

SUNTORY

PDF版

2019 サントリーグループ サステナビリティサイト



CONTENTS

トップコミットメント 002

サントリーの創業精神とサステナビリティ 004

サステナビリティの考え方 008

- 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

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス 023

- 消費者志向自主宣言
- 消費者志向自主宣言 活動報告書(2017年度)
- 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 064

- 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
2018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』
「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)」
- 気候変動への取り組み
地球温暖化対策
バリューチェーン全体でのCO₂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
サントリーグループ「プラスチック基本方針」
資源の有効活用
水資源の有効活用/容器包装の3R/容器の回収〜リサイクルの流れ
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 140

- 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
- サントリー水の国くまもと応援プロジェクト
- サントリー東北サンさんプロジェクト
- 地域貢献
- チャレンジド・スポーツ支援
- 従業員ボランティア

従業員と響きあう ダイバーシティ経営 177

- 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 220

- 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 240

- 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/ ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・
グループ/ 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 ベプシコ・ベトナム・ビバレッジ/ フルコア・サントリー/
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 328

社外からの表彰 332

アンケート結果 333

主要サステナビリティデータ 334

GRIスタンダード対照表 355

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

次の100年先の未来を見据え、
サントリーグループは挑戦と革新を続けます。

サントリーホールディングス株式会社
代表取締役社長

新浪 剛史



サントリーグループは、今年創業120周年を迎えました。企業理念に「人と自然と響きあう」を掲げ、世界中の人々に最高品質の商品・サービスをお届けすることで、人々の心豊かな生活の創造に貢献するとともに、水や自然の恵みに感謝し、美しい地球環境との共生を実現することを自らの使命として歩んできました。

その原動力は、社員一人ひとりに、今も脈々と受け継がれている「やってみなはれ」精神です。常にお客様の生活を彩る新たな価値の創造を目指して挑戦を続け、酒類や清涼飲料事業において、グローバルに成長を続けています。また、サントリーグループは、創業時から今日に至るまで「利益三分主義」の精神を掲げ、事業で得た利益の一部は社会のために役立てたいという思いから、文化活動や社会貢献活動など、時代の社会課題に向き合いその解決に貢献してきました。高度成長期を迎える時代、心の豊かさの重要性を認識し設立されたサントリー芸術財団の母体となる鳥井音楽財団は今年で50周年、サントリー文化財団は40周年を迎えることができました。今後もサントリーらしい挑戦と利益三分主義に基づく活動を通じて、世界中のお客様から信頼され、愛されるオンリーワンの総合食品酒類企業グループとして成長していきたいと考えています。

■グローバルなサステナビリティ経営の実現を目指して

地球規模での気候変動と水不足、人口増加に伴う資源の逼迫、格差の拡大、廃棄物の増加や自然環境破壊など、今私たちが直面している課題は深刻かつ多岐にわたります。2015年国連サミットで「持続可能な開発目標 (SDGs)」が採択され、COP21 (気候変動枠組条約締約国会議) では「パリ協定」が成立するなど、世界が課題解決に向けた動きを積極化する中、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これらの課題に真摯に向き合い、課題解決に貢献すべく取組みをさらに加速させていかねばなりません。これらの課題の解決にグループ全体で貢献していくために、2019年6月、サントリーグループが目指すサステナブルな社会と注力すべき7つの重要サステナビリティテーマを定めた「サステナビリティ・ビジョン」を策定しました。水やCO₂をはじめとする環境への取り組み、循環型社会への貢献、人々の心豊かな健康な生活への貢献に加え、サプライチェーンにおける人権問題についても、これまで以上に真摯に向き合い、「Growing for Good」の志のもと、持続可能な豊かな社会の実現に貢献していきたいと考えています。

その中でも喫緊の課題であるプラスチック問題は早急な対応が必要であり、サントリーグループ「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をゼロにすることを目指すという高い志を掲げました。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、これからも挑戦を続けていきます。

■最重要課題である「水」のサステナビリティを追求

なかでも、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ある「水」を最重要課題の一つと位置づけ、「水と生きる」企業として、水のサステナビリティにおいては世界のトップランナーであることを目指して何よりも優先して取り組んでいます。日本では、2003年から始めた水源涵養活動サントリー「天然水の森」において、国内の自社工場で使用する地下水量を育む面積の2倍に拡大するという2020年環境目標を、今では15都府県21カ所総面積は約12,000haにまで広がり、一年前倒して達成することができました。また、2019年1月、「サントリー天然水 奥大山ブナの森工場」が、工場周辺流域の持続可能な水利用に関する「Alliance for Water Stewardship (AWS)」認証を日本で初めて取得しました。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。かけがえのない自然の恵みを子どもたちやその次の世代へつなげるために、サントリーは「天然水の森」活動をこれからも続けていきます。

長年にわたる日本での水活動によって培われた水に対する哲学をグローバルに展開すべく『水理念』を策定し、グローバルにも活動を展開しています。2015年に開始したベトナムでの「水育」は実施エリアを拡大し、18年までに約18,000名の小学生を対象に「水育」授業を実施したほか、トイレや洗面所などの改修や浄水設備の設置による安全な水アクセスを提供しています。今後は、インドネシアをはじめアジア各地域を中心に世界に展開を予定しています。また、米国のジムビーム蒸溜所の水源を有する財団「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)」と2019年1月より5年に及ぶ契約を締結し、新たな環境保全活動を開始し、「水理念」に基づく活動が世界中に広がっています。

これからも私たちサントリーグループは、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、グローバル総合酒類食品企業として、100年先の未来を見据え、持続可能な社会を次世代に引き継ぐため、革新と挑戦を続けていきます。

2019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

サントリーグループのサステナビリティ

サントリーの創業精神とサステナビリティ

「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。



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。



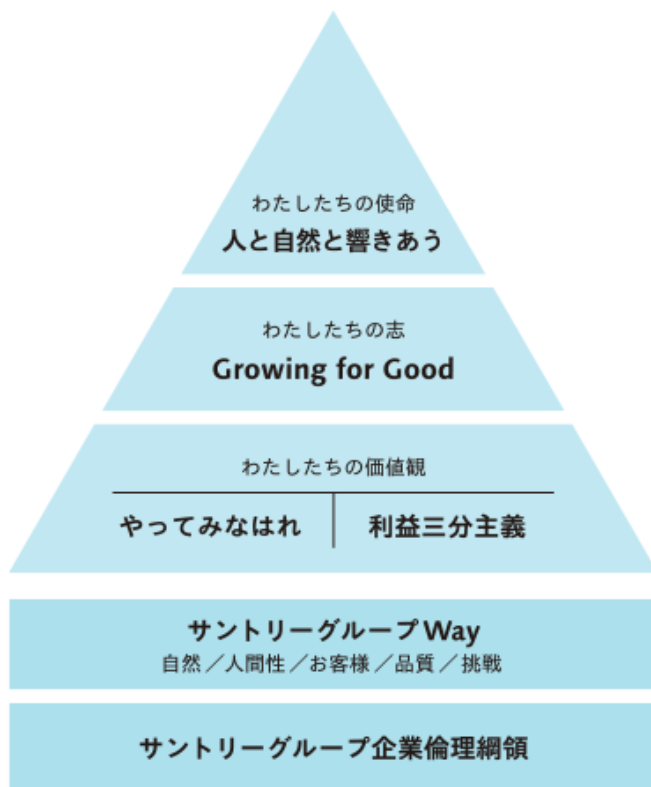
サントリーグループの理念

「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。

サントリーグループのサステナビリティ サステナビリティの考え方

社会、自然との共生を実現し、真に価値ある企業となるために、サントリーグループは企業理念「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り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

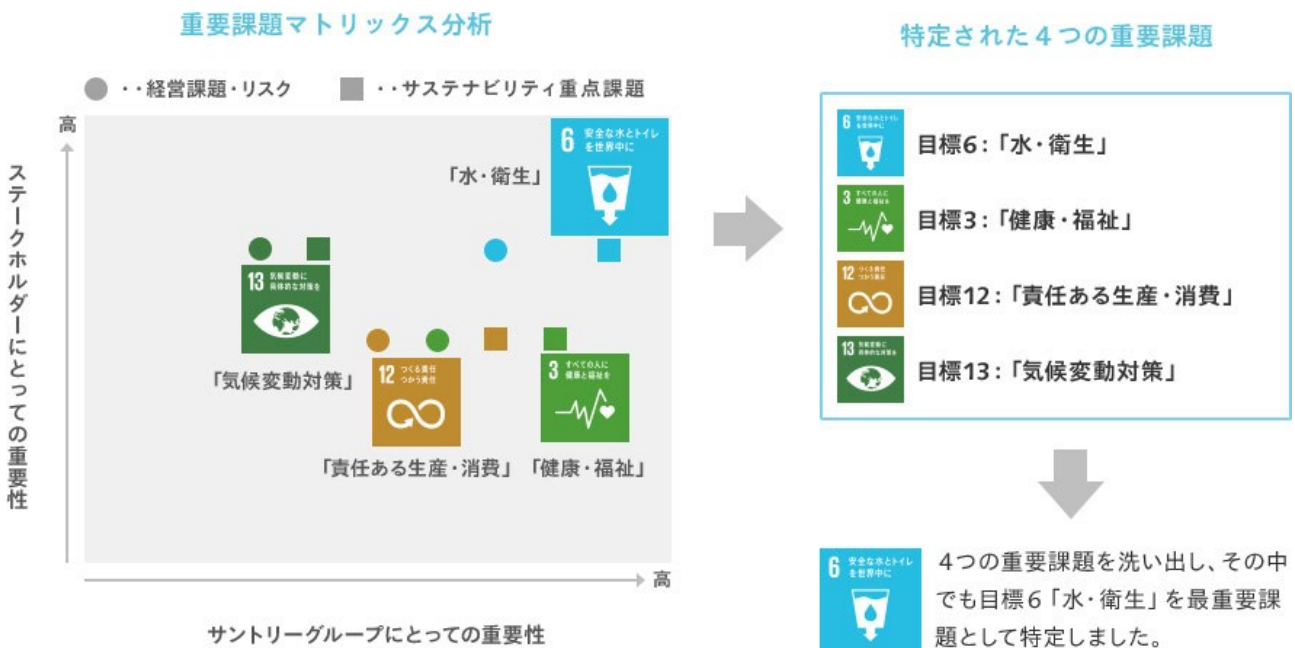
水と生きる

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 |
|---|--|---|
|  | <p>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。</p> <p>【取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● サントリーグループ『水理念』 ● 「環境目標 2030・環境ビジョン 2050」 |    |
|  | <p>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CO₂排出の削減に努めます。</p> <p>【取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 「環境目標 2030・環境ビジョン 2050」 |    |

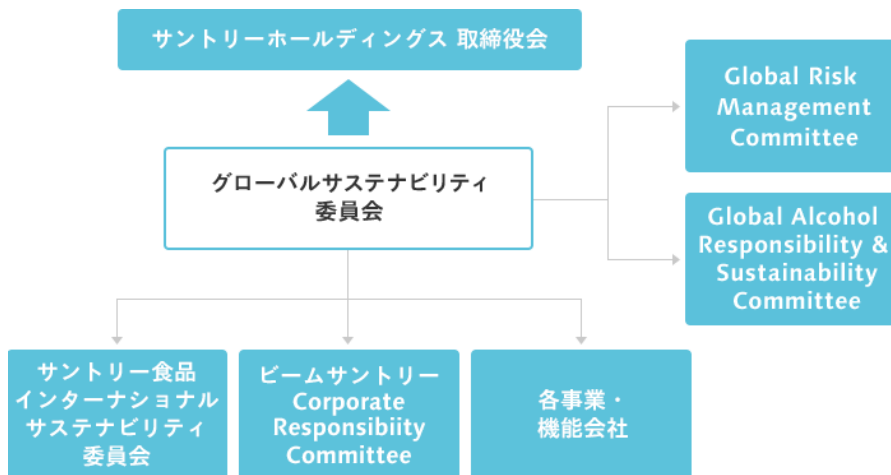
| テーマ | コミットメント | 関連する SDGs |
|--|--|---|
| 原料  | <p>当社製品に不可欠な自然の恵みである農作物やその他原料について、サプライチェーンにおけるビジネスパートナーと協力し、主要原料における社会・環境課題を特定した上でサステナビリティを実現するための取り組みを通じて共に成長し、豊かな地域社会の実現に貢献します。</p> <p>【取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● サステナブル調達 |    |
| 容器・包装  | <p>主要な容器・包装材について、商品設計から輸送、消費後のリサイクルまで、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。</p> <p>【取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 |    |
| 健康  | <p>心身とも健やかで喜びに満ちた生活の実現に貢献するために、サントリーグループは以下の3つの領域で活動を推進していきます。</p> <p>酒類</p> <p>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、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。</p> <p>飲料</p> <p>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ク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。</p> <p>健康食品</p> <p>「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ェルネスライフをサポートします。</p> <p>【取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 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 |  |

| テーマ | コミットメント | 関連する SDGs |
|---|---|---|
| <p>人権</p>  | <p>グループ従業員</p> <p>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。</p> <p>バリューチェーン</p> <p>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。</p> <p>【取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 従業員と響きあう ● サステナブル調達 ● 人権の尊重 |  |
| <p>生活文化</p>  | <p>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、課題の解決や生活文化の充実に貢献するよう努めます。</p> <p>【取り組み】</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 社会と響きあう文化・社会貢献 |  |

推進体制

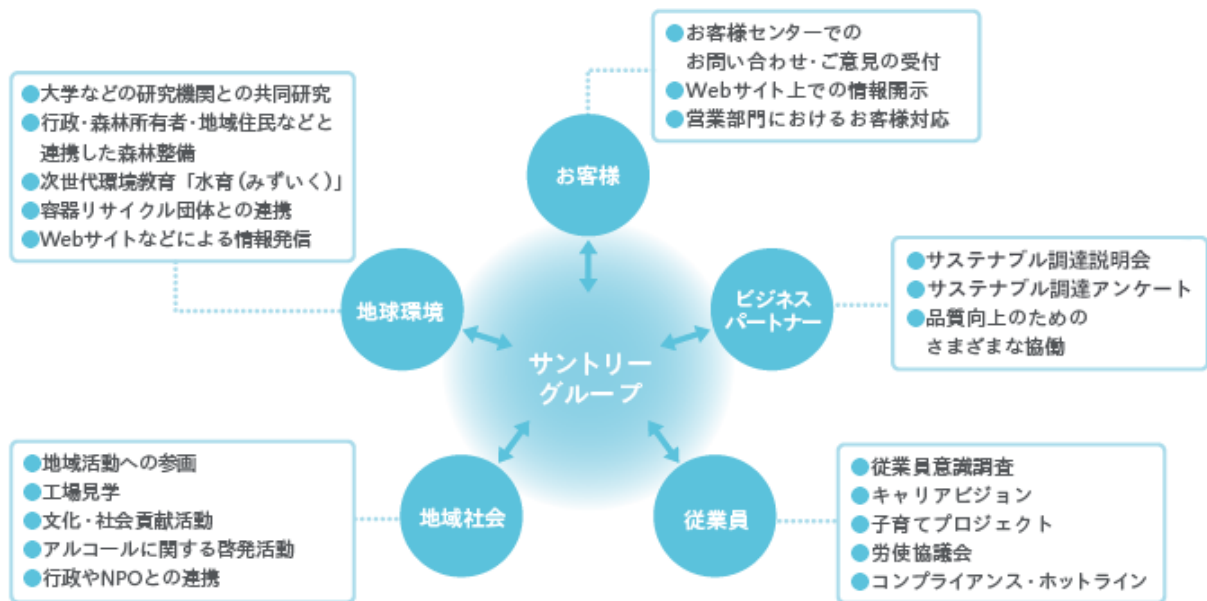
上記テーマに対して、「グローバルサステナビリティ委員会」を中心に、取締役会と連携しながらグローバルでの活動を推進し、サステナビリティ・ビジョンに基づいた戦略の立案や各案件の進捗共有などのモニタリングを行います。

サントリーグループのサステナビリティ経営推進体制



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同時に、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。

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、これからも世界各地のお客様との対話をもとに、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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|----------------|-------------------------------------|--|---|-----|
| お客様視点に基づく品質保証 | お客様からのより一層の信頼向上 | <ul style="list-style-type: none"> お客様の声から品質課題を抽出し、品質改善につなげた。 フードバンク活動の継続 フードバンク活動を継続した。 高品質な原料（ぶどう、その他）をサステナブルに調達できる仕組み・体制の強化 食品安全を推進するGFSI活動への参画 | <ul style="list-style-type: none"> お客様の声をさらにスピーディーに解析して品質課題を抽出し、速やかに品質改善につなげていく。 フードバンク活動を継続する。 高品質な原料（ぶどう、その他）をサステナブルに調達できる仕組みを強化する。 海外のお客様にサントリーの品質関連情報を発信するしくみを構築する（グローバル品質広報）。 食品安全を推進するGFSI活動への参画を継続する。 | ●●● |
| | グループ全体の品質保証体制強化とシナジー発揮 | <ul style="list-style-type: none"> 「安全・安心の総点検活動」をグローバルに展開し、グループ全体で活動を実施 創業以来大切にしてきたものづくりの価値観・行動指針を Suntory MONOZUKURI Values (SMV) にまとめ、サントリーグループ共通の価値観として、グローバルに共有・展開 グループ品質マネジメントシステムを再整備し、品質マネジメント規定と品質スタンダードを制定し、グループ会社との共有 グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社と共有するコミュニケーションの開始 海外のグループ会社と共有したい品質関連情報をイントラネットに掲載 | <ul style="list-style-type: none"> 「安全・安心の総点検活動」をグローバルに展開し、グループ全体で継続して実施していく。 海外のグループ会社で、Suntory MONOZUKURI Values (SMV) への理解が深まるようダイレクト・コミュニケーションを行なう。 海外のグループ会社で、「SMVに基づいた活動」の展開を推進する。 海外のグループ会社に、グループ品質マネジメントシステムと品質スタンダードに則った活動を展開する。 グローバルな法規情報・リスク情報を海外グループ会社とタイムリーに共有し、早期対応できるしくみを強化していく。 | ●● |
| お客様とのコミュニケーション | お客様の声をこれまで以上に広く深く聞くことによるお客様との関係性の深化 | <ul style="list-style-type: none"> 電話対応ならびにメール対応の外部診断の実施と改善活動PDCA強化 対応スタッフの対応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 | <ul style="list-style-type: none"> お客様センターの対応品質向上に向けた継続的活動強化 外部診断等の客観的な対応品質評価とその結果によるPDCA活動の推進 対応スタッフの対応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 | ●●● |

| | | | | |
|----------------------|---|---|---|------------|
| <p>お客様の声を企業活動へ反映</p> | <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> 商品化各プロセスにおけるお客様視点での事前評価活動の実施 お客様の声を経営や商品化へ活かすVOC活動の拡充（商品開発関連部門との定期的なVOC会議の実施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 | <ul style="list-style-type: none"> VOC活動をバリューチェーン全体により広く反映 お客様の声を活かした商品・サービスの改善 全社員を対象としたセミナーの継続実施 | <p>●●●</p> |
|----------------------|---|---|---|------------|

■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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|---------------------------------|--|---|--|------------|
| <p>適正飲酒の普及・啓発</p> | <p>消費者に対する適正飲酒の普及・啓発</p> | <ul style="list-style-type: none"> イッキ飲み防止キャンペーンやSTOP!未成年飲酒キャンペーン等の実施 モデレーション広告の継続実施 社員向けセミナーやアルコール体質チェックの実施 | <ul style="list-style-type: none"> 未成年者飲酒の防止やイッキ飲み防止の啓発活動を継続強化 社員へのARPリスク意識の醸成と定着活動の実施 | <p>●●●</p> |
| <p>積極的な働きかけによる酒類業界全体の取り組み向上</p> | <p>業界をリードしてWHOのアルコール世界戦略に対する業界コミットメントを実行</p> | <ul style="list-style-type: none"> テレビ広告におけるタレント年齢の引き上げと飲酒表現に関する業界自主基準の見直し・改定 | <ul style="list-style-type: none"> 業界コミットメントの実行継続 デジタルメディアへの対応強化 | <p>●●●</p> |

■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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|----------------------------------|----------------------------------|--|--|-----------|
| <p>原材料調達・物流におけるサステナビリティ活動の推進</p> | <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <p>●●</p> |
| | <p>物流における安全性向上</p> | | <ul style="list-style-type: none"> 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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|----------------|---|---|--|-----|
| 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、16箇所を実施し、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策に加えて、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、2019年の協定の橋頭堡造りの年となった。 | 「天然水の森」では中長期ビジョンに基づき、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策に加えて、台風被害からの復旧にも取り組む続ける。「育林材 ^{※1} 」については、今後の活用体制を構築する。「天然水の森」協定面積の拡大については、約1万ha体制を達成し、さらに各工場の汲み上げる地下水の2倍以上の地下水を涵養する面積の「天然水の森」を設定する目標に迫る。 | ●● |
| 水の大切さの啓発と価値の共有 | 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 | 15周年を迎える「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強化 | ●● |
| | | ・水育「森と水の学校」計53回、1,753名参加 ・水育「出張授業」計206校、15,971名参加 | ・水育「森と水の学校」計57回、1,960名参加 ・水育「出張授業」計200校、16,000名参加 | |
| | | ベトナムの小学校での「水育」を実施、参加者数「出張授業」3,300名、工場見学および屋外活動含む延べ参加者約14千人 | ベトナムの小学校での「水育」拡大。参加人数計画5,600名 | |
| 環境負荷低減 | サントリーグループ ^{※2} の自社工場での水使用を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5.8%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 ^{※3} | バリューチェーン全体でのCO ₂ 排出量のさらなる削減（総量：15年比2.8%削減） | 容器の軽量化、再生資源の活用、工場の省エネ、国内最小電力量の自動販売機の積極導入など | ● |

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

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

※3 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

社会と響きあう 文化・社会貢献

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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|----------------|---------------------------------|---|--|-----|
| 幅広い文化・社会・学術貢献 | 財団活動支援を通じた貢献活動 | <ul style="list-style-type: none"> 支援活動の継続 公益財団法人サントリー芸術財団、サントリー文化財団の活動支援を通じた文化・社会・学術貢献推進 | <ul style="list-style-type: none"> 公益財団法人サントリー芸術財団、サントリー文化財団の活動支援を通じた文化・社会・学術貢献推進 | ●●● |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> 「東北サンさんプロジェクト」、「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推進の実施 「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」による被災した水源涵養対策の実施 義捐金・学生やチャレンジド・アスリートへの奨学金制度実施 | <ul style="list-style-type: none"> 「東北サンさんプロジェクト」、「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推進 「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」による水源涵養対策の拡大 義捐金・学生やチャレンジド・アスリートへの奨学金制度実施 | ●●● |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> 「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 ベトナムでの次世代環境教育の拡充 他エリアでの社会貢献活動の展開 | <ul style="list-style-type: none"> 「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 インドネシアをはじめとしたアジア地域中心に世界での次世代環境教育のエリア拡大 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 | <ul style="list-style-type: none"> 文化・スポーツ・地域貢献活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者拡大（参加者80,000名） | <ul style="list-style-type: none"> 文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者維持・拡大（参加者目標80,000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 | <ul style="list-style-type: none"> ボランティアWEBによるボランティア情報提供を開始 従業員向けのオリジナルボランティアプログラムの拡充 | <ul style="list-style-type: none"> ボランティア情報サイト「ボタティアーズ」の活用 「ボランティア月間」実施 従業員向けオリジナルボランティアプログラム拡充 年間参加目標1,000名 | ●●● |

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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|---------------|--|---|---|-----|
| 人権の尊重 | 人権尊重を第一とする組織風土の醸成とグループ全体での人権マネジメントのしくみ構築 | <ul style="list-style-type: none"> 人権講演会（テーマ：「セクシュアルマイノリティを巡る企業の人権課題」）を実施。39拠点と中継を結んだ。 新任役員・マネジャー・新入社員などの階層別人権研修の継続実施 | <ul style="list-style-type: none"> 2018年に実施した人権講演会をDVD化し、生産工場などへの人権セミナー実施 新任役員・マネジャー・新入社員などの階層別人権研修の継続実施 | ●●● |
| 人材育成 | 人材育成システムのしくみ強化と従業員の「やってみなはれ」の促進 | <ul style="list-style-type: none"> 各階層の研修で理念プログラムの実施。新任部長・課長研修では創業者と直接対話するセッションを行い、「創業の精神」に向き合う機会を提供 国内グループ会社を対象とした理念プログラムの実施。サントリーモルティングではオリジナル理念プログラムを実施。 | <ul style="list-style-type: none"> 国内グループ会社への理念共有の仕組みづくり 社内の学びサイト「寺子屋」活動の活性化による自ら学ぶ風土の醸成 | ●●● |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> シニア層の活躍に向けた現状把握と打ち手について、先進企業へのヒアリングを通じて検討を実施。 知的障がい者3名が入社し、合計14名体制に。また、グループ会社での知的障がい者雇用も開始 グループ合同面接会やグループHR等を通じて各社との情報交換、ノウハウ提供によりグループ各社での障がい者雇用促進を実現。 営業部門においては、エイジカレッジへの参加に加え、エイジカレッジ卒業生による社内プロジェクト発足。 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な人材を活かし、アンコンシャスバイアスをテーマにしたeラーニングやセミナーを開催し、考勤変革・風土醸成につなげる。 知的障がい者雇用において更なる雇用の創出。またグループ会社での雇用率2.2%達成に向けた取り組みと職場定着に向けた支援を強化。 女性の真の活躍に向けたパイプラインの確立。 若手女性向けの研修の実施 | ●●● |
| ワークライフバランスの推進 | 働き方の革新と一人ひとりが能力を発揮できる職場づくり | <ul style="list-style-type: none"> 働き方改革推進リーダー・マネジャーと労使の三位一体となった取り組みの結果、一人当たりの年間総労働時間12時間削減を達成。 RPA活用により年間換算4万時間の自動化を実現 | <ul style="list-style-type: none"> 働き方改革推進リーダー制度の更なる強化を基盤に、引き続きRPAといったIT活用によるBPR等の取り組みの推進 | ●●● |

サステナビリティの考え方

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2018

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、目的に応じてご覧ください。

■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299社

- ・環境データは、サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産56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2018年1月1日～2018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・レポート・スタンダード」
- ・ISO26000(社会的責任に対する手引)

■発行

2019年7月(次回は2020年6月発行予定)



サステナビリティの取り組み

お客様・取引先と響きあう 商品・サービス

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



品質



お客様リレーション



調達



ARP

消費者志向自主宣言

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

グループ品質マネジメントの推進

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

すべてのプロセスにおけるお客様視点の品質保証

「サントリー品質方針」のもと、商品企画・開発、原材料調達、製造、流通、販売・サービスに至るすべてのプロセスで、全従業員が品質保証活動を徹底しています。

適切でわかりやすい情報開示

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

お客様コミュニケーション

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

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。

お客様・お取引先と響きあう 商品・サービス

消費者志向自主宣言

2017年4月

サントリーホールディングス株式会社

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」の活動をととして、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

消費者志向自主宣言 活動報告書 (2017年度)

サントリーグループは、生命の輝きに満ちた持続可能な社会の実現に向けて、新たな価値を創造し続ける「Growing for Good」な企業グループを目指しています。

2017年4月には、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、「消費者志向自主宣言」として改めて明文化し、公表しました。

これまででも、さまざまなお客様の声に真摯に耳を傾けながら、革新と挑戦を続けてきましたが、「消費者志向自主宣言」公表から約1年が経過した今、具体的に「お客様志向」の実現に向けて私たちが取り組んできた活動についてご報告致します。



2018年6月
サントリーホールディングス株式会社
代表取締役社長 新浪 剛史

消費者志向自主宣言

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

はじめに：サントリーの原点 ～ 創業から受け継がれる「お客様志向」～

サントリーグループは1899年（明治32年）の創業時から「お客様志向」を大切に現代へ引き継いできました。創業者・鳥井信治郎は従業員に、「売れるとか売れんとかの問題やない。一番大事なのは信用や。」と常々伝えていました。創業の精神「利益三分主義」には“会社の利益は社会にお返りする”という思いが込められています。

二代目社長の佐治敬三は「現場、すなわちお客様との接点、最前線にいる者のみがナマナマしい最先端のニーズを肌で実感できる」と、従業員一人ひとりが、「現場」を全ての考動の起点とし、それぞれの持ち場で「お客様第一主義」を徹底するよう語り続けました。お客様と心の通い合う活動を実現し、そして社会との共生を果たす企業でありたいと、私たちは強く思い続けています。

サントリーグループにとって、お客様の声は、うれしい声も厳しい声もすべて貴重な財産です。現在も、経営層が常にお客様の声に耳を傾けて経営に生かすとともに、従業員にもお客様の声と誠実に向き合うことの大切さを繰り返し呼びかけています。



創業者・鳥井信治郎



サントリーグループにおけるお客様とのコミュニケーションの歴史は古く、1976年には「消費者室」を開設しました。「お客様志向」を求める社会の後押しとともに、時代の変化にあわせて部署の機能も規模も拡大し、発展してきました。

ITやSNSを駆使しながらも、長年の取り組みの中で常に心がけていたのは、お客様の声に対する“傾聴と共感”です。

ご相談の背景にある真意を理解してこそ、ご納得・ご安心いただけてと考えています。

さらに、トップをはじめとした組織の姿勢とそれを支える仕組みによってお客様の声を活かしてられました。創業者から受け継いだお客様あってこそこの企業、今後もこの伝統を守り続けてほしいと思います。



近藤 康子氏

消費者室設立期から、お客様対応の第一線に立ち、定年後は2015年まで顧問として後進の育成に従事。2008年「消費者支援功労者表彰（内閣府）」受賞。

活動報告

| | | | | |
|--------------------------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------|-----------------------------------|
| 1 心に響く 商品・サービス をお届けします ▽ | 2 安全・安心を 徹底します ▽ | 3 声を企業活動に 生かします ▽ | 4 情報提供を 充実します ▽ | 5 従業員の 風土・意識を 醸成します ▽ |
|--------------------------------------|---------------------------|----------------------------|--------------------------|-----------------------------------|

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。

私たちが
お届けした
商品の一例



より良い商品・サービスの 開発・改善

お客様から寄せられたご意見やご要望を、新商品・サービスの開発に生かしました。

お客様のご要望から生み出した新商品

● 『酸化防止剤無添加のおいしいワイン。贅沢ポリフェノール』新発売(2017年8月)

「酸化防止剤無添加でありながら、ポリフェノールをより多く含むワインを飲みたい」というご要望が以前からお客様センターに寄せられており、“日常的に楽しめるワイン”として幅広い層に愛飲いただいている“酸化防止剤無添加のおいしいワイン。”ブランドから新商品を発売しました。



サントリーワインインターナショナル(株)
国産ブランド部 伊藤 江里子

開発担当者より

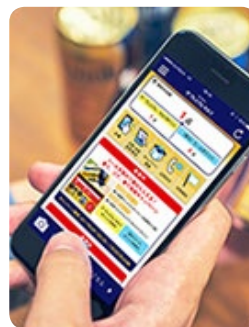
商品化担当として、毎週社内に共有されるお客様の声を楽しみに読んでいます。ポリフェノールを多く含んだワインに関するご要望は頻繁に頂いており、なんとしても商品化したいと思っていました。

開発の際は、お客様が期待する味わいについても考え抜き、何度も試作を繰り返しました。これからもお客様の声を大切にしながら、長く愛される魅力的な商品を生み出す仕事をしていきたいと思っております。

お客様の利便性を追求した新サービス開発

●『ザ・プレミアム・モルツ Webキャンペーン 専用アプリ』開発(2017年5月)

従来のWebキャンペーンでは、商品についているシリアルナンバーを一つひとつ入力する必要があり、「手間がかかる」「シリアルナンバーが小さくて読むのが難しい」といった声を頂いていました。お客様によりキャンペーンを楽しんでいただくため、商品企画部門とシステム部門が協働して、シリアルナンバーを撮影するだけで簡単に応募できる専用アプリを開発しました。



● 開発担当者より

日々革新されるIT技術で、お客様とサントリーの接点をより便利で快適なものにしたいという思いで仕事をしています。

今回のアプリも、キャンペーン応募時のお客様の気持ちにもっと寄り添い、より深いご満足を届けようと開発を進め、リリース後にはお客様からお褒めの言葉を頂くこともできました。まだまだ道半ばであり、決してここで満足するのではなく、さらにできることを実現していきたいと思っています。



サントリーシステムテクノロジー(株)
デジタルマーケティング部 向 健児

お客様から寄せられたご意見やご要望を、商品・サービスの改善にも生かしています。

お客様の声を生かした改善事例の一部をホームページ上で紹介しています。



持続可能な地球環境を次世代に引き継ぐために、さまざまな環境負荷低減活動を行っています。

持続可能な社会への貢献を目指して

● 環境に配慮した包材開発のフロントランナーであり続ける

当社のペットボトル開発は、「2R+B」(Reduce・Recycle +Bio)戦略に基づき、徹底した軽量化・リサイクルの推進・植物由来原料の利用に取り組んでいます。

例えば、『サントリー天然水』では、国産最軽量11.3gボトル(植物由来原料30%)、国産最薄12μmラベル(再生PET80%)に続き、国産最軽量1.85gキャップ(植物由来原料30%)を導入しました(2016年9月)。



植物由来原料30%使用新キャップ
(国産最軽量キャップ※)
※ 30φペットボトル対象

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)
※ 国産ミネラルウォーターペットボトル
(500mℓ~600mℓ)対象

段ボール(古紙約90%使用)

サントリー天然水の包材にみる
「2R+B」戦略の実例(2016年9月現在)



サントリー MONOZUKURI
エキスパート(株)
包材部 高木 雄一

開発担当者より

サントリーでは以前から包材における環境負荷低減を推進しており、現在は植物由来原料100%使用のペットボトル・キャップの開発に取り組んでいます。その実現が、持続可能な社会、ひいてはお客様の豊かな未来づくりに繋がると考えています。

一方、環境に配慮していても、お客様にとって使いづらかったり、安心してお飲みいただけなくては意味がありません。技術の力で、お客様満足と環境負荷低減を両立することを、日々追求しています。

お客様にご満足いただくための 双方向コミュニケーション実現

お客様センターと営業拠点が連携し、「迅速・的確・丁寧」をモットーに
お客様のご満足の実現に取り組んでいます。

お客様センターにおける取り組み

- ・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)」に基づき、お客様によりご満足いただける「丁寧」な応対を目指しています。(2012年制定)
- ・お客様センターの情報検索システムを刷新し、お客様からのお問い合わせに対してお待たせすることがないよう、より「迅速」な応対を実現しました(2017年11月)
- ・新製品などの勉強会や製造現場の視察を定期的に行い、お客様に正確で「的確」な情報をお届けできるよう努めています。(2017年：6回)



お客様センターの様子

お客様センターの担当者より

お客様からのご質問は多岐にわたります。専門用語の勉強やニュース・トレンドへのアンテナを張ることに加え、実際に商品をお飲みすることで、自身が感じた「味わい」を生かしてお伝えできるよう、日々準備しています。

お電話・Eメール・SNSなどを通じて多くの声を頂きますが、お客様一人ひとりの真意を汲み取り、わかりやすく誠心誠意お応えすることを心掛けています。



サントリーお客様センター
(サントリーパブリシティサービス(株))
板村 理加

営業拠点における取り組み

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・定着させるための人材育成など、指導的な役割を担う「お客様対応推進リーダー」を配置しました(2018年1月)。

お客様対応推進リーダーより

お客様対応では、基本的に2つのことを心掛けています。
ひとつは、すべてのお客様に対して調査結果の事実を、きちんと科学的にお伝えすること。もうひとつは、お客様の気持ちに寄り添っていくということでしょうか。ご不快な思いを強く持たれているお客様にも、まずは「驚かれたでしょうね。ご心配をおかけしました。」とお気持ちを理解するようにしています。
折にふれ、周りの人たちにも、伝えていきたいと思っています。

ご指摘を頂いたお客様に、よりご安心・ご納得いただけるような、誠実な対応の実現に取り組んでいます。



営業担当者より

中国・四国エリアの飲食店様への酒類の営業企画を担当しています。
エリア内のお客様からご指摘を頂き、直接訪問をご希望されている場合は、最優先でお客様のもとへ伺います。商品を愛飲いただいていることに感謝し、お話をしっかりお聞きするとともに、ご説明内容に曖昧な点がないように心掛けています。また、お客様の貴重なお時間を頂いていることを忘れず、訪問時刻の厳守、きめ細かく丁寧なご連絡など、基本を徹底しています。

サントリー酒類(株)
中国・四国支社 井上 力

・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)」で満足度をお伺いし、今後の対応の改善に生かしています。

《お客様の声カード》

※該当する項目の番号を○で囲み、空欄はご記入ください。
①最初にご連絡いただいた時の電話での対応はいかがでしたか?
①良かった ②良かった ③普通 ④悪かった ⑤最悪だった
②お客様をお訪ねした社員の名前は誰でしたか?
①大変満足で良かった ②満足だった ③普通だった ④あまり満足とは思えなかった ⑤悪かった
③お客様をお訪ねした社員のお客様に接する態度はいかがでしたか?
①大変よかったです ②よかったです ③普通だった ④あまりいいとは思えなかった ⑤不快だった
④社員からの説明についてお聞きします。
①納得できた ②やや納得できた ③普通だった ④あまり納得できなかった ⑤納得できなかった
⑤サントリー製品の今後の利用についてお聞きします。
①今後で以上ご利用する ②ご利用する ③利用程度は減る ④利用しない
⑥今回の対応や、サントリーの製品、販売方法、その他企業活動全般について、どんな点でも結構ですので、ご意見・ご感想等がございましたらお聞かせください。

94%のお客様に「今後も当社の商品を利用する」とお答えいただきました(2017年実績)。

この報告書は、サントリー酒類(株)の営業活動に関するもので、サントリー酒類(株)の営業活動に関するものではありません。

※担当者の部署名は2017年12月末時点のものです。

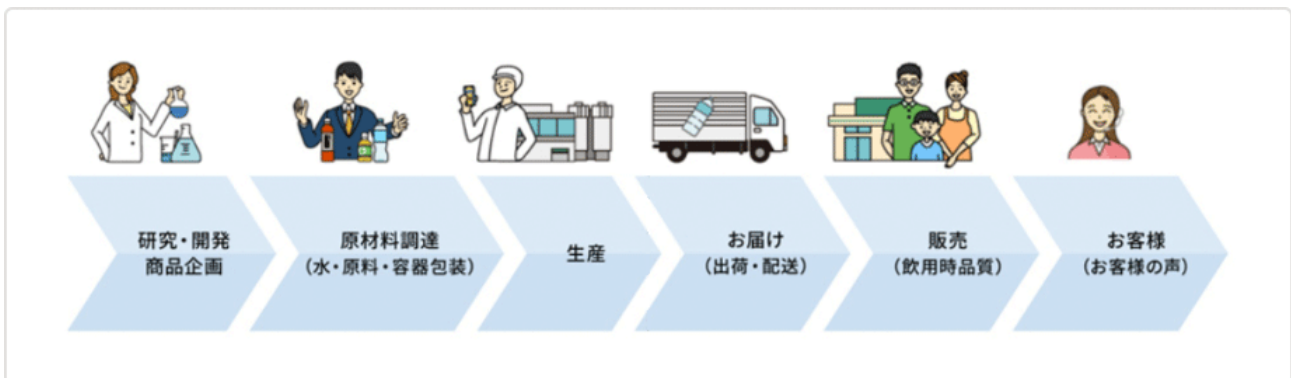
2

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。

すべてのプロセスでの 品質の維持・向上

- 安全・安心で高品質な商品やサービスをお届けするために、商品企画・開発、水や原材料調達、製造、流通、販売・サービス、飲用時・飲食時に至るまで、すべてのプロセスで全従業員がお客様視点を持ち、品質方針「All for the Quality」に基づいて、常に品質の向上に取り組んでいます。
- すべてのものづくり現場において、経営層と現場従業員がFace to Faceで品質の大切さを確認しました。（2017年）



品質リスクの発生防止

- 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・低減する活動を推進しています。
- 全社活動として研究・開発・調達・生産のあらゆる現場で新たな品質リスクの抽出を行ない改善する活動を展開しました。（2017年）

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。

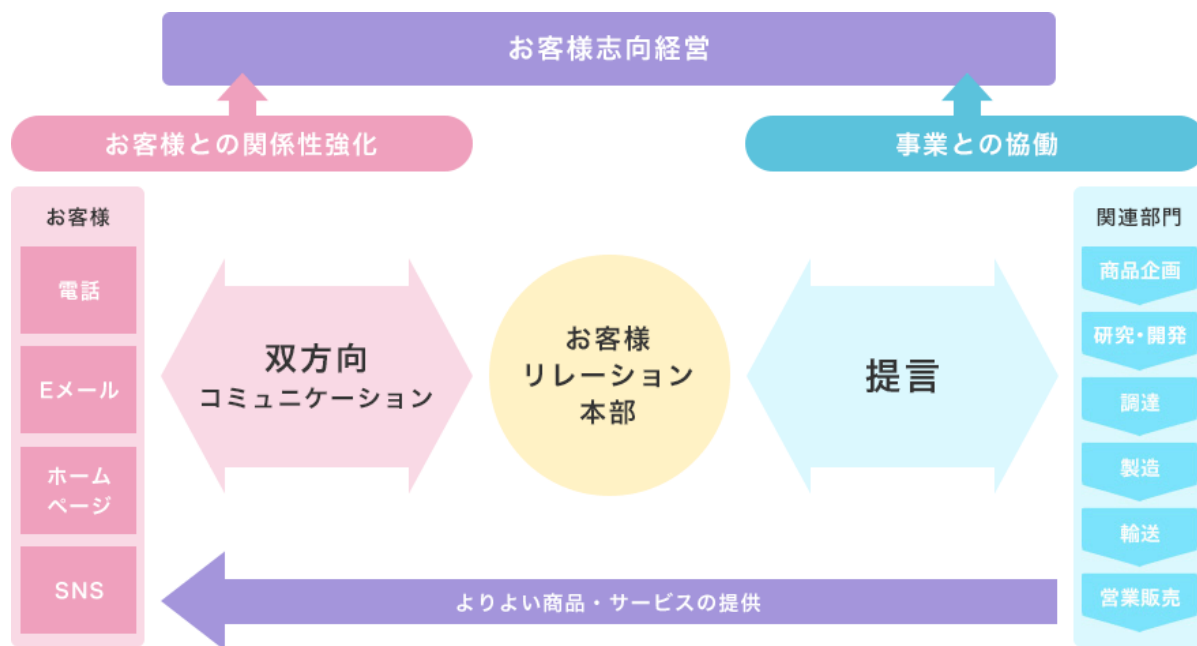
ご意見・ご指摘の迅速な共有

お客様情報システムである「Neo HarmoniCS」を活用し、お客様には「迅速・的確・丁寧」な対応を目指すとともに、頂いたご意見、ご指摘を、速やかに社内に共有しています。

(2017年：88,915件)

お客様の声を生かす仕組みの深化

お客様にご満足いただける商品づくり・サービスの提供のために、お客様の声(VOC:Voice of Customer)を分析し、お客様志向の企業活動につなげています。この活動をVOC活動と呼んでいます。



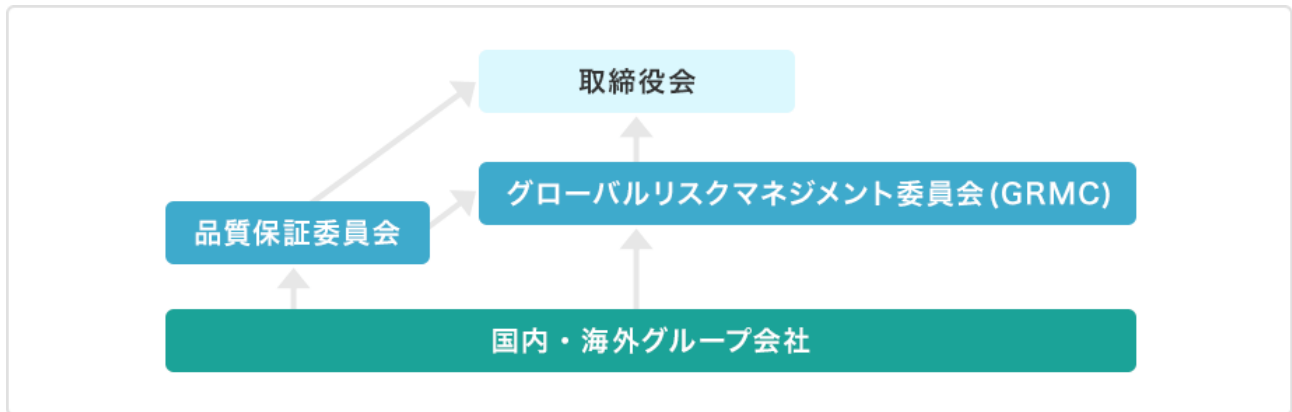
お客様の声をもとに各事業部門と情報共有やディスカッションを行う「VOC会議」を定期実施しています。この会議には、経営層から従業員まで出席し、お客様の声から見える商品・サービスの改善やリスクの未然防止、新たな事業活動の創出など、様々な検討を行っています。(2017年：約70回)



VOC会議の様子

事業拡大に伴う リスクマネジメント体制の強化

- グローバルグループとしての事業規模の拡大に伴い、より高いレベルでリスクマネジメントを行う体制を整えました（2015年）。リスクマネジメント活動ならびにコンプライアンス活動を継続することにより、お客様のご期待に応えられる企業を目指します。



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。

情報提供の拡充・わかりやすさの向上

- お客様の役に立つ情報をわかりやすくお伝えできるよう、日々Webサイトの充実に取り組んでいます。



サントリーお客様センター

お客様センターのホームページについて、お客様に頂いた声を反映させたり、画像や動画を活用することで、わかりやすさを向上しました。情報検索時の知りたい情報へのたどり着きやすさの向上にも取り組んでいます。

おでかけに役立つ地域情報サイト・工場見学サイトや、日常に役立つレシピサイトなどを充実させ、お客様の豊かな生活の実現につながる様々な情報を提供しています。



地域情報



工場見学へ行こう



レシピック

- 創業以来、受け継がれてきたサントリー流「お客様志向」や、具体的な活動内容を、お客様により知っていただくための新たな活動を始めました。(2017年)



「消費者志向自主宣言」の公表と同時に、経営層自らが「お客様志向」の歴史や現在の取り組みを語りました。(2017年4月)



未来を担う世代と共に、体験を通じて「お客様志向」について考える商品開発ワークショップを実施しました。(2018年1月)

品質に関する情報提供

- 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、サントリーの品質に関する様々な取り組みを、Webサイト「サントリーの安全・安心への取り組み」で紹介しています。



サントリーの安全・安心への取り組み



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。

お客様視点の 風土づくり・人づくりの体系化

- 中期的にすべての従業員を「お客様視点」で行動し続けられるよう育成することを目的に、人事研修（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開始しました（2017年）。



※サントリーグループの人材育成プログラムの総称。

- お客様からのご指摘や励ましの声を実際に聞き、一人ひとりが「お客様志向」を深め、行動に移すことを促す「お客様志向ブラッシュアップセミナー」を、全従業員必修で実施しています。（2017年：4,882名）
- グループ各社に対してセミナーを行い、サントリーグループの全活動に「お客様志向」マインドと行動の定着を図っています。（2017年開始）
- お取引先様にもサントリーグループの「お客様志向」の考え方や取り組みをご理解いただく機会を設け、お客様により良い商品やサービスをお届けできるよう協働で取り組んでいます。（2017年：237社）
- 「消費者月間」に合わせて、一人ひとりがお客様のために自分ができることを考えるきっかけづくりを目指し、5月を「サントリー流 お客様志向 強化月間」としました。社内に向けて、経営層からのメッセージ発信や、社内講演会などを実施しました。（2018年5月）



社内に掲示したポスター



社内講演会の様子

「お客様の声」との 日常的な接点づくり

- イン트라ネットやEメールを用い、週次・月次・年次で「お客様の声」を広く社内にも共有しています。



「お客様の声」を読んだ従業員からの声

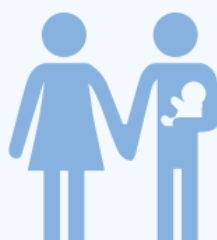
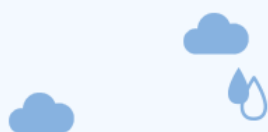
新商品の反響など、お客様の本当の生の声
がわかり、読むのが楽しみ。お客様がど
のような視点でサントリーをご覧になっ
ているのか、勉強になります。

お褒めの言葉はありがたいが、そればかりでは
成長はない。耳の痛い話ほど、今後の改善につ
ながる大事なきっかけであり、すべて我が事と
して読むよう心掛けています。

予想できていなかったお言葉に驚くこともあり、
多くのヒントを頂いています。
開発時には想定していなかった飲み方で商品
を楽しんでくださっているお客様の声に、なるほど
と思うことが多々あります。

お褒めの言葉も厳しいご指摘も当社の財産だと思
い、すべての声を注意深く読んでいます。良
い評価も悪い評価も隠さず社内共有されてい
ることが、サントリーの強みだと思います。

私たちは創業以来の「お客様志向」を推進し、
これからもお客様から信頼され続ける
企業グループを目指してまいります。



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。

サントリー品質方針

All for the Quality

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

1. サントリーグループの一人一人が お客様の立場に立って 誠実に商品・サービスをお届けします
2. お客様に正確で分かりやすい情報をお届けし お客様の声に真摯に耳を傾け 商品・サービスに活かします
3. 法令を遵守します
4. 商品・サービスの安全性を徹底します
5. 国際標準を活用し よりよい品質の追求を続けます

SUNTORY

2018

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ギー確認、適正な食品表示等の実施を徹底しています。



厨房設備の確認

■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

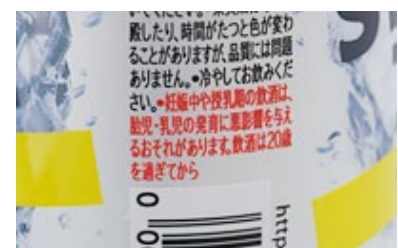
誤認飲酒防止のための表示例

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に、商品に「酒マーク」を表示しています。そのほか、主要な商品については、缶ぶたに「おさけです」の表示や、点字で「おさけ」の表示を行っています。



妊産婦飲酒の注意表示例

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



妊産婦飲酒の注意表示

アレルギーに関する表示

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

賞味期限の「年月」表示

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

安全・安心への取り組みをわかりやすく紹介

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



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。

2018年1月から2018年12月にかけて、法令違反回収や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、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0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

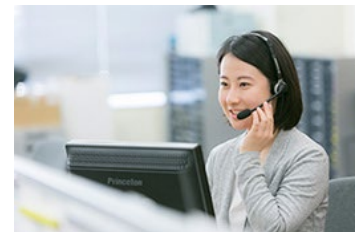
創業以来、お客様満足を第一に、お客様との対話を大切に、ご意見やご要望を企業活動に反映しています。

お客様満足を実現するために

サントリーグループは、創業以来、お客様満足を第一に考え、お客様との双方向コミュニケーションを大切にしています。1976年には、お客様からのご相談窓口として消費者室を開設。現在は、サントリーコミュニケーションズ(株) お客様リレーション本部として活動しています。「消費者志向自主宣言」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、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な製品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

お客様センターの行動指針

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

■「お客様対応規定」

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

※サントリー食品インターナショナル(株)、サントリーフーズ(株)、サントリービバレッジソリューション(株)、サントリーフーズ沖縄(株)、サントリープロダクツ(株)、サントリースピリッツ(株)、サントリービール(株)、サントリー酒類(株)、沖縄サントリー(株)、サントリーワインインターナショナル(株)、サントリー MONOZUKURI エキスパート(株)、サントリーコミュニケーションズ(株)、サントリービジネスシステム(株)、サントリーグローバルイノベーションセンター(株)、サントリーコーポレートビジネス(株)、サンリーブ(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)」をお客様リレーション本部全員で作成し、お客様によりご満足いただける活動を生み出す風土醸成に努めています。

お客様の声への対応と共有、そして活用へ

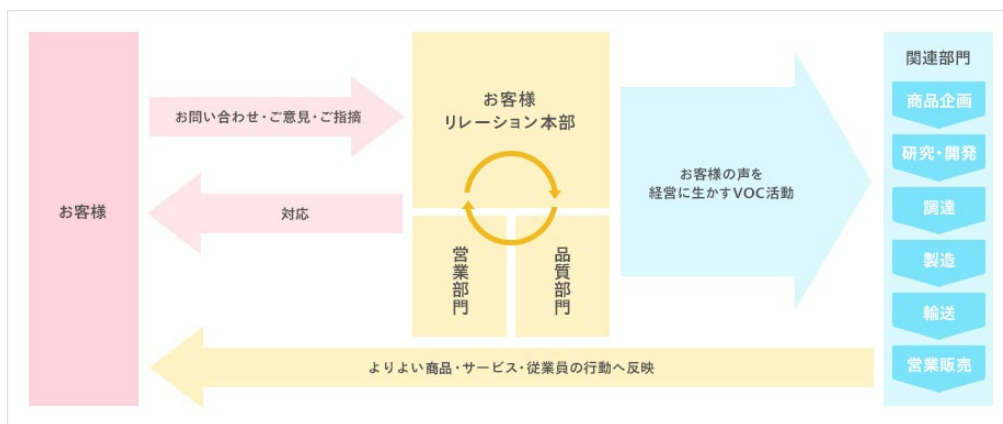
お客様センターでは、社内独自の情報検索システムを活用し、お客様からのお問い合わせなどに対してお待たせすることがないよう、迅速かつ的確な対応を行っています。

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。

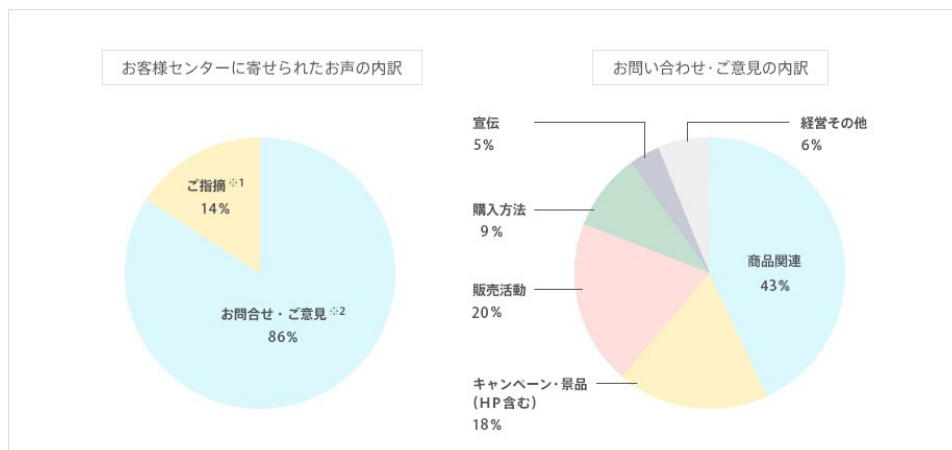
お客様から寄せられたご意見やご要望を、関連する部門と定期的に共有し、商品・サービスの向上、情報提供の充実などの企業活動や、従業員の行動へ反映するVOC活動^{※1}を強化しています。

※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



■お客様からのお問い合わせ・ご意見やご指摘の内容 (2018年実績：80,593件)



※1 ご指摘：お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満、ご不快の声

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

「声カード」の活用

お客様からのご指摘を受けて対応を完了した案件については、ご指摘いただいたお客様に「声カード(対応に関するアンケート)」をお送りし、お客様の満足度をお聞きしています。いただいたご意見は、対応者本人に伝えるとともに、イントラネットを通じて全社にフィードバックし、さらなる対応の改善に役立てています。声カードに記入いただいたお客様の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(2018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>

『こだわり酒場のレモンサワーの素』割り材の表記を改善

2018年2月の新発売以降、お客様から「『ソーダ割専用』とあるが、『ソーダ』がどういう種類のものを指すのか分かりにくい」という、飲み方についてのお問い合わせを頂戴しました。そこで、同年12月以降のリニューアルデザインでは、初めて購入されるお客様にも当社が推奨する飲み方が伝わるように、パッケージの割り材表記を「ソーダ」から「炭酸水」に変更し、分かりやすく改善しました。



国産ペットボトルワイン ラベルのはがし口を分かりやすく改善

国産ペットボトルワインについて、お客様から「ラベルのはがし口が分かりにくい」というご意見を頂戴しました。そこで、2018年9月以降、『酸化防止剤無添加の美味しいワイン』、『デリカメゾン 濃いめ』などの商品をはじめとして、ラベルのはがし口の表記を分かりやすく改善しています。



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。近年の外国語のお問い合わせ増加に伴い、より多くのお客様にお応えできるように、英語でのお問い合わせフォームも用意しました。また、SNS上にあるお客様の声についても、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



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。

■消費者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、「消費者志向自主宣言」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、「消費者志向自主宣言 活動報告書」として社会にご報告しています。

また、消費者志向自主宣言の公表企業として、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150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、一人ひとりの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。



■「なるほどクイズ」を通じたお客様への活動発信

サントリーグループの活動をクイズで紹介するキャンペーン「なるほどクイズ」を通してサントリーグループのお客様志向の考え方や取り組みをクイズを通じてご紹介。2018年6月に実施した際には、約11万人のお客様に回答いただきました。



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、社内啓発活動や風土醸成に力を入れています。

■社内啓発活動の全体像

| 風土醸成 | | |
|-----------------------|-------------|---------|
| 活動 | 対象 | 2018年実績 |
| 経営トップメッセージ（ホームページ・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 126 回 |
| お客様志向強化月間 | 全社員 | 5 月実施 |
| お客様対応推進リーダー制度 | 全営業拠点 | 通年実施 |
| お客様志向アンバサダー制度 | アンバサダー 配置部署 | 通年実施 |

| 人材育成 | | | |
|---------|------------------------------|---------|---------|
| 活動 | | 対象 | 2018年実績 |
| サントリー大学 | 新任マネジャー研修 『お客様志向マインド養成講座』 | 新任マネジャー | 年2回 |
| | 4 年次研修 『お客様対応体感プログラム』 | 4 年次社員 | 年15回 |
| | 新入社員研修 『お客様志向基本講座』 | 新入社員 | 年2回 |

| VOC※ 接点強化 | | |
|---------------|---------|---------|
| 活動 | 対象 | 2018年実績 |
| 月報・年報（ホームページ） | 全社員 | 毎月 1 回 |
| 週報（メール） | マネジメント層 | 毎週 1 回 |

※ VOC : Voice of Customer

■お客様志向の行動促進（風土醸成）

社内向け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。



お客様志向ブラッシュアップセミナー

お客様志向強化月間の実施

2018年より、消費者庁が制定する「消費者月間」に倣い、5月を「サントリー流 お客様志向強化月間」に設定しています。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、2019年には社内に向けた経営層からのメッセージ発信や、全拠点約50カ所での啓発ポスター掲示、外部講師を招いた社内講演会を実施したほか、お客様志向をテーマにした部署単位でのディスカッションも実施し、約700部署、5,500名の社員が参加しました。



外部講師を招いた社内講演会



啓発ポスター

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。2019年には、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。

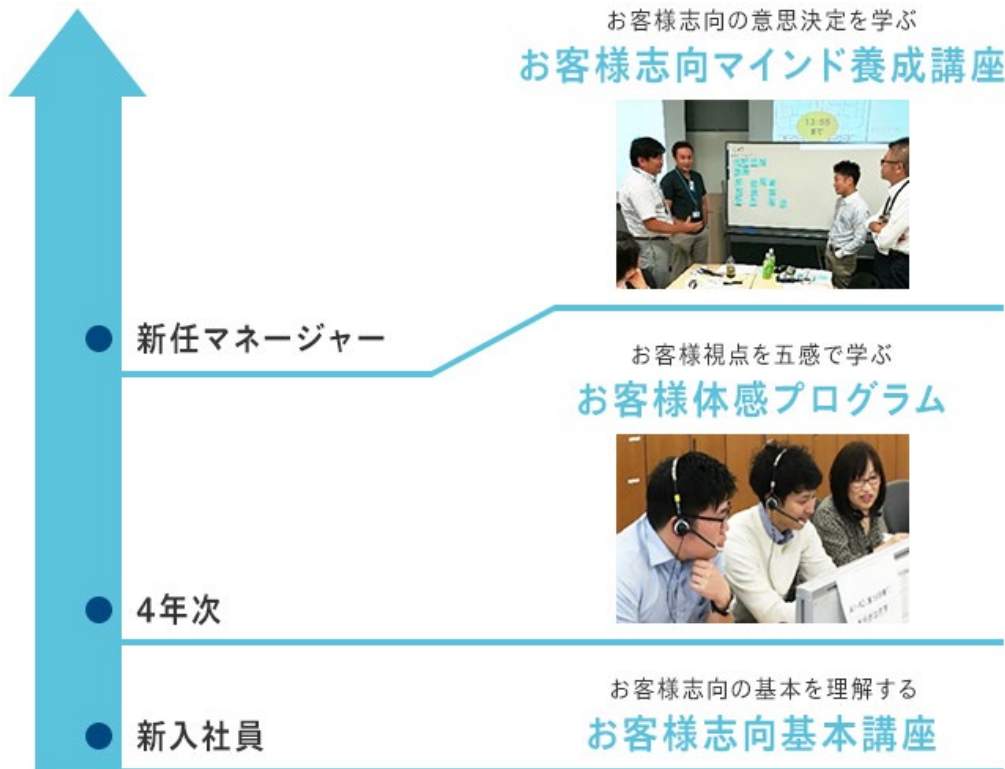


お客様対応推進リーダー会議



お客様志向アンバサダーミーティング

■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、お客様センターで丸1日電話対応し、お客様に直接接する実習を通じてお客様志向を自身の業務に具体的に活かす気づきを体得します。さらに、マネージャー昇進時に、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メールを通じた情報発信

