

愛は食卓にある。



2026年度上期（中間期） 決算説明資料

キューピー株式会社 2026年7月9日
(証券コード：2809)

国内の稼ぐ力の定着と海外の成長本格化により 中東影響逆風を打ち返し、持続的な利益成長へ

上期 実績

- 国内は付加価値シフトと価格改定の“相乗効果60億円”で収益性向上
- 価格改定後もマーケティング施策により販売数量の回復が進む
- 業務用タマゴ加工品などの付加価値商品は数量ベースでも伸長
- 海外は米州、中国の一時的減収要因が解消、アジアパシフィックの中間層攻略で成長けん引

下期以降 の展望

中東影響45億円逆風も、稼ぐ力とコスト抑制で営業利益380億円達成を見込む

- 国内は付加価値シフトによる収益強化で、逆風下でも持続的な利益成長へ
- 海外は米州のKEWPIEブランド品、アジアパシフィックのインドネシア伸長で成長本格化フェーズへ
- ROE目標早期達成に向け、資本効率向上策を継続検討

愛は食卓にある。



1. 2026年度上期実績
2. 2026年度業績見通し
3. 下期以降の展望
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2026年度上期の前年差の合計には、為替影響（売上高+26億円、営業利益+3億円）が含まれます。2026年度通期計画の前年差の合計には、為替影響（売上高+79億円、営業利益+10億円）が含まれます。

国内の付加価値シフトと
価格改定の相乗効果で
大幅な利益成長をけん引
海外は一時的減収も
アジアパシフィックが伸長し増収

売上高
2,616億円
前年比 +4%

営業利益
200億円
前年比 +24%

経常利益
215億円
前年比 +23%

純利益
132億円
前年比 Δ 30%

前年度
土地売却益

海外売上高伸長率
+3%
現地通貨前年比

国内事業利益率
7.7%
前年差 +2.4%

売上高

2,616億円

増収 (+98億円)
増減率 +4%

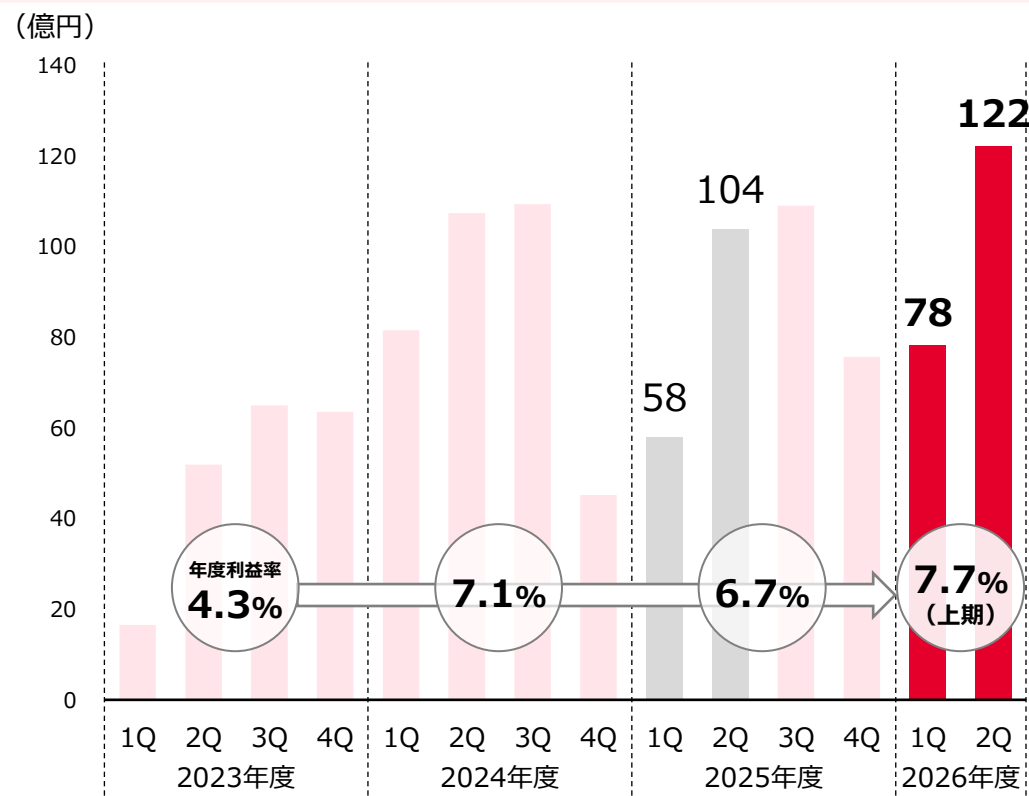
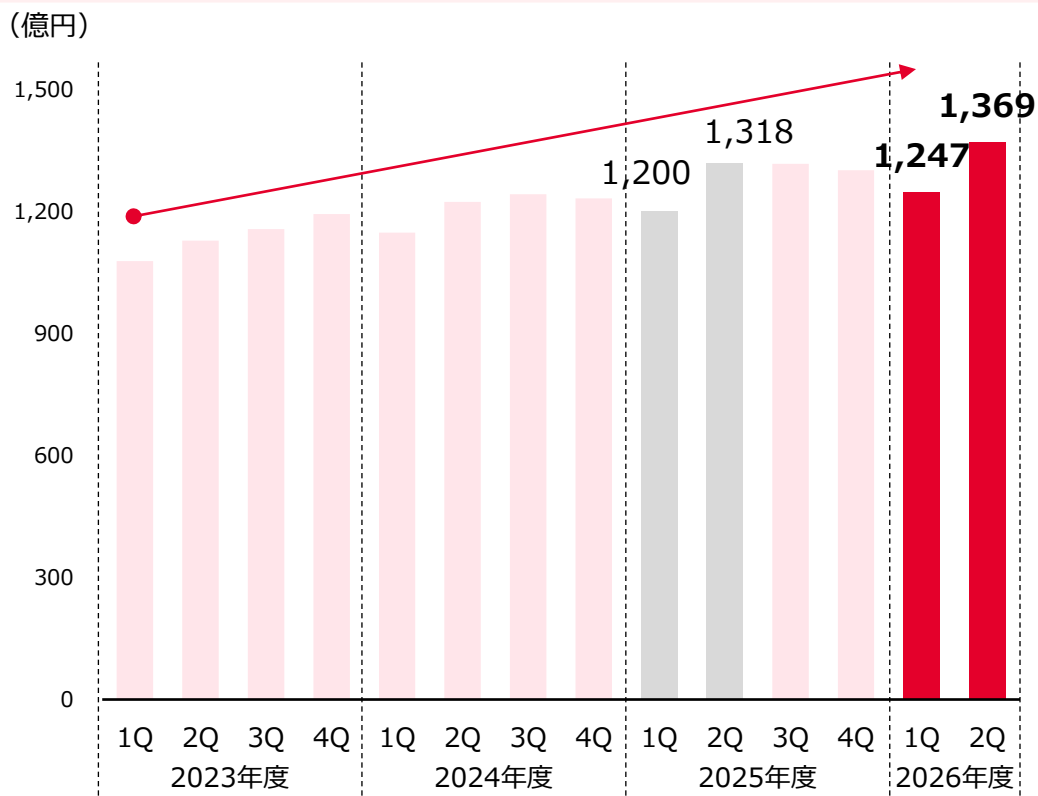
営業利益

