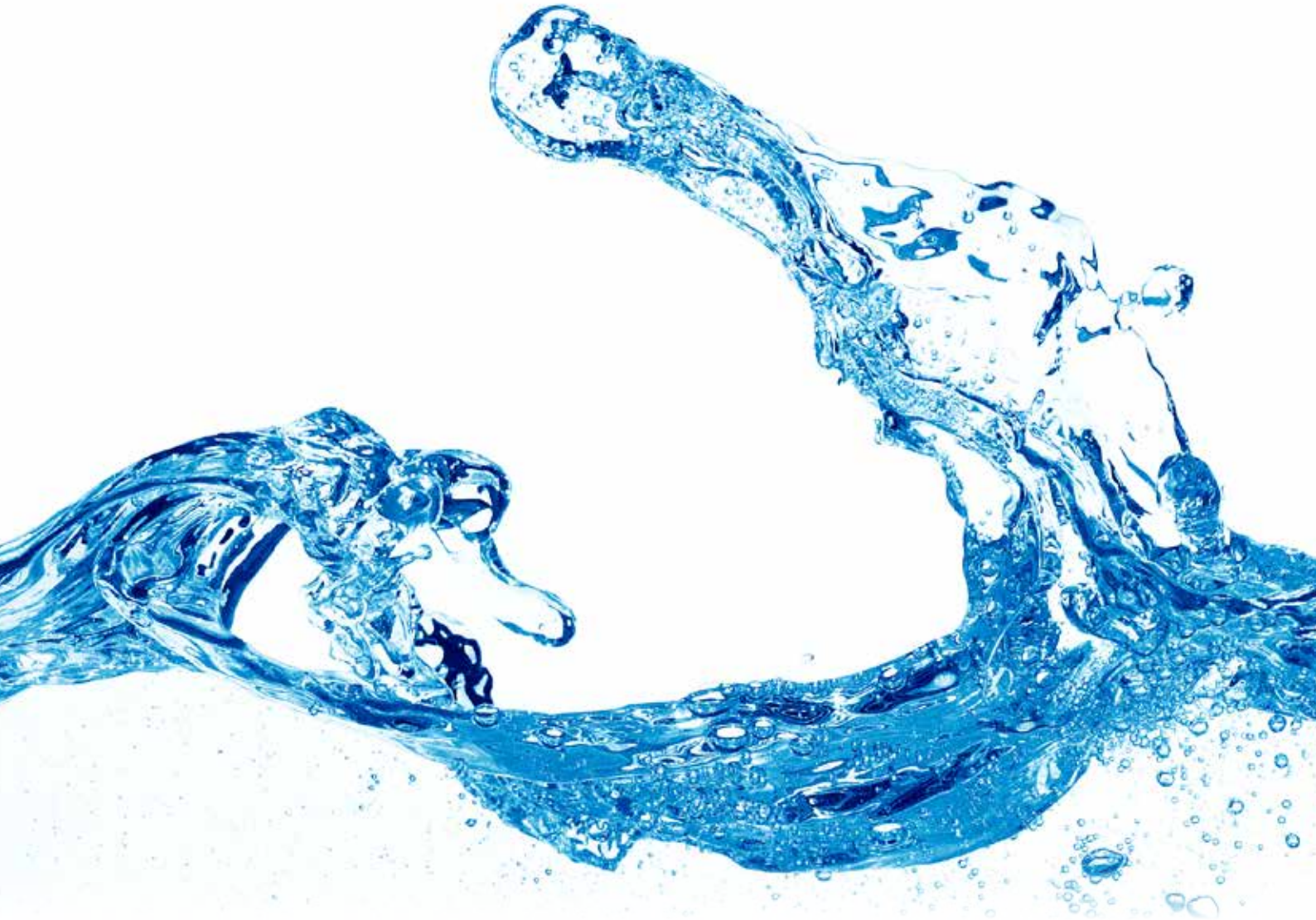
2021

サントリーグループ サステナビリティサイト

PDF版



SUNTORY

CONTENTS

トップコミットメント …… 002

2020年度ダイアログ …… 004

サントリーが考えるサステナビリティ経営 …… 011

- ISO26000を活用したCSR活動のステップアップ
- サステナビリティ行動計画
- サステナビリティ情報の掲載方針

サステナビリティビジョン …… 026

サステナビリティに関する7つのテーマ …… 030

- 01:水
- 02:CO_2
- 03:原料
- 04:容器・包装
- 05:健康
- 06:人権
- 07:生活文化

お客様・お取引先と響きあう　商品・サービス ……054

- お客様志向自主宣言
- 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
- お客様志向を実現するための人づくり
- サステナブル調達
- 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
- 健康で豊かな生活への取り組み

自然と響きあう　環境 …… 092

- 環境経営
  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
  2020年度の目標と実績・評価／従業員への環境教育
- 水のサステナビリティ
  サントリーの『水理念』／水リスクの評価／水資源の有効活用
  「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)」／世界各地の「水」の取り組み
- 脱炭素社会への取り組み
  地球温暖化対策／バリューチェーン全体でのGHG削減
  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
  グリーン調達・グリーン購入／ TCFD提言に基づく開示
- 循環型社会への貢献
  サントリーグループ「プラスチック基本方針」／容器包装の3R／
  容器の回収～リサイクルの流れ／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／
  サントリーが参画している業界団体／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 …… 181

- 社会貢献活動方針
- 芸術・文化・学術活動
- スポーツ活動
- 社会福祉
- 次世代育成
- 被災地支援
- サントリー東北サンさんプロジェクト
- サントリー水の国くまもと応援プロジェクト
- 地域貢献
- チャレンジド・スポーツ支援
- 社員ボランティア

従業員と響きあう　ダイバーシティ経営 …… 222

- 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

コーポレート・ガバナンス …… 264

- 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
- リスクマネジメント

グループ各社のサステナビリティ …… 284

- 国内グループ会社の活動
  ハーゲンダッツ ジャパン(株)／(株)ダイナックホールディングス／
  (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
  サントリー食品ヨーロッパ／サントリー食品アジア／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・ビバレッジ／
  フルコア・サントリー／ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ／ビーム
  サントリー／シャトー ラグランジュ／ロバート ヴァイル醸造所

人権の尊重 …… 384

社外からの表彰 …… 390

アンケート結果 …… 391

主要サステナビリティデータ …… 392

GRIスタンダード対照表 …… 412

世界経済フォーラム ESGメトリクス
(Stakeholder Capitalism Metrics)対照表 …… 436

サントリーグループのサステナビリティ

トップコミットメント



新型コロナウイルス感染症に罹患された方やそのご家族、感染症拡大により、生活や事業活動に深刻な影響を受けておられる皆さまに、心よりお見舞いを申し上げます。また感染拡大防止に向け努力されている皆様、最前線で困難に立ち向かっている医療関係者の皆様に深く敬意を表し感謝申し上げます。
私たちは創業以来実践してきた「利益三分主義」のもと、世界各地での消毒用アルコールや感染防具の医療関係者への無償提供をはじめ、製品提供や寄付等、困窮されている方のための支援活動にグループ全体で取り組んできました。この厳しいコロナ影響をともに乗り越えていくため、今後も尽力をしていきます。

サントリーグループが目指すのは「人間の生命の輝き」に満ちた社会の実現です。「人と自然と響きあう」を使命に掲げ、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文化に貢献すると同時に、多様性ある社会や美しい地球環境との共生を常に念頭に置き、持続可能な社会の実現を目指してきました。コロナによる混乱の中でも、先送りにしてはならないのが、この持続可能な社会の実現に対する取り組みです。

サントリーグループは、「Growing for Good」の志のもと、2019年に「サステナビリティ・ビジョン」を制定し、水資源の保全や温室効果ガス（GHG）排出削減、資源の循環利用促進などの地球環境保全、そして、サプライチェーンにおける人権の尊重や人々の心豊かで健康な生活への貢献等にグループ一丸となって取り組んでいます。なかでも、「水と生きる」を社会との約束に掲げる企業として水のサステナビリティ、喫緊の課題であるGHG削減やプラスチックには、世の中に先駆けた取り組みで世界をリードしていく責務があると考えています。

「水」の取り組みは、自然の恵みを製品としてお届けしているサントリーの最も重要な課題と認識し、日本において、私たちが使用している水の2倍を育む森林整備活動や次世代環境教育「水育」を行ってきました。現在、日本で培ったこれらの水への取り組みを米国、東南アジアをはじめ世界で展開しています。
また、2050年までにバリューチェーン全体でGHG排出の実質ゼロを目指すことをビジョンに掲げ、今年、その達成に向け、2030年目標を「自社拠点でのGHG排出量を50%削減」「バリューチェーン全体で30%削減」に引き上げました。これは世界の気温上昇を1.5℃以内に抑えるためのチャレンジングな目標ですが、「やってみなはれ」精神のもと、再生可能エネルギーの早期導入や内部炭素価格の導入による設備投資促進等に、大胆かつイノベーティブに取り組んでいきます。
プラスチックにおいては、2019年に「プラスチック基本方針」を掲げ、2030年までにグローバルで使用するペットボトルの素材をすべてサステナブルなものとし、化石由来原料の新規使用をゼロにすることを目指しています。さらに昨年、使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組む新会社「株式会社アールプラスジャパン」を設立しました。PETだけでなく、リサイクル困難な多様なプラスチックを再生するエコシステムを構築し、循環型経済の実現に大きく貢献していきたいと考えています。

「良い商品」は、安全･安心や高品質であることに加えて、GHG排出や天然資源の保全、サプライチェーンに関わる人々の人権など、環境･社会課題への取り組みが求められるようになっています。私たちサントリーグループは、サステナビリティを経営の中軸にすえ、お客様をはじめとするステークホルダーの皆様のお声に耳を傾けながら、持続可能な社会に貢献する「良い商品」をお届けし、グローバルに成長を続ける総合酒類食品企業として、生命の輝きに満ちた社会の実現をめざして更なる革新と挑戦を続けてまいります。

2021年7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

社会との対話

「サステナビリティ・ビジョン」策定後の取り組みに見るサントリーの未来

サントリーグループは「Growing for Good」の志のもと、持続可能な社会の実現に向けて挑戦を続けるべく2019年にサントリーグループ「サステナリビリティ・ビジョン」を策定しました。そこでテーマとした7つの重要領域から、特に「水」「CO_2」「容器・包装」について、有識者の方々にご紹介させていただき、評価やご意見をいただきました。

● 開催日：2021年1月14日（木）
● 場　所：有識者：リモートによるご参加
　　サントリー参加者：サントリーワールドヘッドクォーターズ（お台場オフィス）

■有識者



足立 直樹氏
（株）レスポンスアビリティ
代表取締役



平林 由希子氏
芝浦工業大学
土木工学科教授



古木 二郎氏
（株）三菱総合研究所
サステナビリティ本部
環境イノベーショングループ
主席研究員

■サントリー



福本 ともみ
サントリーホールディングス（株）
執行役員
コーポレートサステナビリティ推進本部長



北村 暢康
サントリーホールディングス（株）
コーポレートサステナビリティ推進本部
サステナビリティ推進部長



内藤 寛
サントリーホールディングス（株）
コーポレートサステナビリティ推進本部
サステナビリティ推進部部長



井床 眞夫
サントリー食品インターナショナル（株）
専務執行役員
MONOZUKURI本部長



横井 恒彦
サントリー MONOZUKURIエキスパート（株）
執行役員
SCM本部 包材部長

■司会

今津 秀紀
学会「企業と社会フォーラム」プログラム委員長

水」に加え「環境」でもトップランナーだというイメージをもっと伝えるべき

司会　2019年に策定したサントリーグループ「サステナビリティ・ビジョン」のなかでも水、CO_2削減と気候変動、および容器・包装からは特にプラスチックについて、本日は有識者の方々からさまざまなご意見をいただきたいと思います。まずは、「水」に関してお願いいたします。

足立　水については、サントリーは一貫して熱心な取り組みをされていますが、その取り組みが本業にストレートにつながっています。メッセージ性という意味でもとても素晴らしいと思います。特に国内の水源涵養（かんよう）に関して、工場で汲み上げる地下水の2倍以上の水を工場の水源涵養エリアの森で育んでおり、ウォーター・ポジティブと言っていい内容で、とても素晴らしいと思います。また、コロナ禍にあっても「森と水の学校」や「出張授業」など教育活動「水育」を継続されていることも大変評価できると思います。一方で、国内の水源涵養以外の取り組みについてはいかがでしょう。原材料をつくる畑で使う水について、どのような取り組みが行われているのかも気になります。

平林　水に対する取り組みのなかで、特に「水育」に関して私たち専門家も努力していますが、サントリーのような企業が率先して教育を進めてくださるということは、大変素晴らしいことで感謝しています。
また、印象やイメージだけではなく、現地で科学的な調査や評価に基づいて活動していることや、そこで科学的知識を得るだけでなく、しっかり伝えているところが高く評価できます。継続的な調査によって、例えば日本のみならず海外において環境や気候変動、人口増加といった変化の影響がすでに見えてきているかもしれません。その上でさらに、そういった変化にどう対応していくのかという見通しまで示したり、モニタリングを継続的に進めるといった長期の展望につながる活動を進めていただけるとより良いのではないかと思います。
「水ストレス」（1人当たり年間使用可能水量が1,700tを下回り日常生活に不便を感じる状態）に関して、数ある工場の中でどの工場が高いのか評価をして対象拠点を選んだうえで調査をされていますが、現在では対象拠点に選別されていない場所が2030年や2050年といった将来には、一定以上の水ストレスになっているかもしれません。観測を通じて、そういった将来のリスクが高くなることが見込まれるような場所を早めに予測し、指摘してもらえることを期待しています。

古木　まず水の取り組みについて目に飛び込んできたトピックが、水の使用量削減についてです。加えて、水源涵養や地域に根差した取り組みというのは、とても素晴らしいと思います。そこについても定量的に表せる指標といったものがあれば、なおいいのではないでしょうか。現在では、ローカルSDGsや地域循環共生圏といったことがブームですからそういう流れに乗って、サントリーがそれぞれの地域でリーダーシップをとって活動するということもできるのではないかと思います。

北村　私たちは水領域のトップランナーとなるべくさまざまな取り組みを行っていますが、水のトップランナーといってもいろいろな定義があります。そこに絶対条件はないとは思うのですが、サントリーという企業としてどんなことに期待されますか？ もしくは、どういうことがなければならないでしょうか？

平林

私ごとではありますが、2011年の東日本大震災を機に『サントリー 南アルプスの天然水』を毎月まとめ買いしています。水循環を研究する専門家としては、ブランドにこだわらず科学的に判断すべきですが、子供の母親としては、水はしっかりした安全なものをという思いがあります。数十円安い製品があっても、それは選ばない。これが企業イメージではないかと思っています。

ただ、水のトップランナーでありながら、環境に関してもトップランナーだという認知がまだ消費者には伝わっていないようにも感じます。実際には脱炭素や循環型社会への貢献など、多くの努力をされているわけですから、水に加えて環境でもトップランナーなのだというイメージを一層伝えていく必要があるのではないでしょうか。そうすることで、消費者にとっては「サントリーの製品を買っていれば、環境に対していいことをしている」というイメージが持てるように思います。

足立

私も、これほどの規模で水源涵養をしているのですから、「完全にウォーターニュートラルになっている」あるいは「ウォーターポジティブです」ということをもっと積極的にアピールすべきだと思います。こうしたことは、積極的に伝えようとしないと伝わりません。また、こうした先進的な取り組みについて、国内のみならず海外に向けてアピールしていただきたい。サントリーは海外事業も大きいですし、働いている方も海外の方が多いわけですから。

水に関しては教育にまで広げてやり尽くしているように感じますが、1つだけ足りないことがあると思っています。それは、今後間違いなく深刻化する水不足に対して、サントリーはどのようなソリューションを提供するのかということ。水に困っている人は世界中に何億人といて、残念ながら今後もっと増えていきます。必ずしもお客様ではない方々に対して何をするべきか。どの分野でも世界的な企業はそこまで求められています。SDGsの視点がまさにそうですが、お客様ではないステークホルダーに対して、どこまでできるか、それが企業の本当の価値になってくると思います。





行動変容していることをサントリーのブランディングに変える

司会

続いて「CO_2」、気候変動への取り組みについてお伺いしたいと思います。サントリーグループでは、2030年目標として自社工場・事業所などからの直接排出25%削減、すべてのバリューチェーンからの排出20%削減を掲げています。また、2050年ビジョンとして、バリューチェーン全体で温室効果ガス排出の実質ゼロを目指しています。

足立

2050年にバリューチェーン全体でゼロを目指すというのは、とても難しいことです。ですが、本当にそれで十分なのだろうかとも思います。昨年、日本は国全体として2050年にカーボンニュートラルを目標とする宣言をしました。

サントリーの目標が易しいものだとは言いませんが、航空や鉄鋼、コンクリート、セメントなど実現が難しい業界が多くある中で、国全体での達成を考えてみたときにサントリーとして2050年カーボン・ニュートラルでいいのでしょうか。世界に目を向けてみると、すでにお酒や飲料、食品でカーボンニュートラルを謳うものがありますから、サントリーとしてもう少し早い実現を狙わなといけないのではないかと思います。

平林

サントリーは、「CDPウォーターセキュリティ」（国際的な非政府組織CDPによる企業の水セキュリティに関する情報公開プログラム）のAリスト企業に5年連続で選定されています。このプログラムには気候変動リスクの評価もありますから、A評価ということは気候変動リスクについても適切に進めておられるのだと思います。ですが、今回ご紹介いただいた内容からは、気候変動と水循環へのリスクというものがあまり見えてきませんでした。温暖化が進むことで、例えば日本ではバリューチェーンが水害や風水害に遭うリスクが高くなっていたり、海外の工場では反対に渇水が増える地域も出てきたりしていると思います。

内藤

気候変動対策のなかで、緩和策（排出量削減または吸収量増加）は世界的な温室効果ガス排出量の算定・報告ガイドラインにおけるScope1（直接排出量）、Scope2（間接排出量）、あるいはサプライチェーン全体の排出量であるScope3（その他間接排出量）も減らすといった取り組みを実施しています。緩和策は私たちに課せられたミッションですので、目標を立てて、やり方を決定し、どのように実行していくかというサイクルをしっかりと回していきたいと思っています。
適応策（悪影響の軽減または好影響の増長）としては、「TCFD」（気候関連財務情報開示タスクフォース）におけるリスクと機会の評価などをツールとして確立していこうと取り組んでいるところです。まずは、今あることとうまく結び付けていければと考えています。たとえば社会に対して熱中症対策の飲料を商品として提供するといった基本的なものや、自社においては、水害に対しては海沿いにある工場では充電設備を嵩上げして設置するなど、予防的な対策も行っています。

平林

「IPCC」（気候変動に関する政府間パネル）でもよく取り上げられますが、どのように資金を回すのか――企業はまずは利益を追求しなければなりませんが、気候変動の取り組みは一部持ち出しになってしまいます。そこで、環境に配慮している、行動変容しているといったことを企業のブランディングに変える。このブランディングを進めることによって最終的には利益につなげるような取り組み方が、企業の成長のためには必須であるという動きも増えてきています。

福本

適応策として、これまでも自然災害へのリスクマネジメントとしてBCP（事業継続計画）の観点も含めて取り組んできていますが、これから一層歩みを進めていかなければいけないのが、中長期の原材料への影響、バリューチェーン全体での長期の安定調達です。これまでも、一部の原料について取り組んできましたが、現在、改めて各事業部門と、その事業にとって不可欠な原材料は何か、気候変化あるいは水不足等の影響を受けるリスクが高い原材料は何か、代替のきかないものは何か等について検討を進めています。これからドライブをかけていかなければならないと考えていますが、アドバイスがあればぜひお伺いします。

足立

日本のある食品メーカーで伺った話ですが、例えばある果物が今までの調達地から入手できなくなったそうです。気候変動により価格が上がったり、品質が悪くなったりということがもう実際に起きているんです。私はこれは未来の話ではなく、目の前の問題として、かなり大至急取り組まないといけないことだと心配しています。

井床

例えばコーヒーであれば2050年問題というものがあり、地球温暖化の影響で今までよりも標高が高いところでしか栽培できなくなるという問題があります。現在、ブラジルをはじめとした農園で契約栽培を行っていますが、調達のリスクと栽培に必要な水への対応という部分まで考えて取り組んでいきたいと考えています。この原材料の中長期調達に関するプロジェクトは、2021年1月からサントリーホールディングスのMONOZUKURI本部でより深めて検討していくべくスタートしています。

足立

ぜひ進めていただきたいと思います。そこがみなさんのビジネスを継続するための一番のポイントですから。サントリーは水がないと事業が成り立たないという説明がありましたが、大切なのは水だけではない。麦やコーヒーなど、いろいろな原材料がないとビジネスができないので、本当に力を入れていただきたいと思います。

司会

CO_2の排出量削減について、具体的にどのような取り組みを行っていけばいいのか、足立さんからご意見を伺えればと思います。

足立

すでにサントリーでは省エネは十分にやっていると思います。さらに別の方法として、たとえば再生可能エネルギーの導入はPPA（Power Purchase Agreement：電力販売契約モデル）で長期契約をすることで安定して購入できますし、経済的にも合理的です。一方で、再生可能エネルギーは日本ではなかなか買えなかったり、価格も高いという問題があります。これは行政にもっと頑張ってもらわなければいけない部分ですが、その行政を企業がどう動かすか、志を同じくした企業同士が一緒になり働きかけていくのが良いと思います。

北村

私たちはビジョンとして成長を掲げており、事業を受け持つ立場からすると、成長とCO_2の排出量削減にはジレンマがあります。これは弊社だけのことではないとは思いますが、その2つを実現していくことの難しさを感じます。

足立

事業が成長しても、CO_2の排出量削減は可能です。というのは、再生可能エネルギーにシフトすればそこを考えなくていいわけです。エネルギーの消費量が万が一上がってしまったとしても、そもそもCO_2を出さないエネルギーなので気にしなくていいというのが1点。もう一つのやり方としては、リジェネレイティブ・アグリカルチャー（環境再生型農業）というものがあります。アメリカの大農家や穀物メーカーが注目して、いま急速にシフトしています。これまでの集約型で肥料や農薬をたくさん使う農業ではなく、なるべく自然なやり方、日本で言う自然農法のようなものに戻しているのです。農業は世界全体で25%のGHG（温室効果ガス）を排出していると言われていますが、この方法ですと土壌がCO_2をたくさん吸収してくれるので、バリューチェーン全体で発生量をかなり減らすことができます。たとえば、こうしたやり方はとても有用ではないかと思います。





ペットボトルの機能を損なわない素材での事業継続に期待

司会

「プラスチック」について、サントリーグループでは「プラスチック基本方針」に基づき、2030年までにグローバルで使用するすべてのペットボトルをリサイクル素材あるいは植物由来素材100%に切り替え、新たな化石由来原料の使用ゼロの実現を目指しています。プラスチックについてもご意見を伺えればと思います。

足立

2030年に向けた目標は高く評価したいと思います。国内企業の多くは国内の相場感であったり、国内のベンチマークで終わっていることが多いように思いますが、サントリーの目標は国際的な相場感に合致しています。

古木

プラスチックにつきましては、国内の大手ボトラーの中でもトップの目標設定をされていると思います。また、サントリー1社単独ではなく業界を横断してアライアンスを組んだ取り組み（使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組む新会社「株式会社アールプラスジャパン」の設立）もとてもいいと思います。一方で、目標達成に向けたやり方、持続性といったことを考えると、CO_2のカーボンニュートラル達成へのハードルが高くなってきている今、リサイクル素材あるいは植物由来素材のバランスについても考えていかなければいけないと思います。

横井

古木先生がおっしゃったように、今の段階ではいろいろなカードを持っておかないと先行きがどうかるかわからない部分があります。例えば、2011年からボトルtoボトルのメカニカル・リサイクル技術を進めてきましたが、原料になる使用済みペットボトルが十分に集まるのかという問題もあります。ですから、もっと間口を広げられるようにケミカルリサイクルであったり、あるいは天然素材のバイオプラスチック素材であったり、いろいろなことに挑戦しています。どれも道半ばの段階ではありますが、止まってしまえば切れるカードがなくなりますので、やり続けたいと思います。

古木

業界の方とお話すると、ペットボトルはほかには代え難い優れた機能性があり、消費者の選択によって現在の形になっていると言います。ですから、将来的にもペットボトルのみで商売をするのかどうかということに関しては、単純にほかの素材で代替するのではなく、ペットボトルが持っている機能もある程度損なわずに飲料を売る仕組みといった――かなり無理を申しているとは思いますが、そういう事業のやり方も考えていったほうがいいのではないかと思います。

横井

2019年には、烏龍茶や麦茶で2リットルのペットボトル製品に代わるものとして、濃縮させたものを190グラムの缶で製品化しています。先生にご指摘いただいたことへの対応策の1つではないかと思います。

井床

この濃縮缶は、スチールですのでリサイクルしやすいのはもちろん、物流面にもやさしい製品です。現在、日本の物流業界ではドライバーの人手不足があり、売上を保ちながらも物流量は落としたいという状況があります。今後、食品事業としてはすべてをペットボトルでということではなく、お客様のご家庭にある程度のご負担をいただきながらも、同じおいしさのものをお届けするという手段も1つだと考えています。

足立

プラスチックではありませんが、海外ではワインボトルやウイスキーボトルを紙にするといったことが試されています。それぞれは決定版ではなく、こういうやり方も試してみようという試行錯誤の段階だと思います。その試行錯誤のなかで、きっと新しいもの、本当にいいものが生まれるでしょうし、経験も積まれるのではないでしょうか。

古木

この問題に関してはまだこれという打ち手が世界的にもはっきりしていない。バックキャスティングで野心的な目標を掲げてこれから考えていこうというところが多く、なかなか今の段階でこれが最適解だというのは正直難しいと思っています。ですから、これは私見ですが、最終的には担当している方の思いがとても重要で、なおかつその人の思い描いている未来を実現できる環境が整っているかどうかも考えて決めていくしかないと思います。

福本

「プラスチック基本方針」のなかでも、代替素材の探索は方策の1つとして掲げています。難しいのは、代替素材を検討する際にも、海洋汚染の問題だけでなく、気候変動問題等、他の環境や社会課題についてライフサイクル全体で考える必要があるということです。おっしゃっていただいたように、これという打ち手がまだまだ特定できない中で、あらゆる選択肢を排除せず、総合的な判断をしながら選択、決定していきたいと思います。





世界に向けたコミュニケーションで企業の価値を高める

司会

先生方からいろいろなアドバイスをいただきましたが、最後にサントリーに対して応援の意味を込めて、ここを頑張ってほしい、伸ばしていってほしいといったメッセージをいただけますでしょうか。

平林

CO_2削減と事業成長のジレンマについてお話がありました。それをジレンマと捉えずに、CO_2削減が事業発展にポジティブであるという考え方で、バランス良く事業を進めていただくことが、企業のリスクを下げることにもつながると思います。今後のより良い社会、より良い日本ないし世界の発展に貢献するんだという自信を持って、ぜひ取り組みを進めていただければと思います。

古木

2つあります。1つはプラスチックについて、ペットボトルもそうですがポリスチレンといった素材も世界では目の敵にされています。しかし、日本はそういった素材の回収・リサイクルシステムを構築して、高い回収率・リサイクル率を実現しています。そういう努力を発信するという役割も、サントリーならできるのではないかと思っています。もう1つは、今後アライアンスや長期ビジョンといった、サントリーが思い描く未来を世界に向けて伝えていくことがすごく重要になってくると思います。

足立

伸ばしてほしいということであれば、もちろん水です。すでに十分にいろいろなことをなさっていますが、さらに水の最後の砦として、水で困るような人たちにどういうソリューションを提供するのかということも必要だと思います。
最後にもう1つ、せっかくなのでここにも力を入れるといいんじゃないかというヒントも加えさせていただくと、2021年には生物多様性条約のCOP15が開かれ、2030年までの目標がつくられます。しかも、かなり野心的な目標にしようということをビジネスリーダーが言っています。パリ協定で気候変動に対する流れが一気に変わったように、これで一気にドライブがかかり得るので、ぜひ注目していただきたいと思います。

福本

先生方からいろいろなご指摘をいただきましたので、私から総括として2つだけお話しさせてください。
まずは、サステナビリティを経営や事業の戦略として、プラス・マイナス両面のインパクトを見据えていかなければならないと改めて肝に銘じました。気候変動対策もジレンマという受け止めではなく、リスクを低減するとともに、これをオポチュニティに転換していく、いかに事業とベクトルを合わせてそのドライバーにしていくかという観点を社内で共有していきたいと思います。
2つ目は、先生方のサントリーへの期待をひしひしと感じました。特に水については、私たちのビジネスの源泉として、これまでも理念に基づいて推進をしてきましたが、自分たちのお客様だけではなく、より広く社会全体をステークホルダーと捉えて対応していきなさいということだと受け止めました。そして、日本のありよう、日本ならではの強みを広く世界に発信していきなさいと。サステナビリティの世界はどうしても欧米からの発信が多く、日本やアジアの実態にそぐわない、欧米主導のルールに追随する形になってしまうという問題意識を持っています。サントリーこそ、日本やアジアからの発信を行い、ギャップを埋めていくことができるはずだというご期待だと思います。今後の取り組みについては、世界の中でどのような役割を果たしていくべきか、もう1つ視座を上げて、考えていきたいと思います。本日は本当にありがとうございました。





サントリーグループのサステナビリティ

サントリーが考えるサステナビリティ経営

「人と自然と響きあう」を実現するために利益三分主義を掲げて、社会に貢献



私たちは「人と自然と響きあう」社会を目指しています。
それは「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」が矛盾せずに幸福な相互関係で結ばれてこそ、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。

サントリーグループでは、**さまざまな社会貢献活動**に力を注いでいます。
こうした社会貢献を大切にする私たちの価値観の源は、創業以来脈々と受け継がれている「利益三分主義」にあります。
これはとても信心深かった創業者 鳥井信治郎が唱えた経営哲学で、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という信念を言葉にしたもの。
かつて近江商人が「売り手良し、買い手良し、世間良し」という「三方良し」の思想を基本としていたように、鳥井信治郎も常に**社会へ貢献したい**と考えていたのです。

「水と生きる SUNTORY」だからこそ、できること

こうした創業の精神は、現在もサントリーの中でずっと大切に受け継がれ、
サントリー美術館やサントリーホールの芸術・文化への取り組み、
あるいは社会福祉法人邦寿会への支援といった社会貢献活動に生かされています。
その中でも、「水と生きる SUNTORY」として、とりわけ積極的に取り組んでいるのが、水のサステナビリティ（持続可能性）に貢献する環境活動。

「水」はサントリーグループにとって最も重要な経営資源であり、かつ、地球にとって**貴重な共有資源**です。
だからこそ、私たちは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、
「天然水の森」活動や「水育」、「愛鳥活動」といったさまざまな取り組みを続けています。
「水と生きる」企業として、水を育む森を守り、
あらゆる生き物の渇きを癒す水のように**社会に潤いを与える企業でありたい**――。
その願いは、永く持続していく社会の実現を目指す創業者の想いと同じなのです。



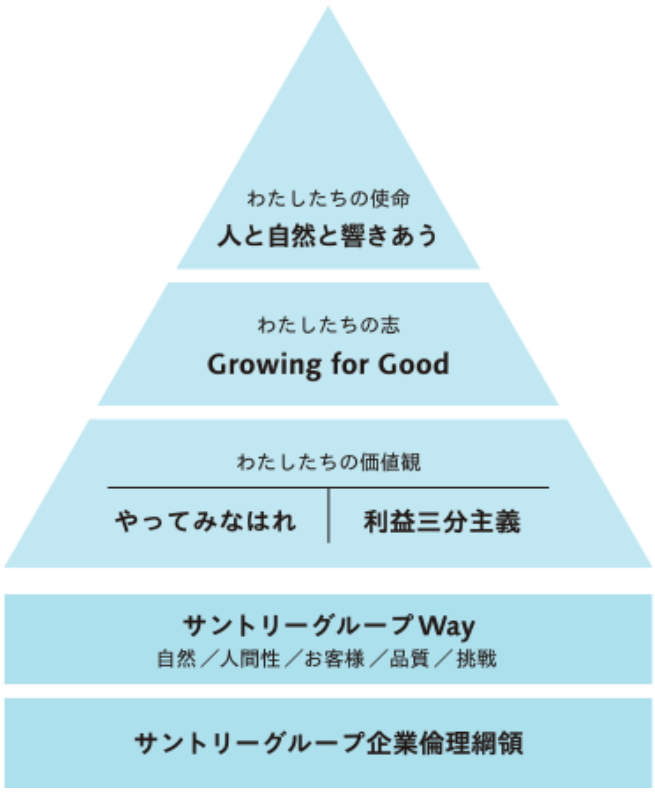
サントリーグループの理念

「水と生きる」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約束

水と生きる

サントリーグループの理念体系



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、成長しつづけなければなりません。

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。常識を疑い視点を変え、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Way

サントリーグループがユニークな価値をお届けすることで、お客様から選ばれ、愛され続けるために、従業員一人一人が日々実践してゆく「サントリーらしい」行動のあり方を定めています。

サントリーグループ企業倫理綱領

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。

サントリーグループの約束

水と生きる

「水と生きる」は、わたしたちサントリーグループがお客様はもちろんのこと、地域社会や自然環境と交わす約束の言葉です。

自然への思い　～水とともに生きる～

お客様に水と自然の恵みをお届けする企業として、貴重な共有資源である水を守り、水を育む自然環境を次世代につないでいく。

社会への思い　～社会にとっての水となる～

水があらゆる生命の渇きを癒し、潤いを与えるように、お客様や社会にとって価値ある商品やサービスを通じて、人々の豊かな生活文化の創造に貢献していく。

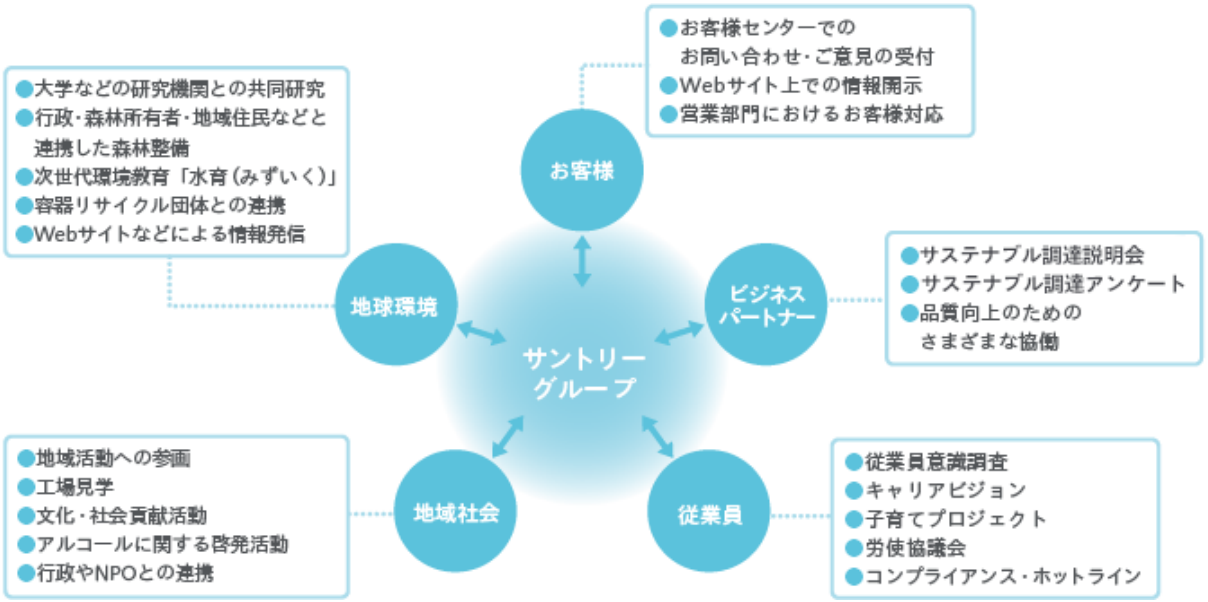
わたしたち自身への思い　～水のように自在に力強く～

すべての社員が水のように柔軟に常に新しいテーマに挑戦し、新たな価値を創造する企業であり続ける。

これら3つの約束を果たすために、わたしたちは日々の行動を積み重ねていきます。

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

サステナビリティ 4つの取り組み

サステナビリティ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、サステナブル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。

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

2017年には、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパンのヒューマンライツデューデリジェンス分科会に参加し、労働慣行に関する国際的な動向について知見を深めました。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。

The CEO Water Mandateに署名

サントリーグループは、水の持続可能性に関して企業の発展・実践・情報開示を支援する「国連グローバル・コンパクト」のイニシアチブであり、水資源問題のグローバルプラットフォームである「The CEO Water Mandate」に署名しています。

サントリーが考えるサステナビリティ経営

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

■①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

サントリーグループは事業領域の拡大とグローバル化が加速する中、“安全・安心で健康に貢献する高品質な商品・サービスを提供する責任”が一層重みを増しています。
サントリーグループは、品質方針「All for the Quality」のもと、「サントリーグループ品質保証規定」を設けて、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ます。
さらに、常にお客様視点での品質保証を心掛け、「飲用時・飲食時品質※の向上」をキーワードにVOC（Voice of Customer：お客様の声を経営施策に反映する活動）に積極的に取り組んでいます。
これからもサントリーグループは、品質方針をグループ全体に浸透させ、グローバルで一体化した品質保証を実現するとともにし、これからも世界各地のお客様との対話しをもとに、高品質な商品・サービスの提供を通じて、お客様に新しい感動や喜びを提供していきます。

■②「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

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。「人と自然と響きあう」という企業理念のもと、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、「水のサステナビリティ」実現のために、水を育む森を守り、水を大切に使い、きれいにして還す活動を推進しています。
また、工場での省エネ・節水、容器包装の軽量化、自動販売機の省エネルギー化などを通して、環境負荷を低減するさまざまな活動を続けています。
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1月に「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、グループ全体で環境経営を推進していきます。

■③「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

サントリーグループは、事業で得た利益は「事業への再投資」や「お得意先・お取引先へのサービス」として活用するだけでなく、「社会への貢献」にも役立てたいという創業者・鳥井信治郎の「利益三分主義」の精神を、世代を超えて受け継いでいます。
創業以来、その時々の社会課題をふまえながら、社会福祉・教育・災害支援などの地域貢献から、芸術・学術・地域文化の振興、スポーツ支援、次世代育成などに至るまで、多様な文化・社会貢献活動に取り組んできました。
そして、事業活動のグローバル化が進展する中、持続的な成長を目指すためには、お客様・お取引先・従業員をはじめとする世界中のステークホルダーとの共生を図っていくことがますます重要になっています。サントリーグループは、世界各地のグループ会社との連携をさらに深め、「文化・スポーツ」「次世代育成」「社会福祉」の分野を中心に、各国・各地域の実情に沿った活動を推進し、生活文化の豊かな発展と次世代育成に貢献していきます。

■④「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

サントリーグループは、「やってみなはれ」に象徴される“チャレンジ精神”をもとに酒類や清涼飲料にとどまらず、健康食品・外食・花などさまざまな事業分野を開拓しながらグローバルな事業展開を加速しています。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。
上司と従業員の定期的な対話を通じて、個々人の果たすべき役割・目標を設定するとともに、個々の成長につなげています。
また、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。

■⑤サプライチェーンを通じたCSR活動の推進

お客様に高品質な商品やサービスを安定的にお届けするためには、ビジネスパートナーとの連携が必要です。また、コンプライアンスや人権・環境などに対する企業への要請が世界的に高まってきており、グループ会社だけでなく、サプライチェーン全体でのCSR活動の推進が求められています。
サントリーグループでは、事業を通じた持続可能な社会の実現に貢献するため、ビジネスパートナーとの公正・公平な取引を徹底するとともに、サプライチェーン全体において期待される社会的責任を果たしていくことが重要だと考えています。そのために、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、CSR調達の取り組みを推進しています。

■⑥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

古来から世界のさまざまな地域の気候や風土に根ざしてつくられてきたお酒は、日々の暮らしに喜びや潤いをもたらすとともに、人生の節目である祝事・慶事などでも大きな役割を果たしています。
しかしその一方で、アルコール飲料の不適切な飲用は、未成年者飲酒、飲酒運転、アルコール依存症など、社会の中でさまざまな問題を生み出していることも事実です。サントリーグループは、グローバルに事業を展開する総合酒類食品企業として、これらの課題の解決に積極的に取り組んでいく責任があります。
適正飲酒に関する「基本理念」「行動指針」を策定し、専門組織を設けて社内外への適正飲酒の啓発、販売・宣伝活動の社内チェック、研究機関への参加・協力・支援を継続しているほか、業界やWHO（世界保健機関）と協働して、国内外でさまざまな取り組みに参画しています。

サステナビリティ行動計画の策定・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。

サステナビリティへの取り組み

サステナビリティ行動計画

お客様・お取引先と響きあう商品・サービス

目標達成：●●●　目標達成70%以上：●●　目標達成70%未満：●

■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	2020年度の実績	評価	2021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	・お客様の声から品質課題を抽出し、品質改善につなげた。 ・フードバンク活動を継続した。 ・食品安全を推進するGFSI活動に参画した。 ・品質保証勉強会を計画的に実施した。 ・お客様やお客様対応者への品質保証に関する取組みや情報を啓発する品質サポートツールの見直しと、さらに活用頻度の高い情報のサポートツールを新たに作成した。	●●●	・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。 ・食品安全を推進するGFSI活動への参画を継続する。 ・お客様の信頼獲得に向け、引き続きお客様対応者の対応スキルの維持・向上を図るべく、社会の要望に応える品質情報の充実・啓発に取り組む。
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	・「安全・安心の総点検活動」をグループ全体で推進した。 ・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った。 ・海外のグループ会社で、「SMVに基づいた活動」を展開した。 ・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した。 ・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た。 ・国内外のグループ会社に対して品質課題解決のための技術支援を実施。 ・用水および生物学的安全性品質スタンダードの定着化を図った。	●●	・「安全·安心の総点検活動」をグループ全体で継続して推進していく。 ・海外のグループ会社で、Suntory MONOZUKURI Valus (SMV) の理解とSMVに基づいた活動がさらに推進されるようダイレクト・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引き続き展開する。 ・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さらに強化していく。 ・各社の状況に応じた技術支援施策を講じ、グループ全体の品質リスク低減の活動を推進する。
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	・電話対応ならびにメール応対の外部診断の実施と改善活動PDCA強化 ・対応スタッフの応対品質向上のための教育研修の実施 ・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	●●●	・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 ・対応スタッフの応対品質向上のための教育研修や勉強会の実施 ・営業拠点を中心に「お客様対応推進リーダー」を配置・実働 ・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研究・開発

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	・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会議の実施や営業部門との連携強化） ・全社員を対象としたセミナーの実施	●●●	・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 ・全社員を対象としたセミナーの継続実施

■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	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
責任あるマーケティングの実践	ARS観点からの不適切な酒類マーケティングの防止 ※ARS：Alcohol Responsibility and Sustainabilityの略	・関連部署との情報共有・会議の開催 ・新任マーケティング担当者へ向けた勉強会の実施 ・過去事例のデータベース化	●●●	・定期的な会議開催・振り返り等により社内ステークホルダーからの共通認識獲得 ・業界動向・事例セミナー・自主基準等の共有機会を通じ、社内ステークホルダーのARS知識を深化
アルコール関連問題の予防と適正飲酒啓発	消費者・社員に対する適正飲酒の普及・啓発	・モデレーション広告の継続実施、SNSやデジタルサイネージを活用した広告実施 ・社員7千人に向けた適正飲酒e-ラーニングやアルコール体質チェックを実施	●●●	・モデレーション新聞広告、デジタルサイネージの継続実施 ・毎月のSNSでの発信による適正飲酒啓発強化 ・社員に向けた適正飲酒e-ラーニングの対象範囲を2万人に拡大

■サプライチェーンを通じたサステナビリティ活動の推進

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
原材料調達・物流におけるサステナビリティ活動の推進	サプライチェーンにおけるサステナビリティ調達の推進	・お取引先とサステナビリティ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サステナビリティ調達方針を共有（グローバル調達会議の実施） ・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	●●	・サステナビリティ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			・物流における安全性推進の継続・強化

自然と響きあう環境

目標達成：●●●　目標達成70%以上：●●　目標達成70%未満：●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021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	「猛禽類」を中心とした「天然水の森」での鳥類調査は、12箇所で実施し、猛禽類の繁殖環境・営巣環境に配慮した整備についても重点的森林に於いて実施中。	●●	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、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。
	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	・「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。 ・「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」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）	「天然水の森」では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に加えて、林業技術者研修、山林の台風被害からの復旧にも取り組んだ。「育林材※1」の活用については、社内外で数多くの事例を展開しつつ、今後の展開についての強化集約の体制を確立しつつある。「天然水の森」協定面積の拡大については、2020年目標である中期目標を達成している。	●●	「天然水の森」ではより涵養力の高い、生物多様性豊かな森を目指す。具体的には、引き続き、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施業に加えて、山地災害により強い森林育成に努める。「育林材※1」については、今後の活用をさらに推進する。
	水の大切さの啓発と価値の共有	「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	●●	17年目を迎える「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を強化
		・水育「森と水の学校」計6回、188名参加 ・水育「出張授業」計121校、9,451名参加		・オンライン実施を本格化 ・水育「森と水の学校」実施計画 計74回、1,800名 ・水育「出張授業」実施計画 計210校、16,800名
		・ベトナム「水育」出張授業に約6,200名参加 ・インドネシア「水育」出張授業に約3,900名参加 ・タイの「水育」自然体験プログラムに約500名参加		・ベトナム水育をドンナイ省へ拡大 ・インドネシア水育をジャカルタに拡大 ・タイ水育 参加人数計画2,750名
環境負荷低減	サントリーグループ※2の自社工場での水原単位を15%削減※3	自社工場での水使用のさらなる削減（原単位：15年比17.0%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30%削減※4	バリューチェーン全体でのCO_2排出量のさらなる削減	●	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（2015年）の95%以上を占める事業会社群（海外を含む）
※3 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減
※4 2019年における事業領域を前提とした総量での削減

社会と響きあう文化・社会貢献

目標達成：●●●　目標達成70%以上：●●　目標達成70%未満：●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
幅広い文化・社会・学術貢献	財団活動支援を通した貢献活動	・新型コロナ感染拡大の状況下で、サントリーホールのコンサートWEB配信やサントリー美術館でのオンライン「まるごといちにちこどもびじゅつかん」開催 ・第42回サントリー学芸賞選考・贈賞実施、若手研究者助成実施 ・サントリー SunRiSE 生命科学研究者支援プログラムを立ち上げ若手研究者の研究支援を開始	●●●	・公益財団法人サントリー芸術財団、サントリー文化財団、サントリー生命科学財団の活動支援を通じた文化・社会・学術貢献推進 ・デジタルサントリーホールの立ち上げなど、コロナ下でもオンライン活用も含めた取り組みを拡大
地域貢献	自治体・NPOなどと連携した東北・熊本復興支援活動強化	・「サントリー東北サンさんプロジェクト」、「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」における文化・芸術・スポーツ活動による支援活動は新型コロナ感染防止に留意しながら規模を縮小して実施 ・7月の熊本豪雨に対して義捐金拠出および豪雨被災地域の小中学生向けに熱中症対策飲料提供等を実施 ・「サントリー地域文化賞」による地域文化顕彰による地域活動支援	●●	・「サントリー東北サンさんプロジェクト」では新たに「みらいチャレンジプログラム」を立ち上げ、岩手県・宮城県・福島県の“地方創生”・“地元活性化”を支援 ・「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」においても次世代への震災記憶の継承を目指して「水の国くまもと未来予想図プログラム」を実施 ・「サントリー地域文化賞」による地域文化顕彰による地域活動支援実施
社会貢献活動のグローバル展開	エリアにおける社会貢献活動の推進	・ベトナム、インドネシア、タイ中心に次世代環境教育「水育」実施 ・他エリアでの社会貢献活動の展開	●●●	・アジア地域で次世代環境教育「水育」のエリア拡大 ・他エリアでの社会貢献活動の展開
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	・文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムの実施 コロナの影響でオンライン参加者も含めて約40,000名 ・チャレンジド・アスリートへの奨学金制度実施	●●●	・さらにオンラインも活用して文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムの拡大実施（参加者70,000名）
従業員の社会貢献活動参加支援	従業員が社会貢献活動に積極的に参加できるような基盤づくりと推進	・ボランティア情報サイト「ボランティアーズ」の充実 ・理念浸透施策（Global Action for Water・Global Action for umanity）に合わせて春は「水」、秋は「人」をテーマに国内外でボランティア活動を推進。 ・新型コロナ感染防止のため、在宅で参加できるボランティアプログラムを拡充 ・年間参加2,030名（日本国内）	●●●	・ボランティア情報サイト「ボランティアーズ」のさらなる充実 ・理念浸透施策（Global Action for Water・Global Action for Humanity）に合わせて春は「水」、秋は「人」をテーマに国内外でボランティア活動を推進。 ・新型コロナ感染防止のため、在宅で参加できるボランティアプログラムをさらに拡充 ・年間参加2,000名（日本国内）

従業員と響きあうダイバーシティ経営

目標達成：●●●　目標達成70%以上：●●　目標達成70%未満：●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021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	・生産工場にて人権セミナーを実施した。(89名参加) ・工場課長研修も加え、新任役員／新任マネジャー／新入社員などの階層別人権研修を計画通り実施した。	●●●	・事業所別に同和問題をテーマとした人権セミナーを実施予定。(6事業所を予定) ・新任役員／新任マネジャー／工場課長／新入社員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	・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組み込み、創業家との対話やサントリーの歴史をベースとするワークショップを通して、自分の言葉で創業の精神を語るプログラムを実施。 ・「寺子屋」活動の活性化 自ら学び・教えあう風土を醸成するため、ターゲットを決めたイベントを多数実施した結果、参加者数:13,902名(前比503%)・祭数:177(前比145%)	●●●	・階層別研修等での研修ウェビナー化による効率化促進 ・国内外グループ会社への理念共有の仕組みづくりの継続。 ・社内の学びプラットフォーム「寺子屋」活動の活性化による「自ら学ぶ教えあう・つながる」風土醸成
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	・営業部門の全マネジャー(約500名)に対して、アンコンシャスバイアスをテーマとしたコミュニケーションスキルアップ研修を実施。 ・LGBTQ:インクルーシブな風土醸成にむけた継続的な取り組み(LGBTQに関する理解を深めるセミナーなど)。 ・シニア活躍:企業の枠を超えたオープンなキャリアパス構築の支援施策として、地方創生人材施策(内閣府連動)をスタート。 ・グローバル:海外グループ会社と連動し、設定テーマへの取り組み(国際女性DAYイベント)。 ・ジェンダー:2030年女性管理職比率30%に向け部門課題に応じた取組スタート(2020年管理職比率10.5%、前年+0.1%)。 ・ハンディキャップ:コラボレイティブセンターの業務・エリアの拡大展開。	●●●	・2030年女性管理職比率30%に向け、部門課題に応じた、具体的活動の実施。 ・ダイバーシティ&インクルージョンの一人ひとりの理解・考動に向けて、研修などを通じてインクルージョン活動を強化。 ・海外グループ会社と連動し、グループ共通の方針策定・活動を推進。
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	・働き方改革推進リーダー制度を基盤とした取り組みを進め、ナレッジ展開の加速、RPAの活用推進を実現した。	●●	・働き方改革推進リーダー制度を基盤に、働く人のモチベーション(面白さ)を高める取り組みを進める。

サントリーが考えるサステナビリティ経営

サステナビリティ情報の掲載方針

サントリーグループはWEBを通じて、サステナビリティのさまざまな取り組みをお伝えしています。

サントリーグループサステナビリティサイト2021

本サイトは、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の情報を網羅的に掲載しています。
サステナビリティ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。

■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303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26工場、海外生産64工場
・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

対象期間

データは2020年1月1日～2020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・スタンダード」
・ISO26000（社会的責任に対する手引）
・世界経済フォーラムの共通測定基準

■発行

2021年7月（次回は2022年6月発行予定）





サントリーグループのサステナビリティ
サステナビリティビジョン

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「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活動を進めています。

サントリーグループのサステナビリティ・ビジョン

■サントリーグループが目指すサステナビリティ

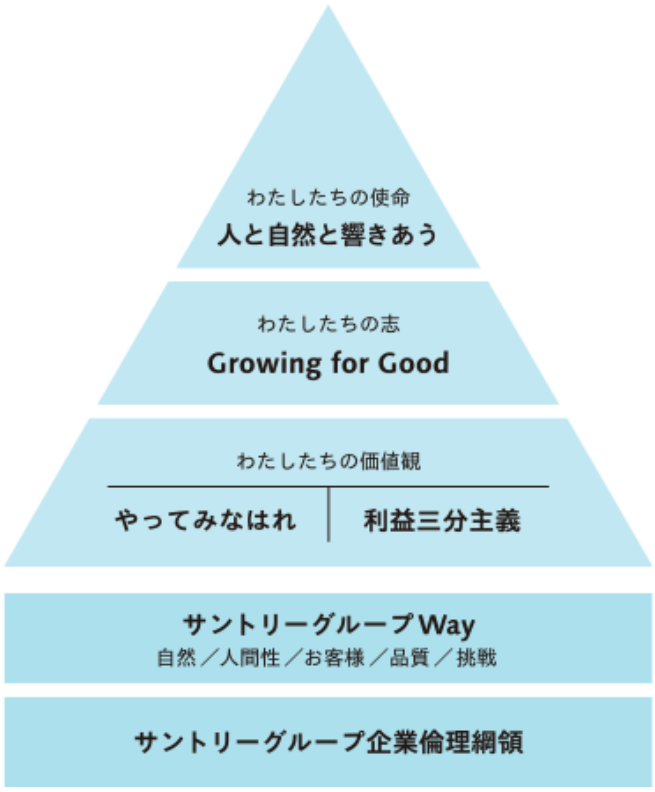
サントリーグループは、水や農作物など自然の恵みに支えられた総合酒類食品企業として、「人と自然と響きあう」を使命に掲げ、人々の生活を潤い豊かにすることと自然環境を守り育むことが共存し、人と自然が互いによい影響を与えあって永く持続していく社会をめざします。この使命を実現するために、私たちは自然への尊敬と感謝を忘れず、水をはじめとする自然の生態系が健全に循環するための様々な活動に取り組んできました。そして、商品・サービスを通してすべての人に人間らしい生活文化を提供することに加えて、バリューチェーン上のすべてのプロセスにおいて、私たち自身の事業成長が持続可能な社会の実現に貢献できるよう努めてきました。
いま世界は、気候変動に伴う水不足や生物多様性等の問題、廃棄物による環境汚染、貧困や人権侵害など、多岐にわたる環境・社会課題に直面しています。2015年に「持続可能な開発目標（SDGs）※」が採択され、持続可能な社会の実現に向けて企業の積極的な取り組みが期待される中、グローバルに事業を展開する私たちサントリーグループも、世界の課題にこれまで以上に真摯に向き合い、「Growing for Good」の志のもと、持続可能な社会の実現に向けて挑戦を続けます。

※「SDGs」＝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）

サントリーグループの約束

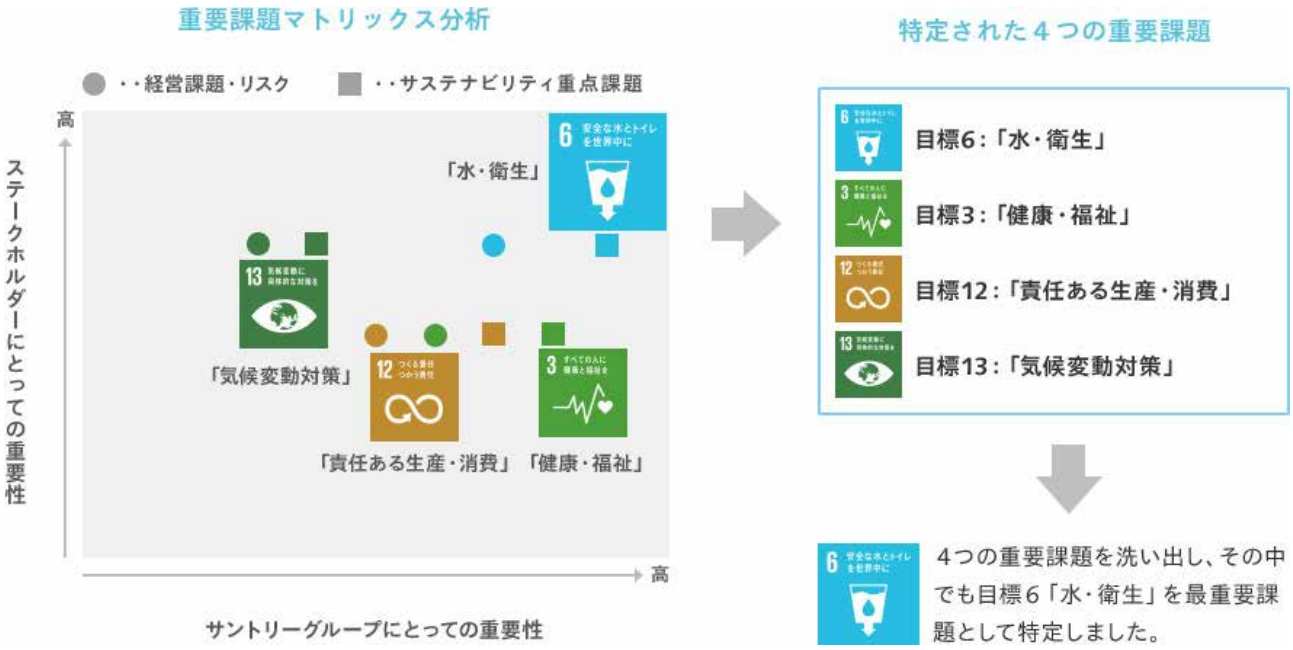
水と生きる

サントリーグループの理念体系



■サントリーグループにとってのサステナビリティの重要テーマ

今後の活動の重点領域を検討するため、SDGsを活用し、WEF（World Economic Forum）等の報告書を参考に、専門知識を有する外部専門家の協力のもと、ステークホルダーと当社にとっての重要課題分析を実施しました。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」の4つを特定しました。とりわけ私たちの事業活動にとって重要な原料である水のサステナビリティには、「水と生きる」を約束に掲げる企業グループとして最優先で取り組んでいきます。また、サントリーグループは、自然環境への貢献とともに、商品・サービスの提供を通じた生活文化の創造への貢献を使命に掲げています。高品質の商品・サービスを提供することはもちろん、イノベーションを促進し、常に新たな価値を創造することで、人々に潤い豊かな暮らしを提供することが、「人と自然と響きあう」社会の根幹になると考えています。



サステナビリティに関する7つのテーマ

テーマ	コミットメント	関連するSDGs
水	サントリーグループ『水理念』に掲げる水循環への理解、節水・再利用・浄化、水資源保全、地域社会との共生等の活動を、グループ全体で推進し、外部ステークホルダーと連携しながら水のサステナビリティの実現に努めます。 【取り組み】 ● サントリーグループ『水理念』 ●「環境目標 2030・環境ビジョン 2050」	
CO_2	脱炭素社会の実現をめざして、自社施設や設備およびバリューチェーンの両面において、最新の省エネ技術の積極導入や再生可能エネルギーの活用等を通じて CO_2 排出の削減に努めます。 【取り組み】 ●「環境目標 2030・環境ビジョン 2050」	

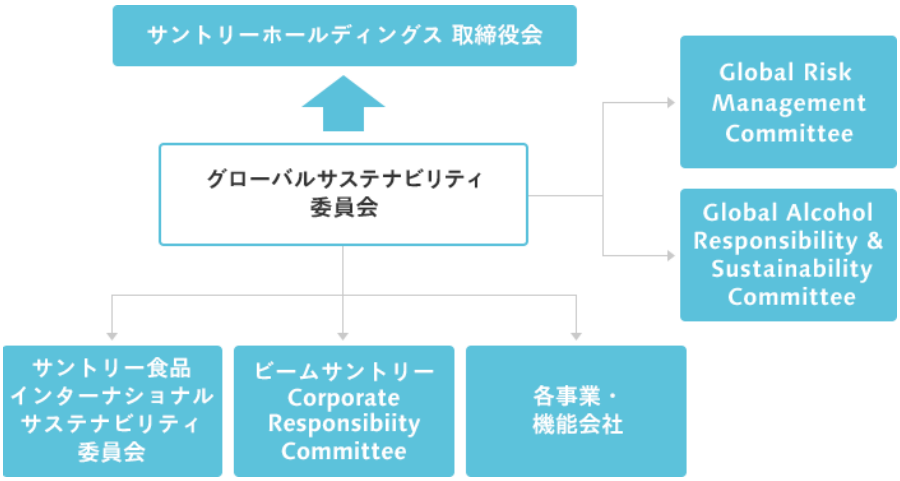
テーマ	コミットメント	関連するSDGs
原料	当社製品に不可欠な自然の恵みである農作物やその他原料について、サプライチェーンにおけるビジネスパートナーと協力し、主要原料における社会・環境課題を特定した上でサステナビリティを実現するための取り組みを通じて共に成長し、豊かな地域社会の実現に貢献します。 【取り組み】 ● サステナブル調達	
容器・包装	主要な容器･包装材について、商品設計から輸送、消費後のリサイクルまで、商品のライフサイクル全体での環境配慮を実践し、循環経済の実現に努めます。 【取り組み】 ● サントリーグループ「プラスチック基本方針」 ● 器包装の3R	
健康	サントリーグループは、お客様の信頼と期待に応えることを目指す企業として、お客様の心身ともに健やかで喜びに満ちた生活に貢献します。 飲料、健康食品、酒類などの幅広い事業活動を通じて、商品やサービスを提供するとともに、価値創出のためのイノベーションの推進によって、お客様のライフステージに応じた、潤いのある豊かな生活をサポートします。 【取り組み】 ● アルコール関連問題への取り組み ● 健康で豊かな生活への取り組み	
人権	**グループ従業員** 労働安全の徹底はもとより、健康経営の推進、長期的視野での成長機会の提供により、健康で幸せに満ちた生活の実現をサポートします。人間性を尊重し、ハラスメント等を防止するとともに、人種、宗教、性別、性的指向、年齢、国籍、言語、障がい等の多様性を認め（ダイバーシティ）、一人ひとりが異なる存在として受け入れられ、全体を構成する大切な一人としてその違いが活かされること（インクルージョン）を推進し、誰もが働きやすく、「やってみなはれ」精神溢れる就労環境づくりを推進します。 **バリューチェーン** バリューチェーンに関わるすべての人の幸せに貢献するために、当社の事業による人権への影響を精査・理解したうえで、ビジネスパートナーを含めた外部ステークホルダーと積極的に連携し、人権尊重の取り組みを推進していきます。 【取り組み】 ● 従業員と響きあう ● ステナブル調達 ● 人権の尊重 ● 健康経営	

テーマ	コミットメント	関連する SDGs
生活文化	人々の心と身体を潤し、生活文化を豊かにする製品やサービスを提供するとともに、イノベーションを促進して新たな価値を創造し、あらゆる人が人間らしく心豊かに暮らせる社会づくりに貢献します。創業精神「利益三分主義」に基づき、時代の社会課題に真摯に向き合い、社会福祉、芸術・文化・学術、スポーツ、次世代育成をはじめとする貢献活動に取り組みます。事業を展開する地域において、地域社会との対話を大切にし、課題の解決や生活文化の充実に貢献するよう努めます。 【取り組み】 ● 社会と響きあう文化・社会貢献	

推進体制

上記テーマに対して、「グローバルサステナビリティ委員会」を中心に、取締役会と連携しながらグローバルでの活動を推進し、サステナビリティ・ビジョンに基づいた戦略の立案や各案件の進捗共有などのモニタリングを行います。

サントリーグループのサステナビリティ経営推進体制





サントリーグループ『水理念』に掲げる
水循環への理解、節水・再利用・浄化、水資源保全、
地域社会との共生などの活動を、
グループ全体で推進し、外部ステークホルダーと連携しながら
水のサステナビリティの実現に努めます。

— Social awareness

社会課題として当社が認識していること

「水」は貴重な共有資源であり サントリーグループにとって最も重要な原料です

水は人々の生命や生活を支える上で貴重な資源であり、サントリーグループの企業活動の源泉です。一方で、世界人口の増加や開発途上国の経済成長、気候変動などにより、世界規模での水資源問題が発生しています。2050年までに、世界の人口の約40%に当たる、39億人もの人々が、水ストレスもしくは水不足に直面することが懸念されています※。わたしたちはグループ環境基本方針の最上位に「水のサステナビリティの実現」を掲げ、また2017年にはサントリーグループ『水理念』を策定し、さまざまな取り組みを進めています。

※OECD Environmental Outlook to 2050 (2012)

関連するSDGs







— Philosophy

考え方

サントリーグループでは「サントリー環境ビジョン2050」にて、貴重な共有資源である水のサステナビリティについて、全世界の自社工場での水使用を半減、全世界の自社工場で取水する量以上の水を育むための水源や生態系を保全、主要な原料農作物における持続可能な水使用を実現、主要な事業展開国において『水理念』を広く社会と共有するという目標を掲げています。

サントリーの『水理念』

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。

— Initiative

取り組み

科学的なアプローチによるサントリー「天然水の森」活動

サントリーでは、水源涵養機能の向上と生物多様性の保全を目標に2003年から「天然水の森」活動をスタートしました。現在では、全国15都府県21ヵ所、約12,000haまで拡大し、2019年には「国内工場で汲み上げる地下水量の2倍以上の水を涵養」という2020年目標を1年前倒しで達成しました。サントリー水科学研究所を中心に、さまざまな分野の研究者と連携し、科学的な根拠に基づき数十年先、100年先を見据えた継続的な活動を行っています。また、「天然水の森」活動のほかにも、野鳥を保護する「愛鳥活動」や次世代環境教育「水育」にも取り組んでいます。これらの活動は、事業活動を展開する世界各地にも広がりつつあります。



天然水の森が育む水は私たちの商品の源泉となっています



サントリーのものづくりにとって水は欠かすことのできない資源であり、もっとも重要な原料でもあります。例えば、20年以上の歳月をかけて花崗岩層にゆっくりと磨かれる清冽な水は、『南アルプスの天然水』やウイスキー『白州』の源泉となります。
例えば、「天然水の森 東京農業大学奥多摩演習林プロジェクト」にて、科学的な森との対話のもと涵養された水は「ザ・プレミアム・モルツ」という恵みをもたらします。

—— 私たちが日本各地の21ヵ所で行っている森づくり

サントリーのビールやウイスキー、清涼飲料は、一つとして同じものはないその21の森それぞれが育くんだ天然水によって創り出されます。将来にわたってその水源の魅力と水量・水質が守り続けられるよう、天然水への敬意と感謝を込めて水のサステナビリティの実現に取り組んでいます。
そして、この「天然水の森」活動の知見を活かし、グローバルでも水資源涵養活動など水のサステナビリティに取り組んでおります。



サントリー天然水 南アルプス白州工場

グローバル水育

2004年に日本で始まった「水育」は、子どもたちが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かを考えるきっかけとなることを目的とした、独自の次世代教育プログラムです。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、2015年にベトナム・ハノイ市で実施したのを皮切りに毎年ベトナム内での活動を広げ、2019年からはインドネシア、タイでも活動を開始しています。グローバル「水育」では、日本のプログラムに加え、現地の水課題に合わせた活動を推進しています。ベトナムでは、授業を実施している主な小学校においてトイレや洗面所などの改修や設置を支援し、子どもたちの衛生環境の向上にも貢献しています。タイでは、小川の流れを緩やかにして土砂による浸食を防止し、地下水の浸透を助ける小型堰の設置や、小川に土が流出するとこを防ぐための植樹などの水源保全活動に取り組んでいます。今後も事業展開国において、次世代育成プログラム「水育」を拡げていきます。



— Goals and Achievements

目標と実績





サステナビリティに関する7つのテーマ

02

CO2

脱炭素社会の実現を目指して、省エネルギー活動の推進、
再生可能エネルギーの積極的な導入、次世代インフラの利活用
およびバリューチェーンのステークホルダーとの協働を通じて
CO_2 などの温室効果ガス（以下 GHG）排出の削減に努めます。

— Social awarenes

社会課題として当社が認識していること

地球温暖化対策はサントリーグループの環境経営にとって大きな柱です

気候変動に関する政府間パネル（IPCC）の予測では、今世紀末時点で、地球全体で平均気温が0.3 ～ 4.8℃上昇すると予測されており、その結果として海面上昇や異常気象の頻発、それに加え生態系や食料生産などに大きな影響を及ぼすと推測されています。「人と自然と響きあう」を使命に掲げる私たちにとって大切な経営基盤である地球環境を守るため、全世界の自社拠点、ならびに自社拠点以外のバリューチェーン全体でのGHG削減に取り組み、グループ全体で環境経営を推進しています。

関連するSDGs







— Philosophy

考え方

サントリーグループでは「環境ビジョン2050」にて、2050年までにバリューチェーン全体で温室効果ガス排出の実質ゼロを目指しています。また「環境目標2030」では、自社拠点で50%、バリューチェーン全体で30%のGHG排出削減という環境目標を掲げています。

環境ビジョン 2050 と環境目標 2030

環境ビジョン2050

・2050年までに、バリューチェーン全体で、温室効果ガス排出の実質ゼロを目指す

・省エネルギー活動の推進、再生可能エネルギーの積極的な導入、次世代インフラの利活用およびバリューチェーンのステークホルダーとの協働を通じ脱炭素社会の実現に向けて取り組む

環境目標2030

・自社拠点でのGHG排出量を50%削減※

・バリューチェーン全体におけるGHG排出量を30%削減※

※2019年の排出量を基準とする

— Initiative

取り組み

工場では最新の省エネ技術や再生可能エネルギーを活用

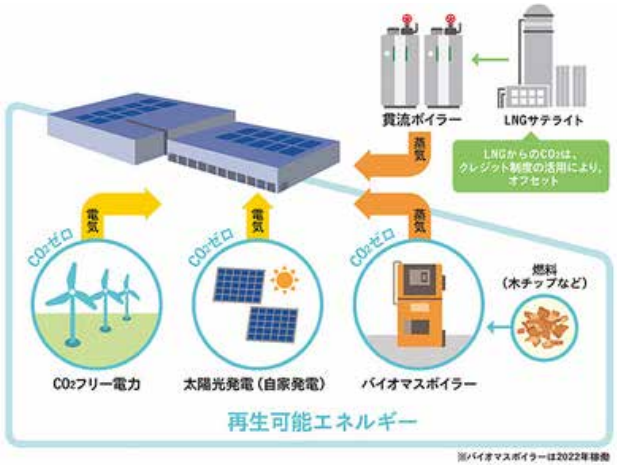
サントリーグループの工場では、積極的に最新の省エネルギー技術を導入しています。例えば利根川ビール工場では、自家発電で生じた熱を回収して熱源として使用するコジェネレーション（熱電併給）システムで得た電力を、別の工場で使用する「電力託送」を開始しました。メキシコのテキーラ工場では蒸留工程の熱回収率を向上させる「貫流ボイラー」を採用しています。また、スペインのカルカヘンテ工場では発電能力約737kW、天然水南アルプス白州工場では、約490kWの太陽光パネルを設置するなど再生可能エネルギーの活用を推進するほか、GHG排出量の少ない都市ガスやLNG（液化天然ガス）、バイオマスといった燃料への転換など、多角的にGHG削減に取り組んでいます。



スペインのカルカヘンテ工場の太陽光パネル

CO_2 排出実質ゼロ工場

『サントリー天然水』第4の水源として、2021年5月から稼働を始めた「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」(長野県大町市)では、太陽光発電設備やバイオマス燃料を用いたボイラーの導入、再生可能エネルギー由来電力の調達などにより、サントリー国内初のCO_2排出実質ゼロ工場を実現しました。また海外では、フランスで「Donnery工場」など4工場でオフセットを活用し、CO_2排出実質ゼロを実現しており、アメリカでは「Fred B. Noe Craft Distillery」が年内に稼働予定であり、生産研究拠点で順次、再生可能エネルギー100%切り替えを進めていきます。



サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場CO_2排出ゼロ工場のエネルギー供給スキーム

— Goals and Achievements

目標と実績





サステナビリティに関する7つのテーマ

03 原料

当社製品に不可欠な自然の恵みである農作物やその他原料について、
サプライチェーンにおけるビジネスパートナーと協力し、
主要原料における社会・環境課題を
特定したうえでサステナビリティを実現するための取り組みを通じて共に成長し、
豊かな地域社会の実現に貢献します。

— Social awareness

社会課題として当社が認識していること

環境や社会に配慮した「サステナブル調達」を重視しています

気候変動による平均気温の上昇により、干ばつ、洪水といった異常気象が発生することで、生産量の変動、栽培適地の移動など、生産活動に大きな影響を及ぼすと推測されています。また生産調達活動の背景には、サプライチェーンで働く人々の人権に負の影響を与えるような社会的な課題も散見されます。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サステナビリティを推進していくことが重要だと考えています。

関連するSDGs







— Philosophy

考え方

ビジネスパートナーと連携し サプライチェーン全体で推進

サントリーグループは「サステナブル調達基本方針」のもと、サントリーグループ内でサステナブル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、人権・法令遵守・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、主要取引先へは方針説明会にて共有をしています。また、サントリーグループでは、グループ全体でサステナブル調達を推進すべく、2019年4月に新たにグローバル調達推進部を設置し、グローバルでの最適な調達活動に取り組むと共に、サステナブル調達の推進を担っています。

サントリーグループサステナブル調達基本方針（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は厳格に管理します。

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。

— Initiative

取り組み

「Sedex」を活用したリスクアセスメント

サントリーグループでは、すべての新規サプライヤーに対して「サステナブル調達基本方針」に基づいたスクリーニングを実施しています。これに加え、2019年6月、世界最大のサプライヤーエシカル情報の共有プラットフォームである「Sedex」に加入しました。サプライヤーに対してSedexへの加盟、SAQ※への回答など情報共有の要請を行い、課題特定を進めています。
2021年5月時点で、グローバルで約1,000以上のサプライヤーの製造場がサントリーグループとSedexでつながっており、リスクアセスメントを進めています。Sedexが提供するツールを活用することでPDCAサイクルがまわり、環境社会課題に対するリスクの可視化と対応が可能になりました。

※Self Assessment Questionnaire

カシス農家への支援活動

サントリー食品イギリス(Suntory Beverage & Food Great Britain and Ireland）は、ヨーロッパで多くの方に愛されている飲料『Ribena』を生産・販売しています。イギリスで栽培されたカシスの90%が『Ribena』の製造に使用されています。サントリー食品イギリスは2004年よりカシス農家に対してサステナブル農業の支援を始めました。 農家に対して直接アドバイスする栽培現場の専門家（アグロノミスト）の雇用や、気候変動に強い新種のカシスの研究などを進めています。また、各農場とその周辺にある個々の生息地に合わせた生物多様性計画を立て、河川や湿地の生態系保全活動を進めています。





主要な容器・包装材について、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、循環経済の実現に努めます。

— Social awareness

社会課題として当社が認識していること

2030年までにグループが使用する
すべてのペットボトルをサステナブルに

プラスチック製品はその有用性により、私たちの生活を豊かにしてきました。一方で使用済みプラスチックの不適切な取り扱いによって引き起こされる環境汚染が、大きな社会問題になっています。日本では環境省が、プラスチック製品の利便性を認めつつ、資源循環を総合的に推進するための戦略として「プラスチック資源循環戦略」を策定しました。
サントリーグループでも、このプラスチック問題について一丸となり、先陣を切って取り組むべき喫緊の課題ととらえ、「プラスチック基本方針」を策定しています。



関連するSDGs



— Philosophy

考え方

独自の「2R+B」※1 戦略で 容器・包装による環境負荷を低減

消費後の容器・包装がもたらす社会的な影響の大きさを考慮し、1997年には自主基準「環境に係る容器包装等設計ガイドライン」を策定しています。とりわけペットボトルについては、独自の「2R+B（Reduce・Recycle+Bio）」戦略に基づいて、容器の軽量化やリサイクル、自然分解可能な植物由来樹脂の積極的活用に取り組んでおり、国産最軽量キャップ※2、国産最薄ラベル（再生PET樹脂80%使用）、国産最軽量ペットボトル（植物由来原料30%使用）※3を実現しています。
サントリーでは、2030年までにグループが使用するすべてのペットボトルについて、リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替え、化石由来原料の新規使用をゼロにするという目標を掲げ、循環型かつ脱炭素社会への実現へ貢献していきます。

※1 2R+Bは登録商標です。
※2 30φペットボトル対象。2020年4月現在時点
※3 国産ミネラルウォーターペットボトル（500mℓ～600mℓ）対象。
2020年4月時点

サントリーグループ「プラスチック基本方針」

サントリーグループは、商品の源泉である自然の恵みに感謝し、多様な生命が輝き響きあう世界の実現にむけて、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導します。プラスチックはその有用性により、われわれの生活にさまざまな恩恵をもたらしています。当社が使用するプラスチック製容器包装が有用な機能を保持しつつも、地球環境へネガティブな影響を与えないよう、多様なステークホルダーと、問題解決に向けた取り組みを推進していきます。また、問題解決に向けサントリーグループ社員の一人ひとりが責任ある行動に努め、持続可能な社会を率先して実現します。

1.Recycle & Renewable：

・2030年までに、グローバルで使用するすべてのペットボトルの素材を、リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替え、化石由来原料の新規使用ゼロの実現を目指します。
・全ての事業展開国において、各国の国情に応じた効率的なリサイクルシステム構築のために必要な施策を、政府機関や業界、環境NGO、NPOなどとともに積極的に取り組みます。

2.Reduce & Replacement：

資源の有効活用のために、容器包装のデザイン変更等により、プラスチック使用量の削減を推進するとともに、環境にネガティブな影響を与えない代替となる容器包装の導入の検討をすすめます。

3.Innovation：

リサイクル率向上、環境影響を最小限におさえる素材領域等におけるイノベーションに積極投資します。

4.New Behavior：

人々の行動変容を促す啓発活動を実施するとともに、サントリーグループ社員一人ひとりが、ライフスタイルの変革に努め、分別収集の促進、河川、海岸の清掃活動などの社会貢献活動にも積極的に参加します。

— Initiative

取り組み

サステナブル素材 100%のペットボトル導入を加速

2030年までに、グローバルで使用するすべてのペットボトルの素材を、リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替えるという目標に向かって、取り組みを推進しています。国内清涼飲料事業では、2025年にリサイクルペットボトルの使用比率を50%以上にするという目標を3年前倒しし、2022年に達成する計画です。2021年には、水平リサイクルを推進するという考え方の下、リサイクル素材や植物由来素材を100%使用したサステナブルなペットボトルを「またあえるボトル」と命名し、GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶650mℓ・600mℓに採用しました。また、国内のワイン事業においても、720mℓペットボトルでリサイクル素材100%化を実現。イギリスでは昨年、清涼飲料Ribena（Ribena Sparklingを除く）がリサイクル素材100%となり、年内にはLucozade Sportも同様に切り替え予定など、今後もグループを挙げて取り組みを加速させます。



FtoP ダイレクトリサイクル技術

回収したペットボトルを粉砕・洗浄したフレークから直接、ペットボトルの原型となるプリフォームを製造できるリサイクル技術を協栄産業（株）、イタリア・SIPA社、オーストラリア・EREMA社と共同により、世界で初めて開発に成功しました。これまでプリフォーム製造までに多くの工程が必要だった従来技術と比較すると、約25%のCO_2排出削減※4でき、新たに石油由来原料を使用する場合と比較すると、60%以上の削減を実現しています。この「FtoPダイレクトリサイクル技術」は、世界包装機構「ワールドスターコンテスト2019」において、「ワールドスター賞」を受賞しました。

※4 使用済みペットボトルからプリフォーム1kgを製造するまでの工程において



現在稼働中のFtoP成型機第一ライン

株式会社アールプラスジャパン設立

サントリーグループでは2012年来、米国バイオ化学ベンチャー企業・アネロテック社と、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きました。この開発の中で新たに、環境負荷の少ない効率的な使用済みプラスチックの再資源化技術の開発可能性を見出すことができました。この技術は、従来よりも少ないCO_2排出量や使用エネルギー量でプラスチックのリサイクルが期待できる、世界でも類を見ない極めて画期的なものです。この技術の実用化を目指し、プラスチックのバリューチェーンを構成する12社[※5]で、使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組む共同出資会社、株式会社アールプラスジャパンを設立しました。2027年実用化を目標に、海外のパートナーや業界を超えた企業25社（2021年5月末時点）が連携し、共に循環型社会の実現を目指して挑戦しています。

※5 東洋紡(株)、レンゴー(株)、東洋製罐グループホールディングス(株)、J&T環境(株)、アサヒグループホールディングス(株)、岩谷産業(株)、大日本印刷(株)、凸版印刷(株)、(株)フジシール、北海製罐(株)、(株)吉野工業所

R PLUS JAPAN

株式会社アールプラスジャパン

— Goals and Achievements

目標と実績





サントリーグループは、お客様の信頼と期待に応えることを目指す企業として、
お客様の心身ともに健やかで喜びに満ちた生活に貢献します。
飲料、健康食品、酒類などの幅広い事業活動を通じて、
商品やサービスを提供するとともに、
価値創出のためのイノベーションの推進によって、
お客様のライフステージに応じた、潤いのある豊かな生活をサポートします。

— Social awareness

社会課題として当社が認識していること

世界が抱える健康課題に
製品・サービスを通じて貢献

2010年、WHO（世界保健機関）にて「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、2017年には成人の8人に1人が肥満状態であるとの調査も発表され、さらに人口の高齢化は地球規模で進行しており、2045年には高齢者数が子どもの数を上回ると予想されています。サントリーでは、アルコールの特性を認識し、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。また日本で培った「ナチュラル＆ヘルシー」な飲料開発技術や、ウェルネスライフをサポートする健康食品を通じて、心身ともに豊かで健やかな社会の実現に貢献します。

関連するSDGs









— Philosophy

考え方

酒類

人々の日々の暮らしに喜びや潤いをもたらし、人生の節目である祝事・慶事などでも大きな役割を果たす、ビール、ワイン、ウイスキーなどの酒類を通じて、心豊かな社会の実現に貢献します。アルコールの特性を認識した上で有害摂取を防止するため、Drink Smartの考え方に基づき、過剰摂取・飲酒運転・法定飲酒年齢未満の飲酒・妊産婦飲酒防止に向けた活動・情報発信を自社で取り組むとともに、社外とも連携して推進していきます。また、お客様の多様な飲用シーンに応えるために、自社製品ポートフォリオの中でノンアルコール飲料や低アルコール製品を提供していきます。

飲料

日本で培った「ナチュラル＆ヘルシー」な飲料開発技術を活用するとともに、飲料を通じて社会の健康課題へ取り組み、世界中の人々のドリンキングライフをより自然で、健康で、便利で、豊かなものにします。

健康食品

「自然のちから」と健康の関わりを科学的に解き明かし、毎日の「食」を通じて健康寿命の延伸に貢献することで、人々の健やかで美しく心豊かなウエルネススライフをサポートします。

— Initiative

取り組み

健康志向の消費者ニーズに対応した商品の開発

サントリーグループでは、健康志向の消費者のニーズに対応するため、研究に基づく特定保健用食品や機能性表示食品、健康食品の開発を進めています。



酒類

対応適正飲酒の啓発のほか、アルコールの影響を気にせず幅広いお客様に楽しんで頂くため、低アルコールおよびノンアルコール飲料の推進も行っています。ノンアルコール飲料の『オールフリー』は、「カロリーゼロ」「糖質ゼロ」「プリン体ゼロ」を実現した商品であり、2019年には内臓脂肪を減らす機能がある機能性表示食品『からだを想うオールフリー』を発売しました。



—— 飲料

「ウーロン茶特有の重合ポリフェノール」に脂肪の吸収を抑える作用があるという研究結果をもとに開発された『黒烏龍茶OTPP』や、血圧が高めの方に適した『胡麻麦茶』、脂肪の吸収を抑える『ペプシスペシャル ゼロ』、そして史上初めてケルセチン配糖体の脂肪分解作用を明らかにした『伊右衛門特茶』など、サントリーはさまざまな効能をもった特定保健用食品（トクホ）を販売しています。また、悪玉（LDL）コレステロールを下げる機能がある機能性表示食品『伊右衛門プラス』など、多彩なラインアップでお客様の健康に貢献するほか、美味しく飲めることを特に重視し、「健康」と「美味しさ」の両立を研究しています。また、日本で長年培ったきたお茶、水といった無糖飲料や抵糖飲料の開発知見を活かし「ナチュラル＆ヘルシー」なポートフォリを拡充、グローバルで飲料のレスシュガー化を積極的に推進しています。



—— 健康食品

サントリーウエルネスでは、お客様お一人おひとりの、「健やかで美しく、心豊かな毎日」を応援するため、健康に役立つ素材を探し出し、最大限に生かす方法を科学的に検証しています。1980年代半ばには、健康に良いと言われてきたゴマの機能の解明に挑戦し、ゴマに含まれる微量成分ゴマリグナンの1つ「セサミン」の健康効能を科学的に解明。1993年に健康食品第1号として商品化しました。その後、ビタミンEやトコトリエール、玄米由来の成分オリザプラスとの組み合わせによってパワーアップした商品『セサミンEX』を発売しています。



企業の「健康経営」をサポートするサービス「SUNTORY+」（サントリープラス）の開発

サントリー食品インターナショナル（株）は、「健康で、前向きに、自分らしく生き続けたい」と願う方々に寄り添い、サポートできる企業でありたいという想いのもと、2018年より「100年ライフ プロジェクト」を始動しました。「外部専門機関との共同研究」、「生活習慣病対策飲料の開発・ポートフォリオの強化」や「健康生活提案サービス」などを進めています。

この「健康生活提案サービス」の1つとして、企業の「健康経営」をサポートする新サービス「SUNTORY+」を開発しました。従業員の健康行動習慣化をサポートする無料アプリで、職場の自動販売機という接点数の多さや、糖質対策・血圧対策・コレステロール対策・体脂肪対策といった課題別の飲料ポートフォリオ、さらに日頃の飲料開発の中で蓄積された生活者インサイトを捉えたコミュニケーション手法などを活かしたものになっています。人生100年時代に、お客様の健康をサポートしていけるよう取り組んでいきます。



