



Suntory Bird
Conservation
Activities
since **1973**

Suntory Environmental
Vision toward

2050



Suntory Mizuiku-
Education Program for Nature and Water
127,000 children and parents
participated in the program



Promoting Work-Life Balance

CONTENTS

トップコミットメント	002
------------------	-----

CSRの考え方..... 004

- ISO26000を活用したCSR活動のステップアップ
- CSR行動計画
- CSR情報の掲載方針

CSRトピックス 017

- サントリーグループ『水理念』を発表しました 018
- サントリーグループの熊本地震復興支援活動 024
- 「消費者志向自主宣言」を発表しました 027
- 2017年を『働き方ナカミ改革元年』として 030
改革を加速します
- 1921年から続くサントリーのCSRの原点「邦寿会」... 034

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス 038

- 消費者志向自主宣言
- グループ品質マネジメントの推進
- すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証
- 適切でわかりやすい情報開示
- お客様コミュニケーション
- CSR調達
- 公正・公平な取引
- 安全に配慮した物流の推進
- アルコール関連問題への取り組み

自然と響きあう 環境 061

- 環境経営
環境ビジョン／事業活動と環境影響／環境マネジメント
サントリーグループISO14001認証取得一覧
水のサステナビリティ／2016年度の目標と実績・評価
従業員への環境教育
- 自然環境の保全・再生
「天然水の森」(水源涵養/生物多様性の保全)／
愛鳥活動／次世代環境教育「水育(みずいく)」
- 環境負荷低減
地球温暖化防止／生産での取り組み／物流での取り組み
自動販売機の省エネ
営業・研究開発・オフィス・その他の取り組み
資源の有効活用／水資源の有効活用／容器包装の3R
容器の回収～リサイクルの流れ
サントリーが参画している業界団体
容器包装リサイクル法とは？
廃棄物の削減と再資源化の推進
グリーン調達・グリーン購入／汚染防止・化学物質管理
- 環境コミュニケーション

社会と響きあう 文化・社会貢献 131

- 社会活動方針
- 芸術・文化活動
- スポーツ活動
- 社会福祉
- 次世代育成
- 被災地支援
- 地域貢献

従業員と響きあう ダイバーシティ経営 156

- 人事の基本的な考え方
- 雇用・就業状況
- 人材育成
- ダイバーシティの推進
- ワークライフバランスの推進
- 労使関係
- 労働安全
- 健康経営
- グループ・グローバル人事活動

CSRマネジメント 190

- コーポレート・ガバナンス
- 内部統制システムに関する基本的な考え方およびその運用状況
- コンプライアンス
- サントリーグループ企業倫理綱領
- 人権の尊重
- リスクマネジメント

グループ各社のCSR活動 213

- 国内グループ会社の活動
ハーゲンダッツ ジャパン(株)／(株) ダイナック／(株)
プロントコーポレーション／井筒まい泉(株)／サントリー
フラワーズ(株)／サントリーマーケティング&コマース(株)
／サントリーパブリシティサービス(株)
- 海外グループ会社の活動
ビームサントリー／サントリー食品ヨーロッパ／ペプシ・ボ
トリング・ベンチャーズ・グループ／サントリーガルーダ・
グループ／サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジ／
フルコア・サントリー・グループ／サントリー(中国)ホールディ
ングス／シャトー ラグランジュ／ロバート ヴァイル醸造所

社外からの表彰 296

アンケート結果 299

主要CSRデータ 300

GRIガイドライン(G4)対照表 320

トップコミットメント

「水と生きる」企業として、サステナブルな
社会の実現を目指して革新と挑戦を続けます。

サントリーホールディングス株式会社
代表取締役社長

新 浪 剛 史



地球規模での環境問題、人口増加に伴う資源・エネルギー・食料の逼迫や格差の拡大など、私たちが直面している課題は非常に多岐にわたっています。2015年には国連で「持続可能な開発目標（SDGs）」が、また同じ年にCOP21で歴史的な「パリ協定」が採択されるなど、世界が課題解決に向けた動きを見せる中、私たちサントリーグループもグローバルに事業を展開する企業として世界課題の解決に貢献すべく取組みをさらに加速させていきます。

■「水と生きるSUNTORY」として環境経営を推進します

私たちはコーポレートメッセージとして「水と生きるSUNTORY」を掲げています。このメッセージには「水を守り、水を育む環境を守りたい」「社会に潤いを与える企業でありたい」として「水のように柔軟に常に新しいテーマに挑戦し続けたい」という私たちの思いが込められています。何より、水や農作物などかけがえのない自然の恵みを事業基盤とするサントリーには、地球環境の保全に積極的に取組み、次世代に引き継いでいく責務があると考えています。2014年には、グループの環境経営により明確な方向性を与えるため「環境ビジョン2050」を策定するとともに「2020年目標」を設定しました。その達成に向け「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」を2つの軸に据え、グループ全体で環境経営を推進しています。

■「水」を最重要テーマに定め、取組みを強化します

とりわけ「水」は、サントリーグループの企業活動の原点であると同時に、人々の生命や生活、そして経済を支える上でも貴重な「資源」です。SDGsにおいても「水」は持続可能な社会の実現に向けての最重要課題の1つであり、私たちが何よりも優先して取り組むべき課題であると認識しています。「水と生きる」企業として国内で培ってきた「水のサステナビリティ」の考えや活動をグローバルに実践していくため、今年1月にグループ共通の『水理念』を制定しました。この理念のもと、事業を展開する世界各地で水を育む自然環境の保全・再生活動に積極的に取り組んでいきます。2004年から日本でスタートした、豊かな水を育む自然環境の大切さを子どもたちに伝える次世代環境教育「水育（みずいく）」は、2015年からベトナムにも拡大。これまでに5,000人を超える子どもたちが参加しました。またアメリカのケンタッキー州にあるメーカーズマーク蒸溜所では、2016年6月に「ナチュラル・ウオーターサンクチュアリ」プロジェクトを立ち上げ、地域との共生を図りながら水源保全活動を行っています。今後も事業を展開するエリアで地域の実情に合った取組みを展開していきます。

■真に価値あるグローバル企業グループを目指します

「人と自然と響きあう」—これは世界中の人々に最高品質の商品・サービスをお届けすることで、人々の豊かな生活の創造に貢献すると同時に、常に社会や美しい地球環境との共生を実現するという、サントリーグループが自ら掲げた使命です。その根底にあるのは今も脈々と受け継がれている「やってみなはれ」に基づく飽くなきチャレンジ精神と、事業で得た利益の一部は社会への貢献のために役立てたいという「利益三分主義」の精神です。この2つの創業精神を原動力とし、私たちの使命を果たし続けることこそ、私たちが目指す世界中の人々から信頼されるグローバル企業グループとしての姿だと確信しています。

■「ONE SUNTORY」の実現にむけて社員と響きあいます

そのような姿を実現するには、サントリーグループに集う社員一人ひとりの力が欠かせません。「やってみなはれ」精神を土台に、多様な価値観や発想、能力を持った人材がサントリーグループに集い、全社員が「ONE SUNTORY」として力を発揮すること。それにより、社員一人ひとりが仕事に生きがいや喜びを感じ、個人としても組織としても成長し続けること。そしてその笑顔の輪が社会にまで広がっていくことこそ、私が実現したいダイバーシティ経営の姿です。



私たちサントリーグループは、ステークホルダーの皆様のさまざまなお声に耳を傾けながら、生命の輝きに満ちた持続可能な社会の実現に向けて新たな価値を創造し続ける「Growing for Good」な企業グループを目指して革新と挑戦を続けてまいります。今後ともご支援ご指導を賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

2017年6月
サントリーホールディングス株式会社
代表取締役社長
新浪 剛史

CSR の考え方

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、サントリーグループは企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」の実現に向け、ステークホルダーとともにさまざまなCSR活動を進めています。

サントリーグループの理念

「水と生きる SUNTORY」は、企業理念に基づく私たちの思いを広く社会と共有するための言葉です。地球にとって貴重な水を守り、水を育む環境を守るとともに、社会に潤いを与え続ける企業を目指し、新たな価値の創造に挑戦しています。



わたしたちの使命

『人と自然と響きあう』

わたしたちは常にお客様を見つめ、お客様の求めるものに応えます。商品やサービスを通じてお客様の生活文化を潤い豊かなものにしていきます。そして、商品の源泉である自然の恵みに感謝し、恵みを生み出す自然の生態系が健全に循環するように力を尽くします。人々の生活文化を潤い豊かにすることと、自然環境を保全することが互いに矛盾せず、幸福な相互関係で結ばれ、永く持続していく社会づくりに貢献すること。それがサントリーグループの使命です。

わたしたちの志

『Growing for Good』

わたしたちは、この社会のために“Growing”＝成長しつづけます。成長しつづけることで、よりよい社会づくりに貢献する力も、自然環境を守る力も大きくしていきます。そのためには革新的な取組みに情熱を注ぎ、新たなチャレンジをつづけなければなりません。挑戦の先にあるのは、いまよりもっと誠実で、信頼される企業。そんな“Good”な企業に向かって成長しつづけること。これがサントリーグループの志です。社員一人ひとりもまた、仕事への情熱と挑戦意欲を忘れず、“Good”＝誠実で信頼される人間として、成長しつづけるべきではありません。

わたしたちの価値観

『やってみなはれ』

サントリーグループの歴史をつくってきたのは、常に果敢なチャレンジ精神でした。誰もやらなかったことに挑む。常識を疑い視点を換え、考えぬいて、ひたむきに行動する。失敗や反対を恐れず、ひたすら挑戦しつづける。新しい市場創造も、新たな価値提供も、そんな情熱から生まれました。『やってみなはれ』は、現在も未来も、わたしたちの事業の原動力となる価値観です。

『利益三分主義』

わたしたちの事業は、お得意先やお取引先、そしてこの社会のおかげで成り立っています。だから、事業で得た利益は、「事業への再投資」にとどまらず、「お得意先・お取引先へのサービス」や「社会への貢献」にも役立てていこう。そんな思いを言葉にしたのが『利益三分主義』です。「おかげさまで」の心で、事業の成功をステークホルダーや社会全体と分け合い、互いに発展・成長していける関係づくりに全力を注ぐこと。これもまた、サントリーグループ不変の価値観です。

サントリーグループ企業倫理綱領

企業理念の実現に向けて、私たちが行うすべての活動の基盤であり、サントリーグループが社会に対して責任を果たし、信頼をいただくために、大切にしなければならない基本姿勢を定めています。

コーポレートメッセージ

水と生きる SUNTORY

「水と生きる SUNTORY」は、企業理念に基づく私たちの思いを広く社会と共有するための言葉です。地球にとって貴重な水を守り、水を育む環境を守るとともに、社会に潤いを与え続ける企業を目指し、新たな価値の創造に挑戦しています。

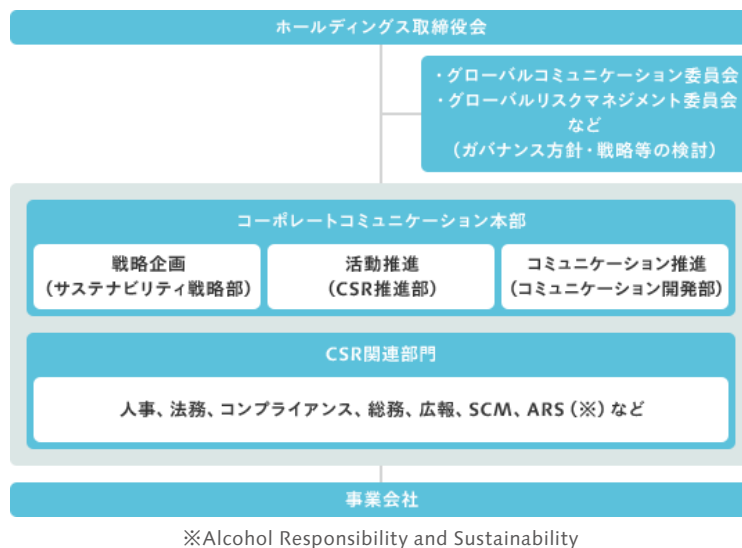
サントリーグループのCSRの考え方

持続可能な社会に向けて、サントリーグループの理念を実践することそのものがサントリーグループのCSRであると位置づけ、グループ一体となって活動を推進しています。グループ理念に基づき従業員一人ひとりが社会やステークホルダーとのつながりの中でCSRを実践できるよう、CSRに関する基本的な考え方を以下のように定めています。

- サントリーグループの理念の実践を通じ、社会や自然と共生し、持続可能な社会の実現に貢献します。
- 社会課題の解決と新たな価値の創造に向け、ステークホルダーの期待や要請を踏まえたCSR活動を積極的に推進します。
- 人権尊重と高い倫理観に基づいて、公正・透明で誠実な事業活動をビジネスパートナーとともに遂行します。

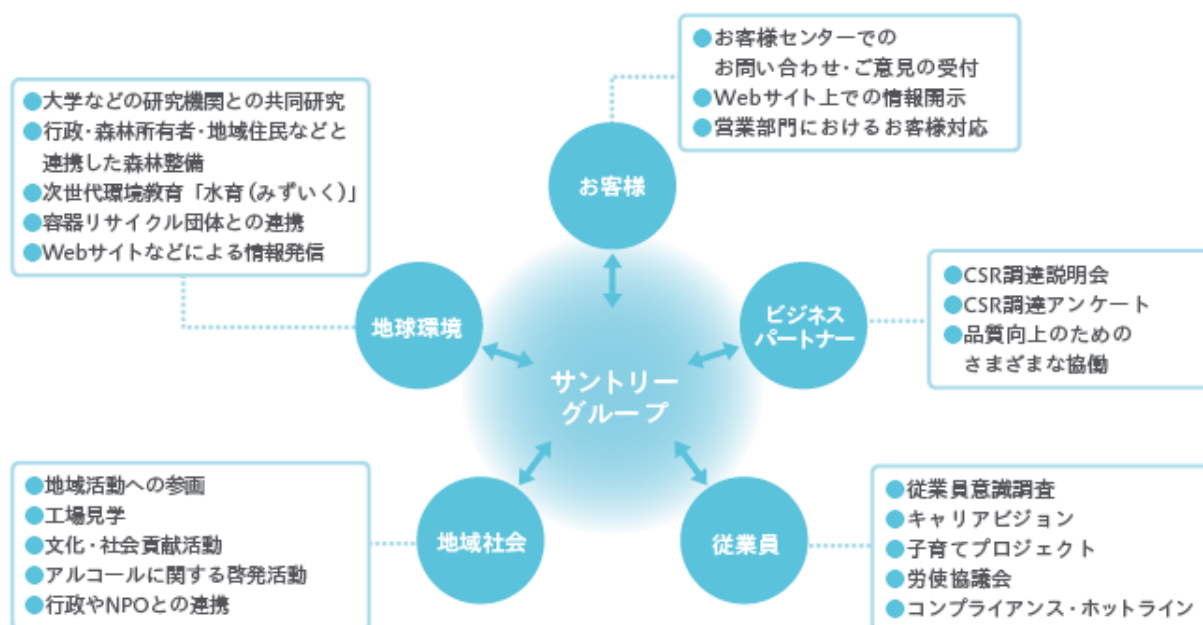
CSR推進体制

サントリーグループでは、取締役会および各委員会のもと、CSR関連部門が連携し、グループ全体でCSR活動を推進しています。その全社横断的機能を果たす専門部署として、2005年よりCSR推進部を設置しています。CSR推進部では、全社CSR戦略の策定、部門横断的なCSR課題への対応、CSR情報発信、ステークホルダーとのコミュニケーションなどに取り組んでいます。また、CSR関連部門と連携して行動計画を策定し、それぞれのCSR課題について定例会議を開催し、活動の進捗報告や課題の共有、課題の解決に向けた討議や社会動向の共有を行い、国内外含めたグループ全体でCSR活動を推進しています。



ステークホルダーとの関わり

サントリーグループの事業活動は、多様なステークホルダーとの関わりの中で進められています。持続可能な社会の実現に貢献する企業であり続けるために、私たちはステークホルダーへの責任を明らかにするとともに、さまざまなコミュニケーションを実施。いただいたご意見や社会のニーズを企業活動に反映し、高い信頼関係や協働関係を継続的に築いていくことを目指しています。



ステークホルダーとのコミュニケーションの機会

CSR 4つの取り組み

CSRの考え方をベースに、よりサントリーグループらしい社会的責任を果たしていくため、2011年からISO26000を活用したCSR活動を推進しています。CSR活動の現状把握と課題抽出・認識の共有を行い、7つの中核主題ごとにステークホルダー・エンゲージメントを実施しました。この結果をもとに、グローバルな社会課題や事業課題の中から、ステークホルダーからの期待・関心度が高く、また、サントリーグループにとって重要度が特に高い課題を抽出した上で、企業理念「人と自然と響きあう」の実現に向けて、これらの課題の整理を行い、4つの取り組みにまとめました。今後も私たちサントリーグループは企業理念に基づく活動の実践を通じて、社会的な責任を果たすとともに、持続可能な社会の実現を図りながらグローバルに成長する、「Growing for Good」な企業を目指して革新と挑戦を続けてまいります。

■（１）お客様・お取引先と響きあう／商品・サービス

最高品質の商品・サービスでお客様に感動をお届けするために

お客様の声を広く企業活動に反映させるとともに、サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、バリューチェーン全体で品質の維持・向上に取り組んでいます。また、CSR調達やアルコール関連問題にも積極的に取り組んでいます。

■（２）自然と響きあう／環境

限りある水や資源を、次の世代に引き継ぐために

持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐべく、「環境ビジョン2050」を定め、「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」の2つの軸で、グループ全体での環境経営を推進していきます。

■（３）社会と響きあう／文化・社会貢献

地域に根ざした活動で、明るい未来を築くために

創業の精神「利益三分主義」に基づき、「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」の分野を中心に、「次世代育成」「被災地支援」「地域貢献」など、時代を見つめた文化・社会貢献活動に継続的に取り組んでいます。

■（４）従業員と響きあう／ダイバーシティ経営

世界へと夢を広げる、多彩な人材を育てるために

「ダイバーシティ経営」を人事の基本方針とし、新たな価値創造に挑戦する「人材育成」と従業員一人ひとりが最大限に力を発揮する、創造性あふれる「職場環境づくり」を目指しています。

グローバル企業としての取り組み

■持続可能な開発目標(SDGs)※をふまえて

地球規模での環境問題、人口増加に伴う資源・エネルギー・食料の逼迫や格差の拡大など、私たちが直面している課題は非常に多岐にわたっています。世界が課題解決に向けた動きを見せる中、サントリーグループはグローバルに事業を展開する企業として世界課題の解決に貢献すべく、「持続可能な開発目標 (SDGs)」などの国際的な長期目標を参照し、取り組みを深化させていきます。

※ 2015年9月に国連サミットで採択された、2030年までに全世界が取り組むべき目標 (Sustainable Development Goals)

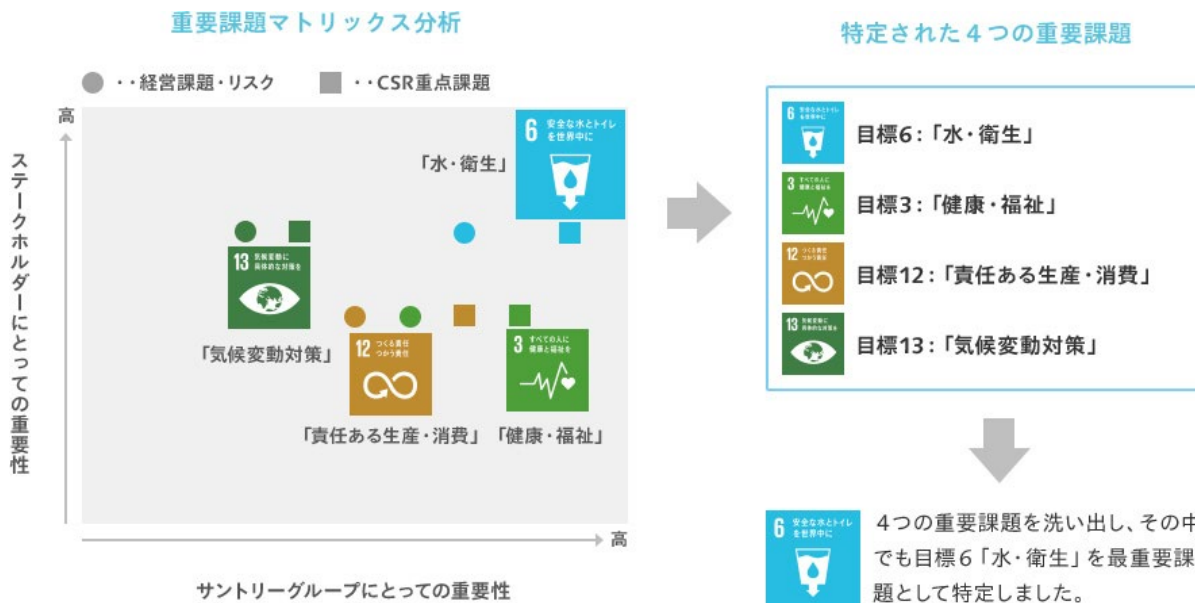


■重要課題の特定

サントリーグループは今後のCSR活動の重点領域を検討するため「持続可能な開発目標（SDGs）」を活用し、専門知識を有するKPMGあずさサステナビリティ（株）の協力のもと、重要課題分析を実施しました。

ステークホルダーにとっての重要性和サントリーグループにとっての重要性を評価し、取り組みのマトリックスを作成。CSR重点課題や経営課題・リスクの視点で分析した結果、重要度の高い取り組み目標として、目標6「水・衛生」、目標3「健康・福祉」、目標12「責任ある生産・消費」、目標13「気候変動対策」の4つを特定しました。

また、その中でも特に、事業活動にとっても重要な原料「水」を守ることが最重要課題であると認識し、グループ一丸となって水を守る活動に注力していきます。



■グループ共通の「水理念」を制定

「水」はサントリーグループにとって最も重要な原料であり、かつ、貴重な共有資源です。「水と生きる」企業として国内で培ってきた「水のサステナビリティ」の考えや活動をグローバルに実践していくため、2017年1月にグループ共通の「水理念」を制定しました。この理念のもと、事業を展開する世界各地で水を育む自然環境の保全・再生活動にグループ一丸となって積極的に取り組んでいます。

サントリーの『水理念』

2017年1月策定

水はグループにとってもっとも重要な原料であり、かつ、貴重な共有資源です。環境基本方針の最上位に掲げる「水のサステナビリティの実現」に向けて、次の理念をグループ全体で共有し、ステークホルダーの期待に応えていきます。

1.水循環を知る

使用する水の循環について科学的アプローチに従って流域を調べ、理解を深めます。

2.大切に使う

水の3R（Reduce/Reuse/Recycle）活動を通じて節水に努め、浄化した水は自然に還し、環境インパクトを軽減します。

3.水源を守る

サステナブルな未来を実現していくため、ステークホルダーと協力しながら使用する水の水源保全に努めます。

4.地域社会と共に取組む

社会が豊かになるように、水課題の解決への貢献を通じて地域コミュニティを支援します。

■重要課題に対するサントリーグループの活動方針

「水」を始めとしたこれらの重要課題については、バリューチェーン全体の視点で取り組むことを重視し、「持続可能な開発目標（SDGs）」の169のターゲットを参照しながら検討を進めています。それぞれの重要課題において、今後は下記のような活動を強化していきます。

重要課題	取り組みのキーワード	強化していく活動例
6 安全な水とトイレを世界中に 	<ul style="list-style-type: none"> ・水利用効率の改善、持続可能な採取、水不足の対処 ・汚染の減少、未処理の排水の削減、水質改善 ・森林等の水に関連する生態系の保護及び回復 	<div>生産拠点を中心とした「水の3R」</div> <div>水源涵養活動「天然水の森」 次世代環境教育「水育」</div>
3 すべての人に健康と福祉を 	<ul style="list-style-type: none"> ・アルコール有害摂取の抑止 ・健康リスクの早期警告及び緩和能力を強化 	<div>適正飲酒の啓発</div> <div>機能性飲料の改良・開発</div>
12 つくる責任 つかう責任 	<ul style="list-style-type: none"> ・資源の持続可能な管理、効率的な利用促進 ・持続可能な開発、自然と調和したライフスタイルに関する情報と意識づけ ・食品ロス減少 	<div>CSR調達</div> <div>「2R+B」戦略に基づくペット容器開発</div>
13 気候変動に具体的な対策を 	<ul style="list-style-type: none"> ・気候変動対策の戦略・計画化 ・気候変動に関する教育・啓発 	<div>廃棄物削減、再利用</div> <div>バリューチェーンCO2排出量削減</div>

国連グローバル・コンパクトに署名

サントリーグループは世界人権宣言や国連のビジネスと人権に関する指導原則など国際規範を支持するとともに、国連が提唱する「人権・労働・環境」についての普遍的な原則を提唱する「国連グローバル・コンパクト」（以下10原則）に署名しています。

- 1.企業は、国際的に宣言されている人権の保護を支持、尊重すべきである
- 2.企業は、自らが人権侵害に加担しないよう確保すべきである
- 3.企業は、結社の自由と団体交渉の実効的な承認を支持すべきである
- 4.企業は、あらゆる形態の強制労働の撤廃を支持すべきである
- 5.企業は、児童労働の実効的な廃止を支持すべきである
- 6.企業は、雇用と職業における差別の撤廃を支持すべきである
- 7.企業は、環境上の課題に対する予防原則的アプローチを支持すべきである
- 8.企業は、環境に関するより大きな責任を率先して引き受けるべきである
- 9.企業は、環境に優しい技術の開発と普及を奨励すべきである
- 10.企業は、強要と贈収賄を含むあらゆる形態の腐敗の防止に取り組むべきである



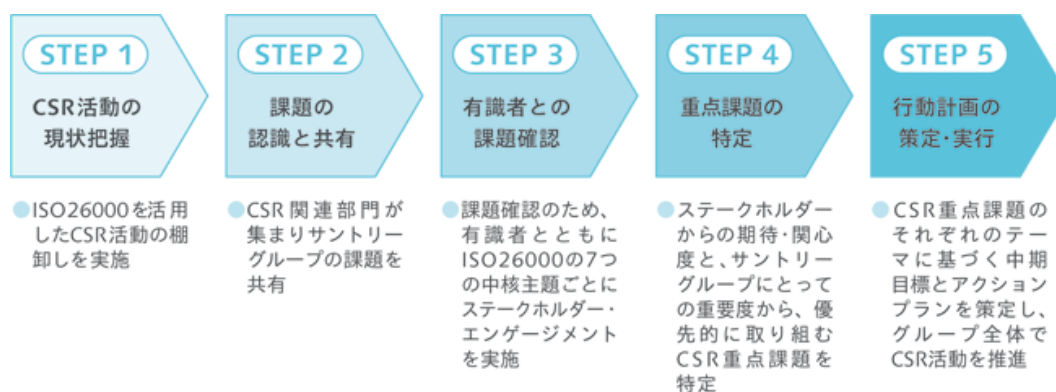
今後もグローバルでサステナブルな事業を推進していく上で、国際的な規範を遵守し、社会的責任を果たしていくことが、サントリーグループの使命であると考えています。

ISO26000を活用したCSR活動のステップアップ

CSRの考え方をベースに、よりサントリーグループらしい社会的責任を果たしていくため、2011年からISO26000を活用したCSR活動を推進しています。CSR活動の現状把握と課題抽出・認識の共有を行い、7つの中核主題ごとにステークホルダー・エンゲージメントを実施しました。

この結果をもとに、グローバルな社会課題や事業課題の中から、ステークホルダーからの期待・関心度が高く、また、サントリーグループにとっての重要度も高い項目を特に注力すべきCSR重点課題として2013年に特定し、策定した行動計画に基づいてグループ全体で活動を推進しています。

CSR活動推進のプロセス



CSR活動の現状把握

■CSR全体会議を開催

サントリーホールディングス（株）CSR推進部を中心に、CSR関連の主要部署※から代表者約40名が集まり、ISO26000についての理解を深めるとともに、今後のステークホルダー・エンゲージメントのプロセスを確認・共有しました。

※サントリーホールディングス（株）CSR推進部、品質戦略部、総務部、法務部、コンプライアンス室、人事部、エコ戦略部、サントリービジネスエキスパート（株）SCM本部、お客様リレーション本部



CSR全体会議の様子

■ISO26000のセルフチェックシートを用いてCSR活動の棚卸しを実施

ISO26000の中核主題ごとに設定されている「関連する期待および行動」の約250項目について、関連部署がセルフチェックシートを用いて対応状況を評価し、サントリーグループの課題を洗い出しました。



ISO26000のセルフチェックシート

サントリーグループの課題の認識と共有

■中核主題ごとに関連部署が集まり重要課題を議論

7つの中核主題ごと※に関連する部署が集まり、今後サントリーグループが優先的に取り組むべき重要課題を議論しました。

※ 人権と労働慣行については、相互に関連性が高いことから2つのテーマを同時に議論しています



人権・労働慣行をテーマにした議論の様子

有識者と重要課題を確認

■中核主題ごとに社外有識者と第1回意見交換会を開催

社内で議論した中核主題ごとの重要課題について、2012年3-4月に社外有識者と意見交換会を実施し、確認しました。継続的に意見交換会を実施していくことで、さらなるステップアップにつなげていきます。

重点課題の特定

ステークホルダーからの期待・関心度と、サントリーグループにとっての重要度から、優先的に取り組む6つのCSR重点課題を特定しました。

6つのCSR重点課題

- お客様第一に安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスの提供
- 「水のサステナビリティ」の追求と環境負荷低減による自然との共生の実現
- 「利益三分主義」に基づく生活文化の豊かな発展と次世代育成への貢献
- 「やってみなはれ」を発揮できる人材育成とダイバーシティ推進
- サプライチェーンを通じたCSR活動の推進
- 酒類を扱う企業として責任あるマーケティングと適正飲酒の普及と啓発

CSR行動計画の策定・実行

6つのCSR重点課題のそれぞれのテーマに基づく中期目標とアクションプランを策定し、グループ全体で活動を推進しています。

CSR 行動計画

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス

■お客様第一に安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスの提供

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
お客様視点に基づく品質保証	お客様からのより一層の信頼向上	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声から品質課題を抽出し、品質改善につなげた。 サプライチェーンを遡ったフードディフェンス活動を推進した。 フードバンク活動を継続した。 高品質な原料（ぶどう、その他）をサステナブルに調達できる仕組みを構築中。 食品安全を推進するGFSI活動に参画した。 	<ul style="list-style-type: none"> お客様の声をさらにスピーディーに解析して品質課題を抽出し、速やかに品質改善につなげていく。 フードバンク活動を継続する。 高品質な原料（ぶどう、その他）をサステナブルに調達できる仕組みを強化する。 海外のお客様にサントリーの品質関連情報を発信するしくみを構築する（グローバル品質広報）。 食品安全を推進するGFSI活動への参画を継続する。
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	<ul style="list-style-type: none"> サントリーグループ全社でGlobal MONOZUKURI Innovation (GMI) 活動を開始した。 GMIの中で「安全・安心の総点検活動」を開始した。 創業以来大切にしてきたものづくりの価値観・行動指針をSuntory MONOZUKURI Values (SMV) にまとめ、サントリーグループ共通の価値観として、グローバルに共有・展開していく活動を開始した。 グループ会社品質方針・飲用時品質の重要性を浸透させていくための活動を行なった。（8社に対する鳥瞰考動講座） グループ品質マネジメントシステムを再整備し、品質マネジメント規定と品質スタンダードを制定し、グループ会社と共有した。 拡大品質会議を開催し、外食品品質保証体制の強化を行なった。（外食グループ会社；プロント・まい泉） グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社と共有するコミュニケーションを開始した。 海外のグループ会社と共有したい品質関連情報をイントラネットに掲載した。 	<ul style="list-style-type: none"> 「安全・安心の総点検活動」をグローバルに展開し、グループ全体で品質リスクを低減させていく。 海外のグループ会社で、Suntory MONOZUKURI Valus (SMV) への理解が深まるようダイレクト・コミュニケーションを行なう。 海外のグループ会社で、「SMVに基づいた活動」の展開を推進する。 海外のグループ会社に、グループ品質マネジメントシステムと品質スタンダードに則った活動を展開する。 特に「水の品質スタンダード」の考え方を浸透させ、「水を大切にする」サントリーの品質マネジメントを海外グループ会社に展開する。 グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社とタイムリーに共有し、早期対応できるしくみを強化していく。

お客様とのコミュニケーション	お客様の声をこれまで以上に広く深く聞くことによるお客様との関係性の深化	<ul style="list-style-type: none"> 外部診断によるコールセンター応対品質評価の実施（飲料・食品業界 食品1位、酒類1位）と改善活動PDCA強化 対応スタッフの応対スキル向上のためのトレーニング、商品知識の勉強会、工場見学会の実施 アクティブサポート(SNSを活用したお客様サポート)の拡充 	<ul style="list-style-type: none"> お客様センターの応対品質向上に向けた継続的活動強化 外部診断等の客観的な応対品質評価とその結果によるPDCA活動の推進 対応スタッフのクレドマインドの浸透、トレーニング、勉強会の実施 お客様対応の基盤システム刷新 お客様センター HPを通じた情報提供の拡充 デジタル進化に伴うお客様との新たなコミュニケーション方法の開発推進
お客様の声を企業活動へ反映	お客様の声を商品・サービスに活かすしくみの拡充と国内外全グループへの浸透	<ul style="list-style-type: none"> 商品化各プロセスにおけるお客様視点での事前評価活動の実施 お客様の声を経営や商品化へ活かすVOC活動の拡充（商品開発関連部門との定期的なVOC会議の実施） 	<ul style="list-style-type: none"> VOC活動をバリューチェーン全体により広く反映 お客様の声を活かした商品・サービスの改善 事前評価活動の強化徹底、ナレッジ化の強化

■酒類を扱う企業として責任あるマーケティングと適正飲酒の普及と啓発

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
適正飲酒の普及・啓発	消費者に対する適正飲酒の普及・啓発	<ul style="list-style-type: none"> イッキ飲み防止キャンペーンやSTOP!未成年飲酒キャンペーン等の実施 モデレーション広告の継続実施 	<ul style="list-style-type: none"> 未成年者飲酒の防止やイッキ飲み防止の啓発活動を継続強化
積極的な働きかけによる酒類業界全体の取り組み向上	業界をリードしてWHOのアルコール世界戦略に対する業界コミットメントを実行	<ul style="list-style-type: none"> テレビ広告におけるタレント年齢の引き上げと飲酒表現に関する業界自主基準の改定 エナジードリンクのプロモーションを行わないことを継続 	<ul style="list-style-type: none"> 業界コミットメントの実行継続 デジタルメディアへの対応

■サプライチェーンを通じたCSR活動の推進

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
原材料調達・物流におけるCSR活動の推進	サプライチェーンにおけるCSR調達の推進	<ul style="list-style-type: none"> お取引先とCSR調達方針を共有した上で、アンケートを継続実施 海外グループ会社とCSR調達方針を共有（グローバル調達会議の実施） ウーロン茶の原料調達先に対して人権課題のヒアリングを実施 	<ul style="list-style-type: none"> CSR調達アンケートの継続実施 環境アンケートの新規実施 海外グループ会社の活動内容のヒアリング 原料調達先に対する人権課題のヒアリング継続実施
	物流における安全性向上	<ul style="list-style-type: none"> 物流協力会社と連携した「安全推進委員会」を通じた安全性推進のしくみ強化 	<ul style="list-style-type: none"> 物流における安全性推進の継続・強化

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
自然環境の 保全・再生	生物多様性の象徴である野鳥の保護活動をグローバルに展開 国内すべての「天然水の森」において ワシ・タカ類の営巣・子育てを実現 海外における野鳥保護活動の支援 「天然水の森」の面積を、国内の自社工場で使用する地下水量を育む面積の2倍に拡大（12,000ha）	<ul style="list-style-type: none"> ・「天然水の森」13カ所で鳥類調査を実施し、植生調査等も勘案した森林ごとの課題を元に生物多様性の拡大を目指した森林整備に繋げている。 ・「サントリー世界愛鳥基金」においては、助成を通じた日本国内外の野鳥保護活動への支援に加え、2015年新設の「水辺の大型鳥類保護」部門での第2回助成を3団体に実施。 ・「愛鳥活動」サイトの更新による情報発信の拡充。 ・「天然水の森」ごとの中長期ビジョンに基づいた各種施業や追加的な実験的施業を実施実施。具体的には、間伐と搬出・作業道及び歩道開設・植生保護柵設置・土壌流失防止工・植樹等を各地で実施。 ・10月に「天然水の森 天王山」を新設したほか、「東京大学秩父演習林」「とうきょう秋川」「ぎふ東白川」「おおさか島本」「奥大山」等で既存の「天然水の森」も拡大。 ・「水育（みずいく）」活動内容の充実、水や水を育む自然の大切さの啓発と価値の発信を強化 ・参加者数「森と水の学校」1,331名、「出張授業」16,125名、延べ参加者約127千人 ・ベトナムの小学校での「水育」を実施、参加者数「出張授業」3,300名、工場見学および屋外活動含む延べ参加者約14千人 ・従業員森林整備体験研修の実施 参加人数2,964名(3年間計6,463名) 	<ul style="list-style-type: none"> ・生態系ピラミッドの頂点である「猛禽類」を中心に「天然水の森」での鳥類調査を引き続き実施しつつ、餌動物の繁殖環境の整備や狩猟・営巣環境に配慮した総合的な森林整備を推進していく。「サントリー世界愛鳥基金」については、各種団体への助成を通じた日本国内外の野鳥保護活動への支援も継続的に進めていく。 ・「天然水の森」では引き続き、中長期ビジョンに基づき、間伐と搬出・作業道及び歩道開設・植生保護柵設置・土壌流失防止工・地域性苗木の育成と植樹等のさまざまな施業を実施し、林業技術者育成研修も各地で実施していく。また、併せて「育林材^{※1}」の活用を推進し、「天然水の森」の協定面積拡大も進めていく。 ・「水育」活動内容充実、水や水を育む自然の大切さの啓蒙と価値の発信強化 ・「水育」参加人数計画（「森と水の学校」2,000名、「出張授業」15,800名） ・ベトナムの小学校での「水育」拡大。 参加人数計画2,400名
	水の大切さの啓発と価値の共有		
環境負荷低減	サントリーグループ ^{※2} の自社工場での水使用を35%削減 ^{※3}	自社工場での水使用のさらなる削減（原単位：07年比29%削減）	製造設備・容器の洗浄や冷却に使用する水の削減
	サントリーグループ ^{※2} バリューチェーン全体のCO2排出を24%削減 ^{※3}	バリューチェーン全体でのCO2排出量のさらなる削減（原単位：07年比24%削減）	容器の軽量化、再生資源の活用、工場の省エネ、国内最小電力量の自動販売機の積極導入など

※1 健全な森を育てるための整備で出てくる木材のことをサントリーでは「育林材」と呼んでいる

※2 サントリーグループ売上高（2012年）の80%以上を占める事業会社群（海外を含む）

※3 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

社会と響きあう 文化・社会貢献

重点項目	中期目標	2015年度の実績	2016年度アクションプラン
東日本大震災の復興支援	自治体・NPOなどと連携した復興支援活動強化	<ul style="list-style-type: none"> ・支援活動の継続 ・「チャレンジド・スポーツ」支援プログラムの振り返り実施と内容拡充 ・車いすバスケットへの支援開始 ・水産高校生への奨学金2年延長（2017年まで）。延べ約3,000名に支援を実施 ・学童保育施設建設支援 3棟 	<ul style="list-style-type: none"> ・支援活動の継続 ・「チャレンジド・スポーツ」支援プログラムの内容拡充 ・車いすバスケットへの支援継続 ・水産高校生への奨学金2年延長（2017年まで） ・学童支援プログラムの実施
社会貢献活動のグローバル展開	事業進出エリアにおける社会貢献活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ベトナムでの次世代環境教育の開始 6つの小学校で約1,600名を対象に実施 ・他エリアでの社会貢献活動の展開検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・ベトナムでの次世代環境教育の拡充 ・他エリアでの社会貢献活動の展開開始（エスプラネード等）
次世代育成支援	文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援強化（2015年参加者目標100,000名）	<ul style="list-style-type: none"> ・文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者拡大（参加者100,000名） 	<ul style="list-style-type: none"> ・文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者維持・拡大（参加者目標100,000名）

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
人権の尊重	人権尊重を第一とする組織風土の醸成とグループ全体での人権マネジメントのしくみ構築	<ul style="list-style-type: none"> ・人権講演会（テーマ：人口変動・人工知能と企業経営～人権の視点を踏まえて～）を6月に実施。SWHから大阪、京橋をWEB中継 ・上記講演会の収録DVDにて、全国営業拠点（16拠点）にてセミナーを実施した ・新任マネジャー・新入社員などの階層別人権研修を継続実施した 	<ul style="list-style-type: none"> ・2016年実施の人権講演会展開セミナーを全国生産拠点・R&D（22拠点）にて実施する ・新任マネジャー・新入社員などの階層別人権研修を継続実施する
人材育成	人材育成システムのしくみ強化と従業員の「やってみなはれ」の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・「企業理念」特に「創業の精神」の理解から考案に繋げる取組みを加速 ・第1回「有言実行やってみなはれ大賞」の選考・表彰を実施。4月からスタートした第2回には、全世界から、517チームがエントリー 	<ul style="list-style-type: none"> ・サントリー大学下のインフラ整備により、創業の精神に関する情報をより簡単にアクセスしやすい環境を作る ・第2回「有言実行やってみなはれ大賞」の選考・表彰を実施。4月から第3回をスタート
ダイバーシティの推進	多様な価値観や発想を受け入れ、活かすことにより、より大きな価値を創出するダイバーシティ経営の実現	<ul style="list-style-type: none"> ・2015年活動を継続実施。各回とも高い満足度を達成。長期視点でのキャリア拡大、職域の創造を実現。TOO活動の支援も実施。キャリアワークショップ：303名参加 ライフプランセミナー：260名参加 ・2016年はさらに4名が入社し、合計8名体制に。SWH業務にとどまらず、赤坂へのエリア拡大、PCインプット業務などの職域拡大を実現 ・営業部門においては、社外活動であるエイジョカレッジで、食品・酒類の業界を巻き込んだ取り組みを提言。生産研究部門では、技術系女性社員とその上司に対するマインドセット、マネジメント見直しの機会を提供した 	<ul style="list-style-type: none"> ・さらなるシニア層の活躍に向けて、ライフサイクル相談室や、キャリアサポート室との連携で、現場の声に寄り添いながら、現状把握・課題整理を実施する ・毎年定期的な採用を計画しており、業務エリアや職域拡大を実行する。またグループ会社へのノウハウ提供で、グループでの雇用促進を計画 ・営業、生産研究部門へのアプローチ継続と、製造部門への両立支援ならびに活躍支援の活動を広げていく。マネジャー層のパイプライン確立、ストレッチ機会の提供を継続実施する
ワークライフバランスの推進	働き方の革新と一人ひとりが能力を発揮できる職場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・経営陣が旗振り役となり、部署毎に具体的なアクションプランを立案・推進。所定外労働時間で約1割減、年休取得日数約3日増を達成 	<ul style="list-style-type: none"> ・部署毎に、働き方改革推進リーダー・マネジャーを選任し、労使と三位一体で取り組みを推進していく

CSR 情報の掲載方針

サントリーグループは冊子やWEBなどを通じて、さまざまな形でCSRの取り組みをお伝えしています。

サントリーグループCSRコミュニケーションブック2017

本冊子は、サントリーグループが企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」の実現に向けて重点的に取り組んでいる活動やサントリーらしい取り組みに焦点をあて、わかりやすく、編集しています。

SUNTORY
サントリーグループCSRコミュニケーションブック 2017

■対象範囲

対象組織

サントリーホールディングス（株）を含む国内・海外グループ会社321社

- ・環境データは、サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場（P.31）
- ・人事データは、サントリーホールディングス（株）、サントリー食品インターナショナル（株）と雇用契約を結ぶ社員を対象（P.37-40）



対象期間

データは2016年1月1日～2016年12月31日の実績です。活動については、直近のものも含めます。

参考にしたガイドライン

- ・GRI「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン第4版」（G4）
- ・ISO26000（社会的責任に対する手引）

■発行

2017年6月（次回は2018年6月発行予定）

サントリーグループCSRサイト2017

本冊子よりも詳細な情報を網羅的に掲載しています。CSR関連データ集やグループ会社独自の取り組み、社会との対話などの情報も充実していますので、目的に応じて閲覧ください。

また、GRI「サステナビリティ・レポーティング・ガイドライン第4版」（G4）の「中核」に準拠して報告しています。



CSRトピックス



CSR Topics

サントリーグループ『水理念』を 発表しました

グローバルに事業を展開するサントリーグループは、世界が抱える課題に真摯に向きあい、持続可能な社会に向けて貢献すべく、この度『水理念』を制定しました。この理念のもと、世界各地域の水課題にグループ一体となって取り組んでいきます。



CSR Topics

サントリーグループの 熊本地震復興支援活動

グループ一体となった復興支援活動「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」では、義捐金の拠出に加え、「熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」と「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」の2つの活動を中心に展開しています。



CSR Topics

「消費者志向自主宣言」を 発表しました

2017年4月に発表を行ったこの宣言には、創業時からサントリーに息づく「利益三分主義」「現場主義」「安全・安心」といった考えから生まれた「お客様志向」の精神が息づいています。お客様のお声は企業の宝と考え、グループ一丸となって「お客様志向」を実現させていきます。



CSR Topics

2017年を『働き方ナカミ改革元年』 として改革を加速します

サントリーグループでは、ダイバーシティ経営の実現に向けこれまでもワークスタイル革新を積極的に進めてきました。さらに、2017年を「働き方ナカミ改革元年」と位置づけ、ワークライフバランスと生産性の向上を共に実現し、より競争力のある会社となる取り組みを進めていきます。

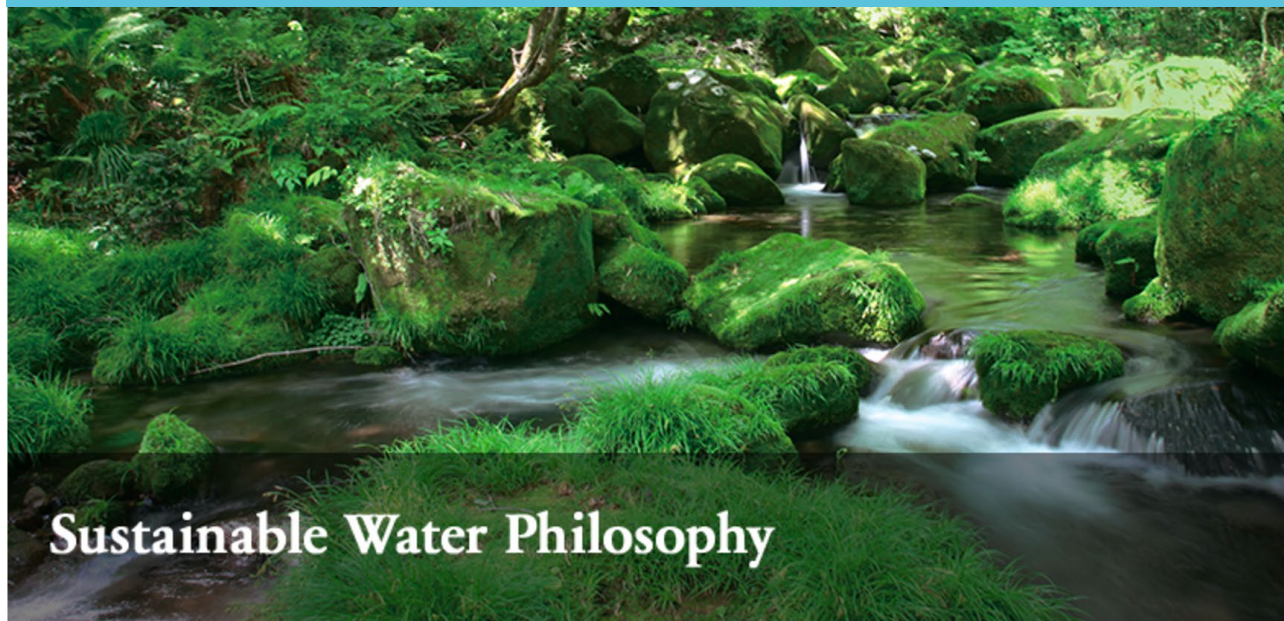


CSR Topics

1921年から続くサントリーのCSRの原点 「邦寿会」

創業者・鳥井信治郎の強い信念「利益三分主義」によって始まった「邦寿会」は、常にその時代にもっともふさわしい社会福祉の形を実現してきました。創業者の思いと信念は、2017年4月に新築移転した「高殿苑」と「つばみ保育園」に今も受け継がれています。

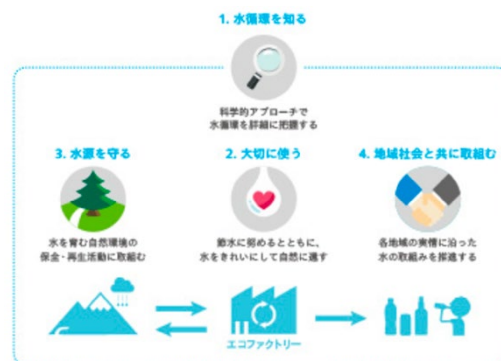
サントリーグループ『水理念』を発表しました



私たちのものづくりは「水」に支えられています

サントリーのものづくりは水の恵みがなければできません。私たちは、水に生かされ、水を生かす企業なのです。だからこそ水の品質にこだわるだけでなく、貴重な資源としての水を守り、育み、大切に使う責務があります。私たちは水に対する敬意と感謝のもと、これからも世界中の人々の豊かな生活の実現に貢献する、新たな価値をもった商品を創り出していまいります。

サントリーグループはグローバルに事業を展開する企業として、また水に生かされ、水を生かす企業として世界が抱える課題に真摯に向きあい持続可能な社会に向けて貢献していかねばなりません。私たちはそのような考えに立ち『水理念』を策定しました。この理念のもと、世界各地域の水課題の解決に貢献する取組みをグループ一体となり、展開していきます。



サントリーグループ『水理念』の概念図

サントリーの『水理念』

2017年1月策定

水はグループにとってもっとも重要な原料であり、かつ、貴重な共有資源です。環境基本方針の最上位に掲げる「水のサステナビリティの実現」に向けて、次の理念をグループ全体で共有し、ステークホルダーの期待に応えていきます。

1. 水循環を知る

使用する水の水循環について科学的アプローチに従って流域を調べ、理解を深めます。

2. 大切に使う

水の3R (Reduce/Reuse/Recycle) 活動を通じて節水に努め、浄化した水は自然に還し、環境インパクトを軽減します。

3. 水源を守る

サステナブルな未来を実現していくため、ステークホルダーと協力しながら使用する水の水源保全に努めます。

4. 地域社会と共に取組む

社会が豊かになるように、水課題の解決への貢献を通じて地域コミュニティを支援します。

VOICE

サントリーグループ『水理念』を発表しました

サントリーグループの事業の多くは、水や自然の恵みに支えられています。自然の大きな営みへの敬意と感謝のもと、持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐことは私たちの大切な責務です。とりわけ「水」は人々の生命や生活、そして経済を考える上でも重要な資源です。だからこそ、何よりも私たちが優先して取り組むべきテーマだと考えています。

サントリーの事業活動は地球規模での水の循環の一部であるという認識に立ち、健全な水循環に貢献する事業活動を実践するとともに「水と生きる」企業として、私たちは事業を展開する世界各地で水を育む自然環境の保全・再生活動に積極的に取り組んでいかなければなりません。サントリーグループ『水理念』は、国内で培ってきた「水のサステナビリティ」の考えや活動をグローバルに展開していくためのグループ共通の基本理念です。この理念のもと私たちは世界各地の方々と連携して、地域課題に沿った活動をグローバルに推進すべく、全力を尽くします。



サントリーホールディングス（株）執行役員
コーポレートコミュニケーション本部長
福本 ともみ

私たちは『水理念』を実践しています！

『水理念』は「水循環を知る」「大切に使う」「水源を守る」「地域社会と共に取り組む」の4つから成り立っています。この理念に基づく取り組みが、国内はもとより海外でも既にスタートしています。サントリーグループはグローバルで事業を展開する世界各国・地域の水事情を認識した上で、課題解決に向けグループ一体となって取り組んでいます。

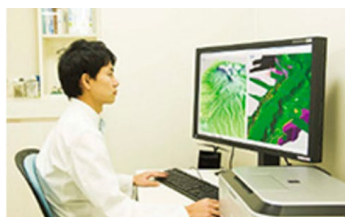
1. 水循環を知る

科学的アプローチで水循環を詳細に把握する

水は地球規模で絶えず循環しているので、使ってなくなってしまうことはありません。しかし、“資源として使える水”は無尽蔵ではないので、持続的に使うためには、水の循環について知る必要があります。われわれの工場の上流では、どこからどのように水が流れていて、どのくらいの量であれば環境に負荷を与えずに使えるのか、そしてどうすればより健全な循環を実現できるのかを研究し、水源環境の保全に役立てています。



サントリー 水科学研究所 博士（工学）
矢野 伸二郎



2. 大切に使う

節水に努めるとともに、水をきれいにして自然に還す

生産工程の現場では、使用する水の「3R」を徹底し、水使用量削減に向けた活動に積極的に取り組んでいます。できる限り使う水の量を少なくする（Reduce）活動に加え、洗浄などに使う水のカスケード（多段階）利用といった高度な循環再利用（Reuse, Recycle）設備などを導入しています。「水と生きる」企業としては、こうした革新的な技術の力も借りて、国内トップレベルを目指したい。サントリーグループの生産現場では、これからも「水のサステナビリティ」を追求していきます。



サントリー〈天然水のビール工場〉
京都ブルワリー 技師長
清水 啓右



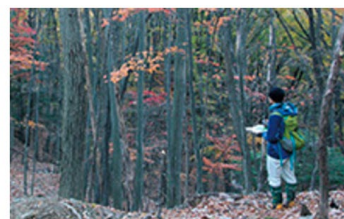
3. 水源を守る

水を育む自然環境の保全・再生活動に取り組む

美味しい地下水の質や量を保ち続けるには、“水の製造所”である森の健全性を守らなくてはなりません。そこで2003年、「サントリー天然水の森」活動が始まりました。この活動は、私たちが事業活動を続けていくためには絶対に必要なもので、「天然水の森」の面積を、工場で汲み上げる地下水量の倍以上に拡大することを2020年目標にしています。総面積約9,000haとなった今も、多くの専門家や地元の方々の協力のもと、調査・研究に基づいた整備活動を実施し水源涵養力の高い、豊かで美しい森づくりを続けていきます。



サントリーホールディングス CSR推進部
鈴木 健



4. 地域社会と共に取組む

各地域の実情に沿った水の取組みを推進する

『水理念』に則った活動は、国内だけではなく海外のグループ会社でも共有されています。国や地域は違えども、「水のサステナビリティ」を実現したいという思いは同じ。グループ事業活動に欠かせない水を守る活動は世界に広がっています。



ビームサントリー
メーカーズマーク
「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクト

ビクトリア・マクレー・サミュエルズ

メーカーズマークの味わいの源泉は、蒸溜所の敷地内にある風光明媚な湖が育んだ清冽な水です。石灰岩に磨かれた良質なライムストーンウォーターこそが、メーカーズマークという製品のハートなのです。その大切な水を育む森を保全するため、私たちは2016年6月「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクトを立ち上げました。エコチームを中心に、アメリカンホワイトオークの植樹などの水源保全活動に積極的に取り組んでいます。



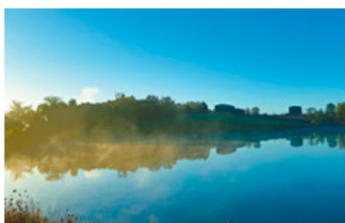
メーカーズマーク蒸溜所
Vice President, Operations
Victoria MacRae-Samuels

ロブ・サミュエルズ

メーカーズマークは、リッチな味わいと非常に柔らかな口当たりが特徴のハンドメイドのウイスキーです。そのようなウイスキーを世界中にお届けし続けるためには、メーカーズマーク蒸溜所の敷地を含む周辺の環境を大切に守り、保護していく活動に力を入れること、さらに水や原材料の穀物、それから樽材に必要なアメリカンホワイトオークなど、バーボンウイスキーづくりに必要なすべての材料に目を配ることこそが大切だと考えています。



メーカーズマーク蒸溜所
Chief Operating Officer
Rob Samuels



蒸溜所の敷地内に広がるスプリング・フェード湖は良質な水で知られている



メーカーズマーク蒸溜所にあるこの場所は、米国の「国定歴史建造物」にも指定されている



2016年に、メーカーズマーク蒸溜所の「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」にて行われたアメリカンホワイトオーク植樹の様子

次世代環境教育「水育(みずいく)」拡大中

サントリーホールディングス(株)は、子どもたちに「水」の大切さを伝える独自の次世代環境教育プログラム、サントリー「水育(みずいく)」のベトナムでの実施対象エリアをメコン地域ベンチェ市にも拡大しました。より多くのベトナムの子どもたちに「水」の大切さについて理解を深めてもらえるよう、今後もこの活動を続けていきます。

チュン フン ザン

サントリーグループの支援のもと、ベトナムでは2015年に次世代環境教育「水育」が開始されました。日本以外で、最初にこのプログラムが実施されたのがベトナムだということを、私たちは非常に光栄に思っています。日本国内で展開していた「水育」をベトナムの環境や衛生事情に沿ってアレンジしたこのプログラムには、2年間で16小学校、のべ1万4,000人※の子どもたちが参加し、水源保全の重要性や水の大切さを学びました。

この取り組みには2つの大きな柱があります。1つは日本で行われている「水育」同様、水や衛生管理、あるいは水源保全の重要性を子どもたちに伝え、認識を高めてもらうということ。もう1つは子どもたちがきれいな水にアクセスできるようにフィルター設備を提供し、トイレや洗面所などの改修・設置といったハード面でのサポートをすることです。

せっかく清潔な設備が提供されても、使う側の衛生に対する意識が低ければ継続的なメンテナンスが行われず維持できません。そのため、ベトナムで「水育」を行うにあたっては、水や衛生環境に対する意識を高められるように、特に教育面を重視しました。今後はこの活動を全国に展開して、子どもたちの環境や水資源の保護に関する意識を高め、彼らの行動の変化につなげていきたい。そして、このプログラムに参加した子どもたちが、両親やまわりのコミュニティにまでその意識を広げてくれるのではないかと期待しています。

※水育プログラム参加者数内訳(出張授業で5,000人、屋外プログラム7,700人、工場見学1,300人)



Chung Huong Giang
 サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ
 Corporate Affairs Manager

チャン ティン クン

Dongnaiの工場では、2016年から「水育」の一環として小学生の見学を受け入れました。彼らが見学する様子を見て、私や同僚たちは強い印象を受けました。特にハイスピードの生産ラインにびっくりした彼らの表情は今でも目に焼き付いています。目を大きく見開いて、驚きの声があちこちから出ていました。

工場での見学を通し、子どもたちは水に対する意識や、環境の大切さ、廃棄物に対する関心を高めることができたと思います。こうしたプロジェクトは、コミュニティの教育としても大いに意義があります。子どもたちの水や環境に対する意識が向上すれば、彼らが家庭や学校に戻ったときに自分の家族や周囲の人間に対して影響を与えてくれるからです。

Dongnai工場でも水をたくさん使っていますが、すべての工程で水の使用量をきちんとチェックして、水使用量を削減するための改善活動を行っています。その成果もあり、ベトナムにあるサントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジの5つの工場の中でも一番効率的な工場だと誇りを持っています。

サントリーグループの「水理念」についても、私たちは大いに共感しているので、今後も各工場で水使用量の削減や水源保護活動などに継続して取り組んでいきたいと思っています。



Cuong Tran Kim
 サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ
 Dongnai Plant Director



子どもたちの興味をひきつけるカラフルなテキスト



グループで協力して作業をしながら、水の大切さを学ぶ



みんなと一緒に踊ったり、声を出したりして楽しむ子どもたち

ベトナム水育に関わる方々の声

以前、私たちも子どもたち向けの環境保護活動を実施したことがありますが、「水育」のように組織だった充実した内容のプログラムは初めてです。とても親しみやすい内容なので子どもたちや学校職員の方々はもちろん、ベトナムのすべての人々にとって有意義な教育プログラムだと思いました。（ベトナム青年団）

「水育」を通じて、多くの小学生たちが水に対する意識を高めることができました。私たちはこのプロジェクトを非常に高く評価し、今後に期待しています。現在はベトナムの4市で展開していますが、後は全国的に広げ、人々の意識を変え、さらに持続的な習慣にできるようにしたいと考えています。（教育訓練省）

サントリー「水育」はとてもフレンドリーなプログラムで、小学生を対象とした教育としてふさわしい内容だと思いました。特に濾過実験を通して、水がきれいになる様子を目の当たりにすることで、子どもたちの意識を高めるという方法は非常におもしろい。水の大切さや衛生管理、水源保全の重要性などについての意識も高まったと思います。（教師）

「水をきれいにする濾過実験がおもしろかったです。その他のレッスンもみんなと一緒にできてとても楽しかったです。これからは僕も環境を保護していきたいと思いました」「新しいことをたくさん学べて楽しかったです。これからもきれいな水が使えるように、環境保護や水の節約についてもっと勉強したいと思いました」「水の節約のレッスンで学んだことを家でも取入れたいと思います」（生徒たち）

サントリーグループの熊本地震復興支援活動



サントリー 水の国くまもと 応援プロジェクト

－熊本地域の皆様に寄り添い、ともに歩んでいきたい－

熊本地震復興支援活動の1つとして追加拠出を決定

サントリーグループでは、2016年4月の熊本地震発生直後に救援物資としてミネラルウォーター「サントリー天然水」約21万本を、5月には義捐金1億円を拠出しました。さらに、2016年10月には3億円の追加支出決定し「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」としてサントリーグループ一体となった復興支援活動を開始しました。本プロジェクトは「熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」ならびに「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」の2つの活動を中心に展開しています。



「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」の会見

プロジェクト名・メッセージについて

「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」という名称には、「サントリー九州熊本工場」を同県内に置く企業として、熊本県の豊かな自然、とりわけ水の恵みと地域の皆様の日頃からのご支援に感謝し、そして“水の国”熊本県の復旧に貢献したいという思いを、メッセージ「ずっと、あなたと、熊本と。」には、熊本県内に生産工場を持つ企業として、これからも熊本の皆様に寄り添い、ともに歩んでいきたいというサントリーグループの思いを込めています。

支援活動について

熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する取り組み

熊本県の地下水は、県の産業・観光振興の基盤であるとともに、熊本県の皆様の生活を支える貴重な資源です。震災を契機に、改めて水の重要性が認識される中、将来に亘る“水の国 くまもと”の持続可能性に貢献できるように、公益財団法人くまもと地下水財団(2012年設立)とともに「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」を立ち上げました。このプロジェクトを通じて水源涵養のための湛水農地復旧や水源涵養のための事業の拡大を支援していきます。

さらに本プロジェクトでは、熊本大学が実施する地下水流動メカニズムの調査・研究についても支援を行い、その結果をプロジェクトに反映することで、より有効な水源涵養対策の探求と取り組み拡大につなげていけるよう取り組みを進めています。

今年2月からは地下水財団との連携で益城町(ましきまち)で展開している水源涵養のための湛水(たんすい)農地「冬水田んぼ」の修復に取り組みました。「冬水田んぼ」は休耕する冬季に田に水を張ることにより、効率的な地下水涵養が期待されていますが、震災により農地に段差や割れ目が発生し涵養機能を十分に果たせずにいました。この「冬水田んぼ」の復旧を「地下水みらいプロジェクト」の取り組みのスタートと位置づけています。



「冬水田んぼ」



「冬水田んぼ」復旧工事の様子

「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」全体像



- 水資源涵養のための湛水農地復旧、モデル化による拡大
- その他、水源涵養対策の探求と拡大
- 熊本大学による地下水流動メカニズムの調査・研究への支援およびプロジェクトの活用

世界に誇れる熊本の地下水を未来へ

生活用水のほぼ100%を地下水でまかなう熊本地域において、地下水は公共性の高い貴重な資源です。震災を契機に改めて地下水のありがたさと大切さを認識したところであり、「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」は地下水の保全に大きく寄与する重要な取組みになります。くまもと地下水財団としても、世界に誇れる熊本の地下水を未来へ守り抜くための活動を積極的に進めてまいります。



(公財)くまもと地下水財団理事長(熊本市長)
大西 一史氏

文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動

サントリーがこれまで取り組んできた文化・芸術・スポーツの分野における資産を活かして、被災した方々、とりわけ子どもたちや避難所や仮設住宅での生活を余儀なくされている方々に向け、サントリーホールやサントリー美術館を運営する公益財団法人サントリー芸術財団と連携したコンサートや音楽教室の実施、また、サントリーバレーボール部サンパーズ、ラグビー部サンゴリアスによるスポーツ教室の開催、あるいはサントリーフラワーズ(株)といったグループ会社との連携による支援など、地域のニーズに寄り添いながら、熊本地域の皆様に元気と笑顔をお届けすることを目的に展開しています。

昨年11月に益城町(ましきまち)、嘉島町(かしまちょう)の小学生を対象に、ラグビー部サンゴリアスのスタッフ・OBによるラグビークリニックを実施。総勢247名が参加しました。12月にはプロ野球OB選手を特別講師に招き、熊本県嘉島町総合運動公園にて益城、御船、嘉島3町の子どもたちを招いての野球教室開催、今年2月にはラグビー部サンゴリアスの選手たちによるラグビークリニックを益城、嘉島、御船3町内にある4つの小学校で実施しました。

そして震災一年にあたる4月13日には サントリーと親交あるウィーン・フィルハーモニー管弦楽団メンバーによる嘉島中学校生徒や町民の方を対象にしたコンサートを嘉島町民会館で、翌4月14日には熊本県庁新館1Fでのロビーコンサート、熊本城二の丸広場での復興祈念公演を行いました。今後も熊本地域の皆様に寄り添った活動を積極的に展開していきます。



ウィーン・フィルメンバーによる熊本城での復興祈念公演



サントリーサンゴリアスのラグビークリニック



サントリーフラワーズ(株)と連携した仮設住宅での「花植えワークショップ」

「消費者志向自主宣言」を発表しました



消費者志向経営を促進しようという社会的気運が高まっているなか、サントリーグループでは2017年4月に「消費者志向自主宣言」を発表しました。この宣言にはサントリー創業時から今に至るまで、脈々と受け継がれてきたある想いが込められています。同年4月に設立したサントリーコミュニケーションズ(株)の代表取締役社長・山田眞二が、今回の発表を受けて、サントリーグループにおけるお客様志向経営について語りました。

消費者志向自主宣言

「人と自然と響きあう」という企業理念のもと、最高の品質を目指した商品やサービスをお届けし世界の人々の豊かな生活文化の発展、持続可能な地球環境の実現に貢献していきます。この企業理念の実践を通じて、よき企業市民としてお客様に支持される「Growing for Good」な企業を目指していきます。

1. お客様の心に響く商品・サービスをお届けします
2. お客様の立場に立って、安全・安心を徹底します
3. お客様の声を企業活動に生かします
4. お客様への情報提供を充実します
5. お客様視点で行動する従業員の風土・意識を醸成します



サントリーコミュニケーションズ株式会社
代表取締役社長 山田眞二

お客様の権利が尊重される時代だからこそ求められるもの

情報化が進み、お客様のニーズが多様化した今、企業にとって、お客様への意識をより高めることがますます重要になってきています。サントリーはモノを作る会社で、ひとつひとつの商品の先には必ずお客様がいらっしゃいます。お客様を大切にするのは当然です。また、お客様の権利がきちんと認められるということは、持続可能な社会を実現するためには絶対に必要なこと。そのためにも、企業がお客様とより深くコミュニケーションを取っていかなければなりません。こうした時代の流れを受け、このたびサントリーグループは「消費者志向自主宣言」を発表させていただくこととなりました。

創業時からサントリーに息づくお客様志向の精神

サントリーグループは創業者・鳥井信治郎の時代から「お客様志向」を大切にしてきた会社です。その根底にある「利益三分主義」「現場主義」「安全・安心」といった考え方は、今の時代にこそ必要なものだと思います。

商売で得た利益の三分の一は社会に、三分の一はお客様や得意先にサービスとして還元し、残りの三分の一を事業資金にしようという「利益三分主義」は、創業の精神として今もグループ全体で共有されています。

「現場主義」は、わたしたちの仕事の答えは机上ではなく現場にあるという考え方です。私自身、今でも2日に1回は近所のスーパーを訪れています。お客様がいつ、どのようなお気持ちで、どの商品を手に取られるのかなど、自分の目で現場を知ることが大切になっています。

「安全・安心」に関しては、創業以来、お客様第一の姿勢で、商品・サービスの品質向上を追求し続けてきました。わたしたちの品質に対する姿勢を明文化した「サントリー品質方針 All for the Quality」のもと、商品・サービスの企画・開発から水や農産物、包材などの原材料調達、製造、物流、販売・サービスに至るすべてのプロセスにおいて、全従業員が常に品質の維持・向上に取り組み、お客様から一層の信頼を獲得していくための活動を展開しています。



創業者・鳥井信治郎の理念が今も受け継がれている

サントリー品質方針

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、お客様の夢と信頼に応え続けます。

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. 商品・サービスの安全性を徹底します。
5. 国際標準を活用し、よりよい品質の追求を続けます。

サントリー品質方針

お客様のお声 (Voice of Customer) は“企業の宝”

お客様が寄せてくださるお声は、すべてが宝物です。嬉しいお声のみならず、厳しいお声であっても、わたしたちが気がつかなかった商品やサービスの改善・向上のヒントを教えてください。サントリーグループでは「クレーム」という言葉を使わず「ご指摘」と呼んでいます。

そして重要なのは、大切なお客様のお声をスピーディーに社内でも共有し、次のアクションに繋げる仕組みができています。私もお客様センターに届いたお声は必ず確認させていただいています。お客様にとってわかりやすい表示や扱いやすい包材といったユーザビリティの向上にも、日々お寄せ頂くお声を活かしています。



お客様のお声をより良い商品づくりに活かしています

「お客様志向」を実現するための人づくり

「お客様志向」を実現するためには、各部門のトップはもちろんのこと、その組織に属する社員一人ひとりがお客様志向の精神を理解し、行動を変えていかなくてはなりません。サントリーグループでは、全従業員必修の「お客様視点ブラッシュアップセミナー」や新任マネジャーを対象とした「お客様志向マインド養成講座」など、従業員の意識向上に向けた研修にも力を入れています。



「お客様視点ブラッシュアップセミナー」の様子

お客様とのコミュニケーションをより深化させる新会社

一般的に会社の規模が大きくなるほど、自社の商品やサービスが実際にお客様のもとでどういう形で使われているのか見えづらくなるものです。それは企業のほうから、お客様との距離を縮める努力をしない限り解決できません。

サントリーコミュニケーションズ（株）は、サントリーの中でお客様との接点の最前線にいる組織です。今後お客様とのコミュニケーションのクオリティを上げ、サントリーグループ一丸となって、「お客様志向」の実現に繋げていきたいと考えています。



サントリーコミュニケーションズ（株）の担う領域

2017年を『働き方ナカミ改革元年』として改革を加速します



社長賞「変えてみなはれ大賞」も創設しました

サントリーは競争戦略として働き方のナカミ改革に取り組みます

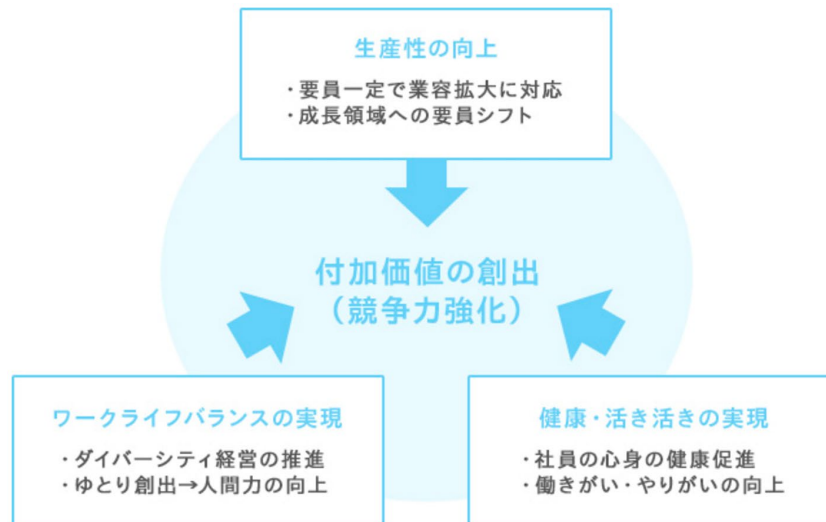
サントリーグループでは、多様な価値観や発想によって大きな価値を創出するダイバーシティ経営の実現に取り組んでいます。その実現に欠かせないものとして、ワークスタイル革新を進めてきました。具体的には、2010年から、「S流仕事術」を推進。原則コアタイムのないフレックス勤務や10分単位で利用できるテレワーク勤務※など、よりフレキシブルな働き方の創造に取り組みました。その結果、時間と場所の制約を取り払うことで多様な人材が活躍できる環境の整備、自律的に働き方を決める風土を醸成することができました。しかし、年間総労働時間はほぼ変わらず、総労働時間の短縮という課題が残されていました。

そうした状況を踏まえ、2016年に取り組みの次なるステージとして、「働き方改革」を始動。各部署で具体的なアクションプランを立案し、労使一体となってPDCAを実行した結果、所定外労働時間は約1割減、年休取得日数は約3日増を達成しました。さらに2017年を「働き方ナカミ改革元年」と位置づけ、全社員が公私ともに充実し、健康で生き生きと働き、さらには一人ひとりが生産性の向上に貢献し、より競争力のある会社となるために「メリハリ」「濃く働く」「ワークライフバランス」を目指す姿に掲げ、取り組みを進めています。



※ テレワーク勤務：在宅勤務など、事業所外での勤務のこと。「S流仕事術」がスタートした2010年には294人だったテレワーク利用者数も、2016年には4,460人にまで増加しています。

働き方改革の狙い



「トップがコミットし続けないと、元に戻ってしまう」と働き方改革における経営者の責任を強調する新浪社長は、2016年の総合会議でも働き方改革を推進すると力強く宣言。2017年1～3月には過勤時間前比94%、年休取得1割増と引き続き成果も出ています。

働き方ナカミ改革の3つの柱

意識改革だけでは達成できない更なる生産性向上を目標に、「IT活用を軸としたBPR※の更なる推進」「働き方改革推進リーダー制度」「ナレッジ創出・展開の強化」を重点活動としました。総労働時間といった数値目標の達成だけではなく、働き方のナカミまで踏み込んだ点が大きな特徴です。

※BPR：business process reengineeringの略。ビジネスプロセスを抜本的に見直すこと

IT活用を軸としたBPRの更なる推進

サントリーグループではITを活用したBPRを推進しており、その一例として、高性能TV会議の活用による遠距離コミュニケーション変革を進めています。高性能TV会議システムの設置台数も半年間で倍増させ、国内主要拠点の殆どをカバーする100台規模になりました。これらを利用した会議数も導入時の約12倍に増え、海外拠点を含む多くの拠点間の組み合わせで活用が進んでいます。また、2010年から推進してきたテレワークの利用も引き続き推進しています。テレワーク中でも高性能TV会議に参加可能にするなど、ITによるワークスタイルの一層の進化を進め、社員が安心してどこでも働ける環境整備も進めています。



高性能TV会議システムを導入することで、会議のための移動時間などを削減し、無駄なく濃く働ける環境を整えていきます。

働き方改革推進リーダー制度を導入

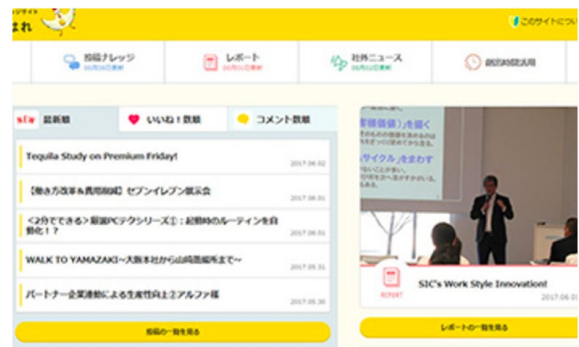
働き方改革の推進を加速すべく、サントリーグループ15社すべての部署を対象に、働き方改革推進マネジャー・推進リーダーを選出しました。自部署の課題を精緻に把握しており、部署全体に影響を発揮できる人材を推進リーダーに選任。彼らが現場目線で部署課題の解決に向けた活動立案を行うことで、現場メンバーを巻き込み、部署方針や活動プランを全員で共有します。さらに実施状況や進捗のPDCAサイクルをきちんと行い、主体的なナカミ改革の実現を目指します。推進リーダーには業務計画書の記入を義務付け、他の業務と同様に評価されることとし、リーダー全員が安心してコミットできる環境を整えています。



サントリーグループ15社のすべての部署に、合計で400名強の推進マネジャー・リーダーを選任。2017年1月には延べ24回の説明会を実施しました。

専用ポータルサイト「変えてみなはれ」と表彰制度を創設

サントリーグループは働き方改革におけるナレッジの創出・展開の強化を図るため、働き方改革ナレッジサイト「変えてみなはれ」を2017年3月に立ち上げました。この専用ポータルサイトはサントリーグループ15社、7,000人の社員を対象としたものです。既存インフラを統合し、働き方改革の好事例を素早く展開することで、すべての社員が社内の知見を共有し、働き方の見直しを進めていきます。プレミアムフライデーの活用や業務効率化に繋がるPCスキルなど、部署や個人が取り組んで実績が上がった事例をサイトに投稿できるほか、余暇時間を有効活用するための社外ボランティア情報なども掲載しています。



ナレッジサイト「変えてみなはれ」に投稿された事例の中から、半期に一度「変えてみなはれ大賞」を選出して表彰します。

更なるやってみなはれを生み出す真の「働き方改革」実現へ

サントリーグループでは、これまでもテレワークやフレックスタイム制を最大限活用し、時間や場所の制約を超えた働き方を実現することで、多様な人材が活躍できる環境づくりに努めてきました。その結果、昨年（2016年）1年間のテレワーク利用者が、制度対象者の約9割・4,500名超となるなど実際の働き方に大きな変化が起こりました。そうした流れを更に加速させるべく、2016年より「働き方改革」を経営課題と位置づけスタート。各部署が独自に自部署の目標設定を行い、四半期毎に振り返り・適宜見直しを行うといった活動の結果、所定外勤務1割減・年休取得3割増と大きな成果を出すことが出来ました。そして、2017年は、「働き方ナカミ改革」をキーワードに、更に活動を進化させ、より具体的な施策をもって働き方そのもの（＝『ナカミ』）を変えることにチャレンジしています。活動の柱は大きく2つです。1つ目は、「働き方改革推進リーダー制度」。各部署にて、自部署の業務に精通した社員を選出。全国で約400名のリーダーが、日々の業務をよりお客様に対して価値を生み出すもの・自分たちにとってやりがいに溢れたものに改革すべく奮闘しています。そして、もう一つの柱が、ナレッジサイト「変えてみなはれ」。様々な職場から生み出された働き方改革のナレッジが随時投稿され、水平展開・新たなナレッジ創出に繋がっています。

これらの取り組みはまだ道半ばですが、全国各地の現場に則した取り組みが働き方の『ナカミ』を変える確実な手ごたえを感じつつあります。柔軟で自律的な働き方を実現することは、企業としての競争力を強化するために必要不可欠なことです。総労働時間の削減や年休取得率の増加など、数字の上で変化が起きたとしても、それが業績アップにつながらないのでは真の意味で「働き方改革」だとは言えません。今後は従業員一人ひとりが創出した時間で自らを磨き人間力を高めることで新たなイノベーションを生み出し、「やってみなはれ」実現の基盤となるように、この「働き方改革」を加速させ、誰もがいきいきと働けるサントリーを創りあげたいと思います。



サントリーホールディングス株式会社
専務取締役役員・ヒューマンリソース本部長
有竹一智

1921年から続くサントリーのCSRの原点「邦寿会」



創立96年を迎えた今も創業者の信念が息づいています。

邦寿会の歩み

邦寿会の創立は1921年。サントリー創業者であり初代理事長の鳥井信治郎により、大阪の愛隣地区（西成区海道町）の生活困窮者たちに対し無料診療と施薬を目的に「今宮診療院」を開設したことに始まります。以来、鳥井信治郎の強い「信念」と「思い」によって始まった邦寿会は、その時代、時代にふさわしい社会福祉活動をいち早く取り入れ、実現してきました。それはまさに挑戦の連続でありました。1962年には、サントリー2代目社長の佐治敬三が理事長に就任。当時の社会環境の変化による事業の根本的な見直しのもと、1974年には大阪市内で最初の特別養護老人ホーム「高殿苑」を新設、翌年には「つぼみ保育園」を開園します。当時、高殿苑は高齢者福祉施設として先進的な建物・設備が評価され、全国からの見学者、行政の福祉担当者教育、専門学校の実習研修など大いに注目を浴びた施設となりました。

時代は進んで、介護保険制度が導入された2000年には、サントリー3代目社長の鳥井信一郎が理事長に就任。事業経営の大きな転換点を迎えます。そして2002年には、現理事長・鳥井信吾（サントリーホールディングス（株）副会長）へ事業を継承、2008年には最新鋭の高齢者向け総合福祉施設「どうみょうじ高殿苑」を開設。2011年には、大阪市より旭区西部地域包括支援センター事業を受託し、地域の高齢者の介護予防やお困りごとに細かく対応する包括的な支援活動をスタートさせ、そして今年4月には、「高殿苑」と「つぼみ保育園」を、規模を拡大し同じ旭区内に新築移転するなど、今も邦寿会はサントリーグループの社会貢献活動を担う法人として、創造性のある高齢者福祉と乳幼児保育に積極的に取り組んでいます。



今宮診療所

邦寿会の理念

「陰徳あれば陽報あり（人の見えないところで徳を積めば、いつかそれが自分にいいことになって還ってくる）」これは、サントリー創業者で邦寿会初代理事長の鳥井信治郎が常々口癖にしていた言葉です。鳥井信治郎は、「事業によって利益を得ることができるのは、人様、社会のおかげだ。その利益は『お客様、お得意先』『事業への再投資』に加え『社会への貢献』に役立てる」という「利益三分主義」の強い信念のもと、ウイスキー作りへの挑戦など幅広い事業活動を行いながら、熱心に社会福祉活動にも取り組みました。その信念は、今もなお、邦寿会に受け継がれています。

法人理念「笑顔と思いやり、共に暮らし、安らぎと喜びを分かち合う」

1. 高齢者福祉においてはノーマライゼーション思想に基づき「個人の人格・尊厳」「住み慣れた地域での普通の生活」を尊重し、笑顔と思いやりの心でご利用者様と共に暮らすことにより、ご家族はもとより職員も共に安心し、生きる喜びを実感できる福祉活動を行っています。
2. 乳幼児保育では子ども一人ひとりの個性・人格を大切に、保護者・園児・保育士それぞれが笑顔で接し、子ども同士でも互いに思いやりの気持ちを持って安心して楽しく過ごせ、子どもの心身共に健全な成長をみんなで喜べる保育を目指しています。

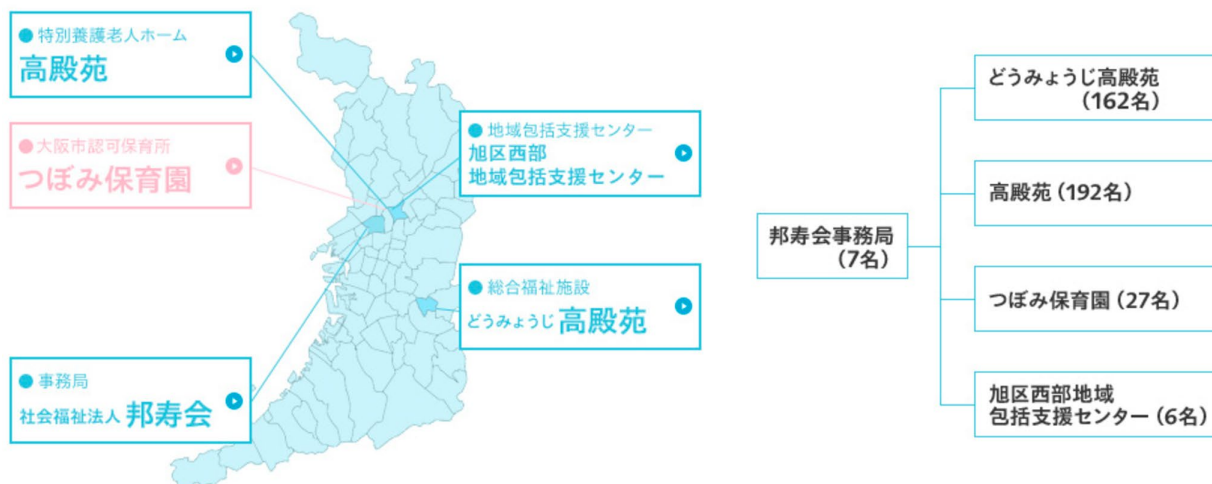


鳥井信治郎

邦寿会の事業

邦寿会は、大阪市北区の法人事務局のもとに、大阪市旭区の特別養護老人ホーム「高殿苑」と同所に併設の大阪市認可保育所「つぼみ保育園」、同じく大阪市旭区の「旭区西部地域包括支援センター」、そして大阪府藤井寺市の総合福祉施設「どうみょうじ高殿苑」を運営しています。

邦寿会の事業体制と職員数



邦寿会の特徴

「高殿苑」、ならびに「どうみょうじ高殿苑」では、ご入居の方（特別養護老人ホーム、グループホーム、ケアハウス）、一時的に宿泊をご利用される方（ショートステイ）、日帰りをご利用の方（デイサービス）の皆様にご生活に充実していただくため、多くのボランティアの方々のご協力により、笑顔と楽しい時間を届けていただいています。サントリーホールディングス（株）からも、新入社員研修として年間300名ほどが草抜き、清掃や「つぼみ保育園」の運動会運営補助などのボランティア活動に参加しています。また、スポーツチームのサントリーサンバーズ（バレーボール）、サントリーサンゴリアス（ラグビー）選手との交流も行っています。



長寿お祝い会の様子



新入社員による清掃ボランティア



バレーボール教室の様子



ラグビークリニックの様子

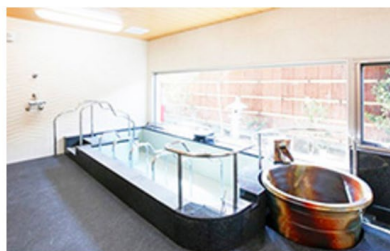
新高殿苑、新つぼみ保育園について

2017年4月「高殿苑」「つぼみ保育園」は、新築移転し、新しい船出となりました。新施設でも、大きな特徴である同一敷地・建物で「幼老交流」という独自の大変ユニークな取り組みは継続しています。

創業以来96年、鳥井信治郎の強い「信念」と「思い」によって始まった邦寿会は、その時代、時代にふさわしい社会福祉活動を取り入れ、実現してきました。今回の「新高殿苑」は、2008年4月に新設した「どうみょうじ高殿苑」同様、全室個室ユニットケア型の最新鋭の高齢者福祉施設であり、「新つぼみ保育園」は子どもの心身共に健全な成長をみんなで喜べるゆったりとした環境に恵まれた保育施設です。



新高殿苑とつぼみ保育園の外観



デイサービス一般浴、陶器風呂



高殿苑居室



つぼみ保育園保育室

次の100年に向けて

今やCSRは社会貢献の枠を越え、企業活動そのものであるという考え方が世界的なスタンダードとなっています。我々「邦寿会」は、創業者・鳥井信治郎の純粋な思いを受け継ぎ、企業活動における「社会との共生」を担ってきました。間もなく創立100年の節目を迎えようとするなか、40余年の歴史を重ねた「高殿苑」と「つぼみ保育園」が2017年4月に新築移転しました。最新鋭となった設備などハード面はもちろん、職員の資質やサービスなどソフト面のさらなる充実を図っています。そのなかで、私たちが改めて見つめ直したのは、「笑顔と思いやり、共に暮らし、安らぎと喜びを分かち合う」というノーマライゼーションの考え方に基づいた理念です。目の前にいる方が困っていれば手を差し伸べ、笑顔になっていただく。時代の経過とともに社会情勢は変わろうとも、安らぎと喜びを求める人の心は普遍です。私たちはこれからも、お一人お一人と真摯に向き合い、その人にとっての安らぎや喜びを追求し、笑顔の輪を広げていきたいと考えます。求められるミッションをしっかりと果たし、次の100年もその価値を発信し続けられるような組織でありたい——そう願っています。



社会福祉法人 邦寿会 会長
松田 武

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス

お客様に信頼され、ご満足いただける商品・サービスを提供し続けるために、サントリーグループは、お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様の声を広く企業活動に反映するとともに、サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、商品・サービスの企画・開発から水や農産物、包材などの原材料調達、製造、物流、販売・サービスに至るすべてのプロセスで品質の維持・向上に取り組んでいます。また、グローバルな総合酒類食品企業として、アルコール関連問題にも積極的に取り組んでいます。



品質



お客様リレーション



調達



ARP



消費者志向自主宣言

「人と自然と響きあう」という企業理念のもと、最高の品質を目指した商品やサービスをお届けし世界の人々の豊かな生活文化の発展、持続可能な地球環境の実現に貢献していきます。



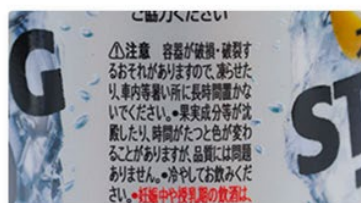
グループ品質マネジメントの推進

海外を含めたサントリーグループ全体で、品質保証の徹底に向けた取り組みを構築し、推進しています。



すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

「サントリー品質方針」のもと、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、全従業員が品質保証活動を徹底しています。



適切でわかりやすい情報開示

お客様に安心・信頼していただくために、品質保証に関する情報や活動を適切・正確に、わかりやすくお伝えしていきます。



お客様コミュニケーション

創業以来、お客様満足を第一に対話を重ね、ご意見やご要望を企業活動に反映しています。



CSR調達

サステナブルな社会の実現に貢献するため、ビジネスパートナーとともにCSR調達を推進しています。



公正・公平な取引

ビジネスパートナーとは、公正な評価・選定や公平な競争機会を基盤としています。



安全に配慮した物流の推進

物流協力会社と連携して、安全で環境に配慮した物流を推進しています。



アルコール関連問題への取り組み

酒類を製造・販売する企業の責任として、アルコール関連問題に積極的に取り組んでいます。

■お客様第一に安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスの提供

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
お客様視点に基づく品質保証	お客様からのより一層の信頼向上	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様の声から品質課題を抽出し、品質改善につなげた。 ・サプライチェーンを遡ったフードディフェンス活動を推進した。 ・フードバンク活動を継続した。 ・高品質な原料（ぶどう、その他）をサステナブルに調達できる仕組みを構築中。 ・食品安全を推進するGFSI活動に参画した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様の声をさらにスピーディーに解析して品質課題を抽出し、速やかに品質改善につなげていく。 ・フードバンク活動を継続する。 ・高品質な原料（ぶどう、その他）をサステナブルに調達できる仕組みを強化する。 ・海外のお客様にサントリーの品質関連情報を発信するしくみを構築する（グローバル品質広報）。 ・食品安全を推進するGFSI活動への参画を継続する。
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	<ul style="list-style-type: none"> ・サントリーグループ全社でGlobal MONOZUKURI Innovation (GMI) 活動を開始した。 ・GMIの中で「安全・安心の総点検活動」を開始した。 ・創業以来大切にしてきたものづくりの価値観・行動指針をSuntory MONOZUKURI Values (SMV) にまとめ、サントリーグループ共通の価値観として、グローバルに共有・展開していく活動を開始した。 ・グループ会社品質方針・飲用時品質の重要性を浸透させていくための活動を行なった。（8社に対する鳥瞰考動講座） ・グループ品質マネジメントシステムを再整備し、品質マネジメント規定と品質スタンダードを制定し、グループ会社と共有した。 ・拡大品質会議を開催し、外食品質保証体制の強化を行なった。（外食グループ会社：プロント・まい泉） ・グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社と共有するコミュニケーションを開始した。 ・海外のグループ会社と共有したい品質関連情報をイントラネットに掲載した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・「安全・安心の総点検活動」をグローバルに展開し、グループ全体で品質リスクを低減させていく。 ・海外のグループ会社で、Suntory MONOZUKURI Valus (SMV) への理解が深まるようダイレクト・コミュニケーションを行なう。 ・海外のグループ会社で、「SMVに基づいた活動」の展開を推進する。 ・海外のグループ会社、グループ品質マネジメントシステムと品質スタンダードに則った活動を展開する。 ・特に「水の品質スタンダード」の考え方を浸透させ、「水を大切にする」サントリーの品質マネジメントを海外グループ会社に展開する。 ・グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社とタイムリーに共有し、早期対応できるしくみを強化していく。
お客様とのコミュニケーション	お客様の声をこれまで以上に広く深く聞くことによるお客様との関係性の深化	<ul style="list-style-type: none"> ・外部診断によるコールセンター対応品質評価の実施（飲料・食品業界 食品1位、酒類1位）と改善活動PDCA強化 ・対応スタッフの対応スキル向上のためのトレーニング、商品知識の勉強会、工場見学会の実施 ・アクティブサポート(SNSを活用したお客様サポート) の拡充 	<ul style="list-style-type: none"> ・お客様センターの対応品質向上に向けた継続的活動強化 ・外部診断等の客観的な対応品質評価とその結果によるPDCA活動の推進 ・対応スタッフのクレドマインドの浸透、トレーニング、勉強会の実施 ・お客様対応の基盤システム刷新 ・お客様センター HPを通じた情報提供の拡充 ・デジタル進化に伴うお客様との新たなコミュニケーション方法の開発推進

お客様の声を企業活動へ反映	お客様の声を商品・サービスに活かすしくみの拡充と国内外全グループへの浸透	<ul style="list-style-type: none"> 商品化各プロセスにおけるお客様視点での事前評価活動の実施 お客様の声を経営や商品化へ活かすVOC活動の拡充（商品開発関連部門との定期的なVOC会議の実施） 	<ul style="list-style-type: none"> VOC活動をバリューチェーン全体により広く反映 お客様の声を活かした商品・サービスの改善 事前評価活動の強化徹底、ナレッジ化の強化
---------------	--------------------------------------	--	---

■酒類を扱う企業として責任あるマーケティングと適正飲酒の普及と啓発

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
適正飲酒の普及・啓発	消費者に対する適正飲酒の普及・啓発	<ul style="list-style-type: none"> イッキ飲み防止キャンペーンやSTOP!未成年飲酒キャンペーン等の実施 モデレーション広告の継続実施 	<ul style="list-style-type: none"> 未成年者飲酒の防止やイッキ飲み防止の啓発活動を継続強化
積極的な働きかけによる酒類業界全体の取り組み向上	業界をリードしてWHOのアルコール世界戦略に対する業界コミットメントを実行	<ul style="list-style-type: none"> テレビ広告におけるタレント年齢の引き上げと飲酒表現に関する業界自主基準の改定 エナジードリンクのプロモーションを行わないことを継続 	<ul style="list-style-type: none"> 業界コミットメントの実行継続 デジタルメディアへの対応

■サプライチェーンを通じたCSR活動の推進

重点項目	中期目標	2015年度の実績	2016年度アクションプラン
原材料調達・物流におけるCSR活動の推進	サプライチェーンにおけるCSR調達の推進	<ul style="list-style-type: none"> お取引先とCSR調達方針を共有した上で、アンケートを継続実施 海外グループ会社とCSR調達方針を共有（グローバル調達会議の実施） ウーロン茶の原料調達先に対して人権課題のヒアリングを実施 	<ul style="list-style-type: none"> CSR調達アンケートの継続実施 環境アンケートの新規実施 海外グループ会社の活動内容のヒアリング 原料調達先に対する人権課題のヒアリング継続実施
	物流における安全性向上	<ul style="list-style-type: none"> 物流協力会社と連携した「安全推進委員会」を通じた安全性推進のしくみ強化 	<ul style="list-style-type: none"> 物流における安全性推進の継続・強化

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス

消費者志向自主宣言

2017年4月

サントリーホールディングス（株）

代表取締役社長 新浪 剛史

■（１）理念

「人と自然と響きあう」という企業理念のもと、最高の品質を目指した商品やサービスをお届けし世界の人々の豊かな生活文化の発展、持続可能な地球環境の実現に貢献していきます。

この企業理念の実践を通じて、よき企業市民としてお客様に支持される「Growing for Good」な企業を目指していきます。

■（２）取組方針

1. お客様の心に響く商品・サービスをお届けします

お客様満足を第一に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にします。お客様からいただくご意見、ご要望に真摯にお応えし、よりよい商品・サービスの開発・改善につながるよう、取り組みを強化していきます。

2. お客様の立場に立って、安全・安心を徹底します

サントリー品質方針「All for the Quality」のもと、商品・サービスの企画・開発から水や農産物、包材などの原材料調達、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維持・向上に取り組んでいきます。グループ全体の品質マネジメントを推進する「品質保証委員会」の活動をとおして、商品・サービスの価値の向上、品質リスクの発生防止を徹底します。

3. お客様の声を企業活動に生かします

お客様から寄せられた貴重な情報やご意見を社内で速やかに共有し、商品・サービスの向上、リスクマネジメント強化など、企業活動や従業員の行動に反映させていきます。

4. お客様への情報提供を充実します

商品の表示や宣伝・広告表現について、正確な表示とわかりやすい表現を推進していきます。また、お客様センターを通じた電話、手紙、Eメールなどのコミュニケーションに加え、Webを通じて、ご自身で情報検索されるお客様に向け、ホームページの情報拡充に努めていきます。品質に関しても、お客様にご理解いただけるよう、わかりやすく情報発信していきます。

5. お客様視点で行動する従業員の風土・意識を醸成します

すべての従業員がお客様の視点で行動する企業風土の醸成を目指す「お客様視点醸成活動」を継続実施していきます。お客様から直接ご意見を伺う機会が少ない部門も含め、全従業員を対象に研修プログラムを実施します。

お客様・取引先と響きあう 商品・サービス

グループ品質マネジメントの推進

海外を含めたサントリーグループ全体で、品質マネジメントのしくみを構築し、推進しています。

お客様第一が品質保証の基本

サントリーグループは創業以来お客様第一の姿勢で、商品・サービスの品質向上を追求し続けてきました。わたしたちの品質に対する姿勢を明文化したサントリー品質方針「All for the Quality」のもと、全従業員が常に品質の維持・向上に取り組み、お客様から一層の信頼を獲得していくための活動を展開しています。

