推移

□ご指摘(件) ■お問い合わせ(件)



お問い合わせ内容



対象:キューピーグループ



● お客様の声委員会とお客様の声体感研修

お客様から寄せられたご意見は、従業員一人ひとりがしっかりと受けとめ、商品やサービスの改善に役立ててこそ意味があります。

「お客様の声委員会」は、品質保証本部長を委員長として、お客様相談室をはじめ、商品開発、研究開発、営業、生産、広報などの各部の部長が参加して開催される委員会です。お客様から寄せられたご意見を、お客様相談室ですべて読み取った上で、改善の必要な内容を議案として提出、委員会で必

要な対応を審議決裁しています。決定された内容については、毎回の委員会で進捗状況を確認しています。

また、特に現場の従業員を対象にした「お客様の声体感研修」は、研修用にピックアップされた実際のお客様からのご意見に集中して耳を傾けることで、より視野を広げ、お客様視点の意識を高めることを目的としています。

● ホームページでの情報発信

キューピーホームページにある「お客様相談室」のコーナーでは、お客様の疑問にいち早くお答えするため、よくお寄せいただく質問とその回答を商品やキーワードごとにまとめて紹介しています。

お客様からのご意見が商品の改善につながった事例や、販売が終了となった商品のお知らせなども掲載しており、お客様に役立つだけでなく、商品やキューピーグループへの理解を深めていただき、より対話につながっていくような情報発信をめざしています。



お客様相談室 <http://www.kewpie.co.jp/customer/>



●コミュニティサイト:キューピー マヨネーズ ファンクラブ

2014年8月19日にオープンした「キューピー マヨネーズ ファンクラブ (fun club)」は、キューピーが提供するテーマ(例:マヨネーズを使ったレシピなど)をもとに、会員の方がレシピや写真、コメントなどを投稿することで、相互にコミュニケーションがとれる会員制のサイトです。

キューピーからは、マヨネーズの歴史や製造の工夫、おいしさの秘密、裏ワザレシピなど、キューピー マヨネーズをもっと楽しんでいただける情報を幅広く発信していきます。

「キューピー マヨネーズ ファンクラブ (fun club)」は、料理の幅が広がったり、食卓での会話がより楽しくなるなど、会員の方やそのご家族の毎日

が笑顔になるようなコミュニティをめざし、キューピーとお客様との絆をさらに深めていきます。



キューピー マヨネーズ ファンクラブ:

http://www.beach.jp/community/KEWPIE/index?utm_source=kewpie_topfla&utm_medium=referral&utm_campaign=community141001



私たちは、倫理行動規範において、お取引先との関係について以下のように定めています。

「公正・自由な競争、透明な関係」

私たちは、公正・自由な競争を行い、お客様と健全な市場の発展に貢献します。また、お取引先、業界、行政、政治に対しても透明で健全な関係を保ちます。





キユーピーグループにとって、原料や資材を提供して下さる調達先の皆様は大切なパートナーです。また、商品を販売して下さる販売先の皆様のご協力も欠かせません。私たちは、お取引先と適切なコミュニケーションを図ることで信頼関係を築き、安全でおいしい食生活の推進を通して、ともに成長できる関係をめざしています。

●お取引先、支店・工場が協働でイベントを開催

キユーピーの各支店・営業所は、子どもたちに「食べることの大切さ、楽しさ」を伝えるため、お取引先の量販店様と協働で、夏休みを利用した「親子工場見学会」などを実施しています。

2014年も名古屋支店で、お取引先7社とタイアップし、400名のお客様を挙母工場へご招待しました。全国の支店・工場と同様の活動を進めています。また大阪支店は、伊丹工場と協働で、一般のお客様を工場にご招待し、イースター料理を紹介しています。2014年に引き続き、2015年も多くのお客様にイースター料理を楽しんでいただけました。



●生産農家とともに環境活動も推進

原料を提供して下さる調達先と協働で取り組んでいる事例として、グループ会社のサラダクラブでは、工場が発生する野菜の未利用部位を社外でたい肥にしています。このたい肥を利用している

近隣の生産者と契約して、パッケージサラダの原料である野菜を購入し、その野菜を使用することで、資源を循環させる取り組みを進めています。



キューピーグループでは、グループ間の相互理解を深め、「正直・誠実」を基本にチームワークを大切にして、日々の業務に取り組んでいます。





●雇用についての考え方

キューピーの社是である「楽業偕悦」は、同じ志をもって一致協力して目標に向かい、個人の意欲・やりがいを大切に仕事(業)を楽しみ、困難や苦しみを分かち合いながら、喜びを偕に(ともに)していこうという考え方です。

キューピーグループではそうした理念のもと、安全と衛生に配慮した働きやすく、互いの人格や個性を尊重する職場環境の構築をめざしています。

●従業員の構成

キューピーグループの2014年度末(2014年11月30日)時点の全従業員数は24,773名でした。当社の従業員数は3,467名で、平均年齢は37.7歳、平均勤続年数は12.9年でした。従業員の男女

の比率はほぼ同じとなっていますが、当社の総合職・地域総合職に占める女性の割合は8.9%(前年度9.1%)、女性基幹職(管理職・専門職)は12名(前年度8名、本年度の内2名は上級基幹職)です。

●グループ従業員数の推移

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
合計	22,655名	22,858名	23,579名	23,914名	23,914名
平均臨時雇用者数	10,923名	10,830名	11,154名	11,316名	11,316名
常用雇用者数	11,732名	12,028名	12,425名	12,598名	12,598名

●当社従業員数の推移

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
合計	3,442名	3,378名	3,359名	3,379名	3,467名
平均臨時雇用者数	842名	793名	760名	799名	918名
常用雇用者数	2,600名	2,585名	2,599名	2,580名	2,549名



● 従業員の雇用に関する各種データ

1. 従業員の状況

		2012年度	2013年度	2014年度
社員・嘱託社員	男性	1,439名	1,437名	1,421名
	女性	1,160名	1,143名	1,128名
パートその他 (期中平均)	男性	249名	271名	305名
	女性	511名	528名	613名
平均年齢	男性	41.1歳	41.5歳	41.7歳
	女性	31.5歳	31.9歳	32.6歳
平均勤続年数	男性	15.7年	16.1年	16.2年
	女性	7.8年	8.2年	8.8年

