

社長メッセージ

Message
from the Management



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

Kewpie Strives to Provide Attractive Products that Please Our Customers

キューピーグループは、安全・安心をベースに、食生活を豊かにするおいしい食品を、適正な価格でお客様に提供しています。そのために、品質向上、商品ラインナップの充実、食卓への新しい提案など、さまざまな取り組みを行っています。

創業当初から「良い商品は、良い原料からしか生まれない」という信念に基づき、あらゆる商品の原料について徹底した吟味を行ってきました。また、製造面でも、安全・安心・おいしさを軸に、体制をチェックし、改善することを心がけています。お客様に魅力的な商品をお届けするために最善を尽くすのはもちろん、常にチャレンジすること。それが、キューピーグループの基本姿勢です。

Placing safety and reliability at the foundation, the Kewpie Group provides customers with tasty foods that enrich the dietary system, at fair and reasonable prices. In doing so, we conduct a variety of efforts that include enhancing quality, enriching product offerings and making new proposals for the kitchen table.

Since the founding of Kewpie, we have thoroughly and carefully selected ingredients for various products based on our philosophy of “good products begin with good ingredients.” With regard to manufacturing, we also commit ourselves to examining and improving our production systems with a focus on safety, reliability and tastiness. Not only to do our best to provide customers with attractive products, but also to continually challenge new developments – that is the basic stance of the Kewpie Group.



キューピー株式会社
代表取締役 社長

三宅 峰三郎

Representative Director, President
Minesaburo Miyake

株主・投資家の皆様へ

この度、代表取締役社長に就任いたしました三宅峰三郎です。

国内食品市場は、ここ数年の景気低迷の影響による低価格化が進むとともに、世界的な需給バランスや天候要因による穀物や原油価格の上昇が見込まれるなど、厳しい環境が予測されています。そのような中、私の役割は90年以上に亘ってお客様からご信頼いただいていたブランドと、「お客様や社会にとって何が正しいか」を基本にしてきたキューピーグループの価値観を従業員と共に大切に育み、成長させていくことだと思っております。そのためにも、現在2年目を迎えている中期経営計画の基本方針である、「人材育成の充実と、グループ品質の向上」を土台とした「事業基盤の強化」と「新たな展開への挑戦」への取り組みを強化してまいります。そして、これまで進めてまいりましたグループ経営を一層進化させ、食の世界では、なくてはならないユニークなグループと認めていただき、株主・投資家の皆様にもご満足いただけるよう進めてまいります。今後とも、倍旧のご支援、ご指導のほど宜しくお願い申し上げます。

To Our Shareholders and Investors

It is my great pleasure to be able to address you as the new President of Kewpie Corporation.

The domestic food market is expected to face severe conditions as the recession in the past few years has caused a progressive decrease in product prices while prices of grains and crude oil are anticipated to rise due to the global imbalance of supply and demand as well as climate factors.

Given such circumstances, I believe that my role is to work together with employees to cherish and nurture the Company's brand, to which our customers have bestowed trust for over 90 years, as well as the Kewpie Group's value that has been based on the thinking of "what is right and fair to our customers and the society," and further develop these treasures.

To achieve these goals, we are resolved to reinforce our endeavors in the "strengthening of operating base" and "challenge to new developments" on the basis of "promotion of development of human resources and improvement of the quality of the Group," which is the basic policy underlying the Company's Mid-term Business Plan that is in the second year of implementation. By doing so, we will further advance the group management we have been promoting to date and establish ourselves as a unique group recognized to be indispensable in the world of foods, so that we can also satisfy our shareholders and investors.

I sincerely ask for your continued and further support.

「おいしさ、やさしさ、ユニークさ」をもって、さまざまな食の場面においてお客様の笑顔を創造いたします

キューピーグループは食品メーカーとして、少しでもお客様にご満足いただけるものをお届けしたいという思いで、あらゆる世代のお客様にさまざまな食品を提供してきました。

Providing “Tasty and Gentle Food, with Other Unique Expertise” to Bring Smiles to Customers’ Faces in Various Food Scenes

As a food manufacturer, the Kewpie Group has provided a variety of foodstuffs to customers of every generation, wishing to deliver products that satisfy our customers as much as possible.

食の場面でのお客様の笑顔のために

会話がはずみ“会話がごちそう”になる食卓を応援していきたいと考え、さまざまな食育活動を行っています。そのひとつとして、小学生とその父親が2人で料理を作り、招いた家族とともに食卓を囲む、料理教室「家族でわくわくクッキング」をフレンチシェフの三國清三氏とともに開催しました。



三國シェフとの料理教室「家族でわくわくクッキング」
Cooking class, “Kazoku de Wakuwaku Cooking”
with Kiyomi Mikuni

Serving to Bring Smiles to Customers’ Faces in Various Food Scenes

Kewpie conducts a variety of dietary education activities in the hope of supporting people around dining tables where they talk cheerfully and enjoy “conversation as a banquet.” As part of this endeavor, Kewpie held a cooking class called Kazoku de Wakuwaku Cooking, or titillating cooking with the family, jointly with Kiyomi Mikuni, a French cuisine chef. In the class, grade-schoolers and their fathers cooked in pairs and enjoyed the meals together with their families they invited to the dining tables.