サントリー品質方針

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、
お客様の夢と信頼に応え続けます。

- 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.商品・サービスの安全性を徹底します。
- 5.国際標準を活用し、よりよい品質の追求を続けます。

品質マネジメントの推進

サントリーグループは、グローバル展開と新規領域への事業拡大に伴い、グループガバナンスを目的とする品質マネジメントシステムを整備・進化させてきました。

グループ全体の品質マネジメントを推進するため、サントリーホールディングス株式会社に「品質保証委員会」を設置し、グループ品質戦略に基づく横断的重要課題や品質リスク抽出・トラブルの未然防止を推進しています。

また、サントリーホールディングス株式会社CQO（Chief Quality Officer）によるグループ各社との品質会議等を通じて、品質マネジメント力の強化を図っています。

徹底した潜在リスクの抽出と低減

法令違反や健康影響、品質異常などの重大なリスクから、まだ顕在化していない潜在的なリスクまで、徹底して抽出・低減する活動を継続・推進しています。2006年より、生産研究部門の経営層をはじめとする関連部門の責任者が一堂に会する「週例リスク検討会」を毎週1回開催し、直近の1週間に把握した社内外の品質リスクをタイムリーに共有して対応策を議論するとともに、潜在的なリスク要因の変化をモニタリングしています。

外食各社における品質保証活動

お客様が安心して美味しく食事を楽しんでいただけるように、サントリーグループの外食各社では、厨房設備・食材の衛生管理の確認や食材アレルギー確認、適正な食品表示等の実施を徹底しています。



厨房設備の確認

■2016年トピックス

創業以来大切にしてきた、ものづくりにおけるサントリーグループ共通の価値観（SMV）の共有・展開

世界中のお客様に喜んでいただくために、新たな価値や安全、安心で高品質な製品をお届けし続けることが、メーカーであるわたしたちの責務と考えています。

そのため、創業以来大切にしてきた「ものづくりの価値観・行動指針」をサントリーグループ共通の「Suntory MONOZUKURI Values」として、グループ会社に共有・展開しています。



ニュージーランドでのSMV共有・展開の様子

お客様・取引先と響きあう 商品・サービス

すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

「サントリー品質方針」のもと、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、全従業員が常に品質の確保・向上に取り組んでいます。

各プロセスにおける主な品質保証活動



各プロセスにおける取り組みの詳細は、「サントリーの安全・安心への取り組み」をご覧ください。

安全性科学センター

ISO/IEC17025 認定範囲の拡大

サントリー MONOZUKURI エキスパート株式会社・安全性科学センターは、水の元素分析に加え、清涼飲料水の2つの分析項目についても、国際規格ISO/IEC17025 認定を取得しました。今後も精度の高い分析を通じて、科学的品質保証の信頼性を確保し、お客様に安全・安心な商品を提供していきます。



認定証および付属書

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス

適切でわかりやすい情報開示

サントリーグループが提供する商品・サービスをお客様に安心・信頼してご利用いただくためには、商品に正確でわかりやすい表示を記載するだけでなく、サントリーグループ全体で取り組んでいる品質保証活動をWebサイトなどでわかりやすくお伝えしていくことが重要だと考えています。

正確な表示とわかりやすい表現の実現

商品の表示については、グループ各社の開発・生産などの関係部門と連携して、品質保証本部が遵法性・妥当性を確認するしくみを構築し、正確な表示とわかりやすい表現を推進しています。

■商品への表示例

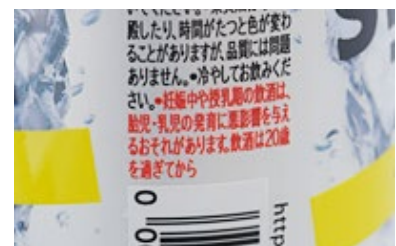
誤認飲酒防止のための表示例

チューハイなどの低アルコール飲料をソフトドリンクと間違えて飲むことがないように、商品に「酒マーク」を表示しています。そのほか、主要な商品については、缶ぶたに「おさけです」の表示や、点字で「おさけ」の表示を行っています。



妊産婦飲酒の注意表示例

妊産婦の飲酒について注意を喚起するために、商品に「妊娠中や授乳期の飲酒は、胎児・乳児の発育に悪影響を与えるおそれがあります」と表示しています。



妊産婦飲酒の注意表示

アレルギーに関する表示

アレルギーについては、原料を調査し、表示の要否を確認しています。また、清涼飲料では「食品表示法」で表示を義務づけられている7品目だけでなく、表示が推奨されている20品目も商品への表示対象としています。酒類についてはアレルギーに関する表示は免除されていますが、ビール類やチューハイなどの低アルコール飲料には、自主的に同法を準用し、アレルギー表示をしています。

賞味期限の「年月」表示

これまで清涼飲料の賞味期限は「年月日」表示が一般的でしたが、お客様へのわかりやすさとともに、在庫管理などに伴う環境負荷を少しでも減らすため、賞味期間が1年以上の商品についてサントリーグループは「年月」表示（漢字表記）に取り組んでいます。すでに2013年に「サントリー南アルプスの天然水」の2ℓペットボトルで「年月」表示を開始し、缶コーヒーや茶飲料を対象に順次展開しています。

安全・安心への取り組みをわかりやすく紹介

わたしたちの安全・安心へのこだわりをお客様に正しくご理解いただくために、Web サイト「サントリーの安全・安心への取り組み」で、様々な取り組みを紹介しています。また、PC用サイトだけでなく、スマートフォン用サイトでもご覧いただけるようにするとともに、海外のお客様に向けた情報の発信を始めました。



Webサイト「サントリーの安全・安心への取り組み」とサイト内コンテンツ「動画でみる品質の探Q者たち」

また、サントリーグループの事業活動をグローバルに展開する中で、これまで国内で取り組んできた品質に対する真摯な姿勢や活動を日本以外のお客様にもご理解いただけるよう、グローバル品質サイトの設計を進め、更なる情報開示の取り組みをスタートさせました。今後も、国内外のお客様に、安全・安心に対するサントリーグループの活動を評価いただけるよう、継続的に発信していきます。

自主回収について

品質保証の徹底に努めながらも問題が発生した場合は、迅速・適切に情報開示を行っています。2016年1月から2017年5月にかけて、新聞への社告掲載を実施した自主回収はありませんでした。

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス

お客様コミュニケーション

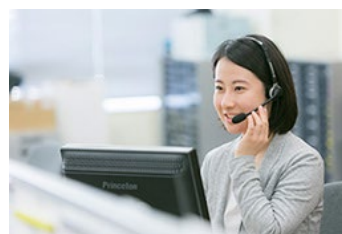
創業以来、お客様満足を第一に、お客様との対話を大切に、ご意見やご要望を企業活動に反映しています。

お客様満足を実現するために

サントリーグループは、創業以来、お客様満足を第一に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。1976年には、お客様からのご相談窓口として消費者室を開設。現在は、サントリーコミュニケーションズ（株）お客様リレーション本部として活動しています。お客様からいただくご意見、ご要望に真摯にお応えし、よりよい商品・サービスの改善・開発など、広く企業活動に反映させるよう、取り組みを強化しています。

■「お客様満足のための基本方針・行動指針」

従業員一人ひとりが、お客様へご満足を提供することを常に意識して行動するために、1999年に「お客様満足のための基本方針」を明文化。2002年にはお客様センターの「行動指針」を制定し、お客様センター全員での実践を徹底しています。



お客様センター

お客様満足のための基本方針

私たちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様の更なる満足の確保、維持、向上に努めます。お客様とのコミュニケーションを大切に、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な製品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

お客様センターの行動指針

- 1.お客様からのお問い合わせ・ご指摘等に対して、「迅速・的確・丁寧」に対応してまいります。また、公平、公正であるように努めてまいります。
- 2.お客様に信頼され、喜んでいただけるさまざまな情報を、お客様に積極的に提供いたします。
- 3.お客様のご意見・ご要望や社会の求めるものを、社内に適切に反映させてまいります。
- 4.お客様の権利を保護するため、消費者保護に関する法規および社内の自主基準を遵守いたします。

■「お客様対応規定」

サントリーホールディングス（株）とグループ17社[※]は、基本方針・行動指針を実行するための行動規範として、ISO10002（JIS Q 10002）に則った「お客様対応規定」を制定しました。この規定では、お問い合わせやご指摘を申し出られたお客様の権利を認識し、企業活動へのお客様の満足を維持、向上することを目的に、お客様対応についての積極的な取り組みと責務を明確にしています。さらにこの規定に基づいた詳細な基準・手順を定め、周知徹底を図っていきます。

※サントリー食品インターナショナル（株）、サントリーフーズ（株）、サントリービバレッジソリューション（株）、サントリーフーズ沖縄（株）、サントリープロダクツ（株）、サントリースピリッツ（株）、サントリービール（株）、サントリー酒類（株）、沖縄サントリー（株）、サントリーワインインターナショナル（株）、サントリー MONOZUKURI エキスパート（株）、サントリーコミュニケーションズ（株）、サントリービジネスシステム（株）、サントリーグローバルイノベーションセンター（株）、サントリーコーポレートビジネス（株）、サンリブ（株）、サントリー BWS（株）

■クレド：CREDO (SUNTORY MIND for Customer Service)

基本方針、行動指針が従業員一人ひとりの心、日々の行動に根付くように、2013年に、お客様対応を担う者としての信条を明文化した「クレド：CREDO (SUNTORY MIND for Customer Service)」をお客様リレーション本部全員で作成し、お客様によりご満足いただける活動を生み出す風土醸成に努めています。

お客様の声への対応と共有、そして活用へ

お客様センターでは、ご連絡を受けた時点で、その内容を情報管理の基幹システムである「Neo HarmoniCS^{※1}」に入力し、担当部門と連携しながらお問い合わせなどに迅速かつ的確に対応しています。

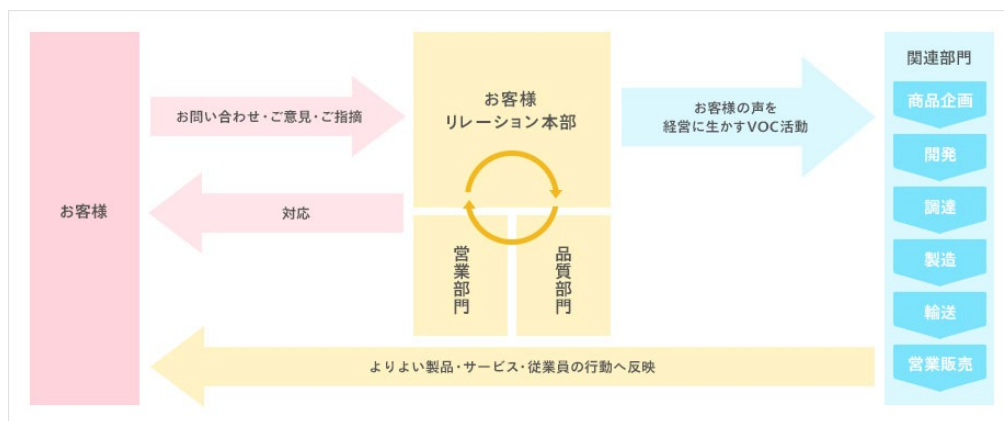
また、このシステムに対応結果を記録することで、お客様からいただいた貴重な情報を関連部署で速やかに共有し、品質改善、リスクマネジメント強化などにつなげています。

お客様から寄せられたご意見やご要望を、関連する部門と定期的に共有し、商品・サービスの向上、情報提供の充実などの企業活動や、従業員の行動へ反映するVOC活動^{※2}を強化しています。

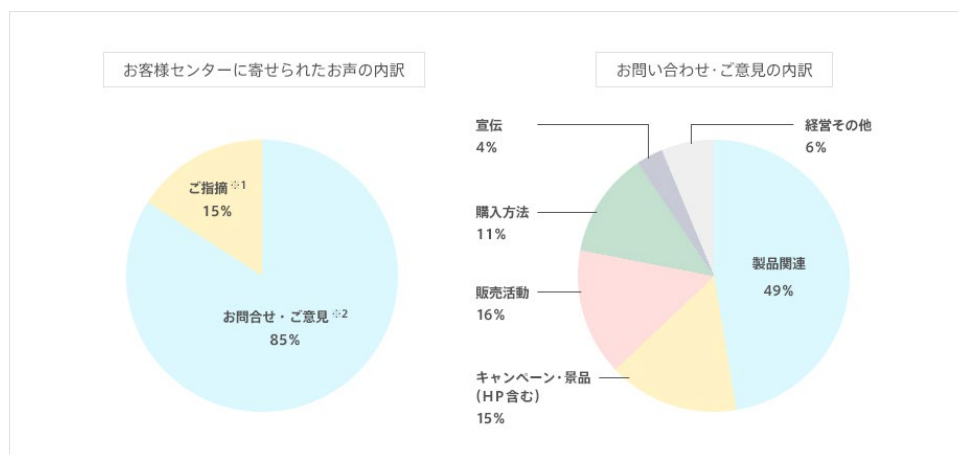
※1 お客様から頂いた情報を共有・蓄積するためのサントリー独自のデータベースシステム。ハーモニクスという名称は、「Harmony（お客様と響きあう）」と「Customer Satisfaction（お客様満足）」を組み合わせた造語

※2 VOC(Voice of Customer)活動：お客様の声を経営施策に反映する活動

■お客様情報の流れ



■お客様からのお問い合わせ・ご意見やご指摘の内容（2016年実績：84,594件）



※1 ご指摘：お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満、ご不快の声

※2 お問い合わせ・ご意見：上記以外にお客様から寄せられた幅広いご質問やご意見

「声カード」の活用

お客様からのご指摘を受けて対応を完了した案件については、ご指摘いただいたお客様に「声カード(対応に関するアンケート)」をお送りし、お客様の満足度をお聞きしています。いただいたご意見は、対応者本人に伝えるとともに、イントラネットを通じて全社にフィードバックし、さらなる対応の改善に役立てています。声カードに記入いただいたお客様の95%の方が、「今後も当社の商品を利用する」とお答えになりました(2016年実績)。

■お客様のご意見を商品づくりに活用

お客様から寄せられたご意見やご要望を取り入れ、品質改善、商品開発、情報提供の充実などを図っています。より安全で使いやすい商品の開発を行うためには、お客様の視点がなによりも大切です。お客様からの声に真摯に耳を傾けることで、すべての人にやさしく親切な商品・サービスの提供を目指しています。

また、商品発売後の改善だけでなく、新商品の開発時においてもお客様の声を役立てる「事前評価活動」を重視しています。開発部門に、他社商品や他カテゴリー商品に対するお客様の声を共有することで、より幅広い視点での“気づき”を促すとともに、お客様視点での事前チェックを実施しています。

＜ご意見を商品に活用した事例＞ 天然水ヨーグリーナ アレルギーマーク表示追加

乳アレルギーのお子さんをお持ちのお客様から「透明なのでわかりにくい。飲んでも大丈夫か?」というお問い合わせが寄せられたことを受け、通常記載しているアレルギーマーク成分の表示に加えて、わかりやすい注意書きを追加しました。



ラベル正面・裏面に注意書きを追加
ブランドサイトに注意書きを追加 など

Webを活用したコミュニケーション

お客様センターを通じた電話、手紙、Eメールなどのコミュニケーションに加え、Webを通じてご自身で情報検索されるお客様のために、動画やイラストを活用するなどして、お客様センターホームページの情報拡充に努めています。また、近年の外国語のお問い合わせ増加に伴い、英語でのお問い合わせフォームも新たに開設し、より多くのお客様にお応えできるように努めています。



サントリーお客様センターホームページ

お客様のご期待にお応えし続けるために

すべての従業員が、お客様の意識や関心の変化への理解を深め、一人ひとりが「お客様視点」を持ち、お客様の期待を超えたご満足をお届けできる企業人になっていくことを目指し、社内啓発活動に力を入れています。

■キャリアパスのステージに応じた研修

2017年秋より、入社して数年経過した若手社員を対象に、お客様センターでの電話対応を丸1日体験するプログラムをスタートします。お客様に直接接する体験を通じ、お客様視点の大切さを経験として学ぶのが狙いです。また、マネジャー昇進時には人事研修の一環として、お客様志向を基盤とした意思決定の重要性を、ケーススタディーを元にしたグループディスカッションなどを通して実践的に習得します。

■お客様の声と従業員の接点を強化

お客様から直接ご意見を伺う機会が少ない部門も含めた全従業員を対象に、お客様の声に触れる機会を強化する活動を行っています。イントラネットやEメールを用い、週次・月次・年次でお客様の声を広く社内にも共有しているほか、毎年開催する「お客様視点ブラッシュアップセミナー」では、お客様からのご指摘や、励ましのお声などに触れることで、従業員一人ひとりが「自分はお客様に何ができるか」を常に考え、行動するきっかけづくりをしています。

お客様・取引先と響きあう 商品・サービス

CSR 調達

サステナブルな社会の実現に貢献するため、ビジネスパートナーとともにCSR調達を推進しています。

CSR調達基本方針の制定

サントリーグループでは、お客様に高品質な商品・サービスをお届けするため、安全・安心はもとより環境や社会にも配慮するなど、サプライチェーン全体においてCSRを推進していくことが重要だと考えています。

そして、児童労働及び強制労働の禁止、結社の自由や団体交渉の権利の尊重・支持、長時間労働の削減、生活賃金の保障など、国際的に重要性が認められている事項に関し、調達におけるCSR活動をより一層強化するため、2011年に法令遵守、人権・労働基準、品質、環境、情報セキュリティ、社会との共生の6項目を柱とした「サントリーグループCSR調達基本方針」を制定し、ビジネスパートナーと連携してCSR活動を推進しています。

サントリーグループCSR調達基本方針（2011年制定）

サントリーグループは、企業理念「人と自然と響きあう」と企業倫理綱領に基づき、安全・安心で高品質な商品・サービスをお届けするために、公正・公平な取引を実施し、サプライチェーンのお取引先とともに、人権・労働基準・環境などの社会的責任にも配慮した調達活動を推進します。

お取引先との良好なパートナーシップを構築し、真に豊かで持続可能な社会の実現に貢献します。

1. 法令遵守と国際行動規範の尊重

各国の法令を遵守し、国際行動規範を尊重した公正・公平な調達活動を推進します。

2. 人権・労働・安全衛生への配慮

基本的人権を尊重し、労働環境や安全衛生に配慮した調達活動を推進します。

3. 品質・安全性の確保

「サントリー品質方針」に準拠し、品質・コスト・供給の最適な水準に基づく高い品質と安全性の確保をめざした調達活動を推進します。

4. 地球環境への配慮

「サントリーグループ環境基本方針」に準拠し、地球環境に配慮した調達活動を推進します。

5. 情報セキュリティの保持

調達取引に関わる機密情報および個人情報厳格に管理します。

6. 社会との共生

社会との共生に向けた社会貢献への取り組みを推進します。

■サプライチェーン全体でCSR活動を推進

サントリーグループは「CSR調達基本方針」を制定し、ビジネスパートナーと連携しながら、サプライチェーン全体でのCSR活動の推進に取り組んでいます。

その一環として、原料部・包材開発部・物流部の主要取引先を対象に、方針説明会とCSR活動に関する自己評価アンケートを毎年実施しています。2016年のアンケート（19項目・各3点満点）では、回答企業平均で、原料部2.77点、包材開発部2.93点、物流部2.70点となり、各社がCSR活動にしっかりと取り組んでいることを確認しました。また原料部では、ウーロン茶の仕上げ工場に対して、児童労働・強制労働などの人権課題に関するヒアリングを実施しました。



サプライヤーガイドライン制定

サントリーグループ内でCSR調達を加速させると共に、持続可能な社会の実現に貢献すべく、2017年6月に「サントリーグループ・サプライヤーガイドライン」を制定しました。本ガイドラインはサントリーが国内外サプライヤーに対して人権・法令順守・環境などの分野において要請する具体的な遵守事項で構成され、サントリーグループとサプライヤー間で同じ倫理的価値観が共有されていることを確認するものです。

高品質かつ安定供給に向けた契約農園

サントリーグループは、コーヒーの主要原料として高品質なコーヒー豆の安定供給を目的に、その一部をブラジルミナスジェライス州セラード地区にある同国有数のスペシャリティコーヒー農園である「Bau農園」と契約し輸入しています。同農園は、レインフォレスト・アライアンス^{※1}やUTZ^{※2}など国際的な認証を取得しており、徹底した品質管理と労働環境面で大変高い評価を受けています。サントリーグループでは今後も安全かつ安心な商品をお客様にお届けできるようビジネスパートナーとの取引をしっかりと進めていきます。

※1 レインフォレスト・アライアンス：1987年地球環境保全のために熱帯雨林を維持することを目的に設立された国際的な非営利団体です。

※2 UTZ：持続可能な農業のための国際的な認証プログラムで適正な農業実践と農園管理、安全で健全な労働条件、環境保護、児童労働撤廃など、すべての基準を満たして初めて認証されます。



海外グループ会社と「CSR調達基本方針」を共有

海外のグループ会社が参加する「グローバルSCM会議」で各社のCSR調達推進の活動内容を確認するとともに、「サントリーグループCSR調達基本方針」を共有しています。



グローバル調達会議

ビジネスパートナーとの連携強化

サントリーグループでは、サプライチェーンのビジネスパートナーとともに、CSR調達の推進に取り組んでいます。社内の担当者への教育をはじめ、原材料サプライヤー・製造委託先・物流協力会社の主要なビジネスパートナーに対して方針説明会やアンケートを行い、CSRの取り組みの必要性を理解いただくように啓発・支援を推進していきます。また、サプライチェーンの環境負荷低減を消費財流通業界横断で推進するため「日本TCGF[※]」にサントリー食品インターナショナル（株）が参加しています。

※ 日本TCGFは、消費財流通業界の企業が主体となり、日本国内での非競争分野における共通課題の解決に向けて、製・配・販の協働取り組みを行う組織です。

グリーン調達推進

サントリーグループは、「サントリーグループCSR調達基本方針」のもと「サントリーグループグリーン調達基準」（2011年改定）を定め、ビジネスパートナーとともに環境負荷低減に向けた調達活動を進めています。

現在、お取引先工場の8割が環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001を認証取得するなど、環境対応が向上しています。また包材開発部は、2016年も「グリーン調達ガイドライン」のお取引先評価基準に基づくグリーン調達総合評価を実施し、23社を対象にした評価で平均3点（3点満点）と、環境への取り組みが進んでいることを確認しました。

お客様・取引先と響きあう 商品・サービス

公正・公平な取引

原材料のサプライヤーとは、公正な評価・選定や公平な競争機会を基盤にしています。

サプライヤーとの公正・公平な取引の徹底

サプライヤーとの取引にあたっては「サントリーグループCSR調達基本方針」に基づいた「購買管理規定」や「取引先選定基準」に則り、各社に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、安全確保、環境保全、社会貢献などへの取り組みを公正に評価し、ビジネスパートナーを選定あるいは取引継続の可否を判断しています。

ビジネスパートナーとは、お互いに信頼できるパートナーとして力を合わせ、お客様に喜んでいただける商品・サービスの提供を目指しています。

■下請法に対応した経理システムを運用

サントリーグループでは、「下請代金支払遅延等防止法（以下、下請法）」に対応した経理システムを構築・運用しています。原料・包材の発注段階で登録した支払条件などの情報をもとに、予定どおり支払手続きがされていない場合に、管理者画面に警告が表示され、支払遅延などのトラブルを未然に防止するものです。なお、2016年は原料・包材の取引に関し下請法に抵触する法令違反はありませんでした。※

※2016年12月現在のサントリーグループの「下請法」適用ビジネスパートナー数は、原料部が47社（取引金額比率で約17%）、包材開発部が26社（取引金額比率で約3%）

■電子手形の導入

2010年、サントリーグループでは、ほとんどのビジネスパートナーに電子手形取引を導入しました。このしくみを導入することで、ビジネスパートナーの資金調達の多様化（早期資金化）に寄与します。また、下請法対象会社への支払条件対応も統一して行うことで、対応漏れリスクの低減を図っています。

お客様・取引先と響きあう 商品・サービス

安全に配慮した物流の推進

物流協力会社と連携して、安全で環境に配慮した物流を推進しています。

物流協力会社との連携

サントリーグループが輸配送業務を委託している物流協力会社と連携して発足した「安全推進委員会」には、2016年末で68社260名が参加。安全確保・環境配慮・リスクマネジメントなどの取り組みを推進しています。

■協力会社各社の安全推進を強化

「安全推進委員会」が制定した「物流安全5原則」を各社従業員に周知徹底するとともに、委員会事務局※が各社の拠点を巡回して、安全策の実施状況を点検しています。

物流安全5原則

1. 法定速度遵守と防衛運転の実施
2. 正しい養生の徹底と3急運転禁止
3. アイドリングストップとタイヤ止めの完全実施
4. ヘルメット・安全靴の完全着用と5Sの徹底
5. 合図・指差呼称の励行と安全確認の徹底

※サントリービジネスエキスパート(株) 物流部、サントリーロジスティクス(株) 安全推進部のマネジャーおよび担当者で構成



安全推進委員会ポスター

■「安全推進大会」で活動を共有

サントリーグループは、配送センターや物流協力会社の倉庫、輸配送事業など全国140拠点の責任者が一堂に会する「安全推進大会」を毎年開催しています。この大会では、勉強会やコンテスト実施などによる安全教育の徹底と優れた事例を紹介して情報を共有するほか、優秀なドライバーや拠点を表彰するなど、各社の安全に対する取り組みの意欲向上や強化につなげています。



第16回「安全推進大会」



「安全推進大会」での表彰式

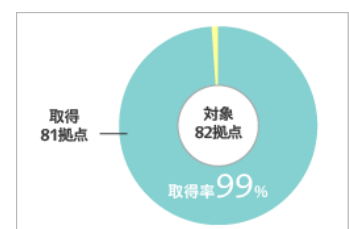


「フォークス技能コンテスト」風景

安全管理を推進

物流協力会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、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の物流協力会社のうち、輸配送事業所全82拠点中81拠点が認定を取得(2015年末)、認定取得率は99%に達しました。これはトラック運送業界全体の取得率27.8%(2016年12月トラック協会調査)を大きく上回っています。また、2008年からは対象範囲を直接業務委託会社から2次協力会社まで拡大し、輸配送の安全管理体制の強化を図っています。



「安全性優良事業所」の認定取得状況
(2016年12月31日現在)

災害時に備えて体制を整備

災害などの有事に備えて、災害伝言ダイヤル「171」や、携帯電話による「災害伝言板」の有効活用を目的とした訓練を物流会社とともに実施しています。また、首都圏および近畿圏直下型地震発生時のアクションプランとして、被災地に通常の出荷拠点以外から「サントリー天然水」を緊急出荷する体制や、出荷拠点が被災した場合の代替出荷拠点の設定など、物流協力会社と対策を共有しています。

お客様・取引先と響きあう 商品・サービス

アルコール関連問題への取り組み

酒類を製造・販売する企業の責任として、アルコール関連問題に積極的に取り組んでいます。

酒類製品を製造・販売することの責任

お酒は古くから百薬の長といわれます。また、コミュニケーションを円滑にし、人々に幸福をもたらす面もあります。その一方で、致酔性・依存性を有することから、不適切な飲み方によってさまざまな問題が生じるおそれがあることも事実です。

このような特性をもつ酒類を製造・販売する企業として、サントリーグループではアルコール関連問題の予防と適正飲酒の啓発を目的としたさまざまな活動を続けています。

2002年には、適正飲酒のための基本理念・行動指針を制定しました。

適正飲酒のために——サントリーの基本理念・行動指針（2002年制定）

基本理念

サントリーグループは、アルコール飲料の特性を認識し、アルコール関連問題の予防に努めるとともに、適正飲酒の考え方を普及させることによって、人々のより健康で文化的な生活のために貢献します。

1. アルコール飲料の持つ致酔性、依存性が、身体的、精神的、社会的な問題を引き起こすことを認識し、アルコール関連問題の予防をめざします。
2. 体質の違いや身体の状態、飲酒に対する考え方の違いが尊重されるより良い飲酒環境の形成をめざします。
3. 節度をわきまえた適度な飲酒(適正飲酒)は、心身の健康に役立ち、人間関係に潤いを与えるとの認識に立って、お酒の科学的研究の推進と、その正しいつきあい方についての知識の普及に努めます。

行動指針

1. 飲酒に関する正しい知識の啓発に努めます。
2. 社会活動に積極的に協力します。
 - ・未成年者飲酒防止
 - ・イッキ飲み防止
 - ・飲酒運転防止など
3. 法令、当社ならびに業界自主基準を厳守します。
4. アルコールと健康に関する医学研究に自ら取り組み、また、支援します。

専門組織が責任をもって対応

サントリーグループは、1976年に「サントリー宣伝コード」を制定し、飲酒に関する宣伝・広告表現の自主規制を業界に先駆けて開始しました。その後、アルコール関連の専門組織「ARS^{*}委員会」と、事務局であるARS室を設置。1.責任あるマーケティングの実践、2.社内外への適正飲酒の啓発、3.研究機関への参加・協力・支援などを行っています。

※ARS: Alcohol Responsibility and Sustainability Department

■1.責任あるマーケティングの実践

責任あるマーケティングの実践

ARS室は、酒類製品に関するすべてのマーケティング活動に対して、適法性・妥当性の社内事前審査を行っています。この審査により、不適切なマーケティング活動を未然に防止しています。

2006年には、製品表示などについても事前審査をシステム化しました。2007年には酒類の広告・販促活動に関する社内自主基準を改定し、活動をより強化しました。2007年以降も、業界団体と連携して自主基準の改定を行い、責任あるマーケティング活動の推進に努めています。

社会情勢に対応した自主基準の改定（業界・社内）

社会情勢に対応して「飲酒に関する連絡協議会」が制定した酒類業界の自主基準および社内自主基準を改定しています。2010年にはCMに妊産婦飲酒の注意表示を実施。また、テレビCMの土・日・祝日の自粛時間を5時00分～12時00分までから、5時00分～18時00分までに延長し、年間を通して5時00分～18時00分まで酒類のテレビ広告を自粛することとしました。さらに、2014年に施行された「アルコール健康障害対策基本法」に基づき、不適切な飲酒の誘引防止のための自主的な取り組みとして、テレビ広告で使用するタレントの年齢を25歳以上に引き上げることや、テレビ広告の飲酒表現で、喉元を通る「ゴクゴク」の効果音を使わないことなどを実施しています。

■2.適正飲酒啓発活動

従業員に対する適正飲酒啓発

酒類を製造・販売している企業の一員として、従業員の適正飲酒に関する意識を高めることも重要です。サントリーグループのイントラネットには、ARS室による「お酒を悪玉にしないために——グループ社員一人ひとりにできること。」を開設し、国内グループ会社従業員への啓発を行っています。また、飲酒運転を行った従業員は、公私を問わず諭旨免職以上の処分とすることを就業規則に定めています。また、2015年からは従業員を対象に適正飲酒に関するセミナーとアルコール体質検査を実施しています。これは従業員が自分自身のアルコールの代謝に関する体質を知ることにより、他者への配慮や適正飲酒の考え方を理解することを目的に行っています。

お客様に対する適正飲酒啓発

サントリー独自の取り組み

酒類メーカーとして、お酒の特性や適切な飲み方をお客様に正しくご理解いただく取り組みを行っています。

取り組み	開始年度	概要	
モデレーションキャンペーン（適性飲酒啓発広告）で節度ある飲み方を啓発	1986年	「酒は、なによりも、適量です。」というメッセージを伝える「モデレーション広告」を2016年末までに全国紙に180回以上掲載しています。（2002年には第22回新聞広告賞「広告主企画部門優秀賞」を受賞しました）	
適正飲酒啓発ホームページリニューアル	2017年 リニューアル	お酒に関する正しい知識を理解し、お酒と上手に付き合うことで、より健康的で豊かな生活を送ること。これを当社の考えるDRINK SMARTと位置づけ、ホームページをリニューアル。SNSにも対応しました。	

「イッキ飲み防止キャンペーン」 (主催：イッキ飲み防止連絡協議会) への協力	1993年	イッキ飲み防止連絡協議会が実施している同キャンペーンの趣旨に賛同し、第1回からポスター・チラシなどのデザインやノベルティプランニングに協力を行っています。同協議会は、「イッキ飲み」によって亡くなった方々のご遺族が中心となって1992年10月に結成されました。	
「親子で学べる未成年者飲酒防止啓発教材」を発行	2005年	子どもとその保護者を対象に未成年者飲酒の弊害をテーマにした学習教材「親子で学べる未成年者飲酒防止啓発教材」を発行。首都圏(東京・神奈川・千葉・埼玉)の教育機関などへのご案内で大きな反響をいただき、その後、配布対象範囲を全国へ拡大。未成年者飲酒の防止啓発活動に取り組んでいます。	
飲酒運転防止の啓発活動	2006年	欧米などで先行している「指定ドライバー制度」(飲食店などで車1台につき1人以上の指名ドライバーを決める制度)は、工場見学受け入れの際に実施。受付時と試飲会場で、2回にわたり確認し、ドライバーの方にはノンアルコール飲料を提供しています。さらに飲食店を運営している(株)ダイナックでは、未成年者飲酒禁止と飲酒運転禁止のステッカーを飲食店全店に貼付しています。	

業界と連携した取り組み

ビール酒造組合や日本洋酒酒造組合などの業界団体の一員として、その活動に積極的に参画しています。これまでに、①未成年者飲酒防止のためのポスターを交通広告を中心に展開し、②中高生を対象とした「未成年者飲酒防止ポスター・スローガン・学校賞募集キャンペーン」、③妊産婦飲酒防止に向けた商品パッケージへの注意表示などを実施しています。また、2015年からは、④酒類ホームページのブランドサイトの入り口で20歳以上であることを確認するための年齢認証ゲートを設けました。



「STOP! 未成年者飲酒キャンペーン」ロゴ



「2016年 未成年者飲酒防止ポスター・スローガン・学校賞募集キャンペーン授賞式、受賞作品」



商品パッケージへの注意表示



酒類ホームページ年齢認証ゲート

■3.研究機関への参加・協力・支援

サントリーグループでは、アルコール関連の各種研究に注力しています。1992年から主催・運営している「アルコールと健康」研究会もその1つで、アルコールが人体に及ぼす影響をプラス・マイナスの両面から研究しています。毎年新しく研究テーマを設定し、同会の会員となっている大学病院医師の方々に調査・研究を委託しています。

また、アルコール医療の発展に貢献するために、WHO（世界保健機関）から日本で唯一アルコール関連問題の施設として指定された「独立行政法人国立病院機構久里浜医療センター」と長期の研究委託契約を締結しています。

アルコール関連問題低減に向けグローバルに活動

アルコール関連問題は、WHO（世界保健機関）で2010年に「アルコールの有害な使用の低減に向けた世界戦略」が採択されました。また2013年の「NCD（非感染性疾患・生活習慣病）予防のためのアクションプラン」でも有害な飲酒の低減が目標の1つとして含まれるなど、各国政府や公衆衛生機関の専門家が関係者と協議しながら取り組むべきグローバルな課題として位置づけられています。その中で酒類業界も重要なステークホルダーと位置づけられています。

ビームサントリーは、これらのアルコールに関する課題に対応するため、国際的な適正飲酒推進の取り組みを進める組織「IARD」に参画し、世界の主要酒類メーカーによるWHOのアルコール世界戦略の実現に寄与するための「業界コミットメント」の推進に2013年から取り組んでいます。

「業界コミットメント」の進捗は毎年監査法人による監査を経て「プロGRESSレポート」として発行されています。

サントリーは、2015年からビームサントリーとグローバルレベルでの責任あるマーケティングの実践や、適正飲酒の啓発活動の展開を行うため、定期的に会議を開催し、中期的なビジョンのもと、グローバルなマーケティング規定の整備や、啓発プログラムの推進に取り組んでいます。



プロGRESSレポート



コミットメント CEO会議
(左からBacardi, Diageo, BeamSuntory, Heineken, AB InBev, Pernod Ricard, SAB Miller の各CEO)



ビームサントリー社
との打ち合わせ

ビームサントリーの「DRINK SMART®」プログラム

ビームサントリーは、責任あるマーケティングの取り組みとして「DRINK SMART®」プログラムをグローバルに展開しています。同社では、未成年者飲酒や飲酒運転の防止、適正飲酒の啓発、飲酒をしない人への配慮といったグローバルな基本原則を踏まえ、関係団体と協力しながら各市場固有のニーズ・文化に合わせたプログラムを推進しています。



自然と響きあう 環境

サントリーグループの事業の多くは、水や農作物など、かけがえのない自然の恵みによって支えられています。企業理念「人と自然と響きあう」のもと、環境経営を推進し、持続可能な豊かな地球環境を次世代に引き継ぐことは、私たちの大切な責務です。「水と生きる」企業として、2014年に「環境ビジョン2050」を策定し、「2020年目標」を掲げました。「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」の2つの軸で、グループ全体での環境経営を推進していきます。



環境経営推進



自然環境の保全・再生



環境負荷低減



環境コミュニケーション

環境ビジョン2050

自然保護の
グローバルリーダー
※ 自然環境の保全・再生
※ 持続可能な開発目標（SDGs）に貢献

グローバルでの
環境負荷削減
※ 環境負荷低減活動の推進
※ パフォーマンス目標の達成（2020年までに達成）

2020年目標

自然環境の保全・再生
※ 自然環境の保全・再生
※ 持続可能な開発目標（SDGs）に貢献

環境負荷低減
※ 環境負荷低減活動の推進
※ パフォーマンス目標の達成（2020年までに達成）

環境経営

サントリーグループにとって大切な経営資源である地球環境を次世代に引き継ぐために、グループ全体で環境経営を推進しています。



自然環境の保全・再生

「人と自然と響きあう」を企業理念とし、自然との共生を目指してさまざまな活動を行っています。



環境負荷低減

私たちは、バリューチェーン全体を見据えて、環境負荷低減へのさまざまな活動を推進しています。

SUNTORY

環境活動 自然環境の保全・再生 環境負荷低減

環境負荷低減活動 Webサイト (2020年)

サントリーの
エコ活

環境負荷低減活動

環境コミュニケーション

環境に関する情報を社会に発信し、ステークホルダーとのコミュニケーションを大切にしています。

サントリーグループの環境活動 2020年

神奈川工場

サイトレポート

主な掲載内容
・サイトプロフィール
・環境負荷データ

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
自然環境の 保全・再生	<p>生物多様性の象徴である野鳥の保護活動をグローバルに展開 国内すべての「天然水の森」においてワシ・タカ類の営巣・子育てを実現 海外における野鳥保護活動の支援 「天然水の森」の面積を、国内の自社工場で使用する地下水量を育む面積の2倍に拡大(12,000ha)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・「天然水の森」13カ所で鳥類調査を実施し、植生調査等も勘案した森林ごとの課題を元に生物多様性の拡大を目指した森林整備に繋げている。 ・「サントリー世界愛鳥基金」においては、助成を通じた日本国内外の野鳥保護活動への支援に加え、2015年新設の「水辺の大型鳥類保護」部門での第2回助成を3団体に実施。 ・「愛鳥活動」サイトの更新による情報発信の拡充。 ・「天然水の森」ごとの中長期ビジョンに基づいた各種施業や追加的な実験的施業を実施実施。具体的には、間伐と搬出・作業道及び歩道開設・植生保護柵設置・土壌流失防止工・植樹等を各地で実施。 ・10月に「天然水の森 天王山」を新設したほか、「東京大学秩父演習林」「とうきょう秋川」「ぎふ東白川」「おおさか島本」「奥大山」等で既存の「天然水の森」も拡大。 ・「水育(みずいく)」活動内容の充実、水や水を育む自然の大切さの啓発と価値の発信を強化 ・参加者数「森と水の学校」1,331名、「出張授業」16,125名、延べ参加者約127千人 ・ベトナムの小学校での「水育」を実施、参加者数「出張授業」3,300名、工場見学および屋外活動含む延べ参加者約14千人 ・従業員森林整備体験研修の実施 参加人数2,964名(3年間計6,463名) 	<ul style="list-style-type: none"> ・生態系ピラミッドの頂点である「猛禽類」を中心に「天然水の森」での鳥類調査を引き続き実施しつつ、餌動物の繁殖環境の整備や狩猟・営巣環境に配慮した総合的な森林整備を推進していく。「サントリー世界愛鳥基金」については、各種団体への助成を通じた日本国内外の野鳥保護活動への支援も継続的に進めていく。 ・「天然水の森」では引き続き、中長期ビジョンに基づき、間伐と搬出・作業道及び歩道開設・植生保護柵設置・土壌流失防止工・地域性苗木の育成と植樹等のさまざまな施業を実施し、林業技術者育成研修も各地で実施していく。また、併せて「育林材^{※1}」の活用を推進し、「天然水の森」の協定面積拡大も進めていく。 ・「水育」活動内容充実、水や水を育む自然の大切さの啓蒙と価値の発信強化 ・「水育」参加人数計画(「森と水の学校」2,000名、「出張授業」15,800名) ・ベトナムの小学校での「水育」拡大。参加人数計画2,400名
	水の大切さの啓発と価値の共有		
環境負荷低減	サントリーグループ ^{※2} の自社工場での水使用を35%削減 ^{※3}	自社工場での水使用のさらなる削減(原単位:07年比29%削減)	製造設備・容器の洗浄や冷却に使用する水の削減
	サントリーグループ ^{※2} バリューチェーン全体のCO ₂ 排出を24%削減 ^{※3}	バリューチェーン全体でのCO ₂ 排出量のさらなる削減(原単位:07年比24%削減)	容器の軽量化、再生資源の活用、工場の省エネ、国内最小電力量の自動販売機の積極導入など

※1 健全な森を育てるための整備で出てくる木材のことをサントリーでは「育林材」と呼んでいる

※2 サントリーグループ売上高(2012年)の80%以上を占める事業会社群(海外を含む)

※3 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

自然と響きあう 環境

環境経営

グループ環境基本方針を事業活動全体の基盤とし、グループ全体で環境経営を推進しています。

環境ビジョン



事業活動と環境
影響



環境マネジメン
ト



水のサステナビ
リティ



2015年度の目
標と実績・評価



従業員への環境
教育



環境経営

環境ビジョン

「水と生きる」私たちにとって、地球環境は大切な経営基盤。だからこそ、グループ全体で環境経営を推進していきます。持続可能な社会を次の世代に引き継ぐために、「自然環境の保全・再生」と「環境負荷低減」の両面から積極的に活動しています。

グループ環境活動の基本的な考え方

お客様に水の恵みをお届けする一方で、美しく清らかな水を守り、大切に使い、良質の水を自然に還すことは、水とともに生きる企業として、重大な責任であると考えています。

その水で育まれる植物や森林、川・海・大気、そして生き物がつくり出す生態系というすばらしい循環システムは、あらゆる生命の基礎。サントリーグループは、地球環境そのものが大切な経営基盤と認識しています。

豊かで持続可能な社会を構築するため、海外を含めたグループ全体にこの考え方を浸透させ、「自然環境の保全・再生」と「環境負荷低減」に最大限の努力を続けていきます。

■「サントリーグループ環境基本方針」に重点課題を明示

サントリーグループでは、「水のサステナビリティ」「生物多様性保全」「資源の徹底的有効活用」「低炭素企業への挑戦」など、サントリーグループの重点課題が明確に見える方針を定めています。よりグローバルでの環境活動を視野に入れ、2015年に5年ぶりの改定を行いました。

サントリーグループ環境基本方針（1997年制定、2015年改定）

サントリーグループは、環境経営を事業活動の基軸にし、バリューチェーン全体を視野に入れて、生命の輝きに満ちた持続可能な社会を次の世代に引き渡すことを約束します。

1. 水のサステナビリティの追求

「水と生きる」をコーポレートメッセージに掲げる企業として、事業活動において最も重要な資源である水を大切に取り扱い、自然界における水の健全な循環に貢献します。

2. 生物多様性保全への取り組み

水や農作物に依存する企業として、その価値の源泉である生物多様性を将来にわたって保全することに努めます。

3. イノベティブな3Rによる資源の有効活用

循環型社会の実現に向けて、不断の技術革新により、原材料・エネルギーなどの3R (reduce, reuse, recycle) を一層推進し、持続可能なビジネスの構築に努めます。

4. 全員参加による低炭素企業への挑戦

すべての職場において、気候変動の要因である温暖化ガス排出量の削減に努めます。

5. 社会とのコミュニケーション

豊かな地球環境を次世代に継承するため、社会との対話に基づいた取り組みを行うとともに、積極的な情報開示に努めます。

■「サントリー環境ビジョン2050」策定 ―あわせて「2020年目標」を設定―

サントリーグループの環境経営により明確な方向性を与えるため、2014年に、2050年に向けた「環境ビジョン2050」を策定するとともに「2020年目標」を設定しました。

「環境ビジョン2050」

サントリーグループは、自然の恵みに支えられている企業の責務として「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」を柱に、持続可能な地球環境を次代へ引き渡すことを目的に、2050年に向け、以下に挑戦します。

挑戦1：主要な事業展開国における自然環境保全・再生への積極的な取り組み

挑戦2：事業活動における環境負荷（自社工場での水使用、バリューチェーン全体のCO₂排出）を2050年までに半減^{※1}

「2020年目標」

「環境ビジョン2050」達成に向けて、以下2020年目標を掲げます。

(1)「自然環境の保全・再生」

- ・生物多様性の象徴である野鳥の保護活動をグローバルに展開
 - ―国内すべての「天然水の森」においてワシ・タカ類の営巣・子育てを実現
 - ―海外における野鳥保護活動の支援
- ・「天然水の森」の面積を12,000haに拡大
 - ―国内の自社工場で使用する地下水量を育む面積の2倍に拡大

(2)「環境負荷低減」

- ・サントリーグループ^{※2}の自社工場での水使用を35%削減^{※1}
- ・サントリーグループ^{※2}のバリューチェーン全体のCO₂排出を24%削減^{※1}

※1 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

※2 サントリーグループ売上高（2012年）の80%以上を占める事業会社群（海外を含む）

環境経営

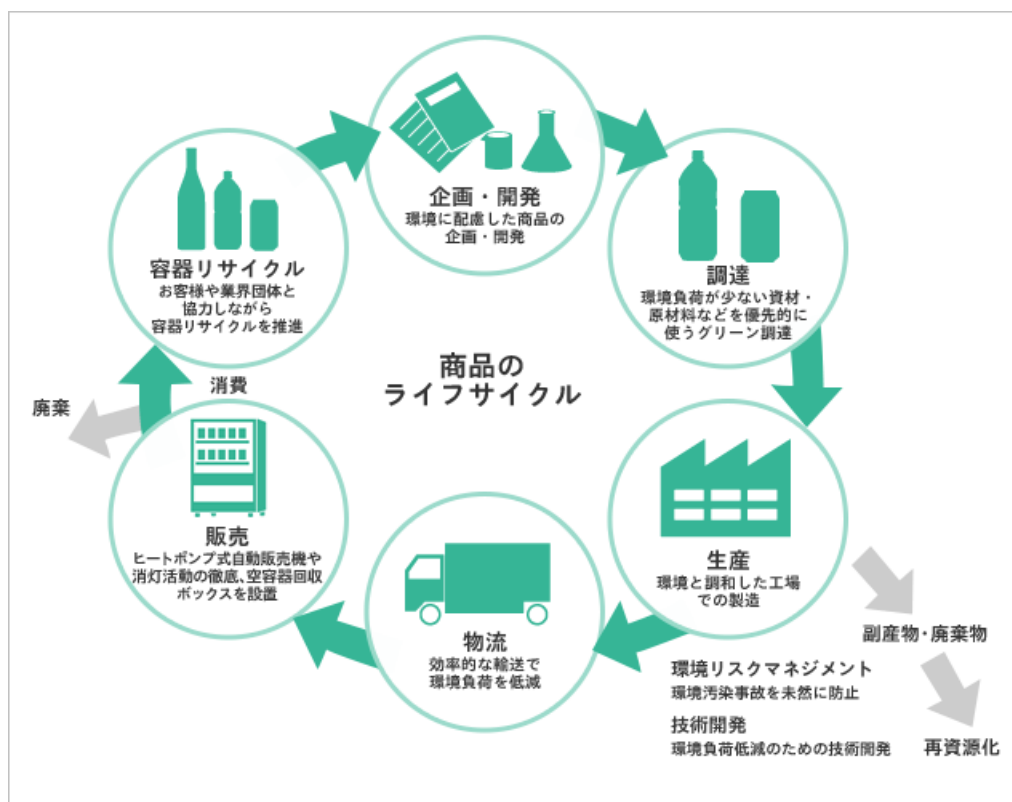
事業活動と環境影響

商品のライフサイクル全体での環境負荷低減活動を実践していきます。

商品のライフサイクル全体で環境負荷低減

サントリーグループでは、多岐にわたる事業活動を通じてさまざまな副産物や廃棄物を排出しています。1つの商品が企画・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て、環境に与える影響を定量的に把握し、環境負荷の低減に取り組んでいます。また、海外における事業拡大に伴い、グローバルでの環境負荷を捕捉するため、海外生産拠点の環境負荷の把握などを進めています。サプライチェーン全体での環境負荷低減のため、サントリーグループと取引を行っているサプライヤーにも積極的にコミュニケーションを図り、環境負荷に係る適切な報告と削減に向けた取り組みの実施を推奨しています。

■商品のライフサイクル



■水リスクの評価

水のサステナビリティの追求を「サントリーグループ環境基本方針」の重点課題に掲げているサントリーグループは、水科学研究所において水に関するさまざまな評価を行っています。持続可能な事業活動を見据え、水に関するリスク評価を実施しており、環境経営の推進にも役立てています。また、新規事業の展開に際しても、水リスク評価を勘案しています。

サントリーグループの工場立地国別水リスク評価

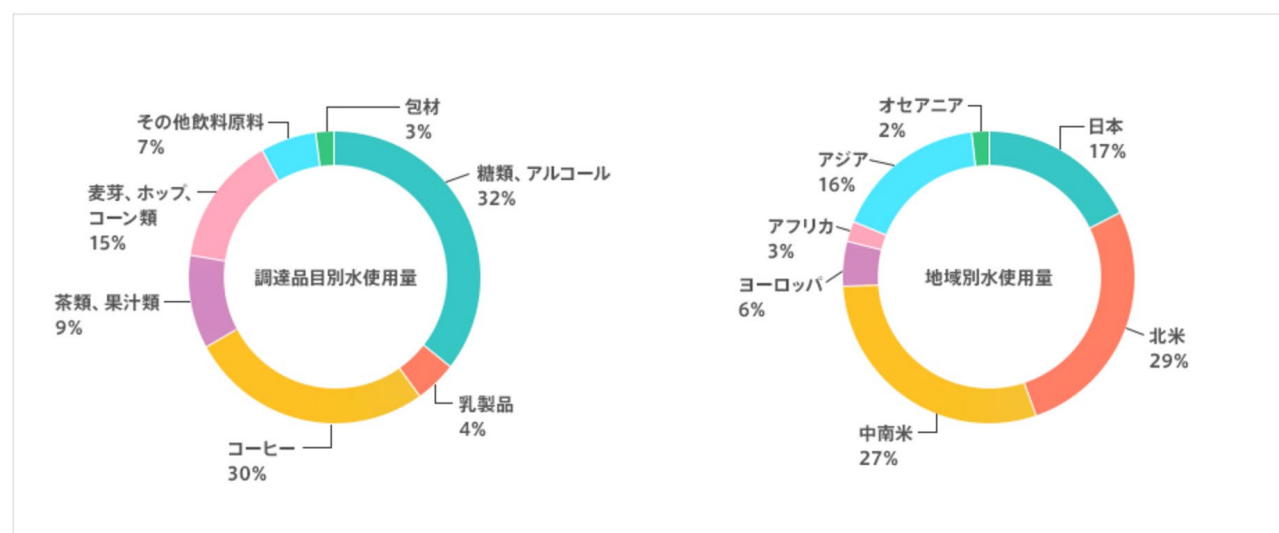
Baseline Water Stress	
極めて高い (Extremely high)	該当なし
高 (High)	日本、メキシコ、スペイン、インドネシア、フィリピン、インド、オーストラリア
中～高 (Medium-high)	アメリカ、イギリス、アイルランド、マレーシア
低～中 (Low-medium)	カナダ、フランス、タイ、ベトナム、ニュージーランド
低 (Low)	台湾

World Resources InstituteによるAqueductで採用されているBaseline Water Stressの国別スコアをもとに作成。サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産24工場、海外生産54工場が対象。

Gassert, F., P. Reig, T. Luo, and A. Maddocks. 2013. “Aqueduct country and river basin rankings: a weighted aggregation of spatially distinct hydrological indicators.” Working paper. Washington, DC: World Resources Institute, November 2013. Available online at wri.org/publication/aqueduct-country-river-basin-rankings.

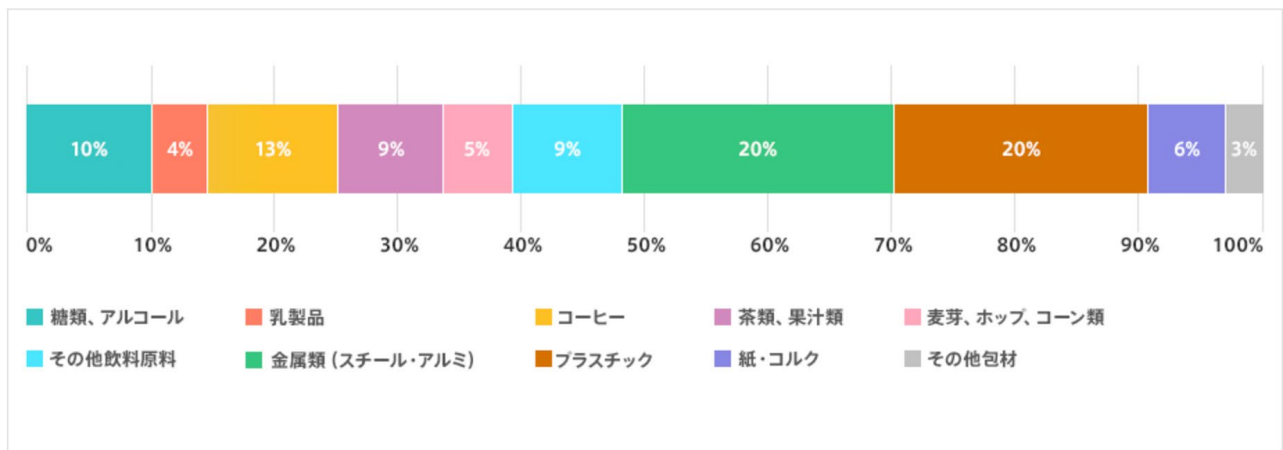
■自然資本による定量評価

原料に農産物を使用する食品・飲料会社は、自社内の水使用に対してサプライチェーンでの水使用が圧倒的に多いといわれています。サントリーグループは、サプライチェーン上流の自然資本への負荷「水使用量」および「GHG（温室効果ガス）排出量」について算定しました。



サプライチェーン上流における水使用量の原料別および地域別比率（2016年）

※対象は国内生産拠点で使用する原料
 ※ウォーターフットプリント・ネットワーク(WFN)のデータにより算定
 ※グリーンウォーター（雨水など）とブルーウォーター（灌漑水など）の合計

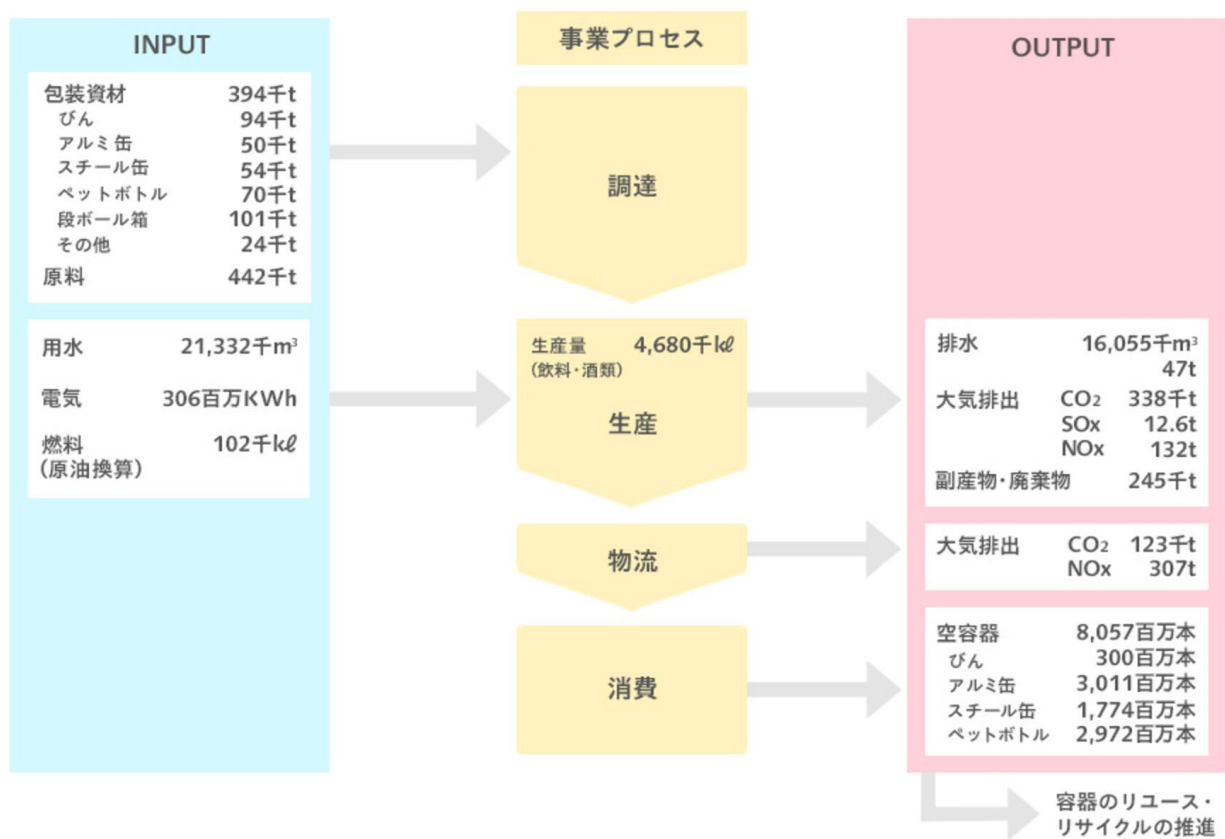


サプライチェーン上流におけるGHG排出量の調達品目別比率 (2015年)

※対象は国内生産拠点で使用する調達品

※多地域間産業連関表Eora MRIOデータベースにより算定

■事業活動と環境負荷の全体像 (対象期間:2016年1月1日～12月31日、国内生産拠点 (委託先を除く))



サントリー食品インターナショナル（株）が「CDPウォーター 2016 Aリスト企業」に選定

CDP^{※1}が世界の上場企業に対して行っている環境活動調査「CDPウォーター 2016」において、サントリー食品インターナショナル（株）が水源涵養活動や工場での水使用量の削減活動などにおいて高い評価を受け「Aリスト企業」に選定されました。

※1 企業や都市の重要な環境情報を測定・開示・管理・共有するための国際NPO



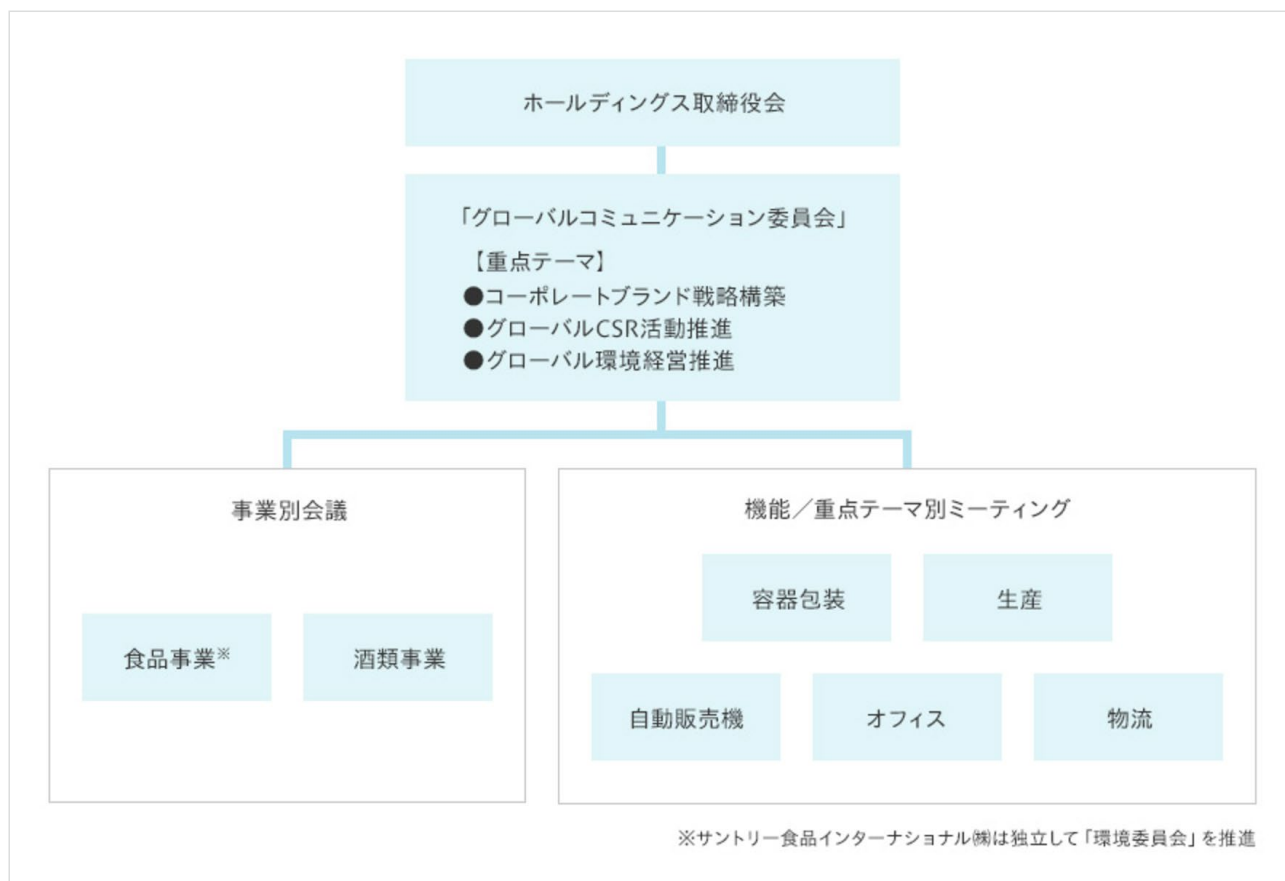
環境経営

環境マネジメント

環境経営推進体制

地球環境との共生が人類共通の最重要課題の1つであるという認識のもと、1991年に環境室と「環境委員会」を設置しました。2010年には、グループ全体で事業とエコロジーを一体として推進していくことを目的に、サントリーホールディングス（株）内にエコ戦略部を設置。「サントリーグループ環境基本方針」のもと、各グループ会社の環境経営の強化を図ってきました。また2016年4月に新設された「グローバルコミュニケーション委員会」において、国内グループでの環境経営強化に加えてグローバルな環境経営体制の構築を重要テーマとして掲げており、さらに、2017年4月からは、エコ戦略部を進化させた「サステナビリティ戦略部」を設置することでこれらの推進を強化しています。

■サントリーグループの環境経営推進体制



ISO14001認証取得をグループで推進

事業活動と環境活動を一体化し、継続的に進化させていく手法の1つとして、グループ各社では環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001認証取得を積極的に進めてきました。すでに国内のグループ会社[※]では統合認証取得を完了し、運用が定着したことから、2017年より環境負荷の小さな拠点については順法管理の仕組を強化するとともに認証対象外とし、より効率的な環境マネジメントを行えるようにしています。海外グループ会社においても生産拠点を中心に認証を取得しています。海外グループ会社生産拠点では2016年時点で68%が取得を完了しています。

サントリーグループ各社では、事業のバリューチェーンに携わる各部門が連携を強め、原材料調達から廃棄までの全段階で環境視点を取り入れた事業活動を推進しています。

※日本版SOX法対象のグループ会社

■生産拠点での取り組み

生産拠点では1998年よりISO14001の認証取得を順次進め、現在までに統合認証取得を完了しています。ISO14001の内部監査では、各拠点で監査員を任命するとともに、相互に内部監査員を派遣しあうことで、活動事例の水平展開を行い、監査側と被監査側双方のレベルアップを図っています。海外グループ会社の生産拠点についても認証取得が進んでいます。

■研究開発拠点での取り組み

バリューチェーン全体の環境経営強化に向け、環境に配慮した取り組みを研究開発段階からさらに加速させるため、国内研究開発拠点においても、2007年にISO14001の認証を取得しました。

■本社機能・営業拠点での取り組み

サントリーグループ国内事業の本社および、自販機オペレーションを行うグループ会社の営業拠点でISO14001の認証取得を完了しています。「サントリーグループ環境基本方針」を各部署の業務目標に反映させ、活動の結果を定期的にトップヘフィードバックしてPDCAを回すしくみを構築しています。

■外食系グループ会社での取り組み

多店舗展開している国内の外食系グループ会社において、本社および全店舗を対象としたISO14001の統合認証を取得しており、省エネ・節水や食品ロスの削減・リサイクルに取り組んでいます。



ISO14001の審査

サントリーグループ内部監査員数の推移

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
人数	595	737	762	835	815	894

環境会計を導入してコストと効果を算出

サントリーグループ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活用し、その内容を開示しています。

■サントリーグループ（国内事業計）の環境保全コスト

（対象期間：2016年1月1日～12月31日）

（百万円）

項目			2015年度		2016年度	
			環境投資額	環境費用額	環境投資額	環境費用額
事業エリアコスト	公害防止コスト	・ 水質汚濁防止 ・ 大気汚染防止 ほか	531	1,957	261	1,903
	地球環境保全コスト	・ CO2削減 ・ 省エネルギー ・ コージェネレーション ・ 嫌気処理 ほか	872	3,391	871	3,491
	資源循環コスト	・ 再循環による節水 ・ 汚泥減量化 ・ 廃棄物再資源化 ・ 下水道処理費 ほか	335	2,462	17	2,807
	合計		1,737	7,810	1,148	8,201
	上・下流コスト	・ 容器包装の再資源化委託料 ・ 環境対応容器包装対策 ほか	0	1,067	0	1,195
管理活動コスト	・ 環境マネジメントシステム構築・維持 ・ CSRレポート、展示会 ・ 工場緑化 ほか		0	1,252	0	1,128
研究開発コスト	・ 環境負荷低減のための研究開発活動		76	320	73	323
社会活動コスト	・ 天然水の森 ・ 愛鳥活動 ・ 水育（みずいく）活動 ほか		105	478	86	410
環境損傷対応コスト			0	0	0	0
合計			1,918	10,928	1,307	11,258

※投資額：投資目的の50%以上が環境保全を目的としたものは全額環境投資とみなしました（検収ベース）

※償却費：投資50%以上が環境保全を目的としたものを2003年までさかのぼり償却費を算出しました

※直接把握が可能な管理活動、研究活動の費用は原則として全額を直接把握しました。直接把握が困難な費用については、工程別に過去の実態調査に基づいた比率で案分・配賦しました

■サントリーグループ（国内生産拠点）の環境保全効果

（対象期間：2016年1月1日～12月31日）

項目				単位	2015年	2016年	原単位ベースでの 対前年度削減効果	
事業内エリア コスト	公害防止	汚染物質 排出量削減	SOx	総量 (t)	1.5	12.6	-11.1t/年	
				原単位 (g/kℓ)	0.3	2.7		
			NOx	総量 (t)	157.3	132.4	26.8t/年	
				原単位 (g/kℓ)	34.0	28.3		
	地球環境保全	CO2 排出量削減	CO2 (燃料+電力) 由来	総量 (千t)	349.1	337.3	16.1千t/年	
				原単位 (kg/kℓ)	75.5	72.1		
		エネルギー 消費量削減	燃料	原油換算 (千kℓ)	109	102	7,957kℓ/年	
				原単位 (ℓ/kℓ)	23.6	21.9		
			電気	総量 (百万kWh)	313	306	10,860千kWh/年	
				原単位 (kWh/kℓ)	67.6	65.3		
		資源循環	水資源 使用量削減	用水	総量 (千m³)	21,877	21,290	855千m³/年
					原単位 (m³/kℓ)	4.7	4.5	
	廃棄物 排出量削減		副産物廃棄物 排出量	総量 (t)	236,697	259,314	-19,707t/年	
				原単位 (kg/kℓ)	51.2	55.4		
			再資源化率	(%)	100	100	100	

※電気由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

■サントリーグループ（国内生産拠点）の経済効果

（百万円）

項目	2015年度	2016年度
リサイクル（副産物売却）収入	315	339
省エネルギーによる費用削減額	644	496

環境マネジメント

サントリーグループISO14001認証取得一覧 (2017年1月31日現在)

国内

- ・サントリーホールディングス(株)
- ・サントリービジネスエキスパート(株)

■食品関連

- ・サントリー食品インターナショナル(株)
- ・サントリープロダクツ(株)
- ・サントリープロダクツ(株) 榛名工場
- ・サントリープロダクツ(株) 羽生工場
- ・サントリープロダクツ(株) 多摩川工場
- ・サントリープロダクツ(株) 神奈川綾瀬工場
- ・サントリープロダクツ(株) 天然水南アルプス白州工場
- ・サントリープロダクツ(株) 木曽川工場
- ・サントリープロダクツ(株) 宇治川工場
- ・サントリープロダクツ(株) 高砂工場
- ・サントリープロダクツ(株) 天然水奥大山ブナの森工場
- ・サントリーウエルネス(株)
- ・サントリーコーヒーロースタリー(株)

■酒類関連

- ・サントリースピリッツ(株)
- ・サントリースピリッツ(株) 白州蒸溜所
- ・サントリースピリッツ(株) 山崎蒸溜所
- ・サントリースピリッツ(株) 近江エージングセラー
- ・サントリースピリッツ(株) 梓の森工場
- ・サントリースピリッツ(株) 大阪工場
- ・サントリービール(株)
- ・サントリービール(株) <天然水のビール工場>群馬・利根川ブルワリー
- ・サントリービール(株) <天然水のビール工場>東京・武蔵野ブルワリー
- ・サントリービール(株) <天然水のビール工場>京都ブルワリー
- ・サントリービール(株) <天然水のビール工場>熊本・阿蘇ブルワリー
- ・サントリーワインインターナショナル(株)
- ・サントリーワインインターナショナル(株) 登美の丘ワイナリー
- ・サントリーワインインターナショナル(株) 塩尻ワイナリー
- ・サングレイン(株) 知多蒸溜所
- ・(株) 岩の原葡萄園
- ・サントリーモルティング(株)

■営業・販売関連

- ・サントリー酒類(株) 本社
- ・沖縄サントリー(株)
- ・サントリーフーズ(株) 本社
- ・サントリービバレッジソリューション(株) 本社
- ・サントリービバレッジサービス(株)
- ・コーシン・サントリービバレッジ(株)
- ・サントリーフーズ沖縄(株)
- ・ジャパンビバレッジ((株) ジャパンビバレッジホールディングスほか11社)
- ・サントリーコーポレートビジネス(株) 本社
- ・サンリーブ(株) 本社

■研究開発拠点

- ・サントリーワールドリサーチセンター
- ・サントリー商品開発センター

■外食

- ・(株) ダイナック
- ・(株) プロントコーポレーション
- ・井筒まい泉(株)

海外

■食品関連

サントリー食品ヨーロッパ

- ・Orangina Schweppes Group Meyzieu (フランス)
- ・Orangina Schweppes Group La Courneuve (フランス)
- ・Orangina Schweppes Group Gadagne (フランス)
- ・Orangina Schweppes Group Donnery (フランス)
- ・Orangina Schweppes Group Tordera (スペイン)
- ・Orangina Schweppes Group Carcagente (スペイン)
- ・Orangina Schweppes Group Toledo (スペイン)
- ・Orangina Schweppes Group Sevilla (スペイン)
- ・Lucozade Ribena Suntory Coleford (イギリス)

サントリー食品アジア

- ・BRAND'S Suntory Leam Chabang (タイ)
- ・BRAND'S Suntory Pinthong (タイ)
- ・BRAND'S Suntory Taichung (台湾)
- ・Shah Alam (マレーシア)
- ・Suntory Garuda Group Sidoarjo (インドネシア)
- ・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Bac Ninh (ベトナム)
- ・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Dien Ban (ベトナム)
- ・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Dong Nai (ベトナム)
- ・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Hoc Mon (ベトナム)
- ・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Cantho (ベトナム)
- ・Fruco Group Wiri (ニュージーランド)
- ・Fruco Group Kaiapoi (ニュージーランド)

■酒類関連

ビームサントリー

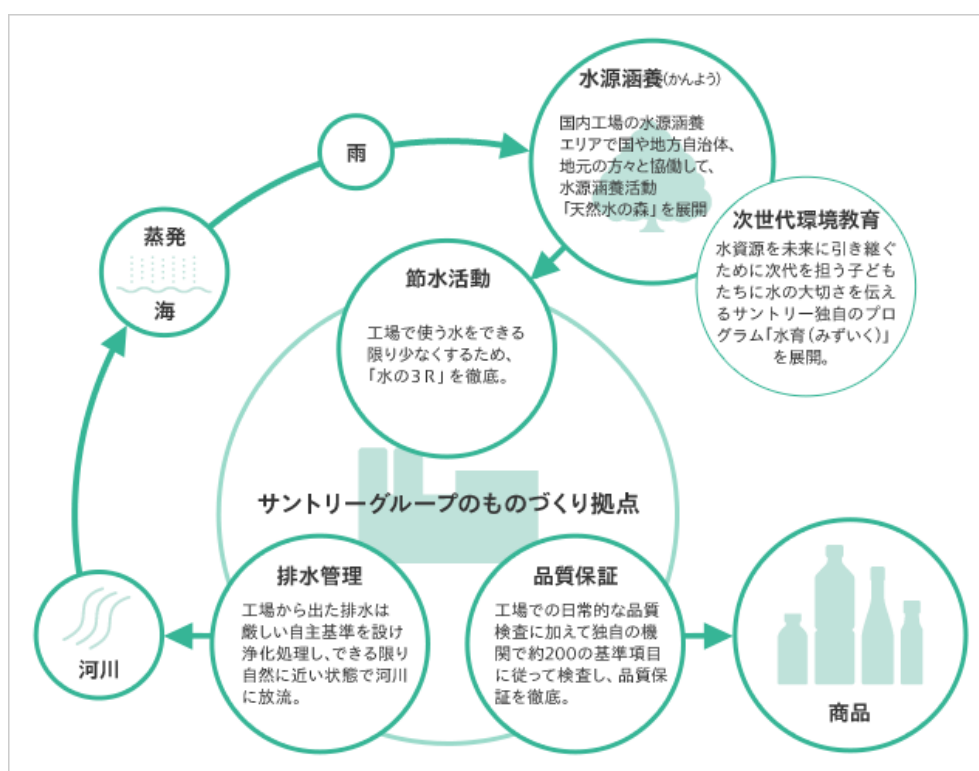
- ・ Calgary (カナダ)
- ・ Frankfort (米国)
- ・ Clermont (米国)
- ・ Booker Noe (米国)
- ・ Sauza (メキシコ)
- ・ Behror (インド)
- ・ Palazuelos (スペイン)
- ・ Valverde (スペイン)
- ・ Courvoisier (フランス)
- ・ Ardmore (スコットランド)
- ・ Laphroig (スコットランド)
- ・ Cooley (アイルランド)
- ・ Bowmore (イギリス)
- ・ Auchentoshan (イギリス)
- ・ Glen Garioch (イギリス)

環境経営

水のサステナビリティ

地球上にある水のうち、人間が利用できる淡水は全体の約0.01%にすぎません。サントリーグループの主な事業は、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」サントリーは、水を大切に使い、きれいにして自然に還すだけでなく、水を育む森を守るなど、自然界における水の健全な循環への貢献——すなわち「水のサステナビリティ」を事業活動における最も重要な課題と認識しています。

「水のサステナビリティ」の全体像



「天然水の森」
(水源涵養／生
物多様性の保
全)



水資源の有効活
用



次世代環境教育
「水育（みずい
く）」



環境経営

2016 年度の目標と実績・評価

「環境ビジョン2050」の達成に向けて、「2020年目標」を掲げており、単年度ごとに実績を評価し、次年度の活動計画につなげています。

2016年度の環境活動について

2016年度も引き続き、国内の主要グループ会社で環境経営マネジメントシステムであるISO14001を積極的に運用し、環境経営の推進体制を一層強化しました。今後も事業経営と環境活動を強く結びつけながら、さらなる環境負荷低減と資源の有効活用を推進していきます。

2016年度の目標と実績・評価

目標達成：●●●● 目標達成70%以上：●●● 目標達成70%未満：●●

重点推進課題	2016年度目標	2016年度実績	評価
1. 環境マネジメント	<ul style="list-style-type: none"> ・ジャパンビバレッジグループを含めたマネジメント体制の構築 ・ISO14001：2015年版規格への対応準備 	<ul style="list-style-type: none"> ・サントリーグループの環境マネジメント体制の中に、ジャパンビバレッジグループを統合 ・環境マネジメントマニュアルの改訂を完了。2015年版内部監査員養成を実施。 	●●●●
2. 水源涵養（かんよう）・用水使用量の削減	<ul style="list-style-type: none"> ・「天然水の森」のさまざまな調査結果をもとに、森林をきめ細かくゾーニングし、5カ年10カ年の中長期整備計画を立案。学識経験者・行政・林業事業者などとの協力体制を確立し、多面的な水源涵養活動をさらに推進 ・水源涵養活動に関する情報発信をさらに充実 	<ul style="list-style-type: none"> ・主要な「天然水の森」について、将来的に目指す森の姿を中期ビジョンとして明確化し、整備計画などを策定 ・活動報告を拡充し、より知りたいことを検索しやすいWebサイトへリニューアル 	●●●●
	<ul style="list-style-type: none"> ・生産活動における水使用量削減のさらなる推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・サントリーグループ^{※1}の自社工場での水使用原単位^{※2}を2007年比29%削減 	●●●●
3. CO2削減	<ul style="list-style-type: none"> ・バリューチェーン全体でのCO2排出量削減のさらなる推進 ・国内の再生可能エネルギー利用施設の最大稼働（114.560Mwh/年） 	<ul style="list-style-type: none"> ・サントリーグループ^{※1}のバリューチェーン全体のCO2排出原単位^{※2}2007年比24%削減 ・事業活動との両立した範囲において再生可能エネルギーを活用 	●●●●
4. 容器包装での3R	<ul style="list-style-type: none"> ●リデュース <ul style="list-style-type: none"> ・ペットボトルのさらなる軽量化 ・ガラスびん・紙容器等での軽量化 ・樹脂ラベル・紙ラベル・段ボールでの軽量化 ●リユース <ul style="list-style-type: none"> ・リターナブルびんシステムの維持 ●リサイクル <ul style="list-style-type: none"> ・リペットボトルの活用 ・容器包装各素材別リサイクル団体活動参画による効率的・実効的容器リサイクルシステム構築推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・飲料用ペットボトルに植物由来原料を30%使用した国産最軽量（※）となる1.85gのキャップを導入 ※2016年9月当社調べ ・飲料のリターナブル瓶の規格を統一し軽量化（300～399g→245g） ・メカニカルリサイクル再生PET樹脂100%のリペットボトルの活用継続 	●●●●
5. 廃棄物の削減と再資源化	<ul style="list-style-type: none"> ・工場での再資源化率100%維持と質の高い再資源化の推進 	<ul style="list-style-type: none"> ・工場での再資源化率100%維持継続 	●●●●
	<ul style="list-style-type: none"> ・食品リサイクル法の業種別目標クリア 	<ul style="list-style-type: none"> ・食品リサイクル法の業種別目標クリア 	●●●●
6. 次世代環境教育	<ul style="list-style-type: none"> ・水育（みずいく）「森と水の学校」は、親子で参加できる日帰りコースを実施。白州校・奥大山校・阿蘇校合わせて約2,100名参加予定 	<ul style="list-style-type: none"> ・水育「森と水の学校」計38回、1,331名参加（阿蘇校開催見送り） 	●●●●
	<ul style="list-style-type: none"> ・水育「出張授業」は、「未来に水を引き継ぐために」をテーマに、担任の先生と一緒に教科連動型プログラムを実施。約15,000名参加予定 	<ul style="list-style-type: none"> ・水育「出張授業」計199校、16,125名参加 	●●●●

※1 サントリーグループ売上高（2012年）の80%以上を占める事業会社群（海外を含む）

※2 「原単位」とは単位量あたりの購入・使用・排出量を表す。生産での単位量：製品1kℓ、物流での単位量：販売量1kℓ

環境経営

従業員への環境教育

環境に関する情報の従業員へのタイムリーな発信や定期的な環境教育研修の実施など、環境意識の啓発とコミュニケーションに努めています。

グループ全体で環境教育を推進

従業員の環境意識向上のために、計画的に環境教育を推進しています。2016年には、国内の全グループ従業員を対象としたeラーニング実施や社内イントラネットを通じた情報発信など、さまざまな環境教育を実施しました。また、担当業務ごとに必要となる特定スキルを身につける勉強会やセミナーも、定期的に開催しています。



廃棄物処理法管理セミナー

2016年度環境教育研修

名称	対象	受講者数
入社時研修（環境経営講義）	新入社員	全員
ISO14001自覚・特定教育	工場従業員	全員
環境経営啓発研修（eラーニング等）	国内グループ従業員	20,133名
ISO14001新任担当者研修	ISO14001担当者	19名
ISO14001内部監査員研修	ISO14001内部監査担当者	368名
エコプロダクツセミナー	商品開発担当者	46名
森林整備体験研修	国内グループ従業員	2,964名
廃棄物処理法セミナー	関連する部門の従業員	175名
産業廃棄物「現地確認」実地研修	関連する部門の従業員	64名

■森林整備体験で従業員の意識を啓発

サントリー「天然水の森」では、従業員による森林整備体験への参加を進めており、2013年まで多くのグループ従業員とその家族がボランティア活動として参加しました。

2014年からは、サントリーの「自然との共生」の価値観を従業員一人ひとりが自ら体感し、理解することを目的に、食品事業・酒類事業を中心に約6,000名の従業員を対象とした森林整備体験研修としての活動を開始し、2016年度は2,964名が参加、当初の目標であった6,000名を大きく上回る6,463名が参加しました。



従業員の森林整備研修

■イントラネットで環境行動を促進

社内イントラネットでは、環境に関する基礎知識、事業に関わる環境関連法規、社内ガイドラインなどを共有しています。また、オフィスや家庭でも実行しやすい環境行動の事例を紹介するなどして、従業員の環境活動への参加を促しています。

■社内報や映像を通じた環境啓発

サントリーグループの環境活動や環境情報は、社内報「まど」や社内イントラネットの「e-まど」でも紹介しています。社内報は、従業員の意識だけでなく、その家族への啓発にも役立っています。また、一部の研修において、サントリーの環境活動をまとめたDVDを上映しています。



DVDを用いた研修

自然と響きあう 環境

自然環境の保全・再生

私たちは、「人と自然と響きあう」を企業理念とし、自然環境の保全・再生を目指してさまざまな活動を行っています。

自然環境の保全・再生を実現するために

サントリーグループの事業は、水や自然の恵みに支えられて成り立っています。水や自然の恵みをもたらす地球環境を未来へ引き継いでいくため、私たちは事業活動における環境負荷低減だけでなく、「天然水の森」における自然環境の保全、豊かな生態系の象徴である野鳥の保護の重要性を社会と共有する「愛鳥活動」、水の大切さを子どもたちに伝える「水育（みずいく）」など、自然環境の保全・再生につながる活動に取り組んでいます。

「環境ビジョン2050」においても、「主要な事業展開国における自然環境保全・再生への積極的な取り組み」に挑戦することを宣言するとともに、「2020年目標」でも「自然環境の保全・再生」のさまざまな目標を掲げています。

いちばん大切なものを、未来へ



「天然水の森」
(水源涵養／生物多様性の保全)



愛鳥活動



次世代環境教育
「水育（みずいく）」



海外グループ会社
の取り組み



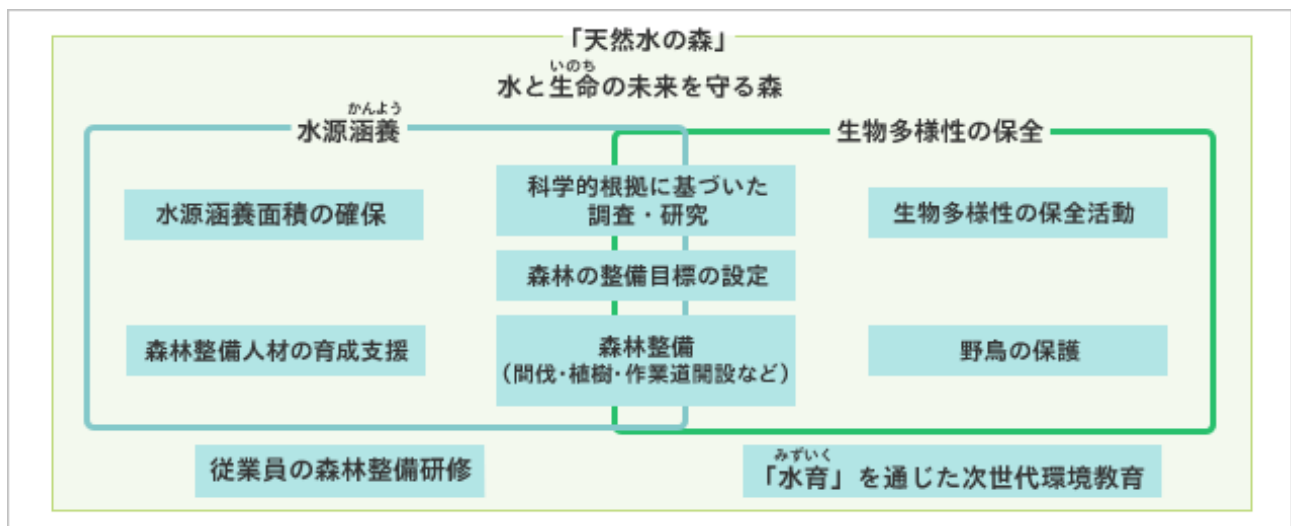
自然環境の保全・再生

「天然水の森」（水源涵養 / 生物多様性の保全）

サントリーグループは、「天然水の森」活動を通じて、水資源や生物多様性の保全に取り組んでいます。

「天然水の森」活動

サントリーグループは、商品の製造段階で多くの地下水を使用します。良質な地下水の持続可能性を保全するため、2003年から各地の行政や森林所有者と数十年にわたる中長期の契約を結び、サントリー「天然水の森」として水を育む森づくり活動を行っています。サントリーでは「水と生命（いのち）の未来を守る森」を目指し、飲料・酒類などのグループの中核事業に貢献する活動として「天然水の森」の活動に取り組んでいます。その活動にあたっては、科学的根拠に基づいた綿密な調査・研究を行い、その場所に合わせたさまざまな計画や目標を定めています。また、この活動をより持続可能なものとするために、水源涵養（かんよう）機能の向上と生物多様性の保全を大きな目標として、技術やリテラシーを継承するための人材育成支援や次世代環境教育にも力を注いでいます。



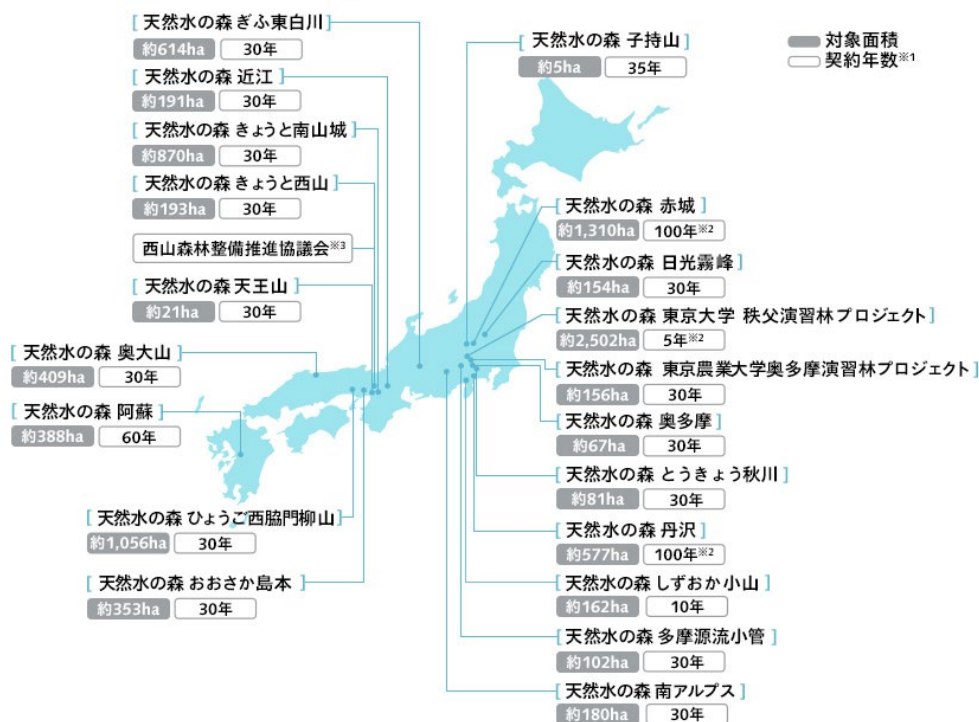
「サントリーが必要とする水」から「より広く社会に貢献する水」へ

「天然水の森」は、まず弊社水科学研究所が水の成分分析をはじめ、地形や地下の地質、工場とその周辺の井戸などを調査し、工場で使用する地下水の水源涵養（かんよう）エリアを設定しています。それぞれの土地の条件を勘案して森の設定面積を算出した後、森林所有者と森林整備を協力して行う契約を結びます。締結にあたっては、30年以上の契約を原則とし、中長期を見据えた活動を行っています。

また、国内自社工場で汲み上げる地下水量を育むために、2009年に必要な森林面積の中期目標を設定し、2013年には目標以上の約7,600haまで拡大しました。さらに2014年には、サントリーが必要としている水だけでなく、より広く社会に貢献していくために、2020年までに12,000haに拡大する新たな目標を掲げました。これは、2020年時点での国内グループ工場が汲み上げる水の量を育む面積の2倍に相当すると試算しています。2017年3月時点でサントリー「天然水の森」は全国14都府県20カ所で約9,000haとなり、それぞれの森の特性にあわせた水を育む森づくりを進めています。

全国20ヵ所 約9,000ha

2017年2月時点



※1 上記図中では、1つの展開地で複数の契約・協定期間がある場合は、そのうちの長い期間を表記しています

※2 5年ごとに自動更新

※3 京都府長岡京市では、「西山森林整備推進協議会」のメンバーとして、地域の方々と協働して森林保全活動にあたっています。この活動の面積は「天然水の森」の総面積に算入していません

数十年あるいは数百年先を見つめた森づくり～「天然水の森」のめざす姿

日本の国土の約7割は森林に覆われていますが、日本の森は必ずしも健全な状態とはいえません。より健全な状態にするために、サントリーは「天然水の森」において以下の森林整備目標を設定し、地域の方々とともにさまざまな活動を続けています。

「天然水の森」整備目標

1. 水源涵養林としての高い機能をもった森林

健全な森林土壌は、降った雨をやさしく受け止めながら、ゆっくりと地面にしみこませ、同時にフィルターのように物理的・化学的・微生物的な浄化を行っています。さまざまな木や草が茂る森林は、さまざまなフィルターがあることと同じであり、健全な土壌を守り育みます。

2. 生物多様性に富んだ森林

多様な植物が存在する森林は、多様な動物が住みやすい環境を生み出します。森に棲む動植物や微生物などのさまざまな生命は森林の多様性・健全性を示すバロメーターです。

3. 洪水・土砂災害などに強い森林

森林の木の根には、まっすぐに伸びて「杭」の役割を果たすものや、細かい根をびっしり張って土をつかむ「ネット」の役割を果たすものなどがあります。多様な木々が混在することで、土壌が流出しにくい災害に強い森林になります。

4. CO₂吸収力の高い森林

植物はCO₂を吸収して酸素を生み出しますが、成長の遅い森林はCO₂をあまり吸収しないと言われています。CO₂を吸収しやすい成長力の高い森林を目指し、適切に管理しています。

5. 豊かな自然と触れ合える美しい森林

人が集い、野鳥などの動植物と触れ合える空間をつくります。子どもたちの環境教育のフィールドとしても活用しています。



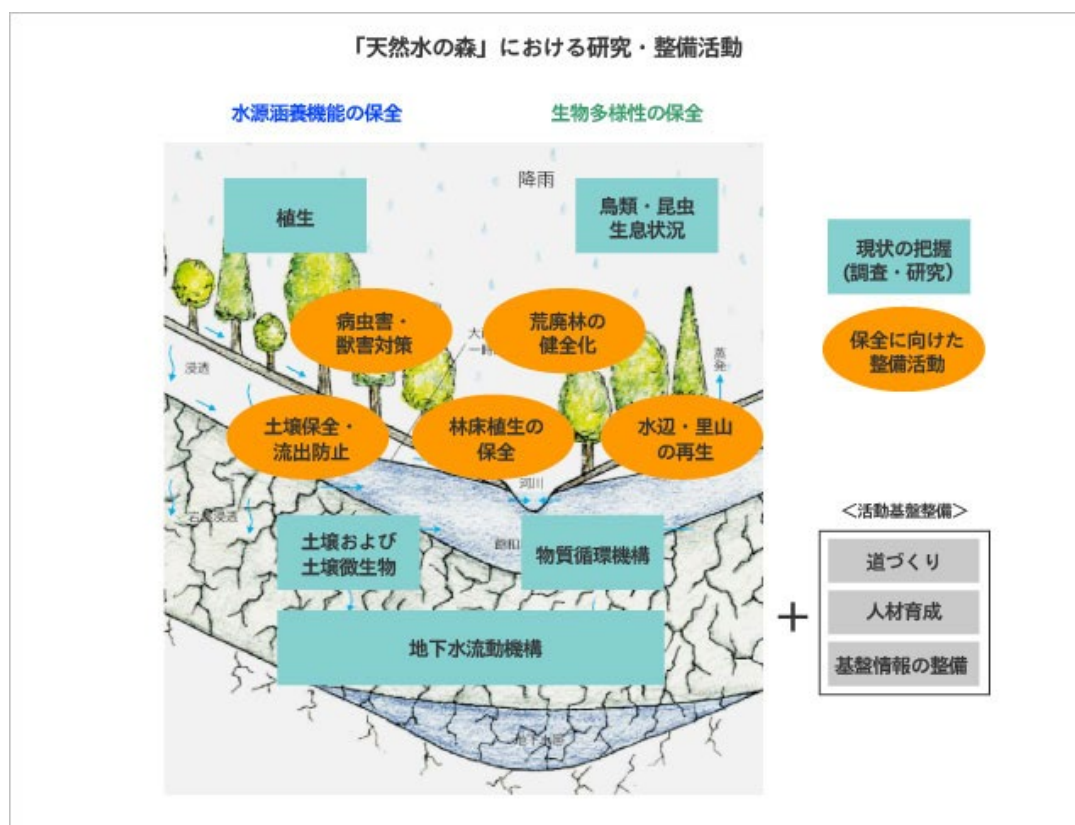
次世代にむけた持続可能な森林保全活動

「天然水の森」の健全性を保つためには、持続的な保全活動が必要です。全国に広がる「天然水の森」は、それぞれ異なる特徴と課題があるため、科学的根拠に基づいた調査・研究（Research）をベースに、それぞれに適切なビジョン（＝活動整備計画）の作成（Plan）、整備活動（Do）、効果検証（Check）、改善検討（Action）のRPDCAサイクルを回し、50年先、100年先を見据えた活動を行っています。



■【RPDCAのR】科学的根拠に基づいた調査・研究

「天然水の森」を理想の森にするには、その地域の特性を理解することが大切です。そのためには、地質・土壌・砂防・水文・植生・鳥類・昆虫・微生物など、多彩な分野の専門家による調査・助言が欠かせません。そこで、エリアごとに大学などの研究機関と最先端の技術を活用した共同研究や森林整備を行っているほか、行政・森林所有者・地域住民・企業・ボランティアなどの皆様の協力を得て、各種活動を続けています。



調査研究は、多彩な専門家とともに。



石川芳治
東京農工大学
名誉教授



伊藤哲
宮崎大学教授



稲葉光國
民間稲作研究所
理事長



大久保達弘
宇都宮大学教授



阿部清元
清光林業株会長



阿部清隆
清光林業株副会長



小川真
白砂青松再生の会
会長



奥本大三郎
日本アンリ・ファー
ブル会理事長



恩田裕一
筑波大学教授



金澤晋二郎
九州大学特別
研究員



金子信博
横浜国立大学教授



五味高志
東京農工大学
教授



酒井秀夫
東京大学教授



島谷幸宏
九州大学教授



菅原泉
東京農業大学教授



田邊由喜男
森社産業株社長



丹下健
東京大学教授



辻村真貴
筑波大学教授



徳地直子
京都大学教授



徳永朋祥
東京大学教授



長谷川尚史
京都大学准教授



服部保
兵庫県立大学
名誉教授



濱野周泰
東京農業大学教授



日富佳之
鳥取大学教授



平尾聡秀
東京大学講師



藤井幹
日本鳥類保護連盟
調査研究室長



宮林茂幸
東京農業大学教授



柳澤紀夫
元日本鳥類保護
連盟理事



横山和成
尚美学園大学尚美
総合芸術センター
副センター長



山崎享
アジア猛禽類
ネットワーク会長



山田利博
東京大学教授

(敬称略)

■【RPDCAのP】中長期的な活動整備計画（ビジョン）の立案

さまざまな視点で調査した結果をもとに、それぞれの森の特徴や課題に応じた中長期の目指す姿や整備計画の立案・策定をしています。



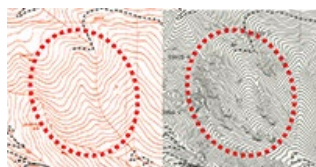
各エリアで最適と思われる整備計画を立案

■【RPDCAのP&D】 レーザー航測の活用

「天然水の森」の調査・整備では、精度や効率を高めるために最新の地形解析技術であるレーザー航測を活用しています。

セスナ機以外にもヘリコプターやUAV（通称ドローン）を活用し、複雑な地形に沿って飛行することで緻密な3次元地形データを計測できます。従来の地形図や航空写真からは読み取れなかった地形情報や、現場に行くことが困難な急峻なエリアについても地形状況を知ることができます。