より多様化するライフスタイルに寄り添う

サントリーウエルネスの商品を愛用してくださっているお客様は日本全国に200万人以上。年齢を重ねるごとに、お客様の健康状態、暮らし、生きがいなど、そのライフスタイルの多様性は増していきます。そのお一人ずつを的確にサポートしていくために、最新のデジタル技術を駆使し、よりきめ細かくパーソナライズした商品やサービス、プログラムを、お客様の一生を通じて提供していくこと（=Good Agingのお手伝い）を目指しています。
また、お客様の生きがいの創出もこれからの目標としており、「Be supporters！（サポーターになろう！）」プロジェクトなど、心の繋がりや元気に繋がるコミュニティづくりにも貢献していきます。本プロジェクトは、「支えられる人から、支える人へ」をコンセプトとし、高齢者や認知症の方など、普段は周囲に「支えられる」機会の多い方が、サッカークラブの“サポーター”となることで、クラブや地域を「支える」存在になっていくことを目指す取り組みです。





グループ従業員に対しては労働安全の徹底はもとより、
健康経営の推進、長期的視野での成長機会の提供により、
健康で幸せに満ちた生活の実現をサポートし
ダイバーシティ&インクルージョンを推進します。
またバリューチェーンに関わるすべての人の幸せに貢献するため、
外部ステークホルダーと積極的に連携し、人権尊重の取り組みを推進していきます。

— Social awareness

社会課題として当社が認識していること

ビジネスに関わる全ての人の人権を尊重

2011年の国連人権理事会において、『ビジネスと人権に関する国連指導原則』が承認され、すべての国と企業が尊重すべきグローバル基準となりました。また2015年には企業のサプライチェーン上に、強制労働や人身取引などの人権侵害の有無やリスクを確認させ根絶することを目的とした「英国現代奴隷法」が制定されました。このように、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。サントリーグループでは、ビジネスに関わるすべての人の人権を尊重する取り組みを推進していきます。

関連するSDGs







— Philosophy

考え方

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、サステナビリティビジョン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、人権方針を策定し、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。

— Initiative

取り組み

多様な従業員が「やってみなはれ」を発揮できる違いを受け入れ、活かす組織づくり

私たちは、新たな価値を絶えず創造していくために多様な人材・価値観を取り入れ、活かすことが重要との考えのもと、2011年にダイバーシティ推進室を設置、2012年には「国境を超える」「性別を超える」「ハンディキャップを超える」「年齢を超える」という4つの重点領域を設定、2017年には「Suntory Group Diversity Vision」を策定しました。2017年にはさらに、LGBTに関する活動も推進。LGBTハンドブックの作成、全社員へのeラーニングなどを実施し、性的マイノリティに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標」※において最高評価「ゴールド」を受賞しています。

※ 1.Policy（行動宣言）、2.Representation（当事者コミュニティ）、3.Inspiration（啓発活動）、4.Development（人事制度・プログラム）、5.Engagement ／ Empowerment（社会貢献・渉外活動）の5つに分類されています。日本初のLGBTに関する評価指標で、2016年に策定されました。



また、サントリーグループでは2015年に知的障がい者の雇用をスタート、2021年4月までの7年間で26名を採用し、東京・大阪の2拠点で活動をしています。このチームは2018年4月から「コラボレイティブセンター」として、サントリーグループ全体の業務集中化による有効時間の創出を支援し、事業に貢献しています。障がいのある社員が仕事や様々な経験を通して、成長しながら自立し、組織の一員（戦力）としてイキイキと活躍することを目指しています。
多様な個性を持った社員が交じり合い、互いに影響し合いながら、共に働くことが当たり前となる組織の実現に向けたチャレンジを続けています。



人権に関する取り組みを強化のための有識者ダイアログ

サントリーグループの人権に関する取り組みを強化するため2019年より定期的にCRT日本委員会のご協力のもと、日本および海外の人権課題の有識者とダイアログを実施しています。サントリーの人権活動に関する戦略および主な取り組み（社内とサプライチェーン）について意見交換やフィードバックをいただき、日々の取り組みに反映させています。2020年は、オンラインでの実施となりました。





創業精神「利益三分主義」に基づき、社会福祉、芸術・文化・学術、スポーツ、
次世代育成をはじめとする貢献活動に取り組みます。
事業を展開する地域において、課題の解決や生活文化の
充実に貢献するよう努めます。

— Social awareness

社会課題として当社が認識していること

人々の心や社会にも潤いを
創業から脈々と続く「利益三分主義※」

わたしたちの目指すサステナブルな社会とは、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」が実現されている社会です。自然と共生しながら、すべての人が人間らしく心豊かに暮らせる社会を目指して商品やサービスを提供するとともに、社会に潤いを与える企業でありたいとの考えから、芸術・文化・学術、スポーツ、時代に寄り添った社会福祉や地域貢献活動を続けてきました。こういった活動は、サントリーグループが展開する事業、ひいては社会の持続的な発展にも寄与すると考えています。

※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。

関連するSDGs







— Philosophy

考え方

ステークホルダーや社会全体と事業の成功を分け合い互いに発展・成長していく

2019年には、美術館とホールを運営する公益財団法人 サントリー芸術財団が設立50周年、学術・文化の発展に寄与することを目的とする公益財団法人サントリー文化財団が設立40周年を迎えました。さらに、ラグビー、バレーボールの自社チームによるリーグ戦への参加、チャレンジド・スポーツプロジェクト、および次世代教育活動においても音楽・美術・スポーツの各分野で取り組んでいます。また、社会福祉法人や被災地支援をはじめとした地域貢献活動も継続して行っています。サントリーグループが創業以来掲げる「利益三分主義」の精神は、わたしたちの不変の価値観なのです。

サントリーグループ社会貢献活動

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. 「文化・芸術振興」「スポーツ振興」「社会福祉」「自然環境保全」「ダイバーシティ」「被災地支援」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ています。
2. ステークホルダーとの対話を重視し、連携・協働に取り組んでいます。
3. 従業員の多様なボランティア活動を支援しています。

— Initiative

取り組み

新型コロナウイルス感染症拡大に対するサントリーグループの社会貢献

新型コロナウイルス感染が世界に広がる中、わたしたちは創業以来の「利益三分主義」の精神に基づき、企業市民として、この困難を乗り越えるための社会貢献活動を進めています。日本や米国、カナダ、欧州での蒸溜したアルコールの一部を、消毒用アルコールとして医療機関等に提供をはじめ、世界各地で、医療関係者、地域社会の皆様に対し、製品の提供や寄付などさまざまな支援活動を展開しています。



復興のその先へ。
東北と熊本の未来に向けたプログラムが始動

サントリーグループでは、東日本大震災復興支援活動·熊本地震復興支援活動をさらに地域の皆さまと共に歩む活動にするため、東北·熊本それぞれの地域の未来づくりを応援するプログラムを開始しました。
東北では、これまで総額108億円規模の復興支援活動に継続して取り組んできましたが、東日本大震災から10年の節目を迎えた2021年、岩手県・宮城県・福島県内で地方創生や地元活性化を目指す方々をサポートする「みらいチャレンジプログラム」をスタート。
2021年7月～2024年6月の3期にわたり団体・個人の応募を募り、1億円規模の奨励金の支給を予定しています。
熊本地震から5年を迎えた熊本では、熊本県に生産拠点を置く地元企業として、「記憶の継承を通じ、“熊本の未来”を共創したい」という想いのもと、地元の大学生・小中学生を対象とした「水の国くまもと未来予想図プログラム」を熊本日日新聞社と共催しています。
本プログラムでは、熊本の次世代が、オンライン講義やワークショップを通じて「復興」や「防災」について主体的に考動し、“熊本の未来”を提言する報告会を実施しています。





サステナビリティの取り組み

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。





お客様志向自主宣言

「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しくみを構築し、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

お客様のお問い合わせやご指摘に対しに真摯に耳を傾け、「迅速・的確・丁寧」に応対します。
また、いただいた声をよりよい商品・サービスの開発・改善につなげるなど、企業活動に反映させています。



お客様志向を実現するための人づくり

お客様志向経営推進のために、従業員のお客様志向を醸成するための啓発活動を行っています。



サステナブル調達

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サステナブル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にしています。



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。



健康で豊かな生活への取り組み

お客様の健康で豊かな生活に貢献するため、さまざまな商品・サービスを提供しています。

目標達成：●●● 目標達成70%以上：●● 目標達成70%未満：●

■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	2020年度の実績	評価	2021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	・お客様の声から品質課題を抽出し、品質改善につなげた。 ・フードバンク活動を継続した。 ・食品安全を推進するGFSI活動に参画した。 ・品質保証勉強会を計画的に実施した。 ・お客様やお客様対応者への品質保証に関する取組みや情報を啓発する品質サポートツールの見直しと、さらに活用頻度の高い情報のサポートツールを新たに作成した。	●●●	・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。 ・食品安全を推進するGFSI活動への参画を継続する。 ・お客様の信頼獲得に向け、引き続きお客様対応者の対応スキルの維持・向上を図るべく、社会の要望に応える品質情報の充実・啓発に取り組む。
	グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮	・「安全・安心の総点検活動」をグループ全体で推進した。 ・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った。 ・海外のグループ会社で、「SMVに基づいた活動」を展開した。 ・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した。 ・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た。 ・国内外のグループ会社に対して品質課題解決のための技術支援を実施。 ・用水および生物学的安全性品質スタンダードの定着化を図った。	●●	・「安全·安心の総点検活動」をグループ全体で継続して推進していく。 ・海外のグループ会社で、Suntory MONOZUKURI Valus (SMV) の理解とSMVに基づいた活動がさらに推進されるようダイレクト・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引き続き展開する。 ・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さらに強化していく。 ・各社の状況に応じた技術支援施策を講じ、グループ全体の品質リスク低減の活動を推進する。
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	・電話対応ならびにメール応対の外部診断の実施と改善活動PDCA強化 ・対応スタッフの応対品質向上のための教育研修の実施 ・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	●●●	・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 ・対応スタッフの応対品質向上のための教育研修や勉強会の実施 ・営業拠点を中心に「お客様対応推進リーダー」を配置・実働 ・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研究・開発
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	・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会議の実施や営業部門との連携強化） ・全社員を対象としたセミナーの実施	●●●	・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 ・全社員を対象としたセミナーの継続実施

■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	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
責任あるマーケティングの実践	ARS観点からの不適切な酒類マーケティングの防止 ※ARS：Alcohol Responsibility and Sustainabilityの略	・関連部署との情報共有・会議の開催 ・新任マーケティング担当者へ向けた勉強会の実施 ・過去事例のデータベース化	●●●	・定期的な会議開催・振り返り等により社内ステークホルダーからの共通認識獲得 ・業界動向・事例セミナー・自主基準等の共有機会を通じ、社内ステークホルダーのARS知識を深化
アルコール関連問題の予防と適正飲酒啓発	消費者・社員に対する適正飲酒の普及・啓発	・モデレーション広告の継続実施、SNSやデジタルサイネージを活用した広告実施 ・社員7千人に向けた適正飲酒e-ラーニングやアルコール体質チェックを実施	●●●	・モデレーション新聞広告、デジタルサイネージの継続実施 ・毎月のSNSでの発信による適正飲酒啓発強化 ・社員に向けた適正飲酒e-ラーニングの対象範囲を2万人に拡大

■サプライチェーンを通じたサステナビリティ活動の推進

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
原材料調達・物流におけるサステナビリティ活動の推進	サプライチェーンにおけるサステナビリティ調達の推進	・お取引先とサステナビリティ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サステナビリティ調達方針を共有（グローバル調達会議の実施） ・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	●●	・サステナビリティ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			・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

お客様志向自主宣言

2017年4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

■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。

■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。

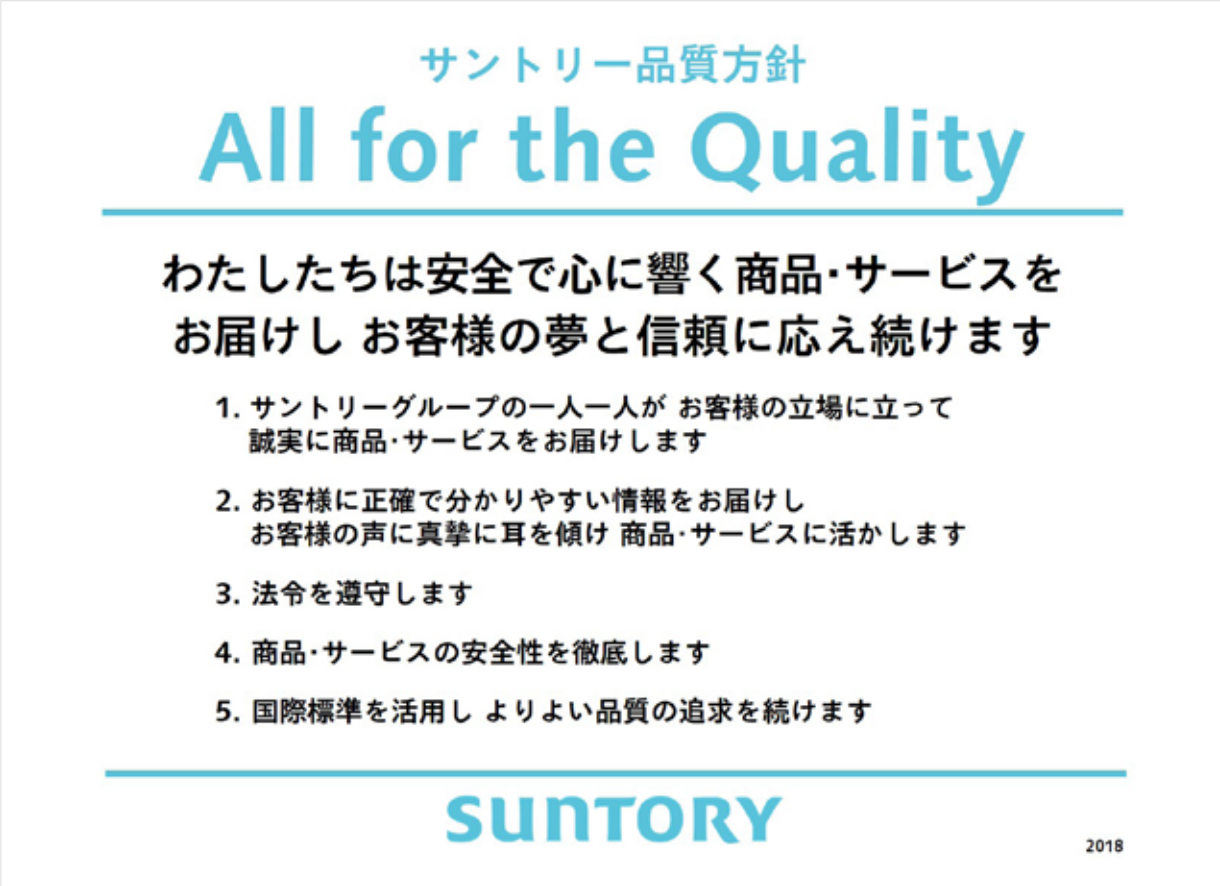
お客様・お取引先と響きあう　商品・サービス

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。



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論議するとともに、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ゲン確認、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

■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・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

「サントリー品質方針」のもと、商品の企画・開発、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、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、「サントリーの品質への取り組み」をご覧ください。

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、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も発信しています。



Webサイト「サントリーの品質への取り組み」

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行っています。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。
2020年1月から2020年12月にかけて、新聞への社告掲載を実施した自主回収は0件でした。また、法令違反回収もありませんでした。
また、同期間の製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制および自主的規範への違反については2件でした。

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し、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）お客様志向経営推進本部として活動しています。「お客様志向自主宣言」のもと、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・改善につなげるなど、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。

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。

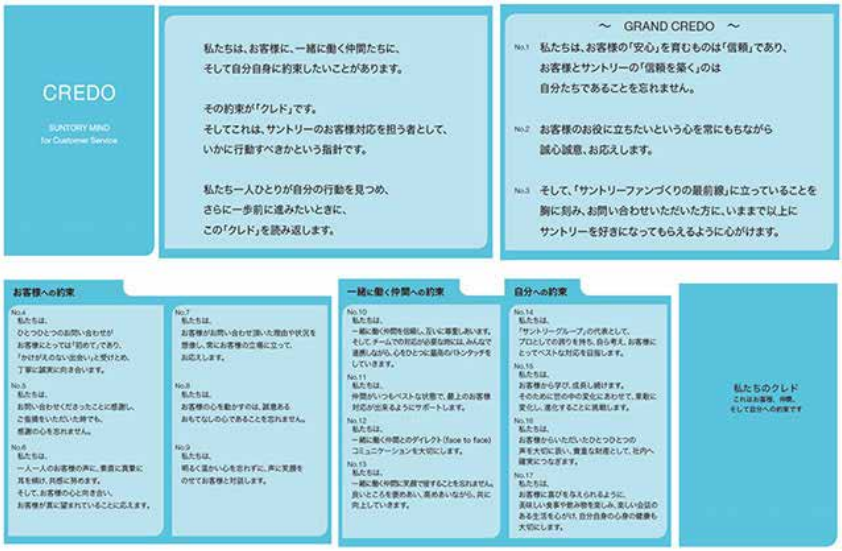
■「お客様対応規定」

サントリーホールディングス（株）とグループ18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」を制定しています。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。

※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）、サントリーシステムテクノロジー（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）、サンリーブ（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)」をお客様志向経営推進本部全員で作成し、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。

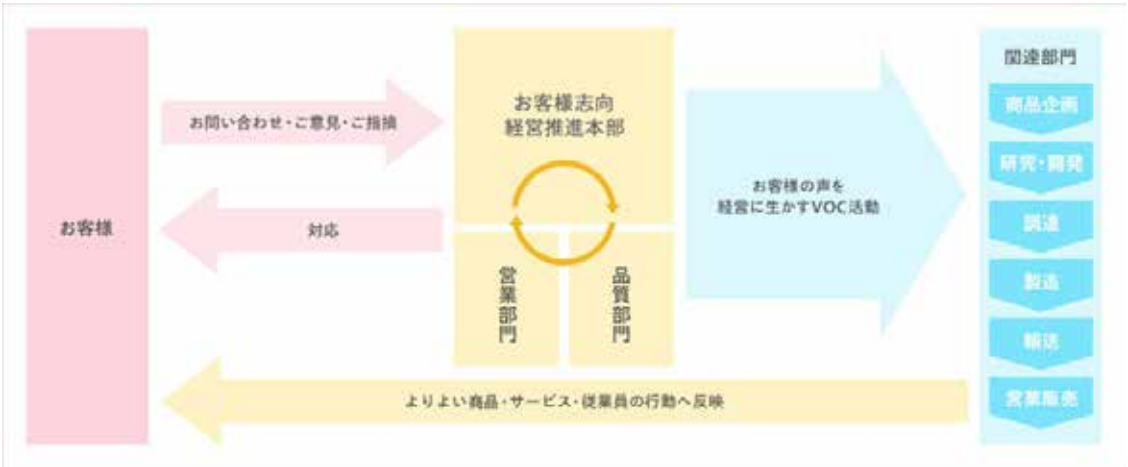


お客様の声への対応と共有、そして活用へ

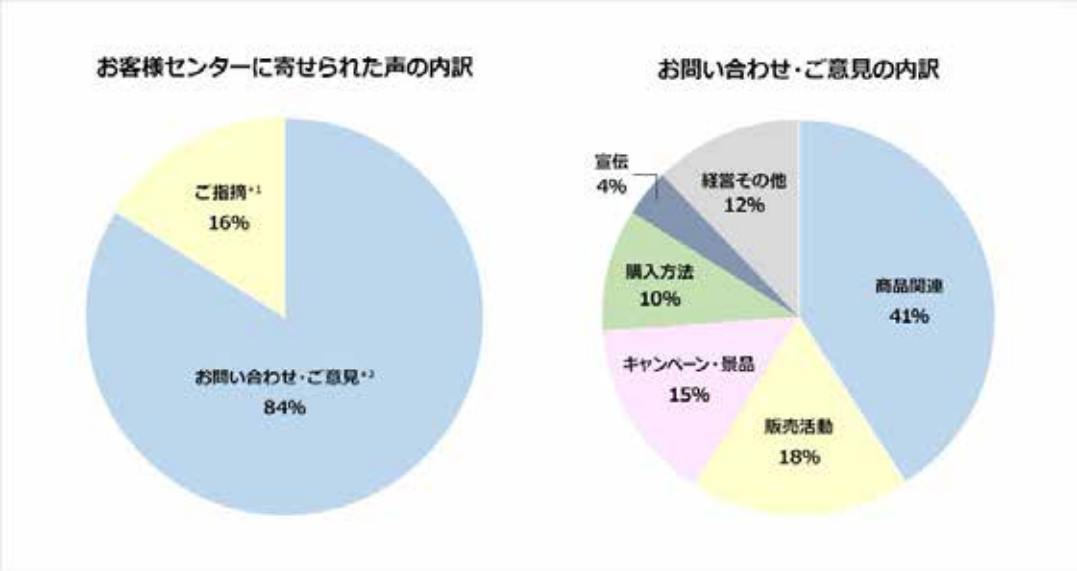
お客様センターでは、社内独自の情報検索システムを活用し、お客様からのお問い合わせなどに対してお待たせすることがないよう、迅速かつ的確な対応を行っています。
また、ご連絡を受けた時点で、その内容を情報管理の基幹システムに入力し、対応結果を記録することで、お客様からいただいた貴重な情報を関連部署で速やかに共有し、品質改善、リスクマネジメント強化などにつなげています。
お客様から寄せられたご意見やご要望を、関連する部門と定期的に共有し、商品･サービスの向上、情報提供の充実などの企業活動や、従業員の行動へ反映するVOC活動[※1]を強化しています。

※1 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



■お客様センターに寄せられた声　（2020年件数：約60,000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

今後も当社の商品を利用する　91%

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93%が、「今後も当社の商品を利用する」とお答えになりました（2020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、商品開発、品質改善、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＞

『BOSS カフェベース』 ボトル側面の目盛り（注ぐ量の目安）を復活

お客様がお好きな濃さでお楽しみいただけるよう注ぐ量の目安となる目盛りを廃止したところ、お客様より目盛りを目安に注いでいたので、目盛りつけて欲しいとのお声をいただきました。そこで、目盛りを復活させ、ご自由にも目盛りを目安にしてもお楽しみいただけるようにしました。



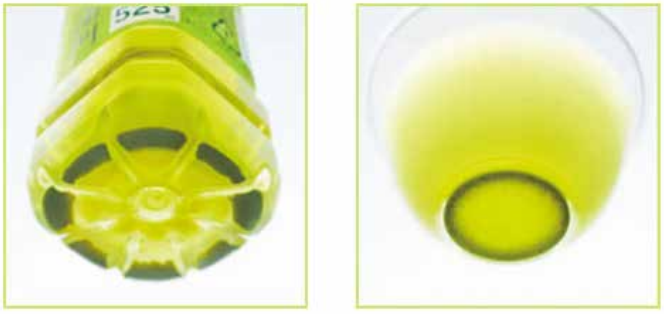
『オールフリー』「プリン体」を缶正面に目立つように記載

リニューアルに伴い缶正面の「プリン体」表記がなくなったところ、お客様からプリン体0でなくなったのかとお問合せをいただきました。これを受け、缶正面に「プリン体0」を再度表記しました。



緑茶『伊右衛門』 ボトル底部の沈殿の説明をHPでご案内

緑茶『伊右衛門』のボトル底部の沈殿へのお問合せが寄せられることから、『伊右衛門』は石臼挽き抹茶を使用しており、底に見えるのは抹茶で、緑茶本来の味わいを引き出す重要な役割を担っていることをHPでご案内するようにしました。



『メーカーズマーク』封ろうの開け方をHPでご案内

『メーカーズマーク』の赤い封蝋の開け方のお問合せが寄せられることから、HPに「開け方の説明」掲載。さらに裏ラベルにHPへの案内を記載しました。



HP　封ろうの開け方

『ほろよい』＜アイスティーサワー＞と＜カシスとオレンジ＞を見分けやすくデザインを変更しました。

＜アイスティーサワー＞と＜カシスとオレンジ＞を見分けやすくしてほしいとご要望をいただき、デザインをひと目で見分けやすくしました。



コミュニケーション接点の拡充：WebやSNSの活用

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、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、英語でのお問合せフォームも用意し、外国の方からのお問い合せにもお応えしています。 SNS上にあるお客様の声については、専用のアカウントを開設して、積極的にサポートしています。



サントリーお客様センターホームページ（PCサイト）



サントリーお客様センターホームページ（スマートフォンサイト）



サントリーお客様サポートアカウント

お客様志向の取り組みを社会に発信

サントリーグループのお客様志向経営の理念や取り組みについて、様々な媒体や活動を通じて積極的に社会に発信しています。

■お客様志向自主宣言および活動報告

サントリーグループでは、創業以来脈々と受け継がれてきた「お客様志向」の理念や取組方針について、「お客様志向自主宣言」として改めて明文化し、2017年4月に公表しました。宣言に基づき取り組んだ具体的な活動については、「お客様志向自主宣言 活動報告書」として社会にご報告しています。消費者庁が主催する令和元年度「消費者志向経営優良事例表彰」において、消費者庁長官表彰に選定され、2020年1月に表彰されました。
また、お客様志向自主宣言の公表・表彰企業として、消費者庁ホームページにも宣言や活動内容を掲載しています。

■学生向けワークショップの実施

近い将来社会人となる大学生約30名を対象に、お客様志向を学ぶワークショップを毎年開催しています。
サントリー流のお客様志向について学び、お客様の視点に立った商品開発を体験するというワークを通じて、一人ひとりにお客様志向とその実践について考えていただく機会をつくっています。



ワークショップ



ワークショップ参加者

■サステナビリティトピックス　サントリー流「お客様志向」とは ～大学生を対象にワークショップ開催～

コロナ禍に伴い2020年オンラインで開催。オンラインながら、参加者の方々から、アンケートで高い評価をいただきました。

お客様・お取引先と響きあう　商品・サービス

お客様志向を実現するための人づくり

お客様志向経営推進のために、従業員のお客様志向を醸成するための啓発活動を行っています。

お客様のご期待にお応えし続けるために

従業員一人ひとりが、お客様の意識や関心の変化への理解を深め、お客様の期待を超えた商品・サービスをお届けできる企業人になっていくことを目指し、お客様志向啓発活動や風土醸成に力を入れています。

■お客様志向啓発活動の全体像

お客様志向啓発全般

活動	対象	2020年実績
経営トップメッセージ（イントラネット・動画）	全社員	通年
お客様志向ブラッシュアップセミナー	全社員	年50回
お客様志向月間ディスカッション	全社員	5月実施
お客様対応推進リーダー制度	推進リーダー	通年実施
お客様志向アンバサダー制度	アンバサダー	通年実施

人材育成

活動（サントリー大学）	対象	2020年実績
新任マネジャー研修 『お客様志向マインド醸成講座』	新任マネジャー	年2回
4年次研修 『お客様体感プログラム』	4年次社員	年13回
新入社員研修 『お客様志向基本講座』	新入社員	年1回

VOC接点強化※

活動	対象	2020年実績
月報（イントラネット）	全社員	月1回
週報（メール）	マネジメント層	週1回
テーマ別WEBセミナー	全社員	年1回

※ VOC：Voice of Customer

■テーマ別 WEBセミナー

社会環境が大きく変化する中で「お客様」が企業に求められるものも変化し続けています。
こういった状況の中で、変化する「お客様」を理解し、求められる各現場でのお客様志向の考動に繋げていくことを目的に、テーマを設定し、そのテーマに関連したお客様の声を聴く「WEBセミナー」を開始しました。
サントリーグループ各現場では、お客様の関心のポイントや声が寄せられた背景を理解し、お客様志向の感度を上げるとともに、現場の活動でのヒントにしています。



WEBセミナー講師

■お客様志向の行動促進（風土醸成）

お客様志向啓発セミナーの実施

全従業員を対象に「お客様志向ブラッシュアップセミナー」を毎年開催しています。お客様から頂くご指摘や励ましのお声などを広く紹介し、社内の各現場で取り組んでいるお客様志向の活動事例を共有することで、従業員一人ひとりがお客様志向を深め、行動に移すきっかけづくりをしています。また、グループ会社にもセミナーを実施し、サントリーグループの全活動において、お客様志向の行動定着を図っています。



経営トップメッセージ



お客様志向の取り組みを動画で紹介

■経営層による電話音声リアルモニタリング

サントリーお客様センターに寄せられるお客様からのお電話を、経営層がリアルタイムで聴くプログラムを実施しました。各部門のトップである経営層が、お客様が生活の中で感じられた商品やサービスへの疑問・ご不安・ご意見についてお電話でお話しされる様子を臨場感持って聴くことで、経営にお客様の声を生かしていく、きっかけづくりとしています。



お客様の声を聴く経営トップ





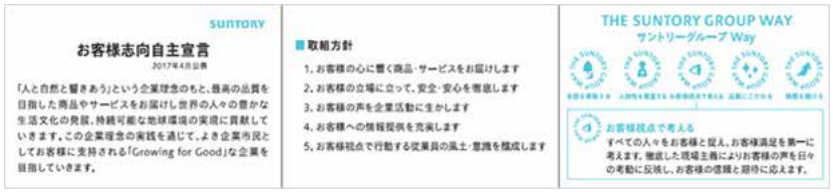
お客様の声を聴く経営層

■お客様志向月間の実施

毎年5月を「お客様志向月間」とし、全従業員がお客様のためにできることを改めて考えるきっかけとしています。
各部署では、「自部署にとってのお客様は誰か?」「お客様志向で何ができるか考える」ディスカッションを実施。さらに、個人でできることを「私のお客様志向自主宣言カード」に社員一人ひとりが記入しています。



表面



裏面

■現場に推進担当者を配置

2018年より、お客様との直接接点が多い営業拠点を中心に、お客様志向をさらに浸透・定着させるための中心的な役割を担う「お客様対応推進リーダー」を配置しています。現在、営業拠点以外にも「お客様志向アンバサダー」の配置を一部開始するなど、各部署でお客様志向の行動を推進しています。

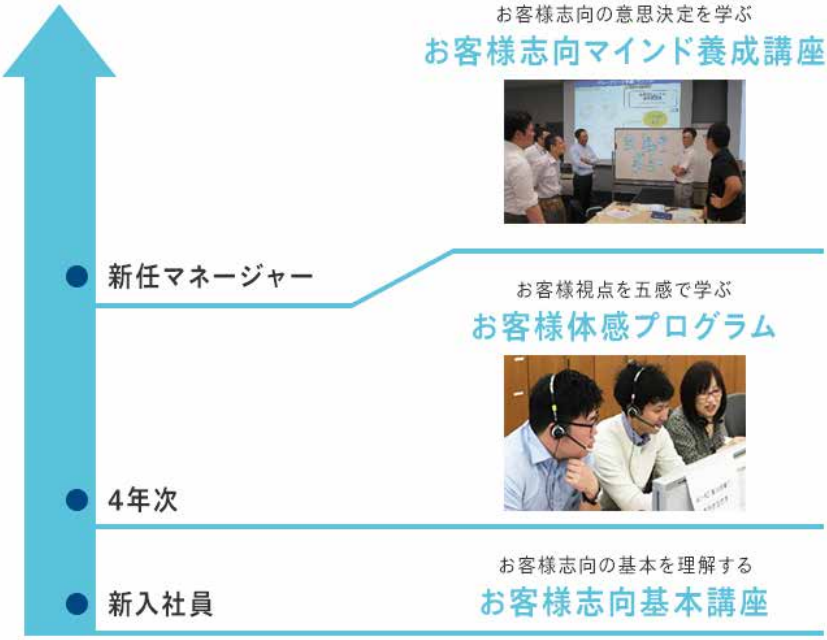


活動目標と年間振り返りをする参加者



経営層とのセッション

■キャリアパスのステージに応じた人材育成



人材育成プログラム「サントリー大学」の一環として、キャリアパスに応じた研修を実施しています。まず、新入社員研修において、創業以来脈々と継承されているサントリーグループのお客様志向の考え方を学びます。中堅社員になると、グループでお客様の声を聴き、お客様の思いや期待について推察しディスカッションすることで、お客様志向の重要性について改めて学ぶ場としています。さらに、マネジャー昇進時に、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（VOC）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、お客様の声にふ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・Eメールを通じて「お客様の声」を発信

全従業員が、当社商品や企業活動などに対するお客様の声に向き合い、自身の業務や行動につなげることを目的に、お客様から寄せられたご意見やご要望を、イントラネットやEメールを通じて週次・月次で広く社内に共有しています。
また、お客様から寄せられた声について、読者である社員の意見や感想も掲載。社員同士の意見交換を通じ、自分以外の様々な捉え方なども知ることができるようにしています。



イントラネット「ハーモニクスレポート」での情報発信

お客様・お取引先と響きあう　商品・サービス

サステナブル調達

国連グローバルコンパクトに署名している企業として、サントリーグループは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サステナブル調達を推進しています。

サステナブル調達の考え方

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サステナビリティを推進していくことが重要だと考えています。
そして、児童労働および強制労働の禁止、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、調達におけるサステナビリティ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サステナブル調達基本方針」を制定しました。
ビジネスパートナーと連携してサステナビリティを推進するため、取引先に周知し、理解を求めています。

サントリーグループサステナブル調達基本方針（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は厳格に管理します。

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。

サプライチェーンでのサステナビリティを推進

■推進体制

サントリーグループでは、気候変動などの環境課題や人権を含めた社会課題について企業の責任としてより対応していくために、2021年4月、新たに調達開発推進部を設置しました。グループ全体の長期的な原材料戦略の推進、およびグローバルでの最適な調達活動に取り組むとともに、グループ全体のサステナブル調達の推進を担っています。海外グループ会社と月1回の定期的な会議を設け、サステナブル調達の全体戦略について協議し、各社で活動推進を行っています。サステナブル調達に関わる取り組みは、取締役会の諮問機関であるグローバルサステナビリティ委員会で定期的に協議・報告しています。

■サプライヤーガイドライン制定

サントリーグループは「サステナブル調達基本方針」のもと、サントリーグループ内でサステナブル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・法令遵守・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。主要取引先へは方針説明会にて共有をしています。サントリー食品インターナショナルヨーロッパやサントリー食品アジアパシフィックなどでは、行動規範（Code of Conduct and Ethics）を主要サプライヤーと共有し、署名を通じて同意の確認を行っています。

■サプライヤーモニタリングの実施

全ての新規サプライヤーに対して「サステナブル調達基本方針」に基づいたスクリーニングを実施しています。
これに加え、2019年6月、企業ESGデータのプラットフォームであるSedex（世界最大のサプライヤーエシカル情報共有プラットフォーム）に加入しました。サプライヤーに対してSedexへの加盟、SAQ※への回答を通じた、ESGデータの共有の要請を進めています。2021年5月時点で、グローバルで約650のサプライヤー、1000の製造場がサントリーグループとSedexで繋がっており、原料・包材の購買金額の70%以上をSedex会員取引先から購入しています。

マネジメントアプローチ

サントリーグループはSedexが提供するツールを活用し、潜在リスクと顕在リスクの特定を行っています。具体的には、SAQでサプライヤーの潜在リスクと潜在リスクの管理能力を評価しています。また、Sedex上で確認出来る第三者監査情報を基に顕在リスクを把握しています。
また、監査結果で確認出来た課題については、サプライヤーとダイレクトコミュニケーションを図り、改善に向けた取組みを実施しています。

リスクアセスメントと是正の進捗状況

■サプライヤーの潜在リスク（2021年5月時点）

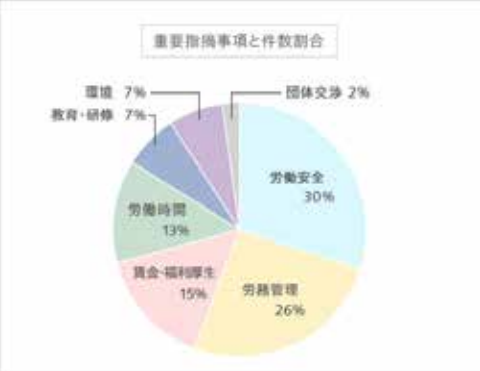
（製造場数・%）

Low	153	15%
Medium	610	59%
High	78	8%
回答中	193	19%
Total	1,034	

サントリーグループでは、Sedexアセスメントツールによる評価を基に、「Medium」と「High」リスクサプライヤーに対しては、潜在リスク管理能力の結果をフィードバックし、改善に向けてエンゲージメントをしています。また一部のグループ会社では、リスクが高いサプライヤーに対し、第三者監査を行い、実態把握の強化を図っています。

■サプライヤーの顕在リスク（2021年5月時点）

Sedex上で確認出来る第三者監査の結果では、重要指摘事項を138件確認しました。

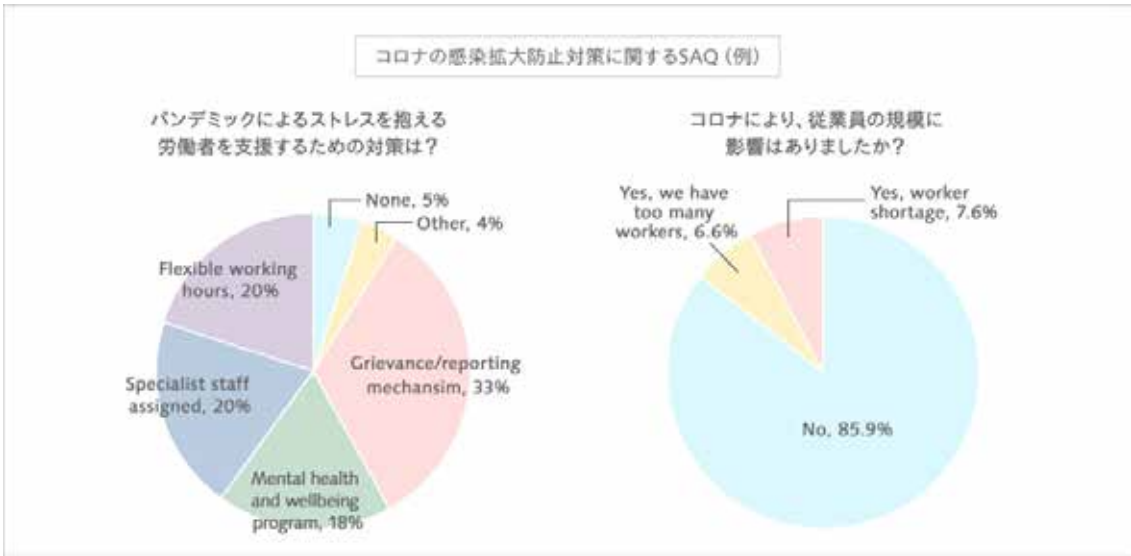


サントリーグループでは、サプライヤーとコミュニケーションを取り、指摘された重要事項が指摘されてから6か月以内に是正されていることの確認を進めています。2021年5月末時点で114件是正されたことを確認しました。
このように、Sedexを活用することでPDCAサイクルがまわり、環境社会課題に対するリスクの可視化と対応が可能になりました。
また、Sedex未加入のサプライヤーに対しては、包材部・物流部の主要取引先を対象に毎年実施しているサステナビリティに関する当社独自のSAQを活用しています。2021年の当社SAQ（19項目･各3点満点）では、回答企業平均で、包材部2.95点、物流部2.74点となり、各社がサステナビリティにしっかりと取り組んでいることを確認しました。

※SAQ:Self Assessment Questionnaire

サプライチェーンにおけるコロナ禍の影響評価

サプライチェーンの安全を守るべく、各地域のサプライヤーの新型コロナウイルス感染拡大の影響評価に取り組んでいます。2020年は、サプライヤー側の対策を把握するため、Sedex上の感染拡大防止対策に関するSAQを活用し影響評価を実施しました。約800の製造場から回答を得られ、状況を把握することが出来ました。



このSAQの活用やサプライヤーと直接コミュニケーションを取り、状況を把握するほか、マスクの提供や対策導入のサポートなどに取り組んでいます。

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およびサステナビリティを推進するために、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ルティコーヒー農園である「Bau農園」と契約しています。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。



Bau農園はサステナビリティを推進するために、さまざまな活動を行っています。労働慣行に関しては安全労働に関する講座、職場におけるモチベーションと人間関係に関する講座、朝のラジオ体操など、同農園の労働環境に目を配っています。環境保護活動しては、ゴミ分別、取水の徹底した管理、植林活動など、環境へのインパクトを意識しています。さらに、地域社会への貢献を目的に、2011年からBau農園周辺にある学校で支援プロジェクトを行なっています。


ラジオ体操


ゴミ分別


学校での活動

※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。

カシス農家に対するサステナブル農業支援

サントリー食品イギリス（Suntory Beverage & Food Great Britain and Ireland）は、ヨーロッパで多くの方に愛されている飲料『Ribena』を生産・販売しています。『Ribena』はイギリスで栽培されたカシスを90%が使用しており、サントリー食品イギリスは2004年よりカシス農家に対してサステナブル農業の支援を始めました。 農家に対して直接アドバイスする栽培現場の専門家（アグロノミスト）の雇用や、各農場とその周辺にある個々の生息地に合わせた生物多様性計画を立て、河川や湿地の生態系保全活動を進めています。
また、気候変動に強い新種のカシスの研究などを進めており、2020年の7月に、農業研究施設であるジェームズ・ハットン研究所との、長年にわたる研究の成果が実り、「Ben Lawers」という気候変動に強い新種の収穫をすることができました。

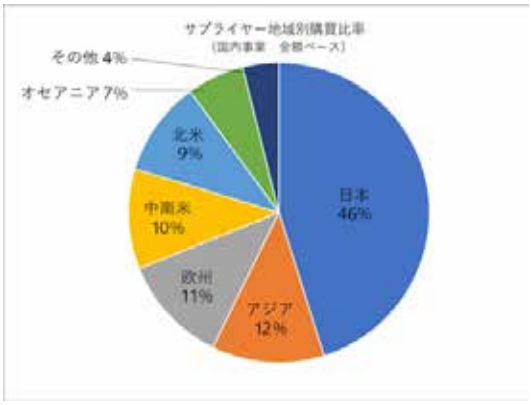

ライビーナのカシスの収穫


ライビーナのカシスの収穫

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サプライチェーンにおけるサステナビリティを推進していきます。

■サプライヤー地域別構成比

サントリーグループの国内事業においては、主に以下の地域のサプライヤーから原料を購買しています。サプライヤーと連携して原料のサステナビリティを推進しています。



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、サステナビリティ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、サステナビリティに向けた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。

グリーン調達の推進

サントリーグループは、「サントリーグループサステナブル調達基本方針」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。また包材部は、毎年取引先評価基準に基づくグリーン調達評価を実施し、お取引先各社の環境への取り組みが進んでいることを確認しています。

お客様・お取引先と響きあう　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サステナビリティ調達基本方針」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、2020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。※

※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2020年12月時点で43社（取引金額比率で約12%）、包材部が2020年12月時点で116社（取引金額比率で約11%）

お客様・お取引先と響きあう　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、2020年末で76社270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 MONOZUKURI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152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。


「安全推進大会」


「安全推進大会」での表彰式


「安全推進大会」でのディスカッション

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1300拠点中620拠点が認定を取得（2020年末）、認定取得率は48%に達しました。これはトラック運送業界全体の取得率31.3%（2020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。

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・お取引先と響きあう　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。

サントリーグループの目指す「DRINK SMART（ドリンク・スマート）」

アルコールの有害な使用によって引き起こされる問題を「アルコール関連問題」と呼び、その影響は身体やこころ、家族、職場、地域など多岐に及びます。アルコール関連問題は個人の健康への影響だけでなく、ハラスメントや暴力、飲酒運転などの犯罪までさまざまな社会的問題も含んでいるのです。有害な飲酒の問題は「アルコールの有害な使用を低減するための世界戦略」が2010年にWHOで採択されるなど世界的に関心が高まっており、日本でも「アルコール健康障害対策基本計画」が2016年に策定され、国の重点課題としてアルコール関連問題の予防やアルコール依存症などの健康障害の減少に向けた取り組みが進められています。

「お酒に関する正しい知識を持ち、お酒と上手につき合うことでより健康的で豊かな生活を送ること」。
これが私たちサントリーグループの目指す“ドリンク・スマート”です。
アルコールの有害な使用を減らすことは社会にとって重要な課題であり、サントリーグループでは責任あるマーケティングの実践と適正飲酒の啓発活動“ドリンク・スマート”を大きな柱として積極的に活動を推進しています。

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況、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、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。

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（現・グローバルARS部）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**などを行っています。

※ARS：Alcohol Responsibility and Sustainabilityの略。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。

■1.責任あるマーケティングの実践

グローバルARS部は、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い、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。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、関連部署において定期的に研修を行いながら、責任あるマーケティング活動を推進しています。

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年からは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。

事例1）ノンアルコール飲料推進の取り組み

サントリーグループでは、適正飲酒の啓発のほか、アルコールの影響を気にせず幅広いお客様に楽しんで頂くため、低アルコールおよびノンアルコール飲料の推進も行っています。同時に、ノンアルコール飲料については味わいが酒類に類似していることから、満20歳以上の成人の飲用を想定した社内基準を設け、これに対応しています。
今後も対象商品を拡大するとともに、「カロリーゼロ」「糖質ゼロ」「プリン体ゼロ」を実現した商品の販売を促進する等、健康志向の消費者ニーズへの対応を続けていきます。

サントリーグループのノンアルコール飲料



オールフリー
（ノンアルコールビールテイスト飲料）



のんある気分
（ノンアルコールチューハイ）

事例2）商品パッケージへの注意表示

酒類業界の自主基準に則り、全ての酒類製品に、20歳未満飲酒防止と妊産婦飲酒防止の注意表示を行っています。またビールやRTDといったアルコール度数の低い製品には「お酒」マークを表示し、ジュースとの誤飲防止に努めています。



事例3）ホームページでの年齢認証

2015年より、未成年者飲酒防止のため、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ています。



事例4）新任マーケティング担当者に向けた勉強会の実施

年に2回、グローバルARS部が主体となり、新任マーケティング担当者に向けて業界自主基準、社内自主基準等の理解を深めるための勉強会を実施。商品開発から販促活動までにどのような視点が必要かを、具体的な事例も用いながら説明しています。

■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。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るほか、様々な活動を行っています。

			
グループ従業員への ドリンク・スマートセミナー	グループ従業員への アルコール体質遺伝子検査	ドリンク・ スマートアンバサダー制度	グローバル ARS 部による イントラネットサイト
酔いのメカニズムや遺伝・体質による違いなど、酒類を製造・販売する企業の従業員として必要な知識の習得を推進	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全従業員に向けて実施	営業パーソンが直接お得意先様でドリンク・スマート講座を実施できるような仕組みづくり	各種自主基準やマーケティング・営業活動事例集、適正飲酒セミナー資料などをまとめ、従業員誰もがいつでも参照できる環境づくり

このほか、従業員向けの啓発動画制作やe-ラーニング、モデレーション（適正飲酒）広告の社内掲示などを通して従業員に向けて適正飲酒を啓発しています。

お客様に対する適正飲酒啓発

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ための取り組みを行っています。
酒類製品に含まれるアルコール量をお客様に分かりやすくお伝えするため、国内で販売する主要な酒類製品に含まれる純アルコール量を、サントリーホームページで開示しています。



『適正飲酒啓発活動』に数々の受賞

サントリーの啓発活動は各方面から高い評価をいただいています。「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」は、2002年、日本新聞協会主催 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。2018年は、ホームページ“「DRINK SMART お酒との正しい付き合い方を考えよう」”で、公益社団法人アドバタイザーズ協会Web広告研究会主催 第6回 Webグランプリ 企業 BtoCサイト賞 優秀賞 を受賞。また、飲みに誘われたときの多様な断り方を、サッカー用語と楽しいイラストでユーモラスに表現した「休肝日のFANTASTICな断り技ポスター」は、第38回新聞広告賞（2018年）において「新聞広告賞」を受賞しました。

サントリー独自の取り組み

●適正飲酒全般

			
1986 年に始まった、適正飲酒啓発広告で節度ある飲み方を伝えるモデレーションキャンペーン	サントリー適正飲酒啓発ホームページ「お酒との正しい付き合い方を考えよう」	酔いのメカニズムやアルコール体質の違いについて理解を深める「ドリンク・スマートセミナー」を法人向けに実施。また、適正飲酒啓発動画「DRINK SMART MOVIE　ーかんぞう君に、きいてみよう。ー」を制作・公開	DRINK SMART 15 秒 MOVIE「鏡にうつしても、恥ずかしくない飲み方を篇」「みんなが楽しい時間にしようよ篇」

●適量の推奨

	
飲み会の多様な断り方を楽しいイラストで表現する「休肝日の断り技」ポスター	仲良し女子３人組がお酒と楽しく正しく付き合う姿を描くオリジナルのデジタル漫画「飲みたガールの週末」

●不適切な飲酒防止

		
親子で学べる未成年者飲酒防止啓発教材を制作。教材を使用した小中学校への出張授業も実施	若者向け適正飲酒啓発教材を制作し、大学を中心とした教育機関に無償配布。教材を使用した大学への出張授業も実施	イッキ飲み防止連絡協議会の趣旨に賛同し「イッキ飲み防止キャンペーン」でポスター・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

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。

			
交通広告を中心に「STOP!20歳未満飲酒」を呼びかける広告を年２回実施	学校での適正飲酒への取り組みを全国から募集し表彰する「20歳未満飲酒防止教育“学校コンクール”」に協賛	ＪＲ西日本管内の主要駅及び車内に、お酒を飲みすぎたお客様によるホームからの転落注意の啓発ポスターを掲出	女性の社会進出やライフスタイルの変化を背景に増加傾向にある“リスクある女性の飲酒”を防止するため、正しい知識を普及

また、妊産婦の飲酒の影響や授乳中のリスクを製品容器やPOP等酒類販促物、TV広告などの動画媒体で注意表示する取り組みも行っています。

アルコール関連問題低減に向けグローバルに活動

2010年にWHO（世界保健機関）で「Harmful Use of Alcohol（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。この「アルコールの有害な使用の低減」は2013年の「NCDs（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」や2015年に策定された国連のSDGs（持続可能な開発目標）の健康分野でも目標の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。酒類業界はその取り組みにおける重要なステークホルダーと位置づけられています。

サントリーグループは、この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「アルコールの有害な使用の低減の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。またIARDでは2018年からデジタル媒体に関する基本原則をWFA（世界広告主連盟）と共同で策定し、未成年者に対する酒類に関するメッセージの到達防止に努めています。

サントリーグループは、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、専任部署を設置し、定期的にグローバルARS委員会等を開催し、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。

サントリーグループのグローバルなプログラムとして「DRINK SMART®」を展開し、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。

IARDについて

IARD　-International Alliance for Responsible Drinking（責任ある飲酒のための国際連盟）は世界の大手酒類メーカー12社が参画するワシントンDCに本部を置く非営利団体。
サントリーグループはビームサントリーとして設立当初から参画し、WHOの「アルコールの有害な使用の低減に向けた世界戦略」（2010年採択）に対する酒類業界としての取組みである「アルコールの有害な使用の低減のための業界コミットメント」の策定にも深く関わってきました。
「業界コミットメント」は2013年から5年間にわたり、5つの分野での取り組みに推進しています。

①未成年者の飲酒の低減
②業界自主基準の展開と強化
③責任ある商品開発と消費者への情報開示
④飲酒運転の低減
⑤小売分野との連携強化

コミットメントの進捗報告やその評価は第3者によって行われプログレスレポートとして毎年報告されています。日本やアメリカを含むサントリーグループの主要市場での取り組みも報告・評価されており、日本での未成年者飲酒防止の親子向け教材の配布やアメリカにおける交通裁判所との飲酒運転再犯者に対する教育プログラムなどの独自の取組みや、各国の酒類業組合との協同取組みも高い評価を得ています。
2018年からはデジタル媒体に関する基本原則を策定・遵守することにより、未成年者へのお酒に関するメッセージの到達防止に努めています。また未成年飲酒や飲酒運転など不適切な飲酒に関するトレンドレポート等も発行しています。
IARD会員社のCEOによる会議も毎年開催され、酒類業界として中長期的かつグローバルに取り組むべき事項について真剣な討議が行われています。



IARD CEO会議の様子（2019年）



プログレスレポート



デジタル媒体に関する共同宣言（2018年）
と不適切な飲酒に関するトレンドレポート（未成年飲酒版、2019年）

Beam Suntoryの適正飲酒啓発活動

事例1）飲酒運転防止の取り組み

DWI裁判所への支援
飲酒運転を繰り返す可能性が高い常習違反者に対し、実証に基づいたプログラムで治療を行うために創設されたDWI裁判所の全米国民センターへの支援を行っています。

事例2）大学生に向けた取り組み

Building Resilience In Campus Community (BRICC) Coalition
ケンタッキー州のルイヴィル大学とケンタッキー大学が行っている、個人、グループ、団体、コミュニティの各階層での高リスク飲酒低減を目指す活動を支援しています。

お客様・お取引先と響きあう　商品・サービス

健康で豊かな生活への取り組み

サントリーグループは、お客様の信頼と期待に応えることを目指す企業として、お客様の心身ともに健やかで喜びに満ちた生活に貢献します。
飲料、健康食品、酒類などの幅広い事業活動を通じて、商品やサービスを提供するとともに、価値創出のためのイノベーションの推進によって、お客様のライフステージに応じた、潤いのある豊かな生活をサポートします。

サントリー食品インターナショナル（SBF）

サントリー食品インターナショナルでは、人々のより健康的なライフスタイルに貢献するために、以下の健康方針を掲げ取り組みを進めています。

サントリー食品インターナショナル健康方針

1.国・地域・年代など、様々なお客様の健康ニーズに合わせて、心を満たし、
おいしく体に良い商品ポートフォリオの拡充と、お客様の健康に資するサービスの提供を進めていきます。
2.お客様の健康に貢献する研究を行うとともに、日本で長年培ってきた無糖飲料・低糖飲料・健康飲料の開発知見を活かし、
世界に向けてより自然で健康的な商品開発に取り組んでまいります。
3.各国・地域における公的機関や業界団体の指針に基づいた表示とコミュニケーションを行い、
お客様による健康的な飲料の選択に、より役立つよう取り組みます。
4.外部専門機関との共同研究など、様々なステークホルダーとのコミュニケーションを通じて、
健康課題の解決に貢献していきます。

■研究に基づく特定保健用食品や機能性表示食品を開発

「ウーロン茶特有の重合ポリフェノール」に脂肪の吸収を抑える作用があるという研究結果をもとに開発された「黒烏龍茶OTPP」や、血圧が高めの方に適した「胡麻麦茶」、脂肪の吸収を抑える「ペプシスペシャル ゼロ」、そして史上初めてケルセチン配糖体の脂肪分解作用を明らかにした「伊右衛門 特茶」など、サントリーはさまざまな効能をもった特定保健用食品（トクホ）を販売しています。また、悪玉（LDL）コレステロールを下げる機能がある機能性表示食品「伊右衛門プラス」など、多彩なラインアップでお客様の健康に貢献するほか、美味しく飲めることを特に重視し、「健康」と「美味しさ」の両立を研究しています。



■心を満たし、おいしく体に良い商品ポートフォリオの拡充



長い間、炭酸飲料を中心とした砂糖を多く含んだ飲料がお客様に求められ、拡大してきた世界の飲料市場ですが、昨今ではより自然で健康的な飲み物を求めるニーズが加速しています。日本で長年培ってきたお茶、水といった無糖飲料や低糖飲料の開発知見を活かし、各国で心を満たし、おいしく体に良い商品ポートフォリオの拡充を進めています。
ベトナムでは、脂肪の吸収を抑え、食後の血中中性脂肪の上昇を抑える「ウーロン茶重合ポリフェノール（OTPP）」を含んだウーロン茶飲料「Tea+ Oolong Tea」、インドネシアでは「MYTEA Oolong Tea」を発売し多くのお客様から支持されています。ヨーロッパでは、サントリーのもつお茶に関する知識や技術を活かした商品で、様々なフレーバーを楽しめる低糖のアイスティー「MayTea」を販売しています。

また飲料以外にアジアでは、タイを中心に各国で愛飲されている、人工的な化学物質、保存料不使用で良質な鶏を原料とする滋養ドリンクの「Essence of Chicken」をはじめとする、健康食品のブランド「BRAND'S」を展開しています。

■ネガティブインパクトの抑制



ネガティブインパクトを抑制するため、砂糖や人工着色料や香料などを出来るだけ使用しない商品の開発を進めています。
砂糖削減については、ヨーロッパでは2025年までに商品ポートフォリオ全体での砂糖の使用量を2015年基準として35%削減する目標を掲げているなか、「Lucozade」や「Ribena」を中心にレスシュガー化を進めており、2020年末までに22%の削減を達成しました。オセアニアでは低糖、無糖の製品がグループの成長の半分以上を占めるようにすることを約束し、2030年には販売する製品の三分の一の飲料を低糖、無糖にしていく目標を掲げています。エナジードリンクの「V」を中心に、レスシュガー化を積極的に推進しており､2020年には販売する製品の五分の一が既に低糖もしくは無糖になっています。

人工着色料や香料などを出来るだけ使用しない商品の開発も進めており、フランスでは「Oasis」を2019年に刷新して砂糖の含有量を減らすだけでなく、100%自然由来の原料を使用しています。イギリスの「Lucozade Revive」は天然のフルーツフレーバーから作られており、人工着色料は一切含まれていません。インドネシアで展開している「Good Mood」には保存料、合成着色料、合成甘味料が含まれておらず、自然由来のフルーツエキスを用いた低糖飲料として沢山の方から支持を頂いています。

■適切でわかりやすい情報開示と責任あるマーケティング

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。

日本では、アレルギーについて、原料を調査し、表示の要否を確認しています。また、「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。
ヨーロッパでは、責任あるマーケティングを展開しており、UNESDAが提唱する「学校における責任あるマーケティングプログラム」に参加しています。

■より健康なライフスタイルの提案

日本では、「健康で、前向きに、自分らしく生き続けたい」と願う方々に寄り添い、サポートできる企業でありたいという想いのもと、2018年秋より「100年ライフ プロジェクト」を始動しました。「外部専門機関との共同研究」、「生活習慣病対策飲料の開発・ポートフォリオ強化」、「生活習慣改善プログラムの提供」などを進めています。
また、ヨーロッパでは、『Moving on Healthand Wellbeing』レポートを発行し、「約100万人に運動を促す」「自分たちの主なブランドから砂糖の使用量を半分にする」「従業員と協力して、オフィスの健康プログラムを再構築する」「職場での肉体的・精神的な幸福（wellbeing）」を推進しています。

サントリーウエルネス

サントリーウエルネス(株)は、サントリーグループの健康事業を担う会社としてスタートしました。「健やかで、美しく、心豊かな毎日～ウエルネスライフ～」の実現に貢献します。

■セサミンの機能解明から健康食品発売へ

健康によいといわれてきたゴマの機能の解明に挑戦し、ゴマに含まれる微量成分ゴマリグナンの1つ「セサミン」の健康効能を科学的に解明。1993年に健康食品第1号として商品化しました。
その後、ビタミンEやトコトリエール、玄米由来の成分「オリザプラス」との組み合わせによってパワーアップした商品「セサミンEX」を発売しています。
サントリーウエルネス(株)では、そのほかにもさまざまな健康食品を販売しています。

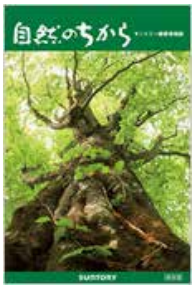


お客様とのコミュニケーションを推進

Webサイトや冊子を通じて、お客様にさまざまな情報をお届けしています。



Webサイト「サントリーグローバル
イノベーションセンター」



健康情報を掲載している冊子



Webサイト「健康飲料NAVI」



Webサイト
「サントリーウエルネスOnline」

サステナビリティへの取り組み

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、「環境ビジョン」および「環境目標」を掲げ、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

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。



水のサステナビリティ

「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。



脱炭素社会への取り組み

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。



循環型社会への貢献

循環型社会の構築に向けて、多様なステークホルダーと、問題解決に向けた取り組みを推進していきます。



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。



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

サステナビリティ行動計画

目標達成：●●●　目標達成70%以上：●●　目標達成70%未満：●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021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	「猛禽類」を中心とした「天然水の森」での鳥類調査は、12箇所で実施し、猛禽類の繁殖環境・営巣環境に配慮した整備についても重点的森林に於いて実施中。	●●	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、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。
	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	・「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。 ・「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」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）	「天然水の森」では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に加えて、林業技術者研修、山林の台風被害からの復旧にも取り組んだ。「育林材※1」の活用については、社内外で数多くの事例を展開しつつ、今後の展開についての強化集約の体制を確立しつつある。「天然水の森」協定面積の拡大については、2020年目標である中期目標を達成している。	●●	「天然水の森」ではより涵養力の高い、生物多様性豊かな森を目指す。 具体的には、引き続き、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施業に加えて、山地災害により強い森林育成に努める。「育林材※1」については、今後の活用をさらに推進する。
	水の大切さの啓発と価値の共有	「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	●●	17年目を迎える「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を強化
		・水育「森と水の学校」計6回、188名参加 ・水育「出張授業」計121校、9,451名参加		・オンライン実施を本格化 ・水育「森と水の学校」実施計画　計74回、1,800名 ・水育「出張授業」実施計画 計210校、16,800名
		・ベトナム「水育」出張授業に約6,200名参加 ・インドネシア「水育」出張授業に約3,900名参加 ・タイの「水育」自然体験プログラムに約500名参加		・ベトナム水育をドンナイ省へ拡大 ・インドネシア水育をジャカルタに拡大 ・タイ水育 参加人数計画2,750名
環境負荷低減	サントリーグループ※2の自社工場での水原単位を15%削減※3	自社工場での水使用のさらなる削減（原単位：15年比14.2%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20%削減※4	バリューチェーン全体でのCO_2排出量のさらなる削減	●	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（2015年）の95%以上を占める事業会社群（海外を含む）
※3 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減
※4 2019年における事業領域を前提とした総量での削減

自然と響きあう　環境

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。

環境ビジョン

事業活動と環境影響

環境マネジメント

2020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、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、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」を社会との約束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. イノベイティブな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。

■「環境ビジョン2050」・「環境目標2030」

サントリーグループは、サステナビリティ経営により明確な方向性を与えるため、「環境ビジョン2050」および「環境目標2030」を策定しています。世界が抱えるさまざまな課題にこれまで以上に真摯に向きあい、持続可能な社会の実現に向けて挑戦を続けるべく、2021年4月に「環境目標2030」の改定を行いました。

「環境ビジョン2050」

サントリーグループは、「人と自然と響きあう」企業として、「水のサステナビリティ」「気候変動対策」を柱に、持続可能な地球環境を次代に引き渡すことを目的に、2050年に向け、以下のビジョンを掲げます。

1．水のサステナビリティ

・全世界の自社工場での水使用を半減※
・全世界の自社工場で取水する量以上の水を育むための水源や生態系を保全
・主要な原料農作物における持続可能な水使用を実現
・主要な事業展開国において「水理念」を広く社会と共有

2．気候変動対策

・2050年までに、バリューチェーン全体で、温室効果ガス排出の実質ゼロを目指す
　省エネルギー活動の推進、再生可能エネルギーの積極的な導入、次世代インフラの利活用およびバリューチェーンのステークホルダーとの協働を通じ脱炭素社会の実現に向けて取り組む

※2015年における事業領域を前提とした原単位での削減

「環境目標2030」

「環境ビジョン2050」達成に向けて、以下環境目標2030を掲げます。

1．水

・最新の節水技術を活用し、自社工場での水使用をグローバルで15%削減※1
・水ストレスの高い地域を中心に、半数以上の自社工場で水源涵養活動を実施
・水負荷の高い主要原料について、サプライヤーと協働で持続可能な水使用を追求
・水に関する啓発プログラムに加えて、安全な水の提供にも取り組み、合わせて100万人以上に展開

2．温室効果ガス（GHG）

・自社拠点でのGHG排出量を50%削減※2
・バリューチェーン全体におけるGHG排出量を30%削減※2

※1 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減
※2 2019年の排出量を基準とする

■2030年までにGHG50%削減へ向け取り組みを加速

サントリーグループでは、2030年目標の達成に向け、世界各地域での再エネ電力の導入を進めており、2022年末までに日本、米州、欧州の飲料・食品および酒類事業に関わる全ての自社生産研究拠点63箇所で、電力を100%再生可能エネルギーに切り替えることを目指しています。また、内部炭素価格制度を2021年から順次導入し、2030年までに脱炭素を促進する1,000億円規模の投資を実施する予定です。これらの取り組みにより、2030年に想定されるGHG排出量を、約100万トン削減できる見込みです。

■「SBT イニシアチブ」への対応

サントリーグループは、国連グローバル・コンパクト、SBT（Science Based Targets）イニシアチブ※1、We Mean Business※2が主催する温暖化による世界の気温上昇を1.5℃以内に抑える目標づくりを呼び掛ける「Business Ambition for1.5℃」に賛同し、署名しています。2030年環境目標において設定しているGHG排出削減目標は、SBTイニシアチブの「1.5℃目標」の認定を取得しています。1.5℃目標は、世界全体の平均気温の上昇を産業革命以前に比べて1.5℃に抑えるための科学的根拠に基づいた目標です。



※1 UNGC（国連グローバル･コンパクト）、CDP（気候変動対策に関する情報開示を推進する機関投資家の連合体）、WRI（世界資源研究所）、WWF（世界自然保護基金）が共同で設立した国際的なイニシアチブ。企業が､科学的根拠に基づいた温室効果ガス削減目標を設定するよう働きかけています。

※2 企業や投資家の温暖化対策を推進している国際機関やシンクタンク、NGO等が構成機関となり運営しているプラットフォーム

■「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD）」提言への賛同表明

サントリーグループは、金融安定理事会（FSB）により設置された「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD※1）」提言への賛同を表明しました。
また、TCFDの提言に従い気候変動に対するシナリオ分析を試行し、気候変動がサントリーグループの重要な原料である農作物に対して大きな影響を与える可能性を把握しました。
今後は、シナリオ分析をさらに進め、気候変動が事業に与えるリスクや機会について、関連する情報開示の拡充を進めていきます。



※1 The Task Force on Climate-related Financial Disclosuresの略

環境経営

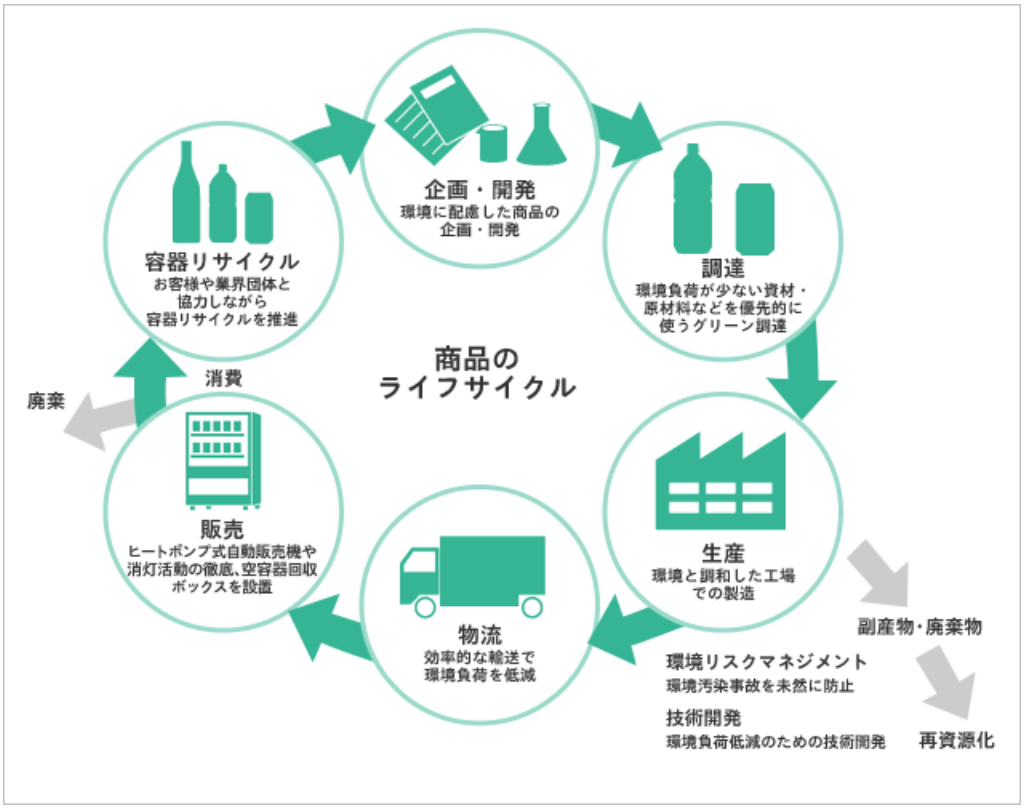
事業活動と環境影響

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

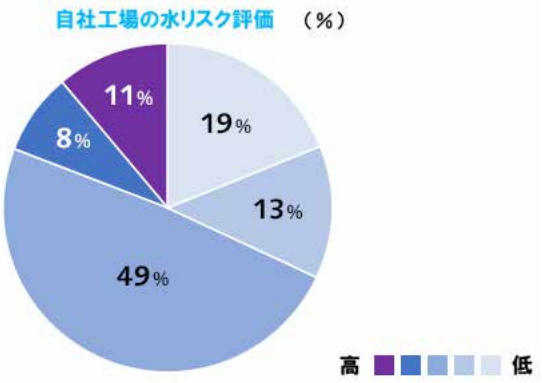
全世界の拠点を全球レベルで共通に評価できる指標である、World Resources Instituteにより開発されたAqueductで採用されているBaseline Water Stressの国別スコアを活用し、自社工場※の立地国からの水ストレスの高い国を確認しています。

（※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26工場、海外生産64工場が対象）

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

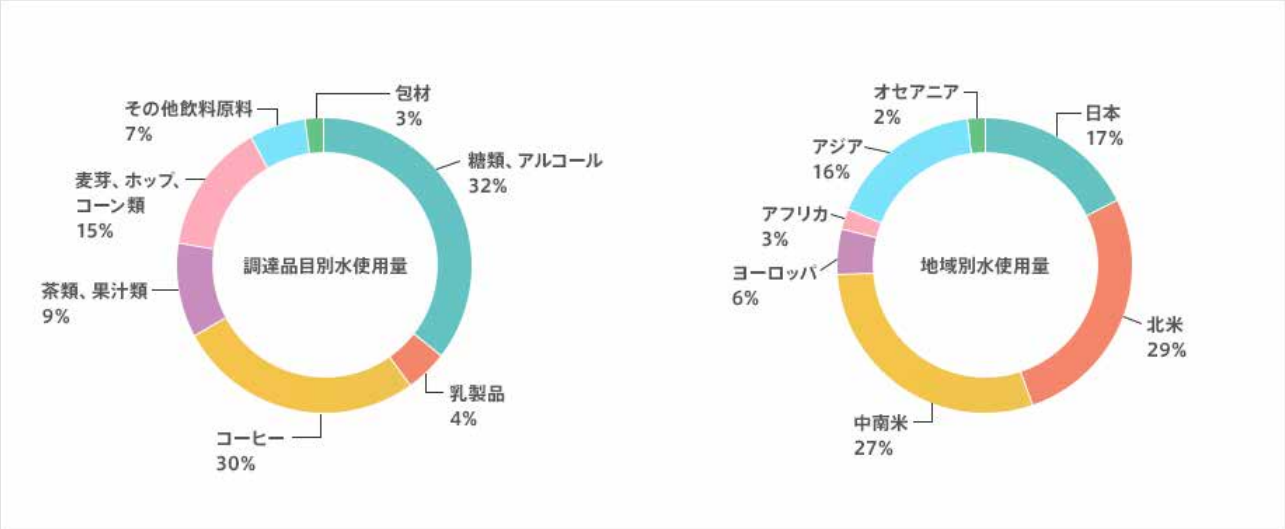
World Resources InstituteによるAqueductで採用されているBaseline Water Stressの国別スコアをもとに作成。
https://www.wri.org/applications/aqueduct/country-rankings/
Hofste, R., S. Kuzma, S. Walker, E.H. Sutanudjaja, et. al. 2019. "Aqueduct 3.0: Updated Decision-Relevant Global Water Risk Indicators." Technical Note.
Washington, DC: World Resources Institute. Available online at: https://www.wri.org/publication/aqueduct-30.

さらに、Baseline Water Stressに加え、気候変動などの将来シナリオに基づいて2040年の水ストレスを評価する2040 Water Stressを採用し、Baseline Water Stress と2040 Water Stressのいずれかのスコア（5段階）が「極めて高い」または「高い」工場を、サントリーグループの水リスクの高い工場と評価しています。なお、水リスクの高い工場の占める取水量の割合は、グループ全体の19%にあたります。
サントリーグループでは、水リスクの高い工場を中心に、現地調査およびアセスメントを行っています。また、主要サプライヤーを対象に、水に関するアンケート調査を2016年から継続的に行っています。



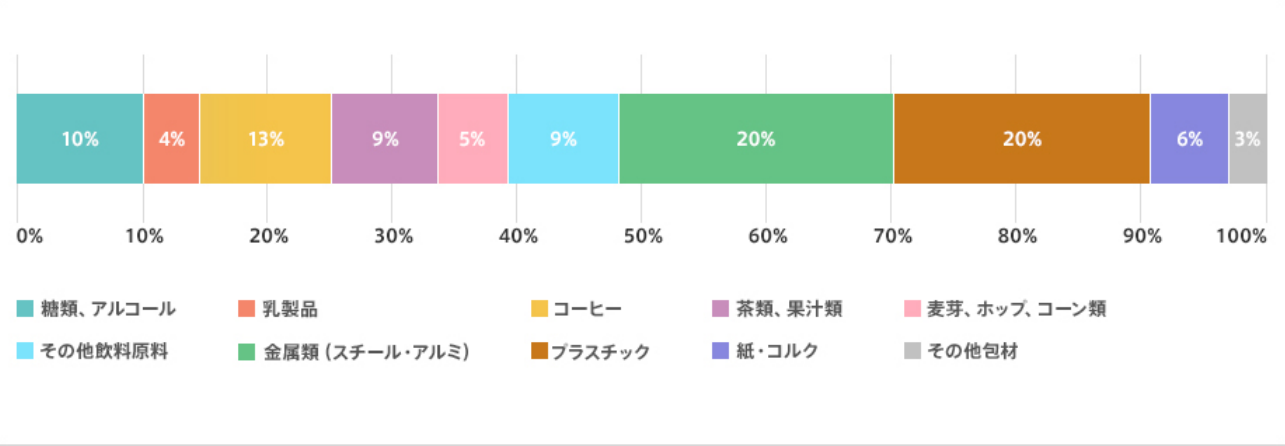
■自然資本による定量評価

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（2015年）

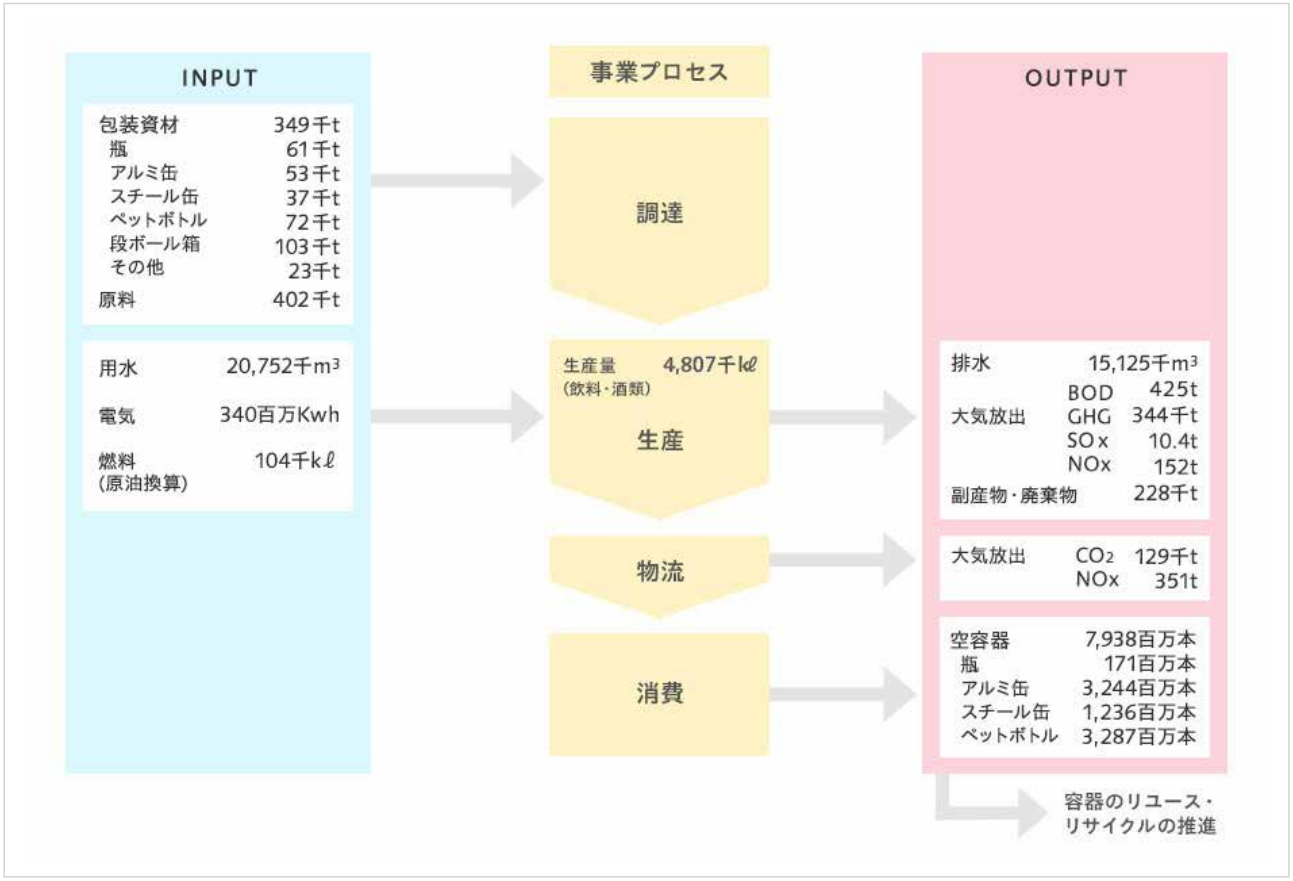
※対象は国内生産拠点で使用する原料
※ウォーターフットプリント・ネットワーク(WFN)のデータにより算定
※グリーンウォーター（雨水など）とブルーウォーター（灌漑水など）の合計



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:2020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 温室効果ガス排出量の算出係数は下記のとおり。
燃料：省エネ法、温対法で定められた係数
電力由来CO_2：温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数
CO_2以外のGHG：温対法で定められた係数

サントリー食品インターナショナル（株）がCDPが実施した調査において「気候変動」「ウォーターセキュリティ」の2分野で最高評価のAリストを獲得

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気候変動2020」「CDPウォーターセキュリティ2020」において、サントリー食品インターナショナル（株）が高い評価を受け「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

サントリー九州熊本工場が「Alliance for Water Stewardship（AWS）」認証を取得



サントリー九州熊本工場が、工場周辺流域の持続可能な水利用に関する「Alliance for Water Stewardship（以下AWS）」認証を取得しました。2018年12月にサントリー天然水 奥大山ブナの森工場が日本で初めてAWS認証を取得し、九州熊本工場の取得は、日本で2番目となります。

今回のAWS認証にあたっての評価ポイント

AWSは、世界自然保護基金（WWF）やThe Nature Conservancy（TNC）等のNGOと企業が共同で設立した、水のサステナビリティをグローバルに推進するための機関です。AWS認証は、世界中の工場を対象とした持続可能な水利用に関する認証で、水の保全やスチュワードシップ（管理する責任）の推進を目的としています。

サントリー九州熊本工場では、同工場の水源涵養エリアにあたる約420haの森を「天然水の森　阿蘇」とし、森林整備活動を展開。さらに工場周辺の水田で湛水(たんすい)農地「冬水田んぼ※」と呼ばれる地下水涵養活動を実施し、「天然水の森」と一体となった涵養活動を行っています。今回の認証においては、サントリーグループの「水理念」に沿った、工場周辺流域における水収支の把握、科学的データに基づく水源涵養活動、工場での節水や水質管理の取り組み、流域内のステークホルダーとの連携や適切な情報公開が高く評価されました。

※肥沃土の生成や雑草の減少を目的とし、休耕する冬季の田に水を張る伝統農法。水が地下に浸透することによる効率的な地下水涵養が期待されている。サントリーグループはより幅広く地下水涵養を機能させるべく、2010年から行政や地域の協力のもと熊本県上益城郡益城町にて活動を実施。

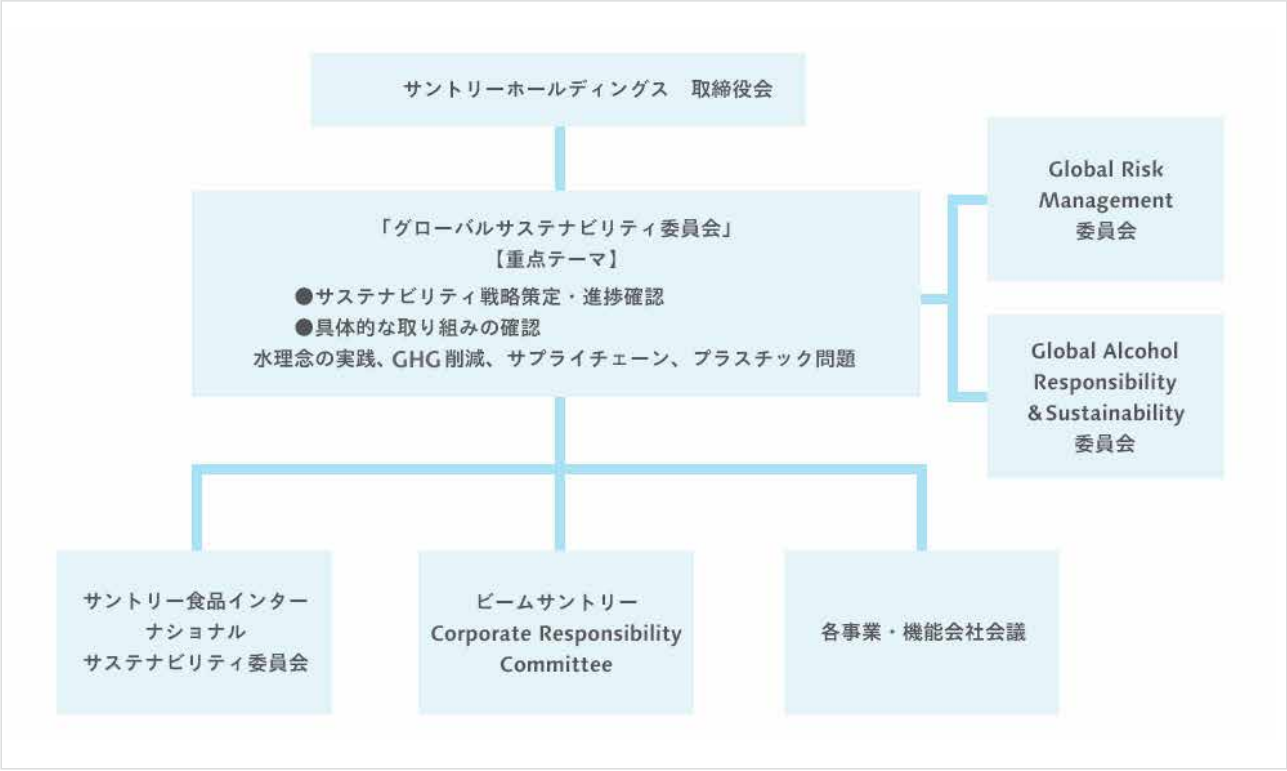
環境経営

環境マネジメント

サステナビリティ経営推進体制

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います。2017年4月には、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、さらに2018年4月にサステナビリティ経営を推進する「サステナビリティ推進部」に改組し、「グローバルサステナビリティ委員会」において、サステナビリティ経営推進のための戦略立案や重点テーマの取り組み・進捗確認を行っています。サントリーグループの事業活動を含むすべての企業活動がバリューチェーン全体の持続可能性の向上に寄与することを目指しています。サステナビリティ経営に関わる各重要テーマについては、担当役員（CSO）の監督の下、グローバルサステナビリティ委員会で議論され、定期的に、取締役会にて審議されます。

■サントリーグループのサステナビリティ経営推進体制



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2020年時点で約70%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へフィードバックしてPDCAを回す仕組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

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：2020年1月1日～ 12月31日）

（百万円）

項目			2018年度		2019年度		2020年度	
			環境投資額	環境費用額	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	528	2,207	348	2,151	735	2,082
	地球環境保全コスト	・GHG削減 ・省エネルギー ・コジェネレーション ・嫌気処理 ほか	198	3,020	668	3,090	428	2,730
	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	287	2,720	331	3,246	153	3,413
	合計		1,013	7,946	1,347	8,486	1,315	8,225
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	1,290	0	1,238	0	1,187
管理活動コスト	・環境マネジメントシステム構築・維持 ・サステナビリティレポート、展示会 ・工場緑化 ほか		0	900	0	927	0	714
研究開発コスト	・環境負荷低減のための研究開発活動		8	379	28	300	9	324
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		77	504	79	530	70	503
環境損傷対応コスト			0	0	0	0	0	0
合計			1,098	11,019	1,454	11,480	1,394	10,953

※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：2020年1月1日～ 12月31日）

項目				単位	2018年	2019年	2020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）	16.4	16.8	10.4	6.1t/年
				原単位（g/kℓ）	3.4	3.5	2.2	
			NOx	総量（t）	147	152	152.3	-3.6t/年
				原単位（g/kℓ）	30.1	31.6	32.4	
	地球環境保全	GHG排出量削減	GHG（燃料＋電力）由来	総量（千t）	355.9	350.5	343.7	-8.0千t/年
				原単位（kg/kℓ）	73.0	71.2	72.9	
		エネルギー消費量削減	燃料	原油換算（千kℓ）	102	103	104	-2,716kℓ/年
				原単位（ℓ/kℓ）	20.9	21.5	22.1	
			電気	総量（百万kWh）	335	341	340	-6,545千kWh/
				原単位（kWh/kℓ）	68.5	70.9	72.3	
	資源循環	水資源使用量削減	用水	総量（千m^3）	22,161	21,310	20,752	92千m^3/年
				原単位（m^3/kℓ）	4.5	4.4	4.4	
		廃棄物排出量削減	副産物廃棄物排出量	総量（t）	257,951	251,454	228,355	17,626t/年
				原単位（kg/kℓ）	52.7	52.3	48.6	
			再資源化率	（%）	100	100	100	

※電気由来のGHG排出量は温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数

■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	2018年度	2019年度	2020年度
リサイクル（副産物売却）収入※1	355	359	305
省エネルギーによる費用削減額※2	429	-321	-242

※1 算出方法を廃棄物処理費用削減額と統一
＜前年売却収益×生産量前年比率ー当年売却収益＞

※2 算出方法を廃棄物処理費用削減額と統一
＜ユーティリティー前年費用×生産量前年比率ー当年費用＞

環境経営

サントリーグループISO14001認証取得一覧（2020年4月1日現在）

国内

・サントリーホールディングス（株）
・サントリー MONOZUKURI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）大山厚木工場
・サントリーコーヒーロースタリー（株）海老名工場

■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
・サントリー知多蒸溜所株式会社
・（株）岩の原葡萄園
・サントリーモルティング（株）
・大隅酒造（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）
・（株）オリエンタル商事
・サントリーフーズ沖縄（株）
・（株）ジャパンビバレッジホールディングス
・（株）ジャパンビバレッジ
・（株）ジャパンビバレッジエコロジー
・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）ダイナックホールディングス
・（株）プロントコーポレーション

海外

■食品関連

サントリー食品ヨーロッパ

・Suntory Beverage & Food France Meyzieu（フランス）
・Suntory Beverage & Food France La courneuve（フランス）
・Suntory Beverage & Food France Gadagne（フランス）
・Suntory Beverage & Food France Donnery（フランス）
・Suntory Beverage & Food Spain Tordera（スペイン）
・Suntory Beverage & Food Spain Carcagente（スペイン）
・Suntory Beverage & Food Spain Toledo（スペイン）
・Suntory Beverage & Food Spain Sevilla（スペイン）
・Suntory Beverage & Food Great Britain and Ireland Coleford（イギリス）

サントリー食品アジアパシフィック

・Brand's Suntory International Leam Chabang（タイ）
・Brand's Suntory International Pin Thong（タイ）
・Brand's Suntory International Taichung（台湾）
・Brand's Suntory International Shah Alam（マレーシア）
・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Bac Ninh（ベトナム）
・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage Quang Nam（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 Can Tho（ベトナム）
・Suntory PepsiCo Beverage Thailand Rayong（タイ）
・Suntory PepsiCo Beverage Thailand Saraburi（タイ）
・Furcor Suntory New Zealand Wiri（ニュージーランド）

■酒類関連

ビームサントリー

・Frankfort（米国）
・Clermont（米国）
・Booker Noe（米国）
・Maker's Mark（米国）
・Calgary（カナダ）
・Sauza（メキシコ）
・Behror（インド）
・Courvoisier-D（フランス）
・Courvoisier-F（フランス）
・Cooley（アイルランド）
・Kilbeggan（アイルランド）
・Palazuelos（スペイン）
・Valverde（スペイン）
・Ardmore（イギリス）
・Auchentoshan（イギリス）
・Bowmore（イギリス）
・Glen Garioch（イギリス）
・Laphroaig（イギリス）
・Springburn（イギリス）
・Cruzan（米領バージン諸島）

サントリーワインインターナショナル

・Chateau　Lagrange（フランス）

環境経営

2020年度の目標と実績・評価

2020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	2020年度目標	2020年度実績	評価
1.環境マネジメント	・ISO14001：認証維持	・2015年版規格で環境マネジメントシステムの運用を行い、認証を維持。	●●●
2.水源涵養（かんよう）・用水使用量の削減	・「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	・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	●●●
	・生産活動における水使用量削減のさらなる推進	・サントリーグループ※1の自社工場での水使用原単位※2は2015年比17.0%減少	●●●
3.CO_2削減	・バリューチェーン全体でのCO_2排出量削減のさらなる推進	・サントリーグループ※1のスコープ1・2排出量は2019年比13.5%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	●リデュース ・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 ・リターナブルびんシステムの維持 ●リサイクル ・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	・のべ85百万本のリターナブルびんを回収・再利用 ・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	・工場での再資源化率100%維持と質の高い再資源化の推進	・工場での再資源化率100%維持継続	●●●
	・食品リサイクル法の業種別目標クリア	・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	・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1,930名参加予定	・水育「森と水の学校」計6回、188名参加※3	●●
	・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行う教科連動型プログラムを実施。16,700名参加予定	・水育「出張授業」計121校、9,451名参加※3	●●●

※1 サントリーグループの2015年時点の事業会社群（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
※3 新型コロナウイルス感染拡大防止のため計画を変更して実施

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。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ています。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。さらに2020年からは、全世界のグループ従業員が受講できるオンライン講座で「サステナビリティ経営」のプログラムをスタートさせました。



廃棄物管理基礎セミナー

2020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認識・特定教育	工場従業員	全員
サステナビリティ経営啓発研修（e-ラーニング等）	国内グループ従業員	19,585名
ISO14001新任担当者研修	ISO14001担当者	16名
ISO14001内部監査員研修	ISO14001内部監査担当者	48名
容器包装セミナー	商品開発担当者	56名
環境法令研修	関連する部門の従業員	56名
廃棄物管理基礎セミナー	関連する部門の従業員	295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「水と生きる」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7,600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行ってきました。現在も新入社員研修のプログラムにて実施しています。



従業員の森林整備研修

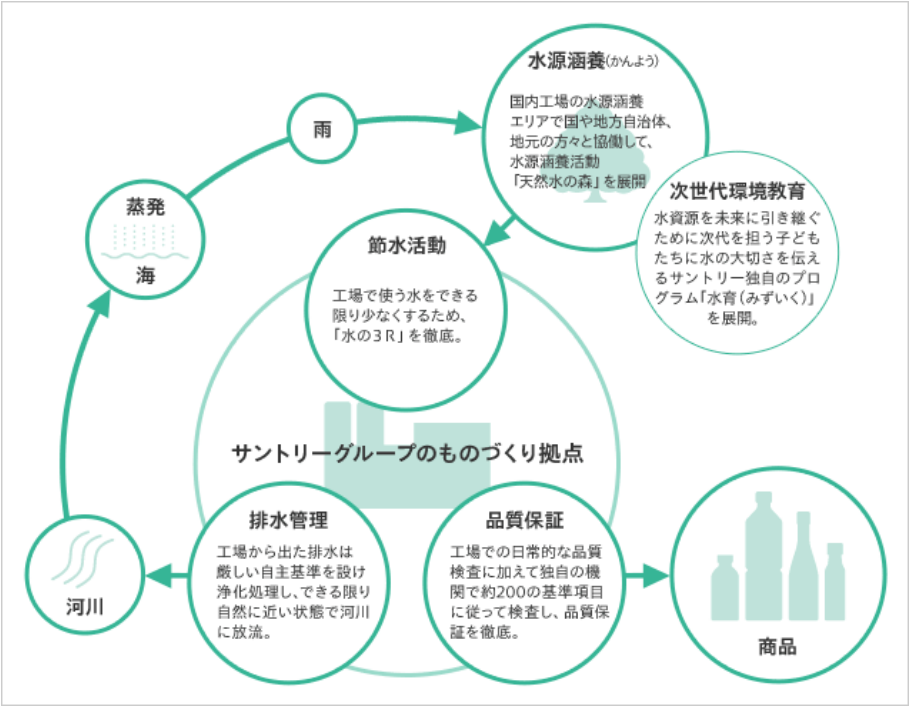
■社内イントラネットや社内報で環境行動を促進

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e-ラーニングの掲載や環境活動に関するDVDの貸し出しを行うことで、社員の意識醸成、啓発を促進しています。
さらに社内報「まど」や社内イントラネットの「e-まど」では、サントリーグループの最新の環境活動や情報を紹介し、従業員の意識だけでなく、その家族への啓発にも役立てています。

自然と響きあう　環境

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。



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、「環境目標2030」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。

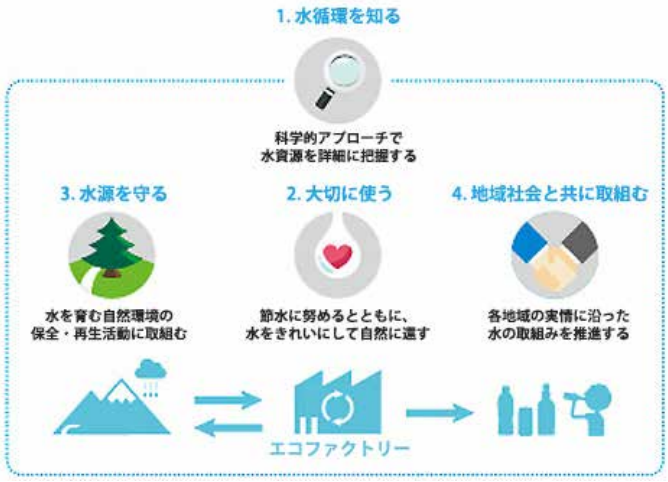


水のサステナビリティ

サントリーの『水理念』

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きます。

サントリーグループ『水理念』の概念図



サントリーグループ『水理念』の策定

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。

「Alliance for Water Stewardship（AWS）」と連携協定締結

サントリーグループの水のサステナビリティの活動に共感したAWSより、日本における水管理の啓発やネットワーク構築などリーダーシップを担う企業への就任の要望があり、2021年2月「AWSアジア・パシフィック」と連携協定を締結しました。また、日本で初めてメンバーシップ企業となり、ステークホルダーの参画促進、共有可能なツールの開発や啓発などを推進していきます。

AWSは、世界自然保護基金（WWF）やThe Nature Conservancy（TNC）などのNGOと企業が共同で設立した、水のサステナビリティをグローバルに推進する機関です。世界中の工場を対象とした持続可能な水利用に関するAWS認証を開発し、水の保全やスチュワードシップの推進に取り組んでいます。サントリーグループでは、サントリー天然水 奥大山ブナの森工場が2018年に日本で初めてAWS認証を取得し、2019年にはサントリー九州熊本工場が取得しています。

水のサステナビリティ

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。

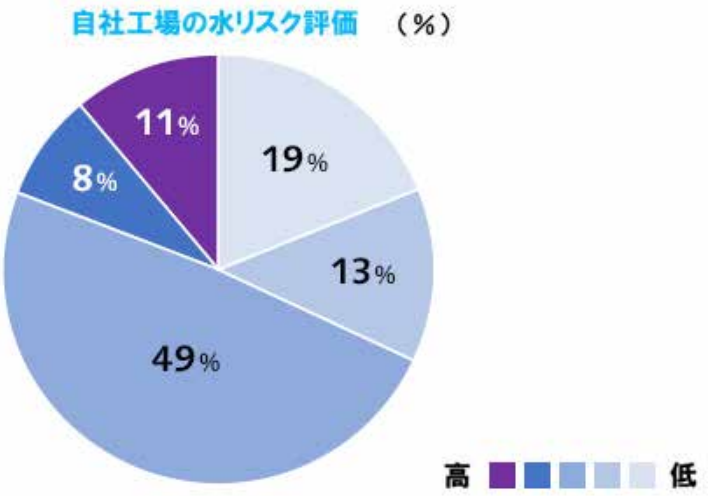
サントリーグループの工場立地国別水リスク評価

全世界の拠点を全球レベルで共通に評価できる指標である、World Resources Instituteにより開発されたAqueductで採用されているBaseline Water Stressの国別スコアを活用し、自社工場※の立地国からの水ストレスの高い国を確認しています。
（※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26工場、海外生産64工場が対象）

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

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。
https://www.wri.org/applications/aqueduct/country-rankings/
Hofste, R., S. Kuzma, S. Walker, E.H. Sutanudjaja, et. al. 2019. "Aqueduct 3.0: Updated Decision-Relevant Global Water Risk Indicators." Technical Note.
Washington, DC: World Resources Institute. Available online at: https://www.wri.org/publication/aqueduct-30.

