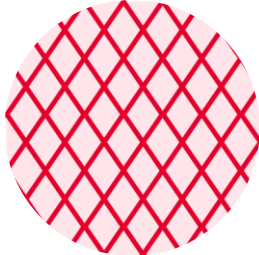


2022年度 決算説明資料



キューピー株式会社 2023年1月10日





Agenda

1. 2022年度 概要
2. 2023年度 計画
3. 取り組み
4. 参考資料

1. 2022年度 概要

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、日本からの輸出は12月-11月が対象となります。
- 海外の前年差の合計には、為替影響（売上高+73億円、営業利益+9億円）が含まれます。

2022年度 概要

環境

原資材高騰 × エネルギー高騰 × 円安 × 消費意欲低迷

WTI原油相場

124ドル/バレル
(2022年3月8日)66ドル/バレル
(2021年12月1日)

為替相場

150円/ドル
(2022年10月20日)113円/ドル
(2021年12月1日)

消費者態度指数

39.1
(2021年12月)28.6
(2022年11月)

※内閣府消費動向調査（二人以上の世帯）

業績概要

売上高

4,303億円
増収 (+ 233 億円)

- 海外伸長による増収 (+129億円)
- 業務用の復調 (+90億円)

営業利益

254億円
減益 (△ 25 億円)

- 主原料高騰の影響 (△107億円)
- エネルギー・一般原資材高騰の影響 (△67億円)
- 価格改定効果 (+88億円)

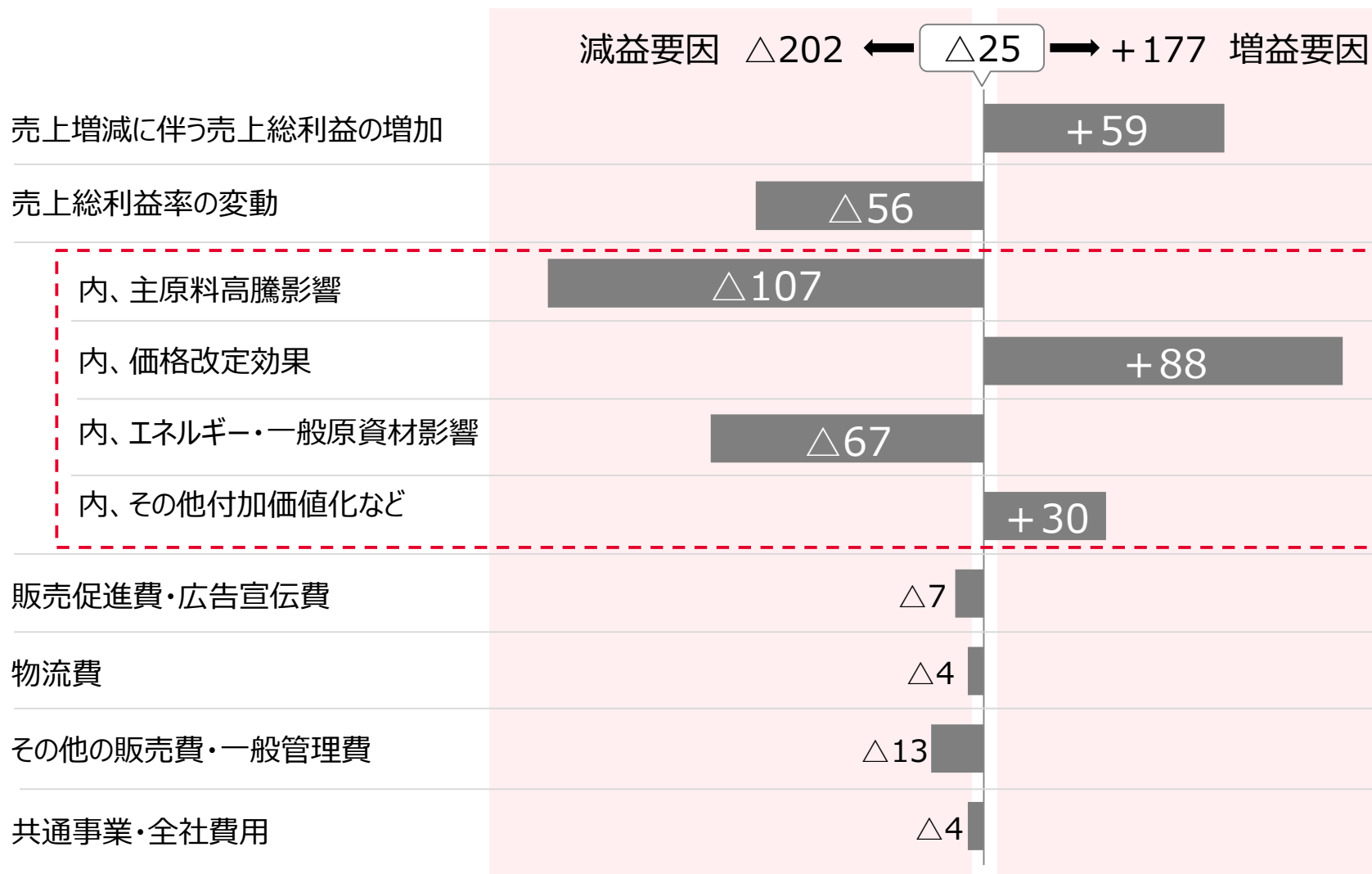
親会社株主に帰属する
当期純利益160億円
減益 (△ 20 億円)

- 関係会社株式売却益の増加 (+10億円)
- 固定資産売却益の減少 (△4億円)
- 抱合せ株式消滅差益の減少 (△4億円)

2022年度 営業利益の増減要因

営業利益

2022年度 254億円

前年差 $\Delta 25$ 億円

2022年度 セグメント別売上高・事業利益

売上高

2022年度 **4,303**億円 前年差 **+233**億円増減率 **+6%**

(単位：億円)	2021年度	2022年度	前年差	増減率	2022年度下期	
					前年差	増減率
市販用	1,727	1,734	+7	+0%	+10	+1%
業務用	1,498	1,588	+90	+6%	+56	+7%
海外	534	663	+129	+24%	+78	+27%
フルーツソリューション	169	165	△4	△2%	△2	△2%
ファインケミカル	88	100	+12	+14%	+5	+12%
共通	55	53	△2	△4%	△1	△5%

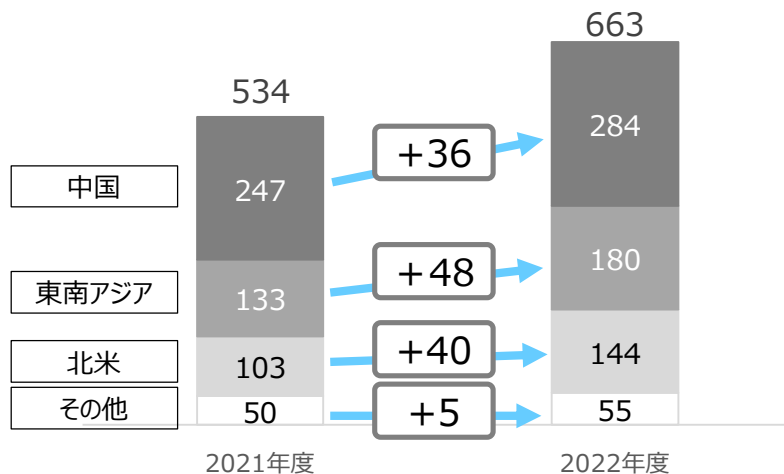
事業利益

2022年度 **254**億円 前年差 **△25**億円増減率 **△9%**

(単位：億円)	2021年度	2022年度	前年差	増減率	2022年度下期	
					前年差	増減率
市販用	172	134	△38	△22%	△15	△20%
業務用	63	69	+6	+10%	△8	△23%
海外	72	85	+12	+17%	+9	+24%
フルーツソリューション	7	3	△4	△56%	△3	△88%
ファインケミカル	11	13	+2	+18%	△2	△23%
共通	13	12	△1	△9%	△1	△22%
全社費用	△59	△62	△3	-	△2	-