対象：キューピー(株)

※平均年齢、平均勤続年数はキューピー(株)社員

2. 新規採用者数

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
48名	39名	47名	67名	55名

対象：キューピー(株)総合職



● 障害者雇用

キューピーグループでは、障害者の方が持つ力を十分に発揮し、働く喜びや生きがいを見出していく場を創出することは、企業としての社会的使命と考えています。この考え方に基づき、各事業所では障害者の方々が社会参加できるよう進めています。

当社では2003年6月に特例子会社キューピーあいを設立し、さらなる障害者の職業的自立と社会

参加に寄与することをめざしています。

2014年6月1日時点での当社の障害者雇用率は2.59%でした。グループ全体でも、グループ全体の常用雇用者数に法定雇用率1.8%を乗じた雇用必要数を上回っています。今後も一人でも多くの方々を雇用できるよう努力していきます。

キューピーあい <http://www.kewpie-ai.co.jp/>

● 障害者雇用

2010年	2011年	2012年	2013年	2014年
2.08%	1.88%	1.86%	2.25%	2.59%

対象:キューピー(株)
※各年とも6月1日時点



●ワークライフバランスについての考え方

キューピーグループでは、従業員一人ひとりが、成長し豊かな人生を送ることを大きな目的とし、ワークライフバランスの実現に取り組んでいます。一人ひとりが豊かな人生を送るためには、会社や家庭での役割を果たし、魅力的な人になることが大

切です。従業員一人ひとりがそれぞれのワークライフバランスについて真剣に向き合う機会を作るとともに、時間の創出への取り組みや育児支援などさまざまな制度の充実を進めています。

●従業員が自分の時間を創出していくための取り組み

会社や家庭での役割を果たし、魅力的な人になっていくためには、一人ひとりが仕事の時間だけでなく、自分のための時間を創出していくことが大切になります。キューピーでは、従業員が自らの考えで時間を創出していけるように、所定外労働時間の削減

および年次有給休暇取得の促進に取り組んでいます。時間創出のための方策は、仕事の内容によっても異なってくるため、事業所ごとにそれぞれの事情に合わせた個別の取り組みを進めています。

主な取り組み

- 管理職を対象とした研修の中で、労働時間管理に関する項目を取り入れ、意識改革を進めるとともに、啓発を図っています。
- 本社と営業部門の一部(支店)で、フレックスタイム制度を導入しています。
- 年初に従業員一人ひとりが休暇の予定を申請することにより、計画的な有給休暇の取得を進めています。

●従業員の多様なライフプランの支援

従業員一人ひとりが充実した人生を送るために、従業員自身がライフプランを考える機会や、ライフ

イベントのニーズに合わせた働く機会の提供を進めています。

主な取り組み

- 今までの生活の振り返りや自分らしい生き方を考える「ライフプラン研修」を1991年から実施しています。
- 育児休業ではなく、一旦退職して子育てに専念したい従業員の復帰を支援する「ウェルカムバック制度」を2007年より設けています。



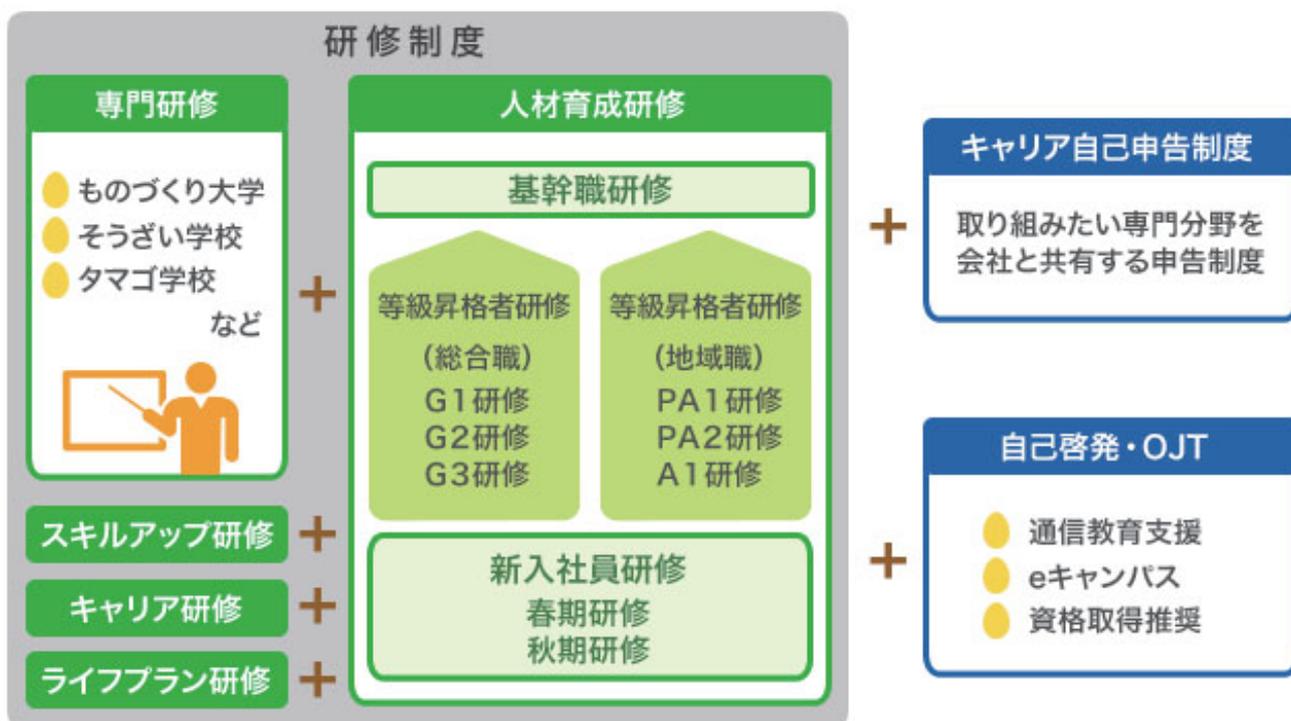
●キャリア支援

従業員が自らの将来を考え、キャリアを形成していくことは会社の発展につながります。

キューピーではこれまで専門性を高める各種の専門研修や自己啓発のプログラムを充実させて一人ひとりの成長のあと押しをするとともに、仕事上の夢や進路を会社や上司と共有するキャリア自己申告制度によってキャリアの実現を支援してきました。