こうしたデータを活用することによって各種調査・分析の精度が上がり、ほかの調査研究や整備活動をより効率的に進めることが可能になりました。



地形図（左）では分からない起伏が、レーザー航測（右）では解析可能に

■【RPDCAのD】 プロによる整備活動

整備計画に基づき、それぞれの森に必要な整備活動（＝施業）を実施しています。施業内容は、間伐や搬出、植樹や下草刈り、作業道づくりなど多岐にわたります。また、高度な技術の必要性や適切な施業時期への配慮があるため、活動方針をしっかりと共有した上で地元森林組合や林業事業体に委託しています。

間伐・枝打ち

スギやヒノキの人工林では、適切な間伐・枝打ちを行い、林内に光が届くようにします。これによりさまざまな草や広葉樹が生えて、豊かな植生の回復を促していきます。間伐作業で出た材は林内で土留め工などへの利用や、「育林材」※として搬出し、副産物として大切に使っています。

※サントリーグループでは、持続可能な水と森を育むための活動から生まれた木材を「育林材」と呼んでいます



林内に光を入れるための間伐作業

道づくり

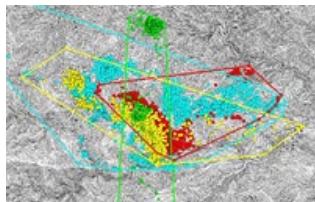
森の調査や整備には作業道や歩道が不可欠です。道ができることによって、木材の搬出だけでなく、調査や施業で使える機器や実際に踏査できる頻度が変わり、より精度の高い活動が可能になります。「天然水の森」では、自然にやさしく、丈夫で長持ちする道づくりを推奨しており、その作業道はおどろくほど周囲の自然に溶け込んでいます。こういった自然と調和した道は、単に人間が使うだけでなく、さまざまな動物の通り道になり、ワシやタカなどの猛禽類(もうきんるい)の絶好の狩場になるなど、森に棲む生き物たちの生活環境の一部として機能することを期待しています。



環境負荷の少ない道づくり

獣害対策

日本各地で増えすぎた鹿が、地表を覆う下草や樹皮を食べ尽くしてしまう被害が深刻化しています。間伐で林内に光を入れて、草や低木が生えても、鹿がすべて食べてしまうと、生物の多様性が乏しくなるだけでなく、土壌の流出や表層崩壊の原因となってしまいます。「天然水の森」ではその対策として、鹿が入れないようにする植生保護柵の設置や鹿が好まない草や低木を応急的に移植して表土を保全するなど、生物多様性の保全や土壌の流出を防いでいます。また、シカの行動調査を実施することで、より効率良く植生を保護できる方策を探求していきます。



シカの行動調査

苗づくり、植樹

鹿の食害などによって植樹が必要な場合、異なる土地の植物はその土地の生態系を崩してしまうことがあるため、地域性を尊重し、地元で採れた種を使って苗づくりを行います。



地元で採取した種子

■【RPDCAのA】モニタリング、再調査

整備した後は、その内容が森の保全に正しく貢献できているのかをモニタリングし、評価します。特に地下水、土壌、鳥類、植物など生態系全体にどういった変化が生じるかを確認し、必要に応じて計画を見直します。持続的に活動をするためには、このように自然の変化に柔軟に対応する必要があるのです。

森林整備をする人材の育成支援

日本全国の森を健全化するためには、「天然水の森」とどまらず、同様の活動を全国に広める必要があります。そこでサントリーは、「天然水の森」における研究活動の成果を広く公開しています。また、より効率の良い施業技術や作業道づくりといった森の整備に欠かせない技術やノウハウを伝承するために、「天然水の森」をフィールドとして人材育成のための講習会や実践研修、天然水の森フォーラムを実施しています。



作業道講習会



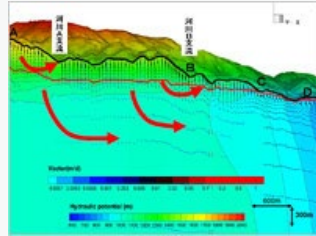
効率的かつ効果的な間伐技術の継承

地下水流動シミュレーションの活用

「天然水の森」の活動は、森の水源涵養（かんよう）機能の向上が大きな目的の1つです。

その成果を評価するため、サントリーでは地下水流動シミュレーションを用いた地下水涵養量の定量評価を、2006年から試みています。地下水流動シミュレーションによって地下水がどこを通過し、どれくらいの歳月をかけて工場に届くのかなどのシミュレーションを試行し、それに現地調査の情報を併せることで、目に見えない地下への理解を深めています。

これらの結果を整備計画に反映し、より効果的な水源涵養活動につなげていきたいと考えています。



地下水流動モデル



シミュレーションだけでなく水文調査の情報も併せて効果検証する

生物多様性の保全

森林の生態系は、土壌や草木を底支えとするピラミッドを形成しています。この生態系ピラミッドを健全な状態に保つために、土壌や草木を豊かで多様な状態にする必要があります。水や農作物を主原料とするサントリーグループの事業活動は、このような健全な生態系によって支えられています。それらを守ることはサントリーグループの当然の責務であると認識しており、生物多様性とそれを支える自然環境の保全につながる、多彩な活動を展開しております。「天然水の森」においても、継続的な生態系モニタリングによる計画的な管理を行っているほか、2011年1月には、経団連の「生物多様性宣言推進パートナーズ」に参画し、生物多様性の豊かな社会づくりに向け、率先して行動しています。



森林の生態系ピラミッド：土壌、草木を守ることは、生態系全体を守ることにつながります

■鳥類の目から見た「天然水の森」の多様性

「天然水の森」の森林整備では、豊かな生物多様性を回復することを大きな目的の1つとしており、専門家による野鳥調査を毎年行っています（その他、昆虫・動物調査も定期的に実施しています）。

森林が本来持っている機能を回復すれば、そこに生育する動植物相にも変化があります。生態系の最上位に位置するワシやタカなどの猛禽（もうきん）類に注目することで、彼らを支える生態系全体の変化の状況を、総合的に把握できると考えています。

また、2020年目標では「国内すべての『天然水の森』においてワシ・タカ類の営巣・子育ての実現」を掲げており、野鳥調査を通じて「天然水の森」の自然を鳥類の目から見つめ、生物多様性豊かな森づくりを進めることを目指しています。

各地の「天然水の森」に生息する動植物



クマタカ



アサギマダラ



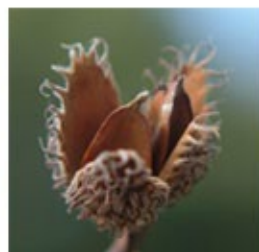
イワカガミ



サンコウチョウ



キビタキ



ブナの実



ダイセンキスミレ



ヒメレンゲ



フジミドリシジミ



コアジサイ

「天然水の森フォーラム2016 ～水と生命（いのち）の未来を守るために～」を開催

このフォーラムは、「天然水の森」での多岐にわたる調査や整備における知見の共有化を目的に2011年からスタートし、2016年11月の開催で通算6回目となります。普段からご指導・ご協力いただいているさまざまな分野の専門家の方々をお招きし、「天然水の森」での研究内容や整備での試行錯誤、今後の活動方針などを総合的に報告いただくとともに、ポスターセッションでは具体的な意見交換を行うなど、討論を深めました。



天然水の森フォーラム2016

東京大学「水の知」(サントリー) 総括寄付講座

サントリーホールディングス(株)は、東京大学総括プロジェクト機構「水の知」(サントリー) 総括寄付講座を2008年4月に設立し、5年間にわたり実施しました。水に対する社会的な関心を高めることで、水問題の解決と豊かな水環境の創成を推進するとともに、学術分野における研究者の育成に寄与することを目的に、以下さまざまな活動を行いました。

一例として、この講座で実施した学生向け講義の記録を「水の知」として出版したほか、「水の日本地図」出版や、Webコンテンツ「水の知検定」公開、「サイエンスバー」の実施、サントリー「水大辞典」や「水育(みずいく)」わくわく大百科、水育「出張授業」の監修、教育用コンテンツ「水ドリル」の作成など、両者の知見を活かして「水の知」を広く社会に伝える取り組みを積極的に行いました。



「水の知」を出版



「水の日本地図」を出版



小学生向け教育用コンテンツ「水ドリル」

従業員による森林整備体験

「天然水の森」では、2013年まではボランティア活動として多くのグループ従業員とその家族が森林整備体験に参加しました。

2014年からは、サントリーの「自然との共生」の価値観を従業員一人ひとりが自ら体感し、理解することを目的に全社従業員を対象とした森林整備体験研修としての活動を開始。3年目の2016年には累計約6,000名が参加しました。



「天然水の森」での森林整備体験研修



環境広告・Webサイトによるコミュニケーション展開

「天然水の森」での水源涵養活動を広くお客様にご紹介することを目的に、2013年6月より環境広告を新聞およびTVCMに出稿しました。なお、TVCM「サントリー天然水の森」(土づくり篇)は、環境省および一般財団法人 地球・人間環境フォーラムが主催する「第17回環境コミュニケーション大賞テレビ環境CM部門」において優秀賞を受賞しました。

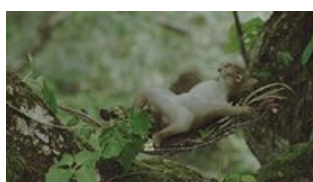
また、「天然水の森」の活動や知見などを広く社会の方々にご理解いただくとともに、さまざまな活動に活用していただけるよう、サントリーホームページ上に専門Webサイトを開設し、森ごとのビジョンや活動事例などをご紹介します。



新聞広告
「サントリー天然水の森」



Webサイト
「サントリー天然水の森」



TVCM「サントリー天然水の森」(土づくり篇)

「育林材」プロジェクト ～水と森を育むために生まれてきた木材の活用

サントリーグループでは、持続可能な水と森を育むための活動から生まれた木材を「育林材」（登録商標）と呼んでいます。山や森には無駄なものはないはず、何一つ無駄にしたいくないという基本的考え方をもとに、スギやヒノキといった人工林だけでなく、ナラやミズナラなどの広葉樹も、私たちの森づくりから生まれた副産物として大切に使う活動を進めています。

「育林材」を加工したテーブル・椅子の社内利用

「天然水の森」の森林整備作業で生じる「育林材」を有効活用するために、従業員のアイデアによって実現したのが、「育林材」を加工したテーブルです。現在、お台場オフィスの社員食堂および「サントリー大学」のスペースに「天然水の森 ぎふ東白川」の「育林材」を使用した各種テーブルやカウンターを設置しています。

また、サントリーグループの国内外の研究開発拠点「サントリー ワールド リサーチセンター」（けいはんな学研都市）でも、2015年の竣工に併せ、「天然水の森 奥大山」と「天然水の森 きょうと南山城」の「育林材」を使用したフローリングや家具を、サントリープロダクツ（株）木曽川工場では、「天然水の森 ぎふ東白川」（同工場の水源涵養エリア）の「育林材」を使用した椅子を設置しています。

こういった「育林材」を活用したテーブルや椅子に接することで、自然を体感できる環境の中で感性を磨き、従業員自らが「天然水の森」の活動を再認識しています。



「天然水の森」の「育林材」が活用されたテーブル



「育林材」を使用したサントリーワールドリサーチセンターのエントランス

「育林材」の社外利用

「天然水の森」より搬出された「育林材」は、スギ・ヒノキ材を中心に市場を通じて幅広く流通しています。その中には、「天然水の森」の近隣の公共施設の建築物や家具などに活用されたものもあり、地元の方々と触れ合いつつ、自然のめぐみを還元できるきっかけとなっています。



西脇市日時計の丘公園に設置された「育林材」机・テーブル

自然環境の保全・再生

愛鳥活動

野鳥は自然環境のバロメーターといわれています。野鳥を保護することが人間や自然環境を守ることにつながるとの考えから、サントリーグループは、1973年から野鳥保護の重要性を社会と共有する愛鳥活動に取り組んでいます。

サントリー愛鳥活動の主なあゆみ

活動年	活動内容
1973年	・愛鳥キャンペーンスタート（5月） ・野鳥のイラストを使った新聞広告第1回掲載（朝日広告賞受賞） ・白州蒸溜所（山梨県）バードサンクチュアリ（野鳥の聖域）開設
1989年	・「サントリー世界愛鳥基金」創設
1990年	・第1回公益信託「サントリー世界愛鳥基金」助成金贈呈
1993年	・「よみがえれアホウドリ! 1000羽」キャンペーン開始
2006年	・公益信託「サントリー世界愛鳥基金」に「地域愛鳥活動助成」部門新設
2014年	・公益信託「サントリー世界愛鳥基金」に「水辺の大型鳥類保護」部門新設
2016年	・コウノトリと普通に暮らせる環境を関東平野に取り戻すことを願い、子どもたちと鳥凧をあげるプロジェクト「-未来への糸-Line of life Project」が、「D&AD Awards 2016」でウッドペンシル、「2016年度ADC賞」でADC賞、「アジアデザイン賞(DFAA) 2016」で金賞を受賞
2017年	・第28回公益信託「サントリー世界愛鳥基金」助成金贈呈（第1回から第28回までに延べ343団体に4億1,776万円の助成金を贈呈）



第1回愛鳥キャンペーン新聞広告



■公益信託「サントリー世界愛鳥基金」

サントリーは愛鳥活動の一層の充実を図るため、創業90周年記念活動の一環として1989年に「サントリー世界愛鳥基金」を創設しました。これは野鳥保護を通じて地球環境保全を推進するため、国内外の鳥類保護活動を資金面から助成するものです。

公益信託となった1990年から助成を行っており、28年目を迎えた2017年までに延べ343団体に4億1,776万円の助成を行い、大きな成果をあげています。

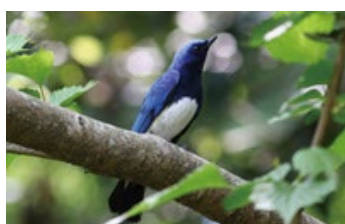


第28回公益信託「サントリー世界愛鳥基金」
助成金贈呈式

白州蒸溜所バードサンクチュアリ（野鳥の聖域）

愛鳥活動を始めた1973年に民間企業として初めて「バードサンクチュアリ（野鳥の聖域）」を山梨県・白州蒸溜所に開設しました。

豊かな森といくつもの清流に恵まれた白州蒸溜所周辺は、野鳥の渡りの中継点です。バードサンクチュアリでは、定期的に野鳥調査を行い、鳥たちがすみやすい森づくりを行うとともに、巣箱かけなどの活動が地域の方々と一緒に継続的に行われています。



オオルリ



バードサンクチュアリでの巣箱かけ

さまざまな情報発信

多くの方に野鳥に親しんでもらえるよう、Webサイトやツールを通じて、さまざまな情報を発信しています。Webサイト「日本の鳥百科」では160種以上の野鳥を解説付きのイラスト、鳴き声、写真によって楽しく知ることができます。

Webサイト「今日からはじめるバードウォッチング」では、野鳥を観察するヒントや注意点を紹介しながら、身近なところからはじめるバードウォッチングをおすすめしています。野外でもスマートフォンでお楽しみいただけます。

バードウォッチングに役立つリーフレット「身近な鳥たちーやさしい見分け方ー」や、身近に鳥を呼ぶための「エサ台・水場・巣箱のやさしい作り方」リーフレット、ポスターなども作成しています。



Webサイト「日本の鳥百科」より



Webサイト「今日からはじめるバードウォッチング」より



愛鳥活動リーフレット

自然環境の保全・再生

次世代環境教育「水育（みずいく）」

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、次世代環境教育「水育（みずいく）」を行っています。

次世代環境教育「水育」

2017年で開始から14年目を迎える次世代環境教育「水育」。子どもたちが自然のすばらしさを感じ、水や、水を育む森の大切さに気づき、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える、次世代に向けたサントリー独自のプログラムです。「森と水の学校」と「出張授業」の2つを中心に活動を展開しています。

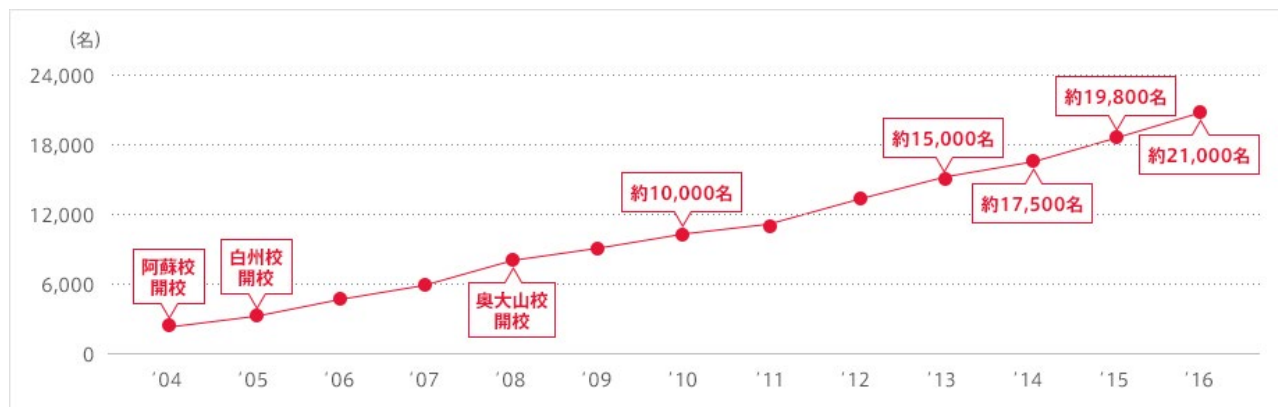
※後援：環境省、文部科学省など

■水育「森と水の学校」

「森と水の学校」は、小学校3～6年生とその保護者を対象に「サントリー天然水」のふるさとで開かれる自然体験プログラムです。白州（山梨県）・奥大山（鳥取県）・阿蘇（熊本県）の広大な自然の中で、「水の大切さ」や「水を育む森や自然の大切さ」を体感します。2004年に開校し、2016年までに約21,000名の親子の方にご参加いただきました。

なお、「森と水の学校」は環境教育に関わる地元で活躍する専門の講師と一緒にプログラムを実施しています。

水育「森と水の学校」参加者累計（3校計）



水育「森と水の学校」

■水育「出張授業」

小学校4・5年生を対象に、小学校で先生方と一緒にいる授業です。映像や実験を通して、自然のしくみや大切さを学び、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考えます。首都圏と京阪神、愛知県、岐阜県、天然水工場のある山梨県、鳥取県、熊本県で実施しており、2016年までに約1,400校、約105,000名の児童の皆さんにご参加いただきました。

水育「出張授業」参加者累計



水育「出張授業」

■「水育」サイト

「水育」サイトは、水について楽しみながら学ぶためのサイトです。水をテーマにした自由研究や水に関するあらゆる知識をまとめた大百科などのキッズページのほか、「森と水の学校」「出張授業」の詳しい情報も掲載しています。



「水育」サイト

ベトナムの小学校において「水育」を継続中！

サントリーグループの事業活動が世界に広がる中、環境活動についてもグローバルに推進していきたいとの想いから、次世代環境教育「水育」を、海外では初となるベトナムで2015年3月から開始しました。

国際的なNGOであるLive&Learn（リブ＆ラーン）などの協力のもと、2015年は、ベトナム・ハノイ市のMy Duc（ミ・ドゥ）とThanh Oai（タン・クワイ）の2地区にある6つの小学校で、小学3～5年生の児童および教員約1,600名を対象に、水の大切さや衛生管理、水源保全の重要性などについて学習する授業やサントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジ社の飲料工場の見学など、オリジナルの学習プログラムを展開していきます。

また、対象小学校においてトイレや洗面所などの設置を支援し、子どもたちの衛生環境の向上にも貢献しています。



ベトナムでの「水育」

自然と響きあう 環境

環境負荷低減

私たちは、バリューチェーン全体を見据えて、環境負荷低減へのさまざまな活動を推進しています。

環境負荷低減への継続的な取り組み

サントリーグループは、原材料調達、製造から物流、販売、リサイクルに至るまで、バリューチェーン全体で地球温暖化防止、資源の有効活用、汚染防止・化学物質管理を実現していくために、容器の軽量化やリサイクル素材の活用、省エネ型の自動販売機の設置などを進めています。



地球温暖化防止



資源の有効活用



汚染防止・化学物質管理



環境負荷低減

地球温暖化防止

地球温暖化による影響で気候パターンが大きく変動し、飲料メーカーが恵みを得ている水資源にも大きく影響すると、安定供給の存続が難しくなると考えられます。また、資源の枯渇により、生産コストの増加も大きなリスクとなる可能性があることから、サントリーグループでは、地球温暖化をビジネスの継続の上で重要な課題のひとつと認識しています。このことから、地球温暖化の緩和を目指す政府や地方自治体の環境取り組みと連携しバリューチェーン全体での環境負荷低減を目指し、グループ一体となって地球温暖化防止に取り組んでいます。

地球温暖化に向けた取り組みは担当役員の監督のもと、グローバルコミュニケーション会議で議論され、1年に1回、取締役会にて審議されます。

バリューチェーン全体でのCO₂削減

原材料調達から製造・物流・販売・リサイクルに至るまで、バリューチェーン全体でCO₂排出量を削減するため、部門ごとに課題を設定して活動しています。2020年目標として設定した「サントリーグループ^{※1}のバリューチェーン全体のCO₂排出を24%削減^{※2}」の達成に向けて、活動を強化していきます。

2016年は容器の軽量化やリサイクル素材の活用、省エネ型自動販売機の設置、生産活動での再生可能エネルギーの活用などに取り組むとともに、購入したCO₂排出権によるオフセット^{※3}も行い、CO₂排出原単位では2007年比24%の削減となりました。

※1 サントリーグループ売上高（2012年）の80%以上を占める事業会社群（海外を含む）

※2 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

※3 世界銀行の「バイオ炭素基金（バイオカーボンファンド）」が支援するプロジェクト（「チリのQuilleco水力発電プロジェクト」など）から発生する「CO₂排出権」等を他の出資企業とともに取得。2016年のオフセット量は約1万トン分となります

■スコープ3排出量（サントリー食品インターナショナルグループ（国内））

エリア	排出量 (千t)	算定方法
1. 購入した物品、サービス	990★	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）が製造・販売する製品の原料や包装資材の購買重量に、排出係数等を乗じて算出しています。
2. 資本財	79	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の設備投資額に、排出係数を乗じて算出しています。
3. スコープ1、2に含まれない燃料及びエネルギー関連活動	28	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）のエネルギー使用量に、排出係数を乗じて算出しています。
4. 輸送・流通（上流）	102	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の輸送量（トンキロ）に、排出係数を乗じて算出しています。
5. 事業から発生する廃棄物	8	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の廃棄物重量に、排出係数を乗じて算出しています。
6. 出張	2	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の出張費に、排出係数を乗じて算出しています。
7. 従業員の通勤	4	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の通勤費に、排出係数を乗じて算出しています。
8. リース資産（上流）	104	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の他社所有配送センター面積に、排出係数を乗じて算出しています。
9. 輸送・流通（下流）	173	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の輸送量・販売量に、排出係数を乗じて算出しています。
10. 販売した製品の加工	0	該当なし
11. 販売した製品の使用	74	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の販売量に、排出係数を乗じて算出しています。
12. 販売した製品の廃棄	280	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）が販売した製品の包材重量に、排出係数を乗じて算出しています。
13. リース資産（下流）	436	サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の販売機材の電力使用量に、排出係数等を乗じて算出しています。
14. フランチャイズ	0	該当なし
15. 投資	0	該当なし

※2016年実績より、KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証報告書を受けています。第三者保証報告書となっている数値を★で示しています。

■地球温暖化への適応策

サントリーグループでは、地球温暖化の影響への対応にも取り組んでいます。教育新聞社と共同で作成した、熱中症予防啓発ポスターや啓発リーフレットを、全国の小学校（約21,000校）へ無償提供し、各学校の熱中症対策をサポートするなど、気温の上昇による熱中症対策の啓発活動を、小中学校や企業を対象に行っています。また、ナトリウムを40mg / 100mℓ含む熱中症対策※4に適した水分補給設計商品「GREEN DA・KA・RA」などを製造・販売し、熱中症対策の啓発活動と連動させています。

※4 厚生労働省が熱中症対策として推奨しているナトリウム量は40～80mg / 100mℓ

生産での取り組み



物流での取り組み



自動販売機の省エネ



営業・研究開発・オフィス・その他の取り組み



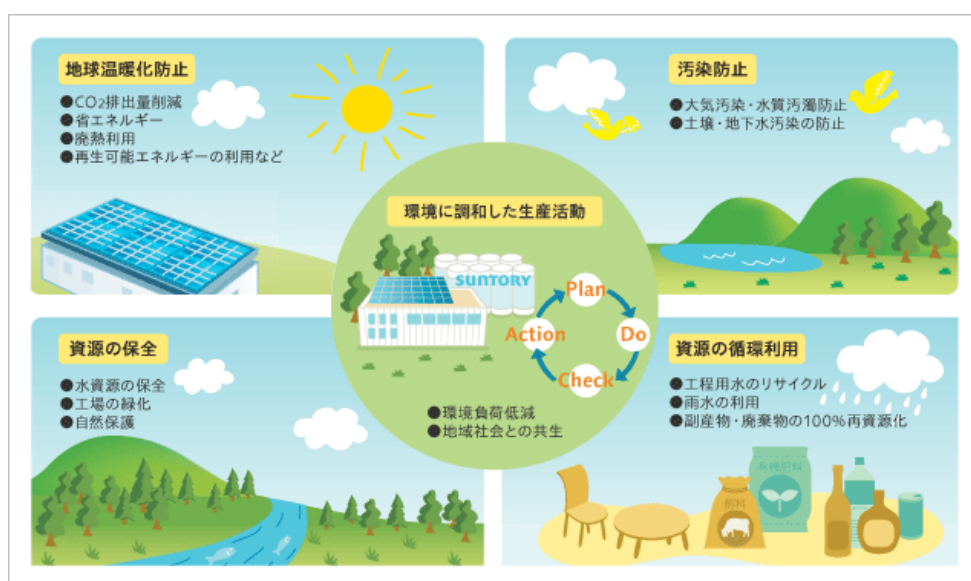
地球温暖化防止

生産での取り組み

省エネ活動や再生可能エネルギーの利用でCO₂削減

サントリーグループの工場では、環境に調和した生産活動を行うため省エネルギーを徹底しています。稼動状況を一元的に記録・管理し、生産工程での省エネ活動に活用しているほか、CO₂排出量の少ない燃料への転換や再生可能エネルギーの利用など、さまざまな角度から地球温暖化防止に取り組んでいます。

工場での活動は、定期的に行われるエンジニアリング担当者会議などで共有し、水平展開しています。



■コジェネレーションシステム導入による削減

生産活動では、コジェネレーション（熱電併給）システムを活用しています。これは、自家発電で生じた熱を回収し、ビールの仕込みやコーヒー、お茶の抽出時に熱源の一部として使用することで、エネルギー効率を70～80%にまで高め、CO₂の排出量を20～30%削減できるシステムです。2016年4月末現在、国内ではサントリープロダクツ（株）榛名工場、サントリービール（株）利根川ビール工場・京都ビール工場、サントリースピリッツ（株）大阪工場の合計4工場を導入しています。



利根川ビール工場の
コジェネレーションシステム

■CO₂排出量の低い燃料へ転換

ほとんどの工場では、重油から都市ガスやLNG（液化天然ガス）への転換を完了しました。これらのガスは、熱量あたりのCO₂排出量が低く、また、硫黄分をほとんど含まないことが特徴です。



サントリープロダクツ（株）天然水奥大山ブナの森工場の液化天然ガス施設

生産能力増強にあわせた省エネの取り組みーサントリービール（株）

サントリービール（株）利根川ビール工場では、2013年にビール生産能力の増強工事を行いました。これにあわせて、仕込工程に最新鋭の釜を導入しエネルギーの効率利用を図るとともに、ボイラーや冷凍設備の更新を通じたエネルギー供給設備の最適化などを行いました。これらの結果、同工場の使用エネルギー効率は約20%向上しました。



サントリービール（株）
利根川ビール工場の新設釜

■海外生産拠点での省エネ活動

サントリーグループの海外工場においても、日本の知見・技術をもとに省エネルギー活動を推進しています。

メキシコのテキェラ工場での省エネ活動

多くの燃料が使用されるメキシコのSauza工場で日本の知見・技術をもとに省エネ活動を実施しています。2016年には蒸留工程における熱回収率を向上させる取り組みを実施し、2017年には最新式の貫流ボイラーを導入することで、CO₂を約3,435トン削減できる見込みです。なお、本活動は途上国における温室効果ガスの排出削減に寄与する「平成28年度二国間クレジット制度資金支援事業」にも採択されております。

■再生可能エネルギーの活用推進

サントリーグループの工場では、太陽光、雪氷、バイオマス、マイクロ水力などのさまざまな再生可能エネルギーの活用を進めています。

太陽光エネルギーの利用

サントリープロダクツ（株）天然水南アルプス白州工場では、飲料業界最大規模の発電能力約490kWの太陽光発電パネルを設置。工場で使用電力の一部をまかない、電力会社からの電気購入に比べてCO₂排出量を年間約205トン削減できています。

また、2011年から、この天然水南アルプス白州工場および白州蒸溜所の工場見学用に、民間企業初のリチウムイオン電池搭載の電気バスを導入し、運行には白州工場の太陽光発電による電力も使用しています。

また、サントリープロダクツ（株）榛名工場とサントリービール（株）九州熊本工場では、ソーラーフロンティア（株）および（株）日本政策投資銀行により屋根や敷地の一部に大規模太陽光発電所（メガソーラー）が設置されています。2工場を合わせた総出力は約3.2MWで、年間発電量は、約660世帯分に相当し、約1,900トンのCO₂削減効果が見込まれます。



飲料業界最大規模の太陽光発電パネル



リチウムイオン電池搭載の新型電気バス

雪氷熱の利用

雪氷熱の利用では、（株）岩の原葡萄園で、豪雪地域に立地する特徴を活かして、冬季の積雪を蓄える「雪室（ゆきむろ）」を1898年には設置しており、その雪の冷熱を利用してワインの発酵や貯蔵の温度をコントロールするなど自然エネルギーをワインづくりに活用していました。その伝統を受け継ぎ、2005年に「雪室」を再建し、現在、ワイン樽貯蔵庫の冷房に活用しています。また、同じく豪雪地域に立地するサントリープロダクツ（株）天然水奥大山ブナの森工場でも、「雪室」を導入しており、春季の冷熱負荷の一部をまかなっています。



サントリープロダクツ（株）
天然水奥大山ブナの森工場の雪室

地下水の冷熱を利用

サントリープロダクツ(株)天然水南アルプス白州工場では、年間を通してほぼ一定の温度(低温)に保たれる地下水の冷熱を、生産設備の冷却などに有効活用しています。また、低温の地下水をペットボトルに詰める際の結露を防ぐため、エアコンプレッサーやボイラーで発生した熱を効率的に回収して地下水を温めるなど、冷温熱を有効に活用しています。

バイオマスのエネルギー利用の促進

サングレイン(株)知多蒸溜所では、1997年からグリーンウイスキー製造時に発生する蒸溜残液とコーン粕を燃料にして蒸気を発生させ、蒸溜の熱源として使用しています。バイオマス資源の活用によって、LNG(液化天然ガス)の使用量を削減することで、CO₂を約6,000トン削減できます。これはサングレインで使用する燃料の約40%に相当します。

2016年の実績

事業のグローバル化が進む中、各エリアでの実績把握を進めています。2016年も、多方面からの省エネ活動により、各エリアのCO₂原単位は減少しています。

■CO₂排出実績2016年(国内生産25工場、海外生産54工場)

エリア	排出量(千t)	原単位削減率※
日本	336	4.8%減
米州	184	2.6%増
欧州	119	5.8%減
アジア・オセアニア	144	6.9%増
計	783★ (スコープ1: 466★、スコープ2: 317★)	4.9%減

※サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場

※原単位は製造kℓあたりの排出量、削減率は対前年比

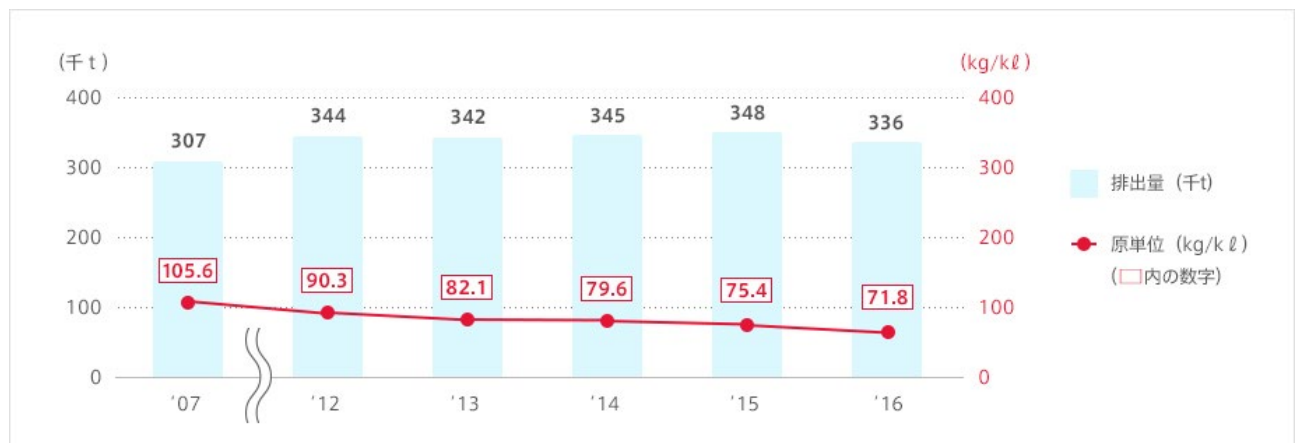
※電気由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場のCO₂排出量は419千t★(スコープ1: 200千t★、スコープ2: 218千t★)。

なお、単位未満で四捨五入しているため、スコープ1排出量とスコープ2排出量を足し合わせた値は合計の値と一致しません。

※2016年実績より、KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証報告書を受けています。第三者保証報告書となっている数値を★で示しています。

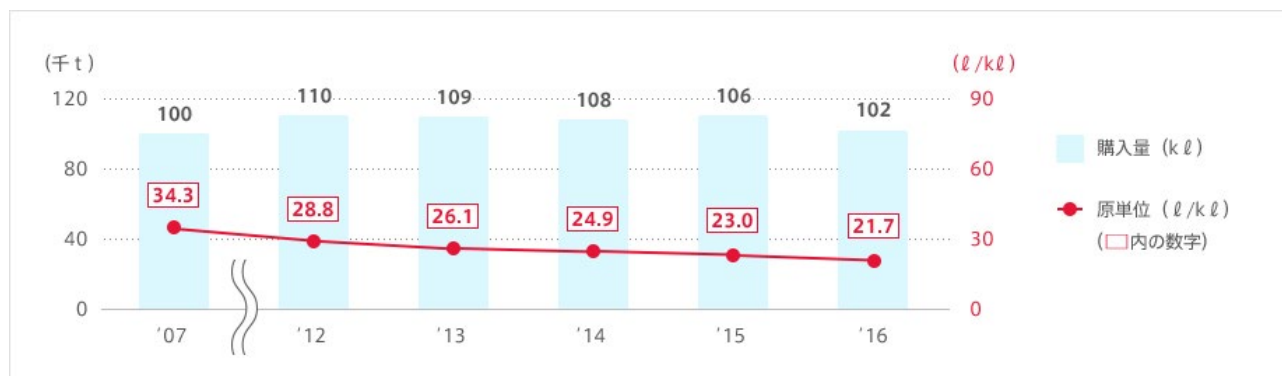
■CO₂排出量(国内生産25工場)



※電気由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

・結果: 前年比 総量で3.6%減少 原単位で4.8%減少。

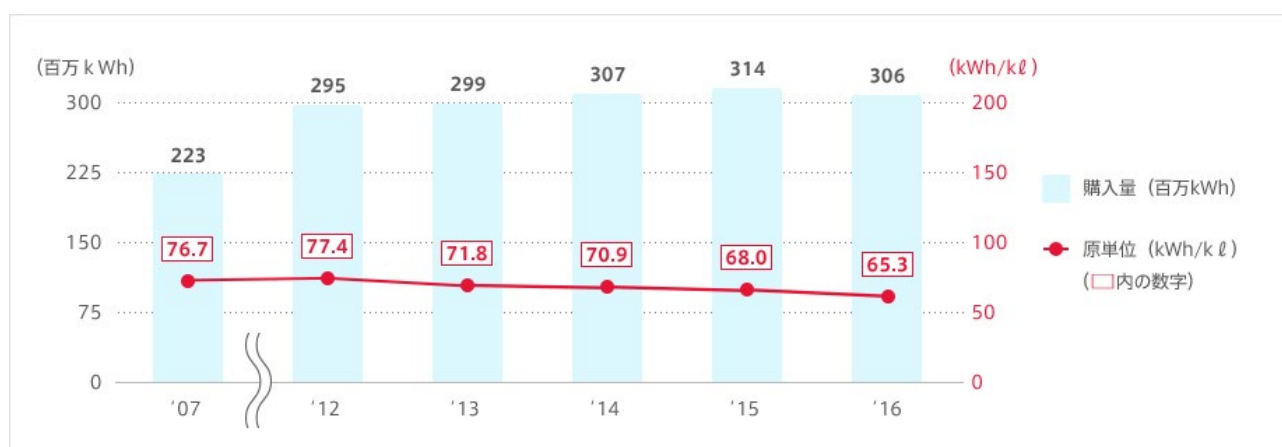
■燃料（原油換算）購入量（国内生産25工場）



※原油換算係数は、経済産業省資源エネルギー庁2005年標準発熱量より算出

・結果：前年比 総量で1.0%増加、原単位で4.2%減少。

■電力購入量（国内生産25工場）



・結果：前年比 総量で2.8%減少、原単位で4.0%減少。

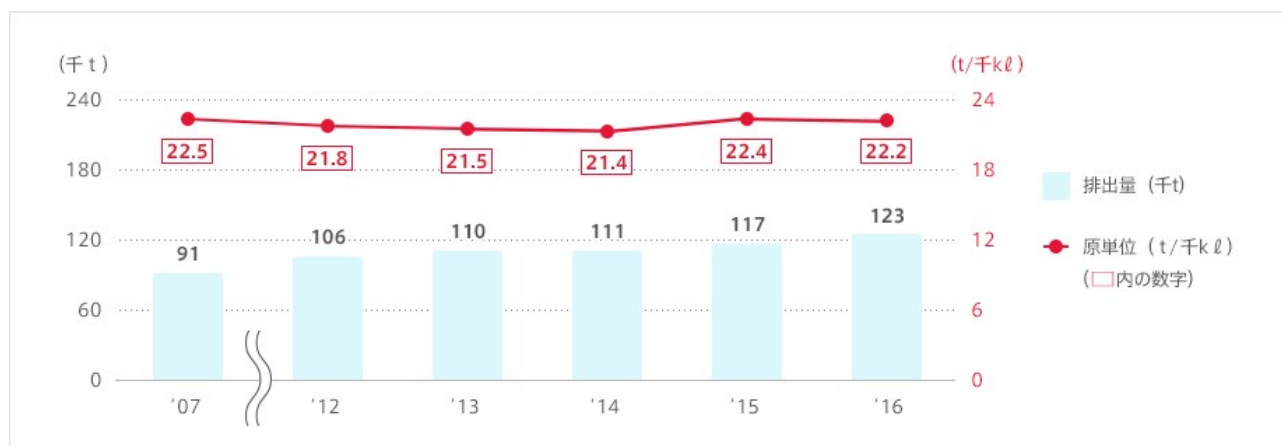
地球温暖化防止

物流での取り組み

環境に配慮した物流の実践

原料・包装資材の調達から商品をお客様にお届けするまでの間、物流における輸配送業務でも環境負荷の低減に努めています。具体的には、モーダルシフトや車両の大型化の推進とともに、自社で開発したシステムによる高効率なトラック輸送も実施しています。2016年は、熊本地震の影響で、九州向けの配送が増えたため、CO₂排出量は前年に比べて5%増の約12.3万トンとなりましたが、原単位では3%増に抑えました。今後もさらなる削減に向けて取り組んでいきます。

■輸配送時におけるCO₂排出量（国内事業）



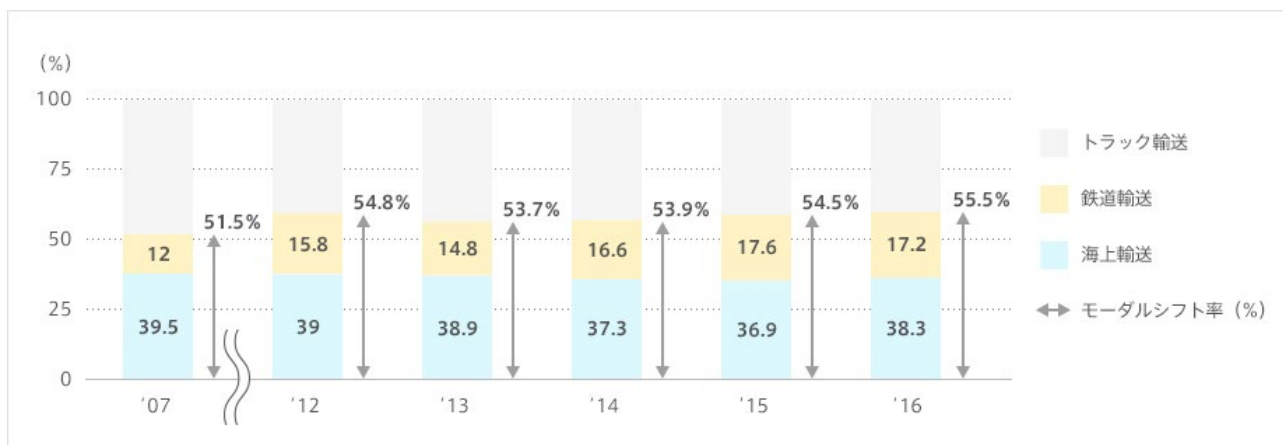
使用車両の大型化を推進

トラック走行台数を少なくするために、サントリーグループは大型車両での輸送を進めています。とりわけ、生産工場から各地の製品倉庫へのトラック輸送においては、効率的な配車とあわせてトレーラーによるさらなる大型化を推進しています。

モーダルシフトを推進

中長距離輸送では、トラックに比べてCO₂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しています。

■モーダルシフト率の推移



※モーダルシフト率の推移は長距離輸送（500km以上の輸送）で算出しています。

なお、サントリー酒類(株)^{※1}は、2009年に第1回エコシップマーク^{※2}認定事業者に認定されています。また、2011年には、国土交通省が推進する「エコレールマーク」の企業認定を受けました。

※1 現「サントリースピリッツ(株)・サントリービール(株)」

※2 エコシップマーク制度は、地球環境にやさしい海上貨物輸送を一定以上利用している荷主、物流業者に対して、「エコシップマーク」の認定が行われるもの。
「エコシップ・モーダルシフト優良事業者選定委員会」の審査による



エコシップマーク

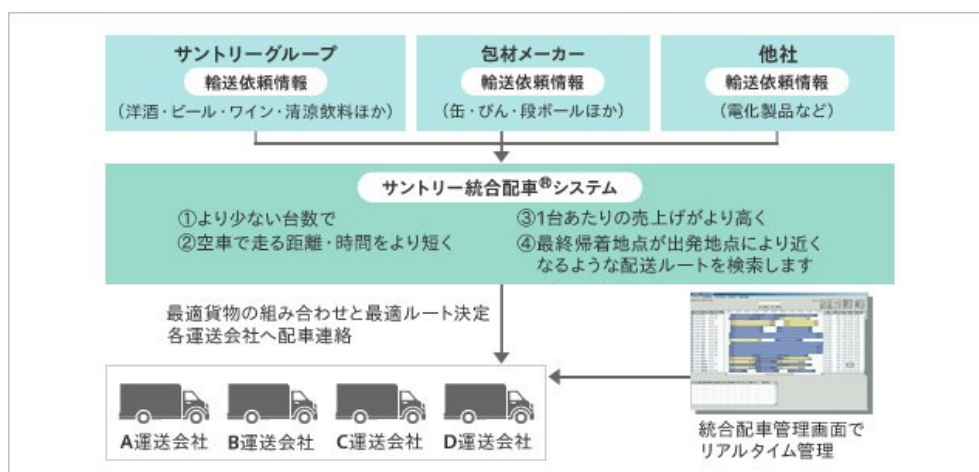


エコレールマーク

さまざまな貨物・荷主を統合して輸送

サントリーグループでは、さまざまな貨物・運送場所について、最適な車両の組み合わせとルート进行を計算する「統合配車[®]システム」を導入。使用するトラックの台数や空車状態で走行する距離・時間の削減を図っています。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。また、物流協力会社に対しては、アイドリングストップ、運行状況を正確に把握・管理できるデジタルタコメーターの装着など、環境負荷の少ない運転の徹底をお願いしています。

■統合配車[®]システムのイメージ



物流協力会社と協働して取り組みを推進

さらなる環境負荷低減を目指して、物流協力会社のうち71拠点（2015年度末現在）は、国土交通省が推進する「グリーン経営」をはじめISO14001や「エコステージ」などの認証を取得しています。また、サントリーグループでは「改正省エネ法」施行に伴い、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CO₂排出データを収集し、削減目標を策定しています。このほか、エコドライブなどの意識啓発、荷崩れ防止のシュリンクフィルムに代えて繰り返し使用できる「グリーンエコベルト」の使用促進など、協力会社の取り組みを支援しています。



「グリーンエコベルト」

他社との共同取り組みを推進

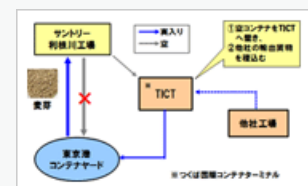
環境負荷の少ない輸送手段として、共同配送やコンテナの共同利用など、他社と協力した物流を推進しています。

実施企業	連携先	内容	開始時期	成果
サントリーグループ	キリンググループ	千葉県内での清涼飲料商品の共同配送	2009年7月	年間約46トンのCO ₂ 排出量削減
サントリーロジスティクス(株)	東洋紡ロジスティクス(株)	片道のみ積載のトラックの復路に双方の荷物を積載	2010年1月	年間約100トンのCO ₂ 排出量削減
サントリーロジスティクス(株)	東芝ライテック(株)	鉄道コンテナの共同利用	2011年1月	年間約140トンのCO ₂ 排出量削減

海上コンテナのラウンドユース（他社との共同利用）

輸入品の輸送に関わる環境負荷低減に取り組むのも、サントリーグループの社会的責任の1つです。このような考えから、使用されたコンテナを国内で他社と共同利用し、輸出貨物に転用する取り組みを2011年2月から行っています。これまで、空のまま港に戻されていたコンテナを往復利用（ラウンドユース）することで、効率的な輸送が実現でき、CO₂排出量の削減にもつながっています。

この取り組みは、2013年12月に発表された「グリーン物流パートナーシップ優良事業者表彰」において「経済産業大臣表彰」を受賞しました。



コンテナラウンドユースのしくみ

地球温暖化防止

自動販売機の省エネ

自動販売機の省エネルギー化

サントリーグループでは、バリューチェーン全体でCO₂排出量を削減するうえで、国内事業における自動販売機の省エネルギー化を重点課題の1つと捉え、さまざまなしくみを導入しています。

■サントリーの自動販売機の主な特長



■自動販売機の消費電力量削減

自動販売機の省エネルギー化に向けて、1995年にピークカット機能を導入したのを皮切りに、より少ない消費電力で稼働できる自動販売機の導入に努めてきました。2007年からは、従来の自動販売機に比べて、電力使用量を大幅に削減できる「ヒートポンプ式自動販売機」を省エネ型自動販売機の主力機と位置づけ、設置を推進しています。2010年に採用した機種は、ほぼ全機種がヒートポンプ式となり、2011年からは投入するすべての新台（一部の特殊機を除く）に「ヒートポンプ式自動販売機」を採用するとともに、LED照明搭載も開始しました。

2012年からは、通常の「ヒートポンプ式自動販売機」から、さらに消費電力量を約30%削減できる「ハイブリッドヒートポンプ式自動販売機」の導入を開始しています。

また、整備機^{※1}に対してもヒートポンプ機への改造を実施することで、2017年末には「ヒートポンプ式自動販売機」がサントリーグループの全稼働台数の80%を超える見込みです。

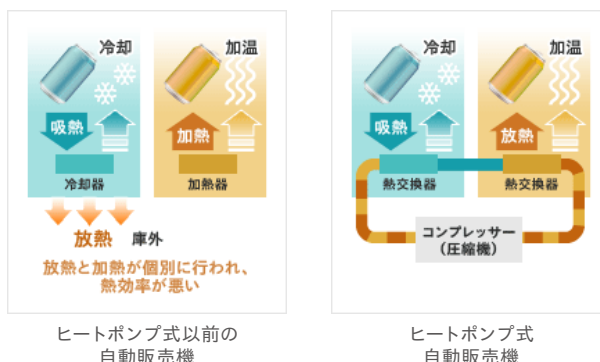
さらに、2013年からはヒートポンプ機能による省エネルギー化に加え、真空断熱材などの使用により保冷効果を高め、長時間の冷却停止を可能にした「魔法VIN自動販売機」^{※2}の導入も開始し、低環境負荷と夏場の電力ピーク時の負荷低減を両立しています。

※1 一度市場から引き揚げたものを整備して再び有効に活用している自動販売機

※2 真空断熱材などを使用することにより保冷効果を上げ、長時間の冷却停止を可能にした自動販売機です。日中8～14時間の冷却停止を行っています。

ヒートポンプ式自動販売機とは？

ヒートポンプ式自動販売機とは、冷却庫室で発生した熱を回収し、加温庫室で活用するシステムを搭載した自動販売機です。自動販売機の中で熱を有効利用でき、さらに最新式の機材では外気との熱交換もできるなど、省エネに大きく寄与します。



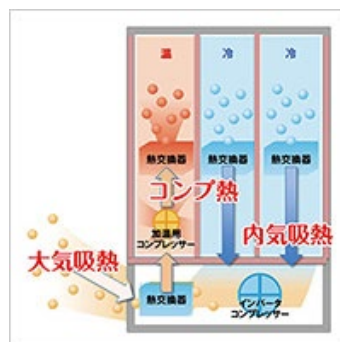
■消費電力量国内最小の自動販売機の導入

2014年4月には、さらなる環境負荷低減への貢献を目指し、機材メーカーと協働し、従来の「ヒートポンプ式自動販売機」に比べて、およそ半分の消費電力量(420kWh/年)で稼動する「超省エネ自動販売機(エコアクティブ機)」の導入を開始しました。2つのコンプレッサーを搭載して冷暖で使い分けるとともに、インバーター制御や真空断熱材、電子膨張弁、LED照明など最新の技術を組み合わせて電力使用を最適な条件にコントロールすることで、国内最小^{※1}の消費電力量を実現しています。

※1 2016年12月現在 国内主要自動販売機メーカーの主要25セクションにおいて＜サントリービバレッジソリューション（株）調べ＞



© サンデン（株）



■24時間消灯の推奨

自動販売機業界では、地球温暖化防止・CO₂削減を推進するため、京都議定書発効以前の1991年より省エネ対策に取り組んできました。その結果、2005年までの15年間で自動販売機1台あたりの消費電力量を約50%削減できました。さらに、2012年に2005年比で約37%削減することを業界全体の目標として掲げ、屋内設置自動販売機の24時間消灯や、屋外設置自動販売機の昼間消灯[※]の推進などの活動に取り組み、2011年に目標を達成しました。次の中期目標として2020年に2005年比で約50%削減することを業界として目指していきます。

※自動販売機1台あたりでは、昼間消灯で電力使用量を約10%、24時間消灯で約20%削減できます



■フロン対策

現在自動販売機の冷媒にはオゾン層を破壊する特定フロンは使用していません。また新たに投入する自動販売機については地球温暖化の影響が大きな代替フロンも使用しておらず、すべて自然冷媒やR-1234yfなどの温暖化係数の低い冷媒としています。

■自動販売機部品リユースへの取り組み

自動販売機においても資源の有効利用の実現に向けた取り組みを積極的に行っています。回収した自動販売機の部品を再び自動販売機の部品として活用するために、部品のリユースに向けた技術開発ならびに、リユース部品の管理システムの開発を進めています。2016年には、整備・修理時の部品重量で合計約300トンの再生部品を使用することができました。今後もさらにリユース部品の使用対象を拡大し、資源有効利用に努めていきます。

■自動販売機廃棄処理の適正化

廃棄自動販売機を回収・リサイクルする「自動販売機廃棄処理システム」を業界に先駆けて構築し、1997年1月から全国に展開しています。また、2001年4月の「廃棄物処理法」の改正を受け、廃棄自動販売機の事前選別から最終処分に至るまで、厳密に管理しています。自動販売機の冷媒として使用されるフロンに関しても「フロン排出抑制法」に基づいて回収量を把握し、適正に破壊処理をしています。

■緊急時飲料提供自動販売機の設置

災害に強い街づくりに貢献するため、「緊急時飲料提供自動販売機」を開発し、設置を進めています。普段は通常の自動販売機同様に飲料を販売し、災害発生などの緊急時には無料で飲料を提供。電源が落ちた場合でも簡単に飲料を取り出せます。2011年3月の東日本大震災時にも、多くの方々に活用いただきました。バッテリー式に加え、メンテナンス不要のメリットがあるワイヤー式を導入することで、行政施設や病院、会社などを中心に設置を進め、2016年末で約18,000台が全国に設置されています。このタイプの自動販売機を今後も積極的に投入していきます。



緊急時飲料提供ベンダー

地球温暖化防止

営業・研究開発・オフィス・その他の取り組み

営業部門における環境活動

■営業車両の環境負荷を低減

営業活動で使用する車両には、ハイブリッド車をはじめ省エネルギー車の導入を積極的に進めています。また、走行距離や運転挙動、燃費などの走行データを取得できる車両運行管理システムを営業車に導入し、データの分析結果を運転者にフィードバックすることにより、安全運転に加えエコドライブを推進する取り組みも進めています。

■無線導入による自動販売機オペレーション業務の効率化

飲料自動販売機への商品補充をはじめ日々の自動販売機オペレーションを展開するサントリービバレッジサービス（株）では、2013年より、全国のオペレーション対象自動販売機に無線システムを導入（2016年12月末時点の導入率100%）。これにより自動販売機1台1台の販売動向が随時把握できるとともに、自動販売機ごとに、補充すべき商品とその本数、補充タイミング、最も効率的な補充ルートなどが解析できるようになりました。この無線システムの活用によって、自動販売機訪問回数を削減し、補充などの作業時の扉開閉による電力ロスを削減する等、環境負荷低減につながっています。

研究開発拠点における環境活動

約570名の従業員が勤務する研究開発拠点（ワールド リサーチセンター・商品開発センター）では、2007年にISO14001認証を取得して以来、部門全体で日々の業務に環境配慮を組み込んだ活動を推進してきました。2013年は、グループのバリューチェーン全体に深く関わる研究開発部門として他部門との連携を一層強化するため、研究開発部門で運用してきたISO14001をグループ全体のISO14001へ統合する準備を進め、外部認証機関による統合認証を取得しました。工場や営業部門と連携強化を図り、環境負荷低減活動を推進しています。

■環境に配慮した最新設備

サントリー ワールド リサーチセンターでは自然採光を積極的に取り入れるトップライト^{※1}の採用など自然エネルギーを積極的に活用するとともに、全館LED照明の配置や、画像センサーによる照明や送風の自動制御、温度差送水、天然ガスと電気を併用するハイブリッド熱源機器の採用など環境負荷低減を図る設備を導入しました。同センターは建築環境総合性能評価システムCASBEE^{※2}の最高ランクであるSランク評価を取得しています。また、家具や建材には、「サントリー 天然水の森」の育林材^{※3}を有効活用しています。

※1 トップライト：採光や通風のため、屋根に設置される窓

※2 CASBEE：2001年に国土交通省の支援のもと、財団法人建設環境・省エネルギー機構にて開発された総合的な建築物の環境性能評価

※3 育林材：サントリーグループでは、持続可能な水と森を育むための活動から生まれた木材を「育林材」と呼んでいます



サントリー ワールド リサーチセンター

オフィスにおける環境活動

■省エネ設備導入や従業員の行動によるCO₂削減・節水

各オフィスでは、日頃から全従業員が省エネルギーへの意識を強め、さまざまな取り組みを行っています。東京のお台場オフィスでは、太陽光発電、再生水の利用、自動調光システム、トイレ照明やエスカレーターの人感センサーなどを導入しています。また、その他のオフィスでもクールビズやウォームビズを展開したり、Web会議を積極的に活用することで、CO₂排出量の削減を推進しています。



お台場オフィスの太陽光発電システム

環境負荷低減

資源の有効活用

循環型社会の実現に向けて、自然の恵みである水をはじめ、さまざまな資源の徹底的な有効活用に努めています。

水資源の有効活用



容器包装の3R



廃棄物の削減と
再資源化の推進



グリーン調達・
グリーン購入



資源の有効活用

水資源の有効活用

自然界の水の循環に負荷をかけないように、工場での節水活動を徹底するとともに、排水はきれいに自然に還しています。

水使用量の削減のため「水の3R」を徹底

サントリーグループの工場では、商品の原料としてだけでなく、製造設備の洗浄や冷却用に多くの水を使用します。限りある水資源を大切にするため、できる限り使う水を少なくする（Reduce）、繰り返し使う（Reuse）、処理をして再生利用する（Recycle）、「水の3R」を徹底し、2020年目標である「サントリーグループ※1の自社工場での水使用量を35%削減※2」の達成に向けて活動を強化しています。2016年は、工場での節水活動により、水使用原単位では2007年比28.8%の削減となりました。

※1 サントリーグループ売上高（2012年）の80%以上を占める事業会社群（海外を含む）

※2 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

■水使用実績2016年（国内生産25工場、海外生産54工場）

エリア	使用量（千m ³ ）	原単位削減率※
日本	21,332	3.4%減
米州	6,517	1.6%減
欧州	5,732	7.4%減
アジア・オセアニア	5,522	6.3%減
計	39,103★	4.4%減

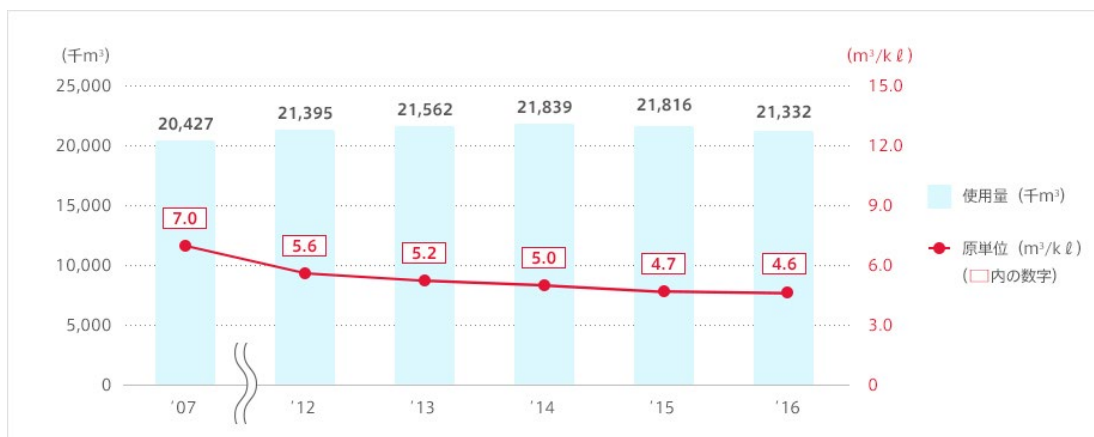
※サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場

※原単位は製造1kℓあたりの使用量、削減率は対前年比

※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場の水使用量は21,574千m³★

※2016年実績より、KPMGあざさサステナビリティ株式会社による第三者保証報告書を受けています。第三者保証報告書の対象となっている数値を★で示しています。

■水使用量（国内生産25工場）



※原単位は製造1kℓあたりの使用量を表す

・結果：前年比 総量で2.2%減少、原単位で3.4%減少

■「水の3R」の徹底

工場の設備機器を選定する際は、できる限り使う水を少なくする（Reduce）、繰り返し使う（Reuse）、処理をして再生利用する（Recycle）、「水の3R」を徹底しています。

サントリープロダクツ（株）天然水南アルプス白州工場では、3Rの視点から多様な活動を展開しています。とりわけ、水のカスケード（多段階）利用といった高度な循環再利用により、水使用原単位で業界トップレベルを達成しています。



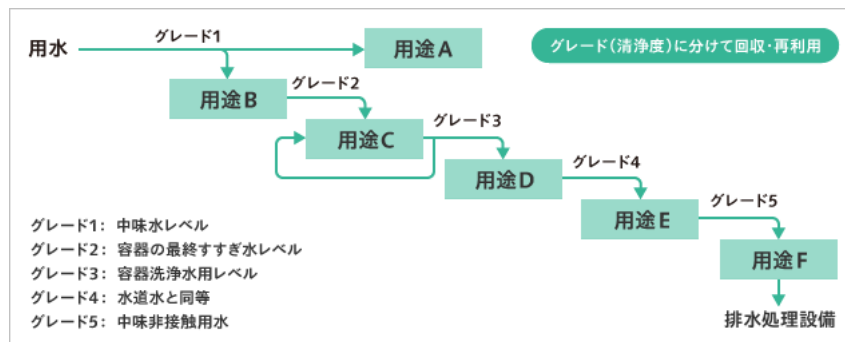
サントリープロダクツ（株）
天然水南アルプス白州工場



清浄レベルごとに回収した
水を200トンのタンクに貯蔵し再利用

水のカスケード利用

製造工程で使用する水を冷却水や洗浄水など5つのグレード（清浄度）に分類し、高いグレードが要求される用途から次のグレードでまかなえる用途へ段階的に再利用を図る技術です。



■雨水も有効活用

雨の多い日本では、雨水も大事な資源です。サントリーグループでは、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。



雨水を植栽の散水に活用している
サントリープロダクツ（株）
神奈川綾瀬工場

排水管理の徹底

サントリーグループでは、排水をできる限り自然に近い状態で自然に還すため、法律よりも厳しい自主基準値を設け、排水品質を徹底管理しています。工場からの排水は、嫌気性排水処理設備※などで浄化処理し、下水道や河川へ放流しています。その際、測定装置による常時監視と検査員による日々の水質点検などを実施しています。

2014年より、国内工場での排水処理設備のさらなる安定化に向け、各工場の担当者が一堂に会する排水担当者会議を定期的に行い、運転管理レベルやトラブル防止体制の向上に取り組んでいます。

※ 微生物（嫌気性菌）を用いて汚濁物質を分解する処理方法

■排水量2016年（国内生産25工場、海外生産54工場）

放流先	排水量（千m ³ ）
河川・湖沼	14,948
下水道	7,570
その他	232
計	22,750

※サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場

※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場の排水量は11,829千m³



24時間体制での排水管理



排水担当者会議

資源の有効活用

容器包装の3R

商品設計から輸送、消費後のリサイクルまで、商品のライフサイクル全体での環境配慮を実践しています。

容器包装の環境基準を設定

容器包装には、お客様のもとに届くまで商品を守り、よりよい品質を保持する役割があります。しかし、その多くはお客様が中味を消費した後、廃棄物になります。サントリーグループは、容器包装がもたらす社会的な影響を強く認識し、1997年に自主基準「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を設定。リサイクルの面からラベルの材質、ガラスびんの色などをガイドラインに沿って設計しています。また、LCA（Life Cycle Assessment）の観点から、容器包装の環境負荷低減に取り組んでいます。

容器包装における3Rの推進

サントリーグループは、3R（Reduce・Reuse・Recycle）の考えのもと、環境に配慮した容器包装を開発しています。お客様の飲用時からリサイクル処理を行うまでのユーザビリティに配慮しながら、軽量化をはじめ、より環境負荷の少ない素材の採用、リサイクル処理しやすい設計に取り組んでいます。

■容器包装における3Rの考え方

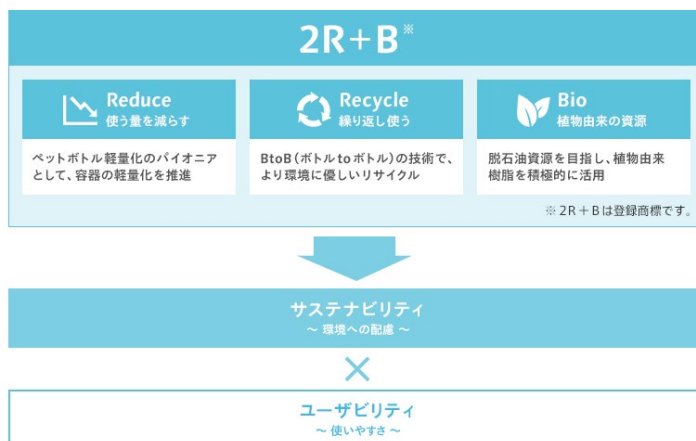


ペットボトルでの取り組み

環境負荷を最小限に抑える対策として、使用する資源量を極力減らし再生可能な資源を積極的に導入し、同時にお客様の使いやすさも考慮しながら設計・開発をしています。

■「2R+B」戦略

ペットボトル容器に関しては、サントリーグループ独自の「2R+B」戦略に基づき取り組んでいます。開発において、樹脂使用量の削減と再生素材の使用により徹底した資源の有効利用を図りつつ、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していく考え方です。



■Reduce : 軽量化

環境に配慮したグリーンエコボトル^{※1}

2013年5月にリニューアル発売した「サントリー天然水」550ml ペットボトルには、独自開発の国産最軽量^{※2} (11.3g) ペットボトル (自動販売機対応商品は除く) を採用しました。従来のボトルに比べ、石油由来原料の使用量を550ml ペットボトル1本あたり約4割削減しています。また、2ℓ ペットボトルは従来品よりも1本あたり約2割軽量化して29.8gとし、国産2ℓ ペットボトルで初めて30g以下のボトル重量を実現しました。

※1 国産最軽量といった画期的な軽量化の実現や植物由来素材の使用など、いずれかの手段を通じて環境負荷低減を図ったペットボトルを総称するために当社が作成したネーミング

※2 国産ミネラルウォーターペットボトル (500ml～600ml) 対象。2017年1月現在



グリーンエコボトル

国産ペットボトル飲料最薄更新となるロールラベル^{※1}導入

ペットボトルの商品ラベルについても、薄肉化による環境負荷低減に努めています。2012年には、国産ペットボトルのロールラベルとしては最薄となる16μm (マイクロメートル^{※2}) のラベルを実用化しています。2014年4月からは、さらに薄肉化した12μmのラベルを「サントリー天然水」2ℓ ペットボトル、550ml ペットボトルで導入し、以降、ロールラベルを採用している全商品への展開を進めています。これにより、従来のラベルに比べて、CO₂排出量を25%削減^{※3}することができます。

※1 ミシン目ではがすのではなく、のりづけ部分からはがすタイプの商品ラベル

※2 1,000分の1mm

※3 フィルム (ラベル) 製造工程における削減率



厚さ12μmの国内最薄ロールラベル

植物由来原料を30%使用した国産最軽量ペットボトルキャップ導入

ペットボトルのキャップについても環境負荷低減に努めています。2016年9月より、「サントリー南アルプスの天然水」に、植物由来原料を30%使用した国産最軽量^{※1}となる1.85gのキャップを導入しました。これにより従来のペットボトルキャップに比べ、石油由来原料の使用を約35%削減^{※2}し、CO₂排出量を約27%削減することができます。

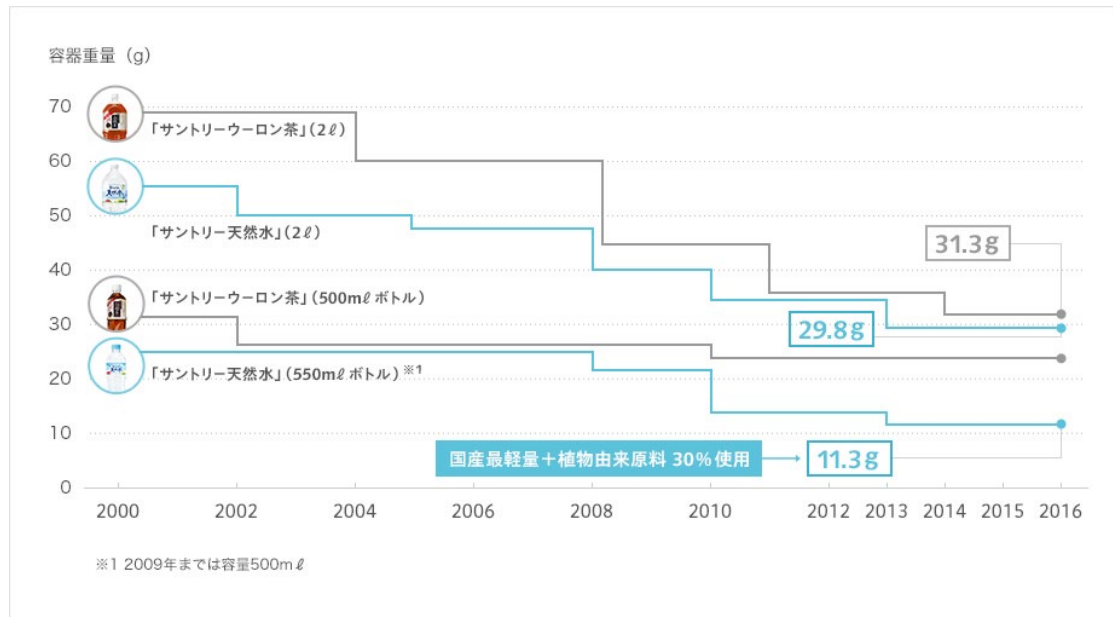
※1 2016年9月当社調べ

※2 「サントリー天然水」 (550ml) 1本あたり

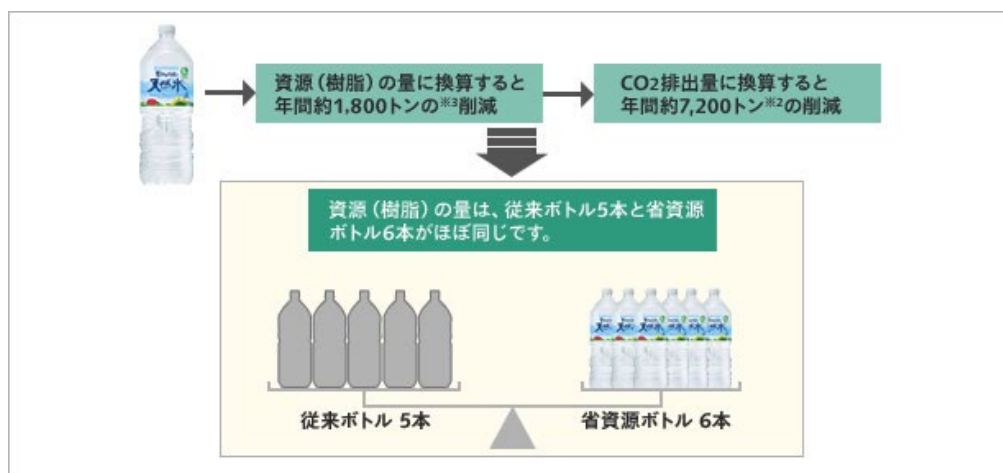
社会からの評価

サントリー食品インターナショナル (株) は、世界初となる、植物由来原料を30%使用した飲料用ペットボトルキャップ導入などの環境負荷低減活動が評価され、「平成28年度 循環型社会形成推進功労者環境大臣表彰」を受賞しました。

代表的なペットボトル商品軽量化の変遷



代表的な商品におけるCO₂排出量削減の例（「サントリー天然水」2ℓペットボトル）



※1 2014年3月現在

※2 当社試算に基づく

ペットボトルの自社成型への取り組み

サントリープロダクツ（株）天然水南アルプス白州工場では、PET樹脂「レジン」からPETプリフォームを製造し、ふくらませてペットボトルにします。これにより、ボトル成型から中味充填までの一貫した設計・管理が可能になり、樹脂の使用量を削減し、ボトルの軽量化もすすんでいます。

さらに、完成品のペットボトル購入時に比べて、輸送時の燃料やCO₂排出量も削減できます。また、ペットボトル成型で使用した高圧エアを回収再利用することで、効率的にエネルギーを使用し、CO₂排出量を削減しています。



PET樹脂
CO₂の排出量を50%以上削減できます。



樹脂から成型したプリフォーム



成型したペットボトル

新技術による世界最薄シュリンクラベルを導入

清涼飲料向け商品ラベルは、主にロールラベルとシュリンクラベルの2種類があります。

ロールラベルは巻きつける方式であり、ラベルの薄肉化に適していますが、ボトル形状に制約があります。

対し、シュリンクラベルは熱収縮させる方式であり、さまざまな形状のボトルに対応できますが、工程適性上ラベルの薄肉化に限界があります。

そこで、ボトル形状を選ばずラベルの薄肉化を実現するために、シュリンクラベルとロールラベル、それぞれの長所を併せもつROSO方式（Roll On Shrink On）を実用化。

世界最薄の18 μ mのシュリンクラベルを「伊右衛門」500ml・550mlと「オレンジーナ」420mlペットボトルの一部に導入しています。これにより、CO₂の排出量を50%以上削減できます。

酒類事業におけるペットボトル開発

食品事業で培われた技術を酒類事業にも大いに活用しています。サントリースピリッツ（株）は、国産最軽量となる110gの4 ℓ ペットボトルを、サントリーウイスキー「角瓶」「トリスくクラシック」など酒類商品に2016年6月から順次導入しています。従来の134gまたは120gから最大18%軽くすることで、ペット樹脂の使用量を削減し、年間のCO₂排出量が約460トン（17%）※削減されます。ペットボトルメーカーと協働で、従来のペットボトルで採用していた把手部分を外し、ボトルの中央に深いグリップ部を新たに採用することで、使いやすさにも配慮しています。

※2016年製造計画に基づく当社試算



「旧4 ℓ ペットボトル」と
「新・軽量化4 ℓ ペットボトル」

日本の技術力を活かした東南アジアでの最軽量※耐熱ペットボトル開発

日本でのペットボトル軽量化の製造技術・設計力は、これまで欧州のグループ会社などでも活かされてきましたが、2014年にインドネシアにおいて、東南アジア最軽量（従来の28gより25%軽量化した21g）耐熱ペットボトルの開発に成功しました。日本での経験が少ない耐熱ペットボトルの軽量化は技術的にチャレンジ領域でしたが、サントリービジネスエキスパート（株）とサントリーガーラダ・ピバレッジ、そしてインドネシアのサプライヤーが相互に連携し、プロジェクトを成功に導きました。さらにこの技術を応用し、ベトナムにおいても最軽量ペットボトル（20g）を開発。今後もさらなる軽量化に向け、新しいプロジェクトを始動しています。

※耐熱ペットボトル500mlクラスにおいて（2014年1月導入時点）



東南アジア最軽量の耐熱ペットボトル

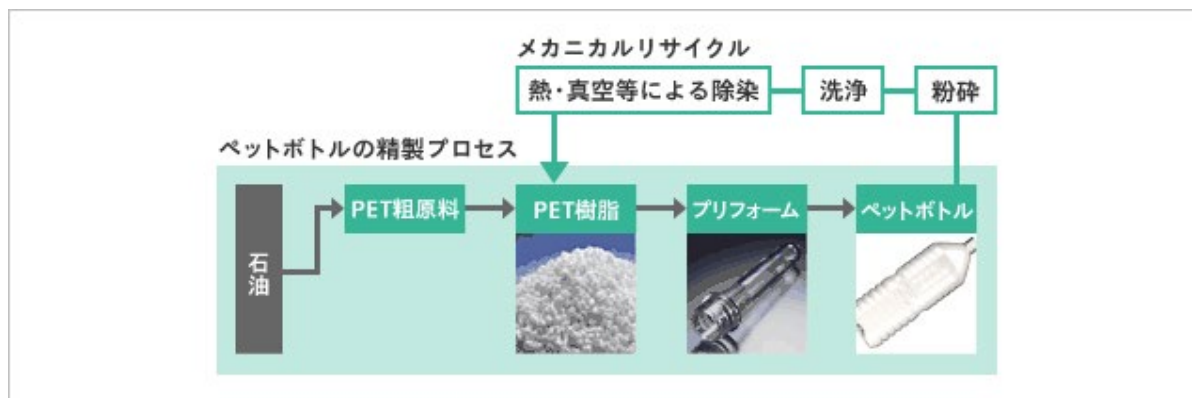
■Recycle:ペットボトルを再生

PET樹脂の国内水平循環「リペットボトル」

2011年、サントリー食品インターナショナル（株）は、協栄産業（株）と協働で、国内飲料業界で初めてペットボトルのB to B^{※1}メカニカルリサイクルシステム^{※2}を構築しました。

導入開始時には再生PET樹脂50%でしたが、約1年間の運用結果を踏まえて安定供給が可能となったことが確認できたため、再生PET樹脂の使用量を100%に拡大し、石油由来原料100%のボトルと比較して、CO₂排出量（PET樹脂の製造時のCO₂排出を含む）を83%^{※3}削減できる再生ペットボトルの製造を可能にしました。この再生PET樹脂100%のペットボトルは、「サントリーウーロン茶」「伊右衛門」2ℓなどの商品に多数採用しています。

また、このシステムは、2011年、2012年「循環型社会形成推進功労者等環境大臣表彰」、2011年「地球温暖化防止活動環境大臣表彰（技術開発・製品化部門）」をはじめ、食品業界初となる2011年「日経地球環境技術賞 優秀賞」を受賞。2012年には第21回「地球環境大賞」を受賞。2013年には公益財団法人日立環境財団、（株）日刊工業新聞社主催の「環境賞 優秀賞」を受賞しました。



※1 B to B :「ボトル to ボトル」の略で、ペットボトルをリサイクルして新たなペットボトルに再生すること

※2 メカニカルリサイクル：マテリアルリサイクル（使用済みの製品を粉砕・洗浄などの処理を行い、再び製品の原料とすること）で得られた再生樹脂をさらに高温・減圧下で一定時間の処理を行い、再生材中の不純物を除去し、飲料容器に適した品質のPET樹脂にする方法

※3バージン樹脂との比較

リサイクルペットボトルを原料にした商品ラベルの導入・進展

サントリー食品インターナショナル（株）は、2010年11月から清涼飲料の主要ブランド「サントリー天然水」「伊右衛門」「サントリーウーロン茶」などの2ℓペットボトルの一部に、リサイクル材を原料にした商品ラベルを導入し、現在ではロールラベル方式[※]の全商品に採用しています。このラベルは、業界初のリサイクルペットボトルを原料とするロールラベルで、2012年3月には再生PET樹脂の混合率を60%から80%に引き上げました。

※ミシン目ではなく、のりづけ部分からはがすタイプの商品ラベル



リサイクルペットボトルを原料としたロールラベル

■Bio:植物由来樹脂を積極的に活用

100%植物由来を目指して

サントリーグループは、ペットボトル開発において、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していくことを目指しています。2013年には植物由来原料30%使用のペットボトルを「サントリー天然水」550mlに導入しています。

サントリーホールディングス（株）と米国バイオ化学ベンチャー企業・アネロテック社は、植物由来原料100%使用ペットボトルの共同開発に取り組んでおり、2016年にペットボトル原料を生成する実証プラントを米国テキサス州に建設着工しました。将来的には、サントリー食品インターナショナル（株）の「サントリー天然水」ブランドを中心に植物由来原料100%使用ペットボトルを導入予定です。開発にあたり、ペットボトル原料の70%を構成するテレフタル酸の前駆体「パラキシレン」を、食料用原料のサプライチェーンに影響が出ないよう、非食用の植物由来原料（ウッドチップ）のみから生成することを目指しています。



実証プラントの一部

缶・びん・樽での取り組み

■Reduce:軽量化

缶の軽量化

ビールやコーヒーなどの缶について、お客様の扱いやすさを確保しつつ、使用する資源量を極力減らすことを目指して軽量化を進めています。

アルミ缶は、2008年にビールの缶のふた口径を小さくし、2014年にはビールやチューハイなどの低アルコール飲料の缶胴を薄くする取り組みを行いました。また、コーヒーのスチール缶も缶胴の薄肉化を実施し、着実に軽量化を推進しています。



「ボス レインボーマウンテンブレンド」
「ザ・プレミアム・モルツ」
「-196℃ストロングゼロ<ダブルレモン>」

びんの軽量化

プレミアムモルツの中びんは、2014年に約10g軽量化して460gになりました。ラベルが貼られている胴部分の太さを0.2～0.3ミリへこませ、びん同士がぶつかっても傷がつかないように設計されています。また、栓抜きで開栓する際に口欠けしにくい形状に改善をするなど、びん品質の改善にも取り組んでいます。

また清涼飲料のリターナブルびんは、従来ブランドごとに別々のものを使用していましたが、2016年5月より規格を統一し、国内初の耐圧・耐熱兼用可能なものとなりました。従来びん（300g～399g）と比べて大幅に軽量化（245g）することで、CO₂排出量を年間約500トン削減しています。



「ザ・プレミアム・モルツ」中びん

■Reuse:容器の回収・再利用を推進

びん・樽の再利用

ビールや飲食店様向けの清涼飲料などにはリターナブル容器（びんや樽）が多く使用されており、これらは自社ルートで回収・洗浄して、繰り返し使用しています（2015年は、延べ100百万本回収・再利用）。また、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を支援しています。

ワンウェイびんは、各市町村などの効果的な分別・回収ルートを活用させていただいています。

紙パック・段ボールでの取り組み

■Reduce:軽量化

段ボールの軽量化

サントリーグループでは、2011年8月に発足した「日本TCGF※」に参加して、日本国内での共通の課題の解決に向けて活動しています。その一環として、環境課題（地球温暖化防止、廃棄物削減など）への貢献とサプライチェーンの作業効率向上を目指し、飲料のダンボールカートンのショートフラップ化に取り組み、2012年春から清涼飲料の小容量ペットボトル製品の一部に導入を開始しました。これにより、従来の段ボールに比べて紙の使用量を約20%削減できました。

※「The Consumer Goods Forum (TCGF)」の理念に共鳴したTCGF参加企業が、日本において活動する独自の組織で、消費財流通業界の日本企業が主体となり、製造・配送・販売の協働取り組みを行っています。



サイド部の段ボール使用量を削減した
ショートフラップ段ボール

■Recycle:より回収しやすい容器に

リサイクルできる紙容器への変更

2010年4月より、焼酎・スピリッツの紙容器を、リサイクル適性の高い容器に順次切り替えており、一部製品を除き切り替えが完了しています。2014年2月には、国産カジュアルワイン「デリカメゾン デリシャス」のリニューアルに合わせて、同様の紙容器を導入しました。従来は品質保持のため、内側にアルミニウム蒸着を施した容器を採用していましたが、紙とアルミニウムを分離してリサイクルすることが困難でした。新しい紙容器では、よりリサイクル適性の高いシリカ（ガラス質）蒸着に変更しています。



「むぎのか」「サントリー梅酒」「デリカメゾン デリシャス」

容器リサイクルで業界・自治体と連携

サントリーグループの事業は、容器を大量に使用します。その環境負荷を低減するため、業界団体や自治体と連携し、お客様のご協力も得て、容器のリサイクルを推進しています。たとえば「九都県市廃棄物問題検討委員会」が推進している「九都県市容器包装ダイエツ宣言」※の趣旨に賛同し、活動に参画しています。

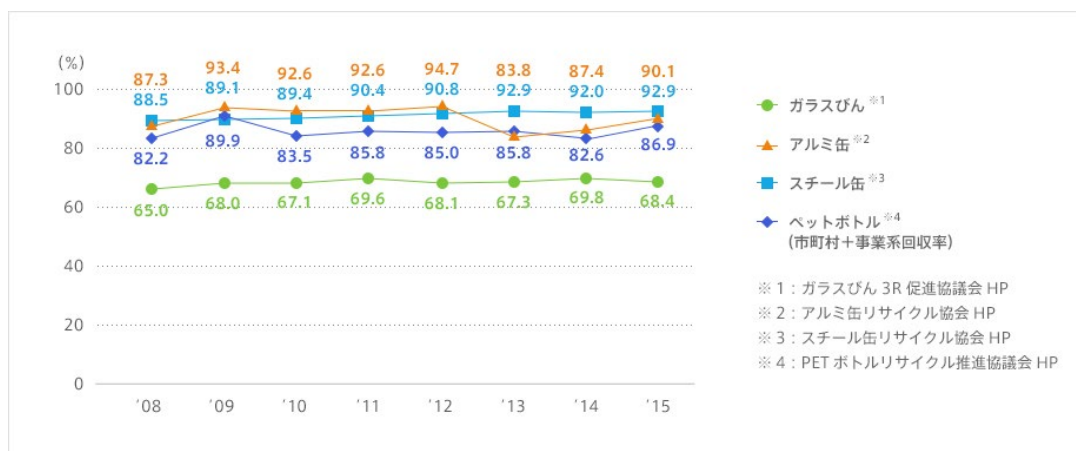
また、サントリーグループでは、「容器包装リサイクル法」を遵守し、事業者の役割である再商品化委託料を負担するとともに、各種リサイクル業界団体に参画し、効率的なリサイクルシステムの構築と、リサイクルの推進に努めています。

※九都県市（埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・横浜市・川崎市・千葉市・さいたま市・相模原市）による、容器包装減量化に取り組む企業との共同取り組み



「九都県市容器包装ダイエツ宣言」マーク

■容器リサイクル率（各業界団体データより）



空容器の散乱防止対策を推進

環境美化と資源の有効活用推進のために、空容器の散乱防止活動に取り組んでいます。空容器回収ボックスは、自動販売機1台に1個の設置を推進しています。また、自動販売機には散乱防止のための「統一美化マーク」を貼り付け、リサイクルへの意識啓発を図っています。



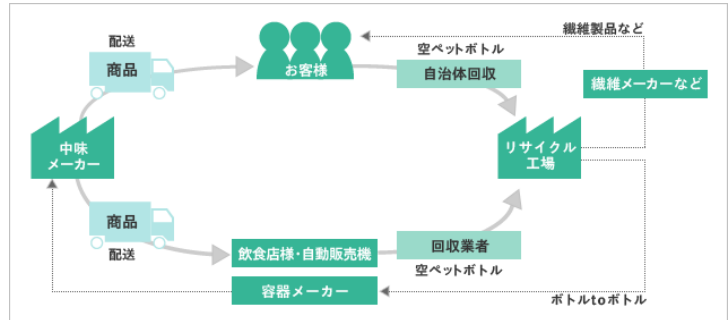
容器包装の3R

容器の回収～リサイクルの流れ

ペットボトルの回収

使用済みペットボトルは、従来は回収後、繊維製品や食品容器などに再生利用されていましたが、最近では新たなペットボトルとしても再生利用されています。

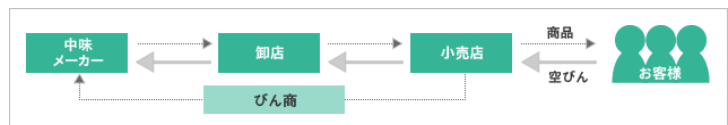
■ペットボトルの回収・リサイクル



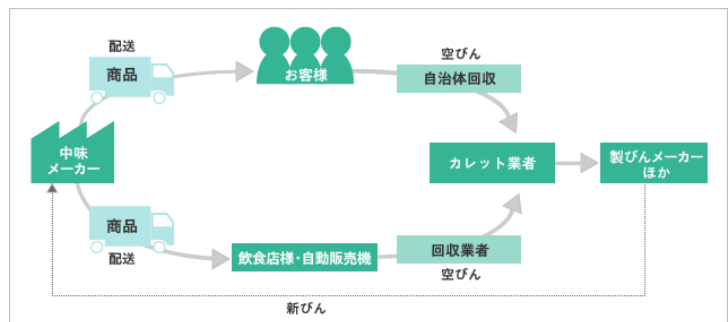
ガラスびんの回収

飲料容器として歴史の長いガラスびんは、その回収・リサイクルルートも確立されています。リターナブルびんは回収・洗浄して繰り返し使用され、ワンウェイびんは使用後に回収され、カレット（ガラスびんを細かく砕いたもの）に加工されて、主にガラスびん製造の原料に使用されます。また、断熱材やタイル・路盤材など、びん以外の用途にも活用されています。

■リターナブルびん



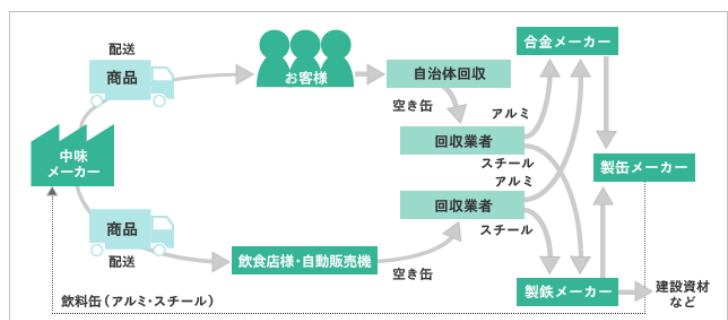
■ワンウェイびん



缶の回収

使用済みの飲料缶（アルミニウム・スチール）は、資源として有価で取引され、さまざまなルートを経由して、缶や自動車・建設資材などに再生されています。

■缶の回収



容器包装の3R

サントリーが参画している業界団体

サントリーが参画しているリサイクル業界団体

公益財団法人 日本容器包装リサイクル協会

URL : <http://www.jcpa.or.jp/>

活動内容 : 容器包装の再商品化、普及啓発、情報提供

役職 : 総務企画委員、ガラスびん事業委員、PETボトル事業委員

公益社団法人 食品容器環境美化協会

URL : <http://www.kankyobika.or.jp/>

活動内容 : 飲料容器の散乱防止、環境美化

役職 : 企画委員

ガラスびん3R促進協議会

URL : <http://www.glass-recycle-as.gr.jp/>

活動内容 : ガラスびんの3R推進

役職 : 理事、運営委員

PETボトルリサイクル推進協議会

URL : <http://www.petbottle-rec.gr.jp/>

活動内容 : PETボトルのリサイクル推進

役職 : 理事、総務企画委員、回収・再利用促進委員、広報委員、技術検討委員

アルミ缶リサイクル協会

URL : <http://www.alumi-can.or.jp/>

活動内容 : アルミ缶のリサイクル推進

役職 : 理事、企画委員

サントリーが参画している酒類・飲料業界団体の環境関連委員会

全国清涼飲料工業会（環境委員会、自販機委員会等）

URL : <http://www.j-sda.or.jp/>

ビール酒造組合（環境部会、容器環境部会）

URL : <http://www.brewers.or.jp/>

日本洋酒酒造組合（環境問題対策委員会）

URL : <http://www.yoshu.or.jp/>

日本蒸留酒酒造組合（社会環境小委員会）

URL : <http://www.shochu.or.jp/>

日本洋酒輸入協会（空容器再利用委員会）

URL : <http://www.youshu-yunyu.org/>

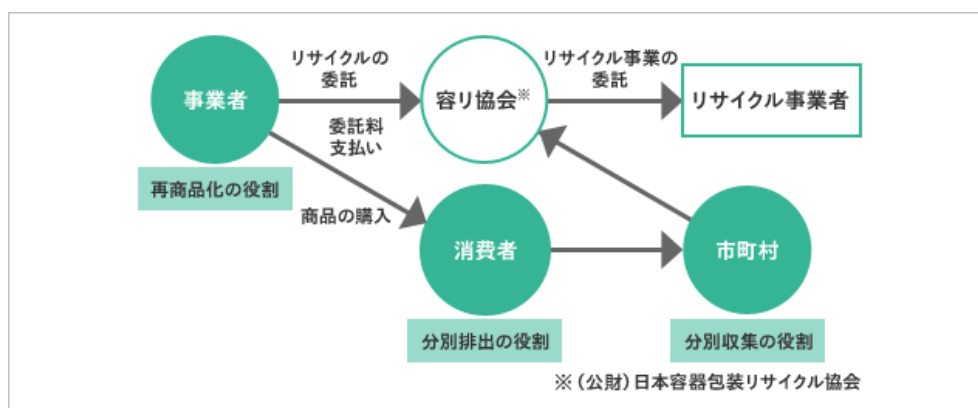
容器包装の3R

容器包装リサイクル法とは

家庭から排出される容器包装廃棄物のリサイクルを義務づける法律です。消費者の分別排出、市町村の分別回収・保管、そして事業者（容器包装の製造業者、容器包装を利用した商品の製造業者、小売業などの包装利用事業者）の再商品化（＝リサイクル）という役割分担を定めています。

これに基づき事業者は公益財団法人日本容器包装リサイクル協会に再商品化委託料を支払い、同協会がリサイクル事業者に委託料を支払って再商品化を委託しています。

容器包装のリサイクルに携わる8団体（ガラスびん、ペットボトル、紙製容器包装、プラスチック容器包装、スチール缶、アルミ缶、飲料用紙容器、段ボール）では、それぞれの3Rの目標を掲げるとともに「3R推進団体連絡会」を結成し、協働して3Rの推進に取り組んでいます。



資源の有効活用

廃棄物の削減と再資源化の推進

循環型社会の構築に寄与するため、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・廃棄物排出実績2016年（国内生産25工場、海外生産54工場）

エリア	排出量（千t）
日本	245
米州	138
欧州	103
アジア・オセアニア	37
計	523★

※サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場

※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場の副産物・廃棄物排出量は162千t★

※2016年実績より、KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証報告書を受けています。第三者保証報告書の対象となっている数値を★で示しています。

再資源化率100%を維持

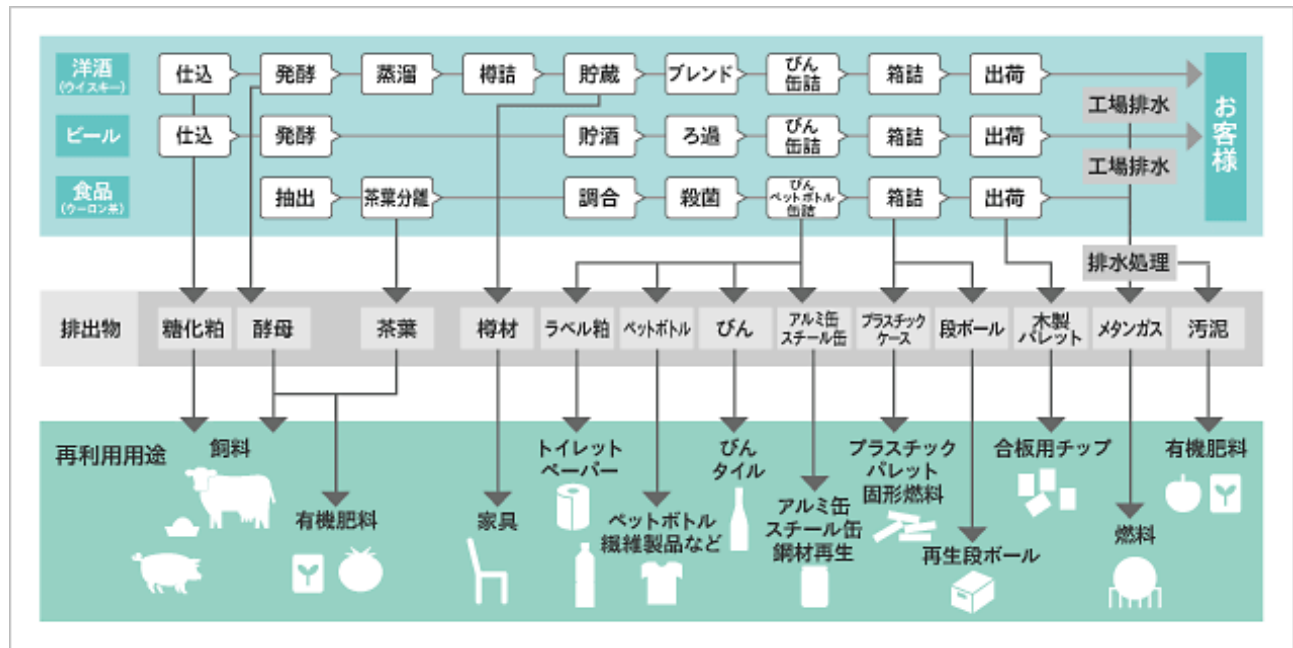
サントリーグループの国内工場では、生産工程で発生する副産物・廃棄物の排出量削減と100%再資源化に取り組んでいます。

2016年は、国内工場から発生した副産物・廃棄物は合計244,604トンとなり、前年より総量は1.0%減少し、原単位では2.2%削減しました。また、再資源化率は100%を維持しています。

副産物・廃棄物の排出量（国内生産25工場）



生産の各工程で発生する副産物・廃棄物の再利用の流れ



副産物・廃棄物の排出量、再資源化率および用途（国内生産25工場）

排出物の種類	主要用途	2013年		2014年		2015年		2016年	
		排出量 (t)	再資源 化率(%)	排出量 (t)	再資源 化率(%)	排出量 (t)	再資源 化率(%)	排出量 (t)	再資源 化率(%)
植物性残さ（糖化粕・茶粕・コーヒー粕など）	・飼料 ・肥料	181,515	100	187,439	100	186,184	100	185,227	100
汚泥（余剰汚泥など）	・肥料	30,100	100	29,522	100	27,194	100	27,574	100
木くず（樽材、パレット）	・家具材 ・合板原料	3,266	100	2,693	100	1,610	100	2,123	100
ガラス・陶磁器くず	・ガラス材料 ・路盤材	4,109	100	3,928	100	4,136	100	3,772	100
紙くず（段ボール、紙ラベルなど）	・再生紙 ・段ボール原料	5,727	100	6,192	100	6,175	100	5,184	100
廃プラスチック類	・パレット ・固形燃料 ・補助燃料	4,026	100	4,287	100	4,938	100	4,956	100
金属くず（アルミ、鉄）	・アルミ ・スチール原料	2,600	100	3,016	100	3,277	100	3,039	100
その他		2,870	100	2,725	100	3,182	100	12,729	100
合計		234,214	100	239,801	100	236,697	100	244,604	100

■嫌気性排水処理設備による汚泥削減

サントリーグループの工場では、嫌気性排水処理設備を導入し、生産設備の洗浄などで発生した排水を処理しています。嫌気性処理とは、酸素がない状態で活動する微生物（嫌気性菌）を用いて、汚濁物質を分解する処理法です。酸素が必要な好気性菌による好気性処理法に比べて汚泥発生量を大幅に減らすことができます。工場では、その処理で発生するメタンガスを燃料に活用しています。

嫌気性排水処理設備の増強——サントリースピリッツ（株）

サントリースピリッツ（株）白州蒸溜所では、排水処理能力を向上するため、2012年に嫌気性排水処理設備の増強を行いました。これにより、増強前に比べ、汚泥の発生量^{※1}は15%減少しています。また、燃料として活用可能なメタンガスの発生量[※]も86%増加しており、省資源・省エネルギーにも寄与しています。