2022年度 海外の業績増減(前年差)

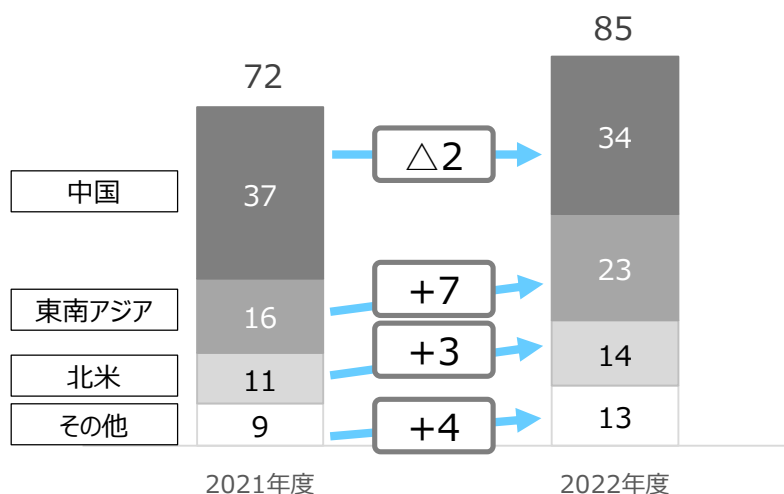
売上高

2022年度 **663**億円 前年差 **+129**億円 増減率 **+24%**

(単位：億円)	2022年度	前年差	増減率	下期 前年差
中国	284	+36	+15%	+18
東南アジア	180	+48	+36%	+31
北米	144	+40	+39%	+29

※為替影響 売上高前年差+73億円

事業利益

2022年度 **85**億円 前年差 **+12**億円 増減率 **+17%**

(単位：億円)	2022年度	前年差	増減率	下期 前年差
中国	34	Δ2	Δ7%	+0
東南アジア	23	+7	+44%	+4
北米	14	+3	+31%	+2

※為替影響 事業利益前年差+9億円

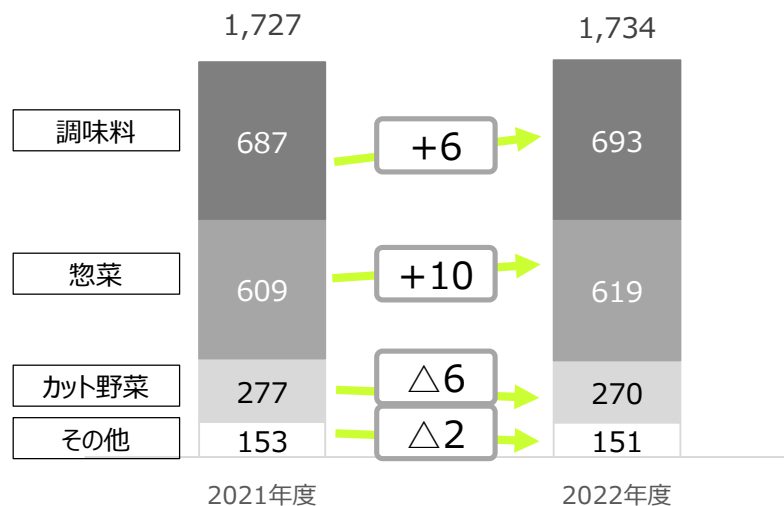
2022年度 市販用の業績増減(前年差)

売上高

2022年度 1,734億円

前年差 +7億円

増減率 +0%



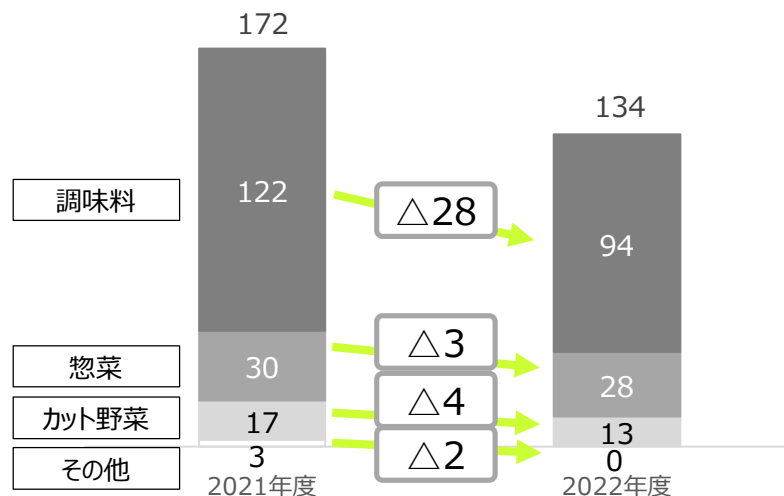
(単位：億円)	2022年度	前年差	増減率	下期 前年差
調味料	693	+6	+1%	+21
惣菜	619	+10	+2%	△4
カット野菜	270	△6	△2%	△8

事業利益

2022年度 134億円

前年差 △38億円

増減率 △22%



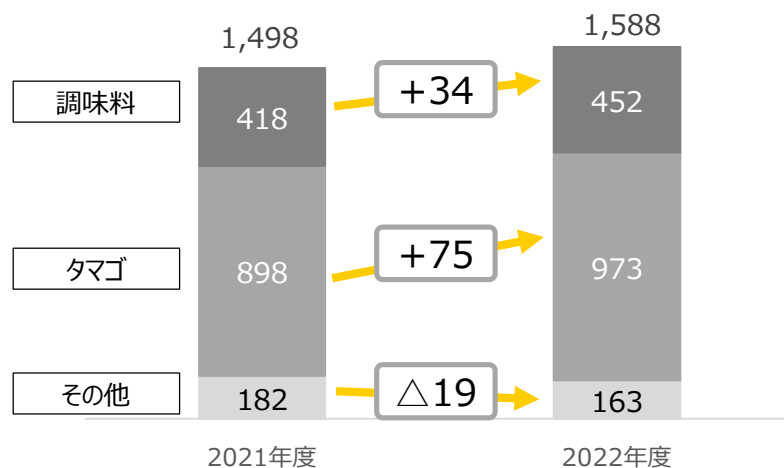
(単位：億円)	2022年度	前年差	増減率	下期 前年差
調味料	94	△28	△23%	△7
惣菜	28	△3	△9%	△3
カット野菜	13	△4	△26%	△4

2022年度 業務用の業績増減(前年差)