研修制度の核となる人材育成研修においては、2006年度に導入した等級昇格者研修の定着を図るとともに、研修後学習にWEBを利用した「eラーニング」を導入しています。また、仕事の進め方の向上やキャリアの自己実現を目的としたスキルアップ研修を行っています。

●キューピーキャリア支援体系図



●学ぶ意欲を応援する褒賞制度

キューピーでは、従業員のやる気をあと押しする取り組みの一つとして、各種褒賞規程を定めています。

スキルアップに必要な資格や検定に合格した従

業員に対しては「資格取得賞」を設け、自ら考え、学習する風土づくりと、従業員のキャリア形成を支援しています。また、定期的に資格取得賞の対象となる資格・検定の見直しを行っています。



● プロセスを重視した人事評価制度

キューピーの人事評価制度は、従業員一人ひとりのチャレンジと成長をあと押しするため、評価項目と育成項目が連動した制度になっており、会社の求める人材像を確認しながら、自ら成長していけるしくみとなっています。

評価項目はイントラネット上で公開しているほか、面接でフィードバックを実施することで、一人ひとりの成長課題やめざす姿を明確にして、従業員の成長を促進する制度となっています。

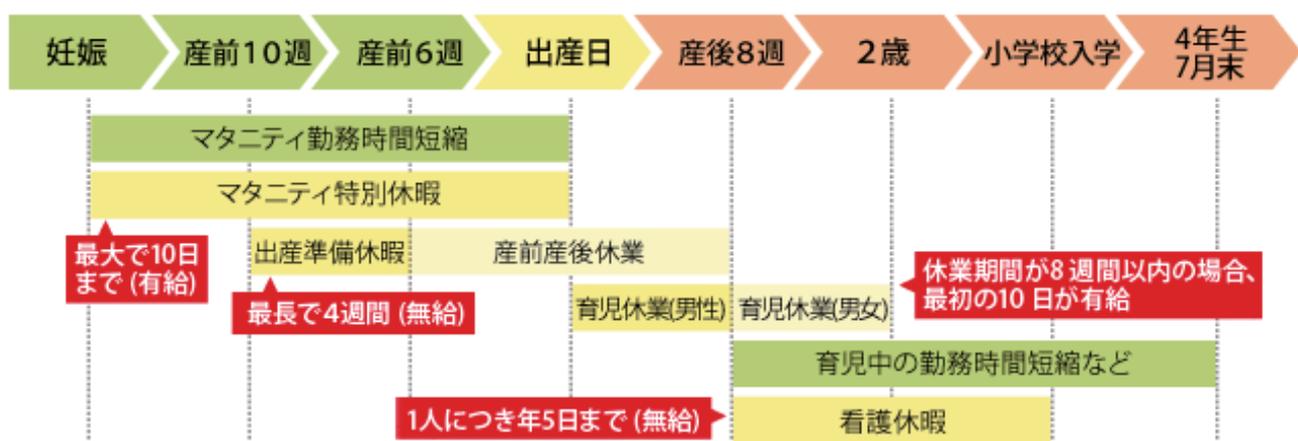
- 結果だけでなく、日々の取り組み(プロセス)を重視します。
- 短期的な目標だけでなく、中期的な課題への取り組みを推奨します。
- チャレンジ、チームワーク、コミュニケーション、創意工夫など、仕事に対する取り組み姿勢を重視します。

● 子育ての支援と育児休業取得者

キューピーでは、子育て支援や、女性が長く働き続けることができる各種体制の整備を進めており、「地域職サポート異動制度」(育児休業の者の仕事を引き継ぐため、地域職従業員の期間限定の転居

を伴う異動制度)や「配偶者異動制度」(配偶者が転勤などで離れてしまう場合に、異動の希望を申請できる制度)といった制度が導入されています。

● 出産・育児を支援する制度



対象: キューピー

● 育児休業取得者数

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
男性	7名	7名	13名	11名	19名
女性	36名	29名	59名	48名	62名

対象: キューピー(株)



●労働安全衛生に関する考え方

キューピーグループは生産部門が中心となって労働安全衛生活動を推進し、全従業員が健康で安全な職場生活を送ることのできる快適な職場環境づくりに努めています。

毎年6月には、生産工場の安全担当者が一堂に会するグループ安全会議を開催し、これまでの反省を行い、新たな活動指針を決定しています。

グループ労働安全衛生経営理念

私たちキューピー・アヲハタ・関連グループは労働安全衛生活動を推進し、全従業員が健康で安全な職場生活を送れる快適な職場環境を作ります

労働安全衛生活動指針(2014年6月～2015年5月)

- 『転倒災害ゼロをみんなで達成します!』
- 『グループ一丸となって安全第一の風土を築く』

対象:当社グループ国内工場

●グループ一体となった安全への取り組み

当社グループでは、予防型の安全活動を進めており、そのためには、リスクアセスメントの実施と安全教育の徹底、そしてグループ独自に定めた「キューピー、アヲハタグループ労働安全に関する共通取り決め」(QBSS = QP BF SAFETY STANDARD)に基づいた点検が重要と考えています。

毎年、事業所ごとの自主監査のほか、専任担当者による海外事業所を含めたグループ内全事業所の共通監査を実施しており、その結果はグループ各

社の社長から安全衛生担当者までその都度公開しています。そうした情報開示を通じて、グループ全体で問題点や優れた取り組みの共有化、活動レベルの反省などを行い、常に点検改善する意識付けを行っています。

また、問題点については、改善計画から結果確認までの推移も常時公開することで、グループ全体で安全な職場の維持・改善に努めています。

	2010年度	2011年度	2012年度	2013年度	2014年度
災害件数	11	8	13	15	12
度数率	0.51	0.36	0.56	0.72	0.56
強度率	0.018	0.024	0.024	0.035	0.018

対象:当社グループ国内工場

※度数率=労働災害による死傷者数/延べ実労働時間×1,000,000

※強度率=労働損失日数/延べ実労働時間×1,000



●従業員の健康管理

キューピーでは、従業員が心と体の両面で健康維持を図れるよう取り組みを進めています。

メンタルヘルスケアについては、早期発見と事前予防をめざし、専任カウンセラーによる従業員からの電話相談や面談をはじめ、事業所ごとにセルフケ

ア指導、ラインケアの実施、産業医による健康指導などのカウンセリングを行っています。産業医による直接レクチャーも、新入社員研修や基幹職(管理職)研修などのほかに、全国の支店でも基幹職を対象に行っています。