価値の訴求により、お客様の笑顔へ

価格競争が激化していますが、お客様は、本当に価値を認めたものにはきちんと対価を払っていただけたと思います。その価値を理解していただくためには、商品の長所だけではなく、お客様の生活にどのように役立つのかを明確にお伝えすることが大切です。そして、商品設計の段階から、お客様の笑顔をイメージし、キューピーグループのもつユニークさが生み出す「食のソリューション」でお客様の笑顔につなげたいと考えています。



Demonstrating our Value in Bringing Smiles to Customers’ Faces

Though price competition is becoming more severe, we believe that customers are willing to pay for the value they truly seek. To let them fully understand the value, we believe it is important to explicitly communicate how our products benefit the livelihood of our customers and not only the product advantages. We envision the smiles on our customers’ faces even from the product design stage and, by providing food solutions that can be realized with the expertise unique to the Kewpie Group, we want to see our solutions bring smiles to our customers’ faces.

具のソースにみる新・ソースワールドの展開

Deploy the “new sauce world” by the “Gu-no-Sauce,”
or ingredient-based sauces

東アジア展開での手応えをつかみます

キューピーグループの海外展開は、日本で培った技術、商品、提案力などの経営資源を活用し、現地の食生活にどのように貢献し、信頼を得ていくか、といった中長期的な視点を大切にしながら進めています。中期経営計画では、「東アジアでの拡大」を重要戦略のひとつとして掲げており、中国、タイでは市場へのさらなる浸透を図るほか、マレーシアでの製造販売を軌道に乗せることがテーマです。また、ベトナムでは2012年の生産開始に向けて、キューピーベトナムを設立いたしました。急速に拡大するフードサービス市場への浸透を足がかりに、東南アジア全域を商圏として拡大してまいります。



Feedback on Business Developments in East Asia



キューピーマレーシア
Kewpie Malaysia

The Kewpie Group conducts business development in overseas markets by utilizing such management resources as technologies, products and proposal capabilities the Group has fostered in Japan, emphasizing the medium- to long-term perspective of how we should contribute to the dietary system of local communities and thus win their trust. One of the major strategies in our Medium-term Business Plan is expansion in East Asia. The premise of this strategy is to bring production and marketing activities in Malaysia on track and achieve further proliferation into markets in China and Thailand. Moreover, we have established Kewpie Vietnam Co., Ltd. in Vietnam to prepare for the start of local production scheduled for 2012. Kewpie will build on its proliferation into the fast-expanding food service markets to expand its trade zones throughout Southeast Asia.

配当金を最優先に、長期的に着実な増配をめざします

キューピーは、株主の皆様を「キューピーグループを応援してくださっている方々」と考えています。株主の皆様への適切な利益還元を経営の重要方針とし、配当金を最優先に位置づけています。連結自己資本配当率(DOE)1.5%以上の維持を原則とし、連結配当性向については25%を目安に、長期的に着実な増配をめざしてまいります。

Prioritizing Dividend Payments, Steadily Increase Dividend per Share over the Long-Term

Kewpie considers its shareholders as "supporters of the Kewpie Group". We place top priority on dividend payments under the major management policy of securing appropriate returns for shareholders. In principle, the Company will maintain a DOE (dividends on consolidated equity) ratio of at least 1.5%, and plans to steadily increase the dividend per share over a long period of time with a 25% benchmark set for the consolidated payout ratio.

2011年度に向けて

中期経営計画の2年目にあたる2011年度は、原料価格の上昇が見込まれるなど、不透明で厳しい経営環境が続くものと思われませんが、生産配置の再編を軸としたグループコスト改革を進めつつ、原料価格に左右されない事業基盤を形成していきます。さらに、グループが持つ技術、商品、情報そして販路を総合的に活用し、「グループの融合」によるシナジー効果でお客様への価値訴求を行い、市場を深耕していきます。

Toward Fiscal 2011

For the fiscal year ending November 2011, which falls under the second year of our Medium-term Business Plan, we expect the business environment to remain opaque and severe, including an anticipated rise in raw material prices. Nevertheless, we are resolved to construct an operating base that is free from the impact of raw material costs while promoting cost improvements in the Group with a primary focus on re-deployment of production. Moreover, we will demonstrate our value to customers and deeply develop the market through the synergistic effects of "integrating the Group's strengths," comprehensively utilizing the technologies, products, information and marketing channels that the Group possesses.