※生産量あたりの発生量

■種類別に再資源化の用途を開拓

サントリーグループから発生する副産物・廃棄物は、さまざまな用途で再資源化しています。



役目を終えたウイスキーの樽材からつくられた「樽ものがたり」の商品群

食品廃棄物の循環利用サイクルの構築——井筒まい泉（株）

井筒まい泉（株）では、貴重な自然の恵みを無駄にしないために、食品ロスの削減と再利用に積極的に取り組んでいます。その象徴的な取り組みが、パンの耳の循環利用サイクルの構築です。

同社の人気メニューであるヒレかつサンドの製造工程では、パンの耳の切れ端が発生します。このパンの耳は、従来から飼料としてリサイクルできる業者様に引き渡していましたが、パンの耳を混合した飼料が豚の飼育に適していることから、2012年からはこれを飼料として育てたオリジナルブランド豚「甘い誘惑」を開発し、再び同社のとんかつなどの原料として循環利用する取り組みを行っています。



オリジナルブランド豚「甘い誘惑」

■電子マニフェスト導入による法令遵守の徹底

産業廃棄物を適切に管理するシステムを一新し、2013年から生産工場および研究センターなどに電子マニフェストをベースにした管理システムを導入しました。新システム導入により、法令遵守の徹底と作業効率の向上を推進しています。

資源の有効活用

グリーン調達・グリーン購入

サントリーグループでは、ビジネスパートナー各社と協力し、環境負荷の小さい原材料・資材・設備などの調達に努めています。

グリーン調達の推進

グリーン調達とは、原材料・資材・設備などの購入に際し、有害物質を含まない、資源が有効に活用されている、など環境に配慮した物品・サービスを優先的に選択することです。

サントリーグループでは「サントリーグループCSR調達基本方針」のもとに「サントリーグループグリーン調達基準」（2011年改定）を定め、ビジネスパートナー各社とともに環境負荷低減に向けた調達活動を進めています。

サントリーグループグリーン調達基準（2011年改定）

1. 基本的な考え方

持続可能な社会の構築のために、サントリーグループ全体で使用する物品・サービスについて、環境負荷ができるだけ小さい原材料・資材・設備等の購入をめざします。

2. 重視する事項

- ア) 環境汚染物質などを使用しないことに配慮する。
- イ) 再生資源の使用や小型化などによる省資源や省エネルギー化に配慮する。
- ウ) 生態系を壊さない資源採取に配慮する。
- エ) 修理・部品交換などにより長期間使用可能である。
- オ) 再使用が可能である。
- カ) リサイクル設計がなされている。
- キ) 廃棄処理や処分が容易である。
- ク) 対象物品に関する環境情報を公開している。
- ケ) ISO14001を取得する等、環境保全に積極的な事業者により製造・販売されていることに配慮する。

グリーン購入の推進

実際の物品の購入においては、グリーン購入に取り組む際の判断基準を定めた「グリーン購入物品ガイドライン」に基づき、グリーン購入を推進しています。また「グリーン適合品」が定番商品として登録されているネット購買システムを導入し、グループ各社に拡大しています。さらに、生産工場では、ペットボトル再生繊維を使用した作業服を季節に合わせて各種使用しています。

環境負荷低減

汚染防止・化学物質管理

原料の大半が自然由来でも環境負荷は生じるため、環境リスクを想定して必要な対策を講じています。

環境リスクを評価して対応策を策定

サントリーグループが取り扱う商品は農産物や水を主原料とする商品が多く、ほかの産業と比較すると、原料由来の環境リスクは小さいと考えられます。しかし、生産工程では、機器の洗浄・殺菌用に薬品も使用しており、周辺環境を汚染するおそれがないとはいえません。そこで、あらゆる異常・緊急事態を想定し、発生するリスクを評価して対応策を講じています。

大気汚染防止

サントリーグループでは、硫黄分が含まれないガス燃料への転換や低NOxバーナーの採用などにより、SOx・NOxの排出量削減に努めるとともに、工場ごとに法規制より厳しい自主基準値を設定して、ボイラーなどからの排出ガス中の大気汚染物質を管理しています。

■SOx排出量（国内生産25工場）

	2015年	2016年
排出量 (t)	9.7	12.6
原単位 (g/kℓ)	2.1	2.7

■NOx排出量（国内生産24工場）

	2015年	2016年
排出量 (t)	198	132
原単位 (g/kℓ)	43	28

水質汚濁防止

法規制などにより厳しい自主基準値を工場ごとに設定し、排水を管理しています。

土壌汚染防止

サントリーグループの工場では、機器の洗浄などに化学物質を使用しています。これらは厳しく管理し、漏出のないように努めていますが、万一、洗浄剤・薬品などが漏出した場合でも土壌に浸透しないように、各工場では薬品タンクの周囲に防液堤を設置し、定期点検を行い、汚染の防止に努めています。

アルコール蒸散対応

ウイスキーの貯蔵工程では、ある程度のアルコールが樽から抜けてしまいます（これを蒸散といいます）。蒸散したアルコールが工場外に出ないように、貯蔵庫に回収機器の設置などを行っています。また、定期的にモニタリング（濃度測定など）を実施し、アルコールの蒸散が低減できているかどうかを確認しています。

化学物質管理

サントリーグループでは「PRTR法（特定化学物質の環境への排出量の把握等及び管理の改善の促進に関する法律）」「毒物及び劇物取締法」「消防法」などの関連法規、ならびに社内の「PRTR法に基づく化学物質管理ガイドライン」（2003年制定）に基づいて化学物質を管理しています。

廃棄物適正処理・管理

廃棄物の適正管理では、マニフェスト制度の遵守と廃棄物情報の一元管理の強化を目的とし、電子マニフェスト化を推進しています。また、生産拠点、営業拠点、文化拠点、本社機能、グループ会社を対象に、座学・実地確認・ロールプレイングといった手法で廃棄物管理の知識・スキル向上を図る「廃棄物管理セミナー」「廃棄物現地確認セミナー」等の研修を実施し、廃棄物の適正処理の徹底に向けた取り組みを継続しています。

ポリ塩化ビフェニール（PCB）廃棄物の管理

PCB廃棄物は適正に保管し「PCB特別措置法」に基づいて、自治体に保管状況を届け出しています。サントリーグループでは、日本環境安全事業（株）（JESCO）へ処理委託を登録し、2007年度よりPCB使用機器の処理を開始しました。

PCB使用機器の使用・保管の状況は次の通りです。

■PCB使用機器の保有数（2017年1月現在）

	保管中	使用中	保有合計
コンデンサ	16	0	16
変圧器	11	0	11
照明器具安定器	2,093	0	2,093

苦情・事故・訴訟

2016年は、環境に関する苦情、事故、訴訟はありませんでした。

自然と響きあう 環境

環境コミュニケーション

サントリーの「自然との共生」に関する情報を社会に発信し、ステークホルダーとのコミュニケーションを大切にしています。

適時適切な情報開示とコミュニケーションを実践

環境の取り組みに関するダイアログやお客様センターなどでステークホルダーからいただいたご意見・ご要望は、目標および活動の改善につなげています。また、ご意見への回答と合わせて、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の発信を積極的に行っています。

■詳細な情報を伝えるWebサイト

Webサイト「環境活動」で、環境への取り組みについて、詳しい情報を紹介しています。また、定期的に情報を追加・更新することで、最新の情報をご提供するように努めています。



Webサイト「環境活動」

■工場における環境コミュニケーション

サントリーグループでは、ビール、ウイスキー、天然水などの工場で、年間約70万人のお客様の見学を受け入れています。見学コースの中には環境コーナーを設置し、活動の内容をお伝えしています。また、親子で楽しみながら学べるイベントを期間限定で開催し、子どもたちに環境を守ることの大切さを感じていただいています。



親子向けイベント



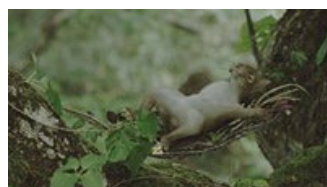
工場の環境コーナー

■「水と生きる SUNTORY」の想いを社会と共有するため企業広告を出稿

サントリーグループは、「人と自然と響きあう」という企業理念のもと、持続可能な地球環境を次代へ引き渡すための環境活動や社会福祉・教育・災害支援などの地域貢献、芸術・学術・地域文化の振興、スポーツ支援、次世代育成など、多様な文化・社会貢献活動に取り組んでいます。こうした活動や商品を通じて社会に潤いを与える企業でありたいという想いをお伝えするため、2005年から「水と生きる SUNTORY」をコーポレートメッセージに掲げ、2013年には「天然水の森」の水源涵養（かんよう）活動をテーマにした環境広告を新聞・TVCMを実施。TVCM「サントリー天然水の森」（土づくり篇）は、環境省および一般財団法人 地球・人間環境フォーラムが主催する「第17回 環境コミュニケーション大賞テレビ環境CM部門」において優秀賞を受賞しました。



新聞広告「サントリー天然水の森」

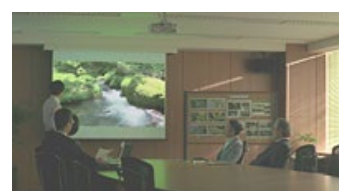


TVCM「サントリー天然水の森」（土づくり篇）

さらに2014年～2016年には、サントリーの環境活動についてより広くお客様に知っていただくために、「宇宙人ジョーンスのサントリー調査シリーズ」を新聞・TVCMなどで展開しました（TVCMは2016年3月で終了）。



TVCM第1弾「入社前」篇（2014.7月～）



TVCM第2弾「天然水の森・レクチャー」篇（2014.10月～）

社会と響きあう 文化・社会貢献

サントリーグループの文化・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。時代を見つめた文化・社会貢献のあり方を追求し続ける姿勢は、世代を超えて受け継がれており、「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」の分野を中心に、「次世代育成」「被災地支援」「地域貢献」など多岐にわたる文化・社会貢献活動に取り組んでいます。



芸術・文化・スポーツ



社会福祉



次世代育成



地域貢献

SUNTORY

社会活動方針

サントリーグループは創業以来、人々が心豊かに暮らしを楽しむことのできる社会の実現に寄与するため、さまざまな社会貢献活動に取り組んできました。グループ各社とともに、グローバルに社会的責任を果たすため、「サントリーグループ社会活動方針」を策定しています。



芸術・文化活動

豊かな生活文化の発展に寄与する芸術・文化振興に加え、人文・社会科学や生物有機化学研究の推進にも取り組んでいます。



スポーツ活動

ラグビー・バレーボールといったスポーツの普及を通じて、健全な心と体の育成を支援し、地域に根ざした活動を展開しています。



社会福祉

創業からの「利益三分主義」の精神に基づき、事業の利益を社会に還元する慈善活動・社会福祉に現在も取り組んでいます。



次世代育成

次代を担う人づくりも企業の使命であると考え、子どもたちの成長を支援する多様な活動を展開しています。



被災地支援

国内外の大規模な災害時に義捐金の寄付や飲料水の提供、グループ一体となった活動等を継続的に支援を行っています。



地域貢献

工場緑化を推進し、工場見学実施や従業員参加による美化活動など、地域に根ざした貢献活動を幅広く展開しています。

CSR行動計画

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
東日本大震災の復興支援	自治体・NPOなどと連携した復興支援活動強化	<ul style="list-style-type: none"> ・ 支援活動の継続 ・ 「チャレンジド・スポーツ」支援プログラムの振り返り実施と内容拡充 ・ 車いすバスケットへの支援開始 ・ 水産高校生への奨学金2年延長（2017年まで）。延べ約3,000名に支援を実施 ・ 学童保育施設建設支援 3棟 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 支援活動の継続 ・ 「チャレンジド・スポーツ」支援プログラムの内容拡充 ・ 車いすバスケットへの支援継続 ・ 水産高校生への奨学金2年延長（2017年まで） ・ 学童支援プログラムの実施
社会貢献活動のグローバル展開	事業進出エリアにおける社会貢献活動の推進	<ul style="list-style-type: none"> ・ ベトナムでの次世代環境教育の開始 6つの小学校で約1,600名を対象に実施 ・ 他エリアでの社会貢献活動の展開検討 	<ul style="list-style-type: none"> ・ ベトナムでの次世代環境教育の拡充 ・ 他エリアでの社会貢献活動の展開開始（エスプラネード等）
次世代育成支援	文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援強化（2015年参加者目標100,000名）	<ul style="list-style-type: none"> ・ 文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者拡大（参加者100,000名） 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者維持・拡大（参加者目標100,000名）

社会と響きあう 文化・社会貢献

社会活動方針

サントリーグループは、「利益三分主義」の精神のもと、創業時から地域社会への貢献や芸術・文化・スポーツ活動、環境活動などに積極的に取り組み、社会・自然との共生を図ってきました。サントリーグループの社会活動は地域社会の課題解決への貢献とともに、サントリーグループが展開する事業の持続的な発展にも貢献すると考えています。

そして「サントリーグループ社会活動方針」を策定し、その方針のもと、グループ各社とともにサントリーらしい活動を推進していくことで、グローバルにコーポレートブランドの価値向上を図っていきます。

サントリーグループ社会活動方針

サントリーグループは、創業者の「利益三分主義」の精神を受け継ぎ、社是にいう“生命の輝き”をめざして、人々が心豊かに暮らしを楽しむことのできる社会の実現に寄与するため、社会貢献に積極的に取り組んできました。

私たちは、企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」のもと、お客様に最高品質の商品・サービスをお届けするとともに、生活文化の豊かな発展と持続可能な地球環境の実現をめざし、グローバルに社会的責任を果たしていきます。

1. 「芸術・文化」「スポーツ」「社会福祉」「自然環境」の分野を中心に、次世代育成の見地と地域の実情をふまえた活動を、従業員とともに推進します。
2. ステークホルダーとの対話を重視し、連携・協働に取り組めます。
3. 従業員の多様なボランティア活動を支援します。

社会と響きあう 文化・社会貢献

芸術・文化活動

サントリーグループは、豊かな生活文化の発展に寄与するため、サントリー美術館、サントリーホールを運営をはじめとして、多様な文化貢献活動に取り組んでいます。

また人文・社会科学の学術研究助成や、生物有機化学の研究活動の推進も行っています。こうした活動を通じて、次代を担う国際的人材の育成も目指しています。

芸術・文化・学術の振興活動

■公益財団法人 サントリー芸術財団

1961年開館のサントリー美術館と、創業70周年記念事業として1969年に設立された鳥井音楽財団（1978年にサントリー音楽財団に改称）。ほぼ半世紀にわたって芸術分野で積み重ねてきたこの2つの活動を、創業110周年記念事業として1つに束ねるとともに、21世紀にふさわしい新たなかたちに革新すべく、2009年に設立されたのが公益財団法人サントリー芸術財団です。

また、2012年4月よりサントリーホールを運営へと事業領域を拡大し、ユニークかつ多彩な事業を通じ、日本の音楽・美術のさらなる普及と発展への貢献を目指しています。2016年は、年間でサントリー美術館、サントリーホール合わせて約100万人のお客様にご来場いただきました。

サントリー美術館 ―「美を結ぶ。美をひらく。」

サントリー美術館は「生活の中の美」を基本理念に1961年に開館、日本の古美術を中心とした企画展と作品の収集活動を展開しています。2007年3月には六本木の東京ミッドタウンに移転。ミュージアムメッセージ「美を結ぶ。美をひらく。」のもと、国宝1件、重要文化財15件をはじめとする約3,000件の収蔵品を核に多彩な企画展を展開し、日本人の“美への感性”を後世に継承していく活動を続けています。「都市の中の居間」をテーマに建築家・隈研吾氏によって設計された美術館には、ショップやカフェ、多彩なプログラムを開催するホール、茶室なども整っています。



サントリー美術館

「鈴木其一 江戸琳派の旗手」展11万人を超える来場者

2016年秋の「鈴木其一 江戸琳派の旗手」展では、江戸琳派を代表する鈴木其一を取り上げました。アメリカ・メトロポリタン美術館所蔵「朝顔図屏風」もこの展覧会を機に里帰り公開。鮮やかな色彩対比や豊かなデザイン性など、現代に通じる斬新さが大変話題をよび、11万人を超える方に来場いただきました。

そのほかにも初刷の浮世絵を集めた「広重ビビッド」展やオルセー美術館特別協力の「生誕170周年 エミール・ガレ」展などが注目され、数多くのお客様に来場いただきました。



鈴木其一 江戸琳派の旗手
「鈴木其一 江戸琳派の旗手」展のチラシ

サントリー美術館ほか六本木界隈のタウン情報をまとめた英語情報誌「Art & About Roppongi」の発行や、すべての展覧会で英語イヤホンガイドの貸し出しを行うなど、海外からのお客様にも楽しんでいただける取り組みも行っています。



英語情報誌「Art & About Roppongi」

サントリーホール — 世界—美しい響きをめざして

サントリーホールは、1986年に東京初のコンサート専用ホールとして開館しました。偉大な指揮者である故カラヤン氏に「音の宝石箱」と評されたヴァンヤード形式の大ホールと、ブルーローズ（小ホール）の2つのホールで、国内外の一流アーティストによる演奏が繰り広げられています。2016年は年間約600を超える公演に、約65万人のお客様が来場されました。



サントリーホール

開館30周年の2016年 628公演に65万人を超える来場者

2016年10月12日に開館30周年を迎えたサントリーホールでは、2016年年間を通じて、世界の名演奏家による公演をお届けしました。開館月である10月に開催された「30周年記念ガラ・コンサート」では、世界の巨匠 小澤征爾とズービン・メータが登場。ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団を2人の指揮者が振り分けたこのコンサートは、日本国内だけでなく、世界20カ国以上で放送され話題となりました。

開館30周年に寄せて、70人を超える世界的なアーティストから送られたメッセージもWEBサイトで紹介されています。



30周年記念
ガラ・コンサートカーテンコール



30周年に寄せた世界中のアーティストからのメッセージ

音楽事業 — 音楽振興のための先進的な取り組み

日本における洋楽の発展に寄与するため、優れた業績をあげた個人または団体を顕彰する「サントリー音楽賞」や、チャレンジ精神に満ちた公演や新進作曲家を顕彰する「佐治敬三賞」「芥川作曲賞」をはじめ、「日本人作曲作品」の紹介やコンサート開催など幅広い活動を展開しています。1987年より毎夏に、最先端の音楽作品を紹介する音楽祭「サマーフェスティバル」を開催し、映像・演劇・舞踊など異ジャンルと音楽の融合にも取り組んでいます。2016年は板倉康明氏と佐藤紀雄氏という演奏家であり指揮者でもある二人のプロデューサーによる世界初演も含めた現代の名曲をとりあげたコンサートを開催しました。



「サントリー音楽賞」「佐治敬三賞」
贈賞式

3つの音楽フェスティバルを開催

サントリーホールでは、初夏から秋にかけて3つの特色ある音楽フェスティバルを開催しています。6月には、ブルーローズ(小ホール)の親密な空間で室内楽本来の楽しみを伝える「サントリーホール チェンバーミュージック・ガーデン」、夏の最先端の音楽を紹介する「サマーフェスティバル」は、2013年から新たに年毎のプロデューサーが現代の名曲の数々や多彩でチャレンジングなステージをお届けしています。秋には、世界中のトップ・アーティストが集い、芸術の秋を華やかに彩るクラシック音楽の祭典「サントリーホール・フェスティバル」を2ヵ月にわたって開催しています。

特に2016年は、開館30周年記念公演として、各フェスティバルとも、これまで以上に様々な企画のコンサートを開催いたしました。



チェンバーミュージック・ガーデン
2016



サマーフェスティバル2016



サントリーホール・フェスティバル2016
ホールオペラ「ラインの黄金」

ウィーン・フィル&サントリー音楽復興基金

サントリー芸術財団はサントリーホールディングスとともに、被災地はもとより日本全国に活力を与えることを目的として、「ウィーン・フィル&サントリー音楽復興基金」の活動を行っています。

ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団と協働で音楽活動の助成や被災地での「こどもたちのためのコンサート」やジュニアオーケストラの指導、献奏など、多くの活動を展開しています。2016年はサントリーホールで、「こどもたちのためのコンサート」特別公演～岩手・宮城・福島のこどもたちとウィーン・フィルメンバーによる夢の共演～を開催しました。



ウィーン・フィル&サントリー
音楽復興基金献奏(岩手県宮古市浄土ヶ浜)

■公益財団法人 サントリー文化財団

創業80周年を記念し、社会科学・人文科学分野の研究活動や、日本の地域文化の向上に貢献するために、1979年に設立されました。「サントリー学芸賞」や「サントリー地域文化賞」の贈呈、社会・人文科学や地域文化に関する研究や海外出版への助成、財団自ら実施する調査研究など、さまざまな活動に取り組んでいます。

近年では若手研究者の支援に注力し、「若手研究者のためのチャレンジ研究助成」「若手研究者による社会と文化に関する個人研究助成（鳥井フェロー）」「外国人若手研究者による社会と文化に関する個人研究助成（サントリーフェロー）」などのプログラムを充実させています。

「サントリー学芸賞」の受賞者は「政治・経済」「芸術・文学」「社会・風俗」「思想・歴史」4部門で、2016年までに321名を数え、それぞれの分野で第一人者として活躍されています。また「サントリー地域文化賞」の受賞団体は2016年に全国全都道府県204件にあります。



「サントリー学芸賞」贈呈式



「サントリー地域文化賞」贈呈式



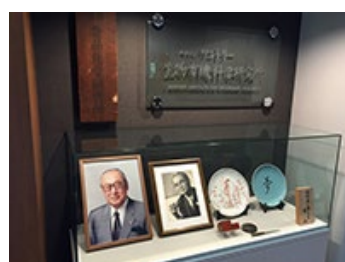
「若手研究者のための
チャレンジ研究助成」報告会

■公益財団法人 サントリー生命科学財団

サントリー生命科学財団は、国民の健康と栄養の向上を目的に、財団法人食品化学研究所として1946年に設立、1979年に財団法人サントリー生物有機科学研究所への名称変更を経て、生命科学と有機化学の融合領域である生物有機科学を基盤とする研究活動と学術振興を推進し、現在、第一線で活躍する大学教授などの科学人材を輩出しています。

有機分子の関わるさまざまな生命現象のメカニズムの解明を通して、生物種の多様性と共存の真髄に迫る独自の基礎研究を推進するとともに、国家プロジェクトへの参画や大学などとの協働により課題解決に取り組んでいます。また、大学などの研究を支援する解析センター事業、若手研究者への研究助成、大学院生への奨学金、学術集会助成などの研究奨励助成事業、ならびに博士客員研究員制度、大学などへの教育支援などの研究人材育成事業を行っています。

2015年、関西文化学術研究都市「けいはんな」に竣工となったサントリーワールドリサーチセンターに移転し、設備、人心ともに一新しました。



財団の歴史を紹介する展示



800MHz超伝導核磁気共鳴分析装置

2016年には、創立70周年を迎え、財団生物有機科学研究所所長に就任した京都大学名誉教授・中西重忠先生主催の「中西重忠シンポジウム」を開催しました。中西先生の記念講演を皮切りに、2015年ノーベル医学生理学受賞の北里大学・大村 智先生の特別講演に加えて、生命科学分野で、最近目覚ましい成果を上げている気鋭の若手研究者の講演を拝聴しました。



公益財団法人サントリー生命科学財団創立70周年記念
中西 重忠シンポジウム サントリーワールドリサーチセンター 2016年6月27日

撮影：株式会社トミカラー

サントリー 1万人の第九

■ともに「歌う」喜びを広げる「サントリー 1万人の第九」

1983年、大阪城ホールオープニング記念イベントとしてスタートし、2016年で34回目を迎えた「サントリー 1万人の第九」。サントリーグループは、師走の風物詩である本コンサートに第1回から協賛しています。

1万人がともに「歌う」喜びやクラシック音楽の素晴らしさを感じられる機会として、レッスン会場を拡大し、小学生からシルバー世代まで幅広い年代の方々が参加するなど、地域を越え、世代を超え、ますます広がりをもったイベントとなっています。

また東日本大震災復興支援活動の一環として、2011～2013年は東北会場を設け、大阪城ホールと中継を結んで開催し、2014年には、岩手県・宮城県・福島県から150名を大阪城ホールへご招待しました。



サントリー 1万人の第九

社会と響きあう 文化・社会貢献

スポーツ活動

サントリーグループは、企業スポーツへの参加や、スポーツ振興のための活動にも力を入れています。チーム活動では、ラグビーとバレーボールの自社チームを組織し、リーグ戦に参加しています。両チームとも競技の普及活動を重視し、オフシーズンを中心にラグビークリニック・バレーボールクリニックを積極的に開催するなど、地域に根ざした活動を展開しています。

スポーツの普及活動

■ラグビー部「サントリーサンゴリアス」

社会人ラグビーチーム「サントリーサンゴリアス」は1980年に創部し、社会人ラグビーの全国リーグであるジャパンラグビートップリーグに加盟しています。2016-17シーズンはトップリーグ・日本選手権とも優勝し二冠を達成しました。

スポーツを通じた健全な心と体の育成を支援するため、ラグビーの普及活動を積極的に行っています。毎年開催される「サントリーカップ全国小学生タグラグビー選手権大会」への特別協賛も活動の1つです。2016年9月から行われた第12回大会では、日本全国から1万人を超える小学生が参加し、タグラグビーを通じてスポーツの意義や楽しさを学びました。また、サンゴリアスの選手が直接指導するラグビークリニックも積極的に開催し、2016年は約3,000名の子どもたちが参加しました。

なお、サンゴリアスは、社会貢献活動にも力を入れており、ラグビークリニックの開催や、地域の清掃活動などにも積極的に参加しています。

2019年に日本で開催されるワールドカップに向けて、ラグビーの普及活動を強化し子どもや女性など、多くの人にラグビーを知ってもらう新たな取り組みも積極的に行っています。



ラグビー部「サントリーサンゴリアス」



ラグビークリニック参加者

■バレーボール部「サントリーサンバーズ」

社会人バレーボールチーム「サントリーサンバーズ」は1973年に創部し、社会人バレーボールの最高峰Vプレミアリーグに加盟しています。スポーツの楽しさをより多くの方に知っていただくための活動として、バレーボールの技術指導や地域のバレーボール大会（2016年に第11回小学生大会、第38回中学生大会、第20回ママさんバレー大会を迎えました）の運営サポートなどの普及活動を行っています。またサンバーズの選手・スタッフが小中学生を中心に幅広い世代に直接指導するバレーボールクリニックには、2016年は約3,000名が参加しました。

なおサンバーズは社会貢献活動も積極的に行っており、高齢者向けのボールを使った運動指導、警察と連携した青少年非行防止の啓発や防犯運動のサポートなど、多様な活動に協力しているほか、東日本大震災復興支援活動として岩手県や宮城県の小中学生を対象にバレーボールクリニックを開催しました。



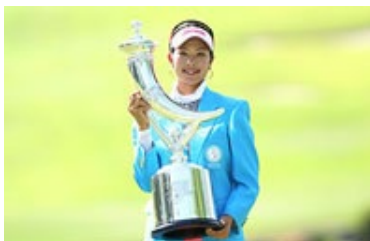
バレーボール部「サントリーサンバーズ」



地域を対象にしたバレーボールクリニック

■サントリーレディスオープンゴルフトーナメント

毎年6月の第2週に神戸市で行われる日本女子プロゴルフ協会公認のサントリー主催女子ゴルフトーナメント。また3日間トーナメントが主流の国内において、メジャー大会同様4日間で争われることから、真の実力が問われるトーナメントとも言われています。サントリーグループがスポンサーとして応援している宮里藍選手や森田理香子選手をはじめ、国内外のトッププレイヤーが優勝を飾っています。また、インターナショナルオープントーナメントとして、未来を担う国内外のアマチュア選手に広く門戸を開き、若手育成を支援するとともに、チャリティ活動にも力を入れてきました。



森田 理香子選手（2013年大会優勝時）

■サントリードリームマッチ

「サントリー ドリームマッチ」は、1995年から“夢や感動を伝えたい”との想いから開催しているイベントで、これまでに延べ93万人を超える野球好きの方々に、“夢の球宴”を楽しんでいただいています。

2016年8月に東京ドームで開催された第21回大会では、山本浩二監督率いる「ザ・プレミアム・モルツ球団」と、田尾安志監督率いる「東北・ジャパン ヒーローズ」が熱い戦いを繰り広げました。



当日の様子（2015年開催時）

■サントリーチャレンジド・スポーツプロジェクト

東日本大震災復興支援活動の一環として、2014年から「チャレンジド・スポーツ」支援を開始しました。アスリートへの奨励金や競技用器具寄贈などを行ってきたほか、東北の小中学校などで車いすバスケットボール体験教室を開催。年間2,000名以上に参加いただいています。

2015年からは公益財団法人 日本障がい者スポーツ協会および一般社団法人 日本車椅子バスケットボール連盟のオフィシャルパートナーとして、復興支援に留まらず、競技活動や大会のサポート、従業員によるボランティアなどに取り組み、さらに車いすバスケットボールのルール映像制作や、車いすバスケットボールのVR動画、アスリートの熱い想いをご紹介するWEB連載企画などを通じて、普及活動に取り組んでいます。創業以来のチャレンジ精神「やってみなはれ」のもと、「PASSION FOR CHALLENGE」を掲げ、これからもアスリートとともに挑戦していきます。



社会と響きあう 文化・社会貢献

社会福祉

創業者・鳥井信治郎は「利益三分主義」を唱え、事業の利益を社会に還元することを信念としていました。特に、恵まれない境遇におかれた人々への慈善活動、社会福祉活動に積極的に取り組みました。サントリーグループは社会のニーズの変化を見据えながら、現在に至るまで社会貢献活動に継続して取り組んでいます。

社会福祉法人を通じた支援

■社会福祉法人 邦寿会

1921年（大正10年）、サントリーの創業者・鳥井信治郎が、社会奉仕への強い信念のもと生活困窮者救済のため、大阪市愛隣地区に無料診療院「今宮診療院」を開設したことから「邦寿会」は始まります。「邦寿会」という名前は、鳥井信治郎の妻・邦（クニ）の名と当時の社名「寿屋」の「寿」をとって命名されました。戦後の混乱期には、戦災者・海外引揚者・身寄りのない方のために宿泊施設などを提供し、その施設は、母子寮・養護老人ホーム・保育園へと受け継がれていきました。社会福祉法人として活動を続け、高殿苑（特別養護老人ホーム・1974年開設）、どうみょうじ高殿苑（総合福祉施設・2008年開設）、旭区西部地域包括支援センター（2011年4月に大阪市から受託）、つばみ保育園（1975年開設）を運営しています。

また、時代のニーズに応え、訪問介護・通所介護・居宅介護支援などの在宅介護サービスも力を入れています。2017年春、高殿苑、つばみ保育園は、新築移転にて竣工を終え、さらに特色のある快適な施設・豊かな感性を育む保育を目指しています。



特別養護老人ホーム 高殿苑とつばみ保育園



総合福祉施設 どうみょうじ高殿苑



高殿苑とつばみ保育園での交流

フードバンク活動に協力し、児童養護施設等に当社の商品を寄贈

サントリーグループでは、フードバンク活動に取り組んでいる「NPO法人 セカンドハーベストジャパン」を通じて2010年から2015年までに児童養護施設や福祉施設、コミュニティセンター、被災地などに対して、清涼飲料をはじめとした食品約52,000ケースを寄贈してきました。寄贈する商品は、あくまで市販品と同じ品質であることを条件とし、その品質保証やお客様対応なども市販品と同様に行っています。2010年より首都圏で開始し、さらに2013年からは沖縄へも範囲を広げています。今後も、このフードバンク活動を継続し、必要に応じた数量を適宜お届けしていきます。



都内児童養護施設への寄贈

チャリティ・ボランティア活動の実施

■チャリティ活動

サントリーグループでは、チャリティイベントを通じた地域貢献活動を継続して行っています。また、全国の各事業所では、夏および歳末助けあい運動における募金活動などに、積極的に参加しています。

チャリティを通じた街づくりを支援

サントリーレディスオープンゴルフトーナメント

サントリーレディスオープンゴルフトーナメントは、1990年の開始以来、チャリティ活動に力を入れ、開催地の神戸市に消防車両などを寄贈してきました。また、2011年からは東日本大震災の被災地にもチャリティ金を活用いただいています。2016年は熊本地震・東日本大震災からの復興に向けた支援として、熊本県及び宮城県名取市に計1300万円相当を寄贈し、防災対策や消防車両購入等に活用いただきました。



宮城県名取市に寄贈した消防車両

サントリードリームマッチ2016

1995年から開催しているイベント「サントリードリームマッチ」では、ビールや飲料、グッズ、チャリティシートなどの売上金や出場選手サイン入りユニフォームのチャリティオークション収益の一部を活用し、プロ野球の現役選手やOBによる野球教室・キャッチボール教室の実施など東北の野球復興に役立てられました。その他、東北在住の方を抽選で100名を無料で招待したり、売上の一部がチャリティとなる有料席「東北応援チャリティシート」の実施など東日本大震災の復興を応援しています。



東北から100名を招待



チャリティ金を活用した被災地でのキャッチボール教室

■従業員のボランティア活動

サントリーグループは従業員が積極的に社会貢献活動に参加できるよう「ボランティア休暇制度」を設けています。2016年は約40名がこの制度を利用し、さまざまな活動に参加しました。

また、社会福祉法人「邦寿会」が運営する高齢者福祉施設や保育園では、サントリーグループの従業員に窓拭きや草取りなどの作業への参加を募るとともに、新入社員も、研修の一環として、「どうみょうじ高殿苑」でのボランティア活動に参加しています。

さらに、従業員のボランティア活動を推進する企画として、昼休みや就業時間外に気軽に参加できるプログラム「みんなで布チョッキン」や「絵本を届ける運動」を、全ての集合拠点を含む8箇所で開催したほか、災害支援ボランティアや、車椅子バスケットボールの体験教室など、CSR資産を活かした新たな活動を実施し、2014年からのべ約570名の従業員が参加しました。



「邦寿会」での清掃作業

ボランティア活動「みんなで布チョッキン！」 カンボジアの子どもたちを笑顔に

2014年から実施している社内ボランティア体験「みんなで布チョッキン！」は、従業員が持ち寄って裁断した布を、カンボジアで支援活動をするNPO法人に寄贈する取り組みです。布は現地で人形やボールに加工され、その作業費が保護者の貴重な収入になるとともに、遊具の少ない子どもたちの笑顔につながります。



多摩川工場の従業員による
布の裁断作業

ボランティア活動「災害支援ボランティア」 台風10号で甚大な被害を受けた岩手県久慈市でのボランティア活動

東日本大震災復興支援「サントリー東北サンさんプロジェクト」でのご縁もあることから、台風10号で甚大な被害を受けた岩手県久慈市で災害支援ボランティアを実施しました。総勢21名がボランティアに参加し、被害を受けたご家庭へ伺い、泥だしや家屋清掃のお手伝いをしました。



従業員による泥かき作業

社会と響きあう 文化・社会貢献

次世代育成

サントリーグループは、未来を担う子どもたちの健やかな成長を支援するため、音楽・美術・スポーツ・自然体験などを通じたさまざまな次世代育成活動に取り組んでいます。

次世代育成をさまざまな活動で支援

子どもたちが音楽・美術・スポーツ・環境教育などのさまざまな分野で、本物や一流に触れる機会を提供しています。少子化が進み、次世代育成の重要性が高まる中、これらの活動を強化し、子どもたちの豊かな個性・人格形成を支援しています。



サントリーホールとサントリー美術館の共同企画
「アートキッズクラブ いろいろドレドレ」

■サントリーホール — 次代の音楽家・聴衆を育成

サントリーホールでは、子どもたちに一流音楽家による生演奏に触れていただき感動を経験してほしい、生活の中にクラシック音楽を取り入れてほしいという考えのもと、さまざまな次世代育成プログラムを企画・運営しています。日本初の子どものためのオーケストラ定期演奏会「こども定期演奏会」の開催や、港区立の小学校4年生を対象とした「港区&サントリーホール Enjoy! Music プロジェクト」を2014年から継続的に行っています。そのほかにも、若手演奏家をウィーン・フィルハーモニー管弦楽団メンバーが直接指導する「ウィーン・フィル首席奏者によるマスタークラス」、演奏家や音楽業界での活躍を目指す若い学生を対象にした「レインボウ21」などのプログラムを実施しています。

「港区&サントリーホール Enjoy! Music プロジェクト」

港区とサントリーホールは、同区内の小学校4年生を対象に音楽を中心とした継続的な芸術体験プログラムを2014年にスタートさせました。2014年、2015年に引き続き2016年も国際的に活躍する指揮者・大野和士氏が企画にかかわり、「音楽と絵画」をテーマに、各小学校における2時間の事前授業を「音楽で何がみえる?音を描こう!」と題して実施。12月7日、サントリーホールに港区立小学校4年生約1,000名が集まり、大野和士指揮による東京都交響楽団のコンサートを、フランスのアニメーター、グレゴワール・ボンが制作したオリジナルのライブ・アニメーションとともに鑑賞しました。



小学校での「音楽と絵画」を
テーマとした事前授業



サントリーホールでの
ライブ・アニメーションとコンサート

「こども定期演奏会」の開催

子どもたちが定期的にコンサートホールに行く習慣を身につけ、生活の中にクラシック音楽を取り入れてほしいという願いをこめて、2002年から「こども定期演奏会」を開催しています。これは、日本初の子どものためのオーケストラ定期演奏会です。聴くだけでなく参加できることが特徴で、チラシの絵やシーズンのテーマ曲も子どもたちから募集・採用しています。また、オーディションにより選ばれた子ども奏者がオーケストラの一員として演奏できるプログラムをはじめ、楽団員のレクチャーのもとで楽器に直接触れる企画や子どもレセプション体験など、参加型企画の充実を図っています。



子ども奏者による演奏



楽器に触れる体験コーナー

サントリーホール 佐治敬三 ジュニアプログラムシート

若い世代へのクラシック音楽の継承を願ってやまなかった初代館長 佐治敬三の遺志を継いだプログラム。小・中学生を対象に各回ペア3組を大ホールでの土日祝日の対象公演にご招待しています。



佐治敬三ジュニアプログラムシート



■サントリー美術館 — 子どもたちが美術に親しむ機会を提供

いつでも子どものいる美術館を目標に、子どもたちが気軽に美に親しめるプログラムを提供し、楽しみながら美を愛する心を育む活動を幅広く展開しています。

「エデュケーション・プログラム」の実施

サントリー美術館は、ミュージアム・メッセージ「美を結ぶ。美をひらく。」のもと、次世代への教育普及活動に積極的に取り組んでいます。中学生以下は入館料無料のほか、鑑賞支援ツールを無料配布。ツールでは、見どころをガイドするだけでなく、自由な発想で鑑賞を楽しむ心を育てます。お客様と美術館をつなぐ交流の場としてスタートした「エデュケーション・プログラム」では、美術初心者向けの体験型ミニレクチャー「はじめてひらく 美のとびら」を開催し、毎週土曜日にはスライドを使ったわかりやすい展示解説「フレンドリートーク」を実施しています。展覧会に関連する記念講演会や、特別公演なども開催し、プログラムに5回参加した子どもたちを「美の達人」として認定する「フレンズ会員」制度を設けています。また、「スクール・プログラム」として、港区を中心とした小・中学校の児童・生徒の見学受け入れにも積極的に取り組んでいます。



「はじめてひらく 美のとびら」シリーズ



学校団体の見学

「まるごといちにち こどもびじゅつかん!」の開催

次世代教育普及活動の一環として、休館日の1日を小中学生とその保護者対象に開放し、さまざまな教育普及プログラムを行うイベント「まるごといちにち こどもびじゅつかん!」を2014年夏に初めて開催し、第2回を2016年1月、第3回を8月に開催しました。休館日の環境を活かして子どもたちがのびのびと楽しく過ごすことで、美術館に気軽に親しむきっかけになってほしいという願いを込めて企画したこのイベントでは、クイズを解きながら探検気分で見学を鑑賞したり、気に入った作品をスケッチしたりできるワークシートを全員に配布したほか、対話型鑑賞ツアーや展覧会に関連したワークショップも行い、鑑賞と表現活動をつなげて体験できることを重視しました。サントリー美術館ならではの特別イベントとして、今後も開催していきます。



建物のひみつを知る
「びじゅつかんのひみつツアー」



専門エデュケーターによる
グループでの対話型鑑賞

■スポーツを通じた子どもたちの育成を支援

サントリーグループは、スポーツを通じた子どもたちの健全な心と体の育成を支援するため、さまざまな活動を行っています。その一環として、サントリーのスポーツチームも競技の普及活動に取り組み、ラグビー部「サンゴリアス」・バレーボール部「サンバーズ」の選手が子どもたちを直接指導するクリニックを各地で開催しています。2016年の子どもたちが参加しました。その他、サンゴリアスは「サントリーカップ全国小学生ラグビー選手権大会」の運営サポートなど、子どもたちがラグビーに触れるさまざまな機会を協力を行っています。またサンバーズは小学校の授業で「体を動かす楽しさを知ってもらうためのボール遊び教室」の開催や、地域のバレーボール大会の運営サポートなどを実施しています。



ラグビークリニックの様子



バレーボールクリニックの様子

■学校法人 雲雀丘学園を通じた支援

鳥井信治郎が1950年に学校法人 雲雀丘学園の初代理事長に就任して以降、同学園の幼稚園から高等学校までの一貫教育を支援しています。鳥井信治郎は「親孝行」の気持ちを大切にしており、「親孝行な人はどんなことでも立派にできます」が口癖でした。その創立精神は受け継がれ、学園では現在も、「親は子の成長を願い、子は親に感謝し尊敬するという、人としての自然なところが基本となって、家庭の輪につながり、社会のために尽くす気持ちが湧き出る」と考え、人間教育に取り組んでいます。2008年からは「環境講座」の開講を支援し、現在は幼稚園、小学校の「花育(はないく)」、中学校、高校の校外活動・特別授業・講演と体系的に環境を学ぶプログラムを実施、その活動を支援しています。



林間学校での植樹のようす

■無人島でのキャンプ体験で挑戦する心を育成

サントリーグループは香川県小豆郡にある無人島の余島(よしま)で1950年からキャンプ場を運営している公益財団法人 神戸YMCAと、2007年から協働で「余島プロジェクト」を推進しています。これは無人島ならではの豊かな自然環境の体験・体感を通じて子どもたちの夢や挑戦する気持ちを育むプロジェクトで、三浦豪太さんが参加する夏の「アドベンチャーキャンプ」等、年間を通じてさまざまなプログラムを企画・展開しています。2016年は約4,700名の子どもたちが余島を訪れました。



余島キャンプ



余島

■次世代環境教育「水育(みずいく)」

水の恵みを商品に活かしてお客様にお届けする企業だからこそ、貴重な水資源を未来に引き継ぐために、次代を担う子どもたちにサントリー独自のプログラム「水育(みずいく)」を展開しています。「水育」は子どもたちが水の大切さ、水を育む自然や森の大切さに気づき、未来に引き継ぐために自分たちに何ができるかを一緒に考えるプログラムです。「森と水の学校」と「出張授業」の2つを中心に活動を展開しています。2017年に活動開始から14年を迎えました。(後援：環境省、文部科学省)



水育「森と水の学校」



水育「出張授業」

社会と響きあう 文化・社会貢献

被災地支援

熊本地震復興支援活動

サントリーホールディングス（株）は、平成28年（2016年）熊本地震の復興支援のため、「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」としてサントリーグループ一体となった復興支援活動の取り組みを開始しています。

4月の熊本地震発生直後にミネラルウォーター「サントリー天然水」約21万本を供出したほか、5月には義捐金1億円を拠出するなど、熊本県の復興・再生に向けた支援活動に実施しています。

その後、2016年10月には、「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」を立ち上げ、サントリー九州熊本工場を熊本県内に置く企業として同県の復興に貢献したいとの思いから、「熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」を中心に継続して実施しています。



サントリー
水の国くまもと
応援プロジェクト

東日本大震災復興支援活動

サントリーグループは、東日本大震災からの復興に向けて、継続的な支援を展開しています。震災直後の緊急支援として100万本のミネラルウォーターと被災3県に対して3億円の義捐金を贈呈。さらに2011年に40億円、2012年に20億円、2013年に25億円、2014年に20億円の追加拠出を決め、合計108億円の規模で復興支援に取り組んでいます。

太陽のように暖かな光が被災地にさんさんとふりそそぐようにとの思いを込めて、「サントリー東北サンさんプロジェクト」を立ち上げ、「漁業」「子ども」「チャレンジド・スポーツ」「文化・スポーツ」の分野を中心に、支援活動を継続しています。

「漁業」の早期復旧のため、漁船や漁具、定置網などの取得を支援するとともに、「子どもたち」の健やかな成長を応援するため、公益社団法人セーブ・ザ・チルドレン・ジャパンとともに水産高校生などへの奨学金をはじめ、安心して学び遊べる場所づくり（学童保育施設など）や子ども支援NPOへの助成などを行っています。また、笑顔と元気をお届けするために、「文化・スポーツ」を通じたさまざまな活動も展開しています。

そして、2014年からは、夢と希望をお届けしたいとの思いから、岩手県・宮城県・福島県を対象に、「チャレンジド・スポーツ（障がい者スポーツ）」を応援しています。アスリート個人や団体の活動を資金面から支援する「チャレンジド・アスリート奨励金」、子どもたちを中心に競技やアスリートにふれあう機会を提供する「チャレンジド・スポーツ体験教室」、普及・強化や育成を支援する「チャレンジド・スポーツ育成サポート」を中心に、7年間にわたって、10億円の規模で展開していきます。



4分野の支援活動を表す「サントリー東北サンさんプロジェクト」のマーク

■支援実績

漁業の復興支援

各県に漁業復興のための寄付金贈呈

県を通じて漁業の早期復興を支援するため、宮城県に30億円、岩手県に25億円の寄付金を贈呈



漁船取得支援

漁業者の負担を軽減するため、宮城県・岩手県を通じて、漁船の取得費用の一部を負担し、遠洋マグロ用・イカ釣り用などの大型漁船から小型漁船まで約1万隻の復旧を支援

漁船取得支援数

約 **10,000** 隻



漁具・漁業関連施設復旧支援

宮城県・岩手県への漁業復興のための寄付金は、定置網・養殖施設などの復旧にも活用

漁具支援数

約 **1,100** 件

定置網支援数

約 **400** 件



未来を担う子どもたちの支援

水産高校奨学金

水産高校7校の被災した生徒を対象に2012年から5年間、返還義務のない奨学金を支給

奨学金受給性(のべ人数)

約**3,000**名



福島子ども学び遊べる場所づくり支援

特に厳しい環境に置かれている福島の子どもたちが安心して学び遊べるように、学童保育施設や指導員研修、園外保育などの支援を展開

学童保育施設建設数

5棟



サマーキャンプなど屋外活動参加者数

約**8,800**名



福島子ども支援NPO助成

避難生活が長期化している福島の子どもたちをきめ細かく支援しているNPO団体への助成を3年間実施

助成団体数

57団体



「石巻市子どもセンター」・「山田町ふれあいセンター」建設

子どもたちが企画・デザインした施設「石巻市子どもセンター」(宮城県)・「山田町ふれあいセンター」(岩手県)の建設費全額を支援

石巻市子どもセンター年間利用者数

約**29,000**名



TOMODACHIイニシアチブとの音楽を通じた協働プログラム

米国大使館・米日カウンシル-ジャパン主導のTOMODACHIイニシアチブと協働し、「TOMODACHIサントリー音楽奨学金」では米国の音楽大学に入学する被災地の学生を支援。「TOMODACHIサントリー福島未来ミュージックプログラム」では、福島県ふたば未来学園高校の吹奏楽部生を対象に、米国におけるニューヨーク・フィルハーモニー管弦楽団によるワークショップで学ぶ機会を提供



寄付額

約 **100** 万ドル

チャレンジド・スポーツ支援

チャレンジド・スポーツ体験教室

被災地の小中学校や競技施設で、チャレンジド・アスリートによる車いすバスケットボールを中心とした競技体験教室を開催



年間参加者数

約 **2,000** 名

チャレンジド・アスリート奨励金

個人・団体への助成を通じ、チャレンジド・スポーツの振興や世界レベルの選手の育成・強化を支援



個人部門

のべ **149** 名

団体部門

のべ **61** 団体

チャレンジド・スポーツ育成サポート

チャレンジド・スポーツの普及および育成のため、公共施設の改修や競技用車椅子などの競技用具を寄贈

競技用車椅子

35 台

STT用卓球台

5 台

施設改修

3 カ所



文化・スポーツを通じた支援

ウィーン・フィル&サントリー音楽復興基金

ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団とともに、音楽活動への助成や被災地でのコンサートを展開

「こどもたちのためのコンサート」来場者数

約**8,800**名



ウィーン・フィル&サントリー音楽復興祈念賞受賞活動

84団体

サントリー&日本工芸会「おもしろびじゅつ教室 in 東北」

重要無形文化財保持者（人間国宝）をはじめとした伝統工芸作家による出張授業を実施

「おもしろびじゅつ教室」参加者数

約**1,200**名



サントリー美術館 出張展覧会

仙台市と郡山市でサントリー美術館の所蔵品による日本美術の展覧会を開催

来場者数

約**32,000**名



みちのくウインド・オーケストラ

被災地の中学校・高校の吹奏楽部生が練習を重ね、最後にはサントリーホールで公演するプロジェクトを実施

参加者数

約**350**名



文化・スポーツイベントに被災地の方を招待

「サントリー 1万人の第九」などの文化イベントや「サントリードリームマッチ」・ラグビー国際試合などにご招待

文化イベント招待者数

約**9,400**名

スポーツイベント招待者数

約**21,400**名



スポーツ教室開催

サントリースポーツチームによるバレーボール教室やラグビー教室、野球教室を被災地で毎年開催

スポーツ教室参加者・試合招待者

約**5,600**名



災害被災地への支援

サントリーグループでは、国内外の大規模な災害時に義捐金の寄付や、飲料水の提供など、被災者および被災地に支援を行っています。

■主な義捐金の拠出

年	件名	寄付金額	寄付相手先	ニュースリリース
2010	2010ニュージーランド南島大地震	325万円	Cristchurch earthquake appeal fund	
2010	宮崎県における口蹄疫被害	1,000万円	宮崎県、社会福祉法人宮崎県共同募金会	宮崎県における口蹄疫被害に対する義捐金について
2010	チリ大地震	500万円	チリ大使館	チリ大地震による被害に対する義捐金について
2010	ハイチ大地震	1,000万円	日本赤十字社	ハイチ大地震の被災地に対する義捐金について
2011	タイの洪水被害	約250万円	タイ王国政府	タイの洪水被害に対する支援について
2011	2011ニュージーランド南島大地震	620万円	ニュージーランド赤十字社	ニュージーランド地震に対する義捐金について
2011	豪州・クィーンズランド州における洪水被害	800万円	クィーンズランド州 The Premier's Disaster Relief Appeal	豪州・クィーンズランド州の洪水被害に対する義捐金について
2011～	東日本大震災	2011年 43億円 2012年 20億円 2013年 25億円 2014年 20億円 (累計108億円)	岩手県、宮城県、福島県、セーブザ・チルドレン・ジャパンほか	東日本大震災に対する義捐金について
2014	広島における土砂災害	100万円	中国新聞社会事業団	
2015	ネパール大地震	300万円	ネパール地震被災救済基金	
2016	熊本地震	1億円	熊本県	熊本県への義捐金リリース

災害時に飲料を無料提供

サントリーフーズ（株）では「緊急時飲料提供ベンダー（自動販売機）」を開発し、設置を進めています。普段は通常の自動販売機同様に飲料を販売し、災害発生などの緊急時には無料で飲料を提供。電源が落ちた場合でも、簡単に飲料を取り出せます。2011年3月の東日本大震災時にも、多くの方々に活用いただきました。行政施設や病院などを中心に設置を進め、2014年末現在、業界最多の約15,000台が全国に設置されています。このタイプの自動販売機を、今後も積極的に投入していきます。



緊急時飲料提供ベンダー

社会と響きあう 文化・社会貢献

地域貢献

工場周辺地域との共生

サントリーグループの主要工場では、地域住民の皆様との対話や、工場内に造成した公園・遊歩道を開放するなど、地域交流の場を提供しています。新たに工場を建設する際には、第三者による環境影響評価を行い、周辺住民の皆様にご理解いただくとともに、生物多様性の保全や工場内の緑化など自然との共生に努めています。

■工場緑化の推進

サントリーグループの工場では、生物多様性にも配慮し、地域の環境と調和した緑化を進めており、緑化優良工場として各地で表彰を受けています。

緑化優良工場等表彰（主催：日本緑化センター）

表彰年	表彰工場	表彰名
1987	利根川ビール工場	東京通商産業局長賞
1989	白州蒸溜所	内閣総理大臣賞
1993	梓の森工場	通商産業大臣賞
2002	山崎蒸溜所	経済産業大臣賞
2006	九州熊本工場	日本緑化センター会長賞
2008	高砂工場	日本緑化センター会長賞
2014	利根川ビール工場	経済産業大臣賞
2014	九州熊本工場	経済産業大臣賞
2014	榛名工場	日本緑化センター会長賞

その他の緑化関連表彰

表彰年	表彰工場	表彰名	主催
1986	九州熊本工場	緑化優良工場九州経済産業局長表彰	九州経済産業局
1997	利根川ビール工場	全国植樹祭開催記念 環境緑化コンクール特別大賞	群馬県
2005	九州熊本工場	くまもと景観賞・地域景観賞	熊本県
2011	天然水奥大山ブナの森工場	日本緑化学会賞（技術賞）	日本緑化学会

■工場見学を通じてお客様と対話

美味しさや安全へのこだわり、自然環境への配慮など、商品を通じた取り組みを多くの方に知っていただくため、ビール工場・ウイスキー蒸溜所・ワイナリー・天然水工場などで、工場見学や特別セミナーを実施しています。製造工程や歴史をわかりやすくご説明するほか、試飲などをお楽しみいただけます。また、ビールづくりのこだわりや、ウイスキーの楽しみ方などを学べる特別セミナーも開催しており、全国で年間約79万名のお客様にご来場いただいています。



天然水工場での工場見学



ビール工場での特別セミナー開催

全国の事業所で美化活動を実施

全国にあるサントリーグループの各事業所では、周辺の清掃をはじめ、自治体が主催するごみ拾いへの参加など、環境美化に取り組んでいます。2015年の「東京ベイ・クリーンアップ大作戦」（2003年から協力・協賛）には、従業員および家族も参加し、住民や近隣企業の方々とともに約80kgのごみを回収しました。



東京ベイ・クリーンアップ大作戦



武蔵野ビール工場の従業員・
家族による多摩川清掃

■グループ会社の取り組み

「P LOVE GREEN」ー（株）プロントコーポレーション

2010年4月に「お客様の精神（こころ）と肉体（からだ）に安らぎと喜びを与え、明日への創造を生み出すJUNCTIONとなる」という基本理念と、プロントのブランドカラーである「Green」という原点を見つめ直し「P LOVE GREEN宣言」を発表し、人と自然にやさしい、また、ワクワクするプロントらしい活動を「P LOVE GREEN」と名づけ、メニューやグッズ、店内環境、エンターテインメントの提供や社会貢献活動にまで広がっています。

その1つの活動として、2010年度の東京都「緑の東京募金」への寄付に始まり、東日本大震災以降は被災地の緑化事業にも寄付し、2012年および2015年には、農林水産大臣感謝状をいただきました。加えて、東日本大震災で被災した防災林などの植樹活動を現地の子どもたちとともに実施しています。



植樹の様子

霧多布湿原ナショナルトラストを支援 ― ハーゲンダッツ・ジャパン(株)

原料の牛乳の生産地である北海道根釧地区において、2007年から厚岸郡浜中町の霧多布湿原ナショナルトラストへの支援を行っています。霧多布湿原は国内では3番目に大きな湿原で、1993年にはラムサール条約にも登録されています。資金面の支援に加え、毎年当社従業員が地元の方々とともに、木道の補修をするなど湿原の景観保全のボランティア活動を行っています。このボランティア活動は2015年で9回目となり、引き続き毎年実施していく予定です。



木道補修風景（2014年）

花を通して地域の活性化を支援 ― サントリーフラワーズ(株)

「地域に花のある暮らし」を多くの方に体験していただくため、公園などに花苗を提供しています。2012年からは「赤い花で日本を元気に!」をスローガンに、全国各地の公園や公共施設などに花を植え、コミュニティの活性化にも役立てていただく活動「赤い花プロジェクト」を全国で展開。「サフィニア・レッド」の花苗を全国各地の団体へ寄贈しました。2015年からは活動の輪をさらに広げて「大きな花プロジェクト」として取り組んでいます。



「赤い花プロジェクト」の植栽

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

サントリーグループは人材の多様性を推進し、多様な価値観や発想を取り入れ、活かすことにより、より大きな価値を創出する「ダイバーシティ経営」を人事の基本方針としています。現在のサントリーグループにとって最も重要な課題は、新たな価値創造に挑戦する「人材育成」と従業員一人ひとりが最大限に力を発揮する、創造性あふれる「職場環境づくり」です。多様な従業員が失敗をおそれず、より高い目標にチャレンジする人材を評価するしくみも構築しています。

※この章の記載はサントリーホールディングス(株)、サントリー食品インターナショナル(株)、サントリープロダクツ(株)、サントリーウエルネス(株)、サントリースピリッツ(株)、サントリースーパードリンク(株)、サントリー酒類(株)、サントリーワインインターナショナル(株)、サントリー MONOZUKURI エキスパート(株)、サントリービジネスシステム(株)、サントリーコミュニケーションズ(株)、サントリー BWS(株)、サントリー グローバルイノベーションセンター(株)などに勤務し、サントリーホールディングス(株)、またはサントリー食品インターナショナル(株)と雇用契約を結ぶ従業員6,623名を対象とします。(2016年12月31日現在。グループ・グローバル展開は除く)



雇用形態



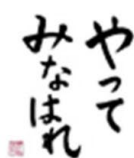
人材育成



ダイバーシティ



ワークライフバランス



人事の基本的な考え方

一人ひとりがいきいきとやりがいをもって働き、もてる力を最大限発揮している状態を目指しています。



雇用・就業状況

サントリーグループで働く従業員について、2016年のデータを掲載しています。



人材育成

公正で納得性の高い人事制度を基本に、能力を開発・発揮しやすい環境づくりに努めています。



ダイバーシティの推進

多様な従業員が「やってみなはれ」を発揮できるよう、従業員の属性の多様化を推進し、違いを受け入れ活かす組織づくりに取り組んでいます。



ワークライフバランスの推進

多様な従業員一人ひとりが能力を十分発揮できるよう、ワークライフバランスに配慮して、働きやすい環境づくりに努めています。



労使関係

労使が協力して働きやすい職場づくりに取り組んでいます。



労働安全

従業員が安心して働くことが企業の活力につながるの考えのもと、労働安全を推進しています。



健康経営

2016年から健康経営をスタートし、従業員・家族の心身の健康をさらに推進していきます。



グループ・グローバル人事活動

グローバル展開の加速化に伴い、グローバルレベルで様々な取り組みを行っています。

重点項目	中期目標	2016年度の実績	2017年度アクションプラン
人権の尊重	人権尊重を第一とする組織風土の醸成とグループ全体での人権マネジメントのしくみ構築	<ul style="list-style-type: none"> ・人権講演会（テーマ：人口変動・人工知能と企業経営～人権の視点を踏まえて～）を6月に実施。SWHから大阪、京橋をWEB中継 ・上記講演会の収録DVDにて、全国営業拠点（16拠点）にてセミナーを実施した ・新任マネジャー・新入社員などの階層別人権研修を継続実施した 	<ul style="list-style-type: none"> ・2016年実施の人権講演会展開セミナーを全国生産拠点・R&D（22拠点）にて実施する ・新任マネジャー・新入社員などの階層別人権研修を継続実施する
人材育成	人材育成システムのしくみ強化と従業員の「やってみなはれ」の促進	<ul style="list-style-type: none"> ・「企業理念」特に「創業の精神」の理解から考動に繋げる取組みを加速 ・第1回「有言実行やってみなはれ大賞」の選考・表彰を実施。4月からスタートした第2回には、全世界から、517チームがエントリー 	<ul style="list-style-type: none"> ・サントリー大学下のインフラ整備により、創業の精神に関する情報をより簡単にアクセスしやすい環境を作る ・第2回「有言実行やってみなはれ大賞」の選考・表彰を実施。4月から第3回をスタート
ダイバーシティの推進	多様な価値観や発想を受け入れ、活かすことにより、より大きな価値を創出するダイバーシティ経営の実現	<ul style="list-style-type: none"> ・2015年活動を継続実施。各回とも高い満足度を達成。長期視点でのキャリア拡大、職域の創造を実現。TOO活動の支援も実施。キャリアワークショップ：303名参加 ライフプランセミナー：260名参加 ・2016年はさらに4名が入社し、合計8名体制に。 SWH業務にとどまらず、赤坂へのエリア拡大、PCインプット業務などの職域拡大を実現 ・営業部門においては、社外活動であるエイジョカレッジで、食品・酒類の業界を巻き込んだ取り組みを提言。生産研究部門では、技術系女性社員とその上司に対するマインドセット、マネジメント見直しの機会を提供した 	<ul style="list-style-type: none"> ・さらなるシニア層の活躍に向けて、ライフサイクル相談室や、キャリアサポ室との連携で、現場の声に寄り添いながら、現状把握・課題整理を実施する ・毎年定期的な採用を計画しており、業務エリアや職域拡大を実行する。またグループ会社へのノウハウ提供で、グループでの雇用促進を計画 ・営業、生産研究部門へのアプローチ継続と、製造部門への両立支援ならびに活躍支援の活動を広げていく。マネジャー層のパイプライン確立、ストレッチ機会の提供を継続実施する
ワークライフバランスの推進	働き方の革新と一人ひとりが能力を発揮できる職場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・経営陣が旗振り役となり、部署毎に具体的なアクションプランを立案・推進。所定外労働時間で約1割減、年休取得日数約3日増を達成 	<ul style="list-style-type: none"> ・部署毎に、働き方改革推進リーダー・マネジャーを選任し、労使と三位一体で取り組みを推進していく

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

人事の基本的な考え方

サントリーグループで働く従業員一人ひとりがプロフェッショナルとして自立し、新たな価値を生み続ける集団を目指しています。

人事の基本的な考え方

サントリーグループは、「Growing for Good」の実現に向けて、従業員一人ひとりがいきいきと、やりがいをもって働き、もてる力を最大限発揮している状態を目指し、従業員の多様さを前提とした「ダイバーシティ経営」を人事の基本的な考え方としています。

- ・国籍・性別・年齢・障がいなどによる差別をしない「人物本位の採用」
- ・個々人の能力を活かすための「適材適所の人材配置」
- ・個々人の役割と成果に応じた「実力本位の処遇」



フレッシュで活力ある企業風土を支えるのは、業務の担い手であり、また一人の生活者である従業員です。今後も「やってみなはれ」の精神のもと、いつでも新しいことに挑戦できる企業であり続けるために、「働きがい」と「働きやすさ」の両立を目指した制度と職場環境を整えていきます。

■「社員意識調査」で会社の組織風土を調査

サントリーグループは、「Growing for Good」の実現に向けて、職場で働く従業員の意識を継続的にモニタリングし、経営施策に活かしています。近年は、グループ会社へも広く展開し、2016年は60社で調査を行いました。結果は各社・各部署長にフィードバックし、それぞれの課題解決に役立てています。

■現地採用に関する考え方

サントリーグループは事業を行う地域社会とともに持続的に成長を続けるため、各拠点で現地採用を積極的に行っています。海外グループ会社では現地採用者を中心に約20,000人の従業員が働いており、海外比率は全体の約52%を占めます。海外グループ会社の役員・上級管理職については、原則的に現地採用者を登用しています。

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

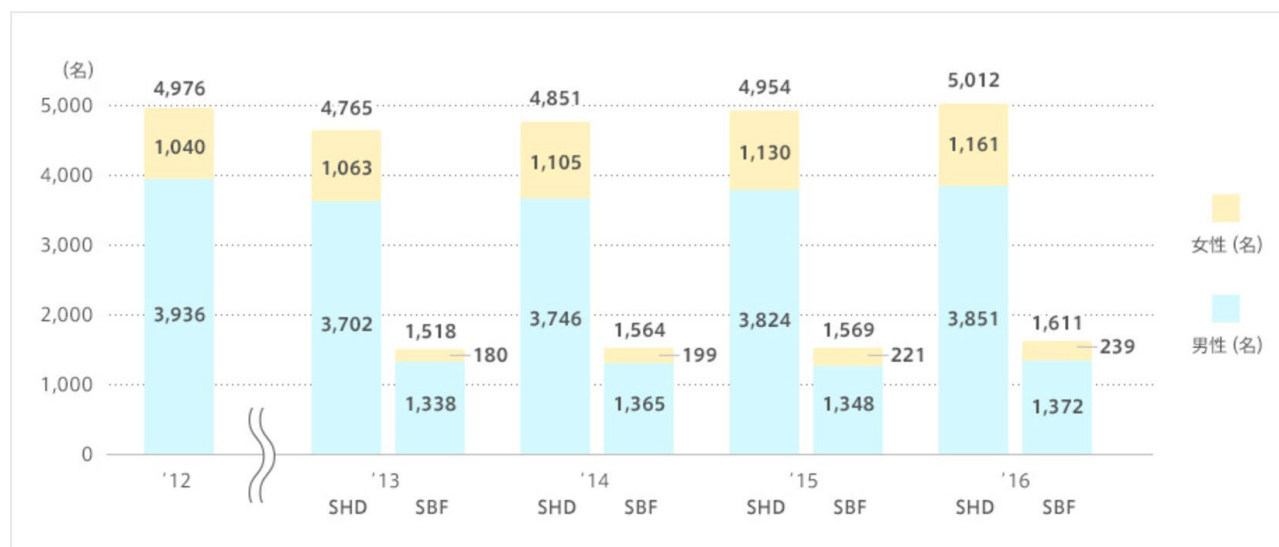
雇用・就業状況

サントリーグループで働く従業員について、2016年のデータを掲載しています。

サントリーグループの雇用・就業状況

2016年12月31日現在のサントリーグループの雇用状況は以下の通りです。

■正社員数（2016年12月31日現在）



※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

■平均年齢・平均勤続年数（2016年12月31日現在）

	2011年	2012年	2013年		2014年		2015年		2016年	
			SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
平均年齢	38.3歳	38.6歳	38.5歳	40.4歳	39.0歳	40.9歳	39.6歳	41.7歳	40.8歳	42.0歳
平均勤続年数	15.4年	15.5年	15.3年	17.0年	15.8年	17.4年	16.3年	17.3年	16.6年	17.6年

※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

■従業員数データ（2016年12月31日現在）

（名）

			2011年	2012年	2013年			2014年			2015年			2016年		
					SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計
	男性		43	42	37	17	54	43	15	58	42	13	55	41	14	55
	女性		0	1	2	0	2	2	0	2	3	1	4	4	1	5
役員			43	43	39	17	56	45	15	60	45	14	59	45	15	60
	男性		1,420	1,489	1,309	634	1,943	1,348	628	1,976	1,392	607	1,999	1,422	627	2,049
	女性		129	140	132	29	161	146	31	177	166	33	199	185	34	219
マネジャー相当職			1,549	1,629	1,441	663	2,104	1,494	659	2,153	1,558	637	2,195	1,607	661	2,268
	男性		2,497	2,447	2,393	704	3,097	2,398	737	3,135	2,432	741	3,173	2,429	745	3,174
	女性		871	900	931	151	1,082	959	168	1,127	964	188	1,152	976	205	1,181
メンバー相当職			3,368	3,347	3,324	855	4,179	3,357	905	4,262	3,396	932	4,328	3,405	950	4,355
正社員数			4,917	4,976	4,765	1,518	6,283	4,851	1,564	6,415	4,954	1,569	6,523	5,012	1,611	6,623
	男性		431	419	389	54	443	296	55	351	205	45	250	161	42	203
	女性		80	98	93	15	108	88	18	106	81	15	96	82	22	104
契約社員等※			511	517	482	69	551	384	73	457	286	60	346	243	64	307
派遣社員			629	616	566	44	610	516	44	560	542	49	591	560	52	612

※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※契約社員等：嘱託社員およびアルバイト

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

■採用人数

（名）

			2011年	2012年	2013年		2014年		2015年		2016年	
					SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
新卒	男性		106	75	66	22	75	26	81	20	79	20
	女性		33	50	45	10	51	16	43	18	43	19
経験者	男性		4	20	23	1	20	0	19	2	17	0
	女性		14	21	15	12	11	9	8	6	7	5
合計			157	166	149	45	157	51	151	46	146	44

※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

■事由別退職者数・離職率

(名)

		2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
	定年 ^{※1}	99	76	47	29	42	39
	自己都合	21	26	33	45	42	53
	会社都合 ^{※3}	0	0	0	0	0	0
	その他	10	5	19	7	5	7
	合計 ^{※2}	130	107	99	81	89	99
	離職率 ^{※4}	0.43%	0.52%	0.53%	0.70%	0.64%	0.80%

※2013年以降のデータは、サントリーホールディングス（株）とサントリー食品インターナショナル（株）を合算

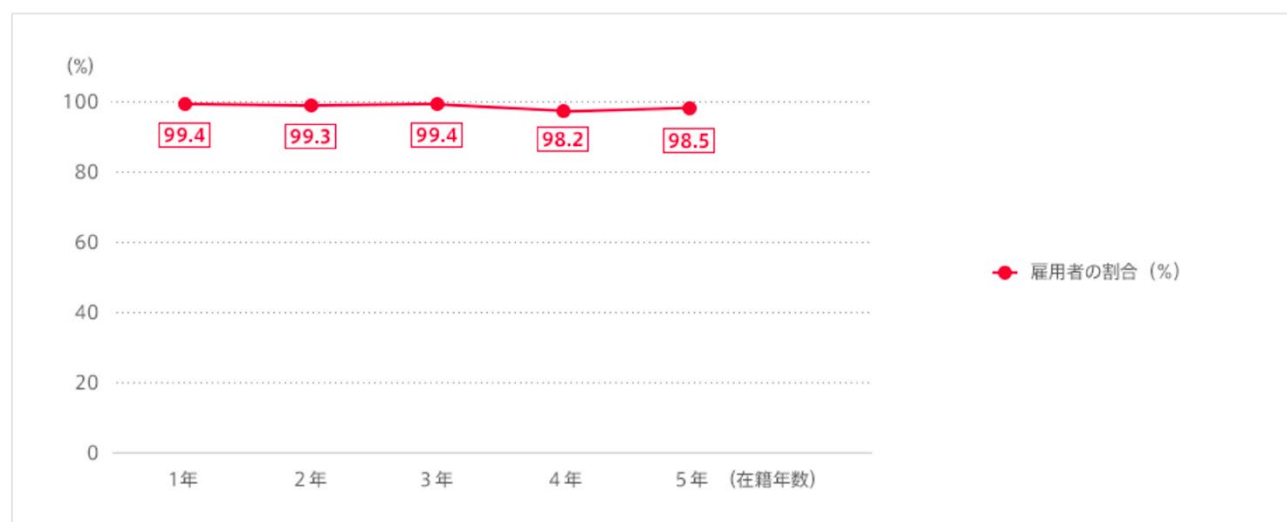
※1 定年には自由選択定年も含む

※2 正社員を対象とする

※3 会社都合は、工場閉鎖・事業売却。転籍は自己都合に含む

※4 離職率は、定年退職者を除く退職者をもとに算出

■新卒採用者在職率



※2009年～2011年新卒者を対象に計算

※サントリーホールディングス（株）のみ集計

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

人材育成

公正で納得性の高い人事制度を基本に、能力を開発・発揮しやすい環境づくりに努めています。これまでも企業の成長の源泉は人材にあると考え、さまざまな人材育成施策に取り組んできましたが、取り巻く環境が大きく変化している中で、従来の活動を進化させるとともに新たな施策も加え、その総称として2015年4月に「サントリー大学」を設立しました。

人材育成を主眼に人事制度を構築

サントリーグループの人事制度は、従業員一人ひとりの能力の開発・発揮に主眼をおき、それぞれの能力の発展段階と、発揮した成果に応じた公正で納得性の高い処遇を理念としています。その基本的な考え方は、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

■職能資格制度と資格・役割制度

サントリーグループの人事制度の基盤となるのが、「職能資格制度」と「資格・役割制度」です。

「職能資格制度」は、職務遂行能力に応じたランク（職能資格）を従業員に適用するもので、ビジネスのプロを目指して経験を積み重ねていく段階にある「メンバー相当職」の従業員が対象です。職能資格ごとに、求められる職務遂行能力を明確にすることで、一人ひとりを公正に評価・処遇するとともに、向上心や目標達成意識の啓発にもつなげています。

「資格・役割制度」は、職務遂行能力である資格と果たすべき役割によってランクが決まるもので、培ってきた経験や能力を発揮する段階にある「マネジャー相当職」の従業員に適用しています。

成長・発展ステージ

（対象：メンバー相当職）

ビジネスのプロを目指してさまざまな経験を積み重ねていく段階

職能 資格制度

Cコース

ものづくり現場以外の従業員を対象とし、担当業務に対する職務遂行能力に応じて4つの職能資格に分類

Tコース

ものづくり現場で働く従業員を対象に、個々の現場に必要なスキル・能力に応じて6つの職能資格に分類

自立・発揮ステージ

（対象：マネジャー相当職）

これまでに培ってきた経験や能力を発揮する段階

資格・役割 制度

G(マネジメント)層

部長・課長など、組織のマネジメントを担う役職者の等級

S(スペシャリスト)層

特定分野に関する高い能力・知識を活かす専門職の等級

E(エキスパート)層

G(マネジメント)層から移行して、業務貢献に加え、後進の育成・技術の伝承などの役割を担う等級

■公正で納得性の高い評価を実施

実力本位の企業風土を定着させていくためには、従業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、サントリーグループでは以下のように年4回上司と部下が面接し、従業員一人ひとりが納得できる評価に努めています。

職能資格制度の適用対象となるメンバー相当職の従業員は、年初に行う「設定面接」で「業務計画書」を作成し、半期ごとの「振り返り面接」でその計画に対する業務実績や取り組みのプロセスを振り返り、上司と話し合いながら評価を実施。上司は「フィードバック面接」でその評価結果を伝えるとともに、期待している点や不足している点を具体的に話し合い、評価への理解とさらなる能力開発・成長を促しています。

また、部下をもつマネジャー相当職については、上司による評価に加えて、部下からの評価も参考にしながら多面的に「担うべき役割をどれだけ果たしたか」を評価していきます。このように、具体的な事実に基づき、納得性の高い制度を運用することが、実力本位の社風を定着させ、一人ひとりが高い向上心とともに働ける環境づくりにつながると考えています。

■「チャレンジ目標」の運用

2013年より、メンバー相当職を対象として、「チャレンジ目標」を導入しています。「チャレンジ目標」とは、通常業務に加えて、より難易度の高い、意欲的な目標を自らが設定し、その成果を人事考課において加点評価するものです。失敗をおそれずによりチャレンジングな目標をメンバー自身で設定し、「考動」を起こすことを通じて、サントリーグループのDNAである「やってみなはれ」の風土をより強化していきます。

■「有言実行やってみなはれ大賞」の創設

2015年、サントリーグループ全従業員を対象とした「有言実行やってみなはれ大賞」を創設しました。これは、自ら旗を掲げ、従来のやり方にとらわれないまったく新しい発想に基づくチャレンジングな活動によって「やってみなはれ」を実践したチームを表彰するものです。初年度となる2015年は世界中から538チーム・6,747名、第2回の2016年は517チーム・6,015名がエントリーしました。今後もサントリーグループは、世界中で、夢大きく、切磋琢磨しながら、新たな価値の創造に挑み続けていきます。

前述の「チャレンジ目標」とあわせて、更なるチャレンジングな風土醸成に向けて、取り組んでいきます。

■労使が協力して評価制度を運用

上述の年4回の面接について、労働組合が組合員にアンケートを実施。「上司との面接は十分に行われたか」「評価結果を理解できたか」などを確認し、組合員一人ひとりの納得度を調査しています。

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ています。また、面談内容が不十分であった場合には、評価者である上司にヒアリングや指導も行っています。

■評価と連動した賃金制度を運用

サントリーグループの評価指標は、メンバー相当職の場合「業務計画書」に基づく達成度の「成果」と、資格ごとの行動規範を定めた「考動」からなり、この2つの評価指標が昇給や賞与に結びつく賃金制度となっています。一方、マネジャー相当職については、資格に加え、担った役割とその役割のもとで果たした成果に応じて処遇する賃金制度を採用しています。

また、会社業績を一定ルールで指標化し、それに賞与原資を直接連動させる「業績連動賞与」および、長期的・安定的な退職給付を確保する「退職金年金制度」を設けています。

■「キャリアビジョン」の運用

サントリーグループは従来より、従業員が年に1回、自分の職務の状況や異動希望を人事部門に申告する制度を運用しており、こうした申告をベースに、その人の成長を主眼として配置をすすめてきました。2013年、一人ひとりが自身の成長に向けてキャリアオーナーとなることを念頭に、従来のしくみを進化させた育成制度「キャリアビジョン」を新設しました。これは、事前に従業員が記入した「キャリアビジョンシート」をもとに長期的な「なりたい姿」と、その実現に向けた取り組みについてマネジャーと話し合い、それを育成と適材適所の配置につなげていくという、従業員・マネジャー・人事が三位一体となったしくみです。

このしくみを充実させて、一人ひとりのより一層の成長を支援していくべく、2014年には社内イントラネットにキャリアデザインを支援する情報を掲載したサイトを新設するなど、運用強化への取り組みを進めています。

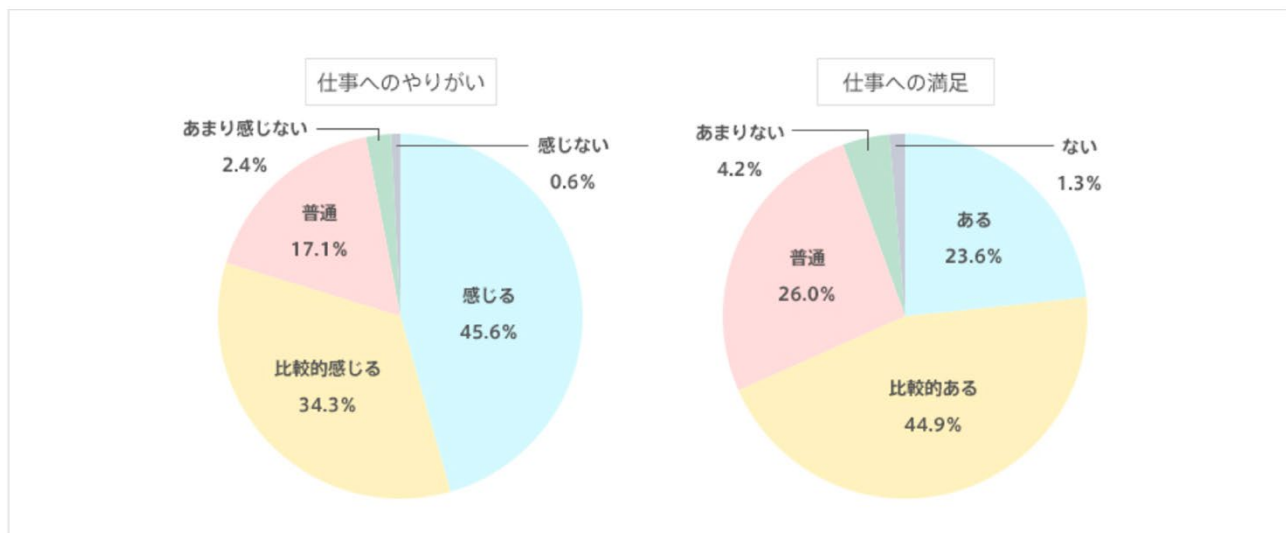
また、若手従業員の可能性を広げるため、入社後10年程度の間は複数の仕事を経験するジョブローテーションを実施。適材適所を図るために4年次、9年次の全従業員面談をはじめ、従業員と人事部との個別面談を積極的に行っています。

■従業員の意識や会社の風土を調査

「キャリアビジョン」での面談では、従業員の現状や仕事に対する意識、本人の健康・家族・身上に関することや、異動希望、仕事へのやりがい、満足度などを確認しています。2016年は、79.4%の従業員が自らの仕事にやりがいを感じており、68.1%が満足しているという結果が出ています。個人の回答は、本人の希望を考慮した適材適所の配置や、企業活動の方向づけなどに役立てています。

また、サントリーグループでは、組織風土調査を毎年実施し、サントリーグループに集う従業員一人ひとりが日常業務の中で「企業理念」をどのように認識、理解しているのか、また、それぞれの会社や職場の組織風土、施策、ならびにコンプライアンスについてどのような意識をもっているのかを調査し、経営層並びに各社・各部門とも共有し、活用しています。

2016年度の仕事に対する意識



■ランスタッドアワード受賞

上記のような取り組みの成果として、ランスタッドアワードにおいて、サントリーは「勤務先としていま最も人材をひきつける魅力のある企業」として常に上位に選出されています。

ランスタッドアワードは、世界的な総合人材サービス企業であるランスタッド社が主催。「人材をひきつける魅力ある企業」（エンプロイヤーブランドの高い企業）を表彰するものです。世界25カ国において共通基準で実施され、最近注目を集める「エンプロイヤーブランド」に関するものとしては世界最大規模の調査です。本調査では、日本国内で任意に選出された18～65歳の男女8500名が、「実際に働きたい企業」を選出する「ランスタッドアワード」の他、勤務先企業を選ぶ際に重視する「10の指標」において評価の高かった上位企業を選出しています。

サントリーは、「ランスタッドアワード2017」で、指標別「ワークライフバランスが実現しやすい」、「環境や社会に配慮している」の部門において第1位に選ばれるなど、7部門で上位にランクインしました。各指標におけるサントリーの取り組みを高く評価いただいた結果といえます。

サントリー大学の設立

サントリーグループはこれまで企業の成長の源泉は人材にあると考え、人材育成に取り組んできました。

当社を取り巻く環境が大きく変化している中で、グループの一人ひとりが、学びつづけ、成長しつづけることが組織の成長につながるという認識のもと、2015年4月に「サントリー大学」を開校しました。「大学」と名前はついていますが、門や校舎があるわけではなく、サントリーグループがグローバルに発展していくための人材育成プログラムの総称です。

サントリー大学のミッションは、サントリーに集う個々人の能力の向上を図り、魅力ある人材をつくることであり、未来を見据え、学び続ける意欲を啓発すること。そしてビジョンは、グループ全員が、創業の精神を理解し、”Global One Suntory”を実現することです。サントリー大学には、創業の精神、リーダーシップ開発、基盤人材育成の3つの分野において、サントリーグループに属する全員に対し、学ぶ機会を提供しています。

■創業の精神 一創業の精神の共有を図り、「ONE SUNTORY」を実現するために一

国内外のすべてのグループ会社を対象に、企業理念や「やってみなはれ」「利益三分主義」といった創業の精神について、理解、浸透を図るための活動を展開しています。

アンバサダープログラム

アンバサダープログラムは海外グループ会社従業員を対象にしたプログラムです。プログラムを通じてサントリーの理解を深めてもらい、サントリーグループの一員としての一体感を醸成するとともに、帰国後「アンバサダー」として、学んだことを広めていくことを目的としています。参加者は約1週間、様々な講義（学び）、視察（体感）、ワークショップ（議論）を通じ、サントリーが創業より大切にしてきた創業の精神について理解を深め、帰国後それらを周囲にいかに関共有していくか、自身の業務にどう取り込んでいくか、などについて議論を重ねます。2012年の開始以降、2016年12月時点で、850名以上が参加しました。

今後もこの「アンバサダープログラム」をより進化させ、サントリーグループの強みである創業精神を海外グループ各社の皆さんに共有いただき、真のGlobal One Suntoryの醸成に向けて邁進して参ります。



サントリーホールにて



「水育プログラム」疑似体験にて

階層別研修内での実施

入社時研修や新任マネジャー研修など、各種の階層別プログラム内に、創業の精神を学ぶセッションをビルトインしています。具体的には、新任マネジャー研修内にて、サントリー美術館やサントリーホールを訪問。サントリーの企業理念の体感はもちろん、経営目線での社会的価値等について学びました。また、新入社員向けには、山崎蒸溜所やどうみょうじ高殿苑などを訪れ、サントリーグループのVALUEを学ぶプログラムを2日間通して体感する研修を実施しました。



新任マネジャー研修での
サントリーホール訪問



新入社員による森林整備体験

■リーダーシップ開発 ー将来の経営人材・グローバルリーダーシップ開発に向けてー

強いビジネスリーダーを継続的に育成していくために、高いビジネスレベルを目指してキャリアストレッチの機会を提供します。従来の業務の枠を超えて、社外／海外／異業種との接点を多彩に組み込むとともに、常に経営戦略とリンクしながらカリキュラムを用意しています。

GLF

サントリーグループ各社の中から選出したシニアリーダー層を対象に、以下3つの目的で「Global Leadership Forum (以下、GLF)」を開催しています。

- ・ Global One Suntory、サントリアンとしての意識を高く持ち、創業の精神を深く理解し、現場での体現者・伝道師となる
- ・ 各社・各機能の範疇を超え、サントリーグループ全体での経営視点を持つ
- ・ 対象者間のネットワーキングにより、専門性や経験をシェアし、シナジーの種を見出す

コンテンツの作成・当日のセッション講師として、経営トップ自らが大きく関与しているほか、ゲストスピーカーによるワークショップなど、参加者にとって良い刺激となる内容を盛り込んでいます。



GLDP

将来のグローバル経営人材となるため、サントリーグループ全体から選抜されたチームリーダー層を対象に、Global Leadership Development Program(GLDP)を実施しています。サントリーグループの統一指標である「サントリー・リーダーシップ・コンピテンシー」を軸に、リーダーシップ開発に取り組む全3回の集合セッションを含む半年間のプログラムです。2016年は日本人を含め、世界各国から25名が参加しました。まずは現場体感やワークショップを通じてサントリーとその創業精神についての理解を深め、その後チーム毎にテーマを設定。イノベーションの体感やチームディスカッションを経て、その内容を経営答申するという機会を提供することで、グローバル経営においてリーダーシップを発揮できる人材を継続的に輩出できるように取り組んでいます。



その他の育成プログラム

名称	内容	2016年実績	2010～2016年累計
キャリアチャレンジ	グローバル業務遂行に必要なスキルを個別に設定・修得（語学力・異文化理解・異文化コミュニケーション・論理的思考力）	10	58
ビジネススクール留学	国内留学・海外留学としてビジネススクールで、英語による経営管理学修士（MBA）を修得	4	29
トレーニー	海外グループ会社でのオンザジョブトレーニングを通じて、専門性を磨くとともに、語学力・コミュニケーション力および異文化理解を修得	10	53



キャリアチャレンジでのフィールドワーク

■基盤人材学部 ーサントリーグループ全員が学び、成長し続けるためにー

従業員一人ひとりが能力を確立し、キャリアオーナーの自覚をもって自らキャリアを切り拓くための場を提供する学部です。日本国内の従業員を対象に、「サントリアンとしての成長（新人からマネージャー層までの階層別研修）」および「キャリア自律・自己啓発（キャリア支援）」という2軸をもとにプログラムが組まれています。

階層別研修

階層別研修では、新入社員、新任プロフェッショナル層、新任マネージャー層、新任部長層などの各層毎に、求められるスキル/知識・マネジメント能力・リーダーシップ等のテーマでそれぞれ学びを深めています。若手からマネージャー層までサントリーグループを支える一人ひとりが成長し続けること、それがこの学部に進めた思いです。また、営業・生産など各部門では、ステージに合わせた基本研修プログラムも実施しています。

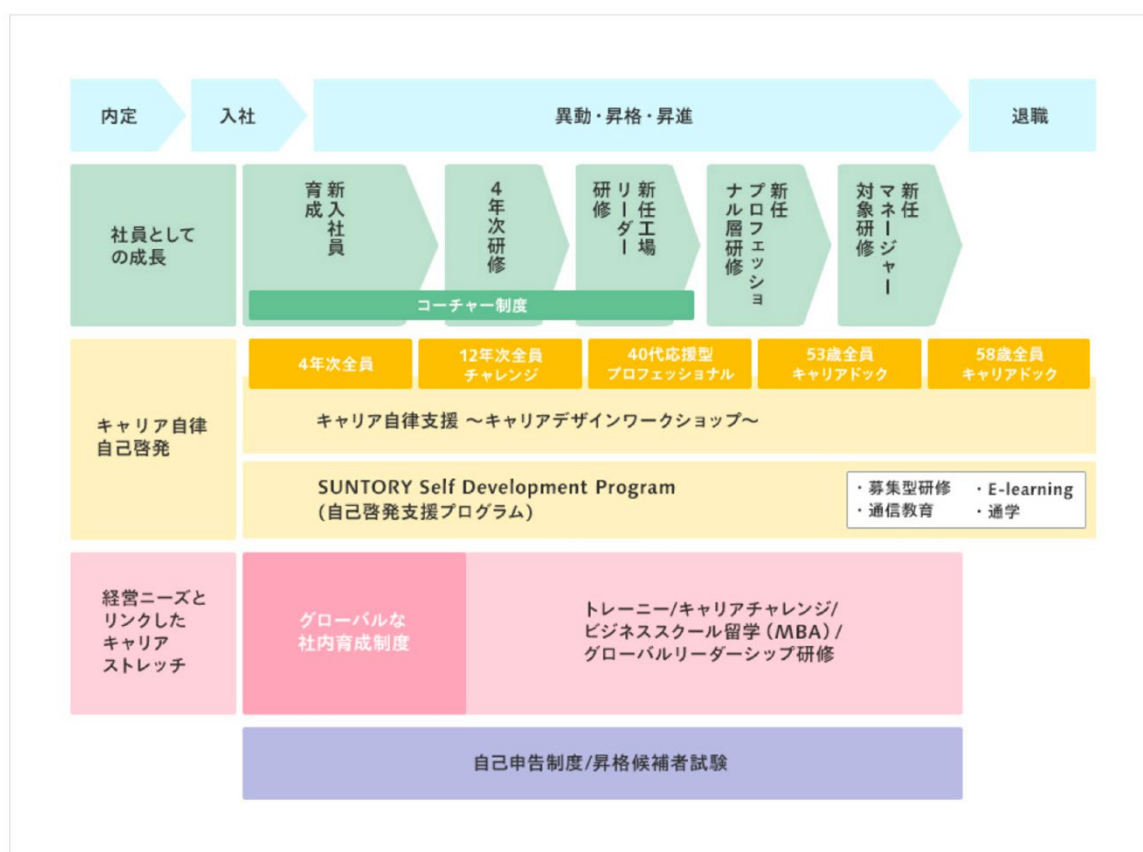


従業員一人ひとりのキャリア開発をサポート

サントリーグループでは、2007年にキャリアサポート室を設置しました。専門のアドバイザーによるキャリア個別相談や人事異動後のキャリア面談、世代別ワークショップ、フォロー面談等を通して、従業員一人ひとりの自律的なキャリア開発を支援しています。従業員全員が、キャリアのオーナーとして、「イキイキと自分らしく」「面白い仕事する」をコンセプトに、各世代に対応したキャリアワークショップを体系的に行っています。入社4年目ではキャリアを考える姿勢づくり、入社12年目では自らのキャリアデザインを描き今後の可能性を追求する、そして、38歳以降40代ではプロフェッショナルとして今後のキャリアを極めるため、深い自己理解のもとに自分らしいキャリアビジョンを描くことを目的に、各世代別ワークショップを行っています。また、65歳定年制導入に伴い、53歳では今後の成長の再認識、58歳ではこれまで培った力を活かした可能性拡大をテーマに、仕事を通して今後の人生をよりポジティブなものにしていくキャリア開発をサポートしています。

育成の考え方／研修・自己啓発プログラム全体図

具体的には必要な能力・資質に応じた育成体系を構築し、社員の成長を支援しています。



■さまざまな育成プログラム

従業員一人ひとりが自分らしく、いきいきと働き、自己成長していくためには、自らの仕事人生に自ら責任をもって前向きに主体的に努力し続けることが必要です。そのため、サントリーグループでは、自己啓発支援プログラム「SDP (Suntory Self-Development Program)」を導入しています。特に「応募型研修」は、国内グループ会社の従業員は誰でも共通のプログラムを受講でき、講座コンテンツの学習だけではなく、グループ会社間におけるネットワーク形成としても有用な手段となっています。

さらに近年は、グローバル化への対応として、英語力強化への支援を充実させています。初心者レベルから、日々の業務で活用する高度なレベルまで、また学び方も、事業所での少人数グループレッスンや、個人のスクール通学、e-ラーニングや通信教育など、幅広い支援体制を用意しています。今後も、前向きに主体的に努力し続ける従業員を支援していきます。

主な自己啓発支援プログラムおよび2016年度の受講者数

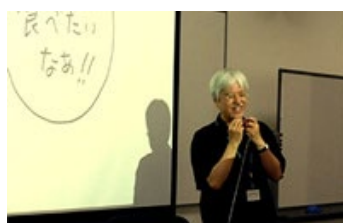
研修の種類	内容	人数
応募型研修※	従業員自らが描くキャリアプランを実現していくために必要なビジネススキルの修得を主眼とした研修で、約30種のコース（年間2期）を設置	738
英語力強化※	英語でのビジネスコミュニケーション能力を強化するため、事業所での会話レッスンや、オンラインレッスンなど、さまざまなコースを用意。各自がレベルに応じたプログラムを効果的に受講できるよう、多彩な支援コンテンツを整備	395
eラーニング	業務遂行能力のレベルアップ・業務革新手段の修得を目的とした研修 ビジネススキル・語学・パソコンスキルなどのコースを整備	91
通信教育通学費補助制度	能力向上を目的とした通信教育・通学にかかる費用の半分会社が補助する制度（上限あり） 対象となる講座は、業務遂行上必要なスキル（計数・法知識など）の修得、語学向上、資格取得など	147

※本人の意思に基づく任意参加制であり、研修費用の一部を会社が負担します

サントリーグループ独自のプログラム

サントリーグループは、サントリーならではのさまざまな知見やユニークな仕事の進め方などを社内にしっかりと残し、継承していくために、2013年から応募型研修のオリジナルプログラムを実施しています。初年度は、「サントリー商品のデザイン」「商品開発」の2講座を開催し、社内の講師が登壇し、自ら手を挙げたグループ内の従業員を対象に講義しています。

この講座は、自ら参加したいと手を挙げさえすれば、誰でも受講することができます。参加者からは「サントリーのDNAが詰まった、こういう研修をもっと開催してほしい」との声が寄せられています。



「サントリー商品のデザイン」を講義する加藤シニアスペシャリスト



「商品開発」を講義する山田執行役員

■グループ合同でのトレーニングを実施

国内グループ会社合同新社会人トレーニング

「フレッシュな時に、グループの一員であることの意識を強くもってもらい、将来のシナジー発揮に繋げて欲しい」という考えのもと、サントリーグループは2014年より「グループ合同新社会人トレーニング」を開催し、「社会人としてのマインドセット」や「ビジネスマナーの基礎」などを学びながら、絆を深めました。なお、2016年は10社※・34名の新社会人が参加し、実施しました。

※サントリーマーケティング&コマース(株)、サントリーロジスティクス株式会社、ハーゲンダッツ ジャパン株式会社、サントリーシステムテクノロジー株式会社、モンテ物産株式会社、サントリーフラワーズ株式会社、沖縄サントリー株式会社、株式会社サンベンド、サングレイン株式会社、サントリーパブリシティサービス株式会社



グループ合同新社会人トレーニングにて



緊張しながら自社紹介にチャレンジ

国内グループ会社合同中堅ブレイクスルー研修

初めての試みとして、中堅社員を対象とした「中堅ブレイクスルー研修」を実施し、9社41名が参加しました。入社からこれまでに振り返ることで、今後のキャリアを考え、また、「汎用スキル」について今後さらに成長していくポイントを洗い出すなどのセッションを実施しました。



国内グループ会社合同マネジャー研修

2016年で5回目の実施となる当研修は、「マネジャーのスタンダードを学ぶ」をテーマに、マネジャー経験3年未満の従業員を対象に、10社22名で開催。2日間にわたり、自社・自己のプレゼンテーションや先輩マネジャーによる講話、人材育成にフォーカスをあてたロールプレイング演習などを実施しました。



今後も、さまざまな業種が集うサントリーグループの強みを活かして、シナジーを発揮し、グループ各社の人材開発の支援に貢献していきます。

■キャリア支援企業表彰を受賞

厚生労働省が主催する「キャリア支援企業表彰2013」において、サントリーホールディングス(株)が厚生労働大臣表彰企業に選定されました。「キャリア支援企業表彰」は従業員のキャリア形成を積極的に支援して他の規範となる企業をたたえ、その取り組みを広く周知・普及させることを目的とするものです。

今回の表彰は、一人ひとりがいきいきとやりがいをもって働き、「やってみなはれ」を最大限発揮するために、従業員のキャリア形成を積極的に支援する取り組みが高く評価されたものと考えています。



表彰式では、記念品の盾が贈与されました

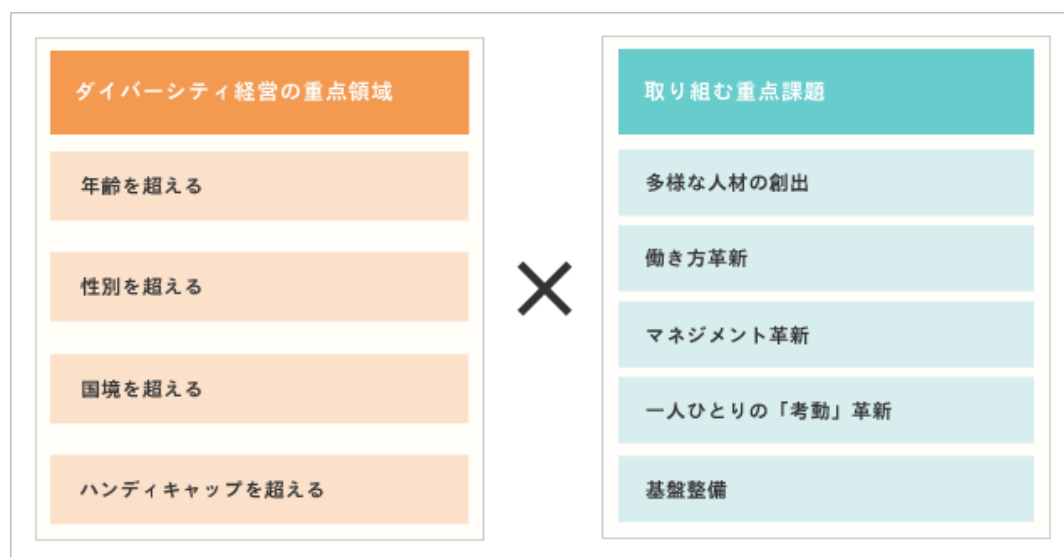
従業員と響きあう ダイバーシティ経営 ダイバーシティの推進

多様な従業員が「やってみなはれ」を発揮できるよう、従業員の属性の多様化を推進し、違いを受け入れ、活かす組織づくりに取り組んでいます。

ダイバーシティの推進を加速

新たな価値を絶えず創造していくためには、国籍や年齢などにとらわれることなく、多様な人材、多様な価値観を積極的に取り入れ、活かすことが重要であるとの考えのもと、2011年にダイバーシティ推進室を設置、2012年には4つの重点領域と5つの重点課題を設定しました。