●グループ従業員の一体感を生む「わくわく活動合同発表会」

キューピーグループでは、日頃の業務の改善活動の成果を発表する「わくわく活動合同発表会」を毎年開催し、2014年で32回を数えます。これまで、国内の事業所を対象に実施してきましたが、2012年からは中国で、そして2014年は東南アジアでも大会が開催されました。東南アジアの大会では、タイ、マレーシア、ベトナムから5チームが参加して、

物流に対する新しいアイデアの創出などについて発表がありました。

国や事業を超えた従業員同士の交流はもちろん、仕事のヒントをつかみ取ったり、グループとしての一体感を感じ、感動を分かち合い、刺激を受け合うことのできる会となりました。



●イベントを通じてお互いの事業について分かり合うキューポートコミュニティ

2013年10月に入居が始まった仙川キューポートは、キューピーグループ17の事業所が集まった研究開発・オフィス複合施設です。

グループ各社のシナジー効果を発揮するために、入居する事業所の従業員がお互いの仕事の理解を深めるイベントを開催しています。例えば、月ごとに開催する各事業所の紹介や、新商品の試食会などを従業員主導で進めています。また、イースター

やハロウィンなどの時期にもイベントを開催して、楽しみながら従業員同士の交流を図っています。





タイ

KEWPIE (THAILAND) CO., LTD.

- 近隣の小学校の食堂整備
(食堂の改築・水道水の整備など)
- ◆ 植林活動
- 合併会社 サハグループの募金活動に参加
- 老人ホームや孤児院などに商品を寄付
- タイのこどもの日に地域の子どもに商品を寄付
- 障害者雇用



マレーシア

KEWPIE MALAYSIA SDN. BHD.

- 従業員・家族のロイヤリティを高めるため、2014年から従業員工場見学会を実施(2回/3カ月)
- イオンのショッピングセンターにて、2014年からマヨネーズ実演教室を開催(1回/2カ月)

米国

HENNINGSEN FOODS, INC.

- 工場近隣で開催されたお祭りのスポンサー(オムレツ用卵を寄付、バーベキュー主催)
- 地元の商工会議所、図書館、新聞社、消防署などへの寄付
- ◆ 地元のゴミ焼却所から発生するメタンガスをボイラー燃料として利用
- ◆ 工場のパレット、カートンのリサイクル

中国

杭州丘比食品有限公司

- 公立小学校で授業の一環として、親子料理教室を実施
- 工場見学(2014年見学者1,326名、うち6割が学生)



北京丘比食品有限公司

- 工場見学
- 食育の講習会(幼稚園、小学校)
- 中国のこどもの日の料理コンテスト
- インターネットによる料理コンテスト
- ◆ 廃棄物の再利用、節水
- ◆ 省エネ
- ◆ 原料、資材の国産化



- 社会貢献活動
- ◆ 環境保全活動

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。
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。



● 会社情報

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 ※2013年10月15日より下記に仮移転 〒182-0002 東京都調布市仙川町2-5-7 仙川キューポート
資本金	241億400万円
従業員数	2,549人(連結:12,933人)

2014年11月30日現在

キューピー
グループの
6
事業

キューピーは1919年の創業以来、日本初のマヨネーズやドレッシング、パスタソースなどを生み出してきました。創業時から受け継ぐ「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方のもと、絶え間ない研究開発を通して培われてきた技術力で、皆様の食卓を彩る多様な商品を展開しています。おいしさ、やさしさはもちろんのこと、キューピーならではのユニークさにさらに磨きをかけ、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ています。

調味料事業

マヨネーズやドレッシングなどの商品を擁するコア事業です。原料にこだわり創意工夫を重ね、あらゆる食場面へ商品とメニューを提案しています。

タマゴ事業

パン・菓子・ハムなどの加工食品の卵原料や、ゆで卵・オムレツなどの卵加工品を提供しています。今までにない技術の創出で、卵の活躍の場を広げています。

サラダ・惣菜事業

おいしくて便利なサラダや惣菜を提供しています。品質管理などグループの技術力を結集して、お客様の健康で楽しい食生活を応援しています。

加工食品事業

素材加工技術、加熱殺菌技術を生かし、スイートコーン、ミートソースなど日本初の缶詰商品を誕生させました。育児食・介護食など、幅広い世代に貢献する商品も展開しています。

ファインケミカル事業

卵の有用成分を活用した事業です。ヒアルロン酸、EPA(イコサペンタエン酸エチル)、卵成分の3つを柱に、食品・医薬品・化粧品の分野に幅広く展開しています。

物流システム事業

常温・定温・冷蔵・冷凍の4温度帯で品質・鮮度を守り抜く物流を実現し、食品の「安全・安心」を支える高品位の物流サービスを展開しています。

● 哲学と理念

社是

楽業偕悦

らくぎょうかいえつ

同じ志をもって一致協力して目標に向かい、個人の意欲・やりがいを大切に
仕事(業)を楽しみ、困難や苦しみを分かち合いながら、悦びを偕に(ともに)していこう
という考え方が、私たちの基本的な価値観となっています。

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・投資家： 対話と企業価値の向上を通じて、期待に応えます。
- 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。