さらに、Baseline Water Stressに加え、気候変動などの将来シナリオに基づいて2040年の水ストレスを評価する2040 Water Stressを採用し、Baseline Water Stress と2040 Water Stressのいずれかのスコア（5段階）が「極めて高い」または「高い」工場を、サントリーグループの水リスクの高い工場と評価しています。なお、水リスクの高い工場の占める取水量の割合は、グループ全体の19%にあたります。
サントリーグループでは、水リスクの高い工場を中心に、現地調査およびアセスメントを行っています。また、主要サプライヤーを対象に、水に関するアンケート調査を2016年から継続的に行っています。



水のサステナビリティ

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、排水はきれいにして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、2030年目標である「全世界のサントリーグループ自社工場での水使用を15%削減※」の達成に向けて活動を強化しています。

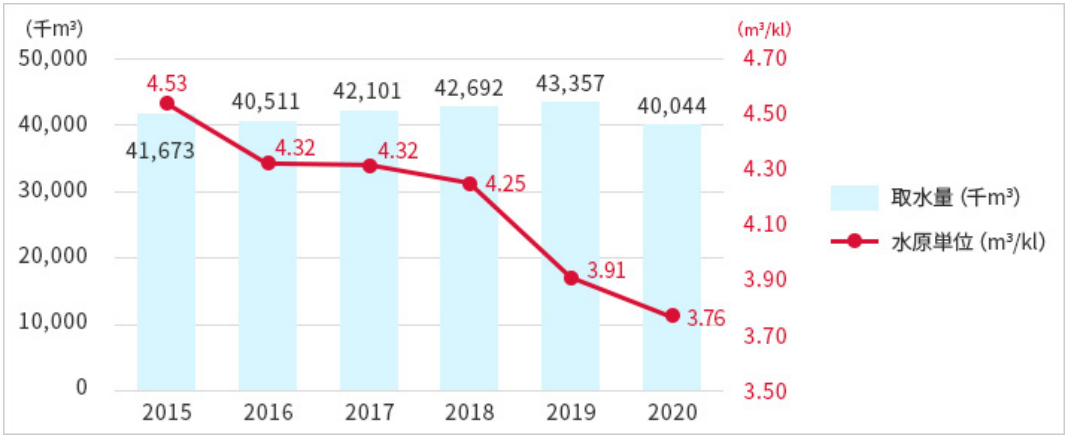
※2015年における事業領域を前提とした原単位での削減

■水使用実績2020年

エリア	使用量（千m³）	2030年原単位削減目標基準年比（2015年）
日本	20,752	-
米州	6,911	-
欧州	5,454	-
アジア	6,380	-
オセアニア	444	-
アフリカ	103	-
計	40,044★	17.0%減

※国内生産26工場、海外生産64工場が対象
※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21,992千m³★
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

■水使用量



※原単位は製造1kℓあたりの使用量を表す
※2020年は国内生産26工場、海外生産64工場が対象

■「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。



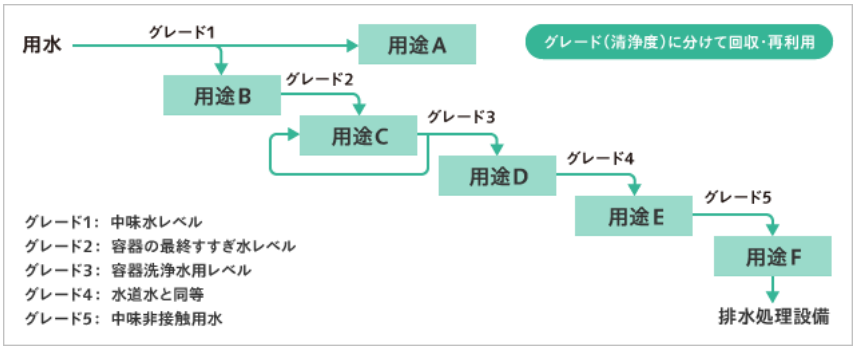
サントリープロダクツ（株）
天然水南アルプス白州工場



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（地下水、河川･湖の水、雨水、上水、外部から供給されている水（再生水）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。



■水源別水使用量

取水源	水使用量（千m^3）		
	2018年	2019年	2020年
地下水	20,620	18,687	17,752
河川・湖	12,762	12,873	10,858
雨水	1	0	0
上水	9,309	11,797	11,434
外部から供給されている水（再生水）	0	0	0
計	42,692	43,357	40,044

※2020年は国内生産26工場、海外生産64工場が対象

■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、法律と同等もしくはより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開催し、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

放流先	排水量（千m^3）		
	2018年	2019年	2020年
河川・湖沼	15,732	14,481	13,611
海	153	1,061	967
下水道	8,364	8,707	8,473
その他（植栽への散水など）	28	61	55
計	24,277	24,310	23,106

※2020年は国内生産26工場、海外生産64工場が対象
※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12,326千m^3


24時間体制での排水管理


排水担当者会議

水のサステナビリティ

「天然水の森」（水源涵養 / 生物多様性の保全）

「天然水の森」活動～水と生命（いのち）の未来のために

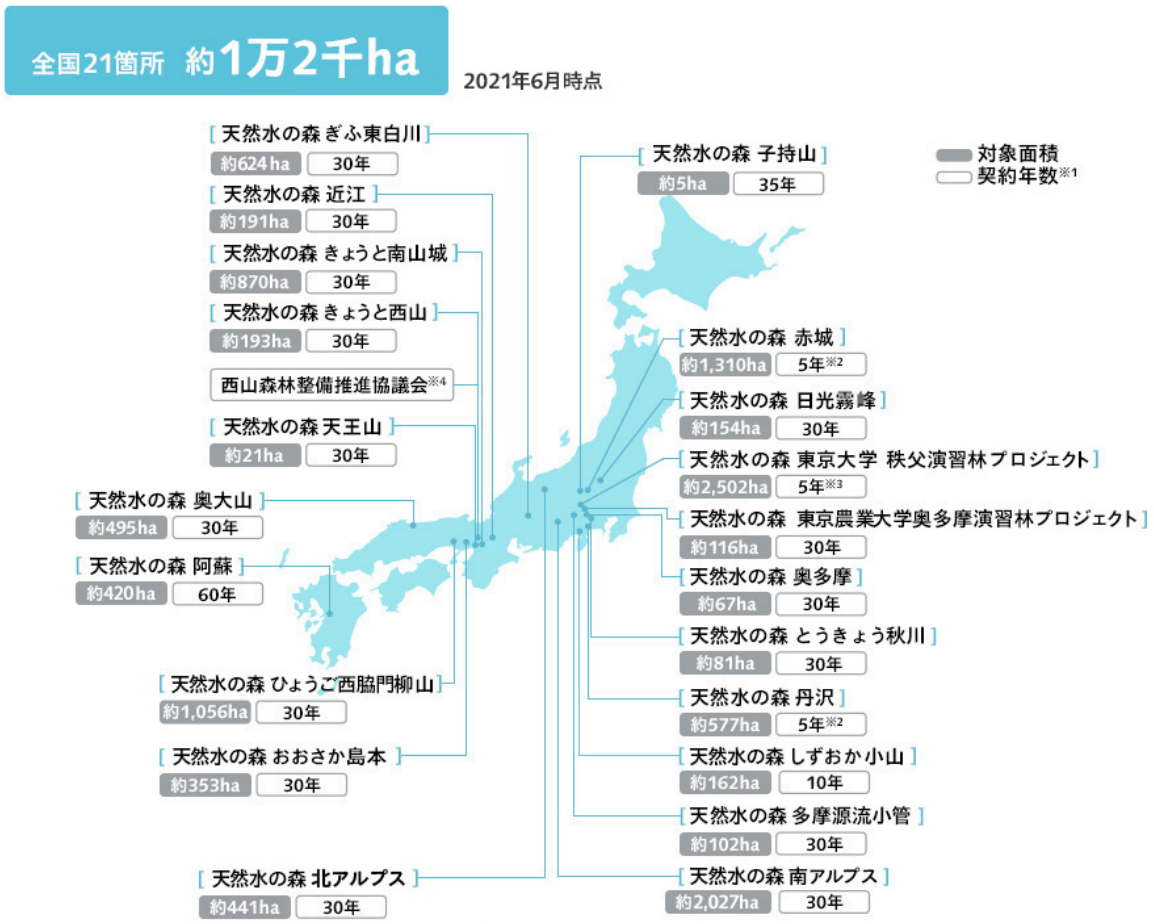
サントリーは水の会社です。
良い水がなければ、ビールも、清涼飲料も、ウイスキーも、なにひとつつくることはできません。
水――特に「地下水」は、サントリーという会社の生命線なのです。
その貴重な地下水（天然水）は、もとをたどれば、森で育まれます。

「地下水」の安全・安心と、サステナビリティ（持続可能性）を守るために私たちは、『工場で汲み上げる地下水の2倍以上の水』を、工場の水源涵養（かんよう）エリアの森で育んでいます。そのために、弊社水科学研究所を中心として工場の水源涵養エリアを特定し、その周辺の行政や森林所有者と森林整備の中長期的な協定を結び、「天然水の森」を設定しています。
サントリー「天然水の森」は、2003年熊本県・阿蘇からはじまり、2019年3月に「天然水の森　北アルプス」（長野県大町市）を新たに加え、15都府県21箇所、約12,000haまで広がっています。



■＜天然水の森＞整備目標

① 水源涵養林としての高い機能を持った森林
② 生物多様性に富んだ森林
③ 洪水・土砂災害などに強い森林
④ CO_2吸収力の高い森林
⑤ 豊かな自然と触れ合える美しい森林
（次世代環境教育などのフィールドとして活用）



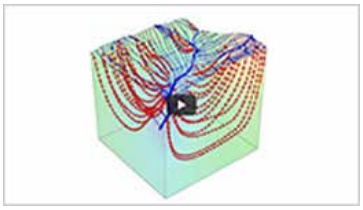
※1 1つの展開地で複数の契約・協定期間がある場合は、そのうちの長い期間を表記しています
※2 100年間にわたって更新予定
※3 数十年間にわたって更新予定
※4 京都府長岡京市では、「西山森林整備推進協議会」のメンバーとして、地域の方々と協働して森林保全活動にあたっています。この活動の面積は「天然水の森」の総面積に算入していません

地下水を見る試み―シミュレーションモデルと現地調査の“対話”

「天然水の森」の活動では、森の水源涵養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ひとつの方法として、サントリーでは地下水流動シミュレーションモデルを用いた地下水涵養量の定量評価を、2006年から試みており、ようやく利用可能なモデル精度に近づきつつあります。地下水流動シミュレーションによって、地下水がどこを通って、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。



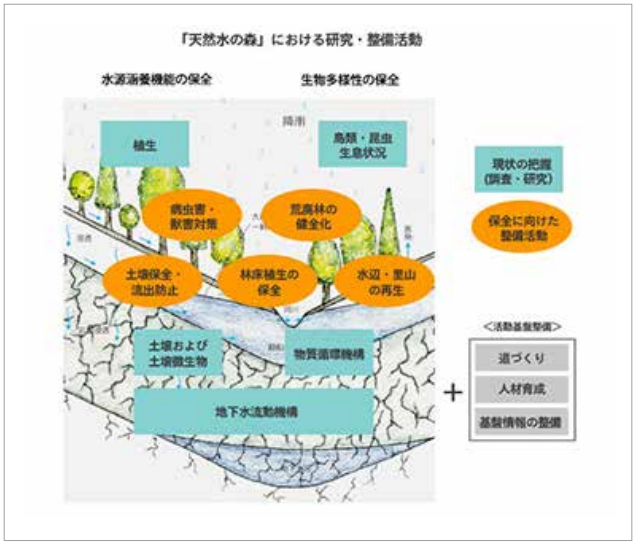
シミュレーションだけでなく、水文調査などの現地情報を併せた効果検証が重要



動画：地下水流動シミュレーション
ゲットフローズモデル

50年、100年先を見据えた森づくり

同じ森はひとつとしてありません。それぞれの「天然水の森」がどんな特徴や課題を抱えているのか。
まずは科学的根拠に基づいた調査・研究（Research）をベースに、その森に最適なビジョン＝活動整備計画を立て（Plan）、プロによる整備作業（Do）、結果の検証（Check）、改善や再調査（Action）といった、R-PDCAのサイクルを回しています。
「天然水の森」活動が対象とする調査・研究の領域・分野は多岐にわたり、そのひとつひとつが有機的に結びついています。そのため、各分野の専門家や地元の人々の知恵や技術のご協力が必要不可欠です。知恵や技術を継承するための人材育成支援（道づくりや獣害対策など）、水を育む森の大切さを体感する次世代環境教育「水育」、サントリー社員による森林整備体験など、実践の場としても「天然水の森」を利用しています。
そうした様々な問題に、まず謙虚に耳を傾け、地元の皆さんとともに知恵を絞り、かけがえのない自然の恵みを子どもたちや孫たちの世代へ、その先の未来へつなげるために、サントリーは「天然水の森」活動を続けていきます。





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


伊勢 武史
京都大学准教授


伊藤哲
宮崎大学教授


大久保達弘
宇都宮大学教授


岡橋清元
清光林業㈱会長


岡橋清隆
清光林業㈱相談役


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


金子信博
福島大学教授


鹿野 雄一
九州大学准教授


久保幹
立命館大学
教授


久保田康裕
琉球大学教授


小宮輝之
元上野動物園園長


五味高志
東京農工大学
教授


島谷幸宏
九州大学特命教授


田邊由喜男
森林産業㈱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


中村浩志
信州大学
名誉教授


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


日置佳之
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


藤巻玲路
島根大学助教


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
株式会社DGCテクノロジー　チーフリサーチャー


山崎亨
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）

健やかな森は、生きものでにぎやかな森＜生物多様性の保全＞

植物の種類が豊富だと、それを食べる小動物の種類も増え、さらにそれを食べる動物が集まり・・・と、健やかな環境には、多様な生物が形作るピラミッドが出来上がります。
「天然水の森」では、鳥類を含む動植物や昆虫などの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

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。環境のバロメーターといわれる野鳥たちに注目することで、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、専門家による野鳥調査を「天然水の森」で毎年行っています。
また、国内すべての「天然水の森」において、生態系の最上位に位置するワシ・タカ類の営巣・子育ての実現を目指した「ワシ・タカ子育て支援プロジェクト」を進めており、「天然水の森」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。



動画：ワシ・タカ子育て支援プロジェクト

「天然水の森」をもっと身近に

■育林材プロジェクト

森を健やかにするためには、木を伐ることも必要です。サントリーグループでは、「天然水の森」活動から生まれた木材を「育林材（いくりんざい）」と名づけ、間伐や道づくりなどの整備によって出てきた針葉樹や広葉樹を、無駄にすることなく大切に利活用しています。

育林材の社内外活用の事例



研究拠点：サントリーワールド
リサーチセンターのエントランス
（フローリングなど）



「PRONTO ムスブ田町店」の
全テーブル（天板）



動画：育林材プロジェクト

■天然水の森フォーラム

このフォーラムは、〝水と生命（いのち）を育む森づくり〟という一つの目標のもと、「天然水の森」活動についてご指導・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、最新の知見や今後の活動方針などを共有する場です。2011年からスタートし、通算9回開催しました。



講演者に質問や意見交換ができる
ポスターセッション

■社員による森林整備体験研修

「天然水の森」では、2013年までは多くのサントリーグループ会社社員とその家族が「ボランティア活動」として「森林整備体験」に参加していました。2014年から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）在籍の社員を中心としたサントリーグループ会社社員を対象に、サントリーが掲げる「自然との共生」の価値観を社員一人ひとりが体感し理解することを目的とした研修の一環として、延べ約7,400名（ボランティア参加約800を含む）が「森林整備体験研修」に参加しました。



社員による「天然水の森」
での下草刈りの様子



社員による「天然水の森」
での枝打ちの様子

■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として、両者の知見を活かしたさまざまな活動を行いました。

活動の事例



「水の日本地図」



小学生向け教育用コンテンツ「水ドリル」





Webサイト「水大事典」、「水の知最前線」

水のサステナビリティ

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
2018年	・第29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29回までに延べ366団体に4億5,666万円の助成金を贈呈） ・「国連生物多様性の10年日本委員会（UNDB-J）」による連携事業に認定
2021年	・第32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32回までに延べ451団体に5億8,011万円の助成金を贈呈）



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、32年目を迎えた2021年までに延べ451団体に5億8,011万円の助成を行い、大きな成果をあげています。2020年度贈呈式は新型コロナウィルス感染症リスク回避のため中止しました。2021年はオンラインにて贈呈式を開催しました。



第30回公益信託「サントリー世界愛鳥基金」
助成金贈呈式



第32回公益信託「サントリー世界愛鳥基金」
オンライン贈呈式

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


フクロウ


ルリビタキ


キビタキ


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200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

水のサステナビリティ

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つぐため、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」

2021年で開始から18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、未来に水を引きつ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。2020年からオンライン実施を開始しました。

※後援：環境省、文部科学省など

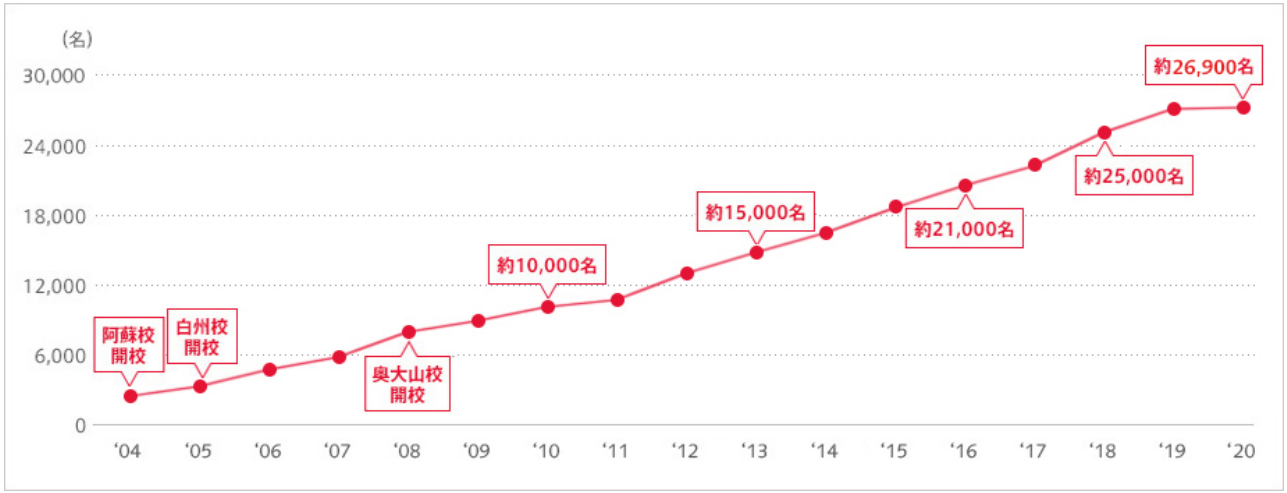
■水育「森と水の学校」

「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、2020年までに約26,900名の親子の方にご参加いただきました。2020年に自宅から自然体験ができるリモート校を開校しました。

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」は文部科学省「青少年の体験活動推進企業表彰」で、2019年度審査委員会奨励賞、2020年度審査委員会優秀賞を受賞しました。

水育「森と水の学校」参加者累計（3校計）



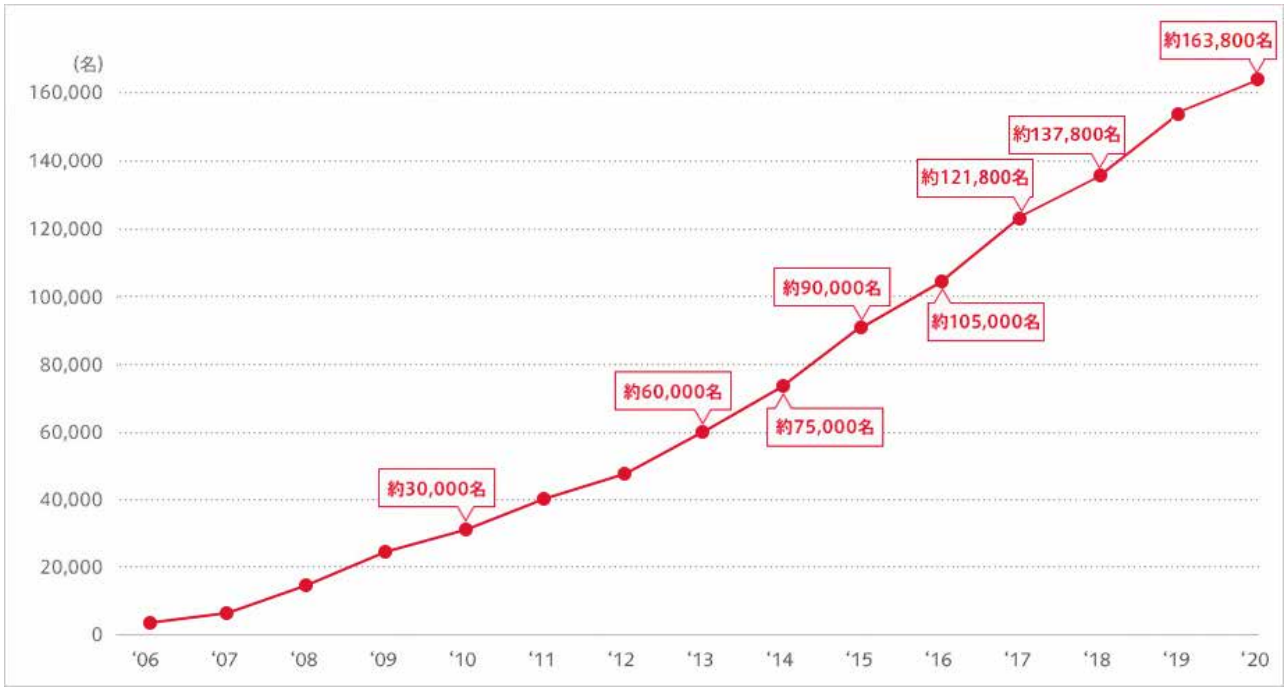


水育「森と水の学校」

■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行う授業です。映像や対話を通して、自然のしくみや大切さを学び、未来に水を引きつぐために何ができるのかを考えます。2020年までに約2,100校、約163,800名の児童の皆さんにご参加いただきました。2020年にはオンライン授業を開始し、全国での実施が可能になりました。

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

「水育」のグローバル展開

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」を海外でも展開しています。

■ベトナム

2015年3月から海外で初となるベトナム版「水育」を開始しました。
国際的なNGOであるLive & Learn（リブ&ラーン）などの協力のもとオリジナルの教材を開発し、2017年からはthe Central Council of Ho Chi Minh Young Pioneer Organization（セントラル･カウンセル･オブ･ホーチミン･ヤング･パイオニア･オーガニゼーション）とVietnam National Union of Student（ベトナム･ナショナル･ユニオン･オブ･ステューデント）と連携し、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を、小学校3 ～ 4年生の児童対象に行っています。さらに、サマー・プログラムとして「水育」講師による出張授業を各地域で展開しています。ハノイ市を皮切りに、ホーチミン市やバクニン、ベンチェ、クアンナム、ランソン、ハザン、ドンナイ、タイグエン、ダナン、チャーヴィン各省でも実施。20年までに約38,000人が参加しました。
また、授業を実施している主な小学校においてトイレや洗面所などの改修や設置を支援し、子どもたちの衛生環境の向上にも貢献しています。
この活動はSDGsターゲット6<安全な水とトイレを世界中に>の6.bへの貢献と位置付けています。





ベトナムでの「水育」

■タイ

ベトナムに続く2か国目として、2019年7月よりタイでも「水育」を開始しました。
グループ会社のサントリー・ペプシコ・ビバレッジ・タイランド社や、地元NGOの協力のもと、同社の工場近郊であるサラブリー県、ラヨーン県や、タイの水源の多くを占めるチェンマイ県にて、小学校4 ～ 6年を対象に水の大切さと地域の水課題を気づかせるきっかけとなる自然体験プログラムを実施しています。20年までに約4,000人が参加しました。内容は、水の大切さ、水源保全の重要性などについて学習するオリジナルの自然体験プログラムです。
また、タイ北部のチェンマイ県では、小川の流れを緩やかにして土砂による浸食を防止し、地下水の浸透を助ける小型堰の設置や、小川に土が流出するとこを防ぐための植樹などの水源保全活動に取り組んでおり、今後も継続して実施していく予定です。





タイでの「水育」

■インドネシア

2019年7月より、インドネシアでもインドネシア版「水育」を開始しました。
グループ会社のサントリー・ガルーダ社や、地元の財団およびNGOの協力のもと、インドネシア・南スラウェシ州ゴワ、南カリマンタン州バンジャルバル、東ジャワ州シドアルジョ、バンテン州タンゲラン、首都ジャカルタで実施しました。20年までに約8,000人が参加しました。
水の大切さや健全な水循環、水源保全の重要性などについて学習する授業を、ベトナムと同様、オリジナルの学習プログラムで展開。プログラムは、「水に関する基礎知識」「水の汚染や汚染をなくす工夫」「自分に何ができるか?」で構成され、インドネシアの子どもたちの環境意識の向上に貢献します。





インドネシアでの「水育」

■フランス

2020年7月より、サントリー食品フランス社は、同社メジュー工場の近隣に位置する自然公園グラン･パーク･ミリベル･ジョナージュと連携して、小学生対象の水に関するワークショップのプログラムを開始しました。水を育む森についてのレクチャーや、雨が森の土に浸透して地下水になる仕組みを理解する実験などを行っています。
グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュとは、2017年より水資源保護活動のパートナーシップを締結しており、その一環として、このプログラムを実施しています。


フランスでの水に関するワークショップ

水のサステナビリティ

世界各地の「水」の取り組み

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は大切な経営基盤。持続可能な地球環境を次の世代に引き継ぐために、事業を展開する世界各地で自然との共生を実践しています。サントリーグループは、自然保護のグローバルトップランナーを目指して、これからもさまざまな取り組みを継続していきます。

水を育む環境保全活動

■Beam Suntory

貴重な天然資源である「水」を守るため、ビームサントリーでは蒸溜所周辺の水源保全活動や森の生物多様性の向上をはじめとする自然環境の保全に力を入れてきました。2016年に始まったメーカーズマーク「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プロジェクトでは、蒸溜所33エーカー（約13ヘクタール）の土地でアメリカホワイトオークの植樹を実施し、水源涵養の活動に取り組んできました。また、2018年にはジムビーム蒸溜所の水源である「バーンハイム・アーボリータム & リサーチ フォレスト（Bernheim Arboretum and Research Forest）」の15,625エーカー（約6,300ヘクタール）の土地の中に「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」を設定し、新たな環境保全活動を開始しました。





■Suntory Beverage & Food Europe

フランスでは、2017年にメジュー工場の近隣に位置する自然公園グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ（Grand Parc Miribel Jonage）と、20年にわたる水資源保全活動のパートナーシップを締結しました。同公園内に広がる森林の保全活動や子供向け教育プログラムのサポートをはじめ、工場近隣エリアの水と自然環境を守り、育む活動を、地域とともに推進しています。
さらに、スペインでは、地域と共同でカルカヘンテにある工場近隣のフカル川とその周辺の生態系を復活させることを目標に、生態系の保護活動を行いました。



安全な水へのアクセス

■Suntory Beverage & Food Asia

ベトナムでは、2015年より「水育」を実施している主な学校のトイレや洗面所などの改修や設置を支援し、衛生環境の向上にも貢献しています。
2019年には、タイ北部のチェンマイ県で、小川の流れを緩やかにして土砂による浸食を防止し、地下水の浸透を助ける小型堰の設置や、小川に土が流出するとこを防ぐための植樹などの水源保全活動に取り組み始めました。
また、ケニアのナイロビでは、地域の教育や水不足の支援活動を行っているKangemi Resource Centreを通じて、学校へ安全で衛生的な飲料水を供給する支援活動を行っています。

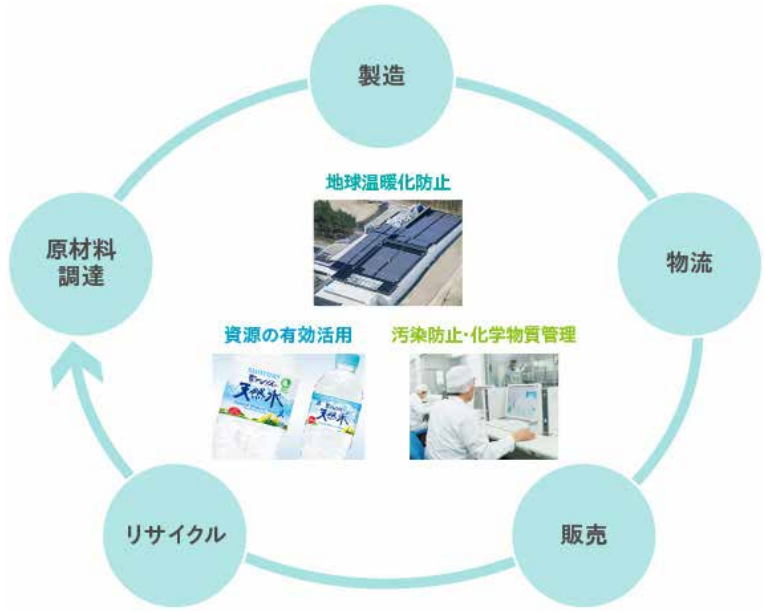
自然と響きあう　環境

脱炭素社会への取り組み

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対策、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。



地球温暖化対策



TCFD提言に基づく開示

TCFD

気候変動への取り組み

地球温暖化対策

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、グローバルサステナビリティ委員会で議論され、定期的に、取締役会にて審議されます。













地球温暖化対策

バリューチェーン全体でのGHG 削減

バリューチェーン全体でのGHG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温室効果ガス(Green House Gas(GHG)) 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。環境目標2030として設定した「全世界のサントリーグループでの自社拠点でのGHG排出量を50%削減、バリューチェーン全体におけるGHG排出量を30%削減」に向けて取り組んでまいります。

2020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。

■スコープ1・2排出量

エリア	排出量（千t）	環境目標排出量削減基準年比（2019年）
日本	417	—
米州	168	—
欧州	97	—
アジア	177	—
オセアニア	13	—
アフリカ	5	—
計	877（スコープ1：554、スコープ2：324）	13.5%削減

※集計範囲は、サントリーグループ全体のGHG排出量を集計しています。（ただし日本を除く各国の小規模なオフィスからのGHGは除外しています。）
上記877千tのうち、国内生産26工場、海外生産64工場、国内非生産拠点（本社、研修センター等間接部門、研究開発拠点、営業拠点、外食・開発拠点）におけるスコープ1・2排出量は853千t★（スコープ 1：531千t★、スコープ 2：321千t★）です。

※上記877千tのうち、サントリー食品インターナショナルグループのGHG排出量は484千tです。このうち、国内生産9工場、海外生産41工場、国内非生産拠点（研修センター等間接部門、研究開発拠点、営業拠点）におけるスコープ1・2排出量は460千t★（スコープ1:222千t★、スコープ2:238千t★）です。

※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

※GHG排出量の算出係数は下記のとおり。
燃料：
（国内）省エネ法（エネルギーの使用の合理化等に関する法律、以下同じ）、温対法（地球温暖化対策の推進に関する法律、以下同じ）で定められた係数
（海外）燃料調達先より入手した係数又は省エネ法・温対法で定められた係数
電力由来GHG：
（国内）温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数を使用しています。
（海外）電力調達先より入手した排出係数を原則とし、入手できない場合は、IEA公表の国別排出係数を使用しています。
CO_2以外のGHG：
（国内26工場）温対法で定められた係数

※数値については四捨五入しているため、合計が合わない場合があります。

※CO_2排出権によるオフセットは含んでいません。2020年のオフセット量約11万トン分含めたスコープ1・2排出量は764千トンになります。（オフセットは、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「Facilitating Reforestation for Guangxi Watershed Management in Pearl River Basinプロジェクト」等から発生する「CO_2排出権」による）。

■スコープ3排出量

サントリーグループ全体

カテゴリ	排出量（千t）	算定方法
1. 購入した物品、サービス	3,958★	[原料・包材]サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業が製造・販売する製品の原料や包装資材の購買重量に、排出係数を乗じて算出しています。このうち、排出量の40%に相当する原料や包装資材について、サプライヤーのGHG排出量のうち当社購買分に相当するGHG排出量に基づき計算した排出係数を用いて算定しています。 [製造委託先]サントリーグループ(国内)が販売する国内・海外の製造委託先の生産量に排出係数を乗じて算出しています。
2. 資本財	309	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の設備投資額に、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	114	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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）	236	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の輸送量（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	12	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の廃棄物重量に、排出係数を乗じて算出しています。
6. 出張	3	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の出張費に、排出係数を乗じて算出しています。
7. 従業員の通勤	15	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の通勤費に、排出係数を乗じて算出しています。
8. リース資産（上流）	10	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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）	211	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の輸送量・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	43	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の販売量に、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	286	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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）	511	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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
合計	5707	

※サントリーグループ（国内･海外）の食品事業･酒類事業が対象です。海外グループ会社の一部は、国内の排出係数と生産原単位を用いて推計しています。
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

サントリー食品インターナショナル株式会社

カテゴリ	排出量（千t）	算定方法
1. 購入した物品、サービス	2,804★	[原料・包材]サントリー食品インターナショナルグループ(国内・海外)が製造・販売する製品の原料や包装資材の購買重量に、排出係数を乗じて算出しています。このうち、排出量の31%に相当する原料や包装資材について、サプライヤーのGHG排出量のうち当社購買分に相当するGHG排出量に基づき計算した排出係数を用いて算定しています。 [製造委託先]サントリー食品インターナショナルグループ(国内)が販売する国内・海外の製造委託先の生産量に排出係数を乗じて算出しています。
2. 資本財	186	サントリー食品インターナショナルグループ(国内・海外)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	62	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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）	162	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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	6	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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・海外）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	11	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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）	8	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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）	175	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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	36	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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	261	サントリー食品インターナショナルグループ（国内･海外）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）	475	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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
合計	4187	

※サントリー食品インターナショナルグループ(国内･海外）が対象です。海外グループ会社の一部は、国内の排出係数と生産原単位を用いて推計しています。
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象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、全国の小学生（2021年6月時点で累計1,388万部発行）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、食塩相当量0.1g／100mℓを含む熱中症対策[※4]に適した水分補給飲料「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。。

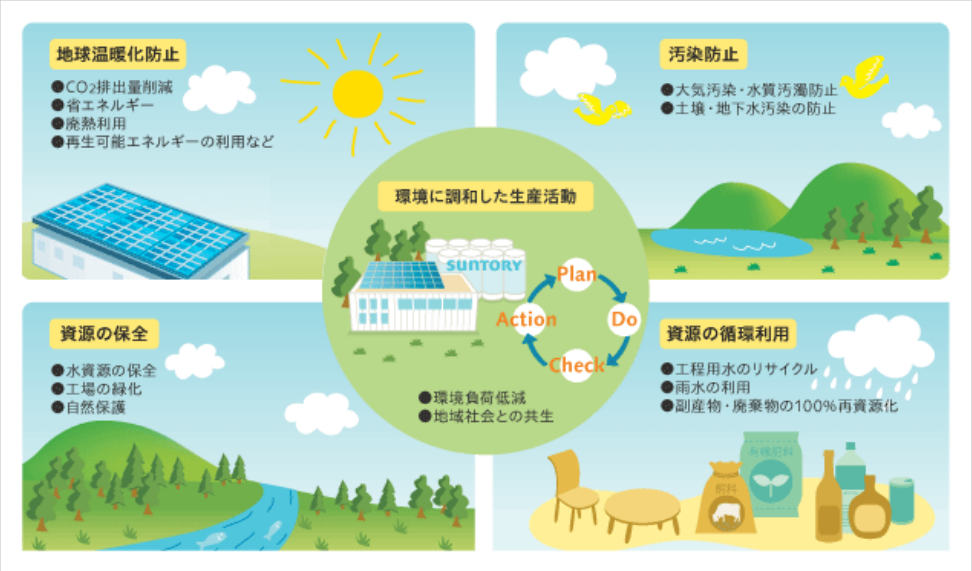
※4 厚生労働省推奨値換算

地球温暖化対策

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GHG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、温室効果ガス(Green House Gas(GHG))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、定期的に開催さ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、GHGの排出量を20～30%削減できるシステムです。2021年5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）＜天然水のビール工場＞群馬・利根川ブルワリー、京都ブルワリーの合計3工場で導入しています。


利根川ビール工場の
コジェネレーションシステム

■GHG排出量の低い燃料へ転換

大隅酒造（株）では、2021年1月から貫流ボイラー・LNGサテライトの更新を行うことで工場で用いる燃料をA重油からLNGガスに切り替えて運転をしています。燃料の切替え・機器効率化を行ったことにより工場でのGHG排出量を従来から約25%削減できます。
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GHG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。


大隅酒造（株）
貫流ボイラ・LNGサテライト

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。

メキシコのテキー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年には新たに最新式の貫流ボイラーを導入しました。なお、本活動は途上国におけるGHG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。



ビームサントリー Sauza（メキシコ）工場の
新設貫流ボイラー

■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。工場で使用する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GHG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）熊本・阿蘇ブルワリー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GHG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



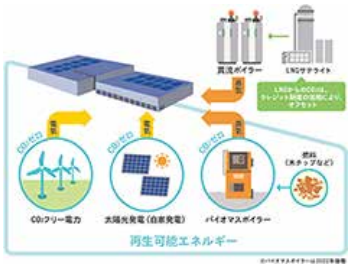
リチウムイオン電池搭載の新型電気バス

CO_2排出実質ゼロ工場

『サントリー天然水』第4の水源として、2021年5月から稼働を始めた「サントリー天然水 北アルプス信濃の森工場」（長野県大町市）では、太陽光発電設備やバイオマス燃料を用いたボイラーの導入、再生可能エネルギー由来電力の調達などにより、サントリー国内初のCO_2排出実質ゼロ工場を実現しました。また海外では、フランスで「Donnery工場」など4工場でオフセットを活用し、CO_2排出実質ゼロを実現しており、アメリカでは、「Fred B. Noe Craft Distillery」が年内に稼働予定であり、生産研究拠点で順次、再生可能エネルギー100%切り替えを進めていきます。



サントリー天然水
北アルプス信濃の森工場



CO_2排出ゼロ工場の
エネルギー供給スキーム

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

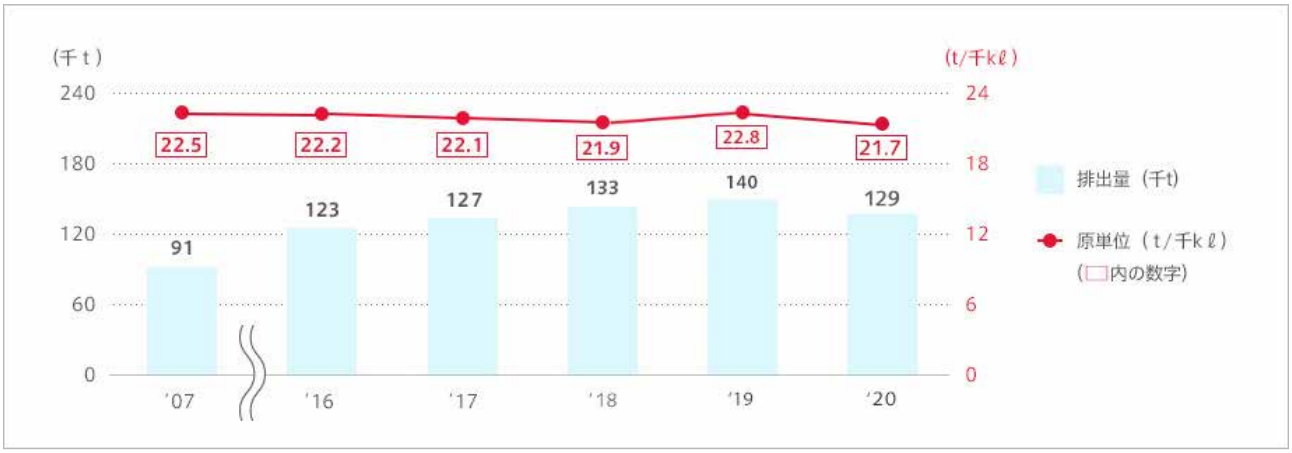
地球温暖化対策

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。2020年は対前年比で販売(kℓ)が97%、温室効果ガス(Green House Gas(GHG))排出量が8%減の約12.9万トンとなり、原単位は21.7(GHG排出量/販売千kℓ)となりました。

■輸配送時におけるGHG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GHG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。2020年はモーダルシフト率63.9%、そのうち58.4%が海上船舶、5.5%が鉄道輸送でした。今後は、夏の猛暑の際にもしっかりとモーダルシフトを推進して参ります。

■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

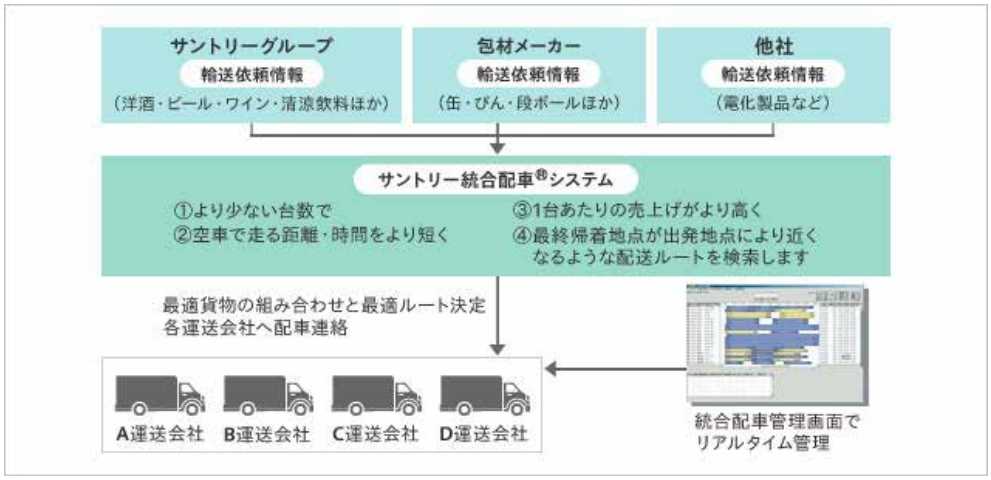
エコシップマーク

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201拠点（2020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(55拠点)や「エコステージ」(141拠点)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GHG排出データを収集し、削減目標を策定しています。

他社との共同取り組みを推進

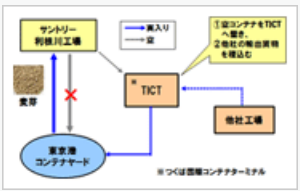
環境負荷の少ない輸送手段として、共同配送やコンテナの共同利用など、他社と協力した物流を推進しています。

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GHG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GHG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GHG排出量削減
サントリーグループ	ビール4社	北海道一部エリア（釧路・根室地区）における共同配送	2017年9月	年間約330トンのGHG排出量削減 (※ビール4社計の数字)
サントリーグループ	ビール4社	関西・中国ー九州間における共同配送	2018年4月	年間約1,500トンのGHG排出量削減 (※ビール4社計の数字)
サントリーグループ	ビール4社	ビールパレットの共同回収※1 ※1 リリース記事	2018年11月	年間約4,778トンのGHG排出量削減 (※ビール4社計の数字)
サントリーロジスティクス（株）	ユニ・チャーム（株）	静岡ー福岡間の鉄道コンテナの共同利用	2021年2月	年間約2トンのGHG排出削減量 (※両社計の数字)

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、GHG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

地球温暖化対策

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温室効果ガス(Green House Gas(GHG))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動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。

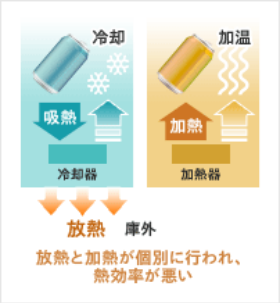
また、整備機[※1]に対してもヒートポンプ機への改造を実施することで、2020年末には「ヒートポンプ式自動販売機」がサントリーグループの全稼動台数の85%となりました。

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。

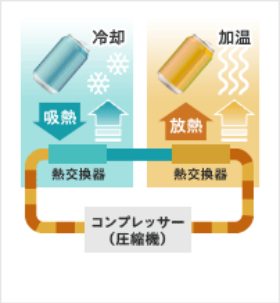
※1 一度市場から引き揚げたものを整備して再び有効に活用している自動販売機
※2 真空断熱材などを使用することにより保冷効果を上げ、長時間の冷却停止を可能にした自動販売機です。日中8～14時間の冷却停止を行っています。

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。



ヒートポンプ式以前の
自動販売機



ヒートポンプ式
自動販売機

■超省エネ自動販売機の導入

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、消費電力量削減を実現しています。



© 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・GHG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。

※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。2020年には、整備・修理に要する部品のリユース率は59%となりました。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、2020年末で約2.5万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

地球温暖化対策

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。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げています。

研究開発拠点における環境活動

約700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認証を取得しました。その後、2013年に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、研究開発部門単独であったISO14001運用をグループ全体での運用に組み込み、統合認証を取得しました。日々の業務に環境配慮を組み込むとともに、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。



サントリー ワールド リサーチセンター

※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

外食事業会社における環境活動

（株）プロントコーポレーションは、メニューの売り上げの一部と店舗募金の全額を環境緑化等に寄付する「プロント・ラブ・グリーン」活動をはじめ、店舗で使用した「角瓶」を再利用したグラスの採用、大地の恵を感じる国産素材の厳選メニューの提供、食品ロス削減、省エネ機器の導入など、様々な環境活動を通じて環境経営を推進しています。そして、2017年に日本環境協会エコマーク事務局が創設した飲食店の認定制度としては日本初となるエコマーク「飲食店」認定基準を満たし、エコマーク「飲食店」（チェーン）のひとつに認定されました。

2008年より継続している「プロント・ラブ・グリーン」活動では、過去三回農林水産大臣感謝状を授与され、寄付金額は総額1億円を超えるまでになりました。

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GHG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の展開や、Web会議を積極的に活用することで、温室効果ガス(Green House Gas(GHG))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

地球温暖化対策

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サステナブル調達基本方針」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、前年を上回る購入比率を目標とし、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。

気候変動への取り組み

TCFD 提言に基づく開示

サントリーグループでは、持続的に事業を行い、価値を創造し続けていくために、気候変動によるリスクや事業への影響を特定し、適切に対応していく必要があると考えています。

サントリーグループは、金融安定理事会（FSB)により設置された「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD)」提言への賛同を2019年5月に表明しました。
また、2019年7月にはサントリーが今後取り組むべきサステナビリティに関する重要な7つのテーマを設定し、その一つの重要テーマとして温室効果ガス(Green House Gas(GHG))排出削減を掲げています。

「水と生きる」を社会との約束に掲げる我々は、気候変動による水の供給リスクの把握に加え、適切な水マネジメントの下での節水や排水を行うとともに、流域全体への評価を行い、ステークホルダーとともに水のサステナビリティへの取り組みを推進しています。今後は、シナリオ分析をさらに進め、気候変動が事業に与えるリスクや機会について、関連する情報開示の拡充を進めていきます。

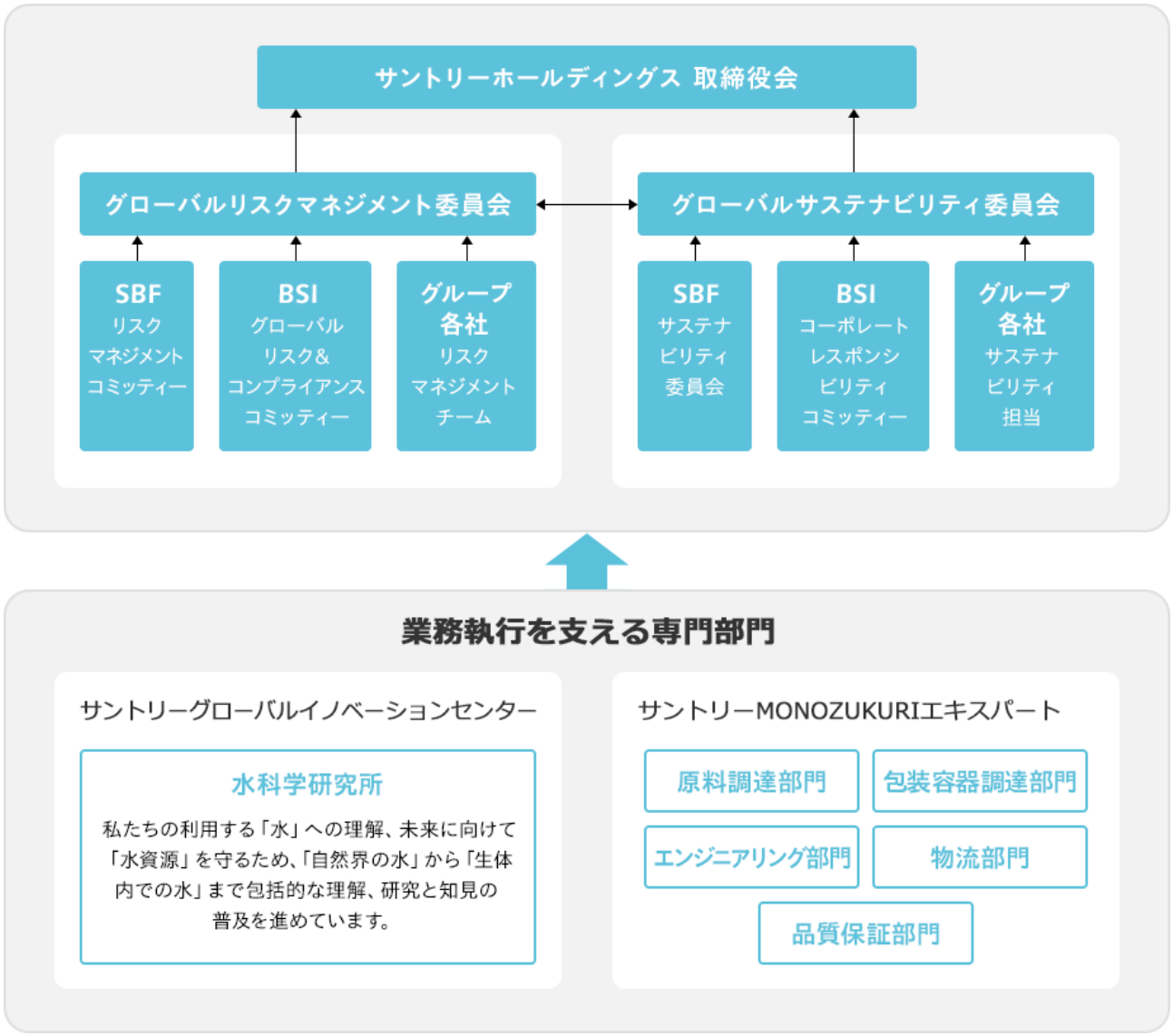
1. ガバナンス

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ッティ」を、ビームサントリーに「グローバルリスク&コンプライアンスコミッティ」を、またサントリービール(株)等各事業会社に「リスクマネジメントチーム」を設置)。GRMCは年4回開催し、自社リスクの把握や対策の実行、クライシスマネジメント体制の整備などの活動を行います。気候関連リスクは最重要リスクの1つとしてGRMCで議論され、対応状況をモニタリングしています。

気候変動における機会とサステナビリティ戦略については、グローバルサステナビリティ委員会（GSC）において、サステナビリティビジョンで定めた7つのテーマに関する中長期戦略の議論を行っており、GHG排出削減への取り組みが議論されています。また、各事業においても、より具体的な戦略、取り組みについて議論を行うための組織が設置されています(例:サントリー食品インターナショナル(株)に「サステナビリティ委員会」を、ビームサントリーに「コーポレートレスポンシビリティコミッティー」を設置)。

GRMCとGSCは常に連携をとっており、重要な意思決定事項については、取締役会でさらなる議論を行います。

■体制図



水科学研究所について

「水と生きる」を社会の約束と掲げるサントリーは、私たちの利用する「水」への理解を深め、水に関する取り組みを事業横断ですすめるため、研究・技術開発を進める専門機関として、社内に水科学研究所を設置しています。サントリーのものづくりになくてはならない天然水。私たちは、創業以来、良質の水を求めてきました。水を守り、大切に使い、自然に還すことは、企業としての社会的責任であり、持続可能な社会を実現するために重要なことと考えています。 水科学研究所では、水文学（すいもんがく）を基盤に、水源を育む森と水の研究をはじめ、国内外の水資源の研究、さらには総合酒類食品企業として水における健康や嗜好に関する研究など、「自然界の水」から「生体内での水」まで包括的な理解のための研究と知見の普及を進めています。

■研究内容

森と水の科学

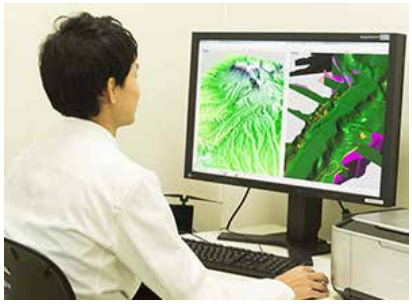
サントリーでは、工場で利用する以上の地下水を森で涵養することを目標として、「天然水の森」活動を展開しています。しかしながら、どのような管理方法が涵養力の高い、健全な森につながるかは科学的に解明されていないのが現状です。水科学研究所では、水文学や土壌学、植生学などさまざまな分野の研究者と協力し、環境の異なる森林において、一つ一つ試行錯誤しながら、最適な森の管理方法の確立と科学的検証を行っています。例えば、施業方法と水の動態との関係知るためにヒノキ人工林を強度間伐（本数ベースで50 ～ 60%）する実験を行いました。強度間伐により林内雨量の増加、雨が降った直後だけでなく安定して河川の流量が増えることを明らかにしました。また、森の中の湧水や河川水の流量測定と水質分析を行い、いつ頃、どの場所で降った雨がその水となっているのかを知り森林管理に活かす研究や、公開されている地形・地質などの情報に加えて、第三者機関と協働して行う現地調査で得られた知見を元に水動態を可視化するためのシミュレーションモデルを構築し、涵養量を推計する研究を行ってきました。

持続可能な地下水利用

環境に負荷をかけることなく、持続的に地下水を利用するためには、その場所の水循環を詳細に把握することが必要です。水科学研究所では、上述したように、第三者機関と協働して現地調査を行い、湧水の状況や水質の分析結果などと併せて評価し、さらに継続的なモニタリングを続けることで環境影響を確認しております。

世界の水資源

世界には水が不足したり、安全な飲用水を十分に得ることができない国や地域が数多くあります。また、地球規模での気候変動が原因となって農作物へ被害が生じ、植物の生育地域が移動するなど、人々の生活や生産活動に大きな影響が及ぶ可能性があります。サントリーにとって、世界の水問題は決して無関係ではないと考えています。水科学研究所では、水の希少性を考慮した、水利用の環境影響を客観的に評価することができる指標の開発を行ってきました。この指標は、省庁や企業などにおいても環境影響評価に活用されています。さらに世界的水資源リスクの評価手法の開発などを行い、社会への情報発信を進めています。





2. 戦略

サントリーグループでは、気候変動に伴うリスクと機会が自社の事業戦略に大きな影響を及ぼすとの認識の下、シナリオ分析に取り組み、気候変動が事業に与えるリスクや機会の把握及び対応策の実施に努めています。
リスクへの対応としては、水の供給リスクの把握や適切な水マネジメントの実行、流域全体への評価など、特に水のサステナビリティへの取り組みを推進してきました。
機会面では、気候変動対策の適応商品として、環境省が推奨する成分を配合した熱中症対策飲料のポートフォリオを拡充しています。商品展開にあたっては、予防啓発ポスターや啓発リーフレットを全国の小学生に無償提供する熱中症対策の啓発活動と連動させています。

■気候変動関連のリスクと機会の評価

気候変動による物理的リスク、移行リスクのうち、2019年度は、物理的リスクから取り組みを進めており、その中でも食品セクターに影響が大きいと言われている水の供給リスクと原材料安定調達について検討を開始しています。

水の供給リスク

水はサントリーグループにとってもっとも重要な原料であり、かつ、貴重な共有資源であるため、水に関するリスク評価に基づきグループの事業や地域社会、生態系へのインパクトを把握することは持続的な事業成長のために不可欠です。
そうした考えにもとづき、サントリーグループでは、自社工場※を対象とした水のサステナビリティに関するリスク評価を行いました。
（※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26工場、海外生産64工場が対象）

水リスク評価のプロセス

■1次評価ー詳細なリスク評価をする拠点の絞り込み（スクリーニング）

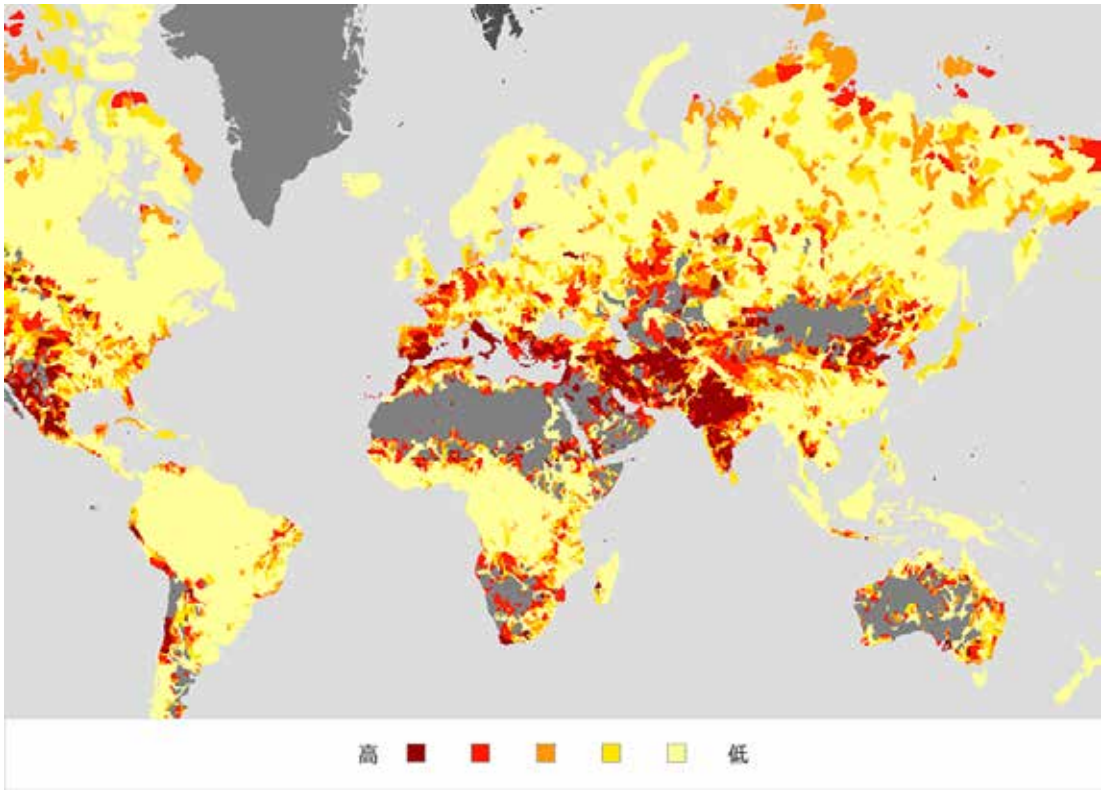
1次評価では、工場が使用する水源が①枯渇する可能性および②環境変化によって受ける影響度の二つの観点から、全拠点一律でのリスク評価によるスクリーニングを行いました。

①工場が使用する水源が枯渇する可能性

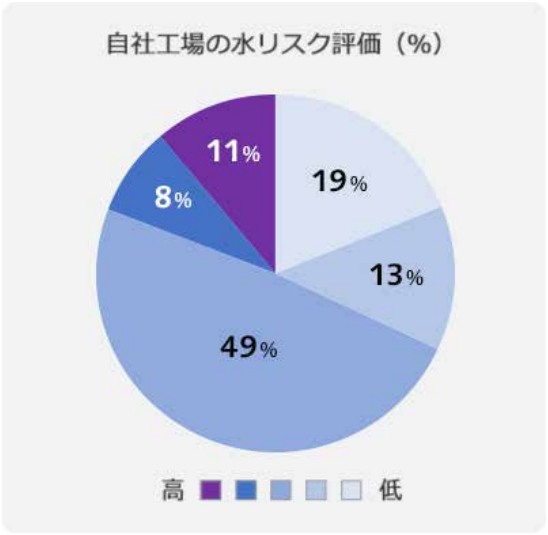
全世界の拠点を全球レベルで共通に評価できる指標である、World Resources Instituteにより開発されたAqueductで採用されているBaseline Water Stressの国別スコアを活用し、自社工場の立地国からの水ストレスの高い国を確認しています。

さらに、Baseline Water Stressに加え、気候変動などの将来シナリオに基づいて2040年の水ストレスを評価する2040 Water Stressを採用し、Baseline Water Stress と2040 Water Stressのいずれかのスコア（5段階）が「極めて高い」または「高い」工場を、サントリーグループの水リスクの高い工場と評価しています。なお、水リスクの高い工場の占める取水量の割合は、グループ全体の19%にあたります。

AqueductのBaseline Water Stress指標のスコアで層別



出典：World Resources Institute（世界資源研究所）「アキダクト・プロジェクト」をもとに作成



②工場が使用する水源が環境変化によって受ける影響度

さらに、工場で使用する水の水源が自然水（表層水、地下水）あるいは市水かによって、分類を行いました。市水は、現地の水道局を通して供給され、水道利用料を負担して利用しており、一般的にその水源の範囲は広く、より多くの利用者と水資源を共有しています。その管理の主体は水道局になり、現地の水道局と連携しながら、地域社会との共生をはかっていく必要があります。

一方で、自然水（表層水、地下水）を利用している場合、市水と比べて、水源の範囲は狭く、気候変動をはじめとする環境変化の影響をより強く受けることと、その管理主体がサントリーになることから、自然水（表層水、地下水）を利用している工場における取り組みから優先的に進める必要があります。

■2次評価ー拠点ごとの個別評価

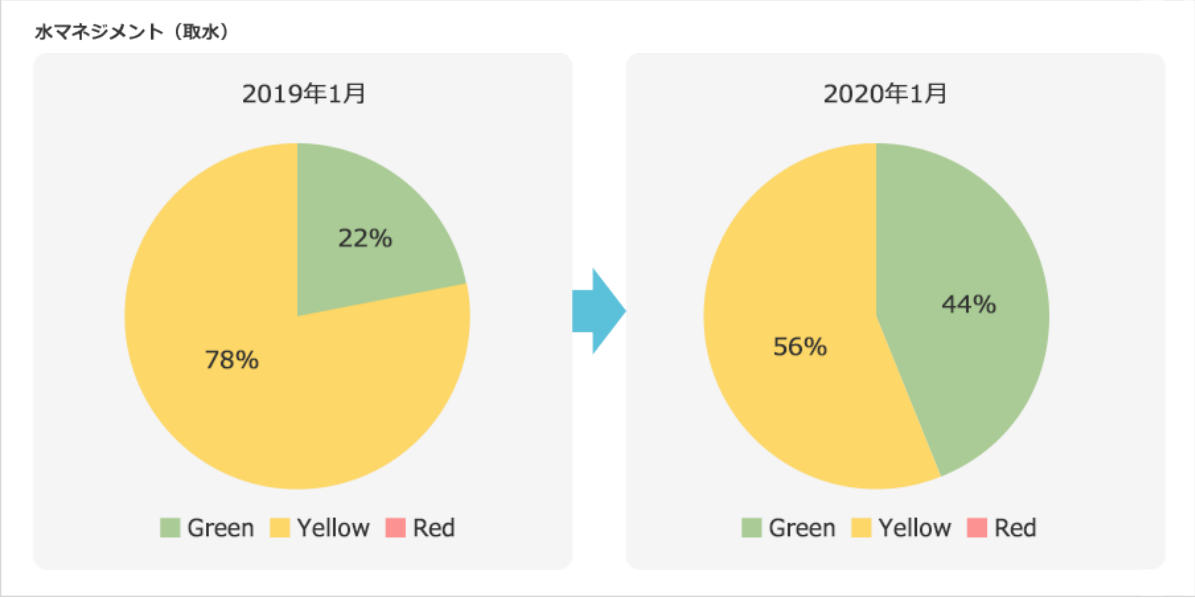
1次評価で絞り込まれた拠点を対象に、2次評価では、①水マネジメント（取水）と②水マネジメント（節水）の整備への取り組みの二つの観点から、拠点ごとの個別評価を行いました。各工場により、水に関連するその地域の状況は異なるため、現地の実情にあわせた対応を検討する必要があります。

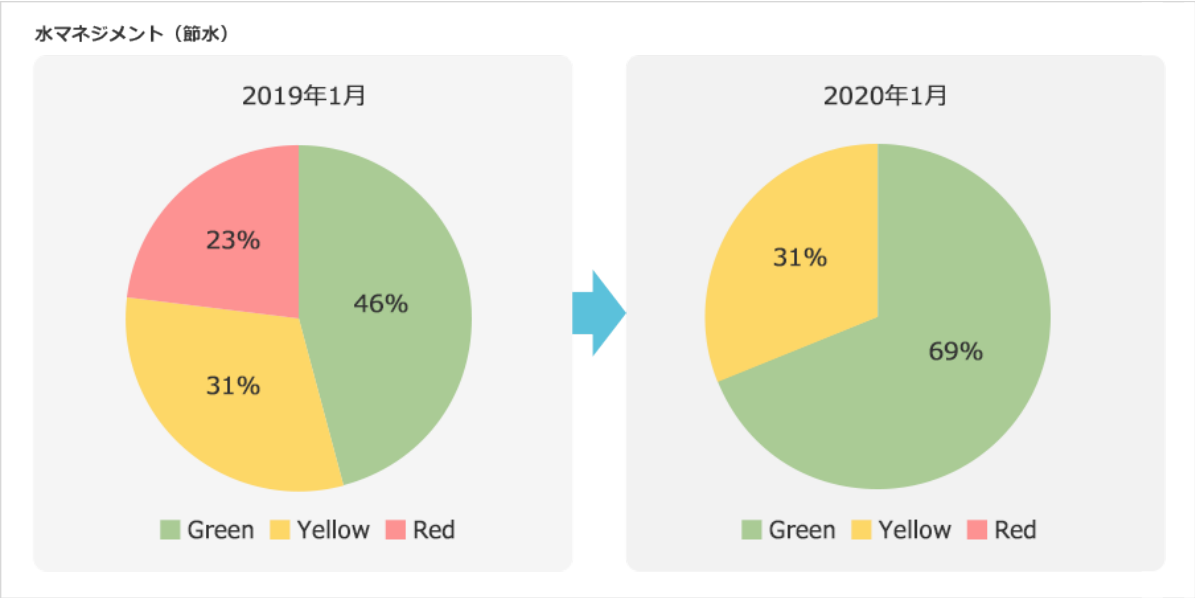
水マネジメント
貴重な共有資源である水を利用する責任を果たすため、水を適切に扱う必要があることから、以下の二点について評価を行います。
①水マネジメント（取水）
　水を適切に利用するための活動が推進されていること（水を汲みすぎない）
　※市水を利用している工場については、現地水道局が全体管理を行っているため評価対象とはしない
②水マネジメント（節水）
　水が適切に利用されていることが証明できること（水を無駄に使わない）
　※市水を利用している工場については、現地水道局が全体管理を行っているため評価対象とはしない

水マネジメント（取水）～水を汲みすぎない～			水マネジメント（節水）～水を無駄に使わない～		
●取水が地域環境に影響を与えていないことをデータで示すことができる。 ●そのために必要なデータが蓄積できている。			●水を効率的に使うための目標が設定されている。 ●目標達成のための活動が進められている。 ●目標が達成されている。		
取水データを管理していない	→	Red	水原単位の中期目標が無い	→	Red
取水データの管理が不十分	→	Yellow	水原単位の短期目標が無い、達成されていない	→	Yellow
取水データを管理し、適切な取水を行っている	→	Green	水原単位目標が達成されている	→	Green

2次評価の結果

2019年1月での調査では2次評価を実施した工場のうち、水マネジメント（取水）について、22%の工場がGreen評価、78%の工場がYellow評価となり、水マネジメント（節水）については、46%の工場がGreen評価、31%の工場がYellow評価、23%の工場がRed評価という結果になりました。
リスクの可視化を行い、可視化したリスクとセットで解決策を提案することで、リスク低減に向けたアクションプランの実行を迅速に行い、2020年1月の調査では、水マネジメント（取水）について、44%の工場がGreen評価、56%の工場がYellow評価となり、水マネジメント（節水）については、69%の工場がGreen評価、31%の工場がYellow評価、0%の工場がRed評価と大きく改善を進めることができました。





同様のプロセスで、今後も引き続きリスクの高い地域から優先的に、改善に向けた取り組みを実施していきます。

水資源保護に関するその他の取り組み

<国内>

●天然水の森の活動　●水育　●AWS認証取得

<海外>

●Natural Water Sunctuary　●グローバル水育

原材料安定調達

TCFDの提言に従い気候変動に対するシナリオ分析を試行し、気候変動がサントリーグループの重要な原料である農作物に対して大きな影響を与える可能性を把握し、対策の検討を今後進めてまいります。

3. リスク

サントリーでは、「リスク」をグループの戦略や目標の達成に影響を及ぼす潜在的な事象と定義しています。グローバルリスクマネジメント委員会（GRMC）及び各事業会社に設置した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通じて、グループ全社を対象に重要リスクの抽出・評価を行い、自社にとって優先的に取り組むべきリスクを特定して対応策を検討し、毎年見直しています。

■リスク管理体制



■リスク抽出・評価のアプローチ

抽出されたリスクに対し、「リスクエクスポージャー」及び「対策レベル」の二軸でヒートマップを作成し、特にグループ全体の重要リスクについて、重要度を3段階で評価して優先的に取り組むリスクを特定しています。「リスクエクスポージャー」は「発生可能性（確率）×影響度（インパクト）」によって、「対策レベル」は対策の準備の度合いによって算出されます。評価の結果、気候関連リスクは最も重要度が高い最重要リスクの一つとして位置付けています。

【参考】影響度の評価基準

スコア	レベル	発生確率	頻度/発現速度
1	発生可能性は極めて低い	5% 以下	10年に一度
2	発生可能性は低い	25% 程度	6 ～ 9年に一度
3	50-50	50% 程度	3 ～ 5年に一度
4	発生可能性が高い	75% 程度	1 ～2年に一度
5	ほぼ確実に発生	75% 以上	毎年

×

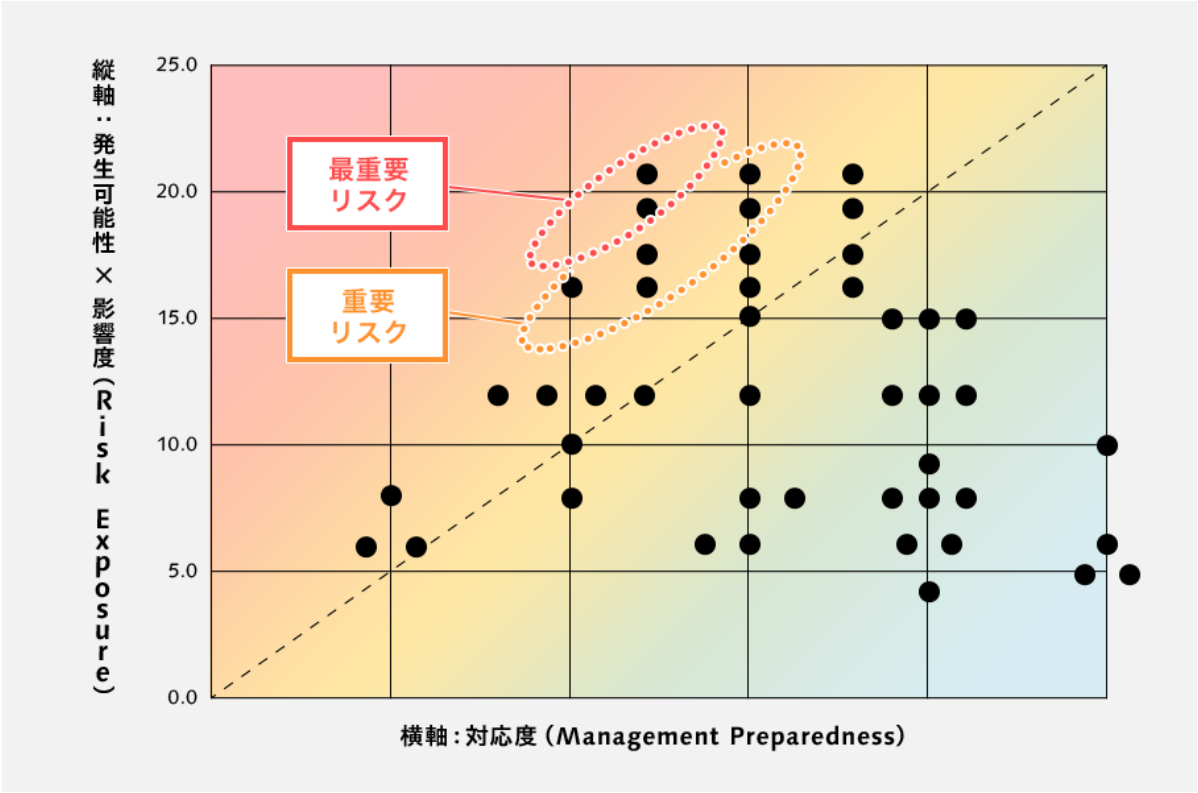
【参考】影響度の評価基準

		定量的基準	定性的基準※			
スコア	レベル	社への影響額※	事業（人材・技術含む）	コンプライアンス(法令/規制上の影響)	レピュテーション	戦略（顧客・ブランド・市場への影響）
1	軽微な影響	売上高の1%未満	考慮要素例 ・運営単位の混乱 ・顧客対応 ・会社運営上の混乱	考慮要素例 ・起訴又は調査 ・罰金又は捜査 ・法的責任	考慮要素例 ・マスコミ報道の程度 ・ステークホルダーからの信頼	考慮要素例 ・戦略目標達成の遅延 ・顧客基盤への影響及び回復に要する時間 ・ブランド及び市場への影響
2	一定の影響	売上高の1−2%未満				
3	大きい影響	売上高の2−4%未満				
4	重大な影響	売上高の4−8%未満				
5	決定的影響	売上高の8%以上				