また、2013年春には、全課長を対象とした研修を実施。「Change Management」をテーマに、体感型ロールプレイやディスカッションを通じて、「従業員一人ひとりが最大限に持てる力を発揮するにはどのようなマネジメントが必要なのか」について考動変革を促しました。



こうした取り組みの結果、経済産業省主催「ダイバーシティ経営企業100選」※として選定されました。

※「ダイバーシティ経営企業100選」：経済産業省が2012年から取り組みを開始した事業で、さまざまな規模・業種の企業を対象として「ダイバーシティ経営」への積極的な取り組みを「経済成長に貢献する経営力」として評価・選定しています。さらに選定企業をベストプラクティスとして広く発信することで、ダイバーシティ推進のすそ野を広げることを目的としています。



■サントリーグループ・ダイバーシティ通信「いろどり」を発行

5つの重点課題の1つである“一人ひとりの「考動」革新”として、2015年より全従業員に向けてサントリーグループ・ダイバーシティ通信「いろどり」を発行しました。現場でのダイバーシティに関する事例を紹介することで、ダイバーシティの必要性を理解し自分自身の考動へ結びつけることを目的としています。これまで「経営トップからのメッセージ」「営業現場・生産現場での取り組み」「ハンディキャップのある社員」などの事例を紹介しました。また、自由参加型のセミナー「ダイバーシティセミナー」をシリーズで開催。「〇〇から働き方を変える」をテーマに「障がい」「介護」「男性の育児」「LGBT」など多様性に関わるさまざまなテーマを取り上げ、自らの「考動」革新につなげています。後日でも視聴できるようDVDの貸出も展開し、これまでに延べ約3,300名が視聴しています。2016年もさらにダイバーシティの啓発活動を加速させるべく、定期的に情報発信を発信していきます。



SHD 鳥井信宏副社長から巻頭メッセージ

働き方改革、マネジャーから変わっていきこう！

「いろいろどり」誌面より

■海外グループ各社の担当者との「グローバル人事会議」を開催

サントリーグループは、海外グループ各社の人事担当者との「グローバル人事会議」を定期的で開催しており、シナジー創出を目的に、「リーダーシップ開発」「将来のキータレント育成」などの具体的な課題を設定し、各国・各社の情報共有やディスカッションを行っています。

また、採用活動においても、英語版採用Webサイトの作成や留学生向けセミナーの開催、海外に赴いての採用活動など、グローバルな活動を強化しています。



グローバル人事会議

■「アンバサダープログラム」を開催

2012年から実施している「アンバサダープログラム」は、「海外グループ会社の従業員が日本を訪れてサントリーグループのDNAを学ぶ」「海外グループ各社に直接出向き、現地でワークショップ等を行う」という2つのプログラムを実行しており、プログラム終了後は、参加者が各社の「伝道師」としてサントリーグループのDNAを伝えます。2016年12月時点で850名以上が参加しています。



アンバサダープログラム

■女性の活躍を支援

サントリーグループでは、2025年に女性管理職20%達成を目指しています。継続的に女性管理職を輩出していくために、「意図的なストレッチ機会の提供による意識・考勤変革」「育児中社員の早期フルモード化」などを課題にあげ、さまざまな取り組みを行っています。

入社4年目の社員を対象とした「4年次研修」では男女ともにライフを含めてキャリアを考え実現していくこと、その準備のために時間生産性をあげていくことを伝えました。産休前ガイダンス・育休後フォローアップセミナーでは、業務へのより高い意識を醸成（復職後の早期フルモード化）するとともに、セーフティネットとして、保育園に入園できなかった際の「つなぎベビーシッター制度」や、復職後の「緊急時・病時ベビーシッター制度」にて費用の一部を会社が負担するなど、育児中社員の早期復職・フルモード化の支援も行っています。また、育休後フォローアップセミナーと同じタイミングで上司向けガイダンスを実施し、マネジメントによる活躍支援の後押しを強化しました。

その結果、女性からは「自分が活躍することで、部署全体への貢献や、後進のロールモデルとなっていきたい」などの前向きで中長期の視点をもった声が上がっており、マネジャーからも女性への期待感や活躍支援に向けた具体的な行動が現れはじめています。

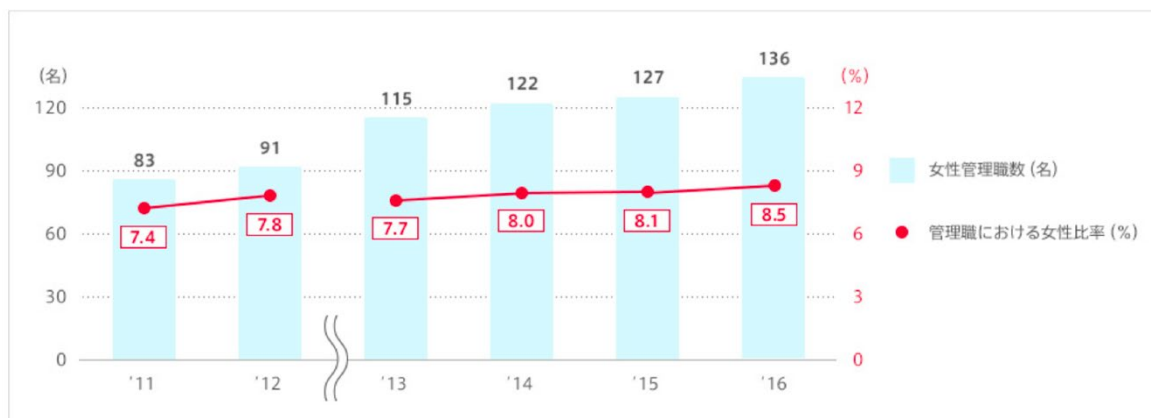
また、意識・スキルの両面で意図的なストレッチ機会を強化するべく、管理職一步手前の従業員を対象とした「女性リーダーのためのキャリアカフェ」や「社外セミナーへの派遣」を行っており、ロールモデルである先輩マネジャーの経験談、社内外の参加者同士の交流などを通して、さらなるチャレンジへの意識づけの機会となっています。

また全女性管理職を対象とした女性マネジャーフォーラム・幹事会の実施などにより、女性経営層からの働きかけによるさらなる意識改革や、ネットワーク強化にも努めています。

そして、さらなる後押しが必要な営業部門では、営業職で女性がさらに活躍するための提言をテーマとした「新世代エイジョカレッジ」や、「異業種若手営業女性交流会」など、社外と連携した取り組みも積極的に進めています。

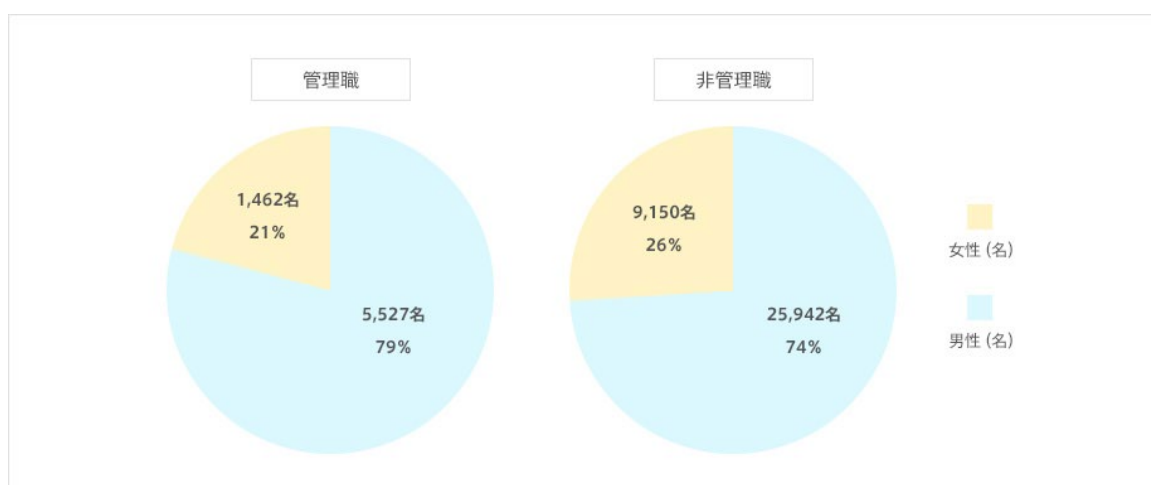
これらの活動が相まって、2015年末時点で女性管理職比率は8.1%にまで拡大。「女性が働きやすい、かつ成果をあげている会社」の実現に向けて、継続的に働き方改革、意識改革などに取り組んでいきます。

■女性の登用状況



※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

■管理職・非管理職別、男女別要員数（グループ全体）



※ 2016年12月31日

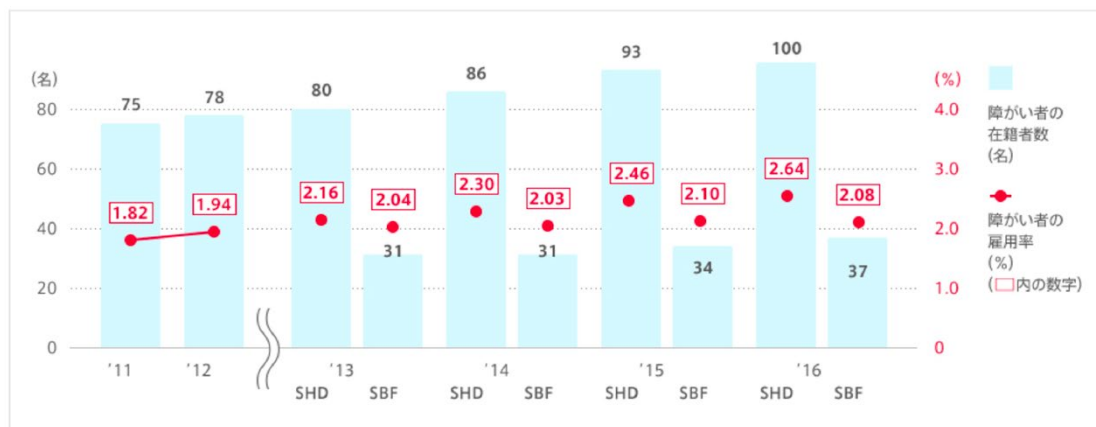
■障がい者雇用を促進

サントリーグループは、障がい者の方の可能性を広げるため、職域を限定せずに採用活動を行っています。新卒・経験者の両者を対象に、障がい者の方の専用窓口を設けて告知を強化し、ハローワークとの連携も図るなど積極的な活動を展開しています。さらに、グループ会社全体での雇用促進も進めており、2012年からはグループ合同での就職ガイダンスを開始。2015年6月1日時点で障がい者雇用率はサントリーホールディングス（株）が2.46%（雇用者数は93名、うち重度障がい者37名）、サントリー食品インターナショナル（株）が2.10%（雇用者数は34名、うち重度障がい者18名）となっています。

なお、障がい者の方のさらなる活用推進に向けて2014年より知的障がいの学生を対象としたインターンシップを実施し、2015年春に4名が入社しました。

毎日元気にさまざまな業務をこなす大きな戦力となっています。2016年春からさらに4名の新戦力が加わり、より幅広い業務にチャレンジしていきます。

■障がい者雇用数と雇用率（2016年6月時点）



※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）



グループ合同での障がい者就職ガイダンス

■ハンディキャップ休暇制度の導入

障がい者の方にも、より一層いきいきと活躍いただける環境をつくってきたいという考えのもと、2013年より「ハンディキャップ休暇制度」を導入しました。障がい者手帳を保有する方を対象に、特別休暇として年5日が付与されます。この制度は、正社員・嘱託を問わず利用することができます。上司のマネジメントをサポートするために「ハンドブック」も作成、共有しています。

今後も、障がい者の方の雇用を促進していくとともに、より働きやすい環境づくりを進めていきます。

■65歳定年制の導入

年金の支給開始年齢の引き上げなどに伴う経済的な理由や、就労意欲の高まりにより、定年後の就労ニーズは今後も高まるものと考えられます。一方、定年退職者が業務で培った技術やスキルは、企業にとっても貴重な財産です。

サントリーグループは、シニア層が長年にわたって培った経験や高いスキルを活用して活躍の場を広げるため、また60歳以降の従業員の就労ニーズに応えるために、2013年4月から65歳定年制を導入しました。この新制度は、60歳到達時の資格・役割に応じて、60歳以降は新しく設けられた3つの資格（エキスパート資格、メンバー資格、サポート資格）のいずれかを担うこととなります。また、60歳以降も目標管理制度に基づく成果評価と考勤評価を実施し、考勤評価の項目は「業務貢献」と「次世代貢献」となります。さらに、50代のうちに必ず受講する「キャリアワークショップ」で、シニア期のキャリアを考える機会を提供しているほか、定年後を見通した「ライフプランセミナー」も定期的に開催しています。

今後も、ベテラン従業員が長年培った経験と知識を活かして、一層活躍できるようサポートを進めていきます。



白州蒸溜所にてお客様セミナーを担当する佐野さん



品質管理のレクチャーを担当する森田さん

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

ワークライフバランスの推進

多様な従業員一人ひとりが能力を十分発揮できるよう、ワークライフバランスに配慮して、働きやすい環境づくりに努めています。

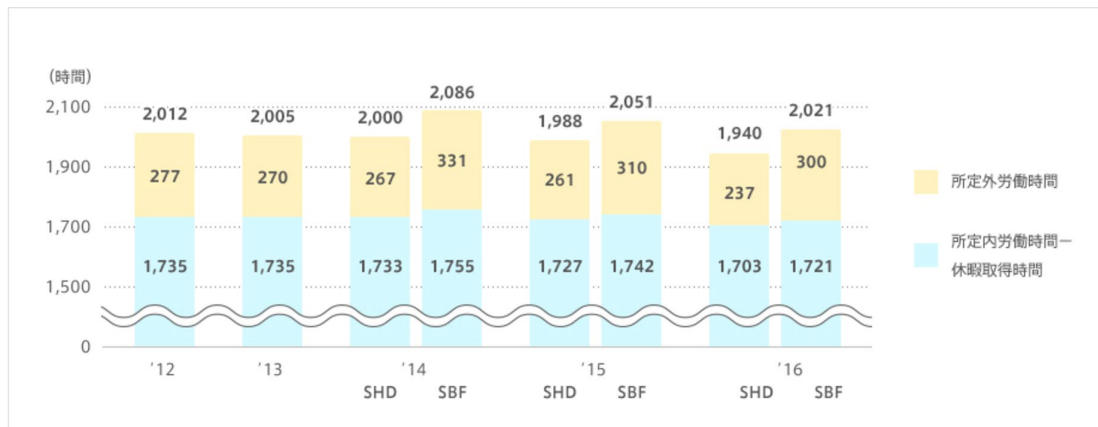
労働時間の削減に関する方針

年次有給休暇取得16日、過勤時間の更なる削減を通じて、総労働時間1,900時間未満を目標として定めています。

労働時間の適正化

従業員が健康でいきいきと働ける風土づくりの一環として、サントリーグループでは労働時間を含む各国の労働関連法の遵守徹底に加え、労使が協力して長時間労働の抑制や、年次有給休暇の促進に取り組んでいます。サービス残業の禁止や、早帰り促進のための全社完全消灯ルールの徹底、業務の効率化に向け「働き方見直しハンドブック」を作成・展開するなど、ゆとり拡大や生産性向上のための取り組みを強化しています。また、パソコンの使用時間など各種勤怠情報を日次で確認できるシステムを導入し、セルフマネジメントをサポートするとともに、必要に応じて改善指導などの対策を講じています。

■年間総実労働時間



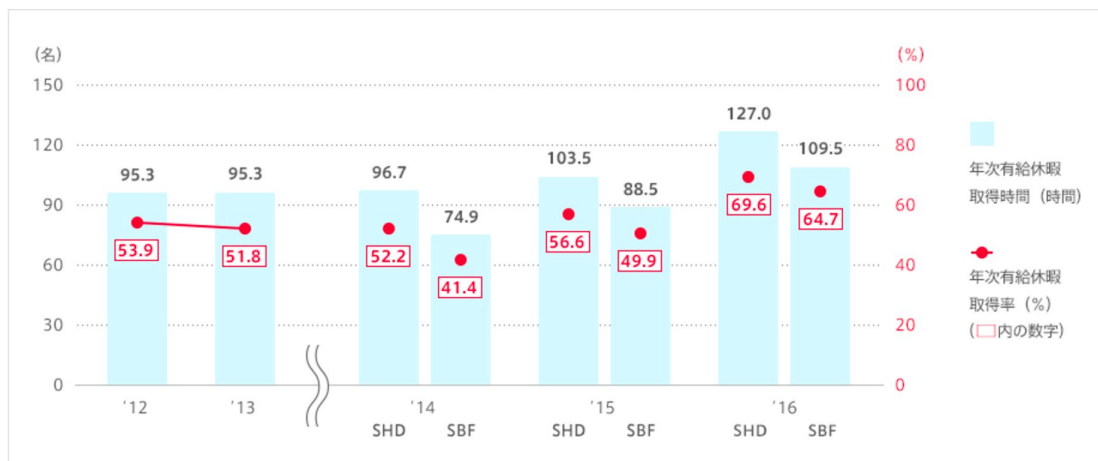
※サントリーグループの標準的な事業所での所定内勤務時間は1日7.5時間、休日数は年間121日、年間所定内勤務時間は1,830時間です

※労働時間については、2013年まではサントリーホールディングス（株）のみの数字です

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

■年次有給休暇取得実績



※労働時間については、2013年まではサントリーホールディングス（株）のみの数字です

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

働き方改革

サントリーグループでは、「生産性高く働き、質の高い成果を生み出し、新たな価値創造につなげること、また多様な従業員がいきいきと働けること」を目的とし、ワークスタイル革新に取り組んでいます。

時間と場所の制約を取り払い、よりフレキシブルな働き方を目指して、2010年には、フレックス勤務のコアタイム原則廃止・対象範囲拡大、テレワーク勤務※の対象範囲拡大・10分単位での利用を可能としました。また、研究開発部門では裁量労働制を導入し、業務適正に即したワークスタイル革新に取り組んでいます。加えて、営業部門でのタブレット・スマートフォンの活用など、ITを活用した新しい働き方も浸透しています。

2016年は、各部署で具体的なアクションプランを立案。労使一体となってPDCAを実行した結果、所定外労働時間で約1割減、年休取得日数約3日増を達成しました。2017年は更に部署毎に働き方改革推進リーダー・マネジャーを選任し、労使と三位一体で取り組みを更に強化しています。

※テレワーク勤務：在宅勤務など、事業所外での勤務のこと

■ワークスタイル変革につながるさまざまな活動

施策	内容
フレキシブルな働き方の推進	フレックス勤務、テレワーク勤務の利用を推進 テレワーク勤務の利用者数は、2016年に4,460名となり、約7割が利用 2015年には「テレワーク推進企業等厚生労働大臣表彰（輝くテレワーク賞）特別奨励賞」を受賞しました。
業務効率化の推進	高性能TV会議、Web会議、タブレット、スマートフォン、モバイルPCの活用を推進 「働き方見直しハンドブック」を活用した会議ルール・資料作成ルール等の見直し
集中タイム	会議やEメールを遮断し、集中して業務を遂行する時間をつくり出す

イントラネット上の「働き方改革ナレッジサイトー変えてみなはれー」でさまざまな情報・意見を交換

サントリーグループは、働き方改革を推進していくために、働き方改革推進に繋がるナレッジを発信・共有する場としてイントラネット上にポータルサイト「変えてみなはれ」を新設しました。



働き方改革ナレッジサイト

ワークライフバランスに配慮して従業員を支援

以前から法定以上の福利厚生制度を多く設けるなど、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ける制度を拡充しています。また、少子高齢化問題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、現場の実態や従業員のニーズに即した支援を行っています。

■フレキシブルな働き方と制度で、仕事と育児・介護の両立を支援

フレックス勤務・テレワーク勤務といったフレキシブルな働き方と、下記のような制度を活用することで、時間・場所の制約があっても、いきいきと働き続けられるしくみとなっています。

育児に関する制度

2005年4月施行の「次世代育成支援対策推進法」に基づいて、出産・育児支援制度を拡充しました。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。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に、働き方を幅広く選択できるようにしています。

こうした取り組みの結果、2008年に厚生労働省より「次世代育成支援企業」認定マークを取得しました。2011年には男性の育児休職取得促進を目的に育児休職の一部有給化した制度（ウェルカム・ベビー・ケア・リープ）をスタートし、2016年の育児休職取得率は女性が100%、男性が27%でした。年間での育児休職取得者は女性が196名、男性が102名となっており、育児休職を取得する男性が年々増えてきています。

介護に関する制度

2011年4月より介護に関する制度（休職、短時間・時差・フレックス勤務）の取得可能期間を延長し、2016年9月には介護による休職の適用要件を明確化するとともに、短時間・時差・フレックス勤務の適用要件を緩和するなど、介護に関する施策も拡充しています。



「次世代育成支援企業」認定マーク※

※「次世代育成支援企業」認定マーク「くるみん」：

子育てをしている労働者の仕事と家庭の両立支援のための環境整備、子育てをしていない従業員も含めた、多様な労働条件の整備に取り組んでいる企業として、厚生労働省から認定を受けた企業が取得できるマーク

■育児期におけるサポートの充実

育児期におけるサポートを充実させるために、2012年に法人契約ベビーシッター費用補助による復職へのサポートや病時・緊急時のサポートなど、産休育休前・中・後のサポートを実現する体制を整えました。また、マネジャーへの研修などを通じてマネジメント層の意識・考勤改革を図り、仕事と育児・介護の両立をさらに支援しています。

従業員参画型「子育て環境プロジェクト」から出された提言をもとに、以下のような休職前後から復職時およびその後と、さまざまな時点での支援策を導入しています。

- ・産休前：制度説明やスムーズな復職に向けた情報提供を主目的に、産休前ガイダンスを対象者全員に実施
- ・休職中：タイムリーな会社の情報や先輩社員の両立事例、復職に向けたお役立ち情報を紹介するメールマガジンを月一回発信
- ・復職時：保育園への入園が困難な場合、つなぎベビーシッター制度にて一定期間の費用を会社が補助
- ・復職後：復職後の両立支援と早期フルモード化を目的に、病時・緊急時ベビーシッター制度や育休後フォローアップセミナーを実施

これらの取り組みが総合的に評価され、日経DUAL主催の「共働き子育てしやすい企業ランキング2016」において、グランプリを取得することができました。

■男性従業員と上司が参加する「ちちおやガイダンス」を展開

男性従業員のより一層の意識改革を目的に、2013年から「ちちおやガイダンス」を開催。ロールモデルの紹介や参加者同士の情報共有などを実施しました。これまでに情報交換会やガイダンスなどに延べ230名程度の男性従業員が参加しています。今後も内容を充実させていく予定です。



お台場オフィス

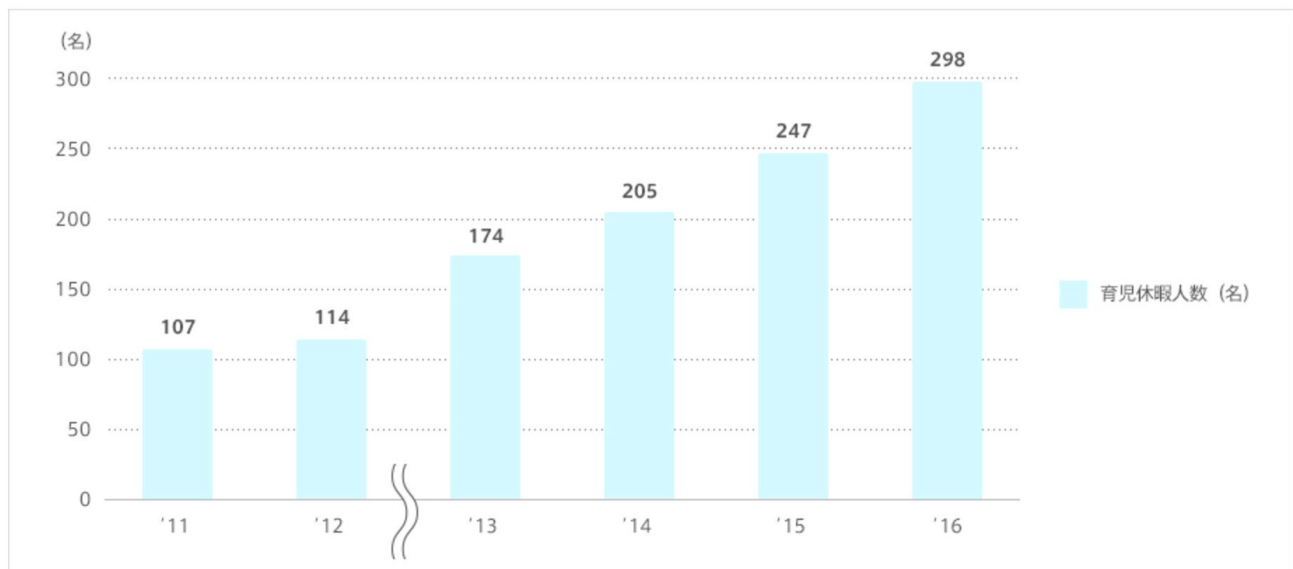


赤坂オフィス



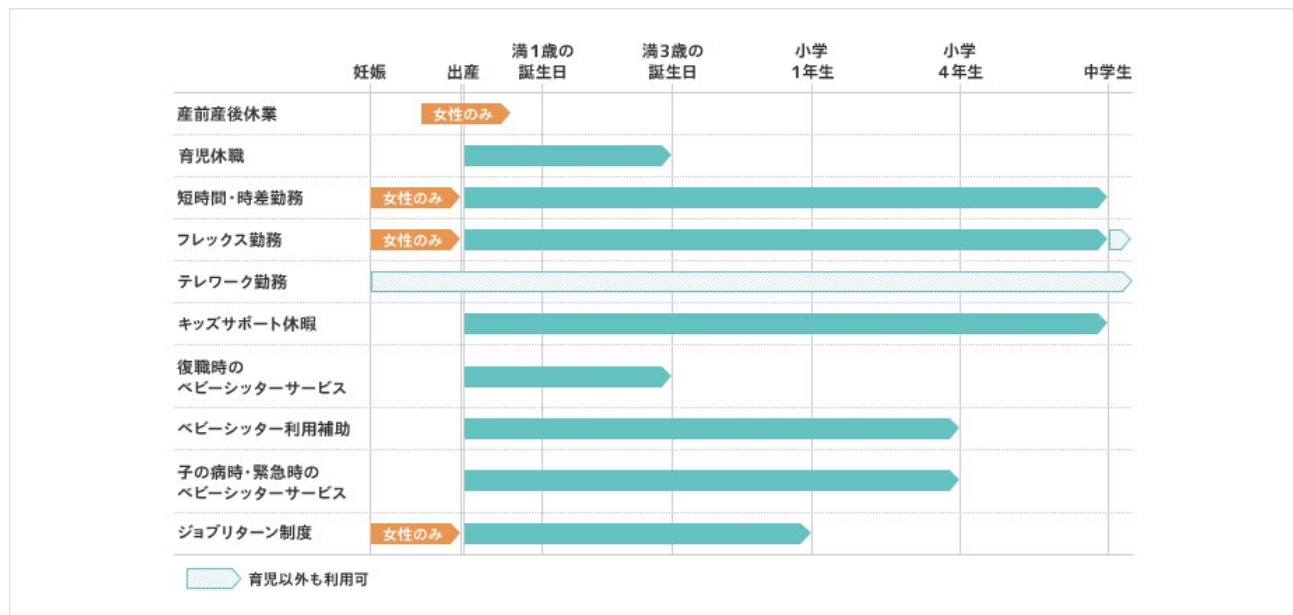
京橋オフィス

育児休職取得実績



※2012年までは、サントリーホールディングス（株）のみの数字です

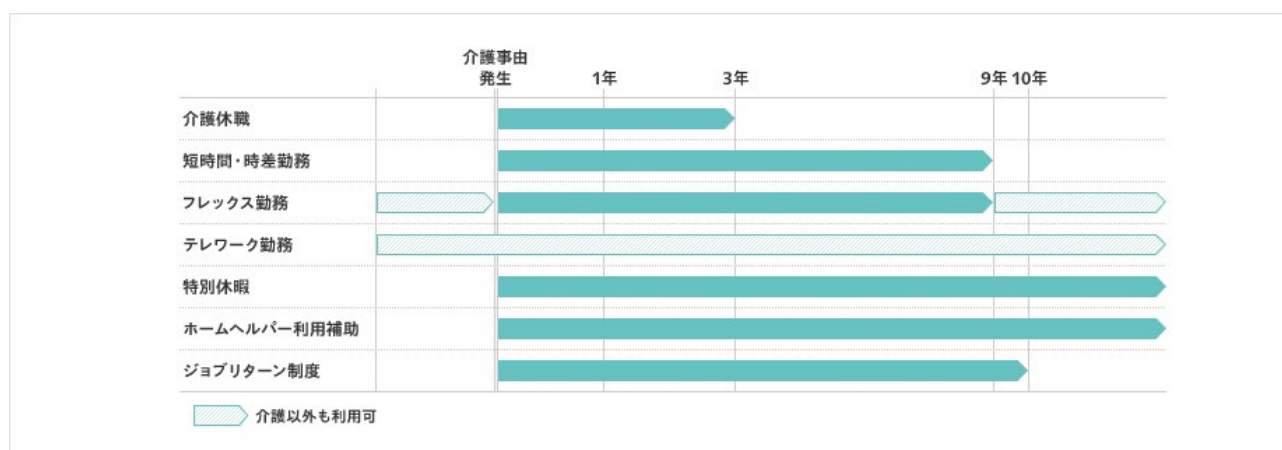
育児支援施策概要（2012年4月改定）



育児・介護等各種制度

項目		内容
育児	産前産後休業	原則、産前6週間と産後8週間
	育児休職	原則、子が満3歳に達するまでの間取得可能
	ウェルカム・ベビー・ケア・リープ	育児休職開始当日からの連続5日間は有給 (子の出生から1歳半まで)
	短時間・時差勤務	子が中学校進学まで 短縮時間は1日あたり2時間を限度 時差勤務は一定の範囲内で設定可能
	フレックス勤務	事由は問わず、子の年齢制限も設けていない
	テレワーク勤務	在宅勤務等、事業所外での勤務のこと 事由は問わず、子の年齢制限も設けていない
	キッズサポート休暇	育児事由全般のための特別休暇（有給休暇） 中学校入学前の子1人につき1年間に5日、2人以上であれば1年間に10日
	復職時のベビーシッターサービス	保育園等への入園が困難な場合、法人契約先のベビーシッターを紹介し、保育園等への入園ができるまで、最長7カ月間の費用補助
	子の病時・緊急時のベビーシッターサービス	子の病時や急な残業・出張等の緊急時に、法人契約先のベビーシッターを利用しやすくするため、入会金・年会費等を会社が負担。子が小学校4年生になるまで利用可能。
	ベビーシッター利用補助	家庭内での乳幼児、小学校低学年の児童の保育や保育所等への送迎 補助額は1日あたり1,700円
	ジョブリターン制度	勤続3年以上で退職時に登録した者を再雇用の対象とする 養育する子（退職事由の子に限らない）が小学校に就学するまで（最長10年とする）
介護	介護休職	最長3年間 ただし通算93日以内であればこれを超えて取得可能 給付金1カ月あたり5万円
	短時間・時差勤務	休職期間と合わせて最長9年まで取得可能 短縮時間は1日あたり2時間を限度 時差勤務は一定の範囲内で設定可能
	フレックス勤務	事由は問わず、期間制限も設けていない
	テレワーク勤務	在宅勤務等、事業所外での勤務のこと 事由は問わず、期間制限も設けていない
	特別休暇	通院の付き添い等のための休暇（有給休暇） 要介護状態の対象家族1人につき1年間に5日、2人以上であれば1年間に10日
	ホームヘルパー利用補助	1日につき1人分（上限15,000円）、年間50日を上限として支払料金の70%を補助
	ジョブリターン制度	勤続3年以上で退職時に登録手続きを行った者を再雇用の対象とする 介護事由が消滅するまでとし、最長10年とする
余暇・休暇	リフレッシュ休暇制度	勤続10年、15年、20年、25年、30年、35年、40年、45年に達した人に特別休暇および奨励金付与

介護支援施策概要



育児・介護等各種制度の取得者数推移

(名)

		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
育児・介護	育児休職	95	107	114	174	205	247	298
	育児短時間・時差	77	105	114	127	195	192	18
	介護休職	0	1	1	1	2	1	2
	介護短時間・時差	0	0	1	2	2	3	0
	テレワーク勤務※	294	2,116	2,234	3,243	3,196	3,557	4,460
	キッズサポート休暇	126	213	314	378	663	464	539
	ホームヘルパー	2	4	2	3	0	2	1
	在宅保育サービス	8	11	25	35	37	16	26
余暇・休暇	リフレッシュ休暇	648	645	772	927	791	933	702

※2012年までは、サントリーホールディングス（株）のみの数字です

※2008年～2009年は育児・介護事由のみ。2010年より拡大

■育児・介護休職からの復職を支援

サントリーグループでは、復職支援の一環として休職前や復職前に所属長との面談を義務づけています。また、休職中に自宅のパソコンからイントラネットを閲覧し、社内の情報をいつでも確認できるようなシステムも構築。さらに、育児休職者に対して、毎月、復職後に活用できるノウハウをメールマガジンとして送付するなど、復職への不安を軽減する施策を整備しています。

■育児・介護退職者等を再雇用

サントリーグループでは、妊娠・出産・育児・介護・配偶者の海外赴任を事由に退職した従業員が、再度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」制度を導入しています。一定の試用期間後の処遇は、退職時の資格・給与をもとに決定されます。導入時の2007年から2016年までの間に48名が登録し、2016年末までに6名が復職しました。

ジョブリターン制度の離職期間

退職事由	離職期間
妊娠・出産・育児	養育する子が小学校に就学するまでとし、最長10年
介護	介護事由が消滅するまでとし、最長10年
配偶者の海外赴任	配偶者が海外から帰任するまでとし、最長10年

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

労使関係

労使が協力して働きやすい環境づくりに努めています。

労使が協力して「働きやすい職場」に

サントリーグループでは、各国の法令に従った結社の自由、および団体交渉の権利を尊重し、推奨しています。また法令等によって結社が認められていない国や地域においても、団体交渉の重要性を認識し、労使一体となった課題解決への取り組みを進めています。重要な経営上の課題については、労使間で定期的開催している「経営状況に関する協議会」「決算協議会」「部門・テーマ別協議会」などを通じて検討・協議。サントリーグループの経営施策について、労働組合から業務の現況をふまえた提言を受け、活発な議論を行っています。人事・労務関連の諸制度の運用・改定も、労使双方の課題認識をもとに十分に協議した上で実施しています。こうした労使関係により、企業運営の客観性や透明性ととも諸施策の実効性を高めています。なお、サントリーグループの労働組合ではユニオンショップ制※を採用しています。

※ユニオンショップ制：職場において労働者が必ず労働組合に加入しなければならないという制度

■協議会で労使の協働を推進

労使共通の重要課題についてテーマを定め、定期的に協議会を開催しています。2016年の1年間で、23回の協議会を実施しました。



経営状況に関する協議会

実施している主な労使協議会

名称	開催頻度	内容
経営状況に関する協議会	年2回	会社の経営方針、経営状況、事業執行状況等に関する協議
四半期決算協議会	年2回	グループ連結業績について情報共有
部門別協議会	年1回（各部門）	R&D部門・生産部門・営業部門等の課題に関して協議
働き方向上委員会	年2回	労働時間問題の状況確認および改善に向けて協議
面接協議会	年4回	人事制度上の各面接実施状況の確認および改善に向けて協議

■労使が協働してレクリエーション企画を実施

サントリーグループとしての一体感の醸成を目的に、労使が協働でレクリエーション企画を運営しています。2009年にスタートした「ソフトバレーボール大会」はグループ会社からの参加も増え、2016年の第8回大会では、従業員とその家族を合わせて約3,600名が参加しました。



従業員と響きあう ダイバーシティ経営

労働安全

従業員が安心して働くことが企業の活力につながるとの考えのもと、労働安全を推進しています。

労働安全への取り組みを推進

工場では、「安全」を職場業績評価基準の1つに掲げ、従業員代表も参加する「安全衛生委員会」が中心となって、従業員の声を反映しながら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。2016年の労働災害発生件数は24件で度数率^{※1}は0.52（清涼飲料、酒類製造業度数率：0.57）、強度率^{※2}は0.004（清涼飲料、酒類製造業強度率：0.02）、でした。また、労働組合と労働安全担当部長が労働安全について意見交換を行う場を定期的に設けることで、円滑な情報の共有を行い、取り組みレベルの継続的な改善を図っています。今後も引き続き、労働災害発生件数ゼロの目標に向け、業務時・通勤時双方での安全対策強化と、従業員の安全意識向上に努めていきます。

※1 度数率：死傷者数÷延べ労働時間数×100万

※2 強度率：労働損失日数÷延べ労働時間数×1,000

■労働災害発生件数

(件)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
休業災害件数	3	3	2	3	4	0	6
不休災害件数	14	10	8	12	13	8	18
死亡災害件数				0	0	0	0
計	17	13	10	15	17	8	24
休業災害度数率	0.31	0.30	0.20	0.17	0.36	0.00	0.52
休業災害強度率	0.002	0.005	0.009	0.002	0.005	0.000	0.004

※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみの数字です。2013年よりサントリー食品インターナショナルグループ（国内）の数字を含みます。

※2016年には工場で8件の災害が発生しました。うち災害の原因は「人」が5件、「設備・環境」が2件、「作業」が6件でした（災害1件に対し、主要因が複数の場合あり）。再発防止のため、すべての器具を点検し、安全確認を行ったうえで、災害報告書を同様の業務に従事する従業員に配布するなどの処置をとりました。

■ものづくりでの労働災害をゼロに

サントリーグループの生産研究部門では、2010年2月に制定した「サントリーグループ生産研究安全衛生基本方針」に則り、人の健康と安全はすべてに優先するという考えのもと、最優先課題として労災ゼロ化活動に取り組んでいます。既存・新規の事業に関して労働災害を未然に防ぐため、事業計画や作業内容を十分に検証し、労働安全に関するリスク評価を行っています。今後も現場一人ひとりの安全意識の向上、設備面・作業面のリスク低減活動の継続といった地道な活動を弛（たゆ）むことなく進め、協力会社の皆様とも連携しながら、労働災害ゼロに向けてグループ一丸となって活動を深化させていきます。

■海外での危機管理体制を構築

海外において緊急事態が発生した場合に備え、サントリーグループは海外勤務者やその家族の安全確保のため、危機管理マニュアルを整備。報告ルートや対策体制を整えるとともに、海外勤務者本人向けのポケットマニュアルを作成し、携行を促しています。



■労働安全衛生教育

サントリーグループでは、労働安全衛生教育を定期的に行い、労働災害の未然防止と意識啓発に努めています。2015年はのべ242人、2016年はのべ302人が受講しました。

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

健康経営

サントリーグループでは、健康とは単に病気ではないということではなく、「心身ともに健康で、毎日元気に働き、やる気に満ちている」状態だと考えています。こうした考えのもと、従業員・家族の健康をより一層推進するべく、2016年から「健康経営」をスタートしました。またその取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2017（大規模法人部門）～ホワイト500～」に認定されました。



中期目標（2018年まで）		
健康診断受診率	社員本人	100%
	被扶養者（40歳以上）	75%以上
生活改善	メタボ対象者率（予備群含む）	20%以下
心のケア	ストレスチェック上位AB判定	85%以上

多様な制度を導入し従業員の健康に配慮

従業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1つです。従業員一人ひとりが元気に活躍できるよう、健康診断項目の充実やストレスチェックでの定期的なセルフチェック、および事後フォロー体制整備に取り組んでいます。また2016年から新たに、生活習慣病予防にむけた取り組み（『サントリーヘルスマチャレンジ』）をスタートしました。

■法定項目を超える詳細な健康診断を実施

サントリーグループでは、法定項目以上に詳細な検査項目で健康診断を実施しています。40歳以上の従業員には、毎年の定期健康診断に代えて、人間ドックの受診を義務づけています（会社指定項目については全額会社負担）。産業医は全従業員の健康診断結果を確認し、有所見者への面談と健康指導を実施しています。また、看護職が事業所を訪問して行う健康面談や臨床心理士によるカウンセリングといった健康に関する相談体制を整備し、従業員の健康維持・増進を支援しています。

■産業保健スタッフによる面談実施

産業医、メンタル専門医、看護職、臨床心理士といった産業保健スタッフの体制を整えるとともに、いつでも気軽に相談しやすい雰囲気づくりを目指しています。2014年からは看護職が定期的に担当事業所に訪問し、該当年齢の従業員と年1回の健康面談を実施しています。今後も相談体制を社内に周知するとともに、心身の状況や生活習慣を把握し、早期発見・早期対応につなげる取り組みを進めていきます。

各種健康施策

各種制度		
病気が災害	失効年休を利用した特別休業	取得できなかった有給休暇について、本人の業務外の傷病や不妊治療、家族の介護のため、年間10日を限度に60日まで積み立て可能
	差額ベッド代補助	入院の際の健康保険の適用外となる部屋代について、かかった費用の70%を補助
人間ドックの利用		40歳以上の従業員は、定期健康診断として、会社指定項目については個人負担なしで必須受診（年1回）
		30歳以上の人（被扶養者も含む）は、日帰りコース5,000円の個人負担で利用可能（年1回を限度）
ストレスチェック		年1回一斉実施、常時利用可
歯科検診		年1回実施
健康電話相談システム		社外専門スタッフが対応
心の相談・電話相談		社外専門スタッフが電話相談・面談に対応（面談の個人負担1回1,000円）

各種健康施策の利用者数

(名)

		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
病気・けが・災害	失効年休	43	47	48	53	65
	差額ベッド	25	40	33	20	36
人間ドック(40歳以上)		2,444	3,048	3,046	3,280	3,333
人間ドック(30歳以上)		433	896	894	866	1,014
人間ドック(家族)		1,064	1,766	1,837	1,950	2,046
歯科健診		2,834	3,571	3,617	3,753	3,632
健康電話相談システム		153	124	139	120	110
心の相談・電話相談		149	183	209	114	64

※2012年までは、サントリーホールディングス(株)のみで掲載しています

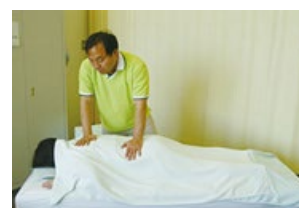
サントリーヘルスマチャレンジ2016プログラム



プログラム	内容	参加者数 利用者数(概数)
ヘルスマイレージ	日々のウォーキングやラジオ体操などの健康増進への取り組みや年休取得・健診受診等に対し、ポイントを付与し、貯まったポイントを賞品に交換できるしくみ	8,000人
ラジオ体操	全事業所で毎日ラジオ体操を実施	8,000人
健康合宿	健診結果のBMIに基づき対象者を選抜した1泊2日の合宿型保健指導	30人
睡眠セミナー	社外講師による睡眠セミナーを実施	900人
卒煙サポート	卒煙宣言をし、同僚2～3名を見まもり役として指名し、3ヶ月間禁煙達成	70人
ヘルシーランチ	カロリーや栄養バランスにこだわったヘルシー弁当を社内で販売	250人 (一部先行事業所)

「ヘルスケアルーム」を設置

お台場オフィス・大阪オフィスは、国家資格を有するヘルスキーパーがマッサージや指圧などの施術を行う「ヘルスケア(企業内マッサージ師)ルーム」を設置しています。心身の健康改善やリフレッシュ手段の1つとして、年間約2,800名が利用しています。



施術の様子

■メンタルヘルスへの取り組み

メンタルヘルス疾患の予防と早期発見のため、従業員本人がストレスに気づいて対応する「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の実施などの「ラインケア」の双方から施策を講じています。集合研修時のセルフケアやラインケアの講習やストレスチェックの一斉実施、メンタル専門医、臨床心理士によるカウンセリングなども適宜実施しています。また休職者へのサポートとして、スムーズに職場復帰ができるよう復職支援体制を整備しています。

メンタルヘルスケアのための主な施策

ポイント	対策	施策内容
セルフケア	セルフチェックによる早期発見・予防	ストレスチェック(年1回一斉実施、随時実施可能)と要対応者のフォロー
ラインケア	メンタルヘルスに関する基礎知識研修による啓発	<ul style="list-style-type: none"> ・基礎知識・制度等をまとめた「メンタルヘルスハンドブック」による情報提供 ・メンタルヘルスeラーニングの実施 ・集合研修時のセルフケア講習 ・新任課長研修時のラインケア講習
事業場内保健スタッフ等によるケア	職場復帰支援の整備	メンタル専門医も交えた、試し出社制度等職場復帰支援体制の整備
	社内相談窓口の設置	<ul style="list-style-type: none"> ・メンタル専門医による相談 ・臨床心理士による相談
事業場外資源によるケア	社外相談窓口の設置	社外専門機関による電話相談・面談

■働き方改革との連動

従業員一人ひとりが「心身ともに健康で、毎日元気に働き、やる気に満ちている」という姿を実現するには、働き方を大きく見直し、公私の充実を図ることが不可欠です。サントリーグループでは、働き方改革としっかり連動させながら、健康経営を推進していきます。

■従業員の家族の健康も支援

サントリーグループは、さまざまな面から従業員とその家族の生活をサポートしています。外部相談窓口には「心の相談・電話相談」や「SOS総合窓口」などがあり、健康面はもちろん、法律相談まで幅広い分野に対応。従業員とその家族からの相談を受け付けています。また、従業員の家族が人間ドックを受診する際の補助制度(2016年は2,000名が利用)など、従業員が生活で直面する問題や不安の解消などにも役立つ制度を整えています。

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

グループ・グローバル人事活動

サントリーグループでは事業のグローバル展開の加速化に伴い、人事活動も近年大きく変化を遂げており、「Growing for Good」の実現に向けて、「事業の成長」と「従業員の成長」を目的に、グローバルレベルでさまざまな取り組みを行っています。

グループ各社の協働によりグローバル人事活動を推進

サントリーグループでは、One Suntoryを合言葉に、世界にまたがるグループ会社間のシナジー創出に向けて、各社と協働しながら、さまざまな活動を進めています。国や事業を跨いだ人材交流や、互いのノウハウの共有等、世界中の個性溢れるサントリアン一人ひとりが「やってみなはれ」を発揮し、世の中により多くの感動や喜びをお届けできるよう、グローバル人事活動の進化を続けていきます。

■Suntory People Way

近年、事業のグローバル展開の加速化や、それに伴うグループ従業員数の大幅な増加等、サントリーグループを取り巻く環境が大きく変化していく中で、改めてサントリーグループの成長の原動力である人材について見つめ直し、サントリーの「人材に対する思い・考え方を示したもの」として、Suntory People Wayを定めました。サントリーのオリジナリティやユニークネスを念頭におき、サントリーグループの人材を語る上で欠かすことのできない「FAMILY」「YATTE MINAHARE」「ENGAGEMENT」の3つの要素で構成しています。Suntory People Wayはサントリーグループに集うすべての人材に対する思い・考え方であり、人材に関するすべての活動の根源となるものです。

FAMILY

サントリーに集う人は家族です。かけがえのない存在です。
サントリーが、よりよい企業グループとして成長していく原動力はサントリアン一人ひとりです。長期的な視野で成長機会を提供し、健康で幸せに満ちた生活の実現をサポートします。

YATTE MINAHARE!

創業の志を胸に、わくわくするような目標を掲げ、決して諦めることなく、積極果敢な挑戦を続けます。

ENGAGEMENT

私たちは、創業精神とビジョン「Growing for Good」で強く結ばれています。
個性あふれる一人ひとりが多様な価値を認め合い、響きあいながら、世の中に感動と喜びをお届けします。

■グループタレントレビュー

グループ・グローバルで活躍できる人材の発掘・育成・活用に向けて、年に1度、グループレベルでのタレントレビューを実施しています。第2回開催となる2017年は、主要グループ会社のトップマネジメントが集まり、グループのキータレント・ポジションの把握や、重要ポジションの後継者計画、国や事業を跨いだ人材交流の検討を中心に行いました。今後もグループタレントレビューをはじめとするグループ・グローバルでのタレントマネジメントを推進していきます。

■グループ共通の人事基盤システム

グループ各社に存在する人事情報を有機的に連携し、活用するために、グループ共通人事基盤システムの導入に取り組んでいます。サントリーならではの「わくわく感」を取り入れた世界中のサントリーグループ従業員を参照できる仕組み（「グループ人図鑑」）や、キータレント・ポジションに関する情報をグループで共有し、グループでのタレントマネジメントに活用しています。今後、さらに活用を進め、グループの人事活動を拡大・加速化していきます。

■グループエンゲージメントサーベイ

グループの組織力の最大化を目指し、グループ共通のエンゲージメントサーベイの導入に取り組んでいます。グループとしての一体感を醸成するとともに、それらを可視化するため、2017年にはサントリーグループ全体へのエンゲージメントレベルやグループ企業理念の浸透度を測定するグループ共通設問を導入します。

■グローバルHRカンファレンス

グループ内の人事分野におけるシナジー創出に向け、ネットワークづくりや情報交換に加え、グループ共通の人事課題解決に向けた議論をする場として、年に1度Global HR Conferenceを開催しています。第6回となる2016年は、世界各国13社から56名の人事担当者が集結し、以下3点を目的に、2日間交流を深めました。

- ・ Align & Engage: グループの経営方針・人事戦略・創業精神の共有・浸透
- ・ Elevate: 人事トレンド・ベストプラクティスの習得、異文化理解
- ・ Build & Collaborate: グループのネットワーク強化、コラボレーション推進

今回のプログラムはグループ横断のプロジェクトチームで検討したもので、経営トップによるセッション、ゲストスピーカーによる講演、海外からの参加者によるワークショップなどに加え、チームビルディングとしてテーマパークでのアクティビティも行いました。参加者からは、「世界中のHRファミリーと関係を築き、有益な学びをたくさん得ることができた」、「ONE SUNTORYを体感できる素晴らしい会だった」といった声があがりました。

■健康経営

グループの財産である社員の健康について、グループ全体で一体感をもった活動を進めるべく、グループ横断のプロジェクトチームを立ち上げました。各社のノウハウを共有する中で、サントリー食品ヨーロッパの事例を参考にしたWalking Activity（社員のウォーキングを推進する活動）を、グループ全社員を対象に、実施することとしました。健康とは、単に「病気ではない」ということではなく、「毎日元気に働くことができ、やる気に満ちて幸福感がある」状態であり、社員とその家族の心身の健康こそが、挑戦・革新の源だという考えのもと、これからもグループで健康経営を推進していきます。

■ダイバーシティ

グループでの協働

ダイバーシティ推進を経営課題と捉え、2016年にグループ横断のプロジェクトチームを立ち上げ、グループダイバーシティビジョンを作成しました。なお、各社でダイバーシティの活動を推進する中で、サントリーホールディングス（株）では、女性の活躍を推進するべく、2016年にビームサントリーの女性役員をアメリカから日本に招き、女性マネジャーを対象とした講演会を実施しました。

ビームサントリーでの活動

ビームサントリーでは、ダイバーシティを進める上で、「女性活躍の推進」、「人種的・民族的マイノリティの活躍の場拡大」「多様性を活かすマインドのリーダー層への徹底」の3点を重点領域に設定しています。女性活躍においては、社内の女性リーダーが集うRISE（Reaching Inspired Spirited Entrepreneurs）組織を立ち上げ、パネルディスカッションやリーダー講演などを実施しています。

■グローバル採用

グループのグローバル展開が進む中で、日本と海外双方の視点をもったグループを繋ぐ架け橋となる人材を発掘するべく、2016年にサントリーホールディングス（株）とビームサントリーの合同で新卒採用活動を北米にて実施しました。新卒採用のノウハウをサントリーホールディングス（株）からビームサントリーに共有し、一方で北米におけるビームサントリーの知名度を活かした合同説明会で集客を強化するなど、双方の採用活動向上につなげる活動となりました。今後もグループとしての採用ブランド確立に向けて、グループ一丸となって採用活動を前進していきます。

CSR の取り組み

CSR マネジメント

サントリーグループは、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 for Good」な企業の実現に向けた取り組みを強化しています。また、ステークホルダーの人権を尊重した経営を推進することが極めて重要との認識のもと、人権についての活動方針を定め、さまざまな取り組みも行っています。



コーポレート・ガバナンス



コンプライアンス



リスクマネジメント



人権

コーポレート・ガバナンス



コーポレート・ガバナンス

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。



コンプライアンス

社会の期待に応え、責任を果たしていくために、コンプライアンスを最優先する組織・風土づくりを進めています。



人権の尊重

企業活動における「人権」に対する関心が高まる中、人権リスクマップを作成するなど、取り組みを強化しています。



リスクマネジメント

事業を継続して社会に貢献していくために、グループ全体のリスクを把握・分析し、経営基盤の強化に努めています。

CSR マネジメント

コーポレート・ガバナンス

お客様や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。

サントリーグループのコーポレート・ガバナンス

サントリーグループは、「グループ経営」と「業務執行」を分離させる純粋持株会社制を導入しています。地域社会やお客様、ビジネスパートナーなどすべてのステークホルダーと良好な関係を保ち、企業としての社会的責任を果たすため、コーポレート・ガバナンスの充実に努めています。

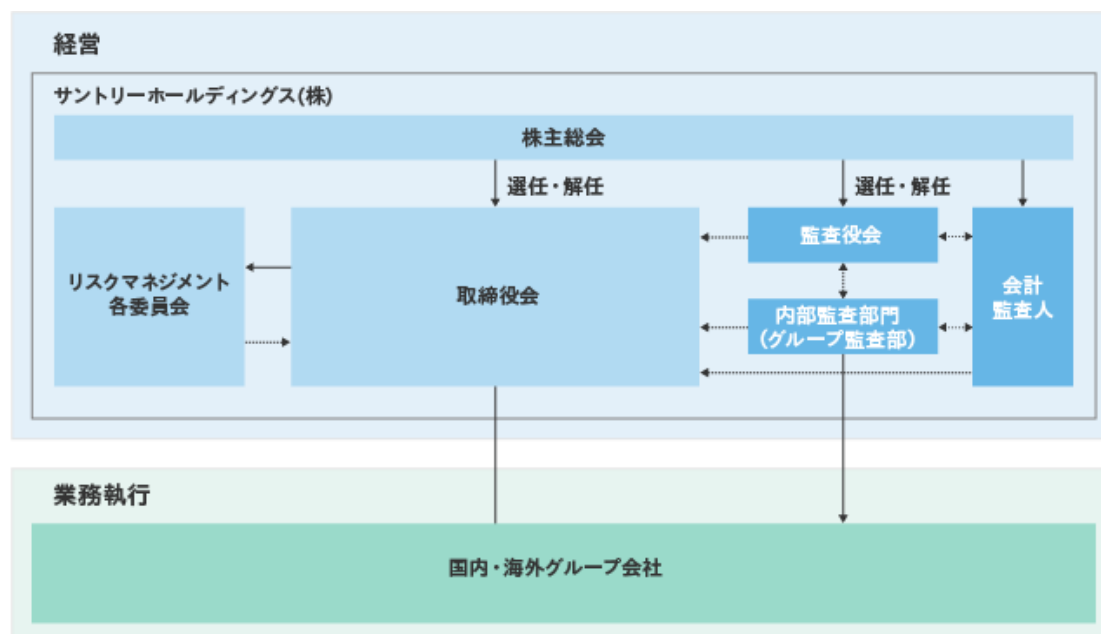
■グループ経営を担う各種会議体

サントリーホールディングス（株）の取締役会は、社外取締役1名を含む11名（2017年4月現在）の取締役で構成されています。取締役会では、グループ全体の経営課題について具体的な検討・協議・意思決定を行うとともに、グループ各社の業務執行を監督する役割を担っています。また、執行役員制度の導入により、経営の意思決定と業務執行を分離し、機動的な意思決定を実現しています。

■経営を監査する体制

サントリーホールディングス（株）の監査役会は、社外監査役2名を含む4名（2017年4月現在）の監査役で構成され、業務の執行状況や内部統制システムの整備状況などを監査しています。監査役会室を設置し、監査役会の監査活動を補助しております。加えて、グループ各社の業務執行状況などを監査・検証する内部監査部門としてグループ監査部を設けています。また、外部監査法人が会計監査を実施し、会計や会計に関わる内部統制の適正性や適法性について、客観的な立場から検証しています。

コーポレート・ガバナンス体制



内部統制システムの強化

サントリーホールディングス（株）の取締役会で決議した「内部統制システムの基本方針」に基づき、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構築を目指しています。

サントリー食品インターナショナル（株）のコーポレート・ガバナンス

東京証券取引所市場第一部に上場しているサントリー食品インターナショナル（株）は、監査等委員会設置会社です。これは、取締役会の議決権を有する監査等委員である取締役が監査を行うことによる監査・監督の実効性の向上、ならびに、内部監査部門を活用した監査の実施による内部統制の実効性の向上を目的とし、より透明性の高いガバナンスを維持するために設けられました。取締役会を構成する取締役9名（監査等委員である取締役を含む）のうち3名は社外取締役（2017年4月現在）です。

また、同社では、取締役会の決議によって重要な業務執行の決定の全部または一部を取締役に委任することができる旨を定めています。これは、社外取締役を含めた取締役会においては、経営戦略、中期・長期計画および経営課題に関する議論等、より大局的・実質的な議論を行うことで、経営戦略を実現し、目標とする経営指標を達成するとともに、個別の業務執行については経営委員会または社内規程に基づく意思決定によるものとするにより、意思決定の迅速化と取締役会の監督機能の強化を図ることを目的とするものです。さらに、2015年6月には、コーポレート・ガバナンスコードの各項目をすべてコンプライし、これに基づいたコーポレート・ガバナンス方針を策定し、公表しております。

コーポレート・ガバナンス

内部統制システムに関する基本的な考え方およびその運用状況

業務の適正を確保するための体制（内部統制システム）の整備について、取締役会で決議した内容は次の通りです。（2015年改定）

サントリーホールディングス株式会社（以下「当社」という）は、“グローバル総合酒類食品企業”を目指し、更なる持続的成長とサントリーグループ全体の企業価値の最大化を図るために、下記のとおり、内部統制システムの基本方針を策定する。

1. 当社の取締役、執行役員及び使用人並びに当社子会社の取締役、執行役員その他これらの者に相当する者及び使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

1. サントリーグループは、サントリーグループ企業倫理綱領により、以下のとおり基本原則を示している。
「サントリーグループの企業理念」の実現に向けて、国際的企業市民としての自覚のもとに、市民社会のルールを尊重し、コンプライアンスを最優先にする組織と風土が何より重要である。
サントリーグループの取締役、執行役員及び従業員一人ひとりは、企業市民として、社会的な倫理のうえに組織の意思決定を行い、事業活動を展開する。
2. この実践のために、法令遵守・社会倫理の遵守をサントリーグループの全ての取締役、執行役員及び従業員の行動規範とする。
サントリーグループの取締役及び執行役員は、コンプライアンス経営の実践のため、法令・定款並びに企業倫理の遵守を率先垂範して行うとともにコンプライアンス経営の維持・向上に積極的に努めるものとする。
3. グローバルリスクマネジメント委員会及びサントリーグループ内に設置される各リスクマネジメント委員会（グローバルリスクマネジメント委員会及び各リスクマネジメント委員会を総称して以下「リスクマネジメント委員会」という）において、コンプライアンス体制の推進を行うとともに、重要課題を審議する。また、サントリーグループ内にコンプライアンス担当部門を設置し、活動の徹底を図るため、当該部門を中心として、定期的に教育・研修活動を行うとともに、サントリーグループ全体のコンプライアンス体制の構築・推進を行う。
4. 当社のリスクマネジメント委員会及びコンプライアンス担当部門はその審議内容及び活動を、適宜、取締役会及び監査役会に報告するものとする。
5. サントリーグループの取締役、執行役員及び監査役がコンプライアンス上の問題を発見した場合は、速やかにリスクマネジメント委員会に報告するものとする。また、コンプライアンスホットラインを社内・社外に設置し、サントリーグループの従業員がコンプライアンス上の問題点について、直接報告できる体制とし、情報の確保に努めた上で、報告を受けたリスクマネジメント委員会は、その内容を調査し、必要に応じて関連部署と協議し、是正措置をとり、再発防止策を策定し、全社にこれを実施させる体制とする。
6. 必要に応じて、子会社に取締役又は執行役員を派遣し、適正な業務執行・意思決定や監督を実施する。また、当社の関連部署は、子会社に対して助言、指導、支援を実施するものとする。
7. 必要に応じて、子会社に監査役又はこれらに相当する者（以下「監査役等」という）を派遣し、監査の実施を行うものとする。また、監査部門において、子会社に対する内部監査を実施する。
8. サントリーグループの従業員のコンプライアンスの状況・業務の適正性について、監査部門による内部監査を実施し、その結果は、代表取締役社長に報告されるものとする。
9. 財務報告の適正の確保に向けた内部統制体制を整備・構築する。
10. サントリーグループの取締役及び執行役員は、反社会的勢力との関係断絶及び不当要求への明確な拒絶のための体制を構築し、推進するものとする。

II. 当社の取締役の職務の執行に係る情報の保存及び管理に関する体制

- 1.総務担当役員は、社内的重要文書の保存及び管理について、文書管理規定等を必要に応じて見直し、改善を図るものとする。
- 2.取締役及び執行役員は、株主総会議事録、取締役会議事録、重要な意思決定に関する文書等（電磁的記録を含む。以下同じ。）その他取締役及び執行役員の職務の執行に係る重要な情報を法令及び社内規定に従い保存・管理するものとする。
- 3.上記の文書等は、取締役、執行役員及び監査役が必要に応じて閲覧可能な状態を維持するものとする。
- 4.リスクマネジメント委員会において、個人情報を含む情報の保護・保存のみならず、情報の活用による企業価値向上を含めた情報セキュリティ・ガバナンス体制を構築・推進する。

III. 当社及び当社子会社の損失の危険の管理に関する規程その他の体制

- 1.サントリーグループの経営上の戦略的意思決定は、取締役会に付議されるものとする。
- 2.業務執行におけるリスクは、各取締役及び各執行役員がその対応について責任を持ち、重要なリスクについて、取締役会において、分析・評価を行い、改善策を審議・決定するものとする。
- 3.グループ経営上重要なリスクは、リスクマネジメント委員会及び品質保証委員会において、グループ全体にわたる業務遂行上のリスク及び品質リスクを網羅的・総括的に管理する。また、それぞれの重要なリスクについて、必要に応じ、当該リスクの管理に関する規定の制定・ガイドラインの策定・研修活動の実施等を行うものとする。
- 4.新たに生じたグループ経営上重要なリスクについては、取締役会において、速やかに対応の責任を持つ取締役又は執行役員を選定し、対応について決定するものとする。

IV. 当社の取締役及び当社子会社の取締役、執行役員その他これらの者に相当する者の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

- 1.サントリーグループの取締役、執行役員及び従業員が共有すべき全社的目標を定め、担当取締役及び担当執行役員は、全社的目標達成のための具体的目標及び権限の適切な配分等、当該目標達成のための効率的な方法を定める。
- 2.担当取締役及び担当執行役員は、目標達成の進捗状況について、取締役会又は経営報告会において確認し、具体的な対応策を報告しなければならないものとする。
- 3.各取締役及び各執行役員の業務執行の適切な分担を実施し、責任権限規定に基づき、効率的な意思決定を図るものとする。

V. 当社子会社の取締役、執行役員その他これらの者に相当する者の職務の執行に係る事項の当社への報告に関する体制

- 1.子会社の取締役及び執行役員の業務執行の状況については、定期的に取り締会及び経営報告会において報告されるものとする。
- 2.子会社を担当する取締役及び執行役員は、随時子会社の取締役及び執行役員から業務執行の状況の報告を求めるものとする。
- 3.責任権限規定において、一定の事項については、当社の関連部署との協議・報告を義務付け、あるいは当社の取締役会の承認を得るものとする。
- 4.監査部門は、子会社に対する内部監査の結果を、適宜、代表取締役社長に報告するものとする。

VI. その他の当社並びにその親会社及び子会社からなる企業集団における業務の適正を確保するための体制

親会社及び上場子会社を含めたグループ会社間の取引は、取引の実施及び取引条件の決定等に関する適正性を確保し、客観的かつ合理的な内容で行うものとする。

VII. 当社の監査役がその補助すべき使用人を置くことを求めた場合における当該使用人に関する事項、当該使用人の取締役及び執行役員からの独立性に関する事項並びに当該使用人に対する指示の実効性の確保に関する事項

当社は、監査役が必要とした場合、協議のうえ、監査役の職務を補助する使用人を置くものとする。

なお、当該使用人の異動、評価等は、監査役会の意見を尊重した上で行うものとし、当該使用人の取締役及び執行役員からの独立性を確保するものとする。

また、当該使用人は、監査役の職務を補助するに際しては、監査役の指揮命令に従うものとする。

VIII. 当社の取締役、執行役員及び使用人並びに当社子会社の取締役、執行役員、監査役その他これらの者に相当する者及び使用人又はこれらの者から報告を受けた者が当社の監査役に報告するための体制その他の監査役への報告に関する体制

1. 監査役は、取締役会に出席し、代表取締役及び業務執行を担当する取締役及び執行役員は、随時その担当する業務執行の報告を行うものとする。
2. サントリーグループの取締役、執行役員及び従業員は、監査役が事業の報告を求めた場合又は業務及び財産の調査を行う場合は、迅速かつ的確に対応するものとする。
3. サントリーグループの監査部門は、定期的に当社の監査役又は監査役会に対する連絡会を実施し、内部監査等の現状を報告する。
4. 内部通報制度の担当部署は、内部通報の状況について、必要に応じて当社の監査役又は監査役会に報告する。

IX. 当社の監査役へ報告をした者が当該報告をしたことを理由として不利な取扱いを受けないことを確保するための体制

当社は、サントリーグループの取締役、執行役員及び従業員が、コンプライアンス担当部門等を通じて、監査役へ報告をしたことを理由として、不利な取扱いを行うことを禁止する。

X. 当社の監査役職務の執行について生ずる費用の前払又は償還の手続きその他の当該職務の執行について生ずる費用又は債務の処理に係る方針に関する事項その他当社の監査役職務の執行が実効的に行われることを確保するための体制

1. 当社は、監査役がその職務の執行について、当社に対し、会社法第388条に基づく費用の前払等の請求をした場合、当該請求に係る費用又は債務が監査役職務の執行に必要な場合を除き、速やかに当該費用又は債務を処理する。
2. 監査役は、当社子会社の監査役等又は監査部門との意思疎通及び情報の交換がなされるように努めるものとする。
3. 監査役会は代表取締役社長及び会計監査人と意見を交換する機会を設けるものとする。

内部統制システムの運用状況の概要

当社は“グローバル総合酒類食品企業”を目指し、更なる持続的成長とサントリーグループ全体の企業価値の最大化を図るために、グループ横断的なリスクマネジメント・コンプライアンス等の内部統制システムの整備・運用が重要であると認識しております。当事業年度における内部統制システムの運用状況の概要は、次のとおりです。

1) リスクマネジメント体制に関する運用状況

- ・ グローバルリスクマネジメント委員会、及びサントリーグループ内に設置される各リスクマネジメント委員会を定期的に開催し、サントリーグループのリスク抽出、対応策の立案、及び対応状況の進捗確認を行いました。
- ・ グローバルリスクマネジメント委員会の活動内容について取締役会で報告いたしました。
- ・ 品質リスクについては、品質保証委員会を定期的に開催し、サントリーグループにおける品質保証上の課題の抽出、対応策の立案、及び対応状況の進捗確認を行いました。
- ・ 情報セキュリティについては、情報の適切な保存・管理に向けた各種社内規定を整備しました。また、情報管理に関する啓発活動を実施する等、不適切な情報管理及び機密情報流出の未然防止に向けた取り組みを行いました。

2) コンプライアンスに関する取り組みの状況

- ・ グローバルリスクマネジメント体制の一環として、海外グループも包括した全世界共有の通報受付窓口を設置しています。それぞれの通報案件に対しては、コンプライアンス室やグループ各社担当部署が当該案件関係者すべてのプライバシー保護に配慮した調査のもと、是正・勧告などの対応を行い、問題の改善や再発防止策につなげています。また「内部通報制度規定」を制定し、通報者のみならず調査協力者への不利益な取り扱いを禁止することなど、通報者等の保護を徹底しています。
- ・ コンプライアンス室を中心として、国内グループ全従業員に対して、コンプライアンス・組織風土等に関する意識調査を実施するとともに、その結果をフィードバックし、更なるコンプライアンス意識の向上に努めております。
- ・ 全世界のサントリーグループ従業員等を対象として、サントリーグループの贈収賄に対する考え方を定めた「グローバル反贈賄ポリシー」及び「グローバル反贈賄ガイドライン」を制定し、贈収賄規制に関する教育・研修活動に注力しております。

3) 業務執行の効率性の向上に関する取り組みの状況

- ・取締役会を21回開催し、中期計画の策定、予算策定、M&A、設備投資等経営上の意思決定を行いました。
- ・取締役会において、サントリーグループの経営成績が報告され、サントリーグループにおける経営目標の達成状況、経営課題及びその対応策について確認し、議論を行いました。

4) 監査役会に関する運用状況

- ・監査役は、取締役会、リスクマネジメント委員会等の重要な会議への出席等を通じ、取締役及び執行役員等から業務執行の報告を受けています。
- ・監査役・監査役会は、監査部門から、内部監査等の現状について定期的に報告を受けています。
- ・監査役は、当社子会社の監査役等又は監査部門と意思疎通及び情報の交換を行っています。
- ・監査役会は、代表取締役社長、社外取締役及び会計監査人と意見を交換する機会を設けています。

5) 内部監査に関する運用状況

監査部門は、監査計画に基づき当社各部門及び国内外の子会社について内部監査を実施し、必要に応じて改善のための指示、または勧告を行うとともに、監査結果を、適宜、代表取締役社長に報告しています。

CSR マネジメント

コンプライアンス

お客様や社会からの期待に応え、責任を果たしていくために、コンプライアンスを最優先する組織・風土づくりを進めています。

コンプライアンス推進体制

■企業理念実現のために全従業員共通の価値を示した「企業倫理綱領」

サントリーグループの全従業員が企業理念実現のために、共通の基準で行動できるよう、2003年に「サントリーグループ企業倫理綱領」を制定以来、この綱領に基づき、グループ横断的な視点からコンプライアンス推進体制を整備しています。また、2012年には、社会的責任に関する国際規格ISO26000を参照して内容を改定し、2017年には全世界のサントリーグループ従業員に、より理解しやすい内容へと改定しました。

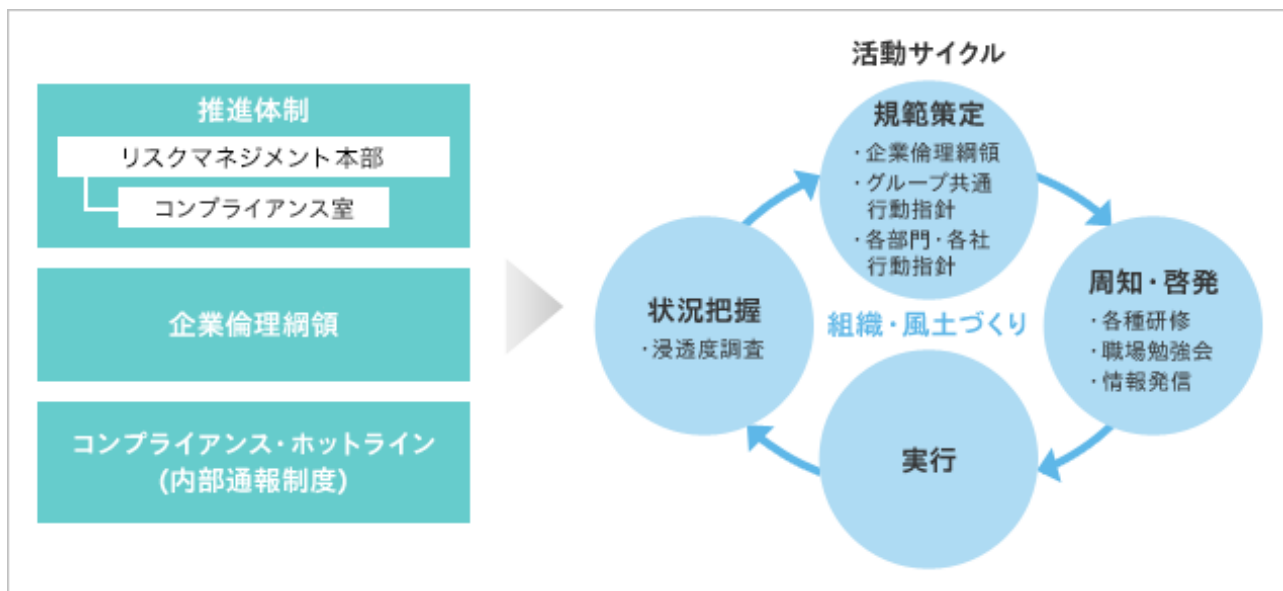
■現場に根ざした推進体制

グループ横断的な視点からコンプライアンスを推進するために、その専門組織として、リスクマネジメント本部のもとにコンプライアンス室を設置しています。

コンプライアンス室では、方針に沿った具体的な諸施策の立案・実施や各職場での実践状況の把握、課題に対する提言・助言のほか、「コンプライアンス・ホットライン（内部通報制度）」を設け、公平・公正、誠実に対応しています。

また、国内外のグループ各社ではそれぞれにコンプライアンスを推進する責任者を配置し、各社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。

コンプライアンス推進のしくみ



■問題の早期発見・解決のためにホットラインを強化

サントリーグループでは「企業倫理綱領」に反する行為があることを従業員が知った場合、まず上司に報告・相談することを基本としています。しかし、そうした報告・相談が適さない場合に問題を早期に発見し解決するため、国内グループ全体の共通窓口としてコンプライアンス室と、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」を設置しています。さらに、国内グループ10社が社内に独自の窓口を設けて運営しており、コンプライアンス室では独自窓口担当者の対応力向上を目的に毎年研修を行っています。

また、グローバルリスクマネジメント体制の一環として、海外グループも包括した全世界共有の通報受付窓口を、2016年4月より設置しています。

2016年の国内グループ各社窓口と海外グループ窓口の通報合計件数は197件でした（内サントリー食品インターナショナルグループへの通報は96件）。また、国内における件数のうち約7割は労務・人事ならびにマネジメントに関するものです。それぞれの通報案件に対しては、コンプライアンス室やグループ各社担当部署が当該案件関係者すべてのプライバシー保護に配慮した調査のもと、是正・勧告などの対応を行い、問題の改善や再発防止策につなげています。

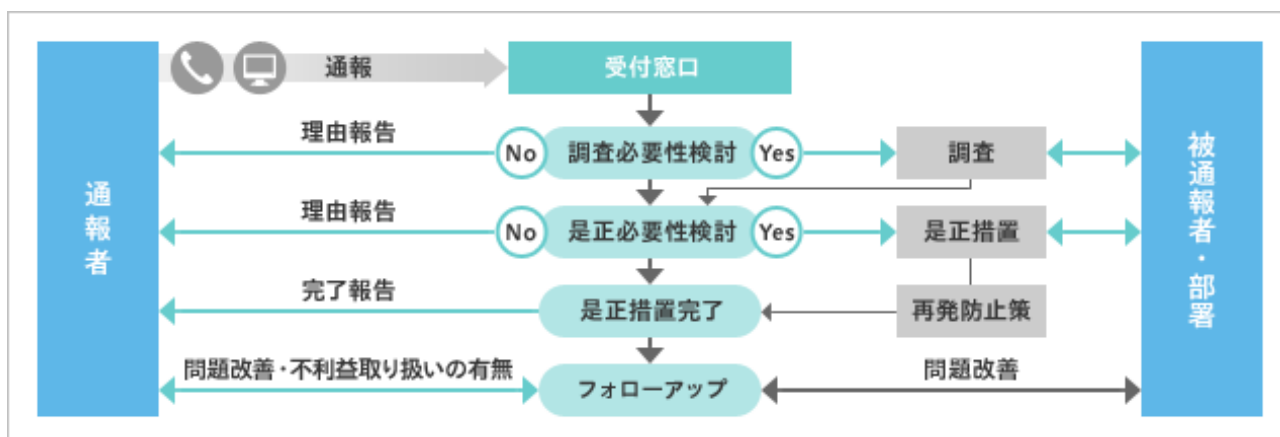


「コンプライアンス・ホットライン」
周知ポスター

■通報者等の保護

サントリーグループでは「コンプライアンス・ホットライン」の設置と同時に、就業規則で通報者が不利益を被るような取り扱いを禁止しています。また「内部通報制度規定」を制定し、通報者のみならず調査協力者への不利益な取り扱いを禁止すること、対応後に通報者をフォローアップすることなど、通報者等の保護を徹底しています。

コンプライアンス・ホットライン対応フロー



コンプライアンス実践のための活動

■「企業倫理綱領」をグループ全体へ周知

サントリーグループの全役員・従業員が「企業倫理綱領」を理解し、日々の行動の中で実践していけるよう、サントリーグループの理念や「企業倫理綱領」をまとめた小冊子を配布しています。

毎年年初には、国内サントリーグループ全従業員が新たな気持ちで「企業倫理綱領」の内容を再確認し、冊子巻末の「コンプライアンス宣言書」に自らサインをしています。同時に、世の中で起きているコンプライアンス事例や、全社・各社それぞれの課題と認識している内容など、さまざまなテーマで職場ディスカッションを実施し、コンプライアンスの基本についてリマインドし、倫理観の醸成を図っています。

■継続的な情報発信でコンプライアンス意識の啓発活動

コンプライアンスの理解促進、実践のために、社内イントラネット内の「コンプライアンス・ネット」で定期的に情報を発信しています。「コンプライアンス・ネット」ではその時々に取り組んでいる活動と連動したテーマ、世の中の事例を通してコンプライアンスの本質を理解するコンテンツなどを発信しており、各社のコンプライアンス推進責任者が中心となって、全従業員へ周知しています。さらに「コンプライアンス・ネット」には、いつでも学習できるようにコンプライアンスの基礎知識やハラスメントチェックなど、セルフラーニング集なども掲載しています。

また、2016年は酒席マナーに関する啓発ポスターを作成し、従業員が折に触れて酒席におけるマナー・モラルに対する意識をリマインドできるよう取り組みました。

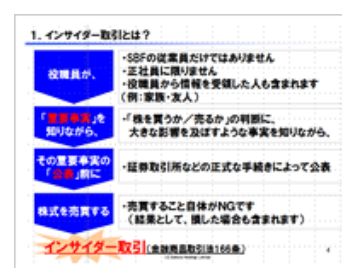


■グループ会社の推進活動を支援

グループ各社はそれぞれの会社の推進責任者が中心となって活動を行っています。コンプライアンス室では、各社の課題に応じた施策の提案やツールの提供、集合研修の実施など推進活動を支援しています。また、国内グループ会社へ新たに着任する役員・管理職を対象に、コンプライアンス経営の牽引役としての役割をより深く認識するための研修を実施しています。

■インサイダー取引防止体制の整備と社内啓発

グループ会社であるサントリー食品インターナショナル(株)および(株)ダイナックが東京証券取引所市場に上場していることから、サントリーホールディングス(株)法務部およびサントリー食品インターナショナル(株)管理本部法務・リスクマネジメント部が東京証券取引所提供のコンテンツをベースとしたeラーニングを実施し、インサイダー取引防止の徹底に取り組んでいます。



啓発資料

事業活動における「企業倫理綱領」の実践

「企業倫理綱領」ではコンプライアンスを重視することを明記しています。事業活動においては、この企業倫理綱領の考え方のもとにさまざまなコンプライアンス上の課題について、各部門が自主基準を設定・運用しています。

■公正な事業活動を徹底

サントリーグループは「独占禁止法」をはじめとする各種法令を遵守し、公正な事業活動を行うことを事業の大前提としています。1992年に「独占禁止法遵守指針」を定めて以来、法改正や環境変化に合わせて指針を改定、運用しています。「キャンペーンに関する景表法上の留意事項」「下請法遵守マニュアル」のイントラネットへの掲載や、各部門・グループ会社向けの定期的な説明会の実施など「独占禁止法」および関連法規の周知と遵守徹底を図っています。

また、お取引先やお客様に対する日々の活動において公正さを確保するべく、商品開発、販売、マーケティングの企画段階から専門部署が積極的に関わり、法令遵守の観点から関係部署の対応方針や活動を検証しています。

■委員会を設置して酒類の公正取引を推進

「酒類に関する公正な取引のための指針※」を踏まえ、酒類に関する法令および社内自主基準等を確実に遵守するため、サントリーグループの酒類の販売を担うサントリー酒類(株)に「公正取引推進委員会」を設置し、公正な取引の推進に努めています。

※「酒類に関する公正な取引のための指針」は2006年に国税庁から提示された行政指導指針。過当競争などによる不当廉売から、酒類事業者の経営が悪化し、酒税が減少することを防ぐためのものであり、酒類事業者の経営安定のために、公正な取引条件の設定やリポート類の透明化を求めている。独占禁止法を運用する公正取引委員会との連携も定めている。

■事業活動の透明性を保つために贈収賄などを禁止

サントリーグループは「企業倫理綱領」の中で、政治・行政・関連団体や企業など、相手がいかなる法人・個人・団体であっても、過度な接待・贈答を禁止し、法令を遵守した健全で透明な関係を保つことを定めています。

また、業務上で関わる相手との関係や、日常的に起こりうるケースを想定し、具体的に取るべき行動や判断の指針を示した「サントリーグループ共通行動指針」を作成しています。この指針は、国内グループ各社の全役員・従業員が常に確認できるようイントラネットに掲載しています。

■グローバルコンプライアンスの取り組み

サントリーグループのグローバル展開に伴い、グローバルな推進体制構築、グローバルスタンダードへの対応に取り組んでいます。The Foreign Corrupt Practices Act(FCPA) 等の世界各国の贈賄に対する規制強化に伴い、2015年にはグローバルスタンダードに合わせた接待・贈答に関するガイドラインを制定し、説明会やeラーニングにより周知理解の展開を図りました。2016年はグローバル反贈賄ポリシーを制定、接待・贈答に加え、寄付や政治献金などを含めた新たなガイドラインを制定しました。また、グローバルコンプライアンス体制の一環として、海外グループも包括した全世界共有の通報受付窓口を、2016年4月より設置し、贈賄や人権侵害に限定せずコンプライアンス違反に関する通報を受け付けています。2016年はグローバルホットライン窓口を通しての通報はありませんでした。尚、児童労働や強制労働に関する通報は発生していません。

コンプライアンス・組織風土の状況把握のため従業員意識調査を実施

コンプライアンス・組織風土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、国内グループ全従業員を対象とした「意識調査」を実施しています。その調査結果から、全社および各部署の個別課題を把握し、グループ全体のコンプライアンス意識醸成のための取り組みを検討します。また各社の経営層や管理職とその課題を共有し、各社各部署の自主的な課題解決のアクションにつなげています。

海外グループ会社においても独自の調査を行い、コンプライアンス経営の実践に役立てています。

コンプライアンス

サントリーグループ企業倫理綱領

序文

「サントリーグループ企業倫理綱領」は「サントリーグループの企業理念」を実現するために、私たち一人ひとりがとるべき具体的な考動のあり方を示したものです。

「サントリーグループ企業倫理綱領」の実践にあたり、基本となる考え方が「コンプライアンス」です。サントリーグループが考えるコンプライアンスとは、“Comply with another's wish (相手の期待に応える)”，つまり、法令遵守はもちろんのこと、お客様、お取引先、地域・国際社会、自然環境、従業員など、私たちが関わるすべてのステークホルダーの期待に応える、より高い水準の倫理的考動を追求し、実践することです。

私たちはどのような変化の時代にあっても、“Growing for Good”を目指すサントリーグループの一員として、それぞれのステークホルダーに真摯に向き合い、多様な価値観の存在を受け入れ、公正・誠実な事業活動を行います。そのような考動を通してこそ、サントリーグループが真に人々や社会から信頼され、選ばれる、価値ある企業グループであり続けられると、私たちは信じています。

1. お客様志向の実践

お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安全・安心で質の高い商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。

1.1 商品・サービス

商品やサービスの企画開発・原料調達から製造・販売に至るまで、お客様の期待に応える価値を創造し、提供します。

1.2 情報提供・責任あるマーケティング

安全・安心に関わる情報ははじめ、お客様が必要とする情報を適切かつ速やかに提供するように努めるとともに、製品表示・宣伝・広告等において、誤認や誤解のおそれのない正確で分かりやすい表現を心がけます。また、多様な商品やサービスを扱う企業グループとして責任あるマーケティング活動を行います。

1.3 双方向のコミュニケーション

お客様とのコミュニケーションの機会を幅広く設け、多様なお客様の声を企業活動に反映することで、一層の満足と信頼をいただけるよう努めます。

2. 誠実・公正な活動

法令および高い倫理観に則り、公正で透明な活動を展開します。

2.1 法令遵守および規範・文化の尊重

関係各国の法令を遵守し、国際規範を尊重するとともに、文化・慣習・伝統・宗教にも配慮した公正で透明な企業活動を行います。

2.2 公正な競争

取引先・競争会社等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。

2.3 腐敗行為

贈収賄、マネーロンダリング、横領等、いかなる相手に対する、いかなる形の腐敗・不正行為も許容しません。取引先、公務員等とは公正で透明な関係を保ち、接待や贈答品の授受、寄付や政治献金については、贈収賄・腐敗防止に関する法令、規範、社内規則および健全な商慣習に従います。

2.4 利益相反

自分自身または親族その他の第三者の利益と、会社の利益が相反するおそれがある場合には、速やかに会社に開示し、利害の対立を回避するための適切な対応を講じます。また、取引先選定や採用等は、合理的で公正な比較・評価に基づき、透明性をもって行います。

2.5 反社会的勢力・輸出入管理

反社会的勢力とは一切の関係を持たず、毅然とした態度での対応を徹底します。また、輸出入管理その他特定の国・団体との取引に関して適用される各国法規を遵守します。

2.6 財務・業務に関する記録と開示

財務および業務に関する記録は、法令および社内規則に従って、事業の状況を正確かつ適正に示すよう作成し開示するとともに、記録に基づいた適正な納税を行います。

3. 社会への貢献

よき企業市民として積極的に社会貢献活動を行います。

3.1 地域社会への貢献

活動する地域での相互交流を深め、その課題の解決や生活文化の充実に寄与するように努めます。

3.2 幅広い文化・社会貢献

芸術・文化・スポーツの振興をはじめとした幅広い活動に取り組むとともに、こうした活動に取り組んでいる団体や個人等を支援します。

3.3 従業員の活動への支援

ボランティア活動をはじめとする社会貢献活動への従業員の参加を積極的に支援します。

4. 環境の保全

地球環境の保全に真剣に取り組み、自然と調和し生物多様性に富んだサステナブル（持続可能）な社会を次世代に引き継ぎます。

4.1 水資源の保全

あらゆる生命の源であり、創業の原点とも言える水資源の持続可能性のため、水を守り、育みます。

4.2 環境負荷の低減

商品・サービスのバリューチェーンすべての段階で環境に対する負荷の低減を目指します。

4.3 環境パフォーマンスの継続的改善

適切に構築された環境マネジメントシステムのもと、環境技術の積極的な採用および効率向上を通じて、環境パフォーマンスの継続的な改善に取り組みます。

5. ダイバーシティ・人権尊重とより良い労働環境の実現

ダイバーシティと人権を尊重するとともに、働きがいのある企業グループの実現を目指します。

5.1 児童労働・強制労働

あらゆる企業活動において、児童労働、強制労働その他不当な労働慣行を認めません。

5.2 差別・ハラスメント

個人の人権と人格を尊重し、人種、宗教、性別、年齢、国籍、言語、障がい等を理由とするあらゆる差別およびハラスメントを排除して、公正な処遇がされる職場環境をつくります。人権侵害が発覚した場合には、当事者のプライバシーを守りつつ、再発防止を含め速やかに適切な対応をとります。

5.3 結社の自由

結社の自由と団体交渉に関する、従業員の基本的権利を尊重します。

5.4 働きやすい職場環境

心身ともに健康で、安全かつ安心していきいきと働くことができる職場環境を築くとともに、仕事と生活の調和の取れた働き方を推進します。

5.5 風通しの良い職場風土

多様な個性を持つ、すべての人が率直に意見や行動を示せるよう、互いの考え方や立場を尊重し、自由闊達で風通しの良い職場風土の醸成に努めます。また、サントリーグループ内の活発なコミュニケーションを通して、一体感のある協調的な関係を構築します。

5.6 挑戦と成長

一人ひとりが仕事に誇りと責任を持ち、自律的に目標にチャレンジし、自身の成長を実現します。

6. 情報と資産の管理・活用

会社資産や情報等は、適切に保全・管理・活用し、第三者の権利を尊重します。

6.1 会社資産

有形・無形を問わず会社資産については社内規則に従って適正に管理し、私的利用など業務以外の目的では使用しません。

6.2 秘密情報

会社の秘密情報は第三者へ漏洩することのないよう、厳重に管理します。またインサイダー取引をはじめ、業務等を通じて入手した情報の不正・不当利用も行いません。

6.3 個人情報

個人情報やお客様・取引先等の秘密情報を取得する場合は正当な方法で入手し、定められた範囲においてのみ使用し、法令および社内規則に従って適正に管理します。

6.4 知的財産

知的財産を適切に保全・確保するとともに、第三者への権利供与の許諾等は、法令および社内規則に従って行います。また、第三者の所有する知的財産権は十分に尊重し、侵害または不正使用は行いません。

6.5 社外とのコミュニケーション

あらゆる場面において、サントリーグループに所属する個人の発言や情報発信が、会社やグループの評価や事業に影響しうることを理解し、責任ある行動を常に意識します。

管理・運用

適用範囲

- (1) サントリーグループ企業倫理綱領は、サントリーホールディングス株式会社およびそのグループ会社の役員・従業員に適用します。
(以下、サントリーホールディングス株式会社およびそのグループ会社を総称して「サントリーグループ」といい、個別の会社を称して「グループ各社」といいます)
- (2) グループ各社の経営トップは、この綱領の精神の実現を自らの役割と認識し、自ら模範を示すとともに社内にその徹底を図り、実効性のある社内体制を確立するものとします。グループ各社においては、この綱領の精神に基づいて、企業倫理またはこの綱領に規定する事項に関する行動規範・行動指針・マニュアル等を制定・運用できるものとし、この綱領に基づく具体的な行動基準は、それらに従うものとします。なお、グループ各社の行動規範等は、この綱領の内容と矛盾するものであってはなりません。
- (3) サントリーグループの役員・従業員以外であっても、グループ各社を代理して業務を行う場合には、この綱領に従った業務遂行を要請します。また、この綱領については、グループ各社の取引先にも理解・共感いただけるよう努めます。

制定および改廃

この綱領の制定および改廃は、グローバルリスクマネジメント委員会の審議を経てサントリーホールディングス株式会社の取締役会が決定するものとします。

主管部署

この綱領の主管部署はサントリーホールディングス株式会社リスクマネジメント本部コンプライアンス室(以下「SHDコンプライアンス室」といいます)とし、この綱領に規定する事項の実施および企業倫理の確立につき、グループ各社に対する助言・提言および支援を行うものとします。

監査

この綱領の遵守状況および実効性を確認するために必要な場合、グローバルリスクマネジメント委員会は、SHDコンプライアンス室の実施する諸施策に加えて、自らまたは第三者を通じてグループ各社の監査を実施するものとします。

通報・違反時の措置

この綱領に反する、または反するおそれのある行為が行われていることを知った役員・従業員は、上司、グループ各社のコンプライアンス主管部署、グループ各社が設置する通報窓口、またはサントリーグループグローバルホットラインに報告や相談をすることが求められます。この場合、報告・相談者のプライバシーは最大限保護されなければならない、また、報告・相談したことを理由とするいかなる報復措置も許容されません。この綱領に抵触する行為を行った場合は、その内容に応じて、グループ各社の社内規則に基づき処分の対象となる場合があります。

解釈

この綱領の解釈・運用等についての疑義等がある場合は、SHDコンプライアンス室に照会をしてください。

CSR マネジメント 人権の尊重

企業活動のグローバル化が進み、企業の人権への取り組みに対して、社会からの関心が高まっています。また、サントリーグループにとっても、CSR重点課題への取り組みにあたり、ステークホルダーの人権を尊重していくことが極めて重要だと考えています。人権に配慮した活動を推進するため、人権リスクマップを作成し現状を整理するとともに、従業員やサプライチェーンに対する働きかけを行うなど、従来の取り組みを一層強化しています。

人権課題に対する取り組みに向けて

サントリーグループは、2013年から、人権課題により一層取り組みんでいくために、企業倫理綱領など既存の枠組みだけでなく、人権リスクマップの作成や調達先のモニタリングを開始しています。

人権活動方針の策定

サントリーグループは、人権についての活動方針を定め、その遵守に努めています。

サントリーグループ 企業倫理綱領（抜粋） （2003年制定、2012年4月改定、2017年6月改定）

ダイバーシティと人権を尊重するとともに、働きがいのある企業グループの実現を目指します。

5.1 児童労働・強制労働

あらゆる企業活動において、児童労働、強制労働その他不当な労働慣行を認めません。

5.2 差別・ハラスメント

個人の人権と人格を尊重し、人種、宗教、性別、年齢、国籍、言語、障がい等を理由とするあらゆる差別およびハラスメントを排除して、公正な処遇がされる職場環境をつくります。人権侵害が発覚した場合には、当事者のプライバシーを守りつつ、再発防止を含め速やかに適切な対応をとります。

5.3 結社の自由

結社の自由と団体交渉に関する、従業員の基本的権利を尊重します。

5.4 働きやすい職場環境

心身ともに健康で、安全かつ安心していきいきと働くことができる職場環境を築くとともに、仕事と生活の調和の取れた働き方を推進します。

5.5 風通しの良い職場風土

多様な個性を持つ、すべての人が率直に意見や行動を示せるよう、互いの考え方や立場を尊重し、自由闊達で風通しの良い職場風土の醸成に努めます。また、サントリーグループ内の活発なコミュニケーションを通して、一体感のある協調的な関係を構築します。

5.6 挑戦と成長

一人ひとりが仕事に誇りと責任を持ち、自律的に目標にチャレンジし、自身の成長を実現します。

サントリーグループCSR調達基本方針（抜粋） （2011年制定）

サントリーグループは、企業理念「人と自然と響きあう」と企業倫理綱領に基づき、安全・安心で高品質な商品・サービスをお届けするために、公正・公平な取引を実施し、サプライチェーンのお取引先とともに、人権・労働基準・環境などの社会的責任にも配慮した調達活動を推進します。

お取引先との良好なパートナーシップを構築し、真に豊かで持続可能な社会の実現に貢献します。

2. 人権・労働・安全衛生への配慮

基本的人権を尊重し、労働環境や安全衛生に配慮した活動を推進します。

人権リスクマップの作成と評価

サントリーグループは、2013年10月にCSR推進部・人事本部・コンプライアンス室が中心となり、人権リスクマップを作成しました。また、作成したマップをデンマーク人権研究所「DIHR (The Danish Institute for Human Rights)」に送り、グローバルな総合酒類食品企業として留意すべき事項についてアドバイスをもらいました。

人権尊重を推進する委員会の設置

サントリーグループでは、「企業倫理綱領」にあらゆる不当な差別やハラスメントなどを排除することを定めています。そのために、国内においては人権の尊重と国籍・性別・年齢・障がいなどによる差別の排除を目的に、中央委員会と各事業所の人権推進委員で構成する「人権教育推進委員会」を設置しています。誰もが安心して働くために、すべての従業員が人権について正しく認識することが大切であるとの考えのもと、継続的な意識啓発に取り組むとともに、新任マネジャー研修、新入社員研修などにおいて、人権教育・啓発のプログラムを実施しています。

ハラスメントの防止

「従業員意識調査」には、ハラスメントに関する項目を組み入れ、現状を把握し、取り組みの改善につなげています。さらに、内部通報制度「コンプライアンス・ホットライン」の窓口を社内外に設置。国内の通報窓口には女性担当者も配置し相談しやすい環境を整え、「企業倫理綱領」に反するハラスメントや労務問題の通報を受理し、問題の早期発見に取り組んでいます。

■意識啓発を徹底しセクシュアルハラスメントを防止

サントリーグループでは、国内において「セクシュアルハラスメント防止マニュアル」を作成し、イントラネットを通じて従業員に周知徹底しています。また、新任マネジャー研修やeラーニングを実施し、セクシュアルハラスメントに対する注意を継続的に喚起しています。

■パワーハラスメント禁止を従業員に徹底

職権や力の差などを背景にした威圧的な言動（パワーハラスメント）をなくすよう、従業員に徹底しています。国内においてはパワーハラスメントに関しても、新任マネジャー研修やeラーニングを実施し、正しい理解と意識啓発に取り組んでいます。

従業員の意識向上に向けた取り組み

人権意識の向上や人権尊重の企業風土づくりを組織全体で実践していくため、啓発・教育活動を推進しています。

■「職場を元気にする人権」をテーマに人権講演会を展開

サントリーグループでは、国内において新任マネジャーや新入社員などを対象とした階層別の人権研修に加え、部門単位でも人権講演会やセミナーを実施しています。2016年は「人口変動・人工知能と企業経営～人権の視点を踏まえて～」と題した人権講演会を実施。今後の人口変動がもたらす社会的課題、人工知能の進化に伴う倫理観との共存などについて、人権の視点から考える良い機会となりました。また、講演会を収録したDVD視聴を中心に全国の営業拠点にてセミナーを実施しました。



人権セミナー

■ハラスメントeラーニングの実施

国内における新人教育プログラムの一環として、新卒社員、経験入社員を対象にハラスメントeラーニングを毎年実施し、ハラスメントの基本の理解につなげています。また2017年には、国内のサントリーグループ全従業員を対象に、LGBTに関する内容も取り入れたハラスメントeラーニングを実施します。

サプライヤーとのCSR調達

■アンケートによる確認

サントリーグループは、2012年から原料部と包材開発部の主要取引先を対象に、CSR調達アンケートを実施しています。アンケートでは、人権の尊重、労働環境や安全衛生に配慮しているかを中心にサプライチェーンに潜在する社会リスクの評価を行っています。既存のサプライヤーに限定せず、新規に取引を開始するサプライヤーにも同様に確認しています。

また、サントリーグループでは、2014年から、児童労働・強制労働などの人権課題に関して、海外の調達先を訪問してヒアリングを開始。2014年は、ビールの主要原料である麦芽・ホップの生産者を対象に、2015年はウーロン茶の仕上げ場を対象に実施しました。

■モニタリングの実施

2016年は中国ウーロン茶葉公司5社で実施しました。

CSR マネジメント

リスクマネジメント

事業を継続して社会に貢献していくために、グループ全体のリスクを把握・分析し、課題解決に向けた取り組みを行っています。

リスクマネジメント推進体制

グループのグローバルな事業拡大に伴い、海外グループ会社を含めたグループ全体のリスクマネジメント推進体制を強化するため、2015年4月に「グローバルリスクマネジメント委員会（GRMC）」を設置しました。このGRMCのもと、各事業会社にはリスクマネジメント委員会やリスクマネジメントチームを設置しています（例：サントリー食品インターナショナル（株）に「リスクマネジメントコミティ」を、ピームサントリーに「グローバルリスク＆コンプライアンスコミティ」を、またサントリービール（株）等各事業会社には「リスクマネジメントチーム」を設置）。これらの委員会やチームを通じて、自社リスクの把握や対策実行、クライシスマネジメント体制の整備などの活動を行い、お客様をはじめとしたステークホルダーの皆様に対する責任を果たすことを目指しています。

ERM（Enterprise Risk Management）

経済のグローバル化や情報化、企業の社会的責任に対する意識の高まりなどにより、企業を取り巻くリスクはますます多様化・複雑化しています。サントリーグループでは、毎年グループ全社を対象とした、事業リスクや環境・社会問題を含むリスクの棚卸しを行い、ステークホルダーの皆様に大きな影響を及ぼすおそれのあるリスクを特定し、対策を講じています。グループ全体として取り組むべき重要リスクを特定し、リスク対応主管部署や各リスクマネジメント委員会でモニタリングを行い、グループ全体でリスクの低減活動を推進しています。2016年度には、事業会社各社のリスク抽出・対応策検討に加え、サントリーグループ全体のリスクをグローバルな視点から抽出・把握し、対応策の検討を実施いたしました。これらの活動につきましては、その内容を取締役会において報告しています。

■クライシスへの対応基盤を整備

企業が直面するリスクは、ますます複雑化・多様化・巨大化し、リスクマネジメントの強化は避けて通れない経営課題です。とりわけ、影響が広範囲に及ぶ危機に対しては、あらかじめ被害を想定した事業継続計画（BCP）の策定が不可欠です。サントリーグループでは、国内各社向けマニュアル「リスク・クライシス初動対応マニュアル」、および海外各社向けマニュアル「Major Incident Management」を定め、クライシスへの対応基盤を構築しています。重大な危機が発生した際には、迅速な意思決定と情報伝達を行い、適切に対処することで、その影響および被害を極小化し、グループの社会的信頼を保持することを目指しています。このように、クライシスマネジメントのさらなる強化を図る中で、お客様をはじめステークホルダーの皆様の安全・安心を最優先とすること、適切な情報開示を行うこと、全従業員が当事者意識をもって速やかに誠実に対処する姿勢をさらに高めています。

■国内グループ会社の体制基盤構築・強化

国内グループ会社のリスクマネジメント体制基盤の構築・強化を目的に、グループ会社各社とサントリーホールディングス（株）リスク対応主管部署による「リスクマネジメントステアリング会議」を継続的に実施しています。双方向のディスカッションを通じて、各社固有のリスク課題の共有、課題の解決に向けた対応策の検討を行っています。

■事業継続計画（BCP）の策定と実施

近年、自然災害（大規模地震、台風や集中豪雨による洪水・土砂災害、雪害、火山噴火など）や、新型インフルエンザ・ノロウイルスをはじめとする感染症など、経済・社会活動の継続を脅かすリスクが多発しています。サントリーグループでは、こうしたリスク発生時にも事業をできる限り中断せず、減災してお客様に高品質な商品・サービスを安定的に供給するために、事業継続計画（BCP）を策定し、供給責任を果たすための対策を実施しています。

また、サントリーグループ内の工場における生産活動だけでなく、原材料調達や物流、営業活動での事業継続計画を策定するとともに、有事の際の本部機能、インフラの分散など有事対応体制の強化を継続的に図っています。

■大規模自然災害対策

安否確認システムの構築と訓練の実施

日本国内において、大規模地震をはじめとした自然災害が発生した際に、サントリーグループ従業員の安否確認を迅速に行うしくみとして、各自が所有する携帯電話・パソコン・固定電話などの連絡手段を使った安否確認システムを運用しています。

このシステムのスムーズな運用に向けて、安否確認訓練を年2回実施するなど、啓発に努めています。また、大規模地震を想定した防災訓練や徒歩による帰宅訓練なども、定期的を実施訓練を行っています。



「災害対策本部」立ち上げ訓練の様子

災害時の対応体制

大規模災害時には、サントリーホールディングス（株）総務部を中心とした「対策本部」を設置し、傘下に各部門別の「対策チーム」を配置して、迅速に初動対応を行います。対策本部では、従業員や家族の安否確認や被害情報の収集・整理をはじめ、各部の活動方針に沿って実施する「事業所機能復旧」「情報システム復旧」「救援物資等手配」「生産機能復旧」「得意先・地域社会支援」などを統括します。また、これらの体制や手順をイントラネットに掲載し、従業員がいつでも確認できるようにしています。2011年の東日本大震災以降、対応マニュアルの見直しや通信手段、災害備蓄品の増強、グループ会社を含めた災害発生時の体制強化を図り、2016年4月に発生した熊本地震発生の際にはこの体制が機能し、いち早く安否の確認や救援、復旧支援にあたることができました。

■感染症対策

2009年に新型インフルエンザが流行（パンデミック）して以降、「インフルエンザ予防マニュアル」に基づく日常での予防対策、発生時の対応プロセスを示したマニュアルを策定し、全従業員への周知を図るとともに、発生時の報告体制を明確化し、感染症の拡大防止策を強化することで業務執行に影響が出ないように対策を講じています。加えて、強毒性感染症に関する行動指針を作成し（2015年改定）、あらゆる感染症に対処しています。また、疾病のまん延時や強毒性の新型インフルエンザなどが発生した際にも事業を継続できるようBCPを策定しています。

■海外出張者への安全管理

近年、グローバル化が進む中、海外出張時のさまざまなリスクへの対応が課題となっています。サントリーホールディングス（株）総務部と人事部が連携して、2013年に日本から海外への出張者を一元的に把握できるシステムを立ち上げました。このシステムを活用して、海外出張者の速やかな安否確認、有事の際のスピーディな対応につなげています。

マラリア、結核、HIV/AIDS等の感染症が多く発生する地域のグループ企業においては、ハンドブック等の配布による意識啓発や産業医との健康相談の機会を設けるなど、従業員や出張者の感染症予防に努めています。

反贈賄

The Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) 等の世界各国の贈賄に対する規制強化に伴い、2015年は全世界のサントリーグループ役員・社員に向け、反贈賄活動に関するサントリーグループの基本的な姿勢を宣言する（Anti-Bribery Measures）とともに、グローバルスタンダードに合わせた接待・贈答に関するガイドラインを制定し、周知理解の展開を図りました。グローバルリスクマネジメント委員会での各取り組みを取締役会において報告しています。2016年にはグローバル反贈賄ポリシーを制定、接待・贈答に加え、寄付や政治献金などを含めた新たなガイドラインを制定しています。

従業員に対するグローバル反贈賄ポリシーやガイドラインについての周知や研修に積極的に取り組み定期的なモニタリングを実施しています。また、グローバルなコンプライアンス・ホットラインを整備し、通報や相談を受け付けております。従業員はいかなる汚職行為または汚職と疑われる行為が行われていることを知った場合、速やかに連絡することを推奨しています。

Anti-Bribery Measures

1. Suntory Group, as a global group, is firmly committed to compliance with applicable anti-corruption laws and regulations around the world.
2. All Suntory employees worldwide are prohibited from giving or receiving bribes in any form, directly or indirectly, to anyone (public officials and private counterparties).
3. Suntory Group is committed to providing employees with clear guidelines such as Gifts, Entertainment and Hospitality.
4. Suntory Group is committed to maintaining accurate books and records and appropriate internal accounting controls systems, which shall be audited periodically by our independent auditors.
5. Suntory Group will communicate its compliance objectives, including how seriously it takes ethical conduct and compliance, to its employees, business partners, agents and other third parties.
6. Suntory Group will provide its employees comprehensive compliance and prevention of corruption training programs.
7. Suntory Holdings is committed to enhancing centralized monitoring processes worldwide.
8. Suntory Group wants and expects violations and concerns to be reported and will take action to investigate any complaints.
9. Suntory Group will provide employees with the resources to help them with compliance.