●グループ倫理行動規範



法令遵守

私たちは、国内及び国際社会における各種法令、社会規範、そして社内規定を遵守し、高い倫理観を持った事業活動を行います。



人権の尊重

私たちは、人権の大切さを理解し、尊重します。人種、信仰、思想、性別、年齢、社会的身分、身体的・精神的障がいなどを理由とする差別や不当な扱いを決して行いません。



公正・自由な競争、透明な関係

私たちは、公正・自由な競争を行い、お客様と健全な市場の発展に貢献します。また、お取引先、業界、行政、政治に対しても透明で健全な関係を保ちます。



環境問題

私たちは、地球環境へ与える事業活動の影響力を認識し、環境問題に対し真摯に取り組みます。私たちは限りある資源・エネルギーを大切にします。



社会貢献

私たちは、社会の一員として社会貢献活動を実施します。また、幅広い地域・分野を対象に社会の発展につながる活動を支援します。



働きやすい環境

私たちは、安全・衛生で働きやすい職場環境作りをします。また、互いの人格・個性を尊重し、やりがい、成長する意欲を大切にします。



反社会的勢力への姿勢

私たちは、社会的秩序を乱し健全な企業活動を阻む勢力に対し、断固とした姿勢でのぞみます。いかなる形であっても、それらを助長するような行動をしません。



他人の財産の尊重

私たちは、特許、著作権などの知的財産権を尊重します。また、お取引先の秘密情報、お客様、役員・従業員の個人情報大切に、不正に使用しません。



お客様の理解と支持

私たちは、お客様の深いご理解と幅広い支持を得るために、企業情報の開示を適確かつ公正に行い、会社の透明化を図ります。



海外の事業活動における配慮

私たちは、海外の事業活動においても、現地の文化、慣習を尊重し、現地の発展に貢献します。

グループ倫理行動規範

http://www.kewpie.co.jp/company/corp/koudoukihan/info_10_main.html

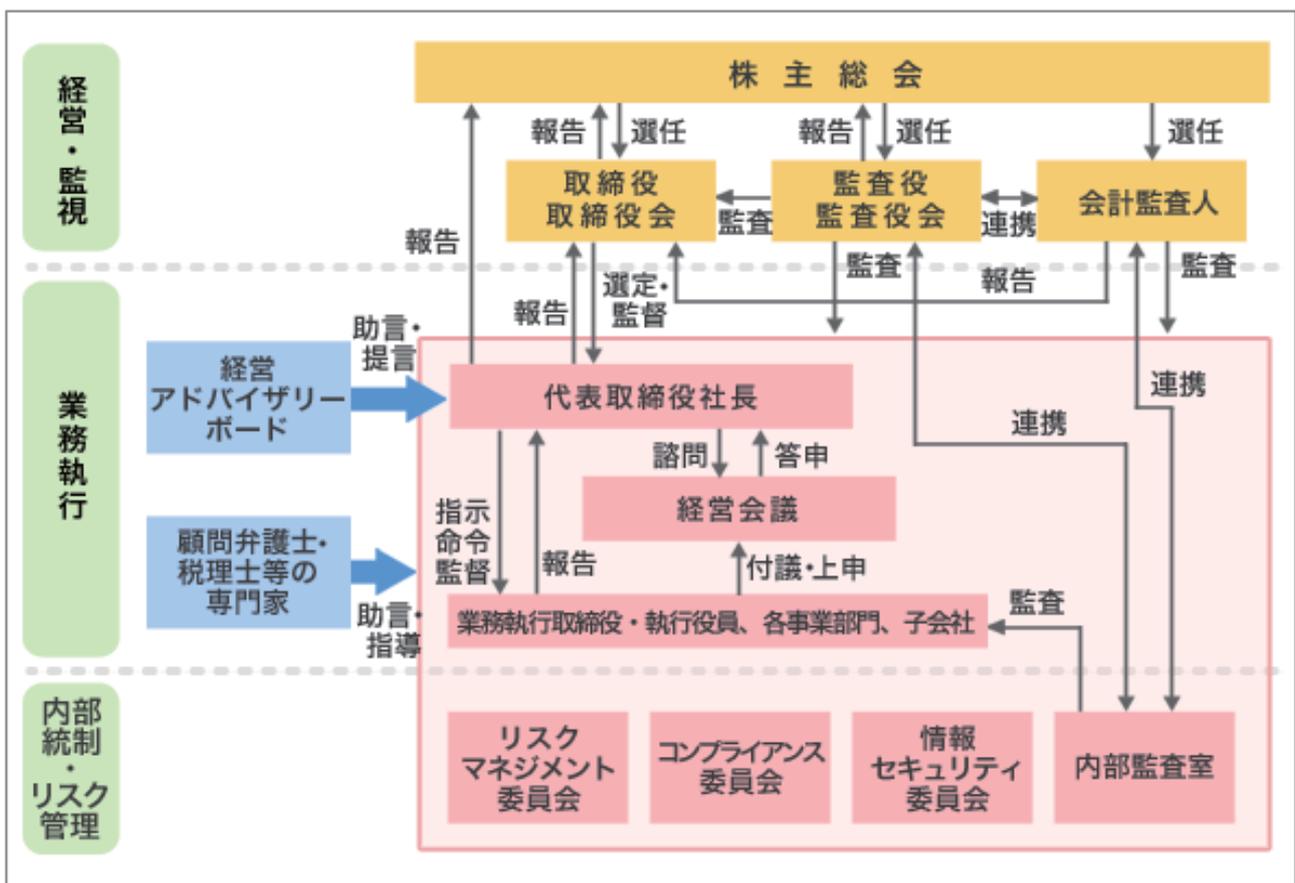
●コーポレートガバナンスに関する考え方

キューピーグループは、効率的な経営によって企業価値の最大化を図るため、経営上の組織体制や仕組み・制度などを整備し、必要な施策を適宜実施していくこと、また経営の成果を株主や消費者、

