

愛は食卓にある。



2024年度 決算説明資料

キューピー株式会社2025年1月9日

海外成長と国内収益改善により、年間最高益の達成

2024年度 決算の ポイント

海外

- 中期経営計画の経営指標である売上高伸長率 + 10%を上回る + 11%
- 利益構成比は 3 割超まで上昇
- 中国に続き、東南アジア、北米も海外展開の柱に

タマゴ

- 収益性が大幅改善
- 鳥インフルエンザからの販売回復、付加価値化、価格改定の浸透

調味料

- 新価格の定着と主原料影響の緩和により、収益力回復
- 基幹商品のラインアップ強化、付加価値品の拡大が進む

強まる逆風を打ち返し、さらなる成長に向け経営資源を投下

2025年度の 展望

足場固め

- コストオンを打ち返し、147億円の稼ぐ力をつける
- 海外成長加速、付加価値化、新領域の育成、価格改定、グループ会社再編
- 再編に伴う資産売却による純利益大幅増益を見込むと共に成長投資を見据える

周年記念

- キューピー マヨネーズ100周年を契機にグローバルでブランドプロモーション展開
- 記念配当を予定、株主還元を強化

愛は食卓にある。



1. 2024年度業績
2. 2025年度計画
3. 2025年度の展望
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。
- 海外の通期の数値は、10月-9月が対象となります。
(オーストラリア子会社は12月-11月)
- 海外の2024年度通期の前年差の合計には、
為替影響（売上高+57億円、営業利益+8億円）
が含まれます。2025年度通期計画の前年差の合計に
は、為替影響（売上高△3億円、営業利益△0億
円）が含まれます。
- 2025年度より、各セグメントの損益の実態をより適正に
反映させるため全社費用の配賦基準を変更しています。

愛は食卓にある。



1.2024年度業績

海外成長と収益改善により、過去最高益を達成

2024年度業績

売上

4,840億円

前年比 +6%

営業利益

343億円

前年比 +74%

最高益

経常利益

369億円

前年比 +80%

最高益

純利益

214億円

前年比 +63%

最高益

ROE

7.3%

前年比 +2.5%

ROA

8.3%

前年比 +3.4%

営業利益率

7.1%

前年比 +2.8%

海外伸長率

+11%

現地通貨前年比

売上高

4,840億円

増収 (+289億円)
増減率 +6%

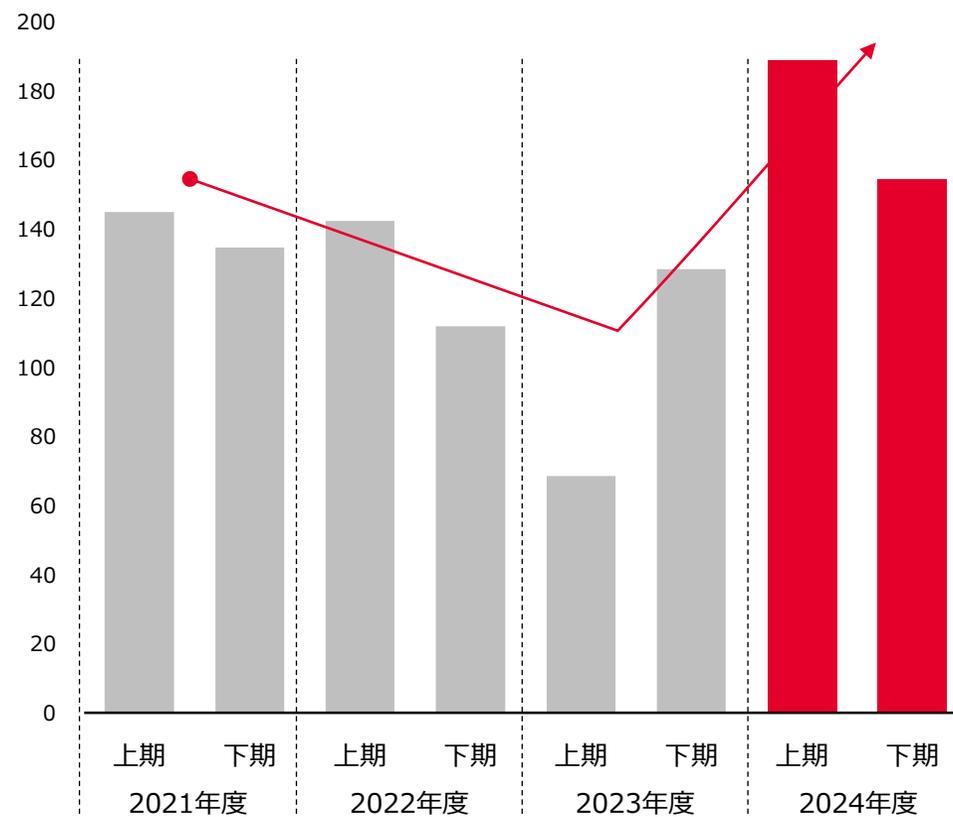
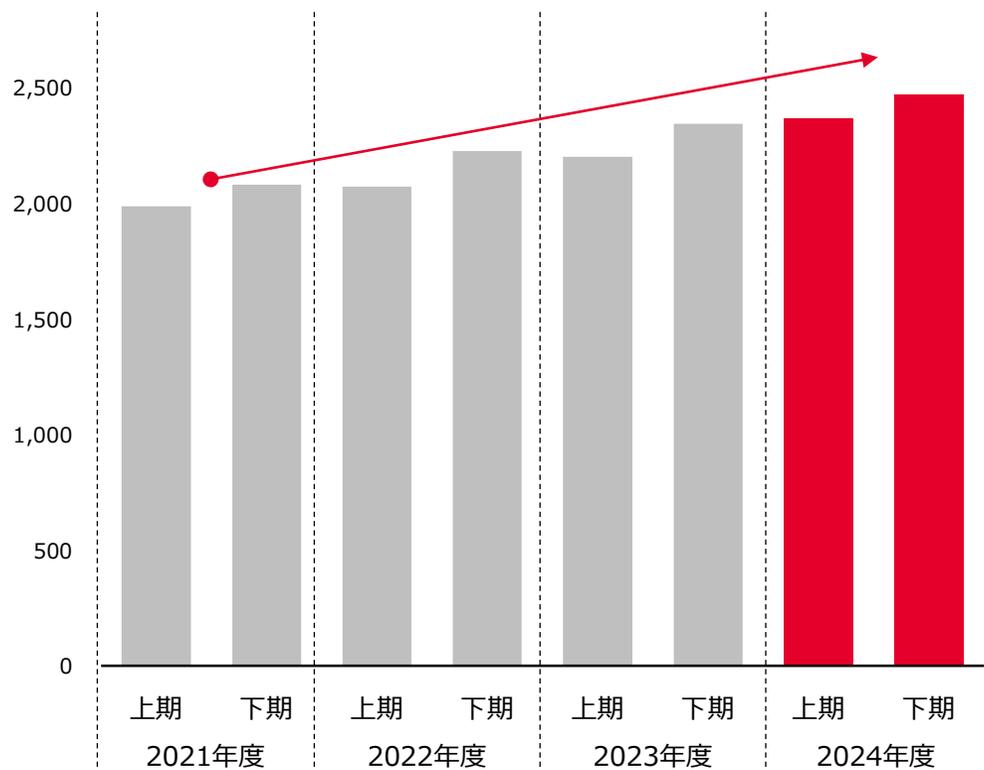
営業利益