200億円

増益 (+39億円)
増減率 +24%

- 国内はタマゴ加工品の販売数量増や、**価格改定の浸透**により増収
- 海外は米州の一時的減収も**アジアパシフィックの伸長**により増収

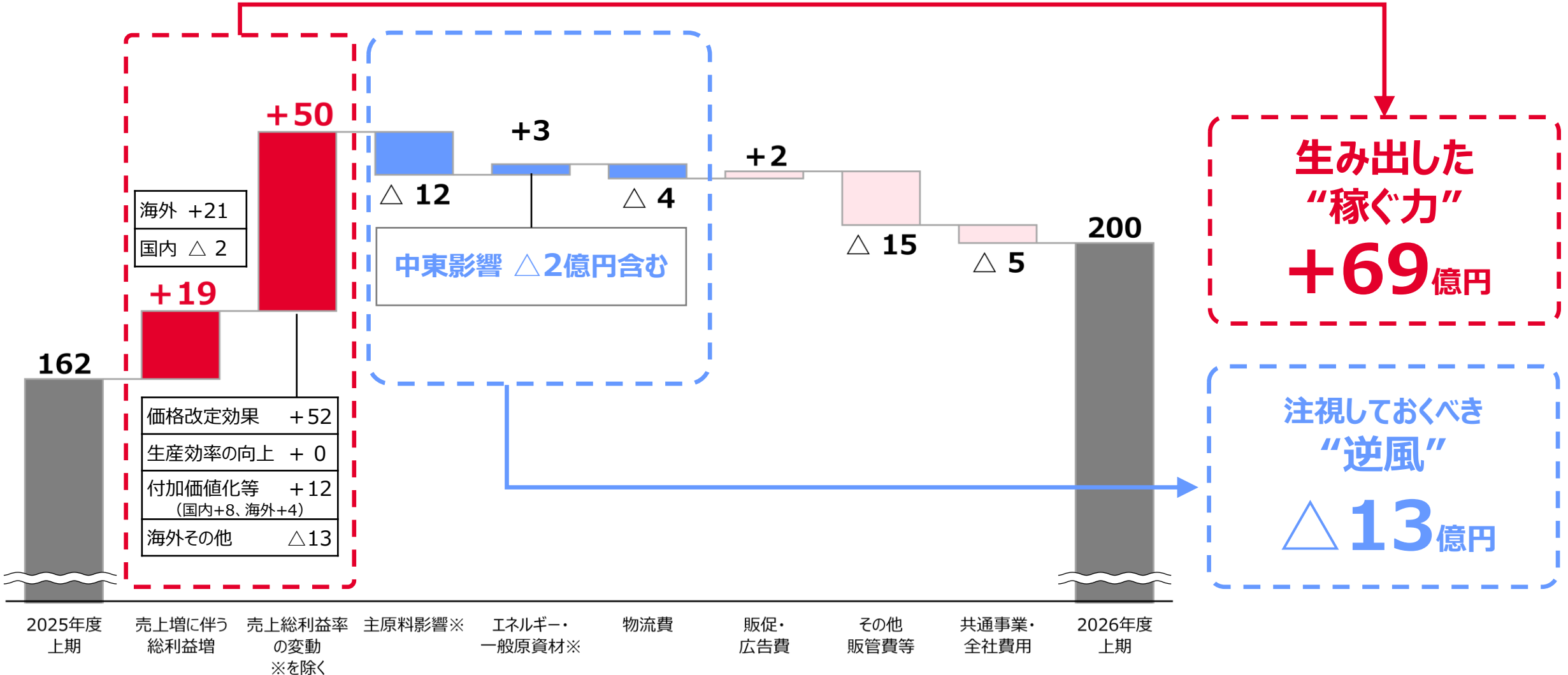
- 国内は**付加価値シフト**と**価格改定効果**により増益
- 海外は一時的減収影響や新工場の**償却費増加**などにより減益



営業利益

2026年度上期 **200**億円 前年差 **+39**億円

(単位：億円)



売上高

2026年度上期 **2,616**億円前年差 **+98**億円増減率 **+4%**

	2025年度 上期	2026年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
市販用	946	956	+10	+1%	+7	+4
業務用	891	938	+48	+5%	+37	+11
海外	494	536	+42	+9%	+3	+39
フルーツソリューション	86	88	+3	+3%	+2	+1
ファインケミカル	62	66	+4	+6%	+0	+3
共通	40	32	△8	△21%	△2	△7
合計	2,519	2,616	+98	+4%	+47	+51