汚職に関するリスク評価

サントリーグループでは、有効なデューディリジェンスの実施や取引先との関係性等について周知し、デューディリジェンスを含めたリスク評価の体制構築に努めております。汚職に関する問題で高リスクと評価されたエリア・取引内容については、重点的に活動を進めております。

情報セキュリティの強化

業務遂行上の最重要リスクの1つである「情報セキュリティリスク」に対応するために、グループ全体で情報セキュリティ体制を強化しています。また、グローバルセキュリティポリシーを制定し、グローバルレベルでの情報セキュリティ強化に努めています。

■情報セキュリティ体制強化

企業の情報セキュリティに対して、より適切な管理を求める社会的要請が高まっていることから、「サントリーグループ情報セキュリティ基本方針」を定め、情報資産の保全としくみによるガバナンスを図っています。

また、近年ユーザーが急増しているソーシャルメディア（フェイスブック・ツイッター・ラインなど）での情報漏洩などのリスクに備え、国内向けにソーシャルメディアの利用姿勢を定めた「サントリーグループソーシャルメディアポリシー」を制定しました。これらに基づきグループ全体の情報管理を進めるとともに、情報の取り扱いに対する従業員一人ひとりの意識強化を図っています。

Suntory Group Information Security Basic Policy

Our information assets are a source of the Suntory Group's competitiveness. During our strategic usage and application of such assets, we must be worthy of our customers' trust in us and fulfil our corporate social responsibility. Thusly, we have identified the appropriate safeguarding of information assets as being an important management challenge, and have instituted the following basic policy, which promotes information security governance.

- ・ By maintaining a chain of responsibility for information security and by formulating and enforcing rules on the handling of information, we will strive for appropriate management as one group.
- ・ By specifying how the information assets that we possess should be handled in accordance with their importance and any risks, we will strive for their secure and proper use and their appropriate safeguarding.
- ・ We will conduct the ongoing education and training of our directors, all employees, and other personnel, and we will commit to awareness-raising regarding this issue and ensure full compliance with rules related to information security.
- ・ We will strive to prevent information security incidents, and in the unlikely event that such an incident occurs, we will swiftly take action to recover and implement corrective measures.
- ・ While complying with laws and regulations in every country we operate in related to information assets, we will continuously improve and enhance the abovementioned information security policies.

■人的・法的管理の強化

情報システムの利用や機密情報の管理に関する規定・基準を構築し、その情報をイントラネット上で告知しています。また国内各グループ会社では、次のような取り組みを通じてグループを挙げた周知徹底を図っています。

- ・脆弱性分析をもとにした情報管理体制の改善
- ・情報セキュリティの重要性と情報の取り扱いに関する認識を高めるためのeラーニングや説明会の実施
- ・ソーシャルメディア利用に関する規定類の整備と従業員への説明会の実施
- ・近年増加している「標的型メール攻撃」に対する訓練の実施
- ・各社のリスクマネジメント推進責任者・リーダーによるメンバーへの働きかけ



情報セキュリティ eラーニング画面

さらに、2016年度よりコンピュータセキュリティにかかるインシデント対応専門組織としてCSIRT(Computer Security Incident Response Team)を設置し、グループとしての情報セキュリティ事故予防、事故発生時の対応力強化に取り組んでいます。

■物理的・技術的管理の強化

お台場オフィス、大阪オフィスをはじめとする各事業所にセキュリティカードを用いた入館管理システムを導入しています。

また、セキュリティカードとパスワードを用いた認証機能により、全社の情報システムのアクセス管理を強化しています。

このほか、情報漏洩を防止するため、情報記録媒体へのデータ書き出し禁止措置、重要情報（個人情報・機密情報）を安全に保管するためのシステム（自動暗号化）設置、Eメール自動転送不能措置、社外からの不正アクセス・攻撃防止のためのファイアウォール設定および監視などの対策を行っています。

■SNSリスクへの取り組み

急速なソーシャルメディア（SNS）の普及により、個人が簡単に情報発信できるようになりましたが、他方、ネガティブ情報がSNSを通じて広く拡散され、企業価値の失墜を招くケースも見られます。

サントリーグループでは、SNSリスクの低減を図るために、活用に関する各種基準・ガイドラインの制定、リスクの早期発見、対応体制の確立はもとより、従業員の感度醸成活動（eラーニング、セミナー、SNS利用ガイドブックによる啓発活動等）にも取り組んでいます。

■マイナンバー制度への対応

2016年に導入された特定個人情報（マイナンバー）の制度に対応すべく、グループ各社において適切な安全管理措置を行なっています。業務委託先においてもその対応が図られていることを確認しています。

■お客様の個人情報を保護

サントリーグループ各社は、商品の販売促進キャンペーンへご応募いただいたお客様や、健康食品などの通信販売をご利用のお客様をはじめとする多くの方の個人情報をお預かりしています。これらの大切なお客様の情報を守るため、サントリーグループでは、個人情報保護法・ガイドラインなどにに基づき、グループ全体で個人情報保護に取り組んでいます。

個人情報保護に関する従業員教育

個人情報保護の重要性を浸透させるために、グループ全従業員に対してeラーニングや説明会を実施しています。特に個人情報を直接取り扱う部署では、より重点的に情報セキュリティ教育を行っています。

販促キャンペーン履歴管理システム

お客様の住所・氏名など個人情報の収集を伴う販売促進キャンペーンについては、業務委託先との間で機密保持契約書を締結した上で「キャンペーン履歴管理システム」によって情報の入手から廃棄に至るプロセスを管理しています。また、保管が必要な個人情報は、社内に構築された専用のデータベースで一元管理するなど、お客様の情報を確実に保護するよう努めています。

通信販売顧客の情報管理

サントリーウエルネス（株）における通信販売顧客の情報は、通信管理センター内に整備した専用のクローズドシステムで一元管理し、センターへの入退出者については静脈認証により厳重に管理しています。



静脈認証システム

知的財産権への取り組み

社会における知的財産権への意識の高まりや国による数々の施策により、知的財産の重要性は年々増してきています。サントリーグループでは、知的財産権を統括する部署として特許を中心とした知的財産部、商標・コーポレートブランドを中心とした商標部を設置しています。

■自らの知的財産の活用

サントリーでは、商品や技術の研究・開発を通じて獲得した成果を知的財産として権利化活用し、サントリーグループならではの高付加価値商品を継続して供給するための活動を進めています。また、社内で定める「発明・考案規定」により報償制度を設け、従業員の職務発明（創作）の奨励と積極的な活用を図っています。

■他者の知的財産権の尊重

知的財産を活用する一方で、他者が保有する知的財産権を侵害しないよう、研究・開発活動の現場に密着して情報収集に努めています。たとえば、新しい技術の採用にあたっては、すでに他者の特許が存在しないかを調査します。また、商品名の採用に関しては、先行商標が登録されていないかなどを調査し、他者の知的財産に類似するか否かの判断には、専門家の意見も参考にしています。

CSR の取り組み

グループ各社の CSR 活動

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、アジア・オセアニア、欧州、米州における食品・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。

本サイトでは、グループ会社のさまざまな取り組みを掲載しています。

国内グループ会
社の活動



海外グループ会
社の活動



グループ各社の CSR 活動

国内グループ会社の活動

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

サントリー食品インターナショナル (株)

国内・海外の食品事業



ハーゲンダッツ ジャパン (株)

スーパープレミアム・アイスクリーム「ハーゲン
ダッツアイスクリーム」の製造・販売



(株) ダイナック

「響」「魚盛」「鳥どり」などの多業態飲食店の
経営、ゴルフ場・リゾートレストランの運営受
託



(株) プロントコーポレーション

カフェとしてもバーとしても利用場面の多い
「PRONTO」の経営およびフランチャイズ展開



井筒まい泉 (株)

とんかつおよび揚げ物、和風・洋風・会席料
理などのレストラン運営（仕出弁当・ケーター
リング）、ヒレかつサンドをはじめとする各種お
弁当・和風惣菜の製造および販売



サントリーフラワーズ (株)

花苗・鉢花、野菜苗および切花の開発・生産・
販売



サントリーマーケティング&コマース (株)

酒類関連備品販売（酒販店様・飲食店様向け）、
企業の販促支援・代行（キャンペーン企画・景
品提案・配送・事務局運営等）、ワイン等酒類
の店頭、通信販売



サントリーパブリシティサービス (株)

サントリーグループ各社の広報・マーケティン
グ支援業務・コンサートホール・美術館など文
化施設の管理運営・サービス業務・イベントの
企画・運営業務・コールセンターの運営・研修・
コンサルティング業務・人材派遣業務など

ハーゲンダッツ ジャパン（株）

本社所在地	〒153-0051 東京都目黒区上目黒2-1-1
設立	1984年8月
資本金	4億6,000万円
売上高	502億円（2016年度）
従業員数	224名（2016年12月末）
事業内容	スーパープレミアム・アイスクリーム「ハーゲンダッツアイス クリーム」の製造・販売
ホームページ	http://www.haagen-dazs.co.jp/



会社概要・理念

■ “Dedicated to Perfection.（完璧を目指す）”

1984年8月の創業以来、ハーゲンダッツ ジャパン（株）は「お客様の期待を超えるフローズンデザートを提供することにより、お客様に喜びと感動を提供し続ける」ことを使命として企業活動を行っています。

その活動を支える哲学ともいえる企業理念が「Dedicated to Perfection（完璧を目指す）」です。商品の開発からお客様のもとに届くまで、品質・ブランドはもちろんのこと、すべての企業活動においてお客様の視点に立って完璧を目指し、私たちの使命を果たしていきます。

主なCSR活動

■ CSR経営の推進

CSRに関する意識啓発を徹底

企業倫理綱領を制定し、これに基づきCSR活動を推進しています。

また、外部講師による研修、社内イントラネットを活用した情報提供などにより、CSRに関する意識啓発を継続して行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■ 食品の安全と品質への取り組み

原材料の品質を追求

お客様にハーゲンダッツ・モーメント（ハーゲンダッツを口にしたときの至福の瞬間）をお届けするために、品質には徹底的にこだわっています。アイスクリームの主原料である牛乳には特にこだわり、酪農家の方々は牛一頭一頭の体調に合わせた飼料の調整や、牛乳の成分を左右する牧草や土壌の成分まで管理しています。また、味を決めるフルーツやナッツ、チョコレートなどの副原料も世界各地から厳選して使用しています。安全・安心な商品づくりはもちろん、お客様に感動していただける、より高品質な商品を提供することがハーゲンダッツブランドを高めていくと考えています。

食品安全、および品質管理に関する認証を取得

ハーゲンダッツ群馬工場では1998年に「総合衛生管理製造過程による食品の製造または加工」(厚生労働省HACCPプログラム)、2013年5月には国際的な食品安全マネジメントシステムであるFSSC22000も取得しました。このFSSC22000に則った管理を徹底することにより、原料調達から、生産、物流までのすべての工程において、食品安全をさらに強固なものとしています。



群馬工場

品質に関する従業員教育を展開

すべての従業員が品質について正しく理解し、日々の業務を行えるように、社内イントラネットに「品質のこだわり」というページを設置しています。このページでは、ハーゲンダッツの品質への取り組みがまとめて見られるようになっています。また、新入社員向けの研修には、アイスクリームの品質に関するセミナーも組み込み、品質管理の大切さを十分に身につけられるように配慮しています。

■お客様との関わり

お客様とのコミュニケーションを強化

お客様とのコミュニケーションを大切にし、いただいたご意見を事業活動に反映しています。2010年には「お客様満足のための基本方針」を制定。この方針に則って、全従業員が行動しています。

お客様満足のための基本方針

わたしたちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様のさらなる満足の確保、維持、向上に努めます。お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な商品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

お客様相談室の行動指針

- 1.お客様からのお問い合わせ・ご指摘などに対して、迅速かつ的確に、丁寧に対応して参ります。また、公平、公正であるように努めて参ります。
- 2.お客様に信頼され、喜んでいただけるさまざまな情報を、お客様に提供いたします。
- 3.お客様のご意見・ご要望や社会の求めるものを、社内に適切に反映させて参ります。
- 4.お客様の権利を保護するため、消費者保護に関する法規及び社内の自主基準を遵守いたします。

また、ハーゲンダッツ ジャパン（株）は、上記基本方針・行動指針を行動規範として、ISO10002に則った「お客様対応規定」を制定しました。この規定では、お問い合わせやご指摘をいただいたお客様の権利を認識し、企業活動へのお客様の満足を維持・向上することを目的に、お客様対応に関しての積極的な取り組みと責務を明確にしています。さらに、この規定に基づいた詳細な基準・手順を定め、周知徹底を図っていきます。

商品の開発にあたっては、モニタリング、マーケティングリサーチ、アンケート調査などを実施して、お客様のニーズを把握し、ご要望・ご期待に応える商品・サービスを提供するよう努めています。また、お問い合わせ窓口も設置し、お客様からのご意見やご要望を受け付けています。

お客様相談室に寄せられたお客様の声を活かして、栄養成分の表示や、商品パッケージのアイコン（フレーバーの写真）をわかりやすくするなど、商品・サービスの改善に努めています。

■ビジネスパートナーとの関わり

ビジネスパートナーに向けた環境意識啓発活動

物流協力会社を対象に、環境意識啓発活動を行っています。毎年1回「ドライバースクール」を開催し、環境に配慮したエコドライブのコツなどをお伝えし、日々の運転で実践していただいています。

品質管理に関する監査を実施

サプライヤーの選定にあたっては、原材料のおいしさに加え、トレーサビリティなど食の安全・安心に関わる品質管理ができることを基準とし、その確認のために必要な監査も実施しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境の国際規格ISO14001を取得

ハーゲンダッツ群馬工場では、2001年に環境の国際規格であるISO14001を取得。水道や電気の使用量の削減目標を設定して、環境に配慮した商品づくりを行っています。さらに、製造の途中で出た原料の残りは、動物の飼料にするなど食品リサイクルに取り組み、資源の有効活用を図っています。

ライフサイクル全体でCO₂削減に向けた取り組みを推進

生産から物流、販売に至るまでCO₂削減に向けた省エネ活動を推進しています。また、オフィスでも電気や紙などの使用量を管理して、省エネ活動に取り組んでいます。

包材の軽量化

ミニカップ、リッド、スプーンや段ボールなどの包材を薄肉化し、包材軽量化による環境負荷低減に取り組んでいます。

廃棄物の削減

2016年度の食品廃棄物排出量は151トンで、アイスクリームは飼料や肥料にリサイクルするなど、再資源化にも積極的に取り組んでいます。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

霧多布湿原ナショナルトラストを支援

主原料の牛乳の生産地である北海道根釧地区において、2007年から厚岸郡浜中町の霧多布湿原ナショナルトラストへの支援を行っています。霧多布湿原は国内では3番目に大きな湿原で、1993年にはラムサール条約にも登録されています。資金面の支援に加え、毎年当社従業員が地元の方々とともに、木道の補修をするなど湿原の景観保全のボランティア活動を行っています。このボランティア活動は2016年で10回目となり、35名の従業員が参加しました。この活動は、引き続き毎年実施していく予定です。



木道補修風景（2016年）

フードバンクにアイスクリームを寄贈

2007年よりNPO法人セカンドハーベスト・ジャパンのフードバンク活動※に対し、アイスクリームを寄贈しています。また、当社従業員が直接児童養護施設へアイスクリームをクリスマスプレゼントとして届けるボランティア活動も行っています。

※フードバンク活動：製造・流過程などで出る、安全上は問題がないにも関わらず、廃棄される食品の寄付を受け、社会福祉施設などに無償で提供する活動



児童養護施設へ
アイスクリームを寄贈



クリスマスにアイスクリームを
届ける従業員の様子

食育+キャリア教育の出張授業を開催

食育やキャリア教育を目的に、東京都・千葉県・埼玉県・神奈川県の小中学校を中心に出張授業「おいしさってなんだろう？」というプログラムを年間約30校で実施しています。「食への感謝の気持ち」や「仲間と協力する楽しさ」、また「仕事を通じて誰かに喜んでもらう嬉しさ」を多くの子どもたちに体験してもらっています。

その他、2016年はハーゲンダッツのミルクの故郷である浜中町の中学校と高校で実施、また「サントリー東北サンさんプロジェクト」の一環として、いわき市「平五小第二児童クラブ」、相馬市「中央児童センター第二児童クラブ」で授業をしました。



食育出前授業の様子



子どもたちが考えた新商品の
企画を発表

企業訪問を受け入れ

中高生を対象にハーゲンダッツ ジャパン（株）本社での企業訪問を受け入れ、「ブランド」「品質へのこだわり」「商品開発の流れ」などを学んでいただいています。2016年は31校204名の企業訪問を受け入れました。



企業訪問の様子

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

公正な人事制度を整備

従業員がやりがいをもって働けるように、自己評価と上司からの評価を面接で話し合い、公正で納得性の高い評価制度を整備しています。

障がい者雇用を促進

主に本社事務職などの業務を対象に、障がい者雇用を行っています。

ワークライフバランスを推進

従業員の仕事と家庭・社会生活の両立を支援するために、ワークライフバランスに配慮した取り組みを推進しています。特に、長時間勤務は従業員の心身への影響も大きいと、時間外勤務の削減を全社的課題と位置づけ、徹底した管理を実施するほか、労働時間の適正化を図っています。

次世代育成支援の取り組みを強化

従業員が長く働きやすい環境で活躍できるよう、育児休業制度や育児短時間勤務制度の充実・強化を図っており、2008年に「次世代育成支援企業」認定マーク[※]を取得しています。2016年3月時点で、小学生以下の子どもをもつ従業員は74名で、そのうち8名が育児短時間勤務制度を利用しています。

※「次世代育成支援企業」認定マーク「くるみん」：子育てをしている労働者の仕事と家庭の両立支援のための環境整備、子育てをしていない従業員も含めた多様な労働条件の整備に取り組んでいる企業として、厚生労働省から認定を受けた企業が取得できるマーク



健康で働きやすい職場づくり

独自の取り組みとして、従業員一人ひとりの行動をポイント化する福利厚生制度「ロハスポイント」を導入しています。この制度は、マラソン・ウォーキングイベントへの参加やスポーツクラブ利用など、健康によいことを実践するごとにポイントが加算される制度で、貯まったポイントに応じてカタログから好きな景品をプレゼントしています。

また、心の健康にも配慮し、社外窓口を設置して相談を受け付けています。メンタルヘルスに関する研修も年1回実施するなど、疾病の予防と早期発見に努めています。

さらに、職場における差別やハラスメントを防止するために研修会や職場勉強会を開催し、従業員の意識啓発に取り組んでいます。

(株) ダイナック

本社所在地	〒160-0022 東京都新宿区新宿1-8-1 (大橋御苑駅ビル7F)
設立	1958年3月
資本金	17億4,162万円
売上高	360億758万円
従業員数	939名
事業内容	「響」「魚盛」「鳥どり」「パパミラノ」などの多業態飲食店の経営、ゴルフ場・リゾートレストランの運営受託、パーティケータリング事業、道の駅運営
ホームページ	https://www.dynac.co.jp/



会社概要・理念

■「食の楽しさをダイナミックにクリエイトする」それが私たちの仕事です

悲しみ、苦しみ、怒りのとき、人は食を欲しない。お祭り、語らい、出会い、記念日など、人間にとって食べることはいつも楽しさにつながっている。私たちの仕事はそんな喜びあふれる生活に貢献することです。これは大変な仕事であり、終わりのない努力を要する仕事です。しかし価値のある仕事でもあります。食の楽しさを縦横に切り拓き、お客様に喜んでいただけるプログラムをいっぱいもっている企業。そんな企業を目指しています。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

CSRの考え方

CSRの基本は本業を全うすることであり、安全・安心な「最高の商品」と「最高のサービス」を提供し、お客様からいただいた「ありがとう」「おいしかったよ」「また来るよ」といった言葉を仕事の喜びにつなげて持続することと考えています。

コーポレート・ガバナンス

(株) ダイナックではコーポレート・ガバナンスの推進体制として、監査等委員会設置会社を選択しております。

取締役会は7名で構成され(監査等委員3名含む)、経営全般に関わる課題の意思決定を行っています。また、執行役員制度により迅速な業務執行を図っています。

監査等委員会は社外取締役2名を含む3名で構成され内部統制システムを利用して、取締役の職務執行や経営全般の職務執行状況について監査を実施しています。加えて、外部監査法人が会計監査を実施し、第三者の立場から検証しています。内部監査は監査部を設置し、業務執行の健全性の維持に努めています。

また、重要なリスクについてはリスクマネジメント委員会において網羅的・総括的に管理しています。さらにCSR推進を専門に担当する執行役員を配置し、組織機能のすべてにおいてCSRの徹底を図っています。

コンプライアンスの徹底

「サントリーグループ企業倫理綱領」に基づき、コンプライアンス規定およびコンプライアンス・ホットライン規定を制定し、遵守の徹底を図っています。

従業員の意識啓発

イントラネット上で従業員向けにコンプライアンスをわかりやすく解説するとともに、コンプライアンス・ハンドブックを作成し、全従業員に配布しています。また、各部署での勉強会や「従業員意識調査」を定期的実施し、浸透度を確認しています。さらに、コンプライアンス・ホットライン周知のため、啓発ポスターを全店舗に掲載しています。

リスクマネジメント

(株) ダイナックでは、経営危機管理、機密管理、リスクマネジメントに関して規定を設け、企業経営に関わるリスクマネジメントの充実・強化を図っています。また、情報セキュリティについても、個人情報の保護、従業員の保護に関する規定のもと、個人情報の開示・訂正・利用停止等対応基準、ITシステム利用基準などを制定し、厳格な運用に努めています。さらに、事業に関わるさまざまなリスクを抽出し、リスク発生の未然防止と迅速な対応を図る体制づくりに取り組んでいます。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様との関わり

品質保証マネジメントシステムによる安全・安心の追求

食の安全・安心を追求し、お客様にご満足いただけるサービスを提供するために、品質保証マネジメントシステムを構築・運用しています。これに基づき、品質保証本部が中心となって品質保証方針（計画）の策定や店舗の衛生検査・不良商品の分析を実施。さらに、内部監査を実施して継続的な改善に取り組んでいます。

「お客様の声対応方針」の制定

(株) ダイナックは、「お客様の声対応方針」を制定し、常にお客様満足度の向上に取り組んでいます。

お客様の声対応方針

- 一、私たちはお客様からのお問い合わせ・ご指摘に対し誠意を持って迅速かつ適切に対応してまいります。
- 一、私たちはお客様のご意見・ご要望に対し心から感謝し積極的に企業活動に反映してまいります。
- 一、私たちはお客様の声に常に耳を傾けることで商品・サービスの向上に活かしてまいります。

お客様の声を店舗の活動に反映

ホームページなどからお客様の声を積極的に収集し、ご意見・お問い合わせを全店舗で共有できるネットワークを構築しています。また、各店舗に対するご指摘は、店舗および営業責任者にフィードバックし、店舗の改善活動に反映しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を2009年12月に取得しています。(株) ダイナックの掲げる環境方針の実践に向け、PDCAサイクルによって継続的に環境改善活動を推進しています。

省エネルギーの取り組み

各店舗では、省エネルギーの取り組みとして、電気・水・ガスの使用量削減に目標を定めて取り組んでいます。また、社用車の一部を環境負荷の少ないハイブリッド車に切り替えています。

食品廃棄物の削減・再資源化

(株) ダイナックは、食品リサイクル法を遵守し、生ごみなどの食品廃棄物の削減・再資源化に取り組んでいます。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

ダイバーシティの推進

企業の発展には多様性の尊重が重要であると、(株) ダイナックは考えています。近年では、性別や年齢にとらわれず多様な従業員が活躍できるよう社内体制を整備し、その結果、女性の管理職も増えつつあります。

また、各店舗における地域への貢献も企業成長のために不可欠であり、特に障がい者雇用は重要な課題だと考えています。外食産業は障がい者雇用率の低い業種ですが、(株) ダイナックでは法定雇用率を上回る2.0%の雇用率を維持しています(2016年12月末現在)。今後も雇用率を上げるだけでなく、地域の支援機関・ハローワーク・支援者・保護者と連携し、障がい者本人の働きがいや生きがいとなるように、個々にきめ細やかな対応を心がけて取り組みを継続しています。



ダイナック三木サービスエリア店
(兵庫県)にて8年間勤務をしている
従業員

公正で納得性の高い評価制度

(株) ダイナックでは、職能資格制度を導入しています。管理職の従業員は、目標管理シートによって自身の目標を設定し、その結果を上司との面談を通じて話し合い、納得性の高い評価・処遇につなげています。

労働時間の適正化

毎月、個々の労働時間を集計し、適正値を超える従業員をリストアップして、経営陣および所属部長に報告し是正を促しています。また、労働時間の適正化に向けて、人員配置の見直し、店舗オペレーションの修正などを行い根本的な解決を図っています。

育児・介護のサポート

法律を遵守した社内規則を制定し、育児・介護休業の取得を促進しています。また、対象者の要請があれば時短勤務、所定外労働の免除、深夜業の制限なども行っています。

心身の健康管理を支援

従業員の健康管理については、定期健康診断の受診を徹底し、メンタルヘルスクエアに関しては従業員のストレスチェックを毎年実施し管理体制の充実に努めています。役員を含む管理職に対して管理者研修を実施しているほか、社外に相談窓口を設け、カウンセリングとメンタルサポートを行っています。

(株) プロントコーポレーション

本社所在地	〒108-0075 東京都港区港南1-8-27 (日新ビル)
設立	1988年2月1日
資本金	1億円
売上高	250億円 (2016年度実績)
従業員数	286名 (2016年12月) (連結)
事業内容	カフェとしてもバーとしても利用場面の多い「PRONTO」の経営およびフランチャイズ展開
ホームページ	http://www.pronto.co.jp/



会社概要・理念

■Dream comes true !

今年で創業28年を迎えた(株) プロントコーポレーションは、昼はカフェ、夜はバーとなるオンリーワン業態の「プロント」をはじめ、カフェ業態や立ち飲みバーなどを主にフランチャイズで展開しています。

2001年には「プロントルネッサンスプロジェクト」という経営改革の一環で経営理念を再構築し、“Dream comes true !” を目標として掲げました。これは「従業員が楽しく働ける会社」で「お客様に喜ばれるお店」を増やすことによって、加盟店・本部がともに成長していくことを表現しています。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

CSRに関する意識啓発を徹底

コンプライアンスの推進、情報開示、リスクマネジメントといった、企業の基礎的で根幹的な活動に注力しています。社長を委員長とするコンプライアンス委員会の定期開催、幹部・管理職への研修、職場単位での研修、職場リーダーによる職場勉強会などを通じて、企業人としてのあるべき姿を再確認しています。また、社内イントラネットでコンプライアンス、リスクマネジメント、品質保証、環境などのさまざまなCSR活動に関する情報を全従業員へ発信し、意識啓発を図っています。

さらに、従業員によって倫理的に正しくない行為が行われていることに気づいた際、報告・相談できる窓口として「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。このホットラインについては「コンプライアンス・ハンドブック」や全従業員・直営キャスト全員に配布した名刺サイズのカード、さらには各種研修で従業員への周知徹底を図っています。

CSRという概念を独自に解釈し、全従業員で共有

CSR経営を推進していくためには、全従業員が共通の価値観をもつことが何よりも重要だと考えています。すべての従業員に、プロントが考えるCSRを正しくわかりやすく伝えるためにCSRという言葉に「Customer Smile Relationship (プロントグループに関わるすべての人たち (Customer) が笑顔 (Smile) になるような関係 (Relationship) をつくる)」と定義し、プロント流CSRを推進。ハンドブック「SHARING SMILE」を作成し、全従業員に配布。従業員には、心のこもったおもてなしを提供することが、お客様の笑顔につながると伝えています。



「当たり前のことを、あえてメッセージとして伝える」ことを主眼に絵本タイプの「ハンドブック」を作成

コンプライアンスの浸透を徹底

コンプライアンス面では、全従業員に冊子「SUNTORY SPIRIT ～私たちが大切にしていること」を配布するとともに、各部署間でコンプライアンスの意識啓発活動を実施し、問題点を抽出して対策・啓発に努めています。また、全従業員向けに「コンプライアンス・ホットライン」を設置し、従業員の抱えるさまざまな問題に速やかに対応しています。



「SUNTORY SPIRIT」

リスクマネジメントの推進

食品の衛生管理、お客様の店舗における事故、地震などの災害を対象としてリスクマネジメント委員会を組織し、各リスクへの基本対策を協議・立案しています。

また、情報セキュリティ・個人情報保護・機密情報保全などについては、専門担当部門を設置し、方針・規定の制定や社外への発信、従業員への理解浸透を図っています。

さらに、自社ブランドの知的財産権を取得する場合に他社の知的財産を侵害しないよう、新規商品名や業態名を調査し、必要に応じて商標や意匠権の取得を行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質マネジメントを徹底するためには、すべての商品の導入時からお客様のお口へ入るまで、一元管理が必要と考えています。そのため、食材の安全性はもとより、食材の品質、食材流通時の品質、飲食時の品質など、すべてのシーンにおける品質条件を守るべく、さまざまな取り組みを行っています。

衛生検査体制の確立

通常業務での品質・衛生環境チェックはもちろん、定期衛生検査や外部機関による衛生検査を導入し、店舗衛生品質の強化に努めています。さらにチェーン全体での衛生知識向上のために講習会や勉強会などにも取り組んでいます。手洗いマニュアルの改定やセンサー式アルコール噴霧器の導入などを通じて、全従業員の衛生意識の向上を図り、店舗衛生管理マニュアルの遵守に努めています。

VOC（お客様の声）の反映

お客様からのご指摘やご意見・ご要望などを、貴重な外部評価と捉え、品質マネジメントの向上に反映すべく、VOC推進に努めています。お客様から寄せられたご指摘情報を各部署へ素早くフィードバックするのはもちろん、VOCグループと各事業部内会議にて相談・協議を行っています。

■お客様との関わり

お客様の声への対応方針に基づく活動を展開

（株）プロントコーポレーションは「お客様の声への対応方針」「行動指針」に基づいて、お客様満足度の向上を目指し、お客様対応に取り組んでいます。

「お客様の声への対応方針」

私たちは、一つ一つのお客様の声に対して、真摯に向き合い誠実・迅速に対応します。
また、お客様の声を頂けることに感謝し企業活動へ反映させます。

「行動指針」

- 1.『お客様の声』を感謝の気持ちで伺い対応する
- 2.誠実・迅速・公平・公正に対応する
- 3.『お客様の声』を企業活動へ反映させ、基本理念を体現した店舗づくりを行う

お客様に適正飲酒を啓発

すべての店舗の入口に「20歳以下、ドライバー飲酒禁止シール」を掲出して、お客様に適正飲酒の呼びかけを行っています。



20歳以下、ドライバー
飲酒禁止シール

Webサイトでのアレルギー情報開示

近年、社会問題ともなっている食物アレルギーによる重篤な事故を防止するため、主要業態PRONTOではメニューに7大アレルギーの特定原材料（卵・乳・小麦・そば・落花生・えび・かに）を情報開示しています。

さらにWebサイト上の特定アレルギー情報では7大アレルギーだけではなく、特定原料に準ずるすべての項目（20項目）を公開し、お客様に安心してお食事を楽しんでいただける環境を整えています。

店内の環境改善を推進

健康増進法への取り組みの一環として、新しい店舗は完全分煙とし、既存のお店では改装や改修工事の際に、順次分煙化を進めています。今後も社会からの要請や法令等に対応して店内環境の向上に努めていきます。



店内に分煙設備を導入

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

プロントグループでは、2008年に「環境委員会」（現・エコ推進委員会）を設置。「環境方針」を制定して、さまざまな環境活動に取り組んでいます。

「環境方針」

- 1.プロントグループは、以下を重点実施項目として取り組みます。
 - 1.省資源・省エネを行いCO₂の削減に努めます。
 - 2.廃棄物の減量化・再資源化に取り組みます。
 - 3.従業員自らエコオフィスを実現し、グリーン調達を推進します。
 - 4.地域と連携した環境保全活動に努めます。
 - 5.広く社会に環境情報を開示します。
- 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・環境汚染の予防につなげます。
- 3.環境関連の法規制・協定を順守します。
- 4.この環境方針は、プロントグループCSR基本理念である「関わるすべての人たちが笑顔になるような関係をつくる」ことをめざし、全従業員・ビジネスパートナー様等携わる全ての人々に周知し、環境教育・啓発などを通じ、環境意識の向上に努めます。

ISO14001認証を取得

2009年12月に環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得し、継続的に環境活動を推進しています。

P LOVE GREEN 宣言

プロントは、2010年4月に「お客様の精神（こころ）と肉体（からだ）に安らぎと喜びを与え、明日への創造を生み出すJUNCTIONとなる」という基本理念と、プロントのブランドカラーである「Green」という原点を見つめ直し「P LOVE GREEN 宣言」を発表し、新たな活動をスタートさせました。人と自然にやさしい、また、ワクワクするプロントらしい活動を「P LOVE GREEN」と名づけ、メニューや店内環境、さまざまな支援活動という社会貢献活動にまで広がっています。

※「プロント・ラブ・グリーン」キャンペーンに関するお知らせ

マークの付いた商品代金の一部は、2010年、東京都の「海の森」プロジェクト(東京オリンピック会場)の寄付から始まり、2011年東日本大震災以降は東北被災地の緑化復興へと活動に支援をしています。また、2016年は、熊本地震復興支援活動も行い、新たに次世代の子どもたちに環境配慮の糧を渡すべく子どもたちとともに環境活動を実施しています。「Green」をテーマに国産・産地指定素材や製法にこだわった厳選素材を使った新メニューを「PRONTO」全店続々と導入していきます。今後も従業員一丸となり活動を支援しております。詳細は下記「P LOVE GREEN」リンクを参照ください。

P LOVE GREEN



お客様・加盟店・従業員が協力して緑化を推進

「P LOVE GREEN 宣言」の活動の第1弾として、2010年5月から国産素材にこだわった商品売上げの一部を東京都の「海の森」プロジェクト(東京オリンピック会場)に寄付する「P LOVE GREEN キャンペーン」を開始しました。2010年度の東京都「緑の東京募金」への7,130,220円の寄付にはじまり、その後も継続的に各緑化活動に寄付を行っています。

また、寄付だけに留まらず、従業員とフランチャイズ加盟店の希望者が「海の森」植樹祭に参加し、2010年から5年間にわたり、述べ240名が参加し、約6,000本の苗木を植樹しました。

「海の森」プロジェクトは、ごみと建設発生土で埋め立てられた東京湾内の中央防波堤内側埋め立て地に苗木を植え、美しい森に生まれ変わらせる計画で、2020年には東京オリンピック会場として活用されることが決まっています。

この活動をきっかけに、2011年以降は日本各地の環境緑化へと活動を広げています。

2011年の東日本大震災以降は被災地の緑化事業にも寄付し、2012年および2015年には農林水産大臣感謝状をいただきました。加えて、少しずつですが復興復旧が始まった、岩手県吉里吉里地区で、高台に移転した幼稚園への植樹活動を実施、現地の方々の冬に欠かせない「復活の薪」と名づけた薪づくりの支援、関東の千葉県においても被災した防災林などの植樹活動を現地の子どもたちとともに実施しています。さらには、次世代の子どもたちへ環境学習の糧(たすき)を渡す活動を新たに加え、従業員一丸となり活動を支援してまいります。

プロントのホームページにおいて、活動の詳細を報告しています。

今後も「Green」をテーマに国産・産地指定素材や製法にこだわった厳選素材を使った新メニューを拡充してまいります。



「P LOVE GREEN キャンペーン」の対象商品



「海の森」植樹祭



当社社長より寄付金を贈呈



林野庁今井敏長官から農林水産大臣感謝状（過去2回拝受）



前田信弘副知事から東京都知事



茨城県神栖市で行われた
矢田部海岸防災林植樹



水戸市の小学生300人と
植樹活動



津波警報時に逃げる高台の
避難路の森林整備



高台に移転した幼稚園の
周りの山桜の植樹



東北の方々の冬に欠かせない
「復活の薪」づくり

廃棄物の減量化・再資源化

プロントグループ全店でごみの完全分別に取り組んでいます。指定廃棄物処理業者と直接契約できるテナント店舗においては、生ごみの100%堆肥化を推進し、不燃ごみも100%再資源化・リサイクルしています。

コーヒー豆かすを再利用した植木鉢「CAFE TSUCHIKO」の開発

プロントで廃棄されるコーヒー豆かすは1日約2トン。おいしく飲まれている一方で毎日大量のコーヒー豆かすが無駄に捨てられています。

試行錯誤を重ね、誕生したのがコーヒー豆かすと間伐材からできた植物由来の植木鉢「CAFE TSUCHIKO（カフェ ツチコ）」です。

「CAFE TSUCHIKO」には、細かな空気穴があるため土に十分な空気を送ることができ、根腐れが起こりにくく、植物に最適な環境をつくれます。

また、植物由来の製品のため、植物が大きくなったら、そのまま大きな鉢や庭に植え替えることができ、自然に土に戻ります。



店内の壁面にコーヒー豆かすを再利用

東京スカイツリー®にあるプロント東京ソラマチ®店では、「聚楽（じゅらく）壁」にコーヒー豆かすを混ぜあわせ、消臭・店内の湿度管理に役立っています。



多様な再資源化・リサイクルの推進

プロントグループでは、自然の恵みを商品としてお客様に提供していることから、その恵みをできるだけ循環させることが大切であり、将来に向けて再生していく義務があると認識しています。そのため、グループを挙げて食品廃棄物の削減に積極的に取り組んでいます。食品リサイクル法では外食産業には食品廃棄物の50%のリサイクル、または削減という義務数値が定められていますが、当チェーンは66%という数値を達成しています。



リペアによる長期使用で廃棄物を削減できる「PRONTOブロンズグラス」

お客様に「ザ・プレミアム・モルツ」のプレミアム感をより深く味わっていただくために開発した「PRONTOブロンズグラス」。ブロンズグラスは、ガラス製グラスのように簡単には破損しないものの、美しい色合いは次第に劣化します。そこでプロントでは、リペアしてブロンズ本来の色合いをよみがえらせ、長期間使用することで廃棄物の削減につなげています。



地球温暖化防止の壁面緑化も導入

プロントグループは大型ビル内のテナント出店が中心です。そこで、店内環境改善と地球温暖化防止のために、店舗設計上可能な店舗では壁面緑化システムを導入し、CO₂の吸収を推進しています。（一部店舗）



壁面緑化システムの導入

店舗での節水活動を推進

水使用量削減のため、各店舗では節水コマや節水トイレを導入しています。また、2012年から全店舗で水使用量・排水量の可視化を進め、水の使用量削減に努めています。

社会福祉活動

ビジネスパートナー様などから年末年始に頂くカレンダーで、活用できずに不要となったものを回収し、社会福祉法人港区社会福祉協議会様へ社会貢献の一環として寄付を実施しています。



環境活動に従業員も参加

従業員の有志がNPOに協力して富士山の樹海でのごみ清掃に参加しており、こうした活動を通じて店舗におけるごみ減量の意識を高め、さらにサントリー「天然水の森 赤城（法人の森林（もり）」整備活動への参加体験を通じて店舗で使う水の節水意識を高めるなどして、環境意識の啓発活動も実施してきました。



富士山の樹海での清掃活動



「天然水の森」の整備体験

プロント品川店が環境省の省エネ照明モデル事業に選定

(株) プロントコーポレーションでは、地球環境を経営資源の1つと認識し、環境との調和に配慮して、環境保全と循環型社会の実現を目指し活動しています。その一環として、普及前の2009年より新規店舗・改装店舗を皮切りに、客席照明の発光ダイオード(LED)採用を進めています。LEDは発熱量が少なく、冷房などの室内空調への負荷も軽減できるため、標準店舗と比較して消費電力を50%削減できます。これはCO2換算で年間約7トンの削減に相当します。

2010年2月には、この改装プランが、環境省の「平成20年度省エネ照明デザインモデル事業※」に選ばれました。「Talk to the Lights ～もう一度照明と語り合いませんか」をコンセプトにした照明計画では、従来の照明を抜本的に見直し、一層の省エネと居心地のよさを演出できる照明設計を実施。客席をはじめ店内通路や外部看板の照明もLED電球に切り替え、消費電力とCO2排出量を大幅に削減しました。

新店舗については、店内照明のほぼ100%をLED電球化していますが、既存店でも順次切り替え、現在では約7割の店舗でLED電球化が実施されています。

当社は、今後も、お客様や従業員の環境意識を高め、エコ企業にふさわしい活動を展開していきます。

※省エネ照明デザインモデル事業：省エネ照明の導入を通じてCO2排出量の削減を加速させるため、省エネ照明を率先して導入する商業施設や店舗などを公募し、全国に広く普及しうる省エネ照明導入モデルの確立を目的とする事業



社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

災害時の被災者支援

地震などの災害が発生したときには、携帯電話の無料電源供給やトイレの提供、さらにライフラインが止まっていない場合には温かい飲み物の提供なども行っていく予定です。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

従業員の心と体の健康をサポート

従業員のメンタルヘルス対策のために、外部専門家と提携した24時間対応の電話相談窓口を設置しています。また、体の健康管理としては、通常の健康診断、生活習慣病検診、人間ドックなど、従業員が自らの健康維持に役立てられる環境を整えています。

従業員に連休取得を義務づけ

従業員の仕事と生活の両立を支援するために、各種休暇制度を導入しています。ダイナミックホリデー制度は、従業員に5連休以上を年2回以上取得することを義務づける制度です。また、レクリエーション制度なども導入しています。

従業員の成長・自己実現を支援

人材育成のため、各種内定者研修（入社前4回）をはじめ、入社時研修（1カ月）や、マネジメント研修、サービス研修、リーダーシップ研修、メンタルマネジメント研修、海外研修、さらにはサントリーグループ共通の応募型研修も用意しています。さらにプロントビジネススクールという研修制度を設け、ソムリエやワインアドバイザー、コーヒーマイスターなどの飲食専門資格をはじめとする専門技能をもった人材育成に励んでおり、今後は社労士・宅建などの国家資格の取得支援も検討しています。

また、従業員の自己実現を支援するために、各自が異動希望を申請できる自己申告制度を設けて、希望者の約半数が希望を実現しています。

さらに、今後は新卒・中途採用以外の新しい採用枠として、キャストの社員化にも積極的に取り組み、雇用の安定に貢献していきます。



プロントキッチン研修



ワイン研修

ダイバーシティの推進

多様な人材を採用し、人事活性化を目指して、ダイバーシティを推進しています。障がい者雇用・外国人雇用の促進や主婦層の活用を積極的に行っています。さらに次世代の人材の養成と共存を図るために、嘉悦大学との産学連携を通じてゼミ講師・インターンシップの受け入れにも取り組んでおり、今後も目白大学、飲食系専門学校との連携も実施する予定です。

井筒まい泉（株）

本社所在地	〒150-0001 東京都渋谷区神宮前4-8-5
設立	1965年11月30日
資本金	1千万円
売上高	114.15億円（2016年度実績）
従業員数	359名（2016年12月）
事業内容	とんかつおよび揚げ物、和風・洋風・会席料理などのレストラン運営（仕出弁当・ケータリング） ヒレかつサンドをはじめとする各種お弁当・和風惣菜の製造および販売
ホームページ	http://mai-sen.com/



会社概要・理念

■お客様第一の心を大切に

とんかつ専門店のトップブランド「とんかつまい泉」で知られる井筒まい泉（株）は、1965年の創業以来、「お客様第一の心を大切に」をモットーに、安心・安全で美味しい食材の提供に努めることで、着実な発展を遂げてきました。一介の主婦が創業者となり東京・日比谷に開いた1号店を皮切りに、現在では直営レストラン11店舗に加え、百貨店や駅ナカを中心とした全国62店舗の直営店を運営するとともに、仕出しやお弁当、通信販売事業など、こだわりの味をさまざまな事業を通じてお届けしています。また、2012年から海外でのレストラン展開をしており、タイ10店、フィリピン4店、台湾3店の合計17店となっています。（2017年5月現在）

2008年からサントリーグループの一員となり、グループのバックボーンを活かしながら、伝統ある「まい泉」ブランドを大切に守り続けています。

企業理念

私たちは、「お客様の美味しい笑顔」の為に、
商品を「まごころ」をこめて製造し、
「おもてなし」の心をもって販売することを
常に心がけていきます。
そして、会社を取り巻くすべての人に
「いい会社だね」と言って頂けるように、
様々な努力を続けてまいります。

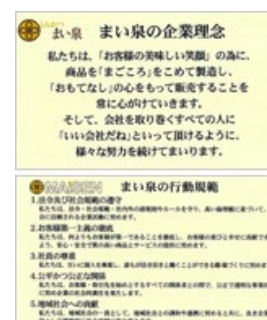
主なCSR活動

■CSR経営の推進

企業理念・行動規範を全従業員で共有

まい泉が果たすべきCSRとは、創業以来の「お客様第一の心」をもって、『お客様の美味しい笑顔』の為に、商品を『まごころ』をこめて製造し、『おもてなし』の心をもって販売する」という企業理念の実践にほかなりません。

まい泉では、CSR経営の原点とも言える「企業理念」に加え、従業員がなすべきことを示した「行動規範」を策定しています。これらを携帯可能なカードにして全従業員に配布するとともに、朝礼での唱和などを通じて浸透を図っています。



企業理念と行動規範を記したカードを全従業員が携帯

行動規範

1.法令及び社会規範の順守

私たちは、法令・社会規範・社内外の諸規則やルールを守り、高い倫理観に基づいて、社会に信頼される企業活動に努めます。

2.お客様第一主義の徹底

私たちは、何よりもお客様が第一であることを徹底し、お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安心・安全で質の高い商品とサービスの提供に努めます。

3.社員の尊重

私たちは、互いに個人を尊重し、誰もが活き活きと働くことができる職場づくりに努めます。

4.公平かつ公正な取引

私たちは、お客様・取引先を始めとするすべての関係者との間で、公正で透明な事業活動に努め企業の社会的責任を果たします。

5.地域社会への貢献

私たちは、地域社会の一員として、地域社会との調和や連携に努めると共に、良き企業市民として積極的に社会貢献に取り組めます。

リスクマネジメントの推進

まい泉は、お客様の個人情報の取り扱いについて、管理ルールを設けて厳重に管理しています。個人情報を扱う機会の多い通信販売事業においては、サントリーグループのネットワークを使用し、グループと同等のセキュリティ対策を実施しています。

また、近年、従業員のSNSを用いた不適切な情報発信が社会問題となっていることを踏まえて、独自の「SNSポリシー」を設けるとともに、店長会議などを通じて従業員への意識啓発を強化しています。

ブランドマネジメントの強化

創業以来、約半世紀にわたって培ってきた「まい泉」ブランドの価値を守り、高めていくために、商標登録するとともに、ロゴマークの使用についてはガイドラインやマニュアルを定めて厳格に管理しています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■食品の安全と品質への取り組み

品質を支える「こだわり」

「とんかつまい泉」の美味しさへのこだわり、「妥協」の文字はありません。お客様に本当に美味しいとんかつを召し上がっていただくために、豚肉をはじめとしたすべての食材・調理方法にこだわり、培ってきた味を妥協なく守り続けています。

衛生管理体制の確立

まい泉では、レストランや直営店舗で調理したてのとんかつを提供していますが、食材の加工や下ごしらえなどは、高津工場（神奈川県川崎市）、都筑工場（神奈川県横浜市）、大阪工場（大阪府大阪市）の3工場で行っています。最初の工場である高津工場は1995年に設立され、2008年には規模の拡大にあわせて衛生管理面も含めた全面改装を行い、汚染防止のためのゾーニングと気圧管理、異物混入防止のための金属探知機、X線探知機などを導入しました。また、品質衛生管理部を中心とした組織体制を整備するとともに、エアシャワーや粘着ローラーなど毛髪対策や、作業室に入室する際のルールを徹底しました。さらに、カードロックの導入や、工場内の順路を一方通行にするなど、物理セキュリティ対策も強化しました。これら設備面での取り組みと基準やルールづくりを推進したことで、2010年には品質管理の国際規格であるISO9001の認証を取得しています。



高津工場全景



都筑工場全景

国内均一の品質管理体制

高津工場の活動で培った品質管理の手法やノウハウをベースに、2013年に大阪工場、2016年に都筑工場を設立しました。各工場ともに徹底した品質管理に取り組んでおり、品質の維持向上に努めています。

また、フードディフェンスの観点から各工場に品質保証カメラを設置し、防犯体制を整備すると共に、作業の可視化による品質管理向上を図っています。

衛生管理教育の徹底

「食の安全・安心」を支えるのは、従業員一人ひとりの食品衛生に対する知識と意識です。このため、パート・アルバイトを含めた全従業員を対象に、徹底した衛生管理教育を実施しています。e-ラーニングに加えて、ネットワーク環境のない店舗のために紙での教材も用意しており、受講率は100%を維持しています。

■お客様との関わり

お客様との対話を重視

創業以来のモットーである「お客様第一の心を大切に」を実践するため、「お客様相談室」を設置しているほか、代表電話やWebでのお問い合わせフォームなどを通じて、お客様の声を積極的に収集しています。こうして収集した声は、広報部門が集計・分析し、毎月の経営会議や店長会議で報告・共有し、商品・サービスの改善につなげています。

お客様の声を踏まえた改善事例

まい泉では、人気商品である「ヒレかつサンド」の“パサつき”を改善するために、パンの製法やレシピを変更し続けています。2013年は、販売後、少し時間を置くとパサつきが感じられるという声を踏まえて、完成直後に実施していた検食を、お客様と同じ条件になるよう、消費・賞味期限直前でも実施するようにして、美味しさの差をなくすように努めました。今後もできたての美味しさに加えて、お客様の「喫食時品質」を重視した活動を継続していきます。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

環境マネジメントシステムの国際規格であるISO14001の認証を2009年12月に取得し、全社的な環境活動を推進するための実務者を置いて継続的に活動しています。

食品リサイクルの推進

早くから廃油の100%リサイクルを実現するなど、食品廃棄物の排出量削減とリサイクルに注力しています。「ヒレかつサンド」製造時に切り落とされるパンの耳については、パン粉製造者や飼料製造者に販売するなど、有効活用してきました。これらの取り組みの結果、高津工場ではリサイクル率100%、店舗では約50%を維持しており、今後もさらなる向上に努めていきます。

食品廃循環リサイクルによるオリジナル豚肉「甘い誘惑」

まい泉では、2012年に、飼料製造業者や養豚事業者との連携のもと、「ヒレかつサンド」のパン耳を飼料として育てたオリジナル豚肉「甘い誘惑」を開発し、とんかつなどの原料として利用する取り組みを開始しました。また食品リサイクル法の定める再生利用事業者として届出・登録しました。オリジナル豚肉「甘い誘惑」は、2017年4月時点では月に約16頭の提供ですが、今後はさらに規模を拡大していく方針です。



オリジナル豚肉「甘い誘惑」

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

本店周辺の地域活性化に貢献

本社所在地である渋谷区にある青山本店は地域商店街の中核的な存在として、地元の方々に親しまれています。地域の一員としての責任を果たすため、「街づくりの会」に参画するほか、交通安全活動などにも協力しています。

食事を通じて子どもたちの成長を支援する「子どもプロジェクト」

次世代を担う子どもたちの健やかな成長を応援するため、2011年から「子どもプロジェクト」を展開しており、子どもを対象としたスポーツ活動に「ヒレかつサンド」を提供しています。美味しさはもちろん、「カツ」と「勝つ」をかけたゲン担ぎ的な意味もあり、子どもたちからも好評です。



大和市少年野球教室での
ヒレかつサンド贈呈

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

従業員の成長を支える環境づくり

お客様に笑顔になっていただくためには、商品やサービスを提供する従業員一人ひとりの自覚と成長が欠かせません。こうした考えをもとに、まい泉では、職種別・階層別の研修体制を整備するとともに、外部研修も活用し、従業員の成長意欲に応えています。

従業員の心と体の健康をサポート

従業員が常にいいきと働けるよう、年1回（夜間勤務者は2回）の定期的な健康診断を実施し、受診率は100%を維持しています。また、産業医による定期的な相談会を開催し、体調管理はもちろん、メンタルヘルスのセルフチェック推進やチェック結果に対するフォローアップも実施しています。さらに、安全な職場づくりに向けて、衛生委員会の主催で月1回職場巡視を実施しています。

モチベーションを高める独自のコンテスト

お客様に接する機会の多い店舗従業員の接客品質を高めるため、2012年は「スマイルコンテスト」、2013年は「社内接客コンテスト」を開催。2014年からは毎年「まい泉ホスピタリティNo.1」をコンセプトとした「M-1グランプリ」を開催しています。いずれも、店頭での模範となる笑顔や接客ぶりを表彰するもので、表彰者のモチベーションアップはもちろん、他の従業員への波及効果も表れています。



2016年「第3回M-1グランプリ」

社内業績表彰制度

特筆すべき業績への功労や社会貢献活動など、模範となる実績を上げた従業員を表彰しています。これによって会社業績の向上と士気の高揚を図るとともに、企業理念の実現を目的とした「まい泉 of the year」制度を導入しています。2016年度には、業績部門で12名、功労・社会貢献部門で5名の社員が表彰されました。また、業績表彰者を対象にタイ、台湾での海外研修を実施しました。

ワークライフバランスの推進

まい泉では、店頭を中心に女性従業員の比率が高いこともあり、早くから仕事と家庭を両立できる環境づくりに注力してきました。2011年には産休・育休制度を導入し、多くの従業員が制度を活用しています。

ダイバーシティの推進

まい泉では、性別や年齢、国籍、障がいの有無を問わず、多様な人材が活躍できる職場づくりを目指しています。

障がい者の採用にも積極的で、2016年度末時点で11名が在籍しています。また技能実習生制度を導入しており、フィリピンからの実習生を2016年には20名、2017年には16名を採用しています。

サントリーフラワーズ（株）

本社所在地	〒108-0014 東京都港区芝4-17-5（相鉄田町ビル4F）
設立	2002年7月＜サントリー（株）花事業部から分社独立＞
資本金	1億円
売上高	41億円（2016年度）
従業員数	49名（2016年12月31日現在）
事業内容	花苗・鉢花、野菜苗・野菜青果および 切花の開発・生産・販売
ホームページ	http://www.suntory.co.jp/flower/



会社概要・理念

サントリーは、1980年代から花を「人々の生活に潤いをもたらし、心の健康をもたらすもの」と位置づけ、酒類・食品分野で培った基礎研究を応用して、植物の研究開発を行うとともに、お客様に「花のある暮らし」を提案してきました。そして、事業の拡大に伴い、2002年7月に分社独立し、サントリーフラワーズ（株）を設立しました。現在では、日本国内だけでなく、ヨーロッパや北米、オーストラリアを中心に、販売エリアは世界20数カ国にのぼり、グローバルに事業を展開しています。これからも企業ミッションである「新鮮味溢れる商品と行き届いたサービスで世界中の人々の笑顔と感動ある生活の良きパートナーとなる」ことを目指し日々活動してまいります。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

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、「花のある暮らし」を提案する企業としての行動指針を、グループ企業倫理綱領に基づき制定。社内への徹底を図ることで、コンプライアンス経営活動を全従業員で推進しています。

知的財産権を保護・活用

植物の育成者権や商標権などを活用した、サントリーフラワーズ（株）ならではの高付加価値商品を継続して提供できるよう、自社の知的財産権の保護に努めるとともに、その侵害に対しては適切な処置を行っています。また、第三者が保有する知的財産権に配慮し、権利侵害を行わないよう社内教育を徹底しています。

下請法を遵守

サントリーフラワーズ（株）にとって、花苗の生産委託をしている生産農家は事業を推進していくための大切なパートナーです。双方がWIN-WINの関係を継続していくために、当社では、契約・発注・納品・検収・支払いの各段階で下請法を遵守しながら、公正な取引を行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様との関わり

お客様に「花のある暮らし」「育てる楽しさ」を提案

多様化するライフスタイルに合った植物の楽しみ方を提案することで、お客様とのコミュニケーションの輪を広げていきたいと考えています。お客様に「花のある暮らし」「育てる楽しさ」をご提案し、ご満足いただくために、サントリーフラワーズ（株）では、ホームページ上に販売店様を検索できるコーナーや育て方に関するQ&A、育て方動画、品種ごとの特性紹介、品質管理の取り組みなどを掲載しているほか、お客様センターを設置し、電話やEメールを通じてさまざまなご相談にお応えしています。また、商品ラベル裏面には、植物の特性や栽培のポイントを記載しているほか、お客様のご要望にお応えして通信販売の取扱商品もラインアップを拡充しています。



ホームページ

お客様の声を活かした商品・サービスの改善

サントリーフラワーズ（株）のお客様センターに入るお客様のご意見・ご要望の情報は、すべて記録するとともに定期的に集計しています。そして、情報を関係者で共有し、商品・サービスの改善や新商品の開発に活かしています。

安全・安心への取り組み

お客様に安心して「花のある暮らし」をお楽しみいただくため、オランダにある園芸作物の品質検査を行う公的機関の検査基準に沿って、商品母株の微生物や細菌類を調べるウイルスおよびウィロイド検査を自主的に行っています。

また、商品生産段階での品質管理については、社内の品質委員会で生産状況の情報を共有し、品質トラブルの予防・対策を徹底しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境関連法令順守を徹底

サントリーフラワーズでは、環境関連法令の順守を徹底するため、毎年対象となる法令をリスト化し、定期的に法令順守のチェックを行っています。そのほかの取り組みとしては、パンフレットにおけるFSC認証用紙やベジタブルオイルインキの継続使用、本社事務所の電気使用量のさらなる削減、契約農家へ農業使用時の環境配慮を引き続き要請するなどの活動を行いました。従業員に対する環境教育としては、入社研修時のほか、年1回のe-ラーニングを実施し全従業員が受講しています。

本社事務所の環境配慮

2011年7月の本社事務所の移転に伴い、新事務所では当初から天井の蛍光灯を半分に間引き、エントランスやリフレッシュコーナーにLED照明を導入することで、移転後の電気使用量を2008年比で79.4%と削減しました。

物流におけるCO₂削減

輸送エリア内での需給率を高め、商品の輸送距離をできる限り短くするなど、物流におけるCO₂削減活動に取り組んでいます。

環境に配慮した商品の発売

近年の環境意識の高まりを受けて、サントリーフラワーズ（株）は、グリーンカーテン向け商品（エコゴーヤなど）や葉の蒸散効果の高い商品（サンピーナス、テラスライムなど）といったお客様にエコな暮らしを提案できる商品を販売しています。また、育て方や楽しみ方のご紹介も行っています。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

花を通して地域の活性化、次世代育成を支援

東日本大震災後の2012年から、公園や公共施設などに花を植え、コミュニティの活性化に役立てていただく活動「赤い花プロジェクト」、2015年からは「大きな花プロジェクト」を全国で展開。花苗を全国各地の団体へ寄贈してきました。プロジェクトに参加し、地域の皆様が花を育てることを通じて、会話や笑顔の輪が広がった、というレポートを多数いただきました。また、花を通して仲間と協力することや、地域の方々との交流に役立てていただくことを目的に、全国の小学校に花苗を寄贈（応募形式）し、子どもたちが花を育てる活動を支援する活動「キッズガーデニングプロジェクト」を展開してきました。2017年からはこれらの活動を集約し、東北、熊本の震災復興支援を中心とした活動を展開しています。



「大きな花プロジェクト」の植栽



「キッズガーデニングプロジェクト」

日本乳がんピンクリボン運動へ寄付しています

サントリーフラワーズ（株）の「プリンセチア」は「日本フラワー・オブ・ザ・イヤー 2009」や海外の展示会でもゴールドメダルを受賞するなど、国内だけでなく海外においても高い評価をいただいています。また、プリンセチアの売り上げの一部を、日本乳がんピンクリボン運動（J.POSH）に寄付し、活動を支援しています。



プリンセチア

東日本大震災の被災地に花・苗などを寄贈

2011年・2012年と「MUFG・ユネスコ協会 東日本大震災復興育英基金」が運営する「花壇再生プログラム」に花苗を提供したほか、宮城県の小学校や、被災地のグリーンアドバイザーの活動用にも花苗を提供しました。また、従業員が岩手県陸前高田市を訪問し、2011年は「ミリオンベル」「サンビーナス」を植えたプランターを仮設住宅の方々にお届けし、2012年～2014年は地域の皆様とも協力し国道脇に花壇をつくるボランティア活動を行いました。「大きな花プロジェクト」では、東北エリアの児童館や学童保育で花苗を植えるワークショップを行っています。



2011年岩手県陸前高田市を訪問した従業員



2012年陸前高田国道脇花壇づくりに参加した従業員とボランティアの皆様



2015年石巻市子どもセンターでのワークショップに参加した皆様

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

新人事制度でチャレンジする風土の醸成と処遇の強化

サントリーフラワーズ（株）は、2014年1月に新人事制度を制定しました。この制度は、従業員が積極的にチャレンジしていくことを奨励しており、その成果に応じてメリハリのある処遇を実現するため、資格制度と人事考課制度を見直しました。今後、従業員と会社とともに成長していくことを目指し、個人が自己実現できる支援を強化していきます。

自己啓発を支援

自己啓発促進のために、サントリーグループ共通の自己啓発支援プログラム「SUNTORY Self Development Program」を導入し、従業員が必要とするさまざまなプログラムを受講できるようにしています。

ワークライフバランスを推進

従業員の仕事と生活の両立を支援するため、育児・介護の休業制度、短時間・時差出勤制度を制度化。ノー残業デーの実施や遠距離でも移動せずに実施できるWeb会議システムを導入し、利用が定着しています。2014年からは残業時間の目標を設定し、時間管理を徹底し、業務の都合により休日勤務が発生した際には代休取得を徹底するといった取り組みを行い、残業時間を大きく削減しています。

サントリーマーケティング&コマース（株）

本社所在地	〒104-6231 東京都中央区晴海1-8-12（晴海アイランド トリトンスクエア オフィスタワー Z 31F）
設立	1975年1月
資本金	1億円
売上高	99億円（2015年12月期）
従業員数	169名（2016年1月1日現在）
事業内容	・酒類関連備品販売（酒販店様・飲食店様向け） ・企業の販促支援・代行（キャンペーン企画・景品提案・配送・ 事務局運営等） ・ワイン等酒類の店頭・通信販売
ホームページ	http://www.suntory.co.jp/smc/



会社概要・理念

■会社概要

サントリーマーケティング&コマース（株）は、2016年1月1日、（株）サントリーショッピングクラブとサントリーサービス（株）が統合して誕生した会社です。

■企業理念

私たちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様のさらなる満足の確保、維持、向上に努めます。

お客様とのコミュニケーションを大切にし、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な製品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

個人情報情報を厳格に管理

サントリーマーケティング&コマース（株）は、販促キャンペーンの受託事業やワイン等の酒類・関連グッズの販売事業を行う中で、数多くのお客様情報をお預かりします。大切なお客様情報の紛失や漏洩などの事故を防ぐために、JIS Q 15001:2006に準拠した個人情報の管理を厳格に行っています。



プライバシーマーク

コンプライアンス浸透・啓発

私たち一人ひとりがよき企業市民であると同時に、よき市民であることを常に念頭において業務を行えるよう「コンプライアンス・ハンドブック」を全従業員に配布するとともに定期的な勉強会を開き、コンプライアンス浸透を推進しています。

■品質への取り組み

徹底した品質の確保・向上

サントリーグループの一員として、各種関連法規およびサントリーグループの品質方針を遵守し、徹底した品質管理を行っています。

新規商材の開発、既製品の調達において企画・開発から、原材料の選定・調達・製造・流通・販売に至る商品ライフサイクルに関わるすべてのプロセスで、徹底した品質の確保・向上に取り組んでいます。



ハイボール用ジョッキの
液温度変化テスト

■環境への取り組み

身近なことから環境配慮を実践

2009年には環境マネジメントシステムの国際規格ISO14001の認証を取得。「全社員が参加できる、身近なことから取り組んでいこう」という考えのもと、地球温暖化防止に取り組んでいます。事務用品などのグリーン購入もその1つです。また、空調設定温度の調節や照明を間引き点灯するなどの取り組みのほか、物流部門では梱包資材の再利用や欠品による口割れ（分割・後送）出荷の防止などCO₂の削減につながる活動を積極的に行っています。

■お客様との関わり

ISO10002の自己適合を宣言

2011年1月、お客様対応に関する国際規格ISO10002に適合する社内マネジメントシステムの構築が完了しました。この規格では、お客様本位の商品・サービスの向上を目指し、お客様の声を施策に反映させ継続的な改善・運用につなげることが求められています。このシステムに基づいて、これまで以上にお客様対応の品質向上に努めています。

お客様の声を全社で共有

電話やEメール、インターネットなどを通じていただく、お客様からのお問い合わせやご意見・ご指摘などを、全社で共有し、商品の開発、品質の改善などにつなげています。

ご要望に応える商品を提供

当社のお取引先である居酒屋、バー、レストランなどでは、食器類のスペースの確保に苦労されているケースが多く見られます。

このような背景を受けて「スタッキングビアピッチャー」を開発しました。通常は重ねることのできないビアピッチャーの形状を工夫し、積み重ねて収納ができるようにした商品で、省スペースにつながるとご好評をいただいています。

また、ハイボール、カクテルなどはつくる人によって味に違いが出てしまうことがあるとのことのお客様の声を受け、定量のアルコールが正確に出てくる「ワンプッシュ型定量ディスペンサー」を開発し、大ヒット商品となりました。

当社は、単に商品の品質だけではなく、飲食店様が提供する飲料・サービスの品質の維持・向上にも徹底的にこだわっているのです。



「スタッキングプラスチック
水差し」と「ワンプッシュ型
定量ディスペンサー」

■地域・社会に対する取り組み

地域に根ざした貢献活動を展開

事業所周辺地域の清掃活動を定期的に行っています。また、個々の従業員には地域福祉活動、ボランティア活動に積極的に参加できるよう、ボランティア休暇制度を設けています。



近所の公園での清掃活動の様子

大規模災害時の支援体制を構築

大規模災害の発生時には、従業員の安全確保と同時に地域への救援活動を行い、社会の一員としての役割を積極的に果たす体制を構築しています。

■従業員に対する取り組み

公正でオープンな評価を徹底

公正でオープンな人事評価を行うため、目標設定にあたっては上司と部下が面談し、納得のいく設定に努めています。また、考課結果は必ず本人にフィードバックし、透明性を確保しています。

自己啓発を支援

従業員一人ひとりの自己啓発を支援するため、サントリーグループのあらゆる研修プログラムの受講について支援しているほか、外部研修機関との提携により自己啓発や能力開発に関する研修の受講を制度化しています。

健康増進のための取り組みを実施

産業医による定期的な健康相談会を設け、健康に不安があるときの相談、残業の多い従業員のケアを迅速に行う体制を整えることで、疾病予防や健康の維持管理を推進しています。また毎週水曜日の「ノー残業デー」を全社的な取り組みとして徹底し、労働時間の適正化とメリハリのある職場環境づくりを進めています。

職場のメンタルヘルス対策を推進

当社では、産業医と緊密に連携して、従業員のメンタルヘルス疾患の予防はもとより、早期発見、治療、療養、回復に努めています。また、休職者の復職に際しては、きめ細やかなプログラムによりスムーズな復職を支援しています。

ライフワークバランスの推進

育児・介護のための休暇または短時間勤務制度が、単に法律どおりに決められているのではなく、実際に運用され、実績となっています。

サントリーパブリシティサービス(株)

本社所在地	〒135-0061 東京都江東区豊洲3-2-24 (豊洲フォレシア16F)
設立	1983年3月1日
資本金	1億円<サントリーホールディングス(株) 100%出資>
売上高	62億円(2016年12月期・連結ベース)
従業員数	2,199名: 契約社員、アルバイト等含む(2017年4月時点)
事業内容	サントリーグループ各社の広報・マーケティング支援業務、企業PR 施設・商業施設インフォメーションなどのサービス業務、コンサートホール・美術館など文化施設の管理運営・サービス業務、イベントの企画・運営業務、コールセンターの運営、研修・コンサルティング業務、人材派遣業務 他
ホームページ	http://www.sps.sgn.ne.jp/



会社概要・理念

サントリーパブリシティサービス(株)(SPS)は、サントリー初のビール工場が開設された1963年に工場のご案内業務を始めました。製造工程をご案内するという「おもてなし」を通じてファンをつくるという試みは、当時、画期的な取り組みでした。以来、「おもてなし」を提供する範囲を、サントリーホールをはじめとした音楽ホールや美術館など文化施設、商業施設、公共施設に広げ、現在、約80の施設＝「場」の運営をお任せいただいています。

また、多くの「場」を運営し、お客様のご満足を目指すプロセスで、サービス向上や人材育成のノウハウが蓄積されました。それらを企業や団体へ、研修のかたちで提供し、サービススキルの向上やチームづくり、人材育成にお役立ていただいています。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

従業員自らサービス憲章「OUR CREDO」を作成

サントリーパブリシティサービス(株)には、サービスに必要なホスピタリティマインドの醸成と継承のために、3つのモットーと18のスタンダードからなる独自のサービス憲章「OUR CREDO」があります。「OUR CREDO」は、サービス提供者としての気持ちや行動の指針となるものを従業員自らの手により明文化し、誰にでもわかりやすくまとめたものです。この憲章の内容を実際のサービスに活かすために、従業員全員が常にこの「OUR CREDO」を携帯しています。

特にサービスの現場ではミーティング時にスタッフ一人ひとりが、サービスの事例を振り返り「OUR CREDO」と照らし合わせることで、ホスピタリティマインドを共有しています。



サービス憲章「OUR CREDO」

コンプライアンス活動を推進

コンプライアンス体制を構築・運用していくために、情報セキュリティ、個人情報管理、長時間労働対策、コンプライアンス全般に関する社内教育(集合研修の実施・e-ラーニングの実施・教育用ハンドブック作成・社内イントラネット上のコンプライアンスページの管理)などに取り組んでいます。また、各職場でコンプライアンスの周知・啓発を実施しています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様との関わり

お客様の個人情報の管理を徹底

個人情報保護法に基づき、個人情報管理台帳を作成して、個人情報の管理を行っています。年2回、個人情報管理台帳の見直しを行うとともに、個人情報管理台帳の申請書フォーマット類・管理ルールなどの見直しを随時実施しています。

スタッフが目指す姿を定めて接客サービスの質を向上

スタッフに必要な接客・サービスの意識、マインドやスキルを細かく具体的な項目に落とし込み、それに沿ってスタッフの育成や研修を実施。ロールプレイングや価値観すり合わせを通じて、お客様の気持ちに添ったサービスを提供できているか、多角的に検証しています。実際の接客についても、目指す姿に基づいて確認・検証しています。



振り返りの
ミーティングを実施

お客様視点を把握して事業に反映

当社が運営を受託している施設では、随時お客様へのアンケートを実施しています。お客様よりご指摘いただいた内容については、その施設で働くすべての従業員で共有し、改善に向けて取り組んでいます。また、各施設で働く従業員同士がお互いにお客様の立場に立つて訪問しあい、サービスの質を確認しています。

商品の表示内容の見やすさ・わかりやすさを確認

商品のパッケージやラベル、取扱説明書などへの表示内容については、サントリーグループ基準に則り、表現のわかりやすさ、文字や絵の大きさ、文字と背景色のコントラスト、表示の位置などの項目を確認しています。

■ビジネスパートナーとの関わり

下請法の遵守を徹底

下請法説明資料・注文書のひな型を用意し、定期的の実態調査を行っています。新しく設置された部署については、下請法対象会社との取引における注意点などについての説明会を実施し、下請法を遵守するよう確認を行っています。

企業調査を実施して信頼性を確認

新たにお取引を開始する際、サントリーパブリシティサービス（株）は新規にお取引を開始するお取引先についての企業調査を実施するほか、「反社会的勢力の排除」の契約条項を盛り込んだ契約書を交わして、お取引先の社会的立場や信頼性を確認しています。

また、食品やグッズなどの開発を委託しているお取引先に対しては定期的に製造現場を調査。品質管理・環境への取り組みなどを確認しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

販売する商品にも環境視点を採用

商品を新たに開発する際や、取り扱う際には、(1) 商品や包材に環境に負荷のかかる素材を使用しない、(2) 包材識別マークを付ける、(3) 過剰包装を行わない、などの環境視点での基準を設けています。また、製造元の環境への取り組み状況もあわせて確認しています。

次世代環境教育「水育（みずいく）」を展開

「水育（みずいく）」は、次世代を担う子どもたちに、人間にとっての水の大切さや関わりをの深さなどを伝え、水を育み自然を愛する心を育てるサントリー独自のプログラムです。サントリーパブリシティサービス（株）では、サントリーに提案を行い、子どもたちに伝えたい内容をともに考えてきました。年間を通して約200校の小学校での「出張授業」と自然体験プログラム「森と水の学校」を担当しています。



「水育」出張授業

地域の環境美化に貢献

サントリーパブリシティサービス（株）の本社がある地域の清掃活動に、本社の従業員が参加しています。

自然と響きあう ～環境～

■地域・社会に対する取り組み

災害時支援

指定管理者として管理運営を行っている公共文化施設は、地域の方々をはじめ多くの方が訪れます。そのため、災害時や緊急時に迅速かつスムーズな対応ができるよう、所轄消防署の指導のもとで定期的に防災訓練や応急救護研修、AED（自動体外式除細動器）研修などを実施しています。また、本社では大規模地震対応マニュアルを整備し、継続的な啓発活動を行っています。



防災訓練の実施

地域社会への貢献活動

公の施設の指定管理者として、施設の魅力を最大限に活かした文化事業の企画・立案を行い、ホスピタリティあふれるサービスの提供に努めています。特に、地域の方々が自ら企画や運営に参画できるプログラムや青少年育成を目的とするオリジナリティが高い企画、近隣施設へのアウトリーチ活動など、文化振興・活性化につながる取り組みや、利用者の声を運営に活かすしくみを通じ、どなたにも利用しやすく、長く愛される施設運営を目指しています。



親子で参加するコンサート

次世代の育成支援

サントリーパブリシティサービス（株）は、次世代を担う子どもたちの成長を支援するさまざまな活動を展開しています。

「おしゃべり鑑賞」

サントリー美術館では、小学生を対象とした対話型鑑賞プログラム「おしゃべり鑑賞」を実施しています。ファシリテーターが子どもたちとコミュニケーションをとりながら、美術作品への興味関心を引き出し、想像力や自分で考える能力を育てることを目的にプログラムを開発しました。

「子どもレセプション体験」

地域の子どもたちに文化芸術に親しみをもってもらうきっかけとして、江戸川区総合文化センターや岡崎市シビックセンターでは、小学生を対象に、コンサートホールでお客様をご案内する仕事を体験する職業体験の機会を提供しています。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

ワークライフバランスを推進

さまざまな価値観・働き方・ライフスタイルを持つ従業員が、仕事でもプライベートでも充実した日々を送り、働きがいをもって活躍できる会社・組織を目指し、制度や運用の整備を進めています。産前産後休暇や育児休業制度、時間単位での代休取得制度をはじめ、時短勤務や時差勤務なども導入し、従業員の柔軟な働き方をサポートしています。

「産育休前ガイダンス」実施

産・育休を迎える社員が、安心して産休を迎え、復職後に「キャリア形成と育児の両立」を実現できるよう、情報提供、サポートを定期的に実施しています。

「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」二つ星認証

大阪市が実施する、女性にとって働きやすい職場環境の整備に積極的に取り組む企業等を認証する制度「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」認証において、制度面の整備に加え実績が伴う企業に与えられる「二つ星認証」を受けました。加えて、男性の育児参加等を支援する企業に与えられる「イクメン推進企業」にも認定されています。

長時間勤務の是正を強化

労働者の健康障害防止のための基本方策や健康保持増進のための対策などの審議を行う機関として、労働法の要請に則って「衛生委員会」を設置し、過勤の削減策などを共有しています。衛生委員会での報告内容は、役員会議等でも報告・検討され、長時間労働への対応を強化してきました。また、特に管理者層については、長時間労働がもたらす影響やその内容を伝え、労働時間管理の重要性を理解する研修の場を定期的に設けており、従業員の過勤削減、健康管理に関する意識の醸成を行っています。

健康維持・増進をサポート

毎月1回以上、産業医・産業保健師による健康相談日を設けています。健康相談日には体の健康はもちろん、メンタルヘルスについての相談も実施し、心と体の疾病の予防と早期発見に役立てています。また、電話相談窓口「心とからだの相談窓口」も設置し、気軽に相談できる体制を整えています。

ダイバーシティの推進

サントリーパブリシティサービス（株）は、「多様性を認めあう」を全社の方針とし、多様性を認め合う風土づくりや施策に積極的に取り組んでいます。当社は従業員の9割を女性が占めますが、お客様や価値観の多様化を鑑み、男性社員や外国籍社員の採用も増やしています。

障がい者雇用を促進

事務や物販、文化施設の来館者対応など、幅広い分野で障がいのある従業員が活躍しています。全社で目標とする雇用者人数を掲げ、法定雇用率2.0%の達成・維持を目指して、障がい者雇用に取り組んでいます。2017年2月末時点での雇用率は2.2%です。また、一人ひとりの適性に合わせた仕事に従事できるよう、全国の各拠点で管理者層が障がいに対する理解を深めるとともに、現場業務の特性や必要なスキル、業務量などをきめ細かく確認し、能力を発揮できる業務の創出に努めています。あわせて、通勤や就業に関してもできる限りの配慮を行っています。

新たな研修制度で従業員の能力開発を支援

2011年より新たな研修制度を導入し、入社時研修、サントリーグループ共通の応募型研修のほか、職位別研修、キャリア研修を実施しています。自己学習支援も積極的に推進しており、通信教育やe-ラーニングを導入し、個々人の課題に合った能力開発の機会として提供しています。また、OJTに役立つ学びと対話の場として、社内セミナーを実施し、従業員同士のつながりや学びを促進しています。研修以外の全社活動（会議体やプロジェクト）も教育の機会と捉え、従業員のキャリア開発・人材育成につなげています。また、目標設定に基づく「成果考課」と、期待役割に基づく「行動考課」による人事考課制度を導入しており、上司との面談によって納得性の高い評価を行っています。

海外グループ会社の活動



Beam Suntory Inc. ビーム サントリー

ウイスキーをはじめとしたスピリッツの製造・販売



Suntory Beverage & Food Europe サントリー食品ヨーロッパ

欧州を中心とした飲料事業の経営戦略の立案、経営管理等



Pepsi Bottling Ventures Group ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ

ペプシ系ボトラー



Suntory Garuda Group サントリーガルダ・グループ

清涼飲料の製造・販売



Suntory PepsiCo Vietnam Beverage サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ

清涼飲料の製造・販売

frucor SUNTORY

Frucor Suntory Group フルコア・サントリー・グループ

清涼飲料の製造・販売



Suntory(China)Holding Co.,Ltd. サントリー（中国）ホールディングス

中国における酒類・飲料の製造・販売



Château Lagrange S.A.S. シャトー ラグランジュ

ワインの製造・販売



Weingut Robert Weil ロバート ヴァイル醸造所

ワインの製造・販売

Beam Suntory Inc.