※会社への影響額：複数の会社を統括する会社の場合はグループ全体への影響額
※定性的基準：定量的基準での評価にそぐわない場合は、定性的基準を参考に評価する

【参考】対策レベルの評価基準

スコア	レベル	対策手段	説明
1	最低	決定的改善点が存在する	コントロール・監督が存在していないか、存在していても重大な欠陥のため意図どおりに機能していない。
2	低度	重要な改善点が存在する	適切なコントロール・監督は限定的にしか機能しておらず、リスクが残存している。
3	中程度	改善の余地が存在する	コントロール・監督が存在しているが、重要な改善の余地がある
4	高度	改善の余地が若干存在する	コントロールや監督が適切に実施されているが、運営に改善の余地がある。
5	最高	既に効果的な対策が実施されている	コントロールや監督が適切に実施されており、意図したとおりに運営されている。



■特定したリスクの管理方法

特定した優先的に対応すべきリスクについては、責任者及びモニタリング機関を任命の上、リスクへの対応策を実施します。対応状況はグローバルリスクマネジメント委員会（GRMC）において報告･議論し、対応結果を踏まえて次年度の重要リスクを選定することで、抽出･評価・対策・モニタリングのPDCAサイクルを回しています。



4. 指標と目標

サントリーグループでは、事業への影響が大きいと想定される気候変動および水について、2030年を目標年とする中期目標として「環境目標2030」を、2050年を目標年とする長期ビジョンとして「環境ビジョン2050」を定め、気候変動に向け取り組みを進めています。



※1 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減
※2019年の排出量を基準とする

自然と響きあう　環境

循環型社会への貢献

サントリーグループは、循環型社会の構築に向けて、多様なステークホルダーと、問題解決に向けた取り組みを推進していきます。また、問題解決に向けサントリーグループ社員の一人ひとりが責任ある行動に努め、持続可能な社会を率先して実現します。

「プラスチック基本方針」 SUNTORY

廃棄物の削減と再資源化の推進



サントリーが参画している業界団体



汚染化学物質



循環型社会への貢献

サントリーグループ「プラスチック基本方針」

2030年までにグローバルで使用する全ペットボトルの100%サステナブル化を目指します

サントリーグループは、持続可能な社会の実現に向けて、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導すべく、「プラスチック基本方針」を策定しました。当グループは、企業理念に掲げる「人と自然と響きあう」の実現を目指し、グローバルにサステナビリティ経営を推進しています。容器包装の分野では、ペットボトルリサイクルの一部工程を省くことで、環境負荷低減と再生効率化を同時に実現する「FtoPダイレクトリサイクル技術」を世界で初めて開発しました。
また、飲料用ペットボトルに植物由来原料を100%使用したキャップ※を世界で初めて導入、100%植物由来ペット実現に向けた取り組みなど、環境負荷の少ないペットボトル開発やリサイクルシステムの構築に継続して取り組んでおり、中期目標として2025年までに国内清涼飲料事業における全ペットボトル重量の半数以上に再生ペット素材を使用していくことを掲げています。
今回新たに策定した「プラスチック基本方針」に基づき、「FtoP 製造ライン」の増設をはじめ、2030年までにグローバルで使用するすべてのペットボトルに、リサイクル素材あるいは植物由来素材のみを使用し、化石由来原料の新規使用をゼロにすることで、100%サステナブル化を目指します。

※主原料であるエチレンを100%植物由来化したポリエチレンキャップ。ただし、製造ライン切り替え時の微量の石油由来成分及び着色剤成分を除く

サントリーグループ「プラスチック基本方針」

サントリーグループは、商品の源泉である自然の恵みに感謝し、多様な生命が輝き響きあう世界の実現にむけて、循環型かつ脱炭素社会への変革を強力に先導します。プラスチックはその有用性により、われわれの生活にさまざまな恩恵をもたらしています。
当社が使用するプラスチック製容器包装が有用な機能を保持しつつも、地球環境へネガティブな影響を与えないよう、多様なステークホルダーと、問題解決に向けた取り組みを推進していきます。また、問題解決に向けサントリーグループ社員の一人ひとりが責任ある行動に努め、持続可能な社会を率先して実現します。

1.Recycle & Renewable：
①2030年までに、グローバルで使用するすべてのペットボトルの素材を、
リサイクル素材と植物由来素材に100%切り替え、化石由来原料の新規使用ゼロの実現を目指します。

②全ての事業展開国において、各国の国情に応じた効率的なリサイクルシステム 構築のために必要な施策を、政府機関や業界、環境NGO、NPOなどとともに積極的に取り組みます。

2.Reduce & Replacement：
資源の有効活用のために、容器包装のデザイン変更等により、プラスチック使用量の削減を推進するとともに、環境にネガティブな影響を与えない代替となる容器包装の導入の検討をすすめます。

3.Innovation：
リサイクル率向上、環境影響を最小限におさえる素材領域等におけるイノベーションに積極投資します。

4.New Behavior：
人々の行動変容を促す啓発活動を実施するとともに、サントリーグループ社員一人ひとりが、ライフスタイルの変革に努め、分別収集の促進、河川、海岸の清掃活動などの社会貢献活動にも積極的に参加します。

サントリーグループ「プラスチック基本方針」が、「2020年度グッドデザイン賞」において、「グッドデザイン・ベスト100」に選出されました。

GOOD DESIGN AWARD 2020 BEST 100

プラスチックによる環境課題の解決を目指すアライアンスへの参画

■「クリーン・オーシャン・マテリアル・アライアンス（CLOMA）」に参画

サントリーグループは、2019年1月、経済産業省の呼びかけにより設立された官民連携のアライアンスであるCLOMAに設立時点から参画しています。このアライアンスをとおして、政府機関や業界と強力に連携し、プラスチック代替素材の開発・普及促進に努めるとともに、海外各国への情報発信と技術コンサルティングをとおして、各国の状況に応じた効率的なリサイクルシステムの構築を目指します。

■「Global Plastic Action Partnership（GPAP）」に加盟

サントリーグループは、2019年11月、プラスチックによる環境課題の解決に取り組むグローバルなアライアンス「Global Plastic Action Partnership（以下GPAP）」に加盟しました。「GPAP」は、プラスチックによる環境課題の解決を目的に、世界経済フォーラムを基盤とした官民連携により創設された、プラスチックの循環型経済を目指すグローバルなアライアンスです。イギリス、カナダ政府をはじめ、企業、投資家、専門家、NGOをはじめとする市民組織など、多岐にわたるメンバーで構成されています。グローバルレベルでの情報交換やベストプラクティスの共有に加え、直近では、インドネシア、ガーナ、ベトナム政府とパートナーシップを締結し、ローカルレベルでも地域に根差したプロジェクト活動に取り組んでいます。

使用済みプラスチックの再資源化技術への取り組み

サントリーグループは、日本のプラスチックのサプライチェーンを構成する25社[※1]と共同で株式会社アールプラスジャパンの運営に参画し、使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組んでいます。
サントリーグループでは、2012年来、米国バイオ化学ベンチャー企業・アネロテック社と、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きました。この開発の中で、環境負荷の少ない効率的な使用済みプラスチックの再資源化技術の開発可能性を見出すことができました。
ペットボトル以外のプラスチックは、現在国内では再資源化処理が積極的には進んでおらず、多くが燃焼[※2]されていると言われています。今回の技術は、ペットボトルを含むその他一般のプラスチックを、直接モノマー[※3]を含む基礎化学品（ベンゼン・トルエン・キシレン・エチレン・プロピレンなど）に戻すケミカルリサイクル[※4]の技術です。油化工程を経由するリサイクルよりも少ない工程で処理でき、CO_2排出量やエネルギー必要量の抑制につながるものと期待しています。この技術が確立できれば、より多くの使用済みプラスチックを効率的に再生利用することができると考えています。

※1 2021年5月末時点
※2 サーマルリカバリー（熱回収）を含む
※3 重合に使われる単量体。モノマーがつながり高分子となったものがポリマー（プラスチックの原料となるポリエチレンなど）
※4 使用済みの資源をそのままではなく、化学反応により組成変換した後にリサイクルする

プラスチックに関する啓発活動

事業活動にペットボトルを多く使用するサントリーグループでは、持続可能な社会の実現に向けて、社外セミナーなどを通してリサイクルの取り組みへの理解促進および分別収集の促進に取り組んできました。2021年には早稲田大学と「資源循環型社会の実現に関する協定書」を締結するなど、次世代に向けた取り組みも行っています。社内においては、会社や部署の枠を超えて社員一人一人のリサイクルに向けた分別行動の促進を行うだけでなく、社員ボランティア活動においても、国内ではNPO法人が主催する「海岸クリーンアップ活動」に、海外ではビームサントリーの社員がシカゴ川流域の清掃活動に参加するなど、社会貢献活動を通した啓発にも取り組んでいます。







サントリーグループ「プラスチック基本方針」

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

「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（11.9g）ペットボトル（自動販売機対応商品は除く）を採用しています。

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。2020年11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、CO_2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100%使用したペットボトルキャップ※1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※2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※3し、CO_2排出量を約27%削減することができます。

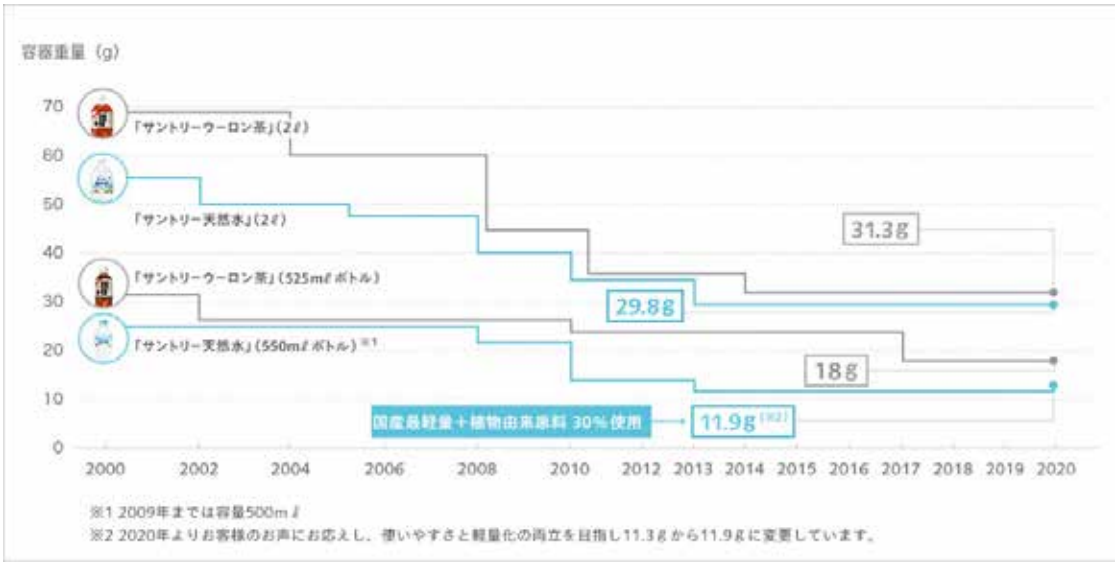
更に、バイオ素材活用での環境への取組みを進化させ、2019年3月より九州熊本工場（熊本県上益城郡）において「サントリー 阿蘇の天然水」550mℓでエチレンを100%植物由来化したポリエチレンキャップの導入を開始しました。これにより、現行ペットボトルキャップに比べて、石油由来原料の使用量を約90%、CO_2排出量を約56%削減※4することができます。

※1 主原料であるエチレンを100%植物由来化したポリエチレンキャップ。ただし、製造ライン切り替え時の微量の石油由来成分及び着色剤成分を除く
※2 2020年4月現在
※3「サントリー天然水」（550mℓ）1本あたり
※4「サントリー天然水」（550mℓ）ペットボトルキャップ1個あたり

社会からの評価

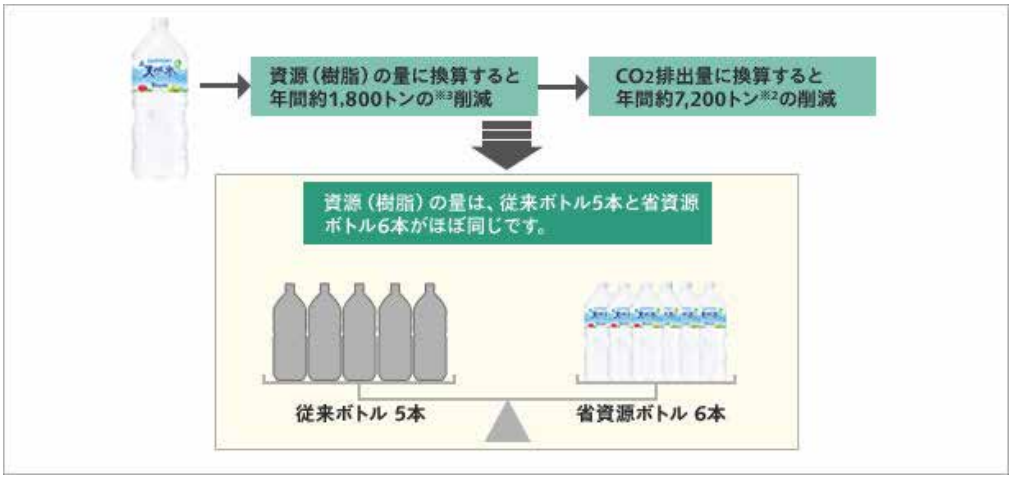
サントリー食品インターナショナル（株）は、世界初となる、植物由来原料を30%使用した飲料用ペットボトルキャップ導入などの環境負荷低減活動が評価され、「平成28年度 循環型社会形成推進功労者環境大臣表彰」を受賞しました。

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CO_2排出量削減の例（「サントリー天然水」2ℓペットボトル）





※1 2019年4月現在
※2,3 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

サントリーグループでは、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する自社成形を推進しています。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、ボトルの軽量化もしやすくなっています。

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CO_2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ーを回収再利用することで、効率的にエネルギーを使用し、CO_2排出量を削減しています。



PET樹脂
CO_2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

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4ℓペットボトルを、サントリーウイスキー「角瓶」「トリス〈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CO_2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。

※当社試算



「旧4ℓペットボトル」と
「新・軽量化4ℓ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、2017年に18gの耐熱ペットボトルを開発し、ベトナムのサントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジに導入しました。2018年には、アフリカのサントリービバレッジ&フード・ナイジェリアへ同技術を展開し、軽量化を推進しております。



東南アジア最軽量の耐熱ペットボトル

更なる取り組みとして、耐熱ペットボトルに窒素を滴下して陽圧化することでボトルの変形を防ぐ技術を活用。2020年には機能性・汎用性・デザイン性も追求した耐熱充填容器において世界最軽量となる15gのペットボトルの開発に成功し、タイのサントリーペプシコ・ビバレッジ・タイランド、インドネシアのサントリーガルーダビバレッジに導入しました。ベトナムのサントリーペプシコ・ベトナム・ビバレッジでも今後導入予定です。

※耐熱ペットボトル500mℓクラスにおいて(2020年4月時点、当社調べ)



東南アジア最軽量の窒素滴下耐熱ボトル

ビームサントリーにおけるペットボトル自製技術の導入

1.75ℓ大容量スピリッツを対象として、ビームサントリーでは初となるボトル自製技術を2017年より導入しております。この自製化により、14%のボトル重量の軽量化を実現しました。また、軽量化に伴い、トラックでのボトル輸送からプリフォーム輸送に切り替わることで輸送効率が大幅に向上し、環境負荷低減への貢献が大きい取り組みとなりました。
本取り組みにより得たボトル自製技術を用いて、200mℓ～750mℓなど中容量への更なる展開も予定しております。

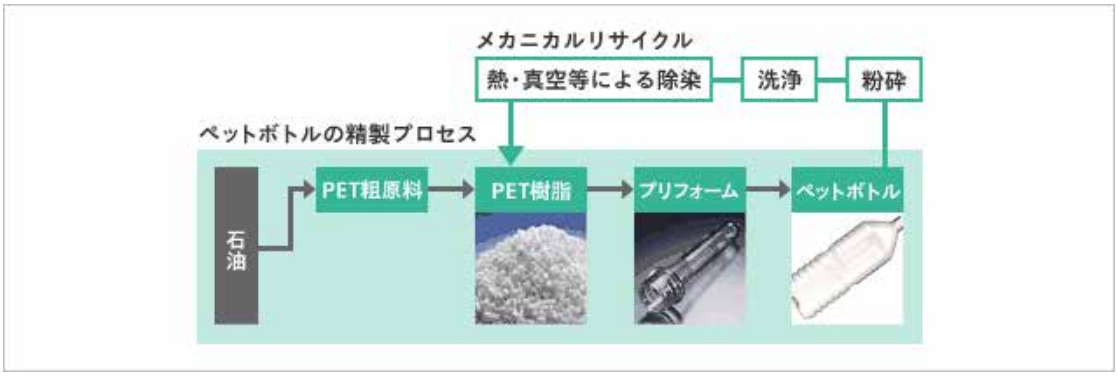


自製技術を導入した対象商品

■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な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、CO_2排出量(PET樹脂の製造時のCO_2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

「FtoPダイレクトリサイクル技術」の導入

リサイクルの取り組みの一環として、2017年に、協栄産業(株)および海外機械メーカー(オーストリア・EREMA社、イタリア・SIPA社))と協働し、さらなる環境負荷低減効果が見込まれる「FtoPダイレクトリサイクル技術」の開発に取り組み、2018年秋より本格稼動しました。「FtoPダイレクトリサイクル技術」は、回収したペットボトルを粉砕・洗浄した「フレーク(Flake)」を高温で溶解・ろ過後、直接プリフォーム製造を行うことができる技術です。「FtoPダイレクトリサイクル技術」は、プリフォーム製造までに結晶化や乾燥など複数の工程が必要だった従来のシステムと比較すると、CO_2排出量を25%※削減(ペットボトル用プリフォーム1kgの製造にあたり)することができます。2019年春には本FtoP製造ラインの増設を決定し、2020年春に2ライン目を本格稼働しました。本技術の拡大を通して、環境負荷の少ないリサイクルペットボトル製造をさらに推進していきます。


FtoPダイレクトリサイクル設備


FtoPダイレクトリサイクル技術使用製品

※使用済みペットボトルからプリフォームまでの工程において

2030年に国内清涼飲料事業で使用する全てのペットボトルを「またあえるボトル」へ

サントリーグループは、2012年に国内清涼飲料業界で初めて100%リサイクル素材のペットボトルを導入したことを皮切りに、従来よりもCO_2排出量を低減する世界初のリサイクル技術を開発※1するなど、長年にわたって技術革新を進め、ボトルtoボトルリサイクル※2を実用化してきました。
2021年にはリサイクル素材や植物由来素材を100%使用したサステナブルなペットボトルを「またあえるボトル」と命名し、「ペットボトルは適切にリサイクルされることによって、何度も循環する資源である」ことをお客様にもお伝えしていくなど、取り組みをさらに加速していきます。
国内清涼飲料事業では、ボトルtoボトルリサイクルを推進し、2030年までに国内で使用するペットボトルを、全てサステナブルボトルである「またあえるボトル」に切替え、新たな化石由来原料の使用ゼロを目指しています。

※1 協栄産業様など4社で共同開発
※2 使用済みペットボトルをリサイクルして、新しいペットボトルに再生すること





2021年4月「GREEN DA・KA・RA やさしい麦茶」のリニューアルにあわせて、「同650mℓ」「同600mℓ」では、他ブランドでも順次拡大しているリサイクル素材100%のペットボトルを全ての商品に使用し、商品ラベルに「またあえるボトル」ロゴマークを記載しております。
ワインの720mℓペットボトルにリサイクルペットボトルを導入
サントリーワインインターナショナル（株）は、「酸化防止剤無添加のおいしいワイン。」「デリカメゾン」などに使用している720mℓペットボトルについて、2020年夏より順次、再生PET樹脂を100%使用したリサイクルペットボトルを導入しています。また商品ラベルには、当社のワインのPETボトル製品独自の「PET to PET」マークを記載しています。





海外拠点における積極的なリサイクルペットボトルの導入

サントリー食品ヨーロッパでは、フランスで展開しているMaytea、Oasis、Orangina、Pulcoに、再生PET樹脂を使用したリサイクルペットボトルの一部導入を行っています。また英国で展開している全てのRibena製品には既に10年以上にわたって再生PET樹脂を100%利用したリサイクルペットボトルを使用しています。ヨーロッパでは中期目標として、2025年までに飲料の容器の原料の50%を再生プラスチックにする予定です。
また、Ribenaでは更なる取組みとして、日本で導入しているロールラベルの技術を展開し、製品に対してラベルが覆う面積を50%以下へ大幅削減することによって、2021年1月よりリサイクル適正を向上させたパッケージを導入しています。



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※の全商品に原則採用しています。
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



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し、実用化に向けて技術検証を行っています。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

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。



「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（2017年は、延べ94百万本回収・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、環境負荷低減の理念に基づき、業界連携のもと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にて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。2019年よりビール製品およびRTD製品にもショートフラップダンボールを展開しております。



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に、2014年2月よりワインの紙容器に、リサイクル適性の高い容器を採用し、現状では酒類紙容器製品の約9割について切替を完了しております。[※1]
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、非アルミニウムの透明基材蒸着を採用する事により、リサイクル適性を向上しています。

※1 2020年5月時点



「麦焼酎むぎのか」「サントリー梅酒」
「デリカメゾン」

「FSC®認証紙」使用率100%を達成

サントリーグループは、国産商品において、国際的な森林管理認証FSC認証[※1]を取得した紙製包材を順次採用しています。第一弾としてサントリー食品インターナショナル（株）が、「サントリー天然水」にFSC認証取得ダンボール包材を2017年8月製造分から採用。2018年2月下旬には「サントリー天然水」ブランド全商品のダンボール包材が、FSC認証紙使用率100%を達成しました。サントリー食品インターナショナル（株）に加え、サントリービール（株）、サントリースピリッツ（株）、サントリーワインインターナショナル（株）の商品のダンボール包材、6缶パック包装紙においても順次採用し、グループ全体でFSC認証を取得した紙製包材の使用を推進しています。



認証マークサンプル

※1 FSC（Forest Stewardship Council・森林管理協議会）は、責任ある森林管理を普及させることを目的とする国際的な非営利団体です。責任ある森林管理から生産される木材とその製品を識別し、それを消費者に届けることで、責任ある森林管理を消費者が支える仕組みを作っています。その認証は、森林の環境保全に配慮し、森林のある地域社会の利益にかない、経済的にも継続可能な形で生産された木材に与えられます。

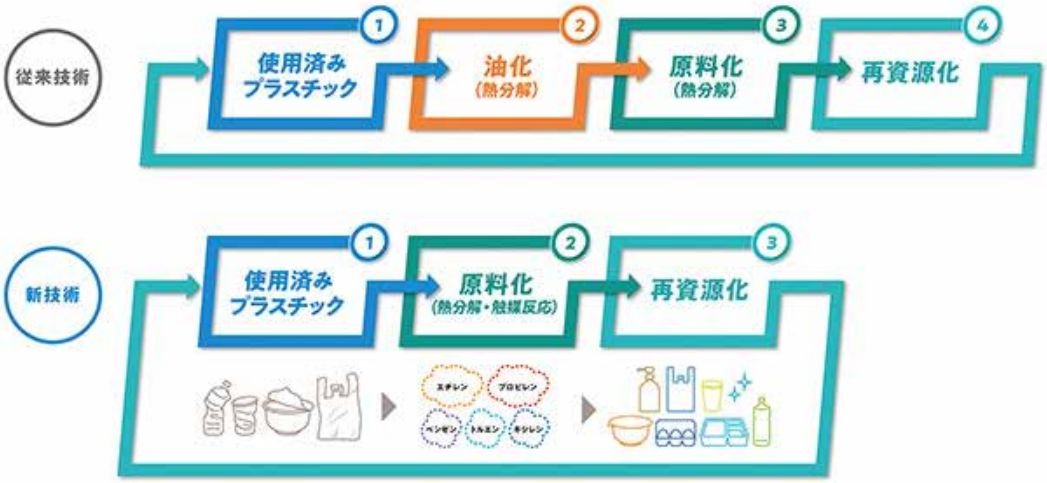
容器リサイクルで業界・自治体等と連携

使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組む新会社「株式会社アールプラスジャパン」設立

サントリー MONOZUKURIエキスパート（株）は、バリューチェーンを構成する12社で、持続可能な社会の実現に向けて、プラスチック課題解決に貢献すべく、使用済みプラスチックの再資源化事業に取り組む共同出資会社、株式会社アールプラスジャパンを設立し、2020年6月から事業を開始しました。

ペットボトル以外のプラスチックは、現在国内では多くが燃焼※1されていると言われています。今回の技術は、ペットボトルを含むその他一般のプラスチックを、直接原料（ベンゼン・トルエン・キシレン・エチレン・プロピレンなど）に戻すケミカルリサイクルの技術です。従来の油化工程を経由するケミカルリサイクルよりも少ない工程で処理でき、CO_2排出量やエネルギー必要量の抑制につながるものと期待しています。この技術が確立できれば、より多くの使用済みプラスチックを効率的に再生利用することができると考えています。

今回設立した（株）アールプラスジャパンは、アネロテック社とともに、この環境負荷の少ない効率的な使用済みプラスチックの再資源化技術開発を進めます。世界で共通となっているプラスチック課題解決に貢献すべく、回収プラスチックの選別処理、モノマー製造、ポリマー製造、包装容器製造、商社、飲料メーカーなど業界を超えた連携により、2027年の実用化を目指していきます。



新技術の特徴

自治体と連携した水平循環の推進

2021年、サントリー食品インターナショナル（株）は、循環型社会形成を目指し、東播磨の2市2町（兵庫県高砂市、同加古川市、同加古郡稲美町、同加古郡播磨町）と住民、行政、事業者が三位一体で使用済みペットボトルを新たなペットボトルへと再生する「ボトルtoボトル リサイクル事業」に関する協定を2月3日（水）に締結しました。

本協定に基づき、東播磨2市2町と当社は、市民・町民の皆様が分別した使用済みペットボトルを回収・再生して新たなペットボトルに生まれ変わらせる「ボトルtoボトル」水平リサイクルを開始し、さらに域内工場で製品にして、東播磨エリアに出荷・還元します。

複数自治体と企業が連携して、「ボトルtoボトル」リサイクルに取り組むこと、また、このスキームで生み出されたリサイクルペットボトルを域内事業者が製造し、地域へ出荷・還元すること、どちらも国内初の取り組みとなります。今回の協定締結により、「ボトルtoボトル」の水平リサイクルをさらに強力に推進し、循環型社会の実現にむけた地球環境の保全活動を一層強化していきます。

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」を貼りつけ、リサイクルへの意識啓発を図っています。



ペットボトルの海洋汚染問題

ペットボトルを含むプラスチック容器による海洋汚染の問題が深刻化しており、世界的な環境課題として議論しています。サントリーグループは多くの容器を扱う飲料企業として、積極的にこの問題に取り組み、国や地域、産業界と連携しながら、解決に向けて取り組んでいきます。当社はこれまでも2R+Bの推進、また消費者へのリサイクル啓発活動を、国内・外で継続的に展開してきました。

今後も各国や地域における更なるリサイクル率の向上を目指し、様々なステークホルダーと協働して、改善活動を促進していきます。

また、社員ボランティア活動の一環として、国内ではNPO法人が主催する「海岸クリーンアップ活動」に、海外ではビームサントリーの社員がシカゴ川流域の清掃活動に参加するなど、社員一人ひとりがこの課題を自分事として捉え、行動を起こしていくよう啓発活動を行っています。

サントリーグループでは、2019年6月に「プラスチック基本方針」を策定し、2030年までにグローバルで使用するすべてのペットボトルに、リサイクル素材あるいは植物由来素材のみを使用し、化石由来原料の新規使用をゼロにすることで、100%サスティナブル化を目指します。



海岸クリーンアップ活動



Friends the Chicago River

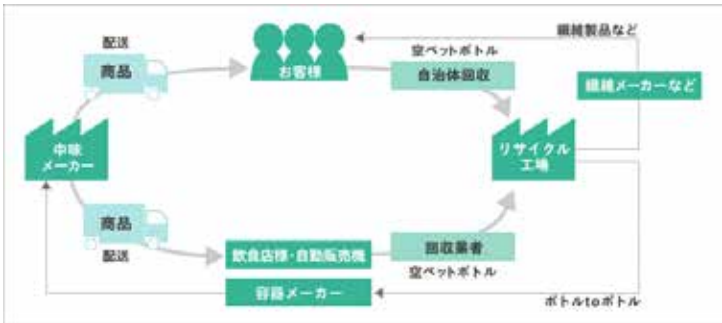
サントリーグループ「プラスチック基本方針」

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。

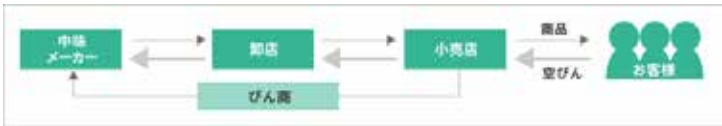
■ペットボトルの回収・リサイクル



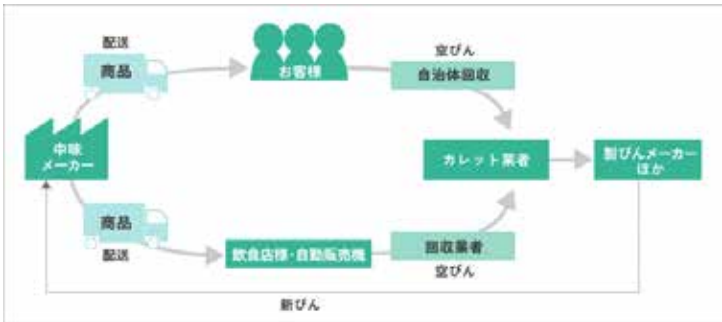
ガラスびんの回収

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



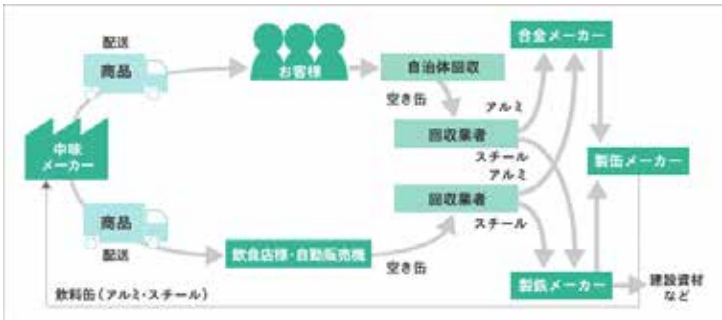
■ワンウェイびん



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



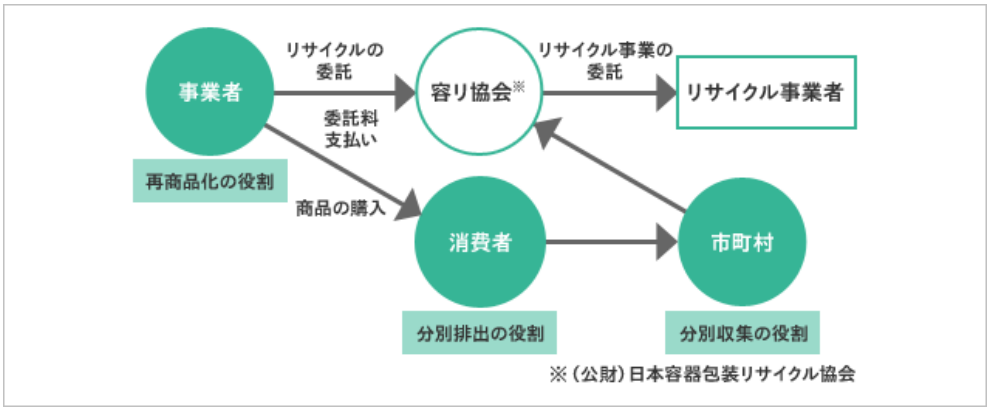
サントリーグループ「プラスチック基本方針」

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。



循環型社会への貢献

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2020年

エリア	排出量（千t）
日本	228
米州	154
欧州	95
アジア	31
オセアニア	7
アフリカ	0
計	516★

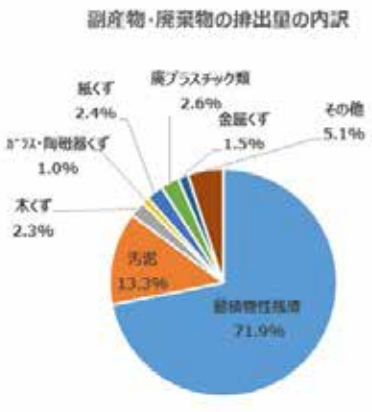
※国内生産26工場、海外生産64工場が対象
※うち、サントリー食品インターナショナルグループの国内・海外の生産工場の副産物・廃棄物排出量は150千t★
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

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。2020年は、国内工場から発生した副産物・廃棄物は合計228,355トンとなり、前年より総量で9.2%、原単位で7.2%減少しました。再資源化率は100%を維持しています。

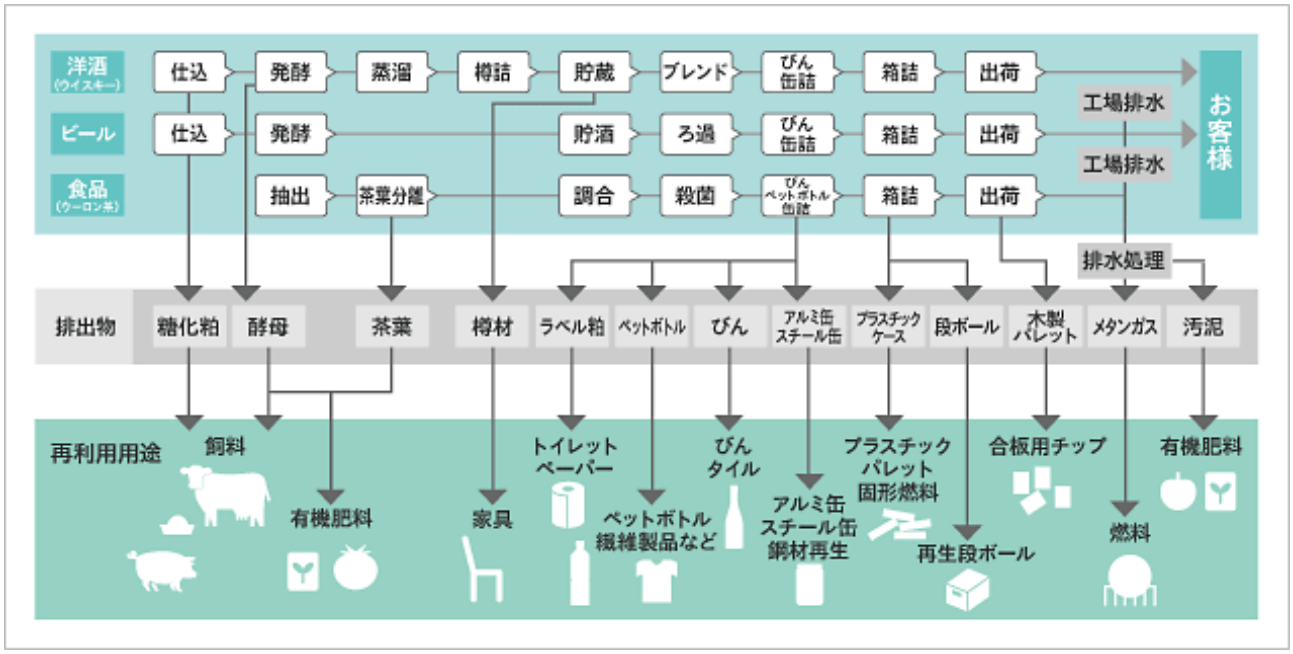
副産物・廃棄物の排出量





※国内生産26工場が対象

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

排出物の種類	主要用途	2016年		2017年		2018年		2019年		2020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(%)	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	185,227	100	195,334	100	187,818	100	181,524	100	164,185	100
汚泥(余剰汚泥など)	・肥料	27,574	100	30,351	100	30,472	100	31,245	100	30,275	100
木くず(樽材、パレット)	・家具材 ・合板原料	2,123	100	1,314	100	4,435	100	2,458	100	5,186	100
ガラス･陶磁器くず	・ガラス材料 ・路盤材	3,772	100	3,508	100	3,216	100	2,825	100	2,285	100
紙くず(段ボール、紙ラベルなど)	・再生紙 ・段ボール原料	5,184	100	6,349	100	6,228	100	6,429	100	5,520	100
廃プラスチック類	・パレット ・固形燃料 ・補助燃料	4,956	100	5,918	100	6,138	100	6,338	100	6,033	100
金属くず(アルミ、鉄)	・アルミ ・スチール原料	3,039	100	2,958	100	3,240	100	3,270	100	3,314	100
その他		12,729	100	12,632	100	16,405	100	17,365	100	11,558	100
合計		244,604	100	258,365	100	257,951	100	251,454	100	228,355	100

※国内生産26工場が対象

■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。



樽キャビネット



樽ものがたり byカリモク
ブレンドシリーズ
ダイニングセット



バレル テイスティングセット

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」

循環型社会への貢献

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.jcpra.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、運営委員

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/

循環型社会への貢献

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、工場ごとに法規制と同等、もしくは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

	2018年	2019年	2020年
排出量（t）	16.4	16.8	10.4
原単位（g/kℓ）	3.4	3.5	2.2

※国内生産26工場が対象

■NOx排出量

	2018年	2019年	2020年
排出量（t）	147.0	152.0	151.6
原単位（g/kℓ）	30.1	31.6	32.2

※国内生産26工場が対象

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、万が一、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、貯蔵期間に伴いアルコールが樽から揮散します（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、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、集合研修・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（2021年1月現在）

	保管中	使用中	保有合計
コンデンサ	3	0	3
変圧器	5	0	5
照明器具安定器	11	0	11

事故・訴訟

2020年は、環境に関する重大な事故、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、サステナビリティレポートの発行、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。コロナ禍では、オンラインでのツアーやバーチャル工場見学等を実施しています。


親子向けイベント


工場の環境コーナー

■「水と生きる」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、「水と生きる」を社会との約束として掲げ、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)

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、「宇宙人ジョーンズ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～）

2018年からは、サントリーグループがお客様、地域社会、自然環境と交わす約束『水と生きる』のメッセージを通じて、水の大切さを社会に広く伝える新聞広告を出稿しています。



新聞広告『水と生きる』

サステナビリティへの取り組み

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・学術」「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」「チャレンジド・スポーツ支援」「社員ボランティアの推進」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。すべての社会貢献活動で地域とのエンゲージメント活動を実施し、地域とのコミュニケーションを大切にしています。



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・学術活動

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。



チャレンジド・スポーツ支援

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、チャレンジドスポーツ（障がい者スポーツ）のアスリートを応援する活動を行っています。



社員ボランティア活動支援

“Growing for Good”へ向け誠実で信頼される人間として成長しつづけるため、ボランティア活動をはじめとした社員の社会参加を積極的に支援しています

目標達成：●●●　目標達成70%以上：●●　目標達成70%未満：●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021年度アクションプラン
幅広い文化・社会・学術貢献	財団活動支援を通した貢献活動	・新型コロナ感染拡大の状況下で、サントリーホールのコンサートWEB配信やサントリー美術館でのオンライン「まるごといちにちこどもびじゅつかん」開催 ・第42回サントリー学芸賞選考・贈賞実施、若手研究者助成実施 ・サントリー SunRiSE 生命科学研究者支援プログラムを立ち上げ若手研究者の研究支援を開始	●●●	・公益財団法人サントリー芸術財団、サントリー文化財団、サントリー生命科学財団の活動支援を通じた文化・社会・学術貢献推進 ・デジタルサントリーホールの立ち上げなど、コロナ下でもオンライン活用も含めた取り組みを拡大
地域貢献	自治体・NPOなどと連携した東北・熊本復興支援活動強化	・「サントリー東北サンさんプロジェクト」、「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」における文化・芸術・スポーツ活動による支援活動は新型コロナ感染防止に留意しながら規模を縮小して実施 ・7月の熊本豪雨に対して義捐金拠出および豪雨被災地域の小中学生向けに熱中症対策飲料提供等を実施 ・「サントリー地域文化賞」による地域文化顕彰による地域活動支援	●●	・「サントリー東北サンさんプロジェクト」では新たに「みらいチャレンジプログラム」を立ち上げ、岩手県・宮城県・福島県の“地方創生”・“地元活性化”を支援 ・「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」においても次世代への震災記憶の継承を目指して「水の国くまもと未来予想図プログラム」を実施 ・「サントリー地域文化賞」による地域文化顕彰による地域活動支援実施
社会貢献活動のグローバル展開	エリアにおける社会貢献活動の推進	・ベトナム、インドネシア、タイ中心に次世代環境教育「水育」実施 ・他エリアでの社会貢献活動の展開	●●●	・アジア地域で次世代環境教育「水育」のエリア拡大 ・他エリアでの社会貢献活動の展開
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	・文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムの実施 コロナの影響でオンライン参加者も含めて約40,000名 ・チャレンジド・アスリートへの奨学金制度実施	●●●	・さらにオンラインも活用して文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムの拡大実施（参加者70,000名）
従業員の社会貢献活動参加支援	従業員が社会貢献活動に積極的に参加できるような基盤づくりと推進	・ボランティア情報サイト「ボランティアーズ」の充実 ・理念浸透施策（Global Action for Water・Global Action for Humanity）に合わせて春は「水」、秋は「人」をテーマに国内外でボランティア活動を推進。 ・新型コロナ感染防止のため、在宅で参加できるボランティアプログラムを拡充 ・年間参加2,030名（日本国内）	●●●	・ボランティア情報サイト「ボランティアーズ」のさらなる充実 ・理念浸透施策（Global Action for Water・Global Action for Humanity）に合わせて春は「水」、秋は「人」をテーマに国内外でボランティア活動を推進。 ・新型コロナ感染防止のため、在宅で参加できるボランティアプログラムをさらに拡充 ・年間参加2,000名（日本国内）

社会と響きあう　文化・社会貢献

社会貢献活動方針

サントリーグループは、創業精神「利益三分主義」のもと、地域社会への貢献や文化、芸術、スポーツ振興、被災地支援活動、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貢献活動はさまざまな社会的課題の解決に貢献するとともに、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寄与すると考えています。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貢献活動

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.「文化・芸術振興」「スポーツ振興」「社会福祉」「自然環境保全」「ダイバーシティ」「被災地支援」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ています。
2.ステークホルダーとの対話を重視し、連携・協働に取り組んでいます。
3.従業員の多様なボランティア活動を支援しています。

社会と響きあう　文化・社会貢献

芸術・文化・学術活動

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、サントリーホールの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、生物有機科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の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。

■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、日本美術やガラス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開催し、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、さまざまなプログラムを開催するホール、茶室などもととのっています。



サントリー美術館

2020年はリニューアル・オープンを迎え、記念の年に

サントリー美術館は2020年7月22日、約8カ月の改修工事を経てリニューアル・オープン。更なる安全性向上のための天井耐震強化や、作品の再現性を高めるLED照明の導入、エントランスやショップ・カフェのデザイン、館内スタッフの制服の刷新などを実施しました。



サントリー美術館　エントランス

シリーズで開催したリニューアル・オープン記念展では、現代アートとのコラボレーションや再現展示でも新風を吹き込んだ第1弾「ART in LIFE, LIFE and BEAUTY」展から、親しみやすく斬新な展示構成が話題を呼んだ第2弾「日本美術の裏の裏」展、時代や国を越えて結び、新たにひらいた様々な美を特集した第3弾「美を結ぶ。美をひらく。美の交流が生んだ6つの物語」展まで、サントリー美術館珠玉のコレクションをお楽しみいただきました。



リニューアル・オープン記念展Ⅰ～Ⅲ　ポスター

コロナ禍の影響でご来館を控えるお客様にも継続的にお届けできるよう、オンラインプログラムも充実させ、多くの方々に広く日本文化に親しんでいただける取り組みを続けています。



ラーニングプログラム：
＜動画＞展覧会の裏の裏側
～担当学芸員による裏話



＜動画＞
リニューアル・オープン記念展Ⅰ
「ART in LIFE, LIFE and BEAUTY」
展示風景

サントリーホール ― 世界一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」と評されたヴィ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。毎年、年間約550を超える公演に、約60万人のお客様が来場されています。



サントリーホール

開館30周年後の大改修でユニバーサルデザインを推進、安全・安心への取り組みも「世界一」を目指して。

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、2017年2月から8月まで休館し、大規模改修を行いました。“世界一の美しい響き”を大切にしながら、高齢者の方、障がいをお持ちの方にも楽しんでいただけるように、ホワイエから1階大ホールに移動しやすいスロープや多目的化粧室の増設など、ユニバーサルデザインを推進しています。
リニューアルオープン直前には、サントリーグループの従業員が参加した、避難訓練付きコンサートを開催しました。定期的な消防訓練や防犯訓練を行って、安全・安心への取り組みも「世界一」を目指しています。





避難訓練付きコンサートの様子



防犯の実地訓練を通じた、安全・安心への取り組み

DX推進の活動基盤となる新プラットフォーム「デジタルサントリーホール」の開設

世界中から、距離、時間、そして国境や言語を超えて、サントリーホールの施設やコンサートを、生活の中で身近に体感できることを目指し、オンラインイベント、バーチャル バックステージツアー、オンライン配信、オンラインショップ、動画ライブラリー、公演アーカイブ、おすすめコラムなどのデジタル情報を掲載した、「デジタルサントリーホール」を開設しました。





デジタルサントリーホール

オリジナリティあふれる主催公演を開催

開館当初より音楽の情報発信基地としてオリジナル企画の主催公演を開催してきました。1987年から続く現代音楽の祭典“サマーフェスティバル”、開館25周年の2011年からスタートした初夏の室内楽の祭典“チェンバーミュージック・ガーデン”は国際的な注目を集めています。2020年は新型コロナウイルス感染症の影響で、公演の一部を中止しましたが、オンラインでの公演を実施しました。また1999年より日本に招聘しているウィーン・フィルハーモニー管弦楽団とは長年に亘り親密な関係を築いています。「音楽の力によって日本の皆さまに希望と喜びをお届けしたい」というウィーン・フィルの想いを受けて、厳格な感染防止対策を施した来日公演を実施し、2020年のクラシック音楽界のトピックになりました。



CMG オンライン



サントリーホール
サマーフェスティバル2020



ウィーン・フィルハーモニー ウィーク イン ジャパン2020
ワレリー・ゲルギエフ指揮 ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団

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に贈られる「佐治敬三賞」、日本人の新進作曲家の優れた作品を公開選考会で選ぶ「芥川也寸志サントリー作曲賞」の贈呈、「日本人作曲作品」の紹介やコンサート助成など幅広い活動を展開しています。また、2014年からは、世界的文化遺産である弦楽器名器の保全と、貸与活動を通した音楽家の育成を目的として、財団所蔵楽器を中高生に無償貸与する「サントリー芸術財団名器特別賞」や若手演奏家向け貸与を新たにスタートしました。



「サントリー音楽賞」「佐治敬三賞」
贈賞式

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、音楽を通して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「音楽復興祈念賞」や被災地での「こどもたちのためのコンサート」、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。



ウィーン・フィル&サントリー音楽復興基金
仙台ジュニアオーケストラとの音楽交流

■公益財団法人 サントリー文化財団

創業80周年を記念し、「社会と文化をめぐる国際的、学際的な探求の深化をめざして、広い分野に亘って有能な人材を発掘援助し、独創的で冒険的な研究を助成し、あわせて世界と日本との文化的な交流の飛躍的な発展に寄与する」との趣旨を掲げ、1979年に設立されました。
「学芸文化振興事業」として人文学、社会科学の領域における研究助成と調査研究、「サントリー学芸賞」の贈呈、海外出版助成など、「地域文化振興事業」として「サントリー地域文化賞」の贈呈と地域文化活動の支援などに取り組んでいます。
近年では若手研究者への支援にも積極的に取り組んでおり、これからの社会を担う人材のサポートに加えて、研究者と社会の橋渡しとしてアカデミズムとジャーナリズムの交流の場を設ける取り組みなども行っています。



「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、大学教授など、第一線で活躍する研究者を輩出してきました。
自らの研究所を「構造生物学」「有機化学」「分子生物学」の異分野融合拠点として位置付け、大学などの研究機関との共同研究を推進しながら「代謝」「生体膜」「シグナリング」をキーワードに「分子を中心に据えた生命現象のメカニズムの解明」を目指した研究活動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、ならびに大学院連携講座の開設による研究・教育支援、博士客員研究員制度などの研究人材育成事業を行っています。



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

ゴマの健康成分「セサミン」とともにゴマ種子に含まれる抗酸化物質「セサモリン」および「セサミノール」の生合成酵素遺伝子を世界で初めて発見、葉の縁の凸凹の形を制御する遺伝子の解明、花の色素とフラボノイド配糖体との相互作用による青色形成メカニズムの解明、穀物や野菜などの鉄分を吸収する新しいメカニズムの発見など、多くの研究成果が著名な学術論文に掲載されています。また、年度ごとに共同研究者や第一線の研究者を招いて報告会を開催しています。



2017年度研究所報告会
（大阪大学中之島センター佐治敬三メモリアルホール）

2020年5月より「サントリー SunRiSE 生命科学研究者支援プログラム」の募集、選考を実施し、500人近くの応募の中から10人の若手研究者を採択しました。2020年12月7日、サントリーホールにおいて、採択者の発表と採択認定証の授与式を開催しました。山中伸弥先生、大隅良典先生はじめ、本プログラム運営委員の先生方からの励ましとともに採択者の意気込みが披露されました。
(SunRiSE:　Suntory Rising Stars Encouragement Program in Life Sciences)



2020年12月「サントリー SunRiSE 生命科学研究者支援プログラム」
採択者発表・授与式

■ともに「歌う」歓びを広げる「サントリー 1万人の第九」

1983年、大阪城ホールのオープニング記念イベントとしてスタートし、2020年で38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」歓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、幅広い年代・国籍の方々が参加するなど、世代を超え、地域・国境を越え、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。
また2017年からは、TV放送に加え、より多くの方にご覧頂くためにLIVE配信＜LINE LIVE＞を展開しています。
更に、2020年は新たな挑戦として、全国各地からオンラインで1万人の合唱団に参加していただく試みも行いました。



サントリー 1万人の第九



のべ1万人による歌唱動画で実現した
第38回サントリー 1万人の第九の様子
(2020年)

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。トップリーグ優勝5回、日本選手権優勝8回を誇る国内屈指のチームです。
また、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。サンゴリアスのメンバーが直接指導するラグビークリニックやイベントも積極的に参加しています。
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の他、地域の清掃活動、復興支援活動などにも積極的に参加しています。2019年には日本で開催されたラグビーワールドカップを被災地の方々と一緒に観戦するイベントを行うなど、子どもたちや女性など、多くの皆さん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


日本選手権優勝8回を誇る

■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であるV.LEAGUEの DEVISION1に加盟しています。
スポーツの楽しさを良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（2019年に第14回小学生大会、第41回中学生大会、第23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、2019年は約5,800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、熊本地震復興支援活動として熊本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


青少年非行防止の啓発

■宮里藍サントリーレディスオープンゴルフトーナメント～全英女子への道～

サントリーが主催する日本女子プロゴルフ協会公認の女子ゴルフトーナメント。2021年は6月10日から神戸市の六甲国際ゴルフ倶楽部で開催。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。サントリー所属の宮里藍プロが大会アンバサダーとして、コースセッティングや大会PR、来場者へホスピタリティ活動に携わってくれています。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、次世代ゴルファーの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。
さらに30回記念となった2021年からは～全英女子への道～として本大会の優勝と2位の選手はAIG女子オープン（AIG全英女子オープン）の出場権が与えられることになりました。





青木瀬令奈プロと大会アンバサダー宮里藍さん
（2021年大会優勝時）

■サントリードリームマッチ

“夢や感動を伝えたい”との想いで、1995年から開催しているプロ野球を引退した名選手が2チームに分かれて試合をする野球イベント。これまでに延べ109万人を超える野球ファンの方々に、“夢の球宴”を楽しんでいただいています。第25回目を迎えた2021年は新型コロナウイルス感染拡大の影響からイベント初の無観客にて5月に開催し、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「ドリーム・ヒーローズ」が熱い戦いを繰り広げました。本イベントの売上の一部で、野球復興のために野球教室を開催しています。







当日の様子（2019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用具寄贈などを行ってきたほか、東北の子どもたちを対象に、車いすバスケットボールをはじめとしたチャレンジド・スポーツの体験教室を開催。これまでに5,000名以上の方々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 日本車いす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、サントリー社員でパラトライアスロン選手として活躍する谷真海選手をはじめとするアスリートの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たちへの慈善活動、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)、つぼみ保育園（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にも力を入れています。2017年春、高殿苑、つぼみ保育園は、新築移転を経て、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。
2021年、大阪市内で最初の社会福祉活動を行った法人「邦寿会」は創立100周年を迎えました。


特別養護老人ホーム 高殿苑とつぼみ保育園


総合福祉施設 どうみょうじ高殿苑


高殿苑とつぼみ保育園での交流

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88,000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

1990年に始まった「サントリーレディスオープンゴルフトーナメント」は、1995年の阪神・淡路大震災以降2010年まで、アマプロチャリティトーナメントのエントリーフィ、チャリティコーナーの売上金などを、神戸市の震災復興、安心・安全なまちづくりにお役立ていただきました。
2011年からは東日本大震災で甚大な被害を受けた被災地への支援として、宮城県名取市・仙台市に消防用車両などを寄贈いたしました。2016年からは熊本地震被災地および東日本大震災への復興支援等を実施しています。2020年は開催中止となりましたが、兵庫県へ医療従事者支援のため寄付を実施いたしました。



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

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、野球復興支援活動としてプロ野球のOB選手による野球教室・キャッチボール教室の実施などを、2016年からは主に東日本大震災や熊本地震被災地を中心に行ってまいりました。



2020年11月に熊本県で開催した
野球教室の様子



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

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
「サントリー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」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年から継続して行っています。国際的に活躍する指揮者・大野和士氏が企画にかかわり、2018年からは「声の響きを楽しもう」をテーマにした、事前授業と演奏会を開催しています。各小学校における2時間の事前授業では、サントリーホール オペラ・アカデミーから派遣するソプラノ・アルト・テノール・バス各1名の歌手が出演。声域の違いや声の響き（ビブラート）についてのデモンストレーションと、「もみじ」の歌唱、また1月のコンサートでベートーヴェン「第九」の旋律を原語で歌うための事前指導を行いました。2020年1月30日には、サントリーホールに港区立小学校4年生約1,500名が集まり、沼尻竜典指揮による東京フィルハーモニー交響楽団のコンサートを鑑賞しました。



小学校での事前授業の様子



サントリーホールでの
港区&サントリーホール
Enjoy! Music プロジェクト

「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ニスト体験など、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

若い世代へのクラッ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。

「ラーニング・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。中学生以下は入館無料、さらに鑑賞支援ツール「わくわくわーくしーと」を無料で配布し、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」は、2020年より「ラーニングプログラム」としてリニューアルし、子どもから大人まで楽しめる様々なプログラムを実施しています。さらにレクチャー動画の配信など、オンラインプログラムも開始しました。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・生徒の来館受け入れや出張授業にも積極的に取り組んでいます。



子ども向け鑑賞支援ツール
「わくわくわーくしーと」



エデュケーターによる
「鑑賞ガイド」

「まるごといちにち こどもびじゅつかん！」の実施

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特別イベント「まるごといちにち こどもびじゅつかん！」を、2014年より年1回程度開催しています。ワークシートを使ってクイズやスケッチなどを楽しみながら展覧会を鑑賞できるほか、対話型鑑賞やワークショップ、館内ツアーなどの子ども専用プログラムを通して、充実した美術館体験を提供します。2020年は感染症拡大防止のため初めてオンラインプログラムとして開催し、子ども向けの動画や読み物などをお楽しみいただきました。



「まるごといちにち こども
びじゅつかん！オンライン」バナー



子ども向け動画
「びじゅつかんのひみツアー」タイトル

■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。その他、サンゴリアスはラグビースクールへの指導やイベントの運営など、子どもたちがラグビーに触れるさまざまな機会で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、人としての自然なこ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、現在は次世代教育の一環として、小中学校への「花育（はないく）」や「水育」、校外学習を通した環境教育支援、サントリーグループの研究分野の知見を生かした科学教育など、本学の活動を支援しています。


林間学舎での植樹のようす

■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、夏に開催される「余島サマーキャンプ」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。毎年、約3,500名の子どもたちが余島を訪れます。
※新型コロナウイルスの影響により2020年は約250名


余島サマーキャンプ


余島

■リアルな体験を通じて子どもたちの「職業観」を育成

サントリーグループでは、子どもたちが楽しみながら社会のしくみを学ぶことができる、職業･社会体験型施設「キッザニア東京･甲子園」に、自動販売機の運営体験ができるパビリオン「ビバレッジサービスセンター」を出展しています。「ビバレッジサービスセンター」では、自動販売機の仕組みを知り、商品をお客様へお届けする上での知恵や工夫を学び、美味しさと安心・安全を支える人々の想いを感じることができます。普段何気なく目にしている街の風景である自動販売機に実際に触れ、運営体験を通して、「職業観」を育成し、子どもたちの毎日の新たな気づきに繋がることを願っています。



自動販売機の中を知る



自動販売機に商品を届ける

社会と響きあう　文化・社会貢献

被災地支援





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	

年	件名	寄付金額	寄付相手先	ニュースリリース
2016	熊本地震	2016年 5月　1億円 2016年10月　3億円	熊本県	熊本県への義捐金リリース
2017	九州北部豪雨災害	福岡県　(500万円) 大分県　(500万円)	福岡県、大分県	九州北部豪雨災害被害に対する義捐金について
2017	米国大型ハリケーンによる被害に対する支援	約1億1千万円 (100万ドル)	アメリカ赤十字社	米国大型ハリケーンによる被害に対する支援について
2017	メキシコ地震による被害に対する支援	約2,200万円 (20万ドル)	メキシコ赤十字社	メキシコ地震による被害に対する支援について
2017	バージン諸島ハリケーン Maria	約5500万円 (50万ドル)	バージン諸島復興基金	
2018	平成30年7月豪雨 (西日本豪雨)	9億円 (広島、岡山、愛媛に各3億円)	広島県は日本赤十字社広島県支部 岡山県、愛媛県は各県窓口	「平成30年7月豪雨」に対する義捐金について
2018	平成30年北海道胆振東部地震	1億円	北海道	「平成30年北海道胆振(いぶり)東部地震」に対する支援について
2018	台風21号の被害を受けた「御堂筋のイチョウ並木」に対する支援	約5,000万円	大阪市	台風21号の被害を受けた「御堂筋のイチョウ並木」に対する支援
2019	台風15号に対する支援	5,000万円	千葉県	「令和元年台風15号」に対する支援について
2019	台風19号に対する支援	5億5,000万円	岩手県、宮城県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、神奈川県、新潟県、長野県、静岡県(各5千万円)	「令和元年台風第19号」に対する支援について
2020	オーストラリアの森林火災による被害に対する支援	約3,750万円 (50万オーストラリアドル)	オーストラリア赤十字社 ニューサウスウエールズ州森林火災消防団体 ニューサウスウエールズ州野生動物保護団体	オーストラリアの森林火災による被害に対する支援について
2020	熊本豪雨に対する支援	5,000万円	熊本県	熊本豪雨に対する支援について
2021	インドでの新型コロナウイルス感染症拡大に対する支援	約6,540万円 (60万米ドル)	British Asian Trust Confederation of Indian Industry National Restaurant Association of India	インドでの新型コロナウイルス感染症拡大に対する支援について

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

被災地支援

サントリー東北サンさんプロジェクト

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3億円の義捐金を謹呈。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・芸術・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・芸術・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、6年間にわたって、10億円の規模で展開していきます。

そして2021年2月からは、さまざまな形でこれからの東北を思い、さらに地域を盛り上げていこうと活動に取り組んでいる岩手県・宮城県・福島県の方々をサポートしたい、という思いから、「みらいチャレンジプログラム」をスタートしました。

SUNTORY 東北サンさんプロジェクト since 2011

■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

奨学金受給生数（のべ人数）
約3,000名



福島の子ども学び遊べる場所づくり支援

福島の子どもたちが安心して学び遊べるように、学童保育施設建設を行い、サントリーグループ各社によるワークショップ開催や指導員研修、園外保育などの支援を展開

学童保育施設建設数
5棟

園外保育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＜らいつ＞」・「山田町ふれあいセンター＜はぴね＞」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＜らいつ＞」（宮城県）・「山田町ふれあいセンター＜はぴね＞」（岩手県）の建設費全額を支援



石巻市子どもセンター＜らいつ＞年間利用者数
約30,000名

山田町ふれあいセンター＜はぴね＞年間利用者数
約60,000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

岩手県・宮城県・福島県の子どもたちが、東北出身のチャレンジド・アスリートと共に様々なチャレンジド・スポーツを体験する教室を開催



参加者数
約1,000名

アスリート・ビジット

被災地の小学校･中学校での車いすバスケットボール出張授業、特別支援学校でのボッチャ教室を実施



参加者数
約4,646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294名

団体部門
のべ129団体

2020年1月時点

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いすなどの競技用具を寄贈
各県でのチャレンジド・スポーツ指導者育成のための車いすスポーツ導入教室を開催



競技用車いす
35台

STT用卓球台
5台

施設改修
3ヵ所

車いすスポーツ導入教室
13回開催

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14,000名



ウィーン・フィル&サントリー音楽復興祈念賞受賞活動
128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14,000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



サントリー &仙台フィル　みんなのまちのコンサート

仙台を本拠に置く仙台フィルハーモニー管弦楽団と協同し、2016年より東北の被災地を回るコンサートを実施

参加者数
約3,500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21,500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
約6,200名







みらいチャレンジプログラム

岩手県・宮城県・福島県内で地方創生や地元活性化を目指し、新しい活動を実施しようとする団体または個人をサポート

2021年7月～2024年6月の3年間で
1億円 規模の奨励金を支給予定

SUNTORY
東北サンさんプロジェクト
since 2011
みらいチャレンジプログラム

被災地支援

サントリー水の国くまもと応援プロジェクト

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3億円の追加支出を決定。「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。

「熊本地域における地下水の持続可能性に貢献する活動」

サントリー熊本地下水みらいプロジェクト

「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」

公益財団法人 くまもと地下水財団 — SUNTORY

熊本大学 Kumamoto University

冬水田んぼの復旧



復旧工事



田植えイベント



念願の収穫

「文化・芸術・スポーツを通じた心と体の支援活動」

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、野球教室を開催

参加者数
約2,200名



サントリーサンゴリアスによる
ラグビー教室



サンゴリアス選手との
2019年ラグビー W杯観戦企画
『サントリーサンゴリアスと行く！
ラグビー W杯観戦ツアー』



サントリーサンバーズによる
バレー教室

「サントリードリームマッチ」ライブビューイング



ウィーン・フィルによる復興祈念公演開催

ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団と協同で基金を設立し、楽団員による公演のほか、
現地団体への助成金の交付や技術支援を実施

参加者数
約1,300名



佐渡裕氏率いるスーパーキッズ・オーケストラによる復興祈念公演開催

2015年より世界的指揮者・佐渡裕氏が指揮・芸術監督を務める「スーパーキッズ・オーケストラ」の復興祈念演奏活動を支援

参加者数
約3,000名



熊本県立劇場&九州交響楽団&サントリー　みんなのまちのコンサート開催

2018年より熊本県立劇場・九州交響楽団と協同で九州熊本工場周辺の小学校や公民館等の施設をめぐり、コンサートを実施

参加者数
約3,000名



コミュニティ支援

九州熊本工場周辺の嘉島町・益城町・御船町を中心に、サントリーの資産を活用した支援活動を展開

サントリーフラワーズと連携し、花苗・花鉢のお届けやワークショップを開催



九州熊本工場周辺3町の被災者の皆さまを工場ツアーに招待

九州熊本工場周辺の嘉島町・益城町・御船町の仮設住宅にお住まいの方々を工場見学にご招待

参加者数
約850名



水の国くまもと未来予想図プログラム

「熊本地震から5年、その先へ。」2021年、サントリーは地元企業として、熊本の未来について次世代とともに“考動”し、これからも地域に寄り添った取り組みを継続していきます。



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、生物多機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
2019	九州熊本工場	内閣総理大臣表彰

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	日本緑化工学会賞（技術賞）	日本緑化工学会

■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、工場見学を実施しています。製造工程を見学しながら、ものづくりのこだわりについて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、年間約66万人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

社会と響きあう　文化・社会貢献

チャレンジド・スポーツ支援

サントリー チャレンジド・スポーツ プロジェクト

サントリーグループは、東日本大震災復興支援の一環として、2014年に「チャレンジド・スポーツ支援」を開始。
2015年からは、復興支援の枠を超えて、アスリートたちに寄り添いながら普及から強化まで幅広く取り組んでいます。

■「PASSION FOR CHALLENGE　ー ともに夢に挑もう ー　」

障がいをものともせず、自らの限界に果敢に挑戦していくチャレンジド・アスリートたち。
当社も創業以来、挑戦精神「やってみなはれ」のもと、さまざまな新分野を切り拓いてきました。
そんなサントリーだからこそ、選手の熱意・挑戦に共感し、選手に寄り添って、
その挑戦、無限大の可能性を応援していきたい、という思いから活動を展開しています。

1. オフィシャルパートナー

①公益財団法人　日本障がい者スポーツ協会（2015年～）
②一般社団法人　日本車いすバスケットボール連盟（2015年～）
③車いすバスケチーム「宮城MAX」「TEAM EARTH（福島）」
「ラッセル岩手」「SCRATCH」（2015年～）
④一般社団法人　日本知的障がい者卓球連盟（2020年～）





2．体験教室

チャレンジド・スポーツの認知向上・普及のために、東北の小中学校や公共施設等で「宮城MAX」などを講師に迎え、車いすバスケットボール体験教室をこれまでに47回開催。
その他、ブラインドサッカー・ブラインドマラソン・チェアスキー体験・ボッチャなど幅広い競技の体験も実施しています。
参加者数：累計約5,500名
（2020年1月時点）



3．サントリーチャレンジド・アスリート奨励金

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･強化を目指し、岩手･宮城･福島県を対象に実施しています。
助成先：個人部門のべ294名・団体部門のべ129団体に総額約2億6百万円を支援。
（2020年1月時点）





4．車いすスポーツ導入教室開催（対象：車いすスポーツ未経験者や支える方）

車いすスポーツの裾野拡大を目指し、ドイツ障がい者スポーツ連盟公認リハビリテーションスポーツ指導員資格を取得した橋本大佑氏を講師に迎え、岩手・宮城・福島県でこれまでに13回開催しています。

5．競技用具寄贈・競技施設改修

チャレンジド・スポーツの環境整備のため、岩手・宮城・福島県を対象に、競技用車いすなど競技用具の寄贈や宮城MAXの練習拠点の体育館を含む施設改修を実施しました。
施設改修　3箇所、競技用車いす　35台、STT用卓球台　5台



6．大会協賛

車いすバスケの普及および競技環境整備のため、下記の大会に協賛、運営をサポート。
より親しみを持っていただく取り組みなども実施しています。（2019年度実績）

①天皇杯 日本車いすバスケットボール選手権大会
スペシャルパートナーとして大会協賛、さまざまな施策を展開
◆車いすバスケットボール体験ブース出展、サンプリング
車いすバスケットの試合中の目線が疑似体験できるVR動画の体験コーナーを実施
◆サントリー車いすバスケシュートコーナー開催
実際に車いすに乗ってシュート体験を行うコーナーを設置
◆副賞贈呈
MVP・得点王・特別賞「サントリーやってみなはれスピリッツ賞」の選手にサントリー商品1年分

②国際親善女子車いすバスケットボール大阪大会

③国際車いすバスケットボール大会「World Challenge Cup」

④国際車いすバスケットボール大会「北九州チャンピオンズカップ」

7. 従業員参加・啓発

①関東地方勤務のサントリーグループ社員対象（約3,600名）のソフトバレーボール大会にて、日本代表選手などによる車いすバスケ体験教室およびデモンストレーションを実施。弊社ラグビー部・バレーボール部も参加し、障がいの垣根を越えてスポーツの交流を行っています。（2015年～実施中）



②大会観戦（観戦・応援参加者数　2018年　約510名）

ジャパンパラ陸上大会（2015）、国際車いすバスケットボール大会「北九州チャンピオンズカップ」（2015）、2015IWBFアジアオセアニアチャンピオンシップ千葉（2015）、国際親善女子車いすバスケットボール大阪大会（2016、2017、2020）、車いすバスケットボール日本選手権大会（2016、2017、2018、2019）、国際車いすバスケットボール大会「World Challenge Cup」（2017、2018、2019）に社員観戦を案内



③大会ボランティア

車いすバスケットボール日本選手権大会（2016）、ジャパンパラウィルチェアーラグビー大会（2016）や体験教室などに計15名が参加しました。



8. 車いすバスケットボール ルール映像制作

車いすバスケの認知向上のため、分かりやすく親しみやすいアニメーションによるルール映像を制作し、日本選手権などの各大会でも上映しました。



9. 車いすバスケットボールの試合中の視点が体験できるVR動画制作

車いすバスケットボールを身近に、そして迫力・魅力をより感じてもらうため、選手視点で試合中の目線が擬似的に体験できるVR動画を日本代表選手（2016）にも出演いただき、制作しました。



10. サントリー HP内で連載企画「OUR PASSION」掲載

選手や競技の認知度向上･普及のため、「サントリー チャレンジド･スポーツ プロジェクト」に関わっていただいているアスリートやスタッフの方々を取材し、挑戦に懸ける想い（OUR PASSION）を掲載しています。



11. チャレンジド・アスリート　谷 真海（旧姓：佐藤 真海）の活動支援

走り幅跳びでパラリンピック3大会に連続出場し、2016年からはパラトライアスロンに転向。また、2020東京大会招致スピーチや、復興支援を含む様々なCSR活動にも取り組んでいます。





社会と響きあう　文化・社会貢献

社員ボランティア

社員のボランティア活動

■基本的な考え方

サントリーグループでは、「利益三分主義」という大切にしている価値観に基づき、さまざまな社会貢献活動を行っていますが、同時に社員一人ひとりもGood Personとして社会と豊かな接点を持つことが大切だと考えています。
全社で推進している「働き方改革」で創出した時間を、新たな価値に触れ、自身の成長につなげる機会とすべく、社員のボランティア参加を積極的に推奨しています。
2020年度日本国内では2,030名の社員がボランティア活動に取り組みました。

■ボランティア機会の提供

社内イントラサイト「サントリーボランティアーズ」では、「自分の能力を仕事以外でも活かせるって、豊かだ。」をキャッチフレーズに、ボランティア情報に加えて「ボランティア活動日記」「体験レポート」「ボランティア座談会」など、ボランティアの実際を知ることができる情報を掲載しています。
また「サントリーボランティアーズ」を「ボランティアウェブ」（公益社団法人日本フィランソロピー協会提供）と連携させ、活動紹介・申し込みシステムとして活用しています。
国際貢献ボランティア「みんなで布チョッキン」「絵本を届ける運動」のプログラムをNPOと協働でパッケージとして整え、「サントリーボランティアーズ」上に掲載、社員自らが希望の場所で開催できる形を実現しました。また支援制度として、「ボランティア休暇制度」を設けています。


サントリーボランティアーズのイメージ


ボランティアウェブのイメージ

■ボランティア活動紹介

在宅ボランティア

新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、在宅でも取り組めるボランティアメニューを提供しました。メニューは「切手・はがきを集めて送るボランティア」「映像翻訳」「Excelフォーマット作成」「炊き出し利用者へのお手紙書き」など。



炊き出し利用者へのお手紙書き
ボランティア



切手・はがきを集めて
送るボランティア

Suntory Group Global Water Action

サントリーグループでは、「水と生きるサントリー」として、世界が水の大切さに思いを馳せる3月22日国連「世界水の日」に合わせて、社員一人ひとりが「水と生きる」に込めた思いを改めて認識し考動するため、全世界で「Suntory Group Global Water Action」を展開しました。

3-4月のボランティアテーマは「水」。世界各地で、サントリーグループの社員がビーチクリーンなど「水」に関するボランティア活動を一斉に展開しました。海外グループ会社も同タイミングで活動を強化しました。



「Suntory Group Global Water Action」ポスター・Tシャツ

Suntory Group's Global Action for Humanity

コロナ禍で人々がつながり、支え合うことの大切さを感じた1年。全世界で「つなげることで未来をつくる」をテーマに「Suntory Group's Global Action for Humanity」を展開しました。「ひとり親世帯への食品寄贈」や「医療従事者の皆さまへの“ありがとう”の寄せ書きメッセージ」などのボランティアに取り組みました。



「Suntory Group's Global Action for Humanity」メインビジュアル



ひとり親世帯への食品寄贈ボランティア



医療従事者の皆さまへの
“ありがとう”の寄せ書きメッセージ

サントリー天然水の森　森林整備ボランティア

サントリーが「自然との共生」に真剣に取り組んでいることを理解・体感することを目的として実施しました。低木の常緑樹を刈り取ることで、土壌への陽射しを呼び込み、落葉広葉樹をはじめとする多様な草木の生育を促す作業を行いました。





「天然水の森ひょうご西脇門柳山」のボランティア

災害支援ボランティア

2018年西日本豪雨、2019年台風19号発生後、会社として実施した義捐金拠出や商品供給だけでなく、社員一人ひとりが被害を受けた方々の助けとなることを目的として、ボランティアを派遣しました。2年間で200名を超える社員が、岡山県、栃木県、長野県などで、被害にあわれた住宅の床下の泥かき、家具の撤去、リンゴ畑の清掃活動などを行いました。





2018年、2019年、各地の災害ボランティア

「くまもとフラワープロジェクト」ボランティア

熊本復興支援「サントリー水の国くまもと応援プロジェクト」活動の一環として、サントリーフラワーズと協働実施。熊本地震で特に被害の大きかったサントリー九州熊本工場にほど近い、3町益城町・嘉島町・御船町の仮設住宅へ花苗をお届けし、仮設住宅にお住まいの方と一緒に「サフィニア」を植えました。




熊本の仮設住宅でのお花植えボランティア

邦寿会　高齢者福祉施設での窓拭き・保育園の運動会のお手伝い

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、毎年サントリーグループの社員が園芸、窓拭き、運動会の運営サポート等の作業を施設職員とともに実施しています。また、グループの新入社員も各施設で邦寿会の歴史・創業者の社会貢献への想いを研修した上で、道路の清掃や草抜きなどのボランティア活動に参加しています。



窓拭きボランティア



お花植え・草抜きボランティア



つぼみ保育園運動会のボランティア

サントリー地域文化賞「鹿島ガタリンピック」「因島水軍まつり」運営ボランティア

サントリー地域文化賞2017年受賞「鹿島ガタリンピック」では競技審判のサポート、2018年受賞「因島水軍まつり」では太鼓運びなどの運営サポートなど、地元に方々と共にイベントを盛り上げました。



「ガタリンピック」競技ボランティア



「因島水軍まつり」運営ボランティア

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。



武蔵野ビール工場の社員・家族による
多摩川の清掃ボランティア



宇治川工場の社員による
工場周辺の清掃ボランティア

■グループ会社主催のボランティア活動紹介

「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げています。

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、毎年のように各地で災害が発生している昨今、3.11東日本大震災以降、各災害被災地復興の緑の復興の為、植樹活動を中心に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 ー ハーゲンダッツ・ジャパン(株)

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、定期的にハーゲンダッツ・ジャパンの社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2018年で12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）

フードバンクにアイスクリームを寄贈 ー ハーゲンダッツ ジャパン(株)

2018年に引き続き2019年も、サントリーとハーゲンダッツの社員が協働で、母子施設や児童養護施設などにアイスクリームを配送するフードバンクのボランティアを行い、施設を訪問しハーゲンダッツのアイスクリームをお届けしました。





サントリーサンゴリアス選手も参加

※フードバンク活動：製造・流通過程などで出る、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

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)

「地域に花のあるくらし」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。さらに2019年からは「あしたの花にできることプロジェクト」として、東北や熊本の復興支援などを中心に、花の力で一人でも多くの人達が笑顔になるよう、活動を継続していきます。



「赤い花プロジェクト」の植栽

■海外グループ会社のボランティア活動

ビームサントリー社では、2019年4月に「Together for Good」というタイトルで、14か国55地域2,000名の社員が期間内にクリーンアップや災害支援などに参加しました。
サントリー食品アジア社ベトナムでは、サントリーの次世代環境教育「水育」の浸透にあわせたボランティア活動を実施。サントリー食品ヨーロッパ社では、フードバンクやビーチクリーンボランティアなどに参加しました。
また、世界各地でボランティア活動推進を担当しているメンバーが一堂に会する「Global Volunteer Meeting」を実施し、今後のボランティア活動について検討を行いました。



ビームサントリー社のビーチクリーン



サントリー食品ヨーロッパ社の河川清掃



Global Volunteer Meetingの様子

サステナビリティへの取り組み

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）、サントリービール（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）、サントリーシステムムテクノロジー（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6,806名を対象とします。（2020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、2020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。



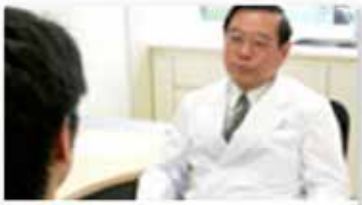
労使関係

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との考えのもと、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。

サステナビリティ行動計画

目標達成：●●● 目標達成70%以上：●● 目標達成70%未満：●

重点項目	中期目標	2020年度の実績	評価	2021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	・生産工場にて人権セミナーを実施した。(89名参加) ・工場課長研修も加え、新任役員／新任マネジャー／新入社員などの階層別人権研修を計画通り実施した。	●●●	・事業所別に同和問題をテーマとした人権セミナーを実施予定。(6事業所を予定) ・新任役員／新任マネジャー／工場課長／新入社員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	・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組み込み。創業家との対話やサントリーの歴史をベースとするワークショップを通して、自分の言葉で創業の精神を語るプログラムを実施。 ・「寺子屋」活動の活性化 自ら学び・教えあう風土を醸成するため、ターゲットを決めたイベントを多数実施した結果、参加者数:13,902名(前比503%)・祭数:177(前比145%)	●●●	・階層別研修等での研修ウェビナー化による効率化促進 ・国内外グループ会社への理念共有の仕組みづくりの継続。 ・社内の学びプラットフォーム「寺子屋」活動の活性化による「自ら学ぶ・教えあう・つながる」風土醸成
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	・営業部門の全マネジャー(約500名)に対して、アンコンシャスバイアスをテーマとしたコミュニケーションスキルアップ研修を実施。 ・LGBTQ:インクルーシブな風土醸成にむけた継続的な取り組み(LGBTQに関する理解を深めるセミナーなど)。 ・シニア活躍:企業の枠を超えたオープンなキャリアパス構築の支援施策として、地方創生人材施策(内閣府連動)をスタート。 ・グローバル:海外グループ会社と連動し、設定テーマへの取り組み(国際女性DAYイベント)。 ・ジェンダー:2030年女性管理職比率30%に向け部門課題に応じた取組スタート(2020年管理職比率10.5%、前年+0.1%)。 ・ハンディキャップ:コラボレイティブセンターの業務・エリアの拡大展開。	●●●	・2030年女性管理職比率30%に向け、部門課題に応じた、具体的活動の実施。 ・ダイバーシティ&インクルージョンの一人ひとりの理解・考動に向けて、研修などを通じてインクルージョン活動を強化。 ・海外グループ会社と連動し、グループ共通の方針策定・活動を推進。
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	・働き方改革推進リーダー制度を基盤とした取り組みを進め、ナレッジ展開の加速、RPAの活用推進を実現した。	●●	・働き方改革推進リーダー制度を基盤に、働く人のモチベーション(面白さ)を高める取り組みを進める。

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、2020年は64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53%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

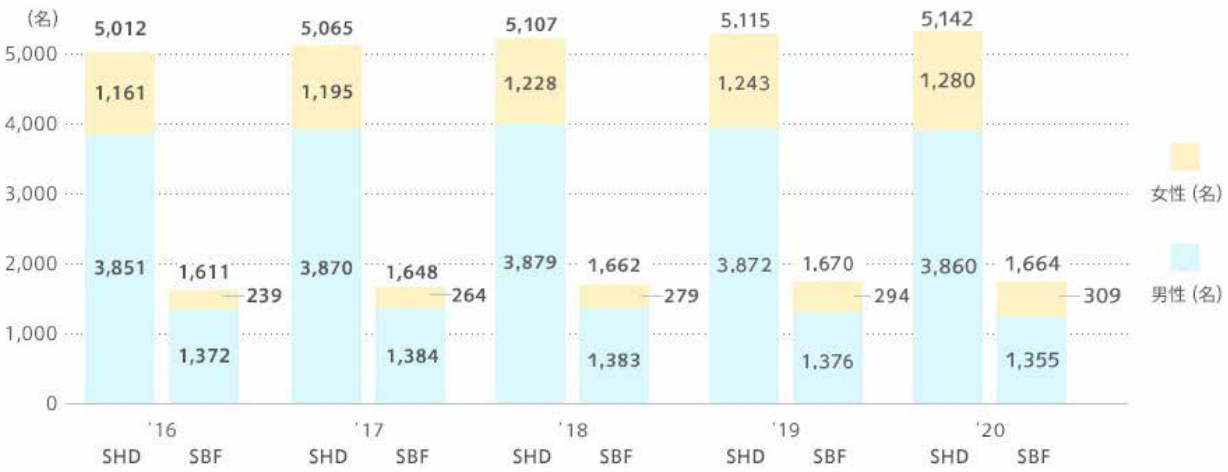
雇用・就業状況

サントリーグループで働く従業員について、2020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

2020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（2020年12月31日現在）



※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（2020年12月31日現在）

	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
平均年齢	40.8歳	42.0歳	41.3歳	42.3歳	41.7歳	42.6歳	42.1歳	42.8歳	42.4歳	42.9歳
平均勤続年数	16.6年	17.6年	17.1年	17.8年	17.5年	18.1年	17.7年	18.3年	17.9年	18.4年

※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）

■年齢別人数・構成比（2020年12月31日現在）

（単位：人・%）

SHD籍+SBF籍		2020年			
		男性	女性	人数計	構成比
	60代	434	60	494	7%
	50代	1,213	281	1,494	22%
	40代	1,589	331	1,920	28%
	30代	1,446	524	1,970	29%
	20代	533	395	928	14%
社員計		5,215	1,591	6,806	100%
構成比		77%	23%		

■従業員数データ（2020年12月31日現在）

（名）

	2016年			2017年			2018年			2019年			2020年		
	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計
男性	41	14	55	45	13	58	43	14	57	44	14	58	44	14	58
女性	4	1	5	2	3	5	2	3	5	1	3	4	1	3	4
役員	45	15	60	47	16	63	45	17	62	45	17	62	45	17	62
男性	1,422	627	2,049	1,432	643	2,075	1,459	654	2,113	1,497	668	2,165	1,541	686	2,227
女性	185	34	219	200	40	240	217	40	257	231	42	273	239	47	286
マネジャー相当職	1,607	661	2,268	1,632	683	2,315	1,676	694	2,370	1,728	710	2,438	1,780	733	2,513
男性	2,429	745	3,174	2,438	741	3,179	2,420	729	3,149	2,375	708	3,083	2,319	669	2,988
女性	976	205	1,181	995	224	1,219	1,011	239	1,250	1,012	252	1,264	1,043	262	1,305
メンバー相当職	3,405	950	4,355	3,433	965	4,398	3,431	968	4,399	3,387	960	4,347	3,362	931	4,293
正社員数	5,012	1,611	6,623	5,065	1,648	6,713	5,107	1,662	6,769	5,115	1,670	6,785	5,142	1,664	6,806
男性	161	42	203	106	31	137	80	28	108	89	30	119	114	38	152
女性	82	22	104	79	19	98	87	113	200	90	115	205	85	128	213
契約社員等※	243	64	307	185	50	235	167	141	308	179	145	324	199	166	365
派遣社員	560	52	612	567	63	630	573	66	639	543	58	601	526	57	583

※契約社員等：嘱託社員およびアルバイト、2018年よりSBFパートナー社員を追加
※SBFパートナー社員：派遣社員から無期化した社員
※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）

			2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
			SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
	新卒	男性	79	20	68	17	69	16	70	24	66	20
		女性	43	19	48	20	45	16	47	18	49	18
	経験者	男性	17	0	13	4	14	5	9	1	8	3
		女性	7	5	2	7	11	5	5	0	16	1
合計			146	44	132	48	139	42	131	43	139	42
経験採用比率											17%	10%

※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）

		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
	定年※1	39	39	66	89	128
	自己都合※2	53	43	57	54	48
	会社都合※3	0	2	1	0	0
	その他	7	4	8	2	7
合計※4		99	88	132	145	183
離職率※5		0.80%	0.67%	0.86%	0.80%	0.71%

※1 定年には自由選択定年も含む
※2 会社都合は、工場閉鎖・事業売却。転籍は自己都合に含む
※3 正社員を対象とする
※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