営業利益

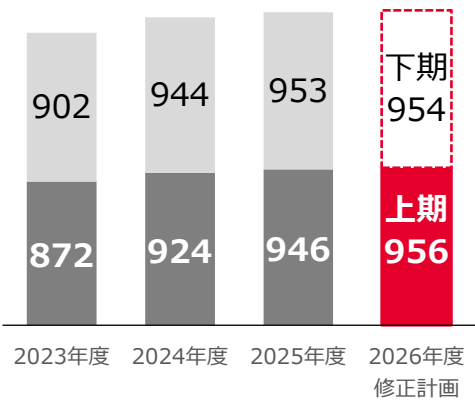
2026年度上期 **200**億円前年差 **+39**億円増減率 **+24%**利益率 **7.7%**

	2025年度 上期	2026年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差
市販用	57	84	+26	+46%	+17	+10
業務用	44	69	+25	+56%	+13	+12
海外	79	69	△10	△13%	△10	+0
フルーツソリューション	3	4	+1	+38%	+2	△1
ファインケミカル	△2	△0	+2	-	+0	+2
共通	7	5	△2	△23%	△1	△1
全社費用	△26	△30	△4	+14%	△0	△4
合計	162	200	+39	+24%	+20	+18

売上高 956億円 前年差 +10億円(+1%)

事業利益 84億円 前年差 +26億円(+46%)

売上高



(単位：億円)

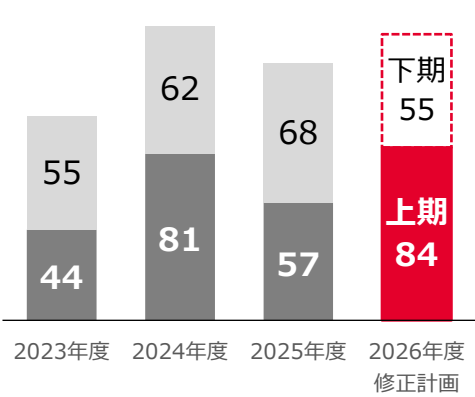
	2026年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	年間 前年差	下期 前年差
調味料	407	+21	+5%	+9	+12	798	+23	+2
惣菜	329	+8	+2%	+5	+3	666	+12	+5
カット野菜	143	△10	△6%	△5	△5	300	△0	+9
その他	78	△9	△10%	△2	△6	146	△23	△15
合計	956	+10	+1%	+7	+4	1,910	+12	+1

市販用：増収・増益

上期の振り返り

- 付加価値商品の売上伸長
(キューピーハーフ、ドレッシング、惣菜)
- 価格改定が浸透し利益貢献
(調味料、カット野菜など)

事業利益



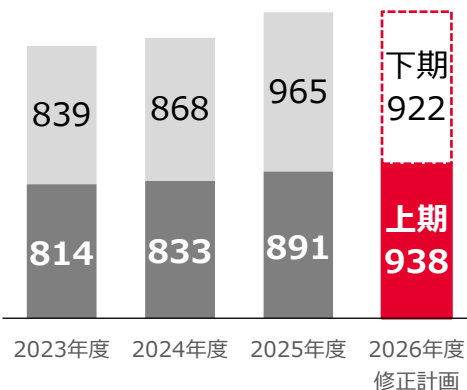
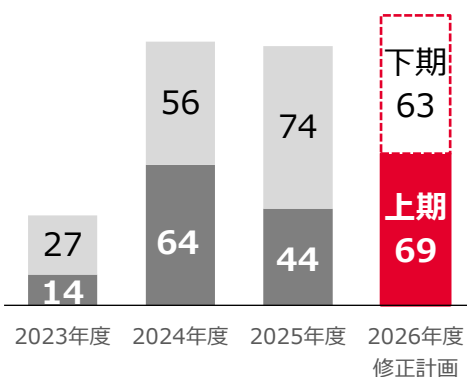
	2026年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	年間 前年差	下期 前年差
調味料	56	+13	+32%	+3	+11	87	+2	△11
惣菜	16	+3	+27%	+3	+1	32	+4	+1
カット野菜	7	+8	-	+11	△3	16	+8	△0
その他	4	+1	+42%	+1	+1	4	△1	△2
合計	84	+26	+46%	+17	+10	139	+13	△13

下期の施策

- 付加価値商品を軸とした販売強化
(新商品、プロモーション施策)
- 生産効率化を推進し収益性強化
(惣菜ライン自動化など)

売上高 938億円 前年差 +48億円(+5%)

事業利益 69億円 前年差 +25億円(+56%)

売上高

事業利益


(単位：億円)

	2026年度 上期	前年差	増減率	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	年間 前年差	下期 前年差
調味料	271	+10	+4%	+4	+6	543	+11	+1
タマゴ	586	+35	+6%	+31	+5	1,155	△3	△38
その他	82	+2	+3%	+2	+0	162	△5	△7
合計	938	+48	+5%	+37	+11	1,860	+4	△43

	2026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	下期 前年差
調味料	25	+7	+41%	+3	+4	44	+0	△7
タマゴ	38	+15	+69%	+8	+7	77	+15	△1
その他	6	+2	+43%	+1	+1	11	△1	△3
合計	69	+25	+56%	+13	+12	132	+13	△11