売上高

2022年度 1,588億円 前年差 +90億円

増減率 +6%

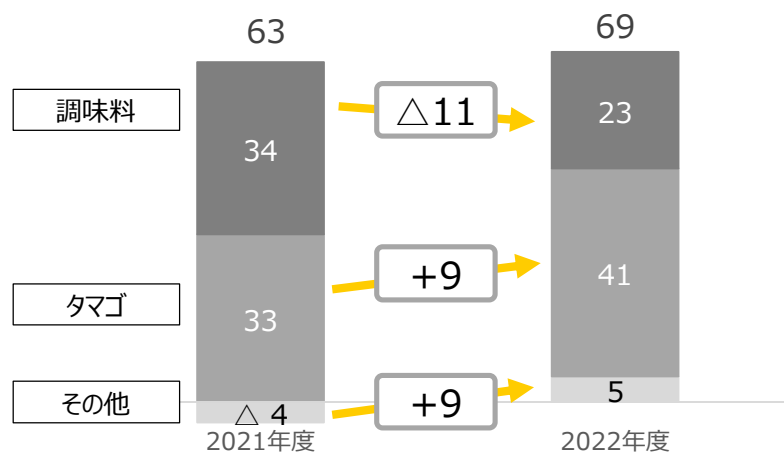


(単位：億円)	2022年度	前年差	増減率	下期 前年差
調味料	452	+34	+8%	+19
タマゴ	973	+75	+8%	+51

事業利益

2022年度 69億円 前年差 +6億円

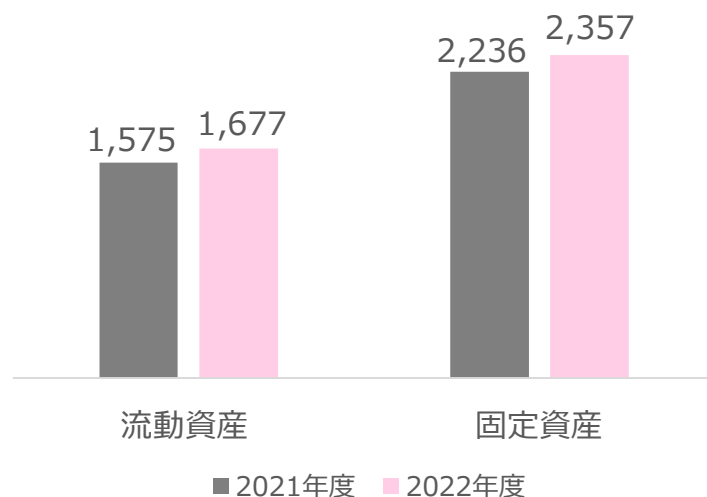
増減率 +10%



(単位：億円)	2022年度	前年差	増減率	下期 前年差
調味料	23	△11	△33%	△11
タマゴ	41	+9	+27%	+1

2022年度 バランスシートの増減ポイント

資産の部



前年期末差

流動資産

+ 103億円

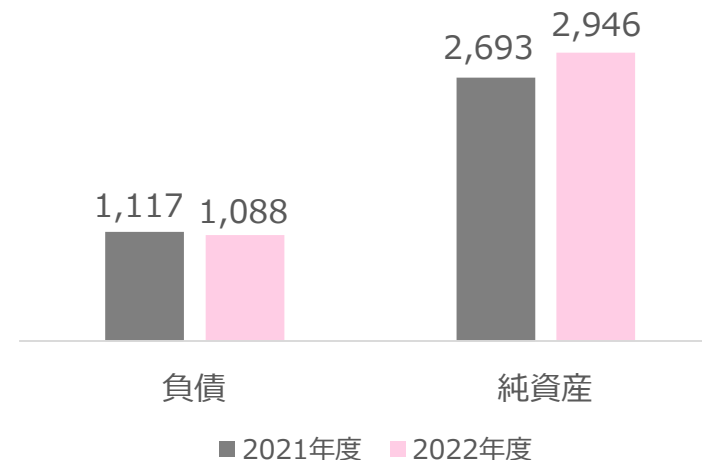
- 原資材在庫金額の増加 ↑
- 売掛金の増加 ↑

固定資産

+ 121億円

- 退職給付に係る資産の増加 ↑
- ソフトウェアの増加 ↑

負債・純資産の部



前年期末差

負債

△ 29億円

- 短期借入金の減少 ↓
- 買掛金の増加 ↑

純資産

+ 253億円

- 利益剰余金の増加 ↑
- 為替換算調整勘定の増加 ↑

2021-2024年度 営業キャッシュ・フロー

4年間累計 **1,400**億円(目標)
2年間累計 **657**億円

設備投資

4年間累計 **700**億円(目標)
2年間累計 **293**億円

主な内容

- 最適生産体制の構築
- 海外での成長投資
- IT・デジタル化の推進
- 環境対応投資

株主還元

自己株式取得
2021年度 **100**億円実施

配当金としてお支払いした金額

2年間累計 **122**億円

1株あたりの配当推移

2021年度	2022年度	2023年度
47円	47円 (予定)	50円 (予定)

配当性向 40.7%
DOE 2.5%

新規展開

新規事業、M&Aに対する投資は
案件に応じて検討
⇒大型案件はなし

内部留保

自己資本比率
2021年度 **65%**
2022年度 **66%**

2. 2023年度 計画

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、日本からの輸出は12月-11月が対象となります。
- 海外の前年差の合計には、為替影響（売上高 + 38億円、営業利益 + 5億円）が含まれます。

2023年度 計画概要

業績概要

売上高

4,540億円
増収 (+ 237 億円)

- 海外伸長による増収 (+120億円)
- 市販用の需要回復 (+58億円)

営業利益

210億円
減益 (△ 44 億円)

- 主原料高騰の影響 (△139億円)
- I・L・E・一般原資材高騰の影響 (△85億円)
- 価格改定効果 (+115億円)

親会社株主に帰属する
当期純利益

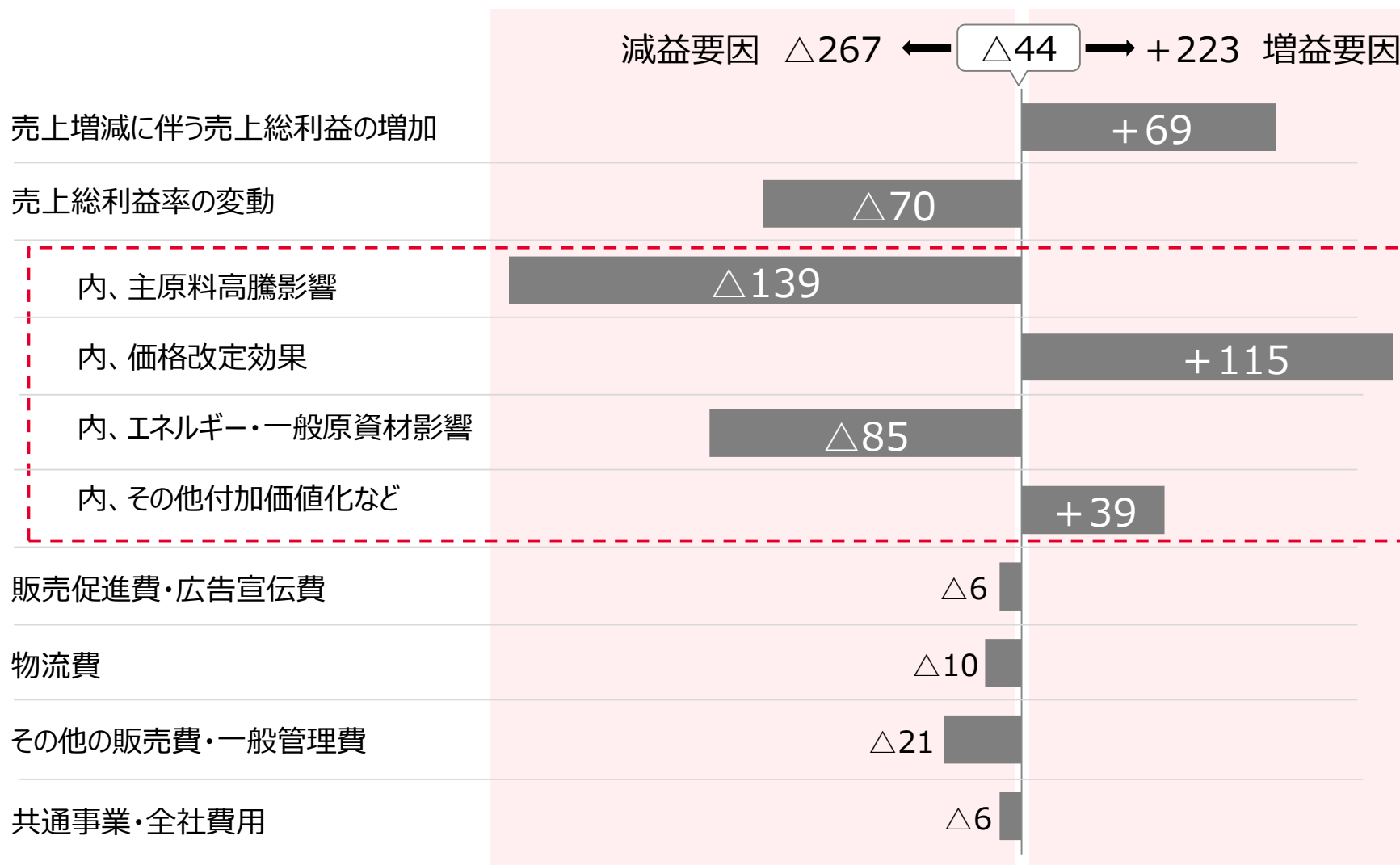
130億円
減益 (△ 30 億円)