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・年次で広く社内にも共有しています。

Harmonics report 2019年4月号





新製品・他反響

- 「ザ・プレミアム・モルツ」「神泡」と電動サーバーの反響
「ビールの泡うまいよね。神泡うまいよ。居酒屋で生ビール飲みたくなった」
- 「クラフトボスTEA ノンシュガー」新発売の反響
「紅茶の香りがしっかり感じられる。無糖紅茶好きには一度試して欲しい味」
- 「マグナムドライ<本辛口>」新発売の反響
「昔のマグナムドライと同じですか、それとも違うのですか？」

全ページを通して閲覧する

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

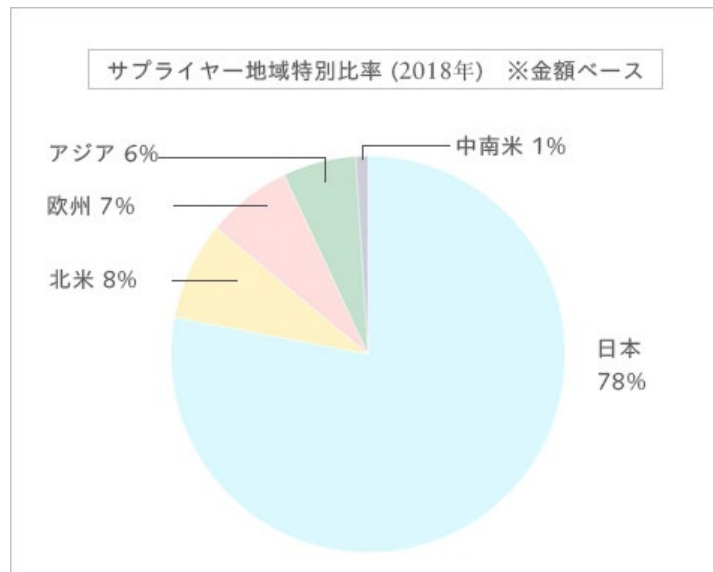
調達取引に関わる機密情報および個人情報は厳格に管理します。

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。

■サプライヤー地域別構成比

サントリーグループでは、主に以下の地域のサプライヤーから原料を購入しています。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。



■サプライチェーン全体でのサステナビリティを推進

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サステナビリティの推進に取り組んでいます。まず、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。

さらに、原料部・包材部・物流部の主要取引先を対象に、方針説明会とサステナビリティに関する自己評価アンケートを毎年実施しています。2019年のアンケート（19項目・各3点満点）では、回答企業平均で、原料部2.88点、包材部2.93点、物流部2.75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。



サプライヤーガイドライン制定

サントリーグループ内で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。

海外グループ会社との連携について

海外グループ会社に対して「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。



グローバル調達会議

サプライヤーモニタリングの実施

サントリーグループでは、2014年から児童労働・強制労働などの人権課題に関し、海外の調達先を訪問しヒアリングを行っています。2014年はビールの主要原料である麦芽・ホップの生産者を、2015年は中国ウーロン茶の仕上げ工場を対象に、2016年はウーロン茶葉会社5社でモニタリングを行い、いずれも問題がないことを確認しました。

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。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。



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。環境保護活動としては、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。

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・物流協会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[※]」にサントリー食品インターナショナル(株)が参加しています。

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

グリーン調達の推進

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、2018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2018年5月時点で46社（取引金額比率で約11%）、包材部が2018年12月時点で115社（取引金額比率で約10%）

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、2018年末で79社290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）安全推進部のマネー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150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

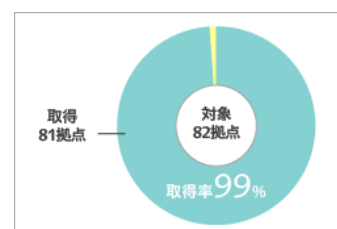


「安全推進大会」でのディスカッション

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82拠点中81拠点が認定を取得（2018年末）、認定取得率は99%に達しました。これはトラック運送業界全体の取得率29.6%（2018年12月トラック協会調査）を大きく上回っています。また、2008年からは対象範囲を直接業務委託会社から2次協力会社まで拡大し、輸配送の安全管理体制の強化を図っています。



「安全性優良事業所」の認定取得状況
（2018年12月31日現在）

災害時に備えて体制を整備

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

お客様・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)」

古来、お酒は世界のさまざまな地域の文化や風土の中で生まれ、祝事・慶事などで大きな役割を果たし、日々の暮らしに喜びや潤いをもたらしてきました。その一方で、不適切な飲み方によってさまざまな問題が生じるおそれがあることも事実です。

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。これが私たちの目指す“ドリンク・スマート”です。

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態、飲酒に対する考え方の違いが尊重されるより良い飲酒環境の形成をめざします。
3. 節度をわきまえた適度な飲酒(適正飲酒)は、心身の健康に役立ち、人間関係に潤いを与えるとの認識に立って、お酒の科学的研究の推進と、その正しいつきあい方についての知識の普及に努めます。

行動指針

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

専門組織が責任をもって対応

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

※ARS: Alcohol Responsibility and Sustainability Department

■1.責任あるマーケティングの実践

責任あるマーケティングの実践

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

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

社会情勢に対応した自主基準の改定（業界・社内）

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

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、適正な飲酒の啓発のほか、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。

■2.適正飲酒啓発活動

従業員に対する適正飲酒啓発

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

お客様に対する適正飲酒啓発

サントリー独自の取り組み

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

『適正飲酒啓発活動』に数々の受賞

当社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。昨年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 を受賞しました。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回新聞広告賞において「新聞広告賞」を受賞しました。詳細は下記参照ください。

| 取り組み | 開始年度 | 概要 | |
|---|-------------------------|---|---|
| <p>モデレーションキャンペーン（適正飲酒啓発広告）で節度ある飲み方を啓発</p> | <p>1986年</p> | <p>「酒は、なによりも、適量です。」というメッセージを伝える「モデレーション広告」を2018年末までに全国紙に200回近く掲載しています。（2002年には第22回新聞広告賞「広告主企画部門優秀賞」を受賞しました）</p> |  |
| <p>適正飲酒啓発ホームページリニューアル</p> | <p>2017年 リニューアル</p> | <p>お酒に関する正しい知識を理解し、お酒と上手に付き合うことで、より健康的で豊かな生活を送ること。これを当社の考えるDRINK SMARTと位置づけ、ホームページをリニューアル。SNSにも対応しました。当サイトは、2018年に、公益社団法人アドバイザーズ協会 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 を受賞しました。「DRINK SMART お酒との正しい付き合い方を考えよう」</p> |  |
| <p>「休肝日の断り技」広告による適正飲酒啓発</p> | <p>2018年</p> | <p>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表現した「休肝日のFANTASTICな断り技ポスター」は、サステナビリティ活動の一環として飲酒を控える[休肝日]をウィットに富んだ断り技でユーモラスに啓発したことが評価され、日本新聞協会主催の第38回新聞広告賞において、新聞広告賞を受賞しました。当ポスターは、社内外の啓発のために活用しています。</p> |  |
| <p>「イッキ飲み防止キャンペーン」（主催：イッキ飲み防止連絡協議会）への協力</p> | <p>1993年</p> | <p>イッキ飲み防止連絡協議会が実施している同キャンペーンの趣旨に賛同し、第1回からポスター・チラシなどのデザインやノベルティプランニングに協力を続けています。同協議会は、「イッキ飲み」によって亡くなった方々のご遺族が中心となって1992年10月に結成されました。</p> |  |
| <p>「親子で学べる未成年者飲酒防止啓発教材」を発行</p> | <p>2005年</p> | <p>子どもとその保護者を対象にした学習教材「親子で学べる未成年者飲酒防止啓発教材」を（株）学研プラスと共同で制作し、全国の小学校を中心とした教育機関に無償配布しています。また、2017年には教育現場からのニーズに応え、映像で学ぶ未成年者飲酒防止教材を作成しました。教材を使用した出張授業も実施しています。冊子・DVD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」にて閲覧ができるようにしました。</p> |  |

| | | | |
|---------------------------|--------------|---|---|
| <p>「大学生向け適正飲酒啓発教材」を発行</p> | <p>2018年</p> | <p>教育現場からのニーズに応え、(株)学研プラスと手塚プロダクションと共同で、20歳以上を対象とした大学生向け漫画教材冊子「まんがで学ぶ適正飲酒 DRINK SMART ドリンク・スマート」を制作、大学を中心とした教育機関に無償配布しています。教材を使用した出張授業も実施しています。冊子はホームページ「DRINK SMART お酒との正しい付き合い方を考えよう」にて閲覧ができるようにしました。</p> |  |
| <p>飲酒運転防止の啓発活動</p> | <p>2006年</p> | <p>欧米などで先行している「指定ドライバー制度」(飲食店などで車1台につき1人以上の指名ドライバーを決める制度)は、工場見学受け入れの際に実施。受付時と試飲会場で、2回にわたり確認し、ドライバーの方にはノンアルコール飲料を提供しています。さらに飲食店を運営している(株)ダイナックでは、未成年者飲酒禁止と飲酒運転禁止のステッカーを飲食店全店に貼付しています。</p> |  |

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。

| <p>取り組み</p> | <p>開始年度</p> | <p>概要</p> | |
|------------------------|--------------|--|---|
| <p>未成年者飲酒防止のための取組み</p> | <p>2005年</p> | <p>交通広告(駅貼り・ステッカー)を中心に、STOP!未成年者飲酒を呼びかける広告を年2回(春・冬)実施しています。</p> |  |
| <p>未成年者飲酒防止のための取組み</p> | <p>2002年</p> | <p>2002年より未成年者飲酒防止ポスター・スローガン・学校賞募集キャンペーンを実施しています。2017年より「未成年者飲酒防止教育“学校コンクール”」と名称を改め、学校としての取組みを全国から募集し、表彰を行っています。</p> |  |
| <p>未成年者飲酒防止のための取組み</p> | <p>2015年</p> | <p>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。</p> |  |

| | | | |
|----------------|--------|--|---|
| 妊産婦飲酒防止のための取組み | 2008年～ | 製品容器や、POP等酒類販促物、TV広告などの動画媒体への注意表示を実施しています。 |  |
| 女性の適正飲酒啓発活動 | 2017年 | 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、HPでの正しい知識の普及や、アルコール体質検査の紹介を行なっています。 |  |

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(<http://www.iard.org/>)」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。

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

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 11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つの分野での取組みに推進。

- 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三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。

また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。



プログレスレポート



IARD CEOミーティング
(2018年9月)



IARD CEOミーティング
(2018年9月)



ビームサントリー社
との打ち合わせ

お客様・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

お客様の健康で豊かな生活を支援するため、サントリーグループではさまざまな商品・サービスを提供しています。

商品・サービスを通じた健康への貢献

サントリーグループは、健康に留意されるお客様のニーズや嗜好にあった商品・サービスの提供を通じて、お客様の健康で豊かな生活に幅広く貢献しています。

■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。



「ナチュラル&ヘルシー」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、インドネシアにおける「goodmood」、フランスにおける「MayTea」といった新たな飲料の開発を実現させています。2019年には、インドネシアで生まれた「goodmood」がタイでもローンチされました。また、ヨーロッパの「Lucozade」、「Ribena」を中心に、レスシュガー化を積極的に推進しています。

■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。

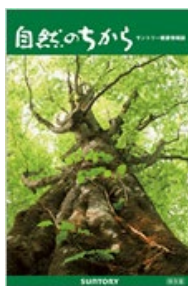


お客様とのコミュニケーションを推進

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、2018年に「環境ビジョン2050」を改定し、「環境目標2030」を掲げました。グループ全体での環境経営を推進していきます。



環境経営推進



自然環境の保全・再生



環境負荷低減



環境コミュニケーション

環境ビジョン2050

自然保護の
グローバルランナー

グローバルでの
環境負荷削減

2020年目標

自然環境の保全・再生

環境負荷低減

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。



気候変動対策

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

SUNTORY

環境活動 Webサイト「EcoLife」

サントリーの
エコ活

環境負荷低減活動

環境コミュニケーション

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

サイトレポート

主な掲載内容

- ・サイトプロフィール
- ・環境負荷データ

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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|----------------|--|---|--|-----|
| 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、16箇所を実施し、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策に加えて、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、2019年の協定の橋頭堡造りの年となった。 | 「天然水の森」では中長期ビジョンに基づき、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策に加えて、台風被害からの復旧にも取り組み続ける。「育林材 ^{※1} 」については、今後の活用体制を構築する。「天然水の森」協定面積の拡大については、約1万ha体制を達成し、さらに各工場の汲み上げる地下水の2倍以上の地下水を涵養する面積の「天然水の森」を設定する目標に迫る。 | ●● |
| | 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 ・水育「森と水の学校」計53回、1,753名参加 ・水育「出張授業」計206校、15,971名参加 | 15周年を迎える「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強化 水育「森と水の学校」計57回、1,960名参加 水育「出張授業」計200校、16,000名参加 | ●● |
| 環境負荷低減 | サントリーグループ ^{※2} の自社工場での水使用を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5.8%削減） | 製造設備・容器の洗浄や冷却に使用する水の削減 | ●●● |
| | サントリーグループ ^{※2} バリューチェーン全体のCO2排出を20%削減 ^{※3} | バリューチェーン全体でのCO2排出量のさらなる削減（総量：15年比2.8%削減） | 容器の軽量化、再生資源の活用、工場の省エネ、国内最小電力量の自動販売機の積極導入など | ● |

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

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

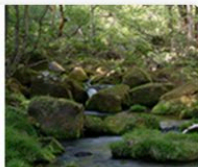
※3 2007年における事業領域を前提とした原単位での削減

自然と響きあう 環境

環境経営

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



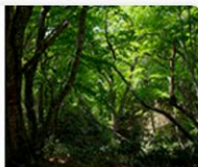
事業活動と環境
影響



環境マネジメン
ト



2018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、そして生き物が作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. イノベティブな3Rによる資源の有効活用

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

4. 全員参加による低炭素企業への挑戦

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

5. 社会とのコミュニケーション

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

■「サントリー環境ビジョン2050」改定 —あわせて「2030年目標」を設定—

サントリーグループの環境経営により明確な方向性を与えるため、2050年に向けた「環境ビジョン2050」を2014年に策定し、2018年に改定を行いました。加えて「環境目標2030」を設定しました。

「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

- ・地球温暖化防止に向けて、脱炭素社会の実現に貢献

※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. CO₂

- ・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などを通じ、自社拠点でのCO₂排出をグローバルで25%削減^{※2}
- ・自社拠点以外のバリューチェーンにおけるCO₂排出を20%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

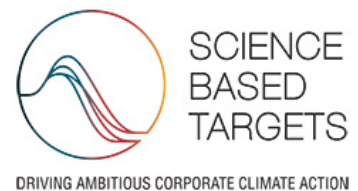
※2 2015年における事業領域を前提とした総量での削減

■温室効果ガス削減目標（環境目標2030）が「SBTイニシアチブ」の認定を取得

サントリーグループは、2030年にむけたCO₂などの温室効果ガス削減目標について、国際的なイニシアチブである「SBT(Science Based Targets)イニシアチブ[※]」から、「パリ協定」の「2℃目標」を達成するために科学的に根拠のある水準であると認定されています。

※ SBT(Science Based Targets)イニシアチブとは

2015年にCDP、国連グローバルコンパクト、WRI（世界資源研究所）、およびWWF（世界自然保護基金）の4団体が共同で設立し、産業革命前からの気温上昇を2℃未満に抑えるために、科学的根拠に基づいた温室効果ガス排出削減目標（SBT）の設定を企業に働きかけています。



■「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

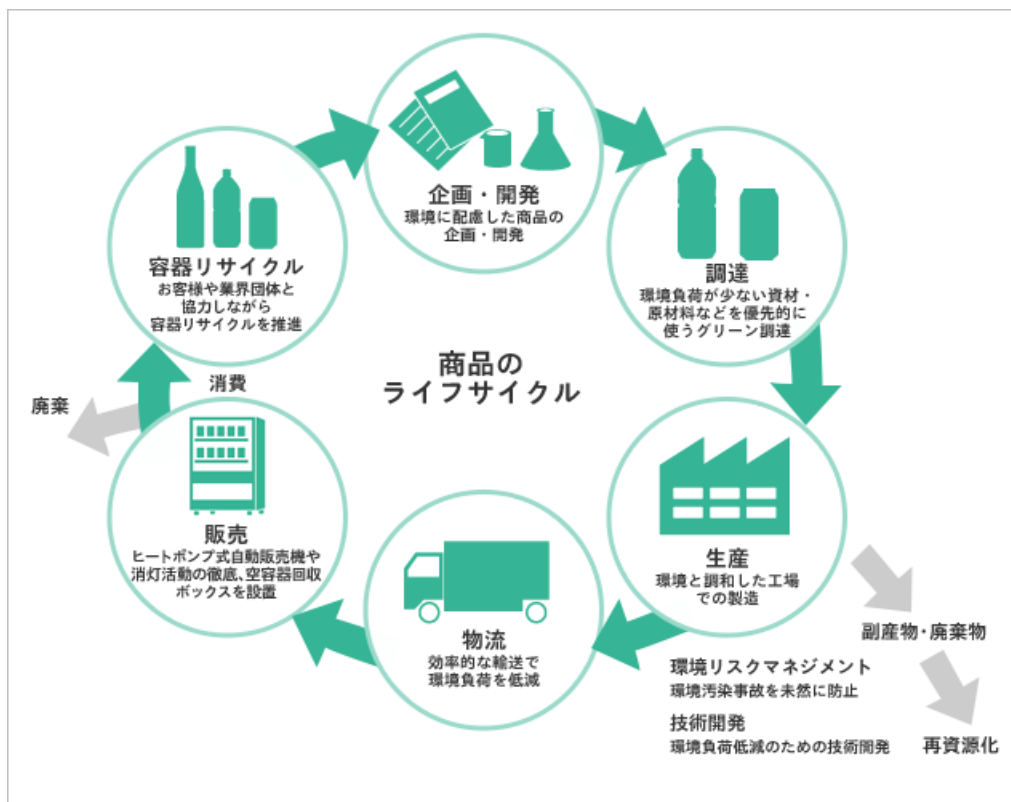
事業活動と環境影響

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っています。また、新規事業の展開に際しても、水リスク評価を勘案しています。

サントリーグループの工場立地国別水リスク評価

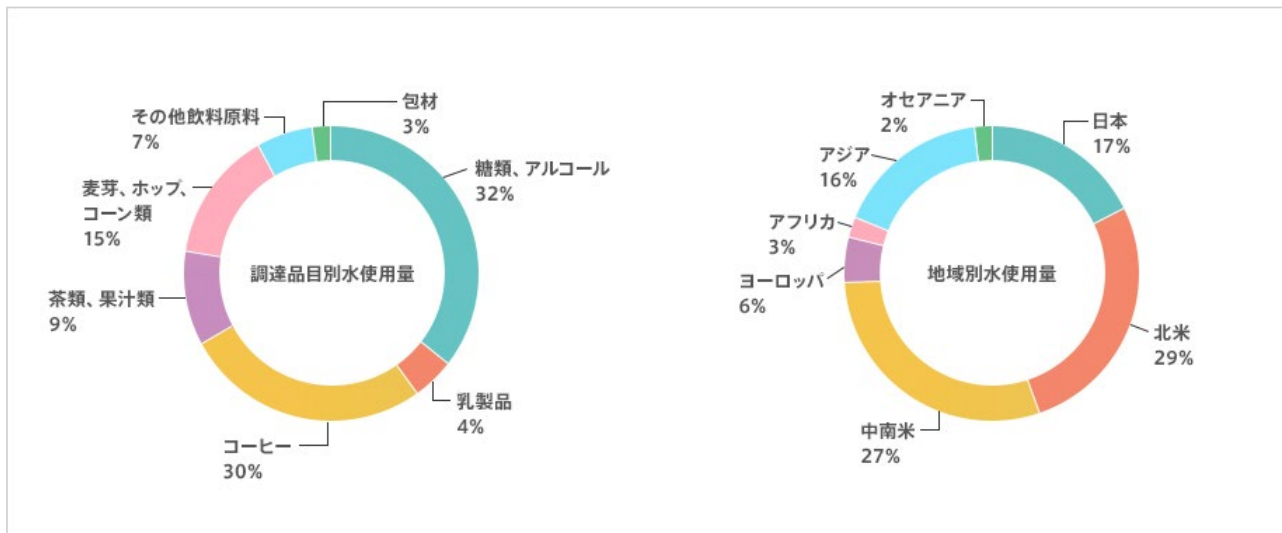
| Baseline Water Stress | |
|---------------------------|---------------------------------------|
| 極めて高い (Extremely high) | 該当なし |
| 高 (High) | 日本、メキシコ、スペイン、インドネシア、フィリピン、インド、オーストラリア |
| 中～高 (Medium-high) | アメリカ、イギリス、アイルランド、マレーシア |
| 低～中 (Low-medium) | カナダ、フランス、タイ、ベトナム、ニュージーランド |
| 低 (Low) | 台湾、ナイジェ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

World Resources InstituteによるAquaductで採用されているBaseline Water Stressの国別スコアをもとに作成。サントリーグループ売上高の9割を占める事業会社群が所有する国内生産25工場、海外生産56工場が対象。

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

■自然資本による定量評価

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

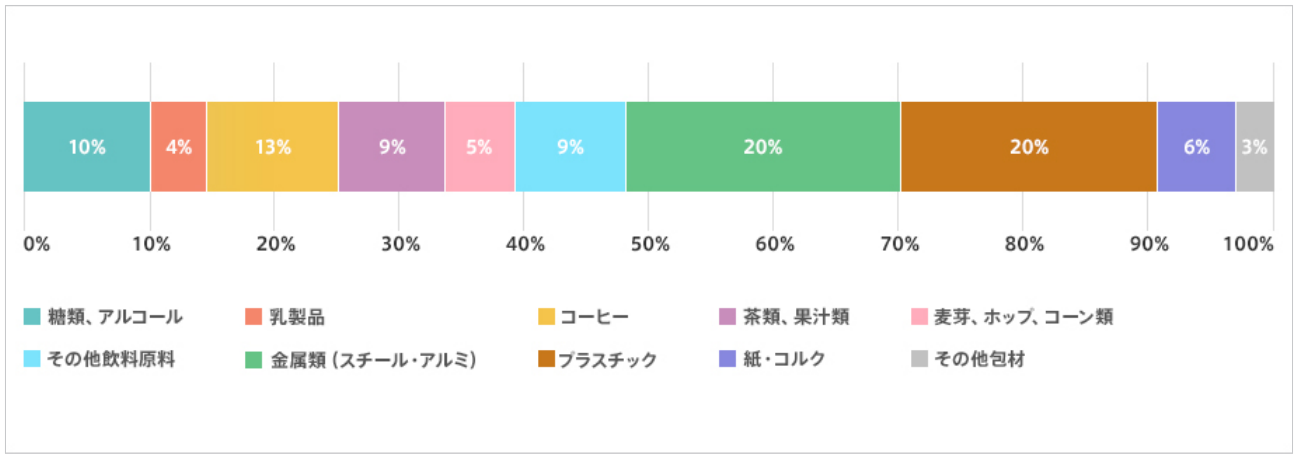


サプライチェーン上流における水使用量の原料別および地域別比率（2015年）

※ 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

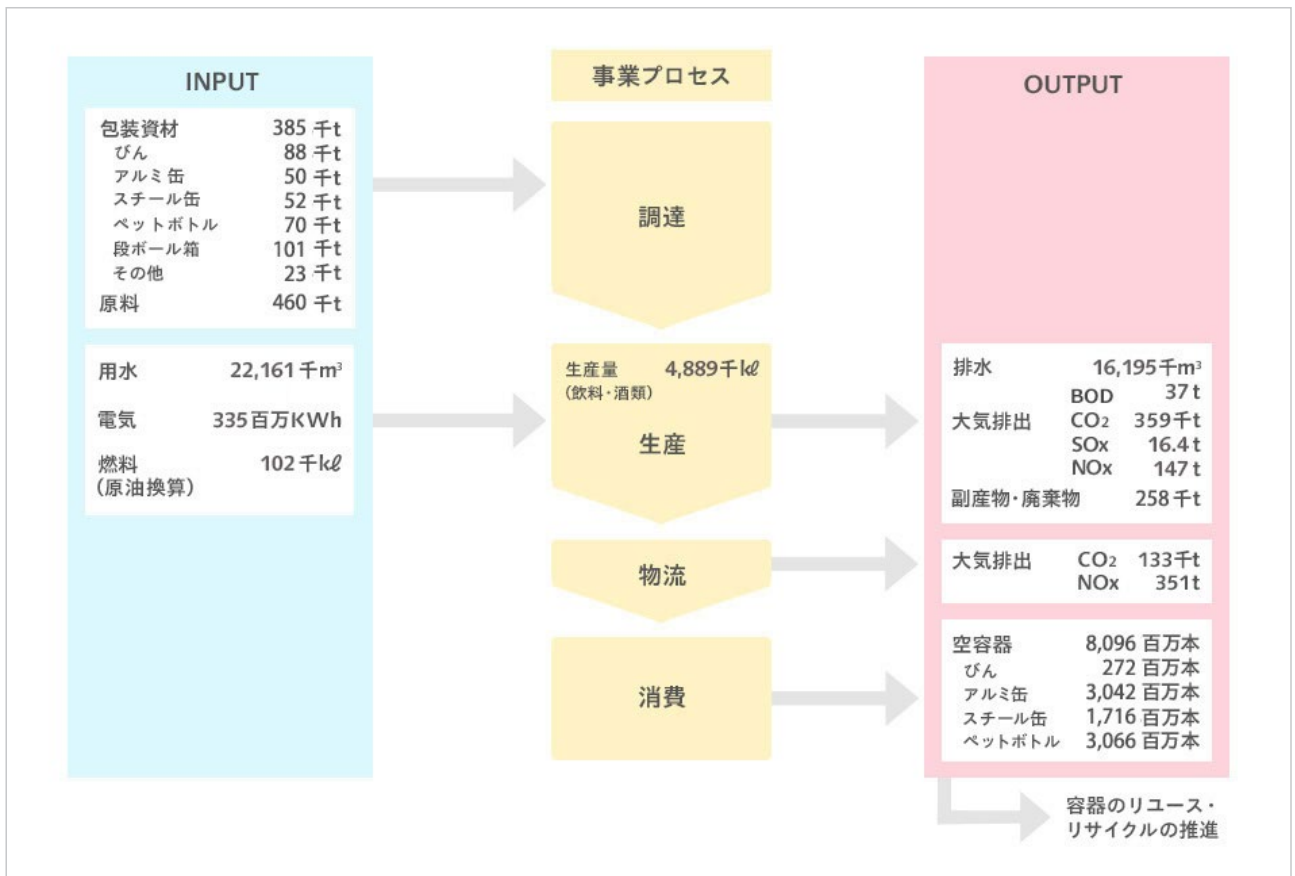
※ グリーンウォーター（雨水など）とブルーウォーター（灌漑水など）の合計



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:2018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CO₂ : 温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数
 CO₂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ウォーターセキュリティ 2018 Aリスト企業」に選定

CDP^{※1}が世界の上場企業に対して行っている環境活動調査「CDPウォーターセキュリティ 2018」において、サントリー食品インターナショナル（株）が水源涵養活動や工場での水使用量の削減活動などにおいて高い評価を受け「Aリスト企業」に選定されました。

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



「サントリー天然水 奥大山ブナの森工場」が日本で初めてAlliance for Water Stewardship (AWS) 認証を取得

「サントリー天然水 奥大山ブナの森工場」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)^{※1}」認証を取得しました。同工場が日本初の取得工場となります。

奥大山ブナの森工場では、工場で採取する水量以上の地下水を涵養できる面積の森を保全していくことを目的に、水源となる森計495haを「天然水の森 奥大山」とし、水源涵養活動を展開しています。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。

※1 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



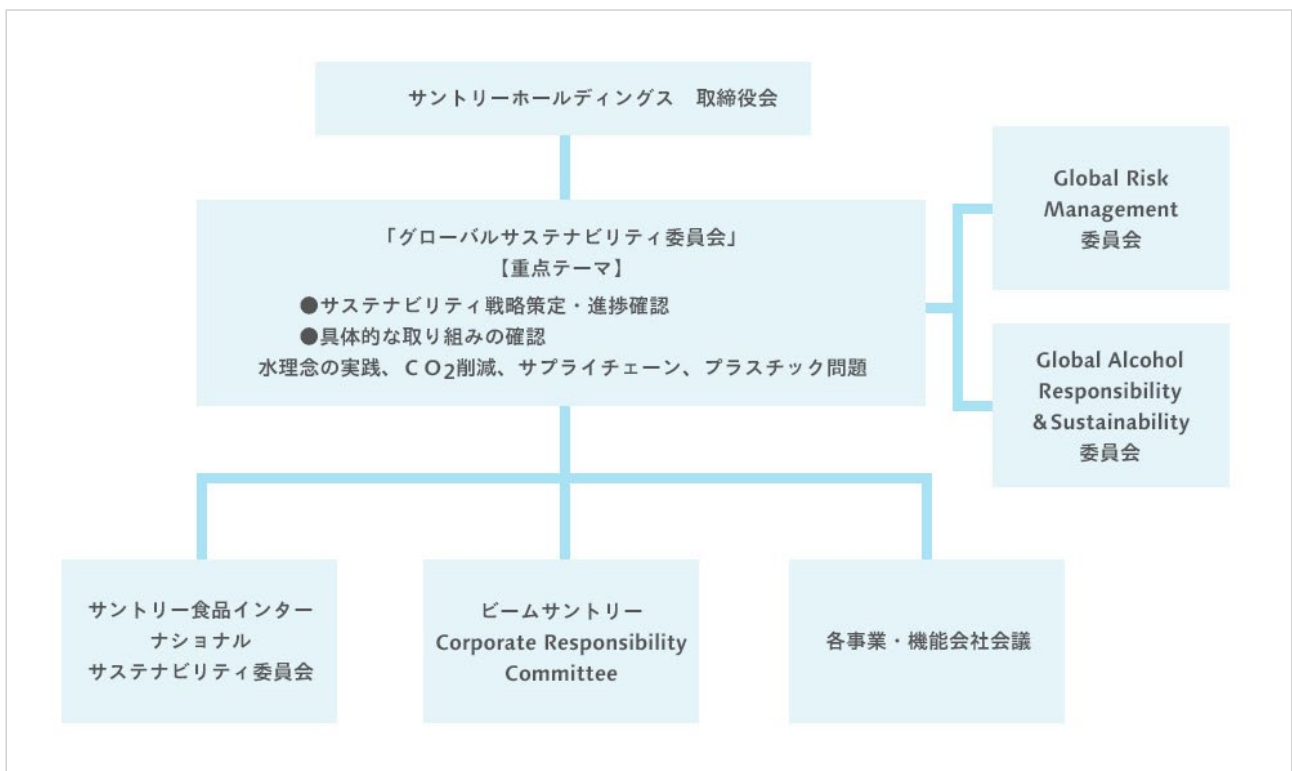
環境経営

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み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2018年時点で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：2018年1月1日～12月31日）

（百万円）

| 項目 | | | 2016年度 | | 2017年度 | | 2018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 | 261 | 1,903 | 326 | 2,001 | 528 | 2,207 |
| | 地球環境保全コスト | ・CO ₂ 削減 ・省エネルギー ・コジェネレーション ・嫌気処理 ほか | 871 | 3,491 | 266 | 3,444 | 198 | 3,020 |
| | 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 | 17 | 2,807 | 67 | 2,612 | 287 | 2,720 |
| | 合計 | | 1,148 | 8,201 | 659 | 8,058 | 1,013 | 7,946 |
| 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 | 1,195 | 0 | 1,133 | 0 | 1,290 | |
| 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 | 1,128 | 0 | 670 | 0 | 900 | |
| 研究開発コスト | ・環境負荷低減のための研究開発活動 | 73 | 323 | 1 | 369 | 8 | 379 | |
| 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 | 86 | 410 | 90 | 569 | 77 | 504 | |
| 環境損傷対応コスト | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 合計 | | 1,307 | 11,258 | 751 | 10,798 | 1,098 | 11,019 | |

※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：2018年1月1日～12月31日）

| 項目 | | | | 単位 | 2016年 | 2017年 | 2018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) | 12.6 | 14.4 | 16.4 | -1.5t/年 |
| | | | | 原単位 (g/kℓ) | 2.7 | 3.0 | 3.4 | |
| | | NOx | 総量 (t) | 132.4 | 134.5 | 147 | -7.9t/年 | |
| | | | 原単位 (g/kℓ) | 28.3 | 28.5 | 30.1 | | |
| | 地球環境保全 | CO2 排出量削減 | CO2 (燃料+電力) 由来 | 総量 (千t) | 354.5 | 369.7 | 355.9 | 26.6千t/年 |
| | | | | 原単位 (kg/kℓ) | 75.7 | 78.2 | 72.8 | |
| | | エネルギー 消費量削減 | 燃料 | 原油換算 (千kℓ) | 102 | 104 | 102 | 6192kℓ/年 |
| | | | | 原単位 (ℓ/kℓ) | 21.9 | 22.1 | 20.8 | |
| | | | 電気 | 総量 (百万kWh) | 306 | 332 | 335 | 8033千kWh/年 |
| | | | | 原単位 (kWh/kℓ) | 65.3 | 70.2 | 68.6 | |
| | 資源循環 | 水資源 使用量削減 | 用水 | 総量 (千m ³) | 21,332 | 22,361 | 22,161 | 971千m ³ /年 |
| | | | | 原単位 (m ³ /kℓ) | 4.5 | 4.7 | 4.5 | |
| 廃棄物 排出量削減 | | 副産物廃棄物 排出量 | 総量 (t) | 244,604 | 258,027 | 257,951 | 8.984t/年 | |
| | | | 原単位 (kg/kℓ) | 52.3 | 54.6 | 52.8 | | |
| 再資源化率 | (%) | 100 | 100 | 100 | 100 | | | |

※電気由来のCO2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 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| リサイクル（副産物売却）収入 ^{※1} | 339 | 380 | 355 |
| 省エネルギーによる費用削減額 ^{※2} | 496 | 510 | 429 |

※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－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

＜ユーティリティ前年費用×生産量前年比率－当年費用＞

環境マネジメント

サントリーグループISO14001認証取得一覧 (2019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) 木曾川工場
- ・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

■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)
- ・サントリーフーズ沖縄(株)
- ・ジャパンビバレッジグループ(株) (ジャパンビバレッジホールディングスほか11社)
- ・サントリーコーポレートビジネス(株) 本社
- ・サンリーブ(株) 本社

■研究開発拠点

- ・サントリーワールドリサーチセンター
- ・サントリー商品開発センター

■外食

- ・(株) ダイナックホールディングス
- ・(株) プロントコーポレーション
- ・井筒まい泉(株)

海外

■食品関連

サントリー食品ヨーロッパ

- ・Orangina Suntory France Meyzieu (フランス)
- ・Orangina Suntory France La courneuve (フランス)
- ・Orangina Suntory France Gadagne (フランス)
- ・Orangina Suntory France Donnery (フランス)
- ・CÍTRICOS Y REFRESCANTES S.A.U. Tordera (スペイン)
- ・CÍTRICOS Y REFRESCANTES S.A.U. Carcagente (スペイン)
- ・Schweppes Suntory España Toledo (スペイン)
- ・Schweppes Suntory España Sevilla (スペイン)
- ・Lucozade Ribena Suntory Coleford (イギリス)

サントリー食品アジア

- ・BRAND'S Suntory Leam Chabang (タイ)
- ・BRAND'S Suntory Pin Thong (タイ)
- ・BRAND'S Suntory Taichung (台湾)
- ・BRAND'S Suntory Shah Alam (マレーシア)
- ・Suntory Garuda Beverage Sidoarjo (インドネシア)
- ・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 Beverage & Food Nigeria Agbara (ナイジェリア)

Frucor Suntory

- ・Frucor Suntory Wiri (ニュージーランド)
- ・Frucor Suntory Kaiapoi (ニュージーランド)

■酒類関連

ビームサントリー

- ・ Calgary (カナダ)
- ・ Frankfort (米国)
- ・ Clermont (米国)
- ・ Booker Noe (米国)
- ・ Maker's Mark (米国)
- ・ Sauza (メキシコ)
- ・ Behror (インド)
- ・ Palazuelos (スペイン)
- ・ Valverde (スペイン)
- ・ Courvoisier (フランス)
- ・ Cooley (アイルランド)
- ・ 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)

環境経営

2018年度の目標と実績・評価

2018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 | 2018年度目標 | 2018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6.4%減少 | ●●● |
| 3. CO2削減 | ・ バリューチェーン全体でのCO2排出量削減のさらなる推進 ・ 国内の再生可能エネルギー利用施設の最大稼働（114.560Mwh/年） | ・ サントリーグループ ^{*1} のスコープ1・2排出量は2015年比0.8%増加、スコープ3排出量は2015年比5%増加 ・ 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89百万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・奥大山村・阿蘇校合わせて2,000名参加予定 | ・ 水育「森と水の学校」計53回、1,753名参加 | ●● |
| | ・ 水育「出張授業」は、「未来に水を引き継ぐために」をテーマに、担任の先生と一緒に教科連動型プログラムを実施。15,800名参加予定 | ・ 水育「出張授業」計206校、15,971名参加 | ●●● |

※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1kg

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。2018年には、国内の全グループ従業員を対象としたeラーニング実施や社内イントラネットを通じた情報発信など、さまざまな環境教育を実施しました。また、担当業務ごとに必要となる特定スキルを身につける勉強会やセミナーも、定期的を開催しています。



廃棄物処理法管理セミナー

2018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 |
| 環境経営啓発研修（eラーニング等） | 国内グループ従業員 | 19,701名 |
| ISO14001新任担当者研修 | ISO14001担当者 | 5名 |
| ISO14001内部監査員研修 | ISO14001内部監査担当者 | 118名 |
| エコプロダクツセミナー | 商品開発担当者 | 42名 |
| 環境法令研修 | 関連する部門の従業員 | 32名 |
| 廃棄物処理法セミナー | 関連する部門の従業員 | 140名 |
| 産業廃棄物「現地確認」実地研修 | 関連する部門の従業員 | 33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7,400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

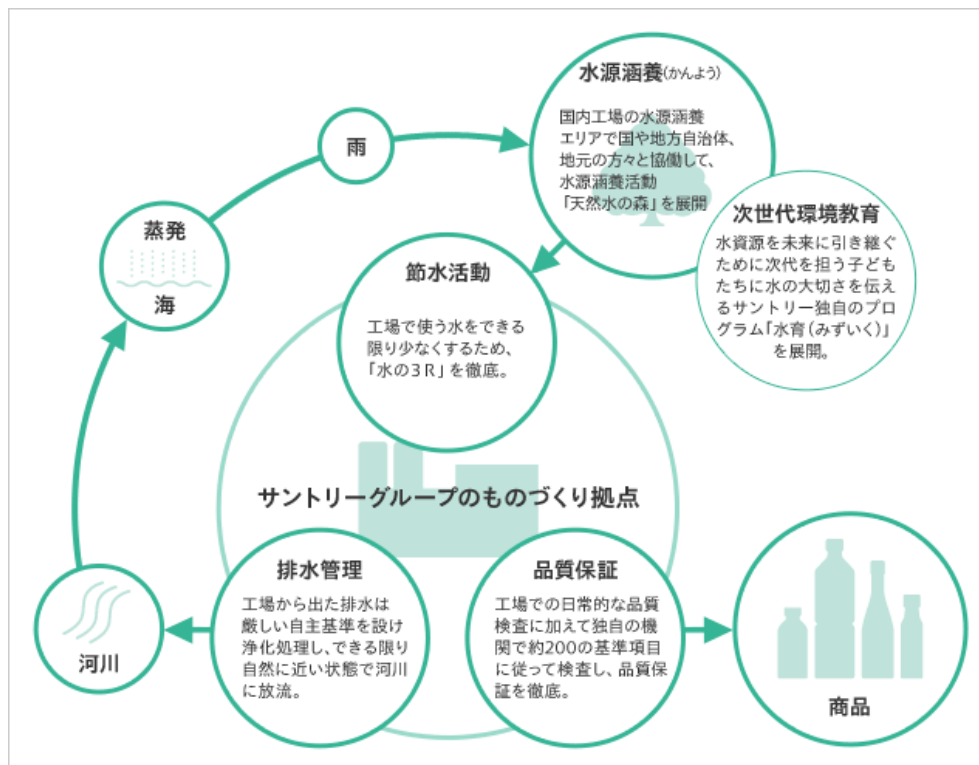
社内イントラネットでは、環境に関する基礎知識、事業に関わる環境関連法規、社内ガイドラインなどを共有しています。またe-ラーニングの掲載や環境活動に関するDVDの貸し出しを行うことで、社員の意識醸成、啓発を促進しています。

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。

サントリーの
『水理念』



「天然水の森」
(水源涵養/生物
多様性の保
全)



愛鳥活動



次世代環境教育
「水育(みずい
く)」



海外グループ会
社の取り組み

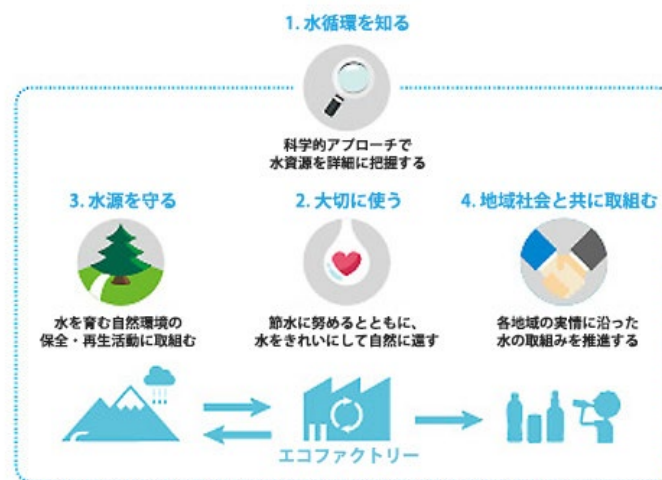


水のサステナビリティ

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。

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。

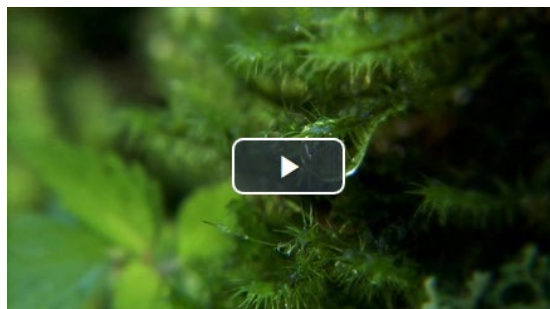
その貴重な地下水(天然水)は、もとをたどれば、森で育まれます。

「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、工場の水源涵養エリアの森で育てています。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

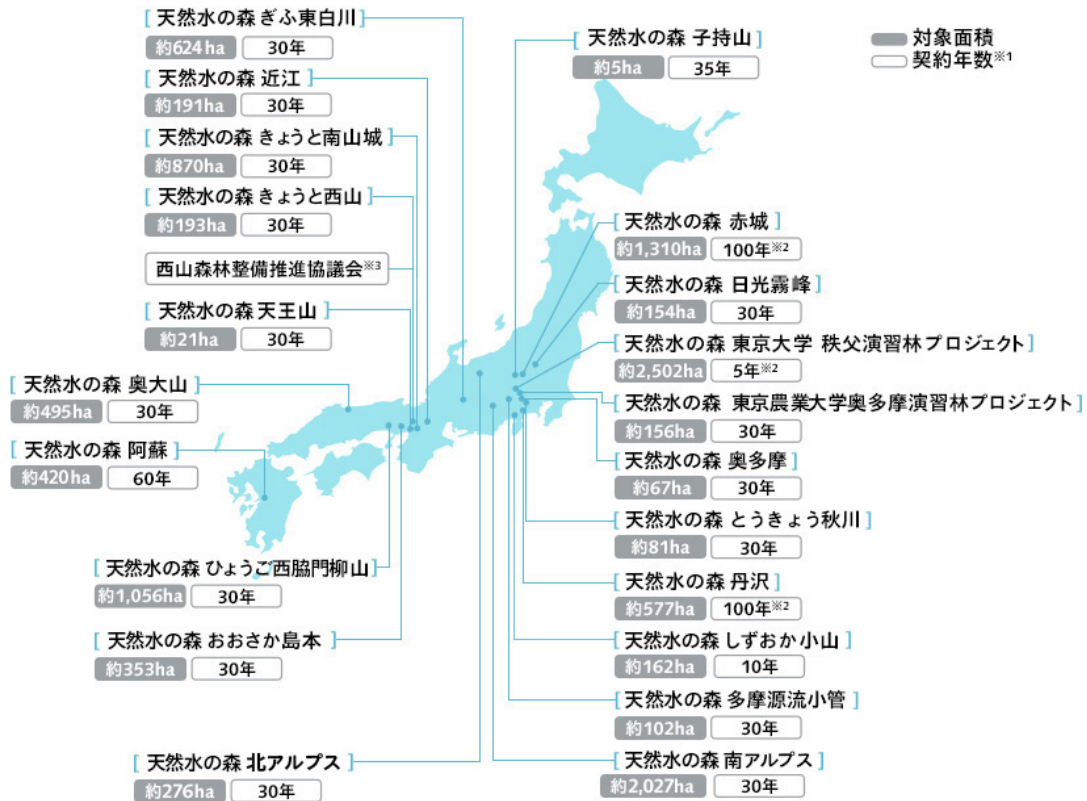
- ① 水源涵養林としての高い機能を持った森林
- ② 生物多様性に富んだ森林
- ③ 洪水・土砂災害などに強い森林
- ④ CO₂吸収力の高い森林
- ⑤ 豊かな自然と触れ合える美しい森林
(次世代環境教育などのフィールドとして活用)



動画：活動の理念水と生命(いのち)の未来を守る森づくり—Short version

全国21箇所 約1万2千ha

2019年6月時点



※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 5年ごとに自動更新

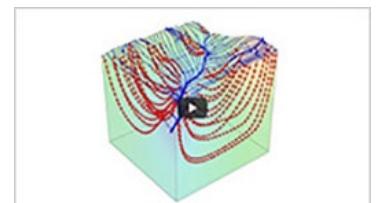
※3 京都府長岡京市では、「西山森林整備推進協議会」のメンバーとして、地域の方々と協働して森林保全活動にあたっています。この活動の面積は「天然水の森」の総面積に算入していません

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（かんよう）機能の向上が大きな目的の1つです。その成果を評価する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、地下水がどこを通過して、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

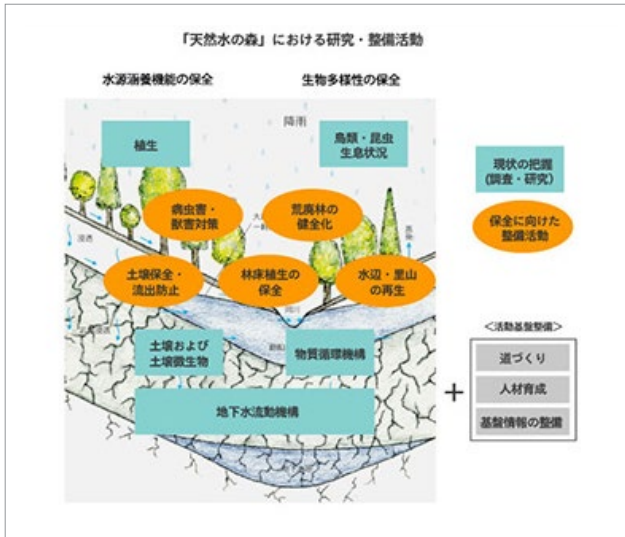
50年、100年先を見据えた森づくり

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



伊藤哲
宮崎大学教授



大久保達弘
宇都宮大学教授



阿部清元
清光林業協会会長



阿部清隆
清光林業協会相談役



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



久保幹
立命館大学
教授



五味高志
東京農工大学
教授



島谷幸宏
九州大学教授



菅原泉
東京農業大学教授



田邊由喜男
森杜産業社長



丹下健
東京大学教授



辻村真真
筑波大学教授



徳地直子
京都大学教授



徳永明祥
東京大学教授



長谷川尚史
京都大学准教授



服部保
兵庫県立大学
名誉教授



濱野周泰
東京農業大学教授



日置佳之
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
鳥根大学助教



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



山崎享
アジア猛禽類
ネットワーク会長



山田利博
東京大学教授

(敬称略)

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繋がります



■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。環境のパ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状況の変化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、2020年目標では『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（ワシ・タカ子育て支援プロジェクト）』を掲げており、「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）



西脇市日時計の丘公園に
設置されたテーブル・椅子



動画：育林材プロジェクト

■天然水の森フォーラム2018

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、2018年で通算8回目となりました。



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年までは多くのグループ従業員とその家族がボランティア活動として、2014年からは、サントリーの「自然との共生」の価値観を従業員一人ひとりが自ら体感し、理解することを目的に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、森林整備体験“研修”として、延べ約7,400名（ボランティア参加約800を含む）が「天然水の森」における森林整備体験に参加しました。



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



動画：社員森林整備体験プロジェクト

■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「水大辞典」、「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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・「サントリー世界愛鳥基金」創設 |
| 1990年 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・「よみがえれアホウドリ! 1000羽」キャンペーン開始 |
| 2006年 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 |
| 2019年 | <ul style="list-style-type: none"> ・第30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30回までに延べ400団体に4億9,646万円の助成金を贈呈) |



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、30年目を迎えた2019年までに延べ400団体に4億9,646万円の助成を行い、大きな成果をあげています。



第30回公益信託「サントリー世界愛鳥基金」
助成金贈呈式

白州蒸溜所バードサンクチュアリ（野鳥の聖域）

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

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



オオルリ



バードサンクチュアリでの巣箱かけ

さまざまな情報発信

多くの方に野鳥に親んでもらえるよう、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180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 やさしい見分け方」や、身近に鳥を呼ぶための「エサ台・水場・巣箱のやさしい作り方」リーフレット、ポスターなども作成しています。



Webサイト「日本の鳥百科」より



Webサイト「今日からはじめるバードウォッチング」より



愛鳥活動リーフレット

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継ぐため、次世代環境教育「水育（みずいく）」を行っています。

次世代環境教育「水育」

2019年で開始から16年目を迎える次世代環境教育「水育」。子どもたちが自然のすばらしさを感じ、水や、水を育む森の大切さに気づき、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考える、次世代に向けたサントリー独自のプログラムです。「森と水の学校」と「出張授業」の2つを中心に活動を展開しています。

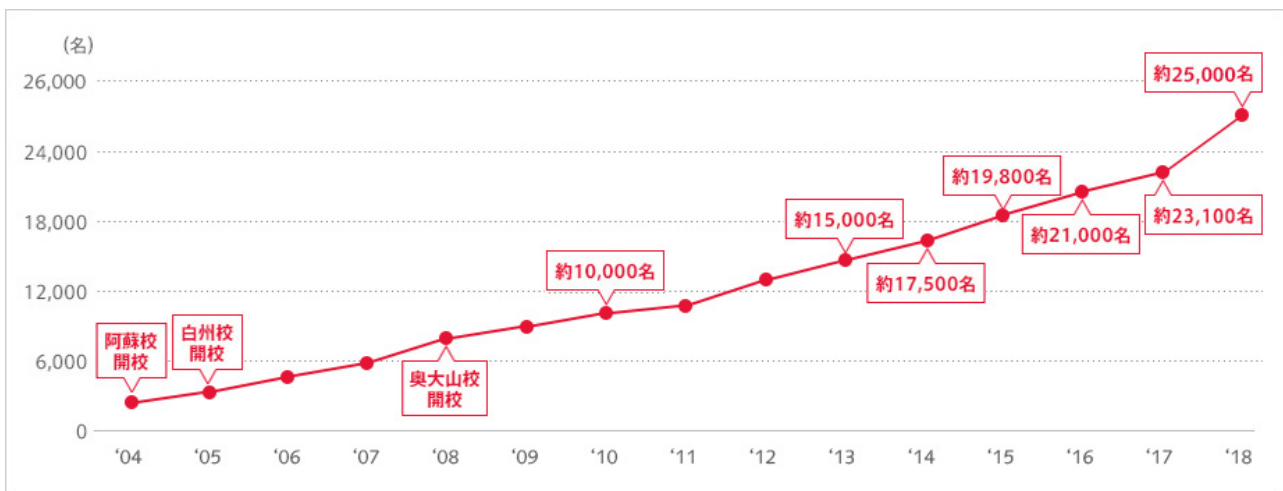
※後援：環境省、文部科学省など

■水育「森と水の学校」

「森と水の学校」は、小学校3～6年生とその保護者を対象に「サントリー天然水」のふるさとで開かれる自然体験プログラムです。白州（山梨県）・奥大山（鳥取県）・阿蘇（熊本県）の広大な自然の中で、「水の大切さ」や「水を育む森や自然の大切さ」を体感します。2004年に開校し、2018年までに約25,000名の親子の方にご参加いただきました。

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

水育「森と水の学校」参加者累計（3校計）

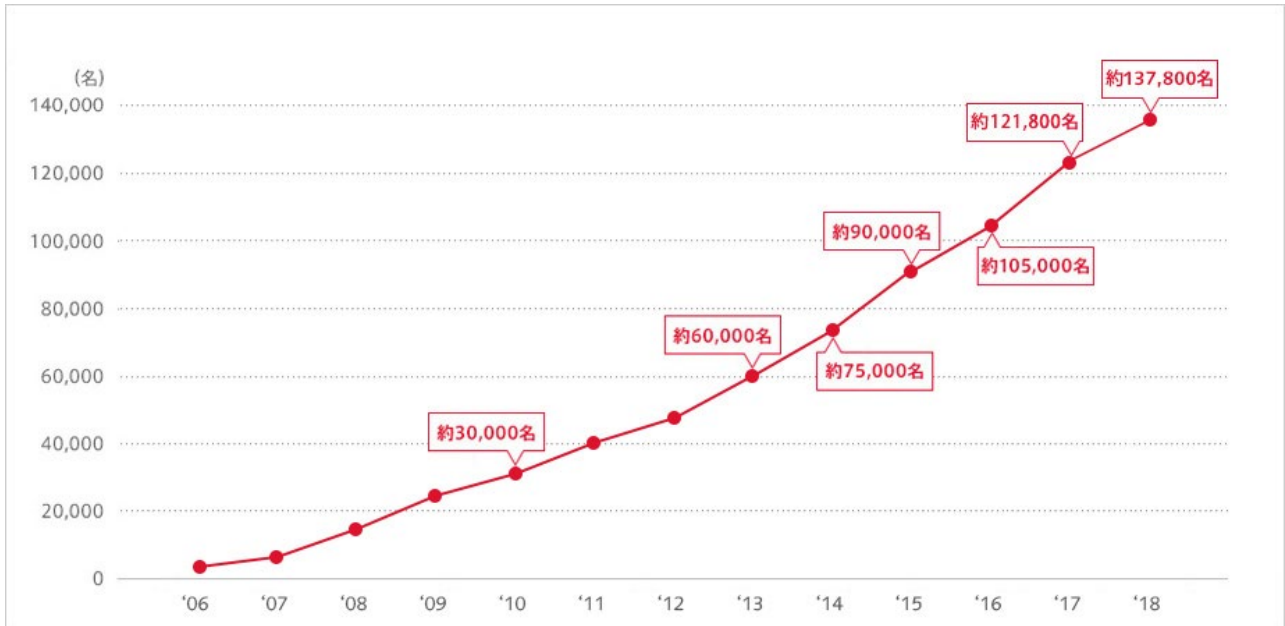


水育「森と水の学校」

■水育「出張授業」

小学校4・5年生を対象に、小学校で先生方と一緒に授業です。映像や実験を通して、自然のしくみや大切さを学び、未来に水を引き継ぐために何ができるのかを考えます。首都圏と京阪神、愛知県、岐阜県、天然水工場のある山梨県、鳥取県、熊本県で実施しており、2018年までに約1,800校、約137,800名の児童の皆さんにご参加いただきました。

水育「出張授業」参加者累計



水育「出張授業」

■「水育」サイト

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



「水育」サイト

「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思いから、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（ライブ&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・カウンスル・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、バクニン市、ベンチエ市でも実施。2018年3月からはクアンナム省、ランソン省、ハザン省にエリアを拡大し、18年までに児童約18,000名が参加しました。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年生約1,100人を対象に実施する予定です。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。なお、5月には、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ろ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の14の小学校で約1,000人を対象に実施する予定です。

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、ベトナムと同様、オリジナルの学習プログラムで展開する予定です。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および衛生意識の向上に貢献します。



インドネシアでの「水育」

自然と響きあう 環境

気候変動への取り組み

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



サントリーグループ「プラスチック基本方針」

SUNTORY

資源の有効活用



汚染防止・化学物質管理



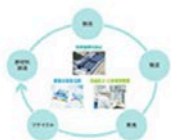
気候変動への取り組み

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、1年に1回、取締役会にて審議されます。

バリューチェーン
全体でのCO2
削減



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



地球温暖化対策

バリューチェーン全体でのCO₂削減

バリューチェーン全体でのCO₂削減

原材料調達から製造・物流・販売・リサイクルに至るまで、バリューチェーン全体でCO₂排出量を削減するため、部門ごとに課題を設定して活動しています。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スコープ1・2排出量を25%削減、スコープ3排出量を20%削減」に向けて取り組んでまいります。

2018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) | 原単位増減率 [※] |
|-------|--------------------------------|---------------------|
| 日本 | 454 | 3.1%減 |
| 米州 | 236 | 13.7%増 |
| 欧州 | 126 | 6.3%増 |
| アジア | 122 | 16.3%減 |
| オセアニア | 15 | 34.3%減 |
| 計 | 953★ (スコープ1: 579★、スコープ2: 374★) | 2.4%減 |

※国内生産25工場、海外生産56工場、国内非生産拠点（集合拠点、研究開発拠点、営業拠点、外食・開発営業拠点）が対象

※CO₂排出権によるオフセットは含んでいません。

※原単位は製造kℓあたりの排出量、前年比。

※温室効果ガス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CO₂：

（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、IEA2018における2016年の国別排出係数

CO₂以外のGHG：

（国内25工場）温対法で定められた係数

※うち、サントリー食品インターナショナルグループのCO₂排出量は462千t★（スコープ1: 241千t★、スコープ2: 221千t★）。

※基準年である2015年からの排出量増減率は0.8%増です。

※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。

※KPMGあざ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。第三者保証報告書数値を★で示しています。

■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 | 4,065★ | 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。国内で製造・販売する製品については、委託先での製造時、輸入製品の製造時及び輸入原料の輸送時のCO ₂ 排出量を含みます。 |
| 2. 資本財 | 249 | 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 | 118 | 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) | 266 | 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 | 26 | 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 | 15 | 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 | 26 | 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) | 11 | 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) | 202 | 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 | 39 | 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 | 334 | 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) | 525 | 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 |

※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

※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

※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。第三者保証報告書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 | 2,877★ | 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。国内で製造・販売する製品については、委託先での製造時、輸入製品の製造時及び輸入原料の輸送時のCO2排出量を含みます。 |
| 2. 資本財 | 117 | 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 | 60 | 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) | 195 | 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 | 20 | 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 | 12 | 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 | 19 | 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) | 9 | 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) | 165 | 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 | 32 | 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 | 308 | 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) | 483 | 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 |

※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

※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

※KPMGあざ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。第三者保証報告書となっている数値を★で示しています。