343億円

増益 (+146億円)
増減率 +74%

- 海外の2桁成長持続により増収
- 調味料の新価格の定着により増収
- タマゴ販売増加、価格改定の浸透により増収

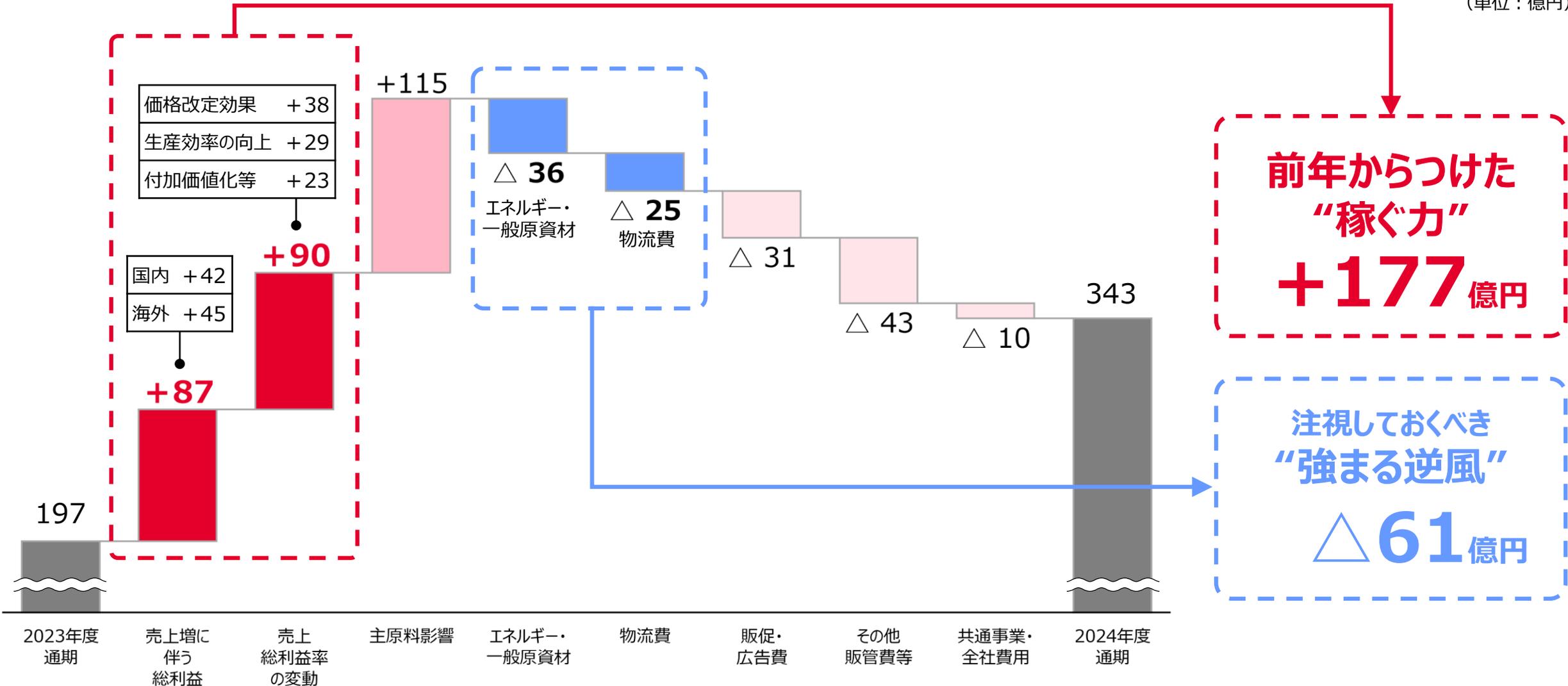
- 海外は売上成長に伴い事業利益が+39%増益
- 調味料・タマゴは価格改定と主原料高騰緩和により増益
- 下期、未来投資としてマーケティング、人的資本等先行投下



営業利益

2024年度通期 **343億円** 前年差 **+146億円**

(単位：億円)



前年からつけた
“稼ぐ力”
+177億円

注視しておくべき
“強まる逆風”
△61億円

売上高

2024年度通期 **4,840**億円

前年差 **+289**億円

増減率 **+6%**

	2023年度通期	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
市販用	1,774	1,867	+94	+5%	+51	+43
業務用	1,653	1,701	+48	+3%	+18	+29
海外	783	922	+139	+18%	+93	+46
フルーツソリューション	170	170	+0	+0%	+4	△4
ファインケミカル	112	114	+2	+2%	+2	△0
共通	60	66	+6	+10%	△4	+10

営業利益

2024年度通期 **343**億円

前年差 **+146**億円

増減率 **+74%**

	2023年度通期	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
市販用	99	143	+43	+44%	+36	+7
業務用	41	120	+78	+189%	+50	+28
海外	103	144	+41	+39%	+40	+1
フルーツソリューション	3	2	△1	△38%	△1	△0
ファインケミカル	10	6	△5	△45%	△1	△4
共通	12	14	+1	+12%	△1	+3
全社費用	△73	△ 84	△11	—	△3	△8

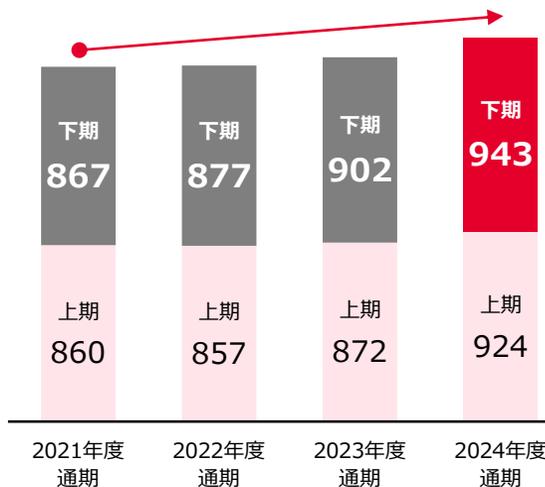
売上高

2024年度通期 **1,867億円**

前年差 **+94億円**

増減率 **+5%**

2021-2024年度 中期経営計画



調味料の新価格の定着による単価上昇や惣菜の販売回復などにより増収

	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
調味料	775	+34	+5%	+21	+12
惣菜	653	+32	+5%	+20	+11
カット野菜	286	+22	+8%	+6	+16

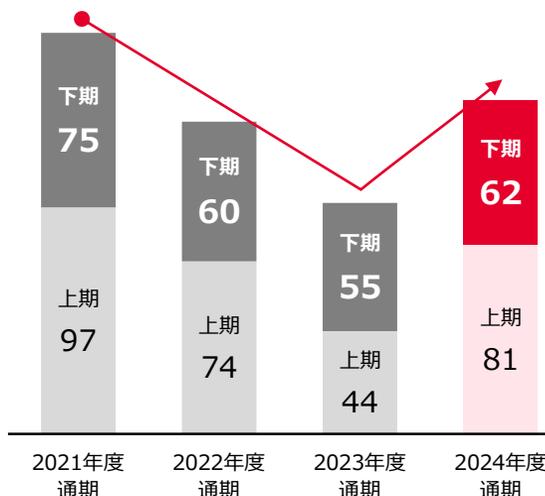
事業利益

2024年度通期 **143億円**

前年差 **+43億円**

増減率 **+44%**

2021-2024年度 中期経営計画



調味料の価格改定効果や主原料影響の緩和による増益 調味料・惣菜の基幹商品拡大による増益

	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
調味料	102	+43	+73%	+30	+12
惣菜	31	+5	+19%	+7	△2
カット野菜	9	+2	+29%	+1	+1