※2013-2015年入社の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）の新卒採用者を対象に計算

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。

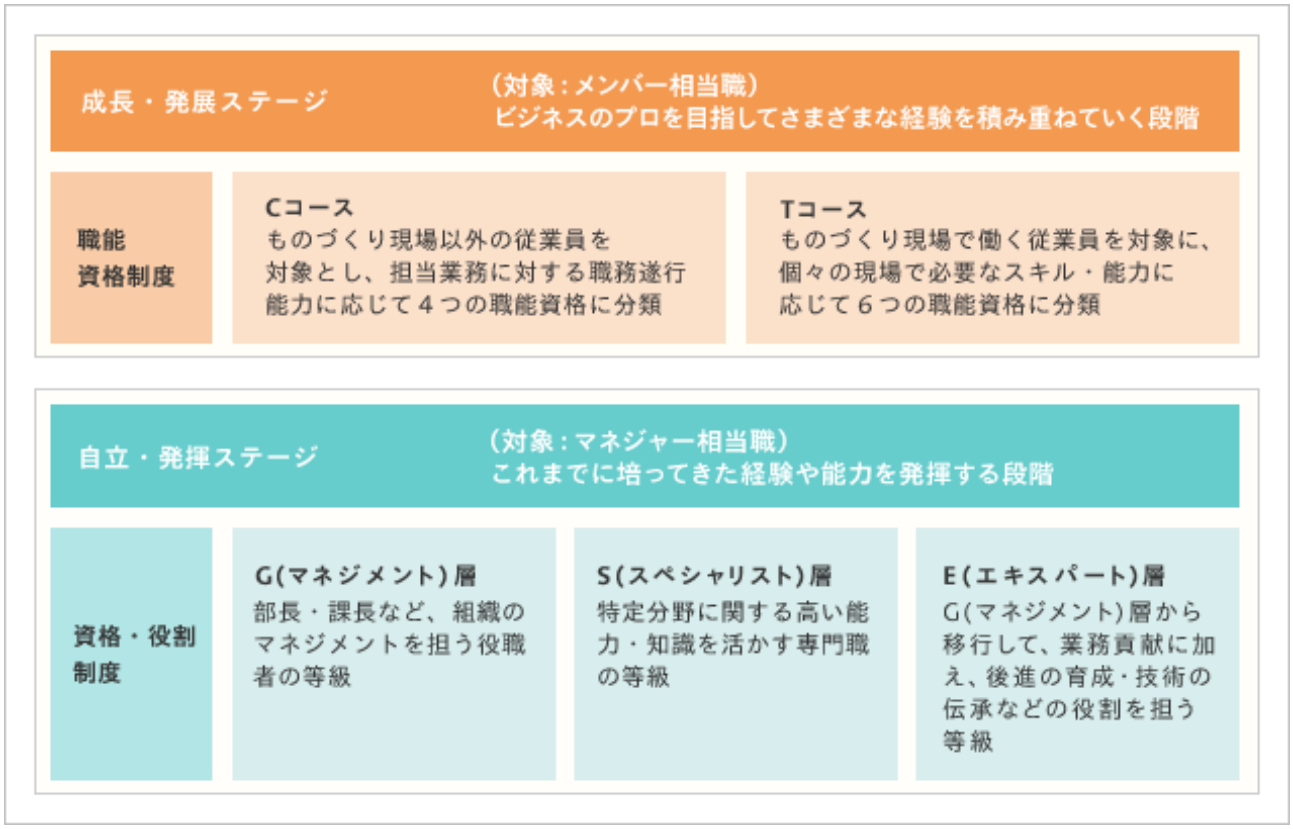
人材育成を主眼に人事制度を構築

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。



■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。第6回目をむかえた2020年は、世界中から約365チーム、4,000名がエントリーしており、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。

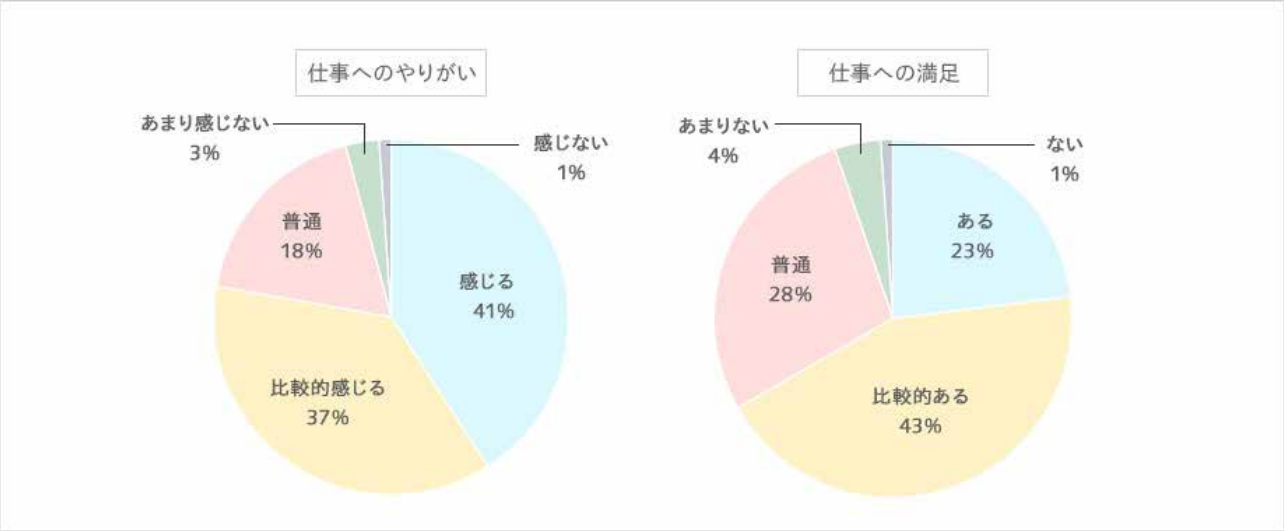
■「キャリアビジョン」の運用

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。2020年は、78.1%の従業員が自らの仕事にやりがいを感じており、66.9%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。海外でも従業員意識調査を実施しており、2020年の調査では、約8割がサントリーグループで働くことに誇りを持っていると回答しています。

2020年度の仕事に対する意識



■Fortune “Most Admired Companies” 選出

サントリーは、米ビジネス誌「FORTUNE(フォーチュン)」の“世界で最も賞賛される企業(The World’s Most Admired Companies)”ランキングの〈飲料・酒類業界部門〉で、2019年に日本企業としては過去最高となる第4位に選出されました。
このランキングは、米ビジネス誌「FORTUNE」が1997年から毎年発表している世界的に権威のある企業ランキングです。世界の有力企業約650社を対象に、企業の経営者や金融アナリストなど約4千人へのアンケートをもとに9つの評価項目※に基づいてランク付けされます。

※
(1)革新的であるかどうか
(2)有能人材を惹き付け、維持する能力
(3)経営資源の有効活用
(4)社会的責任
(5)マネジメントの質
(6)財務状態の健全さ
(7)長期的な投資価値
(8)製品あるいはサービスの質
(9)国際的に事業を行う上での有効性

サントリーは2013年からこの調査に参加しており、常に上位にランキングされています。
これまでの企業活動が世界から高く評価されたことを誇りに思い、今後とも世界から賞賛される企業であり続けたいと思います。

「日経Smart Work大賞」殿堂入り

日本経済新聞社が実施する「日経Smart Work経営調査」において、第2回・第3回と、大賞を連続受賞し、第4回となる2021年の審査でも高い評価を得て、殿堂入りとなりました。総合評価では3年連続の5つ星の最高評価を獲得。特に、「人材活用力」の分野では、４年連続での「S++」獲得となりました。女性やシニア人材の活用、コラボレイティブセンター設立などの「ダイバーシティの推進」、そして、働き方改革推進リーダーの活躍や業務自動化ソフトウエアRPAの全社導入など「多様で柔軟な働き方の実現」における数多くの取り組みが高い評価につながりました。

サントリー大学の設立

サントリーグループはこれまでも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。
サントリー大学のコンセプトは、世界で最も人材が育つ会社を目指し、一人ひとりの学びと能力開発を通じて、サントリーグループの成長に貢献すること。そして、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、リーダーシップとキャリア開発、カルチャー・創業の精神の共有と実践、2030に向けた能力開発の3つの領域において、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　ー創業の精神の共有を図り、「ONE SUNTORY」を実現するためにー

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、さまざまな講義（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、2019年末時点で、約600名が参加しました。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グローバルに共有し、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


サントリー美術館のお茶室で茶道体験

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組み込んでいます。具体的には、新任マネジャー研修内にて、創業家との対話により経営目線での社会的意義を学ぶとともに、サントリーの歴史をベースとするワークショップを通して、自分の言葉で創業の精神を語るプログラムを実施。また、新入社員向けには、山崎蒸溜所や高殿苑、つぼみ保育園、どうみょうじ高殿苑、創業者鳥井信治郎生誕の地などを訪れ、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ています。


新任マネジャー研修での経営者との対話


新人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。

サントリー・ハーバードプログラム

国境を越えた真のGlobal One Suntoryを実現し、世界マーケットで戦い抜く体制を強化するために、2019年よりハーバード大学と提携したサントリーオリジナルプログラムを開始しました。対象は日本国内外のシニアマネジャー層です。
ハーバード大学構内で一週間にわたって行われる集合研修では、グローバルマインドセット修得・世界のビジネストレンド理解・グループワイドでのネットワーク構築を行います。また、その後のフォローアップとして2回のオンライン授業を実施し、研修で学んだことを生かして各自が直面している課題をどのように乗り越えたか議論するなど、豊富なコンテンツを盛り込んでいます。
開催第一回目となった2019年は、総勢55名の社員が世界各国から参加しました。



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。（19年度・20年度は実施無・21年度は実施を計画中）
・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。





Beyond Borders

事業の枠を超えてサントリーグループ全体を牽引するグローバルリーダーを育成することを目的として、Beyond Borders Program（BB）を実施しています。対象はサントリーグループ全体から選抜されたシニアマネジャーで、2019年度は世界各国から23名が参加しています。リーダーシップ、イノベーション、戦略をテーマとした4回の集合セッションを含む全10ヶ月のプログラムには、ビジネス課題に基づいたアクション・ラーニングプロジェクトも組み込まれており、経営層へのプレゼンテーションを通じて研修での学びを実践に生かしています。





GLDP

将来のグローバル経営人材を継続的に輩出することを目的に、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。GLDPはケンブリッジ大学とパートナーシップを組み、全3回の集合セッションやコーチング・アクションラーニングを含む約半年間のプログラムです。2019年は世界各国から24名が参加し、次世代リーダーシップのマインドセット、自己認識、サントリーのDNAや事業、異文化への理解を基盤に、ケンブリッジ大学にてデザインシンキング、サステナビリティー、イノベーションについての講義を受講しました。最終的にはその学びを統合して経営層に答申するという経験を積むことで、グローバル経営におけるリーダーシップのあり方について深く体得していきます。





その他の育成プログラム

名称	内容	2020年実績	2011～2020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/コミュニケーション力・リーダーシップ・論理的思考力・計数）	9名	76名
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、経営管理学修士（MBA）を修得	2名	29名
トレーニー	海外グループ会社での1年間の実地研修（OJT）を通じて、専門性を更に磨くとともに、語学力・コミュニケーション力・異文化対応力およびリーダーシップを修得する。	13名 ※2019年実績	13名 ※2019年実績




キャリアチャレンジでのワークショップ。英語でのプレゼンテーション



派遣先のグループ会社のミーティングで存在感を発揮するトレーニー

■基盤人材育成　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領域です。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P（プロフェッショナル）層、新任マネジャー層、新任部長層などの各層毎に、求められるスキル/知識/マインドセット・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、それがこの領域に込めた思いです。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。



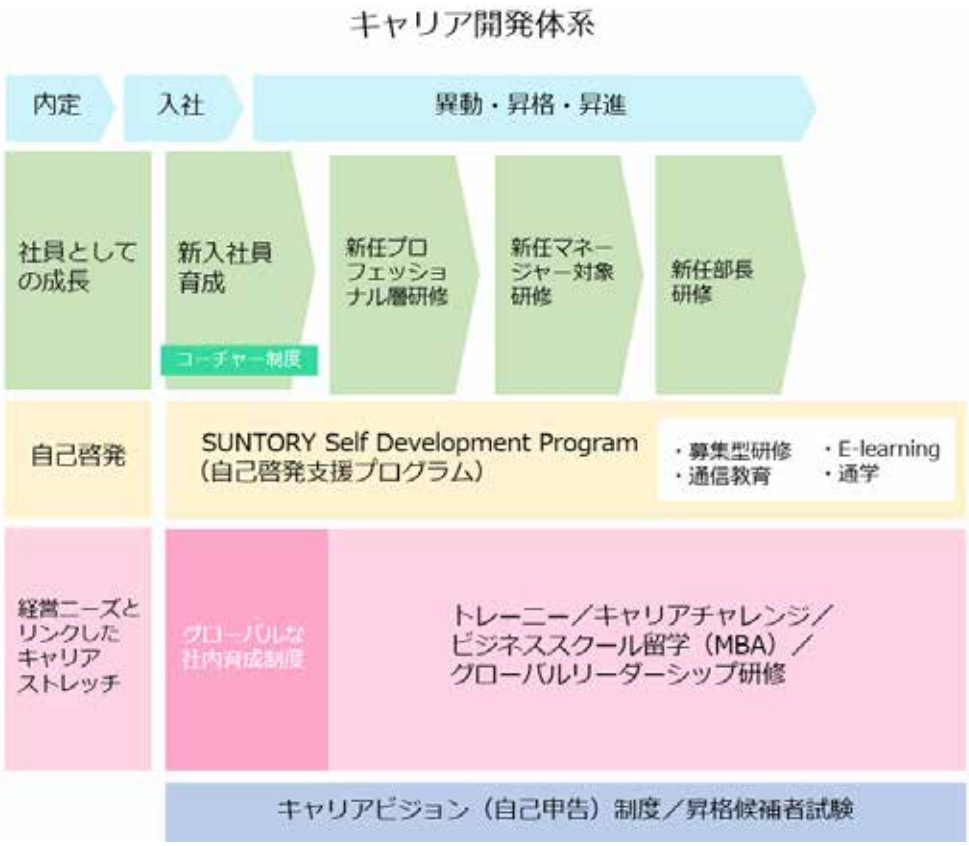


従業員一人ひとりのキャリア開発をサポート

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10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、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。2019年からはeラーニングプログラムを強化、場所や時間を選ばない自由で積極的な学びを支援しています。

主な自己啓発支援プログラムおよび2020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40種のコース（年間2期）を設置	845
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	223
eラーニング	オンライン経由で自由に受講できる5社のプログラムを提供。 ビジネススキル修得からライフに関するものまで幅広い内容をカバー。 スキマ時間を活用しいつでもどこでも、自主的な学びを支援。 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。	1,972
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を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	66

※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

寺子屋プログラム

サントリーが世界で一番人材が育つ会社を目指し、自ら学ぶ風土を醸成するため、「学ぶ」「つながる」「教えあう」をコンセプトにした学びのプラットフォーム「寺子屋」を2017年から展開しています。
サントリーグループ社員約10,000名を対象に無料で参加できる仕組みで、ビジネススキルや一般教養に関する講義を受講して学びを得たり、自らが講師となり社内外で得た知識を他の社員に自由に共有することができます。2020年はコロナ禍に伴い、イベント完全オンライン化で実施し、利用者数も大幅に増加しました。【2020年実績】参加者数（延べ）：14,384人、年間イベント数：177回（内社員講師によるもの111回）



■Global One Suntoryの推進

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、2020年は6社(※)・31名の新社会人が参加し、オンラインで実施しました。

※サントリーマーケティング&コマース㈱、モンテ物産㈱、サントリーロジスティクス㈱、サントリー知多蒸溜所㈱、サントリーフーズ沖縄㈱、㈱サン・アド



自社プレゼン（会社ごとに自社紹介）
※2019年に実施した際の写真



研修の最後に集合写真
※2019年に実施した際の写真

国内グループ会社合同中堅ブレイクスルー研修

2020年で5回目となる中堅社員を対象とした「中堅ブレイクスルー研修」をオンラインで開催し、8社49名が参加しました。入社からこれまでを振り返ることで、今後のキャリアを考え、また、「中堅社員にとって必要となるビジネススキル」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。



※2019年に実施した際の写真

国内グループ会社合同マネジャー研修

2020年で9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、13社39名でオンラインで開催。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。



2019年に実施をした際の「先輩講話」の様子

グローバルワンサントリープログラム

海外のグループ会社の社員を対象に、サントリーの歴史・文化・理念を理解しサントリアンとしての意識を高めること、そして事業間のシナジーを生み出すことを目的に、「Global One Suntory Program」という研修プログラムを実施しています。同じ地域のサントリーグループの社員を集め、以下の内容を実施しています。

・サントリーの歴史・文化・理念の理解
・サントリーグループおよび地域内の事業のビジョンや長期戦略
・地域における各事業の相互理解
　・サントリーの歴史・グローバルビジネスについて
　・グループ会社間でのシナジー創造に向けてのワークショップ
　・異文化コミュニケーションに関するワークショップ

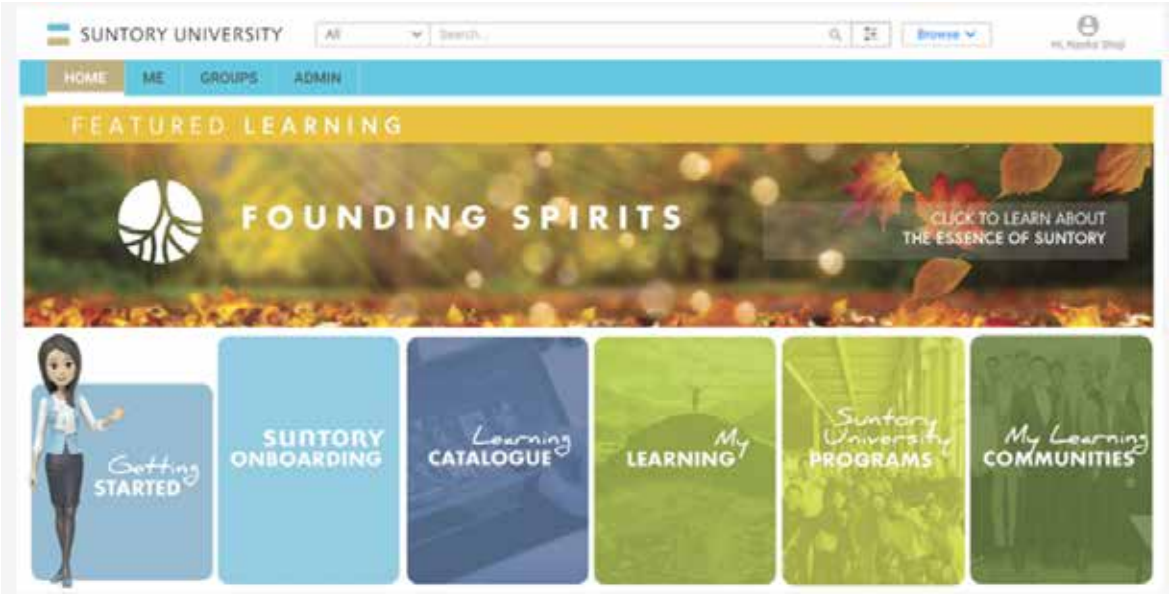




今後も、さまざまな業種が集うサントリーグループの強みを活かして、シナジーを発揮し、グループ各社の人材開発の支援に貢献していきます。

グローバルプラットフォーム『MySU』

サントリー大学の『MySU』は、世界中のサントリアンを対象とした学びのサイトです。



このプラットフォーム上で、オンライン講座の受講、ビデオ･資料などの学習コンテンツの視聴が可能となります。サントリーの創業精神･MVV・中長期ビジョン等に関するものから、ビジネスに役立つスキルに関するものまで、幅広く展開していきます。
加えて、サントリー大学におけるグローバル研修プログラムの情報も『MySU』にて一元で管理し、研修参加者をサポートします。研修参加者間のコミュニケーション活性化及び継続学習にも役立てていきます。

■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（国境を越える、性別を超える、ハンディキャップを超える、年齢を超える）を設定しました。
2017年には異なる文化や、多様な意見や考え方により新たな価値を創造することを目的とした「Suntory Group Diversity Vision」を設定、グループ全体でダイバーシティをさらに推進していきます。



【国境を越える】

■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、定期的に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。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、国や事業を跨いだ異動の検討を行うとともに、財務や人事などの機能別にグループタレントレビューを実施する等、内容の拡充にも取り組んでいます。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。

■グローバル採用

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・獲得するべく、世界中の大学に通う学生を対象とした新卒採用や、様々な業務経験値をもつ外国籍社員の採用を実施しています。2020年には、海外の大学に通う学生を日本国内の部署に1ヶ月程度受け入れるインターンシップを初の試みとして実施しました。
世界中の優秀な人材に選ばれる企業を目指し、更なる採用ブランド確立に向けた取り組みを今後も推進していきます。

グループ・グローバル人事活動のページをご参照下さい。

【性別を超える】

■女性の活躍を支援

サントリーグループでは、性別に関わらず一人ひとりがイキイキと活躍する組織を目指し、活動を進めています。一人ひとりが平等に機会をもち、成果を出した者がチャンスを獲得できる健全な競争環境を整備することにより、2030年に女性管理職比率を30%とすることを目指しています。女性活躍支援の一つとして、意図的なストレッチ機会による意識・考動変革を行っています。管理職一歩手前の従業員を対象とした社外セミナーへ派遣し、異業種との交流の中でさらなるチャレンジへの意欲を高めることや、営業部門では、2014年から7期にわたり継続的に参加している「新世代エイジョカレッジ」という異業種研修にて、経営層への提言を行う機会を作っています。また、入社4年目の社員を対象とした「4年次キャリアワークショップ」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の必要性を伝えています。

ライフイベントとの両立に関しても、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・フルモード化への支援も行っています。また、育休から復職したメンバーをもつ上司に対して育児中のメンバーをマネジメントするにあたって必要な情報等を提供することで、マネジメントによる活躍支援の後押しを強化しています。

そして、全女性リーダーを対象としたコミュニティを形成し、女性リーダーフォーラムイベントの開催、有志で集った女性リーダー幹事団による現場目線での自発的なダイバーシティ推進活動、さらには女性リーダーコミュニティのグループグローバルへの拡大により、本人の成長に加え、グループ全体での推進を加速することを目指しています。



グループグローバルにおける、女性ネットワーキング会の様子

■女性の登用状況



■管理職・非管理職別、男女別要員数



※2020年12月31日
※サントリーホールディングス（株）籍およびサントリー食品インターナショナル（株）籍のみの数字です。

■LGBTQに関する活動の推進

サントリーグループは、全ての従業員がいきいきと自分らしく働くことができる企業を目指し、LGBTQに関する活動を続けています。2016年よりLGBTQへの取り組みを強化すべく、プロジェクトチームを発足。2017年には、就業規則における配偶者の定義に「同性パートナー」を加える改定、LGBTQに関する相談窓口の設置、LGBTQ当事者とALLY（アライ・よき理解者）のためのLGBTQハンドブックの作成、全社員へのeラーニング等を実施しました。
こうした活動が評価され、work with Pride[※1]が策定する企業・団体等におけるLGBTQなどの性的マイノリティに関する取り組みの評価指標「PRIDE指標」[※2]において、最高評価の「ゴールド」を受賞しました。

work with Pride Gold 2020

LGBTQの取り組み指標「PRIDE指標」で最高評価のゴールドを受賞

※1 LGBTQなどの性的マイノリティに関するダイバーシティ・マネジメントの促進と定着を支援する任意団体。日本の企業内で「LGBTQ」の人々が自分らしく働ける職場づくりを進めるための情報を提供し、各企業が積極的に取り組むきっかけを提供することを目的としています。
※2 1.Policy（行動宣言）2.Representation（当事者コミュニティ）3.Inspiration（啓発活動）4.Development（人事制度・プログラム）5.Engagement／Empowerment（社会貢献・渉外活動）の5つに分類されています。日本初のLGBTに関する評価指標で、2016年に策定されました。

【ハンディキャップを超える】

■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。2020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2.82%（雇用者数は150名、うち重度障がい者数43名）、サントリー食品インターナショナル（株）が2.66%（雇用者数は49名、うち重度障がい者数13名）となっています。
なお、障がい者の方のさらなる活躍推進に向けて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、2021年4月までの7年間で27名採用してきました。このチームは、2018年4月より「コラボレイティブセンター」をお台場オフィスに開設。2020年4月に大阪オフィス、2021年3月に田町オフィスへと拡大し、サントリーグループ全体の業務サポートおよびダイバーシティ &インクルージョンの実践を目指して、さらに活躍の場を広げていきます。
また、2021年1月には、障がい者の活躍推進に取り組む国際イニシアティブ「The Valuable 500」[※3]に加盟、全てのグループ会社で今後もさらに取り組みを強化していきます。

The Valuable 500

※3「The Valuable 500」2019年1月の世界経済フォーラム年次総会（ダボス会議）にて発足し、障がい者がビジネス、社会、経済にもたらす潜在的な価値を発揮できるような改革をビジネスリーダーが起こすことを目的とした取り組みです。

■障がい者雇用数と雇用率（2020年6月1日時点）



※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い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。

【年齢を超える】

■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動評価を実施し、考動評価の項目は「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。

■一人ひとりの考動革新に向けて

重点課題の1つである“一人ひとりの「考動」革新”として、一人ひとりが自分と異なるものを受け入れ活かすことの重要性を踏まえ、管理職層を対象とした多様性を活かすマネジメントや無意識のバイアスへの向き合い方を学ぶ研修を実施しています。これからもさらにダイバーシティの啓発活動を加速させるべく、定期的に情報を発信していきます。

社外からの評価

こうした取り組みの結果、社外より下記のような評価をいただいてきました。

■「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。

■2018 J-winダイバーシティ・アワード　Advance部門　準大賞を受賞

NPO法人 J-Winが、2008年より毎年実施。各企業におけるD&I推進の進捗度を絶対評価するアセスメントと、推進状況の相対評価により、ダイバーシティ &インクルージョンを推進している先進企業を表彰することで、日本企業におけるD&I推進を加速することを目的としているアワードです。

■“女性の活躍推進が進んでいる企業”としての最高認定「えるぼし（3段階目）」

「えるぼし」は、企業における“女性の活躍推進を図る”ことを目的に、女性活躍推進法に基づき、①採用②継続就業③労働時間などの働き方④管理職比率⑤多様なキャリアコースの5つの項目から評価を受け、厚生労働大臣から認定されるものです。

※サントリーホールディングス（株）取得

■“子育てサポート企業”として最高認定「プラチナくるみん」

「くるみんマーク」は、企業における“仕事と子育ての両立支援”の取り組みを進めることを目的に、次世代育成支援対策推進法に基づき、制度の導入や利用が進み、高い水準の取り組みを行っている企業が、厚生労働大臣から認定されるものです。

※サントリーホールディングス（株）取得

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

長時間労働の抑制や年次有給休暇取得促進（原則として全員16日以上）を通じて、総労働時間1,899時間以内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、労使協働で長時間労働の抑制やサービス残業の禁止、年次有給休暇の促進に取り組んでいます。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
※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



※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、「生産性の向上」、「ワークライフバランスの実現」、「健康・活き活きの実現」を通じた競争力強化を目的とし、働き方改革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年にフレックスタイム制度のコアタイム原則廃止・対象範囲拡大、テレワーク勤務制度の対象範囲拡大・10分単位での利用を可能とし、2020年にはテレワーク勤務制度の日数上限撤廃を行いました。また、研究開発部門では裁量労働制を導入し、業務適性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、ロボットを活用した業務自動化（ロボティック・プロセス・オートメーション、RPA）など、ITを活用した新しい働き方も推進しています。
また、各部署で具体的なアクションプランを立案。部署毎に選任された働き方改革推進リーダー・マネジャーと労使で三位一体となって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

■働き方改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 約9割の社員がテレワークを利用 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。 働き方改革を通じて生産性を高め、持続的に成長する先進企業を表彰する「日経Smart Work大賞」は、2019年・2020年に大賞を受賞、2021年に殿堂入りしました。
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、RPAの活用を推進 働き方改革推進リーダー制度を基軸とした、各部署現場目線での継続的業務見直し

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2017年に新設しました。



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・リーブ）をスタートし、2020年の育児休職取得率は女性が100%、男性が48%でした。年間での育児休職取得者は女性が174名、男性が122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。復職率は、出産・育児支援制度を拡充の成果もあり、男女ともに目標である100%となりました。

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。2017年には、介護ハンドブックの作成と周知、また、介護セミナーを開催し、社外の講師を招いて介護の状況になる前の準備などについてお話を伺いました。



「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。
サントリーは、その中でも、高い水準の取り組みを行っていると評価された「プラチナくるみん」を取得しています。

■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･考動改革を図り、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（産休前ガイダンスには男女問わず興味のある方／パートナーも参加可能）
・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隔月で発信
・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

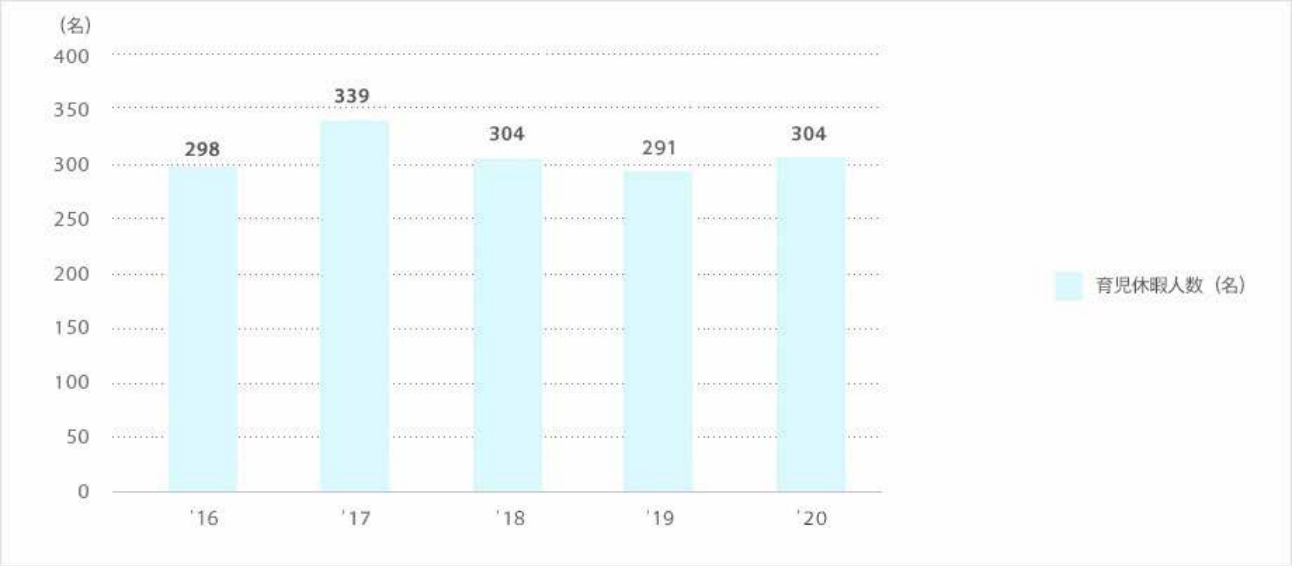
これらの取り組みが総合的に評価され、日経DUAL主催の「共働き子育てしやすい企業ランキング2016」において、グランプリを取得することができました。


赤坂オフィス

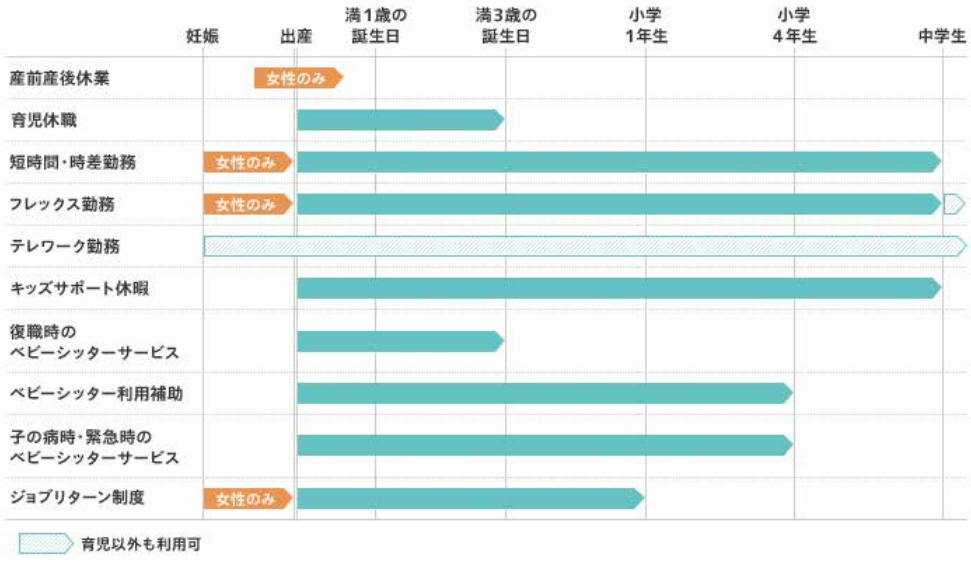

京橋オフィス


商品開発センター

育児休職取得実績



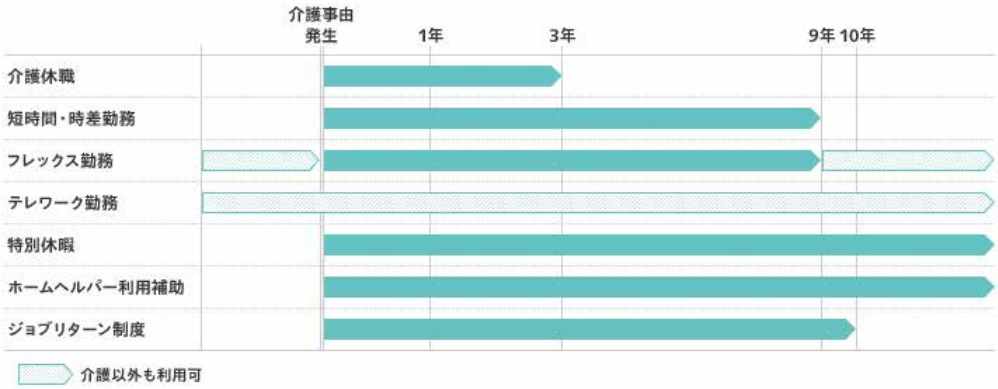
育児支援施策概要（2012年4月改定）



育児・介護等各種制度

項目		内容
育児関連	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･リーブ	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
	不妊治療サポート	特定不妊治療を行う場合、最長1年の休職が可能 最大30万円の費用補助
	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


介護事由
発生
1年
3年
9年 10年
介護休職
短時間・時差勤務
フレックス勤務
テレワーク勤務
特別休暇
ホームヘルパー利用補助
ジョブリターン制度
介護以外も利用可

育児・介護等各種制度の取得者数推移

（名）

			2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
					SHD+SBF	SHD+SBF	SHD+SBF	SHD+SBF	SHD+SBF
育児・介護	育児休職		205	247	298	339	304	291	304
	育児休職取得人数	男	-	-	102	56	133	111	122
		女	-	-	196	54	171	180	182
	新規育児休職者		118	143	180	229	75	74	67
	育児休職後の復職人数	男	-	-	-	155	117	114	127
		女	-	-	-	70	75	75	79
	育児休職中の退職人数	男	-	-	-	0	0	0	0
		女	-	-	-	3	0	0	0
	育児休職後の復職率	男	-	-	-	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		女	-	-	-	95.9%	100.0%	100.0%	100.0%
	前年育児休職取得者の年末在籍人数	男	-	-	-	102	152	135	122
		女	-	-	-	196	169	165	176
	育児休職者の定着率	男	-	-	-	100%	97.44%	100.0%	100.0%
		女	-	-	-	98.5%	92.35%	96.5%	98.0%
	育児短時間・時差		195	192	225	216	217	178	122
	介護休職		2	1	2	2	3	2	1
	介護短時間・時差		2	3	0	0	0	2	0
	テレワーク勤務※		3,196	3,577	4,460	4,845	5,176	5,674	6,696
	キッズサポート休暇		663	464	539	583	599	650	555
	ホームヘルパー		0	2	1	2	1	4	3
	在宅保育サービス		37	16	26	29	34	44	37
余暇・休暇	リフレッシュ休暇		791	933	702	801	824	886	485

■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、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2020年までの間に63名が登録し、2020年末までに10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、労使間で定期的に開催している「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に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
※なお、団体交渉の対象となる従業員の割合は、56%です。

■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。2020年の1年間で、21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4回	グループ連結業績について情報共有
部門別協議会	年2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3回	全社で推進している働き方改革の状況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、2019年の第11回大会では、従業員とその家族を合わせて約4,600名が参加しました。（※2020年は新型コロナウイルスの影響により開催を見送りました。）





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。サントリーグループの2020年の労働災害発生件数は16件で、休業災害度数率※1は0.20（清涼飲料,酒類製造業度数率:1.08※3）、休業災害強度率※2は0.01（清涼飲料,酒類製造業強度率:0.01※3）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
※3 出典：平成31年厚生労働省労働災害動向調査結果

■労働災害発生件数

（件）

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
休業災害件数	3	3	2	3	4	0	6	1	3	0	3
不休災害件数	14	10	8	12	13	8	18	12	21	14	13
死亡災害件数				0	0	0	0	0	0	0	0
計	17	13	10	15	17	8	24	13	24	14	16
休業災害度数率	0.31	0.30	0.20	0.17	0.34	0.00	0.47	0.08	0.23	0.00	0.20★
休業災害強度率	0.002	0.005	0.009	0.002	0.004	0.000	0.003	0.000	0.001	0.000	0.010

※2012年まではサントリーホールディングス（株）籍およびサントリー食品インターナショナル（株）籍のみの数字です。2014年より以下のサントリーグループ各社（国内）の正社員、嘱託社員およびアルバイトなどを対象に労働災害データを把握しています。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グループ（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）、サントリープロダクツ（株））、サントリー BWS（株）、サントリースピリッツ（株）、サントリービール（株）、サントリーワインインターナショナル（株）、サントリー酒類（株）、サントリーウエルネス（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）、サントリーグローバルイノベーションセンター（株）2020年よりサントリーシステムテクノロジー（株)を追加しています。
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

■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開催し、労働災害の未然防止と意識啓発に努めています。2016年はのべ302人、2017年はのべ610人、2018年はのべ722人、2019年はのべ731人、2020年はのべ611人が受講しました。

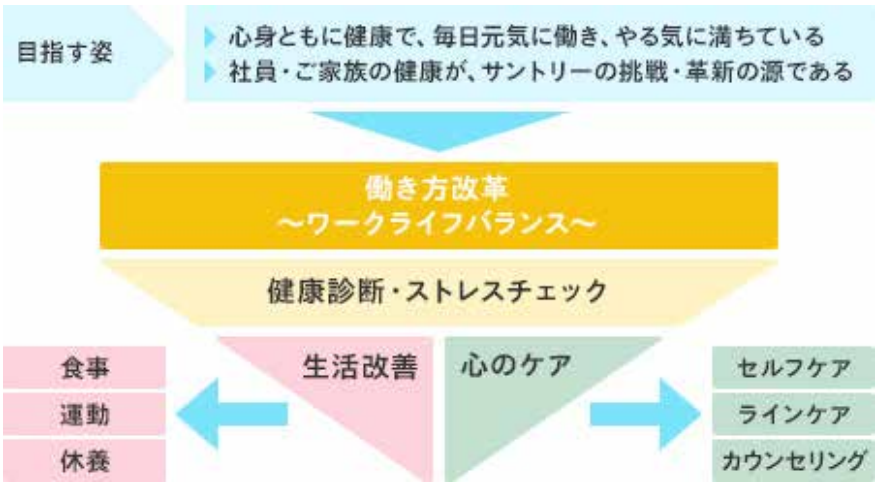
従業員と響きあう　ダイバーシティ経営

健康経営

2021 健康経営優良法人 Health and productivity ホワイト500

Global Chief Health Officer（健康管理最高責任者）
取締役副社長　肥塚 眞一郎

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。社会的にみても、少子・高齢化により、会社で働く期間は長くなる傾向にあり、また活躍の場もグローバルに拡がっている等、様々な環境の中で自分の心と身体を健やかに保つ必要性がますます高まってきています。そういった背景の中、従業員が大いなるやりがいを持って、活き活きと企業活動を推進し、社会に貢献してもらいたいと考えています。
こうした思いのもと、2014年に「健康づくり」を宣言し、看護職のエリア担当制の導入、看護職との健康面談、社内向け健康情報サイト「Health-ma」の開設など健康推進体制を強化しました。また、2016年からは経営層がGCHO（Global Chief Health Officer:健康管理最高責任者）に就任し、新たに「健康経営」をスタートしました。健康診断、ストレスチェック、生活習慣改善対策を初めとする様々な取り組みを推進し、中長期的な目標として健康KPIを設定することで、心身の不調・疾患を未然に防ぐとともに、すでにスタートしている「働き方改革」とも連動し「やりがいのある会社生活」と「プライベートの充実」の実現を目指しています。
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（大規模法人部門）～ホワイト500～」に2017年以降5年連続で認定されました。



		2020年実績	2021年目標
健康診断	社員本人受診率	100%	100%
	配偶者（40歳以上）受診率	53%	75%
	要医療・要精密検査対象者受診率	52%	100%
生活改善	メタボリック症候群対象者率（予備軍含む）	23%	20%
	喫煙率	20%	15%
ストレスチェック	低ストレス者比率	93%	94%

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

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）。がん検診も年齢に応じ必須受診とし、胃がん、大腸がん、肺がん検診は90%以上、乳がん、子宮頸がんは65～70%の社員が受診しています。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おり、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するなど、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		
病気けが災害	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
	がん先進医療費補助	重粒子線治療等の健保適用外となる先進医療費を補助（1人上限500万円／年）
	特定不妊治療費補助	厚生労働省の認めた、「特定不妊治療」を受けた場合、初回 10 万円、以降 5 万円支給。（1人当たり上限5回）
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4回実施
メンタルヘルス相談		社員や同居している家族からの、職場・家庭・プライベートなどの様々な相談に、電話、メール、オンライン面談、対面面談などで対応。社内では相談しにくい事でも相談してもらえる体制を整備
チャット型医療相談		PCやスマホからチャットまたはテレビ通話で医療相談ができるサービス。24時間365日対応、家族利用も可。（2021年より導入）

各種健康施策の利用者数

（名）

		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
病気・けが・災害	失効年休	65	34	57	68	34
	差額ベッド	36	38	32	65	39
人間ドック（40歳以上）		3,333	3,286	3,648	3,721	3,805
人間ドック（30歳以上）		1,014	1,141	1,242	1,184	1,119
人間ドック（家族）		2,046	2,122	2,207	2,214	1,540
歯科健診		3,632	3,773	3,803	3,737	3,680
メンタルヘルス相談サービス（電話・面談）※		110	59	70	252	201

※～2018は健康電話相談システム

サントリーヘルスマチャレンジ2020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
40歳未満　特定保健指導基準該当者	40歳未満の厚生労働省が定めた特定保健指導基準に該当する対象者に対して、オンラインで特定保健指導に準じた指導を実施	400人
健康セミナー（社外講師によるセミナー）	「働く世代の『がん』」をテーマに、専門医師やガンサバイバーによるセミナー・体験談共有	600人
卒煙サポート	禁煙外来費用補助、オンライン禁煙外来、周囲の応援メンバーにサポートしてもらいながら3か月後の卒煙を目指す社内卒煙サポート「見守り隊」制度、卒煙セミナー、禁煙者へのサポートメール	のべ230人
ウォーキングイベント	グローバル健康経営×サステナビリティの取り組みとして、世界中のグループ全社員を対象に、ウォーキングイベント「One Suntory Walk」を1か月間実施し歩数を競う。また、参加者数に応じて、サステナビリティ活動等に取り組む団体に寄付するしくみ	8000人
オンラインフィットネス	オンラインでのフィットネス生配信及び動画配信で従業員の運動習慣をサポート	のべ2300人
ヘルスマ通信	毎月全社員に健康情報を発信。統括産業医による「ヘルスマ講座」動画や健康コラムを配信	8,000人

「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2,900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	ストレスチェックは通年で利用可能。年1回の一斉実施に加え、入社1、2年目は年4回実施。要対応者には面談や情報提供でフォロー
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	・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 ・社内カウンセラーによるミニセミナーを随時配信
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	・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。

■グループ内外の健康経営の取り組み推進

サントリーグループでは、健康経営をより一層推進していくため、定期的にサントリーグループ企業や、他企業様と意見交換をし、得られた情報を参考に産業保健体制の更なる強化、新たな健康施策の導入を進めています。サントリーグループ企業に実施したアンケートでは、回答企業のうち約60%が産業保健体制に課題を抱えていたことから、グループ横串での産業保健体制の構築に着手しました。また、サントリーグループが提供するヘルスケア商品やサービスを通して、他企業様の健康経営推進への提案も行っています。

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、グローバルな人事戦略の策定と実行を推進するHRステアリングコミッティを中心に、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。

■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、定期的に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。2019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、国や事業を跨いだ異動の検討を行うとともに、財務や人事などの機能別にグループタレントレビューを実施する等、内容の拡充にも取り組んでいます。また、親和性の高い、リージョンごとのレビューも実施しました。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てきました。グローバル共通の人材評価軸を策定し運用を開始しています。国、事業に関わらずグループ内のタレントがより多くの場で活躍できる礎を築くことができました。これらをグループでのタレントマネジメントに活用しています。

■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た結果、極めて好意的な調査結果となり、サントリーグループ全体としての組織力の高まりが明らかになりました。

■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。2017年より、グループ従業員の健康に対する意識向上や健康促進を目的にOne Suntory Walk（従業員のウォーキングを推進する活動）を実施し、より多くの従業員が参加し健康への意識を高めることができました。参加意欲を高めるため、歩数に応じて世界の環境団体への寄付金が決まるしくみや、チーム対抗やソーシャルネットワークの要素も取り入れ、非常に盛況なイベントになりました。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、今後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

ダイバーシティ推進を経営課題と捉え、グループ・グローバルにダイバーシティを推進しています。3月8日の国際女性デー（International Women's Day）を社員の皆さんがD&Iについて考えるきっかけとし、既に自分たちの身の回りにある多様性、1人1人の個性を理解し、それを生かしチームとして成果を上げるための考動が進んでいることを再認識しました。お客様のニーズ、社会情勢は日々、変化し続けます。その変化にアジャイルに対応し、多様性を力に変えるために、引き続き皆さんと一緒にサントリーのD&Iについて考えていきたいと思います。

■人材交流（短期アサインメント）

事業、国を超えて活躍できる人材の育成、また互いの知見の活用を目指し、積極的に人材交流を進めてきました。2017年から活動を開始し、日本において13名の海外グループ会社社員を短期アサインメントという形で、経営企画部、人事部、R&D部門、デザイン部門など非常に幅広い領域で受け入れてきました。今後、人材交流の活性化はグループの人材育成の鍵となる活動と捉えており、より積極的に推進していきます。

サステナビリティへの取り組み

コーポレート・ガバナンス

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務めています。

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。

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、経営基盤の強化に務めています。

コーポレート・ガバナンス

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。

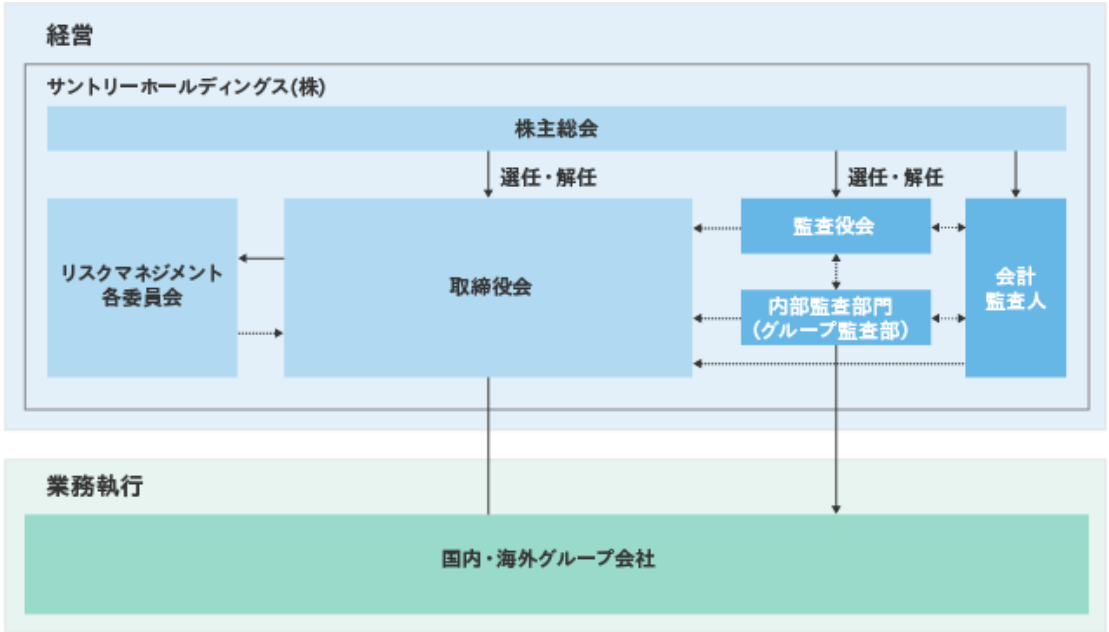
■グループ経営を担う各種会議体

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7名（2021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（2021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、および、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するものです。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（2021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、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社内規程に基づく意思決定によるものとすることにより、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。なお、同社では、コーポレート・ガバナンスコードの遵守状況を、ホームページで公表しております。

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。

Ⅰ．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。「人と自然と響きあう」という企業理念を共通の志として、国際的企業市民としての自覚をもとに、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」）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」）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、社内の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、定期的に取締役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. 当社の監査役の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の監査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の職務の執行に必要でない場合を除き、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、“グローバル食品酒類総合企業”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、次のとおりであります。

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

・海外グループ会社を含めたサントリーグループ全体のコンプライアンスホットラインを社内・社外に設置しており、イントラネット・ポスター掲示等を通じ従業員に対してその存在を周知しています。通報･相談に関しては、関連部署が責任をもって事実関係の調査を行い、必要に応じて是正措置・再発防止策を講じています。また、「サントリーグループ内部通報制度規定」により、通報者が通報・相談したことを理由に通報者に対していかなる不利益取扱いも行ってはならない旨を定めています。なお、当社は、内部通報制度を適切に整備・運用している事業者として、消費者庁が導入した内部通報制度認証（自己適合宣言登録制度）を受けております。

・コンプライアンス室を中心として、従業員等に対して、コンプライアンス・企業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。また、反贈賄啓発活動の一環として、国内外グループ会社の全従業員に対してｅラーニングやセミナー等を実施しました。

3）業務執行の効率性の向上に関する取り組みの状況

・取締役会を定期的に開催し、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）監査役監査の状況

・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又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。

コーポレート・ガバナンス

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

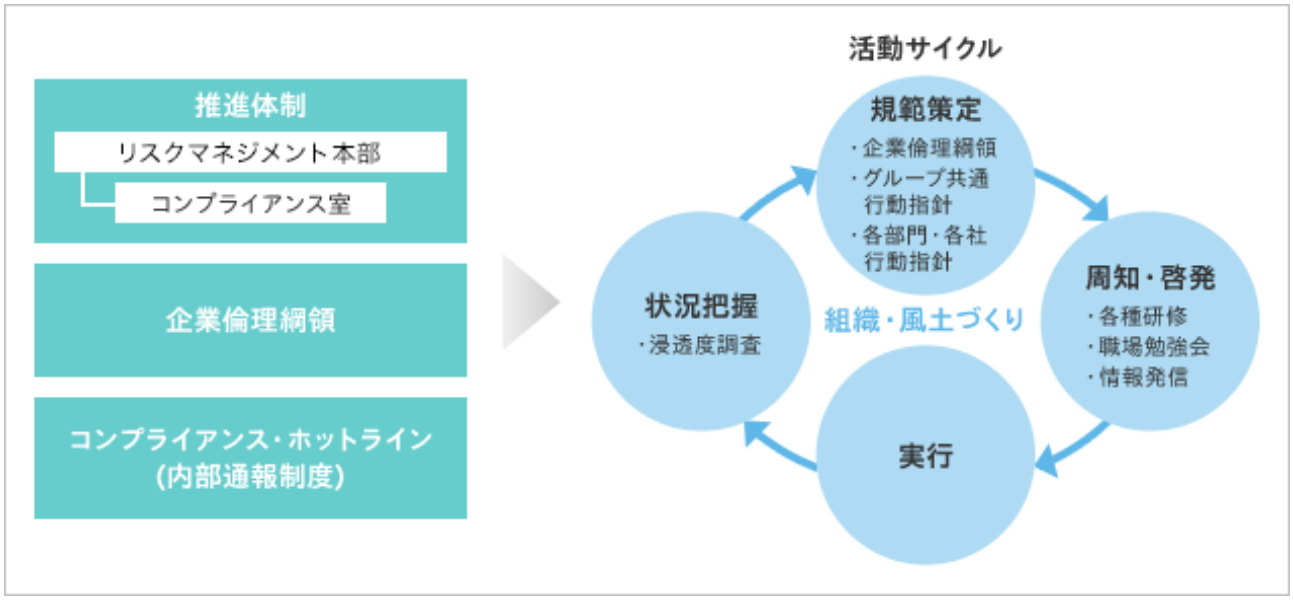
■企業理念実現のために全従業員共通の価値を示した「企業倫理綱領」

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、リスクマネジメント本部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。内部通報制度に関しては、公益通報者保護法を踏まえた「内部通報制度の整備・運用に関する民間事業者向けガイドライン」の改正を受け、「サントリーグループ内部通報制度規定」の一部を改定し、より実効性のある制度運用を行っています。2019年11月にはサントリーホールディングスが酒類業界では初めて、2020年5月にはサントリー食品インターナショナルが、それぞれ「グループ共通ホットライン窓口」について消費者庁が創設した「内部通報制度認証（自己適合宣言登録制度）」に登録されました。
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11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、海外グループ会社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。
2020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214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101件）。また、国内における件数のうち約6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、サントリーグループ内部通報制度規定に従い、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を行ったうえで、是正・勧告などの対応を行います。調査結果は経営層へ報告し、問題の改善や再発防止策につなげています。

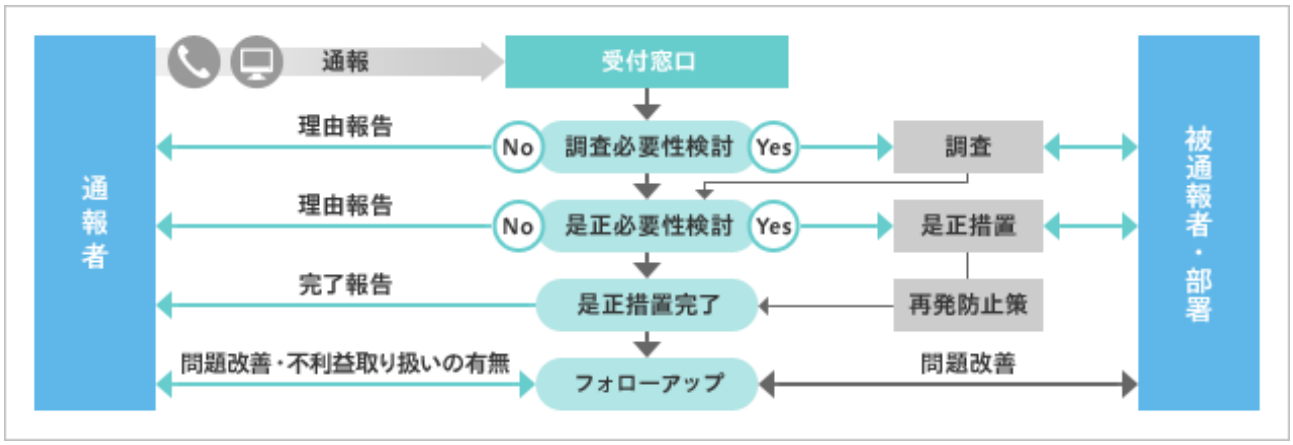


「コンプライアンス・ホットライン」
周知ポスター

■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体系をまとめた小冊子に「企業倫理綱領」を掲載し、配布しています。この冊子は11か国語に翻訳されています。
毎年年初には、国内サントリーグループ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。
国内サントリーグループ全従業員を対象に実施している従業員意識調査の中で、業務や職場環境における「企業倫理綱領」の遵守やコンプライアンス実践の状況を確認しています。調査の結果は、経営層に報告され、潜在的なコンプライアンス違反の早期発見に努めるほか、「企業倫理綱領」の有効性を定期的に確認しながら、従業員への教育、活動計画の策定等に活用しています。

■継続的な情報発信でコンプライアンス意識の啓発活動

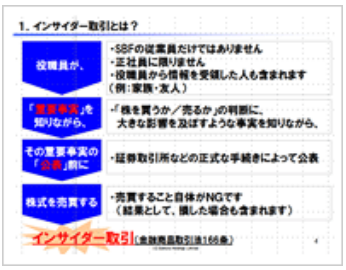
コンプライアンスの理解促進、実践のために、社内イントラネット内の「コンプライアンス・ネット」で定期的に情報を発信しています。「コンプライアンス・ネット」ではその時々に取り組んでいる活動と連動したテーマ、世の中の事例を通してコンプライアンスの本質を理解するコンテンツなどを発信しており、各社のコンプライアンス推進責任者が中心となって、全従業員へ周知しています。さらに「コンプライアンス・ネット」には、いつでも学習できるようにコンプライアンスの基礎知識やハラスメントチェックなど、セルフラーニング集なども掲載しています。

■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。
特に2020年は、グループ各社が課題に合わせて自ら企画・運営をする啓発活動に対して、グループ内で起きているコンプライアンス問題とその対策に関する情報を提供したり、オンライン研修にいてファシリテーターを務めたりしました。

■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）リスクマネジメント本部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、各部門がポリシー・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ベ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。2019年は国内の全従業員を対象にガイドラインの再確認を目的としたeラーニングを実施し、ガイドライン遵守の誓約も取得しました。海外においては、国有企業が多く、民間への贈収賄も処罰の対象となる中国（上海）において、現地ならではのコンプライアンスマインド醸成のためのコンテンツ（反贈賄やサイバーセキュリティに関する対応など）を作成し、現地マネジャー層を対象に研修形式のトレーニングを行いました。


中国におけるコンプライアンスセミナー

グローバルコンプライアンス体制については、そ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。2020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が信頼を築くための土台であり、私たち一人ひとりが大切にしなければならない基本姿勢を定めています。

「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・安心に関わる情報をはじめ、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ず、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。

コーポレート・ガバナンス

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ッティ」を、ビームサントリーに「グローバルリスク&コンプライアンスコミッティ」を、またサントリービール(株)等各事業会社に「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に、事業リスクや環境・社会問題を含むリスクの棚卸を行い、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、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年以降、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しています。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、迅速な情報伝達と意思決定を行い、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。

■国内グループ会社のさらなる体制基盤強化

国内グループ会社のさらなるリスクマネジメント体制基盤の強化を目的に、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、課題解決に向けた対応策を検討し実施しています。

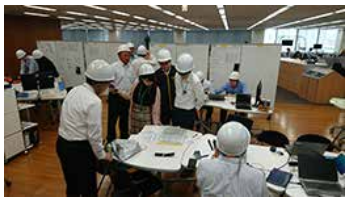
■事業継続計画（BCP）の策定と実施

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、2020年初頭より社会に深刻な影響を及ぼしている新型コロナウイルス、新型インフルエンザ・ノロウイルス等の感染症など、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、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

日本国内で大規模地震などの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仕組みとして、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回実施し、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に実施しています。



「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、定期的に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、有事の際の迅速かつ的確な初動対応を実施しています。

■感染症対策

2009年の新型インフルエンザ（パンデミック）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生じ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。

■新型コロナウイルス対策

新型コロナウイルス対策本部を設置し、社員の安全を最優先に、サプライチェーン、業績影響などの情報を集約し、迅速に意思決定を行い、対策を講じています。在宅勤務ができる制度、環境については、コロナウイルス感染前から整備していたこともあり、感染拡大時もスムーズに社員が在宅勤務が実現できています。また、出社時には安全と安心を守るため、検温器の設置、アクリルボードや消毒液を各所に設置するといった施策を実施しています。

■海外出張者への安全管理

グローバル化が進む中、海外出張者の安全管理も大きな課題となっています。サントリーホールディングス（株）では、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。さらに、2017年より海外出張手配・申請・事後精算を一元管理できるグループ共通基盤システムを導入し、短時間で海外出張者の安否確認ができる体制を構築しています。
また、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対して、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、海外出張者に加え海外駐在員の感染症対策も努めています。
新型コロナウイルス感染拡大防止と感染予防のため、2021年4月1日現在、サントリーグループでは、海外への出張を原則として禁止しています。

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年に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。
「サントリーグループ企業倫理綱領」においてもいかなる形の腐敗・不正行為も許容しないことを規定しており、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・ホットラインを設置し、通報や相談の体制を構築し、運用しています。

従業員は腐敗行為またはそれを疑われる行為が行われていることを知った場合、速やかにコンプライアンス・ホットラインを通じて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います。

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、グループ全体の情報セキュリティ体制強化を行っています。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、情報資産の保全と仕組みによるガバナンスを図っています。
また、ソーシャルメディア（フェイスブック・ツイッター・LINEなど）での情報漏洩リスクに備え、ソーシャルメディアの利用ルールを定めた「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

情報システムの正しい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で社内に周知しています。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
・各社リスクマネジメント推進責任者・リーダーによる職場でのITリテラシー向上に向けた取り組み

さらに、2016年よりコンピューター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

台場オフィス、大阪オフィスをはじめ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

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、集合型セミナー、各種啓発ツールの活用推進）にも取り組んでいます。



SNSリスクセミナーの模様

■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。

■個人情報保護の取り組み強化

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。

サステナビリティへの取り組み

グループ各社のサステナビリティ

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。





グループ各社のサステナビリティ

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）ダイナックホールディングス

「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	479億円（2020年度）
従業員数	261名（2021年3月）
事業内容	「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	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元に届くまで、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。

主なサステナビリティ活動

■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。

食品に関する従業員教育を展開

■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、品質ハンドブックを従業員に配布しています。この冊子では、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、従業員一人一人が品質管理の大切さを十分に身に付けるための取り組みとして、社内研修も行っております。

■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およ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。
お客様からのお申し入れ情報は、ご連絡を受けた時点でその内容を社内情報システムに入力。担当部門と連携しながらお問い合わせなどにお応えして、その結果も記録しています。この仕組みを活用することで、お客様の声に迅速・的確に対応するだけでなく、お客様からいただいた貴重な情報を全社でリアルタイムに共有し、品質改善や商品開発、リスクマネジメント強化などにつなげています。

ホームページやお客様向け小冊子「おいしさの秘密」などを積極的に活用し、お客様のお役に立つ情報をお届けしています。たとえば、ホームページでは、お買い求めの際の注意点やご家庭での保存方法など、アイスクリームをおいしくお召し上がりいただくための情報を提供しています。

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CO_2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CO_2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。

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、定期的に当社従業員が地元の方々と共に、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。



木道補修風景

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※への食品寄贈を行っています。毎年、夏休みやクリスマスシーズンに社会福祉施設の子どもたちにアイスクリームをプレゼントしています。

2018年に引き続き、2019年もサントリーグループとハーゲンダッツ ジャパン（株）の従業員が協働で、母子施設や児童養護施設などにアイスクリームを配送するフードバンク※のボランティアを行いました。

※フードバンク活動：製造・流通過程などで出る、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

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、2019年はサントリーグループの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」の一環として、福島県のいわき市・相馬市で小学生対象の授業を実施しました。



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）では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。

2020年からはオンラインでの受け入れも開始しています。



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ため、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など、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・強化を図るとともに、早期に復職し活躍したい従業員を支援するため、早期復職支援制度も導入しています。

健康で働きやすい職場づくり

独自の取り組みとして、従業員一人一人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）ダイナックホールディングス

本社所在地	〒135-8631　東京都港区台場2-3-3（サントリーワールドヘッドクォーターズ内）
設立	1958年3月
資本金	17億4,162万円
売上高	196億円（2020年度実績）
従業員数	937名（2020年12月末現在）
事業会社	・(株)ダイナック・(株)ダイナックパートナーズ
事業内容	・(株)ダイナック 「響」「魚盛」「鳥どり」「パパミラノ」などの多業態飲食店の経営、パーティケータリング事業 ・(株)ダイナックパートナーズ ゴルフ場レストラン・リゾートレストランの運営受託、道の駅・高速道路サービスエリア運営
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。

主なサステナビリティ活動

■サステナビリティ経営の推進

サステナビリティの考え方

サステナビリティ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）ダイナックホールディングスではコーポレート・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6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グループ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。さらに品質保証/CSR本部を設け、組織機能のすべてにおいてサステナビリティの推進を図っています。

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、経営幹部が直接店舗にて講習会を開催し、各部署での勉強会や「従業員意識調査」も定期的に実施し、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

ダイナックグループでは、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

ダイナックグループは、「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月より継続取得しています。ダイナックグループ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。

食品廃棄物の削減・再資源化

ダイナックグループは、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

従業員の成長

人材育成のため、各種内定者研修をはじめ、入社時研修やマネジメント研修、リーダーシップ研修などを実施しております。また、業務プロセスを評価する制度として「ダイナックアワード」を開催し、おもてなし力・技術力・チーム力の向上をはかっております。さらに、接客技術を競う「D1グランプリ」、「商品開発コンテスト」、「ドリンク開発コンテスト」なども全社規模で開催し、従業員の成長を全員で共有できる場を設けております。



ダイナックアワード（年2回開催）



D1グランプリ（おもてなし接客コンテスト
接客実演とサービスへの思いスピーチ）



商品開発コンテスト
（各回テーマを決めて実食審査）



ドリンク開発コンテスト
（各回テーマを決めて実演と試飲・メイキングエピソードなど審査）

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、ダイナックグループは考えています。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ております。

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。今後も、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。

公正で納得性の高い評価制度

ダイナックグループでは、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署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、メンタルヘルスケ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	157億円（2020年度実績）
従業員数	344名（2019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

■ひとつの文化とも呼べる“くつろぎの場”の創造。それがプロントの役割です

プロントが目指しているのは、イタリアの「バール」やフランスの「カフェ」、そしてイギリスの「パブ」に見られるような、お客様との親密で活気あるお付き合いです。一日中いつ行っても居心地がよく、ほしい飲み物や食事、そして大きなくつろぎが得られるコミュニティとも言える空間。ひとつの文化とさえ呼べる、そうした新しい価値観を、プロントは日本で初めてカタチにしていきたいと考えています。そのために、プロントでは昼間はカフェとしての、夜はバーとしての顔を持ち、お客様にとってなじみの深い憩いの場を提供するための努力を重ねています。

“3つのベスト”が、プロントだけのくつろぎを生む

プロントの提案をお客様にとっての魅力として定着させていくためには、もちろん相当の努力が必要です。
それが**“3つのベスト”**つまりベストプライス・ベストクオリティ・ベストホスピタリティの実践です。
ベストプライスとは単に安さだけでなく、おいしさやボリュームとプライスの最高のバランス。
ベストクオリティとは、メニューやサービスのひとつひとつ、例えばコーヒー豆にどれだけこだわり、そのこだわりを絶対にカタチにしていくという決意。
そして**ベストホスピタリティ**とはおもてなし。必要最低限のマニュアルだけを用意し、むしろその場その場にもっともふさわしい、お客様に合わせた意識の高いサービスこそプロントの考える『おもてなし』なのです。

やりがいがあるから、仕事が面白い。そして利益が生まれる

バールやカフェやパブのような、くつろぎの場の提供。そしてひとつの文化の創造。
プロントはその実現に大きなやりがいを感じています。やりがいが大きいから、仕事が面白い。そしてその結果として利益が生まれてくる。
これが、プロントの情熱の方向性、つまり、プロントの経営理念といえます。
「DREAM COMES TRUE！」。実現可能な夢を持って、その達成に向けて、プラス思考で歩む。それがプロントです。

主なサステナビリティ活動

■サステナビリティ経営の推進

サステナビリティ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サステナビリティ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や各種研修で従業員への周知徹底を図っています。

サステナビリティという概念を独自に解釈し、全従業員で共有

サステナビリティ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、プロントが考えるサステナビリティを正しくわかりやすく伝えるためにサステナビリティという言葉を「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、プロント流サステナビリティを推進。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 Group's Philosophy」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 Group's Philosophy」

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、外部機関による定期衛生検査を実施し、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を実施し、店舗衛生管理意識の醸成を行っております。

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。 また従業員間の集まりにおいても、20歳以下の飲酒、ビンジドリンキングなど不適切飲酒の防止に努めています。
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サイトでのアレルゲン情報開示

食物アレルギーによる重篤な事故の発生を抑制するため、運営する各業態のグランドメニューにおいて特定原材料7種、特定原材料に準ずるもの20種を情報公開し、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（健康増進法）を推進

受動喫煙対策・健康増進法改正を考慮し、新しい店舗は飲食不可の喫煙室を設置しております。既存のお店は、2020年4月までに全面禁煙店舗や飲食不可の喫煙室改装を進めました。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。





店内に飲食不可の喫煙室を設置

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CO_2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・協定を遵守します。
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すべての人々に周知し、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。

コーヒーチェーン初 エコマーク認定店取得

飲食店としてエコマークの認定取得。
6項目全ての環境配慮活動において定められた認定基準を満たすことが要件となり、認定基準を満たした上で認定審査及び審査委員会での認定されました。
飲食店は消費者の関心も高いことから、環境に配慮した飲食店の普及を通じて情報発信を行い、環境配慮行動を後押し出来たらと取得に至りました。

エコマークとは
「飲食店」認定基準では、省エネ・節水などの基本的な環境対策に加えて、食材への環境配慮、食品ロス削減に向けた食べ残しが減るような啓発や運動などの消費者の理解を深める取り組みを評価されています。

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げています。

※「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活動の支援に当てられています。また、2016年は、熊本地震復興支援活動、2018年は、西日本豪雨災害支援活動、2019年は、台風19号被災地支援活動も行い、次世代の子どもたちに環境配慮の襷（たすき）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。本来は災害支援における復興緑化支援目的でなく、日本にもっと「Green」をテーマに、植樹活動を続けたく、地球温暖化を止める自助努力をし、本来の目的の「プロント・ラブ・グリーン」を取り戻し、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」全店で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まいります。詳細は下記「P LOVE GREEN」リンクを参照ください。



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。
2019年度末には、1億円を超えるまでになりました。
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襷（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。
※詳細や最新情報は当社CSRトピックスを参照ください

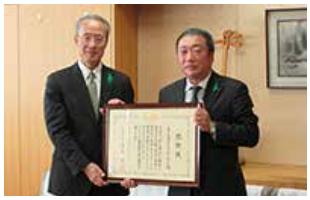


「P LOVE GREEN キャンペーン」の対象商品



「海の森」植樹祭


当社社長より寄付金を贈呈


林野庁沖修司長官から
農林水産大臣感謝状（3度目）



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


西日本豪雨災害における
住宅水害復興支援活動


北海道胆振地震における
森林復興支援活動


台風15号19号における
森林公園復興支援活動

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、生ごみの堆肥化または発電燃料として推進し、不燃ごみも主に発電燃料のサーマルリサイクルにとして再資源化・リサイクルしています。

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。



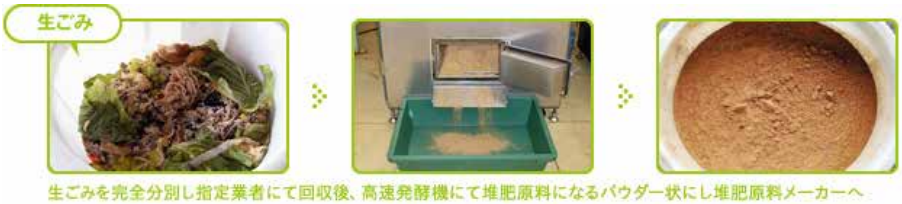
富士山の樹海での清掃活動



「天然水の森」の整備体験

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68%という数値を達成しています。



生ごみを完全分別し指定業者にて回収後、高速発酵機にて堆肥原料になるパウダー状にし堆肥原料メーカーへ



不燃ごみを完全分別し指定業者にて回収後、固形燃料やフレーク状にし繊維原料や公共施設の各種製品にリサイクルする原料にしています

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

店舗設計において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、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、今では当たり前のLED照明をいち早く導入し、冷房などの室内空調への負荷も軽減、消費電力を50%以上削減、CO_2削減するといった、先進的導入事例が、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」をコンセプトに省エネと居心地のよさを演出できる照明設計を実施。

※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CO_2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、産業医面談との健康相談を実施しています。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（3ヵ月）や、マネジメント研修、サービス研修、リーダーシップ研修、海外研修、さらにはサントリーグループ共通研修も用意しています。さらにより専門スキルを高めることを奨励する制度を設け、社労士や宅建といった国家資格の取得支援やソムリエや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ます。

さらに、採用面では、新卒･中途採以外にキャスト（アルバイト）からの社員登用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・女子栄養大学・千葉商科大学・三幸学園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ます。

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	127億円（2019年度実績）
従業員数	362名（2021年3月現在）
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 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、ケータリング、デリバリー
ホームページ	https://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。創業者である一介の主婦が東京・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13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、ケータリングやデリバリー、通信販売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12店、フィリピン4店、台湾6店の合計22店となっています。（2021年3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

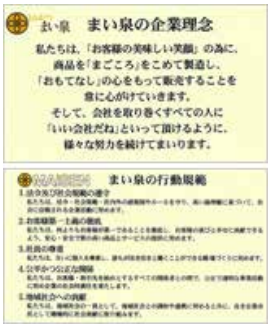
私たちは、「お客様の美味しい笑顔」の為に、
商品を「まごころ」をこめて製造し、
「おもてなし」の心をもって販売することを
常に心がけていきます。
そして、会社を取り巻くすべての人に
「いい会社だね」といって頂けるように、
様々な努力を続けてまいります。

主なサステナビリティ活動

■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、「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みます。

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

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、商標登録し、ロゴマークの使用についてはガイドライン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に「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、創業以来の味を守り続けています。

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。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による毛髪対策や、作業室入室ルールを徹底しています。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-ラーニングの受講率は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

「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、お客様の声を積極的に収集しています。毎月の経営会議や店長会議で報告・共有し、全社をあげて商品・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、看板商品である「ヒレかつサンド」の品質をさらに改善するため、パンの製法やレシピを見直し続けています。2013年は、販売後、少し時間が経つとパサつきが感じられるというご意見から、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・賞味期限直前にも実施するようにして、美味しさの差をなくすよう努めました。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。

適切な情報開示

ホームページや店頭告知やなどさまざまなメディアを通じた情報開示については、すべて品質・衛生管理部およびマーケティング部が遵法性や妥当性を確認した上で実施しています。特に、商品の一括表示や、店頭でのPOP・プライスカードなどについては、正確な表示とわかりやすい表現に努めています。
また、情報発信に対するお客様のニーズや関心を踏まえて、適宜、情報開示の強化や改善を心がけています。メニューの表記についてもすべてチェックし、誤解を招きかねない表現や、根拠が曖昧な表現がないようにしています。

トレーサビリティの確保

「食の安全・安心」に関する意識の高まりに伴い、お客様やお取引先から、豚肉などの原産地についての問い合わせが増えています。このため、産地証明書類などを整備し、お問い合わせに的確にお応えしています。

商品ごとのカロリー表示・アレルゲン表示

近年の健康ブームを踏まえて、ホームページ上で商品ごとに栄養成分を表示しています。また、お客様が安心してお食事を楽しんでいただけるよう、アレルゲン情報を開示しており、特定原材料7品目に加えて、特定原材料に準ずる21品目についても表示しています。

海外のお客様に配慮

近年、外国人のお客様が増加していることから、レストランでは4カ国語（日本語・英語・中国語・韓国語）表記のメニューブックを導入しています。

■ビジネスパートナーとの関わり

お取引先の工場監査を実施

お客様に安全・安心なお食事をお届けするためには、豚肉など原材料の調達先などお取引先との信頼関係が不可欠です。このため、新規の調達先と取引を開始する際は、国内・海外を問わず現地での工場監査を実施し、信頼できる調達先であることを確認しています。また、既存の調達先についても定期的に監査を実施し、必要に応じて改善を要請するなど、サプライチェーン全体で安全・安心を守る体制づくりに努めています。

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、2020年3月時点では月に約30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。またコロナ禍には、多忙を極める医療従事者の方々に温かくて手軽に食べられるお食事の支援活動も実施しています。

食事を通じて子どもたちの成長を支援する「こどもプロジェクト」

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「こどもプロジェクト」を展開しており、野球やサッカー、ゴルフなどのスポーツを頑張る子どもを対象として「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

従業員が常にいきいきと働けるよう、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、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。2019年度には、業績部門で9名、功労・社会貢献部門で6名の社員が表彰されました。

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、12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67名を受け入れています。（2020年3月現在）

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	47億円（2020年度）
従業員数	56名（2020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	https://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「花のあるくらし」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、オーストラリア等を中心に、販売エリアは世界30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「花・野菜のプレミアムな商品を通じて世界中のお客様の心に潤いと感動を提供し続ける」という志のもと、日々活動してまいります。

主なサステナビリティ活動

■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、「花のあるくらし」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、野菜苗等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「花のあるくらし」「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「花のあるくらし」「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「花のあるくらし」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イ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

環境関連法令遵守を徹底

サントリーフラワーズでは、環境関連法令の遵守を徹底するため、毎年対象となる法令をリスト化し、定期的に法令遵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、契約農家へ農薬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。

事務所の環境配慮

本社（東京都港区）、研究開発センター（滋賀県東近江市）において、環境に関連した法令を遵守すべく、年に1回チェックリストをもとに環境に配慮した施設運営ができているか確認を実施しています。

物流におけるCO_2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CO_2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（サンビーナス、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、地域の皆様で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。さらに2019年からは「あしたの花にできることプロジェクト」として、花の力で一人でも多くの人達が笑顔になるよう、活動を継続していきます。



「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。2016年以降は、サントリーホールディングスと協働で実施している花植えワークショップを、東北エリアの児童館や学童保育、熊本の仮設住宅で行っています。



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



2017年熊本仮設住宅での
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

一人ひとりに合った柔軟な働き方を推進

サントリーフラワーズ（株）は、2019年1月にテレワーク勤務制度を導入しました。これにより、オフィスや出張先だけではなく、在宅でも仕事をすることができるようになり、社員一人ひとりに合った働き方を推進しています。また、ITツールを更に充実させることで、場所を選ばない柔軟な働き方を支援しています。

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。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	104億円（2020年12月期）
従業員数	183名（2021年1月1日現在）男性104名 女性79名
事業内容	・酒類関連備品販売（酒販店様・飲食店様向け） ・サントリー事業会社の販促支援・代行 （キャンペーン企画・景品提案・配送・事務局運営等） ・ビール・ワインウイスキー等販売
ホームページ	https://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、サントリーグループが実施する各種キャンペーンの企画運営や、サントリーグループの大切なお客様である居酒屋、バー、レストラン様等でご使用いただく各種備品の開発販売等を通じ、サントリーグループにおいて各種のお客様とのリレーションを支える役割を担っています。

■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。

上記理念を実現するため、経営の基本方針として、次の5項目を掲げています。

・誠実な企業行動
・働きやすく、活気ある職場風土
・お客様第一
・安全・品質の追求
・新しい価値への挑戦

主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

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「Suntory Group's Philosophy」（コンプライアンス・ハンドブック）を全社員が確認し、職場ディスカッションを通じてコンプライアンス浸透・啓発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～

■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、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。また、当社は、単に安全・安心といった商品の品質だけではなく、お客様がサントリーの商品をお口に運んでいただいた際の飲用時品質や、飲食店様のオペレーションのご負担の軽減等にも徹底的にこだわった商品を開発しています。特に、省スペースに役立つスタッキング可能な各種備品や、定量計量が容易で飲用時品質の向上や歩留管理に役立つワンプッシュ型定量ディスペンサー（一押し君）等は、たいへんご好評を頂いています。



ハイボール用ジョッキの
液温度変化テスト



「スタッキングプラスチック水差し」

■お客様との関わり

自動発注システムの開発

コロナ禍による一時的な緩和は見られますが、飲食業界では以前より恒常的な人手不足が深刻化していました。また、発注作業に伴う閉店後の棚卸や売上予測等の負担が、飲食業界で働く方々の労働環境改善の負担となっていました。そこで当社は、以前より当社が提供する飲食店様向けオンライン受発注システム（NDCシステム）の新たな仕組みとして、過去の売上状況から将来の売上予想を計算し、自動的に発注することもできる機能を開発しました。材料不足による売上機会喪失の回避、食材の廃棄ロスや歩留の改善、業務負荷の軽減につながるとしてたいへんご好評を頂いています。

個人情報を厳格に管理

当社は、販促キャンペーンの企画運営や酒類・関連グッズの開発販売事業を通じ、たくさんの一般消費者や事業者のみなさまとつながっています。このようなつながりは、お客様が当社に安心して情報を預けて頂くこと、そうした情報を当社が適切に扱うことにより成り立っているものと理解しています。このため、当社では、大切なお客様情報の紛失や漏洩等の事故を防ぐために、JIS Q 15001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

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

サントリーグループ「プラスチック基本方針」に基づく取り組み

サントリーグループ「プラスチック基本方針」を受け、当社は、特に消費量が多くなりがちな業務用備品のサプライヤーであることを認識し、
Reduce：プラスチック製品のダウンサイズ
Reuse：再生資源の活用
Replacement：紙や竹、バイオマスプラスチック製品等、既存のプラスチック製品の材質見直し等に積極的に取り組み、環境負荷軽減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

飲食店様に新しい販路を！「イエトソト」開店！！

2020年に大流行したコロナウイルスは、飲食店様の営業にも大きな影響を及ぼしました。このような社会環境の変化に、当社はいち早く対応し、感染予防のため飲食店様が必要とされる設備や備品を取り揃え、感染予防策や飲食店様がご利用可能な補助金等の制度についてのご案内を発信してきました。
また、飲食店様にとって外出自粛により遠のく客足に代わる販路となるよう、飲食店様専用のECモール「イエトソト」を開発いたしました。飲食店様の味をご自宅でも楽しめるとして、外出自粛された消費者のみなさまからもたいへんご好評をいただいています。





ボランティア活動の促進

当社の使命は、なるべく多くの方々へ良質な飲料体験を届けることにあると考えています。このため、当社従業員にも、既存のお客様や事業的に期待される潜在的なお客様に限らず、より広い方々へ視野を広げてもらいたいと考えており、社内でも参加しやすいボランティア活動等を案内し参加を促しています（ただし、あくまでボランティア活動ですので、会社が参加を強制したり、参加の有無を従業員の評価に影響させることは一切ありません）。また、地域福祉活動やボランティア活動により積極的に参加したいとする従業員には、ボランティア休暇制度を設け、その活動を支援しています。

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

公正でオープンな評価を徹底

公正な人事評価を行うため、成果とコンピテンシー（資質）の両輪で評価する制度を設けています。もちろん成果の高い従業員には報酬でお応えし、成果の出にくい難しい環境でも従業員の才能を埋没させることのないようコンピテンシー（資質）による評価も行っています。また、評価の透明性や納得感を高めるべく、目標設定にあたっては上司と部下が定期的に面談し、目標を定め、評価をフィードバックする運営を確立しています。

柔軟な働き方を支える人事制度

在宅勤務のほか、フレックスタイム制や時間単位年休制度など、時間や場所に捉われない働き方を推進しています。また、ウェブ会議システムやサテライトオフィスの提供など、柔軟な働き方を支える環境整備も進めています。特に2020年においては、緊急事態宣言の発出もあり多くの従業員が在宅勤務制度を利用し、国が要求する7割超の出勤削減を実現。削減された通勤時間を利用して資格取得等の自己研鑽に努める従業員も多くいました。

自己啓発を支援

英語、日本語、中国語など、さまざまな言語で学習できる多数（7か国語で計16,000コース以上（日本語は800コース超））のEラーニングを無償で従業員に提供しています。また、マネジメントを担って頂くことを期待する若手リーダーの方には、さまざまな企業の方々と共に具体的な社会課題の解決に取り組むプログラムに参加頂くなどの機会も設け、視座や思考、個人としての実力を高めて頂けるような機会の提供に努めています。

ワークライフバランスや従業員の私生活を充実させるための取組み

パソコンの使用時間等のデータと照合し監視する仕組みを設け、長時間労働やサービス残業といった不適切な労働発生の防止に努めています。住宅費補助制度や育児・介護のための休暇や短時間勤務制度、確定拠出年金制度など、従業員の私生活や将来設計に資する各種制度を用意しています。サントリーマーケティング&コマース株式会社として2016年に再出発して以降、のべ30名の従業員が育児休業を取得しています。

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	62億3800万円（2020年12月期・連結ベース）
従業員数	2,693名：契約社員、アルバイト等含む（2021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	https://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、サントリーの工場や、多くのコンサートホール・美術館で、お客様の感動体験にふさわしい高品質･高付加価値なサービスを提供しています。また、全国の公共文化施設の指定管理者施設や商業施設の総合案内、企業ミュージアムの受付なども運営。さらに近年では、教育研修、施設運営コンサルティング、総務業務、事務局業務、イベントの企画・運営、企業のCSR活動支援など、多岐にわたる領域へ事業を拡大させています。私たちSPSは、これからも社会・地域・企業への貢献を目指してまいります。

主なサステナビリティ活動

■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1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。

2018年6月、ISO27001（ISMS）認証取得（認証登録範囲：文化ハピネス事業による公立文化施設運営のための拠点サポート及び新規開拓業務及びゲストリレーション事業による音楽ホール、劇場、美術館運営のための拠点サポート及び新規開拓業務）

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って訪問しあい、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、定期的に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。





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。

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

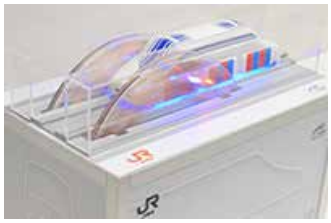
次世代の育成支援

サントリーパブリシティサービス（株）（SPS）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。

「じしゃくが社会をかえる！～超電導リニアのしくみ～」

SPSが受付･ご案内業務を担当している「リニア･鉄道館（JR東海）」では、小学生やその他教育機関等に赴き、「じしゃくが社会をかえる！」と題した磁石に関する「出張授業」を行っています。小学生が学習する磁石の性質を学び、超伝導リニアにどのように応用されているかを紹介しています。社会を動かす技術を子どもたちに実感してもらうことで、次世代の育成を支援しています。







「子どもレセプショニスト体験」

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、サントリーパブリシティサービス（株）が運営する公共施設では、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。

「テレワーク」「子育てセーフティネット」導入

育児休暇を終えて復職する社員が、「キャリア形成と育児の両立」を実現できる環境を整えるために、「テレワーク」と「子育てセーフティネット（ベビーシッター制度等）」を導入しました。
「テレワーク」は、子育て中の社員以外の活用も推進し、場所や時間に捕らわれない働き方をサポートしています。