■地球温暖化への適応策

サントリーグループでは、地球温暖化の影響への対応にも取り組んでいます。教育新聞社と共同で作成した、熱中症予防啓発ポスターや啓発リーフレットを、全国の小学生(2019年2月時点で累計1,186万部発行)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

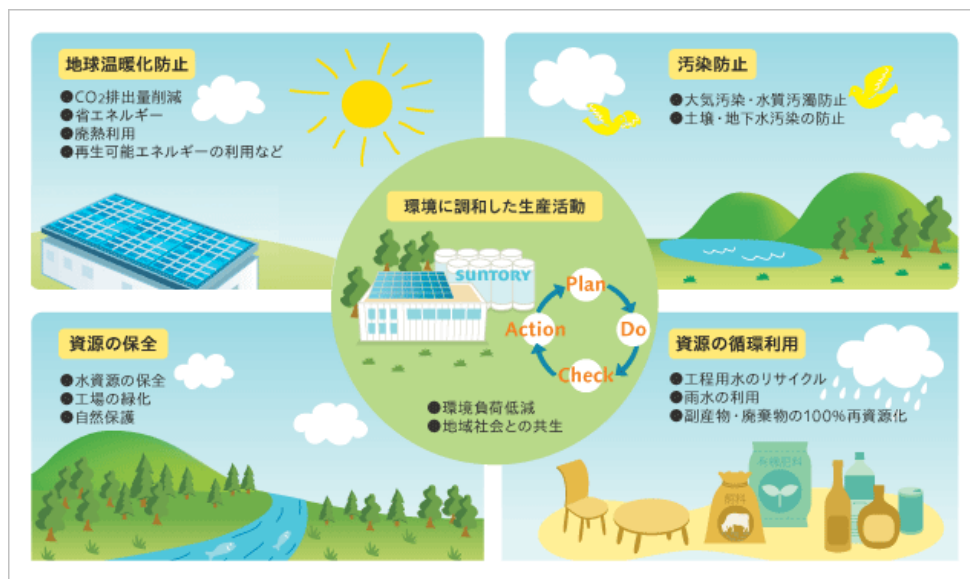
地球温暖化対策

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CO₂削減

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

工場での活動は、定期的に関行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、CO₂の排出量を20～30%削減できるシステムです。2019年4月末現在、国内ではサントリープロダクツ（株）榛名工場、サントリービール（株）＜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工場を導入しています。



利根川ビール工場の
コジェネレーションシステム

■CO₂排出量の低い燃料へ転換

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



サントリープロダクツ（株）天然水奥大山
ブナの森工場の液化天然ガス施設

生産能力増強にあわせた省エネの取り組みーサントリービール（株）

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



サントリービール（株）
利根川ビール工場の新設釜

■海外生産拠点での省エネ活動

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

メキシコのテキ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温室効果ガスの排出削減に寄与する「平成28年度二国間クレジット制度資金支援事業」にも採択されています。



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CO₂排出量を年間約205トン削減できています。

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

また、サントリープロダクツ（株）榛名工場とサントリービール（株）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CO₂削減効果が見込まれます。



飲料業界最大規模の太陽光発電パネル



リチウムイオン電池搭載の新型電気バス

雪氷熱の利用

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



サントリープロダクツ（株）
天然水奥大山ブナの森工場の雪室

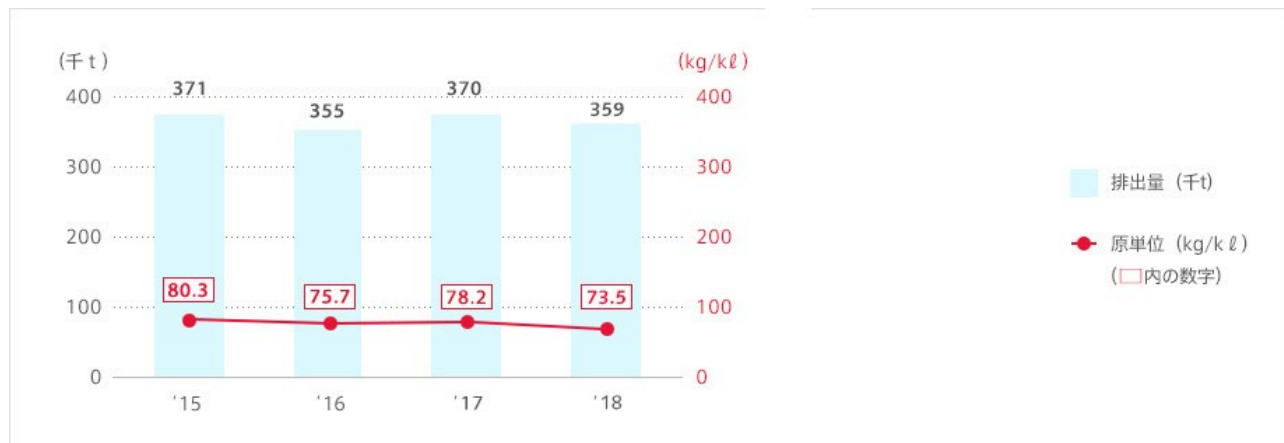
地下水の冷熱を利用

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

バイオマスのエネルギー利用の促進

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

■CO₂排出量



※国内生産25工場が対象

※電気由来のCO₂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を使用

・'15年比 総量で3.2%減少、原単位で8.5%減少。

■エネルギー消費量

燃料（原油換算）消費量



※国内生産25工場が対象

※原油換算消費量は省エネ法で定められた方法にて算出

・前年比 総量で4.0%減少、原単位で9.6%減少。

電力消費量



※国内生産25工場が対象

・前年比 総量で1.0%増加、原単位で2.3%減少。

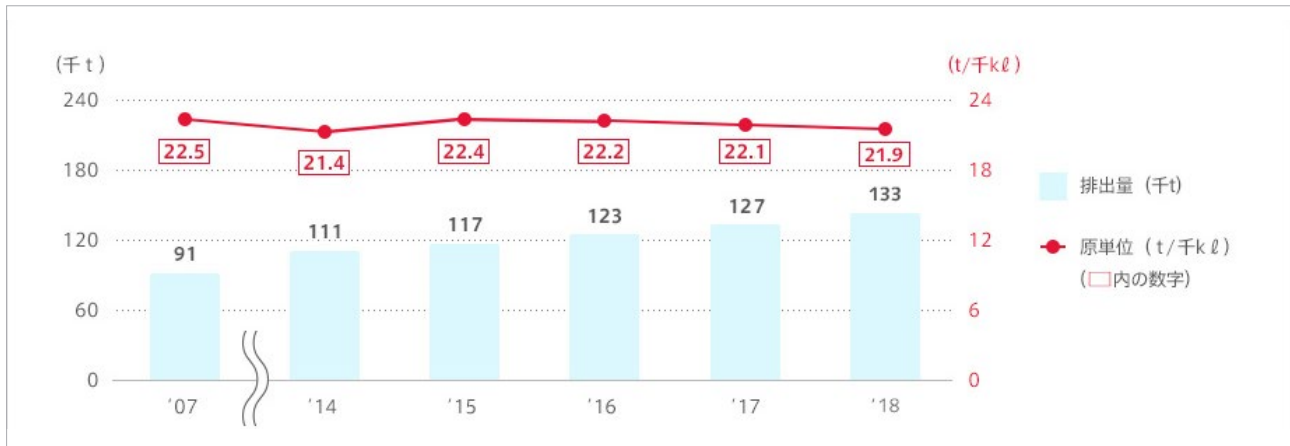
地球温暖化対策

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。2018年は対前年比で販売(KL)が106%、CO₂排出量が5%増の約13.3万トンとなりましたが、原単位は21.9(CO₂排出量/販売千KL)となり、対前年99%に抑えました。今後もさらなる削減に向けて取り組んでいきます。

■輸配送時におけるCO₂排出量（国内事業）



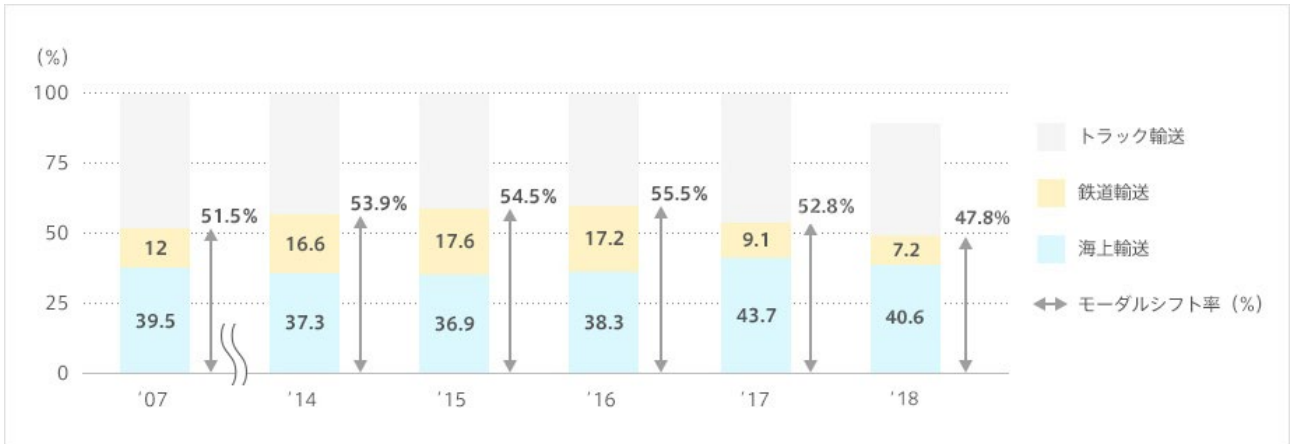
使用車両の大型化を推進

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

モーダルシフトを推進

中長距離輸送では、トラックに比べてCO₂排出量が少ない鉄道・海上船舶輸送に転換するモーダルシフトを推進しています。2018年はモーダルシフト率47.8%、そのうち40.6%が海上船舶、7.2%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

エコシップマーク

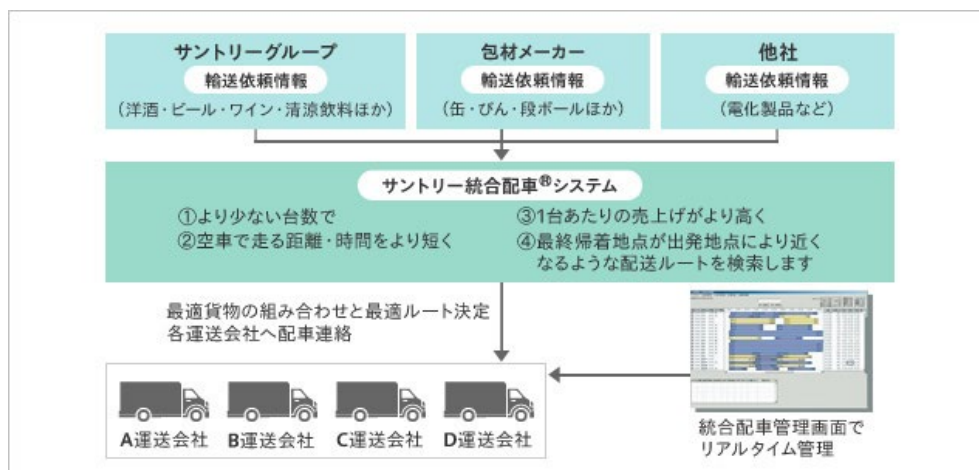


エコレールマーク

さまざまな貨物・荷主を統合して輸送

サントリーグループでは、さまざまな貨物・運送場所について、最適な車両の組み合わせとルート进行を計算する「統合配車[®]システム」を導入。使用するトラックの台数や空車状態で走行する距離・時間の削減を図っています。さらに、他社と貨物情報を共有することにより、1台の車両に複数の企業の貨物を組み合わせるなど、輸配送時のロスを減らすことで、環境負荷の一層の低減を図っています。また、物流協力会社に対しては、アイドリングストップ、運行状況を正確に把握・管理できるデジタルタコメーターの装着など、環境負荷の少ない運転の徹底をお願いしています。

■統合配車[®]システムのイメージ



物流協力会社と協働して取り組みを推進

さらなる環境負荷低減を目指して、物流協力会社のうち201拠点（2018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CO2排出データを収集し、削減目標を策定しています。このほか、エコドライブなどの意識啓発、荷崩れ防止のシュリンクフィルムに代えて繰り返し使用できる「グリーンエコベルト」の使用促進など、協力会社の取り組みを支援しています。



「グリーンエコベルト」

他社との共同取り組みを推進

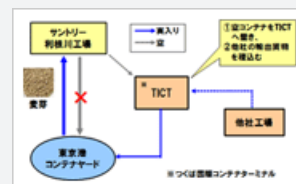
環境負荷の少ない輸送手段として、共同配送やコンテナの共同利用など、他社と協力した物流を推進しています。

| 実施企業 | 連携先 | 内容 | 開始時期 | 成果 |
|-----------------|---------------|---------------------------|---------|-----------------------------------|
| サントリーグループ | キリングroup | 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CO2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CO2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CO2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CO2排出量削減 (※ビール4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、CO2排出量の削減にもつながっています。

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



コンテナラウンドユースのしくみ

地球温暖化対策

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CO₂排出量を削減するうえで、国内事業における自動販売機の省エネルギー化を重点課題の1つと捉え、さまざまなしくみを導入しています。

■サントリーの自動販売機の主な特長



■自動販売機の消費電力量削減

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

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

また、整備機^{※1}に対してもヒートポンプ機への改造を実施することで、2018年末には「ヒートポンプ式自動販売機」がサントリーグループの全稼働台数の73%となりました。

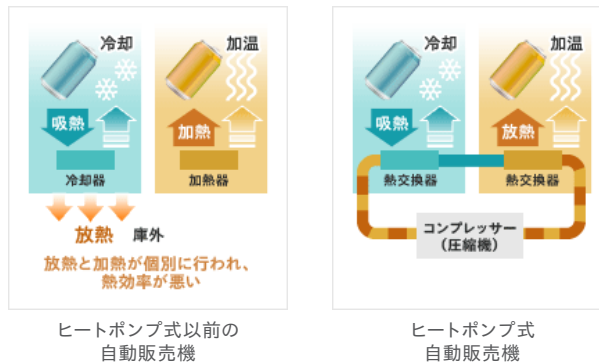
さらに、2013年からはヒートポンプ機能による省エネルギー化に加え、真空断熱材などの使用により保冷効果を高め、長時間の冷却停止を可能にした「魔法VIN自動販売機」^{※2}の導入も開始し、低環境負荷と夏場の電力ピーク時の負荷低減を両立しています。

※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。



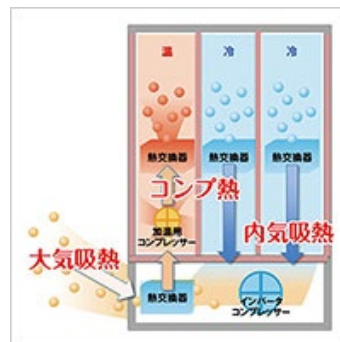
■消費電力量国内最小の自動販売機の導入

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

※1 2019年1月現在 国内主要自動販売機メーカーの主要25セレクションにおいて<サントリービバレッジソリューション(株)調べ>



© サンデン(株)



■24時間消灯の推奨

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

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



■フロン対策

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

■自動販売機部品リユースへの取り組み

自動販売機においても資源の有効利用の実現に向けた取り組みを積極的に行っています。回収した自動販売機の部品を再び自動販売機の部品として活用するために、部品のリユースに向けた技術開発ならびに、リユース部品の管理システムの開発を進めています。2018年には、整備・修理に要する部品のリユース率は61%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ついても「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、2018年末で約2.1万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。



緊急時飲料提供バンダー

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がっています。

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。

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」を再利用したガラスの採用、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、2018年までの寄付金総額が91,306,624円となっています。

■環境に配慮した最新設備

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

※1 トップライト：採光と通風のため、屋根に設置される窓

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

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



サントリー ワールド リサーチセンター

オフィスにおける環境活動

■省エネ設備導入や従業員の行動によるCO₂削減・節水

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



お台場オフィスの太陽光発電システム

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

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（ニュースリリースNo.13428 参照）。

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。

■「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として、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として、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。

気候変動への取り組み

資源の有効活用

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

水資源の有効活用



容器包装の3R



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



資源の有効活用

水資源の有効活用

自然界の水の循環に負荷をかけないように、工場での節水活動を徹底するとともに、排水はきれいに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量を15%削減^{*1}」の達成に向けて活動を強化しています。

※1 2015年における事業領域を前提とした原単位での削減

■水使用実績2018年

| エリア | 使用量 (千m ³) | 原単位削減率 [※] |
|-------|------------------------|---------------------|
| 日本 | 22,161 | 4.2%減 |
| 米州 | 8,366 | 8.4%増 |
| 欧州 | 5,780 | 0.4%減 |
| アジア | 5,809 | 0.5%減 |
| オセアニア | 576 | 8.6%減 |
| 計 | 42,692★ | 2.2%減 |

※国内生産25工場、海外生産56工場が対象

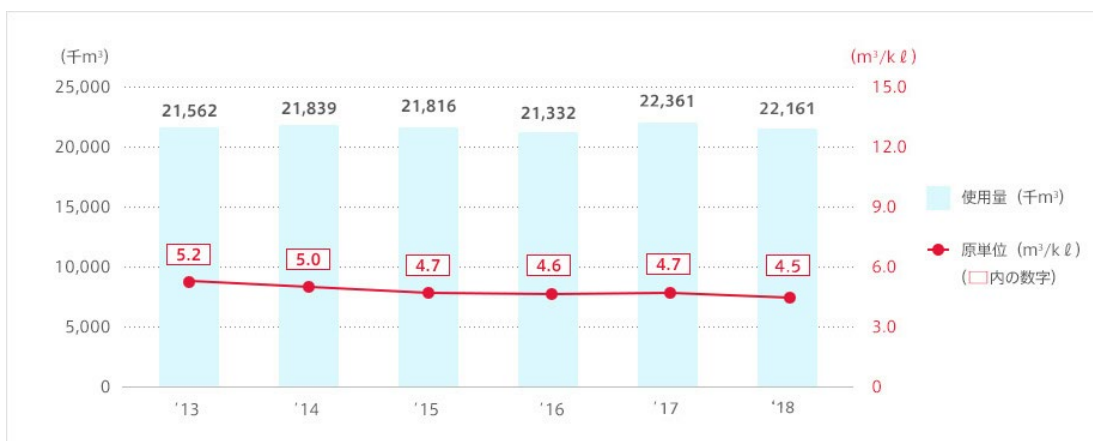
※原単位は製造kℓあたりの使用量、削減率は前年比。

※原単位の基準年である2015年からの削減率は6.4%です。

※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22,526千m³★

※KPMGあざ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。第三者保証報告書の対象となっている数値を★で示しています。

■水使用量



※国内生産25工場が対象

※原単位は製造1kℓあたりの使用量を表す

・結果：前年比 総量で0.9%減、原単位で4.2%減

■「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。



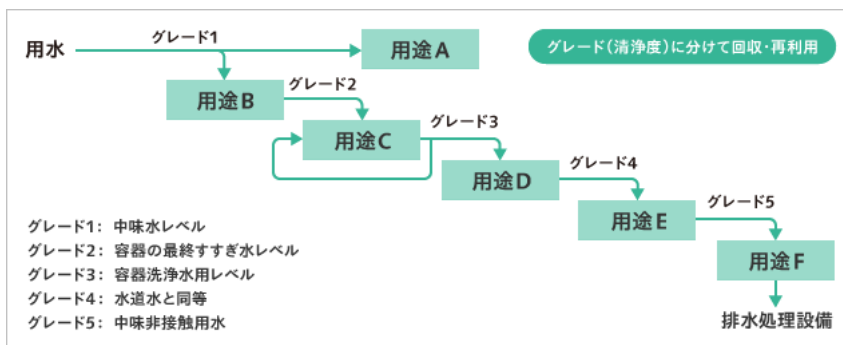
サントリープロダクツ (株)
天然水南アルプス白州工場



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) | | |
|--------------------|-------------------------|--------|--------|
| | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
| 地下水 | 17,643 | 19,676 | 20,620 |
| 河川・湖 | 12,788 | 12,791 | 12,762 |
| 雨水 | 1 | 1 | 1 |
| 上水 | 10,080 | 9,630 | 9,309 |
| 外部から供給されている水 (再生水) | 0 | 4 | 0 |
| 計 | 40,511 | 42,101 | 42,692 |

※2018年は国内生産25工場、海外生産56工場が対象
※算定方法を見直したため、過年度の水使用量を修正しました。

■雨水も有効活用

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



雨水を植栽の散水に活用している
サントリープロダクツ (株)
神奈川綾瀬工場

排水管理の徹底

サントリーグループでは、排水をできる限り自然に近い状態で自然に還すため、法律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行い、運転管理レベルやトラブル防止体制の向上に取り組んでいます。

※ 微生物（嫌気性菌）を用いて汚濁物質を分解する処理方法

■排水量

| 放流先 | 排水量（千m ³ ） | | |
|---------------|-----------------------|--------|--------|
| | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
| 河川・湖沼 | 14,948 | 15,968 | 15,732 |
| 海 | 0 | 1,086 | 153 |
| 下水道 | 7,570 | 7,830 | 8,364 |
| その他（植栽への散水など） | 232 | 48 | 28 |
| 計 | 22,750 | 24,932 | 24,277 |

※2018年は国内生産25工場、海外生産56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12,868千m³



24時間体制での排水管理



排水担当者会議

資源の有効活用

容器包装の3R

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

容器包装の環境基準を設定

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

容器包装における3Rの推進

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

■容器包装における3Rの考え方

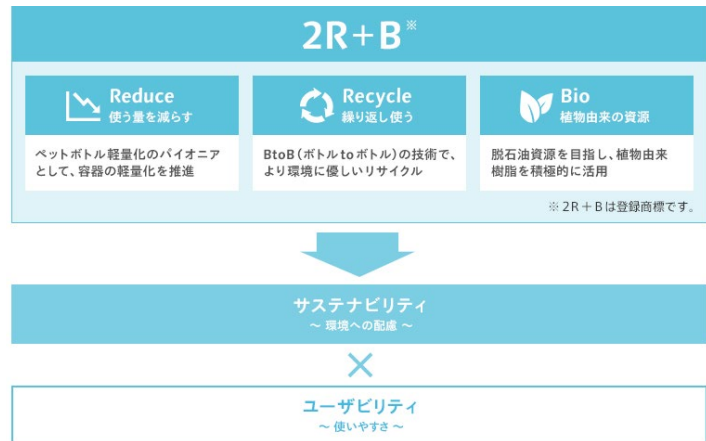


ペットボトルでの取り組み

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

■「2R+B」戦略

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



■Reduce：軽量化

環境に配慮したグリーンエコボトル^{※1}

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

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

※2 国産ミネラルウォーターペットボトル (500ml～600ml) 対象。2019年4月現在



グリーンエコボトル

国産ペットボトル飲料最薄更新となるロールラベル^{※1}導入

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

※1 ミシン目ではなく、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^{※1}となる1.85gのキャップを導入しました。これにより従来のペットボトルキャップに比べ、石油由来原料の使用を約35%削減^{※2}し、CO₂排出量を約27%削減することができます。

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%、CO₂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 2019年4月現在

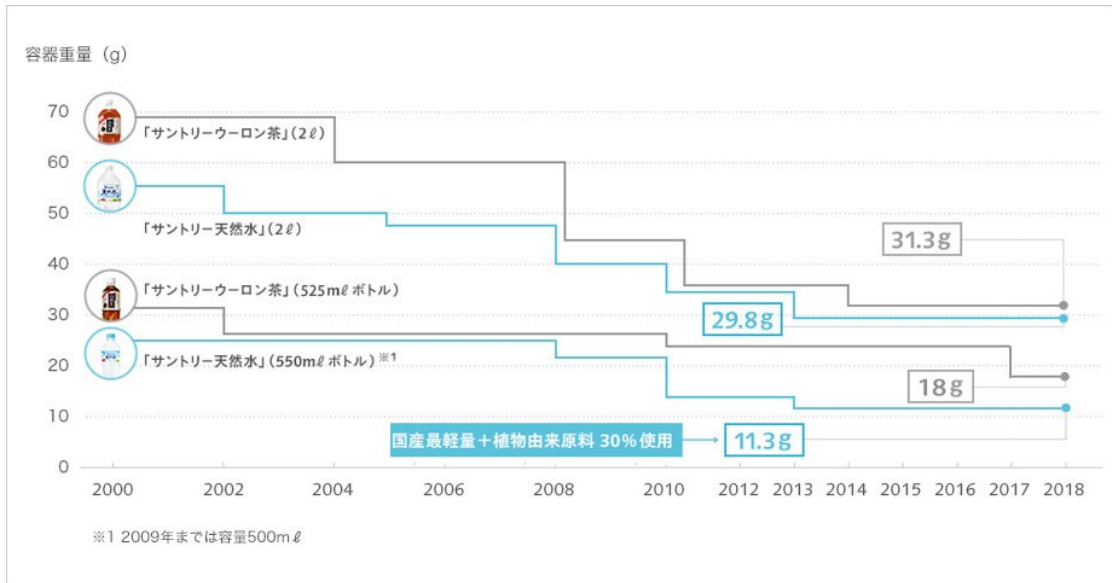
※3 「サントリー天然水」(550ml) 1本あたり

※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

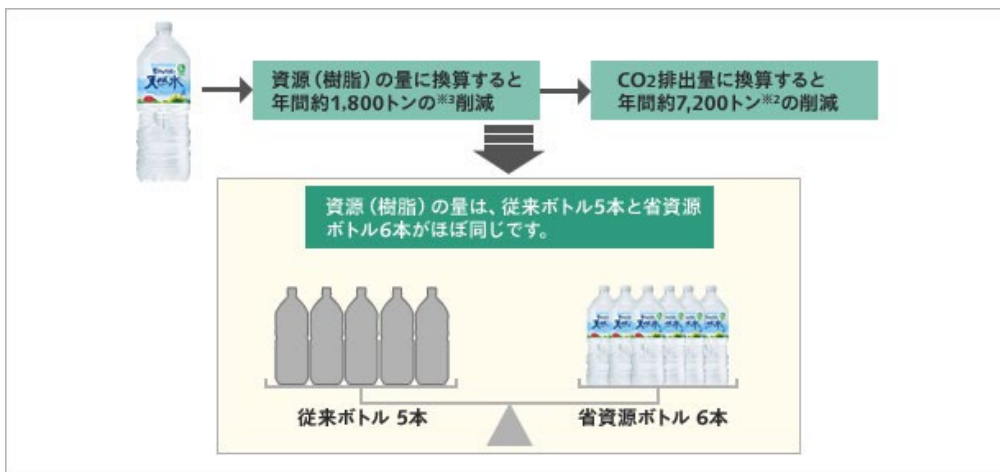
社会からの評価

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CO₂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型を推進しています。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CO₂排出量も削減できます。また、ペットボトル成型で使用した高压エアを回収再利用することで、効率的にエネルギーを使用し、CO₂排出量を削減しています。



PET樹脂
CO₂の排出量を50%以上削減できます。



樹脂から成型したプリフォーム



成型したペットボトル

新技術による世界最薄シュリンクラベルを導入

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

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

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

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

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

酒類事業におけるペットボトル開発

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

※当社試算



「旧4 ℓ ペットボトル」と
「新・軽量化4 ℓ ペットボトル」

日本の技術力を活かした東南アジアでの最軽量[※]耐熱ペットボトル開発

日本でのペットボトル軽量化の製造技術・設計力は、これまで欧州のグループ会社などでも活かされてきましたが、2017年にベトナムにおいて、東南アジア最軽量(18g)の耐熱ペットボトルの開発に成功しました。東南アジア最軽量ボトルという領域のため技術的にチャレンジ領域でしたが、サントリー MONOZUKURIエキスパート(株)とサントリーペプシコ・ベトナム・ピバレッジと設備メーカーが相互に連携し、プロジェクトを成功に導きました。

※耐熱ペットボトル500mlクラスにおいて(2019年4月現在)



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、2018年にインドネシアにおいて、サントリー MONOZUKURIエキスパート(株)とサントリーガルーダピバレッジと設備メーカーが連携し、耐熱ペットボトルを揚圧化する技術を活用し、更に軽量となる17gの耐熱ペットボトルの開発に成功しました。



東南アジア最軽量の窒素滴下耐熱ペットボトル

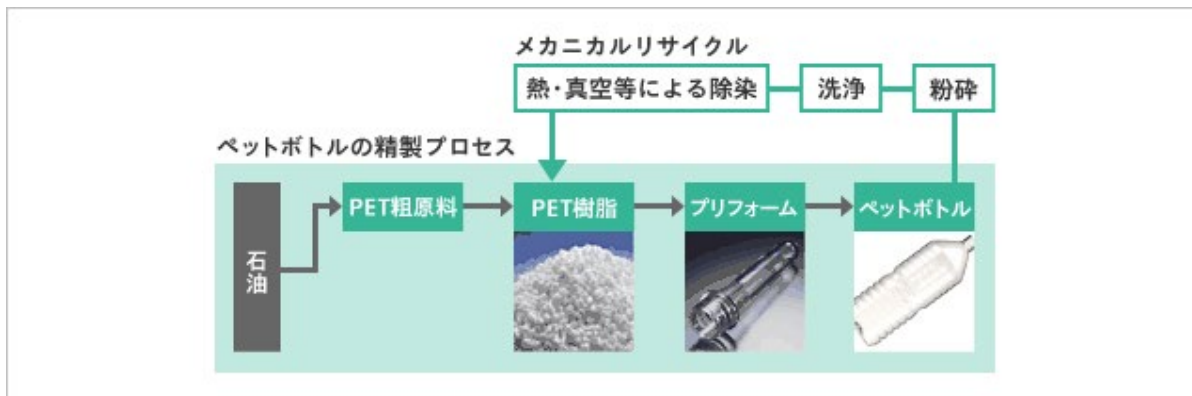
■Recycle:ペットボトルを再生

PET樹脂の国内水平循環「リペットボトル」

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

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

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



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

※2 メカニカルリサイクル: マテリアルリサイクル(使用済みの製品を粉碎・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

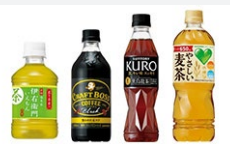
※3バージン樹脂との比較

「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、製造を開始しています。「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碎・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、CO₂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。



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

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。

※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するなど、びん品質の改善にも取り組んでいます。

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



「ザ・プレミアム・モルツ」中びん

※対象はソーダ、ジンジャール、トニックウォーター、ウーロン茶、オレンジード、ペプシの6品目

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

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



サイド部の段ボール使用量を削減したショートフラップ段ボール

■Recycle: より回収しやすい容器に

リサイクルできる紙容器への変更

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



「むぎのか」「サントリー梅酒」「デリカメゾン デリシャス」

「FSC[®]認証紙」使用率100%を達成

サントリーグループは、国際商品において、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認証取得段ボール包材を2017年8月製造分から採用。2019年2月下旬には「サントリー天然水」ブランド全商品の段ボール包材が、FSC認証紙使用率100%を達成しました。サントリービール(株)、サントリースピリッツ(株)商品の段ボール包材、6缶パック包材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。



※1 FSC (Forest Stewardship Council・森林管理協議会) は、木材を生産する世界の森林と、その森林から切り出された木材の流通や加工のプロセスを認証する国際的な機関です。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・自治体と連携

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

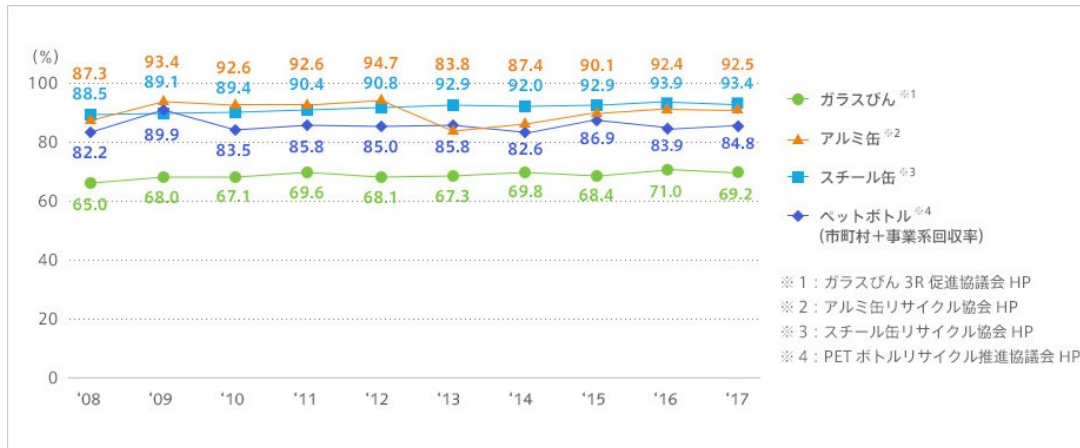
また、サントリーグループでは、「容器包装リサイクル法」を遵守し、事業者の役割である再商品化委託料を負担するとともに、各種リサイクル業界団体に参画し、効率的なリサイクルシステムの構築と、リサイクルの推進に努めています。

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



「九都県市容器包装ダイエツ宣言」マーク

■容器リサイクル率（各業界団体データより）



空容器の散乱防止対策を推進

環境美化と資源の有効活用推進のために、空容器の散乱防止活動に取り組んでいます。空容器回収ボックスは、自動販売機1台に1個の設置を推進しています。また、自動販売機には散乱防止のための「統一美化マーク」を貼りつけ、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、海外ではチ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

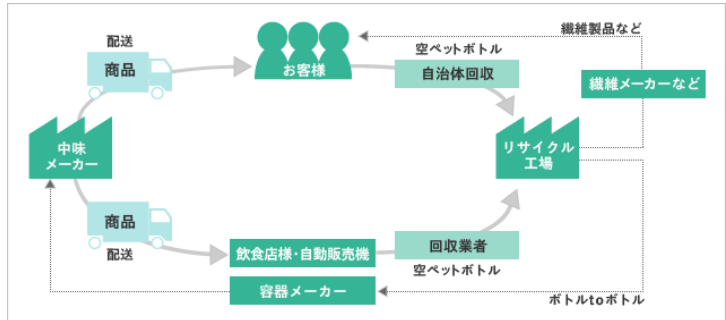
容器包装の3R

容器の回収～リサイクルの流れ

ペットボトルの回収

使用済みペットボトルは、従来は回収後、繊維製品や食品容器などに再生利用されてきましたが、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。

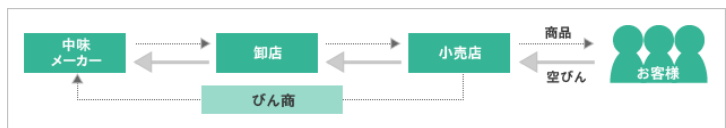
■ペットボトルの回収・リサイクル



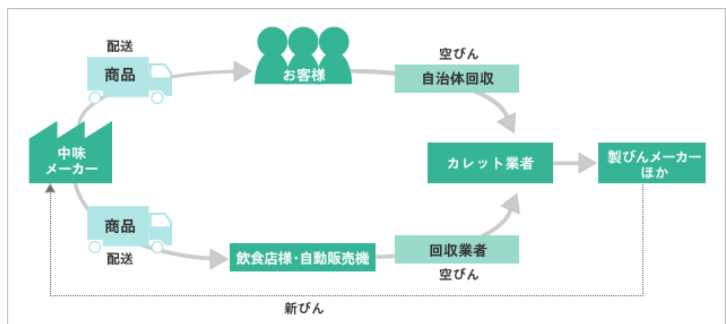
ガラスびんの回収

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



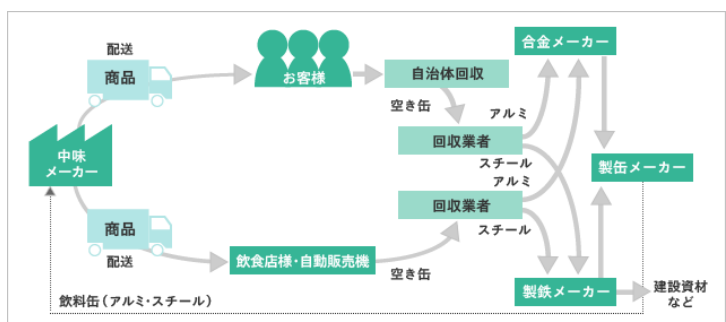
■ワンウェイびん



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



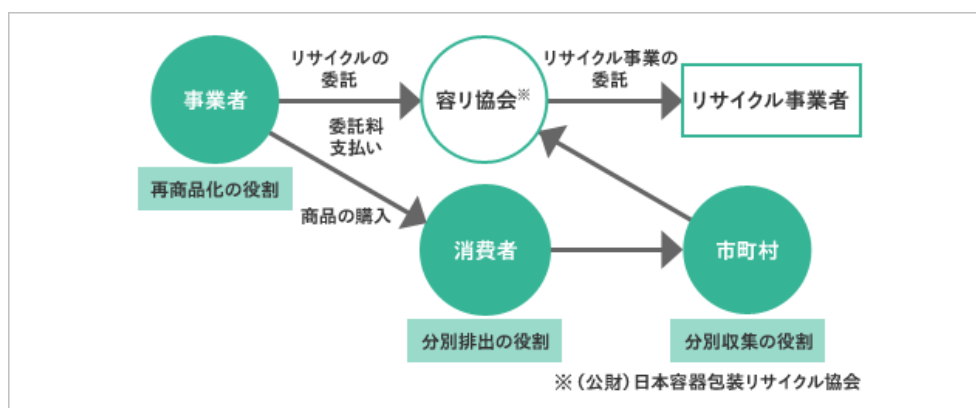
資源の有効活用

容器包装リサイクル法とは

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

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

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



資源の有効活用

廃棄物の削減と再資源化の推進

循環型社会の構築に寄与するため、副産物・廃棄物の排出量削減と100%再資源化に取り組んでいます。

副産物・廃棄物排出実績2018年

| エリア | 排出量 (千t) |
|-------|----------|
| 日本 | 258 |
| 米州 | 187 |
| 欧州 | 95 |
| アジア | 28 |
| オセアニア | 6 |
| 計 | 574★ |

※国内生産25工場、海外生産56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。第三者保証報告書の対象となっている数値を★で示しています。

再資源化率100%を維持

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

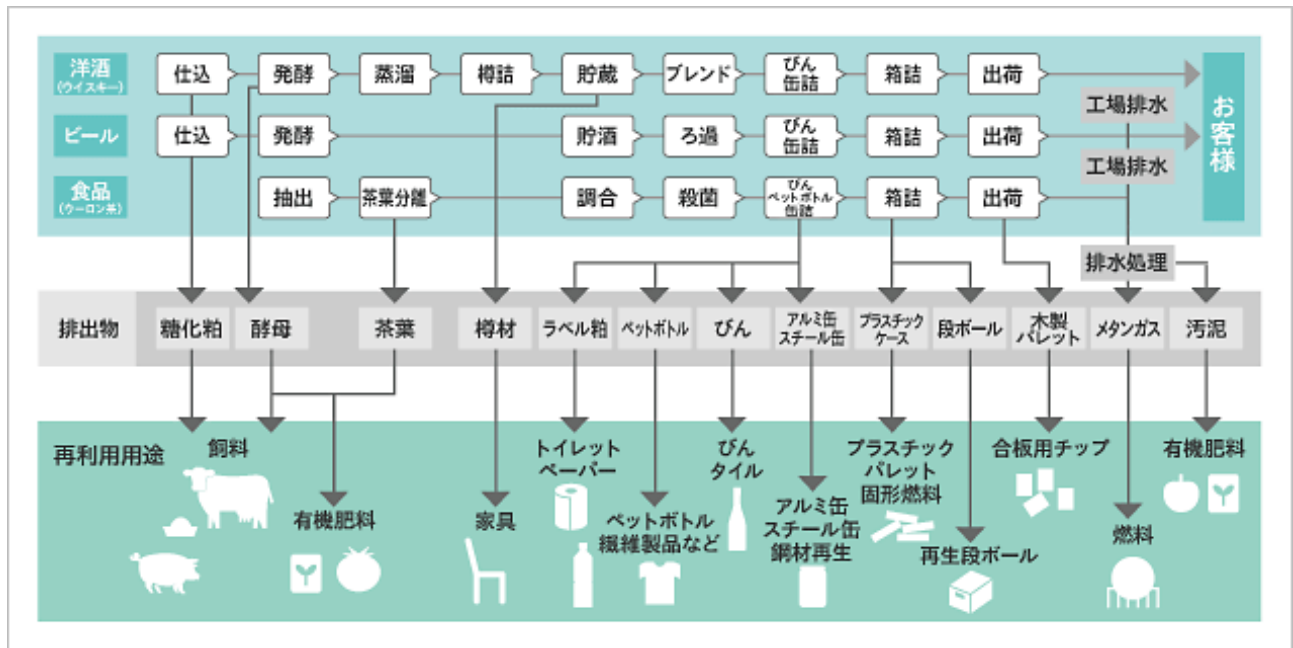
2018年は、国内工場から発生した副産物・廃棄物は合計257,951トンとなり、前年より総量で同等、原単位で3%減少しました。再資源化率は100%を維持しています。

副産物・廃棄物の排出量



※国内生産25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 | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018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 (%) | 排出量 (t) | 再資源化率 (%) |
| 植物性残さ(糖化粕・茶粕・コーヒー粕など) | ・ 飼料 ・ 肥料 | 181,515 | 100 | 187,439 | 100 | 186,184 | 100 | 185,227 | 100 | 195,334 | 100 | 187,818 | 100 |
| 汚泥(余剰汚泥など) | ・ 肥料 | 30,100 | 100 | 29,522 | 100 | 27,194 | 100 | 27,574 | 100 | 30,351 | 100 | 30,472 | 100 |
| 木くず(樽材、パレット) | ・ 家具材 ・ 合板原料 | 3,266 | 100 | 2,693 | 100 | 1,610 | 100 | 2,123 | 100 | 1,314 | 100 | 4,435 | 100 |
| ガラス・陶磁器くず | ・ ガラス材料 ・ 路盤材 | 4,109 | 100 | 3,928 | 100 | 4,136 | 100 | 3,772 | 100 | 3,508 | 100 | 3,216 | 100 |
| 紙くず(段ボール、紙ラベルなど) | ・ 再生紙 ・ 段ボール原料 | 5,727 | 100 | 6,192 | 100 | 6,175 | 100 | 5,184 | 100 | 6,349 | 100 | 6,228 | 100 |
| 廃プラスチック類 | ・ パレット ・ 固形燃料 ・ 補助燃料 | 4,026 | 100 | 4,287 | 100 | 4,938 | 100 | 4,956 | 100 | 5,918 | 100 | 6,138 | 100 |
| 金属くず(アルミ、鉄) | ・ アルミ ・ スチール原料 | 2,600 | 100 | 3,016 | 100 | 3,277 | 100 | 3,039 | 100 | 2,958 | 100 | 3,240 | 100 |
| その他 | | 2,870 | 100 | 2,725 | 100 | 3,182 | 100 | 12,729 | 100 | 12,632 | 100 | 16,405 | 100 |
| 合計 | | 234,214 | 100 | 239,801 | 100 | 236,697 | 100 | 244,604 | 100 | 258,365 | 100 | 257,951 | 100 |

※国内生産25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」

資源の有効活用

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.jcptra.or.jp/>

活動内容 : 容器包装の再商品化、普及啓発、情報提供

役職 : 総務企画委員、ガラスびん事業委員、PETボトル事業委員

公益社団法人 食品容器環境美化協会

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

活動内容 : 飲料容器の散乱防止、環境美化

役職 : 企画委員

ガラスびん3R促進協議会

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

活動内容 : ガラスびんの3R推進

役職 : 理事、運営委員

PETボトルリサイクル推進協議会

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

活動内容 : PETボトルのリサイクル推進

役職 : 理事、総務企画委員、回収・再利用促進委員、広報委員、技術検討委員

アルミ缶リサイクル協会

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

活動内容 : アルミ缶のリサイクル推進

役職 : 理事、企画委員

サントリーが参画している酒類・飲料業界団体の環境関連委員会

全国清涼飲料工業会（環境委員会、自販機委員会等）

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

ビール酒造組合（環境部会、容器環境部会）

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

日本洋酒酒造組合（環境問題対策委員会）

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

気候変動への取り組み

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

| | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|------------|-------|-------|-------|
| 排出量 (t) | 12.6 | 14.4 | 16.4 |
| 原単位 (g/kℓ) | 2.7 | 3.0 | 3.4 |

※国内生産25工場が対象

■NOx排出量

| | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|------------|-------|-------|-------|
| 排出量 (t) | 132.0 | 134.6 | 147.0 |
| 原単位 (g/kℓ) | 28.3 | 28.5 | 30.1 |

※国内生産25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、ある程度のアルコールが樽から抜けてしまいます（これを蒸散といいます）。蒸散したアルコールが工場外に出ないように、貯蔵庫に回収機器の設置などを行っています。また、定期的にモニタリング（濃度測定など）を実施し、アルコールの蒸散が低減できているかどうかを確認しています。

化学物質管理

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

廃棄物適正処理・管理

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

ポリ塩化ビフェニール（PCB）廃棄物の管理

PCB廃棄物は適正に保管し「PCB特別措置法」に基づいて、自治体に保管状況を届け出ています。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（2019年1月現在）

| | 保管中 | 使用中 | 保有合計 |
|---------|-----|-----|------|
| コンデンサ | 13 | 0 | 13 |
| 変圧器 | 9 | 4 | 13 |
| 照明器具安定器 | 317 | 0 | 317 |

事故・訴訟

2018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。



親子向けイベント



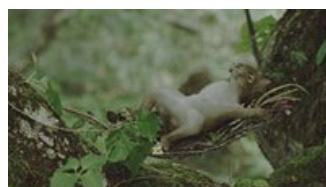
工場の環境コーナー

■「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」

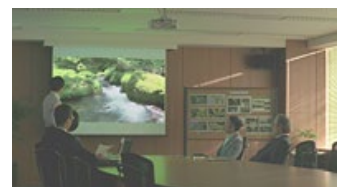


TVCM「サントリー天然水の森」（土づくり篇）

さらに2014年～2016年には、サントリーの環境活動についてより広くお客様に知っていただくために、「宇宙人ジョーン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～）

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」「従業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。



芸術・文化・学術・スポーツ



社会福祉



次世代育成



地域貢献

SUNTORY

社会貢献活動方針

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。



従業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従業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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|----------------|---------------------------------|---|--|-----|
| 幅広い文化・社会・学術貢献 | 財団活動支援を通じた貢献活動 | <ul style="list-style-type: none"> 支援活動の継続 公益財団法人サントリー芸術財団、サントリー文化財団の活動支援を通じた文化・社会・学術貢献推進 | <ul style="list-style-type: none"> 公益財団法人サントリー芸術財団、サントリー文化財団の活動支援を通じた文化・社会・学術貢献推進 | ●●● |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> 「東北サンさんプロジェクト」、「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推進の実施 「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」による被災した水源涵養対策の実施 義捐金・学生やチャレンジド・アスリートへの奨学金制度実施 | <ul style="list-style-type: none"> 「東北サンさんプロジェクト」、「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推進 「サントリー熊本地下水みらいプロジェクト」による水源涵養対策の拡大 義捐金・学生やチャレンジド・アスリートへの奨学金制度実施 | ●●● |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> 「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 ベトナムでの次世代環境教育の拡充 他エリアでの社会貢献活動の展開 | <ul style="list-style-type: none"> 「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 インドネシアをはじめとしたアジア地域中心に世界での次世代環境教育のエリア拡大 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 | <ul style="list-style-type: none"> 文化・スポーツ・地域貢献活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者拡大(参加者80,000名) | <ul style="list-style-type: none"> 文化・スポーツ活動を通じた次世代育成支援プログラムへの参加者維持・拡大(参加者目標80,000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 | <ul style="list-style-type: none"> ボランティアWEBによるボランティア情報提供を開始 従業員向けのオリジナルボランティアプログラムの拡充 | <ul style="list-style-type: none"> ボランティア情報サイト「ボランティアーズ」の活用 「ボランティア月間」実施 従業員向けオリジナルボランティアプログラム拡充 年間参加目標1,000名 | ●●● |

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。

2019年は、サントリー芸術財団の母体となる鳥井音楽財団設立から50周年を迎えます。50年間の多大なるご支援・ご協力への感謝とともに、これからの50年の一歩となる今年は、「心うるおす、未来を咲かす。」をテーマとして、美術、音楽両分野にて、新しい時代にふさわしい記念事業を展開していきます。

■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

■サントリー美術館ならではの企画展を開催

2018年は17世紀初めの瀟洒で洗練された文化の潮流を紹介した「寛永の雅 江戸の宮廷文化と遠州・仁清・探幽」展、重厚で卓越した彫琢の際立つ清朝皇帝のガラスの美をエミール・ガレの作品とも比較した「ガレも愛した一清朝皇帝のガラス」展、琉球国王尚家伝来品をはじめとする貴重な琉球美術を特集した「琉球 美の宝庫」展、密教美術の至宝を展示した「京都・醍醐寺ー真言密教の宇宙ー」展、日本で発明された扇の美の世界を時代や分野を超えて総覧した「扇の国、日本」展など、サントリー美術館ならではの5つの企画展を開催し、いずれも人気を博しました。



舞踊図 六面のうち三面 江戸時代 17世紀 サントリー美術館

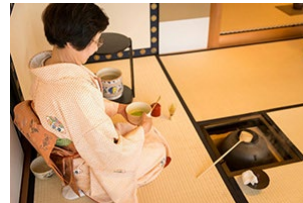


「琉球 美の宝庫」展 ポスター

すべての展覧会で日本語と英語による音声ガイドの貸し出しを行い、館内の茶室「玄鳥庵」にて指定日に点茶席を設けるなど、国内外のお客様に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。



茶室「玄鳥庵」(美術館6階)



点茶席(展覧会開催中の指定日のみ)

サントリーホールー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

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段差なく客席までアプローチできるエントランスの増設、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。

また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て、避難訓練付きコンサートを開催しました。安全管理の面でも、「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

開館から現在までの公演アーカイブが完成

開館時から現在までの公演情報をWEBサイト上で検索できる「サントリーホール公演アーカイブ」が完成、これまでサントリーホールで展開された数々の名演の歴史が検索できるようになりました。



公演アーカイブ



30周年記念
ガラ・コンサートカーテンコール

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。



サントリーホール
チェンバーミュージック・ガーデン2018



サントリーサマーフェスティバル
2018



ウィーン・フィルハーモニー ウィーク イン ジャパン2018
フランツ・ウェルザー＝メスト指揮 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、貸与活動を通じ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」
贈呈式

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、被災地はもとより日本全国に活力を与えることを目的として、「ウィーン・フィル&サントリー音楽復興基金」の活動を行っています。

ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団と協働で音楽活動の助成や被災地での「こどもたちのためのコンサート」やジュニアオーケストラの指導、献奏など、多くの活動を展開しています。2017年は熊本地震復興支援として、熊本でも、ウィーン・フィルメンバーによる献奏を行いました。



ウィーン・フィル&サントリー
音楽復興基金献奏（熊本市）

■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、海外出版助成を、「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み、これからの社会を担う人材のサポートや、アカデミズムとジャーナリズムの交流の場を設け、研究者と社会の橋渡しなどの取り組みも行っています。

文化財団は2019年で設立40周年を迎えました。40周年を機に、新たに『〈知〉をつなぐ、〈知〉をひらく、〈知〉をたのしむ』というコンセプトを掲げ、学芸ライブ、プレミアム・ミニトーク、国際シンポジウム、地域文化フォーラムなどの新しい取り組みも行っています。



「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)

■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、2018年で36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。



サントリー 1万人の第九

社会と響きあう 文化・社会貢献

スポーツ活動

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

スポーツの普及活動

■ラグビー部「サントリーサンゴリアス」

社会人ラグビーチーム「サントリーサンゴリアス」は1980年に創部し、社会人ラグビーの全国リーグであるジャパンラグビートップリーグに加盟しています。2016-17シーズン、2017-18シーズンのトップリーグ・日本選手権とも優勝し二年連続、二冠を達成しました。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。毎年開催される「サントリーカップ全国小学生タグラグビー選手権」への特別協賛も活動の1つです。2018年に行われた第15回大会では、日本全国から1万人を超える小学生が参加し、タグラグビーを通じてスポーツの意義や楽しさを学びました。また、サンゴリアスの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開催し、2018年は約6,000名が参加しました。

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

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



ラグビー部「サントリーサンゴリアス」



ラグビークリニック参加者



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（2018年に第13回小学生大会、第40回中学生大会、第22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、2018年は約3,300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」



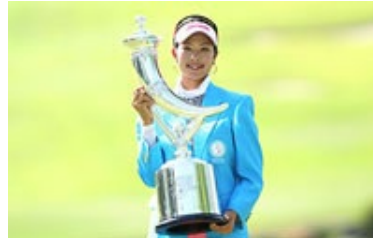
地域を対象にしたバレーボールクリニック



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

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



森田 理香子選手（2013年大会優勝時）

■サントリードリームマッチ

「サントリー ドリームマッチ」は、1995年から“夢や感動を伝えたい”との想いから開催しているイベントで、これまでに延べ93万人を超える野球好きの方々に、“夢の球宴”を楽しんでいただいています。2018年7月に東京ドームで開催された第23回大会では、山本浩二監督率いる「ザ・プレミアム・モルツ球団」と、田尾安志監督率いる「ドリーム・ヒーローズ」が熱い戦いを繰り広げました。



当日の様子（2015年開催時）

■サントリーチャレンジド・スポーツプロジェクト

東日本大震災復興支援活動の一環として、2014年から「チャレンジド・スポーツ」支援を開始しました。アスリートへの奨励金や競技用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、競技活動や大会のサポート、従業員によるボランティアなどに取り組み、さらに車いすバスケットボールのルール映像制作や、車いすバスケットボールのVR動画、アスリートの熱い想いをご紹介するWEB連載企画などを通じて、普及活動に取り組んでいます。創業以来のチャレンジ精神「やってみなはれ」のもと、「PASSION FOR CHALLENGE」を掲げ、これからもアスリートとともに挑戦していきます。



社会と響きあう 文化・社会貢献

社会福祉

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

社会福祉法人を通じた支援

■社会福祉法人 邦寿会

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

また、時代のニーズに応え、訪問介護・通所介護・居宅介護支援などの在宅介護サービスにも力を入れています。2017年春、高殿苑、つばみ保育園は、新築移転を経て、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。



特別養護老人ホーム 高殿苑とつばみ保育園



総合福祉施設 どうみょうじ高殿苑



高殿苑とつばみ保育園での交流

フードバンク活動に協力し、児童養護施設等に当社の商品を寄贈

サントリーグループでは、フードバンク活動に取り組んでいる「NPO法人 セカンドハーベストジャパン」を通じて2010年から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72,000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。



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2018

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



東北から100名を招待



チャリティ金を活用した被災地での
キャッチボール教室

社会と響きあう 文化・社会貢献

次世代育成

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

次世代育成をさまざまな活動で支援

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



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

■サントリーホール — 次代の音楽家・聴衆を育成

サントリーホールでは、子どもたちに一流音楽家による生演奏に触れていただき感動を経験してほしい、生活の中にクラシック音楽を取り入れてほしいという考えのもと、さまざまな次世代育成プログラムを企画・運営しています。日本初の子どものためのオーケストラ定期演奏会「こども定期演奏会」の開催や、港区立の小学校4年生を対象とした「港区&サントリーホール Enjoy! Music プロジェクト」を2014年から継続的に行っています。そのほかにも、若手演奏家をウィーン・フィルハーモニー管弦楽団メンバーが直接指導する「ウィーン・フィル首席奏者によるマスタークラス」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年は「声の響きを楽しもう」をテーマに、事前授業と演奏会を開催しました。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2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。2018年2月22日には、サントリーホールに港区立小学校4年生約1,400名が集まり、大野和士指揮による東京都交響楽団のコンサートを鑑賞しました。



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ン体験など、参加型企画の充実を図っています。



子ども奏者による演奏



楽器に触れる体験コーナー

サントリーホール 佐治敬三 ジュニアプログラムシート

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



佐治敬三ジュニアプログラムシート



■サントリー美術館 — 子どもたちが美術に親しむ機会を提供

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

「エデュケーション・プログラム」の実施

サントリー美術館は、ミュージアムメッセージ「美を結ぶ。美をひらく。」のもと、次世代への教育普及活動に積極的に取り組んでいます。中学生以下は入館無料のうえ、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」では、美術初心者を対象に体験型ミニレクチャー「はじめてひらく 美のとびら」を開催するほか、毎週土曜日にはスライドを使ったわかりやすい展示解説「フレンドリートーク」などを実施しています。展覧会に関連する記念講演会や、特別公演なども開催。さらには、「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。



「はじめてひらく 美のとびら」シリーズ



学校団体のための「スクール・プログラム」

「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。



ワークシートにスケッチ



作品を前にした対話型鑑賞

■スポーツを通じた子どもたちの育成を支援

サントリーグループは、スポーツを通じた子どもたちの健全な心と体の育成を支援するため、さまざまな活動を行っています。その一環として、サントリーのスポーツチームも競技の普及活動に取り組み、ラグビー部「サンゴリアス」・バレーボール部「サンバーズ」の選手が子どもたちを直接指導するクリニックを各地で開催しています。その他、サンゴリアスは「サントリーカップ全国小学生ラグビー選手権大会」の運営サポートなど、子どもたちがラグビーに触れるさまざまな機会を協力をしています。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。2018年は、これらの活動に20,000人を超える子供たちが参加しました。



ラグビークリニックの様子



バレーボールクリニックの様子

■学校法人 雲雀丘学園を通じた支援

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



林間学校での植樹のようす

■無人島でのキャンプ体験で挑戦する心を育成

サントリーグループは香川県小豆郡にある無人島の余島（よしま）で1950年からキャンプ場を運営している公益財団法人 神戸YMCAと、2007年から協働で「余島プロジェクト」を推進しています。これは無人島ならではの豊かな自然環境の体験・体感を通じて子どもたちの夢や挑戦する気持ちを育むプロジェクトで、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。2018年は約3,000名の子どもたちが余島を訪れました。



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「キッズニア東京・甲子園」に、自動販売機の運営体験ができるパピリオン「ピパレッジサービスセンター」を出展しています。「ピパ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 |

| 年 | 件名 | 寄付金額 | 寄付相手先 | ニュースリリース |
|-------|----------------------|---|---------------------------------|---|
| 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 |

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。



サントリー
水の国くまもと
応援プロジェクト

「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」



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、野球教室を被災地で開催

参加者数

約**1,400**名



サントリーサンゴリアスによる
ラグビー教室



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、仮設住宅にお住まいの皆さまへ花苗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益城町・嘉島町・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**650**名



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・スポーツ」の分野を中心に、支援活動を継続しています。

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

そして、2014年からは夢と希望をお届けしたいとの思いから、岩手県・宮城県・福島県を対象に、「チャレンジド・スポーツ（障がい者スポーツ）」を応援しています。アスリート個人や団体の活動を資金面から支援する「チャレンジド・アスリート奨励金」、子どもたちを中心に競技やアスリートにふれあう機会を提供する「チャレンジド・スポーツ体験教室」、普及・強化や育成を支援する「チャレンジド・スポーツ育成サポート」を中心に、6年間にわたって、10億円の規模で展開していきます。

■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



SUNTORY
東北サンさん
プロジェクト
since 2011

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



福島子ども学び遊べる場所づくり支援

福島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〈はびね〉」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〈はびね〉」（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〈はびね〉年間利用者数

約**53,500**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**900**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、特別支援学校でのポッチャ教室を実施

参加者数

約**4,240**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**248**名

団体部門

のべ**108**団体

2019年4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カ所



車いすスポーツ導入教室

8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**13,000**名



ウィーン・フィル&サントリー音楽復興祈念賞受賞活動

110団体

サントリー & 日本工芸会「おもしろびじゅつ教室 in 東北」

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

「おもしろびじゅつ教室」参加者数

約**1,200**名



サントリー美術館 出張展覧会

仙台市と郡山市でサントリー美術館の所蔵品による日本美術の展覧会を開催

来場者数

約**32,000**名



みちのくウインド・オーケストラ

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

参加者数

約**350**名



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**2,500**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**21,400**名



スポーツ教室開催

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

スポーツ教室参加者
約**5,800**名



社会と響きあう 文化・社会貢献

地域貢献

工場周辺地域との共生

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

■工場緑化の推進

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

緑化優良工場等表彰（主催：日本緑化センター）

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

その他の緑化関連表彰

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

■工場見学を通じてお客様と対話

美味しさや安全へのこだわり、自然環境への配慮など、商品を通じた取り組みを多くの方に知っていただくため、ビール工場・ウイスキー蒸溜所・ワイナリー・天然水工場などで、工場見学を実施しています。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69万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 -ともに夢に挑もう-」