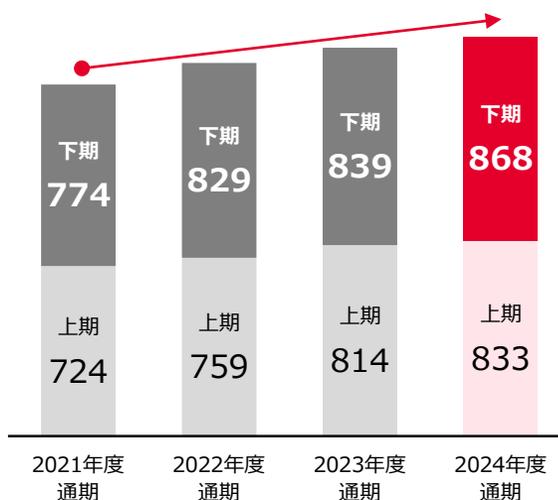
売上高

2024年度通期 **1,701億円**

前年差 **+48億円**

増減率 **+3%**

2021-2024年度 中期経営計画



**調味料・タマゴの価格改定による単価上昇や
外食需要の回復、タマゴ供給の回復により増収**

	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
調味料	520	+14	+3%	+17	△3
タマゴ	1,016	+37	+4%	+2	+35

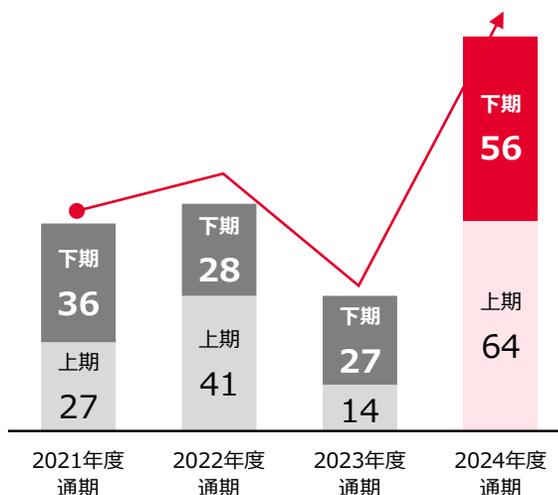
事業利益

2024年度通期 **120億円**

前年差 **+78億円**

増減率 **+189%**

2021-2024年度 中期経営計画



**調味料・タマゴの価格改定効果による増益
主原料影響の緩和や付加価値品拡大により増益**

	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
調味料	37	+10	+37%	+11	△1
タマゴ	76	+64	+633%	+35	+29

売上高

2024年度通期 **922億円**

前年差 **+139億円**

増減率 **+18%**

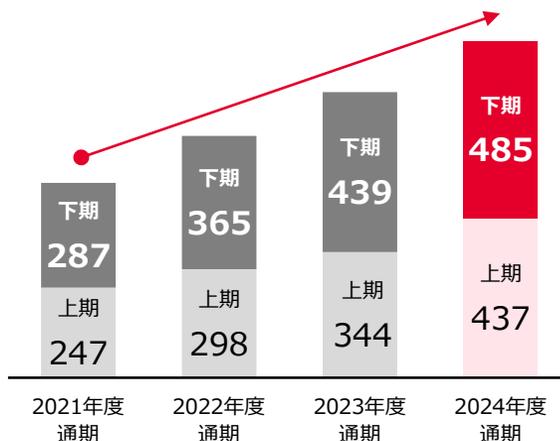
事業利益

2024年度通期 **144億円**

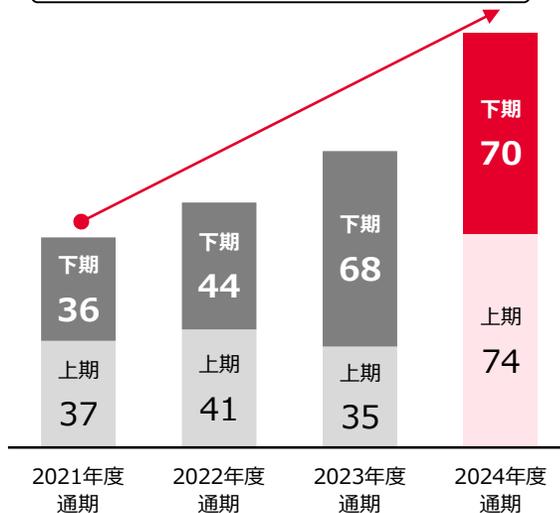
前年差 **+41億円**

増減率 **+39%**

2021-2024年度 中期経営計画



2021-2024年度 中期経営計画



中国・東南アジア・北米が想定を上回る伸長により増収

	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
中国	360	+45	+14%	+32	+13
東南アジア	259	+46	+22%	+22	+24
北米	208	+28	+16%	+27	+1

※為替影響 売上高(前年差)+57億円

中国ゼロコロナからの市場回復や北米のブランド品拡大により増益
中国に続き、東南アジア、北米も海外展開の柱に

	2024年度通期	前年差	増減率	上期前年差	下期前年差
中国	48	+12	+33%	+17	△6
東南アジア	38	+11	+41%	+7	+4
北米	36	+10	+38%	+10	+0

※為替影響 事業利益(前年差)+8億円



2.2025年度計画

積極的な未来投資を進めつつ持続的な利益成長 純利益は大幅増益を計画

2025年度 計画

売上

5,050億円

前年比 +4%

営業利益

345億円

前年比 +0%

経常利益

366億円前年比 Δ 1%

純利益

292億円

前年比 +36%

ROE

9.4%

前年比 +2.1%

ROIC

6.6%前年比 Δ 0.2%

国内事業利益率

7.1%前年比 Δ 0.1%

海外伸長率

+15%

現地通貨前年比

売上高

2025年度通期 **5,050**億円

前年差 **+210**億円

増減率 **+4%**

	2024年度通期	2025年度通期	前年差	増減率	中期経営計画 2028年度目標
市販用	1,867	1,896	+29	+2%	1,960
業務用	1,701	1,721	+20	+1%	1,790
海外	922	1,055	+133	+14%	1,800
フルーツソリューション	170	171	+1	+1%	
ファインケミカル	114	128	+14	+12%	450
共通	66	79	+13	+20%	