- 関係会社株式売却益の減少 (△13億円)
- 減損損失の減少 (+9億円)

(単位：億円)	2022年度	2023年度 計画	前年差	増減率
売上高	4,303	4,540	+237	+6%
国内	3,640	3,757	+117	+3%
海外	663	783	+120	+18%
営業利益	254	210	△44	△17%
国内	231	178	△53	△23%
海外	85	99	+14	+17%
全社費用	△62	△67	△5	—
経常利益	272	230	△42	△16%
親会社株主に帰属する 当期純利益	160	130	△30	△19%
営業利益率	5.9%	4.6%	△1.3%	

2023年度 営業利益の増減要因

営業利益

2023年度 **210**億円 前年差 **△44**億円

2023年度 セグメント別売上高・事業利益

売上高

2023年度 **4,540**億円 前年差 **+237**億円 増減率 **+6%**

(単位：億円)	2022年度	2023年度	前年差	増減率
市販用	1,734	1,792	+58	+3%
業務用	1,588	1,620	+32	+2%
海外	663	783	+120	+18%
フルーツ ソリューション	165	177	+12	+8%
ファインケミカル	100	113	+13	+13%
共通	53	55	+2	+3%

事業利益

2023年度 **210**億円 前年差 **△44**億円 増減率 **△17%**

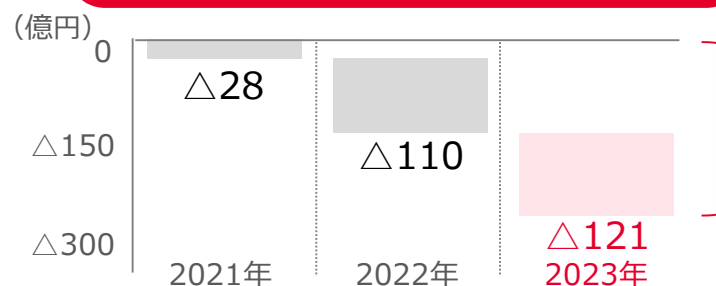
(単位：億円)	2022年度	2023年度	前年差	増減率
市販用	134	104	△30	△23%
業務用	69	47	△22	△32%
海外	85	99	+14	+17%
フルーツ ソリューション	3	2	△1	△37%
ファインケミカル	13	14	+1	+10%
共通	12	11	△1	△9%
全社費用	△62	△67	△5	—

3. 取り組み

コスト上昇影響について

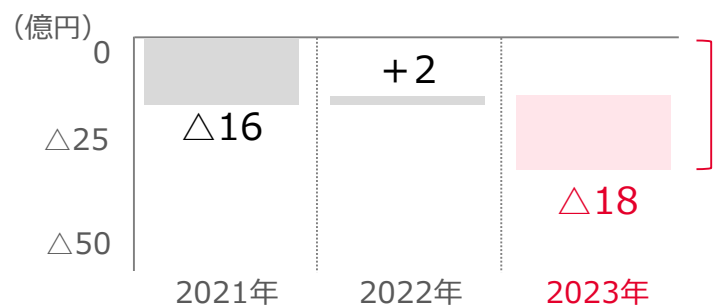
2020年-2023年 コスト上昇影響累計 △442億円

主原料影響（調味料）

2023年/2020年 △259億円

(円/kg)	2021年度	2022年度	2023年度 見通し
日経ローリー相場	294	391	410

鶏卵相場影響

2023年/2020年 △32億円

(円/kg)	2021年度	2022年度	2023年度 見通し
鶏卵相場	215	209	254

エネルギー・一般原資材影響

2023年/2020年 △151億円

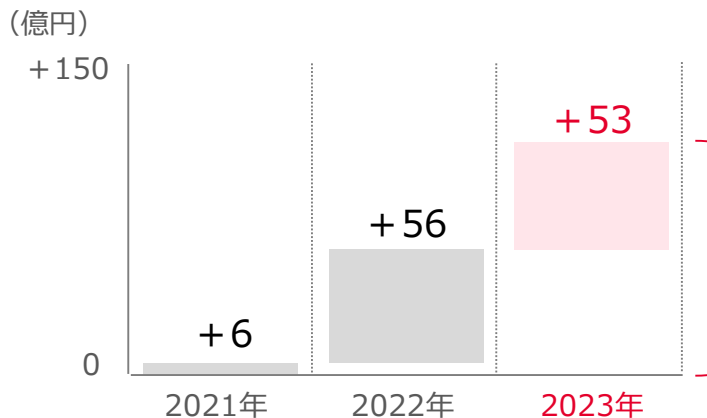
(円/ドル)	2021年度	2022年度	2023年度 見通し
為替相場	107	125	135

価格改定効果について

2020年-2023年 価格改定効果累計 (調理食品含む) +217億円

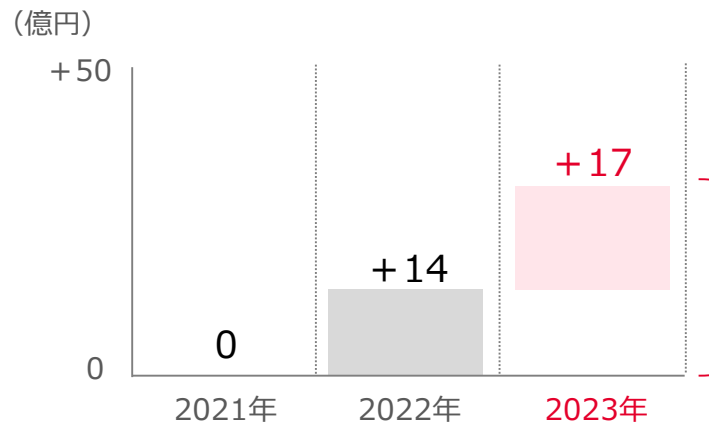
マヨネーズ (国内)

2023年/2020年 +115億円



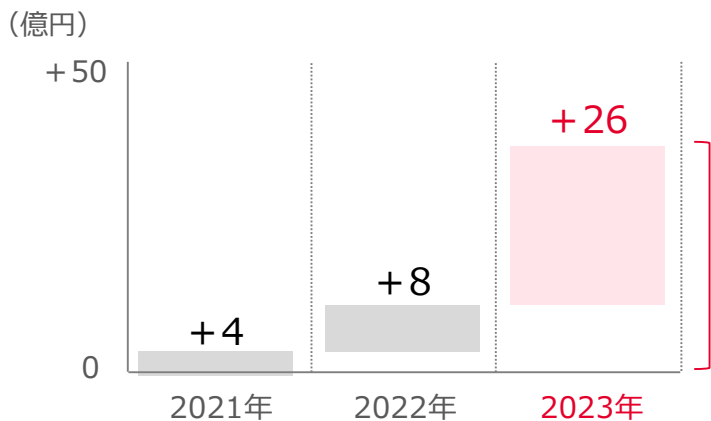
ドレッシング (国内)