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車いすバスケットチーム「宮城MAX」「TEAM EARTH (福島)」「ラッセル岩手」「SCRATCH」(2015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年間10回以上開催、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5,000名
(2019年4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248名・団体部門のべ108団体に総額約1億7千万円を支援。
(2018年4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8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。

競技用具寄贈数 63式、施設改修 3箇所



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。（2018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）、車いすバスケットボール日本選手権大会（2016、2017、2018）、国際車いすバスケットボール大会「World Challenge Cup」（2017、2018）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視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

従業員ボランティア

従業員のボランティア活動

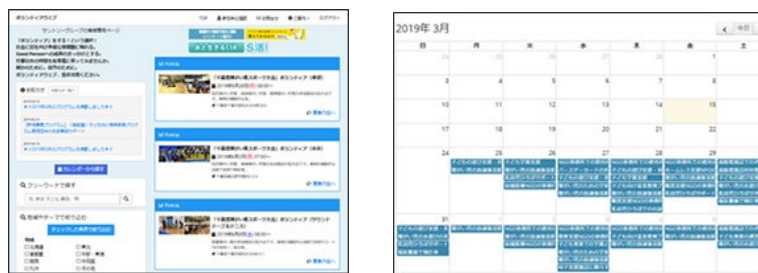
■基本的な考え方

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。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。

■ボランティア機会の提供

活動紹介・申し込みシステムである「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）を導入しています。また、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、ボランティアウェブ上に掲載、従業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。



「ボランティアウェブ」のページ

■2019年の取組み 「ボランティア月間実施・ボランティア情報サイト立ち上げ」

4月30日～6月30日を「ボランティア月間」と定め、国内・海外でボランティア活動の展開、社員のボランティア参加のきっかけづくりを提供しました。期間中は、地域文化賞や邦寿会などサントリーグループのサステナビリティ活動や、社会課題の1つである「海洋プラスチック問題」を考える「海岸クリーン活動」、グループ会社との協働プログラムを始めとしたプログラムなどを拡充。海外グループ会社も同タイミングで活動を強化しています。

2019年4月に社内サイト「サントリーボランティアーズ」を立ち上げました。「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。



ボランティアピンバッジデザイン



ボランティア社内サイト「サントリーボランティアーズ」

■サントリー主催のボランティア活動紹介

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従業員が園芸、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思いを研修した上で、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

■西日本豪雨災害ボランティア

7月上旬に発生した西日本豪雨の発生後、会社として実施した義捐金拠出や商品供給だけでなく、従業員一人ひとり被害をう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。約110名の社員が岡山県倉敷市真備町の被災されたお宅やボランティアセンターで、土壁の泥かき、家具の撤去、床下の泥かきなどを行いました。



岡山県倉敷市真備町で災害ボランティア

■2017年地域文化賞「鹿島ガタリンピック」運営ボランティア

2017年サントリー地域文化賞を受賞された「鹿島ガタリンピック」。サントリーグループ社員が現場を体感すると共に、地元の方々とともに「鹿島ガタリンピック」を盛り上げるため、競技ボランティア活動に参加しました。



「ガタリンピック」競技ボランティア

■「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が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。



熊本の仮設住宅でお花を植える様子

■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。2018年11月の「東京ベイ・クリーンアップ大作戦」（2003年から協力・協賛）には、従業員および家族23人が参加し、住民や近隣企業の方々とともに約170kgのごみを回収しました。



東京ベイ・クリーンアップ大作戦



武蔵野ビール工場の従業員・
家族による多摩川清掃

■グループ会社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がっています。

その1つの活動として、2010年度の東京都「緑の東京募金」への寄付に始まり、東日本大震災以降は被災地の緑化事業にも寄付し、2012年および2015年には、農林水産大臣感謝状をいただきました。加えて、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 — ハーゲンダッツ・ジャパン(株)

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

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年は、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、神奈川県にある施設を訪問し、ハーゲンダッツのアイスクリームをお届けしました。

※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)

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



「赤い花プロジェクト」の植栽

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)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6,713名を対象とします。(2018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、2018年のデータを掲載しています。



人材育成

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



ダイバーシティの推進

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



ワークライフバランスの推進

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



労使関係

労使が協力して働きやすい職場づくりに取り組んでいます。



労働安全

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



健康経営

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



グループ・グローバル人事活動

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

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 | 2018年度の実績 | 2019年度アクションプラン | 評価 |
|---------------|--|--|--|-----|
| 人権の尊重 | 人権尊重を第一とする組織風土の醸成とグループ全体での人権マネジメントのしくみ構築 | <ul style="list-style-type: none"> 人権講演会（テーマ：「セクシュアルマイノリティを巡る企業の人権課題」）を実施。39拠点と中継を結んだ。 新任役員・マネジャー・新入社員などの階層別人権研修の継続実施。 | <ul style="list-style-type: none"> 2018年に実施した人権講演会をDVD化し、生産工場などへの人権セミナー実施。 新任役員・マネジャー・新入社員などの階層別人権研修の継続実施。 | ●●● |
| 人材育成 | 人材育成システムのしくみ強化と従業員の「やってみなはれ」の促進 | <ul style="list-style-type: none"> 各階層の研修で理念プログラムの実施。新任部長・課長研修では創業者と直接対話するセッションを行い、「創業の精神」に向き合う機会を提供。 国内グループ会社を対象とした理念プログラムの実施。サントリーモルティングではオリジナル理念プログラムを実施。 | <ul style="list-style-type: none"> 国内グループ会社への理念共有の仕組みづくり。 社内の学びサイト「寺子屋」活動の活性化による自ら学ぶ風土の醸成。 | ●●● |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> シニア層の活躍に向けた現状把握と打ち手について、先進企業へのヒアリングを通じて検討を実施。 知的障がい者3名が入社し、合計14名体制に。また、グループ会社での知的障がい者雇用も開始。 グループ合同面接会やグループHR等を通じて各社との情報交換、ノウハウ提供によりグループ各社での障がい者雇用促進を実現。 営業部門においては、エイジカレッジへの参加に加え、エイジカレッジ卒業生による社内プロジェクト発足。 | <ul style="list-style-type: none"> 多様な人材を活かし、アンコンシャスバイアスをテーマにしたeラーニングやセミナーを開催し、考勤変革・風土醸成につなげる。 知的障がい者雇用において更なる雇用の創出。またグループ会社での雇用率2.2%達成に向けた取り組みと職場定着に向けた支援を強化。 女性の真の活躍に向けたパイプラインの確立。 若手女性向けの研修の実施。 | ●●● |
| ワークライフバランスの推進 | 働き方の革新と一人ひとりが能力を発揮できる職場づくり | <ul style="list-style-type: none"> 働き方改革推進リーダー・マネジャーと労使の三位一体となった取り組みの結果、一人当たりの年間総労働時間12時間削減を達成。 RPA活用により年間換算4万時間の自動化を実現。 | <ul style="list-style-type: none"> 働き方改革推進リーダー制度の更なる強化を基盤に、引き続きRPAといったIT活用によるBPR等の取り組みの推進。 | ●●● |

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、2018年は60社で調査を行いました。結果は各社・各部署長にフィードバックし、それぞれの課題解決に役立てています。

■現地採用に関する考え方

サントリーグループは事業を行う地域社会とともに持続的に成長を続けるため、各拠点で現地採用を積極的に行っています。海外グループ会社では現地採用者を中心に約20,000人の従業員が働いており、海外比率は全体の約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

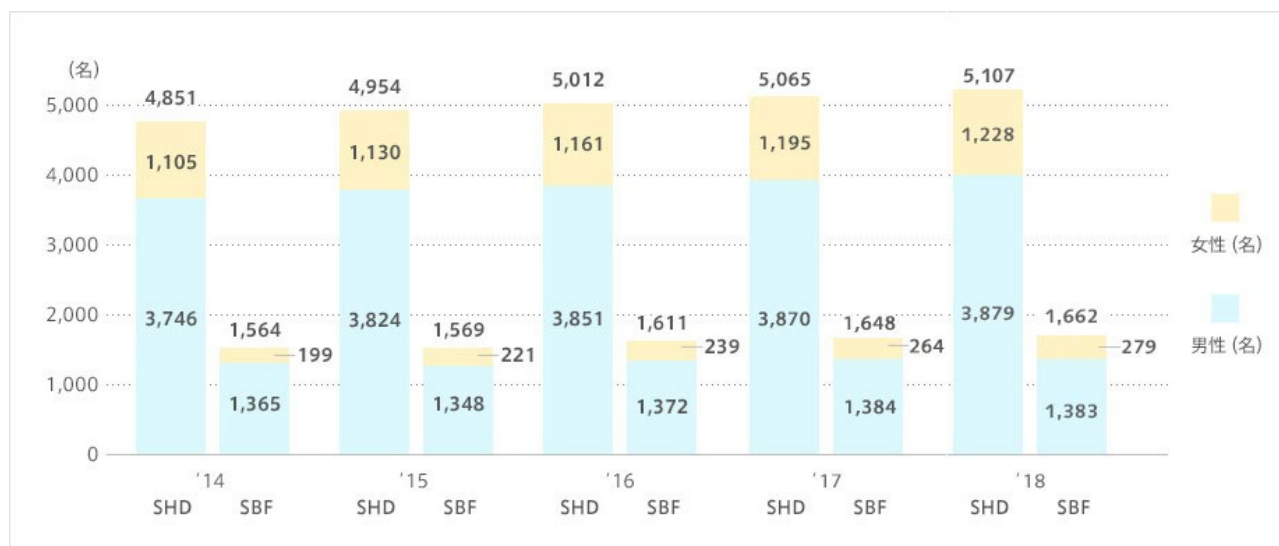
雇用・就業状況

サントリーグループで働く従業員について、2018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

2018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（2018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（2018年12月31日現在）

| | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018年 | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF |
| 平均年齢 | 39.0歳 | 40.9歳 | 39.6歳 | 41.7歳 | 40.8歳 | 42.0歳 | 41.3歳 | 42.3歳 | 41.7歳 | 42.6歳 |
| 平均勤続年数 | 15.8年 | 17.4年 | 16.3年 | 17.3年 | 16.6年 | 17.6年 | 17.1年 | 17.8年 | 17.5年 | 18.1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（2018年12月31日現在）

（単位：人・％）

| SHD籍+SBF籍 | | 2018年 | | | |
|-----------|-----|-------|-------|-------|------|
| | | 男性 | 女性 | 人数計 | 構成比 |
| | 60代 | 454 | 49 | 503 | 7% |
| | 50代 | 1,155 | 260 | 1,415 | 21% |
| | 40代 | 1,501 | 312 | 1,813 | 27% |
| | 30代 | 1,529 | 494 | 2,023 | 30% |
| | 20代 | 623 | 392 | 1,015 | 15% |
| 社員計 | | 5,262 | 1,507 | 6,769 | 100% |
| 構成比 | | 78% | 22% | | |

■従業員数データ（2018年12月31日現在）

（名）

| | 2014年 | | | 2015年 | | | 2016年 | | | 2017年 | | | 2018年 | | | |
|-----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | |
| 男性 | 43 | 15 | 58 | 42 | 13 | 55 | 41 | 14 | 55 | 45 | 13 | 58 | 43 | 14 | 57 | |
| 女性 | 2 | 0 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 1 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 5 | |
| 役員 | 45 | 15 | 60 | 45 | 14 | 59 | 45 | 15 | 60 | 47 | 16 | 63 | 45 | 17 | 62 | |
| 正社員数 | 男性 | 1,348 | 628 | 1,976 | 1,392 | 607 | 1,999 | 1,422 | 627 | 2,049 | 1,432 | 643 | 2,075 | 1,459 | 654 | 2,113 |
| | 女性 | 146 | 31 | 177 | 166 | 33 | 199 | 185 | 34 | 219 | 200 | 40 | 240 | 217 | 40 | 257 |
| マネージャー相当職 | 1,494 | 659 | 2,153 | 1,558 | 637 | 2,195 | 1,607 | 661 | 2,268 | 1,632 | 683 | 2,315 | 1,676 | 694 | 2,370 | |
| メンバー相当職 | 男性 | 2,398 | 737 | 3,135 | 2,432 | 741 | 3,173 | 2,429 | 745 | 3,174 | 2,438 | 741 | 3,179 | 2,420 | 729 | 3,149 |
| | 女性 | 959 | 168 | 1,127 | 964 | 188 | 1,152 | 976 | 205 | 1,181 | 995 | 224 | 1,219 | 1,011 | 239 | 1,250 |
| メンバー相当職 | 3,357 | 905 | 4,262 | 3,396 | 932 | 4,328 | 3,405 | 950 | 4,355 | 3,433 | 965 | 4,398 | 3,431 | 968 | 4,399 | |
| 正社員数 | 4,851 | 1,564 | 6,415 | 4,954 | 1,569 | 6,523 | 5,012 | 1,611 | 6,623 | 5,065 | 1,648 | 6,713 | 5,107 | 1,662 | 6,769 | |
| 契約社員等* | 男性 | 296 | 55 | 351 | 205 | 45 | 250 | 161 | 42 | 203 | 106 | 31 | 137 | 80 | 28 | 108 |
| | 女性 | 88 | 18 | 106 | 81 | 15 | 96 | 82 | 22 | 104 | 79 | 19 | 98 | 87 | 113 | 200 |
| 契約社員等* | 384 | 73 | 457 | 286 | 60 | 346 | 243 | 64 | 307 | 185 | 50 | 235 | 167 | 141 | 308 | |
| 派遣社員 | 516 | 44 | 560 | 542 | 49 | 591 | 560 | 52 | 612 | 567 | 63 | 630 | 573 | 66 | 639 | |

※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)

| | | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018年 | |
|-----|----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF |
| 新卒 | 男性 | 75 | 26 | 81 | 20 | 79 | 20 | 68 | 17 | 69 | 16 |
| | 女性 | 51 | 16 | 43 | 18 | 43 | 19 | 48 | 20 | 45 | 16 |
| 経験者 | 男性 | 20 | 0 | 19 | 2 | 17 | 0 | 13 | 4 | 14 | 5 |
| | 女性 | 11 | 9 | 8 | 6 | 7 | 5 | 3 | 7 | 11 | 5 |
| 合計 | | 157 | 51 | 151 | 46 | 146 | 44 | 132 | 48 | 139 | 42 |

※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)

| | | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|--------------------|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| 定年 ^{※1} | | 29 | 42 | 39 | 39 | 66 |
| 自己都合 ^{※2} | | 45 | 42 | 53 | 43 | 57 |
| 会社都合 ^{※3} | | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| その他 | | 7 | 5 | 7 | 4 | 8 |
| 合計 ^{※4} | | 81 | 89 | 99 | 88 | 132 |
| 離職率 ^{※5} | | 0.70% | 0.64% | 0.80% | 0.67% | 0.86% |

※1 定年には自由選択定年も含む

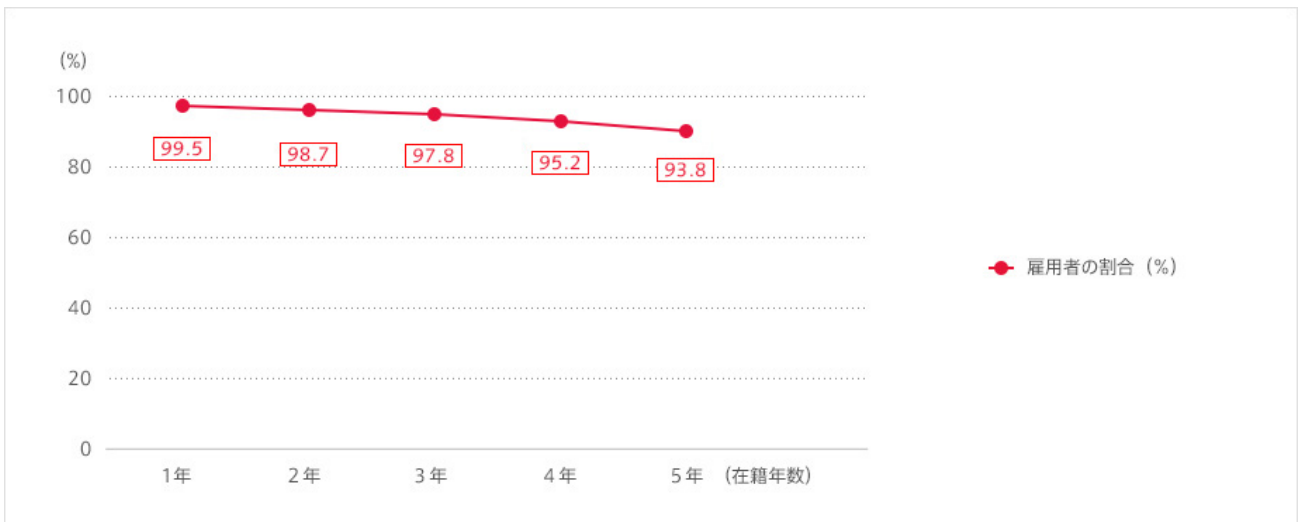
※2 うち、サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の自己都合退職者は2015年8名、2016年6名、2017年11名、2018年7名

※3 会社都合は、工場閉鎖・事業売却。転籍は自己都合に含む

※4 正社員を対象とする

※5 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



※2011-2013年入社のサントリーホールディングス（株）の新卒採用者を対象に計算

※サントリー食品インターナショナル（株）としての新卒採用は2013年から実施しており、2013年入社の新卒採用者の5年後在職率は91%

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。

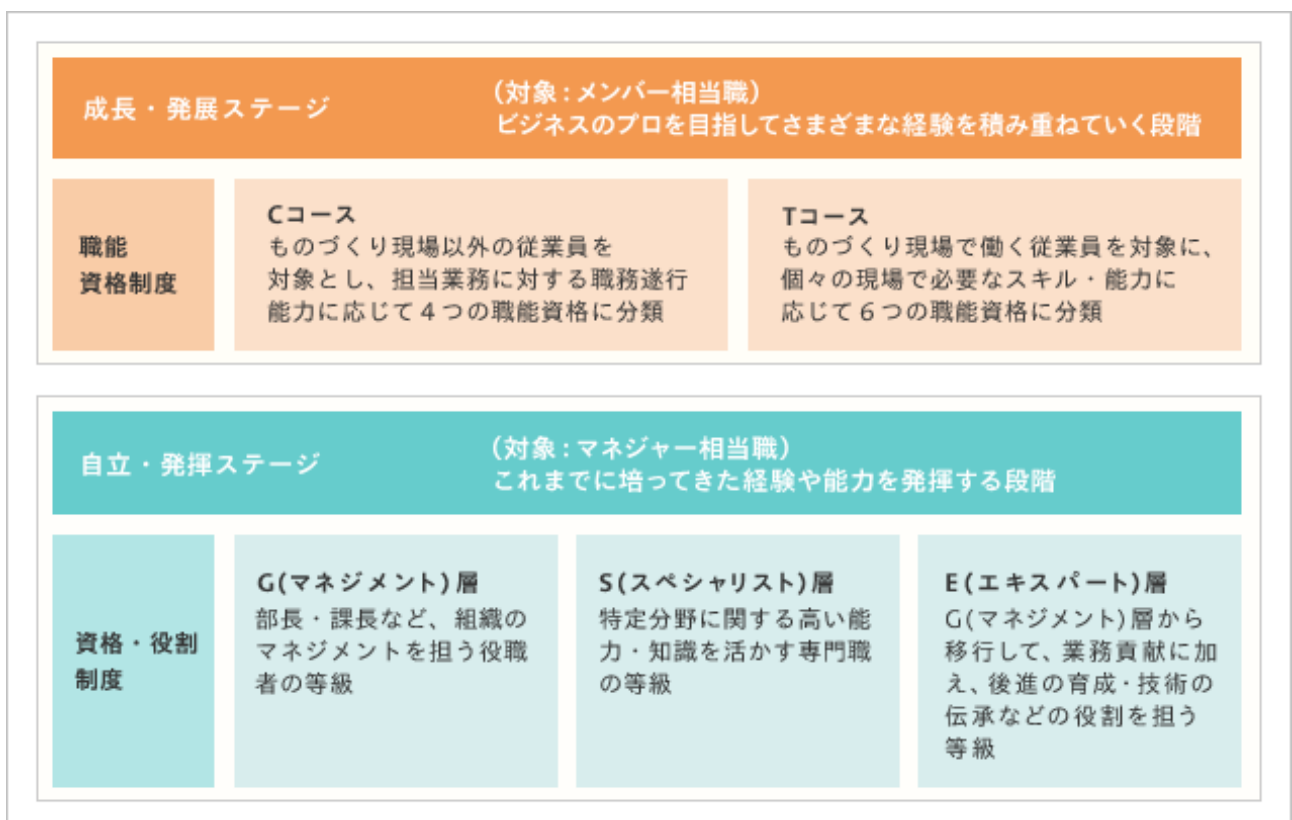
- ・従業員一人ひとりが向上心をもってより高い目標にチャレンジすること
- ・会社は従業員に対して能力・キャリア開発の場を提供し、自己実現を支援すること
- ・役割と成果に見合った、公正でメリハリのある処遇をすること

■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。初年度となる2015年は世界中から538チーム・6,747名がエントリーし、2018年に第4回目をむかえました。今後もサントリーグループは、世界中で、夢大きく、切磋琢磨しながら、新たな価値の創造に挑み続けていきます。前述の「チャレンジ目標」とあわせて、更なるチャレンジングな風土醸成に向けて、取り組んでいきます。

■労使が協力して評価制度を運用

上述の年4回の面接について、労働組合が組合員にアンケートを実施。「上司との面接は十分に行われたか」「評価結果を理解できたか」などを確認し、組合員一人ひとりの納得度を調査しています。結果は経営陣にも伝えられ、人事制度の運用や改定に役立てています。また、面談内容が不十分であった場合には、評価者である上司にヒアリングや指導も行っています。

■評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

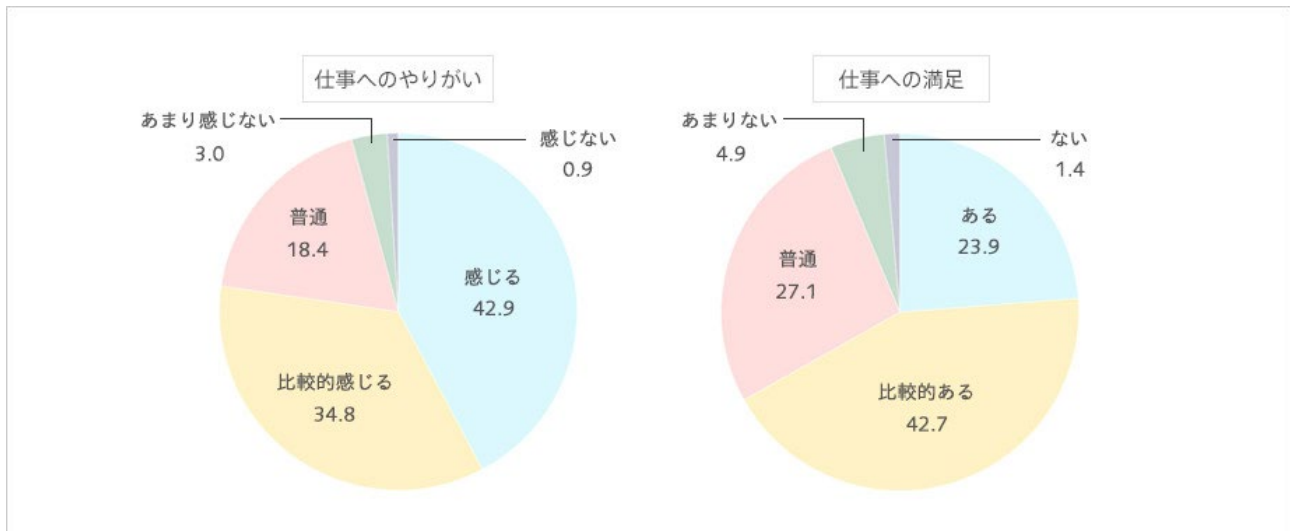
サントリーグループは従来より、従業員が年に1回、自分の職務の状況や異動希望を人事部門に申告する制度を運用しており、こうした申告をベースに、その人の成長を主眼として配置をすすめてきました。2013年、一人ひとりが自身の成長に向けてキャリアオーナーとなることを念頭に、従来のしくみを進化させた育成制度「キャリアビジョン」を新設しました。これは、事前に従業員が記入した「キャリアビジョンシート」をもとに長期的な「なりたい姿」と、その実現に向けた取り組みについてマネジャーと話し合い、それを育成と適材適所の配置につなげていくという、従業員・マネジャー・人事が三位一体となったしくみです。このしくみを充実させて、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体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。2018年は、77.7%の従業員が自らの仕事にやりがいを感じており、66.6%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。海外では2年に一度、従業員意識調査を実施しており、2017年の調査では、約9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。

2018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、2018年の第5位に続き、2019年は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、「革新的であるかどうか」、「社会的責任」、「製品あるいはサービスの質」の項目で高い評価を得ました。

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。

第2回「日経Smart Work大賞」において大賞を受賞

日本経済新聞社が実施する「日経Smart Work経営調査2018」において5つ星の最高評価を獲得しました。

特に、「人材活用力」の分野で2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ェア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、創業の精神の共有と実践、One Suntoryの推進の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 一創業の精神の共有を図り、「ONE SUNTORY」を実現するために一

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

アンバサダープログラム

アンバサダープログラムは海外グループ会社従業員を対象にしたプログラムです。プログラムを通じてサントリーの理解を深めてもらい、サントリーグループの一員としての一体感を醸成するとともに、帰国後「アンバサダー」として、学んだことを広めていくことを目的としています。参加者は約1週間、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か共有していくか、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、2018年6月時点で、約800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ビルトインしています。具体的には、新任マネジャー研修内にて、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しました。また、新入社員向けには、山崎蒸溜所やどうみょうじ高殿苑などを訪れ、サントリーグループのVALUEを学ぶプログラムを2日間通して体感する研修を実施しました。



新任マネジャー研修での経営者との対話



新入社員による森林整備体験

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

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

GLF

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

- ・ Global One Suntory、サントリー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、2018年度は世界各国から27名が参加しました。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。

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、2018年度は世界各国から27名が参加しました。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。



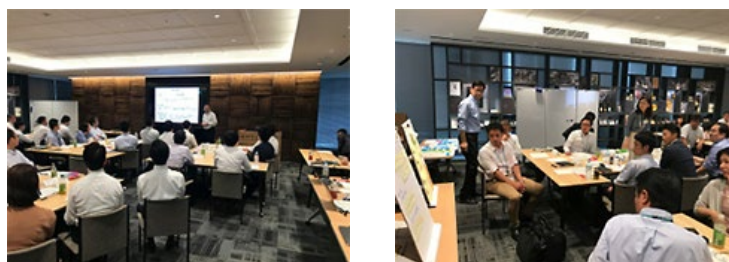
GLDP

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、サントリーグループの統一指標である「サントリー・リーダーシップ・コンピテンシー」を軸に、リーダーシップ開発に取り組む、全4回の集合セッションを含む約半年間のプログラムです。2018年は世界各国から23名が参加し、リーダーシップのマインドセットに始まり、サントリーの歴史・DNAや異文化への理解、さらには海外ビジネススクールでイノベーションについて学びました。最終的にはそれまで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。



リーダーシップ強化プログラム

将来の経営人材育成のため、日本国内から選抜された部長、課長、中堅メンバー層、合計35人が「サントリー・リーダーシップ・コンピテンシー」を軸に、自らのリーダーシップを内省し、強化する9ヶ月間の研修プログラムを、2017年から開始しました。全3回にわたる多階層合同によるディスカッションを通じて、周囲への影響力を高めます。また、各階層別にはエグゼクティブコーチング、経営リテラシーの修得、異業種交流セッションなどにより、リーダーとしての自己認識を深めていきます。サントリーの売り上げの半分以上を占める国内事業を盤石にするためにも、国内人材の強化も積極的に実施していきます。



他階層での合同セッションの様子

その他の育成プログラム

| 名称 | 内容 | 2018年実績 | 2010～2018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） | 10名 | 65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 | 3名 | 22名 |
| トレーニー | 海外グループ会社でのオンザジョブトレーニング（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 | 80名 |



キャリアチャレンジでのフィールドワーク



トレーニーによる海外派遣先でのOJT

■ 基盤人材育成 —サントリーグループ全員が学び、成長し続けるために—

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、「サントリー人としての成長（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、新任マネージャー層、新任部長層などの各層毎に、求められるスキル/知識/マインドセット・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。若手からマネージャー層までサントリーグループを支える一人ひとりが成長し続けること、それがこの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。

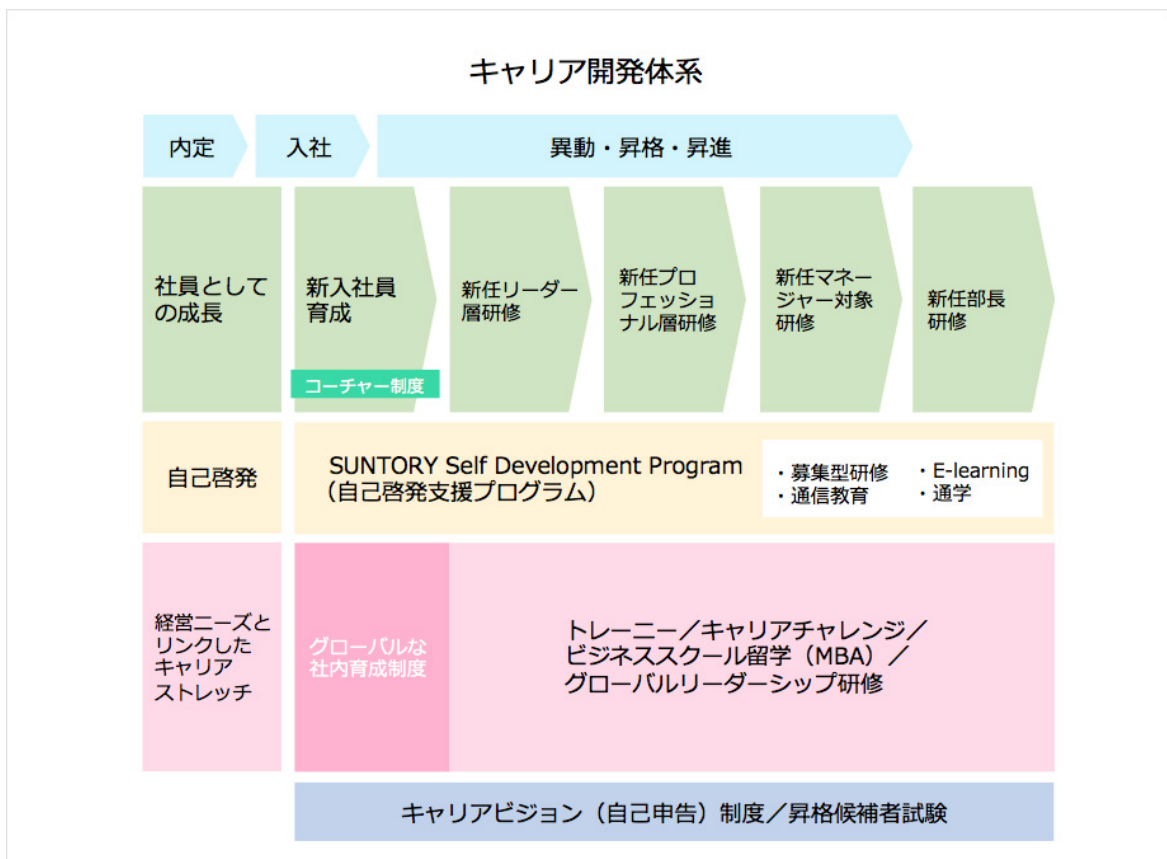


従業員一人ひとりのキャリア開発をサポート

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、53歳では今後の成長の再認識、58歳ではこれまで培った力を活かした可能性拡大をテーマに、仕事を通して今後の人生をよりポジティブなものにしていくキャリア開発をサポートしています。

育成の考え方／研修・自己啓発プログラム全体図

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



■さまざまな育成プログラム

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

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

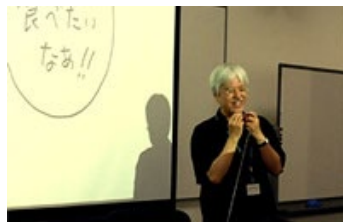
主な自己啓発支援プログラムおよび2018年度の受講者数

| 研修の種類 | 内容 | 人数 |
|-------------|---|-----|
| 応募型研修※ | 従業員自らが描くキャリアプランを実現していくために必要なビジネススキルの修得を主眼とした研修で、約30種のコース（年間2期）を設置 | 822 |
| 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 | 247 |
| eラーニング | 業務遂行能力のレベルアップ・業務革新手段の修得を目的とした研修 ビジネススキル・語学・パソコンスキルなどのコースを整備 | 298 |
| 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 | 84 |

※本人の意思に基づく任意参加制であり、研修費用の一部を会社が負担します

サントリーグループ独自のプログラム

サントリーグループは、サントリーならではのさまざまな知見やユニークな仕事の進め方などを社内に残し、継承していくために、2013年から応募型研修のオリジナルプログラムを実施しています。2018年度は、「サントリー商品デザインのヒミツ」「サントリークリエイティブ秘伝のタレ」の2講座を開催し、社内の講師が登壇し、自ら手を挙げたグループ内の従業員を対象に講義しています。この講座は、自ら参加したいと手を挙げさえすれば、誰でも受講することができます。参加者からは「サントリーのDNAが詰まった、こういう研修をもっと開催してほしい」との声が寄せられています。



「サントリー商品のデザインのヒミツ」
講師：元デザイン部長の加藤さん



「サントリークリエイティブ秘伝のタレ」
講師：サントリービール(株)和田執行役員

■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、2018年は10社[※]・54名の新社会人が参加し、実施しました。

※サントリーマーケティング&コマース(株)、サントリー知多蒸溜所(株)、(株)サントリーモルティング、モンテ物産(株)、ハーゲンダッツジャパン(株)、サントリーシスムテクノロジー(株)、サントリー文化財団、サントリーロジスティクス(株)、サントリーフーズ沖縄(株)、サントリーパブリシティサービス(株)



自社プレゼン(会社ごとに自社紹介)



研修の最後に集合写真

国内グループ会社合同中堅ブレイクスルー研修

昨年より開始し2018年で3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」を開催し、9社30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、「汎用スキル」について今後さらに成長していくポイントを洗い出すなどのセッションを実施しました。



国内グループ会社合同マネジャー研修

2018年で7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27名で開催。2日間にわたり、自社・自己のプレゼンテーションや先輩マネジャーによる講話、人材育成にフォーカスをあてたロールプレイング演習などを実施しました。

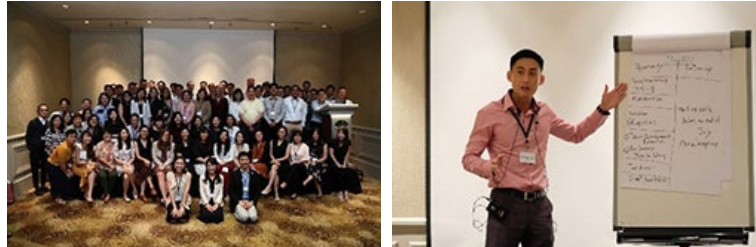


(株)ダイナック片山執行役員による「先輩講話」

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



本プログラムで考えられたアイデアは事業戦略や実際のアクションプランに反映され、サントリーグループのシナジー創出に貢献しています。

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

■キャリア支援企業表彰を受賞

厚生労働省が主催する「キャリア支援企業表彰2013」において、サントリーホールディングス(株)が厚生労働大臣表彰企業に選定されました。「キャリア支援企業表彰」は従業員のキャリア形成を積極的に支援して他の規範となる企業をたたえ、その取り組みを広く周知・普及させることを目的とするものです。

今回の表彰は、一人ひとりがいきいきとやりがいをもって働き、「やってみなはれ」を最大限発揮するために、従業員のキャリア形成を積極的に支援する取り組みが高く評価されたものと考えています。



表彰式では、記念品の盾が贈与されました

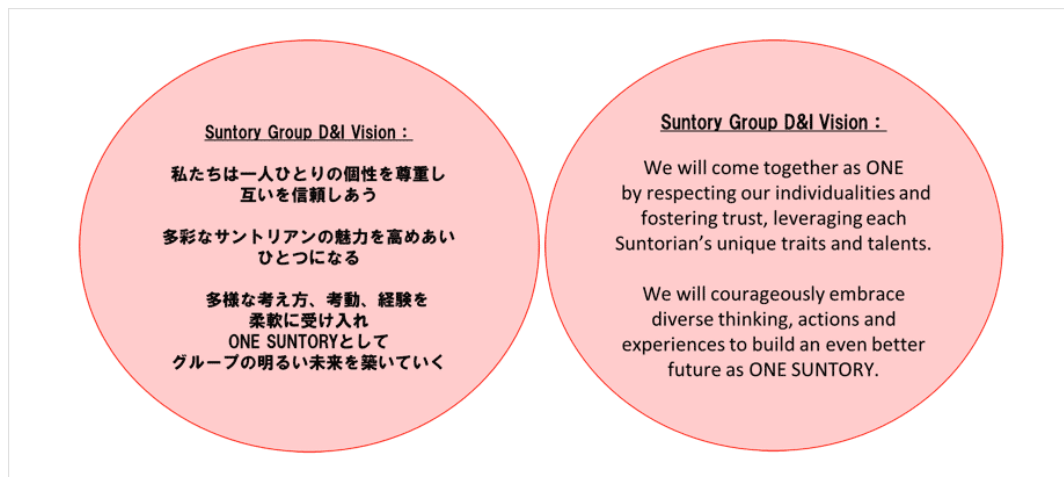
従業員と響きあう ダイバーシティ経営 ダイバーシティの推進

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

ダイバーシティの推進を加速

新たな価値を絶えず創造していくためには、国籍や年齢などにとらわれることなく、多様な人材、多様な価値観を積極的に取り入れ、活かすことが重要であるとの考えのもと、2011年にダイバーシティ推進室を設置、2012年には4つの重点領域（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。2018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。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

グループのグローバル展開が進む中で、日本と海外双方の視点をもったグループを繋ぐ架け橋となる人材を発掘するべく、2016年よりサントリーホールディングス（株）とチームサントリーの合同で新卒採用活動を北米にて実施しています。互いのノウハウや候補者を共有するなど、双方の採用活動の向上に繋がっています。今後もグループとしての採用ブランド確立に向けて、グループ一丸となって採用活動を前進させていきます。

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、2025年に女性管理職20%達成を目指しています。継続的に女性管理職を輩出していくために、「意図的なストレッチ機会の提供による意識・考動変革」「育児中社員の早期フルモード化」などを課題にあげ、さまざまな取り組みを行っています。入社4年目の社員を対象とした「4年次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。産休前ガイダンス・産休後フォローアップセミナーでは、業務へのより高い意識を醸成（復職後の早期フルモード化）するとともに、セーフティネットとして、保育園に入園できなかった際の「つなぎベビーシッター制度」や、復職後の「緊急時・病時ベビーシッター制度」にて費用の一部を会社が負担するなど、育児中社員の早期復職・フルモード化の支援も行っています。また、産休から復職したメンバーをもつ上司に育児中メンバーをマネジメントするにあたって必要な情報を提供することで、マネジメントによる活躍支援の後押しを強化しました。

その結果、女性からは「自分が活躍することで、部署全体への貢献や、後進のロールモデルとなっていきたい」などの前向きで中長期の視点をもった声が上がっており、マネジャーからも女性への期待感や活躍支援に向けた具体的な行動が現れはじめています。

また、意識・スキルの両面で意図的なストレッチ機会を強化するべく、管理職一步手前の従業員を対象とした社外セミナーへの派遣を行うなど社外の参加者同士の交流を通して、さらなるチャレンジへの意識づけの機会を設けています。

また全女性マネジャー・役職経験者を対象とした女性リーダーフォーラムの開催、有志による幹事団の結成などを通じた自発的な活動、女性経営層からの働きかけによるさらなる意識改革やネットワーク強化にも努めています。

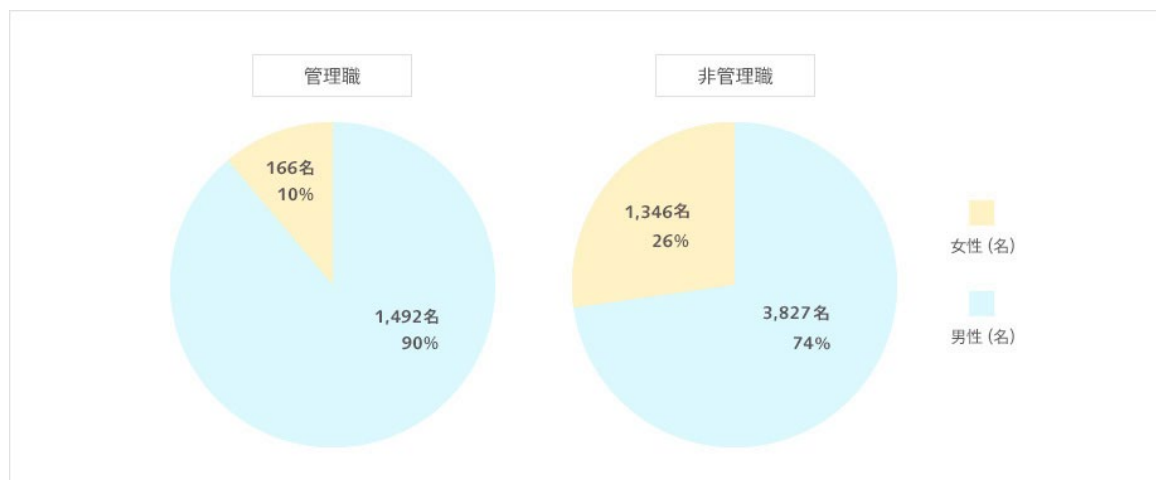
そして、取り組み強化が必要な営業部門では、2014年～4期にわたり継続的に参加している「新世代エイジョカレッジ」や「異業種若手営業女性交流会」など、社外と連携した取り組みも積極的に進めています。

これらの活動により、2018年末時点で女性管理職比率は10.0%にまで拡大。「女性が働きやすい、かつ成果をあげている会社」の実現に向けて、継続的に働き方改革、意識改革などに取り組んでいきます。

■女性の登用状況



■管理職・非管理職別、男女別要員数



※2018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。

■LGBT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、LGBTに関する活動を続けています。2016年よりLGBT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、LGBTに関する相談窓口の設置、LGBT当事者とALLY（アライ・よき理解者）のためのLGBT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LGBT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。

※1 LGBT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「LGBT」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。

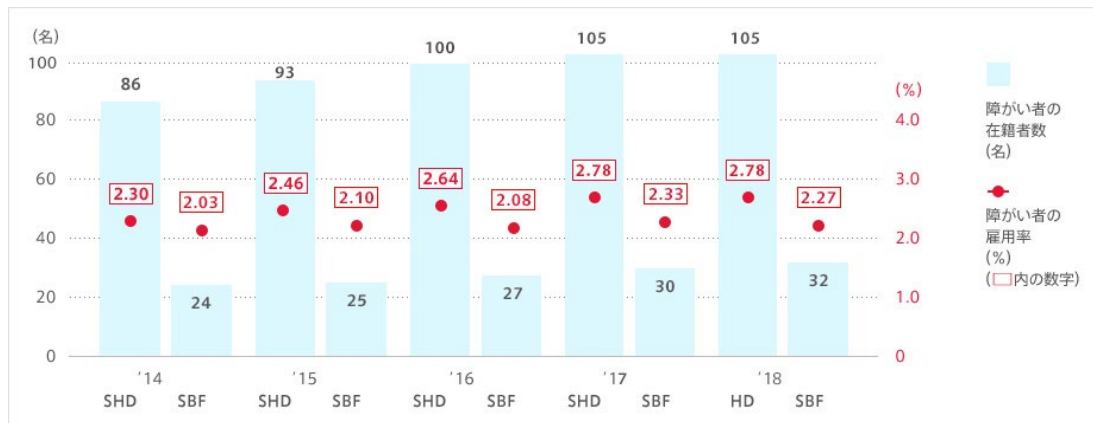
【ハンディキャップを超える】

■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。2018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2.78%(雇用者数は105名、うち重度障がい者42名)、サントリー食品インターナショナル(株)が2.27%(雇用者数は32名、うち重度障がい者9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、2019年4月までの5年間で16名採用してきました。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。

■障がい者雇用数と雇用率（2018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勤評価を実施し、考勤評価の項目は「業務貢献」と「次世代貢献」となります。さらに、50代のうちに必ず受講する「キャリアワークショップ」で、シニア期のキャリアを考える機会を提供しているほか、定年後を見通した「ライフプランセミナー」も定期的開催しています。

今後も、ベテラン従業員が長年培った経験と知識を活かして、一層活躍できるようサポートを進めていきます。



白州蒸溜所にてお客様セミナーを担当する佐野さん



品質管理のレクチャーを担当する森田さん

■サントリーグループ・ダイバーシティ通信「いろいろ」を発行

重点課題の1つである“一人ひとりの「考勤」革新”として、2015年より全従業員に向けてサントリーグループ・ダイバーシティ通信「いろいろ」を発行しています。現場でのダイバーシティに関する事例を紹介することで、ダイバーシティの必要性を理解し自分自身の考勤へ結びつけることを目的としています。これまで「経営トップからのメッセージ」「営業現場・生産現場での取り組み」「ハンディキャップのある社員」「グローバル社員の活躍」「ベテラン社員活躍」「男性育休推進への取り組み」などの事例を紹介しました。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。

The cover of the 'いろいろ' (Iroiro) diversity communication magazine. It features the title 'いろいろ' in large, colorful, stylized characters. Above the title is 'サントリーグループ・ダイバーシティ通信' and '〈号外〉'. To the right of the title is a circular badge with '2018 1月号'. Below the title is a row of six colorful water droplets with faces. At the bottom, there is a small text box with the following text: 「いろいろ」では、ダイバーシティに関する身近で具体的な事例を定期的に紹介します。「サントリーが多様性(多様な価値観をもついろいろな人)を受け入れ、いろいろに变化し大きな価値を生み出してほしい」という思いから「いろいろ」と名づけました。

営業拠点でWBC「取得100%」

「いろいろ」誌面より

【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。

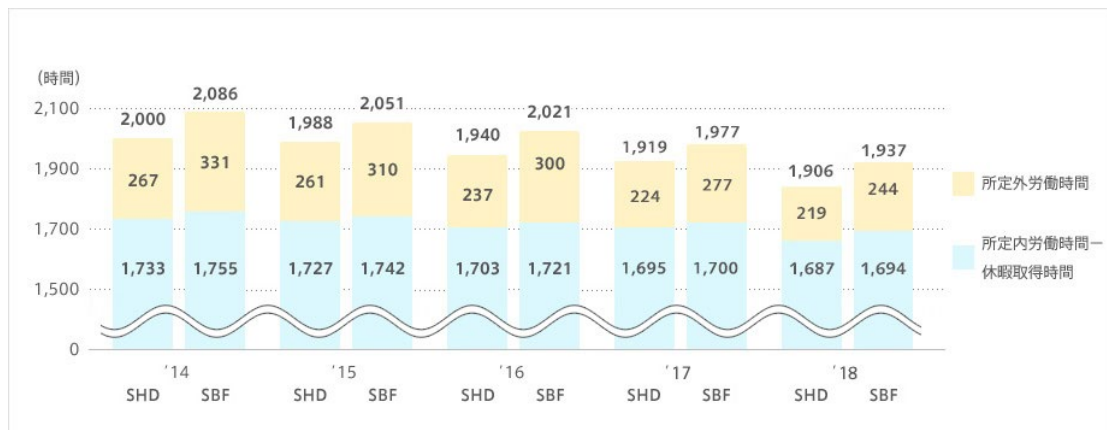
労働時間の削減に関する方針

年次有給休暇取得促進（原則として全員16日以上）、過勤時間の更なる削減を通じて、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、労使が協力して長時間労働の抑制や、年次有給休暇の促進に取り組んでいます。サービス残業の禁止や、早帰り促進のための全社完全消灯ルールの徹底、業務の効率化に向け「働き方見直しハンドブック」を作成・展開するなど、ゆとり拡大や生産性向上のための取り組みを強化しています。また、パソコンの使用時間など各種勤怠情報を日次で確認できるシステムを導入し、セルフマネジメントをサポートするとともに、必要に応じて改善指導などの対策を講じています。

■年間総実労働時間



※サントリーグループの標準的な事業所での所定内勤務時間は1日7.5時間、休日数は年間121日、年間所定内勤務時間は1,830時間です

※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年には、フレックス勤務のコアタイム原則廃止・対象範囲拡大、テレワーク勤務^{*}の対象範囲拡大・10分単位での利用を可能としました。また、研究開発部門では裁量労働制を導入し、業務適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、全国の拠点を繋ぐ遠隔地会議ツールや、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た結果、残業時間の削減、年休取得日数の増加を達成しています。

※テレワーク勤務：在宅勤務など、事業所外での勤務のこと

■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8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。 |
| 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 「働き方見直しハンドブック」を活用した会議ルール・資料作成ルール等の見直し 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 |

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・リープ）をスタートし、2018年の育児休職取得率は女性が100%、男性が49%でした。年間での育児休職取得者は女性が171名、男性が133名となっており、育児休職を取得する男性が年々増えてきています。

介護に関する制度

2011年4月より介護に関する制度（休職、短時間・時差・フレックス勤務）の取得可能期間を延長し、2016年9月には介護による休職の適用要件を明確化するとともに、短時間・時差・フレックス勤務の適用要件を緩和するなど、介護に関する施策も拡充しています。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

■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
- ・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。

■男性従業員と上司が参加する「ちちおやガイダンス」を展開

男性従業員のより一層の意識改革を目的に、「ちちおやガイダンス」を開催。ロールモデルの紹介や参加者同士の情報共有などを実施しました。これまでに情報交換会やガイダンスなどに延べ230名程度の男性従業員が参加しています。今後も内容を充実させていく予定です。



赤坂オフィス

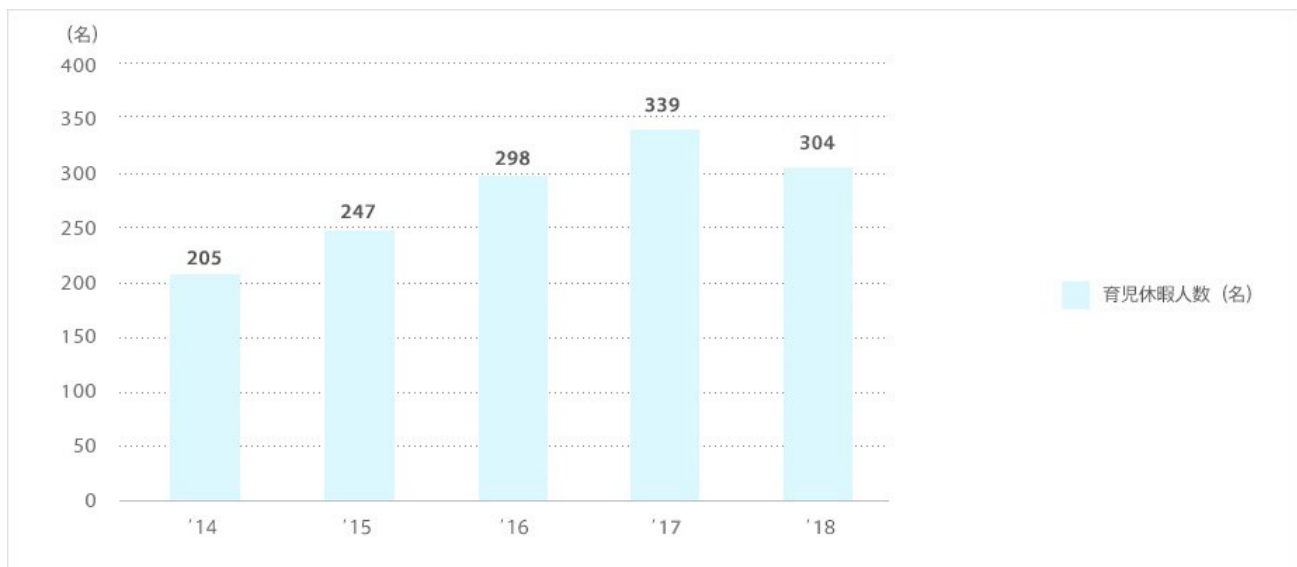


京橋オフィス

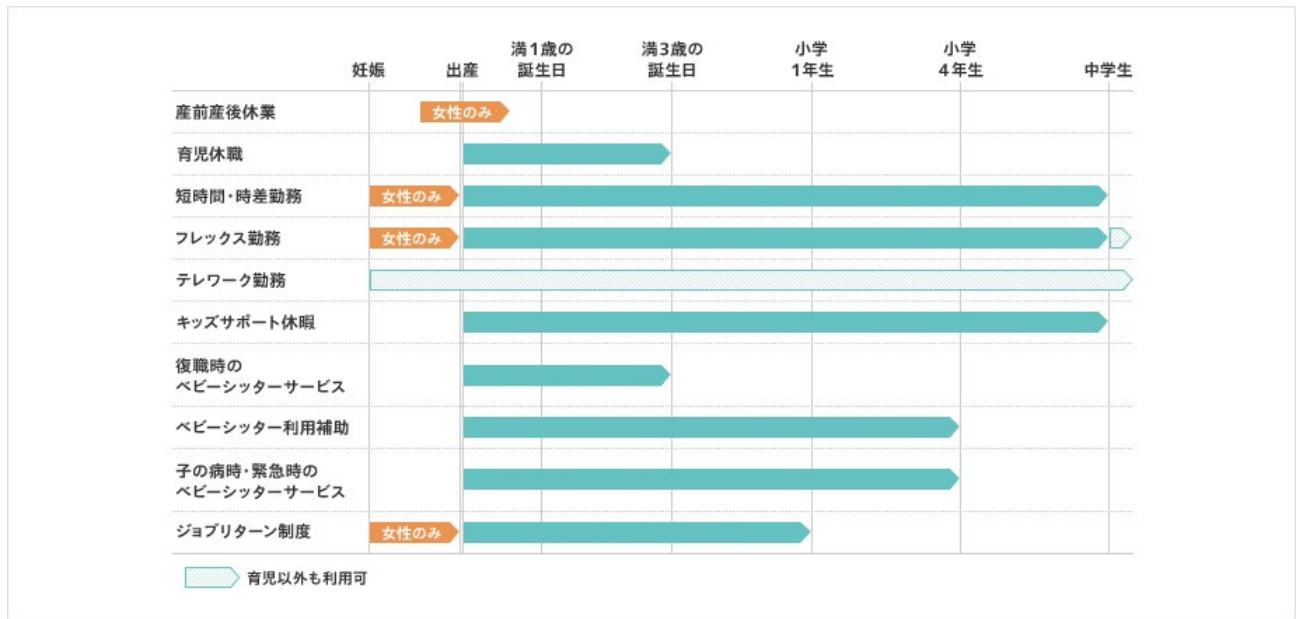


商品開発センター

育児休職取得実績



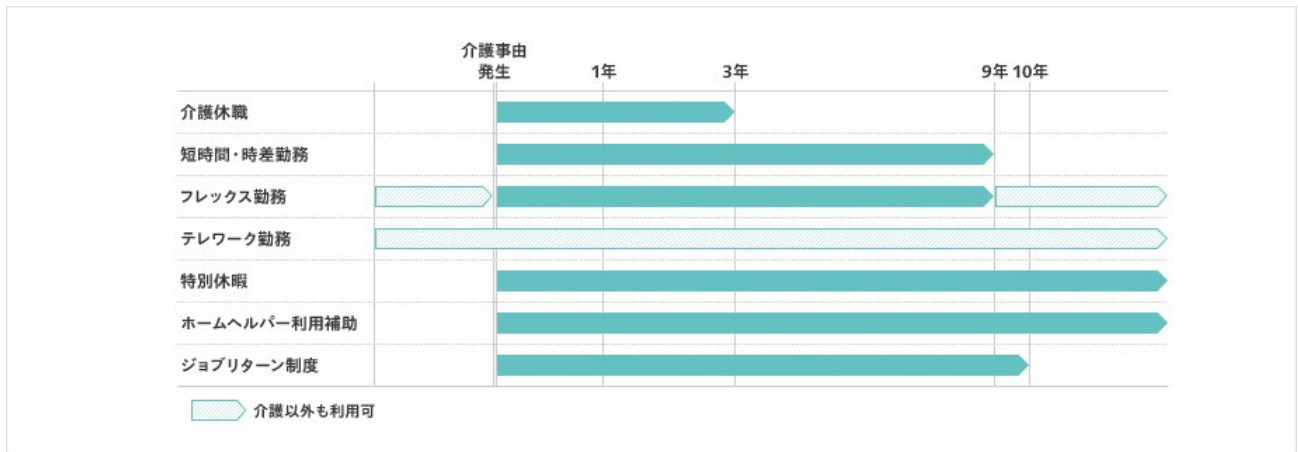
育児支援施策概要 (2012年4月改定)



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・リープ | 育児休職開始当日からの連続5日間は有給 (子の出生から1歳半まで) |
| | 短時間・時差勤務 | 子が中学校進学まで 短縮時間は1日あたり2時間を限度 時差勤務は一定の範囲内で設定可能 |
| | フレックス勤務 | 事由は問わず、子の年齢制限も設けていない |
| | テレワーク勤務 | 在宅勤務等、事業所外での勤務のこと 事由は問わず、子の年齢制限も設けていない |
| | キッズサポート休暇 | 育児事由全般のための特別休暇(有給休暇) 中学校入学前の子1人につき1年間に5日、2人以上であれば1年間に10日 |
| | 復職時のベビーシッターサービス | 保育園等への入園が困難な場合、法人契約先のベビーシッターを紹介し、保育園等への入園ができるまで、 最長7カ月間の費用補助 |
| | 子の病時・緊急時のベビーシッターサービス | 子の病時や急な残業・出張等の緊急時に、法人契約先のベビーシッターを利用しやすくするため、入会金・年会費等を会社が負担。子が小学校4年生になるまで利用可能。 |
| | ベビーシッター利用補助 | 家庭内での乳幼児、小学校低学年の児童の保育や保育所等への送迎 補助額は1日あたり1,700円 |
| | 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



育児・介護等各種制度の取得者数推移

(名)

| | | 2014 | 2015 | 2016 | | | 2017 | | | 2018 | | | |
|-----------|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-----------|-------|-------|-----------|-------|--------|-----------|--------|
| | | | | SHD | SBF | SHD + SBF | SHD | SBF | SHD + SBF | SHD | SBF | SHD + SBF | |
| 育児・ 介護 | 育児休職 | 205 | 247 | 252 | 46 | 298 | 275 | 64 | 339 | 251 | 53 | 304 | |
| | 育児休職取得 人数 | 男 | - | - | 80 | 22 | 102 | 22 | 34 | 56 | 107 | 26 | 133 |
| | | 女 | - | - | 172 | 24 | 196 | 24 | 30 | 54 | 144 | 27 | 171 |
| | 新規育児休職者 | | 118 | 143 | 148 | 32 | 180 | 179 | 50 | 229 | 63 | 12 | 75 |
| | 育児休職後の 復職人数 | 男 | - | - | - | - | - | 122 | 33 | 155 | 93 | 24 | 117 |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 61 | 9 | 70 | 62 | 13 | 75 |
| | 育児休職中の 退職人数 | 男 | - | - | - | - | - | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 2 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| | 育児休職後の 復職率 | 男 | - | - | - | - | - | 100% | 100% | 100% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 96.8% | 90.0% | 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 | - | - | - | - | - | 80 | 22 | 102 | 118 | 34 | 152 |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 172 | 24 | 196 | 144 | 25 | 169 |
| | 育児休職者の 定着率 | 男 | - | - | - | - | - | 100% | 100% | 100% | 96.7% | 100.0% | 97.44% |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 98.8% | 95.8% | 98.5% | 94.1% | 83.33% | 92.35% |
| | 育児短時間・時差 | | 195 | 192 | 187 | 38 | 225 | 183 | 33 | 216 | 180 | 37 | 217 |
| 介護休職 | | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 2 | 0 | 2 | 3 | 0 | 3 | |
| 介護短時間・時差 | | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| テレワーク勤務 | | 3,196 | 3,577 | 3,390 | 1,070 | 4,460 | 3,657 | 1,188 | 4,845 | 3,847 | 1,329 | 5,176 | |
| キッズサポート休暇 | | 663 | 464 | 474 | 65 | 539 | 500 | 83 | 583 | 524 | 75 | 599 | |
| ホームヘルパー | | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | |
| 在宅保育サービス | | 37 | 16 | 24 | 2 | 26 | 27 | 2 | 29 | 29 | 5 | 34 | |
| 余暇・ 休暇 | リフレッシュ休暇 | 791 | 933 | 525 | 177 | 702 | 603 | 198 | 801 | 630 | 194 | 824 | |