営業利益

2025年度通期 **345**億円

前年差 **+2**億円

増減率 **+0%**

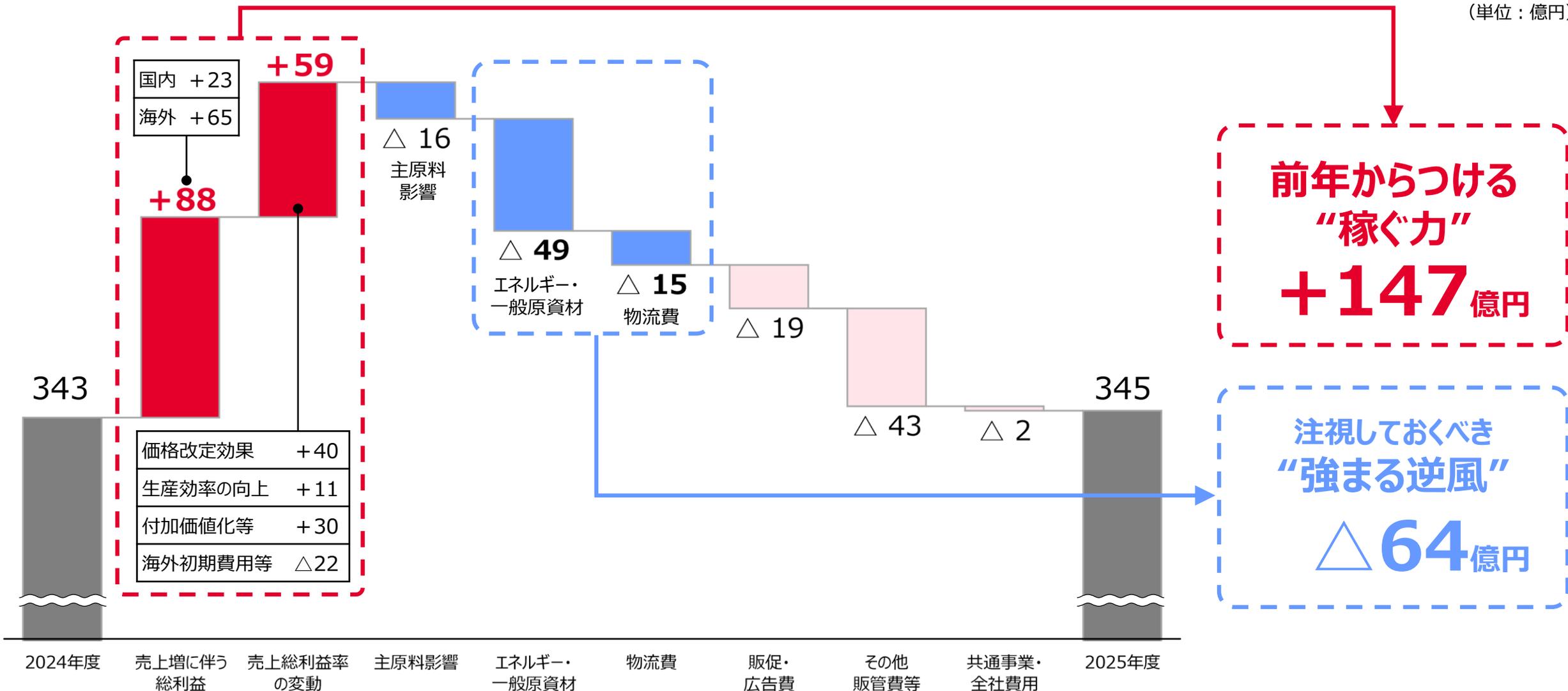
	2024年度通期	2025年度通期	前年差	増減率	中期経営計画 2028年度目標
市販用	143	133	△10	△7%	156
業務用	120	123	+3	+3%	141
海外	125	127	+2	+2%	180
フルーツソリューション	2	5	+3	+154%	
ファインケミカル	6	10	+4	+75%	43
共通	14	13	△1	△4%	
全社費用	△65	△ 66	△1	—	△70

※2024年度は遡及後の数値

営業利益

2025年度通期計画 **345億円** 前年差 **+2億円**

(単位：億円)



