

SUNTORY

サンタリー CSRレポート2008  
SUNTORY Corporate Social Responsibility Report 2008

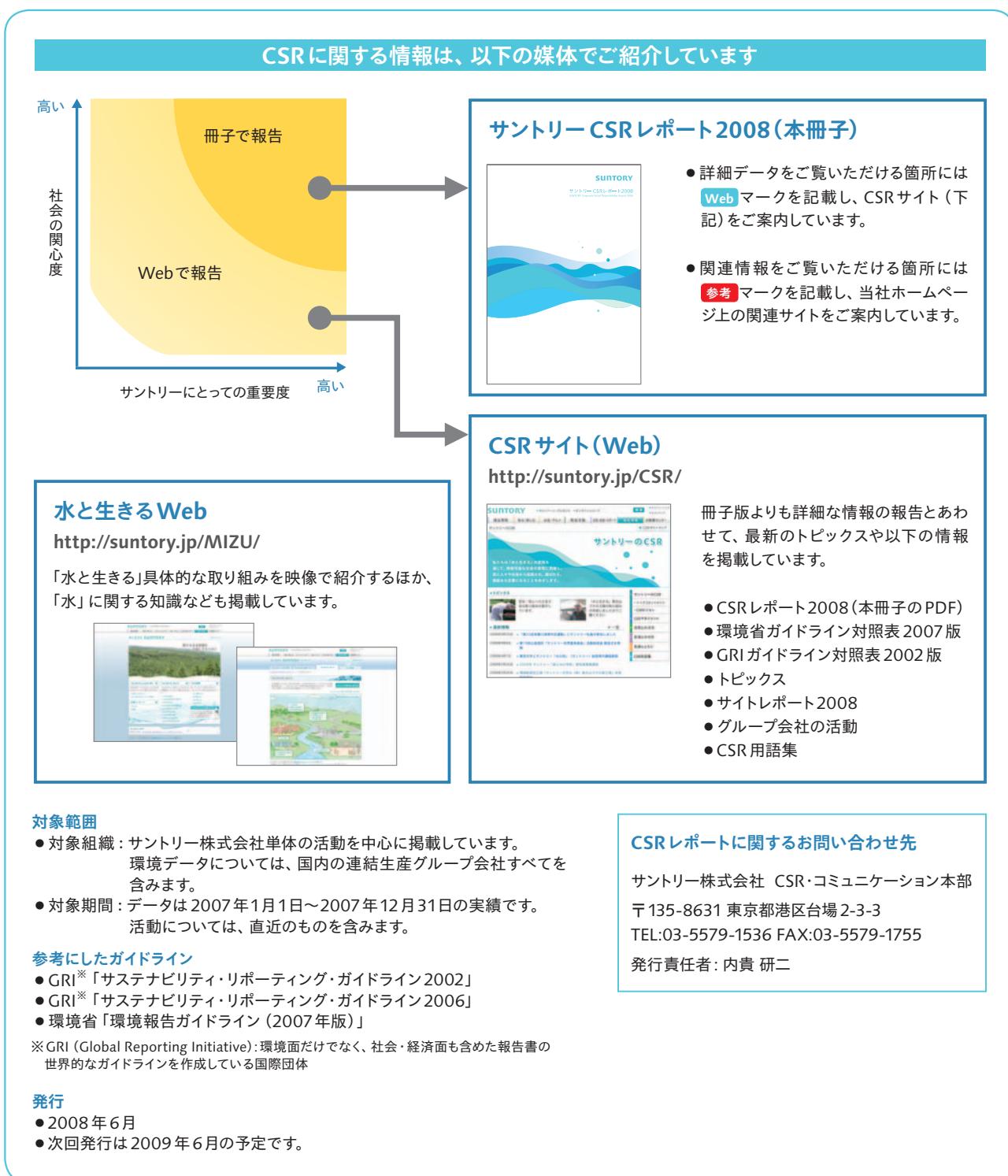


# 「サントリー CSRレポート 2008」をお読みいただく皆様へ

## CSRコミュニケーションの基本的な考え方と編集方針

サントリーグループは、コーポレートメッセージとして掲げる「水と生きる SUNTORY」の実践こそが、私たちが果たすべきCSR（企業の社会的責任）であると考えてさまざまな活動を展開しています。そして、「水と生きる」取り組みをより多くの方にお伝えし評価いただくために、さまざまな媒体で、それぞれの特性をふまえた情報公開およびコミュニケーションを行っていきたいと考えています。

本レポートは、私たちサントリーのCSRに関する基本的な考え方や主な活動を中心に報告するものです。「水と生きる」に込めた3つの思い——自然との共生や社会との共生への思い、そして社員への思い——に基づく取り組みを、私たちが重要と考えていることと、社会から期待されていることの双方の視点から情報を取捨選択し、わかりやすくご理解いただけるような編集を心がけました。



サントリーグループの概要	3
トップメッセージ	5
サントリーのCSRビジョン	7
「水と生きる」活動実績と目標	8
特集:「水のサステナビリティ」の実現をめざして ——「水と生きる」奥大山ブナの森工場	9
ステークホルダーダイアログ	15
<b>CSRマネジメント</b>	<b>19</b>
コーポレート・ガバナンス	20
コンプライアンス/リスクマネジメント	21
品質保証	23
<b>水とともに生きる ~自然との共生~</b>	<b>25</b>
サントリーの環境経営	27
水資源の保全	29
●水源涵養(森林保全) ●水使用量の削減/排水管理	
地球温暖化防止への取り組み	31
●生産・物流・販売・オフィスの取り組み	
グリーン調達・グリーン購入	35
廃棄物の削減と再資源化	36
容器包装における環境配慮	37
生物多様性保全への取り組み	39
環境教育とコミュニケーション	40
<b>社会にとっての水となる ~社会との共生~</b>	<b>41</b>
お客様への責任と行動	43
適正飲酒の啓発	44
お取引先との関わり	45
文化・社会貢献活動	47
<b>水のように自在に、力強く ~社員とともに~</b>	<b>49</b>
人材育成とキャリア支援	51
公正で快適な職場づくり	53
第三者意見	55
サントリーのあゆみ	56

# サントリーグループの概要

1899年の創業以来、サントリーは、その長い歴史の中で事業を拡大し、現在では、サントリーグループとして、酒類、食品事業にとどまらず、健康食品、外食、花事業など広範な分野で活動しています。さらに、中国をはじめアジアでの事業展開や、アメリカにおける飲料ビジネス、ヨーロッパにおける酒類ビジネスなど、世界各国で幅広く事業を展開しています。

## 会社概要

### ● サントリーグループ

グループ会社	182社 (2007年12月31日現在)
従業員数	20,790名 (2007年12月31日現在)
連結売上高	1兆 4,948億円 (2007年1月1日～2007年12月31日)
連結経常利益	758億円 (2007年1月1日～2007年12月31日)

### ● サントリー株式会社

本社所在地	大阪府大阪市北区堂島浜 2-1-40
サントリーワールドヘッドオフィス所在地	東京都港区台場 2-3-3
創業	1899年
設立	1921年12月1日
資本金	300億円
従業員数	4,334名 (2007年12月31日現在)
売上高	8,370億円 (2007年1月1日～2007年12月31日)
経常利益	357億円 (2007年1月1日～2007年12月31日)

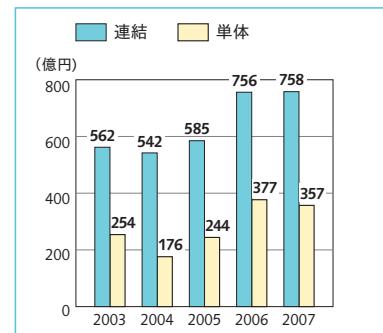
### ■ 売上高



### ■ 営業利益



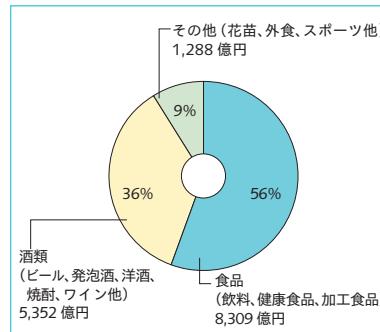
### ■ 経常利益



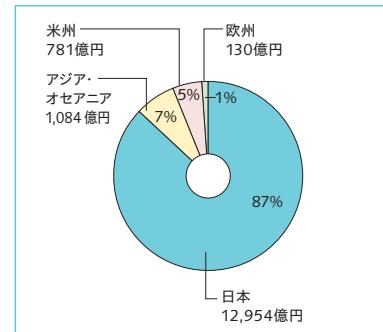
### ■ 当期純利益



### ■ 事業別売上構成 (2007年度連結)



### ■ 地域別売上構成 (2007年度連結)



### ■ 従業員数

	2003	2004	2005	2006	2007
連結	18,059	18,429	19,462	20,206	20,790
単体	4,544	4,582	4,615	4,398	4,334

## 事業概要

サントリーグループでは、ビジネスモデルに応じた事業単位ごとに、清涼飲料や健康食品などを扱う「食品カンパニー」、ビール、ウイスキーなどを扱う「酒類カンパニー」、外食関連事業および開発事業を展開する「外食・開発カンパニー」の3つのカンパニーを編成し、事業を運営しています。

### 食品カンパニー

清涼飲料事業、健康食品事業、海外食品事業、ハーゲンダッツ

緑茶、ウーロン茶、コーヒー、炭酸飲料、ミネラルウォーターなど多くの飲料カテゴリーで清涼飲料のラインナップを充実しているほか、長年にわたる食の科学的研究やバイオ技術などを活かした健康食品事業を展開しています。また、アメリカにおけるペプシブランドの製造・販売、中国、台湾をはじめとした、アジア、オセアニア地域での清涼飲料および食品事業など、海外でも積極的に事業を拡大しています。さらに、日本国内では、スーパー・プレミアム・アイスクリーム「ハーゲンダッツ」の製造・販売とハーゲンダッツ・ショップの展開を進めています。



清涼飲料などのラインナップ

### 酒類カンパニー

ビール事業、スピリット事業、ワイン事業、海外酒類事業、中国事業

甘味果実酒「赤玉ポートワイン」を生み出して日本の洋酒文化を拓き、日本初のウイスキー事業に着手。現在では、ビールをはじめ、ウイスキーや焼酎、チューハイ、リキュール、ワインなどの製造・販売を行うほか、世界各国の銘酒を輸入・販売しています。また、中国におけるビール・洋酒事業や、ヨーロッパにおけるワイン・ウイスキービジネス、アメリカ・オーストラリア・ロシア・台湾における酒類販売など、海外での事業も積極的に展開しています。



酒類ラインナップ

### 外食・開発カンパニー

外食事業、花事業、フィットネス事業など

主にバー・レストランを展開する(株)ダイナック、シティコンビニエンスレストランの「ファーストキッチン」、カフェとバーを独自に融合させた「プロント」、アメリカ生まれのヘルシーなサンドイッチを提供する「サブウェイ」などさまざまな飲食業態を展開しています。

また、“花のある暮らし”を提案するサントリーフラワーズ(株)、フィットネスクラブを展開する「ティップネス」、販促事業・お酒まわり備品の開発・販売を行う(株)サントリーショッピングクラブ、コンサートホールや美術館などでレセプションサービスを提供するサントリーパブリシティサービス(株)(SPS)など、「健康」「自然」「生活文化」をテーマとした開発事業をグループ展開しています。



(株)ダイナックが展開する「響」



フィットネスクラブ「ティップネス」



サントリーフラワーズ(株)が販売しているムーンダスト

## トップメッセージ

# 「水と生きる」企業として、 「水のサステナビリティ」の実現に取り組みます



2008年は、世界が大きく転換した年として記憶されることになるでしょう。京都議定書で各国に定められた温室効果ガス削減の約束期間が始まり、洞爺湖におけるG8サミット最大のテーマとして「地球温暖化」が取り上げられます。今こそ、地球環境の保全のため、人類が手を携えて気候変動に立ち向かわねばならない。その決意が世界中で語られるようになり、大きなうねりとなって動き始めました。

「水と生きる」というコーポレートメッセージを掲げるサントリーは、事業の基盤である水という貴重な資源に対して真摯に向き合い、水および水を育む自然環境と共生していくことをめざして、企業活動を推進しています。

サントリーは従来から環境保全のためにさまざまな活動を続けてまいりましたが、私は持続可能な地球環境の実現に寄与するため、今こそ「環境」という視点を経営の柱の一つに据え、バリューチェーンのすべてを「持続可能性」という視点で見つめ直すことが必要であると考えております。サントリーにとって最も重要なテーマは、「水のサステナビリティ」を実現することです。地球規模の水の循環の一部を担う企業として、その役割とそれにともなう責任を絶えず意識し、水の循環への負荷軽減に努めるために、水を育む森を守る活動、水を大切に使い、限りなくきれいにして自然界に還す活動を強化してまいります。

## 全員参加で「飲用時品質」の向上に努めます

昨年、食品業界ではさまざまな事件、不祥事が続発し、お客様の「食の安全・安心」に対する意識はますます高まってまいりました。さらに、ライフスタイルの変化や健康志向の流れと相まって、お客様がお求めになる「品質」も、ますます高度化、多様化しています。

サントリーは品質こそがメーカーの原点であり、最も基本的な責務であると認識し、「All for the Quality」をグループ品質方針に掲げ、原料調達から製造工程、さらには流通を経てお客様に商品が届くまでの過程を通じて、品質の保証に万全を期しております。

安全・安心な商品を提供することはもちろんのこと、お客様に飲んでいただく場面における“おいしさ”までを保証する「飲用時品質」の向上に全社一丸となって取り組んでまいります。

そのためには、商品開発から営業の第一線まで、すべての業務において「All for the Quality」の精神を徹底するとともに、お客様の声をしっかりと受け止め、的確に企

### 企業理念

人と自然と響きあう

### 社是

人間の生命の輝きをめざし  
若者の勇気に満ちて  
価値のフロンティアに挑戦しよう

日々あらたな心  
グローバルな探索  
積極果敢な行動

企業理念：1989年制定  
社 是：1973年制定

業活動へフィードバックさせていくというサイクルを回し続けていくことが必要だと考えています。

### もてる力を活かし、社会に潤いを与える存在となることを追求し続けます

昨年3月、40年余の歴史をもつ「サントリー美術館」を東京・六本木に移転、新しい「サントリー美術館」をオープンいたしました。年間で70万人を超えるお客様にご来館いただき、そのコンセプトである「生活の中の美」をお楽しみいただくことができました。また、開館から20年を経た「サントリーホール」も全面的な改修を行い、「音の宝石箱」とも評価される響きの良さはそのままに、ユニバーサルデザインの考え方に基づいて、聴衆もアーティストも従来以上に快適に過ごせる音楽空間に生まれ変わりました。利益の一部を社会に還元するのも事業活動の一環である、という創業者・鳥井信治郎の信念、すなわち「利益三分主義」の精神は、サントリーのCSR経営を支える重要な柱の一つとして進化しながら受け継がれています。

1899年の創業以来、代々の経営者が取り組んできたさまざまな社会貢献に加えて、私は、さらに新たな社会貢献にも取り組んでまいりたいと考え、次世代育成支援の活動を開始いたしました。ビールや天然水工場の水源エリアに展開している水源涵養林「天然水の森」を中心とする舞台で、こどもたちが自然と触れ合う中で水を育む森の大切さを学んでもらう「森と水の学校」、あるいは美術館やホールで行うエデュケーション・プログラムなど、次代のわが国を担うこどもたちが、心身ともに健やかに育つていってもらえるように、サントリーがもつ多彩な経営資源を活かしたキッズ・プログラムを展開しています。

お客様から信頼され、愛され、選ばれる企業となるために、これからもサントリーがもてる力を社会のお役に立つようななかたちで展開し、社会に潤いを与えるような存在となることを一貫して追求してまいります。

### 社員一人ひとりの「やってみなはれ」を力にしていきます

サントリーには、社員のチャレンジする姿勢を尊ぶ「やってみなはれ」の精神が受け継がれています。社員一人ひとりが自ら目標となる旗を掲げ、さまざまなことを考え抜き、仕事の質を高めていく——このことがそれぞれの社員の可能性を広げるとともに、その集積した力が社会にお

けるサントリーグループの可能性を広げていくのです。サントリーグループに集う社員が皆、それぞれの個性と能力を存分に発揮し、「やってみなはれ」を実践してもらえるように、会社としてさまざまな支援を行っていきたいと考えています。

今日、人類の健康で豊かな生活と地球環境の持続可能性とを調和させるべく努力することは、政治や経済に関わるあらゆる人間の責務となったといつても過言ではありません。

刻々と変化する世界にあって、常にめざすべき方向を見失わず、たゆまぬ努力を積み重ねていくことが求められています。時代の変化のスピードが増す中で、サントリーがその存在理由を失わず、輝き続けるためには、お客様・社会と響きあいながら、真に人々や社会から信頼され、選ばれる、価値ある企業であり続けなければならない、と考えています。

「人と自然と響きあう」という企業理念に基づいて、持続可能な社会の実現に貢献できますよう、これからも、ステークホルダーの皆様のお声に耳を傾けながら、着実に、誠実にCSR経営に取り組んでまいります。

今後ともご支援ご指導賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。



2008年6月  
サントリー株式会社 代表取締役社長

# サントリーの CSR ビジョン 水と生きる SUNTORY

人と社会、自然との共生を実現し、真に価値ある企業となるために、  
サントリーは「水と生きる」を実践してまいります。

サントリーは、その存在理由ならびに到達目標を「人と自然と響きあう」という企業理念に定めています。  
「水と生きる SUNTORY」というメッセージは、その思いをお客様、社会と広く共有するために生まれました。  
持続可能な社会の実現に寄与するために、私たちは「水と生きる」企業ならではの価値を追求していきます。

## 水とともに生きる ~自然との共生~

サントリーは、お客様に水の恵みをお届けする企業です。  
だからこそ、地球にとって有限で貴重な水を守り、大切に使う責任があります。  
これからも水の恵みから新しい価値を生み続けることができるよう、環境保全  
活動に積極的に取り組んでいきます。

## 社会にとっての水となる ~社会との共生~

サントリーの事業は、さまざまな人々、社会によって支えられています。  
水があらゆる生命の源となり、渴きを癒し、輝きを与えるように、サントリーは、  
さまざまな文化・社会貢献活動を通じて社会と共生し、社会に潤いをもたらす  
水のような存在になることをめざします。

## 水のように自在に、力強く ~社員とともに~

フレッシュで活力ある企業風土は、業務の担い手であり、また一人の生活者でも  
ある社員によって支えられています。  
社員一人ひとりが、常に水のように自在でしなやかに、力強く挑戦できる企業  
でありたいと考えています。

# 「水と生きる」活動実績と目標

CSR ビジョンに基づく、2007 年度の主な活動実績と 2008 年度に向けての重点課題を表記しました。



重点活動テーマ	2007 年度重点課題	2007 年度実績	評価	2008 年度重点課題	関連ページ
CSR マネジメント	コーポレート・ガバナンス	● 内部統制の充実	● J-SOX 法対応の準備 ● 内部統制システムの構築	● 「内部統制システム構築の基本方針」の見直しと推進	P.20
	コンプライアンス / リスクマネジメント	● コンプライアンス意識の浸透・定着	● 全課長を対象に研修を実施 ● グループ会社経営層を対象に研修を実施	● コンプライアンス意識の浸透・定着 ・社会動向に対応し、「企業倫理綱領」を改定 ・経営層・マネジャー層研修の継続実施 ・コンプライアンス浸透度調査の実施	P.21 ～22
		● ホットライン制度のさらなる周知・運用	● イントラネット上への「ホットライン Q&A」掲載によるホットライン制度の定着	● グループ全社への「情報セキュリティガバナンス規定」の展開	
		● 情報セキュリティ推進体制の強化	● 「情報セキュリティ委員会」の設置 ● 「情報セキュリティガバナンス規定」の制定	● 原料・輸入商品の品質保証強化	P.23 ～24
	品質保証	● 原料・輸入商品の品質保証強化	● 原料・輸入商品のトレーサビリティ強化 ● 輸入商品、中国産原料の品質保証強化	● グループ会社の品質ガバナンス強化	
		● 情報開示の推進	● 原材料、栄養成分表示の強化 ● ホームページでの情報開示強化(リニューアル)	● 「水のサステナビリティ」実現に向けた取り組み強化 ・水源涵養活動エリア拡大 / 用水使用量削減	P.29 ～30
	環境	● 用水使用量の削減	● 用水原単位 1.4% 削減	● CO <sub>2</sub> のさらなる削減	P.31 ～34
		● CO <sub>2</sub> 排出量削減	● CO <sub>2</sub> 排出原単位 8.9% 削減	● 次世代環境教育の推進※ ・「森と水の学校」/「水育」展開を拡大	P.29 P.40
		● 水源涵養活動の強化	● 「天然水の森 奥大山」契約締結 ● 社員の森林保全活動実施(285名参加)	● お客様対応サービス・品質の強化	P.43
社会にとつての水となる	お客様	● お客様対応サービス・品質の強化	● システム活用による販売店に関する情報提供の迅速化	● お客様第一の徹底 ・お客様視点プロジェクトの拡充	
		● お客様第一の徹底 ・お客様視点プロジェクトの拡充	● 対象をスタッフ部門に拡大(計 1,600 名参加)	● 適正飲酒に関する情報発信の継続強化 ・ホームページを活用した情報発信	P.44
	適正飲酒の啓発	● 飲酒運転予防の取り組み強化 ・指定ドライバー制度の導入検討	● 工場見学者に対し指定ドライバー制度を導入	● 妊産婦飲酒の防止の啓発活動強化	
		● 未成年者飲酒防止の啓発	● 教材やツールを活用した啓発活動の強化	● CSR 調達導入に向け研究会発足	P.45 ～46
	お取引先	● CSR 調達への取り組み強化	● 継続検討中	● 物流協力会社における安全・環境活動の推進	
水のように自在に、力強く		● 物流協力会社有事アクションプランの徹底・強化	● 全拠点での災害伝言ダイヤル定着化	● 各活動拠点での次世代育成支援プログラムの充実・強化	P.47 ～48
	文化・社会貢献	● 次世代育成支援プログラムの充実・強化	● 「森と水の学校」実施(約 1,800 名参加) ● 「水育」出張授業の募集エリア拡大(65 校実施)※	● 適正な労働時間への取り組みの継続・強化	P.53 ～54
	従業員	● 適正な労働時間への取り組み	● 労働時間外形管理の徹底	● ワークライフバランス実現に向けた支援強化	
		● ワークライフバランスに配慮した支援・制度の拡充	● ジョブリターン制度、フレックスタイム制度の導入 ● 在宅勤務制度の試行導入	● 社員のキャリア自律の支援強化	P.52
		● キャリア形成の支援・強化	● キャリアサポート室の設置 ● 世代に応じたキャリア・ワークショップの開催		