2023年/2020年 +31億円



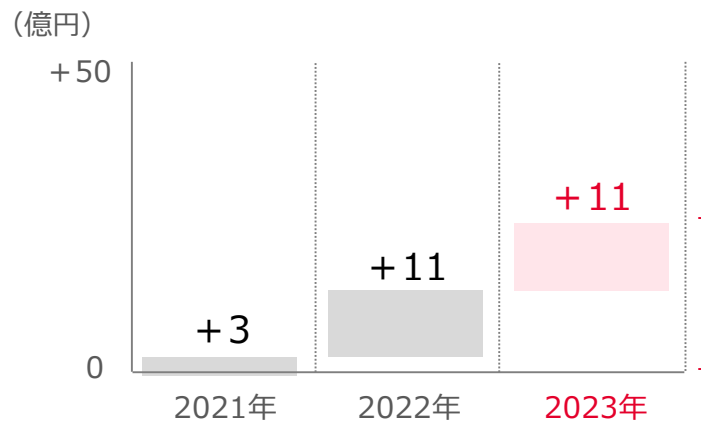
タマゴ

2023年/2020年 +38億円



海外

2023年/2020年 +25億円

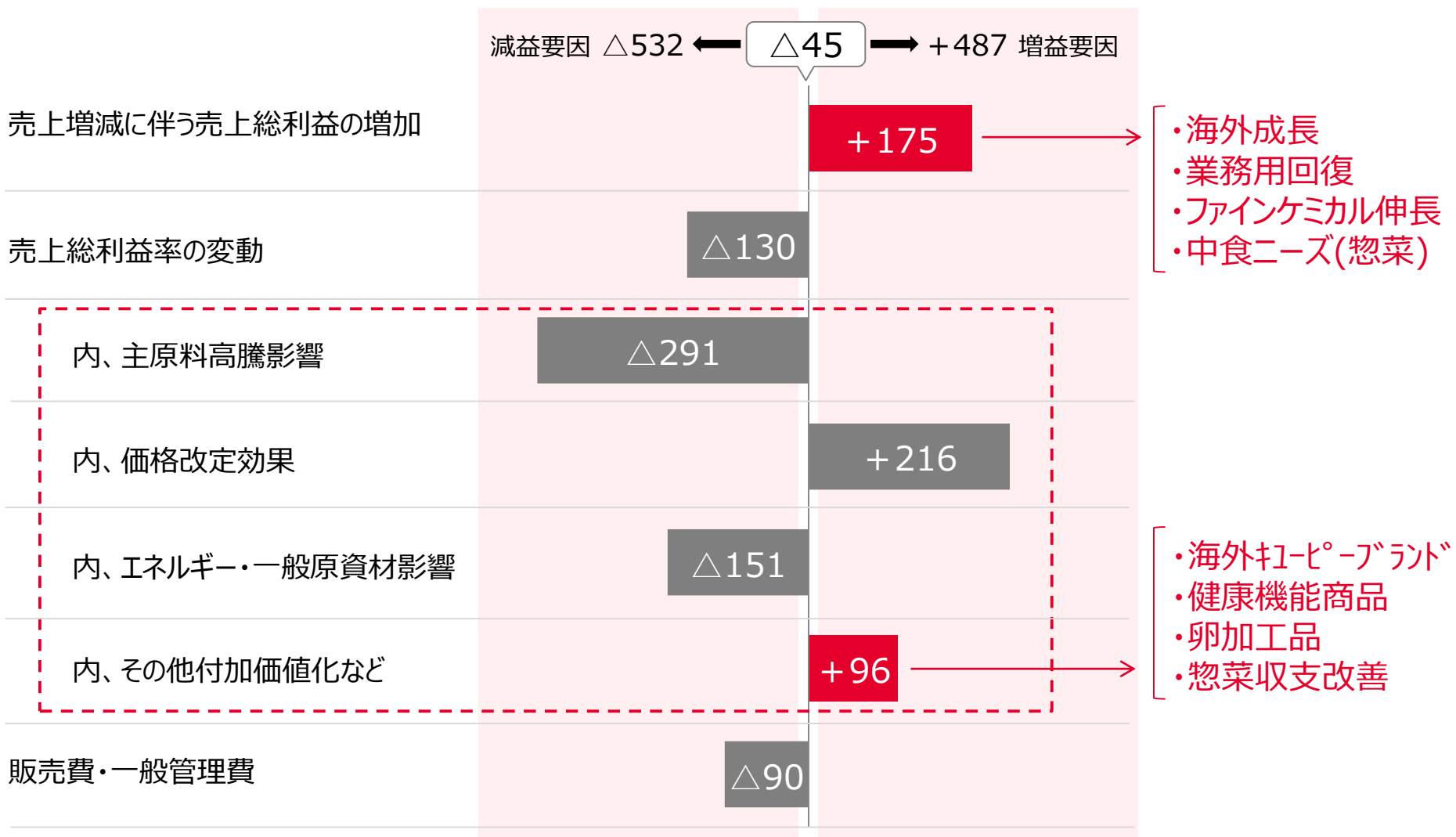


営業利益の増減要因 (2023年度-2020年度差)

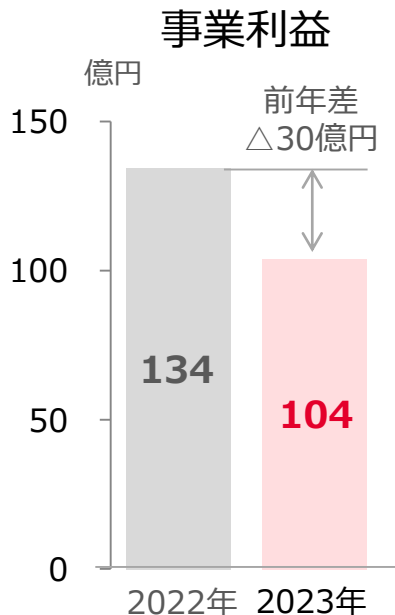
営業利益

2023年度-2020年度差

△45億円



市販用 課題と取り組み



主力商品の需要喚起と
新たな商品施策

1. マネージメントと「ドレッシング」の市場環境
2. 環境に対応した収益改善
3. 多様化するニーズへの対応

価格対価値のバランス再構築

容量施策
+
業態対応

顧客ニーズを捉えた
商品ラインアップ

健康価値領域の強化

あらたな健康機能
カテゴリーの創出

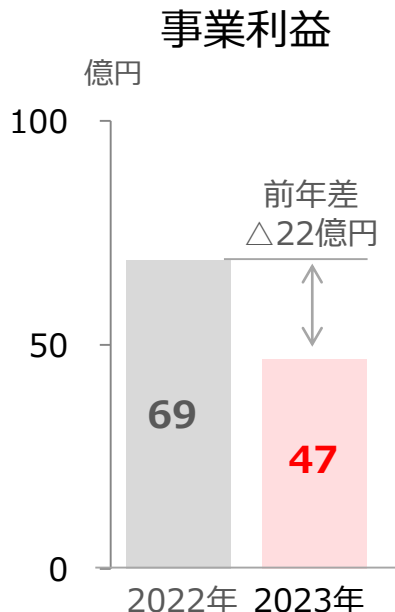
差別化と認知拡大

汎用化の推進

サラダ調味料から
野菜調味料へ

使用頻度の回復

業務用 課題と取り組み

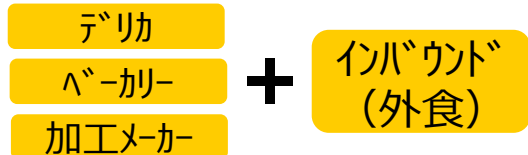


主力商品の需要喚起と
新たな商品施策

1. メリハリをつけた経営資源の再配分
2. 環境に対応した収益改善
3. タマゴ事業における量から質への転換

市場変化への対応

強化3業態プラス
インバウンド回復への備え



市場ニーズの変化

ロー・コスト商品の
拡充

オイル低減商品の
ラインアップ充実

環境変化への対応

店舗での
人手不足に貢献

オペレーション簡便化
商品の拡大

中長期の取り組みと2023年度の位置付け

海外収益力

2.0倍

事業利益

×

国内収益性

1.5倍

国内ROA

+

あらたな施策

α

(アルファ)