ビームサントリー

本社所在地	222 W. Merchandise Mart Plaza, Chicago, IL 6065 USA
設立	2015年5月（ジムビームブランドとしては1966年11月）
事業内容	ウイスキーをはじめとしたスピリッツの製造・販売
ホームページ	http://www.beamsuntory.com/



会社概要・理念

世界の人々を感動させるスピリッツづくり

ビームサントリーは、世界第3位の規模を誇るプレミアムスピリッツ会社です。「Growing for Good」をビジョンに掲げる当社は、世界の人々を感動させるスピリッツづくりを通して、人と人とのつながりをもたらすことを使命としています。

業績の目標としては、世界で最も成長の早いプレミアムスピリッツ会社になることです。有名ブランドの構築をはじめ、有利な市場の構築や獲得、成長を促すために、ビジョンを行動に移す戦略を通じて、持続可能な成長を目指します。



「行動規範と倫理規定」

主なCSR活動

■CSR理念

「Growing for Good」ビジョンによるCSR理念

よき企業市民であり、社会への責任を果たすことは、ビームサントリーの中核をなすものです。ビームサントリーは、親会社、お客様、消費者、ビジネスパートナー、従業員、コミュニティなど様々なステークホルダーの皆様に貢献し、成長し続ける会社です。そして、私たちの商品・コミュニティの基礎をなす貴重な資源を守るというサントリーの伝統を共有しています。

ビームサントリーのCSRプログラムは3つの領域（水と環境の保全、従業員が住み、働くコミュニティへの支援、私たちの商品の責任ある消費の普及）に注力しています。これらを実現するために、時間、資源、エネルギーを注いでいます。これらを重視するのは正しいことというだけでなく、私たちにとって企業としての価値であるからです。

水資源の管理

水は最大の原材料です。この貴重な天然資源を守るため、水域保全活動を行っています。ビームサントリーは、水ストレスが高い地域を中心に、継続的に全世界の生産拠点の水使用量を減らす活動を続けています。また、ナチュラル・ウォーターサンクチュアリの展開にも力を入れております。

今後も、引き続き水とエネルギー使用率および廃棄物埋立処分量の削減に努めます。過去10年の環境負荷削減に関する技術とシステムへの投資額は6,000万ドルになります。効果的かつ効率的な天然資源の活用は、私たちの生産拠点の長期的な成功のために重要な要素です。当社は、コジェネレーション技術の活用、廃棄物削減・リサイクル、生産拠点における水使用量削減など様々な取り組みを通して環境負荷を減らしています。

水源の保全

水資源保護を目的とした活動

当社は、半透性沈殿物制御構造、回収池、調整池などを活用して、水の流出、土壌侵食、水質の悪化を防ぐなどの雨水、地下水、地表水の源泉を守る活動を行っています。

水使用量、排水量削減

水使用量と排水量の削減は、当社の重要課題です。いくつかの生産拠点では水を再生する高度なシステムがあります。

ビームインディア: 機器の洗浄に使った工業用水を濾過、再利用することで、水の使用量と排水を削減しています。また豪雨などで地中に吸収される水を減らすため雨水を回収し、再利用しています。

ビームサントリーメキシコ（カーサ・サウサ社）: 高度な水再生システムにより処理水の質が大幅に改善されました。拠点のコンポスト事業で再利用し、また、地域の消防署で消防車や消火設備にも再利用されています。

セント・クロイ島、バージン諸島: 高度な水再生システムによりプロセス用水を再生し、拠点内で再利用しています。これにより水の使用量と排水量が大幅に削減されます。メーカーズマーク工場でも2015年に同様のシステムを導入する予定です。

ナチュラル・ウォーターサンクチュアリの設置

メーカーズマーク・ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ

優れたバーボンは、良い水から始まります。メーカーズマーク・ナチュラル・ウォーターサンクチュアリは、水を濾過する土地を守る事を目指しています。蒸溜所の33エーカーの土地で行われるこの保全プログラムは、アメリカンホワイト・オークを含む植物の質とチャスジアメリカムシクイやズアカキツツキ等の在来種の生息地としての質の向上を目指しています。そして結果的に、より良いバーボンを作るために必要な地下水とその質の保護するためです。

省エネへの取り組み

ビームサントリーは、継続的に全世界の生産拠点のエネルギー使用率削減を目指しています。以下はその中の一部になります。

クレアモント、ケンタッキー州「ジムビームアメリカンステルハウス」: 米国グリーンビルディング協会よりLEED（Leadership in Energy and Environmental Design）のゴールド認証を取得しました。

フランクフォート、ケンタッキー州: ボトル詰めエリアと加工エリア全体でLED照明を使用し、照明の質を向上するとともに、エネルギー使用量とコストを削減しています。

ディアフィールド、イリノイ州: 世界のオフィスで最新のWeb会議や印刷技術を活用してエネルギー消費量を抑えています。本社では、共同のワークスペースを設けています。特色ある施策としては、日光を感知して自動的に調光する照明があります。

本社、シカゴ、イリノイ州: グローバルヘッドクォーターとその他のオフィスでは、消費エネルギーを減らすために最新のWeb会議や印刷技術を導入しています。ヘッドクォーターは、オープンフロアと共有作業スペースを採用しています。歴史あるマーチャンダイズ・マートにあるLEED認証の建物であるオフィスでは、自然光照明を導入しています。LEEDは、建物の省エネ性能、設計、建設、運営を評価するアメリカで有数のプログラムです。また、室内の自然光の強さによって自動消灯するエネルギー効率の高いLED照明も導入しています。**ワシントンDC**: DC ワシントンDCにあるグローバルパブリックアフェア室は、LEED認証を受けた建物内にあります。

マドリード、スペイン: マドリード市初のサステナブルオフィスビルです。外部からの騒音を最小限に抑え、ソーラーパネルや遮熱性のあるメタリックの外壁により省エネ効果を最大限に高めています。また余ったエネルギーをビル内でやり取りできるシステムも備えています。

マドリード、スペイン: 当社のオフィスビルは、マドリードで初めての持続可能性ビルでした。外部の相応は最小限に抑えられ、省エネはソーラーパネルや外部壁の断熱鉄パネルにより最大限行っています。また、余剰エネルギーはオンサイトシステムにより活用されています。

生産現場における節水と省エネ活動

コニャック、フランス: クルボアジェは、生産量の半分以上の輸送（コニャックからルアーヴル）をトラックから電車での輸送に切り替えています。トラックから電車への切り替えにより、温暖化ガス排出量が約92%、年間763トン/年削減されました。

ケンタッキー事業

ケンタッキーでは、全てのバーボン用の樽を効率的に再利用しています。多くは再利用されますが、一部は家具やその他の木製品に加工しています。バーボンの樽は持続可能なホワイト・オークの木材からできています。サプライヤーもホワイト・オークの持続可能な調達に積極的に協力しています。

当社の蒸溜所では、使用済みの穀類を家畜の飼料等に効果的に再利用しています。また、水処理段階で生じるバイオソリッド（汚泥）も再利用しています。

ジムビームアメリカンステルハウス

「ジムビームアメリカンステルハウス」は、LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) のゴールド認定を取得しています。この認定は、リーダーシップ、革新性、環境保護、社会的責任で優れた実績のある施設のみが取得できます。「ジムビームアメリカンステルハウス」における環境の持続性性能には以下のような特長があります。

- ・25%にリサイクル建材を使用
- ・節水型の設備、蛇口、水洗トイレにより水使用量を年あたり50%削減
- ・79%の建築廃材がリサイクルされ、埋立処分を回避



テキサス、メキシコ:メキシコのカサ・サウザでは、廃棄物の99.8%をリサイクル・再利用し、年間平均47,000㎡を埋め立て処理に送らずにすんでいます。アガベ（テキサスの原料）の繊維は回収され、コンポストにしています。このコンポストは、土壌の水を保ち、新しいアガベの栄養となります。

セゴビア、スペイン:高暖房と電力発電プラント（コジェネレーション・プラント）に天然ガスを使用しています。発生した熱と電力は、蒸留段階で使われ、余剰の電力は地元の電力会社に売却しています。このコジェネレーションプロセスは、熱と電力を別々の施設で行うより30%も効率がよいことが結果としてでています。

資源の有効利用

ビームサントリーは、廃棄物埋立量およびリサイクル・再利用量をモニタリングし、報告しています。今後も、生産資材、製品の包装・容器のリデュース、リユース、リサイクル活動に努めます。

容器の3R

「ビームサントリー・デザイントゥバリュー（Design-to-Value）チーム」は、製品デザインを向上させながら包装材を減らす方法を追求し、最終的にお客様にも環境にも、よりよい影響をもたらすことを目指しています。このチームの成果としては、より軽量のボトルデザイン、ガラス容器からポリエチレン樹脂容器への切り替え、無駄な段ボール・包装材の廃止などがあります。これらにより、包装資材量が削減され、合計コストと環境への負荷が削減されました。当社はリサイクルと再利用活動も推進しています。アイルランドのクーリー蒸溜所は、法的義務によって包装資材廃棄物の回収・リサイクル資金を拠出する企業をサポートする包装コンプライアンス制度「REPAK」のメンバーです。

また、カーサ・サウサ社は2014年に「メキシコ・ベストリサイクル・ストックウェアハウス」を受賞しました。

従業員への環境教育

当社は、持続可能な環境ボランティアに従業員が積極的に参加することを推奨しています。従業員はBIER (Beverage Industry Environmental Roundtable) 等の大きな業界団体や、小さいローカル団体、ケンタッキー・サステイナブル・スピリットやケンタッキー・エクセル等のプログラムに参加しています。また、ケンタッキー大学やケンタッキーの水資源研究所等の教育・研究機関と連携して、従業員、学生、教授と一緒に研究・学習・研修し、水に関する環境問題に対応する技術交換を行っています。当社の従業員は、私たちが働き、住むコミュニティに対して、これからも意味のある貢献を行い続けます。これらの活動を評価しており、毎年行われるVision Into Action (VIA) Awards 等を通して従業員を表彰しています。

汚染防止と化学物質の管理

当社は、グローバルな規格に基づいた安全データシートに従って、有害化学物質の安全な使用、保管、輸送を管理しています。また、カーサ・サウサ社はAMOCALI（民間組織）とSEMARNAT（環境天然資源省）による「クリーンフィールドプログラム」に参加し、農薬の安全な使用と容器のリサイクルを心がけています。

生物多様性保全を目的とした活動

ジムビーム自然保護区

創立200年を記念して、1995年に、ケンタッキー州レキシントンから32km離れたケンタッキー川の岸壁沿いに115エーカーの「ジムビーム自然保護区」を非営利団体「ネイチャーコンサーベーション」と協力してつくりました。化学物質を使わない自然な方法やバイオ技術を使ってケンタッキーの土手の再生プロジェクトを複数完了しました。ジムビームは何エーカーもの湿地帯を開発、保護しています。また、従業員を定期的にボランティア清掃するように促すなど、地域と連携した活動をしています。



自然豊かな工場周辺

ケンタッキー保全パートナー企業賞

メーカーズマーク蒸溜所は、620エーカーの敷地の一部を自然保護地区、自生植物保護地区と指定したことにより、野生生物と環境によい影響を与えた企業として認められ、ケンタッキー州魚類・野生生物局局长から「ケンタッキー保全パートナー企業賞」を授与されました。

ケンタッキー州環境保護局と環境保全プログラムを実施

ケンタッキー州にあるビームサントリーの全拠点で「ケンタッキーエクセル」メンバーとして活動。毎年従業員が主導する環境チームが自主的にいくつかの環境プロジェクトを展開しています。

自然と共生する工場で従業員の環境チームが活躍

メーカーズマーク蒸溜所の環境チームでは、敷地内に鳥の巣箱を設置したり、在来種の植物を植えたり、ケンタッキー野生生物局と協働で生物多様性の維持と生息地の改善のための活動を推進しています。



環境チーム

工場周辺に生息するハクトウワシの営巣を従業員がサポート

ケンタッキー州にあるブッカーノー工場周辺には、ハクトウワシが生息しています。工場の従業員たちは、ハクトウワシのために、繁殖期ごとに営巣づくりを手助けしています。また、ブッカーノー工場の樽貯蔵庫では、メンフクロウの巣箱を設置するなどし、絶滅危惧種の保護に取り組んでいます。

野生鳥類とミツバチの保護

当社のアードモア蒸溜所（スコットランド）は英国鳥類保護協会のスポンサー企業になっています。以前は「東スコットランドシーイーグル回帰プログラム」に協賛していましたが、2013年から同協会ネイチャーオブスコットランド賞の「スピーシーズチャンピオン賞」部門のスポンサーをしています。また、ジムビーム蒸溜所やメーカーズマーク蒸溜所は、野生鳥類の保護活動を行っています。両蒸溜所はいろいろな種類の鳥やコウモリの巣箱をつくり、維持しています。クルバジェ蒸溜所は、ミツバチの保護を支援しています。（年間ミツバチの巣箱2つ-1150㎡の花畑に参加）



石壁の保存 メーカーズマーク工場の取り組み

ケンタッキーには、地元の豊富な石灰岩を使った、ドライストーン工法（モルタルなどを使わずに石を積み上げる工法）によるアメリカの歴史的建造物が数多くあります。現在この歴史的なこれらの建造物が、存続の危機にひんしています。特に、ケンタッキー州ブルーグラス地方の石壁は、この地域の代名詞として世界的に有名で、ここに住む人々やここを訪れる人々が引かれてきたその稀有な景観は、急速に消えつつあります。

歴史的な石壁が、開発、道路拡張工事、放置により消滅したり、運び出されたり、埋められたり、砂利に砕かれたりしています。また、技術を継承できる熟練した職人の減少も深刻です。

メーカーズマークは、「ドライストーンコンサバンシー」を支援しています。「ドライストーンコンサバンシー」は、技術継承者の育成と復元プロジェクトを複数行っている、アメリカで唯一の組織です。



■従業員が住み働くコミュニティへの支援

従業員のボランティア活動

従業員の職場や住まいのある地域で、さまざまな慈善活動を行い、コミュニティをサポートしています。環境保全、災害時支援、ユナイテッド・ウェイ（※共同募金の団体）、ヘルスリサーチ、高等教育、文化施設など、コミュニティが必要とする重要な貢献活動に資金面で大きな援助をしています。

ケンタッキーのチームは、ユナイテッド・ウェイと連携し、年度を通した州規模の募金活動を行っています。この活動は、各地域コミュニティにとって最も重要な活動を支援するものです。ビームサントリーの従業員のケンタッキー・ユナイテッド・ウェイへの募金は、会社のマッチング募金を含み、過去10年で140万ドル以上となりました。

また、ビームサントリーは従業員の慈善活動を支持します。「ビームサントリー・ケアズプログラム」では、全従業員に、年2日間の有給休暇を取り、彼らの選んだコミュニティで奉仕活動をすることを奨励しています（全員が参加した場合の合計活動時間は年72,000時間以上になります）。また、従業員が米国で集めた寄付金と同額を寄付しております。

被災者支援活動

近年、自然災害が多く起きています。こうした事態を深刻に受けとめ、ビームサントリーでは世界のあらゆる被災地の復旧活動に赤十字を通じた資金援助や人道支援を行っています。また、各地で起こった自然災害に対し、安全できれいな飲料水を多くの被災地に贈っています。

文化・芸術振興活動

従業員の職場や住まいのあるコミュニティで、地域に密着した取り組みを行っています。たとえば、本社の近くで行われる北アメリカで最も歴史のある音楽祭「ラヴィニア音楽祭」の主要スポンサーをしており、アメリカ有数のオーケストラ、シカゴ交響楽団も毎年公演しています。36エーカーのラヴィニア公園は、静かな森の中にあり、音楽に親しむには最適な場所で、15歳までの子ども、高校生、大学生は、芝生エリアに無料で入場して、クラシック演奏を聴くことができます。

また、サポート企業となっている本社近くのシカゴ植物園は、385エーカーに26区画の庭と4つの自然エリアをもつ自然の宝庫です。毎年恒例のさまざまなイベント、プログラムを主催し、年中無休、入場無料です。

工場見学

アメリカ、メキシコ、スコットランド、アイルランド、フランス、スペイン、日本で生産工場見学を実施しています。

オペレーション・ホームフロント

ビームサントリー、2008年から通算で250万ドル以上を投資して非営利団体オペレーション・ホームフロントの周知を行い、軍事に准じる家庭が一生懸命守ったコミュニティでしっかりと安定した生活をおくれるよう取り組んでいます。このパートナーシップを通して、オペレーション・ホームフロントは2016年に1万以上のホリデーミールを軍関連の家庭に提供しました。この全国的な活動は、2009年にビームサントリーの従業員の発想から始まり、2017年には12,500の家庭まで拡大する見込みです。

■責任のある飲酒の啓発

責任のある飲酒の啓発

ビームサントリーの責任ある飲酒についての考え方は、当社のあらゆる行動の基盤になっています。そのため、責任あるマーケティングやアルコール教育を実施しているほか、飲酒運転・未成年者飲酒の防止に注力している世界中の多様なプログラム、パートナーシップおよび団体のスポンサーとなり、資金を提供しています。また、すべての従業員が雇用と同時に当社とそのブランドの大使として、常に責任ある飲酒を家族や友人に対して示し、促進できるよう、必要な知識を従業員に確実に提供するようにしています。

アルコール関連問題低減のグローバルコミットメント

ビームサントリーは、国際的な適正飲酒推進の取り組みを進める非営利組織「IARD」の発足メンバーです。業界をリードする酒類メーカーは、IARDを通して業績競争を忘れ、アルコール問題の低減のため力をあわせています。これは業界においてこれまでにない野心的で包括的な取り組みです。

未成年の飲酒、責任あるマーケティング、お客様への情報提供と商品のマーケティング、飲酒運転の低減、卸売業者の参画の各コミットメントは明確な目標を定め、達成のための5ヵ年計画を設定しています。

ビームサントリーは、これらのコミットメントをFoundation for Advancing Alcohol Responsibility (FAAR; www.responsibility.org)の発足メンバーシップ、特別なコートで飲酒運転を繰り返す人を治療するためのシステムDWIコートを通して再度の飲酒運転を劇的に減らす、ルイスビル大学とケンタッキー大学の未成年の飲酒とキャンパス内のイッキ飲みを減らすBuilding Resilience in Campus Communitiesプログラム等の様々な形を通して世界中で取り組んでいます。

グローバルマーケティング指針

責任のある飲酒に対する当社のリーダーとして取り組む姿勢は、各管轄で適用されるすべての関連法、規制および業界の規範や規定を遵守することから始まります。そのため、ビームサントリーのグローバルマーケティング指針は、当社のすべてのブランドと地域で統一されており、広告をはじめ、消費者への販促、マーチャンダイジング、ブランドのWebサイト、POS、ダイレクトマーケティング、商品開発、プロダクトプレースメント、および消費者イベントにまで及びます。

責任あるマーケティング

ビームサントリーは、スピリッツ製品のマーケティングにおいて業界標準の設定におけるリーダーシップを担う企業として誇りをもっています。2007年にはアメリカで最も厳しい広告配置基準を自主的に採用し、合法的な購入年齢に満たない消費者への露出を削減しています。メディアオーディエンスにおける法律で酒類の購入を許可された年齢者の割合は、業界標準が71%なのに対し、当社は75%以上を指定しています。また当社では、アルコール飲料を購入できる法定年齢（LPA）の成人のみをマーケティングの対象にしています。加えて、アルコール飲料を購入できる法定年齢に達していない消費者が当社の広告メッセージを目にする機会を制限するため、「Spring Break」に関連するマーケティングプログラム、公園などの遊び場から500フィート以内の家庭外広告、ビデオゲームへの広告を禁止しています。

DRINK SMART®

DRINK SMART®は、法定飲酒年齢の消費者に飲酒に関して責任ある選択情報を提供するグローバルなプラットフォームです。また、消費者が率先してアルコールの不適切な使用を減らす活動のためのツールも提供しています。

DRINK SMART®のWebサイトとロゴは、ソーシャルメディアからテレビ放送まで、すべてのビームサントリーのグローバルなマーケティング資料に含まれています。2017年末には、ビームサントリーの全ての商品ラベルにDRINK SMART®が付けられ、ウェブ上に栄養分の情報が掲載されます。



安全運転

ビームサントリーとそのブランドは、定期的にUberと連携し、町中でお酒を飲んだ後に安全に帰るための送迎サービスを行っています。また、当社の従業員は、自分や友達が運転するのが危険な際にタクシー代を会社がもつ制度を利用できるようになっています。

行動規範と倫理規定の策定

ビームサントリーとそのすべての従業員は、最高水準の企業倫理を維持しながら、市場において積極的に競争できると信じています。

また、当社の従業員、役員、ディレクターは、ビームサントリーが策定した「行動規範と倫理規定」に記載された健全な商慣行と倫理規定に従うことで、誠実で最高品質のビジネスを行い、継続的にすべてのステークホルダーから信頼されることを目指しています。



行動規範と倫理規定は、
7言語版がそろっている

■CSRマネジメント

コーポレート・ガバナンス

ビームサントリーの「行動規範と倫理規定」は、私たちが誠実で最高品質のビジネスを行うための指針となっています。この規定には、「Growing for Good」を踏まえたビジネス慣行、正しいビジネス（Beam Suntory way）を行うための方針が記載されています。従業員は、業界の規定だけでなく、当社の方針、手順、基準に従い、業界を主導する企業としての役割を果たさなければなりません。ビームサントリーでは、「グローバル・リスク・コンプライアンス委員会」を設置し、地域ごとの「リスク・コンプライアンス委員会」に加え、グローバル展開やサプライチェーン監査に関する各委員会も設けています。

コンプライアンスの推進

従業員には四半期ごとのGlobal Town Hallなどの社内のコミュニケーションを通じて、「正しいやり方、ビームサントリーのやり方でビジネスをする」、または要件に遵守して、可能な場合はベストプラクティスに沿って行う、というメッセージを一貫して発信しています。また、コンプライアンストレーニングは、実地研修やオンラインでも対面式の講習でも実施しています。また、ビームサントリーは、世界のどこからでも1日24時間週7日利用できる多言語のホットラインを用意しています。

積極的なリスクマネジメント

ビームサントリーは、上層部が主導となり事業へのリスクの特定や監視・管理する体制を整えています。統合リスクマネジメント（ERM）プログラムでは、潜在的リスクのある主な領域を積極的に特定し、エグゼクティブリーダーシップチームが指名した従業員がリスク低減に関する監視を担当します。「エグゼクティブリーダーシップチーム」は、定期的なミーティングを開き、戦略について議論しています。

クライシスマネジメント

重大事故は、迅速かつ効果的に管理するために、「グローバルメジャーインシデントマネジメント（MIM）チーム」が取り組みます。FACTS（Failure and Accidents Technical Information System）の事故調査は、「グローバルテクニカルサービスチーム」が、関連する事業のジェネラルマネジャーおよびリスク管理担当者と協力して行います。

重大事故が発生した場合、「グローバルMIMチーム」が招集され、実状の把握とリスクの精査を行い、リスクを低減するための適切な対応を図ります。「MIMチーム」は主要ステークホルダーに情報を伝えるために、適切な報告計画を作成します。重大な事故に対応する際には、従業員、お客様、地域住民の安全が何よりも優先されます。「グローバルMIMチーム」は、海外のガバナンス、統括、地域「MIMチーム」への指示を担当し、「グローバルテクニカルサービスチーム」は、環境、安全、品質、セキュリティ、ブランド保護、保険／リスクマネジメントなど各部門の技術リーダーの協力を得て、現場をサポートします。各生産拠点のジェネラルマネジャーと地域のリスク管理担当者が監督する地域「MIMチーム」は、予防リスクアセスメント、リスク低減計画、緊急時対応計画、緊急時対応行動、損害の評価、事業の回復などに取り組みます。

情報セキュリティ

ビームサントリーは、個人情報について事業を展開する各国の法令に遵守しています。

知的財産

ビームサントリーは、法務部内にグローバルな知的財産権（IP）の専門家を置き、IPチームが知的財産権の保守や告発、侵害の防止などに取り組んでいます。IPチームは、世界中の千単位の知的財産権を守っており、イノベーション・チームと協力して新しい製品やブランド拡大の確認と保護、第三者の知的財産侵害と海外の知的財産紛争、合併、買収、売却、ジョイントベンチャー、ライセンス、パートナーシップの際の知的財産に関するサポートを行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質保証への取り組み

品質管理方針・指標

ビームサントリーでは、生産拠点に品質と食品安全衛生のISO認証の取得を要請しています。さらに、グローバル基準を達成するために、品質、食品安全衛生、環境、健康、安全を網羅する統合マネジメント方針に基づいた手法を取り入れています。全生産拠点に重要業績評価指標があり、それらの品質要件を超えるための改善計画を確立しています。

さらに生産拠点では、TRACC方式（サステナブルな方法で継続的改善方式を実施するためのソフトウェアベースのガイド）に従って生産・継続的改善方式を実践しています。今後も、当社にとって最も貴重な資源である「従業員（安全）」「ブランド（品質）」「世評（コンプライアンス）」「環境」を守りながら、システム、プロセスをはじめ、事業活動のすべてを、従業員とステークホルダーの尽力によって改善していきます。

品質マネジメント

ビームサントリーの各生産拠点では、すべて品質マネジメントシステムの規格であるISO 9001の認証を取得しており、さらに多くの生産拠点でISO 22000（食品の安全性）、HACCPの認証も取得しています。また、共同生産を行っている下請けのびん詰業者にも定期的にISO規格の主要項目を含む技術監査を義務づけているほか、各生産拠点では定期的に社内の厳しい監査を実施しています。

■お客様への配慮

お客様の声の収集

お客様や消費者からいただいたご意見を集めるため、複数のデータベースを保持しています。フィードバックいただいたお問い合わせは、お答え又は必要に応じて調査のために該当する部署に送られ、適切に対応しています。

ビジネスパートナーとの関わり

ビームサントリーは、責任ある企業市民であり、人を公正・公平に扱うための基準を維持しています。「ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー」は、当社、従業員、サプライヤー、お取引先に対するガイドラインとなっています。

このポリシーは、強制労働、奴隷労働、強制収容労働の禁止を規定しており、2010年制定の「カリフォルニア州サプライチェーンの透明性に関する法律」に従って情報開示をしています。また、英国現代奴隷法2015にも当社のサプライヤーが奴隷労働、人身売買に関与していないことを確認しています。

ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー

ビームサントリーにとって、当社の価値観は市場で継続的な成功をおさめるために不可欠な要素です。誠実、品質、責任、迅速性、強靭性、「やってみなはれ」などの価値観は成功のために重要なものです。当社の業績は従業員、サプライヤー、投資家、価値あるビジネスパートナー、職場であり生活の場でもあるそれぞれのコミュニティからの評価に基づいています。

【ポリシーの構成】

- 1.労働環境／安全衛生
- 2.児童就労
- 3.強制労働
- 4.差別
- 5.労働時間
- 6.賃金および手当
- 7.環境
- 8.マネジメントシステム
- 9.サプライヤーおよび請負業者

当社は、主要サプライヤーや請負業者にも同様の約束を要求しています。このポリシーに準拠することで、業界のリーダーシップを発揮し、その上で、当社の各ブランドの強化、優秀な人材を引き付け、確保する力の向上、サプライチェーンのよりよい管理と成果をもたらします。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

工場見学

アメリカ、カナダ、メキシコ、スコットランド、アイルランド、フランス、スペインで生産工場見学を実施しています。

従業員のボランティア活動

従業員の職場や住まいのある地域で、さまざまな慈善活動を行い、コミュニティをサポートしています。環境保全、災害時支援、ユナイテッド・ウェイ（※共同募金の団体）、ヘルスリサーチ、高等教育、文化施設など、コミュニティが必要とする重要な貢献活動に資金面で大きな援助をしています。

また、ビームサントリーは従業員の慈善活動を支持します。「ビームサントリー・ケアズプログラム」では、全従業員に、年2日間の有給休暇を取り、彼らの選んだコミュニティで奉仕活動をすることを奨励しています。（全員が参加した場合の合計活動時間は年88,000時間以上になります）

被災者支援活動

近年、自然災害が多く起きています。こうした事態を深刻に受けとめ、ビームサントリーでは世界のあらゆる被災地の復旧活動に赤十字を通じた資金援助や人道支援を行っています。また、各地で起こった自然災害に対し、安全できれいな飲料水を多くの被災地に贈っています。

文化・芸術振興活動

従業員の職場や住まいのあるコミュニティで、地域に密着した取り組みを行っています。たとえば、本社の近くで行われる北アメリカで最も歴史のある音楽祭「ラヴィニア音楽祭」の主要スポンサーをしており、アメリカ有数のオーケストラ、シカゴ交響楽団も毎年公演しています。36エーカーのラヴィニア公園は、静かな森の中にあり、音楽に親しむには最適な場所で、15歳までの子ども、高校生、大学生は、芝生エリアに無料で入場して、クラシック演奏を聴くことができます。

また、サポート企業となっている本社近くのシカゴ植物園は、385エーカーに26区画の庭と4つの自然エリアをもつ自然の宝庫です。毎年恒例のさまざまなイベント、プログラムを主催し、年中無休、入場無料です。

若者や軍人への取り組み

未成年飲酒など当社商品の不適切な飲用を撲滅するため、ビームサントリーは毎年多額の投資をしています。たとえば、当社は「クラスルームチャンピオンズ」（オリンピック選手を指導者として学校に送る団体）や「適正飲酒普及協会(FAAR, www.responsibility.org)」の設立メンバーです。また、2008年以来、軍人と傷痍軍人の家庭に緊急の経済的支援などを提供する非営利団体「Operation Homefront（オペレーション・ホームフロント）」の募金活動と認知向上を支援しています。

地域コミュニティでの環境教育

当社は、地域コミュニティの環境教育活動に参加しています。たとえば、ケンタッキー州クレアモントの「キッズフィッシングダービー」「蒸溜酒サミット」など、さまざまなステークホルダーが参加するイベントへの協賛です。また、ケンタッキーにある大学や州知事が参加する安全衛生展示・協議会を対象とした「EHSリーダーシップラーニング講座」を主催しています。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

ビームサントリーは、多様性のある職場環境づくりに努めるとともに、公平な雇用機会を提供しています。また、当社への入社条件を満たし、希望する応募者は、人種、肌の色、宗教、性別、性的指向、国籍、遺伝、障がい、年齢、退役軍人であるかにかかわらず選考の対象とし、多様性を尊重しています。

ワークライフバランスの推進

ビームサントリーは、ワークライフバランスを推進するため、従業員のフレキシブルな就業時間・就業場所をサポートする「グローバル・ガイドライン」を用意しています。このガイドラインに基づいて、各地域の人事部門では各地域に合った制度を策定し、従業員の業務への意欲とパフォーマンスを最大限に保つようサポートしています。一方、従業員は地域の法規制に準拠したフレックス勤務やフレックスロケーション勤務制度を利用できます。

フレックスタイム勤務

上司の許可を得た上で、1日の基準就業時間（コアタイム）を決めて勤務時間をずらす「ピークタイムフレックス勤務」や、週総労働時間を決めてフルタイムの条件を果たしつつ、出勤日を通常の週5日から減らす圧縮週労働日数制などがあります。

働きやすい職場づくり

当社は、労使間でのオープンなコミュニケーションと情報共有の場があり、各生産拠点での定期的な安全衛生トレーニングを実施しています。プロセス管理を徹底して効率化した「リーン生産方式」を実施している生産拠点では、毎日打ち合わせを行っており、特に安全性について話し合っています。このような話し合いでは総じてオープンで自由なコミュニケーションを大事にしています。

職場の安全衛生と従業員の健康管理

当社の全生産拠点に、労働安全衛生マネジメントシステムOHSAS18001に準拠した安全マネジメント基準を設けています。また、安全要件と要求を明確にしたグローバル安全基準を策定し、全生産拠点でその要求事項を満たす安全行動プログラムと手順を展開しています。

当社は従業員の健康増進を奨励しています。定期的な健康診断に加え、精神的・身体的健康を促進する機会や健康サービスの提供を行っています。

Suntory Beverage & Food Europe

サントリー食品ヨーロッパ

- ・ オランジーナサントリーフランス
- ・ ルコゼードライビーナサントリー
- ・ シュウェッpsサントリーエスパーニャ
- ・ シュウェッpsインターナショナル

サントリー食品ヨーロッパ

本社所在地 40-52 bd du parc, 92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE 2
Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

事業内容 欧州を中心とした飲料事業の経営戦略の立案、経営管理等

ホームページ <http://www.suntorybeverageandfood-europe.com/>

オランジーナサントリーフランス

本社所在地 40-52 bd du parc, 92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE

ルコゼードライビーナサントリー

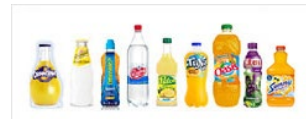
本社所在地 2 Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

シュウェッpsサントリーエスパーニャ

本社所在地 Paseo de la Castellana 202, 28046 Madrid - SPAIN

シュウェッpsインターナショナル

本社所在地 SIL, Media arena 5-6, 1114BC Amsterdam-Duivendrecht,
THE NETHERLANDS



9つの中核商品:9つの中核ブランド
オランジーナ、シュウェッps、
ルコゼード、ラ・カセーラ、プルコ、
トリーナ、オアシス、ライビーナ、
サニーデライト

会社概要・理念

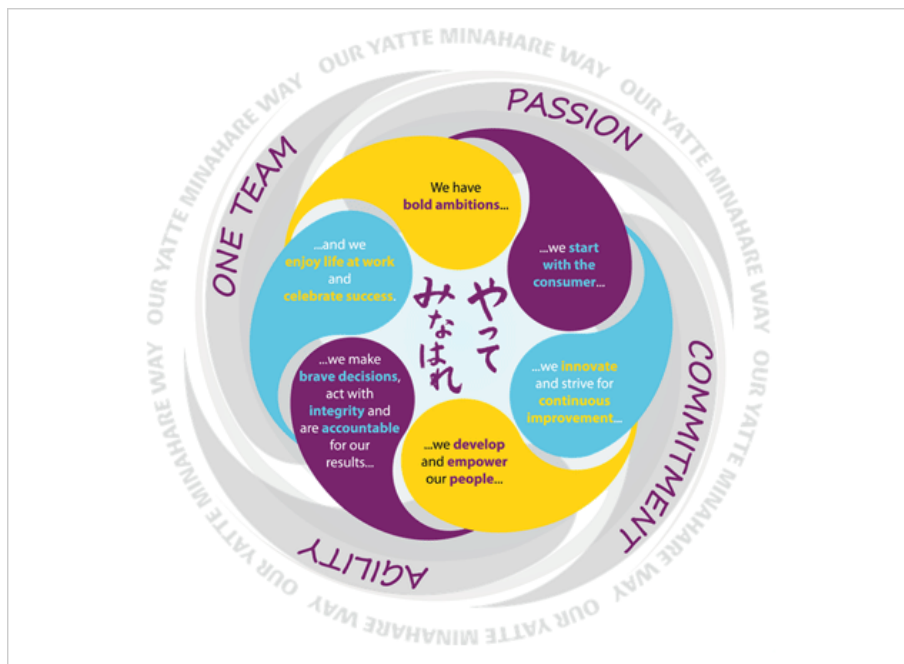
■Our Mission



■Our Vision

すべての事業活動の中心に地域のお客様を据え、上質で完成された味わいととも、他にはない体験ができる飲料を提供することで、2～4部門でトップ企業になることを目指します。

■行動指針：やってみなはれ



■私たちの仕事に対する姿勢

独自の「やってみなはれ」精神を原動力に、果敢に目標に取り組み、飲料に革新をもたらします。

主なCSR活動

■CSRの基本的な考え方

Growing for Good

グループの発展と競争力の向上は、事業とサステナビリティをいかに結びつけるかによります。当社は、サントリーグループの企業精神と長期ビジョンに倣い、“Growing for Good”を目指しており、常に進化し、お客様に喜んでいただける最高品質の飲料をつくとともに、サステナブルな社会の発展に積極的に貢献しています。これからも、人と自然と響きあいながら、新たなビジネスのかたちを創造していきます。



QEHSマネジメント

私たち企業の継続的な成長を図るための戦略として、独自のQEHS(品質、環境、健康、安全)方針を策定しました。私たちの基準は、EUや各国政府が要求する基準よりも厳格であり、自社のQEHSマネジメントシステムをととして実践されています。この方針は厳格で正確に適用されており、お客様のニーズにマッチした高品質の商品の提供につながっています。



お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■お客様への取り組み

お客様第一主義

私たちは常にお客様のご期待に応える飲料づくりを心がけています。より砂糖を減らし、より多くの天然原料を使って、それでいて美味しさを損なわない飲料を、熱意とチャレンジ精神、イノベーション精神をもって追求しています。



加糖水準の低減

“甘さを控えながら美味しい飲料を”

当社の人気商品のほとんどは、美味しさをそのままに糖分含有量を徐々に減らし、お客様にローカロリーで甘さを控えた飲料を楽しんでいただいています。実は、これが当社の商品開発の重要なポイントで、現在、全ビジネス部門が一体となって同じテーマに積極的に取り組んでいます。

安全性と品質の保証

“優れた商品を目指して”

私たちは、当社商品の高い安全性と信頼性をお約束します。すべての原材料は、サントリーの品質方針「All for the Quality」に基づき、品質管理工程を通じて厳しい検査を受けています。

また、品質と天然原料にこだわり、果物をベースに、人工の着色料や香料、保存料を含まない幅広い商品ラインナップの提供を目標にしています。

責任ある摂取への取り組み

“全商品に栄養成分を表示”

全商品のパッケージの他、さまざまな形態で有益な栄養成分情報を明確に表示しています。この成分情報によって、お客様はニーズに合った商品を選ぶことができます。また、お子様には十分な判断力が備わっていないことから、当社は12歳以下を対象にした販売促進活動を全世界で中止しました。

フランスにおいては、VIVONS EN FORMEとの協調関係により、整った栄養バランスを促進する健康プログラムで若年者の肥満防止を促進しています。また小学校において、運動と適切な食事を持続できるように、地域活動も支援しています。より良い栄養摂取に向け、味覚に関する知識を増やせるよう、食べたことのない野菜や果物の味を体験できる多彩なワークショップやベジタブルガーデンづくりなどを行っています。

サステナブルな農業

当社の飲料は天然成分（果物、砂糖、水）からできています。それゆえ、商品の安全性と品質を保証し、ビジネスの未来を約束するためには、サプライヤーと密接に協力してサステナブルな方法を実行していかなければなりません。



パートナーとの長期の関係

信頼が結果につながると信じて

ビジネスパートナーと長期にわたる信頼関係を築くことを重視しています。この信頼によって、品質、革新、環境保護における私たちの取り組みをビジネスパートナーと共有し、確かな行動計画をたて、サステナブルにビジネスを展開できます。当社の企業姿勢をまとめた「取引先行動規範」を策定しており、ビジネスパートナーの皆様に受諾いただいています。

原材料調達のエキスパートに

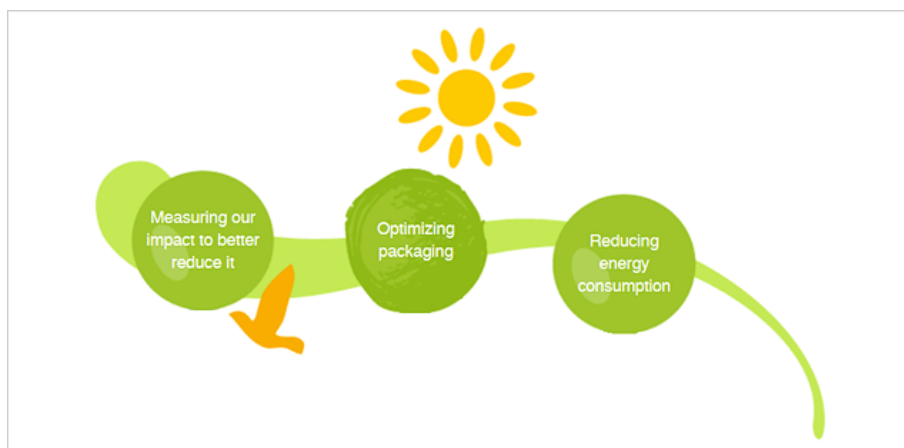
調達パートナーに対して、「自然保護」の項目を含むアンケートを実施

サントリー食品ヨーロッパでは、飲料の原料となる果物などのサプライヤーとともに、長期にわたって連携していくことを目指しています。そのために、サプライヤーに対して、原材料がどの農園で生産され、どの工場でどのようなプロセスを経てできたのかについて、自然保護や、持続可能性の観点で厳しい監査を義務づけています。

自然と響きあう ～環境～

■環境保全

地球温暖化ガスは気候に重大な影響を与えています。その点から、私たちの事業活動が環境に与える影響を減らすことを最優先事項の1つに挙げています。環境への影響を測定・分析し、事業の全工程でCO₂排出量を削減するため計画を策定し、実行に移しています。ルコゼードライビーナサントリーでは、英国政府機関Defraの持続可能性のロードマップを尊重し、積極的に部門の持続可能性を強化しています。コールフォードの拠点では、埋め立て地へ送る廃棄物を無くす事を達成し、自家発電のプラントも建設しています。



環境負荷の測定

2007年からCO₂排出量を分析

2007年以来、3年ごとに当社で排出するCO₂を測定しています。これによって環境負荷の大きい事業活動を特定でき、社内プロセスの見直しとビジネスパートナーの協力を経て、詳細な行動計画を策定できます。

容器包装の最適化

リデュース、リユース、リサイクル

当社のCO₂排出の要因のうち、容器包装は大きな割合を占めています。製品の安全性と品質を保ちながら、容器包装を改善し、環境負荷を削減することは当社の最優先事項であり、課題でもあります。

- ・ **リデュース**：容器包装の軽量化
使用原材料の削減とCO₂排出量の削減のため、容器包装の軽量化に努めています。
- ・ **リサイクル**：リサイクルの推進と改善
びんと缶についてはほぼ100%リサイクルしていますが、その他の容器包装材については100%ではありません。そのため、びんのリサイクルプロセスの改善、容器包装材の回収におけるお客様のご協力、この2つの課題に取り組んでいます。具体的には、ライビーナは英国で初めて100%リサイクルされたボトルを導入したソフトドリンクブランドとなり、これはLRSで使用するプラスチックボトルの25%にあたります。また、イギリスで販売されている商品のパッケージには、消費者に「責任を持ったリサイクル・ごみの処分」を喚起するメッセージを掲載しています。
- ・ **リユース**：容器包装材のリサイクル促進とリターナブルパッケージの使用
使用原材料の削減と環境負荷低減のため、リターナブルパッケージの使用とR-PETなどのリサイクル材の採用に取り組んでいます。お客様にリサイクルを促す取り組みとあわせ、責任を持ったパッケージの処分に関しても喚起しています。LRSは2015年に、社会的企業の慈善活動Hubbubと共同し、ロンドン、エディンバラ、マンチェスターで革新的なポイ捨て防止キャンペーンNet Streetを立ち上げました。2016年には、LRSの生産拠点があるコールフォード周辺で、郊外におけるポイ捨て防止キャンペーンLove Your Forestを立ち上げました。3年間に渡るこのキャンペーンは、既に英国政府から高く評価され、2017年4月に発行された英国ポイ捨て戦略にて認められました。

消費エネルギーの削減

最新設備による環境保全

10工場で全ISO14001シリーズの認証を取得しています。この国際規格に準拠するよう、定期的に生産プロセスを見直し、高効率で、省エネルギー効果のある新たな設備を導入しています。ガダーニュにあるフランス工場では、びん詰プロセスの改善により、40%のエネルギー削減を達成しました。

水の保全

水は、量においても質においても、特に責任をもって管理しなければならない大切な資源です。飲料業界のリーディングカンパニーとして、また水域保全活動を先導するサントリーグループの一員として特別な責任をもって、私たちの製品の最大の成分である水を守ります。

水使用量の削減

必要とする最低限の水使用に努めて

すべての工場で水使用量の削減を強く意識し、常に生産プロセスの最適化を図っています。新しい設備と技術を駆使し、また、研修などにより、水を守る独自の社風を社内に浸透させています。

水と生きる

素晴らしい生態系の中心にある水を使って地球上の生命を育む

サントリーの理念「水と生きる」に啓発を受け、良質の水を自然に還すことに配慮しています。水は私たちの素晴らしい生態系の中心に存在し、地球上の生命の維持に欠かせないものです。水の処理工程では特に厳しい管理を自ら課し、自然の生態系維持に取り組んでいます。

人と自然と響きあう

現地に密着することでより自然に近づく

私たちは現地に密着した方針により、現地での生産を推奨しています。全ての事業ユニットや向上は、できるかぎり商品が消費される場所の近くに設けおり、周辺地域の経済に貢献しています。また、原料に関しても同様で、現地での生産を促すようにしています。例えば英国のクロスグリの飲料のレイビーナは、100%英国産のクロスグりを英国内の34の農家から調達しています。

果汁飲料「ライビーナ」に使用される「カシス」の生産地で野生動物を含む自然環境保護活動を推進
サントリー食品ヨーロッパでは、ルコゼードライビーナサントリー（LRS）が製造する果汁飲料「ライビーナ」に使用される「カシス」の生産地を保護するために、2004年から自然保護団体「Wildlife Trusts」の協力を得て、生物多様性保全に長年取り組んでいます。また、LRSコールフォード工場周辺の広大な森林地帯の自然環境を保護するために「生物多様性行動計画（BAP）※」を策定しています。野生動物が生息する森林や草原の調査に基づき、生物の種類を増やす年間計画を立て、森林や草原の整備を地域の方々と協力して行っています。



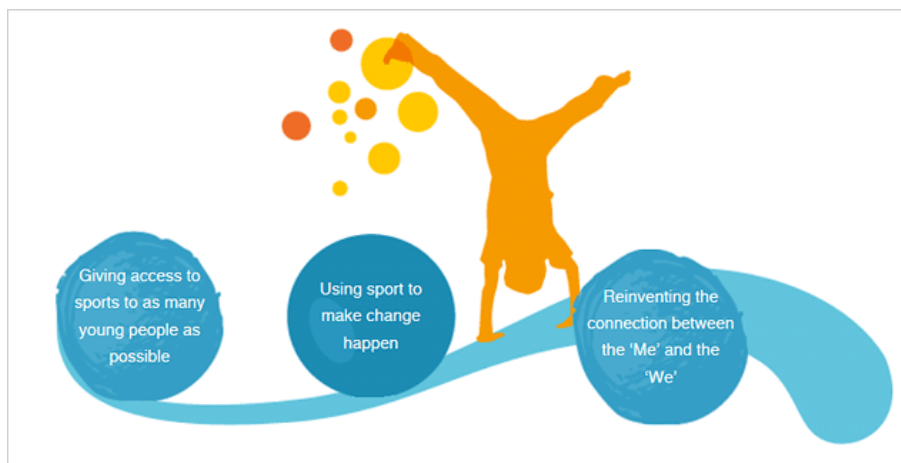
豊かな自然に囲まれた
コールフォード工場

※生物多様性条約では、締約国にBAP（Biodiversity Action Plan）の策定を求めており、民間企業・団体は自主的に策定している場合もあります。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■社会との熱意の共有

社会は、喜び・情熱・活気・期待に満ちています。この前向きな価値観を社会の皆様と共有したいという思いから、前向きな姿勢で前向きな変化を促すプロジェクトを支援しています。



若者のスポーツへの参加を支援

スポーツが前向きな若者を育てる

スポーツは子どもの教育と発育に重要な役割を果たし、健康なライフスタイルと前向きな価値観を形成する上で大事な要素です。オランジーナ・シュウェップス・フランスでは、毎日、100万人の子どもが、80種目以上のスポーツに参加できるUNSS(フランス・スクール・スポーツ連合)などの地域プログラムを支援し、若者のスポーツや運動への参加を推進しています。また国民的スポーツチームのスポンサーとなってスター選手と提携するなど、若者のスポーツ参加への意欲を育てています。



スポーツを使った革新

スポーツによって前向きな変化をもたらす

人々が社会貢献活動に参加する機会としてスポーツは欠かせない存在であり、社会に前向きな変化をもたらします。オランジーナ・シュウェップス・フランスは、ラグビーチーム、フレンチフレアのパートナー企業として、恵まれない若者にラグビーのもつ前向きな価値を広めています。LRSは、デйм・ケリー・ホームズトラストと共同し、プロのスポーツ選手や関係者を手本として、恵まれない若者を教育・支援する取り組みを行っています。2016年にLRSの従業員は、トラストを支援するために募金活動を通して5万ポンドを集めました。集まった募金は、青年スポーツとアクスブリッジとグロスターのコミュニティにおける教育プログラムのために使われました。

「私」と「私たち」のつながりをつくります

自分のために少し、皆のために少し

一人の幸福からみんなの幸福が生まれるべきだと私たちは考えます。楽しくバランスのとれた個人の生活習慣を促進する一方、個人のもつ前向きなエネルギーを、それを必要としている皆で分かちあうこと。これはオランジーナ・シュウェップス・スペインで行っている‘Me-We’プログラムの基本理念です。このプログラムでは、従業員個人の幸福を支援する一方、フードバンクなどへの寄付活動により、恵まれない人々とも幸福を分かちあうことを目的としています。

地域社会への貢献

サントリー食品インターナショナルケニアでは、ケニアの首都ナイロビで子どもたちに安全な水を提供している「ケングミ救援センター（KRC）」に、子どもたちが集落の近くまで水を運ぶ重労働を軽減するため、運搬車のトゥクトゥク（オート三輪車）を2015年10月に寄贈しました。



従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員およびビジネスパートナーへの取り組み

Suntory Beverage & Food Europeの企業ビジョンはすべての従業員とビジネスパートナーに向けられています。

私たちは、「やってみなはれ」精神のもと、従業員が果敢に挑戦し、革新をもたらすことを奨励しています。これには情熱と前向きな姿勢、献身が必要であり、これらが私たちの大切にしている価値観です。



「やってみなはれ」精神の促進

「やってみなはれ」精神を原動力に

「やってみなはれ」で何事にも挑戦する従業員を支え、後押しできるよう、活気ある職場環境づくりに努めています。この「やってみなはれ」は、従業員やパートナーが行動を起こし、革新をもたらし、価値を創造するエネルギーになっています。そして、このことがサントリーグループ、ひいては社会の発展につながっていることを信じています。

従業員に対する取り組み

従業員の健康がパフォーマンスを生み出す

私たちは、従業員の健康とパフォーマンスには密接なつながりがあると考えています。このことから、厳格な安全衛生方針を、特に工場における安全衛生を重視して策定しています。従業員の雇用について、「すべての人々に対する機会均等の理念」を支持するSBFE行動規範と均等の方針を掲げ、個々の従業員の育成に取り組んでいます。充実した管理・研修プログラムにより、従業員一人ひとりが起業家となるような手段やツールを提供しています。

また、ルコゼードライビーナサントリーでは、ワークライフバランスの取り組みとして、フレックスタイムの方針を策定しており、従業員は労働時間の短縮や変更を要請することができます。

フランスでは、従業員それぞれの職務に対してより良い支援ができるよう、ベストプラクティスなどを含む管理プログラムを推し進めています。

2013年には、ジェンダーダイバーシティを確実に推し進めるための協定について、フランス政府と調印を行っています。

Pepsi Bottling Ventures Group

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ

本社所在地	4141 ParkLake Ave., Suite 600, Raleigh, NC 27612, USA
設立	1943年
事業内容	ペプシ系ボトラー
ホームページ	http://www.pepsibottlingventures.com/



主なCSR活動

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質マネジメント

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、品質管理を徹底し、高品質な商品を提供するため、ペプシコグループ共通の品質基準と自社独自の品質基準を遵守するとともに「AIBフードセーフティ（GMP）指導・監査システム^{※1}」を導入しています。また、国際食品安全イニシアチブ（GFSI）の承認した食品安全システムスキームであるFSSC22000^{※2}の認証も取得しています。

※1 安全な食品を製造するためにとらなければならない行動のガイドラインであるGMP（適正製造規範）を重視した食品安全管理システム

※2 Food Safety System Certification 22000 (FSSC-22000): ISO22000とISO/TS22002（以前のPAS-220）を組み合わせたGFSI承認の食品安全認証スキームであり、食品製造のための食品安全に関する前提条件プログラム

■お客様との関わり

お客様の声を商品・サービスに反映するしくみ

お客様から寄せられるご意見・ご要望は、毎月ペプシコから報告を受け、社内で改善につなげるしくみを整備しています。たとえば、ペットボトルキャップをアメリカ国内で統一規格化されているローハイトキャップに転換した際に、お客様から「キャップが開けにくい」とのご意見をいただいたため、ビジネスパートナーと連携してキャップをきつく締めすぎないよう改善を図りました。



健康的な食生活のサポート

お客様の食生活において飲料の栄養バランスを改善することを目的とした数多くの取り組みの1つとして、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、お客様の健康に貢献するドリンク各種を販売しています。お客様は、ペプシコのWebサイトから、当社商品の栄養組成に関する情報を入手することができます。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

水使用の最適化

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品にとって欠かせない重要な水。その水に対する責任は、製造工場では極めて重要となります。最先端の逆浸透ろ過装置は、水の純度と節水を最適化できるように設計されています。また、逆浸透ろ過装置や他の製造過程から出される排水は、下水処理前に再利用され、さらに節水活動を徹底させています。また、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは新しい浄水システムに投資を続けています。その結果、高純度の原料水を精製し、1ガロンの商品を製造する過程で必要となる何ガロンもの水を削減することができるのです。ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは2016年、1.74ガロンから1ガロンの商品を製造するという高い水利用効率を達成しました。



省エネルギー・CO₂削減に寄与する車両と配送システムの導入

2009年、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、全米のペプシボトラーで初めて、CooLift（クーリフト）パレットと特注の昇降式トレーラーを組み合わせた自動オーダーピッキングシステムを導入しました。このシステムの導入で、配送時間が短縮され、配送員の体力的負担も軽減されました。また、日々最適な配送ルートを選び、配送時間とガソリンを削減しています。さらに、ハイブリッド車の採用率は50%を達成しています。2012年には2つ目の自動ピッキングシステムをWestern Optimized Warehouseに導入いたしました。



製品ラインでペットボトル容器を製造－エネルギー使用量削減

2012年ペプシ・ボトリング・ベンチャーズでは、ペットボトル容器の外部調達を停止し、ノースカロライナにある2つの自社工場での製造を開始しました。自社で製造、ラベリングを行うことで、梱包資材運搬用トラックを11台から1台に減らすことができました。また、ペットボトル自体を平均20%軽量化すると同時に、再利用プラスチックも10%使用しています。さらに新たに導入した設備は、外部調達で使用されていた設備と比較すると、エネルギー効率が20%改善されています。



プラスチック製ケース・パレットの再利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品の31%は、配送に多目的プラスチックケースとパレットを使用しています。何年も繰り返し使用できる素材を採用することで、埋め立て処理される段ボールや木材を使う必要がなくなりました。破損してしまったケースやパレットは製造工場に送られてリサイクルされ、再び新しく生まれ変わります。その他の商品には、リサイクル可能な収縮フィルムを使用し、補助梱包を使わないように努めています。



リサイクルセンターの集中化―再生利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの製造工場は、リサイクルセンターとしての役割も果たしています。段ボール、ストレッチフィルム、金属、ペットボトルといった資源は分別回収され、リサイクルセンターに集められます。顧客から返品された賞味期限切れの商品は粉碎処理され、再利用可能なパッケージは外部に販売します。さらに車両庫では、古い車や廃油、バッテリーやタイヤがリサイクルされています。これによって、2016年はペプシ・ボトリング・ベンチャーズの総廃棄量のリサイクル率は89.6%でした。



持続可能な建設

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、2016年4月にハリスバーグ、ノースカロライナにシャーロットメトロポリタン周辺地域を担当する新しい配送施設をの建設を開始いたしました。2017年には、ノースカロライナのセントポールズにファイエットビルとランバートン周辺地域を担当する新しい配送施設の建設を開始しました。これらの施設は持続可能な建設、エネルギー効率、低環境負荷を考慮した設計がされています。ペプシ・ボトリング・ベンチャーズにとって初めての内部外部ともにモーションセンサーを利用した100% LEDと光電池付き照明で電力消費を抑えるの施設となります。

日中は窓から日を取り込み、照明の利用を減らし、高効率の自然ガスの輻射暖房装置も利用します。屋根には熱を反射するポリオレフィン製メンブレンを使用し、オフィスの床はコンクリートを磨くだけにとどめています。HVACユニットも省エネで、冷却剤にオゾン層破壊物質を使用していません。

セントポールズの施設は、さらに何個か持続可能性に関するアイデアが追加で導入されています。原産の植物を最大限に利用することで観賞用植物を最小限にし、水やりの必要性を最小限にしています。敷地から除去された木や大型の植物は、エネルギーへとリサイクルされました。蛇口は自動的に止まり、水の使用量を抑え、工学的に設計された施設は、素材の施設内外の輸送を減らし、カーボンフットプリントを最小限にします。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

自然災害の被災地支援

2010年にハイチ地震の被災者にボトル入りミネラルウォーターを提供しました。2011年には、ハリケーン・アイリーの被災者のために、ノースカロライナ ディザスター リリーフ ファンドに多くの資金援助を行いました。また、ハリケーン・サンディの被害を受けた従業員と一般住民にボトルウォーター、燃料、援助物資を供給するというかたちで、救済に大きく携わりました。直近では、ノースカロライナの複数のコミュニティに多大な被害を与えたハリケーン・マシューの被災者のために、支援と援助を行いました。

地域に根ざした活動

ノースカロライナ州のローリーにあるWake Tech Foundation（ウェイク・テック財団）に財政支援を行い、職業訓練の機会の増強、起業家やビジネスパートナーシップの育成を目的としたキャンパス拡大を支援しました。

ノースカロライナ自然科学博物館付属の自然科学リサーチセンターのグランドオープンにあたってスポンサーを務めました。初日の来館者は70,000人に上りました。この博物館は、ノースカロライナ州の博物館の中でも最大の来館者数を誇ります。

工場周辺の河川上流の水質保護活動を実施

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ（PBV）の本社工場は、アメリカ・ノースカロライナ州中央部のヌース川上流域に位置します。ヌース川上流域には、住人や地元企業など約30万人に生活水や飲料水を提供している貯水池があります。この地域では、人口が急速に増加していることから、ヌース川の水域をきれいに保ち、持続的に豊かな水を地域に提供する重要性はいっそう増しています。そこでPBVでは、2005年から地元の森林保全団体、自治体、土地所有者らと「ヌース川上流クリーンウォーターイニシアティブ」を通じて連携し、河川の水質を守るため、土壌の保全に取り組んでいます。また、外来種を取り除き、在来野生生物の生息地を取り戻すなど水質により影響を与える活動にも取り組んでいます。



ヌース川上流

ローリー市「ヒューマンリレーションズアワード」受賞

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、本社のあるノースカロライナ州ローリー市および近郊のトライアングル地域において、地域社会への社会貢献・慈善活動を行っています。この長年にわたる活動に対して、ローリー市から「Human Relations Award (ヒューマンリレーションズアワード)」を受賞しました。

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズが行っている地域社会への社会貢献・慈善活動は、財政的な支援に加え、当社飲料商品の提供、ボランティアの派遣、広告、看板などを支援するとともに、従業員のボランティア活動も推奨・支援しています。また、多くの慈善事業団体においてリーダー主導型のボランティア活動を当社の役員が推進しており、Matched Giving (マッチド・ギビング※)に加えて、役員がボランティアに参加した際には寄付が増額となる当社の慈善プログラムもあります。

※Matched Givingは自社の従業員が自発的に慈善団体へ行った寄付やボランティア活動と同等の金額(あるいは寄贈品)を会社もその慈善団体に寄付・寄贈する慈善プログラム



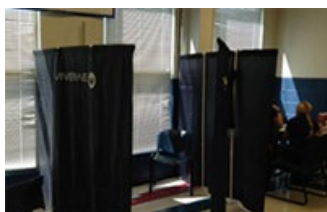
従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

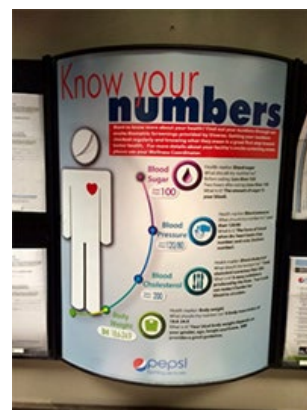
従業員が健康でいきいきと働ける職場づくり

従業員の健康を守るために安全管理部から改称した安全衛生部が健康管理を行い、より健康的に働けるように指導をしています。また、すべての従業員に対して毎年健康診断の受診を促し、従業員とその配偶者に無料でインフルエンザの予防接種を行っています。毎年選抜された工場で行われる「安全管理の日」では、地元の病院や健康の専門家を招き、正しい水分補給の方法や心臓の健康といったトピックスについて講演を行っています。AED(自動体外式除細動器)は全工場に設置されており、選ばれた従業員が基本的な応急処置方法と心肺機能蘇生法の訓練を受けています。また「水曜日のウォーキング」という活動が昼休み時間に毎週開催され、いくつかのグループが集まり、ストレッチやウォーキングをチームで楽しんでいます。「金曜日は新鮮フルーツの日」は全事業所で毎月1回開催され、健康的な朝食や軽食を提供し、従業員の健康維持・増進を図っています。さらに、総体的に組織の健全性を維持するため、1年おきに従業員意見調査を実施しています。従業員の意見に耳を傾けて話し合いの場を設けることで、組織全体の変革へとつなげています。

選択された施設において、従業者数に応じたバイオメトリックテストも行われています。スクリーニングは、当社従業員に、現在の健康状態に関する知識や意識を植え付けるのに役立っています。従業員は自分の健康状態に関する理解を深めることになり、状況の改善が必要な場合には担当医に相談することもできます。予防的健康維持は従業員の健康と安全の主要なテーマの1つです。



「金曜日は新鮮フルーツの日」



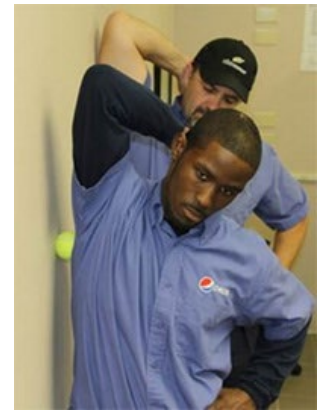
会社としての運動促進プログラムも、当社の東方・西方部門で大きな成功を収め、2018年半ばまでには全地域で展開される予定です。同様のプログラムを作成しているいくつかの企業（例：UPS、ボーイング、フォルクスワーゲンなど）のように、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズも作業中の従業員の傷害リスクを軽減するために、このプログラムを採用しました。ストレッチ、痛みを管理するためのボディセラピー的自己マッサージ技術、商品取り扱い時の人間工学に基づいた荷上げ技術が、このプログラムの重要な要素となっています。



「Stretch for Success
(成功のためのストレッチ)」



「Work Smarter NOT Harder
(ハードでは無くスマートな仕事)」



作業環境の安全は、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズが最も真剣に捉えている課題です。「安全第一」を厳守するため、当社では数多くの施設に「安全の日」を設定しています。「安全の日」の活動は、ハイウェイパトロールによるインストラクター主導のトレーニングから、消火訓練やフォークリフト訓練など、実践的な活動まで多岐にわたります。「安全の日」のイベントは、安全かつ生産的な作業環境に向けた最適な実践方法を作業者に楽しく学んでもらう機会です。



「安全の日」に参加する
ハイウェイ・パトロール



フォークリフト訓練の様子

PT Suntory Garuda Beverage

サントリーガルダ・グループ

本社所在地	Metropolitan Tower 10th Floor Jl.R.A.Kartini Kav.14, TB.Simatupang, Jakarta Selatan, Indonesia 12310
設立	2011年7月
事業内容	清涼飲料の製造・販売



会社概要・理念

サントリー食品インターナショナル(株)とインドネシアの食品・飲料企業ガルダフードグループとの合併会社であるサントリーガルダグループの企業理念は、「静」と「動」に要約されます。「静」は自身をコントロールし、課題に対し、あせらずに集中力をもって対処することであり、「動」は変化をおそれずに、迅速にチャレンジすることです。この2つの企業理念はそれぞれが独立したものではなく相互関連性があります。「静」が「動」につながり、また「動」が「静」を生み出していくのです。

主なCSR活動

■CSRの考え方

私たちの使命(ミッション)

- ・ サントリーガルダ・グループは、私たちの企業理念を支える3つの価値観に基づき、企業活動を行っています。
 - 人的価値の向上
 - 企業倫理の徹底
 - 調和的統一
- ・ 人的価値を備え、(社会の)革新者となりうる「ノーブルピープル」コミュニティをつくる。
- ・ 社会・経済・環境などの面から継続的なプログラムを通して社会福祉に貢献する。

地域社会における企業の社会的役割と企業の発展に伴い、サントリーガルダ・グループは社会貢献活動を重点課題と位置づけています。地域コミュニティに適応したプログラムが必要と考え、「ガルダフードサハティ」という包括プログラムを策定しています。サハティとは「共感」を意味し、当社はこの言葉をキーワードに活動を推進しています。

「ガルダフードサハティ」の5つの柱は以下の通りです。

- ・ 教育
- ・ 公衆衛生
- ・ 環境
- ・ 社会的な寄付
- ・ 地域社会支援

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

3R（リデュース、リユース、リサイクル）

「セハバット インスピラシク プログラム」では、小学生を対象に3R（リデュース、リユース、リサイクル）への取り組みを紹介する教育プログラムを実施しています。この教育プログラムは、小学生のうちから環境問題や環境を改善するための廃棄物処理の重要性を理解してもらうためのものです。当日は、紙くずやピーナッツの殻から再生紙をつくる訓練に参加するほか、廃棄物を筆箱や写真立て、ティッシュボックス、多機能収納ボックスなど、さまざまなものへ再生します。

Go Green

「コモド・コミュニティ」との協調により、サントリーガルダは、西ジャワ州バンドンのチブリアル村の農民を対象とした社会活動プログラムを行いました。この活動は、周辺環境に対するバンドンの人々の関心を高めることを目的としており、薬草も植えています。



Aksi cocok tanam & panen tanaman herbal bersama kelompok petani mandiri



foto bersama & makan bersama menu/masakan hasil dari tanaman kelompok petani mandiri

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

教育に関する活動：工場見学

小学生・中学生・高校生・大学生などを対象にした工場見学を実施しています。当日は、当社のことをよく知っていただくために会社の紹介をした後、実際の工場を見学いただき、製造品質管理基準に基づいて安心な商品を生産するプロセスを見ていただいています。この工場見学プログラムは西ジャワ州のボゴール工場で行われていたものですが、2016年からはサントリーガルダ工場のすべてでこのプログラムを実施しています。



教育に関する活動：「セハバット インスピラシク」プログラム

ガルダフードグループが取り組む「Sahabat Inspirasiku(セハバット インスピラシク) プログラム」は、グループ内の従業員がボランティアで学校を訪問し、さまざまな職業に関する情報や仕事にまつわる面白い話などを語って、学生たちに仕事への興味をもってもらうための活動です。この活動は、小学生から有名大学の学生を対象としています。

2015年11月23日、ガルダフードの人財関連のビジネス・パートナーであるパトリシア・リニ氏は、タルマヌガラ大学で、「良い履歴書の書き方ー自分の価値を伝え、面接の機会を得るために」と題するプレゼンテーションを行いました。



インドネシアにおける教育に関わるコミットメントの一部として、ガルダフード・セハティでは、ガジャマダ大学のジョグジャカルタ・キャンパスで産業業界に入るためのキャリア・セミナーを行いました(2015年12月23日)。サントリーガルダ・ピバレッジの人財ゼネラリスト責任者、トリ・アンゴロ・ズルカルナエンによる講演には、280名の学生が熱心に聞き入っていました。



2015年11月4日、サントリーガルダ・ピバレッジの人財ゼネラリスト責任者、トリ・アンゴロ・ズルカルナエンは、スマランでディボネゴロ大学の学生数百人向けに、「ASEAN経済共同体を意識した新卒向けの就職戦略」についてのプレゼンテーションを行い、その後も数多くの生徒との対話を行いました。このイベントは、教育に焦点を当てたMirai OchaのCSR活動の柱でもあります。



公衆衛生に関する活動：献血活動

サントリーガラダ・グループは、インドネシア赤十字社（PMI）と協力して献血活動を行っており、献血をライフスタイルとして定期的
に実施することを奨励するキャンペーンを継続しています。これらの活動が認められ、サントリーガラダ・グループはインドネシア赤十
字社より表彰を受けました。 献血推進活動とキャンペーンが開始された2011年以来、このプログラムは最優先事項として、全社で行
われています。



■地域社会支援活動

サントリーガラダと従業員によるボランティア活動:子どもリハビリセンターへの支援

2016年1月9日、サントリーガラダとその従業員は、ジャカルタにある知的障がい児向けリハビリセンターのヤヤサン・バクティ・ルフルでチャリティ・イベントを催しました。この活動は、助け合いの意識を人々にもってもらうことを目的としています。



従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Co., Ltd.

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ

本社所在地 Sheraton Saigon Hotel & Towers, 88 Dong Khoi Street, Ben Nghe Ward, District 1 Ho Chi Minh City, Vietnam

事業内容 清涼飲料の製造・販売

ホームページ <http://www.suntorypepsico.vn/en>



主なCSR活動

■CSR経営の推進

コーポレート・ガバナンス

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジの監査役会は、ステークホルダーの利益向上を目指して全社にわたる監視と検証を行っています。監査役会は社外監査法人で構成されており、取締役会に属しています。また、コーポレート・ガバナンスの強化を確実にするために、内部統制、リスクマネジメント、法律および規制への準拠、行動規範などの問題に対する報告が誠実性かつ有効性をもっているかどうか監督、検討しています。

コンプライアンスおよび研修

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、行動規範と汚職防止方針を厳守しています。これらの方針は、毎年必須の研修およびオンラインセミナーを通じて従業員に明確に伝えられています。従業員は、目にした違反についてはいかなる場合も報告し、それぞれ直属の上司、人事責任者、環境管理委員会に直接伝えるか、匿名のホットライン「スピークアップ」を利用するよう奨励しています。

リスクマネジメント

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジはリスクの特定に努め、影響を軽減するための災害復旧計画と危機管理方針を定めています。また、ITリスクの対策にも取り組んでおり、情報セキュリティの行動規範やオンライン研修にも組み込まれています。さらに、IT部門は、当社のデータおよび知的財産の保護におけるプロトコルを厳格に遵守しています。2016年3月からは、ERP[※]システム向けバックアップとしての利用を意図して、災害復旧施設が準備されています。

※ERP:Enterprise Resource Planningの略

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、積極的に情報セキュリティリスクの特定と軽減に取り組んでいます。サントリーのITチーム、サイバーリーズン、シマンテック、ゼットスケラーと協力し、ITリスクに適切に対応しています。災害復旧施設も2016年5月に設置され、2016年9月にはエンタープライズ・リソース・プランニング (ERP) ・システムのOracleを導入しリアルタイム・バックアップ機能を追加しました。また、ITチームは同時にコントロールチームと協力し、マスターデータ管理の一極化を行い、主要なシステムのデータがマスターデータと一致しない事によるリスクの低減を行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

品質保証

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジのTwister Orange, TEA+ Plus Oolong, TEA+ Plus Matcha, Bottled Water等の全てのソフトドリンクの品質と安全品質方針は、ベトナムの法規とサントリー及びペプシコグループが規定した基準に沿っています。また、全工場がFSSC22000認証を取得済みです。さらに、AIB(国際検査統合基準)監査が全事業所で実施されているほか、統計的品質管理(SPC)、在庫管理プログラム、販売管理プログラム等のツールキットを用いて安定した商品の品質と、サプライチェーンを通じた整合性を確保しています。

■お客様との関わり

お客様対応

お客様満足は最優先事項であり、お客様からのご意見やご要望を募るホットラインが設置されています。お客様のご意見は定性調査の重要な部分を占めており、サービスの強化とともに、きめ細かいマーケティング活動や満足度の向上に役立てられています。2015年と2016年において、小売店からのフィードバックを得るためのホットラインの運用を行っています。また、当社はサービスの速度と品質を向上するため、ATMを通じて小売店に対するインセンティブの支払いや、配送業者の搬入搬出作業をパレット化し倉庫業務の品質を向上させるだけでなく、冷蔵庫内の商品を中心に店舗内での取り扱いやすさの改善を図っています。

2017年には、市場における優位性を高めるため、サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、市街地での優位性を高めるとともに、大規模な投資により日用消費財の売上の52%（AC Nielsen調べ）を構成する郊外の卸売ネットワークを拡大します。また、データ管理システムをOracleと統合し、エンドツーエンド発注を自動化する準備を進めています。これにより、市場への供給能力を向上するとともに、卸売業者の満足度も高めることができます。また、卸売業者の業務の標準化を目的とした10つの重点項目を含む戦略的卸売業者プログラムを立ち上げました。このプログラムにより、卸売業者をセグメント化し、インセンティブと投資の度合いを差別化する事ができるようになります。これにより、卸売業者がより高い基準に至り、持続可能な成長のためにしっかりと土台を築くよう促します。



健康への貢献

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジはボトラーとして、お客様の健康に貢献する商品を提供すべく、サントリーおよびペプシコと連携を図っています。高品質な純水の保証とファッション性との程よい結び付きにより、Aquafinaはベトナムで最も人気の高いボトル入りウォーターブランドの1つです。Aquafinaは、2017年に公式に新しいロゴとパッケージを含む新しいビジュアル・アイデンティティ・システムを立ち上げ、各所に展開しました。この新しいビジュアルは、各国で推進する品質、ダイナミック、優雅さ、そしてモダンなイメージの確立に貢献しています。この変更は、2002年にベトナムでAquafinaが発売されてから初めてとなります。純粋な味というメッセージに基づき、すべてのボトルで小気味よい爽快感とともに純粋な味を提供しています。毎日4本2ℓの「Aquafina」を飲めば、心と体を浄化することができます。「7UP Revive」には、水、電解物、ビタミンB3、B6、B12が含まれています。



TEA+ Plus Oolongは、サントリーがベトナムで発売した初めてのブランドで、2013年8月に発売されました。お客様の健康に貢献する新しい付加価値を提供するRTD飲料で、ウーロン茶重合ポリフェノール（OTPP）により脂肪の吸収を抑え、身体的にも気分的にも「軽い」気持ちに保ちます。TEA+ Plus Oolongの成功に続き、TEA+ Plusのバリエーションとして、TEA+ Plus Matchaを2016年4月に発売しました。TEA+ Plus Matchaは、心をリラックスさせるテアニンを含んだ健康に貢献する飲料です。また、健康への貢献とあわせ、TEA+ Plus OolongとTEA+ Plus Matchaは、共に日本水準の品質と、プレミアム感があるイメージがあります。



「Oolong TEA+ Plus」
ペットボトル 455ml、
350ml、缶 320ml



「TEA+ Plus Matcha」
PET 455ml、350ml



「7UP Revive」390ml



「Aquafina」500ml

■ビジネスパートナーとの関わり

ビジネスパートナーとの協業

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジでは厳格なガイドラインに従って調達を行っており、サプライヤーになるためには、企業倫理、環境コンプライアンス、品質保証等で標準化された基準を一定期間の満たす必要があります。また、労働環境を保つため、簡易化・標準化・自動化・削減・アウトソーシング・プロジェクトに取り組み、全体のプロセスとシステムの標準化、簡易化、自動化を進めています。さらに、第一歩として軽量ペットボトルやキャップを導入するなど、自然環境の保護に向けて、主要サプライヤーと連携を図っています。



Stingは、初めての試作した
軽量ボトルです。

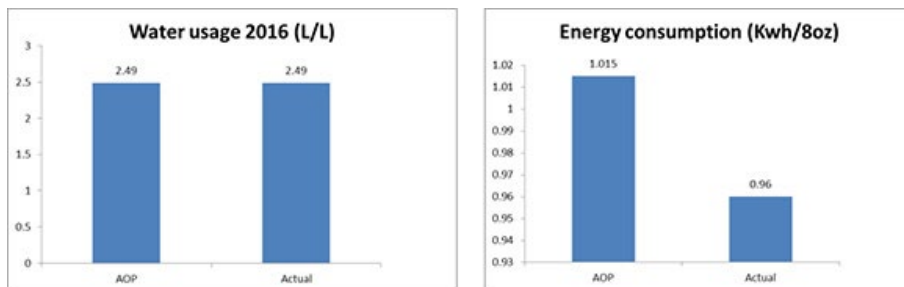
自然と響きあう ～環境～

■環境

環境マネジメント

すべてのSPVBプラントがISO14001認証に準拠した環境マネジメントを行っており、認証を取得するとともに、ベトナムの法規制に完全に準拠しています。当社は、環境の持続可能性を測る重要業績評価指標（KPI）を立て、水の使用量とエネルギー消費量削減目標の管理をしています。KPIの数値は製造会議で毎週検討・見直しを行っています。当社の2016年の削減目標に対するKPIの達成度は以下のとおりです。

2016年の目標と実績



水の保全

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、水の保全について方針と目標を掲げています。水の使用量および排水量の削減に向け、処理工程、ボトル洗浄、定置洗浄（CIP）での水の再利用にも取り組んでいます。また、RO水の排水を再処理し、内部の洗浄のため再利用しています。サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、全従業員に節水するように周知・啓蒙しつつ、さらなる節水の機会の発見に努めています。

省エネ

当社工場では、エネルギー消費量とCO₂排出量削減を目標としています。排熱再生、可変負荷のモーター / ポンプ / エアコン向けVFD、電力節約照明、オフィスの自動タイマー、ブロー用エコオープンなどの方法があります。サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、環境負荷を低減するため常にクリーンエネルギーの利用を推進しており、バクニン工場に設置された太陽光パネルを使った太陽光エネルギーの利用、電気照明を使わず、日光を取り込むことで現場を明るくする等の取り組みを行っています。また、法規定められた四半期ごとの排気品質検査に準じており、環境に負荷を与えないように努めています。

省資源

当社の工場では、廃棄物削減とリサイクル率向上を目標として、固形廃棄物の発生率およびリサイクル率を測定しています。当社は、3R活動（リデュース、リユース、リサイクル）を徹底することの重要性を認識しています。資源を節約し、輸送時の消費エネルギーを削減するために、より軽量の容器包装を開発し（社内の生産・設計が連携して実施）、3Rを商品設計に取り入れています。また、ペットボトルのラベルの材質はPVCからOPPに、ガラスびんのラベルはPVCからACLラベルにそれぞれ変更し、環境負荷の低減と適切なリサイクルの推進につなげています。さらに工場では使用済み原料を回収し、再利用またはリサイクル用に第三者機関に売却しています。

汚染防止および化学物質管理

当社は、土壌・水・大気汚染を防ぐためのあらゆる法規制の遵守を徹底しています。全工場で環境影響評価を実施し、政府の承認を得ています。また、危険廃棄物管理システムを導入し、各事業所で適切な処理および廃棄を確実に実施するために環境部門のリーダーを配置しています。環境品質監査プログラムを立ち上げ、全工場で定期的に行って法規制の完全準拠と、環境に負荷を与えないようにしています。

サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジでは、全ての工場で全生産活動の環境へ与える影響の特定と評価を行っています。これにより、全ての環境への影響を管理し、環境への影響を減らすとともに改善点を発見するための管理方法を確立しています。

全ての化学物質は、法規制に従って厳しく管理されおり、交差反応を起こさないように各化学物質の特徴に応じて分け、自然環境に漏れないよう基準を満たした倉庫に保管されています。



廃棄物管理



廃水処理システム

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域社会との関わり

「利益三分主義」の考え方によるCSRは、SPVBの持続可能な事業戦略の中核です。優れた企業市民として、SPVBでは、青年、環境、健康、そしてベトナム全土のSPVBの従業員が支援し、実施する奉仕活動であるHelping Handsなど、ベトナム社会に焦点を当てたCSR活動を行っています。

「Waterhope (ウォーターホープ)」プロジェクト

「Water Hope Quang Nam」は、2013年からベトナムのクアンナム省で始められた社会企業モデルです。このプロジェクトには、ペプシコ・アジア・パシフィック、SPVB、The Wholistic Transformation Resource (WTRC) が後援組織として参画しています。障がい者、孤児、恵まれない患者等を対象とするQuang Nam Sponsoring Associationが、プロジェクトの実際の運営を担当する地域パートナーとして選定されています。



Waterhopeプロジェクト開始セレモニー

このプロジェクトは、ボランティア精神の基盤を提供するとともに、関係する地域社会開発プログラムを支援し、維持するための持続可能かつ存続可能な社会企業を確立することを使命としています。また、このプロジェクトの目的は、商業的に存続可能な「水ステーション」を通じて入手可能かつ安全な水の提供、地域開発サービスの提供のためコミュニティ・ハブや社会企業としての製品やサービスを提供することによる地域住民の収入向上や地域経済の活性化を提供することにあります。

成果：

- ・クアンナム省で年間23,640名に清潔な水を提供。
- ・コミュニティセンターの支援活動として、年間20名の恵まれない3～5歳の子どもたちの面倒を見ている幼稚園を支援。
- ・年間10名の地域住民の直接雇用を創出。
- ・2014年から2016年の間に、約360名の地域住民に対する、公衆衛生、栄養、清潔な水、下水設備に関する合計12つのコミュニケーションプログラムの実施。

2015年、ベトナムの小学生に、ベトナム社会の水資源保護と衛生問題に対する意識向上を目的に、次世代環境教育「水育（みずいく）」を開始いたしました。



ベンチェ省の南部で開催された2017年キックオフ・イベントに参加したベトナムの生徒たち

2015年は、水について学習する教室を60回組織し、120の屋内外教室を通して1,600名を超える小学生が参加しました。そして、多くの生徒がプロジェクト参加後に水の節約や、水資源の保護に対する意識が向上したり、学校で節水やゴミ拾いなどの小さな活動を行うようになるなど、自然と意識を変えていきました。また、こうした教室に加え、学校設備や学校トイレに関する調査とその改善も行いました。

2016年は、ベトナムでの「水育」を実施する2年目となります。このプロジェクトでは、バクニン市、ハノイ市、ホーチミン市にある10の小学校に在籍する2,400名の小学生を対象とした、Water Saving & Protecting Festival（節水&水の保護フェスティバル）や中期的なセミナーなどの新しい活動を提供していきます。

2015-2016年は、サントリーホールディングスとSPVBが出資し、地域の行政、学校、Live and Learn、Future Health and Community Development Education Center（Future Center）と協力してハノイ市、バクニン市、ホーチミン市で行われました。本プロジェクトには生徒5000名からなる400クラスが参加し、計16日の水フェスティバルには7,700名が参加し、15回のSPVBの工場見学には1300名が参加し、水フィルターとお手洗いをプログラムに参加する16校に設置しました。また、本プロジェクトは、数千の生徒、先生、地域住民に貢献する事ができました。

2年間ベトナムで培った経験を活かし、2017年は「Mizuiku - I love clean water」プロジェクトの新しい節目となり、2017-2019年を通して、サントリーホールディングスとSPVBの戦略的協力体制及びホーチミン中央教育審議会のYoung Pioneer Organization、ベトナム学生連盟、教育・訓練省の協力により全国規模で展開されます。このプロジェクトは、ハノイ市、バクニン市、ホーチミン市の30の小学校で展開されます。

プロジェクトの主な活動としては、ベンチェ省でのキックオフセレモニー、2016年に参加する10つの小学校でプロジェクト資料を発表、3、4年生の先生と市や県の子ども係に研修を行い、教育クラスを行い、参加校における水フェスティバルデーと工場見学の実施、約11の学校や地域に清浄な水道を設置する等になります。

2017年の「Mizuiku - I love Clean Water」の全国展開の他に、プロジェクト資料を小学校に推奨する、ウェブサイトの構築とオンライントレーニングの順次展開等が予定されています。これらにより、全国の先生、ボランティア、生徒たちがプログラムを教えるためにも、学ぶためにも便利になります。



2017年3月の「水育」オープニングセレモニー

2015年3月、SPVBはVietnam National Union of Students（ベトナム全国学生連盟）との長期的協調関係に関する合意書に署名し、2015グリーン・サマー・キャンペーンから支援を開始しました。

このキャンペーンは、全国からの多数のボランティアの参加を得て、地方の道路、橋、授産所の建設や修復、交通安全活動への参加、都市部でのコミュニケーション活動などの活動を通じて、社会への貢献が効果的に行われました。SPVBと7UP Reviveブランドの強力な協調関係を背景に、2015年6月から8月にかけて実施されました。「7Up Revive - Keep the Green Summerキャンペーン2015」のメッセージとともに、SPVBと7Up Reviveブランドはベトナムの将来を担う活発な若者の育成を目指しています。



「7UP Revive」「Aquafina」「C.C. Lemon」「マウンテンデュー」など、6,000ケースのSPVB商品を提供しただけでなく、SPVBと7UP Reviveブランドの寄付金すべてが、ボランティア用の12,000着のユニフォームの作成、全国での開始セレモニー、村の水道配管など19の設備建設、遠隔地にある小学校に10台の水浄化システム、その他ベトナム全土の大学に対するCSRサポート活動などに用いられました。また、SPVBと7UP Reviveブランドは、北部と南部それぞれでキャンペーン中に行われたブランドに関する写真コンテストの受賞者達に、合計50台の7UP Reviveエクササイズ用具の提供を行いました。

2016年は、グリーン・サマー・キャンペーンの他に、SPVBとTEA+ブランドはベトナム全国学生連盟と協力し、試験期間中の生徒を応援するプログラムを展開しました。主にターゲット層にTEA+ Plus Matchaブランドを周知し、TEA+ Plus Matchaブランドの支援とブランドとのブランドエンゲージメントを大々的に行うと共に、テアニンの機能性を伝えるメッセージを発信して重要な試験に入る前に生徒たちにリラックスしてもらうことを目的としています。キャンペーンの結果として、16万名が参加し、PR記事は計画に対して560%におよび、デジタルエンゲージメントでは350万ユーザー、12万回のビデオ再生、Facebook では26,700回の交流（いいね/シェア/コメント）とキーオピニオンリーダーによる5件のポストがありました。



2017年プログラムにおけるTEA+ Plus Matcha

Helping Hands ヘルピング・ハンズ

Helping Handsは、従業員ボランティアと募金プログラムであり、従業員に地域社会をはじめ地球全体を支援する機会をもたらすものです。このプログラムは、SPVBのコアバリューを向上し、企業風土を構築するとともに、事業と社会の両方の持続可能な成長に対する長期的なコミットメントと貢献に従業員の参加を促すため、2011年8月に立ち上げられました。従業員により集められた募金は、マッチング募金として会社も同額を寄付いたします。また、このプログラムは、従業員、地域社会、事業のすべてに対して、良い基盤になっています。2016年12月、10の「Helping Hands委員会」が組織され、以降、3,086名のボランティアと17,650人/時間のボランティア活動が行われました。約80億VNDを使用し、山岳地域の児童向けに3つの学校、2つの家屋、3つの図書館を建設、数千名の奨学金、1,600件の眼科手術支援、公的施設の障がい者や高齢者に対するギフト贈与など、103のHHプログラムが開始されています。



SPVBの
Helping Handsのボランティア



山岳部の子どもたちのために学校を建設

教育 - DYNAMICコンテスト

才能のあるベトナムの若者に、国内外の人々との交流や学習の機会を行えるチャンスを提供するため、SPVBは長期にわたりあらゆるリソースを活用してきました。さまざまなプログラムや奨学金を提供し、スキルを備えた持続可能な労働力をベトナム国内で生み出せるよう、学校への支援に取り組んでいます。また、当社では、全国の学校や大学に、経営研修生プログラム、トークショー、インターンシップや工場見学の機会も提供しています。訪れた学生は当社の商品、工場の業務、歴史、CSR活動について学んでいます。

企業としての際立った教育活動の1つは、「DYNAMIC - 未来の事業家たる学生達」と題した全国的コンテストです。このコンテストは、学生が理論と実践の間のギャップを狭め、将来的に責任のある企業家として成功を収められるような基盤を構築することを目的として、SPVBや他企業の協賛で、ホーチミン市経済大学により行われています。このコンテストは、1996年の開始以来、ベトナム全土から30,000名にも上る学生が参加しています。コンテストを12年続けて支援しており、SPVBは主な財政スポンサーとしてだけでなく、コンテストの品質をよりよいものにする役割も担っています。

これまで12回行われたコンテストは、2017年に新たな形式をとり、「起業」のコンセプトと「チームワーク」に焦点をあてました。2017年は、ベトナム全国から10の主要大学が参加しました。今回が初めてのグループでの参加となり、実際のビジネス環境に基づいたアイデアと、地域ラウンドと全国ファイナルで成果を発表します。この新しい形式に10の大学が参加した他に、社内のダイナミック・クラブを設置して、生徒たちが起業とビジネスに関して学び、共有できる場を残しました。

これまで13回このプログラムに協力しており、2017年はSPVBにとって青年と協力してDYNAMICコンテストを運営しました。SPVBは、運営費の支援だけでなく、様々な活動、経験の共有等を通し、プログラムが成功を迎えるように深く関わっていきます。



ホーチミン市経済大学での
2017年キックオフ・イベント



従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員

多様性

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、現地採用と国内労働力の開発を推進しています。加えて、当社はダイバーシティを尊重し、従業員と経営層の啓発を行っています。経営における重要業績評価指標の1つは、女性の雇用比率です。この指標は、ベトナム全体で重要と考えられています。

人材開発

人材はもっとも重要な資産だと考え、当社では高品位な能力開発プログラムを従業員に提供しています。2016年は、プロフェッショナル向けのコースを開設し、75のソフト及び一般スキルのコース(24,800時間相当)が開かれ、1,875人の従業員(一人につき8.6時間換算)が参加しました。また、リーダーシップ・トレーニングにも力を入れ、全ての階層の従業員に向けた高いレベルのトレーニングを企画しました。従業員に対してさらに多くの学習機会を提供するためのクラスルーム形式のトレーニングの提供に加え、管理職、役員、そして従業員向けにベトナム語と英語によるeラーニングコースも立ち上げ、運用しています。



フロントラインマネージャープログラム2015

2015年には、SPVBでの評価査定の機運を促すため、初めての評価査定オンラインツールが7月に導入されました。この試みは、ライン管理者と従業員からの多大な協力により成り立っています。2015年12月11日までに、1300 e-kudos以上が贈与されています。タワー・ワトソンが主催する、98%を超える回答率を得た2015年の健康調査では、SPVBは16のカテゴリー中、経営、サステナビリティへの参画、多様性と受容、報酬と評価、キャリア開発と成長など15のカテゴリーでスコアを更新し、ベトナム国内平均、アジア・パシフィックFMCG平均や世界でも高い水準にある調査平均と比較しても高いスコアを記録しています。当社の業績評価は、人事部の積極的な関与により、職務横断的で公平かつ成果に応じた評価となっています。従業員が差別されていると感じたときはいつでも、所属系統の上長に相談したり、あるいは「スピークアップ」ホットラインも利用することができます。

ワークライフバランス

健全なワークライフバランスを推進させるために、サントリー・ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、柔軟性のある勤務時間を管理職クラス以上に提供しています。フレックスタイムに加え、1歳未満の幼児を抱える女性従業員は育児のために勤務時間を短縮することができます。過度な残業を防ぎ、自宅勤務制度も取り入れています。さらに、SPVBではチーム構築やチーム旅行等のチーム活動の促進に加え、スポーツプログラム、健康食の日や健康な生活スタイル促進キャンペーンなどの健康増進活動を行い、従業員とその家族の意識を健康維持と予防的健康管理に向けるようにしています。



SPVB健康食品の日

安全衛生

安全衛生の課題に関する経営層と労働者間のオープンな対話を奨励し、コミュニケーション会議を四半期ごとに開催しています。また、安全に関する訓練や研修を実施し、全従業員に対して年1回の健康診断を提供しています。

本社所在地 86 Plunket Ave, Manukau City, Auckland 2104,
New Zealand

事業内容 清涼飲料の製造・販売

ホームページ <https://frucorsuntory.com/>



会社概要・理念

総合清涼飲料メーカーであるフルコア・サントリー・グループは、エナジードリンク、果汁飲料、ミネラルウォーター、スポーツ飲料、乳飲料など、さまざまなタイプの飲料を提供しています。フルコア・サントリー・グループのブランドは、ニュージーランドとオーストラリアの家庭で親しまれ、中でもエナジードリンクはニュージーランドでマーケットリーダーとして市場をけん引しています。また、ニュージーランドでは、炭酸飲料部門で第2位の規模を誇っています。

このように市場から支持をいただいている理由の1つは、従業員全員が共有している価値観とその企業風土にあります。「One team」（一丸となって）、「Straight up」（まっすぐに、率直に）、「Value you」（一人ひとりを尊重しながら）、「Trailblazing」（先駆者となって）、「Go for it」（やってみなはれ）」—この理念を全員で実践することで、市場において独自の地位を築くことができていると考えています。

主なCSR活動

■CSR経営の推進

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質管理と食品安全性の確保を徹底

フルコア・サントリー・グループの2つの工場は、品質管理ならびに食品安全性の国際規格ISO9001の認証取得およびISO22000を基準としています。委託製造業者に対しては専門チームが監査と運用管理を行い、品質管理と食品安全規格の遵守を徹底しています。



「KAIZENプロジェクト」を継続

フルコア・サントリー・グループは「あらゆる部門で無駄を省く」という方針を掲げて全社で活動しています。工場での製造工程における「5S（整理・整頓・清潔・清掃・しつけ）」ならびに「生産性向上プログラム」の実施は外部表彰の対象にもなりました。また、製造、品質、物流、研究開発、財務、IRなど各部門で「KAIZENプロジェクト」を行っています。当社では、9年にわたり、整理、整頓、清潔、清掃、躰けの5Sを実践し、また製造スタッフのほとんどがニュージーランド資格省（NZQA）の競争生産レベル2の資格を得ています。最近では、生産性改善プログラムでの競争要素を向上するとともに、17名の従業員がシックスシグマ・グリーンベルト、2名の従業員がブラック・ベルトの解説者としての資格を取得しました。今年は、さらに9名の従業員をグリーンベルトレベルまで引き上げ、1名をブラックベルトレベルにまで引き上げる計画です。毎年、フルコアの工場では800を超える改善アイデアが実施されています。こうした継続的な改善に向けた当社の意欲により、2015年、サントリーの世界改善フォーラム（WKF）での初代受賞会社となりました。2016年には、ニュージーランドのオークランドで、フルコアが第2回のWKFイベントを主催しました。



よりよい飲料を求めて

「Hunger For Making Drinks Better (よりよい飲料を求めて)」というのが、フルコア・サントリー・グループの事業全体に掲げられた目標です。この目標が、特に「Better For You (お客様にとってよりよい)」に沿った商品をつくり、お客様により多くの選択肢を提供するための取り組みにつながっています。

革新とは新しい商品の開発だけでなく、お客様にとって最も優れた商品を開発することです。低糖、無糖または減糖された飲料や、機能性が高く天然の素材を使った飲料等多くの選択肢を提供する事を心がけています。

ニュージーランドとオーストラリアで展開している水を除くすべてのブランドには、1日の摂取エネルギー量に対する割合をロゴで表示しているため、お客様にとってその飲料1本で1日に必要なエネルギー量をどの程度摂取できるか、一目瞭然です。

フルコア・サントリー・グループは天然植物由来の甘味料であるステビアを世界で初めて使用した飲料企業の1つです。ステビアはフルコア・サントリー・グループの多くの飲料で砂糖の代わりに使用されています。

数百万ドルを費やした最先端の卓越したR&Dセンターは、革新と、近年では商品の30%を締め、今後も増える見込みの無糖・低糖飲料の生産を追求する私たちの姿勢の現れです。お客様にさらにおいしい飲料を提供したいという思いの基、あらゆる資源を投入しています。

Sparkling OH!の250mlパック等、私たちが扱うブランドで少量サイズの選択肢を継続的に投入しています。今年は、ニュージーランド全域で、「Better Choice Fridges」を試験的に行い、このような取り組み通してお客様に健康的な選択肢を提供できるか試しています。

お客様との関わり

私たちの価値観の1つである「Value you (一人ひとりを尊重しながら)」の言葉の通り、フルコア・サントリー・グループでは、互いに相手を尊重する姿勢で、お客様に接しています。それがお客様との非常に良好な関係を築き、常に業界最高の企業として認識していただくことにつながっています。2014年には、ニュージーランド・ブリティッシュベトロリアム・サプライヤー賞のリスペクト賞を受賞し、すべての地区で、納入・営業チームの親身で一貫したサービスが表彰されました。またフルコア・ニュージーランドのヘレン・ウォルフグラムはニュージーランドコンビニエンスストア協会賞のベスト・アカウントマネージャー2014を受賞しました。フルコア・オーストラリアでは、ユナイテッド・コンビニエンス・パイヤー・アワードにおいて、エナジー・ドリンク・サプライヤー・オブ・ザ・イヤーとプロダクト・オブ・ザ・イヤー(受賞商品「V Kaboom」)の2部門で受賞を果たしました。オーストラリア事業展開は、Advantage Groupの2015年の年間調査により、全国のカソリンスタンドおよびコンビニエンスストア店舗におけるNo.1サプライヤーとしても認められています。

ビジネスパートナーとの関わり

原材料は、できる限り地元産のものを調達するようにしていますが、一部は海外から調達しています。フルコア・サントリー・グループでは、すべての調達先に対し、従業員の待遇に関する社会的基準の遵守や地域の環境方針・規格の遵守を要請しています。フルコア・サントリー・グループが調達するすべての原材料は、フルコア・サントリー・グループの品質規格への適合を保証するため、厳格な原材料確認検査と調達先での製造工程検査を受けています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境方針

フルコア・サントリー・グループの環境方針は、ISO14001認証を維持することを特に重視しています。環境への意識を高めるための従業員教育、関連法規の遵守、容器包装のライフサイクル管理、エネルギーや水使用量と廃棄物の削減、リサイクル推進活動などを重点項目としています。

廃棄物削減とリサイクルを推進

廃棄物削減を重点項目と位置づけ、さまざまな取り組みを推進しています。また、フルコア・サントリー・グループは、ニュージーランドとオーストラリアの複数の業界団体に所属し、公共の場所やイベント会場でのリサイクル活動、包材設計の改良、容器リサイクルに関する地域を基盤とした研究開発への資金提供など、廃棄物排出量の削減とリサイクル率向上への取り組みを推進しています。フルコア・サントリー・グループの環境改善計画は、リサイクル率向上とエネルギー・水使用量を大幅に削減することを目標にし、体系的にサステナビリティに取り組んでいます。優れたパッケージのデザインにより、パレットにこれまでより20%も多く商品を積載でき、フルコアのトラックが減ることで環境への影響も減らす事ができます。



エネルギーと水資源を有効利用

2016年、フルコア・サントリー・グループのウィリー工場において、マルチシステムのエネルギー準位監査を完了するよう、エネルギー効率局ECCAと協調して作業しました。政府からの支援とその勧告に基づき、現場でのエネルギー利用の最適化と削減を行うべく、二次的なエネルギー効率改善施策を推し進めています。また、過去においては、オークランド工科大学と共調し、液状廃棄物に関する調査を行い、継続的改善計画の一環として、その結果を生産ライン効率の改善に役立ててきました。



エナジードリンク「V」のライン

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域社会との関わり

子どもたちの健康支援

2006年に砂糖たっぷりの炭酸飲料やエネルギー飲料を小中学生に提供しないという自主協定をニュージーランド保健省、教育省と締結しました。フルコア・ニュージーランドの40種以上の商品が、学校や（幼稚園・保育園など）就学前教育における栄養・食物環境の改善を目的とした保健省や心臓財団の学校向けプログラム「Fuelled4Life(生命のために)」の基準を満たしています。

従業員のボランティア活動

フルコア・サントリー・グループは、従業員のボランティア活動を支援しています。フルコアでは従業員が健全なコミュニティづくりに貢献するのを促すため、年に一回ボランティア活動に参加するために使える有給休暇を設定しています。オーストラリアとニュージーランドの団体と協力し、OzHarvest、Foodbank Australia、Surf Lifesaving NZ、Books in Homes等のコミュニティ貢献活動を行っています。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

労働安全衛生を推進

フルコア・サントリー・グループでは企業理念「Value you (一人ひとりを尊重しながら)」に基づき、安全衛生を従業員一人ひとりが取り組むべき最重要項目の1つに位置づけています。フルコアでは、全社的に、ニュージーランドとオーストラリアの従業員に対して「危険予知・リスク撲滅・安全維持」を促しています。積極的に事故・災害の可能性を探し出し（危険予知）、チーム一丸となってその除去に取り組む（リスク撲滅）、全員が確実に業務を完了し、家路につくこと（安全維持）に努めています。

改善につながる機会を探るべく、双方の地域区分において、主轄の安全担当チームによる議論も定期的に行われています。従業員が業務中にけがをした場合は、回復とリハビリをサポートします。また、外部機関とも積極的に連携し、国の基準を上回るように努めています。

また、従業員の健康的なワーク・ライフ・バランスを促進するため、個々人に合った、従業員が信頼できる支援プログラムを実施しています。

2016年には、フルコア・ニュージーランドの安全衛生チームがNew Zealand Workplace Health & Safety Awardを受賞しました。



研修と能力開発で従業員の成長を支援

フルコア・サントリー・グループは、度々エーオン・ヒューイット社のベスト・エンプロイヤーに名を連ねており、素晴らしい人材を確保していることを誇りに思っています。リーダーシップを重視して人材を育成すること、全従業員とビジョンおよび戦略を共有することに重点を置いています。グローバルな視野や競合に勝つための思考を従業員が身につけることを応援するフルコア・サントリー・グループ独自の社風が継承されています。



Suntory(China)Holding Co., Ltd.

サントリー（中国）ホールディングス

本社所在地	6th floor, Spring International Plaza, No.699, Zhaohua Road Changning district Shanghai China, 200050,
設立	2011年
売上高	465億円（2015年度）
従業員数	約3,900名（2015年12月）
事業内容	中国における酒類・飲料の製造・販売
ホームページ	http://www.suntory.com.cn/



主なCSR活動

■CSR経営の推進

企業倫理綱領の共有

サントリー（中国）ホールディングスでは、従業員と正しい倫理や行動規範を共有するため、就業規則やルールを定めた従業員手帳の配布に加え、中国現地スタッフの日本での研修を通じて、サントリーグループの価値観や理念、企業倫理綱領の徹底と意識啓発を行っています。

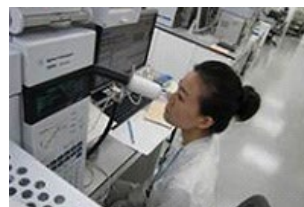


商品開発センターでの研修

■品質への取り組み

品質保証センターを設立

2004年7月、サントリー中国内に中国（上海）品質保証センターを設立しました。設立以降、最新の分析機器を導入し、サントリーグループの中国における品質保証の拠点となり、商品の設計から原材料の調達、流通のすべての過程で、品質保証をサポートしています。なお、2016年1月より三得利分析技術（上海）有限公司として分社化・独立させ、サントリーグループの残留農薬分析グローバルセンターの機能を強化させました。ウーロン茶葉を含めた中国産原料の品質保証、さらにコーヒー豆の残留農薬分析業務を加え、安全性科学センターのバックアップも行っています。



ウーロン茶葉のトレーサビリティシステムの確立

ウーロン茶の安全性を保つために、原材料から、製造、出荷、お客様のお手元に届くまでを記録にとり、その情報を追跡しています。茶葉が製造され、お客様のもとに届くまでの一連の流れの中で何重にも検査し、記録を残して管理しています。

残留農薬の分析

中国産原料についてリスク要因となる農薬を中心に、430項目の検査をロットごとに定期的な分析を行い、安全性を保証しています。また、茶農家が正しく農薬を使用するよう指導を行っています。



サプライヤーとの農薬品質管理会議

国際規格ISO17025認証の取得

中国(上海)品質保証センターは「茶葉中の残留農薬分析」において、「中国合格評定国家認可委員会」からISO17025認証を取得しました。ISO17025は分析・試験結果の品質を要求する国際規格で「試験を実施する管理的・技術的能力がある」ことを認めるものです。同センターは、サントリーが原料として使用するウーロン茶葉の品質保証で中心的な役割を果たしており、分析する茶葉のサンプリング、分析、データ解析、結果報告、現地へのフィードバック、現地茶園の確認など多岐にわたる活動を行っています。今後も食の安全・安心のために信頼ある体制づくりに取り組んでいきます。



ISO17025認定書

TPM活動の徹底

匯源三得利(上海)飲料では、スタッフ部門においてもTPM(Total Productive Maintenance:全員参加式生産保全)活動を展開しており、毎朝の5S活動に加え活動板を用いた月例方針進捗管理を徹底することにより業務の効率化に努めております。



毎朝の5S活動



活動板による方針管理

■環境への取り組み

省エネ活動

匯源三得利(上海)飲料は自社工場を持っておりませんが、委託工場での生産に対して「連続稼働時間の延長化」や「洗浄殺菌方法の効率化」に関わる技術指導をすることにより、従来は月間で水消費量：2,380m³、蒸気消費量：169トンであったところ、水消費量：1,790m³、蒸気消費量：127トンまで改善することができました。

包材軽量化

2014年4月から三得利の缶飲料向けには、軽量化された缶ぶたを導入しています(3.7g/個の缶ぶたを2.7g/個へ軽量化し27%減量)。これによりアルミニウム使用量を年間約24トン削減し、CO₂排出量は年間8トンの削減となる計算となります。また、PET飲料向けにも軽量化キャップ(2.5g/個のキャップを1.5gに軽量化)や軽量化ボトル(26.5g/本のボトルを21.2gに軽量化)の導入をしています。



3.7g⇒2.7gに軽量化した缶蓋



2.5g⇒1.5gに軽量化された
キャップ



26.5⇒21.2gに軽量化された
ペットボトル

Château lagrange S.A.S.