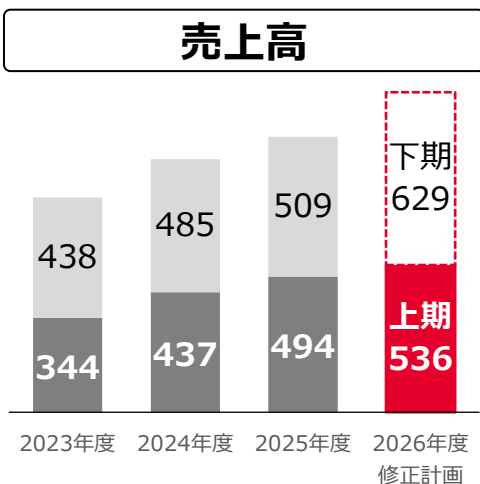
業務用：増収・増益
上期の振り返り

- 付加価値商品の販売数量増
(調味ソース、タマゴ加工品)
- 全カテゴリで価格改定浸透

下期の施策

- 4月価格改定効果の創出
- 付加価値商品の更なる販売強化
- SCM効率化・再編により収益性改善
(アイテム精査、タマゴ拠点再編など)

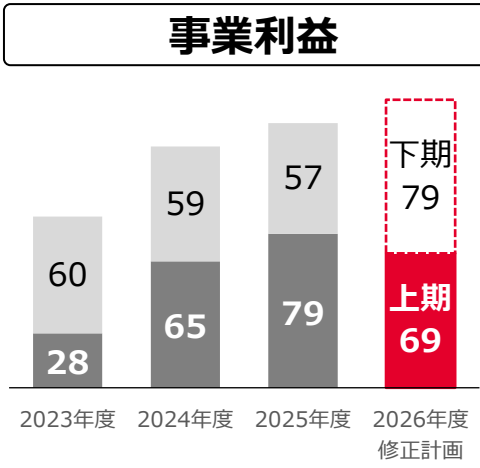
売上高 536億円 前年差 +42億円(+9%) **事業利益** 69億円 前年差 △10億円(△13%)



※「AP」はアジアパシフィック (単位：億円)

	2026年度 上期	前年差	増減率	増減率 (現地通貨)	1Q 前年差	2Q 前年差	修正計画	前年差	下期 前年差
中国	183	+8	+5%	△1%	△1	+9	409	+40	+32
AP	185	+32	+21%	+14%	+9	+23	371	+77	+45
米州	109	△6	△5%	△7%	△10	+3	264	+26	+32
その他	59	+8	+17%	+9%	+6	+3	121	+20	+11
合計	536	+42	+9%	+3%	+3	+39	1,165	+162	+120

※ 為替影響 売上高(前年差)上期+26億円、下期+53億円、年間+79億円



	2026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	下期 前年差
中国	27	△4	△13%	△2	△2	61	+6	+10
AP	26	+3	+13%	△0	+3	51	+12	+9
米州	10	△8	△43%	△7	△1	26	△6	+2
その他	5	△1	△19%	△1	+0	10	△0	+1
合計	69	△10	△13%	△10	+0	148	+12	+22

※ 為替影響 事業利益(前年差)上期+3億円、下期+7億円、年間+10億円

海外：増収・減益

上期の振り返り

- ・ インドネシア、オーストラリアなど APがけん引し売上伸長
- ・ 中国、米州の一時的減収は2Q解消
- ・ 新工場の償却負担により減益

下期の施策

- ・ 中国、APで中間層への販売強化
- ・ 米州でKEWPIEブランド品を軸とした販売チャネル展開、エリア拡大
- ・ 販路拡大に向けプロモーション強化

※2023年度、2024年度の事業利益は遡及後の数値

愛は食卓にある。



2.2026年度業績見通し

2026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

2026年度
修正計画 **5,300**億円

前年差 **+166**億円

増減率 **+3%**

	2025年度	2026年度 年初計画	2026年度 修正計画	前年差	前年対比 増減率	年初計画差
市販用	1,898	1,915	1,910	+12	+1%	△5
業務用	1,856	1,860	1,860	+4	+0%	-
海外	1,003	1,132	1,165	+162	+16%	+33
フルーツ ソリューション	176	189	185	+9	+5%	△4
ファインケミカル	118	140	125	+7	+6%	△15
共通	83	64	55	△28	△34%	△9
合計	5,134	5,300	5,300	+166	+3%	-