※ 2008 年より「森と水の学校」「水育」は担当業務を環境部に移管



# 特集 「水のサステナビリティ」の 実現をめざして —「水と生きる」奥大山ブナの森工場

2008年3月、熊本県・南阿蘇、山梨県・白州に続く、「サントリー天然水」の第三の生産拠点として、鳥取県・奥大山に新しい工場が稼動しました。

サントリー天然水(株)奥大山ブナの森工場。ここは、最新鋭の設備・技術による徹底した衛生管理のもと、PETボトル容器成型から充填包装、品質管理に至るまでを一貫して行うミネラルウォーター専用工場です。

将来にわたり、豊かな自然の恵みをお客様にお届けできるよう、自然界の水の循環に負荷をかけない事業活動を実現していく

—私たちサントリーのめざす姿がここにあります。



## 水とともに歩んできたサントリー

酒類・飲料メーカーにとって、良質な水は事業の生命線ともいえる大切な資源です。

創業以来、サントリーは、水の品質にこだわり続けるとともに、有限な資源としての水の貴重さを深く認識しながら事業活動を展開してきました。現在、全国に展開しているウイスキーやビール、ミネラルウォーターの生産拠点は、いずれも豊富で良質な水に恵まれた地にあります。

## 美しい自然、水の宝庫「奥大山」

奥大山ブナの森工場は、「大山隠岐国立公園」に隣接する地にあります。この地は、広大なブナの森が生い茂る西日本有数の豪雪地帯。その地中深くには、清冽で適度なミネラル分を含んだ天然水がたたえられています。加えて美しい自然環境と、降雪量の多さに支えられた豊富な水量。この地が、「サントリー天然水」第三の水源地に選ばれた理由はそこにはあります。

## 「水と生きる」を実現する自然共生型工場

水は、山から流れ川となり、やがて海で蒸発し雨や雪となって再び大地に還るという自然の大きなサイクルをかたちづくっています。

奥大山ブナの森工場がめざしたのは、こうした自然界の水の循環に負荷をかけない「自然共生型工場」になること。その実現に向けて、私たちは、水を育む森を守り、水を大切に使い、水をきれいにして自然に還す——さまざまな「水と生きる」取り組みに力を注いでいます。



サントリー天然水㈱ 奥大山ブナの森工場

▼工場所在地 鳥取県日野郡江府町大字御机字笠良原1177

▼敷地面積 約27万m<sup>2</sup>

▼竣工 2008年5月9日

▼年間生産能力 1,500万ケース

▼生産品目 「サントリー天然水〈奥大山〉」(2ℓ、500mℓ)



# 水を育む森づくり

水は森の地面にしみ込み長い時間をかけて地下水となっていました。

おいしい水は、森がなければ生まれません。

この大切な水を育んでいくために、私たちは森を守る活動を行っています。

## おいしく安全な水を求めて

工場建設プロジェクトが始まったのは 2005 年。全国約 50 力所の候補地から選ばれた奥大山は、硬度約 20 の口当たりやわらかな水に恵まれた名水の地です。奥大山の選定においては、その味わいだけでなく、天然水の品質の安定性や地下水水量といった水そのものの調査、周囲の環境や開発計画の調査など、さまざまな視点から水源地としてふさわしいかどうかの確認を行っています。また、選定後も水の味わいのもとになる水質形成過程の解明や将来にわたり水を大切に使っていくための調査・解析を継続して行うことでのお客様の安全・安心を確かなものにしています。

## かけがえのない水を守り育むために

降った雪や雨を受け止め、地下深くに蓄えてくれる森がなければおいしい水は生まれません。サントリー「天然水の森」はそのかけがえのない水の安全・安心と、「サステナビリティ（持続可能性）」を守るための活動です。工場で採

取する水量以上の地下水を涵養できるだけの面積の森を保全していくことを目的に、奥大山では、鳥取県および江府町と契約を結んだ「ととり共生の森」と、国との契約による国有林「法人の森林（もり）」の 2 力所計約 147ha を「天然水の森 奥大山」とし、水源涵養活動を展開しています。



奥大山ブナの森工場の水源に位置する「天然水の森 奥大山」



サントリー水科学研究所による  
奥大山の水源調査



地元森林組合の方と「天然水の森 奥大山」の  
森林保全の施業を確認



鳥取大学監修のもと行う工場敷地内の  
緑化には、社員も参加

将来の水のために、  
今、元気な森をつくることが大切なんです。

サントリー(株) 環境部 三枝 直樹



標高1,709m。大山隠岐  
国立公園の中央にそびえる  
中国山地の秀峰・大山



大山には、西日本一とい  
われる豊かなブナの森林  
が広がる。ブナは、地下水  
の涵養機能に優れている



ブナが生い茂る森には、  
日本に生息する野鳥の多  
くが観測されている。写  
真はオオルリ

## 長期的、科学的な視点に立った森づくり

全国で9ヵ所の水源涵養活動の場となる「天然水の森 奥大山」の契約期間は30年。森が水を育む力を維持・強化していくためには、エリア固有の自然環境や生態系に十分に配慮した森づくりを、長期的に、科学的な裏づけのもと行っていくことが不可欠です。

奥大山の森では、鳥取大学の監修を仰ぎ、地元森林組合などと協力しながらエリア全域の植生調査を実施。その結果に基づき、森の問題点を洗い出したうえで、どのような“手当て”が必要か、どういったステップをたどり、将来的にどのような森に育っていくのか、といった整備方針を策定し、高い水源涵養機能を長期にわたって発揮できる森づくりを進めています。

こうした「天然水の森」での活動は、水源涵養機能の強化にとどまらず、CO<sub>2</sub>吸収能力の向上や複雑な植生の回復、多様な動物が生息できる環境の実現、自然災害の防止など、環境へのさまざまな効果にも結びついています。



5月17日、「天然水の森 奥大山」での社員による  
森林保全活動を初めて実施



## 次世代に水の大切さを伝えたい

清らかで豊かな水を次代に引き継ぐために、こどもたちにこそ自然環境の大切さを学んでほしい—そうした願いから、サントリーではさまざまな環境教育にも積極的に取り組んでいます。

2004年「天然水の森 阿蘇」(熊本県)から開始した「森と水の学校」は、こどもたちを対象に行う、森と水(自然)をテーマとした体験学習です。「天然水の森 奥大山」では、今年8月から開校(7月1日から募集開始)の予定。奥大山ならではの大自然を舞台に、水や木や土、生き物たちと触れ合いながら、水の大切さや水を育む森の大切さを伝えていきます。



自然や水を大切にする気持ちを  
育てていきたいと思っています。  
サントリー(株) 環境部 森 揚子

次世代環境教育「森と水の学校」  
(写真は阿蘇校でのプログラム)

# 水にやさしいものづくり

サントリーは水に生かされ、水を生かす企業です。  
だからこそ、私たちは、有限で貴重な水を大切に使い、  
自然に還す努力を忘れません。



## 使う水をできる限り節約

工場で使う水をできるだけ少なくすること、工場から出でいく水はもとの自然に限りなく近い状態にすること—奥大山ブナの森工場は、「自然共生型工場」として、限りある水資源にやさしいものづくりをめざしています。

工場では、地下約100mの深井戸から天然水を汲み上げ使用しています。製品や中味に使用する天然水は、高度に清浄化された環境下で、厳しい品質管理のもとボトリングされます。一方、ボトルやキャップの洗浄などさまざまな製造工程で使用する水は分別回収を行ったうえ、可能な限り循環利用(再利用)することによって使用量をできる限り減らす努力を続けています。

また、どうしても再利用できない水は、清流のレベルまで処理を行い、環境に影響のない水質や水温であることを確認したうえで放流し、周辺の自然環境の保全を実現しています。洗浄・殺菌工程で使用した薬品などを含む排水は分別回収し、場外の専門業者による処理を行っています。

製品の中味や工程で使用する水の品質管理は、工場における日常の取り組みに加えて、自社の分析機関「安全性科学センター」でも実施。国内外の工場で使うすべての水について「水道法・水質基準項目」に、サントリー独自の項目を加えた約200項目にわたる定期検査を行うことで、その安全性を保証しています。



水の循環利用設備の管理



水は、外気に触れることのない  
クリーンな環境でボトリング



24時間体制で工場から出る  
排水を監視



製造工程のさまざまな段階で  
水の品質を検査

# CO<sub>2</sub>削減への取り組み

「自然共生型工場」として環境負荷を低減するさまざまな技術導入や工夫を行っています。

## LNG(液化天然ガス)

### 環境に配慮したエネルギーの利用

メタンを主成分とした天然ガスを液化したLNGは、石油・石炭といった他の燃料に比べて燃焼時のCO<sub>2</sub>排出量が少なく、また、酸性雨の原因となる硫黄酸化物(SO<sub>x</sub>)が発生しない環境配慮性の高いエネルギーです。

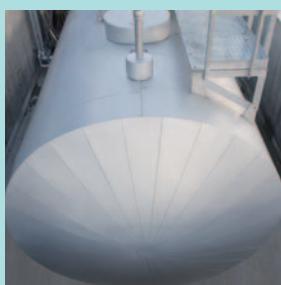


LNGサテライト

## 蓄熱システム

### 廃熱を回収して有効利用

蓄熱システムは、生産工程で発生した余分な熱をエネルギーとして蓄熱タンクに蓄え、必要なときに放出して使用するしくみです。小容量に多量の熱量を蓄えることができる潜熱蓄熱材を採用し、これまで活用できなかった熱を効率的に回収。工場全体の約4%のCO<sub>2</sub>排出量を削減します。



蓄熱タンク

## 雪室(ゆきむろ)

### 雪を使った自然エネルギーの利用

中国地方有数の豪雪地帯に位置する奥大山ブナの森工場は、冬になると雪が1~3m積もります。この積もった雪を雪室に保管し、必要なときに約7°Cの冷水をつくります。自然エネルギーである雪を利用したこの冷水は、夏の冷房や生産設備の冷却に用いられ、CO<sub>2</sub>排出量の削減に貢献しています。



雪を保存中の雪室

## 軽量化

### PETボトル

PETボトルの軽量化は、資源の節約だけでなく、容器の製造やリサイクルに使うエネルギーの削減にもつながります。奥大山ブナの森工場でつくれるボトルは、ボトル本体だけでなく、ラベルやキャップに至るまで先進技術による軽量化を実現しています(P.37参照)。



軽量化PETボトル

## 「水と生きる」を具体的ななかたちに

奥大山を初めて訪れたとき、その自然の美しさに圧倒されました。同時に、この大自然が育む水を扱わせていただき、事業活動を行っていくことの責任の重さに身が引き締まる思いでした。

自然の恵みを魅力ある商品としてお客様にお届けできることは、メーカーとしてこのうえない喜びですが、これまで守り続けてこられた恵まれた環境であればあるほど、そこに立地することの難しさをともないます。ここ奥大山という地で、いかに自然との共生を図り、地域と融合していくか—これまでサントリーが蓄積してきた技術をベースに、私たちが力を注いだのが、「水と生きる」姿を具体的ななかたちにしていくことでした。

自然環境、とりわけ「水」利用による環境影響の最小化に努めながら、地域社会を潤す「水」のような存在になりたい。工場はようやく稼動を開始したばかりですが、あたかも以前からこの地域に存在していたような、奥大山の自然の循環の一部として溶け込んでいるかのような、そうした姿に一歩でも近づけていきたいと考えています。



サントリー天然水(株)  
代表取締役社長  
奥大山ブナの森工場 工場長  
徳田 昌嗣

# ステークホルダーダイアログ

## 奥大山ブナの森工場の取り組みとサントリーのCSR

2008年4月8日、CSRや地球環境の専門家、消費者代表の方々を  
この春に稼動したばかりの「サントリー天然水(株) 奥大山ブナの森工場」にお招きし、  
同工場における取り組みとサントリーのCSR活動全般についてディスカッションしていただきました。

### 出席者 (文中敬称略)

ステークホルダー	サントリー
 后藤 敏彦氏 サステナビリティ日本 フォーラム代表理事	 寺澤 一彦 専務取締役 CSR・コミュニケーション 本部長
 岩木 啓子氏 ライフデザイン研究所 FLAP 代表	 小嶋 幸次 取締役 技術開発部長 環境部担当
 小田 理一郎氏 ㈱チェンジ・エージェント 代表取締役社長 / ジャパン・フォー・サステ ナビリティ ゼネラルマネ ジャー	 徳田 昌嗣 サントリー天然水(株) 代表取締役社長
 辰巳 菊子氏 (社)日本消費生活アドバ イザー・コンサルタント 協会理事・環境委員長	 榎本 義己 品質保証推進部長
 日置 佳之氏 鳥取大学農学部付属 フィールドサイエンスセン ター教授	 富岡 伸一 品質保証推進部 部長
	 内貴 研二 CSR・コミュニケーション 本部 部長

### 工場見学を終えて

**後藤** 5年ほどサントリーのCSRを拝見していて、スローガンにされている「水と生きる」取り組みが、地に着いて深まっていることを実感しています。一つのコンセプトが深まるのは、非常にいいことです。ここ奥大山ブナの森工場の取り組みは、設備的な部分も含めてそうとう進んでいますね。

**辰巳** 説明をうかがって、サントリーの「水」に対する社会への伝え方は印象的だと思いました。「サントリーにとっての水」というだけではなくて、社会的にも水に対する関心は高くなっているのではないかと思います。

一つ気になっているのは、天然水はいつまでもあるのかということです。いずれ地下資源のようになくなってしまうのではないか。サントリーが持続可能性を追求しているのであれば、誤解を与えないためにもアピールすることが重要です。

**徳田** この工場の建設にあたっては、地下水の枯渇を心配する声が地元にありました。そこで、県庁や地元の役場、

鳥取大学、島根大学の皆様にご協力いただき、産官学による「環境影響評価委員会」を設けまして、地下の岩盤、その上の地層、地下の水流を調査しました。そしてこの委員会で採水による環境負荷の影響がないことが確認され、この調査結果が新聞に公表されたことで住民の皆様の不安を解消することができました。最終的には大自然の水の循環の中に、この工場が位置することを理解していただけたと思います。

**小田** 奥大山ブナの森工場で特に感心したのは、1kℓの商品をつくるのに使う水の量が非常に少ないということです。ぜひここで行っている節水・省水の取り組みは他の工場でも展開していただきたい。また、エネルギーの熱回収についてもどのようにになっているのか関心をもっていましたが、雪室にしましても、潜熱蓄熱システムにしてもすばらしいと思いました。

**徳田** この工場では潜熱蓄熱材を利用した省エネシステムを導入しています。これによって、生産工程で発生した熱をエネルギーとして蓄えておき、必要なときに活用することができます。こういったものが世の中にもっと広まれば、一方の工場では熱が余るのに、一方の工場はどんど



雪室を見学

ん使うというような、今の日本が抱える無駄が少しは減少するのではないかと思っています。

**日置** 私は専門が自然再生という分野で、奥大山ブナの森工場の緑化についてご相談を受けました。緑化の分野では、現在、「よそから植物を持ち込まず、生物多様性を損なわない緑化を行うべきである」という理念が掲げられていますが、これを実現した例は、まだ非常に限られています。今回、奥大山ブナの森工場では、徹底して地元産の苗にこだわり、この生物多様性緑化を実現させました。一企業の緑化としては非常に先進的な取り組みであると高く評価できます。

**小田** 今回工場を見学させていただいて、サントリーの取り組みは日本の中では高いレベルにあると実感しました。ただ、それがサステナビリティという観点から十分かというとまだまだです。これは日本の企業全般にあてはまるのですが、今後取り組まなくてはならないことはいろいろあると思います。

**徳田** 工場を運営していくうえで、環境を軸にした取り組みは非常に重要なと考えています。工場自体はよちよち歩きを始めたばかりですが、「自然共生型工場」をめざして、さらに高い次元の活動を追求していきたいと思います。

**寺澤** サントリーのCSR活動、特に環境活動に力点をおいたのはここ数年です。以前から各工場でいろいろな取り組みを行っていましたが、課題解決にはそれだけでは不十分です。商品の開発から生産、販売、在庫管理まであらゆるところに課題があります。それに対して企業としてどう取り組むか、どういう方向に力を入れていくか。これから取り組むべき非常に重要なテーマだと認識しています。

## 水と生きるサントリー

**寺澤** さまざまな環境課題がありますが、なかでもサントリーの事業基盤である「水」に対して真摯に向き合い、そのサステナビリティを追求した活動を強化していくことが当社としての社会的責任を果たしていくことにつながると考えています。

**岩木** サントリーにおけるCSR、また環境の取り組みは、水という自然の恵みそのものを商品として提供し続けていくための環境保全という考え方で行われているので、説得力があると感じます。

森林保全の一つの大きなファクターとして、地域と関わり、地域を活性化することがあると思います。日本では今、林業はほとんど成り立たず森林がどんどん荒廃しているので、市民グループも活動しています。たとえばサントリー製品を買ったら1%はストックされ、森林保全に使われるというような流れをつくれないでしょうか。これにより、サントリーは環境に配慮する企業としてイメージ向上にもつながると同時に、市民グループの活動を支援することもできる。私たちも商品を買うことによって、間接的に木を植えることや環境保全に役立つ。そういうしくみをつくりていただけたらいいなと思います。

**日置** 鳥取県は「とっとり共生の森」という制度を発足させ、企業と地元が契約を結んで企業側に森の管理をお願いしていますが、サントリーは30年という長期契約を結んでいますね。森をつくるのは時間がかかる事業ですから、サントリーの真剣さや、腰の座った事業を展開される企業であることが伝わってきます。

水と地球温暖化は非常に関係があるともいわれています。日本国内では危機意識はかなり低いかもしれません、温暖化は降雨量にも影響し、世界的な水危機が一層深刻化するともいわれています。サントリーが森を涵養するのは商品に直接関係するからだけではなく、温暖化を防ぐうえで非常に役立つわけですから、水から温暖化防止もしくはCSRという流れに期待します。

**小嶋** 「水」に重点をおいた活動が、ほかのさまざまな環境課題の牽引車となればと考えています。環境問題のポイントは、今まで環境意識をもたなかつた人間がどうしたらもてるようになるかという点です。たとえば温暖化では「CO<sub>2</sub>」といつてもかたちとして見えないので、「エネルギー」という言葉に置き換えて理解しやすくしようとします。その点「水」は目に見えるので、お客様一人ひとりの環境への意識をも高めるきっかけになりうると思うのです。

**日置** まさにそのとおりで、水は地下水にもなるし雨にも雲にもなる。循環をわかりやすく説明していくには水はとてもシンボリックな存在といえます。今の環境教育で一番足りないのは、環境問題の本質は何かを大づかみに示すことです。そういう意味でこの工場は、循環をトータルに見せていくという非常に大きな材料をもっている場所だと思います。

**岩木** ネーチャーゲームで自然と触れ合うだけで、環境教育といわれているケースも多くありますが、循環ということを理解し、そこにどう関わるかを考えることにつながらなければ意味がありません。サントリーの場合、「水育」として循環を理解させるプログラムをつくり取り組んでいます。水をキーワードに循環という価値観をのせて発信していくことには、大きな意味を感じます。

## ステークホルダーダイアログ



### 安全・安心への取り組み

**富岡** 品質保証を担当する者として、いつも悩むのが品質と環境のバランスをどうとっていくかということです。安全・安心をオーバースペックで追求してしまうと、よけいな環境負荷がかかる容器包装になりかねません。ただ、これらに関して日本の消費者は要求されるレベルが非常に高い。満足いただくためにどう活動を進めていくべきか、いつも考えています。

**辰巳** 私は、逆に日本の消費者は品質に関しては企業を信頼しすぎたと思っています。だから、表示も見ないし関心ももたない。これは、常日ごろ多くの企業が安全・安心に高度な配慮をしているため、私たち自身がそれに慣れきってしまったといえるのです。ところがさまざまな偽装問題をきっかけに、表示をきちんと見ようというふうに意識改革を迫られたのです。考えようによつては、これは企業と消費者のコミュニケーションのあり方を問い合わせ直すいいチャンスかもしれません。

**岩木** 私も、根本的にはものを考えない消費者になってしまっているということを感じます。出てきた数字であつたり、起こっている出来事のとらえ方を身につけることは重要だと思います。



製造工程を見学

**榎本** 一般的消費者の方に、品質保証の取り組みを、どうわかりやすく伝え、どう共感していただくかが課題だと思っています。その伝え方を、さらに一步新しく進めいかなければならない時代になってきていることも、最近つくづく感じています。

**辰巳** きちっとした商品と企業を選択することが社会を変える力になるのだと、私たちは、選ぶことの重要性を知らせる活動を進めています。商品の一生を知ろうと呼びかけていますが、選択のための情報が消費者にはなかなか見えません。サントリーだけでなく、日本の企業にお願いしたいのは、原料の調達から廃棄に至る商品の説明を、データも含めわかりやすく表示していただきたいということです。