取引先、従業員といったステークホルダーに適切に配分すること、これらを経営上の最も重要な課題の一つに位置付けております。

コーポレートガバナンス <http://www.kewpie.co.jp/company/corp/governance/index.html>

●コーポレートガバナンス体制の概要

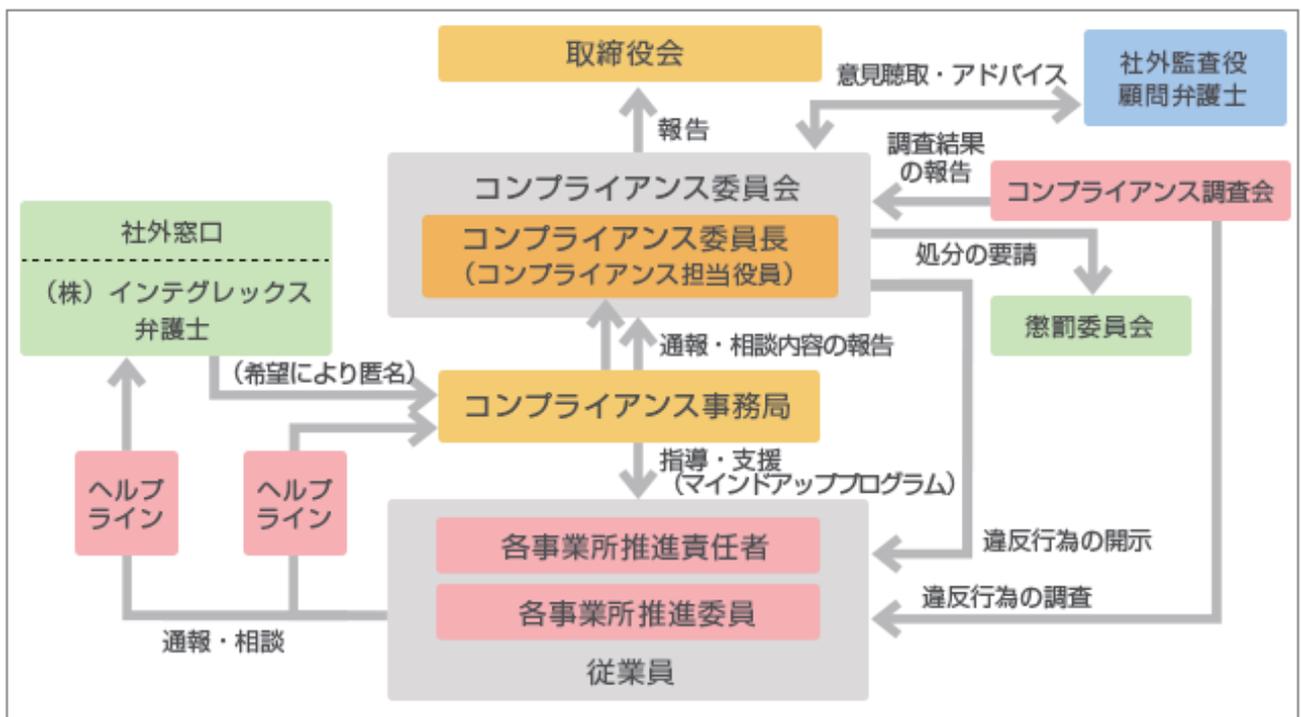


●コンプライアンス(法令遵守)に関する考え方

キューピーグループでは、2004年に「グループ倫理行動規範」を制定し、私たちの尊重する価値観と、とるべき行動を明らかにしました。事業活動を支えるのは従業員であり、その行動の基本となる考

え方を当社グループ内外に透明にすることが、お客様からの信頼と従業員相互の自浄作用につながると考えています。

●コンプライアンス体制



●コンプライアンスへの取り組み

キューピーグループでは、コンプライアンス担当役員を委員長とするコンプライアンス委員会が、各事業所の推進責任者と連携しながら、キューピーグループ内の法令遵守状況の把握や、従業員への啓発活動を行っています。コンプライアンス委員会

では、イントラネットへのコンプライアンス事例の掲示や、コンプライアンス研修、webを用いたマインドアッププログラムなどによる学習を実施しています。

●2014年度のマインドアッププログラムの実施状況

	テーマ	実施時期	対象者	実施方法
第17回	グループ倫理行動規範 (働きやすい環境) ハラスメント2	2014年 11月	全管理職 従業員	eラーニングによる学習

●従業員意識調査

キューピーグループでは、従業員のコンプライアンス(企業倫理・法令遵守等)に対する理解・意識の状況、グループ全体の実態を把握することや当社グループで働くことへの満足度および従業員の社会的責任に関する考えを知るため、2004年に「従業員意識調査」を従業員に対するアンケート形

式で開始し、2014年に5回目を実施しました。アンケートの結果は従業員にフィードバックするとともに、結果の分析によって、コンプライアンスをグループ内に浸透・徹底させる上で課題を把握したり、eラーニングや従業員研修などでのプログラムに反映させています。

●人権課題の抽出

キューピーは、グローバル展開を進めていくにあたっての問題点を整理すべく、2014年に引き続き、2015年も経済人コー円卓会議日本委員会によって設立された「ニッポンCSRコンソーシアム」が主催する「ステークホルダー・エンゲージメント・プログラム」に参加いたしました。

このプログラムの中でのワークショップにおいて、NPO/NGOや有識者の提言などを受けて「食品業において重要と考える人権課題」を抽出しました。

今後、キューピーとして取り組むべき重要課題の設定に取り組んでいきます。

●環境保全と社会・文化活動に関する取り組みの歴史

西暦	環境保全に関する取り組み	社会・文化に関する取り組み
1956年	<ul style="list-style-type: none"> 卵殻を天日で干し、 土壌改良剤として農家に販売を開始 	
1960年		<ul style="list-style-type: none"> 財団法人ベルマーク教育助成財団への協賛を始める
1961年		<ul style="list-style-type: none"> 工場見学(オープンキッチン)を開始
1962年		<ul style="list-style-type: none"> 「キューピー3分クッキング」放映開始
1963年	<ul style="list-style-type: none"> 廃棄物削減を合理化の一環として取り組む 	
1969年	<ul style="list-style-type: none"> 卵殻の破碎・乾燥設備を導入(仙川工場) 	
1971年	<ul style="list-style-type: none"> 活性汚泥による排水処理設備の導入開始 (1975年に全工場に整備) 	
1973年		<ul style="list-style-type: none"> 食と健康の知識の普及をはかる 「キューピーニュース」発行
1975年		<ul style="list-style-type: none"> 食生活に関するビデオの配布活動を始める
1978年		<ul style="list-style-type: none"> 日本合唱連盟・朝日新聞社主催の「全日本ママさんコーラス大会」(現「全日本おかあさんコーラス大会」)の協賛を始める
1980年		<ul style="list-style-type: none"> 那覇ママさんコーラスまつり(現「全沖縄おかあさんコーラス大会」)の協賛を始める
1981年	<ul style="list-style-type: none"> 卵殻を食品用カルシウムとして販売開始 (膜除去技術の確立により実現、商品名「カルホープ」) 	
1984年		<ul style="list-style-type: none"> 「食」をテーマとする講演会活動を開始
1991年	<ul style="list-style-type: none"> 環境問題検討委員会を設置 (委員長:生産本部長) 卵殻膜を加工、化粧品原料として発売 	
1992年	<ul style="list-style-type: none"> 容器減量化を推進 (ドレッシングびんを丸形・軽量びん化など) 	
1993年	<ul style="list-style-type: none"> 安全・環境に関するグループ各社 相互点検システムを確立 	