前年からつける
“稼ぐ力”
+147億円

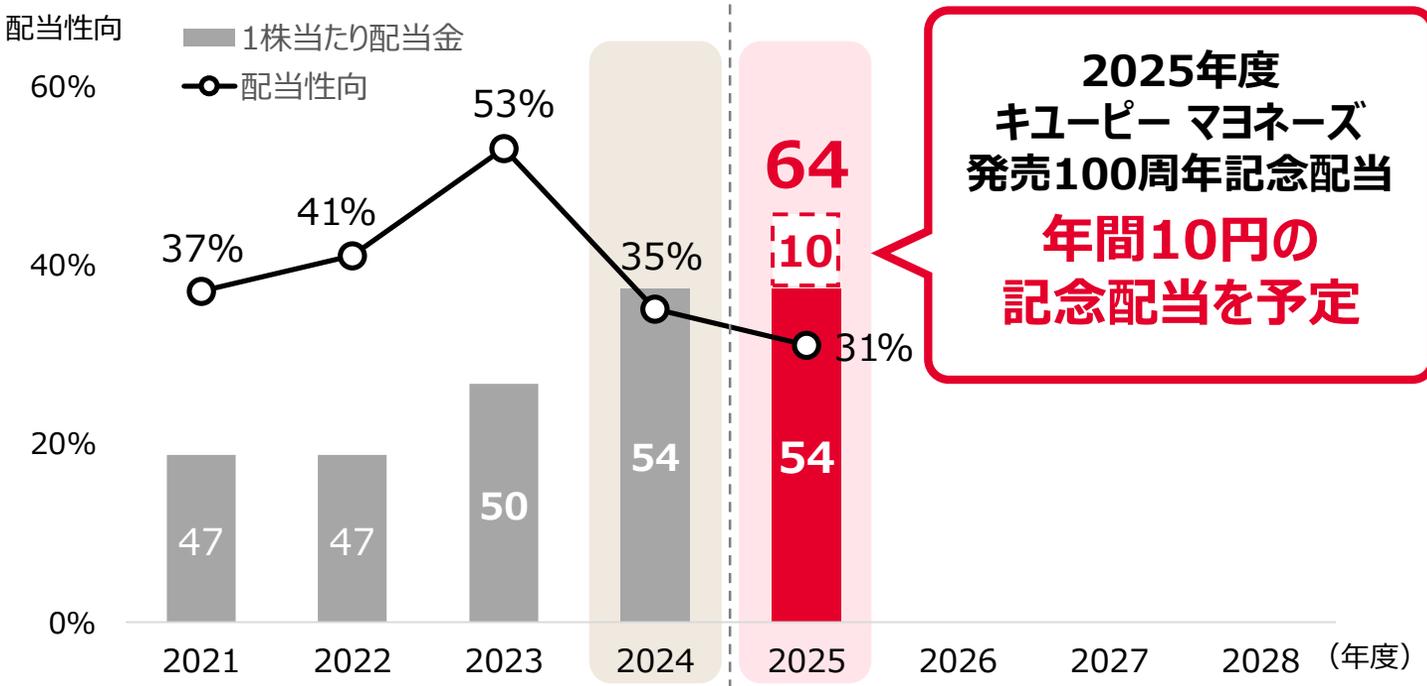
注視しておくべき
“強まる逆風”
△64億円

2025-2028年度 株主還元方針

- 4年間累計の総還元性向50%以上
- 1株あたり54円を下限とし、段階的に引き上げ

2021-2024年度中計累計実績 総還元性向**55%**

2025-2028年度中計累計 総還元性向**50%以上**



2024年度

年間配当54円を予定 **4円増配**

上期：23円、期末：31円
連結配当性向35.0%

2025年度

年間配当64円を予定 **10円増配**

キューピー マヨネーズ 発売100周年 年間10円の記念配当を予定

上期：32円、期末：32円
連結配当性向30.5%

自己株式取得 **100**億円

機動的な自己株式取得を実施

愛は食卓にある。



3.2025年度の展望

めざす姿 2030ビジョン

～Change&Challenge～

成熟市場での経営効率化と成長領域への投資加速

価値創造プロセスの進化

経済価値

収益性

国内事業の構造改革

- ポートフォリオ変革とSCM生産性向上
- DX推進による創出価値の拡大

成長性

グローバル展開の加速

- 事業エリア拡大とブランド価値向上
- グローバル経営の基盤づくり

社会価値

食と健康への貢献

- サラダの喫食機会拡大

環境への配慮

- プラスチック削減
- 食品ロス削減

人的資本の価値拡大

- 従業員エンゲージメント向上

資本コストや株価を意識した経営

選ばれる価値ある商品に集中し、高収益なポートフォリオへ

調味料

マーケティングプロセスの進化

- 主力商品のラインアップ強化・用途拡大
- 高付加価値商品の調味ソース拡充
- 適正価格へのシフト

タマゴ

高付加価値商品の拡大と生産体制の刷新

- 低収益商品の整理
- 価格改定と高付加価値商品に集中
- 合理化投資で自動化率の向上

惣菜・カット野菜

バリューチェーン全体で構造改革

- 惣菜のSKU集約と強い商品へシフト
- カット野菜のダイナミックプライシング
- ロボット増台で自動化率の向上

DX推進により、低収益・非効率商品を早期に見極め整理を加速



新たな市場・成長領域で価値ある商品の拡大

サラダ市場から領域の拡大



具材感・味づくりの独自技術により
様々な料理・季節における
使用シーンを拡大

主力商品の ラインアップ強化



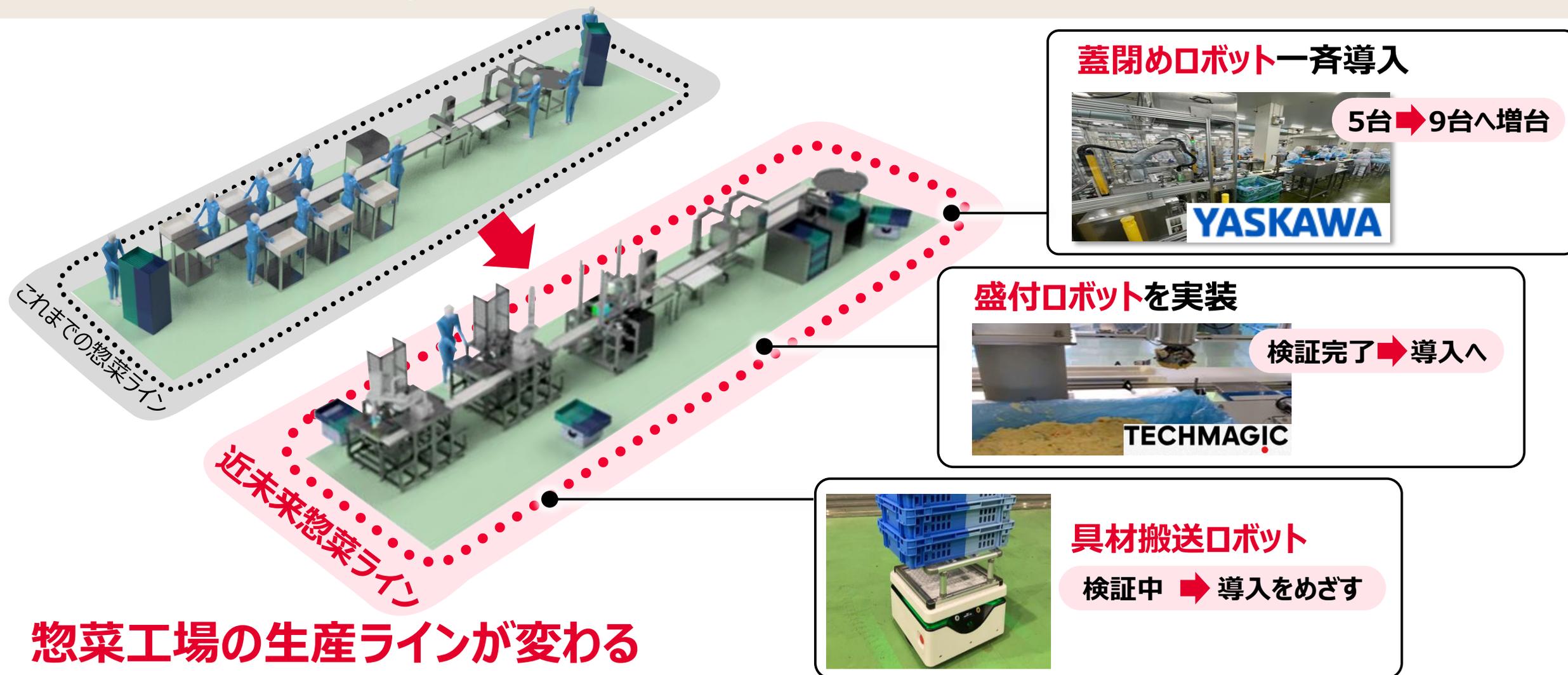
容量施策・健康領域の
展開に加え、フレーバー展開
2025年春に2品発売

人手不足解消ニーズ への対応



簡便化・調理時間短縮を実現
既存品拡大と新規開発を加速
2025年春に3品発売

“共創”により具現化した自動化技術の実装フェーズが始まる



惣菜工場の生産ラインが変わる
人手不足解消とともにコスト競争力強化

独自素材“酢酸菌GK-1”で売上100億円をめざす

自社通販サプリ



自社ECサイトを通じた
健康通販ビジネスの拡大

他社への原料販売



“免疫ケア”商品の
原料として販売

自社免疫ケア商品



健康的で食頻度の高い
自社商品に配合

免疫ケア商品の市場規模

1,500億円

※セルフヘルスケア市場2023調査より

広告投下で認知度
18% → **40%**

設備投資で供給能力
2倍

2030年度
売上**100**億円

組織・体制の構造改革により、経営を効率化

2024年
10月

営業組織
再編



業態別本部から
機能別本部へ転換

マーケティング強化と機動力強化による
営業効率の向上

2024年
12月

タマゴ会社
再編



“キューピータマゴ”と
“全農・キューピー・
エッグステーション”統合

重複による経営の非効率さをなくし、
意思決定の迅速化と投資効率向上

2024年
12月

システム会社
再編



トウ・ソリューションズを
連結子会社化

組織運営の強化と
IT人材の獲得により、DXを推進

2025年
12月

惣菜会社
再編



販売会社と
生産6社を統合

事業運営の効率化で
ブランド力と競争力の強化

海外リージョン体制など、事業成長を後押しする再編成を継続推進

新工場・ラインの稼働開始、増産体制が整い販売強化へ

	生産・体制の強化	販売	売上
東南アジア	<p>2024年12月</p> <p>キューピーインドネシア</p> <ul style="list-style-type: none"> マヨネーズ、ドレッシングの生産スタート <hr/> <p>2025年1月</p> <p>キューピータイランド</p> <ul style="list-style-type: none"> 1月末からマヨネーズ出荷開始 	<ul style="list-style-type: none"> 中間層市場での拡大 顧客とのタッチポイント強化 ➡ タイ・インドネシアに工場見学施設を新設 インバウンド需要の取込みと周辺国への輸出含む販路拡大 	<p>2024年度 259億円 ➡ 2025年度 292億円</p> <p>+13%</p>
北米	<p>2025年5月</p> <p>テネシー工場</p> <ul style="list-style-type: none"> 5月稼働に向けライン立上げ 	<ul style="list-style-type: none"> 配荷地域の拡大とブランディング強化 全米へのエリア拡大 	<p>2024年度 208億円 ➡ 2025年度 222億円</p> <p>+7%</p>
中国	<p>北京・杭州工場</p> <ul style="list-style-type: none"> 生産ラインの合理化投資 ➡ 供給能力アップ、自動化 	<ul style="list-style-type: none"> ローカル対応商品をEC連動拡大 	<p>2024年度 360億円 ➡ 2025年度 428億円</p> <p>+19%</p>

世界戦略商品を中心にグローバルへの供給ネットワークを構築



日本・海外の各拠点から世界79の国・地域へ展開

※2024年11月現在

© Kewpie Corporation All rights reserved.