**榎本** 私どもでは、原料の調達から最終製品までトレーサビリティも含めて安全・安心を追求しています。ただ今までのお話で、それだけでなく環境の観点も含めたバリューチェーンを考えることの大切さと、コミュニケーションの重要性をあらためて感じました。

**後藤** 品質や安全・安心については製造工程というハードウェアの管理が重視されますが、それよりもさらに重要なのはヒューマンな要素ですね。CSRという観点で見ると、そこが一番肝心なテーマではないかと思います。

**徳田** 実はこの工場のコンセプトの一つに、「笑いの絶えない明るい職場をつくろう」というものがあります。企業としては、従業員の満足を考えることは非常に大事だと思っています。従業員が希望に燃えて楽しく仕事をできる環境をつくる。そういうことがトラブルを未然に防ぐ風土を育てていくのだと思っています。

**後藤** すばらしいですね。従業員満足に関してはコンセプトを掲げるだけでなく、本当にそのコンセプトが実現されているかどうかチェックする必要があります。サントリーの場合は、「見せる化」でそれをわかりやすく見せてはいかがでしょう。

## グローバル化への対応

**後藤** サントリーは、日本国内であれば水については何でも説明できるデータをおもちですし、ビールにしても麦はどこから来て、ホップはどこから来ていると把握されています。ただ、今後市場がますますグローバル化していくとなると、今までの環境以外の項目も考慮したCSR調達を考えなくてはなりません。

**小嶋** 原料そのものについては、原料調達の考え方を考え直す時期に来ていることは間違ひありません。ようやく動きが始まったという段階ですが、商社を通じて購入するだけでなく、私たち自身がもう少し原料サイドや農業そのものに足を踏み込んで考えなければならないと思っています。

**小田** CSR活動のうちリスクのレベルで見た場合、エネルギーと原材料に関して危うさを感じます。温暖化が進みいろいろな資源がなくなってくる中で、原材料の調達、商品への加工、新たな供給をどう考えていくのか。ここにリスクがあるように思います。

また温暖化に関しては、今後は何らかのかたちでカーボンに価格がついてきます。温暖化のリスクをあらためて洗い直してみると、海外からのクレジットの購入に頼るという考えでは、毎年かなりのコストを出費しなければなりません。これは経済的に大きな影響を与えるかねないため、それへの対処が各企業に求められます。

**小嶋** 京都議定書の第一約束期間がこの4月から始まっていますから、産業界に課せられたCO<sub>2</sub>排出量8.6%削減については、現状のものづくりのエネルギーの使い方で実現していくことになると思います。

それ以降は、ご指摘のようにカーボンの価格のことがありますから、どう考えても脱カーボンという方向性で考えざるをえません。私たちも再生可能エネルギーを使っていますが、現状は微々たるものです。もう少しコストダウンされてくると、太陽電池や燃料電池など新規のエネルギーにトライすることになります。

いずれにしても、2010年以降のポスト京都議定書の大きな動きの中で、会社としてコミットしていくことが必要だと思っています。

**小田** こうした大きな動きの中では、企業にとって社



会全体にとってもマインドセット（価値観）の変化が大事だと思います。社内対話やステークホルダーとの交流を通じて、新たな課題に対応可能なマインドセットをつくり上げていただければと思います。

**寺澤** サントリーは、企業のあるべき姿として“Growing & Good Company”をめざしています。“Growing”というのは成長し、それによって利益を得てお客様やお得意先、社会の皆様に供していくことです。そしてそれを社会に受け入れてもらい、良い会社だと評価されることをめざすのが“Good Company”です。“Growing”と“Good”は車の両輪のようなもので二つそろって初めて機能します。サントリーでは、従来から“Growing & Good Company”的イメージを求めてさまざまな活動を行ってきましたが、ようやくこれがCSRという横糸で結ばれてきている段階です。

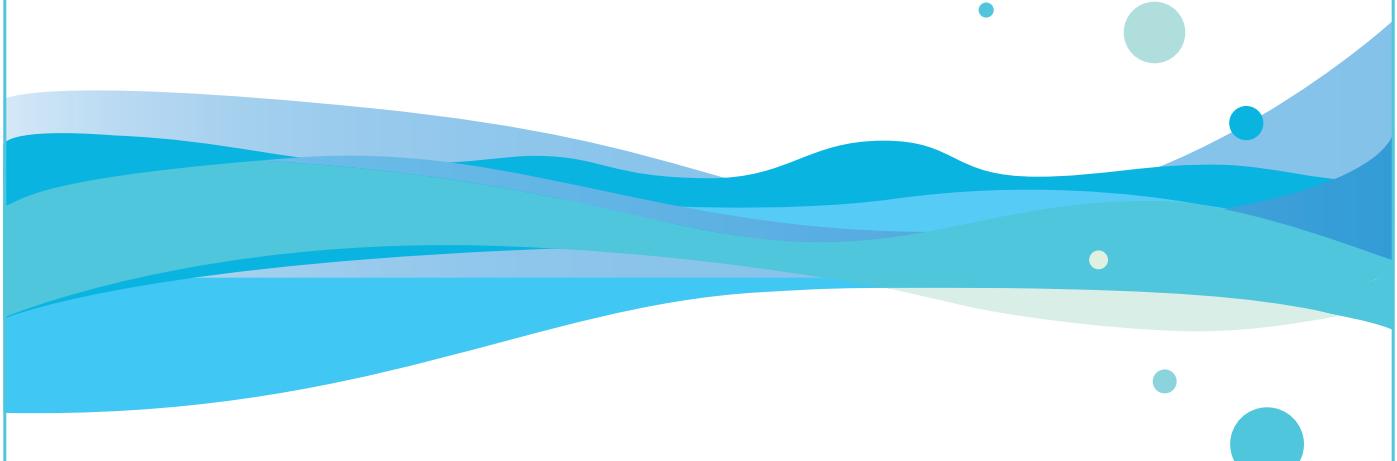
**後藤** サントリーの国内的なCSRへの取り組みは、国内では優れた取り組みという評価を受けています。しかし、今後サントリーが国外に出て行く行かないに關係なく、いやおうなく市場のグローバル化に対応せざるをえないというのもまた事実です。それに対して、どのように“Growing”と“Good”を両立させていかれるのか、それが今後の大きな課題だと思います。今後の活動に期待しています。

**内貴** ありがとうございました。毎年いろいろな対話を重ねてきましたが、CSRを考えること自体が企業のミッションをもう一度見直すということだろうと感じました。すると、やはり品質であり環境というところに収斂してきます。先ほどのお話のように社員の意識、まさにマインドセットの問題ですが、これを変えるのは非常に難しくまた時間もかかります。しかし、社員の意識を変えていくことで企業の評価も変わっていくのだと思います。また、私どもの商品はすべて地球の恵みですから、サステナビリティそのものが品質であり、品質と環境が融合していくをえない。そういう会社になっていくことが、社会のご期待に添うことだという認識を新たにしました。



# CSR マネジメント

真に人々や社会から信頼され、選ばれる、価値ある企業となるために、  
その基盤として法規制の遵守はもとより、  
透明性の高い経営・組織体制を構築・維持しながら、  
“Growing & Good Company”の実現に向けた取り組みを強化しています。



社会から信頼される企業であり続けるために、  
コーポレート・ガバナンスの充実に努めています

「人と自然と響きあう」を実現する  
ガバナンス体制を構築しています

サントリーグループ企業理念「人と自然と響きあう」を実現するためには、社会から信頼され、必要とされる企業であり続けなければなりません。経営の効率性を高めつつ、地域社会、お客様、お取引先などの各ステークホルダーとの間の良好な関係を保ち、企業としての社会的責任を果たすため、サントリーではコーポレート・ガバナンスの拡充を進めています。

グループ経営を担う取締役会とグループ経営戦略会議  
サントリーは、グループ経営の意思決定機関である取締  
役会のもと、グループ内の個々の事業運営については「カ  
ンパニー制」を採用し、それぞれの事業特性をふまえなが  
らも全体を統制しやすい経営体制を敷いています。また、  
取締役会のもとにトップマネジメント層から構成される  
「グループ経営戦略会議」をおき、部門・カンパニーの枠  
を超えたグループ全体の具体的経営課題の検討や協議  
を行うことで、効率的かつ効果的な会社運営を実施して  
います。

### 経営を監視・監督する監査体制

経営を監視・監督するしくみとして、監査役制度を採用しています。監査役は、取締役の職務執行をはじめ、内部統制システムの整備状況、グループ経営全般に関わる職務執行状況について監査を実施しています。加えて、外

部監査法人による会計監査を実施し、その適正および適法性について第三者の立場から検証しています。

また、グループ各部門の業務実施状況などの検証については、社内規定に基づき、内部監査部門が当社および関係会社の監査を実施し、業務の適正な執行に関わる健全性の維持に努めています。

## CSR 経営を推進

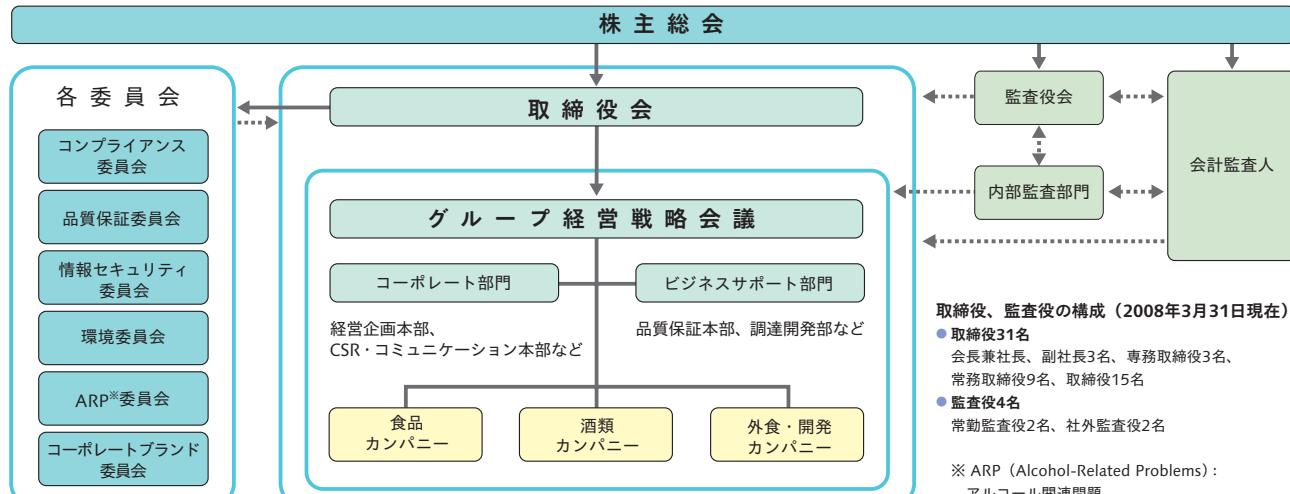
CSR 経営を推進するため、2005 年から専門部署（現 CSR・コミュニケーション本部）を設置しています。また、CSR における重要課題をグループ全体で組織的に推進・強化していくために、担当役員を委員長とし、複数の関連部署のメンバーにより構成される 6 つの専門委員会を設置。それぞれ専門的な見地から、課題解決に取り組んでいます。

内部統制システムを構築し、  
経営基盤の強化を図っています

サントリーでは、経営基盤のさらなる強化を目的に、2006年5月「内部統制システム構築の基本方針」を取締役会で決議、2008年1月には社内外の環境変化に対応し、一部改定決議を行いました。コンプライアンスや情報管理、リスクマネジメントなどの取り組みを強化することで、より実効性のあるガバナンス体制の実現をめざしています。

Web CSR マネジメント「コーポレート・ガバナンス」

## ■コーポレート・ガバナンス体制



# お客様や社会の期待に応え、事業を継続的に営んでいくための体制整備と組織・風土づくりを進めています

## コンプライアンス推進体制を整備しています

### 全従業員共通の価値を示した「企業倫理綱領」

企業理念を実現し、社会への責任を果たしていくための基本は、コンプライアンスを最優先する組織・風土を確立、維持することだと考えています。

これを実現するために、サントリーグループの全従業員が共通の価値、行動の基準で業務を推進できるよう「企業倫理綱領」を2003年に制定しました。2008年には、お客様の意識や社会の変化への対応強化と「水と生きる」行動の実践強化をふまえて、倫理綱領を一部改定し徹底を図っています。

#### サントリーグループ企業倫理綱領(抜粋) (2003年制定・2008年改定)

##### I 企業倫理憲章

お客様、お得意様、それをとりまく世界全体に対して、

1. 誠実であること
2. 公平で公正であること
3. 透明であること
4. 社会的な責任をはたすこと
5. 多様な価値観の存在を受け入れること
6. 信頼と思いやりをもって接すること

##### II 企業行動規範

1. お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安全で安心な質の高い製品やサービスを提供するとともに、誠実で透明なコミュニケーションに努めます。
2. 法令を遵守し社会的倫理に則った活動を進めます。
3. 公正で透明な事業活動を展開します。
4. よき企業市民として積極的に社会貢献活動を行います。
5. 「水と生きる」企業グループとして、地球環境の保全・保護に積極的に取り組みます。
6. すべての人がいきいきと働くことができる安全で風通しのよい職場づくりに努めます。
7. 会社財産や情報等は、適切な保全・管理に努め有効に活用するとともに、第三者の権利を尊重します。

## 現場に根ざした推進体制

コンプライアンス体制をグループ横断的な視点から構築・運用していくために、「コンプライアンス推進部」「コンプライアンス委員会」を設置しています。

また、全職場に「コンプライアンス・リーダー」をおき、各職場でコンプライアンスの周知徹底や諸施策を実施。国内外のグループ会社は「コンプライアンス推進責任者」を

おき、それぞれの課題に対応した独自の行動指針を策定・周知するなど、主体的な推進活動を行っています。

## コンプライアンス・ホットライン

サントリーでは、「企業倫理綱領」に抵触する行為を早期に発見し解決するため、グループ共通窓口として、コンプライアンス推進部内と社外の法律事務所の2カ所に「コンプライアンス・ホットライン(内部通報制度)」を設置しています。また、インターネット上に「ホットラインQ&A」を掲載し、制度の定着を図っています。

2006年以降は、その適用対象を派遣社員および請負会社の従業員、さらに、一部お取引先従業員にも順次適用を進めるとともに、サントリーのコンプライアンス・ホットライン窓口を周知し、通報を促しています。

なお、2007年度の通報件数は63件(グループ会社を含む)で、最も多い相談内容は労務・人事に関するものでした。それぞれの通報案件に対しては、コンプライアンス推進部やグループ各社内担当部署がプライバシー保護に配慮しながら調査を実施。是正勧告などの対応を行い、さらに問題の改善や再発防止策が徹底されていることを確認しています。

## コンプライアンスの浸透・定着に努めています

### 「コンプライアンス・ハンドブック」を配布

グループ全役員・従業員が倫理綱領を理解し、日々の行動の中で実践していくよう「企業倫理綱領」を小冊子にまとめた「コンプライアンス・ハンドブック」(日本語・英語・中国語)を配布しています。また、国内サントリーグループ全従業員から「宣言書」を取得し、「企業倫理綱領」を実践していく意志を確認しています。



「コンプライアンス・ハンドブック」

## 研修および情報発信を強化

階層別研修や、コンプライアンス・リーダー研修、インターネット上に設けた「コンプライアンス・ネット」での情報発信などを継続的に実施しています。2007年度は、課長層を対象とした研修を実施し、コンプライアンスの基本とマネジャーとしての役割をあらためて確認しました。また、従業員一人ひとりのコンプライアンス実践を再確認するために、インターネットにセルフチェックリストを定期的に掲載しています。2008年度は、経営層・マネジャー層への周知活動を継続するとともに、コンプライアンス・リーダー制を活用した各職場での意識醸成の推進など、より現場に根ざした理解促進を図っていきます。



コンプライアンス  
研修

## グループ会社のコンプライアンス推進活動

グループ各社においては、各社の推進責任者が中心となり活動を行っていますが、より効果的・効率的な活動とするために、コンプライアンス推進部が必要な情報やツールの提供を行うほか、ワークショップを開催するなど、各社の取り組みをサポートしています。また、2007年はグループ会社へ新たに着任する経営層を対象に研修を実施しました。

## コンプライアンス浸透の状況を モニタリングしています

コンプライアンス浸透の状況および個別課題の有無をグループ全体にわたって把握するため、2年に1度グループ全従業員を対象に「コンプライアンス浸透度調査」を実施しています（2008年6月実施）。この調査で明らかになった個別課題については、全社・各社・各部門で課題を共有し、改善に向けた取り組みを進めています。

Web CSR マネジメント「コンプライアンス」

## リスクマネジメントを強化しています

サントリーのリスクマネジメントは、各カンパニー、各部門ごとに業務執行レベルでの自己管理を原則としています。また、CSRの見地から特に重要なリスクについては、全社横断的な専門委員会を設置しています（P.20 参照）。

### トータルリスクマネジメント体制を強化

経営全般にわたる重要なリスクは、取締役会の委嘱を受けた「コンプライアンス」「品質保証」「情報セキュリティ」「環境」「ARP」の各委員会が、専門的な見地からリスクの分析・評価を行い予防策を講じるとともに、その強化を図っています。

また、全社横断的なトータルリスクマネジメント体制をより強化していくため、2007年からは、CSR・コミュニケーション本部をその推進活動の中核に位置づけ、「予防対策」「全体最適」の観点から、グループ全体を見据えた組織的なリスクマネジメント強化に取り組んでいます。さらに、グループ監査部による定期的な監査で、リスクマネジメント体制と状況を把握し、常に迅速な対応ができる体制を整えています。

### 情報セキュリティ体制を強化

企業のセキュリティ強化に対する社会的要請がますます高まるなか、サントリーでは「セキュリティ」「情報の活用」「事業継続性」という3つの観点から、グループ全体で適切な情報管理を進めています。

2007年4月には、個人情報を含む情報の管理および活用のために、「個人情報保護委員会」を改組した「情報セキュリティ委員会」を設置。情報セキュリティガバナンス体制を構築、推進し、「情報セキュリティガバナンス基本方針」および「情報セキュリティガバナンス規定」に基づく運用を強化しています。

### クライシスマネジメント体制を整備

サントリーでは2003年に「有事対応基本方針」を策定。この方針に沿って、大規模災害などの危機的状況が発生したときに、迅速な意思決定と情報伝達、具体的かつ適切な対処ができる体制の強化を進めています。

Web CSR マネジメント「リスクマネジメント」

# 品質を企業活動における最も重要な柱と認識し、「お客様第一」の姿勢で品質保証に取り組んでいます

## グループ全体で徹底した品質保証に取り組んでいます

お客様に安心してご利用いただける安全な商品・サービスを提供することは、メーカーの最も基本的な責務です。サントリーでは、グループ品質方針「All for the Quality」のもと、全社員が常に品質の確保・向上に取り組んでいます。

### サントリーグループ品質方針 (2004年制定)

#### All for the Quality

わたしたちは、安全で心に響く商品・サービスをお届けし、お客様の夢と信赖に応え続けます。

1. サントリーグループの一人一人が、お客様の立場に立って、誠実に商品・サービスをお届けします。
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし、お客様の声に真摯に耳を傾け、商品・サービスに活かします。
3. 法令を遵守します。
4. 安全性は全てに優先して徹底します。
5. 21世紀、グローバルな時代に、国際標準の考え方を活かして最高の品質を追求し続けます。

## 専門部署・専門委員会を設け、品質保証を推進

グループ全体の品質保証を牽引する「品質保証本部」を設置しています。また、担当役員を委員長とし、関連各部門長を委員とする「品質保証委員会」を設け、グループにおける品質リスクの抽出とその低減を図るとともに、商品品質・品質保証に関する情報開示の推進に取り組んでいます。また、委員会での討議内容は「グループ経営戦略会議」に適宜報告することで、品質に関わる問題をグループの経営課題として共有・解決しています。

## 自社内の分析機関による品質保証

科学的根拠に基づいた安全性保証を担う部門として「安全性科学センター」を設置しています。同センターは、「分析科学グループ」、「微生物保証グループ」、「生物安全グループ」の分析機能をもち、原材料、工程、商品、ご指摘品などの安全性の評価を行っています。

Web CSR マネジメント「品質保証」

## すべてのプロセスで品質保証を徹底しています

サントリーでは、マーケティングから研究開発、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで品質の確保・向上に取り組んでいます。



## 原料の残留農薬分析を徹底

原料の残留農薬の保証においては、農薬の使用実態を把握するとともに事前にサンプルを取り寄せて分析し、法定の残留農薬基準をクリアしていることを確認しています。分析対象には、生産農家が使用している農薬のほか、国や自治体などが検査して残留が見られたものや、国が検査対象としているものも含めています。2006年には「食品衛生法」の残留農薬基準が改正施行され、これに対応して農薬使用実態の把握や生産地の訪問・指導を一層強化しています。