■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2018年までの間に56名が登録し、2018年末までに8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、労使間で定期的を開催している「経営状況に関する協議会」「決算協議会」「部門・テーマ別協議会」などを通じて検討・協議。サントリーグループの経営施策について、労働組合から業務の現況をふまえた提言を受け、活発な議論を行っています。人事・労務関連の諸制度の運用・改定も、労使双方の課題認識をもとに十分に協議した上で実施しています。こうした労使関係により、企業運営の客観性や透明性ととも諸施策の実効性を高めています。なお、サントリーグループの労働組合ではユニオンショップ制[※]を採用しています。

※ユニオンショップ制：職場において労働者が必ず労働組合に加入しなければならないという制度
※なお、団体交渉の対象となる従業員の割合は、57%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。2018年の1年間で、24回の協議会を実施しました。



経営状況に関する協議会

実施している主な労使協議会

| 名称 | 開催頻度 | 内容 |
|-------------|----------|--------------------------------|
| 経営状況に関する協議会 | 年2回 | 会社の経営方針、経営状況、事業執行状況等に関する協議 |
| 四半期決算協議会 | 年2回 | グループ連結業績について情報共有 |
| 部門別協議会 | 年1回（各部門） | R&D部門・生産部門・営業部門等の課題に関して協議 |
| 働き方向上委員会 | 年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、2018年の第10回大会では、従業員とその家族を合わせて約4,200名が参加しました。



従業員と響きあう ダイバーシティ経営

労働安全

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

労働安全への取り組みを推進

工場では、「安全」を職場業績評価基準の1つに掲げ、従業員代表も参加する「安全衛生委員会」が中心となって、従業員の声を反映しながら各職場の業務特性や実情に合わせた取り組みを推進しています。サントリーグループの2018年の労働災害発生件数は24件で、休業災害度数率^{※1}は0.23（清涼飲料、酒類製造業度数率：1.22）、休業災害強度率^{※2}は0.001（清涼飲料、酒類製造業強度率：0.02）でした。また、労働組合と労働安全担当部長が労働安全について意見交換を行う場を定期的に設けることで、円滑な情報の共有を行い、取り組みレベルの継続的な改善を図っています。今後も引き続き、労働災害発生件数ゼロの目標に向け、業務時・通勤時双方での安全対策強化と、従業員の安全意識向上に努めていきます。

※1 度数率：死傷者数÷延べ労働時間数×100万

※2 強度率：労働損失日数÷延べ労働時間数×1,000

■労働災害発生件数

(件)

| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 休業災害件数 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 | 1 | 3 |
| 不休災害件数 | 14 | 10 | 8 | 12 | 13 | 8 | 18 | 12 | 21 |
| 死亡災害件数 | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 計 | 17 | 13 | 10 | 15 | 17 | 8 | 24 | 13 | 24 |
| 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★ |
| 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 |

※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）

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

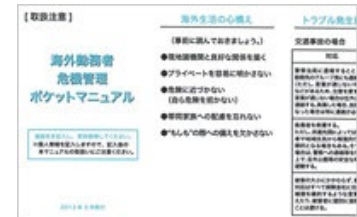
※2018年には3件の休業災害（通勤災害を含む）が発生しました。再発防止のため、災害報告書を同様の業務に従事する従業員に配布するなどの処置をとりました。

■ものづくりでの労働災害をゼロに

サントリーグループの生産研究部門では、2010年2月に制定した「サントリーグループ生産研究安全衛生基本方針」に則り、人の健康と安全はすべてに優先するという考えのもと、最優先課題として労災ゼロ化活動に取り組んでいます。既存・新規の事業に関して労働災害を未然に防ぐため、事業計画や作業内容を十分に検証し、労働安全に関するリスク評価を行っています。今後も現場一人ひとりの安全意識の向上、設備面・作業面のリスク低減活動の継続といった地道な活動を弛（たゆ）むことなく進め、協力会社の皆様とも連携しながら、労働災害ゼロに向けてグループ一丸となって活動を深化させていきます。

■海外での危機管理体制を構築

海外において緊急事態が発生した場合に備え、サントリーグループは海外勤務者やその家族の安全確保のため、危機管理マニュアルを整備。報告ルートや対策体制を整えるとともに、海外勤務者本人向けのポケットマニュアルを作成し、携行を促しています。



■労働安全衛生教育

サントリーグループでは、労働安全衛生教育を定期的に行い、労働災害の未然防止と意識啓発に努めています。2015年のはのべ242人、2016年のはのべ302人、2017年のはのべ610人、2018年のはのべ722人が受講しました。

従業員と響きあう ダイバーシティ経営 健康経営

サントリーグループでは、健康とは単に病気ではないということではなく、「心身ともに健康で、毎日元気に働き、やる気に満ちている」状態だと考えています。こうした考えのもと、従業員・家族の健康をより一層推進するべく、2016年から「健康経営」をスタートしました。またその取り組みが評価され、経済産業省と日本健康会議が共同で実施する「健康経営優良法人（大規模法人部門）～ホワイト500～」に2017年、2018年、2019年と3年連続で認定されました。



| 中期目標（2018年まで） | | 2019年目標 | 2021年目標 |
|---------------|----------------------|---------|---------|
| 健康診断受診率 | 社員本人 | 100% | 100.0% |
| | 被扶養者（40歳以上） | 75%以上 | 75.0% |
| 生活改善 | メタボリック症候群対象者率（予備群含む） | 20%以下 | 22.0% |
| 心のケア | ストレスチェック上位AB判定 | 85%以上 | 86.0% |

<その他：2018年実績>

- ・煙草を吸わない社員：77.5%
- ・適正体重を維持している社員：76.3%

(参考：拠点の健康担当者向け説明会資料より)

| 健康経営KPI 中期目標 | | | | |
|--------------|----------------|------------|------------|------------|
| | KPI | 2018 進捗 | 2019 目標 | 2021 目標 |
| 健康 診断 | 社員本人の受診率(海外含む) | 100% | 100% | 100% |
| | 配偶者(40歳以上)の受診率 | 63% | 75.0% | 75% |
| | 妻医療・妻精密検査者受診率 | 53.4% | 70.0% | 100% |
| フィジカル | メタボ対象者率(予備群込) | 23.9% | 22.0% | 20% |
| | 特定保健指導対象者率 ※ | 23.6% | 21.0% | 17.6% |
| | 喫煙率 | 22.6% | 19.9% | 15.0% |
| メンタル | 低ストレス判定者率 | 85% | 86% | 87% |

※特定保健指導対象者はサントリー健康加入者のみ

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 | | |
|-----------------|---------------|--|
| 病気が 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） |
| 人間ドックの利用 | | 40歳以上の従業員は、定期健康診断として、会社指定項目については個人負担なしで必須受診（年1回） 30歳以上の人（被扶養者も含む）は、日帰りコース5,000円の個人負担で利用可能（年1回を限度） |
| ストレスチェック | | 年1回一斉実施、常時利用可 |
| 歯科検診 | | 年1回実施 |
| 健康電話相談システム | | 社外専門スタッフが対応 |
| 心の相談・電話相談 | | 社外専門スタッフが電話相談・面談に対応（面談の個人負担1回1,000円） |

各種健康施策の利用者数

(名)

| | | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 病気・けが・災害 | 失効年休 | 48 | 53 | 65 | 34 | 57 |
| | 差額ベッド | 33 | 20 | 36 | 38 | 32 |
| 人間ドック(40歳以上) | | 3,046 | 3,280 | 3,333 | 3,286 | 3,648 |
| 人間ドック(30歳以上) | | 894 | 866 | 1,014 | 1,141 | 1,242 |
| 人間ドック(家族) | | 1,837 | 1,950 | 2,046 | 2,122 | 2,207 |
| 歯科健診 | | 3,617 | 3,753 | 3,632 | 3,773 | 3,803 |
| 健康電話相談システム | | 139 | 120 | 110 | 59 | 70 |
| 心の相談・電話相談 | | 209 | 114 | 64 | 38 | 50 |



| プログラム | 内容 | 参加者数 利用者数(概数) |
|-------------------------|--|------------------|
| ヘルスマイレージ | 日々のウォーキングやラジオ体操などの健康増進への取り組みや年休取得・健診受診等に対し、ポイントを付与し、貯まったポイントを賞品に交換できるしくみ | 8,000人 |
| ラジオ体操 | 全事業所で毎日ラジオ体操を実施 | 8,000人 |
| 健康合宿 | 特定保健指導対象者のうち希望者に対し宿泊型・日帰り型の保健指導を実施 | 135人 |
| 健康セミナー (社外講師によるセミナー) | コミュニケーションを円滑にするための脳の活用法 | 560人 |
| | 女性が元気に働くために必要なこと ～からだの仕組みへの理解を深めよう～ | 300人 |
| 卒煙サポート | 禁煙外来補助や禁煙サポートアプリ利用補助 | 10人 |
| ウォーキングイベント | 健康経営×環境経営の取り組みとして海外グループ会社も含めたウォーキングイベントを実施 | 7,185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。また退職者へのサポートとして、スムーズに職場復帰ができるよう復職支援体制を整備しています。

メンタルヘルスケアのための主な施策

| ポイント | 対策 | 施策内容 |
|------------------|------------------------|---|
| セルフケア | セルフチェックによる早期発見・予防 | ストレスチェック(年1回一斉実施、随時実施可能)と要対応者のフォロー |
| ラインケア | メンタルヘルスに関する基礎知識研修による啓発 | <ul style="list-style-type: none"> ・基礎知識・制度等をまとめた「メンタルヘルスハンドブック」による情報提供 ・メンタルヘルスeラーニングの実施 ・集合研修時のセルフケア講習 ・新任課長研修時のラインケア講習 |
| 事業場内保健スタッフ等によるケア | 職場復帰支援の整備 | メンタル専門医も交えた、試し出社制度等職場復帰支援体制の整備 |
| | 社内相談窓口の設置 | <ul style="list-style-type: none"> ・メンタル専門医による相談 ・臨床心理士による相談 |
| 事業場外資源によるケア | 社外相談窓口の設置 | 社外専門機関による電話相談・面談 |

■働き方改革との連動

従業員一人ひとりが「心身ともに健康で、毎日元気に働き、やる気に満ちている」という姿を実現するには、働き方を大きく見直し、公私の充実を図ることが不可欠です。サントリーグループでは、働き方改革としっかり連動させながら、健康経営を推進していきます。

■従業員の家族の健康も支援

サントリーグループは、さまざまな面から従業員とその家族の生活をサポートしています。外部相談窓口には「心の相談・電話相談」や「SOS総合窓口」などがあり、健康面はもちろん、法律相談まで幅広い分野に対応。従業員とその家族からの相談を受け付けています。また、従業員の家族が人間ドックを受診する際の補助制度など、従業員が生活で直面する問題や不安の解消などにも役立つ制度を整えています。

従業員と響きあう ダイバーシティ経営

グループ・グローバル人事活動

サントリーグループでは事業のグローバル展開の加速化に伴い、人事活動も近年大きく変化を遂げており、「Growing for Good」の実現に向けて、「事業の成長」と「従業員の成長」を目的に、グローバルレベルでさまざまな取り組みを行っています。

グループ各社の協働によりグローバル人事活動を推進

サントリーグループでは、One Suntoryを合言葉に、世界にまたがるグループ会社間のシナジー創出に向けて、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。

■Suntory People Way

近年、事業のグローバル展開の加速化や、それに伴うグループ従業員数の大幅な増加等、サントリーグループを取り巻く環境が大きく変化していく中で、改めてサントリーグループの成長の原動力である人材について見つめ直し、サントリーの「人材に対する思い・考え方を示したもの」として、Suntory People Wayを定めました。サントリーのオリジナリティやユニークネスを念頭におき、サントリーグループの人材を語る上で欠かすことのできない「FAMILY」「YATTE MINAHARE」「ENGAGEMENT」の3つの要素で構成しています。Suntory People Wayはサントリーグループに集うすべての人材に対する思い・考え方であり、人材に関するすべての活動の根源となるものです。

Suntory People Way

FAMILY

サントリーに集う人は家族です。かけがえのない存在です。
サントリーがより良い企業グループとして成長していく原動力は、サントリアン一人ひとりです。
長期的な視野で成長機会を提供し、健康で幸せに満ちた生活の実現をサポートします。

YATTE MINAHARE!

創業の志を胸に、わくわくするような目標を掲げ、
決して諦めることなく、積極果敢な挑戦を続けます。

ENGAGEMENT

私たちは、創業精神とビジョン「Growing for Good」で強く結ばれています。
個性溢れる一人ひとりが多様な価値を認め合い、響きあいながら、
世の中に感動と喜びをお届けします。

■グループタレントレビュー

グループ・グローバルで活躍できる人材の発掘・育成・活用に向けて、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。2018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。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。2018年は新たに、グローバル共通の人材評価軸を策定し2019年の運用に向けて活動をしています。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。

■グローバルHRカンファレンス

グループ内の人事分野におけるシナジー創出に向け、ネットワークづくりや情報交換に加え、グループ共通の人事課題解決に向けた議論をする場として、年に1度Global HR Conferenceを開催しています。第8回となる2018年は、世界各国から53名の人事担当者が集結し、以下3点を目的に、2日間交流を深めました。

- ・ Align & Engage: グループの経営方針・人事戦略・創業精神の共有・浸透
- ・ Elevate: 人事トレンド・ベストプラクティスの習得、異文化理解
- ・ Build & Collaborate: グループのネットワーク強化、コラボレーション推進

2018年は『HR Transformation towards 2030 Vision』をテーマとし、サントリーグループ2030年ビジョンの実現に向け、HRとして何をすべきかを徹底的に議論することを目的に、経営トップによるセッションや、ゲストスピーカーによる講演、グループに分かれてのワークショップ、パネルディスカッション、チームビルディングなど盛りだくさんの内容で行いました。真にユニークなグローバル組織になるべくOne Suntoryの次のステージへの進化に向け全世界のHR一丸となって様々な活動を推し進めていく機運を高めることができました。



■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年には引き続き、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、2016年にグループ横断のプロジェクトチームを立ち上げ、グループダイバーシティビジョンを作成しました。2018年にはグループでの新たな取り組みとして、世界各国から56名の女性リーダー（部長職以上）が集い、以下の3点を目的にSuntory Senior Women's Breakfastを開催しました。

- ・サントリーグループにおける女性リーダーのネットワーク醸成
- ・ビジネスにおける、直近のジェンダーダイバーシティの課題・取り組みを知る
- ・サントリーグループにおける今後の女性リーダーの育成について考える

経営トップによるセッションや、ゲストスピーカーによる講演、グループディスカッションを行い、ジェンダーダイバーシティに関する活発な意見交換がなされました。今後もさまざまな活動を通じて、グループ・グローバルでのダイバーシティの推進を加速していきます。

■グローバル採用

グループのグローバル展開が進む中で、日本と海外双方の視点をもったグループを繋ぐ架け橋となる人材を発掘するべく、2016年よりサントリーホールディングス（株）とビームサントリーの合同で新卒採用活動を北米にて実施しています。互いのノウハウや候補者を共有するなど、双方の採用活動の向上に繋がっています。今後もグループとしての採用ブランド確立に向けて、グループ一丸となって採用活動を前進させていきます。

■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9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



コンプライアンス



リスクマネジメント

コーポレート・ガバナンス



コーポレート・ガバナンス

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



コンプライアンス

社会の期待に応え、責任を果たしていくために、コンプライアンスを最優先する組織・風土づくりを進めています。



リスクマネジメント

事業を継続して社会に貢献していくために、グループ全体のリスクを把握・分析し、経営基盤の強化に努めています。

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。

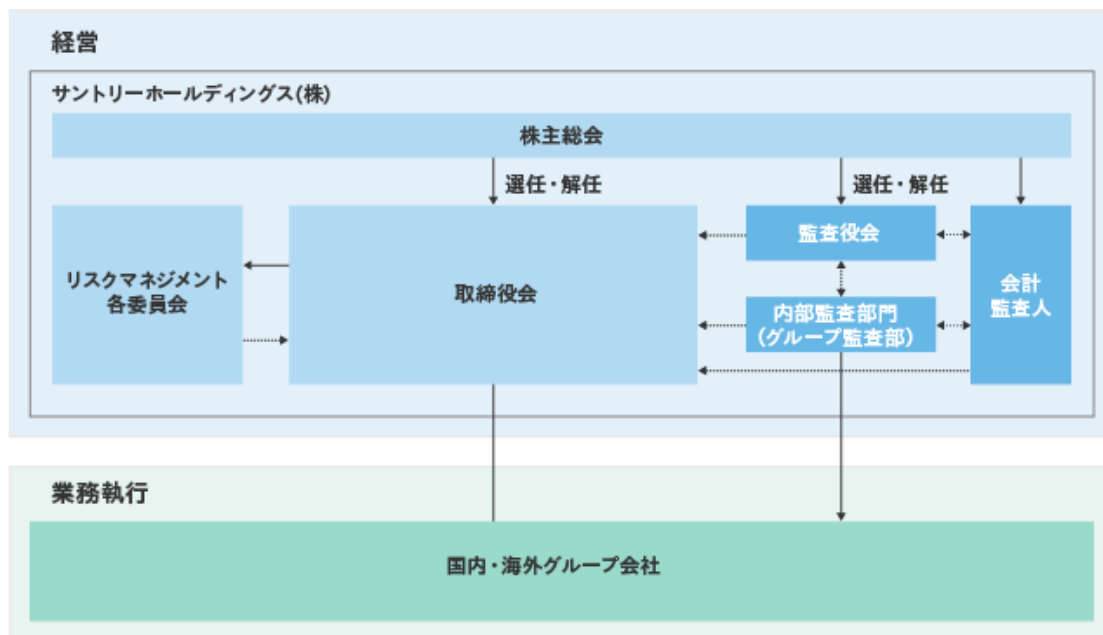
■グループ経営を担う各種会議体

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9名（2019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（2019年4月現在）の監査役で構成され、業務の執行状況や内部統制システムの整備状況などを監査しています。監査役会室を設置し、監査役会の監査活動を補助しております。加えて、グループ各社の業務執行状況などを監査・検証する内部監査部門としてグループ監査部を設けています。また、外部監査法人が会計監査を実施し、会計や会計に関わる内部統制の適正性や適法性について、客観的な立場から検証しています。

コーポレート・ガバナンス体制



内部統制システムの強化

サントリーホールディングス（株）の取締役会で決議した「内部統制システムの基本方針」に基づき、コンプライアンスや情報管理、リスクマネジメントなどの取り組みを強化することで、より実効性のあるガバナンス体制の構築を目指しています。

サントリー食品インターナショナル(株)のコーポレート・ガバナンス

東京証券取引所市場第一部に上場しているサントリー食品インターナショナル(株)は、監査等委員会設置会社です。これは、取締役会の議決権を有する監査等委員である取締役が監査を行うことによる監査・監督の実効性の向上、ならびに、内部監査部門を活用した監査の実施による内部統制の実効性の向上を目的とし、より透明性の高いガバナンスを維持するために設けられました。取締役会を構成する取締役10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(2019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執行部門に委ねることで、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。

1. 当社の取締役、執行役員及び使用人並びに当社子会社の取締役、執行役員その他これらの者に相当する者及び使用人の職務の執行が法令及び定款に適合することを確保するための体制

1. サントリーグループは、サントリーグループ企業倫理綱領により、以下のとおり基本原則を示している。

「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のもとに、市民社会のルールを尊重し、コンプライアンスを最優先にする組織と風土が何より重要である。

サントリーグループの取締役、執行役員及び従業員一人ひとりは、企業市民として、社会的な倫理のうえに組織の意思決定を行い、事業活動を展開する。

2. この実践のために、法令遵守・社会倫理の遵守をサントリーグループの全ての取締役、執行役員及び従業員の行動規範とする。サントリーグループの取締役及び執行役員は、コンプライアンス経営の実践のため、法令・定款並びに企業倫理の遵守を率先垂範して行うとともにコンプライアンス経営の維持・向上に積極的に努めるものとする。

3. グローバルリスクマネジメント委員会及びサントリーグループ内に設置される各リスクマネジメント委員会（グローバルリスクマネジメント委員会及び各リスクマネジメント委員会を総称して以下、「リスクマネジメント委員会」）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、社内的重要文書の保存及び管理について、文書管理規定等を必要に応じて見直し、改善を図るものとする。
- 2.取締役及び執行役員は、株主総会議事録、取締役会議事録、重要な意思決定に関する文書等（電磁的記録を含む。以下同じ。）その他取締役及び執行役員の職務の執行に係る重要な情報を法令及び社内規定に従い保存・管理するものとする。
- 3.上記の文書等は、取締役、執行役員及び監査役が必要に応じて閲覧可能な状態を維持するものとする。
- 4.リスクマネジメント委員会において、個人情報を含む情報の保護・保存のみならず、情報の活用による企業価値向上を含めた情報セキュリティ・ガバナンス体制を構築・推進する。

III. 当社及び当社子会社の損失の危険の管理に関する規程その他の体制

- 1.サントリーグループの経営上の戦略的意思決定は、取締役会に付議されるものとする。
- 2.業務執行におけるリスクは、各取締役及び各執行役員がその対応について責任を持ち、重要なリスクについて、取締役会において、分析・評価を行い、改善策を審議・決定するものとする。
- 3.グループ経営上重要なリスクは、リスクマネジメント委員会及び品質保証委員会において、グループ全体にわたる業務遂行上のリスク及び品質リスクを網羅的・総括的に管理する。また、それぞれの重要なリスクについて、必要に応じ、当該リスクの管理に関する規定の制定・ガイドラインの策定・研修活動の実施等を行うものとする。
- 4.新たに生じたグループ経営上重要なリスクについては、取締役会において、速やかに対応の責任を持つ取締役又は執行役員を選定し、対応について決定するものとする。

IV. 当社の取締役及び当社子会社の取締役、執行役員その他これらの者に相当する者の職務の執行が効率的に行われることを確保するための体制

- 1.サントリーグループの取締役、執行役員及び従業員が共有すべき全社的目標を定め、担当取締役及び担当執行役員は、全社的目標達成のための具体的な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. 当社の監査役職務の執行について生ずる費用の前払又は償還の手続きその他の当該職務の執行について生ずる費用又は債務の処理に係る方針に関する事項その他当社の監査役職務の執行が実効的に行われることを確保するための体制

1. 当社は、監査役がその職務の執行について、当社に対し、会社法第388条に基づく費用の前払等の請求をした場合、当該請求に係る費用又は債務が監査役職務の執行に必要な場合を除き、速やかに当該費用又は債務を処理する。
2. 監査役は、当社子会社の監査役等又は監査部門との意思疎通及び情報の交換がなされるように努めるものとする。
3. 監査役会は代表取締役社長及び会計監査人と意見を交換する機会を設けるものとする。

内部統制システムの運用状況の概要

当社は“グローバル食品酒類総合企業”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・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。
- ・ 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。
- ・ 全世界のサントリーグループ従業員等を対象として、サントリーグループの贈収賄に対する考え方を定めた「グローバル反贈賄ポリシー」及び「グローバル反贈賄ガイドライン」に基づき、贈収賄規制に関する教育・研修活動に注力しております。

3) 業務執行の効率性の向上に関する取り組みの状況

- ・取締役会を21回開催し、中期計画の策定、予算策定、M&A、設備投資等経営上の意思決定を行いました。
- ・取締役会において、サントリーグループの経営成績が報告され、サントリーグループにおける経営目標の達成状況、経営課題及びその対応策について確認し、議論を行いました。

4) 監査役会に関する運用状況

- ・監査役は、取締役会、リスクマネジメント委員会等の重要な会議への出席等を通じ、取締役及び執行役員等から業務執行の報告を受けています。
- ・監査役・監査役会は、監査部門から、内部監査等の現状について定期的に報告を受けています。
- ・監査役は、当社子会社の監査役等又は監査部門と意思疎通及び情報の交換を行っています。
- ・監査役会は、代表取締役社長、社外取締役及び会計監査人と意見を交換する機会を設けています。

5) 内部監査に関する運用状況

監査部門は、監査計画に基づき当社各部門及び国内外の子会社について内部監査を実施し、必要に応じて改善のための指示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。

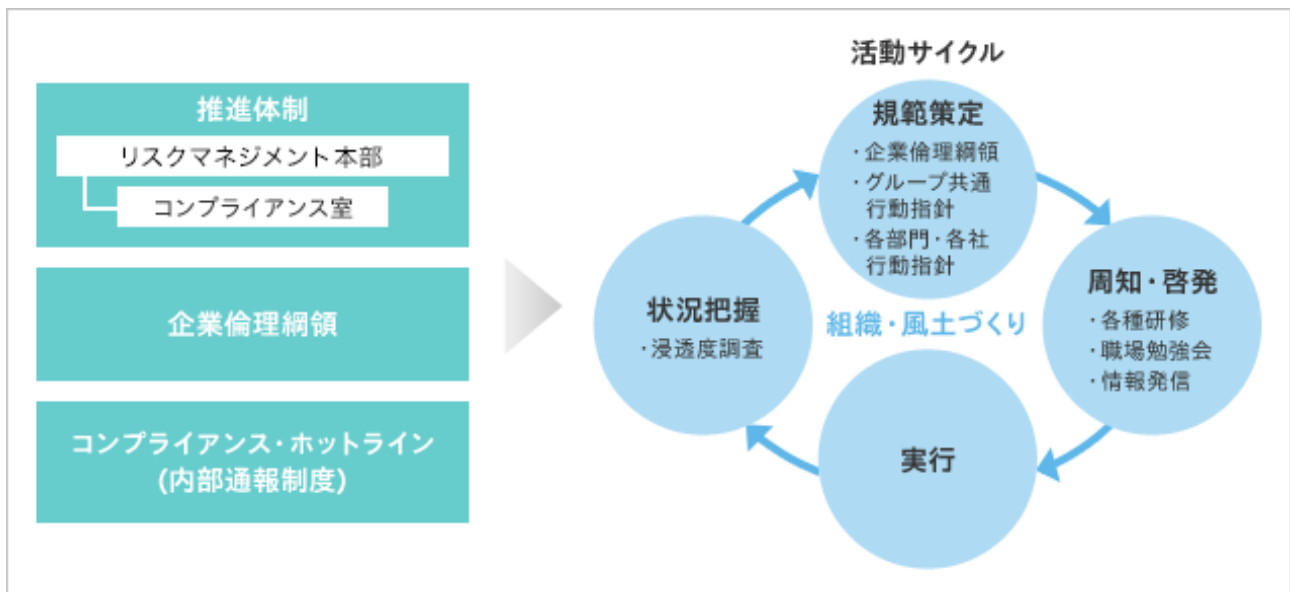
■現場に根ざした推進体制

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。

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。

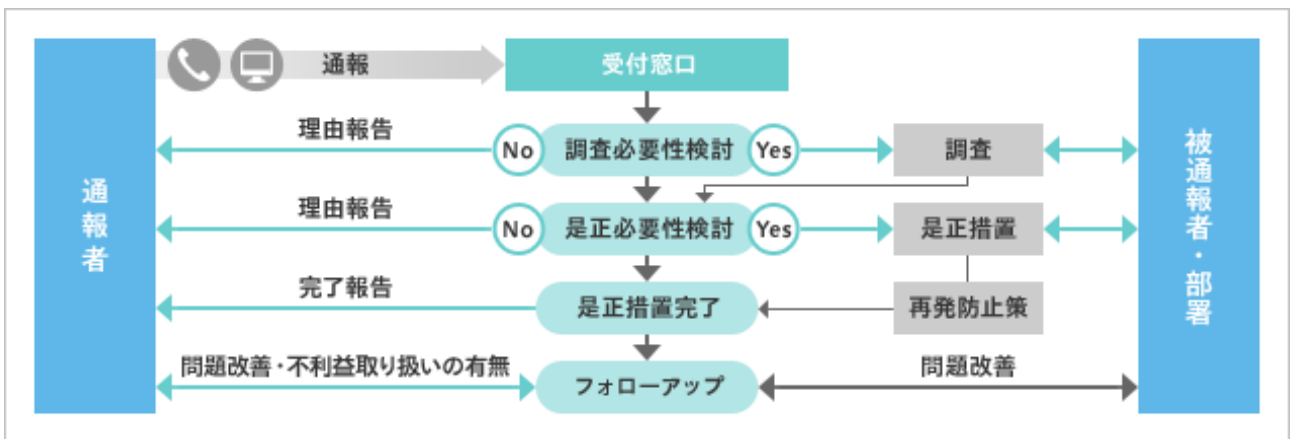
また、グローバルリスクマネジメント体制の一環として、海外グループ会社も包括した全世界共有の通報受付窓口を、2016年4月より設置しています。

2018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202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84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。

■通報者等の保護

サントリーグループでは「コンプライアンス・ホットライン」の設置と同時に、就業規則で通報者が不利益を被るような取り扱いを禁止しています。また「内部通報制度規定」を制定し、通報者のみならず調査協力者への不利益な取り扱いを禁止すること、対応後に通報者をフォローアップすることなど、通報者等の保護を徹底しています。

コンプライアンス・ホットライン対応フロー



コンプライアンス実践のための活動

■「企業倫理綱領」をグループ全体へ周知

サントリーグループの全役員・従業員が「企業倫理綱領」を理解し、日々の行動の中で実践していけるよう、サントリーグループの理念や「企業倫理綱領」をまとめた小冊子を配布しています。

毎年年初には、国内サントリーグループ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。

また、2018年は前年に続き、事業会社のマネジャー層を対象に弁護士によるコンプライアンスセミナーを実施し、判例を引用し具体的なハラスメントや酒席のマナー等の注意点を確認しました。



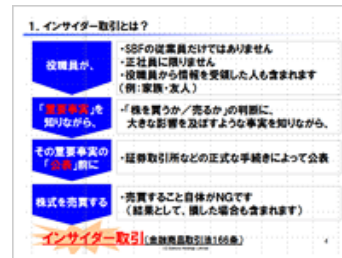
コンプライアンスセミナー

■グループ会社の推進活動を支援

グループ各社はそれぞれの会社の推進責任者が中心となって活動を行っています。コンプライアンス室では、各社の課題に応じた施策の提案やツールの提供、集合研修の実施など推進活動を支援しています。また、国内グループ会社へ新たに着任する役員・管理職を対象に、コンプライアンス経営の牽引役としての役割をより深く認識するための研修を実施しています。

■インサイダー取引防止体制の整備と社内啓発

グループ会社であるサントリー食品インターナショナル(株)および(株)ダイナックが東京証券取引所市場に上場していることから、サントリーホールディングス(株)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ポート類の透明化を求めている。独占禁止法を運用する公正取引委員会との連携も定めている。

■事業活動の透明性を保つために贈収賄などを禁止

サントリーグループは「企業倫理綱領」の中で、政治・行政・関連団体や企業など、相手がいかなる法人・個人・団体であっても、過度な接待・贈答を禁止し、法令を遵守した健全で透明な関係を保つことを定めています。

また、業務上で関わる相手との関係や、日常的に起こりうるケースを想定し、具体的に取るべき行動や判断の指針を示した「サントリーグループ共通行動指針」を作成しています。この指針は、国内グループ各社の全役員・従業員が常に確認できるようイントラネットに掲載しています。

■グローバルコンプライアンスの取り組み

サントリーグループのグローバル展開に伴い、グローバルな推進体制構築、グローバルスタンダードへの対応に取り組んでいます。The Foreign Corrupt Practices Act(FCPA)等の世界各国の贈賄に対する規制強化に伴い、2015年にはグローバルスタンダードに合わせた接待・贈答に関するガイドラインを制定し、説明会やeラーニングにより周知理解の展開を図りました。2016年はグローバル反贈賄ポリシーを制定、接待・贈答に加え、寄付や政治献金などを含めた新たなガイドラインを制定しました。2019年からは海外グループ各社を含めガイドラインの再確認を目的にeラーニングを実施する予定です。また、グローバルコンプライアンス体制の一環として、海外グループも包括した全世界共有の通報受付窓口を、2016年4月より設置し、贈賄や人権侵害に限定せずコンプライアンス違反に関する通報を受け付けています。2018年はグローバルホットライン窓口を通しての通報はありませんでした。尚、児童労働や強制労働に関する通報は発生していません。

コンプライアンス・組織風土の状況把握のため従業員意識調査を実施

コンプライアンス・組織風土の状況および個別課題の有無をグループ全体にわたって把握するため、国内グループ全従業員を対象とした「意識調査」を実施しています。その調査結果から、全社および各部署の個別課題を把握し、グループ全体のコンプライアンス意識醸成のための取り組みを検討します。また各社の経営層や管理職とその課題を共有し、各社各部署の自主的な課題解決のアクションにつなげています。

海外グループ会社においても独自の調査を行い、コンプライアンス経営の実践に役立てています。

コンプライアンス

サントリーグループ企業倫理綱領

序文

「サントリーグループ企業倫理綱領」はサントリーグループの企業理念を実現するために、私たち一人ひとりがとるべき具体的な考動のあり方を示したものです。

「サントリーグループ企業倫理綱領」の実践にあたり、基本となる考え方が「コンプライアンス」です。サントリーグループが考えるコンプライアンスとは、“Comply with another's wish (相手の期待に応える)”，つまり、法令遵守はもちろんのこと、お客様、お取引先、地域・国際社会、自然環境、従業員など、私たちが関わるすべてのステークホルダーの期待に応える、より高い水準の倫理的考動を追求し、実践することです。

私たちはどのような変化の時代にあっても、“Growing for Good”を目指すサントリーグループの一員として、それぞれのステークホルダーに真摯に向き合い、多様な価値観の存在を受け入れ、公正・誠実な事業活動を行います。そのような考動を通してこそ、サントリーグループが真に人々や社会から信頼され、選ばれる、価値ある企業グループであり続けられると、私たちは信じています。

1. お客様志向の実践

お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安全・安心で質の高い商品やサービスを提供するとともに、誠実で透明なコミュニケーションに努めます。

1.1 商品・サービス

商品やサービスの企画開発・原料調達から製造・販売に至るまで、お客様の期待に応える価値を創造し、提供します。

1.2 情報提供・責任あるマーケティング

安全・安心に関わる情報をはじめ、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ない。また、報告・相談したことを理由とするいかなる報復措置も許容されません。この綱領に抵触する行為を行った場合は、その内容に応じて、グループ各社の社内規則に基づき処分の対象となる場合があります。

解釈

この綱領の解釈・運用等についての疑義等がある場合は、SHDコンプライアンス室に照会をしてください。

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ティ」を、ピームサントリーに「グローバルリスク&コンプライアンスコミティ」を、またサントリービール(株)等各事業会社に「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は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体制基盤構築・強化

国内グループ会社のリスクマネジメント体制基盤の構築・強化を目的に、グループ会社各社とサントリーホールディングス(株) リスク対応主管部署による「リスクマネジメントステアリング会議」を継続的に実施しています。双方向のディスカッションを通じて、各社固有のリスク課題の共有、課題の解決に向けた対応策の検討を行っています。

■事業継続計画（BCP）の策定と実施

近年、自然災害（大規模地震、台風や集中豪雨による洪水・土砂災害、雪害、火山噴火など）や、新型インフルエンザ・ノロウイルス等の感染症など、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回実施するなど、啓発に努めています。また、大規模地震を想定した防災訓練や徒歩による帰宅訓練なども、定期的を実施訓練を行っています。



「災害対策本部」立ち上げ訓練の様子

災害時の対応体制

大規模災害時には、サントリーホールディングス（株）総務部を中心とした「対策本部」を設置し、傘下に各部門別の「対策チーム」を配置して、迅速に初動対応を行います。対策本部では、従業員や家族の安否確認や被害情報の収集・整理をはじめ、各部の活動方針に沿って実施する「事業所機能復旧」「情報システム復旧」「救援物資等手配」「生産機能復旧」「得意先・地域社会支援」などを統括します。また、これらの体制や手順をイントラネットに掲載し、従業員がいつでも確認できるようにしています。2011年の東日本大震災以降、対応マニュアルの見直しや通信手段、災害備蓄品の増強、グループ会社を含めた災害発生時の体制強化を図り、2016年4月の熊本地震や18年9月の北海道地震発生時に、この体制が機能し、いち早く安否の確認や救援、復旧支援にあたることができました。

■感染症対策

2009年に新型インフルエンザが流行（パンデミック）して以降、「インフルエンザ予防マニュアル」に基づく日常での予防対策、発生時の対応プロセスを示したマニュアルを策定し、全従業員への周知を図るとともに、発生時の報告体制を明確化し、感染症の拡大防止策を強化することで業務執行に影響が出ないように対策を講じています。加えて、強毒性感染症に関する行動指針を作成し（2015年改定）、あらゆる感染症に対処しています。また、疾病のまん延時や強毒性の新型インフルエンザなどが発生した際にも事業を継続できるようなBCPを策定しています。

■海外出張者への安全管理

近年グローバル化が進む中、海外出張時のさまざまなリスクへの対応が課題となっています。サントリーホールディングス（株）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。

反贈賄

The Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) 等の世界各国の贈賄に対する規制強化に伴い、2015年は全世界のサントリーグループ役員・社員に向け、反贈賄活動に関するサントリーグループの基本的な姿勢を宣言する（Anti-Bribery Measures）とともに、グローバルスタンダードに合わせた接待・贈答に関するガイドラインを制定し、周知理解の展開を図りました。グローバルリスクマネジメント委員会での各取り組みを取締役会において報告しています。2016年にはグローバル反贈賄ポリシーを制定、接待・贈答に加え、寄付や政治献金などを含めた新たなガイドラインを制定しています。

「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の1つである「情報セキュリティリスク」に対応するために、グループ全体で情報セキュリティ体制を強化しています。また、グローバルセキュリティポリシーを制定し、グローバルレベルでの情報セキュリティ強化に努めています。

■情報セキュリティ体制強化

企業の情報セキュリティに対して、より適切な管理を求める社会的要請が高まっていることから、「サントリーグループ情報セキュリティ基本方針」を定め、情報資産の保全としくみによるガバナンスを図っています。

また、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
- ・各社のリスクマネジメント推進責任者・リーダーによるメンバーへの働きかけ

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

お台場オフィス、大阪オフィスをはじめとする各事業所にセキュリティカードを用いた入館管理システムを導入しています。

また、セキュリティカードとパスワードを用いた認証機能により、全社の情報システムのアクセス管理を強化しています。

このほか、情報漏洩を防止するため、情報記録媒体へのデータ書き出し禁止措置、重要情報（個人情報・機密情報）を安全に保管するためのシステム（自動暗号化）設置、Eメール自動転送不能措置、社外からの不正アクセス・攻撃防止のためのファイアウォール設定および監視などの対策を行っています。

■SNSリスクへの取り組み

ソーシャルメディア(SNS)の普及により、個人が簡単に情報発信できるようになりましたが、他方、ネガティブ情報がSNSを通じて広く拡散され、企業価値の失墜を招くケースも見られます。

サントリーグループでは、SNSリスクの低減を図るために、活用に関する各種基準・ガイドラインの制定、リスクの早期発見、対応体制の確立はもとより、従業員の感度醸成活動（eラーニング、セミナー、SNS利用ガイドブックによる啓発活動等）にも取り組んでいます。



SNSリスクセミナーの様相

■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。

国内グループ会社
の活動



海外グループ会社
の活動



国内グループ会社の活動

SUNTORY
SUNTORY BEVERAGE & FOOD

サントリー食品インターナショナル (株)

国内・海外の食品事業



ハーゲンダッツ ジャパン (株)

スーパープレミアム・アイスクリーム「ハーゲンダッツアイスクリーム」の製造・販売



(株) ダイナックホールディングス

「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



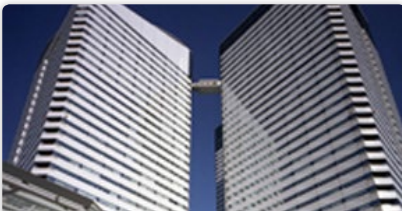
井筒まい泉 (株)

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 | 501億円 (2018年度) |
| 従業員数 | 249名 (2018年12月末) |
| 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 | http://www.haagen-dazs.co.jp/ |



会社概要・理念

■ “Dedicated to Perfection. (完璧を目指す)”

1984年8月の創業以来、ハーゲンダッツ ジャパン (株) は「お客様の期待を超えるフローズンデザートを提供することにより、お客様に喜びと感動を提供し続ける」ことを使命として企業活動を行っています。

その活動を支える哲学ともいえる企業理念が「Dedicated to Perfection (完璧を目指す)」です。商品の開発からお客様の元に届くまで、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社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、新入社員向けの研修には、アイスクリームの品質に関するセミナーも組み込み、品質意識の向上を目的に、従業員向け各種セミナーも実施して品質管理の大切さを十分に身につけられるように配慮しています。

■お客様との関わり

お客様とのコミュニケーションを強化

お客様とのコミュニケーションを大切に、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、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。このしく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CO₂削減に向けた取り組みを推進

生産から物流、販売に至るまでCO₂削減に向けた省エネ活動を推進しています。また、オフィスでも電気や紙などの使用量を管理して、省エネ活動に取り組んでいます。

包材の軽量化

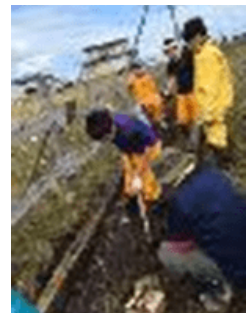
ミニカップ、リッド、スプーンや段ボールなどの包材を薄肉化し、包材軽量化による環境負荷低減に取り組んでいます。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

霧多布湿原ナショナルトラストを支援

主原料の牛乳の生産地である北海道根釧地区において、2007年から厚岸郡浜中町の霧多布湿原ナショナルトラストへの支援を行っています。霧多布湿原は国内では3番目に大きな湿原で、1993年にはラムサール条約にも登録されています。資金面の支援に加え、毎年当社従業員が地元の方々とともに、木道の補修をするなど湿原の景観保全のボランティア活動を行っています。このボランティア活動は2018年で12回目となり、20名の従業員が参加しました。この活動は、引き続き毎年実施していく予定です。



木道補修風景

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年は、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、神奈川県にある施設を訪問し、ハーゲンダッツのアイスクリームをお届けしました。

※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・神奈川県の小中学校を中心に出張授業「おいしさってなんだろう?」というプログラムを年間約30校で実施しています。「食への感謝の気持ち」や「仲間と協力する楽しさ」、また「仕事を通じて誰かに喜んでもらう嬉しさ」を多くの子どもたちに体験してもらっています。

その他、2018年はハーゲンダッツの牛乳の生産地である浜中町の中学校と高校で実施、また「サントリー東北サンさんプロジェクト」の一環として、福島県のいわき市・南相馬市、岩手県山田町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）本社での企業訪問を受け入れ、「ブランド」「品質へのこだわり」「商品開発の流れ」などを学んでいただいています。2018年は41校323名の企業訪問を受け入れました。



企業訪問の様子

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

公正な人事制度を整備

従業員がやりがいをもって働けるように、自己評価と上司からの評価を面接で話し合い、公正で納得性の高い評価制度を整備しています。

障がい者雇用を促進

主に本社事務職などの業務を対象に、障がい者雇用を行っています。

ワークライフバランスを推進

従業員の仕事と家庭・社会生活の両立を支援するために、ワークライフバランスに配慮した取り組みを推進しています。特に、長時間勤務は従業員の心身への影響も大きいため、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ほか、パソコンの使用可能時間を5:00～20:00に限定するなど、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 | 〒160-0022 東京都新宿区新宿1-8-1 (大橋御苑駅ビル8F) |
| 設立 | 1958年3月 |
| 資本金 | 17億4,162万円 |
| 売上高 | 360億9,646万円 |
| 従業員数 | 922名 |
| 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、語り、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

■CSR経営の推進

CSRの考え方

CSRの基本は本業を全うすることであり、安全・安心な「最高の商品」と「最高のサービス」を提供し、お客様からいただいた「ありがとう」「おいしかったよ」「また来るよ」といった言葉を仕事の喜びにつなげて持続することと考えています。

コーポレート・ガバナンス

(株)ダイナック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CSR推進部を設け、組織機能のすべてにおいてCSR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」も定期的を実施し、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

ホームページやレシートアンケート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。近年では、性別や年齢にとらわれず多様な従業員が活躍できるよう社内体制を整備し、その結果、女性の管理職も増えつつあります。

また、各店舗における地域への貢献も企業成長のために不可欠であり、特に障がい者雇用は重要な課題だと考えています。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 | 271億円 (2018年度実績) |
| 従業員数 | 318名 (2018年12月) (連結) |
| 事業内容 | カフェとしてもバーとしても利用場面の多い「PRONTO」の経営およびフランチャイズ展開 |
| ホームページ | http://www.pronto.co.jp/ |



会社概要・理念

■Dream comes true !

今年で創業30年を迎えた(株) プロントコーポレーションは、昼はカフェ、夜はバーとなるオンリーワン業態の「プロント」をはじめ、カフェ業態や立ち飲みバーなどを主にフランチャイズで展開しています。

2001年には「プロントルネッサンスプロジェクト」という経営改革の一環で経営理念を再構築し、“Dream comes true !” を目標として掲げました。これは「従業員が楽しく働ける会社」で「お客様に喜ばれるお店」を増やすことによって、加盟店・本部がともに成長していくことを表現しています。

主な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

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、企業の基盤的で根幹的な活動に注力しています。社長を委員長とするコンプライアンス委員会の定期開催、幹部・管理職への研修、職場単位での研修、職場リーダーによる職場勉強会などを通じて、企業人としてのあるべき姿を再確認しています。また、社内イントラネットでコンプライアンス、リスクマネジメント、品質保証、環境などのさまざまなCSR活動に関する情報を全従業員へ発信し、意識啓発を図っています。

さらに、従業員によって倫理的に正しくない行為が行われていることに気づいた際、報告・相談できる窓口として「コンプライアンス・ホットライン」を設置しています。このホットラインについては「コンプライアンス・ハンドブック」や全従業員・直営キャスト全員に配布した名刺サイズのカードや各種研修で従業員への周知徹底を図っています。

CSRという概念を独自に解釈し、全従業員で共有

CSR経営を推進していくためには、全従業員が共通の価値観をもつことが何よりも重要だと考えています。すべての従業員に、プロントが考えるCSRを正しくわかりやすく伝えるためにCSRという言葉で「Customer Smile Relationship (プロントグループに関わるすべての人たち (Customer) が笑顔 (Smile) になるような関係 (Relationship) をつくる)」と定義し、プロント流CSRを推進。ハンドブック「SHARING SMILE」を作成し、全従業員に配布。従業員には、心のこもったおもてなしを提供することが、お客様の笑顔につながると伝えています。



「当たり前のことを、あえてメッセージとして伝える」ことを主眼に絵本タイプの「ハンドブック」を作成

コンプライアンスの浸透を徹底

コンプライアンス面では、全従業員に冊子「Suntory 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ももちろん、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、ビンジドリンク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サイトでのアレルギー情報開示

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。既存のお店は順次、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ていきます。今後も社会からの要請や法令等に対応して店内環境の向上に努めていきます。



店内に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CO₂の削減に努めます。
 - 2.廃棄物の減量化・再資源化に取り組みます。
 - 3.従業員自らエコオフィスを実現し、グリーン調達を推進します。
 - 4.地域と連携した環境保全活動に努めます。
 - 5.広く社会に環境情報を開示します。
- 2.環境マネジメントシステムを構築し、環境目的・目標を設定して環境保全活動に取り組み、継続的改善・環境汚染の予防につなげます。
- 3.環境関連の法規制・協定を遵守します。
- 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。

P LOVE GREEN 宣言

プロントは、2010年4月に「お客様の精神（こころ）と肉体（からだ）に安らぎと喜びを与え、明日への創造を生み出すJUNCTIONとなる」という基本理念と、プロントのブランドカラーである「Green」という原点を見つめ直し「P LOVE GREEN 宣言」を発表し、新たな活動をスタートさせました。人と自然にやさしい、また、ワクワクするプロントらしい活動を「P LOVE GREEN」と名づけ、メニューや店内環境、さまざまな支援活動という社会貢献活動にまで広がっています。

※「プロント・ラブ・グリーン」キャンペーンに関するお知らせ

マークの付いた商品代金の一部は、2010年、東京都の「海の森」プロジェクト(東京オリンピック会場)の寄付から始まり、2011年東日本大震災以降は東北被災地の緑化復興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も行い、新たに次世代の子どもたちに環境配慮の櫛(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。「Green」をテーマに国産・産地指定素材や製法にこだわった厳選素材を使った新メニューを「PRONTO」全店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。



環境緑化
緑をもっと、美しい日本へ

メニューの売上の一部と店舗募金の金額を、環境緑化のために寄付しています。今後も、日本各地の環境を良くする活動を行っています。

のマークのついた商品代金の一部は環境緑化活動に寄付されます。

地球に、緑に、LOVEを。
“ひとと自然にやさしい”
プロント計画、はじまっています。

メニュー
素材を厳選、“安心”をお届け

産地・製法にこだわった安全な素材を使用しています。これから大自然の美味しさがつまみやすくなり、メニューを続々とお届けします。

お客様・加盟店・従業員が協力して緑化を推進

「P LOVE GREEN 宣言」の活動の第1弾として、2010年5月から国産素材にこだわった商品売上げの一部を東京都の「海の森」プロジェクト(東京オリンピック会場)に寄付する「P LOVE GREEN キャンペーン」を開始しました。2010年度の東京都「緑の東京募金」への7,130,220円の寄付にはじまり、その後も継続的に各緑化活動に寄付を行っています。

また、寄付だけに留まらず、従業員とフランチャイズ加盟店の希望者が「海の森」植樹祭に参加し、2010年から5年間にわたり、述べ240名が参加し、約6,000本の苗木を植樹しました。

「海の森」プロジェクトは、ごみと建設発生土で埋め立てられた東京湾内の中央防波堤内側埋め立て地に苗木を植え、美しい森に生まれ変わらせる計画で、2020年には東京オリンピック会場として活用されることが決まっています。

この活動をきっかけに、2011年以降は日本各地の環境緑化へと活動を広げています。

2011年の東日本大震災以降は被災地の緑化事業にも寄付し、2012年および2015年には農林水産大臣感謝状をいただきました。加えて、少しずつですが復興復旧が始まった、岩手県吉里吉里地区で、高台に移転した幼稚園への植樹活動を実施。現地の方々の冬に欠かせない「復活の薪」と名づけた薪づくりの支援、関東の千葉県においても被災した防災林などの植樹活動を現地の子どもたちとともに実施しています。さらには、次世代の子どもたちへ環境学習の櫛(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

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として再資源化・リサイクルしています。

コーヒー豆かすを再利用した植木鉢「CAFE TSUCHIKO」の開発

プロントで廃棄されるコーヒー豆かすは1日約2トン。おいしく飲まれている一方で毎日大量のコーヒー豆かすが廃棄されています。

試行錯誤を重ね、誕生したのがコーヒー豆かすと間伐材からできた植物由来の植木鉢「CAFE TSUCHIKO (カフェ ツチコ)」です。

「CAFE TSUCHIKO」には、細かな空気穴があるため土に十分な空気を送ることができ、根腐れが起こりにくく、植物に最適な環境をつくれます。

また、植物由来の製品のため、植物が大きくなったら、そのまま大きな鉢や庭に植え替えることができ、自然に土に還ります。



多様な再資源化・リサイクルの推進

プロントグループでは、自然の恵みを商品としてお客様に提供していることから、その恵みをできるだけ循環させることが大切であり、将来に向けて再生していく義務があると認識しています。そのため、グループを挙げて食品廃棄物の削減に積極的に取り組んでいます。食品リサイクル法では外食産業には食品廃棄物の50%のリサイクル、または削減という義務数値が定められていますが、当チェーンは68%という数値を達成しています。



リペアによる長期使用で廃棄物を削減できる「PRONTOブロンズグラス」

お客様に「ザ・プレミアム・モルツ」のプレミアム感をより深く味わっていただくために開発した「PRONTOブロンズグラス」。ブロンズグラスは、ガラス製グラスのように簡単には破損しないものの、美しい色合いは次第に劣化します。そこでプロントでは、リペアしてブロンズ本来の色合いをよみがえらせ、長期間使用することで廃棄物の削減につなげています。



店舗での節水活動を推進

水使用量削減のため、各店舗では節水コマや節水トイレを導入しています。また、2012年から全店舗で水使用量・排水量の可視化を進め、水の使用量削減に努めています。

社会福祉活動

ビジネスパートナー様などから年末年始に頂くカレンダーで、活用できずに不要となったものを回収し、社会福祉法人港区社会福祉協議会様へ社会貢献の一環として寄付を実施しています。



環境活動に従業員も参加

従業員の有志がNPOに協力して富士山の樹海でのごみ清掃に参加しており、こうした活動を通じて店舗におけるごみ減量の意識を高め、さらにサントリー「天然水の森 赤城（法人の森林（もり）」整備活動への参加体験を通じて店舗で使う水の節水意識を高めるなどして、環境意識の啓発活動も実施してきました。



富士山の樹海での清掃活動



「天然水の森」の整備体験

プロント品川店が環境省の省エネ照明モデル事業に選定

(株)プロントコーポレーションでは、地球環境を経営資源の1つと認識し、環境との調和に配慮して、環境保全と循環型社会の実現を目指し活動しています。その一環として、LED普及前の2009年の新規店舗・改装店舗を皮切りに、客席照明の発光ダイオード(LED)採用を進めています。今では当たり前となったLEDですが、発熱量が少なく、冷房などの室内空調への負荷も軽減できるため、標準店舗と比較して消費電力を50%以上削減できます。これはCO₂換算で年間約7トンの削減に相当します。

2010年2月には、この改装プランが、環境省の「平成20年度省エネ照明デザインモデル事業[※]」に選ばれました。「Talk to the Lights ～もう一度照明と語り合いませんか」をコンセプトにした照明計画では、従来の照明を抜本的に見直し、一層の省エネと居心地のよさを演出できる照明設計を実施。客席をはじめ店内通路や外部看板の照明もLED電球に切り替え、消費電力とCO₂排出量を大幅に削減しました。

新店舗については、店内照明のほぼ100%をLED電球化していますが、既存店でも順次切り替え、現在では約8割の店舗でLED電球化が実施されています。

当社は、今後も、お客様や従業員の環境意識を高め、エコ企業にふさわしい活動を展開していきます。

[※]省エネ照明デザインモデル事業：省エネ照明の導入を通じてCO₂排出量の削減を加速させるため、省エネ照明を率先して導入する商業施設や店舗などを公募し、全国に広く普及しうる省エネ照明導入モデルの確立を目的とする事業



社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域・社会に対する取り組み

災害時の被災者支援

地震などの災害が発生したときには、携帯電話の無料電源供給やトイレの提供、さらにライフラインが止まっていない場合には温かい飲み物の提供なども行っていく予定です。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

従業員の心と体の健康をサポート

従業員のメンタルヘルス対策のために、外部専門家と提携した24時間対応の電話相談窓口を設置、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（1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、メンタルマネジメント研修、海外研修、さらにはサントリーグループ共通の応募型研修も用意しています。さらに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。



フ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 | 126億円（2018年度実績） |
| 従業員数 | 373名（2019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（仕出弁当・ケータリング） ヒレかつサンドをはじめとする各種お弁当・和風惣菜の製造および販売 |
| ホームページ | 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。一介の主婦が創業者となり東京・日比谷に開いた1号店を皮切りに、現在では直営レストラン12店舗に加え、百貨店や駅ナカを中心とした全国65店舗の直営店を運営するとともに、仕出しやお弁当、通信販売事業など、こだわりの味をさまざまな事業を通じてお届けしています。また、2012年から海外でのレストラン展開をしており、タイ12店、フィリピン2店、台湾7店の合計21店となっています。（2019年4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。

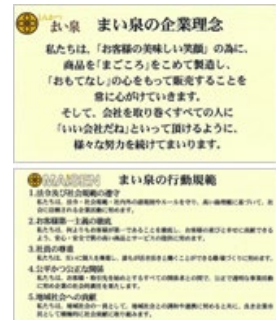
主なサステナビリティ活動

■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、創業以来の「お客様第一の心」をもって、『お客様の美味しい笑顔』の為に、商品を『まごころ』をこめて製造し、『おもてなし』の心をもって販売する」という企業理念の実践にほかなりません。

まい泉では、CSR経営の原点とも言える「企業理念」に加え、従業員がなすべきことを示した「行動規範」を策定しています。これらを携帯可能なカードにして全従業員に配布するとともに、朝礼での唱和などを通じて浸透を図っています。



企業理念と行動規範を記したカードを全従業員が携帯

行動規範

1.法令及び社会規範の順守

私たちは、法令・社会規範・社内外の諸規則やルールを守り、高い倫理観に基づいて、社会に信頼される企業活動に努めます。

2.お客様第一主義の徹底

私たちは、何よりもお客様が第一であることを徹底し、お客様の喜びと幸せに貢献できるよう、安心・安全で質の高い商品とサービスの提供に努めます。

3.社員の尊重

私たちは、互いに個人を尊重し、誰もが生き生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

創業以来、約半世紀にわたって培ってきた「まい泉」ブランドの価値を守り、高めていくために、商標登録するとともに、ロゴマークの使用についてはガイドラインやマニュアルを定めて厳格に管理しています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■食品の安全と品質への取り組み

品質を支える「こだわり」

「とんかつまい泉」の美味しさへのこだわり、「妥協」の文字はありません。お客様に本当に美味しいとんかつを召し上がっていただくために、豚肉をはじめとしたすべての食材・調理方法にこだわり、培ってきた味を妥協なく守り続けています。

衛生管理体制の確立

まい泉では、レストランや直営店舗で調理したてのとんかつを提供していますが、食材の加工や下ごしらえなどは、高津工場（神奈川県川崎市）、都筑工場（神奈川県横浜市）、大阪工場（大阪府大阪市）の3工場で行っています。最初の工場である高津工場は1995年に設立され、2008年には規模の拡大にあわせて衛生管理面も含めた全面改装を行い、汚染防止のためのゾーニングと気圧管理、異物混入防止のための金属探知機、X線探知機などを導入しました。また、品質衛生管理部を中心とした組織体制を整備するとともに、エアシャワーや粘着ローラーなど毛髪対策や、作業室に入室する際のルールを徹底しました。さらに、カードロックの導入や、工場内の順路を一方通行にするなど、物理セキュリティ対策も強化しました。これら設備面での取り組みと基準やルールづくりを推進したことで、2010年には品質管理の国際規格であるISO9001の認証を取得しています。



高津工場全景



都筑工場全景

国内均一の品質管理体制

高津工場の活動で培った品質管理の手法やノウハウをベースに、2013年に大阪工場、2016年に都筑工場を設立しました。各工場ともに徹底した品質管理に取り組んでおり、品質の維持向上に努めています。

また、フードディフェンスの観点から各工場に品質保証カメラを設置し、防犯体制を整備すると共に、作業の可視化による品質管理向上を図っています。

衛生管理教育の徹底

「食の安全・安心」を支えるのは、従業員一人ひとりの食品衛生に対する知識と意識です。このため、パート・アルバイトを含めた全従業員を対象に、徹底した衛生管理教育を実施しています。e-ラーニングに加えて、ネットワーク環境のない店舗のために紙での教材も用意しており、受講率は100%を維持しています。

■お客様との関わり

お客様との対話を重視

創業以来のモットーである「お客様第一の心を大切に」を実践するため、「お客様相談室」を設置しているほか、代表電話やWebでのお問い合わせフォームなどを通じて、お客様の声を積極的に収集しています。こうして収集した声は、広報部門が集計・分析し、毎月の経営会議や店長会議で報告・共有し、商品・サービスの改善につなげています。

お客様の声を踏まえた改善事例

まい泉では、人気商品である「ヒレかつサンド」の“パサつき”を改善するために、パンの製法やレシピを見直し続けています。2013年は、販売後、少し時間を置くとパサつきが感じられるという声を踏まえて、完成直後に実施していた検食を、お客様と同じ条件になるよう、消費・賞味期限直前でも実施するようにして、美味しさの差をなくすように努めました。今後もできたての美味しさに加えて、お客様の「喫食時品質」を重視した活動を継続していきます。

適切な情報開示

店頭や広告、Webなど、さまざまなメディアを通じた情報開示・広告宣伝については、すべて品質・衛生管理部およびマーケティング部が適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、お問い合わせにタイムリーにお応えしています。