厚生労働省認証マークを獲得

女性の活躍推進に関する認証「えるぼし」（厚生労働省）

2017年、厚生労働省が「女性の活躍推進に関する状況等が優良な企業」を認定する制度「えるぼし」認定の第2段階目マークを獲得しました。この他、地方自治体が制定する、女性が活躍する企業に与えられる認証も受けています。今後も、制度や環境を整備し、女性だけでなくさまざまな社員が働きやすい環境を維持していきます。
・厚生労働省「えるぼし」第2段階目認定

「仕事と介護を両立できる職場環境」の整備促進のためのシンボルマーク「トモニン」

・厚生労働省「トモニン」認定

その他自治体の認証

・「大阪市女性活躍リーディングカンパニー」二つ星認証、「イクメン推進企業」認定
・札幌市「ワーク・ライフ・バランス plus」ステップ2認証

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2.2%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。2019年2月末時点での雇用率は2.7%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

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、上司とのキャリア面談によって納得性の高い評価を行っています。

グループ各社のサステナビリティ

海外グループ会社の活動



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



Suntory Beverage & Food Asia

アジア太平洋地域における健康食品、飲料、食品、コーヒーの製造・販売

Frucor Suntory
フルコア・サントリー

清涼飲料の製造・販売



Pepsi Bottling Ventures
ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ

ペプシ系ボトラー



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

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

Suntory Beverage & Food Europe

サントリー食品ヨーロッパ

・サントリー食品フランス
・サントリー食品イギリス
・サントリー食品スペイン
・サントリー食品 EECM- Export Markets and Belgium, Netherlands and Luxembourg

サントリー食品ヨーロッパ

本社所在地	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/

サントリー食品フランス

本社所在地	40-52 bd du parc, 92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE

サントリー食品イギリス

本社所在地	2 Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

サントリー食品スペイン

本社所在地	Paseo de la Castellana 202, 28046 Madrid - SPAIN

EECM-Benelux

Head Office SIL	SIL H.J.E. Wenckebachweg 123, 1096AM Amsterdam - THE NETHERLANDS
Head Office	SBFP Suntory Beverage & Food Poland, Al. Wyscigowa 6, 02-681 Warszawa - POLAND
Head Office	SBFB Suntory Beverage & Food Benelux, Rue du Cerf 127, 1332 Genval (Rixensart) - BELGIUM



代表ブランド：シュウェップス、オランジーナ、ルコゼード、ライビーナ、ラ·カセーラ、オアシス、プルコ、メイ·ティー、トリーナ、サニー D

会社概要・理念

■目的を持った持続的な成長

環境、社会、そしてガバナンスは私たちに大きな影響を与えます。私たちは、飲料の製造、マーケティング、および販売を通して人と地球に貢献するというグループのグローバルビジョン「Growing for Good」に向かって努力を続けています。
サステナビリティに向けた私たちのアプローチは、Our DRINKS(お客様と響きあう)、Our RESOURCES(自然と響きあう)、Our SOCIETY(社会と響きあう)、そしてOur SELVES(従業員と響きあう)という4つの要素を基盤としています。この4つの要素はすべて、より良い持続可能な将来を築くために国連が提唱するSDGsを推進するものです。
明確で測定可能な目標の下、これらの領域における影響と課題を管理し、強力なリーダーシップを育てることによって、私たちは自然に対する畏敬の姿勢を崩すことなく、消費者、お客様、そして従業員との響きあいを実現する努力を続けています。私たちの責任とリーダーシップの体制は、私たちが前進するための原動力であり、指針とインスピレーションを提供するものでもあります。また、「Growing for Good」の壮大なビジョンの実現にも欠かせない要素です。



Our DRINKS
～お客様と響きあう～

私たちは、製造・販売する飲料を通じ、お客様と響きあうことで、当社の商品に対する信頼を築き、お客様の生活でポジティブな役割を果たしています。私たちは、お客様が「もっと減らしてほしい」と言われる成分を減らし、人々がより健康的で幸せな生活を送れるような良いものを推進することで、この業界をリードしていきます。

■Less Sugar

2025年までに商品ポートフォリオ全体での砂糖の使用量を35%削減します。この計画に従って、2020年末までに2015年基準として22%の削減を達成しました。糖分を減らすために飲料を再配合するだけでなく、イギリスでは、天然フレーバーのフルーツベースの微炭酸飲料「Lucozade Revive」など、低糖・低カロリーの新しい飲料を発売しています。また、原料の46%以上が果物で、果物に含まれる天然の糖分（5g/100mℓ）以外の糖分を使用していないフルーツフレーバー飲料水Oasis O' Vergerは、その爽やかな味がフランスで広く愛されています。

スペインでは、飲料の砂糖を42%削減することができました。低カロリーのシュウェップス（Schweppes Lemon、Orange、Pink、およびGinger Ale）を販売しています。これらの飲料は広く流通していて、98%の小売店で販売されています。ベネルクス（ベルギー、オランダ、ルクセンブルク）では、砂糖や甘味料を使用せず、果物（40%以上）と天然由来の原料だけを使用したOasis Aquafruitを販売しています。



英国とアイルランドでは、主力製品の砂糖含有量を57%削減し、25,000トンの砂糖と980億カロリーを制限しました。最も広く知られている当社の飲料については、大きな決断をし、それぞれにカロリーゼロまたは低カロリーの製品を販売しました。
2020年には、フランスで主力製品であるOasis Tropicalでは、、甘味料を使わずに砂糖を23%削減（2006年比）しました。同ブランドのレシピは、砂糖を削減しつつ、甘味料を使わなくてもお客様が愛してきた美味しさをそのままに保っています。
ヨーロッパの市場において、当社の飲料で使用されている砂糖の量は7.2%削減されています。これは、Schweppes Tonicなどの無糖の商品を北欧で発売し、ヨーロッパ市場における無糖飲料のシェアが拡大したことによる影響が大きいです。



■Positive Choices

私たちは、製品の栄養成分を公開しています。情報はすべてのラベルとウェブサイトでわかりやすく表示されています。また、業界パートナーと協力して当社の飲料は責任あるマーケティングを展開しています。さらに、UNESDAが提唱する学校における責任あるマーケティングプログラムに署名し、小学校では当社の飲料を販売せず、中学校では砂糖を含む飲料の販売を制限することを約束しています。
英国では、自主マーケティング規範を作成しました。これには、脂肪、砂糖、および塩の含有率が高い製品を16歳未満（アイルランドでは18歳未満）の消費者に直接販売しないというコミットメントが含まれます。

フランスでは、12歳未満の子供を対象としたテレビ番組と雑誌での広告を2009年に自粛しました。2013年以降、私たちは自社のコミットメントをさらに強化し、視聴者の35%以上が子供である一般番組での広告も禁止しました。
スペインでのマーケティング規範では、12歳未満の子供への広告を行わないこと、および生徒を対象としたイベントにスポンサーとして参加しないことが明記されています。また、当社のすべての広告キャンペーンでは健康な生活習慣を推進するメッセージを発信しています。

■More Natural

私たちは**5年以内に商品ポートフォリオからすべての人工着色料と香料を取り除くという目標を掲げています。**
私たちは、よりナチュラルな商品を求める消費者のニーズに対して、添加物を天然甘味料（ステビア）で置き換えて砂糖とともに排除し、人工添加物を最小限に抑える製造プロセスを採用することによって応えています。スペインで販売されているSchweppes PINKが好例です。 英国で展開している新しいLucozade Reviveは天然のフルーツフレーバーから作られていて、疲労回復を促進するビタミンB3、B5、B6、およびB12 が含まれています。人工着色料は一切含まれていません。



Our RESOURCES
～自然と響きあう～

私たちは天然資源の管理において自然と響きあうことを重視し、資源を過剰に採取することや私たちの生命とビジネスの拠り所である自然を傷つけることは決して行いません。私たちは、調達、製造、包装、流通、販売、消費者から出る廃棄物の管理など、すべての事業活動において「水と生きる」という約束を守ることで、環境影響を最小限に抑えます。

■Less and better packaging

2019年9月に、**2030年までに当社の商品ポートフォリオ全体で100%リサイクルまたは植物由来の原料を使用してペットボトルの100%サステナブル化を実現する初のグローバル飲料企業となるという目標**を発表しました。当社は、再生プラスチックの購入量を増やし、革新的な技術に大きな投資を行うことによって、プラスチック消費と二酸化炭素排出を最終的に削減することを計画しています。
中期目標として、2025年までに飲料容器の再生プラスチック使用率を50%にすることを掲げています。一部の飲料の容器にはすでに再生プラスチック（rPET）が100%使用されています。たとえば、英国で展開しているRibenaは、10年以上前から再生プラスチックを使用しています。

また、製造するパッケージ材も2025年もしくはそれより前に100%リサイクル可能にする予定で、使用するすべての容器および商品のパッケージ材が対象となります。例えば、英国ではRibenaブランドのカートンパッケージに付属するストローをプラスチック製から紙製に変えることで16トンのプラスチックを削減しました。



スペインで完全なサステナブル化に向けた取り組みを続けています。Sunny Delightなどのブランドではスポーツキャップを平らなキャップに変えて使用するプラスチック量を削減し、カーボンフットプリントを減らしています。



2020年、Ribenaブランドは、100%リサイクル可能なパッケージに移行するために大きな投資を行い、ボトルのプラスチック製スリーブを小型のラベルに変更することで、年間200トンものプラスチックを削減しました。2020年に行った全国的なテレビ広告キャンペーンを2021年も行い、ブランドの持続可能性の取り組みをアピールしていきます。

スカンジナビア地域におけるSpendrups社（スウェーデン）やCarlsberg社（デンマークおよびフィンランド）などとのパートナーシップ活動を通して、原料の25%をrPET（再生プラスチック）にするという当社目標を、予定よりも早く2019年に50%を達成しました。現在では100%サステナブル原料のテストが行われています。これは素晴らしい事例であり、ボトラー各社と協力して野心的な目標を達成するという当社のビジョンを確信させてくれます。
サステナブルなプラスチックという目標を実現するために、2019年にサントリー食品ヨーロッパ（SBFE）は、ペットボトルのリサイクルの分野でバイオ産業をリードするCarbiosへの投資を行いました。SBFEは、プラスチック廃棄物を劇的に削減し、ペットボトルの循環型経済ソリューションを確立することのできるマスマーケットソリューションを推進するために、この革新的技術に投資するコンソーシアムに参加しています。

リサイクルプロセスを支援することは、消費者にリサイクルを推奨することでもあります。2020年に当社の主要ブランドは、マーケティングキャンペーンを展開し、これらの重要なサステナビリティメッセージを発信しました。また、マスマーケットの社会動向に向けた業界全体の努力も支援しています。
英国では、2020年にRecycle Week（リサイクル週間）にLucozade Energy、Lucozade Sport、Ribenaの3つのブランドでデジタル広告を展開し、認知度の高いブランドアンバサダーを活用してリサイクルに向けたメッセージを各家庭に届けました。

■Less waste

当社は、**工場からの廃棄物をゼロにするという目標を掲げており、その実現**に向けて着実に前進しています。また、バリューチェーン全体で廃棄物をなくしていきたいと考えています。私たちはパッケージに使用する再生原料の量を増やすことによって、循環型社会の実現に貢献できると考えています。英国で展開するRibenaのボトルには再生プラスチックを100%使用し、MayTeaのボトルは、2019年から再生原料が50%使用されており、2021年にさらに比率をあげる予定です。
私たちは、SDGs（持続可能な開発目標）の12.3を達成するために、**当社製品の食品廃棄物を50%削減するという目標**も掲げています。この目標に向けた取り組みの一環として、当社の余剰製品を慈善団体に寄付し、貧困に苦しむ人々を支援しています。
当社では、廃棄物削減に関する従業員教育を行っています。ベネルクスでは、Green Week（7日間、7つのワークショップ）を立ち上げ

ました。私たちは協力して、廃棄ゼロ、パッケージ削減、そして地産地消の運動に取り組み、ジョギングをしながらごみを拾い集める取り組みをオフィスの近くにある湖で実施し、1時間でごみ袋45個分のごみを集めました。 ベネルクスの120名すべての従業員は、このイベントに少なくとも1回は参加しました。

英国では、当社の工場が位置し、多くの同僚が居住するForest of Deanの周辺を対象とした独自のポイ捨て防止キャンペーン「Love Your Forest」への資金提供を2年延長することを2019年に発表しました。2020年には、キャンペーンを延長して消費者にリサイクルを促すとともに、国会議員のキャンペーンメンバーとプレス向けのイベントを行いました。

■Respect water

水は貴重な共有資源であり、当社にとって最も重要な原料です。また、「水と生きる」を約束に掲げる企業グループとして次世代のために持続可能な水マネジメントを促進する役割があると信じています。

私たちは、**工場での水の使用量を2030年までに15%削減するという目標**の実現に向けた取り組みを続けています。すべての工場で多くの水削減および水の再利用の取り組みを展開し、水使用の効率化を可能な限り向上させるためのベストプラクティスを共有しています。スペインのトレドにある工場では大きな成果が上がり、2019年までに水の使用量が10%削減されました。
2020年1月、英国では新しい高速充填ラインに1300万ポンドの投資を行いました。従来のラインに比べて、このラインでのエネルギーと水の使用量が40%低いので、使用資源の削減という当社の目標に大きく貢献しています。
スペインでは、「Guardians of Júcar（ジュカルの守護者）プロジェクト」という、バルクセタ河川の自然環境の回復（すでに完了）とグリーンフィルターの導入による水質の改善という2つの取り組みを通して、地表水の水質改善、河岸の自然環境の回復、水生生態系の理解と向上への貢献、河岸の外来種の駆除、そして自然地域の一般利用の促進を目指すプロジェクトがあります。このプロジェクトは、2020年の開始を予定していましたが、新型コロナウイルスによる制限が解除される2021年に延期されました。

スペインのチームは2021年の明けより、「Guardians of Tajo」というプロジェクトを通してトレド工場の近くを流れるタホ川の水質改善に取り組んでいます。現在は、改善に取り組むのに最も適したエリアを探す調査段階となっています。



フランスでは、メジュー工場の近隣に位置する自然公園グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュ（Grand Parc Miribel Jonage）と20年間のパートナーシップを締結しました。グラン・パーク・ミリベル・ジョナージュは都市部にある保護公園です。当社は、水育プログラムの支援と水の役割に関する理解を深めることを目的とした子供と家族向けのワークショップを支援しています。また、ローヌ川周辺の沖積森林の保全や復元活動も支援しています。



オランダでは、島、湿地帯、および干潟を作ることによって西ヨーロッパ最大の淡水湖を復元するためにDutch Society for Nature Conservationがマルケル・ワデン湖で実施しているプロジェクトを後援しています。

■Reduce emissions

当社は、バリューチェーン全体での炭素排出量を削減することによって気候変動の問題に取り組んでいます。**科学的な根拠に基づき、製造過程で50%の炭素排出量削減（スコープ1および2）とサプライチェーン全体で30%の炭素排出量削減（スコープ3）という目標を掲げています。**当社では、レポートでの透明性を高めるために二酸化炭素排出量を年に1回測定しています。

フランスでは、地球温暖化は最重要課題の1つに挙げられています。2020年までにフランス国内の4工場でカーボンニュートラルを達成するという目標の下、過去10年間の製造過程において飲料1リットルあたりのCO_2排出量は35%削減されました。輸送は当社の二酸化炭素の11%を占めているので、商品の移動距離を短くするために、倉庫の数と場所が最適なものになるよう見直しを行っています。また、トラックの空輸送の回数を減らすために輸送の流れの改善にも取り組んでいます。

スペインでは、2030年までにすべての輸送船舶で排出ゼロを達成するよう取り組んでいます。2020年には、全船舶の12%のエコ化また排出ゼロを達成しております。2020年1月以降、すべての工場とオフィスの50%の電力は、再生可能なエネルギー契約に基づいて管理された再生可能エネルギーで賄われおり、2021年には100%を達成する見込みです。これらの取り組みにより、スペインにおけるCO_2削減目標の15%（2015年比）を2020年には達成する見通しです。

英国の工場では再生可能エネルギーを購入しています。2020年にはソーラーエネルギーを導入し、エネルギー需要の25%を賄う予定です。2020年1月、英国では新しい高速充填ラインに1300万ポンドの投資を行いました。このラインのエネルギー使用量は従来のラインに比べて40%少なく、工場のエネルギー使用量が4%削減されたので、当社のCO_2削減目標に大きく貢献しています。

また、すべての従業員は、気候変動の問題に対する当社の目標を支援しています。ベネルクスのチームは、ビルの暖房を入れる時間枠を変更することによって光熱費を17.5%削減しました。2019年の照明費は、ビルのネオンライトをLEDネオンライトで置き換え、さまざまなトイレに人を認識するセンサーを設置した結果、13.5%削減されました。

■Procure sustainably

2019年、SBFEはSEDEXに加盟しました。これにより、私たちはサプライヤーの環境・倫理的パフォーマンスのリスクアセスメントを推進しています。2020年末までに、主要原料を供給するすべての主要サプライヤーへの自己評価表（SAQ）提出を要請し、SAQプロセスにおいて何かしらの問題が検出されたサプライヤーに対してSMETA監査を追加実施する予定です。2020年は、サプライヤーの範囲を広げ、さらに広範囲で見える化を実現しました。

製品の製造には原料の調達に依存するビジネスとして、気候変動や非持続的な農法による生物多様性への影響を懸念しています。

英国では、Ribenaの原料のカシス（ブラックカラント）の90%に英国産のものが使用されています。当社は、可能な限り最も持続可能な農作物を作ることが当社の義務と考えています。各生産者が各農場の個々の生息地に適した多様性植物を育成することができるよう、常勤の農学者を雇用し、Farming & Wildlife Advisory Groupとパートナー提携を締結しています。2004年から実施されている包括的プランに沿って、当社は200マイルにわたる荒れ地を回復し、2,000個の巣箱を作るとともに、ロンドン市よりも面積が大きい地域に花粉と花蜜が豊富な植物を植え、湿地帯の造成、沼の復元、植林を行い、養蜂箱を作っています。

スペインでは、生産拠点の近くのサプライヤーと協力して現地の製造および開発を推進しています。さらに、原料サプライヤーとの契約には、環境保全へのコミットメント、二酸化炭素排出量削減、水とエネルギー消費に関する工場、そして廃棄物管理の向上を始めとする環境に関する条項が含まれています。原料として使用する果物の23%は、生産拠点の半径100km以内で供給されています。

フランスでは、すべての果物の持続可能な調達にコミットしています。これが、持続可能な調達に関するガイドラインをフランスで発行した理由です。このガイドラインはフランス国内のすべてのパートナーによって承認および署名されています。

Our SOCIETY
～人と響きあう～

サントリーの創業者、鳥井信治郎は「利益三分主義」の精神をもってサントリーを創業しました。その精神は今も継承されており、商品を生産および消費するコミュニティに良い影響を与え、人と響きあうことを目指しています。

■Empowering communities

フランスでは、貧困と疎外への支援を提供する「Le Secours Populaire Français」や学校からのドロップアウト防止に努める「L' AFEV」などの団体とパートナーシップを組んでいます。

英国では2018年に「B Active」を立ち上げました。これは3年間のスポーツ開発プログラムで、支援を必要とするコミュニティに住む16～24歳の青少年にスポーツと運動の力でキャリアパスの育成と活性化を支援することを目的としています。2018以降、B Activeでは以下の成果が上がっています。

・16から24歳が10,095人参加
・コミュニティボランティア活動に3,699人の青少年が参加
・2,312人の青少年の単位認定

このプログラムはリーズベケット大学の学者による第三者評価が行われています。この結果は2021年に公開される予定です。
モロッコでは、パートナーのLEMO社とのコラボレーションやENACTUS社との共同プロジェクト「The Water Price」など、地域に根ざした活動に大きな予算を投じました。新型コロナウイルスの影響により、2020年に延期となり、2021に再開される見込みです。学生たちは、革新的でインパクトのあるソリューションを開発することに挑戦し、最も有望なソリューションにはスポンサーがついて実行に移され、学生たちには収益性の高いビジネスを立ち上げるチャンスが与えられます。
スペインでは、従業員にいくつかのNGOに寄付金を提供する機会を設けています。Exit Foundationが組織する、学校から退学した社会的に恵まれない青少年を支援する企業ボランティア**「The Coach Project」**への参加を従業員に促しています。これは、地域社会との繋がりを強化するとともに、社会へ還元するという当社のサステナビリティ戦略の一貫となります。

■Purposeful brands

私たちは、ブランドの力で「Growing for Good」を実現します。
英国では、Lucozade Sportのブランドが広く活用されています。同ブランドは、女性の国際サッカーチーム「The Lionesses」のスポンサーとなった最初の清涼飲料ブランドとして、チームメンバーを取り上げた限定ボトルを製造しました。女性チームを取り上げた新しいTV広告には、男性チーム向けのキャンペーンと同じレベルの広告費が割り当てられました。このスポーツに対する支援活動は、多くのマーケティングおよびスポーツ業界で多くの受賞に輝きました。

Our SELVES

コロナ禍の中、もっとも私たちの飲料を必要とする人々の手元に届くように真摯に努力を続けました。職務を果たすためのリフレッシュメント、水分・エネルギー補給源として、病院、フードバンク、介護施設、ホームレス支援施設、緊急救命士、警察などに飲料を提供しました。その数は、ロックダウンが開始してから200万本に上ります。飲料の寄付の他に、最前線で働く医療従事者に普段SBFEの工場で使われる個人用防護具を寄付しました。世界的な防護具の不足の中、力になれることをうれしく思います。
スペインでは、もっとも恵まれてない人々に金銭的な支援を行う3つのプロジェクトを通して給料の一部を寄付し、セーブザチルドレン、UNICEF、CRUZ ROJA RESPONDEにあわせて8000ユーロ近くもの寄付となりました。フランスでは、社内CSRサイトを設置し、もっとも恵まれてない人々を支援するスクール・ポピュレール等のパートナー NGO向けの寄付金を募りました。



■Inclusive and flexible

人は最大の資源です。当社は、従業員の健康なライフスタイルを奨励および促進しています。コロナ禍により、従来のオフィスでの仕事の様式がままならなくなりました。当社も、従業員と綿密な協議を行い、従業員ニーズに応えるためにSBFE全体で新しいフレックス勤務方針を制定しました。

■Diversity and Inclusivity

当社は、ダイバーシティとインクルージョンが、多くの従業員が関心をもつ重要な課題であることを認識しています。当社を構成する従業員やサプライチェーンにおける性別、民族、年齢、障がい、社会的背景や、出世の機会、企業文化、風通し、柔軟性、業務慣行などがその要素に含まれます。
当社は、組織としてさらなる取り組みの必要性と余地があることを認識し、2020年をダイバーシティとインクルージョンを推進する年としました。そのため、2020年にCEOが手動するD&Iタスクフォースを立ち上げました。全地域から各部署と役職を代表する70名の従業員で構成されており、主な課題やリスクと機会の抽出において重要な役割を果たしました。また、従業員や事業における課題などを議論する場としても機能しました。

■Accountable for our value chain

信頼を築くことは、自分や他人が持つ許容範囲を広げること、そして常に相手に敬意もって行動することです。当社の「現代奴隷法に対する声明」には、事業やサプライチェーンで奴隷状態や人身売買が発生しないようにするための対策が打ち出されており、私たちは今後も継続して取り組んでいきます。SEDEXのアセスメントとともに、私たちは、サプライチェーン全体でのセキュリティと透明性の向上に努力し、私たち自身と協力企業の基準を高く維持します。

■Ethical employer

サントリーの価値観の中心にあるのは、誠意をもって働くというコミットメントです。私たちは、常に誠実で明朗、かつ公正なやり方で事業を行っているという評価に大きな誇りを感じています。そのためにも、コンプライアンスなどのトピックに関する教育を行って全従業員に関連法と責任を周知しています。

2020年に、英国の全従業員が贈賄および汚職の研修を受け、さらに営業担当やサプライチェーン担当の多くは現代奴隷に関する特別教育も受けました。

スペインでは、従業員の健康と安全の向上を目的として、すべての役職レベルでのコミットメントと全従業員の参加に焦点を置き、「禁止」の意識を変える取り組みを推進しています。Vision ZERO、道路安全計画、応急処置トレーニングやEnjoyable Wellness/Working（楽しいウェルネス/仕事）など、社会にも影響のあるさまざまな取り組みに反映されています。
フランスではPlay Safe（リスク回避）というトレーニングを通して、リスクに直面した際の対処方法を学習し、全員が安全に貢献できるよう取り組んでいます。

Suntory Beverage & Food Asia

サントリー食品アジア

・BRAND'S Suntory
・Suntory PepsiCo Vietnam Beverage
・Suntory PepsiCo Beverage Thailand
・Suntory Garuda Group

本社所在地	18 Cross Street, #12-01/08, Cross Street Exchange, Singapore 048423
設立	サントリー食品アジアは、サントリー食品インターナショナルの完全子会社で、飲料事業と健康食品事業の2つの事業をアジア太平洋で統括しており、多くのブランドが各国の市場で確固たる地位を築いています。
事業内容	アジアにおける飲料、健康エンリッチメントの製造・販売
ホームページ	https://suntorybeverageandfoodasia.com/



主なサステナビリティ活動

■サステナブル経営の推進

SBFAのサステナブル戦略

SBFAは、自然や社会と響きあい、持続的な成長を遂げることを目指しています. サステナブル経営を推進し、地域社会に貢献することを最優先としております。 私たちにとって「Growing for Good」は、従業員と価値観にとって重要なものです。お客様に最高品質の商品やサービスを提供に努めるとともに、文化、生活、世界的な持続可能な環境の発展に貢献に尽力しています。私たちは、お客様、ビジネスパートナー、従業員、地域社会と建設的な関係を築く事が人、地球、利益のバランスを保つ上で必要だと考えています。

Code of Ethical Conduct

サントリー食品アジアは、コーポレート・ガバナンスに高い基準を設定しています。また、コーポレート・ガバナンス関連の法律を遵守しており、事業活動は幅広く、経験豊かな経営陣によって先導されています。独占禁止、腐敗及び利害関係に関する方針に基づき、全従業員は研修をうけて自らの行動の責任について学びます。サントリー食品アジアの行動規範は、全従業員の日々の判断基準となっております。

品質保証

サントリー食品アジアは、ベストプラクティス企業を目指す取り組みの一環として、グループ品質・統括部門を立ち上げました。両部門の使命は、研究、企画、開発、調達、登録、生産、流通、販売、消費のすべてのプロセスを通して関連法規に基づいた、最高の商品とサービスをお客様に提供することにあります。これはサントリー食品アジアの使命、企業理念、ビジョンに沿っており、グループ全体に一貫して浸透している原則、方針、基準が手引きとなっています。これらの原則、方針、基準は、以下の領域に重点を置いています。

・Customer Focus : お客様重視
・Enhanced Innovation : イノベーションの強化
・Risk Management : リスクマネジメント
・Essence of Lean, Clean & Green : 無駄がなく、清潔で、環境にやさしい
・Brand Image & Reputation Protection : ブランドイメージと評価の維持
・Ownership, Shared Responsibility & Accountability : オーナーシップと説明責任
・Strategic Partnership : 戦略的パートナーシップ

グループ品質・統括部門は、サプライチェーンのさまざまな機能や管理職と連携し、品質管理に関連するしくみを構築しており、よりよい組織と品質管理のもと、部門を超えたグループ全体で最高品質を実現しています。

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

お客様満足の追求

サントリー食品アジアでは、お客様とのよりよい関係を維持することをマーケティングの基本理念としています。その一環として、すべての地域で、CRM（顧客関係管理）システムを運用し、お客様ニーズを把握するとともにお客様満足の向上につなげています。当社が管理する顧客データは数百万名以上に達し、なお増え続けています。データベースから、お客様と直接コミュニケーションを図るなど、より交流を深めながらブランドへの親近感を高めています。

Keeping Customers Safe

ブランズ サントリータイ(BSTL)はタイの高速道路交通警察隊と協力し、年末の自動車事故を減らす目的の「Don't Drive Drowsy, Rest and Drink BRAND'S」（居眠り運転禁止。休んでBRAND'Sを飲もう）キャンペーンを12年以上行っています。タイの年末は、長い休暇を使い多くの人がバンコクから里帰りや旅行する時期で、事故がもっとも起こる時期です。ドライバー達に居眠り運転防止の注意を喚起するために、BSTLは年末にBRAND'S Essence of Chickenを各県の高速道路交通警察署やチェックポイントに提供しています。ドライバーが運転中に疲れを感じた時に、チェックポイントや提携しているガソリンスタンドによってストレッチやそこで提供されているBRAND'S Essence of Chickenを飲んでリラックスすることを促しています。安全運転への注意喚起するとともに、交通安全に貢献するこの取り組みはBSTLとって意味のある活動です。

ブランズ サントリータイは、アジアで展開する人気な健康商品「BRAND'S®（ブランズ）」と同様の栄養分を持ち、さらに新しい味と香りをプラスした「BRAND'S® We-Like」を発売しました。新しい味の香りのついたパッドを大衆紙の一面に載せ、地下鉄利用者すべてに配付するという革新的なアイデアで販売を促進しました。また、「BRAND'S®」を買うお客様にFacebookやインスタグラム経由で写真をアップロードしてもらい、賞品を獲得してもらうオンラインのフォトコンテストも実施しました。

「BRAND'S®」の新しい味と香りによって、料理に「BRAND'S®」を使うのを躊躇していた人にも受け入れられ、今後は従来とは異なる新しい考えや価値観をもつ10代や若い世代の新たなお客様の獲得にもつながると期待されます。



お客様との交流がデジタル化

コミュニケーションや会話の方法は、ここ数年間で劇的に変化しました。こうした変化から、お客様との交流や商品のブランディング方法に新しい視点を取り入れています。私たちは徐々に、伝統的なメディア媒体によるキャンペーンから、デジタルマーケティングに注力し、デジタル世代の顧客層へと展開していきます。

デジタル化によって、よりお客様との距離を縮められる可能性があり、このチャンスを活かしてデータ分析とデジタル技術を駆使したお客様との交流方法を実践することにより、お客様のライフスタイルをいち早く把握していきます。また、デジタルマーケティング力を強化し、お客様との関係を維持しながら魅了し続けることで、ブランドに対するロイヤリティを構築し持続可能な成長を達成していきます。





初の3DのARインタラクティブゲームに
感動するお客様

ビジネスパートナーとの関わり

サントリー食品アジアは、CSR活動におけるベストプラクティス企業を目指す活動の一環として、ビジネスパートナーと協業し、人権、労働基準、環境保全などの社会的責任を各自が果たすことに取り組んでいます。これによって、サントリー食品アジアのビジネス活動だけではなく、ビジネスパートナーのビジネス活動も持続可能になると考えています。また、地域調達方針も策定し、調達活動やサプライヤーの選定におけるガイドラインを設けています。

自然と響きあう
～環境～

■環境への取り組み

ISO14001認証を取得

サントリー食品アジアは12カ国に22の工場を有しており、ほぼすべての工場がISO14001（環境マネジメントシステム）とISO22000（食品安全マネジメントシステム）の認証を取得しています。特にベトナム、タイ、マレーシアに設立した最新工場は、環境に配慮した機能を設計段階から組み込み、運営にも活かしています。アジアでは、すべての事業がISO14001とOHSAS18001（労働安全衛生マネジメントシステム）の認証取得に向けて取り組みを進めており、良好な環境マネジメントを維持しつつ、さらなる改善を目指しています。

工場での取り組み

サントリー食品アジアのオーストラリアの工場は、DUES（Department of Utilities, Energy and Sustainability）とともに、資源の使用量削減とリサイクルに力を注いでいます。
現在は、スタッフ啓発プログラム、液体廃棄物処理方法の改善、下水使用量の削減、水を使用しないボトルコンベヤー注油法の試験導入などを進めています。また、環境に影響を与える包装廃棄物の削減にも取り組んでいるほか、当社は2000年にオーストラリアの包装協定「National Packaging Covenant」の方針への支持を表明しています。使用済みのパッケージ廃棄量の削減、生産プロセスの効率化、パッケージ材料の再利用やリサイクルによる資源の節約等の取り組みを通してパッケージに関わる環境への影響を最小限に抑えています。近年オーストラリアでは、パッケージに関わる環境への影響をさらに抑えるため、デザイン、リサイクル、製品管理責任の具体的な目標を打ち出した5カ年計画を設定しました。ニュージーランドではCerebos Gregg's(セレボスグレッグス）がパッケージの機能、資源利用の効率化、環境影響の少ない材料の使用、ライフサイクルの終わりへの配慮に焦点を当てたパッケージの製品管理責任スキームに参加しました。

環境に配慮したサステナブルな工場が完成

2017年6月にベトナムに開設した最新の工場は、2Eの理念（環境配慮、従業員のやる気）に基づいて設計されました。環境配慮に関しては、新しい排水処理のベンチマークを設定し、生産で使用する水の70%を排水する前に処理しています。工場は全てLED照明を利用するとともに、ロッカールームや食堂で使用される温水は太陽光発電で行っています。また、従業員のニーズも考慮され、円滑なコミュニケーションと効率性を可能としたモダンで洗練された職場環境になっています。工場内には、技術文書やスキルブック等が所蔵された中央図書館があり、従業員が休み時間に利用できます。

2010年に開設したタイとマレーシアの2つの新工場は、環境にやさしく、エネルギー効率のよさが特徴です。太陽電池、省エネ型電球、自然採光、ボイラーやクーラーを管理する省エネユーティリティシステムと、生産ラインで使用した水を衛生システムに再利用するしくみなどを取り入れています。この2つの工場はGMP（工程設計）、ISO9001（品質マネジメントシステム）、ISO14001（環境マネジメントシステム）などの国際基準の認証を取得しています。さらに、タイ工場はOHSAS18001（労働安全衛生マネジメントシステム）も取得しています。サントリー食品アジアは、今後も環境負荷低減に向けた取り組みを推進し、持続可能な未来に向けて、地域社会とともに成長し続けます。



ベトナム国クアンナム省の新工場



タイの工場での「Bird's Nest」のボトリング工程

自然を通した次世代教育

タイのBRAND'S®ジュニア・チームは、タイ環境教育センター（Environmental Education Centre Thailand）と協力し、科学を通して自然に対する意識を向上させるキャンプ体験プログラムを立ち上げました。実体験と実験を行い、参加した子どもたちに自然の探求を促しています。このプログラムでは、無脊椎動物の観察を通して水質を判断する方法を学ぶ等水の保全に関わる活動や、ハイキングで森に住む動植物について学ぶことができます。また、水資源管理に関わるフィールドリサーチにも参加します。この活動は、サントリーの水理念を体現するだけでなく、参加する子どもたちの問題解決能力や、自信を高めることも目指しています。

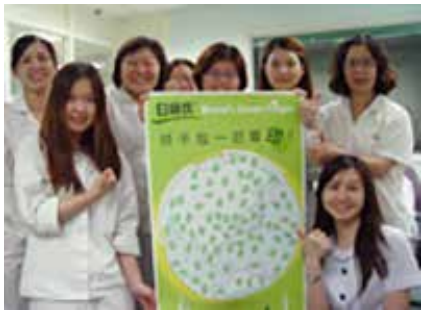


キャンプで水の保全活動に参加する子どもたち

廃棄物削減のプログラムを導入

サントリー食品アジアのシンガポール本社オフィスでは、2010年に廃棄量とリサイクルプログラムを導入し、10.4トンの紙と2.97トンのガラスのリサイクルに成功しました。取り組み開始から5年目には、新たに廃棄物を紙、プラスチック、ガラスの3つに分別するシステムを導入しました。色分けしたサインをゴミ箱に貼り付け、容易に識別、分別できるようにしています。2015年第4四半期の開始から、2,030kgの紙、プラスチック、ガラスがリサイクルされています。

シンガポールオフィスで実施された廃棄物削減とリサイクルプログラムの導入成功に続き、台湾でもこのプログラムを実施することになりました。現在、台湾ではエコなライフスタイルが奨励され、全従業員が日々の活動から取り組みを始めており、コンセントをこまめに抜く、両面印刷をする、空調の温度管理をする、といった環境に配慮した数々の省エネ活動を続けています。「小さな努力の積み重ねで、地球環境の保全に貢献できる」というメッセージは従業員一人ひとりに届き、環境に対する理解が進み、このプログラムは大きな成功を収めました。 現在も従業員に毎月エコアイデアを提案し、環境保護のためにできることを続けています。



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

地域に根ざした社会貢献活動

サントリー食品アジアが社会的に信頼される企業であるために、地域貢献は重要な要素です。日頃から従業員とその家族、恵まれていない人たちの生活がより豊かになるよう、革新的で意義のある活動を提供する機会を探しています。当社の活動は健康･教育･スポーツ･芸術など幅広い分野に貢献しています。

地域の取り組みへの支援

ブランズ サントリータイでは、タイの人々にBRAND's® Bird's Nest 母の日キャンペーンを通して、ソムサワリー王女が後援するQuality Mother Foundationが設立した小児がんの支援団体（Children Cancer Foundation）への支援を促しています。これは私たちの子どもたちがタイの将来を担う存在であり、治療を受け、完治し、日常生活を取り戻す機会を可能な限り得るべきと認識しているからです。さらに、BRAND'S®は、白血病と戦う女の子とその母親が骨髄を提供した事例のテレビCMを制作しています。

夢をはばたかせようー「台湾の子どもたちの可能性を引きだそう」をブランズサントリーが支援

ブランズ サントリー台湾は、「台湾の子どもたちの可能性を引きだそう」プロジェクトを立ち上げました。これは、学校を基点とした「創造性の開発」プログラムと、全国展開している「Hope in a Bottle（ホープ・イン・ア・ボトル）」プログラムという2つのプログラムで構成されています。この取り組みは、身体的・精神的・知的潜在能力を引き出し、夢の実現を支援することにより、台湾の子どもたちの生活に、よい変化をもたらすことです。



「Hope in a Bottle」プログラム参加者

「創造性の開発」プログラムでは、経済的な理由から学業的支援が必要な台湾の学校に、芸術と創造性を重視したカリキュラムを提供しています。セレボスのボランティアスタッフも、地域や文化に関連する色やモチーフ、建築様式について学ぶ1日がかりのプログラムに毎週学生とともに参加し、学生個々のアートプロジェクトやさらにスケールの大きな地域のアートプロジェクトに発展させています。

「Hope in a Bottle」は、学生個人やグループに対し、コミュニティに有意義な影響を与える企画を彼らが考えることを通じて、大きな夢を抱くことを支援する全国的なプログラムで、BRAND'S®サントリー台湾は助成金を提供しています。また、BRAND'S®サントリーが主催する「Hope Coaches（ホープ･コーチズ）」や「Hope Team（ホープ･チーム）」のボランティアが学生たちにガイダンスを行い、プロジェクトや夢の実現を果たした学生チームから学ぶ機会を提供しています。

次世代のニーズに焦点を当てることで台湾にサステナブルで活気のあるコミュニティを創出するという当社の長期的な取り組みが、このプログラムを通じて実証されています。

模範的CSRとして評価

サントリー食品アジアのCSR活動はアジアで高く評価されています。最近では、シンガポール健康科学局から「Excellent Stakeholder and Partnership Award」、またシンガポールHRインスティテュートから「Leading HR Practices Award」など、企業の社会的責任に関する賞を授与されています。



また、国連グローバル・コンパクト・ネットワーク・シンガポール（GCNS）とアジアの現地ネットワークと強固なパートナーシップを結びました。CSRに関する牽引役の立場を確立し、GCNSの年次サミットでも大きく取り上げられました。最近では、ASEAN CSRネットワークの地域ビジネスインテグリティ会議にパネルスピーカーとして招待され、アジアにおける良き企業市民として認められています。



2015年に、セレボスは初めてサステナビリティレポートを発行しました。レポートでは、セレボス・グループが近年取り組んでいる活動の概要とともに、持続可能な組織を目指す上での取り組みも紹介しています。セレボスは、アジアサステナビリティレポートアワード2015でアジアの初めて発行したサステナビリティレポートのカテゴリーで最終候補の1社に選ばれました。

世界各地で多様なCSR活動を展開

2016年11月に、各地域で初めてのチャリティーセールを行いました。シンガポールの本社を先頭に、各子会社もそれぞれの地域社会に貢献するために同様のチャリティーセールを行いました。香港、インドネシア、マレーシア、台湾、タイ、ベトナムのオフィスは、「Growing for Good」に沿った子ども支援やフードバンク独自のチャリティ組織を支援しました。

サントリー食品アジアは、タイの大学入試を控えた学生の受験勉強を支援する「BRAND'S®サマーキャンプ」など、長期的なボランティア活動に参加しています。BRAND'S®サマーキャンプは、25年以上続いており、大学入試を支援した学生が50,000名を超えました。この活動は、2014年にBRAND'S®ブレーンスタディキャンプとしてミャンマーの首都ヤンゴンに広がり、入学試験また、シンガポールの従業員は、援助を必要とする子どもたち100名をセレボスのクリスマスパーティに招待し、子どもたちのためにプレゼントを贈ったり、特別なプログラムを通して楽しみました。さらに、ボランティアスタッフが、シンガポールの恵まれない家庭に4,000食を届ける大規模な料理イベントに参加しました。



タイのBRAND'S®サマーキャンプ



「ザ・ストレイト・タイムズ・スクール・
ポケット・マネー・ファンド」による
サントリー食品アジア・クリスマスパーティ



料理イベントに参加し、ランチを
料理し配ったサントリー食品アジア



ミャンマーでのBRAND'S®
ブレーンスタディキャンプ

BRAND'Sサントリー台湾は、2017に5つの医療関係団体を支援し、医学生が運営する「健康診断と健康的な食生活」と題するチャリティープログラムを発足しました。地方に住む500 人もの子どもたちに健康診断や医療に関する相談を行う機会を提供しました。従業員ボランティアも、子どもたちに健康的な食生活に関して教え、BRAND'S® Essence of Chickenを健康をサポートする食品として提供しました。



BRAND'Sサントリー台湾の活動に参加した地方の子どもたち

各地域での活動

・シンガポール

BRAND'S®は「BRAND'S® Funi val(ファンニヴァル)」の期間中、ワールド･ビジョン・インターナショナルと提携し、「BRAND'S® Essence of Chickenを飲んで、寄付をしよう」という慈善募金活動に従事しました。買い物客は1シンガポールドルで「BRAND'S® Essence of Chicken」を購入し、慈善活動という大義のためにその場で飲むという趣旨の活動です。S$2,000以上が寄付され、開発援助や緊急人道支援に取り組む国際NGO「World Vision International（ワールド･ビジョン・インターナショナル)」に贈られました。この寄付金は、弱い立場にある子どもたちが巻き込まれている世界の貧困問題に、将来積極的に取り組んでいくワールド・ビジョンのユース使節団を育成するための資金となります。



ワールド・ビジョン・インターナショナルへの
募金活動のBRAND'S®の
ボトルキャップコレクション

・マレーシア

マレーシアで開催された「Smart Achievers Campaign（スマートアチーバーズキャンペーン)」では、研究と課外活動両方に秀でた学生を表彰しました。また、「Cerebos Charity Warehouse Sales（セレボスチャリティウェアハウスセールス)」を開催し、14日間にわたる「BRAND'S®キャンペーン」と合わせて、災害救助に対する寄付と助成を呼びかけました。

STSPMFを企業チャリティに設定 and ChildAid Asia Concerts

サントリー食品アジアは、慈善募金基金「STSPMF（The Straits Times School Pocket Money Fund）／ストレーツ・タイムズスクールのポケットマネー・ファンド」創設メンバーとして、2000年の創設以来、継続して協力を行っています。この団体の活動趣旨は、収入の低い家庭の子どもたちが、文房具などを購入できずに学校に通っていることを、世間にもっと知ってもらうことです。STSPMFは子どもたちに対し、給食費、バス代や文房具代などの援助を行っています。援助を受けた子どもたちの数は、2015年時で合計14,000名を超え、支援金の総額はS$520万に達しています。



SBFAが2005年より支援を続けているChildAid

サントリー食品アジアは、ストレーツ・タイムズとビジネス・タイムズが2005年より主催するシンガポールで毎年行われる最大の子ども向けチャリティーコンサートのChildAidを長年支援しています。これは、「STSPMF」と、体系だった芸術教育と、才能を発展させる機会を提供する「ビジネス・タイムズ・バディング・アーティスト・ファンド」を支援する活動です。ChildAidの成功に習い、他にも東京、クアラルンプール、ジャカルタ等アジア地域で音楽やダンスで恵まれない子どもたちへの寄付を募る同様のコンサートが開かれました。サントリー食品アジアは、ChildAid のコンサートのスポンサーとして、この地域の子どもたちの芸術面の才能をサポートすることを誇りに思っています。

■ワールド・ビジョン・インターナショナル

BRAND'S®は、参入するアジア市場すべてで「良い方向に変える」ことをテーマに恵まれない子どもたちの支援をしています。そのために、ワールド・ビジョン・インターナショナルと共同し、S$180,000を募るともに、180名の子どもを支援しています。募った寄付金はすべて各地のワールド・ビジョンの受益者に配布されました。コミュニティや支援している子どもごとのニーズに合わせ、清潔な水、学費の支援を通した教育、学校の資材や教師の教育、よりよい栄養や医療を提供しています。



サントリー食品アジアの従業員と
ワールド・ビジョンの受益者（ボークレア、タイ）

地域コミュニティ向け新型コロナウイルス支援

SBFAは、地域コミュニティ向けに新型コロナウイルス対策支援を積極的に行っています。

ブランズ サントリータイは、7千本以上のBRAND'S® Essence of Chickenをバンコクとチョンブリの病院で働く最前線の医療従事者に提供しました。また、3万本以上のBRAND'S® Essence of Chickenをタイの首相に提供し、タイ国内にある900か所以上の検査所で働く国家公務員に分配されました。



タイの首相に寄付するブランズ サントリータイ

ブランズ サントリータイは、医療従事者、中央政府及び各地行政の公務員、運輸業界、隔離ホテルなどを対象に、免疫力を高めるためのBRAND'S® Essence of Chickenを数万本提供しました。ブランズ サントリー香港は、3千本以上のBRAND'S® Essence of Chickenを医療施設で働く医療従事者に提供しました。

ブランズ サントリミャンマーでは、BRAND'S® Essence of Chicken and BRAND'S® Bird's Nest のカートンや医療用マスク、消毒液をヤンゴン、マンダレー、ホウポーンの病院や隔離施設にいる隔離者、医療従事者、ボランティアに提供しました。

シンガポールのSBFA本社は、オンラインチャリティオークションを開催し、最初にシンガポールで新型コロナウイルスの被害をうけたLee Ah Mooi老人ホーム向けの寄付金をSGD25,500募りました。役員や従業員からの寄付でSGD20,500に上り、SBFAとしてさらにSGD5,000を寄付しています。

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

サントリー食品アジアは、ビジネスの成長には優れた人材が不可欠であるとの考えから、あらゆる階層で活発なリーダーシップを重視しています。サントリー食品アジアは、「最もエキサイティングな企業、最も学ぶべき組織、最も必要とされる会社、そして最も給与の高い企業」となることを目指しています。商品革新、研究開発、お客様との強固な関係により、このビジョンの実現を目指します。
サントリー食品アジアは、「GfW（Grow from Within ／内部からの成長）」戦略を開発しました。GfWは、サントリー食品アジアの従業員の潜在能力を引き出し、サントリー食品アジアの成長を目指した戦略的意思決定権を従業員に与えることで、ビジョンの達成を支援するものです。

人材の開発 - Heart of Performance

GfW戦略の基盤であるこの取り組みは、社内からリーダーを育成するために、コーチングのアプローチを用いて、サントリー食品アジアの管理職全員にスキルを習得させることを目指しています。サントリー食品アジアのリーダーはそれぞれのマネジャーのどのスキルを育成させるべきか見極め、必要なツールを提供します。ラインマネジャーや上級・最高経営幹部の支援に向け特別に考案された「Heart of Performance」は、パフォーマンス力とリーダーシップ力の開発を図ります。

人材の開発 - SBFA-NUS リーダーシップ開発プログラム（LDP）

LDPは、サントリー食品アジアの将来のリーダーであり、成長の牽引役となる中間管理職向けプログラムです。このプログラムには、クアクアレリ・シモンズ社による世界大学ランキングで、2019年にアジア1位になったシンガポール国立大学（NUS）との連携プログラムも含まれ、5カ月間にわたるリーダーシップ開発プログラムをサントリー食品アジア向けにカスタマイズしています。LDPの基盤となっているのは、リーダーシップ能力と戦略的な優先順位づけができる能力です。LDPは、学習を参加型で有意義なものとするようにしています。

人材開発：SBFAサプライチェーン・リーダーシップ開発

サントリー食品アジアは、事業におけるサプライチェーンの重要性を認識しており、シンガポールマネージメント大学と協力して、2018年に5日間にわたるサプライチェーン･リーダーシップ開発プログラムを作りました。このプログラムでは、リスク管理、持続可能性、データ分析、デジタル化などのサプライチェーンに関することを学びます。地域の参加者とサントリーの今後10年間のサプライチェーン戦略を作り上げることを課題としてあげられるとともに、実際いくつかのプロジェクトにチームで取り組みました。その後、経営層が参加する発表会で考えた提案を共有しました。このプログラムは、SBFAのサプライチェーンにおける課題や機会を提起するもので、次世代のサプライチェーン・リーダーを発掘することを目指しています。

サントリーグループの理念の推進

SBFAは、サントリーグループの理念を現地向けのアンバサダープログラムを通して積極的に推進しています。例えば、SBFAマレーシア（SBFM）とブランズ サントリーマレーシア（SBFM）が合同でマレーシア初のアンバサダープログラムに参加しました。サントリー大学の協力のもと、SBFA、SBFM、BSMYの各人事部が共同で開催され、参加者はサントリーの創業精神やOne Suntoryの精神について学びました。



マレーシアのOne Suntoryアンバサダープログラムにて

従業員の成長を支援

サントリー食品アジアのビジョンであるアジア・太平洋地域で最も優れた健康食品・加工食品会社になるため、従業員、お客様、および株主のために価値を創造するため、従業員の成長を支援しています。

長年にわたり、当社は従業員とつながり、従業員の声に耳を傾けるプラットフォームとしくみを確立してきました。サントリー食品アジアは、従業員調査、半年ごとのタウンホールミーティング、管理職との対話を実施しています。これらの機会で、従業員に人事問題に関する疑問を解消したり、考えや問題と感じている課題を共有したりする機会を提供します。

このように、従業員が経営幹部と距離を縮め、交流する機会をもつことで、人として魅力的で気力あふれる従業員育成の一助となっています。

従業員のボランティア活動を支援

サントリー食品アジアは、従業員が社会と共生するため、サステナビリティ戦略を職場とライフスタイルに組み込んでいます。「健康委員会」（現在の名称：クオリティワークライフ委員会）を設立し、各部署から代表者が参加し、従業員の関心に応じたさまざまな活動を行っています。委員会メンバーは、毎年炊き出しや教科書・文房具を恵まれない子どもたちに提供するなどの地域貢献活動・ボランティア活動など、従業員の創造力や興味を促すさまざまな企画を立案・実施しています。

また、サントリー食品アジアは従業員に時間を使うかたちのボランティアの機会も提供しています。シンガポールではボランティア休暇を使い、慈善団体を支援することができます。

健康的な行動で社会に貢献

2019年は、サントリーホールディングが主催するグローバルOne Suntoryウォークイベントでビームサントリー、サントリー食品インターナショナルと連携してOne Suntory Active Day をシンガポールで開催しました。3社が連携して行うこの新しいイベントは、One Suntoryとして各ステップで環境に貢献することを目的としています。



2015年に、BRAND'Sサントリー・アジアは公正雇用慣行のための三者連合が発行する本で、優良ワーク・ライフ戦略のトップ50リストに含まれました。先進的な職場の慣行により、より多くの従業員が生産性に貢献しながら、健康的でアクティブなバランスの取れた私生活を過ごせています。

BRAND'Sサントリー・アジアは、本の従業員に積極的にレクリエーションやボランティア活動に参加するように促す組織を取り上げる「Play」セクションで特集されました。

また、BRAND'Sサントリー・アジアはシンガポール全国労働組合会議、女性開発事務局、公正雇用慣行のための三者連合が祖組織する「Mums SG50 Special Award」で最優秀企業に選ばれました。この賞は、法令で求められる以上の柔軟なワーク・ライフ手当を従業員の人生やキャリアに応じて提供している企業を表彰するものです。

PT Suntory Garuda Beverage

サントリーガルーダ・グループ

本社所在地	South Quarter Tower C, 3rd floor. Jalan R.A. Kartini Kav.8. Cilandak Barat. Jakarta Selatan 12430. Indonesia
設立	2011年7月
事業内容	清涼飲料の製造・販売



「Growing for Good」ー 目的を持った持続的な成長

社会と環境に貢献することによって、より良い明るい未来を創り、常にコミュニティに還元する企業に成長します。



～お客様と響きあう～

■安心・安全・高品質な製品の提供

Okkyは、若者がいつでもどこでも楽しめるRTD飲料です。Okkyゼリードリンクには、インドネシア産の天然海藻をつかっており、歯ごたえがあるナタデココが入ったフルーツフレーバーのさわやかな美味しい飲料です。Okkyは、厳選された天然の材料を使用したゼリーパウダーとナタデココが含まれています。両方の材料の品質は気候と季節の影響を受けるので、一貫した品質、食感、そして味を保つには保管と調理プロセスでの取り扱いには細心の注意が必要です。
Okky容器には、1つ1つがSGBの厳格な品質管理基準を満たしたものが使用されています。

Mounteaは、2005年にインドネシアで発売されたお茶飲料の先駆けです。どのMounteaの種類も、天然の茶と爽やかな果物のフレーバーが調和され、上質な体験を提供します。2017年にはMountea Big Teh Manisを発売しました。Mountea Big Teh Manisは、無添加の甘味を使用した、程よい甘さの本格的なお茶の味を提供しています。洗練されたデザインと透明なカップにより安心感も提供しています。Mounteaは、お客様の「特別」を提供するお茶です。

インドネシアの人々に愛される定番のお茶になるため、2019年にMyTea Teh Pociを復活させました。MyTea Teh Pociは、馴染みのあるティーポットのお茶の安らぎと本格的な味を提供しています。厳選された上質なウーロン茶葉を最適な温度で処理することで、高級なお茶の香りとしっかりした口当たりとすっきりとした後味を実現しています。2021年には、爽やかで美味しいMyTea Plusを発売しました。MyTea Plusには、脂肪の吸収を抑える、ウーロン茶葉から抽出されたOTPPが含まれています。

Good Moodは、サントリーの技術を活用した水と天然の恵みからなる飲料です。
果汁と天然素材を使った透き通るの水は、口に広がる味で気分をリフレッシュさせます。Good Moodは、保存料、着色料、甘味料を一切使用していません。

■イノベーション：バリューチェーン全体でのコスト効率、製造の最適化とイノベーションの推進。

SGBは、「KAIZEN」の精神の基、工場内のすべての機能部門で現場改善に取り組んでいます。この取り組みでは、顧客視点と生産性という観点で、無駄を排除することでコスト削減と効率化を図っています。現場改善は、プロセスを改善し、無駄を省くための日本の概念であり、サステナビリティを推進するための素晴らしいモデルとなります。



現場改善の取り組みのひとつ「ピザゲーム」を通して、お互いの価値観を共有し、力をあわせることの重要性を学ぶ機会を提供しています。

■楽しさと爽快さ：ユニークでプレミアム、そして自然で健康的な製品による新しい価値創造。

一年を通してトロピカルな気候のインドネシアの飲料市場では、約50%がボトルドウォーターです。その中でも、必要な水分を補給すると同時に天然のフルーツフレーバーを楽しむことのできるフレーバーウォーターの消費がインドネシアの若年層の間で広がりつつあります。2016年、SGBでは、フレーバーウォーターが主要な市場トレンドであると捉え、日本のサントリーの技術と専門知識を活用してGood Moodの開発が開始されました（Good Moodは現在、インドネシアで最も愛されるフレーバー・ボトルドウォーターに成長しています）。



ハニーレモン、ストロベリー、カシス、そしてヨーグルトのフレーバーをラインナップに揃えるGood Moodには保存料、合成着色料、合成甘味料が含まれていないので、他の多くの清涼飲料水に比べて、より自然な味わいとなっています。また、持ち運びに便利な握りやすいデザインを採用していますので、外出先でもお楽しみいただけます。

Good Moodは、飲料の消費の新しいライフスタイルを創造するというサントリーの伝統が反映されています。

～自然と響きあう～

パッケージの少量化と品質向上
廃棄物の削減
水へのリスペクトと水の保護

■パッケージの少量化と品質向上：世界最軽量のホットペットボトル

Nitro-Hot Fill（熱間充填）は、サントリーグループの先進技術で、SGBはPETボトルの製造工程で初めて採用されました。Nitro-Hot Fillは、プラスチック重量を23グラムから17グラムに削減する技術で、「MyTea」と「Good Mood」は、PETボトルとしては東南アジア最軽量となりました。Nitro-Hot Fillは、は、製品の品質を維持しつつ、軽量でリサイクルが容易な環境にやさしいパッケージです。



Clean Indonesia Movementの
公式飲料Good Mood

■廃棄物の削減：廃棄物管理に関する教育

地方自治体の支援の下、SGBは水をきれいにする当社の取り組みの一環として2019年より水育を開始し、リサイクルに関する教育も共有しています。分別収集したプラスチック廃棄物をリサイクルすれば環境を汚すことはありません。SGBは学校にプラスチックごみ専用のごみ箱を提供し、プラスチック廃棄物を定期的に収集しています。このイニシアチブは、学校環境を中心にWaste Bank（ごみ銀行）と呼ばれる資源回収方法の導入（市民が資源物をWaste Bankのオフィスに持ち込み、その代金を銀行のように預金できるシステム）活動の普及を進める政府のプログラムを目に見える形で支援するものです。

有機性廃棄物に関しては、学校の敷地に雨水浸透井戸を掘るための授業を雨水浸透井戸の開発者であるKamir R. Brata教授の主導で行っています。



プラスチックごみの分別を学ぶ生徒たち



学校の敷地で雨水浸透井戸作りを
学ぶ生徒たち

■水へのリスペクトと水の保護

SGBの生産プロセスは、きれいな水の選択と浄化から始まります。水は、標準化されたプロセスを通して最もきれいな水資源から採取されます。水の保全と節水をミッションに掲げるSGBは、インドネシアの著名大学の水理地質学者と協力し、インドネシア国内の生産拠点がある8つのエリアで水のサステイナビリティおよび脆弱性評価（SVA）の体系的なレビューを実施しました。

SVAでは、上流または水採取の領域における正確なデータを取得できます。この領域は、水源保全において非常に重要で、植樹や貯水池の設置を行っていく必要があります。

SGB社内では、環境基準と水を自然に戻す際の安全性を確保するために製造施設で廃水処理設備を稼働させています。さらに、水の使用量の少ない設備の選択や設備の改良に加えて、水の再利用と使用量の削減に取り組んでいます。




全てのSGB工場に導入されている廃水処理設備

～社会と響きあう～

コミュニティの支援と活性化
明確な意図のあるブランド
人材開発

■コミュニティの支援と活性化

地震、津波、洪水等の自然災害がおこる中、SGBはセーブ・ザ・チルドレンやインドネシア赤十字社といったNGOや政府機関と協力し、寄付金、サントリー製品の提供、被害者への精神的なサポート、医療支援、パル市にSuntory Temporary Learning Space（TLS）を建設して6歳から12歳の150人の子供たちが再び学ぶ機会を提供するなど、被害者に対して支援を行っています。困難な期間であっても、これらの地域が或る程度の回復を迎えることを祈っています。

コロナ禍の中、このような困難な時期を乗り越えるには、お互い助けあう事が不可欠です。その一環として、SGBは、医療従事者に感謝を表すために、個人用防護具を2000セットを寄付しました。また、インドネシアにおける大規模な社会貢献活動にも参加し、被害を受けたコミュニティに商品を寄付しました。



サントリーによるパル市の子どもの教育への支援に謝意を表す教育文化省長と校長先生



洪水後のルバックで無料の医療支援を提供



SJ182避難所と捜索拠点にGood Moodを提供



インドネシア医師会に個人用防護具を寄付



コロナ禍の中、
大規模な社会貢献活動に参加



南カリマンタンで被災した子どもたちに
精神的なサポートを提供

■水育

サントリーグループの一員として、SGBは、当社のビジネスの根幹に位置するとともに人の生活を支える貴重な資源である水のサステイナビリティを重視しています。

2019年2月、SGBは、若い世代にきれいな水と水資源の保全の重要性を教えるサントリー水育プログラムを開始しました。2019年の開始から、インドネシアの南スラウェシ州ゴワ、南カリマンタン州バンジャルバル、バンテン州タンゲラン、東ジャワ州シドアルジョ県、そしてジャカルタ首都特別州の6,500以上の子どもたちと1200人の教師が参加しています。
2021年には、アースデイと国民教育の日を祝うため、インドネシアの環境・林業省と新しいパートナーシップを結びました。この3年間のパートナーシップは、学校、関連団体、周辺地域の次世代に水の保全に関する教育を提供することを主な目的としております。



サントリー独自の水育プログラムは、次の世代に自然の美しさと水の重要性を気づかせるだけでなく、将来に向けて水資源を守るにはどうすればよいかを考える機会を与えることを目的としています。水育には、屋内と屋外の両方での実施する学習が含まれ、生徒たちはきれいな水の保全をさまざまな要素を学習することができます。

水育では、森林再生、水ろ過、雨水浸透井戸の活用などを通して、きれいな水を守る活動も紹介します。

＜インドネシアの水育＞



2019年にインドネシアで開始された水育

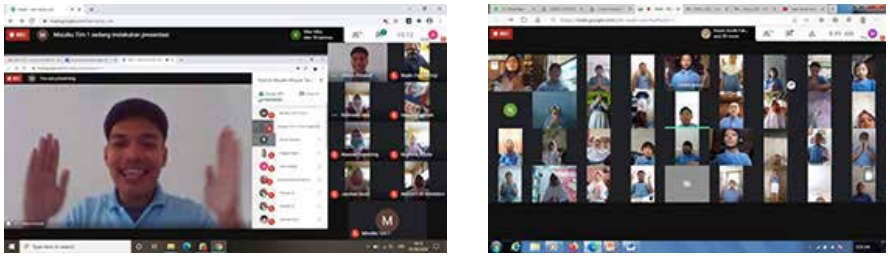


教師や校長向けの水育トレーナーを育成するクラス



水育で水の循環を学ぶ子どもたち

＜オンライン水育＞



コロナ渦中に開催されたオンライン水育

■人材開発：OKKYユースサッカーリーグ、工場見学、キャリアトーク

OKKYブランドから発祥しOKKYユースサッカーリーグ（OYSL）は、インドネシアンジュニアサッカーリーグ（IJSL）と協力して、インドネシアにおける才能豊かな子供たちを育てています。OYSLは、スポーツとしてゲームを楽しむことを常に重視しています。トーナメントを勝ち抜くことだけでなく、子供たちは友人を作り、最高のパフォーマンスを発揮できるように自由にプレイするよう指導されます。

OYSL 2017はジャボデタベックだけでしたが、OYSL 2018では対象地域がジャワの6つの主要都市に拡大されたので、参加チームの数は250にまで増え、同チームは2018年のSinga Cup（シンガポール・カップ）で優勝するまでに成長しました。興奮冷めやらぬ中、2019年、OKKYユースサッカーチームは2019年の Singa Cupでも優勝しました。

OKKYユースサッカーリーグの活動は、インドネシアの子供たちが「信頼できて賢く優しい人になるだけでなく、明るく幸せな雰囲気で育つ」ことを支援しているので、将来、OKKYからインドネシア代表チームになるプレーヤーが育つことが期待されています。青少年スポーツ省（Ministry of Youth and Sports）からの支援は、PTサントリーガルーダ･ビバレッジが、インドネシアのサッカー文化を育成するためのプログラムを継続するために不可欠です。





SGBは、小学生から高校生、そして大学生を対象としたSGBの工場見学も提供しています。参加者は、自分たちが日常的に口にする製品がどのように製造され、SGBで品質と環境保全がどのように位置づけられているかを学習することができます。さらに、ジャカルタのいくつかの有名大学と協力して、University Relations Program（URP）を開催し、キャリア、ビジネストレンド、プロフェッショナルスキルの開発などについて話し合う機会を設けてインドネシアの将来のリーダーの育成活動にも参加しています。







インドネシアの有名大学とのオンラインキャリア相談



SGB工場見学





SGB工場のバーチャル見学

～従業員と響きあう～

■多様性の尊重

インドネシアのサントリーガルーダ・ビバレッジ（SGB）の従業員の約90%がイスラム教徒です。ラマダン（断食月）の間、日の出から日没まで食物を口にしないイスラム教徒の従業員を支援するために、全社レベルで柔軟な就業時間が設けされています。始業時間を早めることや昼休みを短縮することができるので、従業員は8時間の就業時間を維持したまま午後4時半に退社できます。通勤ラッシュを考慮に入れても、断食が終わる午後6時には家族と一緒の時間を過ごすことが可能です。さらに、SGBでは、本社で働く従業員と製造拠点に勤務する従業員を対象とした共同イフタール（断食明けの食事）活動も開催されています。このイフタールは、従業員が交流する場としてだけでなく、調和と協力性に優れたチームを育成する機会でもあります。




SGBでの共同断食

■楽しさと感謝

SGBでは一丸となって献身的に働いていますが、楽しむことと健康も忘れていません。当社は、フットサル、野球、バドミントン、ジムを始めとするさまざまなスポーツクラスを提供し、健康に関するセミナーや定期的な検診も提供しています。健康に関するセミナーでは、従業員は健康リスクについて学習し、アクティブで健康的なライフスタイルに向けた取り組みを行うことができます。私たちは、当社のビジョンを実現するための最大の要因が健康であると考えています。




SGBの従業員トレーニングおよび研修を通して、高いスキルを有する人材が育成されています。リーダーシップセミナーからスマートフォンでの写真撮影ワークショップ、有機廃棄物の堆肥化の学習、水と環境保全についてのコンテストまで、従業員に対して、成長の機会と刺激を提供しています。2020年は、オンライン学習プラットフォームを導入し、従業員がいつでもどこでも学習し成長できるようにしました。今立ちはだかる困難な状況を協力して乗り越えていくためにも、従業員の成長とその能力を発揮できるように支援を行っていきます。



本社と全SGB工場が参加する
タウンホールミーティング



CEOとのコーヒーミーティング



「The Great Shifting」ワークショップの様子

SGBでは、一貫して優れた業績を上げ、優れた貢献度を示す従業員とチームをカテゴリ別に表彰しています。



また、SGBは、すべての従業員の才能と興味を高く評価しています。SGB Got Talentプログラムでは、すべての従業員を対象に、ダンスや歌唱、地域的な文化アトラクション、モダンビートボックス、そしてドラマ脚本まで、さまざまな優れた才能が開花しています。



全従業員での体操



SGB従業員による健康に配慮した
SGBの設立記念バーチャルコンサート



SGB Got Talent 優勝者による
伝統的ダンスのアスモロドノ

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



会社概要・理念

サントリー ペプシコ･ベトナム･ビバレッジ（SPVB）は、2013年4月にペプシコとサントリーホールディングスの間で戦略的パートナーシップに基づいて結ばれた100%出資の外資系企業で、ベトナムのホーチミン市1区ドンコイ通り88のシェラトンホテル5Fに本社があります。「やってみなはれ」と「利益三分主義」の理念を基に、持続的な発展目標、従業員やビジネスパートナーへの還元、事業を展開する地域へのコミュニティ貢献を行っています。

品質保証

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジの品質と安全品質方針は、サントリー、ペプシコ、ペプシリプトンの各グループやベトナム政府が定めた基準に準拠しています。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）に関連する検査を全拠点で実施しており、営業チームには品質に関する情報をお客様に伝えるための特別なツールを提供しています。

■お客様との関わり

お客様対応

お客様の満足を第一に考え、お客様からのご意見やご要望をお聞きするためのホットラインを設置しています。お客様の声は、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。近年、SPVBの営業チームは、「消費者が店舗のディスプレイに魅力を感じれば、それに比例して販売量も増える」という結論を導き出しました。この発見によりその後、実際の現場で営業スタッフによって冷蔵ディスプレイと商品棚にSPVBの主要商品を並べるという指標ができました。さらに、営業チームは、ポスターなどのディスプレイで商品がアピールされているかを確認することが必須となりました。



Neatly displayed visi-cooler (left) and rack

綺麗に並べられた冷蔵ディスプレイおよび商品棚

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、ペプシ、7UP、マウンテンデュー、Sting、Mirinda、Aquafina、リプトン、Revive、トロピカーナ、Twister、Tea Plusなど多彩なブランドを提供しています。ベトナムのお客様に、脂肪の吸収を抑えるOolong TEA Plusといった健康的な飲料の選択肢を増やし、健康に貢献する商品を提供すべく、商品の栄養価の改善に真摯に取り組んでいます。

TEA+ Oolong Tea

2013年にベトナムで発売されたTEA+ Oolong Teaは、ベトナムで先駆けとなる商品です。日本で30年以上愛されているサントリー烏龍茶の開発で培った技術を活かして作られたお茶です。ウーロン茶葉から抽出した脂肪吸収抑制効果のある天然成分「OTPP」を配合し、すっきりとしたおいしさを実現しました。烏龍茶に含まれるOTPPを最大限に抽出することで、烏龍茶のおいしさや花の香りはそのままに、より健康的な生活を提案します。発売から6年が経過し、TEA+は今やホーチミン市で1番人気の飲料となりました。今後2年で、南部でも1番人気を目指しています。



TEA+ Oolong Lemon

TEA+ Oolong Lemonは、烏龍茶とレモンの風味が混ざった特徴的な飲料で、2018年にベトナム市場初の商品として発売されました。リフレッシングな味とレモンのおいしさを提供するとともに、烏龍茶の成分であるOTPPで脂肪の吸収を抑えて健康的なライフスタイルをサポートしています。日本で30年以上愛されているサントリー烏龍茶の開発で培った技術を活かして作られました。



TEA+ Oolong No Sugar

ベトナムの消費者が糖分の摂取を控える傾向にあることから、ベトナムではヘルス＆ウェルネスがトレンドになっていることを予測し、2019年にTEA+ Oolong No Sugarを発売しました。この新しいテイストは、TEA+ Oolong OTPPの脂肪吸収を抑える効果とウーロン茶の味と香りを無糖で提供しています。さらに、日本で培ったノウハウで、健康志向、高級感、味でTEA+ブランドをさらに高めています。



TEA+ Matcha

TEA+ Matchaは、新しいTEA+ブランドの飲料で、2016年にベトナムで発売されました。しっかりとしたお茶の味と独自の先端技術により抽出されたテアニンが含まれたTEA+ Matcha は、飲む人をリラックスさせるリフレッシングな飲料です。TEA+ Matchaで日々をリラックスした楽しい毎日に。



GOOD MOOD ー付加価値飲料水

Good Moodは、2019年4月にベトナムで発売され、付加価値飲料水という新しいカテゴリーを確立しました。オレンジ果実エキス入りとヨーグルト入りの2種類があり、お客さまに美味しい水分補給の選択肢を提供しています。Good Moodは、保存料や着色料が含まれないより健康的な飲料なため、安心して楽しむことができます。自然な味とビタミンやミネラルが添加されたGood Mood は、日々の水分補給にぴったりです。



■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・ビバレッジは、すべてのビジネスパートナーと公平に接し、尊重しています。ジョイント・ベンチャーとして発足以来、サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは多くのビジネスパートナーやサプライヤーと苦楽を共に邁進してきました。いくつかのビジネスパートナーとは、ペプシコがベトナムで事業を始めた27年前から協力関係にあります。サントリー ペプシコ･ベトナム･ビバレッジとしても、ビジネスパートナーの貢献・協力には感謝しきれません。

自然と響きあう
～水、環境、サスティナブルパッケージ～

■水と環境への取り組み

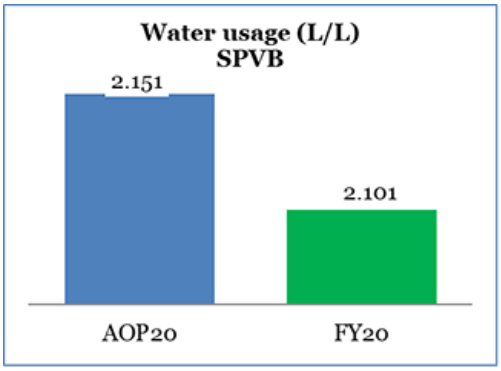
環境マネジメント

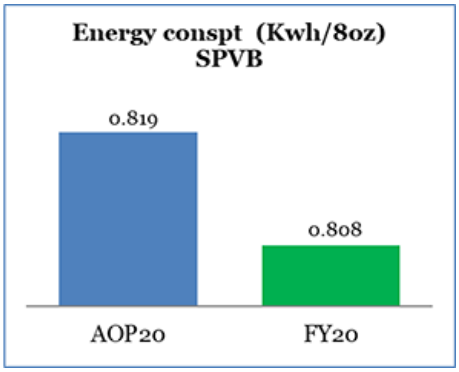
すべてのSPVBの工場がISO14001認証を取得するとともに、ベトナムの法規制に完全に準拠しています。2020年は6つの監査が行われましたが、どれも優れた結果を示し、否定的な指摘もありませんでした。

FY2020		Hocmon			Cantho			Dongnai			Bacninh			Quangnam			Vietnam		
Compliance																			
Monthly KPI	Units	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP	MTD	YTD	AOP
WWTP compliance	-	●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●	●	●	% ●
Environment compliance	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Internal audit Score	%	N/A	93.0%	88.0%	N/A	96.5%	88.0%	N/A	93.5%	88.0%	N/A	93.0%	88.0%	N/A	94.5%	88.0%	N/A	94.1%	88.0%

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2019年の削減目標に対するKPIの達成度は以下のとおりです。

2020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、水の保全についても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み、CIPサイクルの拡大するとともに、水使用量のKPIを導入して最適な技術の選択が可能となりました。

ドンナイ工場、クアンナム工場、カントー工場では、処理した排水をリサイクルして園芸や社内清掃に利用利用しています。地下水への影響を減らすとともに使用量を削減するため、5つの工場の内ドンナイ、クアンナム、ホクモンの工場で生産工程に市水を使っています。来年には、バクニン工場にも適用する予定です。カントー工場では、深井戸のライセンスが終了する2025年に適用する予定です。

気候変動

当社工場では、エネルギー使用量とCO_2排出量を計測し、それらの削減に取り組んでいます。取り組みの例として、熱回収やモーター、ポンプ、エアコンで蛍光表示管を使用、省エネ照明、オフィスでの自動タイマー使用、ブロワーにエコオーブンの使用、小型ランプをLEDに変えることでの省エネ化、作業場に自然光を用いるなどを行っています。

さらに、以下のような最新の技術を導入してCO_2排出量を削減しています。

1.2018年に、カントー工場のボイラーをバイオマスボイラーに変更し、2019年にクアンナム工場、2020年にバクニン工場のものも交換しました。
2.2015年のバクニン工場と、2020年完成予定のドンナイ工場（1MWH）の太陽光発電プロジェクト。このプロジェクトを継続し、ドンナイ工場を4MWH、クアンナム工場を3MWH、バクニン工場を3MWHまで拡張いたします。
3.蛍光表示管の導入やすべてのパイプと設備での熱回収などの運営・システムを改善し、省エネを推進する多くの小規模プロジェクト。

CO_2排出の削減できる項目を特定するために、2020年に温暖化ガス削減の監査を行いました。CO_2削減の目標として、2015年を基準に2030年までに25%削減することを目標とし、CO_2排出量を集計するシステムを構築しています。

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。
また、すべての工場の廃水処理プラントから排出される汚泥は回収され、以下のように再利用しています。

・バイオ肥料への添加剤として使用
・レンガの素材の一部

また、汚泥は環境への影響を避けるため埋め立て処理をしていません。
廃棄物処理に関する最先端の技術を有する業者を見つけ業務契約を結ぶとともに、その処理工程を監督・評価することでリサイクルされる量を最大限にし、焼却量を減らしています。



固形廃棄物管理



廃水処理プラント

次世代環境教育「水育（Mizuiku - I Love Clean Water）プログラム」

水育は、サントリーが2004年に開始したプログラムで、2015年にベトナムの北部で小学生に水資源保護に関する教育と、ベトナムの遠隔地に水のろ過システムを提供する活動として試験的に開始しました。元々の日本の活動内容をベトナムに合うように変えて、子どもたちの興味をそそる学びの場として再構築しました。



バクニン工場で見学ツアーする生徒たち

2017年からは、サントリーグループとSPVBがCCYPO（Central Council of Ho Chi Minh Young Pioneer Organization）とVNUS（ベトナム全国学生連盟）と協力し全国規模で展開するようになりました。
今では全国6校から76校へと規模を拡大し、38,000人が水源保護に関しての教育を受けています。また、14の衛生施設と68の水ろ過システムが設置され、きれいな水を39,000人以上の人に提供しています。2019年は、水育の一環として子ども向けの絵本を作成し、水のキャラクターを使った水資源保護に関する物語を伝えました。水育は、2017年から始まったベトナム全土の子どもを対象とした試験的な活動で、2019年も教育・訓練省及びホーチミン共産青年同盟の共同プロジェクトに参加しています。
2021年は、ベトナムにおける水育の7周年となり、全国展開から5年となります。今年は現在の76校に加え、新たにランソン、クアンナム、ドンナイの省の計15校が参加します。
今後も、「I Love Clean Water」プログラムがベトナムの行政機関やマスコミの注目を集め、この実践的なプログラムがさらに他の地域や全国的に行われることを目指しています。



ベトナムのベンチェの水育活動「私の町の川」に参加する生徒たち



「リサイクルデー：水騎士が環境を守る」でリサイクル展を行うランソンの生徒たち

■サスティナブルパッケージ

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、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、より軽量な容器包装を開発し（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。
ほかにも軽量化プロジェクトを推進して、破棄されるプラスチック量を減らし、環境への影響を削減しています。

PROベトナム（Packaging Recycling Organization Vietnam）

PROベトナムの設立メンバーでもあるSPVBは、以下の目標を掲げています。

・パッケージのリサイクルと分別に関する周知
・パッケージ回収のエコサイクルの実現
・3Rに関して政府との協力
・リサイクル関連取り組みのサポート

プラスチック容器リサイクルの取り組み

SPVB は、2020年からVNUSと協力してエコ煉瓦トイレを小学校に設置しています。エコ煉瓦は、砂、プラスチック袋チップ、PETボトルで作られています。1,300人以上のボランティアが300日をかけて、9つのエコ煉瓦トイレをベトナムで初めて完成させました。これにより、以下のことを達成しています。

・PETボトル、プラスチックごみ、ナイロンのリサイクル
・32,500本のPETボトルと270kgのプラスチック廃材のリサイクル
・建設費を25%削減
・小学校で水の衛生を確保



SPVBとVNUSが初のエコ煉瓦トイレの完成とタイグエン省で6つのプロジェクトを開始

ベトナムの海岸清掃に協力

SPVBは、VNUSと協力して、2019年から2020度にかけて10箇所での海岸清掃活動を行いました。その成果として、2,500人近くの地元ボランティアとSPVB従業員により30トンものゴミを拾いました。



ホーチミン市カンゾの海岸清掃活動

社会と響きあう
～文化・社会貢献～

■社会貢献

SPVBは、社会貢献を通し、会社の成長とともに社会への還元と関わる人々に良い影響を与えるために邁進しています。コミュニティに還元できてこそ成功を収めることができたと考えており、還元することが私たちの感謝の気持ちを表すことでもあります。

グリーン・サマー・キャンペーン

グリーン・サマー・キャンペーンは、生徒がボランティア活動に参加できるように毎年夏にVietnam National Union of Students（ベトナム全国学生連盟）が開催するキャンペーンです。
全国から多数のボランティアの参加が参加し、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、大学受験支援などの活動を通じて、社会への貢献が行われました。2018年から2020年のグリーン・サマー・キャンペーンの活動ハイライトは以下になります。

・2018年にロンアン、2019年にバックカン、2020年にクアンビンのグリーン・サマー・キャンペーンの全国キックオフイベントに6,500人以上が参加。
・8省で19の水処理施設（クアンナム、ベンチェ、ハザン、ランソン、クアンニン、ハイフォン、クアンチ、ビンディン）
・25のスポーツ広場と遊び場（バクニン、ハノイ、ホーチミン市、ダナン、カントー、カマウ、フート）
・59.3万本の製品とTーシャツを13,300トン分ボランティアに提供



ダナンのスポーツ広場



全国で多くの活動に参加するSPVB製品とT-シャツを着るボランティアと生徒

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。2011年以降、10の「Helping Hands委員会」が組織され、約112億VNDを使用し、山岳や遠隔地域の児童向けに6つの学校、3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、150のHHプログラムが開始されています。





ホクモン工場とダナン工場のヘルピングハンズ委員会がビンフオックの遠隔地に設立・改修した学校



コミュニティ・デーにSPVB従業員が2,000ベトナムドン分の食事を、ホーチミン市の恵まれない人々に提供

教育 ー 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。

SPVBは、過去24年、「DYNAMIC - 未来の事業家」コンテストに参加しており、2017年からは新しく生徒たちが起業のアイデアの発案をするコンテストをホーチミン市経済大学と協賛しています。

・参加する大学数の増加：全国14校が参加
・4地域、7大学の2,000人以上の学生がDYNAMICキックオフイベント2019に参加
・営業・財務・マーケティング部による合同機能性トレーニング等の部門間で協力した貢献活動



ペプシコベトナムの副社長及びセールス担当の
Mai Quang Vinhのトークショウ



SPVBのマーケティング担当専務取締役Nguyen Xuan Linh Trangによる
マーケティング研修



Blocky (UEH)：Dynamic 2019優勝チーム



シンガポールのSBFAオフィスを訪問する
Dynamic 2019優勝チームのベトナムの学生たち

災害時コミュニティ支援

SPVBは、人が企業の発展の中心にあると考えており、社会貢献を通して人々の健康と生活水準を改善するコミュニティ支援を行っています。

SPVBは、過去27年間、ベトナム社会に還元を続けてきました。例えば、災害やパンデミック被害者に延べ数十万の商品の寄付、数百件の心臓手術支援、数千のTetギフトの寄付、奨学金の提供、医療、教育、清潔な水を提供する施設の建設などを全国で行ってきました。



塩水侵入対策支援
ベンチェ省のチャウタン区とビンダイ区の恵まれない4千世帯及び障がい者学校に4万リットルの水を寄付



新型コロナウイルス対策支援
2020年までに、10の新型コロナウイルス対策に合計80億ベトナムドンを寄付



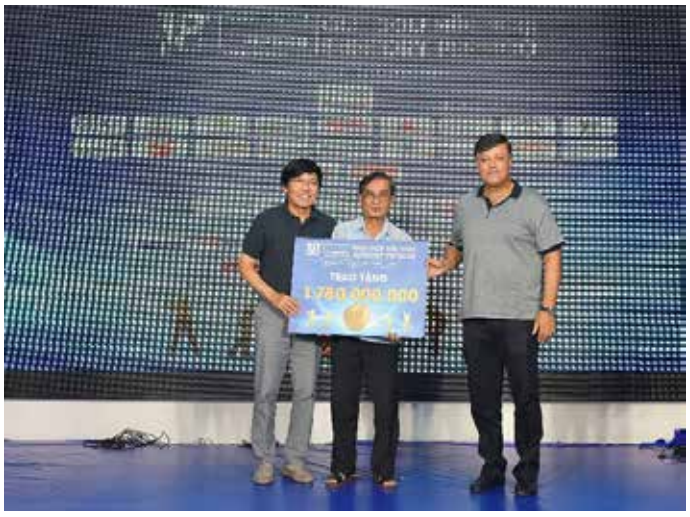


自然災害支援
2020年に、大雨に被害を受けた中部地方に5つの活動を通して合計44億ベトナムドンを寄付

SPVBゴルフ大会

SPVBゴルフ大会は2001年に組織された、会社の成功に助力したビジネスパートナーや友人に感謝を伝えるためのイベントです。2007年からは、貧困に苦しむ人を支援する目的の募金イベントとして組織されており、今年で16年目を迎えます。毎年開催されるSPVBフレンドシップチャレンジ・ゴルフ大会は、大事なお客様、ビジネスパートナー、友人、そして地域に感謝を伝えるとともに、利益を共有するイベントです。2007年から2015年の間に本大会で集めた募金は、380の心臓手術、40の奨学金、数千の孤児院の子どもたちやお年寄りへの新年祭の贈り物、30人の優れた障がい者スポーツ選手の支援、6つの医療施設、28戸の家、4つの保育園と2つの医療施設の建設に使われました。2016年と2017年だけでも17億ベトナムドン近くを集め、5つの学校とベンチェ省の島地域の6箇所に浄水施設を建設して、4,000人の地域住民と子どもたちにきれいな水を提供、また74の水ろ過フィルターを提供し、7つの学校の生徒1,600人と、毎年ロンアン省タンチュ県の2つの医療施設で年間約7,000人の患者にきれいで安全な飲料水を提供しています。

SPVBゴルフ大会2018と2019で、SPVBとホーチミン市のPoor Patient Sponsor Associationの協力で、28億ベトナムドンを超える募金を集め、同団体に寄付されます。この募金は、ベンチェ省の生徒たちに清浄な水を提供するプロジェクト「小学校にきれいな水を」に使われます。
2020年は、トーナメント過去最高の17.8億ベトナムドンを集め、ホーチミン市のPoor Patient Sponsor Associationをとおして癌に苦しむ子どもたちに寄付しました。



2020年のゴルフ大会で集めた17.8億ベトナムドンの募金をホーチミン市
Poor Patient Sponsor AssociationのNguyen Van Ranh副会長に贈与

美しき文化の醸成



17年連続グエンフエ通り花祭りを支援し、ベトナム文化の保存に貢献しています

従業員と響きあう
～ダイバーシティ経営～

■従業員

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一つは、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