## ■ 重点課題への取り組みを強化しています

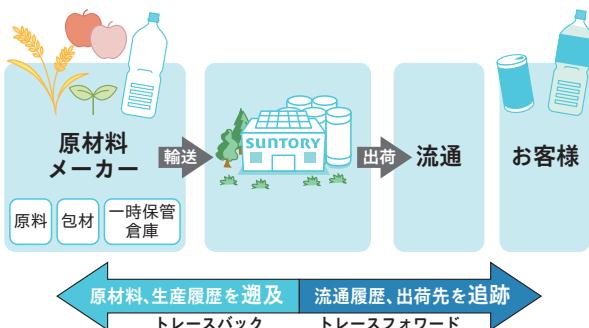
### トレーサビリティを強化

原材料から製造・流通工程に至る履歴を追跡（トレース）できるように、QRコード※（2次元バーコード）を利用したトレーサビリティシステムの全工場への展開を進めています。これにより、万一、商品を出荷した後に原料・容器・表示などに何らかの問題がありうると判明した場合にも、出荷先を速やかに特定して対処ができる体制を整えています。

2007年度は、原料メーカーにおけるQRコードの貼付拡大を実施するとともに、輸入商品のトレーサビリティを強化する活動を開始しました。2008年度は対象商品をさらに拡大し、品質保証を一層強化していきます。

※「QRコード」は株デンソーウエーブの登録商標です

### ■ トレーサビリティシステム



### 中国産原料の品質保証強化

昨今、中国産原料の安全性が問題となるなか、サントリーでは、中国産原料の品質保証を強化しています。ウーロン茶については、独自のトレーサビリティシステムの構築を行うとともに、2004年8月に設立した中国（上海）品質保証センターで、約400種類の農薬の一斉分析を行い、日本の食品衛生法への適合性を確認したうえで、日本へ輸出を行うなどの体制をとっています。



茶農家への指導



ウーロン茶葉の分析・検査

### 輸入商品の品質保証強化

原産国と日本の間の法規制・文化・お客様の要求レベルの違いによる輸入商品固有のリスクに対応するため、2007年度は輸入ワインと輸入ミネラルウォーターについて部門横断のプロジェクトを組織し、抜本的な品質保証力の強化を図りました。2008年度はさらに輸入洋酒（中国酒を含む）に活動領域を広げています。

### お客様にわかりやすい表示と公正なコミュニケーションを心がけています

お客様から寄せられる声を活かして、より安心・満足していただけるようさまざまな取り組みを行っています。商品の原材料や栄養成分、賞味期間など、お客様からお問い合わせの多い内容については、商品やホームページで情報開示を推進しています。



リニューアルした「サントリーの安全・安心への取り組み」（ホームページ）

### 自主回収の実施

お客様に安心・信頼していただくために、品質保証の徹底に努めながらも発生してしまった問題については適切な情報開示を行っています。

2007年から2008年4月にかけては、以下3件の自主回収を実施しました。

- 輸入ワイン レッドウッドクリーク・・2007年1月、異物混入
- 輸入焼酎 鏡月グリーン・・2007年3月、異物混入
- モンテ物産輸入 モントルシ非加熱ハム・サラミ  
・・2008年3月、リストリア菌検出

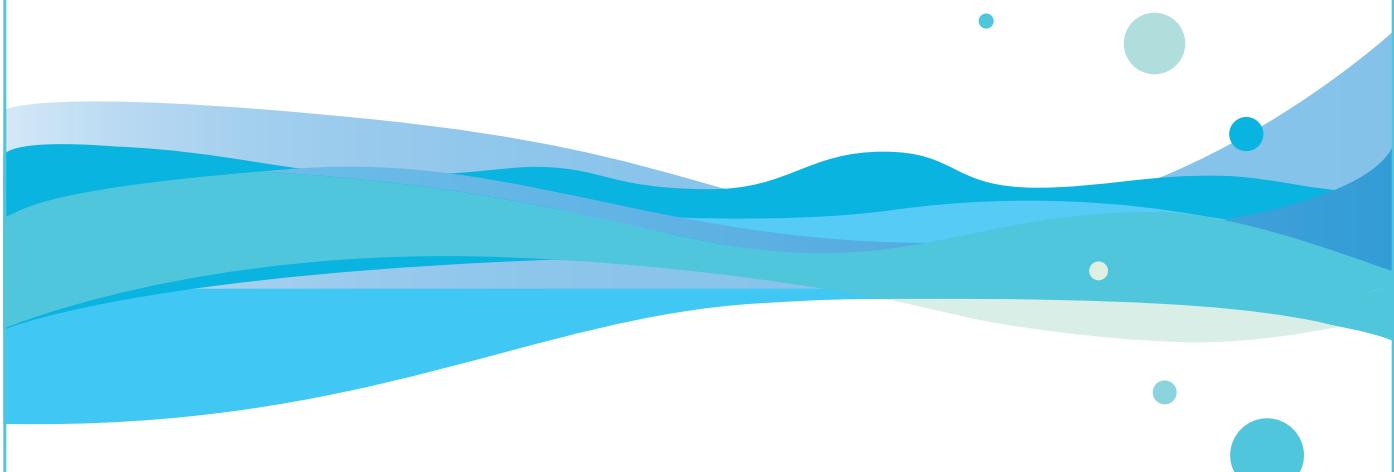
これら3件の自主回収については、新聞への社告掲載、ホームページへの掲示によりお客様にお知らせするとともに、徹底した原因追及のもと、再発防止に向けた品質保証体制の一層の強化を行いました。

お客様、お取引先、関係先の皆様に、多大なご迷惑をおかけしましたことを深くお詫びいたします。

# 水とともに生きる

## 自然との共生

サントリーにとって、地球環境そのものが大切な経営資源です。  
「水と生きる」企業として持続可能な社会に貢献できるよう、  
環境保全活動に積極的に取り組んでいきます。



### 循環型社会への責任を果たすため、 「水と生きる」企業ならではの取り組みを強化していきます



取締役  
技術開発部長  
環境部担当  
小嶋 幸次

IPCC(気候変動に関する政府間パネル)が地球温暖化に関する重要なレポートを発表するなど、環境問題に関する認識は大きな転換期にあるといえます。企業として地球的規模での環境課題にどう対応していくのか—今やその環境力が企業の浮き沈みを左右する時代を迎えていたいっても過言ではありません。

当社においても、事業活動の中心に環境軸を据え、活動すべてをサステナブルなやり方に変革していくことが重要であると認識しています。

サントリーの主な事業は、いずれも水や農作物といった自然の恵みに支えられています。それゆえ、「水と生きる」企業が循環型社会の中で果たすべき責任として最も重要なテーマは、「水のサステナビリティ」を実現することだと考えています。全国9カ所で展開する水源涵養活動の拡大を図るとともに、水の使用量削減に向けた環境技術の導入を順次進めるなど、自然界の水の循環に負荷をかけない環境活動を一層強化してまいります。

## Activity 1 (P.29 ~ 30 参照)

### 水のサステナビリティ の実現をめざします

水を育む森を守り、水を大切に使い、きれいにして還す——「水と生きる」企業として自然界の水の循環に負荷をかけない事業活動の実現をめざしています。

工場の水源にあたる場所を中心に、「天然水の森」と名づけた水源涵養活動を全国で展開、順次涵養エリアの拡大を図っています。また、製造工程で使用する水使用量の削減目標を設定し、水の循環利用や高度な利用技術(ピンチテクノロジー)の導入を進めるほか、工場から出る排水もできる限り自然に近い状態で還す努力を続けています。



「天然水の森 奥大山」

## Activity 2 (P.31 ~ 34 参照)

### CO<sub>2</sub>の削減 に取り組みます

商品開発・製造から物流、販売に至るまでの、サプライチェーン全体でのCO<sub>2</sub>排出量の削減が図れるよう、部門ごとに課題を設定し活動に取り組んでいます。

特に、生産活動においては、さまざまな環境技術の導入を行い省エネルギーに努めるほか、クリーンなガス燃料への転換、風力、太陽光、マイクロ水力発電といったクリーンエネルギーの導入を順次進め、CO<sub>2</sub>削減を進めています。また、物流においては高効率輸送を実現する独自の配送システムを構築、モーダルシフトの推進とともに環境に配慮した輸送の実現に協力会社と連携して取り組んでいます。



水の循環利用設備の管理



神奈川綾瀬工場での自然エネルギーの利用

## Activity 3 (P.40 参照)

### かけがえのない自然環境の大切さを

### 次世代に伝えていきます

水の恵みをお届けする企業だからこそ、有限で貴重な水を守り、豊かな自然環境を次の世代に残していくことの大切さを伝えていきたいと考えています。「天然水の森」を主なフィールドとして展開する、次世代環境教育「森と水の学校」の参加者は、2004年の開校以来、約7,000名となりました。また、こどもたちに水の大切さを知ってもらうため、2006年からは「水育(みずいく)」を開始。学校教育の現場で行う出張授業と、当社ホームページ上での情報発信を中心に、今後も積極的に活動を推進していく計画です。



白州蒸溜所/天然水白州工場 LNG サテライト



「森と水の学校」

# 自然界の循環システムと共生する事業活動をめざし、環境負荷の低減と自然環境の保全に取り組んでいます

## グループ全体で環境経営を推進しています

サントリーは、1991年に「環境室（現・環境部）」と「環境委員会」を設置、1997年に定めた「サントリー環境基本方針」をすべての事業活動における基本的な考え方とし、中期目標に基づきグループ全体で環境経営を推進しています。

### ■中期（2010年度）原単位<sup>※</sup>目標

	1990年度比	2006年度比
用水	53%削減	17%削減
CO <sub>2</sub>	65%削減	20%削減

※原単位とは製造1kℓあたりの使用量・排出量を表します

### ISO14001の認証取得推進

環境経営をより確実に推進するため、環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証取得を進めています。2007年度に研究開発部門で認証取得したことにより、本社・お台場オフィス、サントリー主要12工場、生産系のグループ会社6工場、海外グループ会社6工場、販売系のグループ会社10社で取得を完了しました。今後は、新工場と営業部門、グループ会社での認証取得を強化し、さらに環境経営を推進していきます。

### 環境リスク対策を徹底

農産物や水を主原料とする商品を製造・販売するサントリーにおいて、環境リスクは、他の産業に比べ小さいと考えられます。しかし、工場における燃料や工程の洗浄・殺菌用薬品の使用や、研究所での化学物質の取り扱いもあるため、あらゆる異常・緊急事態を想定して発生するリスクを評価し、対応策を講じています。

### 環境会計を開示

環境経営を推進するため、サントリーは、事業活動における環境保全への取り組みを定量的に評価する重要なツールとして、環境省「環境会計ガイドライン2005年版」に準拠した環境会計を開示しています（2007年度実績環境投資額：33億円、費用額：44億円）。

### 環境活動ビジョン

#### 地球環境に配慮し、より豊かなくらしのために

- 環境配慮型商品の開発と安全・安心・高品質な調達・生産
- エコファクトリーの推進
  - 用水量の削減、水質管理の徹底
  - 省エネ、CO<sub>2</sub>削減、自然エネルギーの活用
  - 副産物・廃棄物の排出量抑制と再資源化
- 容器の循環利用の推進と効率的な物流システム構築

#### 将来のより良い地球環境の実現をめざして

- 森林整備による水源涵養（かんよう）
- 生物多様性の保全
- 未来を担う子どもたちへの環境教育

### サントリー環境基本方針（1997年制定、2001年改定）

#### 基本理念

地球環境保全は、21世紀における人類の最も重要な課題です。そのためサントリーグループは、地球環境を経営資源の一つと認識して環境保全活動に真剣に取り組み、次の世代に「人と自然と響きあう」持続可能な社会を引き渡すことが出来るよう努力します。

#### 行動指針（1992年制定）

1. 環境関連の法規制・協定を遵守するとともに、自主管理基準を設定して事業活動に取り組みます。
2. 環境マネジメントシステムを構築し、環境目的・目標を設定して環境保全活動に取り組み、継続的改善につなげます。
3. 商品・サービスの開発にあたり、ライフサイクルの全ての段階における環境負荷に十分に配慮します。
4. 省資源・省エネ、グリーン購入の推進により、資源の利用量低減に努力します。
5. 地球温暖化物質・環境汚染物質などの排出抑制、廃棄物の減量化・再資源化及び容器リサイクルの推進を図ります。
6. 地球環境保全のための社会貢献活動を進めます。
7. 広く社会に環境情報を開示し、社会とのコミュニケーションを推進します。
8. 環境教育・啓発などを通じ、グループ全員が環境意識をもって行動します。

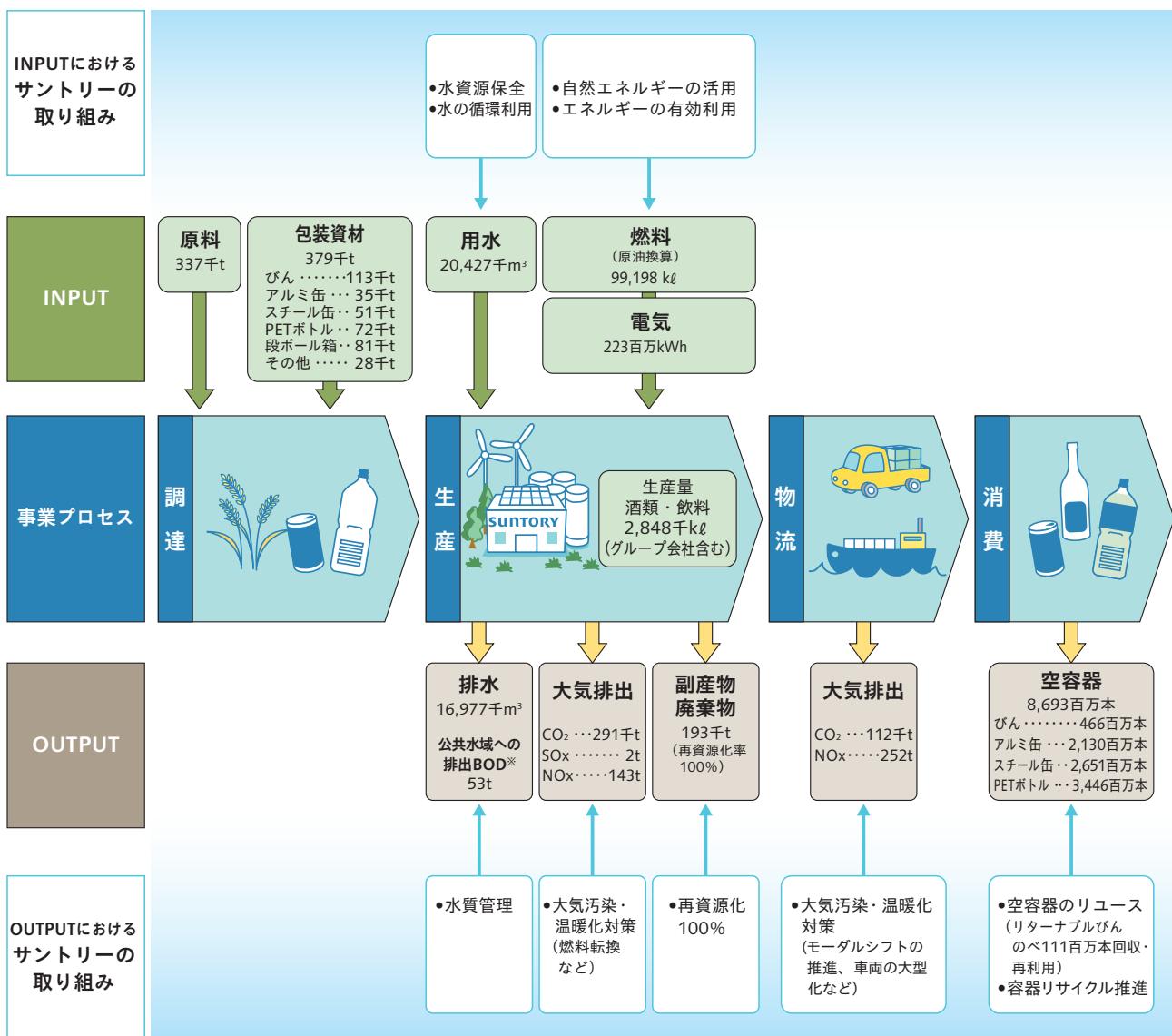
Web 自然との共生「環境マネジメント」「環境会計」

## ■ ライフサイクル全体で 環境負荷の低減を図っています

サントリーは、自然の恵みを活かした商品を企画・開発し、お客様にお届けしています。事業活動の展開にあたっては、生産工程で資源、エネルギーを使用し、副産物

や廃棄物を排出しています。また、物流、販売、容器リサイクルなどの各工程でもエネルギーを使用しています。こうした事業活動にともなう環境負荷を低減するために、サントリーでは環境マネジメントシステムに基づき、商品が企画・開発されて、廃棄・リサイクルに至るまでのライフサイクル全体を通じた環境への取り組みを推進しています。

### ■ 事業活動と環境負荷の全体像 (対象期間2007年1月1日～12月31日)



# 「水と生きる」企業として、水の循環に負荷をかけない事業活動の実現をめざします

## 「水のサステナビリティ」の実現をめざします

サントリーの主な事業は水や農作物といった自然の恵みに支えられています。「水と生きる」企業として、循環型社会の構築に貢献するために、サントリーでは、水を育む森を守り、水を大切に使い、きれいにして還す活動を強化しています。

## 水を育む森を守る「水源涵養活動」を全国で展開しています

水を育む森づくりは、かけがえのない地下水(天然水)の持続可能性を守るための活動です。

サントリーでは、2003年から工場の水源にあたる場所を中心に、国(林野庁「法人の森林」制度)や自治体と協働して「天然水の森」と名づけた水源涵養活動を全国で展開しています。2008年5月に竣工した「サントリーワタナベ天然水(株)奥大山ブナの森工場」近隣の森林でも保全活動の契約を締結。これにより、森林保全活動は全国8府県9カ所の森にまで拡大しました。

サントリーが行う森林保全活動は、水資源の涵養力を高めることを主目的としていますが、加えて、地球温暖化対策や生態系の保全など、多様な効果が期待されており、今後も順次涵養エリアを拡大していく計画です。

### 研究機関、地域社会と連携した保全活動を推進

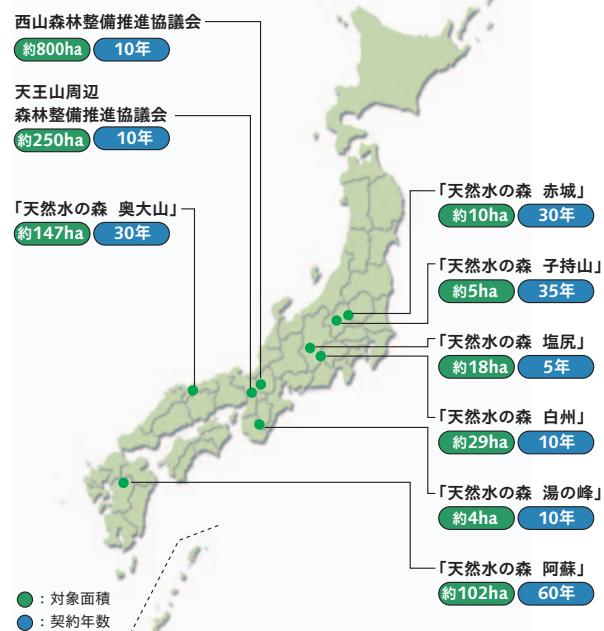
地域特性に応じた水源涵養力の向上を図るために、エリニアごとに大学などの研究機関との共同研究による科学的根拠に基づいた活動の展開を図っています。

また、大阪府と京都府にまたがる天王山周辺、京都府長岡京市西部に位置する西山の保全・整備については、行政・学識経験者・所有者・地域住民・ボランティアなどの関係者と「天王山周辺森林整備推進協議会」「西山森林整備推進協議会」をそれぞれ設立し、森林整備や森林環境教育などの活動に取り組んでいます。

### 社員による森林保全活動

「天然水の森」の森林保全活動には社員も積極的に参加しています。2007年度はサントリー「天然水の森 阿蘇」をはじめ全国6カ所で実施。グループ社員とその家族285名が参加しました。

### ■水源涵養活動の状況



「天然水の森 阿蘇」



社員による森林保全活動

## 水を大切にするために水の使用量の削減を徹底しています

サントリーの工場では、商品の原料として使用する水以外にも、製造工程でタンク・配管などの洗浄や冷却用などに多くの水を使用しています。限りある水資源を大切にするために、工場の水使用量の削減に中期目標を設定。水の再利用・循環利用技術などの導入により、水資源の有効活用に取り組んでいます。2007年度は、生産量増加にともない水使用量は微増となりましたが、一層の節水活動を進めることにより原単位は減少しました。

### 水の「ピンチテクノロジー」の導入

工場における水再利用の手法として、サントリーは水の「ピンチテクノロジー」を導入しています。

サントリービバレッジプロダクツ(株)神奈川綾瀬工場では、ピンチテクノロジーや水の循環利用により、用水使用量原単位で業界トップレベルを達成しています。また、武藏野ビール工場では、一度使用した後の水について細かく解析し、用水利用の最適化を図りました。具体的には、ビール醸造で使用するタンクの洗浄に用いた水を回収し、膜ろ過装置で清浄度を上げて他の工程用にリサイクル。水使用量削減に役立てています。

### 雨水も有効活用

降水量の多い日本では、雨水も大事な資源です。サントリーは雨水をタンクに貯めて、植栽への水やりや空調機械の冷却水などに利用しています。

### ■用水使用量



※原単位は製造1kℓあたりの使用量を表します



サントリービバレッジプロダクツ(株)神奈川綾瀬工場

## 排水管理を徹底しています

サントリーでは、排水をできる限り自然に近い状態で還すために、法律よりも厳しい自主基準を設定し、水質や水温などの排水の品質を徹底管理しています。工場から排水される水は、嫌気性排水処理システムなどで浄化処理された後、24時間体制での監視のもと、下水道や河川へと放流しています。