商品ごとのカロリー表示・アレルギー表示

近年の健康ブームを踏まえて、Webサイト上で商品ごとにカロリー表示を実施しています。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、アレルギー情報を開示しており、表示義務のある7品目に加えて、推奨20品目についても表示しています。

| 栄養成分 | |
|---------------|------------|
| エネルギー:266kcal | 食塩相当量:1.7g |

| 法令で規程している特定原材料7品目 | | | | | | | |
|-------------------|---|---|----|------------|----|----|-------|
| 小麦 | 卵 | 乳 | そば | 落花生(ピーナッツ) | えび | かに | (魚介類) |
| ○ | ○ | ○ | - | - | - | - | - |

| 表示を推奨する特定原材料20品目 | | | | | | | | | |
|------------------|----|-----|------|---------|----|------|-----|------|---------|
| あわび | いか | しぐら | オレンジ | キウイフルーツ | 牛肉 | くるみ | さけ | さば | ごま |
| - | - | - | - | - | ○ | - | - | - | - |
| 大豆 | 鶏肉 | バナナ | 豚肉 | まつたけ | もも | やまいも | りんご | ゼラチン | カシューナッツ |
| ○ | ○ | - | ○ | - | - | - | ○ | ○ | - |

Webサイトでの詳細な情報開示(ヒレかつサンド3切)

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か国語(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。今後のさらなるグローバル化を見据えて、対応言語を増やしていく計画です。

■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、2019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。

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、子どもを対象としたスポーツ活動に「ヒレかつサンド」を提供しています。美味しさはもちろん、「カツ」と「勝つ」をかけたゲン担ぎ的な意味もあり、子どもたちからも好評です。



大和市少年野球教室でのヒレかつサンド贈呈

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

従業員の成長を支える環境づくり

お客様に笑顔になっていただくためには、商品やサービスを提供する従業員一人ひとりの自覚と成長が欠かせません。こうした考えをもとに、まい泉では、職種別・階層別の研修体制を整備するとともに、外部研修も活用し、従業員の成長意欲に応えています。

従業員の心と体の健康をサポート

従業員が常にい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、2012年は「スマイルコンテスト」、2013年は「社内接客コンテスト」を開催。2014年からは毎年「まい泉ホスピタリティ NO.1」をコンセプトとした「M-1グランプリ」を開催しています。いずれも、店頭での模範となる笑顔や接客ぶりを表彰するもので、表彰者のモチベーションアップはもちろん、他の従業員への波及効果も表れています。



2016年「第3回M-1グランプリ」

社内業績表彰制度

特筆すべき業績への功労や社会貢献活動など、模範となる実績を上げた従業員を表彰しています。これによって会社業績の向上と士気の高揚を図るとともに、企業理念の実現を目的とした「まい泉 of the year」制度を導入しています。2018年度には、業績部門で14名、功労・社会貢献部門で7名の社員が表彰されました。また、業績表彰者を対象に台湾での海外研修を実施しました。

ワークライフバランスの推進

まい泉では、店頭を中心に女性従業員の比率が高いこともあり、早くから仕事と家庭を両立できる環境づくりに注力してきました。2011年には産休・育休制度を導入し、多くの従業員が制度を活用しています。

ダイバーシティの推進

まい泉では、性別や年齢、国籍、障がいの有無を問わず、多様な人材が活躍できる職場づくりを目指しています。

障がい者の採用にも積極的で、2018年3月時点で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、2018年3月現在フィリピンからの実習生47名を受け入れています。

サントリーフラワーズ（株）

| | |
|--------|---|
| 本社所在地 | 〒108-0014 東京都港区芝4-17-5（相鉄田町ビル4F） |
| 設立 | 2002年7月<サントリー（株）花事業部から分社独立> |
| 資本金 | 1億円 |
| 売上高 | 44億円（2018年度） |
| 従業員数 | 51名（2018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「花のある暮らし」を提案してきました。そして、事業の拡大に伴い、2002年7月に分社独立し、サントリーフラワーズ（株）を設立しました。現在では、日本国内だけでなく、ヨーロッパや北米、オーストラリアを中心に、販売エリアは世界20数カ国にのぼり、グローバルに事業を展開しています。これからも企業ミッションである「新鮮味溢れる商品と行き届いたサービスで世界中の人々の笑顔と感動ある生活の良きパートナーとなる」ことを目指し、日々活動してまいります。

主な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、「花のある暮らし」を提案する企業としての行動指針を、グループ企業倫理綱領に基づき制定。社内への徹底を図ることで、コンプライアンス経営活動を全従業員で推進しています。

知的財産権を保護・活用

植物の育成者権や商標権などを活用した、サントリーフラワーズ（株）ならではの高付加価値商品を継続して提供できるよう、自社の知的財産権の保護に努めるとともに、その侵害に対しては適切な処置を行っています。また、第三者が保有する知的財産権に配慮し、権利侵害を行わないよう社内教育を徹底しています。

下請法を遵守

サントリーフラワーズ（株）にとって、花苗、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「花のある暮らし」「育てる楽しさ」を提案

多様化するライフスタイルに合った植物の楽しみ方を提案することで、お客様とのコミュニケーションの輪を広げていきたいと考えています。お客様に「花のある暮らし」「育てる楽しさ」をご提案し、ご満足いただくために、サントリーフラワーズ（株）では、ホームページ上に販売店様を検索できるコーナーや育て方に関するQ&A、育て方動画、品種ごとの特性紹介、品質管理の取り組みなどを掲載しているほか、お客様センターを設置し、電話やEメールを通じてさまざまなご相談にお応えしています。また、商品ラベル裏面には、植物の特性や栽培のポイントを記載しています。



お客様の声を活かした商品・サービスの改善

サントリーフラワーズ（株）のお客様センターに入るお客様のご意見・ご要望の情報は、すべて記録するとともに定期的に集計しています。そして、情報を関係者で共有し、商品・サービスの改善や新商品の開発に活かしています。

安全・安心への取り組み

お客様に安心して「花のある暮らし」をお楽しみいただくため、オランダにある園芸作物の品質検査を行う公的機関の検査基準に沿って、商品母株の微生物や細菌類を調べるウイルスおよびウ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、契約農家へ農業使用時の環境配慮を引き続き要請するなどの活動を行いました。従業員に対する環境教育としては、入社研修時のほか、年1回のe-ラーニングを実施し全従業員が受講しています。

本社事務所の環境配慮

2011年7月の本社事務所の移転に伴い、新事務所では当初から天井の蛍光灯を半分に間引き、エントランスやリフレッシュコーナーにLED照明を導入することで、移転後の電気使用量を2008年比で79.4%と削減しました。

物流におけるCO₂削減

輸送エリア内での需給率を高め、商品の輸送距離をできる限り短くするなど、物流におけるCO₂削減活動に取り組んでいます。

環境に配慮した商品の発売

近年の環境意識の高まりを受けて、サントリーフラワーズ（株）は、グリーンカーテン向け商品（エコゴーヤなど）や葉の蒸散効果の高い商品（サンビーナス、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、地域の皆様が花を育てることを通じて、会話や笑顔の輪が広がった、というレポートを多数いただきました。また、花を通して仲間と協力することや、地域の方々との交流に役立てていただくことを目的に、全国の小学校に花苗を寄贈（応募形式）し、子どもたちが花を育てる活動を支援する活動「キッズガーデニングプロジェクト」を展開してきました。2017年からはこれらの活動を集約し、東北、熊本の震災復興支援を中心とした活動を展開しています。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

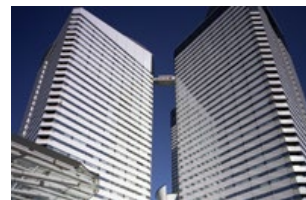
自己啓発促進のために、サントリーグループ共通の自己啓発支援プログラム「SUNTORY Self Development Program」を導入し、従業員が必要とするさまざまなプログラムを受講できるようにしています。

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 | 105億円 (2018年12月期) |
| 従業員数 | 192名 (2019年1月1日現在) |
| 事業内容 | ・酒類関連備品販売 (酒販店様・飲食店様向け) ・企業の販促支援・代行 (キャンペーン企画・景品提案・配送・ 事務局運営等) ・ワイン等酒類の店頭・通信販売 |
| ホームページ | 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、2016年1月1日、(株)サントリーショッピングクラブとサントリーサービス(株)が統合して誕生した会社です。

■企業理念

私たちは、社会のよき一員としての役割を果たすため、さまざまな活動を通じてあらゆるお客様のさらなる満足の確保、維持、向上に努めます。

お客様とのコミュニケーションを大切に、お客様に信頼され、喜んでいただける安心・安全な製品、サービス、情報の提供を行うとともに、お客様の声を企業活動に反映させていきます。

主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

個人情報厳格に管理

サントリーマーケティング&コマース(株)は、販促キャンペーンの受託事業やワイン等の酒類・関連グッズの販売事業を行う中で、数多くのお客様情報をお預かりします。大切なお客様情報の紛失や漏洩などの事故を防ぐために、JIS Q 15001に準拠した個人情報の管理を厳格に行っています。



プライバシーマーク

コンプライアンス浸透・啓発

私たち一人ひとりがよき企業市民であると同時に、よき市民であることを常に念頭において業務を行えるよう「コンプライアンス・ハンドブック」を全従業員に配布するとともに定期的な勉強会を開き、コンプライアンス浸透を推進しています。

■品質への取り組み

徹底した品質の確保・向上

サントリーグループの一員として、各種関連法規およびサントリーグループの品質方針を遵守し、徹底した品質管理を行っています。

新規商材の開発、既製品の調達において企画・開発から、原材料の選定・調達・製造・流通・販売に至る商品ライフサイクルに関わるすべてのプロセスで、徹底した品質の確保・向上に取り組んでいます。



ハイボール用ジョッキの
液温度変化テスト

■環境への取り組み

身近なことから環境配慮を实践

「全社員が参加できる、身近なことから取り組んでいこう」という考えのもと、地球温暖化防止に取り組んでいます。事務用品などのグリーン購入もその1つです。また、空調設定温度の調節や照明を間引き点灯するなどの取り組みのほか、物流部門では梱包資材の再利用や欠品による口割れ（分割・後送）出荷の防止などCO₂の削減につながる活動を積極的に行っています。

■お客様との関わり

お客様の声を全社で共有

電話やEメール、インターネットなどを通じていただく、お客様からのお問い合わせやご意見・ご指摘などを、全社で共有し、商品の開発、品質の改善などにつなげています。

ご要望に応える商品を提供

当社のお取引先である居酒屋、バー、レストランなどでは、食器類のスペースの確保に苦労されているケースが多く見られます。

このような背景を受けて「スタッキングビアピッチャー」を開発しました。通常は重ねることのできないビアピッチャーの形状を工夫し、積み重ねて収納ができるようにした商品で、省スペースにつながるご好評をいただいています。

また、ハイボール、カクテルなどはつくる人によって味に違いが出てしまうことがあるとお客様の声を受け、定量のアルコールが正確に出てくる「ワンプッシュ型定量ディスペンサー」を開発し、大ヒット商品となりました。

当社は、単に商品の品質だけではなく、飲食店様が提供する飲料・サービスの品質の維持・向上にも徹底的にこだわっているのです。



「スタッキングプラスチック
水差し」と「ワンプッシュ型
定量ディスペンサー」

地域・社会に対する取り組み

ボランティア休暇制度

個々の従業員には地域福祉活動、ボランティア活動に積極的に参加できるよう、ボランティア休暇制度を設けています。

大規模災害時の支援体制を構築

大規模災害の発生時には、従業員の安全確保と同時に地域への救援活動を行い、社会の一員としての役割を積極的に果たす体制を構築しています。

■従業員に対する取り組み

公正でオープンな評価を徹底

公正でオープンな人事評価を行うため、目標設定にあたっては上司と部下が面談し、納得のいく設定に努めています。また、考課結果は必ず本人にフィードバックし、透明性を確保しています。

自己啓発を支援

従業員一人ひとりの自己啓発を支援するため、サントリーグループのあらゆる研修プログラムの受講について支援しているほか、外部研修機関との提携により自己啓発や能力開発に関する研修の受講を制度化しています。

健康増進のための取り組みを実施

産業医による定期的な健康相談会を設け、健康に不安があるときの相談、残業の多い従業員のケアを迅速に行う体制を整えることで、疾病予防や健康の維持管理を推進しています。また毎週水曜日の「ノー残業デー」を全社的な取り組みとして徹底し、労働時間の適正化とメリハリのある職場環境づくりを進めています。

職場のメンタルヘルス対策を推進

当社では、産業医と緊密に連携して、従業員のメンタルヘルス疾患の予防はもとより、早期発見、治療、療養、回復に努めています。また、退職者の復職に際しては、きめ細やかなプログラムによりスムーズな復職を支援しています。

ライフワークバランスの推進

育児・介護のための休暇または短時間勤務制度が、単に法律どおりに決められているのではなく、実際に運用され、実績となっています。

サントリーパブリシティサービス(株)

| | |
|--------|---|
| 本社所在地 | 〒135-0061 東京都江東区豊洲3-2-24 (豊洲フォレシア16F) |
| 設立 | 1983年3月1日 |
| 資本金 | 1億円<サントリーホールディングス(株) 100%出資> |
| 売上高 | 70億6,500万円 (2018年12月期・連結ベース) |
| 従業員数 | 2,628名: 契約社員、アルバイト等含む (2019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：文化ハビ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、定期的の実態調査を行っています。新しく設置された部署については、下請法対象会社との取引における注意点などについての説明会を実施し、下請法を遵守するよう確認を行っています。

企業調査を実施して信頼性を確認

新たにお取引を開始する際、サントリーパブリシティサービス（株）は新規にお取引を開始するお取引先についての企業調査を実施するほか、「反社会的勢力の排除」の契約条項を盛り込んだ契約書を交わして、お取引先の社会的立場や信頼性を確認しています。

また、食品やグッズなどの開発を委託しているお取引先に対しては定期的に製造現場を調査。品質管理・環境への取り組みなどを確認しています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

販売する商品にも環境視点を採用

商品を新たに開発する際や、取り扱う際には、(1) 商品や包材に環境に負荷のかかる素材を使用しない、(2) 包材識別マークを付ける、(3) 過剰包装を行わない、などの環境視点での基準を設けています。また、製造元の環境への取り組み状況もあわせて確認しています。

次世代環境教育「水育(みずいく)」を展開

「水育(みずいく)」は、次世代を担う子どもたちに、人間にとっての水の大切さや関わりの深さなどを伝え、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の高い企画、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。



「子どもレセプション体験」

地域の子どもたちに文化芸術に親しみをもってもらうきっかけとして、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。

女性の活躍推進に関する認証「えるぼし」（厚生労働省）を獲得

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
- ・「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っています。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



Pepsi Bottling Ventures Group ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ

ペプシ系ボトラー



Suntory Beverage & Food Asia サントリー食品アジア

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



Suntory Garuda Group サントリーガルダ・グループ

清涼飲料の製造・販売



Suntory PepsiCo Vietnam Beverage サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジ

清涼飲料の製造・販売

frucor SUNTORY

Frucor Suntory フルコア・サントリー

清涼飲料の製造・販売



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

- ・ オランジーナサントリーフランス
- ・ ルコゼードライビーナサントリー
- ・ シュウェップスサントリーエスパーニャ
- ・ シュウェップスインターナショナル

サントリー食品ヨーロッパ

本社所在地 40-52 bd du parc, 92200 Neuilly-sur-Seine - FRANCE 2
Longwalk Road, Stockley Park, Uxbridge UB111BA - UK

事業内容 欧州を中心とした飲料事業の経営戦略の立案、経営管理等

ホームページ <http://www.suntorybeverageandfood-europe.com/>

オランジーナサントリーフランス

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

ルコゼードライビーナサントリー

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

シュウェップスサントリーエスパーニャ

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

シュウェップスインターナショナル

本社所在地 SIL, Media arena 5-6, 1114BC Amsterdam-Duivendrecht,
THE NETHERLANDS



10の中核商品：オランジーナ、シュウェップス、ルコゼード、ラ・カセーラ、プルコ、トリーナ、オアシス、ライビーナ、サニーデライト、メイ・ティー

会社概要・理念

■目標をもった持続可能な成長

SBFEの2025ビジョンは、目標をもった持続可能な成長「Growing for Good」を実現することです。その中心にあるのが私たちの「水と生きる」という約束です。当社の持続可能性アプローチの重点は、次の4つのコンセプトです。Our Drinks（私たちの飲料）、Our Resources（私たちの資源）、Our Society（私たちの社会）、Ourselves（私たち自身）です。これらの領域での影響や問題を管理し、リーダーシップを醸成することで、お客様や自然、人そして従業員と響きあうことを模索しています。事業による負の作用を最小限に留めて、社会貢献を最大限にしていきます。責任とリーダーシップを担うこの枠組みが、私たちの道標、推進力、意義となります。そして、私たちの大きな目標である「目標をもった持続可能な成長」のビジョンを実現するための指針となります。



Our DRINKS (私たちの飲料) ~お客様と響きあう~

私たちは、Our DRINKS (私たちの飲料) というコンセプトのもとで商品に対する信頼を醸成し、お客様の生活の中で恵みをもたらす役割を担うことでお客様と響きあいます。周りに先駆け、お客様が減らすよう求める成分を抑え、より健全で幸せにするような優れた成分を奨励することなどをとおして、業界をリードします。

■砂糖の減量

イギリスとアイルランドでは、飲料全体の成分を見直し、商品の平均砂糖含有量を合計で50%減量しました。これは砂糖にして2万5500トン、熱量にして981億カロリー分の減量です。また、低糖で低カロリーの飲料の発売や、Lucozade Zeroを人気のリアリティ番組Love Islandの2018年スポンサーにするなど、低糖飲料の宣伝を増やしました。

スペインでは、商品から摂取する砂糖とカロリーを積極的に管理するようお客様に働きかけています。私たちのブランドに低糖・無糖が選択肢としてあることをお客様に示し、多くの人気商品のカロリーや砂糖を減量しています。また、その場面、機会に則した飲料の摂取を継続して促しています。この12年間で、砂糖が添加されている商品から32%の砂糖を削減しました。現在、スペインにおける商品の40%が低糖になっています。

フランスでは10年前に、楽しみと栄養を両立させるという取り組みのもとに、National Programme of Nutrition and Health (PNNS) 憲章に署名しました。2018年には、砂糖が添加された商品の砂糖含有量を25%減量(2006年比)しました。フランスでの次なる目標は、2020年までに29%の減量にすることです。

■恵みをもたらす選択

SBFEでは、アクティブで健康的なライフスタイルを奨励しています。シュウェップス、ライビーナ、ルコゼード、La Casera、Trinaなどの中核ブランドで、多彩なゼロドリンクがあります。

■より自然に

私たちは、「Enjoyable Wellness (楽しく健康に)」のコンセプトを通じて、次なる飲料革命をもたらしたいと考えています。「健康」をキーワードとした、よりヘルシーな飲料をお客様が追い求めていることを知っています。お客様は、自然な味わいの本物でシンプルなドリンクを探しています。MayTeaは、その思いを形にした革新的な商品の一つです。成分の94%が煎じたお茶で、低カロリーありながら、甘味料、人工着色料、人工香料、保存料を添加していません。

Our Resources (私たちの資源) ～自然と響きあう～

私たちの生活や事業が依拠する自然に負荷を与えず、資源を消費しすぎることなく、自然と調和する方法で天然資源を使用しています。あらゆる事業で、調達、生産、梱包、配送、販売、廃棄物のすべての段階で「水と生きる」の考えを実践することで環境への影響を最小限に抑えます。

■減量・改善されたパッケージ

SBFEは、展開する地域のすべてでパッケージを100%リサイクル可能にするための取り組みを行っています。パッケージが環境に及ぼす影響を最小限に抑えるための新しい対策を、R&Dチームとパッケージ改良チームが共同で行っています。UK Plastics Pactなどと連携し、パッケージやその廃棄物の削減の成果が芽を出し始めています。スペインでは、すでに一次包装のすべてが100%リサイクル可能になっています。フランスでは2018年にプラスチック包装が2006年と比べて17.6%削減されており、2020年までに20%に削減するのが目標です。

■廃棄物の削減

生産施設で発生する埋め立て廃棄物ゼロを目指し、その目標の達成に向けて着実に進捗しています。また、バリューチェーン全体でも廃棄物の削減に取り組んでいます。そのためには循環経済が最適の方法であり、パッケージに使われる資源のリサイクル量を高めることで、削減が実現できると考えています。例えば、英国では100%リサイクルされたプラスチック素材でライビーナのボトルを製造しています。また、2018年にMayTeaボトルの50%がリサイクル素材となっています。

■水への感謝

水は全商品の主成分であり、さまざまな意味で事業の源です。「水と生きる」は、事業の核でもあります。水資源を守ること、次世代のために持続可能な水の管理を行うことは私たちの責任であると考えています。

スペインでは、「The Guardians of Water (水の護り手)」というプログラムを実践しています。その目的は、従業員にサントリーの水理念に関する教育を行い、責任ある水の使用方法が普及されることです。プログラムの一例として、バレンシア州カルカヘンテのCITRESA工場周辺における地域活性化プロジェクト(2019～2021年)があります。このプロジェクトは、フカル川とその周辺の生態系を復活させることを目標としています。



フランスでは、メイジュー工場に近いフランスの都市部にある保護公園で最大規模を誇るグラン・パーク・ミリベル・ジョナーージュと20年の提携関係を結びました。教育プログラムや、子どもや大人に水の役割を伝える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移植や復元活動も支援しています。

■排出の削減

私たちの事業が環境に及ぼす影響を抑制していくことは大切な事です。フランスでは温暖化対策に注力しており、過去10年間で飲料1ℓあたりのCO₂排出量を25%削減しました。輸送がCO₂排出量の16%を占めており、商品の移動距離を短くするために、倉庫の場所が最適になるよう見直しをしています。また、輸送の流れを改善させてトラックの空輸送の回数を減らすために取り組んでいます。スペインでは、2030年までに輸送船舶の100%でゼロ排出を達成するよう取り組んでいます。

■持続可能な調達

2004年からブラックカレント農場で管理プログラムを運用しており、2018年にはこのプログラムとその効果を審査するために、外部の慈善団体The Farming Wildlife Advisory Groupを指名しました。このプログラムは、38のブラックカレント生産者を支援し、ブラックカレントを育てる環境や天然資源を保護して、その土地が長期にわたって持続可能なようにします。外部審査の結果を鑑み、水の管理や湿地帯保護プロジェクトにも管理プログラムを拡大しています。

スペインでは、生産拠点近傍の地域のサプライヤーと協力して、現地での生産と開発を推進しています。また、サプライヤーとの契約に環境保護の誓約のある環境条項をもうけて、CO₂排出量の抑制、水やエネルギー消費量の削減、廃棄物管理を向上させています。原料として使われる果物の23%は、生産プラントから100km未満の土地で栽培されたものです。フランスでは、使用する果物のすべてが持続可能な調達を通じたものです。フランスは、持続可能な調達に関するグッドプライスのガイドラインを作成し、すべてのサプライヤーが承認・署名しています。

Our Society (私たちの社会) ~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・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。私たちの働き方や社会貢献、私たちのブランドが伝えるメッセージによってこれを成し遂げます。

■コミュニティの活性化

フランスでは、支援団体のNos quartiers ont des talents やL' AFEV (Association de la fondation étudiante pour la ville) などのさまざまな団体と提携してソーシャルリンクを作り、恵まれない青少年に教育を続ける機会を与えたり、就職を支援したりしています。

■目的をもったブランド

ライビーナはライビーナベリー農場を毎年開放しています。2018年には、ブランドとの結びつきを強めるために「Big berry bash」を開催して、イギリス中の家族を招待し、ブラックカレントがどのように成長するか、収穫方法、ベリーが農場から工場へ出荷される様子を見る機会を提供しました。

スペインでは2015年以来、さまざまなキャンペーンでスペインのフードバンクFESBAL (Federación Española de Bancos de Alimentos) と協力してボランティアや寄付を募っています (2018年には89,000件)。



Ourselves (私たち自身) ～従業員と響きあう～

SBFEは、開放的で柔軟、かつ誠実な考えで働くことによって従業員と響きあい、サプライチェーン全体の人々を支え、私たちが行う活動の全てが最高の水準を満たすように取り組んでいます。

■多様性・柔軟性

SBFEにとって人は財であり、従業員に健康的なライフスタイルを奨励しています。イギリスでは2018年にフレックスタイム制を導入し、フランスでは働きやすい職場を目指し、仕事の質と機会平等の憲章に署名しました。この憲章の一環として、子育てや性別の平等、またワークライフバランスに関連した様々な取り組みを行っています。

スペインでは、個人・キャリア能力の開発を推奨するさまざまな取り組みを通して、全従業員の身体的、知的、精神的福祉に配慮しています。一例として、マインドフルネスワークショップやオフィス内で果物を提供する、言語教育に対する助成などがあります。

■バリューチェーンへの説明責任

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をもって行動することです。現代奴隷法に対する声明には、SBFEの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、今後も継続して取り組んでいきます。

■倫理的な雇用

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誓いです。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を大きな誇りに思っています。

そのためにも、全従業員に関連法の教育を行い、コンプライアンスに対する理解や責任を周知しています。スペインでは、全従業員の健康と安全を向上させるため、すべての役職の課題に対する姿勢、全従業員の「防止」に関する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 (楽しく健康に働く) 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とおして、リスクに直面した際の対処方法を学び、皆が安全の担い手になるように取り組んでいます。

Pepsi Bottling Ventures Group

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ・グループ

| | |
|--------|---|
| 本社所在地 | 4141 ParkLake Ave., Suite 600, Raleigh, NC 27612, USA |
| 設立 | 1943年 |
| 事業内容 | ペプシ系ボトラー |
| ホームページ | http://www.pepsibottlingventures.com/ |



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの配送センター（ノースカロライナ州セントポールズ）

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、高品質な商品を提供するため、ペプシグループ共通の品質基準と自社独自の品質基準を遵守するとともに「AIBフードセーフティ（GMP）指導・監査システム^{※1}」を導入しています。また、国際食品安全イニシアチブ（GFSI）の承認した食品安全システムスキームであるFSSC22000^{※2}の認証も取得しています。

※1 安全な食品を製造するためにとらなければならない行動のガイドラインであるGMP（適正製造規範）を重視した食品安全管理システム

※2 Food Safety System Certification 22000 (FSSC-22000): ISO22000とISO/TS22002（以前のPAS-220）を組み合わせたGFSI承認の食品安全認証スキームであり、食品製造のための食品安全に関する前提条件プログラム

■お客様との関わり

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、ペプシのWebサイトから、当社商品の栄養組成に関する情報を入手することができます。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

水使用の最適化

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品にとって欠かせない重要な水。その水に対する責任は、製造工場では極めて重要となります。最先端の逆浸透ろ過装置は、水の純度と節水を最適化できるように設計されています。また、逆浸透ろ過装置や他の製造過程から出される排水は、下水処理前に再利用され、さらに節水活動を徹底させています。また、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは新しい浄水システムに投資を続けています。その結果、高純度の原料水を精製し、1ガロンの商品を製造する過程で必要となる何ガロンもの水を削減することができるのです。ペプシ・ボトリング・ベンチャーズは2017年、1.73ガロンから1ガロンの商品を製造するという高い水利用効率を達成しました。



ウinston・セーラムの生産拠点に新しく導入した飲料水ライン

省エネルギー・CO₂削減に寄与する車両と配送システムの導入

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%を達成しています。



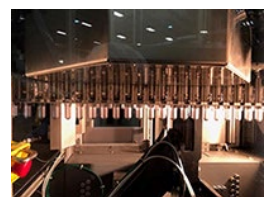
ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの営業チームが使用するハイブリッド型のセダン



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—エネルギー使用量削減

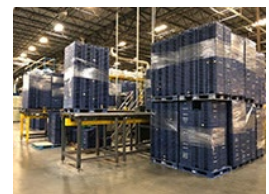
2012年ペプシ・ボトリング・ベンチャーズでは、ペットボトル容器の外部調達を停止し、ノースカロライナにある2つの自社工場での製造を開始しました。自社で製造、ラベリングを行うことで、梱包資材運搬用トラックを11台から1台に減らすことができました。また、ペットボトル自体を平均20%軽量化すると同時に、再利用プラスチックも10%使用しています。さらに新たに導入した設備は、外部調達で使用されていた設備と比較すると、エネルギー効率が20%改善されています。



ボトリング工程に入る前の未整形素材

プラスチック製ケース・パレット—再利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの商品の31%は、配送に多目的プラスチックケースとパレットを使用しています。何年も繰り返し使用できる素材を採用することで、埋め立て処理される段ボールや木材を使う必要がなくなりました。破損してしまったケースやパレットは製造工場に送られてリサイクルされ、再び新しく生まれ変わります。その他の商品には、リサイクル可能な収縮フィルムを使用し、補助梱包を使わないように努めています。



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

リサイクルセンターの集中化—再生利用

ペプシ・ボトリング・ベンチャーズの製造工場は、リサイクルセンターとしての役割も果たしています。段ボール、ストレッチフィルム、金属、ペットボトルといった資源は分別回収され、リサイクルセンターに集められます。顧客から返品された賞味期限切れの商品は粉碎処理され、再利用可能なパッケージは外部に販売します。さらに車両庫では、古い車や廃油、バッテリーやタイヤがリサイクルされています。これによって、2018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ー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、ハリケーン・フローランスと熱帯暴風雨マイケルの被災者のために、支援団体や赤十字に多くの資金援助を行いました。

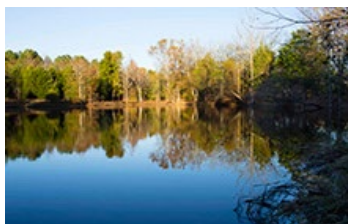
地域に根ざした活動



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズとKay Yow Cancer Fundのパートナー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ますます増えています。そこでPBVでは、2005年から地元の森林保全団体、自治体、土地所有者らと「ヌース川上流クリーンウォーターイニシアティブ」を通じて連携し、河川の水質を守るため、土壌の保全に取り組んでいます。また、外来種を取り除き、在来野生生物の生息地を取り戻すなど水質に良い影響を与える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管理部から改称した安全衛生部が健康管理を行い、より健康的に働けるように指導をしています。また、すべての従業員に対して毎年健康診断の受診を促し、従業員とその配偶者に無料でインフルエンザの予防接種を行っています。毎年選抜された工場で行われる「安全管理の日」では、地元の病院や健康の専門家を招き、正しい水分補給の方法や心臓の健康といったトピックスについて講演を行っています。AED（自動体外式除細動器）は全工場に設置されており、選ばれた従業員が基本的な応急処置方法と心肺機能蘇生法の訓練を受けています。「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、組織全体の改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、従業員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

一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、2018年半ばまでには全地域で展開される予定です。同様のプログラムを作成しているいくつかの企業（例：UPS、ボーイング、フォルクスワーゲンなど）のように、ペプシ・ボトリング・ベンチャーズも作業中の従業員の傷害リスクを軽減するために、このプログラムを採用しました。ストレッチ、痛みを管理するためのボディセラピーの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。



ペプシ・ボトリング・ベンチャーズ Industrial Athleteプログラムとストレッチ・運動エリア

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。

| | |
|--------|---|
| 本社所在地 | 18 Cross Street, #12-01/08, China Square Central, 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、健康食品事業（ブランズ サントリー）と飲料事業（アジア、中東・サブサハラアフリカ）の2つの事業をアジアで統括しており、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 | アジアにおける健康エンリッチメント、飲料の製造・販売 |
| ホームページ | http://www.sbfapac.com/ |



主なサステナビリティ活動

■CSR経営の推進

SBFAのCSR戦略

CSR経営はサントリー食品アジアのビジネスの根幹となっています。企業の継続的な成長のためには、優れたビジネスの手法や実践は前提であることは言うまでもなく、企業や商品のブランドを更に強化するうえで、CSR活動が重要な役割を果たしています。当社のCSR方針は、その効果を最大限に高めるために、トリプルボトムライン指針を採用しています。これは経済的価値（会社の利益）のみならず、社会的価値（チャリティと地域社会参加）、環境価値（環境配慮の実践）にも焦点を当てたものです。

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。

毎日に喜びと健康をもたらす事が私たちのミッションであり、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。



コーポレートガバナンス

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。2009年にはビジネス・タイムズの「Governance and Transparency Index（ガバナンスと透明度に関するインデックス）」で26位にランクづけされました。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、経験豊かな役員によって先導されています。独占禁止及び腐敗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。さらに、ミッション、ビジョンに、価値観に基づいたサントリー食品アジアの行動規範を全従業員が順守し、互いに協力して、事業をさらなる大きな成功へと導いていきます。

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、グループ品質保証部門を立ち上げました。グループ品質保証部門の使命は、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企業理念や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

グループ品質保証部門は、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。

サントリー食品アジアグループの取り組み

ブランド 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®（ブランド）」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Instagram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。

サントリー食品アジアでは、競合相手との差別化や顧客管理を徹底し、お客様との関係をさらに強化していきます。そしてブランドに対するロイヤリティを確立し、持続可能な成長を実現していきます。



タイでの「Like-We®S'BRAND」
キャンペーン

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジは、サントリーグループが展開する次世代環境教育「水育（みずいく）」を日本以外で初めて行いました。2015年の開始以来、ハノイ市とホーチミン市で水について学習する教室を550回以上組織し、約7,400名の生徒が参加しました。生徒の水の大切さを教えるとともに、小学校に衛生設備を設置しました。また、他の次世代教育を継続しており、学生の起業を応援DYNAMICコンテストは14年目を迎えます。サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジが事業を行うコミュニティに貢献する様々取り組みが評価され、ベトナムにおける持続可能な事業のトップ10企業としてベトナム商工会議所に認定されるとともに、2017年にアムチャムハノイよりアムチャムCSRアワードでCSRリーダーとして選ばれました。これらの受賞により競合他社との差別化がされると考えています。

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

自然を通じた次世代教育

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―「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。

「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日か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。



「Hope in a Bottle」プログラム参加者

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、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。GCNS委員会の副財務担当としてCSRに関する牽引役の立場を確立しました。GCNSの年次サミットでも大きく取り上げられ、頻りに主要な会議等で発表を行っています。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ー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®ブレイ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ーに招待し、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ー



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®
ブレイ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。

・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。



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

STSPMFと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 has supported ChildAid since 2005.

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・パディング・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、学費の支援を通じた教育、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)

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。このビジョンは実現に継続的に取り組むことで、サントリー ペプシコ・ベトナム・ピバレッジは2017年に「Y世代にとって最も魅力ある雇用主ブランド」として選ばれました。

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。●●から●●人が参加し、サントリーの今後の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、実際に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。

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、半年ごとの従業員集会、管理職との対話、「Heart Talk (ハートトーク)」セッションを実施しています。「Heart Talk」セッションでは、従業員に人事問題に関する疑問を解消したり、考えを共有したりする機会を提供します。一方、管理職との対話では、最高経営幹部に対して会社の方向性や事業戦略に関して従業員が質問できる機会を設けています。

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、CSRの精神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

2003年から「チャリティポイント」システムを導入しています。社内で企画した健康維持活動に従業員が参加すると、1チャリティポイントを取得できます。1チャリティポイント=5シンガポールドルに換算され、そのお金はその従業員の名前で「STSPMF」に寄付されます。活動への参加は従業員の健康だけではなく、恵まれない子どもたちの学校での食事などにつながっています。プログラムは個人でもグループでも、すべての職位の従業員が楽しめるように、多様なプログラムを展開。一人ひとりのニーズや趣味に合わせています。毎年12月に行われるシンガポールマラソンは、従業員が参加し、1キロ走るごとに100シンガポールドルを寄付するというプログラムが特徴的なイベントとなっています。サントリー食品アジアの功績が認められ、当社はシンガポール健康促進増進委員会から「Singapore HEALTH Award 2012 -Platinum Award (プラチナアワード)」を受賞しました。また、2014年にはシンガポール労働省(MOM)ワーク・ライフ戦略に関する三者構成委員会から、「Work-Life Excellence Award (ワークライフエクセレンスアワード)」を授与されました。

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させています。

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。



2015年のチャリティマラソン

PT Suntory Garuda Beverage

サントリーガルダ・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 |



会社概要・理念

サントリーとガルダ・フードの合併企業であるサントリーガルダ・ピバレッジ (SGB) は、インドネシアという成長著しい魅力的な市場での飲料ビジネスを拡大するために2011年に設立されました。私たちの熱心で才能豊かなスタッフは、私たちの誇りです。サントリーガルダ・ピバレッジは、「笑顔を引き出す」をミッションに、一つの家族として働いています。「やってみなはれ」に基づいた企業として、お客様を満足させる飲料体験を革新し続けます。わたしたちのビジョンは、5つの企業価値、すなわち「一つのチームであること」、「敏捷であること」、「決して諦めないこと」、「楽しむこと」、「誠実であること」です。

SGBは、設立数年でインドネシアのノンアルコール飲料企業のリーダーに成長しました。当社が展開する商品は、ゼリードリンクOKKYやインスタント紅茶Mounteaから、ボトル紅茶MYTEA、果汁飲料Good Moodまで、多岐にわたります。中には、インドネシアで元来好まれていたものを、日本のサントリーの進んだ技術で新改良されたものもあります。

主なサステナビリティ活動

■CSRの考え方

私たちの使命 (ミッション)

SGBは、サントリーグループの理念「利益三分主義」にのっとり、CSRや持続可能性への取り組みを充実させるために、継続的に活動しており、中でも社会、環境、ガバナンスの3つの分野に力を入れています。社会への取り組みには、キャリアトークや工場見学のような教育活動も含まれています。また、2019年1月に次世代に清潔な水や水資源を守ることの大切さを教える「サントリー水育プログラム」を立ち上げました。

私たちの取り組み

お客様・お取引先と響きあう

■A. サントリーガルダ全自動コップ生産ライン

サントリーガルダ・グループは、商品の品質と安全性において3つの点を追求しています。

- 1)安全で信頼できる、質の高い製品を提供する
- 2)独創的で高品質、自然で健康的な製品で新しい価値を創造する
- 3)バリューチェーン全体での費用効果、生産の最適化と革新を追求する



■B. パルとアニエールで顧客やパートナーをサポートする

#SGBCAREは、サントリーガーダ・ピバレッジの全従業員に、中部スラウェシのドンガラとパルの地震や津波の被害者を支援するための寄付を呼びかけました。必要な金銭的な支援の多くは日本のSBFA、SBF、SHDから得られました。従業員はともに協力し、ランパン州のパルとアニエールの地震や津波の被災地を支援し、地域の復興や企業や学校の再建などその献身的な活動は住民からとても感謝されました。

パルでは、従業員の家族、サプライヤー、小売り、難民、地震や津波に影響を受けた家庭の子どもたちへの資金提供やサントリー製品、奨学金などさまざまな形の支援が行われました。また、工業省やその他の行政当局などの政府機関と連携した寄付も行われました。アニエールとランパンでは、災害直後からSGB工場のスタッフが被災者を支援しています。

パルでは今後も災害に対する支援が継続されます。具体的には、トラウマ治療クラスや「水育」フェスティバル（遊びを通じて「清潔な水」の大切さを学ぶ）、防災策の普及、環境保護の重要性、学校の教材を支援するための取り組みなどです。



社会と響きあう ～教育支援と社会貢献活動～

ガーダフードグループは、さまざまな教育支援と社会貢献活動を行っています。

■A. キャリアトーク

SGBは、インドネシアの有名大学の一つ、ピナ・ヌサントラ大学と共同で、キャリアトークセッションを実施しています。世界的にデジタル化が急激に進む中、自らを高めて確固たる存在となり、透明性や専門知識によって企業を惹きつける大切さについて取り上げています。また、仕事に対する姿勢や考え方の情操の方法についてのディスカッションや、関連資料の紹介を行いました。この「大学関連プログラム（URP）」をとても誇りに思っており、インドネシア中の主要な大学でもこれらの取り組みを展開できると考えています。



■B. 献血活動

SGBは、インドネシア赤十字社（PMI）と協力して献血活動を行っており、インドネシア赤十字社と連携して、すべての従業員に献血に参加するよう呼びかけています。供血は、他者に対する思いやりを示すための名誉ある方法の一つと考えており、人々の生命を救うために積極的に参加しています。



■C. 公的施設

SGBは、持続可能な方法で、地域社会や従業員、ステークホルダーを支援するために、公的施設を建設しています。建設するだけでなく、その施設内での学際的な活動と、そういった活動が地域社会に与える影響の管理を合わせて活動しています。



■D. Okky ユースサッカーリーグ (OYSL)

OYSLは、インドネシアの若いサッカー選手に適切なプレー環境を提供し、次世代のサッカー選手を育成することを目標としています。このリーグを組織・維持するには、決意と忍耐を要します。また、OKKY Splashは親たちやスポーツ省の熱心な支援も得ています。

OYSLは、6つの大都市（スラバヤ、バンドン、マラン、ジョグジャカルタ、スマラン、ジャカルタ）に跨り、10～12歳の児童3780人以上からなる210チームが参加しています。U-12 Okkyユースサッカーリーグは、多くの小学校で、コーチングクリニックや教育学級、参加型試合などの巡回興行も行っています。

2018年には、シンガポールで開催されたアジアのプレミア国際ユースサッカートーナメントであるシンガカップで、インドネシアのOYSLチームが優勝しました。

サントリーガラダ・ピバレッジの「笑顔を引き出す」というミッションは、OKKYのタグライン“Be Fun Be You (楽しむ、自分らしく)”とよく合います。私たちは子どもたちに、楽しみながらスポーツマンシップを学び、友達を作り、自信を育めるよう促しています。OKKYとサッカーは、まるで試合をおもしろくする黄金コンビです。



■E. 工場見学

工場見学では、おもしろく、新しい発見をすることができます。主に小学生から大学生までの学生を対象にしており、誰もが多くの機器、従業員、部品、工具などに圧倒されます。また、サントリーガラダの従業員が参加者に工場の概要と専門的な用語、商品、在庫、配送、付近の他の工場の情報などを説明します。



■F. 教育助成金

SGBは、社会的な責任を果たす一環として、パルの従業員の子どもたちを支援するための教育助成金を推進しています。子どもたちの将来に投資するこの夢のある役割を積極的に担っています。



自然と響きあう

■A. 木を植える

SGBは、環境の持続可能性にとって不可欠な改善点の一つを、酸素と水の重要な供給源である木々の世界的な不足を緩和するとともに、温暖化を抑制する植林活動だと認識しています。



■B. 廃水処理工場

国の河川や湖沼は貴重な共有資源であり、私たちの暮らしのさまざまな面で不可欠なものだと考えています。そのため、生産工場での独自の廃水処理設備の設置を推進しています。



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、「ダイバーシティ経営で新しい価値の創出にチャレンジする」を人材育成の基本方針とし、創造性に溢れ、従業員がすべての能力を発揮できる職場環境を目指しています。

■A. 楽しいラマダン

「イフタール」またはインドネシア語で「ブカ・プアサ」と呼ばれる1日の断食が明けるときの食事に、デザートやタジルを提供するため、募金活動を行いました。サントリーグループでは、古くから断食明けの食事を提供する文化があり、「みんなでブカ・プアサ」と読んでいます。本社における「みんなでブカ・プアサ」の他にも、みんなでこの月間を過ごすための機会として生産拠点などのすべての拠点で同様の活動を行っています。



古くから断食明けの食事を提供する文化があり、「みんなでブカ・プアサ」と読んでいます。

■B. 従業員のスポーツクラスと健康トーク

福利厚生の一環として、年を通じてフィットネスクラスを開催し運動を推進するとともに、より健康な生活を奨励するための健康トークも催しています。また、全従業員を対象にしたSGBスポーツクラスも開かれています。従業員が同僚とともに、さまざまなスポーツクラスに参加するのを見るのはとてもワクワクします。現在は、フットサル、インドアバスケットボール、モーターバイクツーリングなどがあります。



■C. 従業員コーナー

スマートフォンのフォトワークショップからブログの面白さを競うコンペまで、SGB従業員コーナーに参加する従業員がますます増えていきます。



■D. 教育と育成

SGBでは、従業員の能力を高めるための取り組みを継続して行っています。さまざまな学習法やプログラムを導入して従業員教育を行っています。SGBの従業員教育は、モチベーションを維持するだけでなく、非常にスキルの高い人材に成長しています。研修では、いつも意義のある興味深いトピックを取り上げています。法務部門以外の従業員に対する法規の教育、事業継続に関するセミナー、生産に関するものづくりクラス、レベルに応じた英語クラスまであります。しっかり管理された教育プログラムは、従業員の業界知識を一層高め、困難に遭遇した際に独自で柔軟に対応できるようになり、それが従業員の自信となると確信しています。



■E. 従業員表彰制度

SGBでは、分野に応じて、優れた成績を継続的に達成する従業員やチームを表彰しています。この制度を通して、従業員が自らSGBバリューを体現する真のロールモデルとなることを促しています。



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月に結ばれたペプシコとサントリーホールディングスの戦略的パートナーシップに基づいて出資された100%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きます。

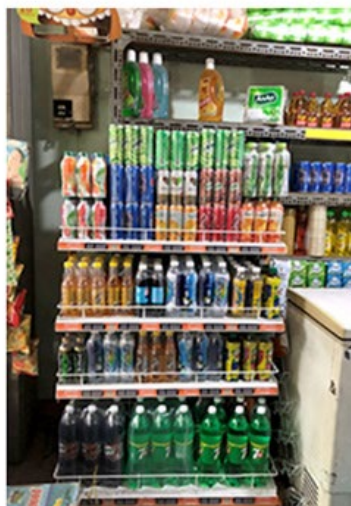
品質保証

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、ベトナムの法規とサントリー、ペプシコ、ペプシ・リプトンの各グループが規定した基準に沿っています。また、全工場がFSSC22000認証を取得済みです。さらに、AIB（国際検査統合基準）監査が全事業所で実施されているほか、営業チームは特殊なツールを用いて品質に関する情報をお客様に提供しています。

■お客様との関わり

お客様対応

お客様満足は最優先事項であり、お客様からのご意見やご要望を募るホットラインが設置されています。お客様のご意見は定性調査の重要な部分を占めており、サービスの強化とともに、きめ細かいマーケティング活動や満足度の向上に役立てられています。また、近年営業チームは、お客様がディスプレイを好ましいと思うほど販売量が増えるという結論にいたりしました。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・ピバレッジは、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

TEA+ Oolong Teaは、2013年にベトナムで発売された、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使用しています。すっきりとした美味しさのTEA+ Oolong Teaには烏龍茶の葉に含まれるOTPPが入っており、お客様に美味しく、烏龍茶の風味を残したまま、より健康的なライフスタイルを実現する飲料です。



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ュな飲料です。TEA+ Matchaで日々をリラックスした楽しい毎日に。



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年に発売されたベトナムで初めての商品です。リフレッシュ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一番人気[※]のサントリー烏龍茶の開発で培った技術を使用しています。



※2017年Euromonitor調べ。日本のRTDにおけるブランドシェア基準

■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・ピバレッジは、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・ピ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24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・ピバレッジとしても、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 ～環境～

■環境への取り組み

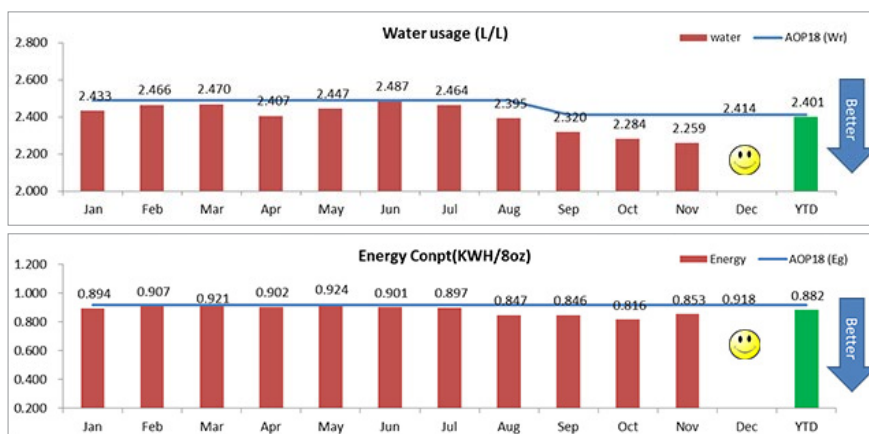
環境マネジメント

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。また、5つの工場はペプシコのGEHSMS基準を導入しており、毎年自己監査を行っています。5つの工場の監査結果は以下のとおりです。

| 工場 | 工場 | 基準 | 外部監査結果 | GEHSMS (自己監査) |
|-----|----------|---------------|------------|---------------|
| BNP | 2018年8月 | ISO14001:2015 | 不適合0、陳腐化0 | 978 |
| QNP | 2018年10月 | | 不適合0, 陳腐化2 | 955 |
| HMP | 2018年12月 | | 不適合0, 陳腐化8 | 951 |
| DOP | 2018年10月 | | 不適合0, 陳腐化0 | 978 |
| CTP | 2018年10月 | | 不適合0, 陳腐化4 | 988 |

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2018年の削減目標に対するKPIの達成度は以下のとおりです。

2018年の目標と実績

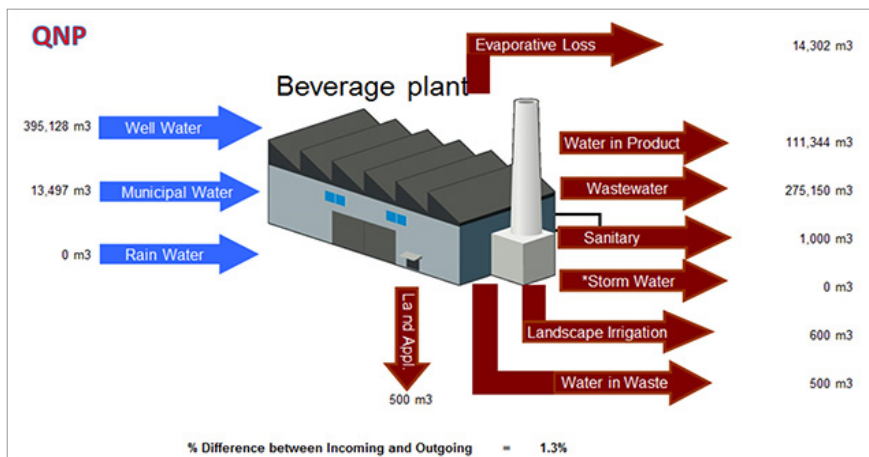


水の保全

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビレッジは、水の保全について方針と目標を掲げています。水の使用量および排水量の削減に向け、処理工程、ボトル洗浄、定置洗浄 (CIP) での水の再利用にも取り組んでいます。

ドンナイ工場とクアンナム工場では、処理水をガーデニングや内部の清掃用に再利用しています。

水の流量を解析し、集中して管理するポイントを特定しています。



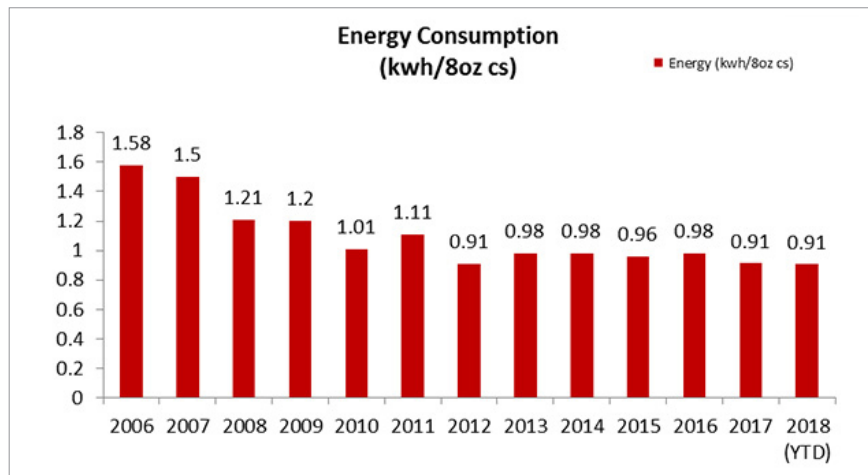
気候変動

当社工場では、エネルギー使用量とCO₂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LOWERにエコオープンの使用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CO₂排出量を削減しています。

-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のものも交換。

-2015年のバクニン工場と、2019年完成予定のドンナイ工場の太陽光発電プロジェクト。

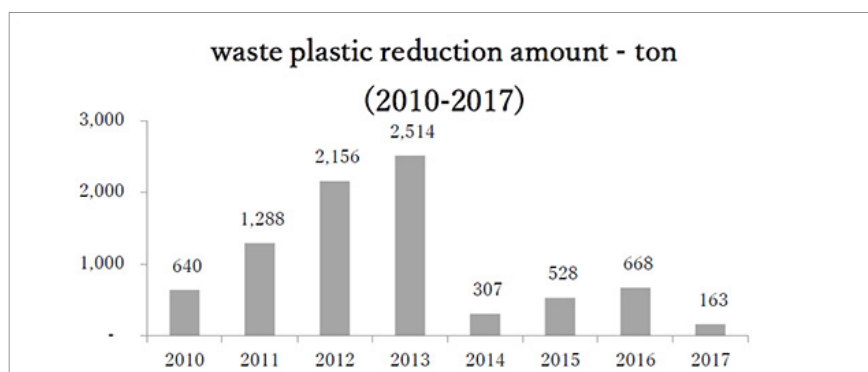
-蛍光表示管の導入やすべてのパイプと設備での熱回収などの運営・システムを改善し、省エネを推進する多くの小規模プロジェクト。



省資源

当社の工場では、廃棄物削減とリサイクル率向上を目標として、固形廃棄物の発生率およびリサイクル率を測定しています。当社は、3R活動（リデュース、リユース、リサイクル）を徹底することの重要性を認識しています。資源を節約し、輸送時の消費エネルギーを削減するために、より軽量の容器包装を開発し（社内の生産・設計が連携して実施）、3Rを商品設計に取り入れています。また、ペットボトルのラベルの材質はPVCからOPPに、ガラスびんのラベルはPVCからACLラベルにそれぞれ変更し、環境負荷の低減と適切なリサイクルの推進につなげています。さらに工場では使用済み原料を回収し、再利用またはリサイクル用に第三者機関に売却しています。

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。



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、以下のようにほかの目的に再利用しています。

- ・ バイオ肥料への添加物
- ・ レンガの素材の一部

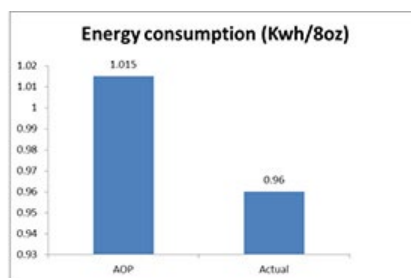
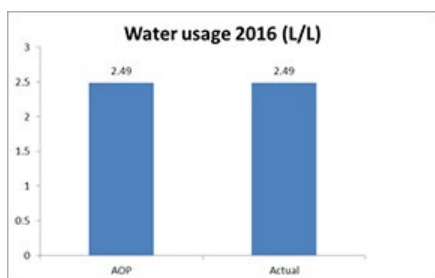
また、汚泥は環境への影響を避けるため埋め立て処理をしていません。



固形廃棄物管理



廃水処理プラント



社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■ 地域社会との関わり

「利益三分主義」の考え方によるCSRは、SPVBの持続可能な成長戦略の中核です。SPVBでは、教育、青少年への支援、水、環境、健康、そしてベトナム全土のSPVBの従業員が支援し、実施する奉仕活動であるHelping HandsなどのCSR活動を行っています。

水育は、サントリーが2004年に開始したプログラムで、2019年に15周年を迎えます。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を試験的に行いました。元々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。



ハザン省の森での野外活動を体験する小学生

2017年からは、サントリーグループとSPVBがYoung Pioneer Organizationとホーチミン中央教育審議会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70校へと規模を拡大し、18,000人の小学生が水源保護に関しての教育を受けています。また50の水ろ過システムが設置され、きれいな水を23,000人以上の人に提供しています。水育は、2018-2019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。

2019年は、ベトナムにおける水育の5周年となり、全国展開から3年となります。今年は現在の70校に加え、新たにランソン、クアンナム、ドンナイ、ベンチェの省の計17校が参加します。現在、教育・訓練省が水育で使われる資料を、課外授業用の資料として利用できるか検討をしています。今年は初めてとなる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す。



ランソン省の水育のオープニングセレモニー「Mizuiku - I Love Clean Water 2019」（2019年3月）

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。

全国からの多数のボランティアの参加を得て、地方の道路、橋、授産所の建設や修復、交通安全活動への参加、都市部でのコミュニケーション活動、大学受験支援などの活動を通じて、社会への貢献が効果的に行われました。近年のグリーン・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。

- ・ホーチミン共産青年同盟と3年間（2018～2020年）の戦略的パートナーシップを結束し、プラスチックのリサイクル活動における従業な政府機関パートナーとなった。
- ・SPVBのベトナムの青少年への貢献をホーチミン共産青年同盟に表彰された。
- ・ロンアンにおけるREVIVEサンプリングのグリーン・サマー・キャンペーンの全国キックオフイベントに3,000人以上が参加。
- ・4省で15の水処理施設（クアンナム、ベンチェ、ハザン、ランソン）
- ・9のスポーツ用具と11の遊び場（バクニン、ハノイ、ホーチミン市、ダナン、カントー）
- ・ブランド好感度の上昇：Revive、AQF、7Up、TEA+、ペプシ、Mirinda、Twisterのサンプル合計156,000本以上



グリーン・サマー 2018 x REVIVEブランディング

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、5,000名以上のボランティアにより、18,000人/時間のボランティア活動が行われ、約84億VNDを使用し、山岳地域の児童向けに3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、110のHHプログラムが開始されています。



SPVBのHelping Handsボランティアで設立されたゲアン省の幼稚園



ダクラク省のボランティア活動に参加したHelping Handsホクモン工場

教育 - DYNAMICコンテスト

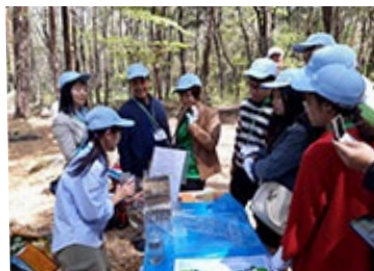
才能のあるベトナムの若者に、国内外の人々との交流や学習の機会を行えるチャンスを提供するため、SPVBは長期にわたりあらゆるリソースを活用してきました。

SPVBは、過去23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13校が参加
- ・3地域、6大学の3,000人以上の学生がDYNAMICキックオフイベントに参加
- ・EVP人材開発プログラムを支援するとともにハノイ経済大学と戦略的パートナーシップを組む
- ・サンプリングとブランディング活動
- ・営業・財務部による合同スピーチ等の部門間で協力した貢献活動
- ・コーポレートコミュニケーション部と協力してDYNAMICファンページに投資し、DYNAMICとSPVB及びそのブランドを効率的にアピールするコミュニケーションチャンネル



Dynamic 2018の最優秀賞受賞チームTung Tung



サントリーが主催する日本での環境保護活動に参加するDynamic優勝チームの生徒たち

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17億ベトナムドル近くを集め、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ウ県の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は、SPVBとホーチミン市のPoor Patient Sponsor Associationの協力で、12億ベトナムドルを超える募金を集め、同団体に寄付されました。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。



2018年SPVBゴルフ大会にて、SPVBのUday Sinha CEOが集めた募金12億ベトナムドルをホーチミン市のPoor Patient Sponsor Associationに贈与

SPVBのCSR活動は、2018年にDynamicプログラムが40回、「水育:清涼な水」が95回、グリーン・サマー・キャンペーンが50回ニュースとして取り上げられ、メディアから高く評価されました。デジタルコミュニケーションにおいては、水育のファンページで5万件以上のソーシャル活動が行われ、2,000人以上のフォロワーを新たに獲得し、フォロワー数が合計で13,000人になりました。

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・ピバレッジは、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・ピバレッジは、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し、事業に貢献するにはそれに伴った能力を得るために、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。毎年、60～70回のワークショップを開催し、1,700人以上がワークショップに参加しています。



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1,000件のe-kudosが贈られています。



社内トレーナークラブ

タワー・ワトソンが主催する、99%を超える回答率を得た2017年の健康調査では、SPVBは16のカテゴリー中、給料・福利、経営、事業効率、業績管理など8のカテゴリーでベトナム国内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への参画のカテゴリーでは、ベトナム国内および飲料業界の平均を上回り、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・ピバレッジは、柔軟性のある勤務時間を管理職クラス以上に提供しています。フレックスタイムに加え、1歳未満の幼児を抱える女性従業員は育児のために勤務時間を短縮することができます。過度な残業を防ぎ、自宅勤務制度も取り入れています。さらに、SPVBではチーム構築やチーム旅行等のチーム活動の促進に加え、スポーツプログラム、健康食の日や健康な生活スタイル促進キャンペーンなどの健康増進活動を行い、従業員とその家族の意識を健康維持と予防的健康管理に向けるようにしています。