キューピー マヨネーズ発売100周年 世界で親しまれる調味料へ

新規ファンづくり



世界各国のさまざまなマヨメニューをキッチンカーが全国7か所で提供
更に様々なキャンペーンを予定

国内市場の活性化

“世界を味わうマヨ” 限定発売



世界に広がるキューピー マヨネーズ
マヨネーズの用途拡大

海外ブランディング

キューピーブランドの 価値向上



グローバルプロモーションで
新しい食体験の可能性を広げる

愛は食卓にある。

kewpie 

《お問い合わせ先》

キューピー株式会社 経営企画部株式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。

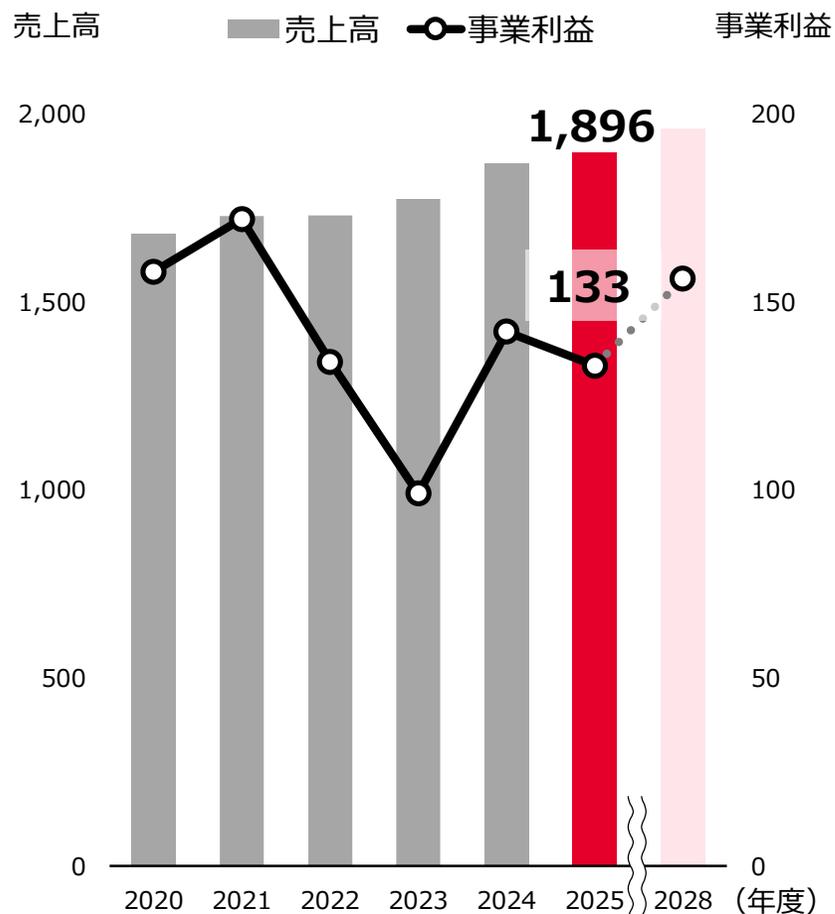
愛は食卓にある。



4. 参考資料

100周年によるプロモーション強化でシェア拡大し、収益基盤を構築

市販用 売上高・事業利益推移 (億円)



調味料



マーケティングプロセスの進化

- キューピー マヨネーズ発売100周年を起点に市場の再活性化と成長の加速
- 主力ドレッシング商品のラインアップ強化と用途拡大による市場成長の推進
- タルタルソースなどの付加価値の高い調味ソース拡充による新市場の創出

惣菜



選択と集中による事業モデルの変革

- 成長する惣菜市場でのブランド商品の拡充と定着
- 再編準備に向けたSKU集約と単品力の強化
- ロボット活用による自動化での生産性向上

カット野菜

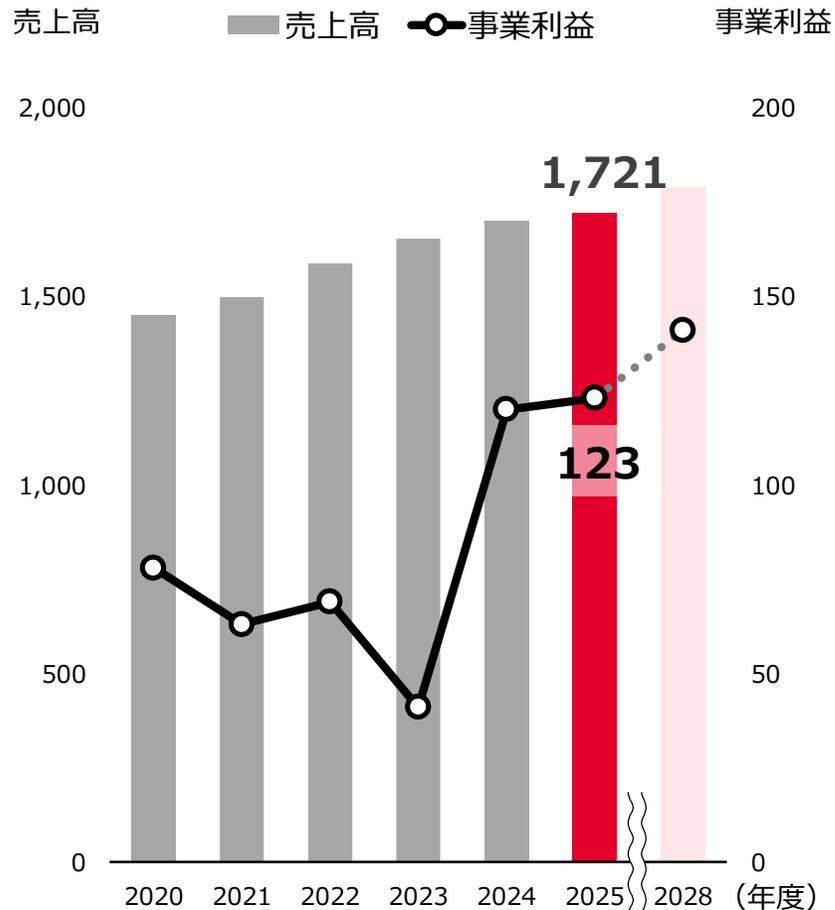


バリューチェーン全体で構造改革

- 主力商品の強化と新規素材の探索・開発により市場拡大を牽引
- 価格戦略の刷新による商習慣の変革 (ダイナミックプライシングの実現)
- 小ロットの削減、各工場のSKU数精査による生産性向上

強まる逆風を打ち返し、カテゴリポートフォリオの変革を推進

業務用 売上高・事業利益推移 (億円)



調味料

ソース領域強化と定着

- 逆風への対応（価格改定、効率化 等）
- キューピー マヨネーズ発売100周年を起点に、新たな価値創出と接点強化
- 人手不足に対応する調味ソースの拡大
- 市販用と連動したタルタルソース拡大

