

# CSVを経営の根幹に据え 経済的価値と社会的価値を高める

グループ経営理念

## INPUT

イノベーションを生み出す基盤



**確かな  
価値を生む  
技術力**

研究開発費  
**662億円**  
(2019年度)

詳細は  
P.15~20を  
ご覧ください。



**お客様主語の  
マーケティング力**

詳細はP.29~30を  
ご覧ください。



**価値創造を  
加速するICT**

ICT費用  
**167億円**  
(2019年度)

ICT投資額  
**124億円**  
(2019年度)



**多様な人材と  
挑戦する風土**

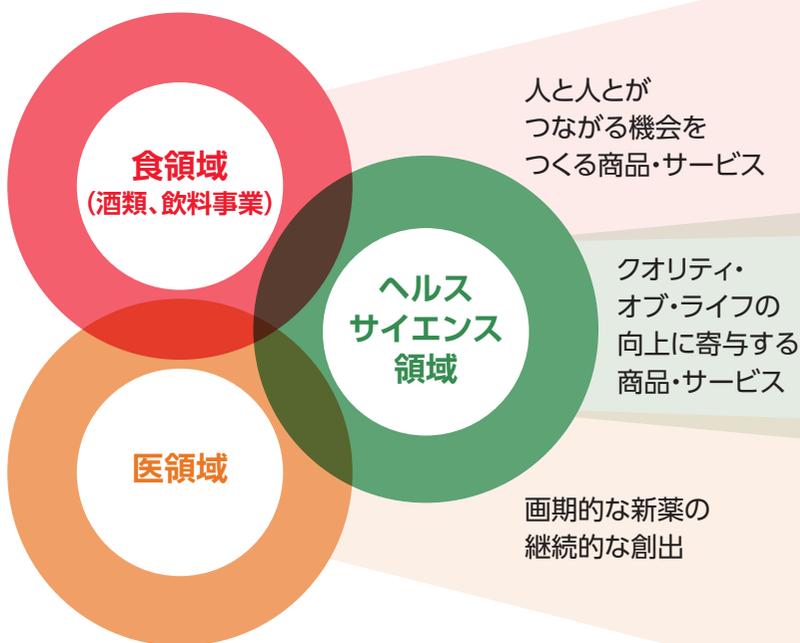
連結従業員数  
**31,040人**  
(2019年12月31日現在)

詳細はP.31~34を  
ご覧ください。

## BUSINESS

社会課題を成長機会として  
シナジーを生かして取り組む事業

食から医にわたる  
事業領域



## OUTPUT

基盤を生かし、事業を通じて  
社会課題の解決につながる  
イノベーションを生み出す

人と人が  
つながる機会を  
つくる商品・サービス

クオリティ・  
オブ・ライフの  
向上に寄与する  
商品・サービス

画期的な新薬の  
継続的な創出

価値創造を支えるガバナンス

キリングroupは「CSV(Creating Shared Value:社会と共有できる価値の創造)」を経営の根幹に据えています。マーケティング力、技術力、ICT、人材と風土といったイノベーションを生み出す基盤を生かして、食領域(酒類、飲料)、医領域、さらに「ヘルスサイエンス領域」にビジネスを展開。それぞれの事業

分野で提供する商品・サービスを通じて経済的価値・社会的価値を創出し、次の成長に向けてイノベーションを生み出す基盤に投資し、強化する——こうした価値創造のサイクルにより、持続的な成長を実現します。

キリングroupは、自然と人を見つめるものづくりで、「食と健康」の新たなよこびを広げ、こころ豊かな社会の実現に貢献します

## OUTCOME

社会に還元する価値

### 財務KPI※

ROIC

平準化EPS成長率

### 非財務KPI※

CSVコミットメント

企業ブランド価値

従業員  
エンゲージメント

詳細はP.25-26をご覧ください。

※ 2019年中計のKPI



健康



環境



地域社会・  
コミュニティ



酒類メーカー  
としての責任

### 経済的価値 キャッシュ・フローの 最大化

詳細はP.21~24をご覧ください。

### 社会的価値 CSVパーパスの実現

詳細はP.37~38をご覧ください。

詳細はP.53~63をご覧ください。