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、事業の成長に従業員の成長を継続的に支援することが不可欠であると考えています。従業員がそれぞれの役割を果たし、事業に貢献するにはそれに伴った能力を得るために、能力開発、販売教育、業務教育の3つの開発を中心とするリーダーシップトレーニング、一般スキル、専門スキル等のバランスのとれた教育を提供しています。



2018年初期に設立した販売教育チームは、多彩な教育プログラムと専門的な能力を取り組みにより、短期間でフロントオフィスもバックオフィスもノウハウの蓄積とビジネスパートナーの信頼を得ました。成功をおさめ、影響も大きかったプログラムとして、ASMアカデミー、セールスアップ、DCRリフレッシュ、土曜日学習＆Fritalkなどがあげられます。

SALES CAPABILITY



業務能力フレームワークの導入とあわせ、SPVB従業員の業務能力と各レベルで優れた業務チームを開発するための教育とロードマップの作成を目的とした業務能力開発チームを2020年に立ち上げました。業務能力開発チームの発足から半年間で、SVPB初となる業務能力評価フレームワークと作成と導入、全5工場の管理者向けのワークショップと評価項目の作成、教育分析と管理者能力向上計画の策定などを行いました。今後、業務能力開発チームは段階的評価フレームワークを技術者や作業者レベル向けに展開、新人研修プログラムの標準化、従業員教育マスタープランの作成を行っていきます。

OPERATIONS CAPABILITY



ソフト面の教育では、能力開発チームが全国で毎年40から50のコースを提供しており、従業員に合計10,500時間の教育をおこなっています。一般向けとリーダーシップスキルの教育のみならず、能力差分析に基づいた各部署向けの専門的なワークショップも開催しています。

アジャイル開発の文化と、70:20:10の法則に基づいた積極的な自己啓発と成長の機会の醸成を目指しています。

・70 - 経験: 実務、部署間プロジェクト
・20- 薫陶: 共有、ランチ学習、Fritalk、Protalks
・10 - 研修: 販売学習ポータルAMENA、新しいe-ラーニングポータルサントリー大学とLinkedInラーニング、実務トレーニング、図書館、柔軟な予算管理の最大化、DBA（Becoming Agile Learner）シリーズ、キャンペーン21により短期学習の推進、デジタル学習を通して知識の上書きの慣習化、社内トレーナークラブで共有の文化の醸成、ヘルピングハンズとシンクロした活動、アジャイル学習とサントリーの利益三分主義の精神の推進。ワークショップのほかにも、ランチで勉強、社内トレーナークラブ等を通して学び、知識を共有する機会を提供しています。





2015年7月からは、表彰制度を導入し、e-kudos（e-称賛）というオンラインで称賛する制度を導入しました。この取り組みは、ライン管理者と従業員に高く評価され、毎年約7,000件のe-kudosが贈られています。
タワー･ワトソンが主催する、97%を超える回答率を得た2019年の健康アンケートでは、SPVBは20のカテゴリー中、行動計画、革新性、コラボレーションなど20のカテゴリーでOHS 2017平均より高いスコアを記録しています。特に、調査の重要な要素であるサステナビリティスコアは、OHS 2017よりも2点高い90点を獲得しました。グローバル飲料および食料業界の水準を上回り、従業員の会社への帰属意識を表しています。

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。



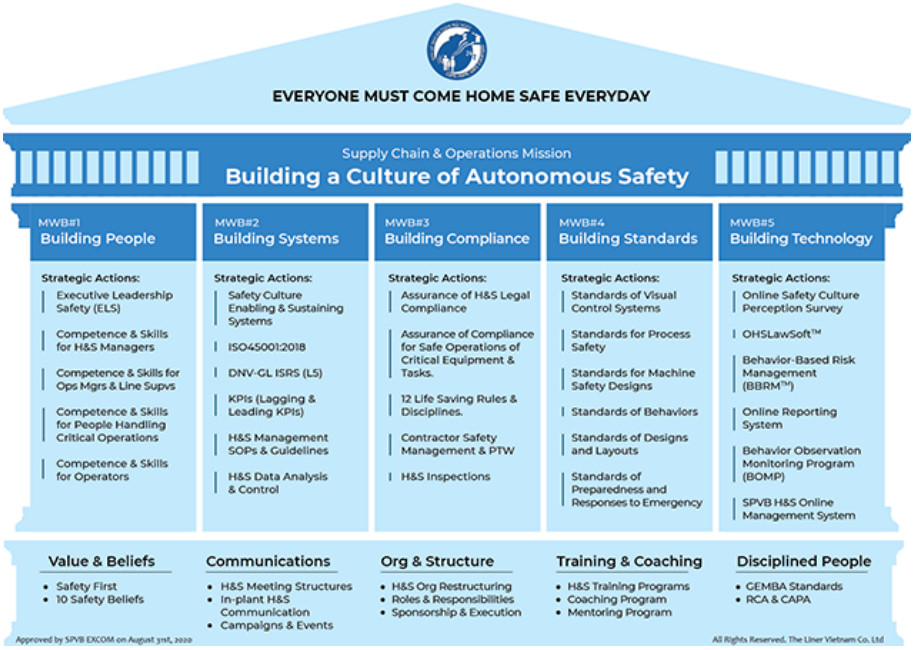


安全衛生

SPVBにとって、全従業員、契約業者、訪問者の健康と安全は2020年の優先事項となりました。2020年3月に新しい安全衛生管理者のQuan Hong Ducの就任により、全ての安全衛生戦略、プログラム、取り組みが見直され、より明確な体系と指令がだされました。５つの達成すべき目標（人材育成、体系化、コンプライアンス、標準化、技術開発）に基づいた新しいビジョン、ミッション、方針により多数の安全に関するプロジェクトやプログラムを全国規模、工場規模及び各オフィスで導入しました。
これらの取り組みにより、労働環境を改善するとともに、従業員の安全に対する意識や技術を向上させました

1. 安全衛生ビジョン：ミッション

SPVBで安全面の大きな変更のひとつとして、2020年8月31日に策定された安全に関するビジョンとミッションがあります。安全衛生役員の検討後に執行委員会とCEOの承認も得たSPVB初の安全衛生ビジョンとミッションは、安全関連の取り組みのベースと戦略の基準となります。SPVBは、工場、オフィス、社外で働く全ての従業員が、毎日無事に家に帰れることを目指しています。ショートカットや安全のための作業やシステムを避けてまで急ぐに値するものはありません。バイクに乗っている時に、スピード違反をしてまで急ぐ必要がある現場はありません。これは安全のためのみならず、家に帰って家族や大切な者との時間を余すところなく過ごすためでもあります。



毎日無事に家に帰ることだけがSPVBのビジョンではありません。執行委員会にとっての期待であり、各責任者に正しい慣行、しっかりした手順の開発、危険やリスクの排除、コンプライアンス遵守を要求するものです。従業員の努力と献身は、工場やオフィスから無事に帰宅した従業員に向けられる家族の笑顔と形で還元されます。毎日無事に家に帰ることは、SPVBの基本的価値観のひとつで、事業・業務における大原則でもあります。全員が一丸となって、SPVBで働くことの一部としていきます。

2021年の業務とサプライチェーンにおける安全目標は、コンプライアンスと規律です。ここ数年、特に2020年に、工場の安全を改善しました。2020年末には、全5工場と物流センターで、従業員、下請け、3PL（サード・パーティ・ロジスティクス）の休業を伴う事故の件数をゼロに抑える事ができました。また、全5工場で器具のコンプライアンス評価を行うとともに、労働許可プログラムの導入、事故報告の文化も根付いてきました。

ただし、これらの進展は全従業員にとって心身ともに安全な職場を実現するまでの小さなステップでしかありません。まだ一部の従業員の危険な行動が見受けられます。コンプライアンスを違反している状態や、安全規定や手順に従っていないケースもあります。事故もまだ発生しています。このため、取締役会は、安全習慣、コンプライアンス、規律の推進を目指す2021年の安全目標を重視しています。これにより、しっかりとした基礎が作られ、安全性の向上につながると考えています。

コンプライアンスと規律の文化を醸成することで、安全基準の策定、安全慣行と基準への理解、業務中に安全基準を遵守し実行することの習慣化を目指しています。従業員が毎日無事に家に帰れるように、安全習慣のレベルを高め、より良い職場環境の実現を目指しています。

2. 5つの達成すべき目標

承認された安全衛生ビジョンとミッションは、達成すべき目標により、全国的、各工場での目標とプログラムとして明らかにされました。達成すべき目標は、人材育成、体系化、コンプライアンス、標準化、技術開発の5つの柱に分かれています。各柱でやるべきことが特定され、目標達成に向けたプログラムや責任者が定められています。5年後、10年後を見据えた長期的な戦略に基づいて安全習慣の定着を達成するためのプログラムの継続を可能としています。達成すべき目標のロードマップは以下になります。

-目標1 (人材育成): 経営層(ELSW)、従業員の安全衛生管理者の能力とスキル、業務管理者、ライン管理者、重要業務担当者、作業者に対する目標。
-目標2 (体系化): 安全習慣、ISO 45001:2028、KPIの進捗、安全衛生管理SOPs、ガイドライン、データ分析と管理に関するシステム。
-目標3 (コンプライアンス): 安全衛生の法的要求達成、重要機器の安全作業･タスク、12の安全ルール、業者の安全管理と安全衛生検査。
-目標4 (標準化): 安全な手順、機器の安全設計、行動基準、設計とレイアウト、事故予防・対策などの表示管理システムの標準化。
-目標5 (技術開発): 安全習慣のオンライン調査、OHS Lawsoft、組織行動リスクマネジメント、オンライン報告システム、行動観察・監視プログラム、安全衛生オンライン管理システム。

3. 安全衛生方針

2020年11月18日に新しい安全衛生方針が最高責任者であるCEOに承認されるまでは、工場ごとにそれぞれの工場長が承認をしていました。新しい方針では、経営層から全5工場の従業員に視覚的にも発信されました。この方針は、安全習慣を根付ける長期的な取り組みのために達成すべき目標をまとめたものでもあります。これにより、困難や課題を乗り越え、改善を継続して行っていきます。

4. リーダーシップの強化

「従業員の意欲と安全を高めるのには何が一番いいか?」という疑問は、職場でリーダーシップをとるものにとって需要な課題です。SPVBでは、執行委員会、工場長、全国および各工場のEHSチームが参加するELSW（Executive Leadership Safety Workshop）にて成果、重点事項、次の年にも継続すべき重点活動、KPIの検討を行っています。これらを共有することで、安全対策に関する理解の向上と目標に向かって一丸となって進めることができます。ELSWは、リーダーシップの強化のため発足され、全5工場の工場長と全国EHSチームが参加するELSWレベル2（工場レベル）もオンライン形式で行われています。安全衛生に関する13の重点項目と7つのKPIに沿った取り組みが行われています。



5. 12の安全ルール

2020年に、全社的のルールとは別に、12の重大安全ルールがあることがわかりました。この混在により資料などで表記する際等に理解の齟齬が生じていました。これらの「安全ルール」を統一するため、12の安全ルールとして環境・労働安全と人事チームが協議のうえまとめ、全工場・施設に適応しました。12の安全ルールは、安全に基づいて考え、行動する時の基準となっています。

6. コンプライアンス評価

過去にボイラーの運転及びアンモニアと空気濃度のDOP標準が現地の基準を満たしていなかったことから学び、業界の専門家であるSOSHI（Ho Chi Minh City Science of Occupational Safety and Health Institute）による安全に関するコンプライアンス監査を行いました。この徹底した監査で、機器の不適切な設計やリスクのある作業、法令が定めた基準を満たしているか、違反が無いかの確認が行われます。この監査は、2020年に5つの工場で完了しており、2021年も継続して行われます。

7. 業務能力チームとの協力

OE（Operational Excellence）とOps Cap（Operations Capability)は、EHSを含む全ての業務レベルにおける従業員の能力とスキルを向上するためにNguyen Thi Ngoc Lanhが2020年に設立した機能です。全国労働安全衛生チームの責任者であるMac Dang ThemがEHSプロジェクトリーダーとして任命され、OE-OpsCap担当と協力して各レベルの能力・教育マトリックスの明確化を作成及び効果の確認を行いました。部門間の協力無くして優れた仕事はできないという事を証明しています。
また、各部門・レベルで必要となる中核および専門スキル等の洗い出しも行いました。2021の重点課題として、管理者、役員・監査レベルのスキルの構築があります。

-組織行動リスクマネジメント: EHS管理者向けに作られ、工場にも展開済み
-根本原因解析: HM工場とBN工場向けに作られ、他の工場にも展開中

8. 安全習慣アンケート

安全習慣とは、従業員が共有する様々な考えや価値と会社にあるリスクに基づいたものです。企業文化の一部として多様な形で体現されます。全従業員に対するアンケートは、安全習慣に関して確認する手段のひとつです。2020年7月に全5工場で行われ、全国EHSチームが確認し、各工場長に承認されました。2020年の全部門とサプライチェインの最終スコアは、Nguyen Duc Huy (EVP-Ops SC)、Dang Thanh Tan (EVP-Ops)、工場長5人、ELSWメンバー 38人（監査）により、2021年1月27日に確認されました。2021年の目標は52点に設定されており、全従業員がすべきこととそれぞれの責任を理解しています。

9. 安全トーク

安全トークは、毎月リーダーシップチームの生産マネジャーや経験豊かな従業員が開催する30分ほどの短いミーティングで、1つのトピックに関して話し合われます。2019年に全国安全衛生チームが発足したこの新しいプログラムは、2020年も従業員に安全に関する知識を簡単で覚えやすく伝えることを目的としています。徐々に安全意識を高め、安全を日々行う業務やその他の業務の優先事項とさせるようにしています。従業員にとって興味があり話しやすく、もっとも効果的なトピックを優先しています。このプログラムは、毎月行われる定期イベントとなり、どの従業員での行動で示すことを体現することを可能としています。

10. 全国EHS部の組織変更

2019年に、全国EHS部は品質管理部と合弁して品質管理・EHS部となりました。2020年には、全国安全衛生チームが品質管理・EHS部より分離しましたが、環境チームに関してはそのままで、工場のEHS部は問題解決、能力開発、他部署への助言等に取り組む時間がありませんでした。また、安全衛生及び環境の組織変更は急で、業務レベルの維持とその後の安全習慣に関する取り組みの推進がしきれていませんでした。正しくその役割と責任を果たし、適切な人事を行えるように全国EHSチームと工場のEHSチームの再組織化が2021年3月5日に承認されました。
EHSチームに環境が再び戻り、工場のEHS担当者は、EHS役員に報告をすることになります。全国EHSチームの各メンバーは、システム・基準、コンプライアンス、データ分析等を担当し、工場のEHS担当者は、改善のための全国プロジェクトなどを主導する形になります。この組織変更により、EHSのさらなる充実を達成できると考えています。





11. GEMBA（標準化された新プロセス）

GEMBAは、計画、ルート、回数、監視が要求される取り組みです。また、報告と経過確認が必要で、課題の特定と解決も行わなければなりません。効果的なGEMBAには、スタッフと作業者の直接的なコミュニケーションが必要で、作業者の正しい理解と行動、問題の認識も要求されます。SPVBではGEMBA活動を、検査を行うように行っています。
現在３つの要素がGEMBAの効果的な運用を妨げています。

■設備、補助設備、器具、行動基準、安全作業に関する標準が整備しきれていない。
■GEMBA報告書が存在しない。GEMBAを完了した従業員が、それぞれの方法で報告している。（Zaloを利用してGEMBA中に撮影した写真をEHS担当者に送信、EHS担当者が集まった情報をエクセルにまとめる等。）
■GEMBA活動の分析データが存在しない

これらを鑑み、2020年10月に見直しを行い、名前と回数を管理するGEMBAボード、工場のエリア毎に設計されたGEMBAルート、GEMBAルートの各ピットストップで記入していくEMBAレポート、正しい行動を称賛または間違った行動をとったときに原因を確認するGEMBAダイアログを導入しました。

12. 安全の価値

SPVBでは、安全の価値に基づいた6つの取り組みで「思想」の定着を進めています。ここで言う「思想」とは、それを信じることで、それに沿った行動をとるというものです。これに基づき、全国EHSチームが業務において従業員が行うべき6つの行動を制定しています。

-全てのミーティングは安全から始める
-安全より優先されるものは無い
-業務上の全ての判断において安全を考慮する
-リーダーは、安全上問題のある行動や状況に注意する
-安全衛生に関する正規の管理基準を満たした従業員のみ機器を操作できる
-従業員の健康は安全と同等に重要である

Frucor Suntory

フルコア・サントリー

本社所在地	86 Plunket Ave, Manukau, 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

フルコア・サントリーは、エナジードリンク、果汁飲料、ミネラルウォーターなど、さまざまなタイプの飲料を提供・販売しています。V Energy、h2go、Just Juice、Maximus、Fresh Up、Simply Squeezed等の代表ブランドを提供しており、ニュージーランドの南オークランドにある工場で年間2500万ケースもの飲料を生産しています。
オーストラリアとニュージーランドで、合計1000人を超える従業員を雇用し、お客様の多様なライフスタイルにあった多様な飲料を提供するとともに、将来の飲料ニーズを満たすために全力で取り組んでいます。
"Together"（一緒に）、"Go for it"（やってみなはれ）、"Make a difference "（変える）ーこれらの価値観と、私たちの行動原理である”hungry to make drinks better”（よりよい飲料を求めて）を全員で実践することで、市場において独自のポジションを築くことができています。

主なサステナビリティ活動

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

品質管理と食品安全性の確保を徹底

フルコア・サントリーの工場は、National Program 3 (NP3)、Food Control Plan (FCP)からISO 9001/ISO 22000まで、国内外のさまざまな食品安全・品質管理プログラムに基づいて運営しています。また、オーガニック認定も取得しています。
委託製造業者に対しては、専門チームが監査を行い、当社が従う基準と同じ品質基準に適合しているかを確認しています。

私たちの品質管理チームの役割は、私たちの商品が品質管理における全ての品質基準を満たしているかを確認することです。





「KAIZENプロジェクト」を継続

フルコア･サントリーは、改善活動を通して優れた製造工程の実現を目標にしたSMWフレームワークを導入しています。これにより、標準、ツール、システム、工程の策定を通して実現可能な能力の確立と、深化を目指しています。

また、これまで12年にわたり、整理、整頓、清潔、清掃、躾けの5Sを実践しています。毎年、フルコア・サントリーの生産チームは、数百の改善アイディアを導入しています。

全業務を対象とした改善プログラムを導入しており、多くの従業員が教育を通してグリーンベルト（持続的向上）を取得しています。さらに、ホワイトベルトとイエローベルトプログラムの導入により、能力の向上とロスの削減を達成しています。





よりよい飲料を求めて

「hungry to make drinks better（よりよい飲料を求めて）」は、フルコア・サントリーの事業全体に掲げられた目標です。

お客様に多彩な低糖、無糖、減糖飲料を提供することに積極的に取り組むとともに、機能性と自然な原料にもこだわっています。私たちのR&Dセンターでは、美味しい低糖や無糖の飲料の開発に注力しており、サントリーと協力して代替砂糖の開発などを行っています。

当社ではすでに「% Daily Intake Energy」アイコンを使ったHealth Star Rating食品表示スキームを採用しており、砂糖で甘味を付けた飲料の学校での販売を自粛しています。ニュージーランドの保健省のHealthy Kids' Pledgeの一環で、小学校と中学校に販売しているのは水だけです。中学校には砂糖で甘味を付けたソフトドリンクや栄養ドリンクの直接販売は行っていません。

フルコア･サントリーは天然植物由来の甘味料であるステビアをニュージーランドで初めて使用した飲料企業の一つです。ステビアはフルコア･サントリーの多くの飲料で砂糖の代わりに使用されています。



ビジネスパートナーとの関わり

できる限り地元産の原材料やサービス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・サントリーが調達するすべての原材料は、フルコア・サントリー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

フルコア・サントリーは、サントリーと同じく未来の環境を考え、高い目標を設定しています。
2030年までに以下の5つ主要目標を達成するために努力を続けています。

・CO_2排出量の35%削減
・埋め立てゼロ
・2030年までに全てのパッケージをリサイクル可能にする
・水使用量の20%削減
・販売する全飲料の1/3を低糖または無糖にする

持続可能な循環型社会の貢献

フルコア・サントリーは、使い切りの飲料パッケージが環境に与える影響を減らす責任を認識しています。持続可能な対策により、廃棄物の埋め立て処理の削減、回収可能なパッケージの回収率、リサイクル率および再処理率の向上を目指しています。
ニュージーランドでは、2020年に全国的に飲料の容器回収に関するシステムの検討と計画が始まりました。この計画では、容器が回収場所や処理所でリサイクルされると払い戻しされるシステムが含まれています。昨年末には、包括的な提案がニュージーランド政府に提出されました。フルコア・サントリーもNew Zealand Beverage Councilのメンバーとして、このシステムの設計を担当するワーキンググループに参加しました。
オーストラリアでは、既に5つの州で払い戻しのシステムが導入されており、今後も増える見込みです。
ニュージーランドで、リサイクルを促すため、容器を回収する「自動回収機」を2つの大学で試験的に導入しています。この回収機は、1500個のプラスチックと缶容器を回収することが可能です。



環境負荷の低減

2017年にToitū Envirocareと協力してカーボンフットプリントの削減を目指し始めてから、ニュージーランドとオーストラリアのほぼ全ての部署や工場から排出される温暖化ガスの排出量を測定しています。
2020年にはハイブリッド車を導入し、現在では営業チームが使用する車両の20%を占めています。フルコア・サントリーが直接排出する量を測定するのみならず、お客様と協力して店舗で使われる冷蔵庫がどのように環境に影響を与えるかの把握にも取り組んでいます。省エネの冷蔵庫を使うことで、全体的な排出量の削減と、光熱費や維持費の削減にもつながります。

リデュース・リユース・リサイクル

私たちは2020年に大きな進歩を遂げ、フルコア・サントリーとして初めてリサイクルされたプラスチック「rPET」を使用した製品を発売しました。これにより「NZナチュラル」シリーズは、リサイクル可能なパッケージを採用し、可能な限り現地でリサイクルされた資源を使っています。

rPETボトルの開発では、世界中のサントリーグループ社員の専門知識を導入するともに、成果を共有しました。この他にも、グローバル規模のプロジェクトが多数進められています。

既存のパッケージの改善に関しては、3R（リデュース・リユース・リサイクル）を基準としています。これは、生産と流通の効率性（CO_2排出量の削減）、機能性、安全性、リサイクル性を考慮しつつも、お客様が愛し、よく知る商品であることを維持し、パッケージが環境へ与える負荷を最小限に抑える事を目指しています。



リサイクルの取り組み

オークランドの生産拠点は、フルコア・サントリーで最も多くの廃棄物を排出しています。2020年は、埋め立て地に廃棄される廃棄物量を内部でリサイクルし、削減することに取り組みました。廃棄物に関する監査を契約する廃棄物処理業者と行い、最も影響が大きい項目と、改善点を洗い出しました。その結果、廃棄物を適切な場所に配置することと、正しい慣習の重要性がわかりました。

・廃棄物回収の導入：食べ残し等を分別してコンポスト化する
・電子廃棄物の回収を通年で行い、1トン近く回収
・RD&Iチームがい品質チェックで毎日使うテイスティングカップをリサイクル可能なものにする

また、調達チームは主要なサプライヤーとフルコア・サントリーの計画を共有し、パッケージに使われる材料をリサイクル可能なものに移行する可能性を探ってもらっています。

この様な継続的な改善により、2020年は埋め立て処理する廃棄物を5%減らすことができました。

水への配慮

生産拠点に新たな機器導入することで、年間1200万リットルの水を削減する他に、水の節約のために様々な取り組みを行っています。サントリーグループとして、ベストプラクティスや機器の性能に関する情報や節水、水の再生と再利用に関する最新の取り組みを定期的に共有・確認しています。

これまで製造過程で使われる水の一滴まで大切に扱う姿勢により、2030年に向けた改善目標を大幅に前倒しで達成することができました。

社会と響きあう
～文化・社会貢献～

■地元企業との関わり

フルコア･サントリーは、積極的にコミュニティ貢献活動を行っています。昨年は、サントリーグループで合わせて、山火事に苦しむコミュニティに合計50万ドルを、オーストラリア赤十字社、ニューサウスウェールズ地方消防局、ニューサウスウェールズの野生動物保護団体Wildlife Information Rescue and Education Service (WIRES)に寄付しました。
また、10万ドル相当のSimply Squeezed JuiceとSmoothiesをホークスベイ洪水の被害にあった地域医療保健委員会のスタッフ、介護師やその家族に提供いたしました。





従業員のボランティア活動



フルコア・サントリーは、従業員のボランティア活動を支援しており、最大で8時間の有給ボランティア制度「Make a Difference Leave」を設けています。個人またはチームとして地元コミュニティ、慈善活動やグループを支援する従業員をサポートすることの価値を認識しています。Make a Difference Leaveの最大の利点は、その柔軟性にあります。ボランティア時間は、一日で使い切るだけでなく、日数、団体、イベント、活動に分けて使うこともできます。昨年度は、多くの従業員がMake a Difference Leaveを活用し、地元コミュニティのオークランド市伝道団の配給所でボランティアを行う等のボランティアに参加しました。

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：変革への道





当社は、従業員が安全で衛生的な職場で活躍できる環境づくりに取り組んでいます。それに伴い、従業員の健康を実現するために必要な方針、教育、資源を提供しています。従業員が毎日安全に家族のもとに帰れるように、従業員の健康と安全が私たちのビジョンの中心にあります。
当社は何をするにあたっても、人をその中心に置きます。当社のスタッフが、毎日、家族の元へ健康のまま、安全に帰れることが私たちのビジョンです。 健康安全方針を見直し、従業員の安全と健康をサポートするとともにお互いの安全を守る職場の実現に対する考えを改めて発表しました。私たちは、誰もが安全と健康を推進するリーダーとなれること理解しており、積極的にインクルーシブな企業文化の確立と会話と協力を促しています。これを通して、リーダーやそのチームが協力して実用的な安全・健康の取り組みを形にしています。
従業員選抜の健康・安全担当者60名が従業員の代表として活動しています。従業員の代表として健康・安全の文化の確立と醸成に大きく貢献しています。18ヶ月間にわたり、メンタルヘルスと健康に関する取り組みの見直しを行い、繋がる、積極性、気付き、継続的な成長、譲り合いを健康のための5つの項目として制定し、メンタルヘルスとセルフケアの重要性を再確認しました。これらの5つの項目は、習慣的に行う事で、従業員のメンタルヘルスの強化し、バランスを保つ助けとなり、さらなる健康に繋がると考えています。

研修と能力開発で従業員の成長を支援



フルコア･サントリーは、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。昨年度は、教育と育成の取り組みとダイバーシティとインクルージョン戦略を中心に強化しました。フルコア・サントリーでは、従業員の投資することが、企業文化や事業の成功につながると考えています。

これらの取り組みが評価され、2020年Human Resources Director (HRD) New Zealandに「New Zealand Employer of Choice」を受賞しました。この賞は、以下の教育と育成およびダイバーシティとインクルージョンの取り組みが大きく評価されての受賞となりました。

・ダイバーシティとインクルージョン戦略の導入
・消費財メーカとしてニュージーランドで始めて性別に関係なく育児休暇が取得できる企業となった（法令で定められた育児休暇に加え、13週間の休暇が可能）
・コロナ渦の最中、デジタルラーニング環境「MySU」を導入（現地開発のLinkedIn ラーニングとサントリーグローバルコンテンツの活用）
・コミュニケーション方法とデジタル技術の深度
・リーダー育成コースとリーダー的思考のための教材

Pepsi Bottling Ventures

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ

本社所在地	4141 ParkLake Ave., Suite 600, Raleigh, NC 27612, USA
設立	1943年
事業内容	米国におけるペプシコおよびPBVの飲料ブランドの生産・流通・販売
ホームページ	http://www.pepsibottlingventures.com/



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの生産施設（ノースカロライナ州ウィンストンセーラム）

主なサステナビリティ活動

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、安全で高品質な商品を提供するため、ペプシコ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と食品安全システム

■お客様との関わり

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、製造プロセス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、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは高度な浄水システムに投資を続け、排水を最小限にしつつ、製品の品質を最大限に保てるように努めています。



ウィンストン・セーラムの生産拠点の飲料水ライン

省エネルギー・CO_2削減に寄与する車両と配送システムの導入

2011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%以上を達成しています。



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの
営業チームが使用するハイブリッド型のセダン



ノースカロライナ州セントポールの
配送センターに配備された配送トラック

製品ラインでペットボトル容器を製造ー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自社工場で製造を開始しました。2020年には、プラスチック包装材の生産を拡大し、プラスチックをボトルの形に成型する射出成形の工程を導入しました。ペットボトルとプリフォームの自社生産により、プラスチック梱包資材運搬用トラックを30台から1台に減らすことができました。また、新しいボトルは、再生プラスチックを10%使用しています。さらに、新たに導入した生産設備は、従来の設備と比較すると、エネルギー効率が20%改善されています。



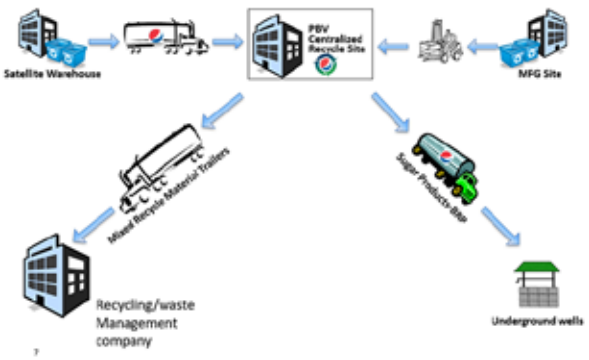
（左）ノースカロライナ州ガーナーの自社プラスチックボトル生産施設（右）射出成形機

再利用・リサイクルーパレット再利用・プラスチック製ケース

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズで使われるプラスチックと木製のパレットの99%は、複数回再利用されています。また、プラスチック製ケースは、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自社施設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。



ノースカロライナ州ガーナーに
保管されている配送用パレット



PBV リサイクルフロー

リサイクルセンターの集中化ー再生利用

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砕処理され、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、2020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90%でした。



ガーナーの配送施設から
配送されるリサイクルボトル



Unifiの施設に搬入されるリサイクルボトル。
ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、
Unifiと資源のリサイクルに関するパートナシップを組んでいます。

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

自然災害の被災地支援

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは、自然災害の被災者のために、支援団体や赤十字に多くの資金援助を行っています。

地域に根ざした活動



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズとKay Yow Cancer Fundのパートナシップを伝える特殊デザインのトラック

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30万人以上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。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、在来の環境を取り戻す活動にも取り組んでいます。



ヌース川上流



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズが毎年支援する
Conservation Trust of North Carolina が開催する
North Carolina Youth Conservation Corpsのサマープログラムの参加者

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。「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。



「金曜日は新鮮フルーツの日」

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の醸成に役立っています。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。



従業員とのバイオメトリクス健康診断



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズに
健康的なライフスタイルを推進する資料

東部の地域で実施していた運動促進プログラムも、大きな成功を収めました。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。

INDUSTRIAL ATHLETES



PBV従業員に健康的なライフスタイルを啓発する資料

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。

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	2014年5月（ジムビームブランズとしては1966年11月）
事業内容	バーボン・ウイスキーをはじめとしたプレミアムスピリッツの製造・販売
ホームページ	http://www.beamsuntory.com/



会社概要・理念

プレミアムスピリッツの世界的リーダーであるビームサントリーは、原料の生産から消費に至るまでのバリューチェーンの全工程において、「Proof Positive（プルーフポジティブ）」という、持続可能性に関する長期的な取り組みを行っています。自然、消費者、地域社会に対するこれらの取り組みは、国連の持続可能な開発目標（SDGs）に沿っており、ビームサントリーとそのすべてのステークホルダーのために、より持続可能で公平な未来を創造することを目指しています。

「Proof Positive」の2030年および2040年の目標には、次のものがあります。

NATURE POSITIVE（環境への取り組み）



効率的なテクノロジーおよびよりクリーンな燃料への投資を通じて、ビームサントリーは生産単位あたりの水の使用量を22%削減し、事業活動によって排出される温室効果ガスを19%以上削減しました。ビームサントリーは、この環境フットプリント削減の進展を足掛かりに、環境保護に重点を置いたバリューチェーン全体に対する大胆な目標を設定しています。目標は次のとおりです。

・2030年までに事業活動による温室効果ガス排出量（GHG）を50%削減し、さらには2040年までにバリューチェーン全体で排出されるよりも多くの炭素を除去します。特に、今年後半にケンタッキー州クレルモンにオープン予定のFred B. Noe Craft蒸留所は、再生可能エネルギーを動力源とする同社初の蒸留所となり、世界中のビームサントリー拠点において、石炭や燃料油などの高炭素燃料から、天然ガスや液化石油ガスなどの低炭素燃料への転換が行われることになります。同社はまた、世界各地にある蒸留所全てにおいて、再生可能燃料に移行するための選択肢の評価を開始しました。

・2030年までに生産単位毎の水使用量を50%削減し、2040年までに地域社会や自然にとっても不可欠な水源での事業活動で使用されるよりも多くの水を涵養します。ビームサントリーの水域保全プログラム「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」は、持続可能な水資源保全へのサントリーの真摯な取り組みから始まり、周辺の地域社会のため、また自社のスピリッツ製品に使用するために水源を保護しようとする強い意志を反映しています。メーカーズマークとジェームズB.ビームディスティリング社は、バーボンの製造に不可欠な地元の水源を保護するために、ケンタッキー州に天然水保護区を設立しました。

・ウイスキーの樽を作るために収穫するよりも多くの木を植えることを目的に、2030年までに年間50万本を植林します。ビームサントリーの象徴的なバーボンブランドは新しい焦がし樽でのみ熟成させるため、将来の生産に必要なアメリカンホワイトオークの持続可能な供給源を確保し、持続可能な林業をサポートするための取り組みを強化しています。

・2040年までに、取引を行うのは持続可能な活動を行うサプライヤーのみとします。

・2030年までに、使用するリサイクル可能なパッケージの割合を100%にし、梱包材の総重量に占めるリサイクル材の割合を40%にします。

CONSUMER POSITIVE（消費者への取り組み）



ビームサントリーは、「ドリンク・スマート」プログラム（www.drinksmart.com）を通じて、消費者が自分自身の健康や他者への影響について前向きな選択をするためのツールを提供しています。また、未成年者の飲酒や大量飲酒、飲酒運転をなくすための科学的根拠に基づくプログラムにおいて世界中の組織と提携して実施しているほか、主要製品のカロリーとアルコール含有量を消費者へ表示しています。有害な飲酒を減らし、消費者が正しい選択を行えるようにする取り組みをさらに強化するために、ビームサントリーは次のような目標を設定しました。

・5億ドルを投資して、責任あるブランドコミュニケーションを大幅に拡大し、「ドリンク・スマート」プラットフォームを強化し、根拠に基づくパートナープログラムをサポートすることで、消費者の責任ある商品選択の意思決定を促進し、消費行動にプラスの影響を与えます。ビームサントリーは、責任ある商品選択の意思決定を促進し、有害な飲酒を減らすように設計されたメッセージとツールを使用して、2030年までに3億人以上の消費者にリーチすることを目指しています。

・2030年までに、ウイスキー、テキーラ、ジン、ウォッカ、RTDなどの主要カテゴリにおけるノンアルコールや低アルコール製品の認知度を高め、導入し、投資することで、選択肢の拡大を可能にします。

・2030年までに、すべての製品の栄養およびアルコール含有量の情報を、パッケージまたはオンラインで表示します。

COMMUNITY POSITIVE（地域社会への取り組み）



ビームサントリーは、ビジネス全体で性別、人種、民族の多様性を高めることを目指しながら、より包括的で公平な文化を育み、世界中の従業員のボランティア活動を支援し続けます。目標は次のとおりです。

・世界の指導的地位にある女性の割合を50%、米国では人種的および民族的にマイノリティな従業員の割合を45%に上げ、2030年までに従業員の帰属意識を業界最高水準に引き上げます。

・2030年までに世界中の地域社会で行うボランティア活動の累積時間数を100万時間にし、業務店をサポートし、より強力なコミュニティを構築し、社会正義を促進する取り組みと組織に投資し続けます。

・ビームサントリーの持続可能性戦略は、厳格な行動倫理規範とグローバルシチズンシップポリシーに根ざした企業価値によって支えられています。

ビームサントリーは、毎年目標に対する進捗状況を開示します。

また、目的主導型のブランドとプログラミングによって、すでに大きな進歩を遂げています。需要事項は次のとおりです。

ジェームズB.ビームディスティリング社

ケンタッキー州クレルモンにあるジェームズB.ビームディスティリング社のFredB.Noe Craft蒸留所は、今年後半にオープンする予定で、再生可能エネルギーを動力源とする最初の蒸留所となり、電気ボイラーを含むいくつかの新しい持続可能な技術を活用します。この拠点では、ワンパス冷却システムのソリューションである閉ループ冷却システムも設置しており、水の使用量を大幅に削減しています。この技術は非常に大きな投資でしたが、今後何年にもわたって大きな効果をもたらすでしょう。

メーカーズマーク

メーカーズマークは、業界で最も持続可能な企業であるというビジョンを持って、2022年までに埋め立て廃棄物をゼロにする、樽倉庫へソーラーパネルを設置する、ケンタッキー大学と提携して、バーボンを熟成させるための樽に使用されるアメリカンホワイトオークのDNAを研究するなど、数多くの活動を行ってきました。また、ガバナンス、環境、地域社会、顧客、および従業員の持続可能性に対するブランドの取り組みを示すことで、B Corp認証を取得することを目指しています。

シップスミス

シップスミスは、2020年に埋め立て廃棄物をゼロにしました。また、ガバナンス、環境、コミュニティ、顧客、および従業員に対して便益をもたらしていることを示すB Corp認証を取得しました。

カーサ・サウサ社

サウサとホルニトステキーラを製造するカーサ・サウサ社は、蒸留所、アガベ事業、瓶詰め事業における二酸化炭素排出量と水の使用率がテキーラ業界で最も低いです。この拠点は、燃料油から天然ガスに移行し、高効率の天然ガスボイラーを設置しました。また、廃水とバイオソリッドを処理して現場での堆肥化作業に再利用することで、水の使用量を削減することに成功しています。カーサ・サウサ社は、森林再生、土壌保全、帯水層の再充電を通じてレルマ-サンティアゴ川流域を回復・保護するための、飲料業界の国際的な環境サステナビリティ向上業界団体（BIER）および他の6つの飲料製造会社との共同流域イニシアチブである「Charco Bendito」プロジェクトに参加しています。

クルボアジェ

クルボアジェは、フランスのジャルナックにある蒸留所で、高効率、低窒素酸化物（NOx）バーナーを活用し、物流の輸送手段をディーゼルトラックから鉄道に切り替えることで、炭素排出量を削減しました。また、パッケージ変更を行うことでガラスの重量やプラスチックを減らす取り組みを行うだけでなく、生物多様性の改善にミツバチや羊がどのような効果をもたらすかを調査したり、地元のエコ認定生産者からワインを購入したりするなど、農業慣行の変更も行っています。

ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ

ビームサントリーの「ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ」プログラムは、持続可能な水質保全へのサントリーの真摯な取り組みに端を発しています。私たちは、このプログラムを拡大し、この取り組みへの地域社会の協力を促すことに取り組んでいます。現在、ナチュラル・ウォーターサンクチュアリは、ケンタッキー州ロレットにあるメーカーズマークと、ケンタッキー州クレルモンのバーンハイム・アーボリータム&リサーチフォレスト内にあります。

流域の保護と計画

ビームサントリーは、流域の保護および計画に取り組んでいます。これには、流域マッピング、水質テスト、保全･保護活動、および水量･供給計画が含まれます。この活動は、ケンタッキー、メキシコ、インド、セントクロア、アイルランド、スコットランドにある8つの拠点にて行われています。

ケンタッキー大学

ビームサントリーは、500万ドルを投じて、ケンタッキー大学に、次世代の蒸留酒製造業者を教育するためのカリキュラムをサポートする「James B. Beam Institute for Kentucky Spirits」を設立しました。この設立によってさらに強化された、ビームサントリーとケンタッキー大学とのパートナーシップは、ケンタッキー蒸留所全体の流域バランスを整え、保全・保護活動を継続的に監視することを目的としています。

責任ある飲酒

責任ある飲酒のための国際同盟（IARD）の創設メンバーとして、ビームサントリーは、業界の同業者とともに、未成年者の飲酒と有害な飲酒を防ぐことを目的に設定された高い業界基準を通じて、アルコール関連の問題解決に大きな進展をもたらしました。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のメンバーでもあり、オーストラリアのDrinkwise（ドリンクワイズ）、英国のDrinkaware、南アフリカのAWARE.org、米国のResponsibility.orgなど、アルコールによる大きなリスクに取り組む組織の活動を支援しています。また、責任あるアルコール消費を促進するためのグローバルな教育プラットフォームであるドリンク・スマートを通じて、消費者へのツールと情報の提供を行っています。

ボランティア活動

ビームサントリーの従業員は、地域に変化をもたらすための地域組織との強力な関係の構築、地域への還元に熱心に取り組んでいます。同社のボランティア活動へのグローバルな取り組みは拡大を続けています。2019年に最初のグローバルサービスデー「Together for Good」を開催し、「ビームサントリー・ケアズプログラム」を拡大しました。このプログラムでは、有意義なボランティア活動や社会活動に従事するために、従業員に対して毎年最大3日間の有給休暇を取ることを奨励しています。

プルーフポジティブの詳細については、次のURLをご覧ください。http://www.beamsuntory.com/sustainability

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うまでもありません。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、環境に最大限配慮しつつ、常に世界最高級のワインづくりに励んでいます。

主なサステナビリティ活動

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「産地」の個性、そして栽培する「品種」の個性を引き出すべく、果実が最適に成熟するようにぶどう園での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。



減農薬栽培方法で健全に
完熟したぶどう

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つけを行うものです。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・テイスティ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120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、7,000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スティングを行います。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いただいています。


訪問客の受け入れ

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。


薬草を利用した病害虫対策研究

自然と響きあう
～環境～

■環境への取り組み

ISO14001およびHVE (フランス農業・食糧省による環境価値重視認定) を取得

2005年から環境にやさしい統合農業のラベル「TERRA VITIS (テラ・ヴィティス)」の認証を受けていましたが、活動をさらに深化させ、2017年からISO14001(国際標準化機構による環境マネジメントシステム規格)およびHVE(HAUTE VALEUR ENVIRONNEMENTALE フランス農業・食糧省による環境価値重視認定)の最高レベルであるレベル3を取得しました。これらの認証では生物多様性、植物病虫害防除対策、肥料・灌漑管理など細部に亘る厳格な規制の遵守や年次監査が義務付けられています。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生産を継続していることが認められた証です。
また、2008年からは約10haの試験区画で有機農法でのぶどう栽培も行っており、現在もHVEレベル3認定区画との比較を継続しています。



ISO14001の認証



HVE レベル3（フランス農業・食糧省による環境価値重視認定最高レベル）の認証



HVEのロゴ

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CO_2排出量の削減

シャトー ラグランジュは、フランスで初めてCO_2排出量を測定した5つの醸造所のひとつです。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年以降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。また、場内の消費電力の約15%は、2019年に樽熟庫の屋根に設置した800m^2のソーラーパネルにより供給されています。


樽熟庫屋根に新設置されたソーラーパネル

再資源化とリサイクルを推進

剪定したぶどうの枝木や発酵後に残るぶどうの皮を堆肥化して畑に還元し、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。このような環境に配慮をした積極的な活動を継続的に実施、改善することにより、2017年よりISO14001認証を受けています。

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。殺虫剤や除草剤を全く使わず、ぶどう樹の畝間の雑草は緑肥として土壌中に耕し入れるなど、地中の微生物の多様性にも考慮しています。またシャトー前には色彩豊かな植栽が特徴のフランス式庭園、野鳥が羽を休める池、小動物も共存する自然の林が広がります。場内には養蜂の巣箱が設置されており、春から夏にかけてはミツバチも飛び交います。



敷地内に広がる40haの自然の林と庭園



シャトー庭園で羽を休める野鳥

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、「テロワール」の神秘や品質追求の取り組みについての理解を促進しています。



ワインのブレンディング講座によりワイン造りの知識を深める交流会

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・ドゥ・ヴァン」の建設にあたっても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8,500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。



シャトー庭園での音楽祭



ラ・シテ・ドゥ・ヴァン



ラ・シテ・ドゥ・ヴァン内部

～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。



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	Mühlberg 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、ドイツ皇帝ヴィルヘルム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。ドイツが誇る高級品種「リースリング」にこだわり、すべての畑でリースリングのみを栽培し、醸造・瓶詰までを自社で行います。品質の追求に妥協は許されません。ドイツのキードリッヒ村にある私たちの畑ではブドウの仕立てから栽培まで厳しい管理のもとに行い、収穫作業もすべて手で行われます。醸造も可能な限り自然に行われ、ワインの熟成はその味わいのタイプによってステンレスタンクや樽などで別々に行われます。
その努力が結実し、世界各国の評論家からドイツのリースリング栽培のシンボルであるとみなされています。

主なサステナビリティ活動

■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ます。



ロバート ヴァイル醸造所の従業員

キャリア支援

従業員に対して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。研修や能力開発が最も重要な投資の一つと考えています。

サステナビリティへの取り組み

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、サステナビリティビジョン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、人権方針を策定し、従業員やサプライチェーン、地域社会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人権方針

サントリーグループは「人と自然と響きあう」を使命に掲げ、人々の豊かな生活を創造していくと同時に、社会や自然との共生、そして人間の生命が輝く社会の実現に貢献します。
私たちは、事業を行う過程で、直接または間接的に人権に影響を及ぼす可能性があることを認識し、ビジネスに関わる全ての人の人権を尊重するために、「サントリーグループ人権方針」（以下、本方針）をここに定め、人権尊重の取り組みを推進していきます。

1.基本的な考え方
社会の一員である企業として、すべての活動において人権尊重の重要性を認識しています。私たちは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」（UNGPs）を実行の枠組みとしてとらえ、事業活動を行うそれぞれの国または地域における法と規制を遵守します。国際的に認められた人権と各国の法令に矛盾がある場合には、以下の国際的な人権原則を最大限に尊重するための方法を追求します。

・国連「国際人権章典」
・OECD（経済協力開発機構）「多国籍企業行動指針」
・ILO（国際労働機関）「多国籍企業宣言」、「労働における基本的原則及び権利に関するILO宣言」

2.適用範囲
本方針は、サントリーグループのすべての役員と従業員に適用します。また、サントリーグループは、自社の製品・サービスに関係するすべての取引関係者に対しても、本方針の理解・遵守を求めます。

3.人権尊重の責任
サントリーグループの事業活動が社会に負の影響を及ぼす可能性を完全には排除できないことを認識しています。我々は、自らの事業活動において影響を受ける人々の人権を侵害しないことに努め、また自らの事業活動において人権への負の影響が生じた場合は是正に向けて適切な対応をとることにより、人権尊重の責任を果せるサプライチェーンを築いていきます。

4.人権デュー・ディリジェンス・救済
サントリーグループは、人権デュー・ディリジェンスの仕組みを構築し、サントリーグループが社会に与える人権に対する負の影響を特定し、その未然防止および軽減を図ります。また、サントリーグループの事業活動が、人権に対する負の影響を直接に引き起こしたことが明らかとなった場合、または取引関係等を通じた間接的な影響が明らかとなった場合、あるいは明らかではなくとも負の影響が疑われる場合には、国際基準に基づいた対話と適切な手続きを通じてその救済に取り組みます。

5.情報開示
サントリーグループは、自らの人権尊重の取り組みの進捗状況およびその結果を、ウェブサイトなどで開示します。

6.対話・協議
サントリーグループは、本方針を実行する過程において、独立した外部の専門家からの助言を受け、ステークホルダーとの対話と協議を真摯に行います。

7.教育・研修
サントリーグループは、本方針がすべての事業活動に組み込まれ、効果的に実行されるよう、適切な教育・研修を行います。

8.責任者
サントリーグループは、本方針の実行に責任を持つ担当役員を明確にし、実効性を担保します。

9.人権における重点テーマ
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定める項目を人権遵守における重点テーマとして位置づけます（以下サントリーグループ企業倫理綱領を抜粋）。

● 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。

● 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、性的指向、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。

● 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。

● 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。

● 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。

● 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。

本方針は、当社の取締役会の承認を得ており、代表取締役社長　新浪　剛史により署名されています。

2019年7月10日
以上

人権デューデリジェンスの実施

■人権尊重を推進する体制とプロセス

サントリグループ人権方針の策定を受けて、人権デューデリジェンスにおける活動を以下体制とプロセスの下、グローバルに推進していきます。また、従来の国内人権課題への対応については引き続き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」の中で実施していきます。

■推進体制



■推進プロセス

サントリーグループの人権デューデリジェンスのプロセス

サントリーグループは、国連「ビジネスと人権に関する指導原則」（UNGPs）を実行の枠組みとしてとらえ、事業活動を行うそれぞれの国または地域における法と規制を遵守し、社内およびサプライチェーンでの人権デューデリジェンスを以下のプロセスの通り行います。

コミットメント	アセスメント	是 正	開 示
グループ全体としては「人権方針」を策定し、社内においては「企業倫理綱領」、サプライチェーンにおいては「サプライヤーガイドライン」を使って運用しています。	社内およびサプライチェーンで潜在的リスクの高い人権テーマ・領域の特定。それに基づいて実態の評価を行い、課題の有無を可視化しています。	アセスメントで発見された課題に対して改善活動を推進し、負の影響をなくすことに努めています。	アセスメントおよび是正ステップでの進捗を定期的に開示し、透明性を担保しています。

外部ステークホルダーと連携

人権リスクの課題特定

「サントリーグループ人権方針」の策定に当たり、有識者との協力の元、グローバルにおける事業活動にとって重要な人権テーマを6つ特定しました(上記人権方針に記載)。今後の行動計画策定に向け、その6つの切り口を中心に社内およびサプライチェーンを対象としたリスクアセスメントを進めます。

サプライチェーンにおける人権尊重の取組み

サントリーグループは「サステナブル調達基本方針」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人権尊重への取り組みを進めています。

■Sedexによるリスク評価

2019年6月、企業ESGデータのプラットフォームであるSedex（世界最大のサプライヤーエシカル情報共有プラットフォームを提供している非営利団体）に加入しました。サプライヤーに対してSedexへの加盟、SAQ※質問への回答など情報共有の要請を進めています。SAQでは、児童労働や強制労働などを含む人権に関する質問をはじめ、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。2021年5月時点で、1000以上の製造拠点を含む主要サプライヤー約650社のSedex加入を確認しており、今後も全ての主要サプライヤーに対し、Sedexへの加盟案内を進めます。また、SAQによるリスク評価の結果を踏まえ、地域別で取り組みの優先順位を決定した上、行動計画の策定と取り組みの推進を進めます。

尚、自社工場の潜在リスクを把握すべく、2020年から自社工場のSedex登録も進めています。

※ SAQ:Self-Assessment Questionnaire

■アンケートによる確認

上記Sedex未加入のサプライヤーに対しては、サステナビリティ調達アンケートを実施しています。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、海外グループに対して「サントリーグループ・サプライヤーガイドライン」を共有するとともに、海外グループ会社が参加する「グローバル調達会議」で各社のサステナビリティに対する取り組みを確認しています。また、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しました。

■移民労働者に関するデューデリジェンス実施

2019年に実施した有識者ダイアログで、日本における重要な人権問題の一つである外国人技能実習生を含める移民労働者の労働環境について、まずは社内の現状把握を進めています。社内調査やインタビューを踏まえ、今後の行動計画の策定に向けて取り組みを進めます。

地域社会における人権尊重の取り組み

■安全な水へのアクセス

「水のサステナビリティ」の推進活動の一環として、工場近隣エリアの住民との対話や安全な水へのアクセスに取り組んでいます。

社内における人権尊重の取り組み

サントリグループにおける人権意識の向上や人権尊重の企業風土づくりの実践に向けて、啓発・教育活動を推進しています。

■従業員に向けた「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。こうした思いのもと、2014年に「健康づくり」を宣言し、看護職のエリア担当制の導入、看護職との健康面談、社内向け健康情報サイト「Health-ma」の開設など健康推進体制を強化しました。また、2016年からは経営層がGCHO（Global Chief Health Officer:健康管理最高責任者）に就任し、新たに「健康経営」をスタートしました。健康診断、ストレスチェック、生活習慣改善対策を初めとする様々な取り組みを推進し、中長期的な目標として健康KPIを設定することで、心身の不調・疾患を未然に防ぐとともに、すでにスタートしている「働き方改革」とも連動し「やりがいのある会社生活」と「プライベートの充実」の実現を目指しています。

■ダイバーシティ&インクルージョンの推進

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（国境を越える、性別を超える、ハンディキャップを超える、年齢を超える）を設定しました。
2017年には異なる文化や、多様な意見や考え方により新たな価値を創造することを目的とした「Suntory Group Diversity Vision」を設定、グループ全体でダイバーシティを推進しています。

■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しており、「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、解決に取り組んでいます。
国内においては、各従業員の正しい理解と意識啓発を目的に、研修やeラーニング等の機会を提供しています。2020年には全従業員を対象にeラーニングを実施し、ケーススタディを通じて行動における注意点を促しました。セクシュアルハラスメント、パワーハラスメントに限らず、あらゆるハラスメントを排除すべく取り組みを進めています。

■従業員の意識向上に向けた取り組み（外部有識者を交えた社内向け人権ワークショップの実施）

2019年4月、外部有識者（Caux Round Table Japan）の指導のもと、国連による「ビジネスと人権に関する指導原則」の承認等の世界動向や国内外の企業の取り組みについて学び、現代における人権の意味合いやサントリーグループにとっての重点テーマについて関連各部署で議論しました。

■「職場における人権」をテーマに人権研修を展開

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。2018年は「セクシュアルマイノリティを巡る企業の人権課題」と題した人権講演会を実施し、その講演会を収録したDVD視聴を中心に全国の営業拠点にてセミナーを展開しています。2020年からは職場における人権問題にさらに直結した人権啓発セミナーをリアルとオンラインで展開しています。

新型コロナウイルス感染拡大への取り組み

■サプライヤーとのエンゲージメント

サプライチェーン全体の安全を守るべく、各地域のサプライヤーとともに新型コロナウイルス感染拡大の防止に取り組んでいます。サプライヤー側の対策を把握するため、Sedex上の感染拡大防止対策に関するSAQへの回答を促しています。また、マスクの提供や対策導入のサポートなど、サプライヤーの感染拡大防止対策強化に取り組んでいます。

■新型コロナウイルス感染症拡大に対する社会貢献

新型コロナウイルス感染が世界に広がる中、私たちは創業以来の利益三分主義の精神に基づき、企業市民として、この困難を乗り越えるための社会貢献活動を進めていきます。全世界のサントリーグループが、それぞれの地域において、地域社会や医療関係の方々、飲食業界に様々な支援活動を展開しています。

■従業員と自社拠点労働者の労働安全衛生

新型コロナウイルス対策本部を設置し、社員の安全を最優先に、サプライチェーン、業績影響などの情報を集約し、迅速に意思決定を行い、対策を講じています。在宅勤務ができる制度、環境については、コロナウイルス感染前から整備していたこともあり、感染拡大時もスムーズに社員が在宅勤務が実現できています。また、出社時には安全と安心を守るため、従業員向けのPCR検査実施、検温器の設置、アクリルボードや消毒液を各所に設置するといった施策を実施しています。

有識者ダイアログ

サントリーグループの人権に関する取組みを強化するためCRT日本委員会のご協力のもと、日本及び海外の人権課題の有識者とダイアログを定期的に実施しています。2020年度のダイアログを10月にオンライン形式で実施しました。このダイアログでは、サントリーの人権活動に関する取り組み進捗を有識者と共有し、コロナ禍の中での人権デューデリジェンスについて協議を行いました。

2019年のダイアログでは、自社生産拠点におけるエシカルな生産活動と移民労働者問題の二つの切り口でリスクアセスメントを行うべきと助言をいただきました。それを受け、自社工場および移民労働者に関するリスクアセスメントの取り組みを始めたことを2020年のダイアログで有識者に共有しました。また、2020年に始めた原材料と移民労働者に関するリスクアセスメントについて、コロナ禍における効率かつ効果的な進め方について協議を行いました。

今回のダイアログでの気づきも含めて、サントリーグループの人権に関する活動の質を上げると共に、今後も幅広いステークホルダーとの対話を続け、活動を推進していきます。

有識者：Neill Wilkins氏（人権ビジネス研究所IHRB）、Tulika Bansal氏（デンマーク人権研究所）

ファシリテーター：石田寛氏（CRT日本委員会）



社外からの評価

社外からの表彰

2021年

2021年7月

ESG投資の代表的指標「FTSE4Good Index Series」の構成銘柄に選定

サントリー食品インターナショナル（株）（以下、SBF）は、ESG投資の代表的な指標のひとつである「FTSE4Good Index Series」ならびに「FTSE Blossom Japan Index」の構成銘柄に選定されました。
FTSE4Good Index seriesは、FTSERussell※社（英国）により開発されたインデックスで、環境･社会･ガバナンス（Environment･Social・Governance ／ ESG）について優れた対応を行っている企業を選定するものです。

※ FTSERussellはロンドン証券取引所が100%出資する企業で、インデックスの構築や管理などを世界規模で展開しています。

サントリー食品インターナショナル（株）は、「水と生きる」を社会との約束として掲げており、自然の恵みに支えられている企業として、持続可能な社会づくりに貢献するために、今後もESG分野における取り組みを強化していきます。

2021年3月

「健康経営優良法人2021」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2021（大規模法人部門）～ホワイト500～」に認定されました。

2021年2月

CDP「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー・ボード」に選出

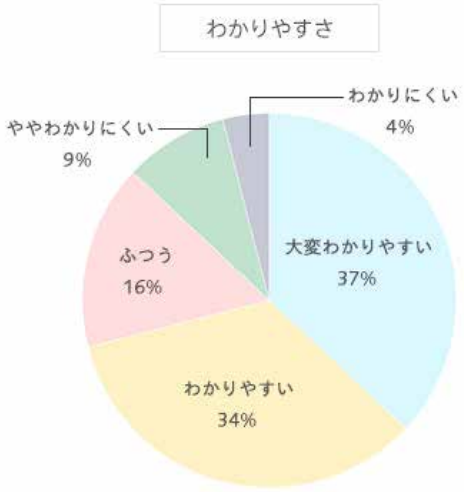
サントリー食品インターナショナル（株）は、環境情報開示システムを提供する国際的な非営利団体である「CDP」から、サプライヤー・エンゲージメント評価」において最高評価である「サプライヤー・エンゲージメント・リーダー・ボード」に初めて選定されました。

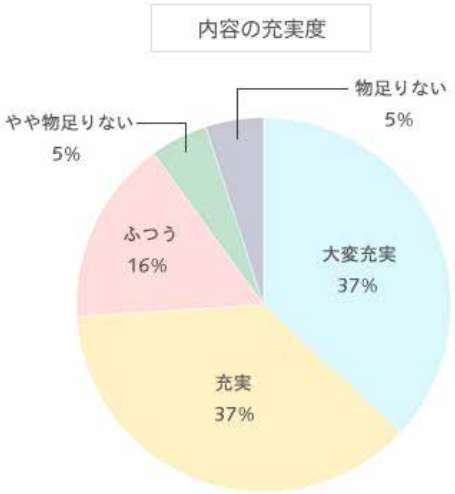
社外からの評価

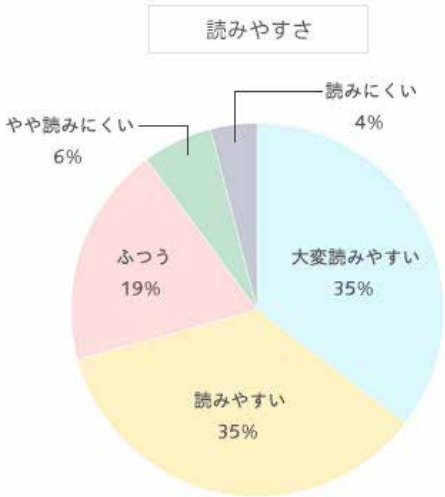
アンケート結果

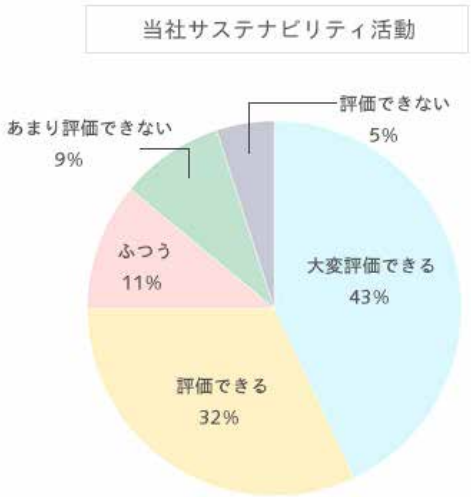
「サントリーグループ　サステナビリティレポート 2020」について、合計79名の方からご回答をいただきました。（2021年5月末現在）読者の皆様から高い評価と数多くの貴重なご意見をいただき、大変うれしく思います。今後のレポート作成および当社の活動に反映させていただくため、皆様からのご意見・ご感想をお待ちしています。読者の皆様から高い評価と数多くの貴重なご意見をいただき、大変嬉しく思います。

サントリーグループ サステナビリティレポート 2020 アンケート結果









データ集

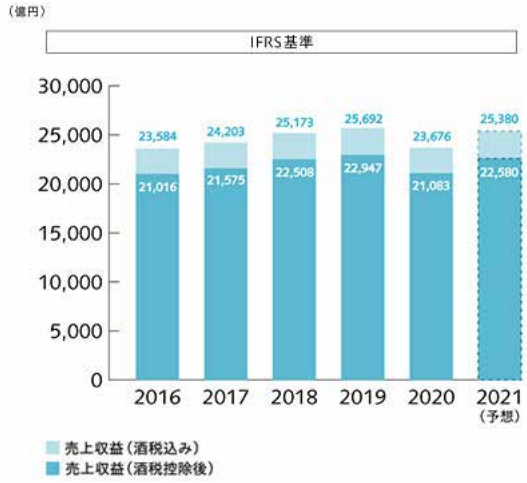
主要サステナビリティデータ

サントリーグループ　サステナビリティ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。

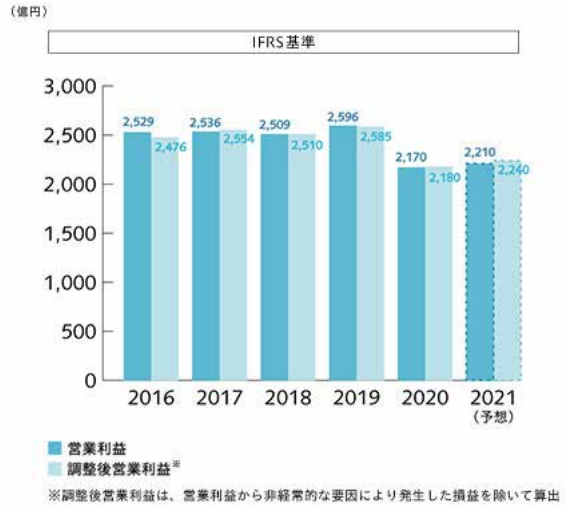
主要経営データ

■連結経営成績

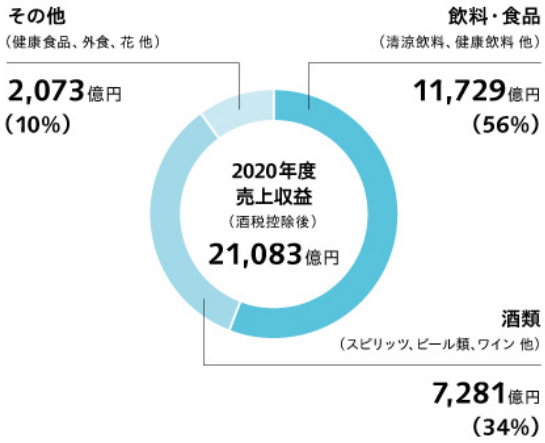
連結売上収益



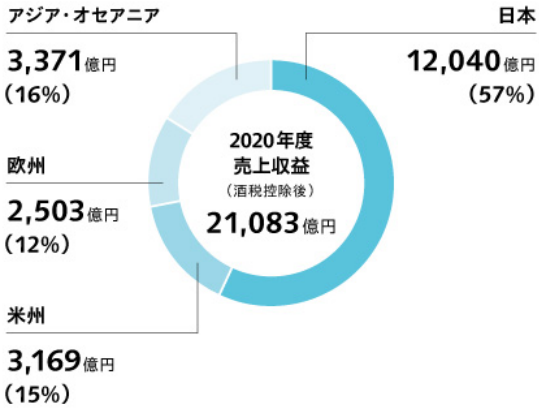
連結営業利益



事業セグメント別売上



地域別売上



■経済的貢献等※

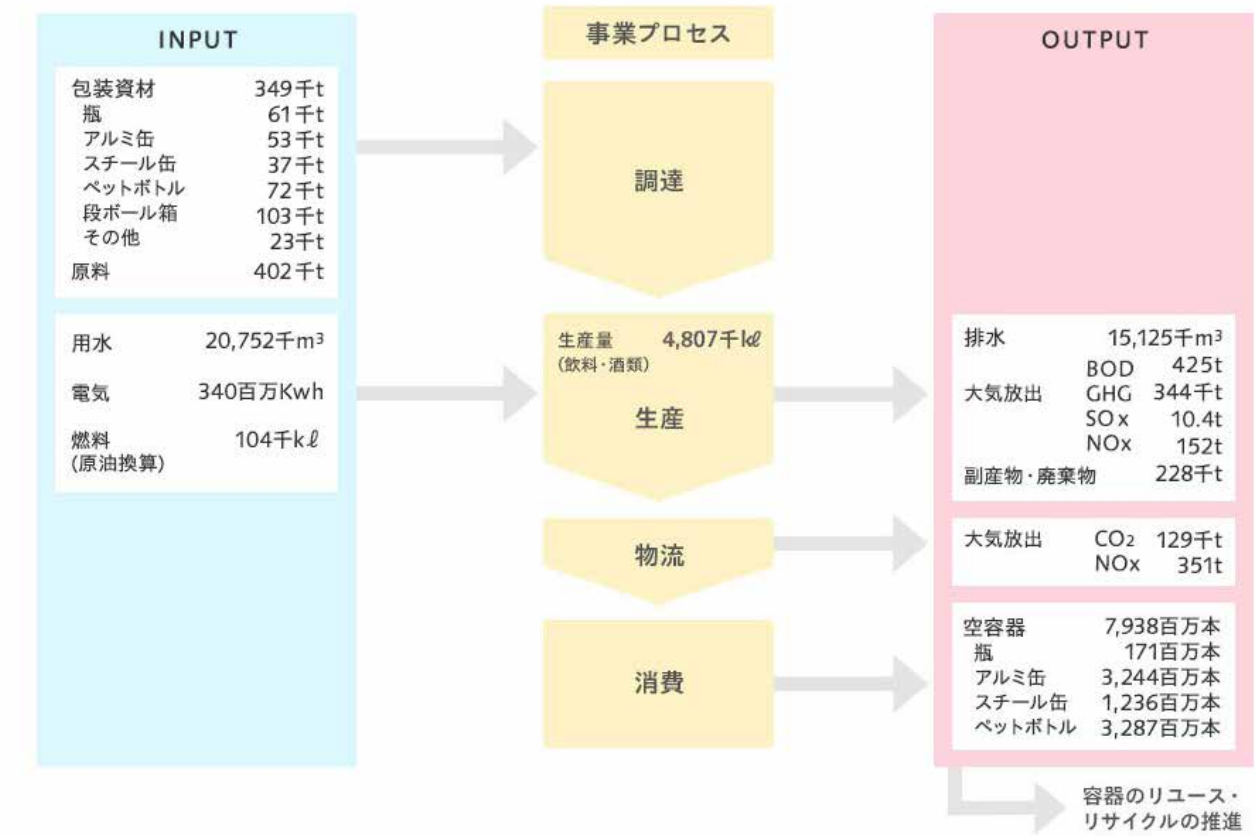
2020年実績（億円）

経済的貢献	1.a. 収益	21,083
	1.b. 事業コスト	7,880
	1.c. 従業員給与と諸手当	3,276
	1.d. 資本提供者への支払	485
	1.e. 政府への支払	714
	1.f. コミュニティへの投資	68
	2. 政府から受けた資金援助	−
財務的投資による貢献	1.総資本支出ー減価償却費	249
	2.自社株買いと配当の合計	305
研究開発費総額		239
支払われた税の総額		714

※ 世界経済フォーラム国際ビジネス協議会の提言する「Measuring Stakeholder Capitalism-Toward Common Metrics and Consistent Reporting of Sustainable Value Creation」の中核測定基準（Core metrics）にもとづいて開示

環境データ

事業活動と環境負荷の全体像（対象期間:2020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 温室効果ガス排出量の算出係数は下記のとおり。

燃料：省エネ法、温対法で定められた係数

電力由来CO_2：温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数

CO_2以外のGHG：温対法で定められた係数

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：2020年1月1日～ 12月31日）

（百万円）

項目			2018年度		2019年度		2020年度	
			環境投資額	環境費用額	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	528	2,207	348	2,151	735	2,082
	地球環境保全コスト	・GHG削減 ・省エネルギー ・コジェネレーション ・嫌気処理 ほか	198	3,020	668	3,090	428	2,730
	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	287	2,720	331	3,246	153	3,413
	合計		1,013	7,946	1,347	8,486	1,315	8,225
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	1,290	0	1,238	0	1,187
管理活動コスト	・環境マネジメントシステム構築・維持 ・サステナビリティレポート、展示会 ・工場緑化 ほか		0	900	0	927	0	714
研究開発コスト	・環境負荷低減のための研究開発活動		8	379	28	300	9	324
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		77	504	79	530	70	503
環境損傷対応コスト			0	0	0	0	0	0
合計			1,098	11,019	1,454	11,480	1,394	10,953

※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：2020年1月1日～ 12月31日）

項目				単位	2018年	2019年	2020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）	16.4	16.8	10.4	6.1t/年
				原単位（g/kℓ）	3.4	3.5	2.2	
			NOx	総量（t）	147	152	152.3	-3.6t/年
				原単位（g/kℓ）	30.1	31.6	32.4	
	地球環境保全	GHG排出量削減	GHG（燃料＋電力）由来	総量（千t）	355.9	350.5	343.7	-8.0千t/年
				原単位（kg/kℓ）	73.0	71.2	72.9	
		エネルギー消費量削減	燃料	原油換算（千kℓ）	102	103	104	-2,716kℓ/年
				原単位（ℓ/kℓ）	20.9	21.5	22.1	
			電気	総量（百万kWh）	335	341	340	-6,545千kWh/年
				原単位（kWh/kℓ）	68.5	70.9	72.3	
	資源循環	水資源使用量削減	用水	総量（千m^3）	22,161	21,310	20,752	92m^3/年
				原単位（m^3/kℓ）	4.5	4.4	4.4	
		廃棄物排出量削減	副産物廃棄物排出量	総量（t）	257,951	251,454	228,355	17,626t/年
				原単位（kg/kℓ）	52.7	52.3	48.6	
			再資源化率	（%）	100	100	100	

※ 電気由来のGHG排出量は温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数

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	2018年度	2019年度	2020年度
リサイクル（副産物売却）収入※1	355	359	305
省エネルギーによる費用削減額※2	429	-321	-242

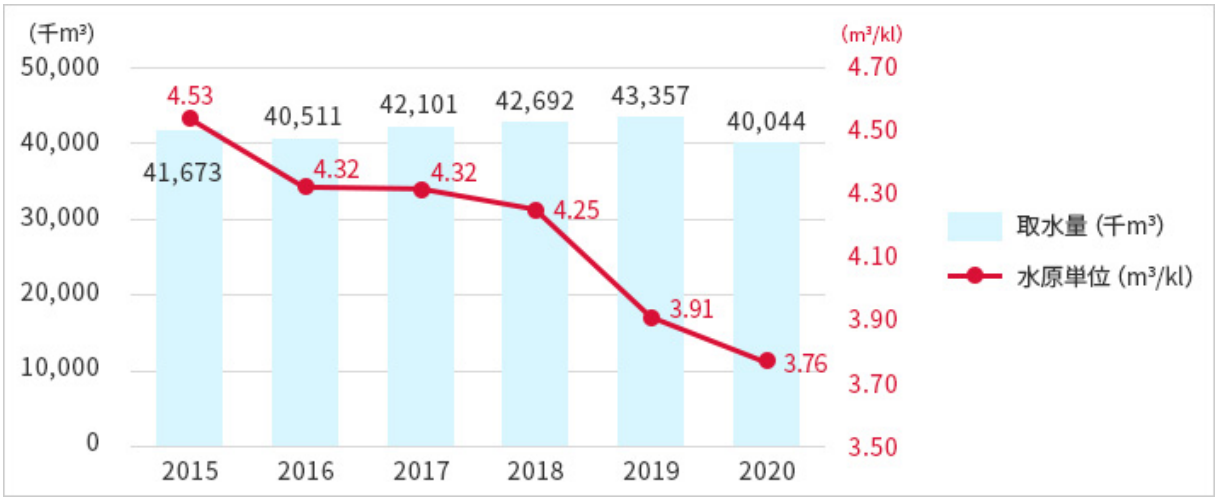
※1 算出方法を廃棄物処理費用削減額と統一
＜前年売却収益×生産量前年比率ー当年売却収益＞
※2 算出方法を廃棄物処理費用削減額と統一
＜ユーティリティー前年費用×生産量前年比率ー当年費用＞

■水使用実績2020年

エリア	使用量（千m³）	2030年原単位削減目標 基準年比（2015年）
日本	20,752	-
米州	6,911	-
欧州	5,454	-
アジア	6,380	-
オセアニア	444	-
アフリカ	103	-
計	40,044★	17.0%減

※国内生産26工場、海外生産64工場が対象
※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21,992千m³★
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

■水使用量



※原単位は製造1kℓあたりの使用量を表す
※2020年は国内生産26工場、海外生産64工場が対象

■水源別水使用量

取水源	水使用量（千m³）		
	2018年度	2019年度	2020年度
地下水	20,620	18,687	17,752
河川・湖	12,762	12,873	10,858
雨水	1	0	0
上水	9,309	11,797	11,434
外部から供給されている水（再生水）	0	0	0
計	42,692	43,357	40,044

※2020年は国内生産26工場、海外生産64工場が対象

■排水量

放流先	排水量（千m^3）		
	2018年度	2019年度	2020年度
河川・湖沼	15,732	14,481	13,611
海	153	1,061	967
下水道	8,364	8,707	8,473
その他（植栽への散水など）	28	61	55
計	24,277	24,310	23,106

※2020年は国内生産26工場、海外生産64工場が対象
※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12,326千m^3

■地球温暖化防止

スコープ1・2排出量

エリア	排出量（千t）	環境目標排出量削減 基準年比(2019年)
日本	417	-
米州	168	-
欧州	97	-
アジア	177	-
オセアニア	13	-
アフリカ	5	-
計	877（スコープ1：554、スコープ2：324）	13.5%削減

※集計範囲は、サントリーグループ全体のGHG排出量を集計しています。（ただし日本を除く各国の小規模なオフィスからのGHGは除外しています。）
上記877千tのうち、国内生産26工場、海外生産64工場、国内非生産拠点（本社、研修センター等間接部門、研究開発拠点、営業拠点、外食･開発拠点）におけるスコープ1・2排出量は853千t★（スコープ 1：531千t★、スコープ 2：321千t★）です。
※上記877千tのうち、サントリー食品インターナショナルグループのGHG排出量は484千tです。このうち、国内生産9工場、海外生産41工場、国内非生産拠点（研修センター等間接部門、研究開発拠点、営業拠点）におけるスコープ1･2排出量は460千t★（スコープ1:222千t★、スコープ2:238千t★）です。
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。
※GHG排出量の算出係数は下記のとおり。
燃料：
（国内）省エネ法（エネルギーの使用の合理化等に関する法律、以下同じ）、温対法（地球温暖化対策の推進に関する法律、以下同じ）で定められた係数
（海外）燃料調達先より入手した係数又は省エネ法・温対法で定められた係数

電力由来GHG：
（国内）温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数を使用しています。
（海外）電力調達先より入手した排出係数を原則とし、入手できない場合は、IEA公表の国別排出係数を使用しています。

CO_2以外のGHG：
（国内26工場）温対法で定められた係数
※数値については四捨五入しているため、合計が合わない場合があります。
※CO_2排出権によるオフセットは含んでいません。2020年のオフセット量約11万トン分含めたスコープ1･2排出量は764千トンになります。（オフセットは、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「Facilitating Reforestation for Guangxi Watershed Management in Pearl River Basinプロジェクト」等から発生する「CO_2排出権」による）。

■スコープ3排出量

サントリーグループ全体

カテゴリ	排出量（千t）	算定方法
1.購入した物品、サービス	3,958★	[原料・包材]サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業が製造・販売する製品の原料や包装資材の購買重量に、排出係数を乗じて算出しています。このうち、排出量の40%に相当する原料や包装資材について、サプライヤーのGHG排出量のうち当社購買分に相当するGHG排出量に基づき計算した排出係数を用いて算定しています。 [製造委託先]サントリーグループ(国内)が販売する国内・海外の製造委託先の生産量に排出係数を乗じて算出しています。
2. 資本財	309	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の設備投資額に、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	114	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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）	236	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の輸送量（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	12	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の廃棄物重量に、排出係数を乗じて算出しています。
6. 出張	3	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の出張費に、排出係数を乗じて算出しています。
7. 従業員の通勤	15	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の通勤費に、排出係数を乗じて算出しています。
8. リース資産（上流）	10	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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）	211	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の輸送量・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	43	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業の販売量に、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	286	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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）	511	サントリーグループ(国内・海外)の食品事業・酒類事業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
合計	5707	

※サントリーグループ（国内･海外）の食品事業･酒類事業が対象です。海外グループ会社の一部は、国内の排出係数と生産原単位を用いて推計しています。
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

サントリー食品インターナショナル株式会社

カテゴリ	排出量（千t）	算定方法
1.購入した物品、サービス	2,804★	[原料･包材]サントリー食品インターナショナルグループ(国内･海外)が製造・販売する製品の原料や包装資材の購買重量に、排出係数を乗じて算出しています。このうち、排出量の31%に相当する原料や包装資材について、サプライヤーのGHG排出量のうち当社購買分に相当するGHG排出量に基づき計算した排出係数を用いて算定しています。 [製造委託先]サントリー食品インターナショナルグループ(国内)が販売する国内・海外の製造委託先の生産量に排出係数を乗じて算出しています。
2. 資本財	186	サントリー食品インターナショナルグループ(国内・海外)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	62	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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）	162	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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	6	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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・海外）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	11	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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）	8	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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）	175	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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	36	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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	261	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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）	475	サントリー食品インターナショナルグループ（国内・海外）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
合計	4187	

※サントリー食品インターナショナルグループ(国内･海外）が対象です。海外グループ会社の一部は､国内の排出係数と生産原単位を用いて推計しています。
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

■大気汚染防止

SOx排出量

	2018年	2019年	2020年
排出量（t）	16.4	16.8	10.4
原単位（g/kℓ）	3.4	3.5	2.2

※国内生産26工場が対象

NOx排出量

	2018年	2019年	2020年
排出量（t）	147.0	152.0	151.6
原単位（g/kℓ）	30.1	31.6	32.2

※国内生産26工場が対象

PCB使用機器の保有数（2021年1月現在）

	保管中	使用中	保有合計
コンデンサ	3	0	3
変圧器	5	0	5
照明器具安定器	11	0	11

■副産物・廃棄物排出実績2020年

エリア	排出量（千t）
日本	228
米州	154
欧州	95
アジア	31
オセアニア	7
アフリカ	0
計	516★

※国内生産26工場、海外生産64工場が対象
※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150千t★
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

副産物・廃棄物の排出量





※国内生産26工場が対象

副産物・廃棄物の排出量、再資源化率および用途

排出物の種類	主要用途	2016年		2017年		2018年		2019年		2020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(%)	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	185,227	100	195,334	100	187,818	100	181,524	100	164,185	100
汚泥（余剰汚泥など）	・肥料	27,547	100	30,351	100	30,472	100	31,245	100	30,275	100
木くず(樽材､パレット)	・家具材 ・合板原料	2,123	100	1,314	100	4,435	100	2,458	100	5,186	100
ガラス・陶磁器くず	・ガラス材料 ・路盤材	3,772	100	3,508	100	3,216	100	2,825	100	2,285	100
紙くず（段ボール、紙ラベルなど）	・再生紙 ・段ボール原料	5,184	100	6,349	100	6,228	100	6,429	100	5,520	100
廃プラスチック類	・パレット ・固形燃料 ・補助燃料	4,956	100	5,918	100	6,138	100	6,338	100	6,033	100
金属くず（アルミ、鉄）	・アルミ ・スチール原料	3,039	100	2,958	100	3,240	100	3,270	100	3,314	100
その他		12,729	100	12,632	100	16,405	100	17,365	100	11,558	100
合計		244,604	100	258,365	100	257,951	100	251,454	100	228,355	100

※国内生産26工場が対象

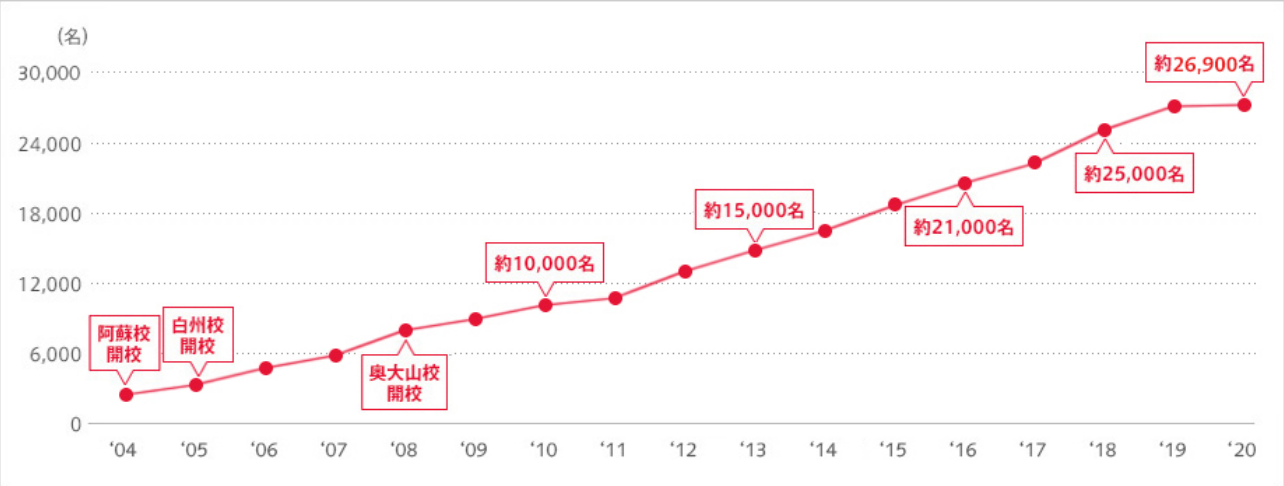
従業員への環境教育（国内）

■2020年度環境教育研修

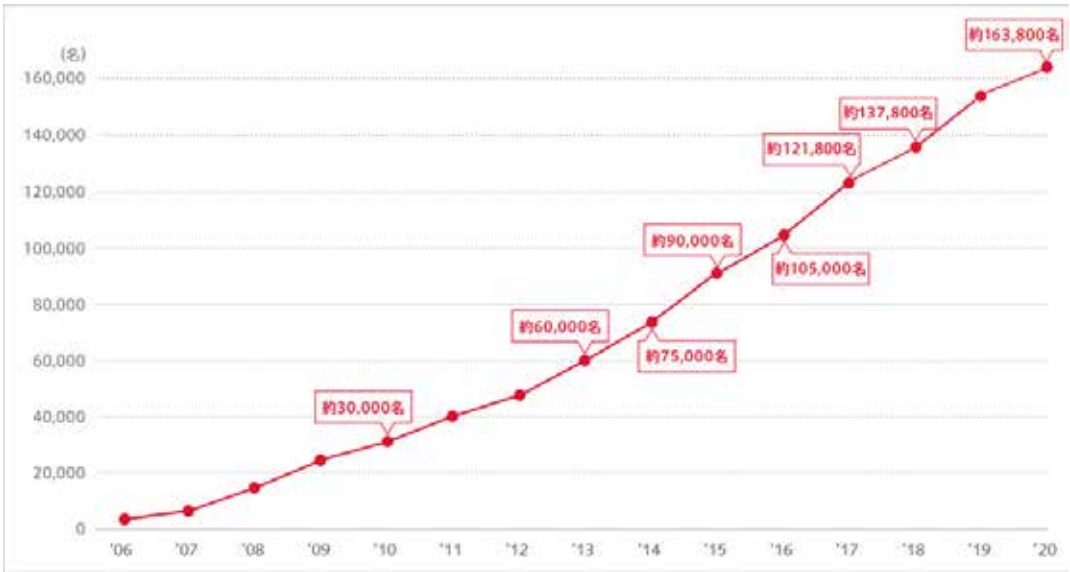
名称	対象	受講者数
入社時研修（環境経営講義）	新入社員	全員
ISO14001認識・特定教育	工場従業員	全員
サステナビリティ経営啓発研修（eーラーニング等）	国内グループ従業員	19,585名
ISO14001新任担当者研修	ISO14001担当者	16名
ISO14001内部監査員研修	ISO14001内部監査担当者	48名
容器包装セミナー	商品開発担当者	56名
環境法令研修	関連する部門の従業員	56名
廃棄物管理基礎セミナー	関連する部門の従業員	295名