### 東京大学 「水の知」(サントリー)総括寄付講座新設

サントリーは、国立大学法人東京大学と水に関する研究を推進するため、2008年4月より「水の知」(サントリー)総括寄付講座※を新設しました。

同講座は、学、民という立場でそれぞれ水問題に取り組んできた東京大学とサントリーとが協働することにより、「水の知」を構造化して社会に発信し、水に対する社会的な関心を高め、水問題の解決と豊かな水環境の創成を推進することを目的としています。さらには、「水」というテーマで、文理融合した学術分野における研究者育成を図っていきます。



※個人や団体の寄付による基金、寄付金などでその基礎的経費をまかなう研究部門のうち、複数の部局にまたがる研究・教育・プロジェクト

Web 自然との共生「水資源の保全」

## ■ 地球温暖化防止への取り組み

# 地球温暖化を防止するため、省エネルギーに努めるとともに、CO<sub>2</sub>など温室効果ガスの排出量削減に取り組んでいます

## ■ サプライチェーン全体の視点からCO<sub>2</sub>排出量削減に向けた取り組みをしています

社会全体で大幅な温室効果ガスの削減が求められるなか、サントリーでは、サプライチェーン全体の視点から、CO<sub>2</sub>排出量の削減に向けた取り組みを強化しています。原材料の調達から生産活動、物流、販売それぞれの段階で課題を把握し、自ら対策を実施するとともに、京都メカニズムの活用も検討することでCO<sub>2</sub>排出量の削減を進めています。

## ■ 環境新技術の導入により生産活動におけるCO<sub>2</sub>削減を進めています

### コジェネレーションシステムの導入

コジェネレーション(熱電併給)システムの導入を順次進めています。これは自家発電で生じた熱を回収してビールの仕込やコーヒー、お茶の抽出の熱源の一部に使用することで、エネルギー効率を70～80%にまで高め、CO<sub>2</sub>の排出量を20～30%削減できるシステムです。このシステムの導入の成果が認められ、利根川ビール工場(群馬県)では、(財)省エネルギーセンター主催平成19年度省エネルギー実施優秀事例表彰で関東経済産業局長表彰を受賞しました。



利根川ビール工場のコジェネレーションシステム

Web [自然との共生「地球温暖化防止への取り組み」](#)

### 燃料転換の推進

重油に比べ熱量あたりのCO<sub>2</sub>排出量が低く、また、いおう分をほとんど含まない都市ガス、液化天然ガス(LNG)の導入を進めています。現在、サントリーおよびサントリーグループ会社で使用する燃料のうち、これら天然ガス系の燃料の比率は73%ですが、2008年度中に主力工場すべてにおける燃料転換が完了する予定です。これによりCO<sub>2</sub>排出量を約5,600トン削減できる見込みです。



天然水白州工場 LNG サテライト

### 自然エネルギーの利用

風力、太陽光、マイクロ水力などのクリーンエネルギーへの代替利用を進めています。また、2008年春に稼動したサントリーワン天然水(株)奥大山ブナの森工場では、冬季の積雪を蓄え、春～夏季での冷熱負荷の一部をまかう「雪室(ゆきむろ)」を導入しています。



サントリービバレッジプロダクツ(株)神奈川綾瀬工場の風力・太陽光発電

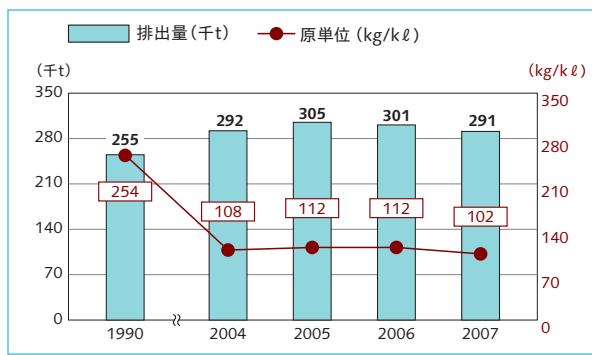


サントリーワン天然水(株)奥大山ブナの森工場の雪室

## 生産活動における2007年度の実績

CO<sub>2</sub>排出量については、重油に比べて熱量およびCO<sub>2</sub>発生量の少ないガス燃料への転換および省エネルギーの推進により、総量（前年度比3.4%減）・原単位（同8.9%減）ともに減少しました。

### ■ CO<sub>2</sub> 排出量



※総量で1990年度比14.2%増、原単位で59.8%減

工場稼動に必要なエネルギーのうち、燃料の購入量は全体としてコジェネレーションシステムの稼動割合が減少したことと省エネルギーの推進により、総量（前年度比3.2%減）・原単位（同8.6%減）ともに減少しました。一方、電力購入量は、自家発電電力量の減少により、総量（前年度比14.6%増）・原単位（同8.2%増）ともに増加しました。

## 利根川ビール工場・九州熊本工場 省エネ優良工場表彰受賞

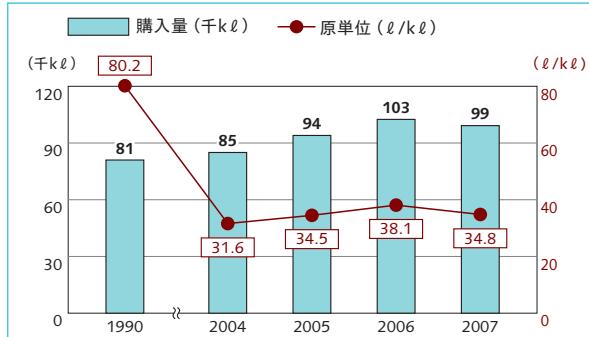
経済産業省が主催する「平成19年度エネルギー管理優良工場等表彰」において、利根川ビール工場（群馬県）が経済産業大臣表彰を、九州熊本工場（熊本県）が九州経済産業局長表彰を受賞しました。

この賞は、「エネルギーの使用の合理化を図り、また燃料及び電気の有効な利用の確保のためエネルギー管理の推進に不断の努力を重ね、その効果が大きく他の模範となる



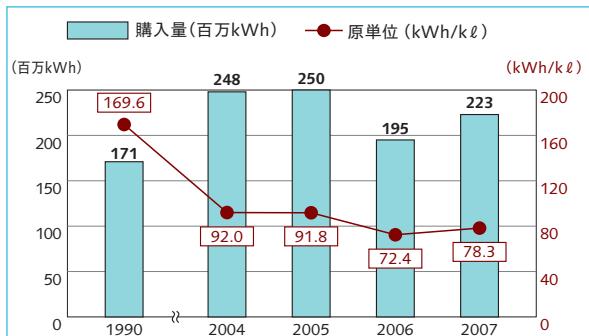
利根川ビール工場の表彰

### ■ 燃料(原油換算) 購入量



※総量で1990年度比23%増、原単位で56.6%減

### ■ 電力購入量



※総量で1990年度比30.7%増、原単位で53.8%減

※原単位とは、製造1kℓあたりの排出量および購入量を表します

工場等」を表彰するものです。

今回の両工場の受賞は、最新鋭省エネ設備導入によるエネルギー使用効率の大幅な向上に加え、工場情報インフラを活用した日常管理の適切な実施、現場視点のロスの発掘と改善、省エネに対する啓発・教育活動の展開など、従業員全員参加による継続的な活動とその成果が認められたものと考えています。

### バイオ燃料の活用促進

嫌気性排水処理により発生したバイオガスを燃料とするボイラーを木曽川工場（愛知県）で導入。排水処理設備の加温、工場内の熱源などに利用し、省資源・省エネルギーにも寄与しています。

また、神戸大学や京都大学などと共同でセルロースからバイオ燃料のエタノールを生産する技術の研究にも着手しています。

### ■ 物流効率アップとモーダルシフトを推進しています

サントリーは、原料・資材の調達から商品をお客様にお届けするまでの一連の物流・輸送業務に関して、地球環境への負荷を低減するため、モーダルシフトの推進とともに、自社で開発した「統合配車®システム」を活用し、高効率輸送を実現しています。

こうした取り組みにより、2007年度の輸配送量（重量×距離）は前年比で約3%増加しましたが、CO<sub>2</sub>排出量は前年度比約1%増の11万2,000トンにとどまりました。

#### ■ 輸送時におけるCO<sub>2</sub>排出量の推移

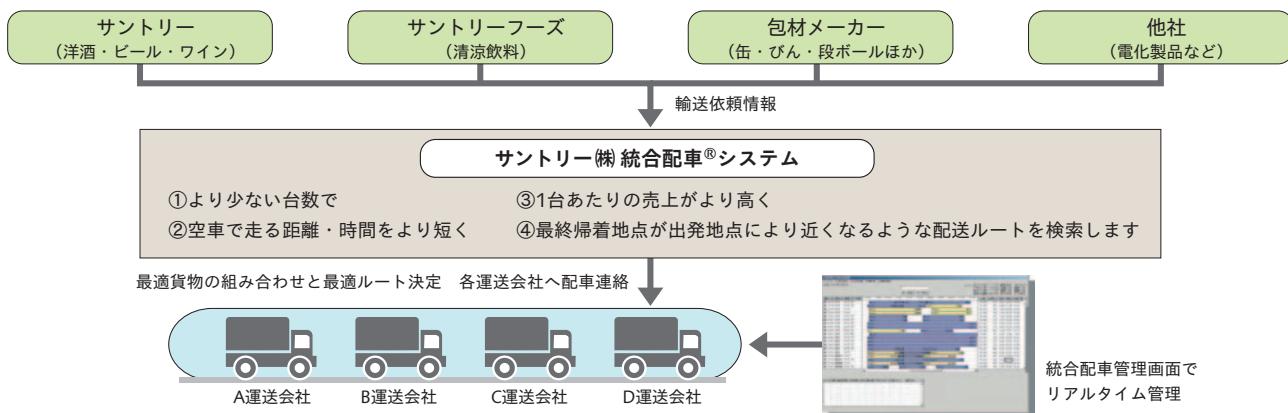
	2006年4月～ 2007年3月	2007年4月～ 2008年3月	前年度比
販売数量（百万ケース）	401	427	106.6%
輸配送量（百万t-km）	1,457	1,499	102.8%
CO <sub>2</sub> 排出量（千t）	111	112	101.1%

※2006年4月「改正省エネ法」施行に則り算出しています

#### 「統合配車®システム」の拡大・拡充

「統合配車®システム」により、使用するトラックの台数や、空車状態で走行する距離・時間を削減しています。さらに、他社と貨物情報を共有することにより、1台の車両に複数の企業の貨物を組み合わせるなど輸配送時のロスを減らすことで、環境負荷の一層の低減を図っています。

#### ■ 統合配車®システム



### 使用車両の大型化

トラック走行台数を減らすため、トレーラーや25トン車といった大型車両への変更を進めています。

#### ■ 車両大型化率の推移



#### モーダルシフトを推進

中長距離輸送については、トラックに比べてCO<sub>2</sub>排出量が少ない鉄道・海上船舶輸送に転換するモーダルシフトを推進。2007年度はトラック輸送を必要とする食品工場での生産量が増えたため、モーダルシフト率は減少しましたが、500km以上の輸送では63%と国土交通省の目標（2010年までに50%）を大きく上回っています。

#### ■ モーダルシフト率の推移



## 物流協力会社における取り組みを推進

国土交通省が推進する「グリーン経営」認証については、サントリーの物流協力会社では、2007年度末現在61拠点が取得しています（P.46参照）。

また、「改正省エネ法」施行にともない、物流協力会社の月別・車両別走行距離、燃料使用量、積載量などをもとにCO<sub>2</sub>排出データを収集し、削減目標を策定。このほか、荷崩れ防止用のシュリンクフィルムの代わりにグリーンエコバンドを導入し、2008年より全協力会社に長距離輸送での使用を推進するなど、環境負荷低減のための施策を行っています。



グリーンエコバンドの活用

## 製品倉庫の集約によりCO<sub>2</sub>を削減

サントリーフーズは、2008年4月サントリー食品工業宇治川工場（京都府）で製造した製品在庫を、鴻池運輸（株）「京都城陽配送センター」に集約。増産時に最大10カ所に分散していた製品在庫を一括集約することで、製品輸送に関わるトラックの輸送距離を大幅に短縮することができました。これにより、複数拠点に在庫保管していたときに発生していたCO<sub>2</sub>の93%分に相当する年間68トンの削減を見込んでいます。



鴻池運輸（株）「京都城陽配送センター」

## より環境負荷の少ない自動販売機の設置を進めています

### 自動販売機の99%にエコベンダーを使用

サントリーは、1996年度から従来の自動販売機よりも消費電力が少ない「エコベンダー」を導入。2007年度末時点で、サントリーの自動販売機約43万台中の99%にエコベンダーを使用しています。

## 飛躍的な省電力を実現する

### ノンフロン・ヒートポンプ式自動販売機

2007年から自然冷媒を使うノンフロン式と消費電力を削減できるヒートポンプ式を組み合わせた新しい環境配慮型自動販売機の設置を開始しました。

従来機種と比較し、飛躍的な省電力を実現するこの「ヒートポンプ型自動販売機」を、今年度も積極的に投入していく計画です。

ノンフロン・ヒートポンプ式  
自動販売機



## オフィスにおいてもCO<sub>2</sub>削減に取り組んでいます

オフィスにおいては、電気・ガス・水の使用量、ごみの廃棄量および再資源化率の改善を進めるほか、「チーム・マイナス6%」に参加し、クールビズ・ウォームビズを実施するなど、地球温暖化防止対策の取り組みを行っています。

## 環境緑化事業「midorie（ミドリエ）」を開始

サントリーでは、2008年3月に環境緑化部を新設し、環境緑化事業「midorie（ミドリエ）」を本格的に展開し始めました。この「midorie（ミドリエ）」の柱となる、屋上および壁面緑化システム「緑の屋根」「花のかべ」は、サントリーが独自に開発した新素材「パフカル」を土の代わりに使用した新しい緑化システムで、ヒートアイランド現象の緩和や屋内への断熱効果を図ることができます。



**Web** 自然との共生「地球温暖化防止への取り組み」

# 環境負荷の少ない資材・原材料や製品の調達・購入を積極的に進めています

## 原材料などのグリーン調達を推進しています

サントリーは、1999年に「グリーン調達基本方針」「グリーン調達ガイドライン」を定め、個々の資材に対して基準を設けると同時に、各サプライヤーに環境対応を要請しています。現在、取引先工場の8割以上が環境マネジメントシステムISO14001を認証取得するなど環境対応が向上し、「グリーン調達ガイドライン」の取引先評価基準に基づくグリーン調達総合評価でも、2007年度対象の38社の平均は4.0点(5点満点、2006年度平均4.0点)となりました。

今後は、サプライヤーと協働したCSRの観点に立った取り組みが不可欠になるため、グリーン調達から進化したCSR調達の展開に向けて検討を進めています(P.45参照)。

## ネット購買システムの活用を広げ、グリーン購入を進めています

サントリーは、1996年からグリーン購入への取り組みを開始し、2000年には、「グリーン購入基本方針」を制定し運用しています。2001年からはグリーン購入の一層の推進を図るため、「グリーン商品」を豊富に品ぞろえしているネット購買システムを導入し、順次グループ各社に拡大してきました。2007年度は昨年に続き31のグループ会社がこのシステムを利用、グリーン購入金額比率は88%(2006年度87%)になりました。今後もネット購買システムをグループ会社に広げ、グループ全体のグリーン購入を進めていく計画です。

**さまざまな機会を通じてグリーン購入を推進**  
容器リサイクル推進にもつながるガラスびんカレットをタイル、ブロックなどに再生した製品やPETボトル再生繊維の制服も積極的に採用しています。

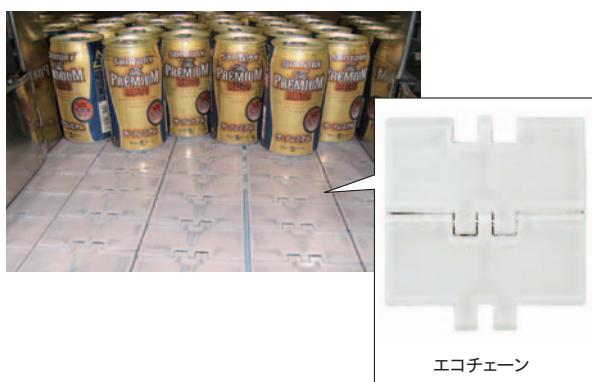


PETボトル再生繊維の制服

## 工場におけるグリーン購入～エコチェーンの導入～

九州熊本工場では、工場が竣工した2003年から製造ラインの缶を搬送するコンベアに、使用済みのプラスチックチェーンをリサイクルした「エコチェーン」を使用しており、5年以上たった現在も新品と変わらない性能を発揮しています。

また、そのほかの6工場では、2003年から2004年にかけてチェーンメーカーと契約を結び、使用済みのチェーンをリサイクル材として提供しています。現在までに約5トンの使用済みチェーンを提供し、その一部はすでに約900m分のリサイクルチェーンとして再生されています。



## キリンビール(株)と資材調達における協力

### ●缶蓋における規格共有化

缶容器におけるアルミニウム使用量削減のため、キリンビール(株)が先行して使用している「204径缶」を、2008年秋からビール、発泡酒、新ジャンルで採用する計画です。「204径缶」は、現在多くの企業が採用している「206径缶」に比べ、缶蓋の口径を2.45mm小さくして缶蓋のアルミニウム使用量を13%以上削減。規格を統一することで、サプライヤーの稼動率向上と在庫削減を促進します。



従来の206径缶(左)、キリンビール(株)の204径缶(右)

## ■ 廃棄物の削減と再資源化

# 製造工程で発生する副産物・廃棄物の排出量削減と、100%再資源化に取り組んでいます

## 副産物・廃棄物の再資源化率 100%を維持しています

製造工程で発生する副産物・廃棄物は、再生利用可能な資源です。サントリーの国内工場では、これら副産物・廃棄物についても中期ならびに年度目標を設定し、排出量削減と100%再資源化に取り組んでいます。再資源化率は2000年度に100%を達成して以来、2004年度を除き継続して達成しています。

### 種類別に再資源化の用途を開拓

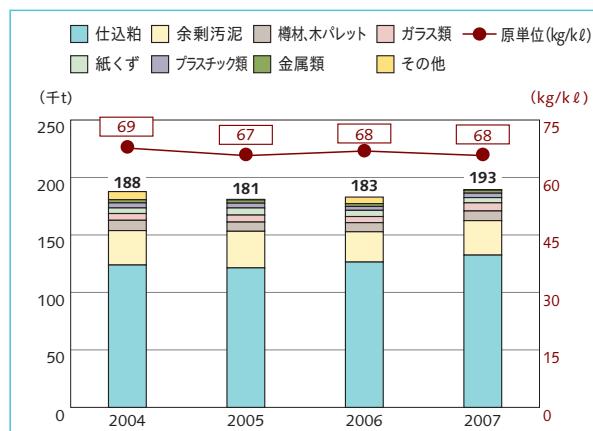
製造工程で発生する副産物・廃棄物の中で最も量が多いのは、仕込粕など製品原料である農産物由来の植物性残さで、次いで多いのは排水処理から発生する汚泥です。ウイスキーやビールの原料である大麦麦芽の糖化粕は家畜飼料に、汚泥は有機肥料としてリサイクルしています。

### 汚泥発生量削減への取り組み

サントリーは、生産にともない発生する排水の処理工程で嫌気性排水処理設備を導入しています。嫌気性排水処

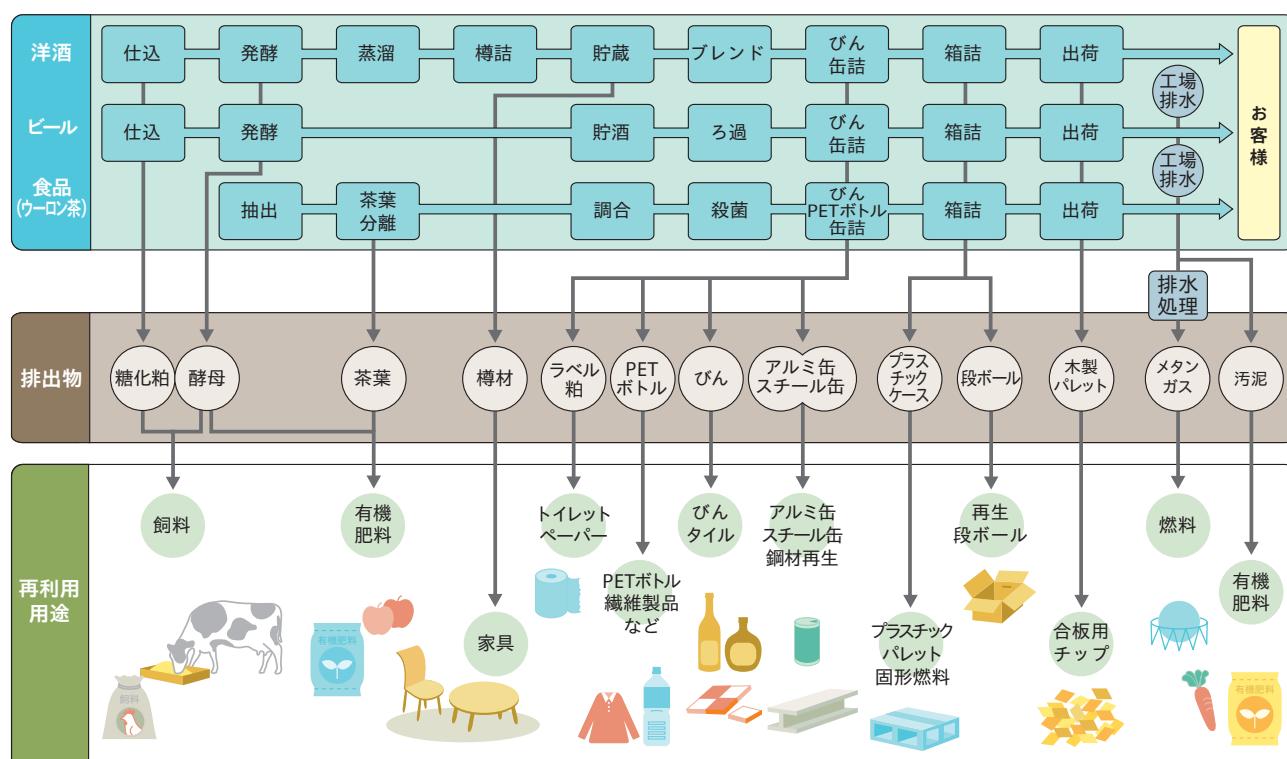
理設備は、酸素のない状態で活動できる微生物（嫌気性微生物）の働きを利用した排水処理方法で、発生する汚泥の量を半分以下に減らすことができます。