1997年	<ul style="list-style-type: none"> 環境担当役員、環境対策室を設置 環境委員会(委員長:環境担当役員)を全社組織に改組 卵殻膜を素材としたうまみ調味料を発売(商品名「卵醬」) 	
1998年	<ul style="list-style-type: none"> 容器包装の環境影響評価基準を制定 グリーン購入の基本原則を制定、OA用紙ガイドラインを作成・運用開始 環境保全のための基本方針を制定(部門ごとの目標を設定し活動) 	
2000年	<ul style="list-style-type: none"> マヨネーズ容器、段ボール箱の減量化、仕切り板廃止などを実施 伊丹工場でISO14001の認証取得 	
2001年	<ul style="list-style-type: none"> 環境報告書2001年版を発行 五霞工場でISO14001の認証取得 グループ環境マネジメントマニュアルを制定 	
2002年	<ul style="list-style-type: none"> 全工場の廃棄物焼却炉を廃止 五霞工場で廃棄物の再資源化率100%達成 	<ul style="list-style-type: none"> マヨネーズ教室を開始 東京水産大学(現 東京海洋大学)大学院に「ヘルスフード科学(中島董一郎記念)寄附講座」を設立
2003年	<ul style="list-style-type: none"> 全工場で廃棄物の再資源化率100%達成 	
2004年	<ul style="list-style-type: none"> 鳥栖工場でISO14001の認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> キューピーニュースが第4回消費者教育教材資料表彰(主催:財団法人消費者教育支援センター)の優秀賞を受賞
2005年	<ul style="list-style-type: none"> 中河原工場でISO14001の認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> CSR担当役員任命、環境対策室を社会・環境推進室に改組 環境・社会報告書2005年版を発行(社会活動に関する内容を記載)
2006年	<ul style="list-style-type: none"> 「チーム・マイナス6%」に参加 八都府市「容器包装ダイエツト宣言」に参加 	
2007年	<ul style="list-style-type: none"> 山梨県の富士山麓で「キューピーの森」を開始 富士吉田工場でISO14001の認証取得 	<ul style="list-style-type: none"> フードバンク活動に参加 「社会と環境について語るブログ」スタート 水源涵養を目的として森林保全活動「キューピーの森」を山梨県富士吉田市で開始
2008年	<ul style="list-style-type: none"> 段ボールの印刷に使用するインクを標準色18色に集約 	<ul style="list-style-type: none"> マッチングギフト制度「QPeace」スタート 「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)受賞

2009年	<ul style="list-style-type: none"> 社会・環境推進室と法務・知的財産室を再編し、CSR推進本部を設置、社会・環境推進室を社会・環境推進部に改組 	
	<ul style="list-style-type: none"> 営業車にハイブリッドカー「プリウス」を導入 	<ul style="list-style-type: none"> キッザニア甲子園に「マヨネーズ工場」パビリオン出展
2010年	<ul style="list-style-type: none"> 三國清三シェフを講師に迎えた「家族でわくわくクッキング」を開催 	
2011年	<ul style="list-style-type: none"> 第32回食品産業優良企業等表彰 CSR部門で「農林水産大臣賞」を受賞 	
2012年	<ul style="list-style-type: none"> 社会・環境推進部と広報室を再編し、広報・CSR本部を設置 	
2013年	<ul style="list-style-type: none"> 加藤産業様、キューソー流通システム、キューピー連携のグリーン物流の普及拡大により、グリーン物流パートナーシップ会議特別賞を受賞 	<ul style="list-style-type: none"> 御茶の水女子大学に寄附研究部門「食と健康」を設立 「キューピーの森」第二期活動開始
	<ul style="list-style-type: none"> エコプロダクツ2014年の環境省「Fun to Share」ブース内に卵殻活用事例を展示 九都県市「容器包装ダイエツト宣言」に参加。関東圏スーパー75店舗のキャンペーンで容器軽量化を行った商品を紹介 	<ul style="list-style-type: none"> 仙川キューポート内に見学施設「マヨテラス」をオープン ニッポンCSRコンソーシアムに参加し、食品業界として重要となる人権課題の抽出に参画

対象：キューピー(株)

● 国内連結子会社

調味料事業

- キューピー醸造株式会社
- 株式会社ケイパック
- 株式会社サラダメイト
- 株式会社ディスペンパックジャパン
- 株式会社デフト
- 富士吉田キューピー株式会社

タマゴ事業

- 株式会社カナエフーズ
- 株式会社キューピーエッグワールドトレーディング
- キューピータマゴ株式会社
- 株式会社全農・キューピー・エッグ・ステーション

サラダ・惣菜事業

- 株式会社イシカリデリカ
- 株式会社遠州デリカ
- 株式会社キタカミデリカ
- 株式会社グリーンメッセージ
- 株式会社グルメデリカ
- 株式会社サラダクラブ
- 株式会社旬菜デリ
- 株式会社セトデリカ
- デリア食品株式会社
- 株式会社トスデリカ
- 株式会社ハンシンデリカ
- 株式会社ポテトデリカ

加工食品事業

- コープ食品株式会社
- 光和デリカ株式会社
- 鳥栖キューピー株式会社
- 階上キューピー株式会社

ファインケミカル事業

- 株式会社トウ・キューピー

物流システム事業

- 株式会社エスワイプロモーション
- エム物流株式会社
- 大阪サンエー物流株式会社
- キューソーサービス株式会社
- キューソーティス株式会社
- 株式会社キューソー流通システム
- ケイ物流株式会社
- 株式会社サンエー物流
- 株式会社サンファミリー
- ワイシステム株式会社

共通事業

- 株式会社キューピーあい
- 株式会社ケイ・エスエス
- ケイ・システム株式会社
- 三英食品販売株式会社
- 株式会社芝製作所

● 海外連結子会社

調味料事業

- 北京丘比食品有限公司
- 杭州丘比食品有限公司
- PT. KEWPIE INDONESIA
- KEWPIE (THAILAND) CO., LTD.
- KEWPIE MALAYSIA SDN. BHD.
- KEWPIE VIETNAM CO., LTD.
- Q&B FOODS, INC.

タマゴ事業

- HENNINGSEN FOODS, INC.
- HENNINGSEN FOODS, NETHERLANDS INC.