⇒

2030年指標

ROE

8.5以上

(2023年 4.9)

2023年 99億円 ▶ 2030年目標 200億円

2023年 3.6% ▶ 2030年目標 5.4%

成長領域への挑戦
と最適な資本構成

取り組み内容

① 海外への資源投下

持続的な成長のための基盤強化

2023年：成長に必要な資源を投下

② サプライチェーンの
生産性改革

生産再編のステージから

サプライチェーン構造改革へ移行

2023年：モデルチェンジへの移行期間

③ あらたなビジネス展開

健康に貢献できる素材の開発と今後の展開

2023年：あらたなビジネスモデル構築の準備期間

未来への取り組みは停滞させず継続する

海外への資源投下

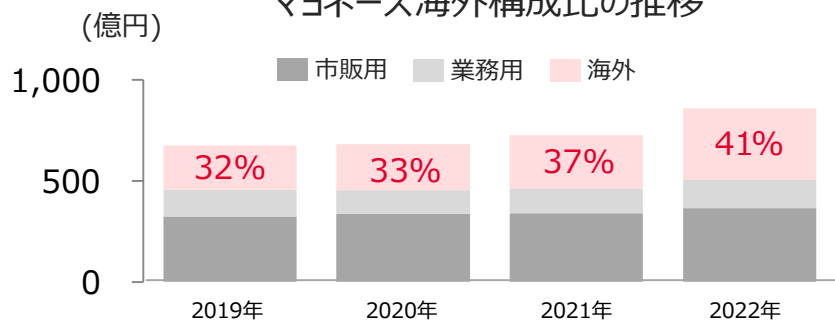
～グループの将来像として～

「日本のマヨネーズから世界のマヨネーズへ」

「利益を国内と海外で半分ずつ創出する」
収益構造への転換

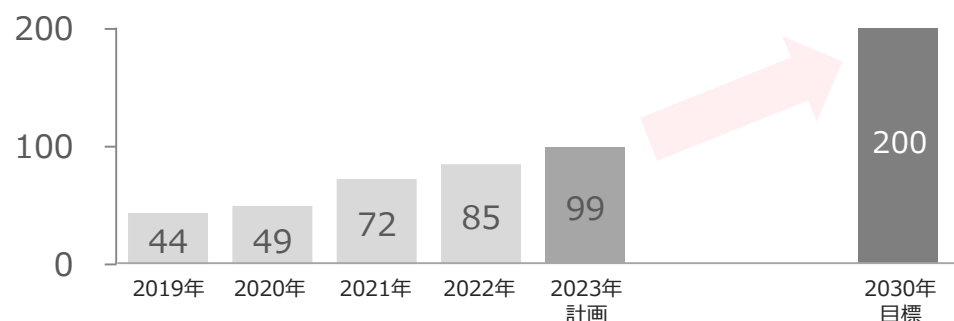
海外展開のギアを上げ、グローバルに活躍するグループをめざす

マヨネーズ海外構成比の推移

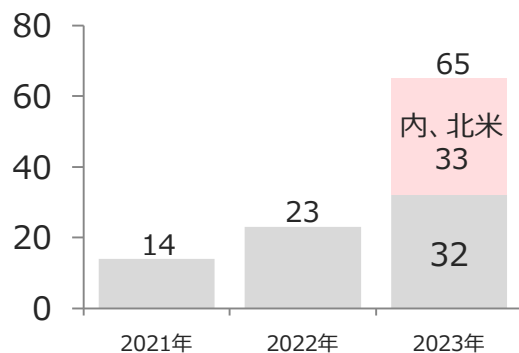


(億円)

海外事業利益の推移と展望

さらなる飛躍に向け **持続的な成長のための基盤強化**

(億円) 海外設備投資額



ブランド拡大

新規獲得のデジタル・マーケティングを拡充
EC専任駐在員を中国に派遣
現地代理店を活用し、EC市場分析

ガバナンス強化

外部監査・コンサルの活用

輸出機能拡充

国内生産ラインの増強

サプライチェーンの生産性改革

生産再編のステージから **サプライチェーン全体で効率化・省力化を推進**
 ～グループ横断テーマとして取り組み、国内ROAを向上～

研究開発

調達

生産

物流

販売

原料・容器・資材のシンプル化 ※①③

原料使いこなし技術 ※③

主要原料のグローバル調達 ※①

生産ライン・商品荷姿の集約 ※②

スマートファクトリー構想の推進 ※③

持続可能な物流モデルの構築 ※①③

食品ロスの抑制と最適アイテム管理の手法確立 ※①③

基幹システム刷新の効果を創出

DX構想の推進

あらたな商品開発プログラムの確立

※①流動資産の最適化テーマ、②固定資産の最適化テーマ、③資産回転率の向上テーマ

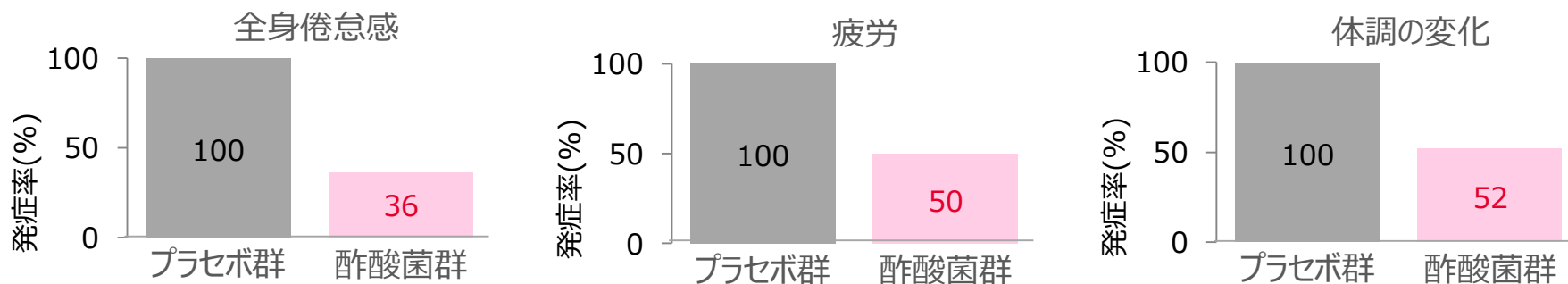
シンプル・スリム化の
追求で生産性改革

- これまでの生産再編による資産圧縮効果△130億円
- 統合効果と中長期的なアセットコントロールで効率性を追求

お客さまに元気に年齢を重ねていただけるよう、マヨネーズづくりに欠かせないお酢と卵の2つの食材に注目し、認知機能の維持と、免疫力を高めるための健康機能研究に取り組んでいる

※お酢と卵の成分の機能性を研究

お酢では、発酵菌である酢酸菌GK-1が免疫グロブリンA抗体を増やすことを確認し、免疫以外にも花粉症や飲酒時の体調への働きの研究も進めている



試験期間中における風邪に見られる症状のプラセボ群を100%としたときの発症率（解析対象外の被験者を除いたプラセボ群50名、酢酸菌群45名）

卵黄コリンは認知機能の維持に役立つことが期待されています

卵黄コリンの期待される効果

認知機能
の維持



肝機能
改善

健康な血管の維持

100年の歴史と信頼

1925年
日本初のマヨネーズ
「キューピー マヨネーズ」を発売



2025年
「キューピー マヨネーズ」
発売100周年



3. 参考資料

参考 セグメント別売上高

(単位：億円)	2021年度	2022年度	前年差	増減率	2023年度		
					計画	前年差	増減率
市販用	1,727	1,734	+7	+0%	1,792	+58	+3%
調味料	687	693	+6	+1%	746	+53	+8%
惣菜	609	619	+10	+2%	621	+2	+0%
カット野菜	277	270	△6	△2%	280	+10	+4%
その他	153	151	△2	△1%	145	△6	△4%
業務用	1,498	1,588	+90	+6%	1,620	+32	+2%
調味料	418	452	+34	+8%	500	+48	+11%
タマゴ	898	973	+75	+8%	960	△13	△1%
その他	182	163	△19	△10%	160	△3	△2%
海外	534	663	+129	+24%	783	+120	+18%
中国	247	284	+36	+15%	335	+51	+18%
東南アジア	133	180	+48	+36%	220	+40	+22%
北米	103	144	+40	+39%	164	+20	+14%
その他	50	55	+5	+9%	64	+9	+16%
フルーツ ソリューション	169	165	△4	△2%	177	+12	+8%
ファインケミカル	88	100	+12	+14%	113	+13	+13%
共通	55	53	△2	△4%	55	+2	+3%
合計	4,070	4,303	+233	+6%	4,540	+237	+6%