シャトー ラグランジュ

本社所在地 33250, Saint-Julien Beychevelle, France

設立 1983年12月15日

事業内容 ワインの製造・販売

ホームページ <http://www.chateau-lagrange.com>



会社概要・理念

■エクセレンス

シャトー ラグランジュは、高品質なワインの製造を通して「生活文化」の発展に貢献してきました。記録によると、その歴史は少なくとも1631年にまでさかのぼります。優良なワインは、フランス語でいうところの「テロワール」、つまり大地の恩恵であり、自然の賜物であることはいまでもありません。1983年にサントリーグループに加わってからは、「人と自然と響きあう」というグループ理念を私たちも導入しています。この理念を実践するため、ぶどうの木の手入れからびん詰め工程に至るまで、環境に配慮しつつ、常に世界最高級のワインづくりに励んでいます。

主なCSR活動

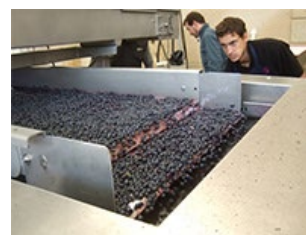
お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質への取り組み

品質管理と製品の安全性を徹底

「品質」という言葉には2つの意味があると考えます。1つ目はワインそのものの品質です。世界中のお客様に私たちの情熱を伝え「エクセレンス」という理想を保証するため、統合農業の手法に配慮しながら真の高級ワインづくりに取り組んでいます。ぶどう園が立地する「地域」と栽培する「品種」の個性を最大限引き出すべく、果実が最適に成熟するようにぶどう園ひとつひとつの手入れを丹念に行っています。また、お客様の健康のために、ぶどう園では必要最小限の農薬しか使わない減農薬栽培を徹底しています。

2つ目は、製造工程の品質管理です。シャトー ラグランジュでは品質管理責任者を任命し、ぶどうの木の剪定（せんてい）から出荷までの全工程で品質管理を徹底しています。さらに、2007年には最新式のびん詰めラインを導入し、びん詰め段階でのガラスの破片や虫などの異物混入を防止しています。こうした多くの品質管理に関する手順や記録、チェックを徹底し、安全で魅力的な商品を提供しています。



ぶどうの品質保証

トレーサビリティを強化

シャトー ラグランジュでは、高級ボルドーワインに特有の伝統的な販売システムを尊重しています。これは、「ラ・プラス・ドゥ・ボルドー」で、特に「プリムール」と呼ばれる先物販売の期間中にワイン商が買い付けを行うものです。商品はワイン商を介してお客様のもとに届けられるため、トレーサビリティを維持し、またお客様からの反応を直接的に得ることは容易ではありません。そこで、商品の追跡を可能にするため、すべてのびんのキャップシールにコード番号をつけています。製造工程においては多くの製品分析を実施し、記録します。原料に加え、ワインに使用されるコルク・びん・ラベル・ケースなどすべての資材を検査し、その結果をコード番号で記録することで、ワイン1本1本の履歴を一貫してトレースすることができます。



キャップシールに印字された
コード番号

■お客様との関わり

お客様・お取引先との交流

「プリムール」と呼ばれるボルドー特有のワイン先物買いシステムがあるため、生産者が消費者と直接接触する機会は限られています。しかし、ワイン商によるワイン・テイस्टングのイベントが世界各地で数多く行われているため、そうした機会にワイン愛好家の方々と直接交流することができます。シャトー ラグランジュの取引先である、ボルドーの150社ほどのワイン商とよい関係を維持することで、国際的な販売促進ネットワークを利用し、世界中のお客様にワインをお届けしています。

訪問客の受け入れ

毎年、6,700名ほどのお客様がシャトー・ラグランジュを訪れます。訪問は予約制で、ワイン醸造学者、ソムリエ、シェフ、工業学校やビジネススクール関係者、ワイン鑑定家、ワインライターといった人々が見学やテイस्टングを行います。専門家だけでなく、ワイン愛好家の方々の訪問も歓迎し、葡萄畑、醸造施設、樽熟庫を巡りながら、ボルドー・グランクリュワイン造りをご覧くださいています。

より健康的で安心できる商品の提供

お客様の健康的なライフスタイルをサポートするために、ぶどう園などの農薬散布をより少なくする研究を他の10カ所の醸造所と共同で行っています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境ラベル「TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)」の認証を取得

環境と人の健康を守りながら、生態学的に持続可能な手法で高品質のぶどうを生産していることが認められ、シャトー ラグランジュは2005年に「TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)」の認証を受けました。これは統合農業に関するラベルで、厳格な規制の遵守や年次監査が義務づけられます。ボルドーでは当社を含む55のワイン生産者がこの環境活動に参加しています。



TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)の認証

水使用量の削減

シャトー ラグランジュでは、水資源の保全のため、水使用量を把握・改善し、徹底した節水活動を行っています。

地球温暖化防止のためのCO₂排出量の削減

シャトー ラグランジュは、環境に配慮を行い、初めてCO₂排出量を測定したフランスにある醸造所5社のうちの1社です。温室効果ガスを低減するため、常に製造工程の見直しに努めています。2007年は発酵工程を見直すことで電気消費量を8.5%削減できました。

再資源化とリサイクルを推進

刈り込んだぶどうの枝木や発酵後に残るぶどうの皮を堆肥化して、肥料の購入量を減らしています。また、業務全体を通して、空になったワイン樽や化学製品の容器などを有効に活用するため、資源の3Rを推進しています。2011年からは、ワイン樽を調達する際に、これまで梱包に使用していたプラスチックフィルムを廃止しました。現在、環境マネジメントの国際規格であるISO14001認証に向けて準備を進めています。

生物多様性の保全

ぶどう園に生垣や叢生栽培を導入し、種の多様性を保全しながら持続可能なぶどう栽培に取り組んでいます。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域社会に対する取り組み

広報活動の実施

広報担当マネジャーや広報関係スタッフがイベント運営やイベントへの参加を通じて、各種団体、ジャーナリスト、ソムリエ、ワインスクールなどとの交流を図り、私たちの「テロワール」の神秘や品質追求のための取り組みについて理解を促進しています。

地域社会との交流

慈善オークションへの参加や地元のスポーツイベント・団体への寄付、シャトー庭園での音楽祭の開催など、積極的に地域社会との交流を図っています。2016年6月にオープンした世界のワインの聖地・ボルドーを具現化するワインの複合施設「ラ・シテ・ドウ・ヴァン」の建設にあたっては他のシャトーと協働してサポートしました。また、シャトー ラグランジュは、毎年約8,000名のランナーが参加する世界的に有名なメドックマラソンで給水所を設置するなどの協力をしています。2016年も9月に開催された第32回メドックマラソンに協力しました。



シャトー庭園での音楽祭



ラ・シテ・ドウ・ヴァン



ラ・シテ・ドウ・ヴァンの内部

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

働きやすい職場づくり

シャトー ラグランジュは社内従業員組合を有し、従業員の権利の尊重に努めています。また従業員の横のつながりが希薄だと一般にいわれるフランス社会としては珍しく、従業員同士が親睦を深められるような社内行事の後援をしています。2015年冬にはスキー旅行が企画され、従業員とその家族60名以上が参加しました。



社内従業員組合スキー旅行

安全の確保と健康の維持

「衛生・安全委員会」では、設備や用具の点検、就業中の姿勢の確認、製品の取り扱い、安全テスト、安全靴・防音保護具・安全ゴーグルの装着に配慮することで、従業員の就業中の安全を確保しています。また、定期的な健康診断を行い、従業員の健康管理をサポートしています。

Weingut Robert Weil

ロバート ヴァイル醸造所

本社所在地 Muhlberg 5D-65399 Kiedrich Rheingau, Germany

設立 設立1868年／サントリーグループは1988年に出資

事業内容 ワインの製造・販売

ホームページ <http://www.weingut-robert-weil.com>



会社概要・理念

■つくり手としての最高品質へのこだわり

1868年の創業以来、ドイツ皇帝ウィルヘルム2世も愛飲したという「ロバート ヴァイル ワイン」の名声を140年以上にわたり支え続けているのは、高品質を追求するフィロソフィです。最高級畑グレーフェンベルグで収穫されるぶどうは高いクオリティを確保するために、ドイツでの平均的収穫量の半分以下である40hl/ha^{*}まで落としています。また、貴腐ワイン用ぶどうの収穫は一粒一粒丁寧に手摘みするという徹底ぶりです。ワインの発酵タンクも畑ごとの個性あふれるワインを別々に仕込むため、貴腐ワイン用の超小型タンクにはじまり、さまざまな大きさのタンクで手間をかけ、丁寧に発酵させています。



※労働効率を表す単位

主なCSR活動

■CSR経営の推進

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

安全・安心で高品質な商品を提供

お客様に安心してご愛飲いただける安全な商品を生産・提供し続けるしくみをつくることは、ロバート ヴァイル醸造所の経営上の最重要課題です。品質に対して厳しい自己規制を志向する生産者だけが入会できるドイツ高級ワイン生産者連盟にも加盟し、特に栽培と醸造工程において最高の品質を追求しています。



■ビジネスパートナーに対する取り組み

包材の調達や倉庫の改装・びん詰めラインなどの設備投資の発注先などに関して、品質保証上の安全性を最重要視しながら、公平かつ公正な競争機会を提供しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

環境にやさしい方法でぶどう栽培を行っています。有機肥料のみを使用し、除草剤は使用していません。また、ぶどうの特性を活かし、害虫や病気から守っています。さらに、水の節約など、環境への配慮を意識した活動を推進しています。

■地域・社会に対する取り組み

地域社会への貢献活動

地域の公共機関やワイン連盟、さらにはラインガウ地区にある他のワイナリーとの緊密な交流を図り、地域活動に積極的に取り組んでいます。



従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

多様な働き方の支援

従業員約30名の小規模なワイナリーですが、ノウハウを蓄積した従業員に長期的に勤務してもらうために、満足度の高い労働環境を整備しています。従業員の産休および育休（ドイツ労働法で認められている数カ月の有給休暇）取得を促進しており、この制度に加えて、約2カ月間の在宅勤務制度を設けるなど、仕事と家庭の両立を重視する、従業員の多様な働き方を支援しています。



ロバート ヴァイル醸造所の従業員

キャリア支援

主に生産系の従業員を対象に、休日を利用してほかの銘醸ワイナリーでの技術研修を会社が企画するなど、各人の能力開発やキャリア支援に積極的に取り組んでいます。

社外からの表彰

2017年

2017年2月24日

「健康経営優良法人2017」に認定

サントリーホールディングス（株）とサントリー食品インターナショナル（株）は、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人2017（大規模法人部門）～ホワイト500～」に認定されました。

健康経営優良法人制度は、保険者と連携して優良な健康経営を実践している法人を「健康経営優良法人」として認定する制度です。

サントリーグループは、従業員が健康でイキイキと働くことは企業としての競争力の源泉そのものと考え、2014年に「健康づくり宣言」を発信し、従業員とその家族の健康維持・増進に取り組んできました。

2016年には「健康経営」「働き方改革」を新たにスタートし、一人ひとりが生活習慣の改善目標を掲げ、主体的・継続的に健康促進に取り組んでいくべく、「サントリーヘルスマチャレンジ」と題し、健康合宿やセミナー、ヘルスマイレージ※などを実施しています。また、企業の「健康経営」をサポートする、自動販売機とスマートフォンを連動させたポイントサービス「サントリー GREEN+（グリーンプラス）」を開発し、昨秋より導入開始しています。

※健康促進（ラジオ体操やウォーキングなど）や、働き方改革（有給休暇取得など）への取り組みに応じて、ポータルサイトにおいて従業員にポイントを付与し、貯まったポイントを賞品に交換できる制度。

「健康経営」「働き方改革」に取り組むことで、一人ひとりが元気でイキイキとした生活をおくり、その活力で新たな価値創造に挑戦していきます。



2016年

2016年10月26日

LGBTが働きやすい会社を目指して 「work with PRIDE 2016」でブロンズを獲得

10月26日、LGBT^{※1}と職場に関する日本最大規模の催し「work with PRIDE 2016」が開催され、サントリーホールディングスは「PRIDE指標」ブロンズ表彰を受けました。

電通ダイバーシティ・ラボの調査によると、LGBTは人口の約7.6%^{※2}、つまり“13人に1人”という計算です。当然、サントリーのお客様はもちろん、職場の仲間にも、多くのLGBTがいらっしゃいます。

サントリーグループでは以前より、ダイバーシティ推進及び人権尊重の観点から、LGBTに関する情報提供を行っており、今回の表彰ではそうした継続的な取組みが評価されました。

これからも、全ての人がいきいきと自分らしく働けるサントリーグループを目指して、そして1人1人の” Growing for Good”を目指して、LGBTに関する活動を続けていきます。

※1 LGBTは性的マイノリティの総称のひとつで、レズビアン（女性同性愛者）、ゲイ（男性同性愛者）、バイセクシュアル（両性愛者）、トランスジェンダー（心の性と体の性が異なる人）の頭文字

※2 電通ダイバーシティ・ラボ「LGBT調査2015」より

2016年10月20日

サントリー食品インターナショナル（株）が 「循環型社会形成推進功労者環境大臣表彰」を受賞

サントリー食品インターナショナル（株）は、平成28年度「循環型社会形成推進功労者環境大臣表彰」を受賞しました。

循環型社会形成推進功労者を表彰する制度は、廃棄物の発生量の抑制（リデュース）、再使用（リユース）、再生利用（リサイクル）の適切な推進に顕著な功績があった個人、企業、団体を表彰し、その功績をたたえて、循環型社会の形成の推進に資することを目的として、平成18年度に環境省によって設けられました。

今回の受賞は、当社の容器包装の環境負荷低減の取り組みが高く評価されたものです。

世界初！^{※1} 飲料用ペットボトルに植物由来原料30%使用したキャップを導入

石油ではなく、植物を原料にしたエタノールから製造したポリエチレンを1個あたり30%使用したキャップを、2016年春、九州熊本工場（熊本県上益城郡）にて世界で初めて導入しました。これにより、「サントリー天然水」（550ml）ペットボトルキャップ1個あたり石油由来原料の使用量を約3割削減し、CO₂排出量を21%削減することが可能となりました。

※1 2016年1月時点当社調べ

「2R+B」戦略について

ペットボトル開発において、樹脂使用量の削減と再生素材の使用により徹底した資源の有効利用を図りつつ、可能な範囲で石油由来原料を再生可能原料で代替していく考え方（Reduce・Recycle+Bio）です。Reduce（リデュース）ではボトル本体だけでなく、ラベルやキャップを含めた徹底した軽量化を推進、Recycle（リサイクル）ではわが国で初めてボトル to ボトルのメカニカルリサイクルシステムを構築、Bio（バイオ）では「サントリー天然水」（550ml）に植物由来原料を30%使用したペットボトルをすでに導入しています。

サントリーグループは、これからも、ニーズに合わせた商品開発や容器を取り巻く環境対策に積極的に取り組んでいきます。

2016年2月17日

「低炭素杯2016・ベスト長期目標賞」受賞

平成22年度より環境省や文部科学省などの後援のもと、次世代に向けた低炭素社会の構築を目指した日本全国の優れた取り組みを表彰して、その活動促進を図る「低炭素杯」が本年も開催され、2月17日に東京で表彰式が行われました。その中において、既にCO₂排出削減に向け“長期目標”を掲げて積極的に取り組んでいる企業10社にサントリーホールディングスも選ばれ、2016年限定で設定された「ベスト長期目標賞」を受賞しました。

サントリーグループは、グループの環境経営に、より明確な方向性を与えるため2014年に「環境ビジョン2050」を策定しています。また同時に「2020年目標」を掲げて、「自然環境の保全・再生」「環境負荷低減」の2つの軸で、グループ全体での環境経営を推進しています。

「水と生きる」企業として、グループ環境基本方針を事業活動全体の基盤とし、グループ全体で環境経営を推進していることに加えて、その情報を社会に発信しステークホルダーとのコミュニケーションを大切にしている「環境コミュニケーション」の姿勢も表彰に繋がりました。

2050年ビジョンならびに2020年目標に向けて、グループを挙げてエコ戦略の推進に取り組んでいきたいと思っています。

2016年1月27日

「働く人をひきつける魅力ある企業」第1位を受賞！ (ランスタッドアワード2016)

ランスタッドアワード2016において、サントリーが「勤務先としていま最も人材をひきつける魅力のある企業」として第1位に選出されました。

ランスタッドアワードは、世界的な総合人材サービス企業であるランスタッド社が主催。「人材をひきつける魅力ある企業」（エンプロイヤーブランドの高い企業）を表彰するものです。世界25カ国において共通基準で実施され、最近注目を集める「エンプロイヤーブランド」に関するものとしては世界最大規模の調査です。日本では2012年より実施され、2013年：第1位、2014年・2015年：第2位と常に高い順位に位置しており、本年度は3年ぶりに第1位に返り咲きました。

1月27日（水）に東京国際フォーラムにて、受賞企業・有識者・メディア各社 約1,000名が参加する中、表彰式が盛大に開催され、(SHD_人部)神田秀樹部長が出席しました。

本調査では、日本国内で任意に選出された18～65歳の男女8,500名が、「実際に働きたい企業」を選出する「ランスタッドアワード」の他、勤務先企業を選ぶ際に重視する「10の指標」において評価の高かった上位企業を選出しています。

サントリーは、「ランスタッドアワード2016」での第1位に加え、指標別「職場環境が快適である」、「興味深い仕事がある」の部門において第1位に選ばれるなど、6部門で上位にランクインしました。勤務先として魅力ある企業として、また、各指標におけるサントリーの取り組みを高く評価いただいた結果といえます。

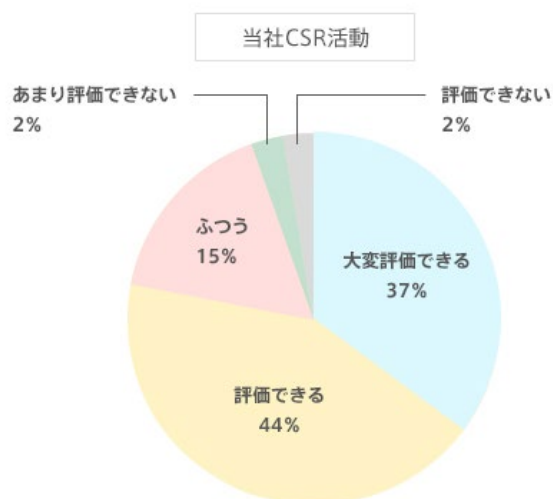
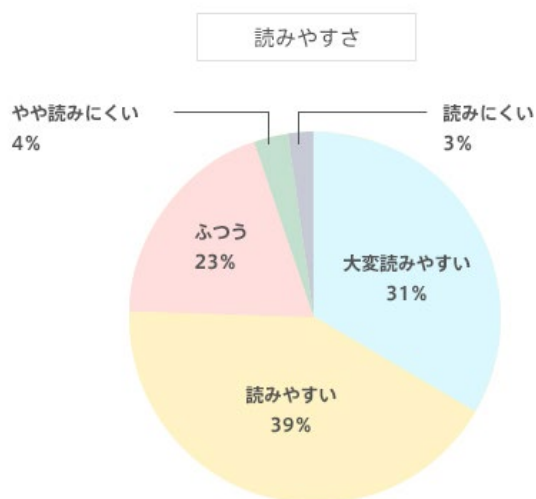
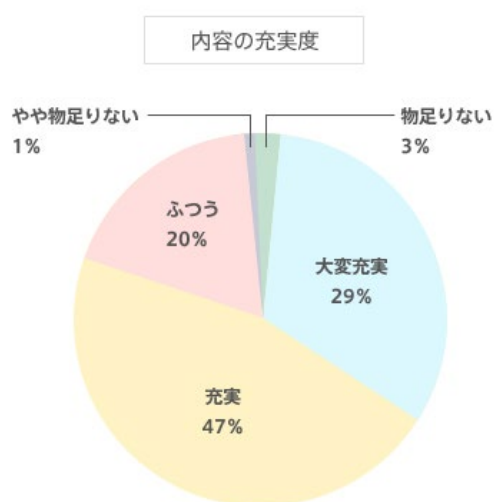
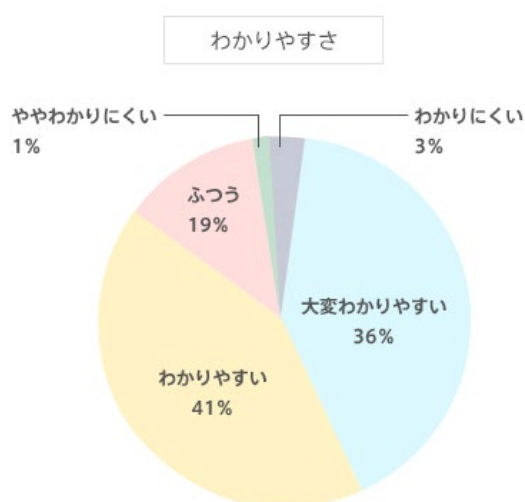
本年度は、全社を上げて取り組みをスタートさせた『働き方改革』を実現し、『健康経営』を推進していくことで、さらに「人材をひきつける魅力ある企業」を目指していきます。

アンケート結果

「サントリーグループ CSRレポート2016」について、合計227名の方からご回答をいただきました。（2017年4月末現在）

読者の皆様から高い評価と数多くの貴重なご意見をいただき、大変うれしく思います。今後のレポート作成および当社の活動に反映させていただくため、皆様からのご意見・ご感想をお待ちしています。読者の皆様から高い評価と数多くの貴重なご意見をいただき、大変嬉しく思います。

サントリーグループ CSRレポート 2016 アンケート結果



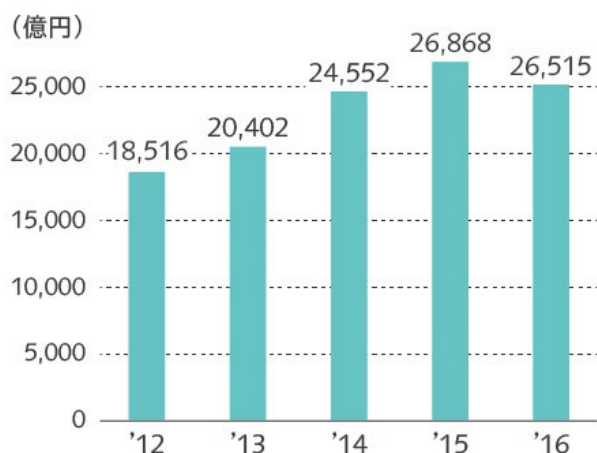
主要 CSR データ

サントリーグループ CSRサイトなどで報告している主要指標（経営・環境・社会）の実績をまとめています。

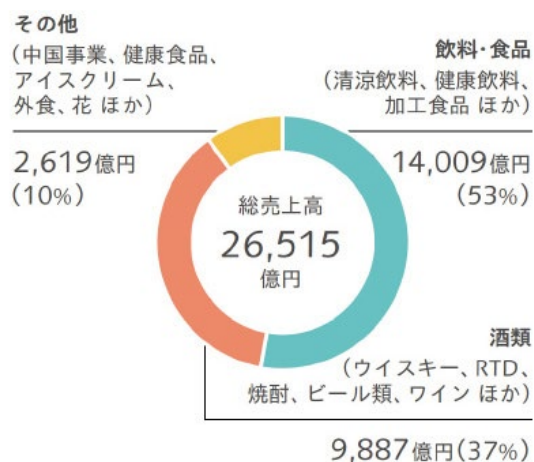
主要経営データ

■連結経営成績

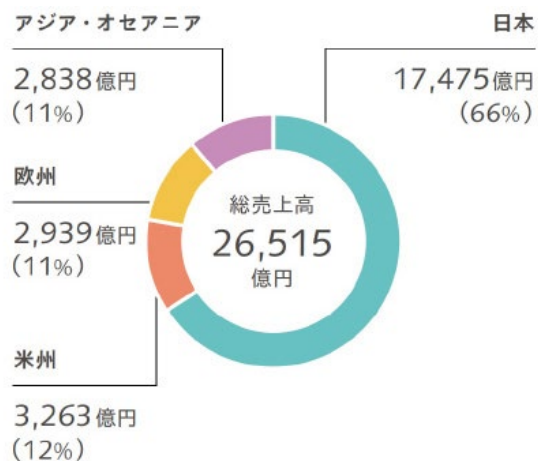
連結売上高



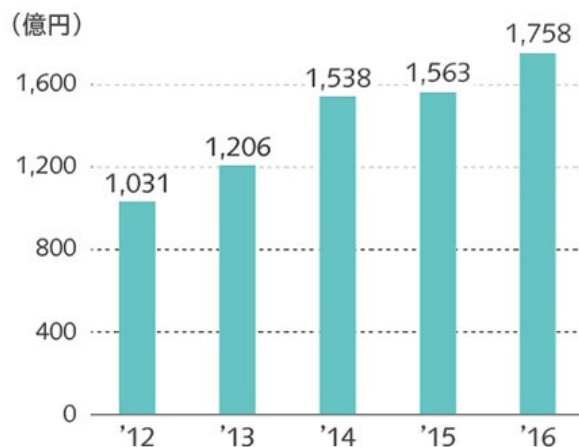
事業別売上構成 (2016年度)



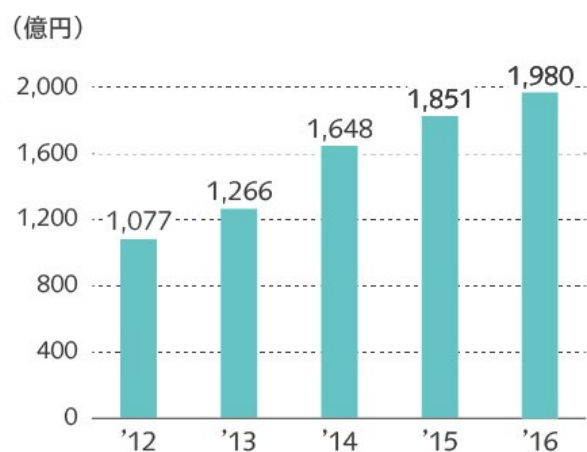
地域別売上構成 (2016年度)



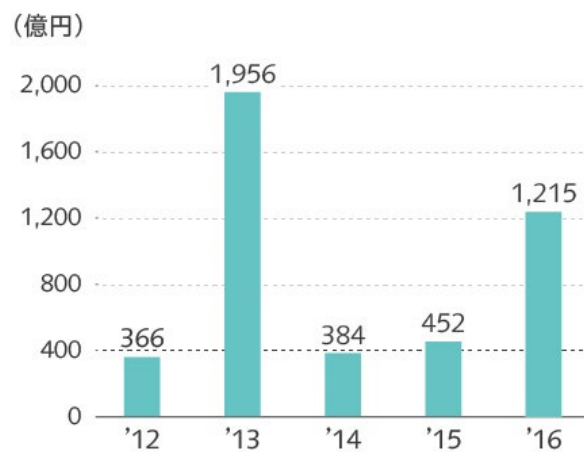
連結経常利益



連結営業利益

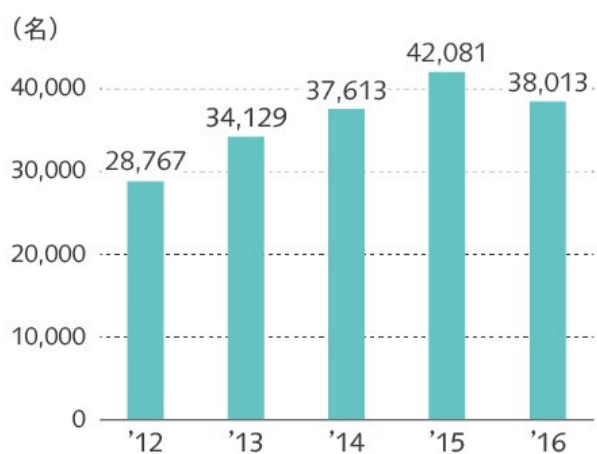


連結当期純利益

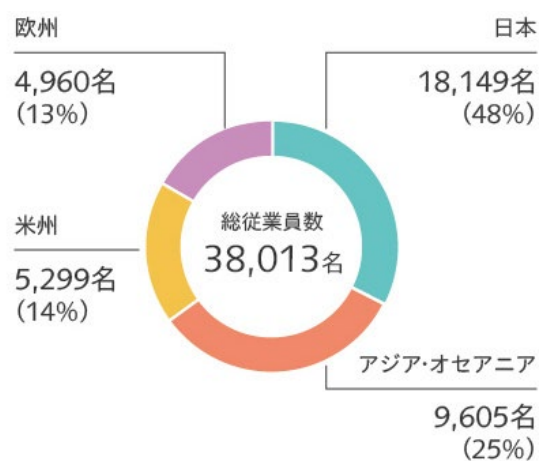


従業員数

従業員数



地域別従業員数 (2016年度)

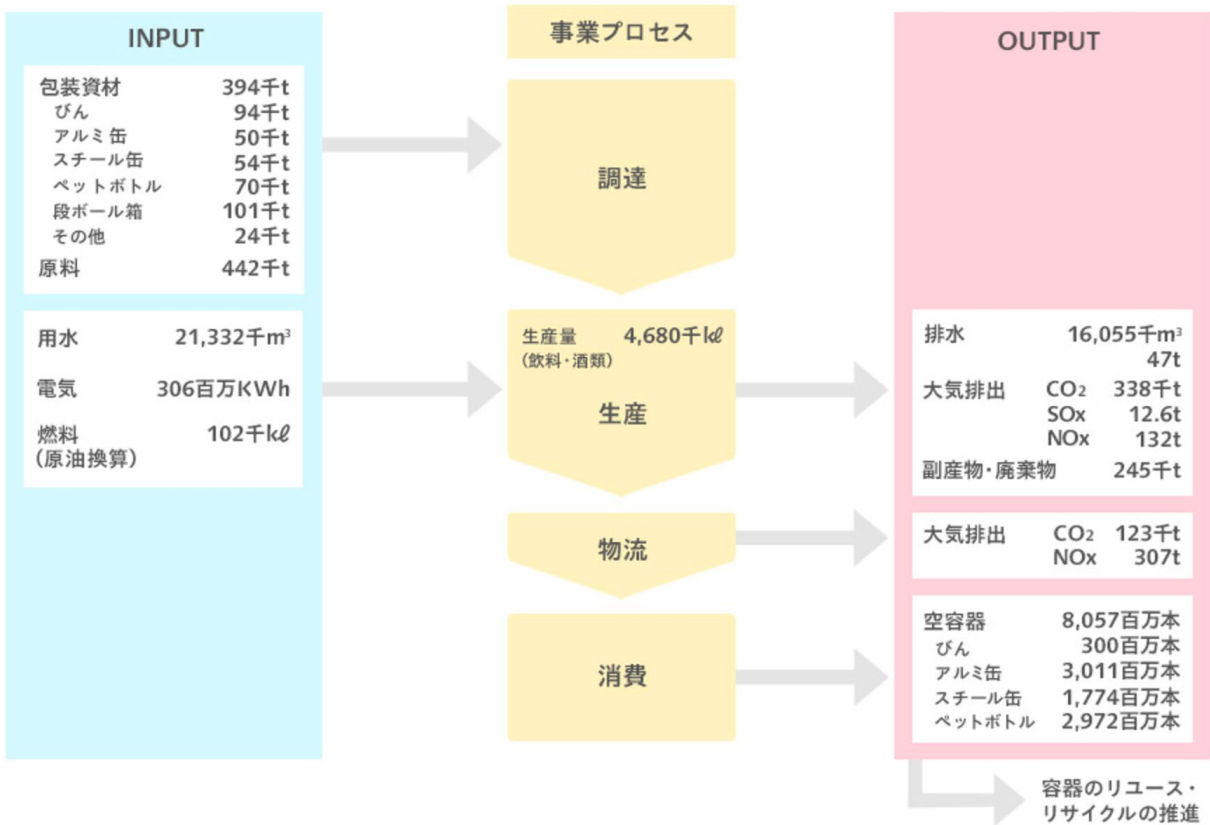


環境データ

環境データは、サントリーグループ売上高の過半を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場を対象としています。

サントリーグループの国内25工場および54工場の水使用量、CO₂排出量・廃棄物排出量、サントリー食品インターナショナルグループ（国内）のスコープ3排出量（カテゴリー 1）について、2016年実績より、KPMGあずさサスビリティ株式会社による第三者保証報告書を受けています。第三者保証報告書の対象となっている数値を★で示しています。

事業活動と環境負荷の全体像（対象期間:2016年1月1日～12月31日、国内生産拠点（委託先を除く））



※1 BOD (Biochemical Oxygen Demand) : 生物化学的酸素要求量。水の汚染度を表す指標の1つ

※2 電力由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

サントリーグループ内部監査員数の推移

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
人数	595	737	762	835	815	894

サントリーグループ（国内事業計）の環境保全コスト

（対象期間：2016年1月1日～12月31日）

（百万円）

項目			2015年度		2016年度	
			環境投資額	環境費用額	環境投資額	環境費用額
事業エリアコスト	公害防止コスト	・ 水質汚濁防止 ・ 大気汚染防止 ほか	531	1,957	261	1,903
	地球環境保全コスト	・ CO2削減 ・ 省エネルギー ・ コージェネレーション ・ 嫌気処理 ほか	872	3,391	871	3,491
	資源循環コスト	・ 再循環による節水 ・ 汚泥減量化 ・ 廃棄物再資源化 ・ 下水道処理費 ほか	335	2,462	17	2,807
	合計		1,737	7,810	1,148	8,201
	上・下流コスト	・ 容器包装の再資源化委託料 ・ 環境対応容器包装対策 ほか	0	1,067	0	1,195
管理活動コスト	・ 環境マネジメントシステム構築・維持 ・ CSRレポート、展示会 ・ 工場緑化 ほか		0	1,252	0	1,128
研究開発コスト	・ 環境負荷低減のための研究開発活動		76	320	73	323
社会活動コスト	・ 天然水の森 ・ 愛鳥活動 ・ 水育（みずいく）活動 ほか		105	478	86	410
環境損傷対応コスト			0	0	0	0
合計			1,918	10,928	1,307	11,258

※投資額：投資目的の50%以上が環境保全を目的としたものは全額環境投資とみなしました（検収ベース）

※償却費：投資50%以上が環境保全を目的としたものを2003年までさかのぼり償却費を算出しました

※直接把握が可能な管理活動、研究活動の費用は原則として全額を直接把握しました。直接把握が困難な費用については、工程別に過去の実態調査に基づいた比率で案分・配賦しました

サントリーグループ（国内生産拠点）の環境保全効果

（対象期間：2016年1月1日～12月31日）

項目				単位	2015年	2016年	原単位ベースでの 対前年度削減効果	
事業内エリア コスト	公害防止	汚染物質 排出量削減	SOx	総量 (t)	1.5	12.6	-11.1t/年	
				原単位 (g/kℓ)	0.3	2.7		
		NOx	総量 (t)	157.3	132.4	26.8t/年		
			原単位 (g/kℓ)	34.0	28.3			
	地球環境保全	CO2 排出量削減	CO2 (燃料+電力) 由来	総量 (千t)	349.1	337.3	16.1千t/年	
				原単位 (kg/kℓ)	75.5	72.1		
		エネルギー 消費量削減	燃料	原油換算 (千kℓ)	109	102	7,957kℓ/年	
				原単位 (ℓ/kℓ)	23.6	21.9		
			電気	総量 (百万kWh)	313	306	10,860千kWh/年	
				原単位 (kWh/kℓ)	67.6	65.3		
		資源循環	水資源 使用量削減	用水	総量 (千m³)	21,877	21,290	855千m³/年
					原単位 (m³/kℓ)	4.7	4.5	
	廃棄物 排出量削減		副産物廃棄物 排出量	総量 (t)	236,697	259,314	-19,707t/年	
				原単位 (kg/kℓ)	51.2	55.4		
			再資源化率	(%)	100	100	100	

※電気由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

サントリーグループ（国内生産拠点）の経済効果

（百万円）

項目	2015年度	2016年度
リサイクル（副産物売却）収入	315	339
省エネルギーによる費用削減額	644	496

■水使用量の削減

水使用実績2016年（国内生産25工場、海外生産54工場）

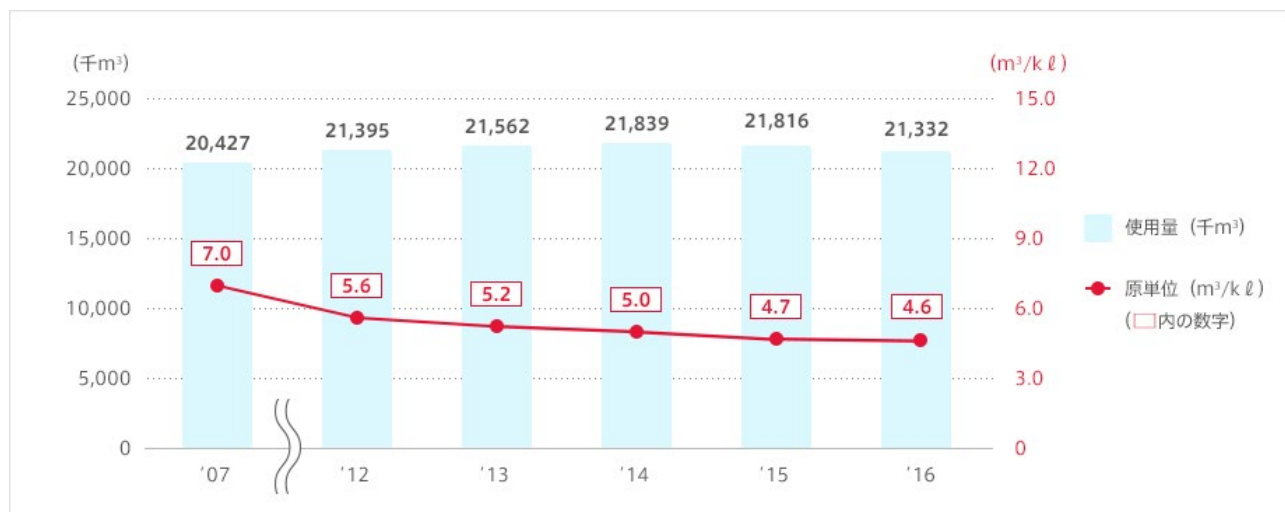
エリア	使用量 (千m ³)	原単位削減率※
日本	21,332	3.4%減
米州	6,517	1.6%減
欧州	5,732	7.4%減
アジア・オセアニア	5,522	6.3%減
計	39,103★	4.4%減

※サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場

※原単位は製造kℓあたりの使用量、削減率は対前年比

※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場の水使用量は21,574千m³★

水使用量（国内生産25工場）



※原単位は製造1kℓあたりの使用量を表す

・結果：前年比 総量で2.2%減少、原単位で3.4%減少

■地球温暖化防止

CO₂排出実績2016年（国内生産25工場、海外生産54工場）

エリア	排出量（千t）	原単位削減率※
日本	336	4.8%減
米州	184	2.6%減
欧州	119	5.8%減
アジア・オセアニア	144	6.9%減
計	783★ (スコープ1: 466★、スコープ2: 317★)	4.9%減

※サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場

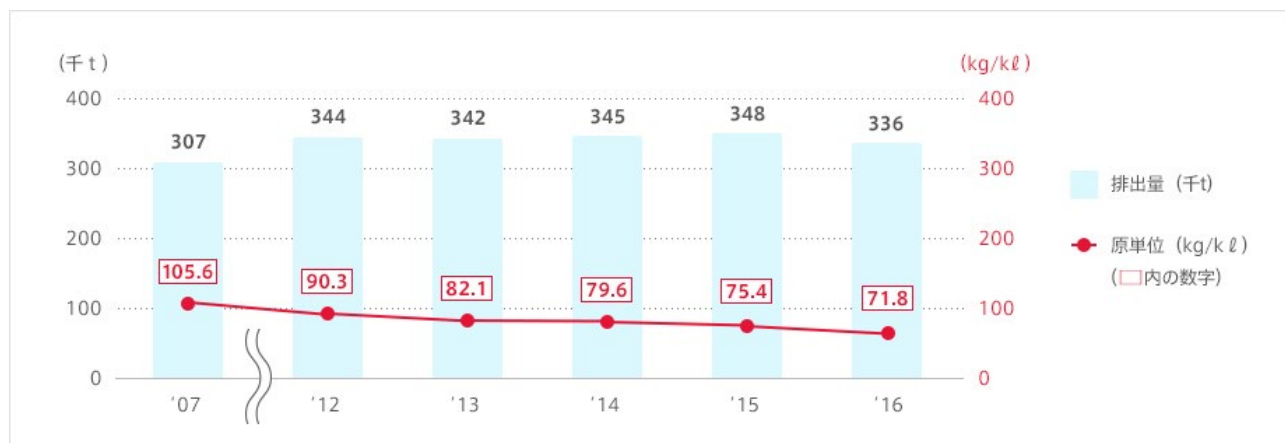
※原単位は製造kℓあたりの排出量、削減率は対前年比

※電気由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場のCO₂排出量は419千t★（スコープ1: 200千t★、スコープ2: 218千t★）。

なお、単位未満で四捨五入しているため、スコープ1排出量とスコープ2排出量を足し合わせた値は合計の値と一致しません。

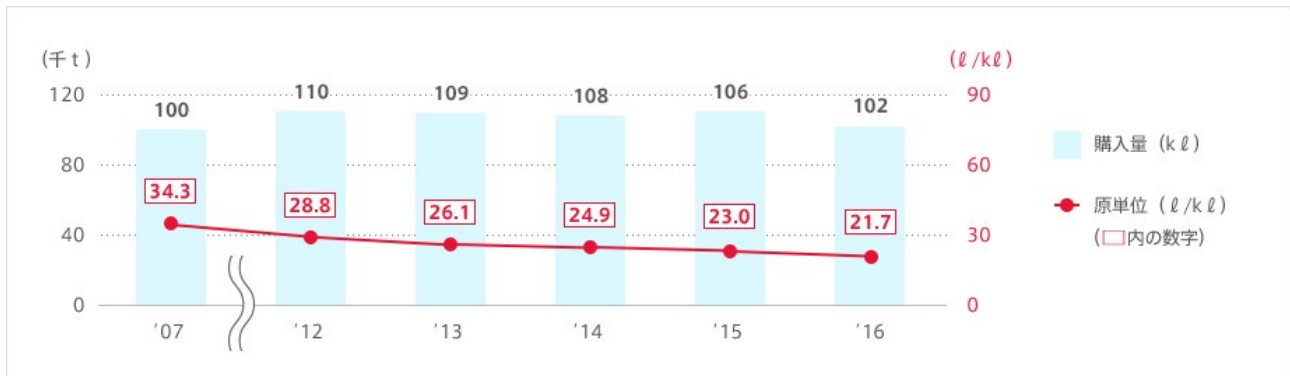
CO₂排出量（国内生産25工場）



※電気由来のCO₂排出量はGHGプロトコル2007年CO₂排出係数を使用

・結果：前年比 総量で3.6%減少 原単位で4.8%減少。

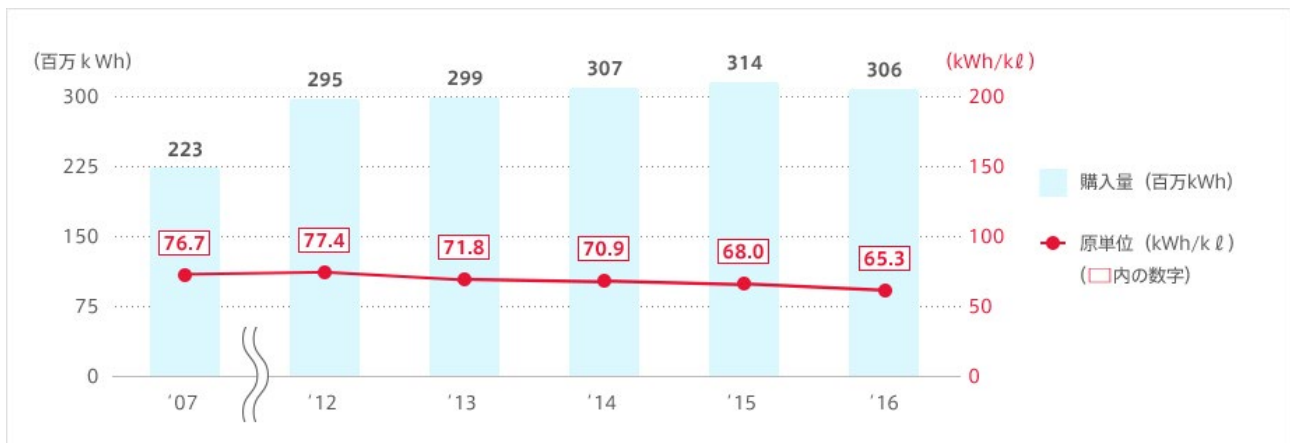
燃料（原油換算）購入量（国内生産25工場）



※原油換算係数は、経済産業省資源エネルギー庁2005年標準発熱量より算出

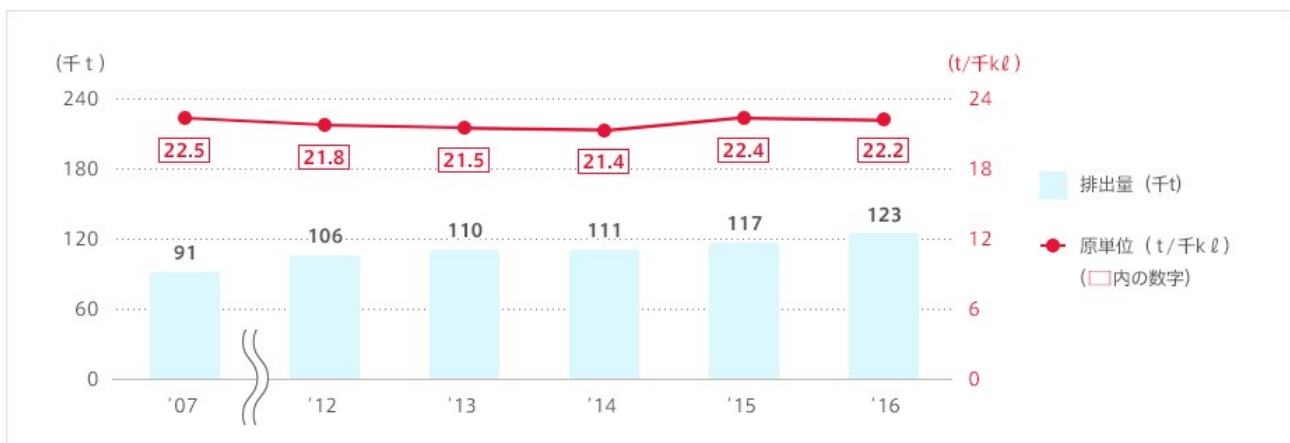
・結果：前年比 総量で1.0%増加、原単位で4.2%減少。

電力購入量（国内生産25工場）

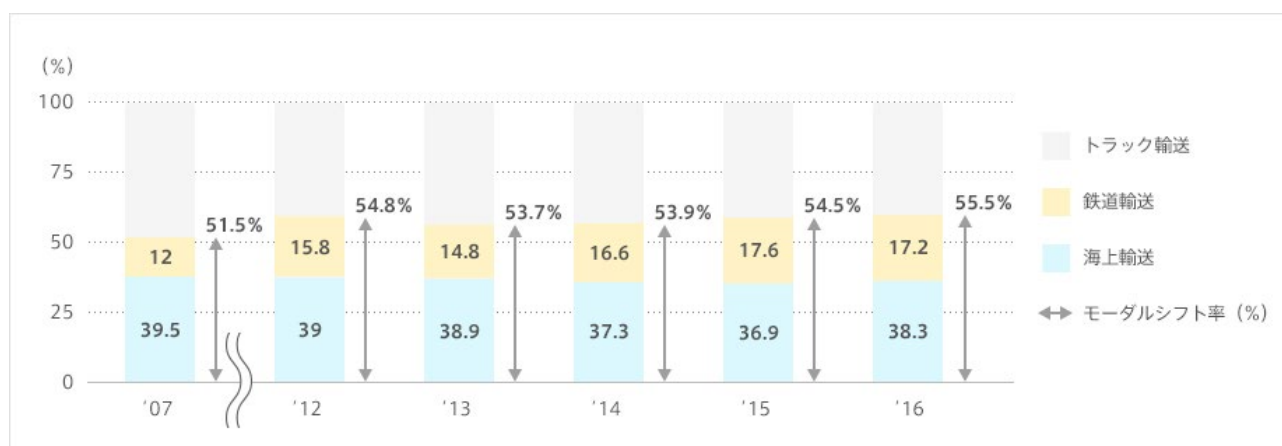


・結果：前年比 総量で2.8%減少、原単位で4.0%減少。

輸配送時におけるCO₂排出量（国内事業）



モーダルシフト率の推移



※モーダルシフト率の推移は長距離輸送（500km以上の輸送）で算出しています。

■大気汚染防止

SOx排出量（国内生産25工場）

	2015年	2016年
排出量 (t)	9.7	12.6
原単位 (g/kℓ)	2.1	2.7

NOx排出量（国内生産24工場）

	2015年	2016年
排出量 (t)	198	132
原単位 (g/kℓ)	43	28

PCB使用機器の保有数（2017年1月現在）

	保管中	使用中	保有合計
コンデンサ	16	0	16
変圧器	11	0	11
照明器具安定器	2,093	0	2,093

■廃棄物の削減

副産物・廃棄物排出実績2016年（国内生産25工場、海外生産54工場）

エリア	排出量（千t）
日本	245
米州	138
欧州	103
アジア・オセアニア	37
計	523★

※サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産54工場

※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場の副産物・廃棄物排出量は162千t★

副産物・廃棄物の排出量（国内生産25工場）



副産物・廃棄物の排出量、再資源化率および用途（国内生産25工場）

排出物の種類	主要用途	2013年		2014年		2015年		2016年	
		排出量 (t)	再資源 化率(%)	排出量 (t)	再資源 化率(%)	排出量 (t)	再資源 化率(%)	排出量 (t)	再資源 化率(%)
植物性残さ（糖化粕・茶粕・コーヒー粕など）	・ 飼料 ・ 肥料	181,515	100	187,439	100	186,184	100	185,227	100
汚泥（余剰汚泥など）	・ 肥料	30,100	100	29,522	100	27,194	100	27,574	100
木くず（樽材、パレット）	・ 家具材 ・ 合板原料	3,266	100	2,693	100	1,610	100	2,123	100
ガラス・陶磁器くず	・ ガラス材料 ・ 路盤材	4,109	100	3,928	100	4,136	100	3,772	100
紙くず（段ボール、紙ラベルなど）	・ 再生紙 ・ 段ボール原料	5,727	100	6,192	100	6,175	100	5,184	100
廃プラスチック類	・ パレット ・ 固形燃料 ・ 補助燃料	4,026	100	4,287	100	4,938	100	4,956	100
金属くず（アルミ、鉄）	・ アルミ ・ スチール原料	2,600	100	3,016	100	3,277	100	3,039	100
その他		2,870	100	2,725	100	3,182	100	12,729	100
合計		234,214	100	239,801	100	236,697	100	244,604	100

従業員への環境教育

■2016年度環境教育研修

名称	対象	受講者数
入社時研修（環境経営講義）	新入社員	全員
ISO14001自覚・特定教育	工場従業員	全員
環境経営啓発研修（e-ラーニング等）	国内グループ従業員	20,133名
ISO14001新任担当者研修	ISO14001担当者	19名
ISO14001内部監査員研修	ISO14001内部監査担当者	368名
エコプロダクツセミナー	商品開発担当者	46名
森林整備体験研修	国内グループ従業員	2,964名
廃棄物処理法セミナー	関連する部門の従業員	175名
産業廃棄物「現地確認」実地研修	関連する部門の従業員	64名

水育「森と水の学校」

■水育「森と水の学校」参加者累計（3校計）



■水育「出張授業」参加者累計



社会データ

■雇用・就業状況

人事データは、サントリーホールディングス（株）・サントリー食品インターナショナル（株）と雇用契約を結ぶ社員を対象としています。

従業員数データ（2016年12月31日現在）

(名)

		2011年	2012年	2013年			2014年			2015年			2016年		
				SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計
役員	男性	43	42	37	17	54	43	15	58	42	13	55	41	14	55
	女性	0	1	2	0	2	2	0	2	3	1	4	4	1	5
役員		43	43	39	17	56	45	15	60	45	14	59	45	15	60
マネジャー相当職	男性	1,420	1,489	1,309	634	1,943	1,348	628	1,976	1,392	607	1,999	1,422	627	2,049
	女性	129	140	132	29	161	146	31	177	166	33	199	185	34	219
マネジャー相当職		1,549	1,629	1,441	663	2,104	1,494	659	2,153	1,558	637	2,195	1,607	661	2,268
メンバー相当職	男性	2,497	2,447	2,393	704	3,097	2,398	737	3,135	2,432	741	3,173	2,429	745	3,174
	女性	871	900	931	151	1,082	959	168	1,127	964	188	1,152	976	205	1,181
メンバー相当職		3,368	3,347	3,324	855	4,179	3,357	905	4,262	3,396	932	4,328	3,405	950	4,355
正社員数		4,917	4,976	4,765	1,518	6,283	4,851	1,564	6,415	4,954	1,569	6,523	5,012	1,611	6,623
契約社員等※	男性	431	419	389	54	443	296	55	351	205	45	250	161	42	203
	女性	80	98	93	15	108	88	18	106	81	15	96	82	22	104
契約社員等※		511	517	482	69	551	384	73	457	286	60	346	243	64	307
派遣社員		629	616	566	44	610	516	44	560	542	49	591	560	52	612

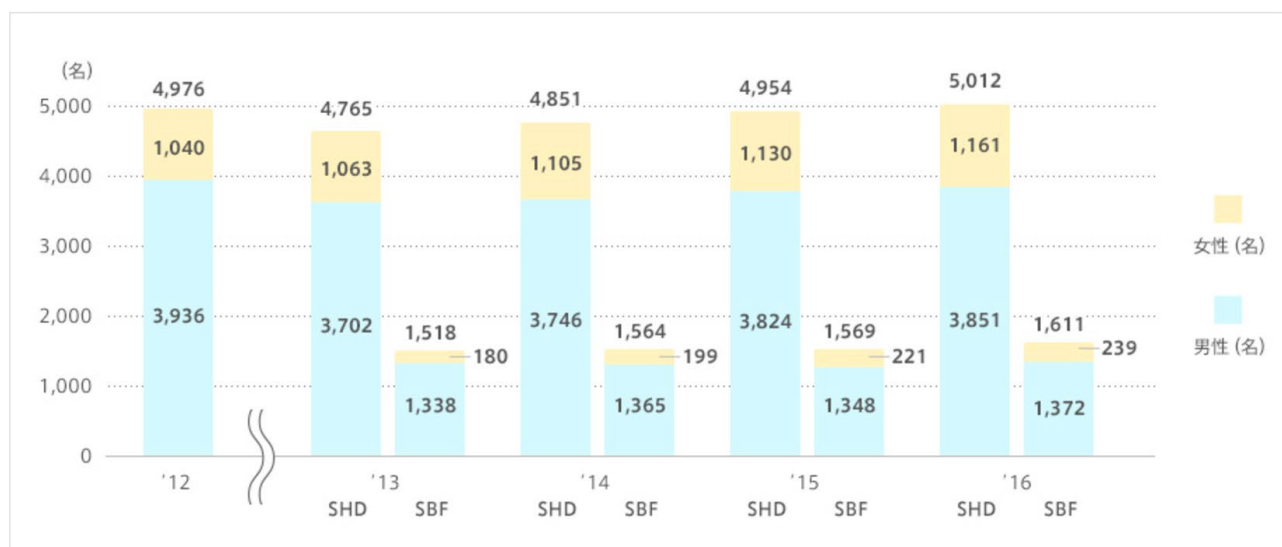
※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※契約社員等：嘱託社員およびアルバイト

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

正社員数（2016年12月31日現在）



※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

平均年齢・平均勤続年数（2016年12月31日現在）

	2011年	2012年	2013年		2014年		2015年		2016年	
			SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
平均年齢	38.3歳	38.6歳	38.5歳	40.4歳	39.0歳	40.9歳	39.6歳	41.7歳	40.8歳	42.0歳
平均勤続年数	15.4年	15.5年	15.3年	17.0年	15.8年	17.4年	16.3年	17.3年	16.6年	17.6年

※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

採用人数

(名)

			2011年	2012年	2013年		2014年		2015年		2016年	
					SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
新卒	男性		106	75	66	22	75	26	81	20	79	20
	女性		33	50	45	10	51	16	43	18	43	19
経験者	男性		4	20	23	1	20	0	19	2	17	0
	女性		14	21	15	12	11	9	8	6	7	5
合計			157	166	149	45	157	51	151	46	146	44

※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

事由別退職者数・離職率

(名)

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
定年 ^{※1}	99	76	47	29	42	39
自己都合	21	26	33	45	42	53
会社都合 ^{※3}	0	0	0	0	0	0
その他	10	5	19	7	5	7
合計 ^{※2}	130	107	99	81	89	99
離職率 ^{※4}	0.43%	0.52%	0.53%	0.70%	0.64%	0.80%

※2013年以降のデータは、サントリーホールディングス（株）とサントリー食品インターナショナル（株）を合算

※1 定年には自由選択定年も含む

※2 正社員を対象とする

※3 会社都合は、工場閉鎖・事業売却。転籍は自己都合に含む

※4 離職率は、定年退職者を除く退職者をもとに算出

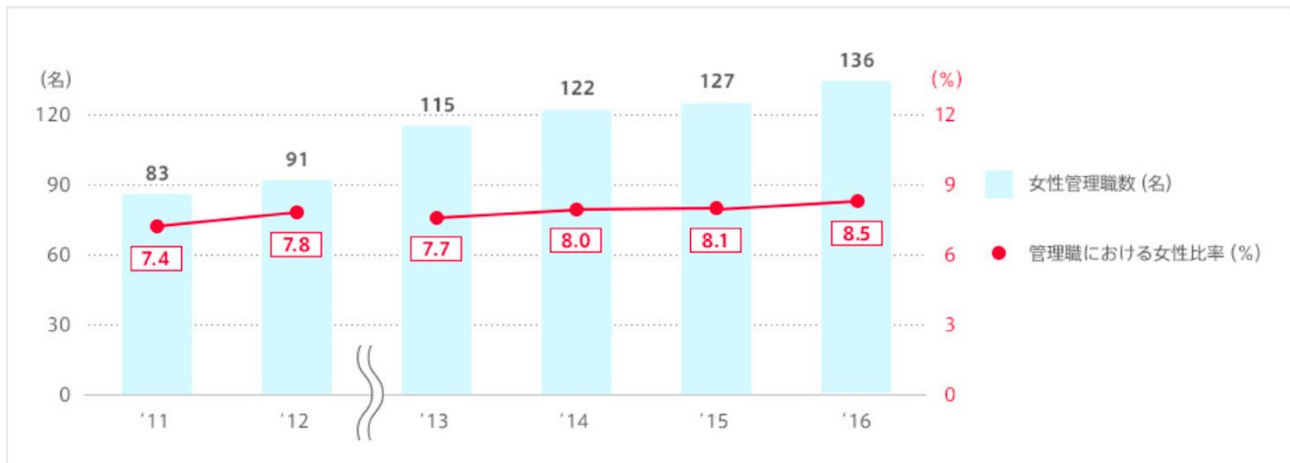
新卒採用者在職率



※2009年～2011年新卒者を対象に計算

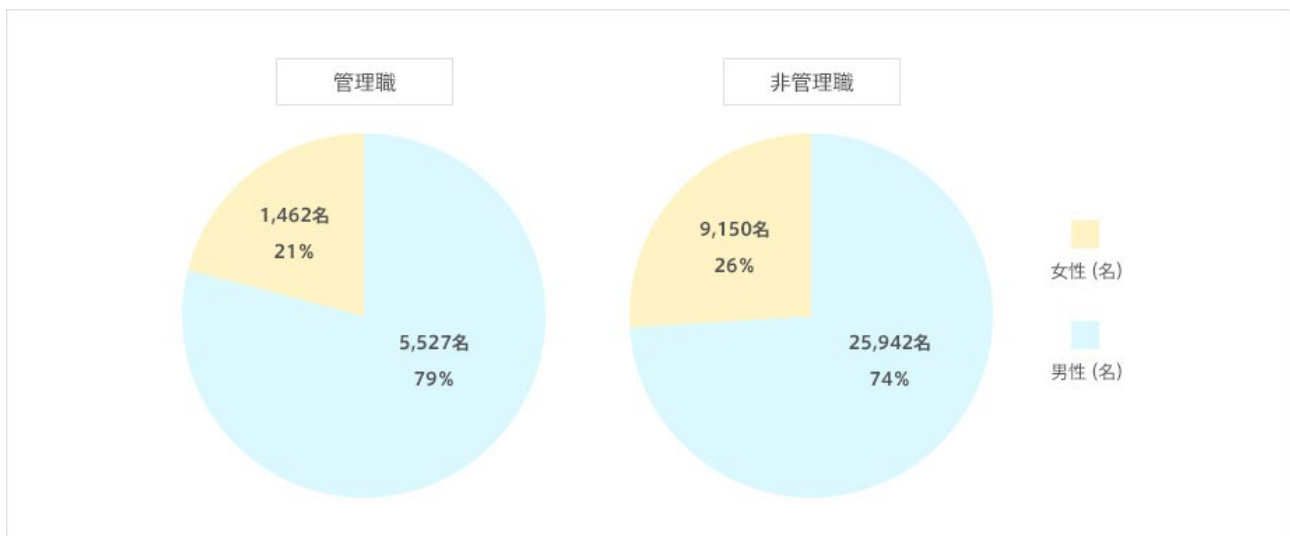
※サントリーホールディングス（株）のみ集計

女性の登用状況



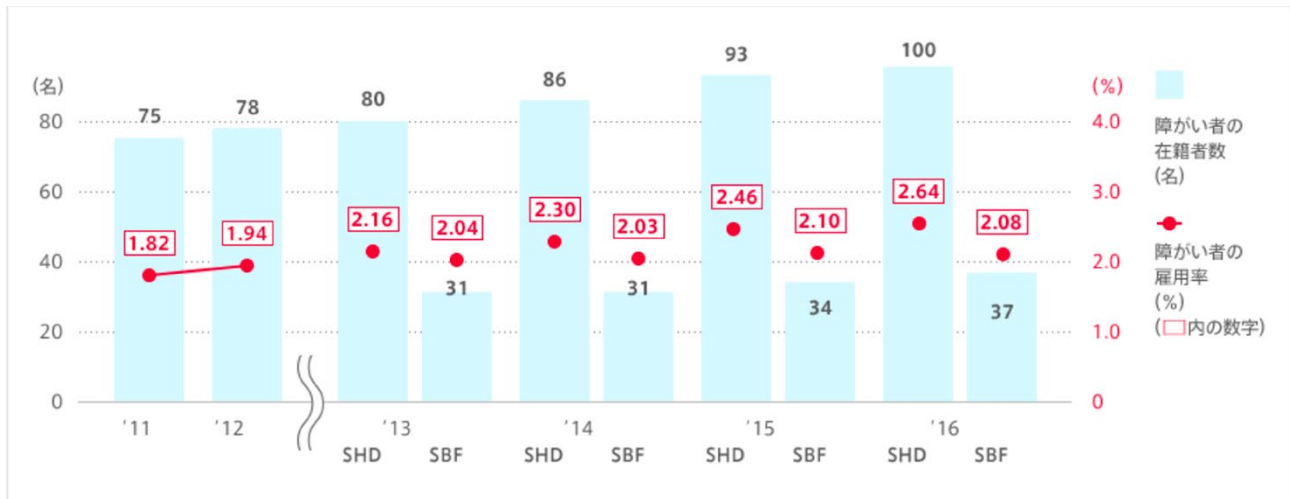
※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

管理職・非管理職別、男女別要員数（グループ全体）



※2016年12月31日

障がい者雇用数と雇用率（2016年6月時点）

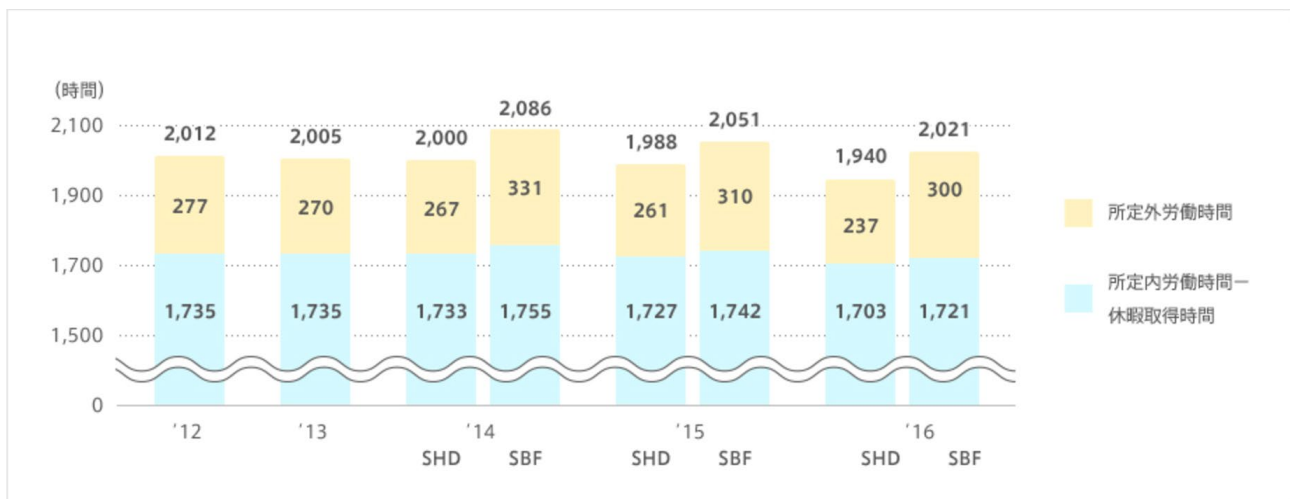


※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

年間総実労働時間



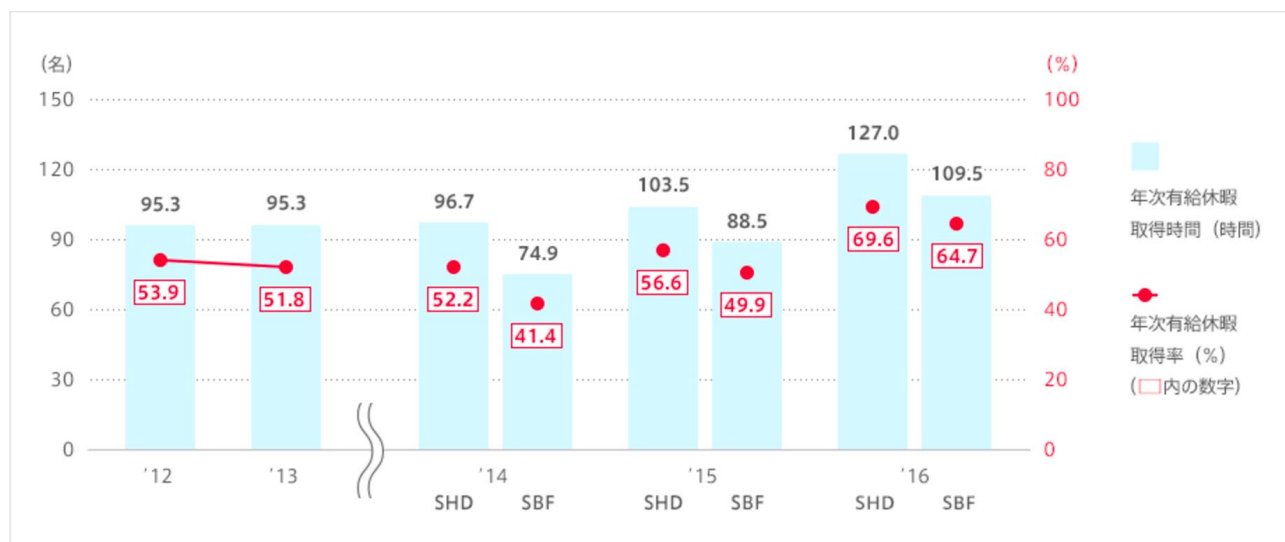
※サントリーグループの標準的な事業所での所定内勤務時間は1日7.5時間、休日数は年間121日、年間所定内勤務時間は1,830時間です

※労働時間については、2013年まではサントリーホールディングス（株）のみの数字です

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

年次有給休暇取得実績

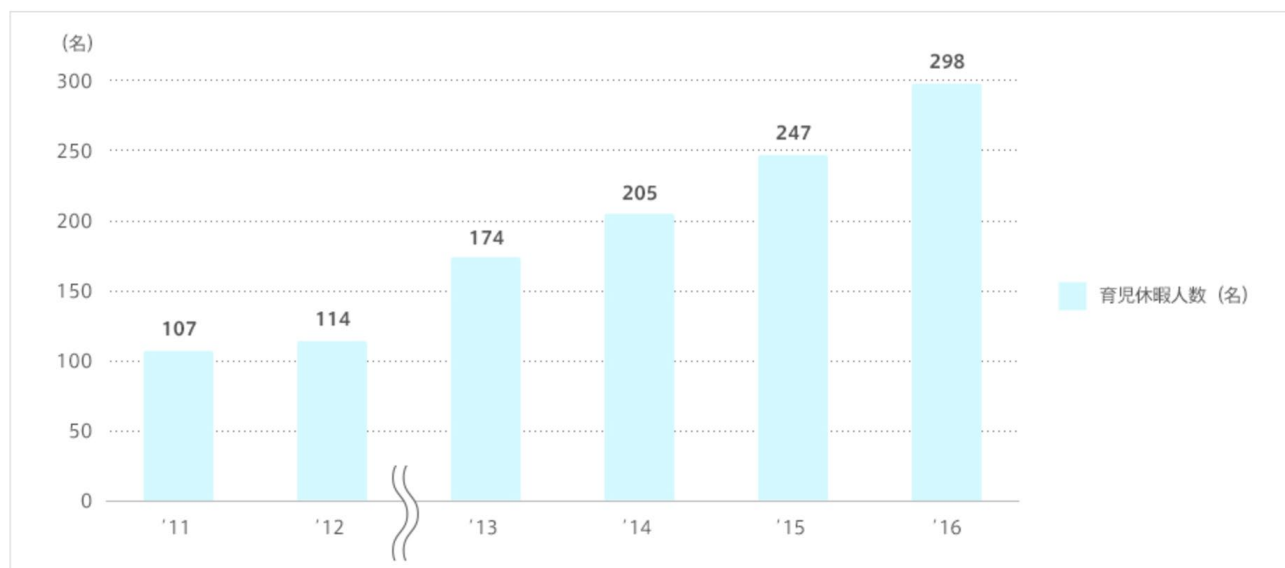


※労働時間については、2013年まではサントリーホールディングス（株）のみの数字です

※SHD：サントリーホールディングス（株）

※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

育児休暇取得実績



※2012年までは、サントリーホールディングス（株）のみの数字です

育児・介護等各種制度の取得者数推移

(名)

		2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
育児・介護	育児休職	95	107	114	174	205	247	298
	育児短時間・時差	77	105	114	127	195	192	18
	介護休職	0	1	1	1	2	1	2
	介護短時間・時差	0	0	1	2	2	3	0
	テレワーク勤務※	294	2,116	2,234	3,243	3,196	3,557	4,460
	キッズサポート休暇	126	213	314	378	663	464	539
	ホームヘルパー	2	4	2	3	0	2	1
	在宅保育サービス	8	11	25	35	37	16	26
余暇・休暇	リフレッシュ休暇	648	645	772	927	791	933	702

※2012年までは、サントリーホールディングス(株)のみの数字です

※2008年～2009年は育児・介護事由のみ。2010年より拡大

育成制度

名称	内容	2016年実績	2010～2016年累計
キャリアチャレンジ	グローバル業務遂行に必要なスキルを個別に設定・修得(語学力・異文化理解・異文化コミュニケーション・論理的思考力)	10	58
ビジネススクール留学	国内留学・海外留学としてビジネススクールで、英語による経営管理学修士(MBA)を修得	4	29
トレーニー	海外グループ会社でのオンザジョブトレーニングを通じて、専門性を磨くとともに、語学力・コミュニケーション力および異文化理解を修得	10	53

主な自己啓発支援プログラムおよび2016年度の受講者数

研修の種類	内容	人数
応募型研修※	従業員自らが描くキャリアプランを実現していくために必要なビジネススキルの修得を主眼とした研修で、約30種のコース(年間2期)を設置	738
英語力強化※	英語でのビジネスコミュニケーション能力を強化するため、事業所での会話レッスンや、オンラインレッスンなど、さまざまなコースを用意。各自がレベルに応じたプログラムを効果的に受講できるよう、多彩な支援コンテンツを整備	395
eラーニング	業務遂行能力のレベルアップ・業務革新手段の修得を目的とした研修 ビジネススキル・語学・パソコンスキルなどのコースを整備	91
通信教育通学費補助制度	能力向上を目的とした通信教育・通学にかかる費用の半分会社が補助する制度(上限あり) 対象となる講座は、業務遂行上必要なスキル(計数・法知識など)の修得、語学向上、資格取得など	147

※本人の意思に基づく任意参加制であり、研修費用の一部を会社が負担します

労働災害発生件数

(件)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
休業災害件数	3	3	2	3	4	0	6
不休災害件数	14	10	8	12	13	8	18
死亡災害件数				0	0	0	0
計	17	13	10	15	17	8	24
休業災害度数率	0.31	0.30	0.20	0.17	0.36	0.00	0.52
休業災害強度率	0.002	0.005	0.009	0.002	0.005	0.000	0.004

※2012年まではサントリーホールディングス（株）のみの数字です。2013年よりサントリー食品インターナショナルグループ（国内）の数字を含みます。

※2016年には工場で8件の災害が発生しました。うち災害の原因は「人」が5件、「設備・環境」が2件、「作業」が6件でした（災害1件に対し、主要因が複数の場合あり）。再発防止のため、すべての器具を点検し、安全確認を行ったうえで、災害報告書を同様の業務に従事する従業員に配布するなどの処置をとりました。

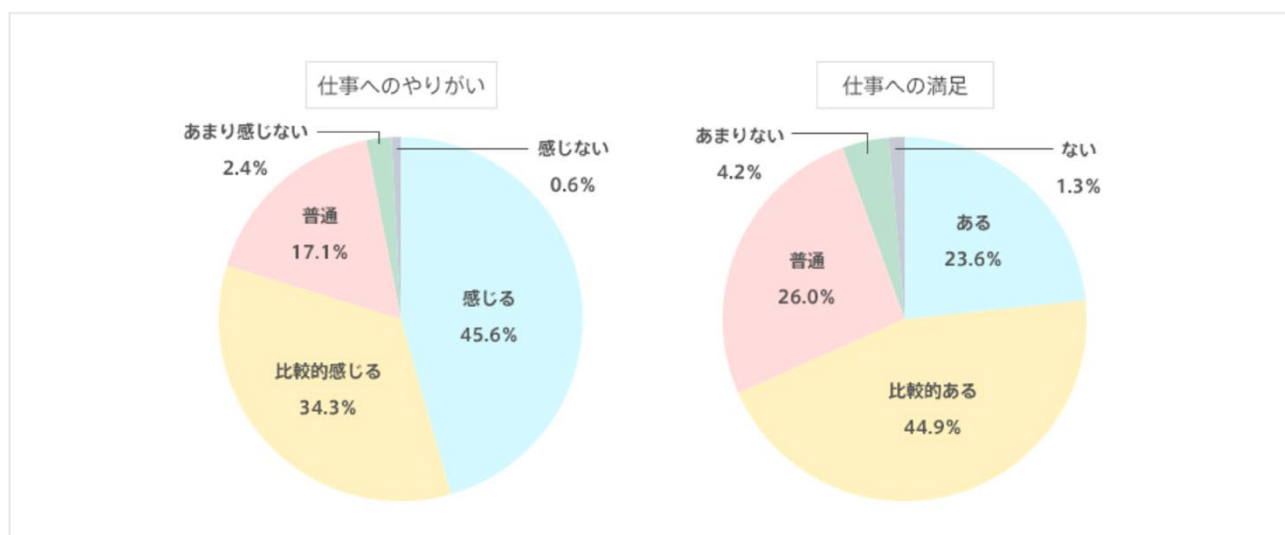
各種健康施策の利用者数

(名)

		2012年	2013年	2014年	2015年	2016年
病気・けが・災害	失効年休	43	47	48	53	65
	差額ベッド	25	40	33	20	36
人間ドック（40歳以上）		2,444	3,048	3,046	3,280	3,333
人間ドック（30歳以上）		433	896	894	866	1,014
人間ドック（家族）		1,064	1,766	1,837	1,950	2,046
歯科健診		2,834	3,571	3,617	3,753	3,632
健康電話相談システム		153	124	139	120	110
心の相談・電話相談		149	183	209	114	64

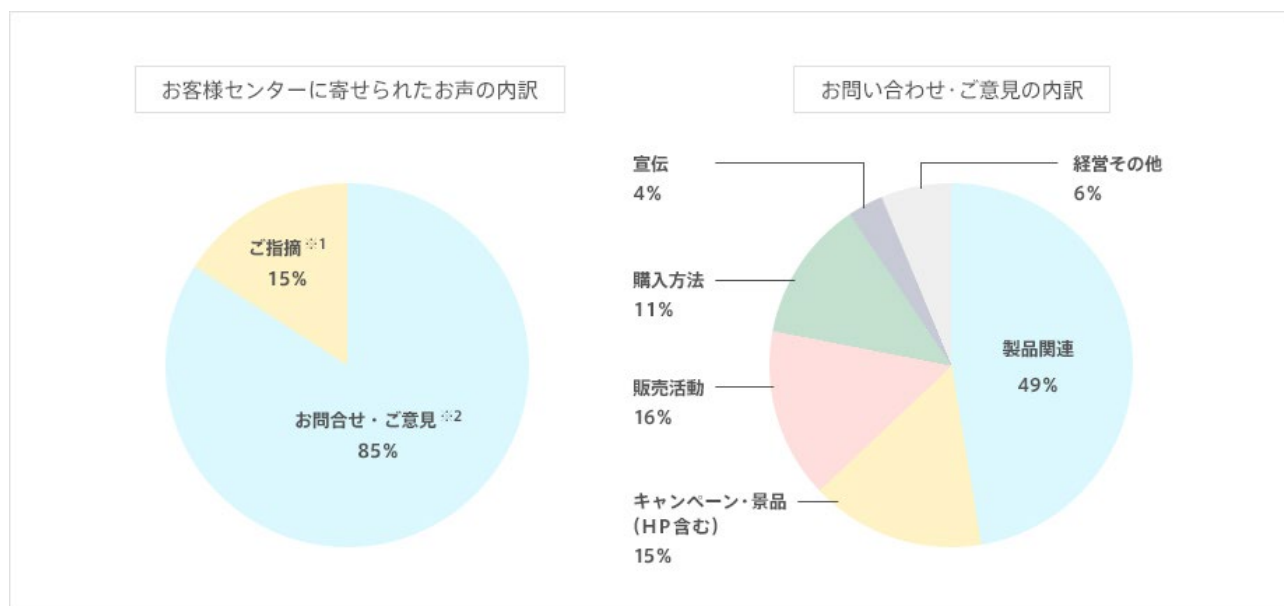
※2012年までは、サントリーホールディングス（株）のみで掲載しています

2016年度の仕事に対する意識



■お客様の声

お客様からのお問い合わせ・ご意見やご指摘の内容（2016年実績：84,594件）



※1 ご指摘：お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満、ご不快の声

※2 お問い合わせ・ご意見：上記以外にお客様から寄せられた幅広いご質問やご意見

■被災地支援

主な義捐金の拠出

年	件名	寄付金額	寄付相手先	ニュースリリース
2010	2010ニュージーランド南島大地震	325万円	Cristchurch earthquake appeal fund	
2010	宮崎県における口蹄疫被害	1,000万円	宮崎県、社会福祉法人宮崎県共同募金会	宮崎県における口蹄疫被害に対する義捐金について
2010	チリ大地震	500万円	チリ大使館	チリ大地震による被害に対する義捐金について
2010	ハイチ大地震	1,000万円	日本赤十字社	ハイチ大地震の被災地に対する義捐金について
2011	タイの洪水被害	約250万円	タイ王国政府	タイの洪水被害に対する支援について
2011	2011ニュージーランド南島大地震	620万円	ニュージーランド赤十字社	ニュージーランド地震に対する義捐金について
2011	豪州・クィーンズランド州における洪水被害	800万円	クィーンズランド州 The Premier's Disaster Relief Appeal	豪州・クィーンズランド州の洪水被害に対する義捐金について
2011～	東日本大震災	2011年 43億円 2012年 20億円 2013年 25億円 2014年 20億円 (累計108億円)	岩手県、宮城県、福島県、セーブザ・チルドレン・ジャパンほか	東日本大震災に対する義捐金について
2014	広島における土砂災害	100万円	中国新聞社会事業団	
2015	ネパール大地震	300万円	ネパール地震被災救済基金	
2016	熊本地震	1億円	熊本県	熊本県への義捐金リリース

GRI ガイドライン(G4) 対照表

当社のサステナビリティ報告は、GRIの「サステナビリティ・レポート・ガイドライン第4版」(G4)の「中核」に準拠しています。

一般標準開示項目

※ 中核準拠に該当する項目のみを記載

項目		該当Webページ
戦略および分析		
G4-1	a. 組織の持続可能性の関連性と組織の持続性に取り組むための戦略に関して、組織の最高意思決定者（CEO、会長またはそれに相当する上級幹部）の声明を記載する。	・ トップコミットメント
組織のプロフィール		
G4-3	a. 組織の名称を報告する。	・ サントリーグループ企業情報
G4-4	a. 主要なブランド、製品およびサービスを報告する。	・ 事業紹介
G4-5	a. 組織の本社の所在地を報告する。	・ 企業概要
G4-6	a. 組織が事業展開している国の数、および組織が重要な事業所を有している国、報告書中に掲載している持続可能性のテーマに特に関連のある国の名称を報告する。	・ グループ企業紹介
G4-7	a. 組織の所有形態や法人格の形態を報告する。	・ 企業概要 ・ コーポレート・ガバナンス
G4-8	a. 参入市場（地理的内訳、参入セクター、顧客および受益者の種類を含む）を報告する。	・ グループ企業紹介
G4-9	a. 組織の規模（次の項目を含む）を報告する。 ・ 総従業員数 ・ 総事業所数 ・ 純売上高（民間組織について）、純収入（公的組織について） ・ 株主資本および負債の内訳を示した総資本（民間組織について） ・ 提供する製品、サービスの量	・ 企業概要 ・ 事業紹介
G4-10	a. 雇用契約別および男女別の総従業員数を報告する。	・ 雇用・就業状況
	b. 雇用の種類別、男女別の総正社員数を報告する。	
	c. 従業員・派遣労働者別、男女別の総労働力を報告する。	
	d. 地域別、男女別の総労働力を報告する。	
	e. 組織の作業の相当部分を担う者が、法的に自営業者と認められる労働者であるか否か、従業員や請負労働者（請負業者の従業員とその派遣労働者を含む）以外の者であるか否かを報告する。	
	f. 雇用者数の著しい変動（たとえば観光業や農業における雇用の季節変動）があれば報告する。	

G4-11	a. 団体交渉協定の対象となる全従業員の比率を報告する。	・ 労使関係
G4-12	a. 組織のサプライチェーンを記述する。	・ お客様・お取引先と響きあう／商品・サービス ・ すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証 ・ CSR調達
G4-13	a. 報告期間中に、組織の規模、構造、所有形態またはサプライチェーンに関して重大な変更が発生した場合はその事実を報告する。たとえば、 ・ 所在地または事業所の変更（施設の開設や閉鎖、拡張を含む） ・ 株式資本構造の変化、その他資本の形成、維持、変更手続きの実施による変化（民間組織の場合） ・ サプライヤーの所在地、サプライチェーンの構造、またはサプライヤーとの関係の変化（選択や終了を含む）	～当該期間においては該当なし～
G4-14	a. 組織が予防的アプローチや予防原則に取り組んでいるか否か、およびその取り組み方について報告する	・ ISO26000を活用したCSR活動のステップアップ ・ グループ品質マネジメントの推進 ・ 環境マネジメント ・ アルコール関連問題への取り組み
G4-15	a. 外部で作成された経済、環境、社会憲章、原則あるいはその他のイニシアティブで、組織が署名または支持したものを一覧表示する。	・ ISO26000を活用したCSR活動のステップアップ ・ グループ品質マネジメントの推進 ・ 環境マネジメント ・ アルコール関連問題への取り組み ・ CSRの考え方
G4-16	a. （企業団体など）団体や国内外の提言機関で、組織が次の項目に該当する位置付けにあるものについて、会員資格を一覧表示する。 ・ ガバナンス組織において役職を有しているもの ・ プロジェクトまたは委員会に参加しているもの ・ 通常の会員資格の義務を超える多額の資金提供を行っているもの ・ 会員資格を戦略的なものとして捉えているもの	・ サントリーが参画している業界団体 ・ アルコール関連問題への取り組み
特定されたマテリアルな側面とバウンダリー		
G4-17	a. 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっているすべての事業体を一覧表示する。	・ 財務情報
	b. 組織の連結財務諸表または同等文書の対象になっている事業体のいずれかが報告書の掲載から外れていることはないか報告する。	・ CSR情報の掲載方針
G4-18	a. 報告書の内容および側面のバウンダリーを確定するためのプロセスを説明する。	・ CSR情報の掲載方針
	b. 組織が「報告内容に関する原則」をどのように適用したかを説明する。	・ CSRの考え方
G4-19	a. 報告書の内容を確定するためのプロセスで特定したすべてのマテリアルな側面を一覧表示する。	・ CSRの考え方 ・ GRIガイドライン対照表

G4-20	<p>a. 各マテリアルな側面について、組織内の側面のバウンダリーを次の通り報告する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該側面が組織内でマテリアルであるか否かを報告する。 ・当該側面が、組織内のすべての事業体（G4-17による）にとってマテリアルでない場合、次の2つの方法のどちらかを選択して報告する。 ・G4-17の一覧に含まれており、その側面がマテリアルでない事業体または事業体グループの一覧。 ・G4-17の一覧に含まれており、その側面がマテリアルである事業体または事業体グループの一覧。 ・組織内の側面のバウンダリーに関して具体的な制限事項があれば報告する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・CSRの考え方 ・GRIガイドライン対照表 ・CSR情報の掲載方針
G4-21	<p>a. 各マテリアルな側面について、組織外の側面のバウンダリーを次の通り報告する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・当該側面が組織外でマテリアルであるか否かを報告する。 ・当該側面が組織外でマテリアルである場合には、当該側面がマテリアルである事業体または事業体グループ、側面がマテリアルとされる理由となった要素を特定する。また、特定した事業体で当該側面がマテリアルである地理的所在地を記述する。 ・組織外の側面のバウンダリーに関する具体的な制限事項があれば報告する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・CSRの考え方 ・お客様・お取引先と響きあう／商品・サービス ・CSR調達 ・アルコール関連問題への取り組み ・GRIガイドライン対照表
G4-22	<p>a. 過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合には、その影響および理由を報告する。</p>	～当該期間においては該当なし～
G4-23	<p>a. スcopeおよび側面のバウンダリーについて、過去の報告期間からの重要な変更を報告する。</p>	～当該期間においては該当なし～
ステークホルダー・エンゲージメント		
G4-24	<p>a. 組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループの一覧を提示する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・CSRの考え方 ・社会との対話
G4-25	<p>a. 組織がエンゲージメントしたステークホルダーの特定および選定基準を報告する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・CSRの考え方 ・社会との対話
G4-26	<p>a. ステークホルダー・エンゲージメントへの組織のアプローチ方法（種類別、ステークホルダー・グループ別のエンゲージメント頻度など）を報告する、またエンゲージメントを特に報告書作成プロセスの一環として行ったものか否かを示す。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・CSRの考え方 ・社会との対話
G4-27	<p>a. ステークホルダー・エンゲージメントにより提起された主なテーマや懸念、およびそれに対して組織がどう対応したか（報告を行って対応したものを含む）を報告する。また主なテーマや懸念を提起したステークホルダー・グループを報告する。</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・CSRの考え方 ・社会との対話
報告書のプロフィール		
G4-28	<p>a. 提供情報の報告期間（会計年度、暦年など）。</p>	・CSR情報の掲載方針
G4-29	<p>a. 最新の発行済報告書の日付（該当する場合）。</p>	・CSR情報の掲載方針
G4-30	<p>a. 報告サイクル（年次、隔年など）。</p>	・CSR情報の掲載方針
G4-31	<p>a. 報告書またはその内容に関する質問の窓口を提示する。</p>	・PDFダウンロード（CSRコミュニケーションブック）

G4-32	a.組織が選択した「準拠」のオプションを報告する。	・ GRIガイドライン対照表
	b.選択したオプションのGRI内容索引を報告する（以下の表を参照）。	
	c.報告書が外部保証を受けている場合、外部保証報告書の参照情報を報告する。（GRIでは外部保証の利用を推奨しているが、これは本ガイドラインに「準拠」するための要求事項ではない）。	
G4-33	a.報告書の外部保証に関する組織の方針および現在の実務慣行を報告する。	・ 社会との対話
	b.サステナビリティ報告書に添付された保証報告書内に記載がない場合は、外部保証の範囲および基準を報告する。	
	c.組織と保証の提供者の関係を報告する。	
	d.最高ガバナンス組織や役員が、組織のサステナビリティ報告書の保証に関わっているか否かを報告する。	
ガバナンス		
G4-34	a.組織のガバナンス構造(最高ガバナンス組織の委員会を含む)を報告する。経済、環境、社会影響に関する意思決定の責任を負う委員会があれば特定する。	・ コーポレート・ガバナンス
倫理と誠実性		
G4-56	a.組織の価値、理念および行動基準・規範（行動規範、倫理規定など）を記述する。	・ トップコミットメント ・ CSRの考え方 ・ コンプライアンス

特定標準開示項目

項目		該当Webページ
マネジメントアプローチ開示		
G4-DMA	a.側面がマテリアルである理由を報告する。当該側面をマテリアルと判断する要因となる影響を報告する。	・ トップコミットメント ・ CSRの考え方 ・ お客様・お取引先と響きあう／商品・サービス ・ 自然と響きあう／環境 ・ 社会と響きあう／文化・社会貢献 ・ 従業員と響きあう／ダイバーシティ経営
	b.マテリアルな側面やその影響に関する組織のマネジメント方法を報告する。	
	c.マネジメント手法の評価を、次の事項を含めて報告する。 ・ マネジメント手法の評価するしくみ ・ マネジメント手法の評価結果 ・ マネジメント手法に関連して調整を行った場合、その内容	

■経済

項目		該当Webページ
経済パフォーマンス		
G4-EC1	創出、分配した直接的経済価値	—
G4-EC2	気候変動によって組織の活動が受ける財務上の影響、その他のリスクと機会	・ 環境ビジョン

G4-EC3	確定給付型年金制度の組織負担の範囲	—
G4-EC4	政府から受けた財務援助	～当該期間においては該当なし～
地域での存在感		
G4-EC5	重要事業拠点における地域最低賃金に対する標準最低給与の比率(男女別)	～当該期間においては該当なし～
G4-EC6	重要事業拠点における、地域コミュニティから採用した上級管理職の比率	・雇用・就業状況
間接的な経済影響		
G4-EC7	インフラ投資および支援サービスの展開と影響	・「天然水の森」(水源涵養/生物多様性の保全)
G4-EC8	著しい間接的な経済影響(影響の程度を含む)	～当該期間においては該当なし～
調達慣行		
G4-EC9	重要事業拠点における地元サプライヤーへの支出の比率	・公正・公平な取引

■環境

項目		該当Webページ
原材料		
G4-EN1	使用原材料の重量または量	・事業活動と環境影響
G4-EN2	使用原材料におけるリサイクル材料の割合	・廃棄物の削減と再資源化の推進
エネルギー		
G4-EN3	組織内のエネルギー消費量	・地球温暖化防止
G4-EN4	組織外のエネルギー消費量	・地球温暖化防止
G4-EN5	エネルギー原単位	・地球温暖化防止
G4-EN6	エネルギー消費の削減量	・地球温暖化防止
G4-EN7	製品およびサービスが必要とするエネルギーの削減量	—
水		
G4-EN8	水源別の総取水量	・水資源の有効活用
G4-EN9	取水によって著しい影響を受ける水源	・「天然水の森」(水源涵養/生物多様性の保全)
G4-EN10	リサイクルおよびリユースした水の総量と比率	・水資源の有効活用
生物多様性		
G4-EN11	保護地域の内部や隣接地域または保護地域外の生物多様性価値の高い地域に所有、賃借、管理している事業サイト	・自然環境の保全・再生
G4-EN12	保護地域や保護地域外の生物多様性価値の高い地域において、活動、製品、サービスが生物多様性に対して及ぼす著しい影響の記述	・自然環境の保全・再生
G4-EN13	保護または復元されている生息地	・自然環境の保全・再生

G4-EN14	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストおよび国内保全種リスト対象の生物種の総数。これらを絶滅危険性のレベルで分類する	～当該期間においては該当なし～
大気への排出		
G4-EN15	直接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ1）	・地球温暖化防止
G4-EN16	間接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ2）	・地球温暖化防止
G4-EN17	その他の間接的な温室効果ガス（GHG）排出（スコープ3）	・環境負荷低減 ・地球温暖化防止
G4-EN18	温室効果ガス（GHG）排出原単位	・地球温暖化防止
G4-EN19	温室効果ガス（GHG）排出量の削減量	・地球温暖化防止
G4-EN20	オゾン層破壊物質（ODS）の排出量	－
G4-EN21	NOx、SOx、およびその他の重大な大気排出	・汚染防止・化学物質管理
排水および廃棄物		
G4-EN22	水質および排出先ごとの総排水量	・サイトレポート
G4-EN23	種類別および処分方法別の廃棄物の総重量	・廃棄物の削減と再資源化の推進
G4-EN24	重大な漏出の総件数および漏出量	～当該期間においては該当なし～
G4-EN25	バーゼル条約2付属文書I、II、III、VIIIに定める有害廃棄物の輸送、輸入、輸出、処理重量、および国際輸送した廃棄物の比率	～当該期間においては該当なし～
G4-EN26	組織の排水や流出液により著しい影響を受ける水域ならびに関連生息地の場所、規模、保護状況および生物多様性価値	～当該期間においては該当なし～
製品およびサービス		
G4-EN27	製品およびサービスによる環境影響緩和の程度	・容器包装の3R
G4-EN28	使用済み製品や梱包材のリユース、リサイクル比率（区分別）	・容器包装の3R
コンプライアンス		
G4-EN29	環境法規制の違反に関する高額罰金の額、罰金以外の制裁措置の件数	～当該期間においては該当なし～
輸送・移動		
G4-EN30	製品の輸送、業務に使用するその他の物品や原材料の輸送、従業員の移動から生じる著しい環境影響	・物流での取り組み
環境全般		
G4-EN31	環境保護目的の総支出と総投資（種類別）	・環境マネジメント
サプライヤーの環境評価		
G4-EN32	環境クライテリアにより選定した新規サプライヤーの比率	・公正・公平な取引
G4-EN33	サプライチェーンにおける著しいマイナス環境影響（現実的、潜在的なもの）、および行った措置	～当該期間においては該当なし～
環境に関する苦情処理制度		
G4-EN34	環境影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度を通じて申立、対応、解決を行ったものの件数	～当該期間においては該当なし～

■社会

労働慣行とディーセント・ワーク

項目		該当Webページ
雇用		
G4-LA1	従業員の新規雇用者と離職者の総数と比率（年齢、性別、地域による内訳）	・雇用・就業状況
G4-LA2	派遣社員とアルバイト従業員には支給せず、正社員に支給する給付（主要事業拠点ごと）	—
G4-LA3	出産・育児休暇後の復職率と定着率（男女別）	・ワークライフバランスの推進
労使関係		
G4-LA4	業務上の変更を実施する場合の最低通知期間（労働協約で定めているか否かも含む）	・労使関係
労働安全衛生		
G4-LA5	労働安全衛生プログラムについてモニタリング、助言を行う労使合同安全衛生委員会に代表を送る母体となっている総労働力の比率	—
G4-LA6	傷害の種類と、傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤の比率および業務上の死亡者数（地域別、男女別）	・労働安全
G4-LA7	業務関連の事故や疾病発症のリスクが高い労働者数	—
G4-LA8	労働組合との正式協定に定められている安全衛生関連のテーマ	・労働安全
研修および教育		
G4-LA9	従業員一人あたりの年間平均研修時間（男女別、従業員区分別）	—
G4-LA10	スキル・マネジメントや生涯学習のプログラムによる従業員の継続雇用と雇用終了計画の支援	・人材育成
G4-LA11	業績とキャリア開発についての定期的評価を受けている従業員の比率（男女別、従業員区分別）	・人材育成
多様性と機会均等		
G4-LA12	ガバナンス組織の構成と従業員区分別の内訳（性別、年齢、マイノリティグループその他の多様性指標別）	・雇用・就業状況 ・ダイバーシティの推進
男女同一報酬		
G4-LA13	女性の基本給と報酬総額の対男性比（従業員区分別、主要事業拠点別）	・人事の基本的な考え方
サプライヤーの労働慣行評価		
G4-LA14	労働慣行クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	・公正・公平な取引
G4-LA15	サプライチェーンでの労働慣行に関する著しいマイナス影響（現実のもの、潜在的なもの）と実施した措置	・CSR調達
労働慣行に関する苦情処理		
G4-LA16	労働慣行に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	～当該期間においては該当なし～

人権

項目		該当Webページ
投資		
G4-HR1	重要な投資協定や契約で、人権条項を定めているもの、人権スクリーニングを受けたものの総数とその比率	—
G4-HR2	業務関連の人権側面についての方針、手順を内容とする従業員研修を行った総時間（研修を受けた従業員の比率を含む）	・ 人権の尊重
非差別		
G4-HR3	差別事例の総件数と実施した是正措置	～当該期間においては該当なし～
結社の自由と団体交渉		
G4-HR4	結社の自由や団体交渉の権利行使が、侵害されたり著しいリスクにさらされているかもしれないと特定された業務やサプライヤー、および当該権利を支援するために実施した対策	～当該期間においては該当なし～
児童労働		
G4-HR5	児童労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、および児童労働の効果的な根絶のために実施した対策	～当該期間においては該当なし～
強制労働		
G4-HR6	強制労働事例に関して著しいリスクがあると特定された業務やサプライヤー、およびあらゆる形態の強制労働を撲滅するための対策	～当該期間においては該当なし～
保安慣行		
G4-HR7	業務関連の人権方針や手順について研修を受けた保安要員の比率	・ 人権の尊重
先住民の権利		
G4-HR8	先住民族の権利を侵害した事例の総件数と実施した措置	～当該期間においては該当なし～
人権評価		
G4-HR9	人権レビューや影響評価の対象とした業務の総数とその比率	・ 人権の尊重
サプライヤーの人権評価		
G4-HR10	人権クライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	・ 公正・公平な取引
G4-HR11	サプライチェーンにおける人権への著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置	・ CSR調達
人権に関する苦情処理制度		
G4-HR12	人権影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度により申立、対応、解決を図ったものの件数	～当該期間においては該当なし～

社会

項目		該当Webページ
地域コミュニティ		
G4-SO1	事業のうち、地域コミュニティとのエンゲージメント、影響評価、コミュニティ開発プログラムを実施したものの比率	<ul style="list-style-type: none"> ・「天然水の森」（水源涵養/生物多様性の保全） ・愛鳥活動 ・次世代環境教育「水育」 ・従業員への環境教育 ・被災地支援 ・地域貢献
G4-SO2	地域コミュニティに著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）を及ぼす事業	・自然環境の保全・再生
腐敗防止		
G4-SO3	腐敗に関するリスク評価を行っている事業の総数と比率、特定した著しいリスク	・リスクマネジメント
G4-SO4	腐敗防止の方針や手順に関するコミュニケーションと研修	・コンプライアンス
G4-SO5	確定した腐敗事例、および実施した措置	～当該期間においては該当なし～
公共政策		
G4-SO6	政治献金の総額（国別、受領者・受益者別）	・リスクマネジメント
反競争的行為		
G4-SO7	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により法的措置を受けた事例の総件数およびその結果	～当該期間においては該当なし～
コンプライアンス		
G4-SO8	法規制への違反に対する相当額以上の罰金金額および罰金以外の制裁措置の件数	～当該期間においては該当なし～
サプライヤーの社会への影響評価		
G4-SO9	社会に及ぼす影響に関するクライテリアによりスクリーニングした新規サプライヤーの比率	・公正・公平な取引
G4-SO10	サプライチェーンで社会に及ぼす著しいマイナスの影響（現実のもの、潜在的なもの）および実施した措置	・CSR調達
社会への影響に関する苦情処理制度		
G4-SO11	社会に及ぼす影響に関する苦情で、正式な苦情処理制度に申立、対応、解決を図ったものの件数	～当該期間においては該当なし～

製品責任

項目		該当Webページ
顧客の安全衛生		
G4-PR1	主要な製品やサービスで、安全衛生の影響評価を行い、改善を図っているものの比率	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ品質マネジメントの推進 ・すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

G4-PR2	製品やサービスのライフサイクルにおいて発生した、安全衛生に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別）	<ul style="list-style-type: none"> ・グループ品質マネジメントの推進 ・すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証 ・適切でわかりやすい情報開示
製品およびサービスのラベリング		
G4-PR3	組織が製品およびサービスの情報とラベリングに関して手順を定めている場合、手順が適用される製品およびサービスに関する情報の種類と、このような情報要求事項の対象となる主要な製品およびサービスの比率	・適切でわかりやすい情報開示
G4-PR4	製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制ならびに自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別）	・適切でわかりやすい情報開示
G4-PR5	顧客満足度調査の結果	・お客様コミュニケーション
マーケティング・コミュニケーション		
G4-PR6	販売禁止製品、係争中の製品の売上	～該当なし～
G4-PR7	マーケティング・コミュニケーション（広告、プロモーション、スポンサー活動を含む）に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数（結果の種類別）	・アルコール関連問題への取り組み
顧客プライバシー		
G4-PR8	顧客プライバシーの侵害および顧客データの紛失に関して実証された不服申立の総件数	～当該期間においては該当なし～
コンプライアンス		
G4-PR9	製品およびサービスの提供、使用に関する法律や規制の違反に対する相当額以上の罰金金額	～当該期間においては該当なし～

「4つの取り組み」と関連性の高い側面

- お客様・お取引先と響きあう／商品・サービス
- 自然と響きあう／環境
- 社会と響きあう／文化・社会貢献
- 従業員と響きあう／ダイバーシティ経営

サントリーグループは「4つの取り組み」（上記）のもと、これらに関連性の高い側面（下記）に積極的に取り組んでいます。

【顧客の安全衛生】【製品およびサービスのラベリング】【エネルギー】【水】【生物多様性】【地域コミュニティ】【研修および教育】【多様性と機会均等】【サプライヤーの環境評価】【サプライヤーの労働慣行評価】【サプライヤーの人権評価】【サプライヤーの社会への影響評価】【マーケティング・コミュニケーション】