### ■副産物・廃棄物の排出量とその原単位



Web 自然との共生「廃棄物の削減と再資源化」

### ■副産物・廃棄物の再利用フロー



## 容器包装における環境配慮

# 3Rの視点に基づき、容器包装における環境負荷の低減を進めています

## 容器包装における環境負荷低減を図っています

サントリーでは、酒類から清涼飲料に至る各種商品をさまざまな容器に入れてお届けしています。しかし商品の消費後、これらの容器の多くは廃棄物になります。

サントリーはその社会的影響を強く認識し、1997年から自主基準「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を設定し、LCA※の観点から容器包装における環境負荷低減のための取り組みを強化しています。

※LCA(Life Cycle Assessment)：商品が生産され、消費・廃棄されるまでの全サイクル(原料採取→素材製造→容器製造→中味充填→流通→消費→廃棄→リサイクル)で環境負荷を測定・検討する手法

## 3R 推進を強化しています

サントリーでは、容器の企画・開発から製造、廃棄、リサイクルに至るまでの環境負荷を低減するために、3R(リデュース、リユース、リサイクル)推進を強化しています。また、容器包装に関わるリサイクル8団体が2010年の目標値を設定して進めている「事業活動における容器包装の3R推進に係る自主行動計画」に対して、サントリーの目標を検討しました。その結果、容器販売量で構成比の高い缶、PETボトル、ガラスびんを重点容器として取り組むことを決定。それぞれ、「自主行動計画」の目標値を上回ることをめざして取り組みを進めていきます。



### Reduce : 容器の軽量化

省資源化や輸送時の環境負荷低減の一環として、PETボトル、ガラスびんなど多面的に容器包装の軽量化に取り組んでいます。

### ■ PETボトル軽量化率とPET樹脂削減量



### 国産最軽量の省資源PETボトル※

2008年4月に発売した「サントリーワンダーワーター(奥大山)」に使用する2ℓ PETボトルは、国産最軽量の省資源 PETボトルです。ボトル本体だけでなく、ラベルやキャップも軽くすることで、従来品よりも1本あたり8.5gの軽量化を実現しています。



※ラベル、キャップをあわせた2ℓPETボトルの重量  
(2008年3月現在)

自然との共生「容器包装における環境配慮」「容器リサイクルの推進」  
Web

## Reuse : 容器の回収

ビール・発泡酒や飲食店様用の清涼飲料のリターナブル容器は、自社ルートを使って回収し、洗浄して何度も繰り返し使用しています(2007年度は、のべ111百万本回収・再利用)。

## Recycle : 設計段階からリサイクルに配慮

リサイクル品の品質確保のために、無色透明のPETボトルの採用や、はがしやすいラベルの開発・導入など、容器の設計段階からリサイクルに配慮しています。



はがしやすいロールラベル



キャップシールの省略やラベルにはがし口をつけるなどリサイクルに配慮

## PETボトルのリサイクル製品を 社員の制服などに使用

回収された使用済みのPETボトルは、異物などが除去されて洗浄された後、フレーク(薄片)やペレット(粒)に加工されます。さらに、これらを溶かして繊維にしたものはシャツなどの衣料に、フィルム状に薄く延ばしたものは卵パックなどのシート製品に、成型したものはプランターや文房具などに生まれ変わります。サントリーは、工場やグループ会社社員の制服、自動販売機横の空容器回収ボックスなどにPETボトルの再生品を使用しています。



PETボトル再生繊維を使った  
サントリー工場ご案内係の制服

## 容器リサイクルを推進しています

容器素材ごとに効率的な回収を行うとともに、リサイクルを推進しています。ウイスキーなどのワンウェイ容器は多品種が流通し、しかも回収時に各社の容器が混在するため、各市町村などによる効率的な回収ルートを活用しています。

### 流通チャネルでの事業系ガラスびん回収支援

酒販店様や飲食店様から排出される事業系ガラスびんについては、1974年に専門の業者による回収ルートを構築し、流通チャネルでの回収活動を支援して円滑な回収が行われています。

### 空容器散乱防止の取り組み

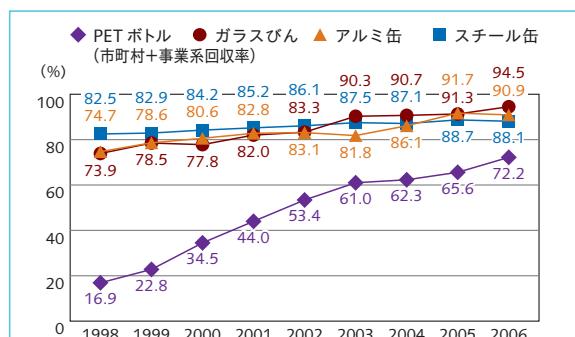
飲料業界6団体による(社)食品容器環境美化協会の主要メンバーとして、サントリーは環境美化のため空容器の散乱防止活動に取り組み、自動販売機1台に1個を基本に空容器回収ボックスを設置しています。この回収ボックスには2007年度、再生PET樹脂を169トン使用しました。また自動販売機に散乱防止のための「統一美化マーク」と管理責任を明確にする「管理者統一ステッカー」を貼付しています。



## 業界や社会での活動に積極的に 参画しています

1997年に施行された「容器包装リサイクル法」は、消費者・市町村・事業者の役割分担を明確にしたものです。サントリーは、法を遵守し、再商品化委託料を負担することで事業者としてのリサイクルの義務を果たすとともに、各種リサイクル業界団体に積極的に参画し、効率的なリサイクルシステムの構築と、リサイクルの推進に努めています。「容器包装リサイクル法」の浸透により、いずれの素材の容器とも、回収率、リサイクル率が年々向上し、世界でも最高のレベルに達しています。

### ■容器回収率の推移(各業界団体データより)



※ 各リサイクル率の2007年度数値は、2008年7月ころ公表される予定です

## ■ 生物多様性保全への取り組み

# 生物多様性の保全に配慮した事業活動を推進しています

関連情報をホームページでご覧いただけます。  
●サントリー愛鳥キャンペーン  
<http://www.suntory.co.jp/eco/birds/>

参考

## ■ 生物多様性を念頭に、事業活動を展開しています

水や農作物を主原料とするサントリーの事業活動は、健全な生態系によって維持されています。

こうした認識に立ち、サントリーでは、工場建設にあたっては、周辺地域の生態系への影響を確認するなど、生物多様性を念頭においた事業活動を展開しています。また、各エリア特性をふまえた動植物の保全活動や、「愛鳥キャンペーン」の実施など、さまざまなかたちで生態系の保全に向けた取り組みを行っています。

## ■ 地域固有の生態系を守る活動を進めています

全国の生産工場では、各地域固有の生物の多様性を守るために、モニタリング調査の実施や野鳥保護区(バードサンクチュアリ)の設置、希少植物の保全など、地域特性に応じた活動を展開しています。

### 希少植物の保全～山崎蒸溜所

山崎蒸溜所では、地元にある「乙訓(おとくに)自然を守る会」と連携し、工場内で希少植物である「カリガネソウ」や「サワギキョウ」「フジバカマ」などの植物を栽培・育成しています。



カリガネソウ

### 緑の国勢調査～登美の丘ワイナリー

山林を含めて約150haの広大な敷地をもつ自家ぶどう園登美の丘ワイナリーには、国蝶のオオムラサキをはじめ、キツネ、トビ、キヨウなどさまざまな動植物が生息しています。ワイナリーでは、社員が参加して、環境省の方法に準じてこれらの動植物の生息状況を観察する「緑の国

勢調査」を毎年行っています。

また、桜の植樹や、昆虫の餌となるエノキ、クヌギの植林などを行い、自然と触れ合いながら動植物の生息環境の保全に取り組んでいます。

Web CSR レポート「サイトレポート 登美の丘ワイナリー」

## ■ 野鳥保護を通じた自然保護活動 「愛鳥キャンペーン」を行っています

“Today Birds, Tomorrow Man”(今、鳥たちに起きていることは将来、人間にとての問題となるかもしれない)の考えをもとに、1973年、野鳥の保護を通じて自然保護活動に取り組む「愛鳥キャンペーン」を開始しました。

同年には民間企業として初の「バードサンクチュアリ(野鳥の聖域)」を白州蒸溜所に開園し、探鳥会や巣箱掛けなどの愛鳥活動を行っています。また絶滅の危機にあるアホウドリの復活を支援する募金活動、野鳥保護の啓発リーフレットの制作・販売など、さまざまな活動を展開しています。1990年には公益信託「サントリー世界愛鳥基金」を創設し、国内外の鳥類保護団体の活動に関する助成を行い、大きな成果をあげています。



バードサンクチュアリでの巣箱掛け(白州蒸溜所)



啓発リーフレット

Web 自然との共生「生物多様性保全への取り組み」

# 社員のエコシップ向上を図るとともに、お客様と環境を考える活動に取り組んでいます

## 社員のエコシップ向上に向け、環境教育を行っています

環境経営を推進していくためには社員一人ひとりの環境に関する知識と意識の向上が欠かせません。サントリーでは入社時研修のほか、環境マネジメントシステムの一環としての職場研修の実施など、さまざまな環境教育を実施しています。また、社内インターネットを活用し、環境に関する基本知識の共有を行うとともに、「環境月間」(6月)、「水の日」(8月)、「3R推進月間」(10月)など、主要な環境関連月間の告知を行うなど、オフィスや家庭でできる身近な取り組みを紹介し、社員の環境意識を啓発しています。

## ステークホルダーの皆様とのコミュニケーションを大切にしています

環境に関するダイアログの開催に加え、お客様コミュニケーションセンターへのお問い合わせなど、さまざまなかたちで皆様のご意見・ご要望をいただきながら目標および活動の改善につなげています。また、CSRレポートの発行、ホームページや環境イベントなどを通じた環境情報発信を積極的に行ってています。



ホームページ「環境への取り組み」で環境活動を紹介



「エコプロダクツ 2007」に出展

## 次世代に向けた環境教育を強化しています

かけがえのない豊かな自然環境を次世代に引き継ぐためには、次代を担うこどもたちに自然環境を守ることの大切さを伝えていくことが重要だと考えています。サントリーでは、自然体験型学習「森と水の学校」、サントリー独自の学習支援プログラム「水育」の展開をはじめ、工場での「親子見学会」や環境学習用教材「エコキッズノート」の発行など、次世代環境教育の支援に力を注いでいます。

### 「森と水の学校」

「森と水の学校」は、サントリー「天然水の森」を中心として展開する、こどもたち対象の森と水(自然)をテーマにした体験学習です。森の散策や自然体験などを通じて、水を育む森のしくみや環境を守ることの大切さを伝えています。2004年阿蘇校(熊本県)での開校以来、白州校(山梨県)も加えて約7,000名の親子が参加しています。2008年からは奥大山(鳥取県)でも開校する予定です。



「森と水の学校」

### 「水育(みずいく)」

水の大切さを知らせるため、2006年から「水」をテーマにした体験型学習「水育(みずいく)」を開始しています。これは、サントリーが独自に開発した学習支援プログラムで、小学校4~6年生を対象に学校の教育現場で行う「水育」出張授業(開始以来90校以上で実施)や、工場などの「水育」親子イベント、ホームページ上で情報発信を中心とし、環境活動を紹介しています。



「水育」出張授業

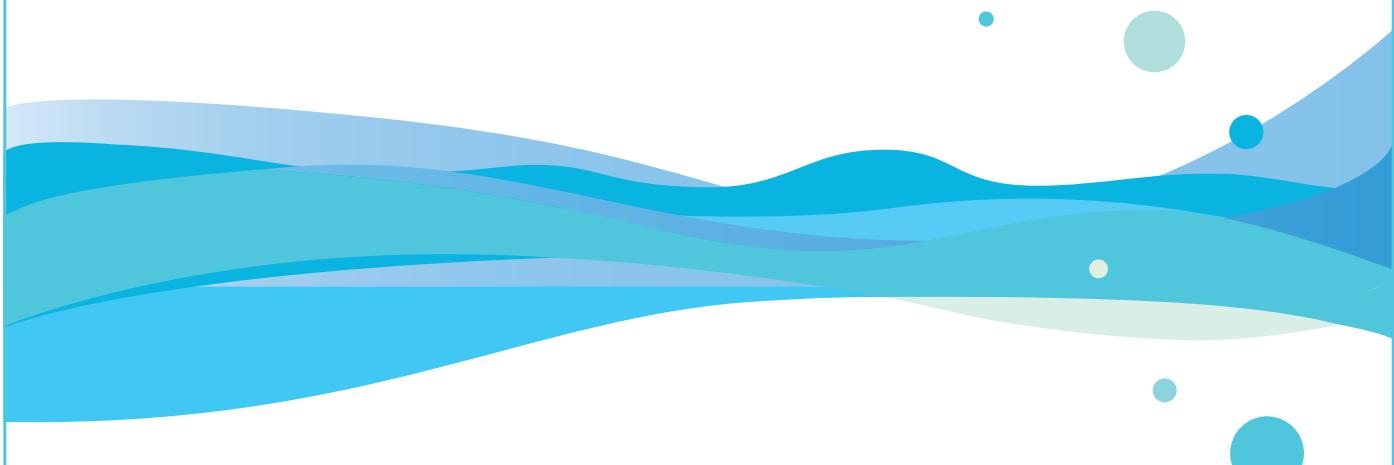


エコキッズノート

Web 自然との共生「環境教育とコミュニケーション」

# 社会にとっての水となる 社会との共生

社会に潤いをもたらす「水」のような存在となるために、  
お客様、お得意先、お取引先との関係を第一に考えながら、  
より豊かな生活文化への貢献をめざして、さまざまな文化・社会貢献活動に取り組んでいます。



## 「利益三分主義」に基づく取り組みを継承・発展させることで、 サントリーらしい活動のあり方を追求してまいります



取締役  
CSR・コミュニケーション本部  
副本部長  
品治 利典

企業としての成長は、単に事業が成功を収めることのみならず、お客様や社会から信頼され、価値を認めていただくことで初めて成り立つと認識しています。

創業以来サントリーに培われてきた、利益は事業資金とするだけではなく、お客様やお得意先に還元し、さらには社会のために役立てていくとする「利益三分主義」の精神は、企業市民として社会との共生を果たしていくとする経営姿勢にほかなりません。この精神と多様な経営資産を継承・発展させ、お客様、お得意先、お取引先をはじめとするすべてのステークホルダーと響きあいながら、経営品質を高めていくことが必要だと考えています。

社会を潤す「水」のような価値ある“Good Company”となることをめざして、今の時代にふさわしいサントリーの社会貢献のあり方を追求してまいります。

## Activity 1 (P.47 ~ 48 参照)

### 豊かな生活文化の創造 に貢献していきます

サントリーは、人々に心の潤いを提供したいという思いから、1961年の「サントリー美術館」開館に始まる文化支援に力を注いでいます。

現在では音楽ホールやミュージアムなどの文化施設運営から音楽・学術支援、スポーツ支援など多彩な活動を展開。また、これらの資産を活かして、次代を担う子どもたちに向けた次世代育成支援活動にも積極的に取り組んでいます。サントリーならではの社会との共生のあり方の一つとして、より豊かな生活文化への貢献を果たしていくために、これからも活動を強化していきます。



サントリー美術館

## Activity 2 (P.43 参照)

### お客様の声を企業活動に 活かします

サントリーは、水や農作物といった自然の恵みを多彩なかたちでお客様にお届けし、ご満足いただくことで初めて存続できるグループです。

お客様により良い商品・サービスを提供するためには、お客様からの声に積極的に耳を傾け、そのご要望・ご期待に的確にお応えしていくことが大切だと考えています。創業以来の「お客様第一」の姿勢をこれからも貫き、さらに発展させるべく、お客様との双方向コミュニケーション体制の充実を図るとともに、すべての社員がお客様の視点から行動する企業風土の醸成を強化していきます。



サントリーミュージアム〔天保山〕での  
キッズ・ワークショップ



お客様センター

社会にとっての水となる

## Activity 3 (P.44 参照)

### 酒類を扱う企業として

### 適正飲酒の啓発 に努めます

お酒は古くから「百薬の長」といわれる一方で、不適切な飲み方によってさまざまな問題を引き起こす可能性があることも事実です。

酒類を扱う企業の責任として、多発する飲酒運転や未成年飲酒などの問題飲酒を撲滅するために、サントリーはお客様や関係業界、研究機関との連携を図りながら、アルコール関連問題の予防と適正飲酒の啓発活動に積極的に取り組んでいきます。



モダレーション広告



「STOP! 未成年者飲酒キャンペーン」

## お客様への責任と行動

# より良い商品・サービスの提供ができるよう、お客様とのコミュニケーションを大切にしています

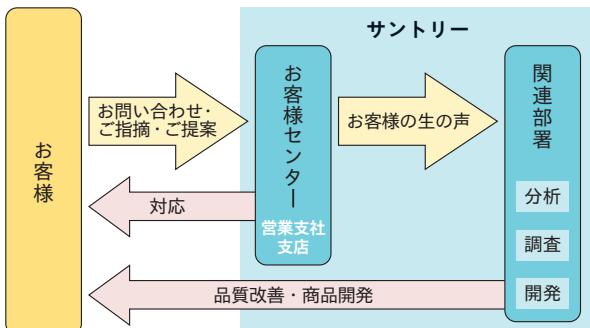
関連情報をホームページでご覧いただけます。 参考

- お客様センター  
<http://suntory.jp/CUSTOMER/>
- ユニバーサルデザインへの取り組み  
<http://suntory.jp/UD/>

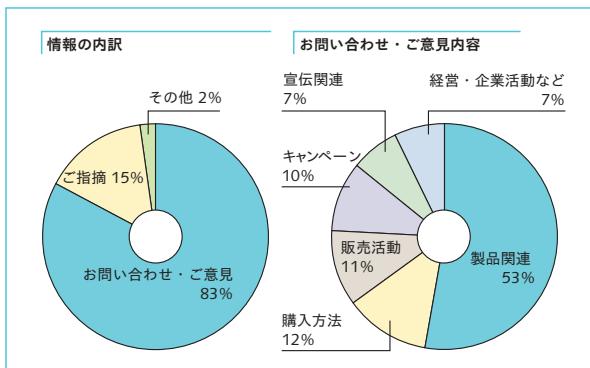
## リアルタイムで、お客様の声を共有しています

サントリーは創業以来、「お客様満足」を第一と考えて、お客様との双方向コミュニケーションを何よりも大切にしてきました。1976年にはいち早くお客様からのご相談窓口「消費者室」(現・お客様コミュニケーション部)を設置。年間約12万件のお客様の声を全社で共有し、品質改善や商品開発につなげるなど、広く企業活動に反映させていくよう努めています。

### ■お客様情報の流れ



### ■お客様情報の内容(2007年度実績: 115,522件)



## やさしく親切な商品・サービスの提供を追求しています

誰にとっても安心で使いやすい商品・サービスの提供をめざして、サントリーは2000年に「サントリーユニバーサルデザイン基本方針」と「サントリーのユニバーサルデザイン6原則」を制定し、お客様からの声に真摯に耳を傾けながら、ユニバーサルデザインへのたゆまぬ努力を続けています。

## 持ちやすく注ぎやすい「ゆびスポットボトル」



持ち上げたときに指先が安定しやすいよう、ボトル胴部に凹み(ゆびスポット)をつけたほか、手の小さな女性にも持ちやすいよう胴部全体を細くしました。

## お役に立つ情報を積極的に発信しています

ホームページやメールマガジン、ラジオ、冊子の配布などを通し、お客様のお役に立つ情報をお届けしています。たとえばホームページでは、商品紹介やQ&Aのほか、お酒や飲料に関する知識などのさまざまな情報を掲載しています。



## お客様の視点を大切にしています

### 「お客様視点プロジェクト」の実施

お客様視点の大切さをすべての社員が再認識し、行動する企業風土を醸成していくために2005年から「お客様視点プロジェクト」を展開し、活動を強化しています。お客様センターに寄せられた情報をもとに、お客様の意識や関心の変化、企業への期待、また、お客様意識と企業の思い込みのズレなどを共有する「お客様視点気づき講座」と、お客様センターへのお問い合わせやご意見に対する電話応対を実際に体験する「お客様視点体感プログラム」を軸に展開。2007年度はあわせて約1,600名の社員が参加しました。