共通事業

- KIFUKI U.S.A. CO., INC.

2014年11月30日現在

2014年度の主な取り組み/2015年度の目標

キューピーと地球環境

活動項目	2014年度の主な取り組み	対象 (キューピー本社、 グループ)	2015年度の目標 (空欄は設定なし)
 地球温暖化防止			
CO ₂ 排出量の削減	ボイラー燃料を重油からガスに切り替え	グループ	2012年度対比原単位4.5%削減
物流でのCO ₂ 削減	生産拠点の見直しによる輸送距離の削減	キューピー本社	
省エネルギーの推進	・QCD(品質、コスト、納期)改善と省エネの両立を目的とした、品質・エネルギーデータの収集・監視可能なソフトウェア「環境あんどん」の導入 ・生産ラインの稼働率向上 ・製造効率を上げて無駄をなくす ・焼成機、冷蔵庫などの熱、冷熱の漏れ対策 ・照明のLED化	グループ	全国マヨネーズ・ドレッシング類協会の自主目標の範囲の中で活動
 廃棄物の削減と節水			
廃棄物排出量の削減	工場での歩留まり向上	グループ	2012年度対比原単位5%削減
再資源化の推進	分別の徹底による資源化	グループ	単純焼却、埋め立て処分ゼロ
水の効率的活用	循環利用の推進	グループ	
水質汚染防止活動	排水処理設備の安定稼働と流出防止	グループ	
 包装容器の改善	PETボトルの軽量化	キューピー本社	業界で自主行動目標を定め活動
 環境コミュニケーション	地域の中学生へ環境学習の実施	グループ	

キューピーと社会

活動項目	2014年度の主な取り組み	対象 (キューピー本社、 グループ)	目的
 お客様とのかかわり			
食にかかわる活動	工場広報担当者研修	キューピー本社	工場見学担当者の案内スキル向上
	マヨテラス研修	キューピー本社	マヨテラス担当者の案内スキル向上
	幼児向け絵本の発行	キューピー本社	子どもたちが野菜に親しみをおぼえ、食卓の楽しさを感じてくれること
	食をテーマにした講演会の実施	キューピー本社	食生活と健康についての正しい情報の提供
	家族でわくわくクッキング	キューピー本社	家族の「会話もごちそう」になる食卓づくりの提案
	マヨネーズ教室	キューピー本社	子どもたちに食べる楽しさと大切さを伝える
	キューピーニュースの発行	キューピー本社	食に関する正しい情報の提供
地域社会での活動	清掃活動	グループ	事業所がお世話になっている地域へのお礼
	食にかかわるイベントの実施	グループ	商店街との協働による街の活性化
	キューピーの森活動	グループ	森林の保全活動を通じて、社会的課題に目を向ける従業員の育成
	敷地内保育園の開設	キューピー本社	子育て中の従業員の支援と地域の子育て世代の支援
 株主・投資家とのかかわり	投資家向け説明会など	キューピー本社	会社の経営方針への理解を深めていただく
	投資家向け工場見学会	キューピー本社	株主の方とコミュニケーションを図り、ご意見を頂戴する
 お取引先とのかかわり	イースターに関するイベントの実施	キューピー本社	イースターにかかわるメニュー提案
 従業員とのかかわり	研修の実施	グループ	従業員のスキル・知識のアップ
	e-ラーニングによる学習機会の提供	グループ	従業員のスキル・知識のアップ
	従業員意識調査	グループ	従業員の意識と課題の把握
	グループ合同会社説明会	グループ	採用方針・プロセスの共有化、説明会運営の効率化

●2015年版編集方針・対象範囲

「キューピーグループ社会・環境報告書」は、キューピーグループが皆様から信頼され親しまれる企業であり続けるために、企業姿勢や活動内容をありのままお伝えすることを目的に作成しています。多くの方にご理解いただけることをめざし、「見やすく」「わかりやすい」報告書づくりを心がけました。今年度からは、web版の報告書として、昨年の活動報告はもちろん、私たちの最新の活動もお伝

えできるようにいたしました。

2015年版では、「お客様に野菜を食べていただくための活動と工夫」をテーマに特集を組みました。社会活動、環境活動と併せて、グループ内の従業員を出して、普段の活動の様子をお伝えしました。今後もこの報告書を通じて、できるだけ多くの皆様とコミュニケーションを図っていきたくと考えています。

対象組織	原則として、キューピーグループを対象とし、そうでないものについては個別に記載しています。
対象期間	2013年12月1日～2014年11月30日
発行	2015年11月。次回の発行は2016年の夏を予定しています。

※本サイトは、原則として上記対象期間内の事象を掲載していますが、タイムリーな情報更新をめざし、最新の活動情報をお伝えするページを新設し、更新性を高めました。

※主な更新内容については、「社会と環境について語るブログ」上でお知らせしていきます。

●2014年版報告書へのご意見と評価

「キューピーグループ社会・環境報告書2014」は、昨年2014年6月に【ハイライト】(冊子)を、8月に【フルレポート】(ウェブサイト)を発行しました。冊子であるハイライトについては30,000部を発行し、従業員のほか、オープンキッチン(工場見学)にいらした方々、報告書請求サイトからお申込みいただいた方々を中心にお配りしました。

ハイライトに添付のアンケートには、2014年6月末の時点で671件の回答をいただきました。

「キューピーの考え方が良くわかる」「記事とビジュアルが一致していて読みやすい」というご感想をいただく一方で、「内容が物足りない」「文字が多い」などのご意見もいただきました。

この場を借りてお礼を申し上げます。

●2015年版報告書の作成にあたって

2015年版報告書については、昨年まで発行していましたが冊子版の「ハイライト」、web版の「フルレポート」の形式を見直し、それぞれweb版として作成することにいたしました。

web版の作成にあたりまして、トップページから一目ですべてのコンテンツが把握できるように、シンプルで見やすいページデザインを目指しました。また、webの特長を活かして、2014年度の活動報

告に加えて、私どもキューピーグループの直近の社会・環境活動もタイムリーに報告できるように特設のページを新設いたしました。

このページによって、私どもの直近の動きも、「社会と環境について語るブログ」と併せて、おわかりいただけるのではないかと考えております。

今後もステークホルダーのさまざまな声に耳を傾けながら、活動に反映させていきたいと考えています。