営業利益

2026年度
修正計画 **380**億円

前年差 **+34**億円

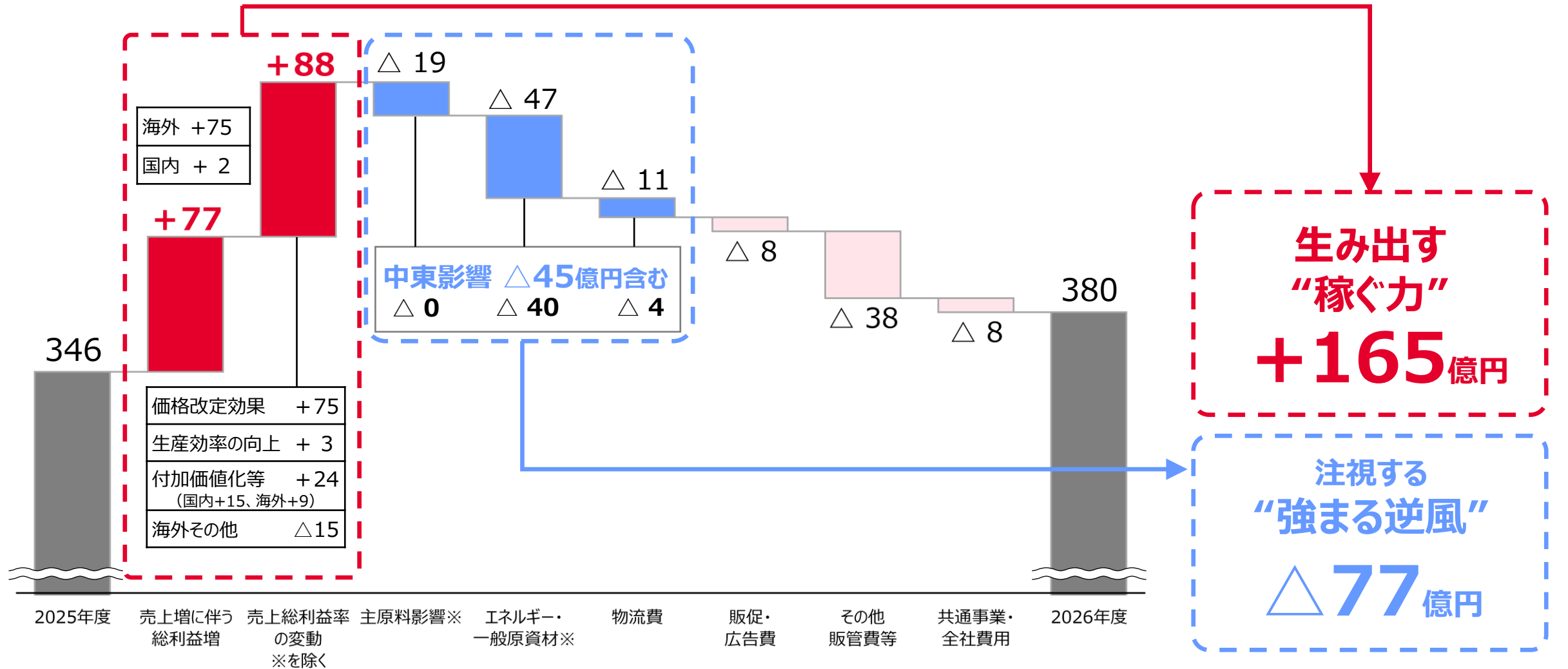
増減率 **+10%**

利益率 **7.2%**

	2025年度	2026年度 年初計画	2026年度 修正計画	前年差	前年対比 増減率	年初計画差
市販用	126	145	139	+13	+11%	△6
業務用	119	126	132	+13	+11%	+6
海外	136	148	148	+12	+9%	-
フルーツ ソリューション	7	9	7	+0	+3%	△2
ファインケミカル	7	10	10	+3	+40%	-
共通	14	13	12	△2	△12%	△1
全社費用	△61	△71	△68	△7	+11%	+3
合計	346	380	380	+34	+10%	-

営業利益 2026年度計画 **380**億円 前年差 **+34**億円

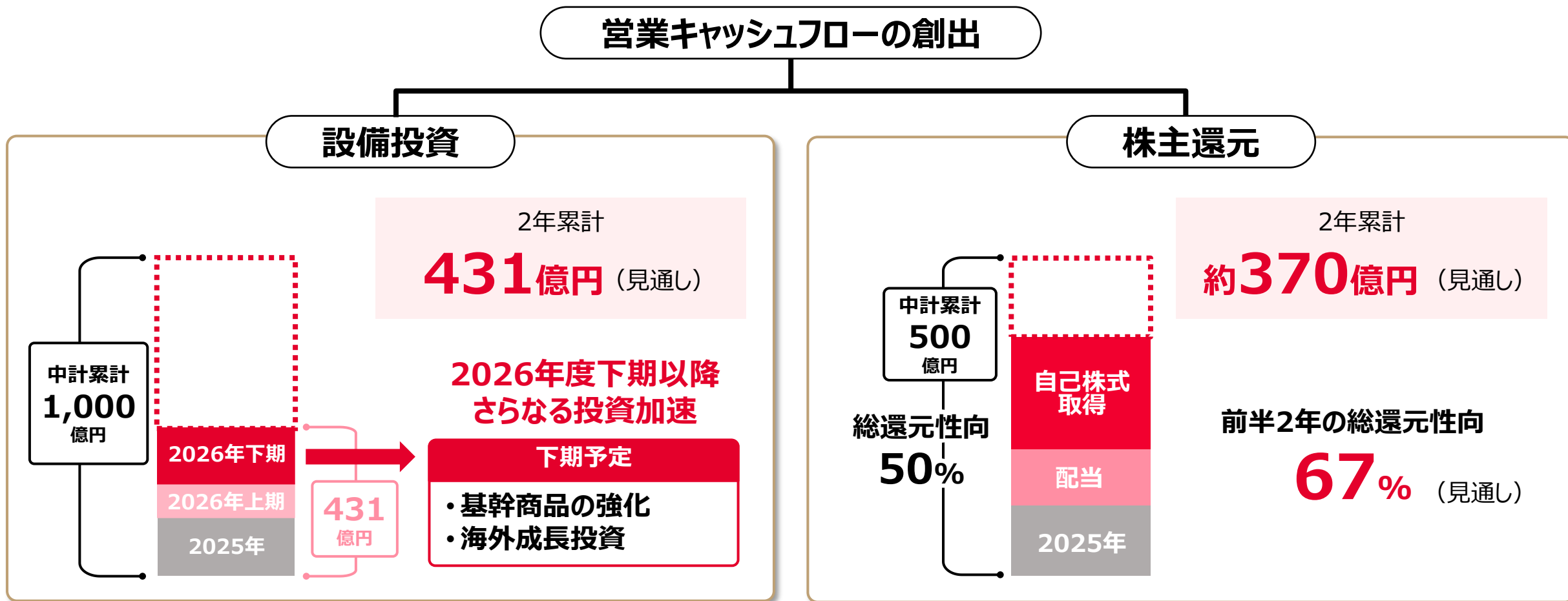
(単位：億円)



生み出す
“稼ぐ力”
+165億円

注視する
“強まる逆風”
△77億円

稼ぐ力により創出したキャッシュを成長と還元へ適切に配分



成長投資の加速とともに、機動的かつ持続的な株主還元を並行して実行

中東影響を国内収益力向上と海外成長で打ち返し 年間計画の達成を見込む

前年度
土地売却益

売上高
5,300億円

前年比 +3%

営業利益
380億円

前年比 +10%

経常利益
400億円

前年比 +7%

純利益
255億円

前年比 Δ 16%

ROE
8.0%

前年差 Δ 1.7%

国内事業利益率
7.3%

前年差 +0.7%

実質 +0.7%
(前年度土地売却益を除く)