お客様視点体感プログラム

## ■ 適正飲酒の啓発

# 酒類を製造・販売する企業として、 アルコール関連問題の予防と研究、 適正飲酒の啓発を積極的に行っていきます

関連情報をホームページで  
ご覧いただけます。  
●お酒との正しいつき合い方  
<http://suntory.jp/ARP/>

参考

## ■ 専門組織でアルコールに関する さまざまな問題に取り組んでいます

サントリーは、1991年に業界に先駆けてアルコール関連問題の専門組織「ARP<sup>※1</sup>委員会」およびその事務局である「ARP事務局（現ARP室）」を設置。適正飲酒のための基本理念・行動指針のもと、責任あるマーケティング活動を推進するほか、適正飲酒の啓発や研究機関への支援などを行っています。

※1: ARP (Alcohol-Related Problems) : アルコール関連問題

## ■ アルコール医療の発展に 協力しています

専門医と協力し、アルコールが体に及ぼす影響を研究しています。また、アルコール医療の発展に貢献すべく、アルコール依存症専門病院と長期の研究委託契約を締結しています。

## ■ 適正飲酒啓発のために、 さまざまな取り組みを行っています

1986年以来、100回以上にわたり、「酒は、なによりも、適量です」というメッセージを伝える「モダレーション広告」を主要全国紙で展開しています。2008年も「妊娠婦飲酒」などをテーマに掲げ、新聞広告やWebで展開していきます。そのほか、「イッキ飲ませ」により亡くなった方々のご遺族が中心となり結成された「イッキ飲み防止連絡協議会」が実施している「イッキ飲み防止キャンペーン」への協力、適正飲酒を啓発するための冊子の無償配布などの取り組みを積極的に行っていきます。

2008年「イッキ飲み防止  
キャンペーン」



# 公正な取引を追求するとともに、互いの品質向上・安全性の確保と発展をめざしています

## 明確な基準を定め、公正な取引を徹底しています

サントリーでは、事業活動において必要となる資材を円滑かつ効率的に調達するために、原料は「原料部」、容器・包装資材は「包材開発部」が、それぞれ一括管理しています。

取引にあたっては「原料部購買管理規定」や「取引先選定基準」に則って、各社に対して公平な競争機会を提供しています。同時に、各社の商品・サービスの品質や供給力、財務状況、環境への配慮などを公正に評価して、取引先を選定あるいは取引継続の可否を判断しています。

なお、サントリーは「企業倫理綱領」を実践していくための「企業行動規範」にもお取引先との関係について明記し、社員に対して収賄や過度な接待を受けることを禁止しています。

### サントリーグループ企業倫理綱領(抜粋)

#### II 企業行動規範

- 3. 公正で透明な事業活動を展開します。
  - ア. 取引先・競争会社との関係においては、不当あるいは不正な手段による利益追求を排除し、自由で公正な競争に基づいた企業活動を展開します。
  - イ. 取引先の選定においては、第三者との取引を含む合理的で公正な比較・評価に基づいて行います。
  - ウ. 取引先等との接待や贈答品の授受については、公私のけじめを明白にして、健全な商慣習や社会的常識の範囲内で行います。

## 「下請法」に対応した経理システムを運用

「下請法」<sup>※1</sup>に対応した経理システムを構築し、運用しています。このシステムでは、原料・資材の発注段階で支払い条件などの情報を登録。当初の予定どおり支払い手続きがなされていない場合には、管理者画面に警告表示することで、支払い遅延などのトラブルを未然防止するようにしています。

なお、2007年度は「下請法」に抵触する法令違反はありませんでした。

※ 1 : サントリーの「下請法」適用対象調達先

2007年12月現在のサントリーの「下請法」適用取引先(仕入先)数は、原料部で28社(取引金額比率で15%)、包材開発部で25社(取引金額比率で約2%)

## お取引先と連携し、互いの品質向上に努めています

### サプライヤーとの良好な関係を維持

お取引先とサントリー双方の品質向上・業務改善を進めていくために、個々のお取引先との対話を重視し、より緊密かつタイムリーに情報・意見交換を行っています。個別に「品質会議」の場を設け、品質向上などに関する協議などを実施しているほか、毎年1回、取引先評価の結果を良否にかかわらず各社に伝達することはもちろん、品質などに問題や懸念があった場合は、直ちに協議して改善やトラブルの未然防止を図っています。

### CSRを考慮した取引のしくみづくりを推進

サントリーでは「取引先選定基準」の中で、環境への配慮やコンプライアンスなど、CSRに関わる事項に言及していますが、調達における社会的責任をさらに明確にするため、具体的な規定・基準として明文化していく予定です(P.35 参照)。

たとえば、農薬の適正使用は「食品衛生法」「農薬取締法」などの遵守だけでなく、土壤汚染や水質汚濁など環境問題解決にも重要なため、CSRの観点から取引先評価・選定の規定・基準としていく必要があります。また、包材開発部でも現在、各社の財務状況や損害担保力、懲罰の有無、機密保持体制など、CSRに関わる項目を含めた「購買管理規定」の策定を進めています。



現地にて購買担当者が原料を確認

## 安全で環境に配慮した物流を推進しています

輸配送業務を委託している物流協力会社とともに、安全確保・リスクマネジメント・環境配慮などへの取り組みを推進しています（P.33～34 参照）。

物流における安全確保のために、サントリーとサントリーフーズの物流部が主導し、安全推進プロジェクトをスタート。両社の物流協力会社の参加を得て「安全推進委員会」を発足しました。以後、「物流安全5原則」を制定して各社社員へ周知徹底を図っているほか、委員会事務局<sup>※2</sup>が各社拠点を巡回して安全策実施状況を点検。さらに、安全確保に向けた各社の活動事例発表会を開催するなど、各社の業務上の安全に資するさまざまな取り組みを続けています。

### 「安全推進大会」を開催

「安全推進委員会」では、毎年参加各社の代表者および輸配送や保管を委託している物流協力会社全国112拠点の責任者を集め、「安全推進大会」を開催。当年度の活動を振り返って評価するとともに、次年度の活動方針を各社で確認しています。2007年度は、飲酒運転防止のためにアルコール検知器の所持を徹底するほか、安全運転教育の徹底や優れた取り組み事例の紹介を通じて情報を共有し、各社での取り組み強化につなげています。



第7回安全推進大会（2007年）



### 「安全性優良事業所」の認定取得を推進

物流協力会社各社の安全管理体制を常に一定水準以上に保ち、継続的に改善していくために、国土交通省が主導している「安全性優良事業所」の認定取得を推進しています。

サントリーグループ物流協力会社の輸配送事業所全75拠点の2007年度末の認定取得状況は70拠点で、全拠点数に占める認定取得事業所数の比率は93%。これはトラック運送業界全体での認定取得率11%（2007年12月トラック協会調査）を大きく上回っています。2008年度は事業所の範囲を、直接業務を依頼している物流協力会社だけでなく、さらに2次協力会社にまで広げ、安全性の徹底を図っていきます。

### 「グリーン経営」認証取得の推進

「安全推進委員会」では、物流にともなう環境負荷低減をめざして「グリーン経営<sup>※3</sup>」認証取得を推進しています。

サントリーグループの物流協力会社では、2007年末までに全80拠点の76%にあたる61拠点がこの認証を取得。この認証取得率は物流業界全体での取得率43%を大幅に上回るものです。「安全推進委員会」では、今後さらに認証取得を推進していきます。

### 災害有事アクションプランの推進

災害有事に対応するため、物流協力会社とプロジェクトを組み、災害伝言ダイヤル「171」の運用レベルを全拠点に定着させていく取り組みを実施しています。

また、首都圏直下型地震発生時のアクションプランとして、被災地に「サントリーナチュラル水」を緊急出荷する体制を構築しています。

※2：委員会事務局  
サントリー㈱およびサントリーフーズ㈱両物流部、サントリーロジスティクス㈱安全推進部のマネジャーおよび担当者で構成しています

※3：グリーン経営  
ISO14031（環境パフォーマンス評価に関する国際規格）の考え方に基づいた「グリーン経営推進マニュアル」に沿って環境負荷の少ない事業運営を一定のレベル以上で行っている事業者に対して、交通エコロジー・モビリティ財団が認証機関となり、審査のうえ認証・登録を行うもの

**Web** 社会との共生「お取引先との関わり」

## ■ 文化・社会貢献活動

# 豊かな生活文化への貢献、地域社会での取り組みを通じて、社会と共生する企業であり続けたいと考えています

## ■ 「利益三分主義」の精神を受け継いで活動を展開しています

サントリーの文化・社会貢献活動の原点は、創業者・鳥井信治郎の「利益三分主義」の精神にさかのぼります。事業で得た利益は再投資するだけでなく、お客様やお得意先に、さらには社会に還元したい—強い信念のもと、1921年には社会福祉事業として「邦寿会」を創設、現在では特別養護老人ホームや保育園を運営しています。

この「社会に還元する」という精神は創業以来変わることなく受け継がれ、現在では社会福祉法人や学校法人のサポートから文化施設運営、芸術・学術支援、次世代育成支援、スポーツ振興、地域貢献活動まで、多彩な活動を展開しています。



2008年邦寿会が大阪府藤井寺市道明寺に開業する総合福祉施設「どうみょうじ高殿苑」完成イメージ



2007年9月にリニューアルオープンしたサントリーホール



(財)サントリー文化財団による「地域文化賞」贈呈

## 次世代育成支援の取り組みを強化

少子化が進み、次世代育成の重要性が高まるなか、次代を担う人づくりも企業の使命であると考えています。サントリーは社会貢献活動の一環として、こどもたちにスポーツ・音楽・美術・環境といったさまざまな分野で本物、一流に触れてもらう機会を提供する、次世代育成支援活動にも力を注いでいます。



サントリーホールでの「こどもの日」コンサート



ラグビー部「サンゴリアス」によるラグビーキャラバン



「森と水の学校」

## ■ 時代を見つめた文化・社会貢献活動に取り組んでいます

### 豊かな生活文化への貢献

人々のより豊かな生活文化への貢献をめざして、さまざまな文化支援にも力を注いでいます。1961年には創業60周年の記念事業としてサントリー美術館を開館。現在ではサントリーホール、サントリーミュージアム [天保山] などとともに、さまざまな文化施設を運営しています。また、(財)サントリー音楽財団、(財)サントリー文化財団が音楽や文化の発展に努めるほか、(財)サントリー生物有機科学研究所を設置するなど、多岐にわたる研究開発活動にも取り組んでいます。



2007年3月東京ミッドタウンにオープンしたサントリー美術館

## 「夢」と「感動」を伝えるスポーツ活動を推進

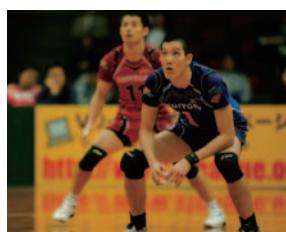
スポーツをお客様との交流を深める大切なコミュニケーションの場ととらえ、アマチュアスポーツへの参加や各種スポーツ振興など、さまざまな活動を展開、サポートしています。

チーム活動としては、ラグビー部「サンゴリアス」とバレーボール部「サンバーズ」を結成。試合にのぞむ一方で、ラグビー・バレーボールの振興や普及のための教室を開催するほか、地域の人々やファンとの交流を大切にした活動を行っています。

また、1990年からは「We Love KOBE サントリーレディスオーブンゴルフトーナメント」も開催し、多くのファンの皆様に親しまれています。



ラグビー部「サンゴリアス」



バレーボール部「サンバーズ」

### ■主な義捐金の拠出

件名	寄付金額	寄付相手先
<2007年> 能登半島地震	300万円	石川県災害対策本部
	1,000万円	新潟県災害対策本部
<2008年> 中国・四川省大地震	1,000万円	上海市赤十字会

### 全国の事業所では環境美化などの活動を実施

全国にあるサントリーの各事業所では、周辺の清掃をはじめ、自治体が主催するごみ拾いなどの環境美化活動や、夏および歳末助け合い運動における募金活動などに積極的な参加を行い、地域に根ざした活動を継続的に実施しています。



社員による多摩川清掃活動

## 地域の一員として社会と共生するために、幅広い活動を展開しています

### チャリティへの協力

サントリーレディスオーブンでは、1996年から「We Love KOBE」をテーマに掲げ、安全で安心な街づくりのために、大会活動のチャリティ収入などから地元の兵庫県神戸市への協力を続けています。阪神・淡路大震災のあった1995年から2007年までに寄贈した消防自動車、小型動力ポンプは、それぞれ70台、38台となりました。



消防車の寄贈

### 社員の社会貢献活動を支援

社員のボランティア活動を側面から支援するための「ボランティア休暇制度」(P.53参照)、社会福祉・環境保全・国際交流の分野で社員が自主的に活動している非営利団体に備品や機材などの購入資金を援助する「ボランティア活動支援制度」を設けています。また、社員に対しサントリーが展開するさまざまな活動へのサポートを呼びかけ、社会貢献活動への参加意欲を育てています。

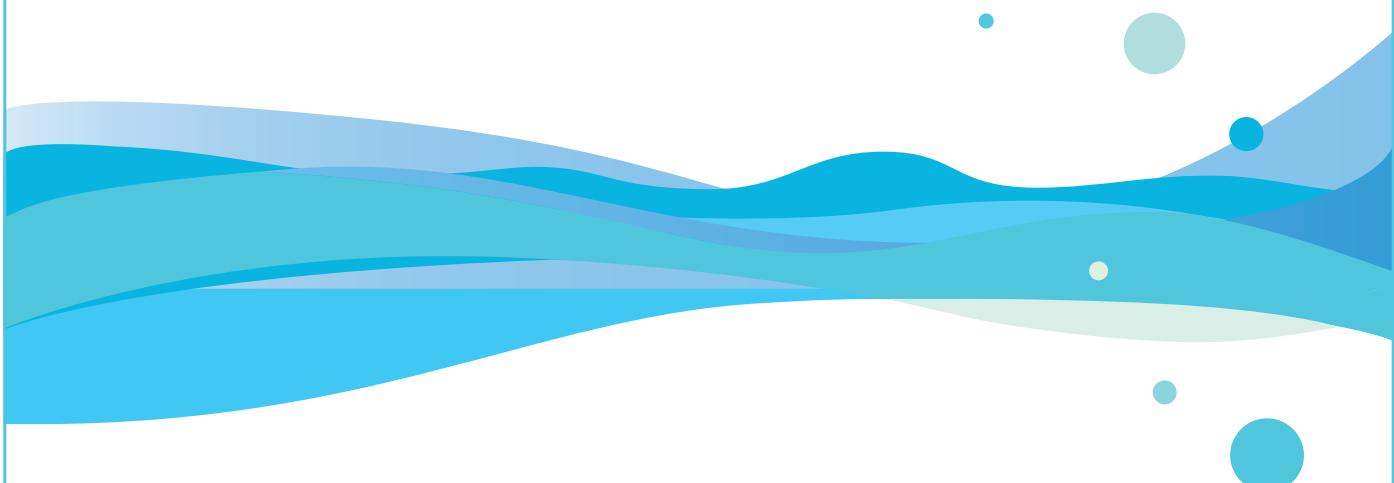


「森と水の学校」での社員ボランティア

**Web** 社会との共生「文化・社会貢献活動」

# 水のように自在に、力強く 社員とともに

社員一人ひとりが常に新しいテーマに挑戦できる  
フレッシュで活力ある企業であり続けるために、  
社員の「やってみなはれ」を支援するさまざまな施策・制度の充実に取り組んでいます。



## サントリーがサントリーらしくあるために、 「やってみなはれ」を支援するしくみづくりに取り組んでいます



取締役  
人事部長  
栗原 信裕

企業にとって最も大切な資源（財産）はいまでもなく人だと考えています。サントリーには、失敗を罰せず、むしろなさざることを罪と問う社風があります。活力ある企業活動は、「やってみなはれ」という言葉に象徴される、社員の旺盛なチャレンジ精神に支えられてきました。

今日の経済、社会環境の変化にともない、雇用・就業形態も変わりつつあるなか、働くことに対する個人の意識は多様化しています。こうした中で、サントリーがサントリーらしくあるためには、社員個々人の多様な能力を認め、活かし、社員の自発的な「やってみなはれ」を支援するしくみづくりが重要だと考えています。

社員を大切にし、社員に応える企業であり続けるために、「働きやすさ」と「働きがい」の両立をめざした制度、職場づくりに取り組んでいきます。

## Activity 1 (P.53 ~ 54 参照)

### 健やかに、いきいきと働く 職場づくりに力を注いでいます

活力ある企業活動を支えるのは、業務の担い手である社員であり、社員の身体と心の健康に配慮することは、企業の最も重要な責務です。

とりわけ、労働時間は社員の心身の健康への影響も大きいため、長時間労働の削減を全社的な課題と位置づけて労使で展開。全社完全消灯ルールの徹底や、ゆとり拡大や生産性を高めるための業務の見直しなど、さまざまな取り組みを継続強化しています。



労使協議会



産業医による健診

## Activity 2 (P.53 参照)

### ワークライフバランスに配慮した 支援・制度を拡充します

仕事と家庭・社会生活のバランスに対する考え方や生活スタイルは、社員それぞれで異なります。サントリーでは、多様な社員一人ひとりが能力を存分に発揮できる土台づくりが重要と考え、生活と仕事のバランスを保ちながら個々の事情に応じて働くような支援・制度の拡充に努めています。たとえば、長時間労働の削減は全社員のワークライフバランスの実現という側面からも、積極的に取り組んでいます。

また、2007年には、特に、育児・介護の両立をサポートする施策を強化。従来の短時間・時差勤務制度に加えて、「在宅勤務制度」や「フレックスタイム制度」、「ジョブリターン制度」などを導入しました。



仕事と育児の両立を支援

水のように自在に、力強く



さまざまな研修を実施

## Activity 3 (P.52 参照)

### 社員の自律的なキャリア形成を 支援・強化します

社員一人ひとりが自分らしく、いきいきと働き、やりがいをもち自己実現できる自律的な企業風土を醸成することが大切だと考えています。

入社から退職までのさまざまなステージにおける基本研修、各部門での実務研修を行うほか、社員の挑戦を促し、能力向上をサポートする自己啓発支援プログラムを展開しています。

また、2007年には「キャリアサポート室」を設置し、社員個人の視点に立ったキャリア自律を支援する体制も整えています。



# 「やってみなはれ」に満ちあふれた職場であるために、 社員を大切にし、社員に応える企業でありたいと考えています

## 個々の能力を最大限に発揮できる場を 提供しています

サントリーはベンチャー精神にあふれ、常に自身の可能性を広げようとする人材を広く募り、個々の能力を最大限に発揮できる場を提供することで、社員と会社双方の成長をめざしています。これらを実現していくために、性別・国籍などによる差別をしない「人物本位での採用」、個々の能力を活かすための「適材適所の人員配置」、個々人の役割と成果に応じた「実力本位の処遇」を人事の基本的な考え方としています。

### ■役員・社員数の内訳(2007年12月31日現在) (人)

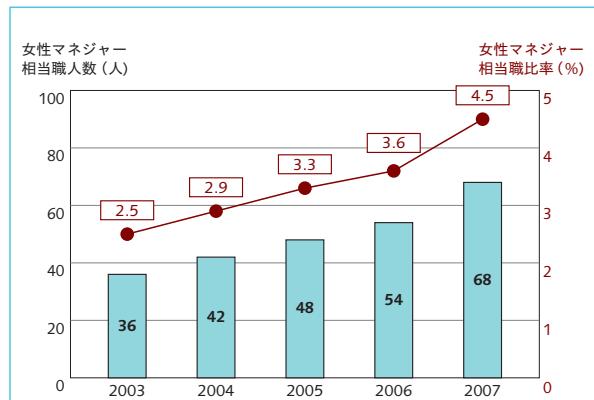
役職	男	女	計
役員	38	0	38
マネジャー相当職	1,439	68	1,507
	2,466	815	3,281
社員計	3,905	883	4,788
嘱託等	251	159	410

## ダイバーシティの視点からも、多様な 人材の活躍の場を拡大しています

### 女性の活躍の推進に向けて

性別により雇用や処遇を区別することなく、職域拡大を図り、能力を発揮しやすい職場環境を実現することが大切だと考えています。

### ■女性の登用状況



こうした取り組みの継続により、女性マネジャーの登用については、2007年12月現在、マネジャー相当職の女性比率は4.5%と4年前の1.8倍まで拡大しました。今後も意欲ある人材が長期的に活躍できるよう、その育成と環境の整備を積極的に行っていきます。

### 障がい者雇用を促進

障がい者雇用率は、2007年6月1日時点で1.74%(67人うち重度障がい者23人)と、法定雇用率(1.8%)を下回りました。今後、雇用率の改善をめざして、適用業務の拡大を図りながら、ハローワークなどを通じた継続的な採用活動、当社ホームページや障がい者就職情報サイトへの求人情報掲載などを通じて、障がい者雇用を促進していきます。

### 定年退職者再雇用制度を拡充

年金の支給開始年齢の引き上げにともなう経済的な理由などにより、定年後の就労ニーズは今後も高まると考えられます。一方で、定年退職者が永年の業務で培ってきた技術やスキルは、企業にとっても貴重な財産です。サントリーでは、個人と企業双方のニーズを満たす定年退職者再雇用制度として、2000年から「エルダーパートナー制度」を導入し、2006年からは従来は2年間としていた再雇用期間を、改正法<sup>※1</sup>に沿って段階的に最長5年間まで延長しました。近年は希望者のほぼ全員を再雇用しており、今後も職域の開発・拡大とあわせて制度の拡充を図っていきます。

※1:「高齢者雇用安定法」の改正

定年の定めをしている事業主は、雇用する高齢者の65歳までの安定した雇用を確保するため「当該定年の引き上げ」「継続雇用制度の導入」「当該定年の定めの廃止」のいずれかを講じねばならない、とされています