※ 海外の前年差には、為替影響(2022年前年差：売上高+73億円、2023年計画前年差：売上高+38億円)が含まれています。

参考 セグメント別事業利益

(単位：億円)	2021年度	2022年度	前年差	増減率	2023年度		
					計画	前年差	増減率
市販用	172	134	△38	△22%	104	△30	△23%
調味料	122	94	△28	△23%	60	△34	△36%
惣菜	30	28	△3	△9%	28	+0	+2%
カット野菜	17	13	△4	△26%	13	+0	+1%
その他	3	0	△2	△97%	3	+3	+4,186%
業務用	63	69	+6	+10%	47	△22	△32%
調味料	34	23	△11	△33%	13	△10	△43%
タマゴ	33	41	+9	+27%	38	△3	△8%
その他	△4	5	+9	-	△4	△9	-
海外	72	85	+12	+17%	99	+14	+17%
中国	37	34	△2	△7%	43	+9	+25%
東南アジア	16	23	+7	+44%	28	+5	+23%
北米	11	14	+3	+31%	18	+4	+25%
その他	9	13	+4	+50%	10	△3	△24%
フルーツ ソリューション	7	3	△4	△56%	2	△1	△37%
ファインケミカル	11	13	+2	+18%	14	+1	+10%
共通	13	12	△1	△9%	11	△1	△9%
全社費用	△59	△62	△3	-	△67	△5	-
合計	280	254	△25	△9%	210	△44	△17%

※ 海外の前年差には、為替影響(2022年前年差：営業利益+9億円、2023年計画前年差：営業利益+5億円)が含まれています。

参考 営業利益増減要因(セグメント別)

2022年度

(単位：億円)	売上増減に伴う 売上総利益の増加	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	+1	△39	△1	+3	△2	△38
業務用	+10	△2	△1	△2	+1	+6
海外	+41	△13	△3	△5	△8	+12
フルーツ ソリューション	△2	△3	△0	+1	△0	△4
ファインケミカル	+8	+0	△2	△0	△5	+2
合計	+59	△56	△7	△4	△13	△21

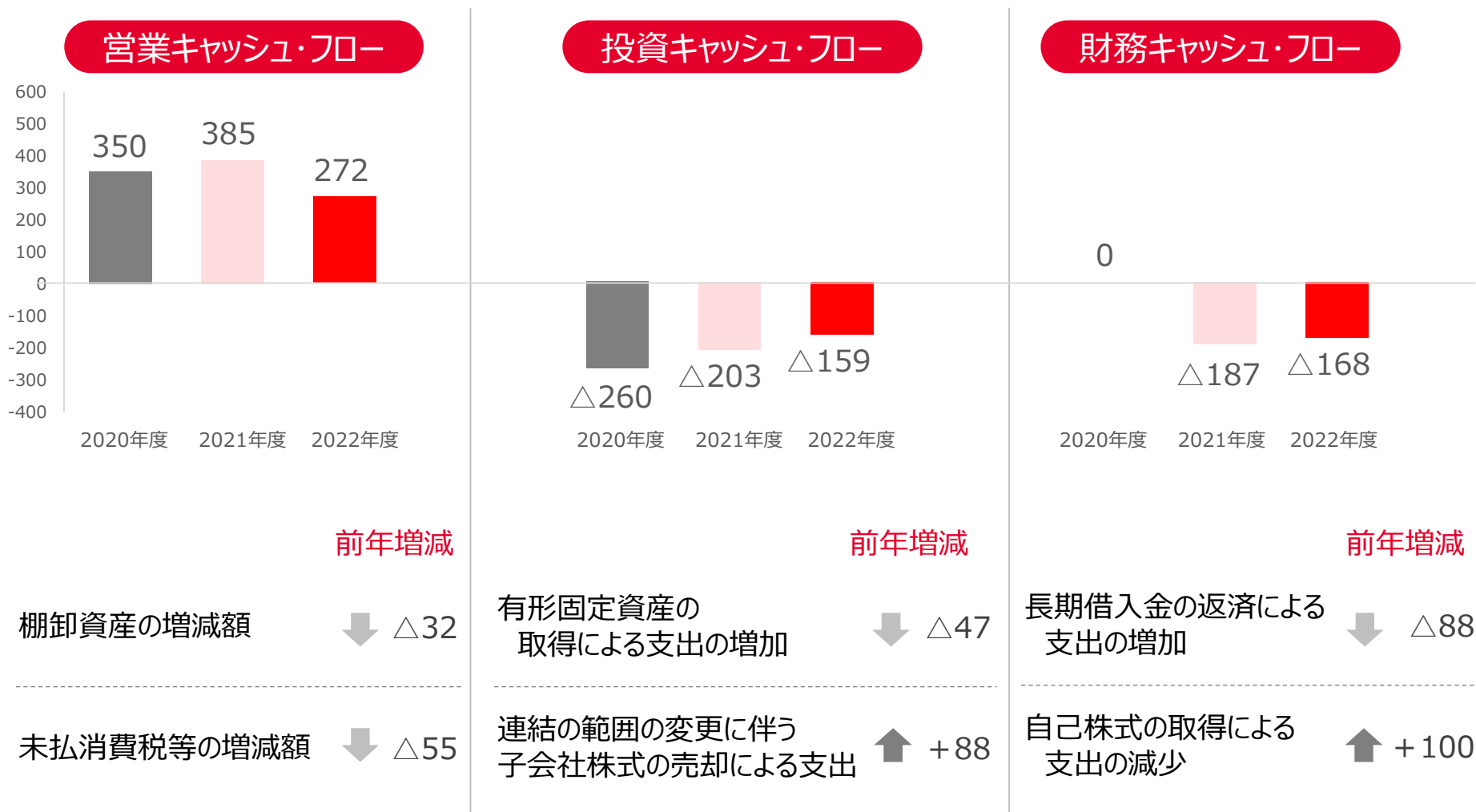
2023年度計画

(単位：億円)	売上増減に伴う 売上総利益の増加	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	+7	△37	+3	△2	△2	△30
業務用	+7	△21	+0	△2	△5	△22
海外	+41	△6	△6	△6	△9	+14
フルーツ ソリューション	+6	△4	△1	△1	△1	△1
ファインケミカル	+9	△2	△2	△0	△3	+1
合計	+69	△70	△6	△10	△21	△38