海外売上高伸長率
+9%

現地通貨前年比

ROIC
7.1%

前年差 +0.5%

※全社計画は変更なし、セグメントごとの内訳を修正

愛は食卓にある。



3. 下期以降の展望

付加価値の最大化、SCM効率化・再編、利益創出力の見極めにより 国内の高収益化が大きく進み **年間+93億円の増益効果**



付加価値の最大化

- ・付加価値商品の“販売強化”
- ・価格戦略の推進

SCM効率化・再編

- ・サプライチェーン全体で収益性を向上
- ・生産ライン自動化による生産効率化
- ・組織、体制の再編

利益創出力の見極め

- ・選択と集中
- ・高精度な単品収支管理

2026年度 **+93億円**

効果内訳	付加価値強化	価格改定	生産効率の向上
2025年度	+13億円	+88億円	+3億円
2026年度	+15億円	+75億円	+3億円

中計前半2年間で
+196億円

惣菜・カット野菜・タマゴなどで**収益改善が進む**

付加価値シフトと価格戦略の相乗効果で“稼ぐ力”を持続的に向上

付加価値商品の販売強化

市場を創造



ドレッシング用途拡大



加熱済み野菜 市場の創出

付加価値×価格戦略



収益性向上に最も貢献

価格戦略の推進

適正な価格改定が浸透



+90億円の増益効果を創出

コスト競争力強化と付加価値商品へのシフトにより構造改革を加速

SCM効率化・再編

グループ再編



自動化

自動積み付け
ロボット



グローバル調達

原資材などの
安定調達



利益創出力の見極め

選択と集中（カテゴリ峻別）

低収益商品から付加価値商品へのシフト



中計前半2年間での創出価値（見込み）

生産拠点数の削減

△ **2**拠点

生産ライン効率化による創出工数

+270人分

商品SKU数の削減

△ **10%**

(キユーピー株式会社単体)

米州・アジアパシフィックを柱に成長本格化フェーズへ

2026年度売上高伸長率 (現地通貨)

海外全体
+9%
(年初計画+11%)

米州

年間 **+5%**
(年初計画+19%)

KEWPIEブランド品
は大幅伸長も
OEMで減収

アジアパシフィック

年間 **+18%**
(年初計画+13%)

一段上の成長
フェーズへ

中国

年間 **+2%**
(年初計画+3%)

中間層チャネルの
攻略



グローバルブランド発信施策 (成田国際空港)

KEWPIEブランド品を中心に、供給強化と販売拡大の両輪で成長加速

KEWPIEブランド品
一時的減収を吸収し、上期は微増

下期+30%の大幅伸長へ

“おいしさとKEWPIEブランド”で差別化

(数字は売上高伸長率、現地通貨)

新工場の稼働本格化

テネシー工場生産量推移

年	生産量推移 (最大生産能力に対する割合)
2025年	~0%
2026年	~25%
2027年 (予定)	~40%
2030年 (予定)	100%

2拠点体制で供給力が拡大

チャネル展開

**大手流通、高級スーパー
CVS、外食での採用が続々決定**

オーガニック スパイシー 輸出用

現地生産・輸出ともに伸長

エリア拡大とブランド浸透

CANADA

カリフォルニア工場 テネシー工場

米国向けオンライン見学ツアー

全米・周辺国へ本格始動

下期そして来期へ、成長確度の高まり

拡大する中間層市場の攻略により成長加速

さらなる市場の広がり（チャネル・エリア）

日本食レストラン数（直近2年の増加率）

アジアパシフィック全体 **+20%**

インドネシア **+60%**

（出典：農林水産省データ）

オーストラリアに続き
インド販売会社
設立へ



供給体制の安定化

新工場の安定稼働と
品質基盤の強化

販売強化



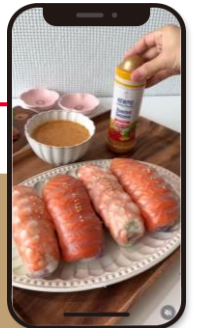
ローカライズ戦略で
市販用・業務用へ展開



ブランド認知・浸透



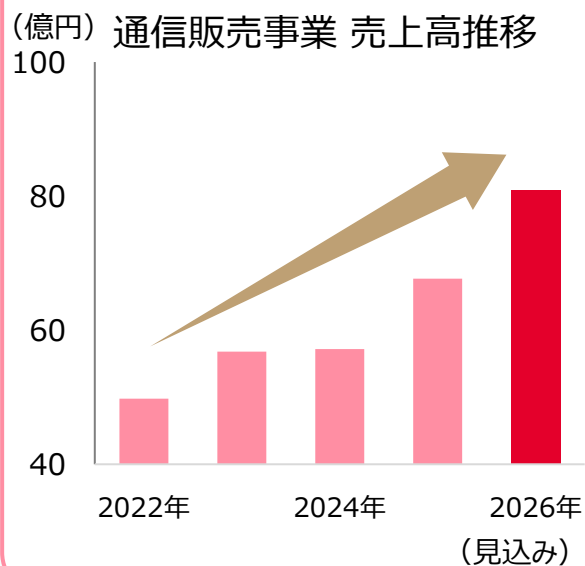
オープンキッチンや
SNSの活用



年初計画を上回る **年間 +18%** 成長へ（現地通貨）

ウェルネス領域を将来の柱へ育成

自社チャネルを軸に販売拡大



2026年度
+20%
伸長見込み

原料研究の強みを活かした展開

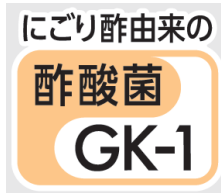
ヒアルロン酸

医療・化粧品・食品など
幅広い用途に供給



認知啓発

酢酸菌



調味料で商品化

さらなる拡大に向け**自社・他社商品へ展開**
(調味料・惣菜・ケアフード、原料販売など)