### ■定年退職者再雇用実績



※2:再雇用希望者のうち再雇用者の割合

## 社員が能力を高めていくける 評価・処遇制度を構築しています

サントリーの人事制度は、社員一人ひとりの能力開発・能力の発揮という面に主眼をおくとともに、能力の発展段階と発揮した成果に応じた公正で納得性のある処遇を行うことを理念としています。その重要テーマは、以下の3点です。

- 従業員一人ひとりが向上心をもってより高い目標にチャレンジすること
- 会社は従業員に対して能力・キャリア開発の場を提供し、自己実現を支援すること
- 役割と成果に見合った、公正でメリハリのある処遇をすること

## 公正で納得性の高い人事考課を 実施しています

実力本位の企業風土を定着させていくには、社員一人ひとりをその役割や成果に応じて公正に評価・処遇する必要があります。

そこで、サントリーでは年4回上司と部下が面接し、社員一人ひとりが納得できる人事考課に努めています。サントリーの人事考課では、年初に設定する「業務計画書」に基づく達成度の「成果」と、サントリーの社員として各資格ごとの行動規範を定めた「考動」を評価の指標としています。この「成果」と「考動」の2つの評価指標を、昇給や賞与といった賃金制度と結びつけており、20年以上前からこのしくみを運用し、改定させてきています。

### 労働組合と協同で人事考課制度を適正に運用

社員を公正に評価・処遇するため、労使で協力して人事考課制度の適正な運用に努めています。

サントリーでは年4回の面接について、労働組合が組合員に対してアンケートを実施しています。このアンケートは「上司との面談は十分に行われたか」「考課結果を理解できたか」など、組合員一人ひとりの意識を調査するものです。この結果は、経営陣にも伝えられ、人事制度の運用や改定に役立てるとともに、面談内容などに不十分な点があった場合には、上司にヒアリング、指導を行うこともあります。

## 社員のキャリア開発を支援しています

「人」が企業における最も大切な財産という考え方のもと、社員のチャレンジや可能性を広げるためのキャリア開発や能力発揮の場を提供し、自己実現を支援する会社でありたいと考えています。

人材育成については、人が人を育てるプロセスの中で成長するという人材育成の連鎖を重視した、現場での育成を大切にしています。

また、入社から退社までの人生マネジメントサイクルの中で、それぞれのステージにおける基本研修プログラムを整備しています。また、営業・生産など、各部門での実務研修も実施しています。

### 自己啓発支援プログラムの展開

やりがいをもち自己実現できる自律的な企業風土を醸成する施策の一つとして、社員が任意に受講できるさまざまなプログラム「SUNTORY Self Development Program(自己啓発支援プログラム)」を展開しています。

### キャリアサポート室を設置

2007年に、「キャリアサポート室」を新設しました。個別相談やワークショップの開催などを通じて、社員一人ひとりの視点に立ったキャリア自律をサポートしていきます。

### 適材適所実現に向けた取り組み

年に1度、自らの異動希望を伝える「自己申告制度」を基本に、特定要員の公募を行う「社内公募制度」、具体的な希望先がある場合に、その思いや意欲を希望先の責任者に直接伝えることができる「キャリアデザイン制度」など、社員のより自律的なキャリア形成を支援、推進しています。

**Web** 社員とともに「人材育成とキャリア支援」

# 誰もが安心して、健やかに、 いきいきと働ける職場づくりに力を注いでいます

## 人権尊重と差別排除に継続的に 取り組んでいます

個人の人権と人格を尊重し、誰もが安心して働くために、サントリーは、全社で人権への理解を深め、性別・人種・国籍などによる差別を排除しています。また、各部署のコンプライアンス・リーダーへの研修、新任マネジャー研修、e-ラーニングなどを通じて職場での継続的な意識啓発に取り組んでいます。

## ワークライフバランスに配慮した支援や 制度の拡充に努めています

サントリーは從来から、法定以上の福利厚生制度を追求し、生活と仕事のバランスを保ちながら個々の事情に応じて働く制度の拡充に努めています。また、少子高齢化に社会全体で取り組んでいく必要性や企業の社会的責任を十分に認識し、現場の実態や社員のニーズに即した支援を行っています。

### 長時間労働の削減

社員一人ひとりがいきいきと働ける企業風土づくりをめざし、2003年度から労使が協力して長時間労働の削減に取り組んでいます。全社完全消灯ルールの徹底やサービス残業の禁止、ゆとり拡大や生産性を高めるための業務の見直しなど、さまざまな取り組みを継続強化しています。これら施策や諸規定をまとめた「労働時間ハンドブック」は、インターネットに掲載し、周知徹底を行っています。

### ■年間総実労働時間の推移



### 育児休職、短時間・時差勤務制度の拡充

サントリーでは、育児休職のほか、妊娠期～育児期まで利用できる短時間・時差勤務制度を導入しています。

2005年4月施行の「次世代育成支援対策推進法」に基づいて、2006年1月から出産・育児支援制度を拡充。「原則満1歳6ヶ月まで」としていた育児休職の取得可能期間を「満3歳まで」に、育児短時間・時差勤務についても「子の満3歳誕生日の前日まで」から「小学校4年生進級まで」と、法定を上回る大幅な延長をしました。また、保育園などの送迎や子どもの生活時間に合わせられるよう、時差勤務制度の設定時間帯の幅も拡大しました。2007年度は52名の育児休職（取得率89.7%、復職率100%）、45名（うち男性1名）の短時間・時差勤務の利用がありました。

### 育児や介護を支援する新制度を導入

2007年度からは、妊娠・出産、育児、介護を事由に退職した社員が、職場に復帰したいと希望したときに再雇用する「ジョブリターン制度」、育児・介護のための「フレックスタイム制度」を導入しています。また、育児や介護を理由とした「在宅勤務制度」も導入し、仕事との両立を強力にサポートしています。



次世代育成支援企業認定マーク  
「くるみん」※を取得

※「次世代育成支援対策推進法」に基づいた従業員の子育て支援のための行動計画を策定・実施し、その結果が厚生労働省から認められた事業主が取得できるものです

### ボランティア休暇制度

仕事と社会生活のバランスをサポートするために、サントリーでは、年間5日の特別休暇が取得できるボランティア休暇制度を導入しています（2007年度は5名利用）。

### 健康維持・増進を支援しています

企業にとって何よりも大切な財産である社員の身体と心の健康に配慮することは、企業の最も重要な責務の一つです。社員一人ひとりが元気で活躍するために、健康診断項目の充実やフォローアップ体制の整備を行っています。

## 健康増進体制の強化

2006年より健康診断の内容をさらに拡充し、40歳以上の社員は毎年の定期健康診断に代えて人間ドックを受診することにするなど、健康増進体制を強化しています。また、健康問題に関する電話相談やカウンセリング窓口などの体制を整えているほか、生活習慣病予防の通信型健康教室なども導入し、社員の健康維持・増進を支援しています。

## 過重労働者への対応

社員の健康維持のため、2007年度は深夜・休日労働の事前届け出制度の徹底を図るとともに、外形時間管理の推進を行い、労働時間の適正化を強化しました。2008年度は、午後10時には全社で完全消灯すること新たに目標として掲げ、徹底しています。

## メンタルヘルスケアの拡充

社員本人によるストレスへの気づきとその対応の「セルフケア」と、マネジャーによる職場環境改善や個別相談などの「ラインケア」の双方から対策を講じています。また、社内専門医、社外カウンセラーによる相談、メンタルセルフチェックの実施などにより予防や早期発見につながる体制づくりを進めるとともに、休職者については、専門医によるサポートを強化するなど復職支援の整備を行っています。また、マネジャー研修の実施やイントラネットを活用した啓発を通じて、社員のメンタルヘルスケアの理解を促進し、活動の強化を図っています。

## 労働安全への取り組みを推進しています

工場においては、「安全」を職場業績評価基準の一つに掲げ、「安全衛生委員会」が中心となって各職場の業務特性や実情に合わせた取り組みを推進しています。2007年度の労働災害発生件数は20件、度数率は<sup>※1</sup>は2.08、強度率<sup>※2</sup>は0.01でした。今後も引き続き、業務時・通勤時双方での安全への対策強化と社員の意識向上に努めています。

※1: 度数率=死傷者数÷のべ労働時間数×100万

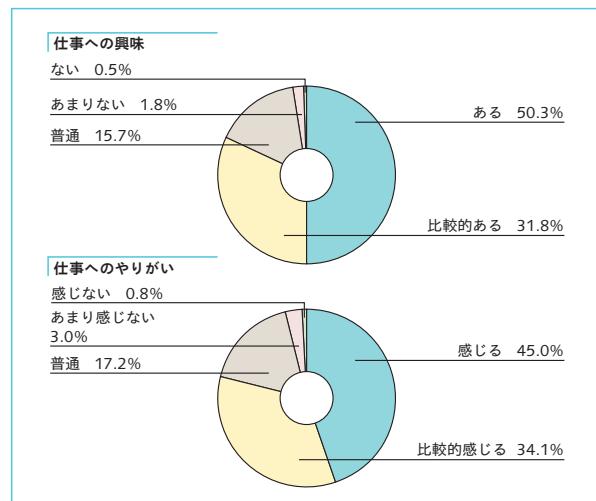
※2: 強度率=労働損失日数÷のべ労働時間数×1,000

**Web** 社員とともに「公正で快適な職場づくり」

## 社員の意識調査を継続的に実施しています

サントリーでは、社員の現状や仕事に対する意識を確認するため、毎年、年初に全社員を対象とした「自己申告」を実施。本人の健康・家族・身上に関することや、異動希望、現在の担当職務などについて調査しています。

### ■ 2007年度社員意識調査結果



## 労使が協力して社員が働きやすい職場づくりを推進しています

サントリーの労働組合はユニオンショップ制を採用し、マネジャー相当職および経営に直接関わる部署の人員を除く全社員<sup>※3</sup>が「サントリー労働組合」に加入しています。労使間では、重要な経営上の課題について検討・協議する「社長協議会」「決算協議会」「部門・テーマ別協議会」などを定期的に開催。こうした労使関係により、企業運営の客觀性や透明性とともに諸施策の実効性を高めています。

2007年は、約40回の協議会を実施し、特に長時間労働を労使共通の重要課題ととらえ、「労働時間問題検討委員会」にて具体的な施策などを検討。全社として、過勤削減に向けた取り組みを推進する一方で、支部ごとにこの問題を協議し、各々の現場に照らした課題解決を図っています。

※3: 2007年12月31日現在の同組合への加入者数は、全社員の約7割にあたる3,188人

# 第三者意見

サントリーでは各社のレポートを専門的観点からご覧になられている緑川芳樹氏に、2003年から第三者意見をいただいている。今年の「CSRレポート2008」については、2008年1月から5月にかけて3度にわたってレビューをいただき、掲載内容と活動についてのご意見をいただきました。ご意見は、できる限り本レポートに反映しております。今回反映できなかった部分についても、今後の活動および次年度のレポートに活かしてまいります。



パルディーズ研究会  
共同議長  
グリーンコンシューマー研究会  
代表

緑川芳樹

「水と生きる」の基盤ともいえる「水のサステナビリティ」が打ち出されました。水にこだわり続けるサントリーの新たなCSR戦略目標であるとともに、サントリーの独自性を超えて広く普及が求められるコンセプトです。今春稼動した「奥大山ブナの森工場」はサステナブルな「水」の利用を図り、さらに、LNGをはじめ「蓄熱システム」「雪室」などの環境配慮が加わりました。奥大山で9ヵ所めとなった水源涵養活動は、地域社会、従業員の参加を得てサステナブルに展開されることを期待します。食品偽装・有毒物混入などによる食品への不信・不安は食品メーカーのコンプライアンスと品質管理に一層強い関心が集まりました。サントリーが徹底した点検と改善を図った安心感はありますが、今後も「水ももらさない」管理をお願いします。

ステークホルダーごとにActivityが設定され、マテリアリティ(重要性)が全体的に分かりやすくなりました。CSRの課題に対応した選択がされており、高く評価できます。各Activityの枠組みには大小の差がありますが、それぞれのKPI(キーパフォーマンス指標)を明確にして自己評価し、継続的な改善を進めてください。

## 水とともに生きる～自然との共生～

これまでの水準の高さが維持されており、価値観を根底から変えなければならないほどの課題となっている地球温暖化問題では、総量でのCO<sub>2</sub>排出量削減に改善のきざしが見えています。言うことは簡単ですが、1990年比における原単位の大幅な改善と総量増加の落差を埋め、ポスト京都を展望しながら製品ライフサイクルのそれぞれの課題への取り組みを強めてください。

## 社会にとっての水となる～社会との共生～

検討中のCSR調達システムの構築が大きな課題です。自社の企業行動規範の見直しと連動させながら、取引先との良質のコラボレーションをつくってください。前回と同様に、物流安全の活動を高く評価し、お客様情報の「ご指摘」への対応についての記載を求めていたいと思います。文化活動では「サントリー美術館」を拝観し、文化とゆとりと癒しの時間と空間を楽しみました。

## 水のように自在に、力強く～社員とともに～

3つのActivityが設定され、重点課題がはっきりしました。ワークライフバランス施策は、先駆的に開示してきた総実労働時間情報が組み込まれて体系的になり、「在宅勤務」などの新制度も加わりました。女性管理職登用も着実に進んでいます。今後、女性管理職の働きやすい職場づくりを労働慣行の改革と併せて進め、成果を上げるよう期待します。ただ、もう一つのダイバーシティ(多様性)の大きな柱である障がい者雇用が進んでいません。いま、大企業とそのグループが牽引となり、日本全体の雇用率を引き上げる大きなうねりが起こっています。サントリーの労働CSR最重点の課題としてください。また、去る2008年4月にOECDが改善を求める日本の「非正規労働者問題」についても、派遣・請負労働者を含め、その状況を開示しながら改善の方向を明確にしていただきたいと思います。おわりに、労働CSRの情報開示は他社のそれもじわじわと改善が進みサントリーレベルに近づいています。冊子とWebとの情報量の再調整を含め、今後、「説明責任はCSRの基本である」との認識に立ち、大胆に情報開示度を高めるよう希望します。



サントリー株式会社  
専務取締役  
CSR・コミュニケーション本部長

寺澤 一彦

## 第三者意見をいただいて

2007年は、食の安全・安心あるいはCO<sub>2</sub>や資源問題をはじめとする環境問題など、私たちの事業活動を左右する課題についての議論が活発化した年でした。あらためてサントリーとお客様、社会、自然環境との関係を見つめ直す必要性を強く感じています。とりわけ環境問題については、経営の最重要課題としてとらえ、より高い次元で成果を出していくことが求められています。「水のサステナビリティ」をめざすことは大きなチャレンジであり、従来にも増してより積極的に、高い志をもって、「水と生きる」企業ならではの取り組みを進化させていきたいと考えております。CSR調達の実現には、関係先との相互理解と協調関係をいかに築くかという大きな課題がありますが、対話の充実を図ることで、取り組みの深耕を図ってまいりたいと考えます。

ダイバーシティ(多様性)の問題については、サントリーの伝統的人材観、すなわち人材の多様な力を認め活かしていくという姿勢を、今日の視点でとらえ直していくことが必要だと認識しています。ご指摘いただいた障がい者雇用も含め、より開かれた職場づくりに取り組んでまいります。

本年のレポートは、冊子とWebの連携を意識した編集とされています。冊子に記載する情報の取捨選択や情報開示の充実については、まだまだ課題があると認識しておりますが、皆様方からのご評価を頂戴し、さらなるレベルアップを図ってまいりたいと存じます。

# サントリーのあゆみ

## 企業活動

鳥井信治郎大阪市に鳥井商店を開業	1899	
甘味果実酒「赤玉ポートワイン」発売	1907	
株式会社寿屋を創立	1921	
京都郊外・山崎に日本初のウイスキー蒸溜所の建設に着手	1923	
日本初の本格ウイスキー「サントリー・ウイスキー・白札」発売	1929	
日本最大の自家ぶどう園「山梨W(現・登美の丘W)」開設	1936	
「サントリー・ウイスキー・角瓶」発売	1937	
戦後初の一般市場向けウイスキー「トリス・ウイスキー」発売	1946	
「サントリー・ウイスキー・オールド」発売	1950	
創業60周年記念ウイスキー「サントリー・ウイスキーローヤル」発売	1960	
社名を「サントリー株式会社」に変更	1961	
サントリー初のビール工場武蔵野B開設。「サントリービール」発売	1963	
日本初の非熟処理ビール「サントリービール(純生)」発売	1967	
桂B(現・京都B)開設	1969	
白州D開設	1970	
消費者室(現・お客様コミュニケーション部)を設置	1973	
国産初の貴腐ワイン発売	1974	
「サントリーウーロン茶」発売	1976	
利根川B開設	1978	
「シャトー・ラグランジュ」(フランス・ボルドー)の経営開始	1979	
「サントリー・シングルモルトウイスキー・山崎」発売	1981	
麦100%生ビール「モルツ」発売	1982	
中国に江蘇サントリービール工場開設	1983	
文化事業部を設置	1984	
ドイツの「ロバートヴァイル醸造所」の経営開始	1986	
創業90周年記念ウイスキー「響」発売。ペチュニア新品種「サフィニア」発売	1987	
アジア有数の食品会社「セレボス・パシフィック社」の経営開始	1988	
サントリー「南アルプス天然水」発売	1989	
環境委員会、環境室(現・環境部)を設置。ARP事務局(現・ARP室)を設置	1990	
清涼飲料専用工場榛名P竣工。缶入りコーヒー「BOSS」発売	1991	
発泡酒の「パイオニア・ホップス<生>」発売	1992	
上海三得利梅林食品有限公司・三得利啤酒(上海)有限公司設立	1993	
ゴマの健康食品「セサミンE」発売	1994	
世界初の青いカーネーション「ムーンダスト」発売	1995	
ペプシブランドのマスターフランチャイズ権を獲得	1996	
創立100周年。環境調和型食品工場高砂P開設	1997	
昆山ビール工場(中国・上海)竣工	1998	
サントリーフラワーズ㈱設立	1999	
業界初のハイブリッド工場九州熊本P竣工	2000	
商品開発センター設立。三得利(上海)食品有限公司設立	2001	
社内カンパニー制を導入。コンプライアンス推進部を設置	2002	
世界初「青いバラ」を開発。緑茶「伊右衛門」発売	2003	
お台場に新オフィス(サントリーワールドヘッドオーナー)開業	2004	
CSR推進部を設置	2005	
文化・社会貢献本部を設置	2006	
ネスレウォーターズ社と事業提携し、輸入ナチュラルミネラルウォーター発売	2007	
CSR推進本部設置	2008	
首都圏の食品生産拠点神奈川綾瀬P竣工		
「サントリー天然水㈱ 奥大山ブナの森工場」竣工		
環境緑化ビジネスに本格参入		

※工場名の後のアルファベットは、次のような工場の種類を表します。

D=蒸溜所、B=ビール工場、W=ワイナリー、P=食品工場・びん詰工場など

## 社会・環境活動

明治	1899	
	1907	
大正	1921	社会福祉法人邦寿会を創設
	1923	第一次世界大戦(1914~18)
昭和	1929	
	1936	
	1937	
	1946	第二次世界大戦終結(1945)
	1950	
	1960	
	1961	サントリー美術館開館
	1963	
	1967	東京オリンピック開催(1964)
	1969	サントリー音楽財団設立
	1970	大阪万博にサントリー館出展
	1973	白州Dにバードサンクチュアリ開園。愛鳥キャンペーン開始
	1974	サントリーオープングルフトーナメント開催
	1976	事業系ガラスびん回収システムを構築
	1978	
	1979	サントリー文化財団設立
	1981	白州D「自然保護優良工場」環境庁長官賞受賞
	1982	千歳P「緑化優良工場」通産大臣賞受賞
	1983	
	1984	
	1986	サントリーホール開場
	1987	
	1988	
平成	1989	白州D「緑化優良工場」総理大臣賞受賞
	1990	公益信託「サントリー世界愛鳥基金」創設
	1991	ビール業界初のステイオンタブ缶ビール発売
	1992	東西ドイツ統一(1990)
	1993	「サントリー環境行動指針」制定
	1994	梓の森P「緑化優良工場」通産大臣賞受賞
	1995	「サントリーミュージアム【天保山】」開館
	1996	
	1997	リオデジャネイロで「地球サミット」開催(1992)
	1998	容器包装リサイクル法施行
	1999	地球温暖化防止
	2000	京都会議(COP3)開催(1997)
	2001	「環境レポート」発行開始。全ビール工場が100%再資源化達成
	2002	「消費者志向優良企業」通産大臣表彰、「グリーン調達基本方針」制定
	2003	「廃棄物等情報システム」開発。第9回環境広告コンクール大賞受賞
	2004	「グリーン購入基本方針」を制定。環境シンボルマーク「エコシップ」制定
	2005	グループ全25工場で再資源化率100%を達成
	2006	主要14工場のISO14001認証取得完了
	2007	高砂P「3R推進功労者等表彰」農林水産大臣賞受賞
	2008	山崎D「緑化優良工場」経済産業大臣賞受賞
		サントリー「天然水の森 阿蘇」水源涵養活動開始
		京都B「京都府環境トップランナー賞」受賞
		「サントリー・キッズ・ドリームプロジェクト」開始
		サントリー「森と水の学校」開校。環境レポート大賞・環境報告書賞に入賞
		改定版「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」制定
		環境コミュニケーション大賞で3部門受賞
		京都議定書発効(2005)
		環境報告書賞優良賞受賞
		サステナビリティ報告書賞優秀賞受賞
		東京ミッドタウンに新たにサントリー美術館オープン
		持続可能性報告大賞(環境大臣賞)受賞
		サステナビリティ報告書賞優良賞受賞
		サントリー「天然水の森 奥大山」水源涵養活動開始
		サステナビリティ報告書賞優良賞受賞