参考 営業利益の増減要因内訳

(単位：億円)		2022年度		2023年度計画	
売上増減に伴う売上総利益の増加		+59		+69	
売上高影響	海外での売上伸長	+41	+59	海外での売上伸長	+41
	業務用の販売回復	+10		市販用・業務用の販売増加	+14
	ファインケミカルの販売増加	+8		ファインケミカルの販売増加	+9
売上総利益率の変動		△56		△70	
付加価値の向上	海外および付加価値品の伸長	+16	+16	海外および付加価値品の伸長	+13
製造コスト影響	タマゴの操業度回復	+4	+2	タマゴの操業度低下	△5
	市販用の操業度低下	△9		市販用の操業度回復	+9
不採算カテゴリーの改善	業務用低収益商品の終売	+5	+8		
主原料コスト影響	調味料の主原料	△109	△107	調味料の主原料	△121
	国内鶏卵相場影響	+2		国内鶏卵相場影響	△18
その他	エネルギーコスト・一般原資材	△67	+25	エネルギーコスト・一般原資材	△85
	価格改定効果	+88		価格改定効果	+115
販売促進費・広告宣伝費		△7		△6	
販売促進費・広告宣伝費	海外の販促活動の再開	△3	△7	海外の販促活動の強化	△6
	ファインケミカルの広告宣伝費	△2			
物流費		△4		△10	
物流費	売上増加による物流費の増加	△4	△4	売上増加による物流費の増加	△10
その他の販売費・一般管理費		△13		△21	
その他販売費・一般管理費	基幹システムの導入に伴う経費の増加 など	△13	△13	基幹システムの導入に伴う経費・労務費の増加 など	△21

参考 2022年度 キャッシュ・フローの状況



設備投資の状況

2022年度 172億円

2023年度計画 195億円

参考 2022年度 営業外損益・特別損益の概要

	2021年度	2022年度	前年差	主な要因
営業利益	280	254	△25	
営業外損益	17	18	+1	・ 受取利息の増加 +1
経常利益	297	272	△24	
特別損益	△8	△6	+2	・ 関係会社株式売却益の増加 +10 ・ 固定資産売却益の減少 △4 ・ 抱合せ株式消滅差益の減少 △4
税引前利益	289	266	△22	
法人税等 非支配株主に帰属する 当期純利益	108	106	△2	・ 法人税等の減少 △3
親会社株主に帰属する 当期純利益	180	160	△20	

参考 2023年度計画 営業外損益・特別損益の概要

	2022年度	2023年度 計画	前年差	主な要因
営業利益	254	210	△44	
営業外損益	18	20	+2	・ 持分法投資利益の増加 +2
経常利益	272	230	△42	
特別損益	△6	△10	△3	・ 減損損失の減少 +9 ・ 関係会社株式売却益の減少 △13
税引前利益	266	220	△46	
法人税等 非支配株主に帰属する 当期純利益	106	90	△16	・ 法人税等の減少 △16
親会社株主に帰属する 当期純利益	160	130	△30	

参考 マヨネーズ・ドレッシング 売上高の推移

		2020年度	2021年度	2022年度
マヨネーズ	国内	454	459	504
	海外	228	269	355
ドレッシング	国内	385	388	373
	海外	114	154	183
合計	国内	839	846	877
	海外	342	423	538
	計	1,180	1,269	1,415



重点課題

食と健康への貢献

キューピーグループは、人々の生活になくてはならない食に携わる企業として、健康で豊かな暮らしの実現に貢献していきたいと考えています。サラダとタマゴのリーディングカンパニーとして、国内外のあらゆるお客様の食と健康に配慮した商品開発を行い、食を中心としたさまざまな取り組みを通じて子どもの心と体の健康を応援していきます。また、より良い社会の実現のため「長く継続できること」「多くの方の役に立つこと」「地域に根ざすこと」を柱として、社会貢献活動に取り組んでいます。

取り組みテーマ	指標	2021年度	2022年度	2024年度 目標	2030年度 目標
健康寿命延伸への 貢献	一人ひとりの食のパートナーとして ・1日当たりの野菜摂取量の目標値350gの達成に貢献 ・たんぱく質の摂取に貢献するために卵の消費量アップを推進				
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)	22.1万人	28.6万人	40万人 以上	100万人 以上

※ サステナビリティ目標は国内の数値となっています。



重点課題

資源の有効活用・循環

キューピーグループの事業活動は、原材料をはじめとした豊かな自然の恵みのもとに成り立っています。事業活動が与える影響を十分に配慮し、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。そこで、「社会・地球環境への取り組みを強化」を経営方針の一つとして定めグループ全体で取り組んでいます。

取り組みテーマ	指標	2021年度	2022年度	2024年度 目標	2030年度 目標
食品ロスの 削減・有効活用	食品残さ削減率 (2015年度比)	39.0%	46.6%	50%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)	62.1%	77.5%	70%以上	90%以上
	商品廃棄量削減率 (2015年度比)	61.3%	74.8%	60%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年度比)	5.3%	算定中	8%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年度比)	2.1%	1.6%	3%以上	10%以上

※ 「食品残さ削減率」の指標には「野菜未利用部有効活用率」も含まれています。

※ サステナビリティ目標は国内の数値となっています。



重点課題

気候変動への対応

気候変動の防止は人類共通の課題です。

キューピーグループでは気候変動の原因となるCO₂排出量削減のため、調達、生産、物流、販売、オフィスの各段階において、省エネルギーやエネルギー転換など積極的に取り組んでいます。

サステナビリティにむけての重点課題「CO₂排出削減（気候変動への対応）」への取り組みでは、サステナビリティ目標に国内各部門からのCO₂排出量削減を設定して、気候変動の防止へさらに注力しています。

取り組みテーマ	指標	2021年度	2022年度	2024年度 目標	2030年度 目標
CO ₂ 排出量の削減	CO ₂ 排出量削減率 (2013年度比)	24.0%	26.1%	30%以上	50%以上

※ 2021年度実績は、物流事業を除いた遡及後の数値を記載しています。



重点課題

生物多様性の保全 ※2023年度より新設

キューピーグループの事業活動は、豊かな自然環境と密接な関わりを持っています。私たちは、「良い商品は良い原料からしか生まれない」という考えを大切に、原料を生み出す自然の恵みに感謝し、豊かな自然と生物多様性の保全に努め、持続可能な社会を次世代につないでいきます。

取り組みテーマ	
生物多様性の保全	生物多様性の保全に努め、豊かな自然の恵みを次世代につないでいくために、「キューピーグループ 生物多様性方針」を推進

※ サステナビリティ目標は国内の数値となっています。



重点課題

持続可能な調達

「良い商品は良い原料からしか生まれない」という原料に対する強いこだわりを持っています。大切な原資材は、今や品質だけではなく、環境や人権に与える影響にも配慮する必要があります。サプライチェーン上における社会的配慮を行う持続可能な調達が必要と考え、持続可能な調達のための基本方針を定めています。私たちは製造・販売プロセスだけでなく、商品を作るための原資材の調達プロセスにおいても社会的責任を果たしていきます。

取り組みテーマ

持続可能な調達の推進

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



重点課題

人権の尊重

私たちは、「楽業偕悦」の実践のために、キューピーグループに関わるすべての人の人権を尊重します。持続的成長を実現する体質への転換に向け、新たな事業の枠組みに合わせたグループ人材の流動化の促進や、学びの場の拡大、キャリア意識の醸成などを通して、一人ひとりの経験やスキルの向上を図り多様な人材が活躍できる仕組みづくりを進めていきます。また、それぞれの視点やノウハウを活かすことで、社会環境の変化やリスクへの対応力を高めるとともに、従業員が健康でやりがいを持って働けるよう、キューピーグループの総合力強化に取り組んでいきます。

取り組みテーマ

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

注意事項

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現在の計画、見通し、戦略、確信などのうち、歴史的事実でないものは、将来の業績に関する見通しであります。

これらは、現在入手可能な情報から得られたキューピー株式会社の経営者の判断に基づいており、過度の信用を置かれませぬようお願いいたします。

内容の正確さについては細心の注意を払っておりますが、掲載された情報の誤りによって生じた障害などに関しまして、当社は一切責任を負うものではありませんので ご了承ください。

また、この説明会資料は投資勧誘を目的としたものではありません。投資に関する決定は利用者ご自身のご判断において行われるようお願いいたします。

《お問い合わせ先》

キューピー株式会社 経営企画部 I Rチーム 鴨井、竹下

TEL : 03-3486-3331