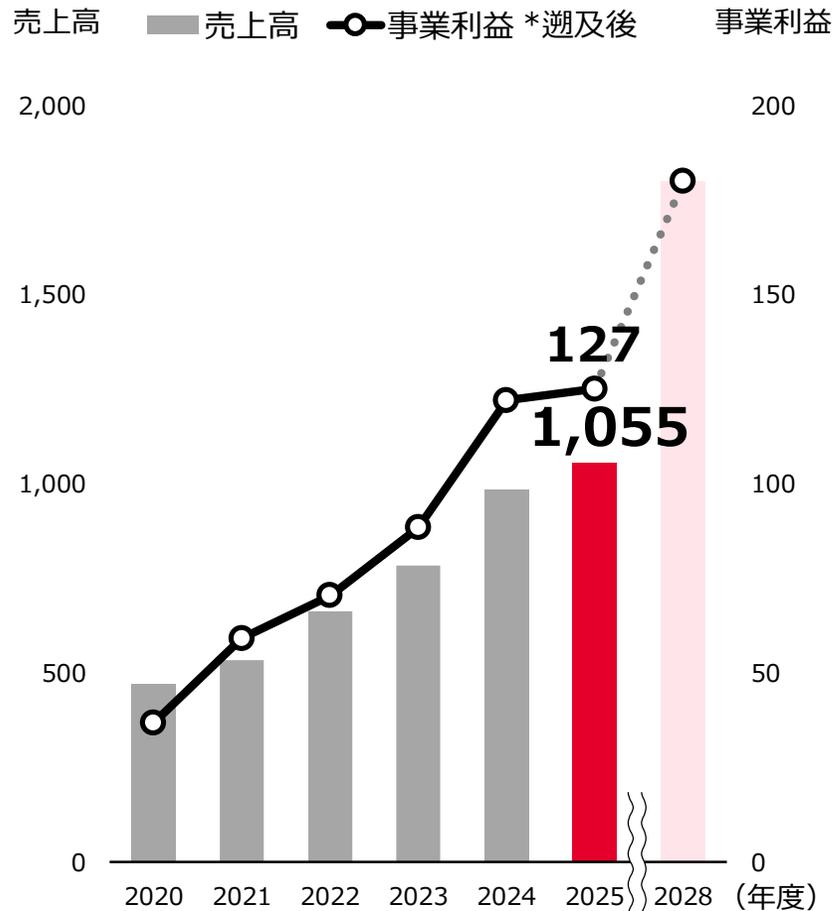
タマゴ

タマゴの価値向上

- 逆風への対応（価格改定、効率化 等）
- 付加価値商品の創出と育成および注力企業への配荷率を拡大
- 生産性向上（合理化投資による生産自動化の推進）

2025年は新工場が稼働し、増産体制が整った

海外 売上高・事業利益推移 (億円)



増産体制が整い、販売体制を強化

中国

- ・ 生産ラインの自動化投資で、供給能力アップ
- ・ ローカル対応商品をEC連動拡大

北米

- ・ テネシー工場立上げによる東部地域の開拓

東南アジア

- ・ インドネシア、タイの新工場立上げ
- ・ インバウンド需要取込みと周辺国への輸出拡大

未来に向けて社会価値を創出する取り組みを推進

環境への配慮

キユーピーグループ
環境ビジョン2050実現に向けて

資源の有効活用・循環に
向けた取り組み

プラスチック削減

自治体・流通・メーカーと協業
資源循環の社会実装を加速



ボトル回収

あらたなボトル

食品ロス削減

社会価値の高いアップサイクル
商品の開発



卵殻の消臭機能を活かしたゴミ袋

食と健康への貢献

食生活を通じた
健康寿命延伸への貢献

サラダ喫食数向上に
向けた取り組み

サラダファースト

サラダの新たな魅力を積極的に
伝える取り組み



海外でも

各国の食文化に合わせ
グローバルでサラダ文化を創造



人的資本の価値拡大

一人ひとりの生き方と向き合い、
自己実現への挑戦を成長の原動力とする

人的資本投資

新しい活躍の機会創出

- ・海外など成長領域への人材シフト

多様な個の力の強化

- ・一人ひとりの自律を促すキャリア支援

人事制度の拡充

- ・報酬アップや、専門性を高める人事制度

従業員エンゲージメント向上

2024年度 69点 → 2028年度 75点以上

2025年度通期業績概要

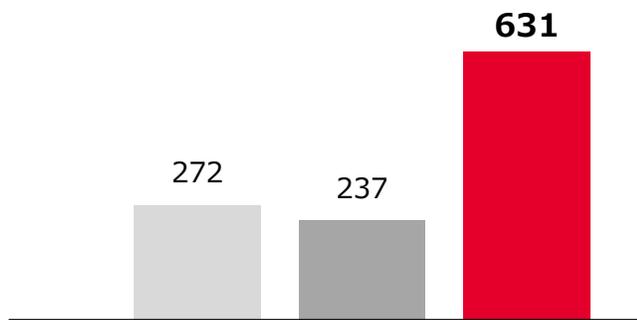
(単位：億円)

	2023年度 実績	2024年度 実績	2025年度 計画	前年差 (2025-2024)	増減率 (2025/2024)	2028年度 中計目標
売上高	4,551	4,840	5,050	+210	+4%	6,000以上
営業利益	197	343	345	+2	+0%	450以上
営業利益率(%)	4.3%	7.1%	6.8%	△0.3%	-	7.5%以上
経常利益	205	369	366	△3	△1%	-
親会社株主に帰属する 当期純利益	132	214	292	+78	+36%	-
ROE(%)	4.8%	7.3%	9.4%	+2.1%	-	8.5%以上
ROIC (%)	4.1%	6.8%	6.6%	△0.2%	-	8.5%以上
EPS(円)	94.8	154.1	210.1	+56.0	+36%	-
海外売上高伸長率(%) (現地通貨ベース)	+14%	+11%	+15%	+4%	-	+10%以上
米国ドル(円)	139	151	151	+0	-	-
人民元(円)	20	21	21	+0	-	-
ローリー相場(円/kg)	390	351	352	+1	-	-
鶏卵相場(円/kg)	309	223	250	+27	-	-

(単位：億円)



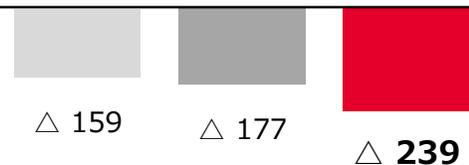
営業キャッシュ・フロー



前年増減

税金等調整前 当期純利益の増加	↑ +116
棚卸資産の減少	↑ +108
仕入債務の増加	↑ +113

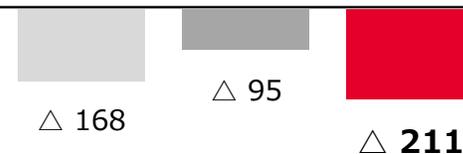
投資キャッシュ・フロー



前年増減

固定資産の 取得による支出の増加	↓ △65
関係会社株式の 売却による収入の減少	↓ △34

財務キャッシュ・フロー



前年増減

長期借入れによる 収入の増加	↑ +50
長期借入金の 返済による支出の増加	↓ △150

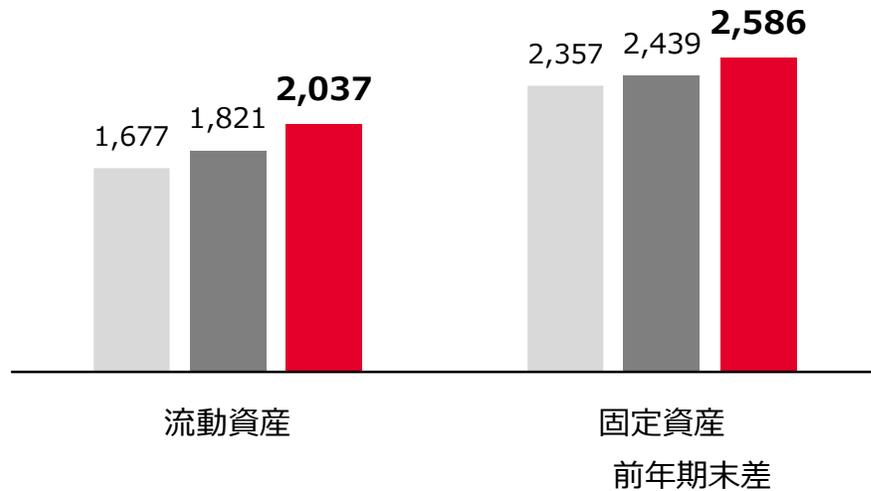
設備投資の状況

2024年度通期 **206**億円 2025年度計画 **191**億円

(単位：億円)