SPVB健康食品の日2018

安全衛生

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジにとって、従業員の健康と安全は優先事項の一つです。労働安全部は、これまでさまざまな活動とトレーニングを行い、従業員の安全に対する意識を高めてきました。活動やキャンペーンの一部を以下に紹介します。

安全キャンペーン2018：業務

サントリー ペプシコ・ベトナム・ビバレッジにとって、従業員の健康と安全は優先事項の一つです。労働安全部は、これまでさまざまな活動とトレーニングを行い、従業員の安全に対する意識を高めてきました。例えば、安全キャンペーン（業務）による業務における健康と安全に関する知識を向上、各地域の工場で安全コンテストを開催して、工場で働く従業員の安全に対する意識を向上、安全行動を意識させる習慣型安全トレーニング、ホンダ・ベトナムと協力した「守り」の運転を促すドライビングスクールで交通事故率を下げる取り組み、SPVB商品を小売業者向けの倉庫の安全トレーニングを行い、基準に従うよう促す取り組み、および安全を保つためのガイドラインとベストプラクティスを共有する枠組み、ヘルスケアコンサルタントを招待するイベントとオンライン健康調査や予防に関するトピックを提供するオンラインプログラムなどを行っています。



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/>

frucor SUNTORY

会社概要・理念

総合清涼飲料メーカーであるフルコア・サントリーは、エナジードリンク、果汁飲料、ミネラルウォーター、スポーツ飲料、昆布茶、乳飲料など、さまざまなタイプの飲料を提供しています。フルコア・サントリーのブランドは、ニュージーランドとオーストラリアの家庭で親しまれ、確かな地位を確立しています。このように市場から支持をいただいている理由の一つは、従業員全員が共有している価値観とその企業風土にあります。“Together”（一緒に）、“Go for it”（やってみなはれ）、“Make a difference”（変える）—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、私たちは市場において独自の地位を築くことができていると考えています。

主な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、HACCPやNational ProgrammeからISO 9001/ISO 22000まで、多岐にわたる国内や国際的な食品の安全性や品質管理プログラムに沿って運営されています。また、製品の有機性を裏づける認定も受けています。

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。



「KAIZENプロジェクト」を継続

フルコア・サントリーは「あらゆる部門で無駄を省く」という方針を掲げて全社で活動しています。工場での製造工程における「5S（整理・整頓・清潔・清掃・しつけ）」ならびに「生産性向上プログラム」の実施は外部表彰の対象にもなりました。また、製造、品質、物流、研究開発、財務、IRなど各部門で「KAIZENプロジェクト」を行っています。当社では、10年にわたり、整理、整頓、清潔、清掃、躰けの5Sを実践し、また製造スタッフのほとんどがニュージーランド資格省（NZQA）の競争生産レベル2の資格を得ています。最近では、生産性改善プログラムでの競争要素を向上するとともに、17名の従業員がシックスシグマ・グリーンベルト、2名の従業員がブラック・ベルトの解説者としての資格を取得しました。毎年、フルコア・サントリーの工場では800を超える改善アイデアが実施されています。こうした継続的な改善に向けた当社の意欲により、2015年、サントリーの世界改善フォーラム(WKF)での初代受賞会社となりました。2016年には、ニュージーランドのオークランドで、フルコア・サントリーが第2回のWKFイベントを主催しました。

この4年間に、さまざまな部門（R&D、品質、製造、エンジニアリング、HR、ファイナンス）の37人がグリーンベルト（持続的向上）プロジェクトを修了しました。2019年の修了に向けて、さらに10人の候補者が受講中です。また、2名のスタッフがブラック・ベルトに認定されています。2018年には、15名が2日間のイエロー・ベルトコースを修了しましたが、2019年はさらに2つのプログラムの修了が予定されています。



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。この目標を元に私たちは「better for you (お客様にとってよりよい)」なより優れた商品づくりを行っています。

私たちは今後、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、無糖にしていきます。

2018年には、Amplify kombucha (100mℓあたりの砂糖含有量1g未満)と砂糖と人工香料を含有しないNZ Naturalスパークリングフレーバーウォーター、砂糖なしのPepsi Max Vanillaの販売を開始しました。またOVIの成分を見直し、砂糖を50%減らして100mℓ中2gとしました。OHソーダも砂糖を100mℓ中2g未満にしました。さらに、V Pureの砂糖も10%減らしました。

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。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世界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。

お客様との関わり

フルコア・サントリーは、互いに相手を尊重する姿勢で、お客様に接しています。それがお客様との非常に良好な関係を築き、常に業界最高の企業として認識していただくことにつながっています。

優れたサービスの提供に貢献したと高く評価され、ドミノ・ピザオーストラリアとドミノ・ピザニュージーランドの2018年ビジネスパートナー賞を受賞しました。また、オーストラリアの営業チームは、V DeadpoolがBPの新商品賞を受賞、ニューサンライズグループの大会にて飲料・エネルギー部門でサプライヤー賞を受賞、AACS Convenience Leaders' Summitで飲料サプライヤー賞を受賞するなど、業界から多数の賞を受賞しました。

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、要求を満たすために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

環境方針

フルコア・サントリーは、世界と私たち自身のエコロジカルフットプリントの管理と低減に努めています。

私たちの2030年目標:

- ・埋め立てゼロ
- ・カーボンフットプリントの35%削減
- ・水使用量の20%削減

廃棄物削減とリサイクルを推進

廃棄物削減を重点項目と位置づけ、さまざまな取り組みを推進しています。また、フルコア・サントリーは、ニュージーランドとオーストラリアの複数の業界団体に所属し、公共の場所やイベント会場でのリサイクル活動、包材設計の改良、容器リサイクルに関する地域を基盤とした研究開発への資金提供など、廃棄物排出量の削減とリサイクル率向上への取り組みを推進しています。フルコア・サントリーの環境改善計画は、リサイクル率向上とエネルギー・水使用量を大幅に削減することを目標にし、体系的にサステナビリティに取り組んでいます。

優れたパッケージのデザインにより、パレットにこれまでより20%も多く商品を積載でき、フルコア・サントリーのトラックが減ることで環境への影響も減らす事ができます。



エネルギーと水資源を有効利用

フルコア・サントリーは、オーストラリアとニュージーランドでCEMARS認定を受けている数少ない企業の一つです。CEMARSとはCertified Emissions Measurement And Reduction Scheme（排出量測定削減認証制度）の略で、炭素排出量を積極的に管理して削減している企業を認証する国際的な認証制度です。

フルコア・サントリーでは、CO₂は、製造などのわかりやすいものから、目立たないものまで多くの排出源がありますが、CO₂の排出量を抑制するための対策を取っています。この18ヵ月間、環境コンサルタントと協力しつつ、炭素排出量の正確な測定や、排出量の削減のための新しい方法を探索してきました。これらの取り組みのおかげで、外部監査の要件に適合しつつ達成可能な、環境への影響を軽減するための目標を設けました。

当社のサプライチェーンチームは、エネルギーと水の使用量削減を推進しています。新しい技術への投資や削減に貢献する習慣をつけることによって、エネルギー原単位で12%、水の使用量で9.2%を削減しました。

ロジスティックチームも、CO₂の排出量全体を削減するために複数のキー・プロジェクトを実施しています。例えば、オーストラリアのビクトリア倉庫の照明をLEDに変更したことや、ニュージーランドのクライストチャーチ倉庫の最適化（10,500 kmの削減）、コンテナや運送効率の向上（40,000 kmの削減）などがあります。

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、OzHarvest、Foodbank Australia、Surf Lifesaving NZ、Books in Homesなどのオーストラリアとニュージーランドのさまざまな団体と協力し、コミュニティ貢献活動を行い、従業員の地域ボランティア活動を支援しています。

また、2006年に砂糖が多く入った炭酸飲料やエネルギー飲料を小中学生に提供しないという自主協定をニュージーランド保健省、教育省と締結しました。2017年にはさらに関係を密にし、小学校と中学校では水だけしか販売しないことに合意しました。これは、ニュージーランド飲料評議会が、政府の子供の健康を意識した産業宣言への賛同を示しています。

従業員のボランティア活動

フルコア・サントリーは、従業員のボランティア活動を支援しており、近年では従業員がOzHarvestやKiwiHarvestのコミュニティ貢献活動に参加しています。

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

労働安全衛生を推進：変革への道

当社は何をするにあっても、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。

このビジョンを実現するために、スタッフリーダーが、健康、安全、優れた業績を醸成する環境作りを推進しています。また、スタッフリーダーは、健康と安全の向上のため、周りとの対話を通して業務におけるリスクを把握し、リスクを減らすための取り組みを行っています。

安全衛生委員会のネットワークのほかにも、従業員選抜の健康・安全担当者70名が従業員の代表として活動しています。健康・安全担当者が会議に参加することで、改善案が実際の業務状況を考慮したものになります。

当社の安全衛生管理システムは、私たちの思いやビジョンの実現を可能にするツールやプロセスであり、健康と安全はすべての業務上の判断や計画において重要な要素です。健康や安全に関する法規や業界基準の遵守は最低要件であり、それを超える基準を目指して取り組んでいます。

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。リーダーシップを重視して人材を育成すること、全従業員とビジョンおよび戦略を共有することに重点を置いています。グローバルな視野や競合に勝つための思考を従業員が身につけることを応援するフルコア・サントリー独自の社風が継承されています。



エナジードリンク「V」のライン



オークランドの配送センターの従業員たち



Beam Suntory Inc.

ビームサントリー

| | |
|--------|---|
| 本社所在地 | 222 W. Merchandise Mart Plaza, Chicago, IL 6065 USA |
| 設立 | 2015年5月（ジムビームブランドとしては1966年11月） |
| 事業内容 | 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

人と人のつながりをインスパイアする

ビームサントリーは、世界で最大の規模を誇るプレミアムスピリッツ会社です。「Growing for Good」をビジョンに掲げる当社は、人と人とのつながりをもたらすことを使命としています。

業績の目標としては、世界で最も魅力的で成長の早いプレミアムスピリッツ会社になることです。有名ブランドの構築をはじめ、有利な市場の構築や獲得、成長を促すために、ビジョンを行動に移す戦略を通じて、持続可能な成長を目指します。

主なサステナビリティ活動

■CSR理念

「Growing for Good」ビジョンによるCSR戦略

よき企業市民であり、社会への責任を果たすことは、ビームサントリーの中核をなすものです。ビームサントリーは、親会社、お客様、消費者、ビジネスパートナー、従業員、コミュニティなど様々なステークホルダーの皆様に貢献し、成長し続ける会社です。そして、私たちの商品・コミュニティの基礎をなす貴重な資源を守るというサントリーの伝統を共有しています。

ビームサントリーのCSRプログラムは3つの領域（水と環境の保全、従業員が住み、働くコミュニティへの支援、私たちの商品の責任ある消費の普及）に注力しています。これらを果たすために、時間、資源、エネルギーを注いでいます。これらを重視するのは正しいことというだけでなく、私たちにとって企業としての価値であるからです。

自然と響きあう ～環境～

■自然環境に対する取り組み

水資源の管理

水は最大の原材料です。この貴重な天然資源を守るため、水域保全活動を行っています。ビームサントリーは、水ストレスが高い地域を中心に、継続的に全世界の生産拠点の水使用量を減らす活動を続けています。また、ナチュラル・ウォーターサンクチュアリの展開にも力を入れております。

今後も、引き続き水とエネルギー使用率および廃棄物埋立処分量の削減に努めます。過去10年の環境負荷削減に関する技術とシステムへの投資額は6,000万ドルになります。効果的かつ効率的な天然資源の活用は、私たちの生産拠点の長期的な成功のために重要な要素です。当社は、コジェネレーション技術の活用、廃棄物削減・リサイクル、生産拠点における水使用量削減など様々な取り組みを通して環境負荷を減らしています。

水源の保全

水資源保護を目的とした活動

当社は、半透性沈殿物制御構造、回収池、調整池などを活用して、水の流出、土壌侵食、水質の悪化を防ぐなどの雨水、地下水、地表水の源泉を守る活動を行っています。

水使用量、排水量削減

水使用量と排水量の削減は、当社の重要課題です。いくつかの生産拠点では水を再生する高度なシステムがあります。

ビームインディア: 機器の洗浄に使った工業用水を濾過、再利用することで、水の使用量と排水を削減しています。また豪雨などで地中に吸収される水を減らすため雨水を回収し、再利用しています。

ビームサントリーメキシコ (カーサ・サウサ社): 高度な水再生システムにより処理水の質が大幅に改善されました。拠点のコンポスト事業で再利用し、また、地域の消防署で消防車や消火設備にも再利用されています。

セント・クロイ島、バージン諸島: 高度な水再生システムによりプロセス用水を再生し、拠点内で再利用しています。これにより水の使用量と排水量が大幅に削減されます。メーカーズマーク工場でも2015年に同様のシステムを導入する予定です。

ナチュラル・ウォーターサンクチュアリの設置

メーカーズマーク・ナチュラル・ウォーターサンクチュアリ

優れたバーボンは、良い水から始まります。メーカーズマーク・ナチュラル・ウォーターサンクチュアリは、水を濾過する土地を守る事を目指しています。蒸溜所の33エーカーの土地で行われるこの保全プログラムは、アメリカンホワイト・オークを含む植物の質とチャスジアメリカムシキイアザカキツツキ等の在来種の生息地としての質の向上を目指しています。そして結果的に、より良いバーボンを作るために必要な地下水とその質の保護するためです。

バーンハイム・アーボリータム&リーサーチフォレストとの連携

ジムビームは、バーンハイム・アーボリータム&リーサーチフォレストと協力して、ジムビーム蒸溜所のすぐ隣にあるバーンハイム・アーボリータム&リーサーチフォレストが所有する15,625エーカー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立しました。

この連携を通して私たちは、水質維持、野生動物の保護、在来種の植物や木々の復活などに取り組んでおり、環境教育の工場、水源保護計画の改善、上質な水の確保に関して共同することに対して長期的な合意に至っています。

省エネへの取り組み

ビームサントリーは、継続的に全世界の生産拠点のエネルギー使用率削減を目指しています。また、使い捨てのプラスチックの使用の削減にも取り組んでいます。以下は各地域で行われている取り組みの一部になります。

クレアモント、ケンタッキー州「ジムビームアメリカンステルハウス」: 米国グリーンビルディング協会よりLEED (Leadership in Energy and Environmental Design) のゴールド認証を取得しました。

フランクフォート、ケンタッキー州: ボトル詰めエリアと加工エリア全体でLED照明を使用し、照明の質を向上するとともに、エネルギー使用量とコストを削減しています。

ディアフィールド、イリノイ州: 全世界のオフィスで最新のWeb会議や印刷技術を活用してエネルギー消費量を抑えています。本社では、共同のワークスペースを設けています。特色ある施策としては、日光を感知して自動的に調光する照明があります。

本社、シカゴ、イリノイ州: グローバルヘッドクォーターとその他のオフィスでは、消費エネルギーを減らすために最新のWeb会議や印刷技術を導入しています。ヘッドクォーターは、オープンフロアと共有作業スペースを採用しています。歴史あるマーチャングイズ・マーケットにあるLEED認証の建物であるオフィスでは、自然光照明を導入しています。LEEDは、建物の省エネ性能、設計、建設、運営を評価するアメリカで有数のプログラムです。また、室内の自然光の強さによって自動消灯するエネルギー効率の高いLED照明も導入しています。

ワシントンDC: ワシントンDCにあるグローバルパブリックアフェア室は、LEED認証を受けた建物内にあります。

マドリッド、スペイン: マドリッド市初のサステナブルオフィスビルです。外部からの騒音を最小限に抑え、ソーラーパネルや遮熱性のあるメタリックの外壁により省エネ効果を最大限に高めています。また余ったエネルギーをビル内でやり取りできるシステムも備えています。

マドリッド、スペイン: 当社のオフィスビルは、マドリッドで初めての持続可能性ビルでした。外部の騒音は最小限に抑えられ、省エネはソーラーパネルや外部壁の断熱鉄パネルにより最大限行っています。また、余剰エネルギーはオンサイトシステムにより活用されています。

生産現場における節水と省エネ活動

コニャック、フランス：クルボアジエは、生産量の半分以上の輸送（コニャックからルアーヴル）をトラックから電車での輸送に切り替えています。トラックから電車への切り替えにより、温暖化ガス排出量が約92%、年間763トン削減されました。

ケンタッキー事業

ケンタッキーでは、全てのバーボン用の樽を効率的に再利用しています。多くは再利用されますが、一部は家具やその他の木製品に加工しています。バーボンの樽は持続可能なホワイト・オークの木材からできています。サプライヤーもホワイト・オークの持続可能な調達に積極的に協力しています。ケンタッキー州クレアモントのジムビーム蒸溜所では、近年石炭から天然ガスに切り替えました。

当社の蒸溜所では、使用済みの穀類を家畜の飼料等に効果的に再利用しています。また、水処理段階で生じるバイオソリッド（汚泥）も再利用しています。

また、ビームサントリーと、ビームサントリーが使っている樽を生産している会社Independent Stave Companyは、共同でケンタッキー州とミズーリ州の伐採者に持続可能性に関する啓発活動を行っています。

ジムビームアメリカンステルハウス

「ジムビームアメリカンステルハウス」は、LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) のゴールド認定を取得しています。この認定は、リーダーシップ、革新性、環境保護、社会的責任で優れた実績のある施設のみが取得できます。「ジムビームアメリカンステルハウス」における環境の持続性性能には以下のような特長があります。

- ・25%にリサイクル建材を使用
- ・節水型の設備、蛇口、水洗トイレにより水使用量を年あたり50%削減
- ・79%の建築廃材がリサイクルされ、埋立処分を回避



テキーラ、メキシコ：メキシコのカサ・サウザでは、廃棄物の99.8%をリサイクル・再利用し、年間平均47,000m³を埋め立て処理に送らずにすんでいます。アガベ（テキーラの原料）の繊維は回収され、コンポストにしています。このコンポストは、土壌の水を保ち、新しいアガベの栄養となります。

セゴビア、スペイン：暖房と電力発電プラント（コジェネレーション・プラント）に天然ガスを使用しています。発生した熱と電力は、蒸留段階で使われ、余剰の電力は地元の電力会社に売却しています。このコジェネレーションプロセスは、熱と電力を別々の施設で行うより30%も効率がよいことが結果としてでています。

資源の有効利用

ビームサントリーは、廃棄物埋立量およびリサイクル・再利用率をモニタリングし、報告しています。今後も、生産資材、製品の包装・容器のリデュース、リユース、リサイクル活動に努めます。

容器の3R

「ビームサントリー・デザイントゥバリュー（Design-to-Value）チーム」は、製品デザインを向上させながら包装材を減らす方法を追求し、最終的にお客様にも環境にも、よりよい影響をもたらすことを目指しています。このチームの成果としては、より軽量のボトルデザイン、ガラス容器からポリエチレン樹脂容器への切り替え、無駄な段ボール・包装材の廃止などがあります。これらにより、包装資材量が削減され、合計コストと環境への負荷が削減されました。当社はリサイクルと再利用活動も推進しています。アイルランドのクーリー蒸溜所は、法的義務によって包装資材廃棄物の回収・リサイクル資金を拠出する企業をサポートする包装コンプライアンス制度「REPAK」のメンバーです。

また、カーサ・サウサ社は2014年に「メキシコ・ベストリサイクル・ストックウェアハウス」を受賞しました。

従業員への環境教育

当社は、持続可能な環境ボランティアに従業員が積極的に参加することを推奨しています。従業員はBIER (Beverage Industry Environmental Roundtable) 等の大きな業界団体や、小さいローカル団体、ケンタッキー・サステナブル・スピリットやケンタッキー・エクセル等のプログラムに参加しています。また、ケンタッキー大学やケンタッキーの水源研究所等の教育・研究機関と連携して、従業員、学生、教授と一緒に研究・学習・研修し、水に関する環境問題に対応する技術交換を行っています。当社の従業員は、私たちが働き、住むコミュニティに対して、これからも意味のある貢献を行い続けます。これらの活動を評価しており、毎年行われるVision Into Action (VIA) Awards 等を通して従業員を表彰しています。

汚染防止と化学物質の管理

当社は、グローバルな規格に基づいた安全データシートに従って、有害化学物質の安全な使用、保管、輸送を管理しています。また、カーサ・サウサ社はAMOCALI（民間組織）とSEMARNAT（環境天然資源省）による「クリーンフィールドプログラム」に参加し、農薬の安全な使用と容器のリサイクルを心がけています。

生物多様性保全を目的とした活動

シカゴ

ビームサントリーは、シカゴ川を人、植物、動物のために改善する活動を40年にわたって行ってきた団体Friends of the Chicago Riverとパートナーシップを組みました。このパートナーシップは、地域の水路の保護・保全を中心として、定期的に従業員がボランティア活動に参加するものです。シカゴのオフィスでは、ストローの使用を止め、オフィスの食べ物や飲み物に使い切りのプラスチックの使用をやめようとしています。

ケンタッキー

ジムビームは、いくつかの河岸復活プロジェクトをケンタッキー州で成功させました。これらのプロジェクトでは化学物質を使わず、バイオテクノロジーを使っています。蒸溜所は、ケンタッキー州大学ともパートナーシップを組んで、河岸保護計画を企画しており、河岸の作成と広範囲の湿地帯の保護をしています。

ケンタッキー保全パートナー企業賞

メーカーズマーク蒸溜所は、620エーカーの敷地の一部を自然保護地区、自生植物保護地区と指定したことにより、野生生物と環境に良い影響を与えた企業として認められ、ケンタッキー州魚類・野生生物局長から「ケンタッキー保全パートナー企業賞」を授与されました。

ケンタッキー州環境保護局と環境保全プログラムを実施

ケンタッキー州にあるビームサントリーの全拠点が「ケンタッキーエクセル」メンバーとして活動。毎年従業員が自主的にいくつかの環境プロジェクトを展開しています。

自然と共生する工場で従業員の環境チームが活躍

メーカーズマーク蒸溜所の環境チームでは、敷地内に鳥の巣箱を設置したり、在来種の植物を植えたり、ケンタッキー野生生物局と協働で生物多様性の維持と生息地の改善のための活動を推進しています。

工場周辺に生息するハクトウワシの営巣を従業員がサポート

ケンタッキー州にあるブッカーノー工場周辺には、ハクトウワシが生息しています。工場の従業員たちは、ハクトウワシのために、繁殖期ごとに営巣づくりを手助けしています。また、ブッカーノー工場の樽貯蔵庫では、メンフクロウの巣箱を設置するなどし、絶滅危惧種の保護に取り組んでいます。

野生鳥類とミツバチの保護

当社のアードモア蒸溜所（スコットランド）は英国鳥類保護協会のスポンサー企業になっています。以前は「東スコットランドシーイーグル回帰プログラム」に協賛していましたが、2013年から同協会ネイチャーオブスコットランド賞の「スピーシーズチャンピオン賞」部門のスポンサーをしています。また、ジムビーム蒸溜所やメーカーズマーク蒸溜所は、野生鳥類の保護活動を行っています。両蒸溜所はいろいろな種類の鳥やコウモリの巣箱をつくり、維持しています。クルバジェ蒸溜所は、ミツバチの保護を支援しています。（年間ミツバチの巣箱2つ-1150m²の花畑に参加）



自然豊かな工場周辺



環境チーム



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

従業員のボランティア活動

従業員の職場や住まいのある地域で、さまざまな慈善活動を行い、コミュニティをサポートしています。環境保全、災害時支援、ユナイテッド・ウェイ（※共同募金の団体）、ヘルスリサーチ、高等教育、文化施設など、コミュニティが必要とする重要な貢献活動に資金面で大きな援助をしています。ビームサントリーは、2019年に「Together for Good」という世界中の全拠点でボランティアに取り組む日を設定しました。最初の年は、拠点周辺の水源の保護・保全をテーマとしています。

ケンタッキーのチームは、ユナイテッド・ウェイと連携し、年度を通じた州規模の募金活動を行っています。この活動は、各地域コミュニティにとって最も重要な活動を支援するものです。ビームサントリーの従業員のケンタッキー・ユナイテッド・ウェイへの募金は、会社のマッチング募金を含み、過去12年で180万ドル以上となりました。

また、ビームサントリーは従業員の慈善活動を支持します。「ビームサントリー・ケアズプログラム」では、全従業員に、年2日間の有給休暇を取り、彼らの選んだコミュニティで奉仕活動をするのを奨励しています（全員が参加した場合の合計活動時間は年72,000時間以上になります）。また、従業員が米国で集めた寄付金と同額を寄付しております。

Growing for Good委員会

当社の従業員は、常に地域社会に還元する方法を探しています。一部のオフィスでは、従業員の地域貢献に対する熱意を形にするために、ボランティアの機会、募金等の活動に参加する機会を提供するGrowing for Good委員会を設置しています。

被災者支援活動

近年、自然災害が多く起きています。こうした事態を深刻に受けとめ、ビームサントリーでは世界のあらゆる被災地の復旧活動に赤十字を通じた資金援助や人道支援を行っています。また、各地で起こった自然災害に対し、安全できれいな飲料水を多くの被災地に贈っています。

文化・芸術振興活動

従業員の職場や住まいのあるコミュニティで、地域に密着した取り組みを行っています。たとえば、本社の近くで行われる北アメリカで最も歴史のある音楽祭「ラヴィニア音楽祭」の主要スポンサーをしており、アメリカ有数のオーケストラ、シカゴ交響楽団も毎年公演しています。36エーカーのラヴィニア公園は、静かな森の中にあり、音楽に親しむには最適な場所で、15歳までの子ども、高校生、大学生は、芝生エリアに無料で入場して、クラシック演奏を聴くことができます。

また、サポート企業となっている本社近くのシカゴ植物園は、385エーカーに26区画の庭と4つの自然エリアをもつ自然の宝庫です。毎年恒例のさまざまなイベント、プログラムを主催し、年中無休、入場無料です。

工場見学

アメリカ、メキシコ、スコットランド、アイルランド、フランス、スペイン、日本で生産工場見学を実施しています。

オペレーション・ホームフロント

ビームサントリーは2008年から通算で340万ドル以上の資金等を提供して非営利団体オペレーション・ホームフロントの周知を行い、軍事に准じる家庭が一生懸命守ったコミュニティでしっかりと安定した生活をおくれるよう取り組んでいます。2009年にビームサントリーの従業員の発想から始まったこの活動を通して、オペレーション・ホームフロントは過去10年で350,000以上の家庭にホリデーミールを提供しています。

地域コミュニティでの環境教育

当社は、地域コミュニティの環境教育活動に参加しています。たとえば、ケンタッキー州クレアモントの「キッズフィッシングダービー」「蒸溜酒サミット」など、さまざまなステークホルダーが参加するイベントへの協賛です。また、ケンタッキーにある大学や州知事が参加する安全衛生展示・協議会を対象とした「EHSリーダーシップラーニング講座」を主催しています。

■責任のある飲酒の啓発

責任のある飲酒の啓発

ビームサントリーの責任ある飲酒についての考え方は、当社のあらゆる行動の基盤になっています。そのため、責任あるマーケティングやアルコール教育を実施しているほか、飲酒運転や未成年者飲酒の防止などに注力している世界中の多様なプログラム、パートナーシップおよび団体のスポンサーとなり、資金を提供しています。また、すべての従業員が雇用と同時に当社とそのブランドの大使として、常に責任ある飲酒を家族や友人に対して示し、促進できるように、必要な知識を従業員に確実に提供するようにしています。

アルコール関連問題低減のグローバルコミットメント

ビームサントリーは、国際的な適正飲酒推進の取り組みを進める非営利組織「IARD」の発足メンバーです。業界をリードする酒類メーカーは、IARDを通して業績競争を忘れ、アルコール問題の低減のため力をあわせています。これは業界においてこれまでにない野心的で包括的な取り組みです。

ビームサントリーは、これらのコミットメントをFoundation for Advancing Alcohol Responsibility (FAAR; www.responsibility.org)の発足メンバーシップ、特別なコートで飲酒運転を繰り返す人を治療するためのシステムDWIコートを通して再度の飲酒運転を劇的に減らす、ルイスビル大学とケンタッキー大学の未成年の飲酒とキャンパス内のイッキ飲みを減らすBuilding Resilience in Campus Communitiesプログラム等の様々な形を通して世界中で取り組んでいます。

グローバルマーケティング指針

責任のある飲酒に対する当社のリーダーとして取り組む姿勢は、各管轄で適用されるすべての関連法、規制および業界の規範や規定を遵守することから始まります。そのため、ビームサントリーのグローバルマーケティング指針は、当社のすべてのブランドと地域で統一されており、広告をはじめ、消費者への販促、マーチャンダイジング、ブランドのWebサイト、POS、ダイレクトマーケティング、商品開発、プロダクトプレイズメント、および消費者イベントにまで及びます。

責任あるマーケティング

ビームサントリーは、スピリッツ製品のマーケティングにおいて業界標準の設定におけるリーダーシップを担う企業として誇りをもっています。2007年にはアメリカで最も厳しい広告配置基準を自主的に採用し、合法的な購入年齢に満たない消費者への露出を削減しています。メディアオーディエンスにおける法律で酒類の購入を許可された年齢者の割合は、業界標準が71%なのに対し、当社は75%以上を指定しています。また当社では、アルコール飲料を購入できる法定年齢(LPA)の成人のみをマーケティングの対象にしています。加えて、アルコール飲料を購入できる法定年齢に達していない消費者が当社の広告メッセージを目にする機会を制限するため、「Spring Break」に関連するマーケティングプログラム、公園などの遊び場から500フィート以内の家庭外広告、ビデオゲームへの広告を禁止しています。

DRINK SMART®

DRINK SMART®は、法定飲酒年齢の消費者に飲酒に関して責任ある選択情報を提供するグローバルなプラットフォームです。また、消費者が率先してアルコールの不適切な使用を減らす活動のためのツールも提供しています。

DRINK SMART®のWebサイトとロゴは、ソーシャルメディアからテレビ放送まで、すべてのビームサントリーのグローバルなマーケティング資料に含まれています。ビームサントリーの全ての商品ラベルにDRINK SMART®が付けられ、ウェブ上に栄養分の情報が掲載されています。



安全運転

ビームサントリーとそのブランドは、定期的にUberと連携し、町中でお酒を飲んだ後に安全に帰るための送迎サービスを行っています。また、当社の従業員は、自分や友達が運転するのが危険な際にタクシー代を会社がもつ制度を利用できるようになっています。

行動規範と倫理規定の策定

ビームサントリーとそのすべての従業員は、最高水準の企業倫理を維持しながら、市場において積極的に競争できると信じています。

また、当社の従業員、役員、ディレクターは、ビームサントリーが策定した「行動規範と倫理規定」に記載された健全な商慣行と倫理規定に従うことで、誠実で最高品質のビジネスを行い、継続的にすべてのステークホルダーから信頼されることを目指しています。



行動規範と倫理規定は、7言語版がそろっている

■CSRマネジメント

コーポレート・ガバナンス

ビームサントリーの「行動規範と倫理規定」は、私たちが誠実で最高品質のビジネスを行うための指針となっています。この規定には、「Growing for Good」を踏まえたビジネス慣行、正しいビジネス（Beam Suntory way）を行うための方針が記載されています。従業員は、業界の規定だけでなく、当社の方針、手順、基準に従い、業界を主導する企業としての役割を果たさなければなりません。ビームサントリーでは、「グローバル・リスク・コンプライアンス委員会」を設置し、地域ごとの「リスク・コンプライアンス委員会」に加え、グローバル展開やサプライチェーン監査に関する各委員会も設けています。

コンプライアンスの推進

従業員には四半期ごとのGlobal Town Hallなどの社内のコミュニケーションを通じて、「正しいやり方、ビームサントリーのやり方でビジネスをする」、または要件に遵守して、可能な場合はベストプラクティスに沿って行う、というメッセージを一貫して発信しています。また、コンプライアンストレーニングは、実地研修やオンラインでも対面式の講習でも実施しています。また、ビームサントリーは、世界のどこからでも1日24時間週7日利用できる多言語のホットラインを用意しています。

積極的なリスクマネジメント

ビームサントリーは、上層部が主導となり事業へのリスクの特定や監視・管理する体制を整えています。統合リスクマネジメント（ERM）プログラムでは、潜在的リスクのある主な領域を積極的に特定し、エグゼクティブリーダーシップチームが指名した従業員がリスク低減に関する監視を担当します。「エグゼクティブリーダーシップチーム」は、定期的なミーティングを開き、戦略について議論しています。

クライシスマネジメント

重大事故は、迅速かつ効果的に管理するために、「グローバルメジャーインシデントマネジメント（MIM）チーム」が取り組みます。FACTS（Failure and Accidents Technical Information System）の事故調査は、「グローバルテクニカルサービスチーム」が、関連する事業のジェネラルマネジャーおよびリスク管理担当者と協力して行います。

重大事故が発生した場合、「グローバルMIMチーム」が招集され、実状の把握とリスクの精査を行い、リスクを低減するための適切な対応を図ります。「MIMチーム」は主要ステークホルダーに情報を伝えるために、適切な報告計画を作成します。重大な事故に対応する際には、従業員、お客様、地域住民の安全が何よりも優先されます。「グローバルMIMチーム」は、海外のガバナンス、統括、地域「MIMチーム」への指示を担当し、「グローバルテクニカルサービスチーム」は、環境、安全、品質、セキュリティ、ブランド保護、保険／リスクマネジメントなど各部門の技術リーダーの協力を得て、現場をサポートします。各生産拠点のジェネラルマネジャーと地域のリスク管理担当者が監督する地域「MIMチーム」は、予防リスクアセスメント、リスク低減計画、緊急時対応計画、緊急時対応行動、損害の評価、事業の回復などに取り組みます。

情報セキュリティ

ビームサントリーは、個人情報について事業を展開する各国の法令に遵守しています。

知的財産

ビームサントリーは、法務部内にグローバルな知的財産権（IP）の専門家を置き、IPチームが知的財産権の保守や告発、侵害の防止などに取り組んでいます。IPチームは、世界中の千単位の知的財産権を守っており、イノベーション・チームと協力して新しい製品やブランド拡大の確認と保護、第三者の知的財産侵害と海外の知的財産紛争、合併、買収、売却、ジョイントベンチャー、ライセンス、パートナーシップの際の知的財産に関するサポートを行っています。

お客様・お取引先と響きあう ～商品・サービス～

■品質保証への取り組み

品質管理方針・指標

ビームサントリーでは、生産拠点に品質と食品安全衛生のISO認証の取得を要請しています。さらに、グローバル基準を達成するために、品質、食品衛生、環境、健康、安全を網羅する統合マネジメント方針に基づいた手法を取り入れています。全生産拠点に重要業績評価指標があり、それらの品質要件を超えるための改善計画を確立しています。

さらに生産拠点では、TRACC方式（サステナブルな方法で継続的改善方式を実施するためのソフトウェアベースのガイド）に従って生産・継続的改善方式を実践しています。今後も、当社にとって最も貴重な資源である「従業員（安全）」「ブランド（品質）」「世評（コンプライアンス）」「環境」を守りながら、システム、プロセスをはじめ、事業活動のすべてを、従業員とステークホルダーの尽力によって改善していきます。

品質マネジメント

ビームサントリーの各生産拠点では、すべて品質マネジメントシステムの規格であるISO 9001の認証を取得しており、さらに多くの生産拠点でISO 22000（食品の安全性）、HACCPの認証も取得しています。また、共同生産を行っている下請けのびん詰業者にも定期的にISO規格の主要項目を含む技術監査を義務づけているほか、各生産拠点では定期的に社内の厳しい監査を実施しています。

■お客様への配慮

お客様の声の収集

お客様や消費者からいただいたご意見を集めるため、複数のデータベースを保持しています。フィードバックいただいたお問い合わせは、お答え又は必要に応じて調査のために該当する部署に送られ、適切に対応しています。

■ビジネスパートナーとの関わり

ビームサントリーは、責任ある企業市民であり、人を公正・公平に扱うための基準を維持しています。「ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー」は、当社、従業員、サプライヤー、お取引先に対するガイドラインとなっています。

このポリシーは、強制労働、奴隷労働、強制収容労働の禁止を規定しており、2010年制定の「カリフォルニア州サプライチェーンの透明性に関する法律」に従って情報開示をしています。また、英国現代奴隷法2015にも当社のサプライヤーが奴隷労働、人身売買に関与していないことを確認しています。

ビームサントリー・グローバルシチズンシップポリシー

ビームサントリーにとって、当社の価値観は市場で継続的な成功をおさめるために不可欠な要素です。誠実、品質、責任、迅速性、強靭性、「やってみなはれ」などの価値観は成功のために重要なものです。当社の業績は従業員、サプライヤー、投資家、価値あるビジネスパートナー、職場であり生活の場でもあるそれぞれのコミュニティからの評価に基づいています。

【ポリシーの構成】

- 1.労働環境／安全衛生
- 2.児童就労
- 3.強制労働
- 4.差別
- 5.労働時間
- 6.賃金および手当
- 7.環境
- 8.マネジメントシステム
- 9.サプライヤーおよび請負業者

当社は、主要サプライヤーや請負業者にも同様の約束を要求しています。このポリシーに準拠することで、業界のリーダーシップを発揮し、その上で、当社の各ブランドの強化、優秀な人材を引き付け、確保する力の向上、サプライチェーンのよりよい管理と成果をもたらします。

従業員と響きあう ～ダイバーシティ経営～

■従業員に対する取り組み

ビームサントリーは、多様性のある職場環境づくりに努めるとともに、公平な雇用機会を提供しています。また、当社への入社条件を満たし、希望する応募者は、人種、肌の色、宗教、性別、性的指向、国籍、遺伝、障がい、年齢、退役軍人であるかにかかわらず選考の対象とし、多様性を尊重しています。

ワークライフバランスの推進

ビームサントリーは、ワークライフバランスを推進するため、従業員のフレキシブルな就業時間・就業場所をサポートする「グローバル・ガイドライン」を用意しています。このガイドラインに基づいて、各地域の人事部門では各地域に合った制度を策定し、従業員の業務への意欲とパフォーマンスを最大限に保つようサポートしています。一方、従業員は地域の法規制に準拠したフレックス勤務やフレックスロケーション勤務制度を利用できます。

フレックスタイム勤務

上司の許可を得た上で、1日の基準就業時間（コアタイム）を決めて勤務時間をずらす「ピークタイムフレックス勤務」や、週総労働時間を決めてフルタイムの条件を果たしつつ、出勤日を通常の週5日から減らす圧縮週労働日数制などがあります。

働きやすい職場づくり

当社は、労使間でのオープンなコミュニケーションと情報共有の場があり、各生産拠点での定期的な安全衛生トレーニングを実施しています。プロセス管理を徹底して効率化した「リーン生産方式」を実施している生産拠点では、毎日打ち合わせを行っており、特に安全性について話し合っています。このような話し合いでは総じてオープンで自由なコミュニケーションを大事にしています。

職場の安全衛生と従業員の健康管理

当社の全生産拠点に、労働安全衛生マネジメントシステムOHS18001に準拠した安全マネジメント基準を設けています。また、安全要件と要求を明確にしたグローバル安全基準を策定し、全生産拠点でその要求事項を満たす安全行動プログラムと手順を展開しています。当社は従業員の健康増進を奨励しています。定期的な健康診断に加え、精神的・身体的健康を促進する機会や健康サービスの提供を行っています。

Château lagrange S.A.S.

シャトー ラグランジュ

本社所在地 33250, Saint-Julien Beychevelle, France

設立 1983年12月15日

事業内容 ワインの製造・販売

ホームページ <http://www.chateau-lagrange.com>



会社概要・理念

■エクセレンス

シャトー ラグランジュは、高品質なワインの製造を通して「生活文化」の発展に貢献してきました。記録によると、その歴史は少なくとも1631年にまでさかのぼります。優良なワインは、フランス語でいうところの「テロワール」、つまり大地の恩恵であり、自然の賜物であることはいまでもありません。1983年にサントリーグループに加わってからは、「人と自然と響きあう」というグループ理念を私たちも導入しています。この理念を実践するため、ぶどうの木の手入れからびん詰め工程に至るまで、環境に配慮しつつ、常に世界最高級のワインづくりに励んでいます。

主な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「地域」と栽培する「品種」の個性を最大限引き出すべく、果実が最適に成熟するようにぶどう園ひとつひとつの手入れを丹念に行っています。また、お客様の健康のために、ぶどう園では必要最小限の農薬しか使わない減農薬栽培を徹底しています。

2つ目は、製造工程の品質管理です。シャトー ラグランジュでは品質管理責任者を任命し、ぶどうの木の剪定（せんてい）から出荷までの全工程で品質管理を徹底しています。さらに、2007年には最新式のびん詰めラインを導入し、びん詰め段階でのガラスの破片や虫などの異物混入を防止しています。こうした多くの品質管理に関する手順や記録、チェックを徹底し、安全で魅力的な商品を提供しています。

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付けを行うものです。商品はワイン商を介してお客様のもとに届けられるため、トレーサビリティを維持し、またお客様からの反応を直接的に得ることは容易ではありません。そこで、商品の追跡を可能にするため、すべてのびんのキャップシールにコード番号をつけています。製造工程においては多くの製品分析を実施し、記録します。原料に加え、ワインに使用されるコルク・びん・ラベル・ケースなどすべての資材を検査し、その結果をコード番号で記録することで、ワイン1本1本の履歴を一貫してトレースすることができます。



ぶどうの品質保証



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・テイストのイベントが世界各地で数多く行われているため、そうした機会にワイン愛好家の方々と直接交流することができます。シャトー ラグランジュの取引先である、ボルドーの150社ほどのワイン商とよい関係を維持することで、国際的な販売促進ネットワークを利用し、世界中のお客様にワインをお届けしています。

訪問客の受け入れ

毎年、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トを行います。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。

より健康的で安心できる商品の提供

お客様の健康的なライフスタイルをサポートするために、ぶどう園などの農薬散布をより少なくする研究を他の10カ所の醸造所と共同で行っています。

自然と響きあう ～環境～

■環境への取り組み

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CO₂排出量の削減

シャトー ラグランジュは、環境に配慮を行い、初めてCO₂排出量を測定したフランスにある醸造所5社のうちの1社です。温室効果ガスを低減するため、常に製造工程の見直しに努めています。2007年は発酵工程を見直すことで電気消費量を8.5%削減できました。

再資源化とリサイクルを推進

刈り込んだぶどうの枝木や発酵後に残るぶどうの皮を堆肥化して、肥料の購入量を減らしています。

また、業務全体を通して、空になったワイン樽や化学製品の容器などを有効に活用するため、資源の3Rを推進しています。2011年からは、ワイン樽を調達する際に、これまで梱包に使用していたプラスチックフィルムを廃止しました。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。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。

社会と響きあう ～文化・社会貢献～

■地域社会に対する取り組み

広報活動の実施

広報担当マネジャーや広報関係スタッフがイベント運営やイベントへの参加を通じて、各種団体、ジャーナリスト、ソムリエ、ワインスクールなどとの交流を図り、私たちの「テロワール」の神秘や品質追求のための取り組みについて理解を促進しています。

地域社会との交流

慈善オークションへの参加や地元のスポーツイベント・団体への寄付、シャトー庭園での音楽祭の開催など、積極的に地域社会との交流を図っています。2016年6月にオープンした世界のワインの聖地・ボルドーを具現化するワインの複合施設「ラ・シテ・ドゥ・ヴァン」の建設にあたっては他のシャトーと協働してサポートしました。また、シャトー ラグランジュは、毎年約8,500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。2017年も9月に開催された第33回メドックマラソンに協力しました。



シャトー庭園での音楽祭



ラ・シテ・ドゥ・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 | Muhlberg 5D-65399 Kiedrich Rheingau, Germany |
| 設立 | 設立1868年／サントリーグループは1988年に出資 |
| 事業内容 | ワインの製造・販売 |
| ホームページ | http://www.weingut-robert-weil.com |



会社概要・理念

■つくり手としての最高品質へのこだわり

1868年の創業以来、ドイツ皇帝ヴィルヘルム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。最高級畑グレーフェンベルグで収穫されるぶどうは高いクオリティを確保するために、ドイツでの平均的収穫量の半分以下である40hl/ha^{*}まで落としています。また、貴腐ワイン用ぶどうの収穫は一粒一粒丁寧に手摘みするという徹底ぶりです。ワインの発酵タンクも畑ごとの個性あふれるワインを別々に仕込むため、貴腐ワイン用の超小型タンクにはじまり、さまざまな大きさのタンクで手間をかけ、丁寧に発酵させています。



※ 1haあたりの収穫量を表す単位

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、この制度に加えて、約2カ月間の在宅勤務制度を設けるなど、仕事と家庭の両立を重視する、従業員の多様な働き方を支援しています。



ロバート ヴァイル醸造所の従業員

キャリア支援

主に生産系の従業員を対象に、休日を利用してほかの銘醸ワイナリーでの技術研修を会社が企画するなど、各人の能力開発やキャリア支援に積極的に取り組んでいます。

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・サービスに係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

個人の権利と人格を尊重し、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。

● 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。

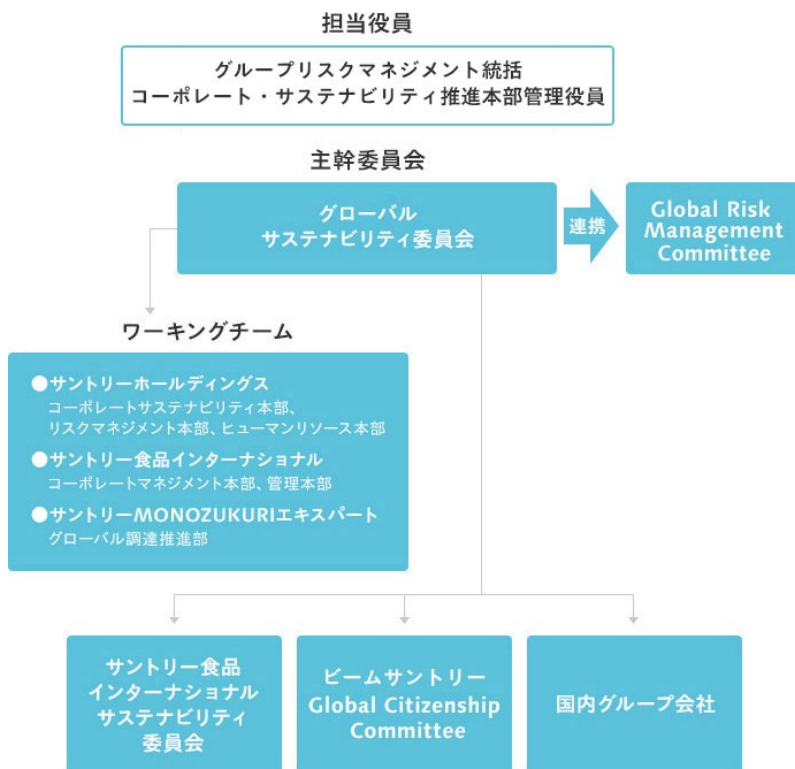
2019年7月10日

以上

人権尊重を推進する体制

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下記体制の下、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



ハラスメントの防止

「従業員意識調査」には、ハラスメントに関する項目を組み入れ、現状を把握し、取り組みの改善につなげています。さらに、内部通報制度「コンプライアンス・ホットライン」の窓口を社内外に設置。国内の通報窓口には女性担当者も配置し相談しやすい環境を整え、「企業倫理綱領」に反するハラスメントや労務問題の通報を受理し、問題の早期発見、解決に取り組んでいます。

■意識啓発を徹底しセクシュアルハラスメントを防止

サントリーグループでは、国内において「セクシュアルハラスメント防止マニュアル」を作成し、イントラネットを通じて従業員に周知徹底しています。また、新任マネジャー研修やeラーニングを実施し、セクシュアルハラスメントに対する注意を継続的に喚起しています。

■パワーハラスメント禁止を従業員に徹底

職権や力の差などを背景にした威圧的な言動（パワーハラスメント）をなくすよう、従業員に徹底しています。国内においてはパワーハラスメントに関しても、新任マネジャー研修やeラーニングを実施し、正しい理解と意識啓発に取り組んでいます。また、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

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。

■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。



■「職場を元気にする人権」をテーマに人権講演会を展開

サントリーグループでは、国内において新任マネジャーや新入社員などを対象とした階層別の人権研修に加え、部門単位でも人権講演会やセミナーを実施しています。2016年は「人口変動・人工知能と企業経営～人権の視点を踏まえて～」と題した人権講演会を実施。今後の人口変動がもたらす社会的課題、人工知能の進化に伴う倫理観との共存などについて、人権の視点から考える良い機会となりました。また、講演会を収録したDVD視聴を中心に全国の営業拠点にてセミナーを実施しました。



人権セミナー

■ハラスメントeラーニングの実施

国内における新人教育プログラムの一環として、新卒社員、経験入社員を対象にハラスメントeラーニングを毎年実施し、ハラスメントの基本の理解につなげています。また2019年には、国内のサントリーグループ全従業員を対象に、ハラスメントeラーニングを実施しました。

サプライヤーとのサステナブル調達

■アンケートによる確認

サントリーグループは、原料部・包材部・物流部の主要取引先を対象に、サステナビリティ調達アンケートを実施しています。アンケートでは、人権の尊重、労働環境や安全衛生に配慮しているかを中心にサプライチェーンに潜在する社会リスクの評価を行っています。既存のサプライヤーに限定せず、新規に取引を開始するサプライヤーにも同様に確認しています。

また、サントリーグループでは、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。

社外からの評価

社外からの表彰

2019年

2019年1月

サントリー食品インターナショナル（株）が「CDPウォーターセキュリティ Aリスト企業」に3年連続で選定

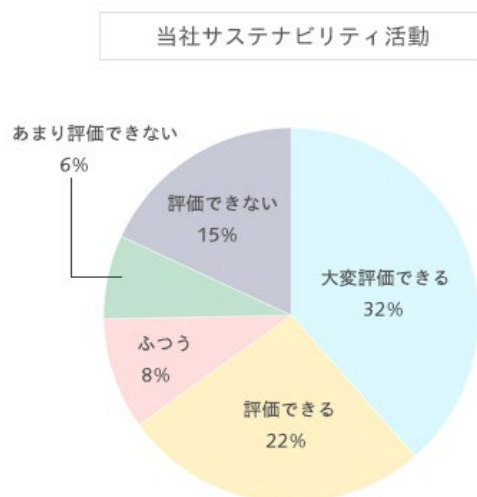
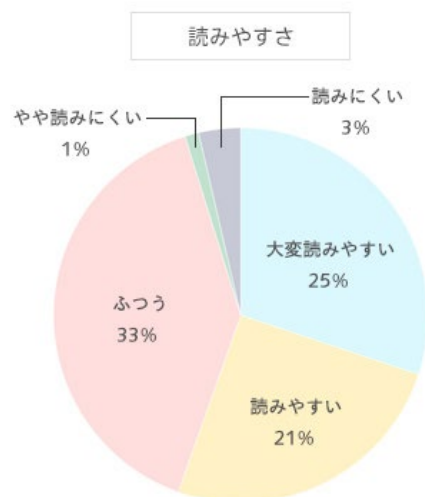
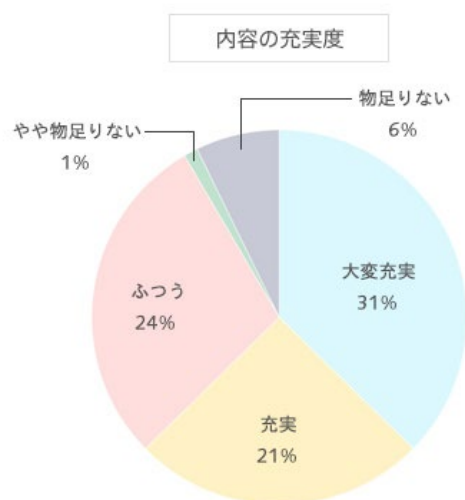
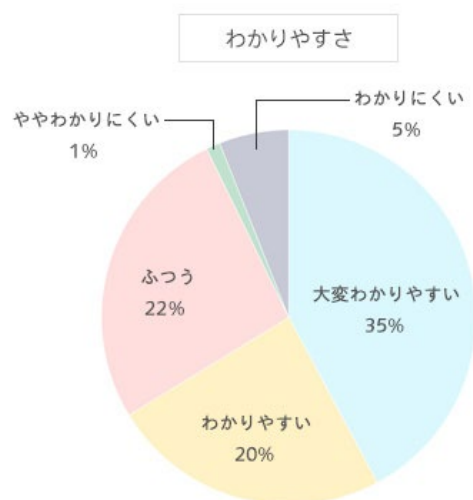
サントリー食品インターナショナル（株）は、このたび、水源涵養活動や工場での水使用量の削減活動などにおいて、環境情報開示システムを提供する国際的な非営利団体である「CDP」から高い評価を受け、「CDPウォーターセキュリティ 2018 Aリスト企業」に選定されました。当社の選定は2016年、2017年に続き、3年連続となります。



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 2017」について、合計159名の方からご回答をいただきました。（2018年4月末現在）読者の皆様から高い評価と数多くの貴重なご意見をいただき、大変うれしく思います。今後のレポート作成および当社の活動に反映させていただくため、皆様からのご意見・ご感想をお待ちしています。

サントリーグループ サステナビリティレポート 2018 アンケート結果



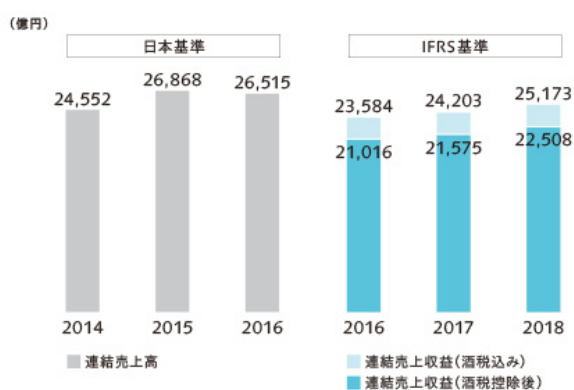
主要サステナビリティデータ

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。

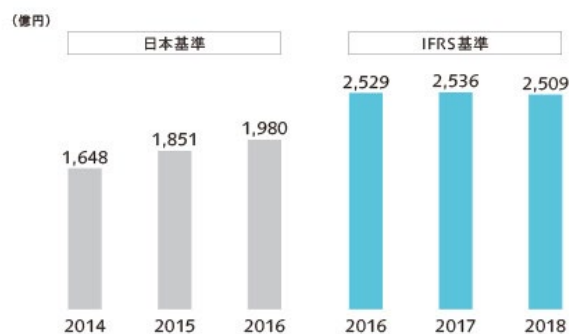
主要経営データ

■連結経営成績

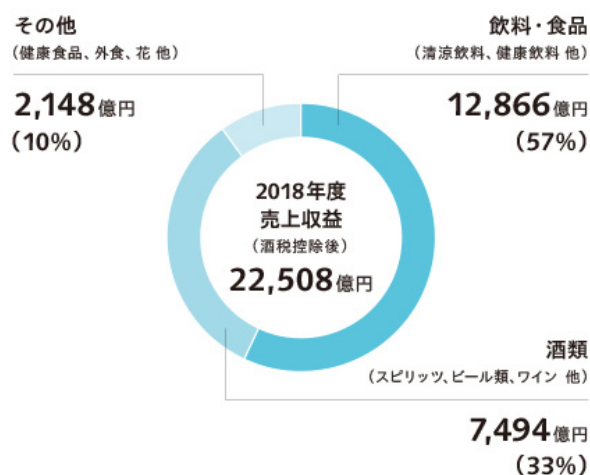
連結売上収益



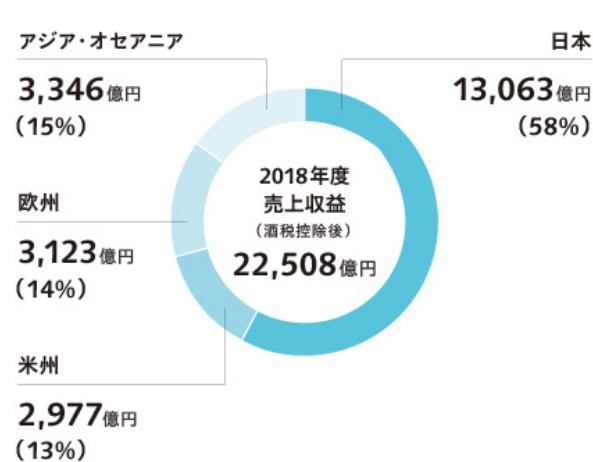
連結営業利益



事業セグメント別売上



地域別売上

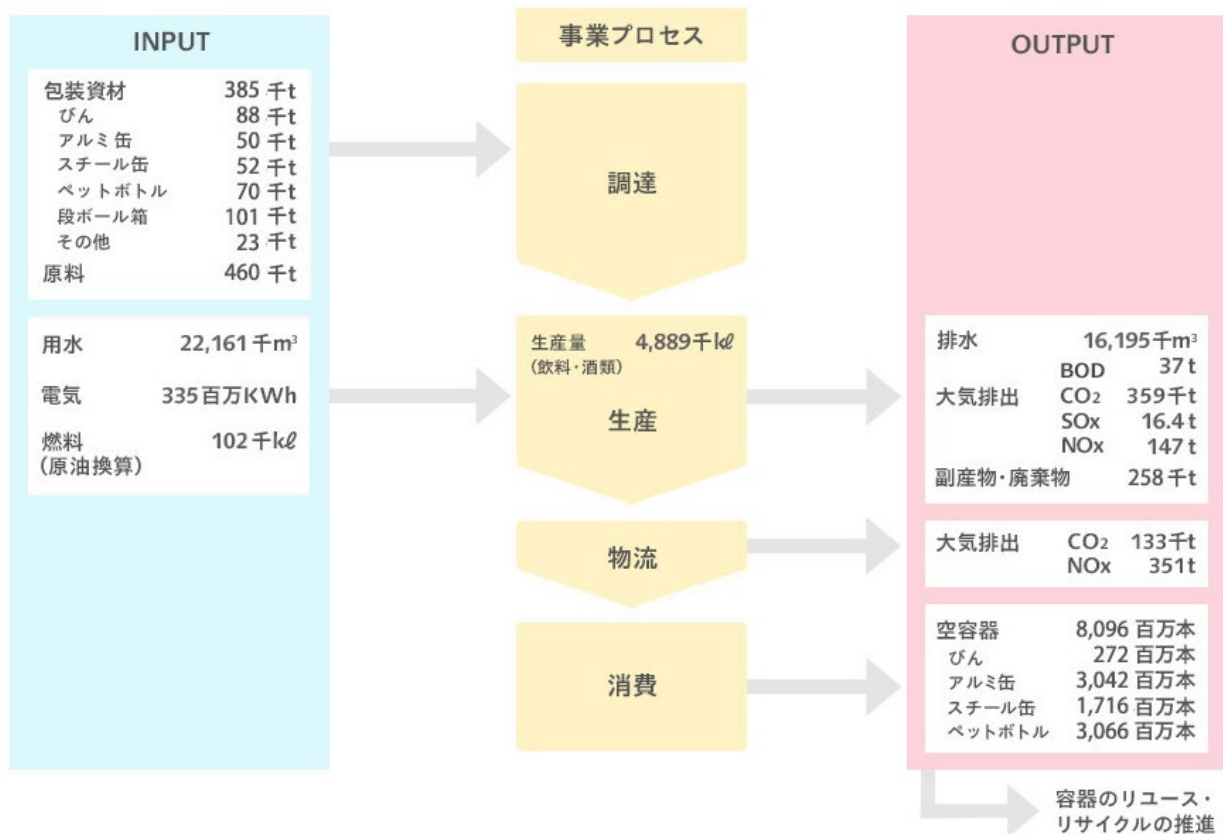


環境データ

環境データは、主にサントリーグループが所有する国内生産25工場、海外生産56工場を対象としています。

サントリーグループの国内生産25工場、海外生産56工場、国内非生産拠点（集合拠点、研究開発拠点、営業拠点、外食・開発拠点）のスコープ1・2排出量、国内生産25工場および海外生産56工場の水使用量、廃棄物排出量、サントリーグループ（国内・海外）のスコープ3排出量（カテゴリー1）について、KPMGあずさサスビリティ株式会社による第三者保証報告書を受けています。第三者保証報告書の対象となっている数値を★で示しています。

事業活動と環境負荷の全体像（対象期間:2018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CO₂ : 温対法で定められた電力会社別の調整後排出係数