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

■サントリーグループの雇用・就業状況

2020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。

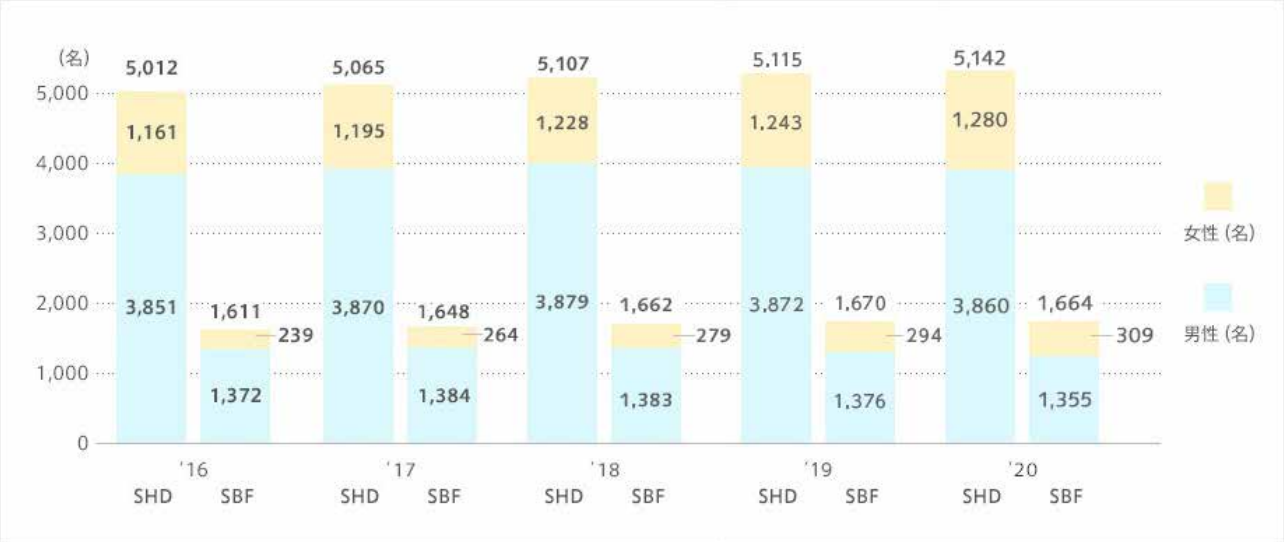
■従業員数データ（2020年12月31日現在）

（名）

	2016年			2017年			2018年			2019年			2020年		
	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計	SHD	SBF	合計
男性	41	14	55	45	13	58	43	14	57	44	14	58	44	14	58
女性	4	1	5	2	3	5	2	3	5	1	3	4	1	3	4
役員	45	15	60	47	16	63	45	17	62	45	17	62	45	17	62
男性	1,422	627	2,049	1,432	643	2,075	1,459	654	2,113	1,497	668	2,165	1,541	686	2,227
女性	185	34	219	200	40	240	217	40	257	231	42	273	239	47	286
マネジャー相当職	1,607	661	2,268	1,632	683	2,315	1,676	694	2,370	1,728	710	2,438	1,780	733	2,513
男性	2,429	745	3,174	2,438	741	3,179	2,420	729	3,149	2,375	708	3,083	2,319	669	2,988
女性	976	205	1,181	995	224	1,219	1,011	239	1,250	1,012	252	1,264	1,043	262	1,305
メンバー相当職	3,405	950	4,355	3,433	965	4,398	3,431	968	4,399	3,387	960	4,347	3,362	931	4,293
正社員数	5,012	1,611	6,623	5,065	1,648	6,713	5,107	1,662	6,769	5,115	1,670	6,785	5,142	1,664	6,806
男性	161	42	203	106	31	137	80	28	108	89	30	119	114	38	152
女性	82	22	104	79	19	98	87	113	200	90	115	205	85	128	213
契約社員等※	243	64	307	185	50	235	167	141	308	179	145	324	199	166	365
派遣社員	560	52	612	567	63	630	573	66	639	543	58	601	526	57	583

※契約社員等：嘱託社員およびアルバイト、2018年よりSBFパートナー社員を追加
※SBFパートナー社員：派遣社員から無期化した社員
※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（2020年12月31日現在）



※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（2020年12月31日現在）

	2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
平均年齢	40.8歳	42.0歳	41.3歳	42.3歳	41.7歳	42.6歳	42.1歳	42.8歳	42.4歳	42.9歳
平均勤続年数	16.6年	17.6年	17.1年	17.8年	17.5年	18.1年	17.7年	18.3年	17.9年	18.4年

※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）

			2016年		2017年		2018年		2019年		2020年	
			SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF	SHD	SBF
	新卒	男性	79	20	68	17	69	16	70	24	66	20
		女性	43	19	48	20	45	16	47	18	49	18
	経験者	男性	17	0	13	4	14	5	9	1	8	3
		女性	7	5	2	7	11	5	5	0	16	1
合計			146	44	132	48	139	42	131	43	139	42
経験採用比率											17%	10%

※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）

		2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
	定年※1	39	39	66	89	128
	自己都合※2	53	43	57	54	48
	会社都合※3	0	2	1	0	0
	その他	7	4	8	2	7
合計※4		99	88	132	145	183
離職率※5		0.80%	0.67%	0.86%	0.80%	0.71%

※1 定年には自由選択定年も含む
※2 会社都合は、工場閉鎖・事業売却。転籍は自己都合に含む
※3 正社員を対象とする
※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



※2013-2015年入社の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）の新卒採用者を対象に計算

女性の登用状況



管理職・非管理職別、男女別要員数



※2020年12月31日
※サントリーホールディングス（株）籍およびサントリー食品インターナショナル（株）籍のみの数字です。

障がい者雇用数と雇用率（2020年6月1日時点）



※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



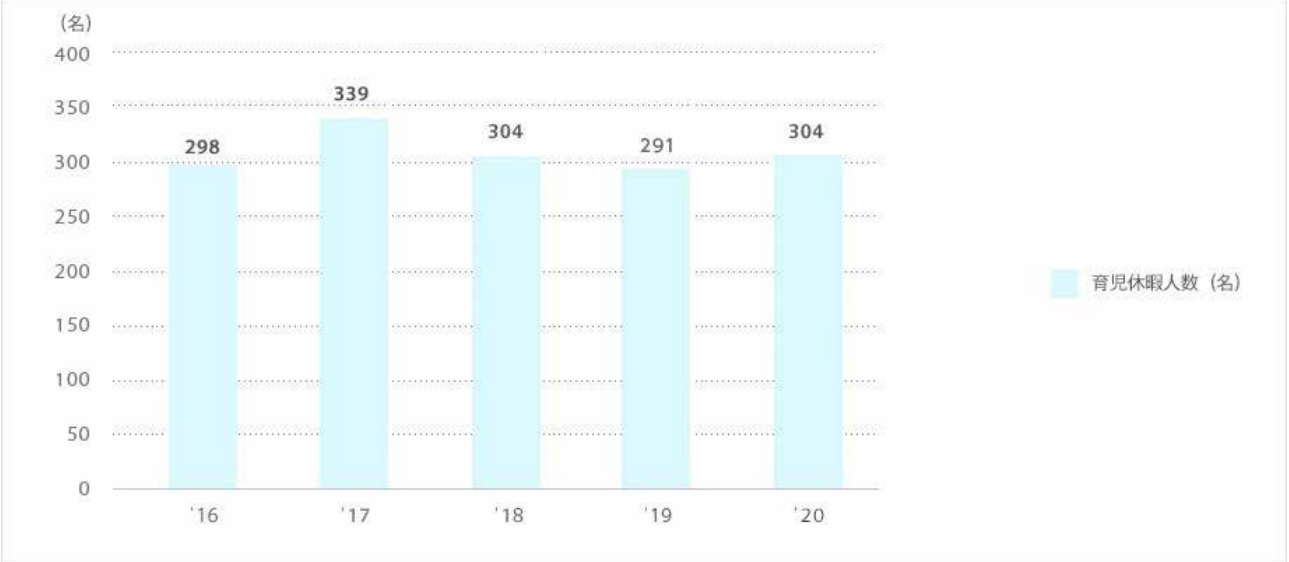
※サントリーグループの標準的な事業所での所定内勤務時間は1日7.5時間、休日数は年間121日、年間所定内勤務時間は1,830時間です
※SHD：サントリーホールディングス（株）
※SBF：サントリー食品インターナショナル（株）

年次有給休暇取得実績



※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）

育児休職取得実績



育児・介護等各種制度の取得者数推移

（名）

			2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
					SHD+SBF	SHD+SBF	SHD+SBF	SHD+SBF	SHD+SBF
育児・介護	育児休職		205	247	298	339	304	291	304
	育児休職取得人数	男	-	-	102	56	133	111	122
		女	-	-	196	54	171	180	182
	新規育児休職者		118	143	180	229	75	74	67
	育児休職後の復職人数	男	-	-	-	155	117	114	127
		女	-	-	-	70	75	75	79
	育児休職中の退職人数	男	-	-	-	0	0	0	0
		女	-	-	-	3	0	0	0
	育児休職後の復職率	男	-	-	-	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		女	-	-	-	95.9%	100.0%	100.0%	100.0%
	前年育児休職取得者の年末在籍人数	男	-	-	-	102	152	135	122
		女	-	-	-	196	169	165	176
	育児休職者の定着率	男	-	-	-	100%	97.44%	100.0%	100.0%
		女	-	-	-	98.5%	92.35%	96.5%	98.0%
	育児短時間・時差		195	192	225	216	217	178	122
	介護休職		2	1	2	2	3	2	1
	介護短時間・時差		2	3	0	0	0	2	0
	テレワーク勤務※		3,196	3,577	4,460	4,845	5,176	5,674	6,696
	キッズサポート休暇		663	464	539	583	599	650	555
	ホームヘルパー		0	2	1	2	1	4	3
	在宅保育サービス		37	16	26	29	34	44	37
余暇・休暇	リフレッシュ休暇		791	933	702	801	824	886	485

その他の育成プログラム

名称	内容	2020年実績	2011～2020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/コミュニケーション力・リーダーシップ・論理的思考力・計数）	9名	76名
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、経営管理学修士（MBA）を修得	2名	29名
トレーニー	海外グループ会社での1年間の実地研修（OJT）を通じて、専門性を更に磨くとともに、語学力・コミュニケーション力・異文化対応力およびリーダーシップを修得する。	13名 ※2019年実績	93名 ※2019年実績

主な自己啓発支援プログラムおよび2020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40種のコース（年間2期）を設置	845
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	223
eラーニング	オンライン経由で自由に受講できる5社のプログラムを提供。 ビジネススキル修得からライフに関するものまで幅広い内容をカバー。 スキマ時間を活用しいつでもどこでも、自主的な学びを支援。 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。	1,972
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を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	66

※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

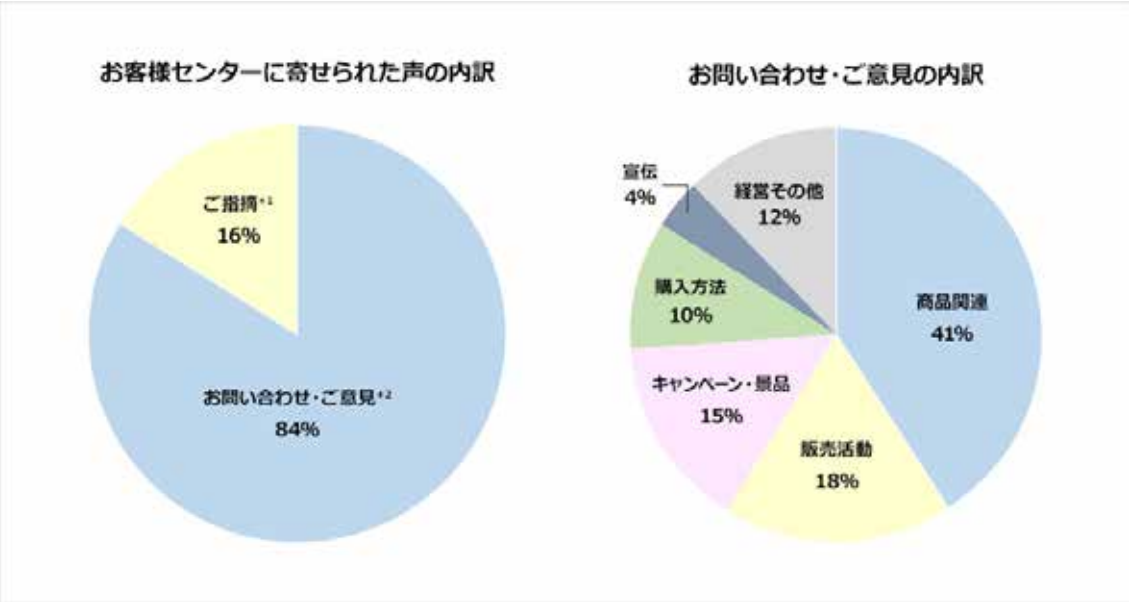
■労働災害発生件数

（件）

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	2016年	2017年	2018年	2019年	2020年
休業災害件数	3	3	2	3	4	0	6	1	3	0	3
不休災害件数	14	10	8	12	13	8	18	12	21	14	13
死亡災害件数				0	0	0	0	0	0	0	0
計	17	13	10	15	17	8	24	13	24	14	16
休業災害度数率	0.31	0.30	0.20	0.17	0.34	0.00	0.47	0.08	0.23	0.00	0.20★
休業災害強度率	0.002	0.005	0.009	0.002	0.004	0.000	0.003	0.000	0.001	0.000	0.010

※2012年まではサントリーホールディングス（株）籍およびサントリー食品インターナショナル（株）籍のみの数字です。2014年より以下のサントリーグループ各社（国内）の正社員、嘱託社員およびアルバイトなどを対象に労働災害データを把握しています。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グループ（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）、サントリープロダクツ（株））、サントリー BWS（株）、サントリースピリッツ（株）、サントリービール（株）、サントリーワインインターナショナル（株）、サントリー酒類（株）、サントリーウエルネス（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）、サントリーグローバルイノベーションセンター（株）2020年よりサントリーシステムテクノロジー(株)を追加しています。
※KPMGあずさサステナビリティ株式会社による第三者保証を受けています。第三者保証の対象となっている数値を★で示しています。

お客様センターに寄せられた声　（2020年件数：約60,000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

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	2016年4月　1億円 2016年10月　3億円	熊本県	熊本県への義捐金リリース
2017	九州北部豪雨災害	福岡県　(500万円) 大分県　(500万円)	福岡県、大分県	九州北部豪雨災害被害に対する義捐金について
2017	米国大型ハリケーンによる被害に対する支援	約1億1千万円 （100万ドル）	アメリカ赤十字社	米国大型ハリケーンによる被害に対する支援について
2017	メキシコ地震による被害に対する支援	約2,200万円 （20万ドル）	メキシコ赤十字社	メキシコ地震による被害に対する支援について
2017	バージン諸島 ハリケーン Maria	約5500万円 (50万ドル）	バージン諸島復興基金	
2018	平成30年7月豪雨（西日本豪雨）	9億円 （広島、岡山、愛媛に各3億円）	広島県は日本赤十字社広島県支部 岡山県、愛媛県は各県窓口	「平成30年7月豪雨」に対する義捐金について
2018	平成30年北海道胆振東部地震	1億円	北海道	「平成30年北海道胆振(いぶり)東部地震」に対する支援について
2018	台風21号の被害を受けた「御堂筋のイチョウ並木」に対する支援	約5,000万円	大阪市	台風21号の被害を受けた「御堂筋のイチョウ並木」に対する支援
2019	台風15号に対する支援	5,000万円	千葉県	「令和元年台風15号」に対する支援について
2019	台風19号に対する支援	5億5,000万円	岩手県、宮城県、福島県、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、神奈川県、新潟県、長野県、静岡県（各5千万円）	「令和元年台風第19号」に対する支援について
2020	オーストラリアの森林火災による被害に対する支援	約3,750万円 （50万オーストラリアドル）	オーストラリア赤十字社 ニューサウスウエールズ州森林火災消防団体 ニューサウスウエールズ州野生動物保護団体	オーストラリアの森林火災による被害に対する支援について
2020	熊本豪雨に対する支援	5,000万円	熊本県	熊本豪雨に対する支援について
2021	インドでの新型コロナウイルス感染症拡大に対する支援	約6,540万円 （60万米ドル）	British Asian Trust Confederation of Indian Industry National Restaurant Association of India	インドでの新型コロナウイルス感染症拡大に対する支援について

データ集

GRI スタンダード対照表

当ウェブサイトは、GRI（Global Reporting Initiative）「サステナビリティ・レポーティング・スタンダード」の中核（Core）に準拠して作成しています。

共通スタンダード

番号	タイトル	報告要求事項	該当ページ 見出し
戦略および分析			
102-1	組織の名称	a.組織の名称	・企業概要
102-2	活動、ブランド、製品、サービス	a.組織の事業活動に関する説明 b.主要なブランド、製品、およびサービス。特定の市場で販売が禁止されている製品またはサービスがあれば、その説明を含める	・事業紹介
102-3	本社の所在地	a.組織の本社の所在地	・企業概要
102-4	事業所の所在地	a.組織が事業を展開している国の数、および重要な事業所を所有している国の名称。報告書に記載している項目との関連は問わない	・グループ企業一覧
102-5	所有形態および法人格	a.組織の所有形態や法人格の形態	・企業概要
102-6	参入市場	a.参入市場。次の事項を含む i.製品およびサービスを提供している地理的な場所 ii.参入業種 iii.顧客および受益者の種類	・グループ企業一覧
102-7	組織の規模	a.組織の規模。次の事項を含む i.総従業員数 ii.総事業所数 iii.純売上高（民間組織について）、純収入（公的組織について） iv.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） v.提供する製品、サービスの量	・企業概要
102-8	従業員およびその他の労働者に関する情報	a.雇用契約（正社員と臨時雇用者）別の、男女別総従業員数 b.雇用契約（正社員と臨時雇用者）別の、地域別総従業員数 c.雇用の種類（常勤と非常勤）別の、男女別総従業員数 d.組織の活動の相当部分を担う者が、従業員以外の労働者であるか否か。該当する場合、従業員以外の労働者が担う作業の性質および規模についての記述 e.開示事項 102-8-a、102-8-b、102-8-cで報告する従業員数に著しい変動（観光業や農業における季節変動） f.データの編集方法についての説明(何らかの前提があればそれも含める)	・雇用・就業状況
102-9	サプライチェーン	a.組織のサプライチェーンの説明。組織の活動、主要なブランド、製品、およびサービスに関するサプライチェーンの主要要素を含める	・サステナブル調達 ・すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

102-10	組織およびそのサプライチェーンに関する重大な変化	a.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生じた重大な変化。次の事項を含む i.所在地または事業所に関する変化（施設の開設や閉鎖、拡張を含む） ii.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） iii.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（選定や解消を含む）	当該期間においては該当なし
102-11	予防原則または予防的アプローチ	a.組織が予防原則や予防的アプローチに取り組んでいるか。またその取り組み方	・事業活動と環境影響 ・環境マネジメント
102-12	外部イニシアティブ	a.外部で作成された経済、環境、社会の憲章、原則その他のイニシアティブで、組織が署名または支持しているもののリスト	・サントリーが考えるサステナビリティ経営：国連グローバル・コンパクト、The CEO Water Mandateに署名 ・アルコール関連問題への取り組み：アルコール関連問題低減に向けグローバルに活動 ・環境ビジョン
102-13	団体の会員資格	a.業界団体、その他の協会、および国内外の提言機関で組織が持っている主な会員資格のリスト	・サントリーが参画している業界団体
戦略			
102-14	上級意思決定者の声明	a.組織とサステナビリティの関連性、およびサステナビリティに取り組むための戦略に関する、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	・トップコミットメント
102-15	重要なインパクト、リスク、機会	a.重要なインパクト、リスク、機会の説明	・事業活動と環境影響：水リスクの評価 ・サステナビリティビジョン ・TCFD提言に基づく開示
倫理と誠実性			
102-16	価値観、理念、行動基準・規範	a.組織の価値観、理念、行動基準・規範についての説明	・サントリーが考えるサステナビリティ経営：サントリーグループの理念
102-17	倫理に関する助言および懸念のための制度	a.組織内外に設けられている次の制度についての説明 i.倫理的行為および合法行為、ならびに組織の誠実性に関する助言を求める制度 ii.非倫理的行為または違法行為、ならびに組織の誠実性に関する懸念を通報する制度	・コンプライアンス：問題の早期発見・解決のためにホットラインを強化、通報者等の保護
ガバナンス			
102-18	ガバナンス構造	a.組織のガバナンス構造。最高ガバナンス機関の委員会を含む b.経済、環境、社会項目に関する意思決定に責任を負っている委員会	・コーポレート・ガバナンス ・環境マネジメント：サステナビリティ経営推進体制 ・サステナビリティビジョン：推進体制
102-19	権限移譲	a.最高ガバナンス機関から役員や他の従業員へ、経済、環境、社会項目に関して権限委譲を行うプロセス	・環境マネジメント：サステナビリティ経営推進体制 ・サステナビリティビジョン：推進体制

102-20	経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任	a.組織が、役員レベルの地位にある者を経済、環境、社会項目の責任者として任命しているか b.その地位にある者が、最高ガバナンス機関の直属となっているか	・コーポレート・ガバナンス ・環境マネジメント：サステナビリティ経営推進体制 ・サステナビリティビジョン：推進体制
102-21	経済、環境、社会項目に関するステークホルダーとの協議	a.ステークホルダーと最高ガバナンス機関の間で、経済、環境、社会項目に関して協議を行うプロセス b.協議が権限移譲されている場合は、誰に委任されているか、最高ガバナンス機関への結果のフィードバックをどのように行っているか	・社会との対話
102-22	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成	a.最高ガバナンス機関およびその委員会の構成。次の事項による i.執行権の有無 ii.独立性 iii.ガバナンス機関における任期 iv.構成員の他の重要な役職およびコミットメントの数、ならびにコミットメントの性質 v.ジェンダー vi.発言権が低い社会的グループのメンバー vii.経済、環境、社会項目に関係する能力 viii.ステークホルダーの代表	
102-23	最高ガバナンス機関の議長	a.最高ガバナンス機関の議長が組織の執行役員を兼ねているか否か b.議長が執行役員を兼ねている場合、組織の経営におけるその者の役割と、そのような人事の理由	
102-24	最高ガバナンス機関の指名と選出	a.最高ガバナンス機関およびその委員会メンバーの指名と選出のプロセス b.最高ガバナンス機関のメンバーの指名と選出で用いられる基準。次の事項を含む i.ステークホルダー（株主を含む）が関与しているか、どのように関与しているか ii.多様性が考慮されているか、どのように考慮されているか iii.独立性が考慮されているか、どのように考慮されているか iv.経済、環境、社会項目に関する専門知識や経験が考慮されているか、どのように考慮されているか	
102-25	利益相反	a.利益相反の回避、対処のために最高ガバナンス機関が行っているプロセス b.利益相反に関する情報をステークホルダーに開示しているか。最低限、次の事項を含む i.役員会メンバーへの相互就任 ii.サプライヤーおよびその他のステークホルダーとの株式の持ち合い iii.支配株主の存在 iv.関連当事者の情報	
102-26	目的、価値観、戦略の設定における最高ガバナンス機関の役割	a.経済、環境、社会項目に関わる組織の目的、価値観、ミッション・ステートメント、戦略、方針、目標の策定、承認、更新に際して、最高ガバナンス機関と役員が果たす役割	・サステナビリティビジョン：推進体制
102-27	最高ガバナンス機関の集合的知見	a.経済、環境、社会項目に関する最高ガバナンス機関の集合的知見を発展、強化するために実施した施策	

102-28	最高ガバナンス機関のパフォーマンスの評価	a.最高ガバナンス機関の経済、環境、社会項目のガバナンスに関するパフォーマンスを評価するためのプロセス b.当該評価の独立性が確保されているか否か、および評価の頻度 c.当該評価が自己評価であるか否か d.最高ガバナンス機関の経済、環境、社会項目のガバナンスに関するパフォーマンス評価に対応して行った措置。最低限、メンバーの変更や組織の実務慣行の変化を含む	
102-29	経済、環境、社会へのインパクトの特定とマネジメント	a.経済、環境、社会項目、およびそのインパクト、リスク、機会の特定とマネジメントにおける最高ガバナンス機関の役割。デュー・デリジェンス・プロセスの実施における最高ガバナンス機関の役割を含む b.最高ガバナンス機関による経済、環境、社会項目、およびそのインパクト、リスク、機会の特定とマネジメントをサポートするために、ステークホルダーとの協議が活用されているか否か	・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
102-30	リスクマネジメント・プロセスの有効性	a.経済、環境、社会項目に関するリスクマネジメント・プロセスの有効性のレビューにおける最高ガバナンス機関の役割	・リスクマネジメント ・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
102-31	経済、環境、社会項目のレビュー	a.経済、環境、社会項目、およびそのインパクト、リスク、機会に関して最高ガバナンス機関が行うレビューの頻度	・サステナビリティビジョン：推進体制
102-32	サステナビリティ報告における最高ガバナンス機関の役割	a.組織のサステナビリティ報告書の正式なレビューや承認を行い、すべてのマテリアルな項目が取り上げられていることを確認する機能を果たしている最高位の委員会または役職	
102-33	重大な懸念事項の伝達	a.最高ガバナンス機関に対して重大な懸念事項を伝達するために設けられているプロセス	・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
102-34	伝達された重大な懸念事項の性質と総数	a.最高ガバナンス機関に伝達された重大な懸念事項の性質と総数 b.重大な懸念事項への対処、解決のために使われたメカニズム	
102-35	報酬方針	a.最高ガバナンス機関および役員に対する報酬方針。次の種類の報酬を含む i.固定報酬と変動報酬（パフォーマンス連動報酬、株式連動報酬、賞与、後配株式または権利確定株式を含む） ii.契約金、採用時インセンティブの支払い iii.契約終了手当 iv.クローバック v.退職給付（最高ガバナンス機関、役員、その他の全従業員について、それぞれの給付制度と拠出金率の違いから生じる差額を含む） b.報酬方針におけるパフォーマンス基準と、最高ガバナンス機関および役員の経済、環境、社会項目における目標がどのように関係しているか	
102-36	報酬の決定プロセス	a.報酬の決定プロセス b.報酬コンサルタントが報酬の決定に関与しているか否か、また報酬コンサルタントが経営陣から独立しているか否か c.報酬コンサルタントと組織との間に存在するその他の関係	
102-37	報酬に関するステークホルダーの関与	a.報酬に関するステークホルダーの意見をどのように求め、また考慮しているか b.考慮している場合、報酬方針や提案への投票結果	
102-38	年間報酬総額の比率	a.組織の重要事業所があるそれぞれの国の最高給与所得者における年間報酬総額の、同じ国の全従業員における年間報酬額の中央値（最高給与所得者を除く）に対する比率	
102-39	年間報酬総額比率の増加率	a.組織の重要事業所があるそれぞれの国の最高給与所得者における年間報酬総額の増加率の、同じ国の全従業員における年間報酬総額の中央値（最高給与所得者を除く）の増加率に対する比率	

ステークホルダー・エンゲージメント			
102-40	ステークホルダー・グループのリスト	a.組織がエンゲージメントしたステークホルダー・グループのリスト	・社会との対話 ・サントリーが考えるサステナビリティ経営：ステークホルダーとの関わり
102-41	団体交渉協定	a.団体交渉協定の対象となる全従業員の割合	・労使関係：労使が協力して「働きやすい職場」に
102-42	ステークホルダーの特定および選定	a.組織がエンゲージメントを行うステークホルダーを特定および選定する基準	・社会との対話 ・サントリーが考えるサステナビリティ経営：ステークホルダーとの関わり
102-43	ステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ方法	a.組織のステークホルダー・エンゲージメントへのアプローチ方法。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の頻度を含む。また、特に報告書作成プロセスの一環として行ったエンゲージメントか否かを示す	・社会との対話 ・労使関係：協議会で労使の協働を推進
102-44	提起された重要な項目および懸念	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重要な項目および懸念。次の事項を含む i.組織が重要な項目および懸念にどう対応したか（報告を行って対応したものを含む） ii.重要な項目および懸念を提起したステークホルダー・グループ	・社会との対話：2020年に開催した意見交換会 ・人権の尊重：有識者ダイアログ ・お客様コミュニケーション：お客様センターに寄せられた声、お客様のご意見を商品づくりに活用
報告実務			
102-45	連結財務諸表の対象になっている事業体	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のリスト 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記載から外れているか否か	
102-46	報告書の内容および項目の該当範囲の確定	a.報告書の内容および項目の該当範囲を確定するためのプロセスの説明 b.組織が報告書の内容を確定する際、報告原則をどのように適用したかについての説明	・サントリーが考えるサステナビリティ経営：サステナビリティ 4つの取り組み ・ISO26000を活用したサステナビリティ活動のステップアップ：6つのサステナビリティ重点課題 ・サステナビリティビジョン：サントリーグループにとってのサステナビリティの重要テーマ
102-47	マテリアルな項目のリスト	a.報告書の内容を確定するプロセスで特定したマテリアルな項目のリスト	・サントリーが考えるサステナビリティ経営：サステナビリティ 4つの取り組み ・ISO26000を活用したサステナビリティ活動のステップアップ：6つのサステナビリティ重点課題 ・サステナビリティビジョン：サントリーグループにとってのサステナビリティの重要テーマ
102-48	情報の再記述	a.過去の報告書で提供した情報を修正再記述する場合、再記述の影響および理由	当該期間においては該当なし
102-49	報告における変更	a.マテリアルな項目および項目の該当範囲について、過去の報告期間からの重大な変更	当該期間においては該当なし
102-50	報告期間	a.提供情報の報告期間	・サステナビリティ情報の掲載方針：対象期間

102-51	前回発行した報告書の日付	a.前回発行した報告書の日付（該当する場合）	・サステナビリティ情報の掲載方針：発行
102-52	報告サイクル	a.報告サイクル	・サステナビリティ情報の掲載方針：発行
102-53	報告書に関する質問の窓口	a.報告書またはその内容に関する質問の窓口	・サステナビリティ情報の掲載方針：ご意見・ご感想をお聞かせください
102-54	GRIスタンダードに準拠した報告であることの主張	a.組織がGRIスタンダードに準拠し、次のいずれかの選択肢を選んで報告書を作成したことを表す主張 i.「この報告書は、GRIスタンダードの中核（Core）オプションに準拠して作成されている。」 ii.「この報告書は、GRIスタンダードの包括（Comprehensive）オプションに準拠して作成されている。」	この報告書は、GRIスタンダードの中核（Core）オプションに準拠して作成されています。
102-55	内容索引	a.GRIの内容索引（使用した各スタンダードを明記し、報告書に記載したすべての開示事項を一覧表示する） b.内容索引には、各開示事項について次の情報を含める i.開示事項の番号（GRIスタンダードに従って開示した項目について） ii.報告書またはその他の公開資料の中で、該当の情報が記載されているページ番号またはURL iii.要求される開示事項の省略が認められていて、開示できない場合の省略の理由（該当する場合）	・GRIスタンダード対照表
102-56	外部保証	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の説明 b.報告書が外部保証を受けている場合、 i.外部保証報告書、表明、意見に言及する。外部保証によって保証されている事項、保証されていない事項、その根拠（サステナビリティ報告書に添付する保証報告書に記載がない場合）。これには保証基準、保証レベル、保証プロセスに存在する制約事項も含める ii.組織と保証提供者の関係 iii.最高ガバナンス機関または役員が、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、どのように関わっているか	
103：マネジメント手法			
103-1	マテリアルな項目とその該当範囲の説明	a.その項目がマテリアルである理由の説明 b.マテリアルな項目の該当範囲。次の記述を含む i.どこでインパクトが生じるのか ii.組織のインパクトへの関与。例えば、組織のインパクトへの関与は直接的か間接的か、または組織のビジネス関係を通じてインパクトに関連したかどうか c.該当範囲に関する具体的な制約事項	・サントリーが考えるサステナビリティ経営：サステナビリティ 4つの取り組み ・ISO26000を活用したサステナビリティ活動のステップアップ：6つのサステナビリティ重点課題 ・事業活動と環境影響 ・サステナビリティビジョン：サントリーグループにとってのサステナビリティの重要テーマ

103-2	マネジメント手法とその要素	a.組織がその項目をどのようにマネジメントしているかについての説明 b.マネジメント手法の目的に関する表明 c.マネジメント手法に次の要素が含まれている場合、各要素についての説明 i.方針 ii.コミットメント iii.目標およびターゲット iv.責任 v.経営資源 vi.苦情処理メカニズム vii.具体的な措置（プロセス、プロジェクト、プログラム、イニシアティブなど）	・ISO26000を活用したサステナビリティ活動のステップアップ：サステナビリティ行動計画 ・環境ビジョン：サントリーグループ環境基本方針、「環境ビジョン2050」・「環境目標2030」 ・サステナブル調達：サステナブル調達基本方針 ・人権の尊重：サントリーグループ人権方針 ・グループ品質マネジメントの推進：サントリー品質方針 ・社会貢献活動方針：サントリーグループ社会貢献活動方針 ・お客様コミュニケーション：お客様満足のための基本方針・行動指針 ・サステナビリティビジョン：推進体制 ・環境マネジメント：サステナビリティ経営推進体制 ・グループ品質マネジメントの推進 ・コンプライアンス
103-3	マネジメント手法の評価方法	a.組織によるマネジメント手法の評価方法。次の事項を含む i.マネジメント手法の有効性を評価する仕組み ii.マネジメント手法の評価結果 iii.マネジメント手法に関して行った調整	・ISO26000を活用したサステナビリティ活動のステップアップ：サステナビリティ行動計画 ・サントリーグループISO14001認証取得一覧 ・すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証 ・お客様・お取引先と響きあう：サステナビリティ行動計画 ・自然と響きあう：サステナビリティ行動計画 ・2020年度の目標と実績・評価 ・社会と響きあう：サステナビリティ行動計画 ・従業員と響きあう：サステナビリティ行動計画 ・主要サステナビリティデータ

項目別のスタンダード

番号	タイトル	報告要求事項	該当ページ 見出し
経済			
201:経済パフォーマンス			
201-1	創出、分配した直接的経済価値	a.創出、分配した直接的経済価値（発生主義ベースによる）。これには、組織のグローバルにおける事業について、次に一覧表示する基本要素を含める。データを現金主義で表示する場合は、その判断理由を次の基本要素に加えて報告する i.創出した直接的経済価値：収益 ii.分配した経済価値：事業コスト、従業員給与と諸手当、資本提供者への支払い、政府への支払い（国別）、コミュニティ投資 iii.留保している経済価値：「創出した直接的経済価値」から「分配した経済価値」を引いたもの b.影響が著しいものについて、創出・分配経済価値を国、地域、市場レベルに分けて報告する。また「著しい」と判断する基準も報告する	・データ集（主要サステナビリティデータ）：経済的貢献等
201-2	気候変動による財務上の影響、その他のリスクと機会	a.気候変動に起因してもたらされるリスクや機会で、事業、収益、費用に実質的な変動が生じる可能性のあるもの。次の事項を含む i.リスクと機会の記述。リスクと機会を物理的、規制関連、その他に分類 ii.リスクと機会に関連するインパクトの記述 iii.措置を行う前から想定されるリスクと機会の財務上の影響 iv.リスクと機会をマネジメントするために用いた手法 v.リスクと機会をマネジメントするために行った措置のコスト	・環境マネジメント：環境会計を導入してコストと効果を算出 ・事業活動と環境影響：自然資本による定量評価 ・環境ビジョン：環境ビジョン2050 ・TCFD提言に基づく開示
201-3	確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度	a.組織の一般財源で当該制度の債務をまかなっている場合、その債務の推定額 b.年金制度の債務を支払うために別の基金を持っている場合、次の事項 i.年金制度の債務額のうち別途積み立て資産でカバーされる割合の推定値 ii.当該推定値の計算基礎 iii.推定値の計算時期 c.年金制度の債務を支払うために設けられた基金が不足している場合、雇用者が完全補償実現に向けて実施している戦略があればそれを説明する。また雇用者が完全補償実現の目標時期を設定している場合は、それについて説明する d.従業員、雇用者による拠出額が給与に占める割合 e.退職金積立制度への参加レベル（義務的参加か任意制度か、地域的制度か国の制度か、経済的インパクトがあるものか、など）	
201-4	政府から受けた資金援助	a.組織が報告期間中に各国政府から受け取った資金援助の総額。次の事項を含む i.減税および税額控除 ii.補助金 iii.投資奨励金、研究開発助成金、その他関連助成金 iv.賞金 v.特許権等使用料免除期間 vi.輸出信用機関（ECA）からの資金援助 vii.金銭的インセンティブ viii.その他、政府から受け取った、または受け取る予定の財務利益 b.201-4-aの情報の国別内訳 c.組織の株式保有構成における政府出資の有無、出資割合	当該期間においては該当なし

202:地域経済での存在感			
202-1	地域最低賃金に対する標準新人給与の比率(男女別)	a.従業員の相当部分が最低賃金を条件に報酬を受けている場合、その最低賃金に対する重要事業拠点新人給与の比率(男女別)を報告する b.組織の活動に携わるその他の労働者(従業員を除く)の相当部分が最低賃金を条件に報酬を受けている場合、最低賃金を上回る賃金が支払われていることを確認するためにどのような措置を取っているかを記述する c.重要事業拠点を置く地域に地域最低賃金が存在するか否か、それが変動するものか否か(男女別)。参照すべき最低賃金が複数ある場合は、どの最低賃金を使用したかを報告する d.「重要事業拠点」の定義	当該期間においては該当なし
202-2	地域コミュニティから採用した上級管理職の割合	a.重要事業拠点で地域コミュニティから採用した上級管理職の割合 b.「上級管理職」の定義 c.組織の「地域・地元」の地理的定義 d.「重要事業拠点」の定義	・人事の基本的な考え方:現地採用に関する考え方
203:間接的な経済的インパクト			
203-1	インフラ投資および支援サービス	a.重要なインフラ投資や支援サービスを展開した範囲 b.コミュニティや地域経済に与えているインパクト、または与えると思われるインパクト。プラスとマイナス双方を含む(該当する場合) c.当該投資・サービスが商業目的のものか、現物支給するものか、無償で実施するものかを報告する	・天然水の森 ・愛鳥活動 ・社会福祉 ・芸術・文化・学術活動
203-2	著しい間接的な経済的インパクト	a.組織が与える著しい間接的な経済的インパクト(プラスおよびマイナス)と特定された事例 b.外部のベンチマークおよびステークホルダーの優先事項(国内および国際的な基準、協定、政策課題など)を考慮した場合の間接的な経済的インパクトの「著しさ」	当該期間においては該当なし
204:調達慣行			
204-1	地元サプライヤーへの支出の割合	a.重要事業拠点で使用する調達予算のうち、当該事業所の地元にあるサプライヤーへの支出割合(地元で調達した商品やサービスの割合など)。 b.組織の「地域・地元」の地理的定義 c.「重要事業拠点」の定義	・サステナブル調達:サプライヤー地域別構成比

205:腐敗防止			
205-1	腐敗に関するリスク評価を行っている事業所	a.腐敗に関するリスク評価の対象とした事業所の総数と割合 b.リスク評価により特定した腐敗関連の著しいリスク	
205-2	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	a.ガバナンス機関メンバーのうち、腐敗防止に関する組織の方針や手順の伝達対象となった者の総数と割合（地域別） b.従業員のうち、腐敗防止に関する組織の方針や手順の伝達対象となった者の総数と割合（従業員区分別、地域別） c.ビジネスパートナーのうち、腐敗防止に関する組織の方針や手順について伝達対象となった者の総数と割合（ビジネスパートナー種類別、地域別）。腐敗防止に関する組織の方針や手順が、その他の個人または組織に伝達されているかどうかを記述する d.ガバナンス機関メンバーのうち、腐敗防止に関する研修を受講した者の総数と割合（地域別に） e.従業員のうち、腐敗防止に関する研修を受講した者の総数と割合（従業員区分別、地域別に）	・コンプライアンス ・リスクマネジメント：反贈賄
205-3	確定した腐敗事例と実施した措置	a.確定した腐敗事例の総数と性質 b.確定した腐敗事例のうち、腐敗を理由に従業員を解雇または懲戒処分したものの総数 c.確定した腐敗事例のうち、腐敗関連の契約違反を理由にビジネスパートナーと契約破棄または更新拒否を行ったものの総数 d.報告期間中に組織または組織の従業員に対して腐敗に関連した訴訟が提起されている場合、その事例と結果	当該期間においては該当なし
206:反競争的行為			
206-1	反競争的行為、反トラスト、独占的慣行により受けた法的措置	a.組織の関与が明らかとなった反競争的行為、反トラスト法違反、独占禁止法違反により、報告期間中に法的措置を受けた事例（終結しているもの、していないもの）の件数 b.法的措置が終結したものについては、結果（決定や判決を含む）の主要点	当該期間においては該当なし
207:税			
207-1	税へのアプローチの説明	a.税に対する組織のアプローチ b.税務戦略、検討・承認部署有無 c.コンプライアンスアプローチ d.税務戦略とビジネス/サステナビリティとの関連性	・SBF Global Tax Policy
207-2	税のガバナンスと管理の枠組みの説明	a.税務ガバナンス、コントロール枠組 b.税務に係る非倫理的、違法行為報告体制メカニズム c.税務関連開示に係るアシュアランスプロセス	・SBF Global Tax Policy
207-3	税に関するステークホルダーへのアプローチ	a.税務に係るステークホルダーエンゲージメントについての説明 b.ステークホルダーの懸念などに係る情報の収集プロセス	・SBF Global Tax Policy
207-4	税務上所在している全税管轄区域	a.事業内容 b.利益 c.収益 d.従業員 e.資産 f.法人税 g.納税額差異理由	

環境			
301:原材料			
301-1	使用原材料の重量または体積	a.組織が報告期間中に主要製品やサービスの生産、梱包に使用した原材料の重量または体積の総計。次の分類による i.使用した再生不能原材料 ii.使用した再生可能原材料	・データ集（主要サステナビリティデータ）：事業活動と環境負荷の全体像
301-2	使用したリサイクル材料	a.組織の主要製品やサービスの生産に使用したリサイクル材料の割合	
301-3	再生利用された製品と梱包材	a.再生利用された製品と梱包材の割合。製品区分別に b.本開示事項のデータ収集方法	・データ集（主要サステナビリティデータ）：副産物・廃棄物の排出量、再資源化率および用途 ・データ集（主要サステナビリティデータ）：環境データ
302：エネルギー			
302-1	組織内のエネルギー消費量	a.組織内における非再生可能エネルギー源に由来する総燃料消費量（ジュールまたはその倍数単位（メガ、ギガなど）による）。使用した燃料の種類も記載する b.組織内における再生可能エネルギー源に由来する総燃料消費量（ジュールまたはその倍数単位による）。使用した燃料の種類も記載する c.次の総量（ジュール、ワット時、またはその倍数単位による） i.電力消費量 ii.暖房消費量 iii.冷房消費量 iv.蒸気消費量 d.次の総量（ジュール、ワット時、またはその倍数単位による） i.販売した電力 ii.販売した暖房 iii.販売した冷房 iv.販売した蒸気 e.組織内のエネルギー総消費量（ジュールまたはその倍数単位による） f.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール g.使用した変換係数の情報源	・データ集（主要サステナビリティデータ）：燃料（原油換算）消費量、電力消費量
302-2	組織外のエネルギー消費量	a.組織外のエネルギー消費量（ジュールまたはその倍数単位（メガ、ギガなど）による） b.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール c.使用した変換係数の情報源	
302-3	エネルギー原単位	a.組織のエネルギー原単位 b.原単位計算のため組織が分母として選択した指標 c.原単位に含まれるエネルギーの種類（燃料、電力、暖房、冷房、蒸気、またはこのすべて） d.原単位計算に使用したのは、組織内のエネルギー消費量、組織外のエネルギー消費量、もしくはこの両方か	・データ集（主要サステナビリティデータ）：燃料（原油換算）消費量、電力消費量
302-4	エネルギー消費量の削減	a.エネルギーの節約および効率化の取り組みによる直接的な結果として削減されたエネルギー消費量（ジュールまたはその倍数単位（メガ、ギガなど）による） b.削減されたエネルギーの種類（燃料、電力、暖房、冷房、蒸気、またはこのすべて） c.削減されたエネルギー消費量の計算に使用した基準（基準年、基準値など）と、その基準選定の理論的根拠 d.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	・データ集（主要サステナビリティデータ）:サントリーグループ（国内生産拠点）の環境保全効果

302-5	製品およびサービスのエネルギー必要量の削減	a.販売する製品およびサービスが必要とするエネルギーの報告期間中におけるエネルギー削減量（ジュールまたはその倍数単位（メガ、ギガなど）による） b.エネルギー消費削減量の計算に使用した基準(基準年、基準値など)、および基準選定の理論的根拠 c.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	
303:水と廃水 2018			
303-1	共有資源としての水との相互作用	a.取水され、消費され、排出される方法と場所を含む、組織と水との相互作用の記述、および、取引関係によって組織の活動、製品、サービスにもたらされ、または寄与し、もしくは直接関連した水関連のインパクト（例：流出水によるインパクト） b.評価の範囲、期間、使用されたツールや方法を含む、水関連のインパクトを特定するために使用された手法の記述 c.水関連のインパクトがどのように対処されているかについての記述、以下を含む。組織が水を共有資源として取り扱うためにどのようにステークホルダーと協力するか、そして著しい水関連のインパクトのあるサプライヤーや顧客とどのように関わっているか d.組織のマネジメント手法の一部である水関連の目標およびターゲットを設定するプロセス、および水ストレスを伴う各地域の公共政策と地域の状況との関係に対する説明	・水のサステナビリティ ・サントリーの『水理念』 ・環境ビジョン：「サントリー環境ビジョン2050」・「環境目標2030」 ・水リスクの評価：サントリーグループ自社工場の水リスク評価
303-2	排水に関連するインパクトのマネジメント	a.排出される廃水の水質について設定された最低限の基準と、これらの最低限の基準がどのように決定されたかについての記述 i.排出基準のない地域での施設からの排水基準がどのように決定されたか ii.内部的に開発された水質基準またはガイドライン iii.業種特有の基準は考慮されたか iv.排水を受け入れる水域の特性を考慮したかどうか	・水資源の有効活用：排水管理の徹底
303-3	取水	a.すべての地域からの総取水量（単位:千kℓ）、および該当する場合は次の取水源ごとの総取水量の内訳 i.地表水 ii.地下水 iii.海水 iv.生産随伴水 v.第三者の水 b.水ストレスを伴うすべての地域からの総取水量（単位:千kℓ）、および該当する場合は、次の取水源ごとの総取水量の内訳 i.地表水 ii.地下水 iii.海水 iv.生産随伴水 v.第三者の水、およびi-ivに記載された取水源ごとのこの合計の内訳 c.開示事項303-3-aおよび開示事項303-3-bに記載された各取水源からの、次のカテゴリーごとの総取水量の内訳 i.淡水（≤1,000mg / ℓ　総溶解固形分） ii.その他の水（> 1,000 mg / ℓ　総溶解固形分） d.どのようにデータが収集されたかを理解するのに必要な何らかの文脈上の情報、適用した基準、方法論、前提条件など	・水資源の有効活用：水源別水使用量

303-4	排水	a.すべての地域の総排水量（単位:千kℓ）、および該当する場合は次の排水先タイプ別の総排水量内訳 i.地表水 ii.地下水 iii.海水 iv.第三者の水 および該当する場合はこの合計の量は他の組織の使用のために送られた合計量 b.すべての地域への総排水量（単位:千kℓ）についての次のカテゴリー別内訳 i.淡水（≤1,000mg / ℓ　総溶解固形分） ii.その他の水（> 1,000 mg / ℓ　総溶解固形分） c.水ストレスを伴うすべての地域への総排水量（単位:千kℓ）、および次のカテゴリー別の総排水量内訳 i.淡水（≤1,000mg / ℓ　総溶解固形分） ii.その他の水（> 1,000 mg / ℓ　総溶解固形分） d.排水時に優先的に懸念される物質が処理されていること、次を含む i.優先的に懸念される物質がどのように定義されているか、そして国際規格(あるならば)、信頼できるリスト、あるいは規準がどのように用いられているか ii.優先的に懸念される物質の排出限度を設定するアプローチ iii.排出限度に違反した事案数 e.どのようにデータが収集されたかを理解するのに必要な何らかの文脈上の情報、適用した基準、方法論、前提条件など	・水資源の有効活用：排水量
303-5	水消費	a.すべての地域での総水消費量（単位:千kℓ） b.水ストレスを伴うすべての地域での総水消費量（単位:千kℓ） c.水の保管が水関連の著しいインパクトを及ぼすことが同定された場合の水保管量の変化（単位:千kℓ） d.どのようにデータが収集されたかを理解するのに必要な何らかの文脈上の情報、適用した基準、方法論、前提条件など。ここには、情報を計算・推定・モデル化したか、直接的な測定から得たかどうかや、またセクター特有の因子を使用することなど、このためにとられたアプローチを含む	・データ集（主要サステナビリティデータ）：水使用量
304:生物多様性			
304-1	保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイト	a.保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域、もしくはそれらの隣接地域に所有、賃借、管理している事業サイトに関する次の情報 i.所在地 ii.組織が所有、賃借、管理する可能性のある地表下および地下の土地 iii.保護地域（保護地域内部、隣接地域、または保護地域の一部を含む地域）または保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域との位置関係 iv.事業形態（事務所、製造・生産、採掘） v.事業敷地の面積（km^2で表記。適切な場合は他の単位も可） vi.該当する保護地域および保護地域ではないが生物多様性価値の高い地域の特徴（陸上、淡水域、あるいは海洋）から見た生物多様性の価値 vii.保護地域登録されたリスト（IUCN保護地域管理カテゴリー、ラムサール条約、国内法令など）の特徴から見た生物多様性の価値	

304-2	活動、製品、サービスが生物多様性に与える著しいインパクト	a.生物多様性に直接的、間接的に与える著しいインパクトの性質。次の事項を含む i.生産工場、採掘坑、輸送インフラの建設または利用 ii.汚染（生息地には本来存在しない物質の導入。点源、非点源由来のいずれも） iii.侵入生物種、害虫、病原菌の導入 iv.種の減少 v.生息地の転換 vi.生態学的プロセスの変化（塩分濃度、地下水位変動など）で、自然増減の範囲を超えるもの b.直接的、間接的、プラス、マイナスの著しい影響。次の事項を含む i.インパクトを受ける生物種 ii.インパクトを受ける地域の範囲 iii.インパクトを受ける期間 iv.インパクトの可逆性、不可逆性	
304-3	生息地の保護・復元	a.すべての保護もしくは復元された生息地の規模と所在地。外部の独立系専門家が、その復元措置の成功を認定しているか否か b.組織の監督・実施により保護もしくは復元された場所と異なる生息地がある場合、保護や復元を目的とする第三者機関とのパートナーシップの有無 c.各生息地の状況（報告期間終了時点における） d.使用した基準、方法、前提条件	・「天然水の森」（水源涵養/生物多様性の保全） ・愛鳥活動
304-4	事業の影響を受ける地域に生息するIUCNレッドリストならびに国内保全種リスト対象の生物種	a.IUCNレッドリストならびに国内保全種リスト対象の生物種で、組織の事業の影響を受ける地域に生息する種の総数。次の絶滅危惧レベル別に i.絶滅危惧IA類（CR） ii.絶滅危惧IB類（EN） iii.絶滅危惧II類（VU） iv.準絶滅危惧（NT） v.軽度懸念	当該期間においては該当なし
305:大気への排出			
305-1	直接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ1）	a.直接的（スコープ1）GHG排出量の総計（CO_2換算値（t-CO_2）による） b.計算に用いたガス（CO_2、CH_4、N_2O、HFC、PFC、SF_6、NF_3、またはそのすべて） c.生物由来のCO_2排出量（CO_2換算値（t-CO_2）による d.計算の基準年（該当する場合、次の事項を含む） i.その基準年を選択した理論的根拠 ii.基準年における排出量 iii.排出量に著しい変化があったため基準年の排出量を再計算することになった場合は、その経緯 e.使用した排出係数の情報源、使用した地球温暖化係数（GWP）、GWP情報源の出典 f.排出量に関して選択した連結アプローチ（株式持分、財務管理、もしくは経営管理） g.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	・データ集（主要サステナビリティデータ）：スコープ1・2排出量

305-2	間接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ2）	a.ロケーション基準の間接的（スコープ2）GHG排出量の総計（CO_2換算値（t-CO_2）による） b.該当する場合、マーケット基準の間接的（スコープ2）GHG排出量の総計（CO_2換算値（t-CO_2）による） c.データがある場合、総計計算に用いたガス（CO_2、CH_4、N_2O、HFC、PFC、SF_6、NF_3、またはそのすべて） d.計算の基準年（該当する場合、次の事項を含む） i.その基準年を選択した理論的根拠 ii.基準年における排出量 iii.排出量に著しい変化があったため基準年の排出量を再計算することになった場合は、その経緯 e.使用した排出係数の情報源、使用した地球温暖化係数（GWP）、GWP情報源の出典 f.排出量に関して選択した連結アプローチ（株式持分、財務管理、経営管理） g.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	・データ集（主要サステナビリティデータ）：スコープ1・2排出量
305-3	その他の間接的な温室効果ガス（GHG）排出量（スコープ3）	a.その他の間接的（スコープ3）GHG排出量の総計（CO_2換算値（t-CO_2）による） b.データがある場合、総計計算に用いたガス（CO_2、CH_4、N_2O、HFC、PFC、SF_6、NF_3、またはそのすべて） c.生物由来のCO_2排出量（CO_2換算値（t-CO_2）による） d.計算に用いたその他の間接的（スコープ3）GHG排出量の区分と活動 e.計算の基準年（該当する場合、次の事項を含む） i.その基準年を選択した理論的根拠 ii.基準年における排出量 iii.排出量に著しい変化があったため基準年の排出量を再計算することになった場合は、その経緯 f.使用した排出係数の情報源、使用した地球温暖化係数（GWP）、GWP情報源の出典 g.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	・データ集（主要サステナビリティデータ）：スコープ3排出量（サントリーグループ全体）
305-4	温室効果ガス（GHG）排出原単位	a. 組織のGHG排出原単位 b.原単位計算のため組織が分母として選択した指標 c.原単位に含まれるGHG排出の種類。直接的（スコープ1）、間接的（スコープ2）、その他の間接的（スコープ3） d.計算に用いたガス（CO_2、CH_4、N_2O、HFC、PFC、SF_6、NF_3、またはそのすべて）	・データ集（主要サステナビリティデータ）：CO_2排出量
305-5	温室効果ガス（GHG）排出量の削減	a.排出量削減の取り組みによる直接的な結果として削減されたGHG排出量（CO_2換算値（t-CO_2）による） b.計算に用いたガス（CO_2、CH_4、N_2O、HFC、PFC、SF_6、NF_3、またはそのすべて） c.基準年または基準値、およびそれを選択した理論的根拠 d.GHG排出量が削減されたスコープ。直接的（スコープ1）、間接的（スコープ2）、その他の間接的（スコープ3）のいずれか e.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	・データ集（主要サステナビリティデータ）＞サントリーグループ(国内生産拠点）の環境保全効果
305-6	オゾン層破壊物質（ODS）の排出量	a.ODSの生産量、輸入量、輸出量（CFC-11（トリクロロフルオロメタン）換算値による） b.計算に用いた物質 c.使用した排出係数の情報源 d.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	

305-7	窒素酸化物(NOx)、硫黄酸化物(SOx)、およびその他の重大な大気排出物	a.次の重大な大気排出物の量（キログラムまたはその倍数単位（トンなど）による） i.NOx ii.SOx iii.残留性有機汚染物質（POP） iv.揮発性有機化合物（VOC） v.有害大気汚染物質（HAP） vi.粒子状物質（PM） vii.この他、関連規制で定めている標準的大気排出区分 b.使用した排出係数の情報源 c.使用した基準、方法、前提条件、計算ツール	・データ集（主要サステナビリティデータ）：大気汚染防止
306:排水および廃棄物			
306-1	排水の水質および排出先	a.想定内および想定外の排水量（次の事項による） i.排出先 ii.水質（処理方法を含む） iii.他の組織による水の再利用の有無 b.使用した基準、方法、前提条件	・水資源の有効活用：排水量
306-2	種類別および処分方法別の廃棄物	a.有害廃棄物の総重量（次の処分方法を用いている場合には、この処分方法別に内訳を提示） i.リユース ii.リサイクル iii.堆肥化 iv.回収（エネルギー回収を含む） v.焼却（大量燃焼） vi.深井戸注入 vii.埋め立て viii.現場保管 ix.その他（詳細を記述） b.非有害廃棄物の総重量（次の処分方法を用いている場合には、この処分方法別に内訳を提示） i.リユース ii.リサイクル iii.堆肥化 iv.回収（エネルギー回収を含む） v.焼却（大量燃焼） vi.深井戸注入 vii.埋め立て viii.現場保管 ix.その他（詳細を記述） c.廃棄物処分方法の判定方法 i.自ら処分している場合または直接確認した場合 ii.廃棄物処分請負業者から提供された情報による場合 iii.廃棄物処分請負業者からの報告がない場合	・データ集（主要サステナビリティデータ）：副産物・廃棄物の排出量、再資源化率および用途
306-3	重大な漏出	a.記録した重大な漏出の総件数と総漏出量 b.組織の財務報告書で報告している漏出のそれぞれにつき、次の追加情報 i.漏出場所 ii.漏出量 iii.次の分類による漏出物。油漏出物(土壌または水面)、燃料漏出物(土壌または水面)、廃棄物の漏出(土壌または水面)、化学物質の漏出(多くは土壌または水面)、その他（詳細を記述） c.重大な漏出のインパクト	当該期間においては該当なし

306-4	有害廃棄物の輸送	a.次の各事項の総重量 i.輸送された有害廃棄物 ii.輸入された有害廃棄物 iii.輸出された有害廃棄物 iv.処理された有害廃棄物 b.国際輸送された有害廃棄物の割合 c.使用した基準、方法、前提条件	当該期間においては該当なし
306-5	排水や表面流水によって影響を受ける水域	a.排水や表面流水による著しい影響を受ける水域および関連生息地。次の事項に関する情報を付記すること i.水域および関連生息地の規模 ii.その水域および関連生息地が、国内または国際的に保護地域に指定されているか否か iii.生物多様性価値（保護種の数など）	当該期間においては該当なし
307:環境コンプライアンス			
307-1	環境法規制の違反	a.環境法規制の違反により組織が受けた重大な罰金および罰金以外の制裁措置。次の事項に関して i.重大な罰金の総額 ii.罰金以外の制裁措置の総件数 iii.紛争解決メカニズムに提起された事案 b.組織による法規制への違反が無い場合は、その旨を簡潔に述べる	当該期間においては該当なし
308:サプライヤーの環境面のアセスメント			
308-1	環境基準により選定した新規サプライヤー	a.環境基準により選定した新規サプライヤーの割合	・サステナブル調達：サプライチェーン全体でのサステナビリティを推進
308-2	サプライチェーンにおけるマイナスの環境インパクトと実施した措置	a.環境インパクト評価の対象としたサプライヤーの数 b.著しいマイナスの環境インパクト（顕在的、潜在的）があると特定されたサプライヤーの数 c.サプライチェーンで特定した著しいマイナスの環境インパクト（顕在的、潜在的） d.著しいマイナスの環境インパクト（顕在的、潜在的）があると特定されたサプライヤーのうち、評価の結果、改善の実施に同意したサプライヤーの割合 e.著しいマイナスの環境インパクト（顕在的、潜在的）があると特定されたサプライヤーのうち、評価の結果、関係を解消したサプライヤーの割合およびその理由	
社会			
401:雇用			
401-1	従業員の新規雇用と離職	a.報告期間中における従業員の新規雇用の総数と比率（年齢層、性別、地域による内訳） b.報告期間中における従業員の離職の総数と比率（年齢層、性別、地域による内訳）	・データ集（主要サステナビリティデータ）＞採用人数、事由別退職者数・離職率

401-2	正社員には支給され、非正規社員には支給されない手当	a.組織の正社員には標準支給されるが、非正規社員には支給されない手当（重要事業拠点別）。これらの手当には、少なくとも次のものを含める i.生命保険 ii.医療 iii.身体障がいおよび病気補償 iv.育児休暇 v.定年退職金 vi.持ち株制度 vii.その他 b.「重要事業拠点」の定義	
401-3	育児休暇	a.育児休暇を取得する権利を有していた従業員の総数（男女別） b.育児休暇を取得した従業員の総数（男女別） c.報告期間中に育児休暇から復職した従業員の総数（男女別） d.育児休暇から復職した後、12ヶ月経過時点で在籍している従業員の総数（男女別） e.育児休暇後の従業員の復職率および定着率（男女別）	・データ集（主要サステナビリティデータ）：育児休職取得実績、育児・介護等各種制度の取得者数推移
402:労使関係			
402-1	事業上の変更に関する最低通知期間	a.従業員に著しい影響を及ぼす可能性がある事業上の重大な変更を実施する場合、従業員および従業員代表に対して、通常、最低何週間前までに通知を行っているか b.団体交渉協定のある組織の場合、通知期間や協議・交渉に関する条項が労働協約に明記されているか否か	
403:労働安全衛生 2018			
403-1	労働安全衛生マネジメントシステム	a.労働安全衛生マネジメントシステムが導入されているかどうかの声明 i.法的要件のためにシステムが導入されている。もしそうであるならば、法的要件のリスト ii.システムは、リスクマネジメントあるいはマネジメントシステムの公式な標準・手引きに基づき実施されている。もしそうであるならば、標準・手引きのリスト b.労働安全衛生マネジメントシステムが対象とする労働者、事業活動および職場の範囲の説明。もし対象でないならば、範囲に含まれていない労働者、事業活動、職場についての理由説明	
403-2	危険性(ハザード)の特定、リスク評価、事故調査	a.労働関連の危険性(ハザード)を特定し、日常的かつ臨時的にリスクを評価し、危険性(ハザード)を排除しリスクを最小限に抑えるための管理体系を適用するために使用されるプロセスの説明 i.組織がこれらのプロセスの質を保証する方法（それらを実行する人の能力を含む） ii.これらのプロセスの結果を使用して労働安全衛生マネジメントシステムを評価し、継続的に改善する方法 b.労働関連の危険性(ハザード)や危険な状況を労働者が報告するプロセスの説明、および労働者が報復措置からどのように保護されているかの説明 c.傷害や疾病・体調不良を引き起こす可能性があると思われる労働状況において労働者が自ら回避できるようにする方針とプロセスの説明、労働者が報復措置からどのように保護されているかの説明 d.労働関連の事故調査のために使用されるプロセスの説明（プロセスとは、危険性(ハザード)を特定し事故に関連するリスクを評価すること、管理体系を使用して是正措置を決定すること、労働安全衛生マネジメントシステムに必要な改善を決定すること、を含む）	・労働安全：ものづくりでの労働災害をゼロに

403-3	労働衛生サービス	a.危険性(ハザード)の特定と排除、リスクの最小化に寄与する労働衛生サービスの機能の説明、どのように組織がこれらのサービスの質を保証し、労働者のアクセスを促進するかについての説明	
403-4	労働安全衛生における労働者の参加、協議、コミュニケーション	a.労働安全衛生マネジメントシステムの開発、実施、評価における労働者の参加と協議のプロセスと、労働者が労働安全衛生に関する情報を入手し、関連情報を伝達するためのプロセスに関する説明 b.制度上の労使合同安全衛生委員会が存在する場合は、その委員会の責任、会議の頻度、意思決定機関に関する説明。また、これらの委員会に代表されていない労働者がいる場合、その理由	・労働安全：労働安全への取り組みを推進
403-5	労働安全衛生に関する労働者研修	a.労働者に提供される労働安全衛生における研修に関する説明。すなわち、一般的な訓練に加えて、特定の労働関連の危険性(ハザード)、危険な活動、または危険な状況に関わる研修が想定できる	・労働安全：労働安全衛生教育
403-6	労働者の健康増進	a.組織は、業務に起因しない場合の医療およびヘルスケア・サービスへの労働者のアクセスをどのように促進するかの説明、および提供されるアクセスの範囲の説明 b.対象となる特定の健康リスクを含む、労働関連でない主要な健康リスクに対処するために労働者に提供される任意の健康増進サービスおよびプログラムの説明、および組織がこれらのサービスやプログラムへの労働者のアクセスをどのように促進するかについての説明	・健康経営：多様な制度を導入し従業員の健康に配慮
403-7	ビジネス上の関係で直接結びついた労働安全衛生の影響の防止と緩和	a.ビジネス上の関係により、運営、製品またはサービスに直接関連する労働安全衛生上の重大なマイナスの影響を防止、緩和するための組織のアプローチ、および関連する危険性(ハザード)やリスクの説明	・安全に配慮した物流の推進
403-8	労働安全衛生マネジメントシステムの対象となる労働者	a.組織は、法的要件または公式の標準・手引きに基づく労働安全衛生システムを導入しているか i.システムの対象となっている、従業員数および、従業員ではないが労働または職場が組織の管理下にある労働者数と割合 ii.内部監査を受けたシステムの対象となっている、従業員数および、従業員ではないが労働または職場が組織の管理下にある労働者数と割合 iii.外部監査または認証を受けたシステムの対象となっている、従業員数および、従業員ではないが労働または職場が組織の管理下にある労働者数と割合 b.本開示事項から除外されている労働者がいる場合には、なぜ、およびどのような労働者が除外されているのかの説明 c.どのようにデータが収集されたかを理解するのに必要な何らかの文脈上の情報、適用した基準、方法論、前提条件など	

403-9	労働関連の傷害	a.すべての従業員について i.労働関連の傷害による死亡者数と割合 ii.重大結果に繋がる労働関連の傷害者数と割合（死亡者を除く） iii.記録対象となる労働関連の傷害者数と割合 iv.労働関連の傷害の主な種類 v.労働時間 b.従業員ではないが労働または職場が組織の管理下にある労働者について i.労働関連の傷害による死亡者数と割合 ii.重大結果に繋がる労働関連の傷害者数と割合（死亡者を除く） iii.記録対象となる労働関連の傷害者数と割合 iv.労働関連の傷害の主な種類 v.労働時間 c.重大結果に繋がる傷害のリスクを引き起こす危険性(ハザード)、次を含む i.どのようにこれらの危険性(ハザード)が決定されたのか ii.これらの危険性(ハザード）のどれが、報告期間中、重大結果に繋がる傷害を引き起こしたのか、もしくは一因となったのか iii.管理体系を使用して、これらの危険性(ハザード）を排除し、リスクを最小化するためにとられた、もしくは進行中の措置 d.管理体系を使用して、その他の労働関連の危険性(ハザード)を排除し、リスクを最小化するためにとられた、もしくは進行中の措置 e.上記の労働関連の傷害の割合は、労働時間200,000時間もしくは1,000,000時間あたりに基づき計算された割合かどうか f. 本開示事項から除外されている労働者がいる場合には、なぜ、およびどのような労働者が除外されているのか g.どのようにデータが収集されたかを理解するのに必要な何らかの文脈上の情報、適用した基準、方法論、前提条件など	・データ集（主要サステナビリティデータ）：労働災害発生件数
403-10	労働関連の疾病・体調不良	a.すべての従業員について i.労働関連の疾病・体調不良による死亡者数 ii.記録対象となる労働関連の疾病・体調不良の発症数 iii.労働関連の疾病・体調不良の主な種類 b.従業員ではないが労働または職場が組織の管理下にある労働者について i.労働関連の疾病・体調不良による死亡者数 ii.記録対象となる労働関連の疾病・体調不良の発症数 iii.労働関連の疾病・体調不良の主な種類 c.疾病・体調不良のリスクを引き起こす危険性(ハザード)、次を含む i.どのようにこれらの危険性(ハザード)が決定されたか ii. これらの危険性(ハザード）のどれが、報告期間中、疾病・体調不良を引き起こしたのか、もしくは一因となったのか iii.管理体系を使用して、これらの危険性(ハザード）を排除し、リスクを最小化するためにとられた、もしくは進行中の措置 d.本開示事項から除外されている労働者がいる場合には、なぜ、およびどのような労働者が除外されているのか e.どのようにデータが収集されたかを理解するのに必要な何らかの文脈上の情報、適用した基準、方法論、前提条件など	
404:研修と教育			
404-1	従業員一人あたりの年間平均研修時間	a.報告期間中に、組織の従業員が受講した研修の平均時間（次の内訳による） i.性別 ii.従業員区分	

404-2	従業員スキル向上プログラムおよび移行支援プログラム	a.従業員のスキル向上のために実施したプログラムの種類、対象と、提供した支援 b.雇用適性の維持を促進するために提供した移行支援プログラムと、定年退職や雇用終了に伴うキャリア終了マネジメント	・データ集（主要サステナビリティデータ）：主な自己啓発支援プログラムおよび2020年度の受講者数 ・ダイバーシティの推進：65歳定年制の導入
404-3	業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合	a.報告期間中に、業績とキャリア開発に関して定期的なレビューを受けている従業員の割合（男女別、従業員区分別に）	・人材育成：公正で納得性の高い評価を実施
405:ダイバーシティと機会均等			
405-1	ガバナンス機関および従業員のダイバーシティ	a.組織のガバナンス機関に属する個人で、次のダイバーシティ区分に該当する者の割合 i.性別 ii.年齢層：30歳未満、30歳～ 50歳 、50歳超 iii.該当する場合には、その他のダイバーシティ指標(例えばマイノリティ、社会的弱者など） b.次のダイバーシティ区分の従業員区分別の従業員の割合 i.性別 ii.年齢層：30歳未満、30歳～ 50歳 、50歳超 iii.該当する場合には、その他のダイバーシティ指標(例えばマイノリティ、社会的弱者など）	・データ集（主要サステナビリティデータ）：従業員数データ、管理職・非管理職別、男女別要員数（グループ全体）
405-2	基本給と報酬総額の男女比	a.女性の基本給と報酬総額の、男性の基本給と報酬総額に対する比率（従業員区分別、重要事業拠点別に） b.「重要事業拠点」の定義	
406:非差別			
406-1	差別事例と実施した救済措置	a.報告期間中に生じた差別事例の総件数 b.事例の状況と実施した措置。次の事項を含む i.組織により確認された事例 ii.実施中の救済計画 iii.実施済みの救済計画と、定期的な内部マネジメント・レビュー・プロセスにより確認された結果 iv.措置が不要となった事例	
407:結社の自由と団体交渉			
407-1	結社の自由や団体交渉の権利がリスクにさらされる可能性のある事業所およびサプライヤー	a.労働者の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る可能性のある事業所およびサプライヤー。次の事項に関して i.事業所（製造工場など）およびサプライヤーの種類 ii.リスクが生じると考えられる事業所およびサプライヤーが存在する国または地域 b.結社の自由や団体交渉の権利行使を支援するため、組織が報告期間中に実施した対策	
408:児童労働			
408-1	児童労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	a.次の事例に関して著しいリスクがあると考えられる事業所およびサプライヤー i.児童労働 ii.年少労働者による危険有害労働への従事 b.児童労働に関して著しいリスクがあると考えられる事業所およびサプライヤー（次の観点による） i.事業所（製造工場など）およびサプライヤーの種類 ii.リスクが生じると考えられる事業所およびサプライヤーが存在する国または地域 c.児童労働の効果的な根絶のために報告期間中に組織が実施した対策	

409:強制労働			
409-1	強制労働事例に関して著しいリスクがある事業所およびサプライヤー	a.強制労働に関して著しいリスクがあると考えられる事業所およびサプライヤー。次の事項に関して i.事業所（製造工場など）およびサプライヤーの種類 ii.リスクが生じると考えられる事業所およびサプライヤーが存在する国または地域 b.あらゆる形態の強制労働を撲滅するために報告期間中に組織が実施した対策	
410:保安慣行			
410-1	人権方針や手順について研修を受けた保安要員	a.組織の人権方針や特定の手順およびその保安業務への適用について正式な研修を受けた保安要員の割合 b.保安要員の提供を受けている第三者組織に対して同様の研修要件を適用しているか否か	
411:先住民族の権利			
411-1	先住民族の権利を侵害した事例	a.報告期間中に、先住民族の権利を侵害したと特定された事例の総件数 b.事例の状況と実施した措置（次の事項を含める） i.組織により確認された事例 ii.実施中の救済計画 iii.実施済みの救済計画と、定期的な内部マネジメント・レビュー・プロセスにより確認された結果 iv.措置が不要となった事例	当該期間においては該当なし
412:人権アセスメント			
412-1	人権レビューやインパクト評価の対象とした事業所	a.人権レビューやインパクト評価の対象とした事業所の総数とその割合（国別に）	
412-2	人権方針や手順に関する従業員研修	a.人権方針や事業所に関わる人権側面に関する手順について、報告期間中に従業員研修を実施した総時間数 b.人権方針や事業所に関わる人権側面に関する手順について、報告期間中に従業員研修を受けた従業員の割合	・人権の尊重：社内における人権尊重の取り組み
412-3	人権条項を含むもしくは人権スクリーニングを受けた重要な投資協定および契約	a.人権条項を含むもしくは人権スクリーニングを受けた重要な投資協定および契約の総数と割合 b.「重要な投資協定」の定義	
413:地域コミュニティ			
413-1	地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施した事業所	a.地域コミュニティとのエンゲージメント、インパクト評価、開発プログラムを実施（次のものなどを活用して）した事業所の割合 i. 一般参加型アプローチに基づく社会インパクト評価（ジェンダーインパクト評価を含む） ii.環境インパクト評価および継続的モニタリング iii.環境および社会インパクト評価の結果の公開 iv.地域コミュニティのニーズに基づく地域コミュニティ開発プログラム v. ステークホルダー・マッピングに基づくステークホルダー・エンゲージメント計画 vi.広範なコミュニティ協議委員会や社会的弱者層を包摂する各種プロセス vii.インパクトに対処するための労使協議会、労働安全衛生委員会、その他従業員代表機関 viii.正式な地域コミュニティ苦情処理プロセス	・社会と響きあう 文化・社会貢献 ・天然水の森 ・愛鳥活動 ・次世代環境教育「水育」 ・スポーツ活動 ・社会福祉 ・次世代育成

413-2	地域コミュニティに著しいマイナスのインパクト（顕在的、潜在的）を及ぼす事業所	a.地域コミュニティに対して著しいマイナスのインパクト（顕在的、潜在的）を及ぼす事業所。次の事項を含む i.事業所の所在地 ii.事業所が及ぼす著しいマイナスのインパクト（顕在的、潜在的）	
414:サプライヤーの社会面のアセスメント			
414-1	社会的基準により選定した新規サプライヤー	a.社会的基準により選定した新規サプライヤーの割合	・サステナブル調達：サプライチェーンでのサステナビリティを推進
414-2	サプライチェーンにおけるマイナスの社会的インパクトと実施した措置	a.社会的インパクト評価の対象としたサプライヤーの数 b.著しいマイナスの社会的インパクト（顕在的、潜在的）があると特定したサプライヤーの数 c.サプライチェーンで特定した著しいマイナスの社会的インパクト（顕在的、潜在的） d.著しいマイナスの社会的インパクト（顕在的、潜在的）があると特定されたサプライヤーのうち、評価の結果、改善の実施に同意したサプライヤーの割合 e.著しいマイナスの社会的インパクト（顕在的、潜在的）があると特定されたサプライヤーのうち、評価の結果、関係を解消したサプライヤーの割合およびその理由	
415:公共政策			
415-1	政治献金	a.組織が直接、間接に行った政治献金および現物支給の総額（国別、受領者・受益者別） b.現物支給を金銭的価値に推計した方法（該当する場合）	
416:顧客の安全衛生			
416-1	製品およびサービスのカテゴリーに対する安全衛生インパクトの評価	a.重要な製品およびサービスのカテゴリーのうち、安全衛生インパクトの評価を改善のために行っているものの割合	・すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証
416-2	製品およびサービスの安全衛生インパクトに関する違反事例	a.報告期間中に、製品やサービスについて発生した安全衛生インパクトに関する規制および自主的規範の違反事例の総件数。次の分類による i.罰金または処罰の対象なった規制違反の事例 ii.警告の対象となった規制違反の事例 iii.自主的規範の違反事例 b.規制および自主的規範への違反が無い場合は、その旨を簡潔に述べる	・適切でわかりやすい情報開示：自主回収について
417:マーケティングとラベリング			
417-1	製品およびサービスの情報とラベリングに関する要求事項	a.製品およびサービスの情報とラベリングに関して、組織が定める手順において、次の各事項の情報が求められているか否か i.製品またはサービスの構成要素の調達 ii.内容物（特に環境的、社会的インパクトを生じさせる可能性のあるもの） iii.製品またはサービスの利用上の安全性 iv.製品の廃棄と、環境的、社会的インパクト v.その他（詳しく説明のこと） b.重要な製品およびサービスのカテゴリーのうち、組織が定める手順の対象であり、手順の遵守評価を行っているものの割合	・適切でわかりやすい情報開示

417-2	製品およびサービスの情報とラベリングに関する違反事例	a.製品およびサービスの情報とラベリングに関する規制および自主的規範の違反事例の総件数。次の分類による i.罰金または処罰の対象となった規制違反の事例 ii.警告の対象となった規制違反の事例 iii.自主的規範の違反事例 b.規制および自主的規範への違反が無い場合は、その旨を簡潔に述べる	・適切でわかりやすい情報開示：自主回収について
417-3	マーケティング・コミュニケーションに関する違反事例	a.マーケティング･コミュニケーション（広告、宣伝、スポンサー業務など）に関する規制および自主的規範の違反事例の総件数。次の分類による i.罰金または処罰の対象となった規制違反の事例 ii.警告の対象となった規制違反の事例 iii.自主的規範の違反事例 b.規制および自主的規範への違反が無い場合は、その旨を簡潔に述べる	
418:顧客プライバシー			
418-1	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具体化した不服申立	a.顧客プライバシーの侵害に関して具体化した不服申立の総件数。次の分類による i.外部の当事者から申立を受け、組織が認めたもの ii.規制当局による申立 b.顧客データの漏洩、窃盗、紛失の総件数 c.具体化した不服申立が無い場合は、その旨を簡潔に述べる	当該期間においては該当なし
419:社会経済面のコンプライアンス			
419-1	社会経済分野の法規制違反	a.社会経済分野の法規制の違反により組織が受けた重大な罰金および罰金以外の制裁措置。次の事項に関して i.重大な罰金の総額 ii.罰金以外の制裁措置の総件数 iii.紛争解決メカニズムに提起された事案 b.組織による法規制への違反が無い場合は、その旨を簡潔に述べる c.相当額以上の罰金および罰金以外の制裁措置を受けた経緯	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】

データ集

世界経済フォーラム ESG メトリクス (Stakeholder Capitalism Metrics) 対照表

世界経済フォーラム国際ビジネス協議会の提言に基づき世界4大会計事務所が中心となって取りまとめた白書「ステークホルダー資本主義を測定する-持続可能な価値創造のための共通指標と一貫した報告を目指して（Measuring Stakeholder Capitalism-Toward Common Metrics and Consistent Reporting of SustainableValue Creation）」で定める中核測定基準（Core metrics）の対照表を掲載しました。今後、開示の拡充を進めていきます。

ガバナンス原則（Principles of Governance）

テーマ	開示項目	該当ページ 見出し
ガバナンスのパーパス		
パーパス（存在意義）・目標の設定	経済、環境、および社会の問題の解決を掲げた、その企業が表明するパーパスおよび目標	・サントリーのサステナビリティ経営 ・サントリーグループのサステナビリティ・ビジョン
ガバナンス機関の質		
ガバナンス機関の構成	最高ガバナンス機関およびその委員会の構成 次の事項による：経済、環境、社会項目に関する能力、執行権の有無、独立性、ガバナンス機関における任期、構成員の他の重要な役職およびコミットメントの数、ならびにコミットメントの性質、性別、発言権が低い社会的グループのメンバー、ステークホルダーの代表	・コーポレートガバナンス
ステークホルダーエンゲージメント		
重要事項がステークホルダーに与える影響	主要なステークホルダーおよび当該企業にとっての重要事項、それらの事項はどのように特定されたか、ステークホルダーはどのように関与しているか	・社会との対話 ・ステークホルダーとの関わり ・人権方針 ・サステナビリティビジョン
倫理的行動		
腐敗行為防止	1.腐敗防止に関する組織の方針や手順の伝達対象となったビジネスパートナー、ガバナンス組織メンバー、従業員の地域ごとの総数と割合 2.（ア）当年度に確認されたが、過去数年間におよぶ腐敗件数とその内容（イ）当年度に発生し、当年度に確認された腐敗の数と内容 3.事業環境や文化を改善して腐敗行為を撲滅するための取り組み、およびステークホルダー・エンゲージメントに関する話し合い	・サントリー企業倫理要綱（誠実・公正な活動） ・リスクマネジメント（反贈賄）
倫理的助言および報告の仕組み	内部および外部の仕組みの説明 1.倫理的および合法的な行為、ならびに組織の誠実性について助言を求める制度 2.非倫理的または違法行為、および組織の誠実性に関する懸念を通報する制度	・コンプライアンス推進体制 ・リスクマネジメント
リスクと機会の監視		
リスクおよび機会を業務プロセスに統合	自社が直面している主な重要リスクおよび機会（一般的な産業全体のリスクではなく）を明確に特定し、そのリスクに対する企業の選好、そのリスクおよび機会の推移、およびそれらの変化への対応 このリスクおよび機会には、気候変動やデータ・スチュワードシップ（データ管理）を含む、重要な経済的、環境的、社会的事項が統合されている必要がある	・リスクマネジメント ・TCFD提言に基づく開示

地球（Planet）

テーマ	開示項目	該当ページ 見出し
気候変動		
温室効果ガスの排出	関連するすべての温室効果ガス（二酸化炭素、メタン、亜酸化窒素、Fガスなど）について 1.GHGプロトコルのスコープ1およびスコープ2の排出量を、二酸化炭素換算トン（tCO_2e）で報告 2.上流および下流（GHGプロトコルスコープ3）の排出量の推定、報告	・スコープ1・2・3排出量 ・サステナビリティに関する7つのテーマ「O_2：CO_2」
TCFDの実施	気候変動関連財務情報開示に関するタスクフォース（TCFD）の推奨事項を完全に実施する。必要に応じて、実施スケジュール（最長3年間）の開示 2050年までに排出量を実質ゼロにするために、パリ協定（地球温暖化による気温上昇を産業革命前の水準と比較して2℃未満、できるだけ1.5℃に抑制する）に準拠するGHG排出量目標を設定したか、または設定しようとコミットしたかの開示	・TCFD提言に基づく開示 ・「環境ビジョン2050」・「環境目標2030」
自然喪失		
土地利用および生態学的な感応度	保護地域内あるいはそれに隣接した場所、または生物多様性の価値が高い地域(KBA)内にある、所有、賃借、または管理している土地の数および面積（ヘクタール）の報告	-
水の利用可能性		
水ストレス地域における淡水の使用量および取水量	取水量、消費水量および、世界資源研究所(WRI) による世界各地域の水リスクを示したマップ「Aqueduct Water Risk Atlas」によって水リスクが高いとされる地域における取水量、消費水量の割合 バリューチェーン全体（上流・下流）に関する上記の情報の推量、報告	・TCFD提言に基づく開示（水リスク評価のプロセス） ・水使用量

人（People）

テーマ	開示項目	該当ページ 見出し
尊厳と平等		
ダイバーシティ &インクルージョン（%）	年齢別、性別およびその他の多様性の指標（例：民族）ごとの従業員カテゴリー別の従業員の割合	・サントリーグループの雇用・就業状況
賃金の平等（%）	平等に関する優先分野での、重要な事業所ごとの従業員区分別の基本給および報酬の割合：男性に対する女性、主要民族に対する少数民族、その他の平等に関連する分野	-
賃金水準（%）	1.地域最低賃金に対する、標準新人給与の比率（男女別） 2.CEOを除く全従業員の年間総報酬額の中央値と、CEOの年間総報酬額との比率	-
児童労働､強制労働のリスク	児童労働、強制労働などの重大なリスクがあると考えられる業務とサプライヤーに関する説明。このようなリスクは、以下のような点に関連して発生する可能性がある。 a) 業務の種類（製造工場など）やサプライヤーの種類 b) 事業やサプライヤーがリスクにさらされていると考えられる国や地域	・サステナブル調達 ・人権尊重

健康 & 福祉		
健康と安全(%)	1.労働関連の障害による死亡者数と割合、重大結果に繋がる労働関連の傷害者数と割合（死亡者を除く）、記録対象となる労働関連の傷害者数と割合、労働関連の傷害の主な種類、および労働時間数 2.組織は業務に起因しない場合の医療およびヘルスケア・サービスへの労働者のアクセスをどのように促進するかの説明、従業員および労働者に提供されるアクセスの範囲の説明	・労働安全：労働災害発生件数 ・健康経営：多様な制度を導入し従業員の健康に配慮
将来に向けたスキル		
研修	1.報告期間中に組織の従業員が受講した1人当たりの平均研修時間を、男女別・従業員区分別に示したもの（従業員に提供した研修の総時間を従業員数で割ったもの） 2.フルタイム従業員1人あたりの平均研修・開発費（従業員に提供された研修の総費用を従業員数で割ったもの）	・人材育成

豊かさ（Prosperity）

テーマ	開示項目	該当ページ 見出し
雇用および富の創出		
雇用絶対数および雇用率 1.新規雇用者の数と割合 2.従業員の離職数と割合	報告期間中における従業員の新規雇用の総数と比率（年齢層、性別、地域、および多様性の指標による内訳）報告期間中における従業員の離職の総数と比率（年齢層、性別、地域、および多様性の指標による内訳）	・サントリーグループの雇用・就業状況
経済的貢献	1.創出、分配した直接的経済価値（発生主義ベースによる）。これには、組織のグローバルにおける事業について、以下の項目ごとによる開示が望ましい。 a.収益 b.事業コスト c.従業員給与と諸手当 d.資本提供者への支払い e.政府への支払い f.コミュニティへの投資 2.政府から受けた資金援助 組織が報告期間中に政府から受けた資金援助の総額	・主要経営データ
金融投資への貢献	1.会社の投資戦略の記載説明に裏付けられた、総資本支出（CapEx）から減価償却費を控除した金額 2.株主への資本還元に関する会社の戦略の記載説明に裏付けられた、自社株買いと配当金の支払い を加算した金額	・主要経営データ
より良い製品・サービスに向けたイノベーション		
研究開発費総額	研究開発に関連する費用の総額	・主要経営データ
コミュニティと社会の活力		
支払われた税の総額	法人所得税、固定資産税、控除対象外VATおよびその他の消費税、事業主負担の給与税、および企業が支払うその他の税金を含む、企業が負担するすべての税金の合計（税金のカテゴリ別）	・主要経営データ