資産の部



流動資産

+216億円

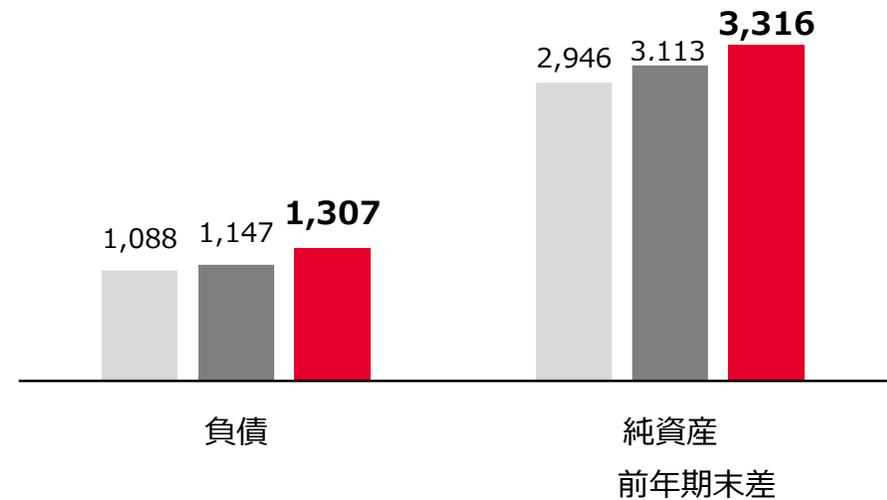
・現預金の増加	↑ +115
・売掛債権の増加	↑ +73
・有価証券の増加	↑ +80
・棚卸資産の減少	↓ △41

固定資産

+147億円

・建設仮勘定の増加	↑ +72
・退職給付に係る資産の増加	↑ +90

負債・純資産の部



負債

+160億円

・仕入債務の増加	↑ +114
・短期借入金の減少	↓ △149
・未払金の増加	↑ +76
・長期借入金の増加	↑ +47

純資産

+203億円

・利益剰余金の増加	↑ +145
・退職給付に係る調整累計額の増加	↑ +52

(単位：億円)

	2023年度 通期	2024年度 通期	前年差	増減率	2025年度計画		
					計画	前年差	増減率
市販用	1,774	1,867	+94	+5%	1,896	+29	+2%
調味料	741	775	+34	+5%	795	+20	+3%
惣菜	621	653	+32	+5%	660	+7	+1%
カット野菜	265	286	+22	+8%	283	△3	△1%
その他	147	153	+6	+4%	158	+5	+3%
業務用	1,653	1,701	+48	+3%	1,721	+20	+1%
調味料	506	520	+14	+3%	531	+11	+2%
タマゴ	980	1,016	+37	+4%	1,024	+8	+1%
その他	168	165	△3	△2%	166	+1	+1%
海外	783	922	+139	+18%	1,055	+133	+14%
中国	316	360	+45	+14%	428	+68	+19%
東南アジア	213	259	+46	+22%	292	+33	+13%
北米	180	208	+28	+16%	222	+14	+7%
その他	74	95	+21	+28%	113	+18	+19%
フルーツ ソリューション	170	170	+0	+0%	171	+1	+1%
ファインケミカル	112	114	+2	+2%	128	+14	+12%
共通	60	66	+6	+10%	79	+13	+20%
合計	4,551	4,840	+289	+6%	5,050	+210	+4%

※ 海外の前年差には、為替影響(2024年度通期前年差：売上高+57億円、2025年度計画前年差：売上高△3億円)が含まれています。

(単位：億円)

	2023年度 通期	2024年度 通期	前年差	増減率	2024年度通期 遡及後	2025年度通期計画		
						計画	前年差	増減率
市販用	99	143	+43	+44%	143	133	△10	△7%
調味料	59	102	+43	+73%	102	92	△10	△10%
惣菜	26	31	+5	+19%	31	29	△2	△6%
カット野菜	7	9	+2	+29%	9	11	+2	+28%
その他	8	2	△6	△75%	2	1	△1	△33%
業務用	41	120	+78	+193%	120	123	+3	+3%
調味料	27	37	+10	+37%	37	42	+5	+13%
タマゴ	12	76	+64	+533%	76	75	△1	△2%
その他	3	6	+3	+100%	6	6	+0	+1%
海外	103	144	+41	+40%	125	127	+2	+2%
中国	36	48	+12	+33%	44	54	+10	+23%
東南アジア	27	38	+11	+41%	35	35	+0	+1%
北米	26	36	+10	+38%	35	22	△13	△38%
その他	14	22	+8	+57%	11	16	+5	+47%
フルーツソリューション	3	2	△1	△33%	2	5	+3	+154%
ファインケミカル	10	6	△5	△40%	6	10	+4	+75%
共通	12	14	+1	+17%	14	13	△1	△4%
全社費用	△73	△84	△11	-	△65	△66	△1	-
合計	197	343	+146	+74%	343	345	+2	+1%

※海外の前年差には、為替影響(2024年度前年差：営業利益+8億円、2025年度計画前年差：営業利益△0億円)が含まれています。

2024年度 通期		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	+22	+48	△8	△5	△13	+43	
業務用	+18	+88	△4	△15	△9	+78	
海外	+45	+34	△15	△5	△19	+41	
フルーツソリューション	+0	△1	+1	△0	+0	△1	
ファインケミカル	+2	△0	△4	+0	△2	△5	
合計	+87	+168	△31	△25	△43	+156	

2025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	+9	+1	△3	△2	△15	△10	
業務用	+3	+14	+1	△7	△8	+3	
海外	+65	△24	△14	△5	△19	+2	
フルーツソリューション	+1	+3	△1	△0	+1	+3	
ファインケミカル	+9	△0	△2	△0	△3	+4	
合計	+88	△7	△19	△15	△43	+4	

※ 2025年度計画の増減要因前年差は、2024年度遡及後との比較

2024年度 通期		2023年度 通期	2024年度 通期	前年差	主な要因
営業利益		197	343	+146	
営業外損益		8	25	+17	・ 持分法による投資損益の増減 +17
経常利益		205	369	+164	
特別損益		16	△32	△48	・ 関係会社株式売却益の減少 △28 ・ 固定資産除却損の増加 △8 ・ 投資有価証券評価損の増加 △8
税引前利益		221	336	+115	
法人税等 非支配株主に帰属する当期純利益		89	122	33	
親会社株主に帰属する当期純利益		132	214	+82	
2025年度 計画		2024年度 通期	2025年度 通期計画	前年差	主な要因
営業利益		343	345	+2	
営業外損益		25	21	△4	・ 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		369	366	△3	
特別損益		△32	90	122	・ 旧工場跡地売却益 +120
税引前利益		336	456	+120	
法人税等 非支配株主に帰属する当期純利益		122	164	+42	
親会社株主に帰属する当期純利益		214	292	+78	

		2022年度 通期	2023年度 通期	2024年度 通期
マヨネーズ	国内	504	570	591
	海外	355	409	480
ドレッシング	国内	373	387	393
	海外	183	223	242
合計	国内	877	957	984
	海外	538	632	722
	計	1,415	1,588	1,706

重点課題	取り組みテーマ	指標	基準	2024年度 実績	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	46.3万人	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	60.6%	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	85.3%	88%以上	90%以上	
		商品廃棄量削減率	2015年度	65.9%	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	7.8%	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	44.4%	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 までに100% (容器包材、印刷冊子、販促物、事務用品)	当年	-	100%以上	100%以上	 
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					 