CO₂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：2018年1月1日～12月31日）

（百万円）

| 項目 | | | 2016年度 | | 2017年度 | | 2018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 | 261 | 1,903 | 326 | 2,001 | 528 | 2,207 |
| | 地球環境保全コスト | ・CO2削減 ・省エネルギー ・コージェネレーション ・嫌気処理 ほか | 871 | 3,491 | 266 | 3,444 | 198 | 3,020 |
| | 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 | 17 | 2,807 | 67 | 2,612 | 287 | 2,720 |
| | 合計 | | 1,148 | 8,201 | 659 | 8,058 | 1,013 | 7,946 |
| 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 | 1,195 | 0 | 1,133 | 0 | 1,290 | |
| 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 | 1,128 | 0 | 670 | 0 | 900 | |
| 研究開発 コスト | ・環境負荷低減のための研究開発活動 | 73 | 323 | 1 | 369 | 8 | 379 | |
| 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 | 86 | 410 | 90 | 569 | 77 | 504 | |
| 環境損傷 対応コスト | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | |
| 合計 | | 1,307 | 11,258 | 751 | 10,798 | 1,098 | 11,019 | |

※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：2018年1月1日～12月31日）

| 項目 | | | | 単位 | 2016年 | 2017年 | 2018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) | 12.6 | 14.4 | 16.4 | -1.5t/年 | |
| | | | | 原単位 (g/kℓ) | 2.7 | 3.0 | 3.4 | | |
| | | | NOx | | 総量 (t) | 132.4 | 134.5 | 147 | -7.9t/年 |
| | | | | | 原単位 (g/kℓ) | 28.3 | 28.5 | 30.1 | |
| | 地球環境保全 | CO2 排出量削減 | CO2 (燃料+電力) 由来 | | 総量 (千t) | 354.5 | 369.7 | 355.9 | 26.6千t/年 |
| | | | | | 原単位 (kg/kℓ) | 75.7 | 78.2 | 72.8 | |
| | | エネルギー 消費量削減 | 燃料 | | 原油換算 (千kℓ) | 102 | 104 | 102 | 6192kℓ/年 |
| | | | | | 原単位 (ℓ/kℓ) | 21.9 | 22.1 | 20.8 | |
| | | | 電気 | | 総量 (百万kWh) | 306 | 332 | 335 | 8033千kWh/年 |
| | | | | | 原単位 (kWh/kℓ) | 65.3 | 70.2 | 68.6 | |
| | 資源循環 | 水資源 使用量削減 | 用水 | | 総量 (千m ³) | 21,332 | 22,361 | 22,161 | 971千m ³ /年 |
| | | | | | 原単位 (m ³ /kℓ) | 4.5 | 4.7 | 4.5 | |
| 廃棄物 排出量削減 | | 副産物廃棄物 排出量 | | 総量 (t) | 244,604 | 258,027 | 257,951 | 8.984t/年 | |
| | | | | 原単位 (kg/kℓ) | 52.3 | 54.6 | 52.8 | | |
| | 再資源化率 | | (%) | 100 | 100 | 100 | 100 | | |

※電気由来のCO2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 | 2016年度 | 2017年度 | 2018年度 |
|------------------------------|--------|--------|--------|
| リサイクル（副産物売却）収入 ^{※1} | 339 | 380 | 355 |
| 省エネルギーによる費用削減額 ^{※2} | 496 | 510 | 429 |

※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－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－当年費用＞

■水使用実績2018年

| エリア | 使用量 (千m ³) | 原単位削減率 [※] |
|-------|------------------------|---------------------|
| 日本 | 22,161 | 4.2%減 |
| 米州 | 8,366 | 8.4%増 |
| 欧州 | 5,780 | 0.4%減 |
| アジア | 5,809 | 0.5%減 |
| オセアニア | 576 | 8.6%減 |
| 計 | 42,692★ | 2.2%減 |

※国内生産25工場、海外生産56工場が対象

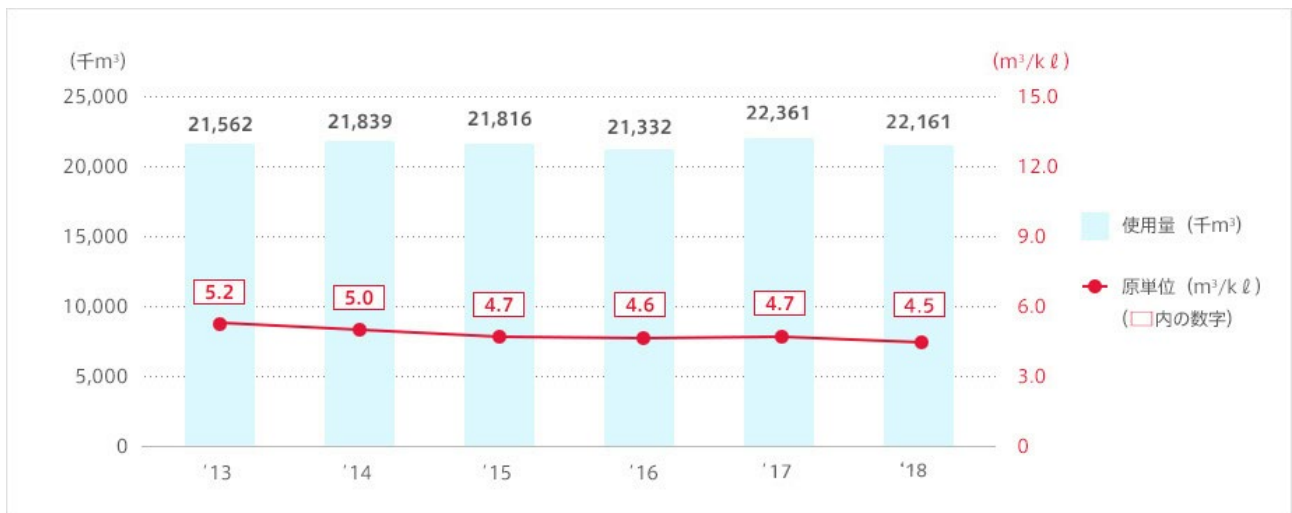
※原単位は製造kℓあたりの使用量、削減率は前年比。

※原単位の基準年である2015年からの削減率は6.4%です。

※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22,526千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。第三者保証報告書の対象となっている数値を★で示しています。

水使用量



※国内生産25工場が対象

※原単位は製造1kℓあたりの使用量を表す

・結果：前年比 総量で0.9%減、原単位で4.2%減

■地球温暖化防止

スコープ1・2排出量

| エリア | 排出量 (千t) | 原単位削減率 [※] |
|-------|-----------------------------------|---------------------|
| 日本 | 454 | 3.1%減 |
| 米州 | 236 | 13.7%増 |
| 欧州 | 126 | 6.3%増 |
| アジア | 122 | 16.3%減 |
| オセアニア | 15 | 34.3%減 |
| 計 | 953★ (スコープ1: 579★、スコープ2: 374★) | 2.4%減 |

※国内生産25工場、海外生産56工場、国内非生産拠点（集合拠点、研究開発拠点、営業拠点、外食・開発営業拠点）が対象

※CO₂排出権によるオフセットは含んでいません。

※原単位は製造kℓあたりの排出量、前年比。

※温室効果ガス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CO₂：

（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、IEA2018における2016年の国別排出係数

CO₂以外のGHG：

（国内25工場）温対法で定められた係数

※うち、サントリー食品インターナショナルグループのCO₂排出量は462千t★（スコープ1: 241千t★、スコープ2: 221千t★）。

※基準年である2015年からの排出量増減率は0.8%増です。

※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。

※KPMGあざ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。第三者保証報告書数値を★で示しています。

CO₂排出量



※国内生産25工場が対象

※電気由来のCO₂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を使用

・'15年比 総量で3.2%減少、原単位で8.5%減少。

燃料（原油換算）消費量



※国内生産25工場が対象

※原油換算消費量は省エネ法で定められた方法にて算出

・前年比 総量で4.0%減少、原単位で9.6%減少。

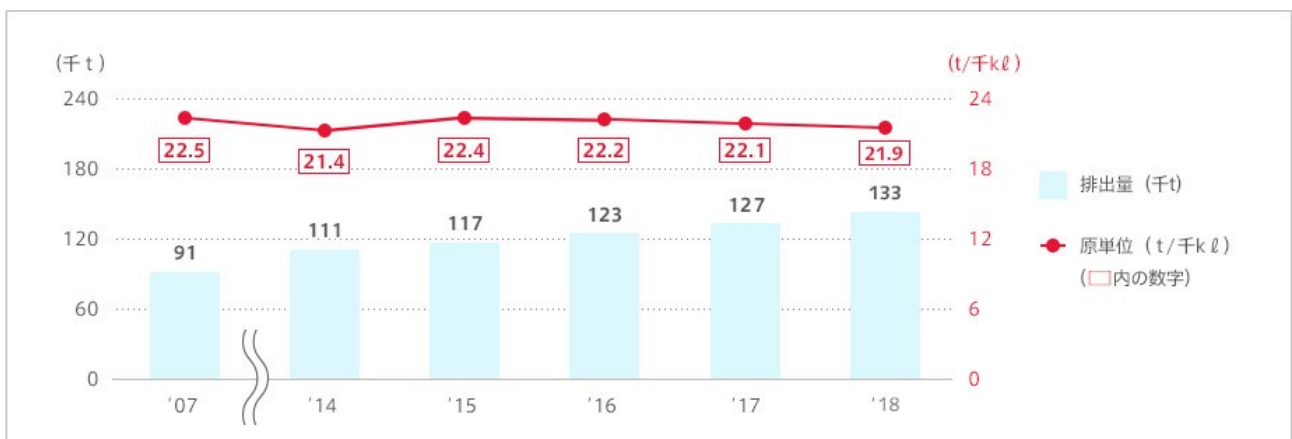
電力消費量



※国内生産25工場が対象

・前年比 総量で1.0%増加、原単位で2.3%減少。

輸配送時におけるCO₂排出量（国内事業）



モーダルシフト率の推移



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

■大気汚染防止

SOx排出量

| | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|------------|-------|-------|-------|
| 排出量 (t) | 12.6 | 14.4 | 16.4 |
| 原単位 (g/kℓ) | 2.7 | 3.0 | 3.4 |

※国内生産25工場が対象

NOx排出量

| | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|------------|-------|-------|-------|
| 排出量 (t) | 132.0 | 134.6 | 147.0 |
| 原単位 (g/kℓ) | 28.3 | 28.5 | 30.1 |

※国内生産25工場が対象

PCB使用機器の保有数 (2019年1月現在)

| | 保管中 | 使用中 | 保有合計 |
|---------|-----|-----|------|
| コンデンサ | 13 | 0 | 13 |
| 変圧器 | 9 | 4 | 13 |
| 照明器具安定器 | 317 | 0 | 317 |

■副産物・廃棄物排出実績2018年

| エリア | 排出量 (千t) |
|-------|----------|
| 日本 | 258 |
| 米州 | 187 |
| 欧州 | 95 |
| アジア | 28 |
| オセアニア | 6 |
| 計 | 574★ |

※国内生産25工場、海外生産56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。第三者保証報告書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25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 | 2013年 | | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018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(%) | 排出量(t) | 再資源化率(%) |
| 植物性残さ (糖化粕・茶粕・コーヒー粕など) | ・飼料 ・肥料 | 181,515 | 100 | 187,439 | 100 | 186,184 | 100 | 185,227 | 100 | 195,334 | 100 | 187,818 | 100 |
| 汚泥(余剰汚泥など) | ・肥料 | 30,100 | 100 | 29,522 | 100 | 27,194 | 100 | 27,574 | 100 | 30,351 | 100 | 30,472 | 100 |
| 木くず(樽材、パレット) | ・家具材 ・合板原料 | 3,266 | 100 | 2,693 | 100 | 1,610 | 100 | 2,123 | 100 | 1,314 | 100 | 4,435 | 100 |
| ガラス・陶磁器くず | ・ガラス材料 ・路盤材 | 4,109 | 100 | 3,928 | 100 | 4,136 | 100 | 3,772 | 100 | 3,508 | 100 | 3,216 | 100 |
| 紙くず(段ボール、紙ラベルなど) | ・再生紙 ・段ボール原料 | 5,727 | 100 | 6,192 | 100 | 6,175 | 100 | 5,184 | 100 | 6,349 | 100 | 6,228 | 100 |
| 廃プラスチック類 | ・パレット ・固形燃料 ・補助燃料 | 4,026 | 100 | 4,287 | 100 | 4,938 | 100 | 4,956 | 100 | 5,918 | 100 | 6,138 | 100 |
| 金属くず(アルミ、鉄) | ・アルミ ・スチール原料 | 2,600 | 100 | 3,016 | 100 | 3,277 | 100 | 3,039 | 100 | 2,958 | 100 | 3,240 | 100 |
| その他 | | 2,870 | 100 | 2,725 | 100 | 3,182 | 100 | 12,729 | 100 | 12,632 | 100 | 16,405 | 100 |
| 合計 | | 234,214 | 100 | 239,801 | 100 | 236,697 | 100 | 244,604 | 100 | 258,365 | 100 | 257,951 | 100 |

※国内生産25工場が対象

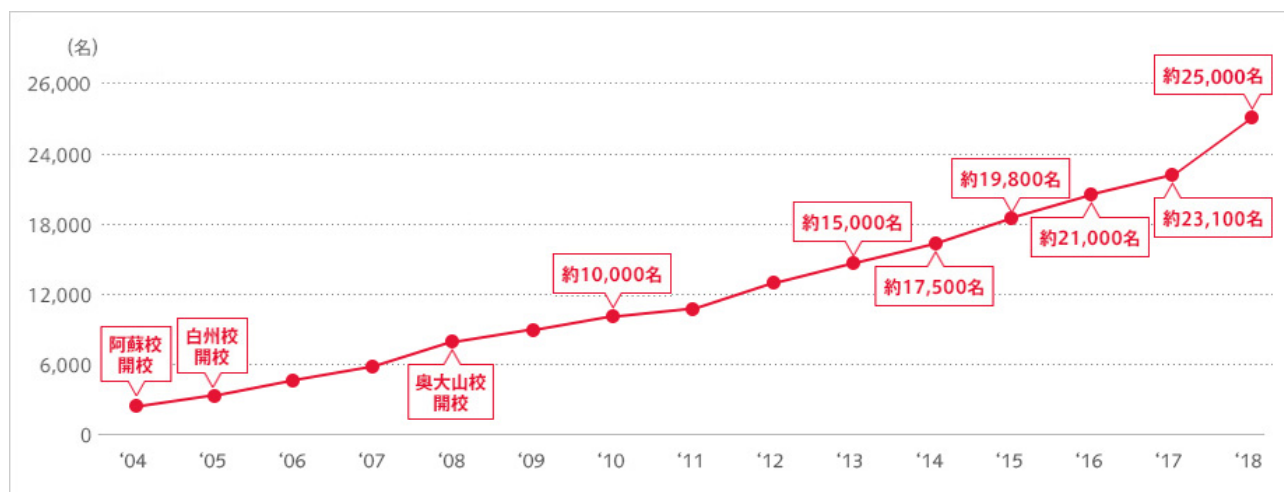
従業員への環境教育

■2018年度環境教育研修

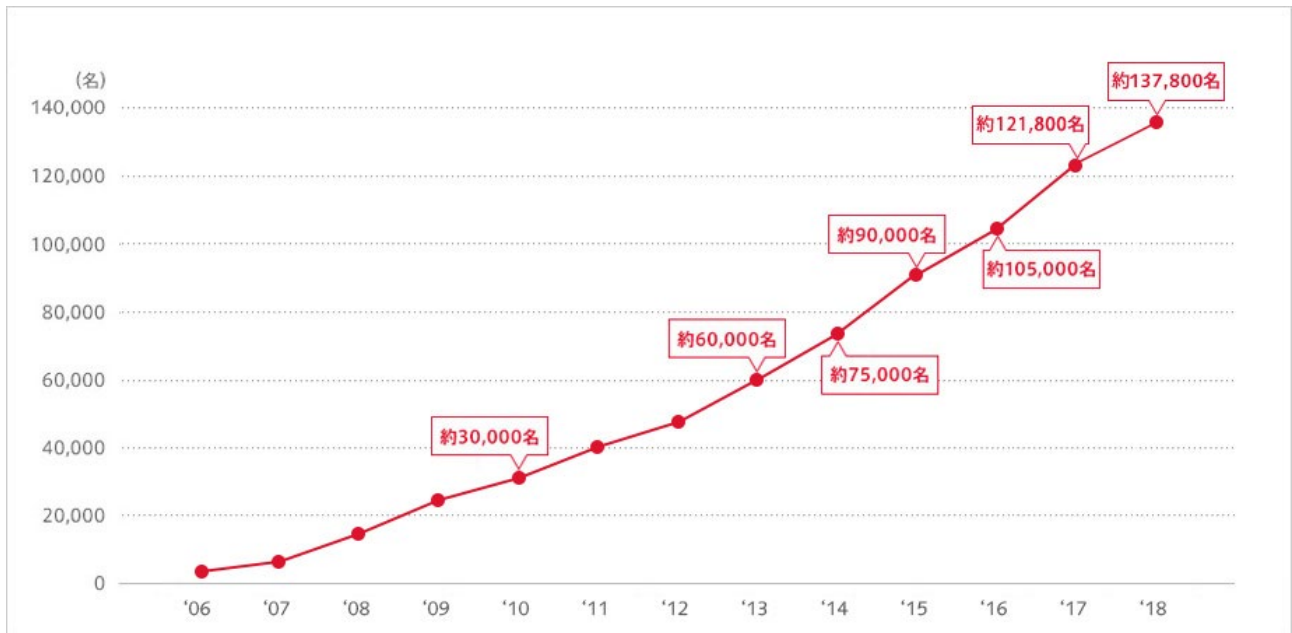
| 名称 | 対象 | 受講者数 |
|-------------------|-----------------|---------|
| 入社時研修（環境経営講義） | 新入社員 | 全員 |
| ISO14001認識・特定教育 | 工場従業員 | 全員 |
| 環境経営啓発研修（eラーニング等） | 国内グループ従業員 | 19,701名 |
| ISO14001新任担当者研修 | ISO14001担当者 | 5名 |
| ISO14001内部監査員研修 | ISO14001内部監査担当者 | 118名 |
| エコプロダクツセミナー | 商品開発担当者 | 42名 |
| 環境法令研修 | 関連する部門の従業員 | 32名 |
| 廃棄物処理法セミナー | 関連する部門の従業員 | 140名 |
| 産業廃棄物「現地確認」実地研修 | 関連する部門の従業員 | 33名 |

水育「森と水の学校」

■水育「森と水の学校」参加者累計（3校計）



■水育「出張授業」参加者累計



社会データ

■雇用・就業状況

人事データは、サントリーホールディングス（株）・サントリー食品インターナショナル（株）と雇用契約を結ぶ社員を対象としています。

■従業員数データ（2018年12月31日現在）

（名）

| | 2014年 | | | 2015年 | | | 2016年 | | | 2017年 | | | 2018年 | | | |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | SHD | SBF | 合計 | |
| 男性 | 43 | 15 | 58 | 42 | 13 | 55 | 41 | 14 | 55 | 45 | 13 | 58 | 43 | 14 | 57 | |
| 女性 | 2 | 0 | 2 | 3 | 1 | 4 | 4 | 1 | 5 | 2 | 3 | 5 | 2 | 3 | 5 | |
| 役員 | 45 | 15 | 60 | 45 | 14 | 59 | 45 | 15 | 60 | 47 | 16 | 63 | 45 | 17 | 62 | |
| 正社員数 | 男性 | 1,348 | 628 | 1,976 | 1,392 | 607 | 1,999 | 1,422 | 627 | 2,049 | 1,432 | 643 | 2,075 | 1,459 | 654 | 2,113 |
| | 女性 | 146 | 31 | 177 | 166 | 33 | 199 | 185 | 34 | 219 | 200 | 40 | 240 | 217 | 40 | 257 |
| マネジャー相当職 | 1,494 | 659 | 2,153 | 1,558 | 637 | 2,195 | 1,607 | 661 | 2,268 | 1,632 | 683 | 2,315 | 1,676 | 694 | 2,370 | |
| メンバー相当職 | 男性 | 2,398 | 737 | 3,135 | 2,432 | 741 | 3,173 | 2,429 | 745 | 3,174 | 2,438 | 741 | 3,179 | 2,420 | 729 | 3,149 |
| | 女性 | 959 | 168 | 1,127 | 964 | 188 | 1,152 | 976 | 205 | 1,181 | 995 | 224 | 1,219 | 1,011 | 239 | 1,250 |
| メンバー相当職 | 3,357 | 905 | 4,262 | 3,396 | 932 | 4,328 | 3,405 | 950 | 4,355 | 3,433 | 965 | 4,398 | 3,431 | 968 | 4,399 | |
| 正社員数 | 4,851 | 1,564 | 6,415 | 4,954 | 1,569 | 6,523 | 5,012 | 1,611 | 6,623 | 5,065 | 1,648 | 6,713 | 5,107 | 1,662 | 6,769 | |
| 契約社員等※ | 男性 | 296 | 55 | 351 | 205 | 45 | 250 | 161 | 42 | 203 | 106 | 31 | 137 | 80 | 28 | 108 |
| | 女性 | 88 | 18 | 106 | 81 | 15 | 96 | 82 | 22 | 104 | 79 | 19 | 98 | 87 | 113 | 200 |
| 契約社員等※ | 384 | 73 | 457 | 286 | 60 | 346 | 243 | 64 | 307 | 185 | 50 | 235 | 167 | 141 | 308 | |
| 派遣社員 | 516 | 44 | 560 | 542 | 49 | 591 | 560 | 52 | 612 | 567 | 63 | 630 | 573 | 66 | 639 | |

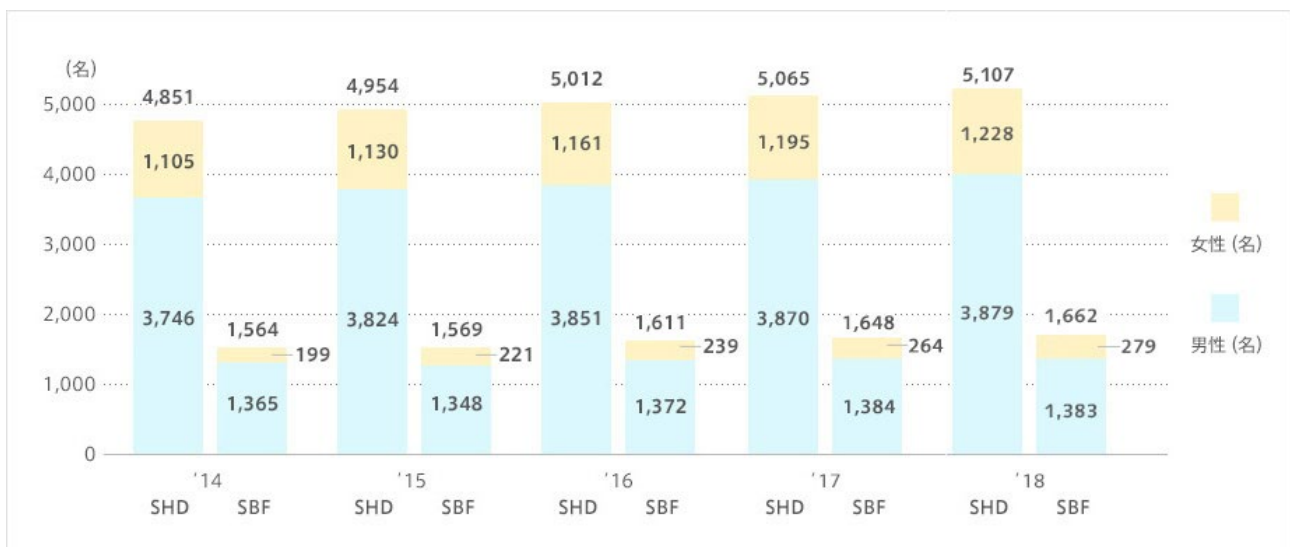
※契約社員等：嘱託社員およびアルバイト、2018年よりSBFパートナー社員を追加

※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（2018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（2018年12月31日現在）

| | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018年 | |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF |
| 平均年齢 | 39.0歳 | 40.9歳 | 39.6歳 | 41.7歳 | 40.8歳 | 42.0歳 | 41.3歳 | 42.3歳 | 41.7歳 | 42.6歳 |
| 平均勤続年数 | 15.8年 | 17.4年 | 16.3年 | 17.3年 | 16.6年 | 17.6年 | 17.1年 | 17.8年 | 17.5年 | 18.1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）

| | | | 2014年 | | 2015年 | | 2016年 | | 2017年 | | 2018年 | |
|-----|----|--|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|-------|-----|
| | | | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF | SHD | SBF |
| 新卒 | 男性 | | 75 | 26 | 81 | 20 | 79 | 20 | 68 | 17 | 69 | 16 |
| | 女性 | | 51 | 16 | 43 | 18 | 43 | 19 | 48 | 20 | 45 | 16 |
| 経験者 | 男性 | | 20 | 0 | 19 | 2 | 17 | 0 | 13 | 4 | 14 | 5 |
| | 女性 | | 11 | 9 | 8 | 6 | 7 | 5 | 3 | 7 | 11 | 5 |
| 合計 | | | 157 | 51 | 151 | 46 | 146 | 44 | 132 | 48 | 139 | 42 |

※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）

| | | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|-------------------|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 事由別 | 定年 ^{※1} | 29 | 42 | 39 | 39 | 66 |
| | 自己都合 ^{※2} | 45 | 42 | 53 | 43 | 57 |
| | 会社都合 ^{※3} | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 |
| | その他 | 7 | 5 | 7 | 4 | 8 |
| 合計 ^{※4} | | 81 | 89 | 99 | 88 | 132 |
| 離職率 ^{※5} | | 0.70% | 0.64% | 0.80% | 0.67% | 0.86% |

※1 定年には自由選択定年も含む

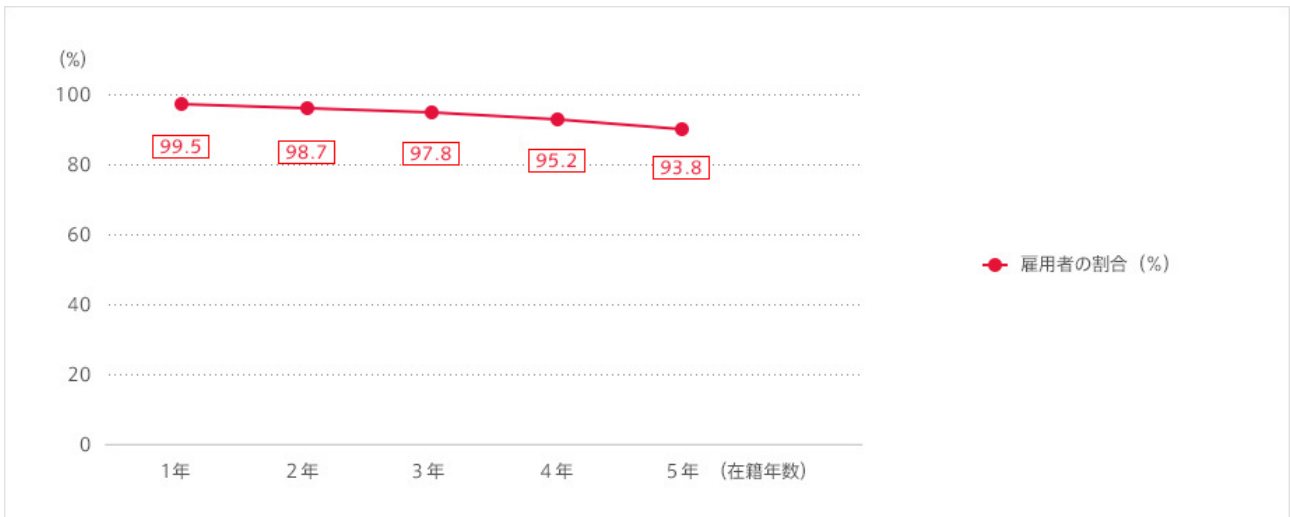
※2 うち、サントリー食品インターナショナルグループ（国内）の自己都合退職者は2015年8名、2016年6名、2017年11名、2018年7名

※3 会社都合は、工場閉鎖・事業売却。転籍は自己都合に含む

※4 正社員を対象とする

※5 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



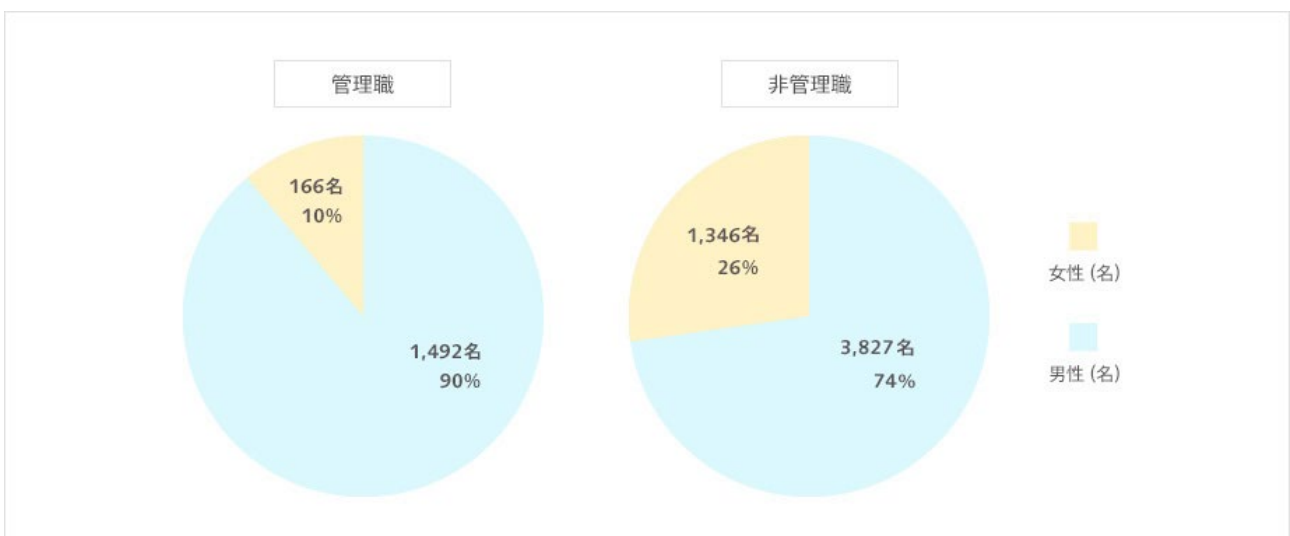
※2011～2013年入社の子トリーホールディングス(株)の新卒採用者を対象に計算

※子トリー食品インターナショナル(株)としての新卒採用は2013年から実施しており、2013年入社の新卒採用者の5年後在職率は91%

女性の登用状況



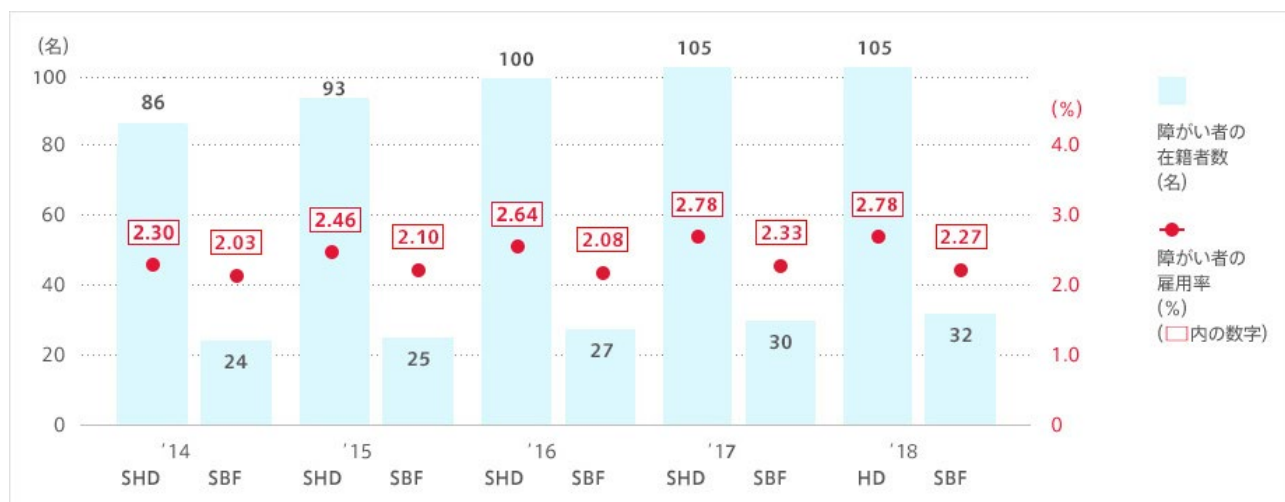
管理職・非管理職別、男女別要員数



※2018年12月31日

※子トリーホールディングス(株)籍および子トリー食品インターナショナル(株)籍のみの数字です。

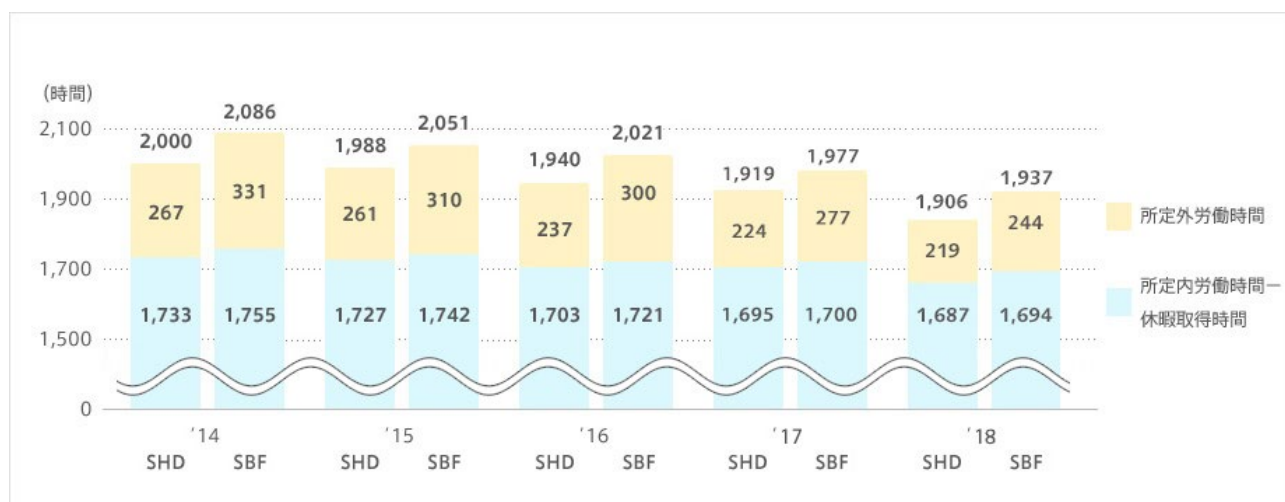
障がい者雇用数と雇用率（2018年6月1日時点）



※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）

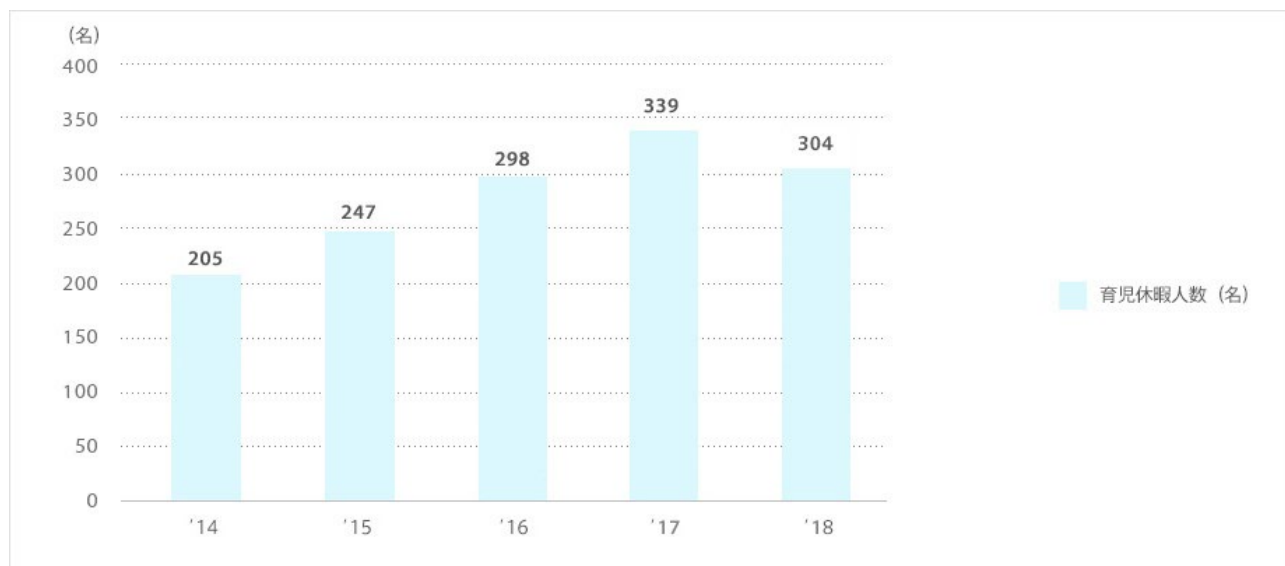
年次有給休暇取得実績



※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 | | | |
|-----------|--------------------------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|---------|-------|--------|---------|--------|
| | | | | SHD | SBF | SHD+SBF | SHD | SBF | SHD+SBF | SHD | SBF | SHD+SBF | |
| 育児・ 介護 | 育児休職 | 205 | 247 | 252 | 46 | 298 | 275 | 64 | 339 | 251 | 53 | 304 | |
| | 育児休職取得 人数 | 男 | - | - | 80 | 22 | 102 | 22 | 34 | 56 | 107 | 26 | 133 |
| | | 女 | - | - | 172 | 24 | 196 | 24 | 30 | 54 | 144 | 27 | 171 |
| | 新規育児休職者 | 118 | 143 | 148 | 32 | 180 | 179 | 50 | 229 | 63 | 12 | 75 | |
| | 育児休職後の 復職人数 | 男 | - | - | - | - | - | 122 | 33 | 155 | 93 | 24 | 117 |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 61 | 9 | 70 | 62 | 13 | 75 |
| | 育児休職中の 退職人数 | 男 | - | - | - | - | - | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 2 | 1 | 3 | 0 | 0 | 0 |
| | 育児休職後の 復職率 | 男 | - | - | - | - | - | 100% | 100% | 100% | 100.0% | 100.0% | 100.0% |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 96.8% | 90.0% | 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 | - | - | - | - | - | 80 | 22 | 102 | 118 | 34 | 152 |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 172 | 24 | 196 | 144 | 25 | 169 |
| | 育児休職者の 定着率 | 男 | - | - | - | - | - | 100% | 100% | 100% | 96.7% | 100.0% | 97.44% |
| | | 女 | - | - | - | - | - | 96.8% | 95.8% | 98.5% | 94.1% | 83.33% | 92.35% |
| | 育児短時間・時差 | 195 | 192 | 187 | 38 | 225 | 183 | 33 | 216 | 180 | 37 | 217 | |
| | 介護休職 | 2 | 1 | 2 | 0 | 2 | 2 | 0 | 2 | 3 | 0 | 3 | |
| 介護短時間・時差 | 2 | 3 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | |
| テレワーク勤務 | 3,196 | 3,577 | 3,390 | 1,070 | 4,460 | 3,657 | 1,188 | 4,845 | 3,847 | 1,329 | 5,176 | | |
| キッズサポート休暇 | 663 | 464 | 474 | 65 | 539 | 500 | 83 | 583 | 524 | 75 | 599 | | |
| ホームヘルパー | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | 2 | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | | |
| 在宅保育サービス | 37 | 16 | 24 | 2 | 26 | 27 | 2 | 29 | 29 | 5 | 34 | | |
| 余暇・ 休暇 | リフレッシュ休暇 | 791 | 933 | 525 | 177 | 702 | 603 | 198 | 801 | 630 | 194 | 824 | |

育成制度

| 名称 | 内容 | 2018年実績 | 2010～2018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) | 10名 | 65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 | 3名 | 22名 |
| トレーニー | 海外グループ会社でのオンザジョブトレーニング(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 | 80名 |

主な自己啓発支援プログラムおよび2018年度の実受講者数

| 研修の種類 | 内容 | 人数 |
|-------------|---|-----|
| 応募型研修※ | 従業員自らが描くキャリアプランを実現していくために必要なビジネススキルの修得を主眼とした研修で、約30種のコース(年間2期)を設置 | 822 |
| 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 | 247 |
| eラーニング | 業務遂行能力のレベルアップ・業務革新手段の修得を目的とした研修 ビジネススキル・語学・パソコンスキルなどのコースを整備 | 298 |
| 通信教育通学費補助制度 | 能力向上を目的とした通信教育・通学にかかる費用の半分会社が補助する制度(上限あり) 対象となる講座は、業務遂行上必要なスキル(計数・法知識など)の修得、語学向上、資格取得など | 84 |

※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)

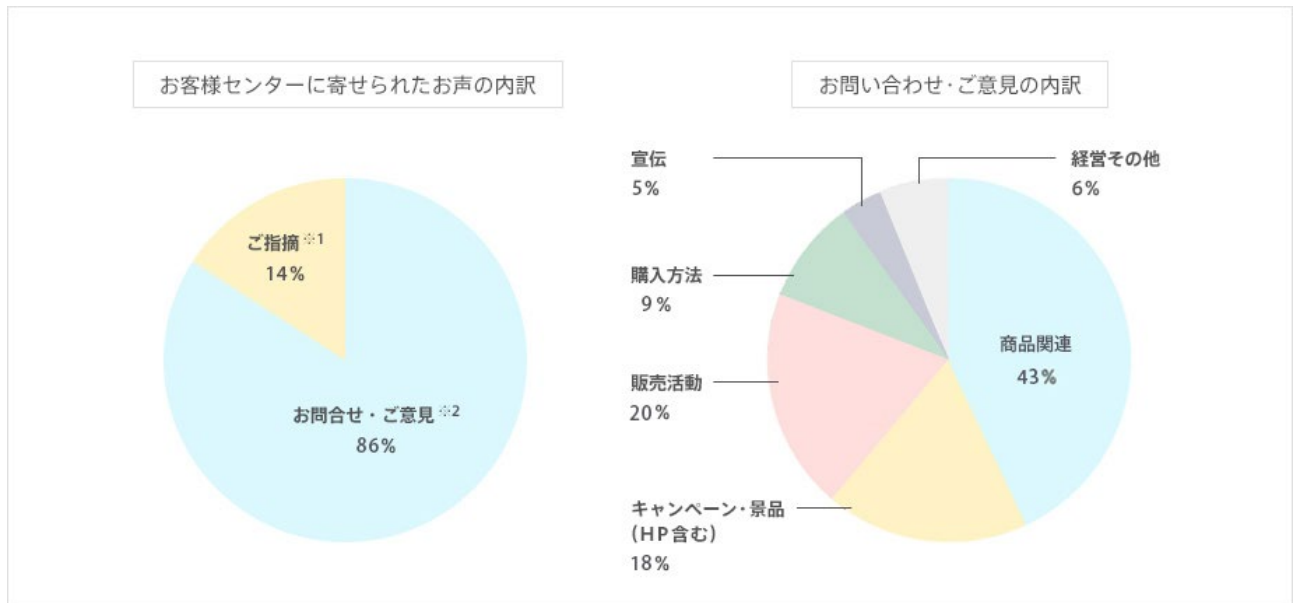
| | 2010年 | 2011年 | 2012年 | 2013年 | 2014年 | 2015年 | 2016年 | 2017年 | 2018年 |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 休業災害件数 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 0 | 6 | 1 | 3 |
| 不休災害件数 | 14 | 10 | 8 | 12 | 13 | 8 | 18 | 12 | 21 |
| 死亡災害件数 | | | | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 計 | 17 | 13 | 10 | 15 | 17 | 8 | 24 | 13 | 24 |
| 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★ |
| 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 |

※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))

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

※2018年には3件の休業災害(通勤災害を含む)が発生しました。再発防止のため、災害報告書を同様の業務に従事する従業員に配布するなどの処置をとりました。

お客様からのお問い合わせ・ご意見やご指摘の内容（2018年実績：80,593件）



※1 ご指摘：お客様から商品や企業活動に対して寄せられたご不満、ご不快の声

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

■被災地支援

主な義捐金の拠出

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

GRI スタンドード対照表

当ウェブサイトは、GRI (Global Reporting Initiative) 「サステナビリティ・レポート・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 | ・会社案内 |
| 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 | <p>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</p> <p>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）</p> <p>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）</p> <p>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）</p> | 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティの考え方：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 |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティの考え方：グローバル企業としての取り組み ・ 事業活動と環境影響：水リスクの評価 |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティの考え方：サントリーグループの理念 ・ サントリーの創業者理念とサステナビリティ |
| 102-17 | 倫理に関する助言および懸念のための制度 | <p>a. 組織内外に設けられている次の制度についての説明</p> <p>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</p> <p>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</p> | ・ 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 | <p>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</p> <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 ・ 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 |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 ・ 環境マネジメント：サステナビリティ経営推進体制 |

| | | | |
|--------|------------------------------|---|---|
| 102-20 | 経済、環境、社会項目に関する役員レベルの責任 | <p>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</p> <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 ・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 |
| 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 | <p>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</p> <p>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</p> | |
| 102-22 | 最高ガバナンス機関およびその委員会の構成 | <p>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</p> <p>i.執行権の有無</p> <p>ii.独立性</p> <p>iii.ガバナンス機関における任期</p> <p>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</p> <p>v.ジェンダー</p> <p>vi.発言権が低い社会的グループのメンバー</p> <p>vii.経済、環境、社会項目に関係する能力</p> <p>viii.ステークホルダーの代表</p> | |
| 102-23 | 最高ガバナンス機関の議長 | <p>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</p> <p>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</p> | |
| 102-24 | 最高ガバナンス機関の指名と選出 | <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> | |
| 102-25 | 利益相反 | <p>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</p> <p>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</p> <p>i.役員会メンバーへの相互就任</p> <p>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</p> <p>iii.支配株主の存在</p> <p>iv.関連当事者の情報</p> | |
| 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 | <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・サステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 |
| 102-27 | 最高ガバナンス機関の集会的知見 | <p>a.経済、環境、社会項目に関する最高ガバナンス機関の集会的知見を発展、強化するために実施した施策</p> | |

| | | | |
|--------|----------------------------|--|-----------------------------|
| 102-28 | 最高ガバナンス機関のパフォーマンスの評価 | <p>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</p> <p>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</p> <p>c. 当該評価が自己評価であるか否か</p> <p>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</p> | |
| 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 | <p>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</p> <p>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</p> | |
| 102-30 | リスクマネジメント・プロセスの有効性 | <p>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</p> | ・ リスクマネジメント |
| 102-31 | 経済、環境、社会項目のレビュー | <p>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</p> | ・ サステナビリティの考え方：サステナビリティ推進体制 |
| 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 | <p>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</p> | |
| 102-33 | 重大な懸念事項の伝達 | <p>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</p> | |
| 102-34 | 伝達された重大な懸念事項の性質と総数 | <p>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</p> <p>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</p> | |
| 102-35 | 報酬方針 | <p>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</p> <p>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）</p> <p>ii. 契約金、採用時インセンティブの支払い</p> <p>iii. 契約終了手当</p> <p>iv. クローバック</p> <p>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）</p> <p>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</p> | |
| 102-36 | 報酬の決定プロセス | <p>a. 報酬の決定プロセス</p> <p>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</p> <p>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</p> | |
| 102-37 | 報酬に関するステークホルダーの関与 | <p>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</p> <p>b. 考慮している場合、報酬方針や提案への投票結果</p> | |
| 102-38 | 年間報酬総額の比率 | <p>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</p> | |
| 102-39 | 年間報酬総額比率の増加率 | <p>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</p> | |

| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会との対話 ・ サステナビリティの考え方：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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会との対話 ・ サステナビリティの考え方：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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会との対話：2018年に開催した意見交換会 |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 社会との対話：2018年に開催した意見交換会 |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティの考え方：サステナビリティ 4つの取り組み、重要課題の特定 ・ 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 |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ サステナビリティの考え方：サステナビリティ 4つの取り組み、重要課題の特定 ・ 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 |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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） | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 | ・バリューチェーン全体でのCO2削減:スコープ1・2排出量、スコープ3排出量 (第三者保証報告書) ・労働安全:労働災害発件数 (第三者保証報告書) |
| 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 | ・サステナビリティの考え方：サステナビリティ 4つの取り組み、重要課題の特定 ・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 |

| | | | |
|-------|---------------|--|--|
| 103-2 | マネジメント手法とその要素 | <p>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</p> <p>b. マネジメント手法の目的に関する表明</p> <p>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</p> <p>i. 方針</p> <p>ii. コミットメント</p> <p>iii. 目標およびターゲット</p> <p>iv. 責任</p> <p>v. 経営資源</p> <p>vi. 苦情処理メカニズム</p> <p>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）</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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: 環境ビジョン2050、2020年目標 ・ 環境ビジョン: サントリーグループ環境基本方針 ・ 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: 人権活動方針 ・ グループ品質マネジメントの推進: サントリー品質方針 ・ 社会活動方針: サントリーグループ社会活動方針 ・ 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 ・ サステナビリティの考え方: サステナビリティ推進体制 ・ 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 | <p>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</p> <p>i. マネジメント手法の有効性を評価する仕組み</p> <p>ii. マネジメント手法の評価結果</p> <p>iii. マネジメント手法に関して行った調整</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 ・ 2018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 | <p>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</p> <p>i. 創出した直接的経済価値：収益</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> | |
| 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 | <p>a. 気候変動に起因してもたらされるリスクや機会、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</p> <p>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</p> <p>ii. リスクと機会に関連するインパクトの記述</p> <p>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</p> <p>iv. リスクと機会をマネジメントするために用いた手法</p> <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・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 |
| 201-3 | 確定給付型年金制度の負担、その他の退職金制度 | <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>ii. 当該推定値の計算基礎</p> <p>iii. 推定値の計算時期</p> <p>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</p> <p>d. 従業員、雇用者による拠出額が給与に占める割合</p> <p>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、地域的か国の制度か、経済的インパクトがあるものか、など）</p> | |
| 201-4 | 政府から受けた資金援助 | <p>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</p> <p>i. 減税および税額控除</p> <p>ii. 補助金</p> <p>iii. 投資奨励金、研究開発助成金、その他関連助成金</p> <p>iv. 賞金</p> <p>v. 特許権等使用料免除期間</p> <p>vi. 輸出信用機関（ECA）からの資金援助</p> <p>vii. 金銭的インセンティブ</p> <p>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</p> <p>b. 201-4-aの情報の国別内訳</p> <p>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</p> | 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) | <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>d. 「重要事業拠点」の定義</p> | 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 | <p>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</p> <p>b. 「上級管理職」の定義</p> <p>c. 組織の「地域・地元」の地理的定義</p> <p>d. 「重要事業拠点」の定義</p> | ・ 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 | <p>a. 重要なインフラ投資や支援サービスを展開した範囲</p> <p>b. コミュニティや地域経済に与えているインパクト、または与えられるインパクト。プラスとマイナス双方を含む(該当する場合)</p> <p>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</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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 | <p>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</p> <p>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」</p> | 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 | <p>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)。</p> <p>b. 組織の「地域・地元」の地理的定義</p> <p>c. 「重要事業拠点」の定義</p> | ・ 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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） | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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（終了しているもの、していないもの）の件数 b. 法的措置が終了したものについては、結果（決定や判決を含む）の要点 | 当該期間においては該当なし |
| 環境 | | | |
| 301:原材料 | | | |
| 301-1 | 使用原材料の重量または体積 | <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> i. 使用した再生不能原材料 ii. 使用した再生可能原材料 | <ul style="list-style-type: none"> ・事業活動と環境影響：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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・廃棄物の削減と再資源化の推進：再資源化率100%を維持 |

| 302 : エネルギー | | | |
|-------------|-----------------------|--|---|
| 302-1 | 組織内のエネルギー消費量 | <ul style="list-style-type: none"> 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） <ul style="list-style-type: none"> 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） <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | | | |
|-----------|---|--|---|
| 303-1 | 水源別の取水量 | <ul style="list-style-type: none"> a. 水源からの総取水量。次の水源別内訳による i. 地表水（湿地、河川、湖、海などからの水を含む） ii. 地下水 iii. 組織が直接貯めた雨水 iv. 他の組織からの廃水 v. 地方自治体の水道や他の公営・民間水道施設 b. 使用した基準、方法、前提条件 | <ul style="list-style-type: none"> ・ データ集（主要サステナビリティデータ）：水使用量の削減 ・ 水資源の有効活用：取水源 |
| 303-2 | 取水によって著しい影響を受ける水源 | <ul style="list-style-type: none"> a. 取水によって著しい影響を受ける水源の数。次の種類別に i. 水源の規模 ii. 水源が保護地域に指定されているか（国内または国際的に） iii. 生物多様性から見た価値（種の多様性および固有性、保護種の数など） iv. 地域コミュニティや先住民にとっての水源の価値、重要性 b. 使用した基準、方法、前提条件 | |
| 303-3 | リサイクル・リユースした水 | <ul style="list-style-type: none"> a. 組織がリサイクル・リユースした水の総量 b. リサイクル・リユースした水の総量が、開示事項 303-1に定める総取水量に占める割合 c. 使用した基準、方法、前提条件 | |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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（km²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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・「天然水の森」（水源涵養/生物多様性の保全） |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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) | <ul style="list-style-type: none"> a. 直接的(スコープ1) GHG排出量の総計(CO₂換算値(t-CO₂)による) b. 計算に用いたガス(CO₂、CH₄、N₂O、HFC、PFC、SF₆、NF₃、またはそのすべて) c. 生物由来のCO₂排出量(CO₂換算値(t-CO₂)による) d. 計算の基準年(該当する場合、次の事項を含む) <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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) | <ul style="list-style-type: none"> 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(CO₂換算値(t-CO₂)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(CO₂換算値(t-CO₂)による) c. データがある場合、総計計算に用いたガス(CO₂、CH₄、N₂O、HFC、PFC、SF₆、NF₃、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) <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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) | <ul style="list-style-type: none"> a. その他の間接的(スコープ3) GHG排出量の総計(CO₂換算値(t-CO₂)による) b. データがある場合、総計算に用いたガス(CO₂、CH₄、N₂O、HFC、PFC、SF₆、NF₃、またはそのすべて) c. 生物由来のCO₂排出量(CO₂換算値(t-CO₂)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 | <ul style="list-style-type: none"> ・バリューチェーン全体でのCO₂削減：スコープ3排出量 |
| 305-4 | 温室効果ガス(GHG)排出原単位 | <ul style="list-style-type: none"> 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(CO₂、CH₄、N₂O、HFC、PFC、SF₆、NF₃、またはそのすべて) | <ul style="list-style-type: none"> ・データ集(主要サステナビリティデータ)：CO₂排出量 |
| 305-5 | 温室効果ガス(GHG)排出量の削減 | <ul style="list-style-type: none"> 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(CO₂換算値(t-CO₂)による) b. 計算に用いたガス(CO₂、CH₄、N₂O、HFC、PFC、SF₆、NF₃、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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> a. ODSの生産量、輸入量、輸用量(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(NO _x)、硫黄酸化物(SO _x)、およびその他の重大な大気排出物 | <ul style="list-style-type: none"> 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) <ul style="list-style-type: none"> i. NO_x ii. SO_x 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. その他、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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <ul style="list-style-type: none"> a. 想定内および想定外の排水量(次の事項による) <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <p>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）</p> <ul style="list-style-type: none"> 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） <p>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）</p> <ul style="list-style-type: none"> 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） <p>c. 廃棄物処分方法の判定方法</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> ・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 | <p>a. 記録した重大な漏出の総件数と総漏出量</p> <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 | <p>当該期間においては該当なし</p> |
| 306-4 | 有害廃棄物の輸送 | <p>a. 次の各事項の総重量</p> <ul style="list-style-type: none"> 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 <p>b. 国際輸送された有害廃棄物の割合</p> <p>c. 使用した基準、方法、前提条件</p> | <p>当該期間においては該当なし</p> |
| 306-5 | 排水や表面流水によって影響を受ける水域 | <p>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</p> <ul style="list-style-type: none"> 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） | <p>当該期間においては該当なし</p> |

| 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） | ・ワークライフバランスの推進：育児・介護等各種制度の取得者数推移 ・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 | | | |
|------------|--------------------------------------|---|--|
| 403-1 | 正式な労使合同安全衛生委員会への労働者代表の参加 | <p>a. 正式な労使合同安全衛生委員会が組織内で設置・運用されている典型的なレベル</p> <p>b. 正式な労使合同安全衛生委員会に代表を送る労働者（業務または職場が組織の管理下にある）の労働者全体に対する割合</p> | ・労働安全：労働安全への取り組みを推進 |
| 403-2 | 傷害の種類、業務上傷害・業務上疾病・休業日数・欠勤および業務上の死亡者数 | <p>a. すべての従業員に対する業務上傷害の種類、業務上傷害率（IR）、業務上疾病率（ODR）、休業日数率（LDR）、欠勤率（AR）、および業務上の死亡者数（次の内訳による）</p> <p>i. 地域</p> <p>ii. 性別</p> <p>b. 業務または職場が組織の管理下にあるすべての労働者（従業員を除く）に対する業務上傷害の種類、業務上傷害率（IR）、および業務上の死亡者数（次の内訳による）</p> <p>i. 地域</p> <p>ii. 性別</p> <p>c. 災害統計の記録、報告に適用する規則体系</p> | ・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 |
| 403-3 | 疾病の発症率あるいはリスクが高い業務に従事している労働者 | a. 業務または職場が組織の管理下にある労働者が、特定の疾病の発症率あるいはリスクが高い業務に従事しているか否か | |
| 403-4 | 労働組合との正式協定に含まれている安全衛生条項 | <p>a. 労働組合（各地域、グローバルのいずれか）と締結した正式協定に、安全衛生条項が含まれているか否か</p> <p>b. 含まれている場合、各協定に安全衛生に関する様々な事項が含まれている程度（割合）</p> | |
| 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 | <p>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）</p> <p>i. 性別</p> <p>ii. 従業員区分</p> | |
| 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 | <p>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</p> <p>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</p> | <p>・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2017年度の受講者数</p> <p>・ダイバーシティの推進：65歳定年制の導入</p> |
| 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：「キャリアビジョン」の運用 |

| 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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） | <ul style="list-style-type: none"> ・ データ集（主要サステナビリティデータ）：管理職・非管理職別、男女別要員数（グループ全体） ・ 雇用・就業状況：従業員数データ（2018年12月31日現在） |
| 405-2 | 基本給と報酬総額の男女比 | <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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 | <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 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） <ul style="list-style-type: none"> 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 | <p>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</p> <p>i. 事業所（製造工場など） およびサプライヤーの種類</p> <p>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</p> <p>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</p> | |
| 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 | <p>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</p> <p>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</p> | |
| 411:先住民族の権利 | | | |
| 411-1 | 先住民族の権利を侵害した事例 | <p>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</p> <p>b. 事例の状況と実施した措置（次の事項を含める）</p> <p>i. 組織により確認された事例</p> <p>ii. 実施中の救済計画</p> <p>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</p> <p>iv. 措置が不要となった事例</p> | 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 | <p>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</p> <p>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</p> | ・ 人権の尊重：人権尊重を推進する委員会の設置 |
| 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 | <p>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</p> <p>b. 「重要な投資協定」の定義</p> | |
| 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 | <p>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</p> <p>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）</p> <p>ii. 環境インパクト評価および継続的モニタリング</p> <p>iii. 環境および社会インパクト評価の結果の公開</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>viii. 正式な地域コミュニティ苦情処理プロセス</p> | <ul style="list-style-type: none"> ・ 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：サプライチェーン全体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: 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 | <p>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</p> <p>i. 罰金または処罰の対象となった規制違反の事例</p> <p>ii. 警告の対象となった規制違反の事例</p> <p>iii. 自主的規範の違反事例</p> <p>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</p> | ・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 | <p>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</p> <p>i. 罰金または処罰の対象となった規制違反の事例</p> <p>ii. 警告の対象となった規制違反の事例</p> <p>iii. 自主的規範の違反事例</p> <p>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</p> | |
| 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 | <p>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</p> <p>i. 外部の当事者から申立を受け、組織が認めたもの</p> <p>ii. 規制当局による申立</p> <p>b. 顧客データの漏洩、窃盗、紛失の総件数</p> <p>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</p> | 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 | <p>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</p> <p>i. 重大な罰金の総額</p> <p>ii. 罰金以外の制裁措置の総件数</p> <p>iii. 紛争解決メカニズムに提起された事案</p> <p>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</p> <p>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</p> | 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】