愛は食卓にある。

kewpie 

《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。

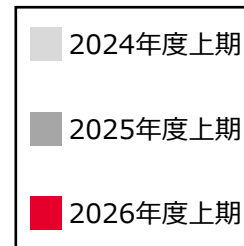
愛は食卓にある。



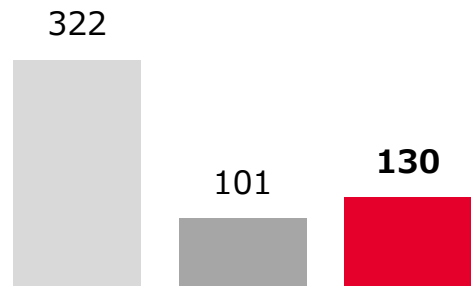
4. 参考資料

(単位：億円)

	2025年度 実績	2026年度 年初計画 (1/14公表)	2026年度 修正計画 (7/9公表)	前年差	年初計画差	2028年度 中計目標
売上高	5,134	5,300	5,300	+166	—	6,000以上
営業利益	346	380	380	+34	—	450以上
営業利益率(%)	6.7%	7.2%	7.2%	+0.5%	—	7.5%以上
経常利益	374	400	400	+26	—	—
親会社株主に帰属する 当期純利益	305	255	255	△50	—	—
ROE(%)	9.7%	8.0%	8.0%	△1.7%	—	8.5%以上
ROIC(%)	6.6%	7.1%	7.1%	+0.5%	—	8.5%以上
EPS(円)	220.6	184.9	184.9	△35.7	—	—
海外売上高伸長率(%) (現地通貨ベース)	+8%	+11%	+9%	+0%	—	+10%以上
米国ドル(円)	149	150	157	+8	+7	—
人民元(円)	21	21	23	△2	+2	—
ローリー相場(円/kg)	376	420	427	+51	+7	—
鶏卵相場(円/kg)	319	305	305	△14	—	—



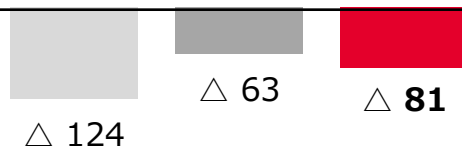
営業キャッシュ・フロー



前年増減

固定資産 除売却損益の減少	↑	119
税金等調整前 中間純利益の減少	↓	△75
棚卸資産の増加	↓	△41

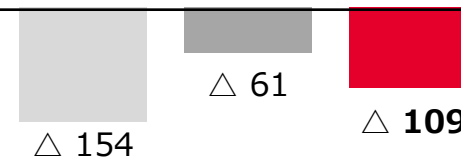
投資キャッシュ・フロー



前年増減

有形固定資産の 売却による収入の減少	↓	△106
定期預金の 預入による支出の増加	↓	△16
定期預金の 払戻による収入の増加	↑	+101

財務キャッシュ・フロー



前年増減

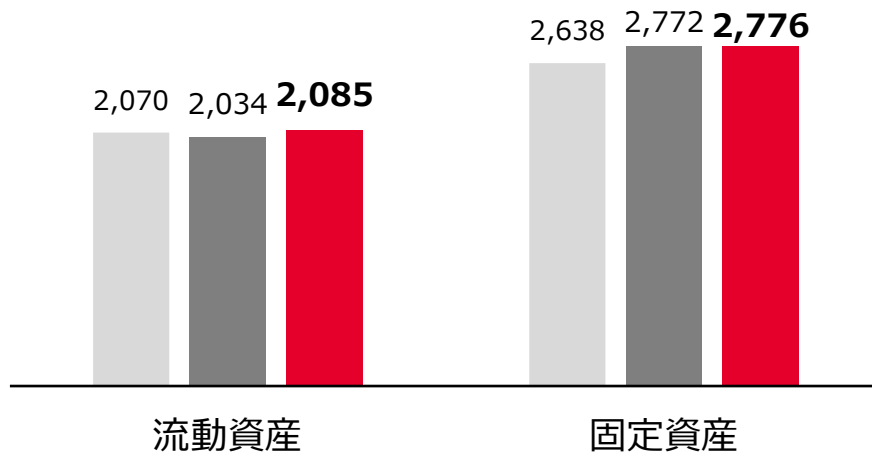
自己株式の 取得による支出の増加	↓	△119
長期借入金の 返済による支出の増加	↓	△54
長期借入れによる 収入の増加	↑	+150

設備投資の状況

2026年度上期 **98億円** 2026年度計画 **262億円**

(単位：億円)

資産の部



流動資産

前年期末差
+51億円

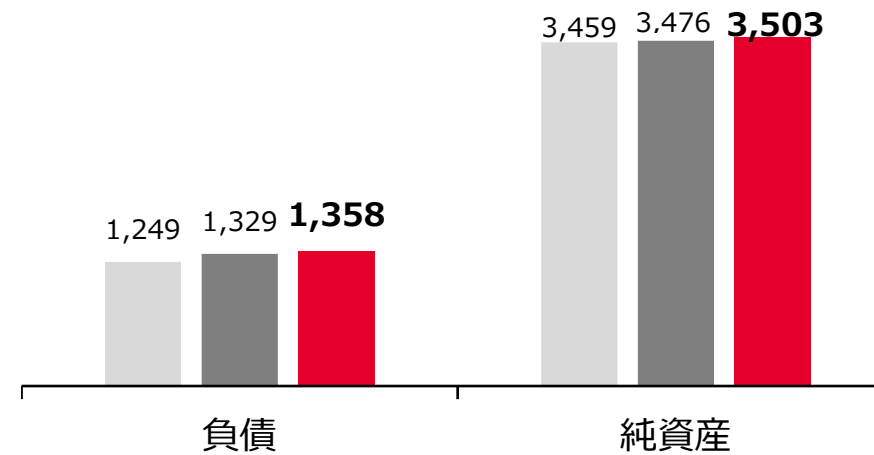
- ・受取手形及び売掛金の増加 ↑ +28
- ・原材料及び貯蔵品の増加 ↑ +28
- ・商品及び製品の増加 ↑ +19
- ・現金及び預金の減少 ↓ △36

固定資産

+4億円

- ・投資有価証券の増加 ↑ +7
- ・無形固定資産の減少 ↓ △9

負債・純資産の部



負債

前年期末差
+29億円

- ・長期借入金の増加 ↑ +150
- ・短期借入金の減少 ↓ △70
- ・その他流動負債の減少 ↓ △34

純資産

+27億円

- ・利益剰余金の増加 ↑ +88
- ・為替換算調整勘定の増加 ↑ +52
- ・自己株式の増加 ↓ △119

(単位：億円)

2026年度 上期		2025年度 上期	2026年度 上期	前年差	主な要因
営業利益		162	200	+39	
営業外損益		13	15	+2	・ その他営業外費用の減少 +3
経常利益		174	215	+41	
特別損益		114	△2	△116	・ 固定資産売却益の減少 △121 ・ 投資有価証券売却益の増加 +4
税引前利益		288	213	△75	
法人税等 非支配株主に帰属する四半期純利益		100	81	△19	
親会社株主に帰属する四半期純利益		188	132	△56	

2026年度 計画		2025年度	2026年度 修正計画	前年差	主な要因
営業利益		346	380	+34	
営業外損益		28	20	△8	・ 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		374	400	+26	
特別損益		101	7	△94	・ 工場跡地売却益の減少 △120
税引前利益		475	407	△68	
法人税等 非支配株主に帰属する当期純利益		170	152	△18	
親会社株主に帰属する当期純利益		305	255	△50	

	2025年度 上期	2026年度 上期	前年差	増減率	2026年度通期計画		
					修正計画	前年差	増減率
市販用	946	956	+10	+1%	1,910	+12	+1%
調味料	385	407	+21	+5%	798	+23	+3%
惣菜	321	329	+8	+2%	666	+12	+2%
カット野菜	153	143	△10	△6%	300	△0	△0%
その他	86	78	△9	△10%	146	△23	△14%
業務用	891	938	+48	+5%	1,860	+4	+0%
調味料	261	271	+10	+4%	543	+11	+2%
タマゴ	550	586	+35	+6%	1,155	△3	△0%
その他	80	82	+2	+3%	162	△5	△3%
海外	494	536	+42	+9%	1,165	+162	+16%
中国	175	183	+8	+5%	409	+40	+11%
アジア パシフィック	153	185	+32	+21%	371	+77	+26%
北米	115	109	△6	△5%	264	+26	+11%
その他	51	59	+8	+17%	121	+20	+19%
フルーツ ソリューション	86	88	+3	+3%	185	+9	+5%
ファインケミカル	62	66	+4	+6%	125	+7	+6%
共通	40	32	△8	△21%	55	△28	△34%
合計	2,519	2,616	+98	+4%	5,300	+166	+3%

※ 海外の前年差には、為替影響(2026年度上期前年差：売上高+26億円、2026年度計画前年差：売上高+79億円)が含まれています。

	2025年度 上期	2026年度 上期	前年差	増減率	2026年度通期計画		
					修正計画	前年差	増減率
市販用	57	84	+26	+46%	139	+13	+11%
調味料	42	56	+13	+32%	87	+2	+3%
惣菜	13	16	+3	+27%	32	+4	+14%
カット野菜	△1	7	+8	—	16	+8	+104%
その他	3	4	+1	+42%	4	△1	△23%
業務用	44	69	+25	+56%	132	+13	+11%
調味料	17	25	+7	+41%	44	+0	+1%
タマゴ	22	38	+15	+69%	77	+15	+23%
その他	5	6	+2	+43%	11	△1	△11%
海外	79	69	△10	△13%	148	+12	+9%
中国	31	27	△4	△13%	61	+6	+12%
アジア パシフィック	23	26	+3	+13%	51	+12	+31%
北米	18	10	△8	△43%	26	△6	△18%
その他	6	5	△1	△19%	10	△0	△4%
フルーツ ソリューション	3	4	+1	+38%	7	+0	+3%
ファインケミカル	△2	△0	+2	—	10	+3	+40%
共通	7	5	△2	△23%	12	△2	△12%
全社費用	△26	△30	△4	+14%	△68	△7	+11%
合計	162	200	+39	+24%	380	+34	+10%

※ 海外の前年差には、為替影響(2026年度上期前年差：事業利益+3億円、2026年度計画前年差：事業利益+10億円)が含まれています。















2026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	△3	+19	+10	△1	△0	+26
業務用	△5	+33	△0	△1	△1	+25
海外	+21	△12	△7	△2	△11	△10
フルーツ ソリューション	+0	+1	△0	+0	△0	+1
ファインケミカル	+6	△0	△1	△0	△2	+2
合計	+19	+41	+2	△4	△15	+43

2026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	△1	+12	+9	△1	△5	+13
業務用	△11	+31	△1	+0	△6	+13
海外	+75	△21	△11	△9	△22	+12
フルーツ ソリューション	+3	△1	△1	△0	△0	+0
ファインケミカル	+11	△0	△3	△0	△4	+3
合計	+77	+22	△8	△11	△38	+42

		2024年度 上期	2025年度 上期	2026年度 上期
マヨネーズ	国内	296	295	309
	海外	231	269	289
ドレッシング	国内	195	192	196
	海外	111	124	144
合計	国内	491	487	505
	海外	343	393	433
	計	834	880	938

重点課題	取り組みテーマ	指標	基準	2026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	67.7万人	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	70.7%	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	88.0%	88%以上	90%以上	
		商品廃棄量削減率	2015年度	66.5%	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	53.0%	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100%達成 (容器包材、印刷冊子、販促物、事務用品)	当年	—	100%	100%	 
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 2025年度70点(当社グループ国内)	当年	—	75点